



## شناسایی مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک به روش فراترکیب

گروه حسابداری، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران  
گروه حسابداری، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران  
گروه حسابداری، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران

علی‌وند زمهریری

فروغ حیرانی\*

محمود معین‌الدین

نوع مقاله: پژوهشی

دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۱۸ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۰۷

**چکیده:** امروزه با توجه به روند روزافزون تغییر و تحولات محیطی، سازمان‌ها و شرکت‌ها، برای پاسخگویی اثربخش به نیازهای محیطی خویش نیازمند کارآفرینی استراتژیک هستند؛ از این رو مدل‌های مختلفی برای آن ارائه شده است. مقاله حاضر در تلاش است تا با استفاده از روش فراترکیب، یافته‌های مطالعات صورت گرفته در این خصوص را به صورت نظام‌مند بررسی کرده و براساس فرایند شکل‌گیری و دستاورد خروجی، به تحلیل آنها بپردازد. برای این منظور، با مراجعه به اسناد و مدارک معتبر قابل‌دسترس در سایت‌ها و پس از بررسی اطلاعات منابع انگلیسی از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۹ و فارسی از سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۸، از میان انبوه مقالات اولیه، ۸۸ مقاله مناسب شناسایی شدند. به منظور تحلیل مقالات منتخب، مفاهیم تشکیل‌دهنده و مؤلفه‌های تأثیرگذار، از روش تحلیل محتوا و به منظور اعتبارسنجی مفاهیم استخراج شده، از روش پنل دلفی با حضور تعدادی از صاحب‌نظران و خبرگان استفاده شد. در پایان یافته‌های پژوهش در قالب پنج مؤلفه رهبری، نگرش، منابع، فرصت‌شناسی و یادگیری نوآورانه و ده زیرمؤلفه ویژگی‌های فردی، ویژگی‌های مدیریتی، سازمانی، فرهنگی اجتماعی، مالی، غیرمالی، مسیر کشف و خلق، بهره‌برداری، آموزش و خلاقیت و نوآوری و ۴۹ مفهوم، شناسایی و طبقه‌بندی شدند. همچنین رتبه و اهمیت نظرات خبرگان درباره مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک به ترتیب ویژگی‌های رهبری، فرصت‌شناسی، یادگیری نوآورانه، نگرش و منابع می‌باشد.

**واژگان کلیدی:** کارآفرینی استراتژیک، فراترکیب، کارآفرینی، مدیریت استراتژیک

## ۱- مقدمه

کارآفرینی، پدیده‌ای مرتبط با سازمان‌های مستقر و راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید در داخل و خارج از طریق نوآوری‌های سازمانی با هدف ایجاد مزیت رقابتی است. رفتار کارآفرینانه منجر به نتایج متفاوتی برای شرکت‌ها مانند: توسعه قابلیت‌ها و کسب موقعیت استراتژیک جدید، رشد سازمانی و عملکرد بهتر سازمانی می‌شود (Bierwerth et al., 2015). پیامدهای کارآفرینی محدود به مرزهای یک سازمان نیست؛ زیرا بر محیط خارجی به ویژه توسعه اقتصادی نیز تأثیر می‌گذارد. به دلیل این نتایج سودمند، علاقه فزاینده‌ای به کارآفرینی شرکتی در دهه‌های اخیر وجود داشته است (Kuratko, 2016).

امروزه با توجه به روند روزافزون تغییر و تحولات محیطی، سازمان‌ها و شرکت‌ها، برای پاسخگویی اثربخش به نیازهای محیطی خویش نیازمند کارآفرینی استراتژیک هستند. کارآفرینی به طور گسترده برای تسهیل تلاش‌های یک شرکت برای بهره‌برداری از مزیت‌های رقابتی فعلی و کشف فرصت‌های جدید و شایستگی‌های مورد نیاز برای پیگیری موفقیت‌آمیز آنها مهم تلقی می‌شود. از این رو، به طور گسترده‌ای به عنوان کمک به تکامل استراتژی با ایجاد قابلیت‌ها و کسب‌وکارهای جدید که امکان تجدید، تقویت تغییرات استراتژیک و افزایش سود و رشد شرکت را فراهم می‌کند، در نظر گرفته می‌شود (Narayanan et al., 2009).

کارآفرینی استراتژیک، مفهومی نوظهور است و به دلیل نوظهور بودن آن، سازمان‌ها و شرکت‌ها با آن آشنایی زیادی ندارند و از آن استفاده چندانی نمی‌کنند. در محیط رقابتی امروزی، با توجه به بی‌اعتمادی محیطی زیاد و فضای رقابتی شدید، سازمان‌ها نیاز دارند که به طور فزاینده‌ای زیرک و انطباق‌پذیر باشند. آنها برای ربودن گوی سبقت از یکدیگر به دنبال استفاده از روش‌هایی در راستای بهبود عملکردشان هستند. در این میان، کارآفرینی استراتژیک اهمیت خاصی دارد؛ زیرا

کارآفرینی استراتژیک بر ایجاد ثروت، مزیت رقابتی و عملکرد مؤثر است؛ بنابراین ضرورتی فزاینده در محیط رقابتی امروزی است. یکی دیگر از ضرورت‌های انجام دادن تحقیق این است که در ایران، تحقیقی با این عنوان انجام نگرفته است و با توجه به اهمیت هریک از ابعاد کارآفرینی استراتژیک، باید هریک از آنها بررسی شود و تأثیر هر یک بر عملکرد سنجیده شود. با توجه به مطالبی که بیان شد انجام این تحقیق جهت ارتقای عملکرد شرکت‌ها و سازمان‌ها با شناخت از مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک، اهمیت به‌سزایی دارد. ضرورت کارآفرینی استراتژیک، مدیران را بر آن داشته که علی‌رغم رضایتمندی از وضعیت موجود شرکت‌ها در بازار اقتصادی، برای شناسایی و به‌کارگیری فرصت‌های موجود در بازار رقابتی و مزایای آینده پیش‌روی شرکت‌ها، عوامل مؤثر بر کارآفرینی استراتژیک را شناسایی کنند و میزان به‌کارگیری آنها را در شرکت‌ها بسنجند و در ادامه اقدامات مقتضی برای رسیدن به وضعیت بالقوه شرکت‌ها را مشخص و برنامه‌ریزی کنند. بر این اساس این مقاله ضمن مرور مستند بر پژوهش‌های موضوعی مربوط به دنبال مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک است. در این تحقیق سعی بر این است تا با بررسی مدل‌ها، ابزارها و رهنمودها در تحقیقات و مطالعات و مباحث نظری مربوط به آن، به این سؤال پاسخ داده شود که مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک در ایران کدامند؟

## ۲- پیشینه پژوهش

## الف) پژوهش‌های خارجی

بودراکس<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) به بررسی اهمیت صنعت به صنایع کارآفرینی استراتژیک در شرکت کافمن از بخش های صنعت سیستم طبقه بندی صنعت آمریکای شمالی با استفاده از مدل پنج نیرو پورتر توضیح می‌دهد که چرا برخی صنایع سودآورتر از سایرین هستند. نتایج نشان داد که صنایع خدماتی - خصوصاً صنعت خدمات

حرفه‌ای، فنی و علمی - در مقایسه با سایر صنایع، از سود و نرخ بقا بالاتر برخوردار هستند. در مقابل، صنایع خرده فروشی و تولیدی به طور کلی در این معیارها عملکرد بدتری دارند، زیرا سودآوری و نرخ بقای کمتری دارند.

کیابو و ایساگا<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) به بررسی تأثیر کارآفرینی استراتژیک بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط به واسطه مزیت رقابتی در صنعت جوشکاری در تانزانیا پرداختند. با استفاده از تئوری مبتنی بر منابع، این مطالعه جهت‌گیری یادگیری، مدیریت منابع استراتژیک و جهت‌گیری کارآفرینی را به عنوان مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک اتخاذ کرده است. از روش پیمایشی با طرح مقطعی برای جمع‌آوری داده‌ها از ۳۰۰ مدیر شرکت‌های کوچک و متوسط صنعت جوش واقع در مراکز شهری دارالسلام، مورورو و مابایا استفاده شد. برای توسعه مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری بهره گرفته شد. نتایج نشان داد که جهت‌گیری یادگیری بر جهت‌گیری مدیریت منابع استراتژیک تأثیر می‌گذارد تا مزیت رقابتی ایجاد کند و عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط را ارتقا بخشد. همچنین یافته‌های این مطالعه نشان داد که تئوری مبتنی بر منابع، شانس بهتری برای توصیف تأثیر مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط با واسطه مزیت رقابتی نسبت به دیدگاه مبتنی بر منابع و دید مبتنی بر دانش دارد.

پیک و لی<sup>۲</sup> (۲۰۱۸) به بررسی ابعاد کارآفرینی استراتژیک و عملکرد آن بر مزیت رقابتی پایدار بنگاه‌های تأسیس شده در یک محیط بی‌ثبات مدرن پرداختند. یک چارچوب مفهومی از کارآفرینی استراتژیک را ایجاد کرده که در آن قابلیت‌های مدیریتی کارآفرینان برای سنجش محیط‌زیست، به دست آوردن فرصت‌ها، انعطاف‌پذیری استراتژیک و جهت‌گیری کارآفرینی از

نزدیک با یادگیری سازمانی در تعامل باشد و از این طریق عملکرد پایدار شرکت‌های تأسیس را تسهیل کند. پس از مطالعات تجربی شرکت‌های تأسیس شده در صنعت تولید تلویزیون دیجیتال، چارچوب مفهومی پیشنهادی نشان می‌دهد که هر بعد کارآفرینی استراتژیک نقش مهمی در مزیت رقابتی شرکت‌ها ایفا می‌کند. علاوه بر این، نتایج نشان داد که موقعیت و مسیر تکاملی یک شرکت عامل‌های پیشین مؤثر بر توانایی‌های مدیریتی کارآفرینان و یادگیری سازمانی شرکت‌های تأسیس شده است.

کانتور<sup>۳</sup> (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «کارآفرینی استراتژیک: میانجی‌گری ارتباط گرایش کارآفرینانه و عملکرد»، با بررسی نمونه‌ای مشتمل بر ۳۲۴ پاسخ‌دهنده در ۱۱۸ شرکت در چهار صنعت مختلف، اثر متغیر میانجی کارآفرینی استراتژیک بر رابطه بین گرایش کارآفرینانه و عملکرد سازمانی را مورد بررسی قرار داد. ادبیات موجود در مورد رابطه بین کارآفرینی و عملکرد سازمانی در سطح شرکت، نشان‌دهنده عدم توضیح ارتباط بین حوادث واقعی کارآفرینی و عملکرد سازمانی بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از تکنیک آماری حداقل مربعات جزئی نشان داد که کارآفرینی استراتژیک به طور کلی میان روابط بین گرایش کارآفرینانه و عملکرد سازمانی، به عنوان دو دسته عمده عملکرد مالی و غیرمالی ارزیابی می‌شود. یافته‌ها نشان دادند که پیامدهای استراتژیک و عملی برای مدیران به ویژه در اقتصادهای در حال ظهور که به دنبال افزایش مزیت رقابتی و بهره‌برداری از فرصت‌های بازار هستند، از طریق ابتکار عمل کارآفرینی است.

آیرلند<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۰۳) در پژوهشی با عنوان «مدلی از کارآفرینی استراتژیک: ساختار و ابعاد آن» با ارائه پیشینه نظری و بررسی ادبیات موجود در رابطه با کارآفرینی استراتژیک، مدلی مفهومی ارائه نمودند که

رابطه کارآفرینی استراتژیک و ابعاد آن را با مزیت رقابتی در شرایط اقتصادی امروزه نشان داد. آنها بیان کردند که کارآفرینی استراتژیک، ساختاری مشخص و منحصربه‌فرد است که شرکت‌ها قادر هستند از طریق آن ارزش ایجاد کنند. ذهنیت کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه، مدیریت استراتژیک منابع و به‌کارگیری خلاقیت جهت توسعه نوآوری، ابعاد مهم کارآفرینی استراتژیک هستند. مدل کارآفرینی استراتژیک که آنها بسط دادند توضیح داد که چگونه با ذهنیت کارآفرینی، فرهنگ کارآفرینی و رهبری کارآفرینی، یک شرکت می‌تواند منابع را به صورت استراتژیک مدیریت کند، خلاقیت را اعمال کند، نوآوری را توسعه دهد و منجر به مزیت رقابتی و ایجاد ارزش شود.

#### ب) پژوهش‌های داخلی

سفار و چرخکار (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای به بررسی نقش کارآفرینی استراتژیک در شناسایی و کشف فرصت‌های کارآفرینی در شرکت‌های شهرک صنعتی یزد پرداختند. جامعه آماری شامل ۲۴۰ نفر مدیرعامل، معاونین و سرپرستان ارشد شرکت‌های شهرک صنعتی یزد بودند. با توجه به قاعده هومن، نمونه‌ای به اندازه ۱۵۰ نفر انتخاب شد. در این پژوهش از دو پرسشنامه کارآفرینی استراتژیک و پرسشنامه بررسی وضعیت کارآفرینی از حیث وضعیت موجود و تلاش برای رسیدن به ایده‌آل‌ها، اقتباس شده از پرسشنامه استاندارد ویژگی‌های شخصیتی اسدالله کردنائیچ و پرسشنامه استاندارد کارآفرینی سازمانی مارگاریت هیل در سازمان، استفاده شد. برای آزمون فرضیه‌ها، از معادلات ساختاری و نرم‌افزار لیزرل، استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که تأثیر کارآفرینی استراتژیک و ابعاد آن بر شناسایی و کشف فرصت‌های کارآفرینی، مثبت و معنی‌دار است.

کوسه غراوی و صفاریان همدانی (۱۳۹۸) به طراحی مدل بازاریابی کارآفرینانه استراتژیک در صنعت ساختمان با رویکرد آمیخته اکتشافی در شرکت‌های ساختمانی شمال کشور (استان‌های گلستان، مازندران و

گیلان) پرداختند. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی-توسعه‌ای، در بخش کیفی پژوهش، تیم مشارکت‌کننده شامل خبرگان دانشگاهی و مدیران شرکت‌های ساختمانی به‌شیوه غیرتصادفی (هدفمند) و روش گلوله‌برفی به تعداد ۳۰ نفر انتخاب شدند. جامعه آماری در بخش کمی شامل ۲۵۲ شرکت ساختمانی شمال کشور با رتبه‌های ۴ و ۵ و ۱۸۰ حجم نمونه به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای برآورد شد. نتایج نشان داد شرایط علی اثرگذار بر بازاریابی کارآفرینانه استراتژیک؛ شامل قابلیت ارتباطی، قابلیت سازمانی، استراتژی سازمان، حمایت مدیریت و سازمان و سیستم‌های سازمانی است. شرایط مداخله‌گر شامل رابطه‌مداری، قابلیت محیطی و حاکمیت شرکتی و شرایط زمینه‌ای نیز شامل تفکر سیستمی، به‌کارگیری فناوری و فرهنگ سازمانی است.

