

طراحی مدل دیرپایی کسب و کارهای کارآفرینی بخش تعاون مبتنی بر مؤلفه های کلیدی کارآفرینی

مهدی حسین نژاد^۱، غلامحسین حسینی نیا^{۲*}، حسین وظیفه دوست^۳

^۱دانشجو دکتری، گروه کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

^۲دانشیار، گروه کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (عهده دار مکاتبات)

^۳استاد، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

تاریخ دریافت: مرداد ماه ۱۳۹۹، اصلاحیه: شهریور ماه ۱۳۹۹، پذیرش: مهر ماه ۱۳۹۹

چکیده

این پژوهش با هدف طراحی مدل عوامل مؤثر بر دیرپایی در شرکت‌های تعاونی کارآفرین تحت پوشش صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون به کمک مصاحبه و روش دلفی در بخش کیفی و تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی در بخش کمی انجام شده است. جامعه آماری مورد بررسی مدیران عامل، خبرگان بخش تعاونی و کارآفرینی در مصاحبه و راندهای دلفی، و شرکت‌های تعاونی کارآفرین تحت ضمانت صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون در مرحله کمی می باشند. ابتدا چارچوب کار با استفاده از مطالعات و تحقیقات پیشین و مصاحبه در این زمینه، فراهم گردید و سپس با استفاده از روش دلفی خبرگان و با نمونه‌گیری هدفمند، سعی شد تا الگوی صحیح مطابق نظر خبرگان تهیه و تدوین شود. نتایج مصاحبه و مراحل دلفی شناسایی ۴۴ عامل تأثیرگذار بر دیرپایی تعاونی‌ها بود که با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی ۸ مولفه حاصل شد و سپس با روش تحلیل مسیر به بررسی روابط بین مولفه های نوظهور و دیرپایی به عنوان متعیر وابسته پرداخته شد. تحلیل مسیر در حالت تخمین استاندارد نشان داد که مؤلفه خلاقیت و نوآوری بیشترین تأثیر را بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین داشته است. سایر عوامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین به ترتیب اهمیت عبارتند از عوامل محیطی، اهلیت عاملین تعاونی، تعهد و مسئولیت‌پذیری اعضای تعاونی، ایده‌یابی صحیح، داشتن برنامه برای فروش، توانمندی در اتخاذ روش‌های جدید و فرایند محوری.

واژه‌های اصلی: دیرپایی، کارآفرینی، تعاونی، موفقیت، صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون

۱- مقدمه

می توان معادل شرکای فعال در نظر گرفت. طبق تعریف اتحادیه بین المللی تعاون، شرکتهای تعاونی، اجتماعی مستقل از افراد است که به منظور تأمین نیازها و اهداف مشترک اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود از طریق اداره و نظارت دموکراتیک موسسه ای با مالکیت جمعی، با همدیگر به نحو اختیاری توافق نموده است.

تاکنون در ایران نزدیک به ۲۱۵ هزار شرکت تعاونی با اهداف فوق تشکیل شده اند که براساس آمار ارائه شده در سایت وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در حال حاضر تعداد ۹۳ هزار شرکت تعاونی فعال می باشد که بسیاری از تعاونی‌های فعال با ظرفیت پائین مشغول فعالیت می باشند. از آنجائیکه مدل کسب و کار تعاونی‌ها یک کارآفرینی اجتماعی محسوب می‌شود [۱۷]، لذا برای کارائی، نوآوری و بهره وری تعاونی‌های موجود و ایجاد

تعاونی‌ها در یک اقتصاد مردم‌سالار هم هدف هستند و هم وسیله، هدف هستند زیرا توسعه و رشد را در سطح زندگی واقعی مردم متبلور می‌کنند و وسیله هستند زیرا از طریق آن می‌توان به دستاوردهایی همچون امنیت و رفاه و توزیع عادلانه درآمد و غیره دست یافت. در کل می‌توان گفت که تعاونی‌ها یکی از اصلی‌ترین جنبه‌های مادی و اقتصادی جوامع هستند که با جنبه‌های فرهنگی و اجتماعی هر جامعه پیوند مستقیم دارند [۲]. با نگاهی به چگونگی شکل‌گیری تعاونی‌های کشورهای توسعه‌یافته درمی‌یابیم که بسیاری از این کشورها با کمک گرفتن از تعاونی‌ها توانسته‌اند در تهیه غذا، تأمین نیروی کار مورد نیاز بخش صنعت، صنایع تبدیلی و تکمیلی و همچنین ایجاد بازار مصرف کالاهای تولیدی، جلوگیری از افزایش قیمت‌ها و ... نقش اساسی ایفاء کنند [۲۷]. براساس تعریف دانهوف واژه تعاون^۱ را

*m_k_bighami@yahoo.com

^۱ Cooperation

محدود، عدم توانمندی در جمع‌آوری بدهی‌ها و بازده مالی پایین می‌باشد [۳۱]. کریستوفر^۶ در پژوهش خود عملکرد و دیرپایی کسب‌وکار را در دو جنبه بیان می‌کند. اول دیرپایی بر اساس ویژگی صاحب کسب‌وکار و محل جغرافیایی طرح و دوم دیرپایی بر اساس شرایط اقتصادی کلان. در این پژوهش همچنین بیان شده است که تعداد سال‌هایی که صاحب کسب‌وکار آموزش رسمی دریافت می‌کند، تجارب کاری صاحب کسب‌وکار، آوردن سرمایه اولیه کافی و تأمین مالی به کمک بانک‌های تجاری می‌تواند به دیرپایی کسب‌وکار کمک کند.

حیدری ساریان (۱۳۹۱) در پژوهش‌ای با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های تولید روستایی (پژوهش موردی: شهرستان پارس‌آباد) نشان داد که مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی در مناطق روستایی شامل چهار مؤلفه (بهبود مدیریت داخلی، توانمندی‌های مشارکتی و انگیزشی، بهبود توانمندی‌های اقتصادی و بهبود آموزش و نظارت) است. خسرو عبداللهی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش‌ای نشان داد که از میان عوامل درون‌سازمانی تأثیرگذار بر دیرپایی فعالیت تعاونی‌های موردپژوهش، عواملی نظیر اعتماد اعضا نسبت به مدیرعامل، اعتماد مدیرعامل نسبت به اعضا و اعتماد اعضا به وعده‌های مسئولین اهمیت بیشتری دارد و در میان عوامل برون‌سازمانی، عواملی مانند کمک‌های بلاعوض دولت به تعاونی و تأمین بخش زیادی از سرمایه اولیه توسط دولت، مهم‌تر هستند.

حسینی و همکاران (۱۳۹۷)، پژوهشی تحت عنوان بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی عضو تعاونی‌های روستایی زنان در شمال استان تهران انجام داده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان داد رابطه معناداری میان عوامل فردی، خانوادگی، اقتصادی - مالی، اجتماعی - فرهنگی و سیاسی - قانونی با موفقیت کارآفرینی زنان روستایی وجود دارد که از بین این عوامل بیشترین تأثیر در موفقیت کارآفرینی زنان روستایی مورد تحقیق، مربوط به عوامل اقتصادی - مالی است. مقصودی (۱۳۹۶) پژوهشی تحت عنوان «شناسایی عوامل مؤثر بر پایداری کسب‌وکارهای خرد در بخش کشاورزی استان خوزستان» انجام داده است. هدف از انجام این تحقیق بررسی عوامل مؤثر بر پایداری کسب‌وکارهای خرد بخش کشاورزی استان خوزستان بود. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که بین اندازه کسب‌وکار، تعداد سال‌های فعالیت، تعداد افراد شاغل، میزان سرمایه اولیه، ارزش تولید فعلی و پایداری کسب‌وکار خرد کشاورزی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

شکرای و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان بررسی و تحلیل عوامل کلیدی موفقیت راهبرد کسب‌وکار به‌منظور کسب ارزش پایدار در صنعت تزریق پلاستیک ایران بر عوامل محیطی و همچنین فرآیندهای اجرایی یک کسب‌وکار اشاره نموده است.

تعاونی‌های نسل جدید نوآور و کارآفرین براساس مؤلفه های اصلی کارآفرینی بنظر می‌رسد مدل جامعی که بتواند اولاً در مراحل مختلف رشد یک تعاونی مؤلفه های مؤثر بر دیرپایی شرکتهای تعاونی کارآفرین را شناسایی و سپس مدل دیرپائی آنان را ترسیم نمائید وجود ندارد. دیرپایی^۱ به معنای ادامه حیات بلند مدت یک کسب‌وکار است، توانایی داشتن سود پایدار در دوره زمانی مشخص است [۳۰]. در این پژوهش دیرپایی تعاونی مطابق نظر کولدا معادل رشد و موفقیت تعاونی در بلند مدت در نظر گرفته می‌شود.

از بعد نظری هر یک از محققین از جنبه خاصی به مدل‌های موفقیت کسب‌وکارها پرداخته‌اند. حال آنکه دو نکته در این زمینه مهم می‌باشد. اول اینکه می‌بایست این مدل‌ها جنبه‌های دیرپایی (رشد و موفقیت بلند مدت) کسب‌وکارها را پوشش دهد و در قدم دوم اینکه می‌بایست پیشنهاداتی برای هر مرحله از شروع تا رشد و افول کسب‌وکارها ارائه نماید. این موردی است که بنظر می‌رسد در مدل‌های کسب‌وکاری ارائه‌شده به خوبی مورد بررسی قرار نگرفته است [۲۸]. بنابراین هدف این پژوهش، ارائه مدلی به منظور دیرپا کردن کسب و کارهای کارآفرینی بخش تعاون تحت ضمانت صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون می‌باشند.

