

شناسایی عوامل موفقیت در تعاونی های صنعتی با استفاده

از فنّ وقایع حساس

حسین وفائی بصیر^۱، علیرضا اسلامبولچی^{۲*}، منصور اسماعیل پور^۳، علی اصغری صارم^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۱۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۷/۲۶

چکیده

سرمایه گذاری در تعاونی های صنعت و به ویژه صنایع کوچک و متوسط همواره از اهمیت زیادی برخوردار بوده است چرا که علاوه بر داشتن نقش اساسی در اشتغال یک کشور موجب رشد اقتصادی و افزایش تولید ناخالص ملی نیز خواهد شد. هدف از پژوهش حاضر بررسی عواملی است که می تواند موجب موفقیت سرمایه گذاری در بخش تعاونی های صنعتی کوچک و متوسط شده و راهی را نشان دهد تا پس از این کارآفرینان صنعتی با آگاهی بیشتری پای در این عرصه مهم اقتصادی بگذارند. این پژوهش، یک پژوهش کیفی بر اساس داده های جمع آوری شده مصاحبه با 15 نفر از خبرگان صنعتی می باشد که با استفاده از روش فنّ وقایع حساس و تحلیل مضمون به کمک نرم افزار MAX QDA 18 انجام گرفته است. پس از تجمیع داده ها و حذف موارد مشابه در مرحله آخر مقوله های مدل نهایی پژوهش به دست آمد. نتایج به دست آمده نشان داد که ۵ گروه کلی از عوامل شامل: عوامل مدیریتی، عوامل مرتبط با کارآفرین، عوامل مرتبط با تولید، عوامل بازار و عوامل محیطی می توانند نقش مهمی در موفقیت این نوع سرمایه گذاری داشته باشند. نتایج پژوهش به مدیران بخش های دولتی و سرمایه گذاران بخش های خصوصی از جمله مدیران تعاونی های تولیدی کمک خواهد کرد تا با اندیشیدن تدابیر بهتر، ریسک سرمایه گذاری را کاهش داده و راه را برای رشد صنعتی و افزایش اشتغال در کشور هموارتر نمایند.

کلمات کلیدی: تعاونی صنعتی، صنایع کوچک و متوسط، سرمایه گذاری، فنّ وقایع حساس، تحلیل مضمون

۱. گروه مدیریت، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران

۲. استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، همدان، ایران

alireza.slambolchi@gmail.com

* نویسنده مسئول

۳. دانشیار گروه کامپیوتر، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران

۴. استادیار گروه مدیریت و حسابداری، دانشگاه بوعلی سینا همدان

مقدمه

شروع کسب و کار، یک چالش بزرگ است که هر کارآفرین باید با آن روبرو شود؛ چرا که هر کسب و کار یک سرمایه گذاری مهم است و کارآفرینان دقیقا نمی دانند که چگونه کسب و کار در بلندمدت تکامل خواهد یافت؛ و این در حالی است که تنها دو نتیجه وجود دارد: موفقیت یا شکست. (Ha et al., 2014) در گذشته نقش صنایع کوچک و متوسط (SME) در اقتصاد، به دلیل تصویر کسب و کارهای بزرگ که اغلب نقش مهمی در فعالیت های اقتصادی ایفا می کنند تا حدودی مورد غفلت واقع شده بود. (Curran & Blackburn, 2001) اما اکنون این بنگاه ها، تأمین کنندگان اصلی اشتغال جدید و مهد تحول و نوآوری هستند. (al-tit et al., 2019) از این رو، اهمیت بسیاری در اقتصاد کشورهای دنیا، از جمله کشورهای در حال توسعه که اشتغال به عنوان یکی از مسائل اصلی آن ها به شمار می رود، دارند. (پارساپور و همکاران، ۱۳۹۶) وجود چالش های محیطی و تغییر در فرایندهای مدیریتی نیز نقش این مؤسسات را برجسته تر ساخته است و سیاست های کوچک سازی، برون سپاری فعالیت ها، تجدید ساختار، مهندسی مجدد و به ویژه ترغیب کارآفرینی در عصر جهانی شدن، سرعت بخشیدن به ایجاد مؤسسات کارآفرینانه کوچک و متوسط را نهادینه ساخته است. (Svetlicic, 2007) دولت ها به طور معمول، با اعتقاد بر نظام اقتصادی بازار آزاد، یک سازمان دولتی را مسئول سیاست گذاری و اجرای مسایل مربوط به بنگاه های کوچک و متوسط کرده اند (Obaji, 2018). این سیاست ها یک هدف مشخص را دنبال می کنند که عبارت است از تقویت و گسترش بنگاه های مزبور و فرهنگ کارآفرینی در کشور (Berger & Udell, 2006). اما علی رغم اهمیت SME ها تحقیقات نشان می دهد بخش عمده ای از صنایع کوچک و متوسط دنیا در زمینه کارآفرینی دچار ضعف می باشند که عدم توجه به این بخش می تواند موجب عدم رشد مناسب این شرکت ها گردد (Hayton, 2015). بر اساس بررسی های صورت گرفته SME ها نرخ شکست بالایی داشته و اغلب عملکرد ضعیفی دارند که همین امر باعث افزایش توجه متخصصان و دانشگاهیان به عوامل موفقیت یا بقای این شرکت ها گردیده است. (Ropega, 2012، Gray، 2010، Franco & Haase، 2012، Arasti، 2017، Lampadarijos، 2011) عواملی که می تواند ترکیب کاملی از ریسک پذیری کارآفرین، فرصت طلبی، آینده نگری و توانایی ایجاد انگیزه برای خودش و همکارانش باشد (Kusa et al., 2021).

کشور ایران نیز از این امر مستثنی نبوده و ضعف در کارآفرینی و وجود موانع بسیار در سرمایه گذاری، باعث بروز مشکلات عدیده ای در ایجاد صنایع کوچک و متوسط گردیده است؛ به طوری که در گزارش سال 2020 بانک جهانی و نهاد بین المللی تأمین سرمایه^۱ (IFC) تحت عنوان "انجام کسب و کار"^۲ که به بررسی وضعیت سهولت انجام یک فعالیت اقتصادی در میان ۱۹۰ کشور جهان پرداخته است، ایران رتبه 127 را کسب نموده که علاوه بر آنکه تناسبی با ظرفیت های بی شمار اقتصاد کشور ندارد، نسبت به سال 2017 میلادی نیز سه پله سقوط کرده است. همچنین در این گزارش از بین ده شاخص اساسی برای سهولت کارآفرینی اقتصادی ایران در هر دو شاخص شروع کسب و کار و حمایت از کسب و کارهای خرد، ایران در رتبه ۱۷۳ دنیا قرار دارد (گزارش بانک جهانی، 2020)^۳ که رتبه پایین ایران در بین کشورهای دنیا نشان دهنده یک مسئله اساسی در کسب و کار کشور است و بایستی به طور خاص به آن پرداخته شود. به علاوه بر اساس آمارهای رسمی ارائه شده توسط مراجع قانونی کشور از جمله مرکز آمار ایران و بانک مرکزی، شرایط اقتصادی نامناسب، نظیر نرخ تورم بالای ۳۵ درصد^۴ در سال های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ شمسی (معادل سال های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۰ میلادی) و رشد ناگهانی قیمت ارزهای خارجی در این سال ها (تا بیش از ۵۰۰ درصد^۵) مشکلات عدیده ای را برای کسب و کارها ایجاد نموده و موجب شده قیمت تمام شده کالا به حدی بالا برود که مشتریان، دیگر قدرت خرید نداشته و در برخی موارد نیز تولید کالا، توجیه اقتصادی نداشته باشد. از طرف دیگر بخشی از این نابسامانی ها، ریشه در مشکلات سیاسی از جمله خروج آمریکا از برجام در سال ۱۳۹۷ و مشکلات نقل و انتقال پول و تحریم ها دارد که باعث شد میزان رشد اقتصادی ایران در سال های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ مجموعاً به حدود منفی ۱۳ درصد برسد که علی رغم رشد ۱/۵ درصدی اقتصاد ایران در سال ۲۰۲۰، همچنان اقتصاد کشور در وضعیت بحرانی می باشد.^۶ این مشکلات می تواند احتمال شکست کسب و کارها را مضاعف کرده و علاوه بر ایجاد محدودیت در ورود ماشین آلات صنعتی و نقل و انتقال پول،

1. International Financing Corporation

2. Doing Business

3. www.doingbusiness.org

۴. وب سایت مرکز آمار ایران به نشانی : www.amar.org.ir

۵. وب سایت بانک مرکزی ایران به نشانی : www.cbi.ir

۶. وب سایت صندوق بین المللی پول به نشانی : www.imf.org

بازارهای صادراتی شرکت‌ها را نیز با چالش روبرو نماید. بنابراین بایستی اذعان داشت علی‌رغم موقعیت استراتژیک ایران و وجود منابع عظیم خدادادی در کشور، با عنایت به مجموع مشکلات ذکر شده، وضعیت سرمایه‌گذاری در بخش صنعت و به تبع آن SME‌ها مناسب نبوده، که این امر سبب عدم جذب سرمایه‌گذاران گردیده است. (بهروزی و همکاران، ۱۳۹۴). همچنین بررسی‌های صورت گرفته در خصوص وضعیت بخش‌های مختلف اقتصاد ایران در سال ۱۳۹۵ نسبت به سال ۱۳۹۰ نشان می‌دهد بین چهار گروه اصلی «کشاورزی، نفت، خدمات و صنایع و معادن»، تنها ارزش افزوده گروه صنایع و معادن نسبت به سال ۱۳۹۰ کاهش داشته که این میزان به ۹۵ درصد از ارزش افزوده سال ۱۳۹۰ خود رسیده است. (مرکز پژوهش‌های مجلس ایران، ۱۳۹۶) و با توجه به اینکه بخش زیادی از صنعت کشور بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌باشند، این روند نزولی نشان دهنده مشکل اساسی در صنایع کوچک و متوسط کشور در حوزه کارآفرینی و سرمایه‌گذاری می‌باشد. اگرچه فرآیند کارآفرینی (به خصوص در صنایع کوچک و متوسط) امری دشوار می‌باشد، ولی با این حال، کارآفرینان اجازه نمی‌دهند این چالش‌ها آن‌ها را متوقف کند تا از اهدافشان برای کسب و کار منصرف شوند، بلکه در عوض اینها باعث می‌شود سخت‌تر کار کنند و در هر جنبه‌ای از کسب و کار خود به دنبال این باشند که چگونه می‌توانند بهترین باشند (Ha, 2014).

بنابراین مسئله مهم در وضعیت تعاونی‌های صنعتی مرتبط با صنایع کوچک و متوسط، توسعه کارآفرینی و سرمایه‌گذاری درست و شناسایی عوامل موفقیت در آن بوده که این عوامل بسیار متنوع و گوناگون از عوامل سیاسی و اجتماعی گرفته تا عوامل شخصیتی فرد کارآفرین می‌باشند؛ تحقیقات گوناگون نشان می‌دهد که عوامل مذکور نسبی بوده و بسته به موارد مختلف می‌تواند متمایز باشد به طوری که یک عامل موفقیت که شاید در یک صنعت یا کشور اهمیت زیادی داشته باشد، ممکن است لزوماً در سایر کشورها پر اهمیت نباشد (Benzing, 2009). علی‌رغم تمام مشکلات، مدیریت مناسب یک پروژه کارآفرینی می‌تواند با توسعه مهارت‌ها، قابلیت‌ها و توانمندی‌های سازمان، در موفقیت آن تاثیر گذار باشد. (Fischer et.al, 2020)

از طرفی اگرچه تحقیقات گوناگونی در خصوص عوامل موفقیت در سرمایه‌گذاری کسب و کارهای صنعتی صورت گرفته است اما شرایط اقتصادی متغیر، عوامل سیاسی تاثیر گذار (مانند تحریم و غیره)، تغییرات پی‌در پی بخشنامه‌های دولتی و رویکردهای متفاوت مسئولین حوزه صنعت در کشور ایران، موجب گردیده این عوامل در محیط‌های

صنعتی و دوره های زمانی مختلف متفاوت باشند به عنوان مثال با بررسی تحقیقات سایر پژوهشگران مشخص گردید بیشتر محققان به بررسی نقش عوامل سیاسی و قانونی در موفقیت سرمایه گذاران پرداخته اند و بر این اساس در کشور ایران به دلیل شرایط ویژه سرمایه گذاری صنعتی (که در بالا ذکر گردید) نیاز به تحقیقات جدیدی در این زمینه می باشد (Benzazoua, 2015; Obaji, 2018). همچنین تحقیقات دیگری در کشور مانند زبردست (۱۳۸۵)، محمدی (۱۳۹۰)، پزشکی (۱۳۹۶) با استفاده از روش های کمی و ابزار پرسشنامه صورت گرفته که این امر موجب مغفول ماندن برخی عواملی خواهد شد که تنها با انجام مصاحبه های عمیق امکان پذیر خواهد بود. بنابراین وجود این شکاف در تحقیقات پیشین و وجود موانع و مشکلات بسیار از جمله رتبه پایین ایران در زمینه سهولت کسب و کار و سختی اخذ مجوز صنعتی تا تولید کالا در کشور، بی ثباتی متغیرهای اقتصادی از جمله تورم، نرخ ارز، نرخ بهره و غیره، تغییرات بخشنامه ها و دستورالعمل های دولتی، برخوردهای سلیقه ای برخی مدیران، مشکلات تحریم در ورود ماشین آلات صنعتی و نقل و انتقال پول، چالش های حضور در بازارهای بین المللی و غیره محقق را با این مسئله روبرو نمود که با وجود تمامی این مشکلات؛ یک تعاونی صنعتی در کسب و کارهای کوچک و متوسط چگونه می تواند به موفقیت برسد؟ بنابراین سوال اصلی تحقیق این است که عوامل موفقیت یک سرمایه گذار در تعاونی های صنعتی کوچک و متوسط در کشور ایران کدام اند؟ به همین جهت پژوهش حاضر با استفاده از نظرات خبرگان صنعتی و دانشگاهی و به کارگیری فنّ وقایع حساس به بررسی این موضوع پرداخته است و از آنجا که طبق آمار وزارت صنعت، معدن و تجارت، حدود ۸۰ درصد جوازهای تأسیس صادره هرگز تبدیل به پروانه بهره برداری (تولید کالا) نمی گردد؛ لذا ضرورت دارد پژوهشی کاربردی به بررسی این موضوع و راهکارهای افزایش موفقیت کارآفرینان این بخش بپردازد. نتایج پژوهش حاضر می تواند به عنوان یک مدل موفقیت در اختیار کارآفرینان، حوزه های مشاوره ای بخش صنعت و کارشناسان این حوزه و حتی سرمایه گذاران خارجی قرار گیرد تا به عنوان راهنمای سرمایه گذاری صنایع کوچک و متوسط کشور، تا حد بالایی موفقیت در این زمینه را تضمین نماید. به طوری که در ابتدای ورود یک سرمایه گذار به به عرصه تعاونی های صنعتی و در حالی که اطلاع چندانی از وضعیت صنعت و عوامل مرتبط با آن ندارد، با مشاهده نتایج این پژوهش می تواند با خطر پذیری کمتری اقدام به سرمایه گذاری نماید و در نتیجه امنیت سرمایه گذاری در کشور بالاتر خواهد رفت.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

اغلب مالکان صنایع کوچک و متوسط به دلیل داشتن اهداف مشترک، به عضویت در تعاونی های صنعتی تمایل نشان می دهند؛ شرکت های کوچک و متوسط می توانند با عضویت در تعاونی ها، علاوه بر اطلاعات، پشتیبانی تجاری، دانش و شبکه از مزایای اقتصادی آن نیز بهره مند شوند (Ghauri et.al,2021). بنابر اصل ۴۴ قانون اساسی بخش تعاونی شامل شرکت ها و مؤسسات تعاونی تولید و توزیع است که در شهر و روستا بر طبق ضوابط اسلامی تشکیل می شوند و به موجب ماده ۲۶ قانون ۱۳۷۰ تعاونی های تولید شامل تعاونی هایی هستند که در امور مربوط به کشاورزی، دامداری، دامپروری، پرورش و صید ماهی، شیلات، صنعت، معدن، عمران شهری و روستایی و عشایری و نظایر این ها فعالیت می نمایند.^۱ در این بین صنایع، به طور کلی به صنایع بزرگ، صنایع متوسط و صنایع کوچک تقسیم می شوند. هر کشوری متناسب با شرایط خاص خود تعریفی در این خصوص ارائه کرده است. در حقیقت شرایط اقتصادی و صنعتی حاکم بر هر کشور، معرف صنایع کوچک و متوسط آن است. این تعریفها به طور عمده بر اساس معیارهای کمی از قبیل تعداد کارکنان و میزان گردش مالی مطرح شده است. هر چند تقسیم بندی بر اساس معیارهای کمی، تعریفها را ساده تر می کند، اما همیشه این معیارها، ابزار مناسبی برای تقسیم بندی نیستند. بلکه مشخصات کیفی شرکتها نیز در این تقسیم بندی حائز اهمیت می باشند. (ادراکی، ۱۳۸۷) معمولاً بنگاه های کوچک و متوسط از سه ویژگی کیفی مالکیت و مدیریت واحد، مالکیت فردی و خانوادگی، و استقلال از سایر بنگاهها برخوردارند. این ویژگی های کیفی نیز می باید در تعریف جایگاه و کارکرد شرکتها به عنوان SMEs مورد توجه قرار گیرد. در غیر این صورت، تنها اکتفا کردن بر معیارهای کمی، اجرای برنامه ها و سیاست های مربوط به SMEs را با مشکل مواجه خواهد نمود. (صلواتی سرچشمه و همکاران، ۱۳۸۷)

در ایران تعریف واحد و رسمی از بنگاه های کوچک و متوسط موجود نیست؛ همچنین همه تعاریف موجود از طرف سازمان های رسمی بر مبنای تعداد کارکنان ارائه شده است. اهمیت واحدهای کوچک و متوسط در ایران را از دو بعد کمی و کیفی می توان بررسی کرد. از بعد کمی، درصد بسیار بالایی از شرکت های موجود در کشور ما و بسیاری از کشورهای جهان را واحدهای کوچک و متوسط تشکیل می دهند و تعداد شاغلان این واحدها قابل

۱. به نقل از سایت وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی www.mcls.gov.ir

توجه است. همچنین ارزش افزوده‌ای که این واحدها تولید می‌کنند در کشورهای مختلف، چیزی بین یک سوم تا نیمی از ارزش افزوده کل کشور را تشکیل می‌دهد. از بعد کیفی، این واحدها می‌توانند بخش خصوصی را در سرمایه‌گذاری‌ها تشویق کنند، چون بخش خصوصی معمولاً برای ایجاد واحدهای بزرگ امکانات کافی ندارند. این واحدها همچنین می‌توانند به عنوان ابزار مناسبی برای خصوصی سازی در نظر گرفته شوند. این واحدها امکان شناخت بازار را دارند و می‌توانند خود را با نیازهای بازار منطبق کنند و به خاطر کوچک بودن، فرایند ساده تری داشته باشند. مهم ترین تعاریف موجود در زمینه بنگاه های کوچک و متوسط از سوی نهادهای مختلف کشور در جدول زیر ارائه شده است^۱:

جدول ۱. تعاریف بنگاه های کوچک و متوسط در ایران (منبع: وب سایت بانک مرکزی ایران)

نام سازمان	تعریف بنگاه‌های کوچک و متوسط
وزارت صنعت، معدن، تجارت	بنگاه‌های کمتر از ۵۰ نفر کارکن بنگاه های کوچک و متوسط تعریف می‌شوند.
مرکز آمار ایران	کسب و کارها به چهار گروه طبقه بندی شده است: ۹-۱ کارکن «خرد»، ۴۹-۱۰ کارکن «کوچک»، ۹۹-۵۰ کارکن «متوسط» و بیش از ۱۰۰ کارکن «بزرگ»
وزارت جهاد کشاورزی	بنگاه‌های کمتر از ۵۰ نفر کارکن بنگاه‌های کوچک و متوسط تعریف می‌شوند.
سازمان صنایع کوچک و شهرکهای صنعتی	بنگاه‌های بین ۵ تا ۵۰ نفر بنگاه‌های کوچک و متوسط تعریف می‌شوند.
اداره آمار بانک مرکزی	بنگاه‌های با کمتر از ۱۰ نفر کارکن «خرد»، ۱۰ تا ۴۹ نفر کارکن «کوچک»، ۵۰ تا ۹۹ نفر کارکن «متوسط» و بالاتر از ۱۰۰ نفر کارکن «بزرگ» تعریف می‌شوند.

با توجه به اهمیت بررسی مطالعات پژوهشگران پیشین، در ادامه به بررسی تحقیقات تجربی در زمینه موفقیت کارآفرینی در صنایع کوچک و متوسط پرداخته شده است. پراگ (Prag, 2003)، در تحقیقی با موضوع بقای کسب و کار و عوامل موفقیت کسب و کارهای کوچک و متوسط در آمریکا در یک تحقیق کیفی با انجام مصاحبه با خبرگان

۱. Source: <http://www.cbi.ir/showitem/12096.aspx> وب سایت بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

این حوزه به این نتیجه دست یافت که تجربه مفید کارآفرین، سرمایه کافی و تحصیلات مرتبط عوامل موفقیت می باشند. بارون (Baron, 2004)، در تحقیقی با موضوع عوامل اجتماعی و شناختی موثر در کارآفرینی در یک تحقیق کمی با استفاده از پرسشنامه به بحث ویژگی های شخصیتی کارآفرین پرداخته و توجه به آنها را تأثیرگذار در موفقیت کارآفرینی می داند. تمرکز تحقیق حاضر بیشتر بر عوامل مرتبط با کارآفرین بوده و عوامل درونی وی را عامل موفقیت می دانند. کارتر و اوکن (Carter & Auker, 2006)، در یک تحقیق کیفی با روش مصاحبه به بررسی موضوع اصول و سیاست های کارآفرینی در شرکت های کوچک و متوسط پرداخته و با تحلیل داده ها به این نتیجه دست یافت که ۴ دسته کلی عوامل موفقیت در بنگاه های کوچک و متوسط وجود دارد که شامل ویژگی های بنگاه، میزان سرمایه، ویژگی های کارآفرین و بازارهای پیرامونی می باشد. الاسدی و عبدالرحیم (Al-asadi & Abdolrahim, 2008)، در تحقیقی با عنوان تجزیه و تحلیل عملکرد کسب و کارهای کوچک در سوریه، با استفاده از یک روش کیفی با تحلیل داده ها به این نتیجه دست یافت که عواملی از قبیل مدیریت مناسب، تعداد کارکنان، نیروهای آموزش دیده و سطح سرمایه گذاری را بر موفقیت و توسعه کارآفرینی در SME ها موثر می باشد. مارچیتا (Marchetta, 2012)، در تحقیقی با موضوع بررسی فعالیت های کارآفرینی در کشور مصر در یک روش کیفی با استفاده از مصاحبه با کارآفرینان کشور مصر به این نتایج دست یافت که عوامل اثرگذار بر موفقیت یک کسب و کار کوچک و متوسط را به سه دسته: ویژگی های کارآفرین، ویژگی های شرکت و محیط کسب و کار تقسیم بندی می کند. دیزاریدیس و موسیلیس (۲۰۱۴)، در تحقیقی با عنوان کارآفرینی و ساختار سازمانی، عوامل موفقیت در شرکت های کوچک و متوسط در یک بررسی تحلیلی عنوان داشتند که عناصر موفقیت در ایجاد یک SME را مولفه های ویژگی های کارآفرین، ویژگی های شرکت، استراتژی های مدیریت و تاثیر محیط خارجی بوده و توجه نکردن به این عوامل موجب شکست یک پروژه کارآفرینی می باشد. بنزازوا و دیگران (Benzazoua et al., 2015) در تحقیقی با عنوان عوامل موثر بر رشد شرکت های کوچک و متوسط در فیلیپین در یک تحقیق کیفی در بین مدیران و کارآفرینان کشور فیلیپین به این نتیجه رسیدند که عوامل موفقیت شرکت های کوچک و متوسط در دو دسته داخلی (ویژگی های کارآفرین، ظرفیت مدیریت، مهارت های بازاریابی و ظرفیت های فناوری) و خارجی (قوانین، دسترسی به تامین مالی و ظرفیت منابع انسانی) تقسیم بندی می شود. کیویی و ترانگ (Kieu & Trang, 2016)، در تحقیقی با عنوان عوامل موفقیت

در کارآفرینی صنایع کوچک و متوسط در یک تحقیق کیفی با استفاده از ابزار مصاحبه با کارآفرینان و فعالان اقتصادی موفق در کشور ویتنام به این نتیجه دست یافتند که عوامل جمعیت شناختی (سن، جنسیت و غیره)، دانش مدیریتی و کسب و کار، مهارت های مدیریتی و توانایی های شخصیتی عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینان در صنایع کوچک و متوسط کشور ویتنام می باشد. اوباجی و همکاران (Obaji, 2018)، در تحقیقی با عنوان عوامل مرتبط با موفقیت SME ها به بررسی فاکتورهای مهم در شکست و موفقیت این شرکت ها با استفاده از یک روش کمی و توزیع پرسشنامه بین ۳۸۳ نفر از کارآفرینان صنایع کوچک و متوسط کشور نیجریه پرداختند که نتایج نشان داد عواملی چون نوآوری، سیاست های دولتی، مدیریت مالی و مهارت های مدیریتی، عوامل موثر بر موفقیت در صنایع کوچک و متوسط می باشند. التیت و همکاران (al-tit et al., 2019)، در تحقیقی با عنوان عوامل کلیدی موثر بر موفقیت شرکت های کوچک و متوسط در کشور عربستان در یک تحقیق پیمایشی با استفاده از توزیع پرسشنامه بین ۵۰۰ نفر از فعالان اقتصادی به این نتیجه دست یافتند که عوامل عوامل فردی، ویژگی های کسب و کار، عوامل مدیریتی، حمایت های دولتی، سرمایه در دسترس و عوامل محیطی می تواند بر موفقیت سرمایه گذاری تاثیرگذار باشد.

در زیر به طور خلاصه پیشینه تحقیقات آمده است:

جدول ۲. پیشینه تحقیقات بین المللی در حوزه شرکت های کوچک و متوسط

نام نویسنده	روش تحقیق	موضوع	نتایج
ادواردز (۲۰۰۸)	کمی - پرسشنامه	عوامل موفقیت زنان کارآفرین آفریقایی - آمریکایی	سطح تحصیلات، ویژگی های شخصیتی و هم چنین منابع مالی را از عوامل موفقیت و عدم توجه به این عوامل را موجب شکست در کارآفرینی می داند.
دیزاریدیس و موسیلیس (۲۰۱۴)	کمی - پرسشنامه	عوامل موفقیت در شرکت های کوچک و متوسط	عناصر موفقیت در ایجاد یک SME را مولفه های ویژگی های کارآفرین، ویژگی های شرکت، استراتژی های مدیریت و تاثیر محیط خارجی و توجه نکردن به این عوامل را موجب شکست یک پروژه کارآفرینی می داند.

بنزازوا و دیگران (۲۰۱۵)	کیفی - مصاحبه	عوامل موثر بر رشد شرکت های کوچک و متوسط در فیلیپین	عوامل را در دو دسته داخلی (ویژگی های کارآفرین، ظرفیت مدیریت، مهارت های بازاریابی و ظرفیت های فناوری) و خارجی (قوانین، دسترسی به تامین مالی و ظرفیت منابع انسانی) تقسیم بندی نموده است.
کیویی و تانگ (۲۰۱۶)	کیفی - مصاحبه	عوامل موفقیت در کارآفرینی صنایع کوچک و متوسط در کشور ویتنام	عوامل جمعیت شناختی (سن، جنسیت و...)، دانش مدیریتی و کسب و کار، مهارت های مدیریتی و توانایی های شخصیتی را به عنوان عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینان معرفی می نماید.
اوباجی و دیگران (۲۰۱۸)	کمی - پرسشنامه	عوامل مرتبط با موفقیت SME ها در کشور نیجریه	عواملی چون نوآوری، سیاست های دولتی، مدیریت مالی و مهارت های مدیریتی، عوامل موثر بر موفقیت در صنایع کوچک و متوسط می باشند.
التیت و همکاران (۲۰۲۰)	کمی - پرسشنامه	عوامل موثر بر موفقیت SME ها در کشور عربستان	عواملی چون ویژگی های فردی، عوامل مدیریتی، سرمایه در دسترس، عوامل محیطی بر موفقیت کسب و کارهای کوچک و متوسط موثر می باشند.

