

## Role of Entrepreneurial Management Components in Organizational Entrepreneurship Development: A Case of Agricultural Cooperatives in Kermanshah Township

Hamed Nazari<sup>1</sup>, Frahnaz Rostami<sup>2\*</sup>, Nematollah Shiri<sup>3</sup>, Mojgan Khoshmaram<sup>4</sup>

1. M.Sc. of Agricultural Education and Extension, Campus of Agriculture, Razi University, Kermanshah, Iran
2. Assistant Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Razi University, Kermanshah, Iran.
3. Assistant Professor, Department of Entrepreneurship and Rural Development, Ilam University, Ilam, Iran.
4. PhD, Department of Entrepreneurship and Rural Development, Ilam University, Ilam, Iran.



**CITATION:** Nazari, H. Rostami, F. Shiri, N & Khoshmaram, M. (2023). Role of Entrepreneurial Management Components in Organizational Entrepreneurship Development: A Case of Agricultural Cooperatives in Kermanshah Township. *Journal of Cooperation and Agriculture*, 11 (44), 1-16. (In Persian).

DOI: 10.202034/AJCOOP.2023.291308.1701

### ARTICLE INFO

#### Keywords:

- Strategic orientation
- Growth culture
- Cooperative entrepreneurship
- Resource orientation
- Organizational entrepreneurship
- Agricultural cooperatives

Received:  
29 July 2021

Revised:  
2 August 2022

Accepted:  
3 August 2022

Available online:  
21 February 2023

### ABSTRACT

**Context and purpose.** Today, entrepreneurship as the driving engine of economic development plays a significant role in the development of traditional organizations and companies; In such a way that by promoting entrepreneurship in organizations, we can witness an increase in their creativity, innovation and prosperity in the face of existing changes and challenges. Despite the fact that entrepreneurial management is one of the most important strategies for improving organizational performance, many organizations in the agricultural sector, especially cooperatives, have not succeeded in implementing this strategy. In this regard, the present research has investigated the role of entrepreneurial management components in the development of organizational entrepreneurship in agricultural cooperatives in Kermanshah.

**Methodology/approach.** The statistical population of the research included all managers of agricultural cooperatives in Kermanshah city (N = 176), 110 of whom were selected for the study by stratified random sampling with proportional assignment (based on the type of activity). The measuring tool of the research was a standard questionnaire whose validity was confirmed by a group of experts and its reliability was confirmed by calculating Cronbach's alpha coefficient. SPSS version 27 software was used to analyze the data in two sections: descriptive statistics (prevalence, percentage, and mean, standard deviation, minimum and maximum) and inferential statistics (multiple regression analysis).

**Findings and conclusions.** The results of the research showed that the components of entrepreneurial management (growth strategy, strategic orientation, resource orientation, growth culture, and reward philosophy and management structure) have a positive and significant effect at the level of one percent error on organizational entrepreneurship in agricultural cooperatives. They had. Therefore, by improving entrepreneurial management, it is possible to develop organizational entrepreneurship in agricultural cooperatives. In this regard, the managers and policy makers of agricultural cooperatives are advised to act in an entrepreneurial way in order to revise the organizational strategies, values and beliefs, rewarding methods and the structure and management style of the organization.

**Originality.** Previous studies have mainly focused on the role of entrepreneurial management in public and private organizations; meanwhile, the current study has analyzed the factors affecting organizational entrepreneurship with a special focus on cooperative companies.

### EXTENDED ABSTRACT

**Context and purpose.** Today, entrepreneurship as the driving engine of economic development plays a prominent role in the development of traditional organizations and companies; in such a way that by promoting entrepreneurship in organizations, we can witness an increase in creativity, innovation, prosperity and an increase in their resistance against existing changes and challenges. On the other hand, with the intensification of environmental changes, changes in the business environment and the disappearance of traditional barriers to entering the markets in most industries, the intensity of competition has increased, therefore, the external environment plays a more prominent role in the survival of the organization. Many studies attribute the failure of many organizations to the neglect of environmental dynamics and the lack of strategic designs appropriate to the organization's specific conditions, and they believe that organizational entrepreneurship is a process that helps the organization survive. In this regard, the need of organizations for entrepreneurship and their survival becoming dependent on it has created a special realm of this concept called organizational entrepreneurship. In this regard, the aim of the current research is to investigate the role of entrepreneurial management components in the development of organizational entrepreneurship in agricultural cooperatives in Kermanshah.

**Methodology/approach.** In terms of paradigm, the current research was in the category of quantitative research, in terms of applied purpose, and in data collection and analysis, it was a descriptive-correlation type of research, which was carried out using the multiple regression analysis technique. The statistical population of the research included all managers of agricultural cooperative companies active in Kermanshah city (N=173). The sample size was determined to be 110 people who were selected for the study by stratified random sampling method with proportional assignment (based on the type of activity). The main tool of data collection in this research was a standard questionnaire consisting of three parts. The first part included demographic characteristics. The second part of the questionnaire included a scale to measure organizational entrepreneurship in agricultural cooperatives. In this part of the questionnaire, organizational entrepreneurship was measured using 14 items in the form of a five-point Likert scale. The third part of the questionnaire included a scale for measuring entrepreneurial management components in agricultural cooperatives. In this section, the questionnaire measured the components of entrepreneurial management using 21 items in the form of a five-point Likert scale. The validity of the questionnaire was confirmed by a group of experts and its reliability was confirmed by calculating Cronbach's alpha coefficient. SPSS version 27 software was used to analyze the data in two parts, descriptive statistics and inferential statistics.

**Findings and conclusions.** The results of the research showed that the components of entrepreneurial management (growth strategy, strategic orientation, resource orientation, growth culture, and reward philosophy and management structure) have a positive and significant effect on organizational entrepreneurship in agricultural cooperatives at the error level of one percent. They had. In general, the results of the current research, which was conducted with the aim of investigating the role of entrepreneurial management components in the development of organizational entrepreneurship in agricultural cooperatives, indicated that the components of entrepreneurial management have a significant role in creating and improving entrepreneurial activities in agricultural cooperatives, which until now, from the perspective of researchers and Cooperation and agriculture experts were not taken into consideration. In fact, these results are very useful and valuable both in the discussion of literature development and the theoretical foundations of the subject and in the practical and operational discussion to facilitate the process of entrepreneurship development in agricultural cooperatives.

**Originality.** The current research has significant and appropriate theoretical and practical achievements; In the discussion of the theoretical achievements of the current research, by examining the role of entrepreneurial management components on organizational entrepreneurship in agricultural cooperatives, it can contribute to the entrepreneurship literature, and in the discussion of practical achievements, managers and policy makers can use the results of this research to provide solutions and operational plans for the development of organizational entrepreneurship in agricultural cooperatives to use. In general, it can be said; since so far less than the dimension of entrepreneurial management has been discussed about the management of cooperative units, therefore, by improving entrepreneurial management, it is possible to develop organizational entrepreneurship in agricultural cooperatives. In this regard, the managers and policy makers of agricultural cooperatives are advised to act in an entrepreneurial manner in order to review the strategies, values and organizational beliefs, rewarding methods and the structure and management style of the organization.

\*Corresponding author

E-mail addresses: [hamed.mnazari777@gmail.com](mailto:hamed.mnazari777@gmail.com) (H. Nazari), [fr304@yahoo.com](mailto:fr304@yahoo.com) (F. Rostami), [n.shiri@ilamac.ir](mailto:n.shiri@ilamac.ir) (N. Shiri), [mkhoshmaram3@gmail.com](mailto:mkhoshmaram3@gmail.com) (M. Khoshmaram).

## نقش مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه در توسعه کارآفرینی سازمانی: مورد مطالعه تعاونی‌های کشاورزی شهرستان کرمانشاه

حامد نظری<sup>۱</sup>، فرحناز رستمی<sup>۲\*</sup>، نعمت اله شیری<sup>۳</sup>، مژگان خوش مرام<sup>۴</sup>

۱. کارشناس ارشد، ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
۲. استادیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
۳. استادیار، گروه کارآفرینی و توسعه روستایی، دانشکده ایلام، ایلام، ایران.
۴. دکتری، ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران.

**استناد:** نظری، حامد، رستمی، فرحناز، شیری، نعمت اله و خوش مرام، مژگان. (۱۴۰۱). نقش مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه در توسعه کارآفرینی سازمانی: مورد مطالعه تعاونی‌های کشاورزی شهرستان کرمانشاه. *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، ۱۱(۴۴)، ۱-۱۶.

DOI: 10.22034/AJCOOP.2023.291308.1701

### اطلاعات مقاله

### چکیده

#### واژگان کلیدی:

- جهت‌گیری استراتژیک
- فرهنگ رشد
- کارآفرینی تعاونی
- جهت‌گیری منابع
- کارآفرینی سازمانی
- تعاونی‌های کشاورزی

#### تاریخ دریافت:

۱۴۰۰/۰۵/۰۷

#### تاریخ بازنگری:

۱۴۰۱/۰۵/۱۱

#### تاریخ پذیرش:

۱۴۰۱/۰۵/۱۲

#### تاریخ برخط:

۱۴۰۱/۰۶/۲۹

**زمینه و هدف:** امروزه کارآفرینی به عنوان موتور محرکه توسعه اقتصادی نقش بارزی در توسعه سازمان‌ها و شرکت‌های سنتی ایفا می‌کند؛ به گونه‌ای که با ترویج کارآفرینی در سازمان‌ها می‌توان شاهد افزایش خلاقیت، نوآوری و شکوفایی آنان در برابر تغییرات و چالش‌های موجود بود. علی‌رغم آنکه مدیریت کارآفرینانه یکی از مهم‌ترین راهبردهای بهبود عملکرد سازمانی به شمار می‌رود، بسیاری از تشکلهای بخش کشاورزی، به‌ویژه تعاونی‌ها، تاکنون موفق به اجرای این راهبرد نشده‌اند. در این راستا، پژوهش حاضر به بررسی نقش مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه در توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی شهرستان کرمانشاه پرداخته است.

