



نوآوری و ارزش آفرینی

دو فصلنامه علمی - پژوهشی جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه

سال دهم، شماره نوزدهم، بهار و تابستان ۱۴۰۰

صاحب امتیاز: جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه

مدیر مسئول: دکتر منصور معظمی

سر دبیر: دکتر مسعود شفیعی

مدیر داخلی: دکتر محمد علی نعمتی

کارشناس فصلنامه: سمیه آهاری

اعضای هیأت تحریریه:

دکتر جعفر توفیقی داربانی (استاد): دانشگاه تربیت مدرس

دکتر مسعود شفیعی (استاد): دانشگاه صنعتی امیرکبیر

دکتر منصور معظمی (استادیار پژوهشی): مؤسسه مطالعات بین المللی انرژی

دکتر محمدحسن پرداختچی (استاد): دانشگاه شهید بهشتی

دکتر عباسعلی حاج کریمی (استاد): دانشگاه شهید بهشتی

دکتر غلامعلی طبرسا (استاد): دانشگاه شهید بهشتی

دکتر مهدی ابزری (استاد): دانشگاه اصفهان

دکتر عبدالرحیم نوه ابراهیم (استاد): دانشگاه خوارزمی

بر اساس نامه شماره ۳/۱۷۵۷۴۵ مورخ ۱۳۹۲/۸/۲۰ دفتر سیاستگذاری و برنامه ریزی امور پژوهشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، درجه علمی- پژوهشی به این فصلنامه اعطا شده است.

آدرس: تهران، خیابان حافظ، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، ساختمان ابوریحان، طبقه ۶، اتاق ۶۱۲.

تلفکس: ۰۲۱-۶۶۴۹۵۴۳۳

تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۸۵۸۵۶

پست الکترونیکی: Innovationquarterly@gmail.com

سایت: www.journalie.ir

- ۱ ارائه الگوی مدیریت دانشگاهی مبتنی بر اندیشه سبز
گلشن مرادی، نادر سلیمانی، حمید شفیع زاده
- ۲۱ شناسایی ابعاد متمایزکننده عوامل درونی در کسب و کارهای مادرزاد بین‌المللی حوزه
ICT
داوود فیض، علی اکبر جلالی، عظیم‌الله زارعی، احسان سوری
- ۳۹ ریشه‌یابی سست‌پیوندی دانشگاه ایرانی با صنعت از دیدگاه خبرگان آموزش عالی
رضا مهدی، مسعود شفیعی
- ۵۵ تاثیر متغیرهای کلان اقتصادی بر ریسک سیستمی نظام بانکی با الگوی
خودرگروسیونی برداری
علی استاد هاشمی، سیدجلال صادقی شریف، علی سوری
- ۶۹ چالش‌ها و عوامل اثرگذار بر تجاری‌سازی فناوری در جهاددانشگاهی
عاطفه ذوالفقاری، حسام زندحسامی، مرتضی اکبری، حمید امین‌اسماعیلی
- ۸۷ ارائه مدل در راستای بهبود عملکرد سازمان‌های دولتی با تأکید بر نوآوری و ارزش‌های
سازمانی: رویکرد مدلسازی ساختاری تفسیری
اسماعیل قادری‌فر، میرهادی موذن جمشیدی، عباسعلی ارفع
- ۱۰۵ بررسی موانع همکاری صنعت و دانشگاه در توسعه سیستم‌های حمل‌ونقل هوشمند
حمزه امین‌طهماسبی، ابوذر قربانی
- ۱۲۱ بررسی عوامل موثر بر همکاری‌های فناورانه بین شرکت‌های زایشی دانشگاهی و
صنایع در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات با نقش میانجی نهادهای واسط
فاضل حاجی‌زاده ابراهیمی، ابوالفضل کزازی
- ۱۳۳ بررسی رابطه کارآفرینی شرکتی و توسعه پایدار شهری با استفاده از الگوی شهر
کارآفرین
بابک ضیاء، مهران رضوانی، محمد عین‌القضات
- ۱۵۱ ارائه مدلی برای ورود موفق به بازار محصولات مواد غذایی کشورهای منطقه (مطالعه
موردی کشور عراق)
محمد طالاری، محمدرضا فلاح، پریسا اسماعیلی
- ۱۶۹ ارائه مدل مدیریت استعداد با تمرکز بر قابلیت‌های فنی، انسانی و ادراکی مدیران در
سازمان تامین اجتماعی
حیدر صفری، رشید ذوالفقاری زعفرانی، محسن محمدیان ساروی
- ۱۸۵ ارائه مدل توسعه منابع انسانی با تمرکز بر بهره‌وری در سازمان امور مالیاتی کشور با
استفاده از رویکرد معادلات ساختاری
منصور قلی‌زاده، رشید ذوالفقاری زعفرانی، محسن محمدیان ساروی
- ۲۰۵ راهنمای نگارش مقاله
- ۲۰۷ معرفی جمعیت
- ۲۱۳ چکیده‌های انگلیسی

ارائه الگوی مدیریت دانشگاهی مبتنی بر اندیشه سبز

*گلشن مرادی *نادر سلیمانی ***حمید شفیعزاده

* دانشجوی دکتری گروه مدیریت آموزشی، واحد گرمسار، دانشگاه آزاد اسلامی، گرمسار، ایران moradi20758531@gmail.com

*** دانشیار گروه مدیریت آموزشی، واحد گرمسار، دانشگاه آزاد اسلامی، گرمسار، ایران drnasoleimani@yahoo.com

*** دانشیار گروه مدیریت آموزشی، واحد گرمسار، دانشگاه آزاد اسلامی، گرمسار، ایران h.shafizadeh@iau-garmsar.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۱۵

صص: ۱- ۲۰

چکیده

جهانی شدن، محدودیت منابع، افزایش آلودگی و نگرانی‌های زیست محیطی؛ در فضای دانش‌محور، رقابتی، پاسخگو و مشارکتی امروزی، دانشگاه‌ها را ناگزیر به پذیرش تفکر سبز و به دنبال آن اعمال مدیریت سبز به عنوان پارادایمی نوین در کلیه فعالیت‌های سازمانی خود نموده است. به منظور پاسخگویی به شرایط مذکور، پژوهش حاضر با هدف ارائه الگوی مدیریت دانشگاهی مبتنی بر اندیشه سبز صورت گرفت. این پژوهش از لحاظ هدف "کاربردی"، از نظر نوع داده‌ها "کیفی" و از نظر شیوه اجرا "مبتنی بر نظریه داده بنیاد" انجام شده است. محقق تعداد ۱۵ نفر مشارکت‌کننده را براساس روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی از میان مدیران و کارشناسان سازمان حفاظت از محیط زیست، سازمان انرژی‌های تجدیدپذیر و وزارت نفت و مدیران دانشگاه‌های سبز کشور تا رسیدن به مرحله اشباع داده‌ها مورد مصاحبه نیمه ساختار یافته قرارداد. روایی ابزار پژوهش از طریق روش‌های پیشنهادی لینکن و گوبا و پایایی آن از طریق ضریب پایایی هولستی به تایید رسید. تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل، در قالب الگوی سیستماتیک استراوس و کوربین در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی با استخراج ۵۷۶ کد اولیه و نیز احصای ۴۳ مفهوم و ۱۶ مقوله با استفاده از نرم‌افزار ان وی وو انجام گرفت. نتایج به دست آمده، الگوی مدیریت دانشگاهی مبتنی بر اندیشه سبز را در قالب عوامل علی، شرایط زمینه‌ای، پدیده محوری، شرایط مداخله‌گر/ تسهیل‌گر، راهبردها و پیامدها به تصویر کشید.

واژه‌های کلیدی: الگو، مدیریت دانشگاهی، اندیشه سبز، نظریه داده‌بنیاد

نوع مقاله: پژوهشی

۱-مقدمه

ضریب تاثیر بسیار بالایشان در بهبود استانداردهای زندگی و دستیابی به توسعه پایدار (لازرتی و تاولتی^۲ ۲۰۰۶) و به دلیل داشتن قهرمانانی متعهد و توانمند مانند اعضای هیات علمی و کارکنان (مسنجی و همکاران^۳ ۲۰۱۹) از طریق آموزش، پژوهش و ارائه خدمات سبز ملزم به اعمال مدیریت سبز به منظور دستیابی به پایداری زیست محیطی به عنوان بزرگترین چالش قرن حاضر شده‌اند (سازمان ملل متحد ۲۰۱۲). در راستای تحقق چنین امری، پژوهش حاضر

آلودگی‌ها و تهدیدات زیست محیطی، باعث تبلور و بروز مشکلات جهانی شده‌اند و از آنجا که مشکلات جهانی، راه‌حل‌های جهانی را می‌طلبند (وینودکومار، ۱۳۹۹^۱)، لذا امروزه توسعه پایدار و مدیریت سبز به موضوعات اساسی در سطح ملی و بین‌المللی تبدیل شده‌اند. در این ارتباط دانشگاه‌ها نیز به عنوان یکی از محورهای توسعه و به عنوان منبع اصلی "کشف‌های نو، دانش تخصصی و مردم فرهیخته" (نیازآذری و تقوایی یزدی) به دلیل توانایی و

2.Lazzeretti & Tavoletti

3. Mesengi & et al.

1. VinodKumer



مشارکتی به جای الگوی دیوانسالاری که طبق تحلیل نظریه‌های ارائه شده رویکرد غالب در مدیریت دانشگاه‌های کشور است مورد توجه بیشتر قرار گیرد. لذا محقق امیدوار است که انجام این پژوهش به عنوان اولین پژوهش در این زمینه، با استفاده از نظریه داده‌بنیاد (رویکرد نظام‌مند استراوس و کوربین)، با شناسایی عوامل و راهبردهای موثر در مدیریت سبز دانشگاه‌ها بر اساس داده‌های واقعی، امکان استفاده و بهره‌مندی مدیران، برنامه‌ریزان و کارکنان سیستم آموزش عالی را برای افزایش کارایی و بهره‌وری دانشگاه‌ها و بروز پیامدهای مطلوب اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی فراهم آورد.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

روند شکل‌گیری اندیشه سبز ایده‌های مربوط به اکولوژی و محیط زیست در اواسط قرن هجدهم میلادی در فضای صنعت زده اروپا هنگامی که سرمایه‌داران صنعتی به بهانه پیشرفت و رفاه عمومی با تولید انبوه کالا و محصولات، زیست‌خوان‌های اکولوژیکی خود را نابود می‌کردند و امپراطوری‌های خود را بنیان می‌نهادند، مطرح شدند (کرول و رانکین^۴، ۱۳۹۱). به دنبال ارائه نظرات متفکرانی مانند ژان ژاک روسو^۵، یوهان ولفگانگ گوته^۶ و جورج پرکنیز مارش^۷ در زمینه تخریب محیط‌زیست (فریدونی ۱۳۹۵) و همچنین در واکنش به رخ دادن وقایع فاجعه باری مانند مه دود لندن، مه دود نیویورک و فاجعه میناماتا، و بروز عوامل هشداردهنده ای از جانب طبیعت، اتحادیه حفاظت از منابع طبیعی به عنوان اولین قدم در برطرف کردن نگرانی‌های زیست محیطی در سال ۱۹۴۸ احداث گردید (ایران نژاد پاریزی و توسلی، ۱۳۹۵). با انتشار کتاب "بهار خاموش" خانم راشل کارسون^۸ (۱۹۶۲) و به تبع آن افزایش توجه عموم مردم به تخریب‌های گسترده محیط زیست، پارادایم‌های طبیعت محور و محیط زیست‌گرا در اواخر دهه ۶۰ میلادی ظهور کردند (مظلومیان و طباطبایی، ۱۳۹۷). شاید بتوان گفت

با هدف کلی ارائه الگوی مدیریت دانشگاهی مبتنی بر اندیشه سبز با استفاده از نظریه داده‌بنیاد (نسخه سیستماتیک استراوس و کوربین) صورت گرفت. به منظور دستیابی به این هدف، پژوهشگر با طرح سوالات فرعی ذیل: (عوامل علی تأثیرگذار بر مدیریت دانشگاهی مبتنی بر اندیشه سبز کدامند؟ مقوله محوری مدیریت دانشگاهی مبتنی بر اندیشه سبز کدام است؟ عوامل زمینه‌ای موثر (بسترهای اصلی) مدیریت دانشگاهی مبتنی بر اندیشه سبز کدامند؟ عوامل مداخله‌گر (پیش برنده - بازدارنده) بر مدیریت دانشگاهی مبتنی بر اندیشه سبز کدامند؟ راهبردهای تحقق مدیریت دانشگاهی مبتنی بر اندیشه سبز کدامند؟ ره‌آورده‌های (پیامدهای) تحقق مدیریت دانشگاهی مبتنی بر اندیشه سبز کدامند؟) به دنبال یافتن پاسخ سوال اصلی تحقیق (الگوی مدیریت دانشگاهی مبتنی بر اندیشه سبز کدام است؟) بود.

با توجه به بررسی‌های علمی و پژوهشی صورت گرفته توسط محقق، به علت گسترده بودن حوزه مدیریت سبز، مکانیسم پیچیده و عدم تجانس موسسات آموزش عالی، غالب تحقیقات با توجه به زمینه تحقیقاتی پژوهشگران دارای جهت‌گیری‌های خاص بوده و همچنین بیشتر مطالعات انجام شده مربوط به منابع انسانی سبز، دانشگاه پایدار، دانشگاه سبز و شناسایی ابعاد و مولفه‌های آنها هستند و علی‌رغم وجود تفاوت بین ابعاد دو واژه سبز و پایدار، این اصطلاحات در ادبیات فنی اکثر پژوهش‌ها تقریباً مترادف و قابل جایگزین با هم به کار برده شده‌اند. لذا محدود بودن جامعیت در شناسایی عوامل موثر بر مدیریت دانشگاهی مبتنی بر اندیشه سبز، باعث شد پژوهشی با رهیافت داده بنیاد توسط محقق صورت گیرد. با توجه به اینکه محدودیت منابع و افزایش آلودگی‌های زیست محیطی امری اجتناب‌ناپذیر است، جهت شناسایی شرایط، اولویت‌بندی اقدامات و تعیین نمودن چگونگی ارتباط با حوزه‌های مختلف، الگویی احساس می‌شد تا بتوان به بهترین شکل ممکن از منابع موجود بهره جست و اقدامات را پیاده‌سازی کرد که این از نوآوری پژوهش است و از آنجا که الزامات زیست محیطی نیاز به واکنش سزب و همه‌جانبه دانشگاه‌ها و مشارکت همه ذینفعان دارد، انتظار می‌رود الگوی مدیریتی

4. Croll & Rankin

5. Jean, Jacques Rousseau

6. Johann Wolfgang Von Goethe

7. Gorge Perkins Marsh

8. Rachel Carson



تقریباً مترادف هم و قابل جایگزین با هم به کار برده می‌شوند و این در حالی است که واژه پایداری در برگیرنده معنای گسترده‌تر، بازه زمانی طولانی‌تر و تغییرات گام به گام است و تاکید واژه سبز بیشتر روی محیط زیست، تاکتیک‌ها و اقدامات است (پارانلا، لوین و لنکستر^{۱۳}، ۲۰۰۹).

۳- الگوهای مدیریت دانشجویی

امروزه نیاز روز افزون به یک جامعه پایدار، بخش آموزش عالی را به شدت تحت تاثیر قرار داده است (مارکز، بچگا و تاوارس^{۱۴}، ۲۰۱۹). در این خصوص وانگ، شای، هاسینگ و هانسون^{۱۵} (۲۰۱۳) نیز معتقدند حرکت به طرف جامعه سالم از دیدگاه اکولوژی از دانشگاه و نحوه مدیریت آن شروع می‌شود. از آنجا که دانشگاه‌ها نهادهای پیچیده با تیم‌های حرفه‌ای مجزا و برخوردار از طیف وسیعی از توانایی‌ها برای تصمیم‌گیری در حوزه‌های خاص در رویارویی با مشکلات رایج به شمار می‌روند (بالدریچ، کارتیس، اکر و ریلی^{۱۶}، ۱۹۷۷)، از دهه ۱۹۸۰م. مدیریت دانشگاه به عنوان یک زمینه تخصصی و یک رویکرد جدید و اثر بخش مورد توجه متخصصان علوم مدیریت قرار گرفت. کابال^{۱۷} (۱۳۸۹)، گانر^{۱۸} (۲۰۱۷) و موریسون^{۱۹} (۲۰۱۰) به طور مشابه بیان می‌کنند امروزه فشارهایی که دانشگاه‌ها با آن مواجه‌اند باعث شده که آنها رقابتی‌تر، کارآمدتر، منطبق‌تر با نیازهای ذینفعان خود عمل نمایند و جهت دستیابی به جامعه آگاه‌تر و نهایتاً دستیابی به توسعه پایدار از پارادایم مبتنی بر سود سنتی با هدف رشد و پیشرفت اقتصادی نامحدود که در آن اولویت بخشی انسان به طبیعت مطرح است به سمت پارادایم سبک تجاری‌تر که در آن انسان به عنوان بخشی از طبیعت مورد توجه قرار می‌گیرد (گلدوین و کنلی و کراس^{۲۰}، ۱۹۹۵)، تغییر جهت دهند. هاردی و فاشین^{۲۱} (۱۹۹۰) در مطالعه‌ای که بر روی مدیریت دانشگاه‌ها انجام دادند، چهار الگوی مدیریتی (دیوانسالاری، دانشگاهی، سیاسی و بی‌نظمی

دفع خودرویی در زمین توسط دانش‌آموزان در اقدامی نمادین در سال ۱۹۷۰ (کارگروه تدوین مدل ارزیابی دانشگاه سبز شیراز ۱۳۹۶) و برگزاری کنفرانس ملل متحد در مورد محیط زیست انسانی با شعار "تنها یک کره خاکی" در استکهلم سوئد (۱۹۷۲) آغازی نوین برای سوق دادن مراکز آموزشی از جمله دانشگاه‌ها برای یافتن راهکارهایی جهت پاسخ‌گویی به چالش تعادل میان مطالبات زیست محیطی انسان و توسعه اقتصادی بود (سید علوی، ۱۳۹۶). لذا در واکنش به مفهوم مرسوم توسعه اقتصادی، برای حل مسائلی چون فقر، حقوق کودکان و زنان، نابودی طبیعت و آلودگی زیست محیطی برای اولین بار به طور رسمی مفهوم توسعه پایدار در گزارشی تحت عنوان "آینده مشترک ما" توسط خانم برانتلند^۹ در سال ۱۹۸۷ مطرح شد (بلز و پتی ۱۳۹۱). می‌توان گفت در اواخر قرن بیستم به منظور حل مسائل زیست محیطی بیشترین اهمیت به بعد زیست محیطی توسعه پایدار داده شد (فریدونی ۱۳۹۵)، و متعاقب آن در اواخر قرن بیستم اندیشه‌های متفاوتی مانند اندیشه سبز روشن (محیط زیست‌گرایی) و اندیشه سبز تیره (زیست بوم‌گرایی) به وجود آمدند (الهی ۱۳۹۶). در واقع می‌توان گفت: تفکر و اندیشه سبز رویکردی است، برای همگرایی مسئولیت‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی سازمان‌ها، برای ارتقا کیفیت زندگی در جامعه (ام هامبلیت، آونز و روی^{۱۰}، ۲۰۱۰). در سال ۱۹۹۵ برای اولین بار اندیشه سبز در قالب مدیریت سبز تحت عنوان "راهبرد دولت سبز" در کانادا و در ایران نیز پرداختن به این موضوع، به استناد بند پ"تبصره ۲۰ قانون بودجه ۱۳۸۲ کل کشور مورد توجه قرار گرفت (یوسفی، ۱۳۹۵). لازم به ذکر است که در ادبیات تخصصی بیشتر پژوهش‌ها و از نظر بسیاری از پژوهشگران از جمله (اسکیبی نسکا و کات^{۱۱}، ۲۰۱۵، فیسی، رومولینی و گری و کنتری^{۱۲}، ۲۰۲۰) اصطلاحاتی مانند آموزش پایدار، دانشگاه پایدار، دانشگاه سبز، پردیس سبز، مدیریت زیست محیطی و مدیریت سبز

13. Yanarella & levine & Lancaster
14. Marques , Bachega and Tavares
15. Wang , Shi , Huising and Hansson
16. Baldrige,Curtis ,Ecker & Riley
17. Cabal
18. Güner
19. Morrison
20. Gladwin, Kennelly & Krause
21. Hardy

9. نخست وزیر وقت نروژ.

10. M Humblet , Owens and Roy
11. Skibinska & Kott
12. Fissi ,Romolini , Gori & Contri



نوآوری) ماموریت دارند تا به منظور رفع مشکلات و شکل‌دهی آینده جامعه خود مانند پلی برای پرکردن شکاف بین وضعیت موجود و مطلوب جامعه، عمل نمایند (بوخاری، سعید و محمد نور^{۲۵}، ۲۰۲۰)، لذا به منظور تحقق اهداف زیست محیطی، رویکرد نسبتاً نوظهور مدیریت سبز باید مورد توجه مدیران آنها قرار گیرد. مدیریت سبز دانشگاه را می‌توان به معنای سبزاندیشی در فرآیندها، تصمیمات و فعالیت‌های محیط دانشگاهی (دهلی و نیوماری^{۲۶}، ۲۰۰۱) اخذ هر تصمیمی منطبق با ارزش‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی (نوری، ۱۳۹۷)، تفکر مجدد در مورد چگونگی اداره سازمان‌ها با احترام به محیط زیست (ترن^{۲۷}، ۲۰۰۹)، اقتصاد فضاوردی^{۲۸} (گلدوین و همکاران^{۲۹}، ۱۹۹۵)، روند گسترده استفاده از نوآوری برای دستیابی به پایداری، کاهش ضایعات، مسئولیت اجتماعی، مزیت رقابتی و توسعه مستمر (گارزلا و فیرونیتینو^{۳۰}، ۲۰۱۴) دانست. به زعم لی، هس، هان و کیم^{۳۱} (۲۰۱۰: ۹۰) هدف اصلی مدیریت سبز نگهداری منابع، بهبود کیفیت محیط فیزیکی و بهبود فرآیند است، که این با بر نامه ریزی صحیح، تدوین دستورالعمل، آموزش، فرهنگ سازی، اقدام و نظارت امکان‌پذیر است. در این راستا کورلند و زل^{۳۲} (۲۰۱۱) معتقدند برای دستیابی به این مهم مدیران باید اصولی مانند: تثبیت ارزش‌های شخصی و سازمانی، تدوین و اجرای اهداف سبز، تعیین معیارهای پایداری، غلبه بر مقاومت در برابر تغییر، ارزیابی اکولوژیکی از کار خود، حفظ ارتباطات با مردم و سایر سازمان‌ها را در نظر بگیرند و به دنبال یکپارچه کردن اهداف زیست محیطی با اهداف و استراتژی‌های سازمان باشند. هر چند ایجاد و پیاده‌سازی مدیریت سبز در دانشگاه‌های کشور به دلایلی از جمله عدم آگاهی ذینفعان، تحریم‌های بین‌المللی، گران بودن تکنولوژی سبز، نارسایی قوانین مصوب و فقدان انسجام میان قوانین (کسروی

سازمان یافته) و فارنهام^{۳۳} (۱۹۹۶) در یک بررسی تطبیقی بر مبنای دو بعد استقلال حرفه‌ای و مشارکت اعضای هیات علمی الگوهای موجود مدیریت دانشگاهی را (کارآفرینی، دانشکده‌ای، مدیریتی و بروکراتیک) بیان کرده‌اند (زاهدی و چیت‌ساز^{۳۴}، ۱۳۸۶). صاحب‌نظران معتقدند الگوهای دانشکده‌ای و مدیریتی علاوه بر کاربرد امروزشان، الگوهای غالب کشورهای غربی در اواخر قرن بیستم بودند. در واقع الگوی مدیریت‌گرایی نوعی سبک اجرایی مدیریت عاریه گرفته شده از بخش خصوصی و شرکت‌هاست. در این الگو سازمان دانشگاهی مبتنی بر سلسله مراتب است. همچنین اهداف نهایی به وسیله عوامل خارجی تعیین می‌شود و اعضای هیات علمی فقط در مورد چگونگی انجام آن دارای اختیار هستند. در این الگوها کار مدیریت خلق چشم‌انداز، توانمندسازی، رهبری و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین است. هر چند در دهه‌های اخیر الگوی مدیریت‌گرا نفوذ بیشتری در دانشگاه‌ها داشته است ولی الگوی دانشکده‌ای (حرفه‌ای‌گرایی) با طرح مباحثی مانند لزوم استقلال حرفه‌ای و مشارکت اعضای هیات علمی در مدیریت دانشگاه همواره چالش‌های نظری جدی برای الگوهای مدیریت‌گرا بوجود آورده است (زاهدی و چیت‌ساز، همان). در همین راستا ایس^{۳۳} (۲۰۱۹) معتقد است مدیریت‌گرایی نقش مدیران را در تهیه راهکارهایی برای حل مشکلات اقتصادی و اجتماعی بر جسته می‌کند. مین‌آردس، الویس و راپز^{۳۴} (۲۰۱۱) معتقدند آنچه امروز در موسسات آموزش عالی دیده می‌شود ترکیبی از همه الگوهاست اگر چه ممکن است یکی از الگوها بر سایر الگوها غلبه داشته باشد. آنچه مسلم است آن است که مشارکت جامعه و دانشگاه فرصتی بی‌نظیر برای درک و حل چالش‌های زیست محیطی فراهم می‌کند (مسنجی و همکاران^{۳۵}، ۲۰۱۹) بنابراین می‌توان گفت الگوی مدیریت مشارکتی می‌تواند نهاد دانشگاه را در خدمت اهداف توسعه‌ای قرار دهد (فرهنگی و حسینی^{۳۶}، ۱۳۷۸).

از آنجا که دانشگاه‌های امروزی علاوه بر تحقق وظایف نسل‌های گذشته خود (آموزش، پژوهش، کارآفرینی و

25. Bukhari

26. Dahle and Neumary

27. Tran

28. حداقل تولید و حداقل مصرف

29. Gladwin, Kennelly and Krause

30. Garzella & Fiorentino

31. Lee, Hsu, Han & Kim

32. Kurland & Zell

22. Farnham

23. Ese

24. Mainardes, Alves and Rapos



آمیخته سیدعلوی (۱۳۹۶) مولفه‌های شناسایی شده برای مدیریت سبز در دانشگاه‌های دولتی تهران؛ حکمرانی دانشگاهی و اداره امور سازمانی، فناوری، منابع مادی و زیرساخت‌ها تجهیزات، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، راهبرد و تجهیزات، ارتباط و تعامل با محیط، منابع مالی، منابع انسانی و امور پرسنلی، نظارت و ارزیابی، آموزش سبز، پژوهش سبز، داده‌ها و اطلاعات، می‌باشند.

فیزی و همکاران (۲۰۲۰). در پژوهشی با عنوان مسیری به سمت دانشگاه سبز پایدار، ضمن بررسی ابعاد متفاوت پایداری (چارجوب نهادی، عملیات داخل دانشگاه، آموزش و پژوهش، اجازه مداخله به جامعه، مسئولیت‌پذیری، حسابرسی و گزارش‌گیری) در دانشگاه فلورانس، دریافتند در زمینه عملیات داخل پردیس دانشگاه، پروژه‌های مرتبط با ساختمان‌های سبز، مدیریت پسماند با محدودیت‌های مالی انجام می‌شود و علی‌رغم تلاش‌های فزاینده صورت گرفته برای مشارکت و حساس‌تر شدن ذی‌نفعان نسبت به پایداری هنوز این بعد برای بهبود، نیازمند توجه خاص است. مطالعه آنها نتایج مشابهی را برای ابعاد گزارش‌گیری و مسئولیت‌پذیری نشان می‌دهد.

یافته‌های پژوهش روس و همکاران (۲۰۲۰) حاکی از آن است که از نظر تامین مالی با توجه به الزامات حقوقی و قانونی، اولویتی در نظام‌های مدیریت دانشگاهی آلمان برای این حوزه وجود ندارد و منابع مالی محدود تخصیص یافته به این حوزه یکی از عوامل بی‌توجهی موسسات آموزش عالی به مدیریت زیست محیطی به شمار می‌رود. پژوهشگران پشتیبانی از ساختارهای مدیریت را یک پیش‌نیاز اصلی برای حل مسایل زیست محیطی می‌دانند.

تی ماساجکا، پی کاستدیو و آی مورالس^{۳۳} (۲۰۱۹) پژوهشی را با عنوان "مدل مدیریت توسعه و تحقیق برای یک دانشگاه سبز" انجام دادند. در واقع مسائل مرتبط با بهره‌وری پایین تحقیقات علمی اعضای هیات علمی و دانشجویان و عدم علاقه به انتشار آنها موضوع اصلی مدل مدیریت تحقیق و توسعه آنها برای دانشگاه سبز بود. برای انجام این پژوهش، آنها از رویکرد آمیخته استفاده کردند. به این منظور داده‌های

ومهاجری (۱۳۹۷) کار ساده‌ای نیست، ولی بهینه‌سازی و تعدیل مصرف کارکنان که هدف نهایی مدیریت سبز است، با برنامه ریزی صحیح، تدوین دستورالعمل، آموزش و فرهنگ‌سازی، اقدام و نظارت، مشارکت مسئولانه و مجدداً امکان‌پذیر است. بررسی‌ها نشان می‌دهد در طی یک دهه گذشته اعمال مدیریت بر اساس اندیشه سبز در برخی از دانشگاه‌های کشور در حال تجربه‌شدن است و این دانشگاه‌ها مانند موجودات زنده در رشد و تغییر خود، سعی می‌کنند، با برنامه‌ریزی صحیح و بهره‌گیری از تجارب دانشگاه‌های سبز جهان، خود را با محیط زیست سازگار کرده و آسیب کمتری به آن وارد کنند.

۴- پیشینه تحقیق

بررسی‌ها و مطالعات صورت گرفته توسط محقق نشان می‌دهد که در برخی از پژوهش‌های پیشین به شناسایی ابعاد و مولفه‌های مدیریت سبز، دانشگاه سبز، ارزیابی این عوامل در دانشگاهی خاص و در تعدادی نیز به مساله‌ای خاص مانند امکان استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر به منظور کاهش آلودگی‌های زیست محیطی پرداخته شده است. به عنوان مثال منتظرالقائم و همکارانش (۱۳۹۸) در پژوهش خود با استفاده از تکنیک DANP نشان دادند که برای دستیابی به مدیریت زیست محیطی موثر و مدیریت منابع انسانی سبز علاوه بر چندین وظیفه مدیریت منابع انسانی، عوامل و مولفه‌هایی مانند شرح شغل سبز، رفتار شهروندی سبز، فرهنگ‌سازی سبز، مشارکت و... نیز باید مورد توجه قرار گیرند. در پژوهشی که توسط غفاری کتی سری، امین بیدختی و جعفری (۱۳۹۸) صورت گرفت، پژوهشگران تلاش کردند رابطه دانش زیست محیطی با رفتار حامی محیط زیست دانشجویان دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه سمنان را مورد بررسی قرار دهند. یافته‌های پژوهش آنها نشان داد که بین دانش زیست محیطی با رفتار حامی محیط زیست دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و دانش زیست محیطی پیش‌بینی‌کننده معنادار رفتار حامی محیط زیست دانشجویان می‌باشد. در پژوهش آمیخته ایرانمنش زرنندی (۱۳۹۸) با استفاده از روش فراترکیب، پیشران‌های تکنولوژی، منابع انسانی و محیط به عنوان پیشران‌های دانشگاه سبز شناخته شدند و در پژوهش

33. T Masagca , P Custodio & IMorales



میان داده‌ها گرد آوری و تحلیل می‌شوند (خنیفر و مسلمی، ۱۳۹۷). مبنای فلسفی پژوهش حاضر بر اساس پارادایم تفسیری ساخت‌گرایی شکل گرفته و در بعد روش‌شناسی، پژوهشگر از منطق استقرایی استفاده نموده است. به لحاظ هدف، کاربردی است زیرا ره‌آورد‌های این پژوهش می‌تواند در درک و شناخت بیشتر پدیده مورد مطالعه و بهبود شرایط و قابلیت‌های آن نقش داشته باشد. به لحاظ نتیجه نیز پژوهش حاضر از نوع اکتشافی است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل اعضای هیئت علمی و مدیران دانشگاه‌هایی که در رتبه‌بندی گرین متریک در سال ۲۰۱۸ جزء دانشگاه‌های سبز کشور شناخته شده‌اند، مدیران و کارشناسان سازمان حفاظت از محیط زیست، مدیران ارشد و کارشناسان خبره وزارت نیرو و وزارت نفت می‌باشند. در نظریه داده‌بنیاد چارچوب نمونه با دو معیار ورودی (اشباع داده‌ها) و خروجی (اشباع نظری) محک می‌خورد معیار ورودی این است که چه کسانی حامل انواع تجربه‌های مرتبط با موضوع و پرسش‌های تحقیق هستند و معیار خروجی نیز اشباع نظری است و این امر زمانی اتفاق می‌افتد که مورد جدید نتواند اطلاعات تازه‌ای درباره مفاهیم و مقولات با ارتباط آنها ارائه دهد (فراستخواه، ۱۳۹۷). در این پژوهش از مصاحبه دوازدهم به بعد احساس رسیدن به اشباع نظری به وجود آمد اما برای رسیدن به حصول اطمینان از جمع‌آوری داده‌های کافی، مصاحبه‌ها تا ۱۵ نفر ادامه پیدا کرد در این پژوهش انتخاب مورد ها به صورت هدفمند و ارادی و سپس به صورت نظری (گوله برفی) انجام شد. در مطالعه حاضر از مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته چهره به چهره و مصاحبه تلفنی به عنوان ابزار گردآوری داده‌ها استفاده شد. همچنین مطالعه و مشاهده اسناد مکتوب و غیرمکتوب به عنوان ابزار مکمل برای گردآوری داده‌های موازی و تقویت یافته‌های پژوهش مورد استفاده قرار گرفتند. بعد از هر مصاحبه تحلیل‌ها در قالب کدگذاری باز و محوری انجام شدند و در هر مصاحبه سعی بر آن بود تا خلاءهای مصاحبه‌های قبلی پر شود و ابهامی باقی نماند. در این پژوهش برای حفظ همزمان اصول حساسیت (توانایی معنایابی و تفسیر و کشف روابط بین داده‌ها و مفاهیم) و عینیت (نگاه بی‌طرفانه و فاقد پیش داوری نسبت به پدیده مورد مطالعه) (فراستخواه، همان)

مختلفی از ۳ دانشگاه علوم و هنرهای زیبا، علوم بهداشتی، کشاورزی و شیلات از دانشجویان لیسانس، کارشناسی ارشد و دکتری جمع‌آوری کردند. براساس داده‌های حاصل از پژوهش، محققان دریافتند برای بهبود تحقیقات و افزایش نشر در دانشگاه سبز، علاوه بر توجه به اعضای هیات علمی، مسائلی مانند: خط مشی‌ها، تامین مالی، فقدان دستور کار برای تحقیقات کاربردی، ظرفیت‌های تحقیقاتی، زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و تسهیلات کتابخانه‌ای نیز باید مورد توجه قرار گیرد.

تا و ها^{۳۴} (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان تهیه الگوی مدیریتی دانشگاه سبز یک نوع مدل ترکیبی که دربرگیرنده نوع دستوری (بالا به پایین) و نوع مشارکتی کامل (پایین به بالا) را برای فرآیند مدیریتی همه دانشگاه‌های چین پیشنهاد می‌کنند. نتایج پژوهش آنها حاکی از آن است که عناصر اصلی مدیریت دانشگاهی سبز عبارتند از: چشم‌انداز، ماموریت، هدف، چارچوب نهادی (مدیریت بهبود مستمر، برنامه‌ریزی، خط‌مشی)؛ مدیریت تراز سبز (عملیات سیستم‌های حمایتی، خدمات و پژوهش‌های علمی سبز، آموزش سبز) و سیستم ارزیابی کیفی (چک و اصلاح). آنان در پژوهش خود برای مدیریت دانشگاه سبز ابعاد (آموزش، پژوهش، اداره امور دانشگاه و جامعه بیرونی، سیستم مدیریت زیست محیطی، گزارش‌گیری و ارزیابی) را شناسایی کرده‌اند. در همین راستا زائو و زوی^{۳۵} (۲۰۱۵) نیز در پژوهش خود برای مدیریت سبز دانشگاه تی‌سینگ‌هوا^{۳۶}، ابعاد آموزش سبز، پژوهش سبز و محیط سبز را شناسایی کردند.

۵- روش شناسی پژوهش

هدف کلی پژوهش حاضر ارائه الگوی مدیریت دانشگاهی مبتنی بر اندیشه سبز از دیدگاه خبرگان است. در راستای دستیابی به این هدف، پژوهش حاضر در چارچوب رویکرد کیفی و با به کارگیری روش نظریه داده بنیاد با رهیافت طرح نظاممند استراوس و کوربین انجام گرفته است. در واقع نظریه داده‌بنیاد، نظریه برگرفته از داده‌هایی است که در طی فرآیند پژوهش به صورت نظاممند و از رفت و برگشت دائم

34. Tu & Hu

35. Zhao & Zou

36. Tsinghua University



شده از مصاحبه‌ها، کدهایی که به موضوع مشترک اشاره داشتند، گروه‌بندی شدند و مفاهیم را ساختند. از مقایسه و طبقه‌بندی آنها مقوله‌ها تعیین شدند. در مرحله کدگذاری محوری به منظور مرتب کردن مفاهیم و مقولات، از الگوی سیستماتیک استفاده شد تا شرایط علی، پدیده‌محوری، عوامل زمینه‌ای (بستر)، عوامل مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها که اجزای کدگذاری محوری هستند، مشخص شوند. سپس از طریق کدگذاری انتخابی و بر اساس الگوی ارتباط شناسایی شده بین مقوله‌ها وزیر مقوله‌ها در کدگذاری باز و محوری، مقوله‌ها به هم مرتبط شدند و نظام نظریه مربوطه ارائه شد.

مرحله اول: کدگذاری باز

در این پژوهش فرآیند کدگذاری باز به عنوان اولین مرحله تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها به این صورت بوده است که پس از بررسی داده‌ها، بر چسب‌زنی به رویدادها رخدادها و استخراج مفاهیم، هر یک از مفاهیم به منظور مشخص شدن شباهت‌ها و تفاوت‌هایشان با یکدیگر مقایسه شدند. این کار به منظور تشکیل مقوله صورت گرفته است به عنوان مثال محقق متوجه شده است که نیازها، شرایط و معاهدات نیازها و شرایط ملی-منطقه‌ای؛ قوانین، مقررات و اسناد بالا دستی اشاره به یک چیز دارند و محقق از همه مفاهیم فوق مقوله نیازهای ملی و بین‌المللی را استخراج نموده است. این مفهوم در سطح بالاتری از مفاهیم فوق بوده و انتزاعی‌تر است. در واقع همه مفاهیم فوق را پوشش می‌دهد. دیگر مقوله‌ها نیز به همین صورت استخراج شده‌اند. صاحب‌نظران در مصاحبه‌های پانزده‌گانه به طیف وسیعی از عوامل در پاسخ به سوالات تحقیق اشاره کردند. در نهایت با حذف کدهای مشابه، ۵۷۶ کدباز از متن مصاحبه‌ها گرفته شد. تمام کدهایی که از لحاظ معنا بسیار به هم نزدیک بودند، در یک مجموعه واحد قرار گرفتند و مفاهیم را به وجود آوردند. از طبقه‌بندی و دسته‌بندی مفاهیم، مقولات شکل گرفتند. در مجموع ۴۳ مفهوم و ۱۶ مقوله شناسایی شد.

مرحله دوم: کدگذاری محوری

در مرحله کدگذاری محوری، توضیح و بیان منطقی مقوله‌ها امری حیاتی است. این کار از طریق خط داستان صورت گرفت. در واقع خط داستان عبارت است از توضیح مفصل و

آمادگی کافی برای گوش دادن و اجازه سخن دادن به پاسخگویان و شنیدن آن چه را برای گفتن دارند و آنچه را انجام می‌دهند، وجود داشته است. در ارزیابی پژوهش‌های کیفی لینکن و گوبا (۱۹۸۰) مفهوم قابلیت اعتماد را بسان معیاری برای جایگزینی روایی و پایایی مطرح کرده‌اند این مفهوم از چهار عنصر اعتبارپذیری، انتقال‌پذیری، اطمینان-پذیری و تاییدپذیری تشکیل شده است (حریری، ۱۳۹۵). لذا در این پژوهش برای سنجش روایی و پایایی با توجه به عناصر فوق تکنیک‌های مختلفی از جمله صرف زمان کافی برای انجام پژوهش، تبادل نظر با هم‌تایان، اخذ نظر و تایید فرایند پژوهش توسط چند نفر متخصص، نوشتن یادداشت در طول مصاحبه، مستندسازی و ضبط دقیق جزئیات تمامی مراحل پژوهش، هدایت جریان مصاحبه‌ها و نمونه‌گیری تا رسیدن داده‌ها به حد اشباع صورت گرفته است. همچنین برای سنجش پایایی علاوه بر استفاده از روش‌های پیشنهادی لینکن و گوبا از روش‌های کمی نظیر ضریب پایایی هولستی نیز استفاده شده است. در این پژوهش پایایی بین کدگذاران برای دو مصاحبه انجام گرفته با استفاده از فرمول درصد توافق درون موضوعی برابر ۷۵/۸٪ است. با توجه به این که این میزان پایایی بیشتر از ۶۰٪ است قابلیت کدگذاری‌ها مورد تایید است.

۶- توصیف جمعیت‌شناختی

در راستای دستیابی به اهداف تحقیق در این پژوهش با ۱۵ نفر از خبرگان حوزه‌های وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، سازمان حفاظت از محیط زیست، وزارت نیرو و نفت مصاحبه شد. از میان ۱۵ نفر جامعه مورد نظر ۱۳ نفر مرد و ۲ نفر زن بودند. از لحاظ سابقه کاری از ۱۵ نفر، ۳ نفر بین ۱۰ تا ۲۰ سال، ۹ نفر بین ۲۰ تا ۳۰ سال و ۳ نفر بالاتر از ۳۰ سال خدمت کرده‌اند. از نظر میزان تحصیلات یک نفر پسا دکتري، ۱۱ نفر دکتري، یک نفر دانشجوی دکتري، ۲ نفر کارشناسی ارشدند.

۷- تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش

در نسخه سیستماتیک استراوس و کوربین (۱۹۹۸) که پژوهشگر از آن استفاده کرده از سه نوع کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است. در مرحله کدگذاری باز با مراجعه به کدهای اولیه استخراج



سیاسی	۲- نهاد های قانون گذار
مدیران	بهره‌گیری از عوامل مداخله گر
	۱- کارایی اکولوژیکی ۲- رویکرد زیست محیطی ۳- تعاملات ملی - بین المللی زیست محیطی دانشگاه ۴- تناسب برنامه های توسعه و سیاست های ملی با نیازهای زیست محیطی
مدیران	ایجاد زمینه (بستر) لازم
	۱- دانش، نگرش و مهارت ارتباطی مدیران ۲- رفتار حرفه ای ۳- فعالیت های صف و ستادی دانشگاه ۴- منابع و تجهیزات ۵- ارزیابی و اعمال سیاست های تشویقی - تنبیهی و ریگلاتوری ۶- توسعه فرصت های آموزشی و پژوهشی سبز ۷- باز طراحی و تجهیز زیرساخت ها ۸- سازماندهی مجدد عملیات دانشگاه
مدیران	زیست محیطی
	۱- اثرات درون سازمانی ۲- اثرات برون سازمانی
مدیران	اقتصادی
	۱- ایجاد مزیت رقابتی ۲- افزایش بهره‌وری دانشگاه
مدیران	اجتماعی - فرهنگی
	۱- اصلاح الگوی نگرش و رفتار ۲- دانشگاه و جامعه سبز و مسئولیت- پذیر
مدیران	سیاسی
	۱- توسعه رویکردهای مطلوب حاکمیتی ۲- اصلاح قوانین و مقررات

۷- یافته‌ها

شرایط علی: شرایط علی مجموعه‌ای از وقایع و شرایطی است که بر مقوله محوری اثر می‌گذارند و در واقع حوادث، وقایع و اتفاقاتی هستند که به وقوع یا گسترش پدیده مورد نظر می‌انجامند. بر مبنای یافته‌های پژوهش مقوله‌های نیازهای ملی و بین‌المللی و همچنین الزامات مدیریت دانشگاهی، به عنوان شرایط علی تاثیرگذار بر پدیده محوری شناسایی گردیدند.

در این پژوهش مقوله نیازهای ملی و بین‌المللی در برگیرنده مفاهیمی چون "فعالیت‌ها و معاهدات بین‌المللی"، "تهدیدات زیست محیطی" و "قوانین و برنامه های ملی و بین‌المللی" است. نشانگرها و آمارهای زیست محیطی دنیا از جمله افزایش ۴ درجه دمای زمین، ۱۰ برابر شدن حفره لایه

جزء به جزء مقوله‌های عمده با ارجاع به یادداشت‌ها و نقل قول‌های افراد مورد مطالعه (دانایی فرد و امامی ۱۳۸۶). استراوس و کوربین کدگذاری محوری را مرحله‌ای تعریف می‌کنند که در آن محقق مفاهیم و مقولات به دست آمده از کدگذاری باز را با هم مقایسه، ترکیب و ادغام می‌کند و با خلاقیت‌های فکری و انتزاعی که دارد کل معانی به دست آمده از تحقیق را حسب ارتباطاتی که با هم دارند، در چند نقطه وصل یا در چند محور اصلی طبقه‌بندی می‌کند. بنابراین ارتباط چرخه‌ای و حلزونی سه نوع کدگذاری در این مرحله، اکتشاف پدیده، مفصل‌های نظری را وضوح می‌بخشد و ما را به کدگذاری انتخابی سوق می‌دهد (فراستخواه ۱۳۹۷) در این پژوهش این مفصل‌های نظری که همانا پدیده محوری، موجبات علی، عوامل مداخله‌گر، زمینه‌ها و راهبردهای کنش و واکنش هستند در ادامه تشریح گردیده است.

جدول شماره ۱. مفاهیم و مقوله‌های به دست آمده در

خصوص پدیده محوری

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری (مقوله‌ها)	کدگذاری باز (مفاهیم)
شرایط علی	نیاز های ملی و بین المللی	۱- فعالیت ها و معاهدات بین المللی ۲- تهدیدات زیست محیطی ۳- قوانین و برنامه های ملی و بین المللی
	الزامات مدیریت دانشگاهی	۱- رویکرد و ساختار مدیریت دانشگاهی ۲- ارزیابی و پاسخگویی
مقوله محوری	اندیشه سبز زیر بنای مدیریت سبز	۱- نگرش زیست محیطی مدیران دانشگاه ۲- مدیریت سبز عملیات دانشگاه
عوامل زمینه‌ای	ویژگی‌های شخصیتی و حرفه‌ای مدیران دانشگاه	۱- علاقه و مهارت مدیران دانشگاه ۲- توانایی حرفه ای مدیران
	زیرساخت‌های نرم‌افزاری	۱- ارزیابی و اعمال سیاست هایی برای سبز اندیشی ۲- فرهنگ یادگیری سبز
عوامل مداخله‌گر	فعالیت‌ها و امکانات دانشگاه	۱- فعالیت های اصلی و پشتیبانی ۲- منابع و امکانات
	زیرساخت‌های سخت‌افزاری	۱- میزان استفاده از تکنولوژی پاک ۲- همکاری با صنایع سبز
عوامل	اقتصادی - مدیریتی	۱- وضعیت منابع و ساز و کارهای اقتصادی ۲- رویکردهای نوین مدیریتی
	عوامل انگیزشی -	۱- تعاملات ملی و بین المللی



اوزون، مرگ سالانه بیش از ۵ میلیون نفر به سبب زباله‌های شیمیایی و... (بردی پور، ۱۳۹۷)، حاکی از آن است که صدمات جبران‌ناپذیری در نتیجه فعالیت‌های انسانی در چند دهه اخیر به کره زمین و بشریت وارد شده است. لذا در جهت کاهش تهدیدات زیست محیطی فعالیت‌ها و اقدامات زیادی در سطح بین‌المللی و ملی صورت گرفته است. یکی از مشارکت‌کنندگان در این راستا بیان می‌کند "مسائل زیست محیطی حدو مرز ندارد و کشور ما جدا از تصمیم‌گیری‌های جهانی نیست و نمی‌توانیم جدا و بدون توجه به قوانین و مقررات جهانی و اسناد بالادستی بین‌المللی و ملی حرکت کنیم."

الزامات مدیریت دانشگاهی، مقوله علی دیگری است که بر سبزاندیشی مدیران دانشگاه اثر می‌گذارد. بر مبنای نظر مشارکت‌کنندگان، این مقوله در برگرفته مفاهیمی چون "رویکرد و ساختار مدیریت دانشگاهی"، "ارزیابی و پاسخگویی" می‌باشد. از آنجا که مدیریت دانشگاه را مدیریت علم، مدیریت اندیشه و مدیریت تفکر و نوآوری می‌نامند و دانشگاه را مسئول تربیت رهبران آینده و شهروندان آگاه مسئول و پاسخگو می‌دانند لذا در تمام ساختار مدیریتی (برنامه‌ریزی، سازماندهی و تصمیم‌گیری، ارزیابی و...) فعالیت‌ها باید به سمتی سوق یابد که منجر به کاهش آسیب‌های زیست محیطی شود. مشارکت‌کننده‌ای در این راستا بیان می‌کند "نابودی محیط زیست و از بین رفتن منابع یک مسئله اجتماعی است و حل مسائل اجتماعی کلید ندارد، پیچیده است، راه حل بسیط ندارد و متأسفانه بعضی از مردم متعهد به کار در کشور و یا جامعه نیستند و از اهمیت مسائل زیست محیطی برای بقای نسل‌ها غافلند وی با بیان اینکه شرایط تحریمی کشور باعث شده که مدیران در پشت تحریم‌ها، ضعف‌های خود را پنهان کنند، ارزیابی و پاسخگویی جداگانه از عملکرد سیستم و مدیران را از طریق کمیته‌ها و گزارش‌گیری‌ها در این زمینه موثر می‌داند."

مقوله محوری: در این پژوهش در مجموع پاسخ‌های بیان شده توسط مشارکت‌کنندگان به کرات به صورت ضمنی و یا صریح به لزوم سبزاندیشی مدیران دانشگاه به عنوان محور و کانون مدیریت دانشگاهی مبتنی بر اندیشه سبز اشاره شده است. مجموعه عوامل علی عامل پدیداری این مقوله

می‌باشند. در این پژوهش دو مفهوم برخاسته از نظر مشارکت‌کنندگان در شکل‌گیری مقوله هسته‌ای موثر بوده است: "نگرش زیست محیطی مدیران دانشگاه" و "مدیریت سبز عملیات دانشگاه". سبزاندیشی مدیران دانشگاه منوط به توجه و بهره‌گیری از رویکرد نوین از گهواره تا گهواره به جای رویکرد سنتی از گهواره تا گور و قرار دادن آن رویکرد به عنوان مبنایی در انجام فعالیت‌های مختلف عملیات دانشگاه در حوزه‌های مختلف می‌باشد. از ملموس‌ترین داده‌هایی که بیانگر سبزاندیشی مدیران به عنوان پدیده هسته‌ای در این پژوهش می‌باشد از کلام یکی از مشارکت‌کنندگان به این شرح است: "با توجه به مسئولیت و رسالت فرازمانی دانشگاه‌ها، امروزه اعمال مدیریت سبز در همه سازمان‌ها از جمله دانشگاه‌ها یک انتخاب نیست بلکه یک ضرورت است و پیاده‌سازی آن مستلزم طی مراحل قانونی و حقوقی چندانی نیست و نیازمند داشتن ویژگی مهمی مانند تفکر سبز است."

شرایط زمینه‌ای: شرایط زمینه‌ای یا بستر مجموعه شرایطی هستند که زمینه پدیده مورد نظر را فراهم می‌سازند و بر رفتارها و کنش‌های تأثیر می‌گذارند. بر مبنای یافته‌های پژوهش مقوله‌های "ویژگی‌های شخصیتی و حرفه‌ای مدیران دانشگاه"، "فعالیت‌ها و امکانات دانشگاه"، "زیر ساخت‌های نرم‌افزاری" و "زیرساخت‌های سخت‌افزاری" به منزله شرایطی شناسایی شده‌اند. بر طبق نظر مشارکت‌کنندگان مقوله ویژگی‌های شخصیتی و حرفه‌ای مدیران با مفاهیمی چون "علاقه و مهارت"، "توانایی حرفه‌ای" به این اشاره دارد که رویکرد مدیریتی مدیران دانشگاه، نوع نگاه زیست محیطی آنها، علاقه به بهره‌گیری از امکانات بومی و خدادادی، ارزش قایل شدن به مسایل زیست محیطی و توجه به اصول اخلاقی، مسئولیت اجتماعی، توانایی و مهارت برخورد با معضلات زیست محیطی از جمله شرایط زمینه‌ای تاثیرگذار بر سبزاندیشی مدیران دانشگاه هستند. پاسخ یکی از مشارکت‌کنندگان در ذیل، این مساله را به خوبی تبیین نموده است: "در شکل‌گیری ویژگی‌های شخصیتی و حرفه‌ای مدیران اندیشه و نگرش نقش دارد و در شکل‌گیری نگرش، علم، اخلاق، فرهنگ و اجتماع و... نقش دارد باور مدیر تعیین‌کننده رفتار او در ارتباط با طبیعت است. مدیر



سیاست‌های تشویقی و تنبیهی به صورت آبخاری از سوی دولت‌ها و سازمان‌ها از جمله دانشگاه‌ها و همچنین وجود عوامل ریگلاتوری یعنی عواملی که جنبه تنبیهی دارند نه تشویقی، وجود سیاست‌های انقباضی و انبساطی سبز در کشورهای مختلف روی سبزاندیشی و رفتارهای اعضای جامعه دانشگاهی تاثیرگذار است."

مطابق نظر مشارکت‌کنندگان، مقوله زیرساخت‌های سخت‌افزاری در برگیرنده دو مفهوم "میزان استفاده از تکنولوژی پاک" و همکاری با صنایع سبز " است. این مقوله به این اشاره دارد انتخاب تکنولوژی و راه‌حل‌های تکنولوژیکی در پایداری بوم‌شناختی و حفظ محیط زیست و افزایش کارایی موثراند و میزان به کارگیری فناوری سبز و بهره‌گیری از تکنولوژی پاک، میزان ارتباط با صنایع مختلف و میزان همکاری و هماهنگی با آنها برای تعمیر و تعویض وسایل و تجهیزات دانشگاه از جمله عوامل زمینه‌ای موثر بر مدیریت سبز دانشگاه‌ها هستند. یکی از مشارکت‌کنندگان در این رابطه بیان می‌کند: "در کشورهای توسعه‌یافته همکاری با صنایع سبز رایج است و استفاده از تکنولوژی‌ها و فناوری‌های آنها به منظور کاهش هزینه و کاهش آثار زیست محیطی صورت می‌گیرد هر چند برخی از تکنولوژی‌ها گران هستند و در کوتاه‌مدت و میان‌مدت باعث صرفه‌جویی اقتصادی نمی‌شوند."

شرایط مداخله‌گر: شرایط مداخله‌گر شرایطی هستند که پس از شروع مطالعه و در حین انجام پژوهش رخ می‌دهند. این شرایط راهبردها را درون بستر خاصی محدود یا تسهیل می‌کنند. بر اساس نظر مشارکت‌کنندگان، مقوله عوامل اقتصادی - مدیریتی به عنوان عامل مداخله‌گر در برگیرنده دو مفهوم "وضعیت منابع و ساز و کارهای اقتصادی" و "رویکردهای نوین مدیریتی" است. تغییر شرایط اقتصادی به شدت موقعیت دانشگاه‌ها را متاثر ساخته است، به طوریکه دغدغه‌های اقتصادی مسئولان آموزش عالی در تامین هزینه‌ها، کاهش بودجه‌های تخصیص یافته و افزایش رویکرد هزینه - فایده، مدیریت دانشگاه‌ها را با چالش مواجه کرده است. لذا مدیران دانشگاه‌ها به دنبال رویکردهای نوین مدیریتی هستند تا سودآوری، کسب مشروعیت و در آمدزایی برای دانشگاه‌ها رقم بخورد. پاسخ یکی از

باید نگاه پویا، راهبردی و سیستمی داشته باشد. نگرش و باور زیست محیطی داشته باشد. نگاه پویا و راهبردی و باورزیست محیطی او تعیین‌کننده نوع رفتار او با طبیعت خواهد بود."

براساس یافته‌ها، مقوله فعالیت و امکانات دانشگاه در بر گیرنده دو مفهوم "فعالیت‌های اصلی و پشتیبانی" و "منابع و امکانات" است. این مقوله به این اشاره دارد که فعالیت‌های دانشگاه که عمدتاً شامل فعالیت‌های آموزشی، پژوهشی، خدماتی است باید براساس نیازهای زیست محیطی دانشجویان و جامعه اتخاذ گردند و نحوه استفاده از امکانات و منابع دانشگاه مانند ساختمان‌ها، تجهیزات، سیستم آب و سیستم روشنایی و کتابخانه و... به گونه‌ای باشد که علاوه بر صرفه‌جویی اقتصادی و کاهش هزینه، کمترین آسیب زیست محیطی را داشته باشد. یکی از مشارکت‌کنندگان در این زمینه می‌گوید: "بعضی از دانشگاه‌ها به هر دلیلی با نادیده گرفتن تحولات اقلیمی و آثار نگران‌کننده زیست محیطی کار کرده‌های قبلی خود را که عموماً آموزش، پژوهش و تولید فارغ‌التحصیل است، ادامه می‌دهند در حالی که دانشگاه‌های پیشرو و سبز از راه‌های بسیاری و با در نظر گرفتن امکانات و منابع خود به دنبال آموزش و پژوهش سبز، طراحی، ساخت و سازهای سبز، بازسازی و نوسازی، ارائه خدمات سبز هستند و از این طریق علاوه بر کمک به حل مسائل زیست محیطی، مشروعیت و مقبولیت اجتماعی کسب می‌کنند."

براساس نظر مشارکت‌کنندگان مقوله "زیرساخت‌های نرم‌افزاری" در برگیرنده دو مفهوم "ارزیابی و اعمال سیاست‌هایی برای سبزاندیشی" و "یادگیری سبز" است. این مقوله به این اشاره دارد که وجود نظام‌های نظارت و ارزیابی منظم و مستمر از عملکرد زیست محیطی دانشگاه و اقدامات سبز مدیران، وجود سیاست‌های تشویقی و تنبیهی، میزان کد رشته‌های مرتبط پایداری زیست محیطی، میزان تحقیقات هدایت شده در این زمینه، میزان یادگیری زیست محیطی دانشجویان، تقویت اصول یادگیری سبز از جمله عوامل زمینه‌ای هستند که بر رفتارها و کنش‌ها تاثیرگذارند. پاسخ یکی از مشارکت‌کنندگان این مساله را به خوبی تبیین نموده است. "زیر ساخت‌های نرم‌افزاری مانند اعمال



مشارکت‌کنندگان این مساله را به خوبی تبیین نموده است. "متکی بودن اقتصاد کشور به بودجه دولتی و دولتی بودن اکثر دانشگاه‌های کشور باعث بی‌ثباتی نظام مدیریتی و توجه به برنامه‌های زودبازده و کوتاه‌مدت شده. در شرایطی که نفس دانشگاه‌ها به شمار افتاده و اقتضات مالی دست و پاگیر مدیران شده دغدغه مسئولین دانشگاه، محیط زیست نخواهد بود". بر اساس نظر مشارکت‌کنندگان مقوله عوامل انگیزشی- سیاسی به منزله دیگر عامل مداخله‌گر از دو مفهوم "تعاملات ملی و بین‌المللی دانشگاه‌ها" و "نهادهای قانون‌گذار" احصا شده است. افزایش آلودگی‌ها و مشکلات زیست محیطی و به تبع آن ظهور جنبش‌ها و تشکل‌های سبز جهت حل و کاهش آسیب‌های زیست محیطی باعث نفوذ انگیزه اعمال اندیشه سبز در نهادهای قانون‌گذار، سازمان‌ها و از جمله دانشگاه‌ها شده است و این امر تعامل دانشگاه‌ها در سطح ملی و بین‌المللی برای هم‌افزایی در حل مشکلات زیست محیطی را افزایش داده به طوریکه برخی از مدیران دانشگاه‌ها از تجربیات دانشگاه‌های سبز در سطح جهان با توجه به سیاست‌ها و استراتژی‌ها و برنامه‌های راهبردی کشور خود بهره می‌گیرند. به بیان یکی از مشارکت‌کنندگان "در کشور ما در سطح کلان سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری، لوکس دیدن مدیریت سبز و سلیقه‌ای عمل کردن مدیران باعث شده تکه‌هایی از زنجیره پیاده‌سازی مدیریت سبز وجود نداشته باشد و این سیاست‌ها بر ساختارهای اصلی اقتصادی، فناوری و ایدئولوژیکی ما تاثیر گذاشته‌اند.

راهبردها: راهبردها یا کنش‌ها، اقدامات هدفمندی هستند که راه‌حلی را برای پدیده مورد نظر فراهم می‌سازند و منجر به ایجاد پیامد و نتایج می‌شوند. براساس نظر مشارکت‌کنندگان، مقوله راهبردی "توجه به ملزومات و شرایط" در برگزیده مفاهیم "نیازها، شرایط و معاهدات بین‌المللی"، "نیازها و پتانسیل ملی - منطقه‌ای" و "کمیت سبز" می‌باشد. زمانی که شرایط و معاهدات بین‌المللی، نیازها و شرایط ملی منطقه‌ای در فلسفه و چشم‌انداز زیست محیطی دانشگاه گنجانده می‌شود، سبز شدن با راهبردهای دانشگاه گره می‌خورد و با فعالیتهای تاکتیکی در هم می‌آمیزد و دانشگاه نسبت به رقبا موضع رقابتی برای خود

ایجاد می‌کنند. یکی از مشارکت‌کنندگان در این زمینه با اشاره به نظریه آشوب بیان می‌کند "در مورد محیط زیست و منابع طبیعی نمی‌توان مرزی برای کشورها قائل شد. لذا تغییرات راهبردی در دانشگاه‌ها در راستای پاسخ راهبردی به چالش‌های زیست محیطی نیازمند توجه به شرایط و معاهدات ملی - بین‌المللی، و تقویت همگرایی ملی - منطقه‌ای در این زمینه است".

بر اساس نظر مشارکت‌کنندگان "بهره‌گیری از عوامل مداخله‌گر" به عنوان دیگر مقوله راهبردی در برگزیده مفاهیم "کارایی اکولوژیکی"، "رویکرد زیست محیطی"، "ارتباطات و تعاملات ملی و بین‌المللی زیست محیطی دانشگاه"، "تناسب برنامه‌های توسعه و سیاست‌های ملی با نیازهای زیست محیطی" می‌باشد. کارایی اکولوژیکی عبارت است از تولید کالا و خدمات بیشتر با صرف منابع کمتر (زاهدی ۱۳۹۵). بنابراین یکی از راهبردها برای اعمال مدیریت سبز، پیاده کردن و در نظر گرفتن کارایی اکولوژیکی است. برای تسهیل و رعایت این الزام در بخش‌ها و فعالیت‌های گوناگون، افزایش آگاهی و حساسیت‌های جامعه دانشگاهی در مورد نیازهای زیست محیطی از طریق ارتباطات و تعاملات بین‌المللی در برنامه و اسناد بالا دستی دانشگاه‌ها باید مورد توجه قرار گیرد.

مشارکت‌کننده‌ای در ارتباط با یکی از مفاهیم مربوط به مقوله بهره‌گیری از عوامل مداخله‌گر (رویکرد زیست محیطی) بیان می‌کند: "امروزه یکی از رویکردهای مدیران باید توجه به مقوله سیاست تعمیر و نگهداری به جای سیاست تعویض و خرید باشد و هنگام خرید نیز باید به مقوله خرید سبز یعنی خرید سازگار با محیط زیست توجه شود". بر اساس نظر مشارکت‌کنندگان مقوله "ایجاد بستر های لازم" به عنوان دیگر عامل راهبردی، در برگزیده مفاهیمی مانند: "دانش مهارت و نگرش مدیران دانشگاه"، "رفتار حرفه‌ای"، "ای صف و ستادی"، "منابع و تجهیزات"، "ارزیابی و اعمال سیاست‌های تشویقی و تنبیهی"، آموزش و پژوهش سبز"، "استفاده از فناوری سبز". "سازماندهی مجدد عملیات دانشگاه" می‌باشد. برای اجرای موثر اندیشه سبز باید فراهم کردن زیرساخت‌ها و بسترهای لازم در اولویت باشد و برای این امر شاخصه‌های محیط زیست چه از



سبزاندیش، پاسخگو و متعهد و مسئولیت‌پذیر و در نهایت جامعه سبز را به همراه خواهد داشت. بر اساس یافته‌های پژوهش، مقوله پیامد سیاسی در برگیرنده دو مفهوم "توسعه رویکردهای مطلوب حکومتی" و "اصلاح قوانین و مقررات" می‌باشد. با اعمال مدیریت سبز بستری برای افزایش مشارکت در تصمیم‌گیری فراهم شده که این منجر به ارتقا کارکرد سیاسی و در نتیجه حکمرانی بهتر، تدوین و تصویب قوانین و مقررات کارآمدتر و اتخاذ استراتژی‌ها زیست محیطی بهتر، خواهد شد. مشارکت‌کننده‌ای در ارتباط با تاثیرات اعمال مدیریت سبز در دانشگاه‌ها بیان می‌کند: "تاثیرات سبزاندیشی مدیران دانشگاه‌ها و حتی دانشجویان ممکن است زود بازده نباشد لذا برای حصول نتیجه باید تمام تلاش‌ها به کار گرفته شود و اقدامات لازم صورت گیرد. وی معتقد است یک رفتار مخرب زیست محیطی از طرف جامعه دانشگاهی در مکان و زمانی معین می‌تواند تأثیرات ناخواسته فراوانی در سایر مکان‌ها و زمان‌ها داشته باشد و ممکن است صدمات جبران‌ناپذیری بر اکوسیستم‌ها و بر زندگی نسل‌های آینده وارد کند". مشارکت‌کننده دیگری در مورد یکی از مفاهیم مقوله اجتماعی- فرهنگی (اصلاح و نگرش رفتار) چنین بیان می‌کند که "دانش‌آموختگان ما مرجع هستند و در آینده هرکدام می‌توانند در بخش‌های اهرمی کشور نقش ایفا کنند لذا هر کدام می‌توانند حکم یک رسانه را داشته باشند و در کنار موج‌ها و تبلیغات رسانه‌ای، قوانین و مقررات وضع شده، می‌توانند کمک‌کننده و آگاهی‌دهنده باشند" وی با اعتقاد به این نکته که فرهنگسازی هزینه زیادی ندارد و فرهنگ حاکم بر دانشگاه‌ها می‌تواند فرهنگ حاکم بر شهر شود بیان می‌کند "با تغییر نگرش افراد تغییر رفتار آنها نیز رخ خواهد داد. لذا باید سرمایه‌گذاری‌های لازم را در این زمینه انجام داد". مشارکت‌کننده دیگری در ارتباط با مقوله سیاسی بیان می‌کند: "دانشگاه‌ها مبنای توسعه کشورها هستند بنابراین باید اختیار داشته باشند و با اجرای ممیزی‌های داخلی و خارجی و اتخاذ سیاست‌های پیش‌گیرانه و دادن سیگنال‌های لازم به دولت باعث اصلاح قوانین و مقررات در زمینه زیست محیطی و حذف قوانین موازی در این زمینه شوند".

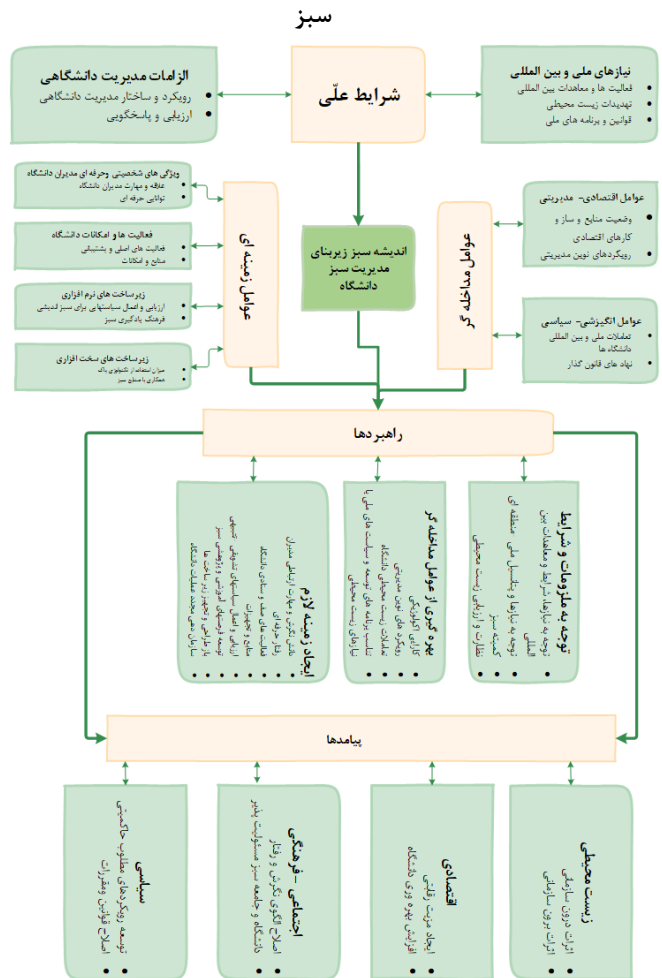
لحاظ انسانی و چه از لحاظ ساختاری باید رعایت شود. مشارکت‌کننده‌ای در ارتباط با مقوله ایجاد بستر برای مدیریت دانشگاهی مبتنی بر اندیشه سبز چنین بیان می‌کند: "اندیشه سبز دو تا منشا دارد یکی قانون یا اجبار و دیگری آموزش است. وی بیان می‌کند "دانشگاه‌ها از راه‌های مختلفی می‌توانند در حل مسائل زیست محیطی نقش ایفا کنند و مانند دولت‌ها با تدوین سیاست‌هایی مانند استفاده از مشوق‌ها، آموزش و... می‌توانند نقش ریل‌گذار یا بسترسازی در این زمینه را داشته باشند.

پیامدها: پیامدها نتایج هستند که از راهبردها و کنش‌های مربوط به پدیده مورد نظر حاصل می‌شوند. پس از پیاده‌سازی مدیریت دانشگاهی مبتنی بر اندیشه سبز باید این مسئله را بررسی نمود که این امر چه پیامدهایی می‌تواند داشته باشد تا با بررسی آن‌ها، نقاط قوت و ضعف را شناسایی نموده و تداوم مدیریت دانشگاهی مبتنی بر اندیشه سبز را استحکام بخشید. بر اساس یافته‌های پژوهش ۴ مقوله "زیست محیطی"، "اقتصادی"، "اجتماعی-فرهنگی" و "سیاسی" برای این قسمت شناسایی شدند.

بر اساس نظر مشارکت‌کنندگان مقوله پیامدی زیست محیطی در برگیرنده دو مفهوم "اثرات درون‌سازمانی" و "اثرات برون‌سازمانی" است. از جمله اثرات زیست محیطی درون‌سازمانی می‌توان به افزایش رضایت شغلی کارکنان، بهبود عملیات دانشگاه، کاهش مصرف کاغذ و کاهش تولید پسماند اشاره کرد و از اثرات برون‌سازمانی به افزایش سواد زیست محیطی، افزایش کیفیت زندگی، افزایش سلامتی و رفاه عمومی اشاره کرد. بر طبق یافته‌های پژوهش مقوله پیامدی اقتصادی در برگیرنده مفاهیمی چون "ایجاد مزیت رقابتی" و "افزایش بهره‌وری" می‌باشد. در واقع اعمال مدیریت سبز علاوه بر منافع اقتصادی که به همراه دارد می‌تواند منجر به ارتقا جایگاه دانشگاه در سطح ملی و بین‌المللی، افزایش کارایی و اثربخشی آن شود. همچنین مقوله پیامدی اجتماعی- فرهنگی متشکل از مفاهیمی چون "اصلاح الگوی نگرش" و "اصلاح رفتار" و دانشگاه و جامعه سبز "است. در واقع تزریق اندیشه سبز و تقویت نگرش و روحیه سبزاندیشی منجر به اصلاح الگوی مصرف و در نتیجه اصلاح الگوی رفتار خواهد شد و عرضه دانشجویان و مدیران



نمودار ۱: الگوی پارادایمی مدیریت دانشگاهی مبتنی بر اندیشه



۸- بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش، یافته‌های حاصل از سوال اول حاکی از آن است که سازمان‌ها از جمله دانشگاه‌ها به دلایل مختلفی به نظام مدیریت سبز روی می‌آورند. در تایید یافته‌های پژوهشی حاصل از سوال اول می‌توان گفت: وقتی بحران محیط زیست به نقطه تحمل‌ناپذیر و خطرناک رسید دولت‌ها و جوامع بین‌المللی به فکر افتادند با توجه به سه اصل مردم (اجتماع، سیاره زمین (محیط زیست) و سود (اقتصاد) اقدامات مختلفی را در راستای حفظ و حراست محیط زیست انجام دهند (الینکتون وهیلس، ۱۳۸۰). در این راستا دانشگاه‌ها به عنوان عاملان اصلی تغییر، مسئول اخلاقی و راهنمای جامعه (یوان، زئو و هایسینگ ۲۰۱۳^{۳۷})، در

راستای توصیه‌های بین‌المللی و ملی برای کاهش آثار زیست محیطی بیش از ۳۰ بیانیه مرتبط با آموزش عالی در بیش از ۱۴۰۰ دانشگاه در سراسر جهان را امضا کردند (راگازی و گی‌دینی ۲۰۱۷^{۳۸}). مطابق نظریه مکتب وابستگی که "دولت‌ها به دلیل وابستگی، به ضرورت می‌بایست در چارچوب نظام بین‌الملل گام بردارند و مستقل عمل نمایند، در کشور ما نیز رویکرد مدیریت سبز در دانشگاه‌ها به عنوان بخشی از برنامه دولت در راستای تحقق اهداف زیست محیطی چون اصل پنجاهم قانون اساسی، برنامه‌های توسعه کشور و دستورالعمل ابلاغی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری دنبال می‌شود (اسمعیل اسدی و گودرزی ۱۳۹۶). شرح و تفهیم مفاهیم مربوط به مقوله‌ها در بخش‌های قبلی آمده است لذا از تکرار آن پرهیز می‌شود. در مورد دلیل انتخاب پدیده مرکزی، استراوس (۱۹۸۷) بیان می‌دارد پدیده مرکزی (مقوله محوری) باید محور باشد یعنی اینکه همه مقوله‌هایی اصلی دیگر بتوانند به آن ربط داده شوند، به کرات در داده‌ها ظاهر شود. همچنین نام و اصطلاحی که برای تبیین مقوله محوری به کار می‌رود باید به قدری انتزاعی باشد تا بتواند در انجام تحقیق در دیگر عرصه‌های خرد و واقعی مورد استفاده قرار گیرد و ما را به سمت یک نظریه عمومی هدایت کند (دانایی فرد و امامی ۱۳۸۶). لذا در این پژوهش مقوله سبزاندیشی مدیران دانشگاه به عنوان مقوله محوری، متأثر از شرایط علی است. در تایید یافته‌های پژوهش مبنی بر مقوله محوری بودن سبزاندیشی مدیران می‌توان گفت اخیراً "دستور کار سازمان ملل متحد ۲۰۳۰" و "ابتکار عمل یونسکو" آموزش برای توسعه پایدار" نیز بر نقش محوری دانشگاه‌ها در ایجاد جامعه پایدارتر تاکید کرده‌اند (مارکز، بچگا و تاوارس ۲۰۱۹^{۳۹}). همچنین یافته‌های این پژوهش با یافته‌های فیسی و همکاران (۲۰۲۰) و همچنین فیلو و همکاران (۲۰۱۹) همخوانی دارد، آنجا که بیان می‌کنند: دانشگاه‌ها توسعه عمیق پایدار را از یک سو با کاهش تاثیرات منفی فعالیت‌های خود بر اقتصاد، جامعه و محیط زیست و از طرف دیگر با اجرا و تقویت شیوه‌های پایدار در برنامه‌های درسی و تحقیقاتی

38. Ragazzi & Ghidini

39. Marques , Bachega & Tavares

37. Yuan , Zuo & Huisingh



مسیر در یک وضعیت نامطمئن است (زاهدی، ۱۳۹۲) و راهبردهای قوی سازمان‌ها را می‌سازند و راهبردهای ضعیف سازمان‌ها را از بین می‌برند لذا ضروری است مهارت‌های اساسی برای خلق راهبردهای اثر بخش شناسایی شود. مطابق با یافته‌های پژوهش دانشگاه‌ها راهبردهای بسیاری مانند: پشتیبانی از ساختارهای مدیریت (روس و همکاران، ۲۰۲۰) و داشتن یک رو یکرد سیستمی در همکاری‌های جامعه و دانشگاه گراک و زانیگاترن^{۴۰} (۲۰۲۰)، آموزش و پژوهش سبز، حمل و نقل سبز، طراحی و ساخت و ساز منطبق بر اصول لید^{۴۱}، خدمات اجتماعی سبز، بازسازی و نوسازی (لی^{۴۲}، ۲۰۰۸) نوآوری و فناوری، همکاری، ممیزی، بهبود فرآیند، سبز کردن زنجیره تامین (افروز، ۱۳۹۷) برگزاری رویدادها و ایجاد کدرشته‌های علمی سبز (کسروی و مهاجری، ۱۳۹۷)، ممیزی اکولوژیکی و ممیزی اکونومیکی (زاهدی، ۱۳۹۵)، گزارش‌گیری و مستندسازی (فیزی و همکاران، ۲۰۲۰)، مالیات سبز (صالحی پور چوبه، ۱۳۹۶)، حمایت مدیران ارشد و مشارکت و درگیر کردن همه ذینفعان (افروز، ۱۳۹۷) را می‌توانند در این زمینه به کار گیرند. به این منظور مدیران دانشگاه‌ها با نگاه پویا، راهبردی و فعال در مقابل موضوعات مربوط به محیط زیست باید احساس مسئولیت کنند، قادر به استفاده از علوم و تکنولوژی سبز باشند، انگیزه مشارکت را رشد دهند و زمینه ایجاد مهارت‌های لازم را در برطرف کردن معضلات زیست محیطی در ذینفعان دانشگاه فراهم نمایند. پس از اجرای راهبردها لازم است که به پیامدهای استقرار مدیریت دانشگاهی مبتنی بر اندیشه سبز توجه شود. طبق یافته‌های این پژوهش پیامدها، پیامدهای نهایی نیستند بلکه در مراحل استقرار نظام مدیریت دانشگاهی در اندیشه سبز ممکن است به مثابه شرایط علی، مداخله‌گر یا زمینه‌ای عمل نمایند بنابراین چنین پیامدهایی دارای وجه احتمالی هستند. در این راستا میلیمان و کلییر^{۴۳} (۱۹۹۶) معتقدند که مدیر سبز اندیش می‌تواند کارکنان دانشگاه را به کارکنان یقه سبز تبدیل کند و از طریق آموزش و پژوهش

می‌توانند ترویج دهند. در واقع می‌توان گفت: اگر اندیشه و باورهایمان نسبت به محیط زیست تغییر کند (دویل، ۱۳۸۷) و "بپذیریم که ما زمین را از پدران و مادرانمان به ارث نبرده‌ایم بلکه آن را برای کودکانمان وام گرفته‌ایم" (دراکر، ۱۳۷۷)، می‌توان کنترل بیشتری روی مسائل زیست محیطی داشت. لذا ضروری است مدیران سازمان‌ها از جمله دانشگاه‌ها تاثیر زیست محیطی فعالیت‌های دانشگاه‌ها را در حوزه‌های مختلف (ساختن وزیر ساخت، پسماند و مدیریت آن، حمل و نقل، انرژی و تغییر اقلیم، آب و پساب، آموزش شناسائی و ارزیابی کرده و با کنترل آنها و انجام اقداماتی مناسب عملکرد زیست محیطی را بهبود بخشند. این پدیده محوری، راهبردها را تحت تاثیر قرار می‌دهد این تاثیر یک تاثیر محض نیست بلکه با میانجی‌گری عوامل دیگری صورت می‌گیرد. در واقع شرایط مداخله‌گر و واسطه‌ای چنین تاثیری را هدایت و کاتالیزه می‌کنند. در تایید یافته‌های پژوهشی مربوط به شرایط مداخله‌گر می‌توان گفت: وضعیت موجود مشکلات زیست محیطی محصول خردنگری، تفکر خطی، برنامه‌ریزی بخشی و مهندسی تک سا حتی مدیران، ساز و کارهای نامناسب اقتصادی، سیاسی و اجتماعی کشورهاست (معرب و پرک، ۱۳۹۶). در این رابطه باید در نظر داشت شرایط زمینه‌ای نیز راهبردها را تحت تاثیر قرار می‌دهند در تایید یافته‌های پژوهشی مربوط به شرایط زمینه‌ای می‌توان گفت مظلومیان و طباطبایی (۱۳۹۷)، به نقل از سترن، (۲۰۰۰) متغیرهای عوامل شخصیتی، عوامل انگیزشی، عوامل بین‌فردی و عوامل آموزشی را موثر و زمینه‌ساز رفتارهای زیست محیطی بیان می‌کنند همچنین یوان و همکاران (۲۰۱۳) نیز معتقدند از آنجا که مدیران دانشگاه‌ها و اعضای هیئت علمی نسبت به مدیران سایر سازمان‌ها از درجه انگیزش بالاتری برخوردارند، به عنوان یک کاتالیست با انجام اقدامات و فعالیت‌های متعدد زیست محیطی نقش مهمی در جهت نیل به پایداری زیست محیطی می‌توانند ایفا کنند. در این راستا فیزی و همکاران (۲۰۲۰)، مسنجی و همکاران (۲۰۱۹) فقدان حمایت منابع مالی و انسانی در دانشگاه‌ها را چالش مشترک تلاش‌های زیست محیطی می‌دانند. از آنجا که استراتژی یا راهبرد چالش پیدا کردن

40. Gerlak & Zuniga-Teran

41. Lead

42. Lee

43. Milliman & Clair



گوناگون، توانایی و سطح تجارب مختلف صاحب‌نظران رشته‌های دانشگاهی، محقق را با چالش‌ها و محدودیت‌هایی مواجه ساخت. با توجه به نتایج به دست آمده در قالب این پژوهش، به مدیران اجرایی پیشنهاد می‌شود، از آنجا که مقوله طبیعت و محیط زیست، نیازمند بازسازی فلسفی و فکری است، بسترهای لازم برای تزریق اندیشه سبز در کارکنان و دانشجویان فراهم گردد و منابع انسانی سبزاندیش و صاحب ایده شناسایی شده و مورد حمایت قرار گیرند. و راستای توسعه فرصت‌های آموزشی و پژوهشی سبز نیز توصیه می‌گردد این فعالیت‌ها با توجه به پتانسیل و شرایط اقلیمی دانشگاه‌ها به صورت هدفمندتر صورت گیرد. همچنین راهبردهای ارائه شده در مدل پیشنهادی به منظور تقویت فرهنگ سبزاندیشی، تشویق و پیاده‌سازی مدیریت سبز در تدوین برنامه‌ها مورد ملاحظه قرار گیرند و جهت تبادل تجربیات، ارتقا جایگاه و ایجاد انگیزه، شبکه دانشگاه‌های سبز (IGUN) ^{۴۴} در کشور تشکیل شود. با توجه به اینکه ساختار پژوهش حاضر، کیفی و قلمرو آن آموزش عالی بوده، توصیه می‌گردد، در تحقیقات آتی ضمن استفاده از سایر روش‌ها مانند روش آمیخته، جهت اغنای یافته‌ها از تکنیک‌های دلفی، گروه کانونی نیز استفاده شود و کاربست الگوهای مطروحه در دانشگاه‌ها و نیز سایر سازمان‌ها مور ارزیابی قرار گیرد. همچنین به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود، پژوهشی در این زمینه با دیگر رویکردهای عمده نظریه داده بنیاد (نسخه کلاسیک گلیزر و ساختن‌گرای چارمز) به منظور خلق و تولید نظریه صورت گیرد.

با تقویت ادراک دانشجویان نسبت به مزایای زندگی سبز و الگوگیری از طبیعت رفتار زیست محیطی آنها را تغییر دهد و از طریق ایجاد همبستگی مثبت بین عملکرد اقتصادی و زیست محیطی، فرصتی را برای خلق فرهنگ سبز، محل کار سالم‌تر، ایمن‌تر و جامعه سبز را فراهم کند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، نیروها، شرایط و عواملی که بر راهبری و مدیریت سبز دانشگاه‌ها تاثیر می‌گذارند، چه در حوزه تاثیر و چه در حوزه تاثر، به صورت یکسان و مشابه نیستند و ممکن است برخی از این شرایط و عوامل؛ دلیل، بستر ساز، تسهیل‌کننده یا مداخله‌گر و یا حتی پیامد برخی دیگر از عوامل یا شرایط باشند، لذا باید در نظر داشت با توجه به پتانسیل، اقلیم مختلف و شرایط متغیر دانشگاه‌ها نباید یک الگوی خاص را در این زمینه در نظر گرفت و به کار برد. در واقع به زعم گاف و اسکات (۱۳۸۹) دستورالعمل چگونگی و سرعت حرکت دانشگاه‌ها باید به وسیله خود دانشگاه‌ها تعیین شود. به اعتقاد پژوهشگر از مهمترین ویژگی‌های پژوهش حاضر که آن را از پژوهش‌های پیشین متمایز می‌سازد، جامعیت در عوامل شناسایی شده آن است و اینکه در زمینه روش‌شناختی، تاکنون پژوهشی با نظریه داده بنیاد در این زمینه در ایران انجام نشده است، که این خود یکی از نوآوری‌های پژوهش است.

در این پژوهش شرایط نامساعد حاصل از بیماری کووید ۱۹ و دشواری جلب همکاری برخی از مشارکت‌کنندگان برای انجام مصاحبه، محدودیت زمانی و همچنین چند وجهی و میان رشته‌ای بودن مقوله محیط زیست و بعضاً مفهوم‌سازی‌های

44. Iran Green University Network



منابع

۱. اسمعیل اسدی، رمضان، وگودرزی، مهناز. (۱۳۹۷). تاثیر برنامه‌های توسعه‌ای سازمان ملل متحد بر برنامه‌های جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه مطالعات روابط بین‌الملل، دوره ۱۱، شماره ۴۳، صص ۴۷-۹.
۲. افروز، صدیقه (۱۳۹۷). محیط زیست و سازمان سبزی. تهران: عطران.
۳. الینکتون، جان، و هیلس، جولیا. (۱۳۸۰). راهنمای مصرف سبزی برای نوجوانان و جوانان (ترجمه فرهاد احمدی شیخانی). تهران: سازمان حفاظت محیط زیست (تاریخ انتشار به زبان اصلی ندارد).
۴. ایرانمنش زرنندی، زینب. (۱۳۹۸). شناسایی و رتبه بندی پیشران‌های دانشگاه سبزی با رویکرد کار آفرینی سبزی در دانشگاه سیستان و بلوچستان. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
۵. ایران‌نژاد پاریزی، مهدی، و توسلی، سپیده. (۱۳۸۹). مسئولیت اجتماعی و مدیریت سبزی. پژوهشنامه، شماره ۶۲، صص ۷۰-۳۳.
۶. بردی‌پور، منیژه. (۱۳۹۷). الزامات پیاده‌سازی مدیریت منابع انسانی سبزی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه خوارزمی.
۷. بلز، فرانک مارتین، و پیتی، کن. (۱۳۹۱). بازاریابی پایداری: یک دیدگاه جهانی (ترجمه احمد روستا، سعید عسگری ماسوله و سید ایمان موسویان). تهران: بازرگانی حریری، نجلا. (۱۳۹۵). اصول و روش‌های پژوهش کیفی. تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
۹. خنیفر، حسین، و مسلمی، ناهید. (۱۳۹۷). اصول ومبانی روش‌های پژوهش کیفی. تهران: نگاه دانش.
۱۰. دانایی فرد، حسن و سید مجتبی، امامی. (۱۳۸۶). "استراتژی پژوهش کیفی: تاملی بر نظریه داده بنیاد". اندیشه مدیریت راهبردی، سال اول، شماره دوم، صص ۹۷-۶۹.
۱۱. دراکر، پیترو. (۱۳۷۷). الگوهای جدید مدیریت (ترجمه کاملیا احتشامی اکبری). مجله تدبیر، شماره ۸۹، صص ۲۴-۳۳.
۱۲. دوپل، بروس. (۱۳۸۷). مدیریت اندیشه. (ترجمه نرگس رافعی، نرگس روحی و طاهره پاکدامن). تهران: ایران بان
۱۳. زاهدی، شمس السادات، چیت ساز، علی (۱۳۸۶). مبانی وچالش‌های نظری بکارگیری الگوهای مدیریت گرا. فصلنامه مدیریت، بهبود و تحول شماره ۵۶، صص ۱۸-۱.
۱۴. زاهدی، شمس السادات (۱۳۹۲). مدیریت سبزی (چاپ اول). تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
۱۵. زاهدی، شمس‌السادات. (۱۳۹۵). توسعه پایدار جامع با تاکید بر مدیریت و کار آفرینی سبزی (چاپ اول). تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۶. سیدعلوی، سید محمد (۱۳۹۶). ارائه الگویی برای به کارگیری مدیریت سبزی در دانشگاه‌های دولتی تهران. رساله دکتری، دانشگاه ارومیه.
۱۷. صالحی پورچوبه، عذرا. (۱۳۹۶). بررسی شیوه‌های ممکن برای نیل به اهداف دانشگاه سبزی (مورد مطالعه: دانشگاه آزاد اسلامی). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
۱۸. غفاری کتی‌سری، زهرا، علی‌اکبر، امین بیدختی، علی‌اکبر، و جعفری، سکینه. (۱۳۹۸). رابطه‌ی دانش زیست محیطی با رفتار حامی محیط زیست. مقاله ارائه شده در اولین همایش ملی مدرسه فردا، اردبیل، دانشگاه محقق اردبیلی.
۱۹. فراستخواه، مقصود. (۱۳۹۵). روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی با تاکید برنظریه برپایه. تهران: نشرآگاه.
۲۰. فرهنگی، علی، و حسینی، سید حیدر. (۱۳۷۸). رهبری ومدیریت در دانشگاه‌ها. فصلنامه دانش مدیریت، دوره ۴۷، شماره صفر، صص ۳۷-۴۸.
۲۱. فریدونی، فرزانه. (۱۳۹۵). طراحی پارک پژوهش‌های محیطی دانشگاه فردوسی مشهد با رویکرد پاسخگویی به شاخصه‌های پردیس سبزی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.
۲۲. کابال، آلفونسو بوررو. (۱۳۸۹). دانشگاه نهادی امروزی (ترجمه علی شریفی). تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی. (تاریخ انتشار به زبان اصلی ندارد).



۳۴. وینود کومار، تی.ام. (۱۳۹۹). محیط زیست هوشمند برای شهرهای هوشمند (ترجمه علی یدقار و فاطمه گهرخواه). تهران: زرنوشت.

۳۵. یوسفی، آر.ش. (۱۳۹۵). مدیریت سبز. تهران: سازمان حفاظت از محیط زیست.

36. Leal Filho, W., Will, M., Salvia, A.L., Adom̂bent, M., Grahl, A., Spira, F. (2019a). The role of green and Sustainability Offices in fostering sustainability efforts at higher education institutions. *Journal of Cleaner Production*, 232, 1394–1401.

37. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.273>

38. Lazzeretti, L., & Tavoletti, E. (2006). Governance Shifts in Higher Education: A Cross-National Comparison. *European Educational Research Journal*, 5(1), 18–37.

39. <https://doi.org/10.2304/eeerj.2006.5.1.18>

40. M Humblet, E., Owens, R., & Roy, L. P. (2010). Roadmap to A Green Campus. Washington.D.C, USA: U.S Green Bulding Council.

41. Msengi, I., Doe, R., Wilson, T., Fowler, D., Wigginton, C., Olorunyomi, S., & Morel, R. (2019). Assessment of knowledge and awareness of “sustainability” initiatives among college students. *Renewable Energy and Environmental Sustainability*, 4, 6.

42. <https://doi.org/10.1051/rees/2019003>

43. United Nations. (2012, June). Report of the United Nations Conference on Sustainable Development.

44. <https://sustainabledevelopment.un.org/rio20>

45. Skibińska, Wioletta, and Iga Kott. “Green Management in Companies Policies and Activities.” In *The 2015 Wel International Academic Conference Proceeding*, Vienna, Austria, The West East Institute, 2015.

46. Fissi, S., Romolini, A., Gori, E., & Contri, M. (2020). The path toward a sustainable green university: The case of the

۲۳. کارسون، راشل. (۱۳۸۱). بهار خاموش (ترجمه عبدالحسین وهابزاده، عوض کوچکی و امین علیزاده). مشهد: جهاد دانشگاهی. (تاریخ انتشار به زبان اصلی ۱۹۶۲).

۲۴. کارگروه تدوین مدل ارزیابی دانشگاه سبز (۱۳۹۶). مدل تلفیقی - تطبیقی رتبه‌بندی و ارزیابی دانشگاه سبز. دانشگاه شیراز.

۲۵. کرول، استفن، ورائکین، ویلیام. (۱۳۹۱). شناخت محیط زیست (ترجمه بهرام معلمی). تهران: نشر پژوهش شیراز.

۲۶. کسروی، مجید، و مهاجری، شراره. (۱۳۹۷). پیاده‌سازی طرح دانشگاه سبز با استفاده از الگوریتم حل مساله ARIZ71. *نخبگان علوم ومهندسی، دوره سوم، شماره پنجم، صص ۹۸-۱۰۹*.

۲۷. گاف، استفن، و اسکات، ویلیام. (۱۳۸۹). آموزش عالی و توسعه پایدار: پارادوکس و احتمال (ترجمه ارسلان قربانی شیخ‌نشین). تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی واجتماعی.

۲۸. مظلومیان، سعید؛ و طباطبایی، ابولقاسم. (اسفند ۱۳۹۷). اهمیت آموزش در بهبود رفتارهای زیست محیطی (رفتار سبز). مقاله ارائه شده در سومین همایش ملی دانش و فناوری علوم کشاورزی، منابع طبیعی و محیط زیست ایران. تهران. موسسه برگزار کننده همایش های توسعه محور دانش و فناوری سام ایرانیان ..

۲۹. معرب، یاسر و پرک، مهین. (۱۳۹۶). مروری بر مباحث مبانی برنامه‌ریزی، مدیریت و آموزش محیط زیست. تهران: آوای قلم.

۳۰. منتظرالقائم، اکبر؛ اکبری، امید؛ اکبری، امیر، و فیلی، اردلان. (۱۳۹۸). ارزیابی عوامل موثر بر مدیریت منابع انسانی سبز: مطالعه موردی شرکت ملی نفت ایران. مقاله ارائه شده در نخستین کنفرانس ملی مدیریت و اخلاق کسب و کار، شیراز. موسسه آموزش عالی آپادانا.

۳۱. نوری، منوچهر. (۱۳۹۷). مدیریت سبز مادر گیتی. *مجله رشد مدیریت مدرسه، شماره ۱۱۹، صص ۴-۷*.

۳۲. نیاز آذری، کیومرث، تقوایی یزدی، مریم. (۱۳۹۵). فرهنگ سازمانی در هزاره سوم. تهران: شیوه.

۳۳. الهی، محمد مهدی. (۱۳۹۶). مطالعه مدارس دوستدار محیط زیست. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی.



58. Ese, J. (2019). Defending the university?: Academics' reactions to managerialism in Norwegian higher education (PhD dissertation). Karlstads universitet, Karlstad.
59. Msengi, I., Doe, R., Wilson, T., Fowler, D., Wigginton, C., Olorunyomi, S., & Morel, R. (2019). Assessment of knowledge and awareness of "sustainability" initiatives among college students. *Renewable Energy and Environmental Sustainability*, 4, 6.
60. <https://doi.org/10.1051/rees/2019003>
61. Mainardes, E.W., Alves, H., Rapos, M. (2011). The processes of change in university management: from the "IVORY TOWER" to entrepreneurialism. *Transylvation Review of Administrative Sciences*, 33(12), 124-149
62. Bukhari, S. S., Said, H., & Mohamad Nor, F. (2020). Conceptual Understanding of Sustainability Among Academic Administrators of Pakistan Public Universities. *The Qualitative Report*, 25(1), 28-59. Retrieved from <https://nsuworks.nova.edu/tqr/vol25/iss1/3>
63. Dahle, M., & Neumayer, E. (2001). Overcoming barriers to campus greening. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 2(2), 139-160.
64. <https://doi.org/10.1108/14676370110388363>
65. Tran, B. (2009). Green management: The reality of being green in business. *Journal of Economics, Finance & Administrative Science*, 14(27).
66. Gladwin, T. N., Kennelly, J. J., & Krause, T.-S. (1995). Shifting Paradigms for Sustainable Development: Implications for Management Theory and Research. *Academy of Management Review*, 20(4), 874-907.
67. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9512280024>
68. Garzella, S., & Fiorentino, R. (2014). An integrated framework to support the process University of Florence. *Journal of Cleaner Production*, 279, 123655.
47. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123655>
48. Yanarella, E. J., Levine, R. S., & Lancaster, R. W. (2009). Research and Solutions: "Green" vs. Sustainability: From Semantics to Enlightenment. *Sustainability: The Journal of Record*, 2(5), 296-302.
49. <https://doi.org/10.1089/sus.2009.9838>
50. Marques, C., Bachega, S.J., Tavares, D.M. (2019). Framework proposal. for the environmental impact assessment of universities in the context of Green IT. *Journal of Cleaner Production*, 241, 118346. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118346>
51. Wang, Y., Shi, H., Sun, M., Huisingh, D., Hansson, L., & Wang, R. (2013). Moving towards an ecologically sound society? Starting from green universities and environmental higher education. *Journal of Cleaner Production*, 61, 1-5.
52. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.09.03>
53. Baldrige, J. V., Curtis, D. V., Ecker, G. P., & Riley, G. L. (1977). Alternative models of governance in higher education. *Governing academic organizations*, 2-25.
54. Güner, S. (2017). Evaluation of the evolution of green management with a Kuhnian perspective. *Business Research*, 11(2), 309-328.
55. <https://doi.org/10.1007/s40685-017-0049-8>
56. Morrison, K. (2010). Complexity Theory, School Leadership and Management: Questions for Theory and Practice. *Educational Management Administration & Leadership*, 38(3), 374-393.
57. <https://doi.org/10.1177/1741143209359711>



72. Roos, N., Heinicke, X., Guenther, E., & Guenther, T. W. (2020). The Role of Environmental Management Performance in Higher Education Institutions. *Sustainability*, 12(2), 655.
73. <https://doi.org/10.3390/su12020655>
74. T Masagca, J., P Custodio, L., & I Morales, M. (2019). Gains from research and development management model for green university. *Journal Management and Development Studies*, 8, 56–71.
75. [http](http://)
- of green management adoption. *Business Process Management Journal*, 20(1), 68–89.
69. <https://doi.org/10.1108/bpmj-01-2013-0002>
70. Lee, J.-S., Hsu, L.-T. J., Han, H., & Kim, Y. (2010). Understanding how consumers view green hotels: how a hotel's green image can influence behavioural intentions. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(7), 901–914. <https://doi.org/10.1080/09669581003777747>
71. Kurland, N. B., & Zell, D. (2011). Green management: Principles and examples. *Organizational dynamics*, 40(1), 49-56.



شناسایی ابعاد متمایزکننده عوامل درونی در کسب و کارهای مادرزاد بین‌المللی حوزه ICT

* داوود فیض * علی اکبر جلالی * عظیم‌الله زارعی * احسان سوری

* استاد، مدیریت استراتژیک و بازاریابی، دانشکده اقتصاد مدیریت و علوم اداری دانشگاه، سمنان، سمنان، ایران feiz1353@semnan.ac.ir

* استاد، فناوری اطلاعات و ارتباطات، دانشکده مهندسی برق دانشگاه علم و صنعت، تهران، ایران drjalali@iust.ac.ir

* * دانشیار، مدیریت بازاریابی، دانشکده اقتصاد مدیریت و علوم اداری دانشگاه سمنان، سمنان، ایران a_zarei@semnan.ac.ir

* * * * دانشجوی دکتری تخصصی، بازاریابی بین‌الملل، دانشکده اقتصاد مدیریت و علوم اداری دانشگاه سمنان، سمنان، ایران ehsan.souri@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۷/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۳/۳۱

صص: ۲۱-۳۸

چکیده

با وجود رشد چشمگیر شرکت‌های مادرزاد بین‌المللی به ویژه در حوزه ICT در جهان، در ایران اما شمار شرکت‌های مادرزاد بین‌المللی فاوا بسیار ناچیز است. هدف از این پژوهش شناسایی وجوه متمایزکننده عوامل درونی بنگاه در شرکت‌های مادرزاد بین‌المللی نسبت به سایر بنگاه‌های حوزه فناوری اطلاعات است که موجب توفیق آنها در بازارهای جهانی شده است. استراتژی «مطالعه موردی» برای این پژوهش کاربردی کیفی استفاده شده و روش تحلیل، ترکیبی از «تبیین سازی» و «تلفیق بین موردی» بوده است. تعداد مخاطبان در مصاحبه عمیق نیمه ساختار یافته با اعضای شرکت‌ها و خبرگان شصت و هشت نفر بوده است. ده شرکت با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی انتخاب و طی بیست و شش ماه مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. نرم افزار تحلیلی Atlas ti برای کدگذاری داده‌ها و نرم افزار Xmind برای ترسیم مدل مورد استفاده قرار گرفته است. یافته‌های پژوهش بیانگر آنست که «ارتباط»، «حضور بین‌المللی»، «ارزش‌ها»، «بازاریابی»، «استراتژی»، «سرمایه انسانی» و «روش تولید» وجوه متمایزکننده شرکت‌ها جهت توفیق در ورود سریع به بازارهای بین‌المللی است.

واژه‌های کلیدی: بمب، مطالعه موردی، فاوا.

نوع مقاله: پژوهشی

۱-مقدمه

توسعه کسب‌وکارهای بین‌المللی یکی از ابزارهای رشد و توسعه اقتصادی بوده و بنگاه‌های صادرات‌گرا عملکرد بهتری نسبت به سایر کسب‌وکارها دارند (مرادی، سخدری و صنیعی، ۱۳۹۶). در گذشته فعالیت در بازارهای بین‌المللی مختص شرکت‌های بزرگ بود، اما اکنون کسب‌وکارهای کوچک و نوپا نیز در بازارهای بین‌المللی فعالند (رضوانی و موسوی نژاد، ۱۳۹۳). این شرکت‌های کوچک در اغلب موارد مبتنی بر فناوری بوده و از همان بدو تأسیس تلاش

1- Born International (BI)

2- Born Global (BG)

نویسندهٔ عهده‌دار مکاتبات: داوود فیض Feiz1353@semnan.ac.ir



تعریف این عبارات در پژوهش حاضر تبیین شده و سپس به پیشینه تحقیق پرداخته شده است.

بنگاه‌های مادرزاد بین‌المللی

در این پژوهش مانند برخی تحقیقات داخلی مشابه، واژه «بمب» (سرواژه «بنگاه مادرزاد بین‌المللی») برای اشاره به بنگاه‌های مادرزاد بین‌المللی در پژوهش‌های فارسی به کار گرفته شده است (فیض و همکاران، ۱۳۹۷).

مدسن (۱۹۹۷) و مک دوگال (۱۹۹۵) پژوهشگران پیشگام در ورود عبارت «مادرزاد بین‌المللی» به ادبیات مدیریت هستند.

در جدول شماره ۱ به اختصار به معیارهای پژوهشگران مختلف برای تعریف بمب پرداخته شده است. در این جدول منظور از سرعت، سال‌های سپری شده از زمان تأسیس بنگاه برای ورود به بازار بین‌المللی و منظور از نسبت، درصد درآمد از صادرات به کل درآمد است.

جدول ۱. خلاصه شاخص‌های محققان پیشین

منبع	سرعت	نسبت
رینای ۱۹۹۳	۲	۷۵
نایت و کاوسگیل ۱۹۹۶	۲	۲۵
مدسن و سروایس ۱۹۹۷	۳	۲۵
شریدر و همکاران ۱۹۹۷	۶	۲۵
نایت و لایش ۲۰۱۶	۳	۲۵
چتی و کمپبل هانت ۲۰۰۴	۲	۸۰
لوشتراین و گابریلسون ۲۰۰۶	۳	۵۰
کویوالاین و همکاران ۲۰۰۷	۳	۲۵
مک دوگال، اوایت و شریدر ۲۰۰۳	۵	۲۵
ژو، وو و لوو ۲۰۰۷	۳	۲۰
کویوالاین، سارنکتو و پومالاین ۲۰۱۲	۳	۲۵
اسلواگن و اونکلینکس ۲۰۱۴	۵	۵۰
سوی و باوم ۲۰۱۴	۲	۲۵
نوملا، سارنکتو و جوکلا ۲۰۱۴	۳	۲۵
سراتو، کروساتو و دپرو ۲۰۱۶	۳	۵۰
چوکه، راسک و سالا ۲۰۱۷	۳	۲۵
جیانگ، کوتابه، همیلتون و اسمیت ۲۰۱۶	۵	۲۵
گرفشفسکی، رز و لیندسی ۲۰۱۵	۳	۲۵
فیلیچو، دوارت و رودریگز ۲۰۱۶	۳	۲۵

۱۹۹۷؛ راین و تیگاردن، ۱۹۹۵) است. رفتار این بنگاه‌ها نظریات سنتی حوزه بین‌المللی‌سازی مانند آپسالا را به چالش کشیده و محققان را برآن داشته تا به ارائه مدل‌های جدید ویژه آن‌ها بپردازند (کانن و اوتو، ۲۰۱۴؛ جونز، کویلو و تانگ، ۲۰۱۱؛ کیوپ و گاسمان، ۲۰۰۹؛ کیس، دنیس و کاوسگیل، ۲۰۱۲). با وجود آنکه شرکت‌های فناور، پرچمداران بنگاه‌های مادرزاد بین‌المللی در جهان هستند و از سوی دیگر صادرات کالاهای فناوری محور یکی از اهداف مهم راهبرد بلند مدت توسعه صادرات کشور است (آقاموسی طهرانی، سرداری و کرم پور، ۱۳۹۵) اما مطابق آمار معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تنها ۰٫۶ درصد از شرکت‌های دانش‌بنیان ایران، مادرزاد بین‌المللی هستند. پرسشی که در اینجا مطرح می‌شود آن است که با وجود انبوهی از متخصصین فاوا و تعداد کثیری از شرکت‌های حوزه فناوری اطلاعات، کدام عوامل درونی مانع حضور پررنگ این بنگاه‌ها در بازارهای جهانی شده است؟ شرکت‌های موفق مادرزاد بین‌المللی ایرانی چه وجوه تمایزی با دیگر شرکت‌ها ایجاد کرده‌اند که سهمی از بازار جهانی نصیبشان کرده است؟

پژوهش‌های داخلی چهار گروه ویژگی شامل «نهادکارآفرین»، «بنگاه»، «دولت» و «اکوسیستم اقتصادی» را بر خلق این بنگاه‌ها مؤثر دانسته‌اند (فیض و همکاران، ۱۳۹۷). در این میان ویژگی‌های «نهاد کارآفرین» و «بنگاه» از عوامل درونی و قابل کنترل توسط شرکت‌ها هستند. هرچند پژوهش‌های پیشین به نقش معنادار نهاد کارآفرین و عوامل درونی بنگاه در توفیق و استمرار شرکت‌های فناور دانش‌بنیان اشاره داشته‌اند (خیاطیان و همکاران، ۱۳۹۳؛ طباطباییان و همکاران، ۱۳۹۷؛ لطفی و همکاران، ۱۳۹۵؛ طیبی و حمیدی زاده، ۱۳۹۷) اما تا کنون در خصوص وجوه متمایز این عوامل که توفیق در بازارهای جهانی را به همراه داشته باشد سکوت کرده‌اند. از همین روی پژوهش حاضر با تحلیل ابعاد عوامل درونی کسب‌وکارها به ارائه پاسخی برای پرسش‌های مطرح شده در بند پیشین پرداخته است.

۲- مبانی نظری و پیشینه

از آنجا که تعریفی واحد برای بنگاه‌های مادرزاد بین‌المللی و نهاد کارآفرین از سوی محققین پذیرفته نشده است، ابتدا



«عادات تثبیت شده فکری در انسان»، میچل «هنجارهای هدایتگر سلوک و رفتار» و همیلتون «شیوه رایج و مستمر کنش و تفکر، شیوه‌ای که در عادات تثبیت شده است» می‌داند (مشهدی احمد، ۱۳۹۲). در این پژوهش با الهام از آنچه آمد، «نهاد کارآفرین» به عبارت زیر تعریف شده است: «ذهنیت^۳، طرز تفکر^۴ و سلوک^۵ مؤسسان و مدیران» که برگرفته از طبیعت^۶ (شامل ویژگی‌های طبیعی و مادرزادی)، ارزش‌ها (شامل باورها و ارزش‌ها و آرمان‌های شخصی) و آموخته‌های ایشان (شامل تحصیلات، دانش، مهارت و تجربیات) است (فیض و همکاران، ۱۳۹۷).

باید در نظر داشت این ویژگی‌ها در تحقیقات داخلی با عناوینی غیر از «نهاد کارآفرین» مکرر مورد استفاده قرار گرفته است. به عنوان نمونه ویژگی‌هایی چون نیاز به موفقیت، رؤیا پردازی، چالش طلبی، تحمل ابهام تحت عنوان «ویژگی شخصیتی» توسط نعمتی (۱۳۹۲) آمده، لطفی و همکاران (۱۳۹۵) آنرا «متغیر پیش بین کارآفرینی» نامیده‌اند.

نهاد کارآفرین و بین‌المللی سازی

در پژوهش‌های پیشین در خصوص نقش نهاد کارآفرین در بین‌المللی شدن بنگاه اتفاق نظر وجود ندارد. پژوهشگران ابعاد گوناگونی را مورد اشاره قرار داده و در برخی موارد نظراتی متناقض در خصوص نقش یک بُعد ارائه داده‌اند. در ادامه برخی از مهمترین پژوهش‌ها در این خصوص آمده است.

تعهد به بین‌المللی شدن: از معدود مواردی که اغلب پژوهشگران بر آن اتفاق نظر دارند، تعهد مؤسسين بنگاه به بین‌المللی شدن است. از جمله ویژگی‌هایی که تعهد به بین‌المللی شدن کارآفرینان در آن نمود پیدا می‌کند آنست که تنها راه پیشرفت شرکت را در بازارهای بین‌المللی دانسته، بازارهای بین‌المللی را بازاری واحد در نظر داشته، عمده زمان خود را مصروف حضور در بازار جهانی نموده و بازارهای بین‌المللی را تنها محل کسب تجربه حرفه‌ای می‌دانند (کانن و اوتو، ۲۰۱۴؛ چوکه و همکاران، ۲۰۱۷؛ دیمیترائوس و

3- mindset
4- mentality
5- behavior
6- nature

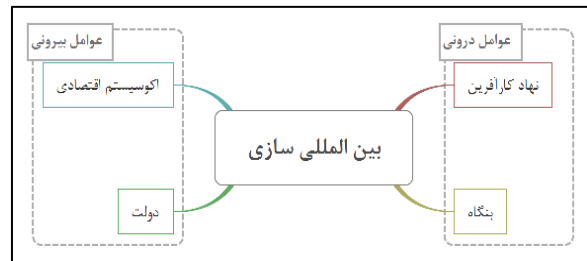
ناوارو و گارسیا ۲۰۱۶	۳	-
----------------------	---	---

با مرور پژوهش‌های پیشین می‌توان بنگاه‌هایی با شرایط زیر را «بمب» نامید: ۱- بنگاه از نخستین مراحل تأسیس به دنبال ورود به بازارهای بین‌المللی باشد. ۲- سهم حاصل از حضور در بازارهای بین‌المللی قابل توجه باشد. ۳- فعالیت بنگاه (اعم از تولید یا فروش) به بیش از دو کشور گسترده شده باشد (سراتو و همکاران، ۲۰۱۶؛ چوکه و همکاران، ۲۰۱۷؛ فیلیچیو و همکاران، ۲۰۱۶؛ گرشفسکی و همکاران، ۲۰۱۵؛ جیانگ و همکاران، ۲۰۱۶؛ کویوالاین و همکاران، ۲۰۰۷؛ ناوارو و گارسیا، ۲۰۱۶). بر همین اساس در این مقاله نیز شرکت‌هایی که در کمتر از ۳ سال موفق شده‌اند سهم صادراتی بیش از ۲۵ درصد داشته باشند، به عنوان بمب در نظر گرفته شده‌اند.

عوامل درونی

در این پژوهش منظور از عوامل درونی، آن گروه از عوامل قابل کنترل کسب‌وکار است که درون مرزهای سازمان قرار دارند.

مطابق مدل فیض و همکاران (۱۳۹۷)، مجموعه عوامل مؤثر بر بین‌المللی سازی کسب‌وکارهای حوزه فاوا به چهارگروه مطابق شماره ۱ قابل افراز است که از میان آن‌ها «نهاد کارآفرین» و «ویژگی بنگاه» به عنوان عوامل درونی و «دولت» و «اکوسیستم اقتصادی» به عنوان عوامل بیرونی طبقه‌بندی شده‌اند.



شکل ۱. عوامل درونی و بیرونی مؤثر بر بین‌المللی شدن

نهاد کارآفرین

واژه نهاد که از اقتصاددانان نهادگرا به عاریت گرفته شده است را ویلن به عنوان یکی از پرچمداران این مکتب،

تحصیل یا زندگی خارج از کشور، ۴- سایر تجربیات و دانش بین‌المللی سنجیده می‌شود (کانن و اوتو، ۲۰۱۴؛ سراتو و همکاران، ۲۰۱۶؛ فیلیچیو و همکاران، ۲۰۱۶؛ وو، ۲۰۱۶). شبکه ارتباطی شخصی: توانایی کارآفرین در تشکیل شبکه‌های ارتباطی شخصی و حرفه‌ای به ویژه در حوزه بین‌المللی به عنوان یک بعد نقش آفرین مورد توجه و تأکید پژوهشگران برای توفیق بمب‌هاست (کانن و اوتو، ۲۰۱۴؛ اوجالا، ۲۰۰۹؛ فیلیچیو و همکاران، ۲۰۱۶؛ وو، ۲۰۱۶؛ طیبی و حمیدی زاده، ۱۳۹۷).

روحیه خطر پذیری: تحقیقات پیشین بیان می‌کند که هر اندازه کارآفرین توان خطرپذیری بیشتری داشته باشد احتمال توفیق وی در خلق بمب بیشتر است (دیمیتراتوس و همکاران، ۲۰۱۶؛ فیلیچیو و همکاران، ۲۰۱۶؛ کویوالاین و همکاران، ۲۰۱۲؛ وو، ۲۰۱۶؛ لطفی و همکاران، ۱۳۹۵؛ نعمتی، ۱۳۹۲).

ویژگی بنگاه و بین‌المللی‌سازی

در پژوهش‌های پیشین در خصوص دلایل توفیق بمب‌ها در بازارهای بین‌المللی، فهرستی طولانی از عوامل مورد اشاره قرار گرفته است. در جدول شماره ۲، برجسته‌ترین عوامل داخلی که در تحقیقات مورد تأکید قرار گرفته‌اند ذکر شده است.

جدول ۲. عوامل درونی مؤثر در توفیق بمب‌ها

منابع	عامل
جیانگ و همکاران (۲۰۱۷)، هاوریل (۲۰۱۳)، بروک و همکاران (۲۰۱۱)، ناوارو گارسیا (۲۰۱۷)، وو و همکاران (۲۰۱۷)، وو (۲۰۱۱)، اورتگا و همکاران (۲۰۱۵)، سراتو و همکاران (۲۰۱۶)، گرشفسکی و همکاران (۲۰۱۷)، فیلیچیو و همکاران (۲۰۱۷)، دیکووا و همکارانش (۲۰۱۷)، طباطباییان و همکاران (۱۳۹۷)	استراتژی بنگاه
گرشفسکی و همکاران (۲۰۱۷)، وو (۲۰۱۱)، فیلیچیو و همکاران (۲۰۱۷)، سراتو و همکاران (۲۰۱۶)، سیراوتنا و همکاران (۲۰۱۳)، کویوالاین و همکاران (۲۰۰۷)، دیمیتراتوس و همکاران (۲۰۱۷)	سیاست تهاجمی
کویوالاین و همکاران (۲۰۰۷)، کانن و اتزو (۲۰۱۴)، تان و متیو (۲۰۱۴)، وو و همکاران (۲۰۱۷)، طباطباییان و همکاران (۱۳۹۷)	استراتژی مالی

همکاران، ۲۰۱۶؛ فیلیچیو و همکاران، ۲۰۱۶؛ گرشفسکی و همکاران، ۲۰۱۵؛ جیانگ و همکاران، ۲۰۱۶؛ کویوالاین و همکاران، ۲۰۰۷؛ ناوارو و گارسیا، ۲۰۱۶؛ وو و همکاران، ۲۰۱۱؛ وو، ۲۰۱۶). نقش تعیین کننده این بعد به حدی است که برخی تنها تمایز بین بنگاه موفق و ناموفق در بین‌المللی شدن را به آن نسبت داده‌اند (چوکه، ۲۰۱۷).

سن: باور عمومی بر آنست که جوانتر بودن کارآفرینان بخت بنگاه‌ها را برای ورود موفق به بازارهای بین‌المللی بیشتر می‌کند (کانن و اوتو، ۲۰۱۴؛ وو، ۲۰۱۶). با این وجود تحقیقات قابل توجهی از جمله پژوهش آموروس و همکارانش خلاف این فرض را بیان نموده و در خوش‌بینانه‌ترین حالت «سن» را در توفیق بمب‌ها بی‌تأثیر می‌داند (آموروس و همکاران، ۲۰۱۶).

دانش: این بعد شامل تحصیلات و دانش رسمی بوده و بر سر نقش آن در توفیق بمب‌ها اتفاق نظر وجود ندارد. گروهی از محققین این بعد را مؤثر (کانن و اوتو، ۲۰۱۴، فیلیچیو و همکاران، ۲۰۱۶؛ وو، ۲۰۱۶) و گروهی دیگر آن را بی‌ارتباط با بین‌المللی شدن بنگاه می‌دانند (چوکه و همکاران، ۲۰۱۷؛ گرشفسکی و همکاران، ۲۰۱۵؛ هاوریل، ۲۰۱۳).

تجربه صنعت: برخی نشان داده‌اند که کارآفرینانی که پیشتر تجربه حضور در صنعت را داشته‌اند در خلق بمب‌ها موفق‌تر بوده‌اند (کانن و اوتو، ۲۰۱۴؛ ناوارو و گارسیا، ۲۰۱۶؛ وو، ۲۰۱۶).

زبان خارجی: به باور محققین تسلط به زبان‌های بین‌المللی نقش قابل ملاحظه‌ای در توفیق کارآفرینان بین‌المللی داشته است (کانن و اوتو، ۲۰۱۴؛ فیلیچیو و همکاران، ۲۰۱۶؛ جیانگ و همکاران، ۲۰۱۶).

ادراک مدیریتی: برای مدیران ارشد شامل ۱- تشویق همکاری چند تخصصی و چند واحدی، ۲- توانایی گوش دادن به دیگران و تغییر نظرات خود، ۳- باور داشتن به تأثیر گذاری بر خود و محیط خود، ۴- عضویت در تیم‌ها به عنوان عضو فعال است (فیلیچیو و همکاران، ۲۰۱۶؛ گرشفسکی و همکاران، ۲۰۱۵؛ کویوالاین و همکاران، ۲۰۰۷).

تجربه حضور بین‌المللی: برای مؤسسان و مدیران با سه متغیر ۱- ارتباط روزانه با مشتریان، تأمین‌کنندگان و کارکنان بین‌المللی بنگاه، ۲- تجربه مداوم سفرهای بین‌المللی، ۳-



این طریق کسب نمایندند، شرکت‌های محدود به مرزهای ملی (آن دسته از بنگاه‌ها که از بدو تأسیس درآمد صادراتی نداشته‌اند).



شکل ۲. چارچوب پژوهش

ابعاد مرتبط با عوامل درونی این بنگاه‌ها مطابق آنچه در روش‌شناسی پژوهش آمده است، با هم مقایسه و تمایز آن‌ها استخراج شده است.