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر به لحاظ هدف یک تحقیق بنیادی می باشد و علاوه بر سرمایه گذاران صنعتی، مدیران و محققان حوزه صنعت و تعاونی های تولیدی نیز از نتایج تحقیق حاضر بهره خواهند برد. همچنین به جهت نوع داده ها یک تحقیق کیفی می باشد که با استفاده از فنّ وقایع حساس و انجام مصاحبه های عمیق به دنبال کشف عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینان در صنایع کوچک و متوسط می باشد. به طوری که ابتدا با استفاده از روش فنّ وقایع حساس به مصاحبه با جامعه آماری تحقیق پرداخته و پس از جمع آوری داده های اولیه و بررسی دقت و اعتبار آن، با استفاده از تحلیل مضمون به تحلیل و مقوله بندی داده ها پرداخته شده است. روش شناسی فنّ وقایع حساس که نخستین بار در سال ۱۹۵۴ توسط فلاناگان^۱ ابداع گردید (Chell, 2004) یکی از رویه های نسبتاً ساختار یافته ای است که برای گردآوری داده های کیفی بکار می رود و می تواند خصوصیات روان شناختی و همچنین جنبه های اقتصادی و عملی خود را با شرایط و تقاضاهای کاربردی

خاص، تطبیق دهد (Koch, 2009). موفقیت یا شکست یک سازمان، مدیر یا برنامه، ترکیبی از وقایع، رخدادها و فرایندهای حساس و غیرحساس است که در کنار این وقایع، کنش مؤثر یا نامؤثر فرد یا افراد نیز در ظهور این نتایج، اثرگذار است. این روش شناسی وقایع و کنش های حساس را از وقایع غیرحساس جدا، درک و طبقه بندی می کند (اصغری صارم و همکاران، 1392). بنا بر نظر وانگ و سوهال (Wong & Sohal, 2003) فن وقایع حساس شکل خاصی از تحلیل محتوا است که با هدف طبقه بندی وقایع یا روایت های حساس و با نیت آشکار کردن تم های پدیدار شده به کار میرود. این فن در ارائه تبیین های عمیق و فرایندی از موضوع مورد نظر، بسیار کارگشا است. وقایع حساس، پیرامون موضوع مورد نظر در این فن میتواند با استفاده از فنون و روش های مختلفی از قبیل مصاحبه های شخصی، مصاحبه گروه های کانونی، مشاهده مستقیم یا مشارکتی و استفاده از پرسشنامه های باز، گردآوری شود (اصغری صارم و همکاران، ۱۳۹۶). فن وقایع حساس در تحقیقاتی که هدف اصلی آن شناسایی رفتار یا عملکردهای مؤثر موفقیت یا شکست در موقعیت های خاص است، استفاده می شود. در واقع در این فن روش های مؤثر و غیرمؤثر انجام کار مشاهده شده و عوامل پیش برنده در کنار عوامل بازدارنده دیده می شود. این فن به تشخیص جنبه های یک فعالیت / موقعیت یا رویداد مهم پرداخته و با قرار دادن مشارکت کنندگان در متن داستان، پژوهشگر در دستیابی به ذهنیت آنها در عین دوری از واکنش های کلیشه ای، عقاید ادراک شده و پاسخ های مطلوب کمک می کند (Hettlage & Steinlin, 2006) ویژگی های این روش شناسی، سبب شد تا در پژوهش حاضر به عنوان روش شناسی مناسب در شناسایی عوامل موفقیت در سرمایه گذاری صنعتی در صنایع کوچک و متوسط استفاده گردد.

جهت اخذ نظرات خبرگان حوزه صنعت و سرمایه گذاری از ابزار تحقیق مصاحبه که در دوبخش جمعیت شناختی و سوالات تخصصی می باشد، استفاده شد. در بخش اول مصاحبه از پاسخ دهندگان خواسته شد که به سوال هایی همچون نوع ارتباط خود با صنعت (شامل: سرمایه گذار، مشاور، مدیردولتی) و میزان سابقه در صنعت و میزان تحصیلات خود پاسخ دهند و در بخش دوم از آنان خواسته شد تا بر اساس تحصیلات، تجربیات و سوابقشان نقطه نظرات خود در خصوص عوامل موفقیت در تعاونی های صنایع کوچک و متوسط را با دقت و ذکر جزئیات بیان نمایند. این پژوهش در میان خبرگان صنعت کشور که سابقه عضویت در تعاونی های صنعتی یا بخش های دولتی مرتبط با صنعت و تعاون را داشته اند صورت گرفته است. جامعه آماری پژوهش برای انجام مصاحبه

ها شامل سه دسته از خبرگان بود؛ یک گروه از مشارکت کنندگان پژوهش را مدیران و دست اندرکاران دولتی در بخش صنعت و تعاونی های صنعتی تشکیل می دادند و دسته دیگر از مشارکت کنندگان، شامل خبرگان و متخصصان حرفه ای حوزه مشاوره کسب و کارهای صنعتی بوده و دسته سوم بخشی از صنعتگران و کارآفرینان حوزه صنعت بودند که پیش از این اقدام به سرمایه گذاری در صنعت نموده و سابقه شکست و موفقیت در کارآفرینی صنعتی را داشته اند. همچنین دو شرط دیگر برای انتخاب مشارکت کنندگان نیز در نظر گرفته شد: اول آنکه سطح تحصیلات آنان کارشناسی به بالا باشد و دوم آنکه سابقه آنان در صنعت بیش از ده سال باشد. برای انتخاب مشارکت کنندگان از روش نمونه گیری از نوع نمونه برداری قضاوتی که جزء روش های نمونه برداری غیر احتمالی هدفمند است (دانایی فرد، الوانی و آذر، ۲۰۰۸) استفاده شد. در پژوهش حاضر پس از انجام ۱۲ مصاحبه عملاً مقوله جدیدی به مقوله های شناسایی شده اضافه نشد و با تحقق اشباع نظری انجام مصاحبه ها پس از ۱۵ مصاحبه خاتمه یافت.

برای بررسی دقت تحقیق (روایی و پایایی) در روش شناسی فن وقایع حساس از نظر باترفیلد^۱ و همکاران (Butterfield et al., 2005) استفاده گردیده است. براساس نظر وی دقت تحقیق در این فن شامل نه معیار اساسی است. (اصغری صارم، ۱۳۹۲) در جدول زیر به بررسی دقت تحقیق حاضر بر اساس این نه معیار پرداخته شده است

جدول ۲. بررسی دقت تحقیق در روش فن وقایع حساس

عنوان معیار	توضیح معیار	بررسی معیار در تحقیق حاضر
استخراج مستقل وقایع حساس	وقایع حساس موجود در مضمون ها بایستی توسط فرد مستقل دیگری نیز استخراج گردد و میزان مشابهت آن با استخراج اولیه وقایع حساس مقایسه گردد.	در تحقیق حاضر ۴ مورد از مصاحبه ها در اختیار فرد دیگری قرار گرفت که پس از استخراج وقایع حساس، مشابهت زیادی با تحلیل محقق داشت.
میان واری مشارکت کنندگان ^۲	پس از استخراج داده های اولیه بایستی مجدداً توسط فرد مشارکت کننده مورد بازبینی و تایید قرار گیرد.	در این مورد پس از استخراج مضمون های اولیه، نتایج برای مصاحبه شوندگان ارسال گردید که در بیشتر موارد تایید گردیده و در برخی موارد نیز اصلاحات مورد نظر آنان انجام گرفت.

^۱ Butterfield^۲ Participant Cross-Checking

مضمون های استخراج شده در اختیار یک ارزیاب قرار گرفته و از او خواسته شد تا این مضمون ها را در مقوله های موجود قرار دهد. پس از بحث و تبادل نظر و اندکی تغییرات نهایتاً جایگاه مضمون ها در مقوله ها به طور دقیق مشخص گردید.	نزدیک به یک چهارم از وقایع حساس بصورت تصادفی انتخاب گردیده و از نظر انتخاب جایگاه درست در مقوله ها، مورد بررسی قرار می گیرند.	انتخاب ۲۵ درصد وقایع حساس به صورت تصادفی
در تحقیق حاضر پس از انجام ۱۰ مصاحبه عملاً مقوله جدیدی اضافه نگردید و به کفایت رسیدیم.	تا چه مرحله ای از گردآوری اطلاعات امکان پیدا شدن مقوله (طبقه) جدید وجود دارد.	کفایت طبقات
مقوله های بدست آمده در اختیار دو تن از اساتید دانشگاه قرار گرفت که تایید آنان موجب بالا رفتن اعتبار تحقیق گردید.	در تحقیقات فن وقایع حساس مرسوم است که مقوله های بدست آمده توسط چند محقق دیگر مورد بررسی و تایید قرار گیرد.	تایید مقوله ها توسط خبرگان علمی
بررسی مضمون های اولیه استخراج شده و مقایسه با مقوله ها نشان داد که نرخ مشارکت در هر مقوله قابل قبول می باشد.	در این معیار تعداد مشارکت کنندگانی که به یک مقوله خاص اشاره نموده اند را به تعداد کل مشارکت کنندگان تقسیم می نمایند. اگر نرخ مشارکت هر مقوله ۲۵ درصد شود آن مقوله از اعتبار کافی برخوردار است.	معیار نرخ مشارکت
اگرچه ماهیت تحقیق اکتشافی بدست آوردن عوامل جدید می باشد اما تعداد زیادی از مقوله های اصلی تحقیق از نظر ادبیات تحقیق نیز پشتیبانی می شدند.	به بررسی این موضوع می پردازد که نتایج تحقیق حاضر با ادبیات پژوهشی مرتبط تناسب دارد یا خیر.	پایایی نظری
مقوله های بدست آمده در اختیار مصاحبه شوندگان قرار گرفته و عناوین برخی از مقوله ها تغییر جزئی پیدا کرد.	در این معیار از مشارکت کنندگان خواسته می شود که ارتباط بین نظرات خود و مقوله های مشخص شده را بررسی و تایید نمایند.	پایایی توصیفی
در تحقیق حاضر یکی از پژوهشگران دانشگاهی با بررسی کامل دو مورد از مصاحبه ها، درستی روش و پیاده سازی داده های مصاحبه را مورد بررسی و تایید قرار داد.	از پژوهشگر دیگری خواسته می شود که به صوت مصاحبه گوش داده و مطمئن شود که محقق مراحل فن وقایع حساس را بدرستی دنبال نموده است.	صداقت در مصاحبه

باتوجه به آنچه در جدول فوق بیان شد تحقیق حاضر از دقت کافی برخوردار بوده است.

نتایج و بحث

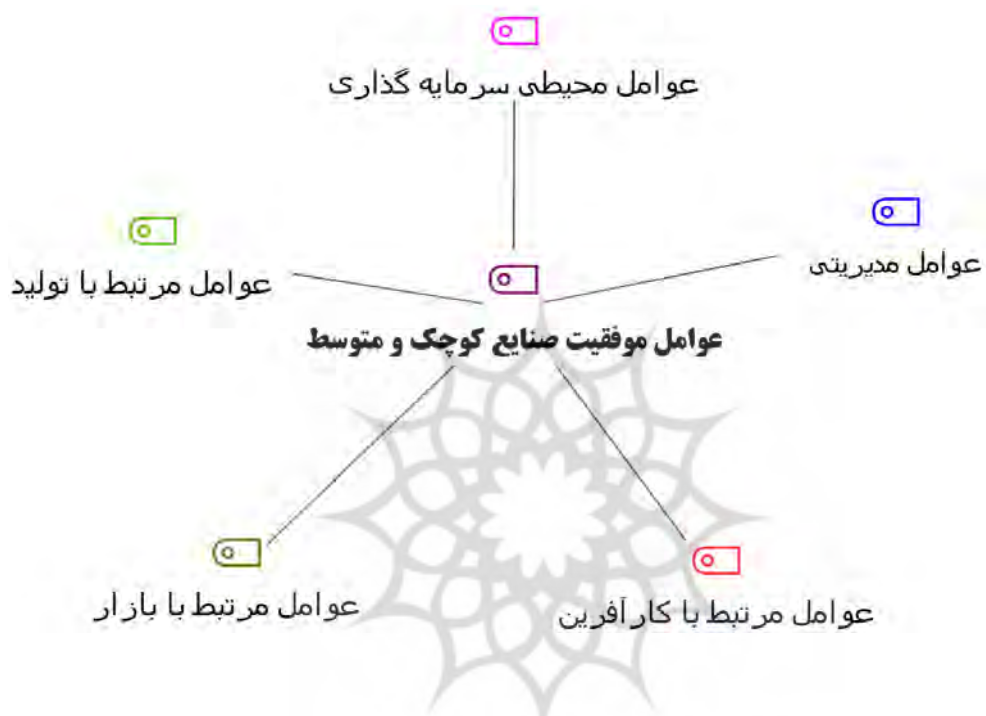
پس از جمع آوری نظرات خبرگان جهت تحلیل مضمون از کدگذاری به کمک نرم افزار MaxQDA 18 استفاده شد. بر این اساس ابتدا به هر یک از جملات مطرح شده توسط خبرگان یک کد اولیه اختصاص یافت که مجموعاً تعداد ۲۱۵ کد را نشان می داد؛ در مرحله دوم پس از حذف کدهای تکراری و تجمیع کدهای مشابه تعداد ۵۶ کدنهایی باقی ماند که در مرحله سوم این کدها در ۵ مقوله اساسی دسته بندی شدند.