**روش‌شناسی/رهیافت:** جامعه آماری پژوهش شامل تمام مدیران تعاونی‌های کشاورزی شهرستان کرمانشاه بودند (N=۱۷۶) که تعداد ۱۱۰ نفر از آن‌ها به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب (بر اساس نوع فعالیت) برای مطالعه انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری پژوهش پرسش‌نامه‌ای استاندارد بود که روایی آن توسط گروهی از متخصصان و پایایی آن با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش آمار توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار، کمینه و بیشینه) و آمار استنباطی (تحلیل رگرسیون چندگانه) از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۷ استفاده شد.

**یافته‌ها و نتیجه‌گیری:** نتایج پژوهش نشان داد که مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه (راهبرد رشد، جهت‌گیری استراتژیک، جهت‌گیری منابع، فرهنگ رشد، فلسفه پاداش و ساختار مدیریت) تأثیر مثبت و معناداری در سطح خطای یک درصد بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی داشتند؛ بنابراین، با بهبود مدیریت کارآفرینانه می‌توان در جهت توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی اقدام کرد. در این راستا، به مدیران و سیاست‌گذاران تعاونی‌های کشاورزی توصیه می‌شود که در جهت بازنگری در راهبردها، ارزش‌ها و باورهای سازمانی، شیوه‌های پاداش‌دهی و ساختار و سبک مدیریت سازمان به شیوه کارآفرینانه اقدام کنند.

**اصالت/نوآوری:** بیشتر مطالعات پیشین بر نقش مدیریت کارآفرینانه در سازمان‌های دولتی و خصوصی تمرکز کرده‌اند؛ این در حالی است که مطالعه حاضر با تمرکز ویژه بر مدیریت کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی، عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی را مورد واکاوی قرار داده است.

\*نویسنده مسئول

پست الکترونیک: [hamed.m.nazari777@gmail.com](mailto:hamed.m.nazari777@gmail.com) (ح. نظری)، [fr304@yahoo.com](mailto:fr304@yahoo.com) (ف. رستمی)، [n.shiri@ikm.ac.ir](mailto:n.shiri@ikm.ac.ir) (ن. شیری)، [mkhoshmaram3@gmail.com](mailto:mkhoshmaram3@gmail.com) (م. خوش‌مرام).

خوش‌مرام.

در دهه‌های اخیر تعاونی‌ها به‌عنوان سازمانی بالقوه برای تقویت توسعه اجتماعی، اقتصادی و کاهش فقر متجلی شده‌اند. یکی از اهداف مهم تعاونی‌ها بسط و توسعه اشتغال مولد و کاهش بیکاری بوده است؛ زیرا تعاونی‌ها با سرمایه‌گذاری موجب ایجاد اشتغال مولد می‌شوند. در مناطق روستایی کشورهای درحال توسعه تشکل‌ها و شرکت‌های تعاونی کشاورزی می‌توانند در مقابله با فقر و توسعه روستایی نقش مهمی را ایفا نمایند. در واقع، تعاونی‌های کشاورزی می‌توانند تحولات اساسی در نظام کشاورزی ایجاد کنند و زمینه‌ی دستیابی به توسعه‌ی پایدار روستایی را فراهم آورند (Boozarjehri, 2013 & Hadizadeh Bazaz). علی‌رغم قابلیت‌ها و پتانسیل‌های بالای تعاونی‌های کشاورزی و نقشی که این تعاونی‌ها در توسعه روستایی، کشاورزی و اقتصاد ملی بسیاری از کشورها داشته‌اند، اما در ایران به‌رغم داشتن جایگاه قانونی مطلوب، توانسته‌اند نقش مؤثری در توسعه خلاقیت و نوآوری در بخش روستایی و کشاورزی کشور ایفا نمایند. برخی بر این باورند که عدم توجه و ورود تعاونی‌ها به حوزه کارآفرینی در شکل‌گیری این شرایط مؤثر بوده است (Nematollah Shiri, 2022). به‌عبارت‌دیگر، تنها زمانی می‌توان به نقش تعاونی‌های کشاورزی در ایجاد اشتغال پایدار امیدوار بود که ماهیتی کارآفرینانه داشته باشند (Nematollah Shiri, Moradnezehadi, Mahdizadeh, & seymohammadi, 2021)؛ بنابراین، با توجه به ظرفیت توسعه بخش تعاون و لزوم بهره‌گیری از سازوکارهای مناسب برای توسعه آن از یک‌سو و کارایی و اثربخشی کارآفرینی بسان یک راهبرد توسعه‌ای از دیگر سو، تلفیق راهبرد توسعه کارآفرینی در بخش تعاونی یا هم‌افزایی نهضت تعاونی با راهبرد توسعه کارآفرینی، سازوکار راهبردی مناسبی برای توسعه بخش تعاون کشور بر پایه کارآفرینی و پیشبرد برنامه‌های توسعه روستایی می‌باشد (Mehdi\_Bamdad, 2013). در این راستا، توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی در قالب کارآفرینی سازمانی می‌تواند نقش اساسی را در کمک به تعاونی‌ها در جهت دستیابی به اهدافشان ایفا نماید. در واقع، کارآفرینی سازمانی رهیافتی است که سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا در برابر چالش‌ها مقاومت کنند، پیچیدگی‌ها را مدیریت کنند و در رقابت باقی بمانند. این در حالی

امروزه با شدت یافتن تغییرات محیطی، تغییر فضای کسب‌وکار و از بین رفتن موانع سنتی ورود به بازارها در بیشتر صنایع، شدت رقابت افزایش یافته است (Nasr, 2016, Isfahani, Ansari, & Molaee Khorasqani)؛ بنابراین، محیط خارجی در بقای سازمان، نقش بارزتری دارد. از این‌رو، مطالعات متعدد علت ناکامی بسیاری از سازمان‌ها را بی‌توجهی به پویایی‌های محیطی و نبود طراحی‌های راهبردی متناسب با شرایط خاص سازمان می‌دانند؛ به‌نحوی که محققان معتقدند کارآفرینی سازمانی فرایندی است که به بقای سازمان کمک می‌کند (Glaeser & Kerr, 2009). در این راستا، با توجه به ضرورت توسعه نوآوری و کارآفرینی در بافت سازمانی مفهومی جدیدی به نام کارآفرینی سازمانی ظهور پیدا کرده است. از دیدگاه کوراتکو، کارآفرینی سازمانی، مجموعه فعالیت‌هایی است که بهره‌برداری از مزایای رقابتی نوآوری را در یک سازمان امکان‌پذیر می‌کند و رهیافتی برای نهادینه کردن نوآوری در سازمان‌ها است (Rauch, Frese, & Utsch, 2005). دلیل این امر آن است که عدم توجه به کارآفرینی سازمانی باعث دور شدن اعضا از خلاقیت و نوآوری می‌گردد؛ از این‌رو، امروزه توجه به کارآفرینی سازمانی در جهت ایجاد تغییر و حرکت نوآورانه برای دستیابی به اهداف سازمانی به یک اصل و الزام در سازمان‌ها و شرکت‌های مختلف تبدیل شده است (Naderi, Shiri, Khoshmaram, & Ramezani, 2016). همچنین، امروزه اهمیت شرکت‌های نوآور و کارآفرین به‌اندازه‌ای است که موتور رشد در توسعه اقتصادی کشورها شناخته می‌شوند. بر این اساس، در سال‌های اخیر در ایران به شناسایی عوامل زمینه‌ساز نوآوری در شرکت‌ها توجه زیادی شده است (Nasr, 2016, Isfahani, & et al). در واقع، توجه به شرکت‌های نوآور و کارآفرین به حدی حائز اهمیت است که از آن به‌عنوان راهکاری برای جایگزین درآمدهای مبتنی بر نفت کشور نام می‌برند (Knockaert, Bjornali, & Erikson, 2015)؛ بنابراین، تلاش در جهت توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان‌ها و شرکت‌های مختلف از اهمیت و ضرورت بالایی در کشور برخوردار می‌باشد.

است. با این اوصاف پژوهش حاضر دستاوردهای نظری و کاربردی مناسبی دارد؛ در بحث دستاوردهای نظری پژوهش حاضر با بررسی نقش مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی کشاورزی می‌تواند به ادبیات کارآفرینی کمک کند و در بحث دستاوردهای کاربردی، مدیران و سیاست‌گذاران می‌توانند از نتایج این پژوهش در جهت ارائه راهکارها و برنامه‌های عملیاتی برای توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی استفاده کنند.