۲- مرور ادبیات تحقیق

مطابق فرهنگ‌های مختلف انگلیسی، واژه وایبیلیتی^۲، تعریف می‌شود:

به‌عنوان: توانایی زنده ماندن و توسعه یافتن. در یک تعریف جهانی دیرپایی کسب‌وکار برای شرکتی به کار می‌رود که همچنان به رشد در اندازه و بازده خود ادامه دهد و بازده مثبتی را در گردش مالی ایجاد کند. از نظر اقتصادی، دیرپایی سودآوری در طول زمان تلقی می‌شود [۲۱].

در لغت‌نامه دهخدا نیز دیرپایی به معنی پایداری و دوام (پاینده) معرفی شده است. دیرپایی به معنای ادامه حیات بلندمدت یک کسب‌وکار و توانایی داشتن سود پایدار در دوره زمانی مشخص است [۳۰]. به‌عبارت‌دیگر، مفهوم دیرپایی احتمال ادامه فعالیت در طول زمان است [۲۸]. پارادایم دیرپایی امروزه تا حد بسیار زیادی جایگزین موفقیت در ادبیات مدیریت سازمان‌ها شده است و تقریباً اغلب سازمان‌ها به‌نوعی کسب موفقیت‌های پایدار را در نظام ارزشی خود تعریف می‌کنند [۳۰]. در این مطالعه دیرپایی تعاونی مطابق نظر کولدا^۳، باریک^۴ و وینسنزو^۵ معادل رشد و موفقیت تعاونی در بلندمدت در نظر گرفته می‌شود.

بسیاری از محققین موانع متعددی را برای دیرپایی کسب‌وکار برشمرده‌اند که شامل: سطح پایین آموزش، مشتریان با درآمد پایین، کمبود سرمایه اولیه کسب‌وکار، رقابت با کسب‌وکارهای بزرگ، کمبود نفوذ سیاسی، بازارهای

¹ Viability

² Viability

³ Koleda

⁴ Barik

⁵ Vincenzo

⁶ Christopher

در نهایت نیز برخی از محققین بیان نموده‌اند که عملکرد نهایی یک کسب‌وکار نیز اهمیت بالایی در موفقیت را به دنبال دارد [۲۵][۳۱]. البته برخی تحقیقات مانند سفیانی (۲۰۱۳)، به صورت چندبعدی به بررسی عوامل کلیدی موفقیت و دیرپایی کسب‌وکارها پرداخته‌اند.

بخش اول تحقیق حاضر از نظر ماهیت از نوع تحقیقات اکتشافی است زیرا مسئله‌ای را مورد توجه قرار می‌دهد که قبلاً به این صورت و در این سطح به آن پرداخته نشده است. درچنین نوع تحقیقی به‌جای آزمودن فرضیه، هدف، جمع‌آوری ایده‌ها برای رسیدن به الگو و یافتن درک عمیق از موضوع است. بخش دوم تحقیق از نظر ماهیت از نوع تحقیقات تاییدی می‌باشد. بنابراین از رویکرد ترکیبی (آمیخته) در این پژوهش استفاده شده است که هدف آن ترکیب روش‌های تحقیق کمی و کیفی برای دستیابی به روشی مناسب جهت نیل به اهداف تحقیق است. در تحقیق آمیخته، به داده‌های کیفی اهمیت بیشتری داده می‌شود. علاوه بر آن در توالی گردآوری داده‌ها ابتدا داده‌های کیفی و سپس داده‌های کمی گردآوری می‌شوند. بالاخره پژوهشگر بر مبنای یافته‌های حاصل از داده‌های کیفی، سعی بر آن دارد که داده‌های کمی را گردآوری کند تا تعمیم‌پذیری یافته‌ها را میسر سازد [۱۹].

در این مطالعه با استفاده از مصاحبه اکتشافی با خبرگان و متخصصین، عوامل مؤثر در دیرپایی تعاونی‌ها به‌صورتی عام و به شکل مشخص در تعاونی‌های تولیدی، ایجادی تحت حمایت صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون شناسایی شده و در مرحله بعد داده‌ها با استفاده از نقطه‌نظرات خبرگان نظام تعاونی و نخبگان دانشگاهی به کمک تکنیک دلفی تحلیل گردید. به عقیده‌ی توانا، کندی و جاگلکار^۳ (۱۹۹۶) تکنیک دلفی نوعی ارتباط گروهی بین مجموعه‌ای از متخصصان و صاحب‌نظران است که تجربه و دانش موضوع مورد مطالعه را دارند. در این مرحله جمع‌آوری و طبقه‌بندی دانش موجود در نزد گروهی از کارشناسان و خبرگان از طریق توزیع پرسشنامه‌هایی در بین افراد و بازخور کنترل شده پاسخ‌ها و نظرات دریافتی صورت می‌گیرد و به‌کارگیری آن عمدتاً با هدف کشف ایده‌های خلاقانه و قابل اطمینان و یا تهیه اطلاعاتی مناسب به‌منظور تصمیم‌گیری است.

نتیجه این مرحله شناسایی عوامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین تولیدی، ایجادی تحت حمایت صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون از نظر اعضای پانل می‌باشد. در گام بعدی براساس اطلاعات به‌دست آمده از مرحله قبل، ابزاری برای سنجش اعتبار و میزان اهمیت این عوامل در جامعه مورد پژوهش طراحی و آزمون شد. عوامل تأیید شده در پیمایش با استفاده از فن تحلیل عاملی اکتشافی در ابعاد جدیدی دسته‌بندی و سپس روابط علی بین آن‌ها با استفاده از فن تحلیل مسیر ارزیابی شد (روش تحلیل کمی).

روش و ابزار گردآوری اطلاعات در این مطالعه، مطالعات کتابخانه‌ای (کتب، نشریات خارجی و داخلی، پایگاه‌های داده، سایت‌های اینترنتی و غیره)، روش

میکامی^۱ (۲۰۱۸)، پژوهشی تحت عنوان ارزیابی دیرپایی مالی و بهره‌وری تولید شرکت‌های تعاونی با تعداد قابل‌قبولی عضو، انجام داده است. در این مقاله بیان شده است که شرکت‌های تعاونی به‌عنوان نوعی از شرکت‌های تجارت که تجارت کمتری نسبت به شرکت‌های متعارف سرمایه‌داری در سیستم بازار سرمایه‌داری می‌باشند در نظر گرفته شده است.

بورکلند و همکاران^۲ (۲۰۱۷) پژوهشی تحت عنوان فاکتورهای بحرانی برای دیرپایی مدل‌های کسب‌وکار در تقویت مراکز شهری انجام دادند. در این پژوهش بیان گردیده که محققان به‌ندرت اجزای مدل تجارتي مربوط به آمایش شهری را توصیف کرده‌اند. هدف این پژوهش تحلیل و بررسی عوامل بحرانی برای مدل‌های کسب‌وکار دیرپا می‌باشد که با استفاده از ادبیات پژوهش ۷ عامل بحرانی را شناسایی کرده‌اند. این ۷ فاکتور عبارت‌اند از: توانایی توسعه و سازگاری با یک محیط پویا، استفاده از نقش کارآفرینی در آغاز کار، توانایی نوآوری خدمات جدید، خبرگی در تدارکات و مدیریت زنجیره تأمین، توانایی استفاده از مدیریت فناوری اطلاعات و پذیرفته شدن در جامعه. تمامی این فاکتورهای مدل‌های کسب‌وکار دیرپا به دنبال جذب فرصت‌های جدید و غیرمنتظره هستند.

محققین مختلف بر جنبه‌های متفاوتی از عوامل دیرپایی تأکید نموده‌اند. برخی از محققین تمرکز خود را بر ایده‌های محوری مطرح نموده‌اند [۲۴][۳۳]، در این مدل‌ها بیان شده است که به‌منظور موفقیت و رشد در کسب‌وکار لازم است تا ایده‌های محوری را به‌صورت دقیق انتخاب نمود. در واقع داشتن یک ایده محوری اولیه با تمامی ویژگی‌ها و ابعاد انحصاری آن می‌تواند در ایجاد بسترهای مناسب برای توسعه فعالیت‌های شرکت‌ها در آینده تأثیرگذار باشد [۱۷].

همچنین ایده‌های جدید می‌تواند در ایجاد تجارب جدید برای موفقیت کسب‌وکارها تأثیرات بالایی داشته باشد. در همین زمینه باید بیان نمود که در صورتی که ایده‌ها به‌صورت دقیق تعریف می‌شود می‌تواند در کاهش عدم اطمینان محیطی نیز تأثیرگذار باشند.

برخی محققین نیز بر ویژگی‌های فردی کارآفرینان در طراحی مدل‌های کسب‌وکار اشاره نموده‌اند [۲][۱۰][۱۱][۲۴][۳۱][۳۲][۳۳].

در برخی تحقیقات نیز بر فرآیندهای اجرایی در کسب‌وکار اشاره شده است [۱۱][۲۵][۳۳]. در واقع فرآیندهای صحیح مدیریت و کارآفرینی در سطح کسب‌وکارها می‌تواند متضمن عملکرد برتر این کسب‌وکارها باشد.

دسته‌ای دیگر از محققین عوامل محیط کسب‌وکار را به‌عنوان عوامل مؤثر بر موفقیت مطرح نموده‌اند. از دیدگاه این محققین محیط کسب‌وکار می‌تواند به شدت موفقیت کسب‌وکار را تحت تأثیر قرار دهد [۲][۲۵][۱۹][۳۱].