۳- روش شناسی

در این پژوهش که در زمره پژوهش‌های کیفی بوده و هدف آن کاربردیست، «مطالعه موردی^۷» به عنوان استراتژی تحقیق انتخاب شده است. طراحی پژوهش به گونه‌ای انجام شده است که پاسخی برای پرسش «عوامل درونی بمب‌ها چه ابعاد متمایزکننده‌ای دارند؟» حاصل شود. از آنجا که در پژوهش ابعاد گوناگون «مورد^۸» بررسی شده است، مطالعه موردی از نوع «جامع^۹» و از سوی دیگر به دلیل استفاده از چندین مورد مطالعه (ده مورد)، «چندموردی^{۱۰}» محسوب می‌گردد. روش تحلیل حاصل ترکیب دو روش «تبیین سازی^{۱۱}» و «تلفیق بین موردی^{۱۲}» است. آن قسمت از پژوهش که منجر به صدور احکام توسط پژوهشگران برای توضیح چرایی و یا علل وقوع موضوعات مرتبط با «موارد مطالعه» شده، مبتنی بر روش تبیین سازی بوده است (یین، ۲۰۰۹). از سوی دیگر در پژوهش همزمان موارد موفق و ناموفق مورد بررسی قرار گرفته (سخدری و همکاران، ۱۳۹۶) و از کنارهم گذاشتن آن‌ها عوامل متمایزکننده تشخیص داده شده، که این بخش مبتنی بر روش تحلیل «تلفیق بین موردی» است (یین، ۲۰۰۹). بنگاه‌های فاوای

پذیرش خطر	فیلیچیو و همکاران (۲۰۱۷)، کویوالینن و همکاران (۲۰۰۷)، دیمیتراوس و همکاران (۲۰۱۷)، ناوارو گارسیا (۲۰۱۷)
نوآوری	کانن و اتزو (۲۰۱۴)، اورتگا و همکاران (۲۰۱۵)، فیلیچیو و همکاران (۲۰۱۷)، وو و همکاران (۲۰۱۷)، چی ون وو (۲۰۱۷)، تایت و همکارانش (۲۰۱۷)
بازاریابی	کانن و اتزو (۲۰۱۴)، چی ون وو (۲۰۱۷)، طیبی و حمیدی زاده (۱۳۹۷)
تحقیق و توسعه	یونگ انگ و ازدمیر (۲۰۱۳)، فیلیچیو و همکاران (۲۰۱۷)، چی ون وو (۲۰۱۷)
تولید به مقیاس	تان و متیو (۲۰۱۴)، کانن و اتزو (۲۰۱۴)، وو و کالاهان (۲۰۰۵)
مشارکت میان رشته‌ای	اورتگا و همکاران (۲۰۱۵)، بروک و همکاران (۲۰۱۱)، یونگ انگ و ازدمیر (۲۰۱۳)
قیمت	هاوریل (۲۰۱۳)، ناوارو گارسیا (۲۰۱۷)
کیفیت تولید	چوکه و همکاران (۲۰۱۷)، هاوریل (۲۰۱۳)، گرشفسکی و همکاران (۲۰۱۷)
سیستم‌های اطلاعاتی	هاوریل (۲۰۱۳)، چی ون وو (۲۰۱۷)
سرعت بین المللی شدن	چوکه و همکاران (۲۰۱۷)، دیمیتراوس و همکاران (۲۰۱۷)، سراتو و همکاران (۲۰۱۶)، چی ون وو (۲۰۱۷)
ساختار بنگاه	فیلیچیو و همکاران (۲۰۱۷)، بروک و همکاران (۲۰۱۱)، وو و همکاران (۲۰۱۷)، ناوارو گارسیا (۲۰۱۷)
دانش سازمان	فیلیچیو و همکاران (۲۰۱۷)، ناوارو گارسیا (۲۰۱۷)، چی ون وو (۲۰۱۷)، سراتو و همکاران (۲۰۱۶)، تایت و همکارانش (۲۰۱۷)، طباطباییان و همکاران (۱۳۹۷)
برند	فیلیچیو و همکاران (۲۰۱۷)، چی ون وو (۲۰۱۷)
واسطه‌ها	هاوریل (۲۰۱۳)، اوجالا (۲۰۰۹)، ویلکینسون (۲۰۰۶)

چارچوب پژوهش

متأثر از مدل چوکه و همکارانش (۲۰۱۷)، در این پژوهش نیز الگویی به شرح زیر برای تفکیک این شرکت‌ها ارائه شده است:

شرکت‌های مادرزاد بین‌المللی (شرکت‌هایی که تا ۳ سال پس از تأسیس موفق به کسب بیش از ۲۵ درصد درآمد سالانه از طریق صادرات شده‌اند)، شرکت‌های متأخر (شرکت‌هایی که می‌توانند ۳ سال پس از هدف‌گذاری برای صادرات، بتوانند دست کم ۱۰ درصد درآمد سالانه خود را از

- 7- Case Study
- 8- Case
- 9- Holistic
- 10- Multiple case design
- 11- Explanatory
- 12- cross-case synthesis

ابزار گردآوری داده‌های پژوهش عبارتند از:

- ۱- مصاحبه نیمه ساختاریافته با بهره‌گیری ضمنی از شیوه روایتگری با مدیران موارد مطالعه.
- ۲- مصاحبه باز با خبرگان و متخصصان خارج از شرکت‌های مورد مطالعه.
- ۳- انجام مشاهده با استفاده از کارت ثبت مشاهدات که بر اساس پروتکل پژوهش طراحی شده است.
- ۴- بررسی مستندات اعم از انتشارات در فضای مجازی، یادداشت‌ها، مکتوبات (مانند نامه‌های اداری، بروشور)، اسناد رسمی مرتبط با حوزه‌های مالی (مانند ترازنامه)، اسناد مدیریتی (مانند سند راهبردی، برنامه فروش و بازاریابی).

پایایی پژوهش

برای افزایش پایایی پژوهش، طرح کامل پژوهش اعم از اهداف و پرسش‌ها، چارچوب، ابزار و نحوه گردآوری داده، پروتکل، نحوه انتخاب موارد مطالعه، شرح روش تحلیل داده‌ها، نحوه ارزیابی و نرم‌افزارهای مورد استفاده ذکر شده است تا در صورت تکرار آن توسط سایر پژوهشگران، نتایج مشابه تحصیل گردد. تنوع و عمق داده‌ها و نیز بازه زمانی طولانی پژوهش نیز پایایی تحقیق را بهبود داده است.

اعتبار سازه پژوهش

اعتبار سازه بیانگر معتبر بودن ابزار سنجش مورد مطالعه است. در این پژوهش استفاده از چندین ابزار برای گردآوری داده (مصاحبه، مشاهده، مستندات)، مرور سؤالات توسط خبرگان، استفاده از موارد مطالعه متعدد به سازه تحقیق اعتبار داده است.

اعتبار درونی

برای کاهش اثر سوگیری پژوهشگران بر نتایج، علاوه بر استفاده از نرم‌افزار اطلس، کدگذاری‌ها و یافته‌ها توسط گروهی مجزا بازبینی شده و همچنین بازخورد مشارکت‌کنندگان در آن لحاظ شده است. همچنین استفاده از ۱۰ مورد مطالعه موفق و ناموفق اعتبار درونی تحقیق را تقویت نموده است.

اعتبار بیرونی

یافته‌های پژوهش دارای تأییداتی در پیشینه پژوهش هستند. همچنین تعداد بالای موارد مطالعه و مشارکت شصت و هشت نفر در پژوهش بر اعتبار بیرونی تحقیق افزوده است.

مورد بررسی کمتر از ۵ سال عمر داشته و واجد یکی از دو ویژگی «مجوز دانش‌بنیان» یا «مستقر در پارک علم و فناوری» بوده‌اند. برای طبقه‌بندی شرکت‌ها در چارچوب پژوهش، اطلاعات یکصد و سی شرکت از طریق پرسشنامه جمع‌آوری و بنگاه‌ها در سه گروه (مطابق شکل ۲). چارچوب پژوهش) تفکیک شدند. از میان هر گروه بنا به تصادف دو شرکت انتخاب شد که در جدول شماره ۳ بدون ذکر نام معرفی شده‌اند.

جدول شماره ۳. معرفی موارد مطالعه

کد	نسبت صادراتی	عمر	درآمد میلیون تومان	حوزه فعالیت	نوع
الف	۹	۳	۵۳۶۱	نرم افزار سازمانی	متأخر
ب	۳	۵	۹۱۸۸	زیرساخت	متأخر
ج	۱۰۰	۴	۱۳۵۴۵	نرم افزار موبایلی	مادرزاد
د	۵۴	۵	۲۲۵۳۰	نرم افزار سازمانی	مادرزاد
ه	۰	۴	۷۴۰۲	تجارت الکترونیک	محدود
و	۰	۵	۲۴۱	اینترنت اشیا	محدود

برای حذف عوامل بیرونی، ضروری بود که شرکت‌هایی خارج از ایران نیز مورد بررسی قرار گیرند تا آثار احتمالی محیطی کنار گذاشته شوند. به همین سبب پروتکل پژوهش به همراه درخواست مشارکت در پژوهش برای چهل و نه شرکت خارجی ارسال شد. چهار شرکت از کشورهای روسیه (بمب حوزه نرم‌افزار)، ایتالیا (متأخر حوزه نرم افزار)، یونان (بمب حوزه نرم‌افزار) و فرانسه (بمب حوزه خدمات الکترونیک مالی) مشروط بر رعایت محرمانگی، مشارکت در پژوهش را پذیرفتند.

انجام عملیات میدانی مطالعه از مهرماه ۱۳۹۴ آغاز و تا شهریور ۱۳۹۶ ادامه یافته و در این مدت کوتاه‌ترین دوره ارتباط با مورد مطالعه ۶ ماه و طولانی‌ترین آن ۲۱ ماه بوده است.

علاوه بر مدیران و کارکنان شرکت‌های مورد مطالعه داخلی و خارجی، خبرگان و متخصصان برخی شرکت‌های اروپایی در تحقیق مشارکت داشته‌اند. برای انجام تحقیق در بخش خارجی پژوهش، سفر و انجام مصاحبه و مشاهده در شهرهای آتن، تسالونیک، مونیخ، هانوفر، هامبورگ، پراگ، وین، پاریس، رم، ورونا و مسکو صورت گرفته است.



	بخش فناوری اطلاعات بانک مشغول همکاری شدم.	دارد
شبکه ارتباطی دانش	سرمایه فکری و دانشی من را یک میلیارد تومان قیمت گذاری کند، خودش هم ۴ میلیارد تومان به این سرمایه فکری اضافه کند و شرکتی با ۵ میلیارد تومان سرمایه و حمایت های پیدا و پنهان دیگر راه اندازی کنیم	داشتن دانش فنی، شبکه ارتباطی شخصی با سرمایه گذاران
زبان باورها حضور بین-المللی	احساس می کنم یکی از مهمترین دلایلش همان زبان باشد، دلیل دیگرش هم اعتماد به نفس برای کار با آن طرف و البته نا آشنایی با بازارشان. نه قوانین را می دانیم نه روال ها را و نه نیازهایشان را	عدم تسلط به زبان انگلیسی، نداشتن تجربه بین المللی، کمبود اعتماد به نفس، عدم باور به تأثیرگذاری

یافته‌های حاصل از مطالعات داخلی

جدول شماره ۶ حاصل دسته‌بندی کدهای مرتبط با مقولاتی است که از بررسی شش شرکت داخلی به دست آمده است.

جدول ۶. جدول مقولات و کدهای مرتبط

مقوله مرتبط	کدهای محوری
خطرپذیری	تهاجمی بودن، روحیه خطر پذیری
حضور بین‌المللی	تجربه بین‌المللی، سفرهای خارجی، تحصیل در خارج از کشور
ارتباط	شبکه ارتباطی، دسترسی به متخصصین، زبان خارجی
دانش	تجربه صنعت، تحصیلات، دانش تخصصی
ارزش‌ها	ارزش‌های فردی، باورها، چشم انداز فردی، تعهد به بین‌المللی شدن
مهارت مدیریت	شنیدن فعال، مشارکت جویی، سخت کوشی، اعتماد به نفس
ساختار و منابع	توان مالی، دسترسی به فناوری، ساختار بنگاه، سیستم‌های اطلاعاتی
استراتژی بازاریابی	بازاریابی جاویژه، تعدد بازار، تولید به مقیاس، ارتباط با مشتری، گونه همکاری بین‌المللی، شناسایی بازار
آمیخته بازاریابی	برند، قیمت، واسطه‌ها، شبکه ارتباطی، خدمات، کیفیت
استراتژی بنگاه	استراتژی، تمرکز، تهاجمی بودن، سرعت بین‌المللی شدن

۴- یافته‌ها

اطلاعات مربوط به مشارکت‌کنندگان در پژوهش در جدول شماره ۴ آمده است. شایان ذکر است ۷ تن از مشارکت‌کنندگان پیشنهاد محققین برای همراهی با پژوهشگران در سفرهای برون مرزی و داخلی را نیز پذیرفته‌اند.

جدول شماره ۴. مشارکت‌کنندگان در پژوهش

کل مشارکت‌کنندگان	۶۸	مشارکت در مصاحبه	۶۸
مشارکت در مشاهده	۱۶	مشارکت در سفر	۱۷
تخصص		ملیت	
فناوری اطلاعات	۵۱	ایرانی	۱۷
اینترنت اشیاء	۵	یونانی	۱۳
مهندسی برق	۲	ایتالیایی	۸
مدیریت	۴	روس	۱۴
سایر	۶	آلمانی	۱۰
تحصیلات		فرانسوی	
دکتر و بالاتر	۱۴	آمریکایی	۲
کارشناسی ارشد	۲۳	هلندی	۱
کارشناسی و پایین تر		سمت	
نوع ارتباط	۳۱	مدیرعامل	۲۰
حضور	۶۸	مدیر ارشد	۳۶
مجازی / کتبی	۱۰	کارشناس	۸
تلفنی	۱۱	سایر	۴

برای تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار اطلس متن مصاحبه‌ها، مشاهدات و اسناد بررسی و برای هر نقل قول یا مفهوم کلیدی مرتبط یک کد باز تخصیص داده شده است. در گام بعد کلمات کلیدی مرتبط با هر مفهوم به نرم‌افزار داده شد تا مستندات مجدداً بررسی شده و عبارات حاوی آن کلمات نشان‌گذاری شود. نشانه‌هایی که معنای مرتبط داشته‌اند کدگذاری شده تا موردی مغفول نماند. در جدول شماره ۵ نمونه‌ای از کدگذاری صورت گرفته آمده است.

جدول ۵. نمونه کدگذاری

نقل قول	مفاهیم مورد اشاره	کد گذاری
من حدوداً از همان زمان تأسیس بانک اقتصاد نوین در	کارآفرین تجربه مشابه در صنعت	تجربه صنعت

یافته‌های حاصل از مطالعات برون مرزی

به گونه مشابه، داده‌های حاصل از مشاهده و مصاحبه با شرکت‌ها و مشارکت‌کنندگان خارجی کدگذاری و در جدول شماره ۷ آمده است:

جدول شماره ۷: مقولات مستخرج از مطالعات برون مرزی

مقوله مرتبط	کد محوری
اصول ارتباطی	آداب مکاتبات تجاری، تشریفات تجاری، اصول حرفه‌ای، زبان خارجی
حضور بین‌المللی	حضور در مجامع بین‌المللی، شناخت فضای بین-الملل، دانش تجاری
باورها	تعهد به بین‌المللی شدن، نگاه به بازار جهانی، انگیزه شخصی
دانش کارآفرین	دانش فنی، تجربه تخصصی، تحصیلات تخصصی
مدیران	اصول حرفه ای، زبان
دانش تولید	استاندارد، دانش سازمان، فناوری، کیفیت
بازاریابی	بازاریابی، برند، شناخت بازار، قیمت
استراتژی و ساختار	استراتژی، تنوع همکاری، ساختار، سرعت بین‌المللی شدن

جدول ۸: ابعاد متفاوت نهاد کارآفرین بمب‌ها در قیاس با با بنگاه محدود به مرز ملی

مقوله	تفاوت		بعد متمایز
	محدود به مرز ملی	مادر زاد بین‌المللی	
ارتباط	ضعف در مکاتبه و مکالمه به زبان انگلیسی	تسلط به زبان انگلیسی برای در مکاتبه و مکالمه تجاری	زبان خارجی
	عدم تسلط به قواعد و آداب تجاری سهل انگاری در اصول حرفه‌ای مانند تأخیر در مکاتبات و مراودات، عدم رعایت زمانبندی، عدم ایفای به موقع تعهدات	آشنایی با قواعد و تشریفات تجاری و اداری رعایت اصول حرفه‌ای مانند وقت شناسی، نظم در مکاتبات و مراودات، ایفای تعهدات	اصول حرفه‌ای
حضور بین-المللی	سفرها بیشتر برای تجربه یا تفریح و با نگاه برای خرید و انتقال محصول یا فناوری سفرها محدود و کم شمار است	سفرها هدفمند و با نگاه به صادرات و فروش شبکه سازی به طور مداوم در سفر توسعه می‌یابد سفرها به صورت مداوم است	سفر خارجی
	اولویت با مجامع و نشست‌های داخلی تمرکز بر ارتباط با مدیران و افراد کلیدی داخلی	پیگیری مجامع بین‌المللی و حضور پیوسته در آن تلاش مداوم برای ارتباط با افراد خارج از کشور	مجامع خارجی
ارزش‌ها	ارزشمند بودن خودکفایی و استقلال مطلق متعهد به رفع عقب ماندگی داخلی نگاه به نیازهای داخلی بدبینی به تعامل با بیگانگان	ارزشمند بودن ارتباط و پیوند با بازار جهانی متعهد به تحمیل توانایی به خارج نگاه به رفع نیازهای جهانی خوشبینی به ارتباطات خارجی	ارزش‌های شخصی
	نگاه به درون تمرکز بر بازار داخلی به عنوان بازار نهایی چشم انداز بهترین بودن در کشور	نگاه به بیرون مفروض دانستن بازار جهانی به عنوان بازار اصلی چشم انداز حضور موفق جهانی	چشم انداز فردی
	تردید در توانایی در مواجهه با خارجی باور به عقب‌ماندگی تاریخی	خودباوری و نگاه برابر به متخصص خارجی ایمان به رقابت پذیری در بازار جهانی	اعتماد به نفس

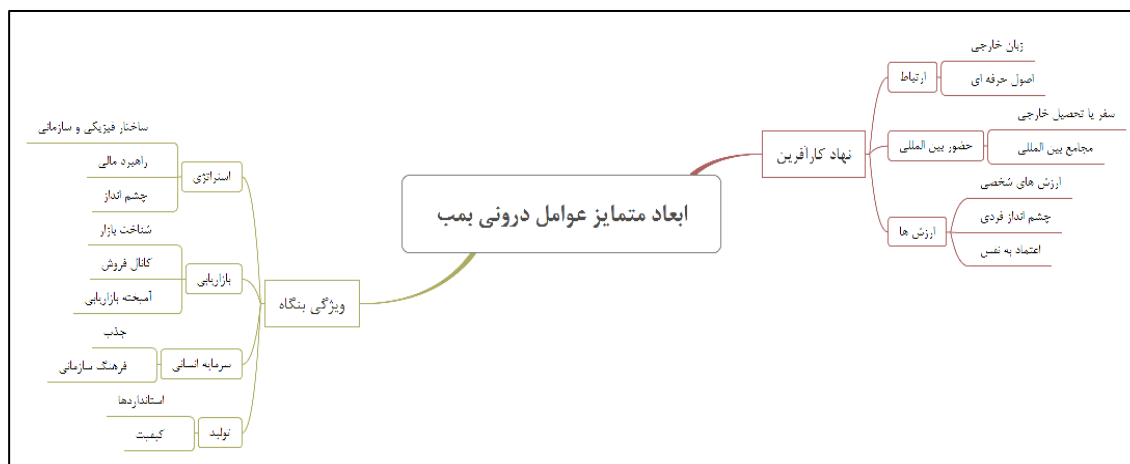


جدول ۹. ابعاد متفاوت ویژگی بنگاه در بمبها در مقایسه با بنگاه محدود به مرز ملی

مقوله	تفاوت		بعد متمایز
	محدود به مرز ملی	مادر زاد بین‌المللی	
استراتژی	ارزش‌های سازمانی ملی و محلی است (مانند خودکفایی) چشم انداز مبتنی بر کسب بیشترین سهم از بازار ملی است سیاست‌ها تنها مبتنی بر بازار داخلی تنظیم می‌شود متکی بر مهندسی معکوس و مشابه سازی محصولات خارجی است تلاش گسترده‌ای برای در دست داشتن کل زنجیره ارزش محصول و خدمت شده و بر انحصار به عنوان برتری تأکید دارد	ارزش‌های سازمانی جهان شمول است (مانند کیفیت و نوآوری) چشم انداز بین‌المللی برای سازمان ترسیم شده است پرهیز از ورود به بازار داخلی به عنوان بازار اصلی اتکا به نوآوری به جای مهندسی معکوس یا مشابه سازی تلاش می‌شود با سیاست‌های باز، قسمتی از زنجیره ارزش باشند و نه همه آن (مانند Open API)	چشم انداز
	متکی به حمایت‌های دولتی از محصولات بازار داخلی است مشتاق بهره‌برداری از تسهیلات به ویژه دولتی است در اغلب مواقع کاهش هزینه‌ها را به عنوان سیاست مد نظر دارد	متکی به فروش بین‌المللی بوده و مصون از نوسانات ارزی سرمایه‌پذیر بوده اما از دریافت تسهیلات اجتناب می‌کند کیفیت را فدای صرفه جویی در هزینه نمی‌کند	راهبردهای مالی
	الزاماً منطبق با قوانین داخلی و رسمی ساختار دهی شده است محیط کار اقتصادی و مبتنی بر کنترل هزینه است	ساختار سازمانی ساده است و حتی می‌تواند ثبت رسمی محیط کار بسیار نوآورانه، منعطف، مجلل است	ساختار فیزیکی و سازمانی
بازاریابی	نسبت به بازارهای بین‌المللی گنگ است بر نیاز مشتری داخلی متمرکز است فاقد محتوای عمیق به زبان غیر فارسی است	روندهای جهانی تعقیب و مستند سازی شده است محتوای انگلیسی کامل و جامع در دسترس است قوانین تجاری بین‌المللی مطالعه و شناخته شده است	شناخت بازار
	اغلب فروش مستقیم در دستور کار قرار دارد در تلاش برای دسترسی به بازارهای بین‌المللی به واسطه‌ها متکی است و حضور ندارد در بازار صنعتی به شبکه ارتباطی شخصی متکی است مدیریت ارتباط با مشتری اغلب غیر رسمی و بدون مستندات است	فروش خرد از طریق بازارچه‌های عمومی ^۱ کانال اصلی است فروش صنعتی از طریق هیئت‌های تجاری، رویداد و نمایشگاه است ارتباط با مشتری منطبق با مستندات از پیش طراحی شده بوده و کاملاً رسمی و سازماندهی شده است	کانال فروش
	حاشیه سود و قیمت پایین است اغلب محدود به تبلیغات سنتی هستند	قیمت گذاری با حاشیه سود مناسب و بالاست ترفیع محصول مبتنی بر بازاریابی دیجیتال و تولید محتوا صورت می‌پذیرد	آمیخته بازاریابی
سرمایه انسانی	اولویت در جذب بر اساس نیاز فنی و تخصصی است ارزش‌های همکاران متنوع بوده و الزاماً همسو با سازمان نیست. ارائه پیشنهاد کاری بهتر اغلب به ترک سازمان منجر می‌شود شرایط مبهم و کمبود مالی به سختی تاب آورده می‌شود	اولویت در جذب وجود اشتراک در ارزش‌ها و باورهاست باور به ارزش‌های سازمان فراگیر بوده و نرخ ترک بنگاه بسیار ناچیز است شرایط مبهم، فشار مقطعی و کمبود مالی قابل پذیرش است	جذب فرهنگی سازمانی
	اغلب برآورده شدن هدف فنی فارغ از استانداردها مد نظر است گواهی‌نامه و استاندارد در سازمان نادر است در صورت اجبار، به استاندارد داخلی محدود شده است	اغلب امور تولیدی مبتنی بر استانداردهای بین‌المللی است شرکت داوطلبانه استانداردها را رعایت و گواهی‌نامه‌های مرتبط را داراست استانداردهای جهانی بر بومی ارجحیت دارد	استانداردها
روش تولید	تولید اقتصادی و صرفه جویی بر کیفیت ارجح است هدف اصلی برآورده شدن خروجی فنی است و کیفیت دارای جنبه تشریفاتی است	داشتن خروجی کفایت نکرده و کیفیت محصول و خدمت مد نظر است منابع مالی مانعی برای کیفیت در نظر گرفته نمی‌شود	کیفیت



چارچوب نهایی پژوهش



شکل ۳. ابعاد متمایز کننده عوامل درونی بمبها

محدود به مرز ملی	بمب
با اینکه خیلی خوب متون تخصصی انگلیسی را می فهمم و از نظر شنیداری هم توان خوبی دارم، اما در صحبت کردن و بدتر از آن نوشتن به طرفی زبان انگلیسی داشته زبان انگلیسی ضعف جدی دارم و راستش را بخواهی خودم را سرزنش می کنم که چرا کار به این سادگی را در برنامه ام نمی گذارم!	ما نامه نگاری با مشتریان را بسیار جدی می دانیم. تلاش کردیم که تیم حرفه ای و مسلط به فرآیندهای کار و از طرفی زبان انگلیسی داشته باشیم که ارتباط با مشتری را به خوبی برای ما حفظ کنند.

۲- حضور بین المللی: تحصیل خارج از کشور و یا داشتن مسافرت های مداوم خارجی اثر قابل توجهی بر نگاه کارآفرینان سازمان ایجاد کرده است. مؤسسان بمبها از این فرصت ها برای شناخت بازار استفاده کرده و همواره به دنبال راهکاری برای فروش خدمت و محصول در بازار بین المللی هستند. از سوی دیگر پیروی از فضای رایج حاکم بر فعالان اقتصادی که خارج از ایران را محلی برای تأمین کالا و فناوری می دانند موجب می شود کارآفرینانی که با نگاه واردات قدم به فضای بین المللی گذاشته اند در خلق بمبها توفیق نیابند.

پس از غربالگری وجوه مختلف کسب و کار و استخراج ابعاد متمایز در بمبها، شکل شماره ۳ را می توان به عنوان چارچوب نهایی پژوهش در نظر گرفت. ابعاد متمایز عوامل درونی را می توان در دو گروه دسته بندی کرد. قسمتی که وابسته به کارآفرینان و بنیانگذاران کسب و کار است، با عنوان «نهاد کارآفرین» و عوامل داخلی کسب و کار با عنوان «ویژگی بنگاه» در مدل آمده است.

وجوه تمایز نهاد کارآفرین

۱- ارتباط: توانایی برقراری ارتباط با فضای بین المللی یکی از توانمندی های متمایز کننده مؤسسان بمبهاست. این توانایی شامل تسلط به زبان انگلیسی برای مکاتبات و مکالمات تجاری از یک سو و دانستن آداب و اصول حرفه ای از سوی دیگر است. از جمله اصول حرفه ای تعهد به پاسخگویی به موقع و بی تأخیر، رعایت دقیق زمانبندی جلسات و مکالمات، پرهیز از اغراق در خصوص تعهدات قابل ارائه، ارائه پاسخ های موجز، شفاف و روشن، شفافیت و صداقت است. نقل قول های زیر از مصاحبه ها در این خصوص قابل ارائه است:

پلتفرم‌های مشابه (مانند سیستم‌های عامل مشابه، استانداردهای جهانی مالی و مانند آن) نیاز جوامع نیز به هم شبیه خواهد بود و به جای تلاش برای برنده شدن در بازار محدود ملی، توفیق در بازار جهانی را می‌توان مد نظر داشت. ایشان در رؤیای فردی نیز، خود را برنده جهانی می‌دانند و نه ملی.

محدود به مرز ملی	بمب
این شرکت حاصل دغدغه و علاقه شخصی ما پذیرفته ایم که است؛ علاقه‌مندی به انجام کار بین‌المللی و مدل کسب و کار ما تولید محصولی از صفر تا صد در ایران و محدود به بازار داخلی فروش آن در بازارهای بین‌المللی. ما اندیشه است!	جهانی داشتیم و به بازارهای بزرگ جهان و حضور در بین بزرگان فکر می‌کردیم.

اعتماد به نفس: در بمب‌ها کارآفرینان خود را همتراز با هم‌تایان بین‌المللی دانسته و در طول مرادوات نیز با اعتماد به نفس بالا مذاکره می‌کنند. آن‌ها بر این باورند که توانایی رفع نیاز مشتریان خود در سطح بین‌المللی را دارند.

محدود به مرز ملی	بمب
اما محدودیت بزرگ دیگری وجود دارد مذاکره با مشتریان اروپایی و آن محدودیت فکری است. چون در بسیار سخت است. اغلب ایران این تصور وجود دارد که هر اوقات آن‌ها دست بالاتر را کاری را نمی‌توان انجام داد. بنابراین دارند. دست ما چه از نظر پیدا کردن نیروی انسانی با این ویژگی اطلاعات تجاری و چه تجربه بسیار سخت است و ما برای پیدا کردن این آدم‌ها خیلی انرژی گذاشتیم چندین بار مذاکره ناموفق با و خدا را شکر موفق شدیم. طرف خارجی را دارم.	

وجه تمایز و ویژگی‌های بنگاه

۱- استراتژی: اثر استراتژی‌های انتخابی سازمان به حدی است که در پژوهش‌های پیشین هیچ عاملی در توفیق بمب‌ها به اندازه مورد اتفاق نظر نیست. در این میان اما وجوهی از استراتژی که تفاوت قابل توجهی میان بمب‌ها و سایر کسب‌وکارهای مورد مطالعه دارد عبارتند از:

چشم‌انداز: همه برنامه‌ها بدون استثناء به چشم انداز واحدی مرتبط است که کسب و کار را در فضای بین‌المللی ترسیم می‌کند. کنار گذاشتن بازار داخلی، تمرکز بر گروه‌های بین‌المللی (چه در فضای مجازی و چه حقیقی)، دنبال کردن

محدود به مرز ملی	بمب
سفرهای متعدد به خارج از کشور داشته‌ام اما متأسفانه همه آن‌ها مدت که ایران هستم تلاش تفریحی و توریستی بوده و تا حالا می‌گنم که همایش‌ها و نشست‌ها فرصت نشده بود یا شاید اصلاً هابی که در آن میهمانان احساس نیاز نکرده بودم که برای خارجی حضور دارند را از دست ندهم. اگر بخواهم به آن‌ها ... احساس می‌کنم یکی از مهمترین بفروشم پس باید بشناسمشان. دلایلی نا آشنایی با بازارشان باشد. نه قوانین را می‌دانیم نه روال‌ها را و نه نیازهایشان را.	

۳- ارزش‌ها: تمایز اصلی و کلیدی میان کارآفرینان بمب‌ها و سایر بنگاه‌هایی که در این پژوهش به آن پرداخته شده، ارزش‌های ایشان است. این تفاوت در سه بُعد ارزش‌های شخصی، چشم انداز فردی و اعتماد به نفس مؤسسان و مدیران سازمان دیده می‌شود.

ارزش‌های شخصی: در نگاه کارآفرینان بمب‌ها، ارتباط با تعامل با دیگران و پذیرفته شدن به عنوان عضوی از مجموعه جهان به خودکفایی ترجیح داده می‌شود. این در حالیست که تعهد به رفع عقب ماندگی داخلی به جای تولید محصولی با نیاز جهانی، برخی بنگاه‌ها را به مرزهای ملی محدود کرده است. کارآفرینان بمب‌ها به حضور در جهان خوشبین هستند و بر این باورند که برای توسعه کشور می‌توانند توانایی‌های داخلی را به بازارهای خارجی تحمیل کنند.

محدود به مرز ملی	بمب
موضوع علاقه بود و اینکه ما از سال ۸۹ که تحریم‌ها می‌خواستیم در بازارهای جهانی تشدید شد، مصمم حضور داشته باشیم. می‌خواستیم شدید وارد صنایع مسیر جدیدی را باز کنیم و ثابت تحریمی شویم و به کنیم که می‌توانیم در حوزه بین‌المللی سهم خودمان اثر کارهای بزرگی انجام دهیم. از روز اول تحریم را خنثی کنیم. عهده کرده بودیم که فقط برای بازار برای همین تمام جهانی کار کنیم. ما در اوج بحران تمرکزمان را گذاشتیم مالی پیشنهادهای چشمگیر سازمان- روی صنایع داخلی که های داخلی را برای تولید نرم‌افزار رد تحت تأثیر تحریم قرار کردیم. حالا ثمره آن مقاومت را گرفته بودند.	

چشم‌انداز فردی: مؤسسان و مدیران بمب‌ها بازار را بازار جهانی می‌دانند و برای دیده شدن در آن مبارزه می‌کنند. آن‌ها بر این باورند که با فراگیر شدن

برای تولید محصول و خدمت متناسب، الزاماً دارای ویژگی جهان شمول بودن است و موارد محدود به ملیت یا جغرافیای خاص شامل آن نمی‌شود. روش‌های ترفیع و ترویج مبتنی بر تولید محتوای مناسب است. بازاریابی دیجیتال اصلی‌ترین ابزار تبلیغاتی به شمار می‌رود. سیاست قیمت‌گذاری به دلیل وجود تفاوت عمده نرخ ارز، بر کمترین قیمت تمرکز داشته و در حوزه خدمات الگوی فریمیوم^{۱۳} بسیار متداول است.

کانال فروش: در بازار خرد، بیشترین تمرکز بر بازارچه‌های برخط^{۱۴} مانند گوگل پلی و اپ استور است. در بازار صنعتی تمرکز بر هیئت‌های تجاری، نمایشگاه‌ها و مجامع بین‌المللی است. بر خلاف مفروضات اولیه، بمب‌ها از واگذاری فروش به نمایندگان خارج از کشور تا حد امکان پرهیز می‌کنند.

۳- سرمایه انسانی: با وجود نیاز مبرم کسب‌وکارهای نوپا به جذب نیروی متخصص، فرآیند جذب در بمب‌ها با وسواس قابل ملاحظه صورت می‌گردد تا این اطمینان حاصل شود که افراد جذب شده دارای چشم‌انداز و ارزش‌های یکسانی با دیگر کارکنان هستند. اصرار بر تطابق فرهنگی هنگام جذب باعث شده است که کسب‌وکار از سویی از گزند رشد ناگهانی اندازه مصون بماند و از سویی دیگر فرهنگی یکدست در شرکت ایجاد شود که در آن تحمل فشار مقطعی، کمبودهای مالی، ابهام و مانند آن میسر باشد.

۴- روش تولید: کیفیت در بمب‌ها ارزشی غیرقابل چشم پوشی است و آن‌ها حاضر نیستند برای صرفه جویی، تولید محصول با کیفیت نازل را بپذیرند. بمب‌ها به خوبی از حساسیت بازارهای بین‌المللی نسبت به کیفیت آگاهند و مادامیکه محصول استانداردهای لازم کیفی را بدست نیاورد، از ارائه آن در بازار خودداری می‌کنند. همچنین مفاهیم استانداردسازی، مستندسازی و مانند آن، نه تنها جنبه تشریفاتی ندارد بلکه به عنوان میثاق سازمانی توسط کارکنان پذیرفته شده است تا امکان توسعه و بهبود محصولات در آینده را فراهم کند. متخصصین بمب‌ها بر این باورند که عدم رعایت استانداردها موجب می‌شود که در آینده هزینه گزاف مالی و زمانی برای توسعه محصول و خدمت

روندهای بین‌المللی حوزه فاوا و مرور متواتر قوانین جهانی حاصل تمرکز بر چشم‌انداز بین‌المللی بنگاه است.

راهبرد مالی: بمب‌ها که به خوبی با درآمد ارزی خود را از گزند نواسانات نرخ تبدیل ارز مصون نگاه داشته‌اند، راهبردهای مالی هوشمندانه و بدون هیجان زدگی را دنبال می‌کنند. آن‌ها از پذیرش تسهیلات مالی حتی ارزان قیمت و دولتی در مراحل ابتدایی به شدت اجتناب می‌کنند و بر جذب سرمایه به ویژه از خارج از کشور و آن هم بعد از مراحل رشد تمرکز دارند. در بمب‌ها محل اصلی تأمین مالی فروش پیوسته در بازارهای جهانی است و به راحتی حاضر به ایجاد بدهی برای زمان آتی نیستند. انتخاب استراتژی مالی به ویژه در ابتدای راه‌اندازی به گونه‌ایست که برای عبور از «دره مرگ» اطمینان کافی داشته باشند. این سرمایه ابتدایی اغلب توسط مؤسسين فراهم شده است.

ساختار سازمانی: در بمب‌ها همه چیز در محتوای کار خلاصه می‌شود و نه در شکل آن. به این ترتیب اغلب با کسب‌وکاری مواجهیم که در آن پیدا کردن یک «سِمَت» کار دشوار است. این شرکت‌ها حتی علاقه زیادی به ثبت رسمی ندارند و از ساختارهای مرسوم فاصله گرفته‌اند. ساختار فیزیکی این شرکت‌ها نیز تابع این انعطاف است و محیط کار به گونه‌ای طراحی شده که حداکثر راحتی و آرامش را به کارکنان ارائه کند. چیدمان برای خلق نوآوری، ساعات کاری شناور، حضور شبانه‌روزی و مانند آن صورت گرفته است.

۲- بازاریابی: تسلط بمب‌ها به بازار بین‌المللی خدمات و محصولات فاوا در مقایسه با سایر کسب‌وکارها چشمگیر است. مهمترین ویژگی این بنگاه‌ها در بازاریابی در ادامه آمده است.

شناخت بازار: بمب‌ها روندهای بازار را تعقیب کرده، شناخت مطلوبی از مشتریان هدف و نیازهایشان دارند. آن‌ها قوانین مرتبط با بازار از جمله شرایط فروش، استانداردها و وضعیت رقبا را پایش و مستندات را مرتب به روزرسانی می‌کنند. عضویت در گروه‌ها، مدیریت بازخوردها و گفتگوهای مستقیم از جمله ابزارهای گردآوری اطلاعات در خصوص بازار در این شرکت‌هاست.

آمیخته بازاریابی: بمب‌ها برای شناسایی نیاز مشتریان هرگز بازار داخلی را مرجع قرار نمی‌دهند. نیازهای شناسایی شده

13- Freemium

14- Online Market Place



بازارهای داخلی منصرف کرده به سمت بازارهای بین‌المللی سوق داده و به توفیق می‌رساند. محدود بودن چشم اندازها به انتفاع مالی آن هم تنها با تمرکز بر بازار داخلی، پیروی از فعالین اقتصادی داخلی، انتخاب غلط الگوی موفقیت داخلی و بسنده کردن به مستندات علمی و عملی منتشر شده در داخل کشور برای طرح ریزی مسیر آتی زندگی شخصی، چشم انداز کارآفرین را به شدت تحت تأثیر قرارداده و اجازه ترسیم تصویری از خود به عنوان یک فعال کسب‌وکار بین‌المللی را از وی سلب می‌کند. چشم‌اندازهای مؤسسان و مدیران عملاً به چشم اندازهای سازمان منجر شده و نقش کلیدی در سوگیری سازمان برای بین‌المللی شدن ایفا می‌کند.

هم نوا با یافته‌های جیانگ و همکاران (۲۰۱۷)، هاورایلا (۲۰۱۳)، بروک و همکاران (۲۰۱۱)، ناوارو گارسیا (۲۰۱۷)، وو و همکاران (۲۰۱۷)، اورتگا و همکاران (۲۰۱۵)، سراتو و همکاران (۲۰۱۶) و بسیاری دیگر، استراتژی از افتراق‌های اصلی بمب‌ها از سایر بنگاه‌هاست. مهمترین جزء از استراتژی که بر توفیق بمب اثرگذار بوده، چشم‌انداز شرکت برای حضور در بازار جهانی و اصرار بر پیگیری آن است. این امر موجب می‌شود سایر اجزای کسب‌وکار از جمله راهبردهای بازاریابی، مالی، جذب، مدیریت مشتریان و تولید نیز متناسب با چشم‌انداز تدوین شود.

در این میان راهبرد مالی اتخاذ شده که مبتنی بر پرهیز از دریافت وام در نیمه اول چرخه عمر و تمایل و در مقابل تمایل به جذب سرمایه‌گذار (با اولویت خارجی) هوشمندی بمب‌ها برای مصونیت در برابر تعهدات قطعی در بازه زمانی کوتاه مدت است. به این ترتیب تغییرات پیش‌بینی نشده در حجم فروش، قیمت‌گذاری، نرخ ارز، تورم و بهره تواند آسیب جدی به جریان نقدی و ساختار مالی شرکت وارد آورد. پیش‌تر کویوالاین و همکاران (۲۰۰۷)، کائن و اتزو (۲۰۱۴)، تان و متیو (۲۰۱۴) نیز راهبرد مالی را از رموز توفیق بمب‌ها دانسته‌اند.

راهبرد و برنامه‌های بازاریابی نیز هم‌نظر با پژوهش‌های کائن و اتزو (۲۰۱۴)، چی ون وو (۲۰۱۷)، طیبی و حمیدی زاده (۱۳۹۷) بر توفیق یا شکست کسب‌وکارهای نوپا اثر گذار است. بمب‌ها به دقت بازارهای بین‌المللی را رصد کرده، قوانین، روندها، رفتار رقبای، نیازهای جهان شمول، تغییرات در کانال‌های

پیردازند و به همین سبب حاضر به پذیرش این مخاطره نیستند.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

مرور یافته‌های حاصل از مطالعه موردی ده شرکت و مصاحبه با شصت و هشت خبره حوزه فاوا برای یافتن «وجه تمایز عوامل داخلی بمب‌ها» نشان داد که بر خلاف باور عمومی و برخی تحقیقات پیشین، مواردی چون سطح دانش فنی، میزان خلاقیت و نوآوری، توان مالی، سطح و پیچیدگی فناوری میان بمب‌ها و کسب‌وکارهای ناموفق در ورود به بازارهای بین‌المللی تفاوت معناداری ندارد. آنچه تمایز میان شرکت‌های مادرزاد بین‌المللی را موجب شده است عبارتند از «ارزش‌ها»، «توانایی ارتباط»، «حضور بین‌المللی» که تحت عنوان «نهادکارآفرین» نامگذاری شده و «استراتژی»، «بازاریابی»، «سرمایه انسانی» و «روش تولید» که تحت عنوان «ویژگی بنگاه» به آن اشاره شده است.

از جمله قسمت‌های چالش برانگیز این نتایج، تعارض با یافته‌های برخی پژوهشگران پیشین فیلیچیو و همکاران (۲۰۱۷)، ناوارو گارسیا (۲۰۱۷)، چی ون وو (۲۰۱۷)، سراتو و همکاران (۲۰۱۶)، تایت و همکارانش (۲۰۱۷)، در خصوص نقش «دانش» در توفیق بمب‌هاست. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که کارآفرینان مورد مطالعه در بنگاه محدود به مرز ملی، نه تنها دانش و خلاقیت کمتری نسبت به بنیانگذاران بمب‌ها ندارند، بلکه عمق دانش تخصصی آن‌ها از همتایان خود در برخی موارد بیشتر است. این پژوهش همانند یافته‌های چوکه و همکاران (۲۰۱۷)، گرشفسکی و همکاران (۲۰۱۵) و هاورایلا و همکاران (۲۰۱۳) نشان می‌دهد که «دانش» را برای بمب‌ها ضروری است اما متمایز کننده نیست و مدیران برای توفیق در بازارهای خارجی بهتر است به جای تأکید و تمرکز بر جنبه‌های فنی کسب‌وکار توجه خود را به شناخت صحیح نیاز بازار معطوف نمایند.

در تأیید کائن (۲۰۱۴)، چوکه (۲۰۱۷)، دیمیترا تئوس (۲۰۱۶)، جیانگ (۲۰۱۶)، کویوالاین (۲۰۰۷)، ناوارو (۲۰۱۶)، وو (۲۰۱۱ و ۲۰۱۶)، این پژوهش نشان داد مهمترین بُعد متمایز کننده «نهاد کارآفرین» در بمب‌ها، «ارزش‌ها» است. این اعتماد به نفس، چشم انداز فردی و ارزش‌های شخصی بنیانگذاران بنگاه است که در شرایط مشابه، شرکت‌ها را از محدود شدن به



مذاکرات، گفتگوی تلفنی، مکاتبات غیر رسمی، زمانبندی برای ارسال پاسخ و پیگیری، پایبندی به اصول اخلاق حرفه ای، پایبندی به تعهدات و مانند آن را فراگیرند. ۳- مهارت‌های مکالمه و مکاتبه به زبان خارجی را بهبود بخشند. ۴- الگوهای موفقیت داخلی را کنار گذاشته و برای ترسیم چشم اندازهای بین‌المللی شخصی سفرهای خارجی را مد نظر قرار دهند.

همچنین برای ارتقای ویژگی‌های بنگاه پیشنهاد می‌گردد: ۱- استراتژی و چشم‌انداز بنگاه را به بازارهای بین‌المللی محدود و از پرداختن به بازار داخلی پرهیز نمایند. ۲- از دریافت تسهیلات به ویژه از نهادهای دولتی پرهیز نمایند و برای شرکت تعهد قطعی مالی در آینده ایجاد ننمایند. ۳- اتکای تأمین مالی را به ترتیب بر فروش محصولات، سرمایه‌گذاری بنیانگذاران، سرمایه‌گذاری خارجی، سرمایه‌گذاری داخلی قرار دهند. ۴- از تبلیغات فیزیکی و سنتی پرهیز و بر تولید محتوا تمرکز نمایند. ۵- از گسترش اندازه سازمان پرهیز نموده و در جذب افراد، هم‌نمایی با فرهنگ و آرمان بنگاه را لحاظ نمایند. ۵- کیفیت را شرط اساسی ارائه محصول به بازار قرار داده از ارائه هرگونه محصول فاقد کیفیت به هر عنوان پرهیز نمایند. ۶- از ابتدا به استانداردهای ساختاری پرداخته، آن را به مثابه سرمایه‌گذاری تلقی نمایند. ۷- از ظرفیت بازارچه‌های برخط با تمام توان استفاده نمایند. ۸- به طور مرتب اطلاعات بنگاه در خصوص الزامات قانونی، فرآیندهای ورود به بازار، انتقال ارز و نیاز مشتریان را به روز رسانی کنند.

برای تحقیقات آتی پیشنهاد می‌گردد: ۱- با توجه به کیفی بودن و نیز محدودیت موارد مطالعه در این پژوهش، تحقیقی کمی با نمونه آماری وسیع‌تر برای بررسی یافته‌های پژوهش و توسعه تعمیم‌پذیری نتایج آن صورت پذیرد. ۲- با توجه به پیچیدگی عواملی همچون ارزش‌های شخصی، اعتماد به نفس و چشم‌انداز فردی، پژوهش‌های مستقلی در خصوص چگونگی بهبود و توسعه آن‌ها پیشنهاد می‌گردد. ۳- حوزه پژوهش از صنعت فاوا به دیگر صنایع گسترش یابد. ۴- پژوهش مستقلی در خصوص شیوه مناسب بازاریابی برای توفیق بمب‌ها در بازار صنعتی و بازار خرد صورت پذیرد.

فروش، محصولات و خدمات نوظهور را مد نظر دارند. فرآیند ورود قانونی به بازار، حقوق مصرف‌کنندگان و راهکارهای انتقال درآمد‌های ارزی برای بمب‌ها اولویت بالایی دارد. آنها با پرهیز از پرداختن به بازار داخلی، تمرکز منابع خود را بر تولید محصولات محدود برای بازار نامحدود جهانی قرار داده‌اند. بمب‌ها به طور ویژه تولید محتوا و بازاریابی دیجیتال را به عنوان ابزار اصلی ترفیع در نظر می‌گیرند. به این ترتیب به طور مقیاس‌پذیری می‌توانند مخاطبان میلیونی را هدف قرار داده و اثر ماندگارتری در بازار داشته باشند. برای شرکت‌های مادرزاد بین‌المللی، کانال اصلی فروش در بازارهای خرد بازارچه‌های برخط و در بازاریابی صنعتی، هیئت‌های تجاری و نمایشگاه‌های تخصصی است، هرچند هاوریل (۲۰۱۳) در خصوص بمب‌های فنلاندی نظری متفاوت دارد اما اوجالا (۲۰۰۹) و ویلکینسون (۲۰۰۶) به نتایجی مشابه پژوهش حاضر دست یافته‌اند.

عمده‌ترین تفاوت بمب‌ها با کسب‌وکارهای محدود به مرز ملی در شیوه جذب آن‌ها، تأکید بسیار زیاد بمب‌ها بر همسویی فرهنگی و ارجحیت آن به نیاز فنی است. بمب‌ها به میزان قابل توجهی کندتر از سایر بنگاه‌ها از نظر تعداد کارکنان رشد می‌کنند و این امر ناشی از وسواس آن‌ها برای انتخاب افراد متناسب با آرمان‌های کسب‌وکار است که در پژوهش‌های پیشین مغفول مانده است.

آخرین تفاوت چشمگیر میان بمب‌ها و سایر بنگاه‌ها در نگاه آن‌ها به مقوله کیفیت و استاندارد است. کیفیت و استاندارد تولید در بمب‌ها نه امری تشریفاتی بلکه برعکس اصل تلقی می‌شود. بمب‌ها فارغ از هزینه و زمان، حاضر به ارائه محصولات بدون استاندارد یا فاقد کیفیت به بازار نیستند و این مسئله تا آنجا اهمیت دارد که چوکه و همکاران (۲۰۱۷)، هاوریل (۲۰۱۳)، گرشفسکی و همکاران (۲۰۱۷) آنرا تنها دلیل توفیق بمب‌ها نسبت به سایر بنگاه‌ها می‌دانند.

پیشنهادها

با توجه به یافته‌های پژوهش به کارآفرینان حوزه فاوا توصیه می‌شود برای توسعه «نهاد کارآفرین»: ۱- حضور خود در مجامع بین‌المللی را گسترش دهند. به این منظور از هر فرصت برای افزایش مناسبات با گروه‌های حرفه‌ای و کسب و کار در خارج از کشور مانند همایش‌ها، نمایشگاه‌ها و نشست‌های تجاری بهره‌گیرند. ۲- اصول حرفه‌ای شامل آیین و شیوه



منابع

۱. آقاموسی طهرانی، مریم، سرداری، احمد و عبدالحسین کرم‌پور (۱۳۹۵)، شناسایی عوامل مؤثر بر صادرات کالاهای فناورمحور با رویکرد کارآفرینی و بازار محوری، توسعه کارآفرینی، ۹ (۱): ۱۳۹-۱۵۸.
 ۲. خیاطیان، محمد صادق، طباطبائی، حبیب الله، امیری، مقصود و مهدی الیاسی (۱۳۹۳)، تحلیلی بر عوامل مؤثر بر رشد و پایداری شرکت های دانش بنیان در ایران، نوآوری و ارزش آفرینی، ۳ (۶): ۵۷-۷۴.
 ۳. رضوانی، مهران و سیدمهدی موسوی نژاد (۱۳۹۳)، کارآفرینی بین المللی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
 ۴. سخدری، کمال، زارعی، بهروز و بهزاد صادقی (۱۳۹۶)، تحلیل مدل رفتاری کسب و کارهای نوپا با استفاده از مدل توسعه مشتری (مطالعه موردی: کسب و کارهای نوپای مستقر در شتاب دهنده های شهر تهران)، توسعه کارآفرینی، ۱۰ (۳): ۳۹۵-۴۱۵.
 ۵. طباطبائی، حبیب الله، قادری فر، اسماعیل، الیاسی، مهدی و جهانیار بامداد صوفی (۱۳۹۷)، الگوی تجاری سازی فناوری های نوظهور در شرکت های دانش بنیان، نوآوری و ارزش آفرینی، ۷ (۱۳): ۲۵-۳۹.
 ۶. طیبی ابوالحسنی، سید امیرحسین و محمدرضا حمیدی زاده (۱۳۹۷)، راهبردهای بازاریابی اختراعات برای ورود موفق به بازار، نوآوری و ارزش آفرینی، ۷ (۱۳): ۱۰۵-۱۲۰.
 ۷. فیض، داود، جلالی، علی اکبر، زارعی، عظیم و احسان سوری (۱۳۹۷)، تحلیل ابعاد بنگاه‌های مادرزاد بین‌المللی (بمب) حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) در ایران، توسعه کارآفرینی، ۱۱ (۲): ۳۴۱-۳۶۰.
 ۸. لطفی عظیمی، افسانه، عباسی، مسلم، محمودیان، حسن، جمالی، احسان و شیرین رضوانی فر (۱۳۹۵)، بررسی رابطه انگیزه پیشرفت، نوآوری، تحمل ابهام، خودکارآمدی، عزت
- نفس و خودشکوفایی با جهت‌گیری کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه، نوآوری و ارزش آفرینی، ۵ (۹): ۱۳۷-۱۴۸.
۹. مرادی، محمدعلی، سخدری، کمال و شیما صنیعی (۱۳۹۶)، تأثیر عوامل نهادی بر نرخ کارآفرینی بین المللی در کشورهای در حال توسعه، توسعه کارآفرینی، ۱۰ (۲): ۳۳۹-۳۵۸.
۱۰. مشهدی احمد، محمود (۱۳۹۲)، معنا و مفهوم نهاد در اقتصاد نهادگرا نگاهی به اختلافات موجود بین نهادگرایی قدیم و جدید و نقش نهادها در مناسبات اقتصادی، پژوهشنامه اقتصادی، ۱۳ (۴۸): ۴۹-۷۷.
۱۱. نعمتی، محمدعلی (۱۳۹۲)، بررسی ویژگی های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه تهران، نوآوری و ارزش آفرینی، ۱ (۳): ۴۷-۶۴.
12. Amorós, J. E., Etchebarne, M. S., Zapata, I. T., & Felzensztein, C. (2016). International entrepreneurial firms in Chile: An exploratory profile. *Journal of Business Research*, 69(6), 2052-2060.
13. Cannone, G., & Ughetto, E. (2014). Born globals: A cross-country survey on high-tech start-ups. *International Business Review*, 23(1), 272-283.
14. Cerrato, D., Crosato, L., & Depperu, D. (2016). Archetypes of SME internationalization: A configurational approach. *International Business Review*, 25(1), 286-295.
15. Chetty, S., & Campbell-Hunt, C. (2004). A Strategic Approach to Internationalization: A Traditional Versus a "Born-Global" Approach. *Journal of International Marketing*, 12(1), 57-81.
16. Choquette, E., Rask, M., Sala, D., & Schröder, P. (2017). Born Globals—Is there fire behind the smoke? *International Business Review*, 26(3), 448-460.
17. Dimitratos, P., Buck, T., Fletcher, M., & Li, N. (2016). The motivation of international entrepreneurship: The case of Chinese transnational entrepreneurs. *International Business Review*, 25(5), 1103-1113.



traditional internationalization theory. Greenwich, Conn.

27. Knight, G. A., & Liesch, P. W. (2016). Internationalization: From incremental to born global. *Journal of World Business*, 51(1), 93-102.

28. Kuivalainen, O., Saarenketo, S., & Puumalainen, K. (2012). Start-up patterns of internationalization: A framework and its application in the context of knowledge-intensive SMEs. *European Management Journal*, 30(4), 372-385.

29. Kuivalainen, O., Sundqvist, S., & Servais, P. (2007). Firms' degree of born-globalness, international entrepreneurial orientation and export performance. *Journal of World Business*, 42(3), 253-267.

30. Luostarinen, R., & Gabrielsson, M. (2006). Globalization and marketing strategies of Born Globals in SMOPECs. *Thunderbird International Business Review*, 48(6), 773-801.

31. Madsen, T. K., & Servais, P. (1997). The internationalization of Born Globals: An evolutionary process? *International Business Review*, 6(6), 561-583

32. McDougall, P. P., Oviatt, B. M., & Shrader, R. C. (2003). A Comparison of International and Domestic New Ventures. *Journal of International Entrepreneurship*, 1(1), 59-82 .

33. Navarro-García, A. (2016). Drivers of export entrepreneurship. *International Business Review*, 25(1), 244-254.

34. Nummela, N., Saarenketo, S., Jokela, P., & Loane, S. (2014). Strategic Decision-Making of a Born Global: A Comparative Study From Three Small Open Economies. *Management International Review*, 54(4), 527-550.

35. Ojala, A. (2009). Internationalization of knowledge-intensive SMEs: The role of network relationships in the entry to a psychically distant market. *International Business Review*, 18(1), 50-59

18. Dimitratos, P., Johnson, J. E., Plakoyiannaki, E., & Young, S. (2016). SME internationalization: How does the opportunity-based international entrepreneurial culture matter? *International Business Review*, 25(6), 1211-1222.

19. Felício, J. A., Duarte, M., & Rodrigues, R. (2016). Global mindset and SME internationalization: A fuzzy-set QCA approach. *Journal of Business Research*, 69(4), 1372-1378.

20. Gerschewski, S., Rose, E. L., & Lindsay, V. J. (2015). Understanding the drivers of international performance for born global firms: An integrated perspective. *Journal of World Business*, 50(3), 558-575.

21. Haverila, M. J. (2013). Marketing variables when launching high-technology products into international markets: An empirical study on Finnish technology firms. *The Journal of High Technology Management Research*, 24(1), 1-9.

22. Jiang, G., Kotabe, M., Hamilton, R. D., & Smith, S. W. (2016). Early internationalization and the role of immigration in new venture survival. *International Business Review*, 25(6), 1285-1296.

23. Jones, M. V., Coviello, N., & Tang, Y. K. (2011). International Entrepreneurship research (1989–2009): A domain ontology and thematic analysis. *Journal of Business Venturing*, 26(6), 632-659.

24. Keupp, M. M., & Gassmann, O. (2009). The Past and the Future of International Entrepreneurship: A Review and Suggestions for Developing the Field. *Journal of Management*, 35(3), 600-633.

25. Kiss, A. N., Danis, W. M., & Cavusgil, S. T. (2012). International entrepreneurship research in emerging economies: A critical review and research agenda. *Journal of Business Venturing*, 27(2), 266-290.

26. Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (1996). *The born global firm : a challenge to*



- growth and survival of international new ventures. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 106-120.
42. Sui, S., & Baum, M. (2014). Internationalization strategy, firm resources and the survival of SMEs in the export market. *J Int Bus Stud Journal of International Business Studies*, 45(McKinsey Quarterly7), 821-841 .
43. Wu, C.-W. (2011). Global marketing strategy modeling of high tech products. *Journal of Business Research*, 64(11), 1229-1233.
44. Wu, C.-W. (2016). Global entrepreneurship and innovation in management: Comparing MRA/SEM versus fuzzy-set QCA theory creation, data analysis, and findings. *Journal of Business Research*, 69(6), 2061-2066.
45. Yin, R. K. (2009). *Case Study Research : Design and Methods* (Vol. 5). Washington DC: SAGE Inc.
46. Zhou, L., Wu, W. p., & Luo, X. (2007). Internationalization and the performance of born-global SMEs: the mediating role of social networks. *Journal of International Business Studies*, 38(4), 673-690.
36. Oviatt, B. M., & McDougall-Covin, P. (1995). Global start-ups: Entrepreneurs on a worldwide stage. *Academy of Management Perspectives*, 9(2), 30-44
37. Rennie, M. W. (1993). Global Competitiveness: Born Global. *McKinsey Quarterly*, 4, 45-52 .
38. Rhyne, L. C., & Teagarden, M. B . (1995). International technology-based competitive strategy: A literature review and integrative model. *The Journal of High Technology Management Research*, 6(2), 157-178.
39. Rialp-Criado, A., Galván-Sánchez ,I., & Suárez-Ortega, S. M. (2010). A configuration-holistic approach to born-global firms' strategy formation process. *European Management Journal*, 28(2), 108-123.
40. Shrader, R. C., Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (1997). *Overcoming foreign market risks : the case of new ventures*. Atlanta, Ga.: Georgia Tech Center for International Business Education and Research, School of Management, Georgia Institute of Technology.
41. Sleuwaegen, L., & Onkelinx, J. (2014). International commitment, post-entry



ریشه‌یابی سست پیوندی دانشگاه ایرانی با صنعت از دیدگاه خبرگان آموزش عالی

*رضا مهدی

**مسعود شفیعی

* استادیار پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، تهران، ایران. mahdi002@gmail.com

**استاد، دانشکده مهندسی برق، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، ایران mshafiee@aut.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۶/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۲/۲۸

ص: ۳۹-۵۴

چکیده

پیوند سخت و هم‌افزای دانشگاه با محیط پیرامون و صنعت، یکی از مبانی توسعه نهاد و نظام دانشگاه، مأموریت‌گرایی و مطالبات جوامع و دولتهاست. پیوندها و تعاملات پیوسته دانشگاه‌ها با محیط و صنعت یک ضرورت برای بقا و پایداری و ایفای تعهد مدنی و شهروندی علمی آنها بوده و کم‌توجهی به محیط و تحولات آن می‌تواند نقش و سهم آنها در توسعه محلی و ملی را کمرنگ کند. پیوند دانشگاه‌ها با صنعت نه تنها برای ایفای مسئولیت اجتماعی و شهروندی علمی، بلکه برای تحول سازمانی و نهادی، توسعه برنامه‌های درسی، یادگیری اثربخش دانشجویان، توسعه روزافزون و هدفمند هیأت علمی، تقویت سبک‌ها و توانایی‌های مدیریتی و بهسازی منابع انسانی نظام دانشگاهی، الزامی است. در این مقاله با استناد به هشت الگو و نظریه، به روش کیفی دلفی و نمودار علت و معلول، با مشارکت دوازده خبره آموزش عالی، سست پیوندی دانشگاه‌های ایران با صنعت، ریشه‌یابی شده است. این خبرگان از میان جامعه مطلعان آموزش عالی به روش نمونه‌گیری هدفمند و با شناخت پیشینی، انتخاب و به مشارکت دعوت شده‌اند. داده‌های گردآوری‌شده در فرایند دلفی از طریق تحلیل محتوا و کدگذاری باز و محوری، تحلیل و مقوله‌بندی شده‌اند. شیوه راهبری و رهبری سنتی، اتکا به منابع مالی و ضوابط دولتی، شیوه‌های یاددهی-یادگیری ناکارآمد، کم‌توجهی به مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تعهد مدنی، کم‌توجهی به توسعه انسانی و تربیت انسان کامل، عدم تمرکز بر خلق علم کارآفرین و نافع، ضعف منابع مالی و امکانات پژوهشی و فناوری، انطباق و سازگارشدگی پایین با محیط، کم‌اهتمامی به مأموریت‌گرایی و تنوع، بیگانگی با فرایند توسعه ملی و مسائل واقعی جامعه، از ریشه‌ها و علل اصلی پیوند سست و ضعیف دانشگاه ایرانی با صنایع شناسایی شده است.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت اجتماعی دانشگاه، پیوند دانشگاه و صنعت، دانشگاه سازگارشونده، نظام ملی نوآوری.

نوع مقاله: پژوهشی

۱-مقدمه

پژوهشگران و رهبران درباره ناهماهنگی تقاضاهای بیرونی و پاسخ‌های فعلی به تغییرات هشدار می‌دهند. دانشگاه‌ها برای سازگاری با محیط و تعامل فعال با صنعت، نیازمند راهبردهای نوآورانه برای پاسخ به تغییرات محیطی متغیر هستند. چند عامل نیاز به تغییر را الزامی می‌کنند: نقش دولت و رابطه آن با دانشگاه‌ها در حال تغییر است. عامل دیگر مؤثر بر سازمان‌های دانشگاهی، حضور فراگیر فناوری

با قدمتی هزار ساله، دانشگاه‌های امروزی از قدیمی‌ترین نهادهای مؤثر سیاره در معرض خطر زمین‌اند. این نهادهای انسان‌ساز و باشکوه، قرن‌ها در مقابل تغییرات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی نه تنها مقاوم، بلکه تحول‌ساز بوده‌اند. با این حال، دانشگاه‌ها با چالش‌های کم‌سابقه‌ای روبرو شده و این مواجهه سرنوشت‌ساز همچنان ادامه خواهد داشت.

نویسندهٔ عهده‌دار مکاتبات: رضا مهدی Mahdi002@gmail.com



دانش مبادرت کرده و راهگشای توسعه همه جانبه حوزه مأموریت خود (شهر، منطقه، کشور و جهان) باشد. در دنیای معاصر به‌ویژه در قرن جدید، دانشگاه‌ها با چالشها، تغییرات و پویایی‌های اساسی و غیر قابل پیش بینی مواجه‌اند که نه تنها ممکن است انتظارات و خواسته‌ها را تأمین نکنند، بلکه می‌تواند بقا و ماندگاری ماهوی یا فیزیکی دانشگاه‌ها را به مخاطره اندازد. با تکیه بر همین وضعیت بفرنج بود که دراکر، صاحب‌نظر برجسته مدیریت، مدعی شد آموزش عالی (آموزش عالی ایالات متحده) در بحران عمیقی است و تا سی سال آینده، دانشگاه‌های بزرگ به بنای یادبود تبدیل خواهند شد (هیرش و وبر^۱، ۱۹۹۹). با توجه به سرآمدی دانشگاه‌های ایالات متحده و الگو بودن این دانشگاه‌ها برای دانشگاه‌های اکثر کشورها اگر آموزش عالی این کشور در بحران عمیق باشد، تکلیف سایر نظام‌های آموزش عالی در جهان روشن خواهد بود. به علاوه، در سمینار گلیون سوییس جمع‌بندی رهبران و صاحب‌نظران برجسته آموزش عالی امریکای شمالی و اروپا این بود که آموزش عالی در قرن حاضر با چالش‌های اساسی نظیر محیط در حال تغییر، رسالت‌ها، آموزش دانشجویان، حرفه علمی، تأمین مالی و حکمرانی دانشگاهی روبرو است و مقابله با این چالشها نیازمند تدابیر، ابتکارات و اقدامات مؤثرتری است.

برای رهایی دانشگاه‌ها از چالش‌های موجود و پیش‌رو، متخصصان آموزش عالی تلاش‌های فراوانی کرده‌اند تا تغییر در ساختار، فرایندها و نظام‌های دانشگاهی بتوانند آن را با شرایط متغیر جدید منطبق و هم‌افزا کنند. انتظار این است که دانشگاه‌ها با یادگیری و بکارگیری اصول جدید بتوانند با محیط چالش‌زا سازگار شده و رسالت‌های خود را عملی کنند (هندریکسون^۲ و همکاران، ۲۰۱۳). یکی از اصول بنیادین موفقیت دانشگاه‌های امروزی، اهتمام به محیط پیرامون به‌عنوان زمینه فعالیت‌های آموزش عالی است. لازم است دانشگاه‌ها پارادیم‌ها، نظریه‌ها و دیدگاه‌های موجود در دوره حاضر را بشناسند و برای عملیاتی کردن آنها کوشش کنند. به‌عنوان مثال، بر مبنای مکتب مدیریت علمی (اصول پیشنهادی تیلور و نظام بوروکراسی وبر)، الگوی کلاسیک

در بسیاری از جنبه‌های گوناگون زندگی عمومی و خصوصی است. عامل دیگر، مسائل اجتماعی-اقتصادی است. اوضاع اقتصادی بسیاری از کشورها باعث شده است که دولت‌ها مجبور شوند در نحوه تخصیص بودجه و اعتبارات به دانشگاه‌ها و نظام آموزش عالی، تجدید نظر کنند. اوضاع جمعیتی نیز در حال تغییر است. افرادی که وارد دانشگاه‌ها می‌شوند، به شکل فزاینده‌ای از گروه‌های سنی مختلف، با پس‌زمینه‌های نژادی و قومی گوناگون و تجربه‌های متفاوت مدرسه‌ای تشکیل شده‌اند. جهانی‌شدن باعث شده است که تحرک هیأت علمی، دانشجویان و کارکنان افزایش یابد و نیاز به خدمات و عملکردهای استاندارد شده بیشتر شود. این مسائل موجب شده است که تقاضا برای مسئولیت‌پذیری عمومی دانشگاه‌ها در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و زیست‌محیطی بیشتر شود. تقاضاهای محیطی روزافزون و دائماً نوشونده باعث شده است که دانشگاه‌ها در اندیشه تجدید ساختار، کاهش هزینه‌ها، مهندسی مجدد، مدیریت کیفیت جامع، برنامه‌ریزی راهبردی، حسابداری مالی و انتقال فناوری باشند.

امروزه تلقی جامعه از دانشگاه، جزیره مستقلی از اعضای هیأت علمی و دانشجویان نیست. نباید دانشگاه به برج‌عاجی برای دانشگاهیان و فعالیت‌های علمی آنها تبدیل شود. دانشگاه امروزی باید با نظام‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی تعامل اثربخش و راهگشا داشته باشد. چنین شرایطی از یک سو، بازار مشتریان و مخاطبان دانشگاه را گسترده می‌کند و از سوی دیگر، در صورت عدم پاسخگویی دانشگاه‌ها به انتظارات طیف‌های مختلف جامعه، نه تنها به دلیل محدودیت‌های منابع مالی رقابتی و آثار ناشی از آن، بلکه به خاطر ناتوانی از تعاملات مؤثر و رضایت‌بخش با محیط و نهادها و ذی‌نفعان مختلف جامعه، به بحران اثربخشی گرفتار می‌شوند. همین بحران می‌تواند اعتبار و ارزش دانشگاه را مسئله ساز کرده و جای آن را در جامعه تنگ کند. بنابراین، دانشگاه به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نهادها و سازمان‌های هر شهر، منطقه، کشور و جهان، دارای ارتباط تنگاتنگی با سایر ابعاد و ارکان جامعه نظیر اقتصاد، سیاست، اجتماع و فرهنگ است. از دانشگاه انتظار می‌رود که از طریق ایجاد زمینه‌های لازم به خلق، بهره‌برداری و انتشار

1. Hirsch & Weber

2. Hendrickson



بدیهی است الگوها و نظریه‌های مبین پیوند دانشگاه با صنعت محدود به این هشت عنوان نمی‌باشد. این الگوها و نظریه‌ها صرفاً از سوی پژوهشگران این تحقیق، مهمتر شناخته شده و انتخاب شده‌اند.

۱. نظام ملی نوآوری. نظام ملی نوآوری^۳، یک نظام راهبری نوآوری فرابخشی و کلان‌مقیاس و ملی است که به نقش مجموعه سازمان‌ها شامل دانشگاه‌ها، مراکز پژوهشی، پارک‌های علم و فناوری، مراکز تحقیق و توسعه، نظام بانکی، مراکز صنعتی و سایر ارکان جامعه در فرایندهای نوآوری و رابطه تعاملی آنها می‌پردازد. نظام ملی نوآوری زیرنظام‌های متعددی نظیر نظام ملی پژوهش، نظام ملی خلاقیت، نظام ملی مالکیت فکری، نظام ملی مدیریت فناوری و همچنین نظام‌های محلی یا منطقه‌ای نوآوری را شامل می‌شود. مفهوم نظام نوآوری نخستین بار توسط فریمن^۴ (۱۹۸۷) با الهام از نظریات لاندوال^۵ (۱۹۸۸) بکار برده است. او با مطالعه نظام نوآوری در ژاپن دریافت که سازمان‌های تحقیق و توسعه، بنگاه‌های صنعتی و سازمان‌های دولتی در یک رابطه متقابل با یکدیگر و در یک چارچوب و بستر نهادی موجبات توسعه فناوری را فراهم آورده‌اند. فریمن، نظام نوآوری را شبکه‌ای از مؤسسات عمومی و خصوصی می‌داند که حاصل فعالیت‌ها و تعاملات آنها به خلق، انتقال، بهبود و انتشار فناوری‌های جدید منجر می‌شود. او مجموعه‌ای این عوامل را در ذیل مفهوم نظام ملی نوآوری مطرح کرده و سامان‌دهی این سیستم را به‌عنوان یکی از عوامل اصلی مؤثر در توسعه کشورها معرفی می‌نماید. وی، نوآوری را حاصل فرایندی غیر خطی می‌داند که شبکه‌ی درهم‌تنیده‌ای از عوامل، در شکل‌گیری آن ایفای نقش می‌کنند.

پیوند دانشگاه و صنعت در نظام ملی نوآوری با انواع جریان‌های دانش، منابع مالی، منابع انسانی، کالا، قوانین، و تنظیمات و کنترل‌ها ارزیابی می‌شود. حرکت افراد و دانشی که آنها با خود حمل می‌کنند، یک جریان کلیدی در نظام ملی نوآوری است. کنش متقابل رسمی و غیر رسمی افراد با یکدیگر مهم‌ترین مسیر انتقال دانش ضمنی در داخل

یکی از نخستین الگوهای غالب در مدیریت و رهبری دانشگاه‌ها بود (و در اغلب دانشگاه‌ها هنوز هم این گونه است). تأثیرات مدیریت علمی و ایستایی رهبری دانشگاه‌ها به گونه‌ای است که بسیاری از مدیران آموزش عالی از این الگو عبور نکرده و الگو یا پارادایم جدیدی را نمی‌پذیرند. در صورتی که ایده‌های نابی نظیر دیدگاه سازمانی شبکه‌ای، استعاره سازمانی کوانتومی و سازمان‌های کارآفرین و یادگیرنده، مبین آن است که محیط پیرامون، محیط احتمالات گوناگون و تنوع در نیازها و خواسته‌هاست و دانشگاه‌ها نمی‌توانند براساس اصول، ساختار و فرایندهای ثابت و قواعد پارادایم نیوتنی به سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و پیش‌بینی شرایط آموزش عالی در افق‌های پیش‌رو بپردازند. دانشگاه یک سیستم باز است و برای کارآمدی و اثربخشی آن مستلزم حداکثر تعامل و دادوستد با محیط پیرامون و صنعت است. همچنین، نظام دانشگاه یکی از نظام‌های فرعی کلیت جامعه بوده و کارکرد صحیح، هدفمند و هماهنگ آن مستلزم تعامل وسیع و مناسب با سایر عناصر و ارکان جامعه شامل دولت و صنعت است.

علی‌رغم ارزش و اهمیت تعامل دانشگاه‌ها با صنعت همواره موانعی بر سر راه این تعامل وجود دارد (شفیعی و موسوی، ۱۳۹۲ و شفیعی، رحمانپوری و بهادری، ۱۳۹۱). هدف این پژوهش، ریشه‌یابی سست پیوندی دانشگاه‌های ایران با صنایع به‌روش دلفی و علت و معلول بر مبنای نظریه‌های مبین این تعاملات، با تمرکز و تأکید بر موقعیت دانشگاه‌ها (تعامل دانشگاه «با» صنعت، نه تعامل دانشگاه «و» صنعت) است. در این پژوهش، با استناد به هشت الگو و نظریه شامل نظریه شبکه فراگیر، دانشگاه کارآفرین، دیدگاه مسئولیت‌پذیری اجتماعی، سازمان یادگیرنده، نظریه خدمت-یادگیری، نظریه وابستگی به منابع، نظریه نظام ملی نوآوری و الگوی همکاری‌های سه‌جانبه دولت، دانشگاه، صنعت، ریشه‌ها و علل اصلی سستی و ضعف تعامل و پیوند دانشگاه‌های ایران با صنعت، به روش دلفی شناسایی شده است.

۲- مبانی نظری

با توجه به هدف پژوهش و روش تحقیق، در این بخش مهم‌ترین الگوها و نظریه‌های مبین پیوند و تعامل دانشگاه با صنعت به اختصار معرفی شده است (مهدی، ۱۳۹۸ ب).

3. National System of Innovation (NIS)

4. Freeman

5. Lundvall



سازمانی قابل توجه هستند. تعریف هلگسن از شبکه، شکلی شبیه به دایره است که رهبر در هسته مرکزی آن قرار دارد و خطوطی از این مرکز تا نقاط مختلف دایره امتداد می‌یابد. نقاط دایره‌های متحدالمرکز مجزایی را تشکیل می‌دهند که مجموعه نامنظم و به هم پیوسته‌ای از خطوط محوری و شعاعی آن‌ها را به هم متصل می‌کند: خطوطی که همانند تار و پود قالی ذی‌قیمت ایرانی در سراسر ساختار پخش و توزیع می‌شوند. سازمان‌هایی که از این شکل سازمانی تبعیت می‌کنند صرفاً در حال بازی با مرزهای یک ساختار بوروکراتیک نیستند، بلکه در حال بکارگیری اشکال جدیدی از ارتباطات، رهبری و قدرت در جهت تغییر هنجارها و روش‌های عملیاتی هستند. شبکه، سازگار شونده، باز، پاسخگو است. فرایندهای فراگیر و مشارکتی، صور این گونه سازمان‌ها را نشان می‌دهند. در شبکه فراگیر، رهبری مشارکتی و ارتباطی بوده، قدرت تسهیم شده و فرایندهای ارتباطی باز، بخشی از کارکرد سازمانی است. دانشگاه‌ها به مثابه سازمان با شبکه فراگیر، ایجاب می‌کند که آنها به طور مستمر با محیط و جامعه در ارتباط و دادوستد باشند و ضرورت تعامل آنها با صنعت نیز از همین منظر، قابل تبیین است.

۳. خدمت- یادگیری. جان دیویی^۹ جزو نخستین صاحب‌نظرانی است که بر رویکرد عمل‌گرایی^{۱۰} آموزش تأکید و پیوند بین آموزش و دموکراسی را تبیین کرده است (هندریکسون و همکاران، ۲۰۱۳). وی، ایده سازگاری نظریه و عمل و ضرورت اتصال و پیوستگی آنها را ترویج کرد. به‌علاوه، وی استدلال می‌کند که اهداف والای جامعه را تنها می‌توان از طریق دموکراسی مشارکتی محقق کرد. او تأکید کرد که اکثر پیشرفت‌های دانش اغلب زمانی روی داده‌اند که تمرکز بر حل مسائل مهم اجتماعی بوده است. بر مبنای نظریه دیویی، این پیشرفت‌ها در اغلب موارد، زمانی روی داده‌اند که یادگیری در کلاس درس با یادگیری در خارج از نهاد آموزشی در جهان واقعی، پیوسته بوده است. سیگمون^{۱۱} (۱۹۹۴)، یک نوع‌شناسی چهار قسمی برای خدمت-

صنعت و بین بخش‌های عمومی و خصوصی است. یکی از محورهای تحلیل در روش نظام ملی نوآوری مطالعه جریان دانش است. محور دوم تحلیل، مطالعه سرمایه‌گذاری در دانش و نهادینه کردن آن در ابعاد سرمایه انسانی و فناوری و اثر آن بر توسعه اقتصادی است. سرمایه‌گذاری در دانش از طریق سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و آموزش مهارت‌ها، موتور رشد اقتصادی شناخته شده است (او ای سی دی^۶، ۱۹۹۸). امروزه دانشگاه و صنعت با حفظ استقلال، در توسعه فناوری وارد قلمروهای یکدیگر شده و بین آن‌ها همپوشانی در مأموریت‌ها ایجاد شده است. بنابراین، بر مبنای نظام ملی نوآوری، تعاملات گسترده و مستمر دانشگاه با کلیت جامعه و صنعت یک ضرورت انکار ناپذیر غیر قابل چشم‌پوشی برای توسعه ملی و ارتقای جامعه و بهزیستی مردم است. به رغم ضرورت و اهمیت تعامل ارکان نوآوری ملی، نتیجه مطالعه حقی و صباحی (۱۳۹۳) نشان می‌دهد که تعامل ارکان اصلی نوآوری در ایران شامل دولت، دانشگاه و صنعت به رغم دارا بودن ظرفیتهای قوی علمی، فنی و تجربی از انسجام نظام یافته برخوردار نیستند. از این رو، لازم است با هدف تقویت نوآوری ملی و تحقق توسعه پایدار، بر تعامل ارکان نوآوری ملی از جمله دانشگاه و صنعت تمرکز و اهتمام ویژه شود.

۲. شبکه فراگیر. شبکه فراگیر^۷ یکی از شیوه‌های اثربخش در سازمان‌دهی نهادهای آموزش عالی است (هلگسن^۸، ۲۰۰۶). بکارگیری استعاره شبکه، القاکننده نوعی پیوند فراگیر و جامع بین دانشگاه و صنعت می‌باشد. این نوع پیوند، شبیه تار عنکبوت است و تغییر در یک بخش سازمان منجر به ایجاد تغییرات فراگیر در سایر بخش‌ها می‌شود. در مفهوم استعاره شبکه، این مفهوم مورد قبول است که ایجاد یک تغییر در یک بخش از سازمان بر تمامی بخش‌های سازمان تأثیر می‌گذارد. پیوستگی متقابل ساختاری و رویه‌ای ارتباطات، تعاملات انسانی و رهبری، مورد تأکید این رویکرد است. از نظر هلگسن، ویژگی اصلی شبکه‌های فراگیر به خاطر فقدان یک ساختار سازمانی معین و با ثبات

9. John Dewey
10. Pragmatic Approach
11. Sigmon

6. OECD
7. Web of Inclusion
8. Helgesen



سودمند متقابل بین نهاد آموزش عالی و سازمان اجتماعی فعال وجود دارد.

۴. **مسئولیت‌پذیری اجتماعی.** یکی از وجوه اصلی دانشگاه، کارآفرینی اجتماعی و ایفای تعهدات و مسئولیت‌های مدنی است. به‌عنوان مثال، درباره ایالات متحده با قوی‌ترین نظام آموزش عالی، اذعان می‌شود که تأسیس نهادهای آموزش عالی در این کشور برای بهبود جامعه و ارتقای آرمان‌های دموکراتیک بوده است. به‌طوری که قدیمی‌ترین مؤسسه آموزش عالی یعنی کالج هاروارد، در قرن ۱۷ با نیت پیشبرد اهداف اجتماعی، تأسیس شده است. رودولف اشاره می‌کند که تأسیس کالج هاروارد و در حقیقت تأسیس تمامی کالج‌های مستعمراتی آمریکا به‌خاطر ضرورت و احساس مسئولیت اجتماعی برای نسل‌های آینده بوده است (رادولف^{۱۲}، ۱۹۶۲). چشم‌انداز یک دانشگاه و دانش‌آموختگان متعهد آن در جامعه به شیوه‌های متعددی بازنمایی می‌شود. بسیاری بر این باورند که ارتقای آرمان‌های دموکراتیک که منجر به انقلاب امریکایی شد تا حدی توسط مردان حرفه‌ای آموزش دیده در اروپا یا دانشگاه‌های آمریکا، تجدید نیرو کرده بودند. برکین رهبرانی که به طور مستقیم در خلق قانون اساسی ایالات متحده مشارکت داشتند را به‌مثابه مردانی تقریباً منحصر به‌فرد در آموزش رسمی و حرفه‌ای در یک جامعه عمدتاً کشاورزی و روستایی توصیف کرده است (برکین^{۱۳}، ۲۰۰۲) و الیس^{۱۴} (۲۰۰۷) معتقد است که مردم آمریکا ذی‌نفع خرد مترکمی^{۱۵} بودند که بنیان‌گذاران ملت آمریکا به‌واسطه آموزش رسمی و ضمنی در معرض آن بوده‌اند. می‌توان گفت بدون این مجموعه فوق‌العاده از افراد تحصیل‌کرده در دانشگاه‌ها، تأسیس کشور آمریکا می‌توانست مسیر متفاوتی داشته باشد. در اواسط قرن ۱۹، این باور قوی وجود داشته است که برای ترویج دموکراسی امریکایی وجود نهادهای آموزش عالی ضروری اند و تعهد به تقویت این آرمان‌ها به بخشی از رسالت اکثر دانشگاه‌های ایالات متحده تبدیل شده است. در اواخر قرن

یادگیری شناسایی کرده است. نوع نخست خدمت-یادگیری سیگمون شامل خدمت-یادگیری است که در آن بر پیامدهای یادگیری در کلاس‌های درس سنتی تأکید می‌شود. برای نمونه، یک دانشجو می‌تواند در یک درس آموزش شهری ثبت نام نماید و به‌عنوان بخشی از درس، در سمت دستیار آموزشگر دانشکده شهری خدمت کند. در این نقش دانشجو صرفاً تماشاچی نبوده و به‌طور فعال با سایر دانشجویان تعامل و مشارکت دارد. نوع دوم خدمت-یادگیری سیگمون شامل خدمت-یادگیری است که در آن بر خدمت تأکید می‌شود. در این زمینه، دانشجو می‌تواند در یک کلاس درباره یک موضوع خاص اجتماع (جامعه) یاد بگیرد و انگیزه برای انجام کارهای داوطلبانه درباره موضوعات خارج از کلاس درس پیدا نماید. در کلاس، تأمل سازمان‌یافته محدودی درباره این تجربه وجود دارد و کیفیت فعالیت خدمت دانشجو به‌عنوان بخشی از درس ارزیابی نمی‌شود. خدمات سنتی به جامعه یا فلسفه داوطلبی در نوع‌شناسی سیگمون، به‌عنوان نوع سوم خدمت-یادگیری می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. چرا که، این فعالیت به‌طور مستقیم به هیچ‌گونه پیامد یادگیری یا تجربه کلاس درس پیوند ندارد. این مقوله می‌تواند برای افراد ناآشنا با نوع‌شناسی سیگمون، گیج‌کننده و مبهم باشد. چرا که، این نوع تجربه خدمت-یادگیری لزوماً همواره با رسالت آموزشی یک نهاد آموزش عالی مرتبط نمی‌باشد.

چهارمین و مطلوب‌ترین شکل خدمت-یادگیری در نوع‌شناسی سیگمون، خدمت-یادگیری با تأکید مساوی بر خدمت و یادگیری مرتبط با فعالیت درسی است. به‌عنوان مثال، در این سناریو یک دانشجوی بازاریابی می‌تواند چالش‌های مربوط به ترویج خدمات یک سازمان غیرانتفاعی به فقرا در محیط شهری فشرده را مطالعه کند. سپس، در یک نهاد برای توسعه یک طرح بازاریابی داوطلب شود. این طرح می‌تواند تحت نظارت این نهاد و استاد درس تدوین شود و دانشجو درباره کیفیت طرح و ارزش درک شده برای سازمان غیر انتفاعی مورد ارزیابی قرار گیرد. در این نوع خدمت-یادگیری، وای تأکید برابر بر خدمت-یادگیری بر روی خدمت و یادگیری و فهم صریح آن مبنی بر تمامیت و یکپارچگی درس و تعهد، فرض می‌شود که یک مشارکت

12. Rudolph

13. Berkin

14. Ellis

15. Accumulated Wisdom



سیستمی، مرزبندی میان بخش‌های یک سیستم است که هویت سیستم در این مرزبندی مشخص شده و ارتباط بین سیستم و محیط در آن تعیین می‌شود. تمامی درونداها و برونداها از مرز سیستم عبور می‌کنند. زیرمجموعه دیگر تفکر سیستمی، کل‌نگری است. سیستم، کلی است متشکل از مجموعه دو یا تعداد بیشتری از اجزاء که رفتار هر جزء بر رفتار کل اثر می‌گذارد و وجود بستگی به تعامل اجزاء با یکدیگر دارد. آنچه که به عنوان ریشه‌یابی در تفکر سیستمی حائز اهمیت است، شناسایی ریشه مسائل بر پایه تعامل اجزای سیستم با یکدیگر و با محیط بیرونی، است (فرهادی‌راد، ۱۳۹۰).

رهبران سازمان‌های یادگیرنده، مسئولیت ایجاد امکانات و شرایط یادگیری را در سازمان دارند، کارکنان باید به طور مستمر در یادگیری و افزایش دانش خود دخالت داشته باشند. با توجه به تحولات شرایط محیطی، مدیریت‌های سنتی پاسخگوی کارآمدی سازمان‌های امروزی نیستند، باید سازمان‌ها بر نوآوری و خلاقیت تأکید داشته باشند. نکته مهم در سازمان‌های یادگیری، سبک و نقش رهبری سازمانی است. رهبران سازمان‌های یادگیرنده تفکر سیستمی دارند، کمتر روی موضوعات روزمره تأکید دارند و بیشتر روی روندها و عواملی که موجب تغییرات و تحولات می‌شوند، تأکید می‌کنند. با هدف بقا و پایداری، ارتقای کارایی و اثربخشی و ساگازی با تغییرات محیط پیرامون، تلاش‌های زیادی انجام شده است که مفاهیم و اصول سازمان‌های یادگیرنده در دانشگاه‌ها مورد استفاده قرار گیرد (فریدمن^{۱۸}، ۲۰۰۲). نظریه دانشگاه به مثابه سازمان یادگیرنده، ایجاب می‌کند که نظام دانشگاهی به طور پیوسته با محیط پیرامون و صنعت در تعامل باشد تا لوازم و شرایط رشد و توسعه خود را به سوی مأموریت‌های خاص و عام فراهم کند. پژوهش محمدی حسینی، امین بیدختی و جمشیدی (۱۳۹۲) نیز مؤید نقش یادگیری سازمانی در ارتقای عملکرد نوآوری است.

۶. **وابستگی به منابع.** مفهوم سیستم‌های باز، مبین تأثیرپذیری و به‌هم‌پیوستگی سازمان و محیط است. محیط

۱۹، با توجه به پیشرفت الگوی دانشگاه پژوهشی (دانشگاه‌های نسل دوم)، ترویج آرمان‌های دموکراتیک با مباحث اهداف صواب آموزش پیوند خورده است. بنابراین، این پرسش کلیدی مطرح است که آیا باید در دانشگاه‌ها تمرکز بر آموزش لیبرال، پژوهش، پیشرفت صنعت و کشاورزی، ترویج دموکراسی یا همه اینها به صورت توأمان و ترکیبی باشد؟ مطالبات جامعه و دولتها نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه‌ها در قبال ذی‌نفعان، جامعه و صنعت یک امر بدیهی است و ضرورت تعامل آنها با جامعه هدف (صنعت) نیز از این وجه، قابل تبیین و ترسیم است.

۵. **سازمان یادگیرنده.** از منظر نظریه‌پرداز اصلی سازمان یادگیرنده^{۱۶}، پیتر سنگه، سازمان یادگیرنده سازمانی است که با استفاده از افراد، ارزش‌ها و سایر عناصر و سیستم‌های فرعی، با تکیه بر درس‌ها و تجربه‌هایی گذشته به‌طور پیوسته، عملکرد خود را بهبود می‌بخشد (سنگه^{۱۷}، ۱۹۹۰). یک سازمان یادگیرنده با قدرت و به‌صورت جمعی، یاد می‌گیرد و دائماً خود را به‌نحوی تغییر می‌دهد که بتواند با هدف موفقیت مجموعه سازمانی، به نحو بهتری اطلاعات از جمله اطلاعات محیطی را گردآوری، مدیریت و استفاده کند (همان). سازمان یادگیرنده گروهی است که در آن یادگیری، نیاز همیشگی تمامی منابع انسانی تلقی می‌شود و در آن، ضمن تأکید بر آموختن، چگونه آموختن، جذب و توزیع دانش نو، به خلق، تولید اطلاعات و دانش جدید و مورد نیاز پرداخته می‌شود و تمامی این دانش‌ها در رفتار و عملکرد منابع انسانی سازمان، تبلور می‌یابد. در سازمان‌های یادگیرنده پنج قاعده یا فرمان شامل تفکر سیستمی، الگوهای ذهنی، آرمان مشترک، یادگیری تیمی، قابلیت فردی تعریف شده است. تفکر سیستمی از قواعد اساسی این نوع سازمان‌هاست. برای تأسیس تفکر سیستمی نخستین گام، جزئی‌نگری و توجه به اجزا و عناصر سازمانی است. دوم، ریشه‌یابی مرزهای سیستم است. در تفکر سیستمی، ریشه‌ها به خوبی بررسی شده و به کمک الگوهای پویا، تمامی علت‌ها و معلول‌ها مطالعه می‌شود. یکی از زیرمجموعه‌های تفکر

16 . learning organization

17 . Senge

18 . Friedman



صاحب‌نظران، دانشگاه کارآفرین به مفهوم کنش کارآفرینانه در ساختارها و دیدگاه‌های یک دانشگاه تعبیر شده است. اگرچه نمی‌توان گفت یک دانشگاه کارآفرین همیشه و به‌طور خالص در جهت فعالیت‌های اقتصادی است، یا اینکه یک دانشگاه آموزشی و پژوهشی هیچ وقت به‌دنبال امور اقتصادی نمی‌باشد، اما می‌توان بیان کرد ویژگی اساسی که از الگوی غربی دانشگاه کارآفرین، برجسته شده است جنبه‌های اقتصادی، کارایی و رقابت‌پذیری آن نسبت به سایر نسل‌های دانشگاهی است. دست کم از منظر اجتماعی، دانشگاه کارآفرین در مورد تقاضاها و مسائل جامعه نظیر نیازهای اجتماعی- اقتصادی، متعهدتر و پاسخگوتر از دانشگاه سنتی بوده و در آن، تعیین ارزش دانش اهمیت بیشتری پیدا کرده است. گیب^{۲۰} (۲۰۰۵) با مرور ادبیات و تجارب نظام‌های دانشگاهی امریکای شمالی و اروپایی معتقد است که دانشگاه‌ها هنگامی کارآفرین هستند که از حداکثرسازی ظرفیت خود برای تجاری‌سازی ایده‌های خود و ایجاد ارزش در جامعه نترسند و آن را تهدید مهمی برای ارزش‌های دانشگاهی تلقی نکنند. به‌علاوه، منابع مالی دانشگاه‌های کارآفرین از منابع متنوع‌تری تأمین می‌شود. فعالیت‌های دانشگاه‌ها برای تأمین مالی غیر دولتی می‌تواند دارای انواع مختلفی نظیر مشاوره، آموزش، تحقیق و توسعه، انتقال فناوری، مالکیت یا مشارکت در مراکز رشد، پارک‌های علم و فناوری و شرکت‌های دانشگاهی و نظایر آنها به‌ویژه منابع صنعت باشد (عزیزی و عزیزی، ۱۳۹۵). دانشگاه‌های کارآفرین مسئولیت پذیرفته‌شده‌ای در کمک به توسعه محلی دارند. در واقع، دانشگاه کارآفرین از منظر سازمانی به نحوی مدیریت می‌شود که دارای توان انعطاف‌پذیری در پاسخگویی به نیازهای اجتماعی- اقتصادی و تعقیب فرصت‌های محیطی باشد. در برخی جوامع، مسائل و مشکلات اجتماعی- فرهنگی ریشه‌ای‌تری نسبت به مسائل اقتصادی وجود داشته و انتظار از دانشگاه‌ها در امور اجتماعی کمتر از مداخلات و اثربخشی اقتصادی نمی‌باشد. با توجه به اینکه یکی از مفاهیم کلیدی همکاری دانشگاه و صنعت، علم کارآفرین است، به تبع آن، دانشگاه کارآفرین نیز یکی از

بیرونی بر ورودی‌ها و درونداها، ساختارهای درون سازمانی، فرایندها و برونداها سازمانی مؤثر است. بر اساس نظریه وابستگی به منابع، برای توضیح رفتار منابع انسانی نظیر اعضای هیأت علمی و کارکنان دانشگاه‌ها و فعالیت‌های سازمان باید محیط بیرونی مورد توجه و مذاقه قرار گیرد. بر پایه این نظریه، محیط بیرونی منبع اصلی تدارک منابع مختلف مالی، انسانی، دانش و اطلاعات و تولید و خدمت است. در واقع، سازمان‌ها نمی‌توانند برای بقا و پایداری، منابع مورد نیاز خود را تأمین کنند و برای کسب منابع باید با عناصر محیطی در تعامل دائم باشند. همچنین، بخش عمده‌ای از تغییر و تحولات سازمانی به واسطه توانایی رقابت سازمان‌ها برای کسب منابع و کنترل منابع حیاتی قابل توضیح است. میزان نیاز به هر منبع و میزان در دسترس بودن آن، دو عامل کلیدی در توضیح رفتار سازمان بر مبنای این نظریه است. نکته کلیدی اینکه، رقابت برای دستیابی به منابع کمیاب، موجب افزایش و تشدید وابستگی به منابع رقابتی و محیط بیرونی تأمین کننده منبع می‌شود (فرهادی‌راد، ۱۳۹۰).

به‌علاوه، محیط بیرونی منبع اصلی تأمین و تدارک داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز برای پردازش، بازتولید و تصمیم‌گیری برای حفظ یا تغییر ساختار و فرایندهای سازمان است. دانشگاه‌ها خودکفا نبوده و برای دستیابی به انواع داده‌ها، اطلاعات و حتی دانش، با محیط بیرونی به اشکال مختلف تعامل و مبادله دارند. در اهمیت منابع همین بس که در سمینار گلیون، کم و کیف تأمین منابع مالی و حرفه علمی دو چالش از شش چالش اساسی فراروی آموزش عالی در قرن حاضر و منابع مالی یکی از سه نیروی تغییرزای دانشگاه‌ها در آینده پیش‌بینی شده است (هیرش و وبر، ۱۹۹۹). شدت جریان منابع به طور محسوسی ساختار درونی سازمان‌ها را نیز تحت تاثیر قرار می‌دهد.

۷. دانشگاه کارآفرین. مفاهیم متعددی برای دانشگاه کارآفرین به‌عنوان دانشگاه نسل سوم در مقایسه با دانشگاه‌های نسل اول (آموزشی) و نسل دوم (آموزشی و پژوهشی) رئه شده است (کلارک^{۱۹}، ۱۹۹۸). از منظر برخی

20. Gibb

19. Clark



فناوری، شهرک‌های علمی و تحقیقاتی برای ایجاد و تقویت روابط صنعت و دانشگاه ضروری است. تأسیس و کارآمدی این نهادها مستلزم همکاری مسئولانه سه نهاد دولت، دانشگاه و صنعت است.

در نظام آموزش عالی ایران، از سال ۱۳۷۲ تاکنون ۱۷ «کنگره سراسری همکاری‌های دولت دانشگاه و صنعت برای توسعه ملی» با عنوان کنگره همکاری‌های سه جانبه، برگزار شده است. در نظام علمی کشور، کنگره‌های سه جانبه یکی از دیرپاترین محافل، نشست‌ها و گردهمایی‌های متخصصان و صاحب نظران یک حوزه تخصصی می باشد. این گردهمایی‌ها به عنوان اجتماع ذی نفعان، صاحب نظران و متخصصان حوزه روابط دولت، دانشگاه و صنعت، مهمترین مسائل، موانع و راهکارهای توسعه تعامل دانشگاه و صنعت، با خرد جمعی و حس همکاری مسئولانه بررسی و احصا می شود (شفیعی، ۱۳۸۲). پژوهش شفییعی و موسوی (۱۳۹۲) بر روی نتایج ۱۵ کنگره نشان می‌دهد که مهمترین آسیب‌ها و موانع برای توسعه ارتباط دانشگاه و صنعت در ایران عبارتند از: ناکارآمدی ساختارها، قوانین و فرایندهای موجود، فقدان جو رقابتی میان دانشگاه‌ها، فقدان باور و اعتماد مدیران و خبرگان دولت، دانشگاه و صنعت در امر تحقیق و توسعه، فاصله گرفتن از اهداف و مأموریت‌های تعریف شده در تأسیس و توسعه دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی و فناوری و نهایتاً عدم انطباق اغلب پژوهش‌های دانشگاهی با نیازهای واقعی صنایع و بنگاه‌ها و رغبت اندک به پژوهش‌های نیازمحور. امروزه، با توجه به وجود دبیرخانه دائمی، تداوم برگزاری این کنگره‌ها می‌تواند دارای نتایج قابل اعتنایی برای پیشبرد تعاملات دانشگاه‌ها با صنعت باشد.

در آخر، بر مبنای هشت الگو و نظریه مورد مطالعه در این بخش، می‌توان وضعیت تعاملات دانشگاه‌های ایران با صنعت را به شرح زیر تبیین کرد:

بر مبنای نظام ملی نوآوری، دانشگاه‌های ایران نقش تعیین کننده‌ای در ارتقای سطح فناوری و نوآوری ملی، تولید محصولات دانش بنیان و هم افزایی عناصر ملی نوآوری ندارند. همچنین، بر مبنای الگوی شبکه فراگیر انتظار می‌رود که دانشگاه به مثابه سیستم باز، آغوش خود را به انواع تحولات محیطی بگشایند. چنین وضعیتی در دانشگاه‌های

مفاهیم کلیدی تعامل این دو نهاد می باشد (مهدی، ۱۳۹۸ الف).

۸. همکاری‌های سه جانبه. پیچیده‌ترین الگوی تحلیل نوآوری، الگوی پیچش سه جانبه^{۲۱} دولت، دانشگاه، صنعت است (ایتزکوویتز و لیدسدورف^{۲۲}، ۲۰۰۰). در گذشته دانشگاه، صنعت و دولت مرزهای مشخصی داشتند. نوآوری فناورانه کارویژه صنعت، توسعه علم و آموزش کارویژه دانشگاه‌ها و سیاست‌گذاری و ایجاد انگیزش نوآوری، کارویژه دولتها بود. نوآوری در اثر تعامل بین صنعت و دانشگاه در بازار تحقیق و توسعه بوجود می‌آمد. سیاستهای دولت برای دانشگاه و صنعت به‌طور جداگانه انجام می‌گرفت. با بروز تحول جدید در تولید دانش و ظهور سبک ۲ (گیبونز^{۲۳} و همکاران، ۱۹۹۴) و انقلاب دوم علمی (ایتزکوویتز، ۲۰۰۱) و ظهور اقتصاد و جامعه دانش بنیان، مرزهای دانشگاه، صنعت و دولت نادقیق و مختل شده است. امروزه دانشگاه، صنعت و دولت با حفظ استقلال، در توسعه فناوری وارد قلمروهای یکدیگر شده و بین آنها همپوشانی در مأموریتها بوجود آمده است. بورديو معتقد است امروزه صنعت و پژوهش آنچنان در هم تنیده شده‌اند که هر روزه تعارض بین منافع پژوهشگران و منافع تجاری به وجود می‌آید و بسیاری از دانشمندان یا گروه‌های پژوهشی زیر کنترل شرکت‌های صنعتی قرار می‌گیرند که از طریق ثبت اختراع به دنبال سود هستند (بورديو، ۱۳۸۸). با توجه به همپوشانی مأموریت‌های دانشگاه، صنعت و دولت، سازمان‌های جدید چند رگه متولد شده و باید این گونه سازمانه گسترش یابند. مأمویت اصلی این سازمان‌ها تسهیل روابط دانشگاه، صنعت و دولت در چارچوب الگوی پویای پیچش سه گانه دولت، دانشگاه و صنعت و تعالی نظام ملی نوآوری است. بر مبنای این الگو، تعاملات دانشگاه با محیط پیرامون نظیر صنعت، نه یک اختیار و تدبیر، بلکه یک ضرورت برای شکوفایی ملی و بهره‌گیری از فرصتهای محلی، ملی و جهانی است. بدیهی است توجه به نقش و تسهیل‌گری نهادهای واسط و چندرگه نظیر مؤسسات انتقال فناوری، مراکز رشد، پارک‌های علم و

21. Triple Helix Model

22. Etzkowitz & Leydesdorff

23. Gibbons



مختلف پیوند دانشگاه‌های ایران با صنعت مستلزم و نیازمند تسهیل و تقویت در دو سوی عرضه (نهاد علم و دانشگاه) و تقاضا (صنعت و کاربست) است و دستیابی به وضعیت مطلوب تعامل دانشگاه‌ها با صنعت نیازمند کوشش‌های فراوانی در سطوح سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی است.

۳- روش پژوهش

این پژوهش، با استفاده از روش کیفی دلفی^{۲۴} با مشارکت دوازده خبره آموزش عالی و روش علت و معلول^{۲۵} (استخوان‌ماهی^{۲۶}) با همفکری سه متخصص انجام شده است (هیگینز، ۱۳۸۴). این افراد از میان جامعه خبرگان و مطلعان نظام آموزش عالی کشور به روش نمونه‌گیری هدفمند با شناخت پیشین انتخاب شده‌اند. همه این افراد در جایگاه هیأت علمی دانشگاه دارای دانش و دیدگاه در زمینه ارتباط دانشگاه و صنعت بوده و به طور مستمر در موقعیت‌های مختلف در خصوص این ارتباط و چرایی و چگونگی آن اظهار نظر کرده‌اند. با توجه به تمرکز و تأکید این پژوهش به سمت عرضه (موقعیت و وضعیت دانشگاه‌های کشور) انتخاب متخصصان آموزش عالی نیز از میان صاحب نظران آموزش عالی فعال در نظام آموزش عالی و دانشگاه‌های کشور بوده است. از این رو، صاحب نظری از حوزه صنعت در این مطالعه مشارکت نداشته و مسائل سمت تقاضا (صنعت) مورد کنکاش قرار نگرفته است.

در فرایند پژوهش، پس از شناسایی الگوها و نظریه‌های مبین تعامل دانشگاه‌ها با صنعت، یک پرسشنامه طراحی و در اختیار اعضای گروه دلفی قرار گرفته است. پس از دریافت پاسخ اعضا، داده‌های دریافتی به روش تحلیل محتوا و کدگذاری باز و محوری، جمع‌بندی و تلفیق (مقوله‌بندی) شده است (استراس و کوربین، ۱۳۸۷). برای بار دوم، جمع‌بندی و خلاصه نظرات اعضا (مقوله‌ها) در اختیار هر یک از اعضای گروه دلفی قرار گرفته است. همچنین، در مرحله دوم، پاسخ‌ها و نظرات اعضای گروه دلفی اخذ، تحلیل و جمع‌بندی شده است.

کشور وجود ندارد و دانشگاه‌ها به سختی به صنعت و جامعه روی خوش نشان می‌دهند. نظریه خدمت-یادگیری ایجاب می‌کند که یادگیری دانشجویان همراه با خدمت در محیط‌های واقعی اتفاق بیفتد و تثبیت شود. در صورتی که چنین رویه و فرهنگی در نظام آموزش عالی ایران حاکم و غالب نمی‌باشد. مفهوم مسئولیت اجتماعی مبین آن است که دانشگاه‌ها در برابر جامعه (از جمله صنعت) مسئول بوده و باید پاسخگوی نیازها و کاستی‌های آن باشند. دانشگاه‌های ایران دارای چنین رویکرد و نگرشی نسبت به جامعه و صنعت نیستند. بر مبنای نظریه سازمان‌یادگیرنده، دانشگاه‌ها باید از محیط پیرامون (از جمله صنعت) به طور مستمر در تکمیل ساختار دانش، بیاموزند و متناسب با نیازهای جامعه و صنعت دانش علمی نوین خلق کنند. چنین یادگیری در سطوح فردی و سازمانی در دانشگاه‌های کشور در سطح مطلوب و انتظار، وجود ندارد. نظریه وابستگی به منابع مبین تلاش‌های بی‌وقفه نظام‌های دانشگاهی برای تعامل با محیط (جامعه و صنعت) برای جذب منابع جدید برای ایفای قوی تر رسالتها و مسئولیت‌هاست. دانشگاه‌های کشور عمده نیاز خود به منابع مالی را از دولت تأمین می‌کنند و دستیابی به سایر منابع مادی و غیر مادی نیز چندان رقابتی نمی‌باشد. دانشگاه کارآفرین از جمله مطالبات و پی‌گیری‌های رهبران و مدیران آموزش عالی است و دولت نیز تأکید زیادی بر کارآفرینی علمی دارد. اما در عمل، دانشگاه کارآفرین ما به ازای جدی و قابل اعتنا نداشته و عمده فعالیت‌های دانشگاه‌های کشور همچنان متناسب با کارکردهای دانشگاه‌های نسل اول و دوم می‌باشد. آخرین نظریه و الگوی ارائه شده در این پژوهش، الگوی همکاری‌های سه جانبه میان دولت، دانشگاه و صنعت است که مجموع و برابری دستاوردهای بیست «کنگره ملی همکاری‌های دولت، دانشگاه و صنعت برای توسعه ملی» و دیدگاه‌های خبرگان و مطلعان گویای ضعف‌های عمده دانشگاه‌های کشور در پیوند سخت و اثربخش با صنعت و ورود به حوزه کارویژه‌های صنعت و نقش‌آفرینی تعیین‌کننده در این حوزه است. بنابراین، با استناد به مرور اجمالی وضعیت پیوند و تعامل دانشگاه‌ها با صنعت بر مبنای الگوها و نظریه‌های مورد مطالعه می‌توان گفت که از منظرهای

24. Delphi T.

25. Cause-Effect D.

26. Fishbone D.



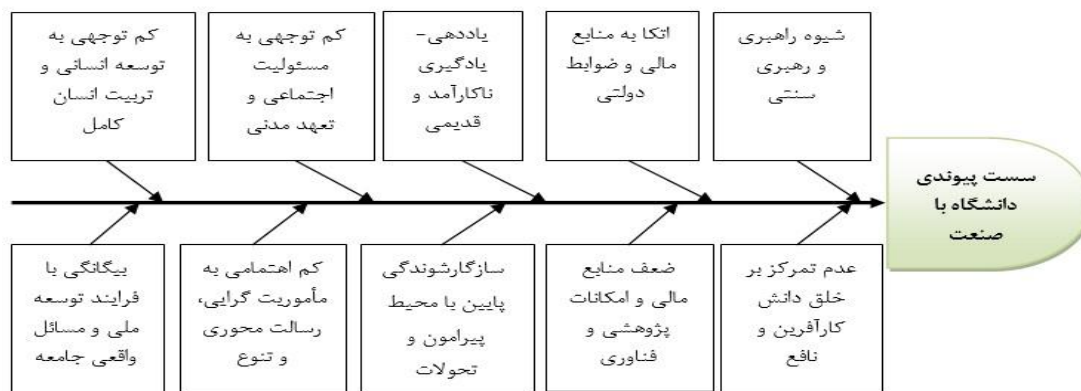
۲. چشم‌داشت و اتکای بیش از حد دانشگاه‌ها به منابع مالی و مقررات و ضوابط دولتی،
۳. شیوه‌های یاددهی- یادگیری معیوب، ناکارآمد و قدیمی و بی‌توجهی به خدمت و زمینه در فرایند یادگیری،
۴. کم‌توجهی دانشگاه‌ها به مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تعهد مدنی و عدم اهتمام به ترویج علم و دانش،
۵. کم‌توجهی دانشگاه‌ها به توسعه انسانی و تربیت انسان کامل و توانمند برای زندگی امروزی،
۶. عدم تمرکز دانشگاه‌ها بر خلق دانش و علم کارآفرین، مسئله‌گشا و نافع،
۷. ضعف منابع مالی و امکانات آموزش عالی در حوزه پژوهش و فناوری نظیر کهنگی و قلت امکانات پژوهشی و آزمایشگاهی،
۸. عدم انطباق و سازگارشدگی دانشگاه‌ها با محیط پیرامون و تحولات متغیر جامعه محلی، ملی و جهانی،
۹. کم‌اهتمامی دانشگاه‌ها به مأموریت‌گرایی، رسالت‌محوری و تنوع در فعالیتها و ابتکارات، تمرکز بر کیفیت به‌جای کمیت‌گرایی،
۱۰. بیگانگی نسبی دانشگاه‌ها با فرایند توسعه ملی و مسائل واقعی جامعه و محیط (عدم تمرین برای نقش آفرینی و مشارکت در فرایند توسعه محلی و ملی).

برای راستی آزمایی و تعیین روایی و اعتبار یافته‌های پژوهش، نتایج نهایی تحقیق (ده علت اصلی) به صورت جداگانه در اختیار چهار متخصص آموزش عالی از جامعه متخصصان حاضر در فرایند دلفی قرار داده شده است. مجموع نظرات آنها نشان می‌دهد که یافته‌های این پژوهش درست و معتبر بوده و به جز در برخی موارد ناچیز مرتبط با انتخاب واژه‌ها و کلمات، محتوای یافته‌ها صحیح و قابل استناد می‌باشد. همچنین، اجرای دور دوم فرایند دلفی و نظرخواهی از اعضای گروه راجع به مقوله‌های دور نخست فرایند، نوعی راستی آزمایی و اعتباریابی داده‌ها و یافته‌های مرحله پیشین و کل تحقیق است.

برای نمایش بهتر یافته‌های پژوهش، پس از اتمام فرایند دلفی، نمودار علت و معلول نظرات اعضای گروه به کمک یک تیم خیره‌سهنفره جمع‌بندی و به شرح شکل ۱ ترسیم شده است.

۴- یافته پژوهش

با استناد به مبانی نظری و بکارگیری روش دلفی در دو مرحله، ریشه‌ها و علل اصلی ضعف و سستی پیوند و تعامل دانشگاه‌های ایران با صنعت به شرح زیر شناسایی شده است. چنان که پیش‌تر نیز اشاره شد در این پژوهش مسائل و ضعف‌های عمده سمت عرضه (دانشگاه‌های کشور) مطالعه شده است.



شکل ۱. نمودار علت و معلول سست پیوندی دانشگاه ایرانی با صنعت

۵- بحث و نتیجه‌گیری

پیوندها و تعاملات مؤثر با جامعه و صنعت یکی از مسئولیت‌ها، کارکردها، ارزش‌ها و الزامات بالندگی و

۱. شیوه راهبری و رهبری سنتی دانشگاه‌ها نظیر نظام اداره و بوروکراسی ناکارآمد، بروکراسی‌های مضاعف و نظام حکمرانی نامؤثر علمی-اداری،



نقش بیشتری در تعیین و تعریف ارزش‌های شهروندی تکنولوژیک و فرهنگی می‌تواند ایفا کند.

دانشگاه وظیفه دارد راه‌هایی برای برقراری ارتباط با جامعه به‌طور عام و صنعت به‌طور خاص، بگشاید. دانشگاه باید از سازمان بوروکراتیک خودارجاع^{۲۹} خارج شود (دلانتی، ۱۳۸۹). به‌رغم برخی تصورات تک‌بعدی از آموزش عالی و دانشگاه، هنوز استدلال مهمی درباره چستی اهداف دانشگاه‌ها و خردورزی جمعی درباره فرصت‌های واقعی برای گروه‌های اجتماعی مختلف در جامعه وجود دارد که دانشگاه‌ها را به دستورکارهای توسعه و مسائل عظیم فراروی جهان نظیر چالش‌های محیط زیستی، بی‌عدالتی‌های اجتماعی، سوء استفاده‌ها و بی‌احترامی‌ها به حقوق بشر، پیوند می‌دهد. دانشگاه برای تقویت و پشتیبانی از یک جامعه پایدار و عادل، باید دارای نقش فعال در تعامل با فضاهای محلی و جهانی، باشد. تقلیل ارزش عمومی آموزش عالی، به معنای تقلیل زندگی عمومی و مشترک انسان‌هاست (والکر و مک لین^{۳۰}، ۲۰۱۳). درک و فهم آموزش حرفه‌ای به‌مثابه تربیت افرادی است که قادرند کمک کنند تا رفاه عمومی، خیر عمومی آموزش عالی را به مفهوم منافع جمعی پیوند دهد. خیر عمومی اتخاذ ایده‌ای است مبنی بر اینکه یک دانشگاه به‌عنوان یک کل همواره در درون نهاد آموزش عالی و ارتباطات بیرونی متکی به ارزش‌ها، فعالیت‌ها و سیاست‌های عدالت اجتماعی و فراگیر است (بونی و والکر^{۳۱}، ۲۰۱۶).

سه مؤلفه اساسی شامل تصمیم‌گیری‌های نهادی بر پایه رسالت و مأموریت کانونی، انطباق نهادی با تغییرات محیطی مطابق با رسالت و راهبری نهادی با خلق و تقویت مشارکت‌های دموکراتیک با ذی‌نفعان، موفقیت و سرآمدی دانشگاه‌های امروزی را رقم خواهد زد (هندریکسون و همکاران، ۲۰۱۳). از این‌رو، تعاملات مؤثر با محیط و صنعت یکی از مسئولیت‌ها، کارکردها، ارزش‌ها و الزامات بالندگی و شکوفایی دانشگاه‌هاست. نکته اساسی این است که تعامل دانشگاه با محیط و صنعت نباید برای رفع تکلیف باشد، بلکه

شکوفایی دانشگاه‌هاست. براساس یافته‌های این پژوهش، هشت الگو، دیدگاه و نظریه شامل نظریه شبکه فراگیر، دانشگاه کارآفرین، دیدگاه مسئولیت‌پذیری اجتماعی، سازمان یادگیرنده، نظریه خدمت-یادگیری، نظریه وابستگی به منابع، نظریه نظام ملی نوآوری و الگوی همکاری سه‌جانبه دولت، دانشگاه، صنعت، می‌توانند به‌صورت منفرد و یا ترکیبی، سرمشق و مبنایی برای ایجاد و توسعه تعامل دانشگاه با جامعه هدف و صنعت مورد استفاده و استناد سیاست‌گذاران و رهبران آموزش عالی قرار گیرند. به‌زعم دلانتی^{۲۷} (۱۳۸۹)، اهمیت و ارزش نهاد دانشگاه در نتیجه خلق و انتشار دانش در جامعه به ویژه در جامعه و اقتصاد دانش‌بنیان امروز و فردا، افزایش می‌یابد. با نظر گرفتن دانشگاه به منزله کانون ارتباط و تعامل، ارتباطات نقش محوری‌تری در این نهاد می‌یابد. دانشگاه با آن شکل و هیئت قدیمی و سنتی خود نمی‌تواند به گسترش دانش (حجت مشروعیت و اعتبار خود) در سطح جامعه مدد رساند. ارائه شکل و هیئت ارتباط‌محور از دانشگاه برای گسترش دانش در سطح جامعه نیاز است (دانشگاه ارتباطی^{۲۸}). دو نوع ارتباط در رابطه با دانشگاه می‌توان تشخیص داد: ۱. ارتباطات بین دانشگاه و جامعه (و صنعت)، ۲. روابط متغیر میان دانشگاه و دولت. در نوع نخست، نقش دانشگاه به موازات برقراری رابطه نزدیکتر میان دانش تخصصی و گفتمان عمومی تغییر می‌کند. در این شرایط دانشگاه به مثابه کانون مهم بحث عمومی میان فرهنگ متخصصان و فرهنگ غیر تخصصی عوام عمل می‌کند. در حال حاضر، افزایش تقاضا برای پاسخگویی دانشگاه و تاثیرگذاری فرهنگ حسابرسی بر نهاد دانشگاه به ویژه در انگلیس و اروپا را شاهد هستیم. درباره نوع دوم ارتباط می‌توان گفت در شرایطی که دولت به نحو فزاینده‌ای به نهاد ناظم تبدیل می‌شود و از نقش عمل‌کنندگی خود می‌کاهد، دانشگاه مجبور می‌شود با بازیگران غیر دولتی وارد تعامل و کنش شود. این مسئله از دشوارترین چالش‌های دانشگاه است. در شرایطی که دولت خود را از مسئولیت‌های اجتماعی کنار می‌کشد دانشگاه

29. self-referential

30 . Walker & McLean

31 . Boni & Walker

27 .Delanty

28 .communicative university



اجتماعی- اقتصادی و فرامادی است و تعامل دانشگاه و جامعه باید مبتنی بر منافع و مطلوبیت‌های متقابل و چندجانبه باشد. بنابراین، در برنامه‌های تعامل دانشگاه با محیط لازم است به انتفاع مادی و معنوی دانشگاهیان درگیر فرایند و مخاطبان هدف بیرونی توجه و تأکید شود.

فشار دانش و کشش بازار (صنعت) برای برقراری تعامل دانشگاه با صنعت، یک ضرورت است. همچنین، در عصر دانش، پیشرفت جامعه و حل مسائل آن، موکول به دانش است و دانشگاه مهم‌ترین نهاد خلق دانش می باشد. بنابراین، مداخله نهاد دولت و سازمان‌های ذی‌ربط برای تحریک و تشویق کشش بازار و تلاش نهاد علم و دانشگاه برای تقویت فشار دانش با خلق حجم مناسبی از دانش علمی با کیفیت و مناسب برای مصرف، ضروری است. تدارک، تمهید و فراهم کردن زیرساخت‌های نرم و ساخت و بستر حقوقی برای تعامل کارآمد دانشگاه با صنعت یک ضرورت اولیه است. مداخله دولت و نهادهای بالادستی نهاد دانشگاه در تأمین این زیرساخت‌ها و زمینه‌ها بسیار راهگشا و پیش‌برنده خواهد بود. تأسیس و تقویت نهادهای واسط نظیر شرکتهای دانشگاهی، پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد، شهرک‌های علمی و تحقیقاتی، فن- بازارها و انواع اجتماعات نظیر انجمن‌های علمی و صنفی، از انواع زیرساخت‌های ضروری برای تعامل دانشگاه با صنعت است.

لازمه تعامل دانشگاه با صنعت، همکاری و همفکری و هم‌بینشی فرابخشی با نگاه و رویکرد شبکه‌ای و سیستمی است. چنین نگاه و تفکری باید در مدارس و دانشگاه به دانش‌آموزان و دانشجویان آموزش داده شود. نهاد دولت به‌واسطه حکمرانی خوب و کارآمد، در ترویج، ایجاد، توسعه و حمایت از تعاملات دانشگاه با صنعت، بازیگر و کنشگر کلیدی است. وظیفه دولت بایستی معطوف به حمایت، تحریک، انگیزش و تنظیم تعاملات سازنده و راهگشای نهاد علم و جامعه و نهاد دانشگاه و صنعت باشد. مسئله کلیدی رشد و توسعه دانشجویان، دانش‌آموختگان، استادان، مدیران و نهاد دانشگاه (دانشگاه به‌مثابه سازمان یادگیرنده) باید در هسته مرکزی فعالیت‌ها و ابتکارات تعاملات دانشگاه با صنعت باشد. دانشگاه بدون یادگیری تمامی عناصر و عوامل

این تعاملات باید در سطحی طراحی و عملیاتی شوند که نهاد و سازمان دانشگاه، برنامه‌های درسی، رسالت و مأموریت دانشگاه، رشد و توسعه دانشجویان، توسعه هیأت علمی، ارتقای مدیریت و تجهیز و بهره‌برداری از امکانات کالبدی و فیزیکی دانشگاه و ترویج رویکرد میان‌رشته‌ای را تحت تأثیر قرار دهد. همچنین، تعاملات دانشگاه با صنعت باید از سطحی از کیفیت برخوردار باشد که همسو با رسالت دانشگاه و هدف مداخله و تعامل، در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و زیست‌محیطی بر جنبه یا جنبه‌هایی از محیط پیرامون و جامعه هدف، مؤثر واقع شود.

علل ده‌گانه شناسایی شده در این پژوهش (نمودار شکل ۲) نشان می‌دهد که آموزش عالی ایران از مسائل و چالش‌های ابتدایی و آغازین رنج می‌برد و دانشگاه‌ها راه دشوار و پر پیچ و خمی را برای تبدیل شدن به یک دانشگاه مؤثر، کارآمد، دانش‌بنیان و مولد پیش‌رو دارند و هر چقدر این حرکت به تأخیر افتد خسارت‌ها و آسیب‌های بیشتر و عمیق‌تری متوجه دانشگاه، جامعه و صنعت خواهد شد. یافته‌های این پژوهش، با یافته‌های برخی از پژوهش‌های مشابه نظیر مطالعه شفیع و موسوی (۱۳۹۲) بر روی نتایج ۱۵ کنگره سه جانبه همسو است. تلاش برای رفع چالش‌ها و علل اصلی سستی پیوند و تعامل دانشگاه‌ها با صنعت، یک وظیفه و مأموریت کلیدی برای سیاست‌گذاران و رهبران آموزش عالی است.

