

طراحی الگوی نقش‌های مدیریتی در موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش‌بنیان

علی ملائی فرد^۱، مسعود پورکیانی^{۲*}، ملیکه بهشتی‌فر^۳، فرزانه بیگزاده عباسی^۴

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، واحد کرمان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران
۲. استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران
۳. دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، واحد رفسنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، رفسنجان، ایران
۴. استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۹/۱۰

تاریخ ارسال: ۱۴۰۲/۰۵/۰۷

چکیده

با افزایش تاثیر مدیران در دستیابی سازمان‌ها به موفقیت و نیاز به بهبود عملکرد آنها، الزام به طراحی نظام‌های توسعه مدیران بیش از گذشته بایستی مورد توجه قرار گیرد که یکی از موثرترین روش‌ها و راهکارهای آن، شناسایی و تحلیل نقش آنها است. هدف این پژوهش، طراحی الگوی نقش‌های مدیران در موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش‌بنیان است که از نظر هدف، بنیادی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها، جزء پژوهش‌های کیفی است. بخش کیفی با بررسی ادبیات و داده‌های میدانی و انجام مصاحبه نیمه ساختار یافته و با استفاده از استراتژی تحلیل مضمون، انجام گرفت. در این راستا با ۱۲ نفر از خبرگان مشغول به فعالیت در شرکت‌های دانش‌بنیان، فعالان محیط زیست و NGOها، رابطان صنعت و دانشگاه و خبرگان مدیریتی مصاحبه‌هایی صورت پذیرفت. بعد از کدگذاری اولیه مصاحبه و حذف کدهای تکراری در مجموع ۷۴ مضمون پایه، ۱۹ مضمون سازمان دهنده و ۵ مضمون فراگیر به شرح ذیل شکل گرفت: نقش هدایت کننده و برنامه‌ریز، نقش نوآور، نقش مدیریت منابع انسانی، نقش مذاکره کننده و نقش معنوی. نقش هدایت کننده و برنامه‌ریز شامل: هدف‌گذاری، ترسیم آرمان‌های مشترک و تصمیم‌گیرنده؛ نقش نوآور حاوی نقش‌های: خلاق و تحول‌آفرین؛ نقش مدیریت منابع انسانی شامل: شناسایی و جذب استعدادها، آموزشی، مربی، برانگیزاننده و دانایی محوری؛ نقش مذاکره کننده شامل: مدیریت زنجیره تأمین و عرضه، فعالیت در عرصه ملی و بین‌المللی، حامی مالی، اطلاع‌رسان و رابط؛ نقش معنوی شامل: مسئولیت اجتماعی، اخلاق‌پروری، حامی محیط زیست و فرهنگ‌سازی است.

کلید واژه‌ها: نقش، الگوی نقش، تحلیل مضمون، نقش‌های مدیریتی

۱- مقدمه و بیان مسئله

سازمان‌ها، نیاز و شالوده‌های اساسی جوامع بشری امروز هستند و مدیران به عنوان، عاملان اصلی بقاء، رشد و حیات یا نابودی آنها هستند. مدیریت اثربخش برای دستیابی به اهداف سازمانی از افراد و منابع استفاده می‌کند [۱] و همه سازمان‌ها به دنبال مدیرانی می‌گردند که با تدبیر و تدبیر، آنان را به اهدافی که از قبل تعریف کرده‌اند، برسانند و حاضرند هزینه‌های گزافی هم برای در اختیار داشتن چنین افرادی پرداخت نمایند، اما اکثراً در دستیابی به این افراد با مشکل مواجه می‌شوند. جنبه دیگر ماجرا - که بیشتر اندیشمندان بر آن توافق و اجماع دارند- توسعه و پرورش اینگونه مدیران است. توسعه مدیریت، فرایندی است که در طول آن، مدیران رشد کرده و اثربخشی و بازدهی آنها ارتقاء خواهد یافت؛ از دیدگاه صاحب‌نظرانی همچون تسلیمی و فرهی بوزنجانی (۱۳۸۳) این روزها با افزایش تاثیرگذاری مدیران، الزام به طراحی نظام‌های توسعه مدیریت بیش از پیش احساس می‌شود [۲]. تحقیقات نشان می‌دهد مدیران سازمان‌ها نقش بسیار با اهمیت و بسزایی در پیشبرد اهداف شرکت‌ها، ایجاد مزیت رقابتی پایدار و توسعه سازمانی ایفا می‌کنند [۳]. مدیران، نقش کلیدی و موثری در توسعه و رونق سازمان ایفا نموده و به عنوان سنگ بنای تفکر شرکت‌ها، مسئولیت هدایت و راهبری سازمان در راستای تحقق اهداف از پیش تعیین شده را دارا می‌باشند. با توجه به نتایج حاصل از تحقیقات میدانی که در این زمینه صورت گرفته است ضعف مدیریت نقش بارزی در ناکامی و عدم دستیابی شرکت‌های فناورانه به اهدافشان (سهمی بیش از ۵۰ درصد) را داشته است. اهمیت و ضرورت توجه به مفهوم مدیریت در شرکت‌های دانش بنیان به دلیل پیچیدگی‌های ذاتی فضای کسب‌وکار این شرکت‌ها مانند نیاز اساسی به دانش و نوآوری به دلیل رشد فزاینده فناوری و اطلاعات و همچنین عدم ثبات و قطعیت در بازار از اهمیت روزافزونی برخوردار است [۴].

مولینز^۱ (۲۰۰۵) معتقد است که نقش‌های مدیران یک فعالیت ترکیبی است که در هر بعد از وظایف خود در کسب‌وکار نفوذ می‌کند و همیشه یک الگوی خاص برای ایفای نقش‌های مدیریتی وجود ندارد. با این وجود، هر روزه انتظارات رفتاری و الگوهای نقش متفاوتی از مدیران انتظار می‌رود. از رهبری شرکت تا مدیریت و مذاکره، حل تعارضات، اطلاع رسانی، قرارداد با ذینفعان یا نگران بودن در روش استخدام و غیره. در عبارات مختلف، یک رهبر همیشه نقش‌ها را مطابق با نحوه جایگزینی انتظارات، شرایط و مسئولیت‌ها می‌پذیرد [۵]. درک نادرست از نقش‌های مدیریتی می‌تواند منجر به ضعف مدیریت و اتلاف منابع شود. در واقع هر نوع ارزیابی از عملکرد مدیران و تحلیل رفتارهای آنها و تشخیص عارضه‌های

۱. Mullins

مدیریتی به شناخت عمیق نقش‌هایی که مدیران ایفا می‌کنند، نیاز دارد [۶]. تبیین نقش‌های مدیریتی در موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش بنیان یکی از راهکارهای توسعه آنهاست که در بهبود عملکرد و سازماندهی الگوهای رفتارهای آنان، اثر معنایی دارد. بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند که مدیران شرکت‌ها پس از کسب پست مدیریت و تصدی جایگاه برای آشنا شدن با شرکت و فعالیت‌های آن و وظایف خود معمولاً به بازه زمانی طولانی مدتی نیاز دارند و به همین دلیل، فعالیت اصلی آنها معمولاً پس از مدتی وقفه آغاز می‌شود. لذا در عرصه تحقیقات و فناوری مدیران اغلب با برخی نقش‌های خود آشنا نیستند و این امر باعث می‌شود کارکرد شرکت تا آشنا شدن مدیران با نقش‌هایشان و پذیرش آنها، متوقف گردد. طراحی الگوی نقش‌های مدیریتی برای موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش بنیان، فرایند جامعه‌پذیری آنها را تسریع و عرصه‌های فعالیتشان را برای آنها شفاف می‌کند. همچنین طراحی الگوی نقش‌های مدیریتی می‌تواند ملاکی برای پایش و ارزیابی آنها باشد؛ به طوری که با ارائه بازخور به مدیران و جلوگیری از انحراف در الگوهای رفتاری آنها، زمینه ارتقا و بهبود عملکرد مدیران موسسات و شرکت‌های تحت مدیریت آنها فراهم گردد. این پژوهش با توجه به جدید بودن موضوع شرکت‌های دانش بنیان و ضرورت ایجاد و توسعه این شرکت‌ها برای رشد اقتصادی کشور به دنبال شناسایی الگوهای رفتاری و نقش‌های مدیران در شرکت‌های دانش بنیان می‌باشد.

