

## Identifying Managers' Mental Models Toward Implementing the Sharing Economy within Supply Chain Management: A Case Study of SMEs in Markazi Province

Davood Feiz <sup>1✉</sup> | Azim Zarei<sup>2</sup> | Hossein Bahram<sup>3</sup> | Mojtaba Abdolhosseini Rad<sup>4</sup>

1. Corresponding Author, Professor, Department of Business Administration, Faculty of Economics, Management and Administrative Sciences, Semnan University, Iran. E-mail: [Feiz1353@semnan.ac.ir](mailto:Feiz1353@semnan.ac.ir)
2. Professor, Department of Business Administration, Faculty of Economics, Management and Administrative Sciences, Semnan University, Iran. E-mail: [a\\_zarei@semnan.ac.ir](mailto:a_zarei@semnan.ac.ir)
3. PhD Student in Marketing, Department of Business Administration, Faculty of Economics, Management and Administrative Sciences, Semnan University, Iran. E-mail: [hossein.bahrami@semnan.ac.ir](mailto:hossein.bahrami@semnan.ac.ir)
4. PhD Student in Marketing, Department of Business Administration, Faculty of Economics, Management and Administrative Sciences, Semnan University, Iran. E-mail: [rad.mojtaba@semnan.ac.ir](mailto:rad.mojtaba@semnan.ac.ir)

Article Info	ABSTRACT
<p><b>Article type:</b> Research Article</p> <p><b>Article history:</b> Received in revised from 28 August 2025 Accepted 12 December 2025</p> <p><b>Keywords:</b> Sharing Economy, SCM, SMEs, Mental Models</p>	<p>This study investigates the mindset of small industry managers toward embracing and collaborating in the implementation of the collaborative economy as a strategic approach to optimizing supply chains. Employing Q methodology, the research is classified as applied in purpose, exploratory in nature, and designed within a mixed-methods framework (qualitative–quantitative). In the qualitative phase, a comprehensive literature review was conducted alongside 11 semi-structured interviews with managers of small industries located in Industrial Park No. 1 in the metropolitan area of Arak, selected through snowball sampling. From an initial pool of 124 statements, 36 were validated by experts and chosen as Q-sample items. These items were then presented to 21 managers, who sorted the cards according to the Q-sorting model. Factor analysis using SPSS version 26 revealed four distinct mental models among the participants: Progressive and transformation-oriented Cautious and resistant to change Realistic and data-driven Interactive and network-oriented Collectively, these models account for 77% of the total variance. The findings suggest that successful adoption and implementation of the collaborative economy in small industries require a thorough understanding of infrastructural challenges, legal risks, and competitive concerns. Addressing these barriers calls for targeted training programs, regulatory reforms, and process simulations. The results of this research offer valuable insights for policymakers and economic stakeholders aiming to enhance the performance and resilience of small industrial enterprises.</p>

**Cite this article:** Feiz, D., Zarei, A; Bahram, M. & Abdolhosseini Rad, M. (2025). Identifying Managers' Mental Models Toward Implementing the Sharing Economy within Supply Chain Management: A Case Study of SMEs in Markazi Province. *Journal of International Business Administration*, 08 (03),159-190. <https://doi.org/10.22034/jiba.2025.66995.2378> © The Author(s). Publisher: University of Tabriz.





## شناسایی الگوهای ذهنی مدیران نسبت به پیاده‌سازی اقتصاد اشتراکی در زنجیره تأمین (مورد مطالعه صنایع کوچک و متوسط استان مرکزی)

داود فیض<sup>۱</sup> | عظیم زارعی<sup>۲</sup> | حسین بهرامی<sup>۳</sup> | مجتبی عبدالحسینی‌راد<sup>۴</sup>

۱. نویسنده مسئول، استاد گروه آموزشی مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران. رایانامه: [Feiz1353@semnan.ac.ir](mailto:Feiz1353@semnan.ac.ir)

۲. استاد گروه آموزشی مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران. رایانامه: [a\\_zarei@semnan.ac.ir](mailto:a_zarei@semnan.ac.ir)

۳. دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران. رایانامه: [hossein.bahrami@semnan.ac.ir](mailto:hossein.bahrami@semnan.ac.ir)

۴. دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران. رایانامه: [rad.mojtaba@semnan.ac.ir](mailto:rad.mojtaba@semnan.ac.ir)

اطلاعات مقاله	چکیده
<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۶/۰۶</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۱۲</p> <p>کلیدواژه‌ها:</p> <p>اقتصاد اشتراکی، تجارت اشتراکی، زنجیره تأمین، صنایع کوچک و متوسط، الگوهای ذهنی</p>	<p>این پژوهش با هدف تحلیل و شناسایی ذهنیت مدیران صنایع کوچک در پذیرش و همکاری در اجرای اقتصاد اشتراکی به عنوان راهکاری موثر در بهینه‌سازی زنجیره تأمین و با بهره‌گیری از روش‌شناسی کیو انجام شده است. نوع پژوهش بر حسب هدف کاربردی و از حیث ماهیت، اکتشافی و در قالب تحقیقات آمیخته (کیفی-کمی) طراحی گردیده است. در مرحله کیفی، ضمن مرور ادبیات، ۱۱ مصاحبه نیمه ساختار یافته با مدیران صنایع کوچک مستقر در شهرک صنعتی شماره یک کلانشهر اراک و با روش نمونه‌گیری گلوله برفی انجام شد. از مجموع ۱۲۴ گزاره اولیه، با تأیید خبرگان ۳۶ گزاره به عنوان عبارات کیو انتخاب گردید. این عبارات در اختیار ۲۱ نفر از مدیران قرار گرفت و چیدمان کارت‌ها بر اساس الگوی کیو صورت پذیرفت. با توجه به یافته‌ها و تحلیل عاملی با نرم افزار SPSS نسخه ۲۶ مشخص گردید ۴ الگوی ذهنی «پیشرو و تحول محور»، «محتاط و مقاوم به تغییر»، «واقع‌گرا و داده محور» و «تعاملی و شبکه محور» در این جامعه آماری وجود دارد که در مجموع ۷۷ درصد واریانس کل را تبیین و پوشش می‌دهند. یافته‌ها نشان می‌دهد که موفقیت در پذیرش و پیاده‌سازی اقتصاد اشتراکی در صنایع کوچک، مستلزم شناسایی دقیق چالش‌های زیرساختی، ریسک‌های حقوقی و نگرانی‌های رقابتی است و این موانع باید از طریق آموزش‌های تخصصی، اصلاح مقررات و شبیه‌سازی فرآیندها مدیریت شوند. نتایج پژوهش می‌تواند برای سیاست‌گذاران و فعالان اقتصادی در حوزه صنایع کوچک مفید باشد.</p>

استاد: فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ بهرامی، حسین و عبدالحسینی‌راد، مجتبی. (۱۴۰۴). شناسایی الگوهای ذهنی مدیران نسبت به پیاده‌سازی اقتصاد اشتراکی در زنجیره

تأمین (مورد مطالعه صنایع کوچک و متوسط استان مرکزی)، مدیریت و کسب و کارهای بین‌المللی، ۸ (۳)، ۱۵۹-۱۹۰.

<https://doi.org/10.22034/jiba.2025.66995.2378>



ناشر: دانشگاه تبریز. © نویسندگان.

## مقدمه

صنایع کوچک و متوسط به‌عنوان یکی از ارکان بنیادین توسعه اقتصادی، نقش مهمی در اشتغال‌زایی، نوآوری، پویایی بازار و تاب‌آوری اقتصادی ایفا می‌کنند. این صنایع به‌واسطه‌ی ساختار غیرمتمرکز، انعطاف‌پذیری بالا و قابلیت‌سازی با تغییرات محیطی، در بسیاری از کشورها به‌عنوان محرک رشد اقتصادی شناخته می‌شوند. سرعت رشد این صنایع و گسترش آن‌ها در سال‌های اخیر نشان‌دهنده‌ی آن است که کشور ایران در حال عبور از یک اقتصاد نیمه‌صنعتی به یک اقتصاد صنعتی است (امیری‌خانی و علیخانی، ۱۳۹۵). آمارها حاکی از آن است که در اروپا بیش از ۹۰ درصد از کل صنایع و ۶۵ درصد از گردش مالی به صنایع کوچک و متوسط اختصاص دارد (نوری، ۱۳۹۸). در ایران نیز، مطابق آمار وزارت صنعت، معدن و تجارت، حدود ۸۰ درصد از صنایع کشور در این گروه قرار دارند و سهمی معادل ۴۵ درصد از اشتغال را به خود اختصاص داده‌اند. با وجود این جایگاه، صنایع کوچک و متوسط با چالش‌هایی جدی مواجه‌اند؛ از جمله کمبود منابع مالی، ضعف زیرساخت‌های فناورانه، محدودیت‌های بازاریابی، نبود نیروی انسانی ماهر، ناپایداری سیاست‌های حمایتی و نرخ بالای بهره‌ی بانکی (حسن‌قلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۴؛ شرفی و همکاران، ۱۳۹۶). از آن‌جا که بازاریابی در این صنایع اغلب بر اساس اصول سنتی و غیرسیستماتیک انجام می‌شود، بهره‌گیری از رویکردهای نوآورانه، کارآفرینانه و خلاقانه می‌تواند اثربخشی بیشتری داشته باشد (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۱؛ رحیمی‌ا قدم، صنوبر و احمدیان، ۱۴۰۲). شرکت‌های کوچک و متوسط با توجه به منابع محدودی که در اختیار دارند، نیازمند به‌کارگیری رویکردهای نوآورانه در فعالیت‌های خود هستند. در فضای رقابتی امروز، سازمان‌ها به‌تنهایی قادر به تحقق اهداف راهبردی خود نیستند و ناگزیر به مشارکت با سایر سازمان‌ها هستند (جوان و همکاران، ۱۳۹۹).

در این میان، اقتصاد اشتراکی به‌عنوان یکی از رویکردهای نوین در مدیریت منابع، می‌تواند راهکاری مؤثر برای بهینه‌سازی زنجیره تأمین، کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری در صنایع کوچک و متوسط باشد. این مدل اقتصادی با تکیه بر اشتراک‌گذاری منابع، ظرفیت‌های مازاد، دانش تخصصی و زیرساخت‌های مشترک، زمینه‌ساز همکاری میان بنگاه‌ها و کاهش رقابت‌های فرسایشی می‌شود (گویندان و همکاران، ۲۰۲۰؛ حسینی‌نیا و همکاران، ۱۴۰۱). برخلاف بازار سنتی که هدف آن کسب مالکیت است، در اقتصاد اشتراکی تمرکز بر اشتراک‌گذاری محصولات و خدمات است و مفهوم مالکیت کمرنگ‌تر می‌شود.

اگرچه اصطلاح «اقتصاد اشتراکی» در سال‌های اخیر رایج شده، اما مفهوم آن ریشه در تاریخ تمدن بشری دارد. از زمان انقلاب صنعتی، این الگو به‌صورت تجارت هم‌تا به هم‌تا وجود داشته، اما تحت سلطه‌ی شرکت‌های بزرگ قرار گرفته بود. در قرن بیستم، ساختارهای مبادله، اشتغال و مالکیت تحت تأثیر دولت‌ها و نهادهای انحصاری دگرگون شدند (زو<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۳). امروزه، با گسترش فناوری‌های دیجیتال و تغییر نگرش مصرف‌کنندگان، اقتصاد اشتراکی به‌عنوان مدلی برای مصرف‌پایدار، کاهش اهمیت مالکیت و تقویت جوامع محلی مطرح شده است (زو<sup>۲</sup> و لو، ۱۴۰۴).

مطالعات متعدد حاکی از آن‌اند که اقتصاد اشتراکی می‌تواند در کنار کاهش هزینه‌ها، موجب افزایش بهره‌وری، توسعه کارآفرینی، خنثی‌سازی آثار تحریم‌های اقتصادی و ارتقای تعاملات بین‌سازمانی شود (عامری‌شهرابی و حیدری‌هراتمه، ۱۳۹۹). همچنین، این

<sup>1</sup> Zhu

<sup>2</sup> Zhou & Luo

مدل منجر به ایجاد کسب‌وکارهای درآمدزا و کاهش زمان توسعه مشاغل شده است (ابرگ<sup>۱</sup>، ۲۰۲۳). نوآوری در مدل‌های کسب‌وکار مبتنی بر اقتصاد اشتراکی، زمینه‌ساز خلق ارزش مشترک، توسعه پایدار و تسهیل ورود به بازارهای جدید نیز می‌باشد (ژو و لو، ۱۴۰۴). از سوی دیگر، گذار به اقتصاد کم‌کربن و توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر، صنایع را با چالش‌های جدیدی در زنجیره تأمین مواجه کرده است. اختلال در تأمین مواد اولیه، وابستگی به منابع محدود و نوسانات ژئوپلیتیکی، ضرورت بازطراحی مدل‌های همکاری و اشتراک‌گذاری منابع را دوچندان کرده است (آژانس بین‌المللی انرژی، ۱۴۰۲). در چنین شرایطی، تقویت تاب‌آوری زنجیره‌های تأمین به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های کلیدی موفقیت در گذار از ناترازی‌های انرژی شناخته می‌شود و در این میان، اقتصاد اشتراکی نقشی کلیدی در تقویت این تاب‌آوری ایفا می‌کند (مجمع جهانی اقتصاد، ۱۴۰۲). در کنار اهمیت اقتصاد اشتراکی در کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری، آنچه تعیین‌کننده موفقیت یا شکست در پیاده‌سازی این رویکرد است، الگوهای ذهنی مدیران می‌باشد. این الگوها چارچوب‌های ادراکی و شناختی هستند که مدیران بر اساس آن‌ها محیط کسب‌وکار را معنا کرده و تصمیمات راهبردی خود را اتخاذ می‌کنند. پژوهش‌های اخیر نشان داده‌اند که هم‌خوانی یا تضاد در الگوهای ذهنی می‌تواند مسیر پذیرش یا مقاومت در برابر نوآوری‌های مبتنی بر اقتصاد اشتراکی را تعیین کند (زی‌میانسکی<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۲۱؛ سیهان<sup>۳</sup>، ۲۰۲۵). حتی اگر زیرساخت‌های فناورانه و ظرفیت‌های اشتراکی فراهم باشد، بدون هم‌خوانی الگوهای ذهنی مدیران با منطق اقتصاد اشتراکی، اجرای آن با ناکامی مواجه خواهد شد. بنابراین، تحلیل ساختارهای ذهنی مدیران صنایع کوچک و متوسط نه تنها یک ضرورت علمی، بلکه پیش‌شرط عملی برای موفقیت در گذار به اقتصاد اشتراکی در زنجیره تأمین است.

پژوهش حاضر با هدف شناسایی الگوهای ذهنی مدیران صنایع کوچک و متوسط مستقر در شهرک صنعتی شماره یک کلان‌شهر اراک و با استفاده از روش پژوهش کیو، تلاش دارد تا ساختارهای ذهنی مدیران را شناسایی و مؤلفه‌های اثرگذار بر پذیرش یا مقاومت در برابر این رویکرد را تحلیل کند. نتایج این مطالعه می‌تواند راهنمایی اثربخش برای سیاست‌گذاران، نهادهای توسعه‌گرا و فعالان اقتصادی جهت ارتقای عملکرد زنجیره تأمین صنایع کوچک در سطح کشور باشد. در مجموع، بررسی ذهنیت مدیران در این زمینه می‌تواند مسیرهای جدیدی برای سیاست‌گذاری، طراحی مداخلات توسعه‌گرا و ارتقای تاب‌آوری صنعتی فراهم آورد. با توجه به فقدان مطالعات جامع در زمینه شناسایی الگوهای فکری مدیران، پژوهش حاضر درصدد پر کردن این شکاف علمی و پاسخ به پرسش‌های زیر است:

ذهنیت مدیران صنایع کوچک در رابطه با پذیرش، همکاری و یا مقاومت در نقش‌آفرینی در اجرای اقتصاد اشتراکی از چه مؤلفه‌هایی تشکیل شده است؟

اهمیت و اولویت‌بندی این مؤلفه‌ها بر مبنای روش‌شناسی کیو چگونه است؟ (در واقع، میان مشارکت‌کنندگان چه الگوهای ذهنی و دیدگاه‌های متفاوتی نسبت به موضوع پژوهش وجود دارد؟)

<sup>1</sup> Öberg

<sup>2</sup> Ziemiański

<sup>3</sup> Cihan

## ۱. مبانی نظری

**اقتصاد اشتراکی (تجارت اشتراکی).** مفهومی نوین در مدیریت منابع است که بر اشتراک گذاری دارایی‌ها، خدمات و ظرفیت‌های بلااستفاده میان افراد یا سازمان‌ها تمرکز دارد. این مدل نخستین بار توسط لارنس سیگ در سال ۲۰۰۸ معرفی گردید. (هو<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). اقتصاد اشتراکی از دو واژه اقتصاد و اشتراک تشکیل شده است. واژه اشتراک به معنای تقسیم یا توزیع یک محصول یا خدمت تعریف می‌گردد (حسینی نیا و همکاران، ۱۴۰۱). اگرچه برخی از پژوهشگران استفاده از این واژه‌ها را در این مفهوم مورد نقد قرار داده‌اند زیرا اشتراک‌گذاری در معنای واقعی و عمیق‌تر، به یک رفتار اجتماعی اشاره دارد که معمولاً بدون توقع دریافت پول انجام می‌پذیرد (عامری شهرابی و حیدری هراتمه، ۱۳۹۹) ولی در این واژه‌ی ترکیبی، علاوه بر تأکید بر منافع مالی، نوعی مفهوم استفاده مجدد و اشتراکی از یک کالا یا خدمت نیز نهفته است؛ به گونه‌ای که یک دارایی می‌تواند در طول عمر خود، نه صرفاً یک‌بار، بلکه بارها مورد بهره‌برداری و مصرف قرار گیرد. این ویژگی، علاوه بر ایجاد تکرار در مصرف، به تولید ارزش افزوده نیز منجر شده و زمینه تعامل مؤثر و پایدار میان طرفین را فراهم می‌سازد (حسینی نیا و همکاران، ۱۴۰۱). مفهوم اقتصاد اشتراکی از اقتصاد سنتی متمایز است، زیرا این نوع از اقتصاد از فناوری‌های ارتباطی دیجیتال نیز بهره می‌گیرد. رشد سریع اقتصاد اشتراکی علاوه بر تاثیرگذاری بر روی اقتصاد سنتی، باعث تغییر الگوی رفتار مصرف‌کنندگان نیز شده است (هو و همکاران، ۲۰۱۹). ادبیات اقتصاد اشتراکی عمدتاً بر انگیزه‌ها، اعتماد، پایداری، مقررات و سازماندهی و تأثیر آن بر شرکت‌های سنتی متمرکز شده است (ابراگ، ۲۰۲۳).

