

بررسی کارآفرینی شرکتی در شرکت تعاونی روستایی شباهنگ شهریار

فاطمه همایون^۱، ابوالقاسم شریف زاده^{۲*}، غلامحسین عبدالله زاده^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۷/۳ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۲/۱۴

چکیده

با توجه به شواهد، شرکت تعاونی شباهنگ شهریار یکی از نمونه‌های موفق تعاونی روستایی در زمینه نوآوری و کارآفرینی است و لذا بررسی رویکرد این شرکت در زمینه کارآفرینی و عوامل تعیین‌کننده آن برای ارائه یک الگوی تجربی از شرکت‌های تعاونی‌های روستایی کارآفرین سودمند به نظر می‌رسد. این تحقیق به روش موردکاوی با هدف بررسی کارآفرینی شرکتی در تعاونی روستایی شباهنگ شهریار انجام شد. جامعه آماری شامل تمام مدیران و کارمندان این شرکت به تعداد ۲۵۰ نفر بود. حجم نمونه براساس جدول کرجسی- مورگان، ۱۵۲ نفر تعیین و برای نمونه‌گیری از روش تصادفی ساده استفاده شد. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه بود که روایی محتوای آن را اعضای کمیته تحقیق و گروهی از کارشناسان تعاونی روستایی شباهنگ تأیید کردند. میانگین ضریب آلفای کرونباخ برای ارزیابی پایایی بخش‌های مختلف پرسش‌نامه برابر ۰/۸۴ به دست آمد. نتایج آزمون فریدمن نشان داد که از بین مؤلفه‌های کارآفرینی شرکتی، مؤلفه‌های "حمایت مدیریت ارشد" و "اختیارات و آزادی عمل" به ترتیب اولویت بالاتری دارند. نتایج تحلیل عاملی عوامل تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی شرکتی به استخراج شش عامل «تعاملات نهادمند، بازاریابی و عرضه محصولات، بودجه‌بندی و تخصیص اعتبارات، کسب حمایت اجتماعی، مخاطب‌محوری و عملکرد مدیریتی» منجر شد که ۶۷/۸۳۵ درصد از واریانس کل را تبیین کردند. طبق نتایج تحلیل رگرسیون گام به گام، ترکیب خطی متغیرهای بازاریابی و عرضه محصولات، مخاطب‌محوری، رضایت شغلی و کسب حمایت اجتماعی در مجموع ۵۱/۱ درصد از تغییرات کارآفرینی شرکتی در تعاونی روستایی شباهنگ را تبیین می‌کردند.

واژه‌های کلیدی: تعاونی روستایی، شرکت تعاونی، تعاونی کارآفرین، کارآفرینی شرکتی، شرکت تعاونی شباهنگ، موردکاوی

۱. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

۲. استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

E-mail: sharifsharifzadeh@gmail.com

* نویسنده مسئول

۳. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

مقدمه

بر پایه پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه تعاونی‌های روستایی، این شرکت‌ها رشد کیفی مطلوبی نداشته‌اند و در موارد زیادی، عملکردشان از حد مطلوب و مورد انتظار فاصله داشته است. بی‌گمان اگر بخش تعاون بخواهد به وظایف مصرحه خود در قانون اساسی جامه عمل بپوشاند، نیازمند بهبود عملکرد شرکت‌های تعاونی است (میوه‌چی و کیانی‌راد، ۱۳۹۰؛ نکویی نایینی و همکاران، ۱۳۸۶؛ طالقانی، ۱۳۷۳). در واقع، زمان آن رسیده است که تعاونی‌ها از تمام قوای خود (از جمله کارآفرینی) در راستای توانمندسازی روستاییان و مهار بیکاری بهره‌گیرند (شعبان‌پور، ۱۳۸۶).

کارآفرینی در تمامی بخش‌ها و حوزه‌ها، از جمله تعاون، می‌تواند زمینه‌ساز رشد و پیشرفت اقتصادی و اجتماعی باشد. کارآفرینی و تعاون از لحاظ نظری و مفهومی وجوه مشترک زیادی دارند که یکی از آنها مقوله همکاری است؛ به عبارتی، روح کلی حاکم بر آنها حکایت از درک واحد یا نزدیک به هم از مسائل و اهداف مشترک دارد (وزارت تعاون، ۱۳۸۴). در کل، نگاهی دقیق به تعاریف تعاونی و اصول جهان‌شمول آن از یک سو و مفهوم کارآفرینی و اصول و فرایندهای آن از سوی دیگر، بیانگر ویژگی‌های مشترکی است که براساس آنها می‌توان گفت اصول تعاون در دل فرایند کارآفرینی جای گرفته است. به طور مشخص، مرزهای مشترک بین کارآفرینی و تعاونی عبارت‌اند از: تشکیل یک بنگاه اقتصادی (کسب‌وکار جدید)، تدارک منابع و سرمایه مورد نیاز؛ پذیرش ریسک و مخاطرات پیش‌رو؛ کسب سود و منفعت؛ ارزش‌آفرینی، ایجاد رضایت‌مندی و یا بازار جدید. بنابراین، ادغام این دو مفهوم امکان تحقق جریان کارآفرینی در تعاونی را ممکن می‌سازد. تغییر در تعاونی‌ها و حرکت آنها به سوی کارآفرینی نیازمند نگرشی دقیق و به دور از شتاب‌زدگی در فرایند اعمال کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی است. کارآفرینی شرکتی، به عنوان شاخه‌ای از کارآفرینی، با ویژگی‌های خاص خود (زمانی و جان‌نثاری، ۱۳۸۹)، یا همان همکاری جمعی و نوآوری هم‌افزا، نسبت به دیگر گونه‌های رفتار کارآفرینانه با ساختار و کارکرد تعاونی‌ها مطابقت بیشتری دارد. بنابه تعریف، کارآفرینی شرکتی مجموعه فعالیت‌هایی است

که بهره‌برداری از مزایای رقابتی نوآوری در یک شرکت را امکان‌پذیر نموده و به‌واقع، رهیافتی برای نهادینه کردن جریان نوآوری در شرکت‌هاست. همچنین گونه‌ای از کارآفرینی است که در پرتوی آن کل شرکت کارآفرین می‌شود. در تعریفی دیگر، کارآفرینی شرکتی شامل فعالیت‌های رسمی و غیر رسمی است که با هدف ایجاد کسب و کار جدید، تولید محصول و فرایندهای جدید و توسعه بازار در قالب شرکت‌ها صورت می‌گیرد. کل پژوهشگران و تحقیقات اخیر سه مفهوم را برای کارآفرینی شرکتی ارائه نموده‌اند: ۱. تجدید راهبرد (نوسازی راهبردها و تجدید ساختار سازمان)، ۲. نوآوری (ارائه محصول یا خدمتی جدید به بازار) و ۳. توسعه کسب و کار درون شرکت (فعالیت‌های کارآفرینانه شرکتی که منجر به ایجاد کسب و کاری جدید در درون شرکت مادر می‌شوند) (تجربشی و همکاران، ۱۳۸۲ و Kuratko et al., 2004).

از کارآفرینی شرکتی با عنوان‌های مختلفی چون کارآفرینی درون‌سازمانی^۱ و اقدامات مخاطره‌آمیز شرکتی^۲ یاد می‌شود. این مفهوم به مجموعه فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که شرکت‌ها به منظور دستیابی به اهدافی مانند سودآوری، گسترش نوآوری، کسب اطلاعات و دانش و کسب درآمد و ایجاد فضای مناسب برای ظهور اقدامات کارآفرینانه انجام می‌دهند (طلایی، ۱۳۹۰). به هر روی، کارآفرینی شرکتی فرایندی است که یک شرکت طی می‌کند تا همه افراد آن به کارآفرینی تشویق شوند و تمام فعالیت‌های کارآفرینانه فردی و گروهی به طور مستمر، سریع و راحت در شرکت انجام پذیرد. در این فرایند، هر یک از کارکنان در نقش کارآفرین انجام وظیفه می‌کنند. امروزه شرکت‌ها و سازمان‌ها سعی می‌کنند خود نیز کارآفرین باشند تا بتوانند نسبت به تغییر و تحولات انعطاف داشته و فرصت‌های موجود در بازار را از دست ندهند. آن‌ها می‌کوشند کارآفرینی درون‌سازمانی را تا حد ممکن افزایش دهند تا سبب افزایش بهره‌وری، جلوگیری از خروج افراد نخبه و افزایش توانایی رقابت بین‌المللی شوند. سازمان‌های امروزی متعهد می‌شوند که محصولات جدید، فرایندهای جدید و نظام‌های سازمانی نوین ایجاد نمایند و لذا تحولات نوینی در زمینه

1. Intrapreneurship
2. Corporate Venturing

تسهیل، تسریع و گسترش فرایند کارآفرینی درون‌سازمانی جریان دارد. در این‌گونه سازمان‌ها، استعداد و ایده‌های کارکنان سرمایه اصلی سازمان محسوب می‌شود.

چنانکه گفته شد، مطالعات صورت گرفته در زمینه شرکت‌های تعاونی نشان می‌دهد این شرکت‌ها با مشکلات عمده‌ای مواجهند به گونه‌ای که عملکرد کنونی آن‌ها از سطح مطلوب مورد انتظار فاصله دارد. در چنین شرایطی، طرح راهبرد و الگوی مناسب برای توسعه تعاونی‌ها می‌تواند مؤثر واقع گردد. در این بین، از کارآفرینی به عنوان موتور تحول اقتصادی نام برده می‌شود. حمایت از کارآفرین و کارآفرینان به منظور توسعه اشتغال در بخش کشاورزی و روستایی، به عنوان محور توسعه، ضروری است (دنیایی و همکاران، ۱۳۸۹). با توجه به اینکه تعاونی‌های روستایی ساختار و کارکرد شرکتی دارند، از این‌رو گونه خاصی از کارآفرینی تحت عنوان کارآفرینی شرکتی می‌تواند به پیشبرد کارآفرینی در تعاونی‌های روستایی یاری رساند. اما این موضوع در پژوهش‌ها و سیاست‌گذاری‌های صورت گرفته در داخل کشور چندان مورد توجه قرار نگرفته است. بدین منظور در تحقیق حاضر تلاش شده عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی شرکتی در یک شرکت تعاونی روستایی موفق (شباهنگ شهریار) بررسی شوند تا ضمن معرفی همه‌جانبه و تحلیلی یک الگو، بتوان راهکارهایی برای پیشبرد کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های تعاونی‌های روستایی ارائه نمود.

پیشینه تحقیق

ابعاد و جنبه‌های مختلفی برای کارآفرینی شرکتی در نظر گرفته شده است. آنتونیک و هیستریچ (به نقل از تاج‌الدین و همکاران، ۱۳۸۹) چهار بعد زیر را برای کارآفرینی شرکتی در نظر گرفته‌اند: ۱. مخاطره‌پذیری کسب‌وکار جدید؛ ۲. نوآوری؛ ۳. خودنوسازی و ۴. پیش‌گامی. و سپر (Vesper, 1984) هدایت استراتژیک جدید را بخشی از کارآفرینی شرکتی می‌داند. بازسازی مستمر کسب و کار جهت دستیابی به ویژگی‌های اساسی همچون انعطاف‌پذیری و انطباق‌پذیری برای یک شرکت کارآفرین ضروری است (Muzyka et al., 1995). استیفورد و بادن فولر (Stopford and Baden-Fuller, 1994) نیز فعالیت‌های مرتبط با بازسازی مجدد سازمان‌های موجود