## مبانی نظری و پیشینه پژوهش

### کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی را می‌توان کشف، ارزیابی و استفاده از فرصت‌ها به منظور تولید کالاها و خدمات قابل ارائه در آینده دانست. در حقیقت، کارآفرینی به معنی مطالعه فرصت‌هاست. مک کله لند، تعریفی گسترده‌تر از کارآفرینی ارائه می‌کند و فرایند کارآفرینی را فراتر از کسب و کار، بلکه به یک شیوه و منش زندگی تعبیر می‌کند. به گونه‌ای که خلاقیت و نوآوری، عشق به کار و تلاش دائمی، پویایی، خطرپذیری، آینده‌نگری، خلق ارزش، آرمان‌گرایی، فرصت‌شناسی، نیاز به پیشرفت و مثبت‌اندیشی را زیربنا و اساس زندگی افراد کارآفرین می‌پندارد (McFadzean, O'Loughlin, & Shaw, 2005). کارآفرینی سازمانی به مجموعه نوآوری‌های یک شرکت، سرمایه‌گذاری و فعالیت‌های تجدید استراتژی اشاره می‌کند.

(Wei, & Ling, 2015). کارآفرینی سازمانی اشاره به فعالیت‌هایی دارد که در سازمان امکان بهره‌برداری از مزایای رقابتی نوآوری را ایجاد کرده و رهیافتی برای نهادینه کردن نوآوری در سازمان محسوب می‌شود. در این پژوهش، کارآفرینی، رفتار مدیریتی است که به طور دائم از فرصت‌ها برای دستیابی به نتایج مافوق ظرفیت‌های افراد، بهره‌برداری می‌کند. به عبارتی دیگر، کارآفرینی سازمانی به مفهوم تعهد شرکت به ایجاد و معرفی محصولات جدید، فرآیندهای جدید و نظام‌های نوین سازمانی است. هدف اصلی کارآفرینی سازمانی، ایجاد پویایی، ساختار نوآورانه، فرهنگ سازمانی رقابتی و

است که میزان شاخص کارآفرینی سازمانی در ایران در مقایسه با کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه بسیار پایین است؛ در این راستا، نظر به این که کارآفرینی سازمانی، اغلب در نتیجه کنار هم قرار دادن بیکره مختلف دانش اتفاق می‌افتد. یک روش برای تسهیل این مجاورت، از طریق سبک و نوع مدیریت سازمان است که تمایز و ادغام را ترکیب می‌کند (Bojica, del Mar, Fuentes-Fuentes, & Fernández Pérez, 2017). در این راستا، سبک مدیریت کارآفرینی، رهیافتی است که می‌تواند رفتار سازمانی را به سمت نتایج کارآفرینی هدایت کند. سبک مدیریت کارآفرینی، مبتنی بر فرصت است و با فرصت‌های در حال ظهور در محیط هدایت می‌شود؛ برخلاف مدیریت اجرایی که بر کارآمدترین استفاده از منابع کنترل شده تمرکز می‌کند (Brown, Davidsson, & Wiklund, 2001). شواهد تجربی نیز نشان می‌دهند که سبک‌ها و شیوه‌های مدیریت کارآفرینانه می‌توانند بر ارتقای سطح کارآفرینی در سازمان‌ها و شرکت‌های مختلف تأثیرگذار باشند (Naderi, & et al, 2016; Sakhdari, & Burgers, 2018). بر این اساس، نظر به این که یکی از اهداف مهم شکل‌های تولیدی و تعاونی‌های کشاورزی افزایش خلاقیت، نوآوری، سرمایه‌گذاری و ایجاد اشتغال مولد می‌باشد؛ بنابراین، توجه به سبک مدیریت کارآفرینی به منظور ایجاد و بهبود کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های تعاونی کشاورزی از اهمیت و ضرورت بالایی برخوردار است. این در حالی است که با توجه اهمیت موضوع تاکنون مطالعه‌ای به صورت اعم در خصوص نقش مدیریت کارآفرینی در کارآفرینی سازمانی و در تعاونی‌های کشاورزی به صورت اخص انجام نشده است و مطالعاتی که انجام شده‌اند بیشتر تأثیر مدیریت دانش (Naderi, & et al, 2016)، سرمایه‌گذاری (Naderi, 2016) و فرهنگ سازمانی (Kalateh Seifari, & Tondnevis, 2012) بر کارآفرینی سازمانی را در سازمان‌های دولتی و خصوصی بررسی کرده‌اند؛ به گونه‌ای که جای مطالعه‌ای که به صورت منسجم به بررسی تأثیر سبک مدیریت کارآفرینانه بر کارآفرینی سازمانی پرداخته باشد، خالی است. به منظور پر کردن این شکاف مطالعاتی، پژوهش حاضر باهدف اصلی بررسی نقش مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه در توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی طراحی شده



منعطف جهت روبرو شدن با بازارهای رقابتی و پویا است (McFadzean, & et al., 2005).

### مدیریت کارآفرینانه

مدیریت کارآفرینی فرصت‌محور است و با فرصت‌های نوظهور در محیط هدایت می‌شود و به ناآرامی‌ها و عدم اطمینان محیطی واکنش نشان داده و تلاش می‌کند تا یک موقعیت راهبردی قوی ایجاد کند، هرچند که ماهیت موقتی داشته باشند. همچنین، مدیریت کارآفرینانه با ابتکارات فعالانه، باعث ایجاد عدم اطمینان محیطی در دیگر شرکت‌ها می‌شوند و با تخریب موقعیت موجود، فرصت‌های جدیدی را ایجاد می‌کنند. آن‌ها زودتر از رقبای خود در پی دستیابی به فرصت‌های جدید بوده و در مقابل تهدیدات بالقوه مترصد و هوشیار هستند (Nazari darkhori, rostami ghobadi, shiri, & khoshmaram, 2021). بر این اساس، می‌توان گفت مدیریت کارآفرینانه بخشی از گرایش کارآفرینانه را شامل می‌شود و گرایش کارآفرینانه جوانب قابل تشخیص کارآفرینی را اندازه‌گیری می‌کند (Brown et al., 2001). براون و همکاران (Brown, & et al., 2001) مدلی برای سنجش مدیریت کارآفرینانه ارائه داده‌اند که شامل شش مؤلفه راهبرد رشد، جهت‌گیری استراتژیک، جهت‌گیری منابع، فلسفه پاداش، ساختار مدیریت و فرهنگ کارآفرینانه است. در ادامه ضمن تعریف هر کدام از این ابعاد، در جهت ارائه مطالعات تجربی در خصوص اثرگذاری آن‌ها بر کارآفرینی سازمانی و تدوین فرضیه‌های پژوهش اقدام شده است.

### راهبرد رشد

راهبرد رشد به سرعت قبل یا فعلی رشد شرکت اشاره دارد؛ به گونه‌ای که شرکت‌های دارای رویکرد کارآفرینی به دنبال منابع کنترل شده و اقدام بر اساس فرصت‌های رشد، رشد سریع را ترجیح می‌دهند (Brown, & et al., 2001). شرکت‌هایی که گرایش به رشد در کارآفرینی دارند، ظرفیت جذب خود را به سمت رشد و پاسخگویی هدایت می‌کنند، همین امر منجر به افزایش سطح کارآفرینی شرکت‌ها می‌شود (Naldi, Achtenhagen, & Davidsson, 2015). در مقابل، شرکت‌های اداری، تمایل

به رشد کندتر با سرعت ثابت و مشخصی دارند تا این سرعت باعث ناآرامی شرکت نشود و منابع انباشته را در معرض خطر قرار ندهند (Brown, & et al., 2001). با این اوصاف، اگر راهبرد رشد شرکت، کارآفرینانه باشد می‌تواند با شکار فرصت‌ها و کسب منابع جدید در جهت توسعه کارآفرینی در شرکت مفید باشد (Sakhdari, & Burgers, 2018). در این راستا، سخدری و بورگرز (Sakhdari, & Burgers, 2018; 2020) نیز در مطالعه‌ای نشان دادند که راهبرد رشد کارآفرینانه بر توسعه کارآفرینی مؤثر است. با وجود اینکه مطالعه‌ای در خصوص تأثیر راهبرد رشد بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌ها و بخصوص تعاونی‌های کشاورزی انجام نشده است؛ ولی با توجه به مطالب بیان شده می‌توان فرضیه زیر را مطرح و آزمون کرد.

H1: راهبرد رشد تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی دارد.

### جهت‌گیری استراتژیک

گرایش استراتژیک به میزان استراتژی شرکت که توسط فرصت‌ها یا منابع هدایت می‌شود، گفته می‌شود (Arora, 2015). گرایش استراتژیک باهدف مدیریت کارآفرینی باعث ایجاد رفتارهایی می‌شود که امکان استفاده از قابلیت‌های جذب در ایجاد کارآفرینی شرکتی را فراهم می‌کند. درواقع، شرکت‌های دارای گرایش استراتژیک، استراتژی‌هایی را به منظور استفاده کارآمد از منابع خود تدوین می‌کنند (Bradley, Wiklund, & Shepherd, 2011). گرایش شرکت‌های کارآفرین به سوی فرصت‌های شناخته شده فعال و سریع است (Sakhdari, & Burgers, 2018). این گرایش تشریح کننده عوامل تأثیرگذار بر خلق استراتژی خواهد بود. پراهالد و همل (Pralhad, & Hamel, 1994) معتقدند که گرایش استراتژیک دربرگیرنده‌ی قصد استراتژیک در رابطه با اهداف سازمان و همچنین فرایندها، دستگاه‌ها و فرهنگ سازمانی است که موجب تسهیل در دستیابی به موفقیت خواهد شد. ویکلند و سفرد (Wiklund, & Shepherd, 2003) نیز ادعا کردند که گرایش استراتژیک کارآفرینی موجب هدایت استفاده از دارایی‌های دانش بنیان یک شرکت در جهت دستیابی به فرصت‌های جدید

به خصوص در شرکت‌های تعاونی وجود دارد؛ ولی با توجه به مطالب گفته شده فرضیه زیر قابل بررسی است.