جدول ۳. تشکیل مقوله های اصلی تحقیق

ردیف	کدهای ثانویه	مقوله ها
۱	کسب مهارت بازاریابی و فروش	عوامل مرتبط با بازار
۲	توجه به حجم تقاضا	
۳	قدرت رقابتی محصول	
۴	توجه به مصرف کنندگان	
۵	وضعیت صادرات و واردات محصول	
۶	توجه به بازار و نیاز مشتریان	
۷	تولید بر مبنای صادرات	عوامل مرتبط با تولید
۸	برآورد دوره بازگشت سرمایه	
۹	تولید بر مبنای حداقل ضایعات	
۱۰	آگاهی از مبادی تامین مواد اولیه	
۱۱	استفاده از روش های بهینه	
۱۲	استفاده از علم روز در تولید	
۱۳	استفاده از سیستم های استاندارد	
۱۴	استفاده از سیستم های به روز	
۱۵	داشتن برنامه کیفی برای محصول	
۱۶	برنامه ریزی درست	عوامل مدیریتی
۱۷	اهداف کوتاه مدت و بلندمدت	
۱۸	استفاده از مشاوران خبره	
۱۹	تیم کاری متخصص	
۲۰	بکارگیری نیروهای باتجربه	
۲۱	داشتن استراتژی مناسب	
۲۲	داشتن اهداف خرد و کلان	

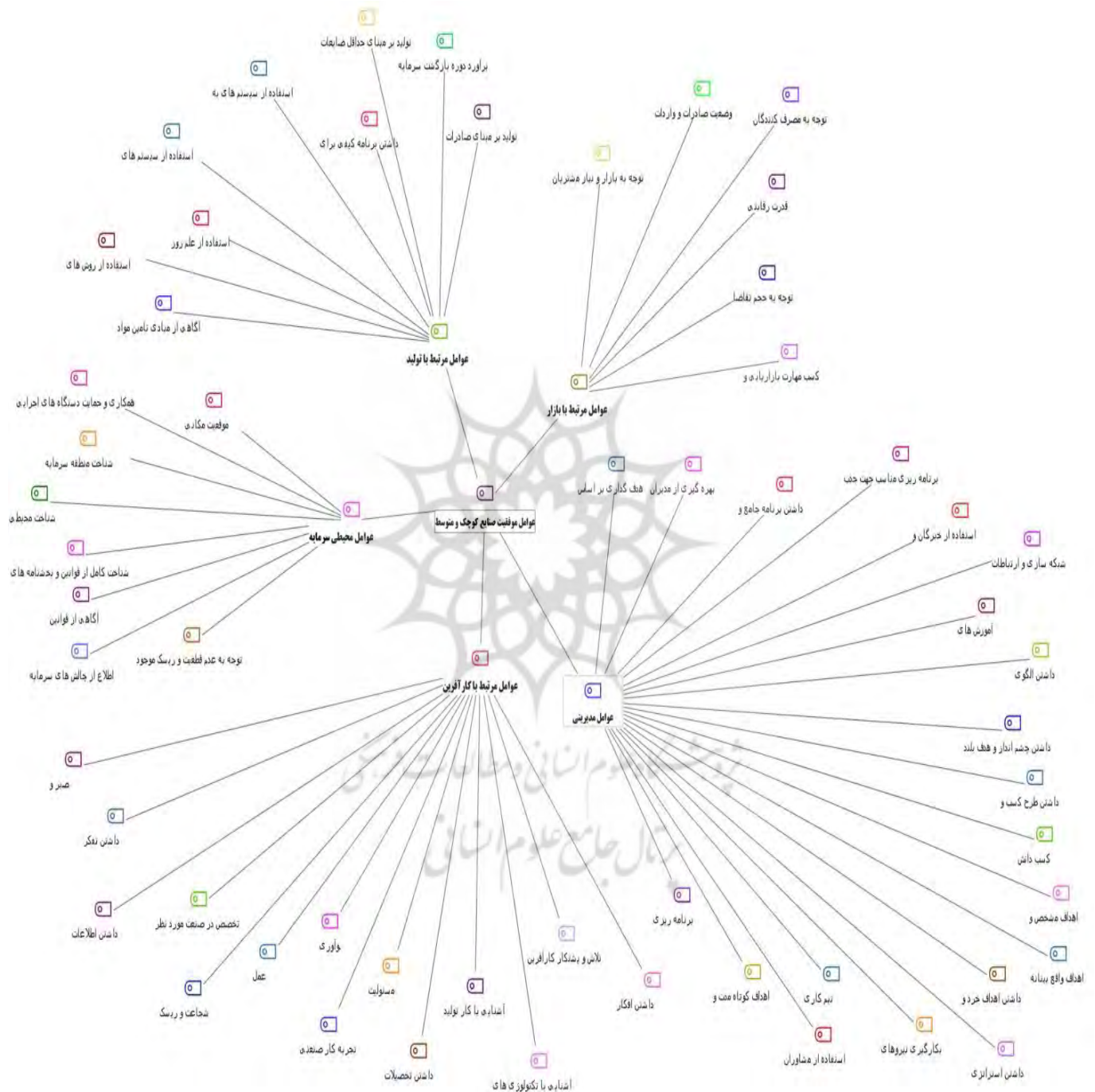
	اهداف واقع بینانه	۲۳
	اهداف مشخص و روشن	۲۴
	کسب دانش مدیریت	۲۵
	داشتن طرح کسب و کار	۲۶
	داشتن چشم انداز و هدف بلند مدت	۲۷
	داشتن الگوی موفق	۲۸
	آموزش های کاربردی	۲۹
	شبکه سازی و ارتباطات قوی	۳۰
	استفاده از خبرگان و متخصصان	۳۱
	برنامه ریزی مناسب جهت جذب تسهیلات	۳۲
	داشتن برنامه جامع و راهبردی	۳۳
	مدیران کاربلد	۳۴
	هدف گذاری بر اساس زمان	۳۵
عوامل مرتبط با کارآفرین	داشتن افکار خوشبینانه	۳۶
	تلاش و پشتکار کارآفرین	۳۷
	آشنایی با تکنولوژی های موجود	۳۸
	آشنایی با کار تولید	۳۹
	داشتن تحصیلات مرتبط	۴۰
	مسئولیت پذیری	۴۱
	تجربه کار صنعتی	۴۲
	نوآوری	۴۳
	عمل گرایی	۴۴
	تخصص در صنعت مورد نظر	۴۵
	داشتن اطلاعات بروز	۴۶
	داشتن تفکر سیستمی	۴۷
	صبر و استقامت	۴۸
عوامل محیطی	شجاعت و ریسک پذیری	۴۹
	موقعیت مکانی مناسب	۵۰
	توجه به عدم قطعیت و ریسک موجود	۵۱
	شناخت کامل از قوانین و بخشنامه های دولتی	۵۲
	شناخت محیطی مناسب	۵۳
	اطلاع از چالش های سرمایه گذاری	۵۴
شناخت منطقه سرمایه گذاری	۵۵	

بنابراین مدل تحقیق در سطح مقوله ها، طبق خروجی نرم افزار MaxQDA به شکل زیر خواهد بود:



با در نظر گرفتن عوامل جزئی، مدل تحقیق با استفاده از نرم افزار مکس کیودا به شکل زیر درآمد:

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



شکل ۱. خروجی نرم افزار مکس کیودا بدون در نظر گرفتن عوامل جزئی

شکل ۲. خروجی نرم افزار مکس کیودا با در نظر گرفتن عوامل جزئی

جدول و نمودارهای فوق نشان می دهد که ۵ مقوله کلی بر موفقیت یک کارآفرین در صنایع کوچک و متوسط تاثیرگذار بوده که شامل عوامل مرتبط با بازار، عوامل مرتبط با تولید، عوامل مدیریتی، عوامل مرتبط با کارآفرین و عوامل محیطی می باشد. در زیر به بحث و تحلیل نتایج مربوط به هر کدام از این مقوله ها به همراه زیر مقوله های مرتبط با آن خواهیم پرداخت.

عوامل مرتبط با کارآفرین

عوامل مرتبط با کارآفرین به عنوان سنگ بنای عوامل موفقیت سرمایه گذار شناخته می شود. این امر در تعاونی ها می تواند به صورت صفات و ویژگی های هیات مدیره یا مدیرعامل تعاونی نمایان گردد. اگرچه دستگاه های دولتی، عوامل اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی هر یک به نوعی می توانند فعالیت یک سرمایه گذار را تحت تاثیر قرار دهند. اما بایستی اذعان نمود آنکه در خط مقدم سرمایه گذاری بخش صنعت حضور دارد شخص کارآفرین بوده و ویژگی های او می تواند پیوستاری از شکست کامل تا موفقیت کامل برایش ترسیم نماید. با توجه به مشکلات عدیده در حوزه سرمایه گذاری کشور (بروکراسی اداری، مشکلات بانکی و نقدینگی، بهره وری پایین، عدم حمایت های دولتی و ...) سرمایه گذار می بایست کاملاً با چالش های پیش رو آشنایی داشته باشد و با پشتکار قوی و محکم وارد عرصه صنعت شود تا بتواند با چاشنی تلاش، اراده فولادین و صبر در این حوزه به نتیجه برسد.

سرمایه گذاری فعالیتی پیچیده محسوب می شود که عوامل مختلفی در موفقیت یا شکست آن ایفای نقش می کند. این مسئله در زمان بحران و مشکلات اقتصادی بیش از پیش خود را نشان می دهد. اما یکی از عوامل مهم در موفقیت سرمایه گذاری، فرد سرمایه گذار بوده و وی باید از ویژگی های خاصی همچون صبر، خوش بینی، تخصص و... در این زمینه برخوردار باشد. سرمایه گذار موفق یک سرمایه گذار خوش بین است، همواره باید این باور و امید که شرایط بهتر شده و رشد اقتصادی ادامه پیدا می کند در ذهن سرمایه گذار باشد. در غیر این صورت اگر جهان را مدام در مسیر رکود، افت شاخص ها و افزایش مشکلات اقتصادی بداند خیلی زودتر از آن چیزی که انتظار می رود با شکست مواجه می شود.

بیشتر مولفه هایی که مرتبط با کارآفرین می باشند به شخص کارآفرین ، ویژگی های ذاتی او ، سوابق کاری و تحصیلاتی و دیگر موارد شخصی او ارتباط داشته و عوامل کلی دیگر مانند تولید ، بازار و ... تاثیری بر شخص کارآفرین نخواهد داشت. عواملی چون ابتکار و نوآوری در شخصیت کارآفرین موجب می گردد با جستجوی فرصت های مختلف از جمله فرصت های بازار، نیازهای مشتری، منابع، فناوری و مقررات قانونی ، با انگیزه بیشتری به سمت موفقیت حرکت کند. (Kusa et.al,2021) بررسی تحقیقات پیشین نشان می دهد که یافته های تحقیق در این بخش در تحقیقات داخلی با تحقیقات زبردست و رستم زاده (۱۳۸۵) ، رازفندی و درانی (۱۳۸۸) ، محمدی و عسگری (۱۳۹۰) ، احمدی، باباشاهی و خدشناس (۱۳۹۰) ، محمدزاده و همکاران (۱۳۹۶) همخوانی داشته و در تحقیقات خارجی نیز با تحقیقات کارتر و اوکن (Carter & Auken., 2006) ، ادواردز (۲۰۰۸) ، بنزینگ و دیگران (Benzing et al., 2009) ، دیزاریدیس و موسیلیس (۲۰۱۴) ، بنزازوا و دیگران (Benzazoua et al., 2015) ، کیویی و تانگ (Kieu & Trang, 2016) همخوانی دارد. این نتیجه تحقیق به طور ویژه با نتایج تحقیقات پراگ (۲۰۰۳) همخوانی داشته به طوریکه او تجربه مفید (و مرتبط) کارآفرین را که مرتبط با شخص کارآفرین می باشد عامل اساسی در موفقیت او می داند. همچنین با تحقیقات بسیاری از محققان نیز دارای مشابهت هایی است به طوریکه هر سه این تحقیقات ویژگی های شخص کارآفرین را بطور کلی عامل موفقیت وی دانسته و هریک به بررسی جنبه خاصی از این ویژگی ها پرداخته اند (Barun, 2006; Curter, 2006; Marchtta 2012).

یکی از عوامل مهم در موفقیت صنعتی داشتن تجربه کارصنعتی است. تجربه صنعتی کارآفرین در موفقیت و شکست صنعت بسیار تاثیرگذار است؛ به عنوان مثال فردی پس از مراجعه به سازمان های صنعت، معدن و تجارت استانها و اخذ جواز تاسیس متوجه می شود که امکان ورود ماشین آلات این صنعت (به دلیل تحریم یا دیگر موارد) وجود ندارد و یا مواد اولیه صنعت به راحتی قابل دستیابی نبوده و یا اینکه متخصصان کافی جهت اجرای این طرح در کشور وجود نداشته و تامین متخصصان خارجی نیز هزینه زیادی دارد که در توان او نیست. در شرایط اقتصادی حاکم بر ایران از جمله وجود تورم که در بخش هایی مانند تهیه زمین، دستمزد نیروی انسانی، مواد اولیه و غیره سرمایه گذار را دچار مشکل می نماید و یا افزایش نرخ ارز که موجب افزایش قیمت ورود ماشین آلات صنعتی خارجی و افزایش هزینه استفاده از نیروهای متخصص خارجی می گردد هرگونه اشتباه یا فرآیند آزمون و خطا می تواند موجب تحمیل هزینه های سنگین بر فرد کارآفرین گردد.

به همین جهت فردی که پای در عرصه کارآفرینی صنایع کوچک و متوسط می گذارد ضروری است تجربه مفیدی از کار در بخش صنعت و مخاطرات آن داشته باشد. داشتن سابقه صنعتی می تواند در حوزه های زیر به کارآفرین کمک نماید: بهبود تعامل با دستگاه های دولتی مربوط، برنامه ریزی بهتر برای تولید محصولی جدیدتر متناسب با نیاز بازار، شناخت بهتر از بازار و کانال های توزیع و فروش محصول، شناخت بهتر از بازار کار و نیروی انسانی متخصص، تخمین بهتر و دقیق تر از هزینه های کارآفرینی شامل هزینه های قانونی، خرید زمین، امتیازات قانونی، ساخت کارگاه و...، تخمین بهتر و دقیق تر از هزینه های تولید محصول از ابتدای ایجاد نمونه اولیه محصول تا فروش به مصرف کننده، کاهش زمان تاسیس واحد صنعتی، استفاده بهتر از تسهیلات بانکی. بنابراین باتوجه به موارد بالا سابقه صنعتی فرد کارآفرین می تواند فرآیند امکان سنجی مالی پروژه را به طور مناسبی بهبود بخشد.

