

راهکارهای آموزشی تأثیرگذار بر ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌های کشاورزی و روستایی استان تهران

سهیلا سادات موسوی

کارشناس ارشد دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

سید جمال فرج الله حسینی*

دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۹۲/۱۰/۶

تاریخ دریافت: ۹۱/۱۰/۶

چکیده

هدف تحقیق حاضر، بررسی راهکارهای آموزشی تأثیرگذار بر ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌های تولید کشاورزی و روستایی استان تهران است. روش تحقیق از نوع همبستگی می‌باشد و به لحاظ گردآوری داده‌ها از نوع غیر آزمایشی (توصیفی) و بر مبنای هدف از نوع کاربردی است. ۶۹۵ نفر از مدیران و اعضای هیئت مدیره تعاونی‌های کشاورزی و روستایی استان تهران جامعه آماری را تشکیل می‌دهند که بر اساس فرمول کوکران ۱۲۸ نفر به عنوان نمونه از طریق روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب انتخاب شدند. روایی پرسشنامه با تأیید استادان گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، تعدادی از کارشناسان وزارت تعاون و سازمان تعاون روستایی به دست آمد و پایایی ابزار پژوهش نیز با انجام آزمون مقدماتی از طریق تکمیل ۳۰ پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت. ضریب آلفای کرونباخ برای بخش‌های مختلف بین ۰/۸۷-۰/۹۸ محاسبه شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق نرم افزار SPSS v16 صورت گرفت. نتایج تحقیق حاکی از آن است که به نظر اکثر پاسخگویان تأثیر راهکارهای آموزشی بر ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌های تولید کشاورزی و روستایی در حد زیاد بود. نتایج حاصل از ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که بین راهکارهای آموزشی با ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌های کشاورزی و روستایی در سطح ۱ درصد رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. همچنین بین سن و سابقه عضویت با ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌های کشاورزی و روستایی رابطه منفی و معنی داری وجود دارد. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چندگانه گام به گام نشان داد که راهکارهای بازدید از مراکز علمی - پژوهشی فعال در زمینه نوآوری در بخش کشاورزی و برگزاری دوره های آموزشی آشنایی با مدیریت نوآوری برای مدیران تعاونی ۴۵ درصد از تغییرات ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌های تولید کشاورزی و روستایی را تبیین کرده است.

واژگان کلیدی: مدیریت نوآوری، تعاونی کشاورزی و روستایی، راهکارهای آموزشی

مقدمه

در دنیای سراسر تحول امروز همراه با تغییر و تحولات بسیار زیاد فناورانه، که هر روز بر زندگی انسان‌ها تأثیر می‌گذارد، سازمان‌ها و کشورها بدون تطبیق با محیط بیرونی و حرکت در راستای ایجاد ایده‌های نو، نوآوری و تجاری‌سازی آن‌ها نمی‌توانند به حیات خود ادامه دهند. بنابراین لازمه حضور مداوم سازمان‌ها در بازار جهانی امروز، توسعه و به‌کارگیری ایده‌های جدید و ایجاد بستری برای تولید دانش و به‌کارگیری عملی آن در بازار می‌باشد. در واقع نوآوری پاسخی است که سازمان‌ها در برابر تحولات و دگرگونی بازار ارائه می‌کنند تا در عرصه رقابت با دیگر شرکت‌ها ضامن بقا و رشد آن‌ها گردد (مقیم و علیزاده، ۱۳۸۹). از آنجایی که مهم‌ترین نوع تعاونی‌های کشاورزی ایران، تعاونی تولید کشاورزی می‌باشند (قدیری مقدم و نعمتی، ۱۳۹۰) بنابراین برای ارتقاء و پایداری این بخش نیاز به مدیریتی همراه با دانش، مهارت و فنون نوین دارند. با توجه اینکه در دنیای امروز بیشتر کشورهای جهان با تکیه بر نوآوری در پی افزایش بهره‌وری و بهبود وضعیت اقتصادی هستند و یکی از دلایل عمده اهمیت فزاینده نوآوری، وجود رقابت بین کشورهای مختلف در حال توسعه است (فیض‌پور و ده‌موبد، ۱۳۸۶). مطالعات و تجربیات گوناگون نشان می‌دهد که پایداری سازمان، به قدرت نوآوری و خلاقیت سازمان وابسته است در نتیجه هر اقدام مدیریتی که به بهبود قابلیت نوآوری کمک می‌کند باید مد نظر قرار گیرد. به عبارت دیگر نوآوری مهم‌ترین اولویت شرکت‌ها و بهترین راه پیشرفت در اقتصاد دانش محور می‌باشد (دربندی و نادری، ۱۳۸۹).

زارعی و نسیمی (۱۳۸۶) معتقدند نوآوری می‌تواند در زمینه بازاریابی و یا مدلی جدید برای سرمایه‌گذاری و یا حتی روشی جدید برای اداره کردن زندگی باشد. همچنین آن‌ها معتقدند برای تبدیل ایده‌های جدید به محصولات و خدماتی سودآور و مورد نیاز، لازم است فرایند نوآوری مدیریت شود یعنی هر نوآوری در محصولات و خدمات باید در قالب مدل یا طرح کار که شامل مواردی چون تأمین مالی، تولید، بازاریابی، حمل و نقل، تبلیغات، خدمات و غیره تعریف شده و سپس فرایند مذکور در طول زنجیره ارزش تا مرحله تحویل به مصرف‌کننده نهایی مدیریت شود. اما به نظر می‌رسد در هیچ دوره‌ای مانند امروز نیاز به نوآوری با توجه به ضرورت آن در بخش کشاورزی و صنعت که نقش مهمی را در جهت رشد اقتصادی، بهبود رفاه جامعه، افزایش درآمد، بهبود عملکرد شرکت‌ها و حفظ رقابت ایفا می‌کند، چنین حاد نبوده است.

با پیشرفت روزافزون دانش و فناوری و جریان گسترده اطلاعات، امروزه جامعه ما نیازمند پرورش انسان‌هایی است که بتوانند با مغزی خلاق با مشکلات روبرو شده و به حل آن‌ها بپردازند و با این رویکرد نیاز به آموزش و تقویت خلاقیت و خلق افکار نو برای رسیدن به جامعه‌ای شکوفا از اهمیت خاصی برخوردار است. افزایش خلاقیت در سازمان‌ها می‌تواند به ارتقای کمیت و کیفیت خدمات، کاهش هزینه‌ها، جلوگیری از اتلاف منابع، کاهش بروکراسی و بالطبع افزایش کارایی و بهره‌وری و ایجاد انگیزش و رضایت شغلی در کارکنان منجر گردد (علیرضایی و تولایی، ۱۳۸۷).

همکاران، ۱۳۸۷). مدیریت نوآوری فرآیند خلق و اجرای طرح کار است که با هدف تبدیل اختراع به نوآوری و در نهایت بدست آوردن مزیت رقابتی حول محور یک نظریه خلاق تحقق یافته و سرانجام باعث توسعه و افزایش سودآوری سازمان در بازار می‌گردد (زارعی و نسیمی، ۱۳۸۶).

سلطانی (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «طراحی الگوی ترویج مدیریت نوآوری در صنایع غذایی کوچک روستایی تهران» به این نتیجه رسید که مهارت‌های مدیریت نوآوری مدیران شرکت‌های مورد مطالعه در سطح ضعیف بودند و نیز کمبود شدیدی در دوره‌های آموزشی و اطلاعات مورد نیاز مدیران صنایع وجود داشت. همچنین عوامل موثر بر سطح مدیریت نوآوری مدیران عبارتند از: ارتباط با مشتریان، عامل محیطی، عامل آموزشی، عامل منابع مالی، عامل مشتری محوری، عامل ارتباطات درونی و عامل دسترسی به اطلاعات تخصصی.

نتایج پژوهش مرشدی (۱۳۹۰) تحت عنوان «بررسی نقش آموزش‌های ترویجی در ارتقاء ظرفیت نوآوری اعضای صندوق حمایت از توسعه فعالیت‌های کشاورزی زنان روستایی شهرستان مرودشت» حاکی از آنست که ظرفیت نوآوری اکثر زنان روستایی شهرستان مرودشت در حد متوسط (۶۸ درصد) بود و اکثر پاسخگویان (۵۶/۱ درصد) تأثیر روش‌های آموزشی گروهی در ارتقاء ظرفیت نوآوری در حد زیاد عنوان کرده بودند. همچنین نتایج رگرسیون نشان داد که تقریباً ۲۴ درصد واریانس متغیر ارتقاء ظرفیت نوآوری توسط محتوای آموزشی، ارزشیابی و محیط آموزشی تبیین

ایجاد باورهای مشترک برای نوآوری و اینکه به عنوان یک هنجار مشترک در سازمان به خلاقیت نگریسته شود نیاز به آموزش دارد. تافلر مهم‌ترین فعالیت و راه رویارویی با تحولات عظیم و زندگی آینده را پذیرش تغییر و آموزش می‌داند. آموزش موثر و پرمایه به افراد کمک می‌کند تا آن‌ها بتوانند به رشد و توانایی کافی در شغل خود دست یابند و با کارآیی بیشتری کار کنند. مدیران باید بدانند که یکی از هدف‌های مهم در آموزش در محیط پرتلاطم و متغیر کنونی، آموختن شیوه‌های خلاقیت و نوآوری است. بدین منظور می‌توان از طریق آموزش، کارکنان را به تفکر عادت داد و در نتیجه این تفکر به صورت یک فرهنگ سازمانی در لایه‌های مختلف سازمان رسوخ کرده و در اجرای استراتژی‌های سازمان تأثیر کلی و دائمی می‌گذارد (همان).

حضرتی و همکاران (۱۳۸۹) به نقل از سونجا تعاونی را یک موسسه خود مختار و مبتنی بر اتحاد داوطلبانه اشخاص برای برآورده ساختن نیازهای عمومی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و آرزوها از طریق یک مالکیت مشترک و تحت کنترل دموکراتیک شرکت می‌دانند.

نوآوری عبارت است از بهره برداری از ایده‌های جدید به نحوی که ایجاد ارزش افزوده و مزیت رقابتی کند. نوآوری چه از دیدگاه فردی و چه درون سازمانی، از طریق به‌کارگیری روش‌های کاملاً جدید و یا از طریق بهینه کردن روش‌های جدید و تطابق آن‌ها با شرایط جدید حاصل می‌شود. آن چیزی که مسلم است مفهوم نوآوری همواره با تغییر، توأم بوده هر چند که لزوماً اختراعی را در بر نداشته باشد (هاشمیان اصفهانی و

شد، به گونه ای که محتوای آموزشی مهم‌ترین عامل تبیین‌کننده ظرفیت نوآوری بود.

قاضی نوری و قاضی نوری (۱۳۸۷) در پژوهشی به «استخراج راهکارهای اصلاح نظام ملی نوآوری ایران با تکیه بر مطالعه تطبیقی کشورهای منتخب» پرداختند. اصلاحات پیشنهادی در سطح تسهیل تحقیقات و نوآوری شامل نهادهای حفظ مالکیت معنوی نظیر ثبت اختراع و نیز نهادهای حمایتی محلی از محققان و فناوران نظیر شهرداری‌ها و استانداری‌ها، حمایت مالی غیردولتی از محققان و در ضمن جهت بهینه‌سازی امر همکاری‌های بین‌المللی در تحقیقات و فناوری، تشکیل یک سازمان همکاری‌های بین‌المللی R&D نیز توصیه می‌گردد. اصلاحات پیشنهادی در سطح انجام R&D: نظام بخشی و تقسیم کار میان نهادهای موجود است، بدین نحو که دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها، شرکت‌های طراحی مهندسی، واحدهای R&D صنعتی و غیره هر کدام به سطح خاصی از تحقیقات مخصوص به خود پردازند.

بیگلری (۱۳۸۹) به پژوهشی تحت عنوان راه کارهای توانمندسازی تعاونی‌های تولید بر اساس نظرات کارشناسان و اعضای هیئت مدیره تعاونی‌های تولید پرداخت. راهکارهای توانمندسازی تعاونی‌های تولید عبارتند از: تدوین برنامه‌های مناسب، دادن اختیار به تعاونی‌ها و احترام به مالکیت فردی اعضا، ارتقای مشارکت و تعاملات، ارائه تشویق و پاداش، آموزش و فرهنگ سازی. همچنین نتایج تحقیق نشان داد که آموزش و هدایت، ایجاد ظرفیت‌های فردی، گروهی و سازمانی، جهت گیری رفع نیازها و مشکلات اعضا و توسعه پایدار، افزایش استقلال و نقش

آفرینی تعاونی، داشتن طرح و برنامه اجرایی و آموزشی، اراده و اقدام جمعی، توانا در رسیدن به اهداف و تعاملات و شراکت‌ها، توسعه زیرساخت‌های لازم، ایجاد شرایط یادگیری و تبادل دانش، ارتقای اعتماد و انگیزه اعضا، استقلال تعاونی‌ها در توانمندسازی تعاونی‌ها تولید مؤثرند.

امینی و رضانی (۱۳۸۵) به بررسی عوامل مؤثر در موفقیت شرکت‌های تعاونی کشاورزی مرغ داران گوشتی استان اصفهان پرداختند. نتایج نشان داد که به ترتیب، شناخت اعضا، کارکرد تعاونی‌ها برای عوامل برون سازمانی، کیفیت آموزش‌ها، مهارت مدیران، مشارکت و تحصیلات اعضا بیشترین تأثیر را بر موفقیت تعاونی‌ها دارد.

اکبری (۱۳۸۵) در بررسی «عوامل مؤثر بر توانمندسازی تعاونی‌ها» این عوامل تأثیرگذار را شامل مدیریت، عوامل سازمانی، اقتصادی، اجتماعی، آموزش و فرهنگ سازی در بخش تعاون می‌داند.

نتایج تحقیق اصغرپور و همکاران (۱۳۸۹) که از طریق بررسی ۵ شرکت سوئدی بدست آمده بود، دریافتند که نوآوری مهم‌ترین عامل هر اقدام مخاطره آمیز اقتصادی به شمار می‌آید به طوری که نیروی محرکه بقا و توسعه آن می‌باشد. به عبارتی دیگر تقویت قابلیت‌های نوآورانه بنگاه‌ها مستلزم اجرای صحیح مدیریت نوآوری در آن‌ها می‌باشد. در نتیجه این تحقیق، رابطه معنی داری میان نوآوری و بقای شرکت تأیید شد.

دنیائی و همکاران (۱۳۹۰) در بررسی «تحلیل عامل راهکارهای ارتقای بهره‌وری تعاونی‌های کشاورزی استان زنجان از دیدگاه مدیران تعاونی‌ها» به این نتیجه رسیدند که پنج عامل دانش و تجربه،

مدیریت در نظام ملی نوآوری پردازند. همچنین به بررسی R&D، سهم توسعه منابع انسانی و فعالیت‌های توسعه تجارت در رقابت ملی در کشورهای آفریقای جنوبی کره و ژاپن پرداختند. تجزیه و تحلیل مقایسه ای چارچوب جدید توسعه منابع انسانی و فعالیت‌های توسعه تجارت در کشورهای کره و ژاپن نشان داد که ظرفیتشان برای از بین بردن عوامل محدود کننده رقابت در نظام مدل نوآوری در آفریقای جنوبی افزایش یافته است (Ommani (2011) در تحقیقی به «ارزیابی دانش کشاورزان در خصوص مدیریت نوآوری در تعاونی‌های کشاورزی شهرستان شوشتر» پرداخت. نتایج نشان داد که دانش کشاورزان درباره مدیریت نوآوری در حد متوسط بود و همچنین بر اساس رگرسیون دسترسی به کانال‌های ارتباطی، سطح آموزش، درآمد، عملکرد محصول، اندازه مزرعه، مشارکت اجتماعی، سطح مشارکت در کلاس‌های ترویجی ممکن است به خوبی تغییراتی را در دانش کشاورزان درباره مدیریت نوآوری ایجاد نماید. (Riederer *et al.* (2005) در تحقیقی با عنوان «بررسی برخی از بهترین شیوه‌های مدیریت نوآوری» دریافتند که دو نوع نوآوری در فرآیند و محصول وجود دارد که فرایند نوآوری شامل برنامه ریزی استراتژیک، کنترل موجودی، تدارکات، آموزش کارکنان، برقراری ارتباط، تأمین منابع مالی و بازاریابی می‌باشد که موجب بهبود عملکرد تجارت در زمینه بازاریابی و تولید کالا می‌شود. همچنین مدیریت نوآوری شامل استراتژی نوآوری، فرهنگ، مدیریت ایده‌ها و اجرای فرایندهای نوآوری است.

آموزش، شاخص‌های مالی، بیمه و تسهیلات و صادرات، عوامل ارتباطی ۶۳/۲۷٪ از کل واریانس عوامل موثر بر ارتقای بهره‌وری در تعاونی‌های کشاورزی استان زنجان را تبیین می‌کنند.

جعفری (۱۳۷۶) در تحقیقی به بررسی نقش آموزش در افزایش کارایی مدیران پرداخت. وی ضمن برشمردن اهمیت نیروی انسانی در موفقیت شرکت‌ها، نتیجه‌گیری نموده است که آموزش در افزایش کارایی، ارتقای مهارت و خلاقیت و نوآوری مدیران تأثیر مثبت دارد.

(Omman & Noorivandi (2011) به بررسی شاخص‌های تجزیه و تحلیل مدیریت نوآوری در تعاونی‌های مصرف آب شهرستان دزفول استان خوزستان پرداختند. طبق نتایج بدست آمده درک کشاورزان درباره مدیریت نوآوری بین متوسط و بالا بود. همچنین نتایج رگرسیون نشان داد که سطح تحصیلات، درآمد، عملکرد محصول، مشارکت اجتماعی، سطح مشارکت در کلاس‌های ترویجی ۵۹ درصد تغییرات در ادراک کشاورزان درباره شاخص‌های تجزیه و تحلیل مدیریت نوآوری را تبیین نموده‌اند. (Lingela & Buys (2007) در پژوهشی در خصوص «چارچوب مدیریت نوآوری برای بهبود رقابت ملی در کشورهای در حال توسعه» انجام دادند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که عناصر نوآوری (دولت، صنعت، مؤسسات تحقیقاتی، مؤسسات مالی، نهادهای آموزشی) چارچوب مدیریت نوآوری را به عنوان ابزاری برای مدیریت ملی نوآوری به کار می‌برند تا بتوانند سهم خود را در نظام ملی نوآوری تعیین کنند و به ارزیابی و مدیریت عملکرد و روابط بین عاملان در نظام ملی نوآوری، شناسایی عوامل محدودکننده

آقا داود به نقل از سی کی بارت (۱۹۹۴) برگزاری دوره های آموزشی رسمی به منظور تسهیل و اشاعه نوآوری ها، استفاده از سیستم های اطلاعاتی مدیریت و به کارگیری و تقویت اهرم های مدیریت را در ارتقای تغییرات و نوآوری های سازمانی مؤثر می داند. به طور کلی، می توان اذعان داشت که آگاهی مدیران و کارکنان از خلاقیت و نوآوری الزامی است تا بتوانند با زمینه ای از آگاهی های مورد نیاز و نو وارد عرصه کار و فعالیت شوند و در آنجا با آفرینندگی، نقش مؤثری در تحقق هدفها و پیشرفت سازمان های خود داشته باشند.

علاوه بر این آموزش مدیران و کارکنان مدیریت تخصصی (به عنوان مثال رؤسای ارشد مالی) تعاونی ها یک امری مهم است که باید مورد توجه قرار گیرد و آموزش رهبری مؤثر به عنوان یکی از مهم ترین فعالیت آن ها می باشد (Sun, 2009).

سازمان های موجود در جوامع امروز با چالش های متعددی مواجه هستند که هدایت و مدیریت آن ها را تحت تأثیر قرار می دهند. از سوی دیگر پویایی سازمان ها از جمله تعاونی ها در گرو نوآوری و بروز خلاقیت در جهت افزایش بهره وری می باشد. به نقل از لطفی نژاد: تعاونی های استان تهران ۹ درصد از کل تعاونی های کل کشور را تشکیل می دهند که این تعداد نسبت به گذشته رو به کاهش می باشد (روزنامه بازار کار، ۱۳۹۱).

همچنین به اعتقاد صاحب نظران و کارشناسان دلایل کاهش تعداد تعاونی های استان تهران به شرایط آن ها در گذشته به علت عدم توجه نظام و دستگاه های دولتی برمی گردد که باعث تضعیف بخش تعاون در اقتصاد کشور، کاهش توجه نسبت به نوآوری و فناوری های مدرن شده است و در

مدیریت پایدار نوآوری حیاتی ترین عامل در موفقیت مدیران تعاونی ها در محیط امروزی به حساب می آید. کلید توفیق در عرصه رقابت، توان سازمان ها از جمله تعاونی ها در خلق و به کارگیری نوآوری های مستمر می باشد، همچنین تعاونی ها برای انطباق با شرایط در حال دائم تغییر کسب و کار و خلق نوآوری بایستی خود را درگیر فرآیند مدیریت نوآوری کنند (علامه، ۱۳۸۴).

به گفته لطفی نژاد (۱۳۹۱) در حال حاضر ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر عضو تعاونی های تولید استان تهران هستند که این رقم نشانگر ظرفیت بالای آن است و بستر مناسبی برای سرمایه گذاری در آن وجود دارد (روزنامه بازار کار، ۱۳۹۱).

مدیران آموزش های ضعیفی در مورد مفاهیم و چگونگی استفاده از مدیریت نوآوری دارند. در مقوله منابع انسانی درمی یابیم که سازمان های نوآور فعالانه آموزش و توسعه دانش اعضای خود را آن طور که روزآمد باشد تشویق می کنند. امنیت شغلی در سطح عالی برای کارکنان خود فراهم می آورند تا ترس از اخراج به خاطر اشتباه را کاهش دهند و به افراد جرأت می دهند که تغییرپذیر باشند. زمانی که اندیشه جدید تکامل می یابد پیشتازان تغییر فعالانه و با شور و شوق اندیشه را تعالی می بخشند و آن را حمایت می کنند، بر مشکلات چیره می شوند و اطمینان می دهند که نوآوری به مرحله اجرا در خواهد آمد (محمدی، ۱۳۸۴).

برای موفقیت تعاونی های کشاورزی مدیران تعاونی ها باید در معرض آموزش های مختلف به ویژه دوره های مالی، اصول تعاون، مدیریت تصمیم گیری، نوآوری و غیره قرار بگیرند (John et al.,

2001)

روستایی استان تهران؛ و میزان تبیین متغیر وابسته (ارتقاء مدیریت نوآوری) توسط متغیرهای مستقل

روش پژوهش

با توجه به اینکه هدف تحقیق بررسی راهکارهای آموزشی تأثیرگذار بر ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌های کشاورزی استان تهران می‌باشد روش تحقیق از نوع همبستگی می‌باشد و به لحاظ گردآوری داده‌ها از نوع غیر آزمایشی (توصیفی) و بر مبنای هدف از نوع کاربردی است. جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران تعاونی‌های تولید کشاورزی و روستایی استان تهران می‌باشد (۶۹۵ = N) که ۱۲۸ نفر از مدیران به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب انتخاب شدند. ابزار این تحقیق پرسشنامه می‌باشد. جهت تعیین روایی (اعتبار) محتوایی و ظاهری چندین نسخه در اختیار استادان گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، تعدادی از کارشناسان وزارت تعاون و کارشناسان سازمان تعاون روستایی قرار گرفت و پس از دریافت نظر آنان، اصلاحات اعمال گردید و همچنین پرسشنامه جهت تعیین پایایی آماده گردید. همچنین به منظور تعیین پایایی ابزار تحقیق و بدست آوردن انحراف معیار جهت نمونه‌گیری، اقدام به آزمون مقدماتی (پیش آزمون) گردید. بنابراین برای این کار پرسشنامه تهیه شده در بین ۳۰ نفر از مدیران تعاونی‌های کشاورزی و روستایی استان تهران توزیع گردید و پس از تکمیل پرسشنامه‌ها و جمع‌آوری آن‌ها، ضریب کرونباخ آلفا بین ۰/۸۷-۰/۹۸ محاسبه شد. متغیرهای مستقل شامل راهکارهای آموزشی و ویژگی‌های فردی می‌باشد. متغیر وابسته

