

Developing an Indigenous Model of Organizational Entrepreneurship in Knowledge-Based Companies Using a Grounded Theory Approach

Mohammad Ali Beglari ¹, Mahdi Hosseinpour ^{2*}, Parviz Saketi ³, Mohammad Mohammadnejad ⁴

Extended Abstract

Objectives: Organizational entrepreneurship represents a transformative approach that enables organizations to cultivate innovation, enhance competitiveness, and create sustainable value in knowledge-intensive environments. In the context of knowledge-based companies, which serve as critical engines for economic growth and technological advancement, organizational entrepreneurship becomes particularly vital for maintaining competitive advantage in rapidly evolving markets. These companies, characterized by their reliance on intellectual capital and technological innovation, require specialized entrepreneurial drivers that align with their unique operational dynamics and strategic objectives. The present study aims to develop a comprehensive, contextually relevant model of organizational entrepreneurship drivers specifically tailored to the needs and challenges of knowledge-based companies operating in emerging economies.

Methods: This research employs a rigorous qualitative approach based on the Grounded Theory methodology, following the systematic coding procedures developed by Strauss and Corbin. The study population comprised 29 carefully selected participants, including senior academic experts specializing in entrepreneurship and innovation, experienced management consultants with proven track records in knowledge-based enterprises, and founders or senior executives of established knowledge-based companies in Kermanshah Province. The sampling strategy utilized purposive and snowball sampling techniques to ensure the inclusion of information-rich cases that could provide deep insights into the phenomenon under investigation. Data collection continued until theoretical saturation was achieved, ensuring comprehensive coverage of all relevant concepts and categories. The trustworthiness of the research was established through multiple validation strategies, including member checking, expert validation, and peer debriefing. For reliability assessment, inter-coder agreement was measured using Cohen's Kappa coefficient, which yielded a robust value of 0.87, indicating strong reliability and consistency in the coding process.

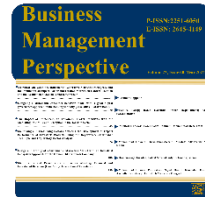
1. Department of Management and Entrepreneurship, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

2.* Department of Interdisciplinary Sciences, Faculty of Strategic Sciences and Technologies, Razi University, Kermanshah, Iran.

Corresponding Author, Email: m.hosseinpour@razi.ac.ir

3. Department of Public Administration, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

4. Department of Industrial Engineering, Razi University, Kermanshah, Iran.



Original Article

Findings: The analysis revealed a sophisticated multi-dimensional framework of organizational entrepreneurship drivers, organized into five interconnected dimensions:

Causal Factors: The fundamental drivers initiating entrepreneurial activities include strategic leadership commitment, characterized by active top management support and visionary guidance; organizational architecture, featuring flexible structures and decentralized decision-making processes; and the knowledge ecosystem, encompassing open communication channels and systematic knowledge-sharing mechanisms.

Contextual Factors: The environmental enablers comprise market dynamics and business environment conditions; technological infrastructure, including advanced information and communication technology systems; the financial ecosystem, involving accessible funding sources and investment opportunities; academic-industrial collaboration through interaction with educational and research institutions; and supportive government policies and regulatory frameworks.

Intervening Factors: The mediating influences include organizational culture elements such as innovation climate and risk tolerance; structural characteristics involving hierarchy and coordination mechanisms; leadership styles and management approaches; resource configurations including human, financial, and technological assets; and stakeholder engagement strategies.

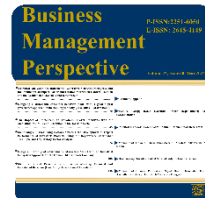
Strategic Initiatives: The implementation approaches encompass strategic orientation through clear business strategies and competitive positioning; knowledge management systems facilitating organizational learning and capability development; and motivation structures including comprehensive reward and incentive systems aligned with entrepreneurial outcomes.

Outcomes and Impacts: The resulting manifestations include cultural transformation toward an entrepreneurial mindset and behaviors; human capital development through employee empowerment and continuous training; innovation pipeline management via systematic project prioritization; and collaborative synergy through cross-functional integration and partnership development.

Conclusion: The proposed model offers a holistic framework that captures the complex interplay of factors driving organizational entrepreneurship in knowledge-based companies. The research contributes significantly to both theoretical understanding and practical implementation by providing a structured approach to fostering entrepreneurial capabilities within knowledge-intensive organizations. The model emphasizes the importance of simultaneous attention to all identified dimensions and suggests that successful organizational entrepreneurship implementation requires strategic alignment across multiple organizational levels and functions. For practitioners, the study offers actionable insights for designing intervention strategies and development programs, while for researchers, it provides a foundation for further empirical validation and theoretical refinement in different contextual settings.

Keywords: Entrepreneurship, Corporate Entrepreneurship, Knowledge-Based Firms, Grounded Theory.





Original Article

Consideration:

Funding

This research received no specific grant from any funding agency in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Author's contribution

First Author: Conceptualization, Methodology, Investigation, Data Curation, Formal Analysis, Writing – Original Draft Preparation; Second Author: Supervision, Methodology, Validation, Writing – Review & Editing; Third Author: Supervision, Validation, Resources, Writing – Review & Editing; Fourth Author: Methodology, Validation, Formal Analysis, Writing – Review & Editing.

Conflict of interest

The authors declare that there is no conflict of interest regarding the publication of this article

How to Cite: Beglari, M., Hosseinpour, M., Saketi, P., & Mohammadnejad, M. (2025). Developing a Model of Corporate Entrepreneurship Drivers in Knowledge-Based Firms. *Journal of Business Management Perspective*, 24(64), 61-80. (in Persian). <https://doi.org/10.48308/jbmp.2026.241472.1703>





نشریه چشم‌انداز مدیریت بازرگانی

شاپا الکترونیکی: ۰۱۴۹-۲۶۴۵، شاپا چاپی: ۰۶۵۰-۲۲۵۱

<https://jbmp.sbu.ac.ir/?lang=fa>



تاریخ دریافت: ۱۹ شهریور ۱۴۰۴
تاریخ پذیرش: ۲۶ آذر ۱۴۰۴

نوع مقاله: پژوهشی

تدوین مدل بومی کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های دانش‌بنیان با رویکرد نظریه پردازی داده‌بنیاد

محمد علی بگری^۱، مهدی حسین پور^{۲*}، پرویز ساکتی^۳، محمد محمدنژاد^۴

چکیده گسترده:

هدف: کارآفرینی سازمانی، رویکردی تحول‌آفرین است که سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا نوآوری را پرورش دهند، رقابت‌پذیری را افزایش دهند و ارزش پایدار در محیط‌های دانش‌محور ایجاد کنند. در زمینه شرکت‌های دانش‌بنیان که به عنوان موتورهای حیاتی برای رشد اقتصادی و پیشرفت فناوری عمل می‌کنند، کارآفرینی سازمانی به ویژه برای حفظ مزیت رقابتی در بازارهای به سرعت در حال تحول حیاتی می‌شود. این شرکت‌ها که با اتکا به سرمایه فکری و نوآوری فناوری مشخص می‌شوند، به محرک‌های کارآفرینی تخصصی نیاز دارند که با پویایی‌های عملیاتی منحصر به فرد و اهداف استراتژیک آنها همسو باشند. هدف مطالعه حاضر، توسعه یک مدل جامع و مرتبط با زمینه از محرک‌های کارآفرینی سازمانی است که به طور خاص متناسب با نیازها و چالش‌های شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در اقتصادهای نوظهور باشد.

روش‌ها: این پژوهش از یک رویکرد کیفی مبتنی بر روش‌شناسی نظریه داده‌بنیاد، با پیروی از رویه‌های کدگذاری نظام‌مند توسعه‌یافته توسط استراوس و کوربین، استفاده می‌کند. نمونه آماری پژوهش حاضر، ۲۹ نفر از خبرگان دانشگاهی و کارشناسان و مدیران (مالکان) شرکت‌های دانش‌بنیان شهر کرمانشاه بود. استراتژی نمونه‌گیری از تکنیک‌های نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی برای اطمینان از گنجاندن موارد غنی از اطلاعات که می‌توانند بینش عمیقی در مورد پدیده مورد بررسی ارائه دهند، استفاده کرد. گردآوری داده‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت و پوشش جامعی از تمام مفاهیم و مقوله‌های مرتبط را تضمین کرد. روایی پژوهش از طریق استراتژی‌های اعتبارسنجی چندگانه، از جمله بررسی توسط اعضا، اعتبارسنجی توسط متخصصان و پرسش و پاسخ هم‌تا، تعیین شد. برای ارزیابی قابلیت اطمینان، توافق بین کدگذاران با استفاده از ضریب کاپای کوهن اندازه‌گیری شد که مقدار قابل توجهی برابر با ۰/۸۷ را نشان داد که نشان‌دهنده قابلیت اطمینان و ثبات قوی در فرآیند کدگذاری است.

۱. گروه مدیریت و کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

۲. گروه علوم میان رشته‌ای، دانشکده علوم و فناوری‌های راهبردی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. نویسنده مسئول ایمیل: m.hosseinpour@razi.ac.ir

۳. گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

۴. گروه مهندسی صنایع، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.