عامل مهم دیگری که می تواند موفقیت کارآفرین را تحت تاثیر قرار دهد داشتن تحصیلات مرتبط می باشد. پراگ (۲۰۰۳) معتقد است تحصیلات مرتبط می تواند راه را بر کارآفرین ساده تر نموده و به طور موثرتری به ایجاد کسب و کار جدید بپردازد. متأسفانه بخش زیادی از سرمایه گذاران صنعتی، معمولاً بدون مطالعه و مهارت کافی بدنبال اخذ جواز تاسیس می روند و اغلب بر اساس شنیده هایی راجع به سود دهی بالای برخی صنایع اقدام به احداث واحد تولیدی نموده و بیشتر دنباله رو واحدهایی هستند که تا حدودی موفق عمل نموده اند. تحصیلات مرتبط می تواند افق دید کارآفرین را وسعت بخشیده و تحلیل دقیق تری در خصوص تولید کالا در اختیار او بگذارد. به طور دقیق تر می توان گفت فردی که تحصیلات مرتبط با زمینه صنعتی مورد نظر خود دارد نسبت به امکان سنجی فنی پروژه توانایی بیشتری داشته و تخمین بهتری از مخاطرات تولید کالایی با کیفیت خواهد داشت. عدم مهارت و تخصص های لازم در زمینه صنعت مورد نظر معمولاً باعث می گردد که افراد از دانش و فناوری به روز استفاده نکنند و این عامل معمولاً منتج به عدم سوددهی و یا سود دهی پائین و عدم توان رقابت با سایر رقبا شده و در نهایت به شکست یک واحد تولیدی منجر گردد. همچنین تحصیلات مرتبط کارآفرین از دو جنبه اساسی دیگر نیز می تواند بر بهبود وظایف او به عنوان یک مدیر کمک کند: اولاً در گزینش نیروی انسانی متخصص، بهتر عمل نموده و بدنه تخصصی سازمان به درستی ساخته خواهد شد. دوماً باتوجه به تخصص خود در صنعت مورد نظر کنترل بهتری بر کارکنان و فرآیندهای تولید خواهد داشت. بدیهی است جهت انجام جزئیات طرح های

سرمایه گذاری نیاز به جذب نیروی متخصص وجود دارد. اما ضروری است فرد سرمایه گذار نیز اطلاعاتی از کلیات فنی و چرخه تولید آن کالا داشته باشد. داشتن روحیه کارآفرینانه (ریسک پذیری، نوآوری و پیشرو بودن) همانطور که بسیاری از تحقیقات اثبات کرده‌اند برای موفقیت یک شرکت جدید و نوپا ضروری است. ایجاد یک شرکت جدید در هر ابعادی همراه با شرایط مبهم است و بنابراین ریسک پذیری، شجاعت و نترسیدن از موانع و دشواری‌های پیش رو برای هر شخصی که اقدام به تأسیس شرکت کرده لازم است. این ویژگی‌ها اگرچه قابل تدریس و یادگیری است ولی مشخصه‌های ذاتی فرد (شخصیت) و همینطور شیوه بزرگ شدن فرد (تأثیر خانواده و الگوهای دوران کودکی و جوانی) بسیار اثر دارد.

عمل‌گرایی یا پیشرو بودن نیز جزو ویژگی‌های حیاتی برای هر شخصی است که می‌خواهد شرکتی را تأسیس کند و پیش ببرد. ایجاد و رشد دادن شرکت فرایندی بسیار مبهم است و بازدارنده‌های شخصی-محیطی زیادی وجود دارد. عده زیادی هستند که علیرغم داشتن ایده هنوز دست به اقدام نزده‌اند و ایده‌شان را اجرایی نکرده‌اند؛ بنابراین نیاز به این ویژگی برای شخص فرصت‌آفرین حیاتی است. داشتن نوآوری (یک نگاه نو و متفاوت به آنچه در حال حاضر هست اعم از خود محصول، خدمات یا روش اجرا) زمانی که بازار رقابتی است نیز باید جزو ویژگی‌های شخصیتی ضروری باشد. بنابراین باتوجه به موارد فوق می‌توان گفت عوامل مرتبط با شخص کارآفرین نقش مهمی در موفقیت سرمایه گذاران در حوزه صنایع کوچک و متوسط خواهد داشت.

عوامل محیطی

عوامل مرتبط با محیط سرمایه گذاری معمولاً از عوامل مرتبط با کارآفرین تأثیر پذیرفته و بر سایر عوامل تأثیر گذار خواهند بود. به عنوان مثال هنگامی که کارآفرین سابقه کار صنعتی داشته باشد به طور مناسب تری می‌تواند با بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های دولتی که بخشی از عوامل محیطی می‌باشند دست و پنجه نرم کند؛ یا کسی که تلاش و پشتکار داشته و به آینده خوشبین است ترسی از عدم قطعیت و ریسک محیطی و چالش‌های تحمیلی از طرف محیط سرمایه گذاری نخواهد داشت و آنها را پشت سر خواهد گذاشت. از طرف دیگر عوامل محیطی با عوامل مدیریتی رابطه دو طرفه داشته و هم بر آن‌ها تأثیر گذاشته و هم تأثیر می‌پذیرد. به عنوان مثال حمایت‌های دولتی می‌تواند راه را برای برنامه ریزی بهتر مدیران و استفاده مناسب‌تر از تسهیلات فراهم نموده

و همچنین عواملی چون تفکر استراتژیک و تعیین برنامه راهبردی برای شرکت می تواند بر کاهش شرایط عدم قطعیت و ریسک موجود تاثیر گذارد.

بررسی تحقیقات صورت گرفته نشان می دهد این گروه از عوامل مشابهت های زیادی با تحقیقات داخلی و خارجی دارد. به عنوان مثال تحقیق احمدپور داریانی (۱۳۷۷) عنوان می دارد: در عوامل محیطی، سیاست های دولت، وجود کمک های مالی و غیرمالی، رقابت، پویایی و هم گونی بر موفقیت کارآفرین تاثیر می گذارد. به طور مشابه محمدزاده و همکاران (۱۳۹۶) عنوان نمودند که کمک های مالی و غیرمالی دولت به عنوان یکی از عوامل محیطی موثر بر موفقیت سرمایه گذاری است. همچنین پزشکی و همکاران (۱۳۹۶) نیز عوامل محیطی را بر موفقیت سرمایه گذاری در منطقه ویژه اقتصادی امیرآباد موثر می دانند. در دیگر تحقیقات نیز شفیعی (۱۳۸۹)، احمدی، باباشاهی و خدانشناس (۱۳۹۰)، خنیفر و همکاران (۱۳۹۵) بر اهمیت عامل محیط سرمایه گذاری تاکید نموده اند. در تحقیقات خارجی نیز بنزازوا و دیگران (Benzazoua et al., 2015) بر اهمیت قوانین دولتی و روش های تامین مالی به عنوان یک عامل محیطی مهم تاکید نموده و اوباجی و دیگران (Obaji, 2018) سیاست های دولتی را عاملی اساسی در موفقیت سرمایه گذاری در صنایع کوچک و متوسط دانسته اند.

سرمایه گذاری در بستری انجام می شود که کاملا وابسته به شرایط محیطی است و تغییر در هر یک از آنها کل پروژه سرمایه گذاری را تحت الشعاع خود قرار می دهد. به همین دلیل شناخت کامل از عواملی مانند بخشنامه ها و دستورالعمل های دولتی، همکاری دستگاه های اجرایی، شرایط اقتصادی منطقه، آشنایی سرمایه گذار با منطقه سرمایه گذاری و... الفبای انجام هر سرمایه گذاری است. با توجه به شرایط ناپایدار فعلی و کوتاه بودن عمر تصمیمات کلان اقتصادی و سیاسی کشور، هر سرمایه گذاری باید عدم قطعیت فضای موجود و ریسک تغییرات مرتبط با آنها مد نظر قرار دهد. بومی بودن کارآفرین و شناخت مناسب از منطقه سرمایه گذاری یکی از همین عوامل برای موفقیت در صنایع کوچک و متوسط است. بنابر یافته های تحقیق، فردی که بومی منطقه سرمایه گذاری باشد با احتمال ۷۰٪ در این امر موفق خواهد بود. این عامل به میزان تطابق محل تولد و محل زندگی فرد با منطقه سرمایه گذاری او می پردازد. بومی بودن کارآفرین از چند جنبه مهم می تواند بر فعالیت کارآفرینانه او تاثیرگذار باشد: یکی از این جنبه ها شناخت بازارها و نیاز مردم منطقه می باشد. برای اینکه یک پروژه توجیه اقتصادی داشته باشد بایستی ابتدا امکان سنجی اقتصادی صورت گیرد و این مورد بدون در نظر گرفتن

بازار فروش کالا خلل پذیر خواهد بود. دومین مورد، مخاطرات کارآفرینی در صنایعی است که مواد اولیه آن در همان منطقه تامین می گردد. به عنوان مثال واحدهایی که در صنایع تبدیلی کشاورزی فعالیت می نمایند بایستی علاوه بر آگاهی از وضعیت جغرافیایی، توانمندی ها و حاصلخیزی خاک منطقه، آگاهی مناسبی از زمین های مرغوب منطقه نیز داشته باشند. و یا واحدهایی که در زمینه صنایع معدنی فعالیت می نمایند اغلب در خصوص بهره برداری از سنگ معدنی با مخالفت اهالی منطقه روبرو می شوند به طوریکه گاه روستائیان از طریق شورای روستا و دهیاری ها بدلیل برداشت و به زعم آنان هدر رفتن ثروت منطقه توسط افراد غیربومی از ایجاد و یا ادامه فعالیت سرمایه گذار جلوگیری می نمایند. سومین مورد در این خصوص شناسایی مخاطرات زیست محیطی در منطقه سرمایه گذاری است. سازمان محیط زیست وظیفه ارزیابی محیط زیستی در مورد تمام صنایع را دارد و هر صنعت متناسب با نوع تولیدی که انجام می دهد باید در جایگاه خود مستقر شده و شروع به فعالیت و تولید نماید. معمولاً برخی از طرح هایی که جواز تاسیس اخذ نموده اند بدلیل ناآگاهی از شرایط منطقه، در اخذ تأییدیه های سازمان محیط زیست دچار مشکل شده و یا تاخیر زیاد در تأیید طرح موجب انصراف سرمایه گذار از ادامه روند صدور پروانه بهره برداری می گردد. و درنهایت مورد دیگری که ممکن است کارآفرین را با مشکل روبرو کند تأیید زمین احداث کارخانه می باشد.

عامل مهم دیگر در این دسته همکاری و هماهنگی دستگاه های دولتی است. چرا سرمایه گذار پیش از آنکه به خط تولید برسد خسته و ناتوان می شود؟ یکی از علل رایج این فرسایش عبور از هفت خان مجوزهای دولتی است و متأسفانه سیستم مراجعه حضوری به ادارات است که توان سرمایه گذار را می گیرد. برای معرفی بهترین راه برای سرمایه گذاری نیازمند ایمنی مسیرهای قانونی تا انتها هستیم. در واقع بدون نظارت و ایمنی مسیر، سرمایه گذار پیوسته با بحران های بسیاری روبرو خواهد شد. از اینرو در اختیار داشتن منشور سرمایه گذاری یک ضرورت اجتناب ناپذیر است تا بدانیم چگونه باید در تمامی زمینه ها با سرمایه گذار، برخورد مناسب داشته باشیم.

عامل دیگر در عدم موفقیت سرمایه گذاران بخش صنعت، تغییر بخشنامه ها و دستورالعمل ها و صدور دستورالعمل های خلق الساعه است که موجب می گردد فردی که بر اساس آگاهی های خود از وضعیت صنعت کشور، وضعیت تسهیلات، استعلامات لازم و غیره پا به عرصه سرمایه گذاری در این حوزه گذارده، گاه با تغییر یک دولت به

دولت دیگر با تغییرات عمده مواجه شده و بعضاً قادر به ادامه سرمایه گذاری و تکمیل پروژه نباشد.

همچنین **قوانین محل و متناقض** در این حوزه نیز ریسک سرمایه گذاری را افزایش داده است. به طوری که وزارت صنعت، معدن و تجارت به عنوان متولی تولید کشور، جهت رفع مشکلات قانونی حوزه مجوزهای صنعتی اقدام به اعلام عناوین مجوزها، مقررات محل بیرونی حوزه صنعت، معدن و تجارت و راهکارهای پیشنهادی اصلاح آنها به وزارت اقتصاد و دارایی جهت طرح در هیأت مقررات زدایی نموده است که بخش صنعت آن به طور کلی شامل ۹ مورد می باشد:

۱. دریافت مجوز انطباق مقررات و ضوابط محیط زیستی استقرار واحدهای تولیدی صنعتی؛ (زمان بر بودن استعلامات صورت گرفته) ۲. دریافت مجوز انطباق مقررات و ضوابط محیط زیستی استقرار برای واحدهای تولیدی صنعتی، مستقر در شهرک‌های صنعتی (سازمان محیط زیست و نمایندگان استانی آن علیرغم آنکه بر اساس مقررات و ضوابط محیط زیستی استقرار واحدهای تولیدی، صنعتی و معدنی برای شهرک‌های صنعتی مجوزهای جداگانه صادر می‌کنند اما برای واحدهای مستقر در شهرک‌ها نیز به طور مجزا جهت استقرار رویه‌ای مشابه دارند که منجر به دوباره کاری می‌شود) ۳. دریافت مجوز انطباق مقررات و ضوابط بهداشتی و سلامت استقرار واحدهای تولیدی صنعتی (مربوط به دانشگاه علوم پزشکی)، (زمان بر بودن استعلامات صورت گرفته) ۴. دریافت مجوز انطباق مقررات و ضوابط محیط زیستی برای کلیه فعالیت‌های تولیدی (موضوع ماده ۱۱ قانون هوای پاک) ۵. صدور پروانه بهره برداری بهداشتی و پروانه ساخت و پروانه استاندارد در مورد صنایع غذایی و دارویی؛ (توسط اداره نظارت بر مواد غذایی و بهداشتی و اداره کل استاندارد، به طور موازی) ۶. استعلام از شرکت‌های آب، برق و گاز جهت دریافت مجوز تأمین نیاز صنعت؛ (زمان بر بودن استعلامات صورت گرفته و هزینه بر بودن انشعابات آب، برق و گاز) ۷. دریافت زمین از طریق منابع طبیعی و سازمان جهاد کشاورزی جهت ایجاد واحد صنعتی؛ (واگذاری زمین از طریق منابع طبیعی و سازمان جهاد کشاورزی منوط به ارائه جواز تاسیس است) ۸. تمدید مجوزهای محیط زیست؛ (عدم ثبات مقررات و ضوابط در صدور مجوزهای محیط زیست در خصوص واحدهای صنعتی به طوری که با وجود سرمایه گذاری عدم تمدید مجوز محیط صورت گرفته و مانع ادامه فعالیت واحد تولیدی می‌گردد) ۹. عدم امکان پرداخت اینترنتی پرداخت حق تمبر مربوط به صدور

جواز تأسیس واحدهای تولیدی و مراجعات مکرر متقاضیان به صورت حضوری به ادارات کل مالیاتی^۱.

مشکل دیگر صنایع کوچک و متوسط در حوزه **قوانین پولی، مالی و بانکی** می باشد به طوری که تعیین سود علی الحساب به سپرده های بانکی توسط بانک مرکزی که بعضاً در برخی سال ها بیش از نرخ تورم می باشد موجب خواهد شد تا سرمایه ها به جای حرکت به سمت تولید به سمت پس اندازهای بانکی جاری شده و موجب دلسردی تولید کنندگان گردد. چرا که در این وضعیت اولاً تولید کنندگان ترجیح می دهند به جای پذیرش مخاطرات سرمایه گذاری، پول خود را در بانک ها پس انداز کنند و سود تضمینی دریافت کنند و ثانیاً بانک ها به دلیل پرداخت سود تضمینی به مردم مجبور خواهند بود برای جبران این سود، درصد سود بالاتری از واحدهای تولیدی اخذ کنند که در هر دو صورت به ضرر تولید خواهد بود. همچنین وجود تشریفات و پیچیدگی ها و اخذ تضمین های سنگین از تولید کنندگان که همگی در بخشنامه های بانکی الزام قانونی دارد موجب خواهد شد، بیشتر تولید کنندگان موفق به اخذ تسهیلات بانکی نشده و سرمایه اندک خود را در بازارهای دیگر چون مسکن، طلا و ارز سرمایه گذاری نمایند.

از طرفی نوسانات ارز و تغییرات بازار ناشی از سیاست های دولت در واردات و صادرات کالاها نیز سرمایه گذاران را با ریسک بالایی مواجه می کند به طوری که در میانه راه سرمایه گذاری با تغییر قیمت ارز توجیه مالی پروژه از بین خواهد رفت و سرمایه گذار دیگر قادر به تامین هزینه های ورود ماشین آلات به کشور و استفاده از نیروی متخصص خارجی نخواهد بود. همچنین با تغییر سیاستها در واردات یا صادرات یک کالا ممکن است پروژه ای که به منظور تولید یک کالای خاص افتتاح گردیده پس از مدتی توجیه اقتصادی خود را از دست داده و به صورت ناتمام رها گردد. درنهایت می توان گفت بطور خلاصه شناخت عوامل محیطی (فرصت ها و تهدیدها) مقدمه ی برنامه ریزی برای اهداف و تعیین استراتژی های درست هر سرمایه گذاری موفق است.

عوامل مدیریتی

عامل کلی دیگری که بر موفقیت یک سرمایه گذار در تعاونی های صنایع کوچک و متوسط تاثیر گذار خواهد بود عوامل مدیریتی می باشد. این عوامل با داشتن تاثیر دو طرفه

۱. سایت وزارت صنعت، معدن و تجارت به نشانی: www.Mimt.gov.ir

نسبت به عوامل بازار، عوامل تولید و عوامل محیطی هم می‌توانند بر آنها تاثیر بگذارند و هم از آن عوامل تاثیر خواهند پذیرفت. به عنوان مثال داشتن یک طرح کسب و کار مناسب می‌تواند بر عوامل مرتبط با بازار که از جمله شناخت مناسب مشتریان و بازارهای هدف است تاثیر بگذارد و به طور متقابل تغییرات برنامه‌های رقبا بازار و نیازهای مصرف کنندگان می‌تواند موجب تغییرات اهداف و برنامه‌های سازمان گردد. در خصوص عوامل تولید نیز همین رابطه برقرار است؛ به عنوان مثال برنامه ریزی مناسب جهت جذب تسهیلات می‌تواند با پیش‌گیری از اثر تورمی قیمت‌ها، خرید ارزان‌تر مواد اولیه را به دنبال داشته که موجب تولیدی ارزان‌تر خواهد شد. و همچنین تولید بر اساس یافته‌های علمی و به روز موجب صرفه جویی در کاهش هزینه‌ها شده که مدیریت می‌تواند مبالغ این هزینه‌ها را حفظ و در مصارف دیگری مانند آموزش و توسعه سرمایه انسانی بکارگیرد. همچنین عوامل مدیریتی گاهی از عوامل محیطی تاثیر پذیرفته (به عنوان مثال تغییر بخشنامه‌ها و قوانین دولتی می‌تواند مدیریت را با چالش‌هایی از جمله برنامه ریزی مجدد و تغییر اهداف روبرو نماید) و گاهی نیز بر عوامل محیطی تاثیر می‌گذارند به طوریکه داشتن برنامه‌های راهبردی با در نظر گرفتن فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی می‌تواند منجر به واکنش درست نسبت به تغییرات عوامل محیطی باشد.

بررسی تحقیقات پیشین نشان می‌دهد که یافته‌های تحقیق در این بخش در تحقیقات داخلی با تحقیقات زبردست و رستم زاده (۱۳۸۵)، رازقندی و درانی (۱۳۸۸)، مهرعلی زاده و سجادی (۱۳۸۸) همخوانی داشته و در تحقیقات خارجی نیز با تحقیقات کارتر و اوکن (Carter & Auken., 2006)، الاسدی و عبدالرحیم (۲۰۰۸)، بنزینگ و دیگران (Benzing et al., 2009)، دیزاریدیس و موسیلیس (۲۰۱۴)، بنزازوا و دیگران (Benzazoua et al., 2015)، کیوبی و تانگ (Kieu & Trang, 2016)، اوباجی و دیگران (Obaji, 2018) همخوانی دارد به طوریکه بیشتر این تحقیقات عوامل مرتبط با مدیریت مانند آموزش، توجه به نیروی انسانی، داشتن استراتژی و طرح کسب و کار را بر موفقیت کارآفرینان موثر دانسته‌اند. براساس یافته‌های تحقیق عوامل گوناگونی در دسته بندی عوامل مدیریتی قرار می‌گیرند. از تعیین هدف و برنامه ریزی گرفته تا تیم سازی و داشتن طرح کسب و کار و آموزش‌های مناسب. در زیر به بررسی برخی از این عوامل پرداخته شده است:

داشتن هدف مشخصه اصلی هر فعالیت اعم از سرمایه گذاری است. این هدف می‌تواند جنبه کلان داشته باشد و برای رسیدن به آن باید اهداف خرد هر سرمایه گذاری

مشخص شود. داشتن اهداف باعث می شود فعالیت های سرمایه گذاری در چارچوب مشخصی انجام شوند و سمت و سوی مشخصی داشته باشند. البته باید توجه داشت که صرف داشتن هدف موفقیت پروژه حاصل نمی شود و برای هر هدف می بایست برنامه کاملا مشخص شامل منابع انسانی و مالی، زمانبندی و فعالیت ها تدوین شود. استراتژی ها مسیر رسیدن به هدف ها هستند. به همین دلیل اگر یک سرمایه گذار اهداف خود را به بهترین شکل ممکن انتخاب کرده باشد ولی استراتژی مناسبی برای رسیدن به آنها تعریف نکرده باشد پروژه ی ایشان حتما به شکست خواهد رسید. تدوین استراتژی های مناسب نیازمند شناخت کامل از محیط خارجی و داخلی شرکت است که همگی آنها راه رسیدن به هدف را مشخص می کنند. عوامل شناخت بازار، رقیبان، محصول تولیدی، سلیقه مشتریان و غیره از عوامل موثر بر انتخاب استراتژی درست در راستای اهداف خرد و کلان است. اما دلیل اینکه افراد معمولا به اهداف خود دست پیدا نمی کنند این است که یا اهدافشان را مشخص نمی کنند یا آنها را جدی نمی گیرند. برندگان عرصه تولید می توانند به شما بگویند مقصدشان کجاست، در طول مسیر چه برنامه های دارند و در این مسیر چه کسی آنها را همراهی می کند.

از طرفی دستیابی به هدف ها با برنامه ریزی درست امکان پذیر خواهد بود. داشتن یک برنامه جامع و راهبردی که همه ابعاد مهم سرمایه گذاری را پوشش دهد بایستی از ابتدای یک کار مورد توجه قرار گیرد. برنامه ریزی در استفاده مناسب از منابع و امکانات و داشتن جدول زمانی برای اجرای درست و به موقع فعالیت های مرتبط، موجب کارائی پروژه و برنامه ریزی مناسب جهت جذب تسهیلات و تعیین فعالیت ها جهت دستیابی به هدف موجب اثربخشی پروژه خواهد شد.

از طرف دیگر تدوین ، اجرا و ارزیابی برنامه ها توسط نیروی انسانی صورت خواهد گرفت. در تمام معادلات اقتصادی و سرمایه گذاری ، عامل سرمایه انسانی یک عامل مهم و معنادار بوده است که نقش آن در تولید می تواند مثبت یا منفی باشد. برای دست یابی به هدف های مولد و رشد اقتصادی علاوه بر سرمایه فیزیکی ، نیاز به سرمایه انسانی می باشد . اما نیروی انسانی بایستی تخصص لازم جهت پیشبرد امور را داشته باشد که این امر در گرو عوامل گوناگونی است که در این میان آموزش های تخصصی، معرف مهم ترین نوع سرمایه گذاری انسانی بوده که با ارتقای مهارت ها دانش و توان حرفه ای و مدیریتی کمک شایانی به رشد اقتصادی می نماید. تولید بیشتر و کیفیت بالاتر تنها در گرو نیروی کار با صلاحیت است و قابلیت های نیروی کار تحت تاثیر آموزش توسعه می یابد. و

آموزش های مستمر سبب می شود که مهارت ها و قدرت تولید نیروی کار ارتقا یافته و آن را به صورت سرمایه انسانی درآورد. به علاوه یک مدیریت موثر و کارا بدون داشتن طرح کسب و کار امری دشوار و تاحدودی غیرقابل انجام است. طرح کسب و کار است که به کارآفرین چشم انداز مناسبی از پروژه ، بازار ، رقبا ، ذینفعان و غیره ارائه داده و او را کمک می نماید تا با بررسی توانایی ها و منابع خود گام در این راه مهم بگذارد.

عوامل مرتبط با تولید

عوامل مرتبط با تولید نیز از اهمیت بالایی برخوردار است و ضمن تاثیر پذیرفتن از عوامل مدیریتی و عوامل محیطی می تواند بر عوامل مدیریتی تاثیرگذار باشد. به عنوان مثال همواره تغییر بخشنامه ها و مقررات دولتی در حوزه های صنعتی مانند منع ورود برخی ماشین آلات یا مقررات زیست محیطی می تواند فعالیت های مرتبط با تولید را تحت تاثیر قرار دهد. به علاوه نداشتن اطلاع کافی از شرایط محیطی ممکن است در حوزه هایی چون تامین مواد اولیه و یا صادرات کالا نیز کارآفرین را با مشکلات عدیده ای روبرو نماید. همچنین مدیریت طراحی محصول و بهینه سازی تولید آن از ضروریات استراتژیک برای صنایع کوچک و متوسط می باشد (carneiro et.al,2021).

اگرچه در تحقیقات پیشین توجه کمتری به عوامل مرتبط با تولید گردیده است اما بررسی ها نشان می دهد که یافته های تحقیق در این بخش در تحقیقات داخلی با تحقیقات انصاری و سلمانی زاده (۱۳۸۸) ، مهرعلی زاده و سجادی (۱۳۸۸) همخوانی داشته و در تحقیقات خارجی نیز با تحقیقات بنزینگ و دیگران (Benzing et al., 2009) ، دیزاریدیس و موسیلیس (۲۰۱۴) ، بنزازوا و دیگران (Benzazoua et al., 2015) مشابهت هایی دارد به طوریکه این تحقیقات مهارت های فنی و ویژگی های شرکت و صنعت را از عوامل موفقیت سرمایه گذار دانسته اند.

براساس یافته های تحقیق عوامل گوناگونی در ارتباط با تولید می توانند بر موفقیت سرمایه گذار تاثیر گذار باشند که از جمله آنها می توان به تولید بر مبنای صادرات ، تولید با حداقل ضایعات ، استفاده از علم روز و روش های بهینه تولید و آگاهی از مبادی تامین مواد اولیه نام برد. مفاهیمی مانند بهره وری، کارایی و اثر بخشی باعث شده اند تا حوزه صنعت کاملا به سوی تخصصی شدن پیش رود. به همین دلیل باید برای موفقیت در این زمینه با علم روز پیش رفته و از بهینه ترین روش ها جهت رسیدن به این شاخص ها استفاده نمود. در حالی که تحقیقات نشان می دهد بکارگیری فناوری های صنایع نسل

چهارم یا همان صنایع هوشمند در بیشتر صنایع کوچک و متوسط دنیا به دلیل محدودیت های مالی و ضعف دانشی؛ مغفول مانده است (Tariq & Soontag,2020)؛ بنابراین در بهترین شرایط داشتن تیمی از افراد متخصص در کنار مدیریت قوی برای سرمایه گذاری موتور پیشران حرکت به جلو خواهد بود.

عده ای از افراد که جهت سرمایه گذاری های صنعتی مراجعه می نمایند اطلاعات کافی در خصوص شرایط سرمایه گذاری از جمله تامین مواد اولیه در حوزه مورد نظر خود را ندارند. گاهی فرد کارآفرین بدون اطلاع کافی از اینکه مواد اولیه صنعت به راحتی قابل دستیابی نبوده اقدام به سرمایه گذاری نموده و پس از مدتی با مشکل تامین مواد اولیه مواجه می شود. متأسفانه یکی از شایع ترین دلایل ناکامی در سرمایه گذاری های صنعتی بحث عدم آگاهی از شرایط صنعت مورد نظر است و وقتی فردی اطلاعاتی از زیر ساخت های لازم در یک صنعت را ندارد چگونه ممکن است بتواند در آن صنعت حرفی برای گفتن داشته باشد.

از طرفی استفاده از روش ها و استانداردهای روز دنیا نیز نقش مهمی خواهد داشت. این روش ها، گاهی با آموزش و بهره گیری از توان متخصصان دیگر قابل جبران خواهد بود. اما گاهی نیاز به تغییرات ماشین آلات و به روز آوری آن خواهد داشت که می تواند با توجه به شرایطی همچون تحریم، افزایش نرخ ارز (که موجب بالا رفتن هزینه دستگاه های خارجی شده) یا نداشتن دانش فنی کار با ماشین آلات جدید، کارآفرین را با چالش های مهمی روبرو نماید. در صنایع تولیدی، روش ها، ابزارها و تکنیک های طراحی در خدمت تولید مصنوع فیزیکی و ملموس می باشد. که همین امر می تواند بر اهمیت و لزوم طراحی مناسب و استفاده از علم روز صحنه گذارد. (carneiro et.al,2021).

عوامل مرتبط با بازار

بر اساس یافته های تحقیق عوامل مرتبط با بازار یکی دیگر از عوامل اصلی موفقیت در صنایع کوچک و متوسط است؛ این عوامل از عوامل مرتبط با محیط تاثیر پذیرفته و با عوامل مرتبط با مدیریت رابطه دوطرفه دارد. به عنوان مثال برنامه ریزی درست و تعیین استراتژی های مناسب با شناخت درست از بازار و مشتریان امکان پذیر خواهد بود و از طرفی صادرات به کشورهای دیگر و کسب سهم بازار بیشتر چه در بازارهای داخلی و چه در بازارهای خارجی مستلزم مدیریت صحیح منابع و امکانات و تعیین اهداف درست است.

بررسی تحقیقات پیشین نشان می دهد که یافته های تحقیق در این بخش در تحقیقات داخلی با برخی تحقیقات دارای مشابهت می باشد؛ احمدپور داریانی (۱۳۷۷) عامل توجه به رقابت و بازار رقابتی را در موفقیت کارآفرینان ایرانی موثر دانسته و زبردست و رستم زاده (۱۳۸۵) عامل توجه به مشتری و مشتری مداری و ارتباطات را در موفقیت کارآفرینان آذربایجان شرقی موثر می داند؛ در تحقیقات خارجی نیز کارتر و اوکن (Carter & Auken., 2006) توجه به بازارهای پیرامونی و بنزازوا و دیگران (Benzazoua et al., 2015) استفاده از مهارت های بازاریابی را در موفقیت کارآفرینی صنایع کوچک و متوسط موثر دانسته است.

سرمایه گذاری در بخش صنعت شامل پارامترهای موثر زیادی اعم از مسائل مالی، نیروی انسانی، مباحث فنی و غیره است که هر یک از آنها در جایگاه خود اهمیت به سزایی دارند؛ ولی با توجه به شرایط کنونی کشور یکی از مهم ترین عوامل تاثیر گذار بر سرمایه گذاری شناخت درست و کامل از شرایط بازار، مشتریان و سیاست های کلان اقتصادی است. هر یک از این پارامترها می توانند اهداف و برنامه نیل به آنها را دچار تغییرات اساسی کنند. اگر پارامترهای مربوط به بازار هدف و محیط عمومی و اختصاصی صنعت به درستی مدل شوند و ریسک های مرتبط با هر یک از آنها کاملاً تعریف شده و اقدامات مرتبط تدوین شوند امکان برنامه ریزی های چند زمانه و هدف گذاری های درست و شفاف فراهم می شود.

اغلب افرادی که شروع به سرمایه گذاری در بخش های مختلف صنعتی کشور می نمایند معمولاً از اطلاعات لازم جهت انجام این کار برخوردار نیستند. این اطلاعات میتواند در زمینه بازار محصولات باشد. گاه سرمایه گذاران بدون توجه به وضعیت بازار یک کالا و نحوه فروش آن اقدام به شروع پروژه ای می نمایند که به هیچ وجه توجیه اقتصادی نداشته و در صورت تولید، شرکت را با ضرر و زیان بسیار مواجه خواهد کرد. از جمله اینگونه طرح ها می توان به برخی شرکت های ذوب آهن و فولاد در کشور اشاره نمود که پس از گذشت سالها از زمان صدور جواز تاسیس و فرسوده شدن ماشین آلات، کارشناسان اعلام نمودند در صورت تولید محصول نهایی با صد درصد ظرفیت، کارخانه به دلیل نداشتن توجیه اقتصادی زیان ده خواهد بود چراکه محصول نهایی چینی مشابه محصول فوق از مواد اولیه ورودی به کارخانه های مذکور ارزان تر خواهد بود و در نتیجه تولید بیشتر کارخانه برابر است با زیان بیشتر. از طرفی بسیاری از افراد بی اطلاع نیز تنها با کپی برداری از محصولات پررونق به دنبال سرمایه گذاری صنعتی می باشند که پس از

گذشت مدتی از اخذ جواز صنعتی به دلایلی همچون نداشتن توجیه اقتصادی، توجیه مالی و یا توجیه فنی از این امر سرباز می‌زنند چرا که متوجه می‌شوند بازار اشباع شده و سهمی از آنان برای محصولات تازه وارد وجود ندارد. همچنین بررسی بازار محصول قبل از هر سرمایه‌گذاری یکی از بهترین راه‌ها می‌باشد. مهم‌ترین توجه مدیران شرکت‌ها می‌بایست بر روی این نکته متمرکز باشد که در صورت عدم توجه به بازار مصرف و کاهش مصرف مشتریان و تغییر سلیقه مصرف مشتریان شرکت امکان ادامه حیات را نخواهد داشت. بنابراین تحقیقات بازار بایستی از ابتدای شروع ایده سرمایه‌گذاری مورد توجه کارآفرین قرار گرفته و در مقاطع مختلف ایجاد کسب و کار نیز به تحلیل شرایط بازار بپردازد. در صورتی که بخواهیم نیاز جدید را با توجه به محصول عرضه شده به بازار ایجاد کنیم نیز توجه به مشتریان بالقوه می‌تواند نسبت به سایر بخش‌ها از آیت‌های مهم باشد. بسیاری از نیازهای فعلی بازار با کالاهای موجود تامین می‌گردند اما هنوز هم فرصت‌های بسیاری در بازار وجود دارد که مشتریان نیازهای بیان نشده یا نیازهای رضایت‌آور داشته‌ولی کسی به آنها توجهی ننموده است. بنابراین در این حوزه نیز کارآفرین می‌تواند با سنجش نیازهای گوناگون در جامعه هدف خود نسبت به تولید کالاهای جایگزین اقدام نماید.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نگاهی به قانون بهبود مستمر فضای کسب و کار (مصوب سال ۱۳۹۰) نشان می‌دهد که بسیاری از مواردی که می‌تواند در موفقیت یک تعاونی صنعتی دخیل باشد در این قانون وجود دارد اما علی‌رغم گذشت ده سال از تصویب آن هنوز تعداد زیادی از مواد و جزئیات آن مورد غفلت واقع شده که در صورت اجرای کامل می‌تواند راه را برای موفقیت کسب و کارها هموار نماید. اما در کنار وجود این قوانین نیاز است تا محققان با مبنا قراردادن پژوهش‌های قبلی و قوانین موجود، راهکارهای عملی به دولت، تعاونی‌ها، کارآفرینان و سرمایه‌گذاران ارائه نمایند تا چراغ راه کشور در رشد کسب و کار و افزایش اشتغال باشد. به همین جهت پژوهش حاضر نشان داد که پنج گروه کلی از عوامل شامل عوامل مرتبط با کارآفرین، عوامل مدیریتی، عوامل محیطی، عوامل مرتبط با تولید و عوامل بازار بر موفقیت یک کارآفرین در تعاونی‌های حوزه صنایع کوچک و متوسط تاثیرگذار است. اما آنچه که پژوهش حاضر را به طور مشخص از سایر پژوهش‌های صورت گرفته در این حوزه متمایز می‌نماید و به ادبیات علمی حوزه سرمایه‌گذاری و کارآفرینی

در صنایع کوچک و متوسط می‌افزاید معرفی گروه عوامل مرتبط با تولید است. بررسی پیشینه تحقیق نشان داد که محققان در کشورهای گوناگون عواملی چون عوامل شخصیتی (فردی)، مدیریتی، بازاریابی و محیطی را به عنوان نتیجه کار خود آورده‌اند اما در هیچکدام از تحقیقات بررسی شده اشاره‌ای به عوامل مرتبط با تولید نشده است. این تمایز بین پژوهش حاضر و دیگر پژوهش‌ها ممکن است به دلیل استفاده از روش‌های کهنه و منسوخ شده تولید کالا در کشور ایران یا استفاده از ماشین‌آلات قدیمی در مقایسه با دیگر کشورها باشد؛ به طوریکه این عامل به عنوان یک عامل اساسی توجه بیشتر صنعتگران و فعالان اقتصادی را به خود جلب نموده است. عوامل مرتبط با تولید در تحقیق حاضر شامل چندین عامل جزئی مهم می‌باشد که هرکدام می‌تواند در موفقیت سرمایه‌گذاری نقش مهمی داشته باشد. به عنوان مثال تولید بر مبنای صادرات از چند جنبه می‌تواند در موفقیت سرمایه‌گذار اهمیت داشته باشد: در شرایطی که کشور با کاهش درآمدهای نفتی روبروست و اولویت با صادرات کالاهای غیرنفتی است توجه به این عامل می‌تواند با جلب حمایت‌های دولتی موجب سودآوری بیشتر بنگاه‌های تولیدی شود. به علاوه تولید بر مبنای صادرات موجب خواهد شد کالای تولید شده از کیفیت بالاتری (متناسب با بازارهای جهانی) برخوردار بوده و علاوه بر صادرات بتواند سهم بازارهای داخلی را نیز بدست آورد. عامل جزئی دیگر که می‌تواند بر موفقیت سرمایه‌گذاران در صنایع کوچک و متوسط تاثیرگذار باشد تولید بر مبنای حداقل ضایعات است. افزایش بی‌رویه قیمت مواد اولیه در بسیاری از صنایع موجب گردیده هزینه ضایعات نیز بالا رود و در نهایت منجر به افزایش قیمت تمام شده و کاهش فروش محصول گردد. بنابراین سرمایه‌گذار بایستی از ابتدا به دنبال روش‌هایی باشد که ضایعات را به حداقل رسانده و تولید کالا بصورت بهینه باشد. کاهش ضایعات بایستی در تمامی مراحل فرآیند طراحی، تولید، نگهداری، حمل و نقل و عرضه محصولات مورد توجه قرار گیرد. این عامل در صنایع گوناگون اهمیت متفاوتی خواهد داشت؛ به عنوان مثال تولید سنگ در صنایع معدنی با حدود ۵۰ درصد ضایعات همراه خواهد بود^۱ که این امر می‌تواند در زمان رکود ساخت و ساز مسکن منجر به تعطیلی واحدهای تولیدی در این رشته گردد. در نهایت عامل جزئی دیگری که در پژوهش حاضر آمده است آگاهی از مبادی تأمین مواد اولیه می‌باشد. برخی از سرمایه‌گذاران به گمان آنکه تأمین مواد اولیه به راحتی امکان پذیر است وارد بازار شده و پس از آن متوجه می‌شوند که تأمین مواد اولیه با مشکلاتی از قبیل

۱. به نقل از دبیرکانون سنگ ایران، (۱۳۹۳) خبرگزاری ایسنا

تحریم ، انحصاری بودن فروش ، وجود واسطه های عدیده یا کمتر بودن قیمت محصولات چینی از مواد اولیه روبرو می باشد. تا جایی که برخی واحدهای تولیدی پس از مدتی متوجه می گردند تولید کالا با تمام ظرفیت نه تنها موجب سودآوری نمی شود بلکه موجب ضرر و زیان شرکت نیز خواهد شد.

حال باتوجه به عوامل بدست آمده از پژوهش حاضر پیشنهادهای زیر ارائه می

گردد :

- به متقاضی پیشنهاد می گردد قبل از ورود به صنعت ، دوره های آموزشی از قبیل کارآفرینی ، آشنایی با صنعت مورد نظر ، شناخت تکنولوژی های روز دنیا و دیگر دوره های مرتبط را طی نماید.
- به بخش دولتی پیشنهاد می گردد با توجه به نتایج تحقیق و در راستای اجرای ماده ۱۷ قانون بهبود مستمر فضای کسب و کار که اعلام می دارد: " به منظور توانمندسازی، ارزیابی و ارتقاء شایستگی مدیریت بخشها و بنگاههای اقتصادی کشور اعم از دولتی، تعاونی و خصوصی و نیز هم افزایی و توسعه ظرفیتهای مشاوره مدیریت در کشور، «سازمان نظام مشاوره مدیریت» در قالب شخصیت حقوقی مستقل غیردولتی و غیرانتفاعی تشکیل می شود" ؛ تا تشکیل سازمان مذکور نسبت به ایجاد اتاق مشاوره صنعتی در سازمان های تعاون، کار و رفاه، صنعت، معدن و تجارت استان، خانه صنعت و معدن و اتاق بازرگانی جهت توجیه متقاضیان دریافت مجوز صنعتی و افزایش احتمال موفقیت آنان تدابیر لازم را بیندیشد.
- به بخش خصوصی پیشنهاد می گردد با تشکیل شرکت های مشاوره ای در خصوص ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط علاوه بر کسب درآمد حق مشاوره به سرمایه گذاران در این حوزه کمک نماید.
- به متقاضیان پیشنهاد می گردد در مناطقی اقدام به سرمایه گذاری نمایند که سابقه سکونت یا فعالیت اقتصادی در آن را داشته و در صورت نبود هرکدام از این موارد پیش از سرمایه گذاری اقدام به بررسی و شناخت منطقه به لحاظ جمعیتی ، فرهنگی ، اقتصادی ، راه های ارتباطی ، مسئولین دولتی منطقه ، طرح آمایش سرزمین و غیره نماید.
- با عنایت به نتایج تحقیق و در راستای اجرای ماده ۳ قانون بهبود مستمر فضای کسب و کار که اعلام می دارد: "دستگاههای اجرائی مکلفند هنگام تدوین یا

اصلاح مقررات، بخشنامه ها و رویه های اجرائی، نظر تشکلهای اقتصادی ذی ربط را استعلام کنند و مورد توجه قرار دهند"؛ به بخش های دولتی از جمله وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، صنعت، معدن و تجارت، جهاد کشاورزی، امور اراضی، ثبت اسناد و غیره پیشنهاد می گردد با اخذ نظرات تشکل های اقتصادی خصوصی، قوانین و دستورالعمل های اجرایی در جهت تسهیل تغییر کاربری اراضی صنعتی را از طریق وزارتخانه ها به دولت انتقال داده و براساس لایحه پیشنهادی از طرف دولت یکی از مشکلات و چالش های زمان بر سرمایه گذاری مرتفع گردد.