می‌شوند. از مجموع ۴۱۲ تعاونی کارآفرین دیرپا ۲۸۰ پرسشنامه به روش تصادفی جمع‌آوری گشت. در این پژوهش از شش پرسشنامه بنا به ضرورت استفاده شد. اولین پرسشنامه مصاحبه نیمه ساختاریافته بود که در مرحله اول نظرسنجی از هیئت خبرگان توزیع گردید، پرسشنامه دوم تا پنجم دوره‌های اول تا چهارم دلفی را تشکیل دادند. پرسشنامه ششم جهت جمع‌آوری داده برای تحلیل عاملی اکتشافی و برازش و تست مدل بود. جدول مختصات توزیع پرسشنامه به قرار زیر می‌باشد.

جدول (۱): مختصات توزیع پرسشنامه

مرحله	مخاطب	تاریخ توزیع	تعداد توزیع (نفر)	تعداد برگشت (نفر)	درصد برگشت
اول	هیئت خبرگان	اردیبهشت ۹۸	۱۲	۱۲	۱۰۰
دوم	هیئت خبرگان	اردیبهشت ۹۸	۱۲	۱۲	۱۰۰
سوم	هیئت خبرگان	خرداد ۹۸	۱۷	۱۶	۹۴
چهارم	هیئت خبرگان	مرداد ۹۸	۲۲	۲۰	۹۰
پنجم	هیئت خبرگان	شهریور ۹۸	۲۶	۲۳	۸۸
ششم	موردپژوهش	آبان ۹۸	۳۵۰	۲۸۰	۸۰

موردپژوهش شرکت‌های تعاونی کارآفرینی تحت پوشش صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون پرداخته شده است. در گام اول پس از بررسی ادبیات موضوع و شناسایی و احصا عوامل موثر بر دیرپایی، مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام شد تا عوامل موثر بومی و از جنس تعاونی و شرکت‌های کارآفرینی استخراج شود. خبرگان در مصاحبه ۲۵ عامل تاثیرگذار بر دیرپایی شرکت کارآفرین بخش تعاون در ایران را بیان کردند که به قرار زیر می‌باشد.

دلفی (هیئت خبرگان)، مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته (مصاحبه با متخصصان و خبرگان حوزه تحقیق) و میدانی (پرسشنامه) می‌باشد. نمونه آماری و روش‌های جمع‌آوری اطلاعات نمونه آماری در این تحقیق، در مرحله اول خبرگان بودند و در مرحله دوم شرکت‌های تعاونی کارآفرین تحت پوشش صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون به تعداد ۲۸۰ شرکت بودند. شرکت‌های تعاونی تحت پوشش صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون ۱۵۶۰ شرکت است که حدود ۹۰۰ شرکت تعاونی از نوع کارآفرین است. از مجموع ۹۰۰ شرکت تعاونی کارآفرین، ۴۱۲ تعاونی دیرپا می‌باشند و بیش از ۵ سال هست که از خدمات صندوق بهره‌مند

در این تحقیق با استفاده از ادبیات و پیشینه موضوع و مرور مبانی نظری و انجام مصاحبه‌های اکتشافی در ابتدا ۴۶ عامل اصلی در طراحی مدل دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاونی شناسایی گردید. سپس محقق با راهنمایی استاد محترم راهنما و با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند به تشکیل هیئت خبرگان اقدام نمود. پس از طی ۴ مرحله دلفی اعضای هیئت خبرگان با توجه به نتایج دوره‌های قبلی و میانگین پاسخ‌های قبلی در مورد ۴۴ عامل مؤثر بر دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین به توافق نسبی دست یافتند و در ادامه با استفاده از روش تحلیل عاملی اکتشافی و تکنیک تحلیل مؤلفه‌های اصلی، هشت مؤلفه جدید و بدیع به دست آمد که نتایج آن در ادامه ارائه می‌شود. سپس به کمک تحلیل مسیر روابط بین مؤلفه‌های موثر بر دیرپایی و دیرپایی آزمون شد و مدل نهایی برازش شد.

۳- روش تجزیه و تحلیل داده

در این بخش به خروجی‌های مربوط به مصاحبه نیمه ساختاریافته، راندهای دلفی، تحلیل عاملی اکتشافی و تست مدل مفهومی طراحی شده در خصوص دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاون به همراه آزمون روابط در

جدول (۲): کدها و خروجی مصاحبه

ردیف	عوامل	کدها
۱	همبستگی اعضای تعاونی	<ul style="list-style-type: none"> ارتباط موثر اعضا از طریق شبکه های اجتماعی هم فکری و همبستگی بین اعضای تعاونی در تصمیم گیری اعتماد متقابل بین اعضای تعاونی
۲	داشتن شبکه عرضه و فروش	<ul style="list-style-type: none"> قرار گرفتن تعاونی در شبکه فروش استفاده از شبکه های مویرگی پخش کالا در کشور استفاده از توان تعاونی های مصرف در عرضه و فروش کالا/خدمات
۳	رقابت پذیری محصول تعاونی	<ul style="list-style-type: none"> داشتن محصول با مزیت رقابتی تولید محصول با قیمت مناسب ارایه خدمات و تولیدات با کیفیت
۴	مشارکت اعضا	<ul style="list-style-type: none"> شرکت فعال اعضا در مجامع و رویدادها تعهد و جدیت اعضا در تصمیم گیری های مهم داشتن اعضای فعال
۵	تناسب ایده کسب و کار با علایق مؤسسان تعاونی	<ul style="list-style-type: none"> کسب و کار تعاونی در جهت علاقه موسسان باشد ایده کسب و کار مورد توجه موسسان باشد کسب و کار تعاونی برخواسته از نیاز اعضا باشد
۶	تناسب ایده کسب و کار با تحصیلات مؤسسان تعاونی	<ul style="list-style-type: none"> ارکان تعاونی تحصیلات عالی مرتب داشته باشند دانش موسسان در حوزه کسب و کار کافی باشد ارکان کسب و کاری را شروع کنند که دانش کافی در مورد آن داشته باشند
۷	دسترسی آسان به مواد اولیه	<ul style="list-style-type: none"> مواد اولیه به وفور یافت شود مواد اولیه ترجیحا وارداتی نباشد محصولی تولید شود که مواد اولیه آن با قیمت مناسب پیدا شود
۸	مدیران و مؤسسان خطرپذیر	<ul style="list-style-type: none"> مدیران تعاونی ریسک پذیر باشند تعاونی وارد حوزه های جدید شود مدیران و موسسان شجاع باشند و اعتماد بنفس داشته باشند
۹	نوآوری ایده	<ul style="list-style-type: none"> استفاده از صدای مشتری داشتن نظام پیشنهادات استفاده از ایده های نو
۱۰	تأمین کل سرمایه گذاری توسط اعضا	<ul style="list-style-type: none"> اعضای تعاونی استعانت مالی داشته باشند تعاونی از نظر مالی قوی باشد شرکت تعاونی بدون وام ادامه فعالیت دهد
۱۱	داشتن برند	<ul style="list-style-type: none"> برندسازی فروش محصولات و خدمات تحت برند شرکت تعاونی خوشنام باشد
۱۲	ارتباط قوی با مشتری	<ul style="list-style-type: none"> استفاده از CRM در تعاونی تلاش برای کسب رضایت مشتریان با ارایه محصولات ارزان و با کیفیت اکرام مشتریان
۱۳	توان اقتصادی اعضا	<ul style="list-style-type: none"> افراد در تعاونی از نظر اقتصادی توانمند باشند توان مالی اعضا قوی باشد

۱۴	دسترسی به مراکز مشاوره تخصصی	<ul style="list-style-type: none"> وجود مرکز مشاوره تخصصی در بخش تعاون ارایه خدمات مشاوره ای به تعاونی در تمامی بخش ها توسط اداره تعاون برپایی شرکت های تعاونی مشاوره کسب و کار
۱۵	میزان درک فرصت های کارآفرینانه توسط مؤسسين	<ul style="list-style-type: none"> موسسين از فرصت های کارآفرینی آگاه باشند آگاهی موسسين از اهمیت توسعه محصول تعهد موسسين در بهره برداری از توان کارآفرینی
۱۶	آموزش اعضا، ارکان و مدیران	<ul style="list-style-type: none"> داشتن کارکنان آموزش دیده تخصیص بودجه مناسب برای آموزش داشتن واحد آموزش و توسعه در شرکت تعاونی
۱۷	تسهیل صادرات برای تعاونی ها	<ul style="list-style-type: none"> استفاده از شبکه تعاونی بین المللی رایزنی های قانونی برای مشوق های صادراتی برای تعاونی تشکیل تعاونی های تامین نیاز برای جمع آوری و صادرات محصولات
۱۸	کافی بودن میزان سرمایه گذاری	<ul style="list-style-type: none"> جذب سرمایه گذار داشتن اعضای تعاونی با توان مالی خوب سرمایه کافی در تعاونی
۱۹	دارا بودن مرکز تحقیق و توسعه و تخصیص بودجه مناسب به آن	<ul style="list-style-type: none"> تخصیص منابع مالی در بخش R&D اهمیت به پژوهش در شرکت استفاده ۹ از خروجی پژوهش های توسعه ای
۲۰	استفاده از پوشش های بیمه ای	<ul style="list-style-type: none"> پوشش دادن ریسک های مترتب شناسایی ریسک ها و مدیریت آن ها استفاده از امکان خدمات بیمه ای در مدیریت ریسک
۲۱	میزان آگاهی و دانش کارآفرینانه	<ul style="list-style-type: none"> داشتن مدیران آگاه به فرایند کارآفرینی داشتن تیم طراحی محصول آگاه به مباحث کارآفرینی برخوردراری از مشاورین مسلط به کارآفرینی
۲۲	زمان صرف شده توسط اعضا برای رسیدن به اهداف تعاونی	<ul style="list-style-type: none"> شرکت مستمر در مجامع توسط اعضا انتخاب مدیران لایق توسط اعضا ارتباط مستمر با بازرس
۲۳	میزان نوآوری و خلاقیت در محصولات تعاونی	<ul style="list-style-type: none"> ارایه محصولات متناسب با نیاز بازار به روز رسانی محصولات نوآوری دوره ای در محصولات
۲۴	استفاده از فضای مجازی برای بازاریابی و فروش	<ul style="list-style-type: none"> تبلیغات از طریق شبکه های اجتماعی معرفی محصول و خدمت در بستر اینترنت استفاده از امکان فضای مجازی برای فروش
۲۵	دارا بودن کارکنان ماهر	<ul style="list-style-type: none"> نیروی انسانی مسلط به کار و آموزش دیده به کار گیری استاد کارهای حرفه ای کارکنان متبحر و ماهر دارای سابقه کار مرتبط