H3: جهت‌گیری منابع تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی دارد.

### فلسفه پاداش

فلسفه پاداش به چگونگی جبران هزینه‌های کارمندان توسط شرکت‌ها اشاره دارد. رویکرد جبران کارآفرینانه، ارزش محور و مبتنی بر عملکرد است و یک جنبه اصلی در ظرفیت جذب شرکت، ایجاد انگیزه در کارمندان برای انتقال و استفاده از دانش است (Minbaeva, Pedersen, Björkman, Fey, & Park, 2014). کارآفرینی توأم با ریسک و پاداش خواهد بود. محققان زیادی بیان داشته‌اند که استفاده مناسب از پاداش‌ها موجب افزایش فراوان فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان‌ها خواهد شد (Naderi, & et al., 2016; Nazari, 2018; darkhori, & et al., 2021; Sakhdari, & Burgers, 2018). هر چه که فلسفه پاداش کارآفرینانه تر باشد رفتارهایی شکل داده می‌شود، که منجر به ایجاد ارزش افزوده برای شرکت شده و رشد شرکت در بلندمدت را به دنبال دارد، که این امر خود درصد احتمال جستجوی فرصت توسط کارکنان را افزایش می‌دهد (Jones, & Butler, 1992). سیمسک و همکاران (Simsek, Veiga, & Lubatkin, 2007) ادعا کردند که انگیزه‌های مبتنی بر نتیجه می‌توانند به عنوان تسهیل‌کننده عمل کنند و منابع سازمانی اندکی را به سوی کارآفرینی شرکتی بکار ببرند. بر این اساس می‌توان ادعا کرد که یک سیستم پاداش کارآفرینی با افزایش انگیزه، کارکنان را در جهت انجام فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه در شرکت تشویق کند (Sakhdari, & Burgers, 2018). در این راستا، سخدری و بورگرز (Sakhdari, & Burgers, 2018) نیز در مطالعه‌ای نشان دادند که فلسفه پاداش می‌تواند سبب ارتقای کارآفرینی سازمانی شود. از این رو، با توجه به آنچه بیان شد می‌توان فرضیه زیر را مطرح کرد:

H4: فلسفه پاداش تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی دارد.

بازار محصول می‌شود. از این رو، می‌توان گفت که جهت‌گیری استراتژیک شرکت‌ها می‌تواند سبب توسعه کارآفرینی در آن‌ها شود (Bradley, & et al., 2011). در این راستا، فرانکو و همکاران (Franco, & Haase, 2013) در مطالعه‌ای نشان دادند که گرایش کارآفرینی سبب توسعه نوآوری، پیشگامی و ریسک‌پذیری در صنعت الکترونیک استرالیا می‌شود که از ابعاد کارآفرینی سازمانی به شمار می‌روند. همچنین، سخدری و بورگرز (Sakhdari, & Burgers, 2018) نیز در مطالعه‌ای نشان دادند جهت‌گیری استراتژیک می‌تواند موجب ایجاد سطوح بالاتری از کارآفرینی در شرکت‌ها شود. با وجود اینکه تاکنون مطالعه‌ای در خصوص اثر مستقیم جهت‌گیری استراتژیک بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی انجام نشده است؛ ولی با توجه به مطالب ذکر شده می‌توان فرضیه زیر را پیشنهاد داد.

H2: جهت‌گیری استراتژیک تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی دارد.

### جهت‌گیری منابع

گرایش منابع به تعهد و کنترل منابع بستگی دارد شرکت‌های دارای گرایش کارآفرینی بیشتر از طریق سرمایه‌گذاری به صورت چندمرحله‌ای و استفاده از منابع دیگران به دنبال کاهش تعهد منابع خود هستند (Brown, & et al., 2001). مزیت اصلی تعهد به منابع، واکنش سریع به تغییرات بازار، فناوری و رقابت است. عدم قابلیت پیش‌بینی نیازهای مادی، فقدان کنترل بلندمدت و نیازهای اجتماعی و تقاضاهای بین‌المللی برای استفاده کارآفرینان از منابع، از عوامل مؤثر در فرآیند تعهد به منابع هستند (Nazari darkhori, & et al., 2021). در ارتباط با کنترل منابع، کارآفرینان در استفاده از منابع دیگران اعم از سرمایه مالی، سرمایه‌های انسانی، مهارت‌ها و قابلیت‌ها ماهر و توانمند هستند. آن‌ها قادرند تا از این منابع جهت خلق ارزش افزوده به نحو شایسته استفاده نمایند (Brown, & et al., 2001). در این راستا، سخدری و بورگرز (Sakhdari, & Burgers, 2018) در پژوهشی نشان دادند که جهت‌گیری منابع بر ارتقای سطح کارآفرینی سازمانی مؤثر است. با وجود اینکه پیشینه خیلی محدودی در زمینه تأثیر جهت‌گیری منابع بر کارآفرینی سازمانی

## ساختار مدیریت

و به آن‌ها امکان می‌دهند خلاقانه عمل کنند و از قابلیت‌های خود بهره ببرند (Behzadi, Razavi, & Hosseini, 2014).

در فرهنگ کارآفرینانه، رفتار سازمانی فرصت‌محور بوده و فرصت‌یابی محدود به حوزه محدودی نیست و شکست، مذموم نیست؛ درحالی‌که در فرهنگ اداری، جستجوی فرصت‌ها محدود به منابع در دسترس بوده و شکست و عدم موفقیت ناپسند است. فرهنگ‌های کارآفرینانه در توانمندسازی افراد نیز اهمیت دارند و به آن‌ها امکان می‌دهند خلاقانه عمل کنند و از قابلیت‌های خود بهره ببرند (Behzadi, & et al., 2014). در این راستا، رضائی و همکاران (Rezaei, Hosseini, & Mohammadi, 2015) و لال رودریگز و همکاران (Leal-Rodríguez, Ariza-Montes, Roldán, & Leal-Millán, 2014) استدلال کردند که نبود فرهنگ سازمانی یکی از موانع توسعه کارآفرینی سازمانی است. کلاته سیف‌ری و تندنویس (Kalateh Seifari, & Tondnevis, 2012) نیز تأثیر فرهنگ کارآفرینی بر کارآفرینی سازمانی را تأیید کردند. سخدری و بورگرز (Sakhdari, & Burgers, 2018) نیز نشان دادند که فرهنگ رشد می‌تواند موجب ایجاد کارآفرینی در شرکت‌ها شود. از این‌رو، می‌توان فرضیه زیر را در خصوص رابطه بین فرهنگ رشد و کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی بررسی کرد.

H6: فرهنگ رشد تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی دارد.

مرور و نقد مبنای نظری و پیشینه تجربی پژوهش در خصوص نقش مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه در کارآفرینی سازمانی نشان می‌دهد که تاکنون پژوهشی منسجم در خصوص تأثیر مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های تعاونی بخصوص تعاونی‌های کشاورزی انجام نشده است؛ ولی با توجه به اینکه مطالعات پراکنده‌ای محققان (Franco, & Haase, 2013; Kalateh Seifari, & Tondnevis, 2012; Rezaei, & et al., 2015; Sakhdari, & Burgers, 2018) نشان دادند که مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه می‌توانند در شکل‌گیری کارآفرینی در سازمان‌ها و شرکت‌های مختلف نقش آفرینی کنند؛ لذا فرضیه‌های پژوهش و

ساختار مدیریت نشان‌دهنده درجه مطلوب ارگانیسم ساختاری است. شرکت‌هایی که رویکرد کارآفرینی بیشتری دارند، ساختارهای ارگانیک و مسطحی دارند که از چندین شبکه غیررسمی تشکیل شده است. چنین ساختارهایی توجه کارمندان را به ایجاد کارآفرینی شرکتی متمرکز می‌کنند (Joseph, & Ocasio, 2012).

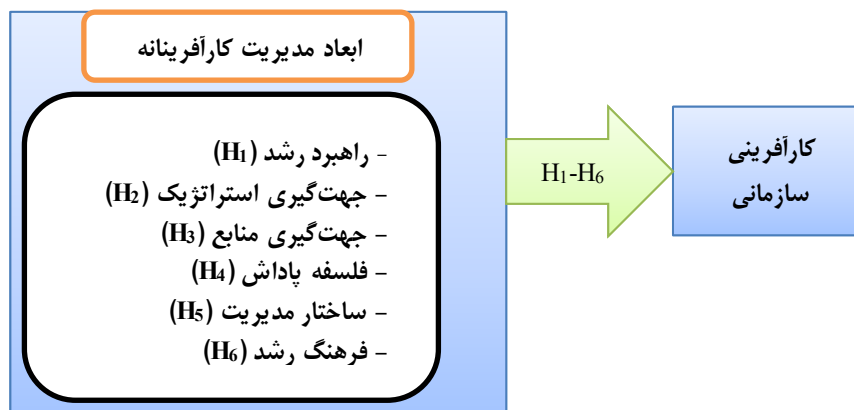
از این‌رو، یک سازمان کارآفرین، سازمانی است که دارای ساختار ارگانیک، پویا و منعطفی است که می‌تواند شرایطی را برای کارکنان فراهم نماید تا در جستجوی فرصت‌ها و منابع خارجی جهت ارزش آفرینی، بتوانند آزادانه عمل کرده به‌جای آنکه آن‌ها را موظف به استفاده از منابع موجود در سازمان نماید. از آنجایی که سازمان‌های کارآفرین از منابعی استفاده می‌نمایند که در تملک خود سازمان نیست و از طریق سازمان‌های رسمی بیرون از شرکت تأمین می‌شود، آن‌ها باید مجهز به شبکه‌های غیررسمی ارتباطات باشند تا از این طریق بتوانند منابع کنترل نشده را به‌گونه‌ای هماهنگ شوند که منجر به ارزش آفرینی برای سازمان شود (Brown, & et al., 2001). در واقع، می‌توان گفت ساختار مدیریت کارآفرینانه می‌تواند سبب ارتقای کارآفرینی و ارزش آفرینی در شرکت‌ها شود. در این راستا، سخدری و بورگرز (Sakhdari & Burgers, 2018) نیز در مطالعه‌ای نشان دادند که مؤلفه ساختار مدیریت کارآفرینانه نقش قابل توجهی در ارتقای کارآفرینی سازمانی دارد. بنابراین، می‌توان فرضیه زیر را تدوین کرد.

