



جغرافیا و روابط انسانی، بهار ۱۴۰۱، دوره ۴، شماره ۴، صص ۴۱۶-۳۹۹

شناسایی ویژگی‌های کارآفرینانه، عوامل حمایتی و ایستار اعضای شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک علم و فناوری استان کرمان

منصوره کاشف‌گنج‌دره^۱، کورش رضائی‌مقدم^{۲*}، مهسا فاطمی^۳

۱. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز، دانشکده کشاورزی، بخش ترویج و آموزش کشاورزی، شیراز، ایران (kashef.suri@gmail.com)

۲. استاد، دانشگاه شیراز، دانشکده کشاورزی، بخش ترویج و آموزش کشاورزی، شیراز، ایران (rezaei@shirazu.ac.ir)

۳. دانشیار، دانشگاه شیراز، دانشکده کشاورزی، بخش ترویج و آموزش کشاورزی، شیراز، ایران (mahsafatemi@shirazu.ac.ir)

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۱۶

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۲۲

چکیده

هدف از پژوهش حاضر واکاوی عوامل مؤثر بر ایستار اعضای شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک علم و فناوری استان کرمان نسبت به اصول مدیریت تداوم کسب‌وکار بوده که با فن پیمایش انجام گرفت. جامعه آماری نیز مشتمل بر تمام اعضای شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک علم و فناوری استان کرمان ($N=1630$) نفر بود که حجم نمونه با استفاده از جدول کرجسی و مورگان و طبق روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی با انتساب متناسب، ۲۱۸ نفر (شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی و غیرکشاورزی) انتخاب شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه‌ای محقق ساخته بود، که برای تعیین روایی آن از پانل متخصصان استفاده شد. همچنین به منظور سنجش پایایی ابزار تحقیق با انجام مطالعه راهنما خارج از نمونه مورد مطالعه، ضرایب آلفای کرونباخ بین ۰/۶۷ تا ۰/۹۴ محاسبه گردید. نتایج نشان داد که شرکت‌ها از روحیه کارآفرینی بالایی برخوردارند به گونه‌ای که اعضاء، با مسئولیت‌پذیری، تمایل به انجام فعالیت‌های گروهی را دارند. یافته‌ها همچنین نشان‌دهنده ریسک‌پذیری متوسط اعضای شرکت‌ها است. شرکت‌ها از نظر ایستار نسبت به اصول مدیریت تداوم کسب‌وکار متوسط رو به بالا هستند. به لحاظ ویژگی‌های محیطی نیز نتایج نشان داد که شرکت‌ها از نظر خلق محصول جدید وضعیت مطلوبی داشته؛ اما از لحاظ فرآیند توسعه محصول در حد متوسط بوده‌اند؛ همچنین از نظر هوش رقابتی در حد متوسط رو به بالایی هستند. یافته‌ها از نظر عوامل زمینه‌ای نشان داد که فضای کسب‌وکار برای شرکت‌ها چندان مطلوب نیست. از سوی دیگر، سیاست‌های دولتی نیز برای شرکت‌های دانش‌بنیان در حد مطلوبی ارزیابی نشد. در نهایت، طبق نتایج رگرسیون چندمتغیره، پنج متغیر هوش رقابتی، فضای کسب‌وکار، خلق محصول جدید، ریسک‌پذیری و سیاست‌های دولتی، جمعاً ۵۸ درصد از تغییرات ایستار اعضای شرکت‌ها نسبت به اصول مدیریت تداوم کسب‌وکار را تبیین کردند.

کلمات کلیدی: ایستار، مدیریت تداوم کسب‌وکار، شرکت‌های دانش‌بنیان، کارآفرینی، پارک علم و فناوری

مقدمه

در دنیای کنونی و شرایط جدید کسب‌وکار و چالش‌های مرتبط با آن، بقاء و سودآوری سازمان‌ها دچار افت‌وخیزهای پرمخاطره‌ای شده است (علی‌بخشی، ۱۳۹۴). تمامی فعالیت‌های کسب‌وکار به نوعی با خطر و قفه، مواجه هستند. بحران‌ها همیشه از جنس آتش یا انفجار و یا سیل نیستند. بحران‌ها گاهی ظاهری آرام دارند و فقط تداوم کسب‌وکار یک سازمان را به خطر می‌اندازند. از سائیتی که مخازن آن در آتش مواد اولیه نفتی یا پلیمری می‌سوزد تا سازمانی که مغازه‌ها و انبارهای آن در سیطره آتش هستند تا سازمانی که فقط آب باران از سقف آن چکه می‌کند و یا در اثر یک اتصال کوتاه، سیستم برق آن کاملاً قطع شده است و همه اطلاعات فنی و سری از دسترس خارج شده است و یا سازمانی که ساختمان اصلی آن در اثر وقوع سیل یا آتش‌سوزی، از بین رفته است، همه با بحران مواجه هستند و در تمام آن‌ها عده‌ای مشغول عملیات اطفاء حریق یا بازگردانی و بازیابی اطلاعات مالی مشتریان هستند و نیاز دارند تا هم برای گذر از حادثه، طرحی اندیشیده شود و هم تولید و یا فروش از سر گرفته شود (Tammineedi, 2010).

وقوع بحران و از دست رفتن درآمد، در کنار هزینه‌های مستقیم مدیریت حادثه قطعاً به کاهش سود و یا ضرر خواهد انجامید. ابزارهایی همچون بیمه هم نمی‌توانند تمامی این هزینه‌ها و یا مشتری‌های از دست رفته را جبران کنند. در چنین شرایطی است که مدیریت تداوم کسب‌وکار الزامی به نظر می‌رسد. مراکز خدماتی و آموزشی و همچنین کارخانجات صنعتی باید مجهز به برنامه‌ای مدون برای موقعیت‌های مختلف باشند. برنامه و چارچوبی مبتنی بر برنامه تداوم کسب‌وکار که در برگیرنده جنبه‌های خطرآفرین از پهنه گسترده‌ای از مخاطرات حاصل از اقدامات انسانی یا حتی طبیعی باشد (علی‌بخشی، ۱۳۹۴). امروزه فرآیند تداوم کسب‌وکار به موازات پیشرفت اقتصادی و تحولات صورت گرفته در قلمرو علم و صنعت نقشی برجسته در بنیان سازمان‌های مختلف دارد. به این ترتیب که قدرت و توانایی یک سازمان برای حفظ و استمرار فعالیت‌های محوری خود پس از بروز حادثه در سیستم از یک سو و سرعت بازیابی آن سازمان و برگشت به وضعیت عادی از عوامل اساسی موفقیت یا شکست قلمداد می‌شود (Al-Tamimi & Al-Mazrooei, 2007).

در دهه‌های گذشته رشد و توسعه بنگاه‌های کارآفرینی و دانش بنیان از نقطه نظرهای متفاوت در مرکز توجه محققان قرار گرفته است و نگاه‌های اقتصادی، اجتماعی و استراتژیک و حتی روانشناسی به این امر مطرح شده است. مشکل این گونه تحقیقات علی‌رغم جنبه‌های مثبت آن‌ها، مطرح نشدن نگاهی همه‌جانبه، عام و روشنگر نسبت به این بنگاه‌ها است. برای مثال، آن‌هایی که از منظر روانشناسی، رشد بنگاه را بررسی کرده‌اند به شخصیت افراد مؤسس و کارآفرینان توجه می‌کنند؛ مطالعات استراتژیک نیز به محیط کسب‌وکار، استراتژی کسب‌وکار و رشد محدود شده است و در حوزه اقتصاد هم بیشتر به رابطه رشد و اندازه بنگاه پرداخته شده است. در نتیجه، برخی صاحب‌نظران معتقدند که ادبیات رشد و پایداری بنگاه، از یک نگاه کلی و همه‌جانبه محروم بوده است (علی‌بخشی، ۱۳۹۴). حدود ۲۰ درصد از کسب‌وکارهای نوپا هر سال در معرض فروپاشی قرار می‌گیرند. این امر تأثیری گاه مخرب هم بر مشتریان هم بر بازار می‌گذارد که لطمات مالی و نیز قانونی در پی داشته و حتی

شهرت و اعتبار سازمان یا کسب و کار را خدشه دار می کند (دلفانی و همکاران، ۱۳۹۷). این شرکت ها هنوز جوان و در حال رشد هستند و به دلیل دانش محور بودن، مواجهه با پویایی های رقابتی بازار و انواع حوادث مختلف، نیاز به مدیریت تداوم کسب و کار دارند. با وجود اثربخشی قابل ملاحظه این شرکت ها، آمارها نشان می دهد که بیشتر این شرکت ها در طول زمان یا از بین می روند یا کوچک باقی می مانند و تنها تعداد اندکی از آن ها به شرکت های بزرگ تر تبدیل می شوند (خیاطیان و همکاران، ۱۳۹۵).

این پدیده بخشی جدایی ناپذیر از رویکردهای تداوم کسب و کار است که باید با دیگر عوامل به شکل یکپارچه درآیند. انسجام، توصیف کننده ظرفیت افراد و سیستم ها برای تسهیل عملکرد سازمانی و حفظ ارتباطات عملکردی در مواقع بروز وقفه است که در نتیجه قابلیت سازمان را در به کارگیری منابع خود و شایستگی هایش در مدیریت منابع، پاسخ ها و تغییرات نشان می دهد. این کار به نوعی ظرفیت سازگاری و حفظ کارکردهای مطلوب سازمان تحت چالش و فشار را نشان می دهد (Paton & Johnston, 2006). لذا آگاهی و اجرای اصول مدیریت تداوم کسب و کار شرکت های دانش بنیان موجب هموار شدن مسیر پیش روی آن ها خواهد شد. این پژوهش کمکی در پیاده سازی مدیریت تداوم کسب و کار در این شرکت ها است و نتایج آن به بهبود سازوکارهای اقتصادی و مدیریتی کمک خواهد کرد.

تداوم کسب و کار در صنایع ایران مورد بررسی قرار گرفته و ضمن معرفی و سیر تاریخی تکامل آن، خلاصه ای از نتایج پژوهش انجام گرفته درباره مطالعه روند بکارگیری این سیستم مدیریتی، در سه بخش مختلف از صنایع ایران شامل خودروسازی، مواد شیمیایی/نفت و فرآورده های نفتی و محصولات غذایی ارائه شده است (معبودیان و رضایی، ۱۳۹۳). در این خصوص مواردی از قبیل شرایط حاکم بر محیط کسب و کار در این صنایع، سرعت و شدت تغییرات، اختلالات تجربه شده از سوی سازمان های حاضر در هر یک از صنایع نام برده و نیز میزان آشنایی و آگاهی مدیران با رهیافت های تداوم کسب و کار، به ویژه سیستم مدیریت تداوم کسب و کار بررسی گردیده است. در سطح صنایع بزرگ و در سطح استانی نیز بررسی عوامل مؤثر بر پایداری کسب و کارهای خرد در بخش کشاورزی صورت گرفته است (مقصودی، ۱۳۹۶). بر اساس نتایج این مطالعه، متغیر میزان سرمایه گذاری بیشترین تأثیر را بر پایداری کسب و کارهای خرد کشاورزی دارد.

در مطالعه دیگری، سعی شده است تا قابلیت های سیستم مدیریت تداوم کسب و کار مبتنی بر سیستم مدیریت نوین در ایجاد ایستار مشترک و وحدت رویه در تدوین و پیاده سازی برنامه های ملی و بین المللی واکنش به شرایط اضطراری و مدیریت بحران تبیین شود (سعیدآوی و برادران، ۱۳۹۳). نتایج این پژوهش نشان داد که با وجود آن که ایران تاکنون با وقوع بلایا و بحران های طبیعی و غیرطبیعی بسیاری مواجه بوده، برنامه هایی نیز در ارتباط با مقوله مدیریت بحران در کشور اجرا و تجربه شده است. با این حال همچنان نیاز اساسی به اجرای همه جانبه مدیریت کسب و کار بصورت فراگیر و به تبع آن واکاوی دانش مدیران در حوزه های مختلف علم و فن آوری احساس می شود.

مدل‌هایی نیز برای سنجش میزان آمادگی سازمان‌ها برای پیاده‌سازی سیستم مدیریت تداوم کسب‌وکار پیشنهاد شده است. چنین مدل‌هایی می‌توانند در تعیین سازه‌های مؤثر بر ایستار مدیران و اعضای انواع شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک علم و فناوری موثر واقع شوند. شایان ذکر است که ارزیابی تاب‌آوری مدل‌های اقتصادی حائز اهمیت خاصی است با این استدلال که برای رسیدن به رهیافت‌های کل نگر و استراتژیک تداوم کسب و کار، مدل‌های کسب و کار باید به بخشی از ملاحظات تداوم کسب‌وکار تبدیل شوند و این امر مستلزم گسترش دامنه اصول تداوم کسب‌وکار از حفظ ارزش تا ایجاد ارزش است (Niemimaa et al., 2019; Rezaei-Moghaddam et al., 2012). بنابراین باید رهیافتی از مدیریت تداوم کسب‌وکار استراتژیک را پیشنهاد کرد که از دو بخش تشکیل شده است: (۱) تداوم الگوی کسب‌وکار شرکت (حفظ ارزش) و (۲) ارزیابی و اصلاح مدل کسب‌وکار (ایجاد ارزش). آگاهی از مفاهیمی از قبیل حفظ ارزش و ایجاد ارزش در سطوح مدیریتی در قلمرو مدیریت کسب‌وکار تأثیر به‌سزایی بر ایجاد ایستار صحیح مدیران دارد. تا به حال کمتر مطالعه‌ای در رابطه با ایستار مدیران و اعضای شرکت‌های زیرمجموعه پارک علم و فناوری، به اصول مدیریت تداوم کسب‌وکار و سازه‌های مؤثر بر آن و به طور کلی نگاه سیستماتیک به این مقوله پرداخته است و بیشتر مطالعات جنبه فناوری و تجهیزات را در بر می‌گیرند؛ بنابراین این مقوله جای واکاوی و بررسی بیشتر دارد. به همین منظور هدف از مطالعه حاضر، واکاوی ویژگی‌های مختلف فردی، محیطی بین اعضای شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک علم و فناوری استان کرمان و همچنین شناسایی عوامل زمینه‌ای مؤثر بر ایستار اعضاء این شرکت‌های دانش‌بنیان در خصوص مدیریت تداوم کسب‌وکار است.

روش پژوهش

در این پژوهش ابتدا مطالعات نظری و مجموعه‌ای از مدل‌های مرتبط با مدیریت تداوم کسب‌وکار و مطالعاتی درباره پایداری کسب‌وکار شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک علم و فناوری و متغیرهای مرتبط با هر یک انجام شد. در ادامه برای استخراج آن دسته از عوامل و متغیرهایی که در پاسخ به سؤالات پژوهش در جامعه مورد بررسی نقش داشته‌اند، مصاحبه‌هایی با اعضای شرکت‌های دانش‌بنیان انجام شد. این پژوهش از نوع پیمایشی است و برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه‌های ساختارمند استفاده شد. روایی صوری پرسشنامه توسط اساتید بخش ترویج و آموزش کشاورزی دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. همچنین به منظور سنجش پایایی، از طریق انجام مطالعه راهنما و محاسبه ضرایب آلفای کرونباخ متغیرها استفاده شد تا اصلاحات نهایی در پرسشنامه لحاظ گردد. برای بررسی پایایی ابزار سنجش ۳۰ نفر از اعضاء شرکت‌های دانش‌بنیان در شهرستان‌های رفسنجان و کرمان که خارج از نمونه مورد مطالعه بودند، انتخاب شدند و به تکمیل پرسشنامه اقدام شد. سپس ضریب آلفای کرونباخ توسط نرم‌افزار SPSS، نسخه ۲۱ سنجیده شد بعد از اصلاحات صورت گرفته به مطالعه نمونه اصلی پژوهش پرداخته شد. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب استفاده شد و به منظور تعیین حجم نمونه با استفاده از جدول کرجسی و

مورگان (Kerjcie & Morgan, 1970) تعداد ۲۱۸ نفر از اعضاء (شرکت‌های کشاورزی و غیرکشورزی) به عنوان نمونه انتخاب شد. هم‌چنین، در این مطالعه، آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، ضریب تغییرات، کمینه و بیشینه) و آمار استنباطی (رگرسیون چندگانه) مورد استفاده قرار گرفت.

یافته‌ها و بحث

معرفی ویژگی‌های فردی اعضاء شرکت‌های موزد مطالعه

اعضای شرکت‌های مورد مطالعه از لحاظ توزیع گروه‌های سنی به چهار گروه طبقه‌بندی شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد که میانگین سنی اعضاء شرکت‌های دانش بنیان مورد مطالعه ۳۶/۵۰ با انحراف معیار ۶/۱ بوده و دامنه سنی اعضاء شرکت‌های دانش بنیان بین ۲۴ تا ۵۵ سال قرار دارد. هم‌چنین بیشترین درصد فراوانی اعضاء بین طبقه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال (۶۲/۴) و کمترین درصد فراوانی متعلق به طبقه سنی ۵۰ سال به بالا (۱/۴) است. از سوی دیگر، نتایج حاصل از بررسی فراوانی سطح تحصیلات پاسخگویان نشان داد که بیشترین درصد فراوانی مربوط به افرادی است که دارای تحصیلات فوق لیسانس (۵۲/۳) و کم‌ترین درصد فراوانی متعلق به افراد دارای مدرک لیسانس (۸/۷) بوده است.

بر اساس نتایج جدول ۱، مربوط به سرمایه مورد نیاز برای شروع کسب‌وکار در شرکت‌های مورد مطالعه، سرمایه مورد نیاز بین ۱۰۰ تا ۵۰۰ میلیون تومان، بیشترین درصد (۴۵/۹) و سرمایه مورد نیاز ۵۰۰ میلیون به بالا، کمترین درصد (۱۴/۲) را داشته است.

جدول ۱- توزیع فراوانی شرکت‌های دانش‌بنیان براساس سرمایه اولیه

سرمایه اولیه (میلیون تومان)	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی
کم تر از ۱۰۰	۸۷	۳۹/۹	۳۹/۹
بین ۱۰۰ تا ۵۰۰	۱۰۰	۴۵/۹	۸۵/۸
۵۰۰ به بالا	۳۱	۱۴/۲	۱۰۰
کمینه: ۱۰۰۰۰۰۰۰			بیشینه: ۵۰۰۰۰۰۰۰۰

روحیه کارآفرینی

یافته‌های حاصل از توزیع فراوانی میزان روحیه کارآفرینی اعضا در شرکت‌های مورد مطالعه (جدول ۲) نشان می‌دهد که شرکت‌ها از روحیه کارآفرینی بالایی با توجه به طیف آن برخوردارند. میانگین روحیه کارآفرینی شرکت‌ها ۳۱/۸۶ است، کمترین میانگین ۲۴ و بیشترین ۴۰ است. این آمار نشان می‌دهد که ویژگی شرکت‌های دانش بنیان با ویژگی افراد با روحیه کارآفرینی بالا مطابقت دارد. باید اضافه کرد که بیشتر شرکت‌کنندگان به میزان تقریباً مشابه به "انجام فعالیت‌ها به بهترین شکل" و "فعالیت‌هایی که توانایی آن‌ها را افزایش می‌دهد"،

علاقه نشان می‌دهند. در مرحله بعد از اهمیت "گویه‌های مسئولیت‌پذیری" و "علاقه به انجام کارهای گروهی" قرار می‌گیرند که همچنان رتبه‌ی بالایی دارند. "داشتن اعتماد به نفس کافی" و "قدرت تحلیل مشکلات در انجام فعالیت‌ها" به اندازه گویه‌های قبلی نمود نداشته است. به نظر می‌رسد "اهمیت به نتایج پیروزی و شکست" نقش حائز اهمیت خود را در بالا بردن روحیه کارآفرینی دارد.

جدول ۲- توزیع فراوانی میزان روحیه کارآفرینی اعضا در شرکت‌های دانش بنیان

رتبه‌ای	کاملاً موافقم		موافقم		نظری ندارم		مخالفم		کاملاً مخالفم		روحیه کارآفرینی
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۴/۱۶	۲۴/۸	۵۴	۶۹/۳	۱۵۱	۳/۷	۸	۲/۳	۵	۰	۰	مسئولیت‌پذیری
۴/۳۲	۳۲/۶	۷۱	۶۷/۴	۱۴۷	۰	۰	۰	۰	۰	۰	علاقه به فعالیت‌هایی که توانایی را افزایش می‌دهد.
۳/۷۸	۸/۷	۱۹	۷۱/۶	۱۵۶	۹/۲	۲۰	۱۰/۶	۲۳	۰	۰	آینده نگری
۳/۳۶	۱۶/۵	۳۶	۴۱/۷	۹۱	۷/۸	۱۷	۲۹/۸	۶۵	۴/۱	۹	اهمیت به نتایج پیروزی و شکست
۴/۳۳	۳۳	۷۲	۶۷	۱۴۶	۰	۰	۰	۰	۰	۰	انجام فعالیت‌ها به بهترین شکل
۴/۰۵	۱۶/۱	۳۵	۷۷/۱	۱۶۸	۳/۲	۷	۳/۷	۸	۰	۰	علاقه به انجام کارهای گروهی
۳/۹۶	۱۱/۵	۲۵	۷۸/۴	۱۷۱	۵	۱۱	۵	۱۱	۰	۰	اعتماد به نفس
۳/۸۷	۸/۷	۱۹	۷۴/۳	۱۶۲	۱۲/۸	۲۸	۴/۱	۹	۰	۰	قدرت تحلیل مشکلات
بیشینه: ۴۰			کمینه: ۲۴				طیف: ۸- ۴۰				میانگین کلی: ۳۱/۸۶

ریسک پذیری

میانگین میزان ریسک‌پذیری در شرکت‌های مورد مطالعه برابر با ۳۱/۸۷ است که با توجه به طیف این متغیر (۱۰-۵۰) نشان دهنده ریسک‌پذیری متوسط شرکت‌ها است. با در نظر گرفتن گویه‌های موجود در جدول ۳، از ویژگی‌های افراد ریسک‌پذیر، "باور به نیل به هدف علی‌رغم مشکلات" و "علاقه به کارهای جدید علی‌رغم خطرات" به ترتیب میانگین ۳/۸۴ و ۳/۶۰ را به خود اختصاص داده‌اند. به عبارتی شرکت‌های مورد مطالعه برای رسیدن به هدف علی‌رغم مشکلات تلاش کرده و تنوع در کار با وجود خطرات را به یکنواختی ترجیح می‌دهند. یافته‌های توصیفی بیانگر این است که شرکت‌ها گرایش به خطرپذیری (میانگین = ۳/۳۲)، علاقه به تغییر به رغم بی‌ثباتی شرایط (میانگین = ۳/۲۸)، تلاش مستمر (میانگین = ۳/۲۷)، حفظ امیدواری در شرایط ناامیدکننده (میانگین = ۳/۲۴)، تلاش حداکثری در هر فعالیتی (میانگین = ۳/۱۲)، گرایش به فعالیت‌ها علی‌رغم ابهام در موفقیت (میانگین = ۳/۱۲) را دارند. شرکت‌ها از نظر اعتقاد به شانس موفقیت ۵۰ - ۵۰ در انجام یک فعالیت دارای میانگین پایینی (۲/۷۳) هستند که می‌تواند به دلیل ریسک‌پذیری متوسط آن‌ها باشد. همچنین از نظر زندگی در شرایط نامشخص و مبهم میانگین پایین‌تری (۲/۳۱) نسبت به گویه‌های دیگر دارند که این احتمالاً می‌تواند به دلیل ترس و نگرانی از نتایج پیش‌بینی نشده و آسیب‌زننده به منافع و دستاوردهای شرکت باشد که در شرایط با ثبات مطلوبیت بیشتری خواهند داشت.

جدول ۳- توزیع فراوانی ریسک‌پذیری در شرکت‌های دانش بنیان

ریسک‌پذیری	کاملاً مخالفم		مخالفم		نظری ندارم		موافقم		کاملاً موافقم		میانگین	
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی		
تلاش حداکثری در هر فعالیتی	۱/۸	۴	۳۸/۱	۸۳	۱۲/۴	۲۷	۲۷	۱۲/۴	۸۹	۴۰/۸	۱۵	۳/۱۲
باور به نیل به هدف علی‌رغم مشکلات	۰	۰	۹/۶	۲۱	۹/۶	۲۱	۲۱	۹/۶	۲۱	۶۷/۴	۲۹	۳/۸۴
علاقه به کارهای جدید علی‌رغم خطرات	۰	۰	۸/۳	۱۸	۲۶/۱	۵۷	۵۷	۲۶/۱	۱۳۷	۶۲/۸	۶	۳/۶۰
گرایش به فعالیت‌ها علی‌رغم ابهام در موفقیت	۰/۹	۲	۳۲/۶	۷۱	۲۲/۹	۵۰	۵۰	۲۲/۹	۸۸	۴۰/۴	۷	۳/۱۲
حفظ امیدواری در شرایط ناامیدکننده	۰/۵	۱	۲۲/۹	۵۰	۲۹/۸	۶۵	۶۵	۲۹/۸	۹۹	۴۵/۴	۳	۳/۲۴
تلاش مستمر	۰/۵	۱	۳۲/۶	۷۱	۱۲/۴	۲۷	۲۷	۱۲/۴	۸۸	۴۸/۶	۱۳	۳/۲۷
گرایش به خطرپذیری	۲/۳	۵	۲۱/۱	۴۶	۲۴/۳	۵۳	۵۳	۲۴/۳	۱۰۲	۴۶/۸	۱۲	۳/۳۲
زندگی در شرایط نامشخص و مبهم	۱۹/۷	۴۳	۴۳/۱	۹۴	۲۳/۴	۵۱	۵۱	۲۳/۴	۳۰	۱۳/۸	۰	۲/۳۱
به شانس موفقیت ۵۰-۵۰ در انجام یک فعالیت	۴/۵	۱۰	۴۶/۳	۱۰۱	۲۱/۱	۴۶	۴۶	۲۱/۱	۵۸	۲۶/۶	۳	۲/۷۳
علاقه به تغییر به رغم بی‌ثباتی شرایط	۲/۸	۶	۱۹/۷	۴۳	۲۴/۸	۵۴	۵۴	۲۴/۸	۱۱۲	۵۱/۴	۳	۳/۲۸
میانگین کلی: ۳۱/۸۷		طیف: ۱۰-۵۰		کمینه: ۲۰		بیشینه: ۴۲						

خلق محصول جدید

میانگین متغیر خلق محصول جدید شرکت‌های دانش‌بنیان مورد مطالعه ۴۱/۳۳ برآورد شد. با توجه به طیف (۱۱-۵۵)، این نشان می‌دهد که شرکت‌های دانش‌بنیان از نظر خلق محصول جدید میانگین بالایی دارند. برای بررسی این متغیر ۱۱ گویه مدنظر قرار داشت که بر اساس نتایج حاصل از جدول ۴، گویه‌های میزان اهمیت به تبلیغات (۳/۴۱)، میزان اهمیت تجارب شرکت‌های همتای داخلی و خارجی (۳/۵۰)، میزان اهمیت تنوع محصولات (۳/۵۵)، میزان سرمایه‌گذاری تجهیزات (۳/۶۰) و اهمیت تکنولوژی در خلق ثروت (۳/۶۰) به ترتیب رتبه متوسطی داشته‌اند، اما میانگین میزان اهمیت به کیفیت محصولات (۴/۱)، میزان توجه به نیاز روز بازار (۳/۹۸)، میزان اهمیت به محصول جدید (۳/۹۴)، اهمیت نوع بسته‌بندی (۳/۸۳)، میزان اهمیت بخش تحقیق و توسعه برای کشف و یا خلق محصولات جدید و توسعه آن (۳/۸۰) و اهمیت نیازسنجی مشتریان (۳/۷۷) به ترتیب رتبه تقریباً بالایی داشته‌اند که بیانگر این است که شرکت‌ها سعی دارند از یک سو با به روز کردن امکانات و خط‌مشی خود در انطباق با نیاز مشتری و از سوی دیگر با مدرن کردن بسته‌بندی و سرمایه‌گذاری در تعیین افق‌های توسعه‌ی جدید نقش پررنگ‌تر خود را در بازار تسهیل کنند.

جدول ۴- توزیع فراوانی میزان خلق محصول جدید از نظر شرکت‌های دانش‌بنیان

میانگین رتبه‌ای	خیلی زیاد		زیاد		متوسط		کم		خیلی کم		خلق محصول جدید
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۳/۹۸	۱۷/۴	۳۸	۶۳/۸	۱۳۹	۱۸/۸	۴۱	۰	۰	۰	۰	میزان توجه به نیاز روز بازار
۳/۴۱	۳/۲	۷	۴۸/۶	۱۰۶	۳۴/۹	۷۶	۱۳/۳	۲۹	۰	۰	میزان اهمیت به تبلیغات
۴/۱	۲۰/۶	۴۵	۷۰/۶	۱۵۴	۷/۳	۱۶	۱/۴	۳	۰	۰	میزان اهمیت به کیفیت محصولات
۳/۸۰	۱۲/۸	۲۸	۵۵	۱۲۰	۳۲/۱	۷۰	۰	۰	۰	۰	میزان اهمیت بخش تحقیق و توسعه برای کشف و یا خلق محصولات جدید و توسعه آن
۳/۵۰	۴/۱	۹	۵۵	۱۲۰	۲۸/۴	۶۲	۱۲/۴	۲۷	۰	۰	میزان اهمیت تجارب شرکت‌های همتای داخلی و خارجی
۳/۵۵	۹/۶	۲۱	۳۹	۸۵	۴۸/۶	۱۰۶	۲/۸	۶	۰	۰	میزان اهمیت تنوع محصولات
۳/۹۴	۱۵/۱	۳۳	۶۶/۵	۱۴۵	۱۵/۶	۳۴	۲/۸	۶	۰	۰	میزان اهمیت به محصول جدید
۳/۷۷	۹/۲	۲۰	۶۷/۹	۱۴۸	۱۹/۷	۴۳	۳/۲	۷	۰	۰	اهمیت نیازسنجی مشتریان
۳/۶۰	۱۲/۸	۲۸	۵۷/۳	۱۲۵	۲۷/۱	۵۹	۲/۸	۶	۰	۰	اهمیت تکنولوژی در خلق ثروت
۳/۸۳	۱۴/۲	۳۱	۵۴/۱	۱۱۸	۲۸/۴	۶۲	۱/۸	۴	۱/۴	۳	اهمیت نوع بسته بندی
۳/۶۰	۴/۱	۹	۵۶/۴	۱۲۳	۳۴/۹	۷۶	۴/۶	۱۰	۰	۰	میزان سرمایه گذاری تجهیزات
بیشینه: ۵۵		کمینه: ۳۳				طیف: ۵۵-۱۱				میانگین کلی: ۴۱/۳۳	

فرآیند توسعه محصول

برای بررسی فرآیند توسعه محصول ۲۰ گویه مدنظر قرار گرفت. بر اساس جدول جدول ۵ میانگین فرآیند توسعه محصول در شرکت‌های دانش‌بنیان مورد مطالعه، ۷۲/۱۱ بوده که با توجه به طیف این متغیر (۱۰۰-۲۰) می‌توان گفت که شرکت‌ها از نظر فرآیند توسعه محصول در حد متوسط رو به بالا هستند. یافته‌ها بیانگر این است که شرکت‌ها از نظر ضرورت توانایی تکنولوژیکی برای توسعه محصول، میزان تلاش برای حفظ موقعیت بازار و میزان اهمیت به رشد بازار به ترتیب دارای بالاترین میانگین ۳/۸۸، ۳/۸۶، و ۳/۸۵ هستند که بیانگر این است که شرکت‌ها درک کرده‌اند توانایی تکنولوژیکی و موقعیت بازار در توسعه کسب و کارشان مؤثر است و گویه‌های میزان نوآورانه بودن محصولات در مقایسه با رقبا، میزان ایجاد فرصت مناسب برای توسعه محصول جدید با شناخت تغییرات آینده، میزان توانایی عرضه خدمات در شرایط متفاوت، میزان شناخت نسبت به بازار هدف، آشنایی با اصول و فنون مذاکره در بازاریابی، توجه به تجهیز امکانات برای رقابت با سایر رقبا، میزان توجه به تکنولوژی‌های جانشین موجود برای توسعه محصول جدید، انتخاب برند یا نام تجاری برای واحد تولیدی، میزان تحقیق و پرس‌وجو برای شناخت نیاز مشتریان، میزان تأثیر استفاده از بسته‌بندی در افزایش فروش و میزان رفع نیاز جامعه از طریق محصول به ترتیب میانگین مطلوبی را داشته است. اما گویه‌های میزان دست یافتن به بازده سرمایه‌گذاری نسبت به اهداف و میزان تنوع محصولات در مقایسه با محصولات مشابه در بازار (رقبا) به ترتیب میانگین کمتری ۳/۳۰ و ۳/۳۸ نسبت به سایر گویه‌ها داشته است.

جدول ۵- توزیع فراوانی میزان فرآیند توسعه محصول از نظر شرکت‌های دانش‌بنیان

رتبه‌ای میانگین	خیلی زیاد		زیاد		متوسط		کم		خیلی کم		فرآیند توسعه محصول
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۳/۶۸	۱۰/۶	۲۳	۵۰	۱۰۹	۳۷/۲	۸۱	۲/۳	۵	۰	۰	میزان شناخت نسبت به بازار هدف
۳/۸۵	۱۲/۸	۲۸	۶۱/۵	۱۳۴	۲۳/۹	۵۲	۱/۸	۴	۰	۰	میزان اهمیت به رشد بازار
۳/۴۰	۲/۸	۶	۳۹	۸۵	۵۶	۱۲۲	۰/۵	۱	۱/۸	۴	میزان دستیابی به اهداف فروش
۳/۳۰	۲/۸	۶	۲۸/۹	۶۳	۶۶/۵	۱۴۵	۰	۰	۱/۸	۴	میزان دست یافتن به بازده سرمایه‌گذاری نسبت به اهداف
۳/۳۹	۶/۴	۱۴	۳۰/۷۰	۶۷	۶۰/۶	۱۳۲	۰/۵	۱	۱/۸	۴	میزان دست یافتن به سودآوری نسبت به اهداف
۳/۶۳	۸/۷	۱۹	۵۰/۵	۱۱۰	۳۶/۲	۷۹	۴/۶	۱۰	۰	۰	توجه به تجهیز امکانات رای رقابت با سایر رقبا
۳/۴۵	۹/۲	۲۰	۴۵	۹۸	۳۲/۱	۷۰	۹/۶	۲۱	۴/۱	۹	میزان طراحی محصولات برای بازارهای خارجی
۳/۸۸	۱۱/۵	۲۵	۶۷	۱۴۶	۲۰/۲	۴۴	۱/۴	۳	۰	۰	میزان ضرورت توانایی تکنولوژیکی برای توسعه محصول
۳/۷۸	۵	۱۱	۶۹/۷	۱۵۲	۲۴/۳	۵۳	۰/۹	۲	۰	۰	میزان ایجاد فرصت مناسب برای توسعه محصول جدید با شناخت تغییرات آینده
۳/۴۹	۰/۵	۱	۵۵	۱۲۰	۳۹/۹	۸۷	۲/۸	۶	۱/۸	۴	میزان تنوع محصولات تولیدی جهت رفع نیازهای مشتریان
۳/۸۶	۱۴/۲	۳۱	۵۹/۶	۱۳۰	۲۴/۸	۵۴	۰/۹	۲	۰/۵	۱	میزان تلاش برای حفظ موقعیت بازار
۳/۵۴	۷/۸	۱۷	۴۴	۹۶	۴۳/۱	۹۴	۵	۱۱	۰	۰	میزان تحقیق و پرس‌وجو برای شناخت نیاز مشتریان
۳/۶۲	۱/۸	۴	۶۷/۹	۱۴۸	۲۲/۵	۴۹	۶/۹	۱۵	۰/۹	۲	میزان توجه به تکنولوژی‌های جانشین موجود برای توسعه محصول جدید
۳/۵۸	۷/۸	۱۷	۵۰/۵	۱۱۰	۳۴/۴	۷۵	۶/۹	۱۵	۰/۵	۱	انتخاب برند یا نام تجاری برای واحد تولیدی
۳/۵۰	۷/۸	۱۷	۳۹/۹	۸۷	۴۷/۷	۱۰۴	۴/۶	۱۰	۰	۰	میزان رفع نیاز جامعه از طریق محصول
۳/۷۱	۱۵/۱	۳۳	۴۵/۹	۱۰۰	۳۳/۹	۷۴	۵	۱۱	۰	۰	میزان توانایی عرضه خدمات در شرایط متفاوت
۳/۶۷	۱۲/۴	۲۷	۵۰	۱۰۹	۳۲/۱	۷۰	۳/۷	۸	۱/۸	۴	آشنایی با اصول و فنون مذاکره در بازاریابی
۳/۳۸	۹/۲	۲۰	۳۳/۵	۷۳	۴۵/۹	۱۰۰	۹/۲	۲۰	۲/۳	۵	میزان تنوع محصولات در مقایسه با محصولات مشابه در بازار (رقبا)
۳/۵۳	۰	۰	۴۴/۵	۹۷	۳۳	۷۲	۱۱/۵	۲۵	۰/۵	۱	میزان تاثیر استفاده از بسته‌بندی در افزایش فروش
۳/۷۸	۱۴/۲	۳۱	۵۰/۹	۱۱۱	۳۴/۴	۷۵	۰/۵	۱	۰	۰	میزان نوآورانه بودن محصولات در مقایسه با رقبا
بیشینه: ۹۶			کمینه: ۵۰			طیف: ۲۰-۱۰۰			میانگین کلی: ۷۲/۱۱		

هوش رقابتی

با توجه به یافته‌های جدول ۶، میانگین هوش رقابتی در شرکت‌های دانش‌بنیان مورد مطالعه ۴۲/۳۷ بوده که با توجه به طیف این متغیر (۶۰-۱۲) مشخص می‌شود که این شاخص متوسط رو به بالا است. بر اساس یافته‌ها بیشترین میانگین مربوط به توجه به کسب ایده‌ها و دانش روز (۳/۹۰) است. این موضوع نشان می‌دهد که شرکت‌ها به اهمیت رقابت دائمی و حیاتی از نقطه نظر نوآوری و فناوری آگاهی دارند. همچنین میانگین برنامه‌ریزی برای شناخت و پیش‌بینی تغییرات آینده در نیاز مصرف‌کنندگان (۳/۶۵)، پیش‌بینی روندهای تکنولوژی از طریق تحقیقات سازمانی (۳/۶۲)، شناخت به عنوان شرکت بسیار ماهر (۳/۵۸)، اشتها به عنوان شرکت قابل اعتماد (۳/۵۸)، دانش فنی و مهارت‌های غیرقابل تقلید در توسعه محصولات جدید (۳/۴۷)، دانش‌پذیر بودن کارکنان (۳/۴۷)، پیش‌بینی فرصت‌های بازار (۳/۴۴) و تدوین، اجرا و نظارت بر روش‌های مدیریت بلند (۳/۴۴) نیز در حد مطلوب است و میانگین شناسایی محصولات رقیب و ظرفیت‌های تولید آن‌ها (۳/۲۸) و تحلیل و رتبه‌بندی تهدیدات و ریسک‌های فعلی و بالقوه (۳/۲۶) بوده است که نسبت به سایر گویه‌ها کمتر است.

جدول ۶- توزیع فراوانی میزان هوش رقابتی در شرکت‌های دانش‌بنیان

میانگین رتبه‌ای	خیلی زیاد		زیاد		متوسط		کم		خیلی کم		هوش رقابتی
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۳/۵۳	۳/۷	۸	۴۷/۲	۱۰۳	۴۸/۲	۱۰۵	۰/۹	۲	۰	۰	تجزیه تحلیل تغییرات بازار
۳/۴۴	۰/۹	۲	۴۹/۱	۱۰۷	۴۵	۹۸	۴/۱	۹	۰/۹	۲	پیش‌بینی فرصت‌های بازار
۳/۴۴	۱/۴	۳	۴۹/۱	۱۰۷	۴۳/۱	۹۴	۵/۵	۱۲	۰/۹	۲	تدوین، اجرا و نظارت بر روش‌های مدیریت بلند
۳/۲۸	۰/۹	۲	۳۵/۳	۷۷	۵۵	۱۲۰	۸/۷	۱۹	۰	۰	شناسایی محصولات رقیب و ظرفیت‌های تولید آن‌ها
۳/۴۷	۶	۱۳	۴۱/۷	۹۱	۴۷/۷	۱۰۴	۲/۸	۶	۱/۸	۴	دانش فنی و مهارت‌های غیرقابل تقلید در توسعه محصولات جدید
۳/۶۵	۹/۶	۲۱	۵۰/۹	۱۱۱	۳۵/۳	۷۷	۳/۲	۷	۰/۹	۲	برنامه‌ریزی جهت شناخت و پیش‌بینی تغییرات آینده در نیاز مصرف‌کنندگان
۳/۵۸	۲/۸	۶	۵۹/۲	۱۲۹	۳۳/۹	۷۴	۲/۳	۵	۱/۸	۴	اشتها به عنوان شرکت بسیار ماهر
۳/۵۸	۶/۱	۳۵	۴۱/۷	۹۱	۳۶/۲	۷۹	۶	۱۳	۰	۰	اشتها به عنوان شرکت قابل اعتماد
۳/۲۶	۰	۰	۳۹	۸۵	۴۸/۶	۱۰۶	۱۲/۴	۲۷	۰	۰	تحلیل و رتبه‌بندی تهدیدات و ریسک‌های فعلی و بالقوه
۳/۹۰	۱۸/۳	۴۰	۵۹/۶	۱۳۰	۱۶/۱	۳۵	۶	۱۳	۰	۰	توجه به کسب ایده‌ها و دانش روز
۳/۴۷	۴/۱	۹	۴۱/۳	۹۰	۵۲/۸	۱۱۵	۱/۸	۴	۰	۰	دانش‌پذیر بودن کارکنان
۳/۶۲	۹/۶	۲۱	۴۹/۱	۱۰۷	۳۵/۳	۷۷	۶	۱۳	۰	۰	پیش‌بینی روندهای تکنولوژی از طریق تحقیقات سازمانی
بیشینه: ۵۴		کمینه: ۲۹				طیف: ۶۰-۱۲				میانگین کلی: ۴۲/۳۷	

فضای کسب و کار

فضای کسب و کار، از عوامل مؤثر بر عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان است. جدول ۷، میانگین متغیر فضای کسب و کار در بین شرکت‌های مورد مطالعه را برابر ۳۴/۹۷ نشان می‌دهد. با توجه به طیف این متغیر (۱۲-۶۰)، به نظر می‌رسد فضای کسب و کار برای شرکت‌ها چندان مطلوب نیست. بیشترین میانگین مربوط به مواجهه با مشکل قانونی هنگام اخذ تسهیلات بانکی (۳/۷۰) بوده که نشان می‌دهد سیاست‌های پولی و بانکی در جهت کمک به تولید بویژه در حمایت از چنین شرکت‌هایی ناکارآمد بوده و هنوز جزء چالش‌های اساسی قلمداد می‌شود. میانگین گویه‌های مناسب بودن فرآیند تأسیس شرکت (۳/۲۷)، میزان پرداخت حقوق (۳/۱۸)، وقفه هنگام از دست دادن نیروی متخصص (۳/۱۱)، برخورد با مشکل قانونی استخدام نیروی کار (۲/۹۶)، فرصت رقابت سالم با شرکت‌های هم‌ارز (۲/۹۴) و امکان واردات مشابه محصول (۲/۸۶) گویای این واقعیت است که شرکت‌های دانش‌بنیان به طور متوسط در فرآیند تأسیس، قوانین استخدام نیروی کار، رقابت با شرکت‌های هم‌ارز و واردات محصول با مشکل مواجه هستند و همچنین در پیدا کردن افراد سرمایه‌گذار و دسترسی به مشاوران خبره و حمایت‌های خدماتی با مشکل مواجه هستند. یافته‌ها نشان می‌دهد شرکت‌های دانش‌بنیان به لحاظ مدت‌زمان انتظار برای دریافت تسهیلات، استفاده از دارایی‌ها به عنوان وثیقه، در دسترس بودن یارانه‌های کافی برای کسب و کارهای جدید با مشکلات بیشتری مواجه هستند.

