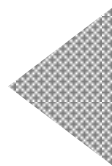


طراحی و تبیین مدل کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش بنیان ایران



رضا رجبی^۱

مرتضی رجوعی^۲

سید مرتضی غیور باغبانی^۳

(تاریخ دریافت ۱۴۰۴/۳/۱۱ - تاریخ تصویب ۱۴۰۴/۸/۱۳)

نوع مقاله: علمی پژوهشی

چکیده

در دنیای پیچیده و پرشتاب امروز که رقابت در عرصه‌های اقتصادی، فناورانه و اجتماعی روزبه‌روز شدت می‌یابد، کارآفرینی پایدار به‌عنوان رویکردی نوین و تحول‌آفرین، نقش مهمی در ایجاد تعادل میان اهداف اقتصادی، مسئولیت‌های اجتماعی و الزامات زیست‌محیطی ایفا می‌کند. این نوع از کارآفرینی، علاوه بر خلق ارزش اقتصادی و سودآوری برای ذی‌نفعان، به بهبود کیفیت زندگی جوامع و کاهش آثار منفی فعالیت‌های انسانی بر محیط‌زیست نیز توجه

۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، دانشگاه بین‌المللی امام رضا(ع)، مشهد، ایران.

۲- دانشیار گروه مدیریت، دانشگاه بین‌المللی امام رضا(ع)، مشهد، ایران (نویسنده مسئول).

mortezarojui@imamreza.ac.ir

۳- استادیار گروه مدیریت، دانشگاه بین‌المللی امام رضا(ع)، مشهد، ایران.

دارد. در این میان، شرکت‌های دانش‌بنیان به‌عنوان موتور محرک نوآوری و توسعه فناوری، از ظرفیت بالایی برای پیاده‌سازی اصول کارآفرینی پایدار در بستر اقتصاد دانش‌محور برخوردارند. بر این اساس، هدف مقاله حاضر طراحی و تبیین مدل کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان ایران با استفاده از روش نظریه داده‌بنیاد است. پژوهش حاضر با بهره‌گیری از رویکرد کیفی و روش نظریه داده‌بنیاد اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸)، به شناسایی ابعاد مختلف کارآفرینی پایدار در این شرکت‌ها پرداخته است. فرایند تحقیق با بررسی نظام‌مند ۲۷۶ مقاله آغاز و پس از تحلیل نهایی ۹۷ مقاله منتخب، همچنین انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با مدیران شرکت‌ها، سیاست‌گذاران، اساتید دانشگاه و مدیران پارک‌های علم و فناوری، از طریق کدگذاری سه‌مرحله‌ای تحلیل شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که کارآفرینی پایدار تحت تأثیر عوامل علی‌مانند ویژگی‌های فردی و کارآفرینانه، عوامل زمینه‌ای چون بازار، سیاست‌های دولتی و فرهنگ، و عوامل مداخله‌گر نظیر مدیریت، منابع مالی و انسانی و فناوری قرار دارد. راهبردهایی نظیر نوآوری، توسعه منابع انسانی و ارزش‌آفرینی نیز منجر به پیامدهایی از جمله رشد پایدار، اشتغال‌زایی و ایجاد مزیت رقابتی می‌شود. در نهایت، نتیجه‌گیری پژوهش بیانگر آن است که تحقق کارآفرینی پایدار نیازمند ترکیب مؤثر عوامل فردی، سازمانی و نهادی، در کنار حمایت‌های دولتی و سیاست‌گذاری مناسب است.

کلیدواژگان: کارآفرینی، کارآفرینی پایدار، شرکت‌های دانش‌بنیان، سیاست‌گذاری.

مقدمه

کارآفرینی نیرویی قدرتمند برای تغییر مثبت و تاب‌آوری در یک سیستم اقتصادی است (سلام‌زاده^۱ و همکاران، ۲۰۲۲). در سال‌های اخیر، مطالعات کارآفرینی مورد توجه تحقیقات قرار گرفته است (لندستروم^۲، ۲۰۲۲)، زیرا نقشی حیاتی در ترویج توسعه اقتصادی، نوآوری و پیشرفت

