

Quarterly Journal of Village and Space Sustainable Development

Spring 2022, Vol.3, No.1, pp 81-100

doi [10.22077/vssd.2022.5115.1084](https://doi.org/10.22077/vssd.2022.5115.1084)



Designing an Open Innovation Pattern Based on Entrepreneurial Development Approach: A Case Study of Cross-Border Rural Cooperatives Inflicted by the COVID19- Pandemic

Masoumeh Ayeneh¹, Mohammad ali Mokhtari², Mahdi Hosseinpour^{3*}, Mohsen Aazami⁴

1 M.Sc. in Business Management, Marketing Orientation, Payam Noor University, Kermanshah, Iran.

2 Assistant Professor Management Department, Edalat University, Tehran, Iran.

3 Assistant Professor, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Social Sciences and Education, Razi University, Kermanshah, Iran.

4 Assistant Professor Management Department, Payam Noor University, Tehran, Iran.

*Corresponding author, Email: m.hosseinpour@razi.ac.ir

Keywords:

Open Innovation, Rural Cooperatives, Entrepreneurial Development, the COVID19- Pandemic.

Abstract

The main purpose of this research is to design an open innovation pattern via adopting an entrepreneurial development approach in cross-border rural cooperatives negatively influenced in the COVID-19 crisis, using grounded theory. Semi-structured interviews were used as the data collection tool, and the participants of the research were the professors of economy, management and entrepreneurship departments in Iranian universities and directors of rural cooperatives. Nine people were interviewed via purposive sampling. The selection of samples was made according to the snowball process and continued until theoretical saturation. The analysis was investigated using open coding method, axial coding, and selective coding, taking into account the requirements for each of these stages. In order to ensure validity and reliability, member checking and intra-subject agreement were adopted. During the interviews, reliability was also evaluated, taking into account the percentages reported by two individuals. The Factors influencing the design of an open innovation pattern based on entrepreneurial development approach are economic factors, organizational factors, environmental factors, technological factors, creating competitive advantage, rules and regulations, innovation, and strategic implementation. Based on the findings of this research, organizational, environmental, strategic, economic and environmental factors are among the most important factors affecting the development of innovation in modern organizations, and organizations need to pay attention to them to develop open innovation. Open innovation theory has expanded itself beyond the internal perspective proposed by the available knowledge management literature and suggests that firms should use internal and external knowledge. Therefore, new innovative models show that new forms of interaction and cooperation are required for the development of new products and processes.

Received:

06/Feb/2022

Accepted:

25/Apr/2022

How to cite this article:

Ayeneh, M., Mokhtari, M., Hosseinpour, M., & Aazami, M. (2022). Designing an Open Innovation Pattern Based on Entrepreneurial Development Approach: A Case Study of Cross-Border Rural Cooperatives Inflicted by the COVID-19 Pandemic. *Village and Space Sustainable Development*, 3(1), 81- 100. [10.22077/vssd.2022.5115.1084](https://doi.org/10.22077/vssd.2022.5115.1084)





فصلنامه روستا و توسعه پایدار فضا

دوره سوم، شماره اول، پیاپی نهم، بهار ۱۴۰۱، صفحات ۱۰۰ - ۸۱

10.22077/vssd.2022.5115.1084



طراحی الگوی نوآوری باز با رویکرد توسعه کارآفرینانه (مطالعه موردی: تعاونی‌های روستایی مرزی آسیب دیده در همه‌گیری کووید ۱۹)

معصومه آینه^۱، محمد علی مختاری^۲، مهدی حسین پور^{۳*}، محسن اعظمی^۴

۱. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشگاه پیام‌نور، کرمانشاه، ایران.

۲. استادیار گروه مدیریت، دانشگاه عدالت، تهران، ایران.

۳. استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی و تربیتی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

۴. استادیار گروه مدیریت، دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران.

* نویسنده مسئول، ایمیل: m.hosseinpour@razi.ac.ir

چکیده

هدف اصلی پژوهش، طراحی الگوی نوآوری باز با رویکرد توسعه کارآفرینانه در تعاونی‌های روستایی مرزی آسیب دیده در بحران کرونا بود که با روش داده‌بنیاد انجام شد. ابزار گردآوری اطلاعات مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و مشارکت‌کنندگان پژوهش اساتید گروه اقتصاد، مدیریت و کارآفرینی دانشگاه و روسای تعاونی‌های روستایی بود. نمونه‌گیری به روش هدفمند انجام شد که از ۹ نفر مصاحبه به انجام عمل آمد. انتخاب نمونه طبق فرایند گلوله برفی پیش رفت و تا رسیدن به اشباع نظری ادامه داشت. تحلیل با استفاده از روش کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی و ملزومات انجام هر یک از این مراحل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این پژوهش جهت اطمینان از روایی و پایایی از روش تطبیق توسط اعضا و روش توافق درون موضوعی شد. در طول مصاحبه‌ها نیز توجه به درصدهای گزارش داده شده توسط دو نفر شناسه‌گذار، پایایی ارزیابی شد. عوامل مؤثر در طراحی الگوی نوآوری باز با رویکرد توسعه کارآفرینانه عبارتند از: عوامل اقتصادی، عوامل سازمانی، عوامل محیطی، تکنولوژیک، ایجاد مزیت رقابتی، قوانین و مقررات، نوآوری و پیاده‌سازی استراتژیک. در ادامه بر مبنای یافته‌های پژوهش عوامل سازمانی، محیطی، استراتژیک، اقتصادی و محیطی از جمله مهم‌ترین و اساسی‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه نوآوری در سازمان‌های امروزی هستند که توجه به آنها زمینه لازم را برای رشد و توسعه نوآوری باز در این سازمان‌ها را فراهم می‌سازد. نظریه نوآوری باز از دیدگاه داخلی مطرح شده توسط ادبیات مدیریت دانش فراتر رفته است و پیشنهاد می‌کند که شرکت‌ها باید از دانش‌های داخلی و خارجی استفاده کنند. بنابراین، مدل‌های نوآورانه جدید نشان می‌دهد که اشکال جدیدی از تعاملات و همکاری برای توسعه محصولات و فرآیندهای جدید است.

واژگان کلیدی:

نوآوری باز، تعاونی روستایی، توسعه کارآفرینانه، همه‌گیری کووید ۱۹.

تاریخ دریافت:

۱۴۰۰/۱۱/۱۷

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۱/۰۱/۱۱

۱- مقدمه

اقتصاد روستایی با توجه به تامین کالاهای ضروری و اساسی یک کشور به عنوان بنیان اقتصادی محسوب می‌گردد. بنابراین هرگونه تزلزل در این نوع اقتصاد می‌تواند عواقب بسیاری بر سایر ابعاد اقتصادی داشته باشد. شیوع ویروس کرونا تأثیرات مختلفی را بر وضعیت اقتصادی روستایی بر جای گذاشته است (ریعی و تک روستا، ۱۴۰۰). از آن جایی که بنگاه‌های کوچک و متوسط به دلیل عدم دسترسی کافی به منابع با محدودیت‌های بیشماری روبه‌رو می‌شوند، فعالیت‌هایشان با ریسک‌پذیری و درجه بالاتری از نوآوری همراه است. به طوری که فعالیت‌های کارآفرینانه را بیشتر در شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توان مشاهده کرد (شمس‌الدینی و موسوی، ۱۳۹۴). کسب و کارهای کوچک و متوسط به دلیل سادگی در ساختار سازمانی، از انعطاف‌پذیری فراوانی در برابر تغییرات و سرعت قابل قبولی در انجام فعالیت‌ها برخوردارند. دولت باید به منظور اطمینان از توسعه و به ویژه توسعه روستایی، فرصت‌های یکسانی برای تحرک اجتماعی، مشارکت در تصمیم‌گیری و امنیت فراهم کنند (فیض‌آبادی و زاهدی، ۱۳۹۷). از آنجایی که تعاون روستایی بخشی از کسب و کارهای کوچک و متوسط است بنابراین موفقیت کسب و کارهای کوچک و متوسط، به میزان اهمیتی که به نوآوری می‌دهند بستگی دارد. با توجه به سهم این شرکت‌ها در اقتصاد، این موضوع تا حدی نگران‌کننده نیز می‌باشد و کسب و کارهای کوچک و متوسط با مشکلات متعددی، نظیر محدودیت منابع روبرو هستند که مانع از ارائه و تجاری کردن محصولات یا سرویس‌ها یا فرآیندهای جدید می‌گردد (حسینی و همکاران، ۱۳۹۷). کارآفرینی روستایی برای شکل‌گیری تحت تأثیر نیروهای بیرونی و درونی است که هر یک به ایجاد چالش‌هایی در جامعه روستایی امروز منجر می‌شود. این محیط‌ها بر حسب منابع و فرصت‌های موجود، هدایت‌کننده اهداف توسعه هستند (احمدی و همکاران، ۱۳۹۸). اقدام در قالب نوآوری باز به نیروها و امکانات درونی و بیرونی متکی است؛ ولی موفقیت در عرصه‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و ... مستلزم مشارکت و همکاری با تعاونی‌های روستایی است که در حوزه‌های شرکت‌های کوچک و متوسط فعال در مناطق روستایی مرزی آسیب دیده در بحران کرونا هیچ‌الگویی وجود ندارد، همچنین با توجه به مطالب بیان شده، دستیابی به اشتغال از طریق کسب و کارهای کوچک و متوسط در تعاونی‌های روستایی به عنوان یکی از مؤثرترین راه‌های موجود برای حفظ و افزایش سطح اشتغال کشور، مورد توجه سیاستمداران می‌باشد. بنابراین با توجه به ضرورت موضوع، و فقدان پژوهش جامع در این باره، به مساله اصلی در خصوص طراحی الگوی نوآوری باز با رویکرد توسعه‌ی کارآفرینانه، پرداخته شده است.

۲- بنیان نظریه‌ای

نوآوری توجه بسیاری از دانشمندان و محققان از رشته‌های مختلف را به خود جلب کرده است. نوآوری اهمیت بسیار زیادی را در سازمان‌های پر از تغییر و تحول امروزی برای رقابت با سازمان‌ها و شرکت‌های رقیب و ماندن در چرخه تحولات پیدا کرده است، چرا که نوآوری به عنوان عامل مهم و حیاتی سازمان‌ها به منظور ایجاد ارزش و مزیت رقابتی پایدار در محیط پیچیده و متغیر امروزی می‌باشد (پرهیزگار و همکاران، ۱۳۹۲). نوآوری موضوعی بسیار مهم در مطالعه اقتصاد، فناوری، جامعه‌شناسی و مهندسی است. همچنین توانایی و قابلیت شرکت‌ها برای کشف و بهره‌برداری از نوآوری‌های خارجی، فرصت‌های کسب و کار با قابلیت تجاری شدن را بالا می‌برد (مدهوشی و کیاکجوری، ۱۳۹۶). در عصر حاضر شرایط محیطی به گونه‌ای تغییر یافته است که کسب و کارهای موجود را جهت دستیابی به موفقیت به سمت اتحاد راهبردهای کارآفرینانه سوق می‌دهد. زیرا فعالیت کارآفرینانه شامل نوآوری، ریسک‌پذیری و عملکردهای بیش فعالانه

است (صفدری رنجبر و همکاران، ۱۳۹۳). به منظور ایجاد محیط مساعد جهت کارآفرینی شرکت‌های کوچک و متوسط ایجاد بستر قانونی حمایتی لازم است. دولت بایستی با شرکت‌های کوچک و متوسط ارتباط قانونی برقرار کند، زیرا شرکت‌های کوچک و متوسط همانند شرکت‌های بزرگ به راحتی نمی‌توانند با دولت ارتباط برقرار کرده و نیاز خود را برطرف کنند. رشد کارآفرینی در شرکت‌های کوچک و متوسط، تحت تأثیر میزان عجین شدن فرهنگ با کارآفرینی و نوآوری است. ایجاد نگرش مثبت به کارآفرینی در سطوح مختلف جامعه، تشویق دانشگاه‌ها به برگزاری دوره‌های آموزش عمومی کارآفرینی، ایجاد دوره‌های کارورزی دانشگاهی در شرکت‌های کوچک و متوسط می‌تواند به رشد کارآفرینی کمک کند (داوری و رضایی، ۱۳۸۵). از آن جایی که کارآفرینی به عنوان راه چاره و علاج معضل بیکاری مطرح بوده و خود اشتغالی به عنوان برجسته‌ترین دستاورد کارآفرینی مطرح است به نظر می‌رسد که توسعه کارآفرینی و ترویج فرهنگ کارآفرینی در کشور یک ضرورت جدی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی است (احمد امینی و همکاران، ۱۳۸۹). کارآفرینی به عنوان مهمترین سلاح پیشرفت اقتصادی کشورهای در حال توسعه می‌تواند نقش ارزنده‌ای در توسعه اقتصادی جهان سومی‌ها ایفا نماید (مرادیان و همکاران، ۱۴۰۰). کارآفرین روستایی یکی از ورودی‌های مهم در توسعه اقتصادی یک کشور و مناطق داخل آن است. در رویکرد کارآفرینی روستایی، کارآفرینان باید به عنوان عامل محرک اقتصادی به وسیله سیاستگذاران، حکومت‌های محلی و ملی، بخش خصوصی و سازمان‌های مرد نهاد و موسسه‌های مختلف توسعه که به نوعی با جامعه روستایی و فعالیت‌های اقتصادی آن در ارتباط هستند به کار گرفته شود (ایمانی و عظیمی، ۱۴۰۰).

اما در زمان کنونی که جامعه درگیر کرونا و ویروس هست باید اذعان داشت که جامعه کنونی، دارای دانش و آگاهی نسبی در این مورد بوده که بیشتر جنبه‌های اقتصادی و اجتماعی را شامل می‌شود. در جامعه روستایی مهمترین شرط اصلی برای کنترل شیوع کرونا، کاهش حداکثری تعاملات اجتماعی غیرضروری است که هماهنگی با اهالی روستا برای زمینه‌سازی جهت سفر نکردن وابستگان و آشنایان به روستا از موارد مهمی است که روابط اجتماعی و فردی جامعه روستایی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. توانایی جامعه روستایی مورد مطالعه در پی بردن به مفهوم مقوله کرونا و ویروس و تبیین آن بیشتر در حوزه اقتصادی نشانگر پررنگ عدم امید به آینده و تشویق خانوارها برای تصمیم به پس‌انداز زیاد و در اولویت قرار ندادن خرید غیرضروری بوده و آنچه در این بین بیشتر خودنمایی می‌کند آسیب دیدن اقامتگاه‌های گردشگری روستایی در بین کسب و کارهای روستایی است و سیاست‌های جبرانی که دولت در زمینه شیوع کرونا کرده ناکافی است (کریم زاده و همکاران، ۱۳۹۹).

کرونا ویروس و تأثیر آن بر کسب و کارهای کوچک و متوسط: کرونا ویروس خانواده بزرگی از ویروس‌ها هست که از ویروس سرماخوردگی معمولی تا عامل بیماری‌های شدیدتری همچون سارس، مرس و کووید ۱۹ را شامل می‌شود (صائب نیا و کریمی، ۱۳۹۹). شیوع این بیماری اثرات جبران‌ناپذیری را برای اقتصادها، بازارهای مالی و کسب و کارها به خصوص بنگاه‌های کوچک و متوسط به همراه داشته است. در شرایط پاندمی (بحران کرونا) سیاست مشترک به کار گرفته شده جهت کنترل ویروس، تعطیلی موقت کسب و کارهای غیر ضروری بوده است که این امر این بنگاه‌ها را با مشکلات بسیاری مواجه کرده و منجر به تعطیلی برخی از آنها شده است (رفیعی، ۱۳۹۹). در شرایط بحران کنونی، بنگاه‌های کوچک و متوسط با فقدان اطلاعات و کمبود زمان به‌طور همزمان مواجه بوده که هر دو غیرقابل کنترل هستند. هرچه شرکت‌ها آماده‌تر، با تجربه‌تر و دارای انعطاف‌پذیری بیشتری باشند، نه تنها بقای خود را تضمین کنند بلکه از شرایط ایجاد شده کسب فرصت کنند (همان).

زندگی در دنیای کسب و کار امروز، رقابت در فناوری، مدیریت نوین و درگیری تعاونی‌ها با فعالیت‌های

چالش برانگیز (سرمایه‌گذاری، بیمه، صنایع کوچک و متوسط، امور مالی و...) باعث می‌شود که تعاونی‌ها به گونه‌ای حرفه‌ای درصدد کسب کارایی اقتصادی باشند. مدیران تعاونی‌ها باید فرصت را بشناسند و از آنها در راهبردهای کسب و کار استفاده کنند (مالکی، ۱۳۹۲). تعاون وسیله‌ای است برای افزایش و توزیع مجدد فرصت‌های مشارکت در تصمیم‌گیری‌های اجتماعی و همیاری در توسعه و بهره‌مندی از آثار آن به ویژه آنکه مشارکت مردمی در برنامه‌ریزی‌های گوناگون برای توسعه روستایی، امری اجتناب‌ناپذیر است (همان). شرکت‌های تعاونی روستایی از جمله با سابقه‌ترین نهادهای جدید موجود در روستاهای کشور از جمله روستاهای مرزی کرمانشاه هستند که هر زمان با شروع برنامه‌ریزی در ایران به طور مستقیم فعالیت‌های اقتصادی-اجتماعی و فرهنگی را آغاز کرده و روستاییان کشور را تحت تأثیر خود قرار داده‌اند (کریم، ۱۳۹۴). آبادانی و توسعه روستاها، یکی از اهداف عالی انقلاب اسلامی بوده است. با توجه به وضعیت کنونی روستاهای کشور از جمله روستاهای مرزی، یکی از اهداف دولت ساماندهی امور روستایی و ایجاد بسترهای لازم جهت تحقق توسعه پایدار می‌باشد. تشکیل تعاونی‌های روستایی یکی از گام‌هایی است که در این راستا برداشته شده است. این شرکت‌ها با عضویت افراد علاقه‌مند و واجد شرایط، روستا تشکیل می‌گردد (رضایی، ۱۳۹۳).

حسینی نیا و علی‌آبادی (۱۳۹۸) در تحقیقی آسیب‌شناسی زنجیره ارزش کارآفرینی در کسب و کارهای روستایی نوشتند، نبود سازوکار صحیح تامین منابع مالی برای کارآفرینان تعاون روستایی، عدم آموزش مهارت‌های کارآفرینی به اعضای تعاونی‌های روستایی، عدم مدیریت منابع انسانی در بخش کارآفرینی تعاون روستایی و ضعف مشاوره تخصصی در زمینه کارآفرینی در تعاونی‌های روستایی می‌باشند. یزدانی و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی به تأثیر نوآوری بر توسعه روستایی با تأکید بر نقش میانجی کارآفرینی روستایی بررسی کردند و دریافتند که کارآفرینی روستایی را شناسایی فرصت‌های جدید، نوآوری و خلاقیت در فعالیت‌های کشاورزی و غیر کشاورزی، استفاده بهینه و نوآورانه از منابع روستا در راستای توسعه پایدار روستا می‌داند. آنچه در نهایت می‌توان برای کارآفرینی روستایی به کار برد عبارت است از: بکارگیری نوآورانه منابع و امکانات روستا در راستای شکار فرصت‌های کسب و کار است. هاشمی دهقی (۱۳۹۳) در تحقیق نوآوری باز و ضرورت پیاده‌سازی آن در سازمان‌ها به این نتیجه رسید که بسیاری از بنگاه‌های تولیدی و اقتصادی بزرگ، متوسط و کوچک بدون واحد تحقیق و توسعه کاربردی برای دستیابی به فناوری‌های نوآور محور هستند و اجرای طرح نوآوری باز در کشور می‌تواند تعامل پویا و دوسویه بین صاحبان نوآوری و کارفرمایان تولیدی، تمامی ظرفیت‌های نهفته کشور به ویژه دانشگاه‌ها و استادان و دانشجویان ایجاد کند. کریم (۱۳۹۴) چالش‌های شبکه‌های تعاونی روستایی ایران را مورد بررسی قرار داد و دریافت که عضویت در شرکت‌های تعاونی بیشتر اعضا از روی اجبار در زمان اصلاحات ارضی و یا به منظور تامین نیازهای خود در عضویت تعاونی درآمده‌اند؛ به همین دلیل میزان مشارکت اعضا در فعالیت‌های تعاونی بسیار محدود گشته است. همچنین یکی از چالش‌هایی که در تعاونی‌های روستایی با آن رو به رو هستند عدم ارتباط سازمان‌های دولتی و غیر دولتی با تعاونی‌های روستایی است.

Rawals (2020) در مقاله‌ای با عنوان تأثیر کووید ۱۹ بر کشاورزی و اقتصاد روستایی بیان می‌کند، برنامه‌ریزی و آماده‌سازی دولت مرکزی برای مقابله با بیماری همه‌گیر کووید ۱۹ ضربه بزرگی به اقتصاد هند وارد کرده و مشکلات عظیمی را برای مردم کارگر کشور به وجود آورده است. اقتصاد روستایی بیشترین ضربه را به این کشور وارد کرده است. Becker and Eube (2018) شناسایی و بررسی عوامل موثر بر موفقیت نوآوری باز را بررسی کردند و دریافتند که نقش دولت و شرکت‌ها در تحقق و موفقیت نوآوری باز مورد توجه قرار گرفته است. Bogers and et, al (2018) در زمینه تحقیق نوآوری باز در نشست سالانه آکادمی مدیریت به ارائه

دیدگاه‌های اصلی و موضوعاتی که در تحقیقات در مورد نوآوری باز ظاهر می‌شوند و فرصت‌هایی برای تحقیقات آینده در مورد نوآوری باز پیشنهاد کردند به ویژه مقوله‌هایی که در حوزه‌های تحقیقاتی هستند تا کنون در انزوا توسعه یافته‌اند. (Popa & et.al(2017) بررسی ادبیات تجربی مربوط به ارزیابی تأثیر سوابق سازمانی و جو نوآوری در نوآوری باز و همچنین تأثیر پیامدهای آن بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که عوامل سازمانی مانند شیوه‌های مبتنی بر تعهد منابع انسانی بر جو نوآوری تأثیر مثبتی دارد و جو نوآوری به روش‌های نوآوری کمک می‌کند. (Pervan & et.al(2015) در تحقیقی بررسی تعدادی از عوامل محیطی در حمایت از نوآوری باز در بنگاه‌های کوچک و متوسط در حال ظهور در بازار ایالات متحده را مورد بررسی قرار دادند و دریافتند که اهمیت پشتیبانی و پویایی بازار بر نوآوری در این شرکت‌ها، منابع مالی و همکاری علمی و صنعتی را پشتیبانی نمی‌کند. نهایتاً اینکه نوآوری به توسعه اقتصادی محلی ارتباط دارد و با سیاست‌ها و برنامه‌های خاص پشتیبانی می‌شود. (Hisrich & et.al(2005) در کتاب رشد پایدار کارآفرینی آورده است که کارآفرینی را پیوند خلاقیت و نوآوری با نیازمندی‌ها و فرصت‌های بازار می‌داند، نوآوری یه عنوان یکی از ارکان کارآفرینی شناخته می‌شود.

بر اساس اینکه در این پژوهش به دلیل ماهیت اکتشافی بودن آن، اطلاعات و آگاهی زیادی نداریم و به دنبال کشف و طراحی الگو هستیم به جای فرضیات از سوال زیر استفاده می‌شود:

پرسش اصلی

الگوی نوآوری باز با رویکرد توسعه‌ی کارآفرینانه در تعاونی‌های روستایی مرزی آسیب دیده در بحران کرونا چگونه است؟

پرسش‌های فرعی

شرایط (علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر) و راهبردهای مؤثر بر نوآوری باز در تعاونی‌های روستایی مرزی آسیب دیده در بحران کرونا چیست؟

پیامدهای نوآوری باز در تعاونی‌های روستایی مرزی آسیب دیده در بحران کرونا چیست؟

روش، تکنیک و قلمرو

پژوهش حاضر در چارچوب رویکرد کیفی و با بکارگیری روش داده بنیاد صورت گرفته است. روش اجرای این پژوهش با انجام مصاحبه نیمه‌ساختار یافته از نمونه انتخاب شده است. جامعه آماری کلیه اساتید گروه اقتصاد، مدیریت و کارآفرینی و روسای تعاونی‌های روستایی مرزی استان کرمانشاه در سال ۱۴۰۰ بودند. روش نمونه‌گیری به صورت راهبردی و هدفمند بوده است. همه افراد مورد مطالعه کسانی هستند که باید پدیده مورد مطالعه را تجربه کرده باشند. روش جمع‌آوری اطلاعات، مصاحبه نیمه ساختار یافته است. در این مطالعه از ۹ نفر مصاحبه شد که از این تعداد ۵ نفر از آنها اساتید گروه اقتصاد، مدیریت و کارآفرینی دانشگاه‌ها و ۴ نفر هم روسای تعاونی‌های روستاهای مرزی بودند. انتخاب نمونه طبق فرایند گلوله برفی پیش رفت و تا رسیدن به اشباع نظری ادامه داشت. روش تحلیل داده‌های این پژوهش استفاده با روش کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی و ملزومات انجام هر یک از این مراحل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این پژوهش جهت اطمینان از روایی و پایایی سوالات مصاحبه از روش تطبیق توسط اعضا و روش توافق درون موضوعی استفاده شده است به این صورت که پایایی به سازگاری یافته‌های پژوهش اطلاق می‌شود. در طول مصاحبه‌ها نیز توجه به درصدهای گزارش داده شده توسط دو نفر شناسه‌گذار، روش تعیین پایایی تحلیل است. میزان یا درصد توافق درون موضوعی دو شناسه‌گذار باید ۶۰

درصد یا بیشتر باشد (بابایی فارسانی و همکاران، ۱۳۹۷).

۳- یافته‌ها و تحلیل داده‌ها

محاسبه پایایی بین دو شناسه‌گذار

برای محاسبه پایایی مصاحبه یا روش توافق درون موضوعی دو شناسه‌گذار، یکی از اساتید گروه مدیریت آشنا به تحلیل مضمون درخواست شد تا به عنوان شناسه‌گذار ثانویه در پژوهش مشارکت کند و در ادامه، پژوهشگر به همراه این همکار پژوهش، سه مصاحبه را شناسه‌گذاری کرد و درصد توافق درون موضوعی را با استفاده از فرمول زیر محاسبه کرد:

$$\text{درصد توافق درون موضوعی} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100$$

فرمول ۱. روش محاسبه پایایی بین دو شناسه‌گذار (بابایی فارسانی و همکاران، ۱۳۹۷)

جدول ۱. محاسبه پایایی بین دو شناسه‌گذار

| ردیف | عنوان | تعداد کل شناسه‌ها | تعداد توافقات | تعداد عدم توافقات | پایایی آزمون |
|------|------------|-------------------|---------------|-------------------|--------------|
| ۱ | مصاحبه سوم | ۲۳ | ۹ | ۵ | ٪ ۷۸ |
| ۲ | مصاحبه ششم | ۳۵ | ۱۴ | ۷ | ٪ ۷۰ |
| ۳ | مصاحبه نهم | ۲۰ | ۷ | ۶ | ٪ ۸۰ |
| | جمع کل | ۷۸ | ۳۰ | ۱۸ | ٪ ۷۶ |

یافته‌های جدول شماره ۱ نشان دهنده این است که کل شناسه‌ها که توسط پژوهشگر و همکار به ثبت رسیده است برابر با ۷۸، تعداد کل توافقات برابر با ۳۰ و تعداد عدم توافقات برابر با ۱۸ است. از آنجایی که باید پایایی بالای ۶۰ درصد باشد تا قابل قبول شود پایایی کل این پژوهش ۷۶ درصد می‌باشد که نشان از پایایی قایب قبول است.

کدگذاری باز مصاحبه

ابتدا مصاحبه‌های مکتوب به طور کامل پیاده شد، متن مصاحبه‌ها خط به خط مطالعه و مفهوم‌گذاری شد. مفاهیم شامل کلمه‌ها و عبارتهایی بود که تجربه‌های مطالعات کلیدی را در خصوص طراحی الگوی نوآوری باز با رویکرد توسعه کارآفرینانه (مورد مطالعه: تعاونی‌های روستایی مرزی آسیب دیده در بحران کرونا) را منعکس می‌نمود. در ادامه جدول نهایی کدگذاری باز مصاحبه تحلیل شده ارائه شده است.

همانطور که در جدول ۲ مشاهده می‌کنید، مصاحبه‌ها در قالب ۳۶ کد اولیه تنظیم شد.

جدول ۲. کدگذاری اولیه

| ردیف | نکات کلیدی | شماره کد | کد اولیه (مفهوم) |
|------|---|----------|--|
| ۱ | ● انجام تحقیقات در حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، قانونی، تکنولوژی و محیطی | A1 | انجام تحقیقات در تمام حوزه‌ها |
| ۲ | ● موانع قانونی ● دولتی بودن اقتصاد کنونی | A2 | موانع قانونی و دولتی |
| ۳ | ● تشکیل کمیته‌ها جهت جلوگیری از واگذاری بنگاه‌ها و جلوگیری از قوانین بازدارنده ● تشکیل پنجره واحد | A3 | تشکیل کمیته‌ها، تشکیل پنجره واحد |
| ۴ | ● کارآفرین موتور محرکه اقتصادی | A4 | موتور محرکه اقتصادی |
| ۵ | ● سرمایه‌گذاری در کسب و کار جدید ● نوآوری در فرایند کاری و تولید محصولات با ارائه خدمات بکارگیری روش‌ها و تکنولوژی‌های جدید در تولید محصولات و ارائه خدمات با تاکید بر فناوری‌های نوین دیجیتال ● اصلاح ساختار سازمانی ● ریسک‌پذیری ● تخصیص سریع منابع و روش‌های جسورانه از کسب مستمر تجارب ● پیشگام شدن و استفاده از فرصت‌های جدید ● مبارزه جویی رقابتی و به چالش کشیدن رقبا | B1 | سرمایه‌گذاری، تولید محصولات جدید، اصلاح ساختار سازمانی، ریسک‌پذیری، تخصیص سریع منابع و روش‌های جسورانه، پیشگام شدن و استفاده از فرصت‌های جدید، به چالش کشیدن رقبا |
| ۶ | ● فاصله فرهنگی و سازمانی ناشی از پیچیدگی و ابهام ذاتی دانش و فناوری ● عدم تعهد داخلی ● عدم وجود فناوری متناسب با شرایط سازمانی در بازار ● هزینه بر و زمان بر بودن تامین فناوری‌های جدید ● ترس و نگرانی در خصوص از دست دادن قابلیت‌های نوآورانه سازمان ● پیچیدگی حقوق مالکیت فکری و نگرانی مرتبط با نقض آن ● مشکلات مربوط خریداران و انتظارات مشتریان ● محدودیت در بازارهای مربوط به دانش و فناوری، منابع مالی محدود، (نقض در نقش‌ها، وظایف، قابلیت‌های فرایندی)، ظرفیت جذب نامناسب، عدم وجود فرهنگ سازمانی مشخص، مقاومت کارکنان در مقابل تغییرات احتمالی، دشوار بودن مشارکت و تعامل با منابع بیرونی، دانش و فناوری شرکت‌های بزرگ ● عدم مشارکت اعضای تیم ● فقدان اطلاعات قانونی، اداری، بروکراسی اداری، قوانین و مقررات متضاد ● عدم وجود فرایند رسمی نوآوری ● عدم حمایت و پشتیبانی مدیران ارشد | B2 | پیچیدگی و ابهام ذاتی دانش و فناوری، عدم تعهد داخلی، عدم وجود فناوری‌های جدید، ترس و نگرانی از تامین فناوری‌های جدید، ترس و نگرانی در خصوص از دست دادن قابلیت‌های نوآورانه، پیچیدگی حقوق مالکیت فکری، مشکلات مربوط به خریداران و انتظارات مشتریان، محدودیت در بازارهای مربوط به دانش و فناوری، منابع مالی محدود، (نقض در نقش‌ها، وظایف، قابلیت‌های فرایندی)، ظرفیت جذب نامناسب، عدم وجود فرهنگ سازمانی مشخص، مقاومت کارکنان در مقابل تغییرات احتمالی، دشوار بودن مشارکت و تعامل با منابع بیرونی، دانش و فناوری شرکت‌های بزرگ، عدم مشارکت اعضای تیم، فقدان اطلاعات قانونی، اداری، بروکراسی اداری، قوانین و مقررات متضاد، عدم وجود فرایند رسمی نوآوری، عدم حمایت و پشتیبانی مدیران ارشد |
| ۷ | ● تحلیل فاصله بین عوامل ساختاری و زمینه‌ای قبل از شروع کسب و کار ● برنامه‌ریزی استراتژیک، میان مدت و عملیاتی برای بهبود عوامل زمینه‌ای ● اجرای برنامه بهبود ● تغییر رفتار کارافرینی در افراد و هدفگذاری آن، ایجاد بستر و زمینه اجتماعی و سیاسی مناسب ● فرهنگ‌سازی کارافرینی در سازمان ● آموزش کارافین در سازمان و تاکید بر ابداع و خلاقیت در آموزش ● تحقیق و توسعه در سازمان ● حمایت از بخش تحقیق و توسعه در سازمان ● ایجاد فضا برای افراد خلاق و کارافین در سازمان ● ایجاد مرکز توسعه و کسب و کارهای کوچک و متوسط ● حمایت مالی و معنوی از کارآفرین‌ها و ایجاد مشوق‌هایی برای فعالیت‌های کارآفرین در سازمان | B3 | تحلیل فاصله بین عوامل ساختاری و زمینه‌ای، برنامه‌ریزی استراتژیک، میان مدت و عملیاتی، اجرای برنامه، تغییر رفتار کارافرینی، فرهنگ‌سازی کارافرینی، آموزش کارافین در سازمان و تاکید بر ابداع و خلاقیت در آموزش، تحقیق و توسعه، حمایت از بخش تحقیق و توسعه، ایجاد فضا برای افراد خلاق و کارافین در سازمان، ایجاد مرکز توسعه و کسب و کارهای کوچک و متوسط، حمایت مالی و معنوی |

| ردیف | نکات کلیدی | شماره کد | کد اولیه (مفهوم) |
|------|---|----------|--|
| ۸ | <ul style="list-style-type: none"> توسعه اقتصادی پیش شرط رشد اقتصادی جامعه است ● کارآفرینی با ایجاد اشتغال رابطه تنگاتنگی دارد ● کارآفرینی موجب توزیع مناسب درآمدها و کاهش اضطراب اجتماعی می شود ● کارآفرینی باعث بهره‌برداری از منابع کشور می شود ● کارآفرینی باعث بهبود کیفیت زندگی، کشف نیازها، خواسته‌ها و انتظارات افراد جامعه می شود ● کارآفرینی باعث ابداع و توسعه کالاها و ایجاد خدمات جدید در جامعه می شود ● کارآفرینی باعث بهبود مزیت رقابتی و جهت‌گیری به سمت توسعه پایدار می شود ● کارآفرینی باعث کاهش مشکلات اقتصادی از جمله فقر، نابسامانی‌های اجتماعی، فرهنگی، بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی و معضلات مربوط به انبوه‌بیکاران جامعه می شود | B4 | <p>توسعه اقتصادی پیش شرط رشد اقتصادی جامعه، کارآفرینی با ایجاد اشتغال رابطه تنگاتنگی دارد، توزیع مناسب درآمدها و کاهش اضطراب اجتماعی می شود، (بهبود کیفیت زندگی، کشف نیازها، خواسته‌ها و انتظارات افراد جامعه)، ابداع و توسعه کالاها و ایجاد خدمات جدید در جامعه، کارآفرینی بهبود مزیت رقابتی و جهت‌گیری به سمت توسعه پایدار، (کاهش مشکلات اقتصادی از جمله فقر، نابسامانی‌های اجتماعی، فرهنگی، بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی و معضلات مربوط به انبوه‌بیکاران جامعه)</p> |
| ۹ | <ul style="list-style-type: none"> سازگاری با تغییرات محیطی ● داشتن قدرت رقابتی ● دانش نوآوری | C1 | <p>سازگاری با تغییرات محیطی، داشتن قدرت رقابتی، دانش نوآوری</p> |
| ۱۰ | <ul style="list-style-type: none"> دشوار بودن مشارکت و تعامل با منابع بیرونی، دانش و فناوری شرکت‌های بزرگ، (فقدان اطلاعات قانونی، حمایت و پشتیبانی مدیران ارشد، فقدان ساختار سازمانی مشخص، محدودیت در بازارهای مربوط به دانش و فناوری، منابع مالی محدود در شرکت‌های کوچک و متوسط، نقض در نقش‌ها، وظایف، قابلیت‌های فرآیندی)، عدم مشارکت اعضای تیم، ظرفیت جذب نامناسب برای پذیرش نوآوری‌های بیرونی، عدم وجود فرهنگ سازمانی مشخص ● مقاومت کارکنان در مقابل تغییرات احتمالی ● عدم وجود فرآیند رسمی نوآوری، پیچیدگی حقوق مالکیت فکری و نگرانی مرتبط با نقض آن ● مشکلات مربوط خریداران و انتظارات مشتریان | C2 | <p>دشوار بودن مشارکت و تعامل با منابع بیرونی، دانش و فناوری شرکت‌های بزرگ، (فقدان اطلاعات قانونی، قوانین و مقررات متضاد، عدم حمایت و پشتیبانی مدیران ارشد، فقدان ساختار سازمانی مشخص ● محدودیت در بازارهای مربوط به دانش و فناوری، منابع مالی محدود در شرکت‌های کوچک و متوسط، نقض در نقش‌ها، وظایف، قابلیت‌های فرآیندی)، عدم مشارکت اعضای تیم، ظرفیت جذب نامناسب برای پذیرش نوآوری‌های بیرونی، عدم وجود فرهنگ سازمانی مشخص ● مقاومت کارکنان در مقابل تغییرات احتمالی، عدم وجود فرآیند رسمی نوآوری، پیچیدگی حقوق مالکیت فکری و نگرانی مرتبط با نقض آن، مشکلات مربوط خریداران و انتظارات مشتریان</p> |
| ۱۱ | <ul style="list-style-type: none"> مشارکت اعضای همکار و تیم ● داشتن توانایی تغییر و تحول کارآفرینانه ● داشتن خلاقیت و سطح دانش برای فرد کارآفرین ● وجود نوآوری و ارائه خدمات و محصولات تولیدی ● کارآفرینی باعث رشد اقتصادی، افزایش بهره‌وری و به وجود آمدن تکنولوژی کالاها و خدمات جدید می‌باشد | C3 | <p>مشارکت اعضای همکار و تیم، داشتن توانایی تغییر و تحول کارآفرینانه، داشتن خلاقیت و سطح دانش برای فرد کارآفرین، وجود نوآوری و ارائه خدمات و محصولات تولیدی، کارآفرینی باعث رشد اقتصادی، افزایش بهره‌وری و به وجود آمدن تکنولوژی کالاها و خدمات جدید</p> |
| ۱۲ | <ul style="list-style-type: none"> کارآفرینی باعث افزایش بهره‌وری و توزیع ثروت | C4 | <p>کارآفرینی باعث افزایش بهره‌وری و توزیع ثروت</p> |
| ۱۳ | <ul style="list-style-type: none"> تغییرات محیطی داخلی و خارجی ● ایجاد هماهنگی بین عوامل خارجی ● ایجاد تعامل و همکاری، چارچوب دو سویه بین بخش داخلی و خارجی شرکت | D1 | <p>تغییرات محیطی داخلی و خارجی، ایجاد هماهنگی بین عوامل خارجی، ایجاد تعامل و همکاری، چارچوب دو سویه بین بخش داخلی و خارجی شرکت</p> |
| ۱۴ | <ul style="list-style-type: none"> عدم هماهنگی و همکاری بین بخش داخلی و خارجی ● مشکلات قوانین و مقررات ● عدم ایجاد ارتباط با فضای بیرون ● نبود چارچوب، منظم و قواعد مشخص ● نبود اعتماد بین شرکت، مشتریان، و تامین کنندگان ● | D2 | <p>عدم هماهنگی و همکاری بین بخش داخلی و خارجی، عدم ایجاد ارتباط با فضای بیرون، نبود اعتماد بین شرکت، مشتریان، و تامین کنندگان، انتخاب مسیری که</p> |

| ردیف | نکات کلیدی | شماره کد | کد اولیه (مفهوم) |
|------|---|----------|---|
| | انتخاب مسیری که منافع شرکت، مشتریان و عرضه کنندگان و ... برای همه محیا شود | | منافع شرکت، مشتریان و عرضه کنندگان و ... برای همه محیا شود |
| ۱۵ | ● داشتن قوانین و مقررات و چارچوب مشخص و دقیق ● همراستایی تمام گروه ها و ائتلاف ها در یک راستا | D3 | داشتن قوانین و مقررات و چارچوب مشخص و دقیق، همراستایی تمام گروه ها و ائتلاف ها در یک راستا |
| ۱۶ | ● یکی از ابزار های توسعه کشور مسیر رویکرد کارآفرینی است ● کارآفرینی باعث اقتصاد قوی می شود. | D4 | رویکرد کارآفرینی ابزار توسعه کشور، اقتصاد قوی |
| ۱۷ | ● دستیابی به مزیت رقابتی پایدار ● درک مفاهیم مختلف ● آموزش ● تحقیق و توسعه ● ساختارهای پشتیبانی ● انتقال فناوری ● مدیریت ● بازاریابی ● سرمایه گذاری ● برنامه ریزی بلندمدت ● تمرکز بر رفع نیازهای مشتریان ● مدیریت کارا ● کاهش هزینه ● قیمت تمام شده ● افزایش سهم بازار ● رشد سبد محصولات شرکت ● افزایش سودآوری ● افزایش رقابت پذیری در بنگاه ● مدیریت زمان ● تخصص - گرای | E1 | دستیابی به مزیت رقابتی پایدار، درک مفاهیم مختلف، آموزش، تحقیق و توسعه، ساختارهای پشتیبانی، انتقال فناوری، مدیریت، بازاریابی، سرمایه گذاری، برنامه ریزی بلندمدت، تمرکز بر رفع نیازهای مشتریان، مدیریت کارا، کاهش هزینه، قیمت تمام شده، افزایش سهم بازار، رشد سبد محصولات شرکت، افزایش سودآوری، افزایش رقابت پذیری در بنگاه، مدیریت زمان، تخصص گرای |
| ۱۸ | ● عدم وجود محیط رقابتی ● عدم وجود حمایت های مالی ● عدم زیر ساخت های لازم جهت تقویت خلاقیت و فرآیند نوآوری ● نبود بازار عرضه و تقاضا | E2 | عدم وجود محیط رقابتی، عدم وجود حمایت های مالی، عدم وجود محیط رقابتی، عدم وجود حمایت های مالی، عدم زیر ساخت های لازم نبود بازار عرضه و تقاضا |
| ۱۹ | ● همکاری با رقبا ● مشارکت دادن مشتریان در فرآیند نوآوری ● مشارکت دادن تامین کنندگان در فرآیند نوآوری ● همکاری با شرکای دولتی و خصوصی در فرآیند نوآوری ● مشارکت دادن کارکنان در فرآیند نوآوری ● مشارکت دادن سهامداران در فرآیند نوآوری ● ظرفیت جذب دانش و برون سازی دانش ● بهره برداری از دانش فنی با استفاده از حقوق مالکیت فکری مثل: اختراعات، علائم تجاری، حق تکثیر و نسخه برداری، حقوق طراحی و اسرار تجاری از بعد فنی، کسب و بهره برداری از فناوری خارجی، توسعه قابلیت های فناوری اطلاعات و نیروی انسانی، عوامل راهبردی و زیرساختی | E3 | همکاری با رقبا، مشارکت دادن مشتریان در فرآیند نوآوری، مشارکت دادن تامین کنندگان در فرآیند نوآوری، همکاری با شرکای دولتی و خصوصی در فرآیند نوآوری، مشارکت دادن کارکنان در فرآیند نوآوری، مشارکت دادن سهامداران در فرآیند نوآوری، ظرفیت جذب دانش و برون سازی دانش، بهره برداری از دانش فنی با استفاده از حقوق مالکیت فکری |
| ۲۰ | ● ایجاد فضای کسب و کار ● رقابت در اقتصاد و تغییرات دانشی ● گذر از عصر صنعتی به عصر دانش | E4 | ایجاد فضای کسب و کار، رقابت در اقتصاد و تغییرات دانشی، گذر از عصر صنعتی به عصر دانش |
| ۲۱ | ● حمایت از ایده ها ● خرید تضمینی ● اعطای تسهیلات ● تکمیل زنجیره تولید ● ارتباط مرکز دانش بنیان با بازار ● بازاریابی مناسب | F1 | حمایت از ایده ها، خرید تضمینی، اعطای تسهیلات، تکمیل زنجیره تولید، ارتباط مرکز دانش بنیان با بازار، بازاریابی مناسب |
| ۲۲ | ● بروکراسی اداری ● عدم وجود زنجیره ارزش ● عدم وجود بازار مصرف | F2 | بروکراسی اداری، عدم وجود زنجیره ارزش، عدم وجود بازار مصرف |
| ۲۳ | ● برگزاری نمایشگاه های و فستیوال ● برگزاری مسابقات تخصصی ● معرفی رایگان در شبکه ها | F3 | برگزاری نمایشگاه های و فستیوال، برگزاری مسابقات تخصصی، معرفی رایگان در شبکه ها |
| ۲۴ | ● نقش تسهیلگر و سرعت بخشی در توسعه ● کوتاه کردن چرخه عمر محصولات ● افزایش رقابت ● افزایش کیفیت | F4 | نقش تسهیلگر و سرعت بخشی در توسعه، کوتاه کردن چرخه عمر محصولات، افزایش رقابت، افزایش کیفیت |
| ۲۵ | ● ساختار سازمانی مناسب ● تمرکز ● رسمیت ● پیچیدگی ● سیستم پاداش و پرداخت ● سیستم تحقیق و توسعه ● رهبری ● ریسک و تنبیه ● اندازه یا | M1 | ساختار سازمانی مناسب، تمرکز، رسمیت، پیچیدگی، سیستم پاداش، پرداخت، سیستم تحقیق و توسعه، رهبری، ریسک و تنبیه، اندازه یا |

| ردیف | نکات کلیدی | شماره کد | کد اولیه (مفهوم) |
|------|--|----------|---|
| | بزرگی سازمان ● تکنولوژی سازمان ● محیط ● فرهنگ ● چارچوب تنظیمی ● ظرفیت‌های جذب کارآفرینی ● دسترسی به منابع ● شرایط بازار | | رهبری، ریسک و تنبیه، اندازه یا بزرگی سازمان، تکنولوژی سازمان، محیط، فرهنگ، چارچوب تنظیمی، ظرفیت‌های جذب کارآفرینی، دسترسی به منابع، شرایط بازار |
| ۲۶ | ● ضعف آموزش عالی ● انتظارات بیش از حد دولت ● ریسک‌گریزی ● نگرش نادرست به پول و ثروت ● بی‌توجهی به آموزش ضمن کار و توانمندسازی افراد ● عدم الگوی رفتاری مناسب ● عدم شبکه پشتیبانی روحي ● عدم پشتیبانی تخصصی ● انحصار دولت ● ناامنی حقوق مالکیت خصوصی | M2 | ضعف آموزش عالی، انتظارات بیش از حد دولت، ریسک‌گریزی، نگرش نادرست به پول و ثروت، بی توجهی به آموزش ضمن کار و توانمندسازی افراد، عدم الگوی رفتاری مناسب، عدم شبکه پشتیبانی روحی، عدم پشتیبانی تخصصی، انحصار دولت، ناامنی حقوق مالکیت خصوصی |
| ۲۷ | ● حمایت دولت از سازمان ● ترویج فرهنگ کارآفرینی ● توسعه زیر ساخت- ها ● آموزش کارآفرینان | M3 | حمایت دولت از سازمان، ترویج فرهنگ کارآفرینی، توسعه زیر ساخت‌ها، آموزش کارآفرینان |
| ۲۸ | ● ایجاد تولیدات جدید ● ایجاد ارزش افزوده اقتصادی ● ایجاد اشتغال ● افزایش تولید ناخالص ملی ● کاهش فقر | M4 | ایجاد تولیدات جدید، ایجاد ارزش افزوده اقتصادی، ایجاد اشتغال، افزایش تولید ناخالص ملی، کاهش فقر |
| ۲۹ | ● کشف و بهره‌برداری درونی و بیرونی از نوآوری باز | N1 | کشف و بهره‌برداری درونی و بیرونی از نوآوری باز |
| ۳۰ | ● مشکل و محدودیت در تامین منابع مالی ● عدم برقراری تعامل بین وظایف روزانه، فرهنگ سازمانی و نوآوری شرکت‌ها نوآور، شکاف دانشی، کمبود پرسنل دانشی و فقدان اطلاعات قانونی و اداری ● مقاومت کارکنان در مقابل هر گونه تغییر احتمالی ● چالش‌های مرتبط با هرگونه حقوق مالکیت فکری | N2 | مشکل و محدودیت در تامین منابع مالی، عدم برقراری تعامل بین وظایف روزانه، فرهنگ سازمانی و نوآوری شرکت‌ها نوآور، شکاف دانشی، کمبود پرسنل دانشی و فقدان اطلاعات قانونی و اداری، مقاومت کارکنان در مقابل هر گونه تغییر احتمالی، چالش‌های مرتبط با هرگونه حقوق مالکیت فکری |
| ۳۱ | ● تا حدودی کاهش محرمانگی و محافظه کار بودن بیش از حد شرکت‌های نوآور ● توجه به منابع انسانی، منابع و هزینه‌های مرتبط با نوآوری ● توجه به بازار، مشارکت نوآورانه و منابع نوآور ● کاهش محدودیت‌های اداری | N3 | کاهش محرمانگی و محافظه کار بودن بیش از حد شرکت‌های نوآور، توجه به منابع انسانی، منابع و هزینه‌های مرتبط با نوآوری، توجه به بازار، مشارکت نوآورانه و منابع نوآور، کاهش محدودیت‌های اداری |
| ۳۲ | ● افزایش اشتغال ● کاهش فقر ● افزایش رشد اقتصادی | N4 | افزایش اشتغال، کاهش فقر، افزایش رشد اقتصادی |
| ۳۳ | ● ساختار و فرایند جذب از داخل و خارج سازمان ● توانایی تغییر مدل کسب و کار ● تعریف ساختار، فرهنگ و تیم همکاری ● تامین منابع مالی ● جذب افراد دانش محور با رویکرد شخصیت فرهنگی ● تعاملات بیشتر ● حمایت مدیریت و مالکان ● همکاری با دانشگاه، پارک علم و فناوری، سازمان صنعت معدن و تجارت و ... ● ارتباط با مشتریان ● شناسایی رقبا و همکاری با زنجیره تامین | P1 | ساختار و فرایند جذب از داخل و خارج سازمان، توانایی تغییر مدل کسب و کار، تعریف ساختار، فرهنگ و تیم همکار، تامین منابع مالی، جذب افراد دانش محور با رویکرد شخصیت فرهنگی، تعاملات بیشتر، حمایت مدیریت و مالکان، همکاری با دانشگاه، پارک علم و فناوری، سازمان صنعت معدن و تجارت و ...، ارتباط با مشتریان، شناسایی رقبا و همکاری با زنجیره تامین |
| ۳۴ | ● موانع فرهنگی ● نحوه همکاری بین افراد ● ثبات و عدم تغییر ● موانع ساختاری ● موانع زیر ساخت‌ها ● موانع مالی ● آموزش ● مدیریت نا صحیح در صنعت ● عدم ارتباط دقیق با دانشگاه، موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های صنعتی | P2 | موانع فرهنگی، نحوه همکاری بین افراد، ثبات و عدم تغییر، موانع ساختاری، موانع زیر ساخت‌ها، موانع مالی، آموزش، مدیریت نا صحیح در صنعت، عدم ارتباط دقیق با دانشگاه، موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های صنعتی |

| ردیف | نکات کلیدی | شماره کد | کد اولیه (مفهوم) |
|------|--|----------|--|
| ۳۵ | ● تغییر ساختار و مدل کسب و کار ● آموزش کارآفرینان ● کسب حمایت های لازم از طرف دولت و بانکها ● صادرات محور کردن شرکتها ● الکترونیکی کردن کسب و کار و فروش اینترنتی ● تغییر ذهنیات و تفکرات ● تغییر ساختار رسانه و صدا و سیما برای تبلیغات | P3 | تغییر ساختار و مدل کسب و کار، آموزش کارآفرینان، کسب حمایت‌های لازم از طرف دولت و بانکها، صادرات محور کردن شرکتها، الکترونیکی کردن کسب و کار و فروش اینترنتی، تغییر ذهنیات و تفکرات، تغییر ساختار رسانه و صدا و سیما برای تبلیغات |
| ۳۶ | ● کاهش بیکاری ● افزایش ارزش اقتصادی ● افزایش توسعه اقتصادی ● افزایش اشتغال ● تولید دانش محور و دانش بنیان | P4 | کاهش بیکاری، افزایش ارزش اقتصادی، افزایش توسعه اقتصادی، افزایش اشتغال، تولید دانش محور و دانش بنیان |

کدگذاری محوری

کدگذاری محوری از طریق کنار هم قرار گرفتن کدهای اولیه بدست می‌آید. در جدول زیر فهرست مقوله‌ها همراه با کدهای اختصاص یافته به آنها و همچنین تعداد فراوانی هر مقوله گزارش شده است. در این مرحله تلاش شده است تا حداکثر قرابت معنایی بین مفاهیم معرفی شده از طرف مصاحبه شوندگان با واژه‌های انتخاب شده که جنبه علمی تری دارند، رعایت شود.

جدول ۳. کدگذاری ثانویه و محوری

| فراوانی | صاحب‌نظران | کدگذاری ثانویه | کدگذاری محوری |
|---------|---|---|---------------|
| ۹ | A3, B2, B3, C1, C2, C3, D1, D2, D3, E1, E3, E4, F1, F2, M2, M3, N3, P1, P2, P3, | تشکیل پنجره واحد، مشارکت و تعامل، عدم حمایت و پشتیبانی مدیران، ایجاد فضای مناسب برای افراد خلاق و کارآفرین، مشکلات مربوط به خریداران و انتظارات مشتریان، ایجاد مرکز توسعه برای کسب و - کارهای کوچک و متوسط، سازگاری با تغییرات محیطی، عدم مشارکت اعضای تیم، مشارکت اعضای تیم، تغییرات محیطی داخلی و خارجی، ایجاد هماهنگی بین عوامل داخلی و خارجی، عدم هماهنگی و همکاری بین بخش داخلی و خارجی، عدم ایجاد ارتباط با فضای بیرون، همراستایی و ائتلاف در گروه، تمرکز بر رفع نیاز مشتری، همکاری با رقبای، ایجاد فضای کسب و کار، عدم وجود بازار مصرف، شرایط بازار، توجه به بازار، فرهنگ و تیم همکار، حمایت از ایده‌ها، تعاملات بیشتر، حمایت دولت از سازمان، حمایت مدیر و مالکان، همکاری با دانشگاه و پارک علم و فناوری و سازمان صنعت و معدت و تجارت، موانع فرهنگی، نحوه همکاری بین افراد، ثبات و عدم تغییر، عدم ارتباط دقیق با دانشگاه، کسب حمایت‌های لازم از طرف دولت و بانکها، | عوامل محیطی |
| ۸ | B1, B2, B3, B4, C2, C3, C4, D2, D4, E1, E2, F1, F2, F4, M4, N1, N2, N4, P1, P2, P3, P4, | سرمایه‌گذاری، منابع مالی محدود، حمایت مالی و معنوی، توسعه اقتصادی، اشتغالزایی، توزیع مناسب درآمد، کاهش مشکلات اقتصادی از جمله فقر، نابسامانی‌های اجتماعی، فرهنگی، بیکاری دانش آموختگان دانشگاهی و معضلات مربوط به انبوه بیکاران جامعه، مشکلات مربوط به خریداران و انتظارات مشتریان، افزایش بهره‌وری، رشد اقتصادی، توزیع ثروت، انتخاب مسیر مناسب برای منافع شرکت و مشتریان و عرض کنندگان، کارافین به عنوان ابزار توسعه، اقتصاد قوی، کاهش هزینه، قیمت تمام شده، افزایش سهم بازار، رشد سید محصولات، افزایش سودآوری، عدم وجود حمایت مالی، اعطای تسهیلات، عدم وجود زنجیره ارزش، کوتاه کردن چرخه عمر محصولات، افزایش کیفیت، افزایش تولید ناخالص ملی، کشف و بهره‌برداری درونی و بیرونی از نوآوری باز، مشکل و محدودیت در تامین منابع مالی، تامین منابع مالی، موانع مالی، صادرات محور بودن شرکتها، کاهش بیکاری، | عوامل اقتصادی |
| ۴ | B1, B2, C3, M1, M2, N2, | ریسک‌پذیری، عدم تعهد، ترس و نگرانی، توانایی تغییر و تحول، داشتن خلاقیت در سطح دانش، ریسک و توسعه، ریسک‌گریزی، عدم برقراری تعامل بین وظایف روزانه، | عوامل فردی |



| فراوانی | صاحب‌نظران | کدگذاری ثانویه | کدگذاری محوری |
|---------|---|---|----------------------|
| ۶ | B1, B2, B3, C2, E1, E2, M1, M2, M3, N2, P1, P2, P3, | اصلاح ساختار سازمانی، عدم وجود فرهنگ سازمانی، مقاومت کارکنان در مقابل تغییر، عدم وجود فرایند رسمی در نوآوری، عوامل ساختاری و زمینه‌ای، تغییر رفتار کارآفرین، فقدان ساختار سازمانی مناسب، ساختارهای پشتیبانی، عدم وجود زیر ساخت بازار عرضه و تقاضا، تمرکز، رسمیت، پیچیدگی، سیستم پاداش و پرداخت، اندازه و بزرگی سازمان، تکنولوژی سازمان، محیط، فرهنگ سازمانی، چارچوب تنظیمی، عدم الگو رفتاری مناسب، عدم شبکه پشتیبانی، عدم پشتیبانی تخصصی، توسعه زیر ساخت‌ها، ساختار سازمان، توانایی تغییر مدل کسب و کار، موانع ساختاری، موانع زیر ساختارها، تغییر ساختار رسانه، | عوامل سازمانی |
| ۶ | A1, A4, B1, B4, C1, C3, F1, M4, P2, | انجام تحقیقات در تمام حوزه‌ها، موتور محرک اقتصادی، تولید محصولات جدید، ابداع کالای جدید، حمایت از ایده‌ها، دانش نوآوری، نوآوری در محصولات جدید، موسسات تحقیقی و شرکت‌های صنعتی، | نوآوری |
| ۸ | B1, B2, B3, C2, D1, E1, F1, F2, F4, M1, N2, N3, P1, P2, | تخصیص منابع، هزینه و زمان لازم برای تامین فناوری‌های جدید، ظرفیت جذب نامناسب، برنامه‌ریزی استراتژیک، برنامه‌ریزی بلندمدت و میانی و عملیاتی، چارچوب دو سویه بین بخش داخلی و خارجی شرکت، اجرای برنامه، عدم وجود زنجیره ارزش، حمایت از ایده‌ها، تسهیلگر و سرعت بخشی در توسعه، تحقیق و توسعه، مدیریت، بازاریابی، مدیریت کارا، بازاریابی مناسب، ارتباط مرکز دانش بنیان با بازار، رهبری، ظرفیت جذب کارآفرین، کمبود پرسنل دانشی، توجه به منابع انسانی، منابع نوآور، فرآیند جذب از داخل و خارج سازمان، جذب افراد دانش محور، مدیریت ناصحیح در صنعت، | پیاده سازی استراتژیک |
| ۶ | B1, B4, C1, E1, E2, E4, F1, F4, M1, M4, P1, P4, | پیشگام شدن، به چالش کشیدن رقبای، مزیت رقابتی، دستیابی به مزیت رقابتی، افزایش رقابت‌پذیری بنگاه-ها، مدیریت زمان، تخصص‌گرایی، عدم وجود محیط رقابتی، ارتباط مرکز دانش بنیان با بازار، حمایت از اید-ها، رقابت در اقتصاد و تغییرات دانشی، خرید تضمینی، دسترسی به بازار، ایجاد ارزش افزوده اقتصادی، شناسایی رقبای، افزایش ارزش اقتصادی، افزایش توسعه اقتصادی، | ایجاد مزیت رقابتی |
| ۵ | B3, E1, F1, M2, P3, P4, | تاکید بر ابداع و خلاقیت در آموزش، درک مفاهیم، ارتباط مرکز دانش بنیان با بازار، حمایت از ایده‌ها، نگرش نادرست به پول و ثروت، تغییر ذهنیات و تفکرات، تولید دانش محور و دانش بنیان، | پویایی سازمانی |
| ۴ | E1, F3, M2, M3, P2, P3, | آموزش، برگزاری نمایشگاه‌های وقتستوال، برگزاری مسابقات تخصصی، معرفی رایگان در شبکه‌ها، ضعف آموزش عالی، بی توجهی به آموزش ضمن کار و توانمندسازی افراد، ترویج فرهنگ کارآفرینی، | تبلیغات مؤثر |
| ۲ | F1, P1, | تکمیل زنجیره تولید، همکاری با زنجیره تامین، | سیستم زنجیره تامین |
| ۱ | M2, | انحصار دولت، | انحصاری بودن محصول |
| ۴ | B4, D2, N3, P1, | بهبود کیفیت زندگی، کشف نیازها، خواسته‌ها و توجه انتظارات افراد جامعه، نبود اعتماد بین شرکت و مشتریان و تامین‌کنندگان، کاهش محرمانگی و محافظه کار بودن، ارتباط با مشتریان، | جلب اعتماد مشتری |
| ۶ | B2, C2, E1, E3, E4, M2, N2, P3, | پیچیدگی و ابهام ذاتی دانش و فناوری، عدم وجود فناوری، حقوق مالکیت فکری، محدودیت در بازارهای مربوط به دانش و فناوری، دانش و فناوری، انتقال فناوری، ظرفیت جذب دانش، بهره‌برداری از دانش فنی، گذر از عصر صنعتی به عصر دانش، ناامنی حقوق مالکیت خصوصی، شکاف دانشی، چالش‌های مرتبط با حقوق مالکیت فکری، الکترونیکی کردن کسب و کارها، | تکنولوژیک |
| ۷ | A2, A3, B2, D3, F1, M2, M3, N2, N3, P3, | موانع قانونی و دولتی، فقدان اطلاعات قانونی، اداری، بروکراسی اداری، تشکیل کمیته‌ها، تشکیل پنجره واحد، قوانین و مقررات متضاد، حمایت از ایده‌ها، حمایت دولت از سازمان، داشتن قوانین و مقررات و چارچوب مشخص، انتظارات بیش از حد دولت، کاهش محدودیت اداری، کسب حمایت‌های لازم از طرف دولت و بانک‌ها، | قوانین و مقررات |

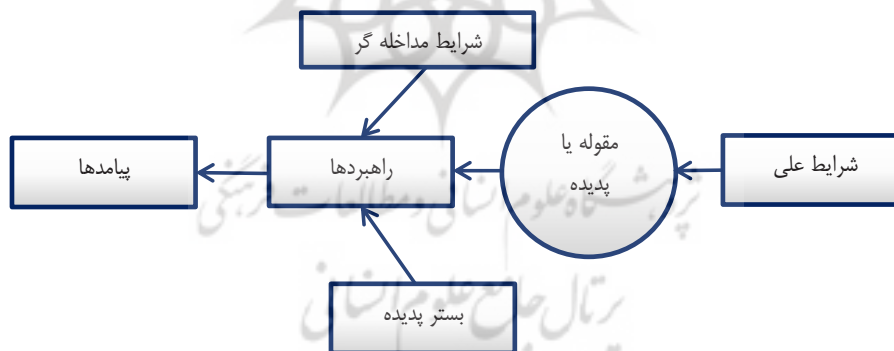
همانطور که در جدول فوق مشاهده می‌شود طراحی الگوی نوآوری باز با توسعه رویکرد کارآفرینانه، شناسایی شده‌اند. برای تعیین کفایت فراوانی لازم جهت انتخاب مقوله‌های اصلی پژوهشگر حداقل فراوانی را ۵ در نظر گرفته است. استدلال بر این است که برای انتخاب هر مقوله کفایت لازم فراوانی ۵ بیش از نیمی از مصاحبه شونده‌ها باشند که به ذکر آن مقوله در مصاحبه‌ها پرداخته باشند. این حد تعیین شده نشان دهنده انتخاب یا عدم انتخاب مقوله انتخاب شده برای درج در طراحی الگوی نوآوری باز با توسعه رویکرد کارآفرینانه خواهد بود. یافته‌ها نشان داد که تعداد ۸ مقوله اصلی به عنوان طراحی الگوی نوآوری باز با رویکرد توسعه‌ی کارآفرینانه استخراج شدند. مقوله‌های شناسایی شده همگی فراوانی بالاتر از ۵ داشته‌اند.



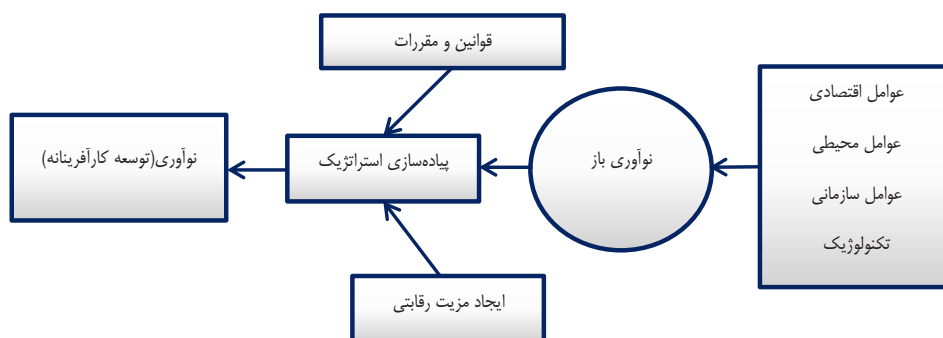
شکل ۱. عوامل موثر بر نوآوری باز با رویکرد توسعه کارآفرینانه

کدگذاری انتخابی

در این مرحله تئوری هر مقوله براساس ارتباط منطقی بین عوامل شناخته شده آنها گروه بندی شده و در طبقه ویژه‌ای قرار داده شدند. عوامل شناسایی شده را باید در رهیافت نظام‌مند استراوس و کوربین قرار دهیم و مدل کیفی تحقیق حاصل شد.



شکل ۲. رهیافت نظام‌مند استراوس و کوربین (دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۶)



شکل ۳. مدل مفهومی پژوهش

۴- بحث و فرجام

عوامل سازمانی، محیطی، استراتژیک، اقتصادی و محیطی از جمله مهم‌ترین و اساسی‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه نوآوری در سازمان‌های امروزی هستند که توجه به آنها زمینه لازم را برای رشد و توسعه نوآوری باز در این سازمان‌ها را فراهم می‌سازد. نظریه نوآوری باز از دیدگاه داخلی مطرح شده توسط ادبیات مدیریت دانش فراتر رفته است و پیشنهاد می‌کند که شرکت‌ها باید از دانش‌های داخلی و خارجی استفاده کنند. بنابراین، مدل‌های نوآورانه جدید نشان می‌دهد که اشکال جدیدی از تعاملات و همکاری برای توسعه محصولات و فرآیندهای جدید است.

طراحی و تبیین مدلی که در بردارنده تمامی عوامل درون سازمانی و برون سازمانی مؤثر بر توسعه نوآوری باز در سازمان‌ها باشند، ضرورت اصلی این گونه سازمان‌ها بوده و نبود آن به عنوان خلاء تئوریک محسوب می‌گردد. در این پژوهش ابتدا تلاش شد تا با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی، عوامل و مؤلفه‌های تاثیرگذار بر توسعه نوآوری باز، شناسایی شده و الگوی نوآوری باز با رویکرد توسعه‌ی کارآفرینانه (مورد مطالعه: تعاونی‌های روستایی مرزی آسیب دیده در بحران کرونا)، طراحی شود. در خصوص پاسخ به سوال اصلی باید گفت که مدل بدست آمده بر اساس رهیافت نظام‌مند استراوس و کوربین (دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۶) طراحی شده است و ساختار آن به شرح زیر می‌باشد: شرایط علی شامل عوامل محیطی، عوامل سازمانی، عوامل اقتصادی و تکنولوژیک می‌باشد. نوآوری باز به عنوان مقوله با پدیده محوری لحاظ شده است و قوانین و مقررات به عنوان شرایط مداخله‌گر. همچنین پیاده‌سازی استراتژیک به عنوان راهبرها و ایجاد مزیت رقابتی به عنوان بستر پدیده آورده شده است، باید خاطر نشان کرد که پیامد این مدل نوآوری (توسعه کارآفرینانه) است. پس از مشخص کردن هر یک از مقوله‌های مدل به تشریح و مقایسه آنها با پژوهش‌های دیگر می‌پردازیم.

نتیجه پژوهش حاضر حاکی از این است که، شرایط علی و محوری اصلی بر نوآوری باز شامل؛ عوامل اقتصادی، محیطی، سازمانی و تکنولوژیک است و اشتغالزایی، نوآوری، سازگاری با تغییرات محیطی، همکاری و هماهنگی، عدم زیرساخت‌های مناسب، عدم پشتیبانی‌ها، حقوق مالکیت معنوی و فکری و شکاف دانشی از شرایط علی و محور فرعی توسعه کارآفرینانه محسوب می‌گردند. یکی از عوامل مؤثر بر نوآوری باز در بحث رودیکرد توسعه کارآفرینی عوامل اقتصادی است که با نتایج پژوهش‌های (Krasnigi (2007 و محمدی یگانه (۱۳۹۹)، کریمی و بوذرجمهری (۱۳۹۳)، دنیایی و همکاران (۱۳۸۹) و همچنین حسینی و همکاران (۱۳۹۷) همخوانی دارد. همچنین تأثیر عوامل محیطی بر نوآوری باز با نتایج پژوهش‌های (Pervan & At.Ai (2015 همخوانی دارد. از طرفی تأثیر عوامل سازمانی بر نوآوری باز با نتایج مطالعات (Popa & At.Ai (2017 همخوانی دارد. یکی دیگر از مقوله‌ها تکنولوژیک این که با نتایج مطالعات (Wang & At.Ai (2015 همخوانی دارد. چنانچه شرایط اقتصادی، محیطی، سازمانی و استراتژیک مناسب، برای این مراکز از جمله تعاونی‌های روستایی فراهم نباشد، با چالش‌ها و موانع اساسی برای دسترسی به نوآوری باز مواجه خواهند شد، زیرا تعاونی‌های روستایی از یک سو، از توانایی و قابلیت‌های لازم برای رقابت با سازمان‌های ملی و فراملی در حوزه فعالیت‌های کارآفرینانه برخوردار نیستند و از طرف دیگر، افزایش سریع قیمت ارز و ناهماهنگی‌های روز افزون نظام ارزی کشور و تحریم‌ها، این گونه شرکت‌ها با چالش‌های اساسی مواجه نموده است. کسب و کارهای کوچک و متوسط روستایی یا تعاونی‌های روستایی دارای ویژگی‌هایی هستند که با وجود آنها این تعاونی‌ها معنا و مفهوم پیدا می‌کنند یا در واقع هویت پیدا می‌کنند. فلسفه وجودی چنین تعاونی‌هایی سرعت زیاد در تصمیم‌گیری، اشتغالزایی، نوآوری بیشتر، سودآوری، سلسله مراتب اداری و سازمانی کمتر، انعطاف‌پذیری، دسترسی راحت به مدیران و ارشدان شرکت و... است؛ این تعاونی‌ها با

ایجاد کسب و کار در مناطق روستایی از جمله روستاهای مرزی به راحتی می‌توانند با ایجاد اشتغالزایی برای مردان و زنان از مهاجرت آنها به شهرها جلوگیری کرد، از سویی ایجاد این تعاونی‌ها باعث سوآوری اقتصادی برای منطقه و همچنین گسترش فرهنگ کارآفرینی می‌شوند. از آنجایی که تعاون روستایی بخشی از کسب و کارهای کوچک و متوسط است بنابراین موفقیت کسب و کارهای کوچک و متوسط، به میزان اهمیتی که به نوآوری می‌دهند بستگی دارد. زمانی دستیابی به نوآوری باز و ورود و خروج آزادانه و عامدانه دانش به درون و بیرون صنعت برای تسریع در روند نوآوری محقق خواهد شد که سهم این شرکت‌ها در اقتصاد، اشتغالزایی و فراهم آوردن شرایط مناسب برای انطباق و سازگاری با تغییرات محیطی و فراهم آمدن زیرساخت‌های مناسب برای سرمایه‌گذاری، تسهیل گردد. با توجه به اینکه تنگناهای مالی و اقتصادی، قدرت سرمایه‌گذاری برای جذب نیروهای خلاق و ایده‌پرداز را دچار مشکل می‌کند و وجود قوانین و مقررات بازدارنده و بروکراتیک، سد محکمی در برابر نیروهای انسانی خلاق، به شمار می‌رود.

همچنین نتیجه پژوهش حاضر حاکی از این است که، شرایط مداخله‌ای مؤثر و محور اصلی بر نوآوری باز شامل؛ قوانین و مقررات است و کاهش موانع قانونی و دولتی، کاهش محدودیت‌های اداری و فقدان اطلاعات قانونی از شرایط مداخله‌ای و محور فرعی مؤثر بر نوآوری باز محسوب می‌گردند. نظر به اینکه حذف قوانین بازدارنده اداری و برطرف نمودن موانع بروکراتیک، انگیزه‌های لازم را برای گرایش افراد خلاق و نوآور (درابعاد شناختی و احساسی و عاطفی و رفتاری) را به سمت کارآفرینی فراهم می‌آورد، می‌تواند عامل مؤثری برای تبیین نوآوری با به شمار آید. بنابراین مقوله قوانین و مقررات با نتایج تحقیقات Krasnigi(2007) و دنیایی و همکاران(۱۳۹۸) همخوانی دارد.

همچنین نتیجه پژوهش نشان داد؛ شرایط زمینه‌ای مؤثر و محور اصلی بر نوآوری باز شامل؛ ایجاد مزیت رقابتی است و پیشگام شدن، تخصص‌گرایی، شناسایی رقبای، افزایش ارزش اقتصادی از شرایط زمینه‌ای و محور فرعی مؤثر بر نوآوری باز محسوب می‌گردند. مزیت رقابتی، شامل مجموعه عوامل یا توانمندی‌هایی است که همواره شرکت را به نشان دادن عملکردی بهتر از رقبای قادر می‌سازد. به عبارتی، مزیت رقابتی عامل یا ترکیبی از عواملی است که در یک محیط رقابتی، سازمان را بسیار موفق‌تر از سایر سازمان‌ها می‌نماید و رقبای نمی‌توانند به راحتی از آن تقلید کنند. بنابراین برای دستیابی به مزیت رقابتی، یک سازمان هم باید به موقعیت خارجی خود توجه کند و هم توانمندی‌های داخلی را مورد توجه قرار دهد. از جمله عواملی که می‌تواند در رشد و توسعه شرکت‌ها از جمله صنایع کوچک و تعاونی‌های روستایی مؤثر واقع شود، این است که این شرکت‌ها بتوانند در عرصه‌ی فعالیت، نسبت به رقبای عملکرد بهتری داشته باشند و از طرح‌های نوآورانه بالاتری برخوردار باشند تا در حوزه کارآفرینی و تجاری‌سازی محصولات فعال عمل کنند. از آنجایی که کارکردهای اساسی ایجاد مزیت رقابتی، تحقق این هدف (ترغیب شرکت‌ها به نشان دادن عملکردی بهتر از رقبای) است، بنابراین ایجاد مزیت رقابتی مبین نوآوری باز محسوب می‌گردد چرا که ایجاد و پشتیبانی و تقویت مزیت رقابتی، باعث گرایش افراد مبدع و نوآور به سمت توسعه کارآفرینی و پیشگام شدن به این امر و تلاش برای بالا بردن سطح تخصص خودشان و انجام تلاش مضاعف برای تولید کالاهای کیفی منجر می‌گردد. بنابراین مقوله ایجاد مزیت با نتایج مطالعات حسینی و همکاران(۱۳۹۷)، برومند و زنجیری(۱۳۸۸) همخوانی دارد.

همچنین نتیجه پژوهش نشان داد، راهبردهای مؤثر و محور اصلی بر پیامدهای نوآوری باز شامل؛ پیاده‌سازی استراتژیک است و متغیرهای تخصیص منابع، تحقیق و توسعه، جذب افراد مناسب، مدیریت کارا از راهبردهای مؤثر و محور فرعی پیامدهای نوآوری باز محسوب می‌گردند. پیاده‌سازی استراتژی به معنی کمک کردن به افراد، برای انتخاب‌های کوچکی است که هم‌راستا با یک انتخاب بزرگ هستند. این

مفهوم مستلزم تغییری بزرگ در نگرش افراد نسبت به اجراست که می‌تواند رویکردهای اجرای استراتژی را بهبود بخشد. نگرش شامل سه بعد؛ شناختی، عاطفی-احساسی و رفتاری (آمادگی برای عمل) است. اگر چنانچه افراد نوآور از شناخت لازم برای کارآفرینی برخوردار باشند و از نظر عاطفی دلبستگی و پایبندی کافی برای انجام هر فعالیتی برخوردار شوند، آمادگی‌های لازم برای آن عمل در آنان ایجاد می‌گردد. این مفهوم مستلزم تغییری بزرگ در نگرش افراد نسبت به اجراست که می‌تواند رویکردهای اجرای استراتژی را بهبود بخشد. اگر چنانچه افراد گرایش به سمت یادگیری و پیاده‌سازی استراتژیک پیدا کنند، شرایط مناسب برای شکوفایی استعدادها و بکارگیری نوآوری باز و تبادل انرژی و اطلاعات فراهم خواهد آمد. از این رو یکی از عواملی که می‌تواند موجبات توجه به نوآوری باز را فراهم آورد، پیاده‌سازی استراتژیک از جمله حرکت در مسیر تحقیق و توسعه، تخصیص درست منابع و جذب افراد مناسب و مدیریت کارا است. مقوله پیاده‌سازی استراتژیک با نتایج تحقیقات کیال و البدوی (۱۳۹۸) و هاشمی دهقی (۱۳۹۳) همخوانی دارد.

در نهایت نتیجه پژوهش نشان داد؛ پیامد اصلی نوآوری باز، نوآوری و توسعه کارآفرینانه است و ابداع کالاهای جدید، حمایت از ایده‌ها و موسسات تحقیقاتی از پیامدهای فرعی توسعه کارآفرینانه محسوب می‌گردند. فعالیت‌های کارآفرینانه را بیشتر در شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توان مشاهده کرد، کسب و کارهای کوچک و متوسط به دلیل سادگی در ساختار سازمانی، از انعطاف‌پذیری فراوانی در برابر تغییرات و سرعت قابل قبولی در انجام فعالیت‌ها برخوردارند. به این دلیل با گسترش و توسعه کارآفرینانه زمینه‌های مساعد برای ورود و خروج دانش و نوآوری باز فراهم خواهد آمد. بنابراین پیشنهاد می‌گردد؛ دولت به منظور اطمینان از توسعه و به ویژه توسعه روستایی، فرصت‌های یکسانی برای تحرک اجتماعی، مشارکت در تصمیم‌گیری و امنیت فراهم آورد. از آنجایی که تعاون روستایی بخشی از کسب و کارهای کوچک و متوسط است بنابراین موفقیت کسب و کارهای کوچک و متوسط، به میزان اهمیتی که به نوآوری می‌دهند بستگی دارد. زمانی دستیابی به نوآوری باز و ورود و خروج آزادانه و عامدانه دانش به درون و بیرون صنعت برای تسریع در روند نوآوری محقق خواهد شد که این شرکت‌ها از جمله تعاونی‌های روستایی مرزی به سمت ابداع کالاهای جدید، حمایت از ایده‌های نو و حمایت از موسسات پژوهشی روی آورند. مقوله نوآوری با نتایج تحقیقات Chesbrough (2006)، یزدانی و همکاران (۱۳۹۷)، شمس الدینی و موسوی (۱۳۹۴) و همچنین حسینی و همکاران (۱۳۹۷) همخوانی دارد.

در خصوص پاسخ سوال فرعی اول یعنی شرایط (علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر) و راهبردهای مؤثر بر نوآوری باز در تعاونی‌های روستایی مرزی آسیب دیده در بحران کرونا چیست؟ باید گفت که شرایط علی شامل عوامل محیطی، عوامل سازمانی، عوامل اقتصادی و تکنولوژیک می‌باشد. نوآوری باز به عنوان مقوله با پدیده محوری لحاظ شده است و قوانین و مقررات به عنوان شرایط مداخله‌گر. همچنین پیاده‌سازی استراتژیک به عنوان راهبرها و ایجاد مزیت رقابتی به عنوان بستر پدیده آورده شده است، باید خاطر نشان کرد که پیامد این مدل نوآوری (توسعه کارآفرینانه) است.

همچنین در خصوص پاسخ سوال فرعی دوم یعنی پیامدهای نوآوری باز در تعاونی‌های روستایی مرزی آسیب دیده در بحران کرونا چیست؟ باید عرض کرد که مناطق روستایی، به ویژه در کشورهای در حال توسعه برای مقابله با بحران کرونا به طور مستقیم آمادگی کمتری وجود دارند. بنابراین تعاونی‌های روستایی بیشتر درگیر این بحران می‌شوند و ذاتاً آسیب‌پذیرتر هستند. نوآوری باز محور رشد و بهره‌وری و محرک کلیدی بهره‌وری نیروی کار، منبع شکوفایی اجتماعی و عامل کلیدی پویایی تعاونی‌های روستایی است. نوآوری به تعاونی‌ها کمک می‌کند تا در محیط نامطمئن کرونایی مزیت رقابتی کسب کند و بر رقبا پیروز شود. نوآوری در بلندمدت بر عملکرد تعاونی‌ها تاثیرگذار است و عامل اصلی رشد و توسعه

کسب و کارها است.

در بسیاری از کشورهای جهان تعاونی‌های روستایی با کارکرد اجتماعی مورد حمایت جدی دولت‌ها قرار می‌گیرند ولی متأسفانه برخی از سیاست‌مداران ایران از کارکردهای اجتماعی تعاونی‌ها مثل: مشارکت مردمی، فرهنگ کار و تلاش، هماهنگی و همراستایی، توجه و علاقه افراد به کارآفرینی غافل هستند. بنابراین، رشد و توسعه این بخش مطمئناً رشد اقتصادی کشور را به همراه خواهد داشت پس باید به ابعاد اجتماعی، فرهنگی و شرایط محیطی و اقتصادی توجه شود. از طرفی باید با ارائه خدمات در زمینه آموزشی، آگاهی اعضا از اصول و فلسفه تعاون، شرکت اعضا در جلسات تعاونی، مشارکت فکری و مالی اعضا در تصمیم‌گیری و ... برای توسعه و آبادانی تعاونی‌ها گام برداشت.

محدودیت‌های پژوهش

باید توجه کرد که موضوع این محدودیت‌ها، مشکلات بر سر راه پژوهش از جمله عدم پاسخ به سوالات مصاحبه و یا جلوگیری از ورود به تعاونی‌های روستایی و عدم دسترسی سریع به خبرگان است. از جمله محدودیت دیگر می‌توان به مسائل مربوط به کمبود زمان و همچنین مسائل مالی اشاره کرد.

منابع

- احمد امینی، زهرا؛ امانی تهران، محمد و سقزچی، محمد ابراهیم (۱۳۸۹). شناسایی عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی با رویکرد زنجیره ارزش، فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی، شماره ۱۴، صص ۳۵-۴۸.
- احمدی، سنور؛ کوهستانی، حسین؛ یادآور، حسین و شعبانعلی فمی، حسین (۱۳۹۸). طراحی مدل توسعه کارآفرینی کشاورزی پایدار در بین زنان روستایی (مطالعه موردی استان کردستان)، مجله دانش کشاورزی و تولید پایدار، دوره ۲۹، شماره ۳، ۲۳۷-۲۵۱.
- ایمانی، بهرام و عظیمی، احمد (۱۴۰۰). بررسی قابلیت‌ها و ظرفیت‌های توسعه کارآفرینانه در نواحی روستایی (مورد مطالعه: روستاهای بخش خورش رستم شهرستان خلخال)، فصلنامه روستا و توسعه پایدار فضا، دوره ۲، شماره ۴، پیاپی ۸، ۱-۱۵.
- بابایی فارسانی، میثم؛ امین دوست، عاطفه و علی‌دادی، ابودر (۱۳۹۷). طراحی الگوی نوآوری باز در شرکتهای کوچک و متوسط با استفاده از نظریه داده بنیاد (مورد مطالعه: صنایع غذایی استان چهارمحال بختیاری)، فصلنامه مدیریت راهبردی دانش سازمانی دانشگاه جامع امام حسین(ع)، سال ۱، شماره ۲، ۹۵-۱۳۶.
- برومند، مجتبی و رنجبری، مریم (۱۳۸۸). اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی و عملکرد نوآوری با تأکید بر نقش مدیریت دانش، ماهنامه توسعه انسانی پلیس، شماره ۲۴، صص ۴۱-۵۴.
- پرهیزگار، ممحمد مهدی؛ فروزنده دهکردی، لطف اله؛ جوکار، علی اکبر و درینی، ولی محمد (۱۳۹۲). شناسایی عوامل موثر بر نوآوری باز با تکیه بر پارادایم نوآوری باز (مورد مطالعه: صنعت نشر کشور)، فصلنامه علمی پژوهش مطالعات مدیریت صنعتی، سال ۱۱، شماره ۳۱، صص ۱۰۱-۱۲۵.
- حسینی، سید عباس؛ مجیبی، تورج؛ مهدی زاده اشرفی، علی و وظیفه دوست، حسین (۱۳۹۷). طراحی مدل خط مشی گذاری در توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط (SME) با تأکید بر نوآوری (مورد مطالعه: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی)، فصلنامه علمی- پژوهشی اقتصاد و مدیریت شهری، شماره ۱۷، پیاپی ۲۵، صص ۱۱۳-۱۳۱.
- حسینی نیا، غلامحسین؛ علی ابادی، علی و عطایی، پوریا (۱۳۹۸). طراحی الگوی زیست بوم در کسب و کارهای روستایی تعاون محور، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۱۲، شماره ۳، صص ۳۴۱-۳۶۰.



- دانایی فرد، حسن و امامی سسید مجتبی (۱۳۸۶). «استراتژی‌های کیفی: تاملی بر نظریه‌پردازی داده بنیاد»، اندیشه مدیریت، سال ۱، شماره ۲، صص ۶۹-۹۷.
- داوری، علی و رضایی، حمیدرضا (۱۳۸۵). نقش دولت و خطمشی‌های دولتی در توسعه کارآفرینی، فصلنامه علوم مدیریت در ایران، دوره ۱، شماره ۲، صص ۱۰۹-۱۲۹.
- دنیایی، حمید؛ یعقوبی، جعفر و رجایی، یداله (۱۳۸۹). عوامل موثر بر تقویت و توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی استان زنجان، تعاون و کشاورزی (تعاون)، شماره ۳، دوره ۲، صص ۱۱۱-۱۲۵.
- ربیعی، حسین و تک روستا، مریم (۱۴۰۰). بررسی و تبیین تاثیرات کرونا بر اقتصاد مناطق روستایی، نونه موردی: روستای اشکور علیا، فصلنامه آمایش سیاسی فضا، دوره ۳، شماره ۳، صص ۱۴۸-۱۶۲.
- رضایی، روح الله (۱۳۹۳). بررسی نقش و جایگاه کارآفرینی در توسعه تعاونی‌های روستایی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد ۱، شماره ۱، صص ۸۵-۱۰۲.
- ربیعی، آناهیتا (۱۳۹۹). اثرات بحران کرونا بر کسب و کارهای کوچک و متوسط، روزنامه ابتکار، کدخبر ۱۷۰۹۴۲، لینک خبر Ebtakarnews.com/newsid=170942.
- شمس الدینی، علی و موسوی، سیدروح اله (۱۳۹۵). عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در استانفارس با تاکید بر بخش تعاون، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۶، شماره پیاپی ۲۲، صص ۴۳-۶۱.
- صائب نیا، سمیه و کریمی، فرشته (۱۳۹۹). بررسی تاثیر بیماری کرونا (کووید-۱۹) بر عملکرد کسب و کار (مورد مطالعه: کسب و کارهای کوچک و متوسط استان اردبیل)، فصلنامه چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، دوره ۳، شماره ۲۴، صص ۸۳-۹۳.
- صفدری رنجبر، مصطفی؛ منطقی، منوچهر و توکلی، غلامرضا (۱۳۹۳). نوآوری باز؛ نگاهی جامع بر مفاهیم - رویکردها - روندها و عوامل کلیدی موفقیت، فصلنامه رشد فناوری، سال ۱۰، شماره ۴۰، صص ۱۰-۱۸.
- فیض ابادی، یاسر و زاهدی، شبنم (۱۳۹۷). تحلیل نابرابری‌های اقتصادی - اجتماعی توسعه در نواحی روستایی ایران، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، شماره ۷(۲)، صص ۲۳-۳۷.
- کرسول، جان (۱۳۹۴). پویای کیفی و طرح پژوهش، انتخاب از میان پنج رویکرد روایت پژوهش، پدیدار شناسی، نظریه داده بنیاد، قوم نگاری، مطالعه موردی، ویرایش دوم، ترجمه حسن دانایی فرد و حسن کاظمی، تهران، انتشارات صفار.
- کریم، محمدحسین (۱۳۹۴). چالش‌های شبکه‌های تعاونی روستایی ایران، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۴، شماره ۲، پیاپی ۱۳، صص ۱۷۳-۱۹۶.
- کریم زاده، حسن؛ خالقی، عقیل و نقی زاده، رباب (۱۳۹۹). تحلیل ادراک محیطی جامعه روستایی از شیوع ویروس کرونا در بخش مرکزی شهرستان ورزقان، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال نهم، شماره ۳، پیاپی ۳۳، صص ۴۹-۷۰.
- کریمی، آصف و بوذرجمهری، شهریار (۱۳۹۳). تحلیل سازوکارهای تامین مالی کسب و کارهای کوچک و متوسط، نشریه توسعه کارآفرینی، شماره ۷(۳)، پیاپی ۲۵، صص ۴۶۷-۴۸۶.
- کیال، کاظم و البدوی، امیر (۱۳۹۸). پیاده سازی رویکرد نوآوری باز در توسعه نوآوری: چالش‌ها، ملاحظات و راهکارها (مورد مطالعه: صنایع بانکی و پرداخت)، پژوهش‌های مدیریت در ایران، دوره ۲۳، شماره ۲، صص ۲۰۱-۲۲۵.
- مالکی، هوشنگ (۱۳۹۲). تبیین جایگاه تعاونی‌ها (روستایی، کشاورزی و تولید روستایی) در موفقیت کارآفرینی روستایی، فصلنامه آموزشی - پژوهشی - خبری و تحلیلی مشاوره‌ای، سال ۵، شماره ۱۶ و ۱۷، صص ۸-۳۸.
- محمدی یگانه، بهروز (۱۳۹۳). توسعه کارآفرینی و نقش آن در هزینه اعتبارات فردی و گروهی کشاورزی استان زنجان،

فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، دوره ۲، شماره ۶، صص ۴۳۰-۵۷.

- مدهوشی، مهرداد و کیاکجوری، کریم (۱۳۹۶). شناسایی موانع نوآوری باز در دانشگاه‌ها، فصلنامه علمی پژوهش آموزش علوم دریایی، شماره ۱۱، صص ۱-۱۵.
- مرادیان، پریسا؛ سلیمی، مهتاب و جهانیان، رمضان (۱۴۰۰). ارائه الگوی توسعه کارآفرینی آموزشی در آموزش عالی، فصلنامه نوآوری مدیریت آموزشی، دوره ۱۶، شماره ۳ (مسلسل ۶۳)، صص ۶۶-۸۰.
- هاشمی دهقی، زهرا (۱۳۹۳). نوآوری باز و ضرورت پیاده سازی آن در سازمان‌ها، نشریه صنعت و دانشگاه، دوره ۷، شماره ۲۶ و ۲۷، صص ۲۵-۳۴.
- یزدانی، رقیه؛ خیراندیش، ممسعود؛ محمدی خیاره، محسن و امینی، هادی (۱۳۹۷). تاثیر نوآوری بر توسعه روستایی با تاکید بر نقش میانجی کارآفرینی روستایی (مورد مطالعه: خراسان شمالی)، فصلنامه راهبردهای توسعه روستایی، جلد ۵، شماره ۴، صص ۴۴۱-۴۵۳.
- Becker B.A. and Eube, C.(2018). Open innovation concept: integrating university and business in digital age. Journal of open innovation: Technology, Market, and complexity, 4(1):12-28.
- Bogers, M., Chesbrough, H. and Moedas, C.(2018). Open innovation: Research, practices and policies, California Management review, 60(2): 5-16.
- Chesbrough, H.(2006). Open innovation: a new paradigm for understanding industrial innovation. Open innovation: Resarching a new paradigm, 400, 0-10.
- Chesbrough, H. and Crowther, A.K., (2006). Beyond high tech: early adopters of open innovation in other industries. R&D management, 36(3), pp 229-236.
- Hisrich, R., Peters, M. and dea, S. (2005). Entrepreneurship Taut MC Grow. Hill Publicshing company fifth Edition, new York. 608.
- Krasnigi, B. (2007). Barriers to entrepreneurship and SMEs growth: The case of Kosovo. Journal of Developmental Entrepreneurship, 12(1), 37-55.
- Pervan. S., AL- Ansaari. Y., & XU. J.(2015). Environmental determinants- of open inovation in Dubai SMEs. Industrial marketing management, 50: 60-68.
- Popa. S., Soto-Acosta. P., Martinez-Conesa. I., (2017). Antecedents, moderators, and outcomes of innovation climate and open innovation: An empirical study in SMEs. Technological forecasting & Social Change, 118: 134-142.
- Rawals Vikas, Manis(2020). Covid-19, Lockdown: Impact on agriculture and rural economy, Agriculture, Covid-19, Featured Themes, Human Development, slider.
- Wang, C.H., Chang, C.H. and Shen, G.C.(2015). The effect of firm performance: Evidence from high- tech industry. Technological Forecasting and Social Change, 99: 222-230.