H5: ساختار مدیریت تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی دارد.

## فرهنگ رشد

کارآفرینان به‌عنوان بخشی از جامعه، مجموعه‌ای از نگرش‌ها، ارزش‌ها، رفتارها و هنجارهای متمایز هستند که می‌توان به آن خرده‌فرهنگ کارآفرینی اطلاق نمود. فرهنگ کارآفرینی، فرهنگ شرکت‌هایی است که ایده‌هایی را ایجاد نموده و برای آن ارزش قائل‌اند. فرهنگ‌های کارآفرینانه در توانمندسازی افراد نیز اهمیت دارند

تدوین چارچوب مفهومی پیشنهادی پژوهش صورت گرفت (شکل ۱).



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

۴	۷	گلخانه	۸
۷	۱۱	باغداری	۹
۲	۳	ماهی	۱۰
۱۱۰	۱۷۶	جمع کل	

### روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ پارادایم (ماهیت) در دسته پژوهش های کمی، از لحاظ هدف کاربردی و در گردآوری و تحلیل داده ها از نوع پژوهش های توصیفی-همبستگی بود که با بهره گیری از فن تحلیل رگرسیون چندگانه انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل تمام مدیران شرکت های تعاونی کشاورزی فعال در شهرستان کرمانشاه بودند (N= 173). با استفاده از جدول نمونه گیری

بارتلت و همکاران (Barlett, Kotrlik, & Higgins, 2001)، حجم نمونه به تعداد ۱۱۰ نفر تعیین شد که به روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای با انتساب متناسب (بر اساس نوع فعالیت) برای مطالعه انتخاب شدند. حجم جامعه و نمونه آماری به تفکیک تعاونی های کشاورزی مورد مطالعه در شهرستان کرمانشاه در جدول (۱)، ارائه شده اند ابزار اصلی جمع آوری داده ها در این پژوهش پرسشنامه ای استاندارد شامل سه بخش بود.

جدول ۱. جامعه و نمونه آماری به تفکیک نوع تعاونی های کشاورزی

ردیف	نوع تعاونی	حجم جامعه (N)	حجم نمونه (n)
۱	دامداری	۱۲	۸
۲	دام پروری	۳۲	۲۰
۳	زراعت	۸۶	۵۴
۴	مرغ	۱۳	۸
	گوشتی		
۵	مرغ	۲	۱
	تخم گذار		
۶	مرتع داری	۸	۵
۷	زنبورداری	۲	۱

بخش اول شامل ویژگی جمعیت شناختی (نظیر سن، سطح تحصیلات، وضعیت تأهل و غیره) بود. بخش دوم پرسشنامه شامل مقیاسی برای سنجش کارآفرینی سازمانی در تعاونی های کشاورزی بود. در این بخش از پرسشنامه براون و همکاران (Brown, & et al., 2001) که کارآفرینی سازمانی را با استفاده از ۱۴ گویه در قالب طیف پنج درجه ای لیکرت (۱- خیلی کم تا ۵- خیلی



برای بررسی نیکویی برازش یا مناسب بودن معادله رگرسیون استفاده نمود. چنانچه آماره تحلیل واریانس معنی دار باشد، می توان اظهار نمود که معادله رگرسیون برازش خوبی دارد. همچنین، باقی مانده های حاصل از مدل رگرسیون نیز برای نشان دادن موارد نقض در پیش فرض نرمال بودن داده ها رسم می شوند (Rezvanfar, Shiri, & Kanigolzar, 2012). در این پژوهش ابتدا شاخص های مذکور مورد بررسی قرار گرفتند و سپس از معیارهای ضریب همبستگی چندگانه، ضریب تبیین، ضریب رگرسیونی غیراستاندارد، ضریب رگرسیونی استاندارد شده و مقادیر آزمون تی برای بررسی میزان تأثیر مؤلفه های مدیریت کارآفرینانه بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی های کشاورزی استفاده شد.

### یافته ها

براساس نتایج تحقیق، میانگین سن افراد مورد مطالعه ۴۴/۴۷ سال با انحراف معیار ۸/۸۹ سال بود. همچنین، سن جوان ترین و مسن ترین پاسخگویان به ترتیب ۲۹ و ۶۸ سال بود. همچنین، نتایج نشان داد که اکثر افراد مورد مطالعه (۹۲/۷ درصد) متأهل بودند. نتایج پژوهش بیانگر این بود که بیش از نیمی (۵۶/۴ درصد) از پاسخگویان دارای تحصیلات دیپلم، ۱۷/۳ درصد دارای تحصیلات فوق دیپلم، ۲۱/۸ درصد دارای تحصیلات کارشناسی و ۴/۵ درصد دارای تحصیلات دکتری تخصصی بودند.

یافته های پژوهش نشان داد که میانگین تعداد اعضای تعاونی های مورد مطالعه ۱۶/۸۱ نفر با انحراف معیار ۱۴/۴۲ نفر بود. نتایج بیانگر این است که در ۵۱/۸ درصد از تعاونی ها تعداد اعضا کمتر و مساوی ۱۰ نفر بود که بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داد. بیشترین تعداد اعضای تعاونی ۷۳ نفر و کمترین آن ۷ نفر بودند. یافته های توصیفی مربوط به متغیرهای اصلی پژوهش با استفاده از آماره های میانگین و انحراف معیار در جدول (۲) نشان داده شده اند.

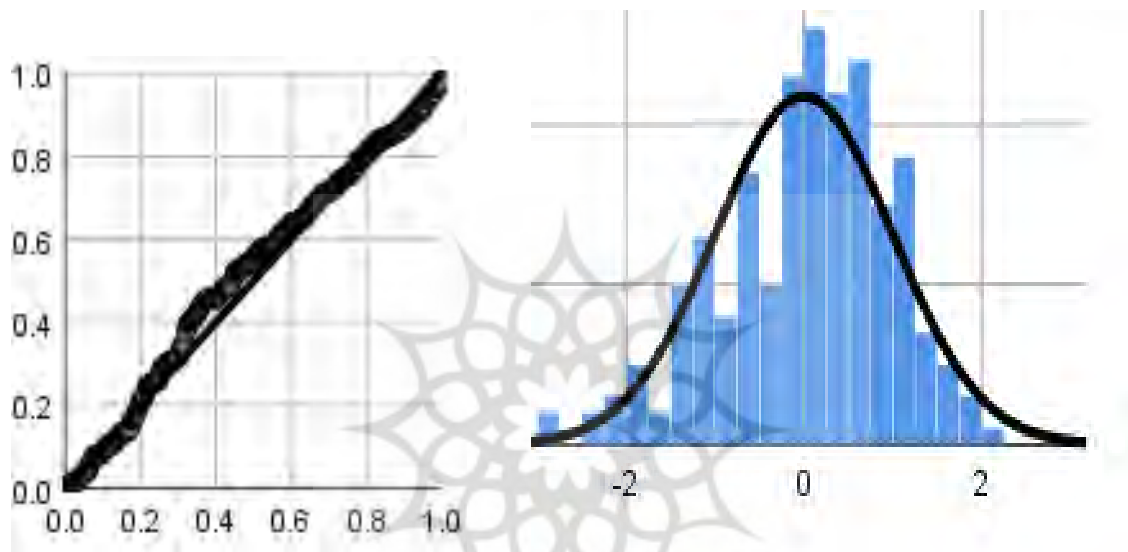
زیاد) موردسنجش قرار می دهد، استفاده شد. بخش سوم پرسشنامه شامل مقیاسی برای سنجش مؤلفه های مدیریت کارآفرینانه در تعاونی های کشاورزی بود. در این بخش نیز از پرسشنامه سخدری و بورگرز (Sakhdari, & Burgers, 2018) که مؤلفه های مدیریت کارآفرینانه (راهبرد رشد (۲ گویه)، جهت گیری استراتژیک (۳ گویه)، جهت گیری منابع (۴ گویه)، فرهنگ رشد (۳ گویه)، فلسفه پاداش (۴ گویه) و ساختار مدیریت (۵ گویه)) را با استفاده از ۲۱ گویه در قالب طیف پنج درجه ای لیکرت (۱- خیلی کم تا ۵- خیلی زیاد) موردسنجش قرار می دهد، بهره برده شد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با استفاده از نظر متخصصان کارآفرینی، روانشناسی و ترویج و آموزش کشاورزی و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ بررسی و تأیید شد (جدول ۲). به منظور تجزیه و تحلیل داده ها در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی از نرم افزار SPSS نسخه ۲۷ بهره گرفته شد. در بخش آمار توصیفی از آماره های فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار، کمینه و بیشینه و در بخش آمار استنباطی از فن تحلیل رگرسیون خطی چندگانه استفاده شد.

رگرسیون خطی چندگانه روشی مناسب برای بررسی روابط خطی بین یک متغیر وابسته و تعدادی متغیر مستقل می باشد. در حالت مطلوب برای انجام تحلیل رگرسیون چندگانه بایستی بین متغیرهای مستقل پژوهش هم خطی وجود نداشته باشد؛ به عبارت بهتر، متغیرهای مستقل پژوهش نباید خیلی به هم وابسته باشند. برای غلبه بر این مشکل، باید آماره های عامل تورم واریانس و شاخص تحمل را به منظور بررسی رابطه هم خطی بین متغیرهای مستقل محاسبه نمود. اگر مقدار عامل تورم واریانس بالاتر از ۱۰ و شاخص تحمل نزدیک صفر باشد، نشان دهنده این است که بین متغیرهای مستقل هم خطی وجود دارد و مدل رگرسیون ارزشی ندارد. اما هر چه این دو آماره به یک نزدیک تر باشند، از عدم هم خطی بین متغیرهای مستقل و مناسب بودن مدل رگرسیون حکایت دارند (Nematollah Shiri, 2021). علاوه بر این، از آماره تحلیل واریانس (F) نیز می توان

جدول ۲. یافته‌های توصیفی مربوط به متغیرهای اصلی پژوهش

متغیرها	میانگین*	انحراف معیار	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
مدیریت کارآفرینانه	۳/۵۰	۰/۹۶	۲۱	۰/۸۴
کارآفرینی سازمانی	۲/۶۰	۱/۶۰	۱۴	۰/۸۳

\*مقیاس متغیرها از ۱- خیلی کم تا ۵- خیلی زیاد است.



نمودار ۱. هیستوگرام توزیع نرمال

نمودار ۲. نرمال باقی مانده استاندارد شده

جدول ۳. ضریب تبیین و معناداری کلی معادله رگرسیون

متغیرهای پیش بین	R	R <sup>۲</sup>	F	Sig.
مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه	۰/۶۹۶	۰/۴۸۴	۱۴۱/۲۳**	۰/۰۰۰

\*\* معنی‌داری در سطح خطای یک درصد

گفت وضعیت کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی از دیدگاه پاسخگویان کم‌تر از متوسط (۳) است.

در ادامه برای بررسی تأثیر مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های

نتایج ارائه شده در **جدول (۲)**، نشان‌دهنده این است که وضعیت مدیریت کارآفرینانه در بین تعاونی‌های کشاورزی شهرستان کرمانشاه بالاتر از متوسط (۳) می‌باشد؛ این در حالی است که میانگین نمره متغیر کارآفرینی سازمانی برابر ۲/۶۰ با انحراف معیار ۱/۶۰ است؛ بنابراین، با توجه به طیف مورد استفاده می‌توان

نتایج ارائه شده در **جدول (۳)**، نشان می‌دهد که مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه (راهبرد رشد، جهت‌گیری استراتژیک، جهت‌گیری منابع، فلسفه پاداش، ساختار مدیریت و فرهنگ رشد) درصد قابل توجهی از تغییرات متغیر وابسته، یعنی کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی را تبیین می‌کنند؛ به گونه‌ای که مقدار ضریب همبستگی چندگانه (R) در این معادله برابر با ۰/۶۹۶ و ضریب تعیین (R<sup>2</sup>) آن برابر با ۰/۴۸۴ است. به عبارت دیگر، ۴۸/۴ درصد از تغییرات واریانس متغیر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی توسط مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه، یعنی راهبرد رشد، جهت‌گیری استراتژیک، جهت‌گیری منابع، فلسفه پاداش، ساختار مدیریت و فرهنگ رشد پیش‌بینی می‌شود.

کشاورزی از رگرسیون خطی چندگانه به شیوه توأم بهره گرفته شده است. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون در **نمودارهای (۱ و ۲)** و همچنین در **جداول (۳ و ۴)** ارائه شده‌اند. بر اساس نمودار هیستوگرام توزیع نرمال مشخص می‌شود که خطاهای اندازه‌گیری متغیر وابسته، یعنی کارآفرینی سازمانی در تحلیل رگرسیون به صورت نرمال توزیع شده‌اند (**نمودار ۱**). همچنین، بر اساس **نمودار (۲)**، مشاهده می‌شود که نمودار نرمال باقی‌مانده‌های استاندارد شده ظاهری شبیه خط راست دارد. افزون بر این، بر اساس نتایج ارائه شده در **جدول (۴)**، مشاهده می‌شود که آماره عامل تورم واریانس و شاخص تحمل از مقادیر مناسبی برخوردارند. همچنین، مقدار آماره تحلیل واریانس در سطح خطای یک درصد معنی‌دار می‌باشد؛ بنابراین، می‌توان گفت که رابطه هم خطی بین متغیرهای مستقل وجود ندارد و مدل رگرسیونی تأثیر مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی برآزش خوبی دارد.

**جدول ۴. مقادیر و سطح معناداری متغیرهای پیش‌بین در معادله رگرسیون**

متغیر	B	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ضریب ثابت	۰/۵۷	-	۲/۶۳*	۰/۰۳۷	-	-
راهبرد رشد (X1)	۰/۳۶	۰/۹۵	۹/۴۵**	۰/۰۰۰	۰/۹۸	۱/۱۲
جهت‌گیری استراتژیک (X2)	۰/۳۱	۰/۸۶	۷/۲۱**	۰/۰۰۰	۰/۷۲	۲/۰۷
جهت‌گیری منابع (X3)	۰/۲۹	۰/۸۰	۵/۹۸**	۰/۰۰۰	۰/۸۱	۱/۹۲
فلسفه پاداش (X4)	۰/۳۲	۰/۸۷	۸/۷۱**	۰/۰۰۰	۰/۸۳	۱/۸۶
ساختار مدیریت (X5)	۰/۲۷	۰/۸۴	۶/۵۶**	۰/۰۰۰	۰/۹۲	۱/۳۲
فرهنگ رشد (X6)	۰/۲۵	۰/۸۳	۶/۴۲**	۰/۰۰۰	۰/۸۹	۱/۵۳

\*\* معناداری در سطح خطای یک درصد

بیشترین تأثیر بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی دارد؛ به گونه‌ای که می‌توان گفت یک واحد تغییر در انحراف معیار مؤلفه راهبرد رشد باعث می‌شود تا انحراف معیار متغیر کارآفرینی سازمانی به اندازه ۰/۹۵ واحد تغییر کند. با این اوصاف و با توجه به نتایج ارائه شده در **جدول (۴)**، معادله خطی حاصل از رگرسیون چندگانه برای پیش‌بینی متغیر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی به صورت زیر تدوین می‌شود:

بر اساس نتایج ارائه شده در **جدول (۴)**، مشاهده می‌شود که مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه (راهبرد رشد، جهت‌گیری استراتژیک، جهت‌گیری منابع، فلسفه پاداش، ساختار مدیریت و فرهنگ رشد) تأثیر مثبت و معناداری در سطح خطای یک درصد بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی دارند. همچنین، با توجه به ضریب رگرسیونی استاندارد شده (Beta) مشاهده می‌شود که مؤلفه راهبرد رشد با مقدار بتای ۰/۹۵

تاکتیک‌ها) شفاف ترغیب و تشویق کنند. افزون بر این، در راستای نتایج مطالعات پیشین که نشان دادند جهت‌گیری منابع نیز می‌تواند سبب افزایش و ارتقای سطح کارآفرینی سازمانی در شرکت‌ها و سازمان‌های مختلف شود (Sakhdari, & Burgers, 2018). نتایج پژوهش حاضر نیز نشان داد که جهت‌گیری منابع نقش مثبت و معناداری در توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی دارد. نظر به این که یکی از مباحث و مؤلفه‌های کلیدی در فرآیند کارآفرینی بحث منبع یابی است؛ بنابراین، به میزانی که تعاونی‌های کشاورزی در شناسایی و جذب منابع (مادی و غیرمادی) داخلی و خارجی موفق باشند، به همان میزان فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه در بین آن‌ها توسعه می‌یابد. بر این اساس، به سیاست‌گذاران و مدیران تعاونی‌های کشاورزی توسعه می‌شود که در جهت شناسایی و جذب منابع داخلی و خارجی برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در تعاونی‌های کشاورزی اقدام کنند.

