



IlamUniversity

Journal of Entrepreneurship Research
<http://jer.ilam.ac.ir>
Online ISSN: 2980-857X



Identifying and Explaining the Factors Effective in Launching Knowledge-Based Agricultural Cooperative Companies in Mazandaran Province

Fatemeh Ghorbani Piralidehi^{1✉} | Mahbobeh Seyfi² | Parisa Nori Darzikolaei³

1. Corresponding Author, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agricultural Sciences, Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University, Sari, Iran, Email: f.ghorbani@sanru.ac.ir
- 2- Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agricultural Sciences, Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University, Sari, Iran, Email: mahbobeh.seyfi6675@gmail.com
- 3- Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agricultural Sciences, Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University, Sari, Iran, Email: parisanori6677@gmail.com

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received: 24. 11. 2022
Revised: 30. 11. 2022
Accepted: 30. 11. 2022

Keywords:
Agricultural Cooperative,
Knowledge-Based Economy,
Agricultural Entrepreneurship,
Agricultural Development,
Open Innovation.

ABSTRACT

Most countries owe their success in recent decades to knowledge-based companies. Mazandaran province also needs the establishment of sustainable knowledge-based agricultural cooperatives despite its abundant labor force and suitable agricultural conditions. So, the present research aimed to identify and explain the factors effective in the establishment of knowledge-based agricultural cooperative companies across Mazandaran province. The general research approach was quantitative-qualitative and it used the Delphi technique to achieve the research goal. A team of 54 people consisting of informed elites was formed using the non-probability (purposive) sampling method. Data were collected in three rounds using a questionnaire. Four items were excluded from the questionnaire in the third round. The credibility and consistency of the findings were confirmed through the review of the findings by the participants, peer review, and the triangulation technique. Also, 70% of Delphi experts agreed on the raised issues. The Delphi experts expressed that the external organizational conditions of cooperative companies were suitable for conducting knowledge-based activities whereas the employment of idea-generating people in cooperative companies, the creation of an entrepreneurial spirit, etc. are among the factors that are considered internal to the organization and are needed to start knowledge-based activities. Therefore, more attention must be paid to human resources in cooperative companies, product marketing, facilitation of the legal conditions, and reinforcement of the interactions of knowledge-based cooperative companies with the surrounding environment and other actors.

Cite this article: Ghorbani Piralidehi, F., Seyfi, M., & Nori Darzikolaei, P.. (2023). Identifying and Explaining the Factors Effective in Launching Knowledge-Based Agricultural Cooperative Companies in Mazandaran Province. *Journal of Entrepreneurship Research*, 1 (2), 29-42.



DOI: [10.22034/JER.2023.1974176.1015](https://doi.org/10.22034/JER.2023.1974176.1015)

© The Author(s).

Publisher: Ilam University Press.

شناسایی و تبیین عوامل مؤثر در ایجاد شرکتهای تعاونی کشاورزی دانش‌بنیان استان مازندران

فاطمه قربانی پیرعلیده^۱ | محبوبه سیفی^۲ | پریسا نوری درزیکلائی^۳

۱. نویسنده مسئول، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده علوم زراعی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، ساری، ایران. رایانامه: f.ghorbani@sanru.ac.ir
۲. گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده علوم زراعی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، ساری، ایران. رایانامه: mahbobeh.seyfi6675@gmail.com
- ۳- گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده علوم زراعی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، ساری، ایران. رایانامه: parisnori6677@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

اکثر کشورها، موفقیت‌های دهه‌های اخیر خود را مدیون شرکتهای دانش‌بنیان هستند. استان مازندران نیز با وجود نیروی کار فراوان و شرایط مناسب کشاورزی، نیازمند تشکیل تعاونی‌های کشاورزی دانش‌بنیان پایدار است؛ بنابراین، تحقیق حاضر باهدف شناسایی و تبیین عوامل مؤثر در ایجاد شرکتهای تعاونی کشاورزی دانش‌بنیان در سطح استان مازندران به انجام رسید. رویکرد کلی تحقیق، کیفی- کمی است و به‌منظور دستیابی به هدف تحقیق از روش دلفی استفاده شد. تیمی ۵۴ نفری متشکل از نخبگان مطلع با استفاده از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی (هدفمند) تشکیل شد. داده‌ها در سه مرحله و با استفاده از پرسش‌نامه جمع‌آوری شدند. در مرحله سوم نیز چهار گویه از پرسش‌نامه حذف شد. اعتبار و اعتماد یافته‌ها از طریق بازبینی یافته‌ها توسط مشارکت‌کنندگان، بازبینی توسط همکاران و تکنیک سه‌سویه‌سازی تأیید شد. همچنین، ۷۰ درصد از متخصصان دلفی در مورد گویه‌های مطرح شده توافق داشتند. متخصصان دلفی شرایط برون‌سازمانی شرکتهای تعاونی را برای انجام فعالیت‌های دانش‌بنیان مناسب برشمردند. این در حالی است که به‌کارگیری افراد ایده‌پرداز در شرکتهای تعاونی، ایجاد روحیه کارآفرینی و غیره از جمله عواملی هستند که درون‌سازمانی تلقی می‌شوند و برای شروع فعالیت‌های دانش‌بنیان موردنیاز هستند؛ لذا توجه بیش‌تر به منابع انسانی در شرکت تعاونی، بازاریابی برای محصولات شرکت، تسهیل شرایط قانونی و تقویت تعاملات شرکت تعاونی دانش‌بنیان با محیط پیرامون و سایر کنشگران باید مدنظر قرار گیرد.

نوع مقاله:

مقاله علمی- پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۰۳

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۰۹/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۰۹

کلیدواژه‌ها:

تعاونی کشاورزی،
اقتصاد دانش‌بنیان،
کارآفرینی کشاورزی،
توسعه کشاورزی،
نوآوری باز.

استناد: قربانی پیرعلیده، فاطمه، سیفی، محبوبه. و نوری درزیکلائی، پریسا. (۱۴۰۱). شناسایی و تبیین عوامل مؤثر در ایجاد شرکتهای تعاونی کشاورزی دانش‌بنیان استان مازندران. *مجله پژوهش‌های کارآفرینی*، ۱ (۲)، ۳۹-۴۲.

DOI: 10.22034/JER.2023.1974176.1015



© نویسندگان.

ناشر: انتشارات دانشگاه ایلام.

مقدمه

به‌منظور پاسخگویی به نیازهای تخصصی کشاورزان، سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران از سال ۱۳۶۴ اقدام به تأسیس و توسعه تشکلهای اختصاصی، تحت عنوان شرکتهای تعاونی کرد. تعاونی‌های کشاورزی در زمینه‌های مختلف تولیدی، فراوری و خدماتی فعالیت می‌نمایند (مرادی و زندی پاک، ۱۳۹۹). تعاونی به معنای وسیع، همان مشارکت و همکاری دسته‌جمعی مردم در حل مشکلات اقتصادی و اجتماعی است که به‌صورت گوناگون و به‌عنوان مختلف در طول تاریخ وجود داشته است (بایستی، ۱۳۹۹). شرکتهای تعاونی، اهرم مناسبی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی به شمار می‌روند که می‌توانند در ارتقای شرایط زندگی، کار، تولید، سطح درآمد و وضعیت اجتماعی جامعه مؤثر باشند. از مزایای تعاونی، می‌توان به افزایش درآمد و رفاه کشاورزان و افزایش اطلاعات کشاورزان در زمینه‌های مختلف اشاره کرد (آجودانی و همکاران، ۱۳۹۹). تشکلهای روستایی همچون تعاونی‌های کشاورزان، مکانیزم‌هایی ضروری برای پیشبرد جریان توسعه روستایی و معاش پایدار این جوامع هستند. بر همین اساس، سازمان خواربار جهانی (فاو) و بانک جهانی، یکی از اصلی‌ترین مؤلفه‌های راهبردی توسعه روستایی خود را کمک به ایجاد و تقویت ظرفیت سازمانی و تجاری انجمن‌های روستایی و سازمان‌های محلی کشاورزان معرفی کرده‌اند (باقی و حسینی، ۱۳۹۶). در ایران با وجود مشکلات عدیده شرکتهای تعاونی، تعاونی‌های تولید روستایی و کشاورزی در برخی از مناطق کشور از لحاظ اقتصادی در بهبود وضعیت فنی و اقتصادی کشاورزان، میزان تولید و مکانیزاسیون در روستاها، بهبود الگوی مصرف و تغییر در مالکیت مسکن، توانمندسازی برای کاهش فقر، استفاده از اعتبارات مالی، ایجاد درآمد بیش‌تر و بهبود شرایط کار و تولید در روستاها اثرات فراوانی داشته‌اند (علیچانی و همکاران، ۱۴۰۰).

نقش تعاونی‌ها در توسعه اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه به‌ویژه در مناطق روستایی و افراد حاشیه‌نشین بسیار زیاد است؛ زیرا تعاونی‌هایی که توسط سازمان ملل متحد و سایر سازمان‌های بین‌المللی به رسمیت شناخته شده‌اند، به‌عنوان راه‌حلی برای گسترش برابری، کاهش فقر، ایجاد سرمایه اجتماعی، بهبود سیستم بازاریابی و تأمین مالی، توانمندسازی تولید-کنندگان و زنان محسوب می‌شوند. از این رو، بسیاری از کشورها و سازمان‌ها برای توسعه پایدار از سازمان‌های تعاونی خود استفاده می‌کنند (Mohammed & Wan Lee, 2015). رشد اقتصادی، یک مسئله عمده اقتصادی و سیاسی پیشروی همه کشورهای است. رشد اقتصادی، به‌طور فزاینده‌ای وابسته به توانایی اخذ دانش جدید و بهره‌گیری از آن در عرصه‌های زندگی است. انتقال دانش به‌عنوان یک عامل کلیدی، موجب رشد پایدار اقتصادی و تحقیق و پژوهش در ضرورت وجود اقتصاد مبتنی بر دانش شده است (Rod, 2016).

یکی از راه‌های توسعه اشتغال در بخش تعاونی‌های کشاورزی توجه به بحث دانش و اشتغال دانش‌بنیان است. شرکتهای دانش‌بنیان، شرکتهای خصوصی یا تعاونی‌اند که به‌منظور هم‌افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش‌محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی شامل گسترش و کاربرد اختراع، نوآوری و تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه در حوزه فناوری و باارزش افزوده فراوان تشکیل می‌شوند (سید صدر و همکاران، ۱۳۹۹). اشتغال دانش‌بنیان می‌تواند هم به اشتغال پایدار در بخش کشاورزی و هم به توسعه پایدار روستایی کمک کند (جمشیدی و همکاران، ۱۳۹۸). برای این اساس، شرکتهای دانش‌بنیان به دلیل نقش مؤثر خود در توسعه اقتصادی و ملی در کانون توجه قرار گرفته‌اند (نقی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸؛ Stefan & Bengtsson, 2017). برای دانش‌محورسازی شرکت‌ها لازم است تغییر و تحولات داخلی و ملی در ساختار شرکت‌ها انجام گیرد (انصاری و حق‌شناس گرگابی، ۱۳۹۵). شرکتهای دانش‌بنیان همه فعالیت‌های خود را بر اساس نوآوری انجام می‌دهند. برای این اساس، در کسب‌وکارهای دانش‌محور، رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال، متناسب با ظرفیت نوآوری تحقق می‌یابد (نقی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸). محققان در مطالعات مختلف تلاش نموده‌اند تا به بررسی اهمیت تشکیل شرکتهای دانش‌بنیان و عوامل اثرگذار بر تشکیل این شرکت‌ها

پیردازند. شرکت تعاونی نیز مانند هر شرکت دیگری می‌تواند مسیر دانش‌بنیان شدن را در پیش بگیرد تا در گسترش توسعه پایدار موفق عمل نماید؛ لذا شناسایی عواملی که می‌توانند در دانش‌بنیان شدن شرکت‌های تعاونی مؤثر باشند بسیار ضروری به نظر می‌رسد. علی‌رغم جمعیت بالای روستایی و اهمیت تعاونی‌های کشاورزی دانش‌بنیان در توسعه بخش کشاورزی و روستایی، مسئله و پرسش اصلی این است که چرا تعاونی‌های کشاورزی دانش‌بنیان در سطح استان به صورت پایدار و دائمی تشکیل نمی‌شوند؟ چه عواملی در تشکیل این تعاونی‌ها مؤثر هستند؟ لذا تحقیق حاضر باهدف شناسایی و تبیین عوامل مؤثر در ایجاد تعاونی‌های کشاورزی دانش‌بنیان استان مازندران به انجام رسید.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

وجود اطلاعات و دانش، پدیده نوظهوری نیست و آنچه دانش و اطلاعات قرن حاضر را با گذشته متمایز می‌سازد، سرعت شتابان تولید و انتشار دانش و اطلاعات بشری و متعاقباً تأثیرگذاری آن در تمام عرصه‌های زندگی بشر است. کشورهای مختلف به منظور کاربردی نمودن دانش و اطلاعات، آن را در قالب مدل‌ها و نظام‌های اطلاعاتی سازماندهی نموده‌اند. در این نظام‌ها، اطلاعات در شبکه‌ای از کنشگران شامل شبکه ارتباطی (کنشگران و پیوندهای ارتباطی بین آن‌ها) جریان می‌یابد (دین‌پناه، ۱۳۹۸). کشاورزی نیز از این امر مستثنی نیست؛ به گونه‌ای که ارتقای دانش کشاورزان در کنار سایر عوامل و امکانات تولید، موجب می‌شود که کشاورزان با بهره‌گیری مناسب و بجا از فناوری‌ها، به یک سطح مطلوب و معقول در روند تولید دست پیدا کنند (عباسی رستمی و همکاران، ۱۳۹۵)؛ بنابراین، می‌توان گفت که کشاورزی امروزه مبتنی بر کشاورزی پایدار است. نظام کشاورزی امروز را باید یک نظام مبتنی بر اطلاعات تلقی نمود تا یک نظام مبتنی بر نهاده. کشاورزان در چنین نظامی مجبورند که دانش، مهارت‌های مدیریتی و نیروی کار را جایگزین کنند تا ارزش‌افزوده قبلی نهاده‌های بیرونی جبران شود (اله‌پاری، ۱۳۹۱). در این بین، شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توانند نقش مهمی در پیشرفت کشور و از جمله در بخش کشاورزی داشته باشند؛ زیرا این شرکت‌ها فرصت مناسبی را برای بهره‌گیری از انواع دانش و اطلاعات فراهم می‌کنند. پیشرفت یعنی جلو رفتن که به ماهیت شرکت‌های دانش‌بنیان بسیار نزدیک است. به دلیل این که این شرکت‌ها نوپا هستند و روی محصولات دانشی کار می‌کنند، این شرکت‌ها از نظر اقتصادی ریسک بالایی دارند و می‌توان گفت سرمایه اصلی این شرکت‌ها منافع مادی‌شان نیست؛ بلکه، سرمایه‌های معنوی‌شان است (قدیری، ۱۳۹۵). شرکت‌های دانش‌بنیان دارای چهار ویژگی فرایند، محدوده، هدف و چشم‌انداز هستند که رسیدن به این چهار مؤلفه کار بزرگی است؛ اما هدفی دست‌یافتنی است. شرکت‌های دانش‌بنیان سعی می‌کنند فرایندهای مدیریت خود را با راهبردهای سازمان همسو کنند. این شرکت‌ها دریافته‌اند که دانش، منبع کلیدی استراتژیک است (جهان‌نما، ۱۳۹۶).

رومزی و همکاران (۱۳۹۸) به نقل از قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، شرکت‌های دانش‌بنیان را شرکت‌هایی می‌دانند که یادگیرنده و خالق دانش بوده و از دانش، چه دانش ضمنی و چه دانش آشکار برای توسعه محصولات و فناوری‌های خود استفاده می‌کنند (خیاطیان و همکاران، ۱۳۹۵). به عبارت دیگر، شرکت‌های دانش‌بنیان به شرکت‌ها و مؤسسات حقوقی گفته می‌شود که با ایجاد کسب‌وکار دانش‌محور به منظور تبدیل پایدار دانش به ثروت تشکیل شده و فعالیت‌های اقتصادی آن‌ها مبتنی و همراه با فعالیت‌های تحقیق و توسعه است. در ادبیات بین‌المللی، مفاهیم «سازمان‌های دانش‌بنیان^۱»، «شرکت‌های دانش-آفرین^۲»، «سازمان‌های یادگیرنده^۳» و «سازمان‌های هوشمند^۴» با سازمان‌های دانش‌بنیان هم‌معنا هستند. بر اساس تعریف وزارت

1 . Knowledge- based organization

2 . Knowledge creating company

3 . Learning company

علوم، تحقیقات و فناوری شرکت دانش‌بنیان شرکتی است که سهام آن متعلق به دانشگاه، پژوهشگاه و یا دانشگاهیان باشد (محمدی، ۱۳۹۳). شرکت‌های دانش‌بنیان بر اساس الگوی پراگماتیسم و با رویکردی کیفی متأثر از اقتصاد دانش‌محور شکل گرفته‌اند و در عمر کوتاه خود به پایدارترین اقتصادها در جهان مبدل شده‌اند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که نوآوری‌ها و پیشرفت‌های صنعتی طی دهه‌های اخیر در سطح جهان حاصل فعالیت‌های نوآورانه شرکت‌های دانش‌بنیان بوده است (ناصری‌فر و یاراحمدی، ۱۳۹۰).

کسب‌وکار دانش‌بنیان، یک کار مقطعی نیست؛ بلکه فرایند همیشگی و پویاست. کسب‌وکار دانش‌بنیان در مقایسه با دیگر صنایع دارای تمایزهایی از جمله: مهارت بالا و تحصیلات عالی نیروی کار، گرایش زیاد به صادرات، محصولات و خدمات با منحنی عمر کوتاه و حاشیه‌های سود ناخالص هستند (امین طهماسبی و حامی، ۱۳۹۷). شرکت‌های دانش‌بنیان به‌ویژه در کشورهایی که اقتصاد آن‌ها کم‌تر توسعه یافته است، از اهمیت خاصی برخوردارند. این شرکت‌ها نیروی کار بالایی را جذب کرده و قسمت بزرگی از بخش خصوصی را تشکیل می‌دهند؛ به همین دلیل یکی از راه‌های بهبود وضعیت اقتصادی کشورهای درحال توسعه و کمتر توسعه یافته، توجه بیش‌تر به گسترش و توسعه این گونه شرکت‌ها است (شهرستانی، ۱۳۹۶).

به اعتقاد محققان، امروزه توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان امری بسیار ضروری در برنامه‌های تصمیم‌گیرندگان دولتی و دانشگاهی محسوب می‌شود. این شرکت‌ها می‌توانند تحولات سریع دانش و فناوری‌های به‌روز دنیا را در قالب محصولات و خدماتی فناورانه به خدمت بشر در بیاورند. از طرفی این شرکت‌ها، با توجه به ماهیت انعطاف‌پذیر و منبع باز بودن خود می‌توانند به‌عنوان پیونددهنده‌هایی میان دانش و حوزه‌های مختلف عمل کنند. همچنین، این شرکت‌ها اشتغال نیروی انسانی تحصیل کرده، افزایش سطح بهره‌وری منابع، تولید محصولات دانشی و فناورانه، همراه شدن کشور با روند توسعه جهانی و بازارهای بین‌المللی، کاهش آسیب‌های زیست‌محیطی به‌واسطه کاهش نرخ بیکاری، جذب سرمایه‌های خارجی و توسعه منطقه‌ای را به دنبال دارند (الماسی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۹).

رویکرد توسعه دانش‌بنیان، نخستین بار در سال ۱۹۹۵ برای احیای شهرهای صنعتی اروپا و آمریکا، از طریق ارتقای ظرفیت‌های انسانی و نهادی و ایجاد محیط‌های مساعد خلاقیت، نوآوری و آموزش تغییر شکل داد. منظور از توسعه، نه تنها رشد اقتصادی بلکه تمام پارامترهایی است که کیفیت زندگی و پایداری را در یک زمینه بین‌المللی منعکس می‌کند؛ بنابراین با فعالیت‌های تولید محور سنتی کاملاً تفاوت دارد (جمعه‌پور و همکاران، ۱۳۹۶).

پالیزدار و همکاران (۱۳۹۷) در مطالعه خود به بررسی عوامل تأثیرگذار بر رشد شرکت‌های جدید دانش‌بنیان پرداختند. بر اساس مطالعات آن‌ها، عوامل فردی (جنسیت، سن، سطح تحصیلات، سابقه کار و مهارت‌های عملیاتی)، عوامل محیطی (مشکلات بازار، خصومت و پویایی محیطی، شرایط تحریم و نوسانات نرخ ارز)، عوامل مدیریتی (تجربه مدیران شرکت و ریسک‌پذیری مدیران) در توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان مؤثر هستند. بر اساس مطالعات نوروزی و همکاران (۱۳۹۵)، در دنیای پر از رقابت امروز، شرکت‌ها باید با مفاهیم تجاری‌سازی و توسعه محصولات آشنایی داشته تا قادر باشند به طور موفقیت‌آمیز محصولات خود را در اختیار بازار قرار دهند؛ چرا که از این طریق می‌توانند به مزیت رقابتی دست پیدا کرده و باعث افزایش سهم بازار خود شوند. لازمه این امر، آن است که مدیران نگاهی سیستماتیک به عوامل مؤثر بر تجاری‌سازی داشته باشند. امروزه، پیش‌بینی موفقیت اقدامات تجاری نوآورانه و ارزیابی پتانسیل اقدامات برای تجاری‌سازی از دغدغه‌های مهم مسئولین است؛ زیرا در سازمان‌های تحقیقاتی بدون تجاری‌سازی محصول، انجام تحقیقات نیز معنایی ندارد. به بیانی دیگر، بدون دستیابی به مشتریان خاص یک محصول، تولید یا انجام آزمایش، در مورد یک ایده بی‌فایده خواهد بود (میرغفوری و همکاران، ۱۳۹۷).

غلامی و رضانی (۱۳۹۷) در مطالعات خود به شناسایی عوامل مؤثر در عدم موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان پرداختند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که حمایت مؤثر دولت در ابتدای تشکیل شرکت‌های دانش‌بنیان از اهم عوامل مؤثر بر توسعه آن‌ها به شمار می‌آید. براین اساس، دولت و سازمان‌های پیشرو عامل مهمی در شکل‌دهی شرکت‌های دانش‌بنیان هستند. خیاطیان و همکاران (۱۳۹۳) به تحلیل و شناسایی عوامل مؤثر بر رشد و پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که مهم‌ترین دسته از عوامل اثرگذار بر رشد و پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان، ویژگی‌های مؤسسات، مشخصات عمومی شرکت، ایده محوری شرکت، نیروی انسانی، بازار و رقابت، سازماندهی و زیرساخت‌ها هستند. منصوری و همکاران (۱۳۹۶) اثرگذارترین عامل در توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان را توسعه و ایجاد مراکز مرتبط با فناوری می‌دانند. مزیت رقابتی شرکت‌های دانش‌بنیان، نوآوری در فناوری است؛ و توسعه فناوری هم در این شرکت‌ها سبب سودآوری در تولید محصول جدید و تغییر فرایندهای تولید، رقابت در حفظ و افزایش سهم شرکت از بازار محصول، کاهش هزینه‌های تولید، کیفیت برتر محصول و قابلیت انعطاف در مقابل بازار می‌شود.

به اعتقاد محققان یک راهبرد جدید شرکت‌های دانش‌بنیان که می‌تواند در موفقیت آن‌ها مؤثر باشد، گسترش نوآوری باز است. چهرمی (۱۳۹۶) در پژوهش خود، نوآوری باز را راهبردی جدید می‌داند که محیط اطراف شرکت را در فرایند نوآوری ترکیب می‌کند. شرکت‌ها در محیط نوآوری باز از ایده‌ها و فناوری‌های دیگران استفاده می‌کنند و هم‌زمان به دیگران اجازه می‌دهند که از ایده‌های بلااستفاده‌شان بهره‌گیرند. فونتاناری و ساسچتی (Fontanari & Sacchetti, 2020) معتقدند که با معرفی مفهوم نوآوری باز گامی روبه‌جلو برداشته شده است؛ زیرا این رویکرد تأکید می‌کند که رقابت‌پذیری تنها بر اساس فعالیت‌های تحقیق و توسعه داخلی نیست، بلکه بر توانایی ایجاد پیوند با دیگر بازیگران استراتژیک خارجی در زنجیره دانش استوار است. از این رو، شرکت‌هایی که در نوآوری باز شرکت می‌کنند روی شبکه‌های مشارکتی خود با سایر منابع دانش از راه روابط مدیرانشان با مدیران شرکت‌های دیگر، مؤسسات دانشگاهی و تحقیقاتی و سازمان‌های دولتی حساب می‌کنند؛ بنابراین موجب بهبود عملکرد و همچنین ایجاد رقابت می‌شود. روابط غیررسمی با شرکت‌های دیگر مانند پلی برای کسب دانش است که در نتیجه آن ارتباطات مدیریتی، دسترسی شرکت‌ها به دانش، فناوری و منابع خارجی را بهبود می‌بخشد. این موضوع سبب بهبود سیستم‌ها و روش‌های موجود، کاهش هزینه‌های شرکت‌ها برای توسعه دانش در داخل، کم‌کردن خطرها و برآورده شدن نیازهای شرکت خواهد شد (سرائی و غفاری، ۱۳۹۸). محققان پس از چندین سال پژوهش، برخی از دلایل نرسیدن به نوآوری‌ها را در فقدان فرهنگ حامی نوآوری، عدم احساس تعلق نسبت به سازمان توسط مدیران، فقدان فرایند گسترده و فراگیر جهت نوآوری، عدم تخصیص منابع کافی برای این فرایند، عدم وجود مربیان و مدیران توانا در گروه‌های نوآوری و فقدان یک سیستم ایده‌پرداز مدیریتی عنوان کرده‌اند (Hsu et al., 2017). یافته‌های پژوهش حاجی آخوندی و همکاران (۱۳۹۹) نشان داد که حمایت مالی دولت، مهم‌ترین عامل موفقیت نوآوری باز در کسب‌وکارها است؛ زیرا توان مالی استارت‌آپ‌ها و حتی شرکت‌های بزرگ فعال در این حوزه در مقایسه با سایر کسب‌وکارها کم است. در واقع با این که این زیست‌بوم دارای نیروی توانمند با ایده‌های خلاق است، اما عدم توان مالی مانعی بر سر راه تحقق ایده‌های جدید و همکاری نوآورانه است. از این رو، پیشنهاد می‌شود دولت مشوق‌های مالیاتی برای این گونه شرکت‌ها در نظر بگیرد. همچنین، وضعیت نهادهای واسطه نوآوری باز در ایران، از طریق پارک علم و فناوری، نهادهای دولتی تسهیلگر و نهادهای واسطه نوآوری باز سنجش شوند.

روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق حاضر از نظر رویکرد کلی، کیفی است و از نظر هدف، کاربردی است؛ زیرا نتایج این مطالعه می‌تواند به برنامه‌ریزان و مسئولان توسعه کشاورزی استان در راستای ایجاد و گسترش تعاونی‌های کشاورزی دانش‌بنیان یاری برساند. به‌منظور شناسایی

و تبیین عوامل مؤثر در ایجاد تعاونی‌های کشاورزی دانش‌بنیان استان مازندران از فن دلفی^۱ استفاده شد. به‌منظور دستیابی به هدف تحقیق، تیمی ۵۴ نفری متشکل از صاحب‌نظران و نخبگان مطلع شامل برخی از مدیران تعاونی‌های کشاورزی (۲۱ نفر) و کارشناسان اداره کل تعاون شهرستان ساری (۶ نفر)، اساتید دانشگاه (۱۰ نفر)، محققان و مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی (۱۲ نفر) و کارشناسان مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری استان مازندران (۵ نفر) تشکیل شد. جهت انتخاب اعضای نمونه، از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی (هدفمند) بهره گرفته شد. در بین روش‌های مختلف نمونه‌گیری غیراحتمالی، از نمونه‌گیری برای رسیدن به معرف بودن یا قابلیت مقایسه^۲ و روش موارد شناخته شده یا معروف^۳ استفاده شد. این روش، زمانی مورد استفاده قرار می‌گیرد که پژوهشگر اطلاعات کافی در مورد انتخاب نمونه ندارد و باید به نظر متخصصان در این زمینه متکی باشد. در این روش افرادی که با دیدگاه‌های خود قادر به در اختیار گذاردن اطلاعات مفید در زمینه تحقیق هستند، مورد توجه قرار می‌گیرند (رنجبر و همکاران، ۱۳۹۱). پس از تعیین تیم متخصصان، در مرحله اول با پرسش‌نامه‌ای باز، داده‌های مورد نیاز جمع‌آوری شد و با استفاده از روش تحلیل محتوای عرفی تحلیل گردید. در تحلیل محتوای عرفی، پژوهشگران از به‌کارگرفتن مقوله‌های پیش‌پنداشته می‌پرهیزند و در عوض ترتیبی می‌دهند که مقوله‌ها از داده‌ها، ناشی شوند. در این حالت، محققان خودشان را بر امواج داده‌ها شاور می‌کنند تا شناختی بدیع را تجربه کنند؛ بنابراین، از طریق استقرا، مقوله‌ها از داده‌ها ظهور می‌یابند. اطلاعات جمع‌آوری شده از طریق مصاحبه و از طریق تداعی معنا، تحلیل شده و در نتیجه نظریه‌های از پیش موجود در این حالت جایگاهی ندارند و تحلیل داده‌ها با خواندن آن‌ها به‌صورت مکرر آغاز شده تا درکی کامل درباره آن‌ها به دست آید (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰). پرسش‌نامه دیگری تنظیم شد و از مشارکت‌کنندگان دلفی خواسته شد که میزان موافقت خود را با فهرست عوامل مؤثر در ایجاد تعاونی‌های کشاورزی دانش‌بنیان در قالب طیف لیکرت (خیلی کم، کم، تا حدودی، زیاد، خیلی زیاد) اعلام نمایند. پس از برگشت پرسش‌نامه‌ها، گویه‌هایی که در مرحله دوم میانگین کم‌تر از ۴ داشتند به‌عنوان کم‌ترین میزان توافق بین شرکت‌کنندگان دلفی از پرسش‌نامه حذف شدند و رتبه‌بندی نظرات انجام شد. در مرحله سوم دلفی نیز از مشارکت‌کنندگان خواسته شد تا میزان توافق خود را با گویه‌هایی که قبلاً اولویت‌بندی کرده بودند، اعلام نمایند. به‌منظور اولویت‌بندی و محاسبه فراوانی، میانگین و انحراف معیار پرسش‌نامه دلفی از نرم‌افزار SPSS^{۲۶} استفاده شد. در روش تحقیق کیفی، به‌جای واژه روایی و پایایی از واژه اعتبار^۴ و اعتماد (اطمینان‌پذیری)^۵ استفاده می‌شود. در پژوهش حاضر از روش بازبینی یافته‌ها توسط مشارکت‌کنندگان، بازبینی توسط همکاران و تکنیک سه سویه‌سازی^۶ (ترکیب و تلفیق) از نوع مثلث‌سازی منابع داده‌ها^۷ که با جمع‌آوری اطلاعات از منابع مختلف (تیم متخصصان) حاصل می‌شود، استفاده شد.

یافته‌ها

میانگین سنی اعضای تیم متخصصان دلفی، ۴۶ سال با انحراف معیار ۷/۱۷ است. سایر ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای تیم متخصصان مورد بررسی نیز در قالب جدول ۱، ارائه شده است.

1. Delphi Technique
2. Sampling to achieve representativeness or Comparability
3. Reputational case sampling
4. Credibility
5. Consistency or Dependability
6. Triangulation
7. Data source triangulation

جدول ۱. ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای تیم متخصصان دلفی

متغیرها	گویه‌ها	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۶	۱۱/۱
	مرد	۴۸	۸۸/۹
سطح تحصیلات	دیپلم و فوق‌دیپلم	۳	۵/۶
	کارشناسی	۲۱	۳۸/۹
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۳۰	۵۵/۶
	فنی و حرفه‌ای	۱۰	۱۸/۵۲
رشته تحصیلی	مهندسی کشاورزی	۲۰	۳۷/۰۴
	کارشناسی فناوری اطلاعات	۴	۷/۴۱
	حسابداری	۸	۱۴/۸۱
	مدیریت	۲	۳/۷۰
محل خدمت	جغرافیا	۱	۱/۸۵
	دامپروری	۹	۱۶/۶۷
	استاد دانشگاه	۷	۱۲/۹۶
	کارشناسان مرکز رشد	۴	۷/۴۱
	شرکت دانش‌بنیان کشاورزی	۱۰	۱۸/۵۲
	کارشناسان اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی	۳	۵/۵۵
	شرکت تعاونی کشاورزی	۲۵	۴۶/۳۰
محققان علاقه‌مند به حوزه مطالعات دانش‌بنیان	۵	۹/۲۶	

بر اساس نتایج جدول ۱، اکثر اعضای تیم متخصصان مورد مطالعه را مردان با سطح سواد کارشناسی ارشد و بالاتر تشکیل می‌دهند. رشته تحصیلی اکثر آنان، مهندسی کشاورزی (۲۰ نفر معادل ۳۷/۰۴ درصد) بود و بیش‌تر مشارکت‌کنندگان، در شرکت‌های تعاونی کشاورزی مازندران مشغول به فعالیت هستند. به‌منظور شناسایی و تبیین عوامل مؤثر در ایجاد تعاونی‌های کشاورزی دانش‌بنیان استان مازندران پرسش‌نامه دلفی در سه مرحله در بین متخصصان مورد مطالعه توزیع شده و عوامل مدنظر آن‌ها به شرح جدول ۲، استخراج گردید.

جدول ۲. عوامل مؤثر در ایجاد تعاونی‌های کشاورزی دانش‌بنیان استان مازندران از دیدگاه متخصصان

فراوانی	گویه‌ها
۳۵	انجام تحقیقات علمی توسط شرکت‌های تعاونی
۳۰	استفاده از خدمات مشاوره‌ای پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد و غیره
۴۱	وجود فرهنگ تعامل و تعاون بین کارکنان
۴۵	وجود فرهنگ مشوق ایده‌های نو در سطح جامعه
۵۱	استفاده از حامی مالی برای اجرای طرح‌های نوآورانه و دانش‌بنیان در تعاونی‌ها
۵۳	دریافت اعتبارات به‌صورت وام‌های کم‌بهره از بانک‌ها برای انجام طرح‌های نوآورانه و دانش‌بنیان توسط تعاونی‌ها
۴۹	خرید کالاهای عمومی از شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی
۴۹	تعامل سازنده با منابع برون‌سازمانی (بیرون از تعاونی)
۴۰	وجود امکانات زیربنایی برای پژوهش و انتقال دانش در شرکت‌های تعاونی
۱۵	وجود زیست‌بوم حامی و مشوق رشد نوآورانه برای شرکت‌های تعاونی
۵۴	به‌کارگیری افراد ایده‌پرداز در شرکت‌های تعاونی
۵۴	ایجاد روحیه کارآفرینی و نوآورانه در بین اعضای تعاونی‌ها

جدول ۲. عوامل مؤثر در ایجاد تعاونی‌های کشاورزی دانش‌بنیان استان مازندران از دیدگاه متخصصان

گویه‌ها	فراوانی
ایجاد فرهنگ سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر روی شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۵۲
ایجاد ارتباط و شبکه تبادل اطلاعات بین شرکت‌های تعاونی	۴۵
حمایت از شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی	۴۷
حمایت از تجاری‌سازی نتایج تحقیقات به‌عمل‌آمده	۴۵
خدمات مشاوره‌ای تجاری و آموزش‌های مالی کسب‌وکار به اعضای شرکت تعاونی دانش‌بنیان	۵۲
کم‌هزینه کردن حضور شرکت‌های دانش‌بنیان در پارک و مراکز رشد	۴۳
ایجاد فضای سیاسی مناسب برای حمایت از شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۵
تعامل شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان با دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی دیگر	۴۲
وجود محیطی برای ریسک‌پذیری و تحمل شکست در بین اعضای تعاونی‌ها	۴۰
ایجاد ارزش منحصربه‌فرد برای مشتریان توسط شرکت تعاونی	۳۸
تعیین چشم‌انداز و مأموریت رشدگرا برای تعاونی	۱۲
توسعه کار تیمی با دیگر اعضای شرکت تعاونی	۴۲
درجه اهمیت شرکت تعاونی دانش‌بنیان در شبکه‌های صنعتی استان	۴۱
معافیت‌های بیمه‌ای برای شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۳۵
تأمین سرمایه در گردش برای فعالیت نوآورانه شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۵۱
تسهیل در دریافت پروژه‌های دولتی در صورت دانش‌بنیان شدن شرکت‌های تعاونی کشاورزی	۳۱
کمک‌های مشاوره‌ای به شرکت‌ها در مسیر تبدیل شدن به شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۴۹
تسهیل در دریافت مجوزهای دانش‌بنیان برای شرکت‌های تعاونی متقاضی	۴۲
تدوین قوانین بالادستی تسهیل‌کننده تبدیل شرکت‌های تعاونی به دانش‌بنیان	۱۰
دردسترس بودن آموزش‌های لازم در حوزه دانش‌بنیان برای اعضای شرکت‌های تعاونی	۴۲
فراهم کردن زمینه اتصال شرکت‌های تعاونی به بازارهای منطقه‌ای و جهانی	۴۱
بهره‌گیری از تجارب شرکت‌های تعاونی موفق در امر دانش‌بنیان و ارائه این الگوها به سایر تعاونی‌های علاقه‌مند	۴۶

پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌های مرحله اول و استخراج و دسته‌بندی نظرات مشارکت‌کنندگان، پرسش‌نامه دیگری تنظیم شد و طی مرحله دوم از مشارکت‌کنندگان دلفی خواسته شد که میزان موافقت خود را با عوامل مؤثر در ایجاد تعاونی‌های کشاورزی دانش‌بنیان استان مازندران اعلام نمایند که نتایج آن بر اساس میانگین، رتبه‌بندی شد (جدول ۳).

جدول ۳. نظرات متخصصان نسبت به عوامل مؤثر در ایجاد تعاونی‌های کشاورزی دانش‌بنیان استان مازندران

گویه‌ها	میانگین	انحراف معیار	رتبه
به‌کارگیری افراد ایده‌پرداز در شرکت‌های تعاونی	۴/۵	۰/۶۹	۱
ایجاد روحیه کارآفرینی و نوآورانه در بین اعضای تعاونی‌ها	۴/۴۴	۰/۸۴	۲
ایجاد ارزش منحصربه‌فرد برای مشتریان توسط شرکت تعاونی	۴/۴۱	۰/۹۴	۳
خرید کالاهای عمومی از شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی	۴/۳۷	۱/۰۳	۴
وجود فرهنگ تعامل و تعاون بین کارکنان	۴/۳۳	۰/۷۵	۵
وجود فرهنگ مشوق ایده‌های نو در سطح جامعه	۴/۳۱	۱/۰۱	۶
دریافت اعتبارات به‌صورت وام‌های کم‌بهره از بانک‌ها برای انجام طرح‌های نوآورانه و دانش‌بنیان توسط تعاونی‌ها	۴/۲۸	۱/۲	۷
ایجاد ارتباط و شبکه تبادل اطلاعات بین شرکت‌های تعاونی	۴/۲۷	۱/۰۵	۸
ایجاد فرهنگ سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر روی شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۴/۲۶	۱/۱۶	۹
وجود امکانات زیربنایی برای پژوهش و انتقال دانش در شرکت‌های تعاونی	۴/۲۵	۱/۱۶	۱۰

جدول ۳. نظرات متخصصان نسبت به عوامل مؤثر در ایجاد تعاونی‌های کشاورزی دانش‌بنیان استان مازندران

رتبه	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها
۱۱	۱/۱۱	۴/۲۴	حمایت از تجاری‌سازی نتایج تحقیقات به عمل آمده
۱۲	۱/۲۴	۴/۲۲	توسعه کار تیمی با دیگر اعضای شرکت تعاونی
۱۳	۱/۰۵	۴/۱۹	تأمین سرمایه در گردش برای فعالیت نوآورانه شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان
۱۴	-۰/۹۵	۴/۱۸	کم‌هزینه کردن حضور شرکت‌های دانش‌بنیان در پارک و مراکز رشد
۱۵	-۰/۵۰	۴/۱۷	خدمات مشاوره‌ای تجاری و آموزش‌های مالی کسب‌وکار به اعضای شرکت تعاونی دانش‌بنیان
۱۶	-۰/۹۸	۴/۱۶	بهره‌گیری از تجارب شرکت‌های تعاونی موفق در امر دانش‌بنیان و ارائه این الگوها به سایر تعاونی‌های علاقه‌مند
۱۷	۱/۱۹	۴/۱۵	درجه اهمیت شرکت تعاونی دانش‌بنیان در شبکه‌های صنعتی استان
۱۸	۱/۰۹	۴/۱۴	تسهیل در دریافت پروژه‌های دولتی در صورت دانش‌بنیان شدن شرکت‌های تعاونی کشاورزی
۱۹	-۰/۸۹	۴/۱۳	استفاده از خدمات مشاوره‌ای پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد و غیره
۲۰	۱/۰۱	۴/۱۲	تعامل سازنده با منابع برون‌سازمانی (بیرون از تعاونی)
۲۱	-۰/۹۲	۴/۱۱	تسهیل در دریافت مجوزهای دانش‌بنیان برای شرکت‌های تعاونی متقاضی
۲۲	۱/۲۲	۴/۰۹	معافیت‌های بیمه‌ای برای شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان
۲۳	-۰/۸۶	۴/۰۷	تعامل شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان با دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی دیگر
۲۴	-۰/۹۶	۴/۰۶	کمک‌های مشاوره‌ای به شرکت‌ها در مسیر تبدیل شدن به شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان
۲۵	۱/۰۲	۴/۰۵	وجود محیطی برای ریسک‌پذیری و تحمل شکست در بین اعضای تعاونی‌ها
۲۶	۱/۴۱	۴/۰۴	حمایت از شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی
۲۷	-۰/۹۹	۴/۰۳	در دسترس بودن آموزش‌های لازم در حوزه دانش‌بنیان برای اعضای شرکت‌های تعاونی
۲۸	۱/۵	۴/۰۲	استفاده از حامی مالی برای اجرای طرح‌های نوآورانه و دانش‌بنیان در تعاونی‌ها
۲۹	-۰/۹۴	۴/۰۱	فراهم کردن زمینه اتصال شرکت‌های تعاونی به بازارهای منطقه‌ای و جهانی
۳۰	-۰/۸۹	۴	انجام تحقیقات علمی توسط شرکت‌های تعاونی
۳۱	۱/۲۵	۳/۸۹	تعیین چشم‌انداز و مأموریت رشدگرا برای تعاونی
۳۲	۱/۰۹	۳/۲۲	تدوین قوانین بالادستی تسهیل‌کننده تبدیل شرکت‌های تعاونی به دانش‌بنیان
۳۳	۱/۲۵	۳/۱۱	وجود زیست‌بوم حامی و مشوق رشد نوآورانه برای شرکت‌های تعاونی
۳۴	۱/۳۴	۲/۸۹	ایجاد فضای سیاسی مناسب برای حمایت از شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان

پس از برگشت پرسش‌نامه‌های مرحله دوم، گویه‌هایی که میانگین کم‌تر از چهار، داشتند به عنوان مواردی که اکثر متخصصان با آن‌ها موافق نیستند از پرسش‌نامه مرحله سوم حذف شدند. در نتیجه، چهار گویه از پرسش‌نامه مرحله سوم حذف شد.

پس از حذف چهار گویه، در مجموع ۳۰ گویه به دست آمد که در قالب پرسش‌نامه مرحله سوم دلفی از متخصصان خواسته شد تا مجدداً توافق یا عدم توافق خود را با گویه‌های باقی‌مانده اعلام کنند. بدین ترتیب، چنانچه گزینه خیلی کم، کم و تا حدودی توسط افراد انتخاب شده بود، به معنی «مخالقم» و انتخاب گزینه‌های دیگر (زیاد و خیلی زیاد) به عنوان «موافقم» در نظر گرفته شد. با توجه به پاسخ‌های به دست آمده بیش از ۷۰ درصد از متخصصان دلفی همه گویه‌های مطرح شده را مورد توافق قرار دادند. نتایج در قالب جدول ۴، ارائه شده است.

بر اساس توافق متخصصان دلفی، بیش‌ترین توافق در حد ۹۴ درصد در خصوص گویه «خدمات مشاوره‌ای تجاری و آموزش-های مالی کسب‌وکار به اعضای شرکت تعاونی دانش‌بنیان» بود. کم‌ترین توافق در حد ۷۰ درصد نیز مربوط به گویه «حمایت از شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی» بود.

جدول ۴. درصد توافق متخصصان دلفی نسبت به عوامل مؤثر در ایجاد تعاونی‌های کشاورزی دانش‌بنیان استان مازندران

گویه‌ها	فراوانی	درصد توافق
خدمات مشاوره‌ای تجاری و آموزش‌های مالی کسب‌وکار به اعضای شرکت تعاونی دانش‌بنیان	۵۱	۹۴/۴۴
به‌کارگیری افراد ایده‌پرداز در شرکت‌های تعاونی	۴۸	۸۸/۸۹
ایجاد روحیه کارآفرینی و نوآورانه در بین اعضای تعاونی‌ها	۴۸	۸۸/۸۹
توسعه کار تیمی با دیگر اعضای شرکت تعاونی	۴۸	۸۸/۸۹
ایجاد ارزش منحصر به فرد برای مشتریان توسط شرکت تعاونی	۴۷	۸۷/۰۴
حمایت از تجاری‌سازی نتایج تحقیقات به عمل آمده	۴۶	۸۵/۱۸
وجود فرهنگ تعامل و تعاون بین کارکنان	۴۵	۸۳/۳۳
وجود فرهنگ مشوق ایده‌های نو در سطح جامعه	۴۵	۸۳/۳۳
تعامل سازنده با منابع برون‌سازمانی (بیرون از تعاونی)	۴۵	۸۳/۳۳
تسهیل در دریافت مجوزهای دانش‌بنیان برای شرکت‌های تعاونی متقاضی	۴۵	۸۳/۳۳
کم‌هزینه کردن حضور شرکت‌های دانش‌بنیان در پارک و مراکز رشد	۴۴	۸۱/۴۸
وجود محیطی برای ریسک‌پذیری و تحمل شکست در بین اعضای تعاونی‌ها	۴۴	۸۱/۴۸
دردسترس بودن آموزش‌های لازم در حوزه دانش‌بنیان برای اعضای شرکت‌های تعاونی	۴۴	۸۱/۴۸
استفاده از حامی مالی برای اجرای طرح‌های نوآورانه و دانش‌بنیان در تعاونی‌ها	۴۳	۷۹/۶۳
خرید کالاهای عمومی از شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی	۴۳	۷۹/۶۳
فراهم کردن زمینه اتصال شرکت‌های تعاونی به بازارهای منطقه‌ای و جهانی	۴۳	۷۹/۶۳
بهره‌گیری از تجارب شرکت‌های تعاونی موفق در امر دانش‌بنیان و ارائه این الگوها به سایر تعاونی‌های علاقه‌مند	۴۳	۷۹/۶۳
دریافت اعتبارات به صورت وام‌های کم‌بهره از بانک‌ها برای انجام طرح‌های نوآورانه و دانش‌بنیان توسط تعاونی‌ها	۴۲	۷۷/۷۸
وجود امکانات زیربنایی برای پژوهش و انتقال دانش در شرکت‌های تعاونی	۴۲	۷۷/۷۸
ایجاد ارتباط و شبکه تبادل اطلاعات بین شرکت‌های تعاونی	۴۲	۷۷/۷۸
تعامل شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان با دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی دیگر	۴۲	۷۷/۷۸
کمک‌های مشاوره‌ای به شرکت‌ها در مسیر تبدیل شدن به شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۴۲	۷۷/۷۸
معافیت‌های بیمه‌ای برای شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۴۱	۷۵/۹۲
تأمین سرمایه در گردش برای فعالیت نوآورانه شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۴۱	۷۵/۹۲
استفاده از خدمات مشاوره‌ای پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد و غیره	۴۰	۷۴/۰۷
ایجاد فرهنگ سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر روی شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۴۰	۷۴/۰۷
تسهیل در دریافت پروژه‌های دولتی در صورت دانش‌بنیان شدن شرکت‌های تعاونی کشاورزی	۴۰	۷۴/۰۷
انجام تحقیقات علمی توسط شرکت‌های تعاونی	۳۹	۷۲/۲۲
درجه اهمیت شرکت تعاونی دانش‌بنیان در شبکه‌های صنعتی استان	۳۹	۷۲/۲۲
حمایت از شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی	۳۸	۷۰/۳۷

بحث و نتیجه‌گیری

رتبه‌بندی گویه‌ها توسط متخصصان پژوهش نشان داد که عوامل مؤثر در ایجاد تعاونی‌های دانش‌بنیان استان مازندران، بیش‌تر عواملی هستند که باید حوزه فعالیت و اثر آن‌ها را در درون خود تعاونی‌ها جستجو کرد. به عنوان نمونه، «به‌کارگیری افراد ایده‌پرداز در شرکت‌های تعاونی» به عنوان اولین گویه انتخابی، «ایجاد روحیه کارآفرینی و نوآورانه در بین اعضای تعاونی‌ها» و «ایجاد ارزش منحصر به فرد برای مشتریان توسط شرکت تعاونی» که به ترتیب از نظر اهمیت در جایگاه دوم و سوم قرار گرفتند، همگی عواملی هستند که ریشه در درون خود شرکت‌های تعاونی دارند. چهار گویه «تعیین چشم‌انداز و مأموریت رشدگرا برای

تعاونی»، «تدوین قوانین بالادستی تسهیل کننده تبدیل شرکت‌های تعاونی به دانش‌بنیان»، «وجود زیست‌بوم حامی و مشوق رشد نوآورانه برای شرکت‌های تعاونی» و «ایجاد فضای سیاسی مناسب برای حمایت از شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان» به دلیل میانگین کمتر از چهار و به عنوان مواردی که اکثر متخصصان با آن‌ها موافق نیستند، از پرسشنامه مرحله سوم حذف شدند. همان‌طور که مشخص است این گویه‌ها تا حد زیادی به فضای بیرون از شرکت تعاونی مربوط می‌شوند و زمینه‌های پیاده‌سازی آن‌ها در بیرون از محیط شرکت تعاونی فراهم می‌شود. در راستای نتایج این مطالعه، برخی از محققان (خیاطیان و همکاران، ۱۳۹۳؛ پالیزدار و همکاران، ۱۳۹۷) نیز عوامل فردی و ویژگی‌های درونی شرکت را در موفقیت شرکت دانش‌بنیان بسیار مؤثر برشمرده‌اند. علاوه بر ویژگی‌های شرکت، مسائل مالی و حمایت‌های مالی از شرکت‌های دانش‌بنیان نیز در ایجاد و توسعه این شرکت‌ها مؤثر هستند. در این راستا، غلامی و رمضان (۱۳۹۷) و حاجی آخوندی و همکاران (۱۳۹۹) حمایت مؤثر دولت در ابتدای تشکیل شرکت‌های دانش‌بنیان را از اهم عوامل مؤثر بر توسعه آن‌ها معرفی نموده‌اند. بازاریابی صحیح برای محصولات تولید شده شرکت‌های دانش‌بنیان نیز در موفقیت این شرکت‌ها تأثیرگذار است؛ زیرا بدون نگاه سیستماتیک مدیران به تجاری‌سازی و عدم شناسایی مشتریان خاص یک محصول، فعالیت‌های تحقیقاتی و پژوهشی شرکت دانش‌بنیان نتیجه نخواهد داد. بر اساس نتایج پژوهش حاضر، «به‌کارگیری افراد ایده‌پرداز در شرکت‌های تعاونی»، به عنوان اولین گویه انتخابی توسط متخصصان مورد مطالعه جهت دانش‌بنیان شدن شرکت‌های تعاونی عنوان شد. محققان، معتقدند که مزیت رقابتی شرکت‌های دانش‌بنیان، وجود نوآوری در فناوری‌های این شرکت‌ها است که قطعاً در اثر حضور چنین افراد ایده‌پرداز و خلاق در شرکت امکان‌پذیر خواهد بود. لذا، دستیابی به نوآوری دائمی توسط شرکت‌های دانش‌بنیان از طرق مختلف همچون استفاده از مفهوم نوآوری باز امکان‌پذیر خواهد بود. به عبارت دیگر، با وجود رویکرد نوآوری باز، شرکت‌ها از ایده‌ها و فناوری‌های دیگران استفاده می‌کنند و هم‌زمان به دیگران اجازه می‌دهند که از ایده‌های بلااستفاده‌شان بهره‌گیرند (پژوهش جهرمی، ۱۳۹۶). شرکت‌های دانش‌بنیان با نوآوری باز به شبکه‌های مشارکتی در دانش و اطلاعات می‌رسند و پلی را برای کسب دانش ایجاد می‌کنند (Fontanari & Sacchetti, 2020؛ سرائی و غفاری، ۱۳۹۸)؛ در نتیجه، توجه بیش‌تر به اهمیت جایگاه منابع انسانی شرکت‌های تعاونی و ارائه آموزش‌های مختلف در راستای ارتقای شایستگی‌های کارآفرینانه اعضای تعاونی‌ها، دقت عمل و انعطاف شرکت را بالا می‌برد. همچنین، تسهیل شرایط قانونی (تسهیل در دریافت مجوز، کم‌هزینه کردن حضور شرکت‌های تعاونی در پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد، فراهم نمودن امکانات زیربنایی برای پژوهش، معافیت بیمه‌ای و غیره) یک ضرورت مهم برای شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. تقویت تعامل شرکت‌های تعاونی با سایر فعالان و کشتگران کسب‌وکارهای دانش‌بنیان نیز از جمله موارد مهمی است که باید توسط مسئولان دنبال شود.

منابع

- اداره کل ثبت‌احوال استان مازندران. (۱۴۰۱). *اطلاعات عمومی استان*. قابل‌دسترس در سایت: <https://www.sabteahval.ir/mz/>
- امین طهماسبی، حمزه. و حامی، مهسا. (۱۳۹۷). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر موفقیت صنایع دانش‌بنیان. *رشد و فناوری*، ۱۴ (۵۶)، ۵۶-۶۲.
- انصاری، منوچهر. و حق‌شناس گرگابی، محمد. (۱۳۹۵). شناسایی و تبیین عوامل کلیدی موفقیت دانش‌محور شدن شرکت‌های تولیدی ایران بر اساس روش نظریه زمینه‌ای. *مدیریت توسعه فناوری*، ۴ (۲)، ۷۴-۴۱.
- ایمان، محمدتقی. و نوشادی، محمودرضا. (۱۳۹۰). تحلیل محتوای کیفی. *پژوهش*، ۳ (۲)، ۴۴-۱۵.
- آجودانی، الهه.، یآوری، غلامرضا.، خالدی، محمد.، محمودی، ابوالفضل. و نیکوکار، افسانه. (۱۳۹۹). موانع گسترش تعاونی‌های تولید محصولات زراعی راهبردی شهرستان شاهرود با تأکید بر سیاست‌های حمایتی دولت. *تعاون و کشاورزی*، ۹ (۳۵)، ۱۹۸-۱۸۱.
- باسیتی، شهرام. (۱۳۹۹). نقش سرمایه اجتماعی در کیفیت زندگی فعالان عرصه تعاون شهر دامغان. *تعاون و کشاورزی*، ۹ (۳۶)، ۹۳-۷۱.

- باقی، سید پوریا، و حسینی، سید محمود. (۱۳۹۶). بررسی نقش تعاونی‌های روستایی در توسعه روستاها از دیدگاه کارشناسان مدیریت تعاون روستایی استان تهران. *تعاون و روستا*، ۳۲ (۷)، ۱۳۸-۱۱۷.
- پالیزدار، کاظم، مدنی، شیماء، و عسگری‌نیا، محسن. (۱۳۹۷). بررسی عوامل رفتاری و محیطی مؤثر جذب سرمایه‌گذار خطرپذیر جهت سرمایه‌گذاری در شرکت دانش‌بنیان (مطالعه موردی: صنعت بیوتکنولوژی ایران). *سیاست‌گذاری اقتصادی دانشگاه الزهراء*، ۶ (۱)، ۱۱۱-۹۱.
- پژوهش جهرمی، امین. (۱۳۹۶). اثر نوآوری باز درون‌گرا بر مدل کسب‌وکار شرکت‌های دانش‌بنیان. *کارگاه‌های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی*، ۶۹، ۴۰-۲۹.
- جمشیدی، علیرضا، عالی، صمد، و بافنده زنده، علیرضا. (۱۳۹۸). توسعه اشتغال دانش‌بنیان در بخش تعاونی‌های کشاورزی بر اساس روش داده بنیان. *تعاون و کشاورزی*، ۸ (۳۱)، ۵۶-۲۷.
- جمعه‌پور، محمود، عیسی‌لو، شهاب‌الدین، گودرزی، وحید، و دوستی سبزی، بهزاد. (۱۳۹۶). تدوین راهبردهای توسعه شهری با رویکرد توسعه دانش‌بنیان (مورد مطالعه: شهر صنعتی اراک). *اقتصاد و مدیریت شهری*، ۵ (۲۰)، ۶۵-۵۳.
- جهان‌نما، فهیمه. (۱۳۹۶). بررسی تجارب جهانی در نقش شرکت‌های دانش‌بنیان در توسعه کشاورزی. انتشارات: مؤسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی، اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی - مدیریت خدمات پژوهشی.
- حاجی آخوندی، عرفان، هاشم‌زاده خوراسگانی، غلامرضا، و بوشهری، علیرضا. (۱۳۹۹). شناسایی عوامل کلان مؤثر بر موفقیت نوآوری باز در اکوسیستم کسب‌وکارهای دانش‌بنیان دیجیتال. *مجله مدیریت صنعتی*، ۱۲ (۱)، ۳۷۲-۳۴۴.
- خیاطیان، محمدصادق، الیاسی، مهدی، و طباطباییان، سید حبیب‌اله. (۱۳۹۵). الگوی پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان در ایران. *سیاست علم و فناوری*، ۸ (۲)، ۶۲-۴۹.
- خیاطیان، محمدصادق، طباطباییان، سید حبیب‌اله، امیری، مقصود، و الیاسی، مهدی. (۱۳۹۳). تحلیلی بر عوامل مؤثر بر رشد و پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان در ایران. *نوآوری و ارزش‌آفرینی*، ۳ (۶)، ۷۴-۵۷.
- دین‌پناه، رضا. (۱۳۹۸). عوامل مؤثر بر نظام دانش و اطلاعات کشاورزی از دیدگاه کارشناسان ترویج استان گلستان. *مجله پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی*، ۱۲ (۱)، ۲۶-۱۵.
- رنجبر، هادی، حق‌دوست، علی‌اکبر، صلصالی، مهوش، خوشدل، علیرضا، سلیمانی، محمدعلی، و بهرامی، نسیم. (۱۳۹۱). نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی: راهنمایی برای شروع. *مجله دانشگاه علوم پزشکی ارتش جمهوری اسلامی ایران*، ۱۰ (۳)، ۲۵۰-۲۳۸.
- رومزی، هدا، حسین‌پور، محمد، بهمنی، لیلا، و نصیری، ماریا. (۱۳۹۸). طراحی مدل ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در رشته‌های علوم انسانی. *کتابداری و اطلاع‌رسانی*، ۲۲ (۴)، ۱۵۱-۱۱۹.
- سرائی، لیلا، و غفاری، بهرام. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر روابط مدیریتی در نوآوری باز، با توجه به ظرفیت جذب در شرکت‌های فناوری و نوآور. *سیاست‌نامه علم و فناوری*، ۹ (۲)، ۱۱۰-۹۷.
- سید صدر، سید علی، حسن‌آبادی، نیلوفر، احمدی، مصطفی، و علیزاده مجد، امیررضا. (۱۳۹۹). بازاریابی در شرکت‌های دانش‌بنیان. *ششمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، حسابداری و توسعه اقتصادی*. تهران، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
- شهرستانی، سیده، فاطمه. (۱۳۹۶). نقش اکوسیستم کارآفرینی در توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان. *نخستین کنفرانس ملی مدیریت کارآفرینی و مهارت‌های ارتباطی، قزوین، پارک علم و فناوری استان قزوین و دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)*.
- عباسی رستمی، علی‌اکبر، احمدپور، امیر، و شریف‌زاده، محمد شریف. (۱۳۹۵). تحلیل اثربخشی فعالیت‌های آموزشی ترویجی پیرامون ارتقا سطح دانش کشاورزان توتون‌کار با مدل‌یابی معادلات ساختاری. *مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*، ۲-۴۷ (۳)، ۷۰۶-۶۹۵.
- علیچانی، فاطمه، والدین اصل، سودا، و محمدزاده نصرآبادی، مهناز. (۱۴۰۰). تحلیل و تبیین مؤلفه‌های مؤثر تعاونی‌های روستایی بر توسعه روستایی (مطالعه موردی استان اردبیل). *مجله تعاون و کشاورزی*، ۱۰ (۳۸)، ۸۳-۶۲.

- غلامی، دنیا. و رضانی، علی. (۱۳۹۷). شناسایی و تحلیل اصلی‌ترین مؤلفه‌های راهبردی تأثیرگذار در عدم موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان در ایران (مطالعه موردی پارک علم و فناوری کرمانشاه). *رشد و فناوری*، ۵۷، ۸۴-۷۷.
- قدیری، حسنی. (۱۳۹۵). بررسی نقش فعالین مؤسسات دانش‌بنیان در بهبود عملکرد اختصاصی شرکت‌ها. دهمین کنگره پیش‌گامان پیشرفت، تهران، مرکز الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت.
- اللهیاری، محمدصادق. (۱۳۹۱). *نظام ترویج کشاورزی پایدار*. رشت: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت.
- الماسی فرد، محمد رسول، کریمی، حسین. و بخشم، میلاد. (۱۳۹۹). شرکت‌های دانش‌بنیان زایشی: فرایند شکل‌گیری و توسعه. *ترویج علم*، ۱۱ (۱)، ۱۷۳-۱۴۵.
- محمدی، نعیمه. (۱۳۹۳). شناسایی و ارزیابی عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان صادراتی. *چهارمین کنفرانس بین‌المللی و هشتمین کنفرانس ملی مدیریت فناوری*، تهران، انجمن مدیریت فناوری ایران.
- مرادی، مرتضی. و زندی پاک، رابعه. (۱۳۹۹). ارائه الگوی کاهش کج‌رفتاری‌های اداری تعاونی‌های تولیدی کشاورزی با تأکید بر تعهد سازمانی. *مجله تعاون و کشاورزی*، ۹ (۳۶)، ۹۴-۱۳۹.
- منصوری، سمیه، وظیفه، زهرا. و یوسفی طبس، حلیمه. (۱۳۹۶). اولویت‌بندی پیشران‌های عوامل اثرگذار در راستای توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در استان کرمان. *توسعه کارآفرینی*، ۱۰ (۲)، ۳۳۸-۳۱۹.
- میرغفوری، سید حبیب‌الله، مروتی شریف‌آبادی، علی. و زاهدی، امیر احسان. (۱۳۹۷). طراحی مدل یکپارچه توسعه سطح نوآوری و تجاری‌سازی شرکت‌های دانش‌بنیان ایران. *ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۷ (۴)، ۱۴۲-۱۰۷.
- ناصری فر، وحید. و یاراحمدی، محسن. (۱۳۹۰). آسیب‌شناسی و اولویت‌بندی حمایت‌های دولت از شرکت‌های کوچک و متوسط. *بررسی‌های بازرگانی*، ۹ (۵۱)، ۱۱۲-۹۸.
- نقی‌زاده، رضا، هاجری، مهدی. و رحمان خشمخی، زهرا. (۱۳۹۸). عوامل مؤثر بر الگوی سیاستی حمایت مالیاتی از فعالیت‌های دانش‌بنیان. *مدیریت توسعه فناوری*، ۷ (۲)، ۱۹۴-۱۶۱.
- نوروزی، رضا، سنایی، زهرا. و مظفری، محمدمهدی. (۱۳۹۵). تبیین چارچوبی برای ارزیابی تجاری‌سازی محصولات شرکت دانش‌بنیان استان گیلان با استفاده از تحلیل شبکه فازی. *اولین کنفرانس ملی مدل و تکنیک‌های کمی در مدیریت*، قزوین، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره) قزوین.
- Fontanari, E., & Sacchetti, S (2020). The Knowledge-based Agricultural Cooperative: A Validation from Trentino Case. *Journal of Entrepreneurial and Organizational Diversity*, 8 (2), 46-70.
- Hsu, C. H., Chang, A. Y., & Luo, W. (2017). Identifying key performance factors for sustainability development of SMEs- integrating QFD and fuzzy MADM methods. *Journal of Cleaner Production*, 161, 629-645.
- Mohammed, N., & Wan Lee, B. (2015). Role of cooperatives in rural development, the case of South nationalities and people region, Ethiopia. *Science Journal of Business and Management*, 3(4), 102-108.
- Rod, I. (2016). Disentangling the family firm's innovation process: a systematic review. *Journal of Family Business Strategy*, 7 (3), 185-201.
- Stefan, I., & Bengtsson, L. (2017). Unravelling appropriability mechanisms and opennessdepth effects on firm performance across stages in the innovation process. *Technological Forecasting and Social Change*, 120, 252-260.