

تعاون و کشاورزی، سال نهم، شماره ۳۴، تابستان ۱۳۹۹

عوامل کلیدی دیرپایی شرکتهای تعاونی کارآفرین تحت پوشش صندوق ضمانت سرمایه گذاری تعاون

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

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۹/۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۶/۴

چکیده

چگونگی شکل‌گیری تعاونی‌های کشورهای توسعه‌یافته نقش اساسی آنها را در توسعه این کشورها نشان داده است. این واقعیت توجه هر چه بیشتر به بخش تعاون را در برنامه‌ریزی‌های توسعه تعاون برای برنامه‌ریزان نمایان می‌سازد. این مطالعه با هدف شناسایی عوامل دیرپایی (پایداری) در شرکتهای تعاونی تحت پوشش صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری در تهران انجام گرفت. به این منظور، ابتدا چارچوب کار با استفاده از مطالعات و تحقیقات مرتبط پیشین فراهم آمد، سپس با استفاده از روش دلفی خبرگان و با نمونه‌گیری قضاوتی و زنجیره‌ای سعی شد تا الگوی صحیح مطابق نظر خبرگان تهیه و تدوین شود و سرانجام، شناسایی عوامل مؤثر بر دیرپایی شرکتهای تعاونی صورت گیرد. جامعه آماری را شرکتهای تعاونی کارآفرین متقاضی دریافت ضمانت‌نامه در صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون تشکیل دادند. برخی از مدیران عامل، اعضای هیئت‌مدیره و مدیران تعاونی در فرایند دلفی نخبگان شرکت داشتند. برپایه نتایج، مراحل چهارگانه دلفی طی شد و در نهایت، الگوی تأییدشده خبرگان با ابعاد چهارگانه و شاخص‌های متعدد مربوط به عوامل دیرپایی شرکتهای کارآفرین تدوین شد. این ابعاد عبارت بودند از: ایده، فرایند، محیط و عامل که هرکدام شاخص‌هایی مؤثر در دیرپایی سازمان داشتند.

واژه‌های کلیدی: دیرپایی، تعاونی، کارآفرینی، صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری

۱. دانش‌آموخته دکتری مدیریت کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین

m.hoseinnezhad@cigf.ir

*نویسنده مسئول

۲. دانشیار گروه کسب و کار، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

۳. استاد گروه مدیریت کارآفرینی و بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران

مقدمه

تعاونی‌ها در یک اقتصاد مردم‌سالار، هم هدف هستند و هم وسیله؛ هدف می‌باشند چون توسعه و رشد را در سطح زندگی واقعی مردم متبلور می‌کنند و وسیله هستند چون از طریقشان می‌توان به دستاوردهایی همچون امنیت و رفاه و توزیع عادلانه درآمد و غیره دست یافت. هر چقدر این نهضت با کلیت نظام اقتصادی عجین‌تر باشد و با زیربخش‌های اقتصادی پیوند سیستمی داشته باشد، موفق‌تر است. در کل می‌توان گفت که تعاونی‌ها یکی از اصلی‌ترین جنبه‌های مادی و اقتصادی جوامع نوین هستند که با جنبه‌های فرهنگی و اجتماعی هر جامعه پیوند مستقیم دارند (Sefiani, 2013). کارآفرینی نیز یکی از مقوله‌های مهمی است که بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه توجه جدی به آن دارند. در این میان، یکی از شاخه‌های اصلی کارآفرینی، کارآفرینی در سازمان است که بدون شک سهم چشمگیری در توفیق و تعالی سازمان دارد (احمدپورداریانی، ۱۳۸۳).

امروزه بسیاری از کشورها افزایش و توسعه صادرات غیرنفتی را بر پایه محصولات و خدماتی غیر نفتی، به منظور کاهش وابستگی اقتصادی به درآمدهای نفتی، سرلوحه اهداف و برنامه‌های اقتصادی خود قرار داده‌اند. در کشور ما نیز به دلیل برخورداری از نفت، تاکنون بخش عمده درآمدهای ارزی از این محل تأمین شده و همین مسئله طی چند سال اخیر زمینه گسترش فشارها و تحریم‌های اقتصادی غرب و به تبع آن مشکلات بی‌شمار اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی را برای ما به دنبال داشته است. براین اساس، ضرورت بهره‌مندی از صنایعی با ویژگی‌های اقتصاد غیر نفتی و توجه به صادرات این محصولات در توسعه و رونق صادرات غیر نفتی می‌تواند نقش بسزایی در حل مشکلات اقتصادی و دستیابی به رشد و توسعه پایدار داشته باشد (Marais et al., 2017). در این میان، لازمه توسعه اقتصادی کشور توانمندسازی کسب و کارها به خصوص تعاونی‌ها در اقتصاد می‌باشد. تعاونی‌ها دارای ویژگی‌ها و شرایطی هستند که در شرایط اقتصادی و

مقاومتی امروز جامعه می‌توانند در توسعه اقتصادی و اجرای اقتصاد مقاومتی کارآمد باشند. تعاونی‌ها علاوه بر به سود رساندن مستقیم اعضای خود، نتایج مثبتی نیز برای دیگر بخش‌های جامعه و اقتصاد به ارمغان می‌آورند و در واقع در خدمت اهداف و سیاست‌های اقتصاد پویا قرار می‌گیرند. با وجود این، همچنان تعداد کمی از تعاونی‌ها در ایران توانسته‌اند در بلند مدت موفق بشوند، به معنی واقعی عمل کنند و نتایج ملموس برای جامعه به ارمغان بیاورند و یکی از دلایل اصلی این امر، تعطیل شدن تعاونی‌ها در سال‌های اولیه عمر خود (دیرپا نبودن) به دلیل تکراری بودن ایده کسب و کارها و نبود فرایندهای کارا و اثر بخش و همچنین فقر دانش و متخصص نبودن ارکان و مدیران تعاونی می‌باشد که تمامی این نقاط ضعف با شناسایی عوامل مؤثر بر دیرپایی و تدوین یک مدل دیرپایی (موفقیت در بلند مدت) برطرف می‌شود (Rogoff et al., 2004).

شرکت‌های تعاونی، به عنوان نوعی از شرکت‌های تجاری، تجارت کمتری نسبت به شرکت‌های متعارف سرمایه‌داری در سیستم بازار سرمایه‌داری دارند. به نظر می‌رسد که این موضوع به علت دو ضعف عمده می‌باشد که در شرکت‌های تعاونی ریشه دارد: اولاً شرکت‌های تعاونی در اغلب موارد، کارایی تولید پایین‌تری دارند و ثانیاً تعاونی‌ها پایداری مالی کمتری نسبت به سایر شرکت‌های سرمایه‌داری دارند. یک شرکت سرمایه‌گذاری سهام خود را عرضه می‌کند و سرمایه‌گذاران بر این باورند که می‌توانند آن را در بازار سهام به فروش برسانند. از طریق این سازوکار، یک شرکت سرمایه‌داری می‌تواند سرمایه ثابت خود را افزایش دهد. در مقابل، در شرکت‌های تعاونی، اعضا عضویت خود را به اشتراک می‌گذارند و آن را به کسانی که مایل به عضویت هستند اختصاص می‌دهند. با این حال، چون عضویت قابل فروش نیست، اعضایی که می‌خواهند از شرکت خارج شوند و سرمایه اولیه خود را به دست آورند باید عضویت خود را بازخرید کنند. این همان کاری است که شرکت‌های تعاونی در عمل انجام می‌دهند؛ بنابراین، سرمایه آنها با توجه به ورود و خروج

اعضا بسیار متغیر می‌باشد. با وجود این، شرکت‌های تعاونی نیاز دارند که به سرمایه‌داری تکیه کنند. این بی‌ثباتی، در مقایسه با شرکت‌های سرمایه‌داری، به طور گسترده‌ای به عنوان ضعف عمده شرکت‌های تعاونی به صورت تجربی و نظری شناخته شده است. بنابراین، یکی از اصلی‌ترین اهداف تعاونی‌ها ایجاد و توسعه کسب و کارهایی برای توسعه پایدار بوده است؛ لیکن به نظر می‌رسد مدل جامعی که بتواند اولاً در مراحل مختلف رشد یک کسب و کار به صورت پیشنهاد‌های تخصصی عمل نماید و ثانیاً از تجارب موفق بهره‌مند شود، در این نهاد پیگیری نمی‌گردد، حال آنکه وجود یک راهنمای جامع می‌تواند در جهت موفقیت بلند مدت کسب و کارهای تعاونی تأثیر بالایی داشته باشد (Sefiani, 2013) و تحقیق حاضر نیز به همین منظور انجام شد.