۱- Salamzadeh

۲- Landström

اجتماعی ایفا کرده است (آولار^۱ و همکاران، ۲۰۲۴). در دهه‌های اخیر، مفهوم کارآفرینی پایدار به‌عنوان رویکردی نوین در حوزه کسب‌وکار و توسعه اقتصادی مطرح شده است که بر ایجاد ارزش اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی به‌صورت هم‌زمان تأکید دارد. این مفهوم، به‌ویژه در شرکت‌های دانش‌بنیان، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ چراکه این شرکت‌ها با تکیه بر نوآوری، فناوری‌های پیشرفته و دانش تخصصی، می‌توانند نقش کلیدی در توسعه ایفا کنند. در ایران، با توجه به سیاست‌های کلان کشور در راستای توسعه اقتصاد دانش‌بنیان، شناسایی و مفهوم‌پردازی کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان از جنبه‌های مختلف، امری ضروری به نظر می‌رسد. با این حال، موفقیت و پایداری این شرکت‌ها مستلزم ایجاد تعادل میان رشد اقتصادی، رعایت اصول زیست‌محیطی و پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی است. به نظر می‌رسد چالش‌هایی مانند محدودیت‌های مالی، پیچیدگی‌های قانونی، نوسانات اقتصادی، کمبود زیرساخت‌های فناوریانه و سطح آگاهی در حوزه فعالیت‌های مرتبط، می‌توانند بر تحقق کارآفرینی پایدار در این شرکت‌ها تأثیرگذار باشند. از این رو، مفهوم‌پردازی و تبیین ابعاد کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی می‌تواند به درک بهتر سازوکارهای مؤثر در موفقیت آن‌ها کمک کند. کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان می‌تواند بستری مناسب برای ارتقای اقتصاد دانش‌بنیان، کاهش وابستگی به منابع سنتی و تقویت جایگاه ایران در عرصه رقابت بین‌المللی فراهم کند. از این رو، ضروری است که ابعاد مختلف این مفهوم بررسی شده و عوامل کلیدی که می‌توانند زمینه‌ساز پایداری این شرکت‌ها باشند، شناسایی گردند. با وجود اهمیت کارآفرینی پایدار، این مفهوم در شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی به‌طور جامع و دقیق مورد مطالعه قرار نگرفته است. بسیاری از پژوهش‌ها به بررسی کلی کارآفرینی در این شرکت‌ها پرداخته‌اند، اما ابعاد پایداری، از جمله تأثیرات زیست‌محیطی، مسئولیت اجتماعی و پایداری مالی، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در این راستا، لازم است عوامل مؤثر بر پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان شناسایی شده و راهبردهایی برای ارتقای وضعیت آن‌ها ارائه شود. این مقاله می‌کوشد با تبیین

مفاهیم مطرح شده، ابعاد مختلف کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان را واکاوی کرده و چارچوبی نظری برای درک سازوکارهای مؤثر بر پایداری این شرکت‌ها ارائه دهد.

مبانی نظری

توسعه پایدار به‌عنوان یکی از مهم‌ترین رویکردهای جهانی در عصر حاضر، هدف دارد نیازهای کنونی انسان‌ها را بدون به خطر انداختن توانایی نسل‌های آینده برای برآورده کردن نیازهای خود تأمین کند. این مفهوم در سه بُعد اصلی اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی تعریف می‌شود و تلاش می‌کند تعادلی میان رشد اقتصادی، عدالت اجتماعی و حفظ محیط زیست ایجاد کند (هالبرستاد^۱، ۲۰۲۴). مفهوم پایداری به سناریویی اشاره دارد که پس از یک فرآیند طولانی از آگاهی زیست‌محیطی و تحول صنایع و فعالیت‌های سنتی آن‌ها به دست می‌آید (فاتوکی^۲، ۲۰۲۰). در سال‌های اخیر، ارتباط بین کارآفرینی و توسعه پایدار به‌عنوان یک مسئله مهم در جستجوی راه‌حل‌های ممکن برای دستیابی به پایداری و حل مشکلات موجود شناخته شده است (یوسف^۳ و همکاران، ۲۰۱۷) و موجب شده تا کارآفرینی پایدار به‌عنوان رویکردی مورد توجه در محافل علمی قرار بگیرد. در رویکرد سنتی، کارآفرینی به‌عنوان یک عامل اندازه‌گیری شده توسط سود حاصل از آن در نظر گرفته می‌شود و افزایش آن هدف اصلی شرکت‌های فعال در بازار است اما کارآفرینی پایدار شامل شناسایی، توسعه، و بهره‌برداری از فرصت‌ها توسط افراد است تا کالاها و خدماتی برای آینده به وجود آورند که دارای مزایای اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی باشند. کارآفرینان پایدار می‌توانند بازیگران مهمی در تبدیل شکست‌های بازار که تهدیدی برای اهداف اجتماعی و محیطی هستند به فرصت‌های تجاری باشند (تران پیز^۴، ۲۰۲۰). مطالعات نشان می‌دهند که کارآفرینی پایدار به‌عنوان یک فرصت برای

^۱- Halberstadt

^۲- Fatoki

^۳- Youssef

^۴- Ter'an-Yépez

کسب و کار ظاهر می‌شود که می‌تواند دوام و استحکام اقدامات تجاری را تضمین کند. کارآفرینی پایدار با تمرکز بر تأثیر اقدامات خود بر محیط زیست و توسعه جامعه، محصولات و خدماتی تولید می‌کند که توسعه پایدار در حوزه‌های اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی را تضمین می‌کند؛ قابل ذکر است که دوام کارآفرینی پایدار تا حد زیادی به حمایت به دست آمده و حفظ شده توسط جامعه و دولت بستگی دارد. همچنین، مهم است که توجه داشته باشیم که کارآفرینی به قدرت و توانایی برای تعیین معیارهایی برای حفاظت از محیط زیست و توسعه جامعه نیاز دارد (نیکولوپولو^۱ و همکاران، ۲۰۱۶).