۳-۱- نتایج مرحله اول دلفی

در این مرحله، اعضای هیئت خبرگان از بین عامل‌های مؤثر بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین احصا شده از مرور ادبیات موضوع و مصاحبه که جمعا ۴۶ عامل بود، با حذف ۱۵ مورد، ۳۱ مورد از آن‌ها را برای تعاونی‌ها با محاسبه میانگین، انحراف معیار به همراه مقادیر کمینه و بیشینه، با تأثیر خیلی زیاد تشخیص دادند. اعضای هیئت ۲ مورد را پیشنهاد اصلاح دادند که شامل "تأمین مالی تعاونی با استفاده از روش‌های نوین" و "اعتمادسازی در خصوص تعاونی‌ها" می‌باشد و در مجموع ۳۱ مورد را به‌عنوان عوامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین مطرح نمودند که در این مقاله فقط خروجی دور آخر دلفی گزارش می‌شود.

همچنین در پایان پرسشنامه دور اول در مجموع خبرگان ۲۵ عامل تأثیر گزارش جدید مرقوم نمودند که پرسشنامه دور دوم دلفی را تشکیل داد.

۳-۲- نتایج مرحله دوم دلفی

در این مرحله، اعضای هیئت در مورد عوامل مطرح‌شده و پیشنهادشده در دور اول دلفی که ۲۵ عامل بود، تعداد ۳ مورد از عوامل را پیشنهاد حذف دادند و ۲۲ مورد از آن‌ها را با تأثیر خیلی زیاد تشخیص دادند.

۳-۳- نتایج مرحله سوم دلفی

در این مرحله، اعضای هیئت پیرامون مجموع عوامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین تأیید شده در دور اول و دوم که ۵۳ عامل بود، ۹ مورد آن‌ها را پیشنهاد حذف دادند و بقیه را که ۴۴ مورد بود با پیشنهاد اصلاح بعضی از عناوین عوامل، تأیید نمودند.

۳-۴- نتایج مرحله چهارم دلفی

در این مرحله، اعضای هیئت در مورد ۴۴ عامل مؤثر بر دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین، با توجه به نتایج دورهای قبل و میانگین پاسخ‌های قبلی توافق نسبی پیدا نمودند. نتایج تفصیلی مرتبط با اجرای مرحله چهارم توزیع پرسشنامه در جدول ۳ آمده است.

جدول (۳): توصیف آماری تفصیلی نتایج مرحله چهارم دلفی

ردیف	میانگین	انحراف معیار	حداکثر	حداقل	توضیح
۱	۴/۴۲	۰/۹۲۱	۵	۲	رقابت‌پذیری محصول تعاونی
۲	۳/۹۹	۰/۳۵۱	۵	۴	مشارکت اعضا
۳	۴/۲۴	۰/۴۱۴	۵	۴	انگیزه‌های فردی مؤسسان
۴	۴/۳۴	۰/۶۲۴	۵	۳	تناسب تجربه و قابلیت مدیریتی ارکان و مدیران با ایده کسب‌وکار
۵	۴/۳۸	۰/۳۲۱	۵	۴	شبکه‌سازی و قرار گرفتن در زنجیره تولید موفق
۶	۴/۱۵	۰/۵۴۱	۵	۴	تناسب ایده کسب‌وکار با تحصیلات و تخصص ارکان و مدیران تعاونی
۷	۴/۲۴	۰/۴۲۶	۵	۴	تناسب ایده کسب‌وکار با علائق ارکان و مدیران تعاونی
۸	۳/۸۸	۰/۸۳۴	۵	۳	تناسب ایده کسب‌وکار با نیاز اعضا تعاونی
۹	۳/۲۴	۰/۳۱۴	۵	۴	داشتن ایده خلقی در کسب‌وکار تعاونی
۱۰	۳/۴۶	۰/۶۷۵	۵	۳	شناخت اعضا نسبت به هم
۱۱	۴/۳۹	۰/۳۴۲	۵	۴	همبستگی اعضای تعاونی
۱۲	۴/۱۸	۰/۰۲۳	۵	۴	دسترسی به مراکز نوآوری
۱۳	۴/۲۱	۰/۴۶۹	۵	۴	شناخت و آگاهی از اصول تعاونی
۱۴	۴/۳۴	۰/۰۶۵	۵	۴	در دسترس بودن سرمایه لازم

۵	۴	۰/۳۵۱	۴/۴۰	دانش فنی	۱۵
۵	۳	۰/۸۴۱	۴/۱۴	دسترسی آسان به مواد اولیه	۱۶
۵	۴	۰/۳۳۲	۴/۲۱	داشتن برنامه استراتژیک	۱۷
۵	۴	۰/۵۱۷	۴/۲۳	روحیه خلاق مؤسسان و مدیران	۱۸
۵	۴	۰/۵۱۲	۴/۳۸	دارا بودن تجربه کارآفرینی	۱۹
۵	۴	۰/۴۰۲	۴/۴۸	ثبات قیمت ارز	۲۰
۵	۳	۰/۷۲۰	۴/۲۳	داشتن برند	۲۱
۵	۳	۰/۶۳۰	۴/۳۸	شبکه ارتباط با مشتری	۲۲
۵	۳	۰/۶۰۷	۴/۳۴	ایجاد ارزش منحصربه‌فرد برای مشتریان	۲۳
۵	۴	۰/۴۰۲	۴/۲۵	یادگیری و ارزش‌آفرینی	۲۴
۵	۴	۰/۵۰۲	۴/۲۰	بهبود و کیفیت محصول یا خدمت	۲۵
۵	۴	۰/۴۱۹	۴/۳۶	دسترسی به مراکز مشاوره تخصصی	۲۶
۵	۴	۰/۴۴۵	۴/۴۲	میزان درک فرصت‌های کارآفرینانه توسط مؤسسين	۲۷
۵	۴	۰/۵۱۴	۴/۳۶	میزان آگاهی و دانش کارآفرینانه	۲۸
۵	۴	۰/۴۴۱	۳/۷۲	میزان مخاطره پذیری در تعاونی	۲۹
۵	۴	۰/۴۱۶	۴/۲۳	آموزش اعضاء، ارکان و مدیران تعاونی	۳۰
۵	۴	۰/۴۴۶	۴/۲۲	دارا بودن مرکز تحقیق و توسعه و تخصیص بودجه مناسب به آن	۳۱
۵	۴	۰/۳۱۲	۴/۴۲	میزان نوآوری و خلاقیت در محصولات تعاونی	۳۲
۵	۴	۰/۳۱۴	۳/۹۷	استفاده از امکان فضای مجازی برای بازاریابی و فروش	۳۳
۵	۴	۰/۳۱۶	۴/۲۹	استفاده از فن‌آوری‌های مدرن و نوین	۳۴
۵	۳	۰/۲۴۵	۳/۲۸	زمان صرف شده توسط اعضا برای رسیدن به اهداف تعاونی	۳۵
۵	۳	۰/۷۵۲	۳/۶۳	تأمین مالی تعاونی با استفاده از روش‌های نوین	۳۶
۵	۴	۰/۴۱۴	۳/۹۰	اعتمادسازی در خصوص تعاونی‌ها	۳۷
۵	۳	۰/۶۸۹	۴/۲۴	قرار گرفتن در زنجیره تولید	۳۸
۵	۳	۰/۶۵۳	۴/۳۲	داشتن استراتژی بازاریابی مناسب	۳۹
۵	۴	۰/۵۲۴	۴/۳۲	مدیریت مؤثر و اعمال کنترل بر روی فرایندها	۴۰
۵	۴	۰/۴۵۸	۳/۸۹	مدل‌سازی و مستندسازی فرایندهای کسب‌وکار در تعاونی	۴۱
۵	۴	۰/۵۳۱	۴/۴۲	بهبود مستمر فرایندها	۴۲
۵	۳	۰/۴۵۷	۴/۴۳	نوآوری در طراحی محصول یا خدمت	۴۳
۵	۴	۰/۸۵۲	۴/۶۲	استانداردسازی فرایندها	۴۴

در جدول ۴ نیز آمار کلی مرحله نهایی توصیف گردیده است.