عظیمی دلارستاقی و همکاران (۱۳۹۷) به شناسایی عوامل زمینه‌ای تأثیرگذار بر استقرار کارآفرینی استراتژیک در کسب‌وکارهای ورزشی پرداختند. روش تحقیق از نوع کیفی (به روش گراند تئوری) بوده و گردآوری داده‌ها از طریق مصاحبه و بررسی پیشینه‌های تحقیق انجام گرفت. جامعه آماری شامل اعضای هیأت علمی دانشکده‌های مدیریت کارآفرینی و دانشکده‌های تربیت‌بدنی و علوم ورزشی (با تخصص کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکار) دانشگاه‌های دولتی سراسر کشور، اعضا و مدرسین ویژه و منتخب کارگروه اشتغال و کارآفرینی وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران و کارآفرینان منتخب ورزشی کشور بودند که نمونه تحقیق به‌صورت نظری تعیین و پس از انجام ۲۱ مصاحبه، عوامل زمینه‌ای تأثیرگذار بر استقرار کارآفرینی استراتژیک در کسب‌وکارهای ورزشی شناسایی گردید. نتایج نشان دادند عوامل زمینه‌ای تأثیرگذار در شش مؤلفه تحت عناوین سیاست‌های حمایتی دولت، عوامل قانونی و حقوقی، نظام آموزشی، عوامل فرهنگی،

سیاست‌های تجاری و عوامل حاکمیتی، شناسایی و استخراج گردید.

الوانی و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی تأثیر استراتژی‌های خطرپذیر جدید بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در شرکت‌های کارآفرین صورت پرداختند. جامعه آماری پژوهش کلیه مدیران شرکت‌های شهرک صنعتی پرند استان تهران (۱۹۷ شرکت) که از میان آنها ۱۲۵ مدیر شرکت به روش تصادفی ساده، انتخاب شدند. داده‌های گردآوری شده از طریق نرم‌افزارهای SPSS و Smart PLS تجزیه و تحلیل شدند. نتایج نشان داد که استراتژی خطرپذیر جدید بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در شرکت‌های کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین تأثیر سه مؤلفه متغیر مستقل (نوآوری محصول، وسعت بازار و ائتلاف بازاریابی) بر متغیر وابسته (تشخیص فرصت‌های کارآفرینی) تأیید شده اما مؤلفه تمایز بازاریابی رد شد.

میرزاییان (۱۳۹۵) به بررسی تأثیر کارآفرینی استراتژیک بر دستیابی به مزیت رقابتی منتخبی از هیأت‌های ورزشی استان خوزستان پرداخت. جامعه آماری شامل رئیس هیأت‌های ورزشی، نایب رئیس هیأت‌های ورزشی، دبیر هیأت‌های ورزشی، کمیته اجرایی، ورزشکاران نخبه (۸۰ نفر) در سال ۱۳۹۴-۱۳۹۵ بودند. ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه کارآفرینی استراتژیک ۲۶ سؤالی تعدیل‌یافته (ملک‌اخلاق، ۱۳۹۳) و پرسشنامه ۱۵ سؤالی تعدیل‌یافته مزیت رقابتی (لی، گانمیوج، پچیانگ، ۲۰۰۶) بود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. یافته‌ها نشان داد مزیت رقابتی، تحت تأثیر اثرات غیرمستقیم ولی مثبت ۰/۰۶ درصدی فرهنگ کارآفرینانه و ۰/۰۱ رهبری کارآفرینانه از طریق متغیر میانجی اداره استراتژیک است. این در حالی بود که متغیر ذهنیت کارآفرینانه را به مزیت رقابتی به صورت مثبت میانجی‌گری نمی‌کند.

فاطمی و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی متریک‌های کارآفرینی استراتژیک بر عملکرد بیمه در شرکت سهامی بیمه ایران شهر اصفهان پرداختند و چارچوب مفهومی با دو بعد کارآفرینی استراتژیک و عملکرد ارائه نمودند. این تحقیق از نظر ماهیت و روش، توصیفی-همبستگی و از نظر هدف از نوع کاربردی است. پرسشنامه محقق‌ساخته پژوهش به صورت تصادفی ساده بین هشتاد نفر از مدیران ارشد، میانی و کارشناسان صدور در شرکت سهامی بیمه ایران توزیع شد. آزمون فرضیات تحقیق و مدل تحلیل مسیر آن بر اساس روش مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Smart PLS انجام شد. نتایج نشان داد فرهنگ کارآفرینانه، ذهنیت کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه، مدیریت استراتژیک منابع و به‌کارگیری خلاقیت و توسعه نوآوری بر عملکرد شرکت سهامی بیمه ایران تأثیر معناداری دارد.

طالابی و همکاران (۱۳۹۳) به شناسایی تأثیر کارآفرینی استراتژیک بر عملکرد مالی و غیرمالی در قالب پژوهشی توصیفی-همبستگی در شرکت فناپ در تهران پرداختند و چارچوب مفهومی با دو بعد کارآفرینی استراتژیک و عملکرد طراحی نمودند. این تحقیق از نظر ماهیت و روش توصیفی-همبستگی و از نظر هدف از نوع کاربردی بود. پرسشنامه محقق‌ساخته پژوهش به صورت تصادفی ساده بین هفتاد نفر از مدیران ارشد، میانی و کارشناسان در شرکت فناپ توزیع و در نهایت شصت پرسشنامه جمع‌آوری شد. آزمون فرضیات تحقیق و مدل تحلیل مسیر آن بر اساس روش مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS انجام گرفت. نتایج نشان داد فرهنگ کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه، مدیریت استراتژیک منابع و به‌کارگیری خلاقیت و توسعه نوآوری بر عملکرد تأثیر می‌گذارد، اما ذهنیت کارآفرینانه بر عملکرد در شرکت فناپ تأثیری ندارد. هر چند در پایان مشخص شد به طور کلی کارآفرینی استراتژیک بر عملکرد شرکت فناپ تأثیر معناداری دارد.

رهبری کارآفرینانه، مدیریت استراتژیک منابع و به کارگیری خلاقیت برای توسعه نوآوری است ( Ireland et al., 2017) که از طریق آنها بهبود و ارتقای عملکرد برای سازمان‌ها و شرکت‌ها تسهیل می‌گردد. جهانی‌سازی و تغییرات مرتبط با آن سبب شده تا شرکت‌ها در تمامی اندازه‌ها به فکر توسعه عملیات‌های خود، فراتر از بازارهای ملی باشند. حتی شرکت‌های کوچک تا متوسط در بسیاری از کشورهای در حال توسعه نیز شروع به فعالیت در بازارهای بین‌المللی و افزایش حضور در بازارهای کشورهای توسعه‌یافته کرده‌اند (Arregle et al., 2017). انتخاب روش ورود یکی از مهمترین و بحرانی‌ترین تصمیمات استراتژیک برای شرکت‌هایی است که به دنبال توسعه و گسترش جهانی‌اند (Hashai et al., 2010).

موضوع کارآفرینی استراتژیک به تازگی در محافل علمی و کسب‌وکارهای تجاری مطرح شده است و به دلیل آنکه هنوز در مرحله ابتدایی خود قرار دارد باید درک عمیق تری پیرامون آن ایجاد شود و رشد و توسعه باید (Kraus et al., 2011). به همین منظور تحقیقات اندکی در این زمینه در دسترس می‌باشد که از آن جمله می‌توان به تحقیق (Dogan, 2015) اشاره کرد که به این نتیجه دست یافت که کارآفرینی استراتژیک از طریق فعالیت‌های کارآفرینانه با دیدگاه استراتژیک به افزایش عملکرد شرکت و توسعه مزیت رقابتی پایدار کمک می‌کند.

در سال‌های اخیر با رشد پژوهش‌ها در حوزه‌های مختلف علوم و مواجه شدن جامعه با انفجار اطلاعات، اندیشمندان در عمل به این نتیجه دست یافتند که اطلاع و تسلط بر تمامی ابعاد یک رشته و به روز بودن در این زمینه تا حدود زیادی امکان‌پذیر نیست، لذا انجام پژوهش‌های ترکیبی که عصاره پژوهش‌های انجام شده در این موضوع خاص را به شیوه نظام‌مند و علمی فراروی پژوهشگران قرار می‌دهند، گسترش روزافزون یافته است (قربانی‌زاده و بهفر، ۱۳۹۲). یکی از روش‌هایی که به منظور بررسی، ترکیب و آسیب‌شناسی پژوهش‌های

موجدمنش و آقاجانی افروزی (۱۳۹۱) به بررسی میزان به کارگیری ابعاد کارآفرینی استراتژیک پرداختند. برای دسترسی به هدف مذکور، از مدل آیرلند و همکارانش شامل پنج بعد تفکر کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه، خلاقیت و نوآوری و مدیریت استراتژیک منابع استفاده شد. در این تحقیق از روش ترکیبی کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شد و ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق‌ساخته بود. جامعه تحقیق شامل پرسنل با مدرک دانشگاهی گروه پیمان آمل و برای آزمون فرضیات از آزمون‌های آلفا، فریدمن و مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و Lisrel استفاده شد. نتایج آزمون کلیت مدل معادله ساختاری تأثیر مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک در گروه پیمان آمل را مورد تأیید قرار داد که اثرگذاری تمامی متغیرهای مدل تأیید شد و متغیر رهبری کارآفرینانه با ضریب ۹۱ درصد دارای بیشترین تأثیر بود.

### ۳- مبانی نظری

کارآفرینی استراتژیک، از ابزارهای مؤثر برای افزایش بهره‌وری و استفاده بهینه از ظرفیت‌ها و توانایی‌های منابع انسانی جهت دستیابی به اهداف سازمانی و عملکرد بهتر سازمان‌ها می‌باشد. ایده اساسی کارآفرینی استراتژیک این است که مفاهیم استراتژی که برای پاسخ دادن به پرسش چرا برخی از شرکت‌ها بهتر از سایرین عمل می‌کنند؟ طراحی گردیده اند، می‌توانند در شرایط و بافت کارآفرینی نیز به کار گرفته شوند. با توجه به محوری بودن نقش مزیت رقابتی در تحقیقات مدیریت استراتژیک، کارآفرینی استراتژیک را ادغام دیدگاه‌های کارآفرینانه (فرصت‌یابی) و استراتژیک (مزیت‌یابی) در تدوین و اتخاذ اقداماتی که برای ایجاد ثروت طراحی شده‌اند تعریف کرده‌اند. به عبارتی کارآفرینی استراتژیک اقدامات کارآفرینانه‌ای است که با نگاهی استراتژیک اتخاذ می‌شوند. کارآفرینی استراتژیک دارای ابعادی کلیدی؛ از جمله ذهنیت کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه،

گذشته در چند سال گذشته معرفی شده است فرامطالعه است که به طور کلی از چهار قسمت فراتحلیل (تحلیل کمی محتوای مطالعات اولیه)، فراترکیب (تحلیل کیفی محتوای مطالعات اولیه)، فرانظری (تحلیل نظریه‌های مطالعات اولیه) و فراروش (تحلیل روش‌شناسی مطالعات اولیه) تشکیل شده است (Bench & Day, 2010).

روش فراترکیب، بیانگر نوعی مطالعه کیفی است که اطلاعات و یافته‌های استخراج شده از مطالعات کیفی دیگر با موضوع مرتبط و مشابه را بررسی می‌کند. در نتیجه نمونه موردنظر برای فراترکیب از مطالعات کیفی منتخب و بر اساس ارتباط آنها با سؤال پژوهش تشکیل می‌شود (Zimmer, 2010). در این پژوهش نیز از روش فراترکیب به منظور مرور سیستماتیک پژوهش‌های قبلی استفاده خواهد شد. سپس داده‌های تجربی تجزیه و تحلیل خواهند شد و مدل جامعی برای شناسایی مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک در ایران ارائه خواهد شد.

نحوه گردآوری داده‌ها، کیفی است که با روش پژوهش کتابخانه‌ای، از نوع مطالعات ثانویه و فراترکیب و مبتنی بر مطالعه منابع اطلاعاتی حوزه عوامل کارآفرینی استراتژیک صورت گرفته است. در این پژوهش، تجزیه و تحلیل اطلاعات در سه مرحله انجام شده است. در مرحله اول، با بررسی کامل ادبیات پژوهش، فهرستی از مقالات مرتبط با این حوزه و حتی مقالاتی که به طور فرعی به این موضوع پرداخته‌اند، تهیه گردید. در مرحله دوم، چکیده این مقالات، استخراج و مقالات دسته‌بندی شدند. در مرحله سوم، با استخراج عناصر کلیدی، ترکیب نهایی انجام گردید و تحلیل و جمع‌بندی صورت گرفت. روش فراترکیب در علوم که مطالعات آن بیشتر مبتنی بر تحلیل‌های کیفی است، کاربرد دارد. فراترکیب به عنوان روشی مناسب برای به دست آوردن ترکیبی جامع از عوامل کارآفرینی استراتژیک به کار گرفته شده است. برای بهره‌گیری از این روش پژوهشی، روش هفت مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) استفاده شد (شکل ۱).

#### ۴- روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر



شکل ۱- گام‌های متوالی روش فراترکیب

منبع: (Sandelowski & Barroso, 2006)

### سؤال پژوهش

سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک در ایران کدامند؟ همچنین در این پژوهش سعی شده است که بر اساس مطالعه پژوهش‌های پیشین، تحلیلی عمیق از این عوامل در فضای بین‌المللی و ملی صورت گیرد و دسته‌بندی از آنها ارائه گردد.

