

## شناسایی عوامل موثر بر محیط کسب و کار شرکتهای تولیدی با تکنیک دلفی فازی

محمد احمدخانی ها<sup>۱</sup>

<sup>۱</sup> کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

### چکیده

محیط کسب و کار یک شرکت ساختاری است که اندازه گیری آن پیچیده و سخت است. در اقتصاد هر کشوری محیط کسب و کار بسیار مهم است زیرا بر بهبود تولید ناخالص داخلی و رقابت شرکتهای اثر گذار است. عواملی وجود دارد که بر محیط کسب و کار اثر گذارند. آنها مواردی همچون حاکمیت، رقابت، شفافیت، کیفیت بروکراسی، فساد و نظم و قوانین، سیستم های قانونی و زیر ساختارها و دیگر موارد را در بر می گیرد. هدف اصلی این پژوهش شناسایی عوامل موثر بر محیط کسب و کار شرکتهای تولیدی می باشد. این پژوهش کاربردی و از نوع توصیفی- توسعه ای (اکتشافی) و پیمایشی است که در سال ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ در شرکت های تولیدی انجام شد. برای انجام پژوهش در تکنیک دلفی و دلفی فازی ۲۰ نفر از متخصصین انتخاب شدند. در این پژوهش دو سوال اصلی تنظیم شد. بعد از تکمیل پژوهش و محاسبات ریاضیاتی دلفی فازی ۱۷ عامل موثر بر محیط کسب و کار شرکتهای تولیدی مشخص شدند. بر اساس محاسبات ماتریسی مشخصه های مشتریان، تأمین کنندگان و رقبا محیط ترین عوامل بودند.

**واژه های کلیدی:** محیط کسب و کار، شرکتهای تولیدی، دلفی فازی

## مقدمه

امروزه با توجه به ظهور مداوم پدیده های نو و پیچیده یکی از چالشهای اساسی رشد اقتصادی مهیا شدن محیطی است که کارآفرینان و کارگزاران اقتصادی، اعم از بنگاه ها و سرمایه گذاران در آن مشغول فعالیت و کسب و کار باشند. در روند توسعه در مورد نقش دولت و بازار و سهم آنها از رشد اقتصادی موضوعات متعددی وجود دارد؛ اما در شرایط فعلی اقتصاد جهان، اجماع فزاینده ای در مورد عملکرد کارای اقتصاد مبتنی بر افزایش سهم بخش خصوصی در اقتصاد شکل گرفته است. ورود بخش خصوصی و کارآفرینان به عرصه فعالیتهای اقتصادی و به تبع آن ارتقای رشد اقتصادی مستلزم ایجاد بستر مطلوب کسب و کار می باشد. محیط مطلوب کسب و کار موجب فراهم آوردن انگیزه و امنیت لازم و به حداقل رساندن موانع موجود پیش روی تولید می شود (باصری و شاه حسینی، ۱۳۸۹).

تولید، فرایندی است که بر اساس آن، یک فعالیت تولیدی به برخی شرایط (قبل از شروع تولید و بعد از شروع تولید) نیاز دارد. یکی از مهمترین شرایط لازم برای شروع تولید، محیط کسب و کار مناسب است و یکی از مهمترین عواملی که باید پس از شروع تولید - در حین فرایند تولید و در زمان عرضه محصول و صادرات آن - مهیا گردد، آزادی اقتصادی است (بابکی و سلیمی فر، ۱۳۹۳). مطالعات زیادی نشان داده اند که محیط کسب و کار بر عملکرد شرکت ها و توسعه اقتصادی اثر گذار است. محیط کسب و کار در کشورهای مختلف متفاوت است. این موضوع با توجه به تفاوت های موجود در شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و امثالهم نشاندهنده این است که عوامل متفاوتی بر محیط کسب و کار شرکت های موجود در کشورهای مختلف اثر گذار است. برای مثال مطالعات مختلف عوامل اثرگذاری همچون قوانین و مقررات، حاکمیت، شرایط رقابتی، شفافیت، کیفیت بوروکراسی اداری، فساد و ترتیب و مقررات، سیستم های قانونی و زیربناها و ... را تاکنون شناسایی نموده اند که هر یک در کشورهای مختلفی مطرح بوده اند که تعداد زیادی از مطالعات نشان داده اند که اولویت های شرایط رقابتی شرکت و همکاری شرکت مهم ترین عوامل اثرگذار بر محیط کسب و کارند (تیرثانکار و چانچال، ۲۰۱۸). محیط نامساعد کسب و کار، شرکت های کوچک و متوسط و کارآفرینان را در مقایسه با شرکت های بزرگ در معرض مشکلات بیشتر قرار می دهد. بر این اساس، اخیراً توجه به محیط کسب و کار به عنوان یکی از پیش نیازهای توسعه کارآفرینی مطرح شده است. به دلیل اهمیت محیط کسب و کار، هر ساله گزارش های متعدد بین المللی در زمینه رتبه بندی محیط کسب و کار کشورها منتشر می شود (احمد پور داریانی و همکاران، ۱۳۸۹). کشور ما دارای شرایط خاص خود می باشد و عوامل مربوطه دارای تفاوت هایی است که باید به صورت جداگانه بررسی گردد. همه موارد فوق سبب طرح مسئله بررسی عوامل اثر گذار بر محیط کسب و کار شرکتهای تولیدی و با توجه به محیط متفاوت بازار کشور شد.

## لذا سؤال های پژوهش برای رسیدن به اهداف پژوهش بدین شرح اند:

۱. عوامل موثر بر محیط کسب و کار شرکتهای تولیدی کدامند؟
۲. مهم ترین عوامل موثر بر محیط کسب و کار شرکتهای تولیدی کدامند؟

## روش شناسی پژوهش

پژوهش مربوطه از لحاظ هدف از نوع کاربردی است چرا که در شرکت های تولیدی کاربرد دارد و از لحاظ ماهیت از نوع توصیفی-اکتشافی می باشد چرا که به شناسایی چند متغیر می پردازد. از لحاظ نوع استدلال استقرایی است، چون ما به دنبال نتیجه گیری کلی از یک جز (پژوهش حاضر) هستیم.

## تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای پژوهش

## تعاریف مفهومی

**محیط کسب و کار:** مجموعه عواملی هستند که به طور مشترک بر اداره و عملکرد همه بنگاه ها در جامعه مورد مطالعه اثر می گذارند، نظیر قوانین و مقررات، میزان بارندگی، فرهنگ کاری در یک منطقه، ارتباطات با ذی نفعان موجود و ویژگی های ذی نفعان و ... (تریثانکار و چانچال، ۲۰۱۸).

**عوامل موثر بر محیط کسب و کار شرکتهای تولیدی:** عواملی هستند که بر اداره و عملکرد شرکتهای سهام عام تولیدی اثر گذار است (تریثانکار و چانچال، ۲۰۱۸).

**دلفی فازی:** روشی است که با نظر خواهی از متخصصین موضوع پژوهش در قالب اعداد فازی به پذیرش تا عدد آستانه ای ۰,۷ و در نهایت رتبه بندی نهایی عوامل موثر پژوهش می پردازد (حبیبی و همکاران، ۲۰۱۵).

## تعاریف عملیاتی

**محیط کسب و کار:** مجموعه عواملی هستند که به طور مشترک بر اداره و عملکرد همه بنگاه ها در جامعه مورد مطالعه اثر می گذارند، نظیر قوانین و مقررات، میزان بارندگی، فرهنگ کاری در یک منطقه، ارتباطات با ذی نفعان موجود و ویژگی های ذی نفعان (شامل محیط دولت، رقبا، عرضه کنندگان و مشتریان) و ... (تریثانکار و چانچال، ۲۰۱۸). در این پژوهش منظور محیط کسب و کار شرکتهای سهامی عام پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار است که برای این منظور محیط کسب و کار بازار سرمایه ایران مورد بررسی قرار می گیرد.

**عوامل موثر بر محیط کسب و کار شرکتهای تولیدی:** شامل مواردی همچون مدیریت هوشمندانه مشتریان، مدیریت هوشمندانه تامین کنندگان کالا و عرضه کنندگان، مدیریت هوشمندانه رقبا، فعالیت رقبا، قابلیت پیش بینی شرایط بازار، سلیقه مشتریان، تغییر نیازهای مشتریان، سیاست های مالیاتی، هزینه های منابع انسانی، هزینه مجوزها، کیفیت نظام قضائی در پیگیری دعاوی، قوانین و مقررات موجود، مشخصه های تولید کنندگان، سلامت سامانه اداری، هزینه های بازاریابی، تصمیمات و بافت سیاسی و اقتصادی در کلان و استراتژی شرکت ها و روش های تولید آنها می باشد.

**دلفی فازی:** روشی است که با نظر خواهی از متخصصین محیط کسب و کار شرکتهای تولیدی در قالب اعداد فازی به پذیرش و در نهایت رتبه بندی نهایی عوامل موثر بر محیط کسب و کار شرکتهای تولیدی می پردازد.

## پیشینه پژوهش

**شیوانی و نیشانت (۲۰۲۰)** پژوهشی با عنوان آیا وضعیت رقابتی شرکت بر کیفیت افشای ریسک اثرگذار است؟ انجام دادند. در این تحقیق تأثیر وضعیت رقابتی شرکت بر کیفیت افشای ریسک در گزارش های سالانه به منظور بهبود محیط کسب و کار شرکتها بررسی شد. یافته ها نشان داد که وضعیت رقابتی شرکت بر کیفیت افشای ریسک اثرگذار است.

**تریثانکار و چانچال (۲۰۱۸)** پژوهشی با عنوان عوامل موثر بر محیط کسب و کار محلی شرکت ها در کشورهای هند و چین انجام دادند. یافته ها نشان داد که عوامل شناسایی شده در هر دو کشور با یکدیگر تفاوت دارند. حاکمیت و پشتیبانی زیر بنایی در شکل دهی محیط کسب و کار هر دو کشور اثرگذارند گرچه در خصوص هند دینامیک های قانون مداری نقش بیشتری داشت. نتایج نشان داد که تفاوت های عمده در عوامل شناسایی شده با تفاوت های محیط کسب و کار مرتبط بود.

<sup>۲</sup>. Business Environment

<sup>۳</sup>. Shivaani and Nishant

**لیو (۲۰۱۷)** پژوهشی با عنوان ارتباط بین سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و عملکرد - با در نظر گرفتن نقش تعدیلی روابط تجاری و عدم اطمینان محیطی انجام داد. یافته ها نشان داد که بین ابعاد سرمایه فکری و عملکرد سازمان رابطه معناداری وجود دارد و سرمایه اجتماعی نقش تعدیلگری در خصوص ارتباط بین سرمایه فکری و عملکرد سازمان بازی می کند. به علاوه ارتباط تجاری در خصوص ارتباط بین سرمایه اجتماعی و عملکرد نقش مثبتی بازی می کند و عدم اطمینان محیطی در این ارتباط نقش منفی ایجاد می کند.