جدول (۴): توصیف آماری کلی نتایج مرحله چهارم

۴/۱۶۸	میانگین کل
۰/۴۸۵	انحراف معیار کل
۳	کمینه
۵	بیشینه

ها پرسشنامه ای با ۴۴ گویه ساخته شد که پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ ۸۷ درصدی پذیرفته شد و روایی آن از نظر محتوا توسط خبرگان و از نظر سازه توسط شاخص های برازش مدل و جدول واریانس تبیین شده جامع سنجیده شد که در ادامه گزارش می شود.

۳-۶- نتایج آزمون تحلیل عاملی اکتشافی

نتایج آزمون های تحلیل عاملی اکتشافی (تجزیه و تحلیل مؤلفه های اصلی و واریماکس)، کرویت بارتلت، کیسر - میر - اولکین و تحلیل واریانس که مبنای آماده سازی و طراحی مدل مفهومی دیرپایی کسب و کارهای کارآفرین بخش تعاون بوده در ادامه ارائه گردیده است. جدول ۵، کفایت داده ها برای تحلیل عاملی اکتشافی را که مشتمل بر شاخص آزمون KMO و مقدار شاخص آزمون کرویت بارتلت است، نشان می دهد. اندازه شاخص آزمون KMO بالاتر از ۰/۵ بوده و قابل پذیرش است؛ لذا می توان تحلیل واریانس درون داده ها را اجرا نمود. شاخص آزمون کرویت بارتلت نیز در سطح اطمینان ۹۹٪ قابل قبول و معنادار است. همچنین مقدار دترمینان ماتریس ضریب همبستگی نیز بزرگ تر از صفر به دست آمده است.

همان گونه که در دو جدول بالا مشاهده می شود، میانگین کل امتیازات اختصاص یافته به ۴۴ عامل مطرح شده برابر با ۴/۱۸۶ بوده و همگی عوامل اثرگذار بر دیرپایی تعاونی های کارآفرین، دارای میانگین بالاتر از ۳ بوده اند.

۳-۵- ضریب هماهنگی کندال

در این پژوهش ضریب هماهنگی کندال برای پاسخ های هیئت خبرگان در دور چهارم دلفی، ۶۸/۶٪ است، با توجه به اینکه تعداد اعضای هیئت بیش از ۱۰ نفر بود، این میزان از ضریب کندال کاملاً معنادار به حساب می آید. همچنین ضریب هماهنگی کندال برای عوامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی های کارآفرین در دور چهارم نسبت به دور سوم تنها ۰/۰۳۲ افزایش یافت که این ضریب یا میزان اتفاق نظر میان اعضای پانل در دو دور متوالی، رشد قابل توجهی نشان نمی دهد و نظرخواهی در این دور متوقف شد و در نتیجه ۴۴ عامل تاثیر گذار بر شرکت های کارآفرین در بخش تعاون نهایی شد. برای ادامه مسیر پژوهش محققین به دنبال استخراج مولفه های اصلی از ۴۴ عامل نهایی شده بودند تا مدل مفهومی اولیه را ترسیم کنند. برای استخراج مولفه

جدول (۵): نتایج آزمون های کرویت بارتلت، کیسر - میر - اولکین

۰/۸۰۴	شاخص آزمون KMO	
۷۷۷۳/۲۹۳	مقدار خی دو	آزمون کرویت بارتلت
۹۴۶	درجه آزادی	
۰/۰۰۰	شاخص	

از نقطه نظر آماری، سایر شاخص‌های لازم برای طراحی مدل نیز با توجه به جدول فوق قابل قبول هستند؛ زیرا واریانس تبیین شده توسط هر مؤلفه در ماتریس چرخش یافته، کفایت عوامل را نشان می‌دهد.

جدول ۶ نتایج تجزیه و تحلیل مؤلفه‌های اصلی و تحلیل واریانس را ارائه می‌دهد. این جدول، نشان‌دهنده واریانس کل (مقدار ویژه)، درصد تجمعی، درصد واریانس تبیین شده توسط هر مؤلفه و مقادیر تحلیل واریانس داده‌های مربوط به عوامل ۴۴ گانه است.

جدول(۶): واریانس تبیین شده توسط هر مؤلفه در ماتریس چرخش یافته

مؤلفه‌ها	مقدار ویژه (واریانس کل)	درصد واریانس	مجموع درصد واریانس (درصد تجمعی)
اول	۱۲/۸۷۲	۲۹/۲۵۵	۲۹/۲۵۵
دوم	۳/۴۲۰	۷/۷۷۲	۳۷/۰۲۶
سوم	۲/۳۵۴	۵/۳۵۰	۴۲/۳۷۶
چهارم	۲/۱۲۲	۴/۸۲۳	۴۷/۱۹۹
پنجم	۱/۶۴۱	۳/۷۲۹	۵۰/۹۲۸
ششم	۱/۵۱۲	۳/۴۳۷	۵۴/۳۶۶
هفتم	۱/۴۵۹	۳/۳۱۵	۵۷/۶۸۱
هشتم	۱/۲۷۶	۲/۹۰۰	۶۰/۵۸۱

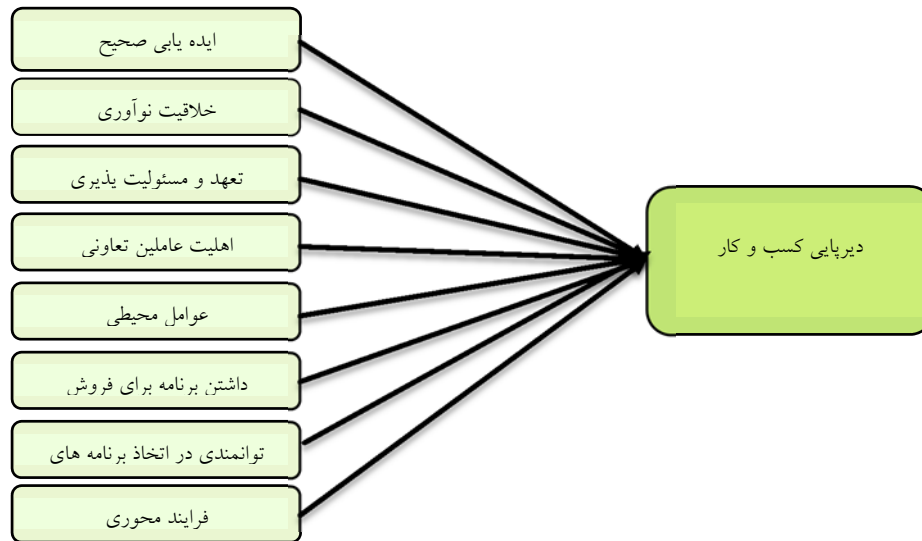
۳-۷- مدل مفهومی تحقیق

با استفاده از عوامل مستخرج از مبانی نظری تحقیق و نتایج نظرسنجی از هیئت خبرگان و تدوین و صورت‌بندی^۲ نهایی مؤلفه‌های هشت‌گانه مؤثر بر دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاون، مدل مفهومی پژوهش به شرح نمودار ۱ ارائه می‌شود. در این مدل، مؤلفه‌های هشت‌گانه اثرگذار بر دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاون نشان داده شده است. همان‌گونه که در نمودار آمده است؛ مؤلفه‌های ایده‌یابی صحیح، خلاقیت و نوآوری، تعهد و مسئولیت‌پذیری اعضای تعاونی، اهلیت عاملین تعاونی، عوامل محیطی، داشتن برنامه برای فروش، توانمندی در اتخاذ روش‌های جدید و فرایند محوری متغیر مستقل هستند و دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاون متغیر وابسته است.

جدول ۶ مبین این واقعیت هستند که پس از هشتمین تکرار ماتریس دوران یافته (چرخش یافته)، ۶۰/۵۸۱ درصد از تغییرات و نوسانات دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاون توسط عوامل ۴۴ گانه مستخرج از مبانی نظری پژوهش و مرور ادبیات موضوع و در قالب هشت مؤلفه جدید تبیین می‌گردد. به بیان دیگر عواملی که محقق از مبانی نظری و مصاحبه‌های اکتشافی احصا نموده، در قالب مؤلفه‌های هشت‌گانه نوظهور، در حدود ۶۰ درصد از عوامل مؤثر بر دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاون را پوشش می‌دهد که این مقدار در تحلیل عاملی اکتشافی و از نقطه نظر آماری بسیار مطلوب است.

همان‌طور که در جداول مذکور مشخص است؛ بالاترین مقدار ویژه مربوط به مؤلفه اول، ۱۲/۸۷۲ می‌باشد. مقدار ویژه مؤلفه دوم ۳/۴۲۰، مؤلفه سوم ۲/۳۵۴، مؤلفه چهارم ۲/۱۲۲، مؤلفه پنجم ۱/۶۴۱، مؤلفه ششم ۱/۵۱۲، مؤلفه هفتم ۱/۴۵۹ و مؤلفه هشتم ۱/۲۷۶ است.

لازم به توضیح است که در این مرحله پس از دسته‌بندی مؤلفه‌های هشت‌گانه جدید، به انضمام عوامل ۴۴ گانه زیرمجموعه آن‌ها، نسبت به نام‌گذاری هشت مؤلفه نوظهور از طریق مشورت با اساتید ارجمند و صاحب‌نظران معزز اقدام گردید. درواقع یکی از جنبه‌های نوآوری این پژوهش و سهم محقق در تولید دانش^۱، ارائه مؤلفه‌های هشت‌گانه مؤثر بر دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاون بوده است.



شکل (۱): مدل مفهومی تحقیق

۳-۱- برآزش مدل مفهومی تحقیق

موجود در مدل تأیید شده‌اند به همین علت روابط موجود در مدل به‌طور جداگانه نیز مورد بررسی قرار می‌گیرند. به‌طور کلی هر یک از شاخص‌های به‌دست‌آمده برای مدل به‌تنهایی دلیل برازندگی مدل یا عدم برازندگی آن نیست، بلکه باید این شاخص‌ها را در کنار یکدیگر و باهم تفسیر کرد.