۲- پیشینه و مبانی نظری پژوهش

امروزه شرکت‌های دانش بنیان به عنوان یک رکن اساسی برای توسعه اقتصادی بسیاری کشورها از جمله ایران محسوب می‌گردد. شرکت‌های دانش بنیان شرکت‌هایی هستند که از طریق تولید و استفاده از دانش، به دنبال خلق یک محصول نوآورانه با ارزش افزوده فراوان می‌باشند. در کشور ایران، شرکت‌های دانش بنیان به عنوان یکی از منابع مهم تولید ثروت، توسعه نوآوری ملی و نیز اشتغال‌زایی به ویژه برای قشر تحصیل کرده جامعه در سال‌های اخیر مورد توجه بسیاری از سیاستگذاران و دولتمردان قرار گرفته است. نمود این توجه را می‌توان در قانون حمایت از شرکت‌های دانش بنیان در سال ۱۳۸۹، سیاست‌های ابلاغی اصل ۴۴ قانون اساسی، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور و قوانین چهارم، پنجم و ششم توسعه مشاهده کرد. تشدید تحریم‌ها در سال‌های گذشته و فقدان محصولات ضروری و استراتژی مورد نیاز کشور که از خارج تأمین می‌شد باعث گردید توسعه شرکت‌های دانش بنیان به عنوان یک راهبرد مهم برای برون رفت از مشکلات ناشی از تحریم محسوب شود [۷]. توجه و تمرکز بر شرکت‌های دانش بنیان که با سرمایه انسانی و دانشی،

توسعه کارآفرینی در کشور را محقق خواهند کرد، در دو بند «سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی»، مورد تأکید ویژه مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) بوده است. شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان شرکت یا موسسه خصوصی یا تعاونی است که به منظور هم‌افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش‌محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی و تجاری‌سازی تحقیق و توسعه در حوزه فناوری‌های برتر و با ارزش افزوده فراوان به ویژه در تولید نرم افزارهای مربوط تشکیل می‌شود. در واقع در فضای رقابتی موجود، تمامی سازمان‌ها را وادار به مدیریت دارایی‌های نوآورانه، فناورانه و دانش خود نموده است. به همین جهت مفاهیم مدیریت فناوری، مدیریت نوآوری و مدیریت دانش در بنگاه‌های دانش بنیان که محصولات با فناوری برتر را تولید می‌نمایند یا در تولید محصولات خود از فناوری‌های برتر بهره می‌گیرند از اهمیتی دو چندان برخوردار شده است [۸]. در حقیقت مسئولیت اجتماعی یکی از وظایف و تعهدات سازمان در جهت منتفع ساختن جامعه است؛ به نحوی که هدف اولیه سازمان یعنی حداکثر کردن سود را صورتی متعالی بخشد [۹]. علیرغم جایگاه و اهمیت شرکت‌های دانش بنیان در سیاست‌ها و قوانین کشور، عدم تداوم و رشد پایدار بسیاری از این شرکت‌ها یکی از چالش‌های اصلی حوزه دانش بنیان به حساب می‌آید. داده‌های آماری نشان می‌دهد بسیاری از این شرکت‌ها در طول زمان یا از بین می‌روند یا رشد چندانی از نظر سودآوری پیدا نمی‌کنند و تنها تعداد کمی از آنها می‌توانند از دشواری‌های فضای بی‌ثبات کسب و کار گذشته، به شرکت‌های بزرگ با سودآوری بالا تبدیل گردند [۱۰]. بی‌شک موانع و چالش‌های متعدد و گوناگونی پیش‌روی توسعه شرکت‌های دانش بنیان کشور وجود دارد. قلی‌پور و همکاران (۱۳۹۴) چالش‌های مربوط به شرکت‌های دانش بنیان را در سه گروه اصلی چالش‌های مدیریتی، چالش‌های عملیاتی و چالش‌های پشتیبانی دسته‌بندی نمودند [۱۱].

در مرور ادبیات مدیریت در مورد کار مدیران به واژه‌هایی از قبیل: رفتار مدیریت، کار مدیریت، مشاغل مدیریت، وظایف مدیریت و نقش‌های مدیریت بر می‌خوریم. ارائه‌ی تعریف‌های مجزا برای هر یک از این واژه‌ها آسان نیست زیرا در ادبیات اغلب این واژه به طور مترادف با یکدیگر به کار برده شده‌اند. در نزد استوارت^۱ سه واژه‌ی نخست با این تعاریف از یکدیگر متمایز شده است: «رفتار مدیریت» رفتاری است که ممکن است توسط مدیر یا دیگران گزارش شود. در حالی که «کار مدیریت» عبارت است از نظریه‌های محتوایی که محتوای کار مدیریت را تشریح می‌کنند. «مشاغل مدیریت» نیز نشان‌دهنده‌ی پستی است که مدیر اشغال کرده است. «وظایف مدیریت» نیز که نخستین بار توسط فایول^۲ و در ادبیات مدیریت به کار گرفته شد، در واقع نشان‌دهنده‌ی اجزای تشکیل دهنده‌ی کار مدیران است و بالاخره

۱. Stewart

۲. Fayol

نقش‌های مدیریتی واژه‌هایی است که مینتزبرگ برای نشان دادن محتوای کار مدیران به کار گرفت. چنانکه گفته شد، تفکیک این واژه‌ها به دلیل نزدیکی معانی و به کارگیری در مفاهیم مشابه دشوار است [۱۲]. نقش‌های مدیریتی در واقع بر مفهوم انتظارات بنا شده‌اند. تئوری نقش بیان می‌کند که نقش‌های مدیریت تابعی از انتظارات نقشی است که دیگران از مدیر دارند [۱۱]. مینتزبرگ^۱ (۲۰۰۷) در یکی از بهترین آثار علمی خود، برای مدیران و رهبران اجرایی ده نقش را در سه دسته تقسیم‌بندی کرده است: الف) نقش‌های اطلاعاتی؛ ب) نقش‌های بین فردی و ج) نقش‌های تصمیم‌گیری [۱۳]. سیدجوادین (۱۳۹۱) نقش دیگری را به مجموعه نقش‌های مینتزبرگ اضافه کرده است که عبارت است از: نقش تغییر که شامل دو نقش نوآفرینی و تطابق‌گری می‌باشد [۱۴]. یوکل^۲ (۱۹۹۴) نقش‌های مدیران را روابط انسانی، شبکه‌سازی، تصمیم‌گیری، اطلاعات و نقش‌های سنتی مدیریت می‌داند [۲]. اما بنظر آدیزس^۳ مدیریت عبارت است از ایفای چهار نقش در سازمان که عبارتند از: تولیدی، اجرائی، کارآفرینی و یکپارچگی و هماهنگ کردن [۱۴]. سنگه^۴ نیز معتقد است که نگرش جدید نسبت به رهبری در سازمان‌ها بر نکات ظریف‌تر و حائز اهمیت‌تری تکیه دارد، در یک سازمان مدیران طراح، ناظر و معلم هستند [۱۵]. همچنین تسلیمی و فرهی بوزنجانی (۱۳۸۳) نیز نقش‌های مدیریتی را شامل هشت نقش می‌دانند که عبارتند از: نقش مدیریت نیروی انسانی، نقش مدیریت فعالیت‌ها، نقش مدیریت منابع، نقش مدیریت اطلاعات، نقش مراوده‌ای، نقش رهبری، نقش تصمیم‌گیری، نقش شبکه‌سازی [۲]. مقالات موجود در ادبیات موضوع از زوایای مختلف به بررسی چالش‌های مربوط به شرکت‌های دانش بنیان پرداخته‌اند؛ اما هیچ یک از آنها به موضوع چالش شناخت و توسعه نقش‌های مدیریتی در شرکت‌های دانش بنیان نپرداخته‌اند. بنابراین شناخت و توسعه نقش‌های مدیریتی در شرکت‌های دانش بنیان شکاف تحقیقاتی است که این پژوهش قصد دارد بدان بپردازد. در واقع وجود برخی ویژگی‌های عمومی مدیریتی به تنهایی کمکی به حفظ بقای شرکت‌های دانش بنیان نمی‌کند. ابعاد بسیاری در فضای فعالیت این نوع شرکت‌ها وجود دارد که در نحوه مدیریت آن موثر است. چنانچه شرکت دانش بنیان بخواهد در بازار رقابتی امروزی بقا داشته باشد باید به صورت جامع برای موفقیت آن تلاش شود. در این راستا شناخت ویژگی‌های اصلی مدیران که در روش مدیریت شرکت دانش بنیان موثر هستند از مهمترین عوامل در پرورش مدیران این شرکت‌ها است.

