Study the key Factors of Success of the Companies Based in the Growth Center of Sistan and Baluchestan University

*Hamed Aramesh¹, Soheila Keshavarz²

1-Assistant Professor , Faculty of management and Economic, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran. Email: ham_ aramesh @ eco.usb. ir (Corresponding Author) 
2-Master of Entrepreneurship Management ,University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran.

Received: 09/05/2018; Accepted: 11/12/2018

Abstract
The present research was conducted with the aim of identifying the key factors of success the companies based in the growth center of Sistan and Baluchestan University. The method of this research is based on the purpose of the application and is based on the type of data. The presentation of the model in this study was carried out in a qualitative way. Thus, using the method of overview, 112 articles related to the research field were examined and with the help of content analysis. The relevant dimensions and codes were extracted and the importance and priority of each were determined by the Shannon entropy quantitative method. The statistical population of this study is all managers and specialists of companies based in the center of growth of Sistan and Baluchestan University that are 120 people in 31 company. At last 25 companies answered the questionnaires as sample size. To analyze the data, the confirmatory factor analysis method was used with the help of SMART PLS version 2 software. According to research findings, the propagators identified in this model have been categorized in two dimensions: internal organization (human resources, organizational policy), outsourcing (supporting factors and infrastructure); In the meantime, internal and external dimensions within the organization and outsourcing account for 83%, 77% of the change in the pattern of success of the companies located in the center of growth.

Introduction

Statement of the problem
In recent decades, and in line with the entrepreneurial revolution, knowledge economy has replaced the physical economy reliant on labor and capital, and
entrepreneurship is the focus of economic development. Under such conditions, knowledge and technology play a key role in the economic growth of companies and countries. In this regard, small and medium companies to approach science and technology can boost the economy and improve production was effective (Abor & Quartey, 2010), and as an engine for economic growth around the world, especially developing countries consider that units in Incubators. Some of these companies are considered. Although traditional centers of growth and science and technology parks are currently active in the country, But there are weaknesses such as: the lack of post-growth services in them, the existence of spatial constraints, time constraints and governing bureaucracies in them, the growth and diversity of technological ideas in the field of information and communication technology business and their lack of support due to resource constraints and space Physically unprotected, the lack of fast and fair access of entrepreneurs to resources from everywhere throughout the country has led to the failure to achieve the desired achievements in the field of launching and developing new businesses (Mohammadian et al., 2015: 125). Considering the importance of growth centers, the researcher sought to study the key factors behind the success and failure of companies based in growth centers.

Research method

In this research To investigate past research and interpret them, the meta-synthesis method has been used. In addition to the meta-analysis, there are several studies to integrate into comprehensive and interpretive findings. In this study, the Seven-step method of Sandlowski and Barroso 2007 was used. The statistical population of this study is all managers and specialists of companies based in the center of growth of Sistan and Baluchestan University. The research sample was selected by census method. To analyze the data, the confirmatory factor analysis method was used with the help of SMART PLS version 2 software. In this research, in the first stage, data collection was performed through a search of articles from the relevant electronic databases. A management specialist was used to search terms. After careful consideration and some initial searches of the electronic databases were selected as follows: JCR, Emerald, Science Direct, Springer, and Specialty Light Noor Mag Iran, Iran Dak, Comprehensive Human Sciences Portal, Scientific Information Database of Jahad University. Articles and books reviewed for years (2008-2018). In the second step, the field method is used to collect information for accountability and validation of the suggested model of research.

Discussion

Initially, the Meta-Synthesis method was used to identify the factors of success of companies based on growth centers. The results of the study were illustrated as a pattern in which the success factors were classified into both interoffice and outsourcing dimensions. The internal dimension is the factors that are related to the organization and the place where the individual is engaged, in
other words, within the organization, the space that governs the companies located in the growth centers, the facilities and facilities available to them. In this dimension, based on the study of previous researches and extracted codes, the components of human resources and organizational policy were identified. The human resources component is: the existence of a strong management team, the presence of specialized staff, the existence of experienced consulting teams. The organizational policy component is: marketing and sales capabilities, collaboration between companies based in growth centers and companies outside growth centers, customer orientation, research and development, knowledge management, communication with competitors, the formation of cultural platforms for the creation of companies Creative and innovative in growth centers. The outsourcing dimension is the factor that companies based in growth centers do not have a role to play. In this dimension, based on the study of previous researches and extracted codes, the components of supporting factors and infrastructure were identified. Supporting elements include: government support policies, university support and research centers from companies based in growth centers, industry support from companies based in growth centers, financial support of investors, services centers for growth to companies based in these centers. The infrastructure component is: IT-related infrastructure (software, hardware, network and hardware), physical infrastructure, patents and intellectual property. In order to validate the research model, a confirmatory factor analysis and structural equation modeling using SMART PLS software, a two-part version were used. Initially, the factor loads of the model were evaluated in the software; since all factor loads greater than or equal to 0.4 were the model's reliability, and no index of the research model was eliminated. In the next step, in order to confirm confirmatory factor, the coefficient of each index with its structure should be higher than 1.96 at a significant level of 95% and higher than 2.56 at a significant level of 99%. In this case the index of precision for measuring the structure is latent trait (Nunnally and Bernstein, 1994). Given that the desirability of the indicators has been carried out at a 99% confidence level, there will be significant numbers between 2/56 and 2/56. Indicators considered for the components of the external and internal dimensions of the dimensions of the success of the companies based on the growth center have had a significant explanatory effect because the meaningful number obtained for them is outside the scope of absolute magnitude of 2.56. The results of the pattern test in the standard state show that the human and organizational policy are respectively 81% and 96% of the internal organizational dimension of the model respectively. The results also show that the components of supporting factors and infrastructure are 93% and 83% of the outsourcing dimension of the model, respectively. The results of second-order factor confirmation show that internal and external dimensions of 83% and 77% of the changes in the pattern of
success of the companies based on the growth center are explained, respectively.

Result
The main objective of this study is to study the key factors of success the companies based in the center of growth of the University of Sistan and Baluchestan. Using the method of furthering the dimensions and components of the success of the companies located in the center of growth was explained. The proposed research pattern consists of 2 dimensions, 4 components and 18 indicators. In order to validate the theoretical model of the research, a questionnaire was designed and distributed among the staff of the organization. The reliability of this questionnaire was assessed through formal and factor analysis. To assess the reliability of this questionnaire, Cronbach's alpha was used. In order to analyze the data in the inferential statistics section, using structural equations and confirmatory factor analysis, the validity of the proposed model of the research was investigated and the fittest of the model was examined. Finally, the model of success factors of the companies based in growth centers was presented using confirmatory factor analysis and structural equation modeling.

Key words: Technology units, center of growth, academic growth center, dimensions of success
عوامل کلیدی موفقیت شرکت‌های مستقر در مرکز رشد دانشگاه سیستان و بلوچستان

دکتر حامد آرامش* - سهیلا کشاورز**

چکیده
پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل کلیدی موفقیت شرکت‌های مستقر در مرکز رشد دانشگاه سیستان و بلوچستان انجام شد. روش این پژوهش برحسب هدف کاربردی و برحسب نوع داده‌ها آمیخته است: از اینکه در این پژوهش به روش کیفی فراترکیب انجام شده بدين صورت كه با استفاده از روش فراترکيب 112 مقاله حوزه مرتبط با پژوهش مورد بحث و با كمک تحليل محتوا، ابعاد و كدهاي مربوطه استخراج و ميزان اهميت و اولويت هر یک به كمک روش كمي آنترنتي شانون تعیین شد. جامعه آماري این پژوهش، مدیران و متخصصان شرکت‌های مستقر در مرکز رشد دانشگاه سیستان و بلوچستان هستند که تعدادشان 140 نفر در 31 شرکت براورد شد. برای همه شرکت‌های جامعه پرسشنامه ارسال شد و با در نظر گرفتن 25 شرکت پاسخ دادند. با این تعداد به عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شد و به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل عاملی تأییدی با کمک نرم‌افزار SMART PLS نسخه دو استفاده گردید. طبق بافت‌های تحقیق بیشتری های شناسایی شده در این اکوگ در دو بعد درون سازمانی (نیروی انسانی، خط مشابه سازمانی)، برون سازمانی (عوامل حمایت کننده و زوروار) و دسته‌بندی شده‌اند؛ در این میان ابعاد دوگانه درون سازمانی و برون سازمانی به ترتیب 38/77% و 27/37 % از تغییرات گوگویی موفقیت شرکت‌های مستقر در مرکز رشد را تبیین می‌کنند.

واژه‌های کلیدی: واحدهای فناور، مرکز رشد، مرکز رشد دانشگاهی، ابعاد موفقیت

*نویسنده مسئول - استادیار دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران
Ham_aramesh@eco.usb.ac.ir
**کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران
1- مقدمه

در دهه‌های اخیر و همگام با انقلاب کارآفرینی، اقتصاد دانشگاهی، دانشگاه‌های فناوری و موسسات فناوری در توسعه اقتصادی قلمداد می‌شود، در چنین شرایطی دانشگاهی و فناوری نقش اصلی را در رشد و از سوی بهبودی اقتصادی شرکت‌ها و کشورها بر عهده دارند. در همین راستا، شرکت‌های کوچک و متوسط با روزگردانی دانش و فناوری می‌توانند در رونق اقتصادی و به‌عنوان تولید مؤثر بوده (Abor & Quarty, 2010) و به عنوان یک موتور برای رشد اقتصادی سراسر دنیا به‌ویژه کشورهای در حال توسعه قلمداد گردند.

امروزه انتقال تکنولوژی به عنوان یکی از کارکردهای مهم دانشگاه‌های مدیران درآمده است. بیشتر دانشگاه‌های چهارم به این نتیجه رسیده‌اند که برای دوام و بقای خود و حفظ موقعیت رقابتی باید در کارکردگاه‌های سنتی خود تجدیدنظر کرده و به دنبال کارکردگاه‌های جدیدتری باشند. همچنین دولت‌ها و جامعه به این حقیقت پرداختند که رفاه آن‌ها منوط به آن است که چگونه علم و فناوری را بطور سازگار با نیازهای ملی خود به کارآفرین و کارکردگاه‌های جدید دانشگاه‌ها و دولت‌ها توجه به پارکهای علم و فناوری، مراکز رشد شرکت‌های رایجی، تحقیق و توسعه می‌باشدند. از اهداف مهم‌این مؤسسات کمک به رشد و بقای شرکت‌های کوچک و نوآوری می‌باشد. حمایت از شرکت‌های نوآور احتمال موفقیت و سازگاری آن‌ها را شدنی‌تر از دهد (Ghoorcheyan & Ghasemizad, 2008: 102).

مراکز رشد با اکوپاتورهای کسب‌وکار، مراکزی هستند که به از بذیرفتین هسته‌های تحقیقاتی و یا شرکت‌های نوآور، در طی یک دوره چندساله و با در اختیار قرار دادن خدماتی همچون آموزش‌های مدیریتی، حقوقی و بازاریابی و غیره و نیز مهیارکدن افزایش توان مدیریتی و رقابتی در مؤسسات کوچک و متوسط و در سایه برنامهای منظم و از پیش تعیین‌شده اقدام به رشد و بروز کارآفرینی می‌نماید (Triodos, 2014).

اگرچه در حال حاضر مراکز رشد سنتی و پارک‌های علم و فناوری در کشور فعال هستند، اما وجود ضعف‌هایی از قبیل: عدم ارائه خدمات پس از رشد در آن‌ها، وجود محدودیت‌های مکانی، محدودیت‌های زمینی و بروزگرایی‌های حاکم در آن‌ها، رشد و تنویز زیاد ایده‌های فناورانه در حوزه کسب‌وکارهای فناوری اطلاعات ارتباطات و عدم حمايت‌های از آن‌ها به عنوان محدودیت‌های منابع و فضای فیزیکی تأمین نشده، عدم
عکس ۱۶۱

دسترسی سریع و عادلانه کارآفرینان به منابع از هر نقطه‌ای در سراسر کشور منجر به آن گردد. است که در میانه راه‌اندازی و توسه کسب و کارهای نوآوری موفقیت‌های مورد انتظار برآورده نشود (Mohammadian et al., 2015: 125).

در طی دهه‌های اخیر، برنامه‌های متنوعی از سوی دولت‌ها برای حمایت از شرکت‌های کوچک و توسعه تغییر آنها طراحی و اجرایشده است که یکی از جسانه‌برانگیزترین آنها تشکیل پارک‌های علم و فناوری مراکز رشد فناوری و هسته‌های کارآفرینی است. به همین دلیل، بررسی عواملی که بتوانند بر عملکرد این شرکت‌ها اثر گذاشته و نقش آفرینی کننده می‌تواند به عنوان عاملی کلیدی در توسه سیاست‌های این حوزه از کسب و کارها و توسه کارآفرینی از طریق شرکت‌های کوچک مورد توجه قرار گیرد.

۲- مبانی نظری پژوهش

۲-۱- مراکز رشد

شرکت‌های دارای فناوری برتر با یک سری پی‌بندی روبه‌رو می‌شوند که با محیط علمی ارتباط تنگاتنگی دارد. آنها نیازهای مالی سطح بالایی دارند و با مشکلات درباره شناسایی و تسخیر بازار اولیه روبه‌رو هستند. مراکز رشد فناوری به این جهت ایجادشده‌اند تا به کارآفرینان در مرحله ایجاد شرکت‌های نوآوری فناوری محور در زمینه اداره کردن آنها در محیط ویژه‌ای کمک نمایند. این مراکز به خاطر نقص آنها در نوآوری و انتقال فناوری که منجر به موفقیت اقتصادی می‌شود و به خاطر اینکه می‌تواند به شرکت‌های نوآوری فناوری محور در جهت موفقیت شدن کمک نمایند مورد توجه قرار گرفته‌اند (Mohseni & Shafizade, 2017).

مراکز رشد معدود وازه انگیزه‌تر است که اغلب در یک مجموعه علمی (مراکز پژوهشی یا دانشگاهی) که خدمات پشتیبانی (اعم از فنی یا غیر فنی) را برای تبدیل (بیروش) یک نوآوری یا یک اختراع به یک شرکت کمک می‌کنند، تأسیس می‌شود. مراکز رشد محیط‌هایی هستند که کلیه زمینه‌های رشد شرکت‌های فناوری تولیدی، خدماتی یا تحقیقاتی در آن‌ها فراهم است. این موضوع می‌تواند هر نوع فعالیت علمی را که منجر به پیدایش امکان‌پذیری در رشد و ارتقای محصولات موجود شود در نظر گیرد.

از ویژگی‌های این محیط، این است که صاحبان فکر و طراحان مستند در قالب شرکت
خخصوصی یا تعاونی می‌تواند به کمک امکانات موجود در این محدوده ایده‌های خود را به انجام پرساند (Enayati & Alipour, 2014).

۲-۱- تاریخچه مراکز رشد در ایران

در ایران اولین مراکز رشد در سال ۱۳۷۸ در شهرک علمی تحقیقاتی اصفهان اجرا شد. قدم اولیه در این زمینه تصویب ضوابط گسترش مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری در ۱۷ اسفندماه ۱۳۸۱ توسط شورای گسترش آموزش عالی کشور بود. در سال ۱۳۸۲ مجوز موافقت با احداث مراکز رشد صادر شد. دانشگاه‌های صنعتی امیرکبیر، علم و صنعت ایران، تربیت مدرس، پردیس دانشگاه‌های فنی دانشگاه تهران، خواج‌نیک ایران و دانشگاه‌های صنعتی اصفهان نیز در حوزه‌های علم مهندسی و علوم پایه این مراکز را تأسیس کردند. تأسیس مراکز رشد در حوزه‌های غیر علوم انسانی در دانشگاه‌های کشور افزایش یافته است. همچنین در سال‌های اخیر راه‌اندازی مراکز رشد علوم انسانی به عنوان یک ضرورت احساس شد و بدین ترتیب، دانشگاه‌های قم، کرمان و دانشگاه فردوسی مشهد با اخذ مجوز وزارت علوم، تحقیقات و فناوری با تأکید بر فناوری‌های نرم این مراکز را در حوزه علوم انسانی راه‌اندازی کردند (Soleimani et al, 2016).

۲-۲- اهداف مراکز رشد

بر اساس اسناد سازمان جهانی مالکیت فکری، این نکته در سرتاسر جهان پذیرفته شده است که مراکز رشد، ابزارهای مطمئنی برای تبدیل نوآوری‌ها و دستاوردهای پژوهشی به محصولات و نیز ترغیب کارآفرینی و توسعه فناوری بویژه در حوزه فناوری‌های پیشرفته هستند. مراکز رشد، ابزار مناسب برای جذب کارآفرینان محصول می‌شوند و هدف اصلی این مراکز کمک به ایجاد شرکت‌ها و مؤسسات توسط افراد نوآور و کارآفرین است به‌سوی کمک به نویز کردن و به دست‌یافت دست‌یافته و در پاسار آزاد و بین المللی به رقابت بی‌بی‌بی‌سی (Dietrich et al, 1996).

مراکز رشد صنعتی: این گروه از مراکز رشد توسط نهادهای دولتی و مؤسسات غیرانتفاعی حمایت می‌شوند و هدف آنها ایجاد کار از طریق حمایت از کارآفرینی است.

مراکز رشد مجازی: به مراکز رشد اینترنتی معروف هستند.

1- World Intellectual Property Organization (WIPO)
3- پیشینه پژوهش

نتایج حاصل از پژوهشی با عنوان "ارائه مدل تجاری سازی ایده‌های کارآفرینانه در مراکز رشد (مطالعه دانشگاه آزاد اسلامی قزوین)" نشان داد که مقوله‌های ویژگی‌های بین‌گانگریان، وجود مسئولیت اولیه، تمایل و هیجان نسبت به کارآفرینی و بار مرتب کتیابان، تأثیر بر مقوله اصلی و با به‌کارگیری راهبردهای توجه به نیاز و بازخوردهای مشتری، تبلیغات نوآورانه و گرافی به‌نواوری درنتیجه زمینه‌ساز موفقیت در فروش محصول تجاری سازی شده می شود (Zarifi et al, 2017).

نتایج حاصل از پژوهشی با عنوان "به اشتراک‌گذاری دانش در بین شرکت‌ها در پارک علم و فناوری" نشان داد که به اشتراک‌گذاری دانش بین شرکت‌ها باعث ایجاد فرصت‌های جدید و پیش‌آمده و بهبود عملکرد شرکت خواهد شد (Steffen et al, 2018).

نتایج حاصل از مطالعه‌ای با عنوان بررسی دلایل موفقیت نیروهای نیروی مکانیک رشد دانشگاهی بزرگ نشان داد که برغم تمامی این مراکز به انجام دادن پروژه‌های دارای قابلیت بالا و
تعامل با دانشگاه، هیچ اولویتی برای شرکت‌های ایجاد‌شده از نتایج تحقیقات دانشگاهی Stal et al, (2016).

تنگه و چوئی (2015) در پژوهشی با بررسی تناسب و چالش‌های مراکز رشد در حمایت از کارآفرینان در آفریقا جنوبی نشان دادند که درصد کارآفرینان فعال از برنامه‌های حمایتی مراکز رشد (دسترسی به شبکه‌های کسب‌وکار، منابع مالی، منابع فنی و حمایت اداری) به همراه مرحله بودن، در حالتی که ۴۱/۹ درصد آنان تحت حمایت این برنامه‌ها نیزند. نیز دانش‌العمل، دانشگاه اصلی مراکز مورد مطالعه بود (Tengeh & Choto, 2015).

در پژوهشی دیگر با عنوان "استراتژی تجارت‌سازی ابزارهای تحقیقات برای شرکت‌های زایشی دانشگاهی" فراهم ساختن تسهیلات و حمایت‌های لازم به منظور موفقیت شرکت‌های زایشی دانشگاهی، تدوین خط‌چرخ‌های تجارت‌سازی، در نظر گرفتن موقعیت اقتصادی، توسعه فرهنگ تجارت‌سازی، ایجاد شرکت‌های زایشی دانشگاهی بر منظور استفاده‌های منطقه‌ای، بازاریابی، توسعه ایجاد منابع انسانی به منظور شرکت‌های زایشی دانشگاهی و ارزیابی عملکرد به عنوان عوامل اثرگذار بر شرکت‌های زایشی دانشگاهی شناخته شدند (Aam Hamid et al, 2015).

در پژوهشی با عنوان "عوامل سوق دهنده و بازار‌نامه راهاندازی شرکت‌های مستقر در مرکز رشد علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد"، ویژگی‌های فردی کارآفرینان، ظرفیت‌های علوم انسانی، حمایت سازمانی دانشگاه، تناسب رشته تحقیقات، ایده‌های پرواز، قابلیت‌های مرکز رشد، بودن درونی، هدف‌مند بودن نیز می‌تواند نمای شماری تجربه کار گروهی و حمایت قانونی مهم‌ترین عوامل سوق‌دهنده شناسایی شدند. همچنین، ماهیت ناشناخته رشت‌های علوم انسانی، ضعف حمایت دانشگاه، نبود درک صحیح از فناوری‌های علوم انسانی، نبود خودکاری در دانشجویان، ضعف مشارکت گروهی، نبود منابع مالی کافی، نبود نگاه منابع رشت‌های به علوم انسانی، حضور ناموفق در بارز و ضعف حمایت‌های قانونی مهم‌ترین عوامل بازار‌نامه راهاندازی شرکت‌های مرکز رشد علوم انسانی دانشگاه (Soleimani et al, 2016).