نتیجه انگیزه مدیران و اعضای تعاونی‌های برای ادامه فعالیت کاهش می‌یابد و در نهایت منجر به منحل و غیرفعال شدن تعاونی‌ها می‌گردد. این در حالی است که طبق بررسی و مشاهدات حضوری صورت گرفته در محدوده جغرافیایی موضوع مورد نظر تعاونی‌های کشاورزی و روستایی با مشکلات مختلفی مانند کمبود دوره‌های آموزشی در زمینه نوآوری، کم توجهی مدیران تعاونی نسبت به نوآوری، عدم آشنایی مدیران با دانش‌های جدید مدیریتی و فناوری‌های نوین، تحصیلات ناکافی و غیر مرتبط مدیران، ضعف در انتخاب مدیران، کمبود مهارت‌های مدیریتی، شناخت ناکافی نسبت به اهمیت نوآوری، منابع نوآوری و نحوه مدیریت نوآوری در تعاونی‌ها، کمبود سرمایه، مدیریت ناکارآمد، کمبود افراد مجرب و متخصص، عدم دسترسی به منابع تحقیق و توسعه در زمینه نوآوری و روبروست.

اهداف تحقیق

هدف کلی این مقاله بررسی راهکارهای آموزشی تأثیرگذار بر ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌های کشاورزی استان تهران می‌باشد. در راستای نیل به این هدف اهداف اختصاصی زیر تدوین شدند:

اولویت بندی راهکارهای آموزشی تأثیرگذار بر ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌های کشاورزی و روستایی استان تهران؛ بررسی رابطه بین راهکارهای آموزشی با ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌های کشاورزی و روستایی استان تهران؛ شناسایی ویژگی‌های فردی و رابطه آن با ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌های کشاورزی و

میانگین سابقه مدیریت مدیران ۴/۸۲ سال می‌باشد. ۲/۳ درصد از مدیران دارای سابقه مدیریتی ۲۳-۱۸ سال بوده که کمترین فراوانی را به خود اختصاص دادند و اکثریت پاسخگویان (۶۹/۵ درصد) بین ۰ تا ۵ سال سابقه مدیریت در شرکت تعاونی داشتند. میانگین سابقه عضویت مدیران در شرکت تعاونی ۱۲/۱۰ سال می‌باشد. اکثریت مدیران (۳۹/۱ درصد) بین ۰ تا ۶ سال سابقه عضویت در شرکت تعاونی داشتند.

به منظور اولویت بندی راهکارهای آموزشی تأثیرگذار بر ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌های کشاورزی و روستایی استان تهران از ضریب تغییرات استفاده شد. اولویت بندی گویه‌ها بر اساس ضریب تغییرات طبق جدول شماره ۱ نشان می‌دهد که برگزاری نشست‌های دوره‌ای با حضور نوآوران برای تبادل نظرات و تجربیات، آموزش کارکنان تعاونی‌ها در زمینه نوآوری و فراهم کردن زمینه مناسب جهت تبادل دانش در مورد نوآوری در تعاونی‌ها به ترتیب مهم‌ترین راهکارهای آموزشی تأثیرگذار بر ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌ها می‌باشند. همچنین یافته‌های تحقیق نشان داد که اکثریت مدیران (۳۵/۹ درصد)، تأثیر راهکارهای آموزشی در ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌های کشاورزی را در حد زیاد می‌دانند.

این تحقیق ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌های کشاورزی و روستایی می‌باشد که برای سنجش آن از ۸ گویه در قالب طیف لیکرت (۱=خیلی کم تا ۵=خیلی زیاد) استفاده شده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از نرم افزار SPSSv16 استفاده شد. در بخش یافته‌های توصیفی از میانگین، ضریب تغییرات (CV) و انحراف معیار و در بخش یافته‌های استنباطی از آماره‌های تحلیل همبستگی و رگرسیون چند متغیره گام به گام بهره گرفته شد.

یافته‌ها

بر اساس توزیع فراوانی مدیران بر حسب جنس، اکثر مدیران تعاونی‌ها (۶/۸۳ درصد) مرد بوده‌اند. میانگین سن مدیران ۴۰/۵۴ سال با انحراف معیار ۹/۶۸ بوده، که کمترین سن آنان ۲۶ سال و بیشترین سن ۷۵ سال می‌باشد. بیشترین فراوانی مربوط به مدیران دارای مدرک لیسانس می‌باشد که در حدود ۴۳ درصد از جامعه آماری را تشکیل می‌دهند. همچنین ۱۸/۸ درصد مدیران دارای مدرک فوق دیپلم و تنها ۵/۵ درصد دارای مدرک فوق لیسانس می‌باشند. اکثریت پاسخگویان ۴۱ درصد از مدیران تعاونی‌های کشاورزی و روستایی فارغ‌التحصیل از رشته‌های کشاورزی می‌باشند. اکثریت پاسخگویان ۳۹/۸ درصد نحوه آگاهی از تشکیل و عضوپذیری شرکت تعاونی، اعضاء هیئت مدیره عنوان کرده‌اند.

جدول ۱ - اولویت بندی راهکارهای آموزشی موثر بر ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌های کشاورزی و روستایی

