

## مقاله پژوهشی: طراحی و اعتبار سنجی مدل کارآفرینی استراتژیک در نهادهای عمومی با رویکرد آمیخته

20.1001.1.24234621.1401.12.48.9.3

شیوا شهرام‌فر<sup>۱</sup>، اکبر عالم تبریز<sup>۲</sup>، حسام زند حسامی<sup>۳</sup>، کمال سخردی<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۴/۱۹

### چکیده

کارآفرینی در نهادهای عمومی یکی از عوامل بنیادینی است که در بسیاری از کشورها نادیده گرفته شده است یا با نگاهی کوتاه مدت به آن پرداخته شده است. نظر به شکاف اساسی موجود، این مقاله یک پژوهش بنیادی است که با هدف طراحی و اعتبارسنجی مدل کارآفرینی استراتژیک در نهادهای عمومی با رویکرد آمیخته انجام گرفته است. از منظر روش و بازه زمانی گرآوری داده‌ها نیز یک پژوهش پیمایشی-مقطعی است. جامعه آماری در بخش ارائه الگو، شامل مدیران و خبرگان شهرداریهای کشور است که با نمونه‌گیری هدفمند انتخاب گردیده‌اند. جهت ارائه الگوی اولیه از روش مدلسازی ساختاری-تفسیری و در بخش کمی از دیدگاه کارکنان شهرداریها استفاده و در نهایت برای اعتبار سنجی و ارائه الگوی نهایی از روش حداقل مربعات جرئی استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها در فاز کیفی با نرم افزار Maxqda و در فاز کمی به ترتیب با نرم افزارهای MicMac و Smart PLS انجام شده است. براساس نتایج این تحلیل مدیریت استراتژیک و رهبری کارآفرینانه برسیاست‌های حمایتی دولت، مدیریت منابع و استقرار فرهنگ کارآفرینانه تاثیر دارند. این عوامل نیز بر کارآفرینی استراتژیک و تفکر استراتژیک کارآفرینانه اثر می‌گذارند. در نهایت نیز به تحقیق و توسعه کارآفرینانه سازمانی منجر می‌شوند. مدیریت استراتژیک و رهبری کارآفرینانه بیشترین تاثیر را در کارآفرینی استراتژیک نهادهای عمومی دارند.

**کلیدواژه‌ها:** کارآفرینی استراتژیک، نهادهای عمومی، تحلیل کیفی فراترکیب، رویکرد آمیخته

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری، گروه کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، قزوین، ایران

<sup>۲</sup> استاد، گروه مدیریت صنعتی و فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران، (نویسنده مسئول) a-tabriz@sbu.ac.ir

<sup>۳</sup> استادیار گروه مدیریت صنعتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

<sup>۴</sup> استادیار گروه کارآفرینی سازمانی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

## مقدمه

کارآفرینی، فرایند پویایی ایجاد ثروت است. این ثروت توسط افراد یا سازمان‌هایی ایجاد می‌شود که برای خلق ارزش محصولات و خدمات جدید حاضرند سطح بالایی از ریسک را بپذیرند. خود این محصولات یا خدمات ممکن است جدید یا منحصر بفرد نباشند، اما ارزشی که ایجاد می‌کنند بدون شک جدید است. نتایج مطالعات اخیر در زمینه کارآفرینی نشان می‌دهد که فقدان چشم انداز استراتژیک در فعالیتهای کارآفرینی موجب خسارات جبران ناپذیر فکری و سرمایه ای به کارآفرینان در برخی از فعالیتهای کارآفرینی به ویژه فعالیتهای کارآفرینی استارت‌آپی شده است (لمباردی و همکاران، ۲۰۲۰).

کارآفرینی و مدیریت استراتژیک هر دو فرایندهای پویایی هستند که به عملکرد شرکت مربوط می‌شوند. سرمایه گذاری جدید معمولاً برای دستیابی به فرصتهای ناشناخته بازار از طریق نوآوری‌ها انجام می‌شود (فریرا و همکاران، ۲۰۱۷). در سطح سازمانی، کارآفرینی مسیری را برای هدایت کلیه اقدامات درون سازمانی جهت استفاده بهتر از شرایط کسب و کار فراهم می‌آورد. بر این اساس، کارآفرینی یک مؤلفه کلیدی از استراتژی شرکت محسوب می‌شود که هسته اصلی کلیه اقدامات استراتژیک شرکت را تشکیل می‌دهد (خانجانیان و الفتی، ۱۳۹۸). رابطه‌ای تنگاتنگ بین فعالیتهای کارآفرینی و مدیریت استراتژیک وجود دارد (چاکرابارتی و همکاران، ۲۰۲۱). ادغام کارآفرینی با استراتژی دو بعد دارد که هر دو، جنبه حیاتی دارند. ماتزی و همکاران (۲۰۱۷) از این دو جنبه به عنوان استراتژی کارآفرینانه و استراتژی برای کارآفرینی می‌کنند. استراتژی کارآفرینانه مربوط به استفاده از خلاقیت و تفکر کارآفرینی در تدوین استراتژی اصلی برای شرکت است. استراتژی کارآفرینی به عنوان "اتکای چشمگیر و سازمانی به رفتار کارآفرینی که به طور هدفمند و مداوم سازمان را جوان می‌کند و دامنه‌های فعالیت‌های آن را از طریق شناسایی و بهره برداری از فرصت کارآفرینی شکل می‌دهد" تعریف می‌شود. از طرف دیگر، یک استراتژی بسیار کارآفرینانه استراتژی به معنای سطح بالاتری از خطر - به ویژه هنگامی که برای اولین بار اجرا شود - است؛ چیزی که از آن با عنوان استراتژی برای کارآفرینی یاد می‌شود (پانک و لی، ۲۰۱۸). در ایران نهادهای عمومی دولتی و غیردولتی بخش بزرگی از نیروی کار، صنایع و خدمات را تحت

Lombardi, R., Tiscini, R., Trequatrini, R., & Martiniello, L.<sup>۱</sup>  
 Ferreira, J. J., Ratten, V., & Dana, L. P.<sup>۲</sup>  
 Chakrabarty, A., Tagiya, M., & Sinha, S.<sup>۳</sup>  
 Entrepreneurial strategy  
 Strategy for entrepreneurship<sup>۴</sup>  
 Paek, B., & Lee, H.<sup>۵</sup>

سیطره خود دارند، بنابراین باید فعالیت‌های کارآفرینانه در دستور کار این نهادها قرار گیرد. بکارگیری کارآفرینی در نهادهای عمومی کشور تنها یک پیشنهاد داوطلبانه نیست بلکه یک الزام حیاتی برای توسعه، پویایی و رشد اقتصادی است. پیاده‌سازی کارآفرینی در نهادهای عمومی نیازمند الگویی فراگیر و بلندمدت است که در مطالعه حاضر کوشش شده است طراحی و تبیین گردد. کارآفرینی در نهادهای عمومی یکی از عوامل بنیادینی است که در مطالعات میدانی نادیده گرفته شده است یا با نگاهی کوتاه‌مدت و صرفاً از دیدگاه نظری به آن پرداخته شده است. در مطالعه حاضر با رویکردی علمی و عملی به شناسایی مقوله‌های زیربنایی، تبیین روابط علی و ارائه الگوی کاربردی کارآفرینی استراتژیک در نهادهای عمومی کشور پرداخته شده است. این سوال که چگونه یکپارچه‌سازی مدیریت استراتژیک و کارآفرینی را برای دستیابی به تعادل بهتر بین اهداف و اقدامات سازمان انجام دهیم، در سالهای اخیر توجه بسیاری از مدیران شرکت‌ها و محققان را به خود جلب کرده است. با این حال، اتفاق نظر کمی در مورد معنای مفهوم "کارآفرینی استراتژیک"، مولفه‌ها و کارکردهای آن وجود دارد. از طرف دیگر، در سطح کارکردی نیز باید به این مساله توجه داشت که بافت و مولفه‌های محیط کسب و کار از یک منطقه جغرافیایی به منطقه‌ای دیگر، تفاوت‌های زیادی دارند و نمی‌توان به مدل‌های ارائه شده در سایر جوامع استناد نمود. این موارد لزوم توسعه الگوی کارآفرینی استراتژیک برای سازمان‌های داخل کشور را خاطر نشان می‌سازد. بنابراین پژوهش حاضر با هدف طراحی و اعتبار سنجی مدل کارآفرینی استراتژیک در نهادهای عمومی انجام شده است.

## پیشینه شناسی و مبانی نظری تحقیق

### پیشینه شناسی

مانزی و همکاران (۲۰۱۷) با تلفیق نه تئوری مختلف شامل تئوری‌های سیستم‌های عمومی، اکوسیستم سازمانی، تئوری نهادی، انتخاب استراتژیک، تئوری رده‌های بالاتر، گزینه‌های واقعی، نظریه‌های نمایندگی، تئوری شبکه‌سازی و هویت اجتماعی، چارچوب جدیدی در رابطه با کارآفرینی استراتژیک ارائه کردند. هیوز و همکاران (۲۰۲۰) به بررسی کارآفرینی استراتژیک در شرکت‌های نوپا پرداخته و به این موضوع اشاره کردند که در پیش گرفتن رویکرد کارآفرینی استراتژیک باعث دوسوتوانی نوآورانه در شرکتهای مذکور شده و بدین ترتیب، رقابت‌پذیری

شرکت‌ها را بهبود می‌بخشد. الایوبی و همکاران (۲۰۲۰) مطالعه‌ای با هدف شناسایی تأثیر الزامات اجرای کارآفرینی استراتژیک در دستیابی به نوآوری فنی در دانشگاه‌ها انجام دادند. در این مطالعه چهار مولفه رهبری، تفکر پیشگام، فرهنگ پیشگام، مدیریت منابع استراتژیک بعنوان الزامات اصلی کارآفرینی استراتژیک معرفی شدند. همچنین مشخص شد که کارآفرینی استراتژیک رابطه مثبتی با نوآوری فنی دانشگاه‌ها دارد. کچن و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای که با هدف بررسی رابطه بالقوه بین سه سازه کارآفرینی، مدیریت زنجیره تامین و مدیریت استراتژیک انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که تلفیق دو مفهوم استراتژی و کارآفرینی در قالب یک سازه واحد با نام کارآفرینی استراتژیک راهکار موثری برای بهبود مدیریت زنجیره تامین می‌باشد. صفار و چرخکار (۱۳۹۹) با انجام یک مطالعه میدانی در بین شرکت‌های شهرک صنعتی یزد نشان دادند که کارآفرینی استراتژیک و ابعاد آن تأثیر مثبت و معناداری بر شناسایی و کشف فرصت‌های کارآفرینی دارد. نورا (۱۳۹۹) نیز در بررسی تأثیر کارآفرینی سازمانی و استراتژیک شرکت بر گرایش به بین‌المللی شدن، به اهمیت مؤلفه‌هایی چون مشتری‌مداری، رقیب‌مداری، هماهنگی کاربردی، نوآوری و قابلیت‌های فناوری و تأثیر نفوذ شبکه اشاره کرده است.