**مدل‌های ذهنی مدیران،** به‌عنوان چارچوب‌های شناختی و ادراکی، نقش تعیین‌کننده‌ای در نحوه تفسیر محیط کسب‌وکار، تصمیم‌گیری راهبردی و مواجهه با نوآوری‌ها دارند. این مدل‌ها شامل مجموعه‌ای از باورها، پیش‌فرض‌ها، قواعد تصمیم‌گیری و لنزهای ادراکی هستند که اطلاعات محیطی را فیلتر کرده و معنا می‌بخشند. در زمینه پیاده‌سازی اقتصاد اشتراکی، مدل‌های ذهنی می‌توانند به‌عنوان تسهیل‌گر یا مانع عمل کنند و بر میزان پذیرش یا مقاومت مدیران در برابر این رویکرد تأثیرگذار باشند (همتی و همکاران، ۱۳۹۹؛ رایدن<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۵). مطالعات اخیر نشان داده‌اند که در شرایط عدم اطمینان و تغییرات محیطی، بسیاری از مدیران در فرآیند تدوین و اجرای استراتژی‌ها دچار انسداد ذهنی و پشیمانی راهبردی می‌شوند. این پدیده، حاصل ناهماهنگی بین مدل‌های ذهنی موجود و واقعیت‌های جدید بازار است؛ به طوری که تصمیمات اتخاذ شده ناکارآمد تلقی شده و منجر به بازنگری یا توقف مسیرهای راهبردی می‌گردد (شریعت‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۲). پژوهش دلارت<sup>۳</sup> (۲۰۱۹) نشان می‌دهد که پذیرش اقتصاد اشتراکی فرایندی تدریجی و چندلایه است؛ مصرف‌کنندگان از مرحله آگاهی و کنجکاوی آغاز کرده، سپس به اعتماد و مشارکت فعال رسیده و در نهایت وفادار می‌شوند. این الگو بیانگر آن است که پذیرش اقتصاد اشتراکی نیازمند تحلیل دقیق نگرش‌ها و انگیزه‌ها در هر سطح است. چنین دیدگاهی اهمیت بررسی الگوهای ذهنی مدیران را نیز برجسته می‌سازد، زیرا همان‌گونه که مصرف‌کنندگان در سطوح متفاوتی از پذیرش قرار دارند، مدیران نیز ممکن است در مواجهه با اشتراک‌گذاری منابع رویکردهای متفاوتی اتخاذ کنند.

**زنجیره تأمین.** زنجیره تأمین به مجموعه‌ای از فعالیت‌ها، نهادها، منابع و جریان‌های اطلاعاتی گفته می‌شود که از مرحله تهیه مواد اولیه تا تحویل نهایی کالا یا خدمت به مشتریان، با یکدیگر در تعامل هستند. مدیریت زنجیره تأمین نیز عبارت است از برنامه‌ریزی،

<sup>1</sup> Hu et al

<sup>2</sup> Ryden

<sup>3</sup> Delart

اجرای دقیق و بهینه‌سازی این فرآیندها برای اطمینان از جریان کارآمد کالاها، خدمات، اطلاعات و منابع مالی در سراسر این زنجیره (عالم<sup>۱</sup> و همکاران، ۱۴۰۱). در دنیای امروز و با وجود رقابت فشرده، مدیریت اثر بخش زنجیره تامین به یکی از عوامل کلیدی موفقیت سازمان‌ها به ویژه صنایع کوچک و متوسط (SMEs) بدل شده است. این بنگاه‌ها با اجرای استراتژی‌های مناسب زنجیره تامین می‌توانند عملکرد عملیاتی خود را بهبود بخشند و هزینه‌ها را کاهش دهند و انعطاف پذیری و تاب آوری خود را در برابر نوسانات بازار افزایش دهند (النیمت<sup>۲</sup> و دیویس، ۲۰۲۵). موضوع زمانی اهمیت پیدا می‌کند که بدانیم بسیاری از شکست‌های تجاری بنگاه‌ها در کشورهای در حال توسعه، ناشی از ضعف در زنجیره‌های تامین ناکارآمد، پراکنده و ناپایدار است (گاماج<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۲۰). مدیریت زنجیره تامین با هدف همگام‌سازی و یکپارچه‌سازی فرآیندهای اساسی کسب و کار، از تامین مواد اولیه تا تولید محصول نهایی، شکل می‌گیرد. این هماهنگی منجر به تولید خدمات، کالاها و اطلاعاتی می‌شود که ارزش قابل توجهی برای تمامی ذینفعان حاضر در زنجیره تامین به همراه دارد (امانی و همکاران، ۱۳۹۶).

صنایع کوچک و متوسط، ادبیات مربوط به صنایع کوچک و متوسط بسیار گسترده و متنوع است و در کشورهای مختلف تعاریف متفاوتی را به خود اختصاص می‌دهد، این تعاریف با توجه به ساختار جمعیتی، فرهنگی، سنی و توسعه یافتگی هر کشور متفاوت خواهد بود، اما اکثر تعاریف بر مبنای میزان گردش مالی آن صنعت و تعداد کارکنان آنها شکل گرفته است (فیض و روح الامینی، ۱۳۹۲). شرکت‌های کوچک و متوسط کسب و کاری هستند که به صورت مستقل فعالیت می‌کنند و به سازمان خاصی وابسته نیستند. بر مبنای تعریف دولت و اداره آمار بانک مرکزی، واحدهای صنعتی دارای یک تا ۹ نفر کارمند، صنایع خرد و از ۱۰ تا ۴۹ نفر کارمند، صنایع کوچک و از ۵۰ تا ۹۹ نفر کارکن، صنایع متوسط و بیشتر از ۱۰۰ نفر کارکن، صنایع بزرگ به‌شمار می‌آیند. با توجه به اهمیت روز افزون صنایع کوچک و متوسط در فرآیند رشد و توسعه کشورها از لحاظ اقتصادی و اجتماعی که کارآفرینی، نوآوری، ریسک‌پذیری و کاهش فقر و بیکاری را نیز در پی دارد، بسیار ضروری است تا برای بهبود وضعیت این صنایع اقداماتی اساسی صورت بگیرد چرا که بسیاری از این صنایع فرصت‌های جدیدی را در مسیر ایجاد مزیت‌های رقابتی، درآمدزایی و توسعه ایجاد می‌کنند (یافنده زاده و همکاران، ۱۳۸۹). از مهمترین اهداف اقتصاد مقاومتی نیز می‌توان به درونزایی اقتصادی اشاره نمود که با تکیه بر توان داخلی، پیشگام بودن و به کارگیری نوآوری و تلاش برای ارتقای مستمر سطح بهره‌وری و استقبال و حمایت از استقلال طلبی به دست می‌آید. کشورهای موفق همواره از به کارگیری دانش، سرمایه‌های انسانی و فنی و منابع خود برای رشد و پیشرفت استفاده نموده‌اند. حمایت از ایده‌های جدید، افزایش ریسک‌پذیری و استقبال از کار گروهی، شتاب دهنده و تقویت کننده این فرآیندها است (هداوند، نادری و رضایی، ۱۴۰۱). مدیران با توسعه همکاری‌ها و بهره بردن از نوآوری می‌توانند ارزش‌های مشترک خلق نمایند و این رویکرد باعث تقویت زنجیره تامین و ارزش همراه با ارتقای سطح توانمندی‌های آنان جهت مواجهه و غلبه بر چالش‌های جدید می‌گردد (شفیعی، ۱۴۰۴). در این راستا راه‌کارهایی برای همکاری سودمند میان صنایع کوچک در مسیر بهینه‌سازی زنجیره تامین، خلق مزیت‌های رقابتی، کاهش هزینه‌ها، تولید پایدار و تقویت درونزایی اقتصادی ضرورت دارد. یکی از مهم‌ترین این راه‌کارها مشارکت فعال و نقش آفرینی مدیران صنایع کوچک و متوسط در پذیرش، همکاری در اجرا و پیاده‌سازی اقتصاد اشتراکی است. تحقق این امر مستلزم شناخت دقیق دیدگاه‌های مدیران صنعتی نسبت به پذیرش و یا مقاومت در برابر اشتراک‌گذاری ظرفیت‌ها از جمله ابزارآلات،

<sup>1</sup> Alam

<sup>2</sup> Al Naimat & Davies

<sup>3</sup> Gamage

فضاهای کاری و انبار، وسایل و تجهیزات بلااستفاده و همچنین توانمندی‌های منابع انسانی است. تحلیل دیدگاه‌ها می‌تواند مسیر طراحی چارچوب‌های عملیاتی موثر جهت تسهیل مشارکت و بهره‌برداری مشترک از ظرفیت‌ها را هموار سازد. در این پژوهش، مدل‌های ذهنی مدیران در قالب مؤلفه‌هایی چون نگرش نسبت به اشتراک‌گذاری منابع، ادراک از ریسک و اعتماد، تمایل به همکاری بین‌سازمانی و آمادگی برای تغییر بررسی می‌شوند. این مؤلفه‌ها از طریق روش کیو استخراج شده و به‌عنوان اهرمی برای تحلیل ظرفیت‌های پذیرش اقتصاد اشتراکی در زنجیره تأمین مورد استفاده قرار می‌گیرند. چارچوب مفهومی پژوهش بر پایه تعامل میان ساختارهای ذهنی و الزامات عملیاتی اقتصاد اشتراکی بنا شده است (همتی و همکاران، ۱۳۹۹؛ گرای<sup>۱</sup> و وود، ۲۰۱۱).

## ۲. پیشینه پژوهش

اقتصاد اشتراکی به‌عنوان یکی از رویکردهای نوین در بهره‌برداری بهینه از منابع، کاهش هزینه‌های عملیاتی و ارتقای بهره‌وری در زنجیره تأمین، در سال‌های اخیر مورد توجه گسترده قرار گرفته است. این مدل اقتصادی با تکیه بر اشتراک‌گذاری ظرفیت‌ها، همکاری میان بازیگران اقتصادی و بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال، توانسته است ساختارهای سنتی تولید و مصرف را دگرگون سازد و زمینه‌ساز تحول در صنایع مختلف شود (آگاروال<sup>۲</sup> و اشتاینمتز<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹؛ گراندیس<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹). در ادبیات موضوع، تمرکز بر محورهای چون انگیزه‌ها، اعتماد، پایداری، مقررات و سازماندهی و اثرات اقتصاد اشتراکی بر شرکت‌های سنتی مشهود است (ابراگ، ۲۰۲۳). در مطالعات داخلی، پژوهشگران به ابعاد گوناگون اقتصاد اشتراکی پرداخته‌اند. خلج، آذر و رودپشتی (۱۳۹۹) چهار بعد اصلی شامل سازوکار، رابط و الزامات، اهداف و پیامدهای اشتراک‌گذاری را شناسایی کردند و نشان دادند که اشتراک منابع، تبادل اطلاعات و شناسایی ظرفیت‌های مازاد، به‌همراه توجه به آثار اجتماعی-اقتصادی، به ارتقای بهره‌وری می‌انجامد. حسینی‌نیا و همکاران (۱۴۰۱) چارچوبی برای تأمین مالی کارآفرینانه مبتنی بر اقتصاد اشتراکی ارائه دادند و نشان دادند که اشتراک منابع مالی، انسانی، ساختاری و فناورانه، موجب پایداری بیشتر کسب‌وکارهای نوپا می‌شود. شهرابی و هراتمه (۱۳۹۹) با تمرکز بر ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی، دریافته‌اند که مؤلفه‌هایی مانند فاصله قدرت و جمع‌گرایی تأثیر معناداری بر تمایل مصرف‌کنندگان به مشارکت در اقتصاد اشتراکی دارند. موسوی راشدی و همکاران (۱۴۰۰) هفت عامل کلیدی شامل سودآوری، سهولت استفاده، نوآوری، جذابیت، آگاهی زیست‌محیطی و حکمرانی را شناسایی کردند که در انتخاب محصولات اشتراکی مؤثرند. گلشنی و همکاران (۱۳۹۷) نیز نشان دادند که عوامل اجتماعی، اقتصادی، زیست‌محیطی و منطقی، در کنار موانعی مانند عدم اعتماد و ناسازگاری فرهنگی، بر مشارکت در پلیکیشن‌های اشتراکی تأثیرگذارند. در همین راستا، پژوهش طاهری‌نیا و همکاران (۱۴۰۰) با استفاده از روش کیو، نشان داد که ذهنیت مدیران در دوران پسا کرونا، نقش کلیدی در جهت‌گیری راهبردی و میزان تمایل به هوشمندسازی دارد. این یافته‌ها تأیید می‌کنند که مدل‌های ذهنی نه‌تنها بر تفسیر محیط اثرگذارند، بلکه در خلق معنا، مقاومت در برابر تغییر و بازآفرینی مفاهیم نظری نیز نقش فعالی ایفا می‌کنند.