بر اساس نتایج پژوهش مشخص شد که مؤلفه فلسفه پاداش تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی دارد. این یافته با نتایج مطالعه (Sakhdari, & Burgers, 2018) هم‌خوانی دارد. با توجه به این که فلسفه پاداش در مدیریت کارآفرینانه به دنبال ارائه رویکردی ارزش‌محور و مبتنی بر عملکرد در نظام پاداش‌دهی است؛ بنابراین، می‌توان با پیاده‌سازی چنین سامانه‌ای در تعاونی‌های کشاورزی در جهت ایجاد انگیزه و انرژی در اعضای تعاونی‌ها و در نتیجه ترویج و توسعه فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه در بین تعاونی‌های کشاورزی اقدام کرد. در راستای، این نتیجه، یافته‌های پژوهش نیز نشان داد که ساختار مدیریت کارآفرینانه بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی تأثیر مثبت و معناداری دارد. این یافته با نتایج مطالعات (Khoshmaram, Shiri, Shinnar, & Savari, 2020; Naderi, & et al., 2016; Sakhdari, & Burgers, 2018; Nematoollah Shiri, Mohammadi, & Hosseini, 2012) که نشان دادند ساختارهای غیررسمی و حمایتی در ارتقای رفتارها و فعالیت‌های کارآفرینانه نقش دارند، هم‌راستا می‌باشد. از این رو، تدوین و بازنگری ساختار تعاونی‌های کشاورزی در جهت توسعه ساختارهای مدیریتی ارگانیک و مسطح و همچنین تشکیل شبکه‌ها

$$Y = 0.57 + 0.36x_1 + 0.31x_2 + 0.29x_3 + 0.32x_4 + 0.27x_5 + 0.25x_6$$

## بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش نشان داد که مؤلفه راهبرد رشد تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی داشت. نظر به اینکه راهبرد رشد انجام تمهیدات و اقدامات لازم در شرکت به منظور پاسخگویی سریع و اقدام به موقع در انجام کارها اشاره دارد؛ بنابراین، می‌توان استدلال کرد که چنانچه مدیریت تعاونی‌های کشاورزی بر پاسخگویی و اقدامات سریع و به موقع برای انجام کارها در شرکت حساسیت نشان دهند، خلاقیت و نوآوری و در نتیجه فعالیت‌های کارآفرینانه در تعاونی‌های کشاورزی بهبود می‌یابد. در تأیید این یافته، مطالعات پیشین (Brown, & et al., 2001; Sakhdari, & Burgers, 2018) نیز به نقش مثبت و معنادار راهبرد رشد در بهبود کارآفرینی سازمانی اشاره کردند. با توجه به نقش مثبت و معنادار راهبرد رشد پیشنهاد می‌شود که سیاست‌گذاران و مدیران تعاونی‌های کشاورزی انجام اقدامات به موقع و پاسخگویی سریع به مسائل و مشکلات و فرصت‌های موجود را در سرلوحه فعالیت‌ها و برنامه‌های خود قرار دهند.

یافته‌های پژوهش بیانگر این بود که مؤلفه جهت‌گیری استراتژیک تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی داشت. این یافته با نتایج مطالعات پیشین (Franco, & Haase, 2013; Sakhdari, & Burgers, 2018) هم‌راستا می‌باشد. نظر به اینکه جهت‌گیری استراتژیک به تدوین چشم‌انداز، رسالت و راهبردها بر اساس منابع و فرصت‌های در اختیار شرکت در بلندمدت اشاره دارد؛ بنابراین، واضح است که اگر در تعاونی‌های کشاورزی گرایش و جهت‌گیری استراتژیک حاکم باشد، می‌تواند با بهره‌گیری مناسب از منابع و فرصت‌های محیطی در جهت انجام فعالیت‌ها و اقدامات نوآورانه تلاش کنند. از این رو، با توجه به این یافته به سیاست‌گذاران و مدیران تعاونی‌های کشاورزی توصیه می‌شود که در جهت تدوین برنامه‌های استراتژیک (چشم‌انداز، رسالت، راهبردها، اهداف و



آماري پژوهش است. نظر به اين كه داده‌هاي حاصل از اين پژوهش در بين تعاوني‌هاي كشاورزي در شهرستان كرمانشاه جمع‌آوري و تحليل شده‌اند؛ بنا بر اين، تعميم نتايج اين پژوهش به ساير تعاوني‌ها و حتي تعاوني‌هاي كشاورزي مناطق ديگر با محدوديت همراه است. در اين راستا، براي افزايش تعميم‌پذيري و كاربرديري نتايج اين مطالعه با پژوهشگران توصيه مي‌شود كه طرح و مدل اين مطالعه را در تعاوني‌هاي كشاورزي مناطق ديگر و همچنين ساير تعاوني‌هاي فعال در كشور تکرار و آزمون کنند. افزون بر اين، با توجه به اينكه در اين مطالعه مديران تعاوني‌هاي كشاورزي شهرستان كرمانشاه به پرسش‌نامه‌ها پاسخ دادند؛ بنا بر اين، احتمال سوگيري در نتايج پژوهش به دليل خطاي خود اظهاري پاسخگويان وجود دارد؛ براي غلبه بر اين مشكل به پژوهشگران توصيه مي‌شود كه در مطالعات آينده از ديده‌گاه اعضاء و ساير ذی‌نفعان براي بررسي و سنجش متغيرهاي مهمي مثل سبک مدیریت کارآفرینانه در سازمان‌ها و شرکت‌ها استفاده کنند. در نهايت، با توجه به اين كه پژوهش حاضر در زمان شيوع ويروس کرونا و شرايط وخيم آن در كشور انجام شد؛ امكان مراجعه و دسترسي حضوري به تمام نمونه‌هاي آماري وجود نداشت و از طريق تلفني و فضاي مجازي در جهت تکميل برخي از پرسش‌نامه‌ها اقدام شد كه ممكن است دقت و صحت داده‌هاي حاصل از پرسش‌نامه‌هاي تکميل شده به صورت حضوري نداشته باشند؛ بنا بر اين، به پژوهشگران پيشنهاده مي‌شود در مطالعات آينده از روش‌هاي دقيق‌تر نظير طرح‌هاي مطالعاتي آميخته (کيفي - کمي) در جهت دستيابي به نتايج کاربردي‌تر و دقيق‌تر بهره‌گيرند.

### مشاركت نويسندگان

فرحناز رستمي: (مفهوم‌پردازي، روش‌شناسي، بررسي اطلاعات و پايش و بازبيني و ويرايش و نظارت و سرپرستي).

نعمت‌اله شيري: (مفهوم‌پردازي، روش‌شناسي، تدوين و بازبيني و ويرايش).

مژگان خوش‌مرام: (مفهوم‌پردازي، تدوين و بازبيني)

و ارتباطات و تعاملات درون‌گروهي و بيرون‌گروهي غيررسمي مي‌تواند در توسعه کارآفريني در تعاوني‌هاي كشاورزي اثرگذار باشد. در نهايت نتايج پژوهش نشان داد كه فرهنگ رشد تأثير مثبت و معناداري بر توسعه کارآفريني سازماني در تعاوني‌هاي كشاورزي دارد. در واقع، مي‌توان اذعان نمود كه چنانچه فرهنگ کارآفرينانه و رشد، يعني ارزش‌ها، باورها، نگرش‌ها و رفتارهاي کارآفرينانه و رشد محور در بين اعضاء تعاوني‌هاي كشاورزي نهادينه شود؛ آن‌ها هميشه به دنبال كارهاي نوآورانه و خلاقانه هستند و در نتايج فعاليت‌هاي کارآفرينانه در تعاوني‌هاي كشاورزي ارتقا مي‌يابد. در راستاي اين يافته، نتايج مطالعات (Kalateh Seifari, & Tondnevis, 2012; Sakhdari, & Burgers, 2018; Nematollah Shiri, Mirakzadeh, & Zarafshani, 2017) بر نقش ارزش‌ها و باورهاي فرهنگي در توسعه مقاصد و رفتارهاي کارآفرينانه در افراد، تاكيد کردند. بنا بر اين، به سياست‌گذاران پيشنهاده مي‌شود كه از طريق دوره‌ها و كارگاه‌هاي آموزشي-ترويجي، رسانه‌هاي جمعي نظير تلويزيون، راديو و كانال‌ها و گروه‌هاي مجازي در جهت ترويج فرهنگ کارآفرينانه در جامعه بخصوص در بين شركت‌ها و كسب‌وكارهاي خصوصي اقدام کنند. در ادامه به برخي از محدوديت‌هاي پژوهش و پيشنهادهايي براي مطالعات آتي پرداخته مي‌شود.

نتايج پژوهش حاضر كه باهدف بررسي نقش مؤلفه‌هاي مديريت کارآفرينانه در توسعه کارآفريني سازماني در تعاوني‌هاي كشاورزي انجام شد، بيانگر اين بود كه مؤلفه‌هاي مديريت کارآفرينانه نقش قابل توجهي در ايجاد و بهبود فعاليت‌هاي کارآفرينانه در تعاوني‌هاي كشاورزي دارند كه تاكنون از نگاه پژوهشگران و صاحب‌نظران تعاون و كشاورزي مورد توجه قرار نگرفته بود. در واقع، اين نتايج هم در بحث توسعه ادبيات و مباني نظري موضوع و هم در بحث کاربردي و عملياتي براي تسهيل فرايند توسعه کارآفريني در تعاوني‌هاي كشاورزي بسيار مفيد و ارزشمند هستند. با اين وجود، پژوهش حاضر نيز مانند ساير پژوهش‌هاي اين حوزه مطالعاتي داراي يکسري محدوديت‌ها است كه مي‌تواند نتايج آن را تحت تأثير قرار دهد و لازم است در مطالعات آتي مورد توجه پژوهشگران و صاحب‌نظران اين حوزه قرار گيرند. اولين محدوديت پژوهش حاضر مربوط به جامعه و نمونه

حامد نظری دارخوری: (جمع‌آوری داده‌ها).

تعاون کار و رفاه اجتماعی شهرستان کرمانشاه انجام شده است. بدین‌وسیله از این اداره به خاطر حمایت‌های معنوی و اطلاعاتی برای انجام این پژوهش تقدیر و تشکر به عمل می‌آید.

