



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

DOI: 10.22067/social.2022.74605.1126

مقاله پژوهشی - مطالعه موردی

شناسایی مؤلفه‌ها و سنجش روابط ابعاد دانش کارآفرینی در تعاونی‌های بزرگ‌مقیاس

عبدالرضا کریم‌پور ملک‌شاه (دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساری، مازندران، ایران)

akmalakshah@gmail.com

مریم تقوایی یزدی (دانشیار گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساری، مازندران، ایران، نویسنده

مسئول)

m_taghvaeeyazdi@yahoo.com

فاطمه هاشم نژاد آبرسی (استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساری، مازندران، ایران)

hashemzade_f@yahoo.com

چکیده

هدف از انجام پژوهش حاضر، ارائه الگوی شکل‌گیری دانش کارآفرینی در تعاونی‌های بزرگ‌مقیاس است. در این پژوهش، با بررسی ادبیات موضوعی مرتبط با مفاهیم دانش و کارآفرینی، ابعاد و مؤلفه‌های دانش کارآفرینی استخراج و جمع‌بندی شد و سپس با استفاده از نظرهای خبرگان و متخصصان تعاونی کشور، این ابعاد و مؤلفه‌ها در تعاونی‌های بزرگ‌مقیاس تعیین شد و در مرحله بعد با استفاده از روش دیمتل روابط بین ابعاد و مؤلفه‌های الگو با توجه به نظرهای خبرگان، تعیین و شبکه روابط به صورتی یکپارچه صورت‌بندی، طراحی و در قالب مدلی ارائه شد که بیانگر شدت اثر ابعاد و مؤلفه‌ها بر هم است. براساس یافته‌های به‌دست‌آمده از پژوهش، الگوی شکل‌گیری دانش کارآفرینی در تعاونی‌های بزرگ‌مقیاس دارای چهار بعد ویژگی‌های فردی، زیرساخت‌ها و سازمان، محیط و حمایت است. همچنین برای سنجش اثرگذاری و اثرپذیری ابعاد بر هم به کمک روش دیمتل مشخص شد که علت‌ها شامل ویژگی‌های فردی و زیرساخت‌ها و سازمان است و معلول‌ها شامل محیط و حمایت می‌شوند.

مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، پاییز و زمستان ۱۴۰۰، صص ۳۳۹-۳۷۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۱۷ تاریخ تصویب: ۱۴۰۰/۱۱/۱۰

کلیدواژه‌ها: دانش کارآفرینی، تعاونی‌های بزرگ‌مقیاس و روش دیمتل.

۱. مقدمه

با ظهور و پیشرفت سریع در فناوری و پدیده جهانی شدن، جهان به دهکده‌ای جهانی تبدیل شده است که مشخصه آن رشد انفجاری تجارت و رقابت بین‌المللی است. بخشی از اقتصاد جهانی بودن، چالش‌های بی‌شماری را برای سازمان‌ها و صنایع در سراسر جهان به وجود آورده است. از یک طرف، بقا، همگام‌شدن با پیشرفت‌ها و رهبری در دنیای امروزه سخت و درعین حال این امر دری از فرصت‌های مختلف، جدید و کشف‌نشده را به روی سازمان‌ها باز می‌کند (ون دن بوش، ولبردا و دی بوئر^۱، ۱۹۹۹). کارآفرینی که یکی از قوی‌ترین نیروهای اقتصادی شناخته شده برای بشر است به افراد این قدرت را می‌دهد تا جایی که در آن مشکلات حل‌شدنی دارند، به دنبال فرصتی برای استفاده از آن باشند. کارآفرینی نماد سرسختی و موفقیت کسب‌وکار و منبع حیاتی تحول در همه ابعاد جامعه است. کارآفرینان با هوش ذاتی، هدایت و سخت‌کوشی خود، بهترین استفاده را از فرصت‌های موجود برای سازمان‌ها کرده‌اند آن‌ها از نظر تاریخی مسیر اقتصاد ملی، صنایع یا بازارها را تغییر داده‌اند. آن‌ها سازمان‌ها را توسعه داده‌اند، محصولات جدید معرفی شده‌اند و باعث ظهور فناوری‌های جدید در بازارها بوده‌اند. بسیاری از کارآفرینان با نوآوری‌هایشان جامعه را تغییر داده‌اند؛ جامعه‌ای که ما در آن زندگی می‌کنیم و از نتایج آن لذت می‌بریم. در کنار آن، فعالیت‌های کارآفرینی در همه بخش‌های دولتی، خصوصی و تعاونی برای رشد اقتصادی و توسعه ملی بسیار مهم هستند (فاضل، المومن، منصور و ابیر^۲، ۲۰۱۹). توجه به کارآفرینی و شکل‌گیری و توسعه آن، گام مهم و روبه‌جلویی در جهت ایجاد فضای مناسب برای افزایش منابع ملی، کاهش نرخ بیکاری، تعادل ساختاری و توسعه شهرها و روستاها خواهد بود. امروزه، در بازارهای پرتقاضا، کارآفرینان راه‌هایی را هدایت می‌کنند که اغلب از

1. Van den Bosch, Volberda and De Boer
2. Fazal, Al Mamun, Mansori & Abir

دانش برای اتصال فناوری‌های موجود و جدید استفاده می‌کنند. کارآفرینان موفق پیوسته قابلیت‌ها، مهارت‌ها و فنون خود را گسترش می‌دهند و به‌منظور بقا و نوآوری در فرصت‌های کارآفرینی جدید در صنایع خود، دانش خود را به‌روز و توسعه می‌دهند. براساس برخی از پژوهش‌ها، کارآفرینان اغلب در مراحل اولیه رشد خود فاقد مهارت‌ها و دانش خاص هستند؛ با وجود این همچنان می‌توانند موفق شوند. رشد کسب‌وکار در این مرحله به دلیل دید، پایداری، شبکه‌سازی، نگرش مثبت به ایده کارآفرینی و توانایی حل مسئله آن‌ها تضمین شده است (لاسن^۱، ۲۰۰۷). کارآفرینان طی آموزش رسمی خود مهارت استفاده از دانش در فرایند کارآفرینی را کسب نمی‌کنند؛ بلکه حین کار، مهارت‌های عملی مختلفی را با هدف درک موقعیت‌ها و مشکلات تجاری فرا می‌گیرند. کارآفرین موفق به‌طور مداوم سیستم کسب دانش را با دید خود تکمیل می‌کند؛ بنابراین کارآفرینان دانش خود را با هم ترکیب می‌کنند، آن را گسترش می‌دهند و ایده‌های نوآورانه را ایجاد می‌کنند (موزینا و کوچ^۲، ۲۰۰۶). این ویژگی در کارآفرینان سبب می‌شود تا به‌صورت مستمر دانش خود را متناسب با دوره‌های مختلف شرکت توسعه دهند (هارتونو و حلیم^۳، ۲۰۱۴). زمانی که یک شرکت جدید راه‌اندازی شد و یک کسب‌وکار جدید آغاز شد، زمان عمدتاً صرف مسائل مربوط به تولید محصول می‌شود. از دیدگاه تولید محصول، یک کارآفرین معمولی عمدتاً تحصیل کرده است، اما فاقد مهارت‌ها و دانش خاصی درباره بازار، بازاریابی، امور مالی و مدیریت منابع انسانی است. محدودیت‌های دانش از یک سو و باور به توانایی حل همه مشکلات اغلب نشان‌دهنده مانع اصلی در مسیر موفقیت است. ویژگی دیگر این است که کارآفرینان معمولی به‌ندرت می‌دانند که کدام مهارت‌ها را ندارند و چه دانشی را باید برای مدیریت موفق شرکت‌هایشان بیابند (تاجینکار^۴، ۲۰۰۰).

1. Lassen
2. Mozina and Kovac
3. Hartono & Halim
4. Tajnikar

دانش، عاملی است که کارآفرینان می‌توانند به واسطه آن خود را از رقبا متمایز کنند و به این وسیله محیط کسب و کار با سازمان‌دهی ضعیف را به خوبی سازمان‌دهی کنند (امرزل، آنتونسیچ و روزیر، ۲۰۱۱). کارآفرینانی که دانش بیشتری دارند، به اثربخشی خود اطمینان بیشتری دارند و سریع‌تر قادر خواهند بود تغییرات بازار را یاد بگیرند و به آن‌ها توجه کنند. نقش آن‌ها در اقتصاد همچنان برای تقویت عملکرد اقتصادی با توجه به شرایط حال حاضر اقتصادی، حیاتی است (روزیر، اتوسیچ و کانچنیک^۱، ۲۰۰۶)؛ بنابراین مهم است که کارآفرینان از اهمیت بهبود دانش خود و دلیل نیاز به آن آگاه باشند. کسب دانش فرایندی خاص برای کارآفرینان است. آن‌ها معمولاً از بهترین چیزها یاد می‌گیرند. می‌توان گفت که هیچ محدودیتی برای دانش کارآفرینی^۳ وجود ندارد. با ترکیب ابزارها، فناوری‌ها، منابع و فرصت‌های جدید کارآفرینان می‌توانند به‌طور مداوم ارزش افزوده جدیدی خلق کنند (امرزل، آنتونسیچ و روزیر، ۲۰۱۱). اهمیت انجام این پژوهش در این است که از یک سو مجموعه شرایط و مقتضیات جامعه امروز ما و از سوی دیگر، برنامه‌ها و اهداف مشترکی که بین دو مقوله «دانش کارآفرینی» و «تعاون» وجود دارد، ضرورت ارتباط راهبردی این دو مقوله اساسی را اجتناب‌ناپذیر می‌کند؛ به عبارتی از یک سو اهداف مشترک مهمی از قبیل افزایش اشتغال مولد، توسعه اقتصادی، افزایش رقابت در اقتصاد و توسعه کارایی بازار، کمک به افزایش صادرات، دستیابی به توسعه منطقه‌ای، کاهش انحصار و تمرکززدایی و افزایش مشارکت بخش غیردولتی در اقتصاد کشور بین «کارآفرینی» و «تعاون» وجود دارد و از سوی دیگر، مزایای نسبی که هرکدام از این مقوله‌ها دارند می‌تواند هم‌افزایی عظیمی را در راه دستیابی به اهداف مشترک به وجود آورد. یافته‌های این پژوهش کمک می‌کند تا درباره دانش کارآفرینی‌های بزرگ مقیاس شناخت بهتری پیدا شود؛ بنابراین سؤال اصلی این پژوهش، چگونگی الگوی شکل‌گیری دانش کارآفرینی در تعاونی‌های بزرگ مقیاس با استفاده

1. Omerzel, Antončič & Ruzzier
2. Ruzzier, Antončič & Konečnik
3. Entrepreneurial Knowledge

از روش دیمتل^۱ است. چرایی استفاده از روش دیمتل این است که دیمتل روشی بسیار مفید برای تحلیل روابط علت و معلولی با قابلیت ارائه معیارهای کمی است. همچنین دیمتل قادر است به طور مؤثر ساختار یک نقشه روابط را با روابط متقابل واضح بین زیرمعیارها برای هر معیار بسازد. همچنین از آن می‌توان برای ایجاد نمودارهای علی استفاده کرد که بتوان رابطه علی و معلولی زیرسیستم‌ها را تجسم کرد (بویوکوزان و کیفیکی^۲، ۲۰۱۱).

۲. مبانی نظری تحقیق

۲.۱. دانش کارآفرینی

امروزه دانش به یکی از موضوعات اصلی در میان اقتصاددانان و سیاستمداران تبدیل شده است؛ زیرا همان‌طور که متکالف^۳ (۲۰۰۴) اشاره کرد، همه اقتصادها مبتنی بر دانش هستند و نمی‌توانند غیر از این باشند. دانش اقتصادی، نیروی اقتصادی غالب در دنیای امروز است و بسیاری از سیاست‌های اقتصادی و دیگر سیاست‌ها در ارتباط با آن به وجود آمده‌اند. اقتصاددانان نوکلاسیک به نمایندگی از آلفرد مارشال و لیون والراس، تمایل دارند دانش را با دانش یا اطلاعات مدون برابر کنند (نوناکا^۴، ۲۰۰۵). فردریک فون هایک، یکی از اقتصاددانان برجسته اتریشی، هنگامی که مسئله نظم اقتصادی منطقی را توضیح می‌دهد، دانش را به‌عنوان کلید ایده خود استخراج کرد. او تأکید کرده است که دانش علمی مجموع تمام دانش نیست؛ یعنی برای درک تعادل همان‌طور که در نظریه سستی تصور می‌شود، باید انطباق حقایق واقعی عینی اقتصاد و دانش ذهنی موضوعات انسانی وجود داشته باشد.

شومپتر^۵، اقتصاددان اتریشی، سعی کرد در مقاله اولیه خود، مفهوم کارآفرینان را در مجموعه اقتصاد نوکلاسیک و سیستم والراسی^۶ بیان کند. وی معتقد بود که به نظریه تغییر اقتصادی نیاز است؛ زیرا تفکر تعادل عمومی والراسی تنها می‌تواند «فرایند ساکن» را توضیح دهد؛ به‌عنوان مثال، جریان

1. Decision Making Trial and Evaluation (DEMATEL)

2. Büyüközkan & Çifçi

3. Metcalfe

4. Nonaka

5. Schumpeter

6. Walrasian System

چرخشی منابع در یک سیستم اقتصادی موجود را توضیح دهد؛ باین حال، شومپیتر از این ایده به عنوان نقطه شروع تجزیه و تحلیل پویا استفاده کرد. همان طور که نشان می دهد، چگونه یک اقتصاد سرمایه داری در غیاب آنچه به عنوان ضروری ترین ویژگی خود می بیند رفتار خواهد کرد که وی نام آن را تکامل مداوم نامید. به گفته شومپیتر، نیروی اصلی که تغییر ساختاری را به ارمان می آورد، «طوفان دائمی تخریب خلاق» است (شومپیتر، ۱۹۷۲، صص. ۸۴-۸۳). این فرایند به امواج فعالیت نوآورانه اشاره دارد که در زمان های مختلف به سیستم اقتصادی ضربه می زند و به تخریب ساختار اقتصادی قدیمی و ایجاد ساختار جدید منجر می شود؛ بنابراین شومپیتر (۱۹۳۴) اشاره کرد که نوآوری نتیجه تصمیم گیری منطقی نیست؛ بلکه یک فرایند پیشگام خلاقانه است که با عدم قطعیت محیطی، تحلیل شخصی و انتظارات مشخص می شود. از آنجا که کارآفرینان به جای اختراع، «اولین شروع کنندگان» هستند، موقعیتی است که آن ها را به قدرت انحصاری موقتی با پتانسیل مرتبط برای سود انحصاری بزرگ تبدیل می کند؛ در نتیجه، «دانش» به عنوان یک اصطلاح کلیدی در برخی از دلایل اقتصادی مهم به نظر می رسد. برخی از اقتصاددانان، مانند هایک و شومپیتر، بر دانش و ایجاد تفکر اصلی خود درباره تغییر اقتصادی تمرکز می کنند. یکی از ایده های کلیدی نوآوری است که به معنی ترکیب جدیدی از منابع موجود از جمله دانش است. این فکر در آن زمان دست کم گرفته شد، اما در میان اقتصاددانانی که به نظریه تکاملی و توسعه اقتصادی علاقه مند بودند، تأثیرگذار بود. بعدها نوآوری، فعالیت کارآفرینی، تخریب خلاق و دانش به اصطلاحات محوری در اقتصاد تبدیل شدند.

توسعه تکنولوژیک فعال شده توسط علوم مدرن، توسعه را از صنعتی شدن به خدمات صنعتی و اقتصاد دانش فراصنعتی آورد (بل^۱، ۱۹۷۴؛ تورن^۲، ۱۹۷۱). از آنجا که با توجه به تحقیقات مانویل کاستلز (۱۹۹۶، ۲۰۰۰، ۲۰۰۱، ۲۰۰۴)، شبکه های جهانی اقتصادی و اطلاعاتی شرایط جدیدی دارند، پیشنهاد می شود که این جامعه را جامعه شبکه ای بنامیم. در جامعه امروز، توانایی کار دانش برای شناسایی، یادگیری و استفاده از دانش جدید مربوط به پروژه خاص در دسترس، و همچنین مربوط

1. Bell

2. Touraine

به خصوصی‌سازی از اهمیت اساسی برخوردار است (سنگس^۱، ۲۰۰۷). براساس دیدگاه مبتنی بر دانش، می‌توان دانش را در قلب چشم‌انداز مبتنی بر منابع کسب‌وکار یافت که همه مسائل مربوط به دانش اختصاصی است و به‌عنوان مزیت رقابتی شناخته می‌شود؛ به این دلیل که تقلید دانش دشوار است و همین عامل باعث تمایز شرکت‌ها می‌شود. هنگامی که برای شرکت‌ها فضای رقابتی جهانی‌تر می‌شود، دانش به‌عنوان منبع مزیت رقابتی تلقی شده و به یکی از اصلی‌ترین منابع تبدیل می‌شود. توسعه شرکت عمدتاً تحت تأثیر کارآفرینی است که به نوبه خود دانش کارآفرینان را بسیار مهم جلوه می‌کند. دانش به‌عنوان یک منبع بر توانمندسازی سازمان برای کارآفرینی در هنگام جست‌وجو فرصت‌ها تأثیر می‌گذارد و همچنین کارآفرینان با دانش بیشتر می‌توانند سریع‌تر یاد بگیرند و متوجه تغییرات در بازار شوند (امرزل، آنتونسیچ و روزیر، ۲۰۱۱). با توجه به نقش کارآفرینی در گرایش افراد به کسب دانش می‌توان بیان کرد که گرایش به دانش کارآفرینی تابع دو عامل است: اول، نگرش در زمینه رفتار است که نشان دهنده درجه ارزیابی فرد از مطلوب بودن یا مطلوب نبودن میزان دانش در خود فرد است؛ دوم، هنجار ذهنی افراد از باورهایی که برای فرد مهم است، تشکیل می‌شود و فرد فکر می‌کند چه عملی را باید یا نباید انجام دهد. بر پایه مدل فیش‌بین و ایزن^۲ (۱۹۷۵)، هنجارهای ذهنی و نگرش افراد در زمینه رفتار، پیش‌بینی‌کننده گرایش‌های رفتاری هستند و توانایی آنان برای پیش‌بینی رفتار در اساس به شدت ارتباط بین گرایش فرد به رفتار و انجام رفتار بستگی دارد؛ بر این اساس، رابطه‌ای نزدیک بین کارآفرینی و کسب دانش و به‌طور همسان وجود دارد.

بنابراین دانش کارآفرینی به‌عنوان مفاهیم، مهارت‌ها و ذهنیت مورد نیاز مالک کسب‌وکار توصیف می‌شود (جک، دود و اندرسون^۳، ۲۰۰۸). این دانش شامل چند رشته بین‌رشته‌ای، مهارت‌ها و عوامل فنی است (وی و گو^۴، ۲۰۱۰). پخام اسکوتی، جین، اویجانو و بورمن^۵ (۲۰۱۰) بیان می‌کنند، دانش و

1. Senges
2. Fishbein & Ajzen
3. Jack, Dodd & Anderson
4. Wei & Guo
5. Packham

مهارت‌های کارآفرینی را می‌توان آموزش و توسعه داد (وسپر^۱، ۱۹۸۶). فزال المومن، منصوری و ابیر (۲۰۱۹) نیز بیان می‌کنند که نگرش‌ها و ویژگی‌های شخصیتی مورد نیاز برای کارآفرینی می‌تواند از طریق یادگیری منتقل شود. علاوه بر این، دانش کارآفرینی نقش مهمی در فرایند شکل‌گیری ظرفیت کارآفرینی ایفا می‌کند. در کنار آن سه هدف اصلی برای دانش کارآفرینی وجود دارد: ابتدا باعث ایجاد درک متقابلی از کارآفرینی برای فرد می‌شود؛ دوم یک مجموعه ذهنیت کارآفرینی قوی برای افراد را ایجاد می‌کنند و در نهایت، چگونگی شروع و راه‌اندازی یک کسب‌وکار را برای افراد ترسیم می‌کنند (پاخم، اسکوتی، جین، اویجانو و بورمن^۲، ۲۰۱۰).

۲.۲. تعاونی‌های بزرگ‌مقیاس

در طول ادوار تاریخی، تعاون به معنی با هم کار کردن برای انجام یک هدف مشترک بوده است؛ به عبارت دیگر، تعاون اقتضای زندگی اجتماعی است. ماده ۲ قانون شرکت‌های تعاونی مصوب سال ۱۳۵۰ شرکت تعاونی را چنین تعریف کرده است: «شرکتی است از اشخاص حقیقی یا حقوقی که به‌منظور رفع نیازمندی‌های مشترک و بهبود وضع اقتصادی و اجتماعی اعضا از طریق خودیاری و کمک متقابل و همکاری آنان موافق اصولی که در این قانون مصرح است تشکیل می‌شود».

شرکت‌های تعاونی شرکت‌هایی هستند که تمام یا حداقل ۵۱ درصد از سرمایه به‌وسیله اعضا در اختیار شرکت تعاونی قرار می‌گیرد و وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها، شرکت‌های دولتی و وابسته به دولت و زیر پوشش دولت، بانک‌ها، شهرداری‌ها، شوراهای اسلامی کشوری، بنیاد مستضعفان و سایر نهادهای عمومی می‌توانند برای اجرای بند ۲ اصل ۴۳ از راه وام بدون بهره یا هر راه مشروع دیگر از قبیل مشارکت، مضاربه، مزارعه، مساقات، اجاره، اجاره به شرط تملیک، بیع شرط، فروش اسقاطی و صلح اقدام به کمک در تأمین یا افزایش سرمایه شرکت‌های تعاونی کنند، بدون آن‌که عضو باشند. همچنین شرکت‌های تعاونی با بیش از ۵۰۰ عضو و اتحادیه‌هایی که تعداد اعضای تعاونی‌های عضو آن‌ها در مجموع بیش از ۲۰۰۰ عضو باشد، «تعاونی بزرگ» محسوب می‌شوند.

1. Vesper

2. Packham, Escuti, Ginn, Quijano & Boreman

۳.۲. پیشینه تحقیق

دانش کارآفرینی متفاوت از کارآفرینی اقتصادی «ستی» است که در آن بر تحقق فرصت‌ها به‌منظور بهبود تولید (تحقیق) و بازده دانش (مانند تحول شخصی)، به‌جای به حداکثر رساندن سود مالی تمرکز می‌کند (سنگس، ۲۰۰۷). دانش کارآفرینی توانایی تشخیص یا ایجاد فرصت و اقدام به‌منظور تحقق عمل یا دانش نوآورانه دانش را توصیف می‌کند (تائوک^۱، ۲۰۰۴)؛ بر این اساس، هنینگ و مک‌کاولی^۲ (۲۰۲۰) به بررسی نقش دانش در تحریک کارآفرینی و تحول منطقه‌ای پرداختند. آن‌ها به درک دقیق‌تر چگونگی استفاده از بیان‌های مختلف دانش از جمله علم، روتین‌ها، فناوری، آموزش، طراحی و مهارت در راه‌های تغییر فعالیت‌های تجاری بنگاه‌ها و اقتصاد منطقه‌ای پرداختند. این پژوهش با استفاده از دیدگاه شومپیتر، تکاملی را برای درک کارآفرینی به‌عنوان یک فرایند، پیشنهاد می‌دهد. این پژوهش به این ترتیب درک تئوری و تجربی ما را از روابط بین دانش، کارآفرین فردی و کارآفرینی فرایندی تبیین می‌کند. مک‌دول^۳ (۲۰۱۶) نیز در پژوهشی که به‌منظور بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان انجام داد، دریافت که بیشتر کارآفرینان تحصیلات دانشگاهی دارند. همچنین دیگر نتایج تحقیق حاکی از این است که موفقیت یک کارآفرین بیش از ویژگی‌های دموگرافیک به عوامل اقتصادی اجتماعی وابسته بوده است. به‌علاوه، مولین و گویت^۴ (۲۰۱۳) در پژوهشی به بررسی فرایند به‌کارگیری دانش استفاده‌توسط از سوی کارآفرینان در فرایند توسعه کسب‌وکار و درک چگونگی مشارکت دانش شخص در کارآفرینی پرداختند. تحقیقات نشان می‌دهد که دانش کارآفرینی که بیشتر در مراحل مختلف فرایند کارآفرینی برجسته بوده است، شامل شناسایی فرصت‌ها، رهبری، نحوه ساماندهی و شروع یک تجارت، تدوین استراتژی‌ها، تجاری‌سازی یک مفهوم و دانش صنعت است. این عوامل را می‌توان عوامل اصلی در نظر گرفت که پیامدهای عملی می‌تواند برای مؤسسات و آموزش کارآفرینی داشته باشد.

1. Taewook
2. Henning & McKelvey
3. McDowell
4. Molin & Goitom

درباره ابعاد شکل‌گیری دانش کارآفرینی می‌توان به تحقیقات مک‌دونالد^۱ (۲۰۰۲)، سنگس (۲۰۰۷)، رکساس، کایوکا-پانزیلس و دی ژسوس^۲ (۲۰۰۸)، آلو، فیشر، ونورتاس و کویرز^۳ (۲۰۱۹) و آپونته و آیوارز^۴ (۲۰۱۷) اشاره کرد. مک‌دونالد (۲۰۰۲) در پژوهش خود به‌عنوان نقطه عزمیت یا «تئوری جهت‌گیری»، مجموعه از عوامل را پیشنهاد می‌دهد که می‌توانند به‌طور مستقیم بر شکل‌گیری دانش کارآفرینی تأثیر بگذارند. از نظر وی، عواملی نظیر یادگیری سازمانی، رهبری، فرهنگ، چشم‌انداز، راهبرد، محیط، ارتباطات، حمایت از پروژه‌های جدید و ریسک‌پذیری عوامل مؤثر بر دانش کارآفرینی هستند که در نهایت به کارآفرینی منجر می‌شود. یین^۵ (۲۰۰۳) در کتاب خود به تشریح مدل تبیین دانش کارآفرینی دانشگاهی براساس مدل مک‌دونالد پرداخت. وی در پژوهش خود از آگاهی محیطی، ارتباطات، فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، سیستم مدیریتی و فضای مجازی به‌عنوان عوامل اثرگذار بر دانش کارآفرینی نام برد. سنگس (۲۰۰۷) در پژوهش خود درباره شکل‌گیری دانش کارآفرینی، مدلی ارائه کرد که به اساس شکل‌گیری دانش کارآفرینی در افراد اشاره دارد. این مدل به دو بخش فردی (فلسفی) و سازمانی (زیرساختی) اشاره دارد. در ابتدا سازمان به توسعه طرز فکر کارآفرینی دانش نیاز دارد. این مدل در بخش فردی متشکل از چهار بخش است: (۱) منبع کنترل داخلی، (۲) مجموعه‌ای از ارزش‌ها که غایت‌شناسی نهاد فرد را می‌سازند، (۳) عمل‌گرایی تضمین‌کننده تمرکز بر تحقق و یادگیری با انجام بهینه‌سازی است و (۴) اخلاق و پایداری که باید جذب‌کننده مرکزی برای اطمینان از امکان‌پذیر بودن طولانی مدت باشد. جنبه دوم که باید وجود داشته باشد، زیرساخت پشتیبان است. عناصر کلیدی برای دانش کارآفرینی عبارت‌اند از: الف. ساختار نظارتی که اجازه رهبری توزیعی و اهرم برای فرصت‌طلبانه بودن فعالان را می‌دهد، ب. فضای متنوع و گسترده برای فعالیت‌های دانشی و فضاهای غیررسمی که به‌عنوان فراهم‌آوردنده زمینه‌های حاصلخیز برای پدیدارشدن انتخاب می‌شوند، ج. تعریف و نهادینه‌سازی توابع پشتیبانی کارآفرینی و

1. McDonald
2. Roxas, Cayoca-Panizales & de Jesus
3. Alves, Fischer, Vonortas & Queiroz
4. Aponte & Alvarez
5. Yin

در نهایت موضوعات بررسی شده، به صورت سستی در قالب سرمایه انسانی، سیاسی و مالی اولویت بندی شده‌اند.

رکساس، کایوکا-پانیزلس و دی خسوس^۱ (۲۰۰۸) در تبیین مدل خود درباره شکل گیری دانش کارآفرینی بر به کارگیری دو نوع دانش تأکید داشتند که عبارت بودند از: دانش کاربردی محور و دانش مدیریت استراتژیک محور. دانش کارکردگرا شامل فروش، بازاریابی، تولید، مدیریت منابع انسانی و مدیریت مالی بود و دانش مدیریت استراتژیک محور شامل استراتژی و تحلیل رقابتی، مدیریت رشد، اکتشاف و بهره‌برداری فرصت و ارزیابی محیط کسب و کار بود. در پژوهشی دیگر، آلوز، فیشر، ونورتاس و کوپرز^۲ (۲۰۱۹) به بررسی پیکربندی زیست‌بوم‌های کارآفرینی مبتنی بر دانش پرداختند. در این پژوهش به پنج بعد اثرگذار علم و فناوری، سرمایه انسانی، پویایی بازار، پویایی کسب و کار و زیرساخت به عنوان عناصر شکل دهنده‌ی زیست‌بوم کارآفرینی مبتنی بر دانش اشاره کردند. آپونته و آیوارز (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی شرایط چهارچوب کارآفرینی دانشی برای کارآفرینی تعاونی-محور در پورتوریکو پرداختند. این مطالعه اکتشافی نشان داد که متخصصان بخش تعاونی معتقدند که اکثر چهارچوب کارآفرینی‌های موجود به پیشرفت نیاز دارند؛ حتی اگر پورتوریکو چارچوبی جامع برای پشتیبانی و توسعه بخش تعاونی داشته باشد. آن‌ها به عواملی نظیر آموزش و آموزش کارآفرینی تعاونی در سطوح ابتدایی و متوسطه، حمایت‌های مالی و زیرساخت‌های تجاری و حقوقی (پشتیبانی حقوقی و حرفه‌ای در روند راه اندازی تعاونی) به عنوان ابعاد مؤثر در شکل‌گیری دانش کارآفرینی اشاره کردند. درباره اثر آموزش و ارزیابی بر دانش کارآفرینی می‌توان به پژوهش‌های تیشیکواهی و شامبری^۳ (۲۰۱۵) و امرزل، آنتونسیچ و روزیر^۴ (۲۰۱۱) اشاره کرد. تیشیکواهی و شامبری (۲۰۱۵) در پژوهشی به بررسی چگونگی تأثیر آموزش کارآفرینی مبتنی بر عمل بر دانش کارآفرینی و نگرش‌های شخصی پرداختند. نتایج نشان داد که هم دانش کارآفرینی و هم نگرش شخصی تأثیر معناداری بر

1. Roxas, Cayoca-Panizales & de Jesus

2. Alves, Fischer, Vonortas & Queiroz

3. Tshikovhi & Shambare

4. Omerzel, Antončič & Ruzzier

اهداف کارآفرینی داشتند، اما نگرش شخصی تأثیر بیشتری بر دانش کارآفرینی داشت. علاوه بر این، سطح بالایی از دانش کارآفرینی برای تأثیر بر نگرش مطلوب به کارآفرینی مشاهده شد. امرزل و همکاران (۲۰۱۱) در پژوهش خود برای ارزیابی شکل‌گیری دانش کارآفرینی به چهار عامل اثرگذار در بین مدیران و صاحبان صنایع اشاره کرد. این عوامل عبارت‌اند از: (۱) سطح تحصیلات، (۲) تجربه کار، (۳) دانش درباره رشته‌های عملکردی و (۴) اعتمادبه‌نفس. دانش مالک یا مدیر عمدتاً از تحصیلات و تجربه گذشته آن‌ها ناشی می‌شود. این آموزش رسمی، مواجهه و تجربه آن‌ها در سازمان‌های دیگر است که مجموعه منحصربه‌فردی از مهارت‌ها یا پایگاه دانش را تعیین می‌کند که به سازمان می‌آورند. مورد دیگر تجربه است که نقش مهمی در فرایندهای شناسایی فرصت‌های موفق ایفا کند. دانش درباره حوزه عملیاتی مدیر یا مالک عامل دیگری است که باعث شکل‌گیری دانش کارآفرینی و درنهایت اعتمادبه‌نفس می‌شود که سبب تقویت قوه تصمیم‌گیری در فرد می‌شود.

۳. روش تحقیق

پژوهش حاضر با توجه به هدف آن، کاربردی و براساس روش، توصیفی-علی است؛ بر این اساس، با مرور جامع ادبیات پژوهش، ابتدا معیارهای شکل‌گیری دانش کارآفرینی تعیین شدند و سپس براساس معیارها و زیر معیارهای شناسایی شده، پرسشنامه دیمتل به‌منظور تبیین و ارزیابی روابط علت و معلولی میان معیارها تدوین و در اختیار خبرگان قرار گرفت. خبرگان و اساتید آشنا با مباحث کارآفرینی در تعاونی‌ها جامعه آماری این پژوهش را تشکیل دادند. خبرگان به روش گلوله‌برفی و از میان اعضای هیئت‌علمی و فعالان متخصص در زمینه کارآفرینی و تعاونی‌ها انتخاب شدند.

از نظر ترسینگ و رینگر^۱ (۱۹۷۶)، در صورت همگن بودن گروه مشارکت‌کنندگان، برای ایجاد نتایج اثربخش، حجم نمونه‌ای متشکل از ۱۰ تا ۱۵ نفر کفایت می‌کند. در برخی منابع نیز تعداد مطلوب خبرگان، ۱۰ تا ۲۰ نفر توصیه شده است (ضیائی، محمودزاده و شاهی،

۲۰۱۷)؛ بنابراین در پژوهش حاضر برای دستیابی به نتایج معتبر، حجم نمونه در نظر گرفته شده برای تکمیل پرسشنامه، ۱۸ نفر از اساتید دانشگاهی و متخصصان حوزه پژوهش تعیین شد. ویژگی‌های مصاحبه‌شوندگان در جدول ۱ ذکر شده است.

در این پژوهش، ابتدا با مرور جامع ادبیات پژوهش، معیارهای شکل‌گیری دانش کارآفرینی تعیین شد (جدول ۲). سپس براساس معیارها و زیرمعیارهای شناسایی شده، پرسشنامه دیمتل به منظور تبیین و ارزیابی روابط علت و معلولی میان معیارها تدوین شد و در اختیار خبرگان قرار گرفت. پرسشنامه استفاده‌شده شامل ۴۲ سؤال درباره میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری معیارها و زیرمعیارها بر یکدیگر و از یکدیگر بود. از آنجاکه پرسشنامه استفاده‌شده، بر پایه معیارهای شناسایی شده در پیشینه پژوهش و دیدگاه کارشناسان و صاحب‌نظران تهیه شده بود، روایی پرسشنامه خودبه‌خود تأیید می‌شود. به منظور سنجش پایایی پرسشنامه، از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد و مقدار آن ۰/۸۱ به دست آمد که این نشان‌دهنده پایایی مناسب پرسشنامه است.

جدول ۱- ویژگی‌های مصاحبه‌شوندگان

ردیف	نقش فعال
۱	عضو هیئت‌علمی دانشگاه و مشاور بخش تعاون کشور
۲	عضو هیئت‌علمی دانشگاه و مشاور در بخش کارآفرینی و تعاون کشور
۳	مدیر در بخش کارآفرینی و تعاونی کشور و مدیرعامل سابق بانک توسعه تعاون کشور
۴	عضو هیئت‌علمی دانشگاه، مشاور در بخش کارآفرینی و تعاون کشور و منتور در استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان
۵	عضو هیئت‌علمی دانشگاه و مشاور در بخش کارآفرینی و تعاون کشور
۶	عضو هیئت‌علمی دانشگاه و مشاور در بخش کارآفرینی و تعاون کشور
۷	بنیان‌گذار و فعال در شکل‌گیری تعاونی‌ها و مشاور مراکز قانون‌گذاری و تصمیم‌گیری بخش تعاون
۸	مشاور در بخش تعاون کشور، فعال در شکل‌گیری و راه‌اندازی نهادهای حمایتی بخش تعاون کشور
۹	عضو هیئت‌علمی دانشگاه و مشاور در بخش کارآفرینی و تعاون کشور
۱۰	مدیر در بخش کارآفرینی و تعاونی کشور و صاحب‌نظر در تعاونی‌ها و اتحادیه‌های تعاونی تولیدی بزرگ

ردیف	نقش فعال
۱۱	عضو هیئت علمی دانشگاه و مشاور در بخش کارآفرینی و تعاون کشور و منتور در استارت آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان
۱۲	عضو هیئت علمی دانشگاه و مشاور در بخش کارآفرینی و تعاون کشور
۱۳	عضو هیئت علمی دانشگاه و مشاور در بخش کارآفرینی و تعاون کشور
۱۴	مشاور در بخش تعاون کشور و از مدیران بخش تعاون کشور
۱۵	عضو هیئت علمی دانشگاه و مشاور در بخش کارآفرینی و تعاون کشور
۱۶	مدیرعامل یکی از اتحادیه تعاونی‌های بزرگ کشور و صاحب‌نظر و فعال در شکل‌گیری اتحادیه‌ها و تعاونی‌های بزرگ‌مقیاس
۱۷	مشاور در بخش تعاون کشور و از مدیران بخش تعاون کشور
۱۸	مشاور در بخش تعاون کشور و از مدیران بخش تعاون بزرگ‌مقیاس کشور

جدول ۲- ابعاد و مؤلفه‌های نهایی احصاء شده دانش کارآفرینی در تعاونی‌های بزرگ‌مقیاس

ابعاد	مؤلفه	منابع
ویژگی‌های فردی	سن، تحصیلات، توانایی برقراری ارتباطات، توانایی برانگیزش دیگران، آگاهی محیطی، تجربه کاری، توانایی اقناع دیگران، خلاقیت و نوآوری، دانش عمومی، ریسک‌پذیری، کار گروهی، کارآفرین اجتماعی، کاریزمای شخصی و قابل‌اعتماد بودن	آلوز و همکاران (۲۰۱۹)، مک دول (۲۰۱۶)، گاماجی و ویراکن ^۱ (۲۰۱۷)، امرزل و همکاران (۲۰۱۱)، تشیکوهی و شمیره (۲۰۱۵)، بین (۲۰۰۳)، رکساس و همکاران (۲۰۰۸)، هانون، اسکات، سورسانی و میل من ^۲ (۲۰۰۶)
زیرساخت‌ها و سازمان	استراتژی سازمانی، زیرساخت آموزشی، زیرساخت فناوری اطلاعات، ساختار سازمانی، سرمایه انسانی، سیستم مدیریتی، علم و فناوری، فرهنگ سازمانی، مالی، مدیریت دانش، واحدهای R&D و یادگیری سازمانی	هانون و همکاران (۲۰۰۶)، آپنتی و آیوارز (۲۰۱۷)، آلوز و همکاران (۲۰۱۹)، هارتونو و حلیم (۲۰۱۴)، رکساس و همکاران (۲۰۰۸)، مک دول (۲۰۱۶)، بین (۲۰۰۳)، مولین و گویتوم (۲۰۱۳)، سنگس (۲۰۰۷)
محیط	امنیت (روانی، سیاسی، مالی و...)، دانشگاه‌ها و	مک دول (۲۰۱۶)، آپنتی و آیوارز (۲۰۱۷)، مولین و

1. Gamage & Weerakoon
2. Hannon, Scott, Sursani & Millman

ابعاد	مؤلفه	منابع
	مراکز آموزشی، دولت، ارتباطات بین‌المللی، کشوری، فرصت‌ها و رقابت، فرهنگ جامعه، فضای کسب‌وکار، فضای مجازی، قوانین و مقررات، مراکز شتاب‌دهنده و مراکز نوآوری	گویتوم (۲۰۱۳)، آلوز و همکاران (۲۰۱۹)، ین (۲۰۰۳)
حمایت	صندوق‌های خطرپذیر، صندوق‌های ضمانت، حمایت از پروژه‌های جدید، حمایت دولتی و حمایت درون‌سازمانی	ین (۲۰۰۳)، آپتی و آیوارز (۲۰۱۷)، سنگس (۲۰۰۷)

پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها با استفاده از دیمتل در محیط نرم‌افزار اکسل، روابط علی بین عوامل تعیین شد. دیمتل یکی از ابزارهای تصمیم‌گیری چندمعیاره بر مبنای تئوری گراف است که موجب می‌شود برای درک بهتر روابط علی، نقشه روابط شبکه‌ای چندین معیار در گروه علت معلول ترسیم شود (آقایی، آقایی و محمدحسینی ناجی‌زاده حسینی‌نیا، ۱۳۹۴). از برتری‌های این روش در مقایسه با سایر روش‌های تصمیم‌گیری بر پایه مقایسات زوجی، پذیرش بازخورد روابط است؛ یعنی در ساختار سلسله‌مراتبی حاصل، هر عنصر می‌تواند بر تمام عناصر هم‌سطح، سطح بالاتر یا سطح پایین‌تر از خود تأثیر بگذارد و به‌صورت متقابل، از تک‌تک آن‌ها تأثیر بپذیرد (مروتی شریف آبادی، عزیززی، و جمشیدی، ۱۳۹۵). در مسائل مدیریتی و اجتماعی می‌توان با استفاده از دیمتل، اثرات متقابل تعداد زیادی از عوامل مؤثر بر یک مسئله خاص را دسته‌بندی و سازمان‌دهی کرد (پاموکار، میهایلوویچ، ابرادویچ و آتانسکوویچ^۱، ۲۰۱۷). در ادامه تکنیک دیمتل و مراحل آن بیان شده است.

۳.۱. تکنیک دیمتل

اولین بار دو پژوهشگر به نام‌های فونتلا و گابوس^۲ در سال ۱۹۷۶ روش دیمتل را ارائه کردند. این تکنیک براساس مقایسه‌های زوجی و از ابزارهای تصمیم‌گیری بر مبنای تئوری

1. Pamučar, Mihajlović, Obradović and Atanasković
2. Fontela & Gabus

گراف است. این روش ممکن است تأییدکننده روابط میان متغیرها یا محدودکننده روابط در یک روند توسعه‌ای و نظام‌مند باشد؛ به عبارت دیگر، این تکنیک با بررسی روابط متقابل بین معیارها، میزان تأثیر و اهمیت آن‌ها را به صورت امتیاز عددی مشخص می‌کند. مهم‌ترین شاخصه روش دیمتل، تصمیم‌گیری چندمعیاره و عملکرد آن در ایجاد روابط و ساختار بین عوامل است. این تکنیک علاوه بر تبدیل روابط علت و معلولی به یک مدل ساختاری-بصری، قادر است وابستگی‌های درونی بین عوامل را نیز شناسایی کرده و آن‌ها را فهم‌پذیر کند (یادگاری و تاریخ، ۲۰۱۷).

اجرای تکنیک دیمتل شامل این مراحل است:

مرحله اول: جمع‌آوری نظرهای پاسخگویان و محاسبه میانگین ماتریس Z

$$z = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m x_{ij}^k$$

مرحله دوم: محاسبه اولیه و نرمالیزه کردن ماتریس D

$$D = \lambda * Z$$

$$[d_{ij}] n \times n = \lambda [z_{ij}] n \times n$$

$$\lambda = \min_{\max 1 \leq i \leq n} \frac{1}{\sum_{j=1}^n z_{ij}} = \min_{\max 1 \leq i \leq n} \frac{1}{\sum_{j=1}^n z_{ij}}$$

$$\lim_{m \rightarrow \infty} (d)^m = \{0\} n \times n$$

مرحله سوم: استخراج ماتریس رابطه کل T

$$T = \lim_{m \rightarrow \infty} (D + D^1 + D^2 + \dots + D^m)$$

$$= \sum_{m=0}^{\infty} D^m = 1D^0$$

$$\sum_{m=0}^{\infty} D^m = D + D^1 + D^2 + \dots + D^m$$

$$= D(I + D^1 + D^2 + \dots + D^{m-1})$$

$$\begin{aligned}
 T &= D(I - D)^{-1}(I - D)(I + D_1 + D_2 + \dots + D_{m-1}) \\
 &= D(I - D)^{-1}(I - D)^m \\
 &= D(I - D)^{-1}
 \end{aligned}$$

مرحله چهارم: محاسبه مجموع از سطر و ستون از ماتریس T

$$r = [r_i]_{n \times 1} = \left(\sum i^n = 1T_{ij} \right)_{n \times 1},$$

$$c = [c_j]_{1 \times n} = \left(\sum i^n = 1T_{ij} \right)_{1 \times n},$$

مرحله پنجم: تنظیم مقدار آستانه (α)

$$\alpha = \frac{\sum i^n = 1 \sum i^n = 1\{t_{ij}\}}{N}$$

مرحله ششم: ساخت نمودار رابطه علت و معلول (سامریت و آنوناورونچ، ۲۰۰۴).

۴. یافته‌های تحقیق

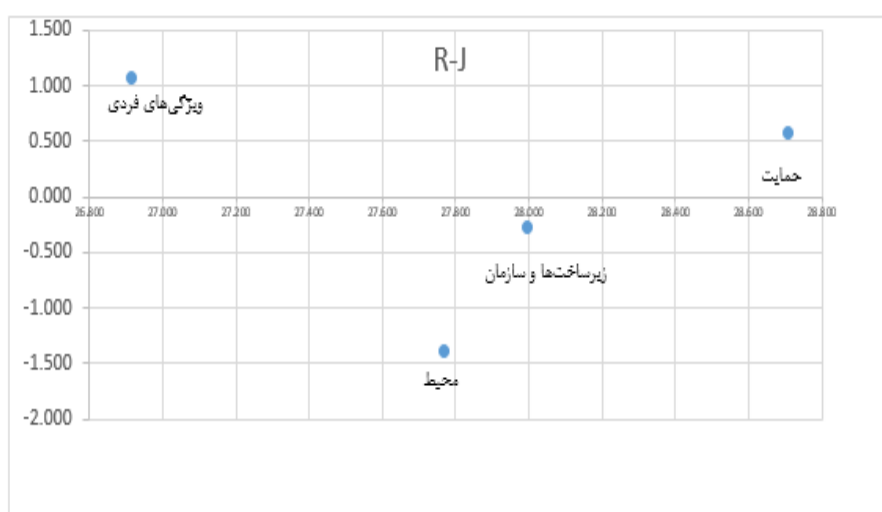
۴.۱. بررسی زیر معیار ابعاد دانش کارآفرینی

پس از اجرای تکنیک DEMATEL، درباره سلسله مراتب ابعاد دانش کارآفرینی نتایج در جدول ۳ مشاهده می‌شود.

جدول ۳- سلسله مراتب نفوذ ابعاد دانش کارآفرینی

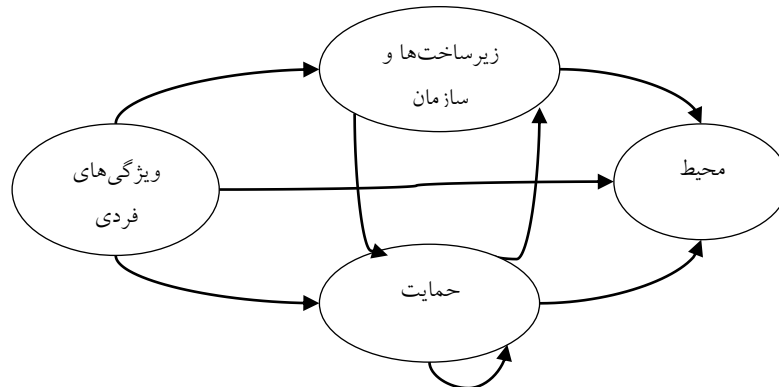
ابعاد	R+J	R-J	J-Value	R-Value
ویژگی‌های فردی	۲۶/۹۱۳	۱/۰۷۳	۱۳/۹۹۳	۱۲/۹۲۰
زیرساخت‌ها و سازمان	۲۷/۹۹۴	-۰/۲۶۳	۱۳/۸۶۵	۱۴/۱۲۸
محیط	۲۷/۷۶۸	-۱/۳۹۴	۱۳/۱۸۷	۱۴/۵۸۱
حمایت	۲۸/۷۰۹	۰/۵۸۵	۱۴/۶۴۷	۱۴/۰۶۲

روابط علت و معلولی ابعاد چهارگانه دانش کارآفرینی تعاونی‌های بزرگ مقیاس بر مبنای نتایج حاصل در شکل ۱ نشان داده شده است. در این شکل، محور افقی (R+J) و محور عمودی (R-J) را نشان می‌دهند.



شکل ۱- نمودار علت و معلولی شکل‌گیری دانش کارآفرینی تعاونی‌های بزرگ مقیاس

در نهایت الگوی شکل‌گیری دانش کارآفرینی در تعاونی‌های بزرگ مقیاس در شکل ۲، براساس ماتریس شدت نسبی روابط مستقیم و غیرمستقیم ابعاد نشان داده شده است.



شکل ۲- الگوی شکل‌گیری دانش کارآفرینی در تعاونی‌های بزرگ‌مقیاس

۲.۴. بررسی زیرمعیار ویژگی‌های فردی دانش کارآفرینی

در جدول ۴ نتایج بررسی زیرمعیارهای بعد ویژگی‌های فردی دانش کارآفرینی شهر ارائه شده است.

جدول ۴- سلسله‌مراتب نفوذ مؤلفه‌های بعد ویژگی‌های فردی

R-Value	J-Value	R-J	R+J	مؤلفه‌ها
۶/۲۸۱	۵/۹۵۳	۰/۳۲۷	۱۲/۲۳۴	سن
۶/۶۸۴	۵/۹۳۶	۰/۷۸۴	۱۲/۲۶۱	تحصیلات
۵/۹۶۶	۶/۱۸۹	-۰/۲۲۳	۱۲/۱۵۵	توانایی برقراری ارتباطات
۵/۲۵۳	۶/۳۸۵	-۱/۱۳۲	۱۱/۶۳۸	توانایی برانگیزش دیگران
۵/۲۵۶	۵/۴۷۱	-۰/۲۱۵	۱۰/۷۲۷	آگاهی محیطی
۵/۹۲۰	۶/۳۱۰	-۰/۳۹۰	۱۲/۲۳۰	تجربه کاری
۷/۰۵۱	۶/۷۳۳	۰/۳۱۸	۱۳/۷۸۴	توانایی اقناع دیگران
۶/۷۶۲	۵/۵۳۸	۱/۲۲۴	۱۲/۳۰۱	خلاقیت و نوآوری
۵/۷۰۰	۷/۲۳۳	-۱/۵۳۳	۱۲/۹۳۳	دانش عمومی
۵/۷۵۱	۵/۴۱۳	۰/۳۳۸	۱۱/۱۶۴	ریسک‌پذیری
۶/۷۸۹	۶/۰۷۹	۰/۸۰۰	۱۲/۹۵۸	کار گروهی

مؤلفه‌ها	R+J	R-J	J-Value	R-Value
کارآفرین اجتماعی	۱۲/۵۸۹	-۰/۹۳۸	۶/۷۶۴	۵/۸۲۶
کاریزمای شخصی	۱۲/۰۸۲	۰/۱۴۸	۵/۹۶۷	۶/۱۱۵
قابل اعتماد بودن	۱۲/۰۴۹	۰/۵۲۸	۵/۷۶۱	۶/۲۸۹

مؤلفه‌های سن، تحصیلات، توانایی اقلان دیگران، خلاقیت و نوآوری، ریسک‌پذیری، کار گروهی، کاریزمای شخصی و قابل اعتماد بودن علت‌ها هستند. همچنین مؤلفه‌های توانایی برقراری ارتباطات، توانایی برانگیزش دیگران، آگاهی محیطی، تجربه کاری، دانش عمومی و کارآفرین اجتماعی معلول‌ها شناخته می‌شوند.

۳.۴. بررسی زیرمعیار زیرساخت‌ها و سازمان دانش کارآفرینی

در جدول ۵ نتایج بررسی زیرمعیارهای بعد ویژگی‌های زیرساخت‌ها و سازمان دانش کارآفرینی ارائه شده است.

جدول ۵- سلسله‌مراتب نفوذ مؤلفه‌های بعد زیرساخت‌ها و سازمان

مؤلفه‌ها	R+J	R-J	J-Value	R-Value
استراتژی سازمانی	۳۲/۳۰۳	-۱/۶۵۲	۵/۹۵۳	۶/۲۸۱
زیرساخت آموزشی	۳۰/۵۱	۰/۰۲۸	۵/۹۳۶	۶/۶۸۴
زیرساخت فناوری اطلاعات	۳۱/۹۶۳	۰/۳۵۲	۶/۱۸۹	۵/۹۶۶
ساختار سازمانی	۳۲/۱۸۴	۲/۴۵۹	۶/۳۸۵	۵/۲۵۳
سرمایه انسانی	۳۳/۲۵۰	-۲/۹۵۴	۵/۴۷۱	۵/۲۵۶
سیستم مدیریتی	۳۵/۸۳۴	-۲/۱۸۵	۶/۳۱۰	۵/۹۲۰
علم و فناوری	۳۴/۰۳۱	-۰/۰۱۶	۶/۷۳۳	۷/۰۵۱
فرهنگ سازمانی	۳۲/۴۸۸	۰/۰۹۴	۵/۵۳۸	۶/۷۶۲
مالی	۳۲/۷۸۵	۰/۹۰۷	۷/۲۳۳	۵/۷۰۰
مدیریت دانش	۳۱/۷۵۵	۲/۱۳۸	۵/۴۱۳	۵/۷۵۱
واحدهای R&D	۳۲/۷۵۰	۰/۱۶۸	۶/۰۷۹	۶/۷۸۹
یادگیری سازمانی	۳۲/۹۶۴	۰/۶۶۱	۶/۷۶۴	۵/۸۲۶

مؤلفه‌های زیرساخت آموزشی، زیرساخت فناوری اطلاعات، ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی، مالی، مدیریت دانش، واحدهای R&D و یادگیری سازمانی علت‌ها هستند. همچنین مؤلفه‌های استراتژی سازمانی، سرمایه انسانی، سیستم مدیریتی و علم و فناوری معلول‌ها شناخته می‌شوند.

۴. بررسی زیرمعیار محیط دانش کارآفرینی

در جدول ۶ نتایج بررسی زیرمعیارهای محیط دانش کارآفرینی ارائه شده است.

جدول ۶- سلسله مراتب نفوذ مؤلفه‌های بعد محیط

R-Value	J-Value	R-J	R+J	مؤلفه‌ها
۱۰/۳۲۱	۱۰/۱۳۶	۰/۱۸۵	۲۰/۴۵۷	امنیت (روانی، سیاسی، مالی و...)
۹/۱۱۵	۸/۸۶۲	۰/۲۵۲	۱۷/۹۷۷	دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی
۱۰/۷۲۶	۱۰/۶۸۷	۰/۰۳۹	۲۱/۴۱۳	دولت
۸/۷۳۲	۹/۴۷۶	-۰/۷۴۴	۱۸/۲۰۷	ارتباطات بین‌المللی کشوری
۱۰/۰۷۷	۱۱/۰۵۱	-۰/۹۷۴	۲۱/۱۲۸	فرصت‌ها و رقابت
۶/۹۴۵	۷/۹۳۹	-۰/۹۹۴	۱۴/۸۸۴	فرهنگ جامعه
۱۰/۳۴۲	۱۰/۲۶۵	۰/۰۷۶	۲۰/۶۰۷	فضای کسب‌وکار
۹/۷۸۹	۱۰/۸۲۴	-۱/۰۳۵	۲۰/۶۱۳	فضای مجازی
۱۰/۰۵۰	۸/۸۱۰	۱/۲۴۰	۱۸/۸۶۰	قوانین و مقررات
۱۰/۸۹۹	۸/۸۲۳	۲/۰۷۷	۱۹/۷۲۲	مراکز شتاب‌دهنده
۱۰/۷۴۱	۱۰/۸۶۵	-۰/۱۲۴	۲۱/۶۰۵	مراکز نوآوری

مؤلفه‌های امنیت (روانی، سیاسی، مالی و...)، دولت، دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی، فضای کسب‌وکار، قوانین و مقررات و مراکز شتاب‌دهنده علت‌ها هستند. همچنین مؤلفه‌های ارتباطات بین‌المللی کشوری، فرصت‌ها و رقابت، فرهنگ جامعه، فضای مجازی و مراکز نوآوری معلول‌ها شناخته می‌شوند.

۴. بررسی زیرمعیار حمایت دانش کارآفرینی

در جدول ۷ نتایج حاصل از بررسی زیر معیارهای حمایت دانش کارآفرینی ارائه شده است.

جدول ۷- سلسله مراتب نفوذ مؤلفه‌های بعد حمایت

R-Value	J-Value	R-J	R+J	مؤلفه‌ها
۸/۸۷۸	۹/۱۰۶	-۰/۲۲۸	۱۷/۹۸۵	صندوق‌های خطرپذیر
۸/۴۳۴	۶/۰۴۶	۲/۳۸۸	۱۴/۴۸۱	صندوق‌های ضمانت
۷/۵۲۱	۷/۳۰۸	۰/۲۱۳	۱۴/۸۲۸	حمایت از پروژه‌های جدید
۷/۵۶۰	۷/۵۷۵	۰/۰۱۵	۱۵/۰۷۵	حمایت دولتی
۷/۹۸۸	۱۰/۴۰۷	-۲/۴۱۹	۱۸/۳۹۴	حمایت درون‌سازمانی

مؤلفه‌های صندوق‌های ضمانت، حمایت از پروژه‌های جدید و حمایت دولتی علت‌ها هستند و مؤلفه‌های صندوق‌های خطرپذیر و حمایت درون‌سازمانی معلول‌ها شناخته می‌شوند. محور افقی (R+J) و محور عمودی (R-J) را نشان می‌دهند. مدل تحلیلی این بعد در شکل ۴، پس از اعمال تعدیل روابط براساس ضابطه پیش گفته نشان داده شده است.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این پژوهش با هدف ارائه الگوی شکل‌گیری دانش کارآفرینی و سنجش روابط آن در تعاونی‌های بزرگ مقیاس انجام شد. به منظور دستیابی به هدف پژوهش از تکنیک دیمتل استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که در مرحله اول شکل‌گیری دانش کارآفرینی در تعاونی‌های بزرگ مقیاس دارای چهار بعد ویژگی‌های فردی، زیرساخت‌ها و سازمان، محیط و حمایت است. همچنین با استفاده از تکنیک دیمتل مشخص شد که ابعاد ویژگی‌های فردی و زیرساخت‌ها و سازمان به‌عنوان ابعاد اثرگذار یا علت‌ها و ابعاد محیط و حمایت معلول‌ها باید در نظر گرفته شوند که اولویت ابعاد شکل‌گیری چهارگانه‌ی دانش کارآفرینی

تعاونی‌های بزرگ‌مقیاس، براساس سلسله‌مراتب ممکن عبارت است از: ویژگی‌های فردی، زیرساخت‌ها و سازمان، محیط و حمایت.

نتایج ارزیابی مؤلفه‌های ویژگی‌های فردی دانش کارآفرینی نشان داد که از بین مؤلفه‌های مربوط به این بعد، مؤلفه‌های سن، تحصیلات، توانایی اقناع دیگران، خلاقیت و نوآوری، ریسک‌پذیری، کار گروهی، کاریزمای شخصی و قابل‌اعتماد بودن علت‌ها هستند. همچنین مؤلفه‌های توانایی برقراری ارتباطات، توانایی برانگیزش دیگران، آگاهی محیطی، تجربه کاری، دانش عمومی و کارآفرین اجتماعی، معلول‌ها شناخته می‌شوند.

نتایج ارزیابی مؤلفه‌های زیرساخت‌ها و سازمان دانش کارآفرینی نشان داد که از بین مؤلفه‌های مربوط به این بعد، مؤلفه‌های زیرساخت آموزشی، زیرساخت فناوری اطلاعات، ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی، مالی، مدیریت دانش، واحدهای R&D و یادگیری سازمانی علت‌ها هستند. همچنین مؤلفه‌های استراتژی سازمانی، سرمایه انسانی، سیستم مدیریتی و علم و فناوری معلول‌ها شناخته می‌شوند.

نتایج ارزیابی مؤلفه‌های محیط دانش کارآفرینی نشان داد که از بین مؤلفه‌های مربوط به این بعد، مؤلفه‌های امنیت (روانی، سیاسی، مالی و...)، دولت، دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی، فضای کسب‌وکار، قوانین و مقررات و مراکز شتاب‌دهنده علت‌ها هستند. همچنین مؤلفه‌های ارتباطات بین‌المللی کشوری، فرصت‌ها و رقابت، فرهنگ جامعه، فضای مجازی و مراکز نوآوری معلول‌ها شناخته می‌شوند. نتایج ارزیابی مؤلفه‌های حمایت دانش کارآفرینی نشان داد که از بین مؤلفه‌های مربوط به این بعد، مؤلفه‌های صندوق‌های ضمانت، حمایت از پروژه‌های جدید و حمایت دولتی علت‌ها هستند و مؤلفه‌های صندوق‌های خطرپذیر و حمایت درون‌سازمانی معلول‌ها شناخته می‌شوند.

همان‌طور که از نتایج این پژوهش مشخص شد، برای شکل‌گیری دانش کارآفرینی در سازمان به تقویت یا شکل‌گیری عوامل مختلفی نیاز است که در چهارچوب ابعاد چهارگانه

دانش کارآفرینی معرفی شد. در ادامه درباره تک تک ابعاد دانش کارآفرینی بحث خواهیم کرد.

بعد ویژگی‌های فردی: ویژگی‌های فردی شخص کارآفرین تأثیر زیادی بر جریان و شکل‌گیری دانش در تعاونی‌ها می‌گذارد؛ به طوری که چنانچه فرد کارآفرین تجربه کافی و آگاهی محیطی لازم را داشته باشد، سبب خلق و گسترش دانش در سازمان می‌شود. توانایی برقراری ارتباط با سایر اعضا از زمینه‌های بروز و گسترش دانش در سطح تعاونی است که خود این قابلیت نیازمند قابل اعتماد بودن فرد برای سایر اعضا دارد. همچنین کارآفرین حوزه تعاونی در کنار دانش تخصصی باید از دانش روز بهره‌بردار و آگاه به مسائل روز کشور باشد تا در جریان شکل‌گیری دانش در تعاونی مؤثرتر واقع شود. براساس مطالعات مشخص شده است که رشد یک کسب‌وکار تاحدی به تصمیم‌هایی مربوط است که یک کارآفرین گرفته است. مطالعات قبلی نشان می‌دهد که ویژگی‌های شخصیتی، انگیزه رشد، شایستگی‌های فردی و سوابق شخصی کارآفرین، مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده رشد یک کسب‌وکار هستند (شان و لوکی و کالینزا، ۲۰۰۳؛ باثوم، فرسی و بارون، ۲۰۰۷). این موارد نشان‌دهنده ویژگی‌های فردی شخص کارآفرین‌اند.

بعد زیرساخت‌ها و سازمان: وجود زیرساخت‌های آموزشی به گسترش و بسط‌دادن مفهوم دانش کارآفرینی در تعاونی‌ها منجر می‌شود و اساساً نمی‌توان دانش کارآفرینی را بدون زیرساخت آموزشی مناسب تصور کرد. فرهنگ‌سازمانی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های زیرساخت و سازمان به پویایی، شکل‌گیری و گسترش دانش کارآفرینی کمک شایانی می‌کند. در بستر یک فرهنگ سازمانی، کارآفرینی است که دانش کارآفرینی ایجاد می‌شود و بدون وجود فرهنگ‌سازمانی حامی کارآفرینی نمی‌توان به شکل‌گیری دانش کارآفرینی در سازمان امیدوار بود. با وجود فرهنگ و دانش اعضا می‌توان به شکل‌گیری دانش امیدوار بود، ولی

-
1. Shane, Locke & Collins
 2. Baum Frese and Baron

عنصر لازم در این رابطه بسترهای مالی است. چنانچه در تعاونی حمایت و پشتیبانی لازم از کارآفرینی صورت نگیرد، نمی‌توان به شکل‌گیری دانش امیدوار بود. براساس مطالعه انجام‌گرفته می‌توان گفت که رشد کسب‌وکار ناظر بر افزایش در مواردی نظیر فروش، اشتغال‌پذیری و سود در طول زمان است (هاکرت و کمپ^۱، ۲۰۰۶). رشد کسب‌وکار را می‌توان با توجه به میزان اثربخشی و توانایی تعیین منابع ویژه شرکت مانند سرمایه انسانی، سرمایه و دانش از طریق فرایندهای اداری، شیوه‌ها و ساختارها تعریف کرد (نیکل، نیکولیتساس و درایدن^۲، ۱۹۹۷)؛ بنابراین عوامل تعیین‌کننده سازمانی باید تأثیرات مستقیم‌تری بر رشد شرکت داشته باشند. مطالعات تجربی مختلفی برای کشف عوامل تعیین‌کننده رشد با توجه به این بعد انجام شده است (هننینگ و مک‌کاولی^۳، ۲۰۲۰؛ آلوز، فیشر، ونورتاس و کوپرز، ۲۰۱۹). این موارد نشان‌دهنده بعد زیرساخت‌ها و سازمان در شکل‌گیری دانش کارآفرینی هستند.