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	راهکارهای آموزشی
۱	۰/۳۵۹	۱/۱۷۲	۳/۲۵۷	برگزاری نشست‌های دوره ای با حضور نوآوران برای تبادل نظرات و تجربیات
۲	۰/۳۶۲	۱/۲۹۰	۳/۵۶۲	آموزش کارکنان تعاونی‌ها در زمینه نوآوری
۳	۰/۳۶۲	۱/۲۰۳	۳/۳۲۰	فراهم کردن زمینه مناسب جهت تبادل دانش در مورد نوآوری‌ها در تعاونی‌ها
۴	۰/۳۶۶	۱/۲۰۳	۳/۲۸۱	تدوین برنامه های آموزشی و تخصصی برای مهندسان کشاورزی جهت فراگیری مدیریت نوآوری
۵	۰/۳۶۸	۱/۲۲۲	۳/۳۲۰	توسعه آموزش نوآوری و کارآفرینی در تعاونی‌ها
۶	۰/۳۶۹	۱/۲۰۶	۳/۲۶۵	برگزاری دوره های آموزشی آشنایی با مدیریت نوآوری برای مدیران تعاونی‌ها
۷	۰/۳۷۵	۱/۲۰۹	۳/۲۱۸	ارتقاء کمی و کیفی سطح آموزش‌های برگزار شده توسط تعاونی‌ها
۸	۰/۳۷۵	۱/۱۹۳	۳/۱۷۹	ایجاد مراکز مشاوره و اطلاع رسانی درباره مدیریت نوآوری در تعاونی‌ها
۹	۰/۳۸۱	۱/۳۴۵	۳/۵۲۳	تربیت مدیران تخصصی و میان رشته ای برای فعالیتهای پژوهش و تکنولوژی در تعاونی‌ها
۱۰	۰/۴۰۴	۱/۳۰۷	۳/۲۳۴	استفاده از رسانه های انبوهی مانند رادیو و تلویزیون جهت آموزش نوآوری
۱۱	۰/۴۰۹	۱/۳۱۴	۳/۲۱۰	بازدید از مراکز علمی - پژوهشی فعال در زمینه نوآوری در بخش کشاورزی

طیف ارزیابی : ۱= خیلی کم ۲= کم ۳= متوسط ۴= زیاد ۵= خیلی زیاد

به منظور بررسی روابط بین جنس، سن، رشته تحصیلی و میزان تحصیلات، سابقه مدیریت و سابقه عضویت با ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌ها از ضرایب همبستگی مناسب استفاده شد (جدول ۲).

جدول ۲- همبستگی ارتقاء مدیریت نوآوری با متغیرهای مستقل در تعاونی‌های کشاورزی و روستایی

متغیر	نوع ضریب همبستگی	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
سن	پیرسون	-۰/۲۴۶**	۰/۰۰۶
سابقه عضویت	پیرسون	-۰/۱۷۷*	۰/۰۴۶
سابقه مدیریت	پیرسون	۰/۰۸۵	۰/۳۳۸
رشته تحصیلی	اتا	۰/۷۳۷	۰/۶۱۰
میزان تحصیلات	اسپیرمن	۰/۰۳۴	۰/۷۰۲

** معنی داری در سطح ۰/۰۱ * معنی داری در سطح ۰/۰۵

همچنین بین راهکارهای آموزشی با ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌های کشاورزی در سطح ۰/۰۱ رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد (جدول ۳).

جدول ۳- همبستگی راهکارهای آموزشی با ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌های کشاورزی و روستایی استان تهران

راهکارهای آموزشی	نوع ضریب	ضریب	سطح معنی
همبستگی	همبستگی	داری	
برگزاری دوره های آموزشی آشنایی با مدیریت نوآوری برای مدیران تعاونی	پیرسون	۰/۶۰۹**	۰/۰۱
برگزاری نشست‌های دوره ای با حضور نوآوران برای تبادل نظرات و تجربیات	پیرسون	۰/۶۱۲**	۰/۰۱
ایجاد مراکز مشاوره و اطلاع رسانی درباره مدیریت نوآوری در تعاونی‌ها	پیرسون	۰/۶۳۳**	۰/۰۱
تدوین برنامه های آموزشی و تخصصی برای مهندسان کشاورزی جهت فراگیری مدیریت نوآوری	پیرسون	۰/۵۹۸**	۰/۰۱
تربیت مدیران تخصصی و میان رشته ای برای فعالیت‌های پژوهش و تکنولوژی در تعاونی‌ها	پیرسون	۰/۴۷۲**	۰/۰۱
آموزش کارکنان تعاونی‌ها در زمینه نوآوری	پیرسون	۰/۴۷۳**	۰/۰۱
توسعه آموزش نوآوری و کارآفرینی در تعاونی‌ها	پیرسون	۰/۵۳۱**	۰/۰۱
ارتقاء کمی و کیفی سطح آموزش‌های برگزار شده توسط تعاونی‌ها	پیرسون	۰/۷۳۳**	۰/۰۱
فراهم کردن زمینه مناسب جهت تبادل دانش در مورد نوآوری‌ها در تعاونی‌ها	پیرسون	۰/۶۷۴**	۰/۰۱
استفاده از رسانه های انبوهی مانند رادیو و تلویزیون جهت آموزش نوآوری	پیرسون	۰/۴۳۱**	۰/۰۱
بازدید از مراکز علمی - پژوهشی فعال در زمینه نوآوری در بخش کشاورزی	پیرسون	۰/۶۴۳**	۰/۰۱

کشاورزی X_1 می‌باشد که این بدان مفهوم است که متغیر مزبور بیشترین تأثیر را در ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌ها داشته است. در این مرحله ضریب همبستگی برابر $R=0/636$ و ضریب تعیین برابر $R^2=0/404$ و ضریب تعیین تعدیل شده $F=0/399$ محاسبه شد و از طرف دیگر مقدار F حاصل از تجزیه واریانس برابر $F=85/428$ و سطح معنی داری $Sig=0/000$ که در سطح کمتر از یک هزارم معنی داری می‌باشد؛ لذا با مشاهده ضریب تعیین می‌توان اظهار کرد متغیر مذکور به

همچنین به منظور تبیین متغیر وابسته (ارتقاء مدیریت نوآوری) توسط متغیرهای مستقل از رگرسیون چند متغیره گام به گام استفاده شد. پس از ورود کلیه متغیرهای مستقل معنی دار، متغیرهای بازدید از مراکز علمی - پژوهشی فعال در زمینه نوآوری در بخش کشاورزی و برگزاری دوره های آموزشی آشنایی با مدیریت نوآوری برای مدیران تعاونی در معادله باقی ماندند. در اولین مرحله متغیری که وارد معادله گردید بازدید از مراکز علمی - پژوهشی فعال در زمینه نوآوری در بخش

حاصل از تجزیه واریانس برابر $F=51/246$ و سطح معنی داری $Sig=0/000$ که در سطح کمتر از یک هزارم معنی داری می‌باشد؛ لذا با مشاهده ضریب تعیین می‌توان اظهار کرد متغیر مذکور به همراه بازدید از مراکز علمی - پژوهشی فعال در زمینه نوآوری در بخش کشاورزی ۴۵ درصد از تغییرات را در متغیر وابسته بین نموده است (جدول ۵).