نشریه چشم‌انداز مدیریت بازرگانی

شاپا الکترونیکی: ۴۱۴۹-۲۶۴۵، شاپا چاپی: ۶۰۵۰-۲۲۵۱

<https://jbmp.sbu.ac.ir/?lang=fa>



نوع مقاله: پژوهشی

یافته‌ها: این تجزیه و تحلیل، یک چارچوب چندبعدی پیچیده از محرک‌های کارآفرینی سازمانی را نشان داد که در پنج بعد به هم پیوسته سازماندهی شده است. عوامل علی که محرک‌های اساسی آغازگر فعالیت‌های کارآفرینی شامل تعهد رهبری استراتژیک که با حمایت فعال مدیریت ارشد و راهنمایی‌های چشم‌اندازگرا مشخص می‌شود؛ معماری سازمانی، که شامل ساختارهای انعطاف‌پذیر و فرآیندهای تصمیم‌گیری غیرمتمرکز است؛ و اکوسیستم دانش، که شامل کانال‌های ارتباطی باز و مکانیسم‌های اشتراک‌گذاری دانش سیستماتیک است. عوامل زمینه‌ای؛ عوامل محیطی شامل پویایی بازار و شرایط محیط کسب و کار؛ زیرساخت‌های فناوری، از جمله سیستم‌های پیشرفته فناوری اطلاعات و ارتباطات؛ اکوسیستم مالی، شامل منابع مالی قابل دسترس و فرصت‌های سرمایه‌گذاری؛ همکاری دانشگاهی-صنعتی از طریق تعامل با مؤسسات آموزشی و تحقیقاتی؛ و سیاست‌های حمایتی دولت و چارچوب‌های نظارتی. عوامل مداخله‌گر: تأثیرات واسطه‌ای شامل عناصر فرهنگ سازمانی مانند فضای نوآوری و تحمل ریسک؛ ویژگی‌های ساختاری شامل سلسله مراتب و مکانیسم‌های هماهنگی؛ سبک‌های رهبری و رویکردهای مدیریتی؛ پیکربندی منابع شامل دارایی‌های انسانی، مالی و فناوری؛ و استراتژی‌های تعامل با ذینفعان است. راهبردها: رویکردهای پیاده‌سازی شامل جهت‌گیری راهبردی از طریق استراتژی کسب و کار و موقعیت‌یابی رقابتی؛ سیستم‌های مدیریت دانش تسهیل‌کننده یادگیری سازمانی و توسعه قابلیت‌ها؛ و ساختارهای انگیزشی شامل نظام پاداش و تشویق جامع همسو با نتایج کارآفرینی است. پیامدها: جلوه‌های حاصل شامل تحول فرهنگی به سمت ذهنیت و رفتارهای کارآفرینانه؛ توسعه سرمایه انسانی از طریق توانمندسازی کارکنان و آموزش مداوم؛ مدیریت نوآوری از طریق اولویت‌بندی پروژه؛ و هم‌افزایی مشارکتی از طریق ادغام بین بخشی و توسعه مشارکت است.

نتیجه‌گیری: مدل پیشنهادی یک مدل جامع ارائه می‌دهد که تعامل پیچیده عوامل محرک کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های دانش‌بنیان را در بر می‌گیرد. این پژوهش با ارائه یک رویکرد ساختاریافته برای پرورش قابلیت‌های کارآفرینی در سازمان‌های دانش‌بنیان، به طور قابل توجهی به درک نظری و اجرای عملی کمک می‌کند. این مدل بر اهمیت توجه همزمان به تمام ابعاد شناسایی شده تأکید می‌کند و نشان می‌دهد که اجرای موفق کارآفرینی سازمانی نیازمند هماهنگی راهبردی در سطوح و کارکردهای مختلف سازمانی است. برای متخصصان، این پژوهش بینش‌های عملی برای طراحی راهبردهای مداخله و برنامه‌های توسعه ارائه می‌دهد، در حالی که برای پژوهشگران، پایه‌ای برای اعتبارسنجی تجربی بیشتر و اصلاح نظری در محیط‌های مختلف فراهم می‌کند.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی سازمانی، شرکت‌های دانش‌بنیان، داده بنیاد.

استناددهی: بگلری، محمدعلی، حسین‌پور، مهدی، ساکتی، پرویز، و محمدنژاد، محمد. (۱۴۰۴). تدوین مدل پیشران‌های کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های

دانش‌بنیان. چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، ۲۴(۶۴)، ۸۰-۶۱. <https://doi.org/10.48308/jbmp.2026.241472.1703>



مقدمه

در شرایط رقابتی امروزه، سازمان‌ها به دلیل محدودیت منابع و چالش‌های پیش روی آنها در زمینه توسعه کسب و کار نظیر کمبود نوآوری، ناتوانی در شناسایی نیازهای مشتری، با کاهش بهره‌وری روبه‌رو هستند. در شرایط کنونی، کارآفرینی^۱ به‌عنوان یکی از راهبردهای کلیدی برای مقابله با تهدیدهای محیطی و تبدیل آن‌ها به فرصت‌های ارزش‌آفرین شناخته می‌شود. در حقیقت، شتاب فزاینده تحولات محیطی، شدت یافتن رقابت میان سازمان‌ها، گسترش و پیچیدگی ساختارهای سازمانی، کاهش عمر مفید محصولات و افزایش مطالبات اجتماعی، ضرورت نوآوری و کارآفرینی را به عاملی حیاتی و اجتناب‌ناپذیر برای تداوم حیات و پویایی سازمان‌ها تبدیل کرده است (Diwanti et.al, 2021). در این زمینه، در دهه‌های اخیر، رویکرد کارآفرینانه از سطح فردی فراتر رفته و به درون سازمان‌ها راه یافته است. به‌کارگیری مفهوم کارآفرینی سازمانی به‌عنوان رویکردی راهبردی می‌تواند نقش مؤثری در مواجهه با محیط پرتلاطم و پیچیدگی‌های روزافزون فضای کسب‌وکار ایفا کند (Kantur, 2016).

کارآفرینی سازمانی^۲ به دلیل ماهیت خود و مزایای متعددی که برای سازمان‌های مجری به همراه دارد، می‌تواند نقش مهمی در ارتقاء و موفقیت آن‌ها ایفا کند. این رویکرد، سازمان‌ها را از حالت ایستا و واکنشی در برابر تحولات محیطی خارج ساخته و آن‌ها را به سازمان‌هایی پویا، نوآور و پیشرو تبدیل می‌سازد (Farias et.al, 2020). کارآفرینی سازمانی با ارائه روش‌های نوین و خلق مزیت‌های نسبی، پویایی سازمانی را به همراه دارد. در این نوع کارآفرینی، سازمان‌ها نگرشی کارآفرینانه اتخاذ کرده و سازوکارهایی را برای ترغیب و تشویق فعالیت‌های نوآورانه در سطح درون سازمانی فراهم می‌سازند (Swadi & Al-Dalaien, 2021). در اقتصادهای دانش‌محور و نوین، کارآفرینی نقشی کلیدی و حیاتی ایفا می‌کند. از این رو، تصمیم‌گیرندگان سازمانی باید در جهت فراهم‌سازی زیرساخت‌ها و بستری‌های گام بردارند که در سطح کلی سازمان، فرهنگی کارآفرینانه ایجاد شود؛ به‌گونه‌ای که کارکنان بدون نگرانی از شکست، خلاقیت‌ها و نوآوری‌های ذهنی خود را مطرح و عملیاتی کنند (Farias et.al, 2020). همچنین، کارآفرینی سازمانی به واسطه ماهیت خود می‌تواند موجب ارتقاء فعالیت‌های نوآورانه در بستر سازمانی شده و خلاقیت را به یکی از شاخصه‌های اصلی عملکرد آن‌ها تبدیل کند (Kantur, 2016).

از سوی دیگر، در سازمان‌های کارآفرین، کارکنان با رویکردی خلاق و پویا در مسیر بهبود فرآیندها و توسعه فعالیت‌های جاری سازمان گام برمی‌دارند. تحقق این امر مستلزم تعامل مؤثر، همکاری مستمر و مشارکت فعال اعضای سازمان است. در نتیجه، کارآفرینی سازمانی بستری فراهم می‌سازد که در آن روحیه همکاری، هم‌افزایی و کار تیمی در میان کارکنان تقویت و نهادینه می‌شود (Qasim et.al, 2025). (Cui (2025) در پژوهش خود نشان داد که سرمایه فکری و اشتراک دانش پیشرفته ارتباط مستقیم با عملکرد نوآورانه دارند. (Fischer et al (2022) نیز نشان دادند که قابلیت‌های تحقیق و توسعه راهبردی، در ترکیب با ساختارهای ظرفیت سازمانی، محرک رشد پایدار محسوب می‌شوند. (Gomes et al (2022) نیز بیان کردند که رویکرد کارآفرینی سازمانی با جهت‌گیری نوآورانه، ریسک‌پذیری و پیش‌رو بودن، تاثیرگذار بر عملکرد سازمانی است، و این رابطه تا حد زیادی از طریق ظرفیت یادگیری و نوآوری سازمانی واسطه‌گری می‌شود.

^۱ . Entrepreneurship

^۲ . Organizational entrepreneurship

Korani (2018) در پژوهش خود اظهار داشت که یکی از عوامل کلیدی در توسعه همه‌جانبه شرکت‌های دانش‌بنیان، پیاده‌سازی کارآفرینی سازمانی در بستر این شرکت‌هاست؛ به‌گونه‌ای که آن‌ها از مزایای متنوع آن بهره‌مند شوند. با وجود اهمیت فوق‌العاده این رویکرد، چالش اصلی موجود آن است که مدل‌های نظام‌مند و بومی‌سازی شده‌ای برای شناسایی عوامل پیشران^۳ کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های دانش‌بنیان وجود ندارد. بدین معنا که هنوز مشخص نیست کدام منابع دانش، توانمندی‌های تحقیق و توسعه، یا قابلیت‌های یادگیری سازمانی دقیقاً نقش پیشبرنده در ایجاد فرهنگ و سازوکار کارآفرینانه دارند.