بدیهی است الگوی پیوند و تعاملات دانشگاه‌ها با صنعت، جهان‌شمول و واحد نیست و هر دانشگاهی می‌تواند بسته با مأموریت و ایده بنیادین و ظرفیت‌های موجود خود، الگوی مناسبی برای تعامل با صنعت طراحی و برنامه‌ریزی کند. سپس، براساس این برنامه عمل، اقدامات و ابتکارات تعامل را بتدریج و برنامه‌مند، دنبال کند.

همچنین، با توجه به اینکه علم کارآفرین یک مفهوم کلیدی در گسترش همکاری‌های دانشگاه و صنعت است، لازم است سیاست‌گذاران و رهبران دانشگاهی برای کارآفرینی هر یک از رشته‌های علمی و واحدهای دانشگاهی، تدبیر و اقدام کنند. با کارآفرین شدن رشته‌ها و واحدهای دانشگاهی، امکان تعامل با صنعت و تداوم آن فراهم می‌شود. تعامل دانشگاه با صنعت، تابعی از منطق بازی‌های برد- برد (برنده- برنده)



انسانی و تربیت انسان کامل و توانمند برای زندگی امروزی در سطح جهان،

۶. تمرکز دانشگاه‌ها بر خلق دانش و علم کارآفرین، مسئله‌گشا و نافع در کارکردهای آموزشی، پژوهشی و کارآفرینی،

۷. تقویت امکانات پژوهشی، کارگاه‌ها و آزمایشگاه‌های دانشگاه‌ها متناسب با رسالت و حیطه خدمات اجتماعی و ارتباطی هر دانشگاه،

۸. انطباق و سازگار کردن دانشگاه‌ها با تحولات محیطی و فنی - صنعتی در سطوح محلی، ملی و جهانی،

۹. مأموریت‌گرا و رسالت‌محور کردن بیش از پیش دانشگاه‌ها و تمرکز بر کیفیت به جای کمیت در کارکردهای متنوع آموزشی، پژوهشی و خدماتی،

۱۰. اتصال دانشگاه‌ها با فرایند توسعه ملی و برنامه‌های کلان محلی و ملی و مسائل واقعی جامعه و صنعت و اجازه سعی و خطا برای نقش آفرینی و مشارکت دانشگاه‌ها در برنامه‌های توسعه محلی و ملی.

چنان که پیش تر اشاره شد در این مقاله مسائل عمده سمت عرضه (نظام دانشگاهی) در پیوند و تعامل دانشگاه و صنعت مطالعه شده و راهکارهایی برای تقویت آن ارائه شده است. از این رو، پیشنهاد می شود پژوهشی با موضوع ریشه‌یابی سست پیوندی دانشگاه‌ها و صنعت با تمرکز بر سمت تقاضا (صنعت و کاربرد علم) به عنوان مکمل یافته‌ها و نتایج این تحقیق، با روش‌شناسی مشابه انجام شود.

آن قابل تصور نخواهد بود. عاملیت انسانی^{۳۲} را نمی توان و نباید در توسعه روابط و تعامل دانشگاه با صنعت نادیده و کم ارزش فرض شود.

۶- پیشنهادها

برطرف کردن یا حل هر یک از علل دهگانه (به شرح شکل ۱) به عنوان مسئله و یا تلاش برای کاهش آثار هر یک از آنها، یک بسته پیشنهادی برای حل مسئله سست پیوندی دانشگاه ایرانی با صنایع است. همچنین، کاربست هر یک از الگوها و نظریه‌های هشتمگانه مورد مطالعه در این پژوهش، راه‌حلی برای توسعه و تقویت تعاملات دانشگاه‌های ایران با صنعت می‌باشد. از این رو، با توجه به تمرکز این مقاله بر سمت عرضه (دانشگاه و علم) مجموعه پیشنهادی دهگانه زیر برای حل مسئله تعامل دانشگاه‌های کشور با صنعت و تخفیف پیامدهای منتج از آن، توصیه می شود:

۱. اصلاح سبک حکمرانی سنتی دانشگاه‌ها و کارآمد کردن نظام اداری و بوروکراسی در دو سطح اداری - مدیریتی و علمی،
۲. کاهش اتکای دانشگاه‌ها به منابع مالی و مقررات و ضوابط دولتی و الزام به متنوع سازی منابع درآمدی و مالی و استقلال نهادی و مالی،
۳. تحول در شیوه‌های یاددهی - یادگیری و اهتمام به خدمت و کارآموزی و کارورزی در فرایند یادگیری،
۴. اهتمام ویژه دانشگاه‌ها به مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی در خلق، تجاری سازی و ترویج علم و دانش،
۵. توجه بیش از پیش دانشگاه‌ها به توسعه همه جانبه

منابع

۱. استراس، آنسلم؛ کوربین، جولیت (۱۳۸۷)، اصول روش تحقیق کیفی نظریه‌مبنایی، رویه‌ها و شیوه‌ها. ترجمه بیوک محمدی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۲. بوردیو، پیر (۱۳۸۸)، علم علم و تأمل‌پذیری، ترجمه یحیی امامی، تهران: مرکز تحقیقات سیاست‌های علمی کشور.



۱۷. هیگینز، ام. جیمز (۱۳۸۴)، کارآفرینی: ۱۰۱ تکنیک حل خلاق مسئله، ترجمه دکتر محمود احمدپور داریانی، تهران، مؤسسه انتشارات امیرکبیر.
18. Begun, J. W., Zimmerman, B. and Dooly, K. (2003), Health Care Organizations as Complex Adaptive Systems, San Francisco, Jossey-Bass, pp.288-252.
19. Berkin, C. (2002), A brilliant solution: Inventing the American constitution. New York, NY: Houghton Mifflin Harcourt, San Francisco, Jossey-Bass, pp. 253-288.
20. Bok, D. (2003), Universities in the market place, The commercialization of higher education, Princeton U. Press.
21. Boni, A. and Walker, M. (2016), Universities and Global Human Development: Theoretical and empirical insights for social change, New York and London, Routledge.
22. Clark, B.R. (1998), Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways to Transformation. Oxford, New York, and Tokyo: IAU Press, Pergamon.
23. Ellis, J. J. (2007), American creation: Triumphs and tragedies at the founding of the republic. New York, NY: Knopf.
24. Etzkowitz, H. & Leydesdorff, L. (2000), The dynamics of innovation: from National Systems and "Mode 2" to a Triple Helix of university, industry, government relations, Research Policy 29, pp. 109-123.
25. Etzkowitz, H. (2001), The Second Academic Revolution and the Rise of Entrepreneurial Science, IEEE Technology and Society, 22, pp. 18-29.
26. Freeman, C. (1995), The national system of innovation in historical perspective, Cambridge Journal of Economic, Vol. 19, PP. 5-24.
27. Friedman, H. H. (2002), The University as Learning Organization: Some Practical Approaches, CIS New York.
28. Gibb, A. (2005), Towards the Entrepreneurship University; Entrepreneurship Education as a Lever for
۵. شفیعی، مسعود (۱۳۸۲)، ارتباط صنعت و دانشگاه: آینده‌ای تابناک، پیشینه‌ای تاریک، تهران، نشر دانشگاه صنعتی امیرکبیر.
۶. شفیعی، مسعود، رحمانپور، محمد و بهادری، مرتضی (۱۳۹۱)، بررسی موانع و راهکارهای ارتباط صنعت و دانشگاه، دو فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، سال اول، شماره ۱، ص ۱۸-۵.
۷. شفیعی، مسعود و موسوی، عبدالرضا (۱۳۹۲)، تحلیل محتوای موانع، فرصتها و راهکارهای توسعه ارتباط صنعت و دانشگاه در پانزده کنگره سه جانبه، دو فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، سال اول، شماره ۳، ص ۲۲-۵.
۸. عزیزی، محمد و عزیزی، اکرم (۱۳۹۵)، نسل سوم دانشگاهی: تجربه‌های موفق دانشگاه‌های برتر در آموزش کارآفرینی با اتکا به منابع صنعت، نشریه صنعت و دانشگاه، سال نهم، شماره‌های ۳۱ و ۳۲، ص ۱۳-۱.
۹. عشریه، زهرا، اصغری، حامد و شفیعا، سعید (۱۳۹۵)، فراتحلیل پیوند صنعت و دانشگاه، نشریه صنعت و دانشگاه، سال نهم، شماره‌های ۳۱ و ۳۲، ص ۸۰-۶۵.
۱۲. فرهادی‌راد، حمید (۱۳۹۰)، طراحی مدلی برای سازگاری دانشگاه با محیط بیرونی، رساله دکتری، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران.
۱۳. محمدی حسینی، سید احمد، امین بیدختی، علی اکبر و جمشیدی، لاله (۱۳۹۲)، بررسی نقش یادگیری سازمانی در افزایش عملکرد نوآوری، دو فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، سال دوم، شماره ۴، ص ۹۶-۸۴.
۱۴. مهدی، رضا (۱۳۹۸ الف)، دانشگاه کارآفرین در مسیر ایجاد، تهران، نشر مشترک دانشگاه فنی و حرفه‌ای و پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۱۵. مهدی، رضا (۱۳۹۸ ب)، درآمدی بر تعامل دانشگاه با محیط پیرامون، تهران، نشر پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۱۶. نعمتی، محمد علی و موسوی امیری، سید طیبه (۱۳۹۴)، تبیین مدل علی چالشهای تحقق دانشگاه پژوهی در دانشگاه‌های صنعتی کشور، دو فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، سال سوم، شماره ۷، ص ۳۱-۱۹.



Performance- An Information Processing and Knowledge Flows Perspective. Dissertation for Postgraduate Degree.

35. Lundvall, B. A. (1988), innovation as an interactive process: from user-producer interaction to the NSI system, Technical Change and Economic Theory, Pinter, London.

36. OECD (1998), Technology, Productivity and Job Creation - Best Policy Practice, www.oecd.org.

37. Rudolph, F. (1962), The American college and university: A history, New York, Random House.

38. Senge, P.M. (1990), The fifth discipline: the art and practice of the learning organization, NY: Doubleday.

39. Sigmon, R. (1994), Linking service with learning. Washington, DC: Council of Independent Colleges.

40. Walker, M. and McLean, M. (2013), Professional Education, Capabilities and Contributions to the Public Good: The Role of Universities in Promoting Human Development. London: Routledge.

Change. The National Council for Graduate Entrepreneurship (NCGE), UK, policy paper 3.

29. Gibbons, M. et al., (1994), The new production of knowledge: the Dynamics of Science and Research in Societies, London, Sage Pub.

30. Giles, D. E., Jr. & Eyler, J. (1994), The theoretical roots of service-learning in John Dewey: Towards a theory of service-learning. Michigan Journal of Community Service Learning, 1(1), pp. 77-85.

31. Helgesen, S. (2006), Challenges for leaders in the years ahead. In F. Hesselbein & M. Goldsmith (Eds.), The leader of the future: Vol. 2. Visions, strategies, and practices for the new era (pp. 183-190). San Francisco, CA: Jossey-Bass.

32. Hendrickson, R. M., Lane, J.E., Harris J.T. & Dorman, R. H. (2013), Academic Leadership and Governance of Higher Education, USA, Stylus Publishing.

33. Hirsch W. & Weber L. (1999), Challenges facing Higher Education at the Millennium, Arisona: Oryex press.

34. Leweling, T. A. (2007), Extending Organizational Contingency Theory For Team



تأثیر متغیرهای کلان اقتصادی بر ریسک سیستمی نظام بانکی با

الگوی خودرگرسیون برداری

*علی استاد هاشمی *سیدجلال صادقی شریف ***علی سوری

* مری، دانشگاه پیام‌نور، دانشکده مدیریت و حسابداری، تهران، ایران ostad1976@yahoo.com

** استادیار گروه مدیریت مالی و حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران ssadeghisharif@gmail.com

*** دانشیار گروه اقتصاد نظری، دانشکده اقتصاد، دانشگاه تهران، تهران، ایران alisouri@ut.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۰۹

صص: ۵۵-۶۸

چکیده

هدف این مقاله بررسی تأثیر شوک‌های متغیرهای کلان اقتصادی بر ریسک سیستمی نظام بانکی در ایران است. برای این منظور یک مدل خودرگرسیون برداری ساختاری (SVAR) شامل درآمدهای نفتی، نااطمینانی نرخ ارز، درآمدهای مالیاتی، نقدینگی، نرخ بهره اسمی، نااطمینانی تورم و تولید ناخالص داخلی و سنججه تغییر در ارزش در معرض خطر شرطی ($\Delta CoVaR$) طراحی و با استفاده از داده‌های فصلی (۱۳۹۶-۱۳۷۰) برآورد و با استفاده از توابع ضربه آنی و بر اساس تجزیه چولسکی واکنش ریسک سیستمی نسبت شوک در هر یک از متغیرهای کلان اقتصادی مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که شوک مثبت قیمتی نفت، نااطمینانی تورم، نرخ ارز و نرخ سود بانکی تأثیر فزاینده بر ریسک سیستمی دارد. درحالی‌که رشد مثبت اقتصادی کاهش ریسک سیستمی را به همراه دارد. بر اساس یافته‌های تحقیق، سیاست‌گذار پولی می‌بایست با اتخاذ سیاست‌های قاعده‌مند پولی و ایجاد ثبات در نرخ ارز و تورم، احتمال وقوع ریسک سیستمی نظام بانکی را کاهش دهد.

واژه‌های کلیدی: ریسک سیستمی نظام بانکی، متغیرهای کلان اقتصادی، ارزش در معرض خطر شرطی، رگرسیون کوانتایل، مدل خودرگرسیون برداری.

نوع مقاله: پژوهشی

۱-مقدمه

را به‌کارگیرند (برنال^۱ و همکاران، ۲۰۱۳). تدوین این سیاست‌ها رسیدگی به موضوع ریسک نظام مالی را می‌طلبد. ریسک سیستمی در نظام بانکی به عدم توانایی بانک‌ها به ایفای تعهدات خود و بازپرداخت سپرده‌های سپرده‌گذاران در شرایط مراجعه گسترده آن‌ها بستگی دارد. بانک‌ها برای بازپرداخت سپرده‌های سپرده‌گذاران نیاز دارند تا منابعی که در قالب تسهیلات به مشتریان اعتباری خود داده‌اند را وصول نمایند. چنانچه مشتریان اعتباری بانک‌ها نکول کنند و بانک‌ها توانایی وصول مطالبات خود را نداشته باشند، در بازپرداخت تعهدات خود به سپرده‌گذاران دچار مشکلات

بحران‌های مالی، یکی از پدیده‌های رایج در اقتصاد داخلی و جهانی به شمار می‌آیند. بروز این بحران‌ها، هزینه‌های اقتصادی زیادی را برای کشورها به دنبال دارد (فرزین‌وش و برخورداری، ۱۳۸۹). با توجه به افزایش روزافزون وابستگی نهادهای مالی به‌ویژه بانک‌ها به یکدیگر، بحران‌هایی که در یک بخش از نظام مالی روی می‌دهند نه تنها به کل نظام مالی بلکه به بخش واقعی اقتصاد نیز سرایت می‌کنند. از این رو دولت‌ها بایستی در راستای کاهش هزینه‌های اقتصادی بحران‌های مالی و نیز جلوگیری از سرایت بحران و مقابله با آن، با توجه به شرایط اقتصادی خود، سیاست‌هایی

1. Bernal



نرخ ارز از کانال کاهش سرمایه‌گذاری بر ریسک اعتباری مشتریان بانکها و در نهایت ریسک سیستمی نظام بانکی اثر می‌گذارد. نتایج تحقیقات تجربی نشان می‌دهد که سیاست‌های پولی انبساطی و افزایش در حجم اعتبارات بانکی، اثر کاهنده بر NPL تمام کشورهای مورد بررسی داشته است (آگراوال و همکاران، ۲۰۰۶). گالوب^۴ (۱۹۹۴) نشان می‌دهد که نااطمینانی تورمی منجر به تغییر جهت‌گیری سرمایه‌گذاران می‌شود. تورم و افزایش قیمت‌ها می‌تواند اثرات متفاوتی بر ریسک اعتباری بانکها داشته باشد اما نااطمینانی تورم باعث کاهش سرمایه‌گذاری، کاهش تولید و در نهایت افزایش احتمال نکول مشتریان اعتباری بانکها می‌شود. که نااطمینانی تورمی منجر به تغییر جهت‌گیری سرمایه‌گذاران می‌شود. تورم و افزایش قیمت‌ها می‌تواند اثرات متفاوتی بر ریسک اعتباری بانکها داشته باشد اما نااطمینانی تورم باعث کاهش سرمایه‌گذاری، کاهش تولید و در نهایت افزایش احتمال نکول مشتریان اعتباری بانکها می‌شود.

همچنین یکی از رویکردهای جدید در تحلیل ریسک سیستمی بانکها، استفاده از ساختار شبکه‌ای بانکهاست. در این رویکرد، ساختار وابستگی ترازنامه بانکها مورد بررسی قرار گرفته و وقوع ریسک سیستمی برپایه وابستگی ترازنامه بانکها تحلیل می‌شود. (لی و همکاران، ۲۰۱۹).

این مقاله در پاسخ به این پرسش که آیا شوک‌ها و نااطمینانی در متغیرهای کلان اقتصادی و نوسانات شدید در این متغیرها بر ریسک سیستمی نظام بانکی اثرگذار می‌باشد، سازوکار و کانال‌های اثرگذاری شوک‌ها و نااطمینانی‌های متغیرهای اقتصادی بر ریسک سیستمی نظام بانکی را مدل‌سازی می‌کند. برای این منظور، ابتدا ریسک سیستمی نظام بانکی با استفاده از سنجه ارزش تغییر در معرض خطر شرطی^۵ ($\Delta CoVaR$) برآورد و در ادامه در قالب مدل‌های خود رگرسیون برداری ساختاری^۶ (SVAR)، تأثیر شوک‌های متغیرهای کلان اقتصادی بر ریسک سیستمی نظام بانکی بررسی می‌گردد. بخش‌های مختلف این مقاله به

جدی خواهند شد. کومار^۲ (۲۰۱۸) بیان می‌کند ریسک سیستمی به معنای ریسک از بین رفتن کل سیستم مالی به دلیل ضعف ساختار و یا به هم‌بستگی کل سیستم ایجاد می‌شود. با توجه به وابستگی ساختار ترازنامه‌ای بانکها، عدم توانایی یک یا چند بانک در ایفای تعهدات خود به سرعت به سایر بانکها سرایت و تمام سیستم بانکی دچار بحران می‌شود. عوامل زیادی بر نکول اعتباری مشتریان بانکها اثرگذار است. شناخت عوامل مؤثر بر ریسک اعتباری مشتریان اعتباری بانکها کمک می‌کند تا بانکها با برنامه‌ریزی جریان نقدی از وقوع بحران نقدینگی پیش‌گیری و در نهایت نظام بانکی از وقوع پدیده ریسک سیستمی جلوگیری کند. امروزه تغییرات در صنعت بانکداری غیرقابل پیش‌بینی است. سرعت، کارایی، انعطاف‌پذیری و اعتماد فاکتورهای مهمی هستند که نه تنها بر موفقیت بلکه برای حیات این‌گونه سازمان‌ها الزامی‌اند. (باقری نژاد و همکاران، ۱۳۹۸). نقی لو و محمد نظامی (۱۳۹۳) نشان می‌دهند که در بلندمدت نرخ بهره اثر منفی و تورم و رشد نقدینگی، اثر مثبت بر ریسک اعتباری دارند، درحالی‌که رشد اقتصادی و نرخ ارز اثری بر آن ندارند. تأثیر افزایش نرخ ارز بر مطالبات غیر جاری بانکها می‌تواند متفاوت باشد. کاسترو (۲۰۱۳) و انکوشو (۲۰۱۱) نشان می‌دهند افزایش در ارزش پول داخلی در برابر ارزهای خارجی منجر به کاهش قدرت رقابت‌پذیری صنایع، افزایش هزینه‌های تولید صنایع داخلی، از دست دادن سهم از بازار و در نهایت باعث می‌شود این دسته از صنایع قادر به بازپرداخت دیون خود نباشد. علاوه بر این؛ تقویت پول داخلی باعث می‌شود که قیمت کالاهای داخلی افزایش یابد، بنابراین تقاضا برای کالای تولید داخل به شدت کاهش می‌یابد که کاهش در جریان نقدی و کاهش سودآوری شرکتها را به همراه خواهد داشت؛ بنابراین تقویت پول داخلی می‌تواند منجر به افزایش نکول اعتباری شرکت‌های تولیدی و در نهایت افزایش در ریسک اعتباری بانکها شود. علاوه بر این با افزایش نرخ ارز، ارزش دارایی‌های خارجی شرکتها با افزایش روبه‌رو خواهد شد (آگراوال^۳، ۱۹۸۱). بنابراین نوسانات نرخ ارز و نااطمینانی

4. Golob
5. Value at Risk
6. Structural Vector Auto Regressive

2. Kumar
3. Aggarwal



موسسه نیز به مشکل برخورد می‌کنند و بحران گسترده می‌شود و در کل بازار فراگیر می‌شود. ماهیت ریسک‌های بازار مالی مستقل از یکدیگر نمی‌باشد به‌گونه‌ای که مشکلات مدیریت ریسک داخلی یک‌نهاد یا واسطه مالی و یا مشکلات ناشی از روابط بین دو نهاد مالی و یا نهاد مالی و مشارکت‌کنندگان دیگر می‌تواند به دیگر واسطه‌ها و نهادها و مشارکت‌کنندگان بازار سرایت نماید و آن‌ها را نیز با مشکلات مالی مواجه نماید. از این رو مجموعه تنظیمی و نظارتی بازار باید بتواند به‌منظور ایجاد بازاری منسجم و کارآمد و اطمینان نسبت به جلوگیری از بروز آسیب‌های سیستمی در بازار به هنگام نکول و شکست برخی از واسطه‌های بازار در ایفای تعهدات خود، اثر این ریسک را بر روی سایر مشارکت‌کنندگان به حداقل برساند. بانک مرکزی اروپا (۲۰۱۰) ریسک سیستمی را به‌عنوان خطر عدم ثبات مالی بسیار گسترده که عملکرد یک سیستم مالی را تا جایی که اساساً رشد اقتصادی و رفاه مالی متضرر شود تعریف می‌کند. در واقع تعریف بانک مرکزی اروپا بر مبنای عبارت ثبات مالی (یعنی عدم وجود ریسک سیستمی) بیان شده است: «ثبات مالی عبارت است از شرایطی که در آن سیستم مالی (متشکل از واسطه‌های مالی، بازارهای مالی و زیرساخت‌های بازار) توانمند برای مقاومت کردن در مقابل شوک‌ها و حل کردن عدم تعادل‌ها باشند و در نتیجه بتواند احتمال اختلال جدی در فرآیند واسطه‌گری مالی را که بتواند به تخصیص پس‌اندازها به فرصت‌های سرمایه‌گذاری سودمند آسیب وارد سازد، از بین ببرد». (آدریان و برونمایر^۷، ۲۰۰۹): ریسک اینکه شکست ایجاد شده در مؤسسات مالی به‌طور گسترده گسترش یابد و همچنین طرف عرضه مربوط به اعتبار و سرمایه را در اقتصاد واقعی مختل نماید. (آچاریا^۸ و همکاران، ۲۰۰۹): ریسک انسداد بازارهای مالی و سرایت گسترده ورشکستگی و ناتوانی مؤسسات مالی که تأمین سرمایه بخش واقعی اقتصاد را به‌شدت کاهش می‌دهد. (سپهوند و بنی‌طرف، ۱۳۹۰): بحران قابل انتشار و هم‌زمان در نهادهای مالی؛ با قابلیت مشکل‌زایی جدی برای کل اقتصاد.

شرح ذیل است. در بخش دوم ریسک سیستمی نظام بانکی و سنجه‌های سنجش ریسک سیستمی مورد بررسی قرار می‌گیرد. بخش سوم مقاله به سوابق تجربی پرداخته و در بخش چهارم مدل تجربی تحقیق برآورد می‌شود. بخش پنجم به نتایج تحقیق اختصاص یافته است.

۲- مبانی نظری ریسک سیستمی

ریسک سیستمی به احتمال از کارافتادگی در کل سیستم در اثر ایجاد شکست یا بحران در یک بخش یا قسمتی از بازار اطلاق می‌گردد. ریسک سیستمی احتمال سقوط در سیستم مالی است. این ریسک در اثر حرکت هم‌زمان و یا امروزه همبستگی بین بخش‌های بازار ایجاد می‌شود. بنابراین ریسک سیستمی زمانی اتفاق می‌افتد که همبستگی بالایی بین ریسک‌ها و بحران‌های بخش‌های مختلف بازار وجود داشته باشد و یا زمانی که ریسک‌های بخش‌های مختلف در یک بخش از بازار یا یک کشور با سایر بخش‌ها و کشورها مرتبط و همبسته باشد. اساس ریسک سیستمی همبستگی بین زیان‌هاست. ریسک سیستمی یک واکنش زنجیره‌ای به‌صورت دومینوهای به هم متصل می‌باشد. به این دلیل به آن سیستمی گفته می‌شود که دارای اثر فراگیر بر روی کل سیستم می‌باشد و به‌سرعت در کل بازار سرمایه و یا کل اقتصاد یک کشور منتقل می‌شود و اثر می‌گذارد (صادقی، ۱۳۹۲). خوارزمی و ندایی (۱۳۹۳) در تحلیل سیستمی تأثیر ریسک‌پذیری پس از بیان مفهوم تفکر سیستمی بیان می‌کنند موارد متعددی می‌تواند بر ریسک‌پذیری متقابل در رفتار افراد و در ساختارهای مدیریتی و اقتصادی تأثیرگذار باشد.

ریسک سیستمی در سیستم مالی فراتر از مجموع ریسک‌های منحصربه‌فرد مربوط به مؤسسات می‌باشد و شامل ترکیب اجزاء بااهمیت از ریسک‌های داخلی است که از رفتار جمعی مؤسسات مالی، به عبارتی ریسک سیستمی شکل می‌گیرد. ریسک سیستمی احتمال سقوط در سیستم مالی است. ریسک سیستمی زمانی اتفاق می‌افتد که یکی از مشارکت‌کنندگان تأثیرگذار و بزرگ بازار نتواند از عهده تعهدات خود برآید و شکست بخورد (مثلاً نتواند وجوه معامله را تسویه نماید و یا اوراق خود را تحویل دهد). با وقوع این رویداد سایر مؤسسات و نهادهای مرتبط با این

7. Adrian & Brunnermeier

8. Acharya



سیستم مالی در نظر گرفتند. در این حالت CoVaR، ارزش در معرض خطر سیستم مالی به این شرط است که نهاد Z در معرض بحران باشد، بنابراین می‌تواند سهم یک‌نهاد مالی را در ریسک سیستمی اندازه‌گیری کند. سهم یک‌نهاد در ریسک سیستمی با $\Delta CoVaR$ محاسبه می‌شود که تفاضل بین CoVaR دو موقعیت شرکت در زمان بحران مالی و شرایط غیر بحرانی است.

سنجه ارزش در معرض خطر شرطی (CoVaR) برای برآورد ریسک سیستمی اولین بار توسط آدریان و برونمایر (۲۰۱۰) ارائه و در سال‌های بعد توسط وی و همکارانش بسط داده شد و نهایتاً آدریان و برونمایر (۲۰۱۶) تغییر در ارزش در معرض خطر شرطی $\Delta CoVaR$ را برای برآورد ریسک سیستمی ارائه نمودند. $CoVaR$ ساختار وابستگی دنباله‌ای بین دو ارزش در معرض خطر Var را نشان می‌دهد و $Var(a)$ حداکثر زیان مورد انتظار را در یک بازه زمانی در سطح اطمینان $1 - a$ را نشان می‌دهد:

$$P \quad (1)$$

که در آن X^i نشان‌دهنده بازدهی یک‌نهاد مالی یا یک بخش از اقتصاد (سیستم بانکی) است. احتمال اینکه بازدهی کمتر یا مساوی Var باشد برابر α است. ارزش در معرض خطر از خانواده معیارهای اندازه نامطلوب ریسک می‌باشد که به‌عنوان یک معیار آماری حداکثر زیان احتمالی پرتفوی را در یک دوره زمانی مشخص با بیان کمی ارائه می‌دهد (Jorion, 2001). به‌عبارت‌دیگر ارزش در معرض خطر (ریسک) مبلغی از ارزش پرتفوی را که انتظار می‌رود ظرف یک دوره زمانی مشخص و با میزان احتمال معین از دست برود مشخص می‌کند. $CoVaR_q^{i|j}$ برابر با Var_q^j (کل اقتصاد یا بازار سرمایه) به‌شرط یک حادثه مؤثر بر وضعیت بخش بانکی مانند $C(R^i)$ است. این حادثه زمانی تحقق می‌یابد که بازدهی بخش موردنظر از اقتصاد (R^i) کمتر یا برابر با Var سیستم بانکی باشد. بنابراین $CoVaR_q^{i|j}$ به‌صورت زیر عریف می‌شود:

$$P \quad (2)$$

تغییر در ارزش در معرض خطر شرطی $\Delta CoVaR$ تأثیر نهایی سیستم بانکی در ریسک کل اقتصاد در شرایطی است که سیستم بانکی در شرایط بحرانی باشد. بر اساس مقاله آدریان و برونمایر (۲۰۱۶)، تغییر در ارزش در معرض خطر شرطی

(بیلیو^۹ و همکاران، ۲۰۱۰): مجموعه‌ای از شرایط که ثبات و یا اطمینان عمومی در سیستم مالی را تهدید کند. در تحقیقات دیگر تعاریفی که بر مکانیسم‌های خاص‌تری تمرکز کرده‌اند مثل عدم تعادل‌ها (کابالرو، ۲۰۰۹)، در معرض قرار داشتن مرتبط به هم (آچاریا و همکاران، ۲۰۱۰)، اختلالات اطلاعات (میشکین، ۲۰۰۷)، رفتار بازخورد (کاپادیا، درهمن، الیوت و استرنه، ۲۰۰۹)، حباب‌های مالی (روسنگرن، ۲۰۱۰)، وضعیت نامناسب (موسا، ۲۰۱۱)، اثرات منفی خارج از اقتصاد کشور (هیئت ثبات مالی، ۲۰۰۹) نیز وجود دارد که در بخش معیارهای ریس سیستمی به آن‌ها اشاره می‌شود. با توجه به این تعاریف متعدد می‌توان دریافت که سیستم مالی دارای ماهیتی پیچیده و قابل تطبیق است.

۱-۲- سنجه‌های ریسک سیستمی

به دلیل ارائه تعاریف مختلف از ریسک سیستمی، می‌توان دریافت که برای درک ماهیت پیچیده و قابل انطباق سیستم مالی، به بیش از یک روش اندازه‌گیری ریسک سیستمی نیاز است. بنویت و همکاران^{۱۰} (۲۰۱۳) به معرفی و مقایسه مقیاس‌های مهم اندازه‌گیری ریسک سیستمی (SES، MES، SRISK و COVAR) پرداختند. زیان مورد انتظار حاشیه‌ای (MES)^{۱۱}، متناظر با زیان مورد انتظار بنگاه موقعی است که بازار در یک افق زمانی داده‌شده به زیر یک آستانه معین سقوط کند. ایده اولیه این سنجه این است که بانک‌ها با بالاترین MES بیشترین سهم را در سقوط بازار دارند، بنابراین بانک‌های بزرگ، بزرگ‌ترین محرک‌های ریسک سیستمی هستند. زیان مورد انتظار سیستمی^{۱۲} SES و سنجه ریسک سیستمی^{۱۳} SRISK، زیان مورد انتظار یک‌نهاد را به شرطی که بحران مالی در اقتصاد، اتفاق افتاده باشد اندازه می‌گیرند. ارزش در معرض خطر شرطی^{۱۴} CoVaR متناظر است با ارزش در معرض خطر (VaR) سیستم مالی به‌شرط اینکه یک‌نهاد در معرض خطر یا بحران باشد. سنجه $CoVaR_{i,j}$ می‌تواند برای هر دو نهاد مالی i و j محاسبه شود؛ آدریان و برونمایر، i را یک

9. Billio

10. Benoit, S.

11. Marginal Expected Shortfall

12. Systemic Expected Shortfall

13. Systemic Risk

14. Conditional Value at Risk



ریسک سیستمی در بخش بانکداری ایران پرداخته‌اند. ابریشمی و همکاران (۱۳۹۷) ریسک سیستمی نظام بانکی را بر مبنای سه معیار MES، $\Delta CoVaR$ و SRISK برای بانک‌های فعال در بازار سرمایه در طی دوره ۱۳۹۲/۰۲/۱۴ تا ۱۳۹۷/۰۶/۱۴ محاسبه و اندازه‌گیری و اثر برخی از مهم‌ترین متغیرهای ذاتی بانک‌ها و همچنین متغیرهای کلان اقتصادی، بر روی این شاخص‌ها برآورد شده است. عیوض لو و رامشک (۲۰۱۹) دو روش MES و COVAR را در خصوص رتبه‌بندی ریسک سیستمی بانکی ایران، مورد آزمون قرار دادند. ارول و وهر^{۲۱} (۲۰۲۰) مجموعه عملیات بانکی را در قالب یک سیستم به‌هم‌پیچیده و شبکه‌ای بیان نمودند. انگل و همکاران^{۲۲} (۲۰۲۰) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که پایداری سیستم بانکی به ساختار شبکه‌ای آن بستگی دارد.

اسپینوزا و پراساد^{۲۳} (۲۰۱۰)، انکوشو (۲۰۱۱) و کلاین^{۲۴} (۲۰۱۳) با استفاده از مدل‌های VAR، پویایی‌های NPL و متغیرهای کلان اقتصادی و اثرات متقابل آن‌ها را مورد بررسی قرار داده‌اند. در واقع این مطالعات اثرات بازخوردی بر متغیرهای کلان اقتصادی را نیز مطالعه کردند. نتایج این مطالعات نشان می‌دهد که کیفیت دارایی بانک‌ها و افزایش ریسک اعتباری بانک‌ها نیز بر سیکل‌های اقتصادی اثرگذار است و افزایش در ریسک اعتباری نظام بانکی باعث تشدید نوسانات اقتصادی در سطح کلان می‌شود. به‌عبارت‌دیگر کاهش در کیفیت دارایی بانک‌ها باعث تشدید سیکل‌های اقتصادی شده و اصطلاحاً اثر موافق سیکلی^{۲۵} دارد (انکوشو، ۲۰۱۱) و افزایش در ریسک اعتباری بانک‌ها فرآیند رونق اقتصادی را پیچیده‌تر می‌کند (کلاین، ۲۰۱۳).

دلگادو و سئورینا^{۲۶} (۲۰۰۴) و زمان و جورکا^{۲۷} (۲۰۰۸) با استفاده از مدل‌های تصحیح خطای برداری، اثر کاهش در تولید ناخالص داخلی، نرخ بهره و نرخ ارز را بر NPL سیستم بانکی کشورهای اسپانیا و اسلواکی بررسی کرده‌اند. عبدالله^{۲۸} و همکاران

$\Delta CoVaR$ برابر است با اختلاف بین $CoVaR$ کل اقتصاد برای زمانی که سیستم بانکی در شرایط بحرانی باشد (یعنی یک درصد ارزش در معرض خطر آن باشد) و $CoVaR$ کل اقتصاد زمانی که سیستم بانکی در سطح ۵۰ درصد ارزش در معرض خطر خود باشد. به عبارت دیگر داریم:

$$\Delta (3)$$

در این مقاله از سنجه ($\Delta CoVaR$) برای برآورد ریسک سیستمی استفاده می‌شود.

۳- پیشینه تحقیق

مطالعات و تحقیقات دانشگاهی در زمینه ریسک سیستمی از زمان وقوع بحران ۲۰۰۷ روند روبه‌رشدی را آغاز نمود که اهمیت موضوع ریسک سیستمی را نشان می‌دهد. پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه ریسک سیستمی نظام بانکی را می‌توان به دودسته کلی تقسیم‌بندی نمود. دسته اول پژوهش‌هایی است که به مدل‌سازی و برآورد ریسک سیستمی می‌پردازند و دسته دوم پژوهش‌هایی است که به بررسی عوامل مؤثر بر وقوع ریسک سیستمی می‌پردازند. جابور^{۱۵} (۲۰۱۳)، لاگ جونیر^{۱۶} و گودینهو فیلهو^{۱۷} (۲۰۱۰)، سئورینگ^{۱۸} (۲۰۱۳) و سیلوا^{۱۹} و همکاران (۲۰۱۶)، روش‌شناسی جامعی جهت بررسی تحقیقات انجام‌شده در زمینه ریسک سیستمی ارائه کرده‌اند. سیلوا و همکاران (۲۰۱۶) مرور جامعی بر ساختار شبکه ارجاعات مقالات و تحقیقات انجام‌شده در سال‌های مختلف داشته و پژوهش‌های انجام‌شده در این زمینه را بررسی نموده‌اند. لونتیدس^{۲۰} و همکارانش (۲۰۲۰) به شبیه‌سازی سرایت مالی و آسیب‌پذیری شبکه بانکی با استفاده از تئوری شبکه‌های پیچیده پرداختند. صادقی شریف و همکاران (۱۳۹۷) برای برآورد ریسک سیستمی نظام بانکی از داده‌های روزانه شاخص بانک‌ها در فاصله زمانی آذر ۱۳۸۷ تا فروردین‌ماه ۱۳۹۷ استفاده کرده و ارزش در معرض خطر بازدهی داده‌های روزانه شاخص با استفاده از یک مدل GARCH نمایی برآورد کرده‌اند. مهدوی کلیشمی و همکاران (۱۳۹۶) با استفاده از معیار تغییرات ارزش در معرض خطر شرطی ($\Delta CoVaR$) به ارزیابی

21. Erol & Vohra

22. Engel

23. Espinoza & Prasad

24. Kline, Rex B.

25. Pro cyclical

26. Delgado & Saurina

27. Zeman & Jurca

28. Abedola

15. Jabbour

16. Lage-Jounior

17. Godinho-filho

18. Seuring

19. Silva Walmir

20. Leventides



برداری یعنی VAR را مورد بررسی قرار داد. لوتکپل و کراتزیگ^{۳۷} (۲۰۰۴) الگوی VAR را به شکل زیر معرفی می‌کنند:

$$= A_1 y_{t-1} + \dots + A_p y_{t-p} + B x_t + \dots + B_q x_{t-q} + CD_t + u_t \quad (۴)$$

که در آن $y_t = (y_{1t}, \dots, y_{kt})'$ بردار $K \times 1$ متغیرهای درون‌زا، $x_t = (x_{1t}, \dots, x_{Mt})'$ بردار $M \times 1$ متغیر برون‌زا و خارج از الگو، D_t که شامل کلیه متغیرهای از پیش تعیین‌شده مانند جزء ثابت، روند خطی و متغیرهای مجازی فصلی است و u_t پسماندهای دارای توزیع نرمال با میانگین صفر، نوفه سفید و ماتریس کوواریانس $E(u_t, u_{t-1}) = \sum u$ است. A_i ، B_j و C ماتریس ضرایب با ابعاد مناسب می‌باشند.

مشکلی که در استفاده از الگوی VAR وجود داشت، شکل خلاصه‌شده این الگو بود. در همین راستا، کولی و لروی^{۳۸} مطرح کردند که شوک‌های تخمینی در الگوی VAR، ساختاری نیستند و بدون مراجعه به ساختارهای خاص اقتصاد هر کشور نمی‌توان مفاهیم اقتصادی نتایج الگوی VAR را درک کرد. الگوی SVAR این مشکل را برطرف می‌نماید. لوتکپل و کراتزیگ (۲۰۰۴) این الگو را بر اساس رابطه (۱) با برقراری محدودیت‌های مناسب بر ماتریس A و B به شکل زیر (رابطه ۲) معرفی می‌کنند:

$$y_t = A_1^* y_{t-1} + \dots + A_p^* y_{t-p} + B^* x_t + \dots + B_q^* x_{t-q} + C^* D_t + B \varepsilon_t \quad (۵)$$

یکی حسکویی (۱۳۸۳) نشان می‌دهد که سهم بالای درآمدهای نفتی در کل درآمدهای دولت منجر به چسبندگی ساختاری در ساختار درآمد-هزینه دولت شده است. وفور درآمدهای نفتی مانع از شکل‌گیری یک نظام مالیاتی مقتدر شده و باعث وابستگی هر چه بیشتر بودجه دولت به درآمدهای نفتی شده است. وابستگی صنایع کشور به عواید نفتی باعث شده است تا سرمایه‌گذاری در صنعت متناسب با نوسانات نفتی نوسان کند. وابستگی صنعت به واردات از یک‌سو و سهم درآمدهای ارزی حاصل از صادرات نفت و گاز در تأمین واردات از سوی دیگر، وابستگی صنعت به عواید نفتی را تشدید کرده است. این وابستگی در ساختار صنایع به تنگنای تراز پرداخت‌ها انجامیده است. معظمی و سرعتی (۱۳۹۱) در تحقیق راهبردهای مقابله با اثرات تحریم بر صنعت نفت ایران تأکید می‌کنند نقش صنعت نفت کشور در بودجه و درآمدهای کشور موجب گردیده تا این

(۲۰۱۱) با استفاده از رویکرد مدل‌های خود رگرسیونی با وقفه‌های توزیعی^{۳۹} (ARDL)، عوامل مؤثر بر مطالبات غیر جاری بانک‌های مالزی را مورد بررسی قرار داده‌اند. گرینیچ و گروسنور^{۳۰} (۲۰۰۹) اثر بلندمدت نرخ بهره بر NPL را در بانک‌های بلغارستان مورد بررسی قرار داده‌اند. نیکولاید و گیازاس^{۳۱} (۲۰۱۴) نشان می‌دهند که عرضه پول، رشد اعتبارات و بیکاری اثر معناداری بر ریسک اعتباری بانک‌های رومانی دارند.

نتایج مطالعات مطالعه فلامینی^{۳۲} و همکاران (۲۰۰۹) نشان می‌دهد که نوسانات متغیرهای کلان اقتصادی مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده NPL بانک‌ها در کشورهای آفریقایی بوده است. فوفاک^{۳۳} (۲۰۰۵) ارتباط علی بین مطالبات غیر جاری بانک‌ها با نرخ بهره واقعی، رابطه مبادله، تورم، درآمد سرانه و بازده داری را مورد بررسی قرار داده است. کانگوگو و آسینگا^{۳۴} (۲۰۱۴) با استفاده از داده‌های تلفیقی نشان می‌دهند که رشد GDP و بیکاری اثر منفی بر ریسک اعتباری بانک‌های کنیا داشته؛ و نرخ تورم و نرخ بهره اثر مثبت بر NPL این بانک‌ها داشته است. ماولی^{۳۵} (۲۰۱۳) رابطه منفی بین نقدینگی و ورود سرمایه را مطالبات غیر جاری در سیستم بانکی کنیا نشان می‌دهد. همچنین نتایج این مطالعه نشان می‌دهد شاخص بهای مصرف‌کننده در کوتاه‌مدت اثر منفی و در بلندمدت اثر مثبت بر NPL این بانک‌ها داشته است. واشینگتن^{۳۶} (۲۰۱۴) در مطالعه خود نشان می‌دهد که شرایط اقتصادی نامطلوب اثر منفی بر NPL بانک‌های کنیا داشته است، رشد تولید ناخالص داخلی سرانه و نرخ تورم بر این شاخص منفی بوده است، درحالی‌که اثر نرخ ارز بر NPL از نظر آماری معنادار نبوده است.

۴. روش‌شناسی و معرفی الگوی SVAR

طبق آنچه در بخش مبانی نظری تحقیق گذشت، مناسب‌ترین مدل جهت برآورد ریسک سیستمی، استفاده از الگوی خودرگرسیونی برداری ساختاری (SVAR) می‌باشد. برای معرفی الگوی SVAR ابتدا لازم است الگوی خود بازگشت

29. Autoregressive Distributed Lag Models
30. Greenidge & Grosvenor
31. Nikolaidou & Vogiazas
32. Flamini
33. Fofack
34. Kangogo & Asienga
35. Mawili
36. Washington

37. Lutkepohl & Kratzig

38. Cooley & Leroy



جدول شماره ۱. متغیرهای مدل

نام متغیر	معرفی متغیر
OIL	درآمدهای نفتی دولت
TAX	درآمدهای مالیاتی دولت
LIQ	نقدینگی
INF	نرخ تورم
EXR	نرخ ارز (دلار) غیررسمی (بازار آزاد)
INTR	نرخ بهره اسمی
LOG (GDP)	تولید ناخالص داخلی
$\Delta CoVaR$	سنجه ریسک سیستمی (تغییر ارزش در معرض خطر شرطی)

کلیه متغیرهای مدل به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۹۰ محاسبه شده‌اند

۴-۱- آزمون پایایی متغیرهای مدل

به‌کارگیری روش‌های سنتی اقتصادسنجی در برآورد ضرایب الگوهای اقتصادسنجی با استفاده از داده‌های سری زمانی بر این فرض مبتنی است که متغیرهای الگو پایا^{۳۹} می‌باشند. نتایج آزمون‌های پایایی این متغیرها در جدول شماره (۲) گزارش شده است. نتایج نشان می‌دهد که بر اساس آزمون ADF تمام متغیرهای مدل در سطح نامانا بوده و دارای ریشه واحد می‌باشند. همچنین نتایج نشان می‌دهد که بر اساس آزمون PP تمام متغیرهای به‌استثنای سنجه ریسک سیستمی حداقل دارای یک ریشه واحد می‌باشند.

صنعت به‌عنوان یکی از کلیدی‌ترین صنایع جمهوری اسلامی ایران مورد توجه تحریم‌های غربی قرار گیرد و از سوی دیگر در اولویت دولتمردان و مدیران در برنامه‌ریزی‌ها باشد. بنابراین درآمدهای نفتی از اهمیت بالایی در شکل‌دهی ساختار اقتصاد ایران برخوردار است و وارد کردن تحولات بخش نفت و نوسانات درآمدهای نفتی و سازوکار اثرگذاری آن بر ساختار درآمدی دولت و در نتیجه بروز نوسانات در نرخ ارز، نقدینگی، تورم و نرخ بهره ضروری است. بر این اساس در مدل بسط یافته درآمدهای نفتی نیز وارد مدل شده است. علاوه بر این نرخ بهره نیز وارد مدل نهایی شد. بنابراین مدل بسط یافته یک مدل ۸ متغیره به شکل زیر می‌باشد:

$$y_t \quad (6)$$

که در آن بردار متغیرهای مدل $A_i = 1, \dots, k$ بردارهای ضرایب مدل متناظر با وقفه‌های $i = 1, \dots, k$ از بردار متغیرهای مدل است. در واقع در یک مدل خودرگرسیونی برداری (VAR) غیر مقید، هر متغیر روی وقفه‌های خود و وقفه‌های سایر متغیرها رگرس می‌شود. در این مدل، بردار متغیرهای مدل y_t به شکل جدول شماره ۱ است.

جدول شماره ۲. نتایج آزمون ریشه واحد سطح متغیرها

متغیر	آماره ADF	مقادیر بحرانی	آماره PP	مقادیر بحرانی
$\Delta CoVaR$	-۱,۵۵۹۹	(۰,۰۰۱)	-۶,۷۱	(۰,۰۰۰)
OIL	۲,۹۶	(۰,۹۹)	۲,۵۷	(۰,۹۹)
EXR	۲,۸۲	(۰,۹۹)	۲,۷۲	(۰,۹۹)
TAX	۰,۵۹	(۰,۸۴)	۱,۲۸	(۰,۹۴)
LIQ	-۱,۸۲	(۰,۰۶)	-۱,۸۲	(۰,۰۶)
INF	-۱,۵۱	(۰,۱۲)	-۱,۴۸	(۰,۱۲)
LOG(GDP)	-۰,۶۸	(۰,۸۶)	۱,۳۹	(۰,۹۵)
INTR	-۰,۲۶	(۰,۵۸)	۰,۱۵	(۰,۷۲)

ارقام داخل پرانتز مقدار (P-VALUE) است.
منبع: محاسبات تحقیق



۲-۴- برآورد مدل تجزیه و تحلیل اثر شوک‌های

متغیرهای کلان بر ریسک سیستمی نظام بانکی

به منظور بررسی تأثیر شوک‌های متغیرهای کلان اقتصادی بر ریسک سیستمی ابتدا مدل SVAR برآورد می‌گردد. سپس با استفاده از توابع ضربه آنی اثر شوک در هر یک از متغیرها بر ریسک سیستمی نظام بانکی بررسی می‌شود. برآورد مدل SVAR به معنای اعمال قیود بر مدل VAR غیر مقید و برآورد ماتریس‌های A و B می‌باشد. بنابراین ابتدا مدل غیر مقید برآورد می‌گردد. به منظور برآورد مدل غیر مقید، تعداد وقفه‌های بهینه بر اساس معیار SBC تعیین گردید. بر اساس این آماره تعداد وقفه بهینه یک تعیین گردید. در ادامه قیود به صورت یک ماتریس پایین مثلثی بر مدل غیر مقید اعمال و ضرایب ماتریس‌های A و B برآورد گردید.

۵- یافته‌های تحقیق

۱-۵- تجزیه و تحلیل اثر شوک درآمدهای نفتی دولت

بر ریسک سیستمی نظام بانکی

نمودار شماره (۱) واکنش سنج ریسک سیستمی نظام بانکی نسبت به شوک نفتی را قالب مدل خودرگرسیون ساختاری (SVAR) طراحی شده نشان می‌دهد. یک انحراف معیار افزایش در درآمدهای نفتی باعث تغییر سنج ریسک سیستمی به اندازه ۰,۰۰۵- می‌شود که حکایت از افزایش ریسک سیستمی نظام بانکی دارد. افزایش درآمدهای نفتی باعث کاهش نرخ برابری ارز و افزایش واردات می‌شود. از سوی دیگر کاهش در نرخ ارز افزایش در قدرت برابری خرید مشتریان نظام بانکی را به همراه دارد. ورود درآمدهای نفتی به خزانه و فروش ارز به بانک مرکزی، رشد نقدینگی از محل افزایش مانده دارایی‌های خارجی بانک مرکزی، کاهش در نرخ بهره را به همراه دارد. مجموعه این عوامل باعث کاهش نکول اعتباری مشتریان حقیقی بانک‌ها و در نهایت ریسک سیستمی نظام بانکی می‌شود. با این وجود اثرات تورمی رشد درآمدهای نفتی و در دوره‌های بعدی باعث افزایش نکول اعتباری مشتریان می‌شود. نتایج نشان می‌دهد که در بلندمدت شوک‌های مثبت نفتی اثرات منفی بر اقتصاد داشته و ریسک سیستمی نظام بانکی را افزایش می‌دهد.

علی‌رغم اینکه سطح بسیاری از سری‌های زمانی ناپایا می‌باشد، تفاضلات این متغیرها پایا می‌باشند. علاوه بر این برای تعیین درجه جمعی متغیرهای سری زمانی از آزمون پایایی تفاضلات متغیرهای سری زمانی استفاده می‌شود. نتایج آزمون پایایی تفاضل مرتبه اول متغیرهای مدل در جدول شماره (۳) گزارش شده است. نتایج نشان می‌دهد که بر اساس آزمون ADF، فرضیه H_0 دایر بر ناپایایی تمام متغیرهای مدل رد می‌شود. همان‌طور که مشاهده می‌شود بر اساس نتایج این آزمون، فرض وجود ریشه واحد در تفاضل مرتبه اول متغیر تولید ناخالص داخلی در سطح اطمینان ۹۰ درصد رد می‌شود. این در حالی است که بر اساس آزمون فیلیپس-پرون وجود ریشه واحد در تفاضل مرتبه اول این متغیر در تمام سطوح اطمینان رد می‌شود. این امر می‌تواند ناشی از وجود شکست ساختاری در متغیر تولید ناخالص داخلی باشد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که تفاضل مرتبه اول تمام متغیرهای مدل پایا می‌باشد و این متغیرها جمعی^{۴۰} از درجه اول یعنی $I(1)$ می‌باشند.

جدول شماره ۳. نتایج آزمون ریشه واحد تفاضل

مرتبه اول متغیرها (ADF, PP)

متغیر	آماره ADF	مقادیر بحرانی	آماره PP	مقادیر بحرانی
Δ	-۶,۳	(۰,۰۰۰)	-۵۲,۰۹	(۰,۰۰۰)
DOIL	-۳,۶۲	(۰,۰۳۲)	-۴,۹۹	(۰,۰۰۰)
DEXR	-۶,۴۸	(۰,۰۰۰)	-۵,۶	(۰,۰۰۰)
DTAX	-۲,۰۶	(۰,۰۳)	-۵,۶	(۰,۰۰۰)
DLIQ	-۳,۶۲	(۰,۰۳)	-۴,۸۹	(۰,۰۰۰)
DINF	-۵,۲۱	(۰,۰۰۲)	-۱۳,۴	(۰,۰۰۰)
DLOG(GD P)	-۱,۸۳	(۰,۰۰۶)	-۴,۷۹	(۰,۰۰۰)
DINTR	-۳,۲۲	(۰,۰۱۳)	-۳,۴۵	(۰,۰۰۷)

ارقام داخل پرانتز مقدار (P-VALUE) است.
منبع: محاسبات تحقیق

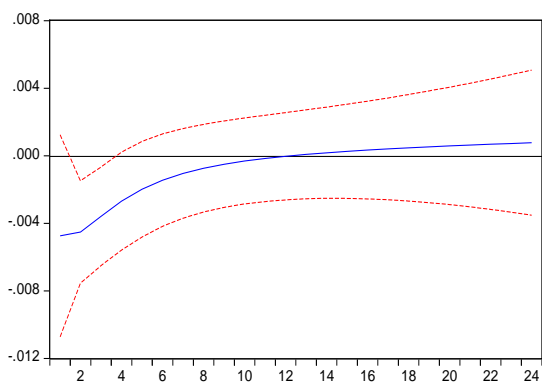


۳-۵- تجزیه و تحلیل اثر نااطمینانی نرخ ارز بر

ریسک سیستمی نظام بانکی

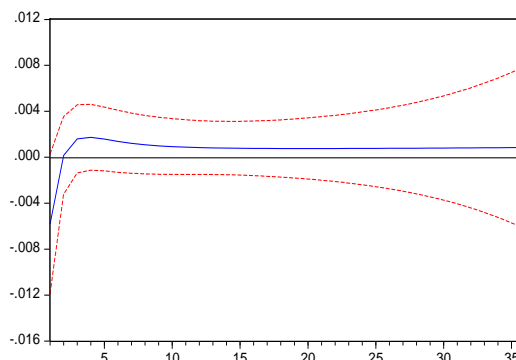
نمودار (۳) واکنش سنج ریسک سیستمی نظام بانکی نسبت به یک انحراف معیار شوک در نرخ ارز را به تصویر می‌کشد. همان‌طور که مشاهده می‌شود وقوع یک شوک مثبت ارزی به اندازه یک انحراف معیار در نرخ ارز، باعث تغییر در سنج ریسک سیستمی به اندازه $0,05$ می‌شود در توضیح این فرایند می‌توان گفت که شوک مثبت ارزی و کاهش ارزش پول ملی باعث افزایش قیمت کالاهای وارداتی می‌شود که بر اساس گذر نرخ ارز منجر به رشد شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی می‌شود. با رشد قیمت‌ها توان بازپرداخت وام توسط خانوارها کاهش می‌یابد که افزایش مانده مطالبات غیرجاری بانک‌ها و کاهش کیفیت دارایی آن‌ها را به همراه خواهد داشت. از سوی دیگر کاهش قدرت خرید مصرف‌کنندگان به دنبال اثرات تورمی جهش نرخ ارز تقاضا برای کالاها و خدمات تولیدی را کاهش می‌دهد که به نوبه خود به کاهش جریان نقدینگی بنگاه‌ها می‌انجامد. کاهش در جریان ورودی درآمدی بنگاه‌ها باعث افزایش نکول اعتباری مشتریان حقوقی بانک‌ها در سال‌های بعد می‌شود. براین اساس شوک نرخ ارز و کاهش ارزش پول ملی باعث افزایش ریسک سیستمی نظام بانکی خواهد داشت.

Response of DELTACOVAR to Cholesky
One S.D. EXR Innovation



نمودار ۳. تأثیر شوک نااطمینانی نرخ ارز بر ریسک سیستمی نظام بانکی (تابع ضربه آنی مدل SVAR)

Response of DELTACOVAR to Cholesky
One S.D. OIL Innovation



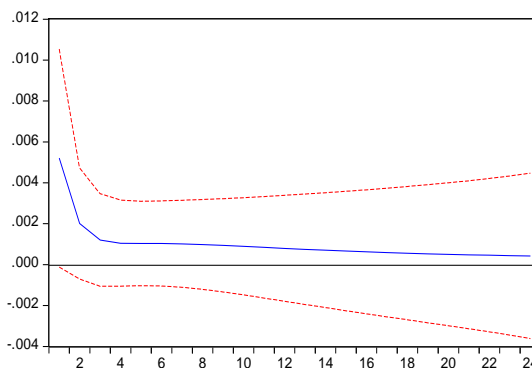
نمودار ۱. تأثیر شوک نفت بر ریسک سیستمی نظام بانکی (تابع ضربه آنی مدل SVAR)

۲-۵- تجزیه و تحلیل اثر شوک درآمدهای مالیاتی

دولت بر ریسک سیستمی نظام بانکی

درآمدهای مالیاتی، می‌تواند هزینه‌های بنگاه‌ها را افزایش داده و احتمال نکول اعتباری بنگاه‌های تولید را افزایش دهد. از سوی دیگر بر اساس نظریه‌های اقتصادی افزایش درآمدهای مالیاتی جهت تأمین مالی بودجه دولت اثر تراجمی بر بخش خصوصی داشته و باعث افزایش نرخ بهره و درنهایت هزینه تأمین مالی بخش خصوصی و درنهایت منجر به افزایش نکول اعتباری مشتریان حقوقی بانک‌ها می‌شود. نتایج به‌دست‌آمده از تابع ضربه آنی به‌دست‌آمده از مدل SVAR نشان می‌دهد که یک انحراف معیار افزایش درآمدهای مالیاتی دولت منجر به تغییر سنج ریسک سیستمی به اندازه $0,05$ می‌شود. بنابراین درآمدهای مالیاتی ریسک سیستمی نظام بانکی را کاهش می‌دهد.

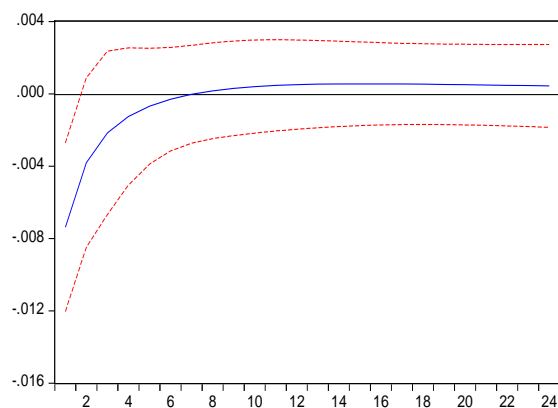
Response of DELTACOVAR to Cholesky
One S.D. TAXRR Innovation



نمودار ۲. تأثیر شوک مالیاتی بر ریسک سیستمی نظام بانکی (تابع ضربه آنی مدل SVAR)

بنگاهها می‌شود که به‌نوبه خود کیفیت دارایی بنگاهها را کاهش داده و منجر به افزایش ریسک سیستمی نظام بانکی می‌شود. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که یک انحراف معیار افزایش در تورم باعث تغییر در سنجه ریسک سیستمی نظام بانکی به میزان $-0,008$ می‌شود. همان‌طور که گفته شد تغییرات منفی در سنجه ریسک سیستمی به معنای افزایش ریسک سیستمی نظام بانکی است.

Response of DELTACOVAR to Cholesky
One S.D. INF Innovation



نمودار ۵. تأثیر شوک نااطمینانی تورم بر ریسک سیستمی نظام بانکی (تابع ضربه آنی مدل SVAR)

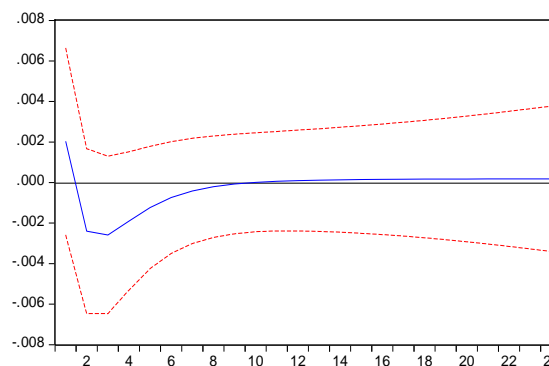
۵-۶- تجزیه و تحلیل اثر نرخ بهره بر ریسک سیستمی نظام بانکی

نرخ بهره مهم‌ترین عامل در تقاضای سرمایه‌گذاری به شمار می‌رود. افزایش در نرخ بهره باعث کاهش تقاضای سرمایه‌گذاری می‌شود. از سوی دیگر افزایش در نرخ بهره باعث افزایش در مانده سپرده‌های بانکی شده و توان اعتباری بانکها را افزایش می‌دهد. رشد اعتبارات بانکی و افزایش در تسهیلات اعطایی به مشتریان حقیقی و حقوقی بانکها تقاضا برای کالاها و خدمات را افزایش می‌دهد. افزایش در تقاضای کل اقتصاد می‌تواند رشد تولید کالاها و خدمات را به همراه داشته باشد که این امر منجر به افزایش درآمد سرانه و در نتیجه کاهش ریسک اعتباری مشتریان بانکها می‌شود. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که افزایش در نرخ بهره به اندازه $0,003$ تغییر می‌دهد که به معنای کاهش در این سنجه می‌باشد. بر این اساس شوک نرخ بهره کاهش در

۴-۵- تجزیه و تحلیل اثر نقدینگی بر ریسک سیستمی نظام بانکی

نتایج حاصل از مدل SVAR برآورد شده نشان می‌دهد که شوک نقدینگی به اندازه یک انحراف معیار باعث تغییر در سنجه ریسک سیستمی نظام بانکی به اندازه $0,002$ می‌شود. با توجه به اینکه سنجه ریسک سیستمی مقداری منفی است، تغییر فوق به معنای کاهش ریسک سیستمی نظام بانکی است. با رشد نقدینگی، منابع مورد نیاز بنگاهها افزایش می‌یابد. علاوه بر این رشد اعتبارات بانکی منجر به رشد تقاضای مؤثر برای کالاها و خدمات می‌شود که افزایش سودآوری بنگاهها را می‌تواند به همراه داشته باشد. این امر جریان نقدینگی به سمت بنگاهها را افزایش می‌دهد که کاهش نکول اعتباری مشتریان بانکها را به دنبال دارد. نتایج به‌دست‌آمده با نتایج مطالعات بین‌المللی سازگار است.

Response of DELTACOVAR to Cholesky
One S.D. LIQ Innovation



نمودار ۴. تأثیر شوک نقدینگی بر ریسک سیستمی نظام بانکی (تابع ضربه آنی مدل SVAR)

۵-۵- تجزیه و تحلیل اثر نااطمینانی تورم بر ریسک سیستمی نظام بانکی

تورم دارای آثار متفاوتی بر عملکرد بنگاههاست. از یک سو تورم سودآوری بنگاههای تولید را افزایش می‌دهد که کاهش ریسک اعتباری مشتریان حقیقی بانکها را به همراه دارد. از سوی دیگر تورم باعث کاهش در قدرت خرید خانوارها می‌شود که علاوه بر اینکه نکول اعتباری مشتریان حقیقی را افزایش می‌دهد باعث کاهش تقاضای کالاها به‌ویژه کالاهای بادوام می‌شود که به‌نوبه خود کاهش در جریان نقدینگی به سمت بنگاهها را به همراه دارد. کاهش درآمد بنگاههای تولید منجر به افزایش نکول اعتباری مشتریان حقوقی



فوق نشان داده شد، به طور خلاصه در جدول شماره (۴) آمده است.

جدول شماره ۴. خلاصه تأثیر متغیرهای کلان اقتصادی بر

ریسک سیستمی نظام بانکی مدل SVAR

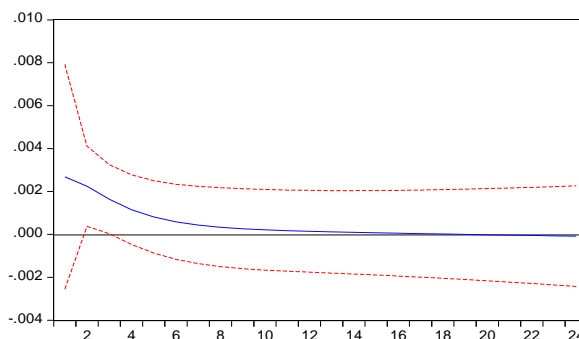
متغیر	نوع تأثیر بر ریسک سیستمی	میزان تأثیر
درآمدهای نفتی	افزایش ریسک سیستمی	کاهش ۰/۵ درصد واحد سنجه ریسک
درآمدهای مالیاتی	کاهش ریسک سیستمی	افزایش ۰/۵ درصد واحد سنجه ریسک
نااطمینانی نرخ ارز	افزایش ریسک سیستمی	کاهش ۰/۵ درصد واحد سنجه ریسک
نقدینگی	کاهش ریسک سیستمی	افزایش ۰/۲ درصد واحد سنجه ریسک
نااطمینانی تورم	افزایش ریسک سیستمی	کاهش ۰/۸ درصد واحد سنجه ریسک
نرخ بهره	کاهش ریسک سیستمی	افزایش ۰/۳ درصد واحد سنجه ریسک
تولید ناخالص داخلی	کاهش ریسک سیستمی	افزایش ۰/۹ درصد واحد سنجه ریسک

۵- بحث و نتیجه گیری

در این مقاله تأثیر شوک‌های متغیرهای کلان اقتصادی بر ریسک سیستمی نظام بانکی ایران مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای این منظور با استفاده از سنجه تغییر در ارزش در معرض خطر شرطی ($\Delta CoVar$) و با استفاده از رگرسیون کوانتایل ریسک سیستمی نظام بانکی برآورد گردید. در ادامه در قالب یک الگوی خودرگرسیونی برداری ساختاری (SVAR) و با استفاده از توابع ضربه آنی اثر شوک در هر یک از متغیرها بر ریسک سیستمی نظام بانکی برآورد گردید. بر این اساس این مقاله کانال‌ها و ساختار اثرگذاری متغیرهای کلان اقتصادی بر ریسک سیستمی نظام بانکی را نشان می‌دهد. مدل خودرگرسیونی برداری ساختاری (SVAR) با اعمال قیود ساختاری بر اساس ساختار اقتصادی ایران بر روی متغیرهای تحقیق امکان شناسایی کانال‌های اثرگذاری را در مدل فراهم می‌کند. نتایج این مقاله نشان می‌دهد که با توجه به اینکه بخش نفت در اقتصاد ایران از اهمیت بالایی برخوردار بوده و درآمدهای نفتی تخصیص

ریسک سیستمی نظام بانکی را به همراه دارد. نتایج به دست آمده با نتایج مطالعات بین‌المللی سازگاری دارد.

Response of DELTACOVAR to Cholesky
One S.D. INTR Innovation



نمودار ۶. تأثیر شوک نرخ بهره بر ریسک سیستمی نظام

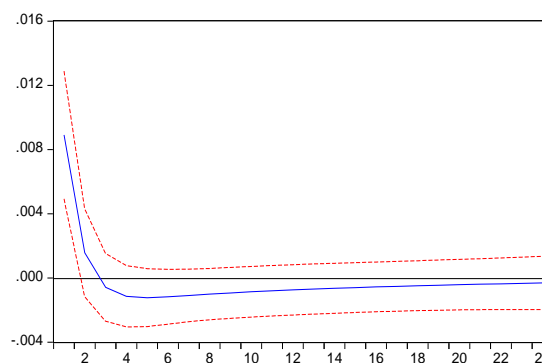
بانکی (تابع ضربه آنی مدل SVAR)

۷-۵ تجزیه و تحلیل اثر تولید ناخالص داخلی بر ریسک

سیستمی نظام بانکی

رشد تولید ناخالص داخلی کاهش در ریسک اعتباری مشتریان بانک‌ها را به همراه دارد. بنابراین انتظار می‌رود که شوک مثبت در تولید ناخالص داخلی ریسک سیستمی نظام بانکی را کاهش دهد. بر اساس نتایج به دست آمده از توابع ضربه آنی، یک شوک مثبت در لگاریتم تولید ناخالص داخلی به اندازه یک انحراف معیار باعث تغییر ۰,۰۰۹ در سنجه ریسک سیستمی می‌شود. لذا شوک مثبت تولید ناخالص داخلی منجر به کاهش سنجه ریسک سیستمی نظام بانکی می‌شود.

Response of DELTACOVAR to Cholesky
One S.D. LOG(GDP) Innovation



نمودار ۷. تأثیر شوک تولید ناخالص داخلی بر ریسک

سیستمی نظام بانکی (تابع ضربه آنی مدل SVAR)

نتایج به دست آمده از توابع ضربه آنی تأثیر متغیرهای کلان اقتصادی بر ریسک سیستمی نظام بانکی که در نمودارهای



و نااطمینانی در نرخ برابری ارز می‌باشد. کانال سوم اثرگذاری درآمدهای نفتی را می‌توان نقدینگی نظام بانکی دانست. کانال چهارم اثرگذاری درآمدهای نفتی بر ریسک اعتباری بانک‌ها نااطمینانی تورم است. نرخ بهره و تولید ناخالص داخلی نیز به ترتیب کانال‌های بعدی اثرگذاری شوک‌های نفتی بر ریسک اعتباری بانک‌ها و در نهایت ریسک سیستمی نظام بانکی می‌باشند. نوسان‌های قیمت نفت در بازارهای جهانی و به دنبال آن نوسان درآمدهای نفتی که در ادبیات اقتصادی از آن به‌عنوان شوک یا تکانه نفتی یاد می‌شود، تأثیرات قابل توجهی در اقتصاد کشورهای صادرکننده نفت به‌جای می‌گذارند.

درآمد در اقتصاد ایران را تحت تأثیر قرار داده است؛ به همین دلیل نوسانات در درآمدهای نفتی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر متغیرهای کلان اقتصادی تأثیر می‌گذارد. تغییر در متغیرهای کلان اقتصادی بر ریسک اعتباری مشتریان بانک‌ها و در نهایت بر ریسک سیستمی نظام بانکی اثرگذار می‌باشد. لذا شوک‌های درآمدی نفتی از کانال‌های مختلفی بر ریسک اعتباری بانک‌ها اثر می‌گذارند. یکی از کانال‌های اثرگذاری شوک‌های نفتی بر ریسک اعتباری بانک‌ها و در نهایت ریسک سیستمی نظام بانکی، تأثیر نوسانات قیمت نفت بر درآمدهای دولت و نوسانات در درآمدهای مالیاتی دولت می‌باشد. کانال دوم اثرگذاری نوسانات درآمدهای نفتی بر ریسک اعتباری بانک‌ها، نوسانات

منابع

۱. باقری نژاد، جعفر و جاوید، غزاله (۱۳۹۳). ارائه مدل نوآوری باز در صنعت بانکداری ایران: مطالعه موردی بانک پارسیان، فصلنامه نوآوری و ارزش‌آفرینی، شماره ۵، سال ۳، فصل بهار-تابستان سال ۱۳۹۳.
۲. صادقی شریف سیدجلال، سوری علی، استادهاشمی علی (۱۳۹۷). مدلسازی و برآورد ریسک سیستم بانکی در قالب یک مدل شبکه‌ای با استفاده از سنج CoVaR، پژوهش‌های پولی بانکی، دوره ۱۱، شماره ۳۶-۲۱۰-۱۸۳.
۳. صادقی، مهدی. (۱۳۹۲)، مدیریت ریسک سیستمیک در نهادهای مالی بازار سرمایه ایران. نشریه مدیریت پژوهش، توسعه و مطالعات اسلامی، ۳۸ - ۱.
۴. معظمی، منصور و سرعتی آشتیانی، نرجس (۱۳۹۱)، راهبردهای مقابله با اثرات تحریم بر صنعت نفت ایران با تأکید بر توسعه همکاری‌های دانشگاه و صنعت، فصلنامه نوآوری و ارزش‌آفرینی، شماره ۲، سال ۱، فصل پاییز-زمستان سال ۱۳۹۱.
۵. مهدوی کلیشیمی غدیر، الهی ناصر، فرزین وش اسداله و گیلانی پور جواد (۱۳۹۶)، ارزیابی ریسک سیستمی در شبکه بانکی ایران توسط معیار تغییرات ارزش در معرض خطر شرطی. مجله مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار. شماره ۳۳.
۶. ندائی، امین و خوارزمی، امیدعلی (۱۳۹۳)، تحلیل سیستمی تأثیر ریسک‌پذیری بر نوآوری در پارک علمی و فناوری پردیس، فصلنامه نوآوری و ارزش‌آفرینی، شماره ۵، سال ۳، فصل بهار-تابستان سال ۱۳۹۳.
۷. نقی لو، احمد و محمد نظامی، طاهره (۱۳۹۳)، ارتباط بین متغیرهای کلان اقتصاد و ریسک اعتباری بانک‌ها، کنفرانس بین‌المللی مدیریت و مهندسی صنایع، مرکز همایش‌های بین‌المللی صداوسیما.
8. Abedola, S.S., Yusoff, W.S.W., Dahalan, J., 2011. An ARDL approach to the determinants of non-performing loans in Islamic banking system in Malaysia. Kuwait Chapter Arab. J. Bus. Manage. Rev. 1 (2), 20-30. Paper, 3957.
9. Adrian, T., & Brunnermeier, M. (2009). CoVaR. Paper presented at the CEPR/ESI 13th Annual Conference on 'Financial Supervision in an Uncertain World' in Venice. Staff Report 348, Federal Reserve Bank of New York.
10. Adrian, T., Brunnermeier, M. K., 2010. CoVaR. Federal Reserve Bank of New York Staff Report (348).
11. Aggarwal, R. (1981). Exchange rates and stock prices: a study of three US capital markets under floating exchange rates. Akron Business and Economics



23. Jorion, Ph. (2001). *Value at Risk: The New Benchmark for Managing Financial Risk*. McGraw-Hill, New York.
24. Kangogo, N.J., Asienga, I.C., 2014. Factors affecting non-performance of personal loans in banking industry: case study of tier one banks in Kenya. Conference Proceedings, 4th Annual Conference Kabarak University, 2014.
25. Kline, Rex B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: Guilford Press, - Methodology in the social sciences.
26. Lutkepohl, H. & Kratzig, M. (2004). *Applied Time Series Econometrics*. Cambridge University Press. pp. 321-350.
27. Mawili, G.M., 2013. The impact of macroeconomic factors on non-performing loans in the Kenyan banking industry. In: Proceedings of the 1st Annual Research Conference, Jomo Kenyatta University, 12–13 September 2013.
28. Nikolaidou, E., Vogiazas, S.D., 2014. Credit risk determinants for the Bulgarian banking system. *Int. Adv. Econ. Res.* 20 (1), 87–102.
29. Nkusu, M., 2011. Non-performing loans and macrofinancial vulnerabilities in advanced economies. *IMF Working Paper* 11/161.
30. Washington, G.K., 2014. Effects of macroeconomic variables on credit risk in the Kenyan banking system. *Int. J. Bus. Commer.* 3 (9), 1–26.
31. Zeman, J., Jurca, P., 2008. Macro Stress Testing of the Slovakian Banking Sector. National Bank of Slovakia Working Paper, 1/2008.
32. Acharya, Lasse H. Pedersen, Thomas Philippon, Matthew Richardson, *Measuring Systemic Risk*, *The Review of Financial Studies*, Volume 30, Issue 1, January 2017, Pages 2–47.
33. Li, S., Lu, Y., Wu, Ch. (2019). Systemic risk in bank-firm multiplex networks. *Review*, 12, 7–12.
12. Aggarwal, R., Demirgüç, Kunt, A., Martinez Peria, M.S., 2006. Do Workers' Remittances Promote Financial Development? *World Bank Policy Research Working R.*, 3957.
13. Benoit, S., et al., A theoretical and empirical comparison of systemic risk measures. 2013.
14. Bernal, Oscar, Gnabo, Jean-Yves, and Gregory Guilmin, (2013), *Assessing the contribution of banks, insurance and other financial*, Working Paper.
15. Castro, V., 2013. Macroeconomic determinants of the credit risk in the banking system: the case of the GIPSI. *Econ. Model.* 31, 672–683.
16. Delgado, J., Saurina, J., 2004. Credit Risk and Loan Loss Provisions. An Analysis with Macroeconomic Variables. *Banco de Espana Working Paper*, No. 12.
17. Espinoza, R., Prasad, A., 2010. Nonperforming Loans in the GCC Banking System and their Macroeconomic Effects. *IMF Working Paper*, 224.
18. Flamini, V., McDonald, C., Schumacher, L., 2009. The Determinants of Commercial Bank Profitability in Sub-Saharan Africa. *IMF Working Paper*, 15.
19. Fofack, H., 2005. Nonperforming Loans in Sub-Sahara Africa. *Causal Analysis and Macroeconomic Implication*. *World Bank Policy Research Paper*, 3769.
20. Greenidge, K., Grosvenor, T., 2009. *Forecasting Non-performing Loans in Barbados*. Bank of Barbados Working Paper.
21. Guerra, S. M., Silva, T. C., Tabak, B. M., de Souza Penaloza, R. A., de Castro Miranda, R. C., jan 2016. Systemic risk measures. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications* 442 (1), 329–342.
22. John E. Golob, Je., (1994). Does inflation uncertainty increase with inflation? *Economic Review*, issue Q III, No v. 79, no. 3, 27-38.



40. Eivazlu, R. & Rameshg, M. (2019). Measuring systemic risk in the financial institution via dynamic conditional correlation and delta conditional value at risk mode and bank rating. *Asset Management and Financing*, 7(4), 1-16. (in Persian)
41. Engel, J., Pagano, A., & Scherer, M. (2020). Reconstructing the topology of financial networks from degree distributions and reciprocity. *Journal of Multivariate Analysis*
42. Acharya, V. V., Richardson, M., Jan 2009. Causes of the financial crisis. *Critical Review* 21 (2-3), 195–210.
43. Lage-Junior, M., Godinho-Filho, M., May 2010. Variations of the Kanban system: Literature review and classification. *International Journal of Production Economics* 125 (1), 13–21.
44. Seuring, S., Mar 2013. A review of modeling approaches for sustainable supply chain management. *Decision Support Systems* 54 (4), 1513–1520.
45. Jabbour, C. J. C., May 2013. Environmental training in organisations:
46. From a literature review to a framework for future research. *Resources, Conservation and Recycling* 74 (1), 44–155.
- Finance Research Letters, In press, corrected proof Available online.
34. Adrian, T., Brunnermeier, M. (2016). CoVaR. *American Economic Review*, 106(7), 1705-1741.
35. Abrishami, H., Mehrara, M., Rahmani, M. (2019). Measuring and analysis of systemic risk in iranian banking sector and investigating its determinants. *Journal of Econometric Modeling*, 4(3), 11-36 [In Persian].
36. Kumar, V. (2018). Systemic Risk vs Systematic risk. *Accounting Education, eBook*, Retrieved from <http://www.svtuition.org/2012/07/systemic-risk-vs-systematic-risk.html>.
37. Rahimi Baghi, A., ArabSalehi, M., Vaez Barzani, M. (2019). Assessing the Systemic Risk in the Financial System of Iran using Granger Causality Network Method. *Financial Research Journal*, 21(1), 121-142. (in Persian)
38. Leventides, J., Loukaki, K., & Papavassiliou, V. G. (2020). Simulating financial contagion dynamics in random interbank networks. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 158, 500-525.
39. Erol, S., & Vohra, R. (2020). Network formation and systemic risk. Available at SSRN 2546310.



چالش‌ها و عوامل اثرگذار بر تجاری‌سازی فناوری در جهاد دانشگاهی

*عاطفه ذوالفقاری *حسام زندحسامی ***مرتضی اکبری ***حمید امین‌اسماعیلی

*دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، قزوین، ایران، پژوهشگر جهاد دانشگاهی atearta@gmail.com

**استادیار، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران h.zand@srbiau.ac.ir

***دانشیار، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران mortezaakbari@ut.ac.ir

***استادیار جهاد دانشگاهی، تهران، ایران hamins38@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۲/۱۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۳۱

صص: ۶۹-۸۶

چکیده

این مقاله به شناسایی چالش‌ها و عوامل اثرگذار بر تجاری‌سازی فناوری در جهاد دانشگاهی به عنوان یکی از بزرگترین مراکز تحقیقاتی کشور، پرداخته است. در این پژوهش پس از بررسی گسترده در ادبیات موضوع با روش کیفی و با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند، ۲۷ مصاحبه عمیق با فناوران و خبرگان حوزه فناوری جهاد دانشگاهی انجام شده و با تحلیل تم ۲۱۵ عامل اثرگذار بر تجاری‌سازی فناوری شناسایی شده است. ویژگی‌های شخصی و جمعیت‌شناختی کارآفرین و دوسوتوانی به عنوان عوامل موثر فردی، فرهنگ سازمانی، وجود ساختار سازمانی مناسب و حمایت مدیریت به عنوان عوامل سازمانی و حمایت صنعت و دولت، تقاضای بازار، شرایط اقتصادی کشور، و موقعیت جغرافیایی به عنوان عوامل محیطی اثرگذار بر تجاری‌سازی در این پژوهش دسته‌بندی شده‌اند. همچنین مشکلات و چالش‌های شناسایی شده در این پژوهش شامل معضلات تأمین مالی، عدم وجود فرهنگ خرید تولید داخلی در سازمان‌ها، تنگنای حقوقی و قانونی، کمبود نیروی انسانی دوسوتوان، عدم اطمینان سازمان‌ها، بازار و بدنه تصمیم‌ساز دولت به محصولات داخلی بوده است. استفاده از روش‌های جدید تأمین مالی، وضع قوانین جدید استاندارد دهی به فناوری‌های جدید، ایجاد فرهنگ خودباوری در کشور و تعهد تولیدکنندگان فناوری‌های داخلی به تولید با کیفیت و خدمات پس از فروش بهتر، پیشنهادهای جهت رفع مشکلات تجاری‌سازی فناوری هستند.

واژه‌های کلیدی: تجاری‌سازی، فناوری، چالش، دوسوتوانی، جهاد دانشگاهی.

نوع مقاله: پژوهشی

۱- مقدمه

دانشگاه‌ها و مؤسسات تحقیقاتی به عنوان منابع مهم تولید دانش، فناوری‌های جدید و عامل ایجاد درآمد و اشتغال بوده (کلاوسن و ایوانز^۴ ۲۰۰۰) و فناوری یکی از مهم‌ترین ابعاد تعیین‌کننده مزیت رقابتی آنها است (خانا^۵ ۲۰۱۴). تجاری‌سازی فناوری به عنوان فرآیند تبدیل

در دنیای امروز توسعه اقتصادی عمدتاً، با نوآوری (اتزکویتز و ژائو^۱ ۲۰۱۷)، پژوهش (فینی^۲ و همکاران، ۲۰۱۸) و یافتن روش‌هایی برای انتقال دانش و فناوری، محقق می‌گردد (آلستروم^۳ و همکاران، ۲۰۰۴). در مسیر توسعه اقتصادی،

1. Etzkowitz & Zhou
2. Fini
3. Ahlstrom

4. Klofsten & Evans
5. Khanna

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: حسام زندحسامی H.zand@srbiau.ac.ir



دانش علمی به محصولات جدید یا بهبود وضعیت کالا و خدمات و رساندن آنها به بازار (فینی و همکاران، ۲۰۱۸)، یکی از مکانیسم‌های مهم دستیابی به توسعه اقتصادی است. حرکت در مسیر نوآوری و ارزش آفرینی و ایفای مطلوب مسئولیت اجتماعی یکی از محورهای تحول دانشگاه‌ها در سال‌های گذشته بویژه در دو دهه اخیر است (مهدی و شفیع، ۱۳۹۹) در کشور ما نیز حرکت به سمت اقتصاد دانش‌بنیان با دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی کشور هدایت و تسهیل می‌شود (گودرزی، ۱۳۹۲). در راستای اهمیت نقش تجاری سازی نتایج پژوهش‌ها در کشور، در حال حاضر طرح‌ها و برنامه‌های مختلفی اجرایی شده‌اند که در این باره می‌توان به بند (ج) ماده ۴ قانون برنامه ششم توسعه کشور، در چهارچوب بند (۸۰) سیاست‌های کلی برنامه ششم (حمایت حقوقی، مالی و نهادی لازم برای توسعه دانش و پیشرفت فناورانه و نوآورانه در جهت تجاری سازی ایده و دانش در تولید محصول و خدمات با ارزش افزوده مثبت)، اشاره کرد (برنامه ششم توسعه کشور، ۱۳۹۵). بنابراین تجاری سازی پژوهش‌های دانشگاهی به عنوان یک ضرورت می‌بایست در راهبرد و چشم‌انداز دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی تلفیق شود. از این رو لزوم شناخت عوامل اثرگذار و چالش‌ها در فرآیند تجاری سازی فناوری‌های توسعه یافته در مراکز پژوهشی کشور، می‌تواند به عنوان قدم اول در کمک به خواست ملی حرکت به سوی اقتصاد دانش‌بنیان مطرح باشد، زیرا شناسایی عوامل اثرگذار و مشکلات، همواره به عنوان قدم اول در حل مسأله مطرح است (عباسی و همکاران، ۱۳۹۷).

برای بهره‌مندی از پتانسیل‌های علمی سازمان‌ها و مراکز تحقیقاتی کشور، تجاری سازی فناوری باید بطور جدی در برنامه این مراکز قرار گیرد. در این راستا، شناخت دقیق‌تر از شرایط زمینه‌ساز تجاری سازی و عوامل موثر بر کسب موفقیت مراکز تحقیقاتی در تجاری سازی، می‌تواند به تدوین بهتر سیاست‌ها و طراحی دقیق‌تر برنامه‌های اجرایی جهت حرکت به سمت تجاری سازی کمک کند. برای نیل بدین مقصود باید نیروی انسانی مراکز تحقیقاتی با مفاهیم و عوامل اثرگذار بر تجاری سازی آشنا بوده و سازمان‌های تحقیقاتی از حیث الزامات زیرساختی،

ساختاری، تیم سازی و... آماده تجاری سازی بوده و محیط داخلی سازمان‌ها و محیط خارجی از حیث وضع قوانین، سیاست‌ها، فرهنگ و... برای ورود محصولات حاصل از فناوری‌های تجاری سازی شده آماده باشند (آیبانی و همکاران، ۱۳۹۹). بررسی مشکلات و عوامل موثر بر تجاری سازی فناوری نیز می‌تواند راهکارهایی ایجاد کند تا سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی بهتری برای اشاعه تولید فناوری از دستاوردهای پژوهشی مراکز تحقیقاتی و به بازار رساندن آنها، انجام پذیرد (ظریفی و همکاران، ۱۳۹۷).

این پژوهش عوامل اثرگذار و چالش‌های فرآیند تجاری سازی محصولات و فناوری‌های جهاددانشگاهی را معرفی می‌کند. جهاددانشگاهی به عنوان یک نهاد عمومی غیردولتی با تأکید بر متن اساسنامه خود برای فعالیت در حوزه پژوهش‌های کاربردی و رساندن محصولات و فناوری‌ها تا مرحله صنعتی و نیمه‌صنعتی به بازار، توانسته است بیش از هفتاد محصول فناورانه را تجاری سازی کرده و به بازار برساند. در سال ۱۳۹۳ نیز سازمان تجاری سازی فناوری و اشتغال دانش‌آموختگان برای تسهیل تجاری سازی فناوری و انتقال فناوری‌های به بلوغ رسیده واحدهای سازمانی به شرکت‌ها و مؤسسات، تأسیس گردیده و از آن تاریخ جهت تجاری سازی به یاری واحدهای سازمانی جهاددانشگاهی پیوسته‌است. جهاددانشگاهی با اکوسیستم خود و بهره‌گیری از فرهنگ خاص سازمانی‌ای که پژوهشگران را به سوی چیره‌دستی یا دوست‌توان شدن (پورعابدی، ۱۳۹۵) هدایت می‌کند، توانسته‌است از پژوهشگر علاقه‌مند به پژوهش، به پژوهشگران علاقه‌مند به تولید محصول و تجاری سازی آن برسد. یافته‌های این پژوهش کمک می‌کند تا الگوی مناسبی برای فناوری‌های جدیدی ایجاد شود که در این نهاد به بهره‌برداری خواهند رسید تا در تجاری سازی فناوری‌های آینده مثمرتر باشند. نتایج این پژوهش همچنین می‌تواند نمونه کاربردی برای سایر مراکز تحقیقاتی و نهادهای دولتی و خصوصی در کشور در امر تجاری سازی فناوری باشد.



۲- پیشینه پژوهش

فناوری یکی از مهم‌ترین ابعاد، تعیین‌کننده مزیت‌رقابتی است (اتزکویتز و ژائو، ۲۰۱۷). برای دستیابی به فناوری، بسیاری از شرکت‌ها در کشورهای در حال توسعه که توان تولید سریع فناوری را ندارند (خانا، ۲۰۱۴) و یا در کشورهای توسعه‌یافته، از انتقال فناوری (کریستنسن^۶ و همکاران، ۲۰۱۸) استفاده می‌کنند. این مسأله اهمیت انتقال و تجاری‌سازی فناوری جهت کسب مزیت رقابتی در کشورها و شرکت‌ها را نمایان می‌سازد. در پژوهشی که پلی دیکین و دیام^۷ (۲۰۱۰) انجام دادند بیان شد که انتقال فناوری در مراکز تحقیقاتی که تأمین مالی دولتی دارند می‌تواند فرصت و تهدید را برای سرمایه‌گذاری در زمینه تحقیق و توسعه ایجاد کند. کیچبرگر^۸ در سال ۲۰۱۶ موفقیت تجاری‌سازی فناوری را بررسی کرده و برای افزایش مزیت رقابتی شرکت فناوری محور، تحقیق و توسعه را ابزاری مناسب برای بقای شرکت و ایجاد مزیت رقابتی می‌داند (چ او و چوآه^۹، ۲۰۱۹). کانسکائو^{۱۰} (۲۰۱۴) سن، تجربه و ویژگی‌های شخصیتی کارکنان مؤسسات تحقیقاتی، ویژگی‌های بازار، دفاتر تحقیق و توسعه و تاثیر بنیانگذاران شرکت‌های جدید را در تجاری‌سازی دخیل دانسته‌است. چمیلسکی و پاول^{۱۱} (۲۰۱۸)، مشارکت اثربخش نیروی انسانی در تجاری‌سازی فناوری را، نیازی ضروری دانسته‌اند.

به طور کلی رشد کارآفرینی در مراکز تحقیقاتی انتقال فناوری، وجود ساختار و انگیزه محققان برای راه‌اندازی شرکت‌های زایشی حائز اهمیت است (گوبل^{۱۲}، ۲۰۱۳). لوسگدون^{۱۳} (۲۰۱۹) انجام کارگروهی، باکتی^{۱۴} (۲۰۱۷) اهمیت سرمایه مورد نیاز و کاهش هزینه‌های عملیاتی را در تجاری‌سازی فناوری مهم می‌داند. البته ارزیابی انتقادی از

نتایج و چالش‌های آینده تجاری‌سازی در موفقیت تجاری‌سازی تاثیر بسزایی دارد (گیمون^{۱۵}، ۲۰۱۷). معمولاً تجاری‌سازی در رشته‌های مختلف نتایج متفاوتی به همراه دارد (گان^{۱۶}، ۲۰۱۳) و با احساسات و انگیزه متفاوت محققان (مارس و گریسون^{۱۷}، ۲۰۰۹) و فرهنگ و سیاست سازمان برای تخصیص منابع، تحت تأثیر قرار می‌گیرد (هیدن^{۱۸} و همکاران، ۲۰۱۶). در دسته‌بندی کلی عوامل اثرگذار بر تجاری‌سازی فناوری، وو و همکاران (۲۰۱۵) به دو دسته عوامل فردی و نهادی، پرکمن و همکاران (۲۰۱۳) به ویژگی‌های فردی محقق، بسترسازمانی و بستر نهادی، جهانگیری‌نیا (۲۰۱۳) به عوامل ساختاری، فرهنگی، سیاسی و قانونی، فروزنده و همکاران (۲۰۱۴) به عوامل زمینه‌ای، ساختاری و محتوایی، نوبخت‌وند و توسی (۲۰۱۴) به دو دسته عوامل سازمانی و خارجی و امین پژوهش (۱۳۹۶) به عوامل فردی، سازمانی، فرهنگی - اجتماعی، قانونی و اقتصادی اشاره داشته‌اند. عوامل کلیدی تجاری‌سازی فناوری در مطالعات به شرح ذیل در جدول ۱ دسته‌بندی شده‌اند.

6. Christensen
7. Ploykitikoon & Diam
8. Kirchberger
9. Ho & Chuah
10. Conceição
11. Hmieleski & Powell
12. Goble
13. Logsdon
14. Bakti

15. Guimon
16. Gann
17. Mars & Garrison
18. Hayden



عامل اصلی	زیر عامل	محقق
محیطی	کاربر	
	تمایل مالکیت و مهارت‌های مدیریتی	براون و همکاران (۱۹۹۱)
	شرایط سرمایه‌گذاری	مک اچرون (۱۹۷۸)
	وضعیت بازار	لاسر (۱۹۸۲)
	طبیعت صنعت (متمرکز / رقابتی)	ردی و ژائو (۱۹۹۰)
	کاربرد احتمالی (انعطاف پذیر / متنوع)	براون و همکاران (۱۹۹۱)
	قیمت گذاری فناوری	اسپن و همکاران (۱۹۹۳)
	زمان مورد نیاز (مدت زمان بازپرداخت طولانی)	کیمورا (۲۰۱۰)
	پشتیبانی دولت (سیاست، بودجه)	کومار و جین (۲۰۰۳)
	روابط (اعتماد، رفتار، ارتباطات، شبکه، همکاری)	ردی و ژائو (۱۹۹۰)
	آموزش	براون و همکاران (۱۹۹۱) / جویی و همکاران (۱۳۹۹)
	تهاد دانشگاه	زرین جویی و همکاران (۱۳۹۹)

در راه تجاری سازی فناوری همواره چالش‌های بیشماری نیز وجود دارند. همچنانکه بوهلج^{۳۴} (۲۰۰۴) نوآوری فناورانه را مستلزم صرف هزینه‌های سرمایه‌ای زیادی می‌داند که دسترسی به بازارهای سرمایه و مالی برای موفقیت تجاری سازی فناوری را ضروری می‌نمایند.

آزاد و همکاران (۱۳۹۷) با اشاره بر چالش‌های تجاری سازی محصولات شرکت‌های دانش بنیان به عواملی مانند قوانین و مقررات، عوامل سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، مالی، بازاریابی، اندازه بازار، منابع انسانی، ساختار سازمانی، دانش و مهارت و البته مهم‌تر از همه فاکتور مالی و بازاریابی اشاره کرده‌اند. نصیری در سال ۲۰۱۴ عدم وجود سیاست، مقررات و مدیریت صحیح را به‌عنوان مهم‌ترین موانع تجاری سازی در نظر گرفته‌است.

مشکلاتی مانند تأمین مالی (کومار و جین، ۲۰۰۳)، مجوزها و استانداردها (گوبل، ۲۰۱۳)، ساختارها (جهانگیری‌نیا، ۲۰۱۳)، مشکلات بازاریابی (ناهار و همکاران، ۲۰۰۶) نیز در مطالعات ذکر شده‌اند. ریسک اقتصادی نیز در پژوهش‌های

جدول ۱. عوامل کلیدی تجاری سازی فناوری در مطالعات

عامل اصلی	زیر عامل	محقق	
فردی	انگیزه	کیچرگر و همکاران (۲۰۱۶)	
	ریسک پذیری	دسته و پرکمن ^{۱۹} (۲۰۱۱)	
	دانش	لاکت ^{۲۰} و همکاران (۲۰۰۵) انسلی ^{۲۱} (۲۰۰۵)	
	مهارت، تخصص و تجربه	هلم و مارونر ^{۲۲} (۲۰۰۵) ذوالفقاری و همکاران (۲۰۲۰)	
	توفیق طلبی	آنگ ^{۲۳} (۲۰۱۹) ذوالفقاری و حجازی (۲۰۱۳)	
	سازمانی	مطابقت فناوری	ایتیل ^{۲۴} (۱۹۸۲)
		پیچیدگی فناوری	لاسر ^{۲۵} (۱۹۸۲)
		نوآوری (تدریجی یا رادیکال) فناوری	ردی و ژائو ^{۲۶} (۱۹۹۰)
		بلوغ فناوری	براون و همکاران ^{۲۷} (۱۹۹۱)
		طبیعت فناوری (فرآیندی-محصول)	اسپن و همکاران ^{۲۸} (۱۹۹۳)
سادگی فناوری		کیمورا ^{۲۹} (۲۰۱۰)	
نوع فناوری		چن و همکاران ^{۳۰} (۲۰۱۱)	
عدم اطمینان فناوری		لاسر (۱۹۸۲)	
موقعیت رقابتی		ردی و ژائو (۱۹۹۰)	
ظرفیت اقتصادی (منابع مالی)		اسپن و همکاران (۱۹۹۳)	
تجربه		کومار و جین ^{۳۱} (۲۰۰۳)	
بازاریابی و یافتن مشتریان مناسب		ناهار و همکاران ^{۳۲} (۲۰۰۶)	
سازمان (عملکرد)		کیمورا (۲۰۱۰)	
امکان‌ات تحقیقاتی و تجهیزات (منابع فیزیکی)	مک اچرون ^{۳۳} (۱۹۷۸)		
استراتژی	لاسر (۱۹۸۲)		
قابلیت‌های فنی (درک)	ردی و ژائو (۱۹۹۰)		

19. D'Este, P& Perkmann, M.
20. Locket
21. Ensley
22. Helm & Mauroner
23. Ong
24. Ettlie
25. Lasserre
26. Reddy and Zhao
27. Brown et al
28. Spann et al
29. Kimura
30. Chen et al
31. Kumar and Jain
32. Nahar et al
33. McEachron



بسیاری از محصولات تجاری‌سازی شده جهاددانشگاهی که یا با کمک فناوران و مدیران وقت تجاری‌سازی شده‌اند و یا بعد از تأسیس سازمان تجاری‌سازی از این سازمان کمک گرفته‌اند، با توجه به نیاز روز بازار و مبتنی بر فناوری‌هایی بوده‌اند که در این سازمان تولید و یا بومی‌سازی شده‌است. بعضی از این فناوری‌ها با پیشرفت دانش و فناوری با گذر زمان توسعه‌یافته و یا از روند تولید خارج شده‌اند. اما نقطه مشترک تمام این فناوری‌ها این است که در زمان خود با پیمودن مسیر تجاری‌سازی و رسیدن به بازار توانسته‌اند مشکلی از مشکلات کشور را رفع نموده و در راه خودکفایی و خروج از تحریم‌ها موثر بوده و نمونه موفقی از تجاری‌سازی فناوری باشند.

همه فناوری‌های انتخاب شده از فناوری‌های مطرح بوده که به بازار رسیده‌اند و با مشورت و طی جلساتی با خبرگان جهاددانشگاهی در ۱۴ مصاحبه انتخاب شده‌اند و از حوزه‌های فنی مهندسی، علوم پایه، پزشکی و کشاورزی انتخاب شده‌اند. بعد از انجام ۱۴ مصاحبه مقدماتی که در جلساتی با حضور مدیران ارشد جهاددانشگاهی برای انتخاب فناوری‌های منتخب انجام شد، ۲۷ مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته با خبرگان و فناوران جهاددانشگاهی در خصوص تجاری‌سازی فناوری‌های منتخب انجام شد. مصاحبه‌ها پیاده‌سازی شده و با روش تحلیل تم^{۳۸}، تحلیل شده‌اند. در ادامه فناوری‌های جهاددانشگاهی معرفی شده و از این پس در مقاله فناوری‌ها با شماره مشخص شده در ستون اول (جدول ۳) ذکر می‌گردند.

تاوانیانن و نیکولیانی^{۳۵} (۲۰۱۱) و اوبرین^{۳۶} و همکاران (۲۰۰۴) بعنوان یک چالش اساسی بر تجاری‌سازی مطرح گردیده‌است. جدول ۲ مشکلات و موانع تجاری‌سازی در پیشینه پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۲. مشکلات تجاری‌سازی فناوری در مطالعات

عامل اصلی	زیر عامل	محقق
مشکلات مالی	دسترسی به بازارهای مالی	بوهلج (۲۰۰۴)
	ریسک مالی	(تاوانیانن و نیکولیانی، ۲۰۱۱؛ اوبرین و همکاران، ۲۰۰۴)
مشکلات حاکمیتی	قوانین و مقررات	(نصیری و همکاران، ۲۰۱۴؛ فلیو ^{۳۷} و همکاران، ۲۰۱۲؛ آزاد و همکاران، ۱۳۹۷)
	مشکلات سیاسی	(نصیری و همکاران، ۲۰۱۴؛ زاده و همکاران، ۲۰۱۷)
نیروی انسانی	ترک کارشناسان	(احمدیان و همکاران، ۱۳۹۷)
	اندازه بازار	چن (۲۰۱۷)
بازار	بازاریابی	(آزاد و همکاران، ۱۳۹۷)
	اعتبار فناوری	چن (۲۰۱۷)
ساختار سازمانی	ضعف ساختار سازمانی	(آزاد و همکاران، ۱۳۹۷)
	زیرساخت‌ها	در دسترس بودن زیرساخت
		صلاحیت دسترسی به زیرساخت

۳- روش پژوهش

رویکرد حاکم بر پژوهش حاضر کیفی است. پژوهش حاضر در دو مرحله اقدام به جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها نموده‌است. ابتدا با مطالعه پیشینه پژوهش و بررسی مستندات تجربی جهاد دانشگاهی اطلاعات اولیه جمع‌آوری شده‌است. جامعه آماری پژوهش شامل فناوران و خبرگان حوزه تجاری‌سازی در جهاد دانشگاهی است. خبرگان در این پژوهش شامل پژوهشگرانی است که در زمان تجاری‌سازی فناوری به عنوان مدیر ارشد در فرآیند تجاری‌سازی حاضر بوده و فناوران کسانی هستند که به طور مستقیم در فرآیند تولید و تجاری‌سازی در جهاددانشگاهی نقش داشته‌اند.

35. Tahvanainen & Nikulainen

36. O'Brien

37. Feliu

38. Theme Analysis



جدول ۳. لیست فناوری‌ها و مصاحبه‌ها

ناوری	نام فناوری	واحد سازمانی	زمینه تخصصی
۱	جرم تعمیری زیرکن‌پیچ	یزد	سرامیک
۲	زل سونوگرافی	خوزستان	شیمی
۳	جنین تعیین جنسیت شده گاو	پژوهشگاه ابن سینا	نابابوری
۴	نمکزدایی نفت	پژوهشکده توسعه صنایع شیمیایی	شیمی
۵	افزایه ضد مهاجرت گاز	پژوهشکده توسعه صنایع شیمیایی	شیمی
۶	لباسکار دیرسوز پنبه ای	صنعتی امیرکبیر	نساجی
۷	سامانه پیشگیری از تشکیل رسوب در کف مخازن نفتی	علم و صنعت	مکانیک-برق
۸	نهال رویشی گردو	تهران	زراعت
۹	کودهای زیستی فسفات	تهران	شیمی
۱۰	یوپی‌اس‌های صنعتی	علم و صنعت	برق
۱۱	لوله مغزی سیار	صنعتی شریف	مکانیک
۱۲	سیستم تست ولتاژ بالا	علم و صنعت	برق
۱۳	کیسه جارو برقی	صنعتی امیرکبیر	نساجی
۱۴	لوسیمد	علوم پزشکی تهران	درمان زخم
۱۵	کوره تصفیه الکتریکی	تهران	برق
۱۶	سیوس پایدار شده برنج	پژوهشکده صنایع غذایی مشهد	صنایع غذایی
۱۷	واکسن استرپتوکوکوزیس	تهران	دامپزشکی
۱۸	بارافشان	تهران	شیمی
۱۹	پهپاد	صنعتی شریف	هوافضا
۲۰	کمپوست	صنعتی شریف	شیمی
	دکل حفاری	علم و صنعت	برق-مکانیک

ناوری	نام فناوری	واحد سازمانی	زمینه تخصصی
۲۱			
۲۲	مته حفاری	خوزستان	برق-مکانیک
۲۳	بن یاخته	رویان	علوم سلولی
۲۴	سان میکس	تهران	شیمی
۲۵	فرستنده‌های رادیویی	خواجه نصیرالدین طوسی	مخابرات
۲۶	کوره‌های القایی	خواجه نصیرالدین طوسی	برق
۲۷	سازه تورهای پرورش ماهی در قفس	امیرکبیر	نساجی

از ۲۷ مصاحبه انجام شده، ۲۳ مصاحبه با فناوران جهاددانشگاهی و چهار مصاحبه با خبرگانی بوده‌است که در فرآیند تجاری‌سازی به عنوان مدیر وقت حضور داشته‌اند. ترکیب مصاحبه شونده‌گان از حیث تحصیلات از ۷ نفر کارشناس ارشد و ۲۰ نفر دکترا و دانشجوی دکتری تشکیل شده‌است و از لحاظ سن بین ۳۰ تا ۴۰ سال ۴ نفر بین ۴۱ تا ۵۰ سال ۱۶ نفر و بالاتر از ۵۱ سال ۷ نفر بوده‌است.

در این پژوهش روش سه سویه نگری جهت افزایش اعتبار داده‌ها در منبع داده‌ها اتخاذ گردیده است. روش‌هایی که مورد استفاده قرار گرفته‌اند مصاحبه، بررسی اسناد و بررسی ابزار دیداری و شنیداری بوده‌است. در پژوهش حاضر تعداد نمونه با استفاده از تکنیک نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شد و کفایت تعداد مصاحبه‌ها با اشباع نظری محدود شد، بدین معنا که مصاحبه‌ها تا زمانی ادامه یافت که دیگر مطلب جدیدی از سوی مصاحبه‌شونده‌گان مطرح نشد که وجود اشباع نظری در پاسخ‌های مصاحبه‌شونده‌گان حاکی از پایایی ابزار مصاحبه است.

بعد از تحلیل تم، رویه‌های عمده رویکرد تحلیل کیفی در این پژوهش به شرح ذیل هستند:
 کدگذاری باز: نام‌گذاری مفاهیمی که بیانگر رویدادهای قطعی و دیگر نمونه‌های پدیده‌ها هستند.



توجه به کدهای باز کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی، انجام شده است.

جدول ۴. کدگذاری عوامل موثر در تجاری‌سازی

کد گذاری انتخابی	کد گذاری محوری	نمونه‌هایی از کدگذاری باز	نمونه مصاحبه
		-وجود دانش حوزه‌های متفاوت -علم بین رشته‌ای -تخصص -توانمندی تخصصی -آشنایی تخصصی با موضوع -سخت کوشی -پشتکار -ریسک مالی -ریسک‌پذیر بودن -ارتباطات با اساتید -آشنایی با کارفرما -تجربه مدیریتی -تحصیلات مرتبط با تجربه -توفیق طلبی -اعتبار و شان اجتماعی -انگیزه بالا در تولید -انگیزه مالی -انگیزه -علاقه‌مندی به کار و فناوری -علاقه به بومی سازی	مصاحبه فناوری ۱: دانش در حوزه‌های متفاوت به عنوان علم بین رشته‌ای به همراه داشتن مهارت از عوامل موثر در کار فناوری بود. مصاحبه فناوری ۱۳: وجود متخصصین در بازار و انگیزه نیروهای جهاد از عوامل مهم در تجاری‌سازی فناوری بود مصاحبه فناوری ۲۰: سخت کوشی و پشتکار به همراه دل‌سرد نشدن در حین کار و جان‌زدن در برابر مشکلات در نیروها وجود داشت. مصاحبه فناوری ۷: روحیه پژوهش و مواجهه با مسئله مهندسی و رویارویی با ریسک‌های مالی در اعضای واحد وجود داشت. مصاحبه فناوری ۱۷: ارتباطات علمی با اساتید درجه یک کشور و دانشجویان در خصوص فناوری وجود داشت. مصاحبه فناوری ۲۵: تجربه مدیریتی در مناقصات و خط تولید وجود داشت. مصاحبه فناوری ۱۵: تنوع طلبی و دانش در حوزه‌های متفاوت بود و افراد به دنبال موقعیت بهتر بودند. مصاحبه فناوری ۱۶: انگیزه بالای افراد درگیر در پروژه تولید فناوری از جمله عوامل تصمیم‌گیری برای رساندن محصول به بازار بوده است. مصاحبه فناوری ۱۰: علاقه‌مندی به کار و فناوری در اعضای گروه وجود داشت.

کدگذاری محوری: رویه‌هایی که از طریق آنها، داده‌ها در فرایندی مستمر با یکدیگر مقایسه می‌شوند تا سرانجام پیوندی باز از کدگذاری مفاهیم مشخص شود.

کدگذاری انتخابی: به فرایند انتخاب مؤلفه‌ها، پیوند نظام‌مند آن با دیگر مقوله‌ها اشاره می‌کند.

یافته‌های پژوهش حاضر با استفاده از کدگذاری باز مصاحبه‌ها و سپس کدگذاری محوری به دست آمده است، بدین صورت که، ابتدا کدگذاری اولیه یا باز مفاهیم انجام شده و سپس مفاهیم دسته‌بندی شده (کدگذاری محوری) و فرایند شکل‌گیری مؤلفه‌ها از میان کل داده‌ها با استفاده از نمودارهای شبکه‌ای (کدگذاری انتخابی) انجام شده است (اکبری و همکاران، ۱۳۹۴). مقوله‌ها و مؤلفه‌هایی که در پیشینه پژوهش مرتبط دیده نشدند و حاصل نتایج پژوهش حاضر هستند به عنوان مقوله‌ها و مؤلفه‌های جدید مشخص شده و مورد بحث قرار گرفته‌اند.

۴- تجزیه تحلیل یافته‌ها

در تحلیل محتوای مصاحبه‌ها، در آغاز شواهد ناشی از هر یک از مصاحبه‌ها استخراج شدند. استخراج شواهد از همه مصاحبه‌های صورت گرفته (در مرحله نخست) به استخراج ۲۱۵ کد باز منجر شد. سپس، به منظور کدگذاری ثانویه با ادغام موارد همسان و حذف موردهای تکراری، عبارت‌های استخراج شده در قالب عبارت‌های مولفه برای مرحله کدگذاری محوری به ۵۶ عامل معنا دار تدوین شدند. در مرحله بعد برای شناسایی مقوله‌ها، ترکیب‌های لازم بین مولفه‌ها همراه با معنا بخشی به عمل آمد. به این ترتیب عبارت‌های استخراج شده با ماهیت موضوعی همسان شناسایی و آنها در درون یک خوشه قرار داده شدند. در فرآیند تقسیم بندی و خوشه بندی مولفه‌ها، مقوله کلی (کدگذاری انتخابی) شناسایی شدند.

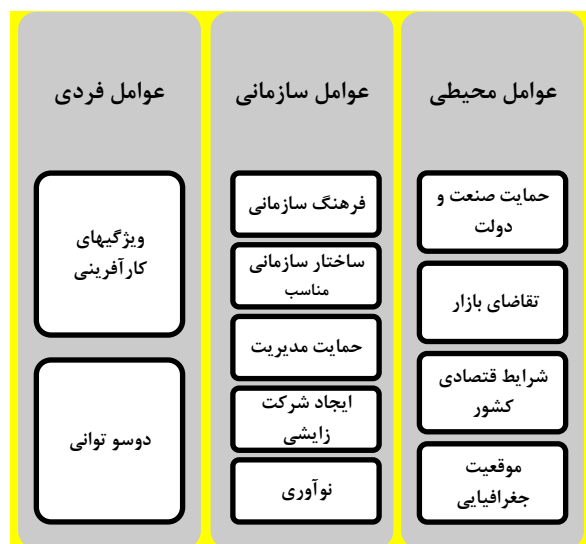
۵- عوامل اثرگذار در تجاری‌سازی فناوری

در این پژوهش از بین متون مصاحبه‌ها در خصوص فناوری‌ها، یک متن به عنوان نمونه ذکر شده و تعدادی از کدهای باز به همراه شماره مصاحبه فناوری که کد باز از آن استخراج شده است در ستون بعدی ذکر شده‌اند (اولین کد باز ذکر شده از متن انتخاب شده است و به دلیل محدودیت کلمات در مقاله تمامی کدهای باز ذکر نشده‌اند)، سپس با

کد گذاری انتخابی	کد گذاری محوری	نمونه‌هایی از کدگذاری باز	نمونه مصاحبه
	نوآوری	-ایده‌های جدید -تعریف زمینه جدید	مصاحبه فناوری ۸: سازمان مانع فکر کردن به ایده-های جدید و اجرایی کردن آنها نبود.
	فرهنگ سازمانی	-خودکفایی در واحد فرهنگ -خودکفایی در جهاددانشگاهی -توانایی اجرای کار تیمی -احترام و جو اعتماد -خودکفایی	مصاحبه فناوری ۱۶: عدم وجود بودجه که باعث می-شود محقق به دنبال ورود به بازار باشد و بحث اقتصادی و خودکفایی در واحد مهم است. مصاحبه فناوری ۴: توانایی اجرای کار تیمی در واحد وجود داشت. مصاحبه فناوری ۲۱: احترام به بزرگترها و جو اعتماد در واحد وجود داشت.
	تقاضای بازار	-تقاضای بازار -شریط بازار داخلی	مصاحبه فناوری ۲۶: تقاضای بازار برای این محصول وجود داشت.
	حمایت صنعت و دولت	-بودجه از صنعت -ساخت فناوری مورد نیاز صنعت -حمایت دولت از تولید در ایران -حمایت دولت	مصاحبه فناوری ۴: افزایش نیاز بازار و تأمین بودجه پژوهش از طرف صنعت نفت مصاحبه فناوری ۵: حمایت دولت از تولید این ماده در ایران وجود داشت.
عوامل محیطی	شرایط اقتصادی کشور	-تحریم -شرایط بعد جنگ و تحریم -حل نیازهای جامعه -نیازهای کشور -بعد از جنگ -شرایط اقتصادی -رونق اقتصادی	مصاحبه فناوری ۲۷: هزینه‌های اضافه برای واردات مواد اولیه با وجود تحریم‌ها به پروژه تحمیل شده است. مصاحبه فناوری ۲۴: نیاز کشور در زمان بعد از جنگ و خلایی که در کشور بود. مصاحبه فناوری ۸: شرایط اقتصادی اقتضا می‌کرد کاری در خصوص بهبود وضعیت کشاورزی انجام شود.
	موقعیت جغرافیایی	-موقعیت جغرافیایی -نزدیکی به دانشگاه	مصاحبه فناوری ۳: موقعیت جغرافیایی و محیط مناسب برای تولید و فضای مناسب در دسترس ما بود.

کد گذاری انتخابی	کد گذاری محوری	نمونه‌هایی از کدگذاری باز	نمونه مصاحبه
	دو سوتوانی	-تجربیات مذاکره با کارفرما -آشنایی با بازار -قدرت ورود به بازار و قدرت تجاری سازی -به دنبال حل مساله بودن	مصاحبه فناوری ۲۶: تجربیات مذاکره با کارفرما و بازار در واحد وجود داشت. مصاحبه فناوری ۷: مواجهه با مسئله مهندسی و قدرت رویارویی با ریسک‌های مالی و ورود در بازار مصاحبه فناوری ۲۰: در جهاد همه ادم‌های عاشق تنش و حل مساله بودند.
	وجود ساختار سازمانی مناسب	-ایجاد ساختار و محل سازمانی جدید -وجود هیئت مدیره -وجود ساختار مالی	مصاحبه فناوری ۱۰: ایجاد ساختار و محل سازمانی جدید و وجود هیئت مدیره و وجود ساختار مالی از نکات مهم هستند.
	حمایت و تخصص مدیریت	-حمایت ریاست و معاونت -بها دادن به افراد -تشویق کارهای جدید -مدیریت کلان حامی فناوری -دیدگاه فناورانه مدیریت -اعتماد به تیم تخصصی -تیم تحقیقاتی مناسب -جذب نیرو -جذب محقق	مصاحبه فناوری ۱۴: حمایت ریاست و معاونت از فناوری وجود داشت. مصاحبه فناوری ۱۲: بها دادن به افراد به نسبت تخصص و تعهد در واحد به عنوان ارزش مطرح بود. مصاحبه فناوری ۱۱: دیدگاه فناورانه مدیریت ارشد در نگرش او نسبت به مسائل فناورانه تاثیر داشت. مصاحبه فناوری ۲: تیم تحقیقاتی مناسب و آشنا با مسأله در گروه پژوهشی وجود داشت. مصاحبه فناوری ۱۶: در سازمان حول فناوری هسته پویا ایجاد می‌کنه جذب نیرو میکند و محقق جذب می‌شد.
	ایجاد شرکت زایشی	-توجه مدیریت به ایجاد شرکت -ایجاد شرکت	مصاحبه فناوری ۱۸: توجه مدیریت به ایجاد شرکت از فناوریهایی جهاد که باعث ورود به بازار محصولات می‌شود.

اومام و همکاران (۲۰۰۸)، بیک فالوی و همکاران (۲۰۰۷)، لینک و سیگل (۲۰۰۵)، میگونپوری و احمدی (۲۰۱۲) و صفری و کلاهی (۱۳۹۳) به اهمیت عوامل محیطی در تجاری‌سازی فناوری اشاره کرده‌اند. عوامل محیطی به عنوان یک کدگذاری برای این پژوهش با ۴۵ بار تکرار و به عنوان یک عامل موثر بر تجاری‌سازی فناوری شناخته شده‌است. شکل زیر عوامل اثرگذار بر تجاری‌سازی فناوری در این پژوهش را نشان می‌دهد.



شکل ۱. عوامل موثر در تجاری‌سازی فناوری

۲-چالش‌های پیشروی تجاری‌سازی فناوری‌های جهاددانشگاهی

در تحلیل محتوای مصاحبه‌ها برای بررسی مشکلات و چالش‌های تجاری‌سازی، در ابتدا شواهد ناشی از هر یک از مصاحبه‌ها استخراج شدند. استخراج شواهد از همه مصاحبه‌ها صورت گرفته (در مرحله نخست) به استخراج ۱۳۰ کد باز منجر شد. سپس به منظور کدگذاری ثانویه، عبارتهای استخراج شده در قالب عبارتهای مؤلفه برای مرحله کدگذاری محوری به ۵۹ عامل معنادار تدوین شدند و برای شناسایی مقوله‌ها، ترکیب‌های لازم بین مؤلفه‌ها همراه با معنابخشی به عمل آمد و عبارتهای استخراج شده با ماهیت موضوعی همسان در درون یک خوشه قرار داده شدند. در فرآیند تقسیم‌بندی و خوشه‌بندی مؤلفه‌ها، ۱۶ مقوله کلی شناسایی شدند.

همچنان که در جدول فوق دیده می‌شود کدهای باز در مصاحبه‌ها به عوامل دانش و مهارت، انگیزه، علاقه‌مندی به فناوری، قدرت بازاریابی، جدیت و پشتکار، تخصص، دوسوتوانی یا چیره دستی، ارتباطات، توفیق طلبی، قدرت حل مسأله، تجربه، کار گروهی و ریسک‌پذیری کدبندی شده و با کدگذاری انتخابی تحت عنوان عوامل اثرگذار فردی در این پژوهش نام گرفته‌اند.

بنا بر موضوعات مطرح شده در پیشینه پژوهش مانند وو^{۳۹} و همکاران (۲۰۱۵)، پرکمن^{۴۰} و همکاران (۲۰۱۳)، برکویتز^{۴۱} و فلدمن^{۴۲} (۲۰۰۶)، میگونپوری و احمدی (۲۰۱۲) عوامل فردی به عنوان یک کدگذاری برای این پژوهش با ۹۷ بار تکرار در بین شواهد استخراج شده از مصاحبه‌ها، به عنوان یک عامل موثر بر تجاری‌سازی فناوری شناخته شده است.

در ادامه کدهای باز به کدهای محوری: فرهنگ سازمانی، وجود ساختار سازمانی مناسب برای تکمیل فرآیند تجاری‌سازی، حمایت مدیریت، ایجاد شرکت زایشی و نوآوری تقسیم شده و در ذیل کد انتخابی عوامل سازمانی اثرگذار بر تجاری‌سازی فناوری قرار گرفته‌اند.

اومام^{۴۳} و همکاران (۲۰۰۸)، بار^{۴۴} و همکاران (۲۰۰۹)، لینک و سیگل^{۴۵} (۲۰۰۷)، نوبخت و ند و توسی (۲۰۱۴)، میگونپوری و احمدی (۲۰۱۲) و یدالهی فارسی و همکاران (۱۳۹۰) به نقش مهم عوامل سازمانی در تجاری‌سازی فناوری اشاره کرده‌اند. عوامل سازمانی به عنوان یک کدگذاری برای این پژوهش با ۷۳ بار تکرار به عنوان یک عامل موثر بر تجاری‌سازی فناوری شناخته شده‌است.

کدهای باز در مصاحبه‌ها همچنین به کدهای محوری: حمایت دولت و صنعت، تقاضای بازار، شرایط اقتصادی کشور و موقعیت جغرافیایی تقسیم شده و در ذیل کد انتخابی عوامل محیطی قرار گرفته‌اند.

39. Wu12
40. Perkm13ann
41. Bercovit14z
42. Feldman
43. Umam
44. Barr
45. Link & Siegel

در این بخش نیز از بین متون مصاحبه‌ها در خصوص فناوری‌ها، به جای ذکر چند جمله تکرار شده یک متن به عنوان نمونه به انتخاب پژوهشگر، از بین شواهد برای کدگذاری محوری و کدگذاری باز (اولین کد باز ذکر شده از متن انتخاب شده است و به دلیل محدودیت کلمات در مقاله تمامی کدهای باز ذکر نشده اند)، و تعدادی از کدهای باز به همراه شماره مصاحبه فناوری که کد باز از آن استخراج شده است در ستون بعدی، ذکر شده‌اند.

جدول ۷. شواهد استخراج شده از مصاحبه‌ها در خصوص

چالش‌های تجاری سازی

نمونه مصاحبه	نمونه‌هایی از کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری انتخابی
مصاحبه فناوری ۱: مشکلات تامین اعتبار برای سرمایه در گردش تولید محصول از مشکلات تجاری-سازی بوده است.	-تامین اعتبار -تامین مالی پروژه	تامین مالی	معضلات تامین مالی
مصاحبه فناوری ۵: با توجه این که این ماده در لیست کالاهای مورد نیاز صنعت قرار گرفته و طبق دستورالعمل باید این ماده از پژوهشکده خریداری شود اما به دلیل وجود سیاستهای نادرست مدیریتی در صنعت متاسفانه این ماده با وجود نیاز شدید از پژوهشکده خریداری نمی‌شود.	-عدم خریداری تولید داخلی با سیاست-های مدیریتی -سود بردن از خریدهای خارجی	سیاست-های نانوشته سازمان‌ها در خصوص خرید فناوری از خارج	عدم وجود فرهنگ خرید
مصاحبه فناوری ۱۶: ادارات دولتی که مجوزها را میدهند مشکلاتی دارند مانند زد و بندها و رشوه گیری	-زد و بند -رشوه گیری	زد و بندها در سیستم دولتی	داخلی در سازمان‌ها
مصاحبه فناوری ۱۸: مکانیزم‌هایی در بازار برای مالکیت معنوی و حمایت از تولید کننده داخلی وجود ندارد.	-عدم وجود مکانیزم حمایت -عدم حمایت	عدم حمایت از تولید کننده داخلی	
مصاحبه فناوری ۱۱: عدم علاقه شرکت‌های خارجی برای ثبت تاییدیه بر روی فناوری‌های داخلی که عمدتاً با مهندسی معکوس فناوریهای خارجی به دست می‌آیند و اصرار شرکت کارفرما برای دریافت تاییدیه هر فناوری از سوی	-دریافت تاییدیه هر فناوری -مشکل استاندارد دهی فناوری‌های	کسب استاندارد برای فناوری-های جدید	تنگناهای حقوقی و قانونی

نمونه مصاحبه	نمونه‌هایی از کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری انتخابی
شرکت خارجی	جدید		
مصاحبه فناوری ۲۰: دامپینگ شرکت‌های خارجی و مدیران شرکت‌های دولتی که ترجیح می‌دهند به دلیل منفعتی مانند سفر خارجی از خارج فناوری‌ها را بخرند	-دامپینگ شرکت-های خارجی	دامپینگ خارجی‌ها و مدیران دولتی	
مصاحبه فناوری ۲: برای ورود به بازار محصولات نیاز به مجوزهای زیست محیطی و عقد قرارداد با کارفرما بود.	-نیاز به مجوزها -مشکل گرفتن مجوز از وزارتخانه‌ها	مشکلات دریافت مجوز	
مصاحبه فناوری ۸: مشکلات مربوط به مالکیت معنوی فناوری در جهاددانشگاهی و عدم تخصیص سهم از سود حاصله.	-نبود آیین نامه تاسیس شرکت -مشکلات مالکیت معنوی	مالکیت معنوی فناوری شرکت -مشکلات مالکیت معنوی	
مصاحبه فناوری ۱۹: در طی مراحل کار جهاد شریف تصمیم به تاسیس شرکت گرفت اما در مسیر تاسیس شرکت سازمان تجاری سازی موانعی سر راه شرکت گذاشت که تاسیس شرکت کند شده و در نهایت منصرف شدند.	-نبود آیین نامه مالکیت معنوی در -موانع تاسیس شرکت	مشکلات در تاسیس شرکت	
مصاحبه فناوری ۱۰: بحث تامین مالی مهمترین مشکل بوده است و مشکل وجود نیروی انسانی متخصص در تجاری سازی برای ما وجود داشت.	-وجود نیروی انسانی متخصص -جذب نیروی متخصص	نیروی انسانی متخصص در تجاری سازی	کمبود نیروی انسانی متخصص در تجاری سازی
مصاحبه فناوری ۷: عقد قرارداد با صنعت و پیدا کردن بازار مناسب برای محصول فناورانه از مشکلات ما بود.	-تهیه گارانتی فناوری جدید -پیدا کردن بازار محصول فناورانه	عدم اطمینان بازار به فناوری-های جدید	

عدم وجود ساختار مناسب برای تجاری‌سازی اشاره شده است. که این مشکلات را می‌توان در دسته‌بندی کدهای انتخابی: تأمین مالی، مشکلات فرهنگی، مشکلات قانونی، منابع انسانی و فیزیکی، مشکلات ورود به بازار، مشکلات حمایتی و مشکلات سازمانی تقسیم‌بندی کرد.

۶- جمع‌بندی

دانش و مهارت، انگیزه، علاقه‌مندی به فناوری، قدرت بازاریابی، جدیت و پشتکار، تخصص، چیردستی، ارتباطات، توفیق طلبی، قدرت حل مسأله، تجربه، کارگروهی و ریسک‌پذیری به عنوان عوامل اثرگذار فردی در این پژوهش بوده‌اند. همچنان که دیده می‌شود مواردی مانند انگیزه (کیچبرگر و همکاران، ۲۰۱۶)، ریسک‌پذیری (دسته و پرکمن^{۴۶}، ۲۰۱۱)، توفیق طلبی (آنگ^{۴۷}، ۲۰۱۹) از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان نیز محسوب می‌شوند. دانش (لاکت^{۴۸} و همکاران، ۲۰۰۵؛ انسلی^{۴۹}، ۲۰۰۵) و مهارت، تخصص و تجربه (هلم^{۵۰} و مارونر^{۵۱}، ۲۰۰۵)؛ حجازی و همکاران، ۲۰۱۱)، از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارآفرینان است. این ویژگی‌ها در پیشینه موضوع وجودداشته و توسط این پژوهش به عنوان عوامل اثرگذار در تجاری‌سازی مورد تایید قرار گرفته‌اند. عامل دیگری که در مصاحبه‌ها در خصوص تأثیر افراد در پروسه تجاری‌سازی مطرح شده‌است، قدرت حل مسأله فناوران است این مسأله در مفاهیم کارآفرینی (برن و بلگرام^{۵۲}، ۲۰۱۹) مطرح شده‌است، اما این پژوهش به طور خاص این عامل را به عنوان یک عامل موثر در دوستوانی دانسته و مسأله دوستوانی به عنوان یک عامل جدید فردی موثر در تجاری‌سازی معرفی کرده‌است که خاص فناوران جهاددانشگاهی است که به توانمندی فعالیت افراد حوزه پژوهش در کل فرآیند تجاری‌سازی شامل تولید فناوری و رساندن فناوری به بازار اشاره دارد.

کد گذاری انتخابی	کدگذاری محوری	نمونه‌هایی از کدگذاری باز	نمونه مصاحبه
عدم اطمینان سازمان ها، بازار و بدنه تصمیم ساز دولت به محصولات داخلی	عدم توجه به گسترش بازار	-عدم توجه به گسترش بازار -عدم توجه ورود به بازار جدید	مصاحبه فناوری ۲۵: نگرش محدود مدیران که می‌بایست به فکر گسترش بازار بین المللی بودند.
	مشکل تهیه مواد اولیه	-ترخیص مواد اولیه -واردات مواد اولیه	مصاحبه فناوری ۶: زمانبر بودن واردات یکسری از مواد اولیه از مشکلات ما بود.
	عدم تعریف فرآیند تجاری سازی در سازمان	عدم آشنایی افراد به کل فرآیند -تجربه مدیریت	مصاحبه فناوری ۲۵: نگرش محدود مدیران وقت که می‌بایست به فکر گسترش بازار و بین‌المللی کردن محصول می- بودند.
	عدم تعریف فرآیند تجاری سازی در سازمان ها	-نداشتن ساختار تجاری- سازی -نداشتن مسئول تجاری- سازی	مصاحبه فناوری ۳: نداشتن ساختار تجاری‌سازی از ضعف‌های ما است.
		-ضعف مقررات مدیریت دانش	مصاحبه فناوری ۹: عدم وجود سازمان دهی مناسب، ضعف مقررات و ضعف مدیریت دانش از مشکلات در راه تجاری سازی بودند.

در این پژوهش پس از بررسی کدهای باز به کدهای محوری مانند تأمین مالی، سیاست‌های نانوشته سازمان‌های داخلی در خصوص خرید فناوری از خارج از کشور، مشکلات دریافت مجوزها از سازمان‌ها برای ورود به بازار، عدم آشنایی مدیران با فرآیند تجاری‌سازی، کسب استاندارد برای فناوری‌های جدید، عدم اطمینان بازار به فناوری‌های جدید، مالکیت معنوی فناوری، مشکلات در تأسیس شرکت، ضعف مقررات، عدم توجه به گسترش بازار، تهیه مواد اولیه در تولید نیمه صنعتی، کمبود نیروی انسانی متخصص در تجاری‌سازی، زد و بندها در سیستم‌های دولتی، عدم حمایت از تولید کننده داخلی، دامپینگ شرکت‌های خارجی و مدیران شرکت‌های دولتی و

46. D'Este & Perkmann

47. Ong

48. Lockett

49. Ensley

50. helm

51. mauroner

52. Bilgram Brem and



ندارند. البته تاوانیان و نیکولیانن (۲۰۱۱) و اوبرین و همکاران (۲۰۰۴) به مسأله ریسک اقتصادی در تجاری‌سازی اشاره داشته‌اند اما آنها به مسأله ریسک اقتصادی به‌عنوان به‌صرفه بودن قیمت تمام شده در بازار فروش توجه دارند اما شرایط ریسک اقتصادی در کشور ما متفاوت است. یکی از عوامل بوجود آورنده ریسک اقتصادی شدید در ایران مسأله تحریم‌ها است. تحریم بالفطره به عنوان عاملی که مانع انتقال فناوری از روش‌های رسمی در کشور می‌شود یک عامل چالش برانگیز در تجاری‌سازی فناوری است، اما شرایط تحریم‌ها در کشور در این پژوهش بعضاً به عنوان یک عامل پیش‌برنده در مسأله تجاری-سازي فناوری مطرح شده‌اند. در زمانی که امکان انتقال فناوری از کشورهای توسعه یافته به دلیل تحریم وجود ندارد، تحریم به عنوان یک پیشران باعث بروز نوآوری در مراکز تحقیقاتی جهاددانشگاهی شده و ایده اولیه ایجاد فناوری بوجود می‌آید، البته گاهاً نیز وزارت‌خانه‌ها و شرکت‌های فعال در زمینه‌های صنعتی، پزشکی و یا کشاورزی، در زمان تحریم سفارش تولید فناوری‌های مورد نیازشان را که قبل از تحریم به شیوه‌های متفاوت انتقال فناوری وارد ایران می‌نموده‌اند را جهت تولید یا بومی‌سازی، به جهاددانشگاهی سفارش می‌دهند و این سازمان با ذخیره دانشی‌اش شروع به تولید و بومی‌سازی این فناوری‌ها، از روش‌ها و در مقیاس‌های متفاوت، می‌نماید.

در نهایت این پژوهش عوامل اثرگذار بر تجاری‌سازی فناوری در جهاددانشگاهی را به سه گروه اصلی عوامل فردی (وو و همکاران، ۲۰۱۵؛ پرکمن و همکاران، ۲۰۱۳)، سازمانی (نوبخت و نند و توسی، ۲۰۱۴؛ میگونپوری و احمدی، ۲۰۱۲) و محیطی (میگونپوری و احمدی، ۲۰۱۲؛ صفری و کلاهی، ۱۳۹۳) تقسیم کرده‌است.

گام اول در روند تجاری‌سازی شناخت صحیح نیاز فناورانه است اما مشکلاتی مانند تأمین مالی، سیاست‌های نانوشته سازمان‌ها در خصوص خرید فناوری از خارج، زد و بندها در سیستم‌های دولتی، عدم حمایت از تولید کننده داخلی، مشکلات کسب استاندارد برای فناوری‌های جدید، دامپینگ خارجی‌ها و مدیران دولتی، مشکلات دریافت مجوز، مالکیت معنوی فناوری، مشکلات در تأسیس شرکت، کمبود نیروی انسانی متخصص در تجاری‌سازی، عدم اطمینان بازار به فناوری‌های جدید، عدم توجه به گسترش بازار، مشکل تهیه

عواملی مانند فرهنگ سازمانی، وجود ساختار سازمانی مناسب برای تکمیل فرآیند تجاری‌سازی، ایجاد شرکت زایشی و نوآوری به عنوان ابعاد عوامل سازمانی اثرگذار در این پژوهش مطرح شده‌اند.

شیوه‌های مدیریتی صحیح در فرآیند تجاری‌سازی (کیچرگر و همکاران، ۲۰۱۶)، ساختار سازمانی مناسب جهت تجاری‌سازی (کیمورا، ۲۰۱۰؛ براون و همکاران، ۱۹۹۱)، حمایت مدیریت و سازمان از تجاری‌سازی (کیچرگر و همکاران، ۲۰۱۶) و ایجاد تیم‌های تخصصی جهت رساندن فناوری به بازار (لاوسگدون، ۲۰۱۹)، فرهنگ تشویق در سازمان تحت عنوان ساختار پاداش دهی و تأسیس شرکت زایشی (حاجی کتابی و همکاران، ۲۰۱۷)، و همچنین نوآوری توسط ردی و ژائو^{۵۳} (۱۹۹۰) در پیشینه پژوهش ذکر شده‌اند و این پژوهش این عوامل را تأیید می‌کند.

عامل دیگری که در بین عوامل سازمانی موثر در تجاری‌سازی دیده شده‌است، عامل فرهنگ سازمانی است. آنچه در این پژوهش از آن به عنوان فرهنگ جهادی یاد می‌شود فرهنگی است که تأسیس و ادامه کار جهاددانشگاهی بر مبنای آن بوده-است. در فرهنگ جهادی در واحدهای سازمانی خودگردان کاری زمین نمی‌ماند و پژوهشگر به دنبال خودکفایی بوده و رشد پژوهشگر در لوای رشد واحد سازمانی‌اش است. بنابراین پژوهشگر به دنبال رفع نیاز جامعه است و به سراغ تولید و تجاری‌سازی فناوری‌هایی می‌رود که مورد نیاز کشور و یا سفارش کارفرما هستند. این دیدگاه کمک می‌کند چرخه پژوهش در جهاددانشگاهی به کتابخانه ختم نشود و به صورت محصول در بازار تبلور یابد.

عواملی همچون حمایت صنعت و دولت، تقاضای بازار، شرایط اقتصادی کشور، موقعیت جغرافیایی، به‌عنوان عوامل محیطی در تجاری‌سازی فناوری اثرگذار بوده‌اند.

عواملی مانند حمایت دولت (کومار و جین، ۲۰۰۳)، تقاضای بازار (لاسرا، ۱۹۸۲)، حمایت صنعت (ردی و ژائو، ۱۹۹۰) موقعیت جغرافیایی (کیچرگر و همکاران، ۲۰۱۶) در پیشینه پژوهش‌ها وجود داشته‌اند اما عواملی مانند تحریم‌ها و تغییر مرتب نرخ ارز و عدم ثبات اقتصادی معمولاً در کشورهای توسعه یافته وجود



شده‌است. API به عنوان مرجع استاندارددهی در دنیا به دلیل آمریکایی بودن و شرایط تحریم با ایران همکاری نکرده و حتی شعبات آن در کشورهای دیگر نیز از خدمت‌دهی به محصولات ایرانی منع شده‌اند. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در این راستا اقدام به وضع دو شیوه استاندارددهی برای محصولات نوآورانه شرکت‌های دانش‌بنیان نموده است که در حل معضل استاندارددهی به محصولات فناورانه جدید یاری‌دهنده است. در این راستا پیشنهاد می‌شود از تجربیات روز دنیا در خصوص تعریف مشوق‌ها و چگونگی دادن استانداردها به فناوری‌های جدید الگوبرداری مناسبی صورت گیرد و به‌عنوان یک نمونه در یک سازمان فناور شیوه‌های خلاقانه تشویق و استاندارددهی، پیاده‌سازی شود.

معضل دیگری که در ایران دامن بسیاری از محصولات در راه ورود به بازار را می‌گیرد مسأله شرایط اقتصادی نامتعادل است در مصاحبه‌ها بارها مسأله تغییر نرخ ارز و مشکلات مربوط به تهیه مواد اولیه خارجی برای محصولات فناورانه که به مرحله تولید نیمه صنعتی و یا صنعتی رسیده‌اند، مطرح شده‌است. معمولاً تهیه امکان‌سنجی بازار برای محصولات، بعد از تولید آزمایشگاهی رخ می‌دهد، تغییر نرخ ارز باعث تغییر قیمت مواد اولیه و تجهیزات کارگاهی و آزمایشگاهی و یا حتی تجهیزات کارخانه و نیروی انسانی و ... شده و این مسأله حجم سرمایه گذاری ثابت و سایر متغیرهای پیش‌بینی شده در طرح امکان‌سنجی را کاملاً افزایش داده و محصول مناسب برای ورود به بازار به یک محصول غیر مناسب برای تجاری‌سازی تبدیل می‌کند.

همچنانکه در نتایج دیده شد در صورت وجود ساختار مناسب برای تجاری‌سازی در واحدهای سازمانی و توجه به امر بازاریابی محصولات فناورانه، مشکلات در خصوص تجاری‌سازی محصولات کاهش پیدا خواهد کرد و حمایت از محققان در راستای کسب دانش فنی، تأمین اعتبار و حمایت برای تولید محصول یا فروش و مشارکت در واگذاری فناوری، مشکلات مالکیت معنوی در تجاری‌سازی فناوری را کاهش خواهند داد. کمک به بازاریابی جهت فروش محصول و ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان برای انجام امور تولید و فروش یکی از عوامل رفع مشکلات تجاری‌سازی خواهد بود. پیشنهاد می‌گردد مطالعاتی در خصوص مدیریت استراتژیک برای آینده فناوری‌ها

مواد اولیه، عدم تعریف فرآیند تجاری‌سازی در سازمان‌ها نیز در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

در راه به بازار رساندن فناوری‌ها چالش‌هایی در این پژوهش مطرح شده و مطابق پیشینه پژوهش مورد تأیید قرار گرفته‌اند. این چالش‌ها را می‌توان در دسته‌بندی معضلات تأمین مالی، عدم وجود فرهنگ خرید تولید داخلی در سازمان‌ها، تنگناهای حقوقی و قانونی، کمبود نیروی انسانی دوست‌توان، عدم اطمینان سازمان‌ها، بازار و بدنه تصمیم‌ساز دولت به محصولات داخلی دسته‌بندی کرد. تأمین مالی (کومار و جین، ۲۰۰۳)، مجوزها و استانداردها (لیزا گوبل، ۲۰۱۳)، ساختارهای نامناسب (جهانگیری نیا، ۲۰۱۳)، مشکلات بازاریابی (ناهار و همکاران، ۲۰۰۶) و مشکلات مربوط به مالکیت معنوی فناوری (کیچبرگر و همکاران، ۲۰۱۶) در پیشینه پژوهش مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. مشکلات و چالش‌هایی مانند: ضعف مقررات و نیروی انسانی متخصص در تجاری‌سازی، سیاست‌های نانوخته سازمان‌های داخلی در خصوص خرید فناوری از خارج از کشور، زد و بندها در سیستم‌های دولتی، عدم حمایت از تولیدکننده داخلی، دامپینگ شرکت‌های خارجی و مدیران شرکت‌های دولتی و عدم توجه به بازارهای بین‌المللی نیز از مشکلات خاص کشور ما هستند.

مشکلاتی مانند سیاست‌های نانوخته سازمان‌های داخلی در خصوص خرید فناوری از خارج از کشور و زد و بندها در سیستم‌های دولتی، یکی از مشکلات تولید و تجاری‌سازی فناوری در کشور است. این مشکل به دلیل جذابیت خرید خارجی و سفر برای بازدید فناوری‌های کشورهای مختلف، باعث می‌گردد که مدیران دولتی تمایلی به تجربه فناوری‌های داخلی نداشته باشند، البته خدمات پس از فروش کامل‌تر بعضی از محصولات خارجی نیز در این میان حائز اهمیت است. این مشکل در صورت ایجاد فرهنگ خودباوری در کشور و تعهد تولیدکنندگان

فناوری‌های داخلی به تولید با کیفیت و خدمات پس از فروش بهتر، رفع خواهد شد.

جهاددانشگاهی در مسیر تجاری‌سازی فناوری‌های جدید، همواره با مشکلاتی مانند استانداردسازی فناوری جدیدی که در کشور آزمایشگاه مرجع ندارد و یا شیوه نامه استاندارد ندارد، روبرو



دانشگاه‌های دولتی شهر تهران). مدیریت صنعتی (دانشگاه تهران)، ۹(۲)، ۲۶۵-۲۸۶.

۶. پورعابدی، محمدرضا. (۱۳۹۵). طراحی مدل چیره‌دستی در سازمان‌های علمی و فناورانه بر مبنای نظریه‌پردازی داده‌بنیاد (مطالعه موردی: جهاد دانشگاهی). مدیریت دولتی، ۸(۱)، ۵۴-۳۳. doi: 10.22059/jipa.2016.57501.

۷. ظریفی، فواد، موسی خانی، مرتضی، آذر، عادل، الوانی، سید مهدی. (۱۳۹۷). تجاری‌سازی ایده‌های کارآفرینانه در حوزه انرژی‌های تجدیدپذیر. پژوهش‌های سیاستگذاری و برنامه ریزی انرژی، ۴(۱۰)، ۱۹۳-۲۱۹.

۸. عباسی، طیبه، قلی پور، رحمت اله، هادی، مهدی. (۱۳۹۷). شناسایی عوامل تسهیل‌کننده شواهدمحور کردن فرایند خط‌مشی‌گذاری در حوزه علوم، تحقیقات و فناوری. مطالعات راهبردی سیاستگذاری عمومی ۸(۲۶)، ۸۴-۶۵.

۹. گودرزی، مهدی، بامداد صوفی، جهانیار، اعرابی، سید محمد، امیری، مقصود. (۱۳۹۲). الگوی جامع تجاری‌سازی فناوری در پژوهشگاه‌های دولتی ایران. فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، ۱(۱)، ۶۶-۳۷. doi: 10.22104/jtdm.2013.3

۱۰. مهدی، رضا، شفیعی، مسعود. (۱۳۹۹). الگو و چارچوب راهنما برای دانشگاه نوآور و ارزش آفرین. فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، ۱۷(۹)، ۱۰-۱۴.

۱۱. نعمتی، محمدعلی، زرین جویی، محمد، رشادت جو، حمیده. (۱۳۹۹). نقش دانشگاه و صنعت در اکوسیستم نوآوری در راستای تحقق نوآوری پایداری در کشور. فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، ۱۷(۹)، ۱۹۹-۲۱۰.

۱۲. نوبخت‌وند، جابر، نیکونام توسی، وحیده. (۱۳۹۳). نقش دانشگاه در کارآفرینی تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی. ریاضیات کاربردی در مهندسی، مدیریت و فناوری، ویژه‌نامه مدیریت و فناوری، ۱۰۹۵-۱۱۰۱.

۱۳. یداللهی فارسی، جهانگیر، زالی، محمدرضا، باقری فرد، سید مرتضی. (۱۳۹۰). شناسایی عوامل ساختاری مؤثر بر توسعه کارآفرینی دانشگاهی؛ مطالعه موردی دانشگاه جامع علمی-کاربردی. سیاست علم و فناوری، ۴(۱)، ۳۳-۱۷.

انجام شود و فرآیند تجاری‌سازی در حوزه بین المللی مورد بررسی قرار گرفته و عوامل مؤثر بر آن شناسایی شوند. استفاده از روش‌های جدید برای تأمین مالی پروژه‌های فناورانه مانند صندوق‌های فناوری یک راه حل مناسب برای حل مشکلات تأمین مالی در تجاری‌سازی فناوری خواهد بود. کم‌کردن ریسک‌های صنعت با قانون‌گذاری مناسب و تعریف مشوق‌ها برای صنعت در خرید فناوری‌های جدید در راستای حمایت از فناوری‌های جدید مفید خواهد بود. پیشنهاد می‌گردد که روش‌های جدید تأمین مالی شناسایی شده و یک مدل تأمین مالی برای سازمان‌های پژوهش محور طراحی گردد.

منابع

۱. احمدیان دیوکتی، محمد مهدی، آقاجانی، حسنعلی، شیرخدایی، میثم، طهرانچیان، امیرمنصور. (۱۳۹۷). پیچیدگی اقتصادی، رویکردی نوین برای سنجش تجاری‌سازی تولیدات علمی و فناورانه. فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی ۴(۲۱)، ۱۶۱-۱۲۴. doi: 10.30481/lis.2019.79477

۲. آزاد، ناصر، محمدی پور، مجتبی، نقدی، بهمن. (۱۳۹۷). چالش‌های تجاری‌سازی محصولات دانش بنیان با تأکید بر بخش بازاریابی و مالی (مورد مطالعه: پارک فناوری دانشگاه تهران. اقتصاد مالی، ۱۲(۴۴)، ۲۰۸-۱۸۹.

۳. اکبری، مرتضی، غلامزاده، رضا، شامانیان، مریم. (۱۳۹۴). شناسایی شایستگی‌های جوانان روستایی در زمینه کسب و کارهای صنایع‌دستی شهرستان ورامین. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی ۷(۳۵)، ۱۳۹-۱۲۵. doi: 10.22092/jaear.2016.106344

۴. آیبافی اصفهانی، سعید، ابراهیمی، الهه، شیخ، رضا. (۱۳۹۹). فرهنگ نوآورانه، زمینه ساز بهبود یادگیری سازمانی با بهره‌گیری از برند سازمانی داخلی (پژوهشی در صنعت نفت ایران). فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، ۱۷(۹)، ۶۹-۸۴.

۵. پژوهش، امین. (۱۳۹۶). مدل‌سازی عوامل مؤثر بر تجاری‌سازی دستاوردهای تحقیقات دانشگاهی: رویکردی آمیخته (مورد مطالعه: دانشکده‌های فنی مهندسی



repression. *Quarterly journal of political science*, 13(1), 89.

23. Conceicao, O., Faria, A. P., & Fontes, M. (2014). Entry by research-based spin-offs. In 17th Uddevalla Symposium on "Geography of Growth".

24. D'este, P., & Perkmann, M. (2011). Why do academics engage with industry? The entrepreneurial university and individual motivations. *The Journal of Technology Transfer*, 36(3), 316-339.

25. Ensley, M. D., & Pearson, A. W. (2005). An exploratory comparison of the behavioral dynamics of top management teams in family and nonfamily new ventures: Cohesion, conflict, potency, and consensus. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(3), 267-284.

26. Etzkowitz, H., & Zhou, C. (2017). *The triple helix: University-industry-government innovation and entrepreneurship*. Routledge.

27. Fini, R., Rasmussen, E., Siegel, D., & Wiklund, J. (2018). Rethinking the commercialization of public science: From entrepreneurial outcomes to societal impacts. *Academy of Management Perspectives*, 32(1), 4-20.

28. Goble, L. A. (2013). Evaluating the influence of university organizational characteristics and attributes on technology commercialization. (Doctoral dissertation). University of North Carolina, usa.

29. Guimon, J. (2017). Policies to promote science-industry links and technology commercialisation in emerging countries: the case of Kazakhstan's Technology Commercialization Project. *International Journal of Technological Learning, Innovation and Development*, 9(1), 1-16.

30. Gunn, K. S., Singh, N., Giambrone, J., & Wu, H. (2012). Using transgenic plants as bioreactors to produce edible vaccines. *Journal of Biotechnology Research*, 4, 92-99.

14. Ahlstrom, D., Young, M. N., Chan, E. S., & Bruton, G. D. (2004). Facing constraints to growth? Overseas Chinese entrepreneurs and traditional business practices in East Asia. *Asia Pacific Journal of Management*, 21(3), 263-285.

15. Bakti, N. A. K. (2017). L-Quebrachtol from hevea latex: challenges to its commercialization. *International Proceedings of IRC 2017*, 1(1), 679-684.

16. Barr, S. H., Baker, T. E. D., Markham, S. K., & Kingon, A. I. (2009). Bridging the valley of death: Lessons learned from 14 years of commercialization of technology education. *Academy of Management Learning & Education*, 8(3), 370-388.

17. Bercovitz, J. & Feldman, M. (2006). Entrepreneurial universities and technology transfer: A conceptual framework for understanding knowledge-based economic development. *The Journal of Technology Transfer*, 31(1), 175-188.

18. Boehlje, M. (2004). Business challenges in commercialization of agricultural technology. *International Food and Agribusiness Management Review*, 7(1030-2016-82667), 91-104.

19. Brem, A., Bilgram, V., & Marchuk, A. (2019). How crowdfunding platforms change the nature of user innovation—from problem solving to entrepreneurship. *Technological Forecasting and Social Change*, 144, 348-360.

20. Brown, M. A., Goel, R. K., & Berry, L. G. (1991). Guidelines for successfully transferring government-sponsored innovations. *Research Policy*, 20, 121-143.

21. Chen, M., & Smith, P. M. (2017). The US cellulosic biofuels industry: expert views on commercialization drivers and barriers. *Biomass and Bioenergy*, 102, 52-61.

22. Christensen, D., & Garfias, F. (2018). Can you hear me now? How communication technology affects protest and



- failure factors of technology commercialization of public R&D in South Korea: using classification tree analysis. *The Journal of Technology Transfer*, 40(5), 877-898.
39. Khanna, T. (2014). Entrepreneurship in Emerging Markets: Contextual Intelligence for the Study of Two Thirds of the World's Population. In *Multidisciplinary insights from new AIB fellows* (pp. 221-238). Emerald Group Publishing Limited.
40. Kimura, O. (2010). Public R&D and commercialization of energy-efficient technology: a case study of Japanese projects. *Energy Policy*, 38, 7358-7369.
41. Kirchberger, M. A., & Pohl, L. (2016). Technology commercialization: a literature review of success factors and antecedents across different contexts. *The Journal of Technology Transfer*, 41(5), 1077-1112.
42. Klofsten, M., & Jones-Evans, D. (2000). Comparing academic entrepreneurship in Europe—the case of Sweden and Ireland. *Small Business Economics*, 14(4), 299-309.
43. Kumar, V., & Jain, P. K. (2003). Commercialization of new technologies in India: An empirical study of perceptions of technology institutions. *Technovation*, 23, 113-120.
44. Landry, R., Amara, N., & Rherrad, I. (2006). Why are some university researchers more likely to create spin-offs than others? Evidence from Canadian universities. *Research Policy*, 35(10), 1599-1615.
45. Lasserre, P. (1982). Training: Key to technological transfer. *Long Range Planning*, 15, 51-60.
46. Link, A. N., & Siegel, D. S. (2005). University-based technology initiatives: Quantitative and qualitative evidence. *Research Policy*, 34(3), 253-257.
47. Link, A. N., Siegel, D. S., & Siegel, D. (2007). *Innovation, entrepreneurship, and*
31. Hajiketabi, A., Zolfaghari, A., Goodarzi, K., & Akhondi, A. R. (2017). Environmental factors and medical spin-offs: a case study. *Payesh (Health Monitor)*, 16(5), 947-958.
32. Hayden, K., Jessome, E., Lamarque, M., Noonan, K., Secen, N., & Duinker, P. (2016). Composition and Structure of the Tree Canopy in Selected Halifax Cemeteries.
33. Hejazi, S. R., Zolfaghari, A., & Farhoudi, A. (2011, September). Identifying Environmental Influencing Factors on the Growth of Research-Based Spin-Offs in Iran. In *ECEI2011-6th European Conference on Innovation and Entrepreneurship: ECEI 2011* (p. 446). Academic Conferences Limited.
34. Helm, R., & Mauroner, O. (2007). Success of research-based spin-offs. State-of-the-art and guidelines for further research. *Review of Managerial Science*, 1(3), 237-270
35. Hmieleski, K. M., & Powell, E. E. (2018). The psychological foundations of university science commercialization: A review of the literature and directions for future research. *Academy of Management Perspectives*, 32(1), 43-77.
36. Ho, S. C., & Chuah, K. B. (2019). Critical Success Factors for Strategic Management of ITF R&D Projects Commercialization: An Industry Expert Perspective. In *Handbook of Research on Contemporary Approaches in Management and Organizational Strategy* (pp. 146-172). IGI Global.
37. Juanola-Feliu, E., Colomer-Farrarons, J., Miribel-Català, P., Samitier, J., & Valls-Pasola, J. (2012). Market challenges facing academic research in commercializing nano-enabled implantable devices for in-vivo biomedical analysis. *Technovation*, 32(3-4), 193-204.
38. Jung, M., Lee, Y. B., & Lee, H. (2015). Classifying and prioritizing the success and



- Technology Transfer of National R&D Programs in Korea: Seen through the G7 Leading Technology Development Program. *Procedia Computer Science*, 91, 221-229.
56. Ong, N. C. (2019). Assessing objective achievement motivation in elite athletes: A comparison according to gender, sport type, and competitive level. *International Journal of Sport and Exercise Psychology*, 17(4), 397-409.
57. Perkmann, M., Tartari, V., McKelvey, M., Autio, E., Broström, A., & Krabel, S. (2013). Academic engagement and commercialisation: A review of the literature on university–industry relations. *Research Policy*, 42(2), 423-442
58. Ploykitikoon, P., & Daim, T. U. (2010). Technology transfer strategy: Review of successful research centres in the USA and Taiwan. *International Journal of Technology, Policy and Management*, 10(3), 227-238.
59. Reddy, N. M., & Zhao, L. (1990). International technology transfer: A review. *Research Policy*, 19, 285–307 .
60. Seo, D. S. (2018). Strategy of Market Spread-Commercialization in EVs Industry: Visegrad and Nordic Countries. *The International Journal of Industrial Distribution & Business*, 9(3), 57-68.
61. Shakeel, S. R., Takala, J., & Zhu, L. D. (2017). Commercialization of renewable energy technologies: A ladder building approach. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 78, 855-867.
62. Tahvanainen, A. J., & Nikulainen, T. (2011). Commercialization at Finnish universities: Researchers' perspectives on the motives and challenges of turning science into business (No. 1234). *ETLA Discussion Papers*.
63. Umam, K.K., Hewanto, W. D & Larso, D. (2008). Higher Education Institution and Technology Transfer. Proceedings of the 5th AGSE International Entrepreneurship *technological change*. Oxford University Press on Demand.
48. Lockett, A., Siegel, D., Wright, M., & Ensley, M. D. (2005). The creation of spin-off firms at public research institutions: Managerial and policy implications. *Research policy*, 34(7), 981-993.
49. Logsdon, J. M. (2019). Space Commercialization. In *Ronald Reagan and the Space Frontier* (pp. 171-192). Palgrave Macmillan, Cham.
50. Mars, M. M., & Garrison, S. (2009). Socially-oriented ventures and traditional entrepreneurship education models: a case review. *Journal of Education for business*, 84(5), 290-296.
51. Meygonpuri, M. R. & Ahmadi, B. (2012). Identification of the Factors that Affect in choosing the university Research Commercialization Strategies. *International Journal of Research and Reviews in Applied Sciences*, 12(1), 140-147.
52. Nahar, N., Lyytinen, K., Huda, N., & Muravyov, S. V. (2006). Success factors for information technology supported international technology transfer: Finding expert consensus. *Information & Management*, 43, 663–677.
53. Nassiri-Koopaei, N., Majdzadeh, R., Kebriaeezadeh, A., Rashidian, A., Yazdi, M. T., Nedjat, S., & Nikfar, S. (2014). Commercialization of biopharmaceutical knowledge in Iran; challenges and solutions. *DARU Journal of Pharmaceutical Sciences*, 22(1), 29.
54. O'Brien, J. N., Blau, J., & Rose, M. (2004). Analysis of the Institutional Challenges to Commercialization and Deployment of IGCC Technology in the U. S. Electric Industry: Recommended Policy, Regulatory, Executive and Legislative Initiatives. Final Report. Volume 2: Appendices.
55. Oh, S. H., Lim, H. Y., & Kim, B. (2016). Strategy to Promote the Effectiveness of



67. Zadeh, N. K., Khalilzadeh, M., Mozafari M., Vasei, M., & Ojaki, A. A. (2017). Challenges and difficulties of technology commercialization— a mixed-methods study of an industrial development organization. *Management Research Review*, 40(7), 745-767.
68. Ziyadin, S., Omarova, A., Doszhan, R., Saparova, G., & Zharaskyzy, G. (2018). Diversification of R and D results commercialization. *Probl. Perspect. Manag*, 16, 331-343.
- Research Exchange. Melbourne, Australia, February, 2008.
64. Zolfaghari, A., Zand Hessami, H., Akbari, M., & Amin Esmaili, H. (2020). Drivers and Obstacles of Technology Commercialization in case of ACECR. *Innovation Management in Defense Organizations*, 3(3), 51-74.
65. ZOLFAGHARI, A., & HEJAZI, S. R. (2013). Explanation of Conceptual Model of Growth of Academic Spin-Offs (Case Study: ACECR1 Spin-Offs).
66. Wu, Y., Welch, E. W. & Huang, W. L. (2015). Commercialization of university inventions: Individual and institutional factors affecting licensing of university patents. *Technovation*, 36, 12-25



ارائه مدل در راستای بهبود عملکرد سازمان‌های دولتی با تأکید بر نوآوری و ارزش‌های سازمانی: رویکرد مدلسازی ساختاری تفسیری

*اسماعیل قادری فر *میرهادی مؤذن جمشیدی ***عباسعلی ارفع

* دانش آموخته دکتری مدیریت تکنولوژی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران ghaderifar24@gmail.com

** استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران jamshidi.hadi@gmail.com

*** دانشجوی دکتری کارآفرینی بین الملل، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول، گلستان، ایران Arfa@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۰۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۲۵

صص: ۸۷-۱۰۴

چکیده

هدف از پژوهش حاضر ارائه مدلی در راستای بهبود عملکرد سازمان‌های دولتی با تأکید بر نوآوری و ارزش‌های سازمانی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش راه اساتید دانشگاهی و خبرگان حوزه مورد مطالعه تشکیل داده‌اند که بر اساس قاعده اشباع در تحقیق کیفی، و به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. بر اساس قاعده اشباع نظری تعداد نمونه‌ها به ده نفر رسید. همچنین برای تعیین پایایی ابزار اندازه‌گیری مقدار ضریب ICC از لحاظ سازگاری و توافق مطلق مورد تایید قرار گرفت. از رویکرد مدلسازی ساختاری تفسیری به کمک نرم افزار Matlab جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده گردید. نتایج نشان داد عامل توانمندسازی کارکنان در ارتباط با موضوع پژوهش و ارایه مدل موثر در راستای بهبود و ارتقاء عملکرد سازمان‌های دولتی از بیشترین اثرپذیری و کمترین اثرگذاری برخوردار می‌باشد و این عامل بعنوان متغیر هدف این پژوهش قرار گرفته است. همچنین یافته‌های تحقیق نشان داد عامل رهبری تحول‌گرا دارای بیشترین تاثیرگذاری و کم‌ترین تاثیرپذیری را در مدل حاضر از سایر مولفه‌ها دارا می‌باشد. این عامل به دلیل قدرت هدایت‌کنندگی زیاد و وابستگی کم جزء متغیرهای نفوذی یا به عبارت دیگر محرک می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: عملکرد سازمان، نوآوری، ارزش‌های سازمان، مدلسازی ساختاری تفسیری.

نوع مقاله: پژوهشی

۱-مقدمه

دنبال می‌کنند (گونزالز - رودریگز و همکاران^۳، ۲۰۱۸؛ کوسئوگلو و همکاران^۴، ۲۰۱۳)؛ او در این راستا باید بیان کرد که استراتژی‌هایی که تنها بر فرایندها تمرکز کرده و منابع و توانایی‌های بسیاری را برای افزایش کارایی استفاده می‌کنند بدون توجه به نوآوری و خلاقیت نمی‌توانند در توسعه و بهبود عملکرد موثر باشند (سالوو^۵، ۲۰۱۵). بخش عمده‌ای از سیاست‌ها به دنبال به حداکثر رساندن جنبه‌های ظاهری عملکرد هستند، و ممکن است به

امروزه عملکرد بالای سازمانی از مهمترین مؤلفه‌ها برای مدیران بوده و به عنوان هدف نهایی سازمان تعریف می‌شود (شهزاد و همکاران^۱، ۲۰۱۷). سازمان‌ها همواره در تلاش برای استفاده از روش‌های جدید در راستای افزایش عملکرد خود و خدمت‌رسانی بهتر بوده‌اند که سبب ادامه حیات سازمان می‌گردد (ایومومو و همکاران^۲، ۲۰۱۶). بسیاری از مدیران شرکت‌ها، استراتژی‌های سازمان خود را برای دستیابی به مزیت‌های رقابتی و بهبود عملکرد سازمان خود

3. González-Rodríguez et al.

4. Köseoglu et al.

5. Salavou

1. Shahzad et al.

2. Oyemomo et al.

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: میرهادی مؤذن جمشیدی jamshidi.hadi@gmail.com



رهبری نوآورانه و عملکرد نوآوری شرکت‌ها هنوز به خوبی مشخص نیست (چن و همکاران^{۱۴}، ۲۰۱۴). در طراحی ساختار سازمان‌های دولتی در کشور ما اگر چه در بسیاری جهات از روش‌های علمی، حرفه‌ای، و مدل‌های متداول طراحی ساختار و حتی با بهره‌گیری از مدل‌های رایج و مورد استفاده در برخی کشورهای پیشرفته دنیا اقدام شده، اما اکثر این ساختاربندها با تکیه بر الگوهای کلاسیک که عمده تاکیدشان بر ایجاد بروکراسی بوده انجام شده است (طهماسبی، ۱۳۹۵). این در حالی است که در کنار ارزش‌های کلاسیک نظیر کارایی و اثر بخشی، باید بر ارزش‌های مدیریت دولتی نوین که بر مشارکت کارکنان و شهروندان، نوآوری و خلاقیت، توجه به اصول اخلاقی، فرهنگ و ارزش‌های کاری تاکید دارد، مورد توجه نمود (آرایی و همکاران، ۱۳۹۶). ساختار خشک بنا نهاده شده بر بروکراسی در سازمان‌های دولتی، سرعت عملیات را در آنها کاهش داده و با رویکردی تک بعدی بروز نوآوری و خلاقیت را در فرایندهای کاری و ارائه خدمات به شهروندان محدود نموده است (رضایی، ۱۳۹۵). در حالی که عملکرد سازمان‌های دولتی همواره به عنوان شاخص سنجش حکمرانی خوب مورد توجه مردم قرار داشته، عدم توجه به ارزش‌های سازمانی، سطح عملکرد آنها را کاهش داده است. ارزشهای سازمانی، به منزله مفروضات و باورهای ناخودآگاهانه‌ای که در قلب فرهنگ سازمان قرار دارند به تمام تصمیماتی که در تمام سطوح سازمان اتخاذ می‌شوند جهت داده و می‌توانند بر عملکرد نوآورانه سازمان تاثیر بگذارند (دهقانی سلطانی و همکاران، ۱۳۹۷).

در ایران وضعیت نامناسب برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در سازمان‌های دولتی، نه تنها عملکرد خود سازمان را دچار مشکل نموده، بلکه در برخی از این سازمان‌ها به دلیل ایجاد

سازمان‌ها در جهت رسیدن به پایداری در عملکرد کمک نکنند (فریمین^۶، ۲۰۱۰). از این رو، سازمان‌ها باید بر سیاست‌هایی توجه داشته باشند که بتواند تعارض آن‌ها را با ذینفعان‌شان به حداقل رساند (بالاجی و همکاران^۷، ۲۰۱۹؛ ویی و همکاران^۸، ۲۰۱۵). در بخش دولتی نیز گستره بزرگی از استفاده از این نوع سیاست‌ها دیده می‌شود که تنها معطوف به اجرای دستورات و رفع مسئولیت بوده و کمتر به عملکرد واقعی که بر رضایت ذینفعان توجه دارد تمرکز می‌گردد.

از سیاست‌های موثر مطرح در فرایند مدیریت هم در سازمان‌های دولتی و هم غیردولتی، که می‌تواند مورد توجه قرار گیرد، ارزش‌های سازمانی و نوآوری سازمانی است. ارزش‌های سازمانی، به عنوان درک اعضای سازمان در مورد آنچه که در نظر سازمان معتبر و دارای اهمیت است تعریف می‌شود (بایرون و هانوکا^۹، ۲۰۱۵). همچنین ووس و همکاران^{۱۰} (۲۰۰۰)، ارزش‌های سازمانی را به عنوان عقاید ماندگار در مورد سازمان تعریف می‌کنند که تحت تاثیر نیروهای خارجی یا مؤلفه‌های خارجی قرار نمی‌گیرند؛ به احتمال زیاد آن‌ها اغلب به یکدیگر گره خورده، روابط را ایجاد و آن‌ها را حفظ می‌کنند (نچیبا^{۱۱}، ۲۰۱۷). همچنین نوآوری با توجه به تغییر سریع تکنولوژی، کوتاه شدن چرخه‌های زندگی محصول و جهانی شدن برای بقا و رشد شرکت در یک محیط تجاری پویا حیاتی است (گاموسلوگلو و ایلسو^{۱۲}، ۲۰۰۹). درباره نوآوری سازمان این توافق وجود دارد که رهبران سازمان تاثیر قابل توجهی بر نوآوری دارند؛ زیرا به عنوان یک عضو سازمان، سهم بیشتری از تصمیم‌گیری در مورد استراتژی و عملیات سازمانی را بر عهده دارند (همبریک^{۱۳}، ۲۰۰۷). اگرچه تحقیقات گسترده‌ای در زمینه نوآوری انجام شده ولی هنوز روابط بین

6. Freeman
7. Balaji et al.
8. Wei et al.
9. Biron & Hanuka
10. Voss et al.
11. Nechyba
12. Gumusluoglu & Ilsev
13. Hambrick

14. Chen et al



نظر شود. در ایران اکثر شاخصه‌های ارزیابی عملکرد بیشتر تأکید بر روند چگونگی اجرای دستورات داشته است. این رویکرد به نحوی بوده که فقدان نظام جامع ارزیابی عملکرد، مدیران را بر آن داشته تا توسعه تشکیلات را ساده‌ترین و عملی‌ترین راه برای حل مشکل دانسته و گسترش ساختارهای سازمانی را به منزله بهبود عملکرد سازمان دولتی بدانند (دانایی فرد و الوانی، ۱۳۹۶). عدم آگاهی از شاخصه‌های صحیح موثر بر عملکرد سازمان‌ها تأثیر منفی بر عملکرد این سازمان‌ها داشته است. یکی از مشکلات عدم توسعه و بهبود عملکرد سازمان‌های دولتی تقلید نا معقولانه و تک بعدی از سازوکار بخش خصوصی بوده که در آن به موضوع عملکرد به شکل محدود از نگاه تعلق ابزاری نگاه شده است. غالباً در تعلق ابزاری، سودبخشی در محیط بازار عامل کامیابی سازمان محسوب شده و موضوعات عملکردی صرفاً با توجه به نتیجه و فایده امور بررسی می‌شود. حال آن که این نگاه در سازمان‌های دولتی که در پی منافع عامه‌اند، مناسب نیست. در جامعه مدنی، تعقل جوهری و ارزشی باید اساس کارها و انتخاب‌ها باشد و توفیق سازمان‌ها نه در سودبخشی بلکه در تأمین عدالت و حفظ ارزش‌ها قرار دارد. شواهد بسیاری وجود دارند که نشان می‌دهد تأکید بر نتیجه‌گرایی در سازمان‌های دولتی منجر به بروز نوعی رفتار مکانیکی در آن‌ها شده و همین موضوع نقش خلاقیت و نوآوری را در توسعه عملکرد این سازمان‌ها را در نظر نگرفته است (دانایی فرد و الوانی، ۱۳۶۵).

بر این اساس، در این پژوهش تلاش شده تا با موشکافی ارزش‌های سازمان و در نظر گرفتن عامل نوآوری در سازمان‌های دولتی، رویکردی جدید را در بهبود عملکرد سازمان‌های دولتی کشور پیشنهاد دهد. لذا هدف این پژوهش آن است که مدلی را در راستای بهبود عملکرد سازمان‌های دولتی با تأکید بر نوآوری و ارزش‌های سازمانی ارائه دهد.

۲- مبانی نظری و پیشینه

امروزه تأکید و توجه زیادی به سیاست‌ها و استراتژی‌های اثربخش بر عملکرد سازمانی شده و مورد توجه علاقمندان به پژوهش‌های مدیریت قرار گرفته است. از جمله این سیاست‌ها می‌توان به ایجاد ارزش و نوآوری در سازمان اشاره

ناراضیتی موجب سرخوردگی کارکنان و حتی ارباب رجوع شده و همین امر در بسیاری موارد پیامدهایی همچون سرخوردگی را برای افرادی که برای ارائه نوآوری و خلاقیت انتظار همراهی ساختار دولتی را داشته‌اند بوجود آورده است (روحانی و همکاران، ۱۳۹۸). از منظر سازمانی نوآوری و خلاقیت، مقدمه ارزش‌آفرینی بوده و هیچ سازمانی از جمله سازمان‌های دولتی نمی‌تواند بدون خلاقیت و نوآوری، ارزش‌آفرین باشد (مهدی و شفیع، ۱۳۹۹). نوآوری را می‌توان عامل مهمی در ایجاد توسعه اقتصادی دانست (آیبیغی اصفهانی و همکاران، ۱۳۹۸). این واقعیت که نوآوری، عامل اساسی در توسعه و رشد اقتصادی است، مدت‌ها می‌باشد که مورد توافق پژوهشگران، کارآفرینان، کارگزاران دولتی و خط‌مشی‌گذاران قرار گرفته است (سرای و غفاری، ۱۳۹۸).

اگرچه تأکید و توجه بیشتر به سیاست‌های غیربازاری که بر شاخصه‌هایی همچون نوآوری، فرهنگ و ارزش‌ها تأکید دارد، موجب شده که پژوهشگران علاقه زیادی به ارتباط این سیاست‌ها با عملکرد سازمان پیدا کنند (بج و آلن^{۱۵}، ۲۰۱۰؛ بولی^{۱۶}، ۲۰۱۷؛ ملاحی و همکاران^{۱۷}، ۲۰۱۶؛ پارنل^{۱۸}، ۲۰۱۸؛ ویی و همکاران^{۱۹}، ۲۰۱۶)، اما هنوز تحقیقات کمی در این باره وجود دارد و چگونگی وقوع این ارتباط نسبتاً ناشناخته مانده است (پارنل^{۲۰}، ۲۰۱۵). علاوه بر این، ارتباط بین ارزش‌های سازمانی و عملکرد سازمان به ویژه در سازمان‌های دولتی که یک بخش کلیدی در جامعه بوده و اقتصادهای ملی و منطقه‌ای را هدایت می‌کنند، مشخص نیست. فقدان روحیه نوآوری و ارزیابی مستمر در سازمان‌های دولتی ایران موجب تداوم فعالیت‌هایی شده که فلسفه وجودی خود را از دست داده و باید در فعالیتشان تجدید

15 - Bach & Allen

16 - Buli

17 - Mellahi et al.

18 - Pamell

19 - Wei et al.

20 - Parnell



ریواس و همکاران^{۲۶} (۲۰۱۹)، نیز با بررسی نوآوری فناورانه و عملکرد در مزارع اسپانیا نشان دادند که نوآوری در فناوری عامل مهمی برای افزایش بقای مزارع می‌باشد. همچنین سینگ و همکاران^{۲۷} (۲۰۱۷)، با هدف بررسی انواع نوآوری فناورانه بر عملکرد شرکت‌های تولیدی کوچک مستقر در منطقه شمالی هند نشان دادند که نوآوری فناورانه بر عملکرد شرکت‌های مورد بررسی تأثیرگذار بوده و در این بین توانایی کارآفرینی، قابلیت زیرساخت فناوری و ابتکارات دولت مهمترین فعالیت‌های اقتصادی برای بهبود عملکرد شرکت‌های کوچک می‌باشند.

در رابطه با نوآوری مدیریتی نیز اسپارو^{۲۸} (۲۰۱۶)، نشان داد که نوآوری مدیریتی منجر به بهبود عملکرد شده و مدیران با اقداماتی نظیر ایجاد فرهنگ یا جو نوآوری در سطح تیم، سازماندهی کارکنان از طریق مدیریت، انتخاب استعدادها، فردی، و نیز توسعه خلاقیت در سطح فردی می‌توانند موجب بهبود عملکرد سازمان شوند.

فاروق و همکاران^{۲۹} (۲۰۱۶)، نیز با هدف بررسی تأثیر شیوه‌های مدیریت منابع انسانی بر عملکرد سازمانی در بخش بانکی امارات متحده عربی، با توجه به نقش واسطه‌ای نوآوری سازمانی نشان دادند که نوآوری سازمانی به عنوان میانجی کامل در تأثیرگذاری پیوند عملکرد سازمان بر مدیریت منابع انسانی عمل می‌نماید. آن‌ها بیان کردند که افزایش اثربخشی مدیریت منابع انسانی می‌تواند منجر به نوآوری و در نتیجه عملکرد بالاتر شود. به طور خاص، انتخاب استراتژی نوآوری مناسب، مستلزم استفاده مؤثر از انگیزه، آموزش و توسعه، استخدام، انتخاب و ارزیابی عملکرد کارکنان است.

نقش سبک رهبری در موفقیت سازمان نیز موضوعی بسیار مهم است که باید به آن توجه شود. اهمیت رهبری نوآورانه به دو دلیل می‌تواند درک شود: اول، رهبری یکی از مهمترین عوامل برای افزایش عملکرد کسب و کار، خلاقیت کارکنان و نوآوری سازمان است. تحقیقات پیشین در تئوری

کرد. خلاقیت و نوآوری نقش مهمی را در استراتژی کسب و کار برای بسیاری از سازمان‌ها ایفا می‌کند (اسچویتزر^{۲۱}، ۲۰۱۴؛ روتمان و کوچ^{۲۲}، ۲۰۱۴). خلاقیت به عنوان یک شایستگی سازمانی می‌تواند به سازمان کمک کند که مزیت رقابتی و نوآوری دائمی خود را حفظ کند. بر طبق نظریه‌های مطرح در این زمینه، خلاقیت کارکنان پایه و اساس خلاقیت و نوآوری سازمان بوده و با عملکرد تجاری مرتبط می‌باشد. باید دانست که خلاقیت و نوآوری کارکنان به طور خودکار تولید نمی‌شود. رهبران باید از کارکنان خود حمایت کرده و آن‌ها را در این روند خلاقانه تشویق کنند (روستائو و همکاران^{۳۳}، ۲۰۱۳). به رغم این توافق که معمولاً در نظریه‌های مختلف یافت می‌شود، موضوع رهبری به ندرت به عنوان یک پیشران خلاقیت و نوآوری مورد مطالعه قرار گرفته و شکافی در این باره مشاهده می‌گردد.

به طور کلی می‌توان نوآوری‌ها را به صورت نوآوری فناورانه، نوآوری استراتژیک و نوآوری مدیریتی بیان کرد. مطالعات مختلفی نشان داده‌اند که این نوآوری‌ها می‌توانند به بهبود عملکرد سازمان منجر شوند. برای مثال القریشی و همکاران^{۲۴} (۲۰۱۸)، در مطالعه‌ای نشان دادند که نوآوری استراتژیک می‌تواند منجر به بهبود عملکرد شود و توصیه نمودند که دولت باید یارانه‌های آموزشی را در کشور در جهت ارتقاء سطوح نوآوری فراهم کند. چرا که نوآوری فقط می‌تواند در شرایطی انجام شود که نیروی انسانی با مهارت کافی آموزش یابد. کاسمسپ^{۲۵} (۲۰۱۷)، نیز با معرفی چارچوب و الگوی عالی مدیریت دانش، گرایش استراتژیک، نوآوری سازمانی و عملکرد سازمانی، استدلال می‌کند که ابعاد مدیریت دانش، جهت‌گیری استراتژیک و نوآوری سازمانی تأثیرات مثبتی بر عملکرد سازمان داشته است. نوآوری سازمانی میانجی روابط میان مدیریت دانش و عملکرد سازمان و همچنین جهت‌گیری استراتژیک و عملکرد سازمان بوده و مدیریت دانش با گرایش استراتژیک رابطه مثبت داشته است.

26. Rivas et al.

27. Singh et al.

28. Sparrow

29. Farouk et al.

21. Schweitzer

22. Rothmann & Koch

23. Rousseau et al.

24. AlQershhi et al.

25. Kasemsap



سبک رهبری عملکردگرا با بهره‌برداری از نوآوری ارتباط بیشتری دارد (رفیعی و همکاران، ۱۳۹۵).
به طور گسترده‌ای اعتقاد بر این است که رهبری و فرهنگ سازمانی در روند تغییرات نوآورانه پیوند دارند (ساروس و همکاران ۲۰۰۸). طبق نظر بیوگلسدیجک و همکاران^{۳۹} (۲۰۰۶) فرهنگ سازمانی برای سازمان بسیار با اهمیت بوده و می‌تواند روابط بین سازمان را تحت تاثیر قرار دهد. به همین علت، فرهنگ سازمانی به عنوان یک منبع مزیت رقابتی پایدار برای کسب و کار به طور گسترده‌ای مورد توجه قرار گرفته است.

از طرفی ارزش‌های سازمان به عنوان "عقاید ماندگار در سازمان تعریف شده که بر نظرات شخصی یا اجتماعی ترجیح داده شده و انتخاب یا ارزیابی رفتار را راهنمایی می‌کنند" (بورن و جنکینز^{۴۰}، ۲۰۱۳). سازمان‌ها برای افزایش کارآمدی کارکنان خود باید ارزش‌های سازمانی را ایجاد کنند.

مطالعات بسیاری وجود دارد که به بررسی تاثیر ارزش‌های سازمانی بر روی فرایندها و روش‌های مختلف سازمان پرداخته‌اند. به عنوان مثال، پژوهش‌ها نشان داده‌اند که ارزش‌های سازمانی بر فرآیند نوآوری (خازانچی و همکاران^{۴۱}، همکاران^{۴۱}، ۲۰۰۷)، عملکرد تجاری (چانگ^{۴۲}، ۲۰۱۸) و رفتارهای شهروندی سازمانی (میرانوا و همکاران^{۴۳}، ۲۰۱۸) تأثیر می‌گذارند. مطالعات نشان داده‌اند که مقادیر مناسبی از انواع ارزش‌ها برای تقویت عملکرد سازمانی مناسب هستند (بوسچگنز و همکاران^{۴۴}، ۲۰۱۳؛ گارسیا و آرچر^{۴۵}، ۲۰۱۲). ارزش‌های سازمانی نقش مهمی در فرایند مدیریت استراتژیک از جمله تدوین، اجرا و ارزیابی دارند (جهمان و همکاران^{۴۶}، ۲۰۱۳؛ ژنگ و همکاران^{۴۷}، ۲۰۱۰).

رهبری نیز پیوند میان سبک رهبری و عملکرد را نشان داده است (گوپتا و سینگ^{۳۰}، ۲۰۱۵). علاوه بر این، سبک رهبری در نوآوری (زاچر و روسینگ^{۳۱}، ۲۰۱۵) و همچنین خلاقیت (هرمن و فلفه^{۳۲}، ۲۰۱۴)، بسیار مهم است.
دوم، تحقیق‌ها نشان داده که جهت‌گیری اهداف در سازمان می‌تواند بر راهبردهای رفتاری که کارکنان برای میزان خلاقیت و نوآوری خود انتخاب می‌کنند، تأثیر بگذارد. تنظیم افکار کارکنان، سبب تمرکز در جهت دستیابی به اهداف شده که در آن فرد به استانداردهایی پایبند می‌گردد (تانگ و یو^{۳۳}، ۲۰۱۶).

شدت و میزان موفق بودن رهبری نوآورانه بسیار به جایگاه رهبر در سازمان و ویژگی‌های رهبر متکی است. وروم و جاگو^{۳۴} (۲۰۰۷)، رهبری را به عنوان فرایند انگیزش کارکنان به همکاری با یکدیگر برای دستیابی به اهداف بزرگ تعریف می‌کنند. آن‌ها تأکید می‌کنند رهبری، یک روند است که در آن یک رهبر به جای این که به دنبال موفقیت شخص خود باشد بر یک گروه تأثیر می‌گذارد تا همگان به موفقیت برسند، و نتیجه نفوذ رهبر بر پیروان، پیگیری اهداف به وسیله تک تک اعضای گروه می‌باشد (سنجقی و همکاران، ۱۳۹۶). رهبری را می‌توان از عوامل اصلی عملکرد سازمان‌های نوآور دانست. رهبران همواره باید توازنی را بین فشارهای ناشی از انتظارات متفاوت و بهره‌برداری از نوآوری ایجاد نمایند (اوریلی و تاشمن^{۳۵}، ۲۰۱۳). مطالعات مختلفی نشان داده است که یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در بهبود عملکرد نوآوری سازمان‌ها، سبک رهبری تحول‌آفرین است. سبک رهبری تحول‌آفرین علاوه بر نقش مستقیمی که بر عملکرد نوآوری دارد، از طریق فرهنگ و ساختار سازمانی نیز به طور غیرمستقیم، سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد (جانگ و همکاران^{۳۶}، ۲۰۰۸). جانسن و همکاران^{۳۷} (۲۰۰۹)، نشان دادند که سبک رهبری تحول‌گرا با توسعه نوآوری، و

³⁸ - Sarros et al.

³⁹ - Beugelsdijk et al.

⁴⁰ - Bourne & Jenkins

⁴¹ - Khazanchi et al.

⁴² - Chang

⁴³ - Marinova et al.

⁴⁴ - Büschgens et al.

⁴⁵ - Garcia & Archer

⁴⁶ - Gehman et al.

30. Gupta and Singh

31. Zacher and Rosing

32. Herrmann and Felfe

33. Tung & Yu

34. Vroom & Jago

35. O'Reilly & Tushman

36. Jung et al.

37. Jansen et al.



همکاران^{۵۱} (۲۰۱۶)، نشان دادند که همبستگی مثبت و معناداری بین قابلیت‌ها و فرایندهای مدیریت دانش با عملکرد سازمانی وجود دارد.

توانمندسازی کارکنان نیز می‌تواند موفقیت سازمان را بهبود بخشد و عملکرد آن را افزایش دهد. در دنیای کسب و کار امروز توانمندسازی به منزله ابزاری شناخته شده و عاملی نجات بخش در مدیریت ظهور نموده و به عنوان یک عامل مهم می‌تواند موفقیت سازمان‌ها را تضمین نماید. فلسفه توانمندسازی بیان می‌کند که سازمان هم می‌تواند افراد خود را راضی نگهداشته و هم آنچه را که نیاز دارد به دست آورد. مطالعات نشان داده است که توانمندسازی مدیران و کارکنان باعث افزایش عملکرد، اثربخشی، تعهد به سازمان، حل اثربخش مشکلات، و هماهنگی بیشتر شده و هزینه‌ها را کاهش می‌دهد (اسپریتزر و دانسون^{۵۲}، ۲۰۰۸). همچنین توانمندسازی کارکنان می‌تواند روند نوآوری در سازمان را تسهیل کند چرا که کارکنان توانمندتر ایده‌های خلاقانه تری را به سازمان ارائه می‌دهند (کاسمساپ^{۵۳}، ۲۰۱۷؛ سولستیو^{۵۴}، ۲۰۱۶).

از این رو با توجه به مبانی نظری می‌توان متغیرهای زیر را با تاکید بر نوآوری و ارزش سازمانی جهت ارتقا عملکرد سازمان و ارائه مدل مطلوب معرفی نمود:

جدول ۱. عوامل موثر بر ارائه مدل بهبود عملکرد

سازمان‌های دولتی

ردیف	متغیر	نماد	منبع
۱	نوآوری های فناورانه	V1	ریواس و همکاران (۲۰۱۹)؛ سینگ و همکاران (۲۰۱۷)
۲	نوآوری های استراتژیک	V2	القریشی و همکاران (۲۰۱۸)؛ کاسمساپ (۲۰۱۷)
۳	نوآوری های مدیریتی	V3	اسپارو (۲۰۱۶)؛ فاروق و همکاران (۲۰۱۶)
۴	توجه به خلاقیت کارکنان	V4	اسپارو (۲۰۱۶)؛ اسچویتزر (۲۰۱۴)؛ روثمان و کوچ (۲۰۱۴)
۵	رهبری تحول گرا	V5	گوپتا و سینگ (۲۰۱۵)؛ زاچر و روسینگ (۲۰۱۵)؛ هرمن و فلغه، (۲۰۱۴)؛ وروم و جاگو

طبقه‌بندی‌های مختلفی از ارزش‌های سازمانی وجود دارد؛ برای مثال می‌توان فرهنگ سازمانی، توانمندسازی کارکنان، مدیریت دانش و یادگیری کارکنان را به عنوان ارزش‌هایی نام برد که سازمان می‌تواند آن‌ها را به عنوان ارزش تلقی نماید. برای مثال پانیوسوامی و مانوهار^{۴۸} (۲۰۱۶)، به بررسی ادراک کارکنان دانشگاهی از یادگیری فرهنگ سازمانی در موسسات آموزش عالی هند پرداخته و نتایج نشان دادند که بین سازه‌های یادگیری فرهنگ سازمانی، عملکرد دانشی و عملکرد پژوهشی همبستگی معنی‌داری وجود دارد.

پیرو این یافته حسین و همکاران^{۴۹} (۲۰۱۶)، نشان دادند که یادگیری فرهنگ سازمانی منجر به رشد و توسعه سازمان می‌شود. آن‌ها در مطالعه خود به بررسی سطح یادگیری فرهنگ سازمانی و ارتباط آن با عملکرد سازمانی و نوآوری سازمانی در بین دانشگاهیان یک موسسه عمومی آموزش عالی در مالزی پرداخته و نشان دادند که یادگیری مداوم بالاترین ارتباط را با عملکرد سازمانی داشته و در این بین همکاری و یادگیری تیمی با نوآوری سازمانی بسیار مرتبط است. پرادهان و همکاران^{۵۰} (۲۰۱۷a)، نیز نشان دادند که بین یادگیری سازمانی و عملکرد رابطه معناداری وجود دارد و یادگیری می‌تواند منجر به بهبود عملکرد سازمان شود.

یکی دیگر از متغیرهایی که می‌تواند به عنوان ارزش در سازمان محسوب گردد، مدیریت دانش و جریان آن در سازمان است. دانش و دانایی را می‌توان به منزله مهم‌ترین سرمایه هر سازمان دانست. سازمانی که از موهبت دانش و دانایی برخوردار باشد، با چالش‌های موجود بهتر برخورد کرده و در عرصه رقابت موفق‌تر عمل می‌نماید. استفاده از ابزار مدیریت دانش در جهت رویارویی و مقابله با عوامل عدم اطمینان و نیز حفظ موقعیت و ایجاد خلاقیت و نوآوری برای مدیران امری ضروری به نظر می‌رسد (محمدی و همکاران، ۱۳۹۶). در پژوهشی که در کشور مالزی و بر روی شرکت‌های کوچک و متوسط انجام گرفته است، ها و

51 . Ha et al.

52 . Spreitzer & Doneson

53 . Kasemsap

54 . Sulistyoy

47 - Zheng et al.

48 . Ponnuswamy & Manohar

49 . Hussein et al.

50 . Pradhan et al.



متخصص افرادی بودند که یا حداقل سابقه ۱۵ سال تدریس دانشگاه، در حوزه مدیریت دولتی را داشته و یا دارای سابقه کار مدیریتی بوده اند. انتخاب خبرگان در مرحله مصاحبه تا رسیدن به اشباع نظری ادامه پیدا کرد.

در بین شرکت کنندگان ۷ نفر از پاسخگویان خبره مرد (۷۰ درصد) و ۳ نفر (۳۰ درصد) زن بوده اند. ۸۰ درصد خبرگان پاسخگو (۸ نفر) بیشتر از ۵۰ سال سن داشته اند. ۴۰ درصد آنها (۴ نفر) مدرک کارشناسی ارشد و شصت درصد دیگر دارای مدرک دکتری تخصصی بوده اند. با توجه به آن که این افراد حداقل ۱۵ سال سابقه مطالعه و یا کار در بخش سازمان های دولتی را داشته اند می توان گفت که به لحاظ شرایط حائز صلاحیت و دانش لازم برای پاسخگویی به سوالات این تحقیق بوده اند. شرح کامل مشخصات خبرگان پاسخگو در جدول (۲) ذکر شده است.

جدول ۲. مشخصات خبرگان شرکت کننده در تحقیق

ردیف	سمت	رشته تحصیلی	مقطع	سن	سابقه	جنسیت
۱	استادیار عضو هیئت علمی دانشگاه	منابع انسانی	دکتری	۵۴	۱۰	مرد
۲	استادیار عضو هیئت علمی دانشگاه	دولتی-خط مشی گذاری	دکتری	۵۵	۲۱	مرد
۳	دانشیار عضو هیئت علمی دانشگاه	مدیریت دولتی	دکتری	۵۱	۱۵	مرد
۴	استادیار عضو هیئت علمی دانشگاه	مدیریت دولتی	دکتری	۵۵	۱۴	زن
۵	رئیس سازمان دولتی	بیمه	فوق لیسانس	۵۶	۲۲	مرد
۶	معاون سازمان دولتی	حسابداری	فوق لیسانس	۴۵	۲۰	مرد
۷	کارشناس منابع انسانی	مدیریت دولتی	دکتری	۴۳	۲۳	زن
۸	کارشناس استراتژیک	مدیریت استراتژیک	دکتری	۵۲	۳۰	مرد
۹	رئیس بانک دولتی درجه ۱	مدیریت بازرگانی	فوق لیسانس	۵۶	۱۵	مرد

			(۲۰۰۷)
۶	فرهنگ سازمانی	V6	جانگ و همکاران (۲۰۰۸)؛ پانیوسومی و مانوهار (۲۰۱۶)؛ حسین و همکاران (۲۰۱۶)؛ پرداهان و همکاران (۲۰۱۷)
۷	مدیریت دانش	V7	کاسمساپ (۲۰۱۷)؛ ها و همکاران (۲۰۱۶)
۸	یادگیری سازمانی	V8	حسین و همکاران (۲۰۱۶)؛ پرداهان و همکاران (۲۰۱۷)
۹	توانمندسازی کارکنان	V9	اسپریتزر و دانسون (۲۰۰۸)؛ کاسمساپ، (۲۰۱۷)؛ سولیستیو (۲۰۱۶)

۳- روش شناسی

پژوهش حاضر از حیث هدف یک پژوهش کاربردی بوده و در زمره پژوهش‌های تحقیق-توسعه^{۵۵} قرار می‌گیرد. با وجود تفاوت‌های سازمانی، تحقیق و توسعه با حمایت و پشتیبانی دولت‌ها در بیشتر کشورها توجه روز افزونی را جلب می‌کند. در این نوع تحقیقات اغلب تعدادی از مسئولین یا ادارات دولتی، با جامعه علمی در ارتباطند و یافته‌های تحقیق برای اجرا در سازمان های دولتی و یا خصوصی سودمند می باشند. در این تحقیق به جهت گردآوری اطلاعات در مرحله تبیین مبانی نظری، از روش کتابخانه ای و به جهت دست یابی به هدف تحقیق و طراحی مدل از ابزار مصاحبه و پرسشنامه استفاده شد. از نتایج مصاحبه برای طراحی پرسشنامه تعیین روابط تفسیری ساختاری و اجرای مرحله مدل سازی تفسیری ساختاری استفاده گردید. به جهت سنجش روایی پرسشنامه، پرسشنامه در اختیار اساتید و خبرگان قرار گرفت تا از صحت سوالات و روایی محتوا اطمینان حاصل شود. ضریب ICC^{56} به لحاظ سازگاری^{۵۷} و توافق مطلق^{۵۸}، به منظور سنجش پایایی پرسشنامه، مورد سنجش قرار گرفت. به جهت انتخاب شرکت کنندگان در تحقیق، از نمونه گیری هدفمند قضاوتی استفاده گردید. که بر اساس این نوع روش نمونه گیری، ده نفر از افراد متخصص و خبره برای شرکت در مطالعه انتخاب شدند. شرکت کنندگان

55. Research & Development

56. Intraclass Correlation Coefficient

57. Consistency

58. Absolute Agreement

۱۰	کارشناس منابع انسانی	مدیریت اجرایی	فوق لیسانس	۵۱	۲۵	زن
----	----------------------	---------------	------------	----	----	----

۳-۱- مدل سازی ساختاری تفسیری^{۵۹}

در این پژوهش از مدلسازی ساختاری تفسیری که از جمله روش‌های کیفی تحقیق می‌باشد، با کمک نرم‌افزار Matlab جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. مدلسازی ساختاری تفسیری ابزاری است که تعامل بین متغیرهای مختلف را نشان داده و روابط بین متغیرها را بصورت روابط سلسله مراتبی نمایش می‌دهد (وارفیلد^{۶۰} ۱۹۷۴). این روش به منظور شناسایی و نشان دادن روابط بین عوامل مختلف که می‌توانند روابط پیچیده‌ای داشته باشند مورد استفاده قرار می‌گیرد (عطری^{۶۱} و همکاران، ۲۰۱۳). گام‌های روش مدل سازی ساختاری تفسیری (سینگ^{۶۲} و کانت، ۲۰۱۱)، به این ترتیب انجام شد که در مرحله اول بر اساس اطلاعات جمع آوری شده در مصاحبه، عوامل اثرگذار شناسایی شدند. در مرحله بعد، پرسشنامه تحقیق در قالب ماتریس خود تعاملی^{۶۳} SSIM ایجاد شده، که در آن می‌بایست، پاسخ‌دهندگان روابط بین عوامل مشخص شده در سطر و ستون ماتریس را، بوسیله نمادهایی به شرح ذیل مشخص نمایند:

V: اگر عنصر i بر عنصر j تأثیرگذار باشد

A: اگر عنصر j بر عنصر i تأثیرگذار باشد

X: تأثیر متقابل عناصر i و j

O: در صورت عدم وجود ارتباط بین عناصر i و j

بر اساس مفهوم این نمادها از خبرگان خواسته شد که در ماتریس تعیین روابط بین عوامل، با ترسیم هر یک از نمادها، نظر خود را در خصوص وجود یا عدم وجود تأثیر و جهت تأثیرگذاری هر عامل مستقر در سطر ماتریس با عامل قرار گرفته در ستون ماتریس، اعلام دارند.

در مرحله بعدی به جهت تشکیل ماتریس دسترس پذیری اولیه^{۶۴} نمادهای مشخص شده در گام قبل، به نمادهای صفر و

یک تبدیل شدند. پس از تشکیل ماتریس دسترس پذیری اولیه، ماتریس دسترس پذیری نهایی^{۶۵}، با در نظر گرفتن انتقال پذیری در روابط به دست آمده، طراحی گردید. این ماتریس نشان - دهنده میزان وابستگی و قدرت نفوذ هر یک از عامل‌ها بود. قدرت نفوذ از حاصل جمع اعداد هر ردیف و میزان وابستگی از حاصل جمع اعداد هر ستون به دست آمد.

در گام بعدی، مجموعه خروجی و ورودی برای هر عامل، با استفاده از ماتریس در دسترس پذیری نهایی، به دست آمد. برای هر عامل، مجموعه خروجی دربردارنده خود عامل و عامل‌هایی که بر آن‌ها تأثیر داشته و مجموعه ورودی نیز دربردارنده خود عامل و عامل‌های تأثیرپذیر از آن‌ها بود. پس از تعیین مجموعه خروجی و ورودی، اشتراک بین دو مجموعه خروجی و ورودی برای هر عامل تعیین گردید.

عامل‌هایی که مجموعه خروجی و مشترک آن‌ها کاملاً هم‌هنگ بود در بالاترین سطح از سلسله مراتب ساختاری تفسیری قرار گرفتند. آن‌ها پس از شناسایی خارج شده و عملیات مجدداً برای دیگر عوامل تکرار گردید.

۴- یافته‌های پژوهش

در این پژوهش، ابتدا با بررسی ادبیات موضوع، و مصاحبه با خبرگان، عوامل موثر بر ارائه مدل در راستای بهبود عملکرد سازمان‌های دولتی با تأکید بر نوآوری و ارزش‌های سازمانی شناسایی شدند. بر اساس کد بندی مصاحبه‌ها، ۹ عامل به شرح جدول ذیل استخراج گردید (جدول ۳).

جدول ۳. عوامل معرفی شده موثر بر ارائه مدل عوامل موثر

در گسترش سرمایه‌گذاری بر روی صکوک

ردیف	نماد	مولفه	شماره مصاحبه
۱	V1	نوآوری های فناورانه	۹-۸-۷-۵-۳-۲-۱
۲	V2	نوآوری های استراتژیک	۱۰-۸-۷-۵-۴-۳-۲
۳	V3	نوآوری های مدیریتی	۹-۸-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱
۴	V4	توجه به خلاقیت کارکنان	۱۰-۹-۸-۷-۵-۴-۳-۲-۱
۵	V5	رهبری تحول گرا	۱۰-۹-۸-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱
۶	V6	فرهنگ سازمانی	۱۰-۹-۸-۶-۴
۷	V7	مدیریت دانش	۱۰-۹-۸-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱
۸	V8	یادگیری سازمانی	۱۰-۹-۸-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱
۹	V9	توانمندسازی کارکنان	۱۰-۹-۸-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱

59. Interpretative structural modeling (ISM)

60. Warfield

61. Attri et al.

62. Singh & Kant

63. Structural self-interaction matrix (SSIM)

64. Initial reachability matrix

65. Final reachability matrix



در گام بعدی، ابتدا ماتریس خودتعاملی ایجاد شد. در ماتریس خود تعاملی خبرگان از نمادهای VOXA که در قسمت قبل شرح داده شد به جهت مشخص نمودن تاثیر

جدول ۴. ماتریس خود تعاملی (SSIM)

ردیف	عوامل	V9	V8	V7	V6	V5	V4	V3	V2	V1
۱	V1	V	V	X	V	A	V	X	X	
۲	V2	V	V	X	V	A	V	X		
۳	V3	V	V	X	V	A	V			
۴	V4	V	V	A	A	A				
۵	V5	V	V	V	V					
۶	V6	V	V	V						
۷	V7	V	V							
۸	V8	V								
۹	V9									

عوامل و ترتیب اثرگذاری استفاده نمودند (جدول ۴).

جدول ۵. ماتریس دسترسی اولیه

ردیف	عوامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۱	V1	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۰
۲	V2	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۱
					۱	۰	۱	۰	۱	۱
					۰	۰	۰	۰	۰	۰
					۱	۰	۱	۱	۱	۱
					۰	۰	۱	۰	۰	۰
					۰	۰	۱	۱	۱	۱
۸	V8	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۹	V9	۰	۰	۰	*					

پس از تشکیل ماتریس دسترسی اولیه، روابط ثانویه بین شاخص‌ها مورد کنترل قرار گرفت. رابطه ثانویه به صورتی مشخص می‌گردد که اگر شاخص i منجر به شاخص j شود و هم‌چنین شاخص j منجر به شاخص k شود، آنگاه شاخص i نیز منجر به شاخص k خواهد شد.

اگر این حالت در ماتریس دسترسی اولیه برقرار نباشد، لازم است که ماتریس اصلاح شده و روابطی که از قلم افتاده جایگزین شود؛ که به این عمل اصطلاحاً سازگار نمودن ماتریس دسترسی اولیه گفته می‌شود. در این مرحله، تمامی روابط ثانویه بین متغیرها، مورد بررسی

- اگر ورودی (j, i) در ماتریس خودتعاملی ساختاری نماد V بود، در ماتریس دسترسی اولیه (j, i) عدد یک و برای ورودی (i, j) عدد صفر منظور می‌شد.
- اگر ورودی (i, j) در ماتریس خودتعاملی ساختاری نماد O بود، در ماتری دسترسی اولیه (j, i) عدد صفر برای ورودی (i, j) عدد صفر منظور می‌شد.

قرار گرفت، که منجر به تشکیل ماتریس دسترسی نهایی طبق جدول (۶) گردید. در این ماتریس خانه‌هایی که با علامت ۱* مشخص شده‌اند، نشان دهنده خانه‌هایی هستند که در ماتریس دسترسی اولیه مقادیر آن‌ها صفر بوده و پس از سازگاری عدد یک گرفته‌اند.

(این کار به کمک برنامه نویسی متلب انجام گرفت). همان طوری که در جدول ۶ نشان داده شده است، قدرت نفوذ هر یک از عوامل از جمع تعداد عامل‌های متأثر از آن با خود عامل و میزان وابستگی هر عامل نیز از جمع عواملی که از آن تأثیر می‌پذیرند با خود عامل به دست آمده است.

جدول ۶. ماتریس دسترسی نهایی اصلاح شده

ردیف	عوامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	قدرت نفوذ
۱	V1	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱*	۸
۲	V2	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱*	۱	۸
۳	V3	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱*	۱	۱	۸
۴	V4	۱	۱	۱*	۱*	۰	۱*	۱*	۱*	۱*	۸
۵	V5	۱	۱	۱	۱	۱*	۱	۱	۱	۱	۹
۶	V6	۱	۱	۱	۱*	۰	۱	۱*	۱*	۱*	۸
۷	V7	۱	۱	۱*	۱*	۰	۱	۱	۱	۱	۸
۸	V8	۱	۱*	۱*	۱*	۰	۱*	۱*	۱*	۱*	۸
۹	V9	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱*	۱
	قدرت وابستگی	۸	۸	۸	۸	۱	۸	۸	۸	۹	

پس از تعیین مجموعه‌های ورودی و خروجی و با استفاده از ماتریس دسترسی، اشتراک این مجموعه‌ها برای هر یک از عوامل به دست آمد. مجموعه خروجی یک عامل شامل خود آن عامل و عواملی بوده که بر آن‌ها اثر گذاشته و با "۱" های موجود در سطر مربوطه نشان داده شده است. مجموعه ورودی یک عامل نیز شامل خود آن عامل و عواملی بوده است که از آن‌ها تأثیر گرفته و که با "۱" های موجود در ستون مربوطه نشان داده شده است. در گامی دیگر، پس از تعیین مجموعه‌های ورودی و خروجی، اشتراک آن‌ها برای هر یک از عوامل تعیین گردید.

عواملی که مجموعه خروجی و مشترک آن‌ها کاملاً مشابه بودند، در بالاترین سطح از سطوح سلسله مراتب مدل ساختاری تفسیری قرار گرفته و به‌منظور یافتن اجزای تشکیل‌دهنده سطح بعدی سیستم، خارج شدند. عملیات مربوط به تعیین اجزای سطح بعدی به همین شکل برای سایر عوامل تکرار گردید. این عملیات تا آنجا تکرار شد که اجزای تشکیل‌دهنده کلیه سطوح سیستم مشخص شدند.

۷	V7	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶-۵	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	۲
۸	V8	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶-۵	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	۲

جدول ۹. سطح‌بندی عامل‌ها (تکرار سوم)

ردیف	عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک	سطح
۵	V5	۵	۵	۵	۳

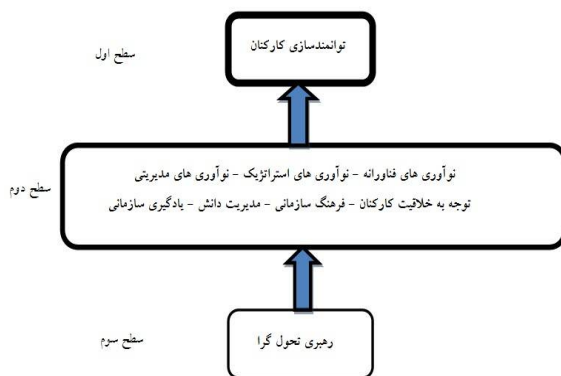
پس از آن که سطوح هر کدام از عوامل مشخص گردید، مدل ساختار تفسیری با در نظر گرفتن ماتریس دسترس‌پذیری نهایی ترسیم شد. سه سطح در مدل نهایی به دست آمده مشخص گردید. عامل‌هایی که در سطوح بالای سلسله مراتب قرار داشتند از تأثیرگذاری کمتر و تأثیرپذیری بیشتری برخوردارند. نتایج نشان داد که عامل توانمندسازی کارکنان در مدل موثر در بهبود عملکرد سازمان‌های دولتی از بیشترین اثرپذیری و کمترین اثرگذاری نسبت به سایر عوامل برخوردار بوده است. پس از این مولفه و در سطح دوم عوامل نوآوری‌های فناورانه، نوآوری‌های استراتژیک، نوآوری‌های مدیریتی، توجه به خلاقیت کارکنان، فرهنگ سازمانی، مدیریت دانش و سازمان یادگیرنده قرار گرفتند. این عوامل هم دارای قدرت تأثیرپذیری و هم تأثیرگذاری مناسبی بوده‌اند. نتیجه نشان داد که در سطح سوم عامل رهبری تحول‌گرا بیشترین تأثیرگذاری و کم‌ترین تأثیرپذیری را نسبت به سایر عوامل داشته است (شکل ۱).

جدول ۷. سطح‌بندی عامل‌ها (تکرار اول)

ردیف	عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک	سطح
۱	V1	-۴-۳-۲-۱ ۹-۸-۷-۶	-۵-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	
۲	V2	-۴-۳-۲-۱ ۹-۸-۷-۶	-۵-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	
۳	V3	-۴-۳-۲-۱ ۹-۸-۷-۶	-۵-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	
۴	V4	-۴-۳-۲-۱ ۹-۸-۷-۶	-۵-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	
۵	V5	-۴-۳-۲-۱ ۹-۸-۷-۶-۵	۵	۵	
۶	V6	-۴-۳-۲-۱ ۹-۸-۷-۶	-۵-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	
۷	V7	-۴-۳-۲-۱ ۹-۸-۷-۶	-۵-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	
۸	V8	-۴-۳-۲-۱ ۹-۸-۷-۶	-۵-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	
۹	V9	۹	-۵-۴-۳-۲-۱ ۹-۸-۷-۶	۹	۱

جدول ۸. سطح‌بندی عامل‌ها (تکرار دوم)

ردیف	عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک	سطح
۱	V1	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶-۵	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	۲
۲	V2	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶-۵	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	۲
۳	V3	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶-۵	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	۲
۴	V4	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶-۵	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	۲
۵	V5	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶-۵	۵	۵	
۶	V6	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶-۵	-۴-۳-۲-۱ ۸-۷-۶	۲



شکل ۱- مدل ساختاری تفسیری پژوهش

عامل پنجم "رهبری تحول‌گرا" به دلیل قدرت هدایت‌کنندگی بسیار زیاد و وابستگی کم جزء متغیرهای نفوذی یا به عبارت دیگر محرک می‌باشد. سایر عامل‌ها که دارای قدرت هدایت زیاد و وابستگی زیاد می‌باشند، متغیرها غیر ایستا هستند و در دسته متغیرهای پیوندی قرار گرفته‌اند. به عبارتی نقش میانجی را در مدل ارائه شده ایفا می‌کنند. ذکر این نکته نیز ضروری می‌باشد که در مطالعات آینده‌پژوهی، متغیرهای پیوندی دارای اهمیت زیادی می‌باشند. این متغیرها خصوصاً زمانی که در نزدیکی قطر ماتریس می‌کم قرار بگیرند جزو متغیرهای استراتژیک سازمانی محسوب می‌گردند.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق یافته‌های پژوهش نشان داد که متغیر رهبری تحول‌گرا به عنوان متغیر محرک اصلی در مدل ارائه شده این پژوهش شناخته می‌شود. یافته‌های این پژوهش با یافته‌های گوپتا و سینگ (۲۰۱۵)، همسو است که در پژوهش خود نشان دادند؛ متغیر رهبری تحول‌گرا از طریق ایجاد نوآوری و ارزش‌آفرینی منجر به بهبود عملکرد سازمان می‌شود. آن‌ها در این رابطه بیان می‌کنند که رهبری یکی از مهمترین عوامل برای افزایش عملکرد کسب و کار، خلاقیت کارکنان و نوآوری سازمان است. علاوه بر این، زاچر و روسینگ (۲۰۱۵) و هرمن و فلفه (۲۰۱۴)، سبک رهبری را در ایجاد نوآوری و خلاقیت در سازمان بسیار مهم می‌دانند. همچنین جانگ و همکاران (۲۰۰۸)، نشان دادند که سبک رهبری تحول‌آفرین یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در بهبود عملکرد نوآوری سازمان‌ها است و می‌تواند به طور مستقیم عملکرد نوآوری دارد را تحت تأثیر قرار دهد.

نتایج همچنین متغیر توانمندسازی کارکنان را به عنوان متغیر هدف شناسایی کرد. اسپریتزر و دانسون (۲۰۰۸)، در پژوهش خود نشان دادند که توانمندسازی مدیران و کارکنان باعث افزایش عملکرد، کاهش هزینه‌ها، افزایش اثربخشی، افزایش تعهد به سازمان، حل اثربخش مشکلات و هماهنگی بیشتر در انجام کارها شده و باید مورد توجه قرار گیرد. پژوهش‌های دیگری نیز وجود دارند که نشان می‌دهند، توانمندسازی کارکنان تحت تأثیر متغیرهای مختلفی قرار دارد. برای مثال

بعد از ترسیم مدل ساختاری، با ایجاد نمودار ماتریسی نفوذپذیری - وابستگی، دسته بندی عوامل در چهار دسته به شرح ذیل صورت پذیرفت:

- عوامل خودمختار: این دسته از عوامل شامل مولفه‌هایی بودند که قدرت هدایت و وابستگی ضعیف و متوسط داشتند. این دسته از عوامل نسبتاً غیر متصل به سیستم بوده و ارتباطات کم و ضعیفی با سیستم دارند.

عوامل وابسته: این دسته از عوامل از قدرت هدایت‌کنندگی کم، ولی وابستگی نسبتاً بالا برخوردار هستند. این عوامل معمولاً جزء عوامل نتیجه یا هدف دسته‌بندی می‌شوند.

- عوامل پیوندی: این دسته از عوامل مشتمل بر مولفه‌هایی هستند که دارای قدرت هدایت زیاد و وابستگی زیاد بوده و غیرایستا نیز می‌باشند. هر نوع تغییر در این دسته از عوامل می‌تواند سیستم را تحت تأثیر قرار داده و نهایتاً بازخور سیستم نیز می‌تواند این عوامل را مجدداً تغییر دهد.

- عوامل نفوذی: این دسته از عوامل متشکل از مولفه‌هایی می‌باشند که دارای قدرت هدایت‌کنندگی زیاد ولی وابستگی کم بوده و در گروه مولفه‌های نفوذی یا به عبارت دیگر محرک قرار می‌گیرند (مالون ۶۶، ۲۰۱۴).

۹	زیاد	۷۵				نفوذی				پیوندی	
۸									V1-V2-V3-V4 V6-V7-V8		
۷											
۶											
۵											
۴						خودمختار				وابسته	
۳											
۲											
۱										۷۹	
کم		۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	زیاد
		قدرت وابستگی									

نمودار ۱. نمودار تحلیل میک مک

نتایج تحلیل میک مک نشان داد ۹ عامل مرتبط با ارایه مدل مؤثر در بهبود عملکرد سازمان‌های دولتی از بعد قدرت نفوذپذیری و وابستگی به سه دسته عوامل وابسته، نفوذی و پیوندی تقسیم می‌شوند. عامل نهم "توانمندسازی کارکنان" دارای قدرت هدایت‌کنندگی کم ولی وابستگی بسیار بالا می‌باشد که متغیر هدف این پژوهش نام‌گذاری می‌گردد.

تقویت خلاقیت فردی و تیمی موثر است. همچنین روستائو و همکاران (۲۰۱۳) بیان می‌کنند که خلاقیت کارکنان پایه و اساس خلاقیت و نوآوری سازمان است و با عملکرد تجاری مرتبط می‌باشد. با این وجود، خلاقیت و نوآوری کارکنان به طور خودکار تولید نمی‌شود؛ رهبران باید از کارکنان خود حمایت کرده و آن‌ها را در این روند خلاقانه تشویق کنند.

یافته‌های پژوهش همچنین مبین نقش نوآوری‌های استراتژیک، نوآوری فناورانه و نوآوری مدیریتی در تقویت توانمندسازی کارکنان است. همسو با این یافته‌ها القریشی و همکاران (۲۰۱۸)، در مطالعه‌ای نشان دادند که نوآوری استراتژیک می‌تواند منجر به بهبود عملکرد شده و توصیه می‌کنند که دولت باید یارانه‌های آموزشی را در کشور فراهم کند، زیرا نوآوری فقط می‌تواند در شرایطی انجام شود که نیروی انسانی با مهارت کافی آموزش یابد. همچنین سینگ و همکاران (۲۰۱۷)، با هدف بررسی انواع نوآوری فناورانه بر عملکرد شرکت‌های تولیدی کوچک مستقر در منطقه شمالی هند نشان دادند که نوآوری فناورانه بر عملکرد شرکت‌های مورد بررسی تأثیرگذار می‌باشد. در این بین توانایی کارآفرینی، قابلیت زیرساخت فناوری، و ابتکارات دولت مهمترین فعالیت‌های اقتصادی برای بهبود عملکرد

شرکت‌های کوچک معرفی شدند. در رابطه با نوآوری مدیریتی نیز اسپارو^{۷۴} (۲۰۱۶) نشان داد که نوآوری مدیریتی منجر به بهبود عملکرد شده و مدیران با اقداماتی نظیر دامنه ایجاد فرهنگ یا جو نوآوری در سطح تیم، سازماندهی کارکنان از طریق مدیریت، انتخاب استعدادها، فردی، و نیز توسعه خلاقیت در سطح فردی می‌توانند موجب بهبود عملکرد سازمان شوند.

با توجه به اینکه با جستجو در بانک‌های اطلاعاتی قابل دسترس، نویسندگان این تحقیق در حوزه بهبود عملکرد تحقیقی را نیافته‌اند که این هدف را با استفاده از تکنیک مدل‌سازی تفسیری ساختاری و با تاکید بر ارزش‌های سازمانی و نوآوری انجام دهد؛ موضوع این تحقیق به عنوان یک کار جدید که می‌تواند جنبه‌های کاربردی را در توسعه و بهبود عملکرد سازمان‌های دولتی را داشته باشد، انتخاب گردید. ضمن

حسینی و شیخ اسماعیلی^{۶۷} (۲۰۱۶)، در بررسی ارتباط بین مدیریت دانش و توانمندسازی کارکنان نشان دادند که متغیر مدیریت دانش تأثیر معنی داری بر توانمندسازی دارد. همچنین یافته‌های پژوهش ابوالاوش و همکاران^{۶۸} (۲۰۱۸)، تأثیرگذاری مدیریت دانش بر توانمندسازی کارکنان را تایید کرده است.

در این پژوهش نتایج نشان داد که فرهنگ سازمانی می‌تواند منجر به توانمندسازی کارکنان شود. همسو با این یافته، چویی^{۶۹} (۲۰۲۰) نیز در پژوهش خود نشان داد که فرهنگ یادگیری سازمانی از طریق تأثیر واسطه‌ای توانمندسازی کارکنان منجر به بهبود عملکرد سازمان می‌شود و توانمندسازی یک واسطه مهم است که ارتباط مثبت بین فرهنگ یادگیری و عملکرد را نشان می‌دهد. همچنین پردهان و همکاران^{۷۰} (۲۰۱۷b)، پژوهشی با هدف بررسی نقش رهبری تحول‌گرا در توانمندسازی کارکنان انجام دادند و نشان دادند که رهبری تحول‌گرا با توانمندسازی روانشناختی رابطه مثبت دارد و در این بین فرهنگ سازمانی نقش میانجی را بین متغیرهای رهبری تحول‌گرا و توانمندسازی کارکنان ایفا می‌کند.

این پژوهش همچنین تأثیر رهبری تحول‌گرا بر توانمندسازی از طریق یادگیری سازمان را نشان داد. همسو با این یافته عمران و همکاران^{۷۱} (۲۰۱۶)، نشان دادند که رهبری تحول‌گرا بر یادگیری سازمان تأثیرگذار است. همچنین رضایی و باقری^{۷۲} (۲۰۱۴)، در مطالعه خود با هدف بررسی رابطه بین یادگیری سازمانی (شامل مؤلفه‌هایی از جمله ساختار، فرهنگ استراتژی) و توانمندسازی کارکنان (شامل مؤلفه‌هایی از جمله شامل اثربخشی، اهمیت، شایستگی، استقلال و اعتماد) نشان دادند که بین یادگیری سازمانی و توانمندسازی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد.

در رابطه با خلاقیت کارکنان نیز یافته‌های پژوهش نشان داد که این متغیر می‌تواند تحت تأثیر رهبری تحول‌گرا قرار گرفته و منجر به توانمندسازی کارکنان شود. در تایید این یافته دانگ و همکاران^{۷۳} (۲۰۱۷)، نشان دادند که رهبری تحول‌گرا در

67 - Hasani & Sheikhesmaeili

68 . Abualoush et al.

69 .Choi

70 . Pradhan et al.

71 . Imran et al.

72 . Rezaie & Bagheri

73 . Dong et al.

74 . Sparrow

شرکت‌های فناوری و نوآور. سیاست‌نامه علم و فناوری، ۹(۲/۲۷)، ۹۷-۱۱۰.

۸. سنجقی، محمدابراهیم، فرهی، علی، امیراحمدی، فاطمه سادات، دلیری، سیداحمد (۱۳۹۶)، بررسی تأثیر رهبری راهبردی بر نوآوری با تأکید بر رویکرد ارتباطات شبکه‌ای. پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)، ۹(۴)، ۲۰۵-۱۸۱.

۹. طهماسبی، رضا (۱۳۹۵). درآمدی بر نظریه‌های مدیریت دولتی. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، تهران. مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی.

۱۰. محمدی، رضا (۱۳۹۶)، بررسی رابطه مدیریت دانش با عملکرد سازمانی در سازمان‌های پروژه‌محور. مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، ۲(۱)، ۱-۱۴.

۱۱. مهدی، رضا، شفیعی، مسعود (۱۳۹۹). الگو و چارچوب راهنما برای دانشگاه نوآور و ارزش‌آفرین. دو فصلنامه نوآوری و ارزش‌آفرینی، ۹(۱۷)، ۱۶-۱.

12. Abualoush, S.H., Obeidat, A.M., Tarhini, A., & Al-Badi, A. (2018). The role of employees' empowerment as an intermediary variable between knowledge management and information systems on employees' performance. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*.

13. AlQershi, N., Abas, Z. B., & Mokhtar, S. S. M. (2018). Strategic innovation and its impact on manufacturing SME performance in Yemen.

14. Attri, r., Dev, n., & Sharma, v. (2013). Interpretive Structural Modelling (ISM) approach: An Overview. *Research Journal of Management Sciences*, 2(2), 6.

15. Bach, D., & Allen, D. (2010). What every CEO needs to know about nonmarket strategy. *MIT Sloan Management Review*, 51(3), 41.

16. Balaji, M. S., Jiang, Y., & Jha, S. (2019). Green hotel adoption: a personal choice or social pressure?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.

اینکه در این تحقیق استفاده از برنامه‌ریزی Matlab در انجام مدل‌سازی تفسیری ساختاری به عنوان روشی جدید مدنظر قرار گرفته است.

منابع

۱. آرایبی، وحید، و قاسمی، ابوالفضل، و معینی‌فر، یاسر (۱۳۹۶). توصیه‌های سیاستی موانع تحقق‌پذیری حکمرانی خوب در اداره‌ی امور عمومی (مطالعه‌ی موردی: فرمانداری و شهرداری شهرستان مینودشت). مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی (مطالعات راهبردی جهانی شدن)، ۷(۲۵)، ۱۳۳-۱۱۳.

۲. آبیانگی اصفهانی، سعید، ابراهیمی، الهه، شیخ، رضا (۱۳۹۹). فرهنگ نوآورانه، زمینه‌ساز بهبود یادگیری سازمانی با بهره‌گیری از برند سازمانی داخلی (پژوهشی در صنعت نفت ایران). فصلنامه نوآوری و ارزش‌آفرینی، ۱۷(۹)، ۸۴-۶۹.

۳. دانائی‌فرد، حسن، الوانی، سیدمهدی (۱۳۹۶). مباحث مدیریت دولتی، تهران، شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.

۴. رضایی، محمدرضا (۱۳۹۷). سنجش تأثیر بوروکراسی اداری بر روند حکمرانی خوب شهری نمونه موردی: کلانشهر شیراز. پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، ۹(۳۲)، ۴۰-۳۱.

۵. رفیعی، مجتبی، قدیریان، عباسعلی، احمدی، سیدعلی اکبر، فقیهی، ابوالحسن (۱۳۹۵). تدوین مدل مناسب رهبری برای بهبود عملکرد سازمان‌های نوآور. مدیریت سازمان‌های دولتی، ۴(۳)، ۱۳۲-۱۱۹.

۶. روحانی، علی، کشاورزی، سعید، انبارلو، مسعود (۱۳۹۸). ارائه نظریه زمینه‌ای از رویارویی نخبگان جوان با بوروکراسی بنیادملی نخبگان. مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۹(۴)، ۷۷۲-۷۴۵.

۷. سرائی، لیلیا، غفاری، بهرام (۱۳۹۸). بررسی تأثیر روابط مدیریتی در نوآوری باز، با توجه به ظرفیت جذب در

- performance. *International Journal of Public Administration*, 43(8), 724-735.
26. Dong, Y., Bartol, K. M., Zhang, Z. X., & Li, C. (2017). Enhancing employee creativity via individual skill development and team knowledge sharing: Influences of dual-focused transformational leadership. *Journal of Organizational Behavior*, 38(3), 439-458.
27. Farouk, S., Abu Elanain, H. M., Obeidat, S. M., & Al-Nahyan, M. (2016). HRM practices and organizational performance in the UAE banking sector: The mediating role of organizational innovation. *International Journal of Productivity and Performance Management*.
28. Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press.
29. Garcia, D., & Archer, T. (2012). When reaching our potential predicts low values: a longitudinal study about performance and organizational values at call centres. *Journal of Service Science and Management*, 5(4), 313.
30. Gehman, J., Trevino, L. K., & Garud, R. (2013). Values work: A process study of the emergence and performance of organizational values practices. *Academy of Management Journal*, 56(1), 84-112.
31. González-Rodríguez, M. R., Jiménez-Caballero, J. L., Martín-Samper, R. C., Köseoglu, M. A., & Okumus, F. (2018). Revisiting the link between business strategy and performance: Evidence from hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 72, 21-31.
32. Gopaldas, A. (2015). Creating firm, customer, and societal value: Toward a theory of positive marketing. *Journal of Business Research*, 68(12), 2446-2451.
33. Gumusluoglu, L., & Ilsev, A. (2009). Transformational leadership, creativity, and organizational innovation. *Journal of business research*, 62(4), 461-473.
17. Beugelsdijk, S., Koen, C. I., & Noorderhaven, N. G. (2006). Organizational culture and relationship skills. *Organization Studies*, 27(6), 833-854.
18. Biron, M., & Hanuka, H. (2015). Comparing normative influences as determinants of knowledge continuity. *International Journal of Information Management*, 35(6), 655-661.
19. Bourne, H., & Jenkins, M. (2013). Organizational values: A dynamic perspective. *Organization Studies*, 34(4), 495-514.
20. Buli, B. M. (2017). Entrepreneurial orientation, market orientation and performance of SMEs in the manufacturing industry. *Management Research Review*.
21. Büschgens, T., Bausch, A., & Balkin, D. B. (2013). Organizational culture and innovation: A meta-analytic review. *Journal of product innovation management*, 30(4), 763-781.
22. Chang, H. C. (2018). The different-culture management in mergers and acquisitions affecting to the fit of personal-organizational values and business performance. *Journal of Accounting, Finance & Management Strategy*, 13(1), 27-55.
23. Chen, Y., Tang, G., Jin, J., Xie, Q., & Li, J. (2014). CEO s' Transformational Leadership and Product Innovation Performance: The Roles of Corporate Entrepreneurship and Technology Orientation. *Journal of Product Innovation Management*, 31, 2-17.
24. Chen, Y., Tang, G., Jin, J., Xie, Q., & Li, J. (2014). CEO s' Transformational Leadership and Product Innovation Performance: The Roles of Corporate Entrepreneurship and Technology Orientation. *Journal of Product Innovation Management*, 31, 2-17.
25. Choi, I. (2020). Moving beyond mandates: organizational learning culture, empowerment, and

- transformational leadership on firm innovation. *The leadership quarterly*, 19(5), 582-594.
44. Kasemsap, K. (2017). Developing a unified framework and a causal model of transformational leadership, empowerment, innovation support, and organizational innovation. In *Organizational Culture and Behavior: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications* (pp. 381-406). IGI Global.
45. Kasemsap, K. (2017). Strategic innovation management: An integrative framework and causal model of knowledge management, strategic orientation, organizational innovation, and organizational performance. In *Organizational Culture and Behavior: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications* (pp. 86-101). IGI Global.
46. Khazanchi, S., Lewis, M. W., & Boyer, K. K. (2007). Innovation-supportive culture: The impact of organizational values on process innovation. *Journal of operations management*, 25(4), 871-884.
47. Khazanchi, S., Lewis, M. W., & Boyer, K. K. (2007). Innovation-supportive culture: The impact of organizational values on process innovation. *Journal of operations management*, 25(4), 871-884.
48. Köseoglu, M. A., Topaloglu, C., Parnell, J. A., & Lester, D. L. (2013). Linkages among business strategy, uncertainty and performance in the hospitality industry: Evidence from an emerging economy. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 81-91.
49. Marinova, S. V., Cao, X., & Park, H. (2018). Constructive organizational values climate and organizational citizenship behaviors: A configural view. *Journal of Management*. Retrieved from <http://journals.sagepub.com/doi/full/http://dx.doi.org/10.1177/0149206318755301>.
50. Mellahi, K., Frynas, J. G., Sun, P., & Siegel, D. (2016). A review of the nonmarket strategy literature: Toward a
34. Gumusluoglu, L., & Ilsev, A. (2009). Transformational leadership, creativity, and organizational innovation. *Journal of business research*, 62(4), 461-473.
35. Gupta, V., & Singh, S. (2015). Leadership and creative performance behaviors in R&D laboratories: examining the mediating role of justice perceptions. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 22(1), 21-36.
36. Ha, S. T., Lo, M. C., & Wang, Y. C. (2016). Relationship between knowledge management and organizational performance: a test on SMEs in Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 224(2016), 184-189.
37. Hambrick, D. C. (2007). Upper echelons theory: An update. *Academy of Management Review*, 32(2), 334-43.
38. Herrmann, D., & Felfe, J. (2014). Effects of leadership style, creativity technique and personal initiative on employee creativity. *British Journal of Management*, 25(2), 209-227.
39. Hasani, K., & Sheikhesmaeili, S. (2016). Knowledge management and employee empowerment. *Kybernetes*.
40. Hussein, N., Omar, S., Noordin, F., & Ishak, N. A. (2016). Learning organization culture, organizational performance and organizational innovativeness in a public institution of higher education in Malaysia: A preliminary study. *Procedia Economics and Finance*, 37, 512-519.
41. Imran, M. K., Ilyas, M., & Aslam, U. (2016). Organizational learning through transformational leadership. *The learning organization*.
42. Jansen, J. J., Vera, D., & Crossan, M. (2009). Strategic leadership for exploration and exploitation: The moderating role of environmental dynamism. *The Leadership Quarterly*, 20(1), 5-18.
43. Jung, D. D., Wu, A., & Chow, C. W. (2008). Towards understanding the direct and indirect effects of CEOs'

- (case study: Qom Maskan bank selected braches). *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 1(2), 147-162.
61. Rivas, J., Perea, J. M., De-Pablos-Heredero, C., Angon, E., Barba, C., & García, A. (2019). Canonical correlation of technological innovation and performance in sheep's dairy farms: Selection of a set of indicators. *Agricultural Systems*, 176, 102665.
62. Rothmann, W., & Koch, J. (2014). Creativity in strategic lock-ins: The newspaper industry and the digital revolution. *Technological Forecasting and Social Change*, 83, 66-83.
63. Rousseau, V., Aubé, C., & Tremblay, S. (2013). Team coaching and innovation in work teams: An examination of the motivational and behavioral intervening mechanisms. *Leadership & Organization Development Journal*, 34(4), 344-364.
64. Salavou, H. E. (2015). Competitive strategies and their shift to the future. *European Business Review*.
65. Sarros, J. C., Cooper, B. K., & Santora, J. C. (2008). Building a climate for innovation through transformational leadership and organizational culture. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 15(2), 145-158.
66. Schweitzer, J. (2014). Leadership and innovation capability development in strategic alliances. *Leadership & Organization Development Journal*, 35(5), 442-469.
67. Shahzad, F., Xiu, G., & Shahbaz, M. (2017). Organizational culture and innovation performance in Pakistan's software industry. *Technology in Society*, 51, 66-73.
68. Singh, D., Khamba, J. S., & Nanda, T. (2017). Influence of technological innovation on performance of small manufacturing companies. *International multi-theoretical integration. Journal of Management*, 42(1), 143-173.
51. Nechyba, P. I.T. (2017). Elements of Organizational Success: Understanding Differences in Structure and Values in El Sistema USA Programs.
52. O'Reilly III, C. A., & Tushman, M. L. (2013). Organizational ambidexterity: Past, present, and future. *Academy of management Perspectives*, 27(4), 324-338.
53. Oyemomi, O., Liu, S., Neaga, I., & Alkhuraiji, A. (2016). How knowledge sharing and business process contribute to organizational performance: Using the fsQCA approach. *Journal of Business Research*, 69(11), 5222-5227.
54. Malone, D. W. (2014). An introduction to the application of interpretive structural modeling. *Proceedings of the IEEE*, 63(3), 397-404.
55. Parnell, J. A. (2015). Strategic political emphasis, strategic capabilities and uncertainty. *Journal of Strategy and Management*.
56. Parnell, J. A. (2018). Nonmarket and market strategies, strategic uncertainty and strategic capabilities. *Management Research Review*.
57. Ponnuswamy, I., & Manohar, H. L. (2016). Impact of learning organization culture on performance in higher education institutions. *Studies in Higher Education*, 41(1), 21-36.
58. Pradhan, R. K., Jena, L. K., & Singh, S. K. (2017a). Examining the role of emotional intelligence between organizational learning and adaptive performance in Indian manufacturing industries. *Journal of Workplace Learning*.
59. Pradhan, R. K., Panda, M., & Jena, L. K. (2017b). Transformational leadership and psychological empowerment. *Journal of Enterprise Information Management*.
60. Rezaie, A., & Bagheri, G. (2014). Studying the link between organizational learning and employees' empowerment

- in competitive dynamics. *Management Decision*.
75. Wei, W., Zhao, X., Li, M., & Warner, M. (2016). Integrating nonmarket and market resources, strategy and performance in Chinese enterprises: A review of the field and a resource-based empirical study. *Asia Pacific Business Review*, 22(2), 220-237.
76. Zacher, H., & Rosing, K. (2015). Ambidextrous leadership and team innovation. *Leadership & Organization Development Journal*, 36(1), 54-68.
77. Zheng, W., Yang, B., & McLean, G. N. (2010). Linking organizational culture, structure, strategy, knowledge management in higher education and organizational effectiveness: Mediating role of knowledge management. *Journal of Business Research*, 63(7), 763-771
- Journal of Productivity and Performance Management*.
69. Singh, M. D., & Kant, R. (2011). Knowledge management barriers: An interpretive structural modeling approach. *International Journal of Management Science and Engineering Management*, 3(2), 10.
70. Sparrow, P. (2016). Strategic HRM, innovation and HR delivery for human resource management, innovation and performance. In *Human resource management, innovation and performance* (pp. 15-31). Palgrave Macmillan, London.
71. Sulistyono, H. (2016). Innovation capability of SMEs through entrepreneurship, marketing capability, relational capital and empowerment. *Asia Pacific Management Review*, 21(4), 196-203.
72. Vroom, V. H., & Jago, A. G. (2007). The role of the situation in leadership. *American psychologist*, 62(1), 17.
73. Warfield, J.N. (1974). Developing interconnected matrices in structural modeling. *IEEE Transactions on Systems, Man and Cybernetics*, 4(1), 51-81.
74. Wei, W., Hu, X., Li, Y., & Peng, P. (2015). Integrating nonmarket and market action, response, and initiating firm performance

ارائه مدل در راستای بهبود عملکرد سازمان‌های دولتی با تاکید ... / اسماعیل قادری فر و همکاران

بررسی موانع همکاری صنعت و دانشگاه در توسعه سیستم‌های حمل‌ونقل هوشمند

* حمزه امین‌طهماسبی * **ابوذر قربانی

* استادیار گروه مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی شرق، دانشگاه گیلان، گیلان، ایران amintahmasbi@guilan.ac.ir
** دانشجوی دکتری مدیریت مدیریت صنعتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بین‌الملل انزلی، گیلان، ایران aboozar_ghorbani@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۰۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۱۷

صص: ۱۰۵ - ۱۲۰

چکیده

پیشرفت‌های واقعی و پایدار جامعه، در همکاری و رابطه مؤثر میان مراکز علمی از یک‌سو و سازمان‌های اجرایی از سوی دیگر به وقوع می‌پیوندد. در صورتی که این رابطه و خواست دوطرفه در صنعتی حاکم نشود، آن توسعه پایدار نبوده و به استفاده از دانش غیربومی و مقطعی منجر خواهد شد. سیستم‌های حمل‌ونقل هوشمند (ITS) از حوزه‌هایی است که در سال‌های اخیر در سطح جهانی مطرح و اجرا شده اما مطالعات صورت گرفته در کشور نشان می‌دهد که انتقال دانش میان دانشگاه و این صنعت تقریباً نوین با مشکلات و موانعی روبرو است که صاحبان صنایع مربوطه را به مونتاز قطعات وارداتی و گریز از مراکز علمی متمایل نموده است. این مقاله با هدف بررسی موانع اصلی انتقال دانش بین این دو نهاد در راستای توسعه حمل‌ونقل هوشمند شهری انجام شده است. بدین منظور ابتدا با جستجو در منابع کتابخانه‌ای و اسنادی شاخص‌های تأثیرگذار موانع همکاری صنعت و دانشگاه در ایجاد حمل‌ونقل هوشمند تعیین شد. برای غربال موانع و تعیین زیرمعیارهای نهایی از روش دلفی فازی استفاده شده است. به این گونه که ابتدا ۴۲ مانع پیشنهادی در اختیار متخصصین و صاحب‌نظران علم حمل‌ونقل قرار گرفت و با این تکنیک در مرحله اول ۲۷ مانع اولیه و نهایتاً ۱۵ مانع جهت ارزیابی و رتبه‌بندی انتخاب و دسته‌بندی شده است. رتبه‌بندی نیز با استفاده از ابزار تحلیل سلسله مراتبی فازی انجام گرفت. نتایج حاصله نشان داد که فقدان زیرساخت‌های لازم در صنعت ITS و کاربردی نبودن تولید علم موانع اصلی همکاری صنعت و دانشگاه در جهت توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل هوشمند شهری است.

واژه‌های کلیدی: همکاری صنعت و دانشگاه، حمل‌ونقل هوشمند، تحلیل سلسله مراتبی فازی، دلفی فازی.

نوع مقاله: پژوهشی

۱- مقدمه

مفاهیم آن کاملاً درک شود، زیرا در انتقال دانش موفق خواهد بود (موسا^۱، ۲۰۱۱). یکی از شناخته‌شده‌ترین عوامل مؤثر در جوامع در دستیابی به ارتقا و توسعه، همکاری دوجانبه بین دانشگاه‌ها و صنایع می‌باشد به گونه‌ای که بدون پیوند صحیح میان این نهادها، توسعه مطلوب یک جامعه به‌دوراز تصور خواهد بود (شفیعی و صفائی، ۱۳۹۲).

از سوی دیگر، ارتباط میان مراکز دانشگاهی و صنعتی به‌عنوان مهم‌ترین موضوع در برنامه‌های علم و فناوری

انتقال و به‌کارگیری دانش یکی از موضوعات قابل تأمل در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی اقتصادی است و یک شاخصه مهم در قابلیت‌های نوآورانه محسوب می‌شود و توانایی ارزشیابی و بهره‌گیری از دانش تا حدودی تابعی از سطح دانش در گذشته سازمان است. علی‌رغم اینکه در مفاهیم مدیریت دانش و انتقال آن از سازمانی به سازمان دیگر تفاوت وجود دارد، اما اصول مدیریت دانش که شامل اطلاعات و افراد است باید در هر سازمان متمرکز شده و

1. MOOSA

نویسندهٔ عهده‌دار مکاتبات: حمزه امین‌طهماسبی Amintahmasbi@guilan.ac.ir



این سیستم هوشمند دارای سه ویژگی اطلاعات و ارتباطات، تلفیق و انسجام می‌باشند که به مجریان امر حمل‌ونقل و مسافران کمک می‌کنند تا علاوه بر بهبود مدیریت شبکه حمل‌ونقل، باعث جلوگیری از اتلاف وقت و هزینه گردیده و ضمن جان انسان‌ها شود و بدین صورت کیفیت محیط‌زیست و زندگی اجتماعی را بالاتر برده و باعث رونق بیشتر فعالیت‌های تجاری و اقتصادی نیز گردند (امین طهماسبی و رضوی نسب، ۴۷: ۱۳۹۹). به عبارت دیگر این سیستم هوشمند، یکی از جلوه‌های مهم زندگی در اقتصاد مدرن است. (وحید پور، ۱۳۸۸: ۱) بسیاری از کشورهای پیشگام در صنعت نیز برای تدوین استراتژی‌های ITS بسیار تلاش کرده‌اند تا اطمینان یابند که می‌توانند با تلفیق سیستم‌های ITS در مدرن کردن این سیستم‌ها موفق شوند. کشورهایی همچون امریکا، کانادا، انگلیس و استرالیا و ژاپن و هلند که پیشگام دانش و فناوری حمل‌ونقل و مهندسی ترافیک هستند از دهه‌های ۶۰، ۷۰ میلادی مطالعات اولیه را در خصوص هوشمند سازی سیستم‌های حمل‌ونقل آغاز کردند. لذا به نظر می‌رسد به دلیل دانش‌محور بودن موضوع حمل‌ونقل هوشمند شهری، همکاری صنعت و دانشگاه می‌تواند تأثیر بسزایی در ایجاد و پیشرفت آن داشته باشد.

علیرغم ارزش و اهمیت همکاری دانشگاه‌ها با صنعت همواره موانعی بر سر راه این تعامل وجود دارد (شفیعی و موسوی، ۱۳۹۲). در این راستا هدف اصلی این مقاله تبیین و تفسیر نگاه صاحب‌نظران حوزه دانشگاه و صنعت در خصوص موانع تأثیرگذار بر انتقال دانش و ارتباط بین این دو نهاد در جهت ایجاد زیرساخت حمل‌ونقل هوشمند شهری است.

۲- پیشینه پژوهش

در عصر حاضر تعامل بین مراکز دانشگاهی و صنعتی به یک موضوع کانونی و قابل توجه در محافل علمی تبدیل شده است. اهمیت این موضوع در تحقیقات و پژوهش‌های علمی و دانشگاهی به شکلی است که شدت و تأثیر آن را نمی‌توان نادیده گرفت (موسا، ۲۰۱۱: ۱۰) و (آلبرت و همکاران، ۲۰۱۵). سنتورو و چاکرابارتی^۶ (۲۰۰۲: ۱۲) ارتباط میان

تعدادی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه به شمار می‌آید و افکار دانشگاهیان و صنعتگران دنیا را متوجه خود کرده است (لونزو^۲ و همکاران، ۲۰۱۸). دیگر سو دانشگاه‌ها و مراکز علمی و تحقیقاتی به‌عنوان کانون‌های تفکر هر جامعه که جایگاه طبیعی موضوع تحقیقات و پژوهش هستند، با عهده‌دار شدن وظایف جدید در کنار بحث آموزش و پژوهش همچون توسعه فناوری، کارآفرینی و نوآوری به‌شدت به حمایت‌های مراکز صنعتی نیازمند می‌باشند. این مراکز با استفاده از راه‌کارهای علمی و به‌وسیله نیروی انسانی توانمند قادر به بررسی عمیق مسائل و چالش‌ها و ارائه راه‌حل‌ها هستند. در ضمن صنعت به‌عنوان موتور محرک اقتصادی وارد فضای رقابتی شده بنابراین برای رشد بازدهی، به دانش و فناوری و در نتیجه ارتباط ناگسستگی با دانشگاه و مراکز علمی و تحقیقاتی نیازمند است (بالکونی^۳ و همکاران، ۲۰۰۳) و (توفیقی داریان، ۱: ۱۳۸۵) پیوند دانشگاه‌ها با صنعت نه تنها برای ایفای مسئولیت اجتماعی و شهروندی علمی، بلکه برای تحول سازمانی و نهادی، توسعه برنامه‌های درسی، یادگیری اثربخش دانشجویان، توسعه روزافزون و هدفمند هیئت علمی، تقویت سبک‌ها و توانایی‌های مدیریتی و بهسازی منابع انسانی نظام دانشگاهی، الزامی است (مهدی و شفیعی، ۱۴۰۰).