### مرور ادبیات پژوهش

در این مرحله با استفاده از کلمات کلیدی پژوهش، به جست‌وجوی نظام‌مند مطالب منتشر شده در مجلات علمی مختلف و معتبر و همچنین منابع عمومی و سایت‌های سازمان‌های معتبر خارجی و داخلی با هدف تعیین اسناد معتبر و مرتبط در بازه زمانی مناسب پرداخته شد. در راستای انجام پژوهش پس از طراحی سؤال پژوهش، جست‌وجویی نظام‌مند بر اساس کلیدواژه کارآفرینی استراتژیک از پایگاه‌های داده ساینس دایرکت<sup>۱</sup>، امرالد اینسایت<sup>۲</sup>، مگ ایران<sup>۳</sup>، ایران داک<sup>۴</sup>، نورمگز<sup>۵</sup>، سیویلیکا<sup>۶</sup> و اس آی دی<sup>۷</sup> بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۹ میلادی و ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۸ شمسی صورت خواهد گرفت. از این رو ابزار گردآوری اطلاعات در بخش اول، بانک‌های اطلاعاتی و شبکه‌های کامپیوتری می‌باشد. همچنین مقاله‌های مرتبط در سایت‌های اینترنتی با ابزار فیش‌برداری گردآوری می‌شوند.

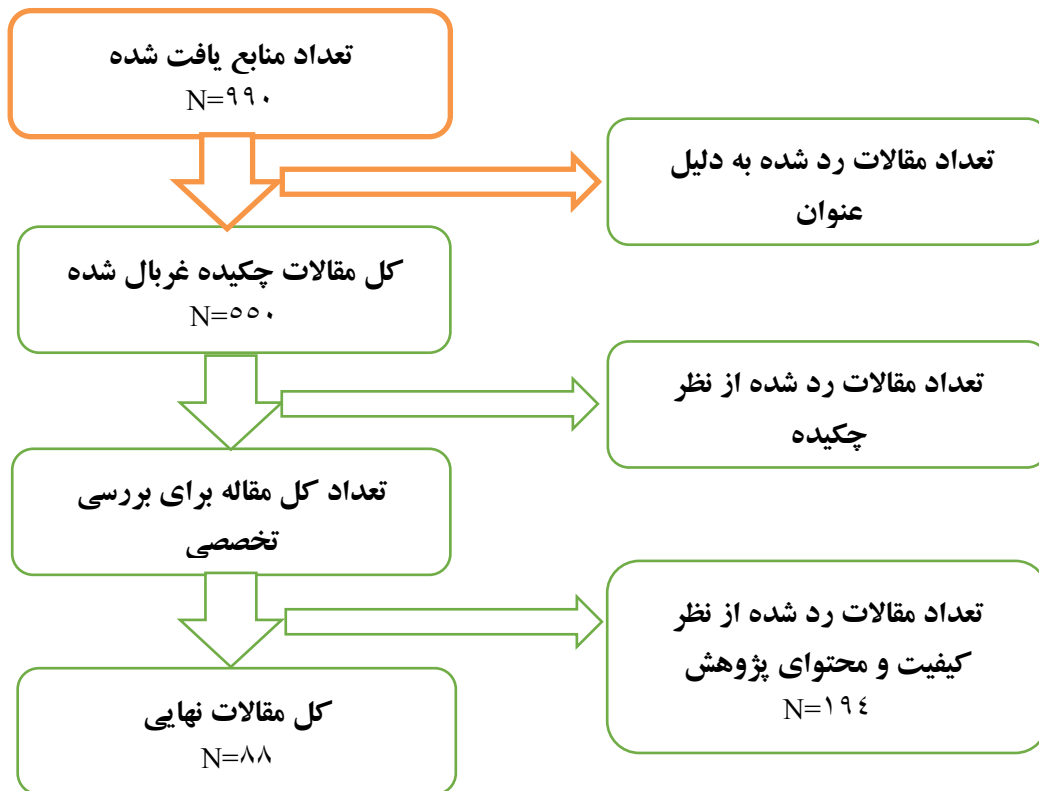
### جست‌وجو و انتخاب متون مناسب

در فرایند جست‌وجو، مؤلفه‌های مختلفی مانند: عنوان، چکیده، محتوا، جزئیات مقاله (نام نویسنده، سال) و ... در نظر گرفته شدند و مقالاتی که با سؤال و هدف پژوهش تناسبی نداشتند،

حذف گردیدند. معیار پذیرش و رد مطالعات، شامل زبان پژوهش، بازه زمانی مطالعه، شرایط مطالعه، جامعه مطالعه و نوع مطالعه بود. معیارهای درون‌گنجی نشان‌دهنده ویژگی‌های لازم برای انتخاب مقالات، عبارت بودند از: ثبت پژوهش در پایگاه‌های معتبر، استفاده از کارآفرینی استراتژیک در پژوهش مربوطه، ارائه اطلاعات در مقاله و داشتن کیفیت لازم برای استخراج عملی تحلیل و ترکیب در پژوهش. همانطور که در شکل ۲ نشان داده شده است، تعداد مقالات یافت شده اولیه برای انجام فراترکیب بیش از ۹۹۰ عدد بود که از این میان، پس از بررسی عنوان مقاله‌های نمایه شده با توجه به موضوع، پرسش و هدف پژوهش، حدود ۲۸۲ مقاله مورد بررسی دقیق‌تر قرار گرفتند. ۲۸۲ item-32COREQ مقاله مذکور از طریق فهرست که ابزاری برای ارزیابی منابع مورد بررسی در روش‌های کیفی است (Tong et al., 2007) و به کمک گروه کانونی پژوهش مورد ارزیابی قرار گرفتند و کیفیت آنها در سه گروه بالا، متوسط و ضعیف، دسته‌بندی شدند. در این میان، ۳۸ مقاله امتیاز بیش از ۲۸ (سطح بالا)، ۵۰ مقاله بین ۲۲ تا ۲۷ (سطح متوسط) و مابقی نمره زیر ۲۲ (سطح پایین) گرفتند. در نهایت با توجه به معیارهای ذکر شده، ۸۸ مقاله مهمتر که دارای کیفیت بالا و متوسط بودند، برای استخراج اطلاعات انتخاب گردیدند.

- 1- Sciencedirect
- 2- Emeraldinsight
- 3- Magiran
- 4- Irandoc
- 5- Noormags
- 6- civilica
- 7- SID





شکل ۲- خلاصه‌ای از فرایند غربالگری به منظور انتخاب مقالات نهایی

کدهای مشخص دسته‌بندی می‌کنند که در این پژوهش، برای مرحله تجزیه و تحلیل و همچنین ارائه یافته‌های نهایی فراترکیب، از روش تحلیل زمینه بهره گرفته شده است. تحلیل زمینه، روشی برای تعیین، تحلیل و بیان الگوهای (زمینه‌ها) موجود درون داده‌هاست که داده‌ها را سازماندهی و در قالب جزئیات توصیف می‌کند و حتی می‌تواند از این فراتر رود و جنبه‌های مختلف موضوع پژوهش را نیز تفسیر نماید (Thomas, 2003). با توجه به بررسی‌های صورت گرفته در حوزه کارآفرینی استراتژیک، پژوهش‌های داخلی و خارجی شناسایی شده، در جدول (۱) ارائه گردیده است.

به واسطه بازبینی‌های مکرر متون نهایی در روش فراترکیب، پژوهش‌ها بارها بررسی شدند تا اطلاعات موردنظر از آنها استخراج شود. در پژوهش حاضر، با استفاده از تحلیل محتوا، ۸۸ پژوهش منتخب، بررسی و اطلاعات آنها به صورت کد استخراج شدند. ابتدا براساس محقق و سال تحقیق، متغیرها دسته‌بندی شدند.

#### استخراج اطلاعات متون

مقالات منتخب در سراسر فراترکیب به طور پیوسته، به منظور دستیابی به یافته‌های درون محتواهای مجزایی که در آنها مطالعات اصلی و اولیه انجام شده‌اند، چند بار مطالعه شدند. پس از گردآوری و بررسی داده‌های مورد نیاز، آنها را به صورت واحدهای معنایی و

جدول ۱- اطلاعات پژوهش‌های شناسایی شده پیرامون مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک

ردیف	پژوهشگران	سال	موضوع پژوهش	ردیف	پژوهشگران	سال	موضوع پژوهش
۱	Manotti & Gian Caspero	۲۰۱۹	۱	۴۵	Entrialgo et al.,	۲۰۰۰	۱
۲	Omotosho & Anyigba	۲۰۱۹	۲و۱	۴۶	Atlovich & Dorneh	۲۰۰۰	۵و۱
۳	Burton et al.,	۲۰۱۹	۳	۴۷	Teyhani et al.,	۲۰۰۰	۱
۴	Indiparambil	۲۰۱۹	۳	۴۸	Shuan	۲۰۰۰	۴
۵	Titus & Adiza	۲۰۱۹	۳	۴۹	Hitt & Ireland	۲۰۰۰	۴
۶	Kiyabo & Isaga	۲۰۱۹	۳	۵۰	Entrialgo	۲۰۰۰	۵
۷	Ovehrest & Mourstz	۲۰۱۹	۳	۵۱	رودساز و همکاران	۱۳۹۹	۵
۸	Everett et al.,	۲۰۱۸	۱	۵۲	مهرعلی و میرغفوری	۱۳۹۹	۵
۹	Spigel	۲۰۱۷	۲و۳و۴	۵۳	مهراب‌پور	۱۳۹۸	۱
۱۰	Cunningham et al.,	۲۰۱۶	۵و۳	۵۴	کوسه غراوی و همکاران	۱۳۹۸	۴
۱۱	Lee et al.,	۲۰۱۶	۳	۵۵	عزیزی و تازیکه لمسکی	۱۳۹۸	۴
۱۲	Rabelo & Bernus	۲۰۱۵	۳و۴و۵	۵۶	امیری	۱۳۹۷	۱
۱۳	Dogan	۲۰۱۵	۱و۳و۴و۵	۵۷	حدادیان و همکاران	۱۳۹۷	۱
۱۴	Ghazi & Parvaneh	۲۰۱۴	۳	۵۸	باقریان کاسگری و باقری	۱۳۹۷	۱
۱۵	Hiller & Beauchesne	۲۰۱۴	۱	۵۹	حسینی و همکاران	۱۳۹۷	۲و۳و۴و۵
۱۶	Durst & Poutanen	۲۰۱۳	۲	۶۰	عظیمی دلارستانی و همکاران	۱۳۹۷	۵و۲
۱۷	Albahussin & El-garaihy	۲۰۱۳	۵و۲	۶۱	زمانیان جهرمی و همکاران	۱۳۹۷	۵
۱۸	Gongor	۲۰۱۳	۵	۶۲	میرزائیان و همکاران	۱۳۹۶	۱
۱۹	Suresh & Ramraj	۲۰۱۲	۴و۳	۶۳	باغبانی و همکاران	۱۳۹۶	۱
۲۰	Khici & Antonakis	۲۰۱۲	۱	۶۴	میثمی و همکاران	۱۳۹۶	۳و۲
۲۱	Kraus et al.,	۲۰۱۱	۴و۳	۶۵	تابع جماعت و همکاران	۱۳۹۶	۲
۲۲	Gathenya et al.,	۲۰۱۱	۱	۶۶	عبدی جمایران و همکاران	۱۳۹۶	۴و۳
۲۳	Garcia-Morales et al.,	۲۰۱۱	۲	۶۷	حاجی میررحیمی و همکاران	۱۳۹۶	۵و۴
۲۴	Thomas et al.,	۲۰۱۱	۴	۶۸	رنگریز و معماری	۱۳۹۶	۳
۲۵	Pong Pirchanova & Savanitchekit	۲۰۱۱	۱	۶۹	حمیدی‌زاده و همکاران	۱۳۹۵	۴و۲
۲۶	Foss & Lyngsie	۲۰۱۰	۱	۷۰	ملکی مین‌باش رزگاه و شرفی	۱۳۹۵	۲
۲۷	Neck et al.,	۲۰۱۰	۳	۷۱	خسروی و همکاران	۱۳۹۵	۲
۲۸	Hitt et al.,	۲۰۱۰	۴	۷۲	آل‌طه	۱۳۹۵	۴و۳
۲۹	Villianzville	۲۰۰۹	۲	۷۳	حیدری و عبدی	۱۳۹۵	۴
۳۰	Kyrgidou et al.,	۲۰۰۹	۱و۲و۳و۴و۵	۷۴	رحیم‌نیا و حسینی‌راد	۱۳۹۵	۴
۳۱	Gallén	۲۰۰۹	۱	۷۵	عطاالهی و همکاران	۱۳۹۵	۴
۳۲	Morris et al.,	۲۰۰۸	۵	۷۶	ضیاء‌الدینی	۱۳۹۵	۵
۳۳	Scipers et al.,	۲۰۰۸	۲و۱	۷۷	قربانی و همکاران	۱۳۹۴	۳
۳۴	Robertson	۲۰۰۸	۵و۱	۷۸	یداللهی فارسی و همکاران	۱۳۹۴	۵
۳۵	Ireland & Webb	۲۰۰۷	۲و۴و۵	۷۹	مهاجران و همکاران	۱۳۹۳	۱
۳۶	Cano	۲۰۰۷	۳و۲	۸۰	مهارتی و همکاران	۱۳۹۳	۱
۳۷	Bougainhawn et al.	۲۰۰۷	۱و۴و۵	۸۱	علایی	۱۳۹۳	۳و۱
۳۸	Guerrero et al.,	۲۰۰۶	۳و۲	۸۲	حسینیان و اطمانی	۱۳۹۳	۳
۳۹	Ireland et al.,	۲۰۰۳	۱و۲و۳و۴و۵	۸۳	صادق عمل نیک	۱۳۹۲	۴
۴۰	Eckhart & Shuan	۲۰۰۳	۴	۸۴	ابراهیمی‌نژاد و قادری	۱۳۹۲	۱
۴۱	Dwight et al.	۲۰۰۳	۴	۸۵	علیپور و مرزبان مقدم	۱۳۹۲	۵و۱
۴۲	Bowllinger	۲۰۰۲	۱	۸۶	محسنی و شفیع‌زاده	۱۳۹۱	۱
۴۳	Ireland et al.,	۲۰۰۱	۴	۸۷	موحدمنش و همکاران	۱۳۹۱	۱و۲و۳و۴و۵
۴۴	Hitt et al.,	۲۰۰۱	۵	۸۸	باب‌الحوایجی و فرهادپور	۱۳۹۰	۴

راهنمای قسمت موضوع پژوهش جدول (۱):

(۱) نقش مؤلفه رهبری در کارآفرینی استراتژیک (۲) نقش مؤلفه نگرش در کارآفرینی استراتژیک (۳) نقش مؤلفه منابع در کارآفرینی استراتژیک

(۴) نقش مؤلفه فرصت‌شناسی در کارآفرینی استراتژیک (۵) نقش مؤلفه یادگیری نوآورانه در کارآفرینی استراتژیک

### تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته‌های کیفی

هدف فراترکیب، ایجاد تفسیر یکپارچه و جدیدی از یافته‌هاست. در این مرحله پژوهشگر، موضوعات جدیدی را جست‌وجو می‌کند که در بین مطالعات پدیدار شده‌اند. این اقدام، بررسی موضوعی نامیده می‌شود. به محض شناسایی موضوع، محقق یک طبقه‌بندی ارائه می‌دهد که موضوع را به بهترین نحو توصیف کند ( Sandelowski & Barroso, 2006). در تحقیق حاضر، ابتدا ۱۰۱ کد به لحاظ معنایی و قرابت مفهومی به ۴۹ کد کاهش یافته و سپس کدها دسته‌بندی شده و به این صورت مفاهیم به وجود آمدند. بر اساس کدهای به دست آمده پاسخ به سؤالات پژوهش تعیین شد که در بخش بحث و نتیجه‌گیری مطرح شده است.