۱. Mintzberg
۲. Yukel

۳. Adizes
۴. Senge

۳- روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش، از نوع کیفی و با استفاده از روش تحلیل مضمون انجام شد. تحلیل مضمون، روشی برای تشخیص و تحلیل الگو و مدل در داده‌های کیفی است که با توجه به آن، داده‌های کیفی حاصل از پژوهش، تقسیم شده، طبقه‌بندی می‌شوند، خلاصه و بازسازی و بازنویسی می‌شوند.

۳-۱- جامعه آماری، نمونه آماری و روش نمونه‌گیری

در این پژوهش حسب موضوع از ترکیب: نمونه‌گیری‌های سهمیه‌ای، هدفمند و نظری استفاده شد. در نمونه‌گیری سهمیه‌ای، جامعه، مطابق با هدف‌های پژوهش به طبقه‌های مختلف تقسیم می‌شود. نمونه‌گیری هدفمند، نمونه‌های خاصی مبتنی بر اهداف پژوهش انتخاب می‌شوند و در نمونه‌گیری نظری، پژوهشگر، گردآوری داده‌ها را تا رسیدن به اشباع ادامه می‌دهد. بر این اساس، ابتدا، طبق نمونه‌گیری سهمیه‌ای، خبرگان مرتبط با موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش بنیان در استان کرمان به پنج گروه تقسیم‌بندی شدند و در ادامه با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند با توجه به اهداف تحقیق، از هر دسته افرادی به عنوان نمونه انتخاب شدند و سپس بر طبق نمونه‌گیری نظری مصاحبه‌ها تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت. دسته‌های پنجگانه خبرگان مرتبط با مدیران موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش بنیان و علت انتخاب آنها بدین شرح است: الف) خبرگان مشغول به فعالیت در شرکت‌های دانش بنیان: این افراد کلیدی‌ترین و مهمترین افراد مرتبط با مدیران شرکت‌های دانش بنیان بوده که در شرایط مختلف با این مدیران تعامل داشته و با الگوهای رفتاری ایشان در طول پروژه‌های دانش بنیان در ارتباط بوده و همچنین با انتظارات رفتاری از ایشان در هنگام اجرای پروژه‌ها آشنا هستند و بعضاً خود ایشان نیز در سمت مدیر شرکت دانش بنیان ایفای نقش می‌کنند. ب) فعالان محیط زیست و NGOها: به علت نوآورانه بودن فعالیت‌ها و پروژه‌هایی که موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش بنیان انجام می‌دهند و نیاز به اخذ مجوزهای زیست محیطی و رعایت اصول زیست محیطی نیاز به مشاوره و تعامل با این افراد دارند و به نوعی نقش‌ها و الگوهای رفتاری که مدیران در قبال محیط زیست دارند، از منظر فعالان محیط زیست و NGOها قابل شناسایی و ارزیابی است. ج) رابط بین صنعت و دانش (دانشگاه): هدف نهایی مدیران موسسات تحقیقاتی و دانش بنیان فروش و کاربردی کردن ایده‌ها و نظرات طرح شده است و با استفاده از رابطان بین دانش و صنعت می‌توان این ایده‌ها را به سرمایه‌گذاران منتقل کرد و ارتباط بین این دو گروه می‌تواند در شناخت انتظارات و الگوهای

رفتاری مدیران موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش بنیان متمرثر باشد. د) مرتبط‌ترین افراد با مدیران موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش بنیان: افرادی که وابستگی کاری بسیاری با این مدیران داشته و از نزدیک شاهد انتظارات نقش از آنها و الگوهای رفتاری مدیران بوده‌اند، می‌توانند در شناخت نقش‌های مدیریتی کمک شایانی داشته باشند. ه) تجربه مدیریتی: پژوهشگر همچنین ضروری دید نظر صاحب‌نظران و خبرگان دانش مدیریت را که به طور تخصصی با مبحث نقش‌های مدیریتی در موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش بنیان آشنایی دارند را کسب کند. بدین منظور با ۱۲ نفر از صاحب‌نظران مرتبط با موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش بنیان به شرح جدول (۳) مصاحبه شد. توزیع ویژگی‌های دموگرافیک مصاحبه‌شوندگان نیز در جدول (۴) آورده شده است.

جدول ۱. فهرست صاحب‌نظران مصاحبه شده

صاحب نظر مصاحبه شده	خبرگان مشغول به فعالیت در شرکت‌های دانش بنیان	فعالان محیط زیست و NGOها	رابط بین صنعت و دانش (دانشگاه)	مرتبط‌ترین افراد با مدیران موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش بنیان	خبره مدیریتی
۱	✓				✓
۲				✓	
۳	✓		✓		✓
۴	✓				
۵		✓			
۶					✓
۷	✓	✓			
۸					✓
۹				✓	
۱۰		✓			✓
۱۱	✓				✓
۱۲			✓		

در راستای انجام این پژوهش، مراحل ذیل انجام شده است:
الف) در آغاز، ادبیات، تحقیقات، مطالعات و مبانی نظری مرتبط با متغیر پژوهش به طور عمیق مطالعه و جستجو شد و مقالات متعددی که درباره نقش‌های مدیران در موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش بنیان بود، مطالعه شد تا پژوهشگر با پیشینه پژوهش آشنا شود.

ب) پس از آن، با دسته‌بندی صاحب‌نظران و نمونه‌گیری، با افراد انتخاب شده به عنوان نمونه مصاحبه صورت پذیرفت و متن مصاحبه‌های انجام شده، به صورت نوشتار در آمده و پس از مطالعه چندین باره آنها، مضامین پایه اولیه استخراج شد.

مصاحبه با خبرگان به طور میانگین ۳۲ دقیقه به طول انجامید. برخی صاحب‌نظران نیز به طور کتبی به پرسش‌های پژوهش، پاسخ دادند. سعی شد برای آشنایی بیشتر صاحب‌نظران با موضوع، پرسش‌ها، پیش از مصاحبه به اطلاع ایشان برسد و موضوع برای آنها تبیین شود. علاوه براین، در ابتدای مصاحبه نیاز توضیح کاملی درباره پژوهش، هدف و پرسش‌های آن ارائه می‌شد. همچنین سعی شد پیشینه پژوهش نیز اجمالاً به سمع و نظر ایشان برسد. صوت مصاحبه‌ها با اخذ رضایت از آنها به وسیله MP۴ player ضبط و محتوای مصاحبه به دقت تایپ گردید. موازین اخلاقی شامل گمنام بودن، محرمانه بودن اطلاعات و حق کناره‌گیری در زمان دلخواه رعایت شد. نمونه‌ای از سوال‌هایی که در مصاحبه پرسیده شده عبارتند از: نقش‌های مدیران موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش‌بنیان کدامند؟ چه اقدامات و فعالیتهایی از مدیران موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش بنیان انتظار می‌رفت تا انجام دهند؟ مدیران موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش بنیان در چه زمینه‌ها یا عرصه‌هایی اقدام می‌کنند؟ چه الگوهای رفتاری از مدیران موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش بنیان انتظار می‌رود؟

ج) بعد از مرور کردن چندین باره مضامین اولیه، مضمون‌هایی که از نظر عبارت، تقریباً یکسان بودند، تلفیق شد و در ادامه مضمون‌های پایه اولیه، دوباره مورد بررسی قرار گرفتند و مضمون‌های مشابه در کنار یکدیگر قرار گرفتند و با مرور چندین باره برچسبی برای آنها انتخاب شد. این مضمون‌ها، مضمون‌های پایه پژوهش نام گرفتند.