همکاری میان مراکز صنعت و مراکز علمی از طریق مبادله علم و فناوری اهمیت بسیاری در سیاست‌های اقتصادی سال‌های اخیر دارد. تحقیقات نشان می‌دهد که در اقتصاد علمی امروز، دانش و فناوری دارای تأثیر رو به رشد بر روند نوآوری خصوصاً در پیشرفت سریع صنایع دانش‌محور است؛ میزان و شدت روابط میان مراکز علمی و صنعتی یکی از عوامل مؤثر در عملکرد نوآوری بالا در سطح شرکت، صنعت و کشور است، از طرفی سیستم‌های هوشمند حمل‌ونقل (ITS)، مجموعه‌ای از دستاوردهای دانش‌محور و شگفت‌انگیز فناوری اطلاعات در حمل‌ونقل است که از اطلاعات و ارتباطات و فناوری کنترل استفاده می‌کنند تا به اداره شبکه حمل‌ونقل کمک کنند (اسلدا^۵، ۲۰۱۷). ابزارهای

2. Lorenzo
3. Balconi, Breschi, Lissoni
4. Intelligent Transportation Systems
5. Selada

6. Santoro & Chakrabarti



معرفی می‌نماید. (اردلان و همکاران، ۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان توسعه‌ی همکاری دانشگاه و صنعت؛ مبانی، ضرورت‌ها و راهکارها، به بررسی تبیین راهکارهای توسعه همکاری دانشگاه و صنعت به شیوه‌ی توصیفی و از نوع تحلیل اسنادی پرداخته است. نتایج اصلی پژوهش نشان می‌دهد که دانشگاه در هزاره‌ی سوم نقش‌آفرین اصلی تحولات اجتماعی بوده و در واقع کانون اصلی تربیت نیروی انسانی متخصص و آموزش‌دیده به حساب می‌آید که با برخورداری از ایده‌ها و اندیشه‌های نو می‌تواند هر لحظه در شریان‌های حیاتی جامعه که حرکت رو به رشد دارد نیروی نوینی را تزریق نموده و صنعت نیز با به کار بستن ایده‌های نوظهور دانشگاهیان می‌تواند اندیشه‌ی توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی جامعه را محقق سازد. همکاری فزاینده‌ی بین دانشگاه و صنعت با ایجاد رشد در سطح دانش و فناوری و با دامن زدن به توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در سطح گسترده، توسعه‌ی پایدار را برای کشور به ارمغان می‌آورد. (مدهوشی و همکاران، ۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان کارآفرینی دانشگاهی در تعامل دانشگاه، صنعت و دولت به بررسی نقش مهم سازمان‌های غیردولتی در تعامل با سایر بخش‌ها جهت همکاری مؤثر، پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان داده است که کارآفرینی دانشگاهی نقش فوق فعال در کاربردی کردن دانش و گسترش دادن داده‌های لازم برای تولید علم در دانشگاه دارد. از این رو، بر اساس یک مدل تعاملی نقش دانشگاه به صورت کارآفرین می‌تواند سازنده‌تر و پویاتر با دولت و صنعت باشد. سپس با بررسی تحقیقات مختلف در حوزه همکاری دانشگاه-صنعت دولت و سازمان‌های غیردولتی و کارآفرینی دانشگاهی به ارائه مدل مفهومی شامل تعامل پویای این چهار بخش پرداخته است. (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان بررسی موانع تعامل صنعت و دانشگاه بدین نتیجه رسیده‌اند که همکاری بین صنعت و دانشگاه با چالش‌های مهمی روبرو است، بررسی‌های تاریخی در کشور ما نشان می‌دهد که به دلیل نبود یک نظام جامع برنامه‌ریزی در دستگاه دولتی و ضعف‌های زیادی که در برقراری رابطه بین دانشگاه و صنعت وجود دارد، لازم است برنامه‌ریزی جدیدی توسط دولت در این زمینه انجام و دگرگونی در ساختارهای موجود صورت

دانشگاه و صنعت را به چند گروه شامل؛ گروه‌های مشورتی، پروژه‌های تحقیقاتی مشترک، حمایت‌های پژوهشی، طرح‌ها و برنامه‌های مبادله‌ای میان دانشگاه و صنعت و انتقال دانش و فناوری طبقه‌بندی کرده‌اند. اسگرینش و رامجی^۷ (۲۰۱۸) انجام پروژه‌های علمی و پژوهشی بین این دو نهاد را به عنوان یکی از راه‌های ارتباطی میان دانشگاه و صنعت، معرفی کرده‌اند. روابط میان مراکز دانشگاهی و صنعتی ضمن اینکه منابع موردنیاز را تأمین می‌کند، برای انجام و اجرای پروژه‌های تحقیقاتی و پژوهشی مشترک، منجر به تمرکز و تأمل مراکز پژوهشی بر پروژه‌های خاص تعیین‌شده از سوی صنعت نیز خواهد شد؛ که این موضوع سهم بسزایی در پیشرفت جامعه دارد.

متخصصان حمل‌ونقل که بر روی پروژه‌های حمل‌ونقل هوشمند کار می‌کنند، گاهی ممکن است به کار با بخش خصوصی نیاز پیدا کنند و از آنجاکه ITS می‌تواند بازار کار ایجاد نماید، احتیاج به سرمایه‌گذاری‌های مالی بزرگ داشته و اغلب به داشتن تأسیسات زیر بنایی حمل‌ونقل که تحت کنترل دولت هستند، نیازمند است، بخش خصوصی می‌تواند در اجرای سیستم حمل‌ونقل هوشمند مفید و مؤثر باشد.

(اروانیتیس^۸ و همکاران ۲۰۰۸: ۷) و (میلر^۹ و همکاران، ۲۰۱۸) دسته‌بندی از عوامل تسهیل‌کننده و موانع موجود در انتقال دانش و فناوری در تعامل دانشگاه و صنعت را بیان نموده‌اند. انگیزه‌ها و عوامل تأثیرگذار بر این تعامل شامل، دسترسی به علم صنعتی، دسترسی به منابع مازاد، محرک‌های سازمانی، تمایل به دست یافتن بهره‌وری بالا یعنی صرفه‌جویی در زمان و هزینه و دسترسی به فناوری خاص است. او در ادامه، موانع مؤثر بر فعالیت‌های انتقال دانش و فناوری را مواردی چون فقدان شرکت‌های مرتبط در این زمینه، منافع و دیدگاه‌های متفاوت نسبت به پژوهش (میان مراکز دانشگاهی و صنعتی)، عدم اعتماد به دنیای کسب‌وکار و ترس از خدشه‌دار شدن اعتبار علمی، به مخاطره انداختن استقلال علمی و غفلت از تحقیقات بنیادی و فقدان منابع انسانی متخصص در انتقال دانش و فناوری

7. Sriganesh & Ramjee

8. Arvanitis

9. Miller



پذیرد. نتیجه‌ای که از بررسی و تحلیل سیر تحول همکاری دانشگاه و صنعت به دست می‌آید نشان می‌دهد، به‌منظور ایجاد و تداوم این همکاری لازم است برنامه‌ریزی دقیق و بلندمدت انجام شود. تمرکز بر این حوزه و اصلاح قوانین و آیین‌نامه‌ها در جهت گسترش این همکاری ضروری است. توجه دولت به لزوم ساماندهی رشته‌های دانشگاهی، کنترل میزان جذب متقاضیان تحصیلات عالی و هدایت جوانان به سمت فراگیری تخصص‌های موردنیاز کشور و توجه به لزوم تناسب بین آموزش‌ها با نیازهای روز کشور می‌تواند به گسترش همکاری صنعت و دانشگاه کمک کند.

(علیزاده و همکاران، ۱۳۸۹) دیدگاه اعضای هیئت‌علمی را در خصوص تسهیم دانش در مؤسسات آموزشی عالی بررسی نمودند. ایشان در این تحقیق، از روش توصیفی - همبستگی و علی - مقایسه‌ای استفاده کردند. جامعه آماری این پژوهش شامل ۱۹۷ نفر از اعضای هیئت‌علمی دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران بود. داده‌های این تحقیق از طریق پرسشنامه جمع‌آوری و با کمک رگرسیون به روش توأم، تجزیه و تحلیل گردید. نتایج این پژوهش نشان داد که همبستگی معنی‌داری بین فرهنگ، ساختار دانشکده، فناوری اطلاعات، اعتماد اجتماعی، روابط اجتماعی فردی و کار گروهی با دیدگاه اعضای هیئت‌علمی نسبت به تسهیم دانش وجود دارد.

(ناظمی و همکاران، ۶: ۱۳۸۹) مدل جامعی را برای انتقال فناوری از دانشگاه به صنعت طراحی و ارائه نموده‌اند که شاخص‌های آن و چگونگی همکاری بین آن‌ها در تحقیقات سایر محققین تأیید گردیده است. در این پژوهش با استفاده از رویکرد فراتحلیلی، موارد اساسی و عوامل مؤثر بر فرآیند انتقال دانش و نیز راهکارهای عملی آن با نتایج تحقیقات داخلی تلفیق شده است. در مدل ارائه‌شده، منابع مختلفی به‌عنوان ورودی معرفی شده‌اند که منبع اصلی، افراد مستعد دانشگاهی است. در خروجی این مدل، متغیرهایی برای تعیین میزان اثربخشی انتقال فناوری تعریف شده‌اند که صنعت، دفاتر انتقال فناوری و ورودی‌های مدل، از اثربخشی انتقال فناوری، بازخور دریافت می‌کنند. (قره گزلو، ۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان بررسی نقش سامانه‌های هوشمند بر حمل‌ونقل پایدار شهری به بحث و بررسی چگونگی عملکرد و تأثیر سامانه‌های

هوشمند حمل‌ونقل در توسعه پایدار به روش توصیفی تحلیلی با رویکرد مطالعه اسنادی و میدانی پرداخته است وی ابتدا به تبیین مفاهیم پایداری و سپس به توسعه پایدار و معرفی حمل‌ونقل و حمل‌ونقل پایدار و شاخص‌های آن، معرفی و ضرورت به‌کارگیری سیستم هوشمند حمل‌ونقل به‌عنوان یکی از فناوری‌های نوین در مدیریت حمل‌ونقل و ترافیک شهری پرداخته و به نحوه عملکرد سیستم، مزایا طبقه‌بندی خدمات و پروژه‌های آن و تأثیر آن در توسعه پایدار حمل‌ونقل اشاره می‌کند. در پایان نیز به بررسی اثرات استقرار این سیستم در منطقه ۲ تهران در نیل به اهداف توسعه پایدار حمل‌ونقل می‌پردازد و درنهایت به این نتیجه می‌رسد که استقرار سامانه‌های هوشمند حمل‌ونقل در بعد پایداری حمل‌ونقل در کنار دیگر ابعاد پایداری و مدیریت صحیح تأثیرگذار است (قره گزلو و همکاران، ۷: ۱۳۹۶) در نتیجه با توجه به اینکه یکی از مشکلات زندگی بشر امروز ازدحام جمعیت و عدم توانایی زیرساخت‌های شهری کلان‌شهرها در پاسخگویی به نیاز آن‌ها است. از جمله زیرساخت مهمی که تحت تأثیر این مهم قرار می‌گیرد زیرساخت حمل‌ونقل است. توسعه مربوط به حمل‌ونقل مسافر و کالا در عرصه‌های برنامه‌ریزی، تخصیص منابع جامعه، برآورد تقاضای شیوه‌های مختلف حمل‌ونقل و بازخوردهای ناشی از آن‌ها لزوم نگرش پایدار به این مقوله را ایجاب می‌نماید. از آنجاکه در عصر حاضر کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه به دنبال یافتن راهبردی مناسب جهت رسیدن هر چه بیشتر به حمل‌ونقل پایدار است لذا پرداختن به موانع همکاری صنعت و دانشگاه در جهت توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل هوشمند شهری ضروری به نظر می‌رسد.

۳- روش‌شناسی

این پژوهش از نظر روش‌شناسی، توصیفی - تحلیلی بر پایه مطالعات اسنادی- کتابخانه‌ای و مشاهدات میدانی است و از نظر نوع هدف، کاربردی است. در این پژوهش ابتدا با جستجو در منابع کتابخانه‌ای و اسنادی شاخص‌های مؤثر بر موانع همکاری صنعت و دانشگاه در ایجاد حمل‌ونقل هوشمند تعیین شد. برای بهینه‌سازی و گروه‌بندی شاخص‌ها، از روش دلفی استفاده شده است. روش کار به این‌گونه است که با تشکیل گروهی ۲۰ نفره متشکل از متخصصان مربوطه که به پانل دلفی معروف است، در



گام دوم فازی زدایی مقادیر

برای فازی زدایی از روش مرکز سطح بر اساس رابطه زیر به صورت زیر استفاده می‌شود

$$DFij = \frac{(Uij-Lij)+(mij-Lij)}{3} + Lij \quad (1)$$

گام سوم تجمیع فازی دیدگاه پاسخ‌دهندگان

در این تحقیق ما از روش میانگین فازی دیدگاه خبرگان استفاده کرده‌ایم که میانگین فازی نمرات افراد حساب می‌شود... میانگین فازی ۱ عدد فازی مثلثی بر اساس رابطه به صورت زیر محاسبه خواهد شد

$$FAVE=(L, M, U) = \left(\frac{\sum_i l_i}{n}, \frac{\sum_i m_i}{n}, \frac{\sum_i u_i}{n} \right) \quad (2)$$

که در این رابطه عدد فازی مثلثی $Fi = (l_{ki}, m_{ki}, u_{ki})$ معادل فازی دیدگاه خیره k ام پیرامون معیار i ام است.

گام چهارم انتخاب شدت آستانه و غربال معیارها

برای غربال آیت‌ها باید یک آستانه تحمل در نظر گرفت. آستانه تحمل را معمولاً 0.7 در نظر می‌گیرند ولی این مقدار بر اساس دیدگاه پژوهشگر از پژوهشی به پژوهش دیگر متفاوت است که در این مطالعه به دلیل استفاده از طیف ۹ درجه لیکرت و محدودیت انتخاب‌ها هر شاخصی که امتیاز بالای $7/0.5$ داشته باشد تأیید می‌شود. با توجه به انتخاب آستانه تحمل $7/0.5$ از بین ۲۷ مانع، ۱۲ مورد حذف می‌شود و ۱۵ عامل عنوان شده است.

رتبه‌بندی نهایی موانع اصلی و فرعی توسط روش AHP فازی انجام می‌شود. AHP کلاسیک یک روش برای رتبه‌بندی گزینه‌های تصمیم‌گیری و انتخاب بهترین گزینه در مواقعی که تصمیم‌گیرنده با معیارهای گوناگون مواجه است. در این روش تصمیم‌گیرنده با نسبت دادن نمره‌های عددی گزینه‌های قابل انتخاب را رتبه‌بندی می‌کند و بهترین گزینه را انتخاب می‌نماید. در روش AHP ارجحیت بین گزینه‌ها با مقایسه‌های دوتایی تعیین می‌شوند. روش AHP در محیط فازی یک روش ترکیبی و تعمیم‌یافته روش AHP کلاسیک است و در مواقعی که پیچیدگی‌های نظرات تصمیم‌گیرندگان در نظر گرفته شود، بسیار پرکاربرد است. برای اجرای تکنیک AHP در گام نخست باید مسئله و هدف تصمیم‌گیری به صورت سلسله‌مراتبی از عناصر تصمیم نمایش داده شود. این ساختار معمولاً یک یا چندین خوشه دارد. در طراحی الگوی سلسله مراتبی دو اصل وجود دارد ۱. بر اساس اصل وابستگی، هر عنصر تنها به یک عنصر و آن هم بلا واسطه در یک سطح بالاتر از خود می‌تواند

طی سه مرحله مهم‌ترین موانع شناسایی و دسته‌بندی شده است. در ضمن ترکیبی از افراد با تخصص‌های متعدد استفاده شده است و در حوزه تخصصی دانش مرتبط با مسئله مورد بررسی صلاحیت داشته‌اند. در بعضی از منابع بیان شده است که برای تکنیک دلفی تعداد شش تا ۱۲ عضو ایده آل است، پانل دلفی با مشارکت افرادی انجام می‌پذیرد که در موضوع پژوهش دارای دانش و تخصص باشند و این افراد با عنوان پانل دلفی شناخته می‌شوند. جهت آشنایی بیشتر با این روش باید این نکته را مدنظر داشت که تکنیک دلفی بر اساس دیدگاه پاسخ‌دهندگان صورت می‌گیرد. در این تکنیک برای سنجش دیدگاه از عبارات کلامی استفاده می‌شود. با توجه به عدم قطعیت موجود در نظرات خبرگان، برای تحلیل نظرات از روش دلفی فازی گروهی استفاده شد. تعداد ۲۰ پرسشنامه بین کارشناسان و سرپرستان حمل‌ونقل شهر تهران با سابقه بالای ۱۰ سال و تحصیلات بالای فوق‌لیسانس و همچنین اساتید محترم رشته عمران گرایش حمل‌ونقل توزیع گردید. در نهایت به تفسیر و نتیجه‌گیری نتایج پرداخته شده است.

یک پرسشنامه یا ابزار اندازه‌گیری، از موضوعات بسیار مهم برای گردآوری اطلاعات و مشاهدات است. روایی پرسشنامه که توسط اساتید تأیید شد، نشان می‌دهد ابزار سنجش آنچه را که درصدد سنجش آن است، می‌سنجد. همچنین برای سنجش پایایی، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که ضریب همه عوامل بالاتر از 0.7 بوده در نتیجه پایایی نیز تأیید می‌شود. برای غربال شاخص‌ها و دسته‌بندی زیرمعیارهای نهایی، ابتدا ۴۲ مانع پیشنهادی در اختیار خبرگان قرار گرفت و با این تکنیک در مرحله اول ۲۷ مانع اولیه و نهایتاً ۱۵ مانع توسط ۲۰ خبره انتخاب و دسته‌بندی شده است. گام‌های زیر به صورت زنجیروار جهت دستیابی به انتخاب مهم‌ترین موانع صورت گرفته است.

گام اول شناسایی طیف مناسب برای فازی‌سازی و غربال‌گری

در این گام از طیف فازی مثلثی معادل طیف نه درجه لیکرت جهت پاسخگویی استفاده شده است. پس از انتخاب دیدگاه خبرگان به صورت فازی جمع‌آوری شده است. دیدگاه ۲۰ نفر از خبرگان و متخصصان امر در رابطه با هر مانع پیشنهادی و بر اساس طیف ۹ درجه‌ای لیکرت از کاملاً پراهمیت تا کاملاً بی‌اهمیت طبقه‌بندی شده است.



$$\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n a_{ij} \quad (4)$$

برای نرمال‌سازی باید مجموع ترجیحات هر عنصر بر مجموع تمام ترجیحات تقسیم شود. چون مقادیر فازی هستند بنابراین مجموع ترجیحات هر عنصر در معکوس مجموع ترجیحات ضرب می‌شوند هر si وزن نرمال شده فازی هر عنصر است.

$$si = \sum_{j=1}^n a_{ij} \times \left[\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n a_{ij} \right]^{-1} \quad (5)$$

گام چهارم فاز زدایی مقادیر روش‌های زیادی مانند روش درجه امکان‌پذیری چانگ، روش مرکز سطحی و روش مینکوفسکی برای فازی زدایی وجود دارد. در این پژوهش همان‌گونه که قبلاً بیان شد برای فازی زدایی از روش مرکز سطح استفاده شده است.

$$DFij = \frac{[(Uij-Lij)+(mij-Lij)]}{3} + Lij \quad (6)$$

۴- یافته‌های پژوهش

بر اساس تحلیل پرسشنامه‌های تکمیل‌شده توسط اساتید و صاحب‌نظران بخش حمل‌ونقل در زمینه موانع تأثیرگذار انتقال دانش در همکاری دانشگاه و صنعت جهت توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل هوشمند، پس از مشاهده نظرات خبرگان و تحلیل کیفی آن‌ها، جهت درک مفهوم از جداول به‌دست‌آمده، این جداول در یک فایل به‌صورت یک جدول یکپارچه قرار گرفتند و بعد از منظم نمودن آن‌ها بر پایه کد، به جملات مربوط به یک کد، با توجه به مفاهیم آن‌ها، عنوانی تعلق گرفت. در اینجا در نام‌گذاری هر کدام از زمینه‌های استخراج‌شده، تلاش بر آن بوده تا از نام‌هایی متناسب با مفهوم استفاده شود. با استفاده از جمله‌های معنادار کوتاه و مأنوس در داده‌های کیفی به‌دست‌آمده، هفت معیار اصلی شامل ۱۵ زیرمعیار مهم در این خصوص شناسایی شد. در نمودار شکل ۱ ماتریس موانع در ایجاد همکاری صنعت و دانشگاه در بخش حمل‌ونقل هوشمند شهری نشان داده شده است.

وابسته باشد. ۲، بر اساس اصل انتظارات، هرگاه تغییری در ساختمان سلسله مراتبی رخ دهد فرآیند ارزیابی باید از نو انجام گیرد روش AHP فازی به‌صورت گام‌های ذیل انجام می‌گیرد (حبیبی و دیگران، ۱۳۹۳: ۸).

گام اول ترسیم درخت سلسله‌مراتبی- شناسایی هدف، معیارها و زیرمعیارها و تشکیل ماتریس مقایسه‌های زوجی به‌صورت فازی و استفاده از یک طیف زبانی مناسب برای گردآوری داده‌ها که در جدول ۱ آورده شده است، بدین گونه که معادل فازی ترجیح یکسان برابر (۱و۱و۱) و معادل فازی معکوس آن (۱و۱و۱) و همچنین تا معادل فازی کاملاً مرجح برابر (۹و۹و۹) و معادل فازی معکوس آن (۱/۹و۱/۹و۱/۹) است؛ بنابراین در جدول ۱ معادل فازی مربوط به عبارات کلامی آورده شده است. جدول ۱. طیف فازی معادل مقیاس نه درجه ساعتی در

تکنیک AHP فازی

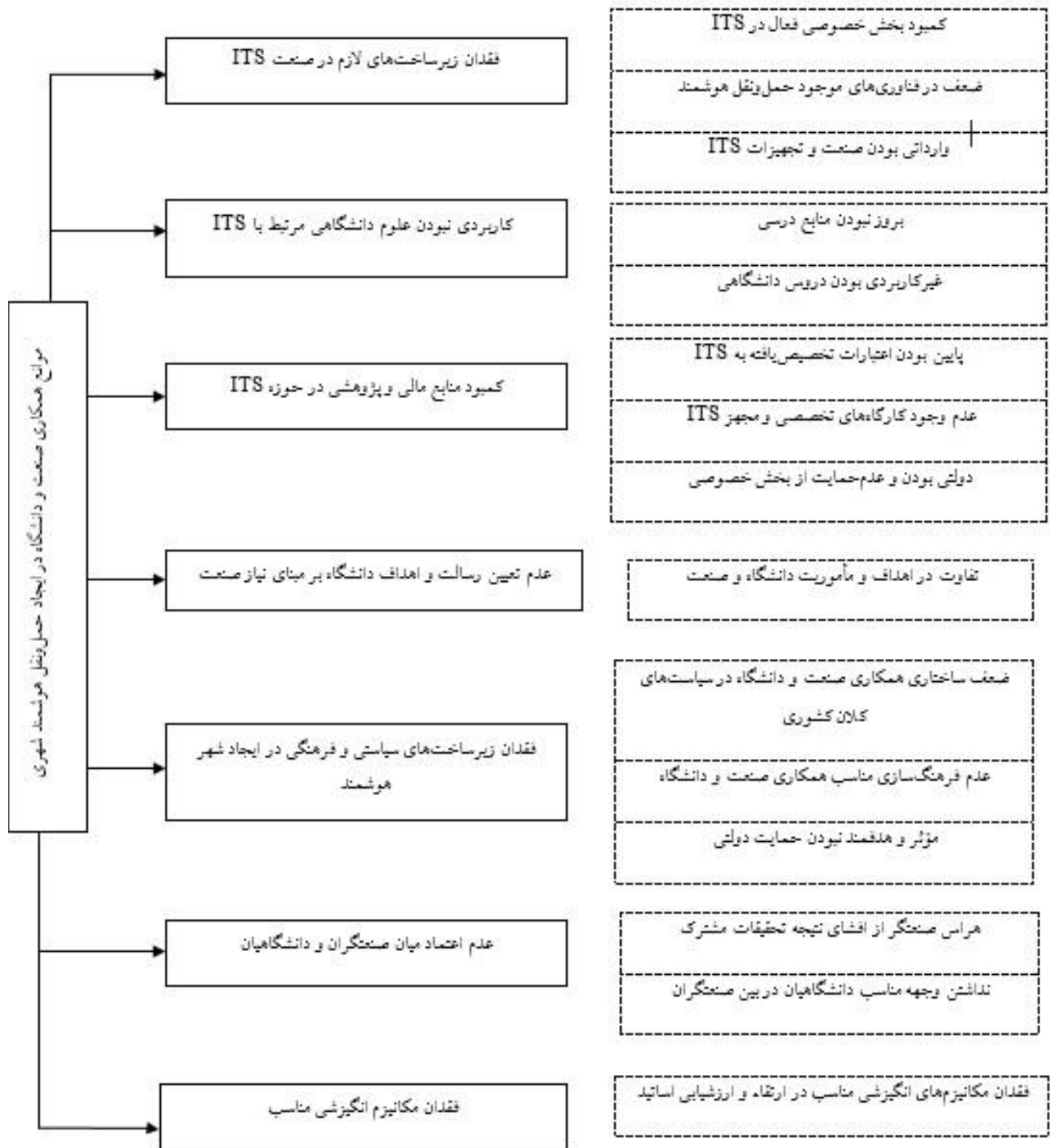
عبارت کلامی وضعیت مقایسه i نسبت به j	معادل فازی	معادل فازی معکوس
ترجیح یکسان	(۱و۱و۱)	(۱و۱و۱)
بینابین	(۱و۲و۳)	(۱/۳و۱/۲و۱)
کمی مرجح	(۲و۳و۴)	(۱/۴و۱/۳و۱/۲)
بینابین	(۳و۴و۵)	(۱/۵و۱/۴و۱/۳)
ترجیح قوی	(۴و۵و۶)	(۱/۶و۱/۵و۱/۴)
بینابین	(۵و۶و۷)	(۱/۷و۱/۶و۱/۵)
ترجیح خیلی قوی	(۶و۷و۸)	(۱/۸و۱/۷و۱/۶)
بینابین	(۷و۸و۹)	(۱/۹و۱/۸و۱/۷)
کاملاً مرجح	(۹و۹و۹)	(۱/۹و۱/۹و۱/۹)

گام دوم محاسبه مجموع ترجیحات هر عنصر هر درایه ماتریس زوجی با a_{ij} نشان داده می‌شود. مجموع عناصر هر سطر محاسبه می‌شود

$$\sum_{j=1}^n (a_{ij}) \quad (3)$$

گام سوم نرمال کردن مجموع ترجیحات هر عنصر از روش نرمال کردن خطی مانند تکنیک بردار ویژه ساعتی استفاده می‌شود. جمع فازی مجموع ترجیحات عنصر محاسبه می‌شود.





شکل ۱. معیارها و زیرمعیارهای موانع میان دانشگاه و صنعت در جهت توسعه زیرساخت حمل‌ونقل هوشمند

اساس نیاز صنعت که زیرمعیار تفاوت در اهداف و مأموریت دانشگاه و صنعت را شامل می‌شود. مانع پنجم: فقدان زیرساخت‌های لازم دولتی و فرهنگی در ایجاد شهر هوشمند شامل زیرمعیار عدم تعریف همکاری صنعت و دانشگاه در سیاست‌های کلان کشوری، عدم زمینه‌سازی فرهنگی همکاری صنعت و دانشگاه و مؤثر و هدفمند نبودن حمایت‌های دولتی. مانع ششم: عدم اعتماد متقابل میان صنعتگران و دانشگاهیان با زیرمعیار هراس صنعتگر از افشای نتیجه تحقیقات مشترک در قالب مقاله و نداشتن وجهه مناسب صنعتگر در بین دانشگاهیان مانع هفتم: فقدان مکانیزم انگیزشی مناسب که زیرمعیار آن فقدان مکانیزم‌های انگیزشی مناسب در ارتقاء و ارزشیابی اساتید شامل می‌شود. در مرحله بعد رتبه‌بندی موانع و زیرموانع به روش AHP فازی انجام شد. در جدول ۲ و ۳ موانع اصلی همکاری دانشگاه و صنعت در جهت توسعه زیرساخت حمل‌ونقل هوشمند رتبه‌بندی شده‌اند.

با توجه به دیدگاه‌ها و برداشت‌های خبرگان دانشگاهی و صنعتی در خصوص انتقال دانش در حوزه حمل‌ونقل هوشمند، موانع شناسایی شده در زمینه انتقال دانش و همکاری بین مراکز دانشگاهی و صنعتی را می‌توان در دو گروه متمایز مراکز دانشگاهی و صنعتی در نظر گرفت. موانع به شرح زیر است:

مانع اول: عدم وجود زیرساخت‌های لازم در صنعت حمل‌ونقل هوشمند شامل زیرمعیار کمبود بخش خصوصی فعال در این صنعت، ضعف در فناوری‌های موجود مرتبط و وارداتی بودن تجهیزات این صنعت.

مانع دوم: کاربردی نبودن علوم دانشگاهی مرتبط با صنعت حمل‌ونقل هوشمند شامل زیرمعیار بروز نبودن منابع درسی و غیرکاربردی بودن دروس دانشگاهی.

مانع سوم: کمبود منابع مالی پژوهشی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات شامل زیرمعیار پایین بودن اعتبارات تخصیص‌یافته، عدم وجود کارگاه‌های تخصصی و دولتی بودن و حمایت نشدن از طرف بخش خصوصی.

مانع چهارم: عدم تعیین رسالت و اهداف دانشگاه بر

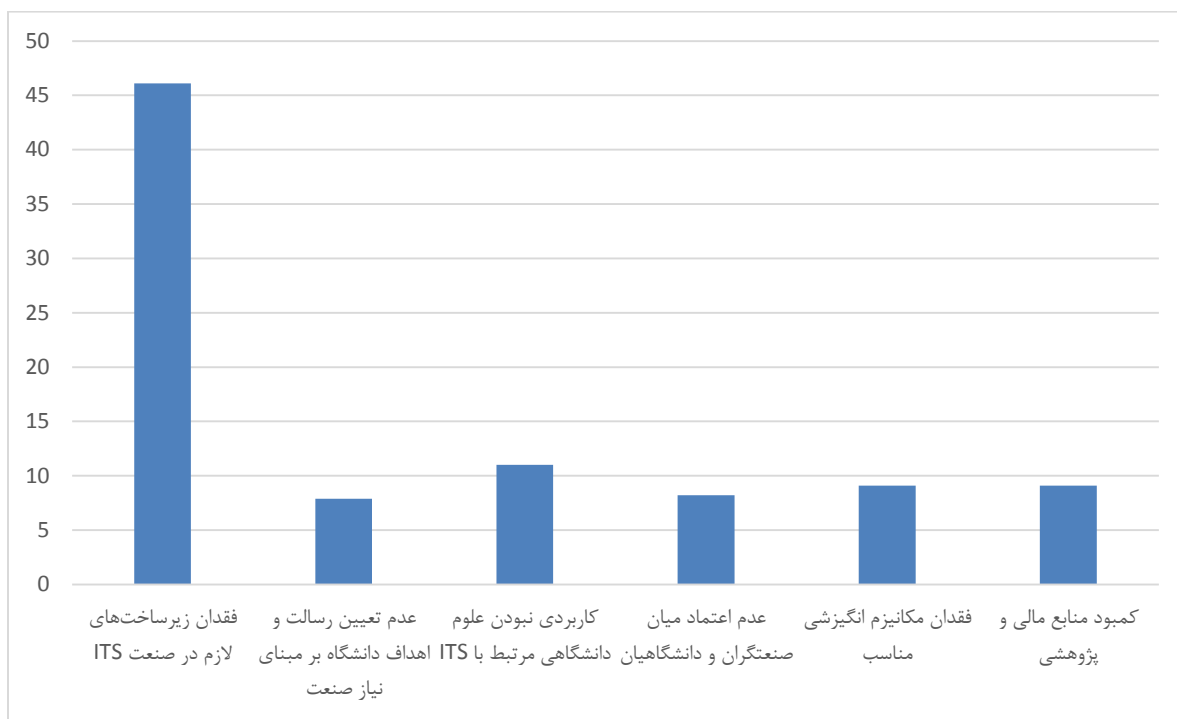
جدول ۲. مقایسه زوجی معیارهای موانع همکاری دانشگاه و صنعت در جهت توسعه زیرساخت حمل‌ونقل هوشمند

موانع اصلی	موانع فرعی	مقیاس	مقیاس	مقیاس	مقیاس	مقیاس	مقیاس
فقدان زیرساخت‌های سیاسی و فرهنگی در ایجاد شهر هوشمند	کمبود منابع مالی و پژوهشی	۱/۳۶ و ۲/۲۷	۱/۷۸ و ۵/۵۵	۴/۲۷ و ۵/۴	۴/۱۳ و ۵/۲۱	۵/۷ و ۶/۱۹	۸/۵ و ۱۳/۷۸
فقدان زیرساخت‌های سیاسی و فرهنگی در ایجاد شهر هوشمند	موانع مالی و پژوهشی	۱/۳۶ و ۲/۲۷	۱/۷۸ و ۵/۵۵	۴/۲۷ و ۵/۴	۴/۱۳ و ۵/۲۱	۵/۷ و ۶/۱۹	۸/۵ و ۱۳/۷۸
فقدان زیرساخت‌های سیاسی و فرهنگی در ایجاد شهر هوشمند	موانع مالی و پژوهشی	۱/۳۶ و ۲/۲۷	۱/۷۸ و ۵/۵۵	۴/۲۷ و ۵/۴	۴/۱۳ و ۵/۲۱	۵/۷ و ۶/۱۹	۸/۵ و ۱۳/۷۸
فقدان زیرساخت‌های سیاسی و فرهنگی در ایجاد شهر هوشمند	موانع مالی و پژوهشی	۱/۳۶ و ۲/۲۷	۱/۷۸ و ۵/۵۵	۴/۲۷ و ۵/۴	۴/۱۳ و ۵/۲۱	۵/۷ و ۶/۱۹	۸/۵ و ۱۳/۷۸
فقدان زیرساخت‌های سیاسی و فرهنگی در ایجاد شهر هوشمند	موانع مالی و پژوهشی	۱/۳۶ و ۲/۲۷	۱/۷۸ و ۵/۵۵	۴/۲۷ و ۵/۴	۴/۱۳ و ۵/۲۱	۵/۷ و ۶/۱۹	۸/۵ و ۱۳/۷۸
فقدان زیرساخت‌های سیاسی و فرهنگی در ایجاد شهر هوشمند	موانع مالی و پژوهشی	۱/۳۶ و ۲/۲۷	۱/۷۸ و ۵/۵۵	۴/۲۷ و ۵/۴	۴/۱۳ و ۵/۲۱	۵/۷ و ۶/۱۹	۸/۵ و ۱۳/۷۸
فقدان زیرساخت‌های سیاسی و فرهنگی در ایجاد شهر هوشمند	موانع مالی و پژوهشی	۱/۳۶ و ۲/۲۷	۱/۷۸ و ۵/۵۵	۴/۲۷ و ۵/۴	۴/۱۳ و ۵/۲۱	۵/۷ و ۶/۱۹	۸/۵ و ۱۳/۷۸
فقدان زیرساخت‌های سیاسی و فرهنگی در ایجاد شهر هوشمند	موانع مالی و پژوهشی	۱/۳۶ و ۲/۲۷	۱/۷۸ و ۵/۵۵	۴/۲۷ و ۵/۴	۴/۱۳ و ۵/۲۱	۵/۷ و ۶/۱۹	۸/۵ و ۱۳/۷۸
فقدان زیرساخت‌های سیاسی و فرهنگی در ایجاد شهر هوشمند	موانع مالی و پژوهشی	۱/۳۶ و ۲/۲۷	۱/۷۸ و ۵/۵۵	۴/۲۷ و ۵/۴	۴/۱۳ و ۵/۲۱	۵/۷ و ۶/۱۹	۸/۵ و ۱۳/۷۸
فقدان زیرساخت‌های سیاسی و فرهنگی در ایجاد شهر هوشمند	موانع مالی و پژوهشی	۱/۳۶ و ۲/۲۷	۱/۷۸ و ۵/۵۵	۴/۲۷ و ۵/۴	۴/۱۳ و ۵/۲۱	۵/۷ و ۶/۱۹	۸/۵ و ۱۳/۷۸



جدول ۳. فازی‌زدایی مقادیر وزن نهایی معیارهای اصلی

معیارهای اصلی	وزن حاصل از جدول ۲	وزن (به درصد)
فقدان زیرساخت‌های لازم در صنعت ITS	۰/۴۹	۴۶/۱
عدم تعیین رسالت و اهداف دانشگاه بر مبنای نیاز صنعت	۰/۰۸	۷/۹
کاربردی نبودن علوم دانشگاهی مرتبط با ITS	۰/۱۲	۱۱
عدم اعتماد میان صنعتگران و دانشگاهیان	۰/۰۹	۸/۲
فقدان مکانیزم انگیزشی مناسب	۰/۱۰	۹/۱
کمبود منابع مالی و پژوهشی	۰/۱۰	۹/۱
فقدان زیرساخت‌های سیاستی و فرهنگی در ایجاد شهر هوشمند	۰/۰۹	۸/۵



شکل ۲. مقایسه وزن معیارهای موانع میان دانشگاه و صنعت در جهت توسعه زیرساخت حمل‌ونقل هوشمند

وزن ۰/۰۸۵، عدم اعتماد با وزن ۰/۰۸۲ و عدم تعیین رسالت با وزن ۰/۰۷۹ با اختلاف کمی قرار دارند. در جدول ۴ ماتریس مقایسه زوجی زیرمعیارهای فقدان زیرساخت صنعتی لازم ITS و در جدول ۵ وزن زیرمعیارهای آن نشان داده شده است. علاوه بر این موانعی چون عدم وجود بخش خصوصی فعال در صنعت حمل‌ونقل هوشمند و پایین بودن سطح فناوری و انحصاری بودن بسیاری از صنایع

با توجه به نتایج جدول ۳ بیشترین مانع ایجاد همکاری صنعت و دانشگاه در بخش حمل‌ونقل هوشمند شهری، مربوط به فقدان زیرساخت‌های صنعت ITS با وزن ۰/۴۶۱ است که اختلاف فاحشی را با سایر معیارها دارد، پس‌از آن معیارهای کاربردی نبودن تولید علم با وزن ۰/۱۱، فقدان مکانیزم انگیزشی مناسب و کمبود منابع مالی و پژوهشی با وزن ۰/۰۹۱ و بعد از آن معیارهای فقدان زیرساخت دولتی با

مدرک‌گرایی در بین دانشگاهیان تأکید نمود. یکی دیگر از این موانع به‌روز نشدن محتوای دروس دانشگاهی، عدم وجود افراد کارآفرین در دانشگاه و سنتی بودن دانشگاه است. بها ندادن به دانش موردنیاز صنعت حمل‌ونقل هوشمند و سیستم‌های نوین اطلاعاتی و سنتی بودن آموزش‌های دانشگاهی بیشترین مانع در زمینه کاربردی نبودن علوم دانشگاهی است؛ بنابراین با توجه به جدول ۷ زیرمعیارهای معیار بروز نبودن منابع درسی با وزن ۰/۶۱۵ و سپس زیرمعیار نظری بودن دروس دانشگاهی با وزن ۰/۳۸۵ قرار دارند.

جدول ۶. ماتریس مقایسه زوجی زیرمعیارهای کاربردی

نبودن علوم دانشگاهی مرتبط با ITS

بروز نبودن منابع درسی	نظری بودن دروس دانشگاهی	بروز نبودن منابع درسی
(۰/۷۹ و ۰/۶۳ و ۰/۴۹)	(۱ و ۱)	نظری بودن دروس دانشگاهی
(۱ و ۱)	(۱ و ۱)	بروز نبودن منابع درسی

جدول ۷. وزن زیرمعیارهای کاربردی نبودن علوم

دانشگاهی مرتبط با ITS

وزن حاصل از جدول ۶	وزن (به درصد)	غیر کاربردی بودن دروس دانشگاهی
۰/۳۹	۳۸/۵	بروز نبودن منابع درسی
۰/۶۳	۶۱/۵	

یکی دیگر از موانع همکاری پژوهشی میان دانشگاهیان و صنعتگران اعتماد متقابل است. این معیار شامل زیرمعیارهای نداشتن وجهه مناسب صنعتگر در بین دانشگاهیان و هراس صنعتگر از افشای نتیجه تحقیقات مشترک است که در جداول ۸ و ۹ مقایسه شده‌اند. بنابراین با توجه به جدول ۹ ابتدا زیرمعیار هراس صنعتگر از افشای نتیجه تحقیقات مشترک با وزن ۰/۵۹۱ و سپس زیرمعیار نداشتن وجهه مناسب صنعتگر در بین دانشگاهیان با وزن ۰/۴۰۹ قرار دارند.

نیز در این راستا محسوس می‌باشند که با توجه به جدول ۵ از بین زیرمعیارهای مربوط به آن وارداتی بودن صنعت و تجهیزات ITS با وزن ۰/۵۹ بیشترین مانع مربوط به فقدان زیرساخت‌های صنعتی است و پس از زیرمعیارهای آن کمبود بخش خصوصی فعال در صنعت ITS با وزن ۰/۲۵۲ و ضعف در فناوری‌های موجود حمل‌ونقل هوشمند با وزن ۰/۱۵۸ قرار دارند.

جدول ۴. ماتریس مقایسه زوجی زیرمعیارهای فقدان

زیرساخت صنعتی لازم ITS

ضعف در فناوری‌های موجود حمل‌ونقل هوشمند	کمبود بخش خصوصی فعال در ITS	وارداتی بودن صنعت و تجهیزات ITS
(۲/۵۵ و ۳/۰۲ و ۳/۴۹)	(۲/۵۱ و ۳/۱۵ و ۳/۳۹)	(۱ و ۱)
(۱/۲۷ و ۱/۷ و ۲/۲۱)	(۱ و ۱)	کمبود بخش خصوصی فعال در ITS
(۱ و ۱)	(۰/۴۵ و ۰/۵۹ و ۰/۷۹)	ضعف در فناوری‌های موجود حمل‌ونقل هوشمند

جدول ۵. وزن زیرمعیارهای فقدان زیرساخت صنعتی لازم

ITS

وزن حاصل از جدول ۴	وزن (به درصد)	زیرمعیار
۰/۶۱	۵۹	وارداتی بودن صنعت و تجهیزات ITS
۰/۲۶	۲۵/۲	کمبود بخش خصوصی فعال در ITS
۰/۱۶	۱۵/۸	ضعف در فناوری‌های موجود حمل‌ونقل هوشمند

دیگر معیار، کاربردی نبودن علوم دانشگاهی مرتبط با ITS است که مقایسه زیرمعیارهای آن در جداول ۶ و ۷ آورده شده است. اعضای هیئت‌علمی از رفتن به سمت صنایع و درگیر شدن با مشکلات صنعت هراس دارند. همچنین می‌توان به محض بودن علوم دانشگاهی و کاربردی نبودن خروجی تحقیقات و اختراعات دانشگاهی که در پی آن، بحث مالکیت فکری مطرح می‌شود، اشاره کرد. علاوه بر آن می‌توان به بها ندادن دانشگاه به فناوری و رایج شدن



جدول ۸. ماتریس مقایسه زوجی زیرمعیارهای عدم اعتماد

میان صنعتگر و دانشگاهیان

نداشتن وجهه مناسب صنعتگر در بین دانشگاهیان	هراس صنعتگر از افشای نتیجه تحقیقات مشترک
نداشتن وجهه مناسب صنعتگر در بین دانشگاهیان	(۰/۸۴ و ۰/۷ و ۰/۵۶)
هراس صنعتگر از افشای نتیجه تحقیقات مشترک	(۰/۷۸ و ۱/۴۳ و ۱/۱۹)

جدول ۹. وزن زیرمعیارهای عدم اعتماد میان صنعتگر و

دانشگاهیان

وزن حاصل از جدول ۸	وزن (به درصد)
۰/۴۱	۴۰/۹
۰/۵۹	۵۹/۱

مجهر ITS با وزن ۰/۳۳۷ و زیرمعیار دولتی بودن و حمایت نشدن از بخش خصوصی با وزن ۰/۱۹۷ مشخص شده‌اند.

جدول ۱۰. ماتریس مقایسه زوجی زیرمعیارهای کمبود منابع

مالی و پژوهشی در حوزه ITS

پایین بودن اعتبارات تخصیص یافته به ITS	دولتی بودن و حمایت نشدن از بخش خصوصی	عدم وجود کارگاه تخصصی و مجهر ITS
(۰/۷۴ و ۰/۵۶ و ۰/۴۲)	(۱/۵۱ و ۱/۸۹/۲/۳۵)	(۱ و ۱)
(۰/۶۶ و ۰/۵ و ۰/۳۹)	(۱ و ۱)	(۰/۶۶ و ۰/۵۳ و ۰/۴۳)
(۱ و ۱)	(۱/۵۱ و ۲/۰۱ و ۲/۵۸)	(۱/۳۵ و ۱/۲۷۹/۳۷)

جدول ۱۱. وزن زیرمعیارهای کمبود منابع مالی و پژوهشی

در حوزه ITS

وزن حاصل از جدول ۱۰	وزن (به درصد)
۰/۳۵	۳۳/۷
۰/۲۱	۱۹/۷
۰/۴۹	۴۶/۷

دانشگاه‌ها و مراکز علمی در شناسایی و تعیین مأموریت‌ها و اهداف خود، برنامه ای مبنی بر شناخت صنعت و نیازهای آن تدوین نموده‌اند. دانشگاه‌ها می‌توانند بستر و زیرساخت همکاری و تعامل یک استاد دانشگاه با صنعت ایجاد کنند، اما اکنون موضوع همکاری با صنعت، جایگاهی در شناسایی و تعیین اهداف دانشگاه‌ها ندارد. علاوه بر این، می‌توان به تفاوت میان اهداف و دیدگاه‌های صنعتگران و دانشگاهیان اشاره نمود. با توجه به جدول شماره ۱۲ فقدان زیرساخت‌های دولتی و فرهنگی، عدم تعریف همکاری صنعت و دانشگاه در سیاست کلان کشوری، عدم زمینه‌سازی فرهنگی همکاری صنعت و دانشگاه و مؤثر و هدفمند نبودن همکاری صنعت و دانشگاه از موانع

مراکز علمی و دانشگاهی در راستای انجام تحقیقات خود با مشکلات اعتباری و مالی و عدم وجود کارگاه‌های تخصصی برای اجرا و عملی نمودن تحقیقات و پژوهش خود و فقدان حامیان مراکز صنعتی روبرو است درعین حال اصل کمبود منابع مالی در دانشگاه‌ها در دولت پذیرفته است؛ در نتیجه، مشکل کمبود منابع اعتباری و مالی در مراکز دانشگاهی در روند انجام پروژه‌های تحقیقاتی و پژوهشی تأثیر منفی گذاشته است و این امر خود موجب به وجود آمدن اختلال‌هایی در فعالیت‌های آموزشی، تحقیقاتی، فرهنگی، عمرانی و تجهیز کتابخانه‌ها و آزمایشگاه‌ها شده است. در بررسی کمبود منابع مالی و پژوهشی بیشترین آن مربوط به پایین بودن اعتبار تخصیص یافته به فناوری نوین و سپس عدم وجود کارگاه‌های تخصصی مجهر در حوزه ITS است. در جدول ۱۰ ماتریس مقایسه زوجی زیرمعیارهای کمبود منابع مالی و پژوهشی در حوزه ITS و در جدول ۱۱ مقادیر فازی زدایی شده وزن زیرمعیارها آمده است که در آن زیرمعیار پایین بودن اعتبارات تخصیص یافته به ITS با وزن ۰/۴۶۷ و پس از آن زیرمعیار عدم وجود کارگاه تخصصی و

۵۵/۴	۰/۵۸	ضعف ساختاری همکاری صنعت و دانشگاه در سیاست‌های کلان کشوری
۲۹/۷	۰/۳۱	عدم فرهنگ‌سازی مناسب همکاری صنعت و دانشگاه
۱۴/۹	۰/۱۶	مؤثر و هدفمند نبودن حمایت دولتی

برای تعیین اولویت نهائی معیارهای اصلی با استفاده از تکنیک فازی AHP کافی است وزن شاخص‌ها بر اساس هر معیار در وزن معیارهای اصلی ضرب شود. نتایج این عملیات در جدول شماره ۱۴ آمده است. همان‌طور که در این جدول مشاهده می‌شود رتبه‌بندی زیرمعیارها با توجه به وزن نشان داده شده است که زیرمعیار وارداتی بودن صنعت و تجهیزات ITS با وزن ۰/۲۷۲ و زیرمعیار کمبود بخش خصوصی فعال در ITS با وزن ۰/۱۱۶ از معیار فقدان زیرساخت لازم در صنعت ITS با دارا بودن رتبه اول و دوم بیشترین تأثیر در عدم همکاری صنعت و دانشگاه در جهت توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل هوشمند شهری را دارند و زیرمعیار دولتی بودن و حمایت نشدن از بخش خصوصی از معیار کمبود منابع مالی و پژوهشی در ITS با وزن ۰/۱۸ و مؤثر و هدفمند نبودن حمایت دولتی از معیار فقدان زیرساخت‌های سیاستی و فرهنگی در ایجاد شهر هوشمند با وزن ۰/۱۳ رتبه‌های آخر و کمترین تأثیر را به‌عنوان موانع همکاری صنعت و دانشگاه در جهت توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل هوشمند شهری را دارند.

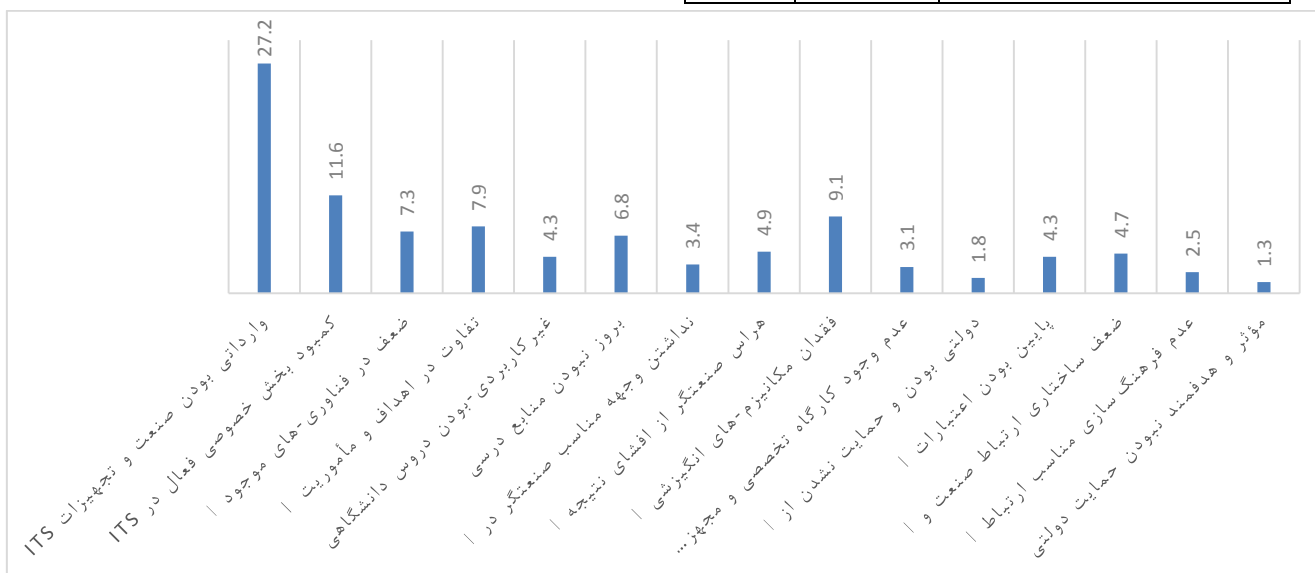
شناخته شده به حساب می‌آیند که در جدول ۱۳ وزن زیرمعیارها که زیرمعیار عدم تعریف همکاری صنعت و دانشگاه در سیاست کلان کشوری با وزن ۰/۵۵۴ و پس‌از آن زیرمعیار عدم زمینه‌سازی فرهنگی همکاری صنعت و دانشگاه با وزن ۰/۲۹۷ و زیرمعیار مؤثر و هدفمند نبودن حمایت دولتی با وزن ۰/۱۴۹ نشان داده شده است.

جدول ۱۲. ماتریس مقایسه زوجی زیرمعیارهای فقدان زیرساخت‌های سیاستی و فرهنگی در ایجاد شهر هوشمند

مؤثر و هدفمند نبودن حمایت دولتی	عدم زمینه‌سازی فرهنگی همکاری صنعت و دانشگاه	ضعف ساختاری همکاری صنعت و دانشگاه در سیاست‌های کلان کشوری
۰/۵۵۴ و ۲/۶۱	۰/۲۹۷ و ۱/۰۶۵	۰/۱۴۹ و ۱/۰۶۵
۱/۰۶۵ و ۲/۶۱	۰/۲۹۷ و ۱/۰۶۵	۰/۱۴۹ و ۱/۰۶۵
۰/۲۹۷ و ۱/۰۶۵	۰/۱۴۹ و ۱/۰۶۵	۰/۱۴۹ و ۱/۰۶۵

جدول ۱۳. وزن زیرمعیارهای فقدان زیرساخت‌های سیاستی و فرهنگی در ایجاد شهر هوشمند

وزن (به درصد)	وزن حاصل از جدول ۱۲
۰/۵۵۴	۰/۵۵۴
۰/۲۹۷	۰/۲۹۷
۰/۱۴۹	۰/۱۴۹



شکل ۳. مقایسه وزن زیرمعیارهای موانع میان دانشگاه و صنعت در جهت توسعه زیرساخت حمل‌ونقل هوشمند



جدول ۱۴. اولویت نهائی معیارها و زیرمعیارها

رتبه	وزن (به درصد)	وزن اولیه	زیرمعیار	وزن	معیارهای اصلی
۱	۲۷/۲	۰/۵۹۰	وارداتی بودن صنعت و تجهیزات ITS	۰/۴۶۱	فقدان زیرساخت لازم در صنعت ITS
۲	۱۱/۶	۰/۲۵۲	کمبود بخش خصوصی فعال در ITS		
۵	۷/۳	۰/۱۵۸	ضعف در فناوری‌های موجود حمل‌ونقل هوشمند		
۴	۷/۹	۱/۰۰	تفاوت در اهداف و مأموریت دانشگاه و صنعت	۰/۰۷۹	عدم تعیین رسالت و اهداف دانشگاه بر مبنای نیاز صنعت
۱۰	۴/۳	۰/۳۸۵	غیرکاربردی بودن دروس دانشگاهی	۰/۱۱۰	کاربردی نبودن علوم دانشگاهی مرتبط با ITS
۶	۶/۸	۰/۶۱۵	بروز نبودن منابع درسی		
۱۱	۳/۴	۰/۴۰۹	نداشتن وجهه مناسب صنعتگر در بین دانشگاهیان	۰/۰۸۲	عدم اعتماد میان صنعتگران و دانشگاهیان
۷	۴/۹	۰/۵۹۱	هراس صنعتگر از افزایش نتیجه تحقیقات مشترک		
۳	۹/۱	۱/۰۰	فقدان مکانیزم‌های انگیزشی مناسب در ارتقاء و ارزشیابی اساتید	۰/۰۹۱	فقدان مکانیزم انگیزشی مناسب
۱۲	۳/۱	۰/۳۳۷	عدم وجود کارگاه تخصصی و مجهز ITS	۰/۰۹۱	کمبود منابع مالی و پژوهشی در ITS
۱۴	۱/۸	۰/۱۹۷	دولتی بودن و حمایت نشدن از بخش خصوصی		
۹	۴/۳	۰/۴۶۷	پایین بودن اعتبارات تخصیص‌یافته به ITS		
۸	۴/۷	۰/۵۵۴	ضعف ساختاری همکاری صنعت و دانشگاه در سیاست‌های کلان کشوری	۰/۰۸۵	فقدان زیرساخت‌های سیاستی و فرهنگی در ایجاد شهر هوشمند
۱۳	۲/۵	۰/۲۹۷	عدم فرهنگ‌سازی مناسب همکاری صنعت و دانشگاه		
۱۵	۱/۳	۰/۱۴۹	مؤثر و هدفمند نبودن حمایت دولتی		

۵- نتیجه‌گیری

در این مقاله به‌منظور برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری بهتر در زمینه توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل هوشمند شهری به بررسی موانع همکاری این دو نهاد علمی و فنی با استفاده از روش AHP فازی پرداخته شده است. نتایج حاصل از این بررسی نشان می‌دهد مهم‌ترین مانع، فقدان زیرساخت‌های کافی در صنعت حمل‌ونقل هوشمند شهری است. فقدان زیرساخت‌های لازم در صنعت حمل‌ونقل هوشمند شامل، وارداتی بودن صنعت و تجهیزات ITS و عدم وجود بخش خصوصی فعال در این حوزه در کشور است؛ بنابراین سیاست‌گذاران، قانون‌گذاران و برنامه‌ریزان کلان کشور می‌توانند با ایجاد سیاست‌های مؤثر و وضع قوانینی خاص در زمینه واردکردن دانش و تجهیزات فنی به کشور و همچنین تعریف و تبیین دقیق نحوه همکاری مراکز دانشگاهی و صنعتی، صنایع را در جهت تعاملات پروژه‌های پژوهشی و تحقیقاتی با دانشگاه‌ها و دریافت علم و دانش فنی از آن‌ها

رهنمون سازند. لازم به ذکر است که یکی از چالش‌ها در روند پذیرش فناوری‌های خارجی بخصوص برای فناوری وارداتی چالش فرهنگی مربوط به پذیرش فناوری است که این چالش با افزایش توان تولیدی بنگاه‌های اقتصادی تشدید می‌شود و فعالین حوزه صنعت باید به آن توجه داشته باشند. کاربردی نبودن علم تولیدشده و یا بسیاری از پژوهش‌های دانشگاهی مرتبط با سیستم حمل‌ونقل هوشمند نیز یکی از مهم‌ترین موانع همکاری و تعامل پژوهشی دانشگاه و صنعت است. بدین معنا که تحقیقات و نتایج آن‌ها، ضمن شکست در بازدهی، قابلیت لازم را برای رفع نیازهای مراکز صنعتی ندارد و همچنین نشان از به‌روز نشدن محتوای دروس دانشگاهی و سنتی بودن آن است؛ در نتیجه بهتر است دانشگاه‌ها رشته‌های دانشگاهی و محتوای آن رشته‌ها را به‌منظور تأمین نیازهای مراکز صنعتی بازنگری و دوباره تعریف کنند.

مراکز علمی و دانشگاهی است بنابراین با توجه به این موضوع، زیرمعیارهای مجهز نبودن کارگاه‌های تخصصی در مراکز دانشگاهی، پایین بودن سطح تخصیص منابع و اعتبارات دولتی و کمبود حامی در بخش خصوصی شناسایی گردید. وجود نقش دولت در ساختار حاکمیتی خود به‌عنوان یک رابط قوی و تأثیرگذار میان مراکز علمی و دانشگاهی و مراکز صنعتی در کشورهای در حال توسعه به‌ویژه ایران نشان می‌دهد که عدم وجود خط‌مشی و سیاست مشخص در تخصیص و توزیع مناسب منابع و اعتبارات تحقیقاتی و همچنین عدم ضمانت اجرایی و مدیریت در کنترل و نظارت بر هزینه کرد بودجه‌های تحقیقاتی تخصیص‌یافته از مهم‌ترین عوامل در جلب اعتماد متقابل مراکز دانشگاهی و صنعتی است. همچنین یکی از چالش‌های حائز اهمیت دیگر در روند پژوهش شناسایی عدم آشنایی با مهارت‌های کارآفرینی و مدیریتی بود که پیشنهاد می‌شود تا پژوهشگران در تحقیقات آتی بدان توجه داشته باشند.

ماحصل کاربردی شدن تولید علم در دانشگاه‌ها می‌تواند منجر به ایجاد فناوری شود که این رویداد در قلمرو تجاری‌سازی فناوری قرار می‌گیرد. تجاری‌سازی فناوری بر دو بخش ایجاد فناوری و ارائه آن تأکید دارد و مبتنی بر فرآیند انتقال دانش و فناوری از مراکز دانشگاهی و پژوهشی به مراکز صنعتی موجود یا کسب‌وکارهای جدید است. یکی از اقدامات راهبردی دانشگاه در این راستا بحث مالکیت فکری است. تصویب آیین‌نامه و اطلاع‌رسانی از سهم مالکیت مادی حاصل از دارایی‌های فکری گامی اثربخش در تجاری‌سازی فناوری بشمار می‌رود.

از موانع دیگر مؤثر بر تعامل و همکاری میان مراکز دانشگاهی و صنعتی، عدم شناسایی و تعیین رسالت، مأموریت و اهداف دانشگاه بر اساس نیاز مراکز صنعتی است. برخی از محققان شناسایی نیازهای مراکز صنعتی را عاملی در جهت تسهیل روند این تعامل معرفی می‌کنند. از مهم‌ترین موانع شناسایی‌شده در این خصوص، کمبود منابع مالی برای تخصیص به موضوعات پژوهشی و تحقیقاتی در

منابع

- ۴- توفیقی، داریان (۱۳۸۶): "آسیب‌شناسی مبانی ارتباط دانشگاه و صنعت"، *آموزش مهندسی/ایران*، دوره ۹، شماره ۳۴، ص ص ۲۵-۱.
- ۵- جعفرنژاد، احمد و مهدوی، عبدالمحمد، (۱۳۸۴): "بررسی موانع و ارائه راهکار توسعه روابط متقابل صنعت و دانشگاه در ایران"، *دانش مدیریت*، شماره ۷۱، ص ص ۶۲-۴۱.
- ۶- درویشی، اسماعیلی و مرندي، مریم و خطیبی، مصطفی (۱۳۸۸): "زمینه ارتباط صنعت و دانشگاه و تجارب وزارت نیرو"، *نشریه صنعت و دانشگاه*، دوره ۲، شماره ۳ و ۴، ص ص ۹۴-۸۷.
- ۷- شفيعی، مسعود و صفائی، هاجر، (۱۳۹۹): "بررسی نقش همکاری های دانشگاه و صنعت در توسعه کشورها با نگاهی به سیاست ها و تجارت جهانی"، *دو فصلنامه نوآوری و ارزش‌آفرینی*، شماره ۱۸، سال ۹، ص ص ۱-۲۰.

- ۱- اردلان، محمدرضا و منافی شرف‌آباد، کاظم (۱۳۹۶): "توسعه‌ی تعامل دانشگاه و صنعت؛ مبانی، ضرورت‌ها و راهکارها"، دومین همایش بین‌المللی افق‌های نوین در علوم مدیریت و حسابداری، اقتصاد و کارآفرینی ایران، تهران، انجمن افق نوین علم و فناوری.
- ۲- امین‌طهماسبی، حمزه؛ رضوی نسب، سید جمال‌الدین (۱۳۹۹): "تحلیل عوامل مؤثر در توسعه استفاده از گاز طبیعی فشرده بجای بنزین در سیستم حمل‌ونقل جاده‌ای ایران با استفاده از مدل پویاشناسی سیستم‌ها"، *پژوهشنامه حمل‌ونقل*، دوره ۱۷، شماره ۳ (پیاپی ۶۴)، ص ص ۴۵-۵۸.
- ۳- امین‌طهماسبی، حمزه؛ رضوی نسب، سید جمال‌الدین (۱۴۰۰): "اولویت‌بندی استراتژی‌های تأثیرگذار بر صنعت حمل‌ونقل گازسوز با روش ترکیبی تصمیم‌گیری گروهی فازی"، *فصلنامه جاده*، در دست چاپ.



- ۸- توفیقی، داریان (۱۳۸۶): "آسیب‌شناسی مبانی ارتباط دانشگاه و صنعت"، *آموزش مهندسی ایران*، دوره ۹، شماره ۳۴، ص ص ۲۵-۱.
- ۹- جعفرنژاد، احمد و مهدوی، عبدالمحمد، (۱۳۸۴): "بررسی موانع و ارائه راهکار توسعه روابط متقابل صنعت و دانشگاه در ایران"، *دانش مدیریت*، شماره ۷۱، ص ص ۶۲-۴۱.
- ۱۰- درویشی، اسماعیلی و مرندی، مریم و خطیبی، مصطفی (۱۳۸۸): "زمینه ارتباط صنعت و دانشگاه و تجارب وزارت نیرو"، *نشریه صنعت و دانشگاه*، دوره ۲، شماره ۳ و ۴، ص ص ۹۴-۸۷.
- ۱۱- شفیعی، مسعود و صفائی، هاجر، (۱۳۹۹): "بررسی نقش همکاری های دانشگاه و صنعت در توسعه کشورها با نگاهی به سیاست ها و تجارت جهانی"، *دو فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی*، شماره ۱۸، سال ۹، ص ص ۲۰-۱.
- ۱۲- شفیعی، مسعود و موسوی، عبدالرضا (۱۳۹۲): "تحلیل محتوای موانع، فرصت‌ها و راهکارهای توسعه ارتباط صنعت و دانشگاه در پانزده کنگره سه‌جانبه"، *دو فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی*، سال اول، شماره ۳، ص ص ۵-۲۲.
- ۱۳- علی پور درویشی، زهرا، (۱۳۹۱): "ارائه مدل عوامل مؤثر بر تسهیم دانش گروه‌های آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی (پیمایشی پیرامون واحد تحقیقات شمال و علوم و تحقیقات)", *مدیریت فناوری اطلاعات*، دوره ۴، شماره ۱۰، ص ص ۹۱-۱۱۶.
- ۱۴- علیزاده، ندا و پزشکی راد، غلامرضا و صدیقی، حسن، (۱۳۸۹) "بررسی نگرش اعضای هیئت علمی پیرامون تسهیم دانش در مؤسسات آموزشی عالی (مطالعه موردی دانشکده‌های کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران)", *فصلنامه انجمن آموزشی عالی ایران* دوره ۳، شماره ۲، ص ص ۱۳۸-۱۲۵.
- ۱۵- فایض، علی، و شهابی، علی، (۱۳۸۹): "ارزیابی و اولویت‌بندی موانع ارتباط دانشگاه و صنعت، مطالعه موردی شهرستان سمنان"، *فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار*، دوره ۴، شماره ۲، ص ص ۹۷-۱۲۴.
- ۱۶- کاظمی، مهین دخت و سرداری، احمد، (۱۳۹۵): "بررسی موانع تعامل صنعت و دانشگاه"، *چهارمین همایش تعامل صنعت و دانشگاه با رویکرد بهبود کسب‌وکار، مشهد، اتاق بازرگانی مشهد*.
- ۱۷- کوکبی، م. (۱۳۸۸): "تبدیل ایده به ثروت، ارتباط منطقی دانشگاه و صنعت"، *مجله بسیار*، سال یازدهم، شماره ۱، ص ۶.
- ۱۸- مدهوشی، مهرداد و کیاکجوری، کریم، (۱۳۹۵): "کارآفرینی دانشگاهی در تعامل دانشگاه، صنعت و دولت"، *چهارمین همایش تعامل صنعت و دانشگاه با رویکرد بهبود کسب‌وکار، مشهد، اتاق بازرگانی مشهد*.
- ۱۹- مهدی، رضا و شفیعی، مسعود، (۱۴۰۰): "ریشه‌یابی سست‌پیوندی دانشگاه ایرانی با صنعت از دیدگاه خبرگان آموزش عالی"، *دو فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی*، سال ۱۰، شماره ۱۹، ص ص ۳۹-۵۳.
- ۲۰- ناظمی، شمس‌الدین و اخروی، امیرحسین و ابراهیمی پور، محمدجواد، (۱۳۸۹): "ارائه مدل مفهومی انتقال فناوری از دانشگاه به صنعت: رویکرد فرا تحلیل"، *مجله دانش و فناوری*، دوره ۲، شماره ۳، ص ص ۱-۳۱.
- 21- Ardito, L., Ferraris, A., Petruzzelli, A. M., Bresciani, S., & Del Giudice, M. (2018). The role of universities in the knowledge management of smart city projects. *Technological Forecasting and Social Change*.
- 22- Arvanitis, S., Kubli, U and Woerter, M. (2008): University-industry knowledge and technology transfer in Switzerland: What university scientists think about co - operation with private enterprises, *Research Policy*, 37, 1865 – 1883.
- 23- Balconi, M., Breschi, S., & Lissoni, F. (2004). Networks of inventors and the role of academia: an exploration of Italian patent data. *Research Policy*, 33(1), 127-145.
- 24- Cohen, M and Levinthal, D, (1990): Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35, 128–152.
- 25- Deyo, F. C. (Ed.), (2016): *Social reconstructions of the world automobile*

- 32- Rao, S. and Prasad, R. (2018): Impact of 5G Technologies on Smart City Implementation, *Wireless Personal Communications*, 100(1), 161-176.
- 33- Rossi, F. (2010): The governance of university-industry knowledge transfer. *European Journal of Innovation Management*, 13(2), 155-171.
- 34- Rupika, A. U. and Singh, V. K. (2016): Measuring the university-industry-government collaboration in Indian research output. *Current Science*, 110(10), 1904.
- 35- Santoro, M. and Chakrabarti, A.K. (2002): Firm size and technology centrality in industry-university interactions. *Research Policy*, 31, 1163-1180.
- 36- Selada, C. (2017): Smart Cities and the Quadruple Helix Innovation Systems Conceptual Framework: The Case of Portugal, *the Quadruple Innovation Helix Nexus*, 211-244.
- 37- Xia, C., Wei, H. and Xiang-mei, F. (2011): Research on Effect of Knowledge Sharing in Industry-University-Research Cooperation Innovation. International Conference on Management Science & Engineering (18th), 13-15.
- industry: Competition, power and industrial flexibility*. Springer.
- 26- Ivanova, I. A., and Leydesdorff, L. (2014): Rotational symmetry and the transformation of innovation systems in a Triple Helix of university-industry-government relations. *Technological Forecasting and Social Change*, 86, 143-156.
- 27- Meijer, A. (2016): Governing the smart city: a review of the literature on smart urban governance, *International Review of Administrative Sciences*, 82(2), 392-408.
- 28- Miller, K., McAdam, R., & McAdam, M. (2018). A systematic literature review of university technology transfer from a quadruple helix perspective: toward a research agenda. *R&D Management*, 48(1), 7-24.
- 29- Moosa, E. R. J. (2011, November): *Knowledge Transfer from University to Industry*. Cape Peninsula University of Technology.
- 30- Owen-Smith, J. and Powell, W. W. (2001): To patent or not? Faculty decisions and institutional success at technology transfer. *Journal of Technology Transfer*, 26, 99-114.
- 31- Pierce, G. and Shoup, D. (2013): Getting the Prices Right, *Journal of the American Planning Association*, 79(1), 67-81.



بررسی عوامل موثر بر همکاری‌های فناورانه بین شرکت‌های زایشی دانشگاهی و صنایع در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات با نقش میانجی نهادهای واسط

فاصل حاجی‌زاده ابراهیمی **ابوالفضل کزازی

* هیات علمی، گروه مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی قم، قم، ایران: hajizadeh@qut.ac.ir

** استاد گروه مدیریت صنعتی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران: Kazazi@atu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۰۱

صص: ۱۲۱-۱۳۲

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی نقش عوامل موثر بر موفقیت همکاری‌های فناورانه بین شرکت‌های زایشی دانشگاهی و صنعت در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات با نقش میانجی نهادهای واسط می‌پردازد. پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی و از منظر نوع کمی می‌باشد. از میان پارک‌ها و مراکز رشد، تعداد ۱۳ پارک و مرکز رشد به عنوان نمونه آماری انتخاب شد؛ علاوه بر این، در هر یک از نمونه‌های انتخاب شده، مدیر عامل و یا فردی آگاه به امور، به عنوان پاسخگو انتخاب شدند. لذا، ۳۴۱ پرسش‌نامه توزیع و تعداد ۳۱۷ پرسش‌نامه قابل استفاده گردآوری گردید. پس از تایید روایی و پایایی تحقیق، تجزیه و تحلیل داده‌ها توسط نرم‌افزارهای SPSS و LISREL صورت گرفت. نتایج تحقیق حاکی از آن است که عوامل مرتبط با صنعت و دانشگاه تاثیر مثبت و معناداری بر موفقیت همکاری‌های فناورانه دارند. ضمناً، نقش میانجی نهادهای واسط بر موفقیت همکاری‌های فناورانه نیز مورد تأیید قرار گرفت. یافته‌های این تحقیق دلالت‌های عملی و نظری برای بهبود همکاری‌های فناورانه دانشگاه و صنعت ارائه می‌نماید.

واژه‌های کلیدی: همکاری فناورانه، شرکت زایشی دانشگاهی، فناوری اطلاعات و ارتباطات.

نوع مقاله: پژوهشی

۱- مقدمه

الکترونیک، زیست فناوری و خودروسازی ایفای نقش می‌کنند.

همکاری فناورانه توافقی است که آگاهانه و آزادانه میان دو یا چند بنگاه برای تبادل، به اشتراک گذاشتن و توسعه فناوری شکل می‌گیرد. همکاری‌های فناورانه از دهه ۱۹۸۰ به بعد در اکثر کشورهای جهان مانند آمریکا، اروپا، ژاپن و کشورهای جنوب شرق آسیا و در کشورهای در حال توسعه مانند هند با آهنگ شبه نمایی رشد کرده‌اند. پانصد کسب و کار رده اول جهانی، بیش از ۶۰ درصد مشارکت‌های راهبردی را دارا هستند. در شرایط فعلی توسعه همکاری‌های فناورانه بین سازمان‌ها بر کسی پوشیده نیست و آنچه اهمیت دارد، ارائه

در فضای جدید رقابت که سازمان‌ها نیازمند منابع نوآوری هستند، مزیت‌های رقابت فعلی و منابع داخلی آنها برای رقابت پذیری کافی نیست. امروزه اغلب مدیران و صاحب نظران بر این عقیده‌اند که همکاری‌های فناورانه منبع کلیدی نوآوری و از جمله مهمترین ابزار مدیریت کسب و کار برای بهبود رقابت پذیری سازمان‌ها به ویژه در محیط‌های پیچیده و پویا است. بر این اساس همکاری‌های فناورانه به عنوان ابزاری اثربخش برای توسعه (بهبود) مزیت رقابتی و از بین بردن شکاف میان توانمندی‌های موجود و مطلوب به شمار می‌آیند و همچنین به صورت یکی از مهمترین مانورهای راهبردی در صنایع همچون ارتباطات،

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: فاضل حاجی‌زاده ابراهیمی Hajizadeh@qut.ac.ir



دانشگاهی بوده و در مجموعه شرکت‌های صنعتی فعالیت نمایند که در مطالعه تحقیق حاضر لحاظ نشده‌اند.

۲- پیشینه تحقیق

همکاری فناورانه توافقی است که آگاهانه و آزادانه میان دو یا چند بنگاه برای تبادل، به اشتراک گذاشتن و توسعه فناوری شکل می‌گیرد. در واقع همانگونه که همکاری‌های فناورانه موجب کاهش ریسک در نوآوری و توسعه فناوری می‌شود، در خود همکاری‌ها نیز ریسک‌هایی نهفته است. روش‌های همکاری برای توسعه و اکتساب فناوری از تنوع بالایی برخوردارند و سازمان‌ها بر اساس ویژگی‌های خاص خود از روش‌های متناسب استفاده می‌کنند. به همین خاطر شاهد تغییرات قابل توجهی در موقعیت اقتصادی کشورها هستیم براساس مطالعات انجام شده درصد قابل توجهی از همکاری‌های فناورانه با عدم موفقیت مواجه شده‌اند. مارکست و لینک نیز در مطالعه خود به این موضوع اشاره می‌کنند که تجربه ۱۰۶ همکاری بین شرکت‌های فعال بریتانیایی در بخش ICT و ۴۰۰ همکاری بین شرکت‌های سوئدی، ۴۰ تا ۶۰ درصد همکاری‌ها از نظر طرفین موفقیت آمیز بوده است. موضوع همکاری‌های فناورانه از جمله موضوعاتی است که روند انتشار مقالات علمی پیرامون آن رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است. در ارتباط با انتخاب روش همکاری الگوهای متعددی وجود دارد. در هر یک از این الگوها، معیارهایی در نظر گرفته شده که بر اساس آنها روش همکاری مناسب انتخاب خواهد شد. مهمترین الگوها و معیارهای آنها در جدول ۱ آمده است. در ادبیات موضوع، مقالات متعددی بر عوامل موفقیت متمرکز شده‌اند. ادامه مقاله تمرکز بر عوامل مؤثر بر موفقیت همکاری‌های فناورانه می‌باشد.

راهکارهایی برای افزایش اثربخشی همکاری‌های فناورانه است. با توجه به شرایط کنونی، توسعه همکاری‌های فناورانه بین بخش‌های مختلف صنعت و دانشگاه از اهمیت خاصی برخوردار است. به گونه‌ای که اغلب صاحب‌نظران بر ضرورت توسعه‌ی این همکاری‌ها اذعان داشته و تلاش‌های علمی نیز بر ارائه راهکارهایی برای افزایش اثربخشی این همکاری‌ها متمرکز شده‌اند. متأسفانه، تعداد شرکت‌های دانشگاهی و نیز همکاری‌های فناورانه بین دانشگاه و صنعت در ایران به اندازه کافی نیست و یکی از دلایل آن هم ناهمخوانی، ناهماهنگی و فقدان مدلی جامع از همکاری‌های فناورانه بین دانشگاه و صنعت است. ابزارهای متعددی در اجرای موفقیت آمیز فرایند همکاری‌های فناورانه نقش اساسی دارد. ابزارهای کلیدی در این فرایند عبارتند از: دانشگاه، اعضای هیأت علمی، سرمایه‌گذار، تولیدکننده، خریدار و کارآفرین عرصه فناوری که از طریق پایشی که از محیط انجام می‌گیرد کارایی و اثربخشی فرآیند همکاری‌های فناورانه شرکت‌های دانشگاهی را رقم خواهند زد. منظور محقق از الگوی همکاری‌های فناورانه روابط علت و معلولی در بین نهادهای بازیگر، بازیگران و مراکز تحقیق و توسعه‌ای است به طوری که اثر این نهادها در قالب یک شبکه همکاری مؤثر موجبات فعالیت شرکت‌های دانشگاهی را فراهم آورد. به نظر می‌رسد شرکت‌های فعال در این حوزه نیازمند برقراری ارتباطی استراتژیک از نوع تحقیقاتی- کاربردی بین دانشگاهها، مؤسسات تحقیقاتی و بنگاه‌های اقتصادی می‌باشند.

همکاری فناورانه تشکیل گردد و یکی از پایه‌های اصلی شرکت‌های دانشگاهی به‌طور کارا شکل گیرد. با توجه به اهمیت موضوع، این پژوهش در صدد است تا به بررسی نقش عوامل مؤثر بر موفقیت همکاری‌های فناورانه بین شرکت‌های زایشی دانشگاهی و صنایع مرتبط در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات با توجه به نقش میانجی نهادهای واسط در بین ۱۳ پارک و مرکز رشد پردازد. عمده‌ترین شرکت‌هایی که در تحقیق حاضر مورد بررسی قرار گرفته‌اند شرکت‌هایی هستند که در مجموعه مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری فعالیت دارند، کما اینکه ممکن است شرکت‌های دانش‌بنیان دیگری نیز وجود داشته باشد که برگرفته از همکاری‌های فناورانه



جدول ۱. الگوها و معیارهای انتخاب روش‌های همکاری فناورانه (۹)

محققین	معیارها
تید و همکاران (۱۰)	۱- ویژگی‌های سازمان (راهبرد، تطابق با قابلیت‌ها، فرهنگ، راحتی مدیریت) ۲- ویژگی‌های فناوری (نوع فناوری، پیچیدگی فناوری، کد پذیری فناوری، اعتبار حاصل از فناوری)
فورد (۱۱)	۱- جایگاه نسبی بنگاه در فناوری موردنظر ۲- فوریت دستیابی به فناوری ۳- میزان تعهد مالی لازم برای دستیابی به فناوری ۴- وضعیت چرخه عمر فناوری ۵- نوع فناوری
گیلبرت (۱۲)	۱- تمایل و توانایی رسیدن به خواسته‌ها و تقاضاهای منبع فناوری ۲- کنترل منبع فناوری بر نحوه استفاده از فناوری مطابق با خواسته‌ها و شرایط موردنظر
چیسا (۱۳)	۱- هدف همکاری (گسترده، محدود، مبتنی بر یادگیری) ۲- محتوای همکاری (قابلیت تعریف مفاد همکاری، آشنایی با بازار و فناوری، چرخه‌های فناوری، سطح ریسک، قابلیت محافظت از فناوری، مرحله فرآیند نوآوری، سطح سرمایه گذاری، قابلیت تقسیم سرمایه، ارتباط با مزیت رقابتی) ۳- شرکاء (نحوه ارتباط با بنگاه، کشور مرجع از نظر فرهنگی، اندازه و قدرت همکار، زمینه و نوع فعالیت)

بین هزینه سالانه توسعه و تحقیق دانشگاه و فعالیتهای کسب و کار آن یافتند.

فعالیت‌های کسب و کار دانشگاه بازتابی از رفتار سازمانی و زیرساخت‌های نهاد علمی است. تحقیقات نشان می‌دهد که دانشگاه‌ها با هنجارهای فرهنگی و پشتیبانی فعالیت‌های تجاری می‌توانند سود دهی و قدرت کسب و کارها را بهبود بخشند. به عنوان مثال، اوشی و همکاران استدلال می‌کنند که در فرآیند تاسیس شرکت‌های زایشی در دانشگاه ام‌آی‌تی، حمایت سازمانی از فعالیت‌های کارآفرینی نقش مهمی در توسعه کارآفرینی این دانشگاه بازی می‌کند. به طور مشابه جورج و همکاران با انجام یک مطالعه قیاسی دو بخشی، ۷۹۶ محقق از دانشمندان یک دانشگاه تحقیقاتی عمومی بزرگ مورد مقایسه قرار دادند، نویسندگان می‌یابند که حمایت سازمانی از گروه‌های پژوهشی و همچنین دفتر انتقال نقش مهمی را در پیشرفت فن‌آوری ایفا کرده‌اند. به طور خاص آن‌ها به این نتیجه رسیدند که تا چه حد عوامل سازمانی به عنوان حمایت‌کننده فعالیت می‌کنند. کنی و جو نیز ادعا می‌کنند که مشارکت استادان در فعالیت‌های کارآفرینی تاثیر بسزایی دارد چرا که روابط و اعتبار آن‌ها روند پیشرفت فن‌آوری را ساده تر و سریع تر می‌سازد.

اولین مدل‌ها در زمینه فرآیند انتقال فناوری از دانشگاه به صنعت تنها از منظر یک شرکت صدور مجوز به آن نگاه می‌کردند. که به عنوان یک پل، میان تحقیق صرف دانشگاهی و نیازهای پژوهشی متناسب با فناوری بازار، ارتباط برقرار می‌کند. مدل‌های جدیدتر، این فرآیند را به چشم یک فرآیند تولید نگاه کرده‌اند. در این مدل‌ها، خروجی- صدور مجوز و یا موافقت نامه- بوسیله ورودی‌های متفاوتی - عوامل محیطی و شیوه‌های سازمانی- تعیین می‌شود. در گذشته دو روش درباره انتقال فناوری دانشگاهی بیان شده است: مجوزهای فناوری/ ثبت اختراع و مراکز رشد دانشگاهی به استقلال رسیده. این تحقیقات سعی دارند دانشگاه‌ها را در فعالیت‌های تجاری‌سازی فناوری که از طریق تحقیقات پایه‌ای تکامل می‌یابد، در سطح قابل توجهی درگیر کنند. روزنبرگ و نلسون معتقدند دانشگاه‌ها قبل از این نیز دانش و فناوری خود را از طریق کانال‌های مختلفی مثل نشریات پژوهشی، مشاوره‌ها و ارائه در کنفرانس‌های

دانشمندان علوم اجتماعی رویکردی متفاوت در بررسی برای عوامل سطح سازمانی فعالیت‌های کسب و کار اتخاذ کرده‌اند. آن‌ها به جای تمرکز بر نیروهای اجتماعی و اقتصادی گسترده، توجه خود را بر جنبه‌های منابع سازمانی و محور انسانی دانشگاه معطوف کرده‌اند. به طور خاص، آنها به دنبال یافتن ارتباط بین فعالیت کسب و کار و سطح و ماهیت بودجه تحقیقات، کیفیت محققان، ماهیت پژوهش در درون دانشگاه و حضور مراکز رشد فناوری و دفاتر انتقال تکنولوژی بودند. یکی از عوامل مهم سطح و ماهیت بودجه برای فعالیت توسعه و تحقیق در دانشگاه‌ها است. لوکت و همکاران متوجه شدند که تعدادی از شرکت‌های کسب و کار ایجاد شده از دانشگاه UK با هزینه توسعه و تحقیق نسبت مستقیم دارند. پاورز و مک دوگال رابطه مثبت و معنی داری



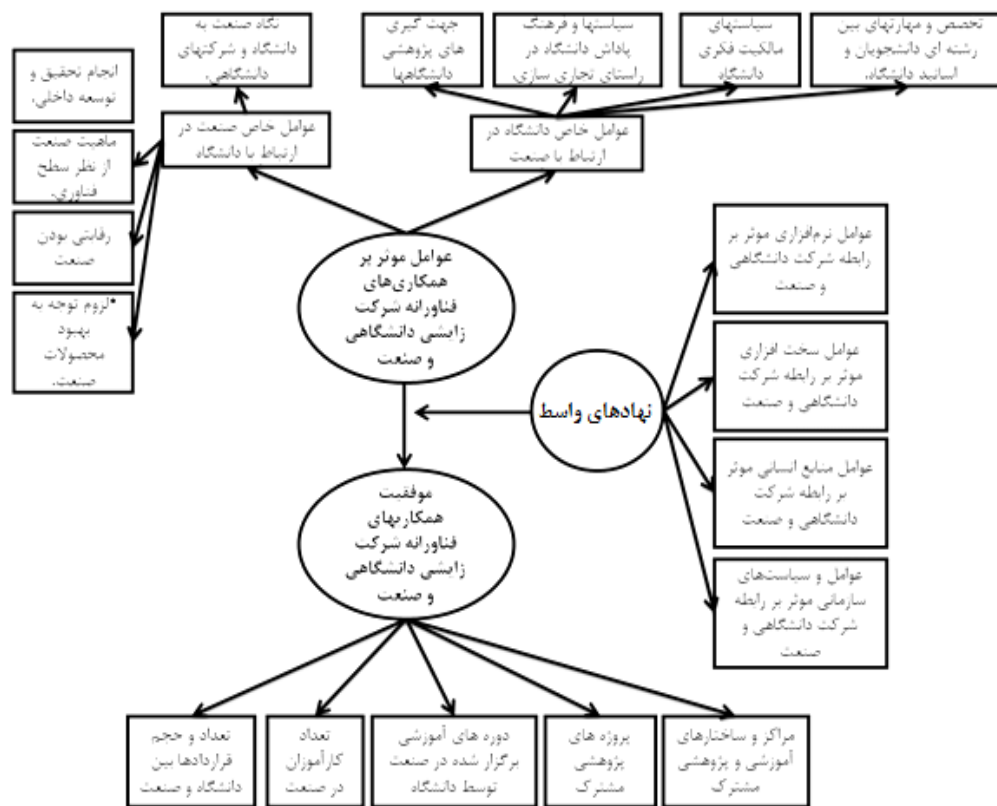
این تحقیق دارای دو فرضیه به شرح زیر است که در ادامه به بررسی آن‌ها به صورت کمی می‌پردازیم.

فرضیه ۱: عوامل خاص دانشگاه و صنعت تاثیر معناداری بر موفقیت همکاری‌های فناورانه دارند.

فرضیه ۲: نهادهای واسط تاثیر معناداری بر موفقیت همکاری‌های فناورانه دارند.

حرفه‌ای انتقال داده‌اند که این روش‌ها در حال حاضر نیز ادامه دارد. توجه به ارتباط سه گانه بین دانشگاه-صنعت-دولت، منجر به دامنه‌ای از ایده‌های سودمند می‌شود که بتوان نقش هر کدام از این سه عامل را از طریق فرآیندهای پویا برای انتقال تبیین نمود. این ارتباط سه گانه همچنین چارچوب جامعی را فراهم می‌آورد که از طریق مطالعه آن، می‌توان نقش جدید دانشگاه‌ها را در شرایط عملی تعیین کرد.

۳- چارچوب مفهومی و فرضیه‌های تحقیق



شکل ۱. چارچوب مفهومی تحقیق

رشد به عنوان نمونه آماری انتخاب شد (جدول ۲)؛ علاوه بر این، در هر یک از نمونه‌های انتخاب شده، مدیر عامل و یا فردی آگاه به امور، به عنوان پاسخگو انتخاب شدند. لذا تعداد ۳۴۱ پرسش‌نامه توزیع شد و تعداد ۳۱۷ پرسش‌نامه قابل استفاده گردآوری گردید. جهت جمع آوری داده‌های مورد نیاز از پرسش‌نامه کزازی و همکاران (۱) بهره گرفته شد.

۴- روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر از حیث هدف، کاربردی و از حیث نحوه گردآوری داده‌ها جزء پژوهشهای توصیفی و از شاخه میدانی محسوب می‌شود. با توجه به تعداد زیاد افراد جامعه آماری، در این مرحله از پژوهش، از نمونه‌گیری استفاده شده است. شایان ذکر است که از میان پارک‌ها و مراکز رشد، با توجه به سهولت دسترسی و جمع‌آوری داده، تعداد ۱۳ پارک و مرکز



جدول ۲. اطلاعات جمعیت شناختی جامعه آماری تحقیق

شماره شرکت	نام شرکت	تعداد شرکت	پرسش‌نامه توزیع شده	پرسش‌نامه گردآوری شده
۱	پارک علم و فناوری زنجان	۲۶	۲۶	۲۴
۲	مرکز رشد دانشگاه امیرکبیر	۲۳	۲۳	۲۲
۳	مرکز رشد فناوری پیشرفته دانشگاه صنعتی شریف	۳۱	۳۱	۲۹
۴	مرکز رشد دانشگاه علم و صنعت	۱۸	۱۸	۱۶
۵	مرکز رشد دانشگاه خواجه نصیر	۱۴	۱۴	۱۳
۶	مرکز رشد دانشگاه تهران	۱۷	۱۷	۱۵
۷	پارک دانشگاه تهران	۴۵	۴۵	۴۲
۸	پارک دانشگاه صنعتی شریف	۱۱	۱۱	۹
۹	پارک دانشگاه قم	۱۵	۱۵	۱۳
۱۰	پارک دانشگاه اصفهان	۸۴	۸۴	۸۲
۱۱	پارک علم و فناوری خوزستان	۲۷	۲۷	۲۵
۱۲	پارک علم و فناوری خلیج فارس	۲۱	۲۱	۱۹
۱۳	پارک علم و فناوری البرز	۹	۹	۸
	مجموع	۳۴۱	۳۴۱	۳۱۷

داده‌های به‌دست‌آمده از این پرسش‌نامه‌ها و به کمک نرم‌افزار آماری SPSS میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ برای این ابزار محاسبه شد. جدول شماره ۳ آلفای کرونباخ پرسش‌نامه را نشان می‌دهد. همان‌طور که در جدول ۳ مشخص است، تمام مقادیر آلفای کرونباخ بزرگ‌تر از ۰٫۷ می‌باشد، بنابراین آلفای کرونباخ محاسبه شده برای بخش‌های مختلف پرسش‌نامه مورد استفاده، نشان می‌دهد که این ابزار از قابلیت اعتماد و یا به‌عبارت‌دیگر از پایایی لازم برخوردار می‌باشد. جهت سنجش روایی پرسش‌نامه نیز از روایی سازه توسط نرم‌افزار LISREL استفاده شده است. طبق جدول ۴ مقیاس‌های استفاده شده موارد مناسبی برای سنجش متغیرهای تحقیق هستند. شایان‌ذکر است که بر طبق جورسکونگ و سوربوم (۱۹)، $\chi^2/df < 3$ ، $GFI > 0.9$ و $AGFI > 0.9$ نشان دهنده مناسب بودن مقیاس‌های استفاده شده است.

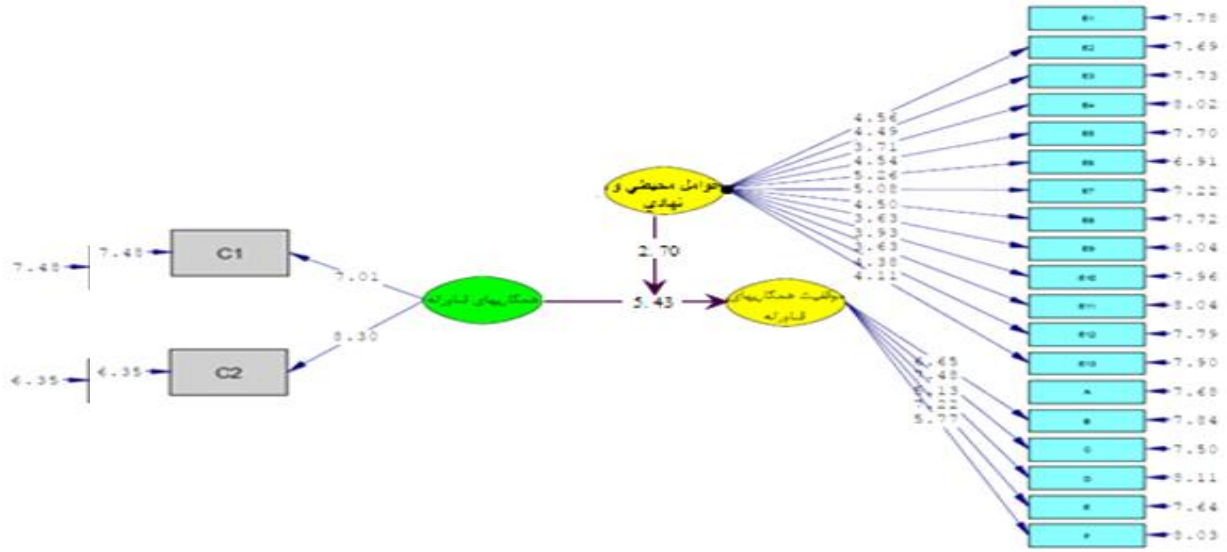
جدول ۴. نکویی برازش

اندازه شاخص	نکویی برازش
Chi-Square/df	۲,۱۸۸۹
P-value	۰,۰۰۰
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	۰,۰۹۳
Goodness of Fit Index (GFI)	۰,۹۱
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)	۰,۹۱

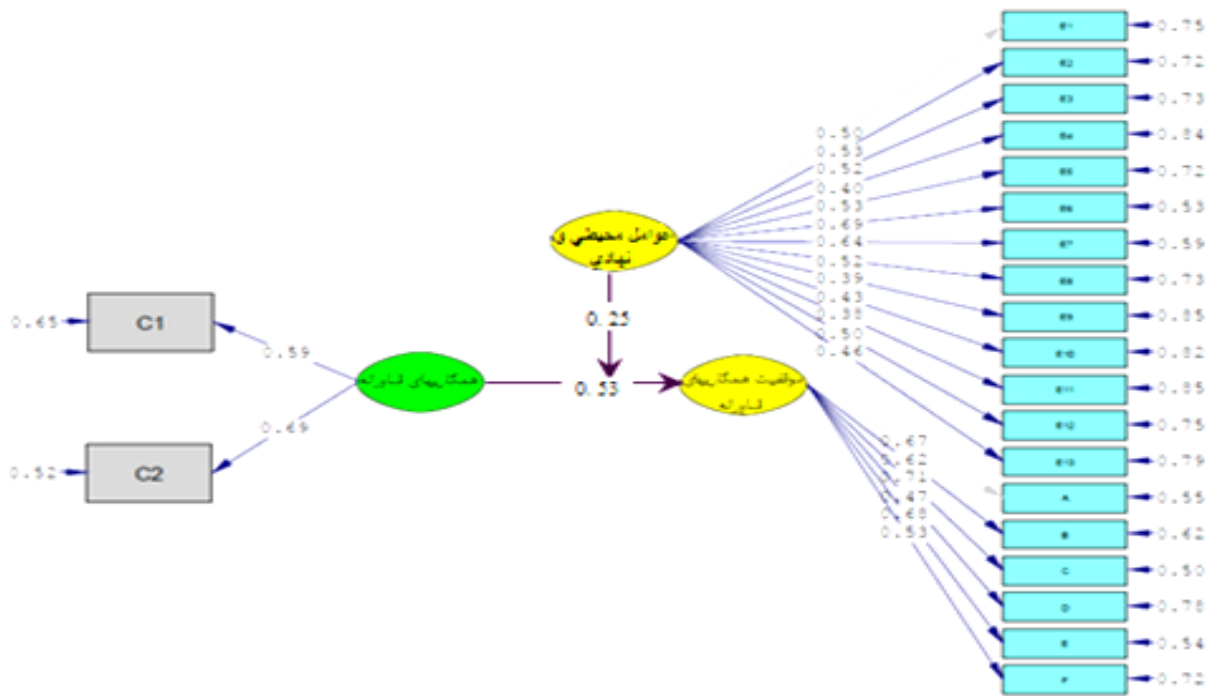
۵- یافته‌های تحقیق

پس از تأیید روایی و پایایی متغیرهای تحقیق، می‌توان روابط میان متغیرهای تحقیق را براساس مدل ساختاری بررسی نمود. از این رو جهت بررسی صحت و سقم فرضیات اصلی تحقیق حاضر از روابط علی مبتنی بر مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شده است که نتایج آن طبق شکل ۲ و ۳ ارائه شده است. شکل ۲ میزان تأثیر متغیرهای تحقیق بر یکدیگر را نشان می‌دهد و شکل ۳ به معنادار بودن این تأثیر اشاره دارد. این فرضیات به شرح ذیل می‌باشند: ۱- عوامل شناسایی شده موثر بر همکاری‌های فناورانه رابطه معناداری با موفقیت همکاری‌های فناورانه بین شرکت‌های زایشی دانشگاه و صنعت دارد؛ ۲- نهادهای واسط رابطه بین عوامل شناسایی شده موثر بر همکاری‌های فناورانه و موفقیت همکاری‌های فناورانه بین شرکت‌های زایشی دانشگاه و صنعت را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

در این تحقیق افراد پاسخ‌دهنده از نظر سنی به چهار گروه تقسیم شده‌اند: بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۴۰-۵۰ سال (۱۲۷ مورد) و کمترین فراوانی مربوط به گروه سنی زیر ۳۰ سال (۲۵ مورد) است. ضمناً، ۷۶ نفر از پاسخ‌دهندگان بین ۳۰-۴۰ سال و ۸۹ نفر بالای ۵۰ سال قرار داشتند. بررسی و تحلیل داده‌های گردآوری شده نشان می‌دهد که از مجموع نمونه آماری تحقیق، بیشترین فراوانی مربوط به تحصیلات فوق لیسانس با حجم ۱۳۹ نفر می‌باشد. همچنین ۹۸ نفر از افراد نمونه دارای تحصیلات دکتری و یا دانشجوی دکتری می‌باشد و ۸۰ نفر نیز دارای مدرک لیسانس بودند. در این پژوهش، افراد پاسخ‌دهنده از نظر مدت‌زمان عضویت در سازمان به ۳ گروه تقسیم شده‌اند: ۱۶۳ نفر کمتر از ۵ سال سابقه فعالیت داشتند؛ ۱۲۲ نفر بین ۵ تا ۱۰ سال؛ و بیشتر از ۱۰ سال؛ و نهایتاً ۳۲ نفر بالای ۱۰ سال سابقه فعالیت داشتند. به‌منظور اندازه‌گیری پایایی پرسشنامه، از روش آلفای کرونباخ یک نمونه اولیه شامل ۳۰ پرسش‌نامه پیش‌آزمون گردید و سپس با استفاده از



شکل ۲. معناداری متغیرهای تحقیق



شکل ۳. تحلیل روابط بین متغیرهای تحقیق



(مناسب) می‌باشد. برای پاسخ به این سؤال، به بررسی وضعیت (مطلوب یا نامطلوب بودن) شاخص‌ها و مؤلفه‌های آن‌ها می‌پردازیم. این کار توسط آزمون میانگین یک نمونه آماری^۱ انجام می‌گیرد. با اجرای این آزمون می‌توان به میزان هر یک از شاخص‌ها و مؤلفه‌های مربوط به همکاری‌های فناورانه دست‌یافت. آزمون فرض‌ها به صورت زیر است.

H_0 مؤلفه‌ها/ شاخص‌ها با مقدار متوسط اختلاف ندارند، $\mu = 3$

H_1 مؤلفه‌ها / شاخص‌ها با مقدار متوسط اختلاف دارند، $\mu \neq 3$

با توجه به این‌که در پرسش‌نامه از طیف ۵ عاملی لیکرت استفاده شد؛ مقدار آزمون ۳ (سطح متوسط) اعمال شده است. لازم به ذکر است در بررسی وضعیت مؤلفه‌ها، وضعیت مطلوب به وضعیتی گفته می‌شود که در آن میانگین امتیاز مؤلفه بزرگتر از عدد ۳ باشد و در مقابل وضعیت نامطلوب به وضعیتی گفته می‌شود که در آن میانگین امتیاز مؤلفه کوچکتر از عدد ۳ باشد. نتایج آزمون با به‌کارگیری نرم‌افزار SPSS به شرح جدول زیر می‌باشد.

ضریب استاندارد رابطه موجود نیز در صورتیکه آماره T ، از ۱،۹۶ بزرگتر یا از ۱،۹۶- کوچکتر باشد، معنی دار خواهد بود. جدول ۵ رابطه میان متغیرهای تحقیق براساس فرضیات اصلی تحقیق را ارائه می‌دهد که براساس آن به تائید یا رد فرضیه اقدام شده است. همانطور که مشاهده می‌شود، با توجه به معنی دار بودن آماره T ، فرضیه‌های تحقیق تحقیق تأیید می‌شوند.

جدول ۵. آزمون فرضیه‌های تحقیق

فرضیه‌های تحقیق	ضریب مسیر	عدد معنی داری	نتیجه آزمون فرضیه
عوامل موثر بر همکاری‌های فناورانه ← موفقیت همکاری‌های فناورانه	۰،۵۳	۵،۴۳	تایید
عوامل موثر بر همکاری‌های فناورانه ← نهادهای واسط ← موفقیت همکاری‌های فناورانه	۰،۲۵	۲،۷۰	تایید

یکی از بحث‌هایی که در اینجا مطرح می‌شود این است که شرایط شاخص‌های مدل ارائه‌شده تا چه اندازه مطلوب

جدول ۶. نتایج آزمون میانگین یک جامعه آماری

وضعیت	مقدار میانگین برابر با ۳ ($\mu=3$)							مؤلفه/شاخص‌ها (کدهای استخراجی)	
	۹۵ درصد فاصله اطمینان برای تفاوت		تفاوت میانگین	عدد معناداری	درجه آزادی	آماره T	انحراف معیار		میانگین
	حد بالا	حد پایین							
مناسب	۱،۱۶۴۱	۹۲۲۲.	۱،۰۴۳۱۷	۰،۰۰۰	۳۱۶	۱۷،۰۵۸	۷۲۱۰۱.	۴۰،۴۳۲	تحقیق و توسعه
مناسب	۱،۰۴۳۹۴	۱،۲۵۱۲	۱،۰۳۴۵۳۲	۰،۰۰۰	۳۱۶	۲۸،۲۷۵	۵۶۰۹۵.	۴۰،۳۴۵۳	مالکیت فکری
مناسب	۱،۱۶۴۱	۹۲۲۲.	۱،۰۴۳۱۷	۰،۰۰۰	۳۱۶	۱۷،۰۵۸	۷۲۱۰۱.	۴۰،۴۳۲	رویکرد نسبت به دانشگاه و...
مناسب	۱،۰۲۳۹۸	۱،۰۰۴۸	۱،۰۱۴۳۸۸	۰،۰۰۰	۳۱۶	۲۳،۵۸۵	۵۷۱۸۲.	۴۰،۱۴۳۹	عوامل خاص صنعت...
مناسب	۱،۰۳۱۴۲	۱،۱۱۱۷۴	۱،۰۲۱۵۸۳	۰،۰۰۰	۳۱۶	۲۴،۴۲۶	۵۸۶۸۴.	۴۰،۲۱۵۸	جهت‌گیری پژوهشی دانشگاه
مناسب	۱،۰۶۵۷۲	۱،۰۴۵۰۷	۱،۰۵۵۳۹۶	۰،۰۰۰	۳۱۶	۲۹،۷۴۷	۶۱۵۸۸.	۴۰،۵۵۴	سیاست‌ها و مشوق‌های دانشگاه
مناسب	۱،۰۲۱۷۸	۹۶۹۲.	۱،۰۹۳۵۳	۰،۰۰۰	۳۱۶	۱۷،۰۳۹۷	۷۴۱۰۵.	۴۰،۰۹۳۵	رویکرد دانشگاه به حمایت و توسعه...

¹ One-sample t-test

مناسب	۱۰۳۴۵	۱۰۱۱۵۴	۱۰۲۳۰۲۲	۰,۰۰۰	۳۱۶	۲۱,۱۹۳	۶۸۴۳۷	۴,۲۳۰۲	جهت‌گیری آموزشی دانشگاه
مناسب	۱۰۱۸۴۸	۹۱۵۹	۱۰,۰۵۰۳۶	۰,۰۰۰	۳۱۶	۱۵,۴۵۱	۸۰۱۴۸	۴,۰۵۰۴	سیاست‌های مالکیت فکری دانشگاه
مناسب	۱۰۵۲۰۳	۱۰۲۹۹۸	۱۰,۴۱۰۰۷	۰,۰۰۰	۳۱۶	۲۵,۲۹۱	۶۵۷۳۲	۴,۴۱۰۱	تخصص دانشجویان و اساتید
مناسب	۱۰۳۲۲۹	۱۰۱۹۵	۱۰,۲۵۸۹۹	۰,۰۰۰	۳۱۶	۳۸,۹۲۷	۳۸۱۳۱	۴,۲۵۹	عوامل خاص دانشگاه
مناسب	۱۰,۲۵۸۵	۱۰,۰۰۰۵	۱۰,۱۲۹۵	۰,۰۰۰	۳۱۶	۱۷,۳۱	۷۶۹۲۹	۴,۱۲۹۵	مولفه اول نهادهای واسط
مناسب	۱۰,۳۵۰۲	۱۰,۱۱۰۲	۱۰,۲۳۰۲۲	۰,۰۰۰	۳۱۶	۲۰,۲۷۳	۷۱۵۴۳	۴,۲۳۰۲	مولفه دوم نهادهای واسط
مناسب	۱۰,۶۹۳۶	۱۰,۵۲۹۵	۱۰,۶۱۱۵۱	۰,۰۰۰	۳۱۶	۳۸,۰۸۴	۴۸۹۱۷	۴,۶۱۱۵	مولفه سوم نهادهای واسط
مناسب	۱۰,۶۰۴۱	۱۰,۴۱۷۵	۱۰,۵۱۰۷۹	۰,۰۰۰	۳۱۶	۳۲,۰۰۹	۵۵۶۴۸	۴,۵۱۰۸	مولفه چهارم نهادهای واسط
مناسب	۱۰,۴۹۸۲	۱۰,۲۷۸۸	۱۰,۳۸۸۴۹	۰,۰۰۰	۳۱۶	۲۵,۰۳۱	۶۵۳۹۸	۴,۳۸۸۵	مولفه پنجم نهادهای واسط
مناسب	۱۰,۳۳۹۱	۱۰,۱۰۷	۱۰,۲۳۳۰۲	۰,۰۰۰	۳۱۶	۲۰,۸۳۷	۶۹۲۰۲	۴,۲۲۳	مولفه ششم نهادهای واسط
مناسب	۱۰,۱۸۶۲	۹۴۳۳	۱۰,۰۶۴۷۵	۰,۰۰۰	۳۱۶	۱۷,۳۲۹	۷۲۴۴۱	۴,۰۶۴۷	مولفه هفتم نهادهای واسط
مناسب	۱۰,۴۹۶۳	۱۰,۲۸۰۷	۱۰,۳۸۸۴۹	۰,۰۰۰	۳۱۶	۲۵,۴۶۷	۶۴۲۸۱	۴,۳۸۸۵	مولفه هشتم نهادهای واسط
مناسب	۱۰,۰۲۵۸	۷۷۲۷	۸۹۹۲۸	۰,۰۰۰	۳۱۶	۱۴,۰۴۹	۷۵۴۶۵	۳,۸۹۹۳	مولفه نهم نهادهای واسط
مناسب	۱۰,۳۷۹۶	۱۰,۱۵۲۷	۱۰,۲۶۶۱۹	۰,۰۰۰	۳۱۶	۲۲,۰۰۸	۶۷۶۴۷	۴,۲۶۶۲	مولفه دهم نهادهای واسط
مناسب	۱۰,۲۷۷۱	۱۰,۰۱۰۶	۱۰,۱۴۳۸۸	۰,۰۰۰	۳۱۶	۱۶,۰۹۷۳	۷۹۴۵۶	۴,۱۴۳۹	مولفه یازدهم نهادهای واسط
مناسب	۱۰,۴۲۱۵	۱۰,۱۹۷۲	۱۰,۳۰۹۳۵	۰,۰۰۰	۳۱۶	۲۳,۰۰۸۷	۶۶۸۶۴	۴,۳۰۹۴	مولفه دوازدهم نهادهای واسط
مناسب	۱۰,۱۱۶۴	۸۶۹۲	۹۹۲۸۱	۰,۰۰۰	۳۱۶	۱۵,۸۷۸	۷۳۷۱۷	۳,۹۹۲۸	مولفه سیزدهم نهادهای واسط
مناسب	۱۰,۳۰۶۶	۱۰,۱۷۹۳	۱۰,۲۴۲۹۴	۰,۰۰۰	۳۱۶	۳۸,۰۵۹۳	۳۷۹۷۱	۴,۲۴۲۹	نهادهای واسط
مناسب	۱۰,۴۸۸۲	۱۰,۳۲۴۷	۱۰,۴۰۶۴۷	۰,۰۰۰	۳۱۶	۳۴,۰۰۲۱	۴۸۷۴۱	۴,۴۰۶۵	تعداد و حجم قراردادهای...
مناسب	۱۰,۰۵۷۷	۸۹۲۰	۹۷۴۸۲	۰,۰۰۰	۳۱۶	۲۳,۰۲۷	۴۹۳۸۹	۳,۹۷۴۸	تعداد کارآموزان صنعت
مناسب	۱۰,۳۸۰۵	۱۰,۲۱۴۲	۱۰,۲۹۷۳۶	۰,۰۰۰	۳۱۶	۳۰,۰۸۴۷	۴۹۵۸۶	۴,۲۹۷۴	فرصت‌های مطالعاتی
مناسب	۱۰,۵۶۰۷	۱۰,۳۸۹	۱۰,۴۷۴۸۲	۰,۰۰۰	۳۱۶	۳۳,۰۹۶۷	۵۱۱۹۰	۴,۴۷۴۸	دوره‌های آموزشی و کاربردی
مناسب	۱۰,۲۰۹	۱۰,۰۷۱۶	۱۰,۱۴۰۲۹	۰,۰۰۰	۳۱۶	۳۲,۰۸۳۱	۴۰,۹۴۸	۴,۱۴۰۳	پروژه‌های پژوهشی مشترک
مناسب	۱۰,۲۹۶	۱۰,۱۴۰۴	۱۰,۲۱۸۲۳	۰,۰۰۰	۳۱۶	۳۰,۰۹۵۲	۴۶۴۰۲	۴,۲۱۸۲	مراکز و ساختارهای آموزشی



شرکت‌های دانشگاهی، جهت‌گیری آموزشی دانشگاه، سیاست‌های مالکیت فکری دانشگاه‌ها، تخصص و مهارت‌های بین رشته‌ای دانشجوین و اساتید) تشکیل شده است. موفقیت همکاری‌های فناورانه شرکت‌های زایشی دانشگاهی و صنعت (تعداد و حجم قراردادهای دانشگاه و صنعت، تعداد کارآموزان صنعت، تعداد فرصت‌های مطالعاتی، دوره‌های آموزشی و کاربردی برگزار شده در صنعت توسط دانشگاه و شرکت‌های زایشی دانشگاهی، پروژه‌های پژوهشی مشترک، مراکز و ساختارهای آموزشی و پژوهشی مشترک) و عوامل محیطی و نهادی نیز از مضامین پایه (سیاست‌های ملی و بخشی ناظر بر رابطه دانشگاه و شرکت‌های زایشی دانشگاهی و صنعت، عوامل اجتماعی و انسانی موثر بر رابطه شرکت‌های زایشی دانشگاهی و صنعت) تشکیل شده است.

نتایج حاصل از مدل ساختاری حاکی از آن است که عوامل شناسایی شده موثر بر همکاری‌های فناورانه تاثیر مثبت و معناداری بر موفقیت همکاری‌های فناورانه دارد (ضریب استاندارد: ۰,۵۳ و عدد معنی داری: ۵,۴۳). علاوه بر این، نقش میانجی عوامل محیطی و نهادی، در موفقیت همکاری‌های فناورانه مورد تأیید قرار گرفته است (ضریب استاندارد: ۰,۲۵ و عدد معنی داری: ۲,۷۰). لذا، به منظور تاثیرگذاری بر موفقیت همکاری‌های فناورانه می‌توان بر عوامل شناسایی شده موثر بر همکاری‌های فناورانه و نیز عوامل محیطی و نهادی به عنوان متغیر میانجی تمرکز کرد. نتایج حاصل از آزمون میانگین نیز حاکی از آن است که هر یک از مولفه‌های تحقیق از وضعیت مناسبی برخوردار هستند. با این وجود جهت موفقیت همکاری‌های فناورانه می‌توان بر روی هر یک از مولفه‌ها توجه بیشتری مبذول داشت و در تقویت مستمر آن‌ها کوشا بود تا حداکثر بهره‌وری حاصل گردد. در انتها، مهم‌ترین پیشنهادات کاربردی حاصل از یافته‌های این تحقیق عبارتند از:

- بررسی همکاری‌های فناورانه شرکت‌های زایشی و صنعت در دیگر حوزه‌های فناورانه و یا در سطوح ملی و منطقه‌ای؛
- بررسی و مطالعه رابطه بین فعالیت شرکت‌های زایشی دانشگاهی با رشد شرکتهای تولیدی و خدماتی؛
- برنامه‌ریزی و توجه به عوامل با اهمیت بالاتر در سمت دانشگاه، صنعت در همکاری‌های آتی فناورانه دانشگاه-صنعت.

در سطح تحلیل مؤلفه‌های مربوط به موفقیت همکاری‌های فناورانه، تمامی مؤلفه‌ها دارای سطح معنی داری کمتر از ۰,۰۵ هستند، به همین دلیل برای مؤلفه‌های فوق فرضیه صفر رد شده و وضعیت آن با مقدار میانگین یعنی عدد ۳ تفاوت معنی داری دارد.

بحث و نتیجه گیری

ارتباط دانشگاه و صنعت، فرایندی است که در طول زمان شکل می‌گیرد و برگرفته از نیازها و ضرورت‌های ملی در دوره‌های تاریخی، سمت و سو و اهداف کاربردی مرتبط به آن، تعیین می‌شود (۲۰). نگاهی به تاریخچه ارتباط دانشگاه و صنعت در ایران نشان می‌دهد که اولاً شکل‌گیری این ارتباط در گذر زمان به طور اصولی پایه‌ریزی نشده و زیربنای اساسی برای آن صورت نگرفته است. ثانیاً، محتوا و سمت و سوی این ارتباط به درستی شکل نگرفته و هدفمند نبوده است. در حالی که، تجربه کشورهایی که ارتباط دوسویه دانشگاه و صنعت در آنها قدرتمند است نشان می‌دهد که این ارتباط از ابتدا به درستی پی ریزی شده و به صورت ساختاری پیش رفته است (۲۱). این مقاله در راستای دغدغه اصلی همکاری‌های فناورانه شرکت‌های دانش-بنیان بخش خصوصی و یا شرکت‌های زایشی دانشگاهی و بومی‌سازی آن بخصوص در رشته مدیریت به منظور بهبود روش‌های اجرای کار، شکل گرفته است. همکاری‌های فناورانه پرکاربرد در عرصه مدیریت می‌باشد و به تعبیری سازمان‌ها می‌توانند با استفاده از این مفهوم، نوع تعاملات و همچنین بهره‌وری افراد و سازمان را بهبود بخشند. مدل مفهومی پژوهش مبتنی بر سه متغیر تحقیق (عوامل موثر بر همکاری‌های فناورانه شرکت‌های زایشی دانشگاهی و صنعت، موفقیت همکاری‌های فناورانه شرکت‌های زایشی دانشگاهی و صنعت و عوامل محیطی و نهادی) تشکیل شده است. عوامل موثر بر همکاری‌های فناورانه شرکت‌های زایشی دانشگاهی و صنعت از دو قسمت (عوامل خاص صنعت در ارتباط با دانشگاه و عوامل خاص دانشگاه در ارتباط با صنعت) تشکیل و عوامل خاص صنعت در ارتباط با دانشگاه (تحقیق و توسعه، مالکیت فکری، رویکرد به دانشگاه و شرکت‌های دانشگاهی) و عوامل خاص دانشگاه در ارتباط با صنعت (جهت‌گیری پژوهشی دانشگاه‌ها، سیاست‌ها و مشوق‌های دانشگاه‌ها (اعم از سیاست‌های کلان، تجاری‌سازی و ...))، رویکرد دانشگاه‌ها به حمایت و توسعه

10. Tidd, J., Bessant. J. & H, Pavitt, K., (1996). *Innovation Management: Integration technological and Market Approach*. John Wiley & Sons, Inc.

11. Ford, D. (1998). *Developing your Technology Strategy, Long Range Planning*, 21(5), 64-76.

12. Gilbert A. Lee, (1998). *Negotiating Technology Acquisition: getting the tools you need to succeed, working paper*, Nanyang Technology University Press, Singapore.

13. Cheisa, V., "R & D Strategy and Organization .Managing Technical change in Dynamic contexts". Imperial College Press, 2001.

14. Lockett, A., Wright, M. & Franklin, S., 2003, *Technology Transfer and Universities' Spinout strategies*. *Small Business Economics*, 20(8), 185-200.

15. Powers, J., & McDougall, P. (2005). *University start-up formation and technology licensing with firms that go public: A resource based view of academic entrepreneurship*. *Journal of Business Venturing*, 20(3), 291-311.

16. O'Shea, R. P., Allen, T. J., Chevalier, A., & Roche, F. (2007). *Entrepreneurial orientation, technology transfer and spinoff performance of U.S. Universities*. *Research Policy*, 34(4), 994-1009.

17. Kenney, M., & Goe, W. R. (2004). *The role of social embeddedness in professorial entrepreneurship: A comparison of electrical engineering and computer science at UC Berkeley and Stanford*. *Research Policy*, 33(10), 691-707.

18. Rosenberg N and Nelson R (1994). *American universities and technical advance in industry*. *Research Policy*, 23(3), 323-348

19. Joreskog, K.G., & Sorbom D. (1989). *PRELIS: A Program for Multivariate Data Screening and Data Summarization*. A Preprocessor for LISREL. Chicago: SSI, Inc.

منابع

۱. کزازی، ابوالفضل؛ طباطبائی‌ان، سیدحبیب‌اله؛ الیاسی، مهدی؛ حاجی زاده ابراهیمی، فاضل (۱۳۹۶). ارائه الگوی همکاری‌های فناورانه بین شرکت‌های زایشی دانشگاهی و صنایع مرتبط با حوزه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات. *پژوهشهای مدیریت عمومی*. ۱۰، ۳۷، ۸۳-۱۰۶.

2. Giunta, A., Pericoli, F. M., & Pierucci, E. (2016). *University-Industry collaboration in the biopharmaceuticals: the Italian case*. *The Journal of Technology Transfer*, 41(8), 818-840.

3. Hekkert M.P, Negro S. (2009), *Functions of innovation systems as a framework to understand sustainable technological change: Empirical evidence for earlier claims*, *Technological Forecasting & Social Change*, 76(10), 584-594.

4. Ankrah, S., & Omar, A. T. (2015). *Universities-industry collaboration: A systematic review*. *Scandinavian Journal of Management*, 31(3), 387-408.

5. Dorner, M., Fryges, H., & Schopen, K. (2017). *Wages in high-tech start-ups-Do academic spin-offs pay a wage premium?* *Research Policy*, 46(1), 1-18.

6. George, G., Zahra, S. A., & Wood Jr, D. R. (2002). *The effects of business-university alliances on innovative output and financial performance: a study of publicly traded biotechnology companies*. *Journal of Business Venturing*, 17(6), 577-609.

7. Wirsich, A., Kock, A., Strumann, C., & Schultz, C. (2016). *Effects of University-Industry Collaboration on Technological Newness of Firms*. *Journal of Product Innovation Management*, 33(6), 708-725.

8. Maietta, O. W. (2015). *Determinants of university-firm R&D collaboration and its impact on innovation: A perspective from a low-tech industry*. *Research Policy*, 44(7), 1341-1359.

۹. انصاری، رضا (۱۳۹۱). *همکاری‌های فناورانه: مفاهیم کلیدی و عوامل موفقیت*. فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد، سال هشتم، شماره ۳۰، ۶۵-۷۱.



بررسی عوامل موثر بر همکاری‌های فناورانه بین شرکت‌های زایشی دانشگاهی و صنایع در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات با نقش میانجی نهادهای واسط ۱۳۱

۲۰. فائز، علی؛ شهایی، علی (۱۳۸۹). ارزیابی و اولویت بندی موانع ارتباط دانشگاه و صنعت. فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار. ۴(۲): ۹۷-۱۲۴.
۲۱. شفیعی، مسعود (۱۳۸۴). ارتباط صنعت و دانشگاه آینده ای تابناک پیشینه ای تاریک، انتشارات دانشگاه امیرکبیر.



