



ارزیابی کسب‌وکارهای مقاومتی

در جهت افزایش میزان رفتارهای تاب‌آورانه در صنایع خدماتی

هدی زینالی^۱

سیدمحمود هاشمی^۲

میرزاحسن حسینی^۳

سینا نعمتی‌زاده^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۴/۲۴ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۵/۱۵

چکیده

امروزه نقش مهم کسب‌وکارهای مقاومتی در افزایش میزان رفتارهای تاب‌آورانه، بر بخش‌ها و کشورها موجب ایجاد علاقه گسترده به تحقیقات در این زمینه شده است. هدف از این پژوهش نشان دادن اهمیت ارزیابی کسب‌وکارهای مقاومتی در جهت افزایش میزان رفتارهای تاب‌آورانه در صنایع خدماتی بوده است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه مدیران صنایع خدماتی تشکیل می‌دهند. داده‌های لازم با پرسشنامه از ۲۵۳ نفر از مدیران صنایع خدماتی که به روش نمونه‌گیری غیر احتمالی از نوع ساده و آسان انتخاب شدند گردآوری شد. جهت آزمون مدل از روش کمترین مربعات جزئی و نرم‌افزار SMARTPLS استفاده شد. با تحلیل روابط موجود در میان متغیرهای مدل تحقیق به‌طور گسترده و عمیق، نتایج ارزیابی‌ها نشان می‌دهد به‌منظور ارزیابی کسب‌وکارهای مقاومتی در بالابردن میزان تاب‌آوری در رفتارها، بایستی برای اقدامات بعدی و مقایسه سطح پیشرفت این‌گونه رفتارها در صنایع خدماتی، برای هر کدام از این ابعاد که ارائه می‌شود، برنامه‌ریزی‌های لازم انجام گردد، دقت در توسعه و در نظر گرفتن فرآیندهای دخیل، بسیار مهم است.

کلمات کلیدی

کسب‌وکار، کسب‌وکارهای مقاومتی، رفتارهای تاب‌آورانه، صنایع خدماتی

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. zeynalihoda@gmail.com
۲. دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) hashemi_2986@yahoo.com
۳. استاد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. Ri.hosseini@yahoo.com
۴. دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. Sin.nematizadeh@iauctb.ac.ir

مقدمه

رشد و مقاومت کسب‌وکارها در دوران بحران یکی از پیچیده‌ترین اقداماتی است که افراد باید انجام دهند. امروزه در دنیای پیچیده‌ای زندگی می‌کنیم؛ دنیایی که هر لحظه در حال تغییر بوده و روش‌های جدیدی را برای داشتن یک زندگی ساده‌تر، پیش روی ما می‌گذارد. در بحران و تهدیدات بسیاری از کسب‌وکارها با سرعت بالا ممکن هست از رونق بیفتند و یا حتی به سمت نابودی کشانده شوند (ساعتچی، ۱۳۹۶). یکی از عمده‌ترین رهیافت‌های عرضه‌شده در متون اسلامی، تلاش برای ایجاد هویت دینی در صاحبان کسب‌وکار است. نشانه‌هایی از رویکرد اسلام در ایجاد هویت اخلاقی در تجار و صاحبان حرفه‌ها را می‌توان در تعبیر از کاسب در مقام دوست خدا (الكاسب حبيب الله) یافت. راقم سطور کسب‌وکار مقاومتی را از سنخ اقتصاد مقاومتی و مدیریت دانسته‌اند و آن را مجموعه‌ای از تدابیر مدیریتی که آسیب کسب‌وکار را در برابر ریسک‌ها کاهش می‌دهد و یا روشی برای مقابله با تحریم‌ها و بحران‌ها دانسته است. عاقبت‌اندیشی و برنامه‌ریزی مناسب، رکن اساسی پیشرفت و کمال‌یابی است. در اتخاذ خط‌مشی‌های کسب‌وکار لازم است از بلندپروازی اجتناب شود، زیرا اتخاذ استراتژی بلندپروازانه، وقتی که با توانایی‌های فرد و امکانات موجود در جامعه توازن و هماهنگی نداشته باشد، نتیجه‌ای جز شکست و به هدر دادن منابع جامعه در بر نخواهد داشت. از این‌رو، در اتخاذ شیوه در برنامه‌های پیشرفت و مقاوم نمودن کسب‌وکار لازم است با توجه به امکانات موجود، شیوه و استراتژی طوری طراحی شود که در درازمدت کسب‌وکار به پیشرفت برسد و اتخاذ روش سنجیده و حساب‌شده، با توجه به امکانات، به مراتب نتیجه‌ای بهتر از انتخاب روش‌های شتابان و عجولانه دارد (هاشمی، ۱۴۰۰، ۴). صاحبان کسب‌وکارها در مواجهه با بحران‌ها باید از برخی از رویکردهایی که می‌تواند کسب‌وکار را در مواجهه با تهدیدات و بحران‌های مختلف مقاوم کند، من جمله مقاوم‌سازی کسب‌وکار، رقابت همکارانه در کسب‌وکار، نوسازی کسب‌وکار، نوآوری مدل کسب‌وکار و توسعه کسب‌وکار با توجه به تغییرات شرایط محیطی و نوع بحران یا تهدید استفاده نمایند (راهدار، ۱۳۹۵).