د) در ادامه با بازنگری، مرور و تأمل بیشتر، برچسب‌هایی که معنای واحدی داشتند در کنار هم گذاشته شدند و برای آنها برچسب عامی انتخاب شد. این مضامین، مضامین سازمان دهنده پژوهش را تشکیل دادند.

ه) سپس با تأمل بر مضامین سازمان دهنده پژوهش و بررسی روابط و مناسبات بین آنها، برچسب عام‌تری برای آنها تعیین شد. این مضمون‌ها، مضمون‌های فراگیر تحقیق را شکل دادند.

۳-۲- روایی ابزار و پایایی داده‌ها

این پژوهش جهت تعیین اعتمادبخشی و اعتبار داده‌ها از چهار روش استفاده کرده است: قابلیت اعتماد، قابلیت اعتبار، قابلیت تأیید و انتقال‌پذیری. خبرگان زیربط و استادان برای دستیابی به قابلیت اعتماد مراحل پژوهش را بازنگری کردند و با محققان درباره نتایج پژوهش به توافق رسیدند. در راستای رعایت قابلیت اعتبار در این پژوهش تلاش شد تا با مرتبط‌ترین افراد با مدیران موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش بنیان آنچنان که شرح آن رفت مصاحبه شود. به علاوه قابلیت تأیید هم از طریق بازیابی‌های و مرور دقیق صورت پذیرفت به نحوی که سایر پژوهشگران و محققان بتوانند نقش‌های مدیریتی در شرکت‌های دانش بنیان و موسسات تحقیقاتی را درک کرده و به نتایج مشابهی دست یابند. از دیگر سو، تلاش شد تا با ارائه و عرضه کامل یافته‌های پژوهش، زمینه انتقال‌پذیری یافته‌های به محیط‌های دیگر پژوهش صورت پذیرد. علاوه بر این، پژوهشگر با دو بار شناسه‌گذاری در دو زمان متفاوت و استفاده از شناسه‌گذار همکار، صحت یافته‌های خود را تأیید کرد. بدین منظور از بین مصاحبه‌ها، شش مصاحبه انتخاب شد و پژوهشگر سه عدد از آنها را با فاصله‌ای یک ماهه، مجدداً شناسه‌گذاری و نتایج حاصل از پژوهش را با یکدیگر مقایسه و ارزیابی کرد. نتایج حاصل از میزان توافق شناسه‌گذاری‌های پژوهشگر در دو زمان متفاوت به شرح جدول (۵) ارائه شده است. با توجه به نتایج که میزان حصول توافق با عدد ۰/۸۶ برابر است و بیشتر از ۰/۶۰ می باشد، قابلیت تأیید یافته‌های تحقیق مورد تأیید قرار گرفت.

جدول ۲. نتایج حاصل از توافق شناسه‌گذاری‌های محقق طی دو دوره زمانی متفاوت

ردیف	شماره هر یک از مصاحبه	تعداد شناسه‌های مطرح	تعداد موافقت‌ها	درصد موافقت‌ها
۱	۱۱	۲۷	۲۱	۸۴
۲	۲	۱۵	۱۳	۸۶
۳	۷	۱۷	۱۵	۸۸
---	-	۵۷	۴۹	۸۶

همچنین از یک دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت خواسته شد تا به عنوان پژوهشگر همکار به شناسه‌گذاری سه مورد از مصاحبه‌ها بپردازد که نتایج حاصل از این شناسه‌گذاری در جدول ذیل آورده شده است که بر طبق نتایج حاصل از آن که به میزان (۰/۹۰) رسیده و بیش از ۰/۸۰ است و قابلیت تأیید یافته‌های پژوهش را مورد تأیید قرار می‌دهد.

جدول ۳. نتایج حاصل از توافق شناسه‌گذاری‌های محقق طی دو دوره زمانی متفاوت

ردیف	شماره هر یک از مصاحبه	تعداد شناسه‌های مطرح	تعداد موافقت‌ها	درصد موافقت‌ها
۱	۶	۱۷	۱۹	۹۰
۲	۸	۲۱	۱۵	۸۸
۳	۱	۳۵	۳۲	۹۱
---	-	۷۳	۶۶	۹۰

۴- یافته‌های پژوهش

با توجه به ماهیت نقش‌های مدیران شرکت‌های دانش بنیان و موسسات تحقیقاتی و تحلیل مصاحبه‌ها با روش تحلیل مضمونی، چهارچوب نقش‌های ایشان با تحلیل ۳۴۸ شناسه اولیه به پنج مضمون فراگیر، ۱۹ مضمون سازمان دهنده و ۷۴ مضمون پایه به شرح جدول (۷) منتج شد.

جدول ۴. الگوی نقش‌های مدیران شرکت‌های دانش بنیان و موسسات تحقیقاتی (مستخرج از پژوهش)

مضمون فراگیر	مضمون سازمان دهنده	مضمون پایه	فراوانی
نقش هدایت کننده و برنامه ریز	هدف‌گذاری	تعیین مأموریت و دنبال کردن آن	۱۲
		شفافیت در اهداف، وظایف و رویه‌ها	۱۰
		ترغیب و تشویق توسعه	۸
		نواندیشی و تحلیل‌گری	۹
		داشتن گرایش کارآفرینی، اقتصادی و درآمدزایی	۶
	ترسیم آرمان‌های مشترک	خودباوری	۸
		تلاش برای شکوفا شدن استعداد‌های علمی و فکری	۹
		ایجاد فرهنگ آموزش و یادگیری	۴
		فرصت‌سازی و تلاش در راستای خودکفایی	۱۱
	تصمیم‌گیرنده	تصمیم‌گیری مشارکتی	۱۲
		تصمیم‌گیری در راستای اهداف	۷
نقش نوآور	خلاق	نوآوری، ایده‌پردازی و داشتن قوه تخیل بالا	۱۱
		بهره‌گیری از زنجیره فکری و شبکه دانشی	۸
		داشتن ابتکار عمل و انعطاف‌پذیری	۹
		مخترع به جای کارآفرین	۶
	تحول آفرین	تحول فکری، ساختاری، فرهنگی	۴
		حمایت از طرح‌های نوآورانه و خلاقانه	۸



مضمون فراگیر	مضمون سازمان دهنده	مضمون پایه	فراوانی
		استفاده موثر از فناوری اطلاعات و ارتباطات	۷
		نترسیدن از تغییر	۶
		حل کننده مساله	۵
		ریسک‌پذیری و تحمل بالا	۸
		تبدیل ایده‌های علمی و پژوهشی به محصولات و خدمات	۷
نقش مدیریت منابع انسانی	شناسایی و جذب استعدادها	توانایی شناخت استعدادها (افراد جوان، نخبه و صاحب ایده)	۱۱
		کشف استعدادهای بالقوه نخبگان و توانمندسازی آنها	۷
		حفاظت از دارایی‌های فکری	۹
	آموزشی	پرورش و توانمندسازی نخبگان	۱۲
		مدیریت نخبگان	۱۰
		ارزشیابی و نظارت بر آموزش نخبگان	۸
	مربی	انسجام اجتماعی و حفظ روحیه همکاری	۹
		ایجاد حس امید مشترک	۸
		توجه آگاهانه و نشاط در روابط	۱۰
	برانگیزاننده	مدیریت تعارضات	۷
		ایجاد انگیزه‌های کاری	۱۴
		بهره‌گیری از توانمندی‌های نخبگان	۱۳
	دانایی محوری	توجه به سلامت نیروی انسانی و نخبگان	۷
		مدیریت دانش فردی، سازمانی، مشتری و بازار	۹
		اولویت‌بندی اهداف دانشی	۸
نقش مذاکره کننده	مدیریت زنجیره تأمین و عرضه	بازارمحوری و شناخت مشتریان بالقوه	۷
		هماهنگ کردن فعالیت‌های توسعه محصول جدید	۸
		تجاری‌سازی فناوری‌های نامطمئن	۷
	فعالیت در عرصه ملی و بین‌المللی	حمایت از فضای کسب‌وکار	۶
		نماینده گروه و کنترل کننده روابط خارجی	۶
		نفوذ در نهادهای علمی دنیا	۵
	حامی مالی	ارتقای دانش در سطح بین‌المللی	۷
		تعامل با نهادها برای جذب و ارتقای منابع مالی	۹
		بازارسازی مالی و درآمدزایی	۱۰
		تشویق کننده سرمایه‌گذارها در فناوری‌ها	۱۱

مضمون فراگیر	مضمون سازمان دهنده	مضمون پایه	فراوانی
		تخصیص دهنده تجهیزات و منابع انسانی	۸
		ارتقاء دهنده بودجه پژوهش	۱۲
		پشتیبانی مالی از نخبگان	۹
	اطلاع رسان	شرکت در سخنرانی، همایش‌ها و کنفرانس‌های علمی و کاربردی	۷
		اطلاع‌رسانی و گفت‌وگو سازی	۹
	رابط	توجیه صاحبان صنایع برای استفاده از تجربیات و تحقیقات	۱۱
		ارتباط با صنایع مرتبط و سایر شرکت‌ها و موسسات تحقیقاتی	۷
		ارتباط با استادان و دانشجویان نخبه خارج از شرکت	۷
		ارتباط بین شرکت و شرکای زنجیره تامین آن	۷
	نقش معنوی	مسئولیت اجتماعی	وفاداری و کسب‌وکار متعهدانه
پاسخگویی و تلاش در جهت برآوردن توقعات گروه‌های ذینفع			۹
تولید ثروت			۹
مبارزه با بیکاری و اشتغال‌زایی			۴
تلاش در جهت بهبود رفاه جامعه			۵
قانونمدار			۸
اخلاق‌پروری		توسعه اجتماعی و بشردوستی	۹
		پایبندی به ارزش‌های اخلاقی	۱۱
		دلسوز و شفیق	۱۲
		فداکاری کردن و سپر بلا بودن	۱۰
حامی محیط زیست	حفاظت و پاسداری از ثبات زیست بوم	۱۳	
	مدیریت انرژی و عملیات سبز	۱۴	
	تولید دانش دوستدار محیط زیست	۱۲	
	حمایت از رفتار زیست‌محیطی کارکنان	۱۱	
	ناظر بر فرهنگ و باورهای محیط اطراف	۸	
فرهنگ‌سازی	شکل دادن به فرهنگ و باورهای شرکت	۵	
	احترام به آداب و رسوم شرکت	۶	
	مشارکت مدنی	۵	

۴-۱- نقش هدایت کننده و برنامه‌ریز

در این نقش از مدیر انتظار می‌رود تا با استفاده از فرایندهایی همچون: تعیین هدف و برنامه‌ریزی به عنوان عامل شروع کننده قاطع امور مشکلات و نارسایی‌ها را شناسایی و تعریف کند و اهدافی را تعریف نماید، وظایف و نقش‌ها را مشخص نموده و خط‌مشی‌ها، مقررات و دستورالعمل‌هایی را وضع کند [۱۵]. در حقیقت در این نقش از مدیران انتظار می‌رود که برنامه‌ریزی و هدایت شرکت را در دست گرفته و با رهنمودها و برنامه‌ریزی‌های جامع و کامل خود در راستای تحقق اهداف شرکت ایفای نقش کنند. به علاوه، صاحب‌نظران زیادی معتقد هستند که مدیران موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش بنیان نیز از جایگاه هدایت‌کنندگی و برنامه‌ریزی خود خارج شده و در امور روزمره و تصدی‌گری غرق شده‌اند. لذا ایشان باید با تفویض اختیارات و کاهش تصدی‌گری به هدایت‌گری و جهت‌دهی کلان موسسات تحقیقاتی و فناورانه بپردازد.

۴-۲- نقش نوآور

از مدیر در این نقش به عنوان مدیری نوآور انتظار می‌رود که تغییر و انطباق‌پذیری را ساده کرده و نسبت به تغییر محیط نوآور بوده و روندهای تغییر را تشخیص داده و شناسایی کند، تحمل ریسک و عدم قطعیت را نیز داشته باشد. صلاحیت‌هایی که مدیران برای ایفای این نقش نیاز دارند عبارتند از: تفکر خلاق، همسازی با تغییرات و توانایی اداره تغییر [۱۵]. در این نقش از مدیر شرکت انتظار می‌رود تا توانایی، استعداد، خلاقیت و نوآوری را در افراد ایجاد، ترویج و تشویق کند، مدیران بایستی در جهت تطبیق و رشد در محیط و بهبود توانایی‌های یادگیری خود و سایر عناصر انسانی سازمان تحریک کننده و انتخاب‌گر باشند. واکنش‌های تطبیقی را در سازمان تقویت کنند تا استعداد و توانایی‌های لازم برای نوآوری را ارتقاء دهند.

۴-۳- نقش مدیریت منابع انسانی

به طور کلی اهمیت نیروی انسانی در سازمان‌های امروزی موجب شده است که نقش مدیریت منابع انسانی در سازمان‌های نو پیدا و به‌ویژه در سازمان‌های دانش بنیان و نوآور به نحوی تغییر یابد که کارکردهای مدیریت منابع انسانی را از زمینه‌هایی با تأثیر ناچیز و یکسری فعالیت مستقل، به سمت منبع مزیت پایدار رقابتی در سطح جهانی تبدیل نماید. [۱۶]. از طرفی کمبود نیروی انسانی فرآیندهای کاری را کند می‌کند و موجب می‌شود که مدیر نتواند تصمیم بهینه را اتخاذ کند [۱۷]. در حقیقت در این نقش از مدیران انتظار می‌رود تا بتوانند که نیروی انسانی و استعداد‌های مورد نیاز برای شرکت را شناسایی و جذب کرده، آموزش‌های لازم در زمینه کاربردی کردن ابتکارات و ابداعات را به آنها بدهد و تسهیل کننده و مربی مناسبی برای دستیابی به خلاقیت‌ها و ابتکارات باشد و انگیزش شغلی لازم را

در کارکنان و افرادی که با شرکت همکاری می‌کنند را فراهم کند و در جهت خلق، تسهیم و استفاده از دانش تلاش کند.

۴-۴- نقش مذاکره کننده

از مدیر در این نقش انتظار می‌رود که زیرک، تیزهوش و تاثیرگذار باشد و بتواند با افراد خارج از شرکت به منظور کسب منابع و منافع ملاقات نموده و مذاکره نماید و در حقیقت به عنوان سخنگو یا رابط ایفای نقش کند. در نقش مذاکره کننده مدیر بایستی نظرات و دیدگاه‌های مورد نظر شرکت را به شکل موثری با افراد به بحث و مذاکره بکشد. در حقیقت در این سازمان‌ها هنگامی عقاید خوب به مرحله عمل در می‌آید و جامعه عمل به آنها پوشانده می‌شود که افراد سود و منفعتی از تطبیق با آن نصیبشان شود که این نتیجه از راه مذاکره محقق خواهد شد. همچنین مدیران در این نقش به دانش و مهارت ایجاد و حفظ مبانی قدرت، توانایی مذاکره و ارائه موثر و شفاهی نیاز دارد [۱۵].

۴-۵- نقش معنوی

مدیرانی که توانایی درک درست از معنویت و اعتقادات اخلاقی قوی و عمل به آنها داشته باشند و اعمالشان پیوسته با ارزش‌ها و عقایدشان هماهنگ باشد، عملکرد بالایی دارند و همیشه کارها را با اصول اخلاقی پیوند می‌زنند. در دنیای امروز تنها چنین مدیرانی می‌توانند در سازمان اعتماد و تعهد ایجاد کنند که مبنایی برای تجارت گسترده و درست است. همچنین موضوع مربوط به چگونگی تسهیل رفتارهای محیطی کارکنان در طی سال‌های اخیر بیشتر درخور توجه قرار گرفته است. نکته مهم این است که محققان در شناسایی پیش‌بینی کننده‌های آنها متمرکز شده‌اند. در این باره، رهبری یک پیش‌بینی درخور توجه شناخته شده است؛ زیرا رهبران به عنوان عوامل سازمانی در رفتار با کارکنان، آثار زیادی بر کارکنان دارند. به طور خاص، رهبران معنوی بر کارکنان تمرکز می‌کنند و منافع کارکنان را نیز در نظر می‌گیرند که وابستگی، نبود قطعیت و نیازهای خودسازی آنها را برآورده کنند. مطابق با نظریه هویت اجتماعی تحقق این نیازها کارکنان را قادر می‌کند تا خود را با توجه به سازمان خود تعریف کنند و بنابراین، رفتارهایی را نشان دهند که به نفع سازمان باشد. در واقع در این نقش از مدیر انتظار می‌رود که فردی احساسی، به درد بخور، در دسترس و با نگرش و بینش باز باشد. از مدیر جهت ایفای این نقش انتظار می‌رود که به نیازها و خواسته‌های افراد به درستی گوش کرده و حمایت خود از انتظارات قانونی آنها را ابراز دارند و کارکنان را به عنوان منابع بسیار مهم و بالارزشی در نظر گیرد که بایستی به درستی درک شده و به آنها ارزش داده شود. شایستگی‌ها و صلاحیت‌های مورد

نیاز با توجه به فعالیت‌ها و انتظارات این نقش، درک خود و دیگران، ارتباط متقابل و بالنده ساختن کارکنان است.

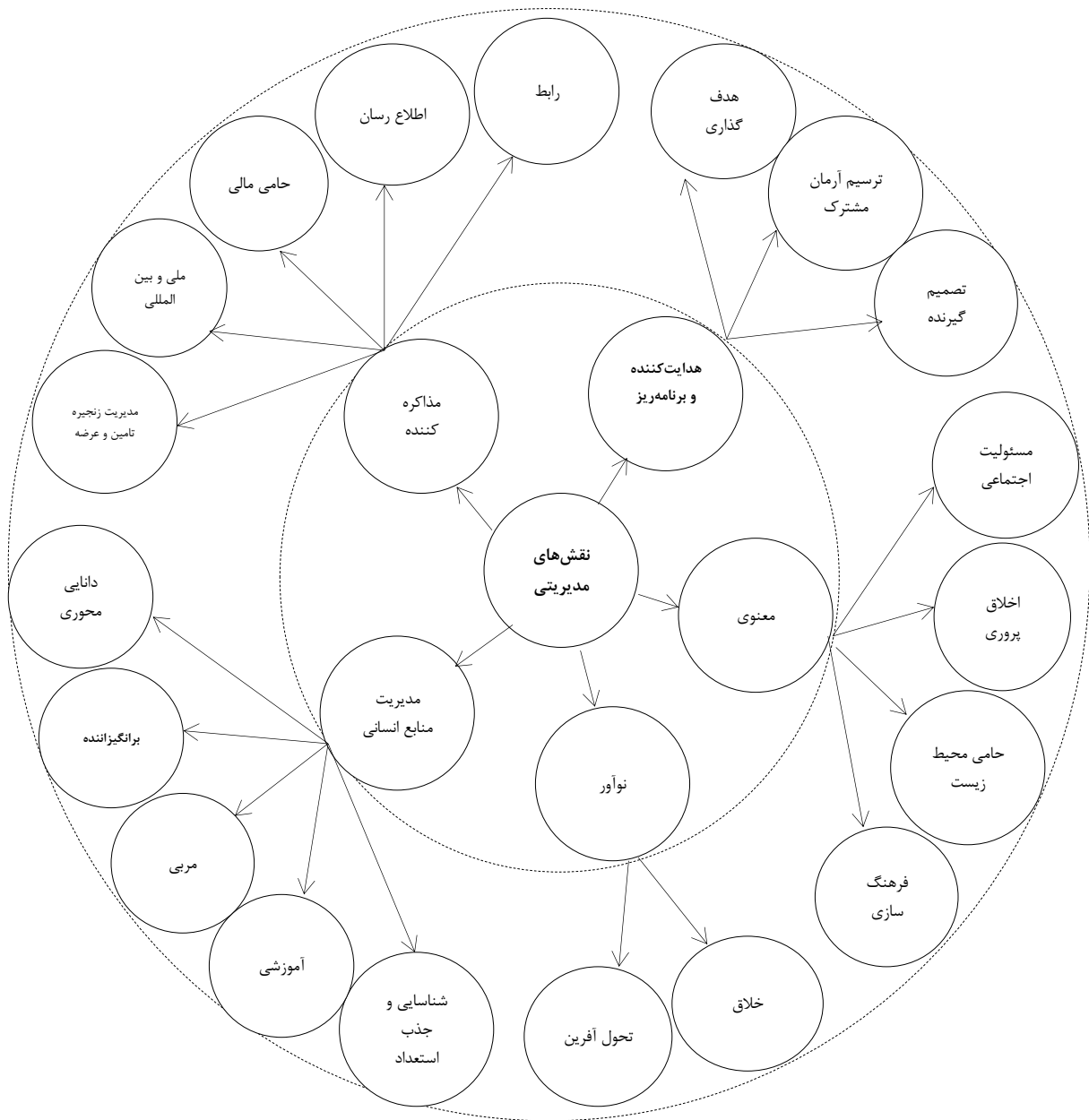
۵- نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بر اساس گزارش‌های مجله تخصصی فورچون ۲۵ درصد از شرکت‌های مورد مطالعه این مجله، مدیریت را به عنوان یکی از عوامل اساسی موفقیت یا شکست شرکت‌ها معرفی کرده‌اند. عامل متمایز کننده در همه سازمان‌ها، عنصر مرکزی هر موجودیت و حتی مدنیت جامعه مدیریت آن است که همانند رهبر ارکستر در سازمان عمل می‌کند [۱۸]. نقش یک مدیر به عنوان هدایت کننده شرکت‌های دانش بنیان و موسسات تحقیقاتی بسیار پیچیده‌تر است، که هم منحصر به فرد بودن و هم شباهت‌ها را بسته به شرکت و کسب‌وکار آن نشان می‌دهد و بنابراین نمی‌توان آن‌طور که چندین نفر این نقش‌ها را ایفا می‌کنند، نقش‌ها را به سادگی توصیف کرد [۱۹]. از آنجا که مدیران شرکت‌های دانش بنیان و موسسات تحقیقاتی، در جایگاه مدیر، نقش موثری در پیشرفت و توسعه شرکت‌ها دارند، شناخت نقش‌های آنها، آثار معتنا بهی در بهبود مدیریت و عملکرد دارد. فلذا، پژوهش حاضر بر طراحی الگوی نقش‌های مدیران موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش بنیان تمرکز نمود و با مصاحبه با ۱۲ نفر از صاحب نظران (براساس ترکیب سه روش نمونه گیری سهمیه‌ای، نظری و هدفمند) و با استفاده از روش تحلیل مضمونی، مدلی را ارائه کرده است که در آن پنج مضمون فراگیر شکل گرفته و ۱۹ مضمون سازمان دهنده و ۷۴ مضمون پایه به دست آمده است (شکل ۱).

اولین نقش مدیران در موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش بنیان، نقش هدایت کننده و برنامه ریز است. مدیر باید در چهارچوب اهداف و چشم‌اندازهای خود به ادامه فعالیت بپردازد و به طور هم‌زمان با کاهش تصدی‌گری و اشتغال به امور روزمره، رهبری و هدایت شرکت را بر عهده بگیرد. از مدیران در این نقش انتظار می‌رود که هدف‌گذاری کرده [۱۵]، آرمان‌های مشترک [۲۰] را ترسیم نموده و تصمیم‌گیری [۵] نمایند. دومین نقش وی، مدیریت منابع انسانی مجموعه است. در این نقش مدیران بایستی به وظایف مدیریت منابع انسانی خود عمل کنند که در آن بین پنج نقش اهمیت بیشتری دارند که صاحب‌نظران نیز بر آنها تاکید می‌کنند: دانایی محوری [۲۱]، برانگیزاننده [۲۲]، مربی [۱۴]، آموزشی [۲۱] و شناسایی و جذب استعداد [۲۳] از جمله نقش‌ها و وظایفی هستند که از مدیران انتظار می‌رود تا آنها را انجام دهند. مدیران بایستی با ایجاد تیم کاری قوی و هماهنگ به ایفای نقش مدیریتی خود بپردازد. سومین نقش وی، نقش نوآور است. مدیر بایستی محیطی مملو از علم، دانش، خلاقیت، نوآوری

و ابداع ایجاد کند و به مقتضای این فعالیت‌ها با این کارکردها، نهادها و ساختارها رابطه برقرار کند و زمینه بهبود هر یک از این رویکردها را فراهم آورد. اهم این نقش‌ها عبارت است از خلاق [۲۲] و تحول آفرین [۲۴]. بدیهی است که مدیران شرکت‌های دانش بنیان، موسسات تحقیقاتی و نوآورانه بایستی رویکردی مناسب برای انجام این نقش‌ها و وظایف داشته باشند و در راستای تحقق این وظایف و نقش‌ها تلاش کنند. چهارمین نقش مدیران موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش بنیان، مذاکره کنندگی است. مدیر و شرکت تحت سلطه وی بایستی بتوانند با گروه‌های مختلف مخاطبانشان، به خوبی رابطه برقرار کند. اجزای این نقش شامل رابط [۲۵]، اطلاع‌رسان [۲۶]، حامی مالی [۲۷] و ملی و بین‌المللی [۲۸] و مدیریت زنجیره تامین و عرضه [۲۸] است. مدیر باید از طرق مختلف در راستای منافع مجموعه با تمامی ظرفیت مذاکره کرده و در راستای تحقق اهداف مجموعه، نقش و وظایف مناسب را ایفا نماید. پنجمین نقش مدیر نیز نقش معنوی مدیر است. در دنیایی که انسان و روحیات وی نقش بسزایی در توسعه و عملکرد شرکت دارد، توجه به سلامت روحی و روانی کارکنان بسیار ضروری است و این مهم نیازمند ایفای نقش معنوی از سوی مدیر است. در این نقش مدیران بایستی به مسئولیت اجتماعی [۲۹]، اخلاق پروری [۲۹]، حامی محیط زیست [۳۰] و فرهنگ سازی [۲۷] توجه کنند.

شرکت‌های دانش بنیان با پتانسیل‌های موجود در خود به ارتقاء کیفی ایده‌ها، تولید و تجاری‌سازی آنها می‌پردازند. باید توجه نمود تولید علم به تنهایی نمی‌تواند تاثیر لازم را بر ساختار اقتصادی کشور داشته باشد. فعالیت شرکت‌های دانش بنیان به عنوان موتور توسعه اقتصادی کشورهای در حال توسعه مطرح بوده و به عنوان منشاء اصلی اشتغال‌زایی و تسهیل محیط کارآفرینی برشمرده شده است و دارای پتانسیل تسریع در خلاقیت، نوآوری و گشایش فرصت‌های تجاری‌سازی نوین به شمار می‌روند. بی‌شک در این راستا نقش‌های مدیریتی و الگوهای رفتاری مدیران نقش پررنگی در توسعه موسسات تحقیقاتی و شرکت‌های دانش بنیان ایفا خواهد کرد. بروز رفتارهایی در جهت ایجاد توسعه پایدار و حرکت در راستای رفع نیازهای جامعه و ارتقای ارزش‌های اخلاقی و معنوی در محیط اجتماعی و حفاظت از محیط زیست و تلاش در راستای ارتقای استانداردهای زیست محیطی، رفتارهای و نقش‌هایی است که از مدیران انتظار می‌رود که ایفا نموده و مدیران بایستی در راستای تحقق این اهداف و خواسته‌های جامعه ایفای نقش کنند. از جمله محدودیت‌های این پژوهش می‌توان به این موارد اشاره کرد که روش تحلیل مضمون توانایی سنجش وزن مضامین را ندارد و از دیدگاه اجرایی نیز دسترسی به صاحب‌نظران و خبرگان که معمولاً در مراتب بالای اداری فعالیت می‌کنند را سخت کرده است. همچنین تحلیل مضمون قدرت بررسی تکرار مضمون‌ها در سخنان صاحب‌نظران را ندارد.



شکل ۱. الگوی نقش‌های مدیریتی در شرکت‌های دانش بنیان و موسسات تحقیقاتی

۶- قدردانی از حامی

نویسندگان مایلند از تمامی افرادی که در انجام این مطالعه کمک کردند به ویژه مدیران و فعالان شرکت‌های دانش بنیان و موسسات تحقیقاتی تشکر و قدردانی کنند.

۷- منابع

- [۱] Dler, S., Tawfeq, A. (۲۰۲۱), Importance of Managerial Roles and Capabilities on Organizational Effectiveness. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, ۱۱(۴), pp. ۹۵۷-۹۶۴. DOI:۱۰.۶۰۰۷/IJARBS/v11-i4/9748
- [۲] Taslimi, M., Farhi Bozanjani, B. (۲۰۱۳), investigating the relationship between the roles played by managers in the administrative system and organizational effectiveness, *Management Studies Quarterly*, ۴۱ (۴), pp. ۱۳-۳۵. ۲۰,۱۰۰۱,۱,۲۲۵۱۸۰۳۷,۱۳۸۳,۱۱,۴۱,۴۲,۲,۷,۸۴ [in Persian]
- [۳] Markina, I. (۲۰۱۸), *Management of the ۲۱st Century: Globalization Challenges*. Ministry of Education and Science of Ukraine. ۹۷۸-۶۱۷-۶۷۳-۷۸۶-۵
- [۴] Camisón-Haba, S., Clemente-Almendros, J., Gonzalez-Cruz, T. (۲۰۱۹), How technology-based firms become also highly innovative firms? The role of knowledge, technological and managerial capabilities, and entrepreneurs' background. *Journal of Innovation and Knowledge*, ۴(۳), pp. ۱۶۲-۱۷۰. doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.jik.۲۰۱۸.۱۲.۰۰۱
- [۵] Altamony, H., Masa'deh, R., Hamdi Gharaibeh, A. (۲۰۱۷), The Role of Academic Researcher to Mintzberg's Managerial Roles, *International Journal of Business Management and Economic Research (IJBMER)*, ۸ (۲), pp. ۹۲۰-۹۲۵. DOI:۱۰.۱۳۱۴۰/RG.۲,۲,۲۷۹۷۱,۴۰۴۸۴
- [۶] Andreassen, N., Borch, O. (۲۰۲۰), Co-ordination of Emergency Response Systems in High-Complexity Environments: Structuring Mechanisms and Managerial Roles. In *Crisis and Emergency Management in the Arctic*, ۲(۳), pp. ۱۲۶-۱۵۹. eBook ISBN ۹۷۸۰۴۲۹۰۲۹۸۹۹
- [۷] Dehghani, R., Taghva, M., Tabatabaiyan, S. H. A. (۲۰۲۲), Identifying Obstacles against the Development of Senior Managers in Knowledge-Based Companies at National and Enterprise Levels and Providing Solutions to solve them. *Journal of Research in Human Resources Management*, ۱۴(۱), pp. ۱۳۷-۱۷۰. ۲۰,۱۰۰۱,۱,۸۲۵۴۸۰۰۲,۱۴۰۱,۱۴,۱,۵,۶ [in Persian]
- [۸] Ehtashami, M., Mortazavi Kahangi, A., Sharifian, Maryam. (۲۰۱۵), training managers of knowledge-based companies using the improvement of educational, personality and skill characteristics and its role in company performance, the second international conference on management and economics in the ۲۱st century. icme۲۱. Com [in Persian]

Persian]

- [۹] Azizi, M., azar, A., & Dehghan Nayeri, M. (۲۰۲۰). Participatory decision making in the post COVID-۱۹ period. *Modern Research in Decision Making*, ۵(۲), pp. ۱۶۵-۱۹۲. ۲۰,۱۰۰۱,۱,۲۴۷۶۶۲۹۱,۱۳۹۹,۵,۲,۷,۰ [in Persian]
- [۱۰] Khyatyan, M. S., Tabatabaeian, S. H., Amiri, M., Eliasi, M. (۲۰۱۵), Content Analysis of Knowledge-Based Firms Characteristics. *ORMR*, ۵ (۲), pp. ۲۱-۴۷. URL: <http://ormr.modares.ac.ir/article-۲۸-۷۵۳۷-fa.html> [in Persian]
- [۱۱] Qolipour, M., Vahdatzad, M. A., Olya, M. S., Khademi Zare, H. (۲۰۱۴), Identifying and categorizing the challenges of knowledge-based companies using the artificial neural network method and BPMS approach; Case study: Knowledge-based companies of Yazd, *Rushd Technology Quarterly*, ۱۱ (۴۴), pp. ۵۱-۶۰. ۱۰,۷۵۰۸/jstpi.۲۰۱۵,۰۴,۰۰۶ [in Persian]
- [۱۲] Latifi, F. (۲۰۰۷), The Twelve Roles Model of Management in Iran, *Sharif Scientific and Research Journal*, ۴۳, pp. ۱۳۵-۱۲۵. [in Persian]
- [۱۳] Mintzberg, H. (۲۰۰۷), the Manager's Job: Folklore and Fact, pp. ۳۳-۵۰.
- [۱۴] Seyedjavadin, R. (۲۰۱۳), *Management theories*, first edition, Sensh Publications, Tehran. [in Persian]
- [۱۵] Faqhi Farahmand, N. (۲۰۱۴), *Dynamic Organization Management (with a foreword on Organization Management in Iran)*, second edition, Forozesh Publications, Tabriz. [in Persian]
- [۱۶] Khademi kolahlou, M., sahebkar khorasani, S. (۲۰۲۲). Proposing a Model of Human Resource Management in Knowledge-based and Innovator Companies. *Management Research in Iran*, ۲۶(۳), pp. ۷۰-۹۳. ۲۰,۱۰۰۱,۱,۲۳۲۲۲۰۰,۱۴۰۱,۲۶,۳,۴,۵ [in Persian]
- [۱۷] Mosadeghrad, A., Tajvar, M., Taheri, S. (۲۰۲۰), Female managers' decision-making in healthcare organizations: Challenges and solutions. *Modern Research in Decision Making*, ۵(۱), pp. ۵۱-۹۴. ۲۰,۱۰۰۱,۱,۲۴۷۶۶۲۹۱,۱۳۹۹,۵,۱,۳,۴ [in Persian]
- [۱۸] Jalilian, H. (۲۰۲۱). Developing a Conceptual Model of Good Management in Manufacturing-Merchandising Companies. *Management Research in Iran*, ۲۵(۴), pp. ۱۳۵-۱۵۷. ۲۰,۱۰۰۱,۱,۲۳۲۲۲۰۰,۱۴۰۰,۲۵,۴,۸,۴ [in Persian]
- [۱۹] Kheirandish, M., Seyed Naghavi, M. (۲۰۱۷), Pattern of driving factors in intention of quitting of Elite from managers' perspectives at the National Oil Distribution Company. *Human Resource Management in Oil Industry Journal*, ۸(۱۳), pp. ۴۱-۷۱ <http://iieshrm.ir/article-۱-۱۴۷-fa.html> . [in Persian]
- [۲۰] Arntzwn bechina, A., Nkosindiela, M. (۲۰۱۷), Success factors in implementing knowledge based systems. *Journal of knowledge management*. ۷(۲), pp. ۲۱۱-۲۱۸. available online at www.ejkm.com
- [۲۱] Patel, S., Dallas, G. (۲۰۱۲), *Transparency and Disclosure: Overview of Methodology*

- and Study Results-United States, Standard & Poor's Transparency and Disclosure, setting the standards. October ۱۶. doi.org/۱۰.۲۱۳۹/ssrn.۴۲۲۸۰۰
- [۲۲] Kargar, M., Niaz Azari, K., Enayati, T. (۲۰۲۱), Behavioral-Ethical Characteristics of Managers and Its Role in Establishing Knowledge-Based Companies in Universities. *Ethics in Science and Technology*, ۱۶, pp. ۱۱۳-۱۲۲. URL: <http://ethicsjournal.ir/article-۱-۲۲۴۹-fa.html> [in Persian]
- [۲۳] Khalatbari, H., Tsadar, F. (۲۰۱۳), Personality characteristics of the manager according to the Qur'an and Nahj al-Balagha. *Siraj Munir Quarterly*, ۵(۱۶), pp. ۸۷-۱۰۸. <https://doi.org/۱۰.۲۲۰۵۴/ajsm.۲۰۱۴.۱۳۳۰> [in Persian]
- [۲۴] Roumezi, H., Hosseinpour, M., Bahmei, L., Nasiri, M. (۲۰۲۰), Designing a Model for the Creation and Development of Knowledge-Based Companies in Human Sciences' Fields. *Library and Information Sciences*, ۲۲(۴), pp. ۱۱۹-۱۵۱. ۱۰,۳۰۴۸۱/LIS.۲۰۱۹,۱۸۶۹۴۶,۱۵۸۱. [in Persian]
- [۲۵] Lenka, U., Tiwari, B. (۲۰۱۶), Achieving triple "P" bottom line through resonant leadership: an Indian perspective. *International Journal of Productivity and Performance Management*, ۶۵(۵), pp. ۶۹۴-۷۰۳. <https://doi.org/۱۰.۱۱۰۸/IJPPM-۰۲-۲۰۱۵-۰۰۲۳>
- [۲۶] Mahdavi mazde, B., Zakery, A., Mirzamohammadi, S. (۲۰۲۲), A Model Presentation for the Role of Knowledge Types in the Internationalization of Knowledge Based Firms with its Policy Implications. *Commercial Surveys*, ۱۹(۱۱), pp. ۸۵-۱۰۶. ۱۰,۲۲۰۲۴/BS.۲۰۲۲,۲۴۷۰۴۱. [in Persian]
- [۲۷] Shakya, A., Shrestha, SK., Mishra, A. (۲۰۱۹), Managerial Roles in Architectural/Engineering Consulting Firms of Nepal. *J Adv Res Civil Envi Engr*, ۶(۱), pp. ۱-۷. DOI:۱۰.۲۴۳۲۱/۲۳۹۳,۸۳۰۷,۲۰۱۹۰۱
- [۲۸] Abesey, S., Ghandehari, M., Alvedari, H., Hozoori, M. (۲۰۲۰), Identification and assessment of Effective Factors and consequences of managers' self-efficacy with resonant leadership role in knowledge-based organizations. *Career and Organizational Counseling*, ۱۲(۴۴), pp. ۱۶۱-۱۸۶. ۱۰,۵۲۵۴۷/JCOC.۱۲,۳,۱۶۱. [in Persian]
- [۲۹] Ayat, M., Melai, E., Javan Fakar, E., Shafi'i, S. (۲۰۱۹), the relationship between managerial roles and women's personality traits in Islamic teachings. *Women's socio-psychological studies (Women's studies)*, ۱۸(۴), pp. ۲۰۱-۲۳۸. ۰,۲۲۰۵۱/JWSPS.۲۰۲۱,۳۲۸۳۹,۲۲۸۳. [in Persian]
- [۳۰] Gibbs, M. (۲۰۱۶), past, present and future compensation research: Economist perspectives. *Compensation & Benefits Review*, ۴۸(۱-۲), pp. ۳-۱۶. <https://doi.org/۱۰.۱۱۷۷/۰۸۸۶۳۶۸۷۱۷۷۰.۹۷۲>