به تعبیری دیگر می‌توان گفت، کارآفرینی پایدار فرآیندی نوآورانه است که همزمان با رسیدگی به آسیب‌های اجتماعی و سرایت به بافت‌های اطراف و حفظ طبیعت و محیط‌زیست، منافع اقتصادی و غیراقتصادی را برای دست‌اندرکاران ایجاد می‌کند (تراباتونی^۲، ۲۰۲۱)؛ بنا به تعریفی دیگر کارآفرینی پایدار عبارت است از کشف، ایجاد و بهره‌برداری از فرصت‌ها برای ایجاد ارزش اجتماعی و زیست‌محیطی به روش‌هایی که از نظر زیست‌محیطی و اجتماعی و همچنین از نظر اقتصادی سودآور باشد (هیزارکی و اوزگن^۳، ۲۰۲۰). همچنین می‌توان گفت، کارآفرینی پایدار فرآیند شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌هایی است که برای محیط زیست، جامعه و اقتصاد ارزش ایجاد می‌کند (گرکو و دیانگک^۴، ۲۰۱۷).

برخی از مزایای کارآفرینی پایدار شامل افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها با بهره‌گیری از منابع طبیعی به صورت موثر و کارآمد (شیرخانی و کریمی، ۱۳۹۷)، افزایش رضایتمندی مشتریان و سهامداران با توجه به نگرانی‌های اجتماعی و زیست‌محیطی (راجی و راجی، ۱۳۹۹) و افزایش خلاقیت است. بنابراین کارآفرینی پایدار نقش مهم و حساسی در توسعه پایدار دارد؛ البته برای رسیدن به این هدف، نیاز به حمایت‌های فراگیر و چند بعدی از سوی دولت، سازمان‌ها، نهادها،

^۱- Nicolopoulou

^۲- Trabattoni

^۳- HIZARCI & ÖZGEN

^۴- Greco & de Jong

رسانه‌ها و عموم مردم است (غفاری و همکاران، ۱۳۹۵). در این میان، شرکت‌های دانش‌بنیان به دلیل ماهیت نوآورانه و مبتنی بر دانش خود، نقش کلیدی در توسعه کارآفرینی پایدار ایفا می‌کنند. این شرکت‌ها با استفاده از فناوری‌های پیشرفته و راهکارهای خلاقانه، می‌توانند توسعه اقتصادی پایدار را همراه با کاهش آثار منفی زیست‌محیطی و اجتماعی رقم بزنند. این شرکت‌ها با ایجاد محصولات و خدمات نوآورانه، می‌توانند فرصت‌های شغلی جدید، رشد اقتصادی و ارزش افزوده بالا ایجاد کنند؛ شرکت‌های دانش‌بنیان از دانش به عنوان یک منبع کلیدی استفاده می‌کنند و با تولید، به کارگیری و انتقال دانش در فعالیت‌های خود ارزش ایجاد می‌کنند. شرکت‌های دانش‌بنیان از دارایی‌های دانش خود برای تولید و ارائه محصولات و خدمات نوآورانه‌ای استفاده می‌کنند که نیازها و انتظارات مشتریان و ذینفعان آنها را برآورده می‌کند. (زک^۱ و ۲۰۰۳) همچنین می‌توان گفت، شرکت‌های دانش‌بنیان بر ایجاد، کسب و انتشار دانش به عنوان منبع اصلی مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی خود متکی هستند (آلوسون^۲، ۲۰۰۴). پرواضح است که شرکت‌های دانش‌بنیان در سال‌های اخیر گفتمان مهمی را در عرصه اقتصاد و کارآفرینی کشور ایجاد کرده و افق‌های مهمی را برای کشور هدف قرار داده‌اند. اقتصاد دانش‌بنیان یکی از مفاهیم کلیدی در عصر جدید است که بر اساس آن دانش به عنوان منبع اصلی ارزش افزوده و رقابت‌پذیری در نظر گرفته می‌شود و یکی از راهکارهای مطرح است که می‌تواند به افزایش توانمندی‌های علمی، فناوری، نوآوری و کارآفرینی کمک کند (شاکری و همکاران، ۱۴۰۱). اقتصاد دانش‌بنیان از جمله مفاهیم مهم و اساسی تلقی می‌شود که در اسناد فرادست قانونی جمهوری اسلامی ایران، از جمله سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، مورد توجه خاص واقع شده است. اقتصاد دانش‌بنیان نه تنها به عنوان یک نیاز اساسی برای کشورهای در حال توسعه نظیر ایران به‌شمار می‌آید، بلکه اجتناب از حرکت به سمت چنین اقتصادی، توان رقابتی را به شدت کاهش می‌دهد (حسینی و همکاران، ۱۳۹۹). قابل توجه است که مقوله کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان بنا به ضرورت‌های مطرح شده