### مبانی نظری

نهادهای عمومی سازمان‌هایی هستند که در اثر توافقات مشترک، نیازها و مقتضیات جامعه به‌وجود می‌آیند. بر این مبنا نهادها هم اصول و هم مبانی نظری خود را داشته که در حکم فلسفه وجودی آنهاست و هم بسترها و شرایط مادی‌ای وجود دارند که ضرورت پیدایش آنها را نشان می‌دهند (تنگ‌ستانی، ۱۳۹۹). عناصر و ویژگی‌های نهادهای عمومی نشان می‌دهد که آنها از همان آغاز متضمن ثبات اجتماعی بوده و در صورتی که در طول زمان، هم‌راستا با سایر بخش‌های جامعه متحول و دگرگون شوند، ثبات‌زایی خود را تداوم خواهند بخشید. هویت‌سازی، وفاق اجتماعی و هنجارسازی از خصلت‌های نهادهای عمومی است که فی‌نفسه در درون ساخت نهادها وجود دارند (مولائی و بنده‌علی، ۱۳۹۹). ابعاد ثبات‌بخشی نهادهای عمومی نشان از قابلیت‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی آنها دارد. ویژگی‌هایی نظیر عضویت داوطلبانه در نهادها، اهداف انسان‌(غیرمادی و غیرسیاسی) و وجود نوعی از دموکراسی در رویکردهای آنها محرز است (خاتمی فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۸).

آثار مثبت نهادهای عمومی بر روی افراد جامعه هم‌ارزشی، هم‌نگرشی و هم‌واکنشی است. بدین

معنا که فعالیت‌های نهادهای عمومی سبب اجتماعی شدن افراد از طریق انتقال ارزش‌ها و رفتارها می‌شود. از حیث آثار جمعی، افراد در داخل نهادهای عمومی به هماهنگی در ارزش‌های خود نائل می‌شوند که این مهم کمک فزاینده‌ای به ثبات اجتماعی است (خالقی و میرزائی منفرد، ۱۳۹۹).

### —مدیریت استراتژیک

مدیریت استراتژیک فرایندی است که چگونگی دستیابی به کارهای اساسی سازمان را برای اطمینان از نوسازی و رشد مداوم شرکت و به ویژه فراهم آوردن زمینه‌ای برای توسعه و اجرای استراتژی‌های موثر بر عملکرد شرکت را هدایت می‌کند که شامل تعیین مأموریت شرکت، تعیین اهداف قابل دستیابی، تدوین استراتژی‌ها و تنظیم خط‌مشی‌های اصلی شرکت است (هیت و همکاران، ۲۰۱۱). فرایند مدیریت استراتژیک برای مطابقت با شرایط یک بازار و ساختار رقابتی همیشه در حال تغییر با منابع، توانایی‌ها و صلاحیت‌های اصلی یک شرکت در حال پیشرفت مداوم استفاده می‌شود (هیوز و همکاران، ۲۰۲۰).

### —کارآفرینی

کارآفرینی مفهومی نسبتاً کلاسیک است که در چند دهه اخیر حیات دوباره‌ای را تجربه کرده است. با درک اهمیت تحول کارآفرینی در قرن بیست و یکم، کوراتکو (۲۰۰۹) یک تعریف یکپارچه از کارآفرینی را ارائه کرد که عوامل مهم مورد نیاز این پدیده را مشخص می‌کرد. کارآفرینی فرآیندی پویا از بینش، تغییر، و خلق کردن است.

### —کارآفرینی استراتژیک

مفهوم کارآفرینی استراتژیک به شکلی که امروزه در جوامع آکادمیک مورد بحث قرار می‌گیرد، ریشه در اصول اقتصاد و بعداً در حوزه مدیریت دارد (پانک و همکاران، ۲۰۱۸). کارآفرینی استراتژیک، بر اساس ادغام کارآفرینی و مدیریت استراتژیک شکل گرفته است (عظیمی و همکاران، ۱۳۹۷). کارآفرینی استراتژیک یک ضرورت لازم برای شرکت‌ها جهت حداکثرسازی ثروت می‌باشد (نورا، ۱۳۹۹). کارآفرینی استراتژیک عاملی اثرگذار بر خروجی سازمانهای کوچک، متوسط و بزرگ در نظر گرفته می‌شود که میتواند رشد و ثروت یک سازمان را بهبود بخشد. کارآفرینی استراتژیک به عنوان فصل مشترک تحقیقات مدیریت استراتژیک جستجوی مزیت و کارآفرینی جستجوی فرصت، زمینه تحقیقی جدیدی است که هنوز اتفاق نظر چندانی در مورد تعریف ابعاد و عناصر تشکیل دهنده آن وجود ندارد (مشهدی و همکاران، ۱۳۹۸).

## روش‌شناسی تحقیق

این مطالعه از منظر هدف یک تحقیق بنیادی است که با هدف طراحی و اعتبار سنجی مدل کارآفرینی استراتژیک در نهادهای عمومی با رویکرد آمیخته صورت گرفته است. براساس نحوه گردآوری داده‌ها نیز یک پژوهش پیمایشی-مقطعی محسوب می‌شود. براساس روش نیز یک پژوهش آمیخته است که با روش‌های کیفی-کمی انجام شده است.

جامعه آماری این جهت ارائه الگوی اولیه پژوهش، شامل خبرگان نظری (اساتید دانشگاه) و خبرگان تجربی (مدیران شهرداری قزوین) هستند. ملاک انتخاب خبرگان، حداقل ده سال تدریس در حوزه کارآفرینی استراتژیک بوده یا اینکه در این زمینه دارای تألیفات علمی در قالب کتاب و مقاله باشند. حجم نمونه در مطالعاتی که با روش مدلسازی ساختاری-تفسیری انجام می‌شوند بین ۵ تا ۲۵ نفر توصیه شده است (حیبی و همکاران، ۱۳۹۳؛ آذر و همکاران، ۱۳۹۷). با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند ۱۱ نفر در این مطالعه شرکت کرده‌اند. جامعه آماری در بخش دوم جهت اعتبارسنجی الگو نیز شامل کارکنان شهرداری‌ها است. برای این منظور از فرمول کوکران برای جوامع نامعین و بزرگ استفاده شد و ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار اصلی گردآوری داده‌های پژوهش پرسشنامه مدلسازی ساختاری-تفسیری و پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد. پرسشنامه **ISM** جهت ارائه الگوی پژوهش و پرسشنامه محقق ساخته شامل ۸ سازه اصلی و ۳۶ گویه با طیف لیکرت پنج درجه و چهار پرسش عمومی است. برای بررسی اعتبار بخش کیفی از الگوی **CASP** استفاده شد. مقاله‌های مورد بررسی در بخش کیفی براساس ده معیار این الگو ارزیابی گردید و مقالات با امتیاز بالای ۲۵ انتخاب شد. برای سنجش اعتبار پرسشنامه از روایی محتوا (نظرخواهی از خبرگان) استفاده شد و اعتبار آن تایید گردید. همچنین آلفای کرونباخ کلی پرسشنامه در یک مطالعه مقدماتی ۰/۸۵۶ بدست آمد. پس از توزیع پرسشنامه در نمونه منتخب روایی پرسشنامه با سه روش روایی سازه (مدل بیرونی)، روایی همگرا (**AVE**) و روایی واگرا بررسی شد. مقدار **AVE** برای تمامی متغیرهای باید بزرگتر از ۰/۵ باشد. برای محاسبه پایایی نیز پایایی ترکیبی (**CR**) و ضریب آلفای کرونباخ هر یک از عوامل محاسبه شده است. میزان پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ تمامی ابعاد باید بزرگتر از ۰/۷ باشد (امانی، ۱۳۹۱؛ داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). نتایج مربوط به هر یک از این شاخص‌ها در برآزش بیرونی مدل ارائه شده است. برای شناسایی مقوله‌های اصلی و فرعی پژوهش، از تحلیل کیفی فراترکیب استفاده شده است. برای

طراحی الگوی اولیه از روش مدلسازی ساختاری-تفسیری و در نهایت برای اعتبار سنجی الگوی طراحی شده از روش حداقل مربعات جزئی استفاده شده و تجزیه و تحلیل داده‌ها در فاز کیفی با نرم‌افزار Maxqda و در فاز کمی با نرم‌افزار MicMac و Smart PLS انجام شده است.

## یافته‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها

### الف: یافته‌های تحقیق

در بخش ارائه الگوی این مطالعه از دیدگاه ۱۱ نفر از خبرگان حوزه مورد مطالعه استفاده شده است. از نظر جنسیت ۹ نفر مرد هستند و ۲ نفر نیز زن می‌باشند. از نظر سنی ۱ نفر کمتر از ۳۵ سال سن دارند، ۳ نفر بین ۳۵ تا ۴۵ سال سن دارند و ۷ نفر نیز بالای ۴۵ سال هستند. از نظر تحصیلات ۲ نفر از خبرگان تحصیلات کارشناسی ارشد داشته و ۹ نفر دکتری دارند. در نهایت ۵ نفر بین ۱۰ تا ۲۰ سال سابقه کاری داشته و ۶ نفر نیز بالای ۲۰ سال تجربه کاری دارند.

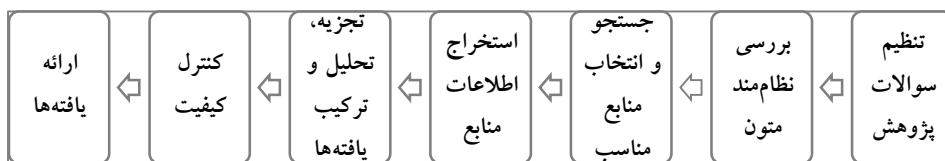
همچنین بخش کمی براساس دیدگاه ۳۸۴ نفر از کارکنان نهادهای عمومی انجام شد. از منظر جنسیت ۲۴۶ نفر (۶۴٪) مرد و ۴۳۸ نفر (۳۶٪) از کارکنان را زنان تشکیل می‌دهند. از منظر تحصیلات ۳۴ نفر (۹٪) مدرک کاردانی و پایین‌تر دارند و ۲۰۶ نفر (۵۴٪) نیز تحصیلات کارشناسی و ۱۴۴ نفر (۳۸٪) تحصیلات تکمیلی دارند. از منظر سنی ۸۹ نفر (۲۳٪) از کارکنان کمتر از ۳۵ سال سن دارند. ۱۷۸ نفر (۴۶٪) بین ۳۵ تا ۴۵ سال هستند و ۱۱۷ نفر (۳۰٪) نیز ۴۵ سال و بیشتر سن دارند. از نظر سابقه کاری ۹۹ نفر (۲۶٪) کمتر از ۱۰ سال سابقه کاری دارند، ۱۰۷ نفر (۲۸٪) ۱۰ تا ۱۵ سال، ۸۵ نفر (۲۲٪) بین ۱۵ تا ۲۰ و ۹۳ نفر (۲۴٪) بیش از ۲۰ سال سابقه کاری دارند.