بررسی رابطه کارآفرینی شرکتی و توسعه پایدار شهری با استفاده از الگوی شهر کارآفرین

*بابک ضیاء **مهران رضوانی ***محمد عین‌القضات

* دانشیار، گروه کارآفرینی سازمانی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. bziyae@ut.ac.ir

** دانشیار، گروه کارآفرینی سازمانی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. m.rezvani@ut.ac.ir

*** دانشجوی دکتری، گروه کارآفرینی سازمانی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. eynolghozat.m@ut.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۷/۲۸

صص: ۱۳۳-۱۵۰

چکیده

با افزایش پدیده شهرنشینی، مشکلات اقتصادی و اجتماعی زیادی بروز کرده است، لذا نظام مدیریت شهری با استفاده از ابزارها و سیاست‌های مختلف درصد ایجاد توسعه پایدار در کلان‌شهرها هستند. یکی از این سیاست‌ها توسعه شهر کارآفرین است. هدف از انجام این تحقیق تبیین نقش کارآفرینی شرکتی در فرآیند شکل‌گیری شهر کارآفرین به عنوان راهکار توسعه پایدار در کلان‌شهرها می‌باشد. همچنین نقش کارآفرینی شرکتی در ایجاد زیرساخت‌های لازم برای ایجاد شهر کارآفرین، مورد بررسی قرار گرفته است. در این مطالعه، روش تحقیق از نوع کیفی است و از روش نظریه برخاسته از داده به شیوه نوحاسته استفاده شده است، بطوریکه ابتدا داده‌های کیفی با بررسی پیشینه تحقیق و با بهره‌گیری از روش مرور سیستماتیک و نیز با استفاده از ابزارهای تحلیل و کدگذاری محتوا، گردآوری و ساختار اولیه دسته‌بندی متغیرها بدست آمد. در ادامه با توجه به تجربه‌ی زیسته‌ی نگارندگان مقاله که هر کدام در زمینه‌ی این تحقیق، دارای تخصص علمی و عملی می‌باشند، متغیرها و مؤلفه‌های اصلی پژوهش احصا گردید و نهایتاً مدل مفهومی تحقیق بدست آمد. یافته‌های پژوهش نشان داد که ضمن دسته‌بندی مؤلفه‌ها در سه دسته (۱) شرایط ساختاری، (۲) تعامل اجتماعی کارگزاران و ساختار (۳) پیامدها؛ شهر کارآفرین به عنوان یک سیاست جدید در توسعه پایدار کلان‌شهرها مطرح می‌باشد و یکی از راهکارهای ایجاد آن، توسعه کارآفرینی شرکتی است بطوریکه کارآفرینی شرکتی و عملکرد اقتصادی کلان‌شهرها رابطه مثبت و معنی‌داری با یکدیگر دارند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی شرکتی، شهر کارآفرین، توسعه پایدار، کارآفرینی، کلان‌شهر

نوع مقاله: پژوهشی

۱- مقدمه:

شهر کارآفرین و نقش آن در توسعه پایدار شهری) چندان مورد توجه قرار نگرفته است.

کلان‌شهرها از پدیده‌های نوظهور قرن بیستم هستند که به الگوی غالب شهرنشینی تبدیل شده‌اند و با مشخصه‌های شکلی و ساختاری مختلفی مواجه شده و تحت تأثیر عوامل مختلف اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در طول زمان شکل گرفته و در حال تغییر هستند (سوینکا و همکاران^۳، ۲۰۱۶). معمولاً کلان‌شهرها را با صفت پیچیدگی روابط و ساختارها معرفی می‌کنند و فقط یک نسخه بزرگتر از شهر سنتی نیست بلکه یک شکل جدید و متفاوت از سکونت انسان است. ملاک جمعیتی مشخص و یکسانی در جهان برای تمیز کلان‌شهرها

تحقیق و پژوهش در خصوص مشکلات و مسائل اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی شهرها در کشورهای در حال توسعه از چندین دهه قبل مورد توجه و تأمل صاحب نظران علوم اجتماعی بوده و هست (مارسیگلیو^۱، ۲۰۱۱)؛ از طرفی نیز مطالعات زیادی برای پاسخ به این پرسش که چگونه می‌توان بستر کارآفرینی را برای عموم افراد جامعه فراهم کرد، انجام پذیرفته است (رینولدز و همکاران^۲، ۱۹۹۴)؛ اما بررسی ابعاد و چگونگی توسعه شهرها از منظر کارآفرینی (توجه به مفهوم

1. Marsiglio

2. Reynolds et al.

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: بابک ضیاء Bziyae@ut.ac.ir

3. Soyinka et al.



به طور اساسی تفاوت دارد و توسعه پایدار براساس نوآوری و خلاقیت و کارآفرینی استوار است و بدون شک کارآفرینی نقشی بسیار کلیدی در این فرآیند دارد و از شاخص‌های توسعه یافتگی کشورها محسوب می‌شود (گلنیزر و همکاران^{۱۱}، ۲۰۱۰؛ شهبازی و همکاران، ۱۳۹۳). کارآفرینی به عنوان یک سیستم از مجموعه‌ای از اقدامات مرتبط و هدفمند توسط کارآفرینان (افراد و شرکت‌ها) تشکیل شده که با یک روش مشخص، فرصت‌ها را، جهت تولید کالا و خدمت جدید، کشف یا خلق، ارزیابی و مورد بهره‌برداری قرار می‌دهند و نهایتاً منجر به خلق ارزش در جامعه می‌گردد (شین و ونکاتارامان^{۱۲}، ۲۰۰۰).

مطالعات نشان داده که اکوسیستم‌های کارآفرینی برای بقا و رشد مستمر، نیازمند استفاده از راهکارهایی جدید هستند و کارآفرینی شرکتی به عنوان یک رویکرد جدید و راهبردی، الگویی کارآمد جهت حصول به اهداف توسعه در شهرها و نظامات اجتماعی قلمداد می‌گردد (آئینی و سعیدی‌کیا^{۱۳}، ۲۰۱۹؛ وونگلیمپارات^{۱۴}، ۲۰۱۳). افزایش و ترغیب سرمایه‌گذاری، اشتغال‌زایی، رشد فناوری، افزایش رفاه و مواردی از این دست، از اثرات مثبت توسعه کارآفرینی در شهرها می‌باشند (گلنیزر^{۱۵}، ۲۰۰۷). یکی از جدیدترین ساختارها و مفاهیم در این زمینه مفهوم شهرکارآفرین^{۱۶} است.

شهر کارآفرین در واقع یک سیاست جدید شهری است که در آن ائتلاف‌ها و منابع مختلف محلی تلاش می‌کنند تا ارزش اقتصادی فضای شهری را افزایش داده و جذب سرمایه را با حفظ پایداری به حداکثر برسانند. در ادبیات موضوع از این سیاست به عنوان یک پاسخ تاکتیکی به محدودیت منابع مالی و فشارهای سیاسی خارجی، یاد شده است (ناکامورا^{۱۷}، ۲۰۲۰).

استفاده از مفهوم شهرکارآفرین در راستای توسعه پایدار کشورها به کار برده می‌شود، بطوریکه برخی کشورها توانسته‌اند از طریق اقتصاد کارآفرینی به توسعه پایدار دست یابند؛ لذا در این راستا می‌توان با ایجاد یک اکوسیستم کارآفرینانه موفق در محیط شهری با توجه به فرصت‌ها و تهدیدهای حاضر، تا حد زیادی فرآیند خلق ثروت را در یک شهر دائمیکرد (هال و هوپارد^{۱۸}، ۱۹۹۶) که در این خصوص مقوله کارآفرینی شرکتی

وجود ندارد ولی معمولاً شهرهای با جمعیت بیش از یک میلیون نفر (و در برخی تعریف‌ها بیش از چهار میلیون نفر) را کلان‌شهر می‌دانند؛ لیکن ملاک اصلی تمیز کلان‌شهرها، پیچیدگی ساختاری آنهاست (آنگوتی^۴، ۲۰۱۸).

سیاستگذاری‌های توسعه در ایران طی دهه‌های اخیر به رشد ناموزون و عدم تعادل‌های شدیدی چه به لحاظ بخشی و چه به لحاظ فضایی- مکانی میان شهرها و روستاها و حتی در سطوح مختلف جوامع شهری منجر شده است (امانی و همکاران، ۱۳۹۹). بخش عمده‌ای از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های توسعه در بخش خصوصی نهفته است که متأسفانه رویکردهای دولت‌محور مانع از ظهور و شکوفایی این استعدادها بالقوه گردیده است (گلنیزر و همکاران^۵، ۲۰۱۰). لذا ناپایداری موجود در توسعه کشورها و شهرها، موجب شده تا روش‌های سنتی در توسعه شهری مورد تردید قرار گرفته و سیاست‌های جدیدی در حوزه مدیریت شهری بروز کند (پندیت و همکاران^۶، ۲۰۱۷)؛ یکی از عواملی که می‌تواند باعث رشد متوازن و توسعه پایدار کشورها و کلان‌شهرها گردد، مقوله کارآفرینی است.

در خصوص توسعه، تعاریف متعددی ارائه شده است. بهبود، رشد و گسترش همه شرایط و ابعاد مادی و معنوی حیات اجتماعی را توسعه گویند که هماهنگی سه عنصر اصلی شامل: سود و رشد اقتصادی، امنیت اجتماعی و محیط زیست را در پی داشته باشد و رفاه و امنیت افراد و جوامع را مهیا کند (دی‌واپو و همکاران^۷، ۲۰۲۰). با توجه به ماهیت این تحقیق، به جنبه اقتصادی در مفهوم توسعه توجه بیشتری شده است. برخی توسعه اقتصادی را فرآیندی می‌دانند که به موجب آن، تولید سرانه شاغلین نیروی کار در بلندمدت افزایش می‌یابد. درعین حال دیگران، توسعه اقتصادی را فرایندی می‌دانند که موجب افزایش درآمد سرانه در بلندمدت می‌شود (دوروسو-سیفتسی و همکاران^۸، ۲۰۱۷).

برای اینکه بتوان توسعه را پایدار نامید، باید دارای چهار ویژگی باشد: ۱- بهره‌وری ۲- عدالت ۳- انعطاف‌پذیری ۴- ثبات (موس و همکاران^۹، ۲۰۰۶). در تعریف توسعه پایدار شهری^{۱۰} با حفظ کلیات آن، می‌توان تعریف توسعه پایدار را بر شهر تسری داد. امروزه ساختار اقتصادی- اجتماعی دنیا با گذشته

11. Glaeser et al.
12. Shane & Venkataraman
13. Aeeni & Saeedikiya
14. Wonglimpiyarat
15. Glaeser
16. Entrepreneurial City
17. Nakamura
18. Hall & Hubbard

4. Angotti
5. Glaeser et al.
6. Pandit et al.
7. Di Vaio et al.
8. Durusu-Ciftci et al.
9. Moss et al.
10. Sustainable urban development



۲- مبانی نظری و پیشینه:

۲-۱- کارآفرینی: موتور رشد و توسعه پایدار

امروزه شرایط اجتماعی و اقتصادی کشورهای درحال توسعه به نحوی است که حل معضلات و مسائل، روش‌ها و راهکار-های جدید و متفاوتی را می‌طلبد و کارآفرینی به عنوان موتور رشد و توسعه کشورها و نقش کلیدی کارآفرینان در این حوزه اثبات شده است (آئینی و سعیدی کیا^{۲۰}، ۲۰۱۹). ذکر این نکته لازم است که هنوز پس از گذشت سال‌ها، واژه کارآفرینی در کشور ما مفهوم واقعی خود را به اذهان متبادر نمی‌سازد و در بسیاری از مواقع، از کارآفرینی صرفاً به عنوان راه‌حلی برای رفع معضل بیکاری یاد می‌شود. کارآفرینی ترجمه کلمه Entrepreneurship است و باید اذعان داشت این ترجمه تحت‌اللفظی نتوانسته است بصورت شفاف، معنا را به مخاطب دیکته نماید لذا از حیث تخصصی باید به مقوله کارآفرینی پرداخته شود. همین مسئله، گسترش و تعمیم مفهوم کلان کارآفرینی در ایران را به چالش کشانده و باعث مشکلاتی در نهادینه شدن آن شده است؛ چرا که اشتغال‌زایی تنها بخشی از مفهوم کلان و به عنوان یکی از خروجی‌های کارآفرینی است و شاید استفاده از واژه ارزش‌آفرینی به جای کارآفرینی می‌توانست این کاستی را تا حد فراوانی پوشش دهد.

کارآفرینی یک پدیده چندبعدی و با سطوح تحلیل چندگانه است که به صورت میان‌رشته‌ای به وجود آمده است. براساس مفهوم فرصت، کارآفرینی چنین تعریف شده است: مجموعه اقدامات کارآفرینان (افراد و شرکت‌ها) که با یک روش مشخص، فرصت‌ها را، جهت تولید کالا و خدمت جدید، کشف یا خلق، ارزیابی و مورد بهره‌برداری قرار می‌دهند که نهایتاً منجر به خلق ارزش در جامعه خواهد شد (شین و ونکاتارامان^{۲۱}، ۲۰۰۰).

در نقشه توسعه کارآفرینی کشور ایران توسعه کارآفرینی این چنین تعریف شده است: مجموعه‌ای جامع، هماهنگ و پویا از اهداف، سیاست‌ها، راهبردها، برنامه‌های عملیاتی و سازماندهی فعالیت‌های تعیین شده به همراه پیش‌بینی اقدامات و پروژه‌های اجرایی لازم (مشمول بر تعیین متولیان اجرا اعم از دستگاه‌های اجرایی مسئول، دستگاه‌های اجرایی همکار، پیش‌بینی تهیه آیین‌نامه اجرایی یا لایحه و حداکثر مدت زمان برای تهیه آن، تعریف دستاوردهای اجرای سیاست، پیش‌بینی اعتبار مورد نیاز و محل تامین آن) مبتنی بر

به عنوان راهکاری که اثرگذاری آن در توسعه پایدار به مراتب از کارآفرینی مستقل بیشتر می‌باشد؛ کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

در رابطه با ارتباط کارآفرینی شرکتی و شهرکارآفرین می‌توان چنین بیان کرد که مؤلفه‌های کارآفرینی شرکتی (شامل: گرایش کارآفرینانه، توسعه ظرفیت‌های سازمانی و توسعه قابلیت‌های پویای سازمانی) هرکدام به نوعی درهم تنیده با مفهوم شهرکارآفرین و نیز توسعه پایدار شهری هستند. ازجمله توانایی تکرار قابلیت‌های پویا در روند تشخیص فرصت تأثیرگذار است که نتیجه آن شکل‌گیری بازارهای جدید، توسعه محصولات جدید، ابعاد مختلف نوآوری و شناسایی تهدیدها و فرصت‌ها، توانایی درک نیازهای متغیر مشتری، توانایی درک پیشرفت‌های رقابتی است و منجر به توسعه پایدار جامعه می‌شود (فانک و کوپیر^{۱۹}، ۲۰۱۱).

هدف از انجام این تحقیق تبیین نقش کارآفرینی شرکتی در فرآیند شکل‌گیری شهرکارآفرین به عنوان راهکار توسعه پایدار در کلان‌شهرها می‌باشد. همچنین در این پژوهش، نقش کارآفرینی شرکتی در ایجاد زیرساخت‌های لازم برای شهرکارآفرین، که خود منجر به توسعه پایدار در کلان‌شهرها خواهد شد، مورد مذاقه و بررسی قرار گرفته است.

نوآوری اصلی پژوهش توجه به بعد جدیدی از نظریات توسعه پایدار در کلان‌شهرها، به نام استراتژی توسعه با رویکرد ایجاد شهرکارآفرین است که از جدیدترین و نوآورانه‌ترین مفاهیم علمی در این زمینه می‌باشد. همچنین توجه به کارآفرینی شرکتی به عنوان یکی از ابعاد و عوامل شکل‌گیری شهرکارآفرین نیز از دیگر نوآوری‌های پژوهش بوده که تا کنون در ادبیات موضوع توجه چندانی به آن نشده است. در این رابطه نیز در انتهای پژوهش جایگاه کارآفرینی شرکتی و نحوه نقش‌آفرینی آن در شکل‌گیری شهرکارآفرین تحت قالب یک مدل مفهومی مشخص شده است.

امید است با انجام این تحقیق، با تبیین و تشریح ابعاد شهرکارآفرین و نیز نقش کارآفرینی شرکتی در پیشبرد آن و با کمک به هماهنگ نمودن روابط اقتصادی و اجتماعی و تداوم دسترسی کارآفرینان به منابع در اختیار مدیریت شهری، بتوان بدنه جامعه و مدیریت شهری را (چه در قالب روند توسعه پایدار و چه در قالب روند پویایی و رشد اجتماعی) مورد انتفاع قرار داد.

20. Aeeni & Saeedikiya

21. Shane & Venkataraman

19. Funcke & Kuiper



منظور از نوآوری خلق ارزش جدید اقتصادی بر مبنای دانش سازمانی است و یک عامل کلیدی برای کاهش زمان رسیدن محصولات و خدمات به بازار می‌باشد و فعالیت‌هایی نظیر ایده‌پردازی، طراحی و ساخت محصول جدید، روش متفاوت تولید، بازاریابی و فروش را شامل می‌شود (مهاجرانی و همکاران، ۱۳۹۹). پیش‌فعالی یا پیش‌گام بودن، نوعی ماهیت رفتاری در کلیه ابعاد سازمانی است که به رهبر و پیشرو بودن در زمینه فعالیت شرکت و ابتکار عمل در استفاده از فرصت‌های بازار مربوط می‌شود (کُوین و لامپکین^{۳۵}، ۲۰۱۱). ریسک‌پذیری، اشتیاق به انجام اقدامات و سرمایه‌گذاری در محیط عدم اطمینان و با نتایج نه‌چندان معین و یا استفاده از فناوری‌ها و روش‌های نوین و جدید است (جورج و مارینو^{۳۶}، ۲۰۱۱). استقلال در ایجاد توانایی در ابتکارات کارآفرینانه‌ی کارمندان شرکت کلیدی است. و نهایتاً تهاجم‌رقابتی به این مورد اشاره می‌کند که چگونه شرکت‌ها به روند رقابت و تقاضا که هم‌اکنون در بازار وجود دارد، عکس العمل نشان می‌دهند (کُوین و لامپکین^{۳۷}، ۲۰۱۱).

یکی دیگر از مؤلفه‌های کارآفرینی شرکتی مفهوم قابلیت‌های پویا^{۳۸} است که از دیدگاه مبتنی بر منابع نشأت گرفته است. براساس دیدگاه منبع محور^{۳۹}، منابع ارزشمند، کمیاب، بی نظیر و غیرقابل جایگزینی، منشأ برتری رقابتی هستند لذا محققین کارآفرینی، قابلیت‌های پویا را منشأ مزیت رقابتی پایدار می‌دانند. در واقع قابلیت‌های پویا توانایی سازمان در یکپارچه‌سازی، ساخت و صورت‌بندی مجدد قابلیت‌های درونی و بیرونی برای مواجهه با تغییر سریع محیط تعریف می‌شود (آمبروسینی و همکاران^{۴۰}، ۲۰۰۹). سازمان‌های بزرگ و تثبیت شده در محیط‌هایی با گذران سریع که برای رقابت در سطح جهانی طراحی شده‌اند، از نوآوری‌های مداوم، تغییر، نوسازی و کارآفرینی شرکتی برای ایجاد و حفظ مزایای رقابتی، استفاده می‌کنند که نتیجه آن شکل‌گیری بازارهای جدید، توسعه محصولات جدید، ابعاد مختلف نوآوری و شناسایی تهدیدها و فرصت‌ها، توانایی درک نیازهای متغیر مشتری، توانایی درک پیشرفت‌های رقابتی خواهد بود بطوریکه منجر به توسعه پایدار در جامعه خواهد شد (فانک و کوپپر^{۴۱}، ۲۰۱۱).

ارزش‌های اسلامی- ایرانی و آینده‌نگر برای دستیابی به اهداف چشم‌انداز کشور (دفتر توسعه کارآفرینی، ۱۳۹۰). به بیان دیگر کارآفرینی (فرآیند کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها به منظور ارزش‌آفرینی در حوزه‌های مختلف اجتماعی و اقتصادی) عامل پیشرفت و توسعه اقتصادی است و لازمه توسعه پایدار تلقی می‌شود، فلذا مورد توجه دولت‌ها و مدیران شهری است (پورنما^{۲۲}، ۲۰۱۳).

۱-۱-۲- کارآفرینی شرکتی: ارزش آفرینی چند برابر

مطالعات نشان داده که اکوسیستم‌های کارآفرینی برای بقا و رشد مستمر، نیازمند استفاده از راهکارهایی جدید هستند و کارآفرینی شرکتی به عنوان یک رویکرد جدید و راهبردی، الگویی کارآمد جهت حصول اهداف توسعه پایدار در شهرها و نظامات اجتماعی قلمداد می‌گردد (آئینی و سعیدی‌کیا^{۲۳}، ۲۰۱۹؛ وونگلیمپیارات^{۲۴}، ۲۰۱۳).

اگر کارآفرینی را دو نوع مستقل و سازمانی بدانیم؛ بطور خلاصه مصداق مطالب فوق در بستر و زمینه یک شرکت یا سازمان را کارآفرینی شرکتی می‌نامند که اقدامات کارآفرینانه توسط آن شرکت یا سازمان حمایت شده و بودجه مورد نیاز تأمین می‌گردد. محققان مختلف در ادبیات موضوع، ابعاد و مؤلفه‌های مختلفی را برای کارآفرینی شرکتی برشمرده‌اند، لیکن در این تحقیق سه متغیر اصلی که بیشترین اجتماع بر روی آنهاست انتخاب شده و مورد نظر می‌باشد. این مؤلفه‌ها عبارتست از: گرایش کارآفرینانه^{۲۵}، توسعه ظرفیت‌های سازمانی^{۲۶} و توسعه قابلیت‌های پویای سازمانی^{۲۷}.

گرایش کارآفرینانه یک جهت‌گیری استراتژیک در سطح سازمان است که فلسفه مدیریتی، رفتار سازمان و اسلوب استراتژیک را که در ذات کارآفرینانه هستند، شامل می‌شود (جورج و مارینو^{۲۸}، ۲۰۱۱). همچنین گرایش کارآفرینانه رفتارهایی نظیر نوآوری^{۲۹}، پیش‌فعالی یا پیش‌گام بودن^{۳۰}، ریسک‌پذیری^{۳۱}، تهاجم رقابتی^{۳۲} و استقلال^{۳۳} را درگیر ساخته، بطوریکه هدایتگر تغییر در سطح سازمان با سطح بازار می‌باشد (کُوین و لامپکین^{۳۴}، ۲۰۱۱).

22. Purnama
23. Aeeni & Saeedikiya
24. Wonglimpiyarat
25. Entrepreneurial Orientation
26. Capacity Building
27. Dynamic capabilities
28. George & Marino
29. innovativeness
30. proactiveness
31. risk-taking
32. Competitive aggressiveness
33. autonomy
34. Covin & Lumpkin

35. Covin & Lumpkin
36. George & Marino
37. Covin & Lumpkin
38. Dynamic Capabilities
39. RBV
40. Ambrosini et al.
41. Funcke & Kuiper



آن ائتلافها و منابع مختلف محلی تلاش می‌کنند تا ارزش اقتصادی فضای شهری را افزایش داده و جذب سرمایه را با حفظ پایداری به حداکثر برسانند. در ادبیات موضوع از این سیاست به عنوان یک پاسخ تاکتیکی به محدودیت منابع مالی و فشارهای سیاسی خارجی، یاد شده است (ناکامورا^{۴۹}، ۲۰۲۰). همچنین این سیاست توسعه شهری به طور فزاینده ای وابسته به توانایی نخبگان سیاسی و اقتصادی محلی برای مدیریت و در صورت لزوم حل و فصل خواسته‌های زیست محیطی از داخل و خارج از منطقه شهری است (وایل و همکاران^{۵۰}، ۲۰۰۴).

در گزارشی با نام شهر استارت‌آپ‌ها که توسط دفتر منطقه‌ای منهن برای شهر نیویورک منتشر شده است، پنج ویژگی برای اکوسیستم شهرکارآفرین بیان شده است:

(۱) وجود استعداد و توانایی در ائتلاف متوسط جامعه (کارگران) که بتوانند مشاغل تخصصی و نیازهای شرکت‌های مستقر در شهر را برآورده کنند.

(۲) نبود بروکراسی اداری دست‌وپاگیر که منجر به نوار قرمز^{۵۱} و تأخیرات طولانی^{۵۲} در راه اندازی کسب و کارها شده و بازدهی و بهره‌وری آنها را کاهش دهد.

(۳) وجود شبکه اینترنت یکپارچه، مستمر، سراسری و پرسرعت که منجر به ارتباط شهر با شبکه جهانی و رونق کسب و کارهای نوین شود.

(۴) اتصال شبکه یکپارچه حمل و نقل شهری با مرکز شهر و وجود زیرساخت‌های لازم در این زمینه

(۵) ایجاد یک اتمسفر مقرون به صرفه برای زندگی جوانان و طبقه متوسط جامعه بطوریکه هزینه‌های زندگی و کسب‌وکار مانند مسکن، فضای اداری و غیره، مناسب و مقرون به صرفه باشد (استرینگر^{۵۳}، ۲۰۱۲).

به طور خاص، سه ویژگی تعریف شده از شهرهای کارآفرین در ادبیات بیان شده است:

۱- شهرکارآفرین استراتژی‌های نوآورانه‌ای را دنبال می‌کند که هدف آن حفظ یا افزایش رقابت اقتصادی خود در برابر دیگر شهرها و فضاهای اقتصادی است.

۲- این استراتژی‌ها واقعی و انعطاف‌پذیر هستند. آنها استراتژی مشروط نیستند، بلکه به صراحت فرموله شده و در یک سبک کارآفرینانه و فعال دنبال می‌شوند.

ظرفیت‌سازی^{۴۲} یکی دیگر از مؤلفه‌های کارآفرینی شرکتی است که اتفاقاً نقطه اشتراک با موضوع توسعه پایدار شهری است. ظرفیت‌سازی در واقع پوشش دادن توسعه منابع انسانی و تقویت سیستم‌های مدیریتی و همچنین توسعه نهادی است که باعث مشارکت جامعه و ایجاد یک محیط فعال خواهد شد. ظرفیت‌سازی، برنامه ریزی افراد برای کسب دانش و مهارت‌های پیشرفته‌ای است که برای توسعه کلان‌شهرها، سطح زندگی و توانمندسازی افراد حیاتی است (انوزور^{۴۳}، ۲۰۱۲).

۲-۱-۲- شهرکارآفرین: یک استراتژی جدید مدیریت شهری در راستای توسعه پایدار

قبل از طرح مباحث مربوط به پیشینه مرتبط با مفهوم "شهرکارآفرین" ذکر این نکته ضروری به نظر می‌رسد که با توجه به بدیع و جدید بودن مفهوم "شهر کارآفرین"، منابع علمی چندان زیاد به آن نپرداخته‌اند و طبیعتاً هنوز ادبیات انسجام یافته و یکپارچه‌ای برای آن وجود ندارد.

کارآفرینی شهری یا شهرکارآفرین عبارت است از نرخ وقوع رفتار کارآفرینانه شهروندان یک شهر، به عبارت دیگر افزایش فرصت‌های بازار، افزایش گفتمان کارآفرینانه برای انجام فعالیت کارآفرینی و توانمندسازی شهروندان برای موفقیت در اجرای فرآیند کارآفرینی را کارآفرینی شهری می‌نامند (فاجیو و سیلوا^{۴۴}، ۲۰۱۴).

مفهوم شهرکارآفرین با جایگزینی توسعه و پیشرفت سرمایه‌داری به جای توسعه با رویکرد سوسیالیستی شکل گرفته است (وایل و همکاران^{۴۵}، ۲۰۰۴). با استفاده از داده‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی^{۴۶} از ۴۷ منطقه شهری در ۲۲ کشور عضو اتحادیه اروپا، مشخص شده است که مناطق شهری با سطوح بالای رشد اقتصادی و تنوع فعالیت‌های اقتصادی، سطح بالاتری از فعالیت‌های کارآفرینی مبتنی بر فرصت را نسبت به همتایان خود نشان می‌دهند (استرنبرگ و بوسما^{۴۷}، ۲۰۱۴).

شهرکارآفرین دارای شاخص‌های هشت‌گانه شامل: منبع محوری، فرهنگ کارآفرینی، فلسفه پاداش، استراتژی محوری و ساختار مدیریتی می‌باشد که تقویت هر کدام موجب توسعه کارآفرینی در شهر خواهند شد (سریرام و همکاران^{۴۸}، ۲۰۰۷). شهرکارآفرین در واقع یک سیاست جدید شهری است که در

42. Capacity Building

43. Nwazor

44. Faggio & Silva

45. While et al.

46. GEM

47. Sternberg & Bosma

48. Sriram et al.

49. Nakamura

50. While et al.

51. red tape

52. Lengthy delays

53. Stringer et al.

نشده است و نیاز به تحقیق در این رابطه وجود دارد (استرنبرگ و همکاران^{۵۹}، ۲۰۰۸).

هیروکی ناکامورا^{۶۰} در تحقیق خود نشان می‌دهد که می‌توان با استفاده از عوامل مختلف اجتماعی، اقتصادی و محیطی، ارزش یک شهر را ارزیابی نمود. برای ارزیابی این مقادیر، داده‌های خاص از جمله موارد مربوط به گروه‌های قومی، مناطق سبز، میزان جرم و جنایت، تحصیلات، نرخ بیکاری، تعداد کارآفرینان و کیفیت محیط پیرامونی مؤثر می‌باشد (ناکامورا^{۶۱}، ۲۰۲۰).

کی‌ویلوآنگ^{۶۲} و همکارانش که مطالعات خود را با محویت شهر استکهلم انجام داده‌اند، معتقدند مرزهای جغرافیایی برای شهرها چندان اهمیت نداشته و در عمل کلان‌شهرها با توسعه زیرساخت‌های حمل و نقلی و دیگر زیرساخت‌های شهری در واقع تسهیلگر شکل‌گیری اکوسیستم کارآفرینی برای محیطی فراتر از ابعاد جغرافیایی شهرها خواهند بود (کی‌ویلوآنگ و همکاران^{۶۳}، ۲۰۲۰).

به این ترتیب افزایش سطح کارآفرینی (بطور خاص توسعه کسب و کارهای بزرگ و اصلی) پیش‌نیاز رشد و توسعه اقتصادی جامعه است. همچنین برای نیل به این هدف باید بستر و زمینه مناسب وجود داشته باشد، به عبارت دیگر برخورداری از سطوح بالای کارآفرینی در جامعه مستلزم ایجاد و توسعه زمینه‌های آن در کشور است. در سند چشم‌انداز کشور ایران به عنوان سند بالادستی کشور و در ارتباط آن با سایر برنامه‌ها از جمله سند برنامه‌های توسعه کشور، به توسعه کارآفرینی توجه ویژه‌ای شده است. توسعه شهرکارآفرین نیز از این قاعده مستثنی نبوده و باید بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد.

۲-۲- مفاهیم مربوط به توسعه پایدار شهری

۲-۲-۱- توسعه

توسعه، فرآیندی با ابعاد مختلف و مجموعه اهداف گوناگون است. این ابعاد جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی جامعه را در بر دارد. با توجه به اینکه ارزش‌ها به شرایط مطلوب و مورد نظر هر جامعه بستگی دارد، و هیچ الگوی جهانی، برای سنجش ارزش‌ها موجود نیست، لذا مفهوم توسعه، جنبه نظری و ارزشی داشته که از یک جامعه به

۳- ترویج کنندگان شهرهای کارآفرین، یک گفتمان کارآفرینانه را در میان خود پذیرفته‌اند و شهرهای خود را به صورت کارآفرینانه معرفی و عرضه می‌کنند.

معیار اول و دوم، شهرهایی با عملکرد خوب اقتصادی را از شهرهای کارآفرین متمایز می‌کند. هر شهری که عملکرد خوبی دارد کارآفرین نیست و هر شهر کارآفرین، لزوماً عملکرد خوبی ندارد. معیار سوم برای تشخیص شهرکارآفرین از شهرهای غیرکارآفرین مفید است (جیساپ و سام^{۵۴}، ۲۰۰۰).

در شهرکارآفرین تصویر جدید ملی و بین‌المللی برای شهر شکل خواهد گرفت و احیای مرکز شهر و توسعه زیرساخت‌های ورزش، حمل و نقل و هنر در شهر مدنظر خواهد بود که به نوآوری شرکت‌ها، مؤسسات تحقیقاتی و مردم بستگی دارد و با ایجاد ترکیباتی جدید از منابع در مناطق جدید یا قدیمی، منجر به رشد ملی و محلی بالایی خواهد شد (ناکامورا^{۵۵}، ۲۰۲۰؛ وایل و همکاران^{۵۶}، ۲۰۰۴). همچنین در این میان می‌توان با ایجاد یک اکوسیستم کارآفرینانه موفق در محیط شهری با توجه به فرصت‌ها و تهدیدهای حاضر، تا حد زیادی، فرآیند خلق ثروت را در یک شهر دائمی کرد (هال و هوبارد^{۵۷}، ۱۹۹۶) که این موضوع کمک شایانی به شکل‌گیری شهرکارآفرین می‌کند.

استرنبرگ^{۵۸} و دیگر همکارانش با استفاده از داده‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی در ۳۴ شهر جهان، چارچوبی را شامل فرآیندی فردی بین ادراکات کارآفرینانه و فعالیت‌های کارآفرینی توسعه داده و نشان داده‌اند که چگونه محیط شهری می‌تواند بر این فرآیند تأثیر بگذارد. آنها مفهومی را به نام "مزیت کارآفرینانه شهرهای جهانی" توسعه داده‌اند که در واقع توضیحی از شهرکارآفرین است و شاخص‌ها و معیارهایی را بیان می‌کنند که تبیین‌کننده شهرکارآفرین در سطح بین‌المللی می‌باشد؛ این شاخص‌ها شامل: تمایل به کارآفرینی در شهروندان، درک توانایی‌های کارآفرینانه توسط افراد، سطح تحصیلات، در دسترس بودن برنامه‌های آموزش کارآفرینی و غیره می‌باشد. همچنین معتقدند در شهرهای کارآفرین، دو فاکتور خلاقیت و نوآوری از جایگاه ویژه‌ای برای دستیابی به رشد اقتصادی برخوردار هستند. نهایتاً آنها بیان می‌کنند که تعامل میان کارآفرینی و توسعه اقتصادی به لحاظ نظری در تئوری رشد جدید یا جغرافیای اقتصادی جدید پایه‌ریزی

59. Sternberg et al.

60. Hiroki Nakamura

61. Nakamura

62. Kvilvang

63. Kvilvang et al.

54. Jessop & Sum

55. Nakamura

56. While et al.

57. Hall & Hubbard

58. Sternberg



برنامه‌ریزی داشته باشد و در جزئیات محدوده‌ها و تقسیم‌بندی‌های جغرافیایی و یا موضوعی دسته‌بندی شود (مدیروس و فندرزوت^{۷۱}، ۲۰۲۰).

یکی از مفاهیمی که در رابطه با توسعه پایدار شهری مطرح است، برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه شهری^{۷۲} است. مراحل تهیه و تدوین CDS مشارکتی بوده و سهامداران عمده از تمام بخش‌های جامعه در آن حضور خواهند داشت. میزان موفقیت و تحقق برنامه‌های توسعه راهبردی رابطه مستقیم با میزان همکاری و مشارکت بین مردم، شهرداری و کلیه نهادهایی دارد که در توسعه و اداره شهر تأثیر گذارند. اهداف CDS (که در واقع اهداف توسعه پایدار شهری نیز هستند) عبارتست از: ۱- دستیابی به مدیریت و حاکمیت شهری بهبود یافته، ۲- استفاده از کلیه امکانات و ظرفیت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برای توسعه همه جانبه شهر ۳- برداشتن تمام موانع رشد و توسعه همه جانبه. همچنین در اصول CDS آمده است که شهرهایی پایدار تلقی می‌شوند که:

۱- قابل زندگی هستند^{۷۳}: شهری که دارای کیفیت بالای زندگی بوده و در آن همه ساکنین از فرصت‌های یکسان برای مشارکت و بهره‌مندی از مزایای اقتصادی و اجتماعی برخوردار باشند.

۲- رقابتی هستند^{۷۴}: شهرهایی که بتوانند خود را در معرض رقابت با شهرهای مشابه قرار دهند.

۳- بانکی هستند^{۷۵}: شهرهای که دارای سیستم مالی شهری کارآمد در استفاده از منابع درآمدی و هزینه‌ای خود هستند.

۴- خوب مدیریت و اداره می‌شوند^{۷۶}: مدیریت خوب مدیریتی است که: اولاً پاسخگوست، دوماً در کار خود شفافیت دارد، سوماً برای ورود به رقابت با شهرهای مشابه قدرتمند است که به نوعی مفاهیم برگرفته از الگوی حکمرانی خوب است (رسولی‌منش و همکاران^{۷۷}، ۲۰۱۵).

۳- روش‌شناسی:

با توجه به پیچیدگی موضوع پژوهش و عدم کفایت نسبی منابع، می‌بایست در رابطه با موقعیت نامعین تحقیق (نحوه اثرگذاری کارآفرینی شرکتی بر توسعه پایدار شهری با استفاده از الگوی شهرکارآفرین)، زمینه‌سازی لازم صورت پذیرد. واضح است در چنین شرایطی نمی‌توان با استفاده از روش کمی، به

جامعه دیگر و از یک زمان به زمان دیگر، در حال دگرگونی است (پندیت و همکاران^{۶۴}، ۲۰۱۷).

با توجه به ماهیت این تحقیق، به جنبه اقتصادی در مفهوم توسعه توجه بیشتری شده است. برخی توسعه اقتصادی را فرآیندی می‌دانند که به موجب آن، تولید سرانه شاغلین نیروی کار در بلندمدت افزایش می‌یابد. درعین حال دیگران، توسعه اقتصادی را فرآیندی می‌دانند که موجب افزایش درآمد سرانه در بلندمدت می‌شود (دوروسو-سیفتسی و همکاران^{۶۵}، ۲۰۱۷). همچنین برخی از صاحب نظران توسعه اقتصادی را فرآیندی می‌دانند، که اقتصاد را از یک دوگانگی (بخش سنتی و بخش مدرن)، به یک اقتصاد مدرن برساند (نومارک و همکاران^{۶۶}، ۲۰۰۸).

۲-۲-۲ توسعه پایدار

مفهوم توسعه پایدار در ادبیات جامعه‌شناسی مطرح می‌باشد که منظور از آن، گسترش امکانات زندگی انسان‌ها (نسل حاضر و نسل‌های آینده) می‌باشد (گوژمان و همکاران^{۶۷}، ۲۰۱۷)؛ به بیان دیگر توسعه‌ای پایدار است که نیازهای کنونی جامعه را برآورده می‌سازد بطوریکه توانایی نسل‌های آینده نیز در برآوردن نیازهایشان کاهش نیابد (زرین‌جویی و همکاران، ۱۳۹۹).

برای اینکه بتوان توسعه را پایدار نامید، باید دارای چهار مشخصه باشد: ۱- بهره‌وری ۲- عدالت ۳- انعطاف‌پذیری ۴- ثبات. منظور از توسعه پایدار^{۶۸} علاوه بر حفاظت از محیط‌زیست، رشد اقتصادی است که توزیع عادلانه امکانات زندگی برای تمام مردم را به ارمغان آورد و نباید بگونه‌ای باشد که آسیب‌های اقتصادی، اجتماعی و یا زیست‌محیطی به نسل‌های بعدی تحمیل کند (موس و همکاران^{۶۹}، ۲۰۰۶). در فرآیند توسعه پایدار، منابع، سرمایه، فناوری و تغییرات نهادی به گونه‌ای سازگار با نیازهای حال و آینده بشر جهت‌دهی می‌گردد و در طول زمان تداوم داشته باشد (پندیت و همکاران^{۷۰}، ۲۰۱۷).

۳-۲-۲ تعریف توسعه پایدار شهری

در تعریف توسعه پایدار شهری با حفظ کلیات آن، می‌توان مفهوم توسعه پایدار را بر شهر تسری داد، لیکن تشریح و تفسیر توسعه پایدار را باید به نحوی در ابعاد شهری تسری داد که بتواند کاربردهای آموزشی، ترویجی و حتی کاربردهای

71. Medeiros & Van Der Zwet

72. City Development Strategic (CDS)

73. Livable

74. Competitive

75. Bankable

76. Well managed and well governed

77. Rasoolimanesh et al.

64. Pandit et al.

65. Durusu-Ciftci et al.

66. Neumark et al.

67. Guzmán et al.

68. Sustained development

69. Moss et al.

70. Pandit et al.

موضوع، مقوله‌ها بدست آمد و با پایش مقوله‌ها تعداد آنها کاهش یافت و با تجربه‌ی زیسته نویسندگان و نظرات خبرگان موضوع تطبیق داده شد. و در انتها تشریح مدل نظری پژوهش مطابق بررسی‌های صورت گرفته انجام شده است.

همانطور که بیان شد استفاده از روش سیستماتیک در مرور متون، منجر به ایجاد وحدت نظری در ادبیات خواهد شد که اعتبار یافته‌های این بخش را تضمین خواهد کرد. همچنین برای سنجش روایی صوری و روایی محتوایی از کمک متخصصان دانشگاهی و اجرایی مرتبط با موضوع پژوهش استفاده شده است.

عملاً در این تحقیق به جز مبانی نظری و پارادایمیک پژوهش که ناخواسته در نظر محقق تأثیرگذار است، پیش‌فرض دیگری در نظر گرفته نشده است. لیکن با توجه به وسعت نظری موضوع پژوهش، فرآیند پژوهش محدود به مسائل اقتصادی و بعضاً اجتماعی شده، بطوریکه نتایج حاصل از تحقیق منجر به نتایج کاربردی خواهد شد.

همچنین عوامل مؤثر بر شکل‌گیری اکوسیستم شهرکارآفرین بسیار متنوع و گسترده می‌باشند که برای ساده‌سازی پژوهش، از اثرات دیگر عوامل، به جز عوامل و متغیرهای کارآفرینی شرکتی، صرف نظر شده است. بعلاوه پیش‌فرض‌های فلسفی و پارادایمیک پژوهش مبتنی بر پارادایم برساخت‌گرایی اجتماعی^{۸۰} و به شرح ذیل می‌باشد:

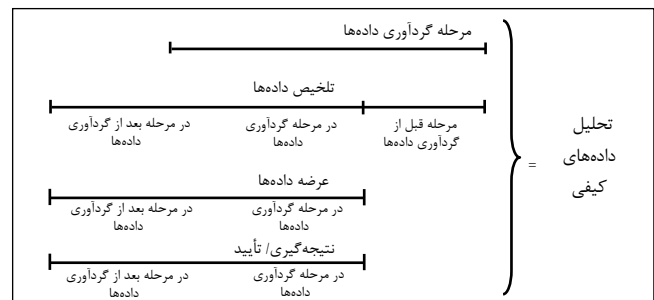
پیش‌فرض هستی‌شناسانه: رویکرد پژوهش موقعیتی مابین رویکرد ذهنی و عینی (و بیشتر ذهنی) به واقعیت است و واقعیت را کاملاً مستقل از پژوهش‌گر نمی‌داند. واقعیت تلفیقی از آن چه هست و آنچه که افراد درک کرده‌اند، می‌باشد. در واقع واقعیت یک پدیده اجتماعی چندبعدی است که لایه‌های زبان و گفت‌وگو نهفته است.

پیش‌فرض معرفت‌شناسانه: رویکرد تحقیق اتخاذ موضعی مابین ذهنیت‌گرایی و عینیت‌گرایی است و باید گفت نتایج تحقیق بسیار متأثر از زمان و مکان آن است و طبیعتاً به مشخصات زمینه‌ای که بررسی شده است وابستگی زیادی دارد و بر اساس روابط شناسایی شده در طول تحقیق نمود پیدا کرده است.

پیش‌فرض روش‌شناسانه: پژوهش مبتنی بر اصول کیفی است لیکن از طرفی تأثیر پذیری آن از تجربیات علمی و عملی نگارندگان مقاله انکارناپذیر است. همچنین تحقیق به دنبال شناسایی ابعاد شهرکارآفرین است و مدیران ملی و محلی را برای توسعه کارآفرینی در بستر کلان‌شهرها کمک می‌نماید.

شناخت کافی در رابطه با موقعیت نامعین مذکور دست یافت؛ لذا ناگزیر به استفاده از روش کیفی هستیم. در این پژوهش از طرح تحقیق کیفی استفاده شده است و با توجه به اینکه این تحقیق به دنبال تشریح یک فرآیند بنیادی اجتماعی است، از روش نظریه‌برخاسته از داده^{۷۸} به شیوه‌نوخواسته^{۷۹} بهره گرفته شده است؛ بطوریکه مطابق شکل ۱، ابتدا داده‌های کیفی با مراجعه به پیشینه تحقیق و دیگر اسناد و مدارک و با بهره‌گیری از روش مرور سیستماتیک و نیز با استفاده از ابزارهای تحلیل محتوا، گردآوری و ساختار اولیه دسته‌بندی متغیرها بدست آمد. در ادامه با توجه به تجربه‌ی زیسته‌ی نگارندگان تحقیق که هر کدام در زمینه‌ی این تحقیق، دارای تخصص علمی و عملی می‌باشند، متغیرها و مؤلفه‌های اصلی پژوهش احصا گردید و نهایتاً مدل مفهومی تحقیق که هدف اصلی پژوهش نیز می‌باشد، بدست آمد. در مجموع کلیات مراحل کار به شرح زیر صورت پذیرفت:

- ۱- بررسی پیشینه مفهوم کارآفرینی شرکتی و شهرکارآفرین
- ۲- بررسی پیشینه مفهوم توسعه پایدار شهری
- ۳- تلفیق نظری دو مورد فوق و بررسی پیشینه موضوع
- ۴- استخراج کدها و مقوله‌های اصلی مطابق پیشینه تحقیق
- ۵- مطابقت مقوله‌ها و مؤلفه‌های احصا شده با تجربه‌ی زیسته‌ی پژوهشگران
- ۶- ارائه مدل مفهومی از اثرگذاری کارآفرینی شرکتی بر توسعه پایدار شهری با بهره‌گیری از الگوی شهرکارآفرین



شکل ۱. اجزاء فرآیند تحلیل داده‌های کیفی (بازرگان و همکاران، ۱۳۹۵)

مطابق روش تحقیق انتخاب شده، از شیوه مقوله‌بندی تطبیقی ثابت استفاده شده و کانون توجه به اتصال مقوله‌ها و پردازش نظریه معطوف بوده است و صرفاً به توصیف مقوله‌ها پرداخته نشده است که نهایتاً مدل نهایی (که در واقع جنبه نظریه دارد)، با استفاده از داده‌ها تکوین یافته است. با استفاده از کدگذاری و بازبینی محتواهای کیفی در دسترس و ادبیات

78. grounded theory

79. emerging

80. Social Constructionism



۴- یافته‌های پژوهش:

یافته‌های پژوهش نشان داد که شهر کارآفرین به عنوان یک سیاست جدید در توسعه پایدار کلان‌شهرها مطرح می‌باشد و یکی از راهکارهای ایجاد شهرکارآفرین توسعه کارآفرینی شرکتی در کلان‌شهرهاست بطوریکه کارآفرینی شرکتی و عملکرد اقتصادی کلان‌شهرها رابطه مثبت و معنی داری با یکدیگر دارند.

مفاهیم و متغیرهای اصلی این پژوهش در جدول ۱ ارائه شده است. با توجه به مطالب بیان شده، اینطور اثبات شد که یکی از پیامدها و اثرات قطعی شهرکارآفرین "توسعه پایدار شهری" است؛ لذا توسعه هر عامل و موضوعی که منجر به شکل‌گیری شهرکارآفرین گردد، نهایتاً منجر به توسعه پایدار در سطح کلان‌شهرها خواهد شد.

جدول ۱. تعریف عملیاتی و مفهومی سازه‌ها و متغیرهای تحقیق

تعریف عملیاتی	تعریف مفهومی/نظری	سازه‌ها و متغیرهای پژوهش	
مناطق شهری که سطح بالاتری از فعالیت‌های کارآفرینانه را نسبت به هم‌تایان خود نشان داده و شاخص‌هایی مطابق جدول ۲ را شامل می‌شود (برگرفته از (استرنبرگ و همکاران ^{۸۲} ، ۲۰۰۸).	شهرکارآفرین یک سیاست جدید شهری است که در آن ائتلاف‌ها و منابع مختلف محلی تلاش می‌کنند تا ارزش اقتصادی فضای شهری را افزایش داده و جذب سرمایه را با حفظ پایداری به حداکثر برسانند (برگرفته از (وایل و همکاران ^{۸۱} ، ۲۰۰۴).	شهرکارآفرین	سازه‌های تحقیق
شهرهایی پایدار تلقی می‌شوند که قابل زندگی (Livable)، رقابتی (Competitive)، بانکی (Bankable) بوده و خوب مدیریت و اداره (Well managed and well governed) می‌شوند (برگرفته از (رسولی‌منش و همکاران ^{۸۴} ، ۲۰۱۵).	توسعه پایدار شهری فرآیندی است که منابع شهری، سرمایه، فناوری و تغییرات نهادی به گونه‌ای سازگار با نیازهای حال و آینده بشر جهت‌دهی شده باشد (برگرفته از (پندیت و همکاران ^{۸۳} ، ۲۰۱۷).	توسعه پایدار شهری	
رفتارهایی نظیر نوآوری (innovativeness)، پیش‌فعالی (proactiveness)، ریسک‌پذیری (risk-taking)، تهاجم رقابتی (Competitive aggressiveness) و استقلال (autonomy) را شامل می‌شود (برگرفته از (کونین و لامپکین ^{۸۶} ، ۲۰۱۱).	یک جهت‌گیری استراتژیک در سطح سازمان است که فلسفه مدیریتی، رفتار سازمان و اسلوب استراتژیک را که در ذات کارآفرینانه هستند، شامل می‌شود (برگرفته از (چورج و مارینو ^{۸۵} ، ۲۰۱۱).	گرایش کارآفرینانه	متغیرهای کارآفرینی شرکتی
یک فرآیند پویا مبتنی بر کسب دانش و مهارت‌های پیشرفته که برای توسعه کلان‌شهرها، سطح زندگی و توانمند سازی افراد حیاتی است (برگرفته از (انواور ^{۸۸} ، ۲۰۱۲).	توسعه منابع انسانی و تقویت سیستم‌های مدیریتی و همچنین توسعه نهادی است که باعث مشارکت جامعه و ایجاد یک محیط فعال خواهد شد. (برگرفته از (انواور ^{۸۷} ، ۲۰۱۲).	توسعه ظرفیت‌های سازمانی	
توسعه قابلیت‌های پویا به شکل‌گیری بازارهای جدید، توسعه محصولات جدید، ابعاد مختلف نوآوری و شناسایی تهدیدها و فرصت‌ها، توانایی درک نیازهای متغیر مشتری، توانایی درک پیشرفت‌های رقابتی کمک نموده، بطوریکه منجر به توسعه پایدار خواهد شد (برگرفته از (فانک و کوپپر ^{۹۰} ، ۲۰۱۱).	توانایی سازمان در یکپارچه سازی، ساخت و صورت‌بندی مجدد قابلیت‌های درونی و بیرونی برای مواجهه با تغییر سریع محیط (برگرفته از (آمبروسینی و همکاران ^{۸۹} ، ۲۰۰۹).	توسعه قابلیت‌های پویای سازمانی	

81. While et al.
82. Sternberg et al.
83. Pandit et al.
84. Rasoolimanesh et al.
85. George & Marino
86. Covin & Lumpkin
87. Nwazor
88. Nwazor
89. Ambrosini et al.
90. Funcke & Kuiper

جدول ۲. مقوله های اصلی شهرکارآفرین

پیامدهای شهرکارآفرین	تعامل اجتماعی کارگزاران و ساختار در شهرکارآفرین	شرایط ساختاری شهرکارآفرین
<ul style="list-style-type: none"> • اشتغال زایی • خلق ثروت دائمی • افزایش رفاه • شادابی و پویایی اجتماعی • کاهش فقر • خلق و توسعه فناوری • توسعه بازار محصولات • کاهش میزان جرم و جنایت 	<ul style="list-style-type: none"> • وجود ساز و کار حمایت از کارآفرینان • اعتماد متقابل و فرهنگ کارآفرینانه • منابع مالی و ساختار تأمین مالی کارآفرینانه • بازار سرمایه • حمایت و توسعه نوآوری رادیکال • وجود برنامه آموزش مهارت‌های کارآفرینانه • شبکه‌سازی و حکمرانی شبکه‌ای 	<ul style="list-style-type: none"> • سیاست‌های محلی مناسب • سیاست‌های ملی مناسب • مدیریت محلی قدرتمند و کارآفرینانه • احترام و گفت‌وگو کارآفرینانه • جمعیت و نیروی کار • زیرساخت‌های فناوری محور • زیرساخت‌های طبیعی و اکولوژیکی • زیرساخت‌های حمل و نقل • زیرساخت‌های مالی پایدار

شرکتی در کدام یک از سطوح مقوله‌های شهرکارآفرین مفید فایده بوده و بصورت مؤثر منجر به بهبود آن خواهند شد. همانطور که بیان شد؛ مطابق با ادبیات موضوع که در رابطه با شهرکارآفرین تاکنون مرور شده است و همچنین با توجه به متدولوژی تحقیق؛ ابعاد، مؤلفه‌ها و متغیرهای شهرکارآفرین در سه دسته شرایط ساختاری، تعامل اجتماعی و پیامدها قابل دسته‌بندی هستند که کدهایی با بیشترین تکرار و تأکید در ادبیات موضوع به شرح مندرج در جدول ۲ می‌باشند. همچنین مطابق با ادبیات موضوع در رابطه با کارآفرینی شرکتی، متغیرها و زیرمتغیرهایی در سه دسته مختلف به شرح جدول ۳ احصا شده است.

مطابق پیشینه تحقیقات مرتبط و نیز با توجه به تجربه‌ی زیسته‌ی نگارندگان این مقاله، شهرکارآفرین دارای شرایط ساختاری و اجتماعی مختلفی است که خواستگاه‌ها و عوامل متعددی در شکل‌گیری آن مؤثر هستند. همچنین ویژگی‌هایی را داراست که این موضوعات منجر به پیامدهایی خواهد شد که این مجموعه از عوامل و متغیرها تحت تأثیر کارآفرینی شرکتی ممکن است تقویت شده و توسعه آن توسط مدیران ملی و محلی به توسعه هرچه بیشتر و پویایی شهرکارآفرین کمک نماید. الگوی نهایی این مقاله (مطابق شکل ۲) مشخص می‌کند که کدام یک از متغیرها و زیرمتغیرهای کارآفرینی

جدول ۳. متغیرها و زیرمتغیرهای کارآفرینی شرکتی

توسعه ظرفیت‌های سازمانی	توسعه قابلیت‌های پویا	گرایش کارآفرینانه
<ul style="list-style-type: none"> • کسب مهارت‌های کارآفرینانه در راستای اهداف سازمان • توسعه ظرفیت‌های فردی و سازمانی • خودآگاهی و توسعه منابع انسانی • توسعه تفکر خلاق و نوآورانه در سازمان • توسعه سیستم‌های مدیریتی • توسعه نهادی 	<ul style="list-style-type: none"> • قابلیت پیکربندی مجدد منابع • قابلیت هماهنگ‌سازی منابع • قابلیت یکپارچه‌سازی منابع • احساس و درک فرصت‌ها و تهدیدها • استفاده از فرصت‌ها • قابلیت یادگیری سازمانی 	<ul style="list-style-type: none"> • نوآوری • پیش‌فعالی یا پیش‌گام بودن • ریسک‌پذیری • تهاجم رقابتی • استقلال

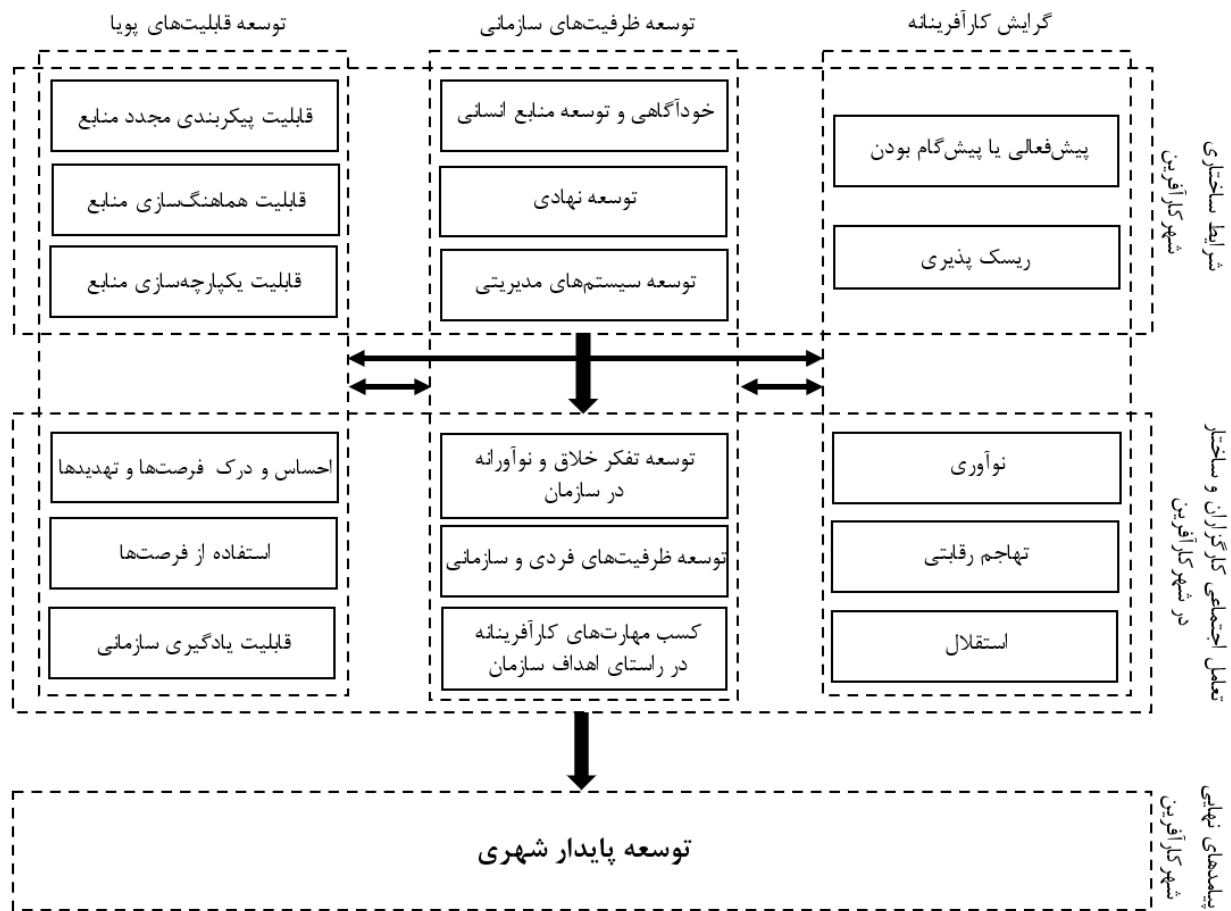
حمایت و توسعه نوآوری رادیکال) را سرعت می‌بخشد، همچنین می‌تواند در شکل‌گیری مراکز نوآوری شهری کمک شایانی نماید که منجر به دستیابی شرکت‌ها به منابع جدید خواهد شد. با توجه به مواردی که در خصوص ویژگی‌های شهرکارآفرین و سازوکار مدیریت در شهرها بیان شد، نشان می‌دهد که شهرها یک سیستم زنده و پویا هستند و نیازمند استفاده از یک مدل پیچیده‌تر برای مدل‌سازی نسبت به روال ساده و سنتی

هر کدام از این متغیرها به نوبه خود در شکل‌گیری و ثمربخشی هرچه بیشتر و بهتر هر یک از شرایط ساختاری و اجتماعی شهرکارآفرین مؤثر می‌باشند؛ بطوریکه به ثمر رسیدن یا اجرای هر کدام از آنها، پیامدهای شهرکارآفرین را سرعت بخشیده و یا سهولت در اجرای آنها، ایجاد می‌نماید؛ بطور مثال زیرمتغیر "توسعه تفکر خلاق و نوآورانه در سازمان‌ها و شرکت‌ها" در رابطه با متغیر "توسعه ظرفیت‌های سازمانی"، شکل‌گیری یکی از شرایط زمینه‌ای شهرکارآفرین (مؤلفه‌ی



که براساس مشکلات و متغیرهای بسیاری تحلیل می شوند که همه آنها به یکدیگر مرتبط هستند (پرون^{۹۳}، ۲۰۱۹). بنابراین بر اساس موارد فوق الاشاره، مدل مفهومی تحقیق مطابق با شکل ۲ تدوین شده است که در این مدل جایگاه متغیرها و زیرمتغیرهای کارآفرینی شرکتی در شهرکارآفرین جهت نیل به توسعه پایدار در کلان‌شهرها نشان داده شده است. لازم به ذکر است در این مدل به لحاظ ساده‌سازی، از بیان دیگر عوامل و مؤلفه‌های شهرکارآفرین صرف‌نظر شده است.

مدیریت عمومی می‌باشد. این تفکر که فعالیت‌ها و اثرات آن در شکل‌گیری نتایج در مسیری مشخص و قابل پیش‌بینی حرکت کرده و بصورت کاملاً شرطی برآیند یک یا چند علت خاص و قابل پیش‌بینی باشند، جای خود را به تفکری مبتنی بر حرکات پیچیده داده است (بولتون^{۹۱}، ۲۰۱۰؛ کیرنی^{۹۲}، ۲۰۱۲). شهرها معرف موقعیت‌هایی هستند که در آنها چندین مؤلفه کمی و کیفی به‌طور پیوسته درحال تغییر هستند و به‌شکل ظریفی همه این متغیرها با یکدیگر ارتباط متقابل دارند. شهرها دارای پیچیدگی سازمان یافته‌ای هستند



شکل ۲. مدل مفهومی تحقیق

۵- بحث:

واقعیت نشأت گرفته است که فعالیت نوآوری شامل بازیگران متعددی است که به تنهایی یا به کمک یکدیگر در موفقیت فناوری‌ها و خدمات نوین مشارکت دارند. این رویکرد کل‌گرا کارکرد سیستم نوآور را براساس برخی شکست‌ها تعریف می‌کند. این شکست‌ها ممکن است یک بازیگر توسعه نیافته در سیستم نوآور و یا پیوندی تحت توسعه بین بازیگران در این سیستم باشند (کلین وولتویس و همکاران^{۹۷}، ۲۰۰۵). با استفاده از این چهارچوب، درواقع مفهوم حکومت کارآفرینانه^{۹۸} مطرح می‌شود که شامل اتخاذ سیاست‌هایی با رویکرد پایین به بالا است و نوآوری چالش‌محور را نیز دربر می‌گیرد (فرنکن^{۹۹}، ۲۰۱۷). همانطور که مشخص است، مفهوم حکومت کارآفرینانه بسیار شبیه به مفهوم شهرکارآفرین است که در بخش قبل به تفصیل به آن پرداخته شده است و نیز با دخالت همه ذینفعان و کارگزاران دخیل در اداره اکوسیستم شهرکارآفرین گسترش می‌یابد و منجر به نوآوری می‌شود.

توسعه روحیه کارآفرینی و آموزش کارآفرینان منجر به استفاده صحیح از امکانات اقتصادی جامعه و خلق فرصت‌های جدید برای کسب و کارها می‌شود (وونگلیمپیارات^{۱۰۰}، ۲۰۱۳). مطالعات در این زمینه تصریح دارد که عامل ضعف اقتصادی در کشورهای درحال توسعه عمدتاً به خاطر عدم وجود حمایت از نوآوری (فردی و سازمانی) است (شهبازی و همکاران، ۱۳۹۳)؛ چراکه اکوسیستم‌های کارآفرینی برای بقا و رشد مستمر، نیازمند استفاده از راهکارهایی جدید هستند و کارآفرینی شرکتی به عنوان یک رویکرد جدید و راهبردی، الگویی کارآمد جهت حصول به اهداف توسعه پایدار در شهرها و نظامات اجتماعی قلمداد می‌گردد (آئینی و سعیدی‌کیا^{۱۰۱}، ۲۰۱۹)؛ وونگلیمپیارات^{۱۰۲}، ۲۰۱۳). افزایش و ترغیب سرمایه‌گذاری، اشتغال‌زایی، رشد فناوری، افزایش رفاه و مواردی از این دست، از اثرات مثبت توسعه توسعه کارآفرینی در شهرهاست (ناکامورا^{۱۰۳}، ۲۰۲۰). برای توسعه کارآفرینی در هر اکوسیستم نیاز است که ابتدا یک فرهنگ و گفتمان کارآفرینانه شکل گرفته و گرایش عمومی به کارآفرینی افزایش یابد و درپی آن نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه خود به

امروزه ساختار اقتصادی- اجتماعی دنیا با گذشته به طور اساسی تفاوت دارد. باتوجه به ویژگی‌هایی که در خصوص توسعه و نیز توسعه پایدار بیان شد، این نوع از توسعه می‌بایست بر پایه کارآفرینی استوار گردد. اگر این مورد را بپذیریم، باید بستر را برای رشد کسانی که خلاقیت را به نوآوری تبدیل نموده و از دانش در سطح عینی بازار استفاده می‌کنند، فراهم کرد، لذا نقش کارآفرین و نیاز جامعه به کارآفرینی انکار نشدنی است.

از چند سده اخیر و با رشد سریع صنعت و فناوری در جهان، عقب‌ماندگی برخی مناطق شهری بیش از پیش نمایان شده است و برای رفع فقر شدید مناطق کم برخوردار شهری، ارتقای سطح و کیفیت زندگی آنها، ایجاد اشتغال و افزایش بهره‌وری آنان، تمهید "توسعه پایدار شهری" مطرح گردیده است (مدیروس و فندرزوت^{۹۴}، ۲۰۲۰). در راستای توسعه پایدار، سیاست‌ها و استراتژی‌های گوناگونی برای توسعه شهرها پیشنهاد و اجرا گردیده که در این بین کارآفرینی نیز بعنوان یک راهکار جهت توسعه پایدار شهری در برخی کشورها به اجرا درآمده است (فاجیو و سیلوا^{۹۵}، ۲۰۱۴). کارآفرینی نقشی حیاتی در توسعه پایدار جوامع امروزی دارد و یکی از شاخص‌های توسعه یافتگی کشورها بشمار می‌آید چراکه کارآفرینی مهمترین عامل توسعه نوآوری و اشتغال‌زایی است (گلایزر و همکاران^{۹۶}، ۲۰۱۰)؛ شهبازی و همکاران، ۱۳۹۳).

همانطور که قبلاً اشاره شد، یکی از مهمترین مؤلفه‌های شهرکارآفرین، گسترش بستر نوآوری مبتنی بر توانمندسازی محلی است. در مطالعات رایج (که نظریات قالب در خصوص توضیح فرآیند نوآوری و شکل‌گیری آن و اثرات آن را شامل می‌شود) دو پارادایم برای بررسی و توضیح نوآوری مدنظر است: ۱- رویکرد شکست بازار و ۲- رویکرد شکست سیستم. در این رابطه رویکرد دوم (یعنی پارادایم مبتنی بر شکست سیستم) از مفهوم سیستم نوآوری ملی ناشی می‌شود. این سیستم به‌عنوان شبکه‌ای از نهادها در بخش‌های خصوصی و عمومی در نظر گرفته می‌شود که فعالیت‌ها و برهم‌کنش‌های آنها موجب ابتکار، تغییر و انتشار فناوری‌های جدید می‌شود. بازیگران این سیستم طیف گسترده‌ای از کارگزارانی مانند شرکت‌ها، دانشگاه‌ها، سازمان‌های مالی، سازمان‌های تحقیقاتی پژوهشی دولتی، حکومت و غیره هستند. این مفهوم از این

97. Klein Woolthuis et al.,

98. Entrepreneurial State

99. Frenken

100. Wonglimpiyarat

101. Aeeni & Saeedikiya

102. Wonglimpiyarat

103. Nakamura

94. Medeiros & Van Der Zwet

95. Faggio & Silva

96. Glaeser et al.



منجر به رشد چندبرابری اشتغال و نیز رشد چندبرابری شاخص‌های اقتصادی درمقایسه با کارآفرینی مستقل می‌شود، کارآفرینی شرکتی یکی از محرک‌های اصلی رشد اجتماعی و اقتصادی محسوب شده و می‌توان آن را پیش‌قراول توسعه جدید در محیط شهرها دانست؛ براین اساس بایستی ضمن ایجاد بسترهای شهرکارآفرین و با بهره‌گیری از توسعه کارآفرینی شرکتی و با شناخت همه جانبه‌ی محیط شهرها و شناخت ویژگی‌های جامعه شهری امروزی و با استفاده از مفاهیم آن، با نهادینه سازی اصول کارآفرینی (شرکتی) در کلان‌شهرها، از فرصت به وجود آمده جهت نیل به توسعه پایدار در کلان‌شهرها بهره کافی و وافی را برد.

هر یک از سازه‌ها و مقوله‌های این مقاله (شهرکارآفرین، کارآفرینی شرکتی و توسعه پایدار شهری) دارای ابعاد مختلفی هستند که در این تحقیق با بررسی پیشینه تحقیق با استفاده از روش مرور سیستماتیک و نیز با استفاده از تجارب زیسته‌ی نگارندگان مقاله، ابعاد و مؤلفه‌ها (انواع مهمتر و پرتکرار) انتخاب شدند و مدل مفهومی تحقیق با استفاده از آنها ترسیم گردید. با استفاده از این مدل مدیران محلی و نیز مدیران ملی (در قالب مدیریت شهری) می‌توانند از کلیه ابعاد و امکانات شهر جهت پیشبرد هرچه بهتر اهداف خود برای توسعه پایدار در کلان‌شهرها گام بردارند.

ویژگی کلیدی شهرکارآفرین، حضور عوامل چندگانه با روابط متعامل پیچیده می‌باشد که کارایی و بقای آنان وابسته به یکدیگر است. این ویژگی کلیدی می‌تواند به‌عنوان یک اکوسیستم تحت عنوان شهرکارآفرین در نظر گرفته شود که پویایی‌های اکوسیستم باید در مدل‌سازی لحاظ شوند. شهرکارآفرین حوزه‌ای است که شامل بازیگران و عوامل به هم وابسته گوناگونی می‌شود که در طی زمان پیدایش و تکامل می‌یابند و بنیانی برای شکل‌گیری روش‌های جدید کسب‌وکار فراهم می‌آورند (آئینی و سعیدی‌کیا^{۱۱۰}، ۲۰۱۹؛ یانگ^{۱۱۱}، ۲۰۱۹).

همانطور که در جدول ۲ نشان داده شده است، عوامل و مؤلفه‌های شهرکارآفرین در سه دسته کلی (شرایط ساختاری- تعامل اجتماعی کارگزاران و ساختار- پیامدهای نهایی) تقسیم‌بندی شده است. در این جدول یکسری از عوامل تحت عنوان شرایط ساختاری زمینه‌ساز ایجاد شهرکارآفرین خواهند شد، بطوریکه مدیران محلی باید سعی کنند این عوامل را در محدوده تحت مدیریت خود که همان کلان‌شهرها هستند، ایجاد نموده و شرایط تحقق آن را تسهیل نمایند. در صورت

خود افزایش خواهد یافت (اسپیگل و هریسون^{۱۰۴}، ۲۰۱۸)، بطوریکه مفهوم شهرکارآفرین در این راستا شکل گرفته است. در توسعه شهری از این دیدگاه سه محور مدنظر است:

۱- تحلیل نقش کارآفرینی و شهرکارآفرین در توسعه جوامع شهری

۲- تحلیل پتانسیل‌های موجود در شهرداری‌ها برای حمایت از کارآفرینان شهری و تعاملات آنها با نهادهای دولتی در این زمینه

۳- تحلیل ساختار، کارکردها و سازوکارهای عملیاتی مراکز رشد کارآفرینان شهری (گلیرز^{۱۰۵}، ۲۰۰۷). که در این میان به کارآفرینی شرکتی به عنوان راهکاری که اثرگذاری آن در توسعه اقتصادی به مراتب از کارآفرینی مستقل بیشتر می‌باشد؛ کمتر توجه شده است.

کارآفرینی علاوه بر تأثیر مستقیم بر شاخص‌های اقتصادی شهرها و کشورها، در سطح اجتماعی نیز یک عامل اثرگذار مهم بشمار می‌رود. شبکه‌سازی، کاهش جرم و جنایت، افزایش روحیه نشاط عمومی، افزایش مهارت‌های شهروندی و مواردی از این دست، از جمله اثرات توسعه کارآفرینی در جوامع شهری است؛ فلذا طبعاً مدیریت شهری که بصورت مستقیم با زندگی اجتماعی و اقتصادی شهروندان مرتبط است، از این اثرات منتفع شده و اثرات متقابلی از آن خواهد پذیرفت (سریرام و همکاران^{۱۰۶}، ۲۰۰۷).

برخی از محققان اهمیت منافع محلی را در کارآفرین‌سازی شهری^{۱۰۷} مشخص کرده اند و این واقعیت را برجسته می‌کنند که عمدتاً شرکت‌های محلی، مشارکت اصلی در اداره رژیم‌های شهری را تشکیل می‌دهند (هال و هوبارد^{۱۰۸}، ۱۹۹۶). لذا کارآفرینی شرکتی یکی از محرک‌های اصلی تغییر و تحول در جامعه محسوب می‌شود و می‌توان آنرا پیش‌قراول توسعه جدید در محیط شهرها دانست (جیساپ و سام^{۱۰۹}، ۲۰۰۰).

۶- نتیجه‌گیری:

از آنجا که اشتغال‌زایی و ایجاد روحیه کارآفرینی در میان شهروندان یکی از مهمترین دغدغه‌ها در حوزه مدیریت شهری است، پرداختن به موضوع کارآفرینی در بستر مدیریت شهری جهت نیل به توسعه پایدار، مستلزم توجه و اهتمام جدی‌تری خواهد بود. در این مسیر با عنایت به اینکه کارآفرینی شرکتی

104 Spigel & Harrison

105 .Glaeser

106 .Sriram et al.

107 .Entrepreneurialism

108 .Hall & Hubbard

109 .Jessop & Sum

110 .Aeeni & Saeedikiya

111 .Yang



وجود این عوامل ساختاری، شرایطی مهیا می‌گردد که کارگزاران دخیل در اکوسیستم شهرکارآفرین با یکدیگر و ساختارهای موجود تعامل داشته و زمینه‌ساز شکل‌گیری شهرکارآفرین شده و در واقع اکوسیستم یک شهرکارآفرین را شکل خواهند داد؛ بطوریکه این عوامل نمایشگر مؤلفه‌های یک شهرکارآفرین می‌باشند که در صورت دارا بودن آن در یک اکوسیستم شهری، آن را شهرکارآفرین می‌نامیم. در نهایت این تعامل سازنده بین کارگزاران و ساختار منجر به پیدایش پیامدهایی اجتماعی و اقتصادی برای شهرها و کسب و کارهای مستقر در آن گردیده که با تحقق و تداوم آنها، توسعه پایدار در این اکوسیستم تضمین شده خواهد بود.

در این میان مطابق مدل مفهومی تحقیق (شکل ۲) گسترش و توسعه هرچه بیشتر کارآفرینی شرکتی همخوانی و مطابقت زیادی با عوامل سه‌گانه شهرکارآفرین دارد. همانطور که بیان شد، کارآفرینی شرکتی دارای سه متغیر اصلی (شامل: گرایش‌های کارآفرینانه، توسعه ظرفیت‌های سازمانی و توسعه قابلیت‌های پویا) می‌باشد. هر کدام از این متغیرها، دارای تعدادی زیرمتغیر هستند که در جدول ۳ بیان شده است. مطابق شکل ۲ برخی از این زیرمتغیرها در حیطه "شرایط ساختاری شهرکارآفرین" و برخی در حیطه "تعامل اجتماعی کارگزاران و ساختار" قرار می‌گیرند.

در رابطه با متغیر "گرایش کارآفرینانه"؛ مطابق جدول ۲، مقوله "شرایط ساختاری شهرکارآفرین" در خصوص زیرساخت‌های شهری است لذا زیرمتغیر "پیش‌فعالی یا پیش‌گام بودن" و "ریسک‌پذیری" که مرتبط با این زیرساخت‌هاست، ذیل آن قرار می‌گیرد. پیش‌فعالی یا پیش‌گام بودن ناشی از الگوهای رفتاری است که در بین شرکت‌ها و افراد مختلف متفاوت است که ریشه در عوامل محیطی دارد که شرکت‌ها در آن فعالیت کرده و منجر به ارزش‌آفرینی می‌گردد (تراپی و همکاران، ۱۳۹۹) و نیز ریسک‌پذیری نیز بسیار متأثر از "احترام و گفت‌وگو کارآفرینانه" است؛ لذا این زیرمتغیرها در زمره شرایط ساختاری شهرکارآفرین قرار می‌گیرند. همچنین زیرمتغیرهای "نوآوری"، "تهاجم رقابتی" و "استقلال" به ترتیب متناسب با "حمایت و توسعه نوآوری رادیکال"، "اعتماد متقابل و فرهنگ کارآفرینانه" و "وجود ساز و کار حمایت از کارآفرینان" بوده و در حیطه مقوله "تعامل اجتماعی کارگزاران و ساختار" قرار گرفته‌اند.

همچنین مطابق جدول ۲، در رابطه با متغیر "توسعه ظرفیت‌های سازمانی"، زیرمتغیر "خودآگاهی و توسعه منابع انسانی" مرتبط با "جمعیت و نیروی کار" می‌باشد لذا در حیطه مقوله "شرایط ساختاری شهرکارآفرین" قرار می‌گیرد. همچنین

زیرمتغیرهای "توسعه سیستم‌های مدیریتی" و "توسعه نهادی" با "سیاست‌های مدیریت شهری" مرتبط است لذا در حیطه مقوله "شرایط ساختاری شهرکارآفرین" قرار گرفته است. از طرفی زیرمتغیرهای "کسب مهارت‌های کارآفرینانه در راستای اهداف سازمان"، "توسعه ظرفیت‌های فردی و سازمانی" و "توسعه تفکر خلاق و نوآورانه در سازمان" به ترتیب متناسب با "وجود برنامه‌های آموزش مهارت‌های کارآفرینانه"، "شبکه-سازی و حکمرانی شبکه‌ای" و "حمایت و توسعه نوآوری رادیکال" می‌باشند، بنابراین در حیطه مقوله "تعامل اجتماعی کارگزاران و ساختار" قرار گرفته‌اند.

نهایتاً در رابطه با متغیر "توسعه قابلیت‌های پویا"؛ زیرمتغیرهای "قابلیت پیکربندی مجدد منابع"، "قابلیت هماهنگ‌سازی منابع" و "قابلیت یکپارچه‌سازی منابع" در خصوص "زیرساخت‌های شهری" و نیز "مدیریت محلی قدرتمند و کارآفرینانه" است فلذا در حیطه مقوله "شرایط ساختاری شهرکارآفرین" قرار می‌گیرند. همینطور زیرمتغیرهای "احساس و درک فرصت‌ها و تهدیدها"، "استفاده از فرصت‌ها" و "قابلیت یادگیری سازمانی" به ترتیب متناسب با "شبکه‌سازی و حکمرانی شبکه‌ای"، "وجود سازوکار حمایت از کارآفرینان" و "وجود برنامه‌های آموزش مهارت‌های کارآفرینانه" می‌باشند؛ بنابراین در حیطه مقوله "تعامل اجتماعی کارگزاران و ساختار" قرار گرفته‌اند.

در نهایت، آنچه در مدل مفهومی تحقیق (شکل ۲) مشخص است، "شرایط ساختاری شهرکارآفرین" با کمک "تعامل اجتماعی کارگزاران و ساختار" منجر به پیامدهای شهرکارآفرین (شامل: اشتغال زایی، خلق ثروت دائمی، افزایش رفاه، شادابی و پویایی اجتماعی، کاهش فقر، خلق و توسعه فناوری، توسعه بازار محصولات و کاهش میزان جرم و جنایت) می‌گردد که پیامد نهایی آن "توسعه پایدار شهری" خواهد بود، لذا این پیامدها (بطور خاص توسعه پایدار) دلیل اصلی توجه به مقوله شهرکارآفرین می‌باشد که مدیریت شهری و حکومت‌های محلی را به سمت تحقق آن تشویق می‌کند.

در پایان پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آینده، رابطه عوامل و مؤلفه‌های ترسیم شده در مدل مفهومی تحقیق (شکل ۲) با استفاده از ابزارهای پرسشنامه و مصاحبه مورد سنجش قرار گرفته و جزئیات دقیق‌تری از روابط همبستگی متغیرها و زیرمتغیرهای کارآفرینی شرکتی با یکدیگر و مقوله‌های شهرکارآفرین اندازه‌گیری شود و با استفاده از تحقیقات کمی، میزان تأثیر دقیق آنها بر توسعه پایدار کلان‌شهرها مشخص گردد.

منابع:

12. Cairney, P. (2012). Complexity Theory in Political Science and Public Policy. *Political Studies Review*, 10(3), 346–358.
13. Covin, J. G., & Lumpkin, G. T. (2011). Entrepreneurial orientation theory and research: Reflections on a needed construct. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35(5), 855–872.
14. Di Vaio, A., Palladino, R., Hassan, R., & Escobar, O. (2020). Artificial intelligence and business models in the sustainable development goals perspective: A systematic literature review. *Journal of Business Research*, 121, 283–314.
15. Durusu-Ciftci, D., Ispir, M. S., & Yetkiner, H. (2017). Financial development and economic growth: Some theory and more evidence. *Journal of Policy Modeling*, 39(2), 290–306.
16. Faggio, G., & Silva, O. (2014). Self-employment and entrepreneurship in urban and rural labour markets. *Journal of Urban Economics*, 84, 67–85.
17. Frenken, K. (2017). A Complexity-Theoretic Perspective on Innovation Policy. *Complexity, Government & Networks, Special Issue: Complexity, Innovation and Policy*, 35–47.
18. Funcke, D. B., & Kuiper, N. (2011). *Dynamic Capabilities & Opportunity Recognition in a Corporate Entrepreneurial Setting*. Amsterdam: University of Amsterdam.
19. George, B. A., & Marino, L. (2011). The epistemology of entrepreneurial orientation: Conceptual formation, modeling, and operationalization. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35(5), 989–1024.
20. Glaeser, E. L. (2007). Entrepreneurship and the City. *National Bureau of Economic Research Working Paper Series, No. 13551*, 1–47.
21. Glaeser, E. L., Rosenthal, S. S., & Strange, W. C. (2010). Urban economics and entrepreneurship. *Journal of Urban Economics*, 67(1), 1–14.
22. Guzmán, P. C., Roders, A. R. P., & Colenbrander, B. J. F. (2017). Measuring links between cultural heritage management and sustainable urban development: An overview of global monitoring tools. *Cities*, 60A, 192–201.
۱. امانی، معصومه، عزیزپور، فرهاد، طهماسبی، اصغر، افراخته، حسن، و دارابی، حسن. (۱۳۹۹). تحلیلی بر سیاست‌های توسعه روستایی در برنامه پنج‌ساله ششم توسعه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی ایران. فصلنامه پژوهش‌های روستائی، ۱۱(۱)، ۲۲–۳۵.
۲. بازرگان، عباس، سرمد، زهره، و حجازی، الهه. (۱۳۹۵). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری (چاپ بیست و نهم). تهران: نشر آگه.
۳. دفتر توسعه کارآفرینی. (۱۳۹۰). نقشه توسعه کارآفرینی کشور ایران. تهران: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی جمهوری اسلامی ایران.
۴. زرین‌جویی، محمد، نعمتی، محمدعلی، و رشادت‌جو، حمیده. (۱۳۹۹). نقش دانشگاه و صنعت در اکوسیستم نوآوری در راستای تحقق نوآوری پایداری در کشور. دوفصلنامه نوآوری و ارزش‌آفرینی، ۹(۱۷)، ۱۹۹–۲۱۰.
۵. شهبازی، کیومرث، حسن‌زاده، اکبر، و جعفرزاده، بهروز. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر کارآفرینی و نوآوری بر رشد اقتصادی (رهیافت داده‌های تابلویی). دوفصلنامه نوآوری و ارزش‌آفرینی، ۲(۵)، ۴۳–۵۴.
۶. مهاجرانی، مهدی، کریمی، فریبا، و نادى، محمدعلی. (۱۳۹۹). شناسایی و بررسی عوامل سازمانی برای پیاده‌سازی نوآوری باز در دانشگاه‌های ایران. دوفصلنامه نوآوری و ارزش‌آفرینی، ۹(۱۷)، ۱۴۹–۱۶۲.
۷. ترابی، حسین، خیراندیش، مسعود، محمدی‌خیا، محسن. (۱۳۹۹). تأثیر اکوسیستم کارآفرینی بر فعالیت کارآفرینانه؛ تحلیلی بر مبنای داده‌های GEM. دوفصلنامه نوآوری و ارزش‌آفرینی، ۱۷(۹)، ۱۶۳–۱۸۲.
8. Aeeni, Z., & Saedikiya, M. (2019). Complexity Theory in the Advancement of Entrepreneurship Ecosystem Research: Future Research Directions. *Eurasian Business Perspectives*, 10(1), 19–37.
9. Ambrosini, V., Bowman, C., & Collier, N. (2009). Dynamic capabilities: An exploration of how firms renew their resource base Abstract. *British Journal of Management*, 20(s1), 9–24.
10. Angotti, T. (2018). *Metropolis 2000: Planning, Poverty and Politics*. New York: Routledge.
11. Boulton, J. (2010). Complexity theory and implications for policy development. *Emergence, Complexity and Organisation*, 12(2), 31–40.



Production, 163, S19–S27.

34. Perrone, C. (2019). 'Downtown Is for People': The street-level approach in Jane Jacobs' legacy and its resonance in the planning debate within the complexity theory of cities. *Cities, 91*(August 2019), 10–16.

35. Purnama, C. (2013). Influence analysis of organizational culture organizational commitment job and satisfaction organizational citizenship behavior (OCB) toward improved organizational performance. *International Journal of Business, Humanities and Technology, 3*(5), 86–100.

36. Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Badarulzaman, N., & Ramayah, T. (2015). Investigating a framework to facilitate the implementation of city development strategy using balanced scorecard. *Habitat International, 46*, 156–165.

37. Reynolds, P., Storey, D. J., & Westhead, P. (1994). Cross-national Comparisons of the Variation in New Firm Formation Rates. *Regional Studies, 28*(4), 443–456.

38. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review, 25*(1), 217–226.

39. Soyinka, O., Siu, K. W. M., Lawanson, T., & Adeniji, O. (2016). Assessing smart infrastructure for sustainable urban development in the Lagos metropolis. *Journal of Urban Management, 5*(2), 52–64.

40. Spigel, B., & Harrison, R. (2018). Toward a process theory of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal, 12*(1), 151–168.

41. Sriram, V., Mersha, T., & Herron, L. (2007). Drivers of urban entrepreneurship: an integrative model. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 13*(4), 235–251.

42. Sternberg, R., Acs, Z., & Bosma, N. (2008). The entrepreneurial advantage of world cities: evidence from global entrepreneurship monitor data. *Jena Economic Research Papers, 2008*(63), 3–28.

43. Sternberg, R., & Bosma, N. (2014). Entrepreneurship as an Urban Event? Empirical Evidence from European Cities. *Regional Studies, 48*(6), 1016–1033.

44. Stringer, S. M. (2012). *Start-up City: Growing New York City's Entrepreneurial*

23. Hall, T., & Hubbard, P. (1996). The entrepreneurial city: New urban politics, new urban geographies? *Progress in Human Geography, 20*(2), 153–174.

24. Jessop, B., & Sum, N. L. (2000). An entrepreneurial city in action: Hong Kong's emerging strategies in and for (inter)urban competition. *Urban Studies, 37*(12), 2287–2313.

25. Klein Woolthuis, R., Lankhuizen, M., & Gilsing, V. (2005). A system failure framework for innovation policy design. *Technovation, 25*(6), 609–619.

26. Kvilvang, N., Bjurström, E., & Almqvist, R. (2020). Making sense of complexity in governance: the case of local public management in the City of Stockholm. *Policy Studies, 41*(6), 623–640.

27. Marsiglio, S. (2011). On the relationship between population change and sustainable development. *Research in Economics, 65*(4), 353–364.

28. Medeiros, E., & Van Der Zwet, A. (2020). Evaluating Integrated Sustainable Urban Development Strategies: a methodological framework applied in Portugal. *European Planning Studies, 28*(3), 563–582.

29. Moss, M. L., Kaufman, S. M., & Townsend, A. M. (2006). The relationship of sustainability to telecommunications. *Technology in Society, 28*(1–2), 235–244.

30. Nakamura, H. (2020). Evaluating the value of an entrepreneurial city with a spatial hedonic approach: A case study of London. *Socio-Economic Planning Sciences, 71*, 100820.

31. Neumark, D., Zhang, J., & Ciccarella, S. (2008). The effects of Wal-Mart on local labor markets. *Journal of Urban Economics, 63*(2), 405–430.

32. Nwazor, J. C. (2012). Capacity Building , Entrepreneurship and Sustainable Development. *Journal of Emerging Trends in Educational Research and Policy Studies, 3*(1), 51–54.

33. Pandit, A., Minné, E. A., Li, F., Brown, H., Jeong, H., James, J.-A. C., Newell, J. P., Weissburg, M., Chang, M. E., Xu, M., Yang, P., Wang, R., Thomas, V. M., Yu, X., Lu, Z., & Crittenden, J. C. (2017). Infrastructure ecology: an evolving paradigm for sustainable urban development. *Journal of Cleaner*



46. Wonglimpiyarat, J. (2013). Innovation financing policies for entrepreneurial development - Cases of Singapore and Taiwan as newly industrializing economies in Asia. *The Journal of High Technology Management Research*, 24(2), 109–117.

Ecosystem for All.

45. While, A., Jonas, A. E. G., & Gibbs, D. (2004). The environment and the entrepreneurial city: searching for the urban “sustainability;fix” in Manchester and Leeds. *International Journal of Urban and Regional Research*, 28(3), 549–569.



ارائه مدلی برای ورود موفق به بازار محصولات مواد غذایی کشورهای

منطقه (مطالعه موردی کشور عراق)

*محمد طالاری *محمد رضا فلاح ***پرینسا اسماعیلی

* استادیار، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران md.talari@gmail.com

* استادیار، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران mfallah@hmu.ac.ir

*** دانش آموخته، دانشکده مدیریت، دانشگاه حضرت معصومه، قم، ایران parisa.esmaeili70@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۱۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۱۹

صص: ۱۵۱-۱۶۸

چکیده

سیاست‌های اقتصاد مقاومتی تمرکز ویژه‌ای بر بازار کشورهای منطقه داشته و از آن به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای افزایش تاب‌آوری و چابک‌سازی اقتصادی نام‌برده می‌شود. در این بین بازار رو به رشد محصولات مواد غذایی در کشورهای منطقه می‌تواند یکی از کانون‌های اصلی اجرایی نمودن سیاست‌های اقتصاد مقاومتی باشد. از این رو هدف این پژوهش ارائه مدلی برای ورود موفق به بازار محصولات مواد غذایی عراق است. رویکرد تحقیق حاضر، کمی و از لحاظ هدف کاربردی و از نظر شیوه جمع‌آوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش را خریداران فروشگاه‌ها و سوپرمارکت‌های کشور عراق در شهرهای نجف، کربلا، بغداد، بصره، ناصریه، حله و کهل تشکیل می‌دهند که با روش نمونه‌گیری در دسترس و مطابق جدول مورگان، ۳۸۴ نفر انتخاب شده‌اند. ابزار گردآوری داده‌ها نیز پرسشنامه محقق ساخته است که روایی آن توسط خبرگان و پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ با مقدار ۰/۸۶۳، تأیید شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد برای ورود موفق به بازارهای عراق می‌بایست از ابزارهایی مانند «هم‌افزایی بازار» که دربرگیرنده «عوامل بازاریابی، تسهیلگر و روان‌شناختی» است استفاده نمود. در این بین تأکید بر «فرهنگ‌سازی درونی» که از «عوامل مذهبی و ارزش‌ها و ترجیحات» تشکیل شده نیز نقش مهمی بر قصد خرید مصرف‌کنندگان عراقی داشته و می‌تواند زمینه ورود به بازار این نوع محصولات را تسهیل نماید.

واژه‌های کلیدی: هم‌افزایی بازار، فرهنگ‌سازی درونی، محصولات مواد غذایی، مدل‌سازی معادلات ساختاری.

نوع مقاله: پژوهشی

۱-مقدمه

جهانی‌شدن بازار صورت می‌گیرد (چانگ و هیچمان^۱، ۲۰۱۸). جهانی‌شدن در چند دهه گذشته به سرعت در حال افزایش است که بنا به دلایلی از جمله گشایش بازارهای جهانی در هند، چین، اروپای شرقی و آمریکای لاتین، سرمایه‌گذاری و تولید جهانی، افزایش سفرهای جهانی، پیشرفت در فن‌آوری‌های مخابراتی و رشد رسانه‌های جهانی

امروزه یکی از ابزارهای مهم کسب و حفظ مزیت رقابتی در دنیایی که با تغییرات گسترده‌ای روبه‌رو است، توجه به بازارهای خارجی و به خصوص بازارهای منطقه‌ای بوده که این پدیده با سیاست‌های اقتصاد مقاومتی نیز بسیار هماهنگ و سازگار است. تغییرات سریع در رژیم غذایی و شیوه زندگی با صنعتی شدن، شهرنشینی، توسعه اقتصادی و

1. Chang & Hickman



ادراک محصولات غذایی توسط آن‌ها، برای اطمینان از موفقیت اهمیت دارد (سوها و همکاران^۷، ۲۰۱۸). درک تأثیر هویت فرهنگی بر اولویت و انتخاب مصرف‌کننده یکی از مهم‌ترین عوامل تقسیم‌بندی بازارهای بین‌المللی است (کیپنیس و همکاران^۸، ۲۰۱۹). هنجارها و باورهای فرهنگی نیروهای قدرتمندی هستند که درک و رفتار افراد را شکل می‌دهند. عدم توجه به تفاوت‌های فرهنگی، علت بسیاری از شکست‌های تجاری است (ماچیس و اورس^۹، ۲۰۱۹). فرهنگ یکی از مهم‌ترین عواملی تأثیرگذار بر انتخاب مواد غذایی توسط مصرف‌کننده است (تویت و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۹). انسان‌ها در فرهنگ‌های مختلف ترجیحات طعمی متفاوتی دارند که اولویت‌های آن‌ها را تعیین می‌کند. این شواهد، مکانیسم‌های رایج و الگوهای رفتاری انسان در میان گروه‌های فرهنگی را نشان می‌دهد. در میان شباهت‌ها در آنچه انسان‌ها می‌خورند، تنوع فرهنگی قابل توجه است (دیجیسوس و همکاران^{۱۱}، ۲۰۱۹). از این رو یکی از مسائل اساسی شرکت‌های غذایی که قصد ورود به بازارهای خارجی را دارند پی بردن به این ترجیحات و اولویت‌های انتخابی از نقطه نظر مصرف‌کنندگان کشور مقصد می‌باشد.

در این راستا توسعه سریع بازار مواد غذایی، علاقه بازاریابان و دانشگاهیان را برای درک عوامل مؤثر بر انتخاب محصولات غذایی را افزایش داده است (پراکاش^{۱۲}، ۲۰۱۸). در این میان به نظر می‌رسد بازارهای خارجی با توجه به موقعیت فوق‌العاده‌ای که از جهات مختلف برای تولیدکنندگان دارد، می‌بایست بیش‌ازپیش موردبررسی قرار گیرند تا بتوان تدابیری را جهت موفقیت در این بازارها اتخاذ نمود. بازار عراق، یک بازار فوق‌العاده و در دسترس برای محصولات ایرانی با ارزش واردات بیش از ۶۳ میلیارد دلار در سال است. از این میزان حدود ۸ میلیارد دلار آن را مواد غذایی و محصولات کشاورزی تشکیل می‌دهد که می‌تواند بازار بسیار مناسبی برای محصولات ایرانی باشد. با این حال، از آنجایی که این بازار از چشم سایر کشورها، چون عربستان و ترکیه نیز

و پیچیدگی رفتار مصرف‌کننده اتفاق می‌افتد (استینکامپ^۲، ۲۰۱۹).

شناخت رفتار مصرف‌کنندگان شامل افکار و احساسات آن‌ها و فعالیت‌هایی که در خلال مصرف محصول انجام می‌دهند از اهمیت بسزایی برخوردار است. در واقع بازاریاب‌ها باید تحقیق، تحلیل و درک، رفتار مصرف‌کنندگان را جدی بگیرند و همه عوامل محیطی که افکار، احساسات و اعمال مصرف‌کنندگان را تحت تأثیر قرار می‌دهد به منظور توسعه استراتژی‌های بازاریابی مؤثر مدنظر قرار دهند (ماسون^۳، ۲۰۱۹). مصرف‌کنندگان در بسیاری از جنبه‌ها با یکدیگر تفاوت دارند. این عدم تجانس بین مصرف‌کنندگان چندین دهه است که دانشمندان، بازاریابان و سیاست‌گذاران را به چالش می‌کشد. متعاقباً، درک تنوع اولویت‌های موجود در بین مصرف‌کنندگان در بازار یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها در تحقیقات رفتار مصرف‌کننده است (اونویزین و همکاران^۴، ۲۰۱۹). انتخاب مصرف‌کننده، به‌ویژه در محصولات غذایی، نه تنها وابسته به ویژگی‌های محصول بلکه خصوصیات اجتماعی، شخصی و انگیزه‌های مصرف‌کنندگان است (آلیمو و اولسین^۵، ۲۰۱۸). نحوه انتخاب محصولات غذایی توسط مصرف‌کننده پدیده‌ای پیچیده است که این پیچیدگی ریشه در عوامل شناختی و رفتاری مصرف‌کننده دارد. در بازارهای بین‌المللی به علت تفاوت‌های شناختی و رفتاری بیشتر مصرف‌کنندگان کشور مقصد و بعضاً عدم درک درست این تفاوت‌ها با مصرف‌کنندگان کشور مبدأ شرایط را مبهم و پیچیده‌تر می‌کند (اونویزین و همکاران، ۲۰۱۹).

با توجه به اشباع بازار مواد غذایی شاهد رقابت فزاینده میان تولیدکنندگان مواد غذایی هستیم. از این رو ضرورت توسعه مداوم محصولات جدید اجتناب‌ناپذیر است. در این شرایط تولیدکنندگان برای حضور در بازارهای رقابتی باید بدانند، کدام ویژگی‌های محصول به موفقیت آن در هر بازاری کمک می‌کنند (سیمانک^۶، ۲۰۱۸). شناسایی شباهت‌ها و تفاوت‌های الگوی مصرف در فرهنگ‌های مختلف و نحوه

7. Cunha et al
8 Kipnis et al
9. Machiels & Orth
10. Toet et al
11. DeJesus et al
12. Prakash

2. Steenkamp
3. Mason
4. Onwezen et al
5. Alemu & Olsen
6. Symmank



غذایی، از جمله اینکه چرا مصرف کنندگان محصولات غذایی خاصی را انتخاب می‌کنند، انجام شده است. پژوهش‌های پیشین بر روی رفتار خرید مصرف‌کننده نشان می‌دهد که عوامل زیادی بر تصمیمات خرید تأثیرگذار است (اونویزین و همکاران، ۲۰۱۹). هزینه، نقش مهمی در انتخاب مواد غذایی ایفا می‌کند. اگر قیمت غذا بالا باشد، ممکن است مانعی بر سر راه مشتری برای انتخاب غذای سالم باشد (هوسوی و همکاران^{۱۵}، ۲۰۱۸). پژوهش وویودین^{۱۶} (۲۰۱۲) نشان می‌دهد قیمت، عاملی است که بیشترین تأثیر را بر انتخاب مواد غذایی توسط مصرف‌کنندگان دارد. عموم مردم هنگام خرید ترجیح می‌دهند به جای محصولات مکمل، اولویت‌های غذایی خود را بخرند. برای خانواده‌های کم‌درآمد، قیمت نقش پررنگ‌تری را نسبت به مزه و کیفیت دارد به طوری که دغدغه اصلی آن‌ها این است که آیا غذا خریداری شود یا نه؟ (وویودین، ۲۰۱۲). هیچمان و چانگ (۲۰۱۷) نیز در مطالعه‌ای که بر روی افراد سالمند انجام داده‌اند، دریافتند که عامل اقتصادی، عامل تعیین‌کننده‌ای در انتخاب غذا، به‌خصوص برای خانواده‌های کم‌درآمد است.

نظریه‌های رفتاری کلاسیک، منحصراً بر ترجیحات و تجربیات فردی به‌عنوان اساس رفتار مصرف‌کننده متمرکز هستند. ترجیحات و ارزش‌های فرد، نقش تعیین‌کننده‌ای در انتخاب غذا و رفتار مصرف‌ایفا می‌کنند (فورست و همکاران^{۱۷}، ۱۹۹۶؛ مانتاو و همکاران^{۱۸}، ۲۰۱۸). طبق تحقیقاتی که توسط لیلیکو و همکارانش^{۱۹} (۲۰۱۵)، انجام شد: اطلاعات غذایی در ارتباط با سلامتی، تأثیر زیادی بر ترجیحات افراد ندارد. از این رو می‌توان گفت اولویت‌های دیگری به‌جز سلامتی انتخاب مصرف‌کننده را تحت تأثیر قرار می‌دهد. بر این اساس تعارض بالقوه‌ای بین اولویت‌های عاطفی و سلامتی در انتخاب محصولات غذایی وجود دارد (لیلیکو و همکاران، ۲۰۱۵).

تصمیمات غذایی که افراد می‌گیرند ممکن است ناشی از تجربیات و دانش آن‌ها باشد. مردم اصول و قواعد تغذیه

پنهان نمانده است، حفظ و توسعه این بازار بسیار مهم است؛ اما ورود به این بازار بدون شناخت کافی از رفتار مصرف‌کننده عراقی و درک ترجیحات و اولویت‌های آنان تاب‌آوری و پایداری شرکت‌های غذایی ایرانی را به‌شدت تهدید می‌کند؛ بنابراین، مطالعه حاضر تلاش می‌کند تا با شناسایی پیشران‌ها و چالش‌های بازار عراق، مدلی جهت ورود موفق به بازار محصولات مواد غذایی عراق ارائه دهد.

۲- مبانی و نظری و پیشینه

در دنیای پر تحول و شدیداً رقابتی امروز، کسب‌وکارها راهی جز کسب مزیت رقابتی برای بقا ندارند (مومنی & حقیقی کفاش، ۲۰۱۶) و در این بین قصد خرید یکی از ابزارهای مهم کسب مزیت رقابتی محسوب می‌شود. قصد و نیت عاملی مهم در ساختار نگرشی مصرف‌کننده است و می‌تواند رفتار واقعی را پیش‌بینی نماید (لین و لیاو^{۱۳}، ۲۰۱۲). مصرف‌کنندگان هرروزه تصمیمات خرید بی‌شماری می‌گیرند و تصمیم خرید، نقطه اصلی و مرکزی تلاش‌های بازاریابی به‌شمار می‌رود. در این بین، تعریف مشتری بر اساس نگرش‌های جدیدی که وجود دارد بسیار مهم است. امروزه مشتری را به‌عنوان فردی که از خدمات و تولیدات سازمان‌ها و شرکت‌ها منتفع می‌شوند تعریف می‌نمایند. در واقع مشتری، فرد یا فرایندهایی هستند که محصول نتایج یک عملکرد را مصرف می‌کنند یا به آن‌ها نیاز دارند و از آن بهره می‌برند (محمدی و همکاران، ۱۳۹۶).

در راستای پاسخ به این سؤال‌های اساسی که مصرف‌کننده چه می‌خرد، از کجا، چگونه و چه مقدار، چه زمانی و چرا می‌خرد، مطالعات بسیاری بر روی تصمیم‌های خرید انجام شده است (کاتلر و کیلیپر^{۱۴}، ۲۰۱۱). هر فردی هرروز چندین بار غذا و نوشیدنی می‌خورد و هر یک از این موارد نیازمند تصمیمات متعددی مانند خوردن یا نخوردن، کجا و چه زمانی خوردن است، حتی در مورد کیفیت و کمیت باید تصمیم‌گیری شود؛ بنابراین مشتریان زمانی که انتخاب‌های غذایی و تصمیم‌گیری خرید را انجام می‌دهند، دامنه‌ای از عوامل را ارزیابی می‌کنند (آلیمو و اولسین، ۲۰۱۸). تحقیقات گسترده‌ای در مورد درک گزینه‌های مصرف مواد

15. Howse et al

16. Voevodin

17. Furst et al

18. Mantau et al

19. Lillo et al

13. Lin & Liao

14. Kotler & Keller



است (اونویزین و همکاران، ۲۰۱۹). مطالعات متعدد بازاریابی نشان می‌دهد که ارزیابی‌های مصرف‌کننده به میزان قابل توجهی تحت تأثیر دانش وی از منشأ تولید محصولات قرار دارند. اصالت منشأ، جز ویژگی‌های عینی است. این امر مشتریان را از مبدأ جغرافیایی محصول مطلع می‌کند و حدی از تضمین کیفیت را فراهم می‌سازد. مصرف‌کننده، به‌ویژه در اروپا، تعیین مبدأ را یکی از مهم‌ترین ویژگی‌ها می‌داند و حتی حاضر است مبلغی اضافه بابت آن پرداخت کند (پلاتانیا و همکاران^{۲۸}، ۲۰۱۶).

عدالت اجتماعی یکی دیگر از عوامل تأثیرگذار بر قصد خرید محصولات غذایی معرفی شده است که با دو مقوله تصحیح بی‌عدالتی و مراقبت از ضعیف تعریف می‌شود (اونویزین و همکاران، ۲۰۱۹؛ وراین و همکاران^{۲۹}، ۲۰۱۶؛ ویرمیر و ویربیک^{۳۰}، ۲۰۰۶). در تحقیقاتی که وراین و همکارانش (۲۰۱۶)، انجام دادند اظهار داشتند که تحقیقات گذشته تنها از شاخص‌های محدودی برای اندازه‌گیری عدالت اجتماعی استفاده کرده‌اند. آن‌ها شاخص‌هایی چون انسانی بودن فرآیند تولید، استفاده نکردن از بچه‌های کار و تولید بدون بهره‌برداری و استثمار و درنهایت منصفانه بودن تجارت را به‌منظور اندازه‌گیری عدالت اجتماعی معرفی می‌کنند. این محققین همچنین در تحقیقات خود بیان می‌کنند که عدالت اجتماعی در ارتباط با مصرف میوه‌ها و سبزیجات کمتر اهمیت دارد.

با توجه رخدادها و اخبار منفی مداومی که در مورد سلامت تولیدات غذایی و بیماری‌های مرتبط با مواد غذایی وجود دارد (وانگ و همکاران^{۳۱}، ۲۰۱۸)، امنیت غذایی به‌عنوان نگرانی عمده در میان مصرف‌کنندگان شناخته شده است (تساکیریدو و همکاران^{۳۲}، ۲۰۰۸). نگرانی در مورد امنیت غذایی در گسترده‌ترین حالت، نشان‌دهنده میزان نگرانی مردم در ارتباط با وجود باقیمانده‌های آفت‌کش‌ها، سم‌ها و موارد مشابه در مواد غذایی هستند (فام و همکاران^{۳۳}، ۲۰۱۸). اساساً، مصرف‌کنندگان مسائل امنیت غذایی را با

خوب را می‌دانند اما لزوماً یک رژیم غذایی سالم را دنبال نمی‌کنند (آبراهام و همکاران^{۲۰}، ۲۰۱۸). دانش مرتبط با غذا، از طریق برچسب‌ها و برنامه‌های آموزشی ارائه می‌شود (لورنز و لانگین^{۲۱}، ۲۰۱۷). دانش در مورد تغذیه و غذا، به معنی شناخت و آشنایی با غذا نیست. دانش در این زمینه، شامل آگاهی از نقش مواد مغذی و مدیریت مصرف آن‌ها برای پیش‌گیری از بیماری‌های مرتبط با مواد غذایی مانند سرطان، بیماری‌های قلبی و حتی چاقی است (داویدسون و همکاران^{۲۲}، ۲۰۱۸). با ارائه اطلاعات بیشتر در مورد مواد غذایی، مصرف‌کنندگان می‌توانند رفتار خود را با توجه به تفسیرشان از ارزش آن اطلاعات تطبیق دهند، یعنی اگر از نظر مصرف‌کننده اطلاعات ارائه شده ارزشمند باشند می‌توانند سبب انتخاب گزینه‌های غذایی سالم توسط او شوند (چوی و ژاو^{۲۳}، ۲۰۱۴).

لورنز^{۲۴} (۲۰۱۸) در تحقیقات خود بیان می‌کند که نگرانی زیست‌محیطی، عامل محرک رفتار خرید مواد غذایی ارگانیک است. نگرانی زیست‌محیطی بیانگر «میزانی است که مردم از مشکلات مربوط به محیط زیست آگاهی دارند و تمایل به مشارکت و حل این مشکلات دارند» (تی ان نگوین و همکاران^{۲۵}، ۲۰۱۶). به‌طور گسترده تأیید شده است که تولید و مصرف محصولات غذایی، به‌ویژه گوشت، مانند گوشت گاو و خوک، سبب آلودگی هوا، کمبود آب، خشکی زمین و تولید زباله‌های خانگی و درنهایت منجر به تخریب محیط زیست می‌شود (الفیرینک و همکاران^{۲۶}، ۲۰۰۸). مطالعات تجربی نشان می‌دهند که نگرانی زیست‌محیطی تأثیر مثبتی بر نگرش نسبت به خرید مواد غذایی ارگانیک در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه دارد (یاداو و پاساک^{۲۷}، ۲۰۱۶).

ارزش‌های سیاسی منعکس‌کننده اهمیت پذیرش سیاسی کشور تولیدکننده محصول و نگرانی‌های مرتبط با حقوق بشر

-
20. Abraham et al
21. Lorenz & Langen
22. Davidson et al
23. Choi & Zhao
24. Lorenz
25. T. N. Nguyen et al
26. Elferink et al
27. Yadav & Pathak,

-
28. Platania et al
29. Verain et al
30. Vermeir & Verbeke
31. Wang et al
32. Tsakiridou et al
33. Pham et al



عوامل محیط فیزیکی که بر مصرف و انتخاب مواد غذایی تأثیرگذار است و در مقالات مختلف مورد بررسی قرار گرفته‌اند، شامل: دسترسی (آنزمن-فراسکا و همکاران^{۴۲}، ۲۰۱۵) و محدودیت‌های زمانی (لورنز و لانگین، ۲۰۱۷)، برای انتخاب و مصرف غذا هستند. حالات روحی نقش مهمی را نه تنها در مقدار غذای مصرفی بلکه انتخاب غذا ایفا می‌کند (دی یونگ و همکاران^{۴۳}، ۲۰۱۷). کوستر^{۴۴} (۲۰۱۵) اظهار داشت: «تأثیر حالات روحی بر انتخاب غذا و رفتار خوردن به‌طور گسترده‌ای مورد مطالعه قرار گرفته است و منجر به شناخت، نقش غذا در کاهش احساسات منفی و ناخوشایند شده است». استرس نیز بر انتخاب غذا به شیوه‌های مختلف، بسته به نوع استرس تجربه‌شده، تأثیر می‌گذارد. تأثیر آن به فرد و شرایطی که باعث استرس می‌شود بستگی دارد (سینها^{۴۵}، ۲۰۱۷). استرس و احساسات، رفتار خوردن را به چند روش تغییر می‌دهند، درحالی‌که تجربه عواطف منفی و یا مثبت به‌طور معمول منجر به افزایش مصرف مواد غذایی می‌شود، استرس ممکن است منجر به مصرف بیش‌ازحد و یا کمتر از حد عادی غذا شود (ریچینبرگر و همکاران^{۴۶}، ۲۰۱۸).

نقش بسته‌بندی در فرآیند خرید بسیار مهم است (گارسیا-ماداریگا و همکاران^{۴۷}، ۲۰۱۹). اغلب مطالعات بیان می‌کنند که بسته‌بندی بسیار مهم است زیرا منبع اصلی برای دسترسی مصرف‌کننده به اطلاعات است که درک خاصی از محصول، کیفیت آن و حتی برند را بر اساس ارزیابی طراحی بسته‌بندی در مصرف‌کننده ایجاد می‌کند (گیل-پیریز و همکاران^{۴۸}، ۲۰۱۷). طعم و مزه تأثیر بسزایی بر انتخاب غذایی مصرف‌کننده دارد (دیجیسوس و همکاران، ۲۰۱۹؛ فام و همکاران، ۲۰۱۸). پادل و فوستر^{۴۹} (۲۰۰۵) معتقدند مصرف‌کنندگان بر این باورند که سبزیجات و میوه‌های ارگانیک و غذاهای سنتی بهتر هستند. چراکه به‌طور طبیعی

میزان استفاده از آفت‌کش‌ها، کودها، آنتی‌بیوتیک‌ها، افزودنی‌های مصنوعی و نگه‌دارنده در فرآیند تولید غذا مرتبط می‌دانند (تی ان نگویین و همکاران، ۲۰۱۶) و به‌شدت به دنبال غذاهایی هستند که عاری از این مواد باشند (وان لوو و همکاران^{۳۴}، ۲۰۱۰؛ میکایلیدو و حسن^{۳۵}، ۲۰۰۸).

مصرف‌کنندگان به‌طور فزاینده‌ای نگران سلامت غذا هستند (دوبی و همکاران^{۳۶}، ۲۰۱۴). آگاهی بهداشتی قوی‌ترین انگیزه برای خرید و مصرف غذای ارگانیک در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه است (تی ان نگویین و همکاران، ۲۰۱۶). مطالعات متعدد نشان می‌دهد که نگرش مصرف‌کنندگان نسبت به مواد غذایی ارگانیک با سطح آگاهی و دانش آن‌ها از ایمنی غذا تعدیل می‌شود (اچ جی لی و هوانگ^{۳۷}، ۲۰۱۶). کیفیت درک شده غذا، عاملی مهم دیگری است که می‌تواند بر تصمیمات خرید مصرف‌کننده تأثیر بگذارد (آپرلی و کاپوتو^{۳۸}، ۲۰۱۵). کیفیت ادراک‌شده به‌طور کلی به‌عنوان انگیزه پایدار مصرف‌کنندگان برای خرید محصولات غذایی یاد می‌شود (ون دورن و ویرهوف^{۳۹}، ۲۰۱۱).

اونوزین^{۴۰} (۲۰۱۸) در تحقیقات خود اظهار داشت انتخاب غذا تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل پیچیده است که در سطح فردی، خانوادگی و اجتماعی اتفاق می‌افتد. شرایط فرهنگی و اجتماعی بر انتخاب‌های غذایی مردم تأثیر می‌گذارد. همچنین تفاوت آشکاری در تغذیه طبقات اجتماعی مختلف وجود دارد (اونوزین و همکاران، ۲۰۱۹). محیط اجتماعی تأثیر قابل توجهی بر رفتار مصرف‌کننده دارد. هر فرد کسی را دارد که تصمیمات خرید او را تحت تأثیر قرار می‌دهد. عوامل اجتماعی مهم عبارت‌اند از خانواده، گروه‌های مرجع، هنجارهای مصرف، مدارس و دانشگاه‌ها (پیریو^{۴۱}، ۲۰۱۴).

42. Anzman-Frasca et al
43. De Young et al
44. Koster
45. Sinha
46. Reichenberger et al
47. Garcia-Madariaga et al
48. Gil-Pérez et al
49. Foster & Padel

34. Van Loo et al
35. Michaelidou & Hassan
36. Dubé et al
37. H.-J. Lee & Hwang
38. Aprile & Caputo
39. van Doorn & Verhoef
40. Onwezen
41. Perreau

خرید را از جمله عوامل تأثیرگذار بر قصد خرید محصولات غذایی می‌داند.

شیرخدایی و نوری پور (۱۳۹۲)، در مقاله خود تحت عنوان، مواد غذایی حلال: بررسی عوامل مؤثر بر قصد خرید مصرف‌کنندگان در اروپا، به بررسی عوامل مؤثر بر قصد خرید محصولات حلال می‌پردازد. نتایج حاکی از آن است که ارزش ویژه برند و اعتماد به برند اثر مثبت و معنی‌داری بر قصد خرید محصولات حلال دارد اما نگرش به گواهی حلال اثر معنی‌داری بر قصد خرید محصولات مذکور ندارد. مسیاس و الدیسوکی^{۶۰} (۲۰۱۴)، در مقاله خود تحت عنوان، بینشی در مورد تأثیر بسته‌بندی و نحوه عرضه در نگرش‌های خرید مصرف‌کننده نسبت به پنیپر، به شناسایی ویژگی‌های ارائه و بسته‌بندی که بر تصمیم خرید مصرف‌کنندگان تأثیرگذار است، می‌پردازد. نتایج حاکی از آن است که قیمت، کیفیت محصول، بسته‌بندی، مبدأ تولید و برند، عوامل تعیین‌کننده در تصمیم خرید محصولات غذایی هستند. پانندی و همکارانش^{۶۱} (۲۰۱۸)، در مقاله خود تحت عنوان، عوامل مؤثر بر قصد خرید مواد غذایی ارگانیک مشتریان هندی، علاوه بر شناسایی عوامل مؤثر بر قصد خرید مواد غذایی ارگانیک، مدل رابطه‌ای را نیز پیشنهاد می‌کند. اعتماد، یک عامل کلیدی در این مطالعه معرفی شده است که تحت تأثیر سایر عوامل همچون اطلاعات روی بسته‌بندی، هنجارهای ذهنی نسبت به مواد غذایی ارگانیک و اطلاعات درک‌شده مشتری در ارتباط با محصولات ارگانیک، به‌طور مثبت بر قصد خرید محصولات ارگانیک تأثیر می‌گذارد و نگرش، عاملی است که مستقیماً قصد خرید مواد غذایی ارگانیک را تحت تأثیر قرار می‌دهد. با توجه به‌مرور ادبیات و پژوهش‌های انجام‌شده متغیرهای مؤثر بر قصد خرید محصولات غذایی شناسایی شد (جدول ۱).

تولید می‌شوند، حاوی مواد شیمیایی کمتری هستند و طعم واقعی دارند. طعم خوب مهم‌ترین معیار تصمیم‌گیری خرید مصرف‌کننده در انواع مختلف غذاها است (فام و همکاران، ۲۰۱۸). مارینا و همکارانش^{۵۰} (۲۰۱۴) در تحقیقات خود اظهار می‌کنند طعم و مزه یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های خرید و مصرف مواد غذایی در میان مصرف‌کنندگان جوان است (تومیک ماکسان و همکاران^{۵۱}، ۲۰۱۴).

عطر و بو نیز یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های حسی است که بر انتخاب غذا تأثیر می‌گذارد (تولیو و برینتریوتز^{۵۲}، ۲۰۱۳). مطالعه‌ای توسط کالویاین و همکاران^{۵۳} (۲۰۰۳) در مورد پذیرش یک بوی خاص ماست بین دو گروه از افراد مسن و جوان برای تمایز بین طعم‌ها و ترجیح دادن یک طعم خاص انجام شد. تحقیق نشان داد که هرچه مواد معطر در محصول بیشتر باشد، میزان مصرف افزایش پیدا می‌کند. درحالی‌که تفاوت‌هایی بین افراد مسن و جوان در حس چشایی و ارزیابی طعم وجود دارد، افراد مسن ترجیح می‌دهند غذاهای شیرین بخورند.

وازکویز^{۵۴} (۲۰۱۷) نیز معتقد است ظاهر غذا عاملی کلیدی است که بر ترجیح استفاده از آن غذا تأثیر می‌گذارد (فیرناندز-واژیز و همکاران^{۵۵}، ۲۰۱۸). در تحقیقات پیشین به‌وضوح مشخص شده است که ظاهر بصری غذا بر ادراک طعم و مزه غذا تأثیر می‌گذارد (کویاما و همکاران^{۵۶}، ۲۰۱۵). آرسیل^{۵۷} (۲۰۱۸) نیز، در تحقیقات خود اظهار داشت: دین، اغلب نحوه تهیه غذا را تعیین می‌کند و غذاهای مشخصی را ممنوع می‌کند. غذا و نوشیدنی یک گروه مذهبی خاص ممکن است با گروه‌های دیگر متفاوت باشد. انگیزه‌های دینی منعکس‌کننده مقبولیت یک غذا در دین یک فرد است (بواتیما و همکاران^{۵۸}، ۲۰۱۸). پلاتانیا^{۵۹} (۲۰۱۶)، نیز عوامل بازاریابی چون برند، تبلیغات، توصیه آشنایان و رضایت از

50. Marina et al
51. Tomic Maksan et al
52. Tuleu & Breitektutz
53. Kalviainen et al
54. Vázquez
55. Fernández- Vázquez et al
56. Koyama et al
57. Arsil
58. Boatema et al
59. Platania

60. Eldesouky & Mesias
61. Pandey et al



منبع	متغیر
فیرناندز-واژیز و همکاران، ۲۰۱۸؛ کویاما و همکاران، ۲۰۱۵؛ صبا و همکاران ^{۶۲} ، ۲۰۱۸؛ تولیو و بریتکریوتز، ۲۰۱۳	جنبه‌های حسی (طعم و مزه، بو، بافت، ظاهر)
گیل-پیریز و همکاران، ۲۰۱۷؛ فینکو ^{۶۳} ، ۲۰۱۹	بسته‌بندی
هووسی و همکاران، ۲۰۱۸؛ وویودین، ۲۰۱۲	قیمت
ووویودین، ۲۰۱۲؛ وانگر، ۲۰۱۸؛ چانگ و هیچمان، ۲۰۱۸	درآمد
فورست و همکاران، ۱۹۹۶؛ هافمن و همکاران ^{۶۴} ، ۲۰۱۱؛ لیلیکو و همکاران، ۲۰۱۵؛ لورنز و لانگین، ۲۰۱۷	ارزش‌ها و ترجیحات فردی
لورنز و لانگین، ۲۰۱۷؛ چوی و ژاو، ۲۰۱۴؛ پولکینین و همکاران ^{۶۵} ، ۲۰۱۶	دانش و شناخت (از طریق برجسب‌های غذایی و برنامه‌های آموزشی)
اچ وی نگووین و همکاران ^{۶۶} ، ۲۰۱۹؛ اونویزین و همکاران، ۲۰۱۹؛ تی ان نگووین و همکاران، ۲۰۱۶؛ دی پاسکوالی و همکاران ^{۶۷} ، ۲۰۱۶؛ گرونیرت و همکاران ^{۶۸} ، ۲۰۱۸؛ لیندیمان و وانانین ^{۶۹} ، ۲۰۰۰؛ استیبتوی و همکاران ^{۷۰} ، ۱۹۹۵؛ یاداو و پاساک، ۲۰۱۶؛ وراين و همکاران، ۲۰۱۶؛ ویرمیر و ویربیک، ۲۰۰۶	نگرانی‌های اخلاقی (نگرانی‌های زیست‌محیطی، نگرانی‌های رفاه حیوانات، ارزش‌های سیاسی، عدالت اجتماعی)
فام و همکاران، ۲۰۱۸؛ تی ان نگووین و همکاران، ۲۰۱۶؛ وان لوو و همکاران، ۲۰۱۰؛ میکایلیدو و حسن، ۲۰۰۸؛ تساکیریدو و همکاران، ۲۰۰۵	امنیت غذایی
فام و همکاران، ۲۰۱۸؛ تی ان نگووین و همکاران، ۲۰۱۶؛ اچ وی نگووین و همکاران، ۲۰۱۶	آگاهی‌های بهداشتی و سلامت
فام و همکاران، ۲۰۱۸؛ پادل و فوستر، ۲۰۰۵	طعم غذا
آپرلی و کاپوتو، ۲۰۱۵؛ ون دورن و	کیفیت ادراک‌شده

جدول ۱. متغیرهای مؤثر بر قصد خرید محصولات غذایی

منبع	متغیر
محیط اجتماعی (خانواده، الگوهای غذایی، هنجارهای مصرفی، مدارس و دانشگاه‌ها)	محیط اجتماعی (خانواده، الگوهای غذایی، هنجارهای مصرفی، مدارس و دانشگاه‌ها)
محیط فیزیکی (دسترسی و چیدمان فروشگاه، محدودیت زمانی)	محیط فیزیکی (دسترسی و چیدمان فروشگاه، محدودیت زمانی)
حالت روحی مصرف‌کننده	حالت روحی مصرف‌کننده
استرس	استرس
برند محصول	برند محصول
تبلیغات	تبلیغات
توصیه آشنایان	توصیه آشنایان
رضایت از خرید قبلی	رضایت از خرید قبلی
اثر مذهب بر انتخاب محصولات غذایی	اثر مذهب بر انتخاب محصولات غذایی

منبع: محقق ساخته

بررسی ادبیات و پیشینه تحقیق نشان‌دهنده آن است که عوامل متعددی بر قصد خرید مواد غذایی تأثیرگذارند. به‌طور کلی این عوامل را می‌توان به چند دسته عوامل فردی، میان فردی، اجتماعی، بهداشتی، اقتصادی، بازاریابی، بین‌المللی دسته‌بندی کرد؛ اما آنچه مشخص است این است که تأثیر این عوامل در بازارهای مختلف و محصولات مختلف غذایی یکسان نیست. از طرفی پژوهش‌ها کمتر به نقش این عوامل در ورود به بازارهای بین‌المللی و منطقه‌ای پرداخته‌اند. از این‌رو با توجه به ارزش‌افزوده‌ای که صنعت فراوری مواد غذایی برای کشور ایجاد می‌کند در این تحقیق سعی شده است با نگاه به بازارهای منطقه‌ای محصولات غذایی ایرانی مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر ورود موفق به

71. Köster & Mojet

72. W.-c. J. Lee et al

73. McGale et al

74. Baik et al

75. Santos et al

76. Nair Suja

77. Arsil et al

62. Saba et al

63. Fenko

64. Hoffman

65. Pulkkinen et al

66. H. V. Nguyen et al

67. Di Pasquale et al

68. Grunert et al

69. Lindeman & Väänänen

70. Steptoe et al

بازاریابی، ۱۴ سؤال در مورد عوامل تسهیلگر و ۵ سؤال در مورد عوامل روان‌شناختی تشکیل‌شده برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده‌شده است. روایی پرسشنامه توسط پنج خبره که شامل سه استاد دانشگاه و دو صاحب‌نظر صنایع غذایی بوده‌اند مورد تأیید قرار گرفته است. همچنین برای بررسی پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده‌شده که مقدار ضریب به‌دست‌آمده ۰/۸۴۱ است. درنهایت به‌منظور مدل‌سازی و بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر ورود موفق به بازار محصولات مواد غذایی عراق از مدل معادلات ساختاری و نرم‌افزار AMOS استفاده‌شده است.

۵- یافته‌های پژوهش

جهت تحلیل داده‌ها و بررسی تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته (قصد خرید) از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده می‌شود. مدل‌سازی معادلات ساختاری یک تکنیک تحلیل نیرومند از خانواده رگرسیون چند متغیری است و به محقق امکان می‌دهد مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را به‌طور هم‌زمان مورد آزمون قرار دهد. این تکنیک آماری جامع برای آزمون فرضیه‌ها درباره روابط بین متغیرهای مشاهده‌شده و مکنون مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این به‌بخش به بررسی برازش مدل، مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری می‌پردازیم.

• مدل اندازه‌گیری (وزن رگرسیونی) در حالت استاندارد در مدل اندازه‌گیری وزن رگرسیونی (بار عاملی) قدرت رابطه بین متغیر پنهان و متغیر قابل مشاهده را نشان می‌دهد. در حالت استاندارد اگر وزن رگرسیونی (بار عاملی) کمتر از ۰/۲ باشد رابطه ضعیف و از آن صرف‌نظر می‌شود. وزن رگرسیونی (بار عاملی) بین ۰/۲ تا ۰/۶ قابل قبول و اگر بزرگ‌تر از ۰/۶ باشد خیلی مطلوب است (کلین^{۷۸}، ۱۹۹۸) اما معیار اصلی برای قضاوت آماره t می‌باشد، اگر این مقدار بزرگ‌تر از ۱/۹۶ باشد نشان دهنده معنی‌دار بودن بارهای عاملی است (نریمان و واعظی، ۱۳۹۸). مدل اندازه‌گیری یافته‌های تحقیق در حالت استاندارد در ادامه نمایش داده شده است (شکل ۲).

بازار عراق شناسایی و از نقطه‌نظر مصرف‌کنندگان عراقی مورد آزمون قرار گیرند.

۳- مدل مفهومی تحقیق

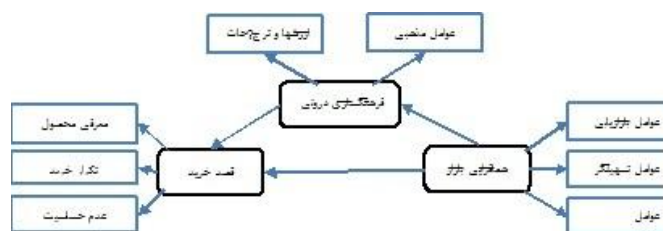
پس از بررسی ادبیات نظری و تجربی تحقیق و با تأکید بر نقش و اهمیت ابعاد قصد خرید (ژی و هیونگ، ۲۰۱۲) در ورود موفق به بازار مصرف مواد غذایی کشور عراق و با تلفیق عوامل مختلف مؤثر بر قصد خرید (جدول ۱) مدل مفهومی تحقیق مطابق شکل (۱) ارائه شد.

فرضیه اول: هم‌افزایی بازار بر قصد خرید تأثیر می‌گذارد.

فرضیه دوم: هم‌افزایی بازار بر فرهنگ‌سازی درونی تأثیر می‌گذارد.

فرضیه سوم: فرهنگ‌سازی درونی بر قصد خرید تأثیر می‌گذارد.

فرضیه چهارم: فرهنگ‌سازی درونی اثر هم‌افزایی بازار بر قصد خرید را تعدیل می‌کند (نقش میانجی).



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق (محقق ساخته)

۴- روش‌شناسی

این تحقیق با توجه به اهمیت گسترش بازار محصولات مواد غذایی به کشورهای منطقه، به دنبال ارائه مدلی برای ورود موفق به بازار محصولات مواد غذایی عراق است. رویکرد این مطالعه کمی بوده و از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر شیوه جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش را خریداران فروشگاه‌ها و سوپرمارکت‌های کشور عراق در شهرهای نجف و کربلا، بغداد، بصره، ناصریه، حله و کهل تشکیل می‌دهند که با روش نمونه‌گیری در دسترس و مطابق جدول مورگان، ۳۸۴ نفر انتخاب‌شده‌اند.

در این تحقیق از پرسشنامه محقق ساخته که از ۶۲ سؤال شامل ۶ سؤال در مورد قصد رفتاری خرید، ۱۸ سؤال در مورد فرهنگ‌سازی درونی، ۱۹ سؤال در مورد عوامل



۵- مدل ساختاری

در معادلات ساختاری در حالت مدل ساختاری رابطه‌ی مستقیم و غیرمستقیم (متغیر میانجی) بین مقوله‌های پنهان بررسی می‌شود.

بررسی تأثیر مستقیم متغیرهای مدل در حالت استاندارد

برای بررسی ضریب تأثیر مستقیم و معنی‌داری رابطه بین متغیرهای مدل از جداول ۴ و ۵ استفاده می‌شود. جدول (۴) ضریب تأثیر مستقیم بین متغیرهای مدل را نشان می‌دهد. مقدار ضریب تأثیر ۰/۱۸۰ - بین هم‌افزایی بازار و قصد خرید و پایین‌تر از ۰/۲ بودن آن نشان‌دهنده عدم تأثیر مستقیم «هم‌افزایی بازار» بر قصد خرید است.

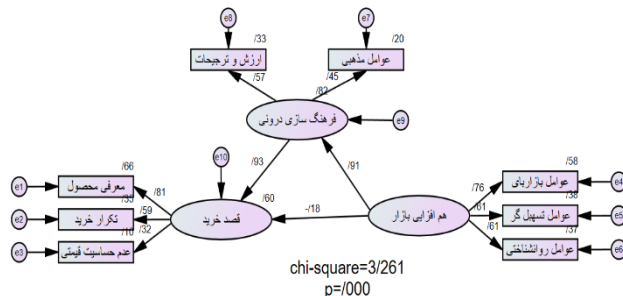
جدول ۴. ضریب تأثیر مستقیم بین متغیرهای مدل در حالت استاندارد

متغیر	هم‌افزایی بازار	فرهنگ‌سازی درونی
قصد خرید	-۰/۱۸۰	۰/۹۳۲
فرهنگ‌سازی درونی	۰/۹۰۶	۰

برای بررسی معنی‌داری ضریب تأثیر مستقیم متغیرهای مدل در حالت استاندارد به جدول (۵) مراجعه می‌نماییم. مطابق جدول با توجه به اینکه مقدار سطح معنی‌داری رابطه بین هم‌افزایی بازار و قصد خرید بیش از ۵ صدم است، لذا این رابطه معنی‌دار نیست. همان‌طور که مشاهده می‌شود ضریب تأثیر مستقیم «هم‌افزایی بازار» بر «قصد خرید» بدون در نظر گرفتن متغیر میانجی «فرهنگ‌سازی درونی» برابر ۰/۱۸۰- و معنی‌دار نمی‌باشد. همچنین بین سایر متغیرهای مدل نیز مانند «هم‌افزایی بازار» و «فرهنگ‌سازی درونی» و «قصد خرید» رابطه مستقیم معنی‌داری وجود دارد

جدول ۵. معنی‌داری ضریب تأثیر مستقیم متغیرهای مدل در حالت استاندارد

متغیر	هم‌افزایی بازار	فرهنگ‌سازی درونی
قصد خرید	۰/۵۳۶	۰/۰۱۰



شکل ۲. مدل اندازه‌گیری در حالت استاندارد

مقدار بار عاملی مدل اندازه‌گیری در حالت استاندارد در جدول (۲) نشان داده شده است. با توجه به اینکه مقدار بار عاملی متغیرهای مدل (به جزء هم‌افزایی بازار و قصد خرید که برابر با ۰/۱۸۰- و سطح معنی‌داری آن ۰/۵۳۶ بزرگ‌تر از ۵ صدم و غیر معنی‌دار است) بیش از ۰/۲ است؛ لذا وزن رگرسیونی (بار عاملی) متغیرهای مدل در حد قابل قبولی می‌باشند. همچنین همان‌طور که مشاهده می‌گردد سطح معنی‌داری کلیه متغیرهای مدل کمتر از ۵ صدم بوده، لذا وزن رگرسیونی (بار عاملی) متغیرها معنی‌دار می‌باشند.

جدول ۳. بار عاملی مدل اندازه‌گیری (وزن رگرسیونی) استاندارد

سطح معناداری	بار عاملی	بار عاملی	معناداری	سطح معناداری
۰/۰۰۰	۰/۹۰۶	فرهنگ‌سازی درونی	<<<	هم‌افزایی بازار
۰/۵۵۲	-۰/۱۸۰	قصد خرید	<<<	هم‌افزایی بازار
۰/۰۱۰	۰/۹۳۲	قصد خرید	<<<	فرهنگ‌سازی درونی
۰/۰۰۱	۰/۷۶۲	عوامل بازاریابی	<<<	هم‌افزایی بازار
۰/۰۰۱	۰/۶۱۳	عوامل تسهیل‌گر	<<<	هم‌افزایی بازار
۰/۰۰۳	۰/۶۱۰	عوامل روان‌شناختی	<<<	هم‌افزایی بازار
۰/۰۰۱	۰/۳۲۲	عدم حساسیت قیمتی	<<<	قصد خرید
۰/۰۰۱	۰/۵۹۳	تکرار خرید	<<<	قصد خرید
۰/۰۰۱	۰/۸۱۰	معرفی محصول	<<<	قصد خرید
۰/۰۱۲	۰/۵۷۱	ارزش‌ها و ترجیحات	<<<	فرهنگ‌سازی درونی
۰/۰۰۱	۰/۴۵۳	عوامل مذهبی	<<<	فرهنگ‌سازی درونی

۸- برازش مدل

بررسی روابط ساختاری بین متغیرهای پنهان هنگامی منطقی تر و بامعنا تر تفسیر می‌شود که اندازه‌گیری سازه‌های پنهان با توجه به معیارهای علمی قابل قبول باشد. وجود شاخص‌های برازش کلی ضعیف برای هر یک از مدل‌های اندازه‌گیری به معنای آن است که ورود آن مدل اندازه‌گیری به مدل معادلات ساختاری می‌تواند پژوهشگر را در تحلیل روابط ساختاری بین متغیرهای پنهان با اشتباه مواجه کند. به عبارتی مهم‌ترین مرحله در تجزیه و تحلیل آماری سازه، ارزیابی برازش مدل بر اساس داده‌ها است. مدل تحقیق در سه مرحله اشباع شده است و شاخص‌های برازش، مقادیر مطلوبی را به شرح زیر نشان می‌دهند (جدول ۹).

جدول ۹. شاخص‌های نیکویی برازش مدل ساختاری

شاخص برازندگی	RMSEA	GFI	AGFI	NFI	CFI	IFI
مقادیر قابل قبول	< ۰/۱	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹
مقادیر محاسبه شده	۰/۰۶۲۱	۰/۹۰۲	۰/۹۴۲	۰/۹۱۴	۰/۹۳۱	۰/۹۲۱

برای مدل معادلات ساختاری برازش یافته، مقدار کای اسکور ۳/۲۶۱ به دست آمده که در بازه مورد قبول ۱ تا ۵ قرار دارد، همچنین کلیه شاخص‌های برازش الگوی نهایی، از نقاط برش پیش‌گفته مطلوب‌ترند که از برازش کاملاً رضایت‌بخش مدل حکایت دارد.

۸- بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش ارائه مدلی برای ورود موفق به بازار محصولات مواد غذایی عراق است. بر این اساس پس از بررسی پیشینه تحقیق عوامل اصلی به دست آمده در این تحقیق، با عنوان «هم‌افزایی بازار» و «فرهنگ‌سازی درونی» برچسب‌گذاری شده‌اند. در این تحقیق عوامل بازاریابی شامل شاخص‌هایی چون قیمت، جنبه‌های حسی محصول، بسته‌بندی، برند، تبلیغات، توصیه آشنایان و رضایت از خرید می‌باشد که با نتایج حاصل از پژوهش‌های گذشته تطابق دارد (گیل-پیریز و همکاران^{۷۹}، ۲۰۱۷؛ استیپتوی و

۶- بررسی اثر تأثیر غیرمستقیم متغیرهای مدل در حالت استاندارد

برای بررسی ضریب تأثیر غیرمستقیم (متغیر میانجی) و معنی‌داری رابطه بین متغیرهای مدل از جداول ۶ و ۷ استفاده می‌شود. جدول (۹) ضریب تأثیر غیرمستقیم بین متغیرهای مدل را نشان می‌دهد. مقدار ضریب تأثیر ۰/۸۴۵ نشان‌دهنده تأثیر غیرمستقیم هم‌افزایی بازار بر قصد خرید از طریق میانجی‌گری فرهنگ‌سازی درونی است.

جدول ۶. ضریب تأثیر غیرمستقیم بین متغیرهای مدل در حالت استاندارد

متغیر	هم‌افزایی بازار
قصد خرید	۰/۸۴۵

برای بررسی معنی‌داری ضریب تأثیر غیرمستقیم متغیرهای مدل در حالت استاندارد به جدول (۷) مراجعه می‌نماییم. مطابق جدول بین هم‌افزایی بازار و قصد خرید رابطه معنی‌داری وجود دارد زیرا سطح معنی‌داری آن کوچک‌تر از ۵ صدم است.

جدول ۷. معنی‌داری ضریب تأثیر غیرمستقیم متغیرهای

مدل در حالت استاندارد

متغیر	هم‌افزایی بازار
قصد خرید	۰/۰۰۸

۷- بررسی ضریب تعیین شاخص‌های مدل

ضریب تعیین که به آن ضریب تشخیص نیز گفته می‌شود، قدرت توضیح دهندگی مدل را نشان می‌دهد و معروف‌ترین معیار سنجش نیکویی برازش مدل است (آذر & مومنی، ۱۳۹۵). در مدل تحقیق حاضر، ضریب تعیین برای قصد خرید به مقدار ۰/۵۹۸ است (جدول ۸). هر چه مقدار این ضریب بیشتر باشد، همبستگی بین متغیر وابسته و مقادیر پیش‌بینی شده آن بیشتر خواهد بود و مدل رگرسیون بهتری برازش شده است.

جدول ۸. مقادیر ضریب تعیین

متغیر	بار عاملی	سطح معنی‌داری
قصد خرید	۰/۵۹۸	۰/۰۰۱



معنی‌داری کمتر از پنج‌صدم (بین ۰/۰۰۱ و ۰/۰۰۳)، به شکل بسیار مطلوبی (کلین، ۱۹۹۸) تبیین‌کننده هم‌افزایی بازار هستند. همچنین بررسی نتایج ضریب تأثیر متغیرهای تصمیم در مورد رابطه مستقیم بین هم‌افزایی بازار و قصد خرید با مقدار ۰/۱۸- و سطح معنی‌داری بیش از پنج‌صدم (۰/۵۵۲) نیز نشان می‌دهد که این رابطه معنی‌دار نبوده و هم‌افزایی باز یعنی بازترکیب عوامل بازاریابی، تسهیل‌گر و روان‌شناختی به‌تنهایی قادر به بهبود و قصد خرید در بازارهای عراق نخواهند بود. همچنین بررسی رابطه غیرمستقیم بین هم‌افزایی بازار و قصد خرید با تمرکز بر نقش متغیر میانجی فرهنگ‌سازی درونی، نشان می‌دهد که این رابطه با وزن رگرسیونی ۰/۸۴۵ و سطح معنی‌داری کمتر از پنج‌صدم (۰/۰۰۸) در سطح بسیار مطلوبی قرار داشته (کلین، ۱۹۹۸) و فرهنگ‌سازی درونی به‌عنوان یک متغیر میانجی قادر است بر قصد خرید مشتریان در بازارهای عراق با تمرکز بر هم‌افزایی بازار، تأثیر مثبت و معنی‌داری داشته باشد.

نتایج این تحقیق می‌تواند در تصمیم‌گیری‌های استراتژیک مدیران شرکت‌های صنایع غذایی مورداستفاده قرار گیرد و از سوی دیگر با ارائه راهکار مناسب جهت افزایش ضریب موفقیت محصولات غذایی بعدی که وارد بازارهای خارجی می‌شوند و بهبود وضعیت تجاری‌سازی این محصولات می‌شود. با توجه به نتایج بدست آمده پیشنهاد می‌گردد با توجه به نزدیکی فرهنگی-مذهبی دو کشور که نقش مهمی در قصد خرید محصولات ایرانی در بازار عراق دارد و به نوعی یک مزیت برای شرکت‌های ایرانی محسوب می‌شود با این حال نباید از بقیه عوامل به‌ویژه عوامل بازاری و روانشناختی غافل شد. در راستای هم‌افزایی بازار و با توجه به حضور برندها ترکی و سعودی در عراق، به شرکت‌های ایرانی فعال در بازار عراق پیشنهاد می‌شود نسبت به بهبود شیوه قیمت‌گذاری محصولات، تخفیف‌ها و پرموشن‌های کالاها، حساسیت بیشتری نشان دهند. علاوه بر قرابت‌های فرهنگی زیادی که بین دو کشور وجود دارد، اما این نزدیکی فرهنگی نباید منجر به نزدیک بنینی بازاریابی شرکت‌های ایرانی شود. از این رو پیشنهاد می‌شود تولیدکنندگان و ارائه‌دهندگان محصولات غذایی ایرانی در بازارهای خارجی به‌ویژه در بازار

همکاران^{۸۰}، ۱۹۹۵؛ وویودین، ۲۰۱۲). همچنین عوامل تسهیل‌گر، فاکتورهای درآمد، محیط اجتماعی و فیزیکی، امنیت غذایی، آگاهی‌های بهداشتی و سلامتی و دانش و شناخت را در برمی‌گیرد که با نتایج حاصل از پژوهش‌های گذشته تطابق دارد (گیل-پیریز و همکاران، ۲۰۱۷؛ آزمان-فراسکا و همکاران، ۲۰۱۵؛ لورنز و لانگین، ۲۰۱۷؛ پیرو، ۲۰۱۴؛ وویودین، ۲۰۱۲). عوامل روان‌شناختی نیز شامل شاخص‌هایی چون نگرانی اخلاقی (دهقان و همکاران، ۱۳۹۵)، کیفیت ادراک‌شده و حالت روحی است که با توجه به نتایج حاصل از پژوهش‌های گذشته همسو است (آپرلی و کاپوتو، ۲۰۱۵؛ دی یونگ و همکاران، ۲۰۱۷؛ لیندیمان و وانانین، ۲۰۰۰؛ ون دورن و ویرهوف، ۲۰۱۱؛ وراین و همکاران، ۲۰۱۶).

«فرهنگ‌سازی درونی» نیز از ابعاد فرعی عوامل مذهبی و ارزش‌ها و ترجیحات فردی تشکیل شده است که با نتایج حاصل از پژوهش‌های گذشته تطابق دارد (بواتیما و همکاران، ۲۰۱۸؛ فورست و همکاران، ۱۹۹۶؛ ماتتا و همکاران، ۲۰۱۸). بر اساس نتایج حاصله از پژوهش، هم‌افزایی بازار به‌تنهایی بر قصد خرید مشتریان عراقی تأثیر ندارد و می‌بایست به عوامل دیگری که در اینجا نقش متغیر میانجی را بر عهده دارد و به‌عنوان «فرهنگ‌سازی درونی» شناخته می‌شود توجه نمود (آرسیل و همکاران، ۲۰۱۸؛ سوکیستی و بودیمان^{۸۱}، ۲۰۱۴). در واقع یافته‌های تحقیق نشان‌دهنده آن است که هم‌افزایی بازار (که شامل ابعاد بازاری، تسهیل‌گر و روان‌شناختی است) به‌صورت مستقیم منجر به قصد خرید محصولات غذایی ایرانی در بازار عراق نشده است و فرهنگ‌سازی درونی مثل مذهب و ارزش‌ها و ترجیحات مشترک بین دو کشور این رابطه را تعدیل می‌کنند.

مطابق یافته‌های تحقیق، هم‌افزایی بازار از سه بعد عوامل بازاریابی، تسهیل‌گر و روان‌شناختی تشکیل شده است. در این بین، نتایج مدل اندازه‌گیری در حالت معادلات ساختاری استاندارد نیز نشان می‌دهد که این سه بعد به دلیل داشتن وزن رگرسیونی (بار عاملی) بالای ۰/۶ و سطح

80. Steptoe et al

81. Sukesti & Budiman

در راستای یافته‌های تحقیق به پژوهشگران آتی این حوزه پیشنهاد می‌شود برای پیدا کردن دیدی عمیق‌تر از بازار عراق با استفاده از روش‌های کیفی و استفاده از روش مصاحبه گروه کانون با اقشار مختلف نسبت به شناسایی ترجیحات مصرف آنها اقدام شود. همچنین با استفاده از روش‌شناسی‌های آینده‌پژوهی به بررسی سناریوهای مختلف ورود به بازار غذایی عراق با توجه به تحولات سیاسی و رقابتی بازار بپردازند. با توجه به نیروهای محیط کلان کشور عراق و تهدیدات و فرصت‌هایی که این بازار دارد شناسایی و تحلیل ریسک راهبردهای ورود به بازار عراق می‌تواند یکی دیگر از زمینه‌های پژوهشی محققان آتی باشد. همچنین به محققان پیشنهاد می‌شود به شناسایی و الویت بندی شاخص‌های تقسیم بندی بازار مواد غذایی عراق بپردازند. در نهایت بررسی تاثیر قرابت‌های فرهنگی و گردشگری مذهبی بر ادراک کیفیت و قصد خرید کالاهای ایرانی در بازار عراق می‌تواند بسیار موثر و راه‌کارهای مناسبی را به جامعه هدف ارائه دهد.

عراق از طریق ایجاد نام تجاری متناسب با ارزش‌های منطقه‌ای بر نگرش و مقاصد مصرف‌کنندگان تأثیرگذار باشند. از این رو شرکت‌های ایرانی باید پیش از ورود و براساس تفاوت‌های فرهنگی در کشور عراق تحقیقات بازاریابی جداگانه‌ای برای محصولات خود انجام دهند. در واقع نباید تصور شود به دلیل نزدیکی فرهنگی دو کشور در برخی ابعاد همان محصولات و همان برندی که در داخل کشور اقبال دارد در بازار عراق نیز مورد اقبال عمومی قرار می‌گیرد. همچنین با توجه به اهمیت موضوع جمع‌گرایی در فرهنگ یک کشور، پیشنهاد می‌شود تولیدکنندگان محصولات غذایی ایرانی در عراق برای ترغیب خرید از تبلیغات گروه‌های مرجع استفاده کنند. در این راستا یکی از مقرون به صرفه‌ترین، مؤثرترین و معتبرترین روش‌های بازاریابی مناسب برای این فضا، بازاریابی دهان‌به‌دهان است. در این راستا تولیدکنندگان ایرانی از پتانسیل‌های صنعت گردشگری و حضور گردشگران عراقی در مکان‌های مذهبی و توریستی کشور و آزمودن محصولات ایرانی باید نهایت استفاده را ببرند.

منابع

تعدیل‌گری قابلیت‌های نوآوری. فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، ۱۲(۶)، ۸۱-۹۸.

6. Abraham, S., Noriega, B., & Shin, J. (2018). College Students' Eating Habits and Knowledge of Nutritional Requirements. *Journal of Nutrition and Human Health*, 2(1), 13-17. doi:10.35841/nutrition-human-health.2.1.13-17

7. Alemu, M., & Olsen, S. (2018). Linking Consumers' Food Choice Motives to their Preferences for Insectbased Food Products: An Application of Integrated Choice and Latent Variable Model in an African Context. *Journal of Agricultural Economics*, 70(1), 241-258.

8. Anzman-Frasca, S., Mueller, M., Lynskey, V., Harelick, L., & Economos, C. (2015). Orders Of Healthier Children's Items Remain High More Than Two Years After Menu Changes At A Regional Restaurant

۱. آذر، عادل و مومنی، منصور. (۱۳۹۵). تشریح مسائل آمار و کاربرد آن در مدیریت ج. ۱ تهران: بازتاب.

۲. دهقانی پوده، حسین، کریمپور، عبدالحسین، پدرود، اسدالله و آبیاری، صدیقه. (۲۰۱۴). بررسی اصول و ارزش‌های حاکم بر راهبردهای رقابتی بر مبنای ارزش‌های اسلامی (مورد مطالعه: صنایع غذایی و آشامیدنی استان خراسان جنوبی). بهبود مدیریت، ۸(۲۴)، ۱۲۸-۹۹.

۳. مومنی، مصطفی و حقیقی کفاش، مهدی. (۲۰۱۶). نوآوری به‌عنوان قابلیت چند بُعدی. بهبود مدیریت، ۱۰(۳۱)، ۱۰۰-۸۵.

۴. نریمانی، امیر رضا، واعظی، رضا. (۱۳۹۸). تحلیل شاخص‌های سرمایه انسانی در تجاری‌سازی پژوهش‌های دانشگاهی. فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، ۱۴(۷)، ۲۱-۳۴.

۵. ویسی، سعید، محمدی، اسفندیار، شرفی، وحید. (۱۳۹۸). تاثیر نوآوری استراتژیک بر تمایل به خرید مشتری: نقش



Nudges and Nutrition Education in Bangladesh: Experimental Evidence Comparing Food Choices in a Lab Setting to Decisions at Home. 1-57.

17. De Young, K., Zander, M., Towne, T., Longa, N., Hovrud, L., & Murtha-Berg, E. (2017). The Relation of Dietary Restraint and Affect with Food Choice and the Experience of Guilt after Eating. *Current Psychology*, 38(1), 92-99. doi:10.1007/s12144-017-9592-x

18. DeJesus, J., Gerdin, E., Sullivan, K., & Kinzler, K. (2019). Children judge others based on their food choices. *Journal of Experimental Child Psychology*, 179(1), 143-161. doi:10.1016/j.jecp.2018.10.009

19. Di Pasquale, J., Nannoni, E., Adinolfi, F., Duca, I., Capitanio, F., Sardi, L., . . . Martelli, G. (2016). A case-study on profiling Italian consumers of animal-friendly foods. *Italian Journal of Animal Science*, 15(2), 294-302. doi:10.1080/1828051X.2016.1180963

20. Dubé, L., Labban, A., Moubarac, J.-C., Heslop, G., Ma, Y., & Paquet, C. (2014). A nutrition/health mindset on commercial Big Data and drivers of food demand in modern and traditional systems. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1331(1), 278-295. doi:10.1111/nyas.12595

21. Elferink, E. V., Nonhebel, S., & Moll, H. C. (2008). Feeding livestock food residue and the consequences for the environmental impact of meat. *Journal of Cleaner Production*, 16(12), 1227-1233. doi:10.1016/j.jclepro.2007.06.008

22. Fenko, A. (2019). Influencing healthy food choice through multisensory packaging design. In *Multisensory Packaging* (pp. 225-255). Springer .

23. Fernández- Vázquez, R., Stinco, C. M., Hernanz Vila, D., Heredia, F. J., Chaya, C., & Vicario, I. M. (2018). Internal preference mapping of milk-fruit beverages: Influence

Chain. *Health Affairs*, 34(11), 1885-1892. doi:10.1377/hlthaff.2015.0651

9. Aprile, M., & Caputo, V. (2015). Consumers' Preferences and Attitudes Toward Local Food Products. *Journal of Food Products Marketing*, 22(1), 1-26.

10. Arsil, P., Tey Yeong, S., Brindal, M., Phua Cun, U., & Liana, D. (2018). Personal values underlying halal food consumption: evidence from Indonesia and Malaysia. *British Food Journal*, 120(11), 2524-2538. doi:10.1108/BFJ-09-2017-0519

11. Baik, J., Harris, J., & Brownell, K. (2010). Influence of Licensed Characters on Children's Taste and Snack Preferences. *Pediatrics*, 126(1), 88-93. doi:10.1542/peds.2009-3433

12. Boatemaa, S., Badasu, D. M., & de-Graft Aikins, A. (2018). Food beliefs and practices in urban poor communities in Accra: implications for health interventions. *BMC Public Health*, 18(1), 434. doi:10.1186/s12889-018-5336-6

13. Chang, Y & ,Hickman, H. (2018). Food Insecurity and Perceived Diet Quality Among Low-Income Older Americans with Functional Limitations. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 50(5), 476-484. doi:https://doi.org/10.1016/j.jneb.2017.09.006

14. Choi, J., & Zhao, J. (2014). Consumers' behaviors when eating out: Does eating out change consumers' intention to eat healthily? *British Food Journal*, 116(3), 494-509. doi:10.1108/BFJ-06-2012-0136

15. Cunha, L. M., Cabral, D., Moura, A. P., & de Almeida, M. D. V. (2018). Application of the Food Choice Questionnaire across cultures: Systematic review of cross-cultural and single country studies. *Food Quality and Preference*, 64, 21-36. doi:https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2017.10.007

16. Davidson, K. A., Kropp, J. D., Mullally, C. C., & Rahman, M. W. (2018). Behavioral

- 31.Kipnis, E., Demangeot, C., Pullig, C., & Broderick, A. J. (2019). Consumer Multicultural Identity Affiliation: Reassessing identity segmentation in multicultural markets. *Journal of Business Research*, 98, 126-141. doi:https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.056
- 32.Klein, A. (1998). Firm performance and board committee structure. *The Journal of Law and Economics*, 41(1), 275-304.
- 33.Konuk, F. A. (2019). The influence of perceived food quality, price fairness, perceived value and satisfaction on customers' revisit and word-of-mouth intentions towards organic food restaurants. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 103-110. doi:https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.005
- 34.Köster, E. P., & Mojet, J. (2015). From mood to food and from food to mood: A psychological perspective on the measurement of food-related emotions in consumer research. *Food Research International*, 76(2), 180-191. doi:https://doi.org/10.1016/j.foodres.2015.04.006
- 35.Kotler, P., & Keller, K. (2011). *Marketing management 14th edition*: Prentice Hall.
- 36.Koyama, K., Amitani, H., Adachi, R., Morimoto, T., Kido, M., Taruno, Y., . . . Inui, A. (2015). Good appearance of food gives an appetizing impression and increases cerebral blood flow of frontal pole in healthy subjects. *International journal of food sciences and nutrition*, 67(1), 1-5. doi:10.3109/09637486.2015.1118618
- 37.Lee, H.-J., & Hwang, J. (2016). The driving role of consumers' perceived credence attributes in organic food purchase decisions: A comparison of two groups of consumers. *Food Quality and Preference*, 54(1), 141-151.
- of color and appearance on its acceptability. *Food Science & Nutrition*, 6, ۳۵-۲۷, (۱)
- 24.Furst, T., Connors, M., Bisogni, C. A., Sobal, J., & Falk, L. W. (1996). Food Choice: A Conceptual Model of the Process. *Appetite*, 26(3), 247-266. doi:https://doi.org/10.1006/appe.1996.0019
- 25.Garcia-Madariaga, J., López, M.-F., Burgos, I., & Recuero Virto, N. (2019). Do isolated Packaging variables influence consumers' attention and preferences? *Physiology & Behavior*, 200(1), 96-103. doi:10.1016/j.physbeh.2018.04.030
- 26.Gil-Pérez, I., Rebollar, R., Lidón, I., & Martín Vallejo, F. (2017). Study on the Influence of Fresh White Cheese Packaging Design Variables on Users' Perception. In *Project Management and Engineering Research* (pp. 37-49).
- 27.Grunert, K. G., Sonntag, W. I., Glanz-Chanos, V., & Forum, S. (2018). Consumer interest in environmental impact ,safety, health and animal welfare aspects of modern pig production: Results of a cross-national choice experiment. *Meat Science*, 137, 123-129. doi:https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2017.11.022
- 28.Hoffman, J. A., Thompson, D. R., Franko, D. L., Power, T. J ,Leff, S. S., & Stallings, V. A. (2011). Decaying behavioral effects in a randomized, multi-year fruit and vegetable intake intervention. *Preventive medicine*, 52(5), 370-375. doi:10.1016/j.ypmed.2011.02.013
- 29.Howse, E., Hankey, C., Allman-Farinelli, M., Bauman, A., & Freeman, B. (2018). 'Buying Salad Is a Lot More Expensive than Going to McDonalds': Young Adults' Views about What Influences Their Food Choices. *Nutrients*, 10(8), 996.
- 30.Hoyer, W., D, & MacInnis, D. (2004). *Consumer Behavior*. Boston, MA: Houghton Mifflin.



46. McGale, L., Halford, J., Harrold, J., & Boyland, E. (2016). The Influence of Brand Equity Characters on Children's Food Preferences and Choices. *The Journal of Pediatrics*, 177(1), 33-38. doi:10.1016/j.jpeds.2016.06.025
47. Michaelidou, N., & Hassan, L. (2008). The Role of Health Consciousness, Food Safety Concern and Ethical Identity on Attitudes and Intentions Towards Organic Food. *International Journal of Consumer Studies*, 32(1), 1-27. doi:10.1111/j.1470-6431.2007.00619.x
48. Nair Suja, R. (2018). Analyzing the relationship between store attributes, satisfaction, patronage-intention and lifestyle in food and grocery store choice behavior. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(1), 70-89. doi:10.1108/IJRDM-06-2016-0102
49. Nguyen, H. V., Nguyen, T. N., Nguyen, B., Lobo, A., & Vu, P. (2019). Organic Food Purchases in an Emerging Market: The Influence of Consumers' Personal Factors and Green Marketing Practices of Food Stores. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(6), 1-17. doi:10.3390/ijerph16061037
50. Nguyen, T. N., Lobo, A., Nguyen, H., Phan, H., & Cao, T. (2016). Determinants influencing conservation behaviour: Perceptions of Vietnamese consumers: Vietnamese consumers' conservation behaviour. *Journal of Consumer Behaviour*, 15(6), 560-570. doi:10.1002/cb.1594
51. Onwezen, M. C., Reinders, M. J., Verain, M. C. D., & Snoek, H. M. (2019). The development of a single-item Food Choice Questionnaire. *Food Quality and Preference*, 71(1), 34-45. doi:https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2018.05.005
52. Padel, S., & Foster, C. (2005). Exploring the gap between attitudes and behaviour: Understanding why consumers buy or do not buy organic food. *British Food Journal*, doi:https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2016.07.011
38. Lee, W.-c. J., Shimizu, M., Kniffin, K. M., & Wansink, B. (2013). You taste what you see: Do organic labels bias taste perceptions? *Food Quality and Preference*, 29(1), 33-39. doi:https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2013.01.010
39. Lillico, H. G., Hanning, R., Findlay, S., & Hammond, D. (2015). The effects of calorie labels on those at high-risk of eating pathologies: a pre-post intervention study in a University cafeteria. *Public Health*, 129(6), 732-739. doi:https://doi.org/10.1016/j.puhe.2015.03.005
40. Lin, R., & Liao, C.-J. (2012). A case study of batch scheduling for an assembly shop. *International Journal of Production Economics*, 139(2), 473-483.
41. Lindeman, M., & Väänänen, M. (2000). Measurement of ethical food choice motives. *Appetite*, 34(1), 55-59.
42. Lorenz, B., & Langen, N. (2017). Determinants of How Individuals Choose, Eat and Waste - Providing Common Ground to Enhance Sustainable Food Consumption Out-Of-Home. *International Journal of Consumer Studies*, 42(1), 35-75. doi:10.1111/ijcs.12392
43. Machiels, C., & Orth, U. (2019). Multisensory Packaging Design across Cultures: Designing New Product Experiences. In *Multisensory Packaging* (pp. 287-315).
44. Mantau, A., Hattula, S., & Bornemann, T. (2018). Individual determinants of emotional eating: A simultaneous investigation. *Appetite*, 130(1), 93-103. doi:https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.07.015
45. Mason, A. T. (2019). *Brandeis: a free man's life*: Plunkett Lake Press.



60. Santos, R., Oliveira, J., Rocha J., & Giraldo, J. (2015). Eye Tracking in Neuromarketing: A Research Agenda for Marketing Studies. *International Journal of Psychological Studies*, 7(1), 32-42. doi:10.5539/ijps.v7n1p32
61. Sinha, R. (2017). Role of Addiction and Stress Neurobiology on Food Intake and Obesity. *Biological Psychology*, 131(1), 5-13. doi:10.1016/j.biopsycho.2017.05.001
62. Steenkamp, J.-B. E. (2019). Global versus local consumer culture: theory, measurement, and future research directions. *Journal of International Marketing*, 27(1), 1-19.
63. Steptoe, A., Pollard, T. M., & Wardle, J. (1995). Development of a Measure of the Motives Underlying the Selection of Food: the Food Choice Questionnaire. *Appetite*, 25(3), 267-284. doi:https://doi.org/10.1006/appe.1995.0061
64. Sukesti, F., & Budiman, M. (2014). The influence halal label and personal religiosity on purchase decision on food products in indonesia. *International Journal of Business, Economics and Law*, 4(1), 150-153.
65. Symmank, C. (2018). *Consumption decisions in the food sector—Conceptual and empirical studies from the food marketing context*. [Thesis MSc.]. Faculty of Business, Economics and Social Sciences.
66. Toet, A., Kaneko, D., de Kruijf, I., Ushima, S., van Schaik, M. G., Brouwer, A.-M., . . . Van Erp, J. B. (2019). CROCUFID: A cross-cultural food image database for research on food elicited affective responses. *Frontiers in psychology*, 10(1), 1-21.
67. Tomic Maksan, M., Cerjak, M., & Ida, R. (2014). Functional Foods and the Young. *Journal of Food Products Marketing*, 20(5), 441-451. doi:10.1080/10454446.2013.838535
- 107(8), 606-625. doi:10.1108/00070700510611002
53. Perreau, F. (۲۰۱۴). The Consumer Factor. The Consumer Buying Decision Process. Retrieved December, 16(1), 30-43.
54. Pham, T., Nguyen, T. N., Phan, H., & Nguyen, N. (2018). Evaluating the purchase behaviour of organic food by young consumers in an emerging market economy. *Journal of Strategic Marketing*, 27(6), 1-17. doi:10.1080/0965254X.2018.1447984
55. Platania, M., Platania, S., & Santisi, G. (2016). Entertainment marketing, experiential consumption and consumer behavior: the determinant of choice of wine in the store. *Wine Economics and Policy*, 5(2), 87-95. doi:https://doi.org/10.1016/j.wep.2016.10.001
56. Prakash, I. (2018). *Rodent pest management*: crc Press.
57. Pulkkinen, H., Roininen, T., Katajajuuri, J.-M., & Järvinen, M. (2016). Development of a Climate Choice meal concept for restaurants based on carbon footprinting. *The International Journal of Life Cycle Assessment*, 21(5), 621-630.
58. Reichenberger, J., Kuppens, P., Liedlgruber, M., Wilhelm, F. H., Tiefengrabner, M., Ginzinger, S., & Blechert, J. (2018). No haste, more taste: An EMA study of the effects of stress, negative and positive emotions on eating behavior. *Biological Psychology*, 131, 54-62. doi:https://doi.org/10.1016/j.biopsycho.2016.09.002
59. Saba, A., Sinesio, F., Moneta, E., Dinnella, C., Laureati, M., Torri, L . . . , Spinelli, S. (2018). Measuring consumers attitudes towards health and taste and their association with food-related life-styles and preferences. *Food Quality and Preference*, 73(1), 25-37. doi:10.1016/j.foodqual.2018.11.017



- sustainable food choices. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 10(1), 67-76. doi:10.19041/APSTRACT/2016/2-3/8
73. Vermeir, I., & Verbeke, W. (2006). Sustainable Food Consumption: Exploring the Consumer "Attitude – Behavioral Intention" Gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19(2), 169-194. doi:10.1007/s10806-005-5485-3
74. Voevodin, M. (2012). The true cost of healthy eating. *Department of Medicine*, 6(1), 2-8.
75. Wagner, G. P. (2018). *Homology, genes, and evolutionary innovation*: princeton university press.
76. Wang, J., Shen, M., & Ziqiu, G. (2018). Research on the Irrational Behavior of Consumers' Safe Consumption and Its Influencing Factors. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(12), 2764. doi:10.3390/ijerph15122764
77. Yadav, R & Pathak, G. S. (2016). Intention to purchase organic food among young consumers: Evidences from a developing nation. *Appetite*, 96(1), 122-128. doi:https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.09.017
68. Tsakiridou, E., Boutsouki, C., Zotos, Y., & Mattas, K. (2008). Attitudes and behaviour towards organic products: an exploratory study. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 36(2), 158-175. doi:10.1108/09590550810853093
69. Tuleu, C., & Breitreutz, J. (2013). Educational Paper: Formulation-related issues in pediatric clinical pharmacology. *European Journal of Pediatrics*, 172(6), 717-720. doi:10.1007/s00431-012-1872-8
70. van Doorn, J., & Verhoef, P. (2011). Willingness to Pay for Organic Products: Differences Between Virtue and Vice Foods. *International Journal of Research in Marketing*, 28(3), 167-180. doi:10.1016/j.ijresmar.2011.02.005
71. Van Loo, E., Caputo, V., Nayga, R., Meullenet, J., Crandall, P., & Ricke, S. (2010). Effect of Organic Poultry Purchase Frequency on Consumer Attitudes Toward Organic Poultry Meat. *Journal of food science*, 75(7), 384-397. doi:10.1111/j.1750-3841.2010.01775.x
72. Verain, M., Onwezen, M., Sijtsema, S., & Dagevos, H. (2016). The added value of sustainability motivations in understanding

ارائه مدل مدیریت استعداد با تمرکز بر قابلیت‌های فنی، انسانی و ادراکی مدیران در سازمان تامین اجتماعی

*حیدر صفری *رشید ذوالفقاری زعفرانی ***محسن محمدیان ساروی

* دانشجوی دکتری گروه مدیریت اداری، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، تهران، ایران heydarsafary@gmail.com

** استادیار گروه علوم تربیتی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، تهران، ایران rashid_zolfaghari@yahoo.com

*** استادیار و عضو هیئت علمی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران mo.dian@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۰۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۲۹

صص: ۱۶۹-۱۸۴

چکیده

امروزه تامین اجتماعی به عنوان یک نیاز بشری گسترده وسیعی را در جهان فراگرفته و زندگی اکثر انسانها را به نوعی تحت تاثیر خود قرار داده است. در پی جهانی شدن اقتصاد، کوچک سازی اکثر سازمان های دولتی و خصوصی، تحولات سریع محیطی و چالش های جهانی، نیاز سازمانها به رهبران مستعد و با تجربه هر لحظه افزون تر می شود. مدیریت استعدادها شامل مجموعه ای از طرح ها است که در مجموع به استفاده موثر از این افراد در جهت تحقق اهداف کسب و کار و دستیابی به مزیت رقابتی میپردازد. هدف تحقیق شناسایی متغیرهای تأثیر گذار بر مدیریت استعداد با تمرکز بر قابلیت های ادراکی، انسانی و فنی مدیران در سازمان تامین اجتماعی به روش ترکیبی (کیفی، کمی) انجام شده است در مرحله کیفی با بهره گیری از روش دلفی با استفاده از ۱۵ خبره شاخص های اولیه استخراج شد. پس از جمع آوری داده ها و انجام مصاحبه ها و انجام روش دلفی در ۲ تکرار و تأیید تست های روایی و پایایی به کمک CVR، بازتاب پذیری و آلفای کرونباخ مدل نهایی در ۳ بعد اصلی، ۱۴ مولفه و ۵۹ شاخص احصا شده است. در مرحله کمی با استفاده از مدل ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی با ۲۳۴ نمونه به کمک نرم افزار PLS با ضریب برازش GOF برابر ۰,۵۸ مورد تأیید واقع شده است. در این میان حمایت مدیریت، درگیر کردن افراد با استعداد، افزایش ظرفیت یادگیری، یادگیری خودمحور، استمرار آموزش، تعیین معیارهای ارتقاء، قدردانی و ایجاد انگیزه های درونی با میانگین ۴,۹ موثرترین عوامل شناسایی شده اند.

واژه‌های کلیدی: مدیریت استعداد، قابلیت های فنی، انسانی و ادراکی مدیران، سازمان تامین اجتماعی.

نوع مقاله: پژوهشی

۱-مقدمه و بیان مساله

در عصر جهانی شدن و پیشرفت فن آوری، سرمایه انسانی به عنوان مهم ترین سرمایه برای سازمانها قلمداد شده است و این منبع ارزش آفرین، باعث تغییر اولویتها در کسب و کار، چشم اندازهای استراتژیک و زیرسؤال رفتن صحت مدل های سنتی گردیده است (شائمی و همکاران، ۱۳۹۲). اهمیت مدیریت منابع انسانی به عنوان یک منبع مزیت رقابتی و یا عملکرد شرکت برتر بارها در ادبیات دانشگاهی اعلام کرد

(کلاسن^۱ و همکاران، ۲۰۱۳) و برای کسب مزیت رقابتی در رویارویی با این محیط پیچیده، سازمانها به نخبگان نیاز دارند. اکنون در طی سالها مدیریت استعداد و همراه با آن مسئولیتها و مهارت متخصصان منابع انسانی بهبود و توسعه یافته است و سازمانها به اهمیت مدیریت استعداد بر اثربخشی و کارایی عملکرد کارکنان خود پی برده اند.

1. Claussen

نویسنده عهده دار مکاتبات: حیدر صفری Heydarsafary@gmail.com

دنیای حرفه‌ای و تخصصی می باشد پس نتیجه گرفته می‌شود مدیران برای تضمین موفقیت خود باید به مهارت مجهز باشند. همچنین اهمیت نیروی انسانی در سازمان به ویژه سازمان های خدماتی نظیر سازمان تامین اجتماعی که نیروی انسانی به طور مستقیم با ارباب رجوع در ارتباط هستند، باید مدیرانی که در واحد منابع انسانی قرار می‌گیرند دارای مهارت‌های فنی و انسانی بالایی در ارتباط با برخورد با منابع انسانی باشند.

سازمان تأمین اجتماعی ایران یک بیمه‌گر اجتماعی عمومی غیردولتی است که قدیمی‌ترین و بزرگترین سازمان تأمین اجتماعی و درمانی غیردولتی در کشور است که متعلق به بیمه شدگان می‌باشد که یکی از ماموریت‌های سازمانی ایجاد شرایط سازمانی می‌باشد که بتواند با تکنیک‌های حاصل از مدل مدیریت استعداد، سازمان را قادر سازد تا علاوه بر فائق آمدن بر مشکلات روز بتواند برای خود مزیت رقابتی خلق نماید و از این طریق بهره فراوانی را از سرمایه‌گذاری در بخش نیروی انسانی بدست آورد. در پژوهش پیش رو تلاش می‌گردد تا نتایج این تحقیق گامی عملی در جهت ارتقا عملکرد و دستیابی به اهداف سازمان معرفی شود. با توجه به موارد طرح شده مساله حاضر در این پژوهش طراحی مدل مدیریت استعداد با تمرکز بر قابلیت های فنی، انسانی و ادراکی مدیران در سازمان تامین اجتماعی تعریف می‌گردد.

۲- مبانی نظری و پیشینه تحقیق

مدیریت استعداد

مدیریت استعداد، یکی از مهمترین و حتی ضروری ترین موضوع‌های مدیریت منابع انسانی در سطح جهان است (مکسول و مک‌لین^۴، ۲۰۰۸) و هنوز هم یکی از حادترین مسائل در بسیاری از سازمان ها به شمار می‌رود. امروزه، پدیده مدیریت استعداد، موضوعی نیست که به دقت موشکافی شده باشد. پژوهش‌های تجربی محدودی درباره ماهیت و کاربرد استعداد و راهبردهای مدیریت استعداد در فعالیت‌های سازمانی و مسائل برخاسته از آن وجود دارد (آیلیس^۵ و همکاران، ۲۰۱۰). مدیریت استعداد به عنوان

مدیریت استعداد یک وظیفه نیست که تنها با جذب افراد مستعد میسر شود، بلکه جذب افراد مستعد، آغاز تلاش سازمان در فرایند مدیریت استعداد است. حقوق و مزایای بالا نیز نمی‌تواند به تنهایی کاری پیش ببرد. افراد مستعد دوست دارند بخشی از سازمانی باشند که آن را قبول دارند، سازمانی که در همه حال آنان را به هیجان آورد و محیط کاری انعطاف‌پذیری ایجاد کند. در این حالت است که انتظار می‌رود کارکنان تمامی تلاش خود را معطوف درگیر شدن در فعالیت‌های سازمانی نمایند (خالوندی و عباس‌پور، ۱۳۹۲).

سازمانهای موفق دنیا فرآیند استعدادیابی و پرورش مدیران را به مثاب یک فعالیت حیاتی و ضروری برای تداوم موفقیتشان مطرح می‌کنند. در این سازمان‌ها مدیران ارشد نقش اساسی در این فرآیند را دارند و حفظ و نگهداشت نیروهای مستعد را از یک طرف و پرورش شایستگی های مدیران بالقوه را از سوی دیگر در اولویت های اصلی خود قرار می دهند. همچنین مهارت‌های مورد نیاز مدیران را می‌توان به صورت فنی، انسانی و ادراکی طبقه‌بندی کرد. مهارت به توانایی‌های قابل پرورش شخص که در عملکرد و بقای وظائف منعکس می‌شود بنابراین منظور از مهارت توانایی به کار بردن مؤثر دانش و تجربه شخصی است. ضابطه اصلی مهارت داشتن، اقدام و عمل مؤثر در شرایط متغیر است. و از آنجا که علم مدیریت از اهمیت بالایی برخوردار بوده و از ارکان هر سازمان با شرح وظایف و خدمات مختلف می باشد، داشتن مهارت برای مدیران لازمه اجرای مدیریت تعریف می‌گردد. اخیراً، تحقیقات در مورد سهم سرمایه انسانی توجه زیادی را به خود جلب کرده است و در حال حاضر، روانشناسان بر تحقیق در مورد سهم دانش، مهارت ها، توانایی ها و سایر ویژگی های افراد در منابع هر دو سطح خرد و کلان تمرکز کرده‌اند. پلویهارت و مولیترنو^۲ (۲۰۱۱) مطرح کرد سرمایه انسانی، منبعی است از مجموع مهارت ها، توانایی ها و سایر ویژگی های افراد. گارو و هیرش^۳ (۲۰۰۸) ادعا می‌کنند که مدیریت استعداد در خصوص فرآیندهای سازمانی مثبتی است، که هم به نفع فرد و هم به نفع سازمان هستند. به عبارتی دنیای امروزه یک

4. Maxwell & Mclean
5. Iles

2. Polyhart and Moliterno
3. Garrow & Hirsch



– مهارت‌های تخصصی مدیریت: مدیر سازمان از نظر تخصصی باید به وظایف خاص مدیریت تسلط کافی داشته باشد تا بتواند سازمان را هدایت کند. این وظایف شامل قدرت برنامه‌ریزی، سازماندهی، رهبری و کنترل است که وظایف اص مدیر و یا عناصر مدیریت نامیده می‌شود.

– مهارت‌های تخصصی متناسب با نوع تکنولوژی جدید: این مقوله از مهارت‌ها، به نوع تکنولوژی و تولید سازمان بر می‌گردد. بطور کلی مدیر هر سازمان باید متناسب با ماموریت سازمان از تخصص لازم برخوردار باشد تا بهتر و زودتر بتواند در مورد مسائل فنی و تکنولوژیکی تصمیم‌گیری نماید.

شاخص‌های مهارت‌های انسانی: مهارت‌های انسانی عبارت است از توانایی درک، ایجاد انگیزش و کارکردن با افراد. بنا به گفته کاتز منظور از مهارت انسانی در اینجا، توانایی مدیر در ارائه کار ثمربخش به عنوان یکی از اعضای گروه و ایجاد تفاهم و همکاری در بین گروهی است که هدایت و رهبری آن را برعهده دارد. مهارت‌های انسانی موردنیاز مدیران در چهار مؤلفه قابل بررسی است:

– مهارت برقراری ارتباط مؤثر: مهارت ارتباطی یعنی ایجاد ارتباط مؤثر و اثربخش با افراد گروه. خمیرمایه و زیربنای مهارت ارتباطی، گوش دادن است که به دقت و توجه نیاز دارد (طاهری زاده و همکاران، ۱۳۹۰).

– آشنایی با مبانی رفتار افراد در سازمان: یکی دیگر از زیربنای مهارت انسانی مدیر این است که وی باید نوع رفتار و منشا رفتاری افراد را در سازمان بشناسد تا بتواند در برخورد با رفتارها، عاقلانه عمل نماید. رفتار، مجموعه‌ای از افکار، عقاید، تمایلات، نگرش‌ها، ارزش‌ها، اعمال و حرکات درونی و بیرونی است که از فرد سر می‌زند و هدفی را دنبال می‌کند. با توجه به این تعریف، مدیر سازمان باید بر ارزش‌ها و خصوصیات افراد، گرایش‌ها، شخصیت، ادراک و عوامل مؤثر بر آن واقف باشد.

– آشنایی با فرهنگ سازمانی: فرهنگ سازمانی عبارت است از باورهای مشترک افراد در سازمان. در هر حال هر سازمانی دارای فرهنگ خاص خود می‌باشد و برای اینکه مدیر سازمان، بهتر بتواند مهارت‌های انسانی خود را در سازمان جاری کند، باید ریشه‌های فرهنگی سازمان که عموماً شامل

یک نتیجه جهت اطمینان از گماردن افراد مناسب در کار مناسب تعریف شده است. استعدادهای درخشان به عنوان یک شخصی که مجهز به دانش یا مهارت‌های حرفه‌ای ویژه هستند، جهت کمک به سازمان در نظر گرفته می‌شوند (آکساکال^۶ و همکاران، ۲۰۱۳). مدیریت استعداد، مجموعه‌ای از فرآیندهای سازمانی طراحی شده برای جذب، آموزش، بسیج و حفظ افراد کلیدی شناخته می‌شود (ون زیل^۷ و همکاران، ۲۰۱۷). این فعالیت‌ها، راهبردی و آینده‌گرا بوده و بر اهداف کلی سازمان متمرکز هستند (موپلا و تورای^۸، ۲۰۱۸). هدف مدیریت استعداد، تضمین عرضه و تأمین سطح مطلوبی از استعدادها به منظور انطباق افراد مناسب با مشاغل مناسب در زمان مناسب بر مبنای اهداف راهبردی سازمانی هست (آتان و استاپ^۹، ۲۰۱۷). لوئیس و هکمن^{۱۰} مدیریت استعداد را در سه جنبه شامل ورودی (تقاضا و عرضه استعدادها)، فرایند (تلاش برای تداوم رهبری در موقعیتهای کلیدی) و خروجی (تضمین استخدام کارکنان مناسب) تعریف نمودند (گوماس^{۱۱} و همکاران، ۲۰۱۳). ماهان^{۱۲} قلب مدیریت استعداد را توسعه ظرفیت‌های درونی افراد می‌داند که این ظرفیت‌های درونی عبارت‌اند از: ظرفیت یادگیری^{۱۳}، ظرفیت تفکر^{۱۴}، ظرفیت ارتباطی^{۱۵} و ظرفیت اجرا^{۱۶}

مؤلفه‌های مهارت‌های سه‌گانه مدیران

شاخص‌های مهارت فنی (تکنیکی): کاتز می‌گوید منظور از مهارت فنی در اینجا ادراک و استادی در فعالیت خاصی است که لازمه آن کاربرد روش‌ها، فرایندها، رویه‌ها و فنون است. مهارت فنی مستلزم داشتن معلومات تخصصی موردنظر و استادی در کاربرد ابزار و فنون مربوط به رشته‌ای خاص می‌باشد. مهارت فنی موردنیاز مدیران سازمان‌ها به دو مقوله تقسیم شده است:

- 6 .Aksakal
- 7 .Van Zyl
- 8 .Mwila, N., & Turay
- 9 .Atan, T., & Stapf
- 10 .Lewis and Heckman
- 11 .Gumus,
- 12 .Mohan
- 13 . Learning Quotient
- 14 . Conceptual Quotient
- 15 . Relationship Quotient
- 16 . Action Quotient

این تحقیق بر بررسی واکنش کارکنان به مدیریت استعداد انحصاری و خروجی‌ها در سطح فردی، تبدیل دیدگاه کارکنان به تمرکز اصلی در ادبیات، یک تغییر از دیدگاه سازمانی و تمرکز در سطح سازمان در ادبیات غالب است می‌پردازد. این تحقیق مبتنی بر نظریه‌های قرارداد روانی، تبادل اجتماعی و اسنادی منابع انسانی به بررسی مکانیزم‌هایی می‌پردازد که از طریق آنها مدیریت استعداد انحصاری بر خروجی‌ها تاثیر می‌گذارد. از یک استراتژی تجربی همگرای اکتشافی و یک روش ترکیبی برای پاسخگویی به این سوالات تحقیق استفاده می‌شود: چگونه کارکنان مدیریت استعداد را تجربه می‌کنند؟ پیامدهای مدیریت استعداد برای قرارداد روانی و خروجی‌های فردی چیست؟ دو مطالعه تجربی ارائه می‌شوند. اول، یک مطالعه قیاسی کیفی. با یک نمونه بین سازمانی هدفمند از کارکنانی که به عنوان استعداد برتر در سازمانشان تعیین شدند، مصاحبه‌ای صورت گرفت تا "صدای استعداد" شنیده شود، شواهد پیامدهای وضعیت استعداد، پیچیدگی‌های رابطه سازمان-استعداد و مشارکت پویا و مرکزی و قرارداد روانی را نشان می‌دهند. دوم اینکه، با یکپارچه‌سازی نظریه اسنادی منابع انسانی با ادبیات مدیریت استعداد، تاثیر ویژگی‌های مدیریت استعداد کارکنان بر خروجی‌های فردی مورد بررسی قرار می‌گیرد، یافته‌ها نشان می‌دهند که انجام قرارداد روانی، یک مکانیزم اصلی است که از طریق آن تاثیر ویژگی‌های مدیریت استعداد کارکنان بر خروجی‌ها تعدیل می‌شود. یک مطالعه کیفی در مقیاس بزرگ (تعداد= ۱۵۶۱) انجام شد. با بررسی دیدگاه‌های کارکنانی که به عنوان استعداد شناخته شدند و هم نیروی کار گسترده، این تحقیق به بررسی تجربی عمیق تجربه کارکنان مدیریت استعداد در ادبیات کمک می‌کند.

ادبولا^{۱۸} (۲۰۱۷)، پژوهشی با عنوان مدیریت استعداد: دیدگاه‌ها، شیوه‌ها و ارزیابی در سازمان‌های بخش خصوصی انگلیس انجام داد. این مطالعه به دنبال این است که سهمی در درک مفهومی و تجربی ماهیت مدیریت استعداد و ارزیابی آن داشته باشد. در رابطه با چهار مطالعه کیفی در

تاریخ، محیط، سیاست، ارزش و هنجارهای سازمانی و غیره می‌باشد را بشناسد.

– آشنایی با فرایند انگیزش: نیروی انسانی خلاق، در هر سازمان، بالقوه وجود دارد. اما انگیزه به فعل درآوردن این قوه، اغلب یکسان نیست و درجه و چگونگی از قوه به فعل درآوردن فکر و اندیشه افراد، بستگی به رهبری مدیر سازمان دارد که چگونه از مکانیزم‌های انگیزشی استفاده نماید.

شاخص‌های مهارت ادراکی: کاتز در مورد مهارت ادراکی مدیر، می‌نویسد: منظور از مهارت مبتنی بر درک کلی، قدرت تلقی مؤسسه به صورت یک واحد کلی است. یعنی اینکه مدیر تشخیص دهد چگونه هر یک از وظایف مختلف سازمان به دیگری وابسته است و تغییر در هر یک از قسمت‌ها الزامات قسمت‌های دیگر را نیز تحت تاثیر قرار می‌دهد. مهارت مبتنی بر درک کلی را می‌توان تا درک وجود رابطه بین سازمان و جامعه، عوامل سیاسی، اجتماعی و اقتصادی یک ملت تعمیم داد. مهارت ادراکی در دو مؤلفه قابل بررسی است:

– تفکر سیستمی: یکی از پایه‌های مهارت ادراکی این است که مدیر سازمان با عناصر و عوامل سازمان به صورت یک سیستم برخورد نماید. مفهوم اساسی و جهان شمولی که از سیستم موردنظر همگان است، عبارت است از موجودیتی که متشکل از عناصری مرتبط و متعادل است و این ارتباط و تعامل به سیستم نوعی کلیت و تمامیت می‌بخشد.

– مجهز شدن به ذهنیت فلسفی: زیربنای دیگر مهارت‌های ادراکی، ذهنیت فلسفی است. برای اینکه مدیران سازمان‌ها به این ذهنیت مجهز شوند، باید بینش و نگرش جامع، عمیق و منعطف داشته باشند (محمدی و نیکپور، ۱۳۹۳). به طور کلی مهارت‌های مورد نیاز مدیران در پیشینه پژوهشی در جدول زیر خلاصه شده است:

پیشینه تحقیقاتی پژوهش

کینگ^{۱۷} (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان توجه به استعداد در مدیریت استعداد: پیامدهای مدیریت استعدادهای استراتژیک برای رویکردهای روانشناختی کارمندان و نتایج فردی انجام داد. با در نظر گرفتن استعداد در مدیریت استعداد، تمرکز

18. Adebola

17. King



آناکیس و اسپوستو^{۲۱} (۲۰۱۶) پژوهشی با عنوان مدیریت استعداد و شایستگی‌ها: مطالعه موردی دانشگاه‌های نیمه خصوصی ویتنام و مالزی انجام دادند. مدیریت استعدادها درخشان توجه محققان و دست‌اندرکاران در کشورهای در حال توسعه را در سال‌های اخیر به خود جلب کرده است. کمبود تحقیقات تجربی محور در منطقه جنوب شرقی آسیا وجود دارد و گزارش‌های اخیر هشداردهنده از بروز بحران در بخش آموزش عالی دیده شده است. در مورد ادراکات مدیریت استعداد و رفتار دانشگاهیان در دانشگاه‌های منطقه مطالعات کمی صورت گرفته است. چهار سازه از ادبیات شناسایی و تجزیه و تحلیل شد - شناسایی استعداد، فرهنگ استعداد، شایستگی‌ها و توسعه استعدادها. پرسشنامه‌ها بین دانشگاهیان از ۴ دانشگاه نیمه‌خصوصی مالزی و ویتنام توزیع شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که شناسایی استعداد، رشد استعداد و فرهنگ مدیریت استعداد از مهمترین عوامل در شایستگی مدیریت استعداد دانشگاهیان می‌باشند. یافته‌ها همچنین نشان می‌دهد که سطح شایستگی مدیریت استعداد برای دانشگاهیان به طور قابل توجهی بالاتر است وقتی که سیستم‌های مدیریت منابع انسانی ارزش‌ها را مشخص می‌کند، عملکرد تیم و فرد را می‌سنجند، ارزیابی و توسعه و بازخورد رسمی صادقانه ای را ارائه می‌دهد.

صحت و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان الگوی برای پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز مدیریت استعداد در شرکت‌های دانش‌بنیان انجام دادند. یافته‌های این پژوهش، حاکی از آن است که سه عامل از قبیل: برند کارفرما، فرهنگ‌سازمانی و سبک رهبری تحول‌آفرین به‌عنوان عوامل زمینه‌ساز و مؤثر بر پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز مدیریت استعداد در شرکت‌های دانش‌بنیان، مورد شناسایی قرار گرفتند. بر اساس نتایج پژوهش حاضر، در میان عوامل مذکور، سبک رهبری تحول‌آفرین بیشترین تأثیر را بر پیاده‌سازی موفق مدیریت استعداد در شرکت‌های دانش‌بنیان داشته است. همچنین، برند کارفرما و فرهنگ‌سازمانی نیز به‌ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند.

سازمان‌های بخش خصوصی از فلسفه تفسیرگرا استفاده شد. مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با مدیران استعداد/منابع انسانی، مدیران ارشد و کارکنان در هر سازمان صورت گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهند که شناسایی، توسعه و حفظ کارکنان بااستعداد، ویژگی‌های کلیدی فرآیندهای مدیریت استعداد هستند. یافته‌ها همچنین حاکی از این هستند که مفهومی‌سازی و عملیاتی‌سازی مدیریت استعداد بین سازمان‌ها متفاوت است اما این تفاوت‌ها و فلسفه همراهشان را می‌توان به نحوی از نظر یک عامل اصلی برای مثال برنامه‌ریزی موفقیت، کالاهای باارزش، نقاط محوری و گنجایش^{۱۹} توضیح داد. گرچه ارزیابی به عنوان یک جنبه بسیار مهم فرآیند مدیریت استعداد دانسته می‌شود، تأثیرات ابتکارات استعداد بر سازمان سنجیده نمی‌شود. علاوه بر این، این مطالعه تعدادی عوامل نوظهور را مشخص می‌کند که متخصصان باید از آن آگاه باشند و در فرآیند مدیریت استعداد مد نظر قرار دهند که شامل مدیریت انتظارات کارکنان در طرح استعداد، شفافیت فرآیند مدیریت استعداد، مسائل مربوط به تنوع جنسیتی، فراهم آوردن امکان پیشرفت و توسعه برای خود کارکنان و نیز مسائل مربوط به مدیران خط مقدم می‌شوند که تنها مسئول شناسایی و تعیین کارکنان بااستعداد هستند.

فراز نعیم و لنکا^{۲۰} (۲۰۱۷) پژوهشی با عنوان مدیریت استعداد: یک استراتژی شکوفای متمرکز در صنعت فناوری هند انجام دادند. هدف از این مقاله، بررسی سیستم مدیریت استعداد در سازمان فناوری اطلاعات هند می‌باشد. مصاحبه‌های ساختارمند برای جمع‌آوری داده‌های اولیه انجام شد. یافته‌ها نشان می‌دهد، استخدام، توسعه استعداد، مدیریت دانش، رسانه‌های اجتماعی، مدیریت عملکرد و پاداش، شیوه‌های اصلی مرتبط با مدیریت استعداد است. مدیریت منابع انسانی باید شیوه‌های مدیریت استعداد را در سازمان در نظر بگیرد تا بتواند بطور مؤثری نیروی کار خود را مدیریت کند.

19. Inclusion

20. Naim & Lenka

21. Annakis & Esposito

۳- روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر داده‌ها آمیخته اکتشافی (علّی) و از نظر ماهیت پیمایشی مقطعی است. در پژوهش حاضر پژوهشگر در مرحله اول از روش تحقیق کیفی استفاده نموده است. سپس رویکرد کمی پژوهش را با توجه به مرحله کیفی به اجرا درآورده است. بدین طریق محقق روش اکتشافی را برگزیده است. در ادامه جهت ارزیابی برازش مدل پیشنهادی تحقیق از رویکرد تحقیق کمی به روش پیمایشی مقطعی استفاده شده است. بنابراین در اینجا، براساس تقدم اجرایی فرآیند تحقیق، ابتدا به مراحل روش تحقیق کیفی اشاره می‌شود و سپس مراحل روش تحقیق کمی بازنمایی می‌گردد. گام‌های اجرای پژوهش حاضر را با توجه به اجرای گام کیفی تحقیق در دو مرحله انجام می‌گیرد در مرحله اول جهت شناسایی مفاهیم، ابعاد و مولفه‌ها از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با خبرگان موضوع استفاده شد که هدف از این مرحله شناسایی مفاهیم و مولفه‌های اولیه مدل می‌باشد. دلیل انتخاب مصاحبه نیمه ساختاریافته این است که علاوه بر آن که امکان تبادل نظرات و تفکر وجود دارد می‌توان بحث و موضوع در جهت دستیابی به اهداف تحقیق را هدایت نمود. همچنین در طول فرآیند مصاحبه، امکان مشاهده احساسات و رسیدن به باورها و اعتقادات مصاحبه شونده درباره‌ی موضوع تحقیق نیز وجود دارد. براساس پیشینه تحقیق و تحلیل مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته می‌توان، مولفه‌ها را آشکار کرد. در مرحله بعد از طریق تحلیل دلفی دو مرحله ای مدل ابتدایی استخراج خواهد شد. روش تحقیق مرحله کمی پژوهش حاضر، پیمایشی مقطعی می‌باشد. از آنجایی که در مرحله کیفی تحقیق، مولفه‌های پیشنهادی بازنمایی می‌شود. در مرحله کمی با استفاده از روش پیمایشی مقطعی به شیوه رگرسیون خطی به توصیف مدل در جامعه تحقیق و همچنین مطالعه میان مفاهیم و مولفه‌های الگوی پیشنهادی پرداخته می‌شود. بدین منظور تکنیک معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است.

محموظی و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی باعنوان طراحی مدل جامع مدیریت استعداد با رویکرد جانشین پروری در راستای توسعه بهره‌وری سازمانی با استفاده از روش معادلات ساختاری (مورد مطالعه: سازمان‌های دولتی) انجام دادند. در این پژوهش سعی شده تا به روش تحقیق آمیخته به شناسایی و تبیین مؤلفه‌های تشکیل دهنده مدل مدیریت استعداد با رویکرد جانشین‌پروری در سازمان‌های دولتی پرداخته شود. برمبنای تئوری پژوهش، مدل اولیه دارای سه بُعد مدیریت استعداد، شامل دو مؤلفه استراتژی استعداد و طرز تفکر استعداد، بُعد استراتژی مدیریت استعداد، شامل پنج مؤلفه ارتباطات، پرورش کارکنان، فرهنگ، مدیریت عملکرد و پاداش و قدردانی، و بُعد جانشین‌پروری، شامل سه مؤلفه ساختار، زمینه و محتوا، فرض شد. در ادامه، داده‌های گردآوری شده در بخش ارزیابی و سنجش مدل به‌وسیله تحلیل‌های عاملی تأییدی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که مدل مفروض برای مدیریت استعداد با رویکرد جانشین‌پروری در سازمان‌های دولتی معنی‌دار و گویای این مهم بود که از دیدگاه کارکنان سازمان‌های دولتی، بُعد استراتژی مدیریت استعداد به‌ترتیب به میزان ۸۲٪ و ۹۹٪ در تبیین واریانس جانشین‌پروری و مدیریت استعداد نقش دارد.

حبیب‌پور و همکاران (۱۳۹۷) پژوهشی باعنوان طراحی مدل مدیریت استعدادها در صنعت بانکداری انجام دادند. پژوهش حاضر با توجه به هدف، کاربردی و روش تحقیق آن ترکیبی اکتشافی می‌باشد. در ادامه مصاحبه نیمه ساختاریافته عمیق و هدفمند با ۱۵ نفر از مدیران و متخصصین بانکی و نیز خبرگان دانشگاهی انجام و داده‌های حاصل با روش تحلیل محتوا، مورد تحلیل قرار گرفته و ابعاد و مولفه‌های موضوع مشخص گردید. بر اساس نتایج، ۹ بعد و ۸۰ مولفه شناسایی و اولویت بندی شدند. در این خصوص بترتیب عوامل نگهداشت استعداد، نتایج مدیریت استعداد، استراتژی استعداد، روش‌های توسعه استعداد، ویژگی‌های استعداد، شیوه‌های جذب و انتخاب استعداد، ارزیابی استعداد، ویژگی‌های صنعت بانکداری و فرهنگ سازمانی در تبیین مدل مدیریت استعدادها در صنعت بانکداری نقش معنادار دارند.



جامعه آماری و تعداد نمونه

جامعه مورد مطالعه در مرحله کیفی: خبرگان شامل: سیاستگذاران و برنامه‌ریزان سازمان تامین اجتماعی، گروه دوم: مدیران ارشد سازمان تامین اجتماعی، گروه سوم: اعضای هیات علمی مطلع در زمینه تحقیق به عنوان خبرگان در تحقیق معرفی می‌شوند، در نهایت شامل ۱۵ نفر از خبرگان می‌باشند. در بخش کمی جامعه آماری کلیه مدیران و کارشناسان سازمان تامین اجتماعی شهرستان‌های استان تهران که در حدود ۷۰۰ نفر می‌باشند. به منظور نمونه‌گیری در مرحله کمی از جدول مورگان استفاده می‌شود که بر اساس جامعه آماری ۷۰۰ نفری، تعداد ۲۳۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده اند، روش نمونه‌گیری خوشه‌ای می‌باشد.

روایی تحقیق در مرحله کیفی

برای بررسی روایی محتوایی به شکل کمی، ازدو ضریب نسبی روایی محتوا (CVR)، استفاده می‌شود. برای تعیین نسبت روایی محتوایی^{۲۲} از متخصصان درخواست می‌شود تا هرآیتم را براساس طیف سه قسمتی "ضروری است"، "مفید است ولی ضرورتی ندارد" و "ضرورتی ندارد" بررسی نمایند. سپس پاسخ‌ها مطابق فرمول زیر محاسبه می‌گردد.

$$CVR = \frac{n_e - N/2}{N/2}$$

که N تعداد خبرگان مورد بررسی است و n_e تعداد خبرگانی است که پرسش مورد نظر را تأیید کرده‌اند. اگر مقدار محاسبه شده از مقدار جدول بزرگتر باشد اعتبار محتوای آن آیتم پذیرفته می‌شود. (رانگتوساناتم^{۲۳}، ۱۹۹۸). با توجه به اینکه تعداد اعضای پانل ۱۵ می‌باشد حداقل مقدار CVR برابر ۰,۴۹ می‌باشد و در تمامی سوالات مقدار CVR بیش از ۰,۴۹ برآورد شده است و نشان از روایی تحقیق دارد.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

برای تجزیه و تحلیل مشاهدات و اطلاعات پژوهش و بررسی تاثیر همزمان مقیاس‌های عمومی از نرم‌افزار تحلیل آماری Excel 2013، SPSS 24، Smart-PLS استفاده شد. معیارهای بررسی مدل در جدول ۲ و ۳ ارائه و در بخش تجزیه و تحلیل بر اساس این معیارها ارزیابی مدل اندازه‌گیری و ارزیابی مدل ساختاری و کلی تحلیل شده است.

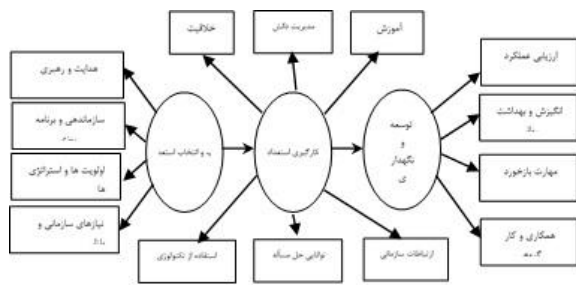
جدول ۲. معیارهای ارزیابی مدل اندازه‌گیری (مدل بیرونی)

توصیف	شاخص	معیار	نوع مدل
معیار قابل قبول حداقل ۰,۷ می‌باشد.	آلفای کرونباخ	پایایی	مدل اندازه‌گیری انعکاسی
برای هر متغیر مکتون حداقل ۰,۷ باشد.	پایایی ترکیبی (CR)		
حداقل ۰,۵ باشد	ضرایب بارهای عاملی		
میانگین واریانس استخراج شده (AVE) حداقل ۰,۵ می‌باشد.	روایی همگرا	روایی	
همبستگی شاخص با سازه مربوطه بیش از همبستگی آن با سایر سازه‌ها باشد.	بارهای عاملی متقابل	روایی واگرا (تشخیصی)	
جنر AVE هر متغیر مکتون بیشتر از همبستگی آن متغیر با متغیرهای پنهان دیگر باشد.	آزمون فورنل-لارکر		

22. Content Validity Ratio (CVR)

23. Rungtusanatham, M0.85





شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

بررسی برازش مدل اندازه‌گیری (پایایی و روایی مدل) همان طور که در جدول نشان داده شده است معیار پایایی ترکیبی برای تمامی متغیرهای مکنون بالاتر از ۰,۷ است همچنین معیار آلفای کرونباخ برای متغیرهای مربوط بیش از ۰,۶ می‌باشد که نشان‌دهنده پایایی مناسب مدل می‌باشد.

جدول ۵. بررسی پایایی مدل اندازه‌گیری

ابعاد	Cronbachs Alpha	Composite Reliability	AVE
جذب و انتخاب استعداد	۰,۷۲	۰,۷۷	۰,۵۸
هدایت و رهبری	۰,۶۶	۰,۷۹	۰,۵۲
سازماندهی و برنامه ریزی	۰,۷۰	۰,۶۵	۰,۵۴
اولویت‌ها و استراتژی‌ها	۰,۷۹	۰,۷۱	۰,۵۳
نیازهای سازمانی و بازار	۰,۷۰	۰,۶۳	۰,۵۳
بکارگیری استعداد	۰,۸۷	۰,۸۹	۰,۵۴
استفاده از تکنولوژی	۰,۷۲	۰,۸۲	۰,۵۵
توانایی حل مسأله	۰,۷۱	۰,۶۹	۰,۵۱
ارتباطات سازمانی	۰,۷۵	۰,۶۶	۰,۵۳
خلاقیت	۰,۵۴	۰,۴۷	۰,۵۰
مدیریت دانش	۰,۸۶	۰,۹۰	۰,۶۵
آموزش	۰,۴۶	۰,۷۱	۰,۵۲
توسعه و نگهداری استعداد	۰,۷۷	۰,۸۱	۰,۵۵
انگیزش و بهداشت روانی	۰,۸۰	۰,۸۸	۰,۷۱
ارزیابی عملکرد	۰,۸۴	۰,۹۰	۰,۷۶
مهارت‌های مورد نیاز	۰,۶۱	۰,۷۷	۰,۵۱
همکاری و کار گروهی	۰,۶۶	۰,۶۳	۰,۵۷

جدول ۳. معیارهای ارزیابی مدل ساختاری و کلی

نوع مدل	معیار	شاخص	توصیف
مدل ساختاری	صحت رابطه (اعداد معنی‌داری)	T-values	معیار قابل قبول حداقل ۱,۹۶ می‌باشد.
	تأثیر متغیر برون‌زا بر درون‌زا	R Square (R ²)	برای هر متغیر درون‌زا مقادیر ۰,۳۳, ۰,۱۹ و ۰,۶۷ به ترتیب تأثیر کم، متوسط و زیاد را نشان می‌دهد.
	اندازه تأثیر شدت رابطه میان سازه‌ها	F ²	مقادیر ۰,۰۲, ۰,۱۵ و ۰,۳۵ به ترتیب اندازه تأثیر کم، متوسط و زیاد است.
	قدرت پیش‌بینی مدل	Q ²	برای هر متغیر درون‌زا مقادیر ۰,۰۲, ۰,۱۵ و ۰,۳۵ به ترتیب تأثیر کم، متوسط و زیاد را نشان می‌دهد.
مدل کلی	برازش کلی مدل	GOF	مقادیر ۰,۰۱, ۰,۲۵ و ۰,۳۶ به ترتیب مقادیر ضعیف، متوسط و قوی است.

۴- یافته‌های پژوهش

تحلیل یافته‌های مرحله کیفی (روش دلفی)

به منظور تهیه چک لیست عوامل موثر بر مدیریت استعداد بر مبنای قابلیت‌های مدیران به کمک روش دلفی و ۱۵ خبره در پنل و در دو تکرار عوامل زیر احصاء شده است. طبق نظر این خبرگان و بر مبنای نظری تحقیق در ۳ مولفه اصلی و ۱۴ بعد و ۵۹ شاخص در این تحقیق شناسایی شدند. چک لیست‌های امتیازی بر مبنای مقیاس طیف لیکرت ۵ تایی در اختیار متخصصان (اعضای پنل) قرار داده شده و بر حسب میانگین، انحراف معیار و ضریب توافق جهت حضور در مدل نهایی تأیید یا حذف می‌گردند. از آنجا که تمامی متغیرها دارای میانگین در حد مطلوب و انحراف معیار پایین قرار دارند تمامی متغیرها در مدل تأیید شده و تغییری حذف نشده است. با توجه به توضیحات داده شده، روایی محتوایی متغیرهای مدل در جدول شماره ۱ پیوست محاسبه و نتایج آن ارائه شده است. بر اساس تأیید متغیرهای شناسایی شده مدل تحقیق در شکل ۱ ارائه شده است:



6
	۶	۳	۷	۵	۶	۷	۶	۵	۷	۷
	۳	۲	۲	۵	۳	۳	۶	۹	۱	۳
1
	۶	۶	۷	۵	۷	۶	۷	۴	۶	۵	۶	۵	۶	۶	۶	۶	۶	۶	۶	۶
	۱	۵	۶	۸	۱	۹	۳	۷	۶	۹	۶	۶	۶	۶	۶	۶	۶	۶	۶	۶
2
	۵	۶	۴	۶	۵	۶	۷	۴	۶	۵	۶	۵	۶	۶	۶	۶	۶	۶	۶	۶
	۳	۶	۸	۸	۴	۶	۵	۷	۹	۳	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲
3
	۵	۶	۴	۵	۶	۶	۶	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵
	۳	۱	۴	۹	۹	۴	۸	۶	۵	۵	۹	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵
4
	۵	۵	۶	۷	۶	۵	۵	۵	۵	۵	۶	۶	۶	۶	۶	۶	۶	۶	۶	۶
	۶	۲	۹	۳	۴	۵	۴	۵	۸	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱

برای بررسی روایی ممیز از جدول فورنل لارکر (Fornell and Larcker, 1981) استفاده شده است. در جدول (۴-۱۵) مشخص است که مقدار جذر AVE متغیرهای مکنون در پژوهش حاضر که در خانه‌های قطر اصلی ماتریس قرار گرفته‌اند، از مقدار همبستگی میان آن‌ها که در خانه‌های سطر و ستون قطر اصلی قرار دارند، بیشتر است. از این رو می‌توان اظهار داشت که در پژوهش حاضر، سازه‌ها (متغیرهای مکنون) در مدل، تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارند تا با سازه‌های دیگر، به عبارت دیگر روایی واگرایی مدل در حد مناسب است. به این ترتیب رابطه بین سازه‌ها و شاخص‌هایشان تأیید می‌شود که نشان‌دهنده این است که یک سازه تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارد تا با شاخص‌های دیگر.

بررسی برازش مدل ساختاری

به منظور برازش مدل ساختاری نهایی لازم است تمامی روابط بین متغیرهای پنهان و آشکار مطابق مدل تحقیق در نرم‌افزار PLS پیاده سازی شود:

بررسی روایی مدل اندازه‌گیری

با توجه به جدول ۵ مقدار واریانس به اشتراک گذاشته یا همان AVE برای سازه‌ها بیش از ۰,۵ می‌باشد که نشان از روایی همگرایی قابل قبول دارد. همچنین به منظور بررسی روایی واگرا از روش فورنل و لارکر استفاده شده است که در این ماتریس مجذور مقادیر AVE یعنی همان اعداد مندرج در قطر اصلی بیشتر از ضرایب همبستگی بین سازه‌ها می‌باشد. بدین ترتیب خواهیم داشت:

جدول ۶. ماتریس سنجش روایی واگرا به روش فورنل و

لارکر

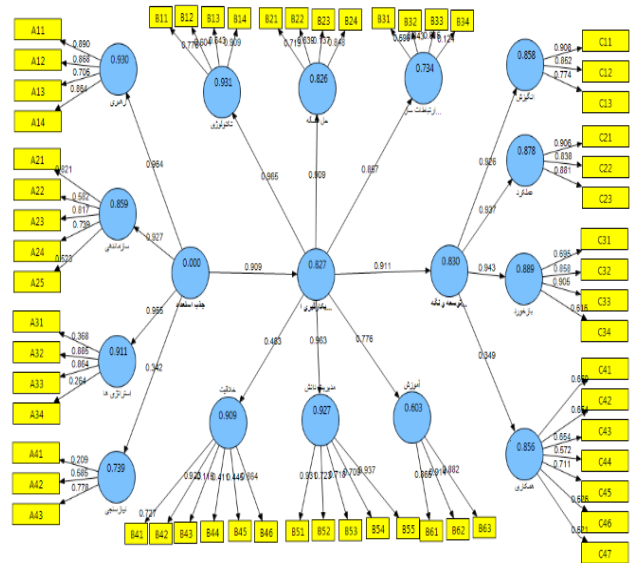
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
1	.				۷									
2	.	.			۶	۸								
		۳	۳		۲	۳								
3	.	.	.		۶	۶	۸							
		۲	۱	۱	۲	۱	۱							
4	۵	۶	۵	۷						
		۵	۵	۷	۵	۵	۷	۵						
1	۶	۶	۷	۶	۷					
		۳	۲	۲	۶	۶	۶	۶	۶					
2	۶	۵	۷	۵	۵	۷				
		۳	۲	۶	۶	۵	۷	۵	۵	۷				
3	۶	۶	۷	۶	۵	۵	۸			
		۴	۵	۶	۶	۶	۷	۶	۹	۳	۳			
4	۷	۶	۷	۴	۶	۶	۶	۷		
		۲	۵	۶	۷	۶	۷	۴	۹	۷	۲	۴		
5	۶	۶	۶	۵	۶	۶	۶	۶	۷	
		۴	۶	۸	۶	۶	۶	۵	۶	۶	۶	۶	۷	۵



نشان‌دهنده پایایی مناسب مدل می‌باشد و نشان از صحت رابطه بین سازه‌ها در سطح اطمینان ۹۵٪ است.

جدول ۷. ضرایب معنی‌داری در مدل ساختاری

از	به	بار عاملی P-value	ضرایب معناداری T-value	نتیجه
A	B	۰,۹۰۹	۳۹,۵۵	تأثیر معنی دار
B	C	۰,۹۱۱	۶۰,۲۷	تأثیر معنی دار



به کمک ضرایب معنی داری و مقادیر بار عاملی مشخص می‌شود که تمامی روابط معنی دار و تأثیر گذار بوده است.

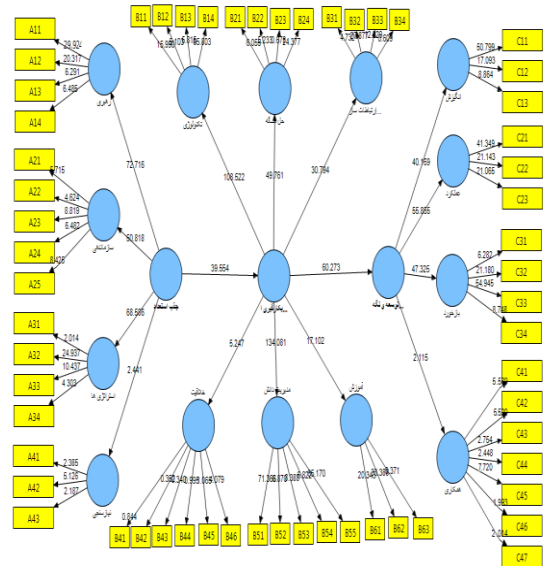
معیار ارزیابی برازش کلی مدل

به‌منظور محاسبه GOF لازم است میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای درون‌زا محاسبه شود. خروجی نرم‌افزار مقادیر اشتراکی 15 سازه مرتبه اول را محاسبه کرده است که در جدول زیر نشان داده شده است:

جدول ۸. مقادیر اشتراکی متغیرهای درون‌زای مرتبه اول

متغیر درون‌زا	نماد	Communality
هدایت و رهبری	A1	۰,۵۲۳
سازماندهی و برنامه ریزی	A2	۰,۶۴۲
اولویت‌ها و استراتژی‌ها	A3	۰,۴۳۳
نیازهای سازمانی و بازار	A4	۰,۶۳۰
استفاده از تکنولوژی	B1	۰,۵۵۲
توانایی حل مسأله	B2	۰,۴۱۸
ارتباطات سازمانی	B3	۰,۴۳۷
خلاقیت	B4	۰,۶۰۷
مدیریت دانش	B5	۰,۶۵۷
آموزش	B6	۰,۵۲۹
انگیزش و بهداشت روانی	C1	۰,۷۱۷
ارزیابی عملکرد	C2	۰,۷۶۶
مهارت بازخورد	C3	۰,۵۱۲
همکاری و کار گروهی	C4	۰,۶۷۷

شکل ۴. نمودار مدل ساختاری در حالت ضرایب اعداد معناداری P-value



شکل ۵. نمودار مدل ساختاری در حالت ضرایب اعداد معناداری T-value

به کمک ضرایب اعداد معناداری T-value و بار عاملی می‌توان صحت رابطه بین سازه‌ها را سنجید. بدین ترتیب جدول ۷ نشان‌دهنده ضرایب T و بار عاملی می‌باشند که در مدل نیز نشان داده شده است. با توجه به اینکه در مدل در حالت بار عاملی همگی ضرایب بیش از ۰,۵ هستند و همچنین ضرایب معناداری همگی بیش از ۱,۹۶ هستند،



و یافته‌های حاصل از پیمایش، مهمترین عامل تاثیرگذار بر جذب استعدادها، در بعضی از تحقیقات برند کارفرما است. چنانچه سازمان تأمین اجتماعی بخواهند به شهرت و اعتبار قابل ملاحظه‌ای نزد مردم دست یابند و برند تجاری خود را در اذهان مطرح کنند، می‌بایست طی یک برنامه مدون جذب نیرو، فرصت‌های موجود در شرکت را به جامعه معرفی کرده و وجوه تمایز شرکت‌ها با سایر سازمان‌ها و صنایع کشور را تبیین نمایند. افرادی که در مخزن استعدادها یک سازمان قرار می‌گیرند، باید بتوانند مسیر ارتقای شغلی خود را سریع‌تر طی کنند تا سازمان ذیربط به مدت بیشتری از توانمندی‌های آنها در مناصب محوری و حساس بهره‌مند گردد. لذا، باز بودن راه پیشرفت استعدادها، یکی از الزامات طراحی کارراه شغلی آنها است. همچنین، رشد تدریجی افراد مستعد از لحاظ شایستگی‌ها و دانش با یستی با ارتقای شغلی آنها سازگار و هماهنگ باشد. مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها، تفویض اختیار، ایجاد تیم‌های کاری و گروه‌های کاری مختلف، به رسمیت شناختن نمایندگی استعدادها در سطوح مختلف سازمان برای اخذ نظرات آنها درباره فعالیت‌های سازمان، لازمه مشارکت، بها دادن به خلاقیت‌ها، دیدگاه‌ها و ایده‌های استعدادها در سازمان است. به عنوان مثال، از طریق: ایجاد فضای کاری مناسب جهت ارائه ایده‌ها و پیشنهادات از سوی استعدادها و تلاش برای عملی کردن پیشنهاداتی برتر. استفاده از تخصص و دانش افراد مستعد و مشاوره با ایشان در زمینه‌های تخصصی و درگیر کردن آنها در تصمیم‌گیری‌ها.

توجه ویژه به نیروی انسانی بعنوان رکن اصلی سازمان‌های امروزی از سوی سازمان‌ها می‌تواند باعث رشد و ارتقاء کارکنان و سازمان گردد. برای این منظور سازمان‌ها باید از میان انبوهی از نیروهای انسانی موجود در بیرون سازمان، افراد شایسته و مستعد مورد نیاز خود را به درستی انتخاب و سپس به پرورش و حفظ و نگهداری آنان همت گمارند. از آنجا که کشور ما به لطف خداوند مهربان و یگانه، سرزمین استعدادها می‌باشد و در هر گوشه‌ای از این

مقادیر اشتراکی^{۲۴} عبارت است از میانگین توان دوم بار عاملی متغیرهای مربوط به سازه درون‌زا، بدین ترتیب مقادیر اشتراکی 4 سازه مدل مرتبه دوم به شکل زیر محاسبه می‌شود:

$$Communality(A) = \frac{0.528^2 + 0.642^2 + 0.433^2 + 0.630^2}{4} = 0.318$$

$$Communality(B) = \frac{0.552^2 + 0.414^2 + 0.437^2 + 0.607^2 + 0.657^2 + 0.529^2}{6} = 0.346$$

$$Communality(C) = \frac{0.717^2 + 0.766^2 + 0.512^2 + 0.677^2}{4} = 0.489$$

با توجه به اینکه در محاسبه GOF فقط متغیرهای درون‌زا باید بررسی شوند، پس متغیر A کنار گذاشته شده و از مقادیر اشتراکی میانگین گرفته و بدین ترتیب میانگین مقادیر اشتراکی 14 سازه مرتبه اول و 2 سازه مرتبه دوم عبارت است از:

$$\text{Communalities} = 0.451$$

همچنین میانگین مقادیر ضرایب تعیین متغیرهای درون‌زا عبارت است از:

$$\overline{R^2} = 0.76$$

و در نهایت:

$$GOF = \sqrt{\text{Communalities} \times \overline{R^2}} = \sqrt{0.45 \times 0.76} = 0.58$$

از آنجا که مقدار GOF بیش از ۰,۳ می‌باشد، نشان از برازش کلی قوی مدل دارد.

۵- بحث و نتیجه گیری

منظور از استعدادیابی، جلب توجه و جذب افراد کلیدی که قابلیت تبدیل شدن به استعداد را دارند، است (برنت و کول^{۲۵}، ۲۰۰۷). از آنجا که امروزه محیط سازمان‌ها دستخوش تغییرات سریع است، شناسایی صلاحیت‌های موردنیاز سازمان در هر دوره، همیتی بسزا در کارکردهای پایه‌ای جذب استعدادها دارد. بر اساس مبانی نظری پژوهش

24. Communality

25. Brandt & Kull



دلیلی وجود ندارد که یک سطح اولیه پاداش شامل پاداش‌های مالی و غیره برای استعداد نمی‌تواند وجود داشته باشد. در ارائه پاداش شناخت سهم دیگران در عملکرد فرد مهم است. مدیران سازمان باید ضمن شناسایی کارکنان بر اساس سهم آنان در پیشبرد اهداف سازمان، به پرداخت پاداش اقدام نموده تا در تمامی گروه‌های کاری ایجاد انگیزه و حرکت نمایند. افرادی که کار مشابهی انجام می‌دهند باید پاداش مساوی نسبت به دیگران دریافت کنند، بدون ملاحظه رنگ، مذهب، جنسیت یا نژاد و یا تعدیلاتی که براساس عملکرد باید اعمال شود.

فراهم کردن فرصت‌ها: فراهم‌سازی فرصت‌های مناسب، سازمان را متعهد می‌کند که بعضی از منابع را تامین کند. این منابع ممکن است پول باشد اما اغلب، زمان افراد است که مورد نیاز است. اینکه سازمان به افراد اجازه می‌دهد فعالیت‌های دیگر سازمان را برعهده بگیرند، نه تنها موجب انگیزش می‌شود بلکه فرصت‌های بیشتری برای بروز و ظهور استعدادها فراهم می‌کند. برای تحقق کامل استعداد، استعداد، به مهارت (که می‌توان آموخت)، قابلیت (که ذاتی است) و فرصت (باید فراهم شود) نیاز دارد. **توجه به استعداد در همه رده‌های سازمان:** استعدادها را در همه رده‌های سازمانی هدف‌گیری کنید. سابق توصیه بر این بود که مدیران با استعداد را استخدام کنیم. اما با توجه به رسوخ دانش در کلیه سطوح سازمانی، می‌باید همه رده‌های سازمانی را مد نظر قرار داد و نه فقط مدیریت ارشد را. دیگر رده‌های سازمان همچون مدیران میانی، مدیران دوایر مرتبط با محیط سازمان، کارکنان، متخصصین و حتی نیروهای پاره وقت نقشی حیاتی در موفقیت سازمان ایفا می‌کنند. بدین ترتیب باید نیروی کار را مجموعه‌ای از استعدادها قلمداد کرد که دانش را ایجاد و اجرا می‌کنند. با این وصف کلیه فرایندهای جذب، آموزش، جبران خدمت و حفظ و نگهداری باید در مورد اجزا این مجموعه با حساسیت یکسان اجرا شود.

تقویت نقش واحد مدیریت منابع انسانی: نقش واحد مدیریت نیروی انسانی را تقویت کنید. نقش واحد مدیریت منابع انسانی صرفاً در جذب، آموزش، پاداش و مدیریت عملکرد نیروی انسانی خلاصه نمی‌شود. این واحد

کشور استعدادهای فراوانی وجود دارد که اگر به موقع کشف شوند، قطعاً در تحول جامعه بویژه در ابعاد فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و صنعتی اثرگذار هستند، پرداختن به موضوع مدیریت استعداد خالی از لطف نخواهد بود. این وظیفه حساس و از طرفی دشوار بر عهده مدیریت سازمان می‌باشد. مدیریت استعداد ابزاری موثر در هر سازمان بشمار می‌آید. مدیران با بکارگیری این ابزار می‌توانند، مهارت‌های کارکنان مستعد خود را کشف و سپس به طرز صحیحی گسترش دهند و در زمان‌های مناسب به تصحیح مهارت‌های موجود کارکنان خود بپردازند و آنها را مطابق نیازهای سازمان، رشد و پرورش دهند. زیرا آنچه که در گذشته به عنوان یک مهارت صحیح بوده است، لزوماً در زمان حال یا آینده صحیح نیست و بسیاری از مهارت‌ها را باید با توجه به نیازهای جدید سازمان و پیشرفتهای تکنولوژیکی به روز نمود. سازمان تأمین اجتماعی باید بیشتر تلاش خود را روی جذب استعدادهای مورد نیاز سازمان متمرکز نمایند و به جذب و استخدام افرادی مبادرت ورزند که بصورت بالقوه و بالفعل توانایی ممتازی در خلاقیت و نوآوری داشته و از قدرت یادگیری سریع مهارت‌های کاری برخوردار باشند. جذب چنین افرادی در سازمان سرعت اجرای فرآیند مدیریت استعداد را دو چندان خواهد کرد. زیرا این گونه از کارمندان برای یادگیری مهارت‌های مورد نیاز سازمان در آینده، استعداد بیشتری داشته و سازمان را با سرعت بیشتری به جلو خواهند برد. از طرفی مدیران مجری مدیریت استعداد باید خود، دارای سبک مربیگری باشند زیرا با داشتن چنین سبکی، افراد مستعد می‌توانند مهارت‌های خود را توسعه داده، نگرش‌های خود را متحول ساخته، راه‌حل‌های خود را بیابند و رفتارهایشان را اصلاح نمایند. در این راستا توجه به موارد زیر ضروری است:

پاداش انعطاف‌پذیر: در سازمان تأمین اجتماعی بر اساس سنت قدیمی، به کارکنان کم‌کار و کارکنان با استعداد و کوشا به یک میزان پاداش داده می‌شود. این معضل کهنه سالهاست که کارکنان با استعداد را رنج می‌دهد و باعث بسیاری از عقب ماندگی‌ها را در سازمان گردیده است. هیچ



اطلاعاتی امکان شناخت شایستگی کارکنان را به صورت معمول جهت قرار گرفتن در پست‌های خالی، برای مدیران مربوطه فراهم می‌سازد.

بر اساس بررسی تجربیات شرکت‌های پیشرو در فصل دوم، مشارکت و درگیری مدیران ارشد از عوامل کلیدی موفقیت در برنامه‌های توسعه مدیران به شمار می‌رود. این مشارکت به طرق مختلف از قبیل: حضور فعال در کلاس‌ها به عنوان مدرس، مربی یا استاد، سرپرستی پروژه‌ها، حضور نمادین در مراسم مرتبط و غیره نشان داده می‌شود. به منظور اثربخشی طرح‌های توسعه، مسئولیت‌های مدیران به ویژه در شرکت‌های متعدد باید کاهش یابد. انتخاب مدیران در هیات مدیره چند شرکت، صرفاً برای حل اختلاف یا ایجاد هماهنگی و یا حتی با هدف ترمیم حقوق و مزایا، تصمیم شایسته و معقولی نیست. در یک جمع‌بندی و به منظور حصول اطمینان از اجرای موفق نظام مدیریت استعدادها در سطح سازمان، ضروری است سیستمی برای سنجش اثربخشی آن طراحی شود. به عبارت دیگر، از برنامه‌های استعدادیابی و جانشین‌پروری باید ارزیابی کیفی به عمل آید.

می‌باید علاوه بر فعالیت‌های فوق به سوالات اساسی دیگری نیز پاسخ بگوید. به طور مثال این واحد باید پاسخ دهد که برای تحقق استراتژی سازمان چند نفر نیروی انسانی مورد نیاز است و چه استعدادها و توانمندی‌هایی می‌باید به این منظور جذب شود.

تعیین اهداف از جذب افراد مستعد از خود بپرسید که چرا افراد مستعد باید جذب سازمان شما شوند؟ و چرا کارکنان با استعداد باید سازمان شما را در مقایسه با سازمان‌های دیگر انتخاب کنند؟ با توجه به اینکه می‌خواهید استعدادها را در همه رده‌های سازمانی جذب کنید می‌باید انگیزه‌ها و ارزش‌های متناسب با هر رده سازمانی را تعریف کنید تا طیف متنوعی از استعدادها به سمت سازمان شما جذب شوند.

تشکیل بانک اطلاعاتی، از موجودی مهارت‌های قابل استفاده کارکنان: در این بانک اطلاعاتی می‌توان هر یک از مهارت‌هایی که افراد دارند، کدگذاری نمود. اطلاعات معمول شامل، تجربه، میزان مهارت و دانش، آموزش‌های شغلی طی شده و سطح حقوق افراد می‌باشد. این اطلاعات باید مداوم و به هنگام باشد. وجود این بانک اطلاعاتی، این امکان را برای سازمان فراهم می‌نماید که کارکنان مستعدی که به اعلان‌های شغلی پاسخ نداده‌اند، شناسایی شوند. همچنین بررسی در این بانک

منابع

- حبیب پور، الهویردی. قلیپور، آرین. معمارزاده طهران، غلامرضا. (۱۳۹۷). طراحی مدل مدیریت استعدادها در صنعت بانکداری. فصلنامه آموزش و توسعه منابع انسانی. سال پنجم. شماره ۱۹. صص ۱-۲۸.
- حسینی، ابوالحسن. (۱۳۸۹). طراحی و تبیین مدل مدیریت استعداد برای سازمان‌های دولتی ایران. رساله دکتری، دانشگاه شهید بهشتی.
- خالوندی، فاطمه. عباسپور، عباس (۱۳۹۲)، طراحی مدل بهینه‌سازی فرایند مدیریت استعداد (مطالعه موردی شرکت نفت و گاز پارس) پژوهش‌های مدیریت عمومی، سال ششم، شماره نوزدهم، ۱۰۸-۱۰۳.
- شائمی، علی. علامه، محسن. عسگری، محبوبه (۱۳۹۲). استراتژی مدیریت استعداد و رابطه آن با هوش عاطفی کارکنان. فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول) سال بیست و دوم، شماره هفتم، ۷۵-۴۷.
- صحت، سعید. تقوی‌فرد، محمدتقی. سلامی، رضا. افشاریان، مجتبی. (۱۳۹۸). الگویی برای پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز مدیریت استعداد در شرکت‌های دانش‌بنیان. مطالعات مدیریت راهبردی. دوره ۱۰. شماره ۳۷. صفحه ۴۱-۶۰.
- طاهری زاده، زینب و همکاران. (۱۳۹۰). رابطه مهارت‌های ارتباطی اساتید دانشگاه با مهارت تدریس آنان از

UNIVERSITIES. Corporate Ownership & Control / Volume 13, Issue 4, Summer 2016, Continued –

15. Atan, T., & Stapf, D. (2017). Conceptualizing talent management. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 7(8): 598-613.

16. Business Intelligence and Corporate Research Forum (2003). Extract from: 'Creating the Talent-driven Business', *Business Intelligence and Corporate Research Forum*, 1-150

17. Claussen, Jorg, Thorsten Grohsjean b, Johannes Luger c, Gilbert Probst, (2013). Talent management and career development: What it takes to get promoted, *Journal of World Business*, 1-9.

Faraz Naim, M., & Lenka, U. (2017). Talent management: a burgeoning strategic focus in Indian IT industry. *Industrial and Commercial Training*, Vol. 49 Issue: 4, pp.183-188

18. Gumus, S., Apak, S., Gumus, H. & Kurban, Z. (2013). An application in human resources management for meeting differentiation and innovativeness requirements of business: talent management. *Procedia -Social and Behavioral Sciences*, 99: 794 – 808.

19. Iles, P.m Chuai, X., & Preece, D. (2010). Talent Management and HRM in Multinational companies in Beijing: Definitions, differences and drivers. *Journal of World Business*, Vol 45, No2, 179-189.

20. King, K A. (2018). Considering the Talent in Talent Management: Consequences of Strategic Talent Management for the Employee Psychological Contract and Individual Outcomes. A thesis submitted to the Department of Management of the London School of Economics and Political Science For the degree of Doctorate of Philosophy

21. Maxwell, G. & Mclean, S., (2008). Talent Management in Hospitality and Tourism in Scotland. *International Journal*

دیدگاه دانشجویان. فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، سال پنجم، شماره ۲، صص ۹۵-۱۱۶.

۷. عباسی، عباس و علی محمدلو، مسلم و کریمی، زهرا. (۱۳۹۷). طراحی مدلی برای سنجش میزان مهارت‌های مدیران در سطوح مختلف سازمانی. فصلنامه علمی-

پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال بیست وهفتم، شماره ۸۷، صص ۴۵-۷۳.

۸. محمدی، مرضیه و نیکپور، امین. (۱۳۹۳). بررسی رابطه آموزش‌های ضمن خدمت با مهارت‌های مدیران (مطالعه موردی: دانشگاه آزاد اسلامی، مناطق هشت و دوازده). فصلنامه مدیریت، سال یازدهم، شماره ۳۳، صص ۷۷-۹۰.

۹. محفوظی، علی. لفظ فروشان، داود. قربانی، محمود. (۱۳۹۸). طراحی مدل جامع مدیریت استعداد با رویکرد جانشین پروری در راستای توسعه بهره‌وری سازمانی با استفاده از روش معادلات ساختاری (مورد مطالعه: سازمان‌های دولتی). مدیریت بهره‌وری. دوره ۱۳. ۱(۴۸) بهار. صص ۲۴۹-۲۷۵.

۱۰. مهدی، رضا. شفیعی، مسعود. (۱۳۹۹). الگو و چارچوب راهنما برای دانشگاه نوآوری و ارزش آفرین. فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی. دوره ۹. شماره ۱۷. صص ۱-۱۴.

۱۱. آبیباغی اصفهانی، سعید. ابراهیمی، الهه. شیخ، رضا. (۱۳۹۹). فرهنگ نوآورانه، زمینه‌ساز بهبود یادگیری سازمانی با بهره‌گیری از برند سازمانی داخلی (پژوهشی در صنعت نفت ایران). فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی. دوره ۹. شماره ۱۷. صص ۶۹-۸۴.

12. Adebola, S (2017) Talent Management: Perspectives, Practices and Evaluation in UK Private Sector Organisations. Doctoral thesis, University of Huddersfield.

13. Aksakal, E. & Dagdeviren, M. & Eraslan, E. & Yuksel, I. (2013), Personal Selection Based On Talent Management, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Elsevier, 73(2013)68-72

14. Annakis, J., & Esposto, A. (2016). TALENT MANAGEMENT AND COMPETENCIES: A CROSS COUNTRY STUDY OF MALAYSIAN AND VIETNAM SEMI-PRIVATE



sector. SA Journal of Human Resource Management/SA Tydskrif vir Menslikehulpbronbestuur, 15: 3-19.

24. Watson, S (2008) 'Where are we now? A review of management development issues in the hospitality and tourism sector: implications for talent management', International Journal of Contemporary Hospitality Management, 20:7, 758-780.

of Contemporary Hospitality Management, 20(7), pp. 820-830.

22. Mwila, N., & Turay, M. (2018). Augmenting talent management for sustainable development in Africa. World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development, 14(1): 41-49.

23. Van Zyl, E.S., Mathafena, R.B., & Ras, J. (2017). The development of a talent management framework for the private

ارائه مدل توسعه منابع انسانی با تمرکز بر بهره‌وری در سازمان امور مالیاتی کشور با استفاده از رویکرد معادلات ساختاری

*منصور قلی‌زاده *رشید ذوالفقاری زعفرانی ***محسن محمدیان ساوی

* دانشجوی دکتری گروه مدیریت اداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، تهران، ایران gholizade_mansoor@yahoo.com

** استادیار گروه علوم تربیتی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، تهران، ایران rashid_zolfaghari@yahoo.com

*** استادیار و عضو هیئت علمی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران mo.dian@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۰۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۲۹

صص: ۱۸۵-۲۰۴

چکیده

توسعه منابع انسانی بخش مهمی از مدیریت منابع انسانی و در واقع به نوعی تکمیل کننده مدیریت منابع انسانی به حساب می‌آید. گاراوان معتقد است توسعه منابع انسانی از این رو بسیار مهم تلقی می‌شود که دامنه آن بسیار وسیع‌تر از مدیریت منابع انسانی می‌باشد. اولین تلاش‌ها برای توسعه منابع انسانی، در قرن ۱۸ میلادی و با تاسیس اولین مدرسه فنی آغاز شد. امروز منابع انسانی اصلی ترین دارایی و سرمایه سازمان و عامل اصلی مزیت رقابتی سازمانها عنوان می‌شود و این منبع تنها سرمایه و دارایی در سازمان می‌باشد که قابل تقلید نبوده و از ویژگی یکتایی برخوردار می‌باشد علاوه بر آن این منبع از جمله داراییهایست که قابلیت رشد و توسعه دارد و این توسعه تنها از راه یادگیری و دانش حاصل می‌گردد و توسعه منابع انسانی بر دیدگاه رهبری بر کارکنان برای به دست آوردن دانش، تخصص، تجربه و تصمیم‌گیری کارآمد و مهارت حل مسئله در سازمان تأکید دارد. در این تحقیق با هدف شناسایی متغیرهای تأثیر گذار بر توسعه منابع انسانی با تمرکز بر بهره‌وری در سازمان امور مالیاتی کشور به روش دلفی از ۱۵ خبره انجام شده است. پس از جمع‌آوری داده‌ها و انجام مصاحبه‌ها و انجام روش دلفی در ۲ تکرار و تأیید تست‌های روایی و پایایی به کمک CVR، بازتاب‌پذیری و آلفای کرونباخ مدل نهایی در ۴ مولفه اصلی، ۱۵ بعد و ۵۳ شاخص احصا شده است. در این میان پویایی گروهی و روحیه تیمی، انگیزه‌های توفیق‌طلبی و استعداد سنجی و تکمیل بانک‌های استعداد از کارکنان، مستندسازی و استمرار در یادگیری، ایجاد انگیزش و توفیق‌طلبی در میان کارکنان با میانگین وزنی ۴٫۹ از مهمترین عوامل شناسایی شده می‌باشند. در نهایت مدل ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی به کمک نرم افزار PLS با نمونه ۲۵۱ نفری با ضریب برازش GOF برابر ۰٫۶۳ مورد تأیید واقع شده است.

واژه‌های کلیدی: توسعه منابع انسانی، بهره‌وری، سازمان امور مالیاتی کشور، حداقل مربعات جزئی (PLS)

نوع مقاله: پژوهشی

۱-مقدمه

سنتیدورن^۱، (۲۰۱۷). در حال حاضر پیشرفت منابع انسانی امری ضروری است. به همین دلیل مهم‌ترین منبع ارزشمندی است که سرمایه‌گذاری ارزشمندی معرفی می‌شود. همچنین توسعه منابع انسانی خود از دانش، مهارت،

توسعه منابع انسانی در عصر جدید برای الهام بخشی بر عملیات شغلی برای رهبری مشارکتی در سازمان اهمیت دارد، به همین دلیل سازمان تنها به فرد مجری، اجازه تصمیم‌گیری یا رهبری سازمان را نمی‌دهد (سوادرات و

1. Sudarat & Santidhorn

انسانی، مشارکت مردم برای کار برای دستیابی به رشد فروش و سودآوری است. حسین پور و قربانی پاچی (۱۳۹۶) نشان دادند که توسعه منابع انسانی در اثربخشی سازمانی، اعتماد متقابل و رضایت شغلی کارکنان موثر بوده است. رحیم زاده (۲۰۱۴) اظهار داشت که توسعه منابع انسانی و افزایش بهره‌وری به عنوان یک ضرورت برای ارتقاء سطح زندگی و ایجاد جوامع مرفه‌تر، صلح و آسایش برای انسان‌ها همواره یک هدف والا برای همه دولت‌ها و سازمان‌ها بوده است.

نقش منابع انسانی در بهبود بهره‌وری سازمان‌های خدماتی به دلیل تولید و ارائه مستقیم خدمات توسط منابع انسانی از اهمیت بیشتری برخوردار است و استفاده از نیروی انسانی با انگیزه، توانمند و موثر، علاوه بر ارائه خدمات با کیفیت بالا، می‌تواند از منابع دیگر درون سازمان از آنها به نحو احسن و بهینه استفاده کرده و همه جنبه‌های بهره‌وری را درک کرده و در نهایت سازمان را مولد می‌سازد. اما عوامل موثر بر بهبود بهره‌وری منابع انسانی یا نحوه استفاده از منابع انسانی در سازمان‌های خدماتی چیست، سوالی است که با توجه به رسالت، سبک، نوع مدیریت مدیران و حتی مدیران آنها در نهادها و سازمان‌های مختلف پاسخ داده می‌شود. نیازهای کارکنان متفاوت است. حتی اگر عوامل موثر بر بهبود بهره‌وری در سازمان‌ها مشابه باشند، اما مطمئناً شدت و میزان تأثیر آنها بر بهره‌وری کارکنان یکسان نیست و باید تأثیر این عوامل در سازمان‌های مختلف مورد مطالعه قرار گیرد. با توجه به محدودیت منابع مانند بودجه و زمان برای بهبود بهره‌وری منابع انسانی در سازمان‌ها، سازمان امور مالیاتی به عنوان یکی از ارگان‌های پیشرو در ارائه خدمات گسترده به مردم، وابسته به دارایی‌های انسانی است. بنابراین، هر سازمانی باید استراتژی‌های خاصی را برای توسعه منابع انسانی و دانش کارکنان، مطابق با قابلیت‌ها و محدودیت‌های محیط داخلی و خارجی تدوین و اجرا کند. نکته بسیار جالب دیگر در بین پژوهش‌ها اینست که اغلب پژوهش‌ها بصورت مفهومی و تئوریک انجام شده‌اند و فاقد راستی آزمایی فاکتورهای مشخص شده در جهان واقعی هستند، این بدان معناست که مطالعات این حوزه هنوز به بلوغ کافی برای اجرایی‌سازی واقعی و اندازه‌گیری دقیق با

تخصص و توانایی حاصل می‌شود که ارزش سرمایه‌گذاری دارد (سوادرات و سنتیدورن، ۲۰۱۷).

از سوی دیگر، تحقیقات جهانی نشان داده است که بین رشد توسعه منابع انسانی و سطح بهره‌وری رابطه مستقیمی وجود دارد. سازمان‌های امروزی برای حفظ خود در دنیای متغیر امروز تلاش می‌کنند. این تلاش شامل رشد، هماهنگی با تغییرات بازار، بهبود کیفیت محصول و حفظ تعادل است. دستیابی به این تلاش در سازمان بستگی به استعداد، انرژی، عملکرد کارکنان، منابع و نیروی انسانی به عنوان یک مزیت رقابتی منحصر به فرد و سرمایه قابل توجه دارد. بنابراین در یک سازمان پرورش یافته، مکانیزمی که منابع انسانی را می‌توان به عنوان یک دارایی بی پایان و پایدار برای بهره‌وری و پویایی سازمان مورد ارزیابی و استفاده قرار داد، آموزش توسعه منابع انسانی است. یکی از عوامل کارآمدی و اثربخشی هر سازمان توسعه و ارتقاء سطح علمی منابع انسانی برای آن سازمان است، در حالی که انتخاب و گزینش دقیق می‌تواند بهترین کارکنان و نیروی کار را برای پیشبرد اهداف سازمان به عنوان یک سازمان تضمین کند. در نتیجه، ایجاد تغییرات در عملکرد وظایف، به افزایش بهره‌وری در سازمان کمک می‌کند و کارایی بیشتری دارد. (گلرد و حیدری، ۱۳۹۵).