را یک عنصر از کارآفرینی شرکتی معرفی نموده‌اند. کوین و اسلوین (Covin and Slevin, 1991) اظهار داشتند که تمایل شرکت به رقابت تهاجمی بر اثر وجود رقبای صنعتی شکل می‌گیرد. دس و همکاران (Dess et al., 1997) تصور می‌کردند که راهبرد کارآفرینانه، که شامل شجاعت، هدایت، سبک جستجوی فرصت با جنبه‌های ریسک‌پذیری و شجاعت و تهاجم رقابتی است، در گرایش‌ها و فعالیت‌های مدیریت ارشد منعکس می‌گردد. در پژوهش پین‌چات (Pinchot, 1985) مشخص شد یکی از عوامل تأثیرگذار توسعه کارآفرینی شرکتی، کارآفرینی فردی و عوامل فردی است. از منظر گانت‌شو (Gantscho, 2006)، ابعاد یا خصایص کارآفرینی شرکتی عبارت‌اند از: ریسک‌پذیری، مخاطره‌پذیری کسب و کار جدید، پیش‌گامی، نوآوری، خودبازسازی، ریسک‌پذیری. طبق گفته موریس و کوراتکو (Morris and Kuratko, 2002)، شرکت‌های کارآفرین به پیگیری فرصت‌هایی تمایل دارند که احتمال ضرر بالقوه آن منطقی و قابل قبول است. این دو محقق کارآفرینی را تصمیم‌گیری بی‌ملاحظه نمی‌دانند. ریسک‌پذیری منطقی مستلزم یک آگاهی واقع‌بینانه از ریسک‌هایی محتمل است. کارآفرینی شرکتی شامل مجموعه‌ای از شایستگی‌ها و ترکیبات جدیدی از منابع داخلی سازمان است. در این الگو، مدل مطرح شده گاش و گینزبرگ گسترش داده و ضعف آن حداقل از دو طریق برطرف شده است. حلقه بازخوردی بین کارآفرینی شرکتی و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی شرکتی ایجاد شده و استقرار کارآفرینی در سازمان تنها در نوع خاصی از کارآفرینی محدود نشده است و متغیرهای داخلی سازمان و محیط خارجی بر اقدامات کارآفرینانه اثرگذارند و سه عامل محیط، متغیرهای راهبردی و متغیرهای داخلی اثر تعدیل‌کننده‌ای در رابطه بین اقدامات کارآفرینی و عملکرد سازمانی دارند (Covin and Slevin, 1991). کارآفرینی شرکتی ترکیبی از تلاش شرکت برای دستیابی به نوآوری، نوسازی و جسارت معرفی شده است. نوآوری شامل ایجاد و معرفی محصولات جدید، جسارت شامل گسترش عملیات موجود و یا ورود به بازارهای جدید و نوسازی مستلزم تجدید قوای کسب و کارسازان است. در این مدل، عامل زیست محیطی و فناوری با عامل پویایی محیط آورده شده و یک ساختار جدید به نام "سخت‌افزار و بخشندگی" در ارتباط با فرصت‌طلبی بیان شده است. همچنین سطوح مختلفی از

کارآفرینی شرکتی بر حسب معیارهای چندگانه شدت، هویت، نوع و ماندگاری تعریف شده است. در این مدل، انواع مختلفی از کارآفرینی تحت تأثیر عملکردهای مختلف و زمان متفاوت به رسمیت شناخته شده و کارآفرینی شرکتی در سطوح مختلف سازمانی رخ می‌دهد (Zahra, 1993 & 1996). اقدامات کارآفرینانه در کارآفرینی شرکتی شامل پنج بعد استقلال، نوآوری، ریسک‌پذیری، پیش‌گامی و رقابت تهاجمی است. این اقدامات در کارآفرینی شرکتی اشاره به فرایندها، شیوه‌ها و فعالیت‌های تصمیم‌گیری در رابطه با محصولات و خدمات جدید برای بازار دارند و عامل کلیدی برای اقدامات کارآفرینانه تمایل به نوآوری و بهره‌مندی از فرصت‌ها معرفی شده است (Lumpkin and Dess, 1996). در پژوهش‌های صورت گرفته توسط هرنزبای و همکاران (Hornsby et al., 1993) روی‌ابزار ارزیابی کارآفرینی شرکتی، ساختار پنج‌بعدی زیر از شاخص‌های مرتبط با محیط درون‌سازمانی معرفی شد که می‌تواند بر فعالیت‌های کارآفرینانه اثرگذار باشند (طلایی، ۱۳۹۰): ۱. پشتیبانی مدیریت کارآفرینی شرکتی^۱، ۲. صلاح‌دید کاری^۲، ۳. پاداش و برنامه‌های تقویتی^۳، ۴. دسترسی به زمان و سایر منابع سازمانی^۴ و ۵. محدودیت‌های سازمانی^۵. آثار فعالیت‌های کارآفرینی شرکتی بر موفقیت و عملکرد شرکت‌ها توجه بسیاری از پژوهشگران را به عوامل سازمانی در ارتقای فعالیت‌های کارآفرینی جلب کرده است. برخی از این عوامل شامل روش‌های کنترل و پاداش‌دهی سازمان، فرهنگ، ساختار سازمانی و حمایت مدیریتی هستند. برگلمن (Burgelman, 1983) بیان کرد که عوامل سازمانی داخلی بر روی انواع فعالیت‌های کارآفرینی شرکتی، در جهت ارتقای سازمان، تأثیرگذارند. مدیریت منابع انسانی از جمله عوامل سازمانی تأثیرگذار بر کارآفرینی شرکتی است. شیوه‌های مدیریت منابع انسانی بر توسعه کارآفرینی شرکتی اثر مستقیمی دارند (Chandler et al., 2000). مدیریت منابع انسانی با پشتیبانی از فرهنگ باعث ایجاد خلاقیت و نوآوری در سازمان می‌شود

1. Management Support for Corporate Entrepreneurship
2. Work Discretion
3. Rewards and Reinforcements
4. Resources/Time Availability
5. Organizational Boundaries, Barriers and Breaucracies

(Burgelman, 1983; Schuler, 1986). طبق نتایج تحقیقات شولر و جکسون (Schuler & Jackson, 1989)، آموزش و توسعه، ارزیابی عملکرد، کار گروهی، حمایت مدیریت از نوآوری و طراحی شغل اجزای مدیریت منابع انسانی مؤثر بر کارآفرینی شرکتی‌اند. با توجه به نوپا بودن نسبی طرح موضوع کارآفرینی شرکتی در کشور، تحقیقات چندانی در خصوص این موضوع در داخل صورت نگرفته است. از جمله تحقیقات داخلی مطالعه سلیمانی و شاه‌نظری (Soleimani and Shahnazari, 2013) است که به این نتیجه رسیدند در مجموع چهار عامل شامل «رضایت کارکنان، شیوه‌های مدیریت منابع انسانی، فرهنگ سازمانی و مشخصات فردی کارآفرینی» بر کارآفرینی شرکتی تأثیرگذارند. در این بین، مشخصات فردی کارآفرینان شامل مرکز کنترل درونی، میل به موفقیت، تمرکز بر نتایج، تحمل ابهام، مسئولیت‌پذیری و انعطاف‌پذیری در برابر تغییرات؛ مدیریت منابع انسانی شامل کار گروهی، ارزیابی عملکرد، پشتیبانی مدیریت از نوآوری، آموزش و طراحی شغلی می‌باشند. عواملی مانند وضوح اهداف، انسجام سازمانی، پشتیبانی مدیریت، سیستم پاداش، ریسک‌پذیری و کنترل، فرهنگ سازمانی را ایجاد می‌کنند. رضایت کارکنان نیز شامل رضایت کلی کارکنان از کار، روابط کارکنان و وفاداری کارکنان است. قاسمیه و عبدالهی (۱۳۹۱) در بررسی رابطه بین اقدامات کارآفرینانه شرکتی و عملکرد شرکت به این نتیجه رسیدند که بین ابعاد کارآفرینی شرکتی یعنی پیشگامی، نوآوری و بازسازی سازمان با ابعاد عملکرد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. زارع احمدآبادی و شاکری (۱۳۹۰) در بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی شرکتی دریافتند که رهبران مؤثر قادرند اطمینان لازم برای پذیرش ریسک در اقدامات کارآفرینانه را در زیردستان خود به وجود آورند. این هدف با استقرار رویه‌های تشویق و حمایت‌های مدیریتی لازم صورت می‌گیرد. در این صورت، افراد به گسترش ارکان رقابتی موجود میل پیدا می‌کنند. پشتیبانی و حمایت شامل مهیا نمودن آزادی عمل بدون ایجاد محدودیت‌های سخت و پایش مستمر برای افراد شرکت می‌باشد. در نتایج این مطالعه بیان شده است که متغیرهای مداخله‌گر در سازمان مانند

حمایت مدیریت، تقسیم کار، سیستم تشویق و تنبیه و محدودیت‌های سازمانی از جمله عوامل فرهنگ سازمانی هستند که بر کارآفرینی شرکتی مؤثرند.

حیبی و حیبی (۱۳۸۹) در بررسی وضعیت کارآفرینی شرکتی در دانشگاه پیام نور خراسان جنوبی به این نتیجه رسیدند که این دانشگاه به لحاظ مؤلفه استقلال کاری، دارای بالاترین امتیاز و از منظر محدودیت‌های سازمانی دارای کمترین امتیاز است. بالا بودن استقلال کاری بدین معنی است که اختیارات کارکنان تا حدی است که می‌توانند درباره انجام کارشان به روشی که از نظر آن‌ها بیشترین اثربخشی را دارد تصمیم بگیرند.

تاج‌الدین و همکاران (۱۳۸۹) در بررسی رابطه کارآفرینی شرکتی، رضایت شغلی و انعطاف‌پذیری سازمانی به این نتیجه رسیدند که عواملی مانند حمایت مدیریت و پاداش‌دهی نقش مثبتی در ایجاد کارآفرینی دارند. همچنین رابطه مثبت و معنی‌داری بین کارآفرینی شرکتی و رضایت شغلی و نیز بین پاداش و رضایت شغلی وجود دارد.

سخدری و همکاران (۱۳۸۵) در مطالعه خود با عنوان «کارآفرینی شرکتی و کسب و کار پرمخاطره» به این نتیجه رسیدند که حمایت مدیریت ارشد تا پایین‌ترین رده کارمندان و سیاست‌های حمایت‌گرانه می‌تواند در مدیریت منابع انسانی و کارآفرینی شرکتی مؤثر باشد.

از منظر محققان، کارآفرینی شرکتی یکی از روش‌های سرمایه‌گذاری پرمخاطره است که هدف آن ایجاد ارزش و نوآوری است. دو عامل کلیدی در کارآفرینی شرکتی عبارت‌اند از: نوآوری و حفظ مزیت‌های رقابتی برای شرکت. در این صورت، شرکت در مقابل چالش‌های رقابتی پیروز می‌شود و می‌تواند به نحو شایسته از فرصت‌های بازار در جهت توسعه کسب و کار استفاده کند.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها، از نوع تحقیقات توصیفی و غیر تجربی است. همچنین این تحقیق از نظر درجه کنترل متغیرها، از نوع تحقیقات میدانی است. در این تحقیق از مطالعه موردی برای دستیابی به اهداف مورد نظر بهره گرفته شده است. مورد مطالعه یک شرکت تعاونی روستایی (شرکت تعاونی شباهنگ شهریار) است که بر اساس قانون تعاون کشور و آیین‌نامه‌های مربوط و منطبق با اساس‌نامه شرکت تشکیل شده است. شرکت تعاونی روستایی شباهنگ شهریار با ادغام شش شرکت تعاونی روستایی شهریار شامل شرکت تعاونی روستایی کهنز، اسد آباد، دینار آباد، تاج کرشته، رزکان و علیشاه عوض تأسیس شد. سرمایه شرکت مبلغ ۳/۷ میلیون ریال بود که تا نیمه اول سال ۱۳۶۴، با بیش از یک دهه فعالیت، این تعاونی توانست سرمایه نقدی‌اش را به مبلغ ۹/۱ میلیون ریال برساند. دارایی‌های اولیه شرکت در سال ۱۳۶۴ فقط ۴۲۰ متر مربع زمین و ۲۸۰ متر مربع بنای قدیمی بود. در چنین موقعیتی، جوانان روستایی شهریار به شرکت تعاونی روستایی شباهنگ روی آوردند و با احترام به خواست اعضای تعاونی، شرکت را از مدیران وقت تحویل گرفتند. قابل ذکر است که اراضی منطقه شهریار به دلیل شرایط اقلیمی و نوع خاک آن دارای قابلیت‌های بالایی برای کشاورزی است. بی‌گمان فعالیت‌های شرکت تعاونی روستایی شباهنگ با همکاری کشاورزان منطقه، به‌ویژه اعضای وفادار، خود همواره در رفع مشکلات و نارسایی‌های باقیمانده از دهه اول تأسیس تأثیر به‌سزایی داشته است. در نیمه اول سال ۱۳۶۴ اعضای شرکت تعاونی روستایی شباهنگ با انتخاب جمعی از جوانان روستایی شهریار، به‌عنوان هیئت مدیره و مدیر عامل، دوره جدید فعالیت خود را آغاز کردند و امروز پیش‌تاز تعاونی روستایی خوانده می‌شوند. ثمره تلاش سازنده چند دهه اخیر سرمایه‌ای بالغ بر ۱۲/۴۷ میلیارد تومان می‌باشد که با مشارکت و همکاری‌های صمیمانه ۳۰۰۰ عضو در ۱۱ گروه کار، سازندگی و تولید قرار گرفته است. طی دو دهه اخیر، این تعاونی با تأسیساتی معادل ۶۵۰۰ متر مربع زیربنا شامل انبار پنج هزار تنی، سردخانه یکصد تنی، ساختمان‌های اداری، تجاری درمانی و ورزشی، مجتمع خدماتی در روستاهای بابا سلمان، رزکان، اسکمان، برد آباد و علیشاه عوض (شهر