## شنا سایی مقوله‌های کارآفرینی ۱ استراتژیک در نهادهای عمومی با روش تحلیل فرا

### ترکیب

در گام نخست با استفاده از روش فراترکیب مقوله‌های کارآفرینی استراتژیک شناسایی شده است. فراترکیب یکی از روش‌های فرامطالعه است که به ارزیابی سایر پژوهش‌های انجام شده می‌پردازد و از این منظر با عنوان ارزشیابی ارزشیابی‌ها از آن یاد می‌شود. بطورکلی روش فراترکیب نوعی مطالعه کیفی است که از اطلاعات یافته‌های مستخرج از مطالعات دیگر در زمینه موضوع مرتبط، استفاده می‌کند. پژوهشگر در روش فراترکیب، داده‌های ثانویه نتایج حاصل از سایر مطالعه‌ها را برای پاسخگویی به نتایج مطالعه خود باهم ترکیب نموده و نتایج جدیدی بدست می‌آورد. برای دستیابی به هدف پژوهش از روش فراترکیب، مطابق از الگوی سندلوسکی و باروسو (۲۰۰۶)

استفاده شد.



شکل ۱- الگوی هفت مرحله‌ای فراترکیب (اقتباس از سندلوسکی و باروسو، ۲۰۰۶)

### گام نخست: تنظیم پرسش‌های پژوهش

نخستین گام در روش فراترکیب، تنظیم پرسش‌های پژوهش است. این پرسش‌ها عموماً بر اساس چهار پارامتر چه چیزی، چه کسی، چه زمانی و چگونه؛ قابل تنظیم است. در گروه‌بندی و تحلیل ابعاد کارآفرینی استراتژیک در کشور مورد سوال قرار گرفته است.

جدول ۱- پرسش‌های پژوهش

پارامتر	پرسش پژوهش
چه چیزی (What)	مقوله‌های زیربنایی مدل کارآفرینی استراتژیک کدامند؟
چه کسی (Who)	چه افرادی در توسعه مدل کارآفرینی استراتژیک نقش‌آفرین هستند؟
چه وقت (When)	شاخص‌های سنجش مقوله‌های توسعه مدل کارآفرینی استراتژیک شامل چیست؟
چگونه (How)	مقوله‌های توسعه مدل کارآفرینی استراتژیک چه ارتباطی با یکدیگر دارند؟

### گام دوم: بررسی نظام‌مند متون

برای گردآوری داده‌های پژوهش از داده‌های ثانویه به نام اسناد و مدارک گذشته استفاده شده است. این اسناد و مدارک شامل تمام پژوهش‌ها در زمینه کارآفرینی استراتژیک بوده است. با بررسی و شناسایی پژوهش‌ها از طریق سامانه جستجوی کتابخانه ملی و دیگر کتابخانه‌ها، پژوهشکده‌ها و سایت‌هایی همچون جهاد دانشگاهی، پایگاه مجلات تخصصی نور، مقالات علمی همایش‌های کشور، پایگاه نشریات کشور، ایران داک و غیره با کلیدواژه‌های مرتبط با کارآفرینی استراتژیک در فیلد عنوان جمعاً ۴۱ پژوهش یافت شد.

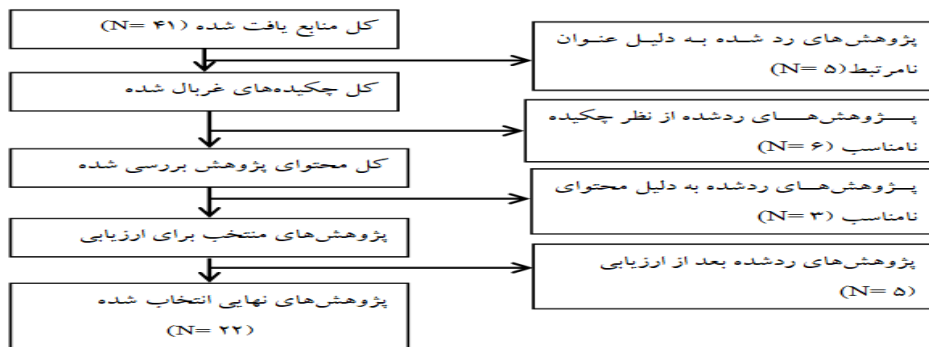
جدول ۲- کلید واژه‌های مورد استفاده

کلید واژه فارسی	کلید واژه انگلیسی
کارآفرینی استراتژیک	Strategic entrepreneurship
کارآفرینی	Entrepreneurship
استراتژی کارآفرینانه	Entrepreneurial strategy



### گام سوم: جستجو و انتخاب متون مناسب

در ادامه با استفاده از روش CASP با ۱۰ شرط کیفی، هر مقاله را به لحاظ کیفی مورد ارزیابی قرار گرفت. هر یک از مقالات در مواجهه با این شرایط، امتیازی از ۱ تا ۵ گرفته و مقالاتی که مجموع امتیازات آن‌ها ۳۱ و بالاتر شود به لحاظ کیفی تأیید و باقی مقالات حذف شد. فرایند بازبینی و انتخاب در این پژوهش به صورت خلاصه در شکل ۲ نشان داده شده است:



شکل ۲- فرایند بازبینی و انتخاب

سرانجام پس از چهار مرحله پالایش از میان ۴۱ مطالعه، ۱۹ مورد آن حذف و ۲۲ پژوهش برای تجزیه و تحلیل اطلاعات انتخاب شد.

### گام چهارم: استخراج اطلاعات پژوهش

در این پژوهش، اطلاعات پژوهش‌ها در جدولی دسته‌بندی شد. این جدول شامل اطلاعات ذیل می‌باشد: اطلاعات شناسنامه‌ای پژوهش: عنوان، نام و نام خانوادگی پدیدآورندگان و سال انتشار. اطلاعات روشی کلیدی: روش و هدف پژوهش. اطلاعات یافته‌های اصلی: نتایج و یافته‌های پژوهش.

جدول ۳- اطلاعات مقالات داخلی و خارجی منتخب

نویسنده/سال انتشار	هدف پژوهش	روش پژوهش	نتایج پژوهش
عارف پور (۱۳۹۹)	نقطه اشتراک کارآفرینی و مدیریت استراتژیک: کارآفرینی استراتژیک	استفاده از روش مدلیابی معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل	متغیرهای بسیاری بر کارآفرینی سازمانی تأثیر می‌گذارند. نتیجه مطالعات اخیر در حوزه کارآفرینی نشان می‌دهد که نداشتن دیدگاه استراتژیکی در فعالیتهای کارآفرینانه، باعث وارد آمدن صدمات جبران‌ناپذیر سرمایه‌ای و معنوی به کارآفرینان در برخی فعالیتهای کارآفرینانه، بالخصوص فعالیتهای کارآفرینانه نوپا شده است.

	<p>بهوروز (۱۳۹۹)</p>	<p>نقش مدیریت استراتژیک در پیشبرد اهداف کارآفرینی در سازمانها</p>	<p>استفاده از روش کتابخا نه ای و مقالات موجود</p>	<p>مدیریت استراتژیک و کارآفرینی سازمانی مفاهیمی هستند که از بعد نظری و عملی، در دنیای امروز، توجه محققان و مدیران زیادی را به خود جلب نموده اند. بسیاری از شرکت‌ها با بکارگیری این دو مفهوم موفقیت‌های زیادی کسب نموده اند.</p>
<p>۳</p>	<p>کیانی و پیران (۱۳۹۹)</p>	<p>بررسی رابطه بین تفکر استراتژیک با کارآفرینی استراتژیک مدیران پتروشیمی استان چهارمحال</p>	<p>داده های تحقیق با استفاده از آزمون T، همبستگی و رگرسیون تجزیه و تحلیل شده است.</p>	<p>یافته‌ها حاکی از آن است که بین تفکر استراتژیک و کارآفرینی استراتژیک مدیران پتروشیمی استان چهارمحال بختیاری رابطه معنی داری وجود دارد و مطابق نتایج بدست آمده از این پژوهش، یکی از راه‌های افزایش کارآفرینی استراتژیک، تفکر استراتژیک مدیران می‌باشد.</p>
<p>۴</p>	<p>روحی (۱۳۹۹)</p>	<p>رابطه کاراف رینسی استراتژیک با هوش رقابتی و رقابت پذیری جهت ارائه مد ل</p>	<p>تحلیلها با استفاده از نرم افزار SPSS LISREL و انجام گردید.</p>	<p>نتایج پژوهش نشان داد: کارآفرینی استراتژیک و ابعاد آن با هوش رقابتی، کارآفرینی استراتژیک و ابعاد آن با رقابت پذیری و هوش رقابتی در شرکت تولیدی پاکشوما رابطه مستقیم دارد.</p>
<p>۵</p>	<p>تازیکه و همکاران (۱۳۹۸)</p>	<p>بررسی تاثیر کارآفرینی استراتژیک بر رشد کسب و کارها</p>	<p>استفاده از تکنیک حداقل مربعات جز ئی و نرم‌افزار SMART PLS</p>	<p>نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ذهنیت کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه، مدیریت استراتژیک منابع و خلاقیت و نوآوری بر کارآفرینی استراتژیک و به تبع آن رشد کسب و کارها تاثیرگذار است. به علاوه، داشتن توانمندی کارآفرینی استراتژیک بر رشد کسب و کارها تاثیرگذار است. همچنین با عملیاتی سازی ابعاد کارآفرینی استراتژیک به خصوص در زمینه وبافت ایران در جهت بستمندسازی مدل‌های ایجاد شده در ادبیات علمی دنیا عمل می‌نماید.</p>
<p>۶</p>	<p>رضوی و همکاران (۱۳۹۸)</p>	<p>طراحی مدل کارآفرینی استراتژیک در کسب و کارهای ورزشی</p>	<p>به‌کارگیری روش تحلیل کیفی داده بنیاد</p>	<p>بر اساس نتایج پژوهش در بخش شرایط علی شاخص‌هایی همچون (رفتار فرصت جو یا نه، برنامه ریزی استراتژیک، منابع انسانی، منابع مالی و ...)، در بخش شرایط زمینه ای شاخص‌هایی همچون (سیاست‌های حمایتی دولت، عوامل قانونی و حقوقی و ...)، در بخش شرایط مداخله گر شاخص‌هایی همچون (منفی گرای، ضعف‌های رفتاری و ...)، در بخش راهبردها شاخص‌هایی همچون (بازآفرینی، شبکه سازی، یادگیری و ...) و در بخش پیامدها شاخص‌هایی همچون (ارزش آفرینی، ثروت آفرینی و ...) استخراج گردید.</p>