### کنترل کیفیت

در روش فراترکیب برای تضمین کیفیت یافته‌های پژوهش، یکی از ابزارهای اصلی برای دستیابی به بیشترین میزان روایی نظری و عملی، استفاده از نظر خبرگان در تأیید و اعتباربخشی به دستاوردهای پژوهش است. در تحقیق حاضر، مفاهیم استخراج شده را در اختیار چند نفر از خبرگان حوزه ایجاد کسب‌وکار و کارآفرینی استراتژیک قرار دادیم. در مرحله گروه‌بندی داده‌ها، معیارهای تحقیقات پیشین به عنوان کد در نظر گرفته شد و با در نظر گرفتن شباهت‌های معنایی بین کدها، اقدام به ادغام آنان و ایجاد مفاهیم شد. در گام نهایی، برای ارزیابی کیفیت و اطمینان از حصول پایایی، نتایج در اختیار خبرگان قرار گرفت. برای ارزیابی پایایی پژوهش، از ضریب کاپا استفاده شده است. کوهن (۱۹۶۰) فرمول کاپا را برای محاسبه توافق مورد انتظار ابداع کرد (معادله ۱):

$$1) Kappa = (p_o - p_e) / (1 - p_e)$$

که در آن  $P_o$ ، میزان توافق مشاهده شده و  $P_e$ ، میزان توافق مورد انتظار است. مقدار کاپا، بین صفر تا یک نوسان دارد و هرچه مقدار آن به عدد یک نزدیک‌تر باشد، نشان می‌دهد که توافق بیشتری بین مرورگران

وجود دارد (رایف و همکاران، ۱۳۸۵). در این پژوهش، شاخص کاپا ۰/۹۱ محاسبه شد که نشان‌دهنده توافق بالا بین مرورگران است. در این پژوهش، همان‌طور که اشاره شد تمامی ۸۸ مطالعه و مؤلفه‌های احصا شده، از نظر کیفیت توسط خبرگان تأیید شده است.

### ارائه یافته‌ها

محقق بر اساس پرسش تحقیق، نتایج تحقیق را ترکیب و سازماندهی می‌کند. در این گام تمامی نتایج و یافته‌هایی که از مراحل قبل به دست آمدند ارائه می‌شوند.

### ۵- یافته‌های تحقیق

در این تحقیق به مدل‌ها و تحقیقات پیشین توجه شده و با استخراج مفاهیم کارآفرینی استراتژیک که یک امر شدنی و قابل انجام بوده و در تحقیقات پیشین اثبات شده است، با استفاده از روش فراترکیب، مدلی برای کارآفرینی استراتژیک ارائه می‌گردد. موضوع بعدی که از مطالعات پیشین به دست می‌آید، نقش همه عوامل تأثیرگذار داخلی و خارجی بر مدل می‌باشد که نگاه جامع به موضوع کارآفرینی استراتژیک می‌باشد. بنابراین، با استفاده از مطالعات قبلی هم امکان‌پذیری و هم وجودی از مؤلفه‌های جامع و زیرمؤلفه‌های مرکزی مدل مورد توجه قرار گرفته است که برای انجام این تحقیق از آن استفاده شده است. همان‌طور که در بخش قبلی بیان شد در این پژوهش، اعتبار و کیفیت یافته‌ها با مشورت و کمک خبرگان تصدیق گردید و به کمک تجربه نویسندگان و خبرگان، دسته‌بندی عوامل که با روش تحلیل زمینه انجام شده بود، بهبود داده شد و تکمیل گردید. با توجه به جدول ۲، دسته‌بندی منابعی مانند اومتوشو و آنیگبا<sup>۱</sup> (۲۰۱۹)، خیسی و آنتوناکیس<sup>۲</sup> (۲۰۱۲)، آیرلند و همکاران (۲۰۰۳)، باقریان کاسگری و باقری (۱۳۹۷) و موحدمنش و همکاران (۱۳۹۱)

در مؤلفه منابع مالی و غیرمالی حاصل از منابعی مانند بورتون<sup>۱۱</sup> و همکاران (۲۰۱۹)، ایندی پارامیل<sup>۱۲</sup> (۲۰۱۹)، تیتوس و آدیزا<sup>۱۳</sup> (۲۰۱۹)، کیابو و ایساگا (۲۰۱۹)، حسنی و همکاران (۱۳۹۷)، میثمی و همکاران (۱۳۹۶)، قربانی و همکاران (۱۳۹۴) و موحدمنش و همکاران (۱۳۹۱) و مراحل روش فراترکیب، مینا قرار داده شد و ۹ زیرمؤلفه از جمله مدیریت مؤثر سرمایه‌گذاری، مدیریت منابع مالی، استفاده از منابع مناسب، ساختار سازمانی، منابع یادگیرنده، دانش توسعه منابع، دسترسی به شبکه‌های ارتباطی، فناوری و متناسب‌سازی منابع انسانی به‌دست آمد.

در مؤلفه فرصت‌شناسی، مسیر کشف و خلق و بهره‌برداری حاصل از منابعی مانند اشیپگل (۲۰۱۷)، رابلو و برنوس<sup>۱۴</sup> (۲۰۱۵)، سورش و رامراج<sup>۱۵</sup> (۲۰۱۲)، کوسه غراوی و همکاران (۱۳۹۸)، عزیززی و تازیکه لمسکی (۱۳۹۸)، حسنی و همکاران (۱۳۹۷) و عطالهی و همکاران (۱۳۹۵) و مراحل روش فراترکیب، مینا قرار داده شد که در نتیجه، ۱۴ زیرمؤلفه از جمله شناسایی فرصت‌ها، کشف فرصت‌ها، فرصت‌جویی، کانال‌های ارتباطی، ائتلاف با شبکه‌های بیرونی، سیستم‌های اطلاعات و ارتباطات، محیط‌شناسی، پوشش و پایش، بهره‌برداری از فرصت‌ها، تنوع فعالیت‌های سازمانی، فعالیت‌های توسعه‌ای، جهانی‌سازی، خلق ارزش و رشد سازمانی به‌دست آمد.

در مؤلفه یادگیری نوآورانه، آموزش و خلاقیت و نوآوری حاصل از منابعی مانند کانینگهام<sup>۱۶</sup> و همکاران (۲۰۱۶)، الباحسین و القراحی<sup>۱۷</sup> (۲۰۱۳)، رودساز و همکاران (۱۳۹۹)، مهرعلی و میرغفوری (۱۳۹۸)، ضیاءالدینی (۱۳۹۵)، یداللهی فارسی و همکاران (۱۳۹۴)

موردمقایسه و تصدیق قرار گرفت. نحوه چینش زیرمؤلفه‌های هر مؤلفه نیز طبق روش کلارک و براون<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) به‌گونه‌ای بودند که زیرمؤلفه‌های هم‌ارز شناسایی و در مؤلفه مربوط به خود قرار گرفتند.

در مؤلفه رهبری، ویژگی‌های فردی و ویژگی‌های مدیریتی حاصل از منابعی مانند منوتی و گیان کاسپرو<sup>۲</sup> (۲۰۱۹)، اومتوشو و آنیگبا (۲۰۱۹)، اورت<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۸)، هیلر و بوچسته<sup>۴</sup> (۲۰۱۴)، گاتنیا<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۱۱)، مهرباپور (۱۳۹۸)، امیری (۱۳۹۷)، حدادیان و همکاران (۱۳۹۷) و باقریان کاسگری و باقری (۱۳۹۷) و مراحل روش فراترکیب، مینا قرار داده شد که در نتیجه، ۱۰ زیرمؤلفه از جمله انعطاف‌پذیری، ریسک‌پذیری، پذیرش عدم اطمینان، طرز تفکر، تحمل شکست، اعتقاد به مقدمات، رهبری کارآفرینانه، اقدام کارآفرینانه، ایجاد مزیت رقابتی و وجود تیم‌های مدیریت عالی به‌دست آمد.

در مؤلفه نگرش، سازمانی و فرهنگی اجتماعی حاصل از منابعی مانند اومتوشو و آنیگبا (۲۰۱۹)، اشیپگل<sup>۶</sup> (۲۰۱۷)، دارست و پوتانن<sup>۷</sup> (۲۰۱۳)، گارسیا مورالیز<sup>۸</sup> و همکاران (۲۰۱۱)، کانو<sup>۹</sup> (۲۰۰۷)، گوئرو<sup>۱۰</sup> و همکاران (۲۰۰۶)، حسنی و همکاران (۱۳۹۷)، تابع جماعت و همکاران (۱۳۹۶) و خسروی و همکاران (۱۳۹۵) و مراحل روش فراترکیب مینا قرار داده شد که در نتیجه، ۷ زیرمؤلفه از جمله چشم‌انداز استراتژیک سازمانی، استراتژی‌های اثربخش حاکمیتی، ذهنیت کارآفرینانه، نگرش اجتماعی، فرهنگ کارآفرینانه، فرهنگ سازمانی و چشم‌انداز فرهنگی به‌دست آمد.

- 
- 1- Clark & Brown
  - 2- Manotti & Gian Caspero
  - 3- Everett
  - 4- Hiller & Beauchesne
  - 5- Gathenya
  - 6- Spigel
  - 7- Durst & Poutanen
  - 8- Garcia-Morales
  - 9- Cano
  - 10- Guerrero

- 
- 11- Burton
  - 12- Indiparambil
  - 13- Titus & Adiza
  - 14- Rabelo & Bernus
  - 15- Suresh & Ramraj
  - 16- Cunningham
  - 17- Albahussin & El-garaihy

و مراحل روش فراترکیب مبنا قرار داده شد و ۹ زیرمؤلفه از جمله ارتقای دانش و آگاهی فردی، ارتقای دانش و آگاهی سازمانی، برنامه‌ریزی آموزشی، یادگیری سازمانی، کسب مهارت، خلاقیت تخصصی، نوآوری همکارانه، نوآوری مستمر و نوآوری باز به‌دست آمد. شاخص‌های استخراجی مشهود و نامشهود نیز متناسب با زیرمؤلفه‌های تمام مؤلفه‌ها و طبق قاعده هم

ارزی، طبقه‌بندی و تحلیل گردیدند. در نهایت با توجه به مطالب یادشده و پس از مشورت چندگانه با خبرگان، پیرامون یافته‌های حاصل از مراحل قبل، ۴۹ مفهوم شناسایی شده و مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک در قالب ۱۰ زیرمؤلفه و ۵ مؤلفه، دسته‌بندی گردید.

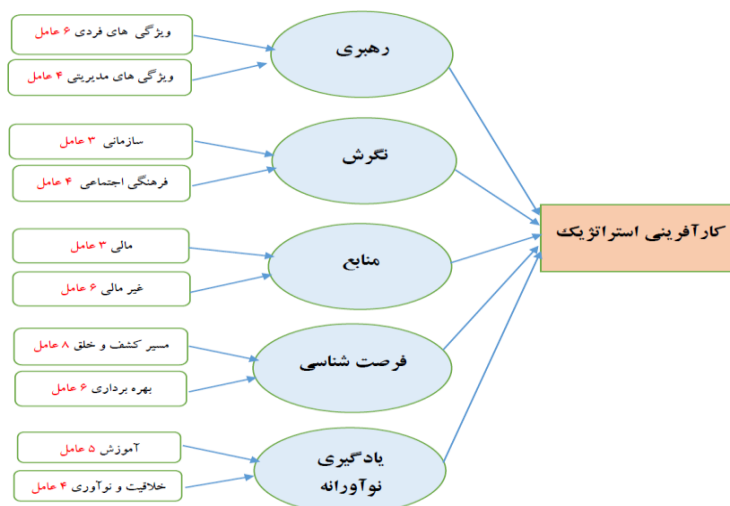
## جدول ۲- مفاهیم، زیرمؤلفه‌ها و مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک

مؤلفه‌ها	زیرمؤلفه‌ها	مفاهیم	فراوانی	منابع
رهبری	ویژگی‌های فردی	انعطاف‌پذیری	۸	(دوگان، ۲۰۱۵) - (گانتیا و همکاران، ۲۰۱۱) - (کی یرگیدو و همکاران، ۲۰۰۹) - (بولینگر، ۲۰۰۲) - (انتریلگو، فرناندز و وازکوئنتز، ۲۰۰۰) - (آتلویج و دورنه، ۲۰۰۰) - (مهاجران و همکاران، ۱۳۹۳) - (ابراهیمی نژاد و قادری، ۱۳۹۲)
		ریسک‌پذیری	۵	(کی یرگیدو و همکاران، ۲۰۰۹) - (محسنی و شفیع زاده، ۱۳۹۱) - (بوجین هاون و همکاران، ۲۰۰۷) - (حدادیان و همکاران، ۱۳۹۷) - (ابراهیمی نژاد و قادری، ۱۳۹۲)
		پذیرش عدم اطمینان	۳	(مهارتی و همکاران، ۱۳۹۳) - (علایی، ۱۳۹۳) - (ابراهیمی نژاد و قادری، ۱۳۹۲)
		طرز فکر	۵	(میرزائیان و همکاران، ۱۳۹۶) - (مهاجران و همکاران، ۱۳۹۳) - (اوموتوشو و آنیگبا، ۲۰۱۹) - (پونگ پیر چانوا و ساوانیت چاکیت، ۲۰۱۱) - (ایرلند و همکاران، ۲۰۰۳)
	ویژگی‌های مدیریتی	تحمل شکست	۲	(ایرلند و همکاران، ۲۰۰۳) - (نیکلای و جاکوب، ۲۰۱۰)
		اعتقاد به مقدسات	۳	(مهراب پور، ۱۳۹۸) - (امیری، ۱۳۹۷) - (علیپور و مریان مقدم، ۱۳۹۲)
		رهبری کارآفرینانه	۶	(اوموتوشو و آنیگبا، ۲۰۱۹) - (خیسی و آنتونائیس، ۲۰۱۲) - (ایرلند و همکاران، ۲۰۰۳) - (رابرتسون، ۲۰۰۸) - (باقریان کاسگری و باقری، ۱۳۹۷) - (موحد منش و همکاران، ۱۳۹۱)
		اقدام کارآفرینانه	۲	(گانتیا و همکاران، ۲۰۱۱) - (اسپیچیز و همکاران، ۲۰۰۸)
		ایجاد مزیت رقابتی	۲	(باغبانی و همکاران، ۱۳۹۶) - (منوتی و گیان کاسپرو، ۲۰۱۹)
		وجود تیم‌های مدیریت عالی	۴	(اورت و همکاران، ۲۰۱۸) - (هیلر، ۲۰۱۴) - (گال، ۲۰۰۹) - (تی هانی و همکاران، ۲۰۰۰)
سازمانی	چشم‌انداز استراتژیک سازمانی	۴	(کی یرگیدو و همکاران، ۲۰۰۹) - (گارسیا مورالیز و همکاران، ۲۰۱۱) - (حسینی و همکاران، ۱۳۹۷) - (حمیدی زاده و همکاران، ۱۳۹۵)	
	استراتژی‌های اثر بخش حاکمیتی	۳	(دارست و پوتانن، ۲۰۱۳) - (عظیمی دلارستانی و همکاران، ۱۳۹۷) - (میثمی و همکاران، ۱۳۹۶)	
	ذهنیت کارآفرینانه	۳	(ایرلند، هیت و سیرمون، ۲۰۰۳) - (تابع جماعت و همکاران، ۱۳۹۶) - (ملکی مین‌باش رزگاه و شرفی، ۱۳۹۵)	
	نگرش اجتماعی	۳	(اشپیگل، ۲۰۱۷) - (کانو، ۲۰۰۷) - (گوئرو، کربی و اوربانو، ۲۰۰۶)	
	فرهنگ کارآفرینانه	۴	(اوموتوشو و آنیگبا، ۲۰۱۹) - (ایرلند و وب، ۲۰۰۷) - (ایرلند و همکاران، ۲۰۰۳) - (موحد منش و همکاران، ۱۳۹۱)	
منابع	فرهنگ سازمانی	۶	(الباحسین و القراحی، ۲۰۱۳) - (دارست و پوتانن، ۲۰۱۳) - (ایرلند و وب، ۲۰۰۷) - (ویلیانزویل، ۲۰۰۹) - (اسپیچیز و همکاران، ۲۰۰۸) - (خسروی و همکاران، ۱۳۹۵)	
	چشم‌انداز فرهنگی	۱	(عظیمی دلارستانی و همکاران، ۱۳۹۷)	
	مدیریت مؤثر سرمایه‌گذاری	۳	(رابلو و برنوس، ۲۰۱۵) - (سورش و رامراج، ۲۰۱۲) - (قربانی و همکاران، ۱۳۹۴)	
	مدیریت منابع مالی	۴	(کانینگهام و همکاران، ۲۰۱۶) - (کی یرگیدو و همکاران، ۲۰۰۹) - (باقریان کاسگری و باقری، ۱۳۹۷) - (موحد منش و همکاران، ۱۳۹۱)	
غیر مالی	استفاده از منابع مناسب	۲	(ایندی پارامیل، ۲۰۱۹) - (لی، ۲۰۱۶)	
	ساختار سازمانی	۵	(کروز و همکاران، ۲۰۱۱) - (ایرلند و وب، ۲۰۰۷) - (کانو، ۲۰۰۷) - (گوئرو، کربی و اوربانو، ۲۰۰۶) - (علایی، ۱۳۹۳)	
	منابع یادگیرنده	۲	(تیتوس و آدیزا، ۲۰۱۹) - (قاضی و گلارد، ۲۰۱۴)	
	دانش توسعه منابع	۳	(اوه هارست و مورشتز، ۲۰۱۹) - (کیابو و ایزاگا، ۲۰۱۹) - (پورتون و همکاران، ۲۰۱۹)	
	دسترسی به شبکه‌های ارتباطی	۵	(اشپیگل، ۲۰۱۷) - (دوگان، ۲۰۱۵) - (نک و همکاران، ۲۰۱۰) - (حسینی و همکاران، ۱۳۹۷) - (میثمی، ۱۳۹۶)	
	فناوری	۲	(آل‌طه، ۱۳۹۵) - (عبدی جمایران و همکاران، ۱۳۹۶)	

مؤلفه‌ها	زیرمؤلفه‌ها	مفاهیم	فراوانی	منابع
		متناسب‌سازی منابع انسانی	۲	رنگریز و معماری (۱۳۹۶) - حسینیان و اطمانی (۱۳۹۳)
فرصت‌شناسی	مسیر کشف و خلق	شناسایی فرصت‌ها	۳	(کی یرگیدو و همکاران، ۲۰۰۹) - (ایرلند و وب، ۲۰۰۷) - (توماس و همکاران، ۲۰۱۱)
		کشف فرصت‌ها	۵	(آیرلند و همکاران، ۲۰۰۳) - (هاینی و همکاران، ۲۰۱۰) - (شان، ۲۰۰۰، ۲۰۰۳) - (اکهارت و شان، ۲۰۰۳) - (دی ویت و همکاران، ۲۰۰۳)
		فرصت جویی	۲	(آل‌طه، ۱۳۹۵) - (عبدی جمایران و همکاران، ۱۳۹۶)
		کانال‌های ارتباطی	۴	(رابلو و برنوس، ۲۰۱۵) - (بوجین هاون و همکاران، ۲۰۰۷) - (کوسه غراوی و همکاران، ۱۳۹۸) - (حسینی و همکاران، ۱۳۹۷)
		ائتلاف یا شبکه‌های بیرونی	۲	(هیت و ایرلند، ۲۰۰۰) - (ایرلند و همکاران، ۲۰۰۱)
	بهره‌برداری	سیستم‌های اطلاعات و ارتباطات	۱	(حیدری و عبدی، ۱۳۹۵)
		محیط‌شناسی	۳	(سورش و رامراج، ۲۰۱۲) - (کروز و همکاران، ۲۰۱۱) - (حمیدی زاده و همکاران، ۱۳۹۵)
		پوشش و پایش	۲	عطالهی و همکاران (۱۳۹۵) - باب الحوائجی و فرهادپور (۱۳۹۰)
		بهره‌برداری از فرصت‌ها	۲	(ایرلند و وب، ۲۰۰۷) - (ایرلند و همکاران، ۲۰۰۳)
		تنوع فعالیت‌های سازمانی	۲	(ایرلند و وب، ۲۰۰۷) - (حاجی میررحیمی و همکاران، ۱۳۹۶)
فعالیت‌های توسعه‌ای		۱	(فردوسی و همکاران، ۱۳۹۳)	
جهانی‌سازی		۱	(رحیم نیا و حسینی راد، ۱۳۹۵)	
خلق ارزش		۳	(اشیگیل، ۲۰۱۷) - (دوگان، ۲۰۱۵) - (کی یرگیدو و همکاران، ۲۰۰۹)	
رشد سازمانی		۲	(عزیزی و تازیکه لمسکی، ۱۳۹۸) - (صادق عمل نیک، ۱۳۹۲)	
آموزش		ارتقای دانش و آگاهی فردی	۲	(رابلو و برنوس، ۲۰۱۵) - (گیب، ۲۰۱۲) - (رابرتسون، ۲۰۰۸)
	ارتقای دانش و آگاهی سازمانی	۳	(رابلو و برنوس، ۲۰۱۵) - (گیب، ۲۰۱۲) - (رابرتسون، ۲۰۰۸)	
	برنامه‌ریزی آموزشی	۴	(انتریالگو، ۲۰۰۰) - (عظیمی دلارستاقی و همکاران، ۱۳۹۷) - (حسینی و همکاران، ۱۳۹۷) - (بدالهی فارسی و همکاران، ۱۳۹۴)	
	یادگیری سازمانی	۳	(دوگان، ۲۰۱۵) - (رابرتسون، ۲۰۰۸) - (هیتو و همکاران، ۲۰۰۱)	
	کسب مهارت	۲	زمانیان و همکاران (۱۳۹۷) - ضیاء الدینی (۱۳۹۵)	
	خلاقیت تخصصی	۲	(بوجین هاون و همکاران، ۲۰۰۷) - (علیپور و مریان مقدم، ۱۳۹۲)	
	خلاقیت و نوآوری	نوآوری همکارانه	۶	(کانینگهام و همکاران، ۲۰۱۶) - (کی یرگیدو و همکاران، ۲۰۰۹) - (رابرتسون، ۲۰۰۸) - (هیتو و همکاران، ۲۰۰۱) - (حاجی میررحیمی و همکاران، ۱۳۹۶) - (موحد منش و همکاران، ۱۳۹۱)
		نوآوری مستمر	۶	(الباحسین و القراحی، ۲۰۱۳) - (گونگور، ۲۰۱۳) - (موریس، کاراتکو و کوین، ۲۰۰۸) - (ایرلند و وب، ۲۰۰۷) - (ایرلند و همکاران، ۲۰۰۳) - (آتلویج و دورنه، ۲۰۰۰)
		نوآوری باز	۲	رودساز و همکاران (۱۳۹۹) - مهرعلی و میرغفوری (۱۳۹۹)
یادگیری نوآورانه				

مراحل فرایند مورد بررسی قرار خواهد گرفت. در مرحله کدگذاری باز، ۴۹ مفهوم، ۱۰ زیرمؤلفه و در نهایت ۵ مؤلفه شناسایی شده‌اند. بر اساس دسته‌بندی عوامل ذکر شده در ادبیات، الگوی مفهومی اولیه زیر در پاسخ به پرسش تحقیق در بخش فراترکیب به شکل ۳ ارائه شد. در این الگوی مفهومی، ۵ مؤلفه رهبری، نگرش، منابع، فرصت‌شناسی و یادگیری نوآورانه، شناسایی شدند. الگوی مفهومی حاصل از فراترکیب بر اساس یافته‌های حاصل از مطالعه ادبیات در شکل ۳ ارائه شده است.

در مرحله بعدی پژوهش، گردآوری اطلاعات در بخش کیفی به روش مصاحبه برای هم‌سازی بین مبانی نظری و استراتژی‌های گردآوری داده‌ها، در طراحی پرسشنامه مصاحبه، از سوابق ادبیات مرتبط با موضوع استفاده شده و در انجام مصاحبه، جزئیات موضوع و اهداف تحقیق تشریح شد و مصاحبه‌شونده‌ها بدون سوءگیری و با اطمینان کامل پاسخ دادند. ابتدا کدگذاری باز انجام شد، سپس از کنار هم قرار دادن کدهای اولیه، مفاهیم ساخته شدند و در نهایت، مؤلفه‌ها نیز از ربطدهی مفاهیم، شکل گرفتند. در ادامه هر یک از



شکل ۳- الگوی مفهومی کارآفرینی استراتژیک

علمی و اجرایی درباره مؤلفه‌های شناسایی شده بر اساس مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت مورد پرسش تک‌نمونه‌ای قرار گرفته و پاسخ‌ها بر اساس میانگین و آزمون تی تک نمونه‌ای مورد بررسی قرار گرفت. در جدول ۳ نتایج بررسی نظر خبرگان ارائه شده است.

در ادامه پژوهش، مؤلفه‌های احصا شده از نظر خبرگان مورد بررسی قرار گرفتند. توضیح اینکه تحلیل توصیفی داده‌ها قادر به پاسخگویی به سؤالات اصلی پژوهش نیست و صرفاً تصویری آماری از پاسخ‌ها می‌باشد. پس از طراحی پرسشنامه، نظرات خبرگان

جدول ۳- نتایج بررسی نظر خبرگان

مؤلفه‌ها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	آماره تی	معناداری
رهبری	۸	۴/۵۰	۰/۳۷۷۹	۳۳/۶۷	۰/۰۰۰
نگرش	۸	۴/۱۶	۰/۴۶۷۲	۲۵/۱۸	۰/۰۰۰
منابع	۸	۴/۰۸	۰/۵۴۹۹	۲۱/۰۰	۰/۰۰۰
فرصت‌شناسی	۸	۴/۱۵	۰/۴۶۸۲	۲۵/۰۷	۰/۰۰۰
یادگیری نوآورانه	۸	۴/۲۶	۰/۶۱۴۱	۱۹/۶۳	۰/۰۰۰

دیگر میزان معناداری همه مؤلفه‌ها کمتر از مقدار ۰/۰۵ است؛ در نتیجه تمامی مؤلفه‌ها از نظر خبرگان دارای اهمیت می‌باشند. همچنین در جدول ۴، رتبه‌بندی مؤلفه‌ها از طریق آزمون فریدمن ارائه شده است.

با توجه به نتایج استخراج شده از جدول فوق، میانگین نظرات خبرگان درباره همه مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک به طور معنی‌داری بالاتر از مقدار ملاک ۳ است که بیانگر تأیید تمامی مؤلفه‌ها می‌باشد. به عبارت

جدول ۴- نتایج آزمون رتبه‌بندی فریدمن

رتبه	رتبه میانگین	مؤلفه‌ها
۱	۴/۳۸	رهبری
۴	۲/۶۹	نگرش
۵	۲/۱۹	منابع
۲	۲/۸۸	فرصت‌شناسی
۳	۲/۷۸	یادگیری نوآورانه

کرده و با اثرگذاری بر کارکنان، آنان را به سمت تحقق اهداف متعالی و کسب مزایای رقابتی در اقتصاد دانش محور هدایت می‌کنند.

