

## طراحی مدل کارآفرینی پایدار مبتنی بر ارزش آفرینی بر اساس رویکرد در صنعت غذایی کشور بر اساس نظریه داده بنیاد

محسن امینی

دانشجوی دکتری مدیریت کارآفرینی دانشگاه آزاد اسلامی واحد امارات (مسئول مکاتبه)

فاطمه حمیدی فر

استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز (نویسنده مسئول)

تقی ترابی

دانشیار و عضو هیات علمی بازنشسته دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

مسعود قدسی

استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه شمس، موسسه آموزش عالی، گنبد کاووس، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۰۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۱۳

### چکیده

امروزه ساختار اقتصادی دنیا با گذشته به طور اساسی تفاوت دارد. توسعه پایدار امروز بر پایه نوآوری و خلاقیت و استفاده از دانش استوار است. توسعه کارآفرینی در کشور ضمن فراهم آوردن زمینه رشد و توسعه پایدار، مسائل و مشکلات جاری از جمله فقر، نابسامانی اجتماعی و فرهنگی، بیکاری دانش آموختگان دانشگاهی و معضل انبوه سایر بیکاران را مرتفع خواهد کرد. بنابراین ضرورت دارد به دلیل وجود مسائل مبتلا به کسب و کار و از جمله مهمترین آنها، در اختیار نداشتن الگوی مناسب و سیستماتیک، الگویی جهت برنامه ریزی و حل مسائل ضروری مرتبط با فعالیت در صنایع غذایی طراحی و به کار گرفته شود تا شرایط و امکان ورود بخش خصوصی با حداقل ریسک، فراهم شود. این پژوهش با روش تحقیق گراند-تئوری، به تبیین و توسعه مدل مفهومی در حوزه توسعه مدل مدیریت کارآفرینی پایدار در صنایع غذایی کشور می پردازد. مدل مذکور بر پایه ایده های حاصل از نظرات و دیدگاه های خبرگان، اساتید و اعضای هیأت علمی شکل گرفته است. نتایج بررسی نظرات خبرگان حاکی از آن است که برای دستیابی به کارآفرینی پایدار در صنایع غذایی (پدیده محوری)، تدوین راهبردها و خطمشی، استفاده از مکانیزم های آموزشی مدیریت کارآفرینی، توجه به شایسته سالاری و مشارکت نخبگان، قانون گرایی، تدوین استانداردها و قوانین مقررات و نگارش آیین نامه ها و اعتماد، حمایت، تعهد سازمانی و ... از اهمیت بالایی برخوردار است که منجر به پیامدهایی از قبیل افزایش رشد پایدار، هویت بخشی بین المللی، مبارزه با فساد، اصلاح قوانین مرتبط و در نهایت توسعه صنایع غذایی و رفاه اجتماعی می گردد. در نهایت پیشنهادهای کاربردی برای صنایع غذایی ایران و پیشنهادهایی برای محققین حوزه کارآفرینی عنوان شد.

**واژه های کلیدی:** مدیریت کارآفرینی، کارآفرینی پایدار، صنایع غذایی، نظریه داده بنیاد، ارزش افزایی.

## ۱- مقدمه

امروزه ساختار اقتصادی دنیا با گذشته به‌طور اساسی تفاوت دارد. توسعه پایدار امروز بر پایه نوآوری و خلاقیت و استفاده از دانش استوار است. توسعه کارآفرینی در کشور ضمن فراهم آوردن زمینه رشد و توسعه پایدار، مسائل و مشکلات جاری از جمله فقر، نابسامانی اجتماعی و فرهنگی، بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی و معضل انبوه سایر بیکاران را مرتفع خواهد کرد. در واقع کارآفرینی که به مفهوم کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها به‌منظور ارزش‌آفرینی در حوزه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه است، پایه و اساس توسعه همه‌جانبه محسوب می‌شود. مطالعات و تحقیقات نشان می‌دهد کارآفرینی نقش شایسته و بایسته‌ای در رشد و توسعه اقتصادی، حضور فعال در بازارهای جهانی، رقابت، اشتغال‌زایی پایدار، توسعه عدالت، کاهش فقر، درآمد ملی و حل مشکلات جامعه دولت و بخش عمومی دارد. برای توسعه کارآفرینی در کشور، تقویت گرایش مثبت عمومی به کارآفرینی و در پی آن افزایش نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه است. کارآفرینی نه تنها یک حوزه علمی نوظهور بلکه یک نوع راه و رسم زندگی است (شعبانیان، ۱۳۸۷؛ به نقل از دیوسالار و بزرگی، ۱۳۹۱).

کشور ایران دارای منابع و امکانات بسیار زیادی است که بدون استفاده مانده، یا به‌طور ناکارآمد از آن‌ها استفاده می‌شود. اولین منبع که در همه کشورهای توسعه‌یافته محور اصلی ایجاد مزیت رقابتی است، سرمایه انسانی است. در ایران منابع انسانی در خدمت توسعه کشور نیست. علاوه بر بیکاری آشکار و پنهان بخشی از جمعیت، قابلیت‌های بخش توانمند جمعیت کشور، فرصت شکوفایی نمی‌یابد و شاید همین عامل اولین دلیل فرار مغزها از کشور نیز باشد. یکی دیگر از نکات بارز در توجیه پرداختن به برنامه توسعه ملی کارآفرینی در جامعه، وجود فارغ‌التحصیلان دانشگاهی (زن و مرد) است که متأسفانه در حال حاضر جزو جمعیت بالای بیکاران جامعه قرار دارند و در اثر نبود مکانیزم‌های حمایتی و سیاست‌های شفاف، جامعه فاقد قدرت استفاده از تخصص و دانش آنها است. براین اساس، توسعه کارآفرینی کشور به‌منظور دستیابی به هدف‌های چشم‌انداز بیست‌ساله امری حیاتی است و برای نیل به این اهداف، سیاستمداران به کمک مدیران، اقتصاددانان و کارگزاران به‌دنبال الگوهایی هستند که نقش کارآفرینی را در توسعه همه جانبه به‌ویژه اقتصاد کشور تقویت کنند. یکی از پیامدهای مثبت کارآفرینی اشتغال مولد است (ازکیا و همکاران، ۱۳۸۹؛ به نقل از تمیزی، ۱۳۹۱).

علیرغم اهمیتی که بخش کشاورزی در اقتصاد و امنیت غذایی دارد، اما طبق آمارهای رسمی برای سال ۱۳۹۲ با سهمی

معادل ۴ درصد از کل سرمایه‌گذاری‌های کشور، پایین‌ترین سهم سرمایه‌گذاری را دارا بوده ضمن این‌که سرمایه‌گذاری دولت در بخش کشاورزی نیز حداکثر ۵ درصد از کل سرمایه‌گذاری‌های دولت را تشکیل داده است (بانک مرکزی، ۱۳۹۳؛ به نقل از میر، ۱۳۹۴). از آنجایی‌که رونق کسب‌وکار از طریق توسعه صنایع غذایی به‌ویژه صنعت کشاورزی منجر به ایجاد شغل، افزایش درآمد، کاهش ضایعات، ارتقاء کیفیت، افزایش تقاضا برای محصولات کشاورزی، حضور در بازارهای جهانی و غیره می‌شود، برای هر کشوری که تولیدکننده محصولات کشاورزی باشد از اهمیت اساسی برخوردار است. از این‌رو سرمایه‌گذاری در این زمینه برای جمهوری اسلامی ایران که سالانه بیش از ۹۰ میلیون تن محصولات کشاورزی تولید می‌کند، اجتناب‌ناپذیر است. همچنین در زمینه ارزش‌آفرینی بایستی اشاره کرد که بخش کشاورزی حوزه متفاوتی است زیرا محصولات کشاورزی باید فرآوری شوند و به مصرف برسند و لذا ارزش افزوده بالایی دارند و در موقعیت مناسبی در زنجیره ارزش و نهایتاً ارزش‌آفرینی قرار دارند (میر، ۱۳۹۴).

علیرغم تأکید زیاد در ادبیات بر کارآفرینی و نیازمندی‌ها و البته نتایج آن، متأسفانه هنوز چارچوبی کامل و جامع و الگویی منسجم و کاربردی برای آن دیده نشده است، چارچوب و الگویی که زیر سایه آن، بتوان برای کارآفرینی و سرمایه‌گذاری آن از طریق مدل سیستمی شامل ورودی و خروجی یا پیامدهای آن‌ها با در نظر گرفتن متغیرهای گوناگون و همچنین الگوی ساختارمند مبتنی بر دیدگاه خبرگان صنعت غذایی، به‌ویژه مدیران و فعالان شرکت مورد مطالعه، یعنی گروه صنعتی و پژوهشی زر به نمایندگی از صنعت منتخب، نگرش جامعی انجام داد. لذا در این تحقیق سعی می‌شود تا ضمن مطالعه جامع مدل‌ها و الگوهای کارآفرینی و سرمایه‌گذاری، با در نظر گرفتن متغیرهای جانبی ابعاد، مؤلفه‌ها، معیارها و شاخص‌های الگوی ساختاری و روابط بین عوامل اثرگذار شکل‌دهنده کارآفرینی پایدار مبتنی بر ارزش‌آفرینی شناسایی و نسبت به طراحی الگویی جامع برای آن، در صنعت غذایی و شرکت منتخب اقدام شود.

## ۲- مبانی نظری و مروری بر پیشینه تحقیق

اگرچه شناخت فرصت از ویژگی‌های اساسی کارآفرینی است، اما کارآفرینی اغلب پدیده‌ای ناپایدار است. با توجه باین مساله که ظرفیت و نیت در کارآفرینی ایجاد فرصت‌های جدیدی است که در آن فرصت‌ها اهداف زیست‌محیطی و اجتماعی، سودآوری و در نتیجه کسب‌وکار پایدار در نظر گرفته می‌شود، توسعه پایدار می‌تواند مشارکت جهانی را برای تداوم پویایی، رشد اقتصادی،

گلارچ<sup>۵</sup> (۲۰۰۳) کارآفرینی پایدار را شامل رفتار نوآورانه از یک سازمان یا یک عامل در بخش کسب و کار خصوصی می‌داند که دربرگیرنده مسائل زیست‌محیطی و اجتماعی به‌عنوان اهداف اصلی است. علاوه بر آن، درک و شناخت مفهوم سرمایه‌گذاری در موضوع کارآفرینی بسیار ضروری است زیرا یکی از اهداف مهم کارآفرینی پایدار و مدیریت آن، ارزش آفرینی است که ارزش آفرینی خود از پیامدهای سرمایه‌گذاری اقتصادی است. لذا ارتباط نظری روشن و معناداری بین کارآفرینی پایدار، ارزش آفرینی و سرمایه‌گذاری وجود دارد که در طراحی الگوی سیستمی و مدل مرتبط با آن بایستی مورد توجه قرار گیرد. نظر به اهمیت موضوع تحقیق حاضر که طراحی الگوی کارآفرینی پایدار ارزش آفرین است، توجه به ساخت‌یافتگی و نظام‌مندی مرتبط با آن، از ضرورت‌های طراحی این‌گونه نظام‌ها است. لذا شناخت تفکر سیستمی، سیستم و عناصر و کارکردهای آن و ارتباط کاربستی آن با اهداف پژوهش حاضر، اجتناب‌ناپذیر و انکارناپذیر است.

نظریه تفکر سیستمی از جمله رهیافت‌های سیستمی و اقتضایی به مدیریت محسوب می‌شود و مبتنی بر این تفکر است که باید سازمان را به منزله یک کل نظام‌یافته در نظر گرفت. بر مبنای این نظریه، از تحلیل داده‌ها برای حل مسائل و اتخاذ تصمیم در قالب یک نظام ساخت‌یافته استفاده می‌شود (جهان‌بگلو، ۱۳۷۵). در حوزه مولفه‌های موثر بر کارآفرینی پایدار تحقیقات داخلی و خارجی مختلفی شکل گرفته است که خلاصه‌ای از آنها در جدول شماره یک آمده است:

جدول شماره یک- تحقیقات مرتبط با عوامل موثر بر کارآفرینی پایدار

نام محقق	سال	عنوان	مولفه‌های موثر
اندرسون	۲۰۱۵	بررسی و شناسایی ارتباط معنی‌دار بین انواع فساد و جنبه‌های توسعه اقتصادی و کارآفرینی	برخی از انواع فساد در ارتباط منفی با برخی جنبه‌های توسعه اقتصادی و کارآفرینی هستند
راتبک ژوماشف	۲۰۱۴	رابطه بین فساد و توسعه اقتصادی و کارایی	زمانی که اندازه واقعی دولت بالاتر از حد مطلوب است، فساد اقتصادی کارایی اقتصادی را افزایش می‌دهد
اونیمیلیچ و همکاران	۲۰۱۳	شناسایی رابطه احتمالی بین سطوح فساد و کارآفرینی	کشورهای با سطوح بالای فساد در سطوح پایین کارآفرینی قرار دارند
روکس و کورتز	۲۰۱۲	اثر مستقیم سه بعد تاثیرگذار بر پایداری کسب و کار	اثر مستقیم و مثبت سه بعد محیط نهادی شامل عوامل قانونی، شناختی و هنجاری و بعد نگرش مدیریتی بر پایداری کسب و کار
ریکاردو فاریا و همکاران	۲۰۱۰	کارآفرینی و بیکاری: یک علیه دوسویه غیرخطی	تنوع بیکاری منجر به جستجو برای شغل و کسب و کار و البته ایجاد کسب و کار، به سرعت تنوع بیکاری را تغییر می‌دهد.

عدالت اجتماعی و حفظ ظرفیت‌های زیست‌محیطی نه تنها برای حال که برای نسل‌های آتی فراهم کند که این امر نشان‌دهنده نوعی نگرش جامع‌نگری و تعهد برای بهبود آینده مشترک انسانی است (عبداله‌زاده و شریف‌زاده<sup>۱</sup>، ۲۰۱۴). به‌طور کلی، بحث اصلی توسعه پایدار این است که منابع طبیعی اندک است و تامین رفاه انسانی باید در قالب این مساله در نظر گرفته شود. بنابراین با توجه به این مسائل افراد باید به گونه‌ای از منابع استفاده کنند که فرصت‌های نسل آتی را تخریب نکنند، لذا به‌منظور کاهش این مشکل کارآفرینان به دنبال نوآوری‌هایی هستند که کالاها و خدمات پایداری را تولید کنند. در این راستا به منظور حفاظت از محیط زیست، کارآفرینی پایدار مطرح شد (عبداله‌زاده و شریف‌زاده، ۱۳۹۶). بنابراین، به منظور پیشرفت در این حوزه، کارآفرینی پایدار معرفی شد که با در نظر گرفتن منابع محیطی محدود قادر به توسعه، بهبود و پایداری است (اسچانگلر و واگنر<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱).

اصطلاح کارآفرینی پایدار یک مفهوم در پیوند توسعه پایداری به کارآفرینی است. کارآفرینی پایدار به‌عنوان یک اصطلاح جمعی برای کارآفرینی محیط زیست، کارآفرینی سبز و کارآفرینی اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. با توجه به این که شرایط این نوع کارآفرینی با هم در تداخل است، شناسایی آن دشوار است (هال و دیگران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰). در بررسی کارآفرینی پایدار بیشتر مطالعات روی کارآفرینی زیست‌محیطی متمرکز هستند که قابل توجه است (کوهن و وبن<sup>۴</sup>، ۲۰۰۷).

<sup>4</sup> Cohen, B., and Winn

<sup>5</sup> Gerlach,

<sup>1</sup> - Abollahzadeh, G., and Sharifzadeh

<sup>2</sup> - Schaltegger, S., and Wagner

<sup>3</sup> Hall, J.K., Daneke, G.A., and Lenox

نام محقق	سال	عنوان	مولفه های موثر
لی و همکاران	۲۰۰۹	بررسی رابطه میان کارآفرینی و رشد اقتصادی در کشور چین	کارآفرینی بر رشد اقتصادی چین تأثیر مثبت و معناداری داشته است
علوی زاده	۱۳۹۶	کارآفرینی و نقش آن در توسعه پایدار	عوامل اقتصادی و تسهیلات بانکی بیشترین تأثیر روی کارآفرینی و البته توسعه پایدار به‌ویژه در بخش کشاورزی دارد
الوانی و همکاران	۱۳۹۵	عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در صنایع غذایی	چهار دسته عوامل محیطی، سازمانی، فردی و استراتژیک در شرکت‌های کارآفرین در صنایع غذایی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر دارند
علیزاده و همکاران	۱۳۹۵	بررسی تأثیر کارآفرینی بر بیکاری و رشد اقتصادی	بین کارآفرینی و بیکاری رابطه معکوس و منفی وجود دارد
صالحی و مرادی	۱۳۹۴	نقش آموزش‌های دانشگاهی در توسعه قابلیت‌ها و فعالیت‌های کارآفرینی دانشجویان	در دانشجویان میانگین قابلیت‌های پیشرفت‌طلبی، خلاقیت و کنترل درونی نسبت به قابلیت‌های ریسک‌پذیری و استقلال‌طلبی آنان بیشتر است.

(منبع: محقق)

### ۳- روش شناسی پژوهش

روش تحقیق در این پژوهش کیفی است که در این بخش ابتدا بر اساس بررسی‌های صورت گرفته در رابطه با الگوی کارآفرینی پایدار مبتنی بر ارزش‌آفرینی و معیارهای اولیه و کلی بحث خبرگان صاحب‌نظر در دسترس بر اساس معیارهای برآمده از اهداف پژوهش به شیوه قضاوتی انتخاب شدند. جمع‌آوری و تحلیل همزمان داده‌ها در تحلیل محتوا به پژوهشگر این فرصت را می‌دهد که ببیند چه داده‌هایی را و از کجا جمع‌آوری نماید، که این روش را نمونه‌گیری قضاوتی و یا نظری بیان می‌شود که خود حاکی از آن است که موردها به گونه‌ای انتخاب می‌شوند که از سویی کیفیت مفاهیم و مقوله‌ها را افزایش داده و از سوی دیگر نمونه بعدی و مسیر حرکت را مشخص می‌نمایند. معیار انتخاب خبرگان مرتبط بودن تحصیلات دانشگاهی، مرتبط بودن حوزه مطالعاتی و پژوهشی در دانشگاه و داشتن سابقه اجرایی و مدیریتی در حوزه‌های مرتبط با صنایع غذایی بوده است و بر اساس نتایج حاصل از مصاحبه‌های اولیه و اسناد و مدارک بررسی شده و راهنمایی‌های به عمل آمده توسط مصاحبه شوندگان، نسبت به انتخاب سایر خبرگان اقدام شده است. مصاحبه‌ها در جلسات اول به صورت مصاحبه باز بوده و در جلسات بعدی و با مشخص شدن موارد مرتبط به صورت نیمه ساخت یافته ادامه یافت. در مجموع ۱۰ مصاحبه با خبرگان صورت گرفت تا در نهایت کفایت نظری حاصل شد. کفایت نظری زمانی حاصل می‌شود که جمع‌آوری هرگونه داده، کمکی به افزایش مفاهیم در یک مقوله یا مقوله جدید نمی‌نماید داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها در کنار داده‌های حاصل از بررسی اسناد و مدارک مورد استفاده قرار گرفتند. و به تفسیر مصاحبه‌های انجام شده با خبرگان صنعت غذایی پرداخته می‌شود. در این مطالعه، مصاحبه‌هایی با خبرگان شرکتهای مرتبط با صنعت

غذایی انجام گرفت. تمرکز مصاحبه‌ها بر دیدگاه نظر تخصصی خبرگان نسبت به الگوی کارآفرینی پایدار مبتنی بر ارزش‌آفرینی بود. مصاحبه‌های آغازین پس از استخراج مولفه‌های اصلی از منابع و متون علمی و داخلی و خارجی به‌منظور شناسایی مضامین و مقوله‌های اصلی انجام گرفت. هم‌زمان با انجام مصاحبه‌ها، محقق اقدام به شناسایی افرادی نمود که در حین فرایند تحلیل داده‌ها می‌توانستند بینشی خاص را نسبت به مباحث و مقوله‌های توسعه‌نیافته یا کم‌تر توسعه‌یافته ارائه نمایند. با شناسایی مضامین و شکل‌گیری مقوله‌های اولیه، دور دوم مصاحبه‌ها با هدف توسعه این گروه از مقوله‌ها آغاز شد. در ادامه روند تحلیل و کدگذاری مصاحبه‌ها به بحث گذاشته می‌شود. در این تحقیق از سه نوع نمونه‌گیری پیشنهادی اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸)، نمونه‌گیری باز، نمونه‌گیری ارتباطی و تنوعی و نمونه‌گیری تمییز دهنده برای جمع‌آوری و کمک به تحلیل داده‌ها استفاده شد. بر این اساس محقق در سه دور اقدام به هدایت ۱۳ مصاحبه و تحلیل متن آن‌ها نمود. در دور نخست محقق پس از تحلیل متن ۹ مصاحبه موفق به شناسایی مقوله‌های کلیدی شد. پس از تحلیل این مصاحبه‌ها و بررسی دامنه گسترده‌ای از مطالعات انجام شده توسط محققین پیشین، پرسش‌هایی در مورد پدیده‌ی اصلی تحقیق به وجود آمد. از این رو، محقق به انجام دور دوم مصاحبه‌ها مبادرت ورزید. در این دور، به منظور اطمینان از اشباع نظری مقوله‌ها، محقق با لحاظ کردن پدیده‌ی اصلی و مقوله‌های فرعی مربوط به آن انجام ۴ مصاحبه دیگر در دستور کار قرار گرفت. در این پنج مصاحبه محقق بر سؤالاتی تمرکز کرد، که وی را در شناخت ماهیت اصلی پدیده تحقیق و رابطه آن با مقوله‌های متناظر با آن یاری می‌کرد. سرانجام پس از شناسایی مقوله‌ها و اطمینان از اشباع نظری آن‌ها نوبت به دور سوم مصاحبه‌ها رسید. در این مرحله محقق با انجام پرسشنامه

می‌دهند. عناوین انتخابی، عمدتاً توسط خود محقق انتخاب شده‌اند و سعی بر این بوده تا بیشترین ارتباط و همخوانی را با داده‌هایی که نمایانگر آن است داشته باشند. منشأ مهم دیگر (عنوان‌ها)، واژه‌ها و عبارتی است که مشارکت‌کنندگان در پژوهش (مصاحبه‌کنندگان) به کار می‌برند و می‌تواند برای محقق کاربرد داشته باشد. جدول شماره یک، نمونه‌ای از کدگذاری اولیه مصاحبه خبرگان است.