محیط: تعاونی‌ها همانند سایر سازمان‌ها از بیرون تأثیر گرفته و بر بیرون تأثیر می‌گذارند. محیط و شیوه تعامل با آن از مورد بحث‌ترین موضوعات بیان‌شده در مصاحبه‌ها بود. دولت به‌عنوان عامل تأثیرگذار بیرونی بر تعاونی‌ها همواره در سیاست‌های تعاونی‌نقشی اساسی ایفا کرده است. دولت به‌عنوان اصلی‌ترین جهت‌دهنده اقتصاد کشور، با توجه به شرایط حال حاضر کشور، تلاش بسیاری در راستای تبدیل شدن تعاونی‌ها به تعاونی‌های کارآفرین گذاشته است، اما این تلاش‌ها تنها با سیاست‌گذاری مناسب در سطح ملی روی می‌دهد؛ بنابراین نقش دولت به‌عنوان بازیگر اصلی محیط تعاونی‌ها نباید فراموش شود. در کنار دولت می‌توان به فرصت‌ها و رقابت‌های حال حاضر نیز در شکل‌گیری دانش کارآفرینی نام برد. نیاز به حضور فعال در صحنه رقابت‌های ملی و بین‌المللی دانش‌نوین را طلب می‌کند؛ ازاین‌رو دانش کارآفرینی می‌تواند در پاسخ به فرصت‌ها و رقابت‌های محیطی در سطح تعاونی‌ها

1. Hakkert & Kemp
2. Nickell, Nicolitsas & Dryden
3. Henning & McKelvey

مطرح شود. براساس مطالعات انجام شده می توان گفت که انگیزه های محیطی ممکن است تا حد زیادی پتانسیل رشد شرکت ها را تعیین کند. همچنین این استدلال وجود دارد که وقتی تغییرات در جامعه، سیاست، بازار و فناوری ایجاد می شود، فرصت های بیشتری برای رشد وجود دارد (ویکلوند، داویدسون و دلمار^۱، ۲۰۰۳). شرکتی در چنین محیطی با دسترسی بهتر به منابع مورد نیاز شانس بیشتری برای رشد دارد. محیط خصمانه می تواند تهدیدی برای شرکت از طریق افزایش شدت رقابت ایجاد کند؛ بنابراین شدت رقابت از فرصت های رشد شرکت ها می کاهد (ژو، ۲۰۱۰). در این پژوهش نیز نشان داده شد که محیط از عوامل مؤثر در شکل گیری دانش کارآفرینی است.

حمایت: حمایت ها چه از سوی سازمان و چه از بیرون تعاونی باشد، همواره به عنوان یک عامل تسهیل کننده کارآفرینی عمل می کند. بدون حمایت از جانب تعاونی کمتر فرایند انتقال و شکل گیری دانش در سازمان می گیرد. فرایند شکل گیری نیاز به حمایت مدیران ارشد تعاونی نیاز دارد تا با تدارک مقدمات آن دانش کارآفرینی در سازمان شکل گیرد. در این راه نیز صندوق های خطرپذیر و صندوق های ضمانتی نقش اساسی دارند. این سازمان ها با سرمایه گذاری در تعاونی و قبول ریسک زیاد فرایند کارآفرینی، نقشی حیاتی در رشد و نمو تعاونی دارند. تعاونی نیز بدون استقرار دانش و کاربرد آن توانایی پاسخگویی به سرمایه گذار را ندارد؛ در نتیجه وجود صندوق های خطرپذیر و ضمانتی برای شکل گیری دانش کارآفرینی امری ضروری و لازم است. درباره بعد حمایت نشان داده شد که حمایت یک محیط برای رشد شرکت ها ضروری است (آلدریچ و وایدنمایر^۲، ۲۰۱۹). حمایت مهم ترین عامل مدیریت سیستماتیک (نظام مند) دانش است (امرزل و آنتونسچ، ۲۰۱۱). طراحی و تدوین سازوکارهای حمایت کننده از فعالیت های کارآفرینی و تأمین زیرساخت های حمایتی مورد نیاز برای فعالیت کارآفرینان از عناصر و موارد اصلی برنامه های

1. Wiklund, Davidsson and Delmar
2. Aldrich and Wiedenmayer

توسعه کارآفرینی در هر دولتی است (لرد کیپانیدز، بریزت و بکمن^۱، ۲۰۰۲). هوگ، نیمن و نیوهنزن^۲ (۲۰۰۳) بیان می‌کنند که هدف دولت تنها افزایش تعداد کسب‌وکارهای جدید نیست؛ بلکه ماندگار شدن و رشد کسب‌وکارهای موجود نیز است. توانمندی محیط هر کسب‌وکاری به محیط حمایتی نیاز دارد که کارآفرینان را تشویق به انجام کار کنند. تحلیل خدمات حمایتی مختلف نشان می‌دهد که تمامی خدمات حمایتی مالی نیست و خدمات همچون مشاوره، آموزش، اطلاعات عمومی و حرفه‌ای را نیز در بر می‌گیرد (احمدپور داریانی، ۱۳۹۳). در کنار آن نیز می‌توان به صندوق‌های خطرپذیر و صندوق‌های ضمانت نیز اشاره کرد که از نتایج این پژوهش می‌باشد.

به منظور شکل‌گیری دانش کارآفرینی در تعاونی‌های بزرگ مقیاس پیشنهادهای زیر بیان

می‌شود:

- با توجه به تأثیر ویژگی‌های فردی بر شکل‌گیری دانش کارآفرینی در تعاونی‌های بزرگ مقیاس پیشنهاد می‌شود که مدیران تعاونی‌ها شرایط را طوری فراهم آورند که در سازمان نوآوری، عزت‌نفس، میل به موفقیت به عنوان ارزش اصلی نگریسته شود. این امر در به وجود آمدن نگرش کارآفرینانه در نیروی انسانی سهم بسزایی دارد؛ به طوری که باعث می‌شود آن‌ها به هر تغییری به عنوان فرصت از طریق ارائه ایده‌های جدید نگاه کنند و آن‌ها را برای تشخیص فرصت‌های مناسب مهیا می‌کند. این نگرش کارآفرینانه موجب می‌شود افراد فعال در تعاونی، شهود (ذهنیت) خود را درباره یک فرصت کسب‌وکار و بر مبنای تجربه پیشین و شناخت الگوهای رویدادهای خارجی در کسب و انتقال دانش توسعه دهند؛
- با توجه به تأثیر زیرساخت‌ها و سازمان بر تشکیل دانش کارآفرینی در تعاونی‌های بزرگ مقیاس پیشنهاد می‌شود که ساختار سازمان را به حدی منعطف و ارگانیک

1. Lordkipanidze, Brezet and Backman
2. Hough, Nieman and Nieuwenhuizen

طراحی کنند تا کارکنان سازمان قادر باشند ایده‌ها و تفکرات خلاقانه خود را با دیگران در جریان بگذارند. ایجاد چنین ساختارهای ارگانیک و منعطف، ضمن پرورش رفتارهای کارآفرینانه، ریسک‌پذیری را افزایش می‌دهند که لازمه چنین ساختاری به حداقل رساندن سلسله‌مراتب سازمانی، کاهش لایه‌های مدیریتی، دادن زمان آزاد به کارکنان برای تفکر بر روی پروژه‌های نوآورانه، تأکید بر ارتباطات باز و ساختارهای تیمی است. این امر باعث می‌شود جریان اطلاعات و دانش در سازمان با سرعت بیشتر روی دهد و تصمیم‌گیری‌ها نیز با سرعت و آزادی عمل بیشتری اعمال شوند؛

■ در زمینه فرهنگ باید خلاقیت و نوآوری به‌عنوان یک ارزش اصلی از طریق اعمال تغییر در سازمان حاکم شود؛ بدین ترتیب تعاونی‌ها به‌جای تولید تعداد محدودی محصول به‌صورت انبوه، قادر به ایجاد تنوع در محصولات و ارائه محصولات مختلف خواهند شد. در زمینه مؤلفه‌های دیگر همچون استراتژی باید از استراتژی‌های کارآفرینانه استفاده شود که بیانگر تعهد تعاونی‌ها به فرایند نوآوری است. با توجه به تأثیر محیط بر شکل‌گیری دانش کارآفرینی در تعاونی‌های بزرگ‌مقیاس که از تغییر در سلیق مشتری یا فناوری‌های پایه ایجاد شده است، به مدیران پیشنهاد می‌شود که به فرصت‌های جدید در بازار بپردازند. نتیجه این تغییرات خلق تقاضای برآورده‌نشده برای خدمات جدید است. مدیران کارآفرین باید این فرصت‌های بالقوه را بشناسند و کسب‌وکارهای جدید را به‌منظور بهره‌برداری از این فرصت‌ها راه‌اندازی کنند. برای پیشی گرفتن از رقبای در این محیط پویا، تعاونی‌ها می‌باید پایه‌هایی برای شکل‌گیری مزیت‌های رقابتی ایجاد کنند. این موضوع اغلب به معنای لزوم دانش نوآوری مطرح می‌شود؛ یعنی این سازمان‌ها می‌باید از طریق پیگیری دانش جدید در فناوری‌ها، محصولات، بازارها، استراتژی‌ها و یا مدل‌های کسب‌وکار خود، از فرصت‌ها برای رقابتی بر مبنای تمایز و ارزش

بهره‌برداری کنند؛ در غیر این صورت در خطر حذف از بازار از طریق رقیبی قرار می‌گیرند که از این دانش‌های نوین استفاده می‌کند؛

▪ در پایان با توجه به تأثیر حمایت بر شکل‌گیری دانش کارآفرینی در تعاونی‌های بزرگ‌مقیاس، پیشنهاد می‌شود باید از فرصت‌های کارآفرینی حمایت کرده، از آن‌ها مراقبت کنند و درعین حال منابع موردنیاز برای بهره‌برداری از فرصت‌ها را نیز تشخیص و توسعه دهند. آن‌ها باید چشم‌اندازهای کارآفرینی سازمانی مورد انتظار مدیران سطح بالا را تأیید کنند و ظرفیت‌های بالقوه ارزش‌آفرین آن‌ها را در اختیار مجریان سطوح اولیه (مدیران عملیاتی و کارشناسان) قرار دهند. این‌گونه اقدامات و رفتارهای مدیران سطح میانی این اطمینان را می‌دهد که اقدامات کارآفرینانه‌ای که در سطوح پایین سازمان شکل می‌گیرند، نادیده گرفته نشود. در زمینه دانش کارآفرینانه نیز تعاونی‌ها باید به‌ویژه با برپایی دوره‌های آموزشی، زمینه‌های لازم برای تفکر خلاقانه، استفاده ابتکاری از دانش و توانایی دیدن فرصت‌ها در مسائل را برای کارکنان خود فراهم کنند؛ بدین ترتیب با تبدیل کارکنان خود به افرادی کارآفرین، ضمن تصرف گوشه‌های جدید در بازار داخلی در مقایسه با رقبا، امکان بین‌المللی کردن کسب‌وکارهای جدید خود را نیز فراهم می‌آورند.

کتاب‌نامه

۱. احمدپور داریانی، م. (۱۳۹۳). کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها) (چاپ اول). تهران: انتشارات پردیس.
۲. آقایی، ر.، و آقایی، ا.، و محمدحسینی ناجی زاده، ر. (۱۳۹۴). شناسایی و رتبه‌بندی شاخص‌های کلیدی مؤثر بر نگهداری و تعمیرات چابک با استفاده از رویکرد دلفی فازی و دیمتل فازی (مطالعه موردی: صنعت خودروسازی ایران). مدیریت صنعتی (دانش مدیریت)، ۷(۴)، ۶۶۱-۶۷۲.
۳. مروتی شریف‌آبادی، ع.، و عزیزی، ف.، و جمشیدی، ز. (۱۳۹۵). تحلیل عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران داخلی استان یزد با استفاده از مدل دیمتل فازی، مطالعات مدیریت گردشگری

(مطالعات جهانگردی)، ۱۱ (۳۳)، ۸۵-۱۰۶.

4. Aldrich, H. E., & Wiedenmayer, G. (2019). From traits to rates: An ecological perspective on organizational foundings. In *Seminal Ideas for the Next Twenty-Five Years of Advances*. Bingley: Emerald Publishing Limited.
5. Alves, A. C., Fischer, B., Vonortas, N. S., & Queiroz, S. R. R. D. (2019). Configurations of knowledge-intensive entrepreneurial ecosystems. *Revista de Administração de Empresas*, 59(4), 242-257.
6. Aponte, M., & Álvarez, M. (2017). Cooperative entrepreneurship in Puerto Rico. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 32(3), 386-401.
7. Baum, J. R., Frese, M., Baron, R. A., & Katz, J. A. (2007). Entrepreneurship as an area of psychology study: An introduction. *The Psychology of Entrepreneurship*, 1, 18.
8. Bell, R. Q. (1974). Contributions of human infants to caregiving and social interaction.
9. Büyüközkan, G., & Çifçi, G. (2011). A novel fuzzy multi-criteria decision framework for sustainable supplier selection with incomplete information. *Computers in Industry*, 62(2), 164-174.
10. Castells, M. (1996). *The rise of the network society*. Malden, Mass.: Blackwell Publishers.
11. Castells, M. (2000). Materials for an exploratory theory of the network society. *British Journal of Sociology*, 51(1), 5-24.
12. Castells, M. (2001). *The Internet galaxy: Reflections on the Internet, business, and society*. Oxford: New York: Oxford University Press.
13. Castells, M. (Ed.). (2004). *The network society: A cross-cultural perspective*. Cheltenham, UK : Northampton, MA: Edward Elgar Pub.
14. Fazal, S. A., Al Mamun, A., Mansori, S., & Abir, T. (2019). Entrepreneurial competencies and microenterprises performance: A study among the poor and low-income households in Malaysia. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 25(4), 1-11.
15. Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
16. Fontela, E. and Gabus, A. (1976). *The DEMATEL observer*. Battelle Geneva Research Center, Geneva.
17. Gamage, P. G. M. S. K., & Weerakoon, W. M. P. G. C. (2017). Relationship between entrepreneurial knowledge and strategic orientation. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 7(11), 86-116.

18. Hakkert, R., & Kemp, R. G. M. (2006). An ambition to grow. *Netherlands, Zoetemeer, Scales*, (s 26), 27.
19. Hannon, P. D., Scott, J. M., Sursani, S. R., & Millman, C. (2006). The state of education provision for enterprise and entrepreneurship: A mapping study of England's HEIs. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 4(1), 41-72.
20. Hartono, H., & Halim, E. (2014). The impact of knowledge management and entrepreneur's knowledge on innovation and firm performance. *The Winners*, 15(2), 108-114.
21. Henning, M., & McKelvey, M. (2020). Knowledge, entrepreneurship and regional transformation: contributing to the Schumpeterian and evolutionary perspective on the relationships between them. *Small Business Economics*, 54(2), 495-501.
22. Hough, J., Nieman, G., & Nieuwenhuizen, C. (2003). *Entrepreneurship: A South African perspective*. Van Schaik: Pretoria.
23. Jack, S., Dodd, S. D., & Anderson, A. R. (2008). Change and the development of entrepreneurial networks over time: a processual perspective. *Entrepreneurship and Regional Development*, 20(2), 125-159.
24. Lassen, A. H. (2007). Corporate entrepreneurship: An empirical study of the importance of strategic considerations in the creation of radical innovation. *Managing Global Transitions*, 5(2), 109.
25. Lordkipanidze, M., Brezet, H., & Backman, M. (2005). The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. *Journal of Cleaner Production*, 13(8), 787-798.
26. McDonald, R. E. (2002). *Knowledge entrepreneurship: Linking organizational learning and innovation*. University of Connecticut, Barcelona.
27. McDowell, D. (2016). Success factors for small entrepreneurs in North Carolina, Selected. Paper prepared at the Southern Agricultural Economics Association Annual Meeting, San Antonio, Texas.
28. Metcalfe, J. S. (2004). The entrepreneur and the style of modern economics. *Journal of Evolutionary Economics*, 14(2), 157-175.
29. Molin, M., & Goitom, M. (2013). *The entrepreneurs prior knowledge of entrepreneurship: a qualitative study of innovative Swedish SME*. (Master's thesis), Halmstad University School of Business and Engineering.
30. Možina, S., & Kovač, J. (2006). *Knowledge management*. Maribor: Pivec Publishing House.
31. Nickell, S., Nicolitsas, D., & Dryden, N. (1997). What makes firms perform well? *European Economic Review*, 41(3-5), 783-796.
32. Nonaka, I. (Ed.). (2005). *Knowledge management: critical perspectives on business and management* (Vol. 2). Taylor & Francis.

33. Omerzel, D. G., Antončič, B., & Ruzzier, M. (2011). Developing and testing a multi-dimensional knowledge management model on Slovenian SMEs. *Baltic Journal of Management*, 2(1), 18-39.
34. Packham, C., Escuti, M., Ginn, J., Oh, C., Quijano, I., & Boreman, G. (2010). Polarization gratings: A novel polarimetric component for astronomical instruments. *Publications of the Astronomical Society of the Pacific*, 122(898), 1471.
35. Pamučar, D., Mihajlović, M., Obradović, R., & Atanasković, P. (2017). Novel approach to group multi-criteria decision making based on interval rough numbers: Hybrid DEMATEL-ANP-MAIRCA model. *Expert Systems with Applications*, 88(1), 58-80.
36. Roxas, B. G., Cayoca-Panizales, R., & de Jesus, R. M. (2008). Entrepreneurial knowledge and its effects on entrepreneurial intentions: development of a conceptual framework. *Asia-Pacific social science review*, 8(2), 61-77.
37. Ruzzier, M., Antončič, B., & Konečnik, M. (2006). The resource-based approach to the internationalisation of SMEs: Differences in resource bundles between internationalised and non-internationalised companies. *Zagreb International Review of Economics & Business*, 9(2), 95-116.
38. Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development, tr. *By Redvers Opie, Harvard Economic Studies*, 40, 20.
39. Schumpeter, J. A. (1972). *Imperialism and social classes: Two essays*. Ludwig von Mises Institute.
40. Senge, M. (2007). *Knowledge entrepreneurship in universities. Practice and strategy in the case of Internet based innovation appropriation* (Doctoral dissertation). Universitat Oberta de Catalunya.
41. Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource management review*, 13(2), 257-279.
42. Sumrit, D., & Anuntavoranich, P. (2013). Using DEMATEL method to analyze the causal relations on technological innovation capability evaluation factors in Thai technology-based firms. *International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies*, 4(2), 81-103.
43. Taewook, C. (2004). *Promoting a Northeast Asia economic integration policy*. Retrieved 2009, 10 September, http://www.koreafocus.or.kr/main_view.asp?volume_id=33&cate_code=A&g_cate_code=AA&g_code=537
44. Tajnikar, M. (2000). From a labor-managed economy to a market economy: A contribution to economic transformation. *Atlantic Economic Journal*, 28(1), 93-103.
45. Tersine, R. J., & Riggs, W. E. (1976). The Delphi technique: A long-range planning tool. *Business Horizons*, 19(2), 51-56.
46. Touraine, A. (1971). *The post-industrial society: tomorrow's social history*:

- classes, conflicts and culture in the programmed society* (Vol. 6813). Random House.
47. Tshikovhi, N., & Shambare, R. (2015). Entrepreneurial knowledge, personal attitudes, and entrepreneurship intentions among South African Enactus students. *Problems and Perspectives in Management*, 13(1), 152-158.
 48. Van den Bosch, F. A., Volberda, H. W., & De Boer, M. (1999). Coevolution of firm absorptive capacity and knowledge environment: Organizational forms and combinative capabilities. *Organization Science*, 10(5), 551-568.
 49. Vesper, K. H. (1986). New developments in entrepreneurship education. *The art and Science of Entrepreneurship*, 24(1), 379-387.
 50. Wei, Y., & Guo, W. (2010). Construction of the entrepreneurship education teachers based on the characteristics of business education level. *International Education Studies*, 3(2), 91-96.
 51. Wiklund, J., Davidsson, P., & Delmar, F. (2003). What do they think and feel about growth? An expectancy-value approach to small business managers' attitudes toward growth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(3), 247-270.
 52. Yadegari, M., & Tarokh, M. (2017). Using fuzzy DEMATEL technique to ranking knowledge management strategies. *Iranian Journal of Information processing and Management*, 32(3), 761-788.
 53. Yin, R. K. (2003). *Case study research: design and methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.
 54. Zhou, H. (2010). *Knowledge, entrepreneurship and performance: Evidence from country-level and firm-level studies* (No. EPS-2010-207-ORG).
 55. Ziaee, M., Mahmoudzade, S., & Shahi, T. (2017). Prioritization of factors influencing on implementing green supply chain management in tourism industry. *Geography And Development Iranian Journal*, 15(46), 19-34.