در این پژوهش شرکت‌های دانش‌بنیان استان کرمانشاه به عنوان جامعه آماری انتخاب شده اند. این استان طی سال‌های اخیر شاهد رشد شرکت‌های نوپا و دانش‌بنیان بوده و پارک‌ها و مراکز رشد فناوری فعال در آن، بستری مناسب برای جمع‌آوری داده‌های واقعی و معتبر فراهم می‌کنند. از سوی دیگر، شرکت‌های دانش‌بنیان کرمانشاه، با چالش‌هایی همچون محدودیت منابع، زیرساخت و حمایت‌های دولتی مواجه‌اند؛ بنابراین مطالعه آن‌ها امکان تدوین مدلی بومی را در شرایط عملی و چالش‌محور فراهم می‌آورد. همچنین، تنوع صنایع و اندازه شرکت‌ها در این استان، قابلیت تعمیم نتایج پژوهش به شرکت‌های مشابه در سایر مناطق غرب و شمال‌غرب ایران را افزایش می‌دهد. علاوه بر این، دسترسی پژوهشگر به شرکت‌ها، مدیران و کارکنان، امکان انجام مصاحبه‌های عمیق و جمع‌آوری داده‌های دقیق برای نظریه‌پردازی داده‌بنیاد را میسر می‌سازد. بر این اساس، استان کرمانشاه محیطی مناسب و علمی برای مطالعه و تدوین مدلی بومی کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های دانش‌بنیان فراهم می‌کند. بر این اساس هدف این پژوهش تدوین مدل پیشران‌های کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های دانش‌بنیان است. انتظار می‌رود نتایج حاصل از تحقیق بتواند در دو بعد نظری و کاربردی نقش‌آفرین باشد. از منظر نظری، این پژوهش به شناسایی و تبیین عواملی می‌پردازد که به‌عنوان عوامل کلیدی توسعه رفتارها و ساختارهای کارآفرینانه در درون شرکت‌های دانش‌بنیان عمل می‌کنند. تدوین مدل مفهومی مبتنی بر این عوامل می‌تواند شکاف موجود در ادبیات نظری کارآفرینی سازمانی در بستر شرکت‌های دانش‌بنیان را پوشش دهد و چارچوبی بومی‌شده برای توسعه این نوع کارآفرینی در سازمان‌های فناورمحور کشور فراهم سازد. از منظر کاربردی نیز، مدل پیشنهادی می‌تواند به مدیران و تصمیم‌گیرندگان شرکت‌های دانش‌بنیان کمک کند تا شناخت دقیق‌تری از مسیرهای توسعه کارآفرینی در سازمان خود به دست آورده و اقدامات مؤثری در راستای نهادینه‌سازی نوآوری، خلاقیت و ریسک‌پذیری در سازمان انجام دهند.

مبانی و چارچوب نظری پژوهش

در ادبیات مدیریت، دو مفهوم «کارآفرینی سازمانی»^۴ و «کارآفرینی شرکتی»^۵ به‌طور گسترده‌ای مورد بحث قرار گرفته‌اند. اگرچه این دو مفهوم در بسیاری از منابع علمی به‌صورت مترادف به‌کار می‌روند، اما از نظر دامنه، هدف و تمرکز، تفاوت‌های قابل توجهی دارند. (Kuratko & Morris (2018 کارآفرینی شرکتی را به‌عنوان «فعالیت‌هایی که توانایی یک شرکت را در نوآوری، پذیرش ریسک و بهره‌برداری از فرصت‌ها در بازارهایش افزایش می‌دهد» تعریف می‌کند. Farias et al. (2020 کارآفرینی سازمانی را به‌عنوان «یک نگرش استراتژیک شامل نوآوری، پیش‌دستی و پذیرش ریسک» معرفی می‌کنند. این رویکرد بر رفتار و فرهنگ سازمانی تمرکز دارد و در تمامی انواع سازمان‌ها، اعم از دولتی، غیرانتفاعی یا

³. Drivers

⁴. Organizational Entrepreneurship

⁵. Corporate Entrepreneurship

خصوصی، قابل اجرا است. با وجود تفاوت‌های مذکور، این دو مفهوم در سه محور کلیدی همپوشانی دارند: هر دو رویکرد به دنبال خلق ایده‌ها، محصولات یا خدمات جدید هستند. هر دو رویکرد به سازمان‌ها کمک می‌کنند تا از حالت ایستا به سازمان‌هایی پویا و یادگیرنده تبدیل شوند. در هر دو رویکرد، نقش فرهنگ سازمانی باز، ریسک‌پذیر و خلاق برجسته است. در نهایت، می‌توان گفت که کارآفرینی شرکتی نوعی خاص از کارآفرینی سازمانی است که در بستر شرکت‌های بزرگ و مستقر رخ می‌دهد و بر ایجاد کسب‌وکارهای جدید و تجدید استراتژیک تمرکز دارد (Sakhdari, 2016). در حالی که کارآفرینی سازمانی مفهومی فراگیرتر است که شامل تمامی فعالیت‌های کارآفرینانه درون سازمان می‌شود، حتی اگر اثر اقتصادی مستقیم نداشته باشند (Courpasson et al., 2016). (Diwanti et al., 2021) کارآفرینی سازمانی را به‌عنوان یکی از گونه‌های برجسته کارآفرینی، مستلزم مشارکت فعال سازمان در فعالیت‌هایی نظیر سرمایه‌گذاری در نوآوری، خلق محصولات یا خدمات جدید و طراحی سازوکارهای نو برای ارزش‌آفرینی تعریف کرده است. بنابراین، این دو رویکرد با وجود تفاوت‌های هدف و سطح تمرکز، یکدیگر را تکمیل می‌کنند و هر دو برای افزایش نوآوری، تطبیق‌پذیری و بقای سازمان‌ها در محیط‌های پیچیده و پویا ضروری هستند. کارآفرینی سازمانی زمانی رخ می‌دهد که افراد یا تیم‌های کارآفرین در درون یک سازمان و با تکیه بر منابع و قابلیت‌های موجود، فعالیت‌های نوآورانه‌ای را به اجرا درآورند که منجر به ایجاد واحدهای جدید، ارائه خدمات نو و خلق ارزش‌های متمایز برای سازمان می‌شود (Golestani Hashemi, 2009).

شرکت‌های دانش‌بنیان به عنوان نهادهایی حقوقی، با هدف ایجاد کسب‌وکارهای مبتنی بر دانش و با رویکرد تبدیل پایدار دانش به ثروت شکل گرفته‌اند. فعالیت‌های اقتصادی این شرکت‌ها به‌طور مستقیم با تحقیق و توسعه در حوزه فناوری‌های نوین گره خورده و نقشی مؤثر در گسترش اقتصاد دانش‌محور ایفا می‌کنند. ویژگی بارز کسب‌وکارهای دانش‌بنیان، پویایی و استمرار در فعالیت است، به‌گونه‌ای که این شرکت‌ها صرفاً حاصل یک اقدام مقطعی نبوده، بلکه فرآیند شکل‌گیری و تداوم آن‌ها همواره در حال تحول و توسعه است (Mahdavi et al., 2013). در بستر سازمان‌های دانش‌بنیان، نوآوری و خلاقیت جایگاهی کلیدی دارند. نوآوری در این فضا به‌معنای خلق خلاقانه‌ی یک ایده نو و پیاده‌سازی آن در قالب محصولی با ارزش تلقی می‌شود (Abbaszadeh et al., 2015). از این‌رو، شرکت‌های دانش‌بنیان به منظور توسعه محصولات نو و دستیابی به دانش کاربردی در زمینه تجاری‌سازی فناوری، نیازمند برنامه‌ریزی راهبردی، شناسایی مستمر فرصت‌ها و تهدیدهای بیرونی، و تحلیل نقاط قوت و ضعف درونی خود هستند. این مسیر تنها از طریق یادگیری مداوم و نظام‌مند امکان‌پذیر است. در واقع، توانمندی یادگیری به شرکت‌ها کمک می‌کند تا تحولات فناوری و نیازهای مصرف‌کنندگان را بهتر درک کرده و آن را به فرصت‌هایی برای تجاری‌سازی موفق فناوری تبدیل نمایند (Ahmadzadeh et al., 2022). در این راستا، قابلیت تحقیق و توسعه در شرکت‌های دانش‌بنیان می‌تواند زمینه‌ساز تبدیل ایده‌های انتزاعی و مفهومی به محصولات ملموس و قابل عرضه در بازار باشد. با این حال، یکی از چالش‌های اساسی کشورهای در حال توسعه، ناتوانی در تجاری‌سازی مؤثر نتایج پژوهشی و تبدیل آن‌ها به فرآیندها و محصولات جدید است. یکی از چالش‌های محوری شرکت‌های دانش‌بنیان، بهبود فرآیند تجاری‌سازی فناوری و ارتقاء توان پیاده‌سازی ایده‌ها در قالب محصولات قابل ارائه در بازار محسوب می‌شود (Wilson et al., 2018). این مورد در ایران با توجه به ضعف در فرآیند تجاری‌سازی فناوری است؛ یعنی تبدیل نتایج تحقیق و توسعه به محصولات یا خدمات قابل عرضه در بازار، به گونه‌ای که هم سودآور باشد و هم پایدار، بیشتر است. در واقع، بسیاری از شرکت‌ها نمی‌توانند از توانمندی‌های علمی و اختراعات خود در بازار بهره‌برند و عملکرد مطلوب در تجاری‌سازی کسب کنند (Maqsoodi Ganjeh et al., 2019).

با ایجاد بسترهای مناسب برای توسعه کارآفرینی، تعداد شرکت‌های نوپا و ثبت اختراعات افزایش می‌یابد. دوره‌ای حدود ۴۲ ماه پس از تأسیس، زمان اجرای سیاست‌های کارآفرینی تلقی می‌شود. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که شرکت‌های نوظهور در سه تا پنج سال نخست فعالیت، به‌ویژه در دو سال اول، بسیار آسیب‌پذیرند؛ اما پس از آن احتمال بقا افزایش می‌یابد. از این رو در مراحل اولیه، دسترسی به مشاوره‌های تخصصی، شبکه‌های ارتباطی و منابع حمایتی برای آن‌ها ضروری است. بسیاری از شرکت‌های موفق مسیر رشد خود را در همان سال‌های آغازین تعیین می‌کنند؛ بنابراین، سیاست‌های حمایتی باید در همان مراحل اولیه شکل‌گیری، موانع رشد این شرکت‌ها را برطرف کنند (Ahmadzadeh et.al, 2022).