^۱ - Zac

^۲ - Alvesson

می‌تواند اثرگذاری‌های مهمی را برقرار سازد و نیز می‌توان گفت عدم پیوند بین مقوله شرکت‌های دانش‌بنیان و مقوله کارآفرینی پایدار، از نقاط کمتر مورد توجه قرار گرفته‌ای می‌باشد که می‌تواند آثار زیان‌باری را در سطوح کلان به همراه داشته باشد. قابل اشاره است که کارآفرینی به‌عنوان یکی از محورهای اصلی توسعه اقتصادی در سال‌های اخیر مورد توجه پژوهشگران و سیاست‌گذاران قرار گرفته، اما جنبه‌ی پایداری آن، یعنی کارآفرینی پایدار، همچنان در حاشیه قرار دارد؛ به‌ویژه در زمینه‌ی اقتصاد ایران، مطالعات اندکی به تفکیک و تأکید بر اهمیت این نوع خاص از کارآفرینی پرداخته‌اند. در حالی که بیشتر پژوهش‌ها به بررسی ابعاد سنتی کارآفرینی پرداخته‌اند، برخی تحقیقات معدود همچون مطالعات عبدا... زاده و شریف‌زاده (۱۳۹۳)، امینی و همکاران (۱۴۰۰)، شرفی و همکاران (۱۳۹۸)، علی‌زاده طولی و همکاران (۱۴۰۱)، خسروی‌پور و شعبی (۱۴۰۱)، و نیز پژوهش‌های بین‌المللی مانند هوگندورن^۱ و همکاران (۲۰۱۹)، نیومن^۲ (۲۰۲۱)، نوازتونو^۳ (۲۰۲۱)، رشید^۴ (۲۰۱۹) و ژائو^۵ و همکاران (۲۰۲۱)، به شکلی مشخص بر اهمیت و ضرورت توجه به ابعاد پایداری در کارآفرینی تأکید داشته‌اند با توجه به اهمیت مفاهیم مطرح شده و نیز با توجه به بررسی‌های پیشینه‌ای و عدم مطالعه‌ای که در حوزه کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان انجام گرفته است، این پژوهش به دنبال آن است تا با طراحی و ارائه یک مدل، متغیرها و عواملی که در تحقق کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان کشور اثرگذار هستند را شناسایی کند و نتایج ارزشمندی را در اختیار سیاست‌گذاران، کارآفرینان و مدیران قرار دهد. اهداف خاص این پژوهش شامل شناسایی شرایط علی کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان، شناسایی شرایط مداخله‌گر در کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان، شناسایی شرایط زمینه‌ای

^۱ - Hoogendoorn

^۲ - Neumann

^۳ - Nawaz Tunio

^۴ - Rashid

^۵ - Zhao

جهت کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان، شناسایی مقوله‌ی محوری در طراحی مدل کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان، شناسایی راهبردهای کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان و شناسایی پیامدهای کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان است.

روش پژوهش

این پژوهش تحلیلی با هدف تبیین مفهوم کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان و شناسایی عوامل مؤثر بر آن انجام شده است. پژوهش به روش کیفی و با استفاده از نظریه برخاسته از داده‌ها طراحی شده است؛ به این صورت که از داده‌های گردآوری شده از مصاحبه‌ها برای تدوین چارچوب نظری و استخراج مدل مفهومی استفاده شده است. در این تحقیق، داده‌ها از دو روش گردآوری شده‌اند: مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته. در بخش مطالعات کتابخانه‌ای، ۲۷۶ مقاله بررسی و ۹۷ مقاله مرتبط با هدف پژوهش انتخاب شده است. در بخش میدانی، مصاحبه‌ها با متخصصان، مدیران پارک‌های علم و فناوری، سیاست‌گذاران حوزه دانش‌بنیان، اساتید دانشگاهی و مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان انجام شده است. روش نمونه‌گیری از نوع گلوله‌برفی بوده و فرآیند مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافته است؛ سؤالات مصاحبه بر اساس مدل پارادایمی و رهیافت نظام‌مند اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸) طراحی شد. قابل ذکر است که مدت زمان مصاحبه‌ها بین ۳۰ تا ۹۰ دقیقه بود و تمامی آن‌ها با استفاده از دستگاه ضبط دیجیتالی ثبت شدند. در این رویکرد، داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌ها به روش کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل شدند تا روابط میان مفاهیم اصلی مشخص شده و چارچوب مفهومی پژوهش شکل گیرد. داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA ۲۴.۴.۱ تحلیل شده‌اند. در مرحله کدگذاری باز، داده‌ها به مقوله‌های کوچک تقسیم و مفاهیم اولیه استخراج شدند. در کدگذاری محوری، این مفاهیم دسته‌بندی شده‌اند و در نهایت در کدگذاری انتخابی، ارتباط میان مقوله‌ها مشخص و مدل مفهومی نهایی شکل گرفت. این مدل شامل شش مؤلفه اصلی است: شرایط علی (عواملی که منجر به شکل‌گیری، توسعه و گسترش پدیده کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان می‌شوند)، شرایط زمینه‌ای (ویژگی‌های خاصی که در آن پدیده رخ می‌دهد، مانند سیاست‌های حمایتی، زیرساخت‌های فناوری و فرهنگ سازمانی)، مقوله محوری (مفهومی است که تمامی داده‌ها و مفاهیم پیرامون آن سازمان‌دهی می‌شوند. این مقوله در فرآیند تحلیل داده‌ها به‌عنوان نقطه مرکزی