### قدردانی و تشکر

این پژوهش در قالب پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته ترویج و آموزش کشاورزی پایدار و با حمایت اداره کل

## References

- Husain, Z., Dayan, M., & Di Benedetto, C. A. (2016). The Impact of Networking on Competitiveness via Organizational Learning, Employee Innovativeness, and Innovation Process: A Mediation Model. *Journal of Engineering and Technology Management*, 40, 15–28. <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2016.03.001>.
- Arora, R. (2015). Perspectives of Entrepreneurship and Its Impact on Stakeholders' Co-Creation. (pp. 1-11).
- Barlett, J. E., Kotrlik, J., & Higgins, C. (2001). Organizational Research: Determining Appropriate Sample Size in Survey Research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19.
- Behzadi, N., Razavi, S. M., & Hosseini, S. R. (2014). Designing A Conceptual Model for an Entrepreneurial University; Using Corporate Entrepreneurship Approach. *Journal of Entrepreneurship Development*, 7(4), 697-713. (In Persian). doi:10.22059/jed.2014.53625
- Bojica, A. M., del Mar Fuentes-Fuentes, M., & Fernández Pérez, V. (2017). Corporate Entrepreneurship and Codification of the Knowledge Acquired from Strategic Partners in SMEs. *Journal of Small Business Management*, 55(S1), 205-230. doi:<https://doi.org/10.1111/jsbm.12310>
- Boozarjehri, D. K., & Hadizadeh Bazaz, M. (2013). Analyzing the Effective Structures on Development of the Rural Producing Cooperatives in Khorasan Razavi Province (From the view point of Experts). *Geography and Territorial Spatial Arrangement*, 3(8), 85-100. (In Persian) doi:10.22111/gaj.2013.1288
- Bradley, S. W., Wiklund, J., & Shepherd, D. A. (2011). Swinging a double-edged sword: The effect of slack on entrepreneurial management and growth. *Journal of Business Venturing*, 26(5), 537-554. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.03.002>
- Brown, T. E., Davidsson, P., & Wiklund, J. (2001). An operationalization of Stevenson's conceptualization of entrepreneurship as opportunity-based firm behavior. *Strategic Management Journal*, 22(10), 953-968. doi:<https://doi.org/10.1002/smj.190>
- Franco, M., & Haase, H. (2013). Firm resources and entrepreneurial orientation as determinants for collaborative entrepreneurship. *Management Decision*, 51(3), 680-696. doi:10.1108/00251741311309724
- Glaeser, E. L., & Kerr, W. R. (2009). Local Industrial Conditions and Entrepreneurship: How Much of the Spatial Distribution Can We Explain? *Journal of Economics & Management Strategy*, 18(3), 623-663. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1530-9134.2009.00225.x>
- Jones, G. R., & Butler, J. E. (1992). Managing Internal Corporate Entrepreneurship: An Agency Theory Perspective. *Journal of Management*, 18(4), 733-749. doi:10.1177/014920639201800408
- Joseph, J., & Ocasio, W. (2012). Architecture, attention, and adaptation in the multibusiness firm: General electric from 1951 to 2001. *Strategic Management Journal*, 33(6), 633-660. doi:<https://doi.org/10.1002/smj.1971>

- Kalateh Seifari, M., & Tondnevis, F. (2012). The Relationship between Organizational Culture and Organizational Entrepreneurship in Physical Education Headquarter of Tehran. *Research in Sport Management and Motor Behavior*, 2(4), 105-117.
- Khoshmaram, M., Shiri, N., Shinnar, R. S., & Savari, M. (2020). Environmental support and entrepreneurial behavior among Iranian farmers: The mediating roles of social and human capital. *Journal of Small Business Management*, 58(5), 1064-1088. (In Persian). doi:10.1111/jsbm.12501
- Knockaert, M., Bjornali, E. S., & Erikson, T. (2015). Joining forces: Top management team and board chair characteristics as antecedents of board service involvement. *Journal of Business Venturing*, 30(3), 420-435. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.05.001>
- Leal-Rodríguez, A. L., Ariza-Montes, J. A., Roldán, J. L., & Leal-Millán, A. G. (2014). Absorptive capacity, innovation and cultural barriers: A conditional mediation model. *Journal of Business Research*, 67(5), 763-768. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.041>
- McFadzean, E., O'Loughlin, A., & Shaw, E. (2005). Corporate Entrepreneurship and Innovation Part 1: The Missing Link. *European Journal of Innovation Management*, 8. doi:10.1108/14601060510610207
- Mehdi, G., Bamdad Soofi, J., Aarabi, S. M., & Amiri, M. (2013). A Model for Technology Commercialization in Public Research Organizations of Iran. *Journal of Technology Development Management*, 1(1), 37-66. (In Persian). doi:10.22104/jtdm.2013.3
- Minbaeva, D., Pedersen, T., Björkman, I., Fey, C. F., & Park, H. J. (2014). MNC knowledge transfer, subsidiary absorptive capacity and HRM. *Journal of International Business Studies*, 45(1), 38-51. doi:10.1057/jibs.2013.43
- Naderi, N. (2016). The Impact of Intellectual Capital on Organizational Entrepreneurship (Case Study: Jihad-e- Agriculture Organization of Kermanshah City). *Journal of Agricultural Extension and Education Research*, 9(3), 55-64. (In Persian).
- Naderi, N., Shiri, N., Khoshmaram, M., & Ramezani, M. (2016). Promoting Organizational Entrepreneurship in Iran: Evidences From Agricultural Extension Workers. *International Journal of Agricultural Management and Development*, 6, 71-79. (In Persian).
- Naldi, L., Achtenhagen, L., & Davidsson, P. (2015). International Corporate Entrepreneurship among SMEs: A Test of Stevenson's Notion of Entrepreneurial Management. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 780-800. doi:10.1111/jsbm.12087
- Nasr Isfahani, A., Ansari, R., & Molaei Khorasqani, R. (2016). Investigating the effect of absorptive capacity's knowledge on corporate entrepreneurship (Case of Isfahan Science & Technology Town). *Journal of Entrepreneurship Development*, 9(2), 377-395. (In Persian). doi:10.2059/jed.2016.60456
- Nazari darkhori, H., rostami ghobadi, f., shiri, n., & khoshmaram, m. (2021). Investigating the status of entrepreneurial management components in the relationship between absorption capacity and organizational entrepreneurship in agricultural cooperatives in Kermanshah city. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 8(2), 17-32. (In Persian). doi:10.22069/jead.2021.19410.1520
- Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1994). Strategy as a field of study: Why search for a new paradigm? *Strategic Management Journal*, 15(S2), 5-16. doi:<https://doi.org/10.1002/smj.4250151002>
- Rauch, A., Frese, M., & Utsch, A. (2005). A Model of Middle-Level Managers' Entrepreneurial Behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29, 681-698. doi:10.1111/j.1540-6520.2005.00103.x
- Rezaei, R., Hosseini, S. M., & Mohammadi Pabandi, M. (2015). Identifying and Analyzing the Barriers to Organizational Entrepreneurship Development in Rural Development Cooperatives in the Zanjan Province. *Journal of Rural Development Strategies*, 2(2), 21-40. (In Persian). doi:10.22048/rdsj.2015.13409
- Rezvanfar, A., Shiri, N., & Kanigolzar, F. M. (2012). *Exploring Factors Affecting Application of Soil Conservation Practices (SCPs) By Iranian Farmers*. (In Persian).

Sakhdari, K., & Burgers, J. H. (2018). The moderating role of entrepreneurial management in the relationship between absorptive capacity and corporate entrepreneurship: an attention-based view. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4), 927-950. (In Persian). doi:10.1007/s11365-017-0477-0

Shiri, N. (2021). Attitude toward organic agribusiness: an approach to developing sustainable business. *British Food Journal*, 123(10), 3265-3276. doi:10.1108/BFJ-02-2021-0166

Shiri, N. (2022). Designing a Model for Entrepreneurial Activities Extension in Agricultural Students' Cooperatives. *Co-Operation and Agriculture*, 10(40), 53-81. (In Persian). doi:10.2034/ajcoop.2022.279922.1667

Shiri, N., Mirakzadeh, A. A., & Zarafshani, K. (2017). Promoting Entrepreneurial Behavior among Agricultural Students: A Two-Step Approach to Structural Equation Modeling. *International Journal of Agricultural Management and Development*, 7(2), 211-221. (In Persian).

Shiri, N., Mohammadi, D., & Hosseini, S. M. (2012). ENTREPRENEURIAL INTENTION OF AGRICULTURAL STUDENTS: EFFECTS OF RROLE MODEL, SOCIAL SUPPORT, SOCIAL NORMS AND PERCEIVED DESIRABILITY. *Archives of Applied Science Research*, 4, 829-897. (In Persian)

Shiri, N., Moradnezehadi, h., Mahdizadeh, H., & seymohammadi, s. (2021). Opportunities for Student Cooperatives Startup at Ilam University: Guidelines for the Development of Agricultural and Service Cooperatives. *Co-Operation and Agriculture*, 10(39), 75-9) .In Persian). doi:10.2034/ajcoop.2021.129182

shojaei, z., & a, r. (2020). The study of barriers of entrepreneurship in Islamic Azad University and the role of entrepreneurs in economic and social development. *Journal of Iranian Social Development Studies*, 12(46), 151-162. (In Persian).

Simsek, Z., Veiga, J. F., & Lubatkin, M. H. (2007). The Impact of Managerial Environmental Perceptions on Corporate Entrepreneurship: Towards Understanding Discretionary Slack's Pivotal Role. *Journal of Management Studies*, 44(8), 1398-1424. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2007.00714.x>

Wei, L-Q., & Ling, Y. (2015). CEO characteristics and corporate entrepreneurship in transition economies: Evidence from China. *Journal of Business Research*, 68(6), 1157-1165. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.010>

Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic Management Journal*, 24(13), 1307-1314. doi:<https://doi.org/10.1002/smj.360>