- به متقاضی پیشنهاد می گردد پیش از اقدام به سرمایه گذاری دوره های مدیریتی از جمله تدوین طرح کسب و کار، مدیریت استراتژیک، کار تیمی و مدیریت پروژه را طی نماید تا بتواند به طور مناسب تری هدف گذاری نموده و منابع و امکانات را در جهت رسیدن به اهداف بسیج نماید.
- به متقاضی پیشنهاد می گردد قبل از شروع سرمایه گذاری با بررسی های لازم، یک تیم مجرب مشاوره ای در کنار خود انتخاب نماید که در تمامی حوزه های سرمایه گذاری، فنی، اقتصادی، منطقه ای، بازار و غیره از آنان مشاوره لازم را دریافت نماید.
- به بخش دولتی پیشنهاد می گردد در برخی رشته های خاص صنعتی که جنبه تکنولوژیکی بیشتری داشته و نمونه مشابه آن در کشور موجود نیست، مجری طرح سرمایه گذاری را ملزم به ارائه گواهینامه ها و مدارک فنی متناسب با نوع مجوز درخواستی نماید.
- به بخش دولتی پیشنهاد می گردد کمیته بررسی اعطای جواز تاسیس صنعتی، متشکل از نمایندگان بخش های اقتصادی استان با حضور متقاضی تشکیل دهد به طوریکه طرح کسب و کار (که متقاضی موظف است در قالب طرح توجیهی ارائه نماید) از نظر بازار و نیاز مشتریان مورد بررسی کارشناسی قرار گرفته و رهنمودهای لازم به سرمایه گذار ارائه گردد.
- به متقاضی پیشنهاد می گردد برنامه تحقیقات بازار خود را پیش از شروع فرآیند سرمایه گذاری آغاز نموده و در آن مواردی همچون بازار رقابتی، حجم بازار، سهم بازار شرکت های مهم و غیره را مورد بررسی قرار دهد.

- به متقاضی پیشنهاد می گردد از ابتدا یک مزیت رقابتی برای خود تعریف نماید چرا که بدون داشتن مزیت رقابتی مصرف کنندگان دلیلی برای خرید کالای او نخواهند داشت. این مزیت می تواند کیفیت بالا، قیمت پایین تر یا خدمات پس از فروش و یا غیره باشد.

قدردانی و تشکر

بدین وسیله از اداره کل تعاون وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی استان همدان و همچنین سازمان صنعت، معدن و تجارت استان همدان جهت حمایت معنوی از این طرح تشکر و قدردانی می گردد.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود، (۱۳۷۷)، طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین در صنعت، رساله ی دکتری، دانشگاه تربیت مدرس.
- احمدی، پرویز، باباشاهی، جبار، خدانشناس، لیلا سادات، (۱۳۹۰)، بررسی رابطه بین عوامل شخصیتی و کارآفرینی، فصلنامه پژوهش های مدیریت منابع انسانی، دوره ۱، شماره ۳، ص ۴۹-۳۳.
- اصغری صارم، علی و دانائی فرد، حسن، (۱۳۹۲)، تحلیلی بر روش شناسی فنّ وقایع حساس، نگاهی فلسفی، اجرایی و انتقادی. فصلنامه مدیریت سازمان های دولتی، سال دوم، شماره ۸، ص ۱۳۵ تا ۱۶۱.
- اصغری صارم، علی و دانائی فرد، حسن، (۱۳۹۶)، ماتریس توسعه منابع انسانی فهم دوسویگی عاملیت و ساختار در توسعه منابع انسانی، مدیریت دولتی، دوره ۹، شماره ۱ ص ۱۳۷ تا ۱۶۸. بهروزی، محمدمهدی و مهدی محمدعلی تبار (۱۳۹۴). «شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر در موفقیت انتقال تکنولوژی در بنگاه های کوچک و متوسط (مطالعه موردی: بنگاه های دام و فرآورده های گوشتی ایران و استرالیا)»، دوفصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی، ش ۱۱.
- پارساپور، سارا، براتی، جواد، رسول زاده، مریم، (۱۳۹۶) عوامل اثرگذار بر پایداری بنگاه های کوچک و کارآفرین، مورد مطالعه: بنگاه های صنعتی شهرستان مشهد، توسعه کارآفرینی، دوره ۱۰، شماره ۱، ص ۴۱-۶۰.
- پزشکی، محسن، فتاحی مجید، احمدی مسعود، موسی پورگرچی محمدعلی، (۱۳۹۶)، رتبه بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در منطقه ویژه اقتصادی بندر امیرآباد، صنعت حمل و نقل دریایی، سال سوم، شماره ۲، ص ۱۴-۲۵.

- خنیفر ، حسین ، رحمتی ، محمد حسین ، لاهوتیان ، علی ، (۱۳۹۵) ، طراحی مدل فرایندی کارآفرینی در صنایع غذایی ایران ، توسعه کارآفرینی، دوره ۹، شماره ۲، ص ۲۱۹-۲۳۷.
- رازقندی ، ناهید ، دراری ، کمال ، (۱۳۸۸) ، شناسایی عوامل فردی و محیطی مؤثر بر موفقیت کارآفرینان برتر استان تهران جهت ارائه الگوی آموزشی ، توسعه کارآفرینی، سال دوم، شماره ششم، ص ۳۹ تا ۵۵.
- زبردست، علی و رستم زاده، امین ، (۱۳۸۵) ، شناسایی و بررسی ویژگی های کارآفرینان موفق استان آذربایجان غربی ، فصلنامه تخصصی اشتغال و کارآفرینی (رویش) سال چهارم شماره ۱۵ ص ۴۴-۶۵.
- شفیعی ، ایمان ، (۱۳۸۹) ، شناخت عوامل مؤثر بر موفقیت مدیران کارآفرین در صنایع غذایی کوچک و متوسط، ماهنامه کاروجامعه ، شماره ۱۲۱ ، ص ۱۵-۳۱.
- محمدزاده ، پرویز ، عبدی ، حسن ، بهبودی ، داود ، بهشتی ، محمد باقر ، (۱۳۹۶) ، عوامل کلیدی مؤثر بر موفقیت کارآفرینان با استفاده از مدل‌های گسسته لاجیت و پروبیت ، فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات اقتصادی کاربردی ایران، سال ششم، شماره ۴ ، ۱۵۳-۱۷۵.
- محمدی ، محمود ، عسگری ، غلامرضا ، (۱۳۹۰) ، تاثیر شخصیت کارآفرینانه بر موفقیت کارآفرینانه. مهر علی زاده، یداله؛ سجادی، حسین ، شناسایی عوامل مرتبط با میزان موفقیت کارآفرینان شرکت های کوچک صنعتی ، (۱۳۸۸) ، دوماهنامه علمی پژوهشی دانشگاه شاهد ، سال ۱۶ دوره ۳۵ ص ۵۵-۷۲.
- Alasadi .A & Abdelrhim,(2008), Analysis of Small business performance in syridm journal of education business and society cntemporary middle Eastern issues ,Vol 1, No 1.
- Al-tit,Ahmad , Omri , Anis,Euchi,Jelal,(2020), Critical Success Factors of Small and Medium-Sized Enterprises in Saudi Arabia,Administrative science,Vol.9 , No. 32
- Baron, R. A. (2004). Psychological perspectives on entrepreneurship: cognitive and social factors in entrepreneurs' success. Current Directions in Psychological Science, 9(1), 15-18.
- Braun, V., Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77-101.
- Butterfield, L.D., Borgen, W.A., Amundson, N.E., & Maglio, A.T. (2005). Fifty years of the Critical Incident Technique: 1954-2004 and beyond. Qualitative Research, 5(4), 475-497.
- Benzazoua Bouazza, A., Ardjouman, D. and Abada, O. (2015); "Establishing the Factors Affecting the Growth of Small and Medium-sized Enterprises in Algeri";American International Journal of Social Science, 4(2):101-115.
- Benzing, C., Chu., H. M., and Kara, O. (2009). Entrepreneurs in Turkey: A factor analysis of motivations, success factors, and problems. Journal of Small Business Management, 47(1), 58-91.
- Berger, A. N., & Udell, G. F., (2006), "A more complete conceptual framework for SME finance", Journal of Banking & Finance, No.30, pp.2945-2966
- Carneiro,Vitor , et.al , (2021), Design Management and the SME Product Development Process: A Bibliometric Analysis and Review , The Journal of Design, Economics, and Innovation Vol. 7, No.2.
- Carter. R , and H.v, Auken, (2006), Small Firm Bankruptcy, Journal of Small Business Managemen, No. 44, PP. 493-512.

- Chell, E. (2004). Critical Incident Technique' in Cassell, C. and Symon, G. (2004). Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research. London: Sage Publications.
- Dzaridis , Apostolos, T. Mousiolis, Dimosthenis, (2014), "Entrepreneurship and SME's Organizational Structure. Elements of a Successful Business", Social and Behavioral Sciences 148 , 463 – 467.
- Fischer, M., Imgrund, F., Janiesch, C., & Winkelmann, A. (2020). Strategy archetypes for digital transformation: Defining meta objectives using business process management. *Information and Management*, Vol. 57, No.5.
- Ghauri, Shahid, Mazzarol, Tim, N.Souta Geoffrey, (2021), Why do SMEs join Co-operatives? A comparison of SME owner-managers and Co-operative executives views *Journal of Co-operative Organization and Management* . Volume 9, Issue 1.
- Ha, M., Siriwan, U., Ramabut, C., Thitikalaya, N., Thitikanlaya, T. and Kiatnarong, C. (2014) Key Factors for Successful Entrepreneurship in Thailand. *Open Journal of Social Sciences*, 2, 116-121.
- Hettlage, R., Steinlin, M. (2006). The Critical Incident Technique in Knowledge Management Related Contexts: A tool for exploration / planning, evaluation and empowerment. animation. This working paper has been supported and funded by: Helvetas, Swiss Association for International Cooperation Weinbergstrasse 22a, 8021 Zürich, Switzerland.
- Hayton, J (2015) Leadership and Management Skills in SMEs, Warwick Business School: Department of Business, Industry and Skills.
- Koch, A., Strobel, A., Kici, G., & Westhoff, K. (2009). Quality of the critical incident technique in practice: Interrater reliability and user's acceptance under real conditions. *Psychology Science Quarterly*, 51, 3- 15.
- Kieu Trang, Tran , (2016) , Key Success Factors of SME Entrepreneurs: Empirical Study in Vietnam , *International Journal of Business and Management*; Vol. 11, No. 1.
- Kusa Rafa, Duda Joanna, Suder Marcin.(2021) , Explaining SME performance with fsQCA: The role of entrepreneurial, orientation, entrepreneur motivation, and opportunity perception, *Journal of Innovation & Knowledge*, <https://doi.org/10.1016/j.jik.2021.06.001>
- Marchetta, F. (2012). Return migration and the survival of entrepreneurial activities in Egypt. *World Development*, 40(10), 1999-2013.
- Obaji, Nkem Okpa, Aslan Amat Senin², and Dele Olaolu³, (2018), Factors associated with SMEs Success and The Triple Helix of Entrepreneurship, 10th Global Advances in Business Communication Conference, Malaysia.
- Praag, C.M., 2003, Business Survival and Success of Young Small Business Owners, *Small Business Economics* 21, PP. 1-17, Kluwer Academic Publishers, Printed in the Netherlands.
- Tariq Masood, Paul Sonntag, (2020), Industry 4.0: Adoption challenges and benefits for SMEs *Computers in Industry* Volume 121, October 2020, 103261.
- Wong, A., Sohal, A. (2003). A critical incident approach to the examination of customer relationship management in a retail chain: an exploratory study. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 6 (4), 248-62.

Identify success factors in industrial cooperatives using the critical Incident technique.*H. Vafaebasir¹, A. Eslambolchi,^{2*} M. Esmailpour³, A. Asgharisarem⁴*

Received: 9 Mar 2021

Accepted: 16 Oct 2021

Abstract

Investing in industry cooperatives, especially small and medium industries, has always been very important. Because in addition to playing a key role in a country's employment, it will also lead to economic growth and increase GDP. The purpose of this study is to investigate the factors that can lead to successful investment in small and medium industrial cooperatives and show a way for industrial entrepreneurs to enter this important economic field with more awareness. This research is a qualitative research based on the collected data of interviews with 15 industrial experts, which has been done using the technique of sensitive events and content analysis with the help of MAX QDA 18 software. Elimination of similar items was obtained in the last step of the final research model categories. The results showed that 5 general groups of factors including: managerial factors, entrepreneur-related factors, production-related factors, market factors and environmental factors can play an important role in the success of this type of investment. The research results will help public sector managers and private sector investors, including managers of production cooperatives, to think of better measures to reduce investment risk and pave the way for industrial growth and employment growth in the country.

Keywords: Industrial Cooperatives, Small and Medium Industries, Investment, Critical Incident Technique, Theme Analysis.

1 . Department of Management, Hamedan Branch, Islamic Azad University, Hamedan, Iran.

2. Assistant Professor of Department of Management, Faculty of Humanities, Islamic Azad University-Hamedan Branch, Hamedan, Iran.

*Corresponding Author

alireza.slambolchi@gmail.com

3 .Associate Professor, Computer Department, Hamadan Branch, Islamic Azad University, Hamadan, Iran

4. Assistant Professor of Management and Accounting, Bu Ali Sina University of Hamadan