مبانی نظری

محققان مختلف بر جنبه‌های متفاوتی از عوامل پایداری و دیرپایی در کسب و کارها تأکید نموده‌اند. برخی از آنها توجه خود را بر ایده‌های محوری متمرکز نموده و در این راستا مدل‌هایی ارائه داده‌اند (Davidsson, 2006; Rogoff et al., 2004). در این مدل‌ها بیان شده است که به منظور پایداری در کسب و کار لازم است تا ایده‌های محوری به صورت دقیق انتخاب شود. در واقع داشتن یک ایده محوری اولیه با تمامی ویژگی‌ها و ابعاد انحصاری‌اش می‌تواند در ایجاد بسترهای مناسب برای توسعه فعالیت‌های شرکت‌ها در آینده تأثیرگذار باشد. همچنین ایده‌های جدید می‌تواند در ایجاد تجارب جدید برای پایداری کسب و کارها آثار زیادی داشته باشد. در همین زمینه باید گفت در صورتی که ایده‌ها به صورت دقیق تعریف شوند می‌توانند در کاهش عدم اطمینان محیطی نیز تأثیرگذار باشند.

برخی محققان نیز بر ویژگی‌های فردی کارآفرینان در طراحی مدل‌های کسب و کار اشاره نموده‌اند (ایران دوست و همکاران، ۱۳۹۲؛ دشتبان ۱۳۹۳؛ روحانی و همکاران، ۱۳۹۴؛

Rogoff et al. ; Man et al., 2002; Marais et al., 2017; Davidsson, 2006
 . (2004; Brown et al., 2005

در برخی تحقیقات نیز بر فرایندهای اجرایی در کسب و کار اشاره شده است
 (حسینی شکرابی و همکاران، ۱۳۹۵؛ روحانی و همکاران، ۱۳۹۴؛ Ohtonen &
 2004; Davidsson, 2006; Rogoff et al., 2004). در واقع، فرایندهای
 صحیح مدیریت و کارآفرینی در سطح کسب و کارها می‌تواند متضمن عملکرد برتر آنها
 باشد (Ibrahim & Soufani, 2002).

دسته‌ای دیگر از محققان متغیرهای محیط کسب و کار را به عنوان عوامل مؤثر بر
 دیرپایی و پایداری مطرح نموده‌اند. از دیدگاه این محققان، محیط کسب و کار می‌تواند به
 شدت پایداری کسب و کار را تحت تأثیر قرار دهد (حسینی شکرابی و همکاران، ۱۳۹۵؛
 ملاشاهی و همکاران، ۱۳۹۴؛ ایران دوست و همکاران، ۱۳۹۲؛ Davidsson, 2006;
 Marais et al., 2017).

در نهایت، برخی از محققان بیان نموده‌اند که عملکرد نهایی یک کسب و کار نیز
 اهمیت بالایی در پایداری دارد (Davidsson, 2006; Marais et al., 2017). البته برخی
 تحقیقات مانند سفیانی (Sefiani, 2013) به صورت چندبعدی به بررسی عوامل کلیدی
 دیرپایی کسب و کارها پرداخته‌اند.

از بعد نظری نیز باید بیان نمود که مدل‌های کسب و کار و پایداری آنها سال‌هاست
 که مورد توجه پژوهشگران مختلف بوده (Matsuno et al., 2017) و مدل‌های کسب و
 کار را به منظور توسعه هر فعالیت کارآفرینی لازم دانسته‌اند. در این زمینه، تحقیقات
 مختلفی صورت گرفته است که هر یک از آنها از بعدهای مختلفی به بررسی این مدل‌ها
 پرداخته‌اند؛ مانند: تحقیق کوبین و همکاران (Quinn et al., 1983) از نظر ابعاد اثربخشی
 و مطالعه کوبرگ (Koberg et al., 1996) از لحاظ ابعاد نوآوری. از سویی، مدل‌های

مختلفی در حوزه کارآفرینی مطرح شده است که در نهایت هدف همگی آنها دستیابی به موفقیت در کسب و کار می‌باشد. یکی از مطرح‌ترین این مدل‌ها در قالب مدل دیویدسون ارائه شده است. در این مدل، پنج ویژگی ایده‌محوری، خصوصیات فرد کارآفرین، محیط، فرایندها و شاخص‌های عملکردی به عنوان ابعاد مهم مطرح شده است. این مدل به صورتی جامع تمامی موارد مؤثر بر فرایندهای کارآفرینی را مطرح نموده است (Davidsson, 2006).

همان‌طور که بیان گردید، هر یک از محققان از جنبه خاصی به مدل‌های پایداری (دیرپایی) کسب و کارها پرداخته‌اند، حال آنکه دو نکته در این زمینه مهم می‌باشد: اول اینکه این مدل‌ها باید جنبه‌های مختلف پایداری و موفقیت کسب و کارها را پوشش دهد و دوم اینکه پیشنهادهایی برای هر مرحله از شروع تا رشد و افول کسب و کارها ارائه کند. به نظر می‌رسد این نکات در مدل‌های کسب و کاری ارائه شده به خوبی بررسی نشده است (Franca et al., 2017) که انجام این تحقیق می‌تواند فواید متعددی را در چند بعد زیر ارائه نماید:

- ارائه چارچوبی نو، مدون و جامع به منظور بررسی نیازمندی‌ها و عوامل مؤثر بر دیرپایی کسب و کارهای تعاونی برای محققان مرتبط با حوزه‌های کارآفرینی و اشتغال؛
 - ارائه چارچوبی به منظور مدیریت اثربخش‌تر فرایندها و مدل‌های کسب و کار تعاونی با هدف کمک به افزایش بهره‌وری تعاونی‌ها و مانایی بیشتر آنها در عرصه اقتصاد ملی؛
 - ارائه چارچوبی استاندارد برای کسب و کارها به منظور حرکت صحیح و اثربخش با کمترین میزان خطا در جهت توسعه تعاونی‌ها به سمت توسعه پایدار.
- در این پژوهش، به منظور شناسایی عوامل مؤثر بر دیرپایی شرکت‌های تعاونی تحت پوشش صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری ابتدا تعدادی عامل که ممکن بود بر ایجاد دیرپایی

مؤثر باشند از ادبیات استخراج گردید (جدول ۱) و به بومی سازی مدل دیرپایی شرکت‌های تعاونی با روش خبرگان دانشگاهی پرداخته شد.

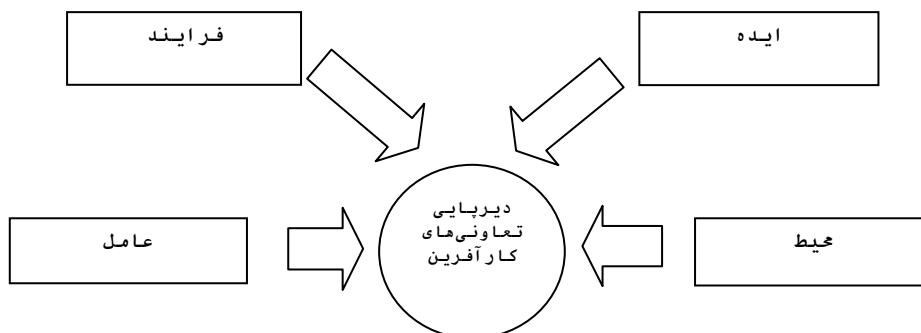
جدول ۱. عوامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی‌ها (استخراج شده از ادبیات پژوهش)

منبع	عامل (متغیر)	ردیف
(Rannikko, 2012; Roure, 1988)	انگیزه‌های فردی مؤسسان	۱
(Rannikko, 2012; Rowen & Toyoda, 2002)	تجربه و توانایی مدیریتی مؤسسان	۲
(Colombo & Grill, 2005; Hoxha, 2006; Barringer et al., 2005)	تحصیلات و سابقه کار مؤسسان	۳
(Davidsson, 2006; Almus & Nerlinger, 1999; Fontes & Laranja, 1995; Barringer et al., 2005)	سن و سال مؤسسان	۴
(Rowen & Toyoda, 2002)	تخصص مؤسسان	۵
(Hoxha, 2006; Storey & Tether, 1998; Almus and Nerlinger, 1999; Fontes & Laranja, 1995)	تعداد مؤسسان	۶
(Rannikko, 2012)	پویایی محیطی	۷
(Chorev & Anderson, 2006)	تأمین کنندگان متنوع	۸
(Chorev & Anderson, 2006)	ورود آسان به بازار	۹
(Chorev & Anderson, 2006)	در دسترس بودن سرمایه	۱۰
(Chorev & Anderson, 2006; Almus and Nerlinger, 1999)	دانش فنی	۱۱
(Chorev & Anderson, 2006; Almus and Nerlinger, 1999; Roure, 1988)	داشتن برنامه راهبردی	۱۲
(Chorev & Anderson, 2006)	حمایت سازمان‌های دولتی یا نیمه دولتی	۱۳
(Chorev & Anderson, 2006)	دسترسی به اطلاعات	۱۴
(Barringer et al., 2005; Rannikko, 2012)	نوع صنعت و حوزه فعالیت شرکت	۱۵
(Rowen & Toyoda, 2002; Chorev & Anderson, 2006; Fontes & Laranja, 1995)	ارتباط قوی با نهادهای مالی	۱۶

منبع	عامل (متغیر)	ردیف
(Storey & Tether, 1998; Rannikko, 2012)	وجود فردی که در بین اعضا نقش محوری دارد	۱۷
(Barringer et al., 2005; Rannikko, 2012)	درآمد شرکت	۱۸
(Barringer et al., 2005; Rannikko, 2012)	فرصت‌های بازار	۱۹
(Fontes & Laranja, 1995; Rowen & Toyoda, 2002)	میزان صادرات	۲۰
(Storey & Tether, 1998)	جنسیت نیروی انسانی	۲۱
(Almus & Nerlinger, 1999; Barringer et al., 2005; Davidsson, 2006)	اندازه کسب و کار	۲۲
(Barringer et al., 2005)	تجربه در صنعت مربوطه	۲۳
(Barringer et al., 2005)	تجربه کارآفرینی	۲۴
(Barringer et al., 2005; Scholten, 2006)	شبکه‌های اجتماعی و حرفه‌ای وسیع	۲۵
(Chorev & Anderson, 2006)	دسترسی به بازار جهانی	۲۶
(Barringer et al., 2005)	تنوع محصول	۲۷
(Barringer et al., 2005; Almus & Nerlinger, 1999)	شرایط تحریم	۲۸
(Barringer et al., 2005; Chorev & Anderson, 2006)	نوسان‌های نرخ ارز	۲۹
(Scholten, 2006; Rannikko, 2012)	برندینگ (نام تجاری)	۳۰
(Storey & Tether, 1998; Barringer et al., 2005)	بلوغ صنعت	۳۱
(Storey & Tether, 1998; Barringer et al., 2005)	ایجاد ارزش منحصر به فرد برای مشتریان	۳۲
(Storey & Tether, 1998; Barringer et al., 2005; Rowen & Toyoda, 2002)	کیفیت یا برتری محصول	۳۳
(Barringer et al., 2005; Rannikko, 2012)	نوآوری و تحقیق و توسعه	۳۴
(Barringer et al., 2005; Scholten, 2006)	سطح سرمایه‌گذاری	۳۵
(Rowen and Toyoda, 2002)	مزیت استراتژیک در حوزه فناوری	۳۶
(Storey & Tether, 1998)	رویکرد فرایندگرا	۳۷

عوامل کلیدی دیرپایی.....		ردیف
منبع	عامل (متغیر)	
(Storey & Tether, 1998)	رضایت ذی‌نفعان	۳۸
(Storey & Tether, 1998)	یادگیری و بهبود و ارزش‌آفرینی	۳۹
(Rowen & Toyoda, 2002; Storey & Tether, 1998)	مدیریت کیفیت محصول	۴۰
(Almus and Nerlinger, 1999; Chorev & Anderson, 2006; Scholten, 2006)	نوآوری و دانش	۴۱
(Barringer et al., 2005)	تجربه در موقعیت مشابه	۴۲
(Rannikko, 2012)	رقابت در بخش بازار	۴۳
(Chorev & Anderson, 2006; Rowen and Toyoda, 2002)	دسترسی به فناوری	۴۴
(Fontes and Laranja, 1995; Almus & Nerlinger, 1999)	تعداد کارکنان	۴۵
(Fontes and Laranja, 1995)	گردش مالی سالانه	۴۶

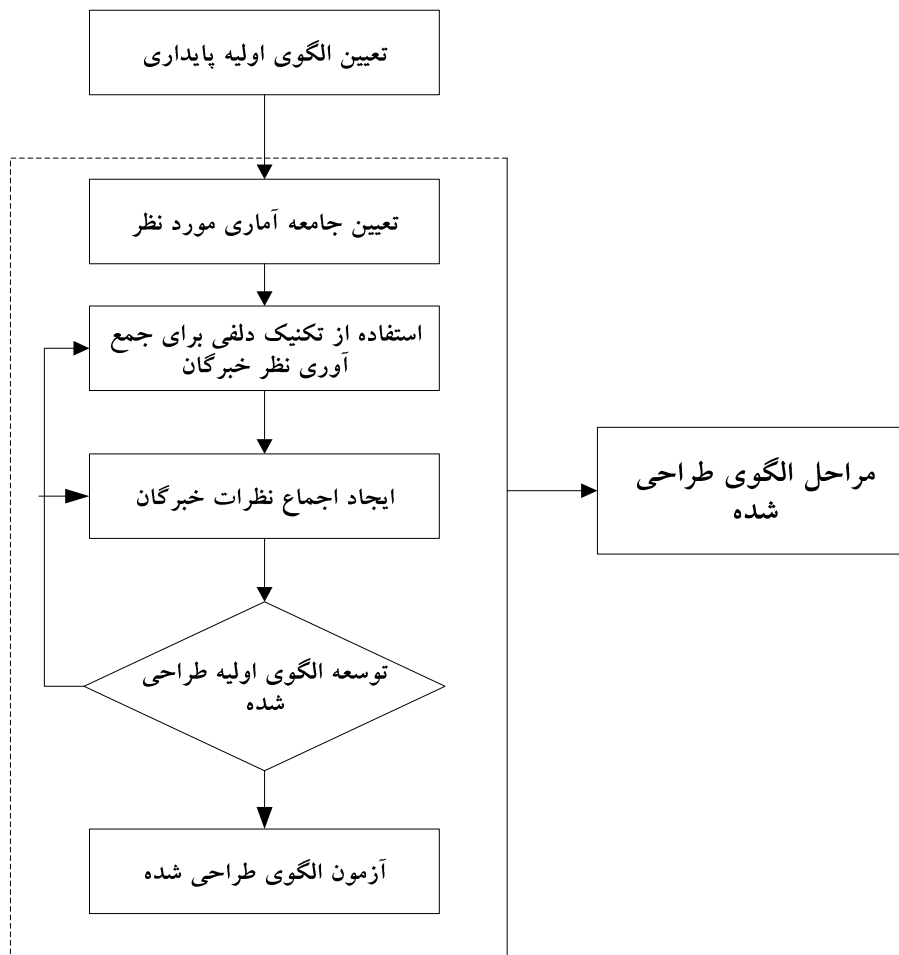
با توجه به مرور ادبیات موضوع در این تحقیق، در بعد نظری می‌توان مدل مفهومی را ارائه داد (شکل ۱) که در بسیاری از تحقیقات نظری آتی نیز می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد؛ چرا که این مدل به صورت جامع ارائه شده است. همچنین در بعد کاربردی نیز با توجه به اینکه این تحقیق تعاونی‌های ایجاد و تولیدی را در مراحل مختلف بررسی کرده است می‌تواند توسط تمامی تعاونی‌های ایجاد و تولیدی به کار گرفته شود.



شکل ۱. مدل مفهومی عوامل مؤثر بر دیرپایی کسب و کارهای کارآفرین (برگرفته از مدل دیویدسون، ۲۰۰۶)

مواد و روش‌ها

برای انجام پژوهش حاضر، ابتدا از طریق بررسی و مرور پژوهش‌های انجام شده در این زمینه، الگوی اولیه ای شکل گرفت (شکل ۲)، سپس از طریق روش دلفی، روند رو به رشدی در الگو پدید آمد و سرانجام الگوی نهایی دیرپایی تعاونی‌های کارآفرینی شناسایی شد. به منظور توسعه و آزمون الگوی طراحی شده، روش دلفی انتخاب گردید. روش دلفی فرایندی است که برای جمع‌آوری داده‌ها از متخصصان و ایجاد اجماع میان قضاوت‌های آنها به کار می‌رود. این فرایند با استفاده از مجموعه ای از روش‌ها برای جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها در ترکیب با بازخورد نتایج به متخصصان صورت می‌پذیرد. استفاده از روش دلفی به عنوان روش تحقیق، زمانی مناسب است که دانش یکپارچه ای درباره یک موضوع یا مسئله وجود نداشته باشد. این روش به ویژه زمانی که هدف، بهبود درک ما از مشکلات، فرصت‌ها، راه حل‌ها و ایجاد پیش‌بینی‌هاست مناسب است.



شکل ۲. چارچوب رسیدن به الگوی اولیه

این پژوهش در سال ۱۳۹۸ روی شرکت های تعاونی کارآفرین متقاضی دریافت ضمانت نامه در صندوق ضمانت سرمایه گذاری تعاون صورت گرفت. برخی از مدیران عامل، اعضای هیئت مدیره و مدیران تعاونی به شیوه ای که در روش اجرایی تحقیق گفته شد، در فرایند دلفی نخبگان شرکت داشتند. در این پژوهش، ۱۲ نفر به عنوان خبره برای دور نخست دلفی برگزیده شدند. بر این اساس، ابتدا از این ۱۲ نفر تقاضا شد که در

شکل‌گیری اولیه هیئت شرکت کنند. این افراد یک یا چند ویژگی از ویژگی‌های زیر را داشتند:

- الف) عضو هیئت علمی دانشگاه، متخصص در زمینه تعاونی و کارآفرینی
 ب) مدیران با بیش از ۲۰ سال سابقه کار در جامعه آماری مربوط (تعاونی‌های کارآفرین)
 ج) مدیران پژوهش آشنا با حوزه تعاونی و کارآفرینی در جامعه آماری مرتبط (تعاونی‌های کارآفرین)

مرحله اول هیئت خبرگان: بر مبنای روش نمونه‌گیری منتخب، در این پژوهش ابتدا به شیوه قضاوتی، ۱۲ نفر از خبرگان انتخاب شدند و فرم دعوت از آنها توسط پژوهشگر به صورت حضوری به آنان ارائه شد و پس از توضیحات لازم در زمینه موضوع و اهداف تحقیق، موافقتشان برای مشارکت در هیئت خبرگان جلب گردید. در فرم مذکور از پاسخگویان خواسته شده بود که با توجه به اهداف پژوهش چنانچه فرد یا افرادی را برای مشارکت در این هیئت‌ها مناسب می‌دانند، مشخصاتشان را در جدول مربوطه درج نمایند.

مرحله دوم هیئت خبرگان: پس از گردآوری فرم‌های مرحله اول، پاسخگویان در مجموع، ۱۷ نفر را برای مشارکت در پژوهش واجد شرایط تشخیص دادند که ۶ نفر آنها در گروه اول قرار داشتند و در نتیجه، ۱۱ نامزد جدید مورد توجه قرار گرفت.

مرحله سوم هیئت خبرگان: گروه دوم در مجموع، ۲۲ نفر را پیشنهاد نمودند که ۶ نفر آنها در گروه اول و ۴ نفر در گروه دوم قرار داشتند و در نتیجه فرم درخواست از خبرگان برای شرکت در هیئت برای ۱۲ نفر جدید ارسال شد.

مرحله چهارم هیئت خبرگان: گروه سوم نیز جمعاً ۲۶ نفر را معرفی نمودند که سه نفر به مرحله اول، هفت نفر به مرحله دوم و سه نفر به مرحله سوم تعلق داشتند و براین اساس برای ۱۳ نفر فرم هیئت خبرگان ارسال گردید.

در دور اول دلفی، فهرست ابعاد و شاخص‌های مؤثر بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین در اختیار اعضای گروه اول قرار گرفت تا در موردشان اظهار نظر نمایند. همچنین

از آنها خواسته شد که نظرات خود را در قالب پیشنهاد یا اصلاح شاخص به مجموعه اضافه کنند. در دور دوم، مجموعه عوامل گرد آوری شده در مرحله اول در اختیار اعضای پانل قرار گرفتند تا میزان اهمیت هر یک از ابعاد و شاخص ها تعیین شود. در دور سوم، مجموع عوامل و شاخص هایی که در مرحله اول و دوم امتیاز بالایی کسب کرده بودند به همراه میانگین نتایج برای نظرخواهی در اختیار اعضای پانل قرار گرفتند. نهایتاً در دور چهارم هیئت به یک اتفاق نظر مناسب رسید.

در مراحل چهارگانه هیئت تعیین، اهمیت و مؤثر بودن شاخص ها در قالب طیف لیکرت ارائه شد که میانگین پاسخ های مراحل قبل نیز با آن همراه بود.

در ادامه، به منظور عملیاتی نمودن پژوهش، به شاخص ها و سنجه هایی نیاز بود که بتوانند این ابعاد را بسنجند. عمده منابع مورد استفاده برای مشخص نمودن شاخص ها، مطالعات و پژوهش های انجام شده در زمینه این ابعاد در پایداری و دیرپایی تعاونی ها بودند. قابل ذکر اینکه در طول فرایند دلفی، برخی از این ابعاد و شاخص ها بارها و بارها مورد بررسی و تجدید نظر قرار گرفتند.

نتایج و بحث

یافته های مراحل چهارگانه دلفی عوامل کلیدی دیرپایی تعاونی های کارآفرین

نتایج مرحله اول: در این مرحله، اعضای هیئت از بین ۴۶ عامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی های کارآفرین، تأثیر ۳۱ مورد را خیلی زیاد تشخیص دادند که عبارت اند از: انگیزه های فردی مؤسسان، تجربه و توانایی مدیریتی مؤسسان، تحصیلات و سابقه کار مؤسسان، تخصص مؤسسان، در دسترس بودن سرمایه، دانش فنی، داشتن برنامه راهبردی، ارتباط قوی با نهادهای مالی، تجربه در صنعت مربوطه، تجربه کارآفرینی، نوسان های نرخ ارز، برندینگ، ایجاد ارزش منحصر به فرد برای مشتریان، کیفیت یا برتری محصول،

نوآوری، تحقیق و توسعه، سطح سرمایه گذاری، مزیت استراتژیک در حوزه فناوری، یادگیری و بهبود، ارزش آفرینی، مدیریت کیفیت محصول، دارا بودن کارکنان ماهر، تناسب ایده کسب و کار با تجربه ارکان و مدیران، ثبات قوانین و مقررات، شناخت اعضا از هم، روحیه خلاق مؤسسان و مدیران، میزان مخاطره پذیری در تعاونی، کافی بودن میزان سرمایه گذاری، استاندارد سازی فرایندها، اتحاد راهبردی با سایر تعاونی ها و داشتن راهبرد بازاریابی مناسب. اعضای هیئت پیشنهاد اصلاح ۲ مورد را هم مطرح کردند که شامل تأمین مالی تعاونی با استفاده از روش های نوین و اعتماد سازی در خصوص تعاونی ها می باشد و در مجموع، ۳۱ مورد را به عنوان عوامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی های کارآفرین مطرح نمودند.

نتایج مرحله دوم: در این مرحله، اعضای هیئت در مورد عوامل مطرح شده و پیشنهاد اصلاح شده که ۲۵ عامل بود، حذف ۲ مورد از عوامل را پیشنهاد دادند و ۲۳ مورد را دارای تأثیر خیلی زیاد دانستند که عبارت اند از: همبستگی اعضای تعاونی، داشتن شبکه عرضه و فروش، رقابت پذیری محصول تعاونی، مشارکت اعضا، تناسب ایده کسب و کار با تجربیات و مهارت مؤسسان تعاونی، تناسب ایده کسب و کار با تحصیلات مؤسسان تعاونی، دسترسی آسان به مواد اولیه، مدیران و مؤسسان خطرپذیر، روحیه خلاق مؤسسان و مدیران، نوآوری ایده، تأمین کل سرمایه گذاری توسط اعضا، داشتن برند، ارتباط قوی با مشتری، توان اقتصادی اعضا، دسترسی به مراکز مشاوره تخصصی، میزان درک فرصت های کارآفرینانه توسط مؤسسان، میزان آگاهی و دانش کارآفرینانه، آموزش اعضا و ارکان و مدیران، استفاده از فضای مجازی برای بازاریابی و فروش، زمان صرف شده توسط اعضا برای رسیدن به اهداف تعاونی، کافی بودن میزان سرمایه گذاری، دارا بودن مرکز تحقیق و توسعه و تخصیص بودجه مناسب به آن و میزان نوآوری و خلاقیت در محصولات تعاونی.

نتایج مرحله سوم: در این مرحله، اعضای هیئت از مجموع عوامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی های کارآفرین تأیید شده در دور اول و دوم که ۵۴ عامل بود، پیشنهاد حذف ۱۰

مورد را دادند و بقیه را که ۴۴ مورد بود با پیشنهاد اصلاح بعضی از عناوین عوامل تأیید نمودند که عبارت اند از: رقابت پذیری محصول تعاونی، تحصیلات و تخصص ارکان و مدیران تعاونی، ارتباط قوی با مشتری، دارا بودن مرکز تحقیق و توسعه و تخصیص بودجه مناسب به آن، تأمین مالی تعاونی با استفاده از روش های نوین، ثبات قیمت ارز، دسترسی به مراکز مشاوره تخصصی، شبکه سازی و قرار گرفتن در زنجیره تولید موفق، میزان آگاهی و دانش کارآفرینانه، زمان صرف شده توسط اعضا برای رسیدن به اهداف تعاونی، بهبود فرایندها و رفع گلوگاه ها، دسترسی آسان به مواد اولیه، میزان نوآوری و خلاقیت در محصولات تعاونی، استفاده از امکان فضای مجازی برای بازاریابی و فروش، تناسب ایده کسب و کار با علایق ارکان و مدیران تعاونی، همبستگی اعضای تعاونی، داشتن برنامه راهبردی، مشارکت اعضا، بهبود و کیفیت محصول یا خدمت، تناسب ایده کسب و کار با نیاز اعضای تعاونی، ایجاد ارزش منحصر به فرد برای مشتریان، یادگیری و ارزش آفرینی، دانش فنی مؤسسان و مدیران، دارا بودن تجربه کارآفرینی، داشتن ایده خلقی در کسب و کار تعاونی، طراحی فرایندهای جدید، آموزش اعضا و ارکان و مدیران تعاونی، روحیه خلاق مؤسسان و مدیران، میزان درک فرصت های کارآفرینانه توسط مؤسسان، دسترسی به مراکز نوآوری، استفاده از فناوری های نوین، تناسب ایده کسب و کار با تجربه و توانایی مدیریتی ارکان و مدیران، داشتن برند، انگیزه های فردی مؤسسان، شناخت و آگاهی از اصول تعاونی، مدیریت مؤثر و اعمال کنترل بر فرایندها، مدل سازی و مستندسازی فرایندهای کسب و کار در تعاونی، در دسترس بودن سرمایه لازم، اعتمادسازی در خصوص تعاونی ها، میزان مخاطره پذیری در تعاونی، داشتن شبکه عرضه و فروش، شناخت اعضا از هم، استانداردهای فرایندها، و داشتن راهبرد بازاریابی مناسب.

نتایج مرحله چهارم: در این مرحله، اعضای هیئت در مورد ۴۴ عامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی های کارآفرین، با توجه به نتایج و میانگین پاسخ های دوره های قبل، توافق نسبی پیدا

نمودند؛ بنابراین، براساس نتایج دوره‌های چهارگانه دلفی، ۴۴ عامل استخراج گردید (جدول ۲).

جدول ۲. عوامل نهایی دیرپایی تعاونی‌ها (استخراج شده از مرحله چهارم دلفی)

ردیف	عامل (متغیر)	ردیف	عامل (متغیر)
۱	رقابت پذیری محصول تعاونی	۲۳	دارا بودن تجربه کارآفرینی
۲	تحصیلات و تخصص ارکان و مدیران تعاونی	۲۴	داشتن ایده خلقی در کسب و کار تعاونی
۳	ارتباط قوی با مشتری	۲۵	دانش فنی مؤسسان و مدیران
۴	دارا بودن مرکز تحقیق و توسعه و تخصیص بودجه مناسب به آن	۲۶	طراحی فرایندهای جدید
۵	تأمین مالی تعاونی با استفاده از روش‌های نوین	۲۷	آموزش اعضا، ارکان و مدیران تعاونی
۶	ثبات قیمت ارز	۲۸	روحیه خلاق مؤسسان و مدیران
۷	دسترسی به مراکز مشاوره تخصصی	۲۹	میزان درک فرصت‌های کارآفرینانه توسط مؤسسان
۸	شبکه سازی و قرار گرفتن در زنجیره تولید موفق	۳۰	دسترسی به مراکز نوآوری
۹	میزان آگاهی و دانش کارآفرینانه	۳۱	استفاده از فناوری‌های نوین
۱۰	زمان صرف شده توسط اعضا برای رسیدن به اهداف تعاونی	۳۲	تناسب ایده کسب و کار با تجربه و توانایی مدیریتی ارکان و مدیران
۱۱	بهبود فرایندها و رفع گلوگاه‌ها	۳۳	داشتن برند
۱۲	دسترسی آسان به مواد اولیه	۳۴	انگیزه‌های فردی مؤسسان
۱۳	میزان نوآوری و خلاقیت در محصولات تعاونی	۳۵	شناخت و آگاهی از اصول تعاونی
۱۴	استفاده از امکان فضای مجازی برای بازاریابی و فروش	۳۶	مدیریت مؤثر و اعمال کنترل بر فرایندها
۱۵	تناسب ایده کسب و کار با علایق ارکان و مدیران تعاونی	۳۷	مدل سازی و مستندسازی فرایندهای کسب و کار در تعاونی

ردیف	عامل (متغیر)	ردیف	عامل (متغیر)
۱۶	همبستگی اعضای تعاونی	۳۸	در دسترس بودن سرمایه لازم
۱۷	داشتن برنامه راهبردی	۳۹	اعتماد سازی در خصوص تعاونی ها
۱۸	مشارکت اعضا	۴۰	میزان مخاطره پذیری در تعاونی
۱۹	بهبود و کیفیت محصول یا خدمت	۴۱	داشتن شبکه عرضه و فروش
۲۰	تناسب ایده کسب و کار با نیاز اعضای تعاونی	۴۲	شناخت اعضا از هم
۲۱	ایجاد ارزش منحصر به فرد برای مشتریان	۴۳	استاندارد سازی فرایندها
۲۲	یادگیری و ارزش آفرینی	۴۴	داشتن راهبرد بازاریابی مناسب

مأخذ: یافته‌های تحقیق

تعیین معیار اتفاق نظر

در این پژوهش برای تعیین میزان اتفاق نظر میان اعضای هیئت، از ضریب هماهنگی کندال استفاده شد. ضریب هماهنگی کندال مقیاسی است برای تعیین درجه هماهنگی و موافقت میان چندین دسته رتبه مربوط به N شیء یا فرد. در حقیقت با کاربرد این مقیاس می‌توان همبستگی رتبه ای میان K مجموعه رتبه را یافت. چنین مقیاسی به ویژه در مطالعات مربوط به «روایی میان داوران» مفید است. ضریب همانگی کندال نشان می‌دهد افرادی که چند مقوله را بر اساس اهمیتشان مرتب کرده‌اند، به طور اساسی، معیارهای مشابهی را برای قضاوت درباره اهمیت هر یک از مقوله‌ها به کار برده‌اند و از این نظر با یکدیگر اتفاق نظر دارند.

مقدار این مقیاس (W) هنگام هماهنگی یا موافقت کامل برابر با یک و در زمان نبود هماهنگی کامل برابر با صفر است. اشمیت برای تصمیم‌گیری درباره توقف یا ادامه دوره‌های دلفی، دو معیار آماری ارائه می‌کند. اولین معیار اتفاق نظری قوی میان هیئت است که بر اساس مقدار ضریب هماهنگی کندال تعیین می‌شود. در صورت نبود چنین اتفاق نظری، ثابت ماندن این ضریب یا رشد ناچیز آن در دو دور متوالی نشان می‌دهد که افزایشی در

توافق اعضا صورت نگرفته است و فرایند نظرخواهی باید متوقف شود. شایان ذکر است که معناداری آماری ضریب W برای متوقف کردن فرایند دلفی کفایت نمی‌کند. برای هیئت‌های با ۱۰ عضو بیشتر حتی مقادیر بسیار کوچک W نیز معنادار به حساب می‌آید. ضریب هماهنگی کندال از طریق رابطه زیر محاسبه می‌شود:

$$W = \frac{S}{\frac{1}{12}K^2(N^3 - N)}$$

که در آن، S برابر است با حاصل جمع مربع‌های انحراف‌های R_j ها از بین میانگین R_j ها:

$$s = \sum \left[R_j - \frac{\sum R_j}{N} \right]^2$$

R_j = مجموع رتبه‌های مربوط به یک عامل

K = تعداد مجموعه‌های رتبه‌ها (تعداد داوران)

N = تعداد عوامل رتبه‌بندی شده

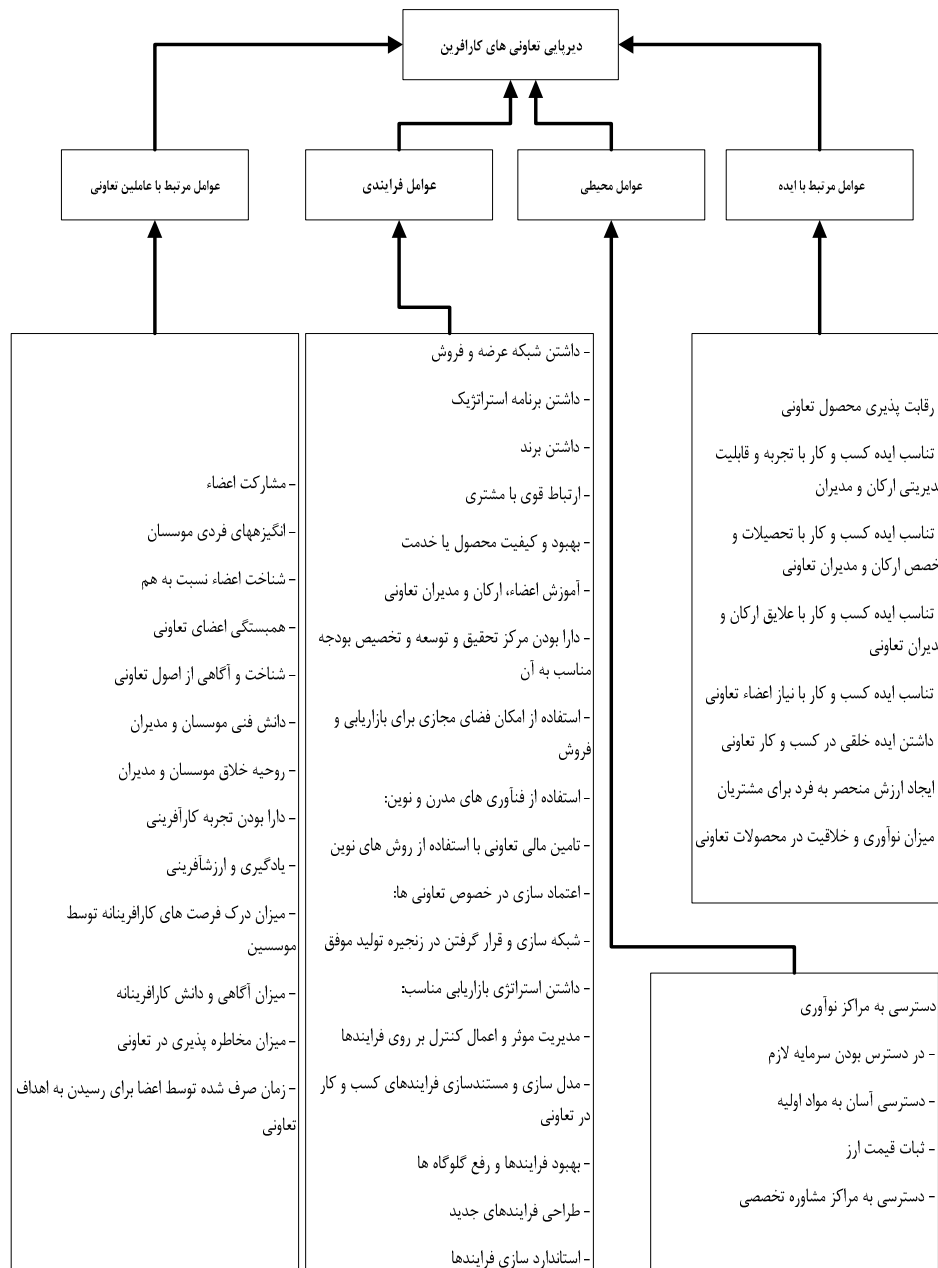
$\frac{1}{12}K^2(N^3 - N)$ = حداکثر حاصل جمع مربع‌های انحراف‌ها از میانگین R_j ها (یعنی حاصل

جمع S که در صورت وجود موافقت کامل بین K رتبه‌بندی مشاهده می‌شود)

در این پژوهش انحراف معیار پاسخ‌های اعضا درباره میزان اهمیت شاخص‌های مؤثر بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین از ۷۶٪ در دوره‌های اول و دوم به ۵۵٪ در دور چهارم کاهش یافته است.

ضریب هماهنگی کندال برای پاسخ‌های افراد هیئت در این پژوهش در دور چهارم، ۶۸/۶٪ است. با توجه به اینکه تعداد اعضای هیئت بیش از ۱۰ نفر بود، این مقدار ضریب کندال کاملاً معنادار به حساب می‌آید.

ضریب هماهنگی کندال برای عوامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین در دور چهارم (۶۸/۶٪) نسبت به دور سوم (۶۸/۵۶۸٪) تنها ۰/۳۲ افزایش یافت که این ضریب یا میزان اتفاق نظر میان اعضای پانل در دو دور متوالی، رشد قابل توجهی نشان نمی‌دهد و نظرخواهی در این دور متوقف شد. نتایج نهایی در شکل زیر گزارش شده است:



شکل ۳. مهم ترین ابعاد و عوامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی های کارآفرین (نتایج دلفی)

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این مقاله، عوامل مؤثر بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین بررسی و ۴۴ عامل از نظر خبرگان با استفاده از روش دلفی شناسایی گردید.

با توجه به نتایج به دست آمده، برای داشتن تعاونی کارآفرین موفق و دیرپا در بعد عامل، افراد مؤثر در تعاونی باید انگیزه لازم را داشته و خطرپذیر باشند و با دانش کارآفرینی و بازاریابی و ... آشنا باشند. همچنین لازم است افراد مؤثر به صورت فعال در برنامه‌های کارآفرینی، که باعث دیرپایی سازمان می‌گردد، مشارکت کافی و لازم داشته و دارای شناخت کافی از هم باشند و بین آنها همبستگی وجود داشته باشد. علاوه بر این، لازم است افراد در تعاونی با اصول حاکم بر تعاون آشنا بوده و دانش فنی کافی و خلاقیت مورد انتظار را در مورد کارآفرینی داشته باشند. دارا بودن تجربه مرتبط و داشتن سهم بسزا در سرمایه تعاونی نیز از موارد ضروری می‌باشد. افراد در تعاونی باید با رصد بازار، فرصت‌های کارآفرینی را درک و از آن بهره ببرند. همچنین افراد باید زمان کافی صرف رسیدن به اهداف تعاونی کنند. از طرف دیگر، ایده کسب و کار تعاونی باید رقابت پذیر بوده و با تجربه و قابلیت مدیریتی ارکان و مدیران تعاونی هم‌خوانی داشته باشد. لازم است ایده کسب و کار با تحصیلات، تخصص، علایق و نیاز ارکان و مدیران تعاونی تناسب داشته باشد. ایده‌های خلقی می‌تواند به خوبی به موفقیت تعاونی کمک کنند. دولت و متولیان تعاونی نیز باید دسترسی به مراکز نوآوری را برای تعاونی‌ها ممکن سازند و بهره‌مندی از تسهیلات اعطایی را برای افزایش سرمایه تسهیل کنند. همچنین متولیان بخش تعاون با فراهم کردن دسترسی آسان به مواد اولیه و تثبیت قیمت ارز و تسهیل دسترسی به مراکز مشاوره تخصصی می‌توانند نقش بسزایی داشته باشند. از بعد فرایندی، داشتن شبکه عرضه و فروش، استفاده از امکان فضای مجازی برای بازاریابی و فروش، استفاده از فناوری‌های مدرن، دارا بودن مرکز تحقیق و توسعه و تخصیص بودجه مناسب به آن،

ارتباط قوی با مشتری، داشتن برند، داشتن راهبرد بازاریابی مناسب و بهبود فرایندها و رفع گلوگاه ها و می توانند مؤثر باشند.

به طور کلی، نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های زیر همخوانی دارد:

احسانی‌فر و همکاران (۱۳۹۶) که شاخص‌های پایداری فعالیت‌های کارآفرینانه در پژوهش آنها، میزان ارتباط کارآفرینان با مراکز مشاوره و کارشناسان و نیز شاخص میزان ریسک محصول تولید شده توسط فعالیت‌های کارآفرینانه» معرفی شدند؛ علی‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) که حمایت‌های مالی و سازمانی را به عنوان پیامدهای لازم برای رسیدن به اهداف کارآفرینی پایدار معرفی کردند؛ امیری و همکاران (۱۳۹۰) که عوامل مؤثر بر اجرا و پایداری کسب و کارها را رهبری و مدیریت، الزامات فنی، زیرساخت‌های مالی، نوع سازمان، محصول و خدمت، زنجیره تأمین، مشتریان، رقبا و شرکا، تأمین‌کنندگان، و زیرساخت‌های قانونی، سیاسی و حقوقی برشمردند؛ ماتسنو و همکاران (۲۰۱۷)، بورکلند و همکاران (۲۰۱۷) و جنسن (۲۰۱۶) که عوامل پایداری در یک کسب و کار 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، پذیرفته شدن در جامعه و محیط کسب و کار (بازار امن) معرفی کردند.

بر اساس نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر، به منظور دیرپایی تعاونی‌های

کارآفرین، می‌توان راهکارهای زیر را ارائه نمود:

- تعاونی‌ها می‌توانند با ارائه محصول یا خدمت متفاوت از نظر قیمت، کیفیت و یا غیره، توان رقابت با محصول و خدمت مشابه را پیدا کنند و در بلند مدت نیز موفق شوند.
- زمانی که ارکان و مدیران تعاونی افرادی با تجربه و ماهر متناسب با ایده کسب و کار تعاونی باشند و در زمینه مدیریت نیز توانمند باشند، تعاونی پایدارتر می‌شود.

- در صورتی که ایده کسب و کار متناسب با تحصیلات و تخصص ارکان و مدیران تعاونی باشد و با علایق و نیاز اعضای تعاونی همخوانی داشته باشد، تعاونی دیرپاتر می‌شود.

- توانایی ارائه یک محصول و یا خدمتی منحصر به فرد به مشتری و همچنین توانایی ایجاد نوآوری در محصول و خدمت می‌تواند به دیرپایی تعاونی کمک کند. در زمینه عوامل مرتبط با عاملین تعاونی، که بر دیرپایی تعاونی های کارآفرین مؤثر بودند، می‌توان راهکارهای زیر را ارائه داد:

- اگر تمامی اعضای تعاونی مشارکت فعال در تصمیم‌گیری و امور تعاونی داشته باشند و همچنین ارکان و مدیران تعاونی انگیزه فردی لازم برای تلاش و رسیدن به موفقیت را دارا باشند می‌توانند به دیرپایی تعاونی کمک کنند.

- اگر اعضای تعاونی در تعامل با هم و از همدیگر شناخت کافی داشته باشند و میانشان همبستگی و اتحاد باشد و همچنین اعضا، ارکان و مدیران تعاونی با اصول تعاون آشنا و دانش فنی لازم برای رقابت در بازار و خلاقیت لازم را داشته باشند می‌توانند به دیرپایی تعاونی کمک کنند.

- اگر مدیران و مؤسسان تعاونی فرصت‌های کارآفرینانه را درک کنند و به دنبال خلق ارزش برای مشتری باشند و از آن بهره‌گیرند و همچنین ریسک‌های مختلف در ورود به بازار جدید و تولید محصول و خدمت جدید را بپذیرند، به دیرپایی تعاونی کمک می‌شود.

در زمینه عوامل مرتبط با محیط کسب و کار، که بر دیرپایی تعاونی های کارآفرین مؤثر بودند، می‌توان راهکارهای زیر را ارائه داد:

- دسترسی به مراکز نوآوری و تعامل با آنها و همچنین سهولت بهره‌مندی از تسهیلات اعطایی از طریق نهادهای مالی برای افزایش سرمایه به موفقیت تعاونی کمک می‌کنند.

- وجود مواد اولیه از نظر جغرافیایی و فراوانی و ثبات نرخ ارز می‌تواند باعث افزایش دیرپایی در تعاونی‌ها گردد. همچنین امکان دسترسی به مشاوره‌های تخصصی در زمینه‌های مختلف اعم از کسب و کار، حقوقی، بیمه و مالیات و غیره می‌تواند به دیرپایی تعاونی‌ها کمک کند.

در زمینه عوامل مرتبط با فرایند کسب و کار، که بر دیرپایی تعاونی‌های کارآفرین مؤثر بودند، راهکارهای زیر ارائه می‌گردد:

- اگر تعاونی شبکه عرضه و فروش محصول یا خدمت و برنامه بلندمدت، میان مدت و عملیاتی داشته باشد، به دیرپایی تعاونی کمک می‌شود.

- بهبود مستمر و ارائه مداوم و با کیفیت محصول یا خدمات به مشتری و بهره‌مندی از شبکه ارتباطی با مشتریان باعث موفقیت و دیرپایی تعاونی می‌گردد.

- بهره‌مندی از مرکز تحقیق و توسعه و آموزش عمومی و تخصصی اعضا و ارتباط با مراکز تحقیق و توسعه به دیرپایی تعاونی کمک می‌کنند.

- بهره‌مندی از شبکه‌های اجتماعی و مجازی برای بازاریابی و فروش و استفاده از فناوری روز و تأمین سرمایه از راه روش‌های نوین از قبیل تأمین مالی خرد تضمین شده کمک بزرگی به دیرپایی تعاونی می‌کنند.

- بهره‌مندی از راهبرد بازاریابی مناسب و خلق ارزش متمایز و کنترل و مدیریت مؤثر تمامی فرایندهای تعاونی به دیرپایی تعاونی کمک می‌کنند.

منابع

احسانی‌فر، ت.، رستمی، ف.، نادری، ن. و خوش‌خوی، ش. (۱۳۹۶). بررسی شاخص‌های پایداری در فعالیتهای کارآفرینانه کشاورزی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۴(۱)،

- احمدپور داریانی، محمود، شیخان، ناهید؛ رضازاده، حجت‌الله (۱۳۸۳). تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب. تهران: مؤسسه انتشارات امیرکبیر.
- امیری، ی.، سالارزهی، ح. و پریش، ر. (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، ۵۴-۷۵.
- ایران دوست، ع.، قوامی پور، م.، ابراهیم نژاد، ر. و حسین پور، د. (۱۳۹۲). عوامل کلیدی اثرگذار بر موفقیت کسب و کارهای خانوادگی اولویت بندی با روش تحلیل شبکه‌ای. توسعه کارآفرینی، ۶(۲)، ۷۴-۵۵.
- حسینی شکرابی، س.ا.، تدین، ر. و دری، ب. (۱۳۹۵). بررسی و تحلیل عوامل کلیدی موفقیت راهبرد کسب و کار به منظور کسب ارزش پایدار در صنعت تزریقی پلاستیک ایران. نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی تهران. دانشگاه شهید بهشتی. اردیبهشت ۱۳۹۵.
- دشتبان، ف. (۱۳۹۳). بررسی و اولویت بندی عوامل کلیدی موفقیت و شکست کسب و کارهای کوچک. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت کارآفرینی. دانشگاه مشهد.
- روحانی، س.، رواسان، ا. و دیلمی، ه. (۱۳۹۴). عوامل کلیدی موفقیت پیاده‌سازی سیستم مدیریت فرایند کسب و کار. فصلنامه مطالعات مدیریت فناوری اطلاعات، ۳(۱۲)، ۷۶-۵۳.
- علی زاده، م.، باقرصاد، و. و سعید بنادکی، س. (۱۳۹۱). شناسایی عوامل کلیدی موفقیت آموزش الکترونیکی کارآفرینی در دانشگاه‌های دولتی شهر تهران. نشریه توسعه کارآفرینی، ۵ (۱۷)، ۸۵-۱۰۴.

ملاشاهی، غ.ع.، ظریفیان، ش. و سارانی، و. (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کارهای کوچک و متوسط زراعی و باغی شهرستان زابل. *تحقیقات و اقتصاد توسعه کشاورزی*، ۲(۴)، ۷۳۷-۷۴۸.

Almus, M., & Nerlinger, E.A. (1999). Growth of new technology-based firms: which factors matter?. *Small Business Economics*, 13(2), 141-154.

Barringer, B.R., Jones, F.F., & Neubaum, D.O. (2005). A quantitative content analysis of the characteristics of rapid-growth firms and their founders. *Journal of Business Venturing*, 20(5), 663-687.

Bjorklund, M., Abrahamsson, M., & Johansson, H. (2017). Critical factors for viable business models for urban consolidation centres. *Research in Transportation Economics*, 64, 36-47.

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.

Chorev, S., & Anderson, A.R. (2006). Success in Israeli high-tech start-ups; Critical Factors and Process. *Technovation*, 26 (2), 162-174.

Colombo, M., & Grilli, L. (2005). Founders' human capital and the growth of new technology-based firms: a competence-based view. *Research Policy*, 34, 795-816.

- Davidsson, P. (2006). The types and contextual fit of entrepreneurial processes. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 2(4): Senate Hall Academic Publishing. 1-21.
- Fontes, M., & Laranja, M. (1995). Portugal: national policies to promote the development of NTBFs'. Lisbon.
- 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.
- Hoxha, D. (2006). *Determinants of growth an empirical analysis of new firms and fast growing firms in Kosova*. University of Barcelon. Research work.
- Ibrahim, A.B., & Soufani, K. (2002). Entrepreneurship education and training in Canada: a critical assessment. *Education & Training*, 44(8/9), 421-430.
- Jensen, B.J. (2016). *Entrepreneurs percieved factors of success and barriers-to-entry for small business and farm operations in rural Paraguay*. Master dissertation. Utah State University.USA.
- Koberg, C.S., Uhlenbruck, N., & Sarason, Y. (1996). Facilitators of organizational innovation: The role of life-cycle stage. *Journal of Business Venturing*, 11(2), 133-149.
- 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.
- 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.
- Matsuno, K., Zhu, Z., & Rice, M.P. (2017). *The effects of marketing-R&D integration and R&D strength on business growth and customer equity: a corporate entrepreneurship study*. In the customer is not always right?. Marketing Orientations in a Dynamic Business World (pp. 156-159). Springer, Cham.
- Ohtonen, J., & Lainema, T. (2011). Critical success factors in business process management—A literature review. In Proceedings of IRIS. *International Journal of Information Management*, 30(2), 125-134.
- Quinn, R.E., & Cameron, K. (1983). Organizational life cycles and shifting criteria of effectiveness: Some preliminary evidence. *Management Science*, 29(1), 33-51.
- Rannikko, H. (2012). *Early Development of New Technology-Based Firms*. A Longitudinal Analysis on New Technology-Based Firms' Development from Population Level and Firm Level Perspectives. Hanken School of Economics. Management of entrepreneurial ecosystems, <https://www.researchgate.net/publication/277569907>

- 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.
- Roure, J.B. (1988). *Factors that influence the formation of new technological enterprises*. Instituto de Estudios Superiores de la Empresa. Universidad de Navarra. Available at: <http://www.iese.edu/research/pdfs/D1-0131-E.pdf>.
- Rowen, H., & Toyoda A. (2002). *From Keiretsu to startups: Japan's push for high tech entrepreneurship*. Asia/Pacific Research Center, Encina Hall. Room E301. Stanford University. Stanford, CA 94306-6055.
- Scholten, V. (2006). *The early growth of academic Spin-offs, factors influencing the early growth of Dutch Spin-offs in the Life Sciences*. Phd Thesis. Wageningen University and Researchcentrum. The Netherlands.
- Sefiani, Y. (2013). *Factors for success in smes: a perspective from tangier*. University of Gloucestershire.
- Storey, D.J., & Tether, B.S. (1998). Public policy measures to support new technology-based firms in the European Union. *Research Policy*, 26(9), 1037-1057.

**Investigating the Key Factors of Viability of
Entrepreneurial Cooperatives (A Case Study of
Entrepreneurial Cooperatives Covered by the Cooperative
Investment Guarantee Fund)**

M. Hoseinnezhad^{1}, Gh. Hoseininya², H. Vazifedust³*

Received: 23 Nov, 2019

Accepted: 25 Aug, 2020

Abstract

Looking at how developed country cooperatives are formed, many of these countries have been able to provide food, supply needed labor for industry, conversion and supplement industries, as well as create market for the consumption of manufactured goods, by preventing price increases. Etc. play an essential role. This fact shows more and more attention to the cooperative sector in cooperative development planning for planners. The purpose of this study was to identify long-term sustainability factors in co-operatives covered by the Investment Guarantee Fund in Tehran. In this regard, a qualitative approach was used to identify and formulate the factors affecting the viability of cooperatives and Delphi method was used. The target population of this study is entrepreneurial cooperatives applying for a guarantee in cooperative venture fund. Some CEOs, board members and co-operatives were involved in the elite Delphi process. In this study, the first framework was provided using previous studies and researches, and then by using Delphi method of experts and by judicious and chain sampling, it was tried to prepare the correct model according to the experts' opinion. Be edited. The Delphi 4 stages were followed and finally the approved Board of Experts with four dimensions and multiple indices related to longevity factors of entrepreneurial firms were formulated. These dimensions are: idea, process, environment and factor, each of which has indicators that influence the organization's longevity.

Keywords: Viability, Cooperative, Entrepreneurship, Investment Guarantee Fund

1. Ph.D. in Entrepreneurial Management, Entrepreneurial College, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran

* Corresponding Author

m.hoseinnezhad@cigf.ir

2. Associate Professor, Entrepreneurial College, Tehran University, Tehran, Iran

3. Professor, Management College, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran