

فاکتورهای اثرگذار بر محیط ارتباط با ذی نفعان شرکتهای دولتی تولیدی

فرشید قمی^۱

زهرا الوندی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۱۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۱/۰۹/۲۵

چکیده

محیط ارتباط با ذی نفعان یک شرکت ساختاری است که اندازه گیری آن پیچیده و سخت است. در اقتصاد هر کشوری محیط ارتباط با ذی نفعان بسیار مهم است زیرا بر بهبود تولید ناخالص داخلی و رقابت شرکتهای اثرگذار است. عواملی وجود دارد که بر محیط ارتباط با ذی نفعان اثرگذارند. آنها مواردی همچون حاکمیت، رقابت، شفافیت، کیفیت بروکراسی، فساد و نظم و قوانین، سامانه های قانونی و زیر ساختارها و دیگر موارد را در بر می گیرد. هدف اصلی این تحقیق شناسایی عوامل موثر بر محیط ارتباط با ذی نفعان شرکتهای دولتی تولیدی می باشد. این تحقیق کاربردی و از نوع توصیفی- توسعه ای (اکتشافی) و پیمایشی است که در سال ۱۴۰۱ در شرکتهای دولتی تولیدی انجام شد. برای انجام تحقیق در تکنیک دلفی و دلفی فازی ۲۰ نفر از متخصصین انتخاب شدند. در این تحقیق دو سوال اصلی تنظیم شد. بعد از تکمیل تحقیق و محاسبات ریاضیاتی دلفی فازی ۱۷ عامل موثر بر محیط ارتباط با ذی نفعان شرکتهای دولتی تولیدی مشخص شدند. بر اساس محاسبات ماتریسی ویژگی های مشتریان، تأمین کنندگان و رقیبان محیط ترین عوامل بودند. شرکتهای دولتی تولیدی باید به ارتباطات خود توجه زیادی نمایند.

واژگان کلیدی

محیط ارتباط با ذی نفعان، شرکتهای دولتی تولیدی، دلفی فازی

مقدمه

بحث ارتباطات در شرکتها و به خصوص شرکتهای دولتی در دنیای امروز بسیار مهم است (بایگان و همکاران (۱۴۰۱)). شرکتهای دولتی به عنوان یکی از مهم ترین دستگاه های اجرایی، به شرکت هایی گفته می شود که به موجب قانون برای انجام قسمتی از تصدی های دولت ایجاد شده اند و بیشتر از پنجاه درصد سهام و سرمایه آنها به دولت تعلق دارد. لازم به ذکر است که شرکتهای دولتی، با اجازه قانون ایجاد می شوند و به صورت شرکتهای ایجاد و اداره می شوند و در کنار وزارتخانه ها، موسسات دولتی و موسسات عمومی غیر دولتی، اداره برخی از فعالیت های اقتصادی را بر عهده خواهند داشت. در قوانین مرتبط، شرکتهای دولتی تعریف شده اند که از جمله مهم ترین قوانینی که به تعریف ساختار شرکتهای دولتی پرداخته اند، می توان به قانون محاسبات عمومی مصوب ۱۳۶۶ و قانون مدیریت خدمات کشوری مصوب ۱۳۸۶ اشاره نمود. بر اساس ماده ۴ قانون محاسبات عمومی: "شرکت دولتی واحد سازمانی مشخصی است که با اجازه قانون به صورت شرکت ایجاد شود یا به حکم قانون و یا دادگاه صالح، ملی و مصادره شده و به عنوان شرکت دولتی شناخته شده باشد و بیش از ۵۰ درصد از سرمایه آن متعلق به دولت باشد" لذا مهم ترین سازمانهای اثرگذار در اقتصاد کشور ما شرکتهای دولتی و به خصوص شرکتهای دولتی تولیدی هستند که نیازمند محیطی برای ارتباط مناسب با ذی نفعان کلیدی خود از جمله مشتریان، تأمین کنندگان، دولت، مجلس و سایر نهادهای سیاسی و حاکمیتی هستند. 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 ارتباط با ذی نفعان بر عملکرد شرکت ها و توسعه اقتصادی اثر گذار است. محیط ارتباط با ذی نفعان در کشورهای مختلف متفاوت است. این موضوع با توجه به تفاوت های موجود در شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و امثالهم نشان دهنده این است که عوامل متفاوتی بر محیط ارتباط با ذی نفعان شرکتهای 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، سامانه 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 ارتباط با ذی نفعانند (تریثانکار و چانچال^۱، 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 اثرگذار بر محیط ارتباط با ذی نفعان شرکتهای دولتی تولیدی و با توجه به محیط متفاوت بازار کشور شد.

روش شناسی تحقیق و تعریف متغیرها

تحقیق مربوطه از لحاظ هدف از نوع کاربردی است چرا که در شرکتهای دولتی 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 (تحقیق حاضر) هستیم.

تعاریف مفهومی

محیط ارتباط با ذی نفعان: 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 ارتباط با ذی نفعان شرکتهای دولتی تولیدی: عواملی هستند که بر اداره و عملکرد شرکتهای سهام عام تولیدی اثر گذار است (تریثانکار و چانچال، ۲۰۱۸).

تعاریف عملیاتی

محیط ارتباط با ذی نفعان: 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، رقیبان، عرضه کنندگان و مشتریان) و ... (تریثانکار و چانچال، ۲۰۱۸). در این تحقیق منظور محیط ارتباط با ذی نفعان شرکتهای سهامی عام پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار است که برای این منظور محیط ارتباط با ذی نفعان بازار سرمایه ایران مورد بررسی قرار می گیرد.

عوامل موثر بر محیط ارتباط با ذی نفعان شرکتهای دولتی تولیدی: شامل مواردی همچون ارتباط مناسب مشتریان، ارتباط مناسب تامین کنندگان کالا و عرضه کنندگان، ارتباط مناسب رقیبان، فعالیت رقیبان، قابلیت پیش بینی

^۱ . Tirthankar & Chanchal

شرایط بازار، سلیقه مشتریان، تغییر نیازهای مشتریان، سیاست های مالیاتی، مخارج منابع انسانی، هزینه مجوزها، کیفیت نظام قضائی در پیگیری دعاوی، قوانین و مقررات موجود، ویژگی های تولید کنندگان، سلامت سامانه اداری، مخارج بازاریابی، تصمیمات و بافت سیاسی و اقتصادی در کلان و راهبرد شرکت ها و روش های تولید آنها می باشد.

پیشینه تحقیق

لوناردو انجلا (۲۰۲۱) در تحقیقی رابطه مشکلات قانونی و توسعه اقتصادی پرداختند. بدین منظور از داده های سال های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۷ شرکتهای دولتی تولیدی موجود در آمریکای لاتین و آسیا استفاده نمودند. یافته ها نشان داد که مشکلات ارتباطی و قانونی سبب کاهش توسعه اقتصادی می شود و در مواردی که مشکلات قانونی زیاد بوده تولید ناخالص داخلی کاهش یافته است.

شیوانی و نیشات^۱ (۲۰۲۰) تحقیقی 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 ارتباط با ذی نفعان شرکتها بررسی شد. یافته ها نشان داد که وضعیت رقابتی شرکت بر کیفیت افشای ریسک اثرگذار است.

تربثانکار و چانچال (۲۰۱۸) تحقیقی با عنوان عوامل موثر بر محیط ارتباط با ذی نفعان 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 ارتباط با ذی نفعان 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 ارتباط با ذی نفعان مرتبط بود.

لیو^۲ (۲۰۱۷) تحقیقی 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^۳ (۲۰۱۵) تحقیقی با عنوان تاثیر محیط ارتباط با ذی نفعان 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 تأثیرات مثبتی داشته است. همچنین نتایج نشان داد که گرچه میزان رشوه با عملکرد شرکتها رابطه مثبتی دارد اما با افزایش میزان شدت رشوه این رابطه معکوس می شود و عملکرد شرکت ها کاهش می یابد.

^۱ . Shivaani and Nishant

^۲ . Liu

^۳ . Dut

نانه و وانزیل^۱ (۲۰۱۲) تحقیقی با عنوان دستیابی به عملکرد تجاری بهتر با بهبود رویه محیط ارتباط با ذی نفعان در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادر 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 دولتی 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.

بایگان و همکاران (۱۴۰۱) در تحقیقی با عنوان تحلیل ساختاری فرهنگ ارتباطات کاری مبتنی بر ارزشهای اخلاقی، فرهنگ کار مشارکتی، عملکردشغلی و سرمایه اجتماعی بیان نمودند که از آنجا که انسان موجودی اجتماعی است، فرهنگ کار در صورتی که در قالب ارزشهای اخلاقی و حرفه ای کار باشد، بر عملکرد فرد موثر واقع خواهد بود. بر همین اساس پژوهش حاضر به بررسی عملکرد شغلی در میان اعضای هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی یاسوج و رابطه فرهنگ ارتباطات کاری مبتنی بر ارزشهای اخلاقی و فرهنگ کار مشارکتی با آنها می پردازد. روش پژوهش، توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری کلیه اعضای هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی یاسوج (۲۰۴ نفر) در سال ۱۳۹۹ و نمونه پژوهش شامل ۱۳۴ نفر که با استفاده از نمونه گیری تصادفی طبقه ای و با فرمول کوکران انتخاب شده است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسش نامه های محقق ساخته و تحلیل داده ها با روش مدل یابی معادلات ساختاری و نرم افزار SPSS ۲۴ و PLS انجام گرفت. یافته های پژوهش حاکی از آن است که رابطه فرهنگ ارتباطات کاری مبتنی بر ارزش های اخلاقی با عملکرد شغلی، فرهنگ کار مشارکتی با عملکرد شغلی، فرهنگ ارتباطات کاری مبتنی بر ارزشهای اخلاقی با سرمایه اجتماعی، فرهنگ کار مشارکتی با سرمایه اجتماعی و سرمایه اجتماعی با عملکرد شغلی و همچنین رابطه فرهنگ ارتباطات کاری مبتنی بر ارزشهای اخلاقی با عملکرد شغلی و نقش میانجی سرمایه اجتماعی و فرهنگ کار مشارکتی با عملکرد شغلی و نقش میانجی سرمایه اجتماعی معنی دار می باشد.

نوبری (۱۴۰۰) در پژوهش خود در رابطه با راهبردهای ارتقای عملکرد بودجه شرکت های دولتی بیان نمود که شرکت های دولتی با توجه به حجم وسیع از فعالیت هایشان، می توانند به طرق مختلف بر بودجه دولت اثر بگذارند. علی رغم توجه به اصل ۴۴ قانون اساسی در قالب «هزینه کرد کارا»، متأسفانه تا به امروز شاهد تغییرات محسوسی نبوده ایم. طبق بررسی های صورت گرفته میزان عملکرد بودجه شرکت های دولتی در بسیاری از بخش ها کمتر از ۵۰ درصد رقم مصوب مشاهده شده است؛ امری که به خوبی ناکارآمدی مدیریتی و ضعف ساختاری و نظارتی بودجه شرکت های دولتی، بانک ها و موسسات غیرانتفاعی را نشان می دهد. شفاف سازی جزییات منابع و هزینه کرد بودجه شرکت های دولتی، ارایه زود هنگام لایحه بودجه، کاهش هزینه شرکت های دولتی، توجه به نظرات حسابرسان، بهره مندی از کمیسیون های تخصصی، برگزاری جلسات نظارتی مستمر و استماع در کمیته های کمیسیون های تخصصی مجلس،

^۱ . Neneh and Vanzyl

دستیابی به تعداد شرکت های زیان ده، واگذاری شرکت های زیان ده به بخش خصوصی، طراحی نظام نظارتی کارآمد به عنوان راهکارهای پیشنهادی ارائه می شوند.

شجاعی فرد (۱۳۹۸) تحقیقی 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) تحقیقی 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 تحقیق، 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، تاثیر گذار است. اما فرایندهای نظام گمرکی مطلوب با در نظر گرفتن نقش تعدیل گری عوامل محیطی بر برون دادهای نظام گمرکی مطلوب تاثیر گذار نمی باشد.

ربیعی منفرد (۱۳۹۵) تحقیقی 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 تحقیق 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.

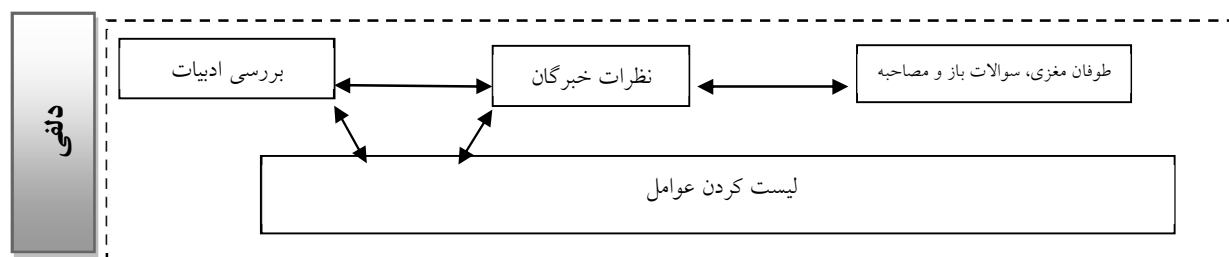
بابکی و سلیمی فر (۱۳۹۳) تحقیقی با عنوان نقش محیط کسب و کار و آزادی اقتصادی در رشد اقتصادی کشورهای منتخب با رویکرد داده های تابلویی (۲۰۱۳-۲۰۰۴) انجام دادند. نتایج برآوردها با استفاده از روش داده های تابلویی نشان می دهد که محیط کسب و کار و آزادی اقتصادی، تاثیر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی دارند. همچنین، 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.

خضری (۱۳۸۹) تحقیقی با عنوان دورنمای محیط کسب و کار در لایحه برنامه پنجم توسعه کشور انجام داد. در لایحه برنامه پنجم توسعه، که قاعدتا باید در چارچوب سیاست های کلی و معطوف به اهداف آن تنظیم شده باشد، نیز بر بهبود محیط ارتباط با ذی نفعان 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) تحقیقی با عنوان محیط مساعد کسب و کار، پیش نیاز توسعه کارآفرینی در ایران انجام دادند. نتایج این تحقیق نشان داد محیط کسب و کار کشور از نظر کارشناسان داخلی نامساعد و نامطلوب است. نتایج این تحقیق با رتبه بندی الگوی بانک جهانی و سایر الگوهای محیط کسب و کار هم گرایی دارد.

باصری و شاه حسینی (۱۳۸۹) تحقیقی 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 تحقیق

جامعه تحقیق شامل تحقیقگران و همچنین افراد متخصص و پاسخ دهنده موسسان و مدیران شرکتهای دولتی تولیدی است. در خصوص پرسشنامه دلفی نمونه ای به تعداد ۲۰ نفر انتخاب شد (در تکنیک دلفی نمونه تحقیق 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 تحقیق بدین شرح است:

عوامل موثر بر محیط ارتباط با ذی نفعان شرکتهای دولتی تولیدی کدامند؟

مهم ترین عوامل موثر بر محیط ارتباط با ذی نفعان شرکتهای دولتی تولیدی کدامند؟

برای پاسخگویی از مراحل زیر استفاده شد:

مطالعه متون تخصصی

نظرخواهی از کارشناسان خبره صرفا 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 ارتباط با ذی نفعان شرکتهای دولتی تولیدی

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

نگاره ۱: معرفی عوامل موثر بر محیط ارتباط با ذی نفعان شرکتهای دولتی تولیدی

عوامل موثر	توضیحات
ارتباط مناسب مشتریان	مشتری یکی از مهم ترین ذی نفعان کلیدی هر شرکتی است که شرکت ها با رابطه خوب می توانند بر محیط ارتباط با ذی نفعان خود اثر بگذارند.
ارتباط مناسب تامین کنندگان کالا و عرضه کنندگان	تامین کنندگان کالا و عرضه کنندگان یکی از مهم ترین ذی نفعان کلیدی هر شرکتی است که شرکت ها با رابطه خوب می توانند بر محیط ارتباط با ذی نفعان خود اثر بگذارند.
ارتباط مناسب رقبای	گر چه رقبای همیشه سود خود را ترجیح می دهند اما بهتر است با آنان روابط مناسبی داشت تا در مواقع لزوم بتوان فعالیت های شرکت را بهبود بخشید
فعالیت رقبای	رقبای برای دستیابی به اهداف خود دست به فعالیت های زیادی می زنند که برخی نیز قابل پیش بینی نیستند.
قابلیت پیش بینی شرایط بازار	تغییرات ناگهانی و زیاد بازار بر محیط ارتباط با ذی نفعان شرکت ها اثرات زیادی دارد. چنانچه بازار مدام در حال تغییر باشد شرکت ها مدام باید بازار را به صورت دقیق رصد نمایند.
سلیقه مشتریان	هر جامعه ای دارای مشتریان خاص با سلیق خاص می باشد.
تغییر نیازهای مشتریان	مشتریان با توجه به تغییرات زمانی و مکانی خواسته هایشان تغییر می کند که این موضوع نیز بر محیط ارتباط با ذی نفعان شرکت ها اثر گذار است.
سیاست های مالیاتی	سیاست های مالیاتی و نرخ آن بر فعالیت های شرکتهای اثرات زیادی دارد.
مخارج منابع انسانی	هزینه نیروی کار سبب تغییرات زیادی در میزان مخارج شرکتهای می شود زیرا این هزینه یکی از مهم ترین مخارج شرکت هاست.
هزینه مجوزها	روال اداری دریافت مجوز برای هر فعالیت بر محیط ارتباط با ذی نفعان شرکتهای اثرات زیادی دارد.
کیفیت نظام قضائی در پیگیری دعاوی	کیفیت نظام قضائی در مواردی که شرکت ها با مشکلات و دعاوی حقوقی روبه رو هستند بسیار اثر گذار است.
قوانین و مقررات موجود	قوانین و مقررات مرتبط با فعالیت های هر شرکت بر فعالیت شرکتهای تاثیر دارد.
ویژگی های تولید کنندگان	قدرت موسسان از لحاظ پولی و رابطه ای بر فعالیت شرکتهای بسیار اثر گذار است

عوامل موثر	توضیحات
سلامت سامانه اداری	سلامت سامانه اداری که به نوعی با شرکت سر و کار دارند بر فعالیت شرکتها تأثیرات مثبتی دارد
مخارج بازاریابی	مخارج بازاریابی نیز یکی از مهم ترین هزینه ها برای معرفی محصولات شرکت است که میزان آن بر عملکرد شرکتها اثر گذار است.
تصمیمات و بافت سیاسی و اقتصادی در کلان	بستر ساز بوده، محیط کسب و کار فضای بهره وری و محیط رقابت شرکتها را بهبود می بخشد، استراتژی و عملیات شرکتها مناسبات داخلی و یا ثبات برای رشد بهره وری شرکتها را فراهم می سازد.
راهبرد شرکتها و روشهای تولید آنها	راهبرد های انتخابی شرکتها و عملیات مد نظر آنها بر همه چیز اثر گذار است.

که محاسبات آن نیز به شرح ذیل بود:

مرحله اول: پاسخگویی در قالب فازی

نگاره ۲: عوامل شناسایی شده

عوامل موثر بر محیط ارتباط با ذی نفعان						نظر کارشناس خبره ۱			نظر کارشناس خبره ۲۰		
						N	M	L	N	M	L
ارتباط مناسب مشتریان						1	1	0.9	1	1	0.9
ارتباط مناسب تامین کنندگان کالا و عرضه کنندگان.						1	1	0.9	1	1	0.9
ارتباط مناسب رقبایان						1	1	0.9	1	0.9	0.75
فعالیت رقبایان						1	0.9	0.75	1	0.9	0.75
قابلیت پیش بینی شرایط بازار						1	1	0.9	1	0.9	0.75
سلیقه مشتریان						1	1	0.9	1	0.9	0.75
تغییر نیازهای مشتریان						1	0.9	0.75	1	0.9	0.75
سیاست های مالیاتی						1	1	0.9	1	0.9	0.75
مخارج منابع انسانی						1	1	0.9	1	1	0.9
هزینه مجوزها						1	1	0.9	1	1	0.9
کیفیت نظام قضائی در پیگیری دعاوی						1	0.9	0.75	1	0.9	0.75
قوانین و مقررات موجود						1	0.9	0.75	1	0.9	0.75

عوامل موثر بر محیط ارتباط با ذی نفعان						نظر کارشناس خبره ۱			نظر کارشناس خبره ۲۰		
						N	M	L	N	M	L
ویژگی های تولید کنندگان						1	1	0.9	1	1	0.9
سلامت سامانه اداری						1	1	0.9	1	1	0.9
مخارج بازاریابی						1	1	0.9	1	1	0.9
تصمیمات و بافت سیاسی و اقتصادی در کلان						1	1	0.9	1	1	0.9
راهبرد شرکت ها و روش های تولید آنها						1	1	0.9	1	1	0.9

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

نگاره ۳: محاسبات دلفی فازی

میانگین فازی			جمع فازی			عوامل موثر بر محیط ارتباط با ذی نفعان
$\sum N/20$	$\sum M/20$	$\sum L/20$	$\sum N$	$\sum M$	$\sum L$	
0.98	0.93	0.78	19.50	18.50	15.70	ارتباط مناسب مشتریان
1.00	0.98	0.87	19.90	19.50	17.30	ارتباط مناسب تامین کنندگان کالا و عرضه کنندگان.
0.90	0.81	0.66	17.90	16.15	13.20	ارتباط مناسب رقبایان
0.86	0.75	0.62	17.10	15.05	12.35	فعالیت رقبایان
0.95	0.85	0.70	18.90	16.95	14.00	قابلیت پیش بینی شرایط بازار
0.95	0.85	0.70	18.90	16.95	14.00	سلیقه مشتریان
0.82	0.73	0.62	16.30	14.65	12.35	تغییر نیازهای مشتریان
1.00	0.93	0.79	19.90	18.55	15.80	سیاست های مالیاتی
1.00	0.98	0.87	19.90	19.55	17.30	مخارج منابع انسانی
1.00	0.96	0.84	19.90	19.15	16.70	هزینه مجوزها
0.95	0.83	0.68	18.90	16.65	13.55	کیفیت نظام قضائی در پیگیری دعاوی
0.98	0.88	0.72	19.50	17.65	14.35	قوانین و مقررات موجود
1.00	0.98	0.87	19.90	19.55	17.30	ویژگی های تولید کنندگان
0.98	0.93	0.79	19.50	18.55	15.70	سلامت سامانه اداری
0.95	0.88	0.75	18.90	17.55	14.90	مخارج بازاریابی

میانگین فازی			جمع فازی			عوامل موثر بر محیط ارتباط با ذی نفعان
$\Sigma N/20$	$\Sigma M/20$	$\Sigma L/20$	ΣN	ΣM	ΣL	
1.00	0.96	0.84	19.90	19.15	16.70	تصمیمات و بافت سیاسی و اقتصادی در کلان
1.00	0.98	0.87	19.90	19.55	17.30	راهبرد شرکت ها و روش های تولید آنها

مرحله سوم:

میانگین نهایی برای رتبه بندی نهایی و مقایسه با آستانه پذیرش ۰,۷ به شرح ذیل است:

نگاره ۴: میانگین و رتبه نهایی پذیرش

رتبه	نتیجه نهایی	نمره	عوامل موثر بر محیط ارتباط با ذی نفعان
1	پذیرش	0.95	ارتباط مناسب مشتریان
1	پذیرش	0.95	ارتباط مناسب تامین کنندگان کالا و عرضه کنندگان.
1	پذیرش	0.95	ارتباط مناسب رقبایان
1	پذیرش	0.95	فعالیت رقبایان
2	پذیرش	0.93	قابلیت پیش بینی شرایط بازار
2	پذیرش	0.93	سلیقه مشتریان
3	پذیرش	0.9	تغییر نیازهای مشتریان
3	پذیرش	0.9	سیاست های مالیاتی
3	پذیرش	0.9	مخارج منابع انسانی
4	پذیرش	0.86	هزینه مجوزها
4	پذیرش	0.86	کیفیت نظام قضائی در پیگیری دعاوی
5	پذیرش	0.83	قوانین و مقررات موجود
5	پذیرش	0.83	ویژگی های تولید کنندگان
6	پذیرش	0.82	سلامت سامانه اداری
7	پذیرش	0.79	مخارج بازاریابی
8	پذیرش	0.74	تصمیمات و بافت سیاسی و اقتصادی در کلان
9	پذیرش	0.72	راهبرد شرکت ها و روش های تولید آنها

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

عوامل موثر بر محیط ارتباط با ذی نفعان از نظر متخصصین از اهمیت متفاوتی برخوردار است.

بحث و نتیجه گیری

ماده ۴ قانون مدیریت خدمات کشوری نیز به تعریف مفهوم شرکتهای دولتی پرداخته است که اندکی با تعریف قانون محاسبات عمومی متفاوت است. به موجب ماده مذکور، شرکت دولتی " بنگاه اقتصادی است که به موجب قانون برای انجام قسمتی از تصدیهای دولت به موجب سیاستهای کلی اصل چهل و چهارم ۴۴ قانون اساسی، ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری جزء وظایف دولت محسوب می گردد، ایجاد و بیش از پنجاه درصد ۵۰ سرمایه و سهام آن متعلق به دولت می باشد.

هر شرکت تجاری که از طریق سرمایه گذاری وزارتخانه ها، مؤسسات دولتی و شرکتهای دولتی منفرداً یا مشترکاً ایجاد شده، مادام که بیش از پنجاه درصد ۵۰ سهام آنها منفرداً یا مشترکاً متعلق به واحدهای سازمانی فوق الذکر باشد، شرکت دولتی است.

تشکیل شرکتهای دولتی تحت هریک از عناوین فوق الذکر، صرفاً با تصویب مجلس شورای اسلامی مجاز است. همچنین تبدیل شرکتهایی که سهام شرکتهای دولتی در آن ها کمتر از پنجاه درصد ۵۰ درصد است، با افزایش سرمایه به شرکت دولتی ممنوع است.

علاوه بر این، به موجب تبصره ۲ ماده مذکور، شرکتهایی که به حکم قانون یا دادگاه صالح، ملی و یا مصادره شده و شرکت دولتی شناخته شده یا می شوند، شرکت دولتی تلقی می گردند. در مورد شرکتهای دولتی، ذکر این نکته ضروری است که چون فلسفه وجودی این شرکتها کسب سود و درآمد است و مانند تاجر عمل می کنند، بنابراین، بایستی تابع قواعد حقوق تجارت باشند. شرکتهای دولتی از نظر ساختاری تابع نهادهای پیش بینی شده در قانون تجارت هستند و دارای نهادهای تصمیم گیرنده (مجامع عمومی)، اداره کننده (هیات مدیره و مدیر عامل) و نهادهای کنترل کننده (یعنی بازرس) هستند.

اما در نظام حقوقی ایران، از این جهت شرکتهای دولتی را موسسات عمومی محسوب می کنیم، چرا که این شرکت ها از برخی از امتیازات قدرت عمومی یا حاکمیتی برخوردار هستند. به عنوان مثال شرکتهایی مثل شرکت مخابرات و یا شرکت نفت می توانند مانند سایر دستگاههای دولتی اقدام به تملک اراضی افراد برای انجام وظایف و خدمات خود بنمایند که این موارد، از مصادیق بارز اعمال حاکمیت است.

محیط ارتباط با ذی نفعان یک شرکت دولتی تولیدی ساختاری است که اندازه گیری آن پیچیده و سخت است. در اقتصاد هر کشوری محیط ارتباط با ذی نفعان بسیار مهم است زیرا بر بهبود تولید ناخالص داخلی و رقابت شرکتها اثر گذار است. عواملی وجود دارد که بر محیط ارتباط با ذی نفعان اثرگذارند. آنها مواردی همچون حاکمیت، رقابت، شفافیت، کیفیت بروکراسی، فساد و نظم و قوانین، سامانه 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 تحقیق شناسایی عوامل موثر بر محیط ارتباط با ذی نفعان شرکتهای دولتی تولیدی می باشد. در این تحقیق ۱۷ عامل به عنوان عوامل موثر بر محیط ارتباط با ذی نفعان شناسایی شدند. توجه به این عوامل سبب بهبود محیط ارتباط با ذی نفعان شرکتهای دولتی 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 رقیبانی 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.

ارتباط مناسب 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.

ارتباط مناسب 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.

ارتباط مناسب رقیبان: وجود اتحادیه های فعال طراحی شده با قوانین و شرایط موجود سبب رقابت سالم خواهد شد. فعالیت رقیبان: نظارت دولت بر بازار از فعالیت های نامناسب رقیبان 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.

مخارج 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 اثرگذار خواهد بود.

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

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

مخارج بازاریابی: دولت در برخی موارد باید مخارج بازاریابی شرکتهای 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.

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

به محققان آتی نیز پیشنهاد می‌شود که تحقیق زیر را انجام دهند و با نتایج این تحقیق مقایسه نمایند:

- عوامل موثر بر محیط ارتباط با ذی نفعان شرکتهای دولتی تولیدی در شرایط ریسک

منابع و مآخذ

۱. 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.
۲. احمدی، نسیم، (۱۳۸۸)، معرفی و نقد تکنیک دلفی، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۲۲، صص ۱۰۸-۱۰۰.
۳. بایگان، سید مجید، قلاوندی، حسن، حسنی، محمد، (۱۴۰۱). تحلیل ساختاری فرهنگ ارتباطات کاری مبتنی بر ارزشهای اخلاقی، فرهنگ کار مشارکتی، عملکردشغلی و سرمایه اجتماعی. فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، در حال انتشار.
۴. 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.
۵. 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.
۶. 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.
۷. ربیعی منفرد، مینو، (۱۳۹۵)، تبیین عوامل موثر بر موفقیت شرکتهای دانش بنیان با تکنیک دلفی و رتبه بندی آنها با فرآیند تحلیل رتبه ای، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد الکترونیک.
۸. رهبر، فرهاد، نادران، الیاس، سام لیری، سید کاظم، 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.
۹. 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.
۱۰. نوبری، فرزانه؛ (۱۴۰۰)، راهبردهای ارتقای عملکرد بودجه شرکت های دولتی، ماهنامه امنیت اقتصادی، مهر ۱۴۰۰ - شماره ۹۰ (۱۹ صفحه - از ۴ تا ۲۲)

11. 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.

12. 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.
13. Leonardo, K., M., Angela, C., S., (2021), Economic growth and corruption in emerging markets: Does economic freedom matter?, *Journal of International Economics*, Vol. 166, pp. 58-70
14. 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.
15. 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
16. 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
17. 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>.

The Recognition of Factors Influencing Communication environment with stakeholders of manufacturing governmental Companies

F. Ghamari¹

Z. Alvandi²

Date of Receipt: 2022/09/19 Date of Issue: 2022/12/18

Abstract

Communication environment with stakeholders of a firm is a construct which is complex and difficult to measure. In economy of ever country Communication environment with stakeholders is very important because it has effect on improvement of gross domestic production (GDP) and competition of firms. There are Factors that Influence on business environment. They include regulations, governance, competitiveness, transparency, bureaucratic quality, corruption and law and order, legal systems and infrastructure and others. Purpose of this research is Recognition of Factors Influencing Communication environment with stakeholders of Manufacturing governmental Companies. This research is practical and descriptive-developed (inventional) and survival that did in Manufacturing governmental Companies in 2018-2019. To do this research in Delphi and Delphi fuzzy method 20 people of experts are choice. In this research one principal question were set forth. After completing the research and Delphi fuzzy mathematical calculations recognized 17 Factors that Influence on Communication environment with stakeholders of Manufacturing governmental Companies. Based on matrix calculations costumers, suppliers. Competitors were the most important factors. Manufacturing governmental Companies should pay attention to your communications.

Keywords

Communication environment with stakeholders, Manufacturing governmental Companies, Fuzzy Delphi