جدول ۷- توزیع فراوانی فضای کسب و کار برای فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان

میانگین رتبه‌ای	خیلی زیاد		زیاد		متوسط		کم		خیلی کم		فضای کسب و کار
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۳/۲۷	۹/۶	۲۱	۲۸	۶۱	۴۷/۷	۱۰۴	۱۰/۱	۲۲	۴/۶	۱۰	مناسب بودن فرآیند تأسیس شرکت
۲/۹۶	۸/۳	۱۸	۲۲/۵	۴۹	۳۷/۶	۸۲	۲۱/۱	۴۶	۱۰/۶	۲۳	برخورد با مشکل قانونی استخدام نیروی کار
۳/۱۱	۹/۶	۲۱	۲۷/۵	۶۰	۳۳	۷۲	۲۳/۹	۵۲	۶	۱۳	وقفه هنگام از دست دادن نیروی متخصص
۳/۱۸	۴/۱	۹	۲۰/۶	۴۵	۶۴/۷	۱۴۱	۱۰/۶	۲۳	۰	۰	میزان پرداخت حقوق
۳/۷۰	۱۵/۱	۳۳	۵۴/۱	۱۱۸	۲۰/۲	۴۴	۷/۳	۱۶	۳/۲	۷	مواجهه با مشکل قانونی هنگام اخذ تسهیلات بانکی
۲/۲۵	۰/۵	۱	۳/۲	۷	۳۰/۳	۶۶	۵۳/۷	۱۱۷	۱۲/۴	۲۷	مدت زمان انتظار برای دریافت وام
۲/۷۹	۵	۱۱	۱۶/۵	۳۶	۴۰/۴	۸۸	۲۹/۴	۶۴	۸/۷	۱۹	اجازه قانون جهت از انواع دارایی‌ها به عنوان وثیقه
۲/۹۴	۴/۱	۹	۱۸/۳	۴۰	۴۹/۱	۱۰۷	۲۴/۸	۵۴	۳/۷	۸	فرصت رقابت سالم با شرکت‌های هم‌ارز
۲/۷۹	۰	۰	۲۰/۶	۴۵	۴۸/۶	۱۰۶	۲۰/۶	۴۵	۱۰/۱	۲۲	در دسترس بودن مشاوران خبره و حمایت‌های خدماتی
۲/۲۴	۱۳	۶	۷/۸	۱۷	۱۸/۳	۴۰	۴۰/۸	۸۹	۲۷/۱	۵۹	در دسترس بودن یارانه‌های کافی برای کسب و کارهای جدید
۲/۸۱	۷/۸	۱۷	۱۶/۵	۳۶	۳۳/۹	۷۴	۳۲/۶	۷۱	۹/۲	۲۰	سختی پیدا کردن افراد سرمایه‌گذار
۲/۸۶	۹/۲	۲۰	۲۰/۶	۴۵	۲۶/۱	۵۷	۳۵/۸	۷۸	۸/۳	۱۸	امکان واردات مشابه محصول
بیشینه: ۴۵		کمینه: ۲۶				طیف: ۶۰-۱۲				میانگین کلی: ۳۴/۹۷	

سیاست‌های دولتی

بر اساس جدول توزیع فراوانی سیاست‌های دولتی جدول ۸، میانگین کلی این متغیر ۲۷/۱۹ بوده که با توجه به طیف این متغیر (۵۰-۱۰) می‌توان گفت سیاست‌های دولتی برای شرکت‌های دانش بنیان در حد متوسط است. میانگین مربوط به میزان حمایت‌های دولت از شرکت‌های دانش بنیان (۲/۹۹)، میزان شفاف و روشن بودن مقررات اداری (۲/۹۶) و میزان حمایت از طرح‌های کارآفرینی (۲/۸۳) نشان می‌دهد که همچنان دولت فاقد سیاست واحدی در قبال شرکت‌های دانش بنیان است و عدم شفافیت ضوابط جای بهبود و پیشرفت دارد. میانگین گویه‌های در دسترس بودن مواد اولیه (۲/۷۳)، مؤثر بودن برگزاری سمینار و کلاس‌های آموزشی از سوی ارگان‌های مربوطه (۲/۷۷)، تسهیل امور زیربنایی توسط دولت (۲/۶۳)، مشکل بودن مجوز برای کسب‌وکار (۲/۶۴)، مناسب بودن تسهیلات در نظر گرفته شده (۲/۶۴) و راحتی فرآیند دریافت تسهیلات (۲/۲۸) گویای این است که شرکت‌های دانش بنیان بطور متوسط از این نقطه نظر با مشکل مواجه هستند.

جدول ۸- توزیع فراوانی سیاست‌های دولتی برای فعالیت شرکت‌های دانش بنیان

میانگین رتبه‌ای	خیلی زیاد		زیاد		متوسط		کم		خیلی کم		سیاست‌های دولتی
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۲/۹۹	۱۲/۸	۲۸	۴/۶	۱۰	۵۶/۴	۱۲۳	۲۱/۶	۴۷	۴/۶	۱۰	میزان حمایت‌های دولت از شرکت‌های دانش بنیان
۲/۶۸	۵/۵	۱۲	۹/۶	۲۱	۵۰/۹	۱۱۱	۱۶/۱	۳۵	۱۷/۹	۳۹	میزان تسهیل امور زیربنایی توسط دولت
۲/۶۴	۰/۹	۲	۱۳/۳	۲۹	۴۲/۷	۹۳	۳۵/۳	۷۷	۷/۸	۱۷	میزان مشکل بودن مجوز برای کسب‌وکار
۲/۹۶	۲/۸	۶	۲۰/۶	۴۵	۵۰/۵	۱۱۰	۲۲/۹	۵۰	۳/۲	۷	میزان شفاف و روشن بودن مقررات اداری
۲/۸۳	۵	۱۱	۱۰/۱	۲۲	۵۱/۸	۱۱۳	۲۸/۹	۶۳	۴/۱	۹	میزان حمایت از طرح‌های کارآفرینی
۲/۷۸	۲/۸	۶	۱۴/۲	۳۱	۵۱/۸	۱۱۳	۲۱/۱	۴۶	۱۰/۱	۲۲	میزان در دسترس بودن مواد اولیه
۲/۷۷	۰	۰	۱۱/۹	۲۶	۵۵	۱۲۰	۳۱/۲	۶۸	۱/۸	۴	میزان مؤثر بودن برگزاری سمینارهای آموزشی از سوی ارگان‌های مربوطه
۲/۶۰	۵/۵	۱۲	۳/۷	۸	۴۹/۱	۱۰۷	۲۸/۹	۶۳	۱۲/۸	۲۸	میزان حمایت مسئولین مربوطه از کسب‌وکار
۲/۶۳	۰/۵	۱	۱۰/۶	۲۳	۴۵/۹	۱۰۰	۳۸/۱	۸۳	۵	۱۱	میزان مناسب بودن تسهیلات در نظر گرفته شده
بیشینه: ۴۰		کمینه: ۱۳				طیف: ۵۰-۱۰				میانگین کلی: ۲۷/۱۹	

ایستار نسبت به اصول مدیریت تداوم کسب و کار

برای بررسی ایستار نسبت به اصول مدیریت تداوم کسب و کار شرکت‌ها ۲۰ گویه مدنظر قرار گرفت. براساس جدول ۹، میانگین این متغیر در شرکت‌های مورد مطالعه، ۷۲/۶۱ بوده که با توجه به طیف این متغیر (۱۰۰-۲۰) می‌توان گفت که شرکت‌ها از نظر ایستار نسبت به اصول مدیریت تداوم کسب و کار متوسط رو به بالا هستند. میانگین رتبه‌ای گویه‌های مورد بررسی بین ۳/۸۹ تا ۳/۱۹ برآورد شده است. بیشترین میانگین مربوط به گویه‌ی لزوم توجه به مدیریت ریسک در کسب و کار (۳/۸۹) است که نشان می‌دهد شرکت‌ها به اهمیت خطرپذیری و شانس موفقیت ناشی از آن واقف هستند. یافته‌های توصیفی بیانگر این است که شرکت‌ها بر این باورند که عواملی از جمله اخذ تصمیمات بر اساس بهترین اطلاعات موجود و در دسترس، داشتن برنامه‌ریزی هدفمند و بلندمدت، اهمیت دادن و برنامه‌ریزی برای بهداشت و سلامتی افراد شاغل در کسب و کار، وجود جهت‌دهی مشخص در کسب و کار، توانایی پیگیری اهداف سازمان در شرایط بروز مشکل، نگرستن مشکلات و اختلالات ایجاد شده در کسب و کار به عنوان فرصت، توانایی پیش‌بینی کردن خطرهای احتمالی پیش‌روی کسب و کار، نظارت و پیگیری مدیران ارشد و کارمندان بر فعالیت‌های مشکل‌زا و خطرآفرین باعث تداوم مدیریت کسب و کار می‌شود؛ همچنین تأکید مدیران ارشد و کارمندان بر ایجاد ظرفیت و قابلیت‌ها، توجه مدیران ارشد و کارمندان نسبت به اخذ بازخورد از سوی ذینفعان کسب و کار، برنامه‌ریزی برای مدیریت مالی کسب و کار، توجه به راهکارهای مقابله با خطرات احتمالی در طرح تجاری کسب و کار، سهیم نمودن ذینفعان شرکت و کسب و کار خود در تصمیم‌گیری، توانایی برگشت به شرایط عادی پس از وقفه و بحران، توانایی تشخیص، پیشگیری و کنترل اختلال و مشکلات، واضح و شفاف بودن روند فعالیت‌ها برای کارکنان، شفاف بودن مقررات اداری برای تأسیس کسب و کار جدید، دسترسی به حمایت‌ها و مشاوره‌های کارشناسی مراکز مختلف، وجود زیرساخت‌ها و زمینه‌های حمایتی لازم برای پشتیبانی از راه‌اندازی کسب و کارهای جدید باعث تداوم مدیریت کسب و کار می‌شود.

جدول ۹- توزیع فراوانی میزان ایستار نسبت به اصول مدیریت تداوم کسب و کار در شرکت‌های دانش‌بنیان

میانگین رتبه‌ای	خیلی زیاد		زیاد		متوسط		کم		خیلی کم		ایستار نسبت به اصول مدیریت تداوم کسب و کار
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۳/۶۷	۴/۶	۱۰	۶۰/۶	۱۳۲	۳۳	۷۲	۱/۸	۴	۰	۰	توانایی پیش‌بینی کردن خطرهای احتمالی پیش‌روی کسب و کار
۳/۵۶	۱/۸	۴	۵۳/۷	۱۱۷	۴۴	۹۶	۰/۵	۱	۰	۰	توانایی تشخیص، پیشگیری و کنترل اختلال و مشکلات
۳/۸۵	۸/۷	۱۹	۶۹/۷	۱۵۲	۲۲/۲	۴۴	۱/۴	۳	۰	۰	داشتن برنامه‌ریزی هدفمند و بلندمدت
۳/۱۹	۱/۸	۴	۴۰/۴	۸۸	۴۳/۱	۹۴	۵	۱۱	۹/۶	۲۱	وجود زیرساخت‌ها و زمینه‌های حمایتی لازم برای پشتیبانی از راه‌اندازی کسب و کارهای جدید
۳/۵۱	۳/۷	۸	۴۵	۹۸	۵۰/۵	۱۱۰	۰/۹	۲	۰	۰	واضح و شفاف بودن روند فعالیت‌ها برای کارکنان
۳/۷۱	۴/۶	۱۰	۶۲/۸	۱۳۷	۳۲/۱	۷۰	۰/۵	۱	۰	۰	توانایی پیگیری اهداف سازمان در شرایط بروز مشکل
۳/۷۷	۵	۱۱	۶۸/۸	۱۵۰	۲۵/۲	۵۵	۰/۹	۲	۰	۰	وجود جهت‌دهی مشخص در کسب و کار
۳/۵۷	۴/۶	۱۰	۵۲/۳	۱۱۴	۳۹	۸۵	۱/۴	۹	۰	۰	توانایی برگشت به شرایط عادی پس از وقفه و بحران
۳/۷۰	۴/۱	۹	۶۳/۳	۱۳۸	۳۱/۷	۶۹	۰/۹	۲	۰	۰	نگریستن مشکلات و اختلالات ایجاد شده در کسب و کار به عنوان فرصت
۳/۸۸	۵/۵	۱۲	۷۷/۱	۱۶۸	۱۷/۴	۳۸	۰	۰	۰	۰	اخذ تصمیمات بر اساس بهترین اطلاعات موجود و در دسترس
۳/۴۰	۴/۱	۹	۵۶	۱۲۲	۲۲/۹	۵۰	۱۰/۶	۲۳	۶/۴	۱۴	شفاف بودن مقررات اداری برای تأسیس کسب و کار جدید
۳/۶۰	۲/۸	۶	۶۴/۲	۱۴۰	۲۳/۴	۵۱	۹/۶	۲۱	۰	۰	سهیم نمودن ذینفعان شرکت و کسب و کار خود در تصمیم‌گیری
۳/۸۹	۱۱/۵	۲۵	۶۸/۸	۱۵۰	۱۷/۹	۳۹	۱/۸	۴	۰	۰	لزوم توجه به مدیریت ریسک در کسب و کار
۳/۶۵	۹/۶	۲۱	۵۲/۸	۱۱۵	۳۱/۲	۶۸	۶/۴	۱۴	۰	۰	نظارت و پیگیری مدیران ارشد و کارمندان بر فعالیت‌های مشکل‌زا و خطرآفرین
۳/۶۴	۴/۱	۹	۵۸/۳	۱۲۷	۳۵/۸	۷۸	۱/۸	۴	۰	۰	تأکید مدیران ارشد و کارمندان بر ایجاد ظرفیت و قابلیت‌ها
۳/۶۱	۵	۱۱	۶۰/۱	۱۳۱	۲۵/۷	۵۶	۹/۲	۲۰	۰	۰	برنامه‌ریزی برای مدیریت مالی کسب و کار
۳/۶۴	۵	۱۱	۵۶/۴	۱۲۳	۳۶/۲	۷۹	۲/۳	۵	۰	۰	توجه مدیران ارشد و کارمندان نسبت به اخذ بازخورد از سوی ذینفعان کسب و کار
۳/۸۰	۱۱/۹	۲۶	۶۰/۶	۱۳۲	۲۳/۸	۵۲	۳/۷	۸	۰	۰	اهمیت دادن و برنامه‌ریزی برای بهداشت و سلامتی افراد شاغل در کسب و کار
۳/۶۱	۳/۲	۷	۵۸/۳	۱۲۷	۳۵/۸	۷۸	۲/۸	۶	۰	۰	توجه به راهکارهای مقابله با خطرات احتمالی در طرح تجاری کسب و کار
۳/۲۵	۳/۷	۸	۳۳/۵	۷۳	۴۸/۶	۱۰۶	۱۳/۳	۲۹	۰/۹	۲	دسترسی به حمایت‌ها و مشاوره‌های کارشناسی مراکز مختلف

بیشینه: ۱۰۰

کمینه: ۵۷

طیف: ۲۰-۱۰۰

میانگین کلی: ۷۲/۶۱

عوامل تأثیرگذار بر ایستار اعضای شرکت‌های مورد مطالعه نسبت به اصول مدیریت تداوم کسب‌وکار به‌منظور اندازه‌گیری تأثیر جمعی متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته "ایستار نسبت به اصول مدیریت تداوم کسب وکار" از رگرسیون چندگانه به روش گام‌به‌گام استفاده شد. در تحقیق حاضر، معادله تا پنج گام پیش رفت (جدول ۱۰)، به طوری که در نخستین گام، متغیر "هوش رقابتی" وارد معادله گردید. مقدار ضریب تعیین آن برابر با ۰/۴۷ است. در گام دوم، متغیر "فضای کسب‌وکار" وارد معادله شد و ضریب تعیین آن به ۰/۵۱ افزایش داد. در گام سوم، متغیر "خلق محصول جدید" وارد معادله شد. ضریب تعیین این متغیر برابر با ۰/۵۵ بود، پس از آن در گام چهارم؛ متغیر "ریسک‌پذیری" وارد معادله شد که ضریب تعیین آن برابر با ۰/۵۶ شد، و در گام آخر نیز متغیر "سیاست‌های دولتی" وارد معادله گردید و این متغیر ضریب تعیین را به ۰/۵۸ افزایش داد؛ بنابراین به‌طورکلی، ۵۸ درصد از تغییرات ایستار نسبت به اصول مدیریت تداوم کسب‌وکار اعضای شرکت‌های دانش‌بنیان توسط پنج متغیر مذکور تبیین می‌شود. معادله رگرسیون و یافته‌های حاصل از تحلیل رگرسیون مربوطه در ادامه نشان داده شده است (جدول ۱۰).

$$Y = 31/60 + 0/96(X_1) + 0/36(X_2) + 0/36(X_3) + 0/20(X_4) - 0/20(X_5)$$

جدول ۱۰- نتایج تحلیل رگرسیون عوامل مؤثر بر ایستار اعضای شرکت‌ها نسبت به اصول مدیریت تداوم

کسب‌وکار

Durbin Watson	VIF	Sig	R ² Ad	t	Beta	R ²	R	B	متغیر مستقل
		۰/۰۰۰۱	--	--	--	--	--	۳۱/۶۰	ضریب ثابت
	۱/۰۰	۰/۰۰۰۱	۰/۴۷	۱۴/۰۳	۰/۶۹	۰/۴۷	۰/۶۹	۰/۹۶	هوش رقابتی (X ₁)
۱/۶۵	۱/۱۲	۰/۰۰۰۱	۰/۵۱	۴/۴۱	۰/۲۲	۰/۵۲	۰/۷۲	۰/۳۶	فضای کسب وکار (X ₂)
	۱/۵۰	۰/۰۰۰۱	۰/۵۵	۴/۲۰	۰/۲۳	۰/۵۵	۰/۷۴	۰/۳۶	خلق محصول جدید (X ₃)
	۱/۰۴	۰/۰۰۲	۰/۵۶	۳/۳۱	۰/۱۴	۰/۵۷	۰/۷۵	۰/۲۰	ریسک‌پذیری (X ₄)
	۱/۹۲	۰/۰۱۰	۰/۵۸	-۲/۶۱	-۰/۱۶	۰/۵۹	۰/۷۶	-۰/۲۰	سیاست‌های دولتی (X ₅)

نتیجه‌گیری

امروزه مدیریت تداوم کسب‌وکار به بخش مهمی از شالوده سازمان‌ها تبدیل شده است؛ به طوری که با اجرای اصول تداوم کسب‌وکار نه تنها رفاه و امنیت کارکنان تأمین می‌شود؛ بلکه توانایی هدایت فعالیت‌های اصلی نیز فراهم می‌آید. سازمان‌ها باید مدیریت تداوم کسب‌وکار را نه به عنوان یک فرآیند طرح‌ریزی پرهزینه بلکه به عنوان یک فرآیند بهبود ارزش افزوده و بسیار مهم در نظر داشته باشند. با توجه به نوپا بودن این بحث در کشور و عدم آشنایی فراگیر با اصول آن در سطح شرکت‌های مختلف دولتی یا غیردولتی مرسوم، هدف از این پژوهش گشودن دریچه‌ای برای نشان دادن اهمیت و کارایی این امر بوده است.

نظر به اهداف این پژوهش ابتدا ویژگی‌های فردی اعضا در شرکت‌های دانش‌بنیان، ویژگی‌های محیطی مربوط به کسب‌وکار آن‌ها و عوامل زمینه‌ی مربوطه مورد بررسی قرار گرفت. بر اساس یافته‌ها، میانگین سنی اعضاء شرکت‌های دانش بنیان حدود ۳۶/۵ سال است. اکثریت اعضاء، سطح تحصیلات در مقطع کارشناسی ارشد دارند. فعالیت‌هایی که شرکت‌ها مشغول آن بوده که شامل فعالیت‌های کشاورزی در حوزه فناوری زیستی تولید انواع نهال‌های کشت بافت، سنتز و تولید آفت‌کش‌های غیرشیمیایی، تولید کود سازگار با مناطق خشک، تولید کلبه کودهای شیمیایی مجاز بیولوژیک، مطالعه، تحقیق و بررسی در زمینه انواع کودهای شیمیایی، بیولوژیکی، ارگانیکی، ساخت و تولید ادوات و ماشین آلات سبک کشاورزی و فعالیت‌های غیرکشاورزی در حوزه سخت‌افزارهای برق و الکترونیک، لیزر و فوتونیک، مواد پیشرفته و محصولات مبتنی بر فناوری‌های شیمیایی، تولید ساختمان‌های پیش ساخته، تولید رینگ اسپورت، خردکن برقی نیمه صنعتی و خانگی، برنامه‌نویسی و خدمات اینترنتی، انرژی خورشیدی، فنآور ساخت دستگاه‌های صنعتی، پرینترهای سه بعدی و فیلامنت پرینتر سه بعدی است که اکثریت آن‌ها با سرمایه بین ۱۰۰ تا ۵۰۰ میلیون تومان این فعالیت‌ها را راه‌اندازی کرده‌اند. نتایج نشان داد که شرکت‌ها از روحیه کارآفرینی بالایی برخوردارند به گونه‌ای که مسئولیت‌پذیری و علاقه به انجام کارهای گروهی و انجام فعالیت‌ها به بهترین شکل را دارند. یافته‌ها همچنین، نشان دهنده ریسک‌پذیری متوسط شرکت‌ها بوده به نحوی که گرایش به خطرپذیری و علاقه به تغییر به رغم بی‌ثباتی شرایط و تلاش حداکثری در هر فعالیتی را دارند. شرکت‌ها از نظر ایستار نسبت به اصول مدیریت تداوم کسب‌وکار متوسط رو به بالا هستند. این نشان می‌دهد شرکت‌ها لزوم توجه به مدیریت ریسک در کسب‌وکار خود را با اهمیت می‌دانند.

به لحاظ ویژگی‌های محیطی نتایج نشان داد که شرکت‌ها از نظر خلق محصول جدید وضعیت خوبی دارند؛ به گونه‌ای که به اهمیت تکنولوژی در خلق ثروت، تبلیغات، تنوع محصولات و تجارب شرکت‌های داخلی و خارجی واقف هستند و اثربخشی این اطلاعات نیز در کسب‌وکارشان در حد مطلوبی بوده است. شرکت‌ها از نظر فرآیند توسعه محصول در حد متوسط هستند که بیانگر این است که شرکت‌ها درک کرده‌اند توانایی تکنولوژیکی و موقعیت بازار در توسعه کسب‌وکارشان مؤثر است. شرکت‌ها به لحاظ هوش رقابتی در حد متوسط رو به بالایی هستند، این موضوع نیز نشان‌دهنده توانایی مناسب شرکت‌ها در خصوص تجزیه و تحلیل تغییرات بازار، پیش‌بینی فرصت‌های بازار، شناسایی محصولات رقیب و ظرفیت‌های تولید آن‌ها هستند. از لحاظ عوامل زمینه‌ای، فضای کسب‌وکار برای شرکت‌ها چندان مطلوب نیست. شرکت‌ها از نظر مدت زمان انتظار برای دریافت تسهیلات، استفاده از دارایی‌ها به عنوان وثیقه، در دسترس بودن یارانه‌های کافی برای کسب‌وکار جدید، چالش‌های قانونی استخدام و فرآیند تأسیس شرکت با مشکل مواجه هستند. در واقع، سیاست‌های دولتی برای شرکت‌های دانش‌بنیان در حد متوسط است که نشان می‌دهد همچنان دولت فاقد سیاست واحدی در قبال شرکت‌های دانش‌بنیان بوده و عدم شفافیت ضوابط، نیاز به بهبود و پیشرفت دارد. در نهایت، طبق نتایج رگرسیون چندمتغیره، مشخص گردید که پنج متغیر هوش رقابتی، فضای کسب‌وکار، خلق محصول جدید، ریسک‌پذیری

و سیاست‌های دولتی، جمعاً ۵۸ درصد از تغییرات ایستار اعضای شرکت‌ها نسبت به اصول مدیریت تداوم کسب‌وکار را تبیین می‌کنند؛ لذا در راستای ایجاد تغییرات مطلوب در ایستار و نگرش اعضاء و صاحبان شرکت‌های دانش‌بنیان نسبت به بکارگیری اصول مدیریت تداوم کسب‌وکار باید بر سازه‌هایی همچون هوش رقابتی، تنوع‌بخشی در فرآیند تولید محصولات جدید و نوآورانه، ارتقای قدرت ریسک‌پذیری و افزایش سطح حمایت‌های دولتی توجه نمود.

منابع

- خیاطیان، م.، الیاسی، م.، و طباطبائیان، س. ح. ا. (۱۳۹۵). الگوی پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان در ایران. *فصلنامه سیاست علم و فناوری*، ۸(۲)، ۴۹-۶۲.
- دلفانی، م.، حسین‌پور، ا.، نجفی، ع.، و حسینی، م. (۱۳۹۷). بررسی و شناخت موانع و محدودیت‌های کارآفرینی در کشاورزی. *مجله جغرافیا و روابط انسانی*، ۱(۱)، ۱۳-۱.
- سعیدآوی، ا.، و برادران، س. (۱۳۹۳). بررسی نقش سیستم مدیریت تداوم کسب‌وکار در جهت ایجاد وحدت‌رویه و ارتقای هماهنگی در مدیریت جامع و یکپارچه بحران‌های کشور. *ششمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت جامع بحران، مشهد*.
- علی‌بخشی، م. ع. (۱۳۹۴). *ارائه چارچوبی برای ارزیابی فعالیت‌های بحرانی واحد اورژانس بر مبنای مدیریت تداوم کسب‌وکار*. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد، بخش مهندسی صنایع، دانشکده فنی مهندسی، دانشگاه تربیت مدرس).
- معبودیان، ی.، و رضایی، ک. (۱۳۹۳). تداوم کسب‌وکار در صنایع ایران- مطالعه پیمایشی. *نشریه تخصصی مهندسی صنایع*، ۴۸(۱)، ۹۹-۱۱۰.
- مقصودی، ط. (۱۳۹۶). شناسایی عوامل مؤثر بر پایداری کسب‌وکارهای خرد در بخش کشاورزی استان خوزستان. *فصلنامه پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی*، ۱۰(۲)، ۲۰-۱۱.
- Al-Tamimi, H., & Al-Mazrooei, F. (2007). Banks' risk management: A comparison study of UAE National and Foreign Banks, *Journal of Risk Finance*, 8(4), 394-409.
- Kerjcie, R.V. & D.W. Morgan. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological measurement*, 30, 607-610.
- Niemimaa, M., Järveläinen, J., Heikkilä, M., & Heikkilä, J. (2019). Business continuity of business models: Evaluating the resilience of business models for contingencies. *International Journal of Information Management*, 49, 208-216.
- Paton, D., & Johnston, D. (2006). *Disaster resilience: An integrated approach*. England, Charles C Thomas Publisher.
- Rezaei-Moghaddam, K., Badzaban, F., & Fatemi, M. (2021). Entrepreneurial Resilience of Small and Medium-sized Businesses among Rural Women in Iran. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, <https://doi.org/10.1080/1389224X.2021.1985539>
- Tamineedi, R. M. (2010). Business Continuity Management: A Standards-Based Approach. *Journal of Information Security*, 19(1), 36-50.