در همین زمینه Bahadori et.al(2022) در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی با چابکی سازمانی در شرکت‌های دانش بنیان نشان دادند که وجود کارآفرینی و رفتارهای نوآورانه برای شرکت‌ها به خصوص شرکت‌های دانش بنیان مورد نیاز است و شرکت‌ها در این زمینه باید بسترهای لازم را به وجود آورند تا محیط کار را برای کارکنان جذاب نمایند. Ghayor Baghbani et.al (2019) در پژوهشی با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی مدل توسعه کارآفرینی سازمانی را مبتنی بر نظر خبرگان، در قالب مدل سه شاخگی مشتمل بر سه بعد ساختار (ساختار کارآفرینانه، استراتژی سازمان، سیستم تحقیق و توسعه و سیستم ارزیابی عملکرد)، رفتار (مدیریت کارآفرینی یکپارچه و شرایط کارکنان) و زمینه (محیط کارآفرینانه و حمایت اسناد بالادستی) ارائه دادند. Yaqobi & Najaflo(2017) در پژوهش خود نشان دادند که راهکارهای توسعه کارآفرینی سازمانی در ۵ عامل ارائه فرصت‌ها، اصلاحات زیرساختی، سبک رهبری نوین، سیاست‌گذاری و فرهنگ‌سازی خلاصه شده است. Pilvar et al., (2021) نیز نشان دادند که می‌توان با شناسایی عوامل مدیریت دانش و استفاده درست از آن موجب بهبود عملکرد سازمان و در نتیجه اجرا و توسعه کارآفرینی سازمانی شده و از این طریق موجب تأمین موفقیت و بقای سازمان شد.

Swadi & Al-Dalaien(2021) دو تعدیل‌کننده تحصیلات مدیر عامل و اندازه شرکت را بر گرایش کارآفرینانه مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که ویژگی‌های کارآفرینی سازمانی بر گرایش کارآفرینانه این شرکت‌ها تأثیر مثبت و معناداری را دارد. پژوهشگران با توجه به یافته‌های پژوهش به تصمیم‌گیرندگان توصیه کردند که به سبک رهبری توجه بیشتری داشته باشند و فرهنگ باز و همچنین بیان آزاد و مدارا را در میان شرکت‌های کوچک و متوسط در کشور عراق را اتخاذ کنند. Bui et al., (2020) در پژوهشی دیگر بیان کردند که کارآفرینی سازمانی منجر به بهبود گرایش استراتژیک چابک در بین شرکت‌ها می‌گردد. Hussinki et al., (2017) نشان دادند که شرکت‌هایی با سطح بالای سرمایه فکری و مدیریت دانش، نسبت به شرکت‌هایی با سطح پایین سرمایه فکری و مدیریت دانش، عملکرد بالاتری داشته‌اند و میزان عملکرد نوآوری شرکت نیز بهتر بوده است.

تحقیقات پیشین نشان داده‌اند که کارآفرینی سازمانی برای بهبود عملکرد، نوآوری و چابکی شرکت‌های دانش‌بنیان ضروری است (Bahadori et al., 2022; Bui et al., 2020). مدل‌های موجود، مانند مدل سه‌بعدی ساختار، رفتار و زمینه ارائه‌شده توسط Ghayor Baghbani et al. (2019) و پنج عامل توسعه کارآفرینی Yaqobi & Najaflo (2017)، عمدتاً بر نظریه و نظرات خبرگان مبتنی هستند و کمتر با داده‌های واقعی شرکت‌ها تطبیق یافته‌اند. پژوهش‌ها همچنین نشان داده‌اند که مدیریت دانش، سرمایه فکری و فرهنگ سازمانی باز نقش کلیدی در تقویت کارآفرینی سازمانی دارند (Swadi & Al-Dalaien, 2021; Hussinki et al., 2017; Pilvar et al., 2021). با این حال، شکاف اصلی پژوهش‌ها در ایران شامل عدم وجود مدل بومی متناسب با ویژگی‌های شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی، نبود رویکرد داده‌بنیاد برای استخراج مدل و فقدان یکپارچگی ابعاد ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای است. بنابراین، تدوین یک مدل بومی کارآفرینی

سازمانی با رویکرد داده‌بنیاد می‌تواند این خلأ را پر کند و راهکارهای عملی و استراتژیک متناسب با محیط واقعی شرکت‌ها ارائه دهد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش با هدف تدوین مدل پیشران‌های کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های دانش بنیان، با رویکرد کیفی انجام شد. به‌دلیل پیچیدگی کارآفرینی سازمانی و عوامل مؤثر بر آن و برای درک عمیق‌تر ابعاد پنهان آن، از روش گراندد تئوری (تئوری داده بنیاد) برای استخراج مفاهیم کلیدی و تدوین مدل استفاده گردید. داده‌ها در دو مرحله جمع‌آوری شدند: ابتدا مطالعات کتابخانه‌ای برای ایجاد چارچوب نظری اولیه انجام شد که شامل بررسی مقالات، کتاب‌ها، گزارش‌ها و پایان‌نامه‌های مرتبط بود؛ سپس مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان دانشگاهی و مدیران (مالکان) شرکت‌های دانش بنیان برای تعمیق تحلیل صورت گرفت. با توجه به سختی دسترسی به خبرگان، نمونه‌گیری هدفمند و سپس روش گلوله‌برفی به کار گرفته شد؛ بدین صورت که ابتدا افراد واجد شرایط انتخاب و سپس از آن‌ها درخواست شد سایر متخصصان مرتبط را معرفی کنند. این روند تا اشباع نظری ادامه یافت و پس از ۲۹ مصاحبه، داده‌ها به حدی رسید که اطلاعات جدیدی به دست نیامد. در نهایت، داده‌های کیفی با نرم‌افزار تخصصی تحلیل کیفی و از طریق کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل شدند. فرایند طراحی سؤالات مصاحبه با بررسی جامع ادبیات علمی مرتبط آغاز شد و بر اساس چارچوب مفهومی اولیه، سؤالات تدوین شدند. سپس در جلسات تخصصی با اساتید راهنما و مشاور بازمینی و اصلاح شدند تا نسخه نهایی ابزار مصاحبه شکل گرفت. پس از تعیین گروه هدف، زمان‌بندی و هماهنگی مصاحبه‌ها با مشارکت‌کنندگان انجام و مصاحبه‌ها که بین ۶۰ تا ۱۲۰ دقیقه بود، در محیطی آرام و بدون مزاحمت انجام شد. مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت، به طوری که از مصاحبه بیست و پنجم به بعد پاسخ‌ها تکراری و بدون اطلاعات جدید بودند، ولی برای اطمینان تا مصاحبه بیست و نهم ادامه یافت. سؤالات ساده و شفاف مطرح شد و در صورت نیاز توضیحات تکمیلی داده شد تا سوءتفاهم جلوگیری شود. تحلیل داده‌ها به صورت نظام‌مند و مبتنی بر رویکرد تحلیل مضمون انجام شد؛ شامل خوانش مکرر، مقایسه مستمر، کدگذاری و استخراج مضامین کلیدی. روایی داده‌ها نیز با استفاده از روایی محتوایی تضمین شد. برای بررسی روایی محتوایی به‌صورت کمی، از دو شاخص CVR (ضریب نسبی روایی محتوا)^۶ و CVI (شاخص روایی محتوایی)^۷ استفاده شد. CVR میزان ضرورت هر آیت‌م از نظر خبرگان را نشان می‌دهد و به حذف آیت‌های غیرضروری کمک می‌کند، در حالی که CVI توافق خبرگان درباره مرتبط بودن و وضوح آیت‌ها را اندازه‌گیری می‌کند. استفاده از این دو شاخص در تحلیل کیفی، اعتبار و جامعیت محتوایی ابزار را به صورت کمی مستند می‌سازد، بدون آنکه ماهیت کیفی داده‌ها تغییر کند. مقدار قابل قبول برای CVR اعداد بیشتر از ۰/۴۲ و برای CVI، بیشتر از ۰/۷۹ است. نتایج نشان داد که مقدار CVR برای تمام گویه‌ها و مؤلفه‌ها بیشتر از ۰/۶ و مقدار CVI بیشتر از ۰/۸ بدست آمد. همچنین، پایایی داده‌ها با کدگذاری مستقل توسط دو پژوهشگر و مقایسه نتایج تضمین شد. تمامی اصول اخلاقی پژوهش رعایت شده و مشارکت‌کنندگان با رضایت آگاهانه در مصاحبه‌ها شرکت کردند و اطلاعات آن‌ها محرمانه باقی ماند.

۶. Content Validity Ratio

۷. Content Validity Index

تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

در روش نظریه پردازی داده بنیاد به منظور بررسی و تجزیه و تحلیل داده های به دست آمده از سه نوع خاص کدگذاری بهره گرفته می شود که این انواع عبارتند از کدگذاری باز (ایجاد مفاهیم و مقوله ها)، کدگذاری محوری (شناسایی مقوله محوری، شرایط علی، شرایط زمینه ای و محیطی، شرایط مداخله گر، راهبردها و پیامدها) و کدگذاری انتخابی (ایجاد نظریه) که در ادامه چگونگی شکل گیری مقوله های حاصل از مفاهیم بیان می شود.