شهریار) گام‌های ارزنده‌ای در راه پیشبرد برنامه‌های اصلاحی روستایی برداشته است. شرکت تعاونی روستایی شباهنگ در جهت توسعه و پیشرفت امور فرهنگی - ورزشی نیز فعال‌ترین تعاونی روستایی کشور بوده است. مجتمع فرهنگی - ورزشی شباهنگ در مرکز شهرستان شهریار و در زمینی به مساحت ۲۷۰۰۰ متر مربع و مراکز تجاری در مجموعه‌ای با زیر بنای ۹۰۰۰ متر مربع احداث شده است. این شرکت تعاونی دارای ۱۷ واحد اعتباری، ۱۶ فروشگاه مصرف محلی، انبار پنج هزار تنی و سردخانه بالای صفر، مرکز آموزش ویژه کارکنان و کشاورزان، مرکز خرید و فروش محصولات کشاورزی در میدان میوه و تره‌بار، بازار روز، ۶۰ واحد مسکونی، استخر دوقلوی مردانه و زنانه، بزرگ‌ترین پارک آبی سرپوشیده غرب تهران، تالارهای پذیرایی، خوابگاه، سالن تیراندازی، سالن بدنسازی، تیم‌های فوتبال، مدرسه فوتبال و غیره می‌باشد. این حرکت‌های فرهنگی - ورزشی بزرگ است که تعاونی روستایی شباهنگ را سرآمد تعاونی‌های روستایی کشور نموده است. روی هم‌رفته شرکت در زمینه‌های مختلف فرهنگی - ورزشی، اعتباری، بازرگانی، درمانی، آموزشی و کشاورزی فعال است (انصاری، ۱۳۸۱).

ابزار گردآوری داده‌ها و اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق پرسش‌نامه بوده است که با توجه به چارچوب نظری و اهداف تحقیق، در قالب چند بخش شامل ویژگی‌های فردی و شغلی و حرفه‌ای، سنجش کارآفرینی شرکتی، عوامل مؤثر بر موفقیت و توسعه کارآفرینی شرکتی در تعاونی شباهنگ و بررسی وضعیت کاری در شرکت تدوین گردید. روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه را گروهی از اعضای هیئت علمی مجرب و کارشناسان شرکت تعاونی شباهنگ تأیید کردند و پایایی آن با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ (بین ۰/۹۷ و ۰/۷۶) محرز شد. جامعه آماری تحقیق شامل ۲۵۰ نفر از کارمندان و کارکنان فعال شرکت تعاونی روستایی شباهنگ شهریار بودند که با استفاده از جدول کرجسی - مورگان ۱۵۲ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. نمونه‌گیری به شیوه تصادفی ساده انجام شد. محاسبات آماری این تحقیق به وسیله نرم افزار SPSS 19 صورت گرفته است.

در این تحقیق رتبه‌بندی مؤلفه‌های کارآفرینی با آزمون فریدمن انجام شد. همچنین برای مقایسه دیدگاه گروه‌های مختلف پاسخگویان و مشخص نمودن تفاوت نظر یا هم‌رایی آن‌ها از آزمون‌های مرتبط با مقایسه میانگین بهره گرفته شد. در مواردی که توزیع نمونه در زیرگروه‌ها متوازن بود از آزمون t و در سایر موارد از آزمون من ویت‌نی استفاده شد. در نهایت، به منظور دسته‌بندی عوامل تأثیرگذار بر موفقیت و تبیین میزان تأثیر این عوامل از آزمون‌های تحلیل عاملی و رگرسیون گام به گام استفاده گردید.

نتایج و بحث

ویژگی‌های پاسخگویان

میانگین سنی پاسخگویان ۳۲/۹۳ بود که بیشتر آنان یعنی ۵۱/۵ درصد در گروه سنی ۲۳-۳۱ قرار داشتند. حدود ۶۵ درصد از پاسخگویان مرد بودند. از میان پاسخگویان ۵۲/۲ درصد عضو تعاونی و اعضای خانواده ۵۳ نفر از پاسخگویان نیز در تعاونی مشغول به کار بودند. میزان تحصیلات ۵۸ نفر (۵۷/۸ درصد) پاسخگویان، لیسانس و بالاتر بود. اندکی بیش از ۴۸ درصد از پاسخگویان در رشته تحصیلی مدیریت تحصیل کرده بودند. از نظر وضعیت استخدامی، اندکی بیش از ۴۶ درصد از پاسخگویان رسمی و ۵۴ درصد قراردادی بودند. بیشتر پاسخگویان یعنی ۱۱۱ نفر (۷۶/۶ درصد) به عنوان کارمند مشغول به کار بودند. ۷۷ نفر (۵۷ درصد) از پاسخگویان دارای سابقه شغلی بین ۱ تا ۷ سال در شرکت تعاونی مورد مطالعه، ۱۷ نفر از آن‌ها (۴۳/۶ درصد) دارای سابقه شغلی بین ۳ تا ۱۰ سال در بخش خصوصی و ۴۹ نفر (۸۷/۵ درصد) دارای سابقه شغلی بین ۱ تا ۵ سال در بخش دولتی بودند. حدود ۳۶ درصد پاسخگویان دارای سابقه راه‌اندازی کسب و کار به صورت جمعی یا فردی بودند. از بین پاسخگویان، ۸۶ نفر (۵۹/۳ درصد) تمایلی به راه‌اندازی کسب و کار جدید نداشته‌اند. ۱۳۲ نفر (۹۰/۴ درصد) از پاسخگویان تمایلی به کناره‌گیری از شرکت و راه‌اندازی کسب‌وکار مستقل نداشتند. در این بین، ۱۱۱ نفر (۷۹/۹ درصد)

از پاسخگویان بیان داشتند که به کار دیگری در کنار تعاونی مشغول نیستند. بر اساس اظهار نظر پاسخگویان، ۴۴ نفر (۸۳ درصد) از آن‌ها یک یا دو بار در دوران خدمت خود در شرکت ارتقای شغلی یافته‌اند، ۱۴ نفر (۶۳/۶ درصد) بیش از سه بار موفق به اخذ جوایز و تقدیرنامه‌هایی از سوی شرکت شده‌اند و ۸۷ نفر (۶۶/۴ درصد) بیان داشتند که دوره‌های آموزشی و توجیهی در بدو استخدام را از سوی شرکت گذرانده‌اند. طبق نتایج تحقیق، ۴۳ نفر (۵۵/۸ درصد) از پاسخگویان کمتر از چهار بار طرح یا ایده‌ای نو را به شرکت ارائه کرده‌اند و ۳۴ نفر (۴۴/۲ درصد) نیز بیان داشتند که بیش از چهار بار طرح یا ایده نویی را به شرکت ارائه نموده‌اند.

توصیف و رتبه‌بندی مؤلفه‌های کارآفرینی شرکتی

پس از توصیف گویه‌های مربوط به مؤلفه‌های مختلف کارآفرینی شرکتی (جدول ۱)، برای توصیف یکپارچه مؤلفه‌های کارآفرینی شرکتی از فرمول ISDM (اختلاف انحراف معیار از میانگین) استفاده و نتایج در چهار طبقه ضعیف، متوسط، خوب و عالی بیان شد (جدول ۲). بیشتر پاسخگویان (۴۰/۵ درصد) حمایت مدیریت ارشد در توسعه کارآفرینی شرکتی را در حد خوب، اکثر پاسخگویان (۴۸/۶ درصد) اختیارات و آزادی عمل در توسعه کارآفرینی شرکتی را در حد متوسط، غالب پاسخگویان (۳۹/۲ درصد) سیستم پاداش را در حد خوب، بیشتر پاسخگویان (۸۱/۸ درصد) زمان در دسترس را در حد متوسط و اغلب پاسخگویان (۴۹/۳ درصد) وضعیت مؤلفه مرزها، موانع و ساختار اداری شرکت برای کارآفرینی شرکتی را در حد متوسط ارزیابی کردند.

جدول ۱. توصیف مؤلفه‌های کارآفرینی شرکتی

مؤلفه	گویه‌ها	میانگین*	انحراف معیار	CV
مؤلفه جدید ارشد	مدیریت ارشد شرکت در جریان امور شرکت قرار دارد و به ایده‌های اعضا یا کارکنان توجه می‌کند.	۳/۹۳	۱/۰۲	۰/۲۶
	مدیریت اجرایی شرکت به داشتن تجربه در خصوص نوآوری و ابتکار عمل مشهور است.	۳/۸۷	۱/۰۶	۰/۲۷
	ارائه ایده‌های جدید به منظور توسعه تعاونی مورد تشویق قرار می‌گیرد.	۳/۸۲	۱/۱۰	۰/۲۹
	شرکت در استفاده از روش‌های کاری بهبودیافته و پیشنهادهای سودمند اعضا یا کارکنان سرعت عمل به خرج می‌دهد.	۳/۵۸	۱/۰۷	۰/۳۰
	مدیریت شرکت افراد را ترغیب می‌کند تا ریسک معقول و حساب‌شده ایده‌های جدید خود را متقبل شوند.	۳/۵۸	۱/۱۰	۰/۳۱
	مدیریت شرکت به صورت عادلانه از توسعه و توانمندی شغلی کارکنان بخش‌های مختلف، اعم از اداری یا تخصصی، پشتیبانی می‌کند.	۳/۵۱	۱/۱۲	۰/۳۲
	در این شرکت بر تلاش افراد نوآور و ریسک‌پذیر برای پیگیری ابتکارات و طرح‌های جدید، صرف‌نظر از شانس موفقیت‌آمیز بودن، ارجح نهاده می‌شود.	۳/۳۷	۱/۱۴	۰/۳۴
	گزینه‌های مختلفی در این شرکت وجود دارد تا افراد بتوانند پشتیبانی مالی لازم را برای پیاده‌سازی ایده‌ها و طرح‌های نوآورانه خود دریافت کنند.	۳/۲۲	۱/۱۲	۰/۳۵
	کارکنانی که مشغول کار روی طرح‌های یا موضوع خاصی هستند این اجازه را دارند که به تشخیص خود تصمیمات لازم را بدون نیاز به صرف وقت و پیمودن مراحل متعدد برای توجیه و تصویب آن اتخاذ نمایند.	۳/۳۶	۱/۲۵	۰/۳۷
	مدیریت اجرایی شرکت اجازه می‌دهد نوآوران برای پیگیری ایده‌های خویش رویه‌های کاری نامناسب و انعطاف‌ناپذیر اداری را دور بزنند.	۳/۰۲	۱/۲۱	۰/۴۰
مؤلفه ارزان و آزادی عمل	در انجام امور شغلی‌ام چالش‌های مثبت زیادی را تجربه می‌کنم.	۳/۳۷	۰/۹۸	۰/۲۶
	شرکت فرصت مناسبی را در اختیار من قرار می‌دهد تا از توانایی‌هایم استفاده کنم.	۳/۶۱	۱/۰۳	۰/۲۸
	قضاوت و خودارزیابی من در انجام وظایف محوله از سوی مدیریت ارجح نهاده می‌شود.	۳/۳۸	۱/۰۳	۰/۳۰
	شرح وظایف و شیوه ارزیابی شغلی به من اجازه می‌دهد که دست به نوآوری و ابتکار عمل بزنم.	۳/۳۵	۱/۱۹	۰/۳۵
	من در انجام امور شغلی‌ام از استقلال و اختیارات لازم برخوردارم.	۳/۳۴	۱/۲۴	۰/۳۷
	من احساس می‌کنم در انجام امور شغلی "خودم رئیس خودم هستم" و مجبور نیستم تمام تصمیمات خود را با فرد دیگری چک کنم.	۳/۰۴	۱/۲۵	۰/۴۱
	من در محیط کار به خاطر اشتباهات کاری‌ام مورد انتقاد و جریمه قرار نمی‌گیرم.	۲/۵۶	۱/۱۲	۰/۴۴