	محمد پور و کمالیان (۱۳۹۸)	کارآفرینی استراتژیک: رویکردی نوین به سوی مزیت رقابتی پایدار	تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS LISREL و	نتایج پژوهش، مدیران عالی را به پیاده سازی مفهوم کارآفرینی استراتژیک که علاوه بر شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های بالقوه، راه را برای صنعت جهت دستیابی به مزیت رقابتی بیشتر هموار می‌سازد، ترغیب می‌کند.
۷	قنبری (۱۳۹۸)	تاثیر مدیریت استراتژیک بر کارآفرینی	استفاده از تکنیک حداقل مربعات جزئی و نرم افزار SMART PLS	نتایج نشان داد میحث مدیریت استراتژیک یکی از مباحث نو ظهور در مدیریت است و مهمترین رکن مدیریت دانش، پیاده سازی و اثر بخشی آن می باشد، که شناخت مدیریت دانش به عنوان یک روح حاکم بر اعمال سازمانی برای پیاده سازی آن ضروری است.
۸	وظیفه دوست و اورکی (۱۳۹۷)	بررسی مفهوم کارآفرینی استراتژیک	مطالعات قبلی با تاکید بر شواهد تجربی و تحلیل داده‌ها	نتایج این پژوهش به جای استفاده از دامنه مفهومی کارآفرینی استراتژیک به عنوان یک ساختار نظری، نقاط همگرایی و واگرایی را آشکار ساخته و ابهامات تعاریف باقی مانده را روشن کرد. از این رو یک چارچوب کلان را برای استنباط گفتارهای پیرامون پارامترهای ساختاری کلیدی مطرح شده است.
۹	فتحی آق قلعه و همک اران (۱۳۹۷)	تاثیر یادگیری استراتژیک بر کارآفرینی سازمانی نقش واسطه ای چابکی استراتژیک	مدلیابی معادلات ساختاری - حداقل مربعات جزئی	نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها بیانگر این است که یادگیری استراتژیک علاوه بر تاثیر مستقیم بر کارآفرینی سازمانی، دارای اثر غیرمستقیم معنادار از طریق چابکی استراتژیک می‌باشد.
۱۰	مصلح (۱۳۹۷)	بررسی رابطه ابعاد تفکر استراتژیک و کارآفرینی سازمانی مدیران آموزشی شهرستان پیرسون و اسپیرمن	استفاده از روشهای آمار توصیفی و استنباطی و بررسی فرضیه‌ها با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون و اسپیرمن	یافته‌ها نشان داد ضریب همبستگی بین میزان ابعاد تفکر استراتژیک و کارآفرینی سازمانی مدیران آموزشی، در دو شیوه ی محاسبه ی همبستگی پیرسون و اسپیرمن معنادار است. که این خود نشان دهنده همبستگی مثبت و مستقیم بین دو متغیر مورد بررسی است.
۱۱	رضایی آکامی و همکاران (۱۳۹۷)	نقش کارآفرینی استراتژیک در تولید سرمایه و اقتصاد	مرور مستند بر ادبیات موضوعی مربوط به اقتصاد و کارآفرینی و روش تحلیل فراترکیب	نتایج نشان داد کارآفرینی فرآیندی است که بدون توجه به منابعی که در اختیار است فرصتها بوسیله افراد تعقیب می شود مدیریت استراتژیک نیز باتصمیم‌های آینده سر و کار ندارد، بلکه اثرات آینده تصمیمات جاری را مورد توجه قرار می دهد. سرمایه مالی شامل همه منابع مختلف پولی شرکتها جهت توسعه و اجرای استراتژیها می باشد.

<p>نتایج نشان داد مفاهیم جدید سرریز دانش و کارآفرینی استراتژیک هم از طرف دانش‌گاهیان و هم از طرف متخصصان مورد توجه قرار گرفته است. ارتباط بین این دو و تأثیرات یکی بر دیگری به دلیل پتانسیل‌های قابل توجه سرریز دانش بر رشد اقتصادی مناطق اطراف آن، مورد توجه هر دو بخش است.</p>	<p>مدلیابی معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل</p>	<p>دانش و کارآفرینی استراتژیک</p>	<p>۱۲</p>	<p>Bagheri, M., &amp; França, A. (2021).</p>
<p>این پژوهش محققان و سیاست‌گذاران را قادر می‌سازد تا در مورد اصلاحات سیاسی مناسب در این زمینه نوظهور نوآوری و کارآفرینی فنی در درجه اول برای تحقیق و توسعه کشور تجدید نظر کنند.</p>	<p>استفاده از تکنیک حداقل مربعات جزئی و نرم افزار SMART PLS</p>	<p>کارآفرینی فنی در هند از طریق یک لنز استراتژیک</p>	<p>۱۳</p>	<p>Chakrabarty, A., Tagiyar, M., &amp; Sinha, S. (2021).</p>
<p>این پژوهش به درک چگونگی ایجاد یک ذهنیت، فرهنگ و رهبری کارآفرینانه در ارزش‌هاویژگی‌های خاص شخصی کمک می‌کند؛ این‌که درک بهتری از چگونگی ایجاد ذهنیت و فرهنگ کارآفرینی با کار بر روی ارزش‌ها و ویژگی‌های نسل جوان امکان‌پذیر می‌شود. علاوه بر آن، این پژوهش توضیح می‌دهد که چرا و چگونه رهبران SME کارآفرین به بهترین شکل قادر به تصمیم‌گیری و مدیریت استراتژیک منابع برای ایجاد مزیت‌های رقابتی هستند.</p>	<p>استفاده از تحلیل کیفی محتوا و کدگذاری متون مصاحبه‌ها</p>	<p>کارآفرینی استراتژیک: ارزش‌ها و خصوصیات شخصی بر تصمیم‌گیری</p>	<p>۱۴</p>	<p>Lombardi, R., Tiscini, R., Treguattrini, R., &amp; Martiniello, L. (2020).</p>
<p>نتایج پژوهش نشان داد مهارت‌پذیری نوآوری به ویژه برای شرکت‌های جوان مبتنی بر فناوری بسیار پیچیده است زیرا آنها از نظر استراتژیک با چالش منابع روبرو هستند و دانش کافی ندارند، اما زمینه قابل توجهی برای کارآفرینی دارند. می‌توان با کارآفرینی استراتژیک یک راه حل ارائه داد.</p>	<p>مدلیابی معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل</p>	<p>رفتار کارآفرینانه استراتژیک و دوسویه نوآوری شرکت‌های جوان مبتنی بر فناوری</p>	<p>۱۵</p>	<p>Hughes, M., Hughes, P., Morgan, R. E., Hodgkinson, I. R., &amp; Lee, Y. (2020).</p>
<p>نتایج نشان داد که صنایع خرده‌فروشی و تولید به طور کلی عملکرد نامناسبی در زمینه کارآفرینی استراتژیک دارند، زیرا سودآوری کمتری دارند و نرخ بقای آنها پایین‌تر است. بنابراین شواهد ما اهمیت صنعت را برای کارآفرینی استراتژیک تأیید می‌کنند که دارای پیامدهای مهم مدیریتی و سیاست‌های عمومی است.</p>	<p>استفاده از تکنیک حداقل مربعات جزئی و نرم افزار SMART PLS</p>	<p>اهمیت صنعت برای کارآفرینی استراتژیک: شواهدی از نظرسنجی شرکت‌کافمن</p>	<p>۱۶</p>	<p>Boudreaux, C. J. (2020).</p>
<p>نتایج این پژوهش بر روی نمونه‌ای از ۳۵۸ SME اسپانیایی انجام شده است، نشان می‌دهد که انجام یک فعالیت استراتژیک تأثیر مثبتی بر نتایج شرکت دارد و این رابطه مثبت در شرایط رقابت بالا بهبود می‌یابد.</p>	<p>استفاده از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی</p>	<p>تأثیر شدت رقابت بر رابطه بین کارآفرینی استراتژیک و نتایج سازمانی</p>	<p>۱۷</p>	<p>Estrada-Cruz, M., Rodriguez-Hernández, N., &amp; Verdú</p>

			Jove r, A. & Góme z- Gras, J. M. (2020 )	
نتایج نشان داد که بازگشت به اقدامات کارآفرینانه می تواند از طریق چهار مکانیزم اصلی ایجاد شود: نوآوری، عدم اطمینان، مدل های جدید تجاری یا آربیتراژ بین صنعت - به طور منحصر به فرد یا به صورت ترکیبی. بررسی این مکانیزم ها برای ایجاد ارزش در کنار یکدیگر، پیامدهایی را برای چگونگی سازماندهی و مدیریت بهینه فرآیند کارآفرینی آشکار می سازد. بنابراین بازگشت به فعالیت های کارآفرینی می تواند به طور عادلانه اختصاص یابد.	مدل یابی معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل	ارائه مدل اقتصادی کارآفرینی استراتژیک	Westg ren, R., & Wueb ker, R. (2019 )	۱۸
یافته های پژوهش نشان می دهد که مولفه کارآفرینی کارآفرینی استراتژیک با عملکرد SME در طول بحران اقتصادی رابطه مثبت دارد. علاوه بر این، یک رابطه منفی معنادار بین عملکرد SME شرکت های خارج از منطقه مرکزی فدرال و اصطلاح تعامل اجزای کارآفرینی و مزیت رقابتی یافت شد که نشان می دهد نیاز به انتخاب تنها یک نوع اقدام و عدم انجام همزمان هر دو است.	تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS	کارآفرینی استراتژیک در رو سیه هنگام بحران اقتصادی	Shiro kova, G., Ivvn en, L., & Gaffo rova, E. (2019 )	۱۹
نتایج نشان می دهد که هنوز فضای کافی برای دانشمندان جهت کمک به تعریف صحیح کارآفرینی استراتژیک وجود دارد. همچنین درک دقیق اینکه چگونه کارآفرینی استراتژیک در سازمان ها آشکار می شود، کشف محیط های داخلی و خارجی مناسب برای نفوذ کارآفرینی استراتژیک و شناسایی عواقب و نتایج مربوط به کارآفرینی استراتژیک موفق از جمله دستاوردهای مهم این پژوهش است.	بررسی ادبیات موجود با روش تحلیل کیفی فرا ترکیب	کارآفرینی استراتژیک: محتوا، فرآیند، زمینه و نتایج	Mazz ei, M. J. (2018 )	۲۰
نتایج این پژوهش یک چارچوب مفهومی از کارآفرینی استراتژیک را ارائه می دهد که در آن توانایی های مدیریتی کارآفرینان سنجش محیط، فرصت استفاده، انعطاف پذیری استراتژیک و جهت گیری کارآفرینی از نزدیک با یادگیری سازمانی در تعامل است. چارچوب مفهومی پیشنهادی نشان می دهد که هر بعد از کارآفرینی استراتژیک نقشی اساسی در مزیت رقابتی شرکتها دارد. علاوه بر این، نتایج مطالعه موردی نشان می دهد که موقعیت و مسیر تکاملی یک شرکت عوامل قبلی را تحت تأثیر قرار می دهد که بر توانایی های مدیریتی کارآفرینان و یادگیری سازمانی شرکت های مستقر تأثیر می گذارد.	استفاده از روشهای آمار توصیفی و استنباطی	کارآفرینی استراتژیک و مزیت رقابتی شرکت های تاسیس شده	Paek, B., & Lee, H. (201 .8)	۲۱

### گام پنجم: تجزیه و تحلیل یافته های کیفی

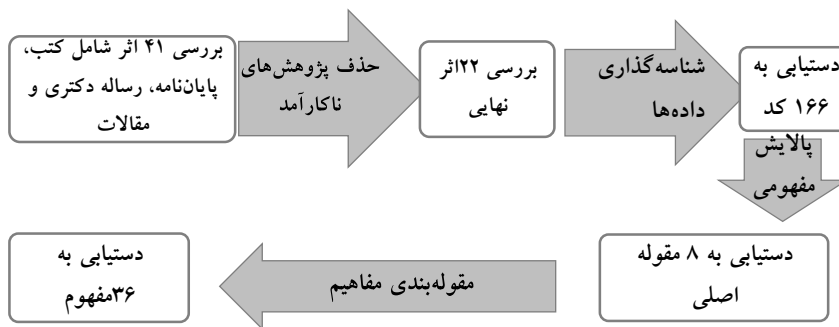
پژوهشگر در طول تجزیه و تحلیل، موضوعاتی را جستجو می کند که در میان مطالعه های موجود در

فراترکیب پدیدار شده است. این مورد به عنوان (بررسی موضوعی) شناخته می‌شود. به محض اینکه موضوع‌ها شناسایی و مشخص شد، بررسی کننده، طبقه‌بندی‌ای را شکل می‌دهد و طبقه‌بندی‌های مشابه و مربوط را در موضوعی قرار می‌دهد که آن را به بهترین گونه توصیف می‌کند. موضوع‌ها اساس و پایه ایجاد توضیحات، الگوها و نظریه‌ها یا فرضیات را ارائه می‌کند. در این پژوهش، ابتدا تمام عوامل استخراج شده از مطالعه‌ها به عنوان شناسه در نظر گرفته، و سپس با در نظر گرفتن معنای هر یک از آنها، شناسه‌ها در مفهومی مشابه تعریف شد؛ سپس مفاهیم مشابه در مقولات تبیین کننده دسته‌بندی گردید تا به این ترتیب محورهای تبیین کننده شاخص‌های کارآفرینی استراتژیک در قالب مقوله‌های اصلی و فرعی پژوهش شناسایی شود.

### گام ششم: کنترل کیفیت تحلیل

منظور از اعتبار در پژوهش کیفی، مفاهیمی نظیر دفاع پذیری، باور پذیری، تصدیق پذیری و بازتاب‌پذیری نتایج پژوهش صورت گرفته است. یکی از شاخص‌های اعتبار (پایایی) پژوهش کیفی ارزیابی دو یا چند سند از حیث ارجاع به شاخصی خاص است. نرم‌افزار **Maxqda** از چنین قابلیت‌های برخوردار است و ماهیت صفر و یکی کدها امکان استفاده از شاخص کاپا را فراهم می‌کند. برای ارزیابی پایایی فراترکیب، سندی انتخابی در اختیار یکی از خبرگان قرار داده شد. پس از ارزیابی، ضریب کاپا ۰/۶۱۱ محاسبه گردید. ضریب کاپای بالای ۰/۶ مطلوب می‌باشد (سندولوسکی و باروسو، ۲۰۰۶). بنابراین این مقدار به معنای پایایی نتایج پژوهش است. همچنین در این پژوهش، روشهای ذیل برای حفظ کیفیت مطالعه در نظر گرفته شد:

در سراسر پژوهش، تلاش گردید توضیحات روشن و واضح برای گزینه‌های پژوهش ارائه شود. از هر دو راهکار جستجوی الکترونیک و دستی برای جستجوی پژوهش‌ها استفاده گردید.



شکل ۳- الگوریتم خروجی کنترل کیفیت شاخص‌های پژوهش

## کام هفتم: ارائه گزارش و یافته‌های پژوهش

در این مرحله از روش فراترکیب، یافته‌های مراحل قبل ارائه می‌شود. در ادامه به شناسایی شاخص‌های پژوهش پرداخته می‌شود. شاخص‌های به دست آمده به تعداد ۲۲ عدد از مقالات مذکور، ارائه شده است. از شاخص‌های استخراج شده از متون مقالات مرتبط، با حذف شاخص‌های هم‌معنی و پرتکرار و در نهایت با مقوله و دسته‌بندی شاخص‌های نهایی، ۸ مقوله اصلی و ۳۶ شناسه حاصل گردید. در این مرحله با کدگذاری، مقوله‌های اصلی و فرعی پژوهش مشخص شدند.

جدول ۴- مقوله‌های اصلی و فرعی کارآفرینی استراتژیک

مقوله اصلی	مقوله فرعی
مدیریت استراتژیک	عدم مقاومت در برابر تغییرات، تقویت منابع خلاق سازمانی، پیش‌بینی استراتژیک، به‌کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات
تفکر استراتژیک کارآفرینانه	ریسک‌پذیری افراد، ارائه ایده‌های خلاقانه، ارتقاء مهارت‌های فردی، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین
کارآفرینی استراتژیک	بهبود فرایندهای کاری، نهادینه سازی کارآفرینی، گسترش و توسعه نوآوری، ارزش و سود آفرینی، اشتغال‌زایی پایدار
استقرار فرهنگ کارآفرینانه	اجرائی نمودن استراتژی‌های مدون، بهبود مدیریت ارتباط با مشتری، افزایش یادگیری استراتژیک، افزایش ایده‌پردازی‌های نوآورانه
رهبری کارآفرینانه	مدیریت استراتژیک روابط، برنامه‌ریزی راهبردی کارآفرینانه، استفاده از توان شوراهای شهری، استقرار مدیریت دانش، بازاریابی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی
مدیریت منابع	تدوین استراتژی مشتری‌گرایی، به‌کارگیری منابع مالی موثر، تدوین برنامه‌های مشارکتی مالی، افزایش کیفیت نیروی انسانی، شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه
سیاست‌های حمایتی دولت	عوامل قانونی و حقوقی، نظام آموزشی کشور، سیاست‌های تجاری، عوامل تأثیرگذار حاکمیتی
تحقیق و توسعه سازمانی	میزان تخصیص بودجه و اعتبارات شهری، توسعه بازارهای مالی، ارتقاء زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری، چابکی استراتژیک، انعطاف‌پذیری ساختاری

## طراحی الگوی اولیه کارآفرینی استراتژیک در نهادهای عمومی

ارائه الگوی اولیه کارآفرینی استراتژیک از روش مدلسازی ساختاری-تفسیری استفاده شد. الگوی روابط بین شاخص‌های شناسایی شده با استفاده از الگوی مندرج در جدول ۵ تعیین شده است.

جدول ۵- علائم مورد استفاده در طراحی الگوی ساختاری-تفسیری

نماد	V	A	X	O
رابطه	متغیر I بر J تاثیر دارد	متغیر J بر I تاثیر دارد	رابطه دو سویه	عدم وجود رابطه

**گام نخست:** با شناسایی روابط شاخص‌ها، ماتریس خودتعاملی ساختاری (SSIM) تشکیل شده است.

جدول ۶- ماتریس خودتعاملی ساختاری کارآفرینی استراتژیک

R & D	EL	SM	ECS	EST	FR	SE	GSP	SSIM
O	A	A	X	O	X	V		سیاست‌های حمایتی دولت (GSP)
V	A	A	O	X	A			کارآفرینی استراتژیک (SE)
V	A	A	X	V				مدیریت منابع (FR)
V	A	A	A					تفکر استراتژیک کارآفرینانه (EST)
V	A	A						استقرار فرهنگ کارآفرینانه (ECS)
V	X							مدیریت استراتژیک (SM)
V								رهبری کارآفرینانه (EL)
								تحقیق و توسعه کارآفرینی سازمانی (R&D)

**گام دوم:** ماتریس خودتعاملی ساختاری با استفاده از الگوی مندرج در جدول ۵ به یک ماتریس دو ارزشی صفر و یک تبدیل شد که ماتریس دریافتی (RM) نامیده می‌شود. در ماتریس دریافتی درایه‌های قطر اصلی برابر یک قرار می‌گیرد. همچنین برای اطمینان، روابط ثانویه کنترل گردید. یعنی اگر براساس روابط ثانویه باید اثرات مستقیم لحاظ شده باشد اما در عمل این اتفاق نیفتاده باشد باید جدول تصحیح شود و رابطه ثانویه را نیز نشان داد (آذر و غلامزاده، ۱۳۹۸). ماتریس دسترسی نهایی در جدول ۷ ارائه شده است.

جدول ۷- ماتریس دستیابی پس از سازگاری

R&D	EL	SM	ECS	EST	FR	SE	GSP	TRM
1*	0	0	1	1*	1	1	1	سیاست‌های حمایتی دولت (GSP)
1	0	0	0	1	0	1	0	کارآفرینی استراتژیک (SE)
1	0	0	1	1	1	1	1	مدیریت منابع (FR)
1	0	0	0	1	0	1	0	تفکر استراتژیک کارآفرینانه (EST)
1	0	0	1	1	1	1*	1	استقرار فرهنگ کارآفرینانه (ECS)
1	1	1	1	1	1	1	1	مدیریت استراتژیک (SM)

Structural Self-Interaction Matrix, SSIM<sup>۱</sup>

Reachability matrix, RM<sup>۲</sup>



1	1	1	1	1	1	1	1	رهبری کارآفرینانه (EL)
1	0	0	0	0	0	0	0	تحقیق و توسعه کارآفرینی سازمانی (R&D)

**گام سوم:** پس از تشکیل ماتریس دستیابی برای تعیین روابط و سطح بندی شاخص‌ها باید «مجموعه دستیابی» و «مجموعه پیش‌نیاز» شناسایی شود. برای متغیر  $C_i$  مجموعه دستیابی (خروجی یا اثرگذاری‌ها) شامل متغیرهایی است که از طریق متغیر  $C_i$  می‌توان به آنها رسید. مجموعه پیش‌نیاز (ورودی یا اثرپذیری‌ها) شامل متغیرهایی است که از طریق آنها می‌توان به متغیر  $C_i$  رسید.

جدول ۸- مجموعه ورودی‌ها و خروجی‌ها برای تعیین سطح

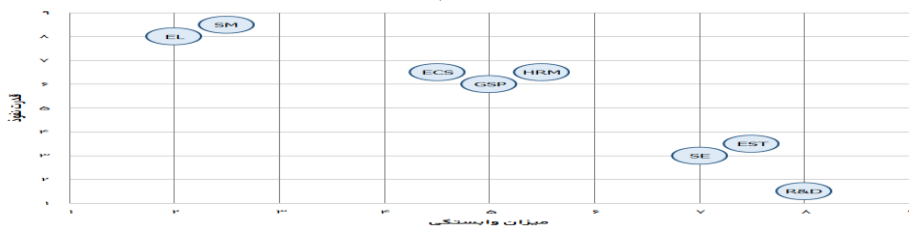
اشتراک	ورودی: اثرپذیری	خروجی: اثرگذاری	متغیرها
GSP,FR,ECS	GSP,FR,ECS,SM,EL	D&GSP,SE,FR,EST,ECS,R	GSP
SE,EST	GSP,SE,FR,EST,ECS,SM,EL	D&SE,EST,R	SE
GSP,FR,ECS	GSP,FR,ECS,SM,EL	D&GSP,SE,FR,EST,ECS,R	FR
SE,EST	GSP,SE,FR,EST,ECS,SM,EL	D&SE,EST,R	EST
GSP,FR,ECS	GSP,FR,ECS,SM,EL	D&GSP,SE,FR,EST,ECS,R	ECS
SM,EL	SM,EL	D&GSP,SE,FR,EST,ECS,SM,EL,R	SM
SM,EL	SM,EL	D&GSP,SE,FR,EST,ECS,SM,EL,R	EL
D&R	D&GSP,SE,FR,EST,ECS,SM,EL,R	D&R	D&R

**گام چهارم:** مجموعه ورودی‌ها و خروجی‌ها برای هر عنصر در تشکیل ماتریس قدرت نفوذ-وابستگی (تحلیل MICMAC) مورد استفاده قرار می‌گیرد. ماتریس قدرت نفوذ-وابستگی در جدول ۹ ارائه شده است. در الگو (ISM) روابط متقابل و تاثیر گذاری بین معیارها و ارتباط معیارهای سطوح مختلف به خوبی نشان داده شده است که موجب درک بهتر فضای تصمیم‌گیری به وسیله مدیران می‌شود. برای تعیین معیارهای کلیدی قدرت نفوذ و وابستگی معیارها در ماتریس دسترسی نهایی تشکیل می‌شود. شکل ۳ نمودار قدرت-وابستگی را برای متغیرهای مورد مطالعه را نشان می‌دهد.

جدول ۹- قدرت نفوذ و میزان وابستگی شاخص‌های کارآفرینی استراتژیک

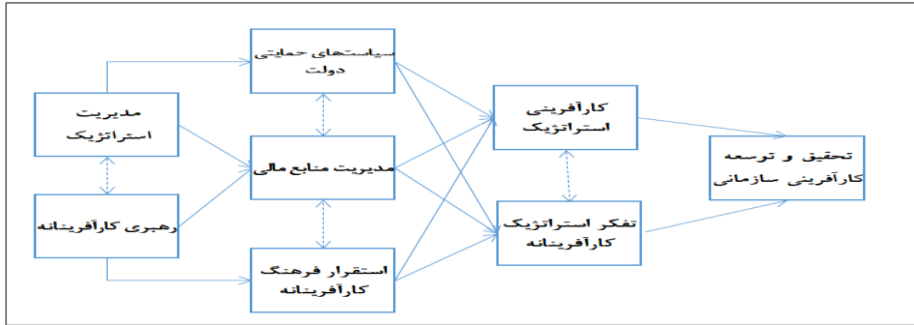
نماد	میزان وابستگی	قدرت نفوذ	سطح
سیاست‌های حمایتی دولت (GSP)	۵	۶	۳
کارآفرینی استراتژیک (SE)	۷	۳	۲
مدیریت منابع (FR)	۵	۶	۳
تفکر استراتژیک کارآفرینانه (EST)	۷	۳	۲
استقرار فرهنگ کارآفرینانه (ECS)	۵	۶	۳
مدیریت استراتژیک (SM)	۲	۸	۴
رهبری کارآفرینانه (EL)	۲	۸	۴
تحقیق و توسعه کارآفرینی سازمانی (D&R)	۸	۱	۱

**گام پنجم:** براساس نمودار قدرت نفوذ-وابستگی متغیرهای مدیریت استراتژیک و رهبری کارآفرینانه قدرت نفوذ بالایی داشته و تاثیرپذیری کمی دارند و در ناحیه متغیرهای مستقل قرار گرفته است. متغیرهای تحقیق و توسعه کارآفرینی سازمانی، کارآفرینی استراتژیک و تفکر استراتژیک کارآفرینانه نیز از وابستگی بالا اما نفوذ اندکی برخوردار هستند بنابراین متغیرهای وابسته محسوب می‌شوند. متغیرهای سیاست‌های حمایتی دولت، مدیریت منابع مالی و استقرار فرهنگ کارآفرینانه قدرت نفوذ و میزان وابستگی مشابهی دارند بنابراین متغیرهای پیوندی هستند. لازم به ذکر است هیچ متغیری نیز در ربع اول یعنی ناحیه خودمختار قرار نگرفته است. در شکل ۴ نمودار قدرت نفوذ و میزان وابستگی (خروجی نرم‌افزار میک-مک) ارائه شده است:



شکل ۴- نمودار قدرت نفوذ و میزان وابستگی (خروجی نرم‌افزار میک-مک)

**گام ششم:** براساس نتایج این تحلیل مدیریت استراتژیک و رهبری کارآفرینانه بر سیاست‌های حمایتی دولت، مدیریت منابع و استقرار فرهنگ کارآفرینانه تاثیر دارند. این عوامل نیز بر کارآفرینی استراتژیک و تفکر استراتژیک کارآفرینانه اثر می‌گذارند. در نهایت نیز به تحقیق و توسعه کارآفرینی سازمانی منجر می‌شوند. عناصر سطح چهار یعنی مدیریت استراتژیک و رهبری کارآفرینانه بیشترین تاثیر را در کارآفرینی استراتژیک نهادهای عمومی دارند. به همین ترتیب از میزان تاثیرگذاری در سطوح بعد کاسته می‌شود و متغیرهای هم سطح یعنی تعامل متقابل با هم دارند. پس از تعیین روابط و سطح شاخص‌های مذکور، می‌توان آن‌ها را به شکل الگویی طراحی نمود. به همین منظور ابتدا شاخص‌ها را بر حسب سطح آن‌ها به ترتیب از بالا به پایین تنظیم می‌گردد. در پژوهش حاضر شاخص‌های کیفی در ۶ سطح قرار گرفته‌اند. الگوی نهایی کارآفرینی استراتژیک در نهادهای عمومی در شکل ۵ نمایش داده شده است.

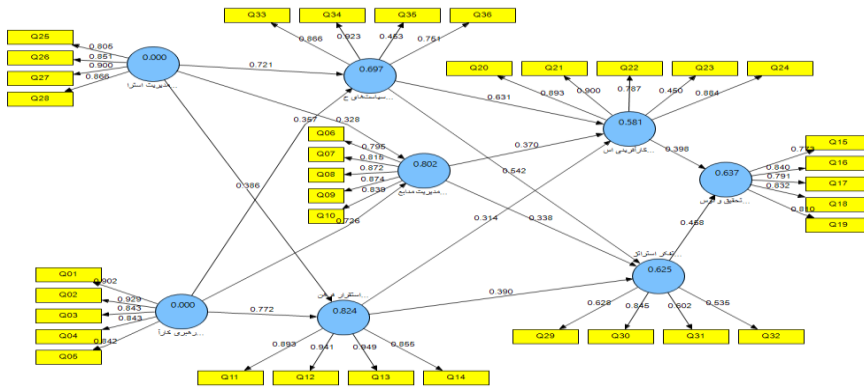


شکل ۵- الگوی اولیه کارآفرینی استراتژیک در نهادهای عمومی

### ب: تجزیه و تحلیل یافته‌ها

#### اعتبارسنجی الگوی کارآفرینی استراتژیک در نهادهای عمومی

پس از آنکه مدل اولیه کارآفرینی استراتژیک در نهادهای عمومی طراحی شد، جهت اعتبارسنجی و ارائه مدل نهایی از روش حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شده است. مدل ساختاری نهایی پژوهش در شکل ۶ نمایش داده شده است. در این مدل که خروجی نرم افزار Smart PLS است خلاصه نتایج مربوط به بار عاملی استاندارد روابط موثر بر نوآوری ارائه شده است. آماره  $t$  و مقدار بوت استرپینگ برای سنجش معناداری روابط نیز در پیوست آمده است.



شکل ۶- تکنیک حداقل مربعات جزئی مدل کلی پژوهش

با استناد به تجزیه و تحلیل‌های انجام شده، خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش در جدول ۱۰ ارائه شده است:

جدول ۱۰- خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌ها	متغیر مستقل	متغیر وابسته	بارعاملی	آماره t	نتیجه
فرضیه ۱	رهبری کارآفرینانه	سیاست‌های حمایتی دولت	۰/۳۵۷	۲/۹۹۱	تایید
فرضیه ۲	رهبری کارآفرینانه	مدیریت منابع	۰/۷۲۶	۹/۱۷۲	تایید
فرضیه ۳	رهبری کارآفرینانه	استقرار فرهنگ کارآفرینانه	۰/۷۷۲	۹/۷۵۳	تایید
فرضیه ۴	مدیریت استراتژیک	سیاست‌های حمایتی دولت	۰/۷۲۱	۹/۴۱۰	تایید
فرضیه ۵	مدیریت استراتژیک	مدیریت منابع	۰/۳۲۸	۳/۳۲۵	تایید
فرضیه ۶	مدیریت استراتژیک	استقرار فرهنگ کارآفرینانه	۰/۳۸۶	۳/۳۱۷	تایید
فرضیه ۷	سیاست‌های حمایتی دولت	کارآفرینی استراتژیک	۰/۶۳۱	۶/۴۸۲	تایید
فرضیه ۸	مدیریت منابع	کارآفرینی استراتژیک	۰/۳۷۰	۲/۲۷۶	تایید
فرضیه ۹	استقرار فرهنگ کارآفرینانه	کارآفرینی استراتژیک	۰/۳۱۴	۲/۱۰۳	تایید
فرضیه ۱۰	سیاست‌های حمایتی دولت	تفکر استراتژیک کارآفرینانه	۰/۵۴۲	۷/۵۳۱	تایید
فرضیه ۱۱	مدیریت منابع	تفکر استراتژیک کارآفرینانه	۰/۳۳۸	۲/۱۲۱	تایید
فرضیه ۱۲	استقرار فرهنگ کارآفرینانه	تفکر استراتژیک کارآفرینانه	۰/۳۹۰	۲/۹۳۵	تایید
فرضیه ۱۳	کارآفرینی استراتژیک	تحقیق و توسعه سازمانی	۰/۳۹۸	۴/۶۷۲	تایید
فرضیه ۱۴	تفکر استراتژیک کارآفرینانه	تحقیق و توسعه سازمانی	۰/۴۵۸	۵/۵۴۵	تایید

مدل بیرونی براساس سه شاخص روایی همگرا، پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ مورد ارزیابی قرار گرفته است. خلاصه نتایج ارزیابی برازش مدل اندازه‌گیری در جدول ۱۱ ارائه شده است.

جدول ۱۱- خلاصه نتایج ارزیابی برازش مدل اندازه‌گیری

سازه‌های اصلی	AVE	پایایی ترکیبی (CR)	آلفای کرونباخ
استقرار فرهنگ کارآفرینانه	۰/۸۲۹	۰/۹۵۱	۰/۹۳۱
تحقیق و توسعه سازمانی	۰/۶۵۵	۰/۹۰۵	۰/۸۶۸
تفکر استراتژیک کارآفرینانه	۰/۵۴۰	۰/۷۵۳	۰/۷۶۵
رهبری کارآفرینانه	۰/۷۶۲	۰/۹۴۱	۰/۹۲۱
سیاست‌های حمایتی دولت	۰/۵۹۳	۰/۸۴۶	۰/۷۵۵
کارآفرینی استراتژیک	۰/۶۹۰	۰/۹۵۵	۰/۸۲۱
مدیریت استراتژیک	۰/۷۳۳	۰/۹۱۶	۰/۸۷۸
مدیریت منابع انسانی	۰/۷۰۵	۰/۹۲۳	۰/۸۹۵

مقدار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) بزرگتر از ۰/۵ است بنابراین روایی همگرا تایید می‌شود. آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی تمامی متغیرها بزرگتر از ۰/۷ بوده بنابراین از نظر پایایی تمامی متغیرها مورد تایید است. برازش مدل درونی (ساختاری) براساس سه شاخص ضریب تعیین ( $R^2$ )، شاخص استون-گیزر ( $Q^2$ )، و شاخص نیکویی برازش (GOF) ارزیابی گردیده است. خلاصه نتایج ارزیابی برازش مدل ساختاری در جدول ۱۲ ارائه شده است.