کدگذاری باز

در گام نخست، کلیه مصاحبه‌ها به صورت کامل و به صورت مکتوب پیاده‌سازی شدند. به موازات گردآوری داده‌ها، فرآیند کدگذاری باز (آزاد) توسط پژوهشگر آغاز گردید؛ به طوری که داده‌ها به صورت خط به خط مورد بررسی دقیق قرار گرفتند و تلاش شد تا فرآیندها و معانی مستتر در هر بخش از داده‌ها شناسایی شوند. هدف اصلی از کدگذاری باز، مفهوم‌سازی و اختصاص برچسب‌های مفهومی به داده‌هاست. این مرحله از تحلیل داده‌ها با تمرکز بر شناسایی کدهای اولیه و مناسب، زمینه را برای ساختاردهی نظام‌مند داده‌ها فراهم می‌سازد. در جریان این مرحله، نظریه‌پردازان داده‌ها را به اجزای کوچکتر تقسیم کرده، آن‌ها را تحلیل، مقایسه، برچسب‌گذاری و در نهایت مقوله‌بندی می‌کنند. با استناد به بازبینی‌های مکرر و تفسیر یادداشت‌های میدانی و متون مصاحبه‌ها، تمامی نکات کلیدی شناسایی و به صورت نظام‌مند کدگذاری شدند؛ به گونه‌ای که مضامین مشابه و معنادار در قالب کدهایی مشخص ثبت گردید. در مجموع، از تحلیل متون مصاحبه‌ها تعداد ۳۲۱ کد اولیه استخراج شد. در مرحله بعد، کدهایی که از لحاظ مفهومی دارای بار معنایی مشترک بودند، در قالب مفاهیم واحد تلفیق شدند که در نهایت منجر به شناسایی ۱۳۱ مفهوم از مجموع داده‌های کیفی گردید.

جدول ۱: نمونه کدگذاری باز و مفهوم سازی داده های حاصل از مصاحبه ها (یافته های پژوهش)

مقوله‌ها	مفاهیم	شماره مصاحبه
فرهنگ سازمانی	ایجاد محیط کاری که تحریک کننده خلاقیت و نوآوری باشد	۳،۶،۱۴،۱۸،۲۱
حامی کارآفرینی	تشویق کارکنان به شناسایی فرصت های کارآفرینانه	۹،۱۱،۱۵،۱۷،۲۵،۲۸
حمایت مدیریت ارشد	تخصیص منابع مالی و تسهیلات لازم برای توسعه ایده های کارآفرینانه	۱۱،۱۴،۲۱،۲۴
توانمندسازی و آموزش کارکنان	ایجاد ساختار و فرآیندهای حمایتی برای رشد کسب و کارهای جدید	۱۸،۱۹،۲۳،۲۹
ساختار سازمانی	آموزش مهارت های کارآفرینانه مانند حل مسئله و تفکر خلاق	۶،۱۴،۱۷،۲۱،۲۳
منعطف	ایجاد فرصت های یادگیری مداوم و توسعه دانش تخصصی	۷،۹،۱۵،۱۸،۲۶
ارتباطات باز و تبادل دانش	ایجاد واحدهای کسب و کار مستقل با اختیارات بیشتر	۳،۷،۸،۹،۱۵
محیط کسب و کار	تسهیل جریان اطلاعات و تعامل بین بخش ها	۱،۴،۸،۱۳،۲۵،۲۸
زیرساخت‌های فناوری	تشویق به برقراری ارتباطات بین درون و برون سازمانی	۵،۷،۹،۱۳
اطلاعات و ارتباطات	شناسایی و به اشتراک گذاری دانش و تجربیات کارآفرینانه	۲۰،۲۲،۲۴،۲۸،۲۹
	ثبات سیاسی و اقتصادی در سطح ملی و بین المللی	۱۹،۲۲،۲۶،۲۷،۲۹
	قوانین و مقررات حمایتی برای کسب و کارهای نوپا	۸،۱۳،۱۷،۱۸
	فناوری های پیشرفته و زیرساخت های فناورانه مناسب	۱،۳،۵،۸،۹،۱۱،۱۳
	دسترسی به اینترنت پرسرعت و خدمات ابری	۱،۷،۹،۱۰

مقوله‌ها	مفاهیم	شماره مصاحبه
تامین و دسترسی به منابع مالی	وجود منابع مالی از طریق سرمایه گذاران خطرپذیر و صندوق های سرمایه گذاری	۶،۱۶،۲۷،۲۸
	حمایت های دولتی و مشوق های مالیاتی برای شرکت های دانش بنیان	۲،۵،۷،۹،۱۶
تعامل با سیستم آموزشی و پژوهشی دانشگاه	توسعه برنامه های آموزشی کارآفرینی در دانشگاه ها	۲،۵،۷،۹،۱۶
	ارتباط نزدیک بین دانشگاه ها و شرکت های دانش بنیان	۲،۱۴،۱۹،۲۷
حمایت های دولتی و سیاست گذاری	وجود سیاست ها و برنامه های ملی حمایت از کارآفرینی	۲۰،۲۵،۲۶،۲۷
	ایجاد مناطق ویژه اقتصادی و پارک های علم و فناوری	۳،۴،۷،۱۹،۲۴
فرهنگ سازمانی	وجود فرهنگ حمایت کننده از نوآوری و ریسک پذیری	۱،۵،۸،۱۰،۱۶
	ترویج روحیه همکاری و تبادل دانش بین کارکنان	۶،۱۴،۲۷،۲۹
ساختار سازمانی	ساختار سازمانی آرام و غیر متمرکز	۲،۱۳،۱۵،۲۸
	وجود سیستم های کنترل و ارزیابی انعطاف پذیر	۱۴،۱۶،۱۹،۲۴
رهبری و مدیریت	حمایت و تشویق مدیریت از کارآفرینی سازمانی	۸،۱۳،۱۹،۲۴
	مهارت های مدیریتی متناسب با محیط پیچیده	۲،۵،۸،۱۵،۲۳
منابع و قابلیت های سازمانی	دسترسی به منابع مالی، فناوری و تکنولوژیکی	۱،۶،۱۶،۱۸،۱۹
	وجود مهارت های تخصصی و چندگانه در کارکنان	۴،۱۱،۱۹،۲۰،۲۸
مشارکت ذینفعان	همکاری با دانشگاه ها، مراکز تحقیقاتی و سازمان های صنعتی	۳،۱۴،۱۵،۲۶
	ارتباط نزدیک با مشتریان و درک نیازهای آنان	۱،۱۳،۱۸
استراتژی کسب و کار	وجود استراتژی روشن و دقیق برای کارآفرینی سازمانی	۱،۱۱،۱۶،۱۹
	تطابق استراتژی کارآفرینی با استراتژی کلی شرکت	۱،۱۳،۱۷،۱۹،۲۰
اولویت بندی پروژه های نوآورانه	شناسایی و انتخاب پروژه های کارآفرینانه مناسب	۳،۵،۸،۱۶،۲۱،۲۷
	تخصیص مناسب منابع به پروژه های نوآورانه	۶،۹،۱۴،۲۲
مدیریت دانش و یادگیری سازمانی	ایجاد فرآیندهای سیستماتیک برای تولید و انتقال دانش	۱۱،۱۸،۲۹
	بهره گیری از تجربیات و آموخته های گذشته	۱۳،۲۰،۲۶
نظام پاداش و انگیزش	طراحی سیستم های پاداش متناسب با نتایج کارآفرینانه	۱،۱۲،۱۳،۲۹
	تشویق خطرپذیری، نوآوری و ریسک پذیری	۵،۱۶،۱۷،۱۸
مشارکت و همکاری بین بخشی	ایجاد تیم های میان رشته ای برای پروژه های نوآورانه	۱۴،۱۷،۲۸
	تبادل اطلاعات و تجربیات بین واحدهای مختلف	۵،۱۴،۲۴،۲۸

کدگذاری محوری

کدگذاری محوری به‌عنوان فرایندی برای سازمان‌دهی و ربط‌دهی مقوله‌ها به زیرمقوله‌ها و نیز پیوند دادن آن‌ها در سطح ویژگی‌ها و ابعاد مفهومی تعریف می‌شود. در این مرحله، پژوهشگر مقوله‌های استخراج‌شده از مرحله کدگذاری باز را با استناد به چارچوب نظری روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد، در قالب شرایط اصلی این رویکرد یعنی: شرایط علی، راهبردها، شرایط زمینه‌ای و شرایط مداخله‌گر سامان‌دهی نموده است. کدگذاری محوری یا متمرکز از طریق تلفیق و هم‌نشینی کدهای اولیه صورت گرفته و در نتیجه این مرحله، ۲۰ مقوله اصلی از تحلیل داده‌ها به‌دست آمد.

جدول ۲: نمود مقوله‌ها در کدگذاری محوری

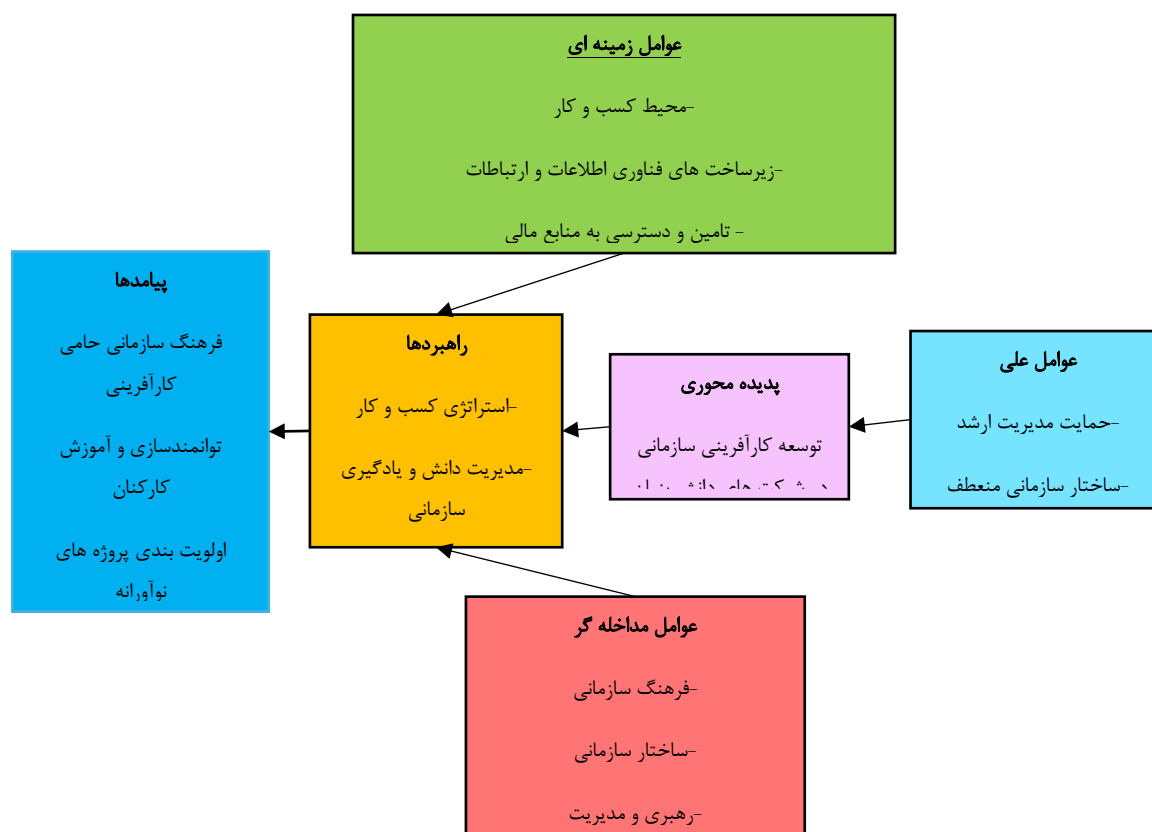
ردیف	مقوله	عوامل
۱	حمایت مدیریت ارشد	عوامل علی
۲	ساختار سازمانی منعطف	
۳	ارتباطات باز و تبادل دانش	
۴	محیط کسب و کار	عوامل زمینه‌ای
۵	زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات	
۶	تامین و دسترسی به منابع مالی	
۷	تعامل با سیستم آموزشی و پژوهشی دانشگاه	
۸	حمایت‌های دولتی و سیاست‌گذاری	
۹	فرهنگ سازمانی	عوامل مداخله‌گر
۱۰	ساختار سازمانی	
۱۱	رهبری و مدیریت	
۱۲	منابع و قابلیت‌های سازمانی	
۱۳	مشارکت ذینفعان	
۱۴	استراتژی کسب و کار	راهبردها
۱۵	مدیریت دانش و یادگیری سازمانی	
۱۶	نظام پاداش و انگیزش	
۱۷	فرهنگ سازمانی حامی کارآفرینی	پیامدها
۱۸	توانمندسازی و آموزش کارکنان	
۱۹	اولویت بندی پروژه‌های نوآورانه	
۲۰	مشارکت و همکاری بین بخشی	

پژوهشگر بر اساس نتایج کدگذاری باز و محوری به ارائه نظریه مبادرت می‌نماید و پدیده محوری را به شکلی نظام‌مند (تصویر شماره ۱) به دیگر مقوله‌ها پیوند داد و روابط در قالب یک روایت مطرح شدند. با کنارهم نهادن مقوله‌ها پیرامون پدیده محوری، یک روایت اصلی بر اساس نظریه، برای پدیده توسعه کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های دانش بنیان ارائه شده است. روایت زیر حاصل کدگذاری انتخابی برای توسعه کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های دانش بنیان: «در مدل

پارادایمی حاصل، عوامل علی(حمایت مدیریت ارشد، عوامل سازمانی منعطف و ارتباطات باز و تبادل دانش)، عوامل زمینه ای(محیط کسب و کار، زیرساخت های فناوری اطلاعات و ارتباطات، تامین و دسترسی به منابع مالی، تعامل با سیستم آموزشی و پژوهشی دانشگاه، حمایت های دولتی و سیاست گذاری)، عوامل مداخله گر(فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، رهبری و مدیریت، منابع و قابلیت های سازمانی و مشارکت ذینفعان)، راهبردها (استراتژی کسب و کار، مدیریت دانش و یادگیری سازمانی، نظام پاداش و انگیزش) و پیامدها (فرهنگ سازمانی حامی کارآفرینی، توانمندسازی و آموزش کارکنان، اولویت بندی پروژه های نوآورانه و مشارکت و همکاری بین بخشی) می باشد.

کدگذاری انتخابی

کدگذاری انتخابی به منزله مرحله ای از فرایند تحلیل داده ها در روش نظریه پردازی داده بنیاد، شامل تلفیق، سازمان دهی و یکپارچه سازی طبقات و مقوله های استخراج شده، با هدف شکل گیری چارچوب مفهومی اولیه پژوهش است. در این مرحله، گزاره ها و جملات کدگذاری شده پیشین مجدداً مورد بازبینی و ترکیب قرار می گیرند تا پیوندها و روابط مفهومی میان آن ها به صورت شفاف و قابل درک ترسیم شود. در ادامه، نموداری ترسیم می شود که ضمن نمایش ساختار روابط میان مقوله ها، هم پوشانی مفاهیم و ابعاد مختلف پدیده مورد مطالعه را نیز منعکس می کند. در همین راستا، با اتکا به نتایج حاصل از کدگذاری باز و محوری، به تبیین نظریه نهایی پرداخته و پدیده محوری در چارچوبی نظام مند (نمودار شماره ۱) به سایر مقوله ها مرتبط ساخته شد. این پیوندها در قالب روایتی تحلیلی و منسجم بیان شده اند. افزون بر این، با تجمیع مقوله ها پیرامون پدیده محوری، یک روایت نظری جامع برای تبیین پدیده «پیشران های کارآفرینی سازمانی در شرکت های دانش بنیان» شکل گرفت که مبنای نظریه نهایی پژوهش را تشکیل می دهد.



شکل ۱: مدل توسعه کارآفرینی سازمانی در شرکت های دانش بنیان

بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر با هدف تدوین مدل بومی کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های دانش‌بنیان انجام شده است. بر این اساس، تلاش شده است تا با بررسی مفاهیم مرتبط با کارآفرینی سازمانی، شرایط علی، عوامل مداخله‌گر، زمینه‌ای، راهبردها و پیامدهای مرتبط با آن شناسایی و تحلیل شوند. کارآفرینی سازمانی به معنای توانمندی یک سازمان در یادگیری، شناسایی و جذب دانش و ایده‌های نوآورانه و تبدیل سریع آن‌ها به ابزارها و راهکارهای کاربردی نوین تلقی می‌شود. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که شرایط علی، عامل بنیادین در شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه در شرکت‌های دانش‌بنیان به شمار می‌رود. این شرایط شامل حمایت مدیریت ارشد، ساختار سازمانی منعطف و ایجاد نظام ارتباطات باز و تبادل دانش هستند. این نتایج با یافته‌های پژوهش‌های پیشین همسو است. (Bahadori et al. (2022 بر ضرورت وجود کارآفرینی و رفتارهای نوآورانه برای شرکت‌های دانش‌بنیان و ایجاد بسترهای جذاب برای کارکنان تأکید کرده‌اند. یافته‌های Yaqobi & Najaflo (2017) و Pilvar et al. (2021) نیز اهمیت ارائه فرصت‌ها، اصلاحات زیرساختی، سبک رهبری نوین، سیاست‌گذاری، فرهنگ‌سازی و مدیریت دانش را به عنوان عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی تأیید می‌کنند. علاوه بر این، نتایج پژوهش حاضر با مطالعاتی مانند Swadi & Al-Dalaiei (2021) و Bui et al. (2020) همخوانی دارد که نشان می‌دهد ویژگی‌های کارآفرینی سازمانی و حمایت از گرایش استراتژیک چابک، نقش مهمی در تقویت گرایش کارآفرینانه کارکنان و بهبود عملکرد سازمانی ایفا می‌کنند. همچنین، Hussinki et al. (2017) نشان داده‌اند که سطوح بالای سرمایه فکری و مدیریت دانش، عملکرد نوآوری و سازمانی را بهبود می‌بخشد، که با یافته‌های این پژوهش در مورد اهمیت ایجاد نظام تبادل دانش و حمایت از کارکنان همسو است. با توجه به این شواهد، می‌توان نتیجه گرفت که تدوین **مدل بومی کارآفرینی سازمانی** در شرکت‌های دانش‌بنیان نیازمند توجه همزمان به سه عامل اصلی است: حمایت مدیریت ارشد، ساختار سازمانی منعطف و ایجاد نظام ارتباطات باز. این عوامل زمینه لازم را برای تحقق رفتارهای کارآفرینانه فراهم می‌آورند و می‌توانند به عنوان مبنای طراحی سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه کارآفرینی در شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی مورد استفاده قرار گیرند.

از سوی دیگر، توسعه کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های دانش‌بنیان نیازمند فراهم‌سازی بسترهای زمینه‌ای نظیر محیط کسب‌وکار، زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، دسترسی به منابع مالی، تعامل مؤثر با دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی، و بهره‌گیری از حمایت‌های دولتی است. بازسازی سازمانی در این چارچوب شامل تجدید راهبردی، بازسازی مدل‌های کسب‌وکار، بهره‌برداری از فرصت‌ها، ارائه محصولات جدید و استفاده مؤثر از فناوری اطلاعات در جهت هوشمندی سازمانی، تقویت فعالیت‌های تحقیق و توسعه و طراحی روش‌های نوین تأمین مالی است. نتایج این مطالعه با یافته‌های پژوهشگران چون Nakhaei et al (2019)، Imani et al (2016) همسو است که تحقیق کارآفرینی سازمانی را مستلزم توجه همزمان به عوامل زمینه‌ای دانسته‌اند. به شرکت‌های دانش‌بنیان توصیه می‌شود که با تمرکز بر خلق ایده، پذیرش ریسک و توسعه رفتارهای نوآورانه، نسبت به کاهش سطوح بوروکراتیک، ایجاد فضای باز فکری، تقویت کار تیمی و ارتباطات آزاد اقدام کرده و زمینه را برای تبادل مؤثر دانش فراهم نمایند. در همین راستا، تحولات محیطی نظیر گذار به سازمان‌های فناورمحور مستلزم تدوین خط‌مشی‌های جدید و برنامه‌ریزی‌های متناسب با محیط کارآفرینانه است. ایجاد شبکه‌های ارتباطی داخلی و خارجی نیز از اهمیت بالایی برخوردار است تا زمینه خلق فرصت‌ها و بهره‌برداری از آن‌ها در سطوح ملی و فراملی فراهم گردد.