ادامه جدول ۱

۰/۲۳۷	۰/۸۸	۳/۷۲	سرپرست یا مدیر به من کمک می‌کند تا تنگناها و موانع موجود بر سر راه انجام درست کارها را کنار بزنم.	سیستم پاداش	
۰/۲۴۱	۰/۸۳	۳/۴۳	درک روشن و شفاف از سطح عملکرد کاری مورد انتظار از من به لحاظ کیفیت، کمیت و محدوده زمانی انجام امور و ارائه نتایج دارم.		
۰/۳۰۰	۱/۰۱	۳/۳۷	سرپرست یا مافوقم به طور مکرر درباره حجم کاری و عملکردم در شرکت با من صحبت می‌کند.		
۰/۳۳۶	۱/۱۱	۳/۳۰	مدیر یا سرپرست من در هنگام ارزشیابی، تمام قوانین، شرح خدمات و مشخصه‌های شغلی مورد انتظار را در نظر می‌گیرد.		
۰/۳۴۰	۱/۱۱	۳/۲۶	سرپرست یا مافوقم عملکرد خوب و برجسته من را به رئیس یا هیئت مدیره شرکت گزارش می‌دهد.		
۰/۳۷۱	۱/۲۴	۳/۳۳	مدیر/سرپرست من اگر عملکرد خوبی در کارم داشته باشم، مسئولیت‌های شغلی بیشتری را به من محول می‌نماید.		
۰/۳۷۹	۱/۱۹	۳/۱۴	افرادى که به طرح و پیگیری ابتکارات و نوآوری مشغول هستند در قبال ایده‌ها و تلاش‌های خویش پاداش و مزایای بیشتر از حد معمول را دریافت می‌کنند.		
۰/۴۹۹	۱/۲۷	۲/۵۵	میزان پاداش و تشویقی دریافتی من متناسب با عملکرد شغلی‌ام است.		
۰/۳۵	۱/۱۷	۳/۳۶	من و همکارانم همواره زمانی را برای حل مسائل و مشکلات زمان‌بر در شرکت پیدا می‌کنیم.		زمان صرفه جویی
۰/۳۸	۱/۲۱	۳/۱۴	فقط به اندازه‌ای زمان در اختیار دارم که بتوانم وظایف شغلی‌ام را به خوبی انجام دهم.		
۰/۳۷	۱/۱۷	۳/۱۵	همواره از زمان کافی برای انجام هرکاری در شرکت برخوردارم.		
۰/۵۳	۱/۳۱	۲/۴۹	من و همکارانم همواره زمانی را برای حل مسائل و مشکلات زمان‌بر در شرکت پیدا می‌کنیم.	فرآیند	
۰/۳۷	۱/۰۶	۲/۸۴	قواعد و رویه‌های مکتوب و مستند محدودی برای انجام وظایف شغلی‌ام وجود دارد.		
۰/۳۰	۰/۹۹	۳/۲۵	من در انجام وظایف شغلی اصلی‌ام مجبور نیستم از رویه‌های عملیاتی و قواعد وضعی زیادی پیروی کنم.		
۰/۳۸	۱/۱۲	۲/۹۶	من به ندرت به صورت روزانه و مستمر برای انجام وظایف عمده شغلی‌ام از روش‌ها و مراحل کاری مشابه و یکنواخت پیروی می‌کنم.		

مأخذ: یافته‌های تحقیق

* طیف لیکرت پنج گزینه‌ای (خیلی کم=۱ تا خیلی زیاد=۵)

برای مقایسه میزان اهمیت هر کدام از مؤلفه‌ها (حمایت مدیریت ارشد، اختیارات و آزادی عمل، سیستم پاداش، زمان در دسترس و مرزها، موانع و ساختار اداری شرکت) از آزمون فریدمن

استفاده شد. بر این پایه، در سطح اطمینان ۹۹ درصد، مؤلفه‌های کارآفرینی شرکتی آثار یکسان و اولویت یکسانی ندارند. در این بین، مؤلفه‌های "حمایت مدیریت ارشد"، "اختیارات و آزادی عمل"، "سیستم پاداش" و "زمان در دسترس"، "مرزها، موانع و ساختار اداری شرکت" به ترتیب اهمیت بیشتری داشته‌اند (جدول ۲).

جدول ۲. رتبه‌بندی مؤلفه‌های کارآفرینی شرکتی

مؤلفه	میانگین رتبه‌ای	رتبه	کم	متوسط	خوب	عالی
(معنی‌داری=۰/۰۰ و کای‌دو=۴۷/۳۹۸)	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
حمایت مدیریت ارشد	۳/۵۸	۱	۱۲	۸/۱	۴۶	۳۱/۱
اختیارات و آزادی عمل	۳/۲۵	۲	۱۵	۱۰/۱	۷۲	۴۸/۶
سیستم پاداش	۳/۰۲	۳	۲۷	۱۸/۲	۴۹	۳۳/۱
زمان در دسترس	۲/۶۷	۴	۲۷	۱۸/۲	۱۲۱	۸۱/۸
مرزها، موانع و ساختار اداری شرکت	۲/۴۹	۵	۱۸	۱۲/۲	۷۳	۴۹/۳

مأخذ: یافته‌های تحقیق

توصیف عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی شرکتی در تعاونی

از بین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی شرکتی در شرکت تعاونی شباهنگ، گویه‌های "ارائه خدمات و محصولات جدید نسبت به سایر تعاونی‌ها" و "معرفی مناسب شرکت در سطح منطقه و کشور با شرکت در جشنواره‌ها و مجامع مختلف" به ترتیب بالاترین اولویت‌ها بودند و گویه "حمایت بانک‌ها و مؤسسات مالی اعتباری از شرکت تعاونی شباهنگ" در پایین‌ترین مرتبه قرار گرفت. در کل، بالا بودن میانگین گویه‌ها نشان‌دهنده وضعیت مطلوب کنونی شرکت تعاونی از دیدگاه پاسخگویان است (جدول ۳).

جدول ۳. رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی شرکتی در تعاونی شباهنگ

رتبه	CV	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها
۱	۰/۲۲۲۸	۰/۹۲۸۷	۴/۱۷	ارائه خدمات و محصولات جدید نسبت به سایر تعاونی‌ها
۲	۰/۲۲۲۶	۰/۹۵۵۷	۴/۱۱	معرفی مناسب شرکت در سطح منطقه و کشور با شرکت در جشنواره‌ها و مجامع مختلف
۳	۰/۲۳۴	۰/۹۰۳۶	۳/۸۶	وجود بازار مناسب برای ارائه محصولات و خدمات شرکت توأم با بهره‌گیری از یک راهبرد بازاریابی مناسب
۴	۰/۲۴۰	۰/۹۳۴۱	۳/۸۹	تنوع‌بخشی شرکت به محصولات و خدمات ارائه شده در قالب یک راهبرد توسعه‌ای به منظور شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های تولیدی
۵	۰/۲۴۰	۰/۹۵۰۰	۳/۹۵	حمایت مناسب اعضا از فعالیت‌های شرکت
۶	۰/۲۵۰	۰/۹۸۴۴	۳/۹	تسلط مدیریت و کارکنان بر قوانین موضوعه مربوطه و پایبندی و رعایت آن‌ها
۷	۰/۲۵۱۰	۰/۹۵۹۸	۳/۸۲	هزینه‌کرد متناسب بودجه‌ها در امور جاری و سرمایه‌گذاری (شفافیت شرکت در امور مالی، برنامه‌ریزی و بودجه‌ریزی)
۸	۰/۲۵۱۴	۰/۹۵۴۵	۳/۸۰	تنظیم بودجه شرکت با توجه به منابع مالی مناسب در دسترس
۹	۰/۲۵۳	۰/۹۶۹۳	۳/۸۴	برگزاری کلاس‌های آموزشی و ترویجی برای کشاورزان و روستاییان با بهره‌گیری از آموزشگران با تجربه
۱۰	۰/۲۶۰	۰/۹۷۱۴	۳/۷۴	تسهیل پرداخت اعتبارات به اعضا از طریق صندوق‌های قرض‌الحسنه
۱۱	۰/۲۶۶	۰/۹۸۱۸	۳/۹۶	فراهم‌سازی زمینه مشارکت و پیگیری خواسته‌های اعضا در قالب مجامع عمومی
۱۲	۰/۲۷۰	۱/۰۲۷۹	۳/۸۰	رضایت و استقبال اعضا از خدمات ارائه شده شرکت تعاونی شباهنگ
۱۳	۰/۲۷۱	۱/۰۱۲۶	۳/۷۴	مکان و موقعیت جغرافیایی مناسب استقرار شرکت
۱۴	۰/۲۷۶	۱/۰۰۳۵	۳/۶۴	دسترسی و بهره‌گیری از نیروی کار ورزیده و ماهر
۱۵	۰/۲۷۶	۱/۱۰۹۴	۴/۰۲	وجود اعتماد عمومی (اعضا، مشتریان و مخاطبان) نسبت به شرکت تعاونی شباهنگ
۱۶	۰/۲۷۸	۱/۰۴۵۶	۳/۷۶	پایبندی به تعهدات متقابل شرکت
۱۷	۰/۲۷۹	۰/۹۷۲۳	۳/۴۹	آشنایی و هم‌راستایی فعالیت شرکت با سیاست‌های دولت به منظور بهره‌گیری مناسب از تسهیلات و حمایت‌های دولتی
۱۸	۰/۲۷۹۸	۱/۰۳۰۴	۳/۶۸	تعامل با مؤسسات تحقیقاتی و دانشگاهی
۱۹	۰/۲۸۰۳	۱/۱۱۵۶	۳/۹۸	رویکرد کارآفرینانه مدیرعامل و هیئت مدیره تعاونی شباهنگ
۲۰	۰/۲۸۱	۱/۰۷۷۸	۳/۸۳	تجربه و تعهد کاری شایسته کارکنان و مدیران شرکت
۲۱	۰/۲۸۲	۱/۰۷۰۷	۳/۷۹	تلاش شرکت برای شناسایی نیازها و تأمین امکانات رفاهی برای اعضا

ادامه جدول ۳

۲۲	۰/۲۸۴	۱/۰۳۹۳	۳/۶۷	تفویض اختیار به کارکنان و جواب خواستن در عوض این تفویض اختیار
۲۳	۰/۲۸۶	۱/۰۲۹۱	۳/۵۹	برگزاری نشست‌هایی منظم با اعضا جهت توسعه تعاونی و ارتباط مؤثر با اعضای تعاونی
۲۴	۰/۲۹۲	۱/۰۵۳۹	۳/۶۱	شرایط مناسب اقلیمی برای فعالیت کشاورزی در منطقه
۲۵	۰/۲۹۳	۱/۰۶۸۲	۳/۶۵	تعهد و تلاش شرکت برای شناسایی نیازها و ارائه خدمات متناسب با آن به اعضا
۲۶	۰/۲۹۵	۱/۱۰۸۸	۳/۷۶	ثبات قوانین و مقررات حاکم بر قلمرو و حوزه فعالیت شرکت
۲۷	۰/۲۹۸	۱/۰۸۷	۳/۶۱	اطلاع‌رسانی مناسب و مستمر در خصوص امور شرکت به اعضا و کارکنان
۲۸	۰/۳۰۰	۱/۱۶۷۲	۳/۸۹	بهره‌گیری مناسب از مشاوران برای پیشبرد امور شرکت
۲۹	۰/۳۰۱	۱/۱۳۵۸	۳/۷۸	برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی کاری برای افراد تازه‌جذب شده
۳۰	۰/۳۰۲	۰/۹۸۹۵	۳/۲۸	انتخاب و تداوم همکاری با شرکای مناسب
۳۱	۰/۳۰۳	۰/۱۴۶۱	۳/۷۸	بهره‌گیری مناسب از دانش فنی و فناوری‌های جدید در حوزه کاری شرکت
۳۲	۰/۳۰۵	۱/۱۹۴۸	۳/۹۱	اولویت‌بخشی به جذب اعضا یا فرزندان آن‌ها در کادر اداری شرکت
۳۳	۰/۳۱۱	۱/۰۷۰۸	۳/۴۵	توجه به انتخاب اعضای شایسته برای عضویت در مجمع تعاونی
۳۴	۰/۳۱۸	۱/۰۹۶۰	۳/۴۵	خرید تضمینی بموقع محصولات از سوی شرکت
۳۵	۰/۳۴۶	۱/۲۳۴۹	۳/۵۷	فضای مناسب کاری در شرکت برای ارتباط و تعامل کارکنان و مدیران
۳۶	۰/۳۶۶	۱/۳۰۰۴	۳/۵۵	قانونمندی، ضابطه‌گرایی و شایسته‌سالاری در انتصابات شرکت تعاونی شباهنگ
۳۷	۰/۳۹۶	۱/۲۱۳۵	۳/۰۶	حمایت بانک‌ها و مؤسسات مالی اعتباری از شرکت تعاونی شباهنگ

مأخذ: یافته‌های تحقیق

مقایسه دیدگاه پاسخگویان درباره مؤلفه‌های کارآفرینی شرکتی

در این تحقیق برای مقایسه دیدگاه گروه‌های مختلف پاسخگویان و مشخص نمودن تفاوت‌نظر یا هم‌رایی آن‌ها از آزمون‌های مرتبط با مقایسه میانگین بهره گرفته شد. در مواردی که توزیع نمونه در زیر گروه‌ها متوازن بود از آزمون t و در سایر موارد از آزمون من ویت نی استفاده شد.

بین دیدگاه دو گروه افراد دارای سابقه راه‌اندازی کسب و کار به صورت فردی یا جمعی و بدون این سابقه نسبت به مؤلفه‌های «حمایت مدیریت و اختیارات و آزادی عمل» در سطح

۵ درصد و مؤلفه «زمان در دسترس» در سطح ۱ درصد آماری تفاوت معنی‌داری وجود دارد (جدول ۴). در واقع، افراد دارای سابقه راه‌اندازی کسب و کار به طور فردی یا جمعی این عوامل را در راستای توسعه کارآفرینی شرکتی در شرکت شباهنگ مهم‌تر تلقی کرده‌اند. همسو با این یافته و بنابر تحقیقات گذشته، در حالتی که کار جمعی یا گروهی تحت کنترل مستمر و حمایت مدیریت در شرکت در حال انجام باشد، کارآفرینی شرکت نیز به دور از هرج و مرج توسعه خواهد یافت. (سختداری و همکاران، ۱۳۸۵). بنابراین، کسب تجربه در محیط کار قبلی باعث شده است افراد آشنایی بهتری با مدیریت یک واحد و اختیارات و موانع و منابع در دسترس خود داشته باشند. وجود سابقه و تجربه قبلی باعث شده است تا افراد تفاوت بین مدیران را در راستای کارآفرینی شرکتی و موفقیت یک مجموعه بیشتر مؤثر بدانند، چون با وجود حمایت مدیریت از سوی فردی که دارای روحیه و خصایص کارآفرینانه است، نوعی حس تعهد، انگیزه و اعتماد به نفس در کارکنان ایجاد شده که همین عامل نقش مهمی در پیشبرد کارآفرینی شرکتی ایفا می‌کند. این افراد به دلیل تجربه ناشی از آزادی عمل در محیط کاری، به صورت حرفه‌ای‌تر و تخصصی‌تر عمل کرده و همین مطلب باعث دریافت حمایت بیشتری از سوی مدیریت می‌شود. از سوی دیگر، با توجه به سابقه خوبی که داشته‌اند، مدیریت نیز ممکن است با آنان مانند افراد تازه کار برخورد نکند و به آنان در کارشان اعتماد بیشتری نماید و اختیارات و آزادی عملشان را به منظور دستیابی به سودآوری، نوآوری و رشد و یا بهره‌گیری از تجربه آنان بیشتر کند. به همین دلیل، این افراد با حضور در تعاونی شباهنگ و کار در این محیط و کسب تجربه‌ای جدید و مقایسه‌ای که بین تجربیات خود داشته‌اند، سه عامل حمایت مدیریت، اختیارات و آزادی عمل و زمان در دسترس را به عنوان عوامل کلیدی در توسعه کارآفرینی شرکتی مورد تأکید قرار دادند. این نتیجه‌گیری با بیشتر نتایج مطالعات (از جمله Scheeper et al., 2008) مطابقت دارد.

جدول ۴. مقایسه مؤلفه‌های کارآفرینی شرکتی در بین پاسخگویان دارای سابقه راه‌اندازی کسب‌وکار و

فاقد سابقه

معنی‌داری	مقدار آماره t	انحراف معیار	میانگین	تعداد	متغیر مستقل	
					سابقه راه‌اندازی کسب و کار	متغیر وابسته
۰/۰۲۴	*(۲/۲۸۱)	۰/۸۱	۳/۷۰	۵۰	بله	حمایت مدیریت
		۰/۸۵	۳/۳۶	۸۳	خیر	ارشد
۰/۰۳	*(۲/۹۸۲)	۰/۶۲	۳/۵۵	۵۰	بله	اختیارات و آزادی
		۰/۷۶	۳/۱۸	۹۰	خیر	عمل
۰/۲۰۳	(۱/۲۷۹)	۰/۷۵	۳/۳۸	۵۱	بله	سیستم پاداش
		۰/۷۶	۳/۲۱	۹۰	خیر	
۰/۰۰۰	**(۳/۶۱۶)	۰/۸۱	۳/۷۱	۵۱	بله	دسترسی به زمان
		۰/۷۰	۳/۱۸	۹۰	خیر	
		۰/۸۵	۳/۹۰	۵۱	بله	
۰/۱۸۰	(-۱/۳۴۷)	۰/۸۱	۳/۸۹	۹۰	خیر	ساختار اداری
		۰/۴۶	۳/۲۴	۵۱	بله	شرکت
۰/۶۵۷	(۰/۴۴۵)	۰/۴۶	۳/۲۴	۵۱	بله	کارآفرینی شرکتی
		۰/۶۱	۳/۲۰	۹۰	خیر	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

* معنی‌داری در سطح ۵ درصد آماری ** معنی‌داری در سطح ۱ درصد آماری

بین دیدگاه افرادی که دوره‌های آموزشی و توجیهی را در بدو استخدام گذرانده‌اند و آن‌ها که این دوره‌ها را سپری نکرده‌اند نسبت به مؤلفه «زمان در دسترس» در سطح معنی‌داری ۱ درصد و «سیستم پاداش و کارآفرینی شرکتی» در سطح ۵ درصد آماری تفاوت معنی‌داری وجود دارد

(جدول ۵). بنابراین، با افزایش آگاهی در افراد در نتیجه آموزش، آن‌ها توان ترکیب مهارت‌های لازم در راستای خلق ایده و اندیشه نو را پیدا کرده و مسئولیت‌های محول شده را به‌درستی به ثمر می‌رسانند و در این صورت به منظور استفاده درست از فرصت‌های موجود و منابع در دسترس و برای انجام صحیح وظایف محول شده مدیریت صحیحی اعمال خواهند کرد. پس هر اندازه افراد در خصوص وظایف کاری خود توجیه شوند، انتظار می‌رود بتوانند زمان در دسترس را بهتر مدیریت نمایند. با انجام بهتر امور محوله و نشان دادن عملکرد بهتر احتمالاً مدیریت از طریق سیستم پاداش از آنان قدردانی لازم را خواهد کرد. همچنین احتمالاً افرادی که دوره‌های توجیهی را سپری کنند، آگاهی بیشتری از ترفیع، سیستم پاداش و سایر مسائل شرکت پیدا نموده و به همین دلیل، این عامل را در راستای کارآفرینی شرکتی مهم‌تر ارزیابی کرده‌اند. یکی از عواملی که در شرکت‌ها در راستای توسعه کارآفرینی شرکتی مطرح است، تسهیم دانش، شناخت و ایجاد آگاهی در افراد به منظور بهره‌گیری از مهارت‌ها و توان ترکیب آن‌ها برای بهره‌برداری در جهت استفاده از مزیت‌های رقابتی و دستیابی به کارآفرینی شرکتی است. در حقیقت، سرمایه‌های فکری یک شرکت کلید دانش آن شرکت است. با شکل‌گیری جریان دانش مورد نیاز در یک شرکت، از طریق ایجاد خودآگاهی در افراد درباره مهارت‌های خاص و فرایندهایی که در طی روند شغلی درگیر آن می‌شوند، می‌توان آن‌ها را در راستای شناسایی و بهره‌گیری از فرصت‌ها یاری کرد. این امر خود گامی مؤثر در راستای توسعه کارآفرینی شرکتی محسوب می‌شود (Chandler et al., 2000; McFadzean et al., 2005).

جدول ۵. مقایسه بین مؤلفه‌های کارآفرینی شرکتی و گذراندن دوره‌های آموزشی-توجهی در بدو

استخدام						
معنی‌داری	مقدار آماره t	انحراف معیار	میانگین	تعداد	گذراندن دوره‌های آموزشی توجهی	متغیر وابسته
۰/۱۲۱	(-۱/۵۶۲)	۰/۸۲	۳/۵۸	۸۲	بله	حمایت مدیریت
		۰/۷۱	۳/۳۵	۴۳	خیر	ارشد
۰/۴۸۴	(-۰/۷۰۱)	۰/۷۳	۳/۲۴	۸۷	بله	اختیارات و آزادی
		۰/۷۳	۳/۳۵	۴۳	خیر	عمل
۰/۰۱۵	(۲/۴۵۳)*	۰/۶۸	۳/۳۹	۸۷	بله	سیستم پاداش
		۰/۷۲	۳/۰۷	۴۴	خیر	
۰/۰۰۱	(۳/۲۹۲)**	۰/۸۰	۳/۱۷	۸۷	بله	زمان در دسترس
		۰/۵۴	۳/۷۸	۴۴	خیر	
۰/۰۷۷	(۱/۷۸۲)	۰/۷۹	۳/۰۸	۸۷	بله	مرزها، موانع و
		۰/۸۱	۳/۸۲	۴۴	خیر	ساختار اداری شرکت
۰/۰۲۷	(۲/۲۳۷)*	۰/۵۷	۳/۲۹	۸۷	بله	کارآفرینی شرکتی
		۰/۴۲	۳/۷	۴۴	خیر	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

بین دیدگاه دو گروه افراد عضو و غیر عضو در تعاونی نسبت به مؤلفه‌های «مرزها، موانع و ساختار اداری شرکت؛ اختیارات و آزادی عمل؛ کارآفرینی شرکتی» در سطح معنی‌داری ۵ درصد و نسبت به مؤلفه‌های «حمایت مدیریت ارشد و زمان در دسترس» در سطح معنی‌داری ۵ درصد تفاوت معنی‌داری وجود دارد (جدول ۶). این نتایج را این‌گونه می‌توان توجیه کرد که افراد عضو در شرکت تعاونی خود را مالک و نافع شرکت می‌دانند. با توجه به اینکه مدیریت ارشد این شرکت تعاونی توجه خاصی به افراد عضو دارد، افراد شاغل در شرکت که عضو تعاونی هستند،

حمایت بیشتری از مدیریت ارشد دریافت می‌کنند و چون عضوی از این خانواده هستند، اختیارات و آزادی عملی بیشتری نیز دارند. بنابراین، این افراد عامل‌های حمایت مدیریت و اختیارات و آزادی عمل را از جمله عوامل مؤثر در راستای توسعه کارآفرینی شرکتی مطرح کرده‌اند.

جدول ۶. مقایسه مؤلفه‌های کارآفرینی شرکتی در بین گروه‌های عضو و غیر عضو در تعاونی

معنی داری	مقدار آماره t	انحراف معیار	میانگین	تعداد	عضویت در تعاونی	متغیر وابسته
۰/۰۴۹	*(۱/۹۸۸)	۰/۷۶	۳/۶۱	۷۰	بله	حمایت مدیریت ارشد
		۰/۸۶	۳/۳۳	۵۹	خیر	
۰/۰۰۰	**(۳/۶۸۸)	۰/۶۸	۳/۵۱	۷۰	بله	اختیارات و آزادی عمل
		۰/۷۶	۳/۰۵	۶۳	خیر	
۰/۱۴۱	(۱/۴۸۰)	۰/۸۵	۳/۳۴	۷۰	بله	سیستم پاداش
		۰/۶۸	۳/۱۵	۶۴	خیر	
۰/۰۳۶	*(۲/۱۲۱)	۰/۷۹	۳/۱۹	۷۰	بله	زمان در دسترس
		۰/۶۷	۳/۹۲	۶۴	خیر	
۰/۰۰۰	**(۰/۸۳۴)	۰/۷۵	۳/۲۶	۷۰	بله	مرزها، موانع و ساختار اداری شرکت
		۰/۷۶	۳/۷۶	۶۴	خیر	
۰/۰۰۰	**(۳/۷۹۱)	۰/۵۴	۳/۳۹	۷۰	بله	کارآفرینی شرکتی
		۰/۵۰	۳/۰۵	۶۴	خیر	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتایج نشان داد بین دیدگاه دو گروه افرادی که اعضای خانواده‌شان عضو تعاونی هستند و سایرین نسبت به مؤلفه‌های «سیستم پاداش؛ حمایت مدیریت ارشد؛ اختیارات و آزادی عمل؛ کارآفرینی شرکتی» در سطح ۱ درصد آماری تفاوت معنی‌داری وجود دارد (جدول ۷). در واقع، افرادی که اعضای خانواده‌شان عضو تعاونی هستند، به دلیل هم‌گرایی خانوادگی، خود را عضوی از شرکت تعاونی و در حقیقت مالک و نافع شرکت تعاونی می‌دانند. در همین خصوص، زهرا

(Zahra, 1996) در تحقیقی تحت عنوان «بررسی حاکمیت، مالکیت و کارآفرینی شرکتی» به این نتیجه رسید که در بلندمدت ارتباط مثبتی بین مالکیت سهام و کارآفرینی شرکتی شکل می‌گیرد. جدول ۷. مقایسه مؤلفه‌های کارآفرینی شرکتی با توجه به عضویت اعضای خانواده پاسخگویان در

تعاونی

متغیر وابسته	عضویت اعضای خانواده در تعاونی	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار آماره t	معنی داری
حمایت مدیریت ارشد	بله	۴۹	۳/۷۳	۰/۸۰	** (۲/۸۰۵)	۰/۰۰۶
	خیر	۷۱	۳/۳۳	۰/۷۵		
اختیارات و آزادی عمل	بله	۵۳	۳/۴۸	۰/۷۵	** (۲/۷۵۸)	۰/۰۰۷
	خیر	۷۳	۳/۱۳	۰/۶۸		
سیستم پاداش	بله	۵۳	۳/۵۱	۰/۸۱	** (۲/۸۶۲)	۰/۰۰۵
	خیر	۷۳	۳/۱۳	۰/۶۸		
زمان در دسترس	بله	۵۳	۲/۲۵	۰/۸۴	(۱/۶۷۸)	۰/۰۹۷
	خیر	۷۳	۳/۰۱	۰/۶۷		
مرزها، موانع و ساختار اداری شرکت	بله	۵۳	۳/۰۸	۰/۷۰	(۰/۴۰۲)	۰/۶۸۸
	خیر	۷۳	۳/۰۳	۰/۷۸		
کارآفرینی شرکتی	بله	۵۳	۰/۵۸	۰/۵۸	** (۲/۹۳)	۰/۰۰۴
	خیر	۷۳	۰/۴۹	۰/۴۹		

مأخذ: یافته‌های تحقیق

بین دیدگاه افراد دارای تمایل به راه‌اندازی کسب و کار در کنار کار تعاونی (جدول ۸) و افراد بدون این تمایل تنها در مؤلفه «زمان در دسترس» تفاوت معنی‌دار (در سطح ۵ درصد) وجود دارد (جدول ۸). این افراد به منظور اتمام کارها، وظایف و طرح‌های محول شده باید مدیریت درستی بر زمان داشته باشند تا بتوانند در حداقل زمان، وظایف محوله را انجام دهند تا در زمان

باقی مانده بتوانند اقدامات لازم را در جهت توسعه کسب و کار راه اندازی شده انجام دهند. به همین جهت می توان گفت از دیدگاه این افراد، زمان در دسترس برای کارآفرینی شرکتی مهم تر است. جدول ۸. مقایسه مؤلفه های کارآفرینی شرکتی به تفکیک پاسخگویان دارای تمایل به راه اندازی کسب

و کار دیگر و بدون این تمایل

متغیر وابسته	تمایل به راه اندازی کسب و کار جدید	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار آماره t	معنی داری
حمایت مدیریت ارشد	بله	۵۷	۳/۴۵	۱/۰۶	(-۰/۱۸۴)	۰/۸۵۴
	خیر	۸۰	۳/۴۸	۰/۶۷		
اختیارات و آزادی عمل	بله	۵۸	۳/۱۸	۰/۸۹	(-۱/۱۶۸)	۰/۲۴۶
	خیر	۸۶	۳/۳۳	۰/۶۱		
سیستم پاداش	بله	۵۹	۳/۱۷	۰/۸۷	(-۱/۱۰۹)	۰/۲۶۹
	خیر	۸۶	۳/۳۱	۰/۶۸		
زمان در دسترس	بله	۵۹	۲/۸۹	۰/۸۵	(-۲/۱۹۰)*	۰/۰۳۰
	خیر	۸۶	۳/۱۷	۰/۶۹		
مرزها، موانع و ساختار اداری شرکت	بله	۵۹	۲/۸۹	۰/۹۳	(-۱/۵۸۸)	۰/۱۱۶
	خیر	۸۶	۳/۱۱	۰/۶۳		
کارآفرینی شرکتی	بله	۵۹	۳/۱۱	۰/۶۹	(-۱/۶۴)	۰/۱۰۳
	خیر	۸۶	۳/۲۷	۰/۴۷		

مأخذ: یافته های تحقیق

بین دیدگاه افراد دارای تحصیلات پایین تر از لیسانس و افراد دارای تحصیلات لیسانس و بالاتر نسبت به مؤلفه «مرزها، موانع و ساختار اداری شرکت» تفاوت معنی داری در سطح ۵ درصد آماری وجود دارد. افراد با سطح تحصیلات بالاتر تأثیر روش های کنترل و سیاست های سازمانی را که در قالب مرزها، موانع و ساختار اداری شرکت جای می گیرد (جدول ۹)، بیشتر از سایرین اعلام نموده اند.

جدول ۹. مقایسه مؤلفه‌های کارآفرینی شرکتی بین گروه‌های تحصیلی

متغیر وابسته	سطح تحصیلات	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار آماره t	معنی داری
حمایت مدیریت	پایین‌تر از لیسانس	۵۹	۳/۳۹	۰/۷۶	(-۱/۰۹۹)	۰/۲۷۴
	لیسانس و بالاتر	۸۱	۳/۵۵	۰/۹۰		
ارشد	پایین‌تر از لیسانس	۶۲	۳/۲۸	۰/۷۴	(-۰/۰۴۶)	۰/۹۶۳
	لیسانس و بالاتر	۸۴	۳/۲۹	۰/۷۴		
اختیارات و آزادی	پایین‌تر از لیسانس	۶۲	۳/۲۰	۰/۸۳	(-۰/۸۳۵)	۰/۴۰۶
	لیسانس و بالاتر	۸۵	۳/۳۱	۰/۷۱		
سیستم پاداش	پایین‌تر از لیسانس	۶۲	۳/۱۴	۰/۸۳	(۱/۳۸۸)	۰/۱۶۷
	لیسانس و بالاتر	۸۵	۲/۹۶	۰/۷۳		
زمان در دسترس	پایین‌تر از لیسانس	۶۲	۳/۱۸	۰/۷۷	*(۲/۱۲۴)	۰/۰۳۵
	لیسانس و بالاتر	۸۵	۲/۹۰	۰/۷۸		
مرزها، موانع و ساختار اداری شرکت	پایین‌تر از لیسانس	۶۲	۳/۲۳	۰/۶۲	۰/۳۳۹	۰/۷۳۵
	لیسانس و بالاتر	۸۵	۳/۱۹	۰/۵۱		

مأخذ: یافته‌های تحقیق

بین دیدگاه دو گروه پاسخگویان با تمایل به راه‌اندازی کسب و کار مستقل و کناره‌گیری از شرکت و پاسخگویان فاقد چنین تمایلی نسبت به مؤلفه‌های «حمایت مدیریت ارشد؛ اختیارات و آزادی عمل؛ مرزها، موانع و ساختار اداری شرکت» در سطح ۵ درصد و نسبت به مؤلفه «سیستم پاداش و کارآفرینی شرکتی» در سطح ۱ درصد آماری تفاوت معنی‌داری وجود دارد (جدول ۱۰).

جدول ۱۰. مقایسه مؤلفه‌های کارآفرینی شرکتی بین پاسخگویان مایل به کناره‌گیری از شرکت و سایر

افراد (آزمون من ویت‌نی)

مؤلفه	تمایل به کناره‌گیری	تعداد	میانگین رتبه‌ای	مقدار Z (سطح معنی‌داری)
حمایت مدیریت ارشد	بله	۱۲	۴۶/۹۲	۲/۰۵۲*
	خیر	۱۲۶	۷۱/۶۵	(۰/۰۴۰)
اختیارات و آزادی عمل	بله	۱۴	۵۰/۵۴	۲/۱۱۴*
	خیر	۱۳۱	۷۵/۴۰	(۰/۰۳۵)
سیستم پاداش	بله	۱۴	۴۱/۶۸	۲/۹۷۴**
	خیر	۱۳۲	۷۶/۸۸	(۰/۰۰۳)
زمان در دسترس	بله	۱۴	۸۵/۰۴	۱/۰۸۹
	خیر	۱۳۲	۷۲/۲۸	(۰/۲۷۶)
مرزها، موانع و ساختار اداری شرکت	بله	۱۴	۶۳/۷۵	۰/۹۲۱*
	خیر	۱۳۲	۷۴/۵۳	(۰/۰۳۱)
کارآفرینی شرکتی	بله	۱۴	۲۵/۵۲	۱/۹۷۸**
	خیر	۱۳۲	۷۵/۷۵	(۰/۰۴۸)

مأخذ: یافته‌های تحقیق

بین دیدگاه دو گروه پاسخگویان تک‌شغله و آن‌ها که در کنار کار در تعاونی شباهنگ به کار دیگری نیز مشغول‌اند نسبت به مؤلفه «مرزها، موانع و ساختار اداری شرکت» در سطح ۵ درصد آماری و نسبت به مؤلفه «زمان در دسترس» در سطح ۱ درصد آماری تفاوت منفی و معنی‌داری وجود دارد (جدول ۱۱). با توجه به بالا بودن میانگین ارزیابی پاسخگویان تک‌شغله از مؤلفه‌های مزبور می‌توان نتیجه گرفت که این افراد به علت کم بودن زمان در دسترس برای اتمام کارها و موانع و دیوان سالاری اداری شرکت نتوانسته‌اند شغلی در کنار کار در تعاونی برای خود

داشته باشند و لذا این عوامل را به عنوان موانعی بر سر راه توسعه کارآفرینی شرکتی ارزیابی کرده‌اند.

جدول ۱۱. مقایسه مؤلفه‌های کارآفرینی شرکتی بین گروه‌های تک شغله و دو شغله (آزمون من ویت‌نی)

مؤلفه	تک شغله و دو شغله	تعداد	میانگین رتبه‌ای	مقدار Z (سطح معنی‌داری)
حمایت مدیریت ارشد	بله	۲۵	۷۳/۹۸	-۱/۱۱۷
	خیر	۱۰۶	۶۴/۱۲	(۰/۲۴۲)
اختیارات و آزادی عمل	بله	۲۷	۷۶/۳۹	-۱/۰۰۳
	خیر	۱۱۱	۶۷/۸۲	(۰/۳۱۶)
سیستم پاداش	بله	۲۸	۷۱/۵۷	-۰/۲۳۲
	خیر	۱۱۱	۶۹/۶۰	(۰/۸۱۶)
زمان در دسترس	بله	۲۸	۵۰/۸۶	-۲/۸۵۶**
	خیر	۱۱۱	۷۴/۸۳	(۰/۰۰۴)
مرزها، موانع و ساختار اداری شرکت	بله	۲۸	۵۵/۵۵	-۲/۱۵۶*
	خیر	۱۱۱	۷۳/۶۴	(۰/۰۳۱)
کارآفرینی شرکتی	بله	۲۸	۶۵/۵۰	-۰/۶۶۲
	خیر	۱۱۱	۷۱/۱۴	(۰/۵۰۸)

مأخذ: یافته‌های تحقیق

تحلیل عاملی عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی شرکتی

در این تحقیق به منظور دسته‌بندی عوامل تأثیرگذار بر موفقیت و توسعه کارآفرینی شرکتی در شرکت تعاونی مورد مطالعه از تحلیل عاملی استفاده شد. مقدار KMO، به عنوان نشانگر مطلوبیت داده‌ها برای تحلیل عاملی، برابر با ۰/۸۲۲ به دست آمد. به علاوه، مقدار آزمون بارتلت برای ماتریس همبستگی داده‌ها نیز برابر با ۳۵۰۷/۶۸۴ به دست آمد که در سطح خطای ۰/۰۱ معنی‌دار است. برای تعیین تعداد عامل‌ها بر اساس ملاک کیزر، عواملی مورد پذیرش قرار گرفتند که مقدار ویژه آن‌ها بزرگ‌تر از یک بود و بر این اساس شش عامل استخراج گردیدند. برای

چرخش عامل‌ها از روش واریماکس استفاده شد و متغیرهایی که دارای بار عاملی بیش از ۰/۵ بودند معنی‌دار فرض شدند. عامل اول استخراج شده با مقدار ویژه ۴/۲۹۶ بیشترین سهم (۱۴/۸۱۳ درصد) را در تبیین واریانس کل متغیرهای اولیه دارد. پس از آن، عامل‌های دوم تا ششم به ترتیب توانسته‌اند ۱۲/۷۶۱، ۱۲/۱۹۴، ۱۱/۸۵۹، ۸/۶۸۳ و ۷/۵۲۴ درصد از واریانس مجموعه مورد تحلیل را تبیین نمایند. در مجموع، شش عامل مذکور توانسته‌اند ۶۷/۸۳۵ درصد از کل واریانس متغیرها را تبیین نمایند (جدول ۱۲). نام‌گذاری عامل‌ها بر حسب مضمون مشترک متغیرهای بارگذاری شده بر روی هر عامل صورت گرفت. از نتایج چنین استنباط می‌شود که ارتباطات اثربخش در داخل شرکت تعاونی و خارج از آن یکی از عوامل مهم در راستای دستیابی به کارآفرینی شرکتی معرفی شده است. این نتایج با یافته‌های استاپفورد و بادن فولر (Stopford and Baden-Fuller, 1994) مطابقت دارد. در نهایت، عوامل «تعاملات نهادی»، «بازاریابی و عرضه محصولات»، «عملکرد مدیریتی»، «مخاطب‌محوری»، «کسب حمایت اجتماعی» و «بودجه‌بندی و تخصیص اعتبارات» از جمله عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی شرکتی معرفی شدند. برخی از گویه‌های شکل‌دهنده این عوامل پیشتر در تحقیقات برخی محققان (همانند: Antoncic and Zorn, 2004; Holt et al., 2007; Hisrich, 2001) مورد اشاره قرار گرفته است.

جدول ۱۲. تحلیل عاملی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی شرکتی

نام عامل‌ها	گویه‌ها	بار	مقدار درصد	درصد	تجمعی
تعاملات نهادمند	تعامل با مؤسسات تحقیقاتی و دانشگاهی	۰/۷۷۷	۵۶۸/۸	۴۱۷/۶۱	۴۱۷/۶۱
	تسلط مدیریت و کارکنان بر قوانین موضوعه مربوطه و پابندی و رعایت آن‌ها	۰/۷۵۹			
	فضای مناسب کاری در شرکت برای ارتباط و تعامل کارکنان و مدیران	۰/۷۴۷			
	پابندی به تعهدات متقابل شرکت	۰/۶۵۵			
	فراهم‌سازی زمینه مشارکت و پیگیری خواسته‌های اعضا در قالب مجامع عمومی	۰/۶۱۳			
	رویکرد کارآفرینانه مدیرعامل و هیئت مدیره تعاونی شباهنگ	۰/۵۷۷			
	قانونمندی، ضابطه‌گرایی و شایسته‌سالاری در انتصابات شرکت تعاونی شباهنگ	۰/۵۰۲			
بازاریابی و عرضه محصولات	معرفی مناسب شرکت در سطح منطقه و کشور با شرکت در جشنواره‌ها و مجامع مختلف	۰/۷۵۹	۱۰۷/۸	۱۶۷/۸۱	۲۷/۵۷۶
	ارائه خدمات و محصولات جدید نسبت به سایر تعاونی‌ها	۰/۷۵۶			
	تفویض اختیار به کارکنان و جواب خواستن در عوض این تفویض اختیار	۰/۶۰۱			
	بهره‌گیری مناسب از مشاوران برای پیشبرد امور شرکت	۰/۵۹۱			
	وجود بازار مناسب برای ارائه و خدمات شرکت توأم با بهره‌گیری از یک راهبرد بازاریابی مناسب	۰/۵۵۹			
	تلاش شرکت برای شناسایی نیازها و تأمین امکانات رفاهی برای اعضا	۰/۸۳۵			
	تعهد و تلاش شرکت برای شناسایی نیازها و ارائه خدمات متناسب با آن به اعضا	۰/۷۲۱			
عملکرد مدیریتی	دسترسی و بهره‌گیری از نیروی کار ورزیده و ماهر	۰/۶۷۱	۶۴۵/۸	۱۱/۸۱	۷۶۸/۶۶
	تجربه و تعهد کاری شایسته کارکنان و مدیران شرکت	۰/۶۲۶			
	رضایت و استقبال اعضا از خدمات ارائه شده شرکت تعاونی شباهنگ	۰/۵۲۸			
	خرید تضمینی بموقع محصولات از سوی شرکت	۰/۷۸۳			
	آشنایی و هم‌راستایی فعالیت شرکت با سیاست‌های دولت به منظور بهره‌گیری مناسب از تسهیلات و حمایت‌های دولتی	۰/۷۳۸			
مخاطب محوری	شرایط مناسب اقلیمی برای فعالیت کشاورزی در منطقه	۰/۷۳۴	۲۴۸/۸	۱۱/۵۵	۸۸۶/۶۷
	برگزاری کلاس‌های آموزشی و ترویجی برای کشاورزان و روستاییان با بهره‌گیری از آموزشگران با تجربه	۰/۶۳۵			
	اطلاع‌رسانی مناسب و مستمر در خصوص امور شرکت به اعضا و کارکنان	۰/۵۶۵			

ادامه جدول ۱۲

۰/۷۴۱	وجود اعتماد عمومی (اعضا و مشتریان و مخاطبان) نسبت به شرکت	۷۱/۰/۶
۰/۶۶۴	تعاونی شباهنگ	۷۵/۱/۸
۰/۶۴۷	اولویت بخشی به جذب اعضا یا فرزندان آن‌ها در کادر اداری شرکت	۸۷/۶/۷
۰/۶۴۷	حمایت مناسب اعضا از فعالیت‌های شرکت	۱۱/۱/۰/۶
۰/۶۵۷	تسهیل پرداخت اعتبارات به اعضا از طریق صندوق‌های قرض‌الحسنه	۷۱/۰/۶
۰/۵۶۶	هزینه‌کرد متناسب بودجه‌ها در امور جاری و سرمایه‌گذاری (شفافیت شرکت در امور مالی، برنامه‌ریزی و بودجه‌ریزی)	۸۵/۱/۸

مأخذ: یافته‌های تحقیق

تحلیل رگرسیون چندگانه به روش گام به گام

به منظور بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر کارآفرینی شرکتی به عنوان «متغیر وابسته» از رگرسیون گام به گام استفاده شد. در انجام رگرسیون چندگانه ۶ متغیر «تعاملات نهادمند، بازاریابی و عرضه محصولات، بودجه‌بندی و تخصیص اعتبارات، کسب حمایت اجتماعی، مخاطب‌محوری، عملکرد مدیریتی»، که از فرایند تحلیل عاملی استخراج شدند، به همراه متغیر رضایت شغلی (در مجموع، ۷ متغیر) به عنوان متغیر مستقل لحاظ شدند که در ۴ گام وارد معادله شدند. در گام اول، رضایت شغلی وارد معادله شد. ضریب تعیین برای این متغیر ۰/۳۴۸ است که نشان می‌دهد ۳۴/۸ درصد تغییرات توسعه کارآفرینی شرکتی ناشی از تأثیر رضایت شغلی بوده است. در گام دوم، متغیر مخاطب‌محوری وارد معادله گردید که به همراه متغیر قبلی ۰/۳۹۷ از تغییرات مربوط به کارآفرینی شرکتی را تبیین می‌کند. در گام سوم، عامل کسب حمایت اجتماعی وارد معادله شد که به همراه متغیر قبلی ۴۶/۵ درصد تغییرات را تبیین می‌کند. در گام چهارم، متغیر بازاریابی و عرضه محصولات وارد معادله گردید که در نهایت این چهار متغیر توانستند ۵۱/۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته «کارآفرینی شرکتی» را تبیین کنند (جدول ۱۳).

جدول ۱۳. تحلیل رگرسیونی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی شرکتی

متغیرها	B	S.E	Beta	R	R ²	t	Sig
عدد ثابت	۱/۷۹۰	۰/۲۷۲	-	-	-	۶/۵۸۰	-
رضایت شغلی (X ₁)	۰/۳۰۷	۰/۰۵۶	۰/۴۷۰	۵/۰۲۷	۰/۳۴۸	۵/۵۰۴	۰/۰۰۰
مخاطب محوری (X ₂)	۰/۱۸۱	۰/۰۶۶	۰/۲۳۸	۰/۶۳۰	۰/۳۹۷	۲/۲۷۲	۰/۰۰۸
کسب حمایت اجتماعی (X ₃)	۰/۲۶۹	۰/۰۶۰	-۰/۴۰۸	۰/۶۸۲	۰/۴۶۵	-۴/۴۴۵	۰/۰۰۰
بازاریابی و عرضه محصولات (X ₄)	۰/۲۲۹	۰/۰۸۱	۰/۲۲۸	۰/۷۱۵	۰/۵۱۱	۲/۸۴۰	۰/۰۰۶

مأخذ: یافته تحقیق

با توجه به نتایج جدول ۱۳، معادله خطی حاصل از رگرسیون به شکل زیر است:

$$Y = +1.790 + 0.307X_1 + 0.181 X_2 - 0.269 X_3 + 0.229 X_4$$

پیشنهادها

با توجه به نتایج تحقیق در خصوص عوامل مؤثر بر کارآفرینی شرکتی، راهکارهای زیر را

می‌توان برای توسعه کارآفرینی شرکتی در تعاونی‌های روستایی پیشنهاد نمود:

- تلاش مدیریت تعاونی برای جلب اعتماد عمومی (اعضا و مشتریان و مخاطبان) نسبت به شرکت از طریق پایبندی به تعهدات متقابل توأم با ارائه خدمات و محصولات جدید نسبت به سایر تعاونی‌ها با نیازسنجی مستمر و نیز در نظر گرفتن قابلیت‌های بالقوه منطقه در راستای گسترش فعالیت‌های شرکت (عامل بازاریابی و عرضه محصولات جدید و مخاطب محوری).
- رعایت قانونمندی، ضابطه‌گرایی و شایسته‌سالاری در انتصابات شرکت تعاونی، شفافیت شرکت در امور مالی، برنامه‌ریزی و بودجه‌ریزی و اهمیت‌دهی به تجربه و تعهد کاری شایسته کارکنان و مدیران شرکت (عامل تعاملات نهادمند و بودجه‌بندی و تخصیص اعتبارات).

- فراهم‌سازی فضای مناسب کاری در شرکت برای ارتباط و تعامل کارکنان و مدیران و اعضای طرح و پیگیری طرح‌ها و نوآوری‌ها از سوی کارکنان و اعضا و بهره‌گیری مناسب از مشاوران برای پیشبرد امور شرکت توأم با انتخاب کارکنان و کادر مدیریتی شایسته برای فعالیت در تعاونی جهت تسهیل با رویکرد کارآفرینانه مدیرعامل و هیئت مدیره تعاونی (عامل عملکرد مدیریتی). در همین خصوص، مدیریت ارشد شرکت تعاونی ضمن حمایت از کارآفرینان باید خود به فعالیت‌های کارآفرینی متعهد باشد، علاقه‌مند به استخدام کارکنان خلاق و ریسک‌پذیر بوده، سیاست‌های کلی شرکت تعاونی را به سمت حمایت از آنها سوق دهد و ساختار ارگانیکی را در جهت از بین بردن و به حداقل رساندن موانع دیوان سالاری بر شرکت حاکم نماید. همچنین برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی، برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزش ضمن خدمت و نیز برگزاری دوره‌های توجیهی در بدو استخدام برای کارکنان شرکت‌ها می‌تواند موجب ارتقای قابلیت و جهت‌گیری شغلی آنها برای نوآوری و کارآفرینی باشد.

- در راستای ترویج کارآفرینی در بخش تعاون، شناسایی و معرفی تعاونی‌های موفق روستایی داخلی (همانند شرکت شباهنگ شهریار) و خارجی و انتقال تجربیات آنها به شرکت‌های تعاونی روستایی کشور از طریق انتشار نشریه، برگزاری جشنواره‌های تعاونی روستایی و اعزام مدیران یا کارکنان شرکت‌های تعاونی جهت بازدید از فرایند کار تعاونی‌های موفق و مطرح با مساعدت سازمان تعاون روستایی پیشنهاد می‌شود.

در پایان این پژوهش، پیشنهاد می‌شود موضوعات زیر مورد بررسی و مطالعه قرار گیرند: رابطه بین کارآفرینی شرکتی و عملکرد شرکت‌های تعاونی روستایی، رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های تعاونی روستایی، نقش مدیریت منابع انسانی در راستای توسعه کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های تعاونی روستایی، نقش ساختار سازمانی در توسعه کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های تعاونی روستایی، ابعاد محیط کسب‌وکار توانمندساز و نقش آن در توسعه کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های تعاونی روستایی و سرانجام شناسایی و تحلیل تطبیقی کارآفرینی شرکتی در سایر شرکت‌های تعاونی روستایی موفق به منظور الگوسازی.

منابع

۱. انصاری، ح. (۱۳۸۱). پژوهشی در تعاونی‌های روستایی ایران، مطالعه موردی شرکت تعاونی روستایی شباهنگ شهریار. قم: ام اییها.
۲. تاج‌الدین، م.، طالبی، ک. و تاج‌الدین، م. (۱۳۸۹). رابطه بین کارآفرینی شرکتی، بازاریگرایی، انعطاف‌پذیری سازمانی، رضایت شغلی، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و نوآوری و کارآفرینی. شیراز. بازیابی شده از http://www.civilica.com/Paper-MIEACol-MIEACol_htm
۳. تجریشی، ا.، فیض بخش، ع. ل. و امین‌نژاد، ر. (۱۳۸۲). اهداف برنامه‌های توسعه کارآفرینی کسب و کارهای کوچک. فصلنامه رهیافت، شماره ۲۹، ۳۸-۴۸.
۴. حبیبی، م. و حبیبی، م. (۱۳۸۹). تعیین وضعیت کارآفرینی شرکتی در دانشگاه پیام‌نورخراسان جنوبی با استفاده از شبکه عصبی پرسپترون چندلایه. اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی. شیراز، بازیابی شده از http://www.civilica.com/Paper-MIEAC01-MIEAC01_296.html
۵. دنیایی، ح.، یعقوبی، ج. و رجایی، ی. (۱۳۸۹). عوامل موثر بر تقویت و توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی استان زنجان. تعاون، (۳)۲۱، ۱۱۱-۱۲۵.
۶. زارع احمدآبادی، ح. و شاکری، ف. (۱۳۹۰). بررسی فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی شرکتی در بنگاه‌های کوچک و متوسط (قلمرو مطالعه، بنگاه‌های کوچک و متوسط استان یزد). مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، ۹ (۲۳)، ۵۱-۶۹.
۷. زمانی، م. و جان‌نثاری، س. ا. (۱۳۸۹). بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی در تعاونی‌ها (مطالعه تطبیقی در هشت کشور)، مجله کارآفرین ناب، شماره ۱۲، ۳۰-۳۷.
۸. سخدری، ک.، اصغریان، ا. و خدایی، ه. (۱۳۸۵). کارآفرینی شرکتی و سرمایه کسب و کار پرمخاطره، دومین کنفرانس ملی سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر. تهران: جهاد دانشگاهی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران. بازیابی شده از http://www.civilica.com/Paper-NCVC02-NCVC02_016.html
۹. شعبان‌پور، غ. (۱۳۸۶). بخش تعاون ایران اشتغال و کارآفرینی. فصلنامه رویش، (۱۹)۵، ۱-۸.

۱۰. طالقانی، غ. ر. (۱۳۷۳). نقش شرکت‌های تعاونی روستایی در توسعه بازاریابی محصولات کشاورزی. *مجله دانش مدیریت*، شماره ۲۴، ۵۵-۵۸.
۱۱. طلائی، ق. (۱۳۹۰). الگوی سنجش کارآفرینی شرکتی با توجه به شاخص‌های درون سازمانی و اثرگذاری آن در کارآفرینی (مطالعه موردی: بنگاه‌های صنعت نساجی استان یزد). *توسعه کارآفرینی*، ۳(۱۲)، ۱۸۵-۲۰۳.
۱۲. قاسمیه، ر. و عبدالهی، ح. (۱۳۹۱). تبیین رابطه اقدامات کارآفرینانه‌ی شرکتی بر عملکرد سازمانی (یک مطالعه تجربی). *توسعه کارآفرینی*، ۵(۳)، ۲۷-۴۶.
۱۳. میوه‌چی، م. و کیانی‌راد، ع. (۱۳۹۰). بررسی اقتصادی ایجاد و راه‌اندازی مجتمع‌های تعاونی روستایی: مطالعه موردی شهرستان شهریار. *فصلنامه روستا و توسعه*، ۱۴(۱)، ۱۱۹-۱۴۷.
۱۴. نکویی نایینی، ع.، علی بیگی، ا. و زرافشانی، ک. (۱۳۸۶). واکاوی عوامل موثر بر موفقیت تعاونی‌های روستایی کرمانشاه. *فصلنامه روستا و توسعه*، ۱۲(۴)، ۱-۲۲.
۱۵. وزارت تعاون، معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج (۱۳۸۴). *مدیریت مشارکتی در تعاونی‌ها*. تهران: پایگان.
16. Antonic, B., & Hisrich, R. D. (2001). Entrepreneurship: construct refinement and cross cultural Validation. *Journal of Business Venturing*, 1(5), 495-527.
17. Antonic, B., and Zorn, O. (2004). The mediating role of corporate entrepreneurship in the organizational support-performance relationship: an empirical examination. *Managing Global Transitions*, 2(1), 5-14.
18. Burgelman, R. A. (1983). Corporate entrepreneurship and strategic management: insights from a process study. *Management Science*, 29(12), 1349-1364.
19. Chandler, G. N., Keller, C., & Lyon, D. W. (2000). Unraveling the determinants and consequences of an innovation supportive culture. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 25(1), 59-76.
20. Covin, J., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 16(1), 7-25.

21. Dess, G. G., Lumpkin, G.T., & Covin, J.G. (1997). Entrepreneurial strategy making and firm performance: tests of contingency and configurational models. *Strategic Management Journal*, 18(9), 677-95.
22. Gantsho, M. S. (2006). *Corporate entrepreneurship in development finance institutions: an experimental case study design*, Ph.D Thesis. unpublished. Department of Business Management . University of Pretoria.
23. Ghina, A. (2012). Corporate entrepreneurship at public service sector: measurement and the influence toward government Performance. *International Journal of Basic and Applied Science*, 1(1), 22-32.
24. Holt, D. T., Rutherford, M. W., & Clohessy, G. R. (2007). Corporate entrepreneurship: an empirical look at individual characteristics, context, and process. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 13(4), 40-54.
25. Hornsby, J. S., Naffziger, D. W., Kuratko, D. F., & Montagno, R. V. (1993). An interactive model of the corporate entrepreneurship process. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 17(2), 29-37.
26. Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & Goldsby, M. G. (2004). Sustaining corporate entrepreneurship: a proposed model of perceived implementation/outcome comparisons at The organizational and individual levels. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 5(2), 77– 89.
27. Kuratko, D. F., Ireland, R. D., Covin, J. G., & Hornsby, J. S. (2005). A model of middle- level managers' entrepreneurial behavior. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29(6), 699-716.
28. Lumpkin, G.T. & Dess, G.G. (1996). Classifying the entrepreneurial orientation construct and linking it performance. *Academy of Management Review*, 21(1),135-172.
29. McFadzean, E., O'Loughlin, A., & Shaw, E. (2005). Corporate entrepreneurship and innovation part 1: the missing link. *European Journal of Innovation Management*, 8(3), 350-352.

30. Morris, M. H., & Kuratko, D. (2002). Corporate entrepreneurship: Entrepreneurial development within organizations. U.S.A: Fort Worth: Harcourt College Publishers.
31. Muzyka, D. F., De Koning, A. I., & Churchill, N. C. (1995). Entrepreneurship transformation: a descriptive theory, in Bygrave, W.D et al. (Eds). *frontiers of entrepreneurship research*. center for entrepreneurial studies. Babson Park. MA. PP 637-51.
32. Pinchot, G. (1985). *Intrapreneuring: why you don't have to leave the to company become an entrepreneur*. New York: Harper and Row.
33. Scheeper, M. J., Hough, J., & Bloom, J. Z. (2008). Nurturing the corporate entrepreneurship capability. *Southern African Business Review*, 12(3), 50-74.
34. Schuler, R. S. (1986). Fostering and facilitating entrepreneurship in organizations: implications for organizational and human resource management practices. *Human Resource Management*, 25(4), 607-629.
35. Schuler, R.S., & Jackson, S.E. (1989). Determinants of human resource management priorities and implications for industrial relations. *Journal of Management*, 15(1), 89-99.
36. Soleimani, M. & Shahnazari, A. (2013). Studying effective factors on corporate entrepreneurship: representing a model. *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 5(4), 1309-1316.
37. Stopford, J. M., & Baden-Fuller, C. W. F. (1994). Creating corporate entrepreneurship. *Strategic Management Journal*: 15(7), 521-536.
38. Vesper, K. H. (1984). *Frontiers of entrepreneurship research* Wellesley: Babson College. Retrieved 2013-07-16 from <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers97/sve.htm>.
39. Zahra S. A. (1993). Environment, corporate entrepreneurship, and financial performance: a taxonomic approach. *Journal of Business Venturing*, 8(4), 319-340.

40. Zahra, S. A. (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: an exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 6(4), 259-85.
41. Zahra, S. A. (1996). Ownership and corporate entrepreneurship. *Academy of Management*, 13(6), 1713-1735.



Investigating Corporate Entrepreneurship in Shabahang Shahriar Rural Cooperative Company

*F. Homapour*¹, *A. Sharifzadeh*^{2*}, *Gh. Abdolazadeh*³

Received: 26/09/2013 Accepted: 05/03/2014

Abstract

According to the evidence, Shahriar Cooperative Company is one of the most successful rural co-operatives in the field of innovation and entrepreneurship. Therefore, investigation of entrepreneurial approach of this company and its determinants seems useful in order to introduce an empirical model of entrepreneurial rural co-operatives. This case study research aimed to investigate corporate entrepreneurship in Shabahang Shahriyar cooperative company. Statistical population of this research consisted all the managers and staff of this company (N=250). According to Krejcie and Morgan Table, sample size was determined (n=152). The respondents were chosen through simple random sampling technique. Content validity of the questionnaire was confirmed by a panel of experts. Calculated Cronbach alpha coefficients were between $\alpha=0.71$ to $\alpha=0.97$ revealed that the reliability of the questionnaire was suitable. According to the results of Friedman test, some components of corporate entrepreneurship, such as “management support” and “work discretion” received higher priority. Explanatory factor analysis led to extract six factors which were identified as: “institutionalized interactions”, “budgeting”, “credit allocation”, “social supports”, “customer orientation” and “management performance”. These factors explained 67.835 variance of corporate entrepreneurship. The results of compared means showed a significant difference between two groups of respondents which received pre-service training and those who did not receive pre-service training regarding corporate entrepreneurship. These findings revealed a significant difference between members and non-members of the cooperative regarding corporate entrepreneurship. Also, respondents who had intended to self-employment and respondents who have not intended to self-employment had a significant difference regarding corporate entrepreneurship. According to the results of stepwise regression, linear function of marketing, product supply, customer orientation, job satisfaction and social supports” explained 51.1% of variance of corporate entrepreneurship.

Keywords: Rural Cooperative, Cooperative Company, Entrepreneurial Cooperative, Corporate Entrepreneurship, Shabahang Shahriyar Cooperative, Case Study

1. Former Master Student, Department of Agricultural Extension and Education, Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources, Gorgan, Iran

2 . Assistant Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources, Gorgan, Iran

*Corresponding Author

E-mail: sharifsharifzadeh@gmail.com

3. Former Master Student, Department of Agricultural Extension and Education, Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources, Gorgan, Iran