نتایج جدول ۷ نشان می‌دهد که الگو در جهت برآزش از وضعیت مناسبی برخوردار است. شاخص‌های تناسب مدل بیانگر مناسب بودن مدل اندازه‌گیری می‌باشد. البته تأیید کلی مدل به این معنا نیست که همه روابط

جدول (۷): شاخص‌های برآزش مدل

شاخص	برآورد	برآزش قابل قبول مدل
$\frac{X^2}{df}$	۳/۹۲۶	$1 \leq \frac{X^2}{df} \leq 5$
GFI	۰/۷۱۰	$GFI \geq 0.9$
RMSEA	۰/۱۰۴	$RMSEA \leq 0.08$
TLI	۰/۸۳۹	$TLI \geq 0.9$
NFI	۰/۹۵۷	$NFI \geq 0.9$
CFI	۰/۹۶۳	$CFI \geq 0.9$
IFI	۰/۸۶۵	$IFI \geq 0.9$
PRATIO	۰/۷۷۸	$PRATIO \geq 0.5$
AGFI	۹/۵۰۹	$AGFI \geq 0.9$

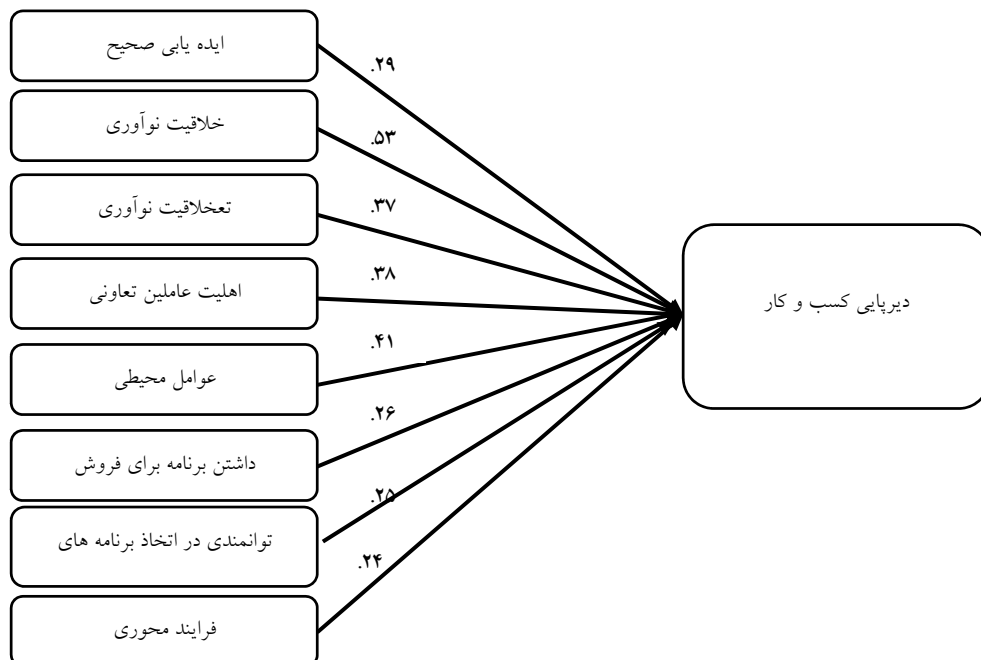
جدول (۸): ضرایب رگرسیونی غیراستاندارد مدل مفهومی تحقیق

روابط مدل مفهومی	برآورد	خطای استاندارد	نسبت بحرانی	سطح معناداری	نتیجه
ایده یابی صحیح ← دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین	۰/۰۹۳	۰/۰۰۲	۴۸/۵۲۴	۰/۰۰۰	ارتباط تأیید می‌شود
خلاقیت و نوآوری ← دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین	۰/۲۰۹	۰/۰۰۲	۸۹/۴۰۱	۰/۰۰۰	ارتباط تأیید می‌شود
تعهد و مسئولیت‌پذیری ← دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین	۰/۱۳۳	۰/۰۰۲	۶۱/۸۳۷	۰/۰۰۰	ارتباط تأیید می‌شود

ارتباط تأیید می‌شود	۰/۰۰۰	۶۳/۱۸۹	۰/۰۰۲	۰/۱۳۳	اهلیت عاملین تعاونی ← دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین
ارتباط تأیید می‌شود	۰/۰۰۰	۶۸/۹۵۴	۰/۰۰۲	۰/۱۶۰	عوامل محیطی ← دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین
ارتباط تأیید می‌شود	۰/۰۰۰	۴۳/۶۲۶	۰/۰۰۲	۰/۰۹۵	داشتن برنامه برای فروش ← دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین
ارتباط تأیید می‌شود	۰/۰۰۰	۴۲/۵۵۳	۰/۰۰۲	۰/۰۹۱	توانمندی در اتخاذ روش‌های جدید ← دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین
ارتباط تأیید می‌شود	۰/۰۰۰	۳۹/۶۱۶	۰/۰۰۲	۰/۰۸۸	فرایند محوری ← دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین

در جدول ۸ ضرایب رگرسیونی غیراستاندارد به همراه نسبت بحرانی و مقدار P (سطح معناداری) نشان داد تمامی عوامل موردبررسی در سطح اطمینان ۹۵ درصد بر دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاون تأثیرگذار است.

($p < 0.05$)



شکل (۲): مدل مفهومی تحقیق به همراه ضرایب رگرسیونی استاندارد

روش‌های جدید برابر $0/۲۵۳$ و ضریب تأثیر فرایند محوری بر دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاون برابر $0/۲۳۵$ است. بنابراین با توجه به اطلاعات به دست آمده خلاقیت و نوآوری بیشترین تأثیر را بر دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاون دارد.

۴- نتیجه گیری

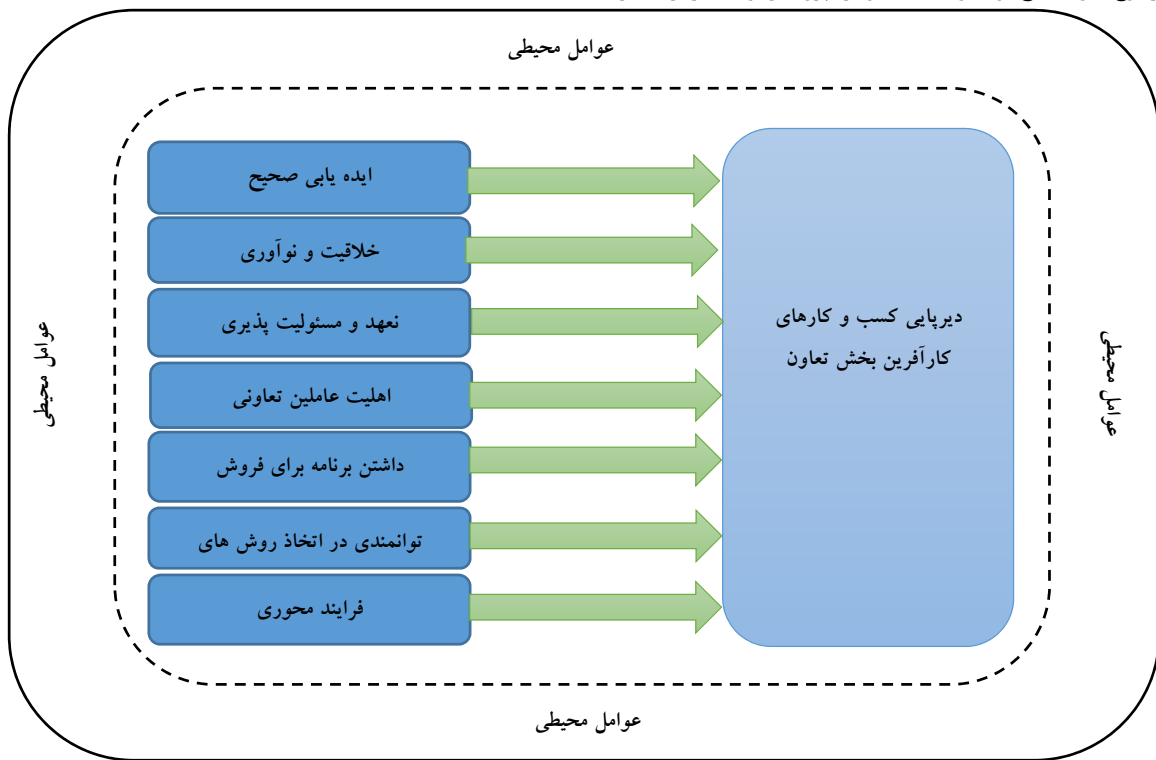
با جمع‌بندی مطالب ارائه شده، می‌توان به این نتیجه رسید که پژوهشگر در راستای رسیدن به اهداف تحقیق و پاسخ به سؤال‌های تحقیق با کامیابی همراه بوده است. با مرور پرسش اصلی تحقیق؛ مدل مفهومی دیرپایی