علاوه بر این، یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد عوامل مداخله‌گر همچون فرهنگ سازمانی، ساختار، سبک رهبری و مدیریت، منابع و قابلیت‌های سازمانی و مشارکت ذی‌نفعان به صورت اقتضایی بر فرآیند کارآفرینی تأثیرگذار هستند. در نتیجه، تحلیل دقیق این عوامل برای استقرار موفق کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های دانش‌بنیان ضروری است Al-Omoush et al (2019) نیز بر ضرورت روزآمدسازی دانش فناورانه، بهره‌گیری از هوش مصنوعی، انجام تحقیقات بنیادین و اصلاح قوانین حمایتی به‌عنوان پیش‌نیازهای توسعه کارآفرینی سازمانی تأکید کرده‌اند؛ امری که در بسیاری از پژوهش‌های پیشین کمتر مورد توجه قرار گرفته است. همچنین، اگر کارآفرینی سازمانی به شکل مؤثری توسعه یابد، مزایایی نظیر دسترسی به منابع مالی بدون موانع بروکراتیک، بهره‌مندی از انواع مشوق‌ها و افزایش سودآوری و نوآوری سازمانی را در پی خواهد داشت. در پایان، نتایج تحقیق حاکی از آن است که راهبردهای متنوعی باید به‌منظور تحقق کارآفرینی سازمانی اتخاذ شوند که شامل استراتژی‌های کسب‌وکار، اولویت‌بندی پروژه‌های نوآورانه، مدیریت دانش، یادگیری سازمانی، نظام پاداش و انگیزش و ارتقاء مشارکت بین‌بخشی هستند. با وجود کم‌توجهی به این موضوع در ادبیات پیشین، به شرکت‌های دانش‌بنیان توصیه می‌شود برای پیاده‌سازی و نهادینه‌سازی این راهبردها اقدامات لازم را به عمل آورند و در عین حال به ثبات سیاست‌ها و قوانین حمایتی توجه داشته باشند. مقررات‌زدایی و حذف موانع قانونی نیز باید به‌طور جدی مدنظر قرار گیرد.

یافته‌ها نشان دادند که **راهبردها** شامل استراتژی کسب و کار، مدیریت دانش و یادگیری سازمانی و نظام پاداش و انگیزش، نقش کلیدی در توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه دارند. این راهبردها به شرکت‌ها امکان می‌دهند تا محیطی حمایتگر و انگیزشی برای کارکنان ایجاد کرده و قابلیت نوآوری و گرایش کارآفرینانه را ارتقا دهند. این نتایج با یافته‌های پژوهش‌های پیشین همسو است (Bahadori et al. (2022). نشان دادند که ایجاد بسترهای مناسب برای رفتارهای نوآورانه و کارآفرینی سازمانی، خصوصاً در شرکت‌های دانش‌بنیان، ضروری است (Ghayor Baghbani et al. (2019). نیز با ارائه مدل سه‌بعدی توسعه کارآفرینی سازمانی، اهمیت بعد استراتژی سازمان و مدیریت کارکنان را تأیید کرده‌اند. یافته‌های Yaqobi (2017) و Najaflo & Pilvar et al. (2021) نیز نشان می‌دهند که مدیریت دانش و استفاده مؤثر از آن، اصلاحات زیرساختی و فرهنگ‌سازی می‌تواند عملکرد سازمان و اجرای موفق کارآفرینی سازمانی را بهبود دهد. همچنین، مطالعاتی مانند (Swadi & Al-Dalaien (2021) و Bui et al. (2020) بر نقش ویژگی‌های کارآفرینی سازمانی و گرایش استراتژیک چابک در تقویت رفتار کارآفرینانه و نوآوری تأکید دارند (Hussinki et al. (2017). نیز نشان داده‌اند که سطح بالای سرمایه فکری و مدیریت دانش عملکرد نوآوری و سازمانی را بهبود می‌بخشد، که با یافته‌های این پژوهش در خصوص اهمیت مدیریت دانش و یادگیری سازمانی همخوانی دارد. به طور کلی، می‌توان نتیجه گرفت که **مدل بومی کارآفرینی سازمانی با تمرکز بر راهبردهای سازمانی** می‌تواند زمینه لازم برای ارتقای نوآوری، انگیزش کارکنان و گرایش کارآفرینانه را در شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی فراهم کند. این مدل می‌تواند به مدیران و تصمیم‌گیرندگان سازمانی کمک کند تا با بهره‌گیری از استراتژی مناسب، نظام پاداش انگیزشی و مدیریت دانش مؤثر، موانع توسعه کارآفرینی را کاهش داده و مسیر موفقیت و بقای پایدار سازمان‌ها را تسهیل نمایند.

در نهایت یافته‌ها نشان دادند که پیامدهای توسعه کارآفرینی سازمانی شامل **فرهنگ سازمانی حامی کارآفرینی، توانمندسازی و آموزش کارکنان، اولویت‌بندی پروژه‌های نوآورانه و مشارکت و همکاری بین‌بخشی** است. این پیامدها نقش حیاتی در ایجاد محیط سازمانی حمایتگر و انگیزشی دارند و زمینه را برای تحقق رفتارهای نوآفرینانه و ارتقای نوآوری فراهم می‌کنند. این نتایج با یافته‌های پژوهش‌های پیشین همسو است (Bahadori et al. (2022). تأکید کرده‌اند که شرکت‌های دانش‌بنیان برای بهره‌برداری از نوآوری نیازمند بسترهای کارآفرینانه هستند که محیط کار را برای کارکنان

جذاب سازد. مدل سه‌بعدی توسعه کارآفرینی سازمانی ارائه شده توسط Ghayor Baghbani et al. (2019) نیز اهمیت ترکیب ابعاد ساختار، رفتار و زمینه را در شکل‌گیری نتایج کارآفرینی سازمانی نشان می‌دهد. یافته‌های Yaqobi & Najaflo (2017) و Pilvar et al. (2021) نیز بر ضرورت مدیریت دانش، فرهنگ‌سازی، اصلاحات زیرساختی و ارائه فرصت‌ها برای بهبود عملکرد و موفقیت سازمان‌ها تأکید دارند. همچنین، مطالعاتی مانند Swadi & Al-Dalaien (2021) و Bui et al. (2020) نشان داده‌اند که ویژگی‌های کارآفرینی سازمانی و تقویت گرایش استراتژیک چابک، اثر مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه کارکنان دارند و (Hussinki et al. (2017) اهمیت سرمایه فکری و مدیریت دانش در ارتقای عملکرد نوآوری سازمان‌ها را تأیید کرده‌اند. با توجه به این شواهد، می‌توان نتیجه گرفت که پیامدهای کارآفرینی سازمانی، به ویژه فرهنگ حامی کارآفرینی، توانمندسازی کارکنان، اولویت‌بندی پروژه‌های نوآورانه و مشارکت بین‌بخشی، شاخص‌های کلیدی موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان محسوب می‌شوند و تمرکز بر این پیامدها می‌تواند به تصمیم‌گیرندگان و مدیران کمک کند تا محیطی نوآور و کارآفرینانه ایجاد کرده و مسیر توسعه پایدار سازمان را تسهیل نمایند.

بر اساس مدل مفهومی استخراج شده از این پژوهش، چند پیشنهاد کلیدی ارائه می‌شود: نخست، استراتژی‌ها و مدیریت استراتژیک باید به گونه‌ای طراحی شوند که در برابر تحولات سریع محیطی انعطاف‌پذیر باشند. دوم، توسعه آموزش‌های هدفمند در زمینه کارآفرینی سازمانی به منظور تربیت نیروهای متخصص و حل همزمان معضل بیکاری و کمبود نیروی انسانی توانمند در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط توصیه می‌شود. همچنین، سیاست‌گذاران باید در جهت حمایت از کارآفرینی فناورانه در شرکت‌های دانش‌بنیان، با اصلاح قوانین مالیاتی، بیمه‌ای، و تقویت سیاست‌های مالی و فناورانه گام بردارند. در نهایت، پیشنهاد می‌شود مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان با توجه به مؤلفه‌های شناسایی شده، محیطی خلاق و نوآور در سازمان ایجاد کرده و ساختارهای فناوری اطلاعات، سیاست‌ها و برنامه‌های آموزشی را توسعه دهند. همچنین، با تقویت ارتباطات میان مدیران منابع انسانی و سیستم‌های اطلاعاتی و تسهیل مشارکت کارکنان در تیم‌های حل مسئله، بستری برای بروز و شکوفایی کارآفرینی سازمانی فراهم آورند. برگزاری جلسات منظم بین مدیران و کارکنان نیز می‌تواند به ارتقاء آگاهی نسبت به منافع کارآفرینی سازمانی و آمادگی برای توسعه آن منجر شود که در نهایت خلق دانش و نوآوری در شرکت‌های دانش‌بنیان را تسهیل خواهد کرد.

ملاحظات اخلاقی

حامی مالی

این تحقیق هیچ کمک مالی خاصی از هیچ نهاد تأمین مالی در بخش‌های عمومی، تجاری یا غیرانتفاعی دریافت نکرده است.

مشارکت نویسندگان

نویسنده اول: مفهوم‌سازی، روش‌شناسی، تحقیق، مدیریت داده‌ها، تحلیل رسمی، نوشتن - تهیه پیش‌نویس اولیه؛ نویسنده دوم: نظارت، روش‌شناسی، اعتبارسنجی، نوشتن - بررسی و ویرایش؛ نویسنده سوم: نظارت، اعتبارسنجی، منابع، نوشتن - بررسی و ویرایش؛ نویسنده چهارم: روش‌شناسی، اعتبارسنجی، تحلیل رسمی، نوشتن - بررسی و ویرایش.

تعارض منافع

نویسندگان هیچگونه تعارض منافی ندارند.

References

- Abbaszadeh., Alizadeh Aghdam, & Mirzaei, M. (2015). Investigating the role of social capital in the development of entrepreneurial potential (case study: students of Tabriz University). *Journal of Economic & Developmental Sociology*, 4(2), 75-103. [in Persian]. <https://doi.org/10.22054/jks.2021.58715.1417>
- Ahmadzadeh, S., Safari, A., & Teimouri, H. (2022). Collective stupidity: influences on decision-making in knowledge-based companies. *Management Decision*, 60(5), 1257-1295. <https://doi.org/10.1108/MD-10-2020-1380>
- Al-Omoush, K. S., Al Attar, M. K., Saleh, I. H. & Alsmadi, A. A. (2019). The drivers of E-banking entrepreneurship: an empirical study, *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 485-500. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2019-0113>
- Antoncic, B., & Hisrich, R. D. (2004). Corporate entrepreneurship contingencies and organizational wealth creation. *Journal of Management Development*, 23(6), 518-550. <https://doi.org/10.1108/02621710410541114>
- Bahadori, S., Abdollahnia, H., Maleki, S., & Bagheri Tanha, M. (2022). Investigating the relationship between organizational entrepreneurship and organizational agility in knowledge-based companies, *Journal of Economics and Business Research*, 11(23), 65-73. [in Persian] <https://doi.org/10.2478/otmcj-2024-0013>
- Bui, H. T., Nguyen, H. T., & Chau, V. S. (2020). Strategic agility orientation? The impact of CEO duality on corporate entrepreneurship in privatized Vietnamese firms. *Journal of General Management*, 45(2), 107-116. <https://doi.org/10.1177/0306307019886170>
- Casson, M. & Wadeson, N. (2007). The discovery of opportunities: Extending the economic theory of the entrepreneur, *Small Business Economics*, 28(4), 285-300. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-9037-7>
- Courpasson, D., Dany, F., & Martí, I. (2016). Organizational entrepreneurship as active resistance: A struggle against outsourcing. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(1), 131-160.
- Cui, J. (2025). The explore of knowledge management dynamic capabilities, ai-driven knowledge sharing, knowledge-based organizational support, and organizational learning on job performance: evidence from chinese technological companies. *arXiv preprint arXiv:2501.02468*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.27509.69602>
- Diwanti, D. P., Suryanto, S., Iswati, S., Agustina, T. S., & Notobroto, H. B. (2021). The effect of organizational culture and readiness to change on organizational entrepreneurship: The Role of Competence. *Journal Manajemen Bisnis*, 12(2), 248-265. <https://doi.org/10.18196/mb.v12i2.10330>
- Farias, C., Fernandez, P., Hjorth, D., & Holt, R. (2020). *Organizational entrepreneurship, politics and the political*. In *Organizational Entrepreneurship, Politics and the Political* (pp. 1-12). Routledge.

- Farias, C., Fernandez, P., Hjorth, D., & Holt, R. (2020). Organizational entrepreneurship, politics and the political. In *Organizational Entrepreneurship, Politics and the Political* (pp. 1-12). Routledge. <https://doi.org/10.1080/08985626.2019.1599186>
- Felizardo, A., Santos, E., Sousa, A., & Ratten, V. (2022). The perception of middle managers on the organizational environment for the promotion of entrepreneurship and innovation activities in organizations. *Book In COVID-19 and Entrepreneurship*, 86-99, Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003149248-7>
- Ferreira, J. Coelho, A. & Moutinho, L. (2020). Dynamic capabilities, creativity and innovation capability and their impact on competitive advantage and firm performance: The moderating role of entrepreneurial orientation, *Tec novation*, 92, 102061. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.11.004>
- Fischer, B., Salles-Filho, S., Zeitoum, C., & Colugnati, F. (2022). Performance drivers in knowledge-intensive entrepreneurial firms: a multidimensional perspective. *Journal of Knowledge Management*, 26(5), 1342-1367. <https://doi.org/10.1108/JKM-03-2021-0264>
- Ghayor Baghbani, S. M., Pourang, A., & Tavasli, A. (2019). Identifying effective factors on the development of organizational entrepreneurship (case study: Khorasan Razavi education), *Education and training scientific-research quarterly*, 36(3), 29-52. [in Persian] <http://qjoe.ir/article-1-2554-fa.html>
- Golestani Hashemi, S. M (2009). Fundamentals of Entrepreneurship Science, Isfahan, *Jihad University Press*. [in Persian] <https://share.google/BkzOC2aaNeKhkIcVf>
- Gomes, G., Seman, L. O., Berndt, A. C., & Bogoni, N. (2022). The role of entrepreneurial orientation, organizational learning capability and service innovation in organizational performance. *Revista de gestão*, 29(1), 39-54. <https://doi.org/10.1108/REGE-11-2020-0103>
- Hussinki, H., Paavo, R., Vanhala, M., Kianto, A. (2017). Intellectual capital, knowledge management practices and firm performance, *Journal of Intellectual Capital*. 18, 4, 904-922. <https://doi.org/10.1108/JIC-11-2016-0116>
- Imani, A., Salarzahi, H., & Sayedi, F. (2016). Identifying and prioritizing the affective factors of institutionalizations dimensions executive organizational entrepreneurship (A study: The city of Bam automobiles Factory Kerman motor company), *Public Management Researches*, 9(31), 123-144. [in Persian] <https://doi.org/10.22111/jmr.2016.2516>
- Jafarnejad, A. Mohaghar, A. and Ekhtiarzadeh, A. (2012). A seven-stage growth model of academic new technology based firms to understanding the challenges of growth. *Journal of Science and Technology Policy*, 5(4), 45-62. [in Persian] <https://doi.org/20.1001.1.20080840.1391.5.2.5.1>
- Kantur, D. (2016). Strategic entrepreneurship: mediating the entrepreneurial orientation performance link. *Management Decision*, 54(1), 24-43. <https://doi.org/10.1108/MD-11-2014-0660>

- Kazanjian, R. K., Drazin, R., & Glynn, M. A. (2017). Implementing strategies for corporate entrepreneurship: A knowledge-based perspective. *Strategic entrepreneurship: Creating a new mindset*, 173-199.
- Korani, Z. (2018). the Effect of knowledge management on organizational entrepreneurship among agricultural extension experts in Kermanshah Province, Iran. *International Journal of Agricultural Management and Development (IJAMAD)*, 8(2), 245-255.
- Kuratko, D. F., & Morris, M. H. (2018). Corporate entrepreneurship: A critical challenge for educators and researchers. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(1), 42-60.
- Lumpkin G.T & Dess G.G, (2001). Linking Two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: the moderating role of environment and industry life cycle, *Journal of Business Venturing*, 16(5), 429-451. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00048-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00048-3)
- Mahdavi, H., Sheykh Zeynoddin, M., & Khodabandeh, L. (2013). An analysis of science & technology parks through the evaluation results of k-based companies in STPs, *Roshd –e–Fanavari*, 27(7), 53-60. [in Persian] <http://roshdefanavari.ir/en/Article/20131>
- Maqsoudi Ganjeh, Y., Khani, N., & Alam Tabriz, A. (2019). Networking capability, business network structure, and commercialization performance in knowledge-based firms (Case study: Knowledge-based companies in Isfahan Province). *Technology Development Management*, 7(4), 151–180.
- Nakhaei, G. R., Sobhani, A., Mostaghimi, M. R., & Hosseini, S. M. R. (2019). Explaining Indices and Organizational Entrepreneurship Patterns in Rural Cooperatives, *Agricultural Economics Research*, 11(44), 171-196. [in Persian]. https://jae.marvdasht.iau.ir/article_3849
- Pilvar, N., Badizadeh, A., Hosseini, S. R., Zaboli, R. (2021). Presentation of organizational entrepreneurship development model based on knowledge management in GHazvin university of medical sciences, *Journal of Development & Evolution Management*, 45, 103-110. [in Persian]. <https://doi.org/10.22034/jer.2024.2013173.1055>
- Qasim, D., Shuhaiber, A., & Rawshdeh, Z. (2025). The impact of entrepreneurial orientation on innovation performance: the role of knowledge sharing as a mediating factor. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 83. <https://doi.org/10.1186/s13731-025-00543-3>
- Sakhdari, K. (2016). Corporate entrepreneurship: A review and future research agenda. *Technology Innovation Management Review*, 6(8).
- Swadi, A. F., & Al-Dalaien, A. A. (2021). Impact of organizational entrepreneurship characteristics on entrepreneurial orientation: Moderating role of firm size and education. *Problems and Perspectives in Management*, 13 (3). 478-488. [https://doi.org/10.21511/ppm.19\(3\).2021.39](https://doi.org/10.21511/ppm.19(3).2021.39)
- Wilson, N., Wright, M., & Kacer, M. (2018). The equity gap and knowledge-based firms. *Journal of Corporate Finance*, 50, 626-649. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2017.12.008>
- Yaqobi, J., & Najaflo, P. (2017). Identifying strategies for the development of organizational entrepreneurship in agricultural cooperatives (Study case: Abhar city), *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 4(1), 75-93. [in Persian] <https://doi.org/10.22069/jead.2017.12246.1229>