

Designing and explaining the strategic model for recognizing entrepreneurial opportunities in knowledge-based cooperative companies active in the agricultural sector

Afshin Bazi¹, Mojtaba Palouj², Rasool Lavaei Adaryani^{2*}, Ali Behrooz³

1. PhD, entrepreneurship, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran

2. Agricultural Planning, Economic and Rural Development Research Institute (APEDRI), Tehran, Iran.

3. Undergraduate Student, Department of Irrigation and Reclamation Engineering, Faculty of Agriculture, College of Agriculture & Natural Resources, University of Tehran, Karaj, Iran.



CITATION: Bazi, A. Palouj, M. Lavaei Adaryani, M. & Behrooz, A. (2023). Designing and explaining the strategic model for recognizing entrepreneurial opportunities in knowledge-based cooperative companies active in the agricultural sector. *Journal of Cooperation and Agriculture*, 12(47), 1-26. (In Persian).

DOI: <https://doi.org/10.22034/ajcoop.2023.380399.1816>

ARTICLE INFO

Keywords:

- Agriculture,
- Entrepreneurial
- Opportunity,
- Knowledge-based
- Cooperative companies Zahedan city

Received:

18 January 2022

Revised:

21 June 2023

Accepted:

25 June 2023

Available online:

18 November 2023

ABSTRACT

Context and purpose. Knowledge-based companies are considered as the engine of economic development of countries, are considered as the main source of job creation and facilitation of the entrepreneurial environment, and have the potential to accelerate creativity, innovation and opening of new commercialization opportunities. Based on this, the current research was conducted with the aim of identifying and prioritizing strategies for recognizing entrepreneurial opportunities in knowledge-based cooperative companies in the agricultural sector.

Methodology/approach. In this research, the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of recognizing entrepreneurial opportunities were identified based on theoretical foundations, and finally, using the opinion of 30 experts, it was monitored using the fuzzy Delphi method, and strategies for recognizing entrepreneurial opportunities were extracted. And after finalizing the strategies and giving them coefficient and weight with SPSS software, they were evaluated and ranked through the process of hierarchical analysis with the help of Expert Choice 11 software. At this stage, based on the Karjesi-Morgan table, 165 expert experts of knowledge-based cooperative companies active in the agricultural sector were selected as a statistical sample from among 281 companies.

Findings and conclusions. Based on the SWOT analysis, the elements of the entrepreneurial opportunity recognition model were identified and after examining the twenty strategies, using the hierarchical analysis technique, the model elements were ranked and analyzed.

Originality. This study provides a strategic model for recognizing entrepreneurial opportunities in knowledge-based cooperative companies in the agricultural sector, which will provide recognition of new opportunities and the ability to change the economy, increase employment and national production.

EXTENDED ABSTRACT

Context and purpose. Knowledge-based companies are considered as the engine of economic development of countries, are considered as the main source of job creation and facilitation of the entrepreneurial environment, and have the potential to accelerate creativity, innovation and opening of new commercialization opportunities. Based on this, the current research was conducted with the aim of identifying and prioritizing strategies for recognizing entrepreneurial opportunities in knowledge-based cooperative companies in the agricultural sector.

Methodology/approach. In this research, the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of recognizing entrepreneurial opportunities were identified based on theoretical foundations, and finally, using the opinion of 30 experts, it was monitored using the fuzzy Delphi method, and strategies for recognizing entrepreneurial opportunities were extracted. And after finalizing the strategies and giving them coefficient and weight with SPSS software, they were evaluated and ranked through the process of hierarchical analysis with the help of Expert Choice 11 software. At this stage, based on the Karjesi-Morgan table, 165 expert experts of knowledge-based cooperative companies active in the agricultural sector were selected as a statistical sample from among 281 companies.

Findings and conclusions. Based on the SWOT analysis, the elements of the entrepreneurial opportunity recognition model were identified, and after examining twenty strategies based on the organization's internal strengths and weaknesses, as well as environmental opportunities and threats as external factors influencing the organization, using the hierarchical analysis technique, the elements of the ranking model and were analyzed.

Originality. This study provides a strategic model for recognizing entrepreneurial opportunities in knowledge-based cooperative companies in the agricultural sector, which will provide recognition of new opportunities and the ability to change the economy, increase employment and national production.

*Corresponding author

E-mail addresses: afshinbazi@gmail.com (A. Bazi), mpalouj@gmail.com (M. Palouj), lavaeirasool@ut.ac.ir (R. Lavaei Adaryani), alibehrooz2000@gmail.com (A. Behrooz).

طراحی و تبیین مدل راهبردی شناخت فرصت‌های کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان فعال در بخش کشاورزی

افشین بزی^۱، مجتبی پالوج^۲، رسول لوایی آدریانی^{۳*}، علی بهروز^۳

۱. دکتری کارآفرینی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.
۲. عضو هیئت علمی مؤسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی، اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی، تهران، ایران.
۳. دانشجوی کارشناسی رشته مهندسی آب، گروه مهندسی آبیاری و آبادانی، دانشکده کشاورزی، دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

استناد: افشین، بزی، مجتبی، پالوج، رسول، لوایی آدریانی و بهروز، علی. (۱۴۰۲). طراحی و تبیین مدل راهبردی شناخت فرصت‌های کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان فعال در بخش کشاورزی. *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، ۱۲ (۴۷)، ۱-۲۶.

DOI: <https://doi.org/10.22034/ajcoop.2023.380399.1816>

چکیده

اطلاعات مقاله

واژگان کلیدی:

- کشاورزی
- فرصت کارآفرینانه
- شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان

تاریخ دریافت:

۱۴۰۱/۱۰/۰۴

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۲/۰۳/۳۱

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۰۴/۰۵

تاریخ برخط:

۱۴۰۲/۰۸/۲۷

زمینه و هدف: شرکت‌های دانش‌بنیان به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی کشورها مطرح بوده و به‌عنوان منشأ اصلی اشتغال‌زایی و تسهیل محیط کارآفرینی به‌شمار می‌روند و دارای پتانسیل تسریع در خلاقیت، نوآوری و گشایش فرصت‌های تجاری‌سازی نوین می‌باشند. بر این اساس تحقیق حاضر با هدف شناسایی و اولویت‌بندی راهبردهای شناخت فرصت‌های کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان بخش کشاورزی انجام شده است.

روش‌شناسی: در این پژوهش، نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای شناخت فرصت‌های کارآفرینانه بر اساس مبانی نظری شناسایی شدند و در نهایت، با استفاده از نظر ۳۰ تن از خبرگان به روش دلفی فازی مورد پایش قرار گرفت و عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر شناخت فرصت‌های کارآفرینانه استخراج شد و با نهایی شدن و اعطای ضریب و وزن به آن‌ها با نرم‌افزار SPSS و سپس راهبردهای ارائه شده از طریق فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی به کمک نرم‌افزار Expert Choice 11 مورد ارزیابی و رتبه‌بندی قرار گرفتند. در این مرحله، بر اساس جدول کرجسی - مورگان، ۱۶۵ نفر از کارشناسان خبره شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان فعال در بخش کشاورزی به عنوان نمونه آماری از بین ۲۸۱ شرکت انتخاب شدند.

یافته‌ها و نتیجه‌گیری: بر اساس تحلیل SWOT عناصر مدل شناخت فرصت‌های کارآفرینانه شناسایی شد و پس از بررسی راهبردهای بیست‌گانه، با استفاده از تکنیک تحلیل سلسله‌مراتبی، عناصر مدل رتبه‌بندی و تحلیل شدند.

اصالت/نوآوری: این مطالعه، مدل راهبردی شناخت فرصت‌های کارآفرینانه با توجه به عوامل داخلی و خارجی در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان بخش کشاورزی را ارائه می‌دهد که به شناخت فرصت‌های جدید و به دنبال آن توانایی تغییر اقتصاد، افزایش استخدام و تولید ملی را فراهم خواهد آورد.

*نویسنده مسئول

پست الکترونیک: afshinbazi@gmail.com (الف، بزی)، mpalouj@gmail.com (م، پالوج)، lavaeirasool@ut.ac.ir (ر، لوایی آدریانی)،

alibehrooz2000@gmail.com (ع، بهروز).

مقدمه

عنوان کشاورزی علمی، کشاورزی مبتنی بر دانش و فناوری و کشاورزی دانش بر یاد می‌شود. در حال حاضر، بیشتر کشورهای در حال توسعه در پرتو جهانی شدن، در کنار تلاش برای رسیدن به پایداری، بهره‌وری، تحقق امنیت و برابری غذایی با چالش‌های بازار گرای و رقابت‌مندی فزاینده در بخش کشاورزی روبرو هستند (Fallah Haghghi & Mirtorabi, 2017). حرکت به سمت کشاورزی دانش‌بنیان و به اشتراک‌گذاری دانش در این حوزه یکی از نیروهای محرک اصلی موفقیت است و در آینده، توسعه کشاورزی تا حد زیادی به دانش به‌کاررفته در این حوزه و درجه اشتراک‌گذاری بستگی دارد. بخش کشاورزی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی، سهم زیادی در اشتغال دارد (Zarei, 2022). در دنیای پرتحمل امروزی، دانش و نوآوری

از دیدگاه اقتصاد دانش‌بنیان، کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان یک سازوکار ضروری واسطه، بین خلق دانش و نوآوری و تبدیل آن‌ها به فعالیت اقتصادی و ارزش درک شود. کارآفرینی، کلیدی برای شکل‌گیری شغل جدید است به‌علاوه راه‌حل مناسبی برای بحران بیکاری دانش‌آموختگان تحصیلات عالی و موتور قدرتمندی برای توسعه مبتنی بر دانش و ساخت اقتصاد دانش‌بنیان در ایران است (Entezari, 2015). شرکت‌های دانش‌بنیان نقش کلیدی در ایجاد توسعه اقتصاد دانش‌محور دارند. شرکت‌های دانش‌بنیان، شرکت‌های خصوصی یا تعاونی‌اند که به‌منظور هم‌افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش‌محور،

اسناد بالادستی کشور از جمله سیاست‌های ابلاغی اصل (۴۴) قانون اساسی، برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه و همچنین سند چشم‌انداز بیست‌ساله کشور، همگی حوزه اقتصاد دانش‌بنیان را مهم و تأثیرگذار دانسته و توسعه این بخش را در اولویت برنامه‌های توسعه‌ای کشور قرار داده‌اند. لازمه تحقق اهداف مطرح‌شده در این اسناد، ایجاد و تأسیس شرکت‌های دانش‌بنیانی است که عمدتاً با حضور کارآفرینان دارای ایده‌های محوری هدایت می‌شوند. در این راستا این‌گونه شرکت‌ها و رشد علمی و توسعه فناوری یکی از کانون‌های توجه سیاست‌گذاران ایران در سال‌های اخیر بوده است (Kayatian, Elyasi, & Tabatabaeian, 2016). از سویی در الگوهای نوین توسعه کشاورزی، دانش و فناوری از جایگاه مهمی در رشد و توسعه کشاورزی پایدار برخوردار است و از این الگوها با اساسی‌ترین عامل پیشرفت در عرصه‌های صنعتی و اقتصادی محسوب می‌گردد. اقتصاد یک کشور وقتی شکوفا می‌شود که بستر لازم برای نوآوری و حضور در بازارهای رقابتی جهانی فراهم شود. حرکت به‌سوی نوآوری و ایجاد تغییر در ترکیب محصولات و خدمات در قلمروی فعالیت‌های یک کسب‌وکار دانش‌بنیان قرار دارد از این‌رو کسب‌وکارهای دانش‌بنیان نقش مهمی در اثربخشی تولید، تبلور دانش در محصولات و خدمات جدید، ارتقاء سطح اقتصاد و رفاه، تولید ثروت و ارزش‌افزوده در یک جامعه ایفا می‌کنند (Jankelová & Joniaková, 2021).

به‌عنوان یکی از اهرم‌های اساسی رشد اقتصادی موردتوجه بوده است. امروزه یکی از مظاهر و شاخص‌های اصلی توسعه‌یافتگی دستیابی به اقتصاد دانش‌بنیان است. در کشور ما نیز با توجه به پیشرفت‌های علمی صورت گرفته فرصتی مناسب جهت حرکت به‌سوی اقتصاد دانش‌بنیان ایجاد شده است. بنابراین در صورت برنامه‌ریزی صحیح امکان ایجاد و رشد کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و در نتیجه جهت‌گیری اقتصاد کشور به سمت اقتصاد دانش‌بنیان و افزایش تولید ناخالص ملی فراهم خواهد آمد. لذا تأکید بر ایجاد و راه‌اندازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و حمایت از آن‌ها، تسهیل و تشویق بهره‌گیری از تحقیقات کاربردی و یافته‌های علمی در فرآیند جهانی شدن تولید و تجارت، باید به‌عنوان تدبیر عملی و اساسی جهت رشد اقتصادی در کشور موردتوجه سیاست‌گذاران و مسئولین در حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی و بازار کار و اشتغال قرار گیرد (Hosseini & Aliabadi, 2019).

همچنین، در خصوص ارائه مدلی در جهت شناخت فرصت‌های کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان کشاورزی مطالعه‌ی چندانی صورت نگرفته است. این در حالی است که شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان کشاورزی می‌توانند به‌عنوان یکی از پایه‌های اصلی کارآفرینی کشاورزی قلمداد شوند، چراکه صنعت کشاورزی یکی از صنایع بزرگ و حیاتی کشور محسوب می‌شود و ارتباط تنگاتنگی با امنیت غذایی داشته و چند سالی است که شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق اثبات کرده‌اند ظرفیت بالایی برای پاسخ دادن به نیازهای صنایع و

تحقق اهداف علمی و اقتصادی شامل گسترش و کاربرد اختراع و نوآوری و تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه در حوزه فناوری و باارزش افزوده فراوان تشکیل می‌شوند. در شرکت‌های دانش‌بنیان، رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال، متناسب با ظرفیت نوآوری تحقق می‌یابد. بدین معنی که دستاوردهای تحقیق و توسعه به‌طور پیوسته از طریق سرمایه‌گذاری به محصول، فرآیند و یا سیستم‌های نوین تبدیل می‌گردد و دسترسی به ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری برای کارآفرینان و پژوهشگران عامل مهمی در ایجاد نوآوری و بهره‌برداری از توان فناوری در اقتصاد ملی از شرکت‌های دانش‌بنیان، موضوع دانش، نوآوری، مهارت و یادگیری مستمر، نقش مهمی ایفا می‌کند. این بدان معنی است که در اقتصادهای مبتنی بر شرکت‌های دانش‌بنیان باید گستره‌ای از نهادها در جامعه به وجود آیند که پشتیبان و تسهیل‌کننده نوآوری، یادگیری و پویایی باشند (Rastegar & Golshahi, 2019).

با توجه به سیاست توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور، یکی از چالش‌های موفقیت این سیاست به دلیل ریسک‌های ذاتی و ویژگی‌های خاص شرکت‌های دانش‌بنیان در ابعاد مدیریتی، تجاری‌سازی و منابع موردنیاز، تداوم رشد و پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان است. باوجود اثربخشی قابل‌ملاحظه این شرکت‌ها، آمارها نشان می‌دهد که بیشتر این شرکت‌ها در طول زمان یا از بین می‌روند یا کوچک باقی می‌مانند و فقط تعداد اندکی از آن‌ها به شرکت‌های بزرگ تبدیل می‌شوند (Kayatian et al., 2016). شواهد تجربی نشان می‌دهد دانش همواره

جامعه دارند و می‌توانند عقب‌ماندگی‌های صنعتی و علمی کشور را جبران کنند.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در فرهنگ آکسفورد، فرصت به‌عنوان زمان، شرایط مطلوب یا نقطه عطفی جهت رسیدن به هدفی، یا روبه‌رو شدن با چیزی تعریف شده است که انجام آن مطلوب و مؤثر باشد. همچنین در فرهنگ و بستر، فرصت به موقعیت‌ها و شرایطی اطلاق می‌گردد که می‌تواند به توسعه و پیشرفت منجر شود. فرصت کارآفرینی از ایده‌ها، فعالیت‌ها و عقایدی تشکیل می‌شود که کالا و خدمتی که در بازار موجود نیست، در آینده برای آن امکان تولید ایجاد شود. به عبارتی تشخیص فرصت، توانایی شناسایی یک ایده ناب و انتقال آن به کسب‌وکار است به‌گونه‌ای که از آن ارزش‌افزوده و درآمد تولید شود. هسته اصلی فعالیت‌های کارآفرینان ایجاد فرصت و فرآیند تشخیص است. شناسایی فرصت موضوع جالب‌توجه در رشد و محدودیت‌های کسب‌وکار و همچنین اساس رفتار کارآفرینان است. عملکرد کارآفرینان زمانی آغاز می‌شود که کارآفرینان قادر به تشخیص فرصت‌های کارآفرینی باشند. توانایی تشخیص و شناسایی فرصت برای کارآفرینان بسیار مهم است چون گامی مهم برای ایجاد کسب‌وکار و عملکرد کارآفرینان محسوب می‌شود. برای شناسایی فرصت، کارآفرینان باید دانش داشته باشند این دانش قبلی در مورد مسائل اجتماعی می‌تواند به افراد کمک کند تا فرصت‌ها را شناسایی کرده و خطرات را قبل از به وجود آمدن تشخیص دهند و همان‌طور که گالیو و کاتز (Gaglio & Katz, 2001) استدلال می‌کنند، اگر بفهمیم که چگونه یک کارآفرین فرصت‌های خود را شناسایی می‌کند، پایه‌ی کارآفرینی را درک خواهیم کرد. توانایی فرد در

شناسایی فرصت نه‌تنها به دانش بستگی دارد بلکه به فرایندی که افراد از طریق آن اطلاعات را به دست می‌آورند و تبدیل می‌کنند نیز بستگی دارد؛ بنابراین، علاوه بر نقش عدم تقارن دانش در فرآیند شناسایی فرصت، عدم تقارن یادگیری بر کشف فرصت‌ها تأثیر می‌گذرد. آردی‌چولی و همکاران (Ardichvili, Cardozo, & Ray, 2003) فرصت را توانایی تأمین تقاضای بازار (تقاضا، بهره) از طریق ترکیب ابتکاری منابع برای ایجاد ارزش بیشتر تعریف می‌کند. شناسایی فرصت ترکیبی از کل زنجیره فرآیند کارآفرینان و شروع آن است، و اگر درست و صحیح اجرا شود، تأثیر قابل‌توجهی بر کل فرآیند کارآفرینی دارد. شورت و همکاران (Shrestha, Wenan, Khadka, & Jeong, 2020) همچنین اظهار داشتند که بدون فرصت، فعالیت‌های کارآفرینان نمی‌توانند وجود داشته باشند حتی اگر فرد دارای تمام ویژگی‌هایی باشد که در موفقیت فرآیند ایجاد سرمایه‌گذاری مؤثر است. توانایی تشخیص فرصت‌های کارآفرینان پیش‌شرط اصلی نوآوری است. شناسایی و انتخاب فرصت‌های مناسب برای مشاغل جدید مهم‌ترین توانایی‌های یک کارآفرین موفق است.

امروز شرکت‌های دانش‌بنیان برای بقا درصحنه رقابت نیازمند نوآوری مداوم در محصولات و فرآیندها هستند تا بتوانند به نشانه‌های تغییر محیطی از جمله: تغییر نیازهای روزافزون مشتری پاسخ‌گو باشند. مراکز مهم علمی همچون سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، شرکت‌های دانش‌بنیان را این‌گونه تعریف کرده‌اند: آن دسته از گروه‌های انسانی تحصیل کرده در مراکز علمی، پژوهشی و تحقیقاتی که توانسته باشند در این مراکز علاوه بر فراگیری علوم نظری و نظریه‌های علمی، روش‌های تبدیل علوم فراگرفته به

در شرکت‌های دانش‌بنیان، رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال، متناسب با ظرفیت نوآوری تحقق می‌یابد بدین معنی که دستاوردهای تحقیق و توسعه به‌طور پیوسته از طریق سرمایه‌گذاری به محصول، فرایند و یا سیستم‌های نوین تبدیل می‌گردد و دسترسی به ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری برای کارآفرینان و پژوهشگران عامل مهمی در ایجاد نوآوری و بهره‌برداری از توان فناوری در اقتصاد ملی است. شرکت‌های دانش‌بنیان، موضوع دانش، نوآوری، مهارت و یادگیری مستمر، نقش مهمی ایفا می‌کند. عوامل مختلفی بر رشد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان تأثیر دارد. این عوامل با توجه به ماهیت شرکت‌های دانش‌بنیان متفاوت از سایر شرکت‌ها می‌باشند. دانش فنی، نیروی انسانی متخصص، حمایت مؤثر دولت در ابتدای تشکیل این قبیل شرکت‌ها از اهم عوامل مؤثر بر توسعه آن‌ها به شمار می‌آیند. مزیت رقابتی شرکت‌های دانش‌بنیان، نوآوری در فناوری است. این شرکت‌ها توانمندی ویژه‌ای برای رشد سریع دارند. فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی کشورهای درحال توسعه مطرح بوده و به‌عنوان منشأ اصلی اشتغال‌زایی و تسهیل محیط کارآفرینی برشمرده شده است و دارای پتانسیل تسریع در خلاقیت، نوآوری و گشایش فرصت‌های تجاری‌سازی نوین به شمار می‌روند (Malek Ara, 2020).

شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان در ایران از جایگاه مهمی در پیشبرد توسعه اقتصادی برخوردارند که در **جدول (۱)** به برخی از اهداف مهم و عملکرد آن‌ها اشاره شده است.

فعالیت‌های درآمدزا و تولیدکننده ارزش را به همراه داشته باشند (Alinezhad, Najafi, Fathollahi, & Zali, 2021). نوآوری به‌عنوان محرک اصلی پیشرفت و موفقیت در این شرکت‌ها شناخته شده است؛ بنابراین، با توجه به لزوم افزایش توان رقابتی شرکت‌ها در بازارهای داخلی و خارجی، ضرورت وجود شایستگی‌های کارآفرینان احساس می‌شود تا از این طریق انجام سریع‌تر فرآیند نوآوری و بهبود عملکرد امکان‌پذیر باشد و شرکت‌ها قادر باشند به رشد سریع و سودآور دست‌یافته و توان پاسخ‌گویی و رقابت در بازارهای به‌سرعت درحال توسعه تغییر امروز را داشته باشند. پیچیدگی محیطی، ضرورت پیدایش مدیرانی با قابلیت‌ها و شایستگی‌های ویژه را ایجاب می‌کند که مهم‌ترین آن‌ها شایستگی‌های کارآفرینان است. قابلیت‌های کارآفرینان شامل کلیه دانش‌ها، مهارت‌ها و شایستگی‌هایی است که افراد را در تشخیص فرصت، راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکار کمک می‌کند. بسیاری از کارآفرینان به دلیل داشتن دانش و تجربه پیشین در یک زمینه خاص و مشخص، فرصت‌های جدید کارآفرینان را تشخیص می‌دهند. بر این اساس و با توجه به این‌که مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان از مهره‌های اصلی و هسته عمده تصمیم‌گیری‌ها محسوب می‌شوند، توجه به قابلیت‌ها و شایستگی‌های کارآفرینان آن‌ها به میزان چشمگیری بر موفقیت این شرکت‌ها تأثیرگذار خواهد بود. نوآوری یکی از اصلی‌ترین منابع سودآور و رقابت‌پذیر ساختن شرکت‌ها هست؛ بنابراین، هدف اصلی این پژوهش، اثبات تأثیر شایستگی‌های کارآفرینان بر نوآوری و عملکرد است (Bazi, Shojaee, Isfandyari, Moghadam, & Samiee, 2020).

جدول ۱. اهداف مهم و زمینه فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان

اهداف	زمینه فعالیت
اهداف علمی و اقتصادی؛ تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه؛ ترغیب هیئت‌علمی دانشگاه‌ها و واحدهای پژوهشی برای فعالیت‌های بیشتر در رفع نیاز جامعه؛ ایجاد زمینه برای به‌کارگیری بینه علمی دانشگاه و واحدهای پژوهشی و اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها در سطح جامعه؛ تحول در دست‌یافته‌های اجتماعی با حضور شخصیت‌های علمی در این عرصه؛ جذب و تبدیل کردن ایده‌ها به محصول و مشاغل پایدار؛ توانمندسازی دانش‌آموختگان برای ورود به فضای کسب‌وکار؛ حمایت، هدایت و سمت دهی نوآوری‌ها و تولید کردن فناوری‌های برتر؛ ارتقای فرهنگ عمومی کارآفرینی؛ به‌کارگیری توانمندی‌های دانشگاه‌ها و واحدهای پژوهشی در جامعه	انجام پژوهش‌های کاربردی و توسعه‌ای؛ ارائه خدمات تخصصی و مشاوره‌ای؛ تولید محصولات با فن‌آوری نوین (توسعه فن‌آوری)؛ انجام خدمات ورود کارها به بازار بین‌الملل و خدمات جهانی کردن آن‌ها؛ برنامه‌ریزی و اجرای طرح‌های توسعه‌ی کارآفرینی در سطوح ملی، منطقه‌ای و محلی

مأخذ: (Jankelová & Joniaková, 2021)؛ (Sharifaskari, Kabaranzad, Haghghat, & Edalatian, 2021)

حسینی‌نیا و علی‌آبادی (Hosseininia & Aliabadi, 2019)

در پژوهشی به تحلیل شکاف وضعیت موجود و مطلوب ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی پرداخته‌اند. نتایج نشان داد که بیشترین شکاف به ترتیب در ابعاد حمایتی، مالی و سیاسی و کمترین شکاف در بعد نیروی انسانی وجود دارد. همچنین مؤلفه‌های مربوط به ابعاد بازار و مالی بیشترین میزان اختلاف را دارند.

قلیچلی و مکانی (Ghelichli & Makani, 2016) در تحقیقی به شایستگی‌های کارآفرینانه، نوآوری و عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان پرداخته‌اند. شایستگی‌های کارآفرینانه درگیر شدن مدیران در نقش‌ها و مهارت‌هایی شامل نقش‌های کارآفرینی، مدیریتی و نقش‌های وظیفه‌ای می‌باشد. همچنین نتایج نشان داد که داشتن شایستگی‌های کارآفرینانه در نوآوری و عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان تأثیر معناداری داشته است.

صنوبر و همکاران (Senobar, Sarvari, & Jabbarzadeh, 2018)

در پژوهشی به بررسی نقش دانش

از سویی بخش کشاورزی به‌عنوان مولدترین بخش اقتصادی، با شکل‌گیری و رشد نظام سرمایه‌داری در اروپا به‌گونه‌ای تکامل یافت که در حال حاضر با فعالیت‌های صنعتی در کشورهای پیشرفته درآمیخته است. تولید بیشتر در بخش کشاورزی افزون بر صرفه‌جویی ارزی، توسعه دیگر بخش‌های اقتصادی را در پی دارد.

بنابراین، بخش کشاورزی را می‌توان پایه توسعه کشورهای در حال توسعه مانند ایران دانست. با توجه به تعیین شعار سال ۱۴۰۱ مقام معظم رهبری با عنوان سال تولید، دانش‌بنیان و اشتغال‌آفرین و طبق اظهارات وزیر جهاد کشاورزی که کشاورزی دانش‌بنیان عبور از کشاورزی منبع محور به کشاورزی دانش‌محور، افزایش بهره‌وری، پایداری امنیت، اقتدار قضایی و حفظ منابع پایه را در پی دارد، می‌توان به اهمیت دانش‌بنیان شدن کشاورزی پی برد (Sadeghian, 2017).

در زمینه شناخت فرصت‌های کارآفرینانه در سازمان‌ها، مطالعاتی در ایران و سایر کشورها صورت گرفته است که برخی از آن‌ها اشاره می‌شود.

آنجلسبرگ و همکاران (Angelsberger, Kraus, Mas-) (Tur, & Roig-Tierno, 2017) در تحقیقی به بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین و قابلیت‌های وی در شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی بین‌المللی را مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج نشان داده است که مقوله‌هایی نظیر شایستگی‌های کارآفرین از جمله نگرش، بینش و قصد کارآفرینانه جهت فعالیت در فراسوی مرزهای ملی و داشتن هوش و مهارت‌های بین فرهنگی جوامع مختلف خارجی، روابط شبکه‌ای کارآفرین از جمله روابط با کسب‌وکارهای بین‌المللی، اطلاعات بین‌المللی وی نظیر تجارب پیشین در خصوص کسب‌وکارهای بین‌المللی و دانش بازارهای خارجی را مهم و در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی بین‌المللی برای شرکت‌ها تأثیرگذار بوده است.

روش‌شناسی تحقیق

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها در این تحقیق روش تجزیه و تحلیل محتوا می‌باشد که به صورت کیفی انجام می‌شود و بر اساس تحلیل SWOT عناصر مدل شناسایی و با فن AHP عناصر اولویت‌بندی و استراتژی‌ها استخراج و تحلیل می‌شوند. در این تحقیق تجزیه و تحلیل آماری روی پرسشنامه‌ها و جداول SWOT با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام شد. مراحل مختلف تحقیق به شرح زیر هدایت شد:

در گام اول، مسئله تحقیق تعیین شد و ضمن شناسایی شاخص‌های مربوطه، داده‌های لازم جمع‌آوری شدند. مطالعات کتابخانه‌ای (شناسایی شاخص‌های اولیه) و فعالیت میدانی (با استفاده از پرسشنامه

بازار خارجی و تشخیص فرصت کارآفرینانه بین‌المللی در شرکت‌های دانش‌بنیان پرداخته‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد، دانش بازار خارجی و تشخیص فرصت کارآفرینانه بین‌المللی، بر بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان تأثیر مثبت دارد. متغیر تشخیص فرصت کارآفرینانه بین‌المللی نیز نقش میانجی در رابطه دانش بازار خارجی و بین‌المللی شدن دارد. شرعی و همکاران (Sharaei, Colabi, & Khodadad hoseyni, 2020) در یک مطالعه به بررسی تأثیر جایگاه بازاریابی کارآفرینانه بر پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان با تأکید بر نوسازی استراتژیک پرداخته‌اند. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که بازاریابی کارآفرینانه و خلق ارزش مشترک در سطح ۹۵ درصد بر پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان تأثیر مثبت و معنادار دارند. همچنین بازاریابی کارآفرینانه، سبک رهبری کارآفرینانه و نوسازی استراتژیک در سطح اطمینان ۹۵ درصد بر خلق ارزش مشترک تأثیر می‌گذارد و متغیر نوسازی استراتژیک نیز رابطه خلق ارزش مشترک و پایداری شرکتی را به صورت مثبت تعدیل می‌کند. خویشتن‌دار و دانش‌شکیب (Khishtandar & Danesh_Shakib, 2020) در یک بررسی با موضوع شناسایی الگوهای انگیزشی کارآفرینان در راه‌اندازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان پرداخته‌اند. نتایج منجر به شناسایی پنج الگوی متفاوت انگیزشی شد که عبارت‌اند از: نوع دوستان، کنترل‌گر ایان، توفیق‌آمیز، جستجوگران فرصت و پیروی کنندگان. علی‌رغم الگوهای انگیزشی شناسایی شده، کارآفرینان در مورد مهم یا غیر مهم بودن برخی عوامل انگیزشی اتفاق نظر داشتند.

که در دو مرحله از نظرات خبرگان استفاده شد) به عنوان دو روش جمع‌آوری داده‌ها مدنظر قرار گرفتند. ابتدا با بررسی ادبیات موضوع، مجموعه‌ای از شاخص‌های مرتبط با شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان فعال در بخش کشاورزی (نقاط ضعف و قوت داخلی و تهدیدها و فرصت‌های محیطی) شناسایی شدند و سپس با استفاده از نظرات ۳۰ نفر از متخصصان و خبرگان دارای سابقه فعالیت در حوزه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان به‌ویژه در حوزه کشاورزی، پایش اولیه شاخص‌ها (از طریق اجرای فرآیند دلفی فازی) انجام شد. در مرحله بعدی از نظرات ۱۶۵ نفر از خبرگان سازمانی که با استفاده از جدول کرجسی - مورگان از بین ۲۸۱ شرکت تعاونی دانش‌بنیان فعال در بخش کشاورزی انتخاب شده بودند، برای وزن دهی راهبردها در فرآیند تحلیل سلسله مراتبی استفاده شد.

با توجه به هدف پژوهش، یعنی شناسایی و اولویت بندی راهبردهای اثرگذار بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان فعال در بخش کشاورزی، ابتدا با توجه به نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای شناسایی شده توسط گردآوری نظرات خبرگان، این نقاط در قالب یک پرسشنامه مجدداً در بین خبرگان توزیع گردید تا میزان موافقت خود را برای هر شاخص در طیف خیلی کم تا خیلی زیاد، برای میزان تناسب این شاخص‌ها برای نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها بیان کنند. لذا محقق در این مرحله برای حذف شاخص‌های

کم‌اهمیت، میزان میانگین‌های شاخص‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS موردبررسی قرار داده است و سپس داده‌های حاصل از وزن دهی راهبردهای منتخب با استفاده از تکنیک AHP در نرم‌افزار Expert Choice مورد پردازش و ارزیابی قرار گرفتند.

برای پایش راهبردها ابتدا تمامی شاخص‌های شناسایی شده در قالب پرسشنامه‌ای با سطح سنجش ترتیبی (نمره‌گذاری بین ۱ تا ۱۰) تدوین شدند و پس از ارزیابی توسط خبرگان، مقادیر ارزیابی شده به اعداد مثلث فازی تبدیل شدند. سپس با استفاده از روش مرکز ثقل، اعداد مثلث فازی میان تمامی پاسخگویان تجمیع شد و یک‌رشته داده نهایی جهت ارزیابی و پایش شاخص‌ها حاصل گردید. پس از فازی زدایی مقادیر، مقادیر کریسپ برآورد شدند که از طریق مقایسه آن‌ها با مقادیر آستانه (در این پژوهش مقدار آستانه از میانگین ستون مقدار معنی‌داری به دست آمد) مقایسه شد و شاخص‌هایی که مقادیر کریسپ مساوی یا بالاتر از این حد آستانه داشتند به‌عنوان شاخص‌های مهم حفظ‌شده و در فرآیند تحلیل سلسله مراتبی به کار گرفته شدند.

پس از جمع‌آوری داده‌ها، مقایسه زوجی با توجه به ساختار سلسله‌مراتبی انجام گرفت. این مقایسه با استفاده از مقیاس طراحی شده از ارجحیت مساوی تا ارجحیت مطلق انجام شد (جدول ۲).

جدول ۲. جدول کمیته مقایسه زوجی شاخص‌ها

امتیاز (شدت ارجحیت)	تعریف	توضیح
۱	ارجحیت مساوی	در تحقق هدف، دو معیار اهمیت مساوی دارند.
۳	ارجحیت اندکی بیشتر	اهمیت i بیشتر از j است.
۵	ارجحیت بیشتر	اهمیت i بیشتر از j است.
۷	ارجحیت خیلی بیشتر	اهمیت i خیلی بیشتر از j است.
۹	ارجحیت مطلق	اهمیت i خیلی بیشتر از j نسبت به j به طور قطعی به اثبات رسیده است.
۲، ۴، ۶، ۸	ترجیحات بینابینی	-

که شاخص‌های مورد ارزیابی دارای نرخ ناسازگاری بالا بودند، تعدیل نرخ ناسازگاری با استفاده از تغییر درایه‌های ماتریس تصمیم‌گیری مدنظر قرار گرفت. در حالت کلی، اگر نرخ ناسازگاری کمتر از $0/1$ باشد، ناسازگاری نسبتاً قابل قبول است و در غیر این صورت، بازنگری در قضاوت ضروری به نظر می‌رسد.

یافته‌ها

در ابتدا با توجه به نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای شناسایی شده توسط گردآوری نظرات خبرگان، این نقاط در قالب یک پرسشنامه در بین خبرگان توزیع گردید تا میزان موافقت خود را برای هر شاخص در طیف خیلی کم تا خیلی زیاد، برای میزان تناسب‌پذیری این شاخص‌ها برای نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها بیان کنند. لذا محقق در این مرحله برای حذف شاخص‌های کم‌اهمیت، میزان میانگین‌های شاخص‌ها مورد بررسی قرار داده می‌شود. در ابتدا به بیان توصیف مختصری از این آزمون پرداخته می‌شود.

پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، نظرات گوناگونی برای هر یک از گزینه‌ها مطرح شد که به منظور حل این مشکل، جداول مقایسه‌ای باهم ترکیب گردید. در این روش، به منظور ترکیب قضاوت‌ها از میانگین هندسی مطابق با فرمول زیر استفاده شد:

$$a_{ij}^l = \left(\prod_{i=1}^k a_{ij} \right)^{\frac{1}{k}} \quad l=1,2,\dots,k \quad i,j=1,2,\dots,n \quad i \neq j$$

بعد از تهیه ساختار سلسله‌مراتبی و محاسبه میانگین هندسی، به منظور اولویت‌بندی راهبردهای پیشنهادی برای شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان فعال در بخش کشاورزی، عملیات ریاضی در محیط نرم‌افزاری Expert Choice انجام شد. ابتدا با توجه به هدف، معیارها مورد مقایسه زوجی قرار گرفت و وزن نسبی معیارها بر پایه هدف برآورد گردید. در مرحله بعد، گزینه‌ها با توجه به معیارها مورد مقایسه زوجی قرار گرفتند و وزن نسبی هر عامل برآورد شد. در مواقعی

جدول ۳. میانگین‌های نقاط قوت شناسایی‌شده در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان فعال بخش کشاورزی

ردیف	شاخص‌ها	میانگین	انحراف معیار	نتیجه
S1	وجود کارشناسان متخصص و باتجربه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۴,۰۴	۰,۸۹	تأیید
S2	نسبت بالای تعداد کارکنان با مدارک دانشگاهی به کل کارکنان در شرکت	۳,۶۸	۱,۱۱	تأیید
S3	وجود مشاورین کارآفرینی و اشتغال در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۳,۶۴	۱,۳۲	رد
S4	حضور کارشناسان در همایش‌های مختلف علمی در حوزه فرصت‌های کارآفرینی	۳,۹۲	۰,۷۶	تأیید
S5	وجود برنامه‌های توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۳,۸۸	۰,۶	تأیید
S6	مسئولیت‌پذیری بالای کارشناسان شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۳,۴	۱,۰۶	رد
S7	برگزاری نشست‌های علمی به منظور تقویت فرهنگ کارآفرینی	۴,۰۴	۰,۷۳	تأیید
S8	مشارکت مدیران و کارشناسان در جهت بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی	۴,۱۲	۰,۷۸	تأیید
S9	وجود برنامه‌های اثربخش تقویت کارآفرینی سازمانی	۴,۰۴	۰,۵۴	تأیید
S10	استفاده از کارآفرینان موفق جهت نظارت بر برنامه‌های کارآفرینی شرکت‌ها	۲,۶۴	۱,۲۲	رد
S11	زمینه‌سازی جهت به‌کارگیری نیروهای متخصص	۳,۸۸	۰,۹۷	تأیید
S12	جذب افراد باروحيه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۴,۲	۰,۶۵	تأیید

مأخذ: یافته‌های تحقیق

بررسی میانگین‌های به‌دست‌آمده برای نقاط قوت به شرح جدول (۳) می‌باشد. با توجه به طیف تغییرات میانگین شاخص‌های شناسایی‌شده که در دامنه ۲,۶۴ تا ۴,۶۴ می‌باشد، لذا میانگین‌های بالاتر از ۳,۶۴ را می‌توان به‌عنوان شاخص‌های مورد تأیید در نظر گرفت و شاخص‌های برابر و کوچک‌تر از ۳,۶۴ مورد تأیید قرار نمی‌گیرند.

جدول ۴. میانگین‌های نقاط ضعف شناسایی‌شده در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان فعال بخش کشاورزی

ردیف	شاخص‌ها	میانگین	انحراف معیار	نتیجه
W1	آموزش همگانی ضعیف در حوزه کارآفرینی و فرصت‌شناسی بازار	۴,۳۲	۰,۷۵	تأیید
W2	ضعف اشتراک‌گذاری دانش تخصصی در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۴,۲	۰,۸۷	تأیید
W3	ضعف در جذب حمایت‌های مالی واداری	۴,۱۶	۱,۰۷	تأیید
W4	هزینه اندک تحقیقاتی شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان جهت توسعه نوآوری و کارآفرینی	۳,۹۶	۰,۶۱	تأیید
W5	سبک مدیریتی نامناسب در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۳,۸	۰,۵۸	تأیید
W6	ضعف نگرش مدیران شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان به فرصت‌های کارآفرینی	۳,۴	۰,۹۱	رد
W7	عدم ارائه ختمشی شناسایی فرصت‌ها در اهداف شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۳,۹۶	۱,۱۷	تأیید
W8	نبود گروه‌های خلاقیت و نوآوری برای پیگیری ایده‌های جدید	۴,۰۰	۰,۶۵	تأیید
W9	توجه اندک به برنامه‌های راهبردی در شناخت فرصت‌های کارآفرینانه	۳,۷۲	۰,۶۱	تأیید
W10	نبود سیستم پاداش و تشویق بر اساس عملکرد کارآفرینانه افراد	۴,۴۴	۰,۸۲	تأیید
W11	ضعف ارتباط شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان کشاورزی با سایر مراکز کارآفرینی	۳,۸۸	۱,۳	تأیید
W12	شکاف میان سیاست‌های دولتی و برنامه‌های شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۳,۲۸	۱,۲۸	رد
W13	بهره‌گیری اندک از نتایج علمی و طرح‌های تحقیقاتی در حوزه فرصت‌های بازار و فناوری	۳,۶۹	۱,۰۴	تأیید

مأخذ: یافته‌های تحقیق



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی

گرفت و شاخص‌های برابر و کوچک‌تر از ۳,۶۴ مورد تأیید قرار نمی‌گیرند.

بررسی میانگین‌های به‌دست‌آمده برای نقاط ضعف به شرح **جدول (۴)** می‌باشد. با توجه به طیف تغییرات میانگین شاخص‌های شناسایی شده که در دامنه ۲,۶۴ تا ۴,۶۴ می‌باشد، لذا میانگین‌های بالاتر از ۳,۶۴ را می‌توان به‌عنوان شاخص‌های مورد تأیید در نظر

جدول ۵. میانگین شاخص‌های فرصت‌های محیطی شناسایی شده در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان فعال کشاورزی

ردیف	شاخص‌ها	میانگین	انحراف معیار	نتیجه
O ₁	مناسب بودن دستمزد نیروی کار موجود در بازار	۳,۹۲	۰,۷	تأیید
O ₂	وجود افراد تحصیل کرده در رشته‌های بازاریابی و کارآفرینی	۴,۴۴	۰,۷۷	تأیید
O ₃	افزایش سطح علمی دانش کارآفرینی	۳,۸	۰,۷۶	تأیید
O ₄	علاقه جوانان به کارآفرینی و راه‌اندازی شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۳,۹۶	۰,۶۸	تأیید
O ₅	چاپ کتاب و نشریه‌های علمی پژوهشی در حوزه بازاریابی و کارآفرینی	۳,۸۸	۰,۷۳	تأیید
O ₆	وجود جمعیت جوان مستعد و تحصیل کرده در کشور	۴,۵۲	۰,۵۹	تأیید
O ₇	استفاده از کارآفرینان موفق بخش کشاورزی در تبلیغات کارآفرینی	۴,۰۸	۰,۸۱	تأیید
O ₈	رویگرد جوانان تحصیل کرده به سمت کارآفرینی و تأسیس شرکت	۳,۷۲	۱,۰۶	تأیید
O ₉	ارائه واحدهای درسی مرتبط با حوزه کارآفرینی در دانشگاه‌ها	۳,۶	۱,۰۴	تأیید
O ₁₀	پوشش رسانه‌ای رویدادهای کارآفرینی شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۴,۲۸	۱,۰۲	تأیید

مأخذ: یافته‌های تحقیق

میانگین‌های بالاتر از ۳,۶۴ را می‌توان به‌عنوان شاخص‌های مورد تأیید در نظر گرفت و شاخص‌های برابر و کوچک‌تر از ۳,۶۴ مورد تأیید قرار نمی‌گیرند.

بررسی میانگین‌های به‌دست‌آمده برای نقاط فرصت‌های محیطی به شرح **جدول (۵)** می‌باشد. با توجه به طیف تغییرات میانگین شاخص‌های شناسایی شده که در دامنه ۲,۶۴ تا ۴,۶۴ می‌باشد، لذا

جدول ۶. میانگین‌های تهدیدهای محیطی شناسایی شده در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان فعال بخش کشاورزی

ردیف	شاخص‌ها	میانگین	انحراف معیار	نتیجه
T ₁	وجود تحریم‌های طولانی‌مدت بین‌المللی در بخش‌های مختلف	۴,۰۰	۰,۸۷	تأیید
T ₂	بی‌ثباتی و عدم شفافیت قوانین در جهت توسعه کارآفرینی کشاورزی	۴,۶۴	۰,۵۷	تأیید
T ₃	فضای اندک اقتصاد سنتی برای جذب دانش‌آموختگان رشته‌های کشاورزی	۴,۰۰	۰,۷۱	تأیید
T ₄	مشارکت اندک سرمایه‌گذاری خارجی در بخش کشاورزی دانش‌بنیان	۴,۰۴	۰,۷۳	تأیید
T ₅	توجه ناکافی سیاست‌های آموزشی به توسعه شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۴,۲	۰,۶۵	تأیید
T ₆	تأثیر میزان نرخ تورم در ریسک کارآفرینانه	۴,۰۸	۰,۷۶	تأیید
T ₇	اجرای سیاست خصوصی‌سازی به شیوه‌ای نامناسب	۴,۲	۰,۷۶	تأیید
T ₈	میزان اندک سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۳,۶۸	۱,۰۷	تأیید

طراحی و تبیین مدل راهبردی شناخت فرصت‌های کارآفرینانه

T ₉	سرمایه‌گذاری اندک زیر بنایی دولتی جهت خلق فرصت‌های کارآفرینانه	۳,۶۸	۱,۰۴	تأیید
T ₁₀	نامعلوم بودن رویه‌ها و روش‌های سیاسی جهت توسعه شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۴,۲۸	۰,۸۴	تأیید
T ₁₁	ضعف زیرساخت‌های مناسب کسب‌وکار در بخش کشاورزی دانش‌بنیان	۴,۳۲	۰,۸	تأیید
T ₁₂	وابستگی ساختار اقتصاد ملی به صادرات نفتی نسبت به صنایع دانش‌بنیان	۴,۰۴	۰,۸۴	تأیید
T ₁₃	تأثیر جریان‌های سیاسی بر شناخت فرصت‌های کارآفرینانه در بازار	۳,۵۲	۱,۰۰	رد
T ₁₄	فاصله کشاورزی دانش‌بنیان از دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقات معتبر خارجی	۳,۵۲	۰,۸۴	رد
T ₁₅	ورود کالاها و خدمات خارجی قاچاق به بازار داخلی و مقابله با تولید ملی	۴,۱۶	۰,۶۹	تأیید
T ₁₆	وجود فساد اداری و اقتصادی در سازمان‌های مختلف	۳,۶۸	۰,۶۳	تأیید

مأخذ: یافته‌های تحقیق

بررسی میانگین‌های به‌دست‌آمده برای نقاط تهدیدهای محیطی به شرح **جدول (۶)** می‌باشد. با توجه به طیف تغییرات میانگین شاخص‌های شناسایی شده که در دامنه ۲,۶۴ تا ۴,۶۴ می‌باشد، لذا

میانگین‌های بالاتر از ۳,۶۴ را می‌توان به‌عنوان شاخص‌های مورد تأیید در نظر گرفت و شاخص‌های برابر و کوچک‌تر از ۳,۶۴ مورد تأیید قرار نمی‌گیرند.

جدول ۷. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی مرتبط با شناخت فرصت‌های کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان

نقاط قوت	ضریب	نمره	نمره نهایی
۱ وجود کارشناسان متخصص و باتجربه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۰,۰۴	۴	۰,۱۶
۲ نسبت بالای تعداد کارکنان با مدارک دانشگاهی به کل کارکنان در شرکت	۰,۰۶	۲	۰,۱۲
۳ حضور کارشناسان در همایش‌های مختلف علمی در حوزه فرصت‌های کارآفرینی	۰,۰۶	۳	۰,۱۸
۴ وجود برنامه‌های توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۰,۰۴	۳	۰,۱۲
۵ برگزاری نشست‌های علمی به‌منظور تقویت فرهنگ کارآفرینی	۰,۰۶	۳	۰,۱۸
۶ مشارکت مدیران و کارشناسان در جهت بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی	۰,۰۵	۳	۰,۱۵
۷ وجود برنامه‌های اثربخش تقویت کارآفرینی سازمانی	۰,۰۶	۳	۰,۱۸
۸ زمینه‌سازی جهت به‌کارگیری نیروهای متخصص	۰,۰۶	۳	۰,۱۸
۹ جذب افراد با روحیه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۰,۰۵	۳	۰,۱۵

نقاط ضعف

۱ آموزش همگانی ضعیف در حوزه کارآفرینی و فرصت‌شناسی بازار	۰,۰۴	۲	۰,۰۸
۲ ضعف اشتراک‌گذاری دانش تخصصی در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۰,۰۳	۳	۰,۰۹
۳ ضعف در جذب حمایت‌های مالی و اداری	۰,۰۴	۴	۰,۱۶
۴ هزینه اندک تحقیقاتی شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان جهت توسعه نوآوری و کارآفرینی	۰,۰۵	۳	۰,۱۵
۵ پیاده‌سازی سبک مدیریتی نامناسب در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۰,۰۴	۳	۰,۱۲
۶ عدم ارائه خدماتی شناسایی فرصت‌ها در اهداف شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۰,۰۶	۳	۰,۱۸
۷ نبود گروه‌های خلاقیت و نوآوری برای پیگیری ایده‌های جدید	۰,۰۵	۴	۰,۲
۸ توجه اندک به برنامه‌های راهبردی در شناخت فرصت‌های کارآفرینانه	۰,۰۵	۳	۰,۱۵
۹ نبود سیستم پاداش و تشویق بر اساس عملکرد کارآفرینانه افراد	۰,۰۶	۳	۰,۱۸
۱۰ ضعف ارتباط شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان کشاورزی با سایر مراکز کارآفرینی	۰,۰۶	۴	۰,۲۴

۰,۱۶	۴	۰,۰۴	بهره‌گیری اندک از نتایج علمی و طرح‌های تحقیقاتی در حوزه فرصت‌های بازار و فناوری	۱۱
۳,۱۳		۱		جمع نهایی

مأخذ: یافته‌های تحقیق

از ۲,۵ باشد، به معنی ضعف عوامل داخلی است و هر چه این عدد به ۱ نزدیک‌تر شود میزان این ضعف حادثر خواهد بود. اگر این عدد بیشتر از ۲,۵ باشد و هر چه به ۴ نزدیک‌تر باشد قوت عوامل داخلی بررسی ماتریس بیشتر است. عدد به‌دست‌آمده از **جدول (۷)** عدد ۳,۱۳ نشان‌دهنده آن است که سازمان موردبررسی از نظر عوامل درونی دارای قوت می‌باشد.

در بررسی انجام‌شده روی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) نتایج به‌دست‌آمده از نظر سنجی از خبرگان در ارتباط با عوامل درونی سازمان (نقاط قوت و ضعف داخلی) به شرح **جدول (۷)** می‌باشد. با توجه به نمرات فوق، باید چنین بیان کرد که در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی، هیچ‌گاه مجموع نمره های نهایی بیشتر از ۴ نخواهند شد، همچنین این مجموع هرگز کمتر از یک نخواهد بود. میانگین ۴ و ۱ عدد ۲,۵ می‌باشد. اگر مجموع نمرات نهایی کمتر

جدول ۸. ماتریس ارزیابی عوامل خارجی مرتبط با شناخت فرصت‌های کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان

نمره نهایی	نمره	ضریب	فرصت‌های محیطی
۰,۱۲	۳	۰,۰۴	۱ مناسب بودن دستمزد نیروی کار موجود در بازار
۰,۱۲	۴	۰,۰۳	۲ وجود افراد تحصیل‌کرده در رشته‌های بازاریابی و کارآفرینی
۰,۱۵	۳	۰,۰۵	۳ افزایش سطح علمی دانش کارآفرینی
۰,۱۲	۴	۰,۰۳	۴ علاقه جوانان به کارآفرینی و راه‌اندازی شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان
۰,۲	۴	۰,۰۵	۵ چاپ کتاب و نشریه‌های علمی پژوهشی در حوزه بازاریابی و کارآفرینی
۰,۰۹	۳	۰,۰۳	۶ وجود جمعیت جوان مستعد و تحصیل‌کرده در کشور
۰,۱۸	۳	۰,۰۶	۷ استفاده از کارآفرینان موفق بخش کشاورزی در تبلیغات کارآفرینی
۰,۱۲	۳	۰,۰۴	۸ رویکرد جوانان تحصیل‌کرده به سمت کارآفرینی و تأسیس شرکت
۰,۱۸	۳	۰,۰۶	۹ ارائه واحدهای درسی مرتبط با حوزه کارآفرینی در دانشگاه‌ها
۰,۱۵	۳	۰,۰۵	۱۰ پوشش رسانه‌ای رویدادهای کارآفرینی شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان

تهدیدهای محیطی

۰,۱۲	۳	۰,۰۴	۱ وجود تحریم‌های طولانی‌مدت بین‌المللی در بخش‌های مختلف
۰,۰۹	۳	۰,۰۳	۲ بی‌ثباتی و عدم شفافیت قوانین در جهت توسعه کارآفرینی کشاورزی
۰,۲	۴	۰,۰۵	۳ فضای اندک اقتصاد سنتی برای جذب دانش‌آموختگان رشته‌های کشاورزی
۰,۱۲	۳	۰,۰۴	۴ مشارکت اندک سرمایه‌گذاری خارجی در بخش کشاورزی دانش‌بنیان
۰,۰۹	۳	۰,۰۳	۵ توجه ناکافی سیاست‌های آموزشی به توسعه شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان
۰,۱۲	۳	۰,۰۴	۶ تأثیر میزان نرخ تورم در ریسک کارآفرینانه
۰,۰۹	۳	۰,۰۳	۷ اجرای سیاست خصوصی‌سازی به شیوه‌ای نامناسب
۰,۰۸	۲	۰,۰۴	۸ میزان اندک سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان
۰,۱۲	۳	۰,۰۴	۹ سرمایه‌گذاری اندک زیر بنایی دولتی جهت خلق فرصت‌های کارآفرینانه

۰,۲	۴	۰,۰۵	نامعلوم بودن رویه‌ها و روش‌های سیاسی جهت توسعه شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	۱۰
۰,۱۲	۳	۰,۰۴	ضعف زیرساخت‌های مناسب کسب‌وکار در بخش کشاورزی دانش‌بنیان	۱۱
۰,۱	۲	۰,۰۵	وابستگی ساختار اقتصاد ملی به صادرات نفتی نسبت به صنایع دانش‌بنیان	۱۲
۰,۱۲	۳	۰,۰۴	ورود کالاهای خارجی قاچاق به بازار داخلی و مقابله با تولید ملی	۱۳
۰,۱۶	۴	۰,۰۴	وجود فساد اداری و اقتصادی در سازمان‌های مختلف	۱۴
۳,۱۶	۱		جمع کل	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

عدد بیش از ۲,۵ باشد و هر چه به ۴ نزدیک‌تر شود واکنش بسیار عالی نسبت به عوامل خارجی است. عدد به‌دست‌آمده از جدول (۱۰) عدد ۳,۱۶ نشان‌دهنده آن است که سازمان موردبررسی در برابر عوامل ایجادکننده فرصت و تهدید واکنش خوبی داشته است.

همان‌طور که در **جدول (۹)** مشاهده می‌شود مختصات به‌دست‌آمده در مورد شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان کشاورزی خانه شماره ۱ است. مطابق با دستورالعمل‌های تدوین راهبرد با استفاده از روش SWOT در خانه شماره ۴ باید راهبرد رشد و ساخت مبتنی بر تمرکز اجرا شود. (رسوخ در بازار، توسعه محصول، یا راهبردهای مبتنی بر یکپارچگی عمودی به بالا، یکپارچگی عمودی به پایین و یکپارچگی افقی) که مناسب‌ترین راهبردها می‌باشند. در مورد دستیابی سازمان به راهبردهای یکپارچگی عمودی به بالا باید کوشش شود از طریق بخش‌های جزئی‌تر در درون یا بیرون از سازمان، بر میزان کنترل خود بر بازار بیفزاید. در این راستا شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان کشاورزی می‌بایست به فعالیت‌های رقابتی ممکن توجه بیشتری معطوف دارند. در راستای اجرای راهبردهای یکپارچگی عمودی به پایین در شرکت‌های دانش‌بنیان در راستای تحقق اهداف کنترل درمی‌آیند. با این توضیحات راهبردهای قابل‌ارائه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان کشاورزی عبارت‌اند از:

در این مرحله، طبق روش انجام‌شده در مرحله قبل برای عوامل درونی راه، برای فرصت‌ها و تهدیدات بیرونی تکرار می‌کنیم، نتایج حاصل از تکمیل پرسشنامه‌ها توسط خبرگان به شرح **جدول (۸)** می‌باشد.

جدول ۹. ماتریس داخلی و خارجی (IE)

نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)

		۴	۳	۳	۲	۲	۱
نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (Gheichli & Makani)	۴		۱		۲		۳
	۳						۶
	۳		۴		۵		
	۲						۹
	۲		۷		۸		
	۱						

مأخذ: یافته‌های تحقیق

همان‌طور که در مورد عوامل داخلی عنوان شد، انتظار می‌رود در ماتریس ارزیابی عوامل خارجی نیز، مجموع نمره‌های نهایی عددی بین ۱ تا ۴ باشد و اگر مجموع نمرات نهایی کمتر از ۲,۵ باشد به معنی واکنش ضعیف نسبت به عوامل خارجی است و هر چه این عدد به ۱ نزدیک‌تر شود واکنش ضعیف‌تر خواهد بود. اگر این

جدول ۱۰. راهبردهای پیشنهادی برای شرکتهای تعاونی دانش‌بنیان فعال در بخش کشاورزی

نقاط قوت (S)	نقاط ضعف (W)
<p>راهبردهای SO</p> <p>برگزاری مسابقات دوره‌ای کشاورزی دانش‌بنیان جهت شناسایی افراد کارآفرین و جذب آن‌ها؛ ایجاد ارتباط با برگزارندگان جشنواره‌های علمی مرتبط جهت جذب آن‌ها؛ برگزاری دوره‌های کارآفرینی جهت ارتقا توانایی درک فرصت‌های کارآفرینانه؛ ایجاد دوره‌های ضمن خدمت جهت افزایش دانش تخصصی کارکنان؛ بستن قرارداد با مراکز علمی و پژوهشی جهت حمایت‌های کارآفرینانه</p>	<p>راهبردهای WO</p> <p>برگزاری کارگاه جهت آشنایی مدیران به اهمیت فرصت‌های کارآفرینانه؛ ایجاد گروه کارآفرینی درون سازمان از کارکنان مستعد در شرکت؛ ایجاد راهبردهای فرصت‌شناسی در شرکت توسط مدیران ارشد؛ ایجاد تمایل در مدیران جهت حمایت از عملکرد کارآفرینانه؛ افزایش تعامل سازمانی جهت بهبود ارتباطات سازمانی و شناخت فرصت‌های کارآفرینی</p>
<p>راهبردهای ST</p> <p>برگزاری جلسات توجیهی جهت جذب سرمایه از بخش خصوصی؛ تنظیم برنامه‌های شرکت جهت توسعه زیرساخت‌ها و دریافت بودجه دولتی؛ استفاده از مهندسی مجدد در فرایندهای تولید دانش‌بنیان؛ حضور کارشناسان خبره در اجلاس‌های بین‌المللی جهت شناخت ابعاد کشاورزی دانش‌بنیان؛ ارزیابی وضعیت سیاسی و کاهش مشکلات تحریم‌ها</p>	<p>راهبردهای WT</p> <p>تمرکز بر حفظ افراد خبره جهت ارتقای فرهنگ کارآفرینی در شرکت؛ استفاده از خبرگان دانشگاهی دارای مطالعات مرتبط در زمینه کارآفرینی برای تدوین راهبردهای مناسب در این زمینه؛ بهبود سیستم‌های پاداش جهت توسعه عملکرد کارآفرینانه در شرکت؛ در نظر گرفتن بودجه برای توسعه کارآفرینی؛ اتخاذ سبک مدیریت مناسب در شرکت؛ جذب سرمایه‌گذاری خارجی</p>

فرصت‌ها (O)

تهدیدات (T)

مأخذ: یافته‌های تحقیق

روند دستیابی به فرصت‌های بیشتر بهبود می‌یابند. در خانه ST به مواردی اشاره می‌شود که عدم دقت، توجه و مدیریت صحیح در مورد آن‌ها می‌تواند نقاط قوت را تضعیف نماید. در خانه WT نقاط داخلی و تهدیدهای بیرونی را در مقابل با یکدیگر مدنظر قرار داده‌ایم و از این منظر راهکارهای ممکن را معرفی نموده‌ایم.

در این بخش راهبردهای شناسایی‌شده، در بخش زیر با استفاده از نرم‌افزار Expert Choice به رتبه‌بندی راهبردها پرداخته می‌شود:

در جدول (۱۰) عوامل درونی روی محور افقی و عوامل خارجی روی محور عمودی آورده شده‌اند. این‌ها همان عواملی هستند که از ابتدا آن‌ها را شناسایی کرده، به آن‌ها نمره و رتبه داده‌ایم. با قرار گرفتن نقاط قوت و نقاط ضعف روی محور افقی و قرار گرفتن فرصت‌ها و تهدیدها روی محور عمودی چهارخانه ایجاد می‌شود. خانه‌ای که موقعیت آن زیر نقاط قوت و مقابل فرصت‌ها است را خانه SO می‌نامیم. با روش مشابه برای نام‌گذاری سه خانه دیگر WO، ST و WT نام واحد گرفت. در خانه SO سعی شده است به عواملی اشاره شود که نقاط قوت را به فرصت تبدیل می‌کنند. در خانه WO به مواردی اشاره می‌شود که با رعایت آن‌ها نقاط ضعف کنترل‌شده و

جدول ۱۱. اولویت‌بندی راهبردهای شناخت فرصت‌های کارآفرینانه SO

ردیف	مؤلفه‌ها	وزن	اولویت
۱	برگزاری مسابقات دوره‌ای کشاورزی دانش‌بنیان جهت شناسایی و جذب افراد کارآفرین	۰,۱۱۴	۴
۲	ایجاد ارتباط با برگزیدگان جشنواره‌های علمی مرتبط جهت جذب آن‌ها	۰,۴۴۹	۱
۳	برگزاری دوره‌های کارآفرینی جهت ارتقا توانایی درک فرصت‌های کارآفرینانه	۰,۱۲۶	۳
۴	ایجاد دوره‌های ضمن خدمت جهت افزایش دانش تخصصی کارکنان	۰,۱۰	۵
۵	بستن قرارداد با مراکز علمی و پژوهشی جهت حمایت‌های کارآفرینانه	۰,۲۱۱	۲

مأخذ: یافته‌های تحقیق

همچنان در **جدول (۱۱)** دیده می‌شود، ایجاد ارتباط با برگزیدگان جشنواره‌های علمی مرتبط جهت جذب آن‌ها با وزن نسبی ۰,۴۴۹ بیشترین اهمیت را دارد؛ بنابراین در بین راهبردهای SO بیشترین تأثیر را دارد و راهبرد بستن قرارداد با مراکز علمی و پژوهشی جهت حمایت‌های کارآفرینانه با وزن نسبی ۰,۲۱۱ در اولویت بعدی قرار دارد، راهبردهای برگزاری دوره‌های کارآفرینی جهت ارتقا توانایی درک فرصت‌های کارآفرینانه و برگزاری مسابقات دوره‌ای کشاورزی دانش‌بنیان جهت شناسایی و جذب افراد کارآفرین به ترتیب با وزن‌های ۰,۱۲۶ و ۰,۱۱۴ در رتبه‌های سوم و چهارم قرار داشته و درنهایت راهبرد ایجاد دوره‌های ضمن خدمت جهت افزایش دانش تخصصی کارکنان با وزن نسبی ۰,۱ در اولویت آخر قرار دارد. نرخ ناسازگاری مقایسات زوجی ۰,۰۸ به‌دست‌آمده است که چون کمتر از ۰,۱۰ است، این مقایسات قابل قبول می‌باشد.

جدول ۱۲. اولویت‌بندی راهبردهای شناخت فرصت‌های کارآفرینانه WO

ردیف	مؤلفه‌ها	وزن	اولویت
۱	برگزاری کارگاه جهت آشنایی مدیران به اهمیت فرصت‌های کارآفرینانه	۰,۱۶۹	۲
۲	ایجاد گروه کارآفرینی درون سازمان از کارکنان مستعد در شرکت	۰,۴۰۲	۱
۳	ایجاد راهبردهای فرصت شناسی در شرکت توسط مدیران ارشد	۰,۱۴۴	۴
۴	ایجاد تمایل در مدیران جهت حمایت از عملکرد کارآفرینانه	۰,۱۵۷	۳
۵	افزایش تعامل سازمانی جهت بهبود ارتباطات سازمانی و شناخت فرصت‌های کارآفرینی	۰,۱۲۸	۵

مأخذ: یافته‌های تحقیق

طبق داده‌های **جدول (۱۲)**، راهبرد ایجاد گروه کارآفرینی درون سازمان از کارکنان مستعد در شرکت با وزن نسبی ۰,۴۰۲ بیشترین اهمیت را دارد؛ بنابراین در بین راهبردهای WO بیشترین تأثیر را دارد و راهبرد برگزاری کارگاه جهت آشنایی مدیران به اهمیت فرصت‌های کارآفرینانه با وزن نسبی ۰,۱۶۹ در اولویت بعدی قرار دارد، راهبردهای ایجاد تمایل در مدیران جهت حمایت از عملکرد کارآفرینانه و

ایجاد راهبردهای فرصت شناسی در شرکت توسط مدیران ارشد به ترتیب با وزن‌های ۰,۱۵۷ و ۰,۱۴۴ در رتبه‌های سوم و چهارم قرار داشته و درنهایت راهبرد افزایش تعامل سازمانی جهت بهبود ارتباطات سازمانی و شناخت فرصت‌های کارآفرینی با وزن نسبی ۰,۱۲۸ در اولویت آخر قرار دارد. نرخ ناسازگاری مقایسات زوجی ۰,۰۲ به‌دست آمده است که چون کمتر از ۰,۱۰ است، این مقایسات قابل قبول می‌باشد.

جدول ۱۳. اولویت‌بندی راهبردهای شناخت فرصت‌های کارآفرینانه ST

ردیف	مؤلفه‌ها	وزن	اولویت
۱	برگزاری جلسات توجیهی جهت جذب سرمایه از بخش خصوصی	۰,۱۹۶	۳
۲	حضور کارشناسان خبره در اجلاس‌های بین‌المللی جهت شناخت ابعاد کشاورزی دانش‌بنیان	۰,۴۹۳	۱
۳	ارزیابی وضعیت سیاسی و کاهش مشکلات تحریم‌ها	۰,۳۱۱	۲

مأخذ: یافته‌های تحقیق

داده‌های جدول (۱۳) نشان می‌دهد، راهبرد حضور کارشناسان خبره در اجلاس‌های بین‌المللی جهت شناخت ابعاد کشاورزی دانش‌بنیان با وزن نسبی ۰,۴۹۳ بیشترین اهمیت را دارد؛ بنابراین در بین راهبردهای ST بیشترین تأثیر را دارد و راهبرد ارزیابی وضعیت سیاسی و کاهش مشکلات تحریم‌ها با وزن نسبی ۰,۳۱۱ در اولویت بعدی قرار دارد و درنهایت راهبرد برگزاری جلسات توجیهی جهت جذب سرمایه از بخش خصوصی با وزن نسبی ۰,۱۹۶ در اولویت آخر قرار دارد. نرخ ناسازگاری مقایسات زوجی ۰,۰۵ به‌دست آمده است که چون کمتر از ۰,۱۰ است، این مقایسات قابل قبول می‌باشند.

جدول ۱۴. اولویت‌بندی راهبردهای شناخت فرصت‌های کارآفرینانه WT

ردیف	مؤلفه‌ها	وزن	اولویت
۱	تمرکز بر حفظ افراد خبره جهت ارتقای فرهنگ کارآفرینی در شرکت	۰,۱۶۹	۳
۲	استفاده از خبرگان دانشگاهی برای تدوین راهبردهای مناسب کارآفرینی	۰,۲۶۴	۱
۳	ارتقای فرهنگ کارآفرینی در شرکت	۰,۱۷۷	۲
۴	بهبود سیستم‌های پاداش جهت توسعه عملکرد کارآفرینانه در شرکت	۰,۱۵۲	۴
۵	در نظر گرفتن بودجه برای توسعه کارآفرینی	۰,۰۸۲	۶
۶	انتخاب سبک مدیریت مناسب در شرکت	۰,۰۶۶	۷
۷	جذب سرمایه‌گذاری خارجی	۰,۰۹۱	۵

مأخذ: یافته‌های تحقیق



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی

راهبردهای تمرکز بر حفظ افراد خبره جهت ارتقای فرهنگ کارآفرینی در شرکت؛ بهبود دستگاه‌های پاداش جهت توسعه عملکرد کارآفرینانه در شرکت؛ جذب سرمایه‌گذاری خارجی؛ در نظر گرفتن بودجه برای توسعه کارآفرینی

مطابق با داده‌های جدول (۱۴) راهبرد استفاده از خبرگان دانشگاهی برای تدوین راهبردهای مناسب کارآفرینی با وزن نسبی ۰,۲۶۴ بیشترین اهمیت را دارد؛ بنابراین در بین راهبردهای WT بیشترین تأثیر را دارد و راهبرد ارتقای فرهنگ کارآفرینی در شرکت با وزن نسبی ۰,۱۷۷ در اولویت بعدی قرار دارد،

جدول ۱۵. اولویت‌بندی کلی راهبردهای شناخت فرصت‌های کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان

ردیف	مؤلفه‌ها	وزن	اولویت
۱	برگزاری مسابقات کشاورزی دانش‌بنیان جهت شناسایی و جذب افراد کارآفرین	۰,۰۳۸	۱۱
۲	ایجاد ارتباط با برگزیدگان جشنواره‌های علمی مرتبط جهت جذب آن‌ها	۰,۱۵۱	۱
۳	برگزاری دوره‌های کارآفرینی جهت ارتقا توانایی درک فرصت‌های کارآفرینانه	۰,۰۴۲	۹
۴	ایجاد دوره‌های ضمن خدمت جهت افزایش دانش تخصصی کارکنان	۰,۰۳۴	۱۳
۵	بستن قرارداد با مراکز علمی و پژوهشی جهت حمایت‌های کارآفرینانه	۰,۰۷۱	۵
۶	برگزاری کارگاه جهت آشنایی مدیران به اهمیت فرصت‌های کارآفرینانه	۰,۰۳۳	۱۴
۷	ایجاد گروه کارآفرینی درون سازمان از کارکنان مستعد در شرکت	۰,۰۷۸	۳
۸	ایجاد راهبردهای فرصت‌شناسی در شرکت توسط مدیران ارشد	۰,۰۲۸	۱۶
۹	ایجاد تمایل در مدیران جهت حمایت از عملکرد کارآفرینانه	۰,۰۳۱	۱۵
۱۰	افزایش تعامل سازمانی جهت بهبود ارتباطات سازمانی و شناخت فرصت‌های کارآفرینی	۰,۰۲۴	۱۷

۱۱	برگزاری جلسات توجیهی جهت جذب سرمایه از بخش خصوصی	۰,۰۳۸	۱۲
۱۲	حضور کارشناسان خبره در اجلاس‌های بین‌المللی جهت شناخت ابعاد کشاورزی دانش‌بنیان	۰,۰۹۷	۲
۱۳	ارزیابی وضعیت سیاسی و کاهش مشکلات تحریم‌ها	۰,۰۶۱	۶
۱۴	تمرکز بر حفظ نیروهای خبره جهت ارتقا فرهنگ کارآفرینی در شرکت	۰,۰۴۶	۸
۱۵	استفاده از خبرگان دانشگاهی برای تدوین راهبردهای مناسب کارآفرینی	۰,۰۷۲	۴
۱۶	ارتقا فرهنگ کارآفرینی در شرکت	۰,۰۴۸	۷
۱۷	بهبود دستگاه‌های پاداش جهت توسعه عملکرد کارآفرینانه در شرکت	۰,۰۴۱	۱۰
۱۸	در نظر گرفتن بودجه برای توسعه کارآفرینی	۰,۰۲۲	۱۹
۱۹	انتخاب سبک مدیریت مناسب در شرکت	۰,۰۱۸	۲۰
۲۰	جذب سرمایه‌گذاری خارجی	۰,۰۲۵	۱۸

مأخذ: یافته‌های تحقیق

به ترتیب با وزن‌های ۰,۱۶۹، ۰,۱۵۲، ۰,۰۹۱ و ۰,۰۸۲ در رتبه‌های سوم تا ششم قرار داشته و در نهایت راهبرد انتخاب سبک مدیریت مناسب در شرکت با وزن نسبی ۰,۰۶۶ در اولویت آخر قرار دارد. نرخ ناسازگاری مقایسات زوجی ۰,۰۶ به‌دست‌آمده

در ساختار خود بیشتر استفاده کند بر ارزش آن افزوده شده و چرخه تکامل یافته‌تری از بالندگی به وجود می‌آورد. کسب و کارهای دانش‌بنیان نقش کلیدی در ایجاد و توسعه اقتصاد دانش‌محور دارند و رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال، متناسب با ظرفیت نوآوری و شناخت فرصت‌ها تحقق می‌یابد. مطالعه حاضر با شناسایی عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی) و اولویت‌بندی راهبردهای اثرگذار بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان فعال در بخش کشاورزی، چارچوبی ارائه می‌کند که بر مبنای آن مدیران می‌توانند در راستای شناخت فرصت‌های کارآفرینانه از رهگذر تحلیل و ارزیابی صحیح و درست راهبردها گام بردارند.

بر اساس یافته‌های تحقیق، شناسایی نقاط ضعف شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان فعال در بخش کشاورزی به‌عنوان عوامل داخلی مرتبط با شناخت فرصت‌های کارآفرینانه، مواردی چون آموزش همگانی ضعیف در حوزه کارآفرینی و فرصت‌شناسی بازار؛ ضعف اشتراک‌گذاری دانش تخصصی در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان؛ ضعف در جذب حمایت‌های مالی و اداری؛ هزینه اندک تحقیقاتی شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان جهت توسعه نوآوری و کارآفرینی؛ پیاده‌سازی سبک مدیریتی نامناسب در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان؛ عدم ارائه خط‌مشی شناسایی فرصت‌ها در اهداف شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان؛ نبود گروه‌های خلاقیت و نوآوری برای پیگیری ایده‌های جدید؛ توجه اندک به برنامه‌های راهبردی در شناخت فرصت‌های کارآفرینانه؛ نبود

است که چون کمتر از ۰,۱۰ است، این مقایسات قابل قبول می‌باشد.

در جدول (۱۵) اولویت‌بندی تمامی راهبردهای شناسایی شده دیده می‌شود، راهبرد ایجاد ارتباط با برگزیدگان جشنواره‌های علمی مرتبط جهت جذب آن‌ها با وزن نسبی ۰,۱۵۱ بیشترین اهمیت را دارد؛ بنابراین در بین کل راهبردها بیشترین تأثیر را دارد و راهبرد حضور کارشناسان خبره در اجلاس‌های بین‌المللی جهت شناخت ابعاد کشاورزی دانش‌بنیان با وزن نسبی ۰,۰۹۷ در اولویت بعدی قرار دارد، سایر راهبردها به ترتیب با وزن‌های ۰,۰۷۸، ۰,۰۷۲، ۰,۰۷۱، ۰,۰۶۱، ۰,۰۴۸، ۰,۰۴۶، ۰,۰۴۲، ۰,۰۴۱، ۰,۰۳۸، ۰,۰۳۴، ۰,۰۳۳، ۰,۰۳۱، ۰,۰۲۸، ۰,۰۲۵، ۰,۰۲۴ و ۰,۰۲۲ در رتبه‌های سوم تا شانزدهم قرار داشته و در نهایت راهبرد انتخاب سبک مدیریت مناسب در شرکت با وزن نسبی ۰,۰۱۸ در اولویت آخر قرار دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

فرصت‌ها مفهوم کلیدی در حوزه کارآفرینی می‌باشند و در واقع فرصت‌های کارآفرینانه از راه اندازی شرکت حمایت و از طریق سرریز نوآوری، ارزش خلق می‌کنند. با وجود پیشرفت و اهمیت فرصت‌های کارآفرینی، هنوز ماهیت و منابع فرصت از دغدغه‌های علمی پژوهشگران کارآفرینی است. از سویی شرکت‌های دانش‌بنیان، سعی دارند بیشتر از سایر بنگاه‌های اقتصادی خود را با تغییر و تحولات نوظهور در محیط کسب و کار همگام نمایند و برای بقا در محیط‌های رقابتی تلاش کنند. هراندازه که بنگاه اقتصادی دانش‌بنیان از فرصت‌های کارآفرینانه

همسو با نتایج مطالعات صنوبر و همکاران (Senobar et al., 2018)؛ حسینی نیا و علی‌آبادی (Aliabadi, 2019) می‌باشد که نشان می‌دهد دانش بازار خارجی و تشخیص فرصت‌های محیطی بر عملکرد و موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان اثرگذار می‌باشد.

بنا بر نتایج تحقیق، وجود تحریم‌های طولانی‌مدت بین‌المللی در بخش‌های مختلف؛ بی‌ثباتی و عدم شفافیت قوانین در جهت توسعه کارآفرینی کشاورزی؛ فضای اندک اقتصاد سنتی برای جذب دانش‌آموختگان رشته‌های کشاورزی؛ مشارکت اندک سرمایه‌گذاری خارجی در بخش کشاورزی دانش‌بنیان؛ توجه ناکافی سیاست‌های آموزشی به توسعه شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان؛ تأثیر میزان نرخ تورم در ریسک کارآفرینانه؛ اجرای سیاست خصوصی‌سازی به شیوه‌ای نامناسب؛ میزان اندک سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان؛ سرمایه‌گذاری اندک زیر بنایی دولتی جهت خلق فرصت‌های کارآفرینانه؛ نامعلوم بودن رویه‌ها و روش‌های سیاسی جهت توسعه شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان؛ ضعف زیرساخت‌های مناسب کسب‌وکار در بخش کشاورزی دانش‌بنیان؛ وابستگی ساختار اقتصاد ملی به صادرات نفتی نسبت به صنایع دانش‌بنیان؛ ورود کالاهای خارجی قاچاق به بازار داخلی و مقابله با تولید ملی و وجود فساد اداری و اقتصادی در سازمان‌های مختلف به‌عنوان تهدیدهای محیطی مرتبط با شناخت فرصت‌های کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان شناسایی شدند. نتایج این بخش همسو با نتایج

سیستم پاداش و تشویق بر اساس عملکرد کارآفرینانه افراد؛ ضعف ارتباط شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان کشاورزی با سایر مراکز کارآفرینی؛ بهره‌گیری اندک از نتایج علمی و طرح‌های تحقیقاتی در حوزه فرصت‌های بازار و فناوری شناسایی شدند. نتایج این بخش با نتایج مطالعات حسینی نیا و علی‌آبادی (Hosseiniia & Aliabadi, 2019) و آنجلسبرگ (Angelsberger et al., 2017) و همکاران همسو است که نشان می‌دهد تحلیل شرایط داخلی سیستم (نقاط قوت و ضعف) بر شکاف بین وضعیت موجود و مطلوب ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی مؤثر است.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد عوامل مناسب بودن دستمزد نیروی کار موجود در بازار؛ وجود افراد تحصیل‌کرده در رشته‌های بازاریابی و کارآفرینی؛ افزایش سطح علمی دانش کارآفرینی؛ علاقه جوانان به کارآفرینی و راه‌اندازی شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان؛ چاپ کتاب و نشریه‌های علمی پژوهشی در حوزه بازاریابی و کارآفرینی؛ وجود جمعیت جوان مستعد و تحصیل‌کرده در کشور؛ استفاده از کارآفرینان موفق بخش کشاورزی در تبلیغات کارآفرینی؛ رویکرد جوانان تحصیل‌کرده به سمت کارآفرینی و تأسیس شرکت؛ ارائه واحدهای درسی مرتبط با حوزه کارآفرینی در دانشگاه‌ها؛ پوشش رسانه‌ای رویدادهای کارآفرینی شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان به‌عنوان فرصت‌های محیطی مرتبط با شناخت فرصت‌های کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان شناسایی شدند. نتایج این بخش

تعاونی دانش‌بنیان فعال در بخش کشاورزی با تأکید بر شناخت فرصت‌های کارآفرینانه، حائز اهمیت باشد: داشتن ارتباط با کارآفرینان موفق در حوزه‌های کاری شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان، می‌تواند به بهینه‌سازی مدل‌های شناخت فرصت‌های کارآفرینانه کمک نماید. به دلیل اهمیت خلاقیت و نوآوری در غلبه بر چالش‌ها، بایستی ریسک‌پذیری در این شرکت‌ها پاسخگوی نیازهای متغیر و متنوع مشتریان باشد و از فرصت‌های محیطی به نحو مناسب بهره‌برداری شود. نیروی انسانی متخصص یکی از سرمایه‌های پایان‌ناپذیر هر سازمانی می‌تواند باشد، به شرطی که به صورت مستمر مورد ارزشیابی قرار گیرد و سعی در بهبود مستمر آن شود، لذا برنامه‌هایی مانند برگزاری آموزش‌های ضمن خدمت علی‌الخصوص در زمینه شناخت فرصت‌های کارآفرینانه توصیه می‌شود. جهت جذب سرمایه از روش‌های مختلف جذب مانند اوراق مشارکت، رایزنی با بازارهای خصوصی و جلسات مستقیم با سرمایه‌گذاران ضروری به نظر می‌رسد. در این شرکت‌ها، سیستم پاداش بر مبنای عملکرد کارآفرینانه پایه‌ریزی شود و سعی شود ساختارهای نامتمرکز جایگزین ساختارهای سنتی شده تا بتوانند گرایش به کارآفرینی را افزایش دهند. همچنین برای شناخت درست فرصت‌ها، قوانین و مقررات بازنگری شود و موانع ارتباطات و تبادل اطلاعات کاربردی، به حداقل برسد. شرکت‌ها با توجه به وضعیت تحریم‌ها، برنامه‌ریزی‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت خود را تغییر دهند تا با شناخت و ورود به بازارهای خارجی، وضعیت عملکرد کارآفرینانه آنان بهبود یابد.

مطالعات شرعی و همکاران (Sharaei et al., 2020)؛ آنجلسبرگ و همکاران (Angelsberger et al., 2017)؛ حسینی‌نیا و علی‌آبادی (Hosseininia & Aliabadi, 2019) می‌باشد که نشان می‌دهد توجه به تهدیدهای محیطی علاوه بر این که بر جایگاه بازاریابی کارآفرینانه مؤثر است بلکه می‌تواند موجب پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان با تأکید بر نوسازی راهبردی شود.

بر اساس یافته‌ها، بیست راهبرد شناخت فرصت‌های کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان بخش کشاورزی شناسایی شد که راهبرد ایجاد ارتباط با برگزیدگان جشنواره‌های علمی مرتبط جهت جذب آن‌ها، بیشترین اهمیت و تأثیر را دارد و راهبرد حضور کارشناسان خبره در اجلاس‌های بین‌المللی جهت شناخت ابعاد کشاورزی دانش‌بنیان در اولویت بعدی قرار دارد، سایر راهبردها به ترتیب در رتبه‌های سوم تا ششم قرار داشته و درنهایت راهبرد انتخاب سبک مدیریت مناسب در شرکت در اولویت آخر قرار دارد. نتایج این بخش همسو با نتایج مطالعات حسینی‌نیا و علی‌آبادی (Hosseininia & Aliabadi, 2019)؛ صنوبر و همکاران (Senobar et al., 2018)؛ شرعی و همکاران (Sharaei et al., 2020) می‌باشد که نشان می‌دهد تدوین راهبردهای شناخت فرصت‌های کارآفرینانه در شرکت‌ها به ایجاد ارزش اقتصادی می‌انجامد و مزیت‌های رقابتی را در محیط‌های نامطمئن و رقابتی حفظ می‌کنند.

به‌طورکلی، با توجه به یافته‌های پژوهش، توجه به موارد زیر می‌تواند در بهبود عملکرد شرکت‌های

برای جمع‌آوری داده‌ها در جهت دستیابی به نقشه راهبردی برای شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان کشاورزی موجود در کشور، پیشنهاد می‌شود.

مشارکت نویسندگان

افشین بزی: (مفهوم‌پردازی، جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات، نگارش، بررسی و پایش، تأمین مالی)
مجتبی پالوج: (مفهوم‌پردازی، جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات، بررسی و پایش)
رسول لوابی آدریانی: (مفهوم‌پردازی، روش‌شناسی و نرم‌افزار، تحلیل اطلاعات و داده‌ها، بازبینی و ویرایش، نظارت و سرپرستی)
علی بهروز: (مفهوم‌پردازی، جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات، بررسی و پایش).

قدردانی و تشکر

این پژوهش تحت حمایت هیچ ارگان یا سازمانی قرار نگرفته است.

بی‌شک در فرآیند انجام هر پژوهشی، محدودیت‌هایی وجود دارد و این تحقیق نیز از این مورد مستثنا نبوده است. با توجه به اینکه پژوهش حاضر به صورت مقطعی انجام شده است و همچنین گستردگی عوامل مؤثر و تعیین‌کننده در زمینه شناخت فرصت‌های کارآفرینی، نتیجه‌گیری درباره علیت میان معیارهای شناسایی‌شده را دشوار می‌سازد؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود، مطالعات آتی با بررسی روابط میان معیارها و غیرمعیارها از طریق مدل‌سازی‌های علی به بسط موضوع بپردازند. همچنین، پژوهش حاضر این تحقیق در بخش کشاورزی صورت گرفته و ضروری است در سایر بخش‌ها نیز انجام گیرد و نتایج به‌دست‌آمده مورد مقایسه قرار داده شود. همچنین بررسی روش‌های پیمایشی، مصاحبه‌ای و مشاهده‌ای به صورت هم‌زمان

Reference

- Alinezhad, Z., Najafi, S. M. B., Fathollahi, J., & Zali, N. (2021). Designing a Pattern for achieving knowledge-based agriculture with a grounded theory approach in Kermanshah province. *Agricultural Economics*, 15(3), 97-119. (In Persian)
- Angelsberger, M., Kraus, S., Mas-Tur, A., & Roig-Tierno, N. (2017). International opportunity recognition: an overview. *Journal of Small Business Strategy*, 27(1), 19-36.
- Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business venturing*, 18(1), 105-123.
- Bazi, A., Shojaee, S., Isfandyari Moghadam, A., & Samiee, R. (2020). Explaining the strategic model of e-commerce in the field of agricultural products export and rural entrepreneurship development with an emphasis on resistance economy policies. *cooperation and agriculture*, 33(9), 123-153. (In Persian)
- Entezari, Y. (2015). *Building Knowledge- Based Entrepreneurship Ecosystems: Case of Iran*. Paper presented at the World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship. Procedia - Social and Behavioral Sciences, Iran. (In Persian)
- Fallah Haghighi, N., & Mirtorabi, M. (2017). The problems of knowledge-based agricultural companies located in the Scientific and Industrial Research Organization of Iran. *Entrepreneurship studies and sustainable agricultural development*, 4(4), 76-97. (In Persian)
- Gaglio, C. M., & Katz, J. A. (2001). The psychological basis of opportunity identification: Entrepreneurial alertness. *Small business economics*, 16(2), 95-111.

- Ghelichli, B., & Makani, A. (2016). Entrepreneurial competencies, innovation and corporate performance Knowledge base. *Strategic management studies*, 27(10), 89-106. (In Persian)
- Hosseini, G., & Aliabadi, V. (2019). Gap Analysis of Current and Desired Situations in Application of Entrepreneurship Ecosystems Knowledge-Based Enterprise Agriculture in Hamadan and Kermanshah Provinces. *cooperation and agriculture*, 29(8), 57-78. (In Persian)
- Jankelová, N., & Joniaková, Z. (2021). The role of innovative work behaviour and knowledge-based dynamic capabilities in increasing the innovative performance of agricultural enterprises. *Agricultural Economics*, 67(9), 363-372.
- Kayatian, M. S., Elyasi, M., & Tabatabaieian, S. H. (2016). A sustainable model of knowledge-based companies in Iran. *Science and Technology Policy Letters*, 2(8), 22-35. (In Persian)
- Khishtandar, S., & Danesh_Shakib, M. (2020). Motivational Patterns of Entrepreneurs in Science-Based New Venture Creation. *Science & Technology Policy*, 11(4), 45-62. (In Persian)
- Malek Ara, M. (2020). *The importance of knowledge-based companies in the post-industrial age*. Paper presented at the The 5th International Conference on Modern Tricks Management, accounting, economics and banking with a business growth approach, Iran. (In Persian)
- Rastegar, A. A., & Golshahi, B. (2019). Challenges of person-organization relations in companies Knowledge base. *Management studies (improvement and transformation)*, 92(28), 115-133. (In Persian)
- Sadeghian, A. (2017). *The role of knowledge-based economy in the production and employment of the agricultural sector*. Paper presented at the The first national conference on new opportunities for production and employment in the agricultural sector in the east of the country (in line with the realization of a resilient economy), Iran- Birjand. (In Persian)
- Senobar, N., Sarvari, R., & Jabbarzadeh, Y. (2018). Internationalization of knowledge-based companies: the role of foreign market knowledge and international entrepreneurial opportunity recognition. *Entrepreneurship Development*, 3(10), 461-479. (In Persian)
- Sharaei, F., Colabi, A. M., & Khodadad hoseyni, S. h. (2020). The effect of entrepreneurial marketing position on the sustainability of knowledge-based companies Emphasis on strategic modernization. *Entrepreneurship Development*, 3(13), 421-440. (In Persian)
- Sharifaskari, S., Kabaranzad, G. M., Haghighat, M. J., & Edalatian, S. J. (2021). modeling factors affecting international entrepreneurial opportunities recognition in Iranian knowledge-based companies with ISM method. (In Persian)
- Shrestha, D., Wenan, T., Khadka, A., & Jeong, S. R. (2020). Digital tourism security system for Nepal. *KSII Transactions on Internet and Information Systems (TIIS)*, 14(11), 4331-4354.
- Zarei, N. (2022). Knowledge-based strategies of the economy In the agriculture sector. *Economic security*, 99(10), 4-16. (In Persian)