<sup>1</sup> Gray & Wood

<sup>2</sup> Agarwal & Steinmetz

<sup>3</sup> Grandis

در سطح بین‌المللی، پرویت<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۷) کارآمدی روش کیو در شناسایی تنوع دیدگاه‌ها و ترجیحات را در محیط‌های اجتماعی و روستایی نشان دادند؛ رویکردی که برای تحلیل ذهنیت مدیران صنایع کوچک نیز قابل کاربرد است. دلارت (۲۰۱۹) با معرفی مفهوم «لایه‌های پذیرش» نشان داد که مشارکت در اقتصاد اشتراکی یکسان و همگن نیست، بلکه افراد در سطوح مختلفی از پذیرش قرار می‌گیرند. این یافته‌ها اهمیت تحلیل تفاوت‌های شناختی و ذهنی را آشکار می‌سازد و نشان می‌دهد که موفقیت اقتصاد اشتراکی وابسته به درک این تنوع است. در همین راستا، پژوهش حاضر با تمرکز بر الگوهای ذهنی مدیران صنایع کوچک و متوسط، خلأ موجود در مطالعات داخلی را پر می‌کند و به بررسی تفاوت‌های نگرشی آنان در پذیرش یا مقاومت نسبت به اقتصاد اشتراکی می‌پردازد. گویندان<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۲۰) ۱۵ مانع کلیدی در پیاده‌سازی اقتصاد اشتراکی در صنایع کوچک را شناسایی کردند که مهم‌ترین آن‌ها «عدم اعتماد»، «نبود انگیزه برای تغییر» و «مشکلات زیرساختی» بود. کراس<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۲۰) با تحلیل علم‌سنجی، نشان دادند که رفتار مصرف‌کننده، صنعت گردشگری، هدررفت مواد غذایی و تبادلات سخاوتمندانه از محورهای اصلی پژوهش‌ها در این حوزه بوده‌اند. اولی<sup>۴</sup> و لاو (۲۰۲۳) در بررسی رابطه اقتصاد دیجیتال و اقتصاد اشتراکی، دریافتند که این دو مفهوم به‌شدت به یکدیگر وابسته‌اند و نقش مهمی در توسعه پایدار دارند. آن‌ها به مزایایی چون کاهش انتشار کربن و چالش‌هایی مانند افزایش مصرف انرژی اشاره کردند. دلارت<sup>۵</sup> (۲۰۱۹) دو لایه اصلی در شکل‌گیری مسیر موفق اقتصاد اشتراکی را معرفی کرد: تمایل و پذیرش مشتریان و تولیدکنندگان. گراندیس (۲۰۱۹) نشان داد که اقتصاد اشتراکی در کسب‌وکارهای بنگاه‌به‌بنگاه با موانعی نظیر مقررات قانونی، امنیت اطلاعات و رقابت شدید مواجه است، اما در صورت رفع این چالش‌ها، می‌تواند منجر به بهینه‌سازی منابع، کاهش هزینه‌ها و افزایش رقابت‌پذیری شود. موندال<sup>۶</sup> و سامادار (۲۰۲۰) در صنعت گردشگری دریافتند که این مدل موجب کاهش هزینه‌ها، افزایش آگاهی و تغییر سبک تصمیم‌گیری مصرف‌کنندگان شده است. گریبایته<sup>۷</sup> و استانکویچینه (۲۰۱۶) نیز نشان دادند که اقتصاد اشتراکی در کشور لیتوانی، با وجود چالش‌های فرهنگی و زیرساختی، ظرفیت بالایی برای ارتقای تعاملات اجتماعی و بهره‌وری در زنجیره تأمین دارد. با وجود گستردگی مطالعات در حوزه اقتصاد اشتراکی، آنچه کمتر مورد توجه قرار گرفته، تحلیل ساختارهای ذهنی مدیران و تأثیر آن‌ها بر پذیرش و اجرای این مدل اقتصادی در صنایع مختلف، به‌ویژه صنایع کوچک است. مرور مطالعات داخلی نشان می‌دهد که علی‌رغم توجه به ابعاد مختلف اقتصاد اشتراکی، هیچ‌یک از پژوهش‌ها به‌طور مستقیم به تحلیل الگوهای ذهنی مدیران صنایع کوچک و متوسط نپرداخته‌اند. این خلأ به‌ویژه در شرایطی که کشور در مسیر گذار به اقتصاد صنعتی قرار دارد، می‌تواند مانعی جدی در طراحی سیاست‌های اثربخش و اجرای موفق مدل‌های نوآورانه باشد. نبود مدل‌های ذهنی بومی‌سازی شده برای مدیران ایرانی، موجب شده تا بسیاری از رویکردهای مشارکتی با مقاومت، سوءبرداشت یا اجراهای ناقص مواجه شوند. از این‌رو، شناسایی ساختارهای ذهنی مدیران نه‌تنها یک ضرورت علمی، بلکه یک نیاز راهبردی برای توسعه صنعتی کشور محسوب می‌شود.

<sup>1</sup> Previte

<sup>2</sup> Govindan

<sup>3</sup> Cross

<sup>4</sup> Ouli & Love

<sup>5</sup> Dellaert

<sup>6</sup> Mondal & Samadar

<sup>7</sup> Gribayte & Stankeviciene

علاوه بر این، ادبیات مربوط به مدل‌های ذهنی مدیران در حوزه‌های مختلف مدیریتی و سازمانی نشان می‌دهد که این الگوها نقش تعیین‌کننده‌ای در تفسیر محیط، تصمیم‌گیری راهبردی و مواجهه با نوآوری‌ها دارند. دانیلز<sup>۱</sup> و جانسون (۲۰۰۲) در پژوهشی با استفاده از نقشه‌برداری شناختی دریافتند که محیط نهادی موجب هم‌گرایی ذهنی میان مدیران میانی در صنعت خدمات مالی شده، در حالی که محیط رقابتی، تفاوت‌های ادراکی میان مدیران ارشد را تشدید کرده است؛ یافته‌هایی که بر نقش زمینه‌های ساختاری در شکل‌گیری ذهنیت‌های مدیریتی تأکید دارند. یوشیزاوا<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۶) با طراحی کارگاه‌های مشارکتی مبتنی بر روش کیو، نشان دادند که این رویکرد نه تنها ابزاری برای تجسم تفاوت‌های ذهنی است، بلکه به‌طور مؤثری موجب تسهیل یادگیری جمعی و ارتقای تعاملات گروهی میان مشارکت‌کنندگان می‌شود. آنزیون<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۲۵) با تمرکز بر تحول سازمانی، نشان دادند تغییر ذهنیت مدیران میانی پیش‌شرط موفقیت در تحول سازمانی است؛ به‌ویژه زمانی که ذهنیت‌های چندسطحی، زمینه‌ساز طراحی راهبردهای مداخله‌ای مؤثرتر می‌شوند. در صنعت ساخت‌وساز، استودارد<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۲۵) با بهره‌گیری از روش کیو، دو الگوی ذهنی متمایز در میان مدیران ارشد شناسایی کردند: یکی با تمرکز بر درمان فردی و دیگری با رویکرد ارتقای سلامت روانی در سطح سازمانی؛ این تفاوت‌ها نشان دادند که نوع مداخلات به‌شدت تحت تأثیر نگرش‌های مدیریتی قرار دارد. راتنایاکه<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۲۴) در مرور نظام‌مند خود نتیجه گرفتند پذیرش اقتصاد اشتراکی در صنایع مختلف به‌شدت تحت تأثیر نگرش‌ها و مدل‌های ذهنی مدیران است. فان‌اورتمرز<sup>۶</sup> و همکاران (۲۰۲۵) در مرور نظام‌مند خود، اثربخشی روش کیو را در حوزه‌هایی چون رهبری، تصمیم‌گیری گروهی، منابع انسانی و تحول سازمانی تأیید کردند و نشان دادند که این روش موجب ارتقای کیفیت تصمیم‌گیری، هم‌راستایی راهبردی و افزایش انسجام سازمانی می‌شود. در حوزه جانشینی سازمانی، استجسکالووا<sup>۷</sup> و همکاران (۲۰۲۵) از روش کیو برای بررسی هم‌راستایی دیدگاه‌های مدیران فعلی و جانشینان آن‌ها استفاده کردند؛ نتایج نشان داد که صرفاً هم‌گرایی ذهنی کافی نیست و موفقیت در فرآیند جانشینی نیازمند آمادگی ساختاری و فرهنگی نیز هست. در نهایت، کیندستروم<sup>۸</sup> و همکاران (۲۰۲۴) با تحلیل ذهنیت مدیران در ۴۴ شرکت کوچک، نشان دادند که چالش‌های رشد و توسعه، از منظر الگوهای ذهنی به‌گونه‌ای متفاوت تجربه می‌شوند؛ به‌ویژه در حوزه‌هایی چون مدل کسب‌وکار، سبک رهبری و مدیریت منابع انسانی، که هر کدام نیازمند راهبردهای متناسب با نوع ذهنیت مدیران هستند.

با وجود کاربرد گسترده روش کیو در مطالعات خارجی، تمرکز این پژوهش‌ها عمدتاً بر موضوعاتی مانند جانشینی مدیریتی، سلامت روان، چالش‌های رشد و تصمیم‌گیری سازمانی بوده است. هیچ‌یک از این مطالعات به‌طور خاص به تحلیل الگوهای ذهنی مدیران در پذیرش اقتصاد اشتراکی در صنایع کوچک و متوسط نپرداخته‌اند؛ همین‌حال پژوهشی ضرورت انجام مطالعه حاضر را آشکار می‌سازد. در مجموع، مرور مطالعات داخلی و خارجی نشان می‌دهد که اگرچه اقتصاد اشتراکی به‌عنوان مدلی نوین در مدیریت منابع و زنجیره تأمین مورد توجه قرار گرفته و روش کیو نیز در تحلیل ساختارهای ذهنی مدیران کاربرد گسترده‌ای یافته است، اما تلفیق این دو رویکرد در زمینه صنایع کوچک و متوسط، به‌ویژه در بستر بومی ایران، همچنان مغفول مانده است. پژوهش حاضر با تمرکز بر

<sup>1</sup> Daniels & Johnson

<sup>2</sup> Yoshizawa

<sup>3</sup> Anzion

<sup>4</sup> Stoddard

<sup>5</sup> Ishara Rathnayake

<sup>6</sup> Van Oortmerssen

<sup>7</sup> Stejskalová

<sup>8</sup> Kindström

شناسایی الگوهای ذهنی مدیران نسبت به پیاده‌سازی اقتصاد اشتراکی در زنجیره تأمین صنایع کوچک و متوسط، درصدی پر کردن این شکاف علمی و ارائه چارچوبی تحلیلی برای فهم بهتر نگرش‌ها، مقاومت‌ها و ظرفیت‌های ذهنی مدیران در مسیر گذار به همکاری‌های بین‌سازمانی و بهره‌برداری مشارکتی از منابع است. این مطالعه می‌تواند زمینه‌ساز طراحی سیاست‌های توسعه‌گرا، ارتقای تاب‌آوری صنعتی و تسهیل اجرای مدل‌های مشارکتی در اکوسیستم تولید کشور باشد.

### ۳. روش

با توجه به هدف پژوهش که شناسایی و تحلیل الگوهای ذهنی مدیران صنایع کوچک در زمینه پذیرش اقتصاد اشتراکی و بهینه‌سازی زنجیره تأمین است، انتخاب روشی که بتواند ساختارهای ادراکی و نگرشی افراد را به‌صورت نظام‌مند و قابل تحلیل آشکار سازد، ضروری به نظر می‌رسد. پذیرش اقتصاد اشتراکی در قالب لایه‌های مختلفی از نگرش‌ها و انگیزه‌ها شکل می‌گیرد (دلارت، ۲۰۱۹) و همین امر ضرورت استفاده از روشی را برجسته می‌سازد که قادر به شناسایی و دسته‌بندی این تفاوت‌ها باشد. از این رو، روش کیو<sup>۱</sup> به عنوان رویکردی مناسب انتخاب شد؛ روشی که می‌تواند دیدگاه‌های متفاوت را آشکار کرده و آن‌ها را در قالب مضامین معنادار تحلیل نماید. روش کیو نخستین بار توسط ویلیام استیفنسون در دهه‌ی ۱۹۳۰ میلادی معرفی شد (مرداسی و همکاران، ۱۳۹۶) و برخلاف تحلیل عاملی کلاسیک که مبتنی بر داده‌های کمی است، به دنبال کشف الگوهای ذهنی و ساختارهای مفهومی پنهان در افراد می‌باشد (نصیری و همکاران، ۱۳۹۵). این روش ترکیبی از تحلیل کیفی و کمی است و به پژوهشگر اجازه می‌دهد تا نگرش‌ها، باورها و تفاوت‌های ادراکی را به‌صورت نظام‌مند بررسی کند (واتس<sup>۲</sup> و استنر<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵). مطالعات پیشین نیز نشان داده‌اند که روش کیو در حوزه‌های مختلف از جمله بازاریابی گابور<sup>۳</sup> (۲۰۱۳) و تحلیل رفتارهای مدیریتی (همتی و همکاران، ۱۳۹۹) و ابزاری مؤثر برای شناسایی ساختارهای ذهنی و تفکیک الگوهای رفتاری (کامپن<sup>۴</sup> و توماس، ۱۳۹۳) بوده است.

پژوهش حاضر در سال ۱۴۰۴ در کلان‌شهر اراک انجام شده و از نظر فلسفی در چارچوب پارادایم تفسیری - اثبات‌گرایی قرار می‌گیرد. شناسایی ذهنیت در حوزه پارادایم تفسیری جای می‌گیرد، در حالی که استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی پژوهش را به سمت اثبات‌گرایی سوق داده و از راهبرد همبستگی بهره گرفته است. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۶ انجام پذیرفت. روش کیو به‌عنوان ابزاری ترکیبی از تحلیل کیفی و کمی، امکان شناسایی الگوهای ذهنی، تضادهای شناختی و تفاوت‌های نگرشی میان مدیران را فراهم می‌سازد. این روش به پژوهشگر اجازه می‌دهد تا دیدگاه‌های پنهان و گاه متناقض را استخراج کرده و آن‌ها را در قالب الگوهای قابل تحلیل دسته‌بندی کند. در مطالعاتی مشابه، با روش کیو درک عمیق‌تری از موانع صادراتی و رفتارهای مدیریتی نیز به دست آمده است (همتی و همکاران، ۱۳۹۹). پژوهش حاضر در سال ۱۴۰۴ در کلان‌شهر اراک انجام شده و از نظر فلسفی در چارچوب پارادایم تفسیری - اثبات‌گرایی قرار می‌گیرد. این پژوهش از نوع کاربردی و ترکیبی (کیفی و کمی) است. شناسایی ذهنیت را می‌توان در حوزه پارادایم تفسیری دانست، در حالی که استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی، پژوهش را به سمت اثبات‌گرایی سوق داده و از راهبرد همبستگی بهره گرفته است. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۶ انجام پذیرفت.

<sup>1</sup> Q-methodology

<sup>2</sup> Watts & Stenner

<sup>3</sup> Gabor

<sup>4</sup> Campen & Thomas

روش کیو در این پژوهش طی پنج مرحله اجرا شده است:

**گام اول، ساخت فضای گفتمان:** به مجموعه‌ای گسترده از دیدگاه‌ها، مباحث، مواضع و به طور کلی عبارات مطرح شده درباره مسئله مورد مطالعه که با تجمیع آن‌ها، بستری مفهومی و تحلیلی برای واکاوی مسئله شکل می‌گیرد، فضای گفتمان می‌گویند. روش کیو نه تنها ابزاری برای تحلیل ذهنیت‌هاست، بلکه در قالب «فضای گفتمانی» امکان بررسی نحوه شکل‌گیری و تعامل دیدگاه‌ها درون یک ساختار اجتماعی را فراهم می‌سازد (پرویت<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۷). هرچه تعداد عبارات استخراج شده از فضای گفتمان بیشتر باشد، احتمال اینکه تعداد دیدگاه‌ها و الگوهای ذهنی به دلیل تشابه معنایی کاهش یابد، بیشتر است لذا باید در کاهش، مختصرسازی، رفع ابهام‌های معنایی و همپوشانی عبارات حداکثر دقت را لحاظ نمود (هادوی نژاد و شکوهی، ۱۳۹۷). پس از مرور جامع ادبیات پژوهش و انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، تعداد ۱۱۹ گزاره گردآوری شد. سپس در تعامل با اعضای هیئت علمی دانشگاه و بر اساس معیارهای روایی صوری و محتوایی، گزاره‌ها تعدیل و اصلاح شدند و نهایتاً ۳۶ گزاره به‌عنوان عبارات نهایی انتخاب گردید (نظیفی و همکاران، ۱۴۰۰).

**گام دوم، انتخاب مشارکت‌کنندگان:** ابزار اولیه گردآوری داده‌ها مصاحبه باز بود که تا مرحله اشباع نظری یعنی جایی که داده‌های جدید با داده‌های پیش‌تر گردآوری شده تفاوتی ندارد، ادامه می‌یابد (گابور، ۲۰۱۳). با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی، ۲۱ نفر از مدیران صنایع کوچک و متوسط مستقر در شهرک صنعتی شماره یک کلانشهر اراک انتخاب شدند. اطمینان از درک مفهومی مشارکت‌کنندگان در خصوص موضوع، معیار پذیرش در نمونه بود. نسبت مشارکت‌کنندگان بر حسب جنسیت ۷۰ درصد مرد و ۳۰ درصد زن و بر حسب سن بین ۳۲ تا ۵۴ سال بود و از لحاظ سابقه‌کاری بین ۱۱ تا ۲۳ سال بود و میان آن‌ها ۸۵ درصد سابقه مدیریتی و ۱۵ درصد تجربه شخصی کارآفرینی داشتند.

**گام سوم، توزیع و رتبه‌بندی کارت‌های کیو:** از مشارکت‌کنندگان خواسته شد تا ابتدا عبارات کیو را بر اساس میزان موافقت و مخالفت در سه دسته طبقه‌بندی نموده و سپس آن‌ها را براساس توزیع اجباری در طیف طراحی‌شده مرتب سازند. این شیوه موجب تمرکز، تعهد و دقت بیشتر در رتبه‌بندی گزاره‌ها گردید (خوشگویان فرد، ۱۳۸۵).

**گام چهارم، تحلیل داده‌ها:** پس از گردآوری رتبه‌بندی‌ها، داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه‌ی ۲۶ و روش تحلیل عاملی اکتشافی تحلیل شدند. برای چینش کارت‌ها از روش توزیع اجباری استفاده شد (شکل ۱)؛ یعنی از مشارکت‌کنندگان خواسته شد تا کارت‌ها را روی طیفی با درجه‌بندی خاصی که از قبل طراحی و تعیین شده بود، چیدمان کنند. چالشی بودن این مدل از مرتب‌سازی، جذابیت در توزیع کارت‌ها، دقت بیشتر برای مقایسه کارت‌ها و تمرکز بیشتر در چیدن آنها، با اهمیت‌تر تلقی کردن پژوهش و تعهد بیشتر توزیع‌کنندگان اجباری در مرتب‌سازی کارت‌ها از جمله مهمترین مزایای این روش توزیع محسوب می‌شوند (خوشگویان فرد، ۱۳۸۵). در عبارت‌ها و کارت‌های کیو از هر دو واژه «تجارت اشتراکی» و «اقتصاد اشتراکی» در معنا و تفسیر یکسان استفاده گردید.