**دات (۲۰۱۵)** پژوهشی با عنوان تاثیر محیط کسب و کار بر عملکرد شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار انجام داد. یافته ها نشان داد که سیاست های دولت و قوانین مرتبط با دستمزد بر عملکرد شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تاثیرات مثبتی داشته است. همچنین نتایج نشان داد که گرچه میزان رشوه با عملکرد شرکتهای رابطه مثبتی دارد اما با افزایش میزان شدت رشوه این رابطه معکوس می شود و عملکرد شرکت ها کاهش می یابد.

**نانه و وانزیل (۲۰۱۲)** پژوهشی با عنوان دستیابی به عملکرد تجاری بهتر با بهبود رویه محیط کسب و کار در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار آفریقای جنوبی انجام دادند. یافته ها نشان داد که بین رویه های بازاریابی، رویه های برنامه ریزی راهبردی، رویه های مدیریت منابع انسانی، رویه های مدیریت ریسک و رویه های مدیریت عملکرد و رویه های کارگروهی و عملکرد شرکتهای تولیدی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین ۹۷ درصد از شرکتهایی که عوامل شش گانه فوق را مورد توجه قرار داده بودند دارای عملکرد خوبی بودند.

**شجاعی فرد (۱۳۹۸)** پژوهشی با عنوان توانمندسازی و ایجاد کارآفرینی روستایی در محیط های کسب و کار کوچک انجام داد. پرسشنامه تحقیق در ۴ مؤلفه و ۳۲ معرف مربوط به وضعیت گسترش کارآفرینی و اشتغال روستایی تدوین شد. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده و پاسخ به سؤال تحقیق از آمار توصیفی و تحلیل عاملی به شیوه تحلیل مؤلفه های اصلی در نرم افزار SPSS استفاده گردید. یافته ها نشان داد که به منظور توانمندسازی افراد مستعد برای کارآفرین شدن، باید فعالیت های کارآفرینانه را ترویج داده، روحیه کارآفرینی را پرورش داد و در نهایت محیطی کارآفرینانه حاکم گردانید.

**رهبر و همکاران (۱۳۹۷)** پژوهشی با عنوان شناسایی نظام گمرکی مطلوب ایران مبتنی بر سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی (با تاکید بر بهبود محیط کسب و کار) انجام دادند. بر اساس یافته های پژوهش، تاثیر درون دادهای نظام گمرکی مطلوب و برون دادهای نظام گمرکی مطلوب با در نظر گرفتن نقش تعدیل گری متغیر عوامل محیطی به ترتیب بر «فرایندها» و «پیامدها و دستاوردها»ی نظام گمرکی مطلوب، تاثیرگذار است. اما فرایندهای نظام گمرکی مطلوب با در نظر گرفتن نقش تعدیل گری عوامل محیطی بر برون دادهای نظام گمرکی مطلوب تاثیرگذار نمی باشد.

**ربیع منفرد (۱۳۹۵)** پژوهشی با عنوان تبیین عوامل موثر بر موفقیت شرکتهای دانش بنیان با تکنیک دلفی و رتبه بندی آنها با فرآیند تحلیل رتبه ای انجام داد. بعد از تکمیل پژوهش و محاسبات ریاضیاتی ماتریسی عوامل موثر بر موفقیت شرکتهای دانش بنیان رتبه بندی شدند. نهایتاً عامل درونی و سرمایه فکری به عنوان مهم ترین عوامل موثر بر موفقیت شرکتهای دانش بنیان شناسایی شدند.

**بابکی و سلیمی فر (۱۳۹۳)** پژوهشی با عنوان نقش محیط کسب و کار و آزادی اقتصادی در رشد اقتصادی کشورهای منتخب با رویکرد داده های تابلویی (۲۰۱۳-۲۰۰۴) انجام دادند. نتایج برآوردها با استفاده از روش داده های تابلویی نشان می دهد که محیط کسب و کار و آزادی اقتصادی، تاثیر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی دارند. همچنین، نتایج حاصل از آزمون برابری دو ضریب نشان می دهد که اثرگذاری آزادی اقتصادی نسبت به محیط کسب و کار بر رشد اقتصادی بیشتر است.

۴. Liu

۵. Dut

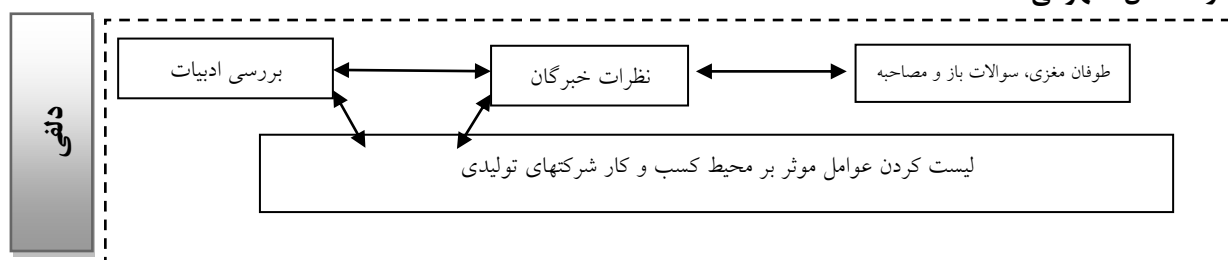
۶. Neneh and Vanzyl

**خضری (۱۳۸۹)** پژوهشی با عنوان دورنمای محیط کسب و کار در لایحه برنامه پنجم توسعه کشور انجام داد. در لایحه برنامه پنجم توسعه، که قاعداً باید در چارچوب سیاست های کلی و معطوف به اهداف آن تنظیم شده باشد، نیز بر بهبود محیط کسب و کار به مثابه راهبردی موثر برای توانمندسازی مردم در برابر فقر، بیکاری و تورم و نیز برای شکوفایی بیشتر اقتصاد کشور تاکید شده است.

**احمدپورداریانی و همکاران (۱۳۸۹)** پژوهشی با عنوان محیط مساعد کسب و کار، پیش نیاز توسعه کارآفرینی در ایران انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد محیط کسب و کار کشور از نظر کارشناسان داخلی نامساعد و نامطلوب است. نتایج این پژوهش با رتبه بندی الگوی بانک جهانی و سایر الگوهای محیط کسب و کار هم گرایی دارد.

**باصری و شاه حسینی (۱۳۸۹)** پژوهشی با عنوان بررسی تاثیر بهبود محیط کسب و کار بر رشد اقتصادی (مطالعه موردی کشورهای منتخب منطقه خاورمیانه) انجام دادند. نتایج نشان می دهد که بهبود رتبه شاخص محیط کسب و کار یکی از عواملی است که منجر به ارتقای رشد اقتصادی در این منطقه شده است؛ هر چند که این وضعیت در بین کشورها از شدت و ضعف هایی برخوردار می باشد. در عین حال حذف فضای دیوانسالارانه و تسهیل در قوانین و مقررات و سرعت بخشیدن در اجرای شروع یک کسب و کار از عوامل مهمی است که می تواند در ایجاد محیط مطلوب برای ارتقای رشد اقتصادی موثر باشد.

#### ارائه مدل مفهومی



#### پاسخ سوال های پژوهش

جامعه پژوهش شامل پژوهشگران و همچنین افراد متخصص و پاسخ دهنده موسسان و مدیران شرکت های تولیدی است. در خصوص پرسشنامه دلفی نمونه ای به تعداد ۲۰ نفر انتخاب شد (در تکنیک دلفی نمونه پژوهش باید بین ۵ تا ۲۰ متخصص باشد) که به روش گلوله برفی انتخاب می شوند (احمدی، ۱۳۸۸). بدین صورت که از نمونه اول نمونه پیشنهادی بعدی برای پاسخگویی به سؤالات پرسیده می شود.

**سوال اصلی پژوهش بدین شرح است:**

۱. عوامل موثر بر محیط کسب و کار شرکتهای تولیدی کدامند؟
  ۲. مهم ترین عوامل موثر بر محیط کسب و کار شرکتهای تولیدی کدامند؟
- برای پاسخگویی از مراحل زیر استفاده شد:

مطالعه متون تخصصی

نظرخواهی از کارشناسان خبره صرفاً برای نهایی نمودن مولفه ها

نظرخواهی از کارشناسان خبره برای نمره دهی فازی به مولفه ها

تایید نهایی با نظر خواهی از افراد مختلف آشنا با محیط کسب و کار شرکتهای تولیدی

پس از مطالعه متون تخصصی و نظرخواهی دلفی و دلفی فازی در نهایت عوامل زیر شناسایی شد:

جدول ۱: معرفی عوامل موثر بر محیط کسب و کار شرکتهای تولیدی

عوامل موثر	توضیحات
مدیریت هوشمندانه مشتریان	مشتریان یکی از مهم ترین بخش های کلی و شرکتی است که شرکت با رابطه خوب و وفاداری در محیط کسب و کار خود با آنها برخورد می کند.
مدیریت هوشمندانه تامین کنندگان کالا و عرضه کنندگان	تامین کنندگان کالا و عرضه کنندگان یکی از مهم ترین بخش های کلی و شرکتی است که شرکت با رابطه خوب و وفاداری در محیط کسب و کار خود با آنها برخورد می کند.
مدیریت هوشمندانه رقبا	رقبای هر شرکت همیشه بود و در اکثر موارد به نفع شرکت است و به همین دلیل باید با آنها به درستی برخورد کرد و به آنها دلباخته نشد.
فعالیت رقبا	فعالیت رقبا به شرکت ها کمک می کند تا بتوانند به درستی با آنها برخورد کنند و به آنها دلباخته نشوند.
قابلیت پیش بینی شرایط بازار	تغییرات ناگهانی و زیاده های زیاد در محیط کسب و کار شرکت ها را می تواند از بین ببرد و به شرکت ها کمک می کند تا بتوانند به درستی با آنها برخورد کنند.
سلیقه مشتریان	هر شرکت باید با مشتریان خود به درستی برخورد کند و به آنها دلباخته نشود.
تغییر نیازهای مشتریان	مشتریان به تدریج به تغییرات نیازهای خود می پردازند و به شرکت ها کمک می کند تا بتوانند به درستی با آنها برخورد کنند.
سیاست های مالیاتی	سیاست های مالیاتی به شرکت ها کمک می کند تا بتوانند به درستی با آنها برخورد کنند.
هزینه های منابع انسانی	هزینه نیروی انسانی به شرکت ها کمک می کند تا بتوانند به درستی با آنها برخورد کنند.
هزینه مجوزها	هزینه مجوزها به شرکت ها کمک می کند تا بتوانند به درستی با آنها برخورد کنند.
کیفیت نظام قضائی در پیگیری دعاوی	کیفیت نظام قضائی به شرکت ها کمک می کند تا بتوانند به درستی با آنها برخورد کنند.
قوانین و مقررات موجود	قوانین و مقررات به شرکت ها کمک می کند تا بتوانند به درستی با آنها برخورد کنند.
مشخصه های تولید کنندگان	مشخصه های تولید کنندگان به شرکت ها کمک می کند تا بتوانند به درستی با آنها برخورد کنند.
سلامت سامانه اداری	سلامت سامانه اداری به شرکت ها کمک می کند تا بتوانند به درستی با آنها برخورد کنند.
هزینه های بازاریابی	هزینه های بازاریابی به شرکت ها کمک می کند تا بتوانند به درستی با آنها برخورد کنند.
تصمیمات و بافت سیاسی و اقتصادی در کلان	تصمیمات و بافت سیاسی و اقتصادی به شرکت ها کمک می کند تا بتوانند به درستی با آنها برخورد کنند.
استراتژی شرکت ها و روش های تولید آنها	استراتژی شرکت ها و روش های تولید آنها به شرکت ها کمک می کند تا بتوانند به درستی با آنها برخورد کنند.

که محاسبات آن نیز به شرح ذیل بود:

مرحله اول: پاسخگویی در قالب فازی

جدول ۲: عوامل شناسایی شده

عوامل موثر بر محیط کسب و کار						نظر کارشناس خبره ۱			نظر کارشناس خبره ۲۰		
						N	M	L	N	M	L
مدیریت هوشمندانه مشتریان						۰.۹	۱	۱	۰.۹	۱	۱
مدیریت هوشمندانه تامین کنندگان کالا و عرضه کنندگان						۰.۹	۱	۱	۰.۹	۱	۱
مدیریت هوشمندانه رقبا						۰.۹	۱	۱	۰.۷۵	۰.۹	۱
فعالیت رقبا						۰.۷۵	۰.۹	۱	۰.۷۵	۰.۹	۱
قابلیت پیش بینی شرایط بازار						۰.۹	۱	۱	۰.۷۵	۰.۹	۱
سلیقه مشتریان						۰.۹	۱	۱	۰.۷۵	۰.۹	۱
تغییر نیازهای مشتریان						۰.۷۵	۰.۹	۱	۰.۷۵	۰.۹	۱
سیاست های مالیاتی						۰.۹	۱	۱	۰.۷۵	۰.۹	۱

عوامل موثر بر محیط کسب و کار			نظر کارشناس خبره ۱			نظر کارشناس خبره ۲۰		
N	M	L	N	M	L	N	M	L
۱	۱	۰.۹	۱	۱	۰.۹	۱	۱	۰.۹
۱	۱	۰.۹	۱	۱	۰.۹	۱	۱	۰.۹
۱	۰.۹	۰.۷۵	۱	۰.۹	۰.۷۵	۱	۰.۹	۰.۷۵
۱	۰.۹	۰.۷۵	۱	۰.۹	۰.۷۵	۱	۰.۹	۰.۷۵
۱	۱	۰.۹	۱	۱	۰.۹	۱	۱	۰.۹
۱	۱	۰.۹	۱	۱	۰.۹	۱	۱	۰.۹
۱	۱	۰.۹	۱	۱	۰.۹	۱	۱	۰.۹
۱	۱	۰.۹	۱	۱	۰.۹	۱	۱	۰.۹
۱	۱	۰.۹	۱	۱	۰.۹	۱	۱	۰.۹
۱	۱	۰.۹	۱	۱	۰.۹	۱	۱	۰.۹
۱	۱	۰.۹	۱	۱	۰.۹	۱	۱	۰.۹

مرحله دوم: محاسبات فازی برای میانگین گیری در این مرحله بر اساس طیف ۷ گزینه ای انجام می شود:

جدول ۳: محاسبات دلفی فازی

عوامل موثر بر محیط کسب و کار			جمع فازی			میانگین فازی		
$\Sigma L$	$\Sigma M$	$\Sigma N$	$\Sigma L/20$	$\Sigma M/20$	$\Sigma N/20$	$\Sigma L$	$\Sigma M$	$\Sigma N$
۱۵.۷	۱۸.۵۵	۱۹.۵	۰.۷۸۵	۰.۹۲۷۵	۰.۹۷۵	۱۵.۷	۱۸.۵۵	۱۹.۵
۱۷.۳	۱۹.۵۵	۱۹.۹	۰.۸۶۵	۰.۹۷۷۵	۰.۹۹۵	۱۷.۳	۱۹.۵۵	۱۹.۹
۱۳.۲	۱۶.۱۵	۱۷.۹	۰.۶۶	۰.۸۰۷۵	۰.۸۹۵	۱۳.۲	۱۶.۱۵	۱۷.۹
۱۲.۳۵	۱۵.۰۵	۱۷.۱	۰.۶۱۷۵	۰.۷۵۲۵	۰.۸۵۵	۱۲.۳۵	۱۵.۰۵	۱۷.۱
۱۴	۱۶.۹۵	۱۸.۹	۰.۷	۰.۸۴۷۵	۰.۹۴۵	۱۴	۱۶.۹۵	۱۸.۹
۱۴	۱۶.۹۵	۱۸.۹	۰.۷	۰.۸۴۷۵	۰.۹۴۵	۱۴	۱۶.۹۵	۱۸.۹
۱۲.۳۵	۱۴.۶۵	۱۶.۳	۰.۶۱۷۵	۰.۷۳۲۵	۰.۸۱۵	۱۲.۳۵	۱۴.۶۵	۱۶.۳
۱۵.۸	۱۸.۵۵	۱۹.۹	۰.۷۹	۰.۹۲۷۵	۰.۹۹۵	۱۵.۸	۱۸.۵۵	۱۹.۹
۱۷.۳	۱۹.۵۵	۱۹.۹	۰.۸۶۵	۰.۹۷۷۵	۰.۹۹۵	۱۷.۳	۱۹.۵۵	۱۹.۹
۱۶.۷	۱۹.۱۵	۱۹.۹	۰.۸۳۵	۰.۹۵۷۵	۰.۹۹۵	۱۶.۷	۱۹.۱۵	۱۹.۹
۱۳.۵۵	۱۶.۶۵	۱۸.۹	۰.۶۷۷۵	۰.۸۳۲۵	۰.۹۴۵	۱۳.۵۵	۱۶.۶۵	۱۸.۹
۱۴.۳۵	۱۷.۶۵	۱۹.۵	۰.۷۱۷۵	۰.۸۸۲۵	۰.۹۷۵	۱۴.۳۵	۱۷.۶۵	۱۹.۵
۱۷.۳	۱۹.۵۵	۱۹.۹	۰.۸۶۵	۰.۹۷۷۵	۰.۹۹۵	۱۷.۳	۱۹.۵۵	۱۹.۹
۱۵.۷	۱۸.۵۵	۱۹.۵	۰.۷۸۵	۰.۹۲۷۵	۰.۹۷۵	۱۵.۷	۱۸.۵۵	۱۹.۵
۱۴.۹	۱۷.۵۵	۱۸.۹	۰.۷۴۵	۰.۸۷۷۵	۰.۹۴۵	۱۴.۹	۱۷.۵۵	۱۸.۹
۱۶.۷	۱۹.۱۵	۱۹.۹	۰.۸۳۵	۰.۹۵۷۵	۰.۹۹۵	۱۶.۷	۱۹.۱۵	۱۹.۹
۱۷.۳	۱۹.۵۵	۱۹.۹	۰.۸۶۵	۰.۹۷۷۵	۰.۹۹۵	۱۷.۳	۱۹.۵۵	۱۹.۹

مرحله سوم:

میانگین نهایی برای رتبه بندی نهایی و مقایسه با آستانه پذیرش ۰.۷ به شرح ذیل است:

جدول ۴: میانگین و رتبه نهایی پذیرش

رتبه	نتیجه نهایی	آستانه پذیرش	نمره	عوامل موثر بر محیط کسب و کار
۱	پذیرش	۰.۷	۰.۹۵	مدیریت هوشمندانه مشتریان
۱	پذیرش	۰.۷	۰.۹۵	مدیریت هوشمندانه تامین کنندگان کالا و عرضه کنندگان.
۱	پذیرش	۰.۷	۰.۹۵	مدیریت هوشمندانه رقبا
۱	پذیرش	۰.۷	۰.۹۵	فعالیت رقبا
۲	پذیرش	۰.۷	۰.۹۳	قابلیت پیش بینی شرایط بازار
۲	پذیرش	۰.۷	۰.۹۳	سلیقه مشتریان
۳	پذیرش	۰.۷	۰.۹	تغییر نیازهای مشتریان
۳	پذیرش	۰.۷	۰.۹	سیاست های مالیاتی
۳	پذیرش	۰.۷	۰.۹	هزینه های منابع انسانی
۴	پذیرش	۰.۷	۰.۸۶	هزینه مجوزها
۴	پذیرش	۰.۷	۰.۸۶	کیفیت نظام قضائی در پیگیری دعاوی
۵	پذیرش	۰.۷	۰.۸۳	قوانین و مقررات موجود
۵	پذیرش	۰.۷	۰.۸۳	مشخصه های تولید کنندگان
۶	پذیرش	۰.۷	۰.۸۲	سلامت سامانه اداری
۷	پذیرش	۰.۷	۰.۷۹	هزینه های بازاریابی
۸	پذیرش	۰.۷	۰.۷۴	تصمیمات و بافت سیاسی و اقتصادی در کلان
۹	پذیرش	۰.۷	۰.۷۲	استراتژی شرکت ها و روش های تولید آنها

لذا فرضیه اول که در رابطه با سوال دوم پژوهش بود تایید می شود یعنی:

**عوامل موثر بر محیط کسب و کار از نظر متخصصین از اهمیت متفاوتی برخوردار است.**

### بحث و نتیجه گیری

محیط کسب و کار یک شرکت ساختاری است که اندازه گیری آن پیچیده و سخت است. در اقتصاد هر کشوری محیط کسب و کار بسیار مهم است زیرا بر بهبود تولید ناخالص داخلی و رقابت شرکتها اثر گذار است. عواملی وجود دارد که بر محیط کسب و کار اثر گذارند. آنها مواردی همچون حاکمیت، رقابت، شفافیت، کیفیت بروکراسی، فساد و نظم و قوانین، سیستم های قانونی و زیر ساختارها و دیگر موارد را در بر می گیرد. در اقتصاد کنونی عوامل تعیین کننده رشد اقتصادی به یکی از موضوعات قابل توجه و بحث برانگیز در میان اقتصاددانان تبدیل شده است. علی رغم افزایش عوامل حائز اهمیتی نظیر نیروی کار و سرمایه، یکی از چالشهای اساسی رشد اقتصادی مهیا شدن محیطی است که کارآفرینان و کارگزاران اقتصادی، اعم از بنگاه ها و سرمایه گذاران در آن مشغول فعالیت و کسب و کار باشند. در روند توسعه در مورد نقش دولت و بازار و سهم آنها از رشد اقتصادی موضوعات متعددی وجود دارد؛ اما در شرایط فعلی اقتصاد جهان، اجماع فزاینده ای در مورد عملکرد کارای اقتصاد مبتنی بر افزایش سهم بخش خصوصی در اقتصاد شکل گرفته است. ورود بخش خصوصی و کارآفرینان به عرصه فعالیتهای اقتصادی و به تبع آن ارتقای رشد اقتصادی مستلزم ایجاد بستر مطلوب کسب و کار می باشد. محیط مطلوب کسب و کار موجب فراهم آوردن انگیزه و امنیت لازم و به حداقل رساندن موانع موجود پیش روی تولید می شود. به رغم افزایش عوامل مهمی نظیر نهاده های تولید، نوآوری و تحولات فنی و بکارگیری ظرفیتهای احتمالی خالی در اقتصاد، یکی از



چالشهای اساسی رشد اقتصادی، محیط کسب و کار است که کارگزاران اقتصادی اعم از بنگاه ها و سرمایه گذاران در آن مشغول فعالیت هستند. هدف اصلی این پژوهش شناسایی عوامل موثر بر محیط کسب و کار شرکتهای تولیدی می باشد. در این پژوهش ۱۷ عامل به عنوان عوامل موثر بر محیط کسب و کار شناسایی شدند. توجه به این عوامل سبب بهبود محیط کسب و کار شرکتهای تولیدی خواهد شد. بازار سرمایه از ارکان مهم اقتصاد هر کشور است که باید مورد توجه قرار گیرند. اغلب اقتصاددانان، علت توسعه نیافتگی و تفاوت کشورهای در حال توسعه با توسعه یافته را تنها در این نکته می داند که مردم فقیر این کشورها محصول دارند، ولی سند فروش رسمی ندارند. کسب و کار و دارایی دارند، اما فاقد شخصیت حقوقی هستند. در کشور ما برای فعالیت های تولیدی به مجوزهای زیادی نیاز است. در نتیجه افراد ترجیح می دهند که به جای ثبت رسمی، به صورت زیرزمینی و غیر رسمی کارکنند. به بیان دیگر موانع نظام اداری در کشورهای در حال توسعه، بخش خصوصی را به اقتصاد زیرزمینی، غیررسمی و غیرمولد سوق می دهد. تولیدکنندگان در برابر رقبای خارجی شکست می خورند. در واقع نظام اداری عامل بخش عمده ای از این مشکلات است. علاوه بر این مورد تمامی موارد شناسایی شده در کشور ما در حالت نرمالی نیستند که باید مورد توجه قرار گیرند.

پیشنهاد این است که موارد شناسایی شده به ترتیب مورد توجه قرار گیرند. نتایج نشان داد که موارد زیر همگی مورد پذیرش متخصصین و متخصصین قرار گرفت. گرچه رتبه موارد فوق متفاوت است، اما آنچه مشخص است این است که همگی در آستانه پذیرش قرار گرفته اند و نمره پذیرش آنها بالاتر از ۰٫۷ بود و نمره آنها تفاوت بسیار ناچیزی با یکدیگر داشتند و لذا همه موارد به ترتیب باید مورد توجه قرار گیرند. همچنین مدیریت صحیح به همراه برنامه ریزی و کنترل دقیق دولتمردان بر این موارد اثرگذار است که قوانین و نظارت دقیقی را می طلبد که باید مورد توجه به ترتیب دولت، مردم و مدیران قرار گیرند. لذا در خصوص هر مورد مواردی به شرح ذیل پیشنهاد می شود.

مدیریت هوشمندانه مشتریان: تبلیغات مناسب و فرهنگ سازی تا حد زیادی بر بهبود این عامل اثرگذار است که صدا و سیما بر این مورد نقشی اساسی دارد.

مدیریت هوشمندانه تامین کنندگان کالا و عرضه کنندگان: وجود قوانین ناظر مناسبی که در مجلس تصویب گردد نیز این عامل را بهبود خواهد بخشید. سیاست هایی که مدیران در پیش می گیرند نیز می تواند بر این عامل تاثیر بگذارد. وجود کمیته های مدیریت ریسک برای نوسانات اقتصادی در خصوص ارتباط با تامین کنندگانی که بخصوص در خارج از ایران هستند بسیار مفید و کارگشا خواهد بود.

مدیریت هوشمندانه رقبا: وجود اتحادیه های فعال طراحی شده با قوانین و شرایط موجود سبب رقابت سالم خواهد شد.

فعالیت رقبا: نظارت دولت بر بازار از فعالیت های نامناسب رقبا جلوگیری خواهد نمود.

قابلیت پیش بینی شرایط بازار: وجود کمیته های مدیریت ریسک و اطلاع رسانی مناسب دولت بر این مورد اثرگذار است.

سلیقه مشتریان: تهیه و ارائه گزارشات بموقع از سلايق مشتریان در این خصوص بسیار کار ساز خواهد بود.

تغییر نیازهای مشتریان: تهیه و ارائه گزارشات بموقع از سلايق مشتریان در این خصوص بسیار کار ساز خواهد بود.

سیاست های مالیاتی: تصویب قوانین سیاست های مالیاتی مناسب و ترویج ارزش های اخلاقی بر رفع بی عدالتی سیاست های مالیاتی اثرگذار است.

هزینه های منابع انسانی: بهبود شرایط اقتصادی متناسب با شرایط کشور که این موضوع با مدیریت صحیح دولتمردان امکان پذیر خواهد بود.

هزینه مجوزها: در این خصوص نظارت دقیق و جدی بسیار مفید خواهد بود.

کیفیت نظام قضائی در پیگیری دعاوی: سخت گیری های به موقع سبب کاهش مشکلات قضایی برای شرکتهای خواهد شد.

قوانین و مقررات موجود: رصد دقیق قوانین بخصوص در مراحل اولیه اجرا بر بهبود قوانین و مقررات اثر گذار خواهد بود.

مشخصه های تولید کنندگان: وجود تیم هایی که بین موسسان هماهنگی ایجاد می نماید و قوانینی محدود کننده برای موسسان بر این عامل اثر گذار خواهد بود.

سلامت سامانه اداری: نظارت دقیق و اجرای صحیح قوانین در زمینه های مختلف از جمله استخدام افراد بسیار مفید خواهد بود.

هزینه های بازاریابی: دولت در برخی موارد باید هزینه های بازاریابی شرکتها را کاهش دهد. تصمیمات و بافت سیاسی و اقتصادی در کلان: کنترل و برنامه ریزی های دقیق دولتمردان باید از شرایط نوسان پذیر شدید جلوگیری نماید.

استراتژی شرکت ها و روش های تولید آنها: راهبرد و عملیات شرکتها نباید با قوانین و نظارت نامناسب مختل شود و این موضوع نیز مدیریت صحیح دولتمردان را می طلبد.

به پژوهشگران آتی نیز پیشنهاد می شود که پژوهش زیر را انجام دهند و با نتایج این پژوهش مقایسه نمایند: عوامل موثر بر محیط کسب و کار شرکت های غیر انحصاری با سایر معیارهای تصمیم گیری چند معیاره همچون فرآیند تحلیل رتبه ای

### منابع

- احمدپورداریانی، محمود، داوری، علی، رمضان پورنرگسی، قاسم، (۱۳۸۹)، محیط مساعد کسب و کار، پیش نیاز توسعه کارآفرینی در ایران، **مجله مطالعات مدیریت بهبود و تحول**، دوره ۲۰، شماره ۶۱، از صفحه ۶۵ تا صفحه ۸۹.
- احمدی، نسیم، (۱۳۸۸)، معرفی و نقد تکنیک دلفی، **فصلنامه علوم اجتماعی**، شماره ۲۲، صص ۱۰۰-۱۰۸.
- بابکی، روح اله، سلیمی فر، مصطفی، ۱۳۹۳، نقش محیط کسب و کار و آزادی اقتصادی در رشد اقتصادی کشورهای منتخب با رویکرد داده های تابلویی (۲۰۱۳-۲۰۰۴)، **مجله اقتصاد و توسعه منطقه ای (دانش و توسعه)**، دوره ۲۱ (دوره جدید)، شماره ۸، از صفحه ۱۲۱ تا صفحه ۱۵۲.
- باصری، بیژن، شاه حسینی، میثم، (۱۳۸۹)، بررسی تاثیر بهبود محیط کسب و کار بر رشد اقتصادی (مطالعه موردی کشورهای منتخب منطقه خاورمیانه)، **مجله اقتصاد مالی (اقتصاد مالی و توسعه)**، دوره ۴، شماره ۱۰، از صفحه ۷۱ تا صفحه ۹۵.
- خضری، محمد، ۱۳۸۹، دورنمای محیط کسب و کار در لایحه برنامه پنجم توسعه کشور، **مجله مطالعات راهبردی**، دوره ۱۳، شماره ۲ (مسلسل ۴۸)، از صفحه ۸۹ تا صفحه ۱۱۲.
- ربیعی منفرد، مینو، (۱۳۹۵)، تبیین عوامل موثر بر موفقیت شرکت های دانش بنیان با تکنیک دلفی و رتبه بندی آنها با فرآیند تحلیل رتبه ای، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد الکترونیک.
- رهبر، فرهاد، نادران، الیاس، سام لیری، سیدکاظم، آل اسحاق، یحیی، مقدسی، علیرضا، نادری، مجتبی، (۱۳۹۷)، شناسایی نظام گمرکی مطلوب ایران مبتنی بر سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی (با تاکید بر بهبود محیط کسب و کار)، **فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی**، دوره ۲، شماره ۸، از صفحه ۵۷ تا صفحه ۸۲.
- شجاعی فرد، علی، (۱۳۹۸)، توانمندسازی و ایجاد کارآفرینی روستایی در محیط های کسب و کار کوچک، **فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای**، دوره ۹، شماره ۳۶، از صفحه ۱۸۵ تا صفحه ۱۹۶.

Dut, V. (2015), "The effects of local business environments on SMEs' performance: empirical evidence from the mekong Delta", **Asian Academy of Management Journal**, Vol. 20 No. 1, pp. 101-122.

Habibi, A., Firouzi Jahantigh, F., Sarafrazi, A., (2015), Fuzzy Delphi Technique for Forecasting and Screening Items, **Asian Journal of Research in Business Economics and Management**, Vol. 5, No. 2, pp. 130-143.

- Liu, Chih-Hsing., (2017), The relationships among intellectual capital, social capital, and performance - The moderating role of business ties and environmental uncertainty, **Tourism Management Journal**, Vol. 61, PP. 553-561.
- Neneh, B.N. and Vanzyl, J. (2012), "Achieving optimal business performance through business practices: evidence from SMEs in selected areas in South Africa", **Southern African Business Review**, Vol. 16 No. 3, pp. 118-144
- Shivaani,M.V. Nishant, Agarwal, (2020), Does competitive position of a firm affect the quality of risk disclosure?, **Pacific-Basin Finance Journal**, Volume 61, pp. 101-117
- Tirthankar N., Chanchal C., (2018) "Factors influencing firm's local business environment in home country context: Exploring evidences from firm surveys in India and China", **Journal of Indian Business Research**, <https://doi.org/10.1108/JIBR-09-2017-0162>.