تنهایی ۴۰ درصد تغییرات را در متغیر وابسته تبیین نموده است. در مرحله دوم پس از متغیر بازدید از مراکز علمی - پژوهشی فعال در زمینه نوآوری در بخش کشاورزی، متغیر X_2 یعنی برگزاری دوره های آموزشی آشنایی با مدیریت نوآوری برای مدیران تعاونی وارد معادله شد که در این مرحله ضریب همبستگی برابر $R=0/671$ و ضریب تعیین برابر $R^2=0/451$ و ضریب تعیین تعدیل شده $R^2=0/442$ محاسبه شد و از طرف دیگر مقدار F

جدول ۵- ضرایب رگرسیون چند متغیره گام به گام- متغیر وابسته: ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌های کشاورزی و روستایی ($n=128$)

Sig	t	Beta	B	R^2_{adj}	R^2	متغیر مستقل
0/000	5/400	0/461	2/456	0/399	0/404	بازدید از مراکز علمی - پژوهشی فعال در زمینه نوآوری در بخش کشاورزی
0/000	3/252	0/278	1/610	0/442	0/451	برگزاری دوره های آموزشی آشنایی با مدیریت نوآوری برای مدیران تعاونی
0/000	10/486		14/784			مقدار ثابت

بنابراین معادله خط رگرسیون بر اساس B به شرح زیر می‌باشد:

$$Y = 14/784 + 2/456X_1 + 1/610X_2$$

بر اساس β معادله خط رگرسیون به شرح زیر می‌باشد:

$$Y = 0/461 X_1 + 0/278X_2$$

تعاونی‌ها رابطه منفی و معنی داری در سطح ۵ درصد وجود دارد. همچنین بین راهکارهای آموزشی با ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌های کشاورزی و روستایی در سطح ۰/۰۱ رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. سلطانی (۱۳۸۹)، بیگلری (۱۳۸۹)، امینی و رضانی (۱۳۸۵)، اکبری (۱۳۸۵)، در تحقیقات خود به این نتایج اشاره کرده‌اند. همچنین نتایج حاصل از رگرسیون نشان داد که

بحث و نتیجه گیری

نتایج تحقیق نشان داد که بین جنس، رشته تحصیلی، میزان تحصیلات و سابقه مدیریت با ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌های کشاورزی و روستایی رابطه معنی داری وجود ندارد. بین سن و ارتقاء مدیریت نوآوری در تعاونی‌ها رابطه منفی و معنی داری در سطح ۱ درصد وجود دارد. همچنین بین سابقه عضویت و ارتقاء مدیریت نوآوری در

مدیران و کارکنان تعاونی‌ها در راستای ارتقاء مدیریت نوآوری تهیه و تدوین نمایند.

- در سازمان تعاون روستایی و وزارت تعاون با همکاری یکدیگر و نهادهای مرتبط و فعال در زمینه نوآوری برنامه ریزی در زمینه بازدید از مراکز علمی - پژوهشی فعال در زمینه نوآوری در بخش کشاورزی برای مدیران، اعضای تعاونی‌ها و کشاورزان انجام گیرد.

- اعضای تعاونی‌ها از طریق نهادهای دولتی مستقر در روستا مثل دهیاری‌ها، تعاونی‌های تولید روستایی و غیره در زمینه نوآوری‌ها در بخش کشاورزی آموزش داده شوند.

- مدیران تعاونی‌ها با کمک وزارت تعاون و سازمان تعاون روستایی نشست‌های دوره ای با حضور نوآوران و نهادهای فعال در زمینه نوآوری به منظور تبادل نظرات و تجربیات نوآرانه برگزار کنند تا از این طریق تعاونی‌ها به اجرای نوآوری‌ها و اعضای خود در آن جهت ترغیب شوند.

داران گوشتی استان اصفهان. مجله علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی (علوم آب و خاک)، شماره ۱، صفحه ۱۳۶-۱۲۱.

۴. آقداود، ر.، حاتمی، م.، و حکیمی نیا، ب. (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر نوآوری سازمانی در میان مدیران (مطالعه موردی مدیران ارشد مخابرات استان اصفهان). فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، سال ۴، شماره ۱۱، صفحه ۱۷۰-۱۲۷.

۵. بیگلری، ن. (۱۳۸۹). راهکارهای توانمندسازی تعاونی‌های تولید بر اساس نظرات کارشناسان و

متغیرهای بازدید از مراکز علمی پژوهشی فعال در زمینه نوآوری در بخش کشاورزی به همراه برگزاری دوره های آموزشی آشنایی با مدیریت نوآوری برای مدیران تعاونی ۴۵ درصد از تغییرات را در متغیر وابسته تبیین نموده است. دنیائی و همکاران (۱۳۹۰) و مرشدی (۱۳۹۰) و Sun (2009) در تحقیقات خود به نتایج مشابه دست یافته‌اند.

پیشنهادها

با توجه به نتایج راهکارهای آموزشی زیر پیشنهاد می‌گردد:

- آموزش مدیران تعاونی‌های تولید کشاورزی و روستایی در زمینه مدیریت نوآوری به منظور آشنایی با مؤلفه های مدیریت نوآوری و بهبود مهارت‌های مدیریتی از اهمیت ویژه ای برخوردار است به همین منظور وزارت تعاون و سازمان تعاون روستایی برنامه ای جامع در جهت گزینش، به‌کارگیری و آموزش به صورت مستمر، ویژه

منابع و مأخذ

۱. اصغری‌پور، م.، محمدی، ح.، و محمدی، م. (۱۳۸۹). چگونه مدیریت نوآوری را در شرکت‌های تولیدی تقویت نماییم. اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و نوآوری. قابل دسترسی در: http://www.civilica.com/Paper-MIEAC01-MIEAC01_270.html
۲. اکبری، ه. (۱۳۸۵). عوامل مؤثر بر توانمندسازی تعاونی‌ها. روزنامه ایران. دوشنبه ۱۱ دی ۱۳۸۵. سال دوازدهم. شماره ۳۵۳۷. صفحه ۸.
۳. امینی، ا. م. و رضائی، م. (۱۳۸۵). بررسی عوامل مؤثر در موفقیت شرکت‌های تعاونی مرغ

۱۲. سلطانی، ش. (۱۳۸۹). طراحی الگوی ترویج مدیریت نوآوری در صنایع غذایی کوچک روستایی تهران. رساله دکتری رشته ترویج و آموزش کشاورزی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.