<sup>1</sup> Previte et al

کمترین امتیاز					بیشترین امتیاز					
-۵	-۴	-۳	-۲	-۱	۰	+۱	+۲	+۳	+۴	+۵

شکل ۱: ساختار ارزش‌گذاری کارت‌های مورد استفاده

**گام پنجم، تفسیر عامل‌ها:** جهت تفسیر نتایج، عوامل استخراج‌شده براساس مقدار ویژه بالاتر از ۱ انتخاب شدند. تفسیر عوامل بر پایه‌ی الگوهای ذهنی شکل‌گرفته از نحوه مرتب‌سازی گزاره‌ها صورت پذیرفت.

**روایی و پایایی.** برای بررسی روایی ابزار پژوهش، ابتدا مجموعه‌ای از گزاره‌های کیو از طریق مطالعات کتابخانه‌ای، مرور نظام‌مند ادبیات و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان استخراج گردید. سپس این گزاره‌ها در اختیار سه نفر از اساتید دانشگاهی آشنا در حوزه اقتصاد اشتراکی و پنج نفر از مشارکت‌کنندگان بالقوه در پژوهش قرار گرفت. پس از دریافت بازخوردها و اعمال اصلاحات لازم، نسخه نهایی پرسشنامه کیو تدوین شد. این فرآیند اعتبار صوری و محتوایی ابزار را تضمین نمود. پایایی این پژوهش از طریق ابزار آزمون-آزمون انجام شد که با ۲۰ درصد از افراد نمونه مجدداً اجرا شد و نتایج ضریب همبستگی بین دو اجرای متوالی ۸۶ به دست آمد.

**روش تحلیل داده‌ها.** روش کیو در ذات خود یک روش کمی محسوب می‌شود که در مرحله تحلیل داده‌ها از تحلیل عاملی و محاسبات آماری بهره می‌گیرد. با این حال، در تفسیر و ارزیابی عوامل استخراج‌شده، رویکرد کیفی بر آن غلبه دارد و توصیف عوامل بر پایه تحلیل ذهنی الگوهای رفتاری صورت می‌پذیرد (گابور، ۲۰۱۳). داده‌های گردآوری‌شده با روش تحلیل عاملی اکتشافی مورد بررسی قرار گرفتند. استخراج عوامل با روش مؤلفه‌های اصلی انجام و چرخش آن‌ها طبق روش واریماکس صورت گرفت. تحلیل داده‌ها به کمک نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۶ انجام پذیرفت. همچنین به منظور تعیین کفایت نمونه‌گیری جهت انجام تحلیل عاملی اکتشافی از شاخص KMO که بیانگر میزان کفایت داده‌ها جهت انجام محاسبات تحلیل عاملی اکتشافی است و در بازه صفر تا یک قرار دارد، استفاده شد. در صورتی که مقدار آن کمتر از ۰/۵ باشد داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب نخواهند بود و اگر مقدار آن بین ۰/۵ تا ۰/۶۹ باشد می‌توان با احتیاط بیشتری به تحلیل عاملی پرداخت، اما در صورتی که مقدار آن بزرگ‌تر از ۰/۷ باشد همبستگی بین داده‌ها برای تحلیل مناسب خواهند بود. برای ارزش‌یابی اهمیت و معناداری ماتریس همبستگی از آزمون بارتلت استفاده شد. این آزمون‌ها به تعیین کفایت حجم نمونه کمک می‌کنند (مومنی و قومی، ۱۳۸۸). در این پژوهش مقدار  $KMO=0/824$  و سطح معناداری بارتلت با مقدار  $737/24$  به دست آمد که نشان‌دهنده سطح مطلوبی از کفایت نمونه‌گیری و مناسب بودن ماتریس همبستگی برای انجام تحلیل عاملی می‌باشد.

جدول ۱. شاخص KMO و بارتلت

شاخص آماری	مقدار
شاخص KMO	۰/۸۲۴
آماره	۷۳۷/۲۴
آزمون بارتلت	درجه آزادی ۲۱۰
	احتمال (Sig.) ۰.۰۰۰

تشکیل عبارات کیو و مراحل مرتب‌سازی. مجموعه عبارات کیو که ترکیبی از مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های صورت گرفته است و خبرگان نیز آن را تایید کرده‌اند، در جدول شماره (۲) ارائه شده است. برای افزایش دقت پاسخ‌دهندگان در امتیازدهی، عباراتی که دارای افعال منفی نظیر «نمی‌شود»، «نیست»، «ندارد»، «نمی‌باشد» یا «نمی‌گردد» بودند، به صورت زیرخطدار مشخص شده‌اند تا تأکید بر فعل جمله و درک مفهومی بهتر حاصل شود.

جدول ۲. عبارات کیو

کد عبارت	نمونه کیو	منبع
۱	نبود زیرساخت‌های لازم و عدم انگیزه و ضعف در پیاده‌سازی تجارت اشتراکی مشهود است و احتمالاً باعث افزایش بروکراسی اداری نیز می‌شود.	Agarwal & Steinmetz (2019)
۲	تجارت اشتراکی با ارایه مشوق‌های دولتی و کاهش مالیات و بیمه هم قابلیت پیاده‌سازی ندارد.	مصاحبه ۴ و Govindan et al. (2020)
۳	تجارت اشتراکی باعث ایجاد رونق اقتصادی، افزایش بهره‌وری و تنوع در مدل کسب و کار و ایجاد صنایع نوظهور نمی‌گردد.	مصاحبه ۲
۴	به دلیل تحریم، عدم واردات و بالا بودن قیمت برخی تجهیزات، اجرای تجارت اشتراکی برای کمک به تقویت زنجیره تامین صنایع کوچک بسیار لازم می‌باشد.	Hati et al., (2021)
۵	نبود تحقیقات کاربردی و برنامه‌های راهبردی و تعریف صحیح و شفاف از این طرح و عدم وضع قوانین و مقررات حمایتی و ساز و کارهای تشویقی باعث ایجاد اختلال در تصمیم‌گیری می‌شود.	Xie et al. (2023)
۶	ضعف دانشی در مدیران درباره این موضوع و همچنین ضعف در برقراری ارتباطات و ایجاد مشارکت و تقویت زنجیره تامین با سایر واحدهای تولیدی مشهود است.	Agarwal & Steinmetz (2019)
۷	عدم وجود سیستم اطلاعاتی مدرن در خصوص اطلاع از ظرفیت‌های خالی تجهیزات و عدم تمایل به ارایه اطلاعات از سمت مدیران مشهود است.	Grondys (2019) و مصاحبه ۲
۸	تجارت اشتراکی مناسب کسب و کارهای کوچک جهت تغییر در چرخه عمر محصولات و خدماتشان نمی‌باشد.	مصاحبه ۱
۹	تجارت اشتراکی باعث کارآفرینی و ایجاد فرصت‌های شغلی و منابع درآمدی جدید نمی‌شود.	مصاحبه ۵
۱۰	تجارت اشتراکی به جلوگیری از تخریب محیط زیست و ائتلاف منابع، اهمیت داده و بسیار مفید است.	مصاحبه ۷ و Awli & Lau (2023)

۹ مصاحبه Frenken & Schor (2019)	تجارت اشتراکی باعث غلبه نفع عمومی بر نفع شخصی می‌گردد و به تغییر و رشد فرهنگ سازمانی هم کمک می‌کند.	۱۱
۷ و ۶ مصاحبه	باعث استفاده از ظرفیت و توان فکری کارکنان متخصص سایر شرکت‌ها به منظور جبران کمبود منابع انسانی متخصص می‌شود.	۱۲
۴ و ۱ مصاحبه	این طرح منجر به بهبود مدیریت بحران و افزایش ریسک‌پذیری، کارایی و بهره‌وری نمی‌گردد.	۱۳
Agarwal & Steinmetz (2019) و ۳ مصاحبه	تولید بدون کارخانه بسیار ارزشمند است و باعث کاهش هزینه، کاهش ترافیک و کاهش آلودگی هوا می‌شود.	۱۴
Xie et al. (2023)	در بسیاری از مدیران مقاومت آگاهانه در برابر تغییر و علاقه به حفظ وضع موجود دیده می‌شود.	۱۵
۹ و ۷ مصاحبه	من به‌عنوان یک مدیر آماده همکاری در اجرای این طرح و اشتراک‌گذاری منابع، ماشین‌آلات و ابزار هستم.	۱۶
۴ و ۱ مصاحبه	تولید بدون کارخانه منجر به بی‌اعتمادی مشتری می‌شود و حس موقتی بودن به کسب و کار می‌دهد.	۱۷
Govindan et al. (2020)	طرحی نوآورانه و دارای خلاقیت و خلق ارزش می‌باشد که باعث کاهش ریسک، کاهش هزینه و افزایش درآمد می‌شود.	۱۸
۴ مصاحبه	تجارت اشتراکی باعث ایجاد منفعت برای بخش‌های مختلف جامعه و زنجیره تامین صنایع نمی‌شود و اصلاً مفید نیست.	۱۹
Xie et al. (2023) و ۶ مصاحبه	باعث شبکه‌سازی، تقویت ارتباطات و ایجاد کسب و کارهای جدید و حتی بازاریابی خلاقانه می‌شود.	۲۰
Govindan et al. (2020)	باعث استفاده بهینه از سرمایه‌ها و ابزارآلات در دسترس و تامین مالی کارآفرینانه و بهبود عملکرد زنجیره تامین می‌شود.	۲۱
Grondys (2019)	باعث کاهش رقابت‌های فرسایشی و افزایش تولید و بهره‌وری با استفاده از منابع کمتر و تولید محصولات جدید و نوآورانه می‌شود.	۲۲
Agarwal & Steinmetz (2019) و ۹ مصاحبه	تجارت اشتراکی باعث ایجاد مشکلات حقوقی برای کارفرما در زمان اشتراک منابع به‌ویژه نیروی کار در زمان حادثه می‌گردد.	۲۳
Hati et al. (2021)	باعث افزایش مزیت‌های رقابتی برای بسیاری از شرکت‌ها می‌شود.	۲۴
Frenken & Schor (2019)	باعث تشویق و تسهیل حل مشکلات به‌صورت گروهی و تعامل بیشتر با سایر تولیدکنندگان می‌شود.	۲۵
Hati et al. (2021)	اجرای تجارت اشتراکی، کاهش وفاداری و اعتماد کارکنان را در پی دارد.	۲۶
۴ و ۵ مصاحبه	به اشتراک اطلاعات و منابع دید منفی دارم چرا که به نفع رقابت و به ضرر خودم.	۲۷
۱۱ و ۷ مصاحبه	باعث ایجاد تغییر در بخش تحقیق و توسعه، جذب و استخدام و بازاریابی شرکت‌ها می‌شود.	۲۸
۱۰ مصاحبه	اشتراک اطلاعات و منابع به سود من و در ادامه به سودآوری جمیع تولیدکنندگان منجر می‌شود.	۲۹
۱ مصاحبه	اقتصاد اشتراکی به افزایش استهلاک ماشین‌آلات و در ادامه افزایش هزینه‌های خرید مجدد آن‌ها منجر می‌شود.	۳۰
۴ مصاحبه	تجارت اشتراکی باعث پیدا کردن جایگزین‌های مقرون به‌صرفه برای زنجیره تامین صنایع نمی‌شود.	۳۱
۹ و ۱ مصاحبه Agarwal &	باعث افزایش توان و اطمینان در زنجیره تامین و دسترسی آسان، سریع و کم هزینه به محصولات و خدمات متنوع می‌گردد.	۳۲

Steinmetz (2019)	این طرح به تشکیل اتحادهای صنعتی و توسعه بازارهای داخلی و خارجی کمکی نمی‌کند.	مصاحبه ۴	۳۳
	باعث ایجاد حس خوشایند و سرمایه‌گذاری در مهارت‌آموزی و مشوقی برای توسعه فردی و ارتقای فرهنگ سازمانی می‌باشد.	مصاحبه ۶ و ۳ و ۸	۳۴
Agarwal & Steinmetz (2019)	کاهش خرید دائمی و کاهش یافتن اهمیت مالکیت یک کالا و توسعه فرهنگ اشتراک‌گذاری، تولید، مصرف و زندگی را مقرون به‌صرفه می‌کند.		۳۵
	به واسطه تجربیات قبلی و ترس از یکطرفه شدن روابط در این طرح شرکت نمی‌کنم.	مصاحبه ۱ و ۴	۳۶

همچنین دسته بندی جامعی از این عبارات از منظر پرداختن به ابعاد مختلف اثرگذار بر مقاومت یا پذیرش اقتصاد اشتراکی در جدول شماره (۳) ارائه شده است.

جدول ۳. دسته بندی جامع عبارات

موضوعات	شماره گزاره‌ها	دسته بندی عبارات
فقدان زیرساخت فنی و افزایش استهلاک، نبود سیستم اطلاعاتی، موانع فناوری	۱، ۵، ۶، ۷، ۳۰	زیرساخت‌ها و فناوری اطلاعات
مقاومت در برابر تغییر، دیدگاه‌ها نسبت به همکاری و اشتراک‌گذاری منابع	۱۵، ۱۶، ۱۷، ۲۷، ۳۴، ۳۵، ۳۶	نگرش مدیران و فرهنگ سازمانی
کاهش هزینه‌ها، افزایش درآمد، سرمایه‌گذاری و سودآوری	۳، ۱۸، ۱۹، ۲۱، ۲۲، ۲۴، ۲۹	ابعاد مدیریتی، اقتصادی و مالی
فقدان قوانین تسهیلگر، مشکلات حقوقی، ناکارآمدی حمایت‌های دولتی	۲، ۵، ۲۳، ۲۶، ۳۳	سیاست‌گذاری‌ها، قوانین و حمایت‌ها
کاهش آلودگی، حفظ منابع و محیط زیست، تعامل فرهنگی، نفع عمومی و اجتماعی	۱۰، ۱۴، ۲۵، ۳۵، ۱۱	آثار زیست‌محیطی و اجتماعی
خلق ارزش، خلق فرصت‌های جدید، نوآوری در مدل کسب و کار، جذب متخصصان و توسعه بازار	۹، ۱۲، ۱۳، ۲۰، ۲۸	نوآوری، کارآفرینی و ارزش آفرینی
دسترسی سریع، تقویت شبکه‌ها، ایجاد هم‌افزایی و یکپارچگی بین واحدها، افزایش بهره‌وری	۴، ۶، ۲۱، ۲۲، ۳۱، ۳۲	زنجیره تأمین و گسترش همکاری‌ها
مدیریت بحران، بی‌اعتمادی، ترس از سوءاستفاده، نگرانی از روابط و مقاومت در برابر تغییر و تحول	۳، ۱۳، ۱۷، ۱۹، ۲۶، ۲۷، ۳۰	ریسک‌پذیری، تردیدها و بی‌اعتمادی

#### ۴. یافته‌ها

جدول شماره (۴) واریانس‌های تبیین شده توسط هر عامل را هم به صورت تفکیکی و هم به صورت تجمعی نشان می‌دهد. همانطور که مشاهده می‌شود چهار عامل استخراج شده، توانسته‌اند ۷۷.۱۱۷ درصد واریانس کل را تبیین کنند که این مقدار نه تنها بیانگر قدرت تبیین بالای عامل‌ها و کفایت ساختار استخراج شده است، بلکه حاکی از قدرت تحلیل‌پذیری ذهنیت‌های موجود در جامعه آماری پژوهش نیز می‌باشد.

جدول ۴. واریانس کل تبیین شده

الگوها	ماتریس چرخش یافته		
	جمع کل	درصد واریانس	واریانس تجمعی
۱	۶.۵۳۳	۳۱.۱۰۹	۳۱.۱۰۹
۲	۴.۰۰۲	۱۹.۰۵۹	۵۰.۱۶۸
۳	۳.۲۷۵	۱۵.۵۹۵	۶۵.۷۶۳
۴	۲.۳۸۴	۱۱.۳۵۴	۷۷.۱۱۷

**تحلیل عاملی کیو.** فرآیند تحلیل عاملی کیو مانند تحلیل عاملی اکتشافی شامل دو مرحله‌ی استخراج عامل‌ها به عنوان اولین مرحله و سپس چرخش آن‌ها به صورت قابل تفسیر است. مرحله دوم زمانی اهمیت می‌یابد که عامل‌های حاصل از مرحله اول به راحتی قابل تفسیر نباشد، یعنی نتوان آن‌ها را به عنوان ذهنیت‌های مشخصی تعریف نمود. روش مولفه‌های اصلی از متداول‌ترین روش‌های استخراج عامل‌ها جهت انجام اولین مرحله تحلیل عاملی کیو است. شیوه واریماکس نیز از شیوه‌های متداول چرخش متعامد عامل‌ها به شمار می‌رود. در این پژوهش نیز برای قابل تفسیر بودن عامل‌ها از چرخش متعامد واریماکس استفاده شد که نتایج آن را در جدول شماره (۵) می‌توان مشاهده کرد. همانطور که در این جدول مشاهده می‌شود، چهار عامل از این ذهنیت‌ها قابل استخراج است که عامل اول ۳۱ درصد و عامل دوم ۱۹ درصد و عامل سوم ۱۵ درصد و عامل چهارم ۱۱ درصد از واریانس کل را تشکیل می‌دهند. با توجه به این ماتریس، افرادی که در هر یک از این چهار الگوی ذهنی قرار می‌گیرند، مشخص شده‌اند.

جدول ۵. ماتریس چرخش یافته عامل‌ها

مشارکت کنندگان	عامل‌ها			
	۱	۲	۳	۴
مدیر شماره ۱۳	۰.۸۳۱			
مدیر شماره ۱۰	۰.۸۲۴			
مدیر شماره ۱۱	۰.۸۰۹			
مدیر شماره ۸	۰.۷۸۵			
مدیر شماره ۱۴	۰.۷۳۸			
مدیر شماره ۱	۰.۷۳۲			
مدیر شماره ۵	۰.۷۱۲			
مدیر شماره ۶	۰.۶۷۶			
مدیر شماره ۷	۰.۶۵۷			
مدیر شماره ۴	۰.۶۰۲			
مدیر شماره ۱۲	۰.۵۳۲			
مدیر شماره ۱۶		۰.۹۴۳		
مدیر شماره ۱۸		۰.۹۳۸		
مدیر شماره ۱۷		۰.۹۳۱		
مدیر شماره ۱۵		۰.۹۲۴		
مدیر شماره ۲۰			۰.۷۶۵	

مدیر شماره ۲۱	۰.۷۵۹
مدیر شماره ۱۹	۰.۷۴۰
مدیر شماره ۳	۰.۷۱۲
مدیر شماره ۲	۰.۸۶۰
مدیر شماره ۹	۰.۷۲۹

با استفاده از ماتریس عوامل چرخش یافته می‌توان بارهای عاملی معنادار را تعیین کرد. در واقع مشارکت‌کنندگانی که دارای بارعاملی معنادار در هر عامل باشند در کنار هم قرار می‌گیرند و تشکیل یک ذهنیت را می‌دهند. برای این منظور اگر قدرمطلق بار عاملی از  $\frac{2.58}{\sqrt{n}}$  بزرگتر باشد، آنگاه آن بار عاملی با اطمینان ۹۹ درصد معنا دار است.  $n$  تعداد کارت‌های مطالعه کیو و معادل ۳۶ عدد می‌باشد. در این پژوهش بارهای عاملی در صورتی معنادار هستند که از ۰.۴۳ بزرگتر باشند و چنان‌که در جدول شماره (۵) مشاهده می‌شود بارهای عاملی در چهار عامل با اطمینان ۹۹ درصد معنادار هستند. در صورتی که مشارکت‌کننده‌ای دارای بارعاملی معنادار در بیش از یک ذهنیت باشد، به ذهنیتی که دارای بار عاملی بیشتری باشد تعلق می‌گیرد که در این پژوهش بارهای عاملی مشارکت‌کنندگان شماره‌های (۱، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴) روی عامل اول معنادار هستند، مشارکت‌کنندگان شماره‌های (۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸) روی عامل دوم معنادار هستند و مشارکت‌کنندگان شماره‌های (۳، ۱۲، ۱۹، ۲۰، ۲۱) روی عامل سوم معنادار هستند و مشارکت‌کنندگان شماره‌های (۲، ۹) روی عامل چهارم معنادار هستند که در جدول شماره (۶) ارائه شده‌اند.

جدول ۶. بارهای عاملی معنا دار در هر دیدگاه

الگوها	عامل	مشارکت‌کنندگان
۱	اول	مدیران ۱، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴
۲	دوم	مدیران ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸
۳	سوم	مدیران ۳، ۱۲، ۱۹، ۲۰، ۲۱
۴	چهارم	مدیران ۲، ۹

**شناسایی ذهنیت‌ها.** روش کیو روشی نسبتاً جدید در شناسایی ذهنیت‌ها و سوگیری‌های افراد مختلف می‌باشد که اطلاعات مفیدی را در زمینه بازاریابی و مطالعات بازار در اختیار می‌گذارد. با روش کیو می‌توان این دیدگاه‌ها را مقایسه نموده و براساس انتخاب‌های پر اهمیت‌تر آنها را دسته‌بندی نمود که باعث مشخص نمودن چندین الگوی ذهنی خواهد گردید (گابور، ۲۰۱۳) با تحلیل نتایج حاصل از نرم‌افزار و نگاه به طیف‌های انتهایی نمودار کیو (۵- و ۵+) و (۴- و ۴+) و براساس پاسخ‌های حاصل از مصاحبه‌شوندگان و جانمایی عبارات در این طیف، ۴ الگوی ذهنی استخراج گردید که به شرح ذیل است:

### ۱. الگوی ذهنی ۱: ذهنیت پیشرو و تحول محور

این دیدگاه بالاترین واریانس را در بین ۴ دیدگاه استخراج شده دارد. مصاحبه‌شوندگان دارای این دیدگاه، با مفاهیم بنیادی اقتصاد اشتراکی مانند منابع، کاهش آلودگی، بهینه‌سازی زنجیره تامین از طریق همکاری‌های صنعتی و ایجاد منافع جمعی موافق‌اند. در عین حال نسبت به تحقق عملی این مدل کسب و کار و پیاده‌سازی درست و اصولی آن نگاهی محتاطانه دارند و معتقدند که تحقق

آن مستلزم توسعه زیرساخت‌ها و ابعاد قانونی، حقوقی و حمایتی دولت و همچنین توانمندسازی منابع انسانی در سازمان‌هاست. این افراد معتقدند موفقیت این طرح، مستلزم توسعه زیرساخت‌های قانونی، فرهنگی و فنی و توانمندسازی سرمایه انسانی درون سازمانی است. تجربه‌های عملی و واقعی آنان از محیط تولید، حاکی از لزوم اعتمادسازی، فرهنگ‌سازی و اجرای آزمایشی مدل در محدوده‌هایی کوچک‌تر به منظور اعتبارسنجی الگوی پیشنهادی می‌باشد به گونه‌ای که در بخشی از مصاحبه‌ها اشاره شد:

ما اینجا داریم میبینیم خیلی از کارگاه‌ها بخاطر نداشتن ماشین آلات به روز، مواد اولیه را هدر میدن و هزینه‌هاشون زیادتر میشه که قدرت رقابت تو بازار از دست میدن خب معلومه یا باید گرونتر بفروشن یا کیفیت بیارن پائین که ضررشون جبران بشه خب اگه طرف سفارش خوب داره میتونه با اجاره ظرفیت خالی مثلا کارخونه بغلی کارهاشو پیش ببره و دو طرف سود کنن، ظایعاتشون هم کمتر میشه حتی سفارشات بزرگتری میشه گرفت و رونقی ایجاد کرد بین چندین کارگاه کوچکتتر. به نظرم که عالیه ولی نیاز به ایجاد اعتماد و فرهنگ سازی و کاهش رقابت و حتی تغییر ذهن آدم‌ها داره البته که زیرساختشو واقعا نداریم، اینجا همش برق قطع میشه اگه میشد حداقل برق منطقه‌ای میشد یک دستسگاه این شهرک صنعتی روشن می‌موند و کار بقیه را انجام میداد، بقیه هم خاموش می‌موندن تا مصرف و بار از رو شبکه کم بشه چقدر جالب میشدا هم کار انجام شده بود هم مصرف انرژی کم شده بود. کاش یه بررسی کلی انجام میشد که بشه به نتایجش اعتماد کرد یا اصلا در یک محدوده کوچیک اجرا میشد بینیم کیا همکاری میکنن چون هرچی هم که رو کاغذ خوب باشه در عمل تا این صنعتگرا پای کار نیان، تا درست و اصولی آموزش بینیم و نیروی انسانی در صنعت و نیروی انسانی در دولت، تفکرش سمت این چیزا نره، هیچ اتفاق مثبتی نمی‌افته.

این دیدگاه نشان‌دهنده‌ی آمادگی ذهنی برای مشارکت در اجرا و پیاده‌سازی اقتصاد اشتراکی است، مشروط بر آن‌که الزامات اجرایی و حمایتی آن نیز به خوبی فراهم شود.

## ۲. الگوی ذهنی ۲: محتاط و مقاوم به تغییر

تعداد افراد طبقه‌بندی شده در این دیدگاه اگرچه نسبت به الگوی اول کمتر بوده اما دومین واریانس را به خود اختصاص می‌دهند. این گروه، نگرشی مقاوم در برابر مفاهیم و اجرای مدل‌های مشارکتی دارند. نگرانی آن‌ها شامل مسائل مالکیت، رقابت‌پذیری، آسیب به هویت سازمانی و افزایش ریسک عملیاتی است. این نگرش ناشی از بی‌اعتمادی به تغییر ساختارها و تجربه‌های منفی قبلی در همکاری‌های بین‌سازمانی است. در بخشی از گفتگوهای صورت گرفته به این موارد اشاره شد:

من سال‌های زیادی زحمت کشیدم تا تونستم این مجموعه را با این سطح از دانش و تکنولوژی ایجاد و مدیریت کنم، چرا باید الان چیزهایی که در این سال‌ها باعث ایجاد مزیت رقابتی برای من شده با رقبا و سایر کارخانجات به اشتراک بگذارم؟» و یا در مصاحبه دیگری نیز به این موارد اشاره شد: «من اطلاعات زیادی در مورد این موضوع نداشتم اما با توضیحات شما برام سوال پیش اومد چرا من باید مهمترین دارایی‌ها و ابزارهای کارم در اختیار دیگران بذارم؟ این کار باعث مستهلک شدن دستگاه‌ها می‌شه و

جایگزینی اونها برای ما هزینه‌های بیشتری در آینده داره!» یا در گفتگویی دیگر به این موارد نیز اشاره شد: «من اگر به فکر افزایش تولید باشم خب از اونطرف هم قطعاً آلودگی محیط زیست ایجاد می‌شه. همیشه در شرایط فعلی هم تولید افزایش داد هم آلودگی کم کرد چون زیرساختشو نداریم همه هم میدونن! در ضمن در زمان اشتراک گذاری، بیمه‌ها هم باید ورود کنن که در دسر برای کارفرماها ایجاد نشه و فکر می‌کنم پیچیدگی‌های قانونی زیادی ایجاد می‌شه با اجرای این طرح.

از دیگر مشکلات و موانع در این الگوی فکری می‌توان به رقابت بالا در صنعت و عدم تمایل به افشای اطلاعاتی نظیر اینکه کدام ماشین‌آلات در حال حاضر دارای ظرفیت خالی بوده و قضاوت رقبا در رابطه با از دست رفتن سهم بازار و اینچنین موارد نیز اشاره داشت.

### ۳. الگوی ذهنی ۳: واقع‌گرا و داده‌محور

سومین الگوی ذهنی شناسایی‌شده، دیدگاهی عقلانی، سنجش‌پذیر و مبتنی بر تصمیم‌گیری‌های داده‌محور دارد. افراد این گروه، با اصول اقتصاد اشتراکی موافق‌اند، اما موفقیت در اجرا را منوط به وجود تحلیل‌های امکان‌سنجی، شبیه‌سازی‌های دقیق، شاخص‌های عملکردی، ارزیابی ریسک و زیرساخت‌های فناورانه قابل اتکا می‌دانند. نگرش آنان به طرح، علمی و سیستماتیک است؛ به گونه‌ای که بدون مطالعه عمیق و ابزارهای پشتیبان مناسب، همکاری‌های بین‌سازمانی را پرهزینه، ناامن و ناپایدار تلقی می‌کنند. بی‌اعتمادی مشتریان، ضعف حمایت قانونی و عدم انگیزه مدیران سطح بالا از موانع اصلی اجرای موفق این طرح در نگاه این گروه محسوب می‌شود. آنان به نیاز برای مطالعات امکان‌سنجی، تحلیل ریسک و ارزیابی سرمایه‌گذاری پایدار تأکید دارند در ذهنیت این افراد، حس موقتی بودن کار، بی‌اعتمادی مشتری، ایجاد مشکلات حقوقی از جمله نکات منفی اقتصاد اشتراکی است که در پاسخگویی آن‌ها قابل مشاهده می‌باشد. واریانس این گروه نسبت به الگوهای ذهنی ۱ و ۲ کمتر است. در بخشی از مصاحبه‌ها به اینصورت پاسخ داده شد:

ببینید این موارد در گفتگو خیلی جذابه اما در عمل هیچوقت اجرایی نمی‌شه چون هم خیلی از مدیران سطح بالا و تصمیم‌گیرنده، انگیزه‌ای برای اجرای گسترده و کارآمد این طرح‌ها ندارند، هم اصلاً دیتایی نداریم که مشخص کنه این مدل‌های اشتراکی چقدر برای من صنعتگر مفید یا اصلاً کم‌کننده هزینه‌هام هست یا نه؟ در ضمن خیلی از افراد این پائین مثل من آمادگی برای پذیرش تغییر و انجام کارهای گروهی این مدلی که به نوعی به نفع همه باشه را ندارن یعنی در کوتاه مدت نداریم باید قانونش نوشته بشه هر کس حد و حدود خودشو بدونه و وسط کار سنگ اندازی نکنه جوری که کل زنجیره تامین آسیب ببینه و تعطیل شه و اوضاع بدتر و بدتر بشه. در نتیجه کسی انرژی نمیداره و احتمالاً تا سالها همین وضع ادامه پیدا می‌کنه. وگرنه من بتونم بخشی از تولیداتم با کمک سایر کارخانجات یا با ماشین‌آلات اونها انجام بدم یا اصلاً از زنجیره تامین‌های قوی‌تر بهره ببرم که عالیه قطعاً هم هزینه‌هام کم میشه هم سرعت تولیدم بالا میره هم کیفیت تولیداتم بهتر میشه و مشتری هم برام مشتری میاره ولی کو گوش شنوا؟ کسی دلش به حال ما نمیسوزه ولی خدا نکنه یک نفر این وسط آسیب ببینه! همه چی خراب می‌شه و دیگه به راحتی درست نمی‌شه و مشکلات حقوقی دست از سر کارفرماها برنمی‌داره

## ۲. الگوی ذهنی: تعاملی و شبکه محور

این گروه دارای نگرشی خوش‌بینانه، توسعه‌گرا، عملیاتی و بر مزایای اقتصاد اشتراکی تاکید دارند. آنان آمادگی خود برای اشتراک‌گذاری منابع، هم‌افزایی صنعتی، همکاری در زنجیره تأمین و اتحاد بازاریابی اعلام کرده‌اند. الگوی رفتاری این مدیران بازتابی از توسعه‌گرایی شبکه‌محور و اشتیاق به تغییر مدل‌های تولید سنتی است که تغییر را نه تهدید، بلکه بستری برای تقویت بازاریابی خلاق، توسعه شبکه ارتباطات صنعتی و خلق ارزش مشترک می‌دانند. به باور آنان، عبور از مدل‌های سنتی تولید نیازمند پذیرش فرهنگ همکاری، ایجاد اعتماد متقابل و بهره‌گیری از تجربیات موفق گذشته است. این گروه بر مزایای مثبت از جمله استفاده بهینه از تجهیزات و ایجاد کسب و کارهای جدید و استفاده از مزایای آن در زمان تحریم‌های ناجوانمردانه و ظالمانه همراه با کاهش هزینه‌ها و به نوعی به مقرون به صرفه شدن زندگی بر اساس کاهش اهمیت مالکیت یک کالا تاکید دارند. در یکی از مصاحبه‌ها مدیر موافقت خود را اینگونه بیان نمود:

ترافیک اول صبح دیدین چه خبره اینجا؟ همه ماشین‌ها تک نفره! اگر این افراد با هم همکاری کنن ترافیک نصف میشه، شهر خیلی بزرگ نیست خیلی‌ها همدیگرو میشناسن! توی تولید هم همینه تقریباً همه همو میشناسن و خیلی از دستگاہها با نصف ظرفیتشون کار می‌کنن. جالبه یکسری شرکتها دنبال واردات ماشین‌الات گرون قیمتن و خبر ندارن میتونن توی حیاط همسایه بغلی کارهاشون با کمترین هزینه انجام بدن. وقتی اینجوری کارات راه میفته خب چرا هزینه کنی برای خرید دستگاہ و ماشین؟ اینجوری به صرفه‌تره و خیالت هم راحت‌تره نه سرمایه سنگینی آوردی تو کار نه مشتری از دست رفته! یادمه که جایی رفته بودم برای سفارش تابلوسازی، اونجا دیدم که طرف سفارشات لیزر هم از مشتری می‌گرفت و می‌داد همسایه‌هایی که تو کوچه پشتی بودن و در معرض دسترسی اون مشتری نبودن انجام میدادن و نمی‌داشت یه مشتری جدید و یه منبع درآمد جدید از دست بره. این مدل همکاری هم احتمالاً همین میشه و کمک می‌کنه از منابع مختلف درآمدزایی ایجاد بشه و زنجیره تأمین همه کارخانجات قوی‌تر از قبل می‌شه بدون اینکه سرمایه گذاری سنگین برای خرید ماشین آلات داشته باشیم. فقط کافیه قبول کنیم باهم همکاری داشته باشیم و پای کار باشیم و به همدیگه اعتماد کنیم

## بررسی سوالات پژوهش

- ۱- ذهنیت مدیران صنایع کوچک در رابطه با پذیرش و همکاری در اجرای اقتصاد اشتراکی از چه مولفه‌هایی تشکیل شده است؟ جهت یافتن عوامل و مولفه‌های اصلی این پرسش، ابتدا با مرور ادبیات و پیشینه پژوهش و همچنین مصاحبه با خبرگان و تحلیل فضای گفتمان، ۳۶ عبارت استخراج گردید که جدول شماره (۲) این عبارات را به عنوان عوامل اصلی و تاثیرگذار بر پذیرش اقتصاد اشتراکی معرفی کرده است. این مولفه‌ها نمایانگر ابعاد مختلف نگرش مدیران نسبت به مفاهیم، مزایا، چالش‌ها و الزامات پذیرش و مشارکت در پیاده‌سازی اقتصاد اشتراکی در صنایع کوچک و متوسط می‌باشند.
- ۲- اهمیت و اولویت‌بندی این مولفه‌ها بر مبنای روش‌شناسی کیو چگونه است؟ (در واقع، میان مشارکت‌کنندگان چه الگوهای ذهنی و دیدگاه‌های متفاوتی نسبت به موضوع پژوهش وجود دارد؟)

با بهره‌گیری از روش کیو، ۴ الگوی ذهنی متمایز از میان مشارکت‌کنندگان استخراج شد که هر یک نشان‌دهنده نوعی نگرش خاص نسبت به اقتصاد اشتراکی هستند. این الگوها در جدول شماره (۷) معرفی شده‌اند.

جدول ۷. الگوهای ذهنی استخراج شده

شماره	عنوان الگوی ذهنی	ویژگی اصلی نگرش
۱	ذهنیت ذهنیت پیشرو و تحول محور	تأکید بر مزایای زیست‌محیطی و منفعت تمام جامعه
۲	ذهنیت محتاط و مقاوم به تغییر	عدم تمایل به همکاری و مقاوم در برابر اشتراک گذاری منابع
۳	ذهنیت واقع‌گرا و داده‌محور	تمرکز بر بهینه‌سازی زنجیره تأمین و افزایش بهره‌وری با کمترین سرمایه
۴	ذهنیت تعاملی و شبکه‌محور	تمایل به تعاملات بین‌صنعتی، اشتراک اطلاعات و تقویت شبکه ارتباطی

براساس ۴ الگوی ذهنی بدست آمده و طیف‌های انتهایی نمودار کیو همچنین دیدگاه مشارکت‌کننده‌ای که در هر الگو بیشترین امتیاز را کسب کرده است مطابق جدول شماره (۸) و با استفاده از امتیازهای عاملی روش کیو، عوامل اصلی در هر الگوی ذهنی اولویت‌بندی شدند.

جدول ۸. اولویت‌بندی مهمترین عوامل استخراج شده

الگوی ذهنی	مهمترین عوامل از دیدگاه مشارکت‌کننده‌های با بالاترین امتیاز در آن الگوی ذهنی	امتیاز
ذهنیت پیشرو و تحول محور	تولید بدون کارخانه بسیار ارزشمند است و باعث کاهش هزینه، کاهش ترافیک و کاهش آلودگی هوا می‌شود.	۲.۸۹
	باعث ایجاد احساس خوشایند در افراد و سرمایه‌گذاری در مهارت آموزی و ارتقای فرهنگ سازمانی می‌شود.	۲.۵۶
	کاهش اهمیت مالکیت و توسعه فرهنگ اشتراک‌گذاری، تولید، مصرف و زندگی را مقرون‌به‌صرفه می‌کند.	۲.۱۱
ذهنیت محتاط و مقاوم به تغییر	به اشتراک اطلاعات و منابع دید منفی دارم چرا که به نفع رقباست و به ضرر خودم.	-۳.۱۷
	به واسطه تجربیات قبلی و ترس از یک‌طرفه شدن روابط در این طرح شرکت نمی‌کنم.	-۲.۸۳
	تولید بدون کارخانه منجر به بی‌اعتمادی مشتری می‌شود و حس موقتی بودن و ناپایداری به کسب و کار می‌دهد.	-۲.۳۳
ذهنیت واقع‌گرا و داده‌محور	بهبود عملکرد زنجیره تأمین و دسترسی سریع	۳.۶
	بهره‌گیری از نیروی متخصص سایر شرکت‌ها	۳.۴
	کاهش رقابت‌های فرسایشی و افزایش بهره‌وری	۳.۲
ذهنیت تعاملی و شبکه‌محور	فقدان تحقیقات راهبردی و نبود قوانین حمایتی موجب اختلال در تصمیم‌گیری شده	۲.۵
	استفاده بهینه از سرمایه‌ها و ابزارآلات در دسترس و تامین مالی کارآفرینانه	۲.۳۳
	اشتراک اطلاعات و منابع به سود من و تولیدکنندگان دیگر است	۲.۱۱

تنوع نگرش‌های مدیران نسبت به پذیرش و همکاری در بهینه‌سازی زنجیره تامین با اجرای اقتصاد اشتراکی، طیفی از پذیرش مفهومی تا مقاومت عملی را در می‌گیرد. این تفاوت‌ها را می‌توان ناشی از عواملی نظیر «تجربه پیشین مدیران در پروژه‌های مشارکتی»، «درک مفاهیم تخصصی اقتصاد اشتراکی و میزان شناخت و اعتماد به بازیگران این عرصه»، «سطح آمادگی سازمانی و زیرساختی برای مواجهه با تغییرات احتمالی» و «نگرش فرهنگی به موضوع مالکیت، همکاری و انعطاف‌پذیری در زنجیره تامین» دانست.

الگوی اول بر مزایا و فرصت‌های زیست‌محیطی و اجتماعی اقتصاد اشتراکی تأکید دارد، اما برای تحقق آن خواهان حمایت‌های دائمی در توسعه زیرساخت‌ها می‌باشد. الگوی دوم با نگرشی به شدت محافظه کارانه، اجرا و پیاده‌سازی اقتصاد اشتراکی در صنایع کوچک را غیر واقعی و پر ریسک می‌داند و در پذیرش و همکاری در این بستر مقاومت نشان می‌دهد. الگوی سوم با اتکا به تحلیل داده محور، اجرای اقتصاد اشتراکی و تأثیرات آن را بر بهینه‌سازی زنجیره تامین، محتمل و قابل سنجش می‌داند و نهایتاً، الگوی چهارم با نگرش شبکه محور بر تعامل و اشتراک منابع و توسعه همکاری‌های بین صنعتی تأکید دارد و آمادگی خود را برای مشارکت نشان می‌دهد. این چهار الگوی ذهنی می‌توانند مبنایی برای طراحی سیاست‌های تفکیکی، گام به گام و هدفمند در مسیر توسعه پایدار و گسترش فرهنگ اقتصاد اشتراکی در زنجیره تامین صنایع کوچک و متوسط باشند.

## بحث و نتیجه‌گیری

تحولات اخیر در عرصه اقتصاد جهانی، به‌ویژه در حوزه‌های مرتبط با بهره‌وری منابع، پایداری زیست‌محیطی و نوآوری در مدل‌های کسب‌وکار، زمینه‌ساز ظهور مفاهیمی چون اقتصاد اشتراکی شده‌اند. این مفهوم این مدل، با تمرکز بر اشتراک‌گذاری منابع به‌جای مالکیت فردی، توانسته است رفتار مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان را به‌طور بنیادین دگرگون سازد و ساختارهای سنتی تولید و مصرف را به چالش بکشد. مطالعات بین‌المللی نشان داده‌اند که این مدل در صنایع B2C با موفقیت اجرا شده و منجر به افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها، بهینه‌سازی منابع و ارتقای تعاملات اجتماعی گردیده است (آگروال، ۲۰۱۹) و (گراندیس، ۲۰۱۹). با این حال، در حوزه B2B و در کشورهای در حال توسعه، چالش‌هایی نظیر نبود چارچوب‌های قانونی، مسائل امنیتی، رقابت شدید و مقاومت فرهنگی مانع از پذیرش گسترده آن شده‌اند. شناسایی ذهنیت‌ها و ترجیحات مشتریان و مصرف‌کنندگان از ارکان اساسی در بازاریابی محسوب می‌شود. هم‌راستایی این فرآیند با مطالعات بازار، امکان تفکیک و دسته‌بندی الگوهای ذهنی را فراهم می‌سازد؛ امری که به کاهش خطاهای تصمیم‌گیری، بهینه‌سازی هزینه‌های تبلیغاتی و ارتقای اثربخشی رقابتی منجر می‌گردد (گابور، ۲۰۱۳). پژوهش حاضر با بهره‌گیری از روش کیو، به بررسی و تحلیل ذهنیت مدیران صنایع کوچک نسبت به اقتصاد اشتراکی پرداخته و چهار الگوی ذهنی متمایز را شناسایی کرده است:

۱. ذهنیت پیشرو و تحول محور (تاکید بر مزایای زیست‌محیطی و اجتماعی، جلوگیری از اتلاف انرژی، نیازمند حمایت زیرساختی).

۲. محتاط و مقاوم به تغییر (نگرش منفی به اشتراک‌گذاری، ترس از ریسک‌های ناشناخته و بی‌اعتمادی).

۳. واقع‌گرا و داده‌محور (نگاه منطقی و سنجش‌پذیر به بهینه‌سازی زنجیره تامین).

۴. تعاملی و شبکه‌محور (تمایل به همکاری و توسعه شبکه همکاری بین صنعتی اما نگران فقدان قوانین حمایتی).

این الگوها طیفی از پذیرش مفهومی تا مقاومت عملی را در بر می‌گیرند و نشان‌دهنده تفاوت‌های عمیق در نگرش مدیران نسبت به پذیرش و همکاری در اجرای اقتصاد اشتراکی هستند. یافته‌های این پژوهش در شناسایی الگوهای ذهنی مدیران، با نتایج موندال

و سامادار (۲۰۲۰) هم‌راستا است؛ آن‌ها نیز نشان دادند که نگرش‌های متفاوت نسبت به اشتراک‌گذاری منابع، از ساختارهای روان‌شناختی و فرهنگی نشأت می‌گیرد و در پذیرش اقتصاد اشتراکی نقش تعیین‌کننده دارد. این تفاوت‌ها را می‌توان ناشی از عواملی چون تجربه پیشین در پروژه‌های مشترک، میزان شناخت و اعتماد به بازیگران مشارکتی، آمادگی سازمانی و زیرساختی و نگرش فرهنگی به مالکیت و همکاری دانست. مشابه با یافته‌های کیندستروم و همکاران (۲۰۲۴)، این پژوهش نیز نشان داد که مدیران با ذهنیت‌های متفاوت، چالش‌های رشد و پذیرش نوآوری را به‌گونه‌ای متمایز تجربه می‌کنند؛ از ذهنیت‌های مقاوم تا رویکردهای تعاملی و تحول‌گرا.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که پذیرش اقتصاد اشتراکی در ایران نیازمند مداخلات چندسطحی است. آموزش مدیران، توسعه زیرساخت‌های فناورانه، تدوین مقررات شفاف، اعتمادسازی نهادی و طراحی سیاست‌های تطبیقی از جمله الزامات کلیدی برای تحقق این مدل هستند. همچنین، بومی‌سازی مفاهیم و تطبیق آن‌ها با شرایط فرهنگی و صنعتی کشور، نقش مهمی در موفقیت اجرای اقتصاد اشتراکی ایفا می‌کند.

مطالعات پیشین نظیر گریبایته و استانکویچینه (۲۰۱۶)، موسوی رشیدی و همکاران (۱۴۰۰) و اووشو اولی و ایوان لائو (۲۰۲۳) نیز مؤلفه‌هایی چون اعتماد، آگاهی، سودآوری، نوآوری، زیرساخت‌های فناورانه و دغدغه‌های زیست‌محیطی را به‌عنوان عوامل کلیدی در پذیرش اقتصاد اشتراکی معرفی کرده‌اند. موندال و سامادار (۲۰۲۰) علاوه بر شناسایی چالش‌های پیاده‌سازی اقتصاد اشتراکی در گردشگری به مزایای این مدل برای تمامی بازیگران زنجیره تأمین اشاره نمودند و همچنین مطالعه لی‌جی‌هون (۲۰۱۶) در کره جنوبی نشان داد که الگوهای رفتاری در مواجهه با اقتصاد اشتراکی از ساختارهای روان‌شناختی و اجتماعی مشابهی تبعیت می‌کنند. این هم‌راستایی بین‌المللی نشان می‌دهد که چالش‌های اقتصاد اشتراکی، فراتر از مرزهای جغرافیایی، نیازمند راهکارهایی با رویکرد سیستمی، چندلایه و تطبیقی هستند. از منظر نظری، روش کیو توانست به‌خوبی تفاوت‌های نگرشی و سوگیری‌های شناختی مدیران را آشکار سازد و بستری برای تحلیل عمیق‌تر رفتارهای سازمانی فراهم آورد. پرویت و همکاران (۲۰۰۷) با معرفی مفهوم فضای گفتگمانی، نشان دادند که روش کیو می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای ترسیم نقشه‌های ذهنی و تحلیل ساختارهای معنایی در تعاملات سازمانی مورد استفاده قرار گیرد؛ قابلیت‌هایی که در این پژوهش برای تفکیک نگرش‌های مدیران به‌کار گرفته شده است. مرور نظام‌مند وان اورتمرز و همکاران (۲۰۲۵) نشان می‌دهد که روش کیو در حوزه‌های مدیریتی، منابع انسانی و تصمیم‌گیری سازمانی، ابزاری مؤثر برای تحلیل ذهنیت‌ها و هم‌راستایی راهبردی در سازمان‌ها محسوب می‌شود این قابلیت روش کیو در تفکیک نگرش‌ها، زمینه‌ساز طراحی سیاست‌های تطبیقی و هدفمند برای گروه‌های مختلف ذی‌نفع در مسیر توسعه اقتصاد اشتراکی است. این روش، با ترکیب تحلیل کمی و کیفی، امکان شناسایی الگوهای ذهنی پنهان را فراهم آورده و به‌عنوان ابزاری مؤثر در مطالعات بازار، رفتار مصرف‌کننده و سیاست‌گذاری صنعتی قابل توصیه است.

اقتصاد اشتراکی به‌عنوان یک مدل نوین کسب‌وکار، ظرفیت‌های گسترده‌ای برای بهینه‌سازی منابع، کاهش هزینه‌ها، ارتقای بهره‌وری، تقویت و بهینه‌سازی زنجیره تأمین و افزایش تعاملات اجتماعی دارد. با این حال، تحقق این ظرفیت‌ها مستلزم عبور از موانع ذهنی، ساختاری و فرهنگی است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که:

پذیرش مفهومی اقتصاد اشتراکی در میان مدیران وجود دارد، اما اجرای عملی آن نیازمند اعتمادسازی، آموزش و توسعه زیرساخت‌هاست.

تقسیم‌بندی ذهنیت‌ها به چهار الگوی متمایز، امکان طراحی سیاست‌های هدفمند و متناسب با هر گروه را فراهم می‌سازد. اعتماد، شفافیت، آگاهی، زیرساخت دیجیتال و حکمرانی مشارکتی از عوامل کلیدی در موفقیت این مدل هستند. هیچ راه‌حل واحدی برای همه شرکت‌ها و همه مناطق وجود ندارد؛ بنابراین، رویکردهای تطبیقی و زمینه‌محور به گونه‌ای که ویژگی‌های محیطی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی برای هر منطقه در نظر گرفته شود ضروری می‌باشد. با توجه به اینکه اقتصاد اشتراکی هنوز در مراحل اولیه توسعه خود قرار دارد، توصیه می‌شود که سیاست‌گذاران، مدیران صنعتی، دانشگاه‌ها و نهادهای تخصصی با سرعت بیشتری در مسیر توسعه و ترویج این مدل گام بردارند و از مزایای آن در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی بهره‌مند شوند. مقاومت در برابر تغییر، عدم اعتماد و ترس از ریسک‌های حقوقی، بزرگترین چالش در مسیر پذیرش، همکاری و مشارکت در پیاده‌سازی اقتصاد اشتراکی بوده و تدوین منشور مقررات پیاده‌سازی اقتصاد اشتراکی و ایجاد یک صندوق ضمانت ریسک‌های مشارکتی و ارائه مشوق‌های مالیاتی نیز می‌تواند به عنوان تسهیلگر در پیاده‌سازی موفق آن به کار گرفته شود. این هم‌راستایی با مطالعات بین‌المللی نشان می‌دهد که تحلیل ذهنیت مدیران، نه تنها در سطح فردی بلکه در طراحی سیاست‌های سازمانی و صنعتی نیز نقش کلیدی دارد؛ به‌ویژه در کشورهایی که در مسیر گذار به اقتصاد اشتراکی قرار دارند. این یافته‌ها، در امتداد مطالعات بین‌المللی، نشان می‌دهند که موفقیت اقتصاد اشتراکی نه تنها به زیرساخت‌های فنی و قانونی، بلکه به شناخت دقیق الگوهای ذهنی و طراحی سیاست‌های متناسب با آن‌ها وابسته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تفاوت در ساختارهای ذهنی مدیران، نقش تعیین‌کننده‌ای در نحوه مواجهه آنان با مدل‌های نوآورانه مانند اقتصاد اشتراکی دارد. این تفاوت‌ها باید در طراحی سیاست‌های اجرایی و مداخلات توسعه‌گرا مورد توجه قرار گیرد. همان‌طور که در مطالعات پیشین نیز اشاره شده، مدیران در محیط‌های مختلف نسبت به یک موضوع واحد، درک‌های متفاوتی دارند که می‌تواند منجر به رفتارهای متضاد در پذیرش یا مقاومت نسبت به نوآوری‌ها شود (همتی و همکاران، ۱۳۹۹).

بر اساس نتایج این پژوهش، مجموعه‌ای از راهکارهای اجرایی و سیاست‌گذاری در سه محور اصلی شامل آموزش و ارتقای آگاهی، اصلاح زیرساخت‌ها و مقررات و تقویت تعاملات نهادی و فرهنگی پیشنهاد شده است. این راهکارها به گونه‌ای طراحی شده‌اند که از طریق هم‌افزایی، زمینه‌ساز شکل‌گیری و توسعه زیست‌بوم اقتصاد اشتراکی در صنایع کوچک و متوسط باشند.

### آموزش و افزایش آگاهی (بنیان‌گذاری تحول دانشی و فرهنگی)

یکی از مهم‌ترین موانع توسعه اقتصاد اشتراکی در صنایع کوچک، فقدان دانش تخصصی و وجود مقاومت‌های فرهنگی در برابر تغییرات ساختاری است. بسیاری از بنگاه‌های کوچک، به دلیل محدودیت‌های منابع انسانی و اطلاعاتی، از ظرفیت‌های مدل‌های مشارکتی بی‌اطلاع هستند یا نسبت به آن‌ها نگرش منفی دارند. برای مقابله با این چالش، مجموعه‌ای از اقدامات آموزشی و اطلاع‌رسانی پیشنهاد می‌شود که شامل برگزاری کارگاه‌های تخصصی، انتشار محتوای علمی و کاربردی و راه‌اندازی پلتفرم‌های دیجیتال و وبسایت‌های تخصصی در حوزه مشارکت‌های صنعتی و تقویت زنجیره تأمین است. این اقدامات، علاوه بر ارتقای سطح دانش و مهارت‌های فنی مدیران و کارکنان صنایع کوچک، می‌توانند نقش مؤثری در کاهش مقاومت‌های فرهنگی ایفا کنند و زمینه‌ساز پذیرش نوآوری‌ها و تغییرات مورد نیاز در ساختارهای تولیدی شوند. طراحی برنامه‌های آموزشی مبتنی بر نیازهای واقعی بنگاه‌ها، استفاده از زبان ساده و کاربردی و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین آموزشی نظیر واقعیت افزوده، یادگیری تعاملی و شبیه‌سازی‌های مجازی، از جمله راهکارهایی هستند که اثربخشی این سطح از مداخله را افزایش می‌دهند. همچنین، ایجاد بانک‌های

اطلاعاتی قابل دسترس و به‌روز، شامل داده‌های بازار، مقررات اشتراک‌گذاری و معرفی فرصت‌های همکاری، به فعالان اقتصادی امکان می‌دهد تا تصمیمات خود را بر پایه اطلاعات معتبر و تحلیل‌شده اتخاذ کنند. این زیرساخت دانشی، به‌عنوان پایه‌ای برای سایر سطوح مداخله، نقش کلیدی در توانمندسازی زیست‌بوم اقتصاد اشتراکی ایفا می‌کند.

### انتقال تجربه (الگوسازی عملیاتی از طریق روایت موفقیت‌ها)

در کنار آموزش رسمی، انتقال تجربه‌های عملی و موفقیت‌های واقعی شرکت‌هایی که تجربه همکاری در اشتراک‌گذاری منابع را داشته‌اند، می‌تواند نقش مهمی در افزایش انگیزه و الگوسازی عملیاتی برای سایر بازیگران زنجیره تامین ایفا کند. برگزاری جلسات مشترک با شرکت‌های موفق، تهیه و انتشار مطالعات موردی و رسانه‌سازی جذاب از این تجربیات از جمله اقداماتی هستند که می‌توانند مسیر توسعه اقتصاد اشتراکی را برای بنگاه‌های نوپا ملموس‌تر و قابل دسترس‌تر سازند. این رویکرد، علاوه بر ایجاد انگیزه در میان فعالان اقتصادی، موجب شکل‌گیری شبکه‌های ارتباطی و یادگیری غیررسمی میان شرکت‌ها می‌شود. رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های تخصصی و اجتماعی، می‌توانند با روایت‌های جذاب و مستند از موفقیت‌های مشارکتی، تصویر مثبتی از فضای تولیدی شهرک‌های صنعتی ارائه دهند و نقش تسهیل‌گر فرهنگی و ارتباطی را ایفا کنند.

### اصلاح زیرساخت‌ها و مقررات (رفع موانع ساختاری و تسهیل اجرا)

یکی از چالش‌های اساسی در مسیر توسعه اقتصاد اشتراکی، وجود موانع ساختاری در حوزه‌های مقرراتی، مالی و زیرساختی است. برای رفع این موانع، اصلاح مقررات ناکارآمد، ارائه مشوق‌های مالی هدفمند و توسعه زیرساخت‌های صنعتی به‌ویژه در شهرک‌های صنعتی پیشنهاد می‌شود. بازنگری در قوانین مرتبط با مالکیت فکری، تسهیل فرآیندهای صدور مجوزهای همکاری و ایجاد پنجره واحد برای معرفی و ثبت اطلاعات و آمادگی‌های اشتراک‌گذاری منابع، از جمله اقداماتی هستند که می‌توانند موجب کاهش بروکراسی، افزایش شفافیت و ارتقای بهره‌وری در فرآیندهای مشارکتی شوند. همچنین، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های لجستیکی، فناوری اطلاعات و خدمات پشتیبانی دیجیتال، زمینه‌ساز افزایش مشارکت بنگاه‌های کوچک و متوسط خواهد بود. در این سطح، توجه به توسعه زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری، از جمله سامانه‌های هوشمند مدیریت زنجیره تامین، پلتفرم‌های همکاری بین‌شرکتی و مراکز خدمات مشارکتی، اهمیت ویژه‌ای دارد. این اقدامات، با کاهش ریسک‌های عملیاتی و مالی، موجب تسهیل اجرای مدل‌های مشارکتی در سطح بنگاه و منطقه خواهند شد.

### تقویت تعاملات نهادی (هم‌افزایی میان دولت، دانشگاه و بخش خصوصی)

توسعه پایدار اقتصاد اشتراکی نیازمند تعامل مؤثر و هم‌افزایی میان نهادهای مختلف از جمله دولت، دانشگاه‌ها و بخش خصوصی است. تشکیل انجمن‌های تخصصی، جلب حمایت نهادهای دولتی و علمی و ایجاد پلتفرم‌های مشترک برای تبادل دانش و تجربه، از جمله راهکارهایی هستند که می‌توانند موجب انسجام نهادی و افزایش اثربخشی سیاست‌گذاری‌های مشارکتی شوند. در این مسیر، دانشگاه‌ها می‌توانند با تولید دانش کاربردی، تربیت نیروی انسانی متخصص و ارزیابی سیاست‌ها، نقش مهمی ایفا کنند. دولت نیز با ارائه حمایت‌های مالی، قانونی و تسهیل‌گری و بخش خصوصی با تجربه عملیاتی و شناخت بازار، می‌توانند مکمل یکدیگر در طراحی و اجرای برنامه‌های مشارکتی باشند. این نوع مشارکت، علاوه بر افزایش اثربخشی سیاست‌ها، موجب تقویت اعتماد میان بازیگران مختلف زیست‌بوم مشارکتی می‌شود و زمینه‌ساز شکل‌گیری نهادهای میانجی و شبکه‌های تخصصی خواهد بود.

### شبیه‌سازی و مدل‌سازی (تصمیم‌گیری با ابزارهای تحلیلی و داده محور)

در شرایط پیچیده و پویای بازارهای صنعتی، استفاده از ابزارهای تحلیلی برای آموزش تصمیم‌گیران و تحلیل پیامدهای استراتژی‌های انتخاب شده اهمیت ویژه‌ای دارد. بهره‌گیری از مدل‌های پویایی سیستم، طراحی سناریوهای مختلف و آموزش مبتنی بر شبیه‌سازی، از جمله روش‌هایی هستند که می‌توانند توان تحلیلی و تصمیم‌گیری مدیران و سیاست‌گذاران را ارتقا دهند. طراحی نرم‌افزارهای شبیه‌سازی، برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای مدیران و استفاده از مدل‌های تعاملی در تحلیل استراتژی‌ها، موجب افزایش دقت و اثربخشی تصمیمات کلان در حوزه مشارکت‌های صنعتی خواهد شد. این رویکرد، به‌ویژه در مواجهه با عدم قطعیت‌های محیطی، نوسانات بازار و تغییرات مقررات بین‌المللی، اهمیت دوچندان دارد و به بنگاه‌ها در اتخاذ تصمیمات درست برای ورود به بازارهای بین‌المللی با همکاری یکدیگر کمک می‌نماید.

### تئوری‌های رفتاری (تغییر نگرش و افزایش انعطاف)

یکی از موانع پنهان در مسیر توسعه اقتصاد اشتراکی، سوگیری‌های شناختی و مقاومت‌های رفتاری در میان فعالان اقتصادی است. برای مقابله با این چالش، طراحی برنامه‌های تشویقی، استفاده از تکنیک‌های داستان‌سرایی و بهره‌گیری از اصول روان‌شناسی رفتاری پیشنهاد می‌شود. این اقدامات، با هدف تغییر نگرش و افزایش پذیرش فرهنگی نسبت به اشتراک‌گذاری منابع، می‌تواند موجب شکل‌گیری رفتارهای حمایتی و مشارکتی در میان بنگاه‌های کوچک شوند. استفاده از پیام‌های مثبت، طراحی کمپین‌های فرهنگی و ایجاد حس تعلق به جامعه صنعتی و تلاش برای بهینه‌سازی زنجیره تامین و گسترش زنجیره ارزش صنایع، از جمله راهکارهایی هستند که می‌توانند نقش مهمی در تغییر رفتار ایفا کنند. همچنین، مقابله با سوگیری‌هایی نظیر ترس از شکست، ترجیح وضعیت موجود و بی‌اعتمادی به نهادهای دولتی، از طریق آموزش، تجربه‌نگاری و روایت‌های موفقیت، امکان‌پذیر خواهد بود.

### اثر پروانه‌ای (ایجاد موج فرهنگی مثبت و تقویت شبکه‌ها)

حمایت از نوآوران، روایت داستان‌های موفقیت و ترویج ارزش‌های مشارکتی در رسانه‌ها، می‌تواند موجب ایجاد موج فرهنگی مثبت و تقویت شبکه‌های ارتباطی شود. این رویکرد، با بهره‌گیری از مفهوم «اثر پروانه‌ای»، نشان می‌دهد که تغییرات کوچک در رفتار یا نگرش یک بنگاه یا فرد، می‌تواند در بلندمدت به تحولات بزرگ در سطح زنجیره تامین آن صنعت و یا حتی کل جامعه صنعتی منجر شود. در این مسیر، نقش رسانه‌های اجتماعی، اینفلوئنسرهای اقتصادی و شبکه‌های تخصصی بسیار مهم است. با ایجاد فضای گفت‌وگوی مثبت، حمایت از نوآوری‌ها و برجسته‌سازی ارزش‌های مشارکتی، می‌توان فرهنگ عمومی را به سمت پذیرش و حمایت از اقتصاد اشتراکی سوق داد. همچنین، تقویت ارتباطات افقی میان بنگاه‌ها، ایجاد انجمن‌های تخصصی و گروه‌های هم‌افزا و ترویج ارزش‌های همکاری و هم‌زیستی صنعتی، می‌تواند به‌عنوان زیرساخت فرهنگی توسعه اقتصاد اشتراکی عمل کند.

### تئوری پنجره شکسته (تثبیت تصویر مثبت و مقابله با شایعات)

برای حفظ اعتماد عمومی و تثبیت تصویر مثبت از فضای اشتراکی در صنایع کوچک، مقابله با شایعات و حمایت از الگوهای موفق ضروری است. تئوری «پنجره شکسته» بیان می‌کند که بی‌توجهی به مسائل کوچک و نشانه‌های ضعف، می‌تواند به بی‌نظمی گسترده و بحران‌های بزرگ منجر شود. بنابراین، باید با دقت و حساسیت، از تصویر مثبت اقتصاد اشتراکی محافظت کرد. در این زمینه، طراحی سازوکارهای پاسخ‌گویی سریع به شایعات، ایجاد واحدهای ارتباطی فعال در انجمن‌های صنعتی و حمایت رسانه‌ای از شرکت‌های

موفق می‌تواند نقش مهمی ایفا کند. همچنین، ایجاد فضای شفاف و قابل‌اعتماد از طریق انتشار گزارش‌های عملکرد، مستندسازی تجربیات موفق و ارائه اطلاعات دقیق و به‌موقع، موجب افزایش اعتماد عمومی و مشارکت فعال‌تر در برنامه‌های اشتراکی خواهد شد.

### تئوری بازی‌ها (بهینه‌سازی تعاملات و رقابت سالم)

در نهایت، طراحی مدل‌های تعاملی و آموزش رقابت سالم میان شرکت‌ها، می‌تواند موجب بهینه‌سازی تعاملات و افزایش مشارکت بین‌شرکتی شود. تئوری بازی‌ها نشان می‌دهد که در شرایطی که بازیگران اقتصادی با منافع متقابل روبه‌رو هستند، همکاری و رقابت اگر به‌درستی مدیریت شوند، می‌توانند موجب افزایش منافع جمعی شوند. در این راستا، ایجاد پلتفرم‌های همکاری، طراحی مشوق‌های مشارکتی و آموزش اصول رقابت سالم می‌تواند موجب افزایش انسجام و هم‌افزایی در میان شرکت‌های تولیدی شود. این رویکرد، به‌ویژه در شرایطی که منابع محدود و بازارها رقابتی هستند، اهمیت ویژه‌ای دارد. همچنین، استفاده از مدل‌های تعاملی برای شبیه‌سازی رفتارهای رقابتی، تحلیل پیامدهای همکاری یا عدم همکاری و طراحی سازوکارهای انگیزشی، می‌تواند به‌عنوان ابزار سیاست‌گذاری در سطح صنعت مورد استفاده قرار گیرد.

مجموعه راهکارهای ارائه‌شده در این پژوهش، با هدف ارتقای به‌کارگیری اقتصاد اشتراکی در صنایع کوچک، طراحی شده‌اند تا بتوانند به‌صورت هم‌افزا، موانع موجود را رفع کرده و ظرفیت‌های بالقوه را بالفعل سازند. این راهکارها، از آموزش و آگاهی‌بخشی گرفته تا اصلاح ساختارها، تقویت تعاملات نهادی و ارتقای فرهنگ همکاری، همگی در راستای بهینه‌سازی زنجیره تأمین و افزایش تاب‌آوری صنعتی عمل می‌کنند. اجرای این پیشنهادات نیازمند اراده سیاسی، مشارکت چندسطحی و طراحی سازوکارهای اجرایی دقیق است. در صورت تحقق این الزامات، می‌توان انتظار داشت که صنایع کوچک، با بهره‌گیری از مدل‌های مشارکتی، به سطحی از پایداری، انعطاف‌پذیری و رقابت‌پذیری برسند که نه‌تنها در بازار داخلی، بلکه در عرصه بین‌المللی نیز نقش‌آفرینی مؤثرتری داشته باشند.

### تعارض منافع

برای ارایه مطالب و نگارش این مقاله هیچ‌گونه کمک مالی از هیچ فرد، نهاد و سازمانی دریافت نشده است و نتایج و دستاوردهای این مقاله به نفع یا ضرر سازمان یا فردی خاص نخواهد بود. حضور نویسندگان در این پژوهش به عنوان شاهدهی بی‌طرف ولی متخصص بوده است و نویسندگان هیچ‌گونه تعارض منافی ندارند.