جدول ۱۲- خلاصه نتایج ارزیابی برازش مدل اندازه‌گیری

سازه‌های اصلی	ضریب تشخیص	روایی متقاطع اشتراکی	روایی متقاطع افزونگی
استقرار فرهنگ کارآفرینانه	۰/۸۲۴	۰/۴۷۶	۰/۴۴۰
تحقیق و توسعه سازمانی	۰/۶۳۷	۰/۳۰۲	۰/۲۶۶
تفکر استراتژیک کارآفرینانه	۰/۶۲۵	۰/۱۸۷	۰/۱۵۱
رهبری کارآفرینانه	۰/۰	۰/۴۰۹	۰/۳۷۳
سیاست‌های حمایتی دولت	۰/۶۹۷	۰/۲۴۰	۰/۲۰۴
کارآفرینی استراتژیک	۰/۶۳۰	۰/۳۱۳	۰/۱۶۷
مدیریت استراتژیک	۰/۰	۰/۳۸۰	۰/۳۴۴
مدیریت منابع	۰/۸۰۲	۰/۳۵۲	۰/۳۱۶

ضریب تعیین ( $R^2$ ) معیاری است که بیانگر میزان تبیین متغیرهای وابسته الگو است بنابراین هرچه بیشتر باشد، بهتر است. سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به ترتیب نشان‌دهنده برازش ضعیف، متوسط و قوی است (چین، ۱۹۹۸). ضریب تعیین کارآفرینی استراتژیک در نهادهای عمومی نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل توانسته‌اند ۶۴٪ از تغییرات این سازه را تبیین کنند و مقدار قابل توجهی است. معیار استون- گیزر یا شاخص  $Q^2$  براساس دو شاخص روایی متقاطع اشتراکی و افزونگی قابل بررسی است. اگر این مقادیر از ۰/۳۵ بیشتر باشد مطلوب است (هنسلر و همکاران، ۲۰۱۵). روایی متقاطع اشتراکی و افزونگی برای تمامی سازه‌های پژوهش بزرگتر از ۰/۳۵ بدست آمده است. بنابراین قدرت پیش‌بینی سازه‌های پژوهش بصورت قوی برآورد می‌شود. مهمترین شاخص برازش مدل در تکنیک حداقل مجذورات جزئی شاخص  $GOF$  است. معیار  $GOF$  توسط تنهاوس و همکاران (۲۰۰۴) ابداع گردید. وتزلس و همکاران (۲۰۰۹) سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای  $Gof$  معرفی نموده‌اند. این شاخص با استفاده از میانگین هندسی شاخص  $R^2$  و میانگین شاخص‌های افزونگی مقابل محاسبه است. شاخص  $GOF$  برابر ۰/۴۹ بدست آمده است بنابراین مدل از برازش مطلوبی برخوردار است.

## نتیجه‌گیری و پیشنهادها

### نتیجه‌گیری

ماهیت پویای نهادهای عمومی و شهرداری‌ها و فعالیت آنها در عرصه رقابت جهانی‌شان الزام ارائه ایده‌های نو، راه‌حل‌های نوین و افکار جدید را جهت ارائه خدمات با کیفیت در حداقل زمان ممکن کرده است و کارآفرینی استراتژیک یک ضرورت لازم جهت حداکثرسازی بهره‌وری و کارایی سازمانی است.

مدل ارائه شده در پژوهش حاضر، یک راهنمای تجربه شده برای تحقق اهداف و برنامه کارآفرینی استراتژیک در شهرداری‌های کشور می‌باشد که مبتنی بر تجارب گذشته است. براساس نتایج به دست آمده مشخص گردید الگوی کارآفرینی استراتژیک در نهادهای عمومی از اعتبار کافی برخوردار است. در این زمینه به مولفه‌هایی نظیر رهبری کارآفرینانه و مدیریت استراتژیک اشاره شده است که با نتایج مطالعات بهروزفر (۱۳۹۹) و تازیکه و همکاران (۱۳۹۸) سازگار است. همچنین در نتایج مطالعات فتحی آق قلعه (۱۳۹۷) و استرادا و همکاران (۲۰۲۰) نیز به مولفه‌هایی نظیر مدیریت منابع و سیاست‌های حمایتی دولت اشاره شده است که در الگوی ارائه شده در پژوهش حاضر، مولفه‌های مذکور در سطح سوم قرار گرفته‌اند و از این منظر نتایج با یکدیگر همخوانی دارند. در نتایج مطالعه باقری و فرانس (۲۰۲۱) نیز به مولفه فرهنگ کارآفرینانه و استقرار آن در سازمان اشاره شده است که با نتایج پژوهش حاضر هماهنگ است. همچنین نتایج پژوهش نشان داد مولفه‌هایی نظیر کارآفرینی استراتژیک و تفکر استراتژیک کارآفرینانه از جمله عوامل تاثیرگذار بر مولفه‌های فوق‌الذکر هستند. در نتایج مطالعات مصلح (۱۳۹۷) و هوگر و همکاران (۲۰۲۰) نیز به این مهم اشاره شده است. در نهایت آنچه به عنوان خروجی نهایی از استقرار کارآفرینی استراتژیک حاصل می‌شود، تحقیق و توسعه سازمانی است که برای هر سازمانی جهت باقی ماندن در محیط رقابتی امروز ضروری است. این مهم با نتایج مطالعات نورا (۱۳۹۹) و بودرکس (۲۰۲۳) نیز هم‌راستا است.

نتایج نشان داد جهت دستیابی به اهداف کارآفرینی استراتژیک، ابتدا باید به نهادینه‌سازی کارآفرینی پرداخته شود. اتخاذ تدابیری نوین جهت گسترش و توسعه نوآوری و بهبود فرآیندهای کاری منجر به ارزش و سود آفرینی و از همه مهمتر اشتغال‌زایی پایدار می‌شود. در این میان، مدیران نهادهای عمومی و شهرداری‌ها می‌بایست به ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین توجه بیشتری

مبذول دارند. زیرا ریسک‌پذیری افراد و ارائه ایده‌های خلاقانه ارتباط مستقیمی با ویژگی‌های فردی آنها دارد و افراد فاقد ویژگی‌های کارآفرینی نمی‌توانند در مسیر کارآفرینی استراتژیک به عنوان تسهیل‌کننده قلمداد شوند. قدم بعدی پس از شناسایی افراد کارآفرین، ارتقاء مهارت‌های فردی آنهاست که با استقرار مدیریت دانش در سازمان امکان‌پذیر می‌گردد.

### پیشنهادها

بر اساس دستاوردهای پژوهش، به مدیران شهرداری‌ها پیشنهاد می‌شود با عدم مقاومت در برابر تغییرات و با به‌کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در راه دستیابی به اهداف کارآفرینی استراتژیک در نهادهای عمومی موفق‌تر از قبل عمل نمایند. یکی از دیگر عوامل تاثیرگذار در دستیابی به اهداف استراتژیک نهادهای عمومی، تقویت منابع خلاق سازمانی است که این افراد در کارآفرینی استراتژیک می‌توانند به مدیران مربوطه کمک شایانی نمایند.

درخصوص مدیریت منابع با توجه به اینکه نهادهای عمومی بیشتر تحت تأثیر روند تصمیمات و تغییرات سیاسی و اقتصادی کلان کشور قرار می‌گیرند، پیشنهاد می‌شود با استفاده از روش‌های علمی پیش‌بینی درآمد‌ها، مانند «مدل‌های اقتصادسنجی سری‌های زمانی»، «شبکه عصبی مصنوعی»، «روش برون‌گیری یا تعمیم روند گذشته»، نسبت به ارائه سناریوهای مختلف تامین منابع مالی خود در طی سالهای برنامه عملیاتی و راهبردی اقدام نمایند. همچنین ضروری است مدیران ذی‌ربط نسبت به شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه تدابیر لازم را اتخاذ نمایند. در این راستا، تدوین استراتژی مشتری‌گرایی به همراه به‌کارگیری منابع مالی موثر و تدوین برنامه‌های مشارکتی مالی تاثیرگذار خواهد بود. علاوه بر موارد مذکور مدیران نهادهای عمومی می‌بایست در خصوص افزایش کیفیت نیروی انسانی تمهیدات لازم را در نظر بگیرند و سعی در ارتقاء این مهم داشته باشند. زیرا با افزایش کیفیت منابع انسانی است که اهداف کارآفرینی استراتژیک در نهادهای عمومی قابل حصول خواهد شد.

تضمین و تداوم حیات و بقا نهادهای عمومی نیازمند ارائه راه‌حل‌ها و روش‌های نوین در جهت مقابله با چالش‌هاست که به نوآوری و ابداع و خلق خدمات جدید بستگی دارد. لازم به ذکر است، بسیاری از این مشکلات و موانع توسط کارآفرینان یک جامعه قابل حل است.

## منابع

## الف- منابع فارسی

آذر، عادل؛ خسروانی، فرزانه؛ جلالی، رضا. (۱۳۹۷)، «تحقیق در عملیات نرم»، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.

آذر، عادل؛ غلامزاده، رسول. (۱۳۹۸)، «کمترین مربعات جزئی»، انتشارات نگاه دانش امانی، جواد؛ عباس‌زاده، میرمحمد. (۱۳۹۱)، «مقدمه‌ای بر مدل‌یابی معادلات ساختاری به روش PLS و کاربرد آن در علوم رفتاری»، انتشارات دانشگاه ارومیه.

بهنروز، زهره (۱۳۹۹)، «نقش مدیریت استراتژیک در پیشبرد اهداف کارآفرینی درسازمانها»، چهارمین کنفرانس بین‌المللی مطالعات نوین اقتصاد، مدیریت و حسابداری در ایران، تهران تازیکه، مهیا و طالبی، کامبیز و سخدری، کمال، (۱۳۹۸)، «بررسی تاثیر کارآفرینی استراتژیک بر رشد کسب و کارها»، همایش ملی اقتصاد، مدیریت توسعه و کارآفرینی با رویکرد حمایت از کالای ایرانی»، زاهدان.

تنگستانی، محمدقاسم. (۱۳۹۹)، «ابهام در ماهیت حقوقی موسسات و نهادهای عمومی غیردولتی و پیامدهای آن». مجلس و راهبرد. صص ۵-۳۰.

حبیبی، آرش؛ ایزدیار، صدیقه؛ سرافرازی، اعظم. (۱۳۹۳)، «تصمیم‌گیری چندمعیاره فازی»، انتشارات کتیبه گیل.

خاتمی فیروزآبادی، محمد علی؛ عباس‌عباسی آذر، محمد رضا تقوا، کامران فیضی. (۱۳۹۸). «مدل ارزش‌گذاری خدمات الکترونیکی نهادهای عمومی (مطالعه موردی شهرداری تهران)». «مطالعات مدیریت صنعتی» ۵۵. صص ۱-۳۳.

خالقی، ابوالفتح؛ غلامعلی میرزایی منفرد. (۱۳۹۷). «تحلیل حقوقی شفافیت اطلاعاتی نهادهای عمومی». بورس اوراق بهادار. ۶۸-۹۸.

خانجانیان، فرشید؛ الفتی، زهرا. (۱۳۹۸)، «رویکردهای رهبری کارآفرینانه در بهبود فرآیند کسب و کار»، دستاوردهای نوین در مطالعات علوم انسانی دوره ۹، شماره ۳۲، صص ۲۱-۴۳.

داوری، علی؛ و رضازاده، آرش. (۱۳۹۲)، «مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS»، انتشارات جهاد دانشگاهی.

رضایی آکامی، مریم و ایمان زاده، سجاد و خزایی پول، فاطمه و حاجی اقاچانی،



اعظم، (۱۳۹۷)، «نقش کارآفرینی استراتژیک در تولید سرمایه و اقتصاد»، *اولین همایش ملی کارآفرینی*، چالوس.

رضوی، سیدمحمدحسین و برومند، محمدرضا و عظیمی دلارستاقی، عادل، (۱۳۹۸)، «طراحی مدل کارآفرینی استراتژیک در کسب و کارهای ورزشی»، *پنجمین همایش ملی انجمن علمی مدیریت ورزشی ایران*، تهران.

روحی، رامین. (۱۳۹۹)، «رابطه کارآفرینی استراتژیک با هوش رقابتی و رقابت پذیری در شرکت تولیدی صنعتی پاکشوما جهت ارائه مدل»، *ششمین کنفرانس بین المللی علوم مدیریت و حسابداری*، تهران.

صفر، محمد؛ چرخکار، محمدصادق. ۱۳۹۹. «نقش کارآفرینی استراتژیک در شناسایی و کشف فرصت‌های کارآفرینی» *رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*. صص ۱۰۰-۱۱۲. عارف پور، زهرا، (۱۳۹۹)، «نقطه اشتراک کارآفرینی و مدیریت استراتژیک: کارآفرینی استراتژیک»، *سومین همایش سراسری علم و فناوری هزاره سوم اقتصاد*، «مدیریت و حسابداری ایران»، تهران.

عظیمی، عادل؛ سید محمد حسین رضوی، محمدرضا برومند. (۱۳۹۷). «شناسایی عوامل زمینه ای تاثیرگذار بر استقرار کارآفرینی استراتژیک در کسب و کارهای ورزشی». مدیریت و توسعه ورزش. صص ۶۹-۸۸.

فتحی آق قلعه، سولماز و جهانپور، کیارش و اسکندر، فاطمه، (۱۳۹۷)، «تاثیر یادگیری استراتژیک بر کارآفرینی سازمانی نقش واسطه ای چابکی استراتژیک»، *سومین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت*، «اقتصاد و توسعه».

قنبری، آرش، (۱۳۹۸)، «تاثیر مدیریت استراتژیک بر کارآفرینی»، *سومین کنفرانس ملی نوآوری و تحقیق در علوم انسانی*، «مدیریت و معارف اسلامی»، تهران.

کیانی، عمران و پیران، محمدجلیل، (۱۳۹۹)، «بررسی رابطه بین تفکر استراتژیک با کارآفرینی استراتژیک مدیران پتروشیمی های استان (چهارمحال و بختیاری)»، *اولین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری*، ساری.

محمدپور، سمانه و کمالیان، امین رضا، (۱۳۹۸)، «کارآفرینی استراتژیک: رویکردی نوین به سوی مزیت رقابتی پایدار»، *همایش ملی اقتصاد، مدیریت توسعه و کارآفرینی با رویکرد حمایت از*

کالای ایرانی، زاهدان.

مشهدی عبدل، مریم؛ داوود ثمری، ابراهیم عباسی، مجید اشرفی. (۱۳۹۸). «تحلیل استراتژیک کارآفرینی مبتنی بر فین تک در حوزه بانکداری». مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار. صص ۳۹۳-۴۱۲.

مصلح، عبدالرحمن، (۱۳۹۷). «بررسی رابطه ابعاد تفکر استراتژیک و کارآفرینی سازمانی مدیران آموزشی شهرستان پارسیان». چهارمین همایش علمی پژوهشی استانی "از نگاه معلم"، بندرعباس. مولائی، آیت؛ فرشید بنده علی. (۱۳۹۹). «ماهیت پژوهی و جایگاه نهادهای عمومی غیردولتی؛ چالش‌ها و بایسته‌ها». مجلس و راهبرد. ۲۶۷-۰.

نورا، عباس. (۱۳۹۹). «بررسی تاثیر کارآفرینی سازمانی و استراتژیک شرکت‌های لبنی خراسان رضوی بر میزان گرایش آنها به بین‌المللی شدن». رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری. صص ۴۱-۶۰.

وظیفه دوست، حسین و اورکی، سارا، (۱۳۹۷). «بررسی مفهوم کارآفرینی استراتژیک، کنفرانس بین‌المللی نوآوری در مدیریت کسب و کار و اقتصاد»، تهران. مدیریت کسب و کار و اقتصاد»، تهران.

موسوی، سیده زهرا؛ حسینی نیا، غلامحسین؛ موسی خانی، مرتضی؛ یعقوبی، احمد (۱۴۰۰)، «ارائه مدل یکپارچه عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی با رویکرد داده بنیاد»، فصلنامه علمی مطالعات بین رشته ای دانش راهبردی»، سال دوازدهم، شماره 47، تابستان 1401، صص 169-197.

## ب- منابع لاتین

- Alayoubi, M. M., Al Shobaki, M. J., & Abu-Naser, S. S. (۲۰۲۰). *Requirements for Applying the Strategic Entrepreneurship as an Entry Point to Enhance Technical Innovation: Case Study-Palestine Technical College-Deir al-Balah*.
- Bagheri, M., & França, A. (۲۰۲۱). *Knowledge Spillovers and Strategic Entrepreneurship Revisited: A Review*. Handbook of Research on Nascent Entrepreneurship and Creating New Ventures, ۱۶۳-۱۷۱.
- Boudreaux, C. J. (۲۰۲۰). The importance of industry to strategic entrepreneurship: evidence from the kauffman firm survey. *Journal of Industry, Competition and Trade*, ۲۰(۱), ۹۳-۱۱۴.
- Chakrabarty, A., Tagiya, M., & Sinha, S. (۲۰۲۱). *Techno-entrepreneurship in India Through a Strategic Lens*. In *Research in Intelligent and Computing in Engineering* (pp. ۲۹۹-۳۰۸). Springer, Singapore.

- Chakrabarty, A., Tagiya, M., & Sinha, S. (۲۰۲۱). *Techno-entrepreneurship in India Through a Strategic Lens*. In Research in Intelligent and Computing in Engineering (pp. ۳۰۸-۲۹۹). Springer, Singapore.
- Chin, W. W. (۱۹۹۸). *The partial least squares approach to structural equation modeling*. Modern methods for business research, ۲۹۵(۲), ۳۳-۲۹۵.
- Estrada-Cruz, M., Rodriguez-Hernández, N., Verdú-Jover, A. J., & Gómez-Gras, J. M. (۲۰۲۰). The effect of competitive intensity on the relationship between strategic entrepreneurship and organizational results. *International Entrepreneurship and Management Journal*, ۱-۲۴.
- Ferreira, J. J., Ratten, V., & Dana, L. P. (۲۰۱۷). Knowledge spillover-based strategic entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, ۱۳(۱), ۱۶۱-۱۶۷.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (۲۰۱۵). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, ۴۳(۱), ۱۱۵-۱۳۵.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Sirmon, D. G., & Trahms, C. A. (۲۰۱۱). *Strategic entrepreneurship: creating value for individuals, organizations, and society*. Academy of management perspectives, ۲۵(۲), ۵۷-۷۵.
- Hughes, M., Hughes, P., Morgan, R. E., Hodgkinson, I. R., & Lee, Y. (۲۰۲۰). Strategic entrepreneurship behaviour and the innovation ambidexterity of young technology-based firms in incubators. *International Small Business Journal*, ۰۲۶۶۲۴۲۶۲۰۹۴۳۷۷۶.
- Hughes, M., Hughes, P., Morgan, R. E., Hodgkinson, I. R., & Lee, Y. (۲۰۲۰). Strategic entrepreneurship behaviour and the innovation ambidexterity of young technology-based firms in incubators. *International Small Business Journal*, ۰۲۶۶۲۴۲۶۲۰۹۴۳۷۷۶.
- Ireland, R. D., Hitt, M. A., & Sirmon, D. G. (۲۰۰۳). A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of management*, ۲۹(۶), ۹۶۳-۹۸۹.
- Ketchen Jr, D. J., & Craighead, C. W. (۲۰۲۰). Research at the intersection of entrepreneurship, supply chain management, and strategic management: Opportunities highlighted by COVID-19. *Journal of Management*, ۴۶(۸), ۱۳۳۰-۱۳۴۱.
- Kuratko, D. F., & Audretsch, D. B. (۲۰۰۹). *Strategic entrepreneurship: exploring different perspectives of an emerging concept*. Entrepreneurship theory and practice, ۳۳(۱), ۱۷-۱.
- Lombardi, R., Tiscini, R., Trequattrini, R., & Martiniello, L. (۲۰۲۰). *Strategic entrepreneurship*. Management Decision.
- Mazzei, M. J. (۲۰۱۸). Strategic entrepreneurship: Content, process, context, and outcomes. *International Entrepreneurship and Management Journal*, ۱۴(۳), ۶۲۷-۶۷۰.

- Mazzei, M. J., Ketchen, D. J., & Shook, C. L. (۲۰۱۷). Understanding strategic entrepreneurship: a “theoretical toolbox” approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, ۱۳(۲), ۶۳۱-۶۶۳.
- Mintzberg, H. (۱۹۷۳). *Strategy-making in three modes*. California management review, ۱۶(۲), ۴۴-۵۳.
- Paek, B., & Lee, H. (۲۰۱۸). Strategic entrepreneurship and competitive advantage of established firms: evidence from the digital TV industry. *International Entrepreneurship and Management Journal*, ۱۴(۴), ۸۸۳-۹۲۵.
- Paek, B., & Lee, H. (۲۰۱۸). Strategic entrepreneurship and competitive advantage of established firms: evidence from the digital TV industry. *International Entrepreneurship and Management Journal*, ۱۴(۴), ۸۸۳-۹۲۵.
- Sandelowski, M., & Barroso, J. (۲۰۰۶). *Handbook for synthesizing qualitative research*. springer publishing company.
- Shirokova, G., Ivonen, L., & Gafforova, E. (۲۰۱۹). *Strategic entrepreneurship in Russia during economic crisis. Foresight and STI Governance*, ۱۳(۳), ۶۲-۷۶.
- Tenenhaus, M., Amato, S., & Esposito Vinzi, V. (۲۰۰۴, June). *A global goodness-of-fit index for PLS structural equation modelling*. In Proceedings of the XLII SIS scientific meeting, ۴۸(۱), ۷۳۹-۷۴۲.
- Westgren, R., & Wuebker, R. (۲۰۱۹). An economic model of strategic entrepreneurship. *Strategic Entrepreneurship Journal*, ۱۳(۴), ۵۰۷-۵۲۸.
- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & Van Oppen, C. (۲۰۰۹). *Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration*. MIS quarterly, ۱۷۷-۱