عمل می‌کند، شرایط مداخله‌گر (عواملی که در سطح کلان بر پدیده تأثیر می‌گذارند، مانند سیاست‌های اقتصادی، تحولات فناوری و تغییرات بازار)، راهبردها (اقداماتی که برای مدیریت، کنترل یا جهت‌دهی به پدیده انجام می‌شوند) و پیامدها (نتایج حاصل از اجرای راهبردها، که می‌توانند مانند رشد پایدار شرکت‌ها باشند). برای اعتبارسنجی تحقیق، از چندین روش استفاده شد: اجماع سه‌گانه (مقایسه داده‌ها از منابع مختلف)، بررسی توسط اعضا (دریافت بازخورد از مصاحبه‌شوندگان) و مشورت با همگنان (استفاده از نظر پژوهشگران دیگر).

داده‌های گردآوری‌شده از منابع مختلف، شامل مصاحبه‌های عمیق، بررسی اسناد و مطالعات پیشین، با یکدیگر مقایسه شدند تا همگرایی و انسجام اطلاعات ارزیابی شود. این مقایسه به شناسایی الگوهای مشترک و کاهش سوگیری‌های احتمالی کمک کرد؛ در ادامه یافته‌های استخراج‌شده از مصاحبه‌ها برای مصاحبه‌شوندگان ارسال شد تا نظرات و اصلاحات احتمالی آن‌ها دریافت و در تحلیل نهایی لحاظ شود. این مرحله موجب افزایش دقت و اطمینان از همخوانی نتایج با دیدگاه‌های واقعی مشارکت‌کنندگان شد و در نهایت نظرات پژوهشگران و متخصصان حوزه کارآفرینی و مدیریت دانش‌بنیان در مورد مدل نهایی دریافت شد. این پژوهش سعی دارد مدل مفهومی و چارچوبی برای درک کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه دهد.

یافته‌ها

تحلیل و بررسی داده‌ها بر پایه نظریه داده‌بنیاد اشتراوس و کوربین انجام شد و در نهایت، ۳۸۶ کدباز، ۸۰ کدمحوری و ۳۰ مقوله اصلی استخراج گردید. در ادامه، در جدول ۱ فرآیند کدگذاری محوری و گزینشی مربوط به شرایط علی از مدل مفهومی کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان، در راستای برساخت مفهوم کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان که بر اساس طرح نظام‌مند نظریه داده‌بنیاد که با تکیه بر عناصر نظریه داده‌بنیاد اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸) بدست آمده است، نمایش داده شد. در ارتباط با موضوع مورد بررسی می‌توان بیان کرد که در این مدل، شرایط علی که به‌عنوان پیش‌نیازهای اصلی برای شروع فرآیند کارآفرینی پایدار مطرح هستند، شامل عوامل فردی، کارآفرینانه و جمعیت‌شناختی می‌شوند.

عواملی مانند انگیزش، ویژگی‌های شخصیتی و دانش کارآفرین از عوامل فردی هستند که بر موفقیت این فرآیند تأثیر می‌گذارند؛ این عوامل نقش زیربنایی در جهت‌دهی به رفتار و تصمیمات کارآفرینانه دارند. در کنار این موارد، شرایط کارآفرینانه نیز به‌عنوان عواملی کلیدی برای توجه به کارآفرینی پایدار در نظر گرفته می‌شوند.

جدول (۱) - طبقه‌بندی مقوله‌های شرایط علی برای بساخت مفهوم کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش بنیان

عناصر پارادایم گراندد تئوری	کدگذاری گزینشی (کشف مقولات)	کدگذاری محوری (کشف مؤلفه‌ها)	کدگذاری‌های باز (کشف مفاهیم)
شرایط علی	عوامل فردی کارآفرین	شرایط انگیزشی	انگیزه مستقل شدن- تمرکزها و انگیزه‌های اصلی بنیان‌گذاران - انگیزه کارآفرین- انگیزه‌های کارآفرینی- عوامل انگیزشی- انگیزه کارآفرینان
		ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین	ویژگی‌های شخصی و-بزرگی شخصی کارآفرینان- صفات و ویژگی‌های شخصی کارآفرین- زیرکی کارآفرینی- اراده کارآفرین- روحیات درونی کارآفرینان- ویژگی و روحیه کارآفرینان- تاب‌آوری کارآفرینان
		نگرش‌های ذهنی کارآفرین	نگرش‌های مثبت ذهنی- نگرش مثبت کارآفرینان- نگرش و علاقه کارآفرینی- نگرش‌های فردی- ارزش‌ها و دیدگاه‌های شخصی کارآفرین- عوامل الهام‌بخش به کارآفرینان- ادراکات ذهنی کارآفرینان- اثرگذاری نگرش کارآفرینان- نگرش‌های ذهنی کارآفرین- علاقه‌های کارآفرین- علایق کارآفرین- نگرش کارآفرین

تاثیر گذاری خانواده ها- تاثیر گذاری خانواده- تاثیر گذاری محیط خانواده	شرایط خانوادگی		
داشتن دانش کارآفرینی و ایجاد کسب و کار- دانش جامع در حیطه ی کسب و کار- دانش کارآفرینان- سواد مالی کارآفرین- استفاده از دانش و اطلاعات پیشین	دانش کارآفرین		
همسویی و جهت گیری به سمت پایداری- تعهد به پیروی از اصول کارآفرینی پایدار- جهت گیری به پایداری و جهت گیری کارآفرینانه	توجهات به کارآفرینی پایداری	عوامل کارآفرینانه	
تحصیلات- سطح تحصیلات و داشتن دانش مرتبط	شرایط تحصیلاتی		
تجربه کاری پیشین- تجربه ی کاری- تعداد کارآفرینی پیشین	شرایط تجربیاتی	عوامل جمعیت شناختی	
عوامل جمعیت شناختی- عوامل جمعیت شناختی در جهت گیری کارآفرینی پایدار	شرایط جمعیت شناختی		

در ادامه در قالب جدول ۲ شرایط زمینه‌ای از مدل مفهومی کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه شد؛ لازم به توضیح است که شرایط زمینه‌ای نیز نقش مهمی در شکل‌گیری کارآفرینی پایدار دارند. این شرایط شامل عواملی مانند بازار، سیاست‌ها و قوانین دولتی، فرهنگ اجتماعی و نهادها هستند که به‌طور غیرمستقیم بر فرآیند کارآفرینی تأثیر می‌گذارند. در شرکت‌های دانش‌بنیان، این شرایط به‌ویژه در تسهیل فرآیند تجاری‌سازی ایده‌های فناورانه و توسعه محصولات دانش‌محور اهمیت می‌یابند. در این بخش، نقش سیاست‌های دولتی و قوانین

در حمایت از کارآفرینی پایدار و همچنین اهمیت فرهنگ اجتماعی و نهادهای پشتیبان بسیار برجسته است.

جدول (۲) - طبقه‌بندی مقوله‌های شرایط زمینه‌ای برای بر ساخت مفهوم کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش بنیان

کد گذاری باز (کشف مفاهیم)	کد گذاری محوری (کشف مؤلفه‌ها)	کد گذاری گزینشی (کشف مقولات)	عناصر پارادایم گراندد تئوری
ساختار بازار- بافت بازار	متغیرهای حاکم بر بازار	بازار	شرایط زمینه ای
فشارهای بازار از رقبا و تأمین کنندگان- قبضه بازار توسط شرکت های بزرگ- تأثیر گذاری شرکای تجاری	عناصر کلیدی در بازار		
تأثیر گذاری مشتریان- کمبود آگاهی مشتریان- مشتریان	نقش مشتریان		
وجود مقوله رقابت پذیری وجود مقوله رقابت پذیری- رقابت پذیری	وجود مقوله رقابت پذیری رقابت پذیری		

<p>حمایت دولتی - حمایت های دولتی - حمایت دولت و سایر نهادها - حمایت دولت در شکل گیری محیط کارآفرینی پایدار - حمایت دولت</p>	<p>حمایت دولت و نهادها</p>	<p>سیاستها و قوانین دولتی</p>	
<p>برنامه های ترویجی دولتی - سیاست آموزش کارآفرینی پایدار توسط دولت - تغییر سیاست های دولتی و استانداردهای صنعتی - تقویت نقش سیاست گذاری دانش بنیان ها</p>	<p>برنامه ها و سیاست های اثربخش دولت</p>		
<p>تاثیر منفی بروکراسی دولتی - تاثیر گذاری دولت ها - بهبود فرایندهای دولتی در ارتباط با دانش بنیان ها</p>	<p>تاثیر گذاری دولت بر کارآفرینی پایدار</p>		
<p>سیاست گذاری دولتی در حوزه مالیات و بیمه - اثر گذاری منفی مالیات بر شروع فعالیت های کارآفرینی پایدار</p>	<p>سیاست گذاری دولتی در حوزه مالیات و بیمه</p>		
<p>محیط قانونی و نظارتی - قوانین و مقررات نامناسب - شناخت مقررات محیطی - تاثیر اجرای قوانین - اجرای صحیح قوانین - قوانین غیر منعطف - قوانین چالش برانگیز - قوانین بین المللی - چالش های قانونی - خلا قانونی - اثر گذاری قوانین بر حیات کسب و کار دانش بنیان - قوانین</p>	<p>شرایط قانونی</p>		

<p>داخلی و بین‌المللی - اثرگذاری قوانین - پیچیدگی کسب مجوزهای قانونی کسب و کار - قانون جهش تولید دانش بنیان</p>			
<p>اثرگذاری سیاست‌ها و سیستم‌های حمایتی - سیاست‌گذاری حمایتی از شرکت‌های نوپا - سیاست‌های تنظیم‌کننده محلی - تاثیرگذاری سیاست‌گذاران عمومی</p>	<p>سیاست‌های محیطی</p>		
<p>تاثیرگذاری محیط پیرامون در کارآمدی شرکت - تاثیرگذاری محیط - عوامل خارجی و تاثیرات آن بر کارآفرینی پایدار - تحریم‌های بین‌المللی - محیط نظارتی - پایداری و ثبات محیط - رصد و شناسایی فرصت‌ها از محیط پیرامون - تغییرات هدفمند در محیط کسب و کار موجود - شرایطی محیطی متفاوت در هر کشور - پیچیدگی محیطی - اثرگذاری محیط کسب و کار - اثرگذاری محیط</p>	<p>شرایط محیطی</p>	<p>اقتصاد کلان</p>	
<p>تاثیرگذاری متغیرهای کلان اقتصادی - سیاست‌های اقتصادی کلان - چالش نوسان ارزی - بحران‌های اقتصادی کشور و جهان - نوسانات ارزی - قابل پیش‌بینی بودن اقتصاد</p>	<p>اقتصاد کلان</p>		
<p>فشارهای عمومی و اجتماعی - فشارهای اجتماعی و خارجی - توجه به حمایت‌های اجتماعی</p>	<p>فشارها و حمایت‌های اجتماعی و محیطی</p>	<p>فرهنگ اجتماعی</p>	
<p>ایجاد فرهنگ تولید و مصرف ارگانیک در جامعه - تطابق پذیری با</p>	<p>فرهنگ</p>		

<p>فرهنگ محیط</p>	<p>محیطی</p>		
<p>آرمان‌ها و ارزش‌های اجتماعی- تاثیرگذاری نگرش‌های اجتماعی- ارزش‌ها و درک جامعه- تقویت ارزش‌های ذهنی عمومی- نگرش مثبت محیطی در مورد کارآفرینی پایدار</p>	<p>ارزش‌ها و نگرش‌های محیطی</p>		
<p>تاثیرگذاری جوامع محلی- آگاهی عمومی از پایداری- تاثیرگذاری باورهای قدیمی و سنتی- آگاهی‌سازی کسب و کارها- گسترش شبکه‌های ارتباطی- سطح آگاهی محیطی- آگاهی جامعه از محصول دانش بنیان</p>	<p>آگاهی اجتماعی و محیطی</p>		
<p>رسانه‌های اجتماعی- نقش رسانه‌ها در ترویج کارآفرینی پایدار</p>	<p>رسانه‌ها</p>		
<p>ترویج کارآفرینی پایدار در دانشکده‌های کسب و کار- تسهیل‌سازی مراکز آموزشی کارآفرینی پایدار- تاثیرگذاری دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی- تاثیرگذاری موسسات آموزش عالی در ترویج کارآفرینی پایدار- تاثیرگذاری مراکز فناوری و دانشگاه‌ها- حمایت‌های تحقیقاتی دانشگاهی از دانش بنیان‌ها- نقش کمک‌کننده دانشگاه‌ها به صنایع دانش بنیان- آموزش دانشگاهی کارآفرینی پایدار- اهمیت ارتباط بین مراکز آموزشی و کسب و کارهای دانش بنیان- تربیت کارآفرینان توسط دانشگاه‌ها- نقش مهم دانشگاه‌ها</p>	<p>مراکز علمی و آموزشی</p>	<p>نهادهای</p>	
<p>تاثیرگذاری سازمان‌های غیردولتی- فشارهای سازمان‌های حرفه‌ای و تخصصی- حمایت سازمان‌های مختلف- تاثیرگذاری مراکز رشد- تاثیرگذاری شتاب‌دهنده‌ها- حمایت انجمن شرکت‌های دانش بنیان- حمایت‌های پارک‌های علم و فناوری- عملکرد پارک‌های علم و فناوری در اثرگذاری بر دانش بنیان‌ها- دوره رشد پارک علم و فناوری-</p>	<p>سازمان‌های حرفه‌ای</p>		

حمایت پارک های علم و فناوری			
تاثیرگذاری موسسات مالی- تدوین و اجرای سیاست های اعطای وام مناسب به کارآفرینان- نهادهای ارائه دهنده سرمایه- نهادهای تامین سرمایه	نهادهای مالی		

در بخش بعد نیز در قالب جدول ۳، شرایط مداخله‌ای از مدل مفهومی کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه شد؛ شرایط مداخله‌ای که از داخل سازمان ناشی می‌شوند، می‌توانند به‌طور مستقیم بر فرآیند کارآفرینی تأثیر بگذارند. رهبری مؤثر، منابع سازمانی، دانش و فناوری، کارکنان، فرهنگ سازمانی و انعطاف‌پذیری از جمله عواملی هستند که در داخل سازمان باید به‌طور مؤثر مدیریت شوند تا به موفقیت کارآفرینی پایدار دست یابند. در شرکت‌های دانش‌بنیان، ماهیت فناوری‌محور و دانش‌محور بودن این عوامل را پیچیده‌تر و حیاتی‌تر می‌سازد. رهبری تحول‌گرا، توانایی جذب و نگهداشت نیروی انسانی متخصص، و استفاده هوشمندانه از ظرفیت‌های فناوری، از ارکان کلیدی پایداری در این شرکت‌ها محسوب می‌شوند. همچنین، انعطاف‌پذیری سازمانی در برابر تغییرات سریع فناوری، نقش مهمی در حفظ مزیت رقابتی و تداوم فعالیت‌های نوآورانه ایفا می‌کند.

جدول (۳) - طبقه‌بندی مقوله‌های شرایط مداخله‌ای برای برساخت مفهوم کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان

عناصر پارادایم گراند تئوری	کدگذاری گزینشی (کشف مقولات)	کدگذاری محوری (کشف مؤلفه‌ها)	کدگذاری باز (کشف مفاهیم)
حمایت مدیر ارشد- حمایت مدیران ارشد	حمایت مدیران	رهبری	شرایط مداخله‌ای

<p>دانش و تخصص مدیریت- دانش و آگاهی مدیران درباره راه حل های بالقوه- تاثیرگذاری مدیران کلیدی- توانایی مقاومت در برابر فشار بازار از طریق مدیریت کسب و کار و بازاریابی مبتنی بر ارزش- توانایی پیش بینی و واکنش به تغییرات توسط مدیریت- توانایی و تعهد مدیریت- دانش مدیران دانش بنیان در حوزه بازرگانی و فروش- اثرگذاری دانش مالی برای مدیران دانش بنیان- اثرگذاری دانش مدیران در توسعه کسب و کار- توان مدیریتی کسب و کار دانش بنیان- توانایی و جامعیت مدیر</p>	<p>دانش و توانایی مدیران</p>		
<p>مدیریت مسئولانه- مدیریت هوشمند و ماهر- مدیریت آگاهانه- سبک مدیریتی</p>	<p>سبک مدیریت</p>		
<p>تعهد رهبری سازمان به پایداری- رهبری سازمان- تعهد کارآفرینان به پایداری سازمان- تعهد رهبران شرکت دانش بنیان به کارآفرینی پایدار- جامع نگری رهبران</p>	<p>اثرگذاری رهبران اصلی سازمان</p>		
<p>تامین مالی- چالش تامین منابع مالی- نقش تامین مالی در کارآفرینی پایدار- منابع مالی- تامین مالی اولیه- جذب سرمایه- اثرگذاری تامین مالی در کارآفرینی پایدار- چالش سرمایه پذیری در دانش بنیان ها- اثرگذاری تامین مالی</p>	<p>تامین مالی</p>		
<p>کمبود منابع- محدودیت منابع- دسترسی و کنترل منابع- مدیریت منابع سازمان- دسترسی به منابع</p>	<p>منابع سازمانی</p>	<p>منابع سازمانی</p>	
<p>عوامل فناورانه- شدت فناوری در محیط کسب و کار- دانش فنی- فناوری های جدید- تاثیرگذاری فناوری- دیجیتالی سازی- اثرگذاری فناوری های دیجیتال- ریسک و</p>	<p>عوامