



Identifying The Selection Criteria Which Are Employed To Choose Applicant Companies In Incubator Centers (Incubator Center of Ferdowsi University of Mashhad)

Samaneh Dehnavi¹, Mostafa Kazemi^{2,*}, Alireza Khorakian³

¹. M.A Student of Industrial Management, Department of Management

^{2,*}. Corresponding author: Professor, Department of Management

³. Associate Professor, Department of Management

M.A Student of Industrial Management, Department of Management, Ferdowsi University of Mashhad, Samaneh_dehnavi@yahoo.com

Faculty of Economics and Administrative sciences Ferdowsi University of Mashhad, kazemi@um.ac.ir

Faculty of Economics and Administrative sciences Ferdowsi University of Mashhad, a.khorakian@um.ac.ir

چکیده

شرکت‌های کوچک و متوسط، نقش مهمی را در ارتقاء نوآوری و اشتغال ایفا می‌کنند؛ اما توسعه فعالیت این شرکت‌ها در گرو حمایت مراکز رشد می‌باشد. اگرچه مراکز رشد در مخاطرات این شرکت‌ها شریک هستند؛ ولی در صورت بکارگیری شاخص‌های مناسب در مرحله پذیرش، می‌توان این مخاطرات را به حداقل ممکن کاهش داده و منابع موجود را به شرکت‌های ذی صلاح اختصاص داد. به دلیل نبودن ایده مراکز رشد و شرکت‌های کوچک و متوسط و تجربه کم این نوع فعالیت‌ها در کشور، تحقیقات کمی تاکنون به این مهم پرداخته اند. لذا هدف این پژوهش شناسایی شاخص‌های پذیرش شرکت‌های متقاضی حضور در مراکز رشد می‌باشد که برای دستیابی به این مهم، از روش کیفی و مصاحبه عمیق استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق مدیران و کارشناسان مرکز رشد دانشگاه فردوسی مشهد و همچنین مدیران عامل موفق و ناموفق شرکت‌های مستقر در مرکز رشد دانشگاه فردوسی مشهد می‌باشد. نمونه‌گیری به صورت هدفمند و با استفاده از روش گلوله برفی انجام شد که در نهایت با رسیدن به اشباع نظری در مجموع با ۲۲ نفر مصاحبه انجام شد. با بهره‌گیری از تحلیل محتوای کیفی ۳۹ شاخص پذیرش شناسایی شد که این ۳۹ شاخص در ۸ مقوله ویژگی‌های فردی، طرح و ایده محوری، تیم کاری، بازار، مالی، راهبرد، محیط و ارائه مدارک آموزشی طبقه‌بندی گردیدند.

مقدمه

محور اصلی فرآیند حرکت به سوی یک اقتصاد پویا و مقاوم، ایجاد بخش خصوصی، توسعه کارآفرینی و ایجاد شرکت‌های کوچک و متوسط می‌باشد. موسسات نوپا و شرکت‌های کوچک و متوسط به دلیل تهیه و تولید محصولات یا خدمات فناورانه در رونق اقتصادی پایدار و به تبع آن کارآفرینی نقش بسیار مؤثری دارند [۱]. با این حال مطالعات اخیر نشان داده‌اند که این نوع شرکت‌ها با بحران ادامه حیات مواجه بوده و آمادگی بالایی برای شکست خوردن در فرآیند رشد، کوچک ماندن و ظرفیت رشد کمتر نسبت به دیگر شرکت‌های فناوری بالا دارند [۲]. لذا واضح است که توسعه این شرکت‌ها در گرو ایجاد زیر ساخت‌های لازم برای کاهش خطرپذیری آن‌ها در دوران شروع فعالیت‌شان می‌باشد [۳]. از جمله مهم‌ترین این زیر ساخت‌ها در کشورهای توسعه یافته مراکز رشد هستند. الگوی مراکز رشد یکی از راه‌های کاهش ریسک و افزایش ضریب موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط توسط آنان و تبدیل این شرکت‌ها به شرکت‌های دانش-بنیان بر اساس محصولات فناورانه بوده [۱] و وظیفه اصلی مراکز رشد کمک به ایجاد و رشد شرکت‌های کوچک و متوسط می‌باشد. اما با توجه به نرخ بالای شکست این شرکت‌ها، یکی از مهم‌ترین فرآیندهای کاری در هر مرکز رشد، فرآیند پذیرش شرکت‌های متقاضی حضور می‌باشد. اگرچه مرکز رشد در مخاطرات شرکت‌های نوپا شریک است؛ ولی در صورت بکارگیری یک الگوی مطمئن در مرحله پذیرش شرکت‌های نوپا می‌توان این مخاطرات را به حداقل ممکن کاهش داد. اما با مطالعه مقالات مرتبط و تحقیقات پیشین این نتیجه حاصل شد که به دلیل نبودن ایده مراکز رشد و شرکت‌های کوچک و متوسط و تجربه کم این نوع فعالیت‌ها در کشور تاکنون شاخص‌ها و عوامل تثبیت شده‌ای در پذیرش این شرکت‌های متقاضی معرفی نشده است. از سویی دیگر طی مصاحبه‌ای که با کارشناسان مرکز رشد دانشگاه فردوسی مشهد انجام شد، به این مسأله اشاره شد که با وجود اینکه شاخص‌هایی برای پذیرش شرکت‌های متقاضی حضور در مرکز رشد در دسترس کارشناسان و ارزیابان قرار دارد؛ ولی تاکنون هیچ بهبود و بازنگری علمی روی این شاخص‌ها انجام نشده و هم-چنین این نکته روشن شد که برخی از این شاخص‌ها صرفاً با اقتباس از تجربه‌های دیگر مراکز رشد و بدون توجه به اهداف و شرایط مرکز رشد دانشگاه فردوسی مشهد تدوین شده‌اند.

لذا در این پژوهش سعی گردیده با توجه به خلأ مطالعاتی مذکور و با یک دید مسأله محور و ضمن بهره‌گیری از اصول و مبانی نظری مرتبط با این فرآیند در مطالعات پیشین و هم‌چنین با در نظر گرفتن شرایط واقعی موجود به شناسایی شاخص‌های کلیدی در فرآیند پذیرش شرکت‌های متقاضی حضور و ارائه الگویی متناسب با شرایط، اهداف و مأموریت مرکز رشد دانشگاه فردوسی مشهد با در نظر گرفتن نظر مدیران، کارشناسان و ارزیابان پرداخته شود.

روش پژوهش

در این پژوهش از روش تحقیق کیفی استفاده شده است؛ به طوری که برای احصا و شناسایی شاخص‌های مربوط به مورد مطالعه، مصاحبه عمیقی با خبرگان انجام شد. جامعه آماری این تحقیق شامل مدیران، کارشناسان و اعضای شورای فناوری و هم‌چنین مدیران شرکت‌های (واحدهای فناور) موفق و ناموفقی که در مرکز رشد دانشگاه فردوسی مشهد حضور داشته‌اند می‌باشد. در این تحقیق از نمونه‌گیری هدفمند و روش گلوله‌برفی استفاده شده است. پایان نمونه‌گیری بر اساس اشباع نظری داده‌ها مشخص گردید که این حالت زمانی رخ می‌دهد که داده بیش‌تری که سبب توسعه، تعدیل، بزرگ‌تر شدن یا اضافه‌شدن به تئوری موجود گردد، به پژوهش وارد نشود [۴]. لذا با رسیدن به مرحله اشباع نظری، پژوهشگر تعداد مصاحبه‌های انجام شده را کافی دانست و در مجموع با ۲۲ نفر مصاحبه انجام شد. روش انتخابی این پژوهش در راستای تجزیه و تحلیل داده‌ها، مبتنی بر استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی مصاحبه‌های انجام شده به جهت شناسایی شاخص‌های پذیرش در مرکز رشد دانشگاه فردوسی مشهد می‌باشد.

یافته‌های پژوهش

در ابتدا متن کامل مصاحبه‌ها از روی فایل صوتی ضبط‌شده، نوشته شد تا از این طریق، شرایط لازم برای کدگذاری فراهم شود؛ و تحلیل مصاحبه‌ها در سه گام انجام شد. در نخستین گام تحلیل، کدگذاری اولیه یا همان شناسایی شواهد انجام شد. در گام بعد به‌منظور کدگذاری ثانویه، موارد مشابه دسته‌بندی شده و با حذف موارد تکراری، در نهایت ۳۹ شاخص پذیرش شرکت‌های متقاضی حضور در مرکز رشد شناسایی شد.

در گام نهایی تحلیل مصاحبه‌ها، شاخص‌های شناسایی شده بر اساس تشابه موضوعی و مفهومی در مقوله‌هایی دسته‌بندی می‌شوند؛ که در این پژوهش در نهایت ۸ مقوله طبق جدول زیر ایجاد شد.

ردیف	مقوله‌ها	مؤلفه‌ها
۱	ویژگی‌های فردی	انگیزه، ریسک پذیری، قدرت رهبری و مدیریتی، آموزش پذیری، مهارت مذاکره و برقراری ارتباط، خودکارآمدی و اعتماد به نفس، روحیه سختی‌پذیر، روحیه کار تیمی
۲	طرح و ایده محوری	طرح و ایده نوآورانه، ایده قابلیت رشد و توسعه داشته باشد، مشخص بودن سطح نوآوری ایده، بازارپسند بودن طرح و ایده، نوآوری مبتنی بر دانش باشد، طول عمر ایده، میزان ایجاد اشتغال، حفظ مزیت رقابتی، ایده قابلیت اجرا داشته باشد.
۳	تیم کاری	سطح توانمندی‌ها و سوابق اجرایی و مدیریتی اعضای تیم، وجود مهارت‌های متنوع در اعضای تیم، احاطه علمی اعضای تیم به ایده محوری، شفاف و مشخص بودن وظیفه اعضای تیم، اهداف اعضای گروه در یک جهت باشد، حضور حداقل یکی از اعضای تیم به صورت تمام وقت.
۴	بازار	شناخت و تحلیل رقبای کسب و کار، انجام تحقیقات شناخت و سنجش وضعیت بازار، شناخت مشتریان و اندازه جامعه هدف، شناخت نیاز و توانایی ایجاد بازار مناسب و کسب و کار پایدار، دسترسی به مواد اولیه.
۵	مالی	وجود پشتوانه مالی، مشخص بودن میزان سرمایه اولیه مورد نیاز، شفاف بودن میزان هزینه، درآمد، سود، قیمت تمام شده
۶	راهبرد	شفاف بودن چشم انداز کسب و کار و اهداف بلندمدت، وجود برنامه توسعه ایده و حفظ مزیت رقابتی، وجود برنامه و استراتژی ورود به بازار، وجود برنامه و استراتژی مواجهه با مسائل غیر قابل پیشبینی
۷	محیط	آگاهی از قوانین و نگاه جامع به محیط پیرامون، آگاهی از قوانین مالیاتی، آگاهی از قوانین و مسائل حقوقی
۸	ارائه مدارک آموزشی	

نتیجه‌گیری

همان‌طور که پیشتر اشاره شد، ایجاد و تأسیس شرکت‌های کوچک و متوسط با ریسک بالایی همراه است بنابراین با توجه به بالا بودن نرخ شکست و عدم موفقیت این شرکت‌ها، تصمیم‌گیری در انتخاب ایده‌های نوآورانه و بررسی‌های قبل از پذیرش این شرکت‌ها ضرورت و اهمیت پیدا می‌کند. به این معنی که این مراکز ارزیابی دقیقی از شرکت‌های متقاضی حضور قبل از پذیرش به عمل آورند. از این‌رو این پژوهش با هدف شناسایی شاخص‌های پذیرش شرکت‌های متقاضی حضور در مراکز رشد، مرکز رشد دانشگاه فردوسی مشهد را مورد بررسی قرار داد و پس از انجام مصاحبه‌های عمیق با تیم خبره و تحلیل کیفی محتوای مصاحبه‌ها؛ شاخص‌های پذیرش را در ۸ مقوله ویژگی‌های فردی، ایده محوری، تیم کاری، بازار، مالی، راهبرد، محیط و آموزش طبقه‌بندی کرد.

منابع

- [۱] فروغی، غلام رضا؛ خرم نژاد، مقدا و هاشمی، سیدمحمدحسین. (۱۳۹۶). نقش مرکز رشد در توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط صنایع دریایی. ارائه شده در پنجمین همایش ملی شناورهای تندرو، تهران، انجمن علمی پژوهشی دریایی، دانشگاه صنعتی مالک اشتر.
- [۲] چهرمی، امین؛ پورکریمی، جواد؛ انتظار، یعقوب و اخوان، امیرناصر. (۱۳۹۵). تحلیل شرکت‌های نوپای مبتنی بر دستاوردهای تحقیقات دانشگاهی از منظر رویکرد منبع محور. فصلنامه تخصصی رشد فناوری، ۱۲ (۴۶)، ۱۶-۲۵.
- [۳] مؤتمنی، علیرضا؛ حسین آبادی، محمد و همتی، امین. (۱۳۹۱). ارزیابی نرخ موفقیت واحدهای فناور مستقر در پارک‌ها و مراکز رشد علم و فناوری. فصلنامه تخصصی رشد فناوری، ۸ (۳۲)، ۳۲-۴۰.

[۴] Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research methods in education*.

Identifying The Selection Criteria Which Are Employed To Choose Applicant Companies In Incubator Centers (Incubator Center of Ferdowsi University of Mashhad)

Abstract

Small and Medium sized Enterprises (SME) have a pivotal role in innovation and employment promotion, however developing their activities are contingent upon Incubator Centers' supports. One of the most essential practice in incubator centers is selection process. Despite the importance of the selection process, for the reason that the incubator centers idea and their activities are novel in Iran, few research projects have studied the selection criteria in Iran's incubator centers. The present study aims at identifying the selection criteria which are employed to choose applicant companies in incubator centers. To achieve the purpose, qualitative method has been used by deep interviews. This is accomplished by interviewing with 22 managements, experts, successful and unsuccessful executives from incubator center of Ferdowsi University of Mashhad. The participants were selected by employing snowball sampling. Interviews scrutinized by qualitative content analysis and consequently 39 selection criteria were identified which these criteria were classified as 8 categories consist of individual characteristics, basic idea, working group, market and finance aspects, strategy, environment and submission of educational documents.

Keywords: Selection Criteria, Selection Process, Incubator Center, Content Analysis.