پژوهش در این حوزه در سال‌های اخیر مورد تأکید و توجه می‌باشد آنچه از مطالعه سوابق و تحقیقات انجام شده در این حوزه بدست می‌آید. فیلیپ^۲ (۲۰۱۷) در مطالعات خود با بیان تأثیر توسعه منابع انسانی بر بهره‌وری کارگران، نشان داد که توسعه منابع انسانی برای تولید بهره‌وری کارکنان بسیار مهم است و توصیه می‌شود که باید بین توسعه منابع انسانی و مهارت‌ها و توانایی کارکنان هم افزایی ایجاد کند، باید منابع مالی کافی برای تشویق توسعه منابع انسانی فراهم کند و بررسی دوره‌ای برای بررسی میزان دستیابی به توسعه منابع انسانی انجام شود. آچیچوکو و اچی^۳ (۲۰۱۵) نشان داد که توسعه منابع انسانی برای سازمان‌هایی که از شرکت‌های کوچک و بزرگ شروع می‌شوند بسیار حیاتی است، همچنین یکی از مهمترین کارکردهای توسعه منابع

2. Philip

3. Uchechukwu & Uche



مطالعات توسعه منابع انسانی با تمرکز بر بهره‌وری انجام شده را کاهش می‌دهد. امید است که جنبه‌های این مطالعه را با منابع و زمان بیشتر بتوان در آینده بسط و گسترش داد به طوری که توسعه سیاست جامع توسعه منابع انسانی را پوشش دهد. طی بررسی‌های انجام شده این پژوهش به لحاظ زمانی و مکانی از پژوهش‌های نوینی است که در سطح کشور انجام خواهد شد. بنابراین طرح فعلی یعنی ارائه مدلی در راستای تدوین توسعه منابع انسانی با تمرکز بر بهره‌وری در سازمان امور مالیاتی کشور براساس عوامل برگرفته از پیشینه تحقیق و شاخص‌های انتخابی اساتید دانشگاه، صاحب‌نظران و خبرگان، توجه به حرفه‌ای شدن در حوزه توسعه منابع انسانی و ارتقاء توان علمی و بسط تعمیق ادبیات موضوع مورد پژوهش از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این راستا سوال اصلی تحقیق عبارتند از: مدل توسعه منابع انسانی با تمرکز بر بهره‌وری در سازمان امور مالیاتی کشور چگونه است؟ ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های مدل توسعه منابع انسانی با تمرکز بر بهره‌وری در سازمان امور مالیاتی کشور کدامند؟ درجه تناسب (برازش) مدل مفهومی پیشنهادی چگونه است؟

۲- توسعه منابع انسانی

توسعه منابع انسانی، به عنوان یک زمینه نظری و عملی (واتکینز، ۲۰۰۰)، از بدو تأسیس همواره از رشته‌های مختلف علمی در راستای این هدف الهام گرفته است که تمرکز مفهومی خود را از سه حوزه مطالعه، نظریه سازمانی (به ویژه تفکر سیستمی)، اقتصاد و روانشناسی به دست می‌آورد. یک دیدگاه یا نظریه سیستماتیک به فرایندها و تغییرات سازمانی بستگی دارد و بر سرمایه انسانی تأکید می‌کند و دیدگاه روانشناختی را بر انگیزش و یادگیری متمرکز می‌کند (اصغری و همکاران، ۱۳۹۵). در میان فعالیت‌های مختلف مدیریت منابع انسانی، توسعه منابع انسانی یکی از سنتی‌ترین و پرهزینه‌ترین‌ها است. این فعالیت‌ها شامل مهارت‌های جدید، بهبود مهارت‌های موجود و رفتارها و شیوه‌هایی است که بر کارکنان تأثیر می‌گذارد. توسعه منابع انسانی هرگونه فرآیند یا فعالیت مثبتی است که در کوتاه مدت یا بلند مدت پتانسیل توسعه دانش مبتنی بر کار، تجربه، سودآوری و رضایت را دارد. خواه برای یک فرد، گروه،

عدد و رقم نرسیده‌اند. لذا واضح است که مسئله توسعه منابع انسانی همانند سایر مسائل حوزه علوم انسانی که نیازمند پایه تئوریک قوی برای ادامه راه در جهت اجرای عملی می‌باشند، هنوز در مراحل اولیه تکامل خود است و نیاز به مطالعه و پژوهش‌های بیشتر در این حوزه کاملاً ملموس می‌باشد و از آنجا که ماهیت توسعه منابع انسانی کاربردی و عملی می‌باشد نیاز به پژوهش‌های کاربردی برای دستیابی به اهداف اصلی سازمان‌ها که همان موفقیت در جهان امروزی است ضرورتی انکارناپذیر می‌باشد. به عبارتی این پژوهش می‌تواند در حالت نظری مفید باشد. با توجه به تحقیقات انجام شده، ما نیاز داریم برای توسعه منابع انسانی با تمرکز بر بهره‌وری در سازمان، پژوهشی انجام دهیم تا الگوی مناسب برای شرایط یا وضعیت سازمان یافت شود. فقدان تحقیقات در زمینه توسعه منابع انسانی با تمرکز بر بهره‌وری در بخش خدمات، به ویژه اداره امور مالیاتی، این تحقیق را از نظر ارتباط، به موقع و جامعیت مهم کرده است. تجربه، مهارت و توسعه منابع انسانی در بخش خدمات برای دستیابی به اهداف توسعه ملی ضروری است. بر اساس اسناد موجود در زمینه توسعه منابع انسانی در بخش خدمات، هیچ الگوی توسعه منابع انسانی با تأکید بر بهره‌وری در سازمان امور مالیاتی کشور طراحی نشده است.

نتایج این مطالعه شکاف‌هایی را نشان می‌دهند که نیازمند توسعه منابع انسانی در سازمان‌ها می‌باشد. یافته‌ها فقدان داده‌های در دسترس در مورد مهارت‌های موجود و داده‌هایی که در آینده لازم خواهند شد و هماهنگی ضعیف توسعه منابع انسانی در سازمان امور مالیاتی کشور را نشان می‌دهند. این نتایج جهت ارائه مدل توسعه منابع انسانی با تمرکز بر بهره‌وری در سازمان امور مالیاتی کشور که تمام ذینفعان اصلی را درگیر می‌کند، به دقت مد نظر قرار می‌گیرند. اعتقاد بر این است که مدل توسعه داده شده برای سازمان امور مالیاتی کشور از نظر جامعیت و رویکرد عملگرا در نوع خودش مفید است. نتایج این مطالعه می‌تواند به صورت بالقوه توسط سایر سازمان‌های دیگر مورد استفاده قرار گیرد تا اثربخشی تلاش‌های توسعه منابع انسانی با تمرکز بر بهره‌وری را افزایش دهند. این تحقیق برای دانشگاهیان مفید است چون نسبتاً شکاف موجود از نظر



مهارت‌ها و قابلیت‌های افراد در سازمان و مشارکت در بهبود آن، در تقویت سرمایه انسانی سازمان موثر است. عملکرد و مزیت رقابتی هم‌لین (۲۰۰۷) اشاره می‌کند که توسعه منابع انسانی شامل فعالیت‌های برنامه‌ریزی شده‌ای است که برای افزایش یادگیری فردی و سازمانی، توسعه منابع انسانی، به حداکثر رساندن عملکرد و اثربخشی سازمان و پرداختن به تغییرات موثر و مفید در داخل و خارج طراحی شده است. (اکبری و همکاران، ۲۰۱۳).

مروری بر مطالعات توسعه منابع انسانی نشان می‌دهد که تلاش‌های زیادی برای تعریف این مفهوم انجام شده است. با این حال، هیچ تعریف مشترکی از این مفهوم پذیرفته شده جهانی وجود ندارد (بروکس و نفاخو، ۲۰۰۶). جدول زیر برخی از این تعاریف را فهرست کرده است.

جدول ۱. تعاریف توسعه منابع انسانی

تعریف	محقق
توسعه منابع انسانی مجموعه‌ای از فعالیتهای سازمان یافته است که در دوره زمانی مشخص با هدف تغییر رفتاری هدایت می‌شود.	نادلر (۱۹۷۰)
توسعه منابع انسانی عبارت است از تجارب یادگیری سازماندهی شده کارفرما، در دوره زمانی خاصی با هدف افزایش عملکرد شغلی و رشد افراد.	نادلر و نادلر (۱۹۸۹)
توسعه منابع انسانی عبارت است از فرایند توسعه یا رهاسازی تخصص‌ها از طریق توسعه سازمانی و توسعه و آموزش کارکنان با هدف بهبود عملکرد.	سوانسون و هولتون (۲۰۰۱)
توسعه منابع انسانی عبارت است از فرایند تسهیل یادگیری سازمانی، عملکرد و تغییر از طریق مداخلات و فعالیت‌های سازماندهی شده و اقدامات مدیریتی به منظوری ارتقای عملکرد، توانایی، آمادگی رقابتی و تجدید سازمان.	گیلی و مایکونج ^۴ (۲۰۰۰)
توسعه منابع انسانی، مجموعه‌ای نظام مند و فعالیت‌های برنامه‌ریزی شده بوسیله سازمان برای آماده کردن اعضا با مهارت‌های ضروری برای تقاضای شغلی جاری و آینده است	ورنر و ودسیمون (۲۰۰۶)
توسعه منابع انسانی، فرایند یا فرایندهایی از	لینهام و کانینگهام ^۵

تیم یا به نفع یک سازمان، جامعه، ملت یا در نهایت تمام بشریت باشد (وانهالا و اهتیللا، ۲۰۱۰). توسعه منابع انسانی یک حوزه عملی و تئوری است که بر طراحی فعالیت‌های برنامه‌ریزی شده برای تسهیل یادگیری و توسعه در یک سازمان به نحوی که هم برای سازمان و هم برای فراگیران سود می‌برد، متمرکز است. توسعه منابع انسانی یکی از سیستم‌های عملکردی در یک سازمان است که شامل کلیه فعالیت‌های مربوط به آموزش و توسعه کارکنان است (لیونز، ۲۰۱۶). توسعه منابع انسانی به عنوان استفاده یکپارچه از آموزش و توسعه، توسعه حرفه‌ای و توسعه سازمانی برای بهبود اثربخشی فردی، تیمی و سازمانی تعریف می‌شود (گریر وستل، ۲۰۱۶). توسعه منابع انسانی بسیار مهم است زیرا سرمایه‌ای محسوب می‌شود که رشد اقتصادی دولت را تسریع می‌کند، به طوری که مانع اصلی اجرای پروژه‌های عمرانی و رشد فعالیت‌های اقتصادی، کمبود نیروی کار ماهر و عدم وجود تجربه در استفاده از فناوری پیشرفته معمولاً از دو عامل برای اندازه‌گیری توسعه منابع انسانی استفاده می‌شود، اول: استفاده از منابع انسانی (موجودی سرمایه انسانی) در کشور، و ثانیاً سرعت تشکیل سرمایه انسانی در یک زمان معین (ثایب، ۲۰۱۳) علاوه بر این، برای به دست آوردن کارکنان با کیفیت و ماهر و با انگیزه، باید تلاش کرد تا تفاوت قابل توجهی، اعم از رسمی یا غیررسمی، ایجاد شود تا مهارت‌ها و قابلیت‌ها توسعه یابد و فرصت‌هایی برای افراد ایجاد شود تا بتوانند سهم خود را به حداکثر برسانند. در نتیجه، هرگونه هزینه در زمینه آموزش، توسعه، بهداشت و سرمایه‌گذاری صرفاً یک هزینه نیست (هاشی و بشیر، ۲۰۰۹).

توسعه منابع انسانی یک ابزار ضروری برای تغییرات اجتماعی در کشورهای توسعه یافته است، اما کافی نیست. پیامدهای واقعی تمرین توسعه منابع انسانی ایجاد تعهد شغلی در کارکنان است (اوسویک، ۲۰۱۵). برای دستیابی به موفقیت یک استراتژی تجاری رقابتی، توسعه منابع انسانی باید با فرایندهای اصلی کسب و کار ادغام شود (نایت، ۲۰۱۵).

نظرات برخی از محققان در زمینه توسعه منابع انسانی نشان داد که توسعه منابع انسانی با تقویت و افزایش دانش نحوه،

۴. Werner & DeSimone



انسانی بودند. تام (۲۰۱۷) نشان داد فاکتورهای تقدیر از کار انجام شده، شغل جذاب، درآمد، محیط و شرایط کاری، سیاست رفاه بر توسعه منابع انسانی موثر هستند. خان (۲۰۱۷) فاکتورهای موثر بر توسعه منابع انسانی را نشان داد) می‌توان نتیجه گرفت با وجود اینکه این مسئله از سال‌های بسیار دوری در حال مطالعه می‌باشد، هنوز این مسئله حل نشده است و پژوهشگران در سراسر دنیا تلاش می‌کنند تا به شناخت ابعاد این مسئله بسیار مهم دست یابند و ضرورت تحقیقات بیشتر در این حوزه کاملاً مشهود می‌باشد. توسعه منابع انسانی همیشه یکی از چالش‌های اصلی سازمان‌ها بوده است، زیرا در زمینه نوآوری، کیفیت، رشد مستمر و سایر داده‌های مهم، این افراد هستند که برای بقا در دنیای تجاری رقابتی و مدرن ایده‌هایی را ارائه می‌دهند. به آخرین فن‌آوری‌های فرآیند تولید را می‌توان خریداری و استفاده کرد، اما دانش و مهارت‌های انسانی پیچیده‌تر است و به زمان و هزینه زیادی نیاز دارد. از سوی دیگر، به منظور بقا در بازارهای رقابتی، به دلیل تغییر نیازها و خواسته‌های مشتریان، شرکت‌های پیشرو چاره‌ای جز ایجاد نوآوری و توسعه محصولات جدید ندارند و از آنجا که دانش تولید شده توسط منابع انسانی در کلیه فرآیندهای توسعه محصول، پایه اصلی توسعه، نقش و موقعیت توسعه منابع انسانی و توسعه دانش کارکنان در توسعه محصولات جدید بسیار مهم است.

۴- حمایت از نظریه‌های توسعه منابع انسانی

چندین نظریه در مورد توسعه منابع انسانی در یک سازمان مرتبط است. در زیر، رابطه بین این نظریه‌ها و توسعه منابع انسانی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

➤ نظریه توسعه سازمان^۶: بلیک و مارگولیز^۷ (۱۹۸۹) اعتقاد داشتند که بهبود سازمانی بر اساس شش ویژگی تغییر (برنامه‌ریزی شده، تغییر جامع، تمرکز بر گروه‌های کاری، تغییر طولانی مدت، استفاده از عامل تغییر، تمرکز بر مداخله و تحقیقات عملی) استوار است (شفیع زاده، ۲۰۱۰). آموزش و پرورش باید بتواند خود را پیوسته بیکربندی کند تا نیازهای محیطی خود را برآورده کند و در محیط در حال

توانایی سازماندهی شده و توانایی بر پایه تجربه‌هایی است که توسط کارکنان در یک دوره زمانی مشخص موجب تقویت عملکرد فردی و سازمانی و موجب افزایش رشد جهانی فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی می‌شود.	(۲۰۰۴)
توسعه افراد با مهیا کردن نیازمندی محیطی که موجب رشد انسانی در توانمندی کامل و آزاد کردن توانایی‌های بالقوه وی شود.	جها (۲۰۰۴)

۳- نقش توسعه منابع انسانی در بهره‌وری سازمان

حیطه توسعه منابع انسانی با اقدامات مهمی که در سازمان انجام می‌شود در ارتباط است؛ مانند استخدام و آموزش کارمندان، ارزیابی‌ها و حقوق و دستمزد، ایجاد جنبه‌های تفریحی و انگیزشی کارکنان. علاوه بر این، حوزه توسعه منابع انسانی، در حال حاضر نقش مهمی را در سازمان‌ها بر عهده دارد، بطوریکه فراتر از رضایت کارکنان بوده و بجای آن، بر تضمین این مسئله متمرکز است که کارکنان از شرایط کاری خوشحال باشند و وظایف خود را مطابق با پتانسیل پنهان خود که تحت تاثیر شرایط برانگیخته شده است، انجام دهند. بکارگیری توسعه منابع انسانی به منظور انجام کار و کاهش خطا، حفظ کارکنان با ارزش و کاهش میل به ترک خدمت در کارکنان، طرح‌ریزی برای موفقیت سازمان، ایجاد محیط کاری منصفانه و خط مشی شفاف، ارزیابی عملکرد کارکنان و تضمین تساوی حقوق بین کارکنان، بسیار مهم است. بدلیل آنکه توسعه منابع انسانی حرفه‌ای جوان محسوب می‌شود پژوهش در این حوزه در سالهای اخیر مورد تاکید و توجه می‌باشد آنچه از مطالعه سوابق و تحقیقات انجام شده در این حوزه بدست می‌آید (گلرد و حیدری (۱۳۹۵) بیان کرد امروزه رسمیت و عینیت سازمان‌ها با منابع انسانی آن‌ها شناخته می‌شود و اهمیت دادن به منابع انسانی اساس و مجوز کار مدیریت سازمان‌ها است. رجبی و همکارا (۱۳۹۵) نشان داد که میان فعالیت‌های توسعه منابع انسانی با مدیریت دانش و یادگیری سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد. محمدی و همکاران (۱۳۹۴) به دنبال طراحی و تبیین الگوی توسعه منابع

6. Organization development

7. Blake & margulize

5 ..Lynham & Cunningham



متفاوتی را در گروه‌ها ایجاد می‌کند. گروه‌ها دارای ویژگی‌هایی هستند که با افرادی که آنها را ایجاد کرده‌اند متفاوت است. نتایج تحقیقات لوین نشان داد که اگر با افراد به عنوان اعضای یک گروه رفتار کنیم، در تغییر باورهای آنها موفق‌تر خواهیم بود (برومند، ۱۳۸۹) و تحقیقات لوین در مورد نیروی کار آموزش و پرورش نیز کاملاً درست است. اگر این افراد به صورت گروهی در نظر گرفته شوند و در مورد تغییر با آنها صحبت کنید، احتمالاً این تغییر را بهتر می‌پذیرند.

➤ نظریه یادگیری خودراهبر^{۲۰}: نولز^{۲۱} (۱۹۷۵) یادگیری خودراهبر فرایندی است که در آن افراد با استفاده از ابتکار و با یا بدون کمک، نیازهای آموزشی خود را شناسایی، اهداف آموزشی را تدوین و منابع فیزیکی و انسانی برای یادگیری را مشخص می‌کنند. انتخاب و اجرای استراتژی‌های یادگیری مناسب و در نهایت ارزیابی منابع یادگیری نیز در ادامه صورت می‌پذیرد.

➤ نظریه یادگیری مادام‌العمر^{۲۲}: ریسچمن^{۲۳} (۲۰۰۷) معتقد است که یادگیری مادام‌العمر دارای چهار ویژگی اصلی است. فراگیران از یادگیری خود آگاهی دارند، فراگیران اهداف خاصی دارند تا اهداف کلی برای یادگیری، زیرا به دلیل این اهداف خاص، فراگیران از آنها پذیرش درونی دارند و فراگیران تمایل زیادی برای به کارگیری آموخته‌های خود دارند. بهبود منابع انسانی آموزش و پرورش، با این فرض که منابع انسانی آموزش و پرورش یادگیرندگان مادام‌العمر هستند که می‌توانند دانش، توانایی‌ها و عملکرد خود را ارتقا دهند. (بیگدلی و همکاران، ۱۳۹۷).

۵- پیشینه تحقیقاتی پژوهش

اوتو^{۲۴} (۲۰۱۹)، پژوهشی با عنوان فعالیت‌های توسعه منابع انسانی و اثربخشی صنعت بانکی: نقش میانجی صلاحیت‌های کارکنان انجام دادند. مدل یکپارچه تحقیق با ترکیب عوامل اصلی از ادبیات موجود ایجاد شده است. داده‌ها با استفاده از

تغییر امروز موثر باشد. دستیابی به این امر مستلزم پیاده سازی مدیریت تغییر موثر یا به عبارت دیگر ایجاد تغییر است. این امر را می‌توان با استفاده از رویکرد بهبود سازمان به بهترین نحو محقق کرد.

➤ نظریه توانمندسازی کارکنان^۸: بلانچارد^۹ و همکاران (۱۳۷۹) معتقدند که به اشتراک گذاری اطلاعات عمومی، خودمختاری در حوزه جدید و جایگزینی گروه‌ها با سلسله مراتب سه ستون اصلی توانمندسازی هستند. توانمندسازی منابع انسانی در آموزش و پرورش از نظر نقش مهم آن در توسعه و پیشرفت جامعه در ابعاد مختلف آن بسیار مهم است.

➤ نظریه آموزش بزرگسالان^{۱۰}: مک آفی^{۱۱} (۲۰۰۸) معتقد است که چهار مولفه اصلی و مشترک در آموزش بزرگسالان شامل استفاده از تجربیات واقعی و ملموس، نظارت و مشاوره مستمر، تشویق بزرگسالان به ایفای نقش‌های جدید و پیچیده و استفاده از بازخورد هنگام اجرای تکنیک‌های جدید می‌باشد.

➤ نظریه سازمان یادگیرنده^{۱۲}: سازمان آموزشی کارکنان سازمان را در ایجاد دانش جدید، به اشتراک گذاشتن آن در بین خود، تبدیل آن به دانش سازمانی و استفاده از آن متکی می‌کند (جمشیدی و میرابی، ۱۳۸۹). سانگ (۱۹۹۰) پنج بعد مهم یک سازمان یادگیرنده را مشخص می‌کند که طراحان برنامه‌های بهبود منابع انسانی باید آنها را در نظر بگیرند، تسلط فردی^{۱۳}، مدل‌های ذهنی^{۱۴}، یادگیری تیمی^{۱۵}، بینش مشترک^{۱۶}، تفکر سیستمی^{۱۷} می‌باشد.

➤ نظریه پویایی شناسی گروهی^{۱۸}: این نظریه به آزمایشات کرت لوین^{۱۹} (۱۹۴۳) بنیانگذار این جنبش بر می‌گردد. لوین نشان داد که سبک‌های مختلف رهبری پاسخ‌های

8. Empowerment employees

9. Blanchard

10. Adult education

11. Mc Afee

12. Learning organization

13. Personal mastery

14. Mental models

15. Team learning

16. Shared vision

17. Systematic thinking

18. Group dynamics

19. Kurt Lewin

20. Self- directed learning

21. Knowles

22. Life- long learning

23. Rischman

24. Otoo



تجزیه و تحلیل این پژوهش رگرسیون چندگانه بوده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد فاکتورهای تقدیر از کار انجام شده، شغل جذاب، درآمد، محیط و شرایط کاری، سیاست رفاه بر توسعه منابع انسانی موثر هستند.

مایز و همکاران^{۲۷} (۲۰۱۷) پژوهشی را با عنوان تاثیر اقدامات توسعه منابع انسانی بر حمایت سازمانی ادراک شده در مردم خلق چین انجام داده‌اند. فرضیه اول: نحوه استخدام برای منابع انسانی با حمایت سازمانی درک شده همبستگی مثبت دارند. فرضیه دوم: نحوه آموزش منابع انسانی با حمایت‌های سازمانی درک همبستگی مثبت دارند. فرضیه سوم: نحوه افزایش عملکرد منابع انسانی با حمایت سازمانی درک شده همبستگی مثبت دارند. فرضیه چهارم: نحوه جبران خسارت منابع انسانی با حمایت سازمانی درک شده همبستگی مثبت دارند.

فیلیپ^{۲۸} (۲۰۱۷) پژوهشی با عنوان تاثیر توسعه منابع انسانی بر بهره‌وری کارگران در پلی تکنیک فدرال ایادا، ایالت کوگی نیجریه انجام داد. نیاز به حداکثر بهینه سرمایه فکری برای رسیدن به هدف مورد نظر بهره‌وری بالا، نیروی انسانی شایسته و با انگیزه، خواست هر سازمان است. دستیابی به این هدف نیاز به توسعه همه جانبه و جدی منابع انسانی دارد. بنابراین این مقاله به بررسی تاثیر توسعه منابع انسانی بر بهره‌وری کارگران در پلی تکنیک فدرال ایادا، ایالت کوگی ایالت نیجریه می‌پردازد. داده‌ها از منابع اصلی و ثانویه جمع‌آوری شده و با استفاده از جدول، میانگین و مقیاس لیکرت پنج نقطه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این مقاله بررسی شده است که توسعه منابع انسانی برای تولید بهره‌وری کارکنان بسیار مهم است و توصیه می‌شود که: این سازمان باید بین توسعه منابع انسانی و مهارت‌ها و توانایی کارکنان هم افزایی ایجاد کند، باید منابع مالی کافی برای تشویق توسعه منابع انسانی فراهم کند و بررسی دوره‌ای برای بررسی میزان دستیابی به توسعه منابع انسانی انجام شود.

ابراهیمی پته ویری (۱۳۹۸)، مطالعه‌ای تحت عنوان "عوامل موثر بر موفقیت مدیریت توسعه منابع انسانی در

پرسشنامه ۵۵۰ نفر از کارکنان بانک‌های منتخب انتخاب شدند. روایی مدل و فرضیه‌ها با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری مورد آزمایش قرار گرفت. قابلیت اطمینان و اعتبار ابعاد از طریق تحلیل عاملی تاییدی انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد که برخی از روش‌های مدیریت منابع انسانی بر نفوذ خود بر صلاحیت‌های کارکنان تاثیر می‌گذارد. این مطالعه بیشتر نشان داد که صلاحیت کارکنان، روابط بین شیوه‌های توسعه منابع انسانی و اثربخشی سازمانی را در میان می‌گذارد.

داس و پاتی^{۲۵} (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان تاثیر اقدامات توسعه منابع انسانی برای سیستم‌های کاری با عملکرد بالا: یک مطالعه تجربی در صنعت فناوری اطلاعات در هند انجام دادند. صنایع فناوری اطلاعات با عملکرد بالا و رشد محور تحت تاثیر روش‌های توسعه منابع انسانی قرار دارد. به این معنا، توسعه منابع انسانی یک روند مداوم است که به توسعه پایدار سیستم‌ها برای ایجاد محیط کاری نیرومند و متعهد کمک می‌کند. در مطالعه حاضر، از پرسشنامه ساختارمند و آزمون همبستگی و تحلیل عاملی استفاده شده است برای ایجاد رابطه بین شیوه‌های توسعه منابع انسانی و سیستم‌های کاری با کارایی بالا در هند استفاده شده است. یافته‌ها نشان داد که، سه پارامتر از اقدامات توسعه منابع انسانی (جو توسعه منابع انسانی، اقدامات آموزشی و اقدامات مرخصی دادن) بر عملکرد سیستم کاری ارتباط مثبتی دارد و دو پارامتر دیگر (برنامه‌ریزی مسیر حرفه‌ای و دیگر اقدامات شرکت) ارتباط منفی با عملکرد سیستم کاری دارد.

تام^{۲۶} (۲۰۱۷) پژوهشی را با عنوان عوامل تعیین‌کننده تاثیر گذار بر توسعه منابع انسانی شرکت‌های کوچک و متوسط در استان دونگ نای انجام داده‌اند. هدف اصلی تحقیق عبارت است از عوامل تعیین‌کننده تاثیرگذار بر توسعه منابع انسانی شرکت‌های کوچک و متوسط. این مطالعه از روش‌های کمی تحقیق برای بررسی عوامل موثر بر توسعه منابع انسانی شرکت‌های کوچک و متوسط در استان دونگ نای استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق ۲۵۰ شرکت کوچک و متوسط بود. داده‌ها از طریق پرسشنامه تهیه شد. روش

27. Mayes, Finney, Johnson, Shen & Yi

28. Philip

25. DASH & PATI

26. Tam



استفاده از مطالعات پیشین، ادبیات تحقیق، مصاحبه‌ها و فناوری دلفی، پرسشنامه‌ای برای تعیین وضعیت فعلی برنامه‌های بهبود منابع انسانی تهیه شد. روایی پرسشنامه با روایی محتوا و روایی سازه تأیید شد و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۱ ارزیابی شد. نتایج نشان داد که وضعیت فعلی برنامه‌های بهبود منابع انسانی در ابعاد بهبود اخلاقی، اجتماعی، فرهنگی و فردی از سطح نسبی رضایت برخوردار است، اما ابعاد سازمانی، شغلی و آموزشی زیر متوسط بود.

مدل نهایی در چهار بخش فلسفه و اهداف، ابعاد و اجزا، فرایند پیاده‌سازی و خروجی‌های مدل طراحی شده است. بر اساس نتایج تحقیق، در بخش ابعاد و اجزا، کیفیت شاخص برآزش ۰/۹۷ و مقدار شاخص مربع خطای برآورد ۰،۰۴۸، و اعتبار کل مدل توسط متخصصان تأیید شد.

محبی و میرسعیدی (۱۳۹۶) تحقیقی تحت عنوان نقش توسعه منابع انسانی در صنعت نفت در تقویت ارزش‌ها و فرهنگ‌های سازمانی (مطالعه موردی شرکت نفت محمودآباد) انجام دادند. سوالات تحقیق به شرح زیر بود: عوامل ارزشی که بر بهره‌وری شرکت ملی نفت ایران محمودآباد تأثیر می‌گذارد چیست؟ عوامل فرهنگی موثر بر بهره‌وری نیروهای شرکت ملی نفت ایران، محمود آباد چیست؟ این پژوهش به روش توصیفی پیمایشی می‌باشد در این پژوهش برای سنجش عوامل از پرسشنامه محقق ساخته‌ای استفاده شد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنانی بودند که با توجه به تعاریف ما از نیروهای دانشگر در ستاد شرکت ملی نفت ایران مشغول به فعالیت بودند. آنها از آزمون‌های پارامتریک از جمله: t تک متغیره و فریدمن جهت تحلیل استنباطی داده‌ها استفاده شده است. پاسخ اولین سوال پژوهش: همانطور که اشاره گردید در این پژوهش عوامل ارزشی شامل مولفه‌های: شایستگی، رضایت شغلی و توان و مهارت بود به منظور بررسی تأثیر این عوامل از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده گردید. نتایج پژوهش حاکی از آن بود میانگین نظرات پاسخگویان در خصوص تأثیر این عوامل بر بهره‌وری نیروهای دانشگر شرکت ملی نفت ایران در حد گزینه خیلی زیاد به لحاظ آماری معنادار بوده است. پاسخ دومین سوال پژوهش: با توجه به اینکه در این پژوهش

سازمان‌هایی با رویکرد بهره‌وری "انجام داد. یکی از مهمترین وظایف مدیریت منابع انسانی در سازمان‌ها، حفظ منابع انسانی است. در این راستا، نرخ تعطیلات به عنوان یکی از شاخص‌های اصلی برای ارزیابی عملکرد بخش منابع انسانی مورد استفاده قرار می‌گیرد. و اگر در محدوده نرمال باشد، عملکرد مدیریتی در زمینه نگهداری پرسنل مطلوب تلقی می‌شود. با توجه به اهمیت و ضرورت بهبود عملکرد اصول مدیریت سازمانی، هدف اصلی شناسایی عوامل ذکر شده برای بهبود عملکرد منابع انسانی با تمرکز بر رضایت سازمانی و انگیزه اجتماعی بود. زمینه‌های حرفه ای توسعه منابع انسانی و مدیریت منابع انسانی در دهه گذشته افزایش چشمگیری داشته است، در نتیجه نتایج بدست آمده از طریق یادگیری تجربی، در پاسخ به عوامل تغییر محیطی که بر چیزها تأثیر می‌گذارد، همان چیزی که در سازمان‌ها اتفاق می‌افتد. اصطلاحات مدیریت منابع انسانی و توسعه منابع انسانی متفاوت استفاده می‌شوند، با این حال، برای توصیف طیف وسیعی از فلسفه‌ها و روش‌های مختلف کار با افراد در سازمان‌ها، ابتدا باید خلاصه شود که چگونه باید از این اصطلاحات برای توصیف سردرگمی اجتناب کرد. بر این اساس، هدف اصلی این مطالعه، بررسی عوامل موثر بر موفقیت مدیریت توسعه منابع انسانی در سازمان‌هایی با رویکرد بهره‌وری با روش تحلیلی توصیفی است. نتایج نشان می‌دهد که عملکرد امروز مدیریت شرکت در حفظ کارکنان نامطلوب است و لازم است از روش‌هایی برای تأثیرگذاری بر عوامل انگیزشی تا حد ممکن استفاده شود. نقش و موقعیت منابع انسانی در سازمان‌ها این است که عمر و پایداری سازمان‌ها به توانایی‌های آنها بستگی دارد. آنها اعضای حیاتی سازمان هستند و آن را هدایت و هدایت می‌کنند.

بیگدلی و همکاران (۲۰۱۵) مطالعه‌ای تحت عنوان شناسایی ابعاد و اجزای بهبود منابع انسانی در آموزش و پرورش به منظور ارائه یک مدل مفهومی انجام دادند. مطالعه با هدف ارائه مدلی برای بهبود منابع انسانی در آموزش و پرورش انجام شد. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت داده‌ها آمیخته است. جامعه آماری شامل کلیه کارشناسان اداری آموزش و پرورش استان زنجان است که در آن ۲۸۰ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه ای انتخاب شدند. با



جدول ۲. حجم نمونه مرحله کیفی

ردیف	تخصص	موسسه/مرکز	تعداد
گروه اول	سیاستگذاران و برنامه ریزان	وزارت اقتصاد و سازمان امور مالیاتی	۳
گروه دوم	مدیران ارشد	سازمان امور مالیاتی و مدیران امور مالیاتی	۸
گروه سوم	اعضای هیات علمی مطلع در زمینه تحقیق	دانشگاه آزاد اسلامی، دانشکده امور اقتصادی	۴
مجموع			۱۵

عوامل سازمانی شامل مولفه‌های مشارکت، انگیزش، ارتباطات سازمانی و آموزش بود به منظور بررسی تاثیر این عوامل از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده گردید. نتایج پژوهش حاکی از آن بود که میانگین نظرات پاسخگویان در خصوص تاثیر عوامل مشارکت، انگیزش و آموزش در حد گزینه خیلی زیاد و هم چنین تاثیر عامل ارتباطات سازمانی بر بهره‌وری نیروهای دانشگر شرکت ملی نفت ایران در حد گزینه زیاد به لحاظ آماری معنادار بوده است. در نهایت آزمون فریدمن ضمن معنادار نشان دادن اظهارات پاسخگویان، اولویت‌بندی عوامل موثر بر بهره‌وری نیروهای دانشگر را به ترتیب عوامل ارزشی، عوامل فرهنگی نشان داد.

۶- روش انجام تحقیق

این مقاله از نظر هدف کاربردی، از نظر داده‌ها آمیخته اکتشافی (علی) و از نظر ماهیت پیمایشی مقطعی است. در پژوهش حاضر پژوهشگر در مرحله اول از روش تحقیق کیفی استفاده نموده است. سپس رویکرد کمی پژوهش را با توجه به مرحله کیفی به اجرا درآورده است. بدین طریق محقق روش اکتشافی را برگزیده است. گام‌های اجرای پژوهش حاضر را با توجه به اجرای گام کیفی تحقیق در دو مرحله انجام می‌گیرد در مرحله اول جهت شناسایی مفاهیم، ابعاد و مولفه‌ها به مطالعه پیشینه تحقیق پرداخته شد، سپس از طریق تحلیل دلفی دو مرحله‌ای مدل ابتدایی استخراج شد. در مرحله بعد یعنی مرحله کمی با استفاده از روش پیمایشی مقطعی به شیوه رگرسیون خطی به توصیف مدل در جامعه تحقیق و همچنین مطالعه میان مفاهیم و مولفه‌های الگوی پیشنهادی پرداخته شد. بدین منظور تکنیک معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است.

۷- جامعه آماری و تعداد نمونه

جامعه مورد مطالعه در مرحله کیفی شامل: گروه اول سیاستگذاران و برنامه‌ریزان سازمان امور مالیاتی، گروه دوم: مدیران ارشد سازمان امور مالیاتی، گروه سوم: اعضای هیات علمی مطلع در زمینه تحقیق در نظر گرفته شدند که بر اساس ویژگی‌های حداقل مدرک تحصیلی دکترا، داشتن تحقیقات مرتبط، حداقل سابقه مدیریتی ۲۰ سال به شرح جدول ۲ انتخاب شدند.

در این مطالعه، مشخص شد که در ۱۵ مصاحبه به نقطه اشباع رسیده است که تجزیه و تحلیل مصاحبه باعث ایجاد کد جدید و مفاهیم متن در کدهای موجود نمی‌شود. در چنین موردی، به دلیل عدم وجود کد جدید، می‌توان نتیجه گرفت که مصاحبه اطلاعات جدیدی اضافه نکرده است. در مطالعه حاضر، سه مصاحبه آخر کد جدیدی ایجاد نکرده است، به این معنی که نقطه اشباع و کفایت نمونه‌گیری به دست آمده است.

در بخش کمی جامعه آماری مدیران و کارشناسان سازمان امور مالیاتی کشور شهر تهران که در حدود ۷۰۰ نفر می‌باشند. به منظور نمونه‌گیری در مرحله کمی از جدول مورگان استفاده می‌شود که بر اساس جامعه آماری ۷۰۰ نفری، تعداد ۲۵۱ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند همچنین روش انتخاب نمونه بر اساس روش نمونه‌گیری تصادفی ساده می‌باشد.

۸- روش و ابزار گردآوری اطلاعات در مرحله کیفی

در مرحله کیفی تحقیق در ابتدا با استفاده از مطالعه پژوهش‌های پیشین پرسشنامه دلفی جهت بررسی مولفه‌ها و شاخص‌های تحقیق توسط خبرگان طراحی شد. در این مرحله پرسشنامه دلفی شامل ۱۱۳ سوال در موضوع شاخص‌ها در ۱۵ گروه دسته‌بندی و جهت بررسی خبرگان ارائه شد. در قسمت اول پرسشنامه اطلاعات جمعیت شناختی خبرگان پرسش می‌شود. در قسمت دوم راهنمای تکمیل و سوالات پرسشنامه و در قسمت سوم نیز سه سوال مرتبط با برآزش مدل که در طیف ۴ گزینه‌ای طراحی شده

4		2	5		سرمایه های سازمانی
0.61761 0	0.828339	0.78996 7	0.80087 7	B	برنامه ریزی آموزشی
0.68841 1	0.779481	0.93803 7	0.62955 4	B1	تکنولوژی
0.54085 9	0.816858	0.91182 0	0.70096 2	B2	توانمندسازی
0.50364 9	0.750063	0.81962 8	0.81904 5	B3	حسن مشارکت
0.61269 6	0.724965	0.04889 7	0.60895 6	B4	غنی سازی و بهسازی شغل
0.67131 5	0.890260	0.73577 6	0.84556 0	C	مدیریت اجرایی
0.55025 6	0.703643	0.90614 6	0.47532 1	C1	انگیزش کارکنان
0.80445 1	0.925011	0.89688 6	0.87826 2	C2	شایسته سالاری
0.65768 8	0.847905	0.88814 3	0.72558 6	C3	تعهد کارکنان
0.65514 9	0.849952	0.12857 1	0.77681 9	C4	حسن روابط سازمانی
0.62116 0	0.790743	0.17188 9	0.76837 6	D	ارزیابی آموزشی
0.70224 6	0.736886	0.72955 6	0.70698 4	D1	گسترش تولید دانش
0.69759 2	0.829779	0.87317 0	0.76287 8	D2	بهبود کیفیت
0.94156 8	0.979730	0.83158 3	0.96890 0	D3	نهادینه سازی یادگیری
0.69625 1	0.901440	0.28911 5	0.85576 3	D4	ایجاد فرهنگ دانشی
میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده AVE	پایایی ترکیبی Composite Reliability	ضریب تعیین R Square	آلفای کرونباخ Cronbachs Alpha	نماد	مولفه
0.744247	0.904332		0.871990	A	نیازسنجی آموزشی

همان طور که در جدول نشان داده شده است معیار پایایی ترکیبی برای تمامی متغیرهای مکنون بالاتر از ۰,۷ است همچنین معیار آلفای کرونباخ برای متغیرهای مربوط به بیش از ۰,۶ می‌باشد. همچنین ضرایب بارهای عاملی برای شاخص‌ها در جدول زیر آمده است که همگی بالای ۰,۵ می‌باشند که نشان‌دهنده پایایی مناسب مدل می‌باشد.

است ارائه شده است. در مرحله دوم دلفی پرسشنامه شامل ۵۳ سوال در ۱۵ گروه طراحی و ارائه شد.

در مرحله کمی پرسشنامه طراحی شده بر اساس شاخص‌ها و مولفه‌های حاصل از مرحله کیفی (مرحله دلفی) است که به تناسب آن طراحی و در سه بخش و ۱۵ گروه و ۵۳ سوال طراحی و جمع‌آوری شد.

۹- روایی و پایایی تحقیق

برای بررسی روایی و پایایی در بخش کیفی، از ضریب نسبی روایی محتوا (CVR)، استفاده شد که با توجه به اینکه تعداد اعضای پانل ۱۵ می‌باشد حداقل مقدار CVR برابر ۰,۴۹ می‌باشد و در تمامی سوالات مقدار CVR بیش از ۰,۴۹ برآورد شده است و نشان از روایی تحقیق دارد. در مرحله کمی جهت ارزیابی پایایی از شاخص‌های آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی (CR)، ضرایب بارهای عاملی و جهت ارزیابی روایی از شاخص روایی همگرا و واگرا بکارگرفته شد که کلیه شاخص‌ها در حد مطلوب به شرح جدول ۳ و ۴ ارائه شد. با توجه به اینکه در مدل در حالت بار عاملی همگی ضرایب بیش از ۰,۵ هستند، نشان‌دهنده پایایی مناسب مدل می‌باشد. همچنین با توجه به اینکه در مدل در حالت ضرایب معناداری همگی ضرایب بیش از ۰,۹۶ هستند، نشان‌دهنده پایایی مناسب مدل می‌باشد و نشان از صحت رابطه بین سازه‌ها در سطح اطمینان ۰,۹۵٪ است. همان‌طور که از جدول پایین مشاهده می‌شود، مقدار مربوط به معیارها برای سازه‌های مکنون قابل مشاهده است:

جدول ۳. بررسی پایایی مدل اندازه‌گیری

مولفه	نماد	آلفای کرونباخ Cronbachs Alpha	ضریب تعیین R Square	پایایی ترکیبی Composite Reliability	میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده AVE
نیازسنجی آموزشی	A	0.871990		0.904332	0.744247
توسعه راهبردهای انسانی	A1	0.751297	0.923709	0.858779	0.673662
تفکر استراتژیک	A2	0.581886	0.873201	0.779256	0.548311
دانش و	A3	0.79483	0.92442	0.748960	0.58380



۱۰- نتایج تحقیق

نتایج مرحله کیفی تحقیق

پرسشنامه توسعه منابع انسانی بر اساس روش دلفی در دور اول در قالب ۱۱۳ سوال در مورد شاخص‌ها، ۱۵ سوال در مورد ابعاد و ۳ سوال در مورد برازش مدل جهت بررسی و تکمیل خبرگان در دور اول ارائه شد طبق نتایج کلیه شاخص‌ها در دور اول بایستی تغییر و اصلاح نمایند که نتایج در پرسشنامه دور دوم اصلاح گردید. پس از یک تکرار تعداد ۵۳ شاخص در ۱۵ بعد و ۳ مولفه جهت بررسی نهایی در دور دوم در قالب شاخص‌های جدول ۴ در قالب یک پرسشنامه تهیه شدند. با توجه به اینکه در مرحله دوم CVR در کلیه ابعاد مناسب ارزیابی شد. با درخواست از گروه متخصصان، مجدداً پرسشنامه جهت محاسبه شاخص روایی محتوایی^{۲۹} CVI به آنان داده شده و از آنان خواسته شد که در مورد هر یک از سؤالات، سه معیار زیر را بر اساس طیف لیکرتی ۴ قسمتی (غیر مرتبط(۱)، نیاز به بازبینی اساسی(۲)، مرتبط اما نیاز به بازبینی(۳)، کاملاً مرتبط(۴)) از سه منظر مربوط یا اختصاصی بودن، سادگی و روان بودن، وضوح و یا شفاف بودن اظهار نظر نمایند. از آنجا که برای تمامی مولفه‌ها، CVI بیش از ۰٫۷۹ برآورد شده است و چنانچه نمره CVI سؤالات بالاتر از ۰٫۷۹ باشد مناسب تشخیص داده می‌شوند، لذا شاخص روایی محتوایی تأیید و شاخص‌ها نهایی و جهت مرحله کمی تأیید شدند.

جدول ۵. نام ابعاد و شاخص‌ها و مقادیر CVR در دور دوم

دلفی

مولفه‌ها	ابعادها	شاخص‌ها	میانگین	بیش‌توا	بیش‌ضروری	فید‌بک‌ها	CVI	توجه
توسعه راهبردهای	۸.	استعداد سنجی	۷۵.				۱ = ۵ >	بید
سازمان‌آموزشی	۳.	مدیریت منابع انسانی	۷۸.				۱ = ۴ >	آید

با توجه به جدول شماره ۵ در بالا مقدار واریانس به اشتراک گذاشته یا همان AVE برای سازه‌ها بیش از ۰٫۵ می‌باشد که نشان از روایی همگرایی قابل قبول دارد. همچنین به منظور بررسی روایی واگرا از روش فورنل و لارکر استفاده شده است که در این ماتریس مجذور مقادیر AVE یعنی همان اعداد مندرج در قطر اصلی بیشتر از ضرایب همبستگی بین سازه‌ها می‌باشد. که نتایج آن در جدول ۶ نشان دهنده تأیید کلیه ابعاد می‌باشد.

جدول ۴. ماتریس سنجش روایی واگرا به روش فورنل و

لارکر

	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	.۶۵														
2	.۵۳	.۶۵													
3	.۵۲	.۶۳	.۷۱												
1	.۴۵	.۶۵	.۶۳	.۶۳											
2	.۵۳	.۶۲	.۶۲	.۵۵	.۷۱										
3	.۵۳	.۵۲	.۵۶	.۴۲	.۵۵	.۶۸									
4	.۶۶	.۶۵	.۶۶	.۶۳	.۶۷	.۶۶	.۷۱								
1	.۴۵	.۶۵	.۶۷	.۵۵	.۶۹	.۶۱	.۶۰	.۶۱							
2	.۵۲	.۶۶	.۶۴	.۶۴	.۶۳	.۵۷	.۶۳	.۷۱	.۷۳						
3	.۶۶	.۶۳	.۶۶	.۶۷	.۶۳	.۶۲	.۷۰	.۶۱	.۶۴	.۵۳					
4	.۵۱	.۶۵	.۶۳	.۶۳	.۷۱	.۶۷	.۶۳	.۶۲	.۶۲	.۶۴	.۵۶				
1	.۶۳	.۶۶	.۵۶	.۶۵	.۵۴	.۶۸	.۵۰	.۶۱	.۵۲	.۶۱	.۶۴	.۶۶			
2	.۶۳	.۶۱	.۵۵	.۶۵	.۶۹	.۶۳	.۶۸	.۵۵	.۶۵	.۶۵	.۵۴	.۶۴	.۶۶		
3	.۶۶	.۶۵	.۷۱	.۶۶	.۶۴	.۶۰	.۵۱	.۶۱	.۵۴	.۶۱	.۶۶	.۶۶	.۶۶	.۶۶	
4	.۶۶	.۵۳	.۶۴	.۶۴	.۶۹	.۶۲	.۶۱	.۶۱	.۶۳	.۶۱	.۵۴	.۷۲	.۶۹	.۶۷	.۵۶

به این ترتیب رابطه بین سازه‌ها و شاخص‌هایشان تأیید می‌شود که نشان‌دهنده این است که یک سازه تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارد تا با شاخص‌های دیگر.

۱	۴	۷۶	۷۰	امکان پیشرفت کارکنان	سن مشارکت	نوع اجرا
۱	۳	۷۹	۶۰	مسئولیت پذیری		
۱	۵	۸۲	۹۰	پویایی گروهی و روحیه تیمی		
۱	۵	۸۲	۴۰	انتگیزه‌های توفیق طلبی		
۱	۵	۸۱	۶۰	چرخش شغل	غنی‌سازی و بهسازی شغل	
۱	۵	۷۵	۸۰	ایجاد شبکه‌های یادگیری		
۱	۵	۷۸	۳۰	جلسات مطالعه موردی		
۱	۴	۷۵	۵۰	گسترش تجربیات		
۱	۳	۷۸	۳۰	جایجایی کارکنان	نگیزش کارکنان	
۱	۵	۷۶	۳۰	تعمیر ارزشها و باورهای فکری		
۱	۵	۷۹	۸۰	عادلاته بودن پاداش‌ها		
۱	۵	۸۲	۳۰	خودمختاری و استقلال کاری		
۱	۵	۸۲	۴۰	هویت بخشی	ایستة سالاری	
۱	۳	۸۱	۶۰	تعیین معیارهای ارتقاء		
۱	۳	۷۵	۵۰	استقرار نظام شایسته سالاری		
۱	۳	۷۵	۵۰	استقرار نظام شایسته سالاری		

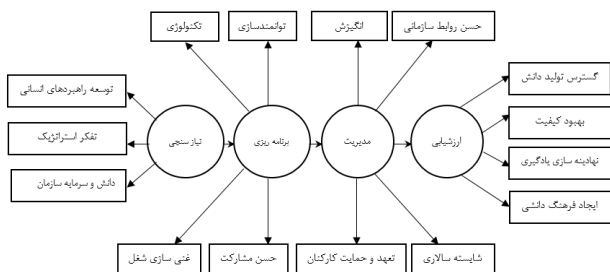
۱	۵	۷۶	۷۰	تفکراسترا تزیک در آموزش کارکنان	تفکر استراتژیک	احیای و برنامهریزی
۱	۵	۷۹	۶۰	طراحی سیستم کار		
۱	۳	۸۲	۸۰	هماهنگی فعالیت‌ها		
۱	۵	۸۲	۴۰	شناخت بازار		
۱	۵	۸۱	۸۰	مستندسازی دانش سازمانی	ناخت دانش و سرمایه‌های سازمانی	
۱	۵	۷۵	۵۰	محتوای آموزش		
۱	۴	۷۸	۳۰	تعیین شکاف دانشی		
۱	۴	۷۶	۷۰	ابزارهای خلق و تسهیم دانش		
۱	۵	۷۹	۶۰	آموزش الکترونیک	تکنولوژی	
۱	۵	۸۲	۸۰	امکان جستجوی اطلاعات		
۱	۵	۸۲	۴۰	زیرساخت‌های به روز فناوری اطلاعات		
۱	۵	۸۱	۶۰	یادگیری و مدیریت تغییر		
۱	۵	۷۵	۵۰	توجه به تفکر خلاق و نوآوری	توانمندسازی	
۱	۵	۷۸	۸۰	توانایی حل مسأله		



۱.۱	۵	۰.۷۸	۰.۳	ارائه بازخوردها ی مناسب	اهدایته سازی یادگیری ی
۱.۲	۵	۰.۷۶	۰.۷	شیوه ارزشیابی های چندگانه	
۱.۳	۵	۰.۷۹	۰.۶	گسترش برنامه های آموزشی	
۱.۴	۵	۰.۸۳	۰.۲	تبادل اطلاعات عملکردی به روز	ایجاد فرهنگ دانشی
۱.۵	۵	۰.۸۲	۰.۴	یادگیری خودمحور	
۱.۶	۵	۰.۸۱	۰.۶	انتقادپذیری	
۱.۷	۵	۰.۷۵	۰.۸	هدایت و نظارت مناسب	

۱.۱	۵	۰.۷۸	۰.۳	تمایل به پیشرفت	عهد کارکنان
۱.۲	۵	۰.۷۶	۰.۲	سنجش ادراک کارکنان	
۱.۳	۵	۰.۷۹	۰.۶	توسعه مهارتهای رهبری	
۱.۴	۵	۰.۸۳	۰.۸	توسعه استاندارد های اخلاقی	سن روابط سازمانی
۱.۵	۵	۰.۸۲	۰.۴	دوسویه بودن ارتباطات	
۱.۶	۴	۰.۸۱	۰.۲	آموزش ارتباطات	
۱.۷	۴	۰.۷۵	۰.۸	مهارت های اجتماعی	سرتس تولید دانش
۱.۸	۵	۰.۷۵	۰.۵	افزایش ظرفیت یادگیری	
۱.۹	۵	۰.۷۸	۰.۳	اعمال هدفگذار ی شده	
۱.۱۰	۵	۰.۷۶	۰.۷	استمرار آموزش	رزیا بی
۱.۱۱	۵	۰.۷۹	۰.۶	بهبود فرآیندها ی سازمانی	
۱.۱۲	۵	۰.۸۳	۰.۸	بهبود رضایت شغلی	
۱.۱۳	۴	۰.۸۲	۰.۴	توسعه سلامت سازمانی	هپود کیفیت
۱.۱۴	۴	۰.۸۱	۰.۶	امنیت و احترام شغلی	
۱.۱۵	۵	۰.۷۵	۰.۲	بهبود امید به زندگی	

بر اساس تأیید متغیرهای شناسایی شده مدل تحقیق به شکل زیر ارائه می‌شود:



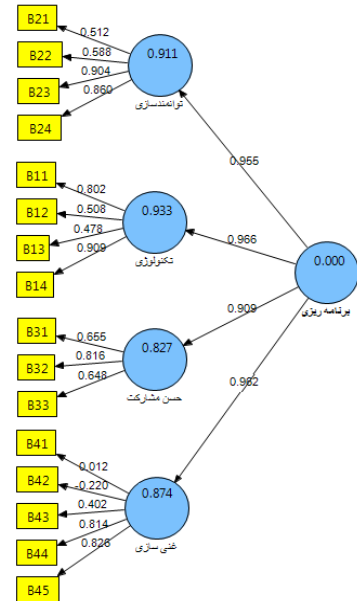
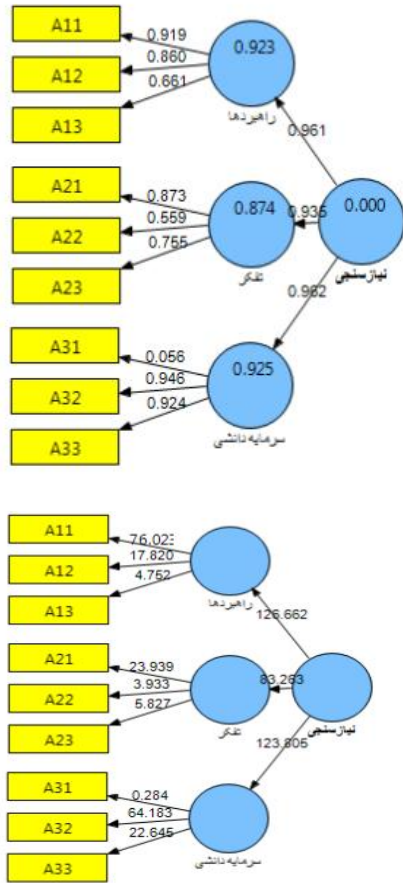
شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

۱۱- بررسی برازش مدل اندازه‌گیری: بررسی پایایی مدل اندازه‌گیری

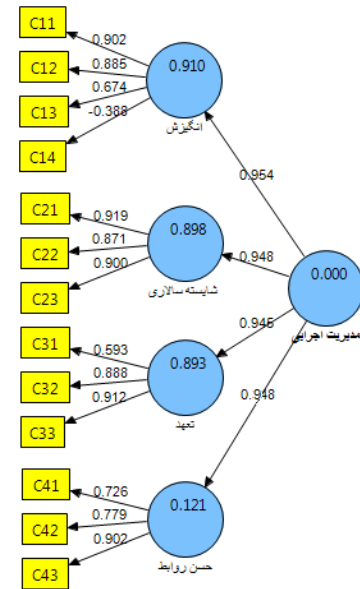
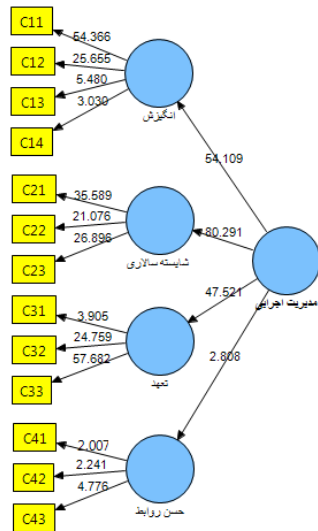
به منظور تست مدل ارائه شده لازم است از نمونه ۲۳۴ نفری انتخاب شده است. در این راستا پرسشنامه‌ای با ابعاد ارائه شده به شکل محقق ساخته در اختیار نمونه قرار گرفته و بر اساس طیف لیکرت ۵ تایی میزان اهمیت و نقش متغیرها سنجیده شده است. در ابتدا به کمک تجزیه و تحلیل داده‌ها در نرم افزار PLS، مدل‌های اندازه‌گیری ۳



متغیر پنهان مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته است تا از صحت شاخص‌ها اطمینان حاصل شود:

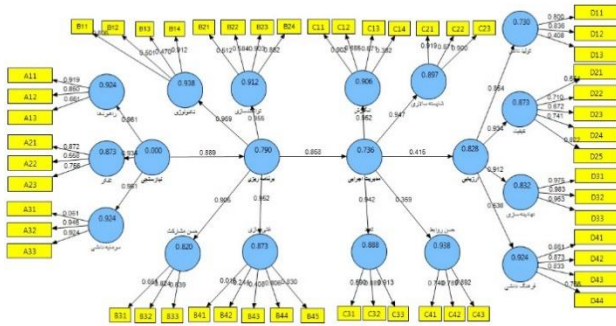


نمودار ۱. مدل‌های اندازه‌گیری مرتبه دوم در حالت بار عاملی



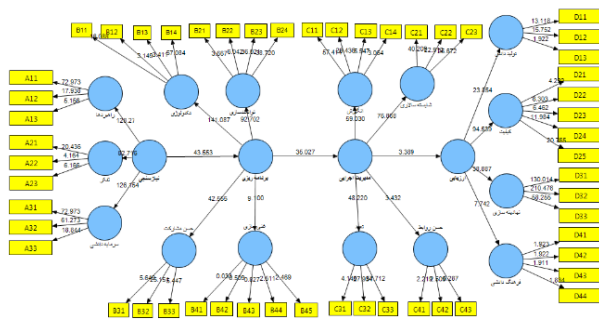
۱۲- بررسی برازش مدل ساختاری

به منظور برازش مدل ساختاری نهایی لازم است تمامی روابط بین متغیرهای پنهان و آشکار مطابق مدل تحقیق در نرم افزار PLS پیاده سازی شود:



نمودار ۳. نمودار مدل ساختاری در حالت ضرایب اعداد

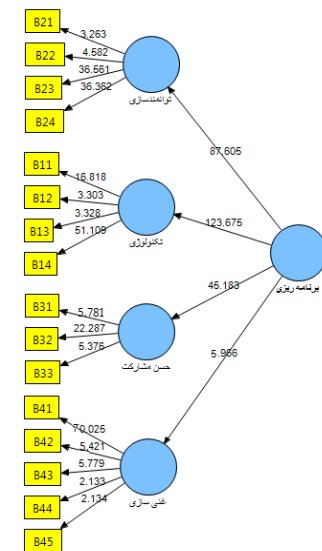
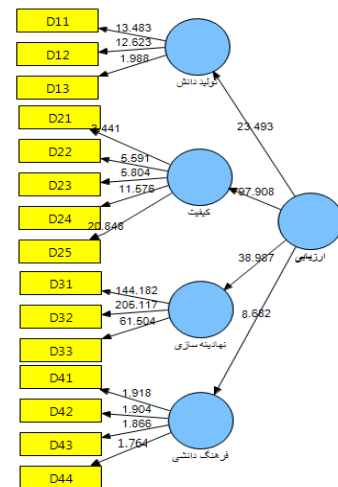
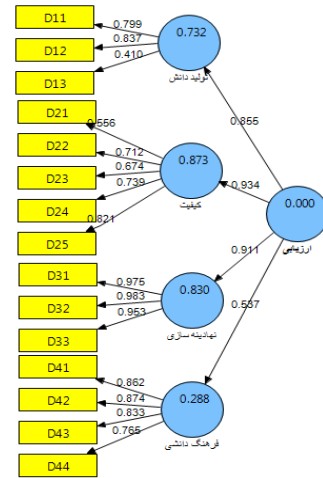
معناداری P-value



نمودار ۴. نمودار مدل ساختاری در حالت ضرایب اعداد

معناداری T-value

به کمک ضرایب اعداد معناداری T-value و بار عاملی می‌توان صحت رابطه بین سازه‌ها را سنجید. بدین ترتیب جدول زیر نشان‌دهنده ضرایب T و بار عاملی می‌باشند که در مدل نیز نشان داده شده است. با توجه به اینکه در مدل در حالت بار عاملی همگی ضرایب بیش از ۰٫۵ هستند و همچنین ضرایب معناداری همگی بیش از ۱٫۹۶ هستند، نشان‌دهنده پایایی مناسب مدل می‌باشد و نشان از صحت رابطه بین سازه‌ها در سطح اطمینان ۹۵٪ است.



نمودار ۲. مدل های اندازه گیری مرتبه دوم در حالت ضرایب معنی داری t

جدول ۶. ضرایب معنی‌داری در مدل ساختاری

از	به	بار عاملی P-value	ضرایب معناداری T-value	نتیجه
A نیازسنجی آموزشی	B طراحی و برنامه ریزی	۰,۸۸	۴۳,۶	تأثیر معنی دار
B طراحی و برنامه ریزی	C مدیریت اجرایی	۰,۸۵	۳۵,۰	تأثیر معنی دار
C مدیریت اجرایی	D ارزیابی آموزشی	۰,۴۲	۳,۳	تأثیر معنی دار

به کمک ضرایب معنی‌داری و مقادیر بار عاملی مشخص می‌شود که تمامی روابط معنی‌دار و تأثیر گذار بوده.

۱۳- معیار ارزیابی برازش کلی مدل

از آنجاکه مقدار GOF برابر ۰,۷۴۵ می‌باشد و بیش از ۰,۳ می‌باشد، نشان از برازش کلی قوی مدل دارد.

بحث

بسیاری از سیستم‌های مدیریت منابع انسانی و مدیریت امروزی مناسب چندان کارآمد به نظر نمی‌رسند و قدیمی بی‌اثر تلقی می‌شوند. در دهه گذشته، بسیاری از سازمان‌ها دریافتند که عملاً فاقد سیستم ارزیابی عملکرد هستند که بتواند اولویت‌ها و اهداف خود را به کارکنان اعلام کرده و پیشرفت آنها را دنبال کند. با توجه به گستردگی زمینه‌های شناختی و استفاده از ابزارهای مختلف مانند احساس، مشاهده، ادراک، تجربه، قدرت تعلق و تفکر در موضوعات مختلف، به ویژه در ارزیابی و تفسیر رفتار و عملکرد کارکنان، ترکیبی حساس و تحت‌الشعاع از این عوامل در ارزیابی عملکرد، کارکنان به طور رسمی در فواصل منظم مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. تشخیص و پاداش دادن به کارکنان قوی و در نتیجه ایجاد انگیزه در آنها برای بهبود عملکرد خود و سایر کارکنان یکی از دلایل اصلی ارزیابی عملکرد است. در گذشته، مدیران کلاسیک فقط برای کنترل کار کارکنان، ارزیابی عملکرد را انجام می‌دادند، در حالی که امروزه جنبه ابتکاری این عمل اهمیت بیشتری یافته است. هدف اصلی ارزیابی عملکرد و بهره‌وری، جمع‌آوری اطلاعات لازم در مورد نیروی کار در سازمان و در اختیار مدیران قرار دادن آنهاست تا بتوانند تصمیمات درستی را برای بهبود کمیت و کیفیت کار کارکنان اتخاذ کنند، که این نشانه مهمی است. بهبود عملکرد سازمان و بهبود اقدامات انجام

شده توسط سازمان‌ها. در توسعه شغل، با حذف کندهی وظایف و عملیات تکراری، سعی می‌شود تنوع بیشتری به شغل داده شود. توسعه شخصی یا شغلی یک فرایند مداوم برای ارزیابی نیازهای آموزشی هر فرد و برنامه‌ریزی برای برآوردن این نیازها است. این فرایند به کارکنان کمک می‌کند تا درباره دانش، عملکرد یا موفقیت خود فکر کنند و پیشرفت شخصی، آموزشی و آموزشی خود را برنامه‌ریزی کنند. برنامه توسعه شغلی از طریق سیستمی تهیه می‌شود که به طور مرتب پیشرفت را ارزیابی کرده و مراحل بعدی را برنامه‌ریزی می‌کند. مستندسازی این فرایند، PDP، به کارکنان و سیستم کمک می‌کند تا اولویت‌های خود را تعیین کنند، پیشرفت هر شخص را زیر نظر داشته باشند و برای حمایت از افراد گام‌های مثبتی بردارند، بهبود عملکرد کارکنان مفید خواهد بود زیرا نتایج چندین مطالعه نشان داده است که رابطه مهمی وجود دارد. بین توسعه شغلی کارکنان، عملکرد و بهره‌وری سازمان‌دهندگان. این یافته با نتایج مطالعات ایزدی یزدان آبادی و نوشه‌ور (۱۳۸۹)، اینگر پلازیری و همکاران (۲۰۱۲)، رناتو پیزانتی و همکاران (۲۰۱۱)، آری وانان و همکاران (۲۰۰۳) و آتوشیکو اوتا و همکاران (۲۰۰۹) همسو می‌باشد. مهارت یعنی توانایی یادگیری. به توانایی انجام یا انتظار نتایج با حداقل زمان و انرژی بسته به نوع کار و وظایفی که باید انجام شود، مهارت گفته می‌شود. همه مشاغل باید مهارت‌های شغلی مورد نیاز را داشته باشند، هرچه این مهارت‌ها کارآمدتر و متنوع‌تر باشند، توانایی آنها برای دستیابی به عملکرد مورد نیاز بیشتر است. تنوع مهارت‌ها به میزان استفاده کارکنان از مهارت‌ها و توانایی‌های مختلف در شغل اشاره دارد، در این صورت چالش برانگیزترین شغل یک شغل معنی‌دار خواهد بود. کارکنان با مهارت‌های شغلی متنوع قادر خواهند بود آمادگی بیشتری برای انجام وظایف سازمانی خود و دستیابی به نتایج مفید داشته باشند نتایج چندین مطالعه نشان می‌دهد که بین تنوع مهارت شغلی کارکنان و عملکرد و بهره‌وری کارکنان رابطه معنی‌داری وجود دارد. این یافته با نتایج مطالعات کرامتی و همکاران (۱۳۹۱)، اسنایدر (۲۰۰۳) و ایوانجلیا کاتسیکا و همکاران (۲۰۰۱) همسو می‌باشد. نتایج تحقیق همچنین تأیید می‌کند که بین مشاهدات شغلی



نتایج آن نشان داد که بین آموزش ضمن خدمت و تعهد سازمانی رابطه مهمی وجود دارد. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که توسعه کارکنان نه تنها تعهد بلکه بهره‌وری کارکنان را نیز بهبود می‌بخشد. نتایج تحقیق همچنین نشان داد که کار گروهی و تیمی از عوامل موثر در مدیریت توسعه و منجر به بهره‌وری سازمانی هستند. ایلین و مایر (۲۰۰۷) بیان می‌کنند که کار گروهی تأثیر مثبتی بر رفتار کارکنان دارد و این امر باعث می‌شود که کارکنان به طور غیرارادی به نفع تیم‌ها و سازمان‌های خود عمل کنند و اساساً کارکنانی که به صورت تیمی کار می‌کنند نسبت به کار تیمی و سازمان به طور کلی متعهدتر هستند که این تحقیق با دیدگاه‌های ایلین و مایر (۲۰۰۷) مطابقت دارد. این نتیجه همچنین با نتایج تحقیقات محسن و حقانی در (۱۳۸۹) که رابطه بین استفاده از تصمیم‌گیری گروهی و بهره‌وری سازمانی را تعیین می‌کند همسویی دارد. نتایج این مطالعه نشان داد که بین تصمیم جمعی و ایجاد ابعاد بهره‌وری سازمان رابطه معنی‌داری وجود دارد. حمایت شغلی به میزان تعهد سازمان و شرکت‌ها به نیازهای کارکنان خود اشاره دارد که می‌تواند راه موثری در ارتقای قابلیت‌ها و عملکرد کارکنان باشد و نتایج چندین مطالعه نشان داده است که رابطه بسیار خوبی بین پشتیبانی و عملکرد شغلی موجود است و این نتیجه با نتایج مطالعات صنوبری و رضایی (۱۳۹۱)، اینگر پلازی یر و همکاران (۲۰۰۲)، رناتو پیزانتی و همکاران (۲۰۰۱)، لارس گوران والگن و همکاران (۲۰۰۱) سازگار و همسو است. خلاقیت عملکردی این است که چگونه یک فرد با دیگران کار می‌کند، کیفیت کار گروهی چگونه است، تغییرات چگونه مدیریت می‌شود، چگونه شخص در زندگی کاری خود شرکت می‌کند، که می‌تواند پیامدهای مهمی برای بهبود روش‌های کاری و بهبود توانایی‌های کارکنان داشته باشد تا به تدریج بهره‌وری کارکنان را افزایش می‌دهد. نتایج بسیاری از تحقیقات همچنین نشان داد که بین خلاقیت شغلی کارکنان، عملکرد و بهره‌وری رابطه آماری معنی‌داری وجود دارد که این یافته با نتایج مطالعات اینگر پلازی یر و همکاران (۲۰۰۸) رناتو پیزانتی و همکاران (۲۰۰۱) و ایمان فرگوسن و همکاران (۲۰۰۱) همسو و هم جهت می‌باشد.

کارکنان و عملکرد و بهره‌وری آنها در سازمان رابطه آماری معنی‌داری وجود ندارد که با یافته‌های اسلاتر و همکاران (۲۰۰۱) مطابقت دارد.

در غنی‌سازی مشاغل، سعی می‌شود حس بالاتری از چالش و موفقیت را در انجام مشاغل در مشاغل ایجاد شود. نتیجه انجام وظایف شغلی باید منجر به رشد شخصی با احساس مسئولیت شود. هدف غنی‌سازی شغل فقط تنوع بیشتر شغل نیست. غنی‌سازی به این معنی است که هر کارمند قادر است تا سطح مدیریت پیشرفت کند. بنابراین، شغل کارمند غنی می‌شود و او وظیفه مدیریت و کنترل مدیر را با توجه به اهمیت شغل خود انجام می‌دهد که باعث بهبود عملکرد کارکنان و افزایش بهره‌وری وی می‌شود. نتایج بسیاری از مطالعات نشان داده است که بین غنی‌سازی مشاغل برای کارکنان و عملکرد آنها رابطه معناداری وجود دارد. این یافته با نتایج مطالعات حریری و محمدپور (۱۳۹۱) و ایزدی یزدان آبادی و نوشه‌ور (۱۳۸۹)، یان‌لی و همکاران (۲۰۱۳)، هریسون مک نایت و همکاران (۲۰۰۹) و سونیتا کارماکار و کورتیس برسلین (۲۰۰۸) همسو می‌باشد. نتایج بدست آمده در بررسی‌های محققان حاکی از آن است که بین توسعه کارکنان و تعهد سازمانی رابطه معنادار و مثبت وجود دارد. نتایج این یافته‌ها با پژوهش جانس (۲۰۰۵)، جکسن و وبرینگ (۲۰۰۸) و داردن همپتن، و هاول (۲۰۰۵)، مطابقت دارد. آنها در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که توسعه کارکنان به طور مستقیم با تعهد سازمانی ارتباط دارد و با تحقیقات (شلتون ۲۰۰۱) سازگار است که رابطه برنامه‌های توسعه کارکنان با تعهد و رضایت کارکنان را مورد تجزیه و تحلیل قرار داد و نشان داد که آموزش و توسعه رضایت کارکنان را افزایش می‌دهد و نتایج قابل ملاحظه‌ای بر تصمیم افراد برای ماندن در سازمان است. نتایج مطالعه فوق نشان می‌دهد که بین آموزش رسمی و بهره‌وری کارکنان رابطه معنی‌داری وجود دارد. یافته‌های فوق با تحقیقات کنت و بارتلت (۲۰۰۱) که نشان داد دریافت آموزش با تعهد سازمانی رابطه مثبت دارد، سازگار است. همچنین با نتایج یاپ (۲۰۰۱)، آیودج (۲۰۱۱) زمان احمد و ابوبکر (۲۰۰۴) که ثابت کردند که بین آموزش و تعهد کارکنان رابطه مهمی وجود دارد، و با تحقیقات زراسوند (۲۰۱۰) موافق است.

۱۴- نتیجه‌گیری

بسیاری از سیستم‌های مدیریت منابع انسانی و مدیریت امروزی مناسب به نظر نمی‌رسند و لوگوهای قدیمی بی‌اثر تلقی می‌شوند. در دهه گذشته، بسیاری از سازمان‌ها دریافته‌اند که عملاً فاقد سیستم ارزیابی عملکرد هستند که بتواند اولویت‌ها و اهداف خود را به کارکنان اعلام کرده و پیشرفت آنها را دنبال کند. به دلیل وسعت مناطق شناختی و استفاده از ابزارهای مختلف مانند احساس، مشاهده، ادراک، تجربه، قدرت تعلق و تفکر در موضوعات مختلف، ارزیابی و تفسیر رفتار و عملکرد کارکنان، بسیار حساس است. در ارزیابی عملکرد، کارکنان به طور رسمی در فواصل منظم مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. تشخیص و پاداش دادن به کارکنان قوی و در نتیجه ایجاد انگیزه در آنها برای بهبود عملکرد خود و سایر کارکنان یکی از دلایل اصلی ارزیابی عملکرد است. در گذشته، مدیران کلاسیک فقط برای کنترل کار کارکنان، ارزیابی عملکرد را انجام می‌دادند، در حالی که امروزه جنبه ابتکاری این عمل اهمیت بیشتری یافته است و هدف اصلی ارزیابی عملکرد و بهره‌وری، جمع‌آوری اطلاعات لازم در مورد نیروی کار در سازمان و در اختیار مدیران قرار دادن آنهاست تا بتوانند تصمیمات درستی را برای بهبود کمیت و کیفیت کار کارکنان اتخاذ کنند، که این نشانه مهمی برای بهبود عملکرد سازمان و بهبود اقدامات انجام شده توسط سازمان‌ها است. در توسعه شغلی، با حذف کندی وظایف و عملیات تکراری، سعی می‌شود تنوع بیشتری به شغل داده شود. توسعه شخصی یا شغلی یک فرایند مداوم برای ارزیابی نیازهای آموزشی هر فرد و برنامه‌ریزی برای برآوردن این نیازها است. این فرایند به کارکنان کمک می‌کند تا درباره دانش، عملکرد یا موفقیت خود فکر کنند و پیشرفت شخصی و آموزشی خود را برنامه‌ریزی کنند. برنامه توسعه شغلی از طریق سیستمی تهیه می‌شود که به طور مرتب پیشرفت را ارزیابی کرده و مراحل بعدی را برنامه‌ریزی

می‌کند. مستندسازی این فرایند یعنی PDP، به کارکنان و سیستم کمک می‌کند تا اولویت‌های خود را تعیین کنند، پیشرفت هر شخص را زیر نظر داشته باشند و برای حمایت از افراد گام‌های مثبتی بردارند، بهبود عملکرد کارکنان مفید خواهد بود زیرا نتایج چندین مطالعه نشان داده است که رابطه مهم و معناداری بین توسعه شغلی کارکنان، عملکرد و بهره‌وری سازمان‌دهندگان وجود دارد.

۱۵- محدودیت‌های تحقیق

در این تحقیق، وضعیت سیستم توسعه پرسنل از طریق رویکرد بهره‌وری از دیدگاه مدیران سازمان امور مالیاتی سنجیده می‌شود و نظرات کارکنان یا کارکنان جدید با یا بدون سابقه مدیریتی اندک مدنظر قرار می‌گیرد. نظرات مدیران و کارکنان مستقیم نیز می‌تواند مرجع تکمیلی دیگری باشد که در این تحقیق مورد توجه قرار نگرفته است. یک نکته مهم در مورد اعتبار یا روایی بیرونی مطالعه این است که جامعه آماری مطالعه حاضر محدود به اداره امور مالیاتی است و از نظرات کارکنان سایر سازمان‌ها استفاده نشده است. از آنجا که محقق قصد ندارد نتایج را به سایر بخش‌های دولتی و خصوصی کشور تعمیم دهد، دسته قابل تعمیم باید با دقت انجام شود و نیاز به بررسی و آزمایش دقیق دارد تا نتایج مطالعه فعلی معتبرتر شود.

امکان پاسخ‌های نادرست در پرسشنامه توسط برخی از کارکنان به دلیل ترس از افشای محتویات پرسشنامه یا جدی نگرفتن مقوله تحقیق از سوی برخی از پاسخ‌دهندگان از دیگر محدودیت‌ها بوده، اگرچه برخی از کارکنان، به ویژه مدیران، کمبود وقت به عنوان دلیلی برای عدم همکاری خود گزارش نموده‌اند.



منابع

۱. ابراهیمی پته ویری، ناصر (۱۳۹۸)، بررسی عوامل موثر بر موفقیت مدیریت توسعه منابع انسانی در سازمان ها با رویکرد بهره‌وری، چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد با تاکید بر بازاریابی منطقه ای جهانی، تهران - دانشگاه شهید بهشتی، دبیرخانه دائمی کنفرانس
۲. اصغری صارم، علی و دانایی فرد، حسنو فانی، علی اصغر و قلی پور، آرین (۱۳۹۵). واکاوی نقش داستان سرایی سازمانی در توسعه منابع انسانی؛ کنکاشی در ادبیات پژوهشی. مدیریت دولتی، دوره ۸، شماره ۱، صص ۱-۸۱-۲۱۸
۳. اکبری، مرتضی و حسینی، سیدمحمود و حجازی، سیدیوسف و رضوانفر، احمد. (۱۳۹۲). اعتبارسنجی مؤلفه های توسعه منابع انسانی: مطالعه اعضای هیئت علمی دانشکده های کشاورزی. تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، دوره ۴۴، شماره ۴، صص ۶۲۹-۶۴۴
۴. بیگدلی، محمد و داودی، رسول و کمالی، نقی و انتصار فومنی، غلامحسین. (۱۳۹۷). شناسایی ابعاد و مؤلفه های بهسازی منابع انسانی در آموزش و پرورش به منظور ارائه یک مدل مفهومی. فصلنامه پژوهشهای مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)، سال دهم، شماره ۲، صص ۷۵-۱۰۱
۵. جمشیدی اوانکی، مینا و میرابی، حمیدرضا. (۱۳۸۹). تئوری های پیشرفته مدیریت، تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز
۶. سید جوادین، سید رضا، حامدحیدری. (۱۳۹۳). بررسی عوام موثر بر توانمندسازی نیروی انسانی در خدمات (بررسی موردی در نظام بانکی). مدیریت دولتی. شماره ۲
۷. گلرد، پروانه. حیدری، مجتبی. (۱۳۹۵). تاثیر مدیریت توسعه منابع انسانی در افزایش بهره‌وری نیروی انسانی. فصلنامه تخصصی علمی ترویجی. شماره ۵. صص ۱۴۲-۱۴۸
۸. محبی، سراج الدین. میر سعیدی، سید حمید رضا. (۱۳۹۶). بررسی جایگاه نقش توسعه منابع انسانی صنعت نفت در پیشبرد ارزش ها و فرهنگ های سازمانی (مطالعه موردی شرکت نفت محمودآباد). فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری. دوره ۳. شماره ۲. صص ۱۵۴-۱۶۵.
۹. مهدی، رضا. شفیعی، مسعود. (۱۳۹۹). الگو و چارچوب راهنما برای دانشگاه نوآور و ارزش آفرین. فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی. دوره ۹. شماره ۱۷. صص ۱-۱۴.
۱۰. آبیانغی اصفهانی، سعید. ابراهیمی، الهه. شیخ، رضا. (۱۳۹۹). فرهنگ نوآورانه، زمینه‌ساز بهبود یادگیری سازمانی با بهره‌گیری از برند سازمانی داخلی (پژوهشی در صنعت نفت ایران). فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی. دوره ۹. شماره ۱۷. صص ۶۹-۸۴.
11. Brooks, K. and Nafukho, F.M. (2006). Human resource development, social capital, emotional intelligence: any link to productivity? *Journal of European Industrial Training*, 30 (2):117-28
12. DASH, S., & PATI, U. C. (2018). The Effect of HRD Practices for High-Performance Work Systems: An Empirical Study on IT Industries in India. *Revista ESPACIOS*, Vol. 39, Number 41
13. Philip, A. A. (2017). The Impact of Human Resources Development on Workers Productivity in Federal Polytechnic Idah, Kogi State Nigeria. *Curr Trends Biomedical Eng & Biosci*, Volume 8, Issue 2
14. Greer, T. W., & Stiles, A. C. (2016). Using HRD to Support Repatriates A Framework for Creating an Organization Development Strategy for Repatriation. *Human Resource Development Review*, 15(1), 101-122.
15. Hashi, A. A. & Bashir. (2009). Human capital development from islamic perspective.
16. Knight, J. (2015). Investing in Human Resource Development: Strategic Planning for Success in Academic Libraries. In *Advances in Library Administration and Organization* (pp. 1-42). Emerald Group Publishing Limited
17. Lyons, R. (2016). Strategic Human Resource Development impact on organizational performance: Does SHRD



3/4, pp.250-271,
<https://doi.org/10.1108/EJTD-07-2018-0068>

21.SUDARAT P, SANTIDHORN P (2017).
 The Human Resource Development in the
 Learning Organization for the
 Organizational Development. International
 Journal of Business and Economic Affairs
 (IJBEA). 2(3), 183-192 .

22.Tam, P. T. (2017). Determinants
 Affecting Human Resource Development of
 Small and Medium Enterprises in Dong Nai
 Province. Social Science Learning
 Education Journal, 2(01).

23.Vanhala, Mika . Ahteela, Riikka (2010).
 The effect of HRM practices on impersonal
 organizational trust. Management Research
 Review, Vol. 34 Iss: 8, 869 – 888

matter? (Doctoral dissertation, NORTH
 DAKOTA STATE UNIVERSITY).

18.Mayes, Bronston. T and Finney, Treena
 Gillespie and Johnson, Thomas.W and Shen,
 Jie and Yi, Lin, (2017), The effect of human
 resource practices on perceived
 organizational support in the People's
 Republic of China, The International Journal
 of Human Resource Management, Vol 28,
 Pp 1-30.

19.Oswick, C. (2015). Guest Editorial
 Engaging With Employee Engagement in
 HRD Theory and Practice. Human Resource
 Development Review, 1534484314558743

20.Otoo, F N K , (2019) "Human resource
 development (HRD) practices and banking
 industry effectiveness: The mediating role of
 employee competencies", European Journal
 of Training and Development, Vol. 43 Issue:



راهنمای نگارش مقاله

می‌تواند شامل روش تحقیق، مدت زمان اجرا، مکان اجرای پژوهش، جامعه مورد مطالعه، رعایت موازین اخلاقی در پژوهش، نحوه جمع‌آوری اطلاعات، ابزارهای اندازه‌گیری و آزمون‌های آماری باشد.

● **یافته‌ها:** در این بخش باید یافته‌های به دست آمده از تحقیق بدون بحث بیان گردد و نباید داده‌های جدول‌ها، شکل‌ها و نمودارها مجدداً در این قسمت تکرار شوند. شماره‌ی جدول‌ها، تصاویر و نمودارها باید با دقت در متن آورده شوند و هر کدام در صفحات جداگانه‌ای آورده و شماره‌گذاری شوند.

● **بحث و نتیجه‌گیری:** در این بخش نویسنده (ها) تفسیری منطقی از یافته‌های به دست آمده ارائه نموده و هم‌چنین یافته‌های به دست آمده را با مطالعات انجام شده مقایسه می‌نمایند. محدودیت‌های مطالعه و هم‌چنین پیشنهادها برای مطالعات آینده از قسمت‌های مهم بحث و نتیجه‌گیری می‌باشد.

● **سپاسگزاری:** از منابع کمک‌های مالی، افراد یا سازمان‌های همکار در انجام این پژوهش

● **منابع:** منابع به ترتیب حروف الفبا شماره‌گذاری شده (منابع فارسی ابتدا و بعد منابع انگلیسی) و به صورت زیر آورده می‌شوند.

منابع فارسی:

مقاله: نام خانوادگی نویسنده(ها)، نام کوچک نویسنده(ها)، عنوان مقاله، نام کامل مجله، شماره‌ی جلد، شماره‌ی صفحه، محل برگزاری، شهر، ماه، سال.

مثال: شفیعی، مسعود، ارتباط دانشگاه و صنعت: موانع اساسی و راهکارهای توسعه‌ای، مجموعه مقالات هشتمین کنگره سراسری همکاری‌های دولت، دانشگاه و صنعت برای توسعه ملی، صفحات ۵۰-۴۱، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، آذر، ۱۳۸۳.

کتاب: نام خانوادگی نویسنده(ها)، نام کوچک نویسنده(ها)، نام کتاب، شماره چاپ، نام ناشر، محل انتشار، سال انتشار.

مثال: شفیعی، مسعود، ارتباط صنعت و دانشگاه: آینده‌ای تابناک، پیشینه‌ای تاریک، چاپ هشتم، انتشارات دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، ۱۳۸۶.

منابع انگلیسی:

مقاله: نام خانوادگی نویسنده (ها)، نام کوچک نویسنده (ها)، عنوان مقاله، نام کامل مجله، شماره‌ی جلد، شماره صفحه، سال انتشار.

مثال:

Antonelli, C, "The evolution of the Industrial organization of the production of Knowledge". Cambridge Journal of Economics, 1999, 23, pp.243-260, 1999.

کتاب: نام خانوادگی نویسنده(ها)، نام کوچک نویسنده(ها)، نام کتاب، شماره چاپ، نام ناشر، محل انتشار کتاب، سال انتشار.

۱. مجله صنعت و دانشگاه به صورت فصلنامه منتشر می‌شود. این فصلنامه حاوی مقالاتی در زمینه‌های گوناگون می‌باشد.

۲. نوع مطالبی که در فصلنامه چاپ می‌شود عبارتند از:

● مقالات مروری که معمولاً توسط سردبیر از صاحب‌نظران درخواست می‌شود.

● مقالات تحقیقاتی

● مقالات کوتاه

۳. مقاله باید در مجلات دیگر به چاپ نرسیده و هم‌زمان برای چاپ به نشریه‌ی دیگری ارسال نشده باشد.

۴. مسئولیت صحت مطالب مندرج در مقاله به عهده‌ی نویسنده(ها) است.

۵. مقاله‌ی ارسال شده، توسط هیأت تحریریه مورد بررسی قرار خواهد گرفت و فصلنامه در ویرایش ادبی و محتوایی و در صورت لزوم حذف بخش یا بخش‌هایی از مقاله مجاز است.

۶. زبان فصلنامه فارسی است، لذا حتماً بایستی یک چکیده انگلیسی هم داشته باشد و حتی المقدور از واژه‌های فارسی برای بیان مطالب علمی استفاده شود. لازم است مقاله فاقد اشکالات املائی یا نکات دستوری باشد.

۷. تمامی مطالب متن و منابع باید با فاصله یک خط در میان با نرم افزار word تایپ شده و دارای حاشیه‌ی ۲ سانتی‌متر از هر طرف باشد. قلم به کار رفته نازنین و اندازه آن ۱۲ باشد.

۸. تمامی مقالات باید مشتمل بر بخش‌های زیر باشد:

● **عنوان مقاله:** عنوان مقاله با قلم سیاه تایپ شود، آنگاه نام نویسنده یا نویسندگان، رتبه‌ی علمی، نشانی(شامل نام دانشگاه یا دانشکده، مؤسسه و واحد تحقیقاتی مرتبط و ...) قید شود.

● **چکیده‌ی مقاله:** چکیده‌ی فارسی ساختارمند باید پس از مقدمه‌ای کوتاه هدف از تحقیق، روش تحقیق، یافته‌ها و نتیجه‌گیری را به طور اختصار بیان نماید (حداقل ۱۵۰ کلمه و حداکثر ۲۵۰ کلمه). این نکته برای چکیده‌ی مقاله به زبان انگلیسی نیز صادق است. در پایان چکیده مقاله، کلیدواژه باید شامل تعدادی کلمات کلیدی(حداقل ۳ و حداکثر ۵ کلمه)، در چکیده‌ی فارسی به زبان فارسی و در چکیده‌ی انگلیسی به زبان انگلیسی، باشد.

● **مقدمه:** مقدمه باید ضمن بیان هدف و مسأله‌ی مورد تحقیق، حاوی خلاصه‌ای از مطالعات و مشاهدات مرتبط با تحقیق مورد نظر(داخلی و خارجی) در چند سال اخیر همراه با یادآوری منابع آن‌ها باشد. لازم به یادآوری است که نباید در این قسمت داده‌ها و یا نتیجه‌گیری کار گزارش شود.

● **روش بررسی:** به نحوی باید نوشته شود که هر خواننده‌ای بتواند با استفاده از آن، تجربه‌ی نویسنده مقاله را تکرار نماید و

مثال:

Etzkowitz, H. and Leydesdorff, L. "Universities in the Global Economy: A triple Helix of university-industry-government relations, Cassell Academic, London, 1997.

آوردن اسامی تمامی نویسندگان کتاب‌ها یا مقالات الزامی است.

۹. شماره‌گذاری بخش‌ها: تمامی بخش‌های مقاله، به غیر از بخش‌های ستاره خورده بالا به صورت نمونه شماره‌گذاری شود.

۲. مبانی نظری مرتبط با کیفیت در آموزش عالی

۱،۲ جایگاه و نقش آموزش عالی در نظام نوآوری ملی

۱،۱،۲ سیر تکاملی الگوهای نوآوری

▪ نگاره‌ها، نمودارها و جدول‌ها: نسخه‌ی اصلی نگاره‌ها، نمودارها و جدول‌ها هر کدام در صفحات جداگانه و در کاغذ A4 (حتی‌الامکان

گلاس) ارسال گردد. آوردن شماره‌ی هر کدام، نام نویسنده‌ی اول و جهت درج تصویر، در پشت هر صفحه ضروری است. لازم است تعداد نگاره‌ها، نمودارها و جدول‌ها با حجم کلی مقاله متناسب باشد و عکس‌ها به صورت سیاه و سفید تهیه شده باشند.

۱۱. زیرنویس شکل‌ها و نمودارها: در این بخش زیرنویس شکل‌ها و نمودارها در صفحه‌ای جداگانه با آوردن شماره‌ی آنها به دقت شرح داده می‌شود. لازم است اختصارات موجود در نگاره‌ها در زیرنویس فارسی توضیح داده شود.

۱۲. ارسال مقاله: نویسنده‌ی مسئول باید یک نسخه از مقاله کامل را، به آدرس دفتر مجله و یا به صورت فایل ضمیمه با پست الکترونیکی به آدرس پست الکترونیکی مجله ارسال نماید.

معرفی جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه

اهداف

- جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه در سال ۱۳۸۳ با اهداف زیر تشکیل شد:
- کمک به پیشبرد برنامه‌های توسعه صنعتی کشور از طریق ارتباط دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی با صنعت.
- حمایت از گسترش فعالیت‌های تحقیق و توسعه صنعتی در بخش‌های دولتی و خصوصی.
- مشارکت در برنامه‌های توسعه ملی از طریق بازنگری مسائل، طرح موانع و ارائه راهبردها و راهکارها

وظایف

- ایجاد و تقویت زمینه‌های همکاری بین مراکز علمی تحقیقاتی و صنایع کشور
- ارائه خدمات آموزشی، پژوهشی، علمی و مشاوره‌ای به بخش‌های مختلف صنعتی
- تشکیل هسته‌های تخصصی برای بررسی نیازهای صنایع مسئله‌یابی و تلاش در جهت رفع آنها با کمک دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی
- اجرای بازدیدهای علمی و صنعتی در جهت همکاری‌های متقابل
- برگزاری همایش‌های علمی از جمله کنگره سراسری همکاری‌های دولت، دانشگاه و صنعت برای توسعه ملی
- تلاش در جهت انطباق برنامه‌های آموزشی دانشگاه‌ها با نیازهای واقعی صنعت
- تلاش در جهت ایجاد تسهیلات کارآموزی دانشجویان و کارورزی دانش‌آموختگان در بخش‌های اقتصادی و صنعتی و فرصت‌های مطالعاتی اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها در صنایع
- تلاش در جهت ایجاد زمینه‌های مناسب جذب دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها در صنایع
- همکاری مؤثر با دیگر حلقه‌های واسط بین دانشگاه و صنعت نظیر شهرک‌های علمی تحقیقاتی، مراکز رشد فناوری، واحدهای تحقیق و توسعه، صندوق‌های مالی توسعه فناوری و مراکز تجاری‌سازی فناوری
- همکاری با نهادهای سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و اجرایی کشور در جهت حمایت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آنها از جمعیت و برنامه‌های توسعه ارتباط دانشگاه و صنعت
- حمایت از انتخاب و اجرای پایان‌نامه‌های دوره‌های تحصیلات تکمیلی در جهت مسائل و مشکلات مبتلا به صنعت
- ایجاد ارتباط مؤثر با انجمن‌ها، تشکل‌ها و سازمان‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی مشابه
- انجام مطالعات امکان‌سنجی در اجرای پروژه‌های مشترک در حوزه‌های مرتبط با فعالیت‌های جمعیت از جنبه‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی، علمی و فرهنگی
- انتشار فصلنامه و خبرنامه و اشاعه اطلاعات مرتبط در حوزه‌های علمی تحقیقاتی و صنعتی و به ویژه عرضه و تقاضای فناوری

برنامه‌ها

جمعیت به منظور تحقق اهداف خود، برنامه‌های زیر را در اولویت فعالیت‌هایش قرار داده است:

- ترویج و توسعه فرهنگ پژوهش و فرهنگ صنعتی در کشور
- افزایش کارایی تحقیقات و وارد کردن نتایج تحقیقات در چرخه برنامه‌های تولیدی و صنعتی کشور
- کمک به ایجاد فضایی مناسب برای بروز ابتکارات، نوآوری و پیشرفت فناوری از طریق تقویت علائق بین دولت، دانشگاه و صنعت و تأمین آن به جامعه‌ی تجاری و عامه مردم
- سازگارسازی آموزش‌ها و پژوهش‌های دانشگاهی با نیازهای صنعت ملی و نیز همگامی با برنامه‌ها و سیاست‌های توسعه صنعتی کشور
- آشنا سازی صنعت و دانشگاه با نیازها و توانایی‌های یکدیگر و ایجاد فضای مناسب گفت و شنود و تبادل نظر بین متخصصین صنعت و دانشگاه در جهت رفع موانع و تنگناها موجود

کمیته‌های اجرایی جمعیت

- کمیته مالی و پشتیبانی
- کمیته عضویت و اطلاع‌رسانی
- کمیته آموزش و پژوهش
- کمیته ارتباط با دانشگاه
- کمیته ارتباط با صنعت
- کمیته ارتباط با دولت و مجلس

از کلیه اندیشمندان، اساتید دانشگاه، پژوهشگران، کارشناسان، دانشجویان و نهادهای دولتی و خصوصی دعوت می‌شود با عضویت در جمعیت، ما را در تحقق اهداف والای آن یاری نمایند.

نشانی دبیرخانه:

تهران - خیابان حافظ - دانشگاه صنعتی امیرکبیر - ساختمان ابوریحان - طبقه ششم - اتاق ۶۱۲.

تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۸۵۸۵۶ ، تلفکس: ۰۲۱-۶۶۴۹۵۴۳۳

برگه اشتراک



هزینه اشتراک:

هزینه اشتراک یکساله:	پست عادی: ۱۲,۰۰۰ تومان	پست پیشتاز: ۱۶,۰۰۰ تومان
هزینه اشتراک دوساله:	پست عادی: ۲۰,۰۰۰ تومان	پست پیشتاز: ۲۸,۰۰۰ تومان

اطلاعات متقاضی:

عضویت حقیقی:	نام و نام خانوادگی:
رشته و مقطع تحصیلی:	سمت:
عضویت حقوقی:	نام شرکت / سازمان:
نام متقاضی:	سمت:
تعداد نسخه درخواستی از هر شماره:	
نسخه شروع اشتراک از شماره:	
<input type="checkbox"/> اشتراک جدید	<input type="checkbox"/> تمدید اشتراک
(شماره اشتراک قبلی:	

نشانی:

آدرس:		
استان:	شهر:	کدپستی:
تلفن:	همراه:	پست الکترونیک:

از علاقه‌مندان به اشتراک فصلنامه‌ی «صنعت و دانشگاه» درخواست می‌نماییم برگ اشتراک را به دقت و با خط خوانا تکمیل نموده و وجه اشتراک را براساس تعرفه، به حساب جاری شماره ۵۶۷۶۲۴۱۸ نزد بانک تجارت، شعبه کارگر شمالی، به نام جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه واریز کرده و اصل فیش بانکی و فرم اشتراک را به یکی از دو شیوه‌ی زیر برای ما ارسال نمایند.

- از طریق دورنگار با شماره ۶۶۴۹۵۴۳۳-۰۲۱
- از طریق پست به آدرس: تهران، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، ساختمان ابوریحان، طبقه ششم، اتاق ۶۱۲

- اعضای جمعیت از ۲۰ درصد تخفیف برخوردار می‌شوند.
- خواهشمند است، مشترکان محترم در صورت تغییر نشانی، امور مشترکین را مطلع فرمایند.
- باتوجه به اینکه تنها عدم وصول مجلاتی که به صورت پیشتاز ارسال می‌شوند قابل پیگیری است لذا توصیه می‌شود از خدمات پست پیشتاز استفاده شود.

فرم سفارش آگهی

گرامی ارجمند

احتراماً به استحضار می‌رساند مجله علمی - ترویجی «صنعت و دانشگاه» توسط جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه بصورت فصلنامه و با تیراژ یک هزار نسخه انتشار می‌یابد.

انتظار می‌رود با سفارش چاپ آگهی ضمن معرفی توانمندی‌های آن سازمان به خبرگان صنعت، نخبگان، دانشگاه‌ها و نیز مدیران اجرایی باعث پیشبرد اهداف این جمعیت گردد.

نام سفارش دهنده: شرکت: سمت:

نشانی کامل: شماره تماس: شماره تماس:

ضمن قبول شرایط مندرج در این فرم تقاضای قرار گرفتن در نوبت آگهی به شرح ذیل می‌باشم:

ابعاد	تعرفه چاپ رنگی (ریال)	تعرفه چاپ سیاه و سفید (ریال)	نوع سفارش
پشت جلد	همت عالی	-	
داخل جلد	۲۵۰۰۰۰	-	
یک صفحه کامل	۱۵۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰	
نیم صفحه	۱۰۰۰۰۰	۵۰۰۰۰۰	
یک چهارم صفحه	۵۰۰۰۰۰	۲۵۰۰۰۰	
کادر راهنما ۶×۴ (حداقل برای سه ماه)	-	۱۰۰۰۰۰	

دفعات چاپ:

شماره درخواستی:

شرایط:

- طرح آگهی بر عهده سفارش دهنده می‌باشد و می‌بایست همراه فرم ارسال گردد.
- ۲۰٪ تخفیف برای شرکت‌های حقوقی عضو جمعیت.
- ۱۰٪ تخفیف برای ۴ شماره چاپ متوالی.
- ۲۰٪ تخفیف برای ۸ شماره چاپ متوالی.
- جهت تخصیص کادر سفارش حداقل چهار شماره متوالی لازم می‌باشد.

لطفاً جهت هماهنگی بیشتر و رزرو با شماره تلفن ۶۶۴۸۵۸۵۶ تماس حاصل فرمایید و پس از تکمیل فرم آنرا به شماره ۶۶۴۹۵۴۳۳ فاکس نمایید.

مهر و امضاء



«فرم درخواست عضویت حقیقی»

لطفاً در این قسمت چیزی ننویسید

شماره عضویت:

۱- مشخصات فردی:

نام خانوادگی:

نام:

نام خانوادگی (به انگلیسی):

نام (به انگلیسی):

روز ماه سال

جنس: مرد زن تاریخ تولد:

شماره شناسنامه: محل تولد:

شماره ملی: سمت: سابقه کار:

۲- سوابق تحصیلی:

آخرین مدرک تحصیلی: تاریخ فارغ التحصیلی:

رشته تحصیلی: دانشگاه: کشور:

۳- نشانی محل کار (تحصیل):

تلفن ثابت: تلفن همراه: نمابر:

پست الکترونیکی: وب سایت:

۴- نوع عضویت:

پیوسته وابسته دانشجویی

حق عضویت سالانه

نوع عضویت	پیوسته	وابسته	دانشجویی
مبلغ	۱۰۰,۰۰۰ ریال	۱۰۰,۰۰۰ ریال	۵۰,۰۰۰ ریال
شماره حساب: حساب جاری ۳۶۶۱۱۱۴۴۴ بانک تجارت، شعبه امیراکرم، باجه دانشگاه امیرکبیر بنام جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه			

لطفاً فرم تکمیل شده را با فیش واریزی به همراه یک قطعه عکس رنگی ۳×۴ برای دبیرخانه جمعیت ارسال نمایید.

امضا:

تاریخ:

عضویت پیوسته: مؤسسان جمعیت و کلیه افرادی که حداقل دارای درجه کارشناسی ارشد در یکی از رشته‌های دانشگاهی باشند.

تبصره: افراد دارای درجه کارشناسی با سابقه درخشان مدیریتی (حداقل ۵ سال) می‌توانند با تصویب هیأت مدیره به عضویت پیوسته جمعیت درآیند.

عضویت وابسته: اشخاصی که دارای درجه کارشناسی باشند.

عضویت دانشجویی: کلیه افرادی که در یکی از رشته‌های دانشگاهی به تحصیل اشتغال دارند.



«فرم درخواست عضویت حقوقی»

لطفاً در این قسمت چیزی ننویسید

شماره عضویت:

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

«جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه» در ادامه یک دهه فعالیت‌های کمیته دائمی «کنگره سراسری همکاری‌های دولت، دانشگاه و صنعت برای توسعه ملی» و به منظور ارتقاء سطح همکاری‌های فی مابین صنعت و دانشگاه در سال ۱۳۸۳ تأسیس شده است.

۱- مشخصات مؤسسه:

نام دانشگاه/ شرکت/ سازمان: تعداد کارکنان:
نوع فعالیت: سال تأسیس:
نشانی:
تلفن ثابت: دورنگار:
پست الکترونیکی: وب سایت:

۲- مشخصات رییس/مدیر:

نام خانوادگی: نام:
آخرین مدرک تحصیلی: دانشگاه: کشور:
رشته تحصیلی: تاریخ فارغ‌التحصیلی: سابقه کار:

۳- مشخصات فرد رابط مؤسسه با جمعیت:

نام خانوادگی: نام: سمت:
تلفن ثابت: تلفن همراه: پست الکترونیکی:
نشانی:

۴- حق عضویت:

حق عضویت سالانه برای عضویت حقوقی حداقل دو میلیون ریال می‌باشد. مؤسسات دارای امکانات مالی مناسب می‌توانند مبلغ بیشتری جهت توسعه جمعیت پرداخت نمایند شماره حساب: ۲۶۶۱۱۱۴۴۴ بانک تجارت، شعبه امیراکرم، باجه دانشگاه امیرکبیر
مبلغ پیشنهادی:

*مؤسسات می‌توانند با تکمیل این فرم و پرداخت حق عضویت، درخواست عضویت حقوقی خود را اعلام نمایند.

مضاء و مهر مدیر مؤسسه:

تاریخ:

Presenting a human resource development model focusing on productivity in the country's tax administration using the structural equation approach

*Mansoor Gholizade

**Rashid Zolfaghari

***Mohsen Mohammadian

* PhD student in Administrative Management, Islamic Azad University, Roodehen Branch, Tehran, Iran.

** Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Roodehen Branch, Islamic Azad University, Roodehen Branch, Tehran, Iran.

*** Assistant Professor and Faculty Member, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran

Abstract

Human resource development is an important part of human resource management and in fact a kind of complement to human resource management. Garavan believes that human resource development is considered very important because its scope is much wider than human resource management (Garavan et al., 2012). The first efforts to develop human resources began in the 18th century with the establishment of the first technical school (Al-Faki, 2015). Today, human resources are the main assets and capital of the organization and the main factor of competitive advantage of organizations and this source is the only capital and assets in the organization that can not be imitated and has a unique feature. In addition, this resource is one of the assets that can grow. And development, and this development can only be achieved through learning and knowledge, and human resource development emphasizes the leadership perspective on employees to gain knowledge, expertise, experience and efficient decision-making and problem-solving skills in the organization. In this study, with the aim of identifying the variables affecting human resource development with a focus on productivity in the country's tax affairs organization, the Delphi method has been performed by 15 experts. After collecting data and conducting interviews and Delphi method in 2 replications and confirmation of validity and reliability tests using CVR, Cronbach's reflectivity and alpha, the final model is calculated in 4 main components, 15 dimensions and 53 indicators. Among these, group dynamics and team spirit, motivations for success and talent assessment and completion of talent banks from employees, documentation and continuity in learning, motivation and success among employees with an average weight of 4.9 are the most important factors identified. Finally, the structural model by partial least squares method was approved by PLS software with a sample of 251 people with a GOF fit coefficient of 0.63.

Keywords: Human resources development, productivity, country of tax correspondence, pls.

A dairy Products Green Supply Chain model with Emphasis on Customer Satisfaction: Combining Interpretive Structural Modeling Approach and Analytical Network Process

*Heydar Safary

**Rashid Zolfaghari

***Mohsen Mohammadian

* PhD Student in Administrative Management, Roodehen Branch, Islamic Azad University, Roodehen Branch, Tehran, Iran

** Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Roodehen Branch, Islamic Azad University, Roodehen Branch, Tehran, Iran.

*** Assistant Professor and Faculty Member, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran

Abstract

Changing the energy-based economy to a knowledge-based economy, increasing the level of education of the society, raising the standard of living standards, increasing the international complexities have led to many changes in the management of the organization. To overcome these challenges, future organizations must be able to harness and develop the potential of their talents. Talents are the rarest resource in the current knowledge-based market. In the wake of the globalization of the economy, the downsizing of most public and private organizations, rapid environmental developments and global challenges, the need for organizations to have capable and experienced leaders. Despite the global need and attention to talent, the principles of talent management in all organizations follow the same rules. Talent management includes a set of plans that, in general, make effective use of these individuals to achieve the goals of business and achievement. In this research, with the aim of identifying the variables affecting talent management with the approach of managers' capabilities, Delphi method has been performed by 50 experts. After collecting data and conducting interviews and Delphi method in 2 replications and confirmation of validity and reliability tests using CVR, reflectivity and Cronbach's alpha, the final model is calculated in 3 main components, 14 dimensions and 59 indicators. Among these, management support, engaging talented people, increasing learning capacity, self-centered learning, continuing education, setting criteria for promotion, appreciation and creating internal motivation with an average of 4.9 have been identified as the most effective factors. Finally, the structural model with the partial least squares method was approved by PLS software with a GOF fit coefficient of 0.58.

Key words: Talent Management, Technical, Human and Perceptual Capabilities of Managers, Social Security Organization, Minimum Squares (PLS)

Provide a model for successful entry into the food products market of the region (Case study of Iraq)

*Mohammad Talari **Mohammadreza Fallah ***Parisa.Esmaeili

* Assistant Professor, Faculty of Humanities, Hazrat Masoumeh University, Qom, Iran

** Assistant Professor, Faculty of Humanities, Hazrat Masoumeh University, Qom, Iran

*** Graduate, Faculty of Management, Hazrat Masoumeh University, Qom, Iran

Abstract

According to the policies of the resistance economy, paying attention to the markets of the countries of the region is one of the most important tools to increase economic resilience. Meanwhile, the food industry, as one of the most important large manufacturing-economic industries in the country, should have a special look at the cause, why and how to decide to buy foreign customers. The aim of this study is to provide a model for successful entry into the Iraqi food market. The approach of the present study is quantitative and applied in terms of purpose and descriptive-survey in terms of data collection method. The statistical population of this study consists of buyers of Iraqi stores and supermarkets. Sampling is available in this study and has been done among customers of stores and supermarkets located in Iraq and in the cities of Najaf and Karbala, Baghdad, Basra, Nasiriyah, Hillah and Kohl, according to the Cochran's formula, 384 Iraqi buyers have been selected. The data collection tool is a researcher-made questionnaire that is validated by experts and its reliability through Cronbach's alpha coefficient of 863 /. Confirmed. Structural equation modeling has been used to analyze the data. The results show that "market overlap", which includes "marketing, facilitation and psychological factors" alone, cannot affect the intention to buy Iraqi customers alone and must be "internalized culture" which acts as a mediating variable. And "religious factors and values and preferences" have been used to influence the purchase of Iraqi consumers.

Keywords: Market synergy, internal culture building, Purchase Intention, the food industry, structural equations

The relationship between corporate entrepreneurship and urban sustainable development by using the pattern of entrepreneurial city

* Babak Ziyae **Mehran Rezvani ***Mohammad Eynolghozat

* Associate Professor, Department of Organizational Entrepreneurship, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran

** Associate Professor, Department of Organizational Entrepreneurship, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran

*** PhD Student, Department of Organizational Entrepreneurship, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran

Abstract

With the increase of urbanization, many economic and social problems have arisen, so the urban management system using various tools and policies to create sustainable development in metropolitan areas. One of these policies is the development of the entrepreneurial city. The aim of this study is to explain the role of corporate entrepreneurship in the process of forming an entrepreneurial city as a strategy for sustainable development. Also; the role of corporate entrepreneurship in creating the necessary infrastructure to create an entrepreneurial city has been contemplated. The research method is qualitative and grounded theory as an emergent method is used, so that first qualitative data were obtained by examining the research background and using the systematic review method and also using content analysis tools, collection and the basic structure of classification of variables. Then, according to the life experience of the authors of the research, each of whom has scientific and practical expertise in the field of this research, the main variables and components of the research were extracted and finally the conceptual model of the research was obtained. Findings showed that while classifying the components into three categories: 1- structural conditions 2- social interaction of agents and structure 3- outcomes; The entrepreneurial city is proposed as a new policy in the sustainable development of metropolises that the entrepreneurial city is a new policy in sustainable development of metropolises and one of the ways to create it is the development of corporate entrepreneurship so that corporate entrepreneurship and economic performance of metropolises have a positive and significant relationship with each other.

Keywords: Corporate Entrepreneurship, Entrepreneurial City, Sustainable Development, Metropoli.

Technological cooperation, university reproductive company, information and communication technology

*Fazel Hajizadeh **Abolfazl Kazazi

* Faculty, Department of Industrial Engineering, Qom University of Technology, Qom, Iran

** Professor, Department of Industrial Management, Allameh Tabatabaei University, Tehran, Iran

Abstract

The present study investigates the role of factors affecting the success of technological cooperation between academic and industrial reproductive companies in the field of information and communication technology with the mediating role of intermediary institutions. The present study is applied in terms of purpose and quantitative in terms of type. Among parks and growth centers, 13 parks and growth centers were selected as a statistical sample; In addition, in each of the selected samples, the CEO or a knowledgeable person was selected as the respondent. Therefore, 341 questionnaires were distributed and 317 usable questionnaires were collected. After confirming the validity and reliability of the research, the data were analyzed by SPSS and LISREL software. The results indicate that factors related to industry and academia have a positive and significant effect on the success of technological cooperation. The mediating role of intermediary institutions on the success of technological cooperation was also acknowledged. The findings of this study provide practical and theoretical implications for improving technological cooperation between academia and industry.

Keywords: Technological cooperation, university reproductive company, information and communication technology.

Prioritizing obstacles of industry - university interaction in order to develop of intelligent urban transportation infrastructures using Fuzzy AHP

*Hamzeh Amintahmasbi ** Aboozar Ghorbani

* Assistant Professor, Department of Industrial Engineering, Faculty of Engineering, Shargh, University of Guilan, Guilan, Iran

** PhD student in Industrial Management, Islamic Azad University, Anzali International Branch, Gilan, Iran

Abstract

Any society to achieve real and sustainable development goals requires continuous interaction between scientific and technical institutions, takes form in the template of university and industry. In fact, universities are generating knowledge and transferring it to scholars, the industry also works to apply knowledge and shares its expectations to university research teams, and they present their ideas, findings and outcomes to the industry. Transportation science also is no exception, and in recent years, it has introduced and implemented new technologies called Intelligent Transportation Systems (ITS) in universal level. Studies in Iran show that transferring knowledge between university and intelligent transportation industry face challenges and obstacles that have led industry owners to the direction of assembling imported components and escaping from universities. This study aims to explanation and interpretation of viewpoints of university and industry section experts about obstacles that affect transferring knowledge between these two institutions in line with implementation of intelligent urban transportation. In this research, firstly determined effective indices of industry – university interaction obstacles by searching library and documentation resources. Fuzzy Delfi is used to sieve indices and identifying final submeasures. As 43 suggested obstacles were initially available to transportation science experts and by this technic, at first stage 27 obstacles and then, 15 obstacles were chosen for evaluation and ranking. Ranking was also done though fuzzy AHP. Results showed that lack of necessary infrastructures in ITS industry, and lack of applicability in science production areb the main obstacles of industry – university interaction in order to develop infrastructures of intelligent urban transportation

Keywords: Knowledge Based Companies; Financing; performance, Crowd funding ; Venture Capital, Debt

Presenting a Model to Improve the Performance of Government Organizations with Emphasis on Innovation and Organizational Values: An Interpretive Structural Modeling Approach

*Esmail Gharedifar **MirHadi Jamshidi ***AbbadAli Arfa

* PhD student in Technology Management, Allameh Tabatabaei University, Tehran, Iran

** Assistant Professor, Department of Management, Payame Noor University, Tehran, Iran

*** PhD Student in International Entrepreneurship, Islamic Azad University, Aliabad Katoul Branch, Golestan, Iran

Abstract

The purpose of this study is to provide a model to improve the performance of government organizations with an emphasis on innovation and organizational values. The participant of the study consists of university professors and experts in the field of study who have been selected by purposive sampling. Finally, 10 university professors and experts, including managers and experts in the field of organization, answered the questions. Experts in this study were people who had at least 15 years of experience in studying, teaching or working in the field of government organizations and organizational performance. Sampling continued until the theoretical saturation stage. Also, to determine the reliability of the measuring instrument, the value of ICC coefficient in terms of compatibility and absolute agreement was approved. Interpretive structural modeling approach using Matlab software was used to analyze the data. The results showed that the staff empowerment factor in relation to the research topic and presenting an effective model in order to improve and enhance the performance of government organizations has the highest impact and the least impact and this factor has been targeted as a variable of this research. Also, the research findings showed that the transformational leadership factor has the most impact and the least impact in the current model from other components. This factor is due to high conductivity and low dependence of influential variables or in other words stimuli

Keywords: Organizational Performance, Innovation, Organizational Values, Interpretive Structural Modeling.

Affecting Factors and challenges on Technology Commercialization in ACECR

*Atefeh Zolfaghari ** Hesam Zandhesami ***Morteza Akbari
****Hamid Aminehmaeili

* PhD Student in Entrepreneurship, Islamic Azad University, Qazvin Branch, Qazvin, Iran, University Jihad Researcher

** Assistant Professor, Faculty of Management and Economics, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran

*** Associate Professor, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran
**** Assistant Professor of Jihad University, Tehran, Iran

Abstract

This article will identify the challenges and factors affecting technology commercialization in ACECR as one of the biggest research center in Iran. This study, after extensive study in the literature of the subject with qualitative method and using purposeful sampling, 27 in-depth interviews were conducted with technologists and experts in ACECR. After analyzing the theme, 215 factors affecting technology commercialization were identified. Knowledge and skills, motivation, interest in technology, marketing power, diligence, expertise and Ambidexterity are individual factors and organizational culture, technological attitude of organizational management, existence of appropriate organizational structure, management support, team of experts, encouragement and Self-sufficiency are organizational factors and country needs, government support, market demand, sanctions, economic conditions, industry support, and geographic location are environmental factors. Also, the 120 problems and challenges identified in this study included financial, cultural, legal, human and physical resources problems, market entry, support and organization. The use of new financing methods, the enactment of new standards for standardization of new technologies, the creation of a culture of self-confidence in the country and the commitment of technology producers to better quality production and guarantee service, are the suggestions for solving technology commercialization problems

Keywords: Commercialization, Technology, challenges, ACECR.

Assessing the effect of macroeconomic shocks on systemic risk of the banking system using the SVAR model in Iran

*Ali Ostad Hashemi **Jalal Sadeghisharif ***Ali Souri

*Instructor, Payame Noor University, Faculty of Management and Accounting, Tehran, Iran

** Assistant Professor, Department of Financial Management and Accounting, Faculty of Management and Accounting, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

*** Associate Professor, Department of Theoretical Economics, Faculty of Economics, University of Tehran, Tehran, Iran

Abstract

In this study, we have used the total capital market index (TEDPIX) as an index of the real sector of the economy and the index of banks and credit financial institutions as an index that explains the developments of the banking system. Also, oil revenues, exchange rate uncertainty, tax revenues, liquidity, nominal interest rates, inflation uncertainty and GDP have been used as macroeconomic variables in the research period (1370-1396). To estimate the systemic risk of the banking system, the quarterly data of the banks' index is used and the value at risk of the return of the seasonal data of the index is estimated using an exponential GARCH model. In order to model the interaction of macroeconomic variables and systemic risk of the banking system, an unrestricted vector autoregression (VAR) model was estimated and then using instantaneous impact functions and based on Cholsky analysis, systemic risk response to other variables was investigated and analyzed. In order to identify the channels of impact of economic shocks on the systemic risk of the banking system, based on the structures of the Iranian economy, a structural vector autoregression (SVAR) model was specified and then the instantaneous impact functions were extracted and the effect of macro variable shocks on the systemic risk of the banking system was investigated. Also, the effect of systemic risk of the banking system on macroeconomic variables was investigated and analyzed using instantaneous impact functions. Finally, the interaction model of macroeconomic variables and systemic risk of the banking system was approved using the vector autoregressive model.

Keywords: Systemic risk of banking system, macroeconomic variables, conditional risk value, quantitative regression, vector autoregression model

Rooting of Loose Engagement of Iranian Universities with Industry from the Higher Education Informants

*Reza Mahdi ** Masoud Shafiee

mohammadreza gholami * Fatemh Mohammadi

* Assistant Professor of Cultural and Social Studies Research Institute of the Ministry of Science, Research and Technology, Tehran, Iran

** Professor, Faculty of Electrical Engineering, Amirkabir University of Technology, Tehran, Iran

Abstract

If universities functioned in a stable environment, the demands for leadership would be modest. Mission, vision, programs, strategies, and policies could simply be put on automatic pilot. Automatic pilots don't work for universities. Environment is in continual context, and the results and consequences of these changes for the future of universities are profound. Sound, creative and empowering leadership is indispensable, and it spells the difference between productive, sustainable universities and those that are in continual crisis and failing. One need only reflect on the change that has come about in university over the last century. The very mission and scale of universities have been transformed. Universities are altering the ways and means of teaching and learning. New directions and methods in research and service to society are evolving. The costs-benefits of the academic enterprise are in continual fluctuation and open to challenge. The roles of faculty are different, as are campus cultures. The very definition of precisely who is served and touched by universities is in transition. Leading change is clearly the most difficult and taxing challenge faced by university managers and leaders. Occupying a position of leadership and exercising the role of manager and leader are entirely different. Too many positions of leadership are filled by those who occupy the chair and carry the title but fail to lead universities in ways that enable them to adapt to a demanding environment, optimize their mission, align with values, and produce a lasting contribution to society. It does not speak to the position of leadership, to title, or to mere survival skills; rather it speaks to the creative act, the behavior, the hard work, and the skill and competency of leadership and management.

Keywords: Social Responsibility of University, University and Industry Relation, National Innovation System.

Identify the distinguishing dimensions of the agent in the native international businesses in the field of ICTv

*Davood Feiz **Aliakbar Jalali ***Azim zarei ****Ehsan Souri

* Professor, Strategic Management and Marketing, Faculty of Management Economics and Administrative Sciences, Semnan, Semnan, Iran

** Professor, Information and Communication Technology, Faculty of Electrical Engineering, University of Science and Technology, Tehran, Iran

*** Associate Professor, Marketing Management, Faculty of Management Economics and Administrative Sciences, Semnan University, Semnan, Iran

**** PhD Student, International Marketing, Faculty of Management Economics and Administrative Sciences, Semnan University, Semnan, Iran

Abstract

Despite the significant growth of international congenital companies, especially in the field of information and communication technology in the world, in Iran, but the number of congenital companies.

International ICT is scarce. The aim of this study was to identify the distinctive features of the internal agent of the company in congenital companies

The ratio between algorithms compared to other IT technologies is their success in global markets. The "case study" strategy for this qualitative applied research and the analysis method were a combination of "explanation" and "case study integration". The audience for the semi-sample in-depth interviews with members and experts of the company was sixty-eight. Ten companies were selected by stratified random sampling method and studied over twenty-six months. Atlas ti analytical software is used to encode the data and Xmind software is used to draw the model. The research findings indicate that "communication", "international presence", "values", "marketing", "strategy", "human capital" and "production method" are the distinguishing features of companies to succeed in Fast entry into international markets.

Keywords: Bomb, Case Study, ICT.

Providing university management model based on green thinking

*Golshan Moradi ** Nader Soleimani *** Hamid Shafizadeh

* PhD student in Educational Management, Garmsar Branch, Islamic Azad University,
Garmsar, Iran

** Associate Professor, Department of Educational Management, Garmsar Branch, Islamic
Azad University, Garmsar, Iran

*** Associate Professor, Department of Educational Management, Garmsar Branch, Islamic
Azad University, Garmsar, Iran

Abstract

Globalization, increasing pollution and creating environmental concerns, in today's knowledge-based, competitive, accountable and participatory environment, forced university management to make changes in applying management models, accepting green strategies and applying green management as a new paradigm in all its organizational activities. For this purpose, the present study was conducted to provide a university management model based on green thinking. This research is "fundamental-applied" in terms of purpose, as well as "qualitative" in terms of data type and in terms of implementation is based on the data-driven theory ". The researcher conducts Semistructured interviews until reaching data saturation with 15 participants based on purposeful and snowball samplings from the managers and experts of the Environmental Protection. Organization, the Renewable Energy Organization, Ministry of Oil, as well as managers of the country's green universities. Analysis of obtained data was performed in three stages of open, axial, and selective coding. The qualitative research model was designed base on this analysis. The results of research extract 576 primary codes from interviews as well as 43 concepts and 16 categories which are conceptualized and categorized in the form of Strauss and Corbin paradigm model including nuclear phenomenon, causal factors, contextual conditions, interfering factors, strategies, and consequences.

Keywords: Pattern, Academic Management, Green Thought, Grounded Theory.

Contents

Providing university management model based on green thinking	1
Golshan Moradi, Nader Soleimani, Hamid Shafizadeh	
Identify the distinguishing dimensions of the agent in the native international businesses in the field of ICTv	21
Davood Feiz, Aliakbar Jalali, Azim zarei, Ehsan Souri	
Rooting of Loose Engagement of Iranian Universities with Industry from the Higher Education Informants	39
Reza Mahdi, Masoud Shafiee	
Assessing the effect of macroeconomic shocks on systemic risk of the banking system using the SVAR model in Iran	55
Ali Ostad Hashemi, Jalal Sadeghisharif, Ali Souri	
Affecting Factors and challenges on Technology Commercialization in ACECR	69
Atefeh Zolfaghari, Hesam Zandhesami, Morteza Akbari	
Presenting a Model to Improve the Performance of Government Organizations with Emphasis on Innovation and Organizational Values: An Interpretive Structural Modeling Approach	87
Esmaeil Gharedifar, MirHadi Jamshidi, AbbadAli Arfa	
Prioritizing obstacles of industry - university interaction in order to develop of intelligent urban transportation infrastructures using Fuzzy AHP	105
Hamzeh Amintahmasbi, Aboozar Ghorbani	
Technological cooperation, university reproductive company, information and communication technology	121
Fazel Hajizadeh, Abolfazl Kazazi	
The relationship between corporate entrepreneurship and urban sustainable development by using the pattern of entrepreneurial city	133
Babak Ziyae, Mehran Rezvani, Mohammad Eynolghozat	
Provide a model for successful entry into the food products market of the region (Case study of Iraq)	151
Mohammad Talari, Mohammadreza Fallah, Parisa.Esmaeili	
A dairy Products Green Supply Chain model with Emphasis on Customer Satisfaction: Combining Interpretive Structural Modeling Approach and Analytical Network Process	169
Heydar Safary, Rashid Zolfaghari, Mohsen Mohammadian	
Presenting a human resource development model focusing on productivity in the country's tax administration using the structural equation approach	185
Mansoor Gholizade, Rashid Zolfaghari, Mohsen Mohammadian	