جدول شماره یک- نمونه‌ای از کدگذاری اولیه مصاحبه‌ها

کدگذاری اولیه (مصاحبه دهم)
۱) رشد اقتصادی
۲) توسعه پایدار
۳) استقلال فردی/میل به استقلال
۴) شبکه‌های پشتیبان
۵) توزیع عادلانه ثروت و قدرت
۶) فرهنگ کارآفرینی
۷) تحریم سیاسی
۸) آموزش کارآفرینی
۹) پیشینه تحصیلاتی
۱۰) رفتار کارآفرینانه
۱۱) نرخ بیکاری

در ادامه محقق به بیان ارتباط بین مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها (کدگذاری‌های اولیه) و پایه‌های اساسی تحقیق (تدوین و ارائه مدل مفهومی مدیریت کارآفرینی پایدار با رویکرد ارزش آفرینی در صنایع غذایی کشور می‌پردازد و سعی دارد ارتباط جامع، کامل و یکپارچه‌ایی بین مقولات مذکور ایجاد کند تا بر اساس این مقولات و طبقات اصلی شکل گرفته به تدوین کدگذاری محوری پرداخته و در نهایت مدل مدنظر خویش را در حوزه تدوین و ارائه مدل مفهومی مدیریت کارآفرینی پایدار با رویکرد ارزش آفرینی در صنایع غذایی کشور ارائه کند. نمونه‌ای از این فرآیند در جدول شماره دو مشخص شده است.

از آنجا که در طراحی مدل باید نخست مؤلفه‌ها تعیین و سپس رابطه بین آن‌ها تبیین شود و پس از آن منطق انتخاب این مؤلفه‌ها و ارتباط بین آن‌ها تشریح شود. در گام دوم بر اساس داده‌های به‌دست آمده، مؤلفه‌های مدل مدیریت کارآفرینی در صنایع غذایی مورد نظر قرار گرفت که ۶ مؤلفه به شرح مندرج در شکل شماره یک ارائه شد. مؤلفه‌های شش‌گانه بر پایه داده‌های به‌دست آمده از مصاحبه‌های عمیق و پردازش و مقوله‌بندی آن‌ها به‌دست آمده است. نتایج به‌دست آمده در اختیار برخی اساتید قرار گرفته و اعتبارسنجی شدند.

در قالب گویه‌های استخراج شده از مصاحبه‌ها و ارسال به مصاحبه شونده‌گان کوشید تا با یافتن نمونه‌هایی نظری از مقوله‌ها و روابط شناسایی شده بین آن‌ها مبنایی را برای پالایش نظریه و ارائه مدل مفهومی خود فراهم سازد. مصاحبه‌ها با طرح سؤالاتی در مورد « شرایط علی، شرایط مداخله‌گر و زمینه‌ای شکل‌گیری الگوی کارآفرینی پایدار مبتنی بر ارزش آفرینی و پیامدهای حاصل از آن » آغاز شد (مصاحبه باز و نیمه ساختار یافته) و در ادامه پرسش‌ها بر اساس پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان طرح می‌گردید. مدت‌زمان هر مصاحبه از ۶۰ دقیقه تا حداکثر ۹۰ دقیقه و در پاره‌ای از موارد در دو جلسه انجام شد.

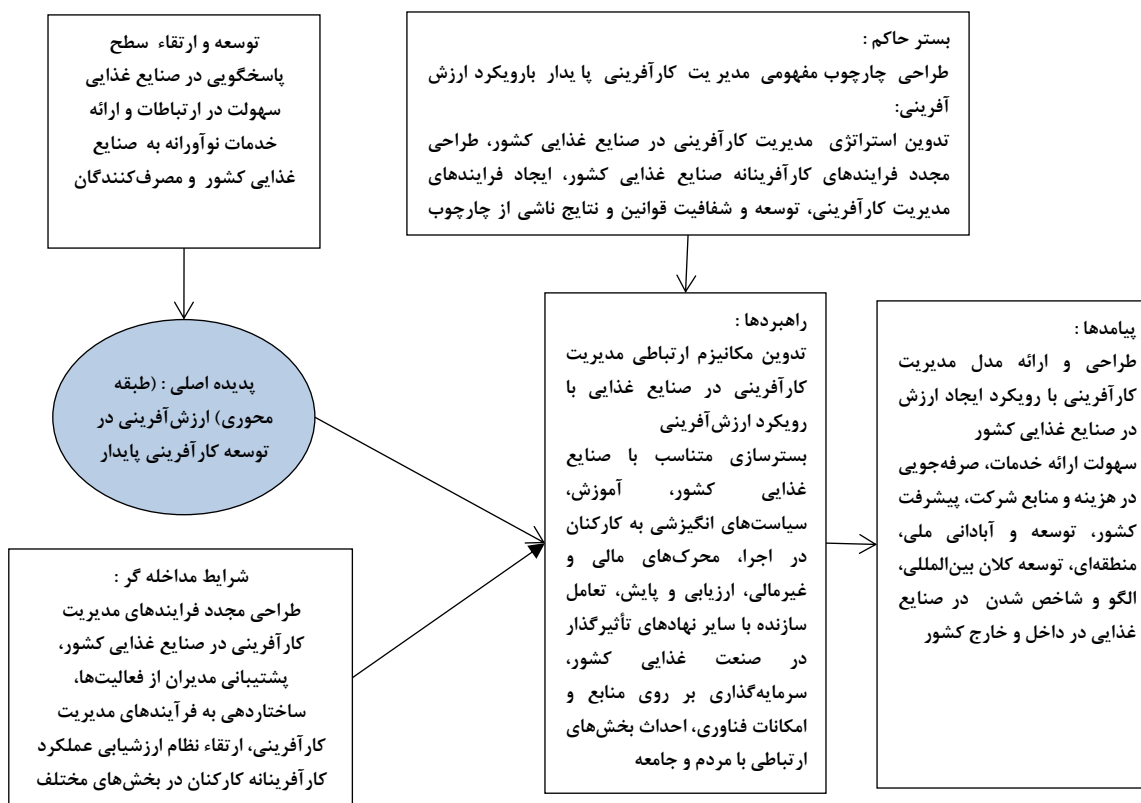
#### ۴- تجزیه و تحلیل نتایج یافته‌ها

در این تحقیق مصاحبه‌های خبرگان در حوزه کارآفرینی پایدار مبتنی بر ارزش آفرینی با استفاده از سه روش کدگذاری-کدگذاری باز-کدگذاری محوری-کدگذاری انتخابی (مرحله نظریه‌پردازی)، داده‌های اطلاعاتی گردآوری و تحلیل شد. داده‌هایی که از مآخذ اطلاعاتی (مصاحبه‌ها، مشاهده‌ها و بررسی تحقیقات پیشین، مدارک و متون...) به دست می‌آید بر اساس قواعد کدگذاری در قالب جداولی قرار می‌گیرند. کدگذاری در گراند تئوری نوعی تحلیل محتوا بوده و در پی یافتن و مفهوم‌سازی موضوعات قابل‌بحثی است که در میان انبوه داده‌ها وجود دارند. در واقع، محقق در جریان تحلیل یک مصاحبه به این نکته پی خواهد برد که مصاحبه‌شوندگان در هنگام صحبت‌های خود از کلمات و عباراتی استفاده می‌کنند که موضوعات قابل‌بحثی را در مورد پدیده مورد بررسی برجسته می‌سازد. همان‌طور که قبلاً نیز بیان گردید محقق در پژوهش جاری برای تحلیل کلیه روندهای گراند تئوری (کدگذاری باز، محوری و انتخابی و هم‌چنین ثبت یادداشت‌ها و ترسیم دیاگرام) بهره لازم را برده است. از آنجاکه در طراحی مدل بایستی نخست مؤلفه‌ها تعیین و سپس رابطه بین آن‌ها تبیین گردد و پس از آن منطق انتخاب این مؤلفه‌ها و ارتباط بین آن‌ها تشریح شود. در گام دوم بر اساس داده‌های به دست آمده، مؤلفه‌های الگوی کارآفرینی پایدار مبتنی بر ارزش آفرینی مورد نظر قرار گرفت که ۶ مؤلفه ارائه گردید. مؤلفه‌های ۶ گانه بر پایه داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌های عمیق و پردازش و مقوله‌بندی آن‌ها به دست آمده است. نتایج به دست آمده در اختیار برخی اساتید قرار گرفت و اعتبارسنجی شدند.

در مرحله کدگذاری اولیه، مفاهیم بر اساس ارتباط با موضوعات مشابه طبقه‌بندی می‌شوند که به این کار طبقه‌سازی گفته می‌شود. عناوینی که به طبقه‌ها اختصاص می‌دهیم انتزاعی‌تر از مفاهیمی است که مجموعه آن طبقه را تشکیل

جدول شماره دو- نمونه‌ای از ارتباط بین گزاره‌های کلامی و پایه‌های اصلی تحقیق

ابعاد	معیار	مولفه
اجتماعی	اجتماع	استقلال فردی/میل به استقلال
	آموزش	آموزش کارآفرینی
	فرهنگ	پیشینه تحصیلاتی فرهنگ کارآفرینی
اقتصادی	توسعه	توسعه پایدار
	اقتصاد کلان	رشد اقتصادی
		نرخ بیکاری
		توزیع عادلانه ثروت و قدرت
فناورانه	نرم افزار	رفتار کارآفرینانه
	سخت‌افزار	شبکه‌های پشتیبان
قانونی	قوانین و مقررات	قوانین مهارتی



شکل شماره یک- مدل اولیه تحقیق ناشی از کدگذاری محوری

○ طبقه محوری: میزان مشارکت هیات مدیره، مدیرعامل و مدیران بخش‌های مختلف گروه صنعتی و پژوهشی زر، در برنامه اجرا و پیاده سازی مدیریت کارآفرینی. این مقوله همان برچسب مفهومی است که برای چارچوب یا طرح به وجود آمده، در نظر گرفته می‌شود. داشتن نگرش کلان، توانمندی، مسئولیت‌پذیری

در مرحله پایانی و کدگذاری انتخابی، محقق برحسب فهم خود از متن پدید مورد مطالعه، یا چارچوب، مدل پارادایم را به صورت روایتی عرضه می‌کند یا مدل پارادایم را به هم می‌ریزد و به صورت ترسیمی نظریه نهایی (مدل نهایی) را نشان می‌دهد. در ادامه به تشریح عوامل شکل دهنده مدل پرداخته می‌شود.

کارآفرینی در سطح شرکت، شناسایی راهکارهای دسترسی سریع به مردم محوری، سرعت در کسب، خلق و انتقال دانش فردی و سازمانی و تبدیل آن به خلاقیت، نوآوری در زمینه‌های پیاده‌سازی در جهت مدیریت کارآفرینی هستند.

○ **بستر حاکم:** طراحی چارچوب مفهومی مدیریت کارآفرینی در شرکت: به شرایط خاصی که بر کنش‌ها و تعاملات تأثیر می‌گذارد، بستر گفته می‌شود. این شرایط را مجموعه‌ای از مفاهیم و طبقه‌ها یا متغیرهای زمینه‌ای را تشکیل می‌دهند و در مدل معرفی شده عبارتند از: طراحی مجدد فرایندهای مدیریت کارآفرینی در صنایع غذایی و به ویژه گروه صنعتی و پژوهشی زر، ایجاد فرایندهای مدیریت کارآفرینی و یادگیری کارآفرینانه در شرکت، شفافیت نتایج ناشی از چارچوب برای کارکنان، ایجاد فرهنگ استفاده از فناوری‌های جدید و تمایل به نوآوری در زمینه پیاده‌سازی مدیریت کارآفرینی، توجه ویژه به مدیران دارای مهارت و تجربه، توجه خاص به مدیران و کارشناسان ارائه‌کننده تجربه، شفاف‌سازی قوانین مرتبط با مدیریت کارآفرینی در شرکت، شفاف‌سازی برنامه توسعه فرهنگ مدیریت کارآفرینی در صنایع غذایی کشور، شفاف‌سازی برنامه‌های بلندمدت بخش‌های مختلف شرکت، تبیین وظایف و مسئولیت‌ها، سهولت تعامل مدیران ارشد با کارشناسان خبره در بخش‌های مختلف مدیریت کارآفرینی شرکت، ایجاد انعطاف‌پذیری در اجرای مدیریت کارآفرینی در بخش‌های مختلف شرکت.

○ **شرایط مداخله‌گر:** شرایط عامی هستند که مجموعه‌ای از متغیرهای میانجی و واسط را تشکیل می‌دهند و راهبردها هم از آن‌ها متأثر می‌شوند. دارای زیرمجموعه‌های زیر هستند: طراحی مجدد فرآیندهای سازمانی در توسعه مدیریت کارآفرینی، پشتیبانی و حمایت مدیران سازمان از فرایندهای مدیریت کارآفرینی در صنایع غذایی، ساختاردهی دانش فردی و خلاقیت و نوآوری در سازمان، ساختاردهی به نوآوری و ارتقاء نظام ارزشیابی مدیران و کارکنان، شفاف‌سازی فرآیندهای سازمانی مرتبط با مدیریت کارآفرینی، بازنگری فرآیندهای سازمانی درگیر در توسعه مدیریت کارآفرینی، نقش مدیران سازمان در برنامه‌ریزی و ارائه فضای باز دوستانه در حمایت از افراد خلاق، نوآور در ارتباط با مدیریت کارآفرینی، در اختیار قرار دادن زمان مناسب به کارکنان برای اجرایی کردن مدیریت کارآفرینی در شرکت و صنایع غذایی کشور، توجه به مدیران در استفاده از ابزار کسب مهارت و تجربه مرتبط با مدیریت کارآفرینی.

○ **پیامدها(ها):** برخی از طبقه‌ها بیانگر نتایج و پیامدهایی هستند که در اثر اتخاذ راهبردها به وجود می‌آیند. در پژوهش حاضر، طراحی و ارائه مدل توسعه مدیریت کارآفرینی در صنایع

و کنترل توسط کلیه اعضای هیات مدیره، مدیرعامل، مدیران ارشد و کارشناسان درگیر در توسعه مدیریت کارآفرینی در صنایع غذایی کشور، پیش و ارزیابی بازخورد خدمات توسط اعضای هیات مدیره، مدیرعامل، مدیران ارشد و کارشناسان، ترویج و اشاعه نوآوری و خلاقیت، توانمندسازی کارکنان در زمینه مدیریت کارآفرینی، تشویق به مشارکت در برنامه‌های عملیاتی مدیریت کارآفرینی در صنایع غذایی کشور از جمله موضوعات مطرح‌شده خبرگان در پدیده محوری است.

○ **شرایط علی:** این شرایط باعث ایجاد و توسعه پدیده یا طبقه محوری می‌شوند که شامل توسعه و ارتقاء صنعت غذایی در کشور، سهولت در ارتباطات و ارائه خدمات به مردم و جامعه در ارتباط با سیاست‌های کلان جامعه در زمینه مدیریت کارآفرینی، استفاده از نظرات متخصصان و خبرگان صنعت غذایی کشور، توجه به سرپرستی بخش‌های مختلف گروه صنعتی و پژوهشی زر، اهمیت دستاوردهای ارائه خدمات برای رشد و توسعه کشور و به خصوص در زمینه مدیریت کارآفرینی در صنایع غذایی، ارزیابی دانش فعلی فردی و سازمانی هیات مدیره، مدیرعامل و مدیران ارشد، برنامه‌ریزی و ارائه راهکار بر اساس نقاط قوت و ضعف متناسب با مدیریت کارآفرینی در صنایع غذایی کشور جهت دستیابی به توسعه در سطح ملی و بین‌المللی، ایجاد رویه یکپارچه مدیریت کارآفرینی بر اساس نیاز صنایع غذایی شرکت، مردم و جامعه (مربوط به طبقه تعیین خط‌مشی برنامه‌ها، چشم انداز و اهداف).

○ **راهبردها:** این مؤلفه بیانگر رفتارها، فعالیت‌ها و تعاملات هدفداری هستند که در تبعات طبقه محوری و تحت تأثیر شرایط مداخله‌گر و بستر حاکم است. به این طبقه‌ها راهبرد نیز گفته می‌شود که در پژوهش حاضر عبارتند از تدوین مکانیزم ارتباطی گروه صنعتی و پژوهشی زر و مردم، بسترسازی متناسب با مدیریت کارآفرینی، آموزش سازمانی، سیاست‌های انگیزشی جهت ترغیب مدیران ارشد و کارکنان شرکت به اجرای مدل مدیریت کارآفرینی پیشنهادی، تشویق به مشارکت در رویه‌های خلاقیت، نوآوری، مدیریت کارآفرینی و ارزیابی و پیش‌فرایندهای مدیریت آن در شرکت، ارزیابی مدیران ارشد و کارشناسان به صورت زمان‌بندی شده، برگزاری کارگاه‌های آموزشی تخصصی کارکنان، ایجاد نظام‌های کنترلی در یادگیری مدیران ارشد و کارکنان شرکت، نگهداری سرمایه‌های فکری، نگهداری تجارب و مهارت‌های کاربردی در حافظه بخش‌های مختلف شرکت در زمینه مدیریت کارآفرینی، گزینش مناسب نیروی فکری و کارآفرین، برگزاری آموزش‌های عملی، نهادینه کردن آموخته‌ها و درس‌های آموخته از طریق مدیریت دانش، استفاده از ابزار مناسب فناوری برای پیاده‌سازی مدیریت

## بخش کمی تحقیق

در ابتدا با مطالعه و بررسی مقاله‌ها و پایان نامه‌ها و مصاحبه با خبرگان لیستی از عوامل مورد نظر در زمینه مدیریت کارآفرینی در صنایع غذایی کشور در پیشینه پژوهش شناسایی شدند و سپس با استفاده از روش مصاحبه متغیرهای مدیریت کارآفرینی توسط خبرگان شناسایی شد تا به مرحله اشباع رسید که با توجه به نتایج تعداد ۳۰ متغیر شناسایی شد. این عوامل در سه مرحله با استفاده از طیف لیکرت در اختیار خبرگان قرار گرفت و در مرحله پایایی و روایی داده‌ها اندازه‌گیری شد. نمونه‌ای از جداول نظرات خبرگان در جدول شماره سه آمده است.

در پایان بخش سوم روش دلفی فازی، مقدار دی فازی هر یک از مولفه‌ها محاسبه شد که نمونه مقادیر آن مربوط به مرحله نهایی دلفی فازی، در جدول شماره چهار آمده است. برای بررسی شرط اجماع یا توافق خبرگان، همان‌طور که در ابتدای کار توافق شده است، باید حداقل ۷۰٪ خبرگان جواب یکسانی به یکی از گزینه‌های پاسخ برای هر سؤال داده باشند. جدول شماره پنج این شرط را مورد بررسی قرار داده است.

غذایی، مستندسازی و ثبت دانش توسط همه کارکنان سازمان، سهولت ارائه خدمات به مشتریان و ذینفعان جامعه، صرفه‌جویی در هزینه و منابع کشور، توجه مدیران ارشد به محیط داخلی و خارجی صنعت غذایی و مستندسازی و ثبت دانش توسط آن‌ها و هم چنین سهولت ارائه خدمات به مشتریان، صرفه‌جویی در هزینه‌ها و منابع شرکت در نتیجه کنش‌ها و تعاملات ایجاد شده و تأثیرپذیر از طبقه محوری، بستر حاکم و شرایط مداخله‌گر است که عوامل متعددی را شامل می‌شود از جمله: قدرت مدیریت و رهبری در توسعه مدیریت کارآفرینی، توانایی تحلیل مسائل توسط مدیران و کارشناسان ارشد کارکنان و توانمند، ارزیابی و بررسی واحدهای سازمانی مختلف شرکت در زمینه مدیریت کارآفرینی، توسعه کلان و بین‌المللی شرکت، الگو و شاخص شدن شرکت در سطح کشور و منطقه، رونق اجتماعی، تولیدی، خدماتی، فرهنگی، توسعه ارتباطی، توسعه هویتی در سطح کشور و منطقه.