دومین مؤلفه، نگرش می‌باشد. نتایج این مؤلفه شامل دو زیرمؤلفه و ۷ مفهوم می‌باشد. زیرمؤلفه سازمانی؛ شامل چشم‌انداز استراتژیک سازمانی، استراتژی‌های اثربخش حاکمیتی و ذهنیت کارآفرینانه است. این مفاهیم نشان‌دهنده این است که مدیران با داشتن سیاست‌ها و ذهنیت کارآفرینانه می‌توانند در کارآفرینی سازمانی و ایجاد استراتژی‌ها نقش مؤثری داشته باشند. زیرمؤلفه فرهنگی - اجتماعی؛ شامل نگرش اجتماعی، فرهنگ کارآفرینانه، فرهنگ سازمانی و چشم‌انداز فرهنگی می‌باشد. حمایت‌های فرهنگی، تغییر و ترغیب نگرش‌ها، اطلاع‌رسانی عمومی پیرامون مباحث دانش‌بنیان برای مردم و تبلیغ فرهنگ مصرف شایسته ایرانی همراه با حمایت و پشتیبانی رسانه‌ای از شرکت‌های موفق تجاری‌شده و فرهنگ کارآفرینی از موضوعات شناسایی‌شده در مؤلفه نگرش فرهنگی و اجتماعی این پژوهش می‌باشد. نگرش و فرهنگ بر انتظارات سازمانی اعضای داخلی و همچنین انتظاراتشان از تعاملات با سهامداران خارجی شرکت اثر می‌گذارد. یک نگرش و فرهنگ کارآفرینانه مؤثر بر اساس انتظارات چندگانه مشخص می‌شود و تلاش‌های شرکت برای اداره منابع به صورت استراتژیکی را تسهیل می‌کند. با تعهد به توجه یکسان به رفتارهای فرصت‌جویانه و مزیت‌جویانه، فرهنگ کارآفرینانه مؤثر باعث می‌شود که ایده‌های جدید و خلاق و ریسک‌پذیر تشویق و شکست تحمل شود؛ یادگیری ارتقا داده شود، تولید، فرایند و مدیریت نوآوری‌ها پشتیبانی گردد و تغییر مداوم به عنوان انتقال‌دهنده فرصت‌ها نگریسته شود. بنابراین یک فرهنگ کارآفرینانه، تحقیق مداوم درباره فرصت‌های کارآفرینی برای استفاده به صورت مزیت‌های رقابتی مداوم را پشتیبانی می‌کند.

سومین مؤلفه، منابع است که دارای دو زیرمؤلفه و ۸ مفهوم می‌باشد. زیرمؤلفه مالی؛ شامل مدیریت مؤثر

با توجه نتایج جدول ۴، رتبه و اهمیت نظرات خبرگان درباره مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک به ترتیب ویژگی‌های رهبری، فرصت‌شناسی، یادگیری نوآورانه، نگرش و منابع می‌باشد.

## ۶- نتیجه‌گیری و پیشنهاد

این تحقیق به دنبال پاسخگویی به این دو سؤال اصلی است: اول اینکه، آیا فرایند انجام کارآفرینی استراتژیک می‌تواند در قالب یک مدل تعریف و مشخص شود تا بتوان از آن الگو گرفت؟ و دوم اینکه، اگر این گونه است، این مدل چگونه است و دارای چه مفاهیم، زیرمؤلفه‌ها و مؤلفه‌هایی می‌باشد؟

در بررسی ادبیات مربوط به کارآفرینی استراتژیک مشاهده شد که اولاً بسیاری از مدل‌ها و نظریات، با وجود تفاوت در حوزه مطالعه، دارای نقاط اشتراکی هستند که نشان می‌دهد مطالعات بین حوزه‌ای ظرفیت مناسبی برای یافتن وجوه مشترک حوزه‌هاست. در این بخش در ادبیات مورد مطالعه به عنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی استراتژیک، ۴۹ مفهوم، ۱۰ زیرمؤلفه و در نهایت ۵ مؤلفه، شناسایی شدند.

اولین مؤلفه، رهبری است که شامل دو زیرمؤلفه و ۱۰ مفهوم می‌باشد. زیرمؤلفه ویژگی‌های فردی به انعطاف‌پذیری، ریسک‌پذیری، پذیرش عدم اطمینان و طرز تفکر اشاره می‌کند که در این میان شاید انعطاف‌پذیری، واژه مهمتری باشد. زیرمؤلفه ویژگی‌های مدیریتی به مهارت تحمل شکست، اعتقاد به مقدسات، رهبری کارآفرینانه، اقدام کارآفرینانه، ایجاد مزیت رقابتی و وجود تیم‌های مدیریت عالی می‌پردازد که در این میان، نقش رهبری کارآفرینانه، بسیار محسوس می‌باشد، به طوری که نتایج پژوهش نشان می‌دهد. تأکید بر مدیریت و رهبری توجه اکثر سازمان‌های خواهان تحول را به خود جلب کرده است. نقش مؤثر مدیران و رهبران در تغییر و تحولات بنیادی در سازمان انکارناپذیر است. رهبران از طریق فریند نفوذ اجتماعی، فرهنگ‌سازی



سرمایه‌گذاری، مدیریت منابع مالی و استفاده از منابع مناسب می‌باشد. منابع مالی به چگونگی تأمین مالی شرکت و قدرت جذب سرمایه آن اشاره دارد. از جمله عوامل تأثیرگذار در این بخش، ارتباط خوب با مراکز سرمایه‌گذار خطرپذیر و چگونگی اتخاذ راهبردهای تأمین مالی مختلف مانند: فروش سهم مالکیت، سرمایه‌گذاری مشترک، وام، واگذاری لیسانس محصول و ... می‌باشد. زیرمؤلفه غیرمالی به ساختار سازمانی، منابع یادگیرنده، دانش توسعه منابع، دسترسی به شبکه‌های ارتباطی، فناوری و متناسب‌سازی منابع انسانی می‌پردازد. منابع غیرمالی، اشاره به نقش ویژه نیروی انسانی متخصص و باتجربه در پیشبرد اهداف مجموعه دارد. منبع انسانی توانمند برخوردار از عوامل متخصص انسانی تأثیرگذار، متخصص در زمینه بازار و سطح درک عمومی بالا نسبت به مجموعه هستند که توان مدیریت ریسک دارند و با میل و علاقه بیشتری در فعالیتهای سازمان مشارکت کنند. مطالعات تجربی نشان داده‌اند که شرکت‌ها با اندازه و عمر متفاوت، دارای ترکیب منابع متفاوتی هستند. نوع منابع مورد نیاز شرکت به محیط آن بستگی دارد. شرکتی با رشد سریع در محیطی پویا نیاز به منابع ناملموس دارد، در حالی که یک شرکت با رشد متوسط در محیطی پایدار معمولاً به تمرکز بر منابع ملموس نیاز دارد. منظور از دسته‌بندی منابع ملموس و ناملموس آن است که آنها را به نحوی سازماندهی کنند که در تشخیص و به‌کارگیری فرصت‌های کارآفرینی سهیم باشند و به توسعه مزیت‌های رقابتی منجر شوند.

چهارمین مؤلفه، فرصت‌شناسی می‌باشد که شامل دو زیرمؤلفه و ۱۴ مفهوم می‌باشد. زیرمؤلفه مسیر کشف و ایجاد به شناسایی فرصت‌ها، کشف فرصت‌ها، فرصت‌جویی، کانال‌های ارتباطی، ائتلاف با شبکه‌های بیرونی، سیستم‌های اطلاعات و ارتباطات، محیط‌شناسی و پویش و پایش اشاره می‌کند. زیرمؤلفه بهره‌برداری به بهره‌برداری از فرصت‌ها، تنوع‌فعالیت‌های سازمانی، فعالیت‌های توسعه‌ای، جهانی‌سازی، ایجاد ارزش و رشد

سازمانی می‌پردازد. کارآفرینی و مدیریت استراتژیک بر چگونگی ایجاد تغییر توسط شرکت‌ها از طریق بهره‌برداری از فرصت‌های ایجادشده از بی‌اعتمادی در محیط خارجی‌شان متمرکز هستند. شرکت‌ها قادر به شناسایی فرصت‌ها هستند، اما در بهره‌برداری از آنها و سودبردن از خلق ارزش ناتوانند؛ بنابراین نمی‌توانند ذینفعان را راضی نگه دارند. ثروت تنها هنگامی ایجاد می‌شود که شرکت‌ها رفتار فرصت‌جویانه اثربخش را با رفتار مزیت‌جویانه مؤثر ترکیب کنند. شرکت‌هایی که به شناسایی فرصت‌های بالقوه ارزشمند می‌پردازند، اما قادر به بهره‌برداری از آنها برای توسعه مزیت رقابتی نیستند، ایجاد ارزش برای مشتریان یا ثروت برای صاحبان خود نمی‌کنند. شرکت‌هایی که ایجاد مزیت رقابتی کرده‌اند، اما توانایی خود را برای شناسایی فرصت‌های کارآفرینی با ارزش از دست داده‌اند، بعید است بتوانند این مزیت را در طول زمان حفظ کنند؛ بنابراین تمام شرکت‌ها باید در بعد جست‌وجوی فرصت تلاش کنند و تنها در این حالت است که ثروت ایجاد می‌شود.

پنجمین مؤلفه، یادگیری نوآورانه است که شامل دو زیرمؤلفه و ۹ مفهوم می‌باشد. زیرمؤلفه آموزش؛ شامل ارتقای دانش و آگاهی فردی، ارتقای دانش و آگاهی سازمانی، برنامه‌ریزی آموزشی، یادگیری سازمانی و کسب مهارت است. زیرمؤلفه خلاقیت و نوآوری؛ شامل خلاقیت تخصصی، نوآوری همکارانه، نوآوری مستمر و نوآوری باز می‌باشد. امروزه محیط کسب‌وکار، پویا، پیچیده و بسیار رقابتی می‌باشد. در چنین شرایطی، سازمان‌ها برای پاسخگویی به تغییرات محیطی باید به یادگیری و نوآوری اهمیت بیشتری بدهند تا محصولات و خدمات با ارزش و جدیدی را برای مشتریان خود خلق کنند. سازمان‌ها با به‌کارگیری مدیریت دانش و یادگیری برای تسهیل نوآوری می‌توانند خود را با تغییرات و ناپایداری‌های محیطی تطبیق دهند. بنابراین، سازمان‌ها باید عوامل محیطی همچون نیازها و تمایلات مشتریان، رقبا، تأمین‌کنندگان و ذی‌نفعان را به‌طور شایسته

بشناسند، دانش و آگاهی کسب کنند و با یادگیری، ترکیب دوباره دانش و تجربیات خود، دانش جدیدی را برای نوآوری به وجود آورند. به منظور دستیابی به نوآوری، مدیران نه تنها بر محصولات، فناوری و فرایندها، بلکه بر فرهنگ سازمانی، هنجارها و ارزش‌های حاکم بر سازمان نیز باید توجه کنند.

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد صرف‌نظر از تعداد مقالات، مؤلفه‌های شناسایی‌شده، تقریباً در اکثر پژوهش‌های داخلی و خارجی مشترک هستند که این مطلب تا حدودی در منابع دیگر نیز اشاره شده است. البته تفاوت‌هایی نیز وجود دارد، به طوری که برخی مؤلفه‌ها همچون چشم‌انداز فرهنگی، فناوری، سیستم‌های اطلاعات و ارتباطات، فعالیت‌های توسعه‌ای، جهانی‌سازی و کسب مهارت در پژوهش‌های داخلی نسبت به خارجی، بیشتر مورد تأکید قرار گرفته است (عظیمی دلارستانی و همکاران، ۱۳۹۷، آل‌طه، ۱۳۹۵، عبدی جمایران و همکاران، ۱۳۹۶، حیدری و عبدی، ۱۳۹۵، فردوسی و همکاران، ۱۳۹۳، رحیم‌نیا و حسنی‌راد، ۱۳۹۵، رودساز و همکاران، ۱۳۹۹ و مهرعلی و میرغفوری، ۱۳۹۹). از طرف دیگر، مؤلفه‌های انعطاف‌پذیری، ریسک‌پذیری، رهبری کارآفرینانه، چشم‌انداز استراتژیک سازمانی، نگرش اجتماعی، دانش توسعه منابع و شناسایی فرصت‌ها (اوموتوشو و آنیگبا، ۲۰۱۹، اوه هارست و مورشتز، ۲۰۱۹؛ کیابو و ایزاگا، ۲۰۱۹، بورتون و همکاران، ۲۰۱۹، دوگان، ۲۰۱۵، خیسی و آنتوناکیس، ۲۰۱۲، گاتنیا و همکاران، ۲۰۱۱، کی یرگیدو و همکاران، ۲۰۰۹، رابرتسون، ۲۰۰۸، آیرلند و همکاران، ۲۰۰۳، بولینگر، ۲۰۰۲، انتریالگو و همکاران، ۲۰۰۰، آتلویچ و دورنه، ۲۰۰۰) در پژوهش‌های خارجی نسبت به داخلی بیشتر تأکید شده است.

همچنین می‌توان گفت در میان مؤلفه‌های شناسایی شده، برخی مؤلفه‌ها در گذر زمان اهمیت بیشتری پیدا کرده‌اند، به طوری که در گذشته کمتر مورد توجه قرار داشتند و اخیراً مورد استقبال واقع

شده‌اند و از دید پژوهشگران، از جمله دلایل اصلی کارآفرینی استراتژیک محسوب می‌شوند؛ برای مثال مؤلفه‌هایی مانند: اعتقاد به مقدسات، استفاده از منابع مناسب، منابع یادگیرنده، دانش توسعه منابع و فناوری (مهراب‌پور، ۱۳۹۸، امیری، ۱۳۹۷، عبدی جمایران و همکاران، ۱۳۹۶، آل‌طه، ۱۳۹۵، ایندی پارامیل، ۲۰۱۹، تیتوس و آدیزا، ۲۰۱۹، اوه هارست و مورشتز، ۲۰۱۹، کیابو و ایزاگا، ۲۰۱۹، بورتون و همکاران، ۲۰۱۹) مؤلفه‌های مورد تأکید نسبتاً جدید در حوزه کارآفرینی استراتژیک می‌باشند.

حال که به یک مدل و الگو برای کارآفرینی استراتژیک دست یافتیم، می‌توانیم راهبردی ارائه دهیم که برای تحقق و انجام کارآفرینی استراتژیک از چه الگو و مدلی باید استفاده نمود. در مجموع می‌توان گفت که این مدل یک راهنمای تجربه شده برای تحقق اهداف کارآفرینی استراتژیک که مبتنی بر مطالعات گذشته است می‌باشد. براساس بررسی انجام شده تاکنون در حوزه کارآفرینی استراتژیک هیچ تحقیق و پژوهشی با این عنوان انجام نشده است. اصولاً موضوع کارآفرینی استراتژیک از مفاهیم نوپا می‌باشد که زمینه انجام تحقیقات گسترده و وسیع‌تری را دارا می‌باشد و با توجه به اهمیت زیاد آن برای مدیریت ارشد سازمان بسیار حائز اهمیت و تعیین کننده است و این تحقیق متناسب با نیاز مدیریت راهبردی سازمان می‌باشد. این تحقیق براساس مطالعات کارآفرینی استراتژیک در دهه‌های گذشته انجام شده است. بنابراین، نتایج این تحقیق و پیشنهادهایی که براساس این تحقیق مطرح می‌شود جنبه کاربردی دارد. با توجه به اینکه در این مقاله، بررسی پژوهش‌های مرتبط با مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک به صورت عام انجام شده است، پیشنهاد می‌گردد این پژوهش در یک حوزه خاص مانند نانو، زیست فناوری، هوافضا، تجهیزات پزشکی، صنایع دفاع و ... به صورت متمرکز نیز انجام شود. لازم به ذکر است پژوهش کیفی با تمام فواید خود، با ضعف‌هایی از جمله

تأثیرگذار در این بخش، ارتباط خوب با مراکز سرمایه‌گذار خطرپذیر و چگونگی اتخاذ راهبردهای تأمین مالی مختلف مانند فروش سهم مالکیت، سرمایه‌گذاری مشترک، وام، واگذاری ليسانس محصول و ... می‌باشد.

۴) در بعد فرصت‌شناسی کارآفرینی استراتژیک، به مدیران شرکت‌ها پیشنهاد می‌گردد که ایجاد مزیت رقابتی کرده و توانایی خود را برای شناسایی فرصت‌های کارآفرینی با ارزش را از دست ندهند و بتوانند این مزیت را در طول زمان حفظ و در بعد جست‌وجوی فرصت تلاش کنند و تنها در این حالت است که ثروت ایجاد می‌شود.

۵) در بعد یادگیری کارآفرینی استراتژیک، به مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان پیشنهاد می‌گردد عوامل محیطی همچون نیازها و تمایلات مشتریان، رقبا، تأمین‌کنندگان و ذی‌نفعان را به‌طور شایسته بشناسند، دانش و آگاهی کسب کنند و با یادگیری، ترکیب دوباره دانش و تجربیات خود، دانش جدیدی را برای نوآوری به‌وجود آورند. به منظور دستیابی به نوآوری، مدیران نه تنها بر محصولات، فناوری و فرایندها بلکه بر فرهنگ سازمانی، هنجارها و ارزش‌های حاکم بر سازمان نیز باید توجه کنند.

## ۷- منابع

ابراهیمی‌نژاد، مهدی؛ قادری، هانیه. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر برنامه‌ریزی استراتژیک کارآفرینانه بر عملکرد سازمانی صنایع غذایی شهرستان شیراز از دیدگاه مدیران. نشریه پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۶(۲۱)، ۷۹-۹۹.

آل‌طه، سیدرضا. (۱۳۹۵). نقش تفکر استراتژیک بر توسعه کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشگاه علوم پزشکی و خدمات درمانی بجنورد). کنگره پیشگامان پیشرفت، همایش سازمان‌ها و مراکز دولتی و عمومی.

امیری، مهدی. (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین مدیریت دانش و کارآفرینی استراتژیک مبتنی بر میانجی‌گری نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: سازمان آموزش و پرورش فارس). نشریه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۸(۲)، ۱۸۴-۱۴۷.

تعمیم‌پذیری و اعتبار همراه است؛ از این رو در راستای افزایش قابلیت تعمیم این پژوهش، لازم است محققان مدل ارائه شده را در دیگر حوزه‌های مشابه نوآوری، پژوهشی و بازاریابی مورد‌ارزیابی قرار دهند. همچنین می‌توان از رویکرد کمی معادلات ساختاریافته خطی برای ارزیابی اعتبار مدل و توسعه تعمیم‌پذیری یافته‌های مدل بهره برد و برای رتبه‌بندی عوامل به‌دست آمده بر مبنای روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره، از روش‌های ANP، ANP، فازی، دیمتل و ... استفاده کرد. سرانجام براساس مؤلفه‌های به‌دست آمده پیشنهادات کاربردی زیر ارائه می‌شود:

۱) براساس بعد رهبری کارآفرینی استراتژیک، نقش مؤثر مدیران و رهبران در تغییر و تحولات بنیادی در سازمان انکارناپذیر است؛ لذا پیشنهاد می‌گردد رهبران از طریق فرایند نفوذ اجتماعی، فرهنگ‌سازی کرده و با اثرگذاری بر کارکنان، آنان را به سمت تحقق اهداف متعالی و کسب مزایای رقابتی در اقتصاد دانش‌محور هدایت کنند.

۲) در بعد نگرش کارآفرینی استراتژیک، پیشنهاد می‌گردد به نگرش و فرهنگ بر انتظارات سازمانی اعضای داخلی و همچنین انتظاراتشان از تعاملات با سهامداران خارجی شرکت توجه داشت. یک نگرش و فرهنگ کارآفرینانه مؤثر براساس انتظارات چندگانه مشخص می‌شود و تلاش‌های شرکت برای اداره منابع به صورت استراتژیکی را تسهیل می‌کند. با تعهد به توجه یکسان به رفتارهای فرصت‌جویانه و مزیت‌جویانه، فرهنگ کارآفرینانه مؤثر باعث می‌شود که ایده‌های جدید و خلاق و ریسک‌پذیر تشویق و شکست تحمل شود، یادگیری ارتقا داده شود، تولید، فرایند و مدیریت نوآوری‌ها پشتیبانی گردد و تغییر مداوم به عنوان انتقال‌دهنده فرصت‌ها نگریسته شود. بنابراین فرهنگ کارآفرینانه، تحقیق مداوم درباره فرصت‌های کارآفرینی برای استفاده به صورت مزیت‌های رقابتی مداوم را پشتیبانی می‌کند.

۳) در بعد منابع کارآفرینی استراتژیک، پیشنهاد می‌گردد که به چگونگی تأمین مالی شرکت و قدرت جذب سرمایه آن توجه شود. به‌دلیل آنکه عوامل

خسروی، احسان؛ غلامرضایی، سعید؛ رحیمیان، مهدی؛ اکبری، مرتضی. (۱۳۹۵). *تحلیلی بر عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌ها*. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۳(۴)، ۱۰۱-۸۹.

رایف، دانیل؛ لیسسی، استفن؛ فیکو، فریدریک جی. (۱۳۸۵). *تحلیل پیام‌های رسانه‌ای: کاربرد تحلیل محتوا کمی در تحقیق*. ترجمه مهدخت بروجردی علوی، جلد دوم، تهران: نشر سروش.

رحیم‌نیا، فریبرز؛ حسنی‌راد، پریسا سادات. (۱۳۹۵). *بررسی رویکرد فرصت‌محور و منبع‌محور بر کارآفرینی بین‌المللی*. کنفرانس بین‌المللی کسب‌وکار: فرصت‌ها و چالش‌ها.

رنگریز، حسن؛ معماری، محبوبه. (۱۳۹۶). *پیش‌بینی عرضه نیروی انسانی با استفاده از مدل مارکوف طی سال‌های ۹۵ تا ۱۴۰۰*. مجله پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، ۲۹(۲۶)، ۱۲۸-۱۰۳.

رودساز، حبیب‌الله؛ سیدنقوی، میرعلی؛ عبدلی مسینان، فائزه. (۱۳۹۹). *تأثیر نوآوری باز بر مزیت رقابتی با نقش میانجیگری مدیریت دانش*. مجله مطالعات مدیریت صنعتی، ۵۹(۳۴)، ۱۵۰-۱۱۷.

زمانیان جهرمی، سمیه؛ شفاوردی، نرگس؛ لاجوردی، لاله. (۱۳۹۷). *شناخت مهارت‌های مورد نیاز در کسب صلاحیت بالینی: تحقیق کیفی*. نشریه طب توان‌بخشی، ۷(۲)، ۸۹-۸۳.

صادق عمل نیک، مرتضی. (۱۳۹۲). *تعریف و تاریخچه کارآفرینی در فرایند رشد و توسعه علمی، فناوری و اقتصادی در ایران*. اولین کنفرانس ملی نوآوری در مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات.

صفار، محمد؛ چرخکار، محمدصادق. (۱۳۹۹). *نقش کارآفرینی استراتژیک در شناسایی و کشف فرصت‌های کارآفرینی*. نشریه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۴(۳۰)، ۱۱۲-۱۰۰.

ضیاءالدینی، محمد. (۱۳۹۵). *تأثیر یادگیری سازمانی بر نیاز به کسب موفقیت با میانجی‌گری خودباوری و مهارت فردی* (مورد مطالعه: سازمان تأمین اجتماعی استان خراسان جنوبی). *نشریه خط‌مشی‌گذاری عمومی در مدیریت*، ویژه‌نامه (۱۳۹۵)، ۹۹-۸۵.

باب‌الحوایجی، فهیمه؛ فرهادپور، محمدرضا. (۱۳۹۰). *پویای محیطی برای گردآوری و استفاده از اطلاعات در فعالیت تصمیم‌گیری مدیران کتابخانه‌های مرکزی واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کشور*. *نشریه تحقیقات کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاهی (کتابداری)*، ۴۵(۵۷)، ۱۵۱-۱۳۵.

باقریان کاسگری، باقر؛ باقریان، یداله. (۱۳۹۷). *گرایش استراتژیک و نقش آن در بهبود مؤلفه‌های کارآفرینی در شرکت‌های کوچک و متوسط*. *نشریه مطالعات مدیریت و کارآفرینی*، ۴(۲)، ۶۱-۴۷.

تابع جماعت، ماشاله؛ موسی‌خانی، مرتضی؛ الوانی، مهدی. داوری، علی. (۱۳۹۶). *الگوی کارآفرینی استراتژیک: مطالعه موردی وزارت نیرو*. *فصلنامه پژوهش‌های سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی انرژی*، ۳(۷)، ۲۰۰-۱۷۱.

حاجی میررحیمی، سید داود؛ مخبر، عبدالله؛ نوتاش، محمدرضا. (۱۳۹۶). *متغیرهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی در مرکز آموزش عالی امام خمینی*. *نشریه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی*، ۹(۴۲)، ۱۰۴-۸۸.

حدادیان، علیرضا؛ صادقی، فرشته؛ سالار باباخانی، ناهید. (۱۳۹۷). *بررسی نقش واسط آمادگی برای خدمت در تأثیر نوآوری و ریسک‌پذیری و پیشگامی بر عملکرد در بانک‌های دولتی*. *نشریه کاوش‌های مدیریت بازرگانی*، ۱۰(۱۹)، ۳۰۶-۲۷۷.

حسینی، زهره؛ ابوالقاسمی، محمود؛ مشبکی اصفهانی، اصغر. (۱۳۹۷). *ارائه الگوی کارآفرینی دانشگاهی برای دانشگاه فنی و حرفه‌ای*. *نشریه پژوهش در نظام‌های آموزشی*، دوره ۱۲ (ویژه‌نامه)، ۱۲۱۳-۱۲۳۴.

حسینیان، شهامت؛ اطمانی، جعفر. (۱۳۹۳). *مدل مناسب برنامه‌ریزی نیروی انسانی مبتنی بر شایستگی‌ها* (مورد مطالعه: پلیس اطلاعات و امنیت عمومی ناجا). *مجله مدیریت منابع در نیروی انتظامی*، ۲(۲)، ۱۴۶-۱۲۹.

حمیدی‌زاده، علی؛ زارعی متین، حسن؛ خاندل، محسن. (۱۳۹۵). *بررسی تأثیر عوامل استراتژیک بر عملکرد سازمانی با میانجی‌گری متغیر کارآفرینی* (مورد مطالعه: شرکت گاز شهر بندرعباس). *نشریه پژوهش‌نامه مدیریت تحول*، ۸(۱۵)، ۴۴-۱۶.

- طالبی، کامبیز؛ داوری، علی، تقوی، نگارسادات. (۱۳۹۳). شناسایی تأثیر کارآفرینی استراتژیک بر عملکرد مالی و غیرمالی (مورد مطالعه: شرکت فناپ). نشریه توسعه کارآفرینی، ۷(۴)، ۶۵۱-۶۳۵.
- عبدی جمایران، علی؛ حسینی، الهه؛ روایی، سلطنت. (۱۳۹۶). بررسی مدل‌های تشخیص فرصت در فرایند کارآفرینی. نشریه شباک، ۳(۲۱)، ۷۲-۶۳.
- عزیزی، هانیه؛ تازیکه، لمسکی، ایمان. (۱۳۹۸). بررسی اثر عوامل محیطی بر بهره‌وری کارکنان در فضاهای اداری، مورد مطالعاتی: حوزه فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک کشور. نشریه معماری و شهرسازی آرمین شهر، ۲(۲۹)، ۱۲۴-۱۱۳.
- عطالهی، فاطمه؛ دهنویه، رضا؛ آتش بهار، ام‌البنین. (۱۳۹۵). آینده‌پژوهی با استفاده از تکنیک پویا محیطی. نشریه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی (مطالعات راهبردی جهانی‌شدن)، ۶(۲۱)، ۷-۹.
- عظیمی دلارستانی، عادل؛ رضوی، سید محمد حسین؛ برومند، محمدرضا، (۱۳۹۷). شناسایی عوامل زمینه‌ای تأثیرگذار بر استقرار کارآفرینی استراتژیک در کسب‌وکارهای ورزشی. فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، ۷(۱۶)، ۸۷-۷۰.
- علایی، عذرا. (۱۳۹۳). بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر کارآفرینی و شیوه‌های پرورش آن در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی. ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه، شماره ۱۶۷، ۵۹-۴۷.
- علی‌پور شیرسوار، حمیدرضا؛ مرزبان مقدم، عفت. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین هوش سازمانی و کارآفرینی در شرکت‌های تولیدی استان گیلان، مجله رشد فناوری، ۹(۳۶)، ۵۱-۴۷.
- فاطمی، بدرالسادات؛ میرابی، وحیدرضا؛ رنجبر، محمدحسین. (۱۳۹۴). بررسی و آزمون متریک‌های کارآفرینی استراتژیک بر عملکرد بیمه ایران (مورد مطالعه: شرکت سهامی بیمه ایران شهر اصفهان). دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری.
- قربانی، مهسا؛ احمدوند، میثم؛ طریقی، سمانه. (۱۳۹۴). تأثیر سرمایه‌گذاری جسورانه بر نوآوری‌های استراتژیک سازمان‌های دانش‌بنیان. نشریه پژوهشنامه اقتصاد و کسب‌وکار، ۶(۱۰)، ۹۴-۸۵.
- قربانی‌زاده، وجه‌الله؛ بهفر، سارا. (۱۳۹۲). فراتحلیل پژوهش‌های آمادگی الکترونیک سازمان‌ها در ایران. فصلنامه مطالعات مدیریت فناوری اطلاعات، ۲(۶)، ۲۲-۱.
- کوسه غراوی، شهرام؛ صفاریان همدانی، سعید. (۱۳۹۸). طراحی مدل بازاریابی کارآفرینانه استراتژیک در صنعت ساختمان با رویکرد آمیخته. نشریه توسعه کارآفرینی، ۱۲(۴۳)، ۱۴۰-۱۲۱.
- محسنی، هدی سادات؛ شفیع‌زاده، حمید. (۱۳۹۱). بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه‌های دولتی شهر تهران. فصلنامه راهبرد اجتماعی و فرهنگی، ۱(۴)، ۱۶۵-۱۳۳.
- ملکی مین‌باش رزگاه، مرتضی؛ شرفی، وحید. (۱۳۹۵). شناسایی و دسته‌بندی ذهنیت کارآفرینان در مورد بازاریابی کارآفرینانه با استفاده از روش کیو. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۹(۳)، ۵۳۳-۵۳۳.
- مهاجران، بهناز؛ قلعه‌ای، علیرضا؛ حمزه رباطی، مطهره؛ نامی، کلثوم؛ نعمتی، عبدالرزاق. (۱۳۹۳). بررسی رابطه میان ذهنیت فلسفی با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مدیران مدارس. فصلنامه فرایند مدیریت و توسعه، ۲۸(۳)، ۱۳۰-۱۰۷.
- مهارتی، یعقوب؛ کاظمی، مصطفی؛ حسنی توابع، عبدالله. (۱۳۹۳). بررسی نقش واسط مدیریت دانش بر رابطه بین عدم‌اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی. نشریه پژوهش‌نامه مدیریت تحول، ۶(۱۲)، ۱۱۲-۹۱.
- مهراب‌پور، مجتبی. (۱۳۹۸). نقش واسطه‌ای گرایش به کارآفرینی در رابطه بین مدیریت استراتژیک منابع انسانی و عملکرد سازمان (مطالعه موردی مدیران بانک‌های سپه استان لرستان). فصلنامه پژوهش‌های کاربردی بانک و بیمه، ۱(۲)، ۳۷-۲۳.
- مهرعلی، مهناز؛ میرغفوری، سید حبیب‌الله. (۱۳۹۹). تعیین موانع نوآوری باز در حوزه صنایع غذایی با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا. مجله پژوهشنامه مدیریت و مهندسی صنایع، ۴(۷)، ۶۸-۶۲.