### References

- Agarwal, N., & Steinmetz, R. (2019). Sharing economy: A systematic literature review. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 16(06), 1930002.
- Agarwal, S., & Steinmetz, R. (2019). Sharing economy: A pathway to sustainable consumption. *Journal of Cleaner Production*, 238, 117928. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.117928>
- Al Naimat, A., & Davies, L. (2025). A Systematic Literature Review of Supply Chain Management Strategies and SME Performance: A Retrospective Analysis, Current Trends and Future Opportunities. *Engineering Economics*, 36(2), 192–211. <https://doi.org/10.5755/j01.ee.36.2.39372>
- Alam, M. C., Setiawan, B., Hery Toiba, Maulidah, S., & Rahman, M. S. (2025). Supply chain management practices of SMEs in developing countries: Bibliometric and systematic reviews. *Agricultural Economics (Zemědělská Ekonomika)*, 71(2), 99–112. <https://doi.org/10.17221/290/2024-agricecon>

- Amani, M., Ashrafi, A., & Dehghanan, H. (2017). Barriers to green supply chain adoption using fuzzy DEMATEL technique. *Intelligent Business Management Studies*, 5(19), 147-179. <https://doi.org/10.22054/ims.2017.7098>. [In Persian]
- Ameri Shahrabi, F., & Heydari Heratameh, M. (2020). The impact of national socio-cultural values on individuals' willingness to participate in the peer-to-peer sharing economy. *Journal of Sociology*, 14(3), 77-99. <http://noo.rs/PeGkj> [In Persian]
- Amiri Khani, T., & Alikhani, S. H. (2016). Organizational key performance indicators and performance improvement: A balanced scorecard approach. *Journal of Industrial Management*, 5(4), 101-118. [In Persian]
- Anzion, L. J., Schaafsma, F. G., Boot, C. R. L., Formanoy, M. A. G., & Schelvis, R. M. C. (2025). Changes in mental models of middle management during mental health intervention implementation. *BMC Public Health*, 25, Article 623. <https://doi.org/10.1186/s12889-025-21702-x>
- Awli, O., & Lau, E. (2023). Digital and sharing economy for sustainable development: A bibliometric and systematic review. *Economies*, 11(4), 105. <https://doi.org/10.3390/economies11040105>
- Bafandeh Z, A., Nourouzi, D., & Ali, S. (2010). A study of the problems of managers of small and medium-sized enterprises (SMEs) in East Azerbaijan province. *Journal of Industrial Management*, 5(13), 41-54. [In Persian]
- Bashatah, L. S. (2016). Q-methodology: What and how. *Journal of Research & Method in Education*, 6(5), 37-43.
- Brown, R. L. (2017). Small business owners' views and perceptions of human resource management practices: A Q methodology study. [Doctoral dissertation, University of Phoenix].
- Brown, S. R. (1996). Q methodology and qualitative research. *Qualitative Health Research*, 6(4), 561-567.
- Campen, J., & Thomas, M. (2014). Q methodology and the study of subjectivity in psychology. *Journal of Human Inquiry*, 18(2), 45-61.
- Cross, R., Tan, B., & Chen, Y. (2020). A scientometric review of sharing economy research. *Technological Forecasting and Social Change*, 158, 120130. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120130>
- Daniels, K., & Johnson, G. (2002). Task and institutional influences on managers' mental models of competition. *Organization Studies*, 23(1), 31-62. <https://doi.org/10.1177/0170840602231002>
- Delart, J. (2019). Consumer behavior in the sharing economy: Layers of adoption. *Journal of Consumer Studies*, 33(4), 289-305.
- Dellaert, B. G. (2019). The consumer production journey: Marketing to consumers as co-producers in the sharing economy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(2), 238-254.
- Energy supply chains between transition and disruption – Energy Technology Perspectives 2023 – Analysis. (n.d.). IEA. <https://www.iea.org/reports/energy-technology-perspectives-2023/energy-supply-chains-between-transition-and-disruption>
- Ercan Emin Cihan. (2025). Navigating supply chain paradoxes: a cognitive framework for managerial strategy based on systematic literature synthesis. *Journal of Enterprise Information Management*, 1-40. <https://doi.org/10.1108/jeim-01-2025-0029>
- Frenken, K., & Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 3-10. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2017.01.003>

- Gabor, M. R. (2013). Q-methodology (Q factor analysis): Particularities and theoretical considerations for marketing data. *International Journal of Arts and Commerce*, 2(4), 116-126.
- Golsheni, A., Khadivior, A., & Abbasi, F. (2018). Modeling the factors affecting individuals' participation in mobile applications related to the sharing economy in Iran. *Information Management*, 5(1), 210-225. [In Persian]
- Govindan, K., Shankar, K. M., & Kannan, D. (2020). Achieving sustainable development goals through identifying and analyzing barriers to industrial sharing economy: A framework development. *International Journal of Production Economics*, 227, Article 107575. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.107575>
- Govindan, K., Shankar, M., & Kannan, D. (2020). Barriers to implementing sharing economy in small industries. *Journal of Cleaner Production*, 245, 118-129. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118129>
- Grandis, G. (2019). B2B sharing economy: Legal and competitive challenges. *International Journal of Business Strategy*, 19(3), 45-58.
- Gray, B., & Wood, D. J. (2011). Collaborative alliances: Moving from practice to theory. *Journal of Applied Behavioral Science*, 27(1), 3-22.
- Gribayte, R., & Stankeviciene, J. (2016). Cultural and infrastructural barriers in Lithuania's sharing economy. *Baltic Journal of Economics*, 12(1), 67-84.
- Grondys, K. (2019). Implementation of the sharing economy in the B2B sector. *Sustainability*, 11(14), 3976.
- Grybaitė, V., & Stankevičienė, J. (2016). Motives for participation in the sharing economy—evidence from Lithuania. *Ekonomia i Zarządzanie*, 8(4), 7-17.
- Hadavinejad, M., & Shokoohi, F. (2018). Identifying mental models regarding departure from organizational leadership line based on Q methodology. *Strategic Management Thought*, 12(2), 236-262. <https://doi.org/10.30497/smt.2018.2591> [In Persian]
- Hasangholi Pour, T., Behmeni, M., Irian, M. J., Aghazadeh, H., & Anusheh, M. (2015). Designing a market expansion model for small and medium-sized industries (case study: food and beverage industries). *Journal of Entrepreneurship Development*, 8(1), 21-40. [In Persian]
- Hati, S. R. H., Balqiah, T. E., Hananto, A., & Yuliati, E. (2021). A decade of systematic literature review on Airbnb: The sharing economy from a multiple stakeholder perspective. *Heliyon*, 7(10). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08222>
- Hedavand, D., Naderi, N., & Rezaei, B. (2023). Designing a development model for small and medium-sized businesses with an emphasis on the role of resilient economy. *International Business Management*, \*20\*(5), 137-158. <http://noo.rs/VgrxF>. [In Persian]
- Hemmati, M., Feiz, D., Azar, A., & Zarei, A. (2020). Identifying the Mental Models of Managers of Food Industry Companies Regarding Barriers to Export Development. *Journal of Business Management*, 12(1), 198-226.
- Hu, J., Liu, Y. L., Yuen, T. W., Lim, M. K., & Hu, J. (2019). Do green practices really attract customers? The sharing economy from the sustainable supply chain management perspective. *Resources, Conservation and Recycling*, 149, 177-187.
- Hussaini Nia, G., Bakhtiari, M., & Sajjadi, S. A. (2022). Conceptual analysis of the sharing economy to design a framework for entrepreneurial financing. *Journal of Vocational Education*, 9(35), 7-28. [In Persian]

- Hwang, J., Oh, S., & Jang, S. (2021). Consumer perceptions of influencer marketing: Application of Q methodology and implications for business communication. *Business Communication Research and Practice*, 4(2), 92-103.
- Ishara Rathnayake, Ochoa, J. J., Gu, N., Raufdeen Rameezdeen, Statsenko, L., & Sandhu, S. (2024). Strategies for Enhancing Sharing Economy Practices Across Diverse Industries: A Systematic Review. *Sustainability*, 16(20), 9097–9097. <https://doi.org/10.3390/su16209097>
- Javan, D., Kazem, M., & Khorshidi, G. H. (2020). Developing a collaborative marketing model for small and medium-sized enterprises (SMEs) to enter and actively participate in markets (case study of the food industry in West Azerbaijan province). *Journal of Business Management Perspectives*, 19(42), 153-172. <https://doi.org/10.52547/jbmp.19.42.153> [In Persian]
- Kampen, J. K., & Tamás, P. (2014). Overly ambitious: Contributions and current status of Q methodology. *Quality & Quantity*, 48, 3109-3126.
- Khalaj, M., Shafiei Roodposhti, M., Azari, A., & Shahbazi, M. (2020). Identifying the dimensions and components of the sharing economy in production systems (Case study: Qom auto parts companies). *Journal of Production Management and Operations*, 11(2), 45-67. <https://doi.org/10.22108/jpom.2020.122932.1272> [In Persian]
- Khoshgiovian Fard, A. (2006). Q methodology. Broadcasting Organization Research Center Publications. [In Persian]
- Kindström, D., Carlborg, P., & Nord, T. (2024). Challenges for growing SMEs: A managerial perspective. *Journal of Small Business Management*, 62(2), 700–723. <https://doi.org/10.1080/00472778.2022.2082456>
- Kraus, S., Li, H., Kang, Q., Westhead, P., & Tiberius, V. (2020). The sharing economy: A bibliometric analysis of the state-of-the-art. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(8), 1769-1786.
- Lajevardi, S., Bakhtiary, M. J., & Hesari, B. (2021). Understanding environmental awareness through green marketing: An empirical study using Q-methodology. *Iranian Journal of Management Studies*, 14(3), 609-628. [In Persian]
- Lee, J. H., Choi, J. W., & Kim, K. Y. (2015). Segmenting Korean millennial consumers of sharing economy services on social networking: A psychographic-based approach. *Journal of Internet Computing and Services*, 16(6), 109-121.
- Mardasi, G. R., Yousefzadeh, M., Baradaran, M., & Forouzani, M. (2017). Professional identity representation of Shushtar farmers: A Q methodology study. *Journal of Rural Researches*, 8(1), 100-121. [In Persian]
- Maximilian Schnippering. (2023, December 11). Why supply chain resilience is key to the energy transition. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/stories/2023/12/supply-chain-resilience-key-to-energy-transition/>
- Miller, G. J., Brandler, S., Roman, C. P., & Yang, K. (2007). Handbook of research methods in public administration. CRC Press.
- Momeni, M., & Ghoomi, A. (2009). Tahlil-haye Ameri ba Estefadeh az SPSS (Statistical analysis using SPSS) (3rd ed.). Ketab-e No. [In Persian]
- Mondal, A., & Samadar, R. (2020). Sharing economy in tourism: A behavioral perspective. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100666. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100666>

- Mondal, S., & Samaddar, K. (2020). Issues and challenges in implementing sharing economy in tourism: a triangulation study. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 32(1), 64–81. <https://doi.org/10.1108/meq-03-2020-0054>
- Mousavi Rashidi, S. H., Makizadeh, V., & Hassanpour Ghorogchi, S. (2021). Identifying and classifying factors affecting product selection in sharing businesses using exploratory factor analysis. *Journal of Consumer Behavior*, 8(4), 1-24. [In Persian]
- Naradda Gamage, S. K., Ekanayake, E., Abeyrathne, G., Prasanna, R., Jayasundara, J., & Rajapakshe, P. (2020). A Review of Global Challenges and Survival Strategies of Small and Medium Enterprises (SMEs). *Economies*, 8(4), 79. <https://doi.org/10.3390/economies8040079>
- Nasiraei, A., Pouya, A., & Leginyan, M. (2016). A combined Q methodology and QFD approach for identifying and classifying customer requirements in the early stage of product development. *Journal of Industrial Management Outlook*, 6(3), 55-75. [In Persian]
- Nazifi, S., Shojaee, S., Samei, R., & Mosteghimi, M. R. (2021). Identifying mental models of entrepreneurial banking: Using the Q methodology. *Journal of Management Research in Iran*, 23(2), 79-100. [In Persian]
- NOORI, SIAMAK, & MORADI, YAZDAN. (2019). Investigating the barriers perceived by small and medium industries (SMEs) in technological cooperation with universities. *JOURNAL OF INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP*, 7(15), 41-58. SID. <https://sid.ir/paper/398092/en>
- Öberg, C. (2023). Towards a typology of sharing economy business model transformation. *Technovation*, 123, 102722.
- Ouli, M., & Love, J. H. (2023). Digital economy and sustainability: Intersections with the sharing economy. *Sustainability*, 15(2), 456. <https://doi.org/10.3390/su15020456>
- Previte, J., Pini, B., & Haslam-McKenzie, F. (2007). Q methodology and rural research. *Sociologia Ruralis*, 47(2), 135-147.
- Pruitt, B., McDermott, R., & Sanders, T. (2007). Discourse space and Q methodology. *Journal of Qualitative Inquiry*, 13(4), 301–317.
- Rahimi Aghdam, S., Ahmadian, A., & Aylar. (2023). Investigating the impact of strategic agility on the international success of small and medium enterprises with the mediating role of network-based growth. *International Business Management Research Journal*, \*6\*(2), 177-194. [In Persian]
- Rizvani, M., & Kalabi, A. M. (2012). Conceptualization of entrepreneurial strategies in the marketing of small and medium enterprises of the food industry entrepreneur. *Business Management Perspective*, 11(11). [In Persian]
- Rolf, B., Beier, A., Jackson, I., Müller, M., Reggelin, T., Heiner Stuckenschmidt, & Lang, S. (2024). A review on unsupervised learning algorithms and applications in supply chain management. *International Journal of Production Research*, 1–51. <https://doi.org/10.1080/00207543.2024.2390968>
- Rouholamini, S., & Feizi, D. (2019). Analysis of the impact of strategic thinking on strategic innovation in small and medium-sized enterprises (Case study: Khazra Industrial Park, Kerman). *Journal of Industry and University*, 21(6), 37-48. [In Persian]
- Ryden, P., Ringberg, T., & Wilke, R. (2015). How managers' mental models influence the adoption of new technologies. *Journal of Business Research*, 68(3), 527–535.
- Shafiei Nikabadi, M. (2025). A model for key competencies of value chain and supply chain managers. *Strategic Value Chain Management*, 2(1), 25–40. <https://doi.org/10.22075/svcm.2025.36997.1025>

- Shariatnejad, A., Yarahmadi, L., & Ghafouri, Z. Understanding the phenomenon of strategic regret at the strategic levels of international companies. *Journal of International Business Administration*, 7(1), 1-19.
- Stejskalová, I., Sláma, J., Kincl, T., Dvořáková Lišková, Z., & Šindelková, M. (2025). Gathering research evidence in the succession process in SMEs using Q-methodology. *Deturope*, 17(1), 114-132. <https://www.deturope.eu/pdfs/det/2025/01/05.pdf>
- Stoddard, E., Bhandari, S., Sherratt, F., Bone, L., & Russell, S. (2025). Exploring perceptions of mental wellness interventions in construction using Q-methodology. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 22(1), 52. <https://doi.org/10.3390/ijerph22010052>
- Taherinia, M., Mousavi, S. N., Saeedi, A., & Mousavi, S. N. (2021). Analysis and Evaluation of Managers' Mentality in Smartening Startups in the Post-Corona Era. *Journal of International Business Administration*, 4(2), 127-145.
- Van Oortmerssen, L. A., Peeters, E. R., Kampermann, A., & Van Montfoort, I. (2025). The Q method as research and intervention tool in organizations: A systematic literature review. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*, 12(5), 112-136. <https://doi.org/10.1108/JOEPP-02-2024-0066>
- Watts, S., & Stenner, P. (2005). Doing Q methodology: Theory, method and interpretation. *Qualitative Research in Psychology*, 2(1), 67-91. <https://doi.org/10.1191/1478088705qp022oa>
- Wu, P., & Wang, Y. (2021). Investigating business English teachers' belief about online assessment: Q methodology conducted during COVID-19 period. *The Asia-Pacific Education Researcher*, 30(6), 621-630.
- Yoshizawa, G., Iwase, M., Okumoto, M., Tahara, K., & Takahashi, S. (2016). Q workshop: An application of Q methodology for visualizing, deliberating and learning contrasting perspectives. 11(13), 6277-6302.
- Zhou, L., & Luo, R. (2025). Business model innovation under the sharing economy: A comprehensive review. *Accounting and Corporate Management*, 7(3), 22-39. <https://doi.org/10.23977/accm.2025.070310>
- Zhu, J., Lin, N., Zhu, H., & Liu, X. (2023). Role of sharing economy in energy transition and sustainable economic development in China. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(2), 100314.
- Ziemiański, P., Stankiewicz, K., Tomczak, M. T., & Krawczyk-Bryłka, B. (2021). The congruence of mental models in entrepreneurial teams – implications for performance and satisfaction in teams operating in an emerging economy. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. <https://doi.org/10.1108/jeee-02-2020-0033>