نتایج حاصل از پژوهشی با عنوان "بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های زایشی دانشگاهی" نشان داد که قوانین دولتی، دانشگاه مادر، مکان جغرافیایی، ویژگی‌های
فارزندگان، خصوصیات شرکت‌های زایشی بر موفقیت شرکت‌های زایشی دانش‌گاهی ملی (Kazemi et al, 2015) در پژوهشی با عنوان "مؤلفه‌های مؤثر بر مدیریت موفق مراکز رشد علم و فناوری" کشور "مؤلفه‌های اساسی و زیرمؤلفه‌های تأثیرگذار بر مدیریت موفق مراکز رشد علم و فناوری کشور شناسایی شد:

1. مدیریت (تأکید بر ارزیابی و بهبود مستمر، نگه‌داشتن علمی و پژوهش محور برای حل مسائل، جلب مشارکت و ایجاد امکان رشد برای افراد، اعتماد و بهره‌گیری حداکثری از فناوری‌ها، هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی در امور)، 2. مباحث انسانی (منابع انسانی خلاق و یادگیرنده)، مباحث انسانی منعه و وفادار، منابع انسانی متخصص و توانمند)، 3. فرهنگ مشتری محور، فرهنگ مشتری بازی و مشارکت در امور)، 4. محیط (بادگیری مستمر از محیط، سازگاری و پیش‌آمادگی در برقرار محیط، درک بپیچندگی و تحولات محیطی، ارتباط مستمر و پیگیری با مشتریان)، 5. ساختار (ساختار سازمانی پیوسته و منظم، هماهنگی و بهره‌وری در فرایندها، سازمان‌دهی و تقسیم‌کار شفاف و مدرن)، 6. حمایت‌ها (حیات‌های بازاریابی و تبلیغاتی، حمایت‌های قانونی و حقوقی، حمایت‌های علمی و مشاوره‌ای، حمایت‌های اداری و مالی).

نتایج حاکی از این است که متغیر برون‌زار مستقل فرهنگ اثری معنادار بر متغیر درون‌زار وابسته مدیریت نداشت است، اما این متغیر اثر ممناداری بر متغیرهای درون‌زار مستقل محدود و حمایت‌ها دارد. در ارتباط با متغیرهای درون‌زار مستقل، اثر متغیرهای منابع انسانی و ساختار بر متغیر درون‌زار وابسته (مدیریت) ممناداری این تغییر گردیده‌اند. اما این تغییر محیطی بر مدیریت ممناداری نبوده است. همچنین متغیر درون‌زار مستقل محدود اثر ممناداری بر دیگر متغیرهای درون‌زار مستقل منابع انسانی و ساختار (Nemati, 2012) در اثر یافته بود.

یحیی پور در مطالعه‌ای در سال 1389 عوامل موفقیت مراکز رشد را در سطح محیط، فرهنگ و مدیریت گروه‌بندی کرده است (Yahya pour, 2010) سامسوم و لاسری هانگ تانگ (2014) نیز در مطالعه‌ای با تکیه بر رویکرد منابع راهبردی، عوامل موفقیت مراکز رشد دانشگاهی تایلند را بررسی کردند. از مجموع عوامل منابع انسانی، مالی، فناوری و سازمانی مؤثر، اصلاحات سیاست‌گذاری و مدیریتی
به منظور تصمیم گیری راهبردی برای انتخاب مراکز رشد دانشگاهی پیشنهاد شد.

(Somsuk & Laosirihongthong, 2014)

۴- روش تحقیق

در این پژوهش برای بررسی پژوهش‌های گذشته و تفسیر آن‌ها از روش‌های فراترکیب استفاده شده است. فراترکیب ۱ مشابه فراتریل ۲ برای یک‌باره سازی چندین مطالعه برای ایجاد یافته‌های جمعی و تفسیری صورت می‌گیرد. در مقایسه با روش‌های فراتریلی کمی که بر داده‌های کمی ادبیات موضوع و روش‌های های آماری تکیه دارند، فراترکیب متمرکز بر مطالعات کیفی می‌باشد، به تجربه مطالعات کیفی به یکدیگر و فهم عمیق پژوهشگر بر می‌گردد. از انجا که مباحث مربوط به مراکز رشد در کشورهای در حال توسعه و از جمله ایران تقریبا جدید است و بیشتر مطالعات در مورد عوامل موفقیت مراکز رشد نیز کیفی استند، روش فراترکیب روشی مناسب برای نشان‌دادن عوامل موثر بر موفقیت شرکت‌های مستقر در مراکز رشد می‌باشد. در این پژوهش از روش هفتم مراتب مورد نظر و برخی از جستجوی‌ها و انتخاب‌ها و پایگاه‌های داده‌های الکترونیکی به شرح زیر انتخاب شد:

ScienceDirect, JCR, Emerald, Springer

و پایگاه تخصصی نور، مگ ایران، ایران دانشگاه علوم انسانی، پایگاه اطلاعات علمی چهار دانشگاهی. مقالات و کتاب‌های موردنیرو از سال‌های (۱۳۸۸-۲۰۱۸) بود.

در مرحله دوم، از روش میدانی برای جمع‌آوری اطلاعات جهت باشگاهی و اعتبار سنگین مدل پیشنهادی تحقیق استفاده گردیده است.
5- تجزیه و تحلیل

در ابتدا برای شناسایی عوامل موثر در مراکز رشد از روش فراترکیب استفاده شد. جدول ۱ نتایج حاصل از این روش را نشان داده است.

جدول ۱: مراحل انجام فراترکیب

<table>
<thead>
<tr>
<th>شرح فعالیت‌های انجام شده در هر گام</th>
<th>۷ گام فراترکیب</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>۱. چه عواملی باعث موثریت شرکت‌های مستقر در مراکز رشد می‌شود؟</td>
<td>گام اول: تنظیم سوال پژوهش</td>
</tr>
<tr>
<td>۲. چه همبستگی و ونیز نویک زیستی از این عوامل در موثریت شرکت‌های مستقر در مراکز رشد دارد؟</td>
<td>گام سوم: جستجو و انتخاب متون مناسب</td>
</tr>
<tr>
<td>۳. نظرات پژوهش‌های سازی عوامل موثریت شرکت‌های مستقر در مراکز رشد چگونه است؟</td>
<td>گام چهارم: استخراج اطلاعات متون</td>
</tr>
</tbody>
</table>

جستجو مقالات بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۸ با استفاده از کلید واژه‌های مرتبط با موضوع پژوهش و در هر سه سال به ۱۲۳۸ مقاله اصلی منجر گردید. در این مقالات با توجه به بهداشت تحقیق، کد‌های که در تعداد معنی‌داری از پژوهش‌ها به مونت چند، موفقیت تحقیق بکار برده شدند، موجدین با قرار گرفتتن در صفحات نخستی از این مقالات تحقیق که به نظر اورده شده است. گام پنجم: تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته‌های کیفی

۱- Critical Appraisal Skills Programme (CASP)
نتایج حاصل از روش فرآیند کربن، به صورت مدل زیر نشان داده شده است:

<table>
<thead>
<tr>
<th>کام هفتم: ارائه یافته‌ها</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>112 مقاله‌ی انتخاب شده از سوی پژوهشگر در مدت 6 ماه مورد بررسی قرار گرفت و اطلاعات مورد نیاز بر اساس هدف اصلی این پژوهش که مطالعه عوامل موافقتی شرکت‌های مستقر در مراکز رشد، می‌باشد: شناسایی شد. ترکیب یافته‌ها از اعمال نظر خبرگان دانشکده‌گاهی و خبرگان شرکت‌های مستقر در مرکز رشد دانشگاه سیستان و بلوچستان در 3 بعد، 4 مفهوم و 18 شاخه دسته بندی شده است (شکل 1).</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>کام ششم: کنترل کیفیت</th>
</tr>
</thead>
</table>
| 1. محاسبه شاخص کاپا: با استفاده از نرم افزار SPSS عدد
  متنادری 0.000 و مقدار شاخص 1 محاسبه شد. با توجه به کوچک بودن عدد متنادری از 0/10، فرض استقلال کدهای استخراجی رد می‌شود.
  پس می‌توان ادعای گرد که استخراج کدها یا ابزار مناسبی داشته است.
  2. وزن دهی کدها بر اساس آنتروپی شانون (جدول 4 یوپسیست). |

<table>
<thead>
<tr>
<th>کام هفتم: ارائه یافته‌ها</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>112 مقاله‌ی انتخاب شده از سوی پژوهشگر در مدت 6 ماه مورد بررسی قرار گرفت و اطلاعات مورد نیاز بر اساس هدف اصلی این پژوهش که مطالعه عوامل موافقتی شرکت‌های مستقر در مراکز رشد، می‌باشد: شناسایی شد. ترکیب یافته‌ها از اعمال نظر خبرگان دانشکده‌گاهی و خبرگان شرکت‌های مستقر در مرکز رشد دانشگاه سیستان و بلوچستان در 3 بعد، 4 مفهوم و 18 شاخه دسته بندی شده است (شکل 1).</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>کام ششم: کنترل کیفیت</th>
</tr>
</thead>
</table>
| 1. محاسبه شاخص کاپا: با استفاده از نرم افزار SPSS عدد
  متنادری 0.000 و مقدار شاخص 1 محاسبه شد. با توجه به کوچک بودن عدد متنادری از 0/10، فرض استقلال کدهای استخراجی رد می‌شود.
  پس می‌توان ادعای گرد که استخراج کدها یا ابزار مناسبی داشته است.
  2. وزن دهی کدها بر اساس آنتروپی شانون (جدول 4 یوپسیست). |
شکل ۱: مدل استنتاج شده از یافته‌های کیفی
به‌منظور اعتبار‌یابی مدل پژوهش از تحلیل عاملی تأییدی و الگوسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار SMART PLS مورد استفاده قرار گرفت.

به‌منظور تحلیل عاملی تأییدی، ضریب معنی‌داری هر شاخص با سازه خود با ادای بالاتر از 0/96 در سطح معنی‌داری 95% و بالاتر از 2/2/56 در سطح معنی‌داری 99% باشد. در این صورت این شاخص از دقت لازم برای ایجاد گیری سازه‌ای ساخت می‌گردد. برخورد است.

شکل ۲ ضرایب عدد معناداری هر شاخص با سازه خود، نشان داده شده است.

نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی در جداول ۲ و ۳ شناخت داده شده است. با توجه به اینکه مطلوبیت شاخص‌ها در سطح اطمینان ۹۹% انجام شده‌اند، اعداد معناداری واحدها

بود که بین ۲/۵۶ و ۲/۵۶–۲ نبایند.

شکل ۲: ضرایب عدد معناداری
روش آماری برای بررسی روابط بین متغیرهای مکنون و مشاهده‌شده، تحلیل عاملی است برای تایید مقیاس‌های اصلی، فرعی و مشاخص‌های پیش‌رانهای موفقیت شرکت‌های مستقر در مرکز رشد، ضریب استاندارد و معنی‌داری آن‌ها محاسبه گردید.

جدول 2: تحلیل عاملی تاییدی مرتبت اول مشاخص‌های مؤلفه‌های زیرمجموعه عوامل درون سازمانی

<table>
<thead>
<tr>
<th>عوامل مؤلفه</th>
<th>ابعاد</th>
<th>ضریب استاندارد</th>
<th>عدد معناداری</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>خصوصی سازمانی</td>
<td></td>
<td></td>
<td>3/663</td>
</tr>
<tr>
<td>سیاست‌های پشتیبان دولت</td>
<td></td>
<td></td>
<td>1/928</td>
</tr>
<tr>
<td>مشتری‌سازی</td>
<td></td>
<td></td>
<td>0/019</td>
</tr>
<tr>
<td>محاسبه و توسعه</td>
<td></td>
<td></td>
<td>0/016</td>
</tr>
<tr>
<td>مدیریت دانش</td>
<td></td>
<td></td>
<td>0/015</td>
</tr>
<tr>
<td>ارتباط با رقبا</td>
<td></td>
<td></td>
<td>0/014</td>
</tr>
<tr>
<td>شکل‌گیری بسته‌های افرینگ</td>
<td></td>
<td></td>
<td>0/026</td>
</tr>
</tbody>
</table>

با توجه به اینکه مطلوب‌ی شاخص‌ها در سطح اطمینان 99% انجام شده‌اند، اعداد معنادار خواهند بود که بین 2/5 و 3/5 و نیشان دهنده همان‌گونه که در جدول 2، بی‌روی است.
جدول ۳: تحلیل عاملی تأثیرهای اولیه مؤلفه‌های زیبرمجموعه برون سازمانی

<table>
<thead>
<tr>
<th>شاخص</th>
<th>ضریب استاندارد</th>
<th>عدد معناداری</th>
<th>مؤلفه</th>
<th>ابعاد</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>سیاست‌های بیشبان دولت</td>
<td>۳/۷۵۲</td>
<td>۹/۴۴۹</td>
<td>عوامش</td>
<td>حمایت کننده</td>
</tr>
<tr>
<td>حمایت‌های فنی و مراکز</td>
<td>۱۱/۱۴۰</td>
<td>۰/۶۷۲</td>
<td>عوامش</td>
<td>جدیت</td>
</tr>
<tr>
<td>خدمات مراکز به شرکت‌ها</td>
<td>۱۹/۸۵۳</td>
<td>۰/۶۸۳</td>
<td>برون</td>
<td>سازمانی</td>
</tr>
<tr>
<td>خدمات مراکز به سازمانی</td>
<td>۲۳/۱۲۷</td>
<td>۰/۸۲۱</td>
<td>برون</td>
<td>سازمانی</td>
</tr>
<tr>
<td>خدمات مراکز به سازمانی</td>
<td>۱۵/۱۸۶</td>
<td>۰/۷۵۱</td>
<td>برون</td>
<td>سازمانی</td>
</tr>
<tr>
<td>زیرساخت‌های مرتبط با فناوری</td>
<td>۲۹/۱۳۵</td>
<td>۰/۸۸۰</td>
<td>زیرساخت‌ها</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>زیرساخت‌های اطلاعاتی/نرم‌افزار</td>
<td>۳۲/۵۲۴</td>
<td>۰/۸۹۱</td>
<td>زیرساخت‌ها</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>ثبت اختراق و مالکیت فکری</td>
<td>۴/۴۴۴</td>
<td>۰/۵۴۴</td>
<td>ابعاد</td>
<td>۲/۵۶</td>
</tr>
</tbody>
</table>

با توجه به اینکه مطلوبیت شاخص‌ها در سطح اطمنان ۹۹٪ انجام شده‌اند، اعداد معنادار خواهند بود که بین ۲/۵۶ و ۲/۱۵۶-۲/۱۵۶-۲/ باشند. همان‌گونه که در جدول ۲ دیده می‌شود، شاخص‌هایی در نظر گرفته شده برای مؤلفه‌های زیبرمجموعه ابعاد برون سازمانی الگوی موفقیت شرکت‌های مستقر در مرکز رشد، از اثر تبیین کننده‌گی معناداری برخورد با بوده‌اند زیرا عدد معنادار بهدست‌آمده برای آن‌ها خارج از دامنه قدر مطلق ۲/۵۶ بوده است.
بررسی ضریب استانداردشده با عاملی

شکل ۳: تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم پیش‌ران‌های موافقت در حالت تخمین

استاندارد

نتایج حاصل از بررسی الگو در حالت استاندارد که در شکل ۳ ارائه شده، نشان می‌دهد نیروی انسانی و خط‌مشی سازمانی به ترتیب ۸۱٪ و ۹۶٪ از تغییرات بعد درون سازمانی الگو را بر عهده دارند. همچنین این نتایج نشان می‌دهد مؤلفه‌های عوامل حمایت کننده و زیرساخت‌ها به ترتیب ۹۳٪ و ۸۳٪ از تغییرات بعد برون سازمانی الگو را بر عهده دارند. نتایج حاصل از تایید عاملی مرتبه دوم نشان می‌دهد ابعاد درون
پژوهش‌های مدیریت عمومی، زمستان 1397

سازمانی و برون سازمانی به ترتیب ۸۳٪ و ۷۷٪ از تغییرات الگوی موفقیت شرکت‌های مستقر در مرکز رشد را نتیجه داده‌اند.

۶- نتیجه‌گیری

شرکت‌های دانش بنیان، مراکز رشد و بارک‌های علم و فناوری، موتور جهانی پیشرفت اقتصادی کشور است. با توجه به اهمیت روز افزون مراکز رشد در بهبود وضعیت اقتصادی، انجام پژوهش‌هایی در راستای بهبود وضعیت این مراکز ضروری به نظر می‌رسد. پژوهشگر با بررسی پیشینه‌های مرتبط با مراکز رشد و انجام روش فراترکیف و مصاحبه با خبرگان جهت شناسایی مشخصی‌های موفقیت در محله‌ی، مدل حاصل از تحقیق‌های کیفی را بست و اجرای تحقیق‌ها جهت خورگان دانش‌گاهی و خبرگان شرکت‌های مراکز رشد در سطح ۲، ۴ فهمه و ۱۸ شاخص درس‌بندی‌شده اینکه عناصر اصلی مدیریت موفقیت شرکت‌های مستقر در مراکز رشد را تشکیل دادند. در ادامه به توصیف آنها پرداخته می‌شود.

بعد درون سازمانی: در برگیرنده عواملی است که مرتبط با سازمان و محیط است که درد این مشغول به فعالیت می‌باشد به عبارتی بعد درون سازمانی، فضای حاکم بر شرکت‌های مستقر در مراکز رشد، امکانات و تسهیلات موجود در آنها است. در این بعد بر اساس مطالعات پژوهش‌های پیشین و کدهای استخراج‌شده مدل‌های نیروی انسانی و خط مشی سازمانی شناسایی شدند. مدل‌های نیروی انسانی عبارتند از وجود تیم مدیریت قوی، وجود کارکنان متخصص، وجود نیم‌های مشاوره‌ای بانکی، مدل‌های خط مشی سازمانی عبارتند از: توانمندی‌های بازاریابی و فروش، همکاری بین شرکت‌های مستقر در مراکز رشد و شرکت‌های خارج از مراکز رشد، مشتری‌مداری، تحقیق و توسعه، مدیریت دانش، ارتباط با رقبا، شکل‌گیری سیر و دیگر هنگام بوده‌اند.

بعد برون سازمانی: منظره زیاد از بعد برون سازمانی، هر آنکه شرکت‌های مستقر در مراکز رشد در تعیین آن نقش ندارند، مهم‌اند. در این بعد بر اساس مطالعه‌ی پژوهش‌های پیشین و کدهای استخراج‌شده مدل‌های عوامل حمایت کننده و زیرساخت‌ها شناسایی شدند. مدل‌های حمایت کننده عبارتند از: سیاست‌های پشتیبانی دولت، حمایت دانشگاه و مراکز تحقیقاتی از شرکت‌های مستقر در مراکز رشد، حمایت صنایع از شرکت‌های
عوامل کلیدی موثریت شرکت‌های مستقر در...

موثر در مراکز رشد، حمایت مالی سرمایه‌گذاران، خدمات مراکز رشد به شرکت‌های مستقر در این مراکز. مؤلفه‌های عبارت‌اند از: نیازمندی‌ها، کسب و کار‌ها و اطلاعات (نرم‌افزار، سخت‌افزار، شبکه و مدارس). این مؤلفه‌ها شایع‌ترین تجربیات، ثبت اختراع و مالکیت فکری.

در مرحله دوم پژوهش به‌منظور اعتبار یابی مدل از تحلیل عاملی تأییدی و SMART PLS مورد استفاده قرار گرفت. مدل حاصل از فرآیند همانند کمک از افزار مذکور تأیید شد.

نتایج حاصل از بررسی الگو در حالت استاندارد، نشان می‌دهد نرخ اسنای و خط مشی سازمانی به ترتیب 81% و 96% از تغییرات بعد درون سازمانی الگو را بر عهده دارند. همچنین این نتایج نشان می‌دهد مؤلفه‌های عوامل حمایت کننده و زیرساخت‌ها به ترتیب 93% و 84% از تغییرات بعد برون سازمانی الگو را بر عهده دارند. نتایج حاصل از تایب عاملی مرتبه دوم نشان می‌دهد ابعاد درون سازمانی و برون سازمانی به ترتیب 83% و 77% از تغییرات الگوی موثریت شرکت‌های مستقر در مرکز رشد را تیپینگ می‌کند.
References