- Arregle, J. L., Duran, P., Hitt, M. A., & Van Essen, M. (2017). Why is family firms' internationalization unique? A meta-analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(5), 801-831.
- Bench, S., & Day, T. (2010). The user experience of critical care discharge: a meta-synthesis of qualitative research. *International journal of nursing studies*, 47(4), 487-499.
- Bennett, L. J., Browning, K. A., Blyth, A. M., Parker, D. J., & Clark, P. A. (2006). A review of the initiation of precipitating convection in the United Kingdom. *Quarterly Journal of the Royal Meteorological Society: A journal of the atmospheric sciences, applied meteorology and physical oceanography*, 132(617), 1001-1020.
- Bierwerth, M., Schwens, C., Isidor, R., & Kabst, R. (2015). Corporate entrepreneurship and performance: A meta-analysis. *Small business economics*, 45(2), 255-278.
- Bierwerth, M., Schwens, C., Isidor, R., & Kabst, R. (2015). Corporate entrepreneurship and performance: A meta-analysis. *Small business economics*, 45(2), 255-278.
- Boudreaux, C. J. (2020). The importance of industry to strategic entrepreneurship: evidence from the Kauffman Firm Survey. *Journal of Industry, Competition and Trade*, 20(1), 93-114.
- Burton, M. D., Colombo, M. G., Rossi-Lamastra, C., & Wasserman, N. (2019). The organizational design of entrepreneurial ventures. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 13(3), 243-255.
- Cunningham, P. M., Cunningham, M., & Ekenberg, L. (2016). Factors impacting on the current level of open innovation and ICT entrepreneurship in Africa. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 73(1), 1-23.
- Daily, C. M., McDougall, P. P., Covin, J. G., & Dalton, D. R., (2002). Governance and strategic leadership in entrepreneurial firms, *Journal of Management*, 28, pp 387-412.
- Das, S. R., Everett, B. M., Birtcher, K. K., Brown, J. M., Cefalu, W. T., Januzzi, J. L., ... & Sperling, L. S. (2018). 2018 ACC expert consensus decision pathway on novel therapies for cardiovascular risk reduction in patients with type 2 diabetes and atherosclerotic cardiovascular disease: a
- مؤدمنش، صادق علی؛ آقاجانی افروزی، علی اکبر. (۱۳۹۱). مدل‌یابی تأثیر ابعاد کارآفرینی استراتژیک، مطالعه موردی گروه پیمان آمل. نشریه پژوهشنامه مدیریت اجرایی، ۴(۸)، ۱۵۶-۱۳۱.
- میثمی، امیرمهدی؛ محمدی الیاسی، قنبر؛ مبینی دهکردی، علی؛ حجازی، سیدرضا. (۱۳۹۶). ابعاد و مؤلفه‌های اکوسیستم کارآفرینی فناورانه در ایران. نشریه مدیریت توسعه فناوری، ۵(۳)، ۴۲-۹.
- میرزاییان، زینب. (۱۳۹۵). تأثیر کارآفرینی استراتژیک بر دستیابی به مزیت رقابتی منتخبی از هیئت‌های ورزشی استان خوزستان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید چمران اهواز.
- نیرومند، پوراندخت و میرجلیلی، فاطمه، ۱۳۸۹، عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های نوفاواری بنیان در ایران، چهارمین کنفرانس ملی مدیریت تکنولوژی، تهران.
- الوانی، سید مهدی؛ حسین پور، داود؛ گنجی‌زاده مرادلو، حامد. (۱۳۹۶). جایگاه استراتژی‌های خطرپذیر جدید بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در شرکت‌های کارآفرین. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، دوره ۱۳۹۶، ویژه‌نامه، ۱-۷.
- یداللهی فارسی، جهانگیر؛ زالی، محمدرضا؛ باقری‌فرد، سید مرتضی. (۱۳۹۴). شناسایی عوامل ساختاری مؤثر بر توسعه کارآفرینی دانشگاه؛ مطالعه موردی دانشگاه جامع علمی کاربردی. نشریه سیاست علم و فناوری، ۴(۱)، ۳۲-۱۷.
- Al-Bahussin, S. A., & El-Garaihy, W. H. (2013). The impact of human resource management practices, organisational culture, organisational innovation and knowledge management on organisational performance in large Saudi organisations: structural equation modeling with conceptual framework. *International Journal of Business and management*, 8(22), 1. Alivand Zamhariri, A., Heirany, F., & Moeinadin, M. (2022). Investigation of the strategic entrepreneurship components' effect on the knowledge-based companies' performance by applying new dimensions of balanced score card. *International Journal of Nonlinear Analysis and Applications*.

- Haynie, J. M., Shepherd, D., Mosakowski, E. and Earley, P. C. (2010). A situated meta cognitive model of the entrepreneurial mindset. *Journal of Business Venturing*, 25, 217-229.
- Hiller, N. J., & Beauchesne, M. M. (2014). Executive leadership: CEOs, top management teams, and organizational-level outcomes.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S. M., & Sexton, D. L. (2001). Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic management journal*, 22(6-7), 479-491.
- Indiparambil, J. J. (2019). Strategic to Sustainable Human Resource Management: Shifting Paradigms of Personal Managerial Trends. *International Journal of Business and Management Invention*, 8(3), 65-70.
- Ireland, R. D., & Webb, J. W. (2007). Strategic entrepreneurship: Creating competitive advantage through streams of innovation. *Business horizons*, 50(1), 49-59.
- Ireland, R. D., Hitt, M. A., & Sirmon, D. G. (2003). A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of management*, 29(6), 963-989.
- Ireland, R. D., Hitt, M. A., Camp, S. M., & Sexton, D. L. (2001). Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth. *Academy of Management Perspectives*, 15(1), 49-63.
- Kantur, D. (2016). Strategic entrepreneurship: mediating the entrepreneurial orientation-performance link. *Management Decision*.
- Khan, N., Bangash, A., & Sadiq, M. (2014). THYROIDECTOMY WITH ULTRASONIC DISSECTOR: AN EARLY EXPERIENCE AT LADY READING HOSPITAL. *JPMI: Journal of Postgraduate Medical Institute*, 28(1).
- Kiyabo, K., & Isaga, N. (2019). Strategic entrepreneurship, competitive advantage, and SMEs' performance in the welding industry in Tanzania. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1-23.
- Kraus, S., Kauranen, I., & Reschke, C. H. (2011). Identification of domains for a new conceptual model of strategic entrepreneurship using the configuration approach. *Management research review*.
- report of the American College of Cardiology Task Force on Expert Consensus Decision Pathways. *Journal of the American College of Cardiology*, 72(24), 3200-3223.
- Dogan, N. (2015). The intersection of entrepreneurship and strategic management: strategic entrepreneurship. *Procedia-Social and behavioral sciences*, 195, 1288-1294.
- Durst, S., & Poutanen, P. (2013). Success factors of innovation ecosystems-Initial insights from a literature review. *Co-create*, 2013, 27.
- Entrialgo, M., Fernandez, E., & Vazquez, C. J. (2000). Linking entrepreneurship and strategic management: evidence from Spanish SMEs. *Technovation*, 20(8), 427-436.
- Foss, N. J., & Lyngsie, J. (2011). The Emerging strategic entrepreneurship field: Origins, key tenets, and research gaps. *Edward Elgar*.
- Gallén, T. (2009). Top management team composition and views of viable strategies. *Team Performance Management: An International Journal*, 15(7/8), 326-342.
- García-Morales, V. J., Matías-Reche, F., & Verdú-Jover, A. J. (2011). Influence of internal communication on technological proactivity, organizational learning, and organizational innovation in the pharmaceutical sector. *Journal of Communication*, 61(1), 150-177.
- Gathenya, J. W., Bwisa, H. M., & Kihoro, J. M. (2011). Interaction between women entrepreneurs' age and education on business dynamics in small and medium enterprises in Kenya.
- Ghazi, E., & Parvaneh, G. (2014). Strategic entrepreneurship element from theory to practice. *International Journal of Business and Technopreneurship*, 4(2), 205-219.
- Gongor, L. Searching the achievement of Mongolian team participated in London 2013 Olympic Game.
- Guerrero, J. M., Matas, J., De Vicuna, L. G. D. V., Castilla, M., & Miret, J. (2006). Wireless-control strategy for parallel operation of distributed-generation inverters. *IEEE Transactions on Industrial Electronics*, 53(5), 1461-1470.
- Hashai, N., Asmussen, C. G., Benito, G. R., & Petersen, B. (2010). Technological knowledge intensity and entry mode diversity. *Management International Review*, 50(6), 659-681.

- Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4), 883-925.
- Peinado, H., Olmeda, D., & Cano, A. (2007). Snail, Zeb and bHLH factors in tumour progression: an alliance against the epithelial phenotype?. *Nature reviews cancer*, 7(6), 415-428.
- Peng, M. W., (2001). How entrepreneurs create wealth in transition economies, *Academy of Management Executive*, 15(1), pp. 95-108.
- Rabelo, R. J., & Bernus, P. (2015). A holistic model of building innovation ecosystems. *Ifac-Papersonline*, 48(3), 2250-2257.
- Sandelowski, M., & Barroso, J. (2006). *Handbook for synthesizing qualitative research*. Springer publishing company.
- Sarangee, K.R., Echambadi, R., 2014, Firm-Specific Determinants of Product Line Technology Strategies in Hight Technology Markets, *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8(2), 149-166.
- Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship theory and practice*, 41(1), 49-72.
- Suresh, J., & Ramraj, R. (2012). Entrepreneurial Ecosystem: Case Study on the Influence of Environmental Factors on Entrepreneurial Success. *European Journal of Business and Management*, 4, 95-101.
- Teyhani, E. (2002). Su Aliyorum...: [şiiir]. *Kunduz Düşleri*.
- Thomas, D. R. (2003). A general inductive approach for qualitative data analysis.
- Titus, N., & Adiza, G. R. (2019). Entrepreneurship and strategic management: A critical review on the relationship between these paradigms. *European Journal of Research and Reflection in Management Sciences Vol*, 7(2).
- Tong, A., Sainsbury, P., & Craig, J. (2007). Consolidated criteria for reporting qualitative research (COREQ): a 32-item checklist for interviews and focus groups. *International journal for quality in health care*, 19(6), 349-357.
- Yu, W. H., Shuan-su, C. Y., Meng, Q., Brew, K., & Woessner, J. F. (2000). TIMP-3 binds to sulfated glycosaminoglycans of the extracellular matrix. *Journal of Biological Chemistry*, 275(40), 31226-31232.
- Zimmer, L. (2006). Qualitative meta-synthesis: a question of dialoguing with texts. *Journal of advanced nursing*, 53(3), 311-318.
- Kraus, S; Harms, R. and E. Schwarz (2008), "Strategic Business Planning And Success in Small Firms", *International Journal of Entrepreneurship & Innovation Management*, Vol. 8 No. 5, pp. 381-396.
- Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice*. Cengage learning.
- Kyrgidou, L. P., & Hughes, M. (2010). Strategic entrepreneurship: origins, core elements and research directions. *European business review*.
- Laszlo Tihanyi, Alan E. Ellstrand, Catherine M. Daily, Dan R. Dalton, 2000, Composition of the top management team and firm international diversification, *Journal of Management*, Volume 26, Issue 6, Pages 1157-1177.
- Lee, H. W., Pak, J., Kim, S., & Li, L. Z. (2019). Effects of human resource management systems on employee proactivity and group innovation. *Journal of Management*, 45(2), 819-846.
- Morris, M. H., Kuratko, D. F. & Covin, J. G. (2011). *Corporate Entrepreneurship and Innovation*, 3rd ed., South-Western Cengage, Mason, OH.
- Narayanan, V. K., Yang, Y., & Zahra, S. A. (2009). Corporate venturing and value creation: A review and proposed framework. *Research policy*, 38(1), 58-76.
- Neck, H. M., Meyer, G. D., Cohen, B., & Corbett, A. C. (2004). An entrepreneurial system view of new venture creation. *Journal of small business management*, 42(2), 190-208.
- Nicolai J. Foss and Jacob Lyngsie. (2011). The Emerging Strategic Entrepreneurship Field: Origins, Key Tenets and Research Gaps. *Handbook of Organizational Entrepreneurship Edward Elgar*. 1-25
- Nørskov, J. K., Bligaard, T., Logadottir, A., Bahn, S., Hansen, L. B., Bollinger, M., ... & Jacobsen, C. J. H. (2002). Universality in heterogeneous catalysis. *Journal of catalysis*, 209(2), 275-278.
- Omotosho, S. I., & Anyigba, H. (2019). Conceptualising corporate entrepreneurial strategy: a contingency and agency collaborative approach. *Journal of Strategy and Management*.
- Paek, B., & Lee, H. (2018). Strategic entrepreneurship and competitive advantage of established firms: evidence from the digital TV industry. *International*