۱۳. فیض پور، م.، و ده موبد، ب. (۱۳۸۶). موانع و زمینه های نوآوری در بنگاه‌های کوچک و متوسط (SME). اولین کنفرانس ملی کارآفرینی، خلاقیت و سازمان‌های آینده.

قابل دسترس در:

http://www.civilica.com/Paper-NCECOF01-NCECOF01_011.html

۱۴. قاضی نوری، س. س.، و قاضی نوری، س. س. (۱۳۸۷). استخراج راهکارهای اصلاح نظام ملی نوآوری ایران با تکیه بر مطالعه تطبیقی کشورهای منتخب. فصلنامه علمی-پژوهشی سیاست علم و فناوری، سال ۱، شماره ۱، صفحه ۸۱-۶۵.

۱۵. قدیری مقدم، ا.، و نعمتی، ا. (۱۳۹۰). اولویت بندی تنگناهای پیش روی تعاونی‌های تولید کشاورزی شهرستان مشهد با تأکید بر نظام بازاریابی. نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی، شماره ۱، صفحه ۸۴-۷۶.

۱۶. محمدی، ن. (۱۳۸۴). خلاقیت در مدیریت. مجله تدبیر، شماره ۱۶۱، صفحه ۱۸-۱۴.

۱۷. مرشدی، ل. (۱۳۹۰). بررسی نقش آموزش‌های ترویجی در ارتقاء ظرفیت نوآوری اعضای صندوق حمایت از توسعه فعالیت‌های کشاورزی زنان روستایی شهرستان مرودشت. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته ترویج و آموزش کشاورزی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.

اعضای هیئت مدیره تعاونی‌های تولید. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته ترویج و آموزش کشاورزی. دانشگاه تربیت مدرس.

۶. حضرتی، م.، مجیدی، ب.، و رحمانی، بیژن. (۱۳۸۹). شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های کشاورزی در توسعه اقتصاد روستایی بخش مرکزی شهرستان خدابنده. تعاون، شماره ۳، صفحه ۸۹-۱۰۹.

۷. جعفری، ع. (۱۳۷۶). نقش آموزش در افزایش کارایی مدیران. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم اداری و مدیریت. دانشگاه تهران.

۸. دربندی، س.، و نادری، ع. (۱۳۸۹). مروری بر تعاریف و مفاهیم نوآوری. سومین کنفرانس ملی خلاقیت شناسی و مهندسی و مدیریت نوآوری. قابل دسترس در:

http://www.civilica.com/Paper-ICIC03-ICIC03_077.html

۹. دنیائی، ح.، یعقوبی، ج.، و رجایی، ی. (۱۳۹۰). تحلیل عاملی راهکارهای ارتقای بهره‌وری تعاونی‌های کشاورزی استان زنجان از دیدگاه مدیران تعاونی‌ها. مجموعه چکیده مقالات اولین کنفرانس بین‌المللی ظرفیت‌های بخش تعاون در توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی. جزیره کیش. ۱۰. روزنامه بازار کار. (۱۳۹۱). پرداخت تسهیلات ۷ درصدی به فعالان تعاونی‌های کشاورزی استان تهران. سال ۱۲. شنبه ۱۰ تیر. شماره ۷۰۲. صفحه ۴.

۱۱. زارعی، ع. ا.، و نسیمی، ه. (۱۳۸۶). مدیریت نوآوری در صنعت نفت. فصلنامه مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، سال اول، شماره ۱، صفحه ۳۰-۵.

- مجله مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، شماره ۳، صفحه ۹۶-۶۷.
۲۱. هاشمیان اصفهانی، م.، زارعی، م.، مشهدی فراهانی، ه.، و ژاله کریمی، و. (۱۳۸۷). رویکرد نوآورانه در رفع مهم‌ترین چالش‌های صنعت نفت. فصلنامه مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت، شماره ۲، صفحه ۱۴۲-۱۲۵.
23. John, L., Adrian, J. R., & Wade green, T. (2001). Agricultural cooperative managers and business environment. *Journal of agribusiness*, 19 (1), 17-33. Retrieved from [www. ageconsearch.umn.edu](http://www.ageconsearch.umn.edu)
24. Lingela, V. and Buys, A. (2007). An innovation management framework to improve natinal competitivemess in developing countries. 16th International Conference on Management of Technology. Miami, Florida, USA, May 13-17.
25. Ommani, A. (2011). Assessment of farmers knowledge regarding innovation management in farming cooperatives in shoushtar township. *Journal of American Science*, 7(1), 321- 324. Retrieved from jofamericanscience.org.
26. Ommani, A. & Noorivandi, A. (2011). Analysis indicators of innovation management in water usage cooperatives in Iran. *Australian Journal of basic and applied science*, 5(9), 485-487.
27. Riederer, J., Baier, M., and Graefa, G. (2005). Innovation management- an overview and some practices. *Clab Report*, 4 (3), 1-59. Retrieved from www.c-clab.de.
28. Sun, X. E. (2009). Agricultural cooperative managers' contemporary issues assessment. Thesis of Degree Master of Science, Agricultural, Environmental and Development Economics, The Ohio State University.
۱۸. مقیمی درونکلایی، س. ن.، و علیزاده ولوکلائی، ح. ر. (۱۳۸۹). بررسی تطبیقی رویکردها و چارچوب‌های سنجش نوآوری. فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد (رشد فناوری)، شماره ۲۳، صفحات ۳۳-۲۸.
۱۹. علامه، س. م. (۱۳۸۴). دانش آفرینی: کلید طلایی نوآوری مداوم و رقابت پذیری پایدار. فصلنامه مدیریت، شماره ۱۰۶-۱۰۵، صفحه ۲۲-۱۹.
۲۰. علیرضایی، ا.، و تولایی، ر. ا. (۱۳۸۷). راهکارهای تقویت نوآوری و شکوفایی در سازمان.