جدول شماره ۳: تجمیع نظرات خبرگان برای پرسشنامه دور دوم

ردیف	مؤلفه‌ها	طیف اهمیت			
		خیلی کم (۱)	کم (۲)	متوسط (۳)	زیاد (۴)
۱	فساد اجتماعی				۸
۲	آموزش کارآفرینی			۲	۱۰
۳	حمایت مالی دولت	۱		۳	۱۰
۴	فرهنگ کارآفرینی			۳	۹
۵	مرکز کنترل درونی			۴	۱۰
۶	نگرش کارآفرینانه			۱	۱۴
۷	ریسک‌پذیری		۱	۲	۱۱
۸	رفتار کارآفرینانه			۱	۱۰
۹	استقلال فردی/میل به استقلال		۱	۵	۸
۱۰	پیشینه خانوادگی	۲	۸	۵	۳
۱۱	نیاز به موفقیت		۱	۱	۱۲

جدول ۴: ارزش فازی و مقدار دی فازی سؤالات پرسشنامه دور سوم

سؤال	ارزش فازی هر یک از سؤالات			مقدار دی فازی شده هر سؤال	وضعیت سؤال
	U	M	L		
۱	۵	۴.۸۸۱۸۸	۳	۴.۶۹۰۹۳۸۲۵	تایید شده
۲	۵	۴.۷۰۶۹۶	۲	۴.۳۵۳۴۷۹۶۸۴	تایید شده
۳	۵	۴.۵۹۵۷۶	۴	۴.۲۹۷۸۷۹۴۳۳	تایید شده
۴	۵	۴.۵۸۵۱۸	۳	۴.۲۹۲۵۸۹۰۴۲	تایید شده
۵	۵	۴.۷۱۷۸۲	۲	۴.۳۵۸۹۱۰۵۸۷	تایید شده



سؤال	ارزش فازی هر یک از سؤالات			مقدار دی فازی شده هر سؤال	وضعیت سؤال
	U	M	L		
۶	۲	۴.۵۹۵۷۶	۵	۴.۲۹۷۸۷۹۴۳۳	تایید شده
۷	۳	۴.۶۳۲۵۳	۵	۴.۳۱۶۲۶۵۳۴۷	تایید شده
۸	۲	۴.۴۸۳۳۹	۵	۳.۹۹۱۶۹۳۱۶۱	تایید شده
۹	۴	۳.۶۳۱۴	۵	۳.۳۱۵۷۰۰۶۱۳	تایید شده
۱۰	۳	۴.۶۶۹۶	۵	۴.۳۳۴۷۹۸۳۷۲	تایید شده
۱۱	۳	۳.۴۲۲۰	۵	۳.۲۱۱۰۲۵۵	تایید شده
۱۲	۲	۴.۰۳۶۲۶	۵	۴.۰۱۸۱۲۹۶۴۵	تایید شده
۱۳	۳	۴.۷۴۴۶۲	۵	۴.۳۷۲۳۱۰۴۷	تایید شده
۱۴	۳	۴.۶۹۱۱۷	۵	۴.۵۹۵۵۸۶۳۹۳	تایید شده
۱۵	۴	۴.۸۸۱۸۸	۵	۴.۶۹۰۹۳۸۲۵	تایید شده
۱۶	۳	۴.۷۶۶۵۴	۵	۴.۶۳۳۲۷۱۸۱۷	تایید شده
۱۷	۲	۴.۷۵۵۵۷	۵	۴.۳۷۷۷۸۴۸۲۷	تایید شده

جدول ۴-۴: بررسی اجماع خبرگان در خصوص مؤلفه‌های نهایی شده

سؤالات	طیف اهمیت					وضعیت اجماع	میزان اجماع	بزرگترین مقدار تجمیع
	خیلی کم (۱)	کم (۲)	متوسط (۳)	زیاد (۴)	خیلی زیاد (۵)			
۱				۳	۲۵	اجماع شده	89.285714	۲۵
۲			۲	۳	۲۳	اجماع شده	82.142857	۲۳
۳			۲	۶	۲۰	اجماع شده	71.428571	۲۰
۴			۳	۴	۲۱	اجماع شده	75	۲۱
۵			۱	۵	۲۲	اجماع شده	78.571429	۲۲
۶			۲	۶	۲۰	اجماع شده	71.428571	۲۰
۷			۲	۵	۲۱	اجماع شده	75	۲۱
۸		۱	۲	۵	۲۰	اجماع شده	71.428571	۲۰
۹		۱	۷	۲۰	۰	اجماع شده	71.428571	۲۰
۱۰			۲	۴	۲۲	اجماع شده	78.571429	۲۲
۱۱			۳	۲۱	۴	اجماع شده	75	۲۱
۱۲			۳	۲۰	۵	اجماع شده	71.428571	۲۰
۱۳			۲	۲	۲۴	اجماع شده	85.714286	۲۴
۱۴				۸	۲۰	اجماع شده	71.428571	۲۰
۱۵				۳	۲۵	اجماع شده	89.285714	۲۵
۱۶				۰	۲۲	اجماع شده	78.571429	۲۲
۱۷			۱	۴	۲۳	اجماع شده	82.142857	۲۳

شده و عدم حذف یا اضافه شدن مؤلفه جدید به پژوهش، شرط توافق پژوهش فراهم شده است و همچنین با توجه به رسیدن به شرط توقف، مؤلفه‌های مهم باقی‌مانده لیست شده تا در مرحله تحقیق، برای ارزیابی مدیریت کارآفرینی در صنایع غذایی کشور از آن استفاده شود. لیست مؤلفه‌های مهم شناسایی شده به ترتیب اولویت در جدول شماره شش ارائه شده است.

همان‌طور که در جدول شماره پنج مشاهده می‌شود، برای تمامی سؤالات خبرگان به توافق و تجمیع رسیده‌اند. در تمامی سؤالات مقدار اجماع نظرات خبرگان بر روی هر یک از پاسخ‌ها بیشتر از ۷۰٪ است. بنابراین بر اساس تیم تحقیق شرط اجماع نظرات خبرگان در پرسشنامه دور سوم پذیرفته می‌شود. با توجه به نتایج به‌دست آمده یعنی دستیابی سؤالات به سطح اجماع مشخص

جدول ۶: اولویت‌بندی مؤلفه‌های مهم و شناسایی شده مدیریت کارآفرینی در صنایع غذایی کشور

رتبه	مقدار وزن	مقدار دی‌فازی شده هر سؤال	سؤال
۱	0.035704602	۴.۶۹۰۹۳۸۲۵	۱۵
۱	0.035704602	۴.۶۹۰۹۳۸۲۵	۱
۳	0.035748606	۴.۶۳۳۲۷۱۸۱۷	۱۶
۴	0.035901535	۴.۵۹۵۵۸۶۳۹۳	۱۴
۵	0.027579106	۴.۳۷۷۷۸۴۸۲۷	۱۷
۵	0.036055688	۴.۳۷۲۳۱۰۴۷	۱۳
۷	0.033288477	۴.۳۵۸۹۱۰۵۸۷	۵
۸	0.033421722	۴.۳۵۳۴۷۹۶۸۴	۲
۹	0.036367703	۴.۳۳۴۷۹۸۳۷۲	۱۰
۱۰	0.039017963	۴.۳۱۶۲۶۵۳۴۷	۷
۱۱	0.038538309	۴.۲۹۷۸۷۹۴۳۳	۳
۱۱	0.030335224	۴.۲۹۷۸۷۹۴۳۳	۶
۱۳	0.03335102	۴.۲۹۲۵۸۹۰۴۲	۴
۱۴	0.032987418	۴.۰۱۸۱۲۹۶۴۵	۱۲
۱۵	0.039180413	۳.۹۹۱۶۹۳۱۶۱	۸
۱۶	0.033595079	۳.۳۱۵۷۰۰۶۱۳	۹
۱۷	0.031491025	۳.۲۱۱۰۲۵۵	۱۱

تقابل با سیستم سنتی کارآفرینی در بخش غذایی می‌شود، در پژوهش جاری و مدل ارائه شده به طور مفصل این موضوع مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

#### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در نهایت مدل تحقیق براساس نتایج بخش کمی و کیفی به شکل شماره سه مشخص گردید. بر اساس ادبیات تحقیق و نظرات پانل خبرگان متغیرهای وضعیت بازار، فساد اجتماعی، نرخ بیکاری، آموزش، فرهنگ کارآفرینی، حمایت دولتی و بستر قانونی به‌عنوان عوامل موثر بر کارآفرینی پایدار مبتنی بر ارزش‌آفرینی در نظر گرفته شده‌اند این یافته هم‌راستا با یافته‌های الوانی و همکاران (۱۳۹۵) و موریس (۲۰۱۱) است، چرا که این تحقیقات به نقش وضعیت بازار بر موفقیت کارآفرینی اشاره داشته‌اند. همچنین این یافته راهنمایی می‌دهد که در جوامعی که بازار در وضعیت مناسبی قرار ندارد راهی جز کارآفرینی نیست تا از وضعیت رهایی یافت. همچنین متغیرهای فساد اجتماعی و نرخ بیکاری از جمله متغیرهای موثر بر شکل‌گیری کارآفرینی پایدار در این تحقیق مشخص گردید. اندرسون (۲۰۱۵) و دِکر و همکاران (۲۰۱۴) و ناهید (۱۳۸۸) در تحقیقات خود به نقش فساد اجتماعی در توسعه کارآفرینی اشاره کرده‌اند که هرچه فساد اجتماعی بالاتر باشد میل به کارآفرینی کمتر است و لذا باید این تأثیرات منفی را از میان برد و لذا این تحقیقات هم‌راستا

با توجه به نتایج حاصل از نظر خبرگان و اجماع توافق شده آنها در مدیریت کارآفرینی صنایع غذایی کشور، مؤلفه فساد اجتماعی و سطح نوآوری و فناوری در رتبه اول و ایجاد صنایع و کسب و کار و رشد اقتصادی کشور در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در انتهای رتبه‌بندی تأثیرگذاری، مؤلفه‌های استقلال فردی/میل به استقلال و قابلیت فردی مدیران قرار دارند. محقق در پژوهش جاری پس از استخراج مفاهیم و مقولات از کدگذاری‌های صورت پذیرفته در روش گراند-تئوری مبادرت به ارائه چارچوبی مفهومی براساس مدل‌های توسعه داده شده مدیریت کارآفرینی توسط محققان قبلی کرد تا پس از تکوین چارچوب و بررسی همه‌جانبه آن، بتواند از چارچوب تکوین‌شده به عنوان پایه و اساس تدوین و تبیین مدل مفهومی استفاده کند. به‌همین علت یافته‌های اصلی پژوهش در دو بخش چارچوب مفهومی (ادبیات نظری و پیشینه تحقیق) و مدل مفهومی (مصاحبه و خبرگان) ارائه شده است. قبل از بررسی دو بخش معرفی شده باید عنوان کرد که مدل ارائه‌شده باعث بهبود کارآفرینی در صنایع غذایی کشور شده است، چراکه در این مدل علاوه بر تأکید ویژه بر عوامل داخلی شرکت‌ها همچون مشارکت، پاسخگویی و ... و همچنین بستر و ساختار صنایع غذایی، پارامترهای مدنظر مدیریت کارآفرینی پایدار را نیز در نظر گرفته است. همچنین با توجه به اینکه وجود مدیریت کارآفرینی پایدار در صنایع غذایی کشور باعث توسعه درآمدزایی شرکت‌های مرتبط و مقبولیت و محبوبیت در بین آحاد جامعه در

کارآفرینی بهتر باشد، فرهنگ‌سازی کارآفرینی سریع‌تر خواهد بود و بالعکس؛ هرچه فرهنگ کارآفرینی بالاتر باشد، تأکید بر آموزش کارآفرینی بیشتر خواهد بود.

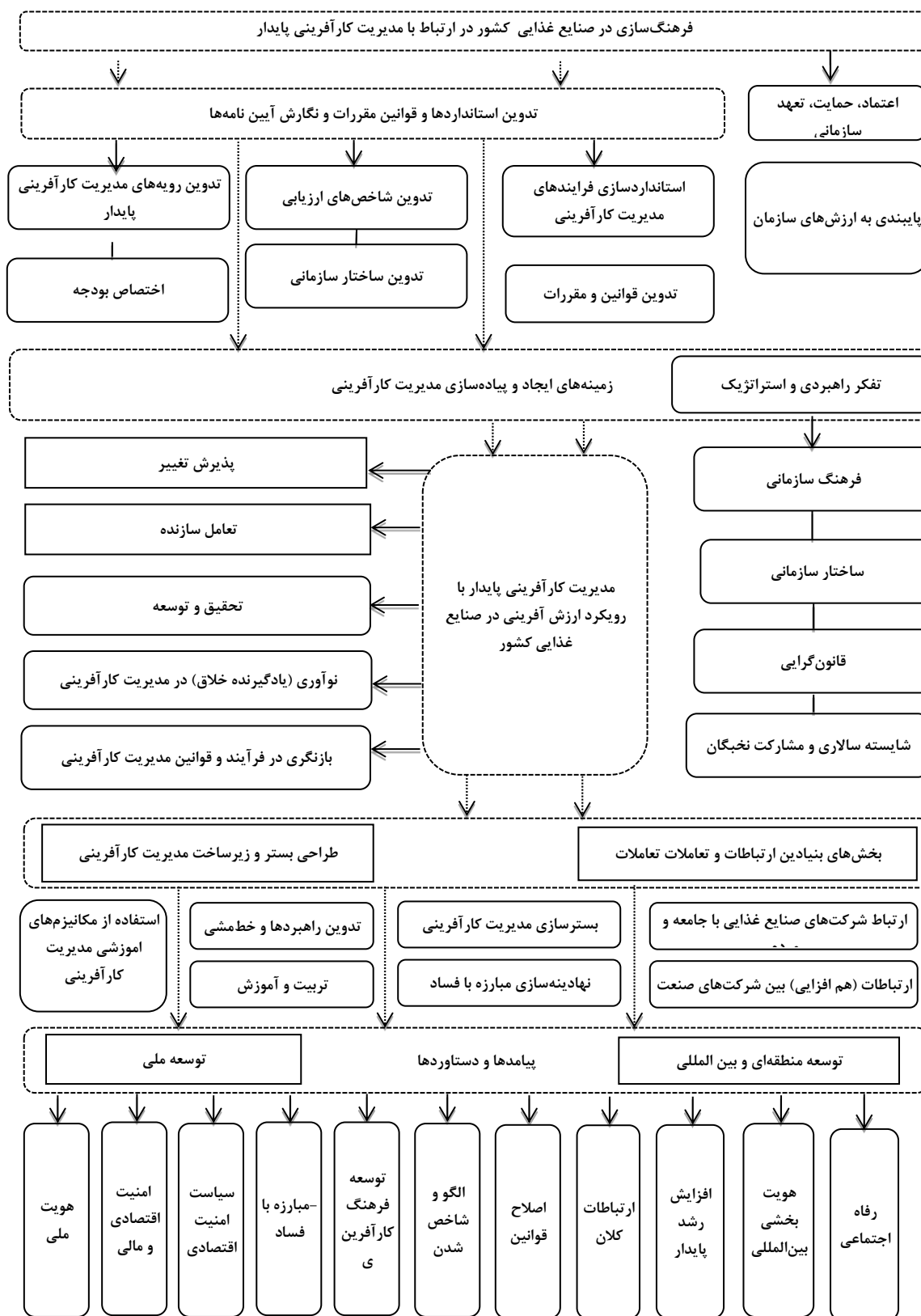
در نهایت یکی دیگر از مولفه‌های مهم مؤثر بر ارزش افزایی کارآفرینی پایدار که از عوامل دوگانه آموزش و فرهنگ کارآفرینی نشأت می‌گیرد، حمایت دولتی مشاهده می‌شود. به این معنا که هنگامی که در محیط و کشور فرهنگ کارآفرینی و آموزش کارآفرینانه مورد تأکید قرار گیرد، دولت نیز برای ایجاد حمایت تحریک می‌شود. در واقع آموزش و فرهنگ‌سازی منجر به حمایت دولت می‌شود، زیرا آموزش اساس کار و فرهنگ متغیری پیچیده و تأثیرگذار است. کوراتکو (۲۰۱۳)، دیوسالار و بزرگی (۱۳۹۱)، صالحی و مرادی (۱۳۹۴)، الوانی و همکاران (۱۳۹۵) و شیخان (۱۳۸۸) در تحقیقات خود به نقش حمایت دولتی در توسعه کارآفرینی اشاره کرده‌اند و لذا این تحقیقات هم‌راستا می‌باشد. در نهایت، ایجاد بستر قانونی دیده می‌شود که از حمایت دولتی نشأت می‌گیرد؛ یعنی زمانی که دولت حمایت کند، بستر قانونی نیز فراهم خواهد شد. دیوسالار و بزرگی (۱۳۹۱) و شیخان (۱۳۸۸) در تحقیقات خود به نقش بستر قانونی در توسعه کارآفرینی اشاره کرده‌اند و لذا این تحقیقات هم‌راستا با نتایج این تحقیق می‌شود.

در بخش پیشنهادات کاربردی که مرتبط با هدف غائی پژوهش جاری یعنی ارائه مدل مفهومی کارآفرینی پایدار در بخش صنایع غذایی کشور است، اعتقاد محقق بر این است که در صورتی در بخش غذایی می‌توان به موفقیت رسید که با تعامل سازنده با وزارت صنعت، معدن و تجارت و دیگر ارگان‌های تصمیم‌گیرنده در این زمینه و توسعه زیرساخت‌های اجتماعی در راستای تولید و ارائه کالاهای باکیفیت به عموم جامعه، مدل توسعه کارآفرینی پایدار در بخش صنایع غذایی کشور را پیاده‌سازی کرد. در ادامه به تشریح کامل هفت گام پیشنهادی کاربردی برای اجرای مدل معرفی شده در شرکت‌های صنایع غذایی پرداخته می‌شود.

**۱) فرهنگ‌سازی ساختاری:** محقق در مدل ارائه شده، فرهنگ‌سازی را پایه اعتماد، حمایت و تعهد سازمانی معرفی می‌کند و آن را از خط‌مشی و مقررات و بستر فناوری مهم‌تر و ضروری‌تر می‌داند و معتقد است تا فرهنگ‌سازی مناسب در صنعت غذایی صورت نپذیرد، امکان ادامه مسیر به هیچ عنوان میسر نخواهد بود. محقق در جهت تحقق این مهم برگزاری دوره‌های آموزشی در سطوح مختلف سازمان و هم‌چنین ایجاد یک سیستم ارزشی، فرهنگی خوب در بخش‌های مختلف صنایع غذایی را پیشنهاد می‌دهد.

با نتایج مدل سیستمی کارآفرینی پایدار مبتنی بر ارزش آفرینی می‌شود. برای این کار باید دستگاه‌های نظارتی و قضایی تأکید بالاتری داشته باشند و از سیستم‌های هوشمند بهره‌مند شوند و البته در انتصابات خود دقت بالاتری به عمل آوردند. همچنین، در سطح مدیریت کلان کشور توزیع قدرت نباید متمرکز باشد زیرا از اصلی‌ترین منابع فساد است. فاریا و همکاران (۲۰۱۰) و آدریچ و همکاران (۲۰۰۷) در تحقیقات خود به نقش بیکاری در توسعه کارآفرینی اشاره کرده‌اند که هرچه بیکاری بالاتر باشد، احتمالاً میل به ایجاد صنایع و کارآفرینی بالاتر می‌رود. البته باید در نظر داشته که محقق بر این باور است این رویکردی منفعلانه به مدل سیستمی کارآفرینی پایدار است و باید با کاهش نرخ بیکاری نیز توسعه کسب‌وکارها و کارآفرینی ادامه داشته باشد و رویکردی فعالانه به آن داشت. همچنین، رابطه بین نرخ بیکاری و فساد اجتماعی دوطرفه است به این معنی که هر چه فساد اجتماعی بالاتر باشد، منجر به نرخ بیکاری می‌شود زیرا اختلاس‌ها و دزدی‌ها مانع توسعه سالم کسب‌وکارها است و بالعکس؛ هرچه نرخ بیکاری بالاتر باشد، فساد اجتماعی و دزدی و رفتارهای نامتعادل بالاتر می‌رود که امری کاملاً طبیعی است.

در سطحی که تأثیرات مستقیم فساد اجتماعی و نرخ بیکاری منجر به آن می‌شود، متغیرهای آموزش و فرهنگ کارآفرینی دیده می‌شود. به این معنا که با افزایش فساد اجتماعی و نرخ بیکاری نهایتاً جوامع و دست‌اندرکاران متوجه ضعف فرهنگی و نبود زیرساخت و نظام آموزشی مناسب برای توسعه کارآفرینی حتی درک اهمیت کارآفرینی می‌شوند. دیوسالار و بزرگی (۱۳۹۱)، حاجی یخچالی و همکاران (۱۳۹۵)، شیخان (۱۳۸۸) و فیض‌بخش و دهقان پور (۱۳۸۱) در تحقیقات خود به نقش آموزش در توسعه کارآفرینی اشاره کرده‌اند که هرچه آموزش بالاتر باشد میل به کارآفرینی بالاتر است و لذا این تحقیقات هم‌راستا با نتایج این تحقیق می‌باشد. برای این کار نظام آموزش باید سرفصل‌هایی از دروس کارآفرینی برای دانش‌آموزان و دانشجویان طراحی کند و البته با کارآفرینان برجسته آشنایی و تجربیات آنها منتقل کند. به‌علاوه، ایجاد و توسعه دفاتر ارتباط با صنعت در دانشگاه‌ها از دیگر اقدامات برای توسعه نظام آموزش کارآفرینی است. باسو و دیگران (۲۰۰۷)، بونکن و همکاران (۲۰۰۲)، لی (۲۰۰۸)، لینان و چن (۲۰۰۹)، الوانی و همکاران (۱۳۹۵)، صالحی و مرادی (۱۳۹۴) و ناهید (۱۳۸۸) در تحقیقات خود به نقش فرهنگ در توسعه کارآفرینی اشاره کرده‌اند که هرچه فرهنگ کارآفرینی بالاتر باشد احتمالاً میل به ایجاد صنایع و کارآفرینی بالاتر می‌رود و لذا یافته‌ها هم‌راستا هستند. در نهایت باید اشاره داشت که بین فرهنگ و آموزش کارآفرینی رابطه دوطرفه برقرار است، به این معنا که هرچه نظام آموزش



شکل شماره دو- مدل تحقیق

## ۲) تدوین استانداردها، مقررات و نگارش آیین‌نامه‌ها :

در این گام محقق تدوین یک چارچوب منسجم از استانداردها، مقررات و آیین‌نامه‌های کاربردی را در بخش‌های مختلف صنایع غذایی پیشنهاد می‌دهد. به اعتقاد وی پس از فرهنگ‌سازی مناسب، ایجاد چارچوب هدایت‌کننده در دستیابی به هدف بسیار حائز اهمیت خواهد بود. محقق در مدل خود تدوین ساختار و رویه‌های بخش‌های غذایی مرتبط با مدیریت کارآفرینی پایدار، تدوین شاخص‌های ارزیابی فعالیت‌ها در جهت تدوین اولیه استراتژی‌های دانشی و در پایان استانداردسازی فرآیندهای دانشی در زمینه مدیریت کارآفرینی در صنایع غذایی را جهت تسریع در پیشبرد اهداف معرفی می‌کند. در مدل تدوین شده باید برای هر یک از گام‌های مدیریت کارآفرینی پایدار در صنایع غذایی، مکانیزم‌های کاربردی تدوین و تنظیم شود تا بتوان در شرایط و موقعیت‌های متفاوت، در پیاده‌سازی کارآفرینی پایدار و ایجاد ارزش افزوده در صنایع غذایی، از آن‌ها بهره برد. استراتژی‌های مدل مدیریت کارآفرینی در صنایع غذایی، بخشی از مفهوم پیاده‌سازی کارآفرینی در صنایع غذایی به شمار می‌آیند که با تحلیل شبکه اساتید و اعضای هیأت علمی و خبرگان بخش‌های مختلف صنایع غذایی و سایر ذینفعان کامل‌تر خواهند شد. تحلیل نقاط قوت و ضعف، تهدیدها و فرصت‌های بخش‌های مختلف صنایع غذایی و ذینفعان در جامعه یکی از عوامل موفقیت اجرای کارآفرینی پایدار در صنایع غذایی است. همچنین سؤالات زیر برای تحلیل و ارزیابی شبکه اجرای کارآفرینی پایدار در صنایع غذایی باید پاسخ داده شوند: ذینفعان مختلف چه فعالیت‌هایی انجام می‌دهند و چه ارتباطی بین آنها وجود دارد؟ قدرت افراد و سازمان‌ها برای کنترل فعالیت‌های کلیدی، منابع یا قابلیت‌هایی که برای اجرای استراتژی‌ها نیاز هستند چقدر است؟ مدیریت کارآفرینی پایدار در صنایع غذایی چطور سازمان‌دهی شده است تا به ارزش‌افزایی برسد؟ و به بررسی موانع پیاده‌سازی کارآفرینی پایدار و همچنین موانع قانونی و مقرراتی و ساختاری در صنایع غذایی بپردازد.

## ۳) طراحی استراتژی : محقق در گام چهارم مدل خود

استراتژی‌ها و مکانیزم‌های انگیزشی را به طور مجزا بیان می‌کند و معتقد است این گام آن‌چنان در شرکت‌های مختلف صنایع غذایی در زمینه کارآفرینی پایدار با اهمیت است که باید به صورت گامی مجزا به آن پرداخته شود. راهکارهای محقق در این بخش ساختار سازمانی کارآمد، قانون‌گرایی و شایسته‌سالاری و مشارکت نخبگان است.

## ۴) طراحی بستر و زیرساخت و پیاده‌سازی مدیریت

کارآفرینی پایدار : محقق بر اساس نتایج حاصل از پژوهش جاری اهم فعالیت این بخش را در قالب طراحی مکانیزم‌های کشف و خلق کارآفرینی پایدار، طراحی مجدد فرآیندهای کارآفرینی، ایجاد فرآیندهای خلاقیت و نوآوری، ایجاد فرهنگ استفاده از فناوری‌های جدید و تمایل به نوآوری در اجرای مدیریت کارآفرینی، طراحی مکانیزم‌های ارتباط بخش غذایی با مردم، طراحی مکانیزم‌های فناورانه، طراحی مکانیزم‌های قانونی، طراحی مکانیزم‌های مالی، تبیین وظایف و مسئولیت‌ها کارکنان در بخش‌های مختلف کارآفرینی پایدار در صنعت غذایی معرفی می‌کند.

## ۵) طراحی بهینه فرآیندهای کارآفرینی پایدار : محقق

در تدوین این بخش از کارآفرینی، مدل خود را مناسب پیاده‌سازی در صنایع غذایی معرفی می‌کند. با توجه به گستردگی مشارکت افراد در صنایع غذایی و همچنین متفاوت بودن سطوح دانشی افراد مشارکت‌کننده، مراحل چرخه کارآفرینی پایدار با رویکرد ارزش آفرینی در صنایع غذایی باید شفاف و بدون ابهام تبیین و توسعه یابد. به همین منظور، چرخه کارآفرینی پایدار شامل گام‌های زیر ارائه شده است :

- هدف‌گذاری دانش : به اعتقاد محقق اولین گام برای مدیریت دانش در توسعه ابتکارمحوری، تعیین هدف از دانش مذکور است. این هدف باید به صورت واضح و قابل درک برای کلیه افراد بیان شود.
- کاوش و شناسایی دانش : در این گام لازم است کاوش دانش، متناسب با هدف‌گذاری (ارتباط با بخش‌های غذایی و جامعه هدف) صورت پذیرد.
- ذخیره و سامان‌دهی دانش : صنعت غذایی باید بتواند از دانش شناسایی‌شده در مرحله قبل، استفاده کارا و بهینه کرده و آن را سازمان‌دهی کند تا در صورت نیاز، دسترسی به آن به سهولت انجام پذیرد.
- ترکیب و توسعه دانش در ارتباط صنایع غذایی و جامعه : نقل و انتقال دانش در پیاده‌سازی مدل کارآفرینی پایدار در صنایع غذایی تا حدی مهم و ضروری است که بروز هر چالشی در آن، چرخه اجرا را با مشکل اساسی روبرو خواهد کرد. دلیل آن هم کاملاً واضح است و آن اینکه بدون نشر دانش در طول تدوین و اجرای کارآفرینی پایدار در صنایع غذایی با رویکرد ارزش آفرینی، امکان بهبود بهره‌وری و توسعه میسر نخواهد بود.

- درک دانش توسط کلیه کنشگران کارآفرینی پایدار : در صورتی که دانش توسط افراد به درستی درک نشود، مرحله بعدی چرخه یعنی کاربرد دانش دچار مشکل خواهد شد و دانش نشر داده شده نمی‌تواند حداکثر بهره‌وری خود را در زنجیره ابتکارمحوری اعمال کند.
- کاربرد دانش و خلاقیت جهت افزایش بهره‌وری در ارتباط صنایع غذایی با جامعه : ارزیابی کارآفرینی پایدار به کاربرده شده در صنایع غذایی باید به‌وسیله شاخص‌های ارزیابی تدوین شده در گام دوم مدل و همچنین براساس هدف‌گذاری صورت پذیرفته در ارتباط با رفع نیاز صنعت غذایی و جامعه مورد ارزیابی قرار گیرد.

### منابع و ماخذ

- \* اختری، مجتبی و کشاورزی، علی حسین (۱۳۹۳)، شناسایی نوع انگیزه شغلی موثر بر تصمیم‌گیری کارآفرینان مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۷، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۳، صص ۲۸۹-۳۰۴.
- \* امیری، علی نقی؛ و مرادی، یزدان (۱۳۸۷)، نگرش‌های کارآفرینانه دانشجویان و موانع آن، فصلنامه پژوهش در برنامه ریزی و آموزش عالی، شماره ۴۹، صص ۴۵-۶۷.
- \* جهاننگلو، زامین (۱۳۸۳)، نقل عقل مدرن: گفتگوهایی با اندیشمندان امروز جهان، ترجمه حسین سامعی، انتشارات نشر و پژوهش فروزان روز، چاپ سوم.
- \* دانایی فرد، حسن؛ الوانی، سیدمهدی و آذر، عادل (۱۳۹۸)، روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع، انتشارات صفار، چاپ ششم، تهران.
- \* درویش کجوری، فرخ (۱۳۸۸)، مقدمه‌ای بر روش‌های آماری چندمتغیره کاربردی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، چاپ اول.
- \* دیوسالار، سمانه و فرشادبزرگی (۱۳۹۱)، بررسی نقش کارآفرینی در رشد اقتصادی و توسعه پایدار. کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، دانشگاه مازندران.
- \* رهنمای رودپشتی، فریدون؛ حمیدی‌فر، فاطمه؛ حسن‌زاده علی (۱۳۹۹)، دایره‌المعارف جامع کارآفرینی جلد اول، دوم و سوم، انتشارات ، با حمایت گروه صنعتی پژوهشی زر، تهران.
- \* زردار، زرین، علیزاده، عبدالرحمان. (۱۳۹۵). تطور بازنمایی ویژگی‌های کارآفرین در سریال‌های تلویزیونی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، دوره ۴، شماره ۸، صص ۶۸۹-۷۰۸.
- \* سالازار، ملیتو (۱۳۷۶)، مقدمه‌ای بر کارآفرینی، ترجمه سیامک نطاق، با نظارت سازمان بهره‌وری ملی ایران، انتشارات بصیر، چاپ اول، یزد.
- \* سعیدی، علی اصغر، عزیزی مهر، خیام، طوسی، ندا، تمیزی فر، ریحانه. (۱۳۸۹). سنجش سرمایه‌های اجتماعی و ارتباط آن با نوآوری (مطالعه موردی: واحد تندر ایران خودرو)، فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، دوره ۳، شماره ۳، صص ۱۳۱-۱۵۵.
- \* شیخان، ناهید (۱۳۸۸)، آموزش و ترویج کارآفرینی در میان دانش‌آموزان، کارآفرینان امیرکبیر، شماره ۴۵، فروردین ۸۸، صص ۸-۱۰.
- ۶) **نیروی انسانی** : با توجه به تخصصی بودن کار و همچنین نیاز به نیروی انسانی متخصص، وجود افراد باتجربه و ماهر در زمینه مدیریت کارآفرینی در صنایع غذایی یکی از ملزومات پیاده‌سازی کارآفرینی پایدار برای شروع و ادامه فعالیت است و همچنین باید در پیاده‌سازی کارآفرینی پایدار افرادی را به کار گمارد که دارای تخصص و تجربه کاری بوده و به‌صورت دوره‌ای آموزش‌های ضمن خدمت، برگزاری همایش‌های تخصصی عقد قراردادهای داخلی و خارجی با ارگان‌های مختلفی که کارآفرینی پایدار اجرا کرده‌اند را برگزار کنند و در نهایت مکانیزم‌هایی را برای جذب و نگهداری افراد ماهر و خبره در زمینه پیاده‌سازی کارآفرینی پایدار اتخاذ و ایجاد کند.
- ۷) **ایجاد مزیت رقابتی** : مدل پیاده‌سازی کارآفرینی پایدار می‌تواند منبع مزیت رقابتی در صنایع غذایی باشد و این چیزی به جز موقعیت کنونی صنایع غذایی کشور است. برای پیاده‌سازی کارآفرینی پایدار در صنایع غذایی می‌توان به ایجاد مزیت رقابتی و بستری برای الگو و شاخص شدن در سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی اقدام کرد.
- محققین و دانشجویان گرامی می‌توانند برای تحقیقات آتی روی:
  - طراحی الگوی فرآیندی سیستم‌های کارآفرینی
  - آسیب‌شناسی فرآیندهای کارآفرینی داخلی و خارجی
  - طراحی الگوهای شبکه‌ای کارآفرینی
  - توجه به نقش کارآفرینان در توسعه پایدار درآمدزایی شرکت
  - پیاده‌سازی مدل تحقیق مشخص شده در شرکتهای مشابه یا صنایع همگروه
  - استفاده از سایر رویکردهای تحلیلی از قبیل رویکرد اقتضایی، عقلایی و ... برای تعیین نقش متغیرهای تحقیق در پایداری کارآفرینی

- \* صالحی، کیوان، مرادی، حجت اله. (۱۳۹۴). نقش آموزش‌های دانشگاهی در توسعه قابلیت‌ها و فعالیت‌های کارآفرینی دانشجویان. فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌های مدیریت راهبردی شماره ۲۱ دوره ۵۷، صص ۵۷-۸۱.
- \* عربیون، ابوالقاسم؛ عبدالله زاده، غلامحسین و شریف زاده، محمدشریف (۱۳۹۶)، برنامه ریزی راهبردی پژوهش‌های کارآفرینی در ایران، پژوهش‌های منابع انسانی، دوره ۷، شماره یک، بهار ۱۳۹۶، صص ۱۲۵-۱۴۸.
- \* عزیزی، مریم، شهینی بیلاق، منیجه، حاجی یخچالی، علیرضا، عالی پور، سیروس (۱۳۹۵)، هنجاریابی آزمون خودارزیابی مهارت‌های غیرشناختی مرتبط با قصد و موفقیت کارآفرینانه در بین کودکان ۱۱-۱۲ ساله شهر اهواز، فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، دوره ۴، شماره ۹، صص ۶۵۳-۶۶۹.
- \* علوی‌زاده، سیدامیرمحمد. (۱۳۹۶). کارآفرینی و نقش آن در توسعه پایدار روستایی (مطالعه موردی: استان ایلام). (فصلنامه علمی فرهنگ ایلام، دوره ۱۸ شماره‌های ۵۶ و ۵۷، صص ۱۵۷-۱۷۰).
- \* فرید، داریوش. (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیرورزشکار (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه یزد)، مدیریت ورزشی، دوره یک، شماره دو، صص ۹۷-۱۲۲.
- \* فیض بخش بازرگان، سیدعلیرضا و دهقان پور فرانشاه، علی (۱۳۸۱)، فرایند تصمیم‌گیری شروع به کارآفرینی (مطالعه موردی: کارآفرینان ایرانی)، دانش مدیریت، شماره ۵۸، پاییز ۱۳۸۱، صص ۶۷-۸۴.
- \* مرتضی علی (۱۳۸۷)، کارآفرینی، خلاقیت، نوآوری، چاپ اول، انتشارات آزاد مهر.
- \* مقیمی، سیدمحمد؛ ویکی، یوسف؛ اکبری، مرتضی و رضوان، فرشاد (۱۳۹۸)، نظریه‌های کارآفرینی، چاپ اول، انتشارات دانشگاه تهران.
- \* مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۳)، عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در سازمانهای بخش خدمات اجتماعی و فرهنگی دولتی ایران، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره اول، صفحات ۱۸-۳۱.
- \* نیازی، محسن؛ گنجی، محمد و کارکنان نصرآبادی، محمد (۱۳۹۱)، تبیین نگرش مردم ایران به بخش تعاون و شرکتهای تعاونی، فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره ۱۳، صص ۱-۳۹.
- \* الوانی، سیدمهدی و رحمتی، محمدحسین (۱۳۹۵)، بررسی اقتصادی زمینه‌های ایجاد کسب و کار در صنعت گل و گیاهان زینتی (مطالعه موردی: استان قم)، توسعه کارآفرینی، دوره اول، شماره یک، پاییز ۱۳۹۵، صص ۱۱-۵۰.
- \* Anderson, B.S.; Kreiser, P.M.; Kuratko, D.F.; Hornsby, J.S.; Eshima, Y. (2015). "Reconceptualizing entrepreneurial orientation", *Strategic Management Journal*, 36(10), pp:1579-1596
- \* Basu, A. and Altinay, E. (2007). The interaction between culture and entrepreneurship in London's immigrant business, *International Small Business Journal*, Vol. 20 No. 4, pp. 371-394.
- \* Cohen, B., and Winn, M.I. (2007). Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 22(1):29-49.
- \* Decker, Ryan, John Haltiwanger, Ron Jarmin, and Javier Miranda. (2014). "The Role of Entrepreneurship in US Job Creation and Economic Dynamism." *Journal of Economic Perspectives*, 28 (3): 3-24.
- \* Gibcus, Perta & Van Hoesel, Peter. (2010) "strategic decision making process in SME: an exploratory study" *Entrepreneurial strategic decision making: a cognitive perspective*, Edward Elgar Publishing Limited, 89-104.
- \* Hall, J.K., Daneke, G.A., and Lenox, M. J. (2010). Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions. *Journal of Business Venturing*, 25(5):439-448.
- \* Kuratko, D. F., Hornsby, J.S., Holt, D.T., & Wales, W.J (2013) Assessing a Measurement of Organizational Preparedness for Corporate Entrepreneurship. *Journal of Product Innovation Management*, 30(5), 937-955.
- \* Lee, C., Lee, K., & Pennings, J. M., 2001. Internal capabilities, external networks, and performance: A study of technology bases ventures. *Strategic Management Journal*, 22(6-7), pp. 615-640
- \* Li, L., (2008), A Review of Entrepreneurship Research Published in the Hospitality and Tourism Management Journals, *Journal of Tourism Management*, [www.elsevier.com](http://www.elsevier.com)
- \* McMullen J. S. & Shepherd D. A. (2009). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*, 31 (1): 132-152.
- \* Morris, M. H., Webb, J. W., & Franklin, R. J. (2011). Understanding the Manifestation of Entrepreneurial Orientation in the Nonprofit Context. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 947-971. doi: 10.1111/j.1540-6520.2011.00453.x.
- \* Schaltegger, S., and Wagner, M. (2011). Sustainable Entrepreneurship and Sustainability Innovation: Categories and Interactions. *Business Strategy and the Environment*, 20: 222-237.



*Accounting Knowledge & Management Auditing*

*Vol. 12/ No. 46/ Summer 2023*

## **Designing a sustainable entrepreneurship model based on value-based approach in the country's food industry based on Grounded theory**

**Mohsen Amini**

PhD Student, Department of Management, UAE Branch, Islamic Azad University, Dubai, UAE

**Fatemeh Hamidifar**

Assistant Professor, Educational Management and Higher Education Faculty, Tehran Central Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

**Taghi Torabi**

Associate Professor and Retierd Board Member of Islamic Azad University, Science and Research Branch

**Masoud Ghodsi**

Assistant Professor, Department of Management, Shams University, Gonbad Kavous, Iran.

### **Abstract**

Today, the economic structure of the world is fundamentally different from the past. Sustainable development today is based on innovation and creativity and the use of knowledge. Entrepreneurship development in the country, while providing the ground for sustainable growth and development, will solve current issues and problems such as poverty, social and cultural disorder, unemployment of university graduates and the massive problem of other unemployed. Therefore, due to the problems of business and most important of them, the lack of an appropriate and systematic model, a model for planning and solving the necessary problems related to activities in the food industry should be designed and used to meet the conditions and the possibility of private sector entry with minimum Risk, be provided. This research uses grounded-theory research method to explain and develop a conceptual model in the field of developing a sustainable entrepreneurship management model in the country's food industry. The model is based on ideas from the opinions and views of experts, professors and faculty members. The results of examining the opinions of experts indicate that in order to achieve sustainable entrepreneurship in the food industry (phenomenon-oriented), formulate strategies and policies, use of entrepreneurial management training mechanisms, attention to meritocracy and elite participation, standardization and regulation, regulation, regulation And writing regulations and trust, support, organizational commitment, etc. is of great importance, which leads to consequences such as increasing sustainable growth, international identification, fighting corruption, reforming related laws, and ultimately the development of the food industry and social welfare. Finally, practical suggestions for Iran's food industry and suggestions for entrepreneurship researchers were mentioned.

**Keywords:** Entrepreneurship Management, Sustainable Entrepreneurship, Food Industry, grounded Theory, Value Added.