کسب‌وکار مقاومتی یک مفهوم تازه‌ای است که تاکنون توسط هیچ نظریه‌پرداز مطرح نشده اما اقتصاد مقاومتی در سال ۱۳۸۹ برای اولین بار توسط امام‌خامنه‌ای مطرح و در ادامه توسط برخی از کارشناسان حوزه اقتصاد نیز مورد مذاکره قرار گرفته است. در این پژوهش در نظر است ابتدا به تشریح کسب‌وکار مقاومتی و راهکارهای تحقق آن و نقش آموزه‌های دینی در مقاومت کسب‌وکارها در بحران‌های طبیعی و مصنوعی و روش‌های مقابله، مقاومت و پویایی کسب‌وکارها پرداخته شود. مقاوم‌سازی کسب‌وکارها برای شرایط بحران بسیار حائز اهمیت است (هاشمی، ۱۴۰۰، ۲). بررسی‌ها نشان می‌دهد که

ارزیابی کسب و کارهای مقاومتی در جهت افزایش میزان.../زینالی، هاشمی، حسینی و نعمتی زاده

عمده‌ترین عوامل مؤثر بر افزایش تاب‌آوری و مقاوم‌سازی در سطح کسب و کارها شامل تحول‌پذیری، احتیاط و نگاه به‌کل زنجیره ارزش و اکوسیستم و تنوع در طراحی راه‌حل‌ها و تأکید بر نوآوری، مدیریت نوسانات زنجیره تأمین، حفظ و افزایش ظرفیت تولید، حفظ و تقویت نیروی انسانی، مدیریت هزینه‌ها و بدهی‌ها و جریان نقدینگی و حفظ و افزایش فروش و ظرفیت‌های مربوط به آن، هستند. کسب و کارهایی که در شرایط بحران، رکود و تورم، تحریم، جنگ و... از وضعیت خوبی به لحاظ تولید، فروش و غیره برخوردار بوده‌اند دارای ریسک کم بوده و مقاوم‌سازی برای این نوع از کسب و کارها از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار می‌باشد. این کسب و کار برای پایداری و مقاومت خود در برابر بحران‌های مذکور بایستی بتواند از مزیت‌های موجود استفاده و هم‌زمان فرصت‌های جدید را کشف کند. بنابراین با ایجاد یک زمینه‌ی دوسو توانی در سازمان از طریق مجموعه‌ای از فرآیندها، سیستم‌ها و ساختارهای دوگانه، سازمان‌ها از توانایی لازم برای مواجهه با تغییرات محیطی برخوردار می‌شوند (نخعی و همکاران، ۱۳۹۵).

رفتارهای تاب آورانه، رفتارهایی هستند که به افراد کمک می‌کند تا در برابر حوادث غیرقابل پیش‌بینی بتوانند با بهره از نقاط قوت و تجارب خود بر آن‌ها غلبه کنند. رفتارهای تاب آورانه موجب می‌شود تا افراد بتوانند از رویدادهای آسیب‌زا عبرت بگیرند و درمواجهه با بحران‌ها انعطاف‌پذیر باشند و با تکیه بر قابلیت‌های درونی خود به مسیر پیشرفت و ترقی ادامه دهند (دی بلا و همکاران، ۲۰۲۳).

با توجه به آنچه بیان شد و بر اساس مرور مطالعات پیشین برندسازی، صاحب‌نظران و پژوهشگران متعددی در سراسر دنیا با دیدگاه‌های متنوع و در دوره‌های مختلف، مدل‌های مجزا و چارچوب‌های گسسته‌ای در زمینه مقاوم‌سازی کسب و کارها ارائه کرده‌اند که در نهایت، جامعیت یافته‌های مربوطه را متزلزل ساخته است. به‌کارگیری نوآوری در صنایع خدماتی و افزایش میزان رفتارهای تاب آورانه مقوله جدیدی است، از این رو بیشتر پژوهش‌ها از نوع مطالعات موردی بوده و این امر باعث شده پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه از پراکندگی بالایی برخوردار باشند. به این ترتیب این ارزیابی به مدیران صنایع خدماتی کمک می‌کند تا از طریق آگاهی از وضعیت موجود و ارزیابی کسب و کارهای مقاومتی، برنامه‌ریزی مفید و مؤثری را پیش‌بینی نمایند که موجب افزایش میزان رفتارهای تاب آورانه و بهبود خدمات‌رسانی در صنایع خدماتی گردد.

ادبیات پژوهش

کسب و کار از مسائلی است که برای پیمودن راه‌های ترقی مادی و معنوی، نقشی بنیادین دارد و برای ادامه زندگی و بقای جامعه ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. از دیدگاه اسلام کار کردن فقط برای کسب درآمد و افزودن ثروت نیست و در این میان معیارهای مهم اخلاقی نیز دخالت دارند. عناصر اخلاقی کار و تولید

در آموزه‌های دینی بسیار گسترده است. تحقق عینی این عناصر، از یک سو زمینه‌ساز گسترش و بهینه‌سازی فعالیت‌های تولیدی و در نتیجه رشد اقتصادی است و از سوی دیگر، ضمن جهت‌دهی به فعالیت‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها، سالم‌سازی آن‌ها را موجب می‌شود. این روزها خیلی از مردم علاقه دارند تا به‌جای استخدام در یک موسسه یا شرکت، کسب‌وکاری برای خود ایجاد نمایند. که به برخی از کسب‌وکارهای بزرگ و کوچک اشاره می‌کنیم (شعبانی، ۱۳۹۴).

در همین راستا، راسلا (۲۰۱۸) در پژوهش خود دریافت که ریاضت اقتصادی به‌عنوان یکی از ابزارهای سرکوب و یا مقابله با بحران اقتصادی استفاده می‌شود که در نهایت اتخاذ این نوع استراتژی، موجب ایجاد فقر گسترده در جامعه و پیدایش بیماری خواهد شد. بیماری‌هایی که به دلیل نبود امکانات دارویی مناسب رواج پیدا می‌کند و در وهله اول کودکان جامعه با طیف گسترده‌ای از بحران‌های بی‌غذایی و درمانی دچار مرگ می‌شوند. همچنین یخچالی (۱۳۹۷) به بررسی شاخص‌های اثرگذار بر اقتصاد مقاومتی پرداخته است. طبق نتایج به‌دست‌آمده، عدالت، اقتصاد دانش‌بنیان، پویایی و پیشرو بودن و درون‌زایی و برون‌گرایی از شاخص‌های اثرگذار بر اقتصاد مقاومتی هستند. نیکان و عزیزی (۱۳۹۹) در مقاله‌ای تحت عنوان کسب و کار شرکت‌های کوچک و متوسط در اقتصاد مقاومتی نشان دادند در هر کشوری رشد اقتصادی مورد توجه ویژه‌ی مسئولین و مردم واقع می‌شود چراکه همگام با پیشرفت اقتصادی می‌توان به پیشرفت‌های زیادی در زمینه‌های گوناگون نائل شد و در مقابل آن کشوری که از نظر اقتصادی رشدی ندارد یا در سطح مناسبی نباشد کمتر می‌توان انتظار داشت که در ابعاد دیگر دستاوردی داشته باشد.

تاب‌آوری به معنای دارا بودن ظرفیت و توانایی مقابله با بحران‌ها و مشکلات و ترمیم آسیب‌هاست. افراد با رفتارهای تاب‌آور می‌توانند به‌راحتی با موقعیت‌های استرس‌زا مواجه شوند و آن را به فرصت تبدیل کنند، همچنین کسب‌وکارهایی که افرادی با این ویژگی را دارند به‌راحتی می‌توانند بر تغییرات سریع جهان امروزی غلبه کنند و به مسیر توسعه و پیشرفت خود ادامه دهند.

امروزه در اکثر سازمان‌ها در کل دنیا، مدیران به دنبال افزایش میزان رفتارهای تاب‌آورانه، پیشرفت و توسعه عملکرد سازمان‌های خود می‌باشند، به‌عبارت‌دیگر، اگر سازمان‌ها بخواهند موقعیت خود را حفظ کرده و به شیوه‌هایی عمل کنند که موجب حفظ، موفقیت و توسعه‌شان شود، لازم است که عملکرد خود را بازبینی و تعهدات خود نسبت به مشتریان را به بهترین شکل انجام دهند (هارتمن و همکاران، ۲۰۲۲).

روش پژوهش

پژوهش حاضر بر اساس هدف از دسته پژوهش‌های کاربردی محسوب می‌شود و از نظر گردآوری داده‌ها، از نوع پژوهش‌های پیمایشی به شمار می‌رود. ساختار این پژوهش بر اساس مدل معادلات

ارزیابی کسب و کارهای مقاومتی در جهت افزایش میزان.../زینالی، هاشمی، حسینی و نعمتی زاده

ساختاری طرح ریزی شده است. بنابراین، از روش حداقل مربعات جزئی (Smart Pls) برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است؛ زیرا نخست اینکه روش یادشده به پیش‌فرض‌هایی همچون توزیع نرمال معرف‌های مشاهده‌شده و حجم بالای نمونه‌ها متکی نیست و دوم اینکه به گفته چاین (۱۹۹۸)، از این روش برای مقاصد پیش‌بینی و اکتشاف روابط محتمل استفاده می‌شود. تعداد حجم نمونه با استفاده از رابطه تعیین حجم نمونه در جامعه نامحدود (آذر و مؤمنی، ۱۳۹۵)، با در نظر گرفتن حداکثر واریانس و سطح خطای ۵ درصد، نفر مشخص شد که برای افزایش نرخ بازگشت پرسشنامه (۸۱ درصد) و سهولت انجام پژوهش بیش از ۲۵۳ پرسشنامه به صورت الکترونیکی توزیع شد که از این تعداد، ۲۴۲ نفر از مدیران صنایع خدماتی، پرسشنامه را تکمیل نموده و همین تعداد، مبنای تحلیل و آزمون قرار گرفت. برای سنجش و اندازه‌گیری از پرسشنامه حاصل از کدگذاری مدل پارادایمی استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش از روش حداقل مربعات جزئی (PLS) برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. زیرا اولاً این روش به پیش‌فرض‌های همچون توزیع نرمال معرف‌های مشاهده‌شده و حجم بالایی نمونه‌ها متکی نیست. ثانیاً از این روش برای مقاصد پیش‌بینی و اکتشاف روابط محتمل استفاده می‌شود. به عبارت دیگر برخلاف روش‌های مبتنی بر کوارینانس که سعی در سازگاری داده‌ها با الگوی نظری پژوهش دارند، این روش به دنبال کشف نظریه‌ی است که در داده‌ها نهفته است. یافته‌های این تحقیق به دو بخش کلی دسته‌بندی شده‌اند؛ دسته اول یافته‌ها به روایی و پایایی سازه‌ها و معرف‌ها اختصاص دارد. در روش حداقل مربعات جزئی برای ارزیابی پایایی سازه‌ها به‌طور معمول از دو ابزار AVE و CR استفاده می‌شود. با توجه به اینکه آلفای کرونباخ برآورد سخت‌گیرانه‌تری از پایایی درونی متغیرها ارائه می‌دهد، در مدل‌های مسیری حداقل مربعات جزئی از سنج‌های پایایی مرکب استفاده می‌شود. البته، اهمیتی ندارد کدام ضریب پایایی به کار می‌رود، در هر صورت مقدار آلفای کرونباخ باید بیشتر از ۰,۷ باشد. با توجه به جدول ۲، CR و آلفای کرونباخ برای همه سازه‌ها بیشتر از ۰,۷ می‌باشد. ضریب تعیین (R^2) واریانس توضیحی یک متغیر درون‌زا را نسبت به واریانس کل آن توسط متغیرهای برون‌زا اندازه‌گیری می‌کند. برای این شاخص مقادیر بزرگ‌تر از ۰,۶۷۰، قوی، بزرگ‌تر از ۰,۳۳۳، متوسط و کمتر از ۰,۱۹۰، ضعیف تلقی می‌شود. در واقع این ضریب نشان می‌دهد متغیر یا متغیرهای مستقل چند درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح می‌دهند.

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۵، دوره ۱۴، پائیز ۱۴۰۲

جدول ۱. نتایج بررسی اعتبار متغیرها

متغیر	Cronbach's Alpha	rho_A	CR	AVE	Q2
اثربخشی سازمانی	۰,۸۹۸	۰,۹۰۱	۰,۹۲۵	۰,۷۱۲	۰,۴۷۸
ارتباطات مطلوب	۰,۷۷۳	۰,۷۷۶	۰,۸۶۹	۰,۶۸۸	۰,۳۷۳
ارزش آفرینی	۰,۸۳۰	۰,۸۳۳	۰,۸۸۷	۰,۶۶۴	۰,۴۸۲
ارزش آفرینی کسب و کارها با رویکرد کسب و کار مقاومتی	۰,۹۲۸	۰,۹۳۴	۰,۹۳۶	۰,۵۹۶	۰,۲۴۸
ارزیابی شرایط محیطی	۰,۷۷۰	۰,۸۵۱	۰,۷۷۴	۰,۵۳۳	۰,۱۵۲
ارزیابی فنی	۰,۸۷۷	۰,۸۹۰	۰,۹۰۸	۰,۶۲۴	۰,۴۱۷
استراتژی‌های تاب‌آوری	۰,۸۰۵	۰,۸۰۷	۰,۸۷۲	۰,۶۳۲	۰,۳۸۶
استراتژی‌های مقاومتی	۰,۷۶۱	۰,۷۰۸	۰,۷۹۷	۰,۵۰۶	۰,۲۵۳
اکوسیستم کسب و کار	۰,۷۵۷	۰,۷۷۵	۰,۸۴۴	۰,۵۷۵	۰,۲۲۷
برنامه‌های تشویقی	۰,۷۷۹	۰,۷۸۴	۰,۸۵۱	۰,۵۳۵	۰,۳۴۱
تاب‌آوری زنجیره تأمین کسب و کار خدماتی	۰,۷۴۲	۰,۷۵۵	۰,۸۵۴	۰,۶۶۳	۰,۳۱۲
تاب‌آوری شبکه	۰,۷۹۸	۰,۸۱۴	۰,۸۸۲	۰,۷۱۴	۰,۲۷
تاب‌آوری کسب و کار	۰,۸۷۳	۰,۸۸۴	۰,۹۰۸	۰,۶۶۵	۰,۴۶
توسعه کسب و کار مقاومتی	۰,۹۴۶	۰,۹۵۰	۰,۹۵۱	۰,۵۴۵	۰,۲۵۶
خلق ارزش مشترک	۰,۸۴۲	۰,۸۴۲	۰,۸۹۴	۰,۶۷۹	۰,۴۸۱
رقابت‌پذیری در بازار صادرات	۰,۸۹۸	۰,۹۰۴	۰,۹۲۵	۰,۷۱۳	۰,۴۶۶
رقابت‌پذیری در صنایع خدماتی	۰,۹۳۱	۰,۹۳۶	۰,۹۴۱	۰,۵۵۴	۰,۴۱۶
ریسک‌های بازار	۰,۹۰۰	۰,۹۰۲	۰,۹۲۳	۰,۶۶۸	۰,۵۲۱
شدت رقابت مبتنی بر تغییر بازار	۰,۸۰۰	۰,۸۰۳	۰,۸۸۳	۰,۷۱۵	۰,۴۲۷
طرح‌های تحولی	۰,۸۸۳	۰,۸۸۳	۰,۹۲۷	۰,۸۱۰	۰,۵۵۳
ظرفیت تاب‌آوری	۰,۸۰۶	۰,۸۳۴	۰,۸۷۳	۰,۶۳۴	۰,۴۱۲
فرایندهای D&R	۰,۸۱۹	۰,۸۲۵	۰,۸۹۳	۰,۷۳۶	۰,۵
قابلیت رقابتی در بازار صادرات	۰,۷۱۳	۰,۷۱۶	۰,۸۲۲	۰,۵۳۷	۰,۳۸۹
قابلیت‌های منابع انسانی	۰,۸۹۹	۰,۹۰۲	۰,۹۲۶	۰,۷۱۴	۰,۶۰۱
قابلیت‌های رقابتی در کسب و کارها	۰,۸۷۲	۰,۸۹۲	۰,۸۹۷	۰,۵۴۲	-
قوانین داخلی موجود	۰,۷۷۸	۰,۸۰۱	۰,۸۴۹	۰,۵۳۴	۰,۳۳۴
موانع کسب و کارها در شرایط تحریم	۰,۸۴۶	۰,۸۴۷	۰,۸۹۷	۰,۶۸۵	۰,۴۷۸
موانع کسب و کار محیطی	۰,۹۲۰	۰,۹۲۶	۰,۹۳۲	۰,۵۸۰	۰,۲۵۲
پیچیدگی بازار	۰,۸۰۳	۰,۸۱۲	۰,۸۷۲	۰,۶۳۲	۰,۳۸۸

ارزیابی کسب و کارهای مقاومتی در جهت افزایش میزان.../زینالی، هاشمی، حسینی و نعمتی زاده

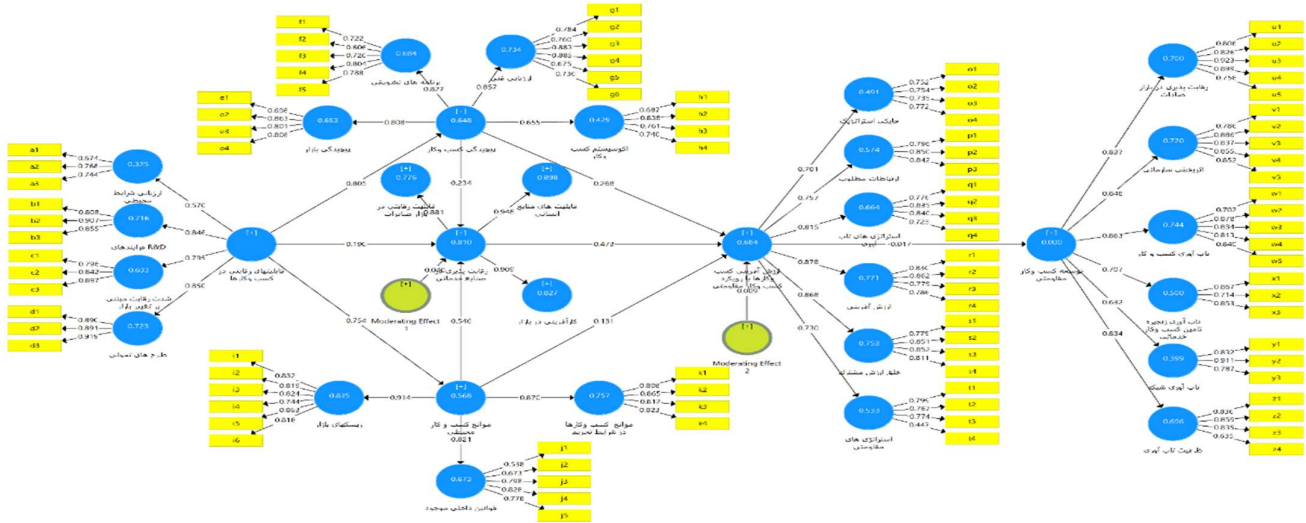
۰,۲۲۴	۰,۵۷۷	۰,۹۱۸	۰,۹۱۳	۰,۹۰۵	پیچیدگی کسب و کار
۰,۲۵۸	۰,۵۶۷	۰,۸۴۰	۰,۷۵۳	۰,۷۴۷	چابکی استراتژیک
۰,۵۵۱	۰,۷۰۸	۰,۹۰۶	۰,۸۶۶	۰,۸۶۰	کارآفرینی در بازار

منبع: یافته‌های پژوهشگر

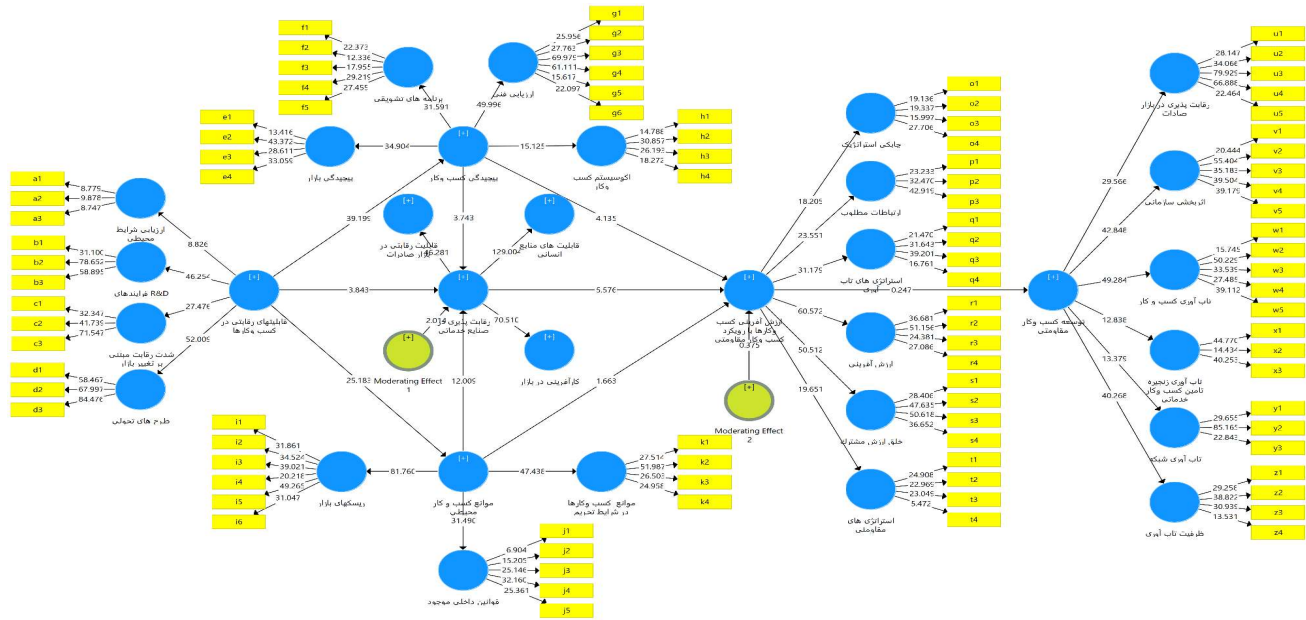
با توجه به اعداد محاسبه شده برای شاخص‌ها مشاهده می‌شود که کلیه مقادیر CR بزرگ‌تر از ۰,۷ و مقدار AVE بزرگ‌تر از ۰,۶ است بنابراین شاهد پایایی ترکیبی یا سازه هستیم؛ بنابراین روایی و پایایی سازه‌ای با توجه به اعداد جدول نیز تأیید می‌شود. جدول ۱ علاوه بر بررسی ضرایب همبستگی به روایی واگرا می‌پردازد. طبق این شاخص واریانس هر متغیر مکنون باید برای شاخص‌های مربوط به خودش بیشتر از سایر شاخص‌ها باشد. برای تشخیص این امر ابتدا جذر AVE متغیرهای مکنون محاسبه می‌شود و سپس حاصل با مقادیر همبستگی‌ای که این متغیر مکنون با سایر متغیرهای مکنون داشته، مقایسه می‌شود. باید حاصل جذر AVE از مقادیر همبستگی‌ها بیشتر باشد. این کار را باید برای تمامی متغیرهای مکنون انجام داد. نتایج بررسی شاخص فورنل و لارکر در جدول زیر مشاهده می‌شود. یک ستون از این جدول ریشه دوم میانگین واریانس تبیین شده (AVE) را نشان می‌دهد. لازمه تأیید روایی واگرا بیشتر بودن مقدار ریشه دوم میانگین واریانس تبیین شده از تمامی ضرایب همبستگی متغیر مربوطه با باقی متغیرها است.

دسته دوم یافته‌های این پژوهش به آزمون الگوی ساختاری و فرضیه‌های پژوهش اختصاص دارد که برای این منظور از ضریب مسیر و ضریب تعیین که به وسیله الگوریتم حداقل مربعات جزئی و با نرم افزار اسمارت پی‌ال‌اس به دست آمده است. ضریب مسیر سهم هر یک از متغیرهای پیش‌بین در تبیین واریانس متغیر ملاک را نشان می‌دهد. برای محاسبه مقدار آماره T از الگوریتم بوت استرپ با ۹۰ زیر نمونه استفاده شده است. شکل ۱ آماره T برای ضرایب مسیر (حالت استاندارد) و شکل ۲ مدل نهایی پژوهش در حال تخمین معناداری می‌باشد.

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۵، دوره ۱۴، پائیز ۱۴۰۲



شکل ۱. مدل ساختاری تحقیق درحالت استاندارد



شکل ۲. مدل ساختاری تحقیق درحالت معناداری

ارزیابی کسب و کارهای مقاومتی در جهت افزایش میزان.../زینالی، هاشمی، حسینی و نعمتی زاده

بر مبنای در واقع تمامی معادلات اندازه‌گیری (بارهای عاملی مرتبه اول، دوم و ضرایب مسیر) را با استفاده از آماره t ، آزمون می‌کند. بر طبق این مدل، بار عاملی در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار می‌باشد اگر مقدار آماره‌ی t خارج بازه $۱/۹۶ - ۱/۹۶ +$ قرار گیرد.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش نشان دادن اهمیت ارزیابی کسب و کارهای مقاومتی در جهت افزایش میزان رفتارهای تاب‌آورانه در صنایع خدماتی است. نتایج مربوط به تحلیل روابط موجود در میان متغیرهای مدل تحقیق در مورد سنجش قرار گرفت در این پژوهش به‌طور گسترده و عمیق به شناسایی، توصیف و تبیین پدیده ارزیابی کسب و کارهای مقاومتی پرداخته شده است. پژوهش پیش رو توانسته جزئیات بیشتری که در ارزیابی کسب و کارهای مقاومتی در جهت افزایش میزان رفتارهای تاب‌آورانه کمک می‌کند را معرفی نماید. بعلاوه پژوهش محدودیت خاصی را برای شمول انواع کسب و کارها که ممکن است در تحقیقات بعدی شناسایی شوند را ایجاد نمی‌کند. طبق نظر مصلح و همکاران (۱۳۹۷)، ریم و همکاران^۳ (۲۰۲۰) در جهت تسهیل کسب نوآوری‌های نوین و به‌موقع رسیدن آن‌ها به دست مدیران و تصمیم‌گیرندگان کسب و کارها، باید یک تأثیر رهبری کارآفرینی، ظرفیت جذب دانش، چابکی سازمانی و ذهن آگاهی مدیریت ارشد بر نوآوری مدل کسب و کار در صنایع خدماتی استفاده شود تا مدیران صرفاً بر یافتن راه‌حل‌ها متمرکز شوند و وقت‌شان برای جمع‌آوری اطلاعاتی که ارزش کافی ندارد، اتلاف نشود. در همین راستا، نیکان و عزیز (۱۳۹۹)، یودین و همکاران^۴ (۲۰۲۱) بیان کرده‌اند که ارزیابی چالش‌های مبتنی بر کسب و کارها در صنایع خدماتی یعنی به‌دست‌آوردن اطلاعات از رقبا و محیط رقابتی موجب تقویت نوآوری سازمانی در صنایع خدماتی می‌شود. همچنین، سوسانتو^۵ (۲۰۲۰)، استیون^۶ (۲۰۱۸)، یزدان پرست (۱۳۹۹) اشاره می‌کند که توسعه کسب و کارهای مقاومتی از طریق استراتژی‌های مشارکتی می‌تواند مکمل تحقیق و توسعه داخلی برای توسعه صنایع خدماتی باشد.

بر پایه نتایج این پژوهش، با توجه به به‌کارگیری روش‌های علمی بازار در صنایع خدماتی می‌توان با ایجاد و فعال‌سازی بخش تحقیقات بازار و بازاریابی در واحد تولیدی- خدماتی به‌منظور ارائه طرح‌های تحولی قیمت‌های رقابتی، شناسایی محیط فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و قانونی بازارهای هدف جهت کاهش ریسک، شناسایی کانال‌های توزیع و کانال‌های توزیع محلی، شناسایی رقبا و شناسایی مؤثرترین شیوه فعالیت‌های ترفیع فروش، شناسایی سلیقه‌های مصرف‌کنندگان در بازار هدف و بررسی امکان تغییر یا اصلاح محصول مطابق با بازارهای هدف، همچنین با ایجاد امکان سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت جهت بازاریابی و تبلیغات در قالب برنامه‌های کوتاه‌مدت نظام کسب و کارهای خدماتی، افزایش کمک‌های دولت

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، شماره ۳۵، دوره ۱۴، پائیز ۱۴۰۲

جهت اعزام هیات‌های بازاریابی به بازارهای متفاوت، افزایش همایش‌ها و سمینارهای تخصصی بازاریابی و دعوت از هیات‌های تجاری بازارهای بالقوه صنایع خدماتی از سوی سازمان‌های ذیربط، برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی و کمک به برگزاری نمایشگاه دائمی محصولات ایران در خارج از کشور از سوی سازمان/سازمان‌های ذیربط، ایجاد تسهیلات لازم از سوی سازمان توسعه تجارت، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جهت تبلیغات در رسانه‌های گروهی خارجی مخصوصاً از طریق کنسولگری‌ها و ارگان‌های مرتبط با صادرات، ایجاد تسهیلات پستی لازم از سوی دولت جهت ارسال سریع نمونه به بازارهای خارجی، صادرات را افزایش داد.

در ویژگی‌های صنایع خدماتی استفاده از قابلیت‌های کارآفرینانه یکی از مهم‌ترین ویژگی‌ها تشخیص داده شد. فرصت‌طلبی، چالاکی و یادگیری مهم‌ترین این رفتارها بود. صنایع خدماتی گرچه اغلب به دلیل اندازه خود چالاک تلقی می‌شوند اما به دلیل سطح پایین یادگیری اندازه‌گیری شده و به‌ویژه عدم سنجش مزیت‌رقابتی خود به‌طور دائمی نمی‌توانند به‌طور مناسب از فواید این چالاکی بهره‌مند شوند تا از فرصت‌های محیطی استفاده کنند. بیشتر می‌توان سطح اداره صنایع خدماتی را سطح مدیریتی تلقی کرد تا کارآفرینی. این در حالی است که ویژگی‌های این شرکت‌ها ارزش‌آفرینی کسب‌وکارها را نیاز دارد. از این‌رو توجه به دانش کسب‌وکار همراه با تقویت رفتارهای کارآفرینانه به‌شدت به مدیران صنایع خدماتی توصیه می‌شود.

در همه سازمان‌ها افزایش تاب‌آوری از جمله راهکارهایی است که پیوسته باید مورد توجه و تأکید سازمان باشد، از این جهت که تاب‌آوری موجب تمایز می‌گردد. آن چیزی که در سازمان پایه تاب‌آوری است، نیروی انسانی دانش‌آفرین و متخصص است که با هوشمندی و قدرت، بتوانند به‌گونه‌ای رفتار نمایند که در برابر تهدیدها و بحران دارای انعطاف باشند و از آن به‌عنوان فرصت بهره ببرند.

پیشنهاد می‌گردد کمیته‌ای از خبرگان در صنایع خدماتی در راستای برنامه‌های توانمندسازی برای توسعه‌ی مقاوم‌سازی در جهت ارتقای میزان رفتارهای تاب‌آور تشکیل گردد.

به مدیران پیشنهاد می‌شود با تأکید بر تاب‌آوری در کسب‌وکارهای خدماتی بستر دستیابی به توسعه و رشد اقتصادی، عدالت اجتماعی، فقرزدایی و محرومیت‌زدایی، افزایش سطح و رفاه جامعه، کارایی مدیریت جامع و سرمایه انسانی را فراهم نمایند. بقا و تداوم بنگاه‌ها در هر سیستم اقتصادی در گرو این است که بتوانند با استفاده حداکثری از منابع خود ارزش‌افزوده ایجاد کنند. ایجاد رویکرد و برنامه‌ریزی بلندمدت و استراتژیک، در شرایط بحرانی در تمام بخش‌ها و سطوح صنایع خدماتی توصیه می‌گردد.

ارزیابی کسب و کارهای مقاومتی در جهت افزایش میزان.../زینالی، هاشمی، حسینی و نعمتی زاده

بعلاوه برای بهبود و ارتقا تدوین نقشه راه، توسعه طرح‌های تحولی پیشرفته و به‌کارگیری آن‌ها در محصولات جدید باید با اقدامات عملی انجام شود. لذا بایستی مدیران همواره در تلاش و پیگیری فرصت‌های جدید برای افزایش انعطاف‌پذیری سازمانی باشند.

محدودیت‌ها و پیشنهادهای آتی

به محققان آتی پیشنهاد می‌شود مدل پژوهش جاری را در مورد کسب و کارهای دیگر نیز مورد سنجش قرار دهند و توصیه می‌شود موضوع پژوهش با رویکرد مقایسه‌ای در صنایع مختلف نظیر صنعت بیمه، هتلداری و... تکرار شود و قابلیت تعمیم الگوی پژوهش در سایر قلمروهای مکانی، ارزیابی شود. مطالعات آتی می‌تواند به بررسی چگونگی تأثیرگذاری نقش جنسیت به‌عنوان یک متغیر تعدیل‌گر در روابط بین متغیرهای تحقیق بپردازد.

مطمئناً عمده‌ترین محدودیت هر طرح تحقیقی را می‌توان عدم توانایی تعمیم نتایج تحقیق به سایر جوامع آمار دانست. تحقیق حاضر نیز از این قاعده مستثنی نبوده و نمی‌توان نتایج آن را جز به محل و جامعه آماری این تحقیق تعمیم داد.

منابع

- ۱) احمدی، زهرا (۱۳۹۷). تاثیر مقاومت اقتصادی بر حمایت از کسب کار سرمایه ایرانی، دومین کنفرانس ملی حسابداری-مدیریت و اقتصاد با رویکرد اشتغال پایدار و نقش آن در رشد صنعت، ملایر
- ۲) حسینی، منیره و مقدم، پریسا (۱۳۹۹). مدل کسب و کاری باز: پیشنهادی برای به کارگیری در شرایط اقتصاد مقاومتی، همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی، رشت.
- ۳) ساعتچی، لیلا (۱۳۹۶). مدیریت کسب و کار، اولین همایش بین المللی علوم مدیریت پیشرفت‌ها، نوآوری‌ها و چالش‌ها
- ۴) شعبانی، شیوا (۱۳۹۴). ارائه مدل مفهومی کسب و کار در راستای بهبود محیط کسب و کارهای کوچک و متوسط، اولین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار، صومعه سرا.
- ۵) منتظری، غلامرضا و رضانی، ابراهیم و فاخر، غدیر (۱۳۹۴). کارآفرینی سازمانی و نقش آن در اقتصاد مقاومتی مورد مطالعه: شرکت نمونه کارآفرینی کشور: آذین فورج، اولین همایش ملی کارآفرینی پایدار، علی آباد.
- ۶) نخعی، فریبا و خوشنودی، عبدالله و دشتبان، مجید (۱۳۹۵). بهبود مقررات کار، اعتبار و کسب و کار گامی در جهت تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی (مطالعه تعدادی از کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته)، سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و اقتصاد، مشهد.
- ۷) نیکان، عاطفه و عزیزی، امیر (۱۳۹۶). کسب و کار شرکت‌های کوچک و متوسط در اقتصاد مقاومتی، سومین کنفرانس سالانه مدیریت و اقتصاد کسب و کار، تهران.
- ۸) یزدان پرست، امین (۱۳۹۹). تحریم و فرصت‌های کسب و کار در سایه اقتصاد مقاومتی، همایش ملی مدیریت بازرگانی با محوریت: کسب و کارهای کارآفرینانه و اقتصاد دانش بنیان، رامسر.
- 9) Adeoye, B.W., & Iwegbu, O. (2020). Harnessing new sources of economic strength to achieving sustainable development goals in Nigeria. *The Nigerian Journal of Energy & Environmental Economics*, 11(1), 41-54.
- 10) Deller, S. C., Conroy, T., & Markeson, B. (2018). Social capital, religion and small business activity. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 155, 365-381.
- 11) DiBella, J., Forrest, N., Burch, S., Rao-Williams, J., Ninomiya, S. M., Hermelingmeier, V., & Chisholm, K. (2023). Exploring the potential of SMEs to build individual, organizational, and community resilience through sustainability-oriented business practices. *Business Strategy and the Environment*, 32(1), 721-735.

- 12) Hartmann, S., Backmann, J., Newman, A., Brykman, K. M., & Pidduck, R. J. (2022). Psychological resilience of entrepreneurs: A review and agenda for future research. *Journal of small business management*, 60(5), 1041-1079.
- 13) Krantz, S. G., & Rao, A. S. S. (2020). Preparedness and Response within Individual G7 Countries for COVID-19: Was there a Failure, in Spite of US Economic Strength, of Health Intelligence in the US to Assess the Prior Situation?.
- 14) Manoharan, K., Dissanayake, P., Pathirana, C., Deegahawature, D., & Silva, R. (2022). Assessing the performance and productivity of labour in building construction projects through the application of work-based training practices. *Construction Innovation*.
- 15) Rim, G. N., Jang, S. N., An, C. J., Hwang, S. H., & Ri, S. H. (2020). State economic strength and some methodological issues on its assessment. *Social Indicators Research*, 152, 607-636.
- 16) Susanto, D. (2020). The Effect Of Economic Strength, Government DEBT, Level Of Democracy, Public Trust, And Level Of Happiness On Corruption Perception. *Asia Pacific Fraud Journal*, 5(1), 98-107.
- 17) Thompson Jr, W. F., Tariq, A., & Nott, C. (2020). Economic Strength and Micropolitan Statistical Areas: Looking Beyond Generalities.
- 18) Uddin, M., Chowdhury, A., Anderson, K., & Chaudhuri, K. (2021). The effect of COVID-19 pandemic on global stock market volatility: Can economic strength help to manage the uncertainty?. *Journal of Business Research*, 128, 31-44.
- 19) Van Buren III, H. J., Syed, J., & Mir, R. (2020). Religion as a macro social force affecting business: Concepts, questions, and future research. *Business & Society*, 59(5), 799-822.

یادداشت‌ها:

-
1. Dibella et al
 2. Hartmann et al
 3. Rim et al
 4. Yudin et al
 5. Susanto
 6. Steven

Evaluation of resistance businesses in order to develop service industries based on productivity

Hoda Zinali¹

Seyed Mahmoud Hashemi²

Mirzahasan Hosseini³

Sina Nematizadeh⁴

Abstract

Today, the important role of resilient businesses in increasing the amount of resilient behaviors in sectors and countries has caused widespread interest in research in this field. The purpose of this research was to show the importance of evaluating resilient businesses in order to increase the amount of resilient behaviors in service industries. The statistical population of this research consists of all managers of service industries. Necessary data were collected by questionnaire from 253 managers of service industries who were selected by simple and easy non-probability sampling method. To test the model, partial least squares method and SMARTPLS software were used. By analyzing the existing relationship between the variables of the research model in a wide and deep way, the results of the evaluations show that in order to evaluate resistance businesses in increasing the level of resilience in behaviors, it is necessary for the next measures and to compare the level of progress of such behaviors in service industries, for each of these dimensions that It is presented, the necessary planning should be done, it is very important to be careful in developing and considering the involved processes.

Keywords

business, resistance businesses, resilient behaviors, service industries

1-PhD student, Department of Business Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. zeynalihoda@gmail.com

2-Associate Professor, Department of Business Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding Author), hashemi_2986@yahoo.com

3- Professor, Department of Business Management, Faculty of Management, Economics and Accounting, Payame Noor University, Tehran, Iran. Ri.hosseini@yahoo.com

4-Associate Professor, Department of Business Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, Sin.nematizadeh@iauctb.ac.ir