

چکیده

هدف از پژوهش حاضر برنامه‌ریزی استراتژیک شرکت‌های تعاونی استان خراسان جنوبی براساس مدل SWOT می‌باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از لحاظ روش، توصیفی-تحلیلی بوده، و از نظر جمع‌آوری اطلاعات، میدانی می‌باشد. داده‌های پژوهش از طریق پرسشنامه محقق ساخته جمع‌آوری شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل ۷۸۲ شرکت تعاونی فعال استان خراسان جنوبی می‌باشد. داده‌های پژوهش به کمک نرم‌افزار SPSS استخراج و با روش SWOT تحلیل گردیده‌اند. یافته‌های این پژوهش بیان می‌دارد که وضعیت شرکت‌های بخش تعاون استان خراسان جنوبی از حیث تبدیل به دانش بنیان شدن در سطح پایینی قرار دارند، بنابراین می‌توان گفت در شرایط فعلی وضعیت موجود شرکت‌های مورد مطالعه در سطح کمتر از ۳۰ درصد توان تطبیق با شاخص‌های دانش بنیان شدن را دارا می‌باشند. لذا به نظر می‌رسد نیاز سنجی آموزشی و برنامه‌ریزی در راستای ارتقای شاخص‌های دانش بنیانی در شرکت‌های بخش تعاون استان خراسان جنوبی ضرورتی اجتناب ناپذیر است، که می‌تواند آینده نوید بخشی را برای این تعاونی‌ها، در سند چشم انداز و اقتصاد مقاومتی و تولیدات دانش بنیانی و خودکفایی و اشتغال و کارفرآینی رقم بزند. در خاتمه با عنایت به راهبردهای چهارگانه مدل SWOT برای شرکت‌های تعاونی استان پیشنهادهایی ارائه گردیده است.

کلید واژه:

آسیب شناسی، استراتژی، دانش بنیان، شرکت‌های تعاونی، توسعه

مقدمه

مؤسسات و شرکت‌های دانش بنیان، مؤسسه یا شرکت خصوصی یا تعاونی است که به منظور توسعه اقتصاد دانش محور، هم‌افزایی علم و ثروت، تحقق اهداف علمی و اقتصادی (شامل گسترش و کاربرد اختراع و نوآوری) و تجاری سازی نتایج تحقیق و توسعه (شامل طراحی و تولید کالا و خدمات) در حوزه فناوری‌های برتر و با ارزش افزوده فراوان به ویژه در تولید نرم افزارهای مربوط تشکیل می‌شود (مجلس شورای اسلامی، ۱۳۸۹). مؤسساتی که فعالیت آن مبتنی بر دانش بوده و اصطلاحاً مؤسسات دانش بنیان نامیده می‌شوند، عاملی حیاتی برای توسعه اقتصادی در یک کشور محسوب می‌شوند. در واقع این مؤسسات موتور رشد و توسعه کشور می‌باشند (فخاری، ۱۳۹۳). در اینگونه شرکت‌ها، ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی، متناسب با ظرفیت نوآوری تحقق می‌یابد. این بدان معنی است که دستاوردهای تحقیق و توسعه به طور پیوسته از طریق سرمایه گذاری به محصول، فرایند و یا سیستم‌های نوین تبدیل می‌گردد و دسترسی به موقعیت‌های سرمایه گذاری برای کارآفرینان و پژوهشگران عامل مهمی در ایجاد نوآوری و بهره برداری از توان فناوری در اقتصاد ملی است (انتظاریان، ۱۳۹۴).

صنایع مبتنی بر دانش و فناوری‌های راهبردی در مقایسه با سایر شرکت‌ها و صنایع سنتی از ویژگی‌های خاصی برخوردارند، از جمله اینکه: نیروهای متخصص بیشتری نسبت به سایر کارکنان در آنها شاغل می‌باشند، دانشگاه‌ها در مدیریت و راهبری آنها

برنامه ریزی استراتژیک شرکت‌های
تعاونی براساس مدل SWOT مورد
مطالعه استان خراسان جنوبی

سید علیرضا محمدزاده

عضو هیئت علمی گروه مهندسی صنایع

دانشگاه پیام نور.

mohamadzadeh@pnu.ac.ir

مهدی تقفی

عضو هیئت علمی گروه حسابداری دانشگاه

پیام نور

Saghafi.mahdi@pnu.ac.ir

مهدی فغانی

استادیار حسابداری، دانشکده مدیریت و

حسابداری، دانشگاه سیستان و بلوچستان

faghani@acc.usb.ac.ir

مشارکت بیشتری دارند، همچنین تغییرات فناوری در آنها بیش از صنایع سنتی ست، تحقیق و توسعه بیشتری در آنها صورت می‌گیرد، توسعه صنعت بیشتر متکی بر توسعه فناوری است نه بر سرمایه و سخت افزار، مزیت رقابتی آنها نوآوری در فناوری است، بازار های جدید را به سرعت تسخیر می‌کنند (الهیاری فرد و عباسی، ۱۳۹۰).

شکوفایی و رونق شرکت‌های دانش بنیان باعث تمایل کشورها به سمت اقتصاد پایدار، دانش محور و پیشرو خواهد شد. کشور ما نیز جهت دستیابی به یک رشد و توسعه پایدار و فراگیر و رقابت در عرصه جهانی نیازمند یک تحول اقتصادی از سطح اقتصاد منبع محور به سمت اقتصاد دانش محور است. در این خصوص موتور توسعه و ایجاد چنین تحولی شرکت های دانش بنیان می‌باشند. از این رو اخیراً در کشور ما شرکت های دانش بنیان کانون توجه مسئولین قرار گرفته است و رشد علمی و توسعه فناوری این شرکت ها یکی از کانون های توجه سیاستگذاران بوده است. بسته های مختلف حمایتی، تسهیلات مالی، معافیت‌های مختلف، ابلاغ سیاست ها و تصویب قوانین و آیین نامه های تسهیل کننده همگی نتایج چنین رویکردی در بین سیاست گذاران و دولت مردان کشور است (فخاری، ۱۳۹۳). با توجه به جایگاه شرکت های دانش بنیان در اقتصاد مقاومتی و توسعه همه جانبه بر مبنای توسعه علمی کشور و همچنین جایگاه مشخص شده در سند چشم انداز ۱۴۰۴ که جایگاه اول منطقه را برای جمهوری اسلامی ایران در حوزه های علمی، اقتصادی و فناوری در نظر گرفته است، نقش و جایگاه شرکت های دانش بنیان و اهمیت و ضرورت توجه به آنها روشن می شود.

بنابراین با در نظر گرفتن مطالب فوق ضرورت دارد قوانین و مقررات موجود در خصوص شرکت های دانش بنیان مورد توجه و آموزش قرار گیرد و تسهیلات و مزایایی که بر اساس قانون به این شرکت ها تعلق می‌گیرد معرفی شوند. لذا در بخش تعاون استان خراسان جنوبی با شناسائی وضعیت این شرکت ها می توان ظرفیت آنها را برای دانش بنیان شدن بررسی و اقدامات لازم را در جهت توسعه این شرکت‌ها و حرکت به سوی دانش بنیان شدن تسریع کرد. بر اساس افق برنامه ۲۰ ساله کشور، باید بیش از ۵۰ هزار شرکت دانش بنیان در کشور فعال شوند، و این تعداد در پایان برنامه پنجم توسعه به ۲۰ هزار شرکت برسد. بر مبنای گزارش معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تا سال ۱۳۹۵ و در واقع آخرین سال برنامه پنجم تنها ۲۵۶۶ شرکت در سامانه دانش بنیان مورد تایید قرار گرفته اند، که این موضوع بیانگر عدم توسعه اینگونه شرکت‌ها است. حال با آغاز برنامه ششم توسعه توجه بیش از پیش به این مهم ضروری است. لذا در این پژوهش شرکت های تعاونی از حیث توانایی در اخذ مجوز فعالیت دانش بنیان مورد توجه قرار داشته اند. بنابراین با توجه به مطالب بیان شده، مساله اصلی این پژوهش برنامه ریزی استراتژیک شرکت های دانش بنیان براساس مدل SWOT در بخش تعاون استان خراسان جنوبی است. برای این منظور علاوه بر شناسائی و آشنائی با قوانین و مقررات شرکت های دانش بنیان، شرکت‌های تعاونی مشغول به فعالیت در حوزه تعاون استان خراسان جنوبی شناسائی می شود. وضعیت آنها به لحاظ بهره مندی از مزایا و تسهیلات مرتبط با شرکت های دانش بنیان و آشنائی به قوانین و مقررات بررسی می گردد و در نهایت با کمک مدل SWOT برنامه راهبردی شرکت های تعاونی استان برای ایجاد و توسعه شرکت های تعاونی دانش بنیان ارائه می شود.

بنابراین آنچه باید به آن توجه جدی شود، تولید محصولات و ایجاد کسب و کارهای دانش بنیان است. محصولاتی که بر مبنای پایه‌های مستحکم علمی و خروجی پژوهش های دانشگاهی باشد. در پژوهش حاضر سعی شده است تا اطلاعات جامعی در خصوص تاریخچه و جایگاه تعاونی ها و همچنین شرکت های تعاونی دانش بنیان به صورت کلی ارائه و سپس موقعیت شرکت های تعاونی استان از جهت امکان تبدیل به شرکت های دانش بنیان مورد سنجش قرار گیرد.

۱. مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

بیشترین تمرکز دولت مردان بر ورودی های چرخه‌ی تولید علم، توسعه فناوری و تجاری سازی آنها در شرکت‌های دانش بنیان و سرمایه‌گذاری مجدد آن بر تولید علم و فناوری (نظیر دانش و توان فنی، منابع مالی و حمایتی و غیره) بوده و در این میان کمتر به نحوه عملکرد شرکت های دانش بنیان داخلی و عوامل درونی و بیرونی موثر بر موفقیت آنها توجه شده است (سوزنچی کاشانی، ۱۳۹۳). در عصر حاضر شاهد تغییرات شگرفی در موقعیت اقتصادی کشورها هستیم. دلیل اصلی این وضعیت، تغییرات سریع فناوری های نوین است که وضعیت اقتصاد سنتی را تغییر داده است. در این دوره اقتصادهایی که بتوانند با علم و دانش، فضای خلاقانه و نوآورانه را در جامعه خود گسترش دهند، موفق تر خواهند بود (کارشناس و محمدی، ۱۳۹۰).

دولت‌ها و سازمان‌های که دارای مدیریت قوی و صحیح می باشند در ایجاد تغییر و تحولات نقش اساسی ایفا می کنند و عامل مهمی در شکل دهی اقتصاد دانش بنیان هستند. دولت ها مسئول افزایش کیفیت زندگی افراد جامعه از طرق مختلف از جمله افزایش ثروت آنها از طریق رشد اقتصادی، ارتقای ظرفیت های فناوری و تولید، مشارکت بازار و دولت، توسعه سرمایه های انسانی و افزایش دائمی سطح مهارت ها، استفاده از شبکه های اطلاعاتی، دانایی، تولید و تجارت بین المللی و از همه مهمتر ایفای نقش دولت نه به عنوان بازیگر اصلی



بلکه به عنوان پیوند دهنده بخش های خصوصی داخلی و خارجی و تنظیم کننده روابط آنان و تلاش در ارتقای رقابت پذیری ملی با نگاه به بازارهای جهانی در نظر گرفته شده است (قاضی نوری و همکاران، ۱۳۸۸).

نوع جدیدی از شرکت های تعاونی، شرکت های تعاونی دانش بنیان هستند، که این نوع شرکت ها لازمه دنیای امروز هستند. در دنیای پر تحول امروز، زیربنای اقتصادهای صنعتی، از محوریت منابع به سمت محوریت سرمایه های فکری جابه جا شده و به همین دلیل عامل دانش به صورت روز افزون پراهمیت تر می شود. با توجه به تغییرات سریع امروزی نیازمند شکل جدیدی از سازمان ها احساس می شود، سازمان هایی که به عنوان سامانه های مبتنی بر دانش شناخته شده و اصطلاحاً شرکت های دانش بنیان نامیده می شوند و عاملی حیاتی برای توسعه اقتصادی در یک کشور هستند. در واقع این شرکت ها موتور رشد و توسعه محسوب می شوند (Gorman & McCarthy, ۲۰۰۶). همچنین کسب و کارهای دانش بنیان نقش مهمی در اثربخشی تولید، تبلور دانش در ارائه محصولات و خدمات جدید، ارتقاء سطح اقتصاد و رفاه و تولید و ثروت و ارزش و ارزش افزوده در یک جامعه ایفا می کنند و حرکت به سوی نوآوری و ایجاد تغییر در ترکیب محصولات و خدمات در قلمرو فعالیت های یک شرکت دانش بنیان قرار دارد (ایزدیان و همکاران، ۱۳۹۲). شرکت های دانش بنیان به منظور هم افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی و تجاری سازی نتایج تحقیق و توسعه با ارزش افزوده فراوان ایجاد می شود بنابراین نقشی کلیدی در اقتصاد کشور ایفا می کنند. در شرکت های دانش بنیان، رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال، متناسب با ظرفیت نوآوری تحقق می یابد. بدین معنی که دستاوردهای تحقیق و توسعه به طور پیوسته از طریق سرمایه گذاری به محصول، فرایند و یا سیستم های نوین تبدیل می گردد و دسترسی به ظرفیت های سرمایه گذاری برای کارآفرینان و پژوهشگران عامل مهمی در ایجاد نوآوری و بهره برداری از توان فناوری در اقتصاد ملی است (عظیمی و برخوردار، ۱۳۸۹).

همچنین رونق و پیشرفت شرکت های دانش بنیان باعث نیل کشورها به سمت اقتصاد پایدار، دانش محور و پیشرو خواهد شد. کشور ما نیز به جهت رقابت در عرصه جهانی و دستیابی به یک رشد و توسعه پایدار نیازمند یک تحول اقتصادی از سطح اقتصاد منبع محور به سمت اقتصاد دانش محور است. بسته های مختلف حمایتی، تسهیلات مالی، معافیت های مختلف، ابلاغ سیاست ها و تصویب قوانین و آیین نامه های تسهیل کننده همگی نتایج چنین رویکردی در بین سیاست گذاران و دولت مردان کشور است (فخاری، ۱۳۹۲). به طور کلی تعاونی ها مبتنی بر ارزش های اجتماع، خودیاری، مسؤولیت پذیری متقابل، کیفیت، عدالت، خدمت و پایداری می باشند. این شرکت ها در تمامی فعالیت هایشان صداقت، درستکاری و مسؤولیت پذیری را مدنظر قرار می دهند (دیویس، ۱۳۸۱). در شرکت های دانش بنیان، موضوع دانش، نوآوری، مهارت و یادگیری مستمر، نقش مهمی ایفا می کند. این بدان معنی است که در اقتصادهای مبتنی بر شرکت های دانش بنیان باید گستره ای از نهاد ها در جامعه به وجود آیند که پشتیبان و تسهیل کننده نوآوری، یادگیری و پویایی باشند (الهیاری فرد و عباسی، ۱۳۹۰).

۱.۱.۱ مدل SWOT

در مدیریت استراتژیک تجزیه و تحلیل SWOT یکی از مهمترین ابزارها جهت تطابق نقاط ضعف و قوت درونی با فرصت ها و تهدیدات بیرونی است. تجزیه و تحلیل SWOT روش تحلیلی نظام یافته ای را برای شناسایی این عوامل و انتخاب استراتژی که بهترین تطابق بین آن ها را ایجاد کند، ارائه می نماید (Fisher, ۱۹۸۹).

این تحلیل می تواند یک مرحله اولیه از یک تحلیل با هدف نهایی ارائه و اتخاذ سیاست های لازم برای تناسب میان عوامل داخلی و خارجی باشد. وقتی این تحلیل کامل بکار رود می تواند پایه ای مناسب را برای فرمول بندی سیاست و خط مشی ارائه دهد (مافی و ساقی، ۱۳۸۸). همانطور که بیان گردید این تکنیک یک ابزار مهم در امر تصمیم گیری است و عموماً برای تحلیل نظام مند شرایط استراتژیک و شناسایی عوامل داخلی و خارجی محیط سازمان به کار می رود. از طریق تحلیل SWOT شرکت می تواند عوامل مثبت و منفی خود را شناسایی کند و سپس به توسعه و تطبیق استراتژی های خود به منظور مناسب سازی این عوامل بپردازد (Gao & Peng, ۲۰۱۱).

از دیدگاه این مدل یک استراتژی مناسب، قوت ها و فرصت ها را به حداکثر و ضعف ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می رساند. برای این منظور نقاط قوت و ضعف درونی و فرصت ها و تهدیدهای بیرونی در چهار حالت کلی SO, WO, ST, WT به هم پیوند داده شده و گزینه های استراتژی خلق و انتخاب می شوند (هریسون و کارون، ۱۳۸۲).

در استراتژی های SO سعی می شود با اتکاء بر نقاط قوت درونی از فرصت های محیطی بهره برداری به عمل آید. در استراتژی های WO هدف این است تا با بهره برداری از فرصت های محیطی موجود، از نقاط ضعف درونی کاسته شود. در استراتژی های ST کوشش می شود تا با استفاده از نقاط قوت درونی، اثرات ناشی از تهدیدات موجود در محیط خارج کاهش داده شود و نهایتاً در استراتژی های WT که بدترین وضعیت به شمار می آید، هدف کم کردن نقاط ضعف درونی و پرهیز از تهدیدات ناشی از محیط خارجی است (فردا، ۱۳۷۹). باید اشاره کرد که استفاده از SWOT می تواند پایه خوبی برای فرمول بندی استراتژی باشد (Kajanus & et al, ۲۰۰۴). در یک نگاه خاص می توان بیان داشت آنالیز SWOT به تحلیل گرا اجازه می دهد عوامل داخلی (قوت ها و ضعف ها) و عوامل خارجی (فرصت ها و تهدیدها) را در ارتباط با تصمیمات اتخاذ شده طبقه بندی کند و بدین سان تحلیل گر را قادر می سازد که تهدیدها و فرصت ها را با نقاط قوت و ضعف مقایسه کند (Shrestha & et al, ۲۰۰۴).

۲.۱. اهداف توسعه‌ی تعاونی‌ها

در راستای بیان کلی اهداف تعاونی، به اهداف کلی وزارت تعاون که بر اساس آن تعاونی‌ها طراحی شده است، مروری شده و بعد به گونه‌ای اختصاصی‌تر، اهداف اقتصادی و اجتماعی تعاونی‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد. اهداف و ضوابط کلی بخش تعاون طبق آنچه وزارت تعاون تدوین نموده است به شرح زیر می‌باشد:

- ایجاد و تأمین شرایط و امکانات کار برای همه به منظور رسیدن به اشتغال کامل
- در اختیار قرار دادن وسایل کار به کسانی که قادر به کار بوده، ولی وسایل کار ندارند.
- پیشگیری از تمرکز ثروت افراد و گروه‌های خاص جهت تحقق عدالت اجتماعی
- جلوگیری از کافرهای مطلق شدن دولت
- قرار گرفتن مدیریت و سرمایه و منافع حاصله در اختیار نیروی کار و تشویق بهره‌برداری مستقیم از حاصل کار خود
- پیشگیری از انحصار، احتکار، تورم و اضطراب به غیر
- توسعه و تحکیم مشارکت و تعاون عمومی بین مردم

در راستای اهداف کلی فوق‌الذکر به تحلیل نقش‌ها و اهداف اقتصادی، اجتماعی تعاونی‌ها در فرایند توسعه پرداخته است که در ادامه به آن اشاره می‌کنیم (بیک‌زاده، ۱۳۷۵).

در فصل اول قانون تعاون ۱۳۷۰ که در سال ۱۳۷۷ اصلاحاتی در آن انجام شد. مهم‌ترین اهداف بخش تعاون بدین شرح ذکر شده است :

- ۱- ایجاد و تأمین شرایط و امکانات کار برای همه به منظور رسیدن به اشتغال کامل.
 - ۲- قرار دادن وسایل کار در اختیار کسانی که قادر به کارند ولی وسایل کار ندارند.
 - ۳- پیشگیری از تمرکز و تداول ثروت در دست افراد و گروه‌های خاص جهت تحقق عدالت اجتماعی
- این اهداف برگرفته از اهداف مشخص شده در قانون اساسی است. قانون تعاون بیش‌تر به تعاونی‌های تولید تأکید کرده تا با توسعه تعاونی‌ها، زمینه دستیابی به اهداف بخش تعاون فراهم شود. به همین منظور در تبصره ذیل ماده ۲۶ بیان می‌دارد: تعاونی‌های تولید در کلیه اولویت‌ها و حمایت‌های مربوط به تعاونی حق تقدم دارد (کاظمی، ۱۳۸۷).

۳.۱. پیشینه پژوهش

حمیدیان پور و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان ارائه مدل مفهومی جهت بررسی تاثیر کارآفرینی استراتژیک بر نوآوری استراتژیک در شرکتهای دانش بنیان شهرستان بوشهر، ضمن معرفی مفهوم نوآوری استراتژیک و کارآفرینی استراتژیک و بررسی مدل مفهومی تأثیر کارآفرینی استراتژیک بر نوآوری استراتژیک بیان داشتند که کارآفرینی استراتژیک میتواند رابطه مثبت و معناداری با نوآوری استراتژیک در سازمان داشته باشد.

امینی و همکاران (۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر پیشرفت شرکت‌های دانش‌بنیان با استفاده از تحلیل سلسله مراتبی، مورد مطالعه پارک تهران به این نتیجه رسیدند که تمامی عوامل فناوری، مدیریت، بازار، اقتصاد، قوانین، سیاست، اجتماعی و محیط‌زیست از نظر هر دو گروه هدف یعنی مدیران شرکت‌ها و کارشناسان خبره وزارت بهداشت بر پیشرفت شرکت‌های دانش‌بنیان اثر داشتند. سه فاکتور اصلی و تأثیرگذار از دیدگاه مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان به ترتیب شاخص‌های فناوری، اقتصاد و قوانین شناخته شده است. معیارهای محیط‌زیست، اجتماعی و سیاست کم اهمیت‌ترین انتخاب شده‌اند. این در حالی بود که کارشناسان خبره وزارتخانه، مسائل مدیریتی را به عنوان فاکتور اصلی در نظر گرفته‌اند.



احمدی جشوقانی و اسماعیلیان (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان ارزیابی اولویت بندی عوامل موثر بر بهبود تدوین استراتژی شرکت های کوچک و متوسط دانش بنیان با استفاده از مدل ANP مورد مطالعه شرکت های مستقر در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان، به بررسی و ارزیابی عوامل موثر بر انتخاب استراتژی های مناسب، جهت تدوین استراتژی شرکت های دانش بنیان پرداختند. همچنین به این نتیجه رسیدند که عوامل مدیریتی، منابع انسانی، تحقیق و توسعه، مالی و بازاریابی و فروش می تواند در بهبود تدوین استراتژیهای شرکت های دانش بنیان موثر واقع گردد.

قلی پور و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان شناسایی و اولویت بندی چالش های شرکت های دانش بنیان با استفاده از روش شبکه عصبی مصنوعی مورد مطالعه شرکت های دانش بنیان یزد، ۵۹ چالش از مطالعه ادبیات موضوع و نظر خبرگان به دست آورده و به این نتیجه رسیدند که ۱۹ چالش از ۵۹ چالش به دست آمده در اولویت بوده اند. از جمله این چالش ها می توان به: مشکلات اقتصادی کشور، رکود صنعت و بازارهای داخلی و سیاست های ناموزون حمایتی دولت، اشاره نمود.

فخاری (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان بازخوانی تعریف شرکت های دانش بنیان بر اساس شرایط اقتصادی کشور، طی یک فرآیند علمی در سه مرحله به کمک تکنر روش و داده، سعی نموده با توجه به شرایط صنعتی و اقتصادی کشور به یک تعریف مناسب و بومی شده از شرکت های دانش بنیان دست یابد. در نهایت این پژوهش شرکت های دانش بنیان کشور را به این صورت تعریف نمود که، ((شرکت های دانش بنیان، موسسات بخش خصوصی هستند که با هدف تجاری سازی نوآوری ها، کاربردی کردن تحقیقات و بومی سازی فناوری ها و محصولات مورد نیاز کشور توسط کارشناسان خبره تشکیل و اداره می گردند. در این شرکت ها تحقیق و توسعه هسته مرکزی فعالیت ها بوده و مزیت اساسی این شرکت ها جریانی از دانش و نوآوری در سطوح مختلف آنها است. این شرکت ها در محیطی متغیر و مبتنی بر دانش رشد کرده و سوددهی آنها عموماً بلند مدت است)).

اکبرزاده و شفیع زاده (۱۳۹۱)، نیز در پژوهش خود با عنوان بررسی نقش دولت در بهبود روند ایجاد و توسعه کسب و کارهای دانش بنیان، بیان می دارند نقش دولت در کمک به بهبود روند ایجاد و توسعه کسب و کارهای دانش بنیان اهمیتی زیادی دارد. این مهم از طریق فعالیت هایی که در صدر آنها حمایت های مالی دولت قرار دارد، امکان پذیر می باشد. از این رو می توان گفت دولت باید در این راستا اقدامات گسترده ای را آغاز کند و این امر مورد توجه مسوولین دولتی ذیربط قرار گیرد.

استیری و مشیری (۱۳۸۸)، در پژوهشی با هدف بررسی ابزارهای تأمین مالی بنگاه های دانش بنیان دریافتند که سرمایه گذاری در این حوزه خطرات ذاتی نهفته ای در طرح های نوآورانه و سرمایه گذاری بلند مدت داشته و توصیه می کنند که تنوع مدل های سرمایه گذاری و تأمین مالی در این حوزه باشد که با اعمال یک سری تغییر در پارامترهای اساسی مدل آنرا به مدلی مناسب برای اجرا در خصوص یک بنگاه خاص تنظیم و تبدیل نمود.

کیمیگاک و همکاران (۲۰۱۲)، با هدف بررسی اثرات فن آوری و توانمندسازی کارکنان در نوآوری شرکت های کوچک و متوسط (SME)، به این نتیجه رسیدند که فعالیت های نوآوری از شرکت ها مربوط به استفاده از آن در ارتباطات داخلی، فعالیت های نوآوری و فناوری دانش است که اثر مثبت بر معیارهای ذهنی از عملکرد شرکت دارد و توصیه کاربردی آنها این است که، با مطالعه و شناسایی عواملی که به میزان قابل توجهی به فعالیت نوآوری و ابعاد سازه بر عملکرد شرکت ها دارد توجه کنند.

مرادی و همکاران (۲۰۱۰)، در پژوهشی بر روی سرمایه دانشی و عملکرد منابع انسانی نشان دادند که موسسات دانش بنیان به یک چهارچوب برای حفاظت و توسعه دانش خود نیازمند می باشند. در این پژوهش یک چهارچوب پیشنهادی نیز ارائه گردیده است. شارما و دوا (۲۰۱۲)، با هدف بررسی توسعه سازمانی و کارآفرینی زنان راهی برای توانمندسازی اقتصادی دریافتند که زنان کارآفرین نقش مهمی را در اقتصاد محلی و درصد زیادی از بازی میکرو موسسات در کشورها در حال توسعه انجام می شود و توصیه می کنند که نیاز به دانش در مورد دسترسی به وام ها، بودجه، آگاهی در برنامه های رفاهی دولت، انگیزه، مهارت های فنی و حمایت از خانواده، دولت و دیگر سازمان است.

چوی و لی (۲۰۰۳)، در پژوهشی با عنوان بررسی تجربی سبک های مدیریت دانش و تأثیر آنها بر عملکرد شرکت ها به بررسی نحو عملکرد سبک های مدیریت دانش پرداختند. با توجه به دو محور توجه و تمرکز بر دانش پنهان و توجه و تمرکز بر دانش آشکار در سازمان ها، چهار راهبرد مدیریت دانش را در حوزه کاربرد دانش پیشنهاد کرده اند که عبارت است از: ۱- راهبرد انسان محور: توجه زیاد به دانش

پنهان و توجه کم به دانش آشکار؛ ۲- راهبرد پویا: توجه زیاد به دانش پنهان و آشکار؛ ۳- راهبرد سیستم محور: توجه کم به دانش پنهان و توجه زیاد به دانش آشکار؛ ۴- راهبرد منفعل: توجه کم به دانش پنهان و آشکار.

با توجه به بررسی پژوهش های گذشته مشخص گردید شرکت های تعاونی از حیث توانایی در اخذ مجوز فعالیت بصورت دانش بنیان مورد بررسی قرار نگرفته اند. و نیز پژوهش های انجام شده در زمینه های نزدیک به موضوع پژوهش مربوط به منطقه ای خاص بوده است و در خصوص شرکت های تعاونی استان خراسان جنوبی پژوهشی در این باره انجام نگرفته است، لذا انجام پژوهش حاضر ضروری است تا ابزار مناسبی را در اختیار مدیران شرکت ها و مسئولین استان خراسان جنوبی و حتی سایر مناطق مختلف کشور قرار دهد.

۰۲ روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر طبقه بندی بر مبنای هدف، از نوع تحقیقات کاربردی است، چرا که نتایج آن می تواند رهنمودی برای توسعه فعالیت تعاونی های دانش بنیان ارائه نماید و از نظر اجرا جزء تحقیقات توصیفی- پیمایشی به شمار می آید؛ زیرا پژوهشگران داده ها را دستکاری نشده و به شکل توصیفی گردآوری کردند. در ادامه پژوهش با توجه به اطلاعات بدست آمده از پرسشنامه که در چهارچوب بررسی نقاط ضعف و قوت و فرصت ها و تهدید های پیش روی شرکت های تعاونی استان خراسان جنوبی طراحی شده، برنامه استراتژیک این شرکت ها به کمک مدل SWOT تحلیل می شود. به این ترتیب که ابتدا ماتریس عوامل خارجی (EEF) و سپس ماتریس عوامل داخلی (IEF) طراحی و در نهایت ماتریس استراتژی های چهار گانه شامل ماتریس (SO) یعنی استفاده از فرصت های بیرونی به کمک قوت های درونی، ماتریس (ST) یعنی استفاده از قوت های درونی برای مقابله با تهدید های بیرونی، ماتریس (WO) یعنی استفاده از فرصت های بیرونی برای مقابله با ضعف های داخلی و ماتریس (WT) یعنی استفاده از روش هایی برای مقابله با تهدید های بیرونی و تبدیل ضعف های درونی به قوت است. در ماتریس راهبردهای چهارگانه به عنوان خروجی مهم این پژوهش راهکارهایی برای توسعه و پیشرفت شرکت های تعاونی استان خراسان جنوبی از جهت تبدیل آنها به شرکت های دانش بنیان ارائه شده است.

برای تهیه ماتریس عوامل خارجی (EFE) باید پنج مرحله طی شود. در مرحله اول شناسایی عوامل محیط خارجی و تهیه لیستی از این عوامل به کمک نظرات خبرگان که از حداقل ۱۰ تا حداکثر ۲۰ عامل فهرست می شود که در این تحقیق ۵ عامل فرصت و ۵ عامل تهدید فهرست شده اند. در مرحله دوم به هریک از عوامل ضریب وزنی بین صفر (بی اهمیت) تا یک (بسیار مهم) اختصاص داده می شود به گونه ای که جمع ضرایب اختصاص داده شده باید مساوی یک شود. در مرحله سوم برای هریک از عوامل یک امتیاز یا رتبه بین ۱ تا ۴ برحسب تطابق شرکت با فرصت ها و تهدید ها داده می شود. این امتیاز بیانگر میزان اثر بخشی استراتژی های کنونی شرکت در نشان دادن واکنش به عوامل مزبور می باشد. عدد ۴ نشان دهنده واکنش عالی و عدد ۱ نشان دهنده واکنش ضعیف می باشد. در مرحله چهارم امتیاز وزن دار یا موزون هر عامل محاسبه می شود به این صورت که حاصل ضرب ضریب درجه اهمیت عامل در امتیاز حاصل از نظرات نخبگانی در ستون امتیازات موزون ثبت می شود. در مرحله پنجم جمع امتیاز وزن دار یا موزون را محاسبه کرده که حداکثر ۴ و حداقل ۱ خواهد بود.

در ماتریس EFE امتیاز ۴ نشان دهنده موقعیت برجسته شرکت در استفاده از فرصت ها و به حداقل رساندن تهدیدها می باشد و امتیاز ۱ نشان می دهد که استراتژی موزون شرکت در استفاده از فرصت ها و پرهیز از تهدیدها توانمند نبوده است.

برای تهیه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) پنج مرحله به شرح زیر انجام می شود. در مرحله اول پس از شناسایی عوامل داخلی حداقل ۱۰ و حداکثر ۲۰ نقطه قوت و ضعف را لیست می کنیم. در مرحله دوم همانند ماتریس عوامل خارجی به هر عامل یک ضریب وزنی بین صفر و یک با استفاده از نظر خبرگان اختصاص می دهیم به گونه ای که جمع ضرایب وزنی مساوی صفر شود. در مرحله سوم به هر عامل امتیازی بین ۱ تا ۴ اختصاص می یابد این امتیازات بر اساس نظر نخبگانی برای نقاط ضعف امتیاز ۱ یا ۲ و برای نقاط قوت امتیاز ۳ و ۴ اختصاص می یابد. در مرحله چهارم همانند ماتریس عوامل خارجی امتیاز وزن دار عوامل محاسبه می شود و در مرحله پنجم جمع عوامل وزن دار را محاسبه می کنیم که که حداقل ۱ و حداکثر ۴ می باشد. اگر امتیاز نهایی سازمان کمتر از ۲/۵ باشد یعنی سازمان از نظر عوامل داخلی دارای ضعف می باشد و اگر امتیاز نهایی بیشتر از ۲/۵ شد یعنی سازمان از نظر عوامل درونی دارای قوت می باشد (علی احمدی، ۱۳۸۲).

همان طور که اشاره گردید، این پژوهش در بین تعاونی های استان خراسان جنوبی در قلمرو زمانی منتهی به پاییز ۱۳۹۵ انجام شده است. جامعه آماری پژوهش شامل ۷۸۲ شرکت تعاونی فعال در شهرستان های استان خراسان جنوبی در سال ۱۳۹۴ است. در پژوهش حاضر با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه گیری طبقه ای متناسب، به تعیین حجم نمونه پرداخته شده است. حجم نمونه به دست آمده بر اساس فرمول کوکران ۲۲۸ شرکت از میان شرکت تعاونی های مستقر در شهرستان های استان خراسان جنوبی می باشد.



به دلیل احتمال عدم تحویل برخی پرسشنامه ها و تکمیل ناقص آنها، ۲۴۰ پرسشنامه برای مدیران تعاونی ها ارسال شد که از این تعداد در مجموع ۲۲۸ پرسشنامه جمع آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بنابراین حجم نمونه نهایی ۲۲۸ مدیر بوده است.

به منظور جمع آوری داده ها در این پروژه، از دو روش کتابخانه ای و میدانی استفاده شده است. بدین ترتیب که به منظور جمع آوری پیشینه و مبانی نظری در این پژوهش و مدلسازی مسأله از روش کتابخانه ای با مراجعه به کتاب ها، پایان نامه ها، نشریات و بررسی مباحث نظری مرتبط با موضوع استفاده شده است. و نهایتاً اثبات فرضیه های مدل براساس مطالعات میدانی از طریق توزیع پرسشنامه در بین تعاونی های فعال استان خراسان جنوبی صورت پذیرفته است. پرسشنامه بر مبنای طیف پنج مقیاسی لیکرت تهیه گردید. همچنین جهت تجزیه و تحلیل داده های آماری در این پژوهش از نرم افزار SPSS استفاده شده است.

پرسشنامه پژوهش، محقق ساخته و متشکل از ۲ بخش سوالات عمومی و سوالات عملیاتی می باشد. سوالات عمومی جهت توصیف جامعه آماری و سوالات عملیاتی نیز به گونه ای تنظیم شده اند که علاوه بر پوشش دادن سوالات اساسی پژوهش، قوت ها و ضعف های شرکت های تعاونی از محیط درونی و فرصت ها و تهدید ها را از محیط بیرونی شرکت ها مورد سوال قرار دهند. بدین ترتیب در ابتدا شرکت های تعاونی موجود و فعال در بخش های مختلف از جمله صنعت، خدمات، کشاورزی، حمل و نقل، معدن و تولیدی در شهرستان های مختلف استان خراسان جنوبی توسط پرسشنامه ای که روایی و پایایی آن مورد تأیید قرار گرفته بود مورد سوال قرار گرفتند. هرچند این فرایند، بخش عمده ای از زمان پژوهش را به خود اختصاص داد، اما نتایج پرسشنامه نشان داد که طولانی شدن زمان جمع آوری پرسشنامه ها به میزان دقت آنها کمک کرده است.

۱.۲. روایی و پایایی ابزار اندازه گیری

در این پژوهش به منظور تعیین پایایی ابزار اندازه گیری (پرسشنامه) از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. این روش برای محاسبه ی هماهنگی درونی ابزار اندازه گیری از جمله پرسشنامه و یا آزمون هایی که خصیصه های مختلف را اندازه گیری می کند، به کار می رود. برای محاسبه ی ضریب آلفای کرونباخ ابتدا باید واریانس نمره های هر زیرمجموعه از سوال های پرسشنامه (یا زیرآزمون) و واریانس کل را محاسبه نمود. سپس با استفاده از فرمول زیر مقدار ضریب آلفا را بدست آورد:

$$\gamma = \frac{J}{J-1} \left[1 - \frac{\sum S_j^2}{S^2} \right]$$

در فرمول فوق J تعداد زیر مجموعه سؤال های پرسشنامه یا آزمون، S_j^2 واریانس زیرآزمون J ام و S^2 واریانس کل آزمون، است.

چنانچه آلفای کرونباخ دارای مقداری بیش تر از ۰/۷ باشد، بالا بودن پایایی پرسشنامه تأیید می شود. در ابتدا برای تعیین اعتماد پرسشنامه مربوط به اعضاء تعداد ۳۰ پرسشنامه بین اعضای شرکت های تعاونی توزیع گردید و ضریب آلفای کرونباخ برای بندهای مختلف پرسشنامه محاسبه گردید.

از آنجایی که میزان ضریب گزارش شده بیش تر از ۰/۷ می باشد بنابراین پایایی پرسشنامه تحقیق قابل قبول می باشد. همچنین جهت سنجش روایی پرسشنامه، پس از طراحی اولیه سوالات، پرسشنامه تهیه شده بین افراد خبره در زمینه فعالیت شرکت های تعاونی دانش بنیان و اساتید دانشگاهی که در این بخش تجربه فعالیت داشته اند توزیع گردیده و پس از کسب نظریات آنها، اصلاحات لازم در پرسشنامه صورت گرفت و اطمینان حاصل شد که سوالات مطرح شده همان خصوصیات مورد نظر را در پژوهش اندازه گیری می کنند.

۳. تجزیه و تحلیل داده ها

۱.۳. آمار توصیفی

نتایج به دست آمده از قسمت اول پرسشنامه که مربوط به آمار جمعیت شناختی پاسخ دهندگان می باشد بدین شرح است:

۷۲،۱ درصد از شرکت های تعاونی استان اصولاً با قوانین و مقررات شرکت های دانش بنیان آشنائی ندارند.

۷۶،۵ درصد از شرکت های تعاونی استان کالا و محصولات تولیدی آنها را نمی توان دانش بنیان محسوب کرد.

۵۴،۴ درصد از پاسخ دهندگان از دانش و یافته های پژوهشی در تولید محصولات خود استفاده نمی کنند.

۹۱،۴ درصد از شرکت های تعاونی استان از تسهیلاتی که به شرکت های دانش بنیان اعطا می شود استفاده نکرده اند.

۵۵٫۳ درصد از شرکت‌های تعاونی استان در بکارگیری نیرو های خود از دانش آموختگان دانشگاهی استفاده نکرده اند.

۲.۲.۳ تحلیل SWOT

همانطور که در بخش روش تحقیق توضیح داده شد به کمک اطلاعات بدست آمده از خروجی پرسشنامه‌ها دو ماتریس ارزیابی عوامل خارجی و همچنین ماتریس عوامل داخلی طراحی و سپس ماتریس نهایی که ماتریس راهبردهای استراتژیک است طراحی می شود.

جدول (۱) - ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) شامل فرصت ها و تهدید های فراروی شرکت های تعاونی استان

نمره	رتبه	ضریب	
فرصت ها			
۰٫۴۵	۳	۰٫۱۵	۱- وجود پارک علم و فناوری در استان
۰٫۲	۲	۰٫۱۵	۲- وجود قوانین و مقررات برای حمایت از شرکت های دانش بنیان
۰٫۰۵	۱	۰٫۰۵	۳- وجود تسهیلات برای پرداخت به شرکت های دانش بنیان
۰٫۴	۴	۰٫۱	۴- وجود دانشگاههای متعدد در استان
۰٫۱۵	۱	۰٫۱۵	۵- وجود افراد متخصص و تحصیل کرده در استان
تهدیدها			
۰٫۲	۲	۰٫۱	۶- عدم ارتباط با دانشگاهها و مراکز علمی
۰٫۲	۲	۰٫۱	۷- نداشتن اطلاعات کافی راجع به شرکت های دانش بنیان
۰٫۰۵	۱	۰٫۰۵	۸- عدم پرداخت تسهیلات مربوط به شرکت های دانش بنیان
۰٫۱۵	۱	۰٫۱۵	۹- عدم امکان رقابت محصولات شرکت با رقبا
۰٫۰۵	۱	۰٫۰۵	۱۰- عدم تطابق محصولات شرکت با محصولات شرکت های دانش بنیان
۲		۱	

در جدول ۱ نمره ۲ به این معنی است که شرکت های تعاونی استان از استراتژی‌هایی که بتوان بدان وسیله از فرصت ها استفاده نمود و تهدیدات را کاهش داد استفاده نمی نمایند. عملاً شرکت های تعاونی در استان نتوانسته اند از توانمندی‌های خود برای غلبه بر تهدید ها استفاده نمایند.

جدول (۲)-ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)

نمره	رتبه	ضریب	
قوت ها			
۰٫۶	۳	۰٫۲	۱- عدم واگذاری مراحل ثبت قانونی شرکت به دیگران
۰٫۳	۲	۰٫۱۵	۲- دارا بودن ایده های جدیدی برای توسعه فعالیت شرکت
۰٫۳	۲	۰٫۱۵	۳- ارزیابی مثبت از رشد رشد و پیشرفت شغلی کارکنان شرکت
۰٫۲	۲	۰٫۱۰	۴- آگاهی از وجود شرکت های رقیب
۰٫۱	۲	۰٫۰۵	۵- دارا بودن محصولات تولیدی
ضعف ها			
۰٫۱۵	۱	۰٫۱۵	۱- عدم آشنایی با قوانین و مقررات شرکت های دانش بنیان
۰٫۰۵	۱	۰٫۰۵	۲- عدم آشنایی با نحوه ثبت نام در سایت شرکت های دانش بنیان
۰٫۰۵	۱	۰٫۰۵	۳- عدم آشنایی با پارک علم و فناوری
۰٫۱	۲	۰٫۰۵	۴- عدم آشنایی از مزایای شرکت های دانش بنیان
۰٫۱	۲	۰٫۰۵	۵- عدم استفاده از دانش آموختگان دانشگاهی
۱٫۹۵		۱	

با توجه به اینکه جمع نمره نهایی در جدول ارزیابی عوامل داخلی کمتر از ۲ شده است نشان دهنده این است که سازمان از نظر عوامل درونی دچار ضعف است .

۳.۳.۳ شناسایی استراتژیها (راهبردهای) ممکن

در ادامه بر اساس سوالات پرسشنامه و برای ارزیابی محیطی شرکت های تعاونی استان، نقاط ضعف و قوت از درون شرکت ها و فرصت ها و تهدید ها از محیط بیرون شناسائی گردید و بر طبق مدل ارزیابی محیطی استراتژی‌های مناسب برای شرکت های تعاونی استان پیشنهاد گردید.



جدول (۳) - ماتریس تحلیل استراتژی SWOT بر اساس راهبرد های چهارگانه تهدیدها ، فرصت ها ، نقاط ضعف و قوت

فهرست نقاط قوت (S)	فهرست نقاط ضعف (W)	
<p>۱-انجام مراحل مراحل ثبت قانونی شرکت بطور کامل</p> <p>۲-دارا بودن ایده های جدیدی برای توسعه فعالیت شرکت</p> <p>۳-ارزیابی مثبت از رشد رشد و پیشرفت شغلی کارکنان شرکت</p> <p>۴- آگاهی از وجود شرکت های رقیب</p> <p>۵-دارا بودن محصولات تولیدی</p>	<p>۱- عدم آشنایی با قوانین و مقررات شرکت های دانش بنیان</p> <p>۲-عدم آشنایی با نحوه ثبت نام در سایت شرکت های دانش بنیان</p> <p>۳- عدم آشنایی با پارک علم و فناوری</p> <p>۴-عدم آشنایی از مزایای شرکت های دانش بنیان</p> <p>۵-عدم استفاده از دانش آموختگان دانشگاهی</p>	
<p>استراتژی های (SO)</p> <p>استفاده از ظرفیت دانشگاهها و پارک علم وفناوری برای تبدیل شرکت ها به شرکت های دانش بنیان و ثبت محصولات در سامانه دانش بنیان ، (S²O⁴) (S³O³), (S⁵O²)</p>	<p>استراتژی های (WO)</p> <p>برگزاری کارگاههای آموزشی برای آشنایی شرکت ها با ظرفیت های موجود و قوانین و مقررات شرکت های دانش بنیان (W¹O¹), (W³O⁵), (W³O¹)</p>	<p>فهرست فرصت ها (O)</p> <p>۱-وجود پارک علم و فناوری در استان</p> <p>۲-وجود قوانین و مقررات برای حمایت از شرکت های دانش بنیان</p> <p>۳-وجود تسهیلات برای پرداخت به شرکت های دانش بنیان</p> <p>۴-وجود دانشگاههای متعدد در استان</p> <p>۵-وجود افراد متخصص و تحصیل کرده در استان</p>
<p>استراتژی های (ST)</p> <p>استفاده از اساتید و اعضا هیات علمی در شرکت ها به عنوان عضو یا مشاور شرکت. (S²O¹) و (S²O³) و (S⁴O⁴)</p>	<p>استراتژی های (WT)</p> <p>با شرکت در کارگاهها و دوره های آشنایی با قوانین و مقررات شرکت های دانش بنیان با کمک اساتید دانشگاه از مزایا و تسهیلات شرکت های دانش بنیان برخوردار شوند. (W¹T¹)</p>	<p>فهرست تهدیدات (T)</p> <p>۱- عدم ارتباط با دانشگاهها و مراکز علمی</p> <p>۲-نداشتن اطلاعات کافی راجع به شرکت های دانش بنیان</p> <p>۳-عدم استفاده از تسهیلات مربوط به شرکت های دانش بنیان</p> <p>۴-عدم امکان رقابت محصولات شرکت با رقیبا</p> <p>۵-عدم تطابق محصولات شرکت با محصولات شرکت های دانش بنیان</p>

خروجی ماتریس SWOT چهار استراتژی و راهبرد را برای شرکت های بخش تعاون استان خراسان جنوبی مشخص نمود. استراتژی (SO): در واقع این استراتژی استفاده از فرصت ها با کمک قوت ها و توانایی های داخلی شرکت ها را پیشنهاد می نماید. راهبرد این استراتژی استفاده از ظرفیت دانشگاهها و پارک های علم وفناوری را برای تبدیل شرکت ها به شرکت های دانش بنیان و ثبت محصولات در سامانه دانش بنیان را توصیه می کند.

استراتژی (ST): این استراتژی بهره گیری از قوت های داخلی را برای مقابله با تهدید های بیرونی پیشنهاد می کند. راهبرد این استراتژی ظرفیت استادان دانشگاهها و اعضا هیات علمی در شرکت ها به عنوان عضو یا مشاور در شرکت های تعاونی استان را توصیه می کند. استراتژی (WO): در واقع این استراتژی استفاده از فرصت های محیط بیرونی را برای از بین بردن ضعف های بیرونی را پیشنهاد می کند. بر این اساس برگزاری کارگاههای آموزشی برای آشنایی شرکت های تعاونی استان با ظرفیت های موجود، قوانین و مقررات شرکت های دانش بنیان و نحوه بارگذاری اطلاعات در سامانه دانش بنیان توصیه می شود.

استراتژی (WT): این استراتژی وجود تهدید در محیط بیرون و ضعف در محیط درونی را بررسی می کند. راهبرد پیشنهادی اجتناب از تهدید ها و کاهش ضعف ها و تبدیل آنها به قوت است. تلاش در جهت بهرمندی شرکت ها از مزایا و تسهیلات شرکت های دانش بنیان توصیه می شود.

نتیجه گیری

این پژوهش به منظور برنامه ریزی استراتژیک شرکت های دانش بنیان براساس مدل SWOT در بخش تعاون استان خراسان جنوبی انجام گرفته است. نتایج ارزیابی وضعیت شرکت های بخش تعاون استان را، از جهت امکان سنجی تبدیل به شرکت های دانش بنیان نشان داد.



نتایج بیان داشت که بیش از ۶۸ درصد مدیران شرکت های تعاونی مورد پژوهش با قوانین و مقررات دانش بنیان آشنایی ندارند و همچنین بیش از ۷۰ درصد از آنان با فعالیت ها و اهداف پارک علم و فن آوری آشنا نمی باشند. از طرفی آشنایی مدیران از جهت قابلیت تبدیل تولیدات و محصولات به تولیدات و محصولات دانش بنیان و توان رقابت شرکت ها به ترتیب کمتر از ۷۸ و ۸۰ درصد است، این در حالی است که بیش از ۸۰ درصد مدیران از مزایای شرکت های دانش بنیان مطلع نبوده اند. بطور کلی شرکت های مورد پژوهش از نظر بهره گیری از توان دانشگاه ها و موسسات پژوهشی و نیز استفاده از نیروهای دانش آموخته دانشگاهی در بیش از ۶۳ درصد زیر متوسط ارزیابی شده اند. بنابراین می توان چنین استنباط نمود که در شرایط فعلی در کل با توجه به پایین بودن وضعیت شرکت های بخش تعاون استان از حیث تبدیل به دانش بنیان شدن در سطح کمتر از ۳۰ درصد توان تطبیق با شاخص های دانش بنیان شدن را دارا می باشند. لذا به نظر می رسد نیاز سنجی آموزشی و برنامه ریزی در راستای ارتقای شاخص های دانش بنیانی در شرکت های بخش تعاون استان ضرورتی اجتناب ناپذیر است که می تواند آینده نوید بخشی را برای این تعاونی ها را در سند چشم انداز و اقتصاد مقاومتی و تولیدات دانش بنیانی و خودکفایی و اشتغال و کارفرآینی رقم بزنند. در انتها با عنایت به راهبردهای چهارگانه فوق برای شرکت های تعاونی استان موارد ذیل پیشنهاد می شود:

- ۱- برگزاری کارگاه های فصلی برای مسولین شرکت های تعاونی استان
- ۲- استفاده از ظرفیت پارک علم و فناوری برای برگزاری کارگاه ها و کلاس های آموزشی
- ۳- ارتباط بیشتر با دانشگاه ها و مراکز آموزش استان
- ۴- ترغیب اعضا هیات علمی دانشگاه ها برای راه اندازی شرکت های تعاونی
- ۵- برگزاری یک دوره ویژه آشنایی با قوانین و مقررات شرکت های دانش بنیان برای کلیه مسولین شرکت های تعاونی استان
- ۶- بروز رسانی مشخصات و جزئیات شرکت های تعاونی استان شامل آدرس و تلفن

منابع

- ۱) احمدی جشوقانی، عبدالله و اسماعیلیان، غلامرضا (۱۳۹۴). ارزیابی اولویت بندی عوامل مؤثر بر بهبود تدوین استراتژی شرکت های کوچک و متوسط دانش بنیان با استفاده از مدل ANP مورد مطالعه شرکت های مستقر در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان. نشریه مدیریت فردا. سال سیزدهم، شماره ۴۳. صص ۱۳۳-۱۲۰.
- ۲) استیری، روح الله و مشیری، بنیامین (۱۳۸۸)، ابزارهای تأمین مالی بنگاه های دانش بنیان. مجموعه مقالات دومین کنفرانس بین المللی توسعه نظام تأمین مالی در ایران.
- ۳) اکبرزاده، نجمه و شفیق زاده، احسان (۱۳۹۱)، بررسی نقش دولت در بهبود روند ایجاد و توسعه کسب و کارهای دانش بنیان، فصلنامه رشد فناوری، سال نهم، شماره ۳۳، صص ۴۶-۵۳.
- ۴) الهیاری فرد، نجف و عباسی، رسول (۱۳۹۰)، بررسی الگوی مناسب ساختار سازمانی شرکت های دانش بنیان، فصلنامه رشد فناوری، سال هشتم، شماره ۲۹، صص ۴۷-۵۴.
- ۵) امینی، الهام؛ بنی اسدی، محمد؛ حاتمی، مهرداد و وحیدی، حسین (۱۳۹۵)، بررسی عوامل مؤثر بر پیشرفت شرکت های دانش بنیان با استفاده از تحلیل سلسله مراتبی، مطالعه موردی پارک تهران، نشریه رشد فناوری. شماره ۴۸. صص ۲۲-۲۸.
- ۶) انتظاریان، ناهید (۱۳۹۴)، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه، شماره ۱۸۰، صص ۲۰-۲۷.
- ۷) ایزدیان، زینب، عبدالهی، بیژن و کیانی، مراد (۱۳۹۲)، مدیریت دانش الگویی جهت مدیریت شرکت های دانش بنیان مستقر در پارک های علم و فناوری، فصلنامه رشد فناوری، سال دهم، شماره ۳۷، صص ۶۴-۷۰.
- ۸) بیک زاده، جعفر (۱۳۷۵)، تعاونی های زنان، کلید مشارکت و بهبود موقعیت آنان در توسعه، مجله تعاون، شماره ۷۷، صص ۳۶-۴۱.
- ۹) حمیدیان پور، فخریه؛ شفیعی، محبوبه و دهقانی، مریم (۱۳۹۶). ارائه مدل مفهومی جهت بررسی تاثیر کارآفرینی استراتژیک بر نوآوری استراتژیک در شرکتهای دانش بنیان شهرستان بوشهر. نشریه مدیریت فردا. سال شانزدهم، شماره ۵۱. صص ۱۳۳-۱۴۶.
- ۱۰) دیویس، پیتر (۱۳۸۱)، هدف ارزش ها و مدیریت تعاونی ها در قرن ۲۱. مترجم: کریم حبیب پور کتانی، مجله تعاون و کشاورزی، شماره ۱۳۷، پیاپی ۲۲۶، صص ۳۷-۳۲.



- ۱۱) سوزنچی کاشانی، ابراهیم (۱۳۹۳)، اقتصاد دانش بنیان: تاملی در مفاهیم و نظریه ها، اصفهان: انتشارات دارخوین.
- ۱۲) عظیمی، ناصرعلی و برخوردار، سجاد (۱۳۸۹)، شناسایی بنیان های اقتصاد دانش بنیاد، تهران: انتشارات مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور.
- ۱۳) علی احمدی، علیرضا (۱۳۸۲) نگرشی جامع بر مدیریت استراتژیک، انتشارات مدیریت دانش
- ۱۴) فخاری، حسین (۱۳۹۳)، بازخوانی تعریف شرکت های دانش بنیان بر اساس شرایط اقتصادی کشور، فصلنامه سیاست علم و فناوری، سال ۶، شماره ۴، ص ۸۸-۶۹.
- ۱۵) فخاری، حسین، سلیمانی، داوود و دارایی، محمدرضا (۱۳۹۲)، بررسی اثرات تحریم های اقتصادی بر عملکرد شرکت های دانش بنیان کشور، فصلنامه سیاست علم و فناوری، سال پنجم شماره ۳، ص ۱-۱۶.
- ۱۶) فردآر، دیوید، (۱۳۷۹)، "مدیریت استراتژیک"، ترجمه علی پارسائیان، سید محمد اعرابی، تهران، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی، ص ۳۶۶-۳۶۰.
- ۱۷) قاضی نوری، سروش؛ سرکیسیان، آلفرد و علیزاده، پریسا (۱۳۸۸)، دولت و فن آوری کارآفرینی، تهران: انتشارات مرکز تحقیقات صنعتی.
- ۱۸) قلی پور، مجتبی؛ وحدت زاد، محمدعلی؛ اولیاء، محمدصالح و خادمی زارع، حسن (۱۳۹۴)، شناسایی و اولویت بندی چالش های شرکت های دانش بنیان با استفاده از روش شبکه عصبی مصنوعی (مطالعه موردی: شرکت های دانش بنیان یزد). نشریه رشد فناوری، شماره ۴۵، ص ۱۷-۲۵.
- ۱۹) کارشناس، عباس و محمدی، کمال (۱۳۹۰)، مفاهیم هوش فناوری و توسعه سیستم. تهران: انتشارات یوسف.
- ۲۰) کاظمی، موسی (۱۳۸۷)، قانون اساسی و تکلیف همسانی عدالت اجتماعی و توسعه اقتصادی و الزامات بند ب سیاست های اصل ۴۴، ماهنامه تعاون ۹۳ و ۱۹۴، ص ۴-۸.
- ۲۱) مجلس شورای اسلامی (۱۳۸۹)، قانون حمایت از شرکت ها و مؤسسات دانش بنیان و تجاری سازی نوآوری ها و اختراعات.
- ۲۲) مافی، عزت الله، ساقی، مهدی (۱۳۸۸). کاربرد مدل SWOT در تحلیل مدیریت گردشگری: مطالعه موردی کلانشهر مشهد. مجله جغرافیا و توسعه، ۱۴، ۲۷-۵۰.
- ۲۳) هریسون، جفری، جان، کارون، (۱۳۸۲)، "مدیریت استراتژیک"، ترجمه بهروز قاسمی، تهران، انتشارات هیأت، ص ۱۹۲.
- ۲۴) Choi, Byounggu. & Lee H, *An empirical investigation of KM styles and their effect on corporate performance. Elsevier. Information and management Journal. Volume 40 Issue ۰, pp. ۴۰۳-۴۱۷. (۲۰۰۳).*
- ۲۵) C.Fisher, (۱۹۸۹), "Current and Recurrent Challenges in HRM, *Journal of Management*", Vol ۱۵, P ۱۸۰-۱۵۷
- ۲۶) Gao, C. and Peng, D. (۲۰۱۱). *Consolidating SWOT analysis with nonhomogeneous uncertain Preference information. Knowledge-Based Systems, ۲۴, ۸۰۸-۷۹۶. Retrieved December 22, ۲۰۱۰ from: <http://www.scienceDirect.com>*
- ۲۷) Gorman, G.G. & McCarthy, S. "Business Development Support & knowledge-Based Businesses", *Journal of Technology Transfer, Volume 31, Issue 1, pp 131-143. January, (2006).*
- ۲۸) Kajanus, M., Kangas, J. and Kurttila, M., 2004. *The use of value focused thinking and the A'WOT hybrid method in tourism management. Tourism Management, 25, pp. 499-506*



- ۲۹) Kmieciak, R. Michna, A. & Meczynska, A. "Innovativeness, empowerment and IT capability: evidence from SMEs", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 112 Issue: ۹, pp. ۷۰۷-۷۲۸. (۲۰۱۲).
- ۳۰) Moradi, M., Badja, M. & Vallespir, B. *Knowledge Based Enterprise Engineering (KBEE): A Modeling Framework for Enterprise Knowledge Capitalization*, *IFIP Advances in Information and Communication Technology*. Vol.338, pp.433-440. (2010).
- ۳۱) Sharma, A. Dua, S. & Hatwal, V. "Micro Enterprise Development And rural Women Entrepreneurship: Way for Economic, Empowerment, A Journal of Economics and Management", Vol.1 Issue 6, pp.114-127. September(2012).
- ۳۲) Shrestha, R.K., Alavalapati, J.R.R. and Kalmbacher, R.S., 2004. *Exploring the potential for silvopasture adoption in South-central Florida: an application of SWOT-AHP method*. *Agricultural Systems*, ۸۱, pp. ۱۸۵-۹۹.