در این نمودار ضرایب رگرسیونی استاندارد بین متغیرهای اصلی پژوهش که اصطلاحاً ضریب مسیر^۱ گفته می‌شود نشان داده شده است. ضریب تأثیر ایده یابی صحیح بر دیرپایی کسب‌وکارهای کارآفرین بخش تعاون برابر $0/۲۸۸$ ، ضریب تأثیر خلاقیت و نوآوری برابر $0/۵۳۱$ ، ضریب تأثیر تعهد و مسئولیت‌پذیری اعضای تعاونی برابر $0/۳۶۷$ ، ضریب تأثیر اهلیت عاملین تعاونی برابر $0/۳۵۷$ ، ضریب تأثیر عوامل محیطی برابر $0/۴۱۰$ ، ضریب تأثیر داشتن برنامه برای فروش برابر $0/۲۵۹$ و ضریب تأثیر توانمندی در اتخاذ

¹ Path coefficient

مرزهای دانش را در این مقوله به شیوه‌ای رسا به مخاطب منتقل می‌نماید. مدل تبیین شده (شکل ۳) در ادامه گزارش می‌شود:

تعاونی‌های کارآفرین چگونه است؟ و سؤال فرعی آن‌که؛ عوامل و ویژگی‌های مؤثر بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین و روابط بین آنها کدام‌اند؟ و شناسایی و دسته‌بندی عوامل چهل و چهارگانه مؤثر در طراحی مدل دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین، محقق به صورت هدفمند به ارائه مدل مفهومی دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین بر اساس مؤلفه‌های هشت‌گانه نوظهور در مورد پژوهش پرداخته است. در تحقیق حاضر که از نوع تحقیقات اکتشافی بوده است، پژوهشگر تلاش نموده تا با استفاده از رویکرد ترکیبی - کیفی و کمی - به طراحی و تبیین مدل دیرپایی تعاونی‌ها بپردازد. از این‌رو می‌توان ادعا نمود که مدل مفهومی دیرپایی تعاونی‌ها - که نوآوری و سهم تولید دانش توسط محقق و با راهنمایی اساتید محترم و صاحب‌نظران پانل به‌خوبی در آن نمود یافته است - در نوع خود بدیع بوده و بنیادی بودن پژوهش و گسترش دادن



شکل (۳): مدل تبیین شده تحقیق

پژوهش‌های احسانی‌فر و همکاران (۱۳۹۶) که شاخص‌های دیرپایی فعالیت‌های کارآفرینانه در پژوهش آن‌ها، «میزان ارتباط کارآفرینان با مراکز مشاوره و کارشناسان؛ شاخص میزان ریسک محصول تولیدشده توسط فعالیت‌های کارآفرینانه» نام برده شده است، با پژوهش فاریابی و احمدوند (۱۳۹۵) که نحوه برخورد با اعضا، میزان تحصیلات اعضا و هیئت‌مدیره، تخصیص اعتبارات و وام به تعاونی و رضایت شغلی مدیرعامل را به‌عنوان تعیین‌کننده‌های مهم و معنادار در پیش‌بینی عملکرد تعاونی شناسایی کردند،

با توجه به مدل حاضر، دیرپایی کسب و کارهای کارآفرین بخش تعاون به دو دسته اصلی عوامل داخلی و خارجی وابسته است. عوامل داخلی شامل ایده یابی صحیح، خلاقیت و نوآوری، تعهد و مسئولیت پذیری، اهلیت عاملین تعاونی، داشتن برنامه برای فروش، توانمندی در اتخاذ روش های جدید و فرایند محوری می‌باشد. عوامل محیطی نیز شامل دسترسی به مراکز نوآوری، در دسترس بودن سرمایه و غیره می‌باشد. این مدل با نتایج

مربوط به این بخش نشان می‌دهد که سایر عوامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از اهلیت عاملین تعاونی، تعهد و مسئولیت‌پذیری اعضای تعاونی، ایده یابی صحیح، داشتن برنامه برای فروش، توانمندی در اتخاذ روش‌های جدید و فرایند محوری. بنابراین به‌منظور دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین می‌توان پیشنهاد‌های کاربردی زیر را با توجه به هشت مولفه نوظهور مشخصاً ارائه نمود:

- تقویت و توسعه مراکز نوآوری و شتاب دهنده ها، صندوق های خطرپذیر و مراکز آموزش کارآفرینی برای بخش تعاون
- تقویت مرکز تحقیق و توسعه برای تعاونی های موجود با هدف افزایش نوآوری و خلاقیت برای تعاونی های نیمه فعال
- معین نمودن فضای کار اشتراکی برای تعاونی‌ها با هدف تبادل تجربیات و دانش به منظور نوآوری در طراحی محصول، استفاده از فناوری های بهبود کیفیت محصول، یادگیری و ارزش آفرینی و رقابت پذیری محصولات
- تقویت مراکز ایده یابی علمی به صورت فیزیکی و مجازی در بخش تعاون
- ایجاد ساز و کار لازم قبل از تشکیل شرکت تعاونی برای متناسب سازی ایده با تحصیلات، علایق و تجربه با حمایت موسسه تعاونی ها. به عبارتی در صورت عدم تناسب تعاونی ثبت نگردد.
- تقویت و حمایت از مراکز مشاوره و کارآفرینی اختصاصی بخش تعاون به منظور تبدیل ایده های خام به ایده های ناب برای دیرپا نمودن کسب و کارهای تعاونی
- ایجاد انگیزه لازم برای افراد جهت عضویت در تعاونی‌ها از طریق در دسترس قرار دادن منابع مالی ارزان قیمت برای سرمایه گذاری
- تقویت تشکل‌های تعاونی ها از جمله اتحادیه‌های سراسری تامین نیاز برای تامین مواد اولیه ارزان و باکیفیت برای تعاونی ها
- فرهنگ سازی در سطح جامعه برای تقویت تعاونی ها و برند آنان
- قبل از تاسیس تعاونی ساز و کار لازم برای اندازه گیری میزان مخاطره پذیری، دانش کارآفرینی، فرصت شناسی، انگیزه فردی و تجربیات قبلی ایجاد تا در صورت عدم کسب مجوز لازم آموزش مورد نیاز را طراحی و اهلیت عاملین تقویت، سپس آنان بتوانند وارد عرصه کارآفرینی بخش تعاون بشوند.
- با توجه به گستردگی شهرها و عدم امکان تماس مستقیم و گروهی افراد پیشنهاد می شود با استفاده از بستر اینترنت فضایی

با پژوهش علی‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) که حمایت‌های مالی و سازمانی را به‌عنوان پیامدهای لازم برای رسیدن به اهداف کارآفرینی پایدار معرفی کردند، با پژوهش خیاطیان و همکاران (۱۳۹۳) که عوامل اثرگذار بر رشد و دیرپایی شرکت‌های دانش‌بنیان را: ویژگی مؤسسان، مشخصات عمومی شرکت، ایده محوری شرکت، نیروی انسانی، بازار و رقابت، سازماندهی، زیرساخت‌ها، تأمین مالی و عوامل محیطی معرفی کردند، با پژوهش امیری و همکاران (۱۳۹۰) که عوامل مؤثر بر پیاده‌سازی و دیرپایی کسب‌وکارها را «رهبری و مدیریت، الزامات فنی، زیرساخت‌های مالی، نوع سازمان، محصول و خدمت، زنجیره تأمین، مشتریان، رقبا و شرکا، تأمین‌کنندگان، زیرساخت‌های قانونی، سیاسی و حقوقی» در نظر گرفتند و همچنین با پژوهش موربوکا و کارواله‌هو (۲۰۱۷) و بورکلند و همکاران (۲۰۱۷)، کارلسون و همکاران (۲۰۱۷)، همخوانی دارد. چراکه آن‌ها عوامل دیرپایی در یک کسب‌وکار را «استفاده از نقش کارآفرینی در آغاز کار، توانایی نوآوری خدمات جدید، خبرگی در تدارکات و مدیریت زنجیره تأمین، توانایی استفاده از مدیریت فناوری اطلاعات و پذیرفته شدن در جامعه» همچنین «محیط کسب‌وکار (بازار امن)» معرفی کردند.

در ادامه به ارائه نکاتی برجسته در خصوص تحلیل نتایج به‌دست‌آمده، پرداخته می‌شود.

الف - مدل ساختاری به دست‌آمده و تحلیل مسیر در حالت تخمین استاندارد نشان می‌دهد که مؤلفه خلاقیت و نوآوری بیشترین تأثیر را بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین داشته است (با ضریب تأثیر ۰/۵۳۱). نتیجه آن‌که در راستای رسیدن به دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین، مؤلفه خلاقیت و نوآوری که شامل رقابت‌پذیری محصول تعاونی، دانش فنی، روحیه خلاق مؤسسان و مدیران، ایجاد ارزش منحصربه‌فرد برای مشتریان، یادگیری و ارزش‌آفرینی، بهبود و کیفیت محصول یا خدمت، میزان نوآوری و خلاقیت در محصولات تعاونی، استفاده از فن‌آوری‌های مدرن و نوین، نوآوری در طراحی محصول یا خدمت باید تقویت شود.

ب - بر اساس داده‌ها و نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل مدل ساختاری تحقیق، عوامل محیطی دومین عامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی‌ها شناخته شده است و لذا می‌توان نتیجه گرفت که در کنار افزایش خلاقیت و نوآوری، تمهیداتی ازجمله دسترسی به مراکز نوآوری، در دسترس بودن سرمایه لازم، دسترسی آسان به مواد اولیه، ثبات قیمت ارز، دسترسی به مراکز مشاوره تخصصی، دارا بودن مرکز تحقیق و توسعه و تخصیص بودجه مناسب به آن، اعتمادسازی در خصوص تعاونی‌ها در تعاونی تأثیر بالایی دارد. همچنین نتایج

- [۶] حسینی شکرایی، سیداشکان، راضیه تدین و بهروز دری، (۱۳۹۵)، بررسی و تحلیل عوامل کلیدی موفقیت راهبرد کسب‌وکار به منظور کسب ارزش پایدار در صنعت تزریق پلاستیک ایران، نخستین کنفرانس بین‌المللی پارادیم‌های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی، تهران، دانشگاه شهید بهشتی.
- [۷] حسینی، میرزا حسن، دولتی، مهین، پرینجی، مهدیه (۱۳۹۷)، بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی عضو تعاونی‌های روستایی زنان در شمال استان تهران، فصلنامه تعاون و کشاورزی، دوره ۷، شماره ۲۶.
- [۸] حیدری ساریان، (۱۳۹۱)، بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های تولید روستایی (پژوهش موردی: شهرستان پارس آباد)، فصلنامه علمی - پژوهشی نگرشهای نو در جغرافیای انسانی، سال چهارم، شماره دوم، بهار
- [۹] خیاطیان، محمد صادق، طباطبائی، سید حبیب الله، الیاسی، مهدی، (۱۳۹۴)، تحلیل محتوای ویژگی‌های شرکت‌های دانش‌بنیان، مجله پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی، دوره ۵، شماره ۲، صص ۲۱-۴۷.
- [۱۰] دشتبان، فاطمه، (۱۳۹۳)، بررسی و اولویت‌بندی عوامل کلیدی موفقیت و شکست کسب‌وکارهای کوچک، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه مشهد.
- [۱۱] روحانی، سعید، روسان، احد، دیلمی، هما، (۱۳۹۴)، عوامل کلیدی موفقیت پیاده‌سازی سیستم مدیریت فرایند کسب و کار، فصلنامه مطالعات مدیریت فناوری اطلاعات سال سوم، شماره، ۱۲.
- [۱۲] عبداللهی، خسرو، نوری پور، مهدی، (۱۳۹۵)، عوامل درون و برون سازمانی مؤثر در فعالیت تعاونی‌های کشاورزی شهرستان بویراحمد، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ششم، شماره ۱
- [۱۳] فاریابی، مینا، احمدوند، مصطفی، (۱۳۹۶)، تعیین کننده‌های عملکرد تعاونی‌های تولید روستایی در جنوب استان کرمان، مجله پژوهش‌های روستایی، دوره ۸، شماره ۳، پاییز، ۱۳۹۶.
- [۱۴] مقیمی، سید محمد، احمد پور داریانی، محمود، (۱۳۸۷)، آموزش کارآفرینی درکسب و کارهای کوچک و متوسط ایران: نیازها و راهکارها، توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره اول
- [۱۵] مقیمی، سیدمحمد، (۱۳۸۴)، کارآفرینی در سازمان های دولتی، فراندیش، تهران.
- [۱۶] مقیمی، سیدمحمد، (۱۳۸۴)، کارآفرینی در نهادهای مدنی، تهران، انتشارات مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران
- [۱۷] مقیمی، سید محمد، وکیلی، یوسف، اکبری، مرتضی، (۱۳۹۲)، نظریه های کارآفرینی، تهران، دانشگاه تهران.
- [۱۸] مندعلی‌زاده، زینب، احسانی، محمد، کوزه چیان، هاشم، هنری، حبیب، (۱۳۹۳)، شناسایی شاخص‌های کارآفرینی پایدار در ورزش، رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، جلد ۲، شماره ۴، صص ۲۱-۳۵.
- [۱۹] ملاشاهی، غلام عباس، ظریفیان، شاپور، سارانی، ولی‌الله، (۱۳۹۴)، عوامل مؤثر بر موفقیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط زراعی و باغی شهرستان زابل، تحقیقات و اقتصاد توسعه کشاورزی، دوره ۲، شماره ۴.

ایجاد شود تا اعضا قبل از تشکیل شرکت و با توجه به نیاز، علاقه و انگیزه خودشان نسبت به شناسایی علائق مشترک و همچنین شناخت توانمندی سایر اعضا اقدام و در صورت همگن شدن اعضا نسبت به درخواست تشکیل تعاونی اقدام آگاهانه نمایند تا از این طریق مسئولیت پذیری و تعهد نسبت به هم را تقویت نمایند.

- با توجه به اهمیت تامین مالی نوین و برندینگ و همچنین قرار گرفتن در حلقه زنجیره ارزش و بهبود مستمر و کمیت و کیفیت تولیدات شرکت های تعاونی پیشنهاد می گردد همکاری چند جانبه بین دستگاه‌های متولی دولتی، اتحادیه ها و شرکت های تعاونی انجام تا نسبت به توسعه این عوامل اقدام لازم انجام پذیرد.

- شرکت‌های تعاونی قبل از تشکیل به مقوله بازار توجه کافی داشته باشند تا محصولات آنها بتواند در بازار به فروش برود.

- برای فروش خوب و کسب سهمیه مناسب در بازار پیشنهاد می گردد با استفاده از مشاوران امین نسبت به ایجاد سیستم CRM اقدام و با اتخاذ استراتژی بازاریابی به خصوص استفاده از فضای مجازی اقدام تا بتوانند با فروش مناسب و با قیمت مناسب شرکتی موفق و دیرپا داشته باشند.

منابع و مأخذ

- [۱] امینی، امیر مظفر، اسماعیلی فلاح، مریم، (۱۳۸۷)، موفقیت شرکت‌های تعاون روستایی استان اصفهان و ارزیابی سازه‌های مؤثر بر آن، نشریه علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی، دوره ۱۲، شماره ۴۶.
- [۲] ایران دوست، عبدالله، قوامی‌پور، محسن، ابراهیم نژاد، روح الله، حسین پور، داوود، (۱۳۹۲)، عوامل کلیدی اثرگذار بر موفقیت کسب و کارهای خانوادگی اولویت بندی با روش تحلیل شبکه ای، توسعه کارآفرینی، دوره ششم، شمار دوم، تابستان.
- [۳] احسانی‌فر، تهمنه، رستمی، فرحناز، نادری، نادر، خوش خوی، شهاب، (۱۳۹۶)، بررسی شاخص‌های پایداری در فعالیت‌های کارآفرینانه کشاورزی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، دوره ۴، شماره ۱، شماره پیاپی،
- [۴] احمد پور داریانی، محمود، (۱۳۸۳)، تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب، تهران، مؤسسه انتشارات امیرکبیر.
- [۵] امیری، یاسر، سالارزهی، حبیب الله، پریش، رقیه، (۱۳۹۰)، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر پیاده‌سازی کسب و کار الکترونیک در شرکت های کوچک و متوسط با استفاده از MADM فازی، پژوهش نامه مدیریت تحول، سال سوم.

- [۲۰] مقصودی، طهماسب، (۱۳۹۶)، شناسایی عوامل مؤثر بر پایداری کسب‌وکارهای خرد در بخش کشاورزی استان خوزستان، پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی: تابستان ۱۳۹۶، دوره ۱۰، شماره ۲، پیاپی ۳۸.
- [21] Barik, A., (2019), **Climate Change: Emerging Challenges for Agriculture**, Food Security and Sustainable Development, Researchgate.net
- [22] Bjorklund, M., Abrahamsson, M., Johansson, H., (2017), **Critical Factors for Viable Business Models for Urban Consolidation Centres**, Research in Transportation Economics 64 (2017) 36-47.
- [23] Brown, J.D., Earle, J.S., Lup, D., (2005), **What Makes small Firms Grow? Finance, Human Capital, Technical Assistance, and the Business Environment in Romania**, Economic Development and Cultural change, (54), 33-70.
- [24] Davidsson, P., (1995), **Determinants of entrepreneurial intentions**, Paper presented at the RENT LX Workshop, Nov. 23-24, Piacenza, Italy.
- [25] Davidsson, P., Kirchhoff, B., Hatemi, A., Gustavsson, H.,(2000), **Factors underlying Conference**, Brisbane, Australia.
- [26] Davidsson, P., (2006), **The Types and Contextual Fit of Entrepreneurial Processes**, International Journal of Entrepreneurship Education 2(4): Senate Hall Academic Publishing.
- [27] Dewi, A. C. E., Dhewanto, W., (2012), **Key Success Factors of Islamic Family Business**, Procedia-Social and Behavioral Sciences, 57, 53-60.
- [28] França, C. L., Broman, G., Robèrt, K. H., Basile, G., Trygg, L., (2017), **An Approach to Business Model Innovation and Design for Strategic Sustainable Development**, Journal of Cleaner Production, 140, 155-166.
- [29] Mikami, K., (2018), **Are cooperative firms a less competitive form of business?**, Production efficiency and financial viability of cooperative firms with tradable membership shares. Economic Systems 42 (2018) 487–502.
- [30] Koleda, N., Lace, N., (2013), **Assurance of Business Viability Through Equity Sufficiency**, pdfs.semanticscholar.org
- [31] Marais, M., du Plessis, E., Saayman, M., (2017), **A review on Critical Success Factors in Tourism**, Journal of Hospitality and Tourism Management, 31, 1-12.
- [32] Man, T.W.Y., Lau, T., Chan, K.F., (2002), **The Competitiveness of Small and Medium Enterprises a Conceptualization With Focus on Entrepreneurial Competencies**, Journal of Business Venturing, 17 (2), 123- 142
- [33] Rogoff, E.G., Lee, M., Suh, D., (2004), **Who done it? Attributions by Entrepreneurs and Experts of the Factors that Cause and Impede Small Business Success**, Journal of Small Business Management, 42 (4), 364-376.
- [34] Sefiani, Y(2013), **Factors for Success in Smes: a Perspective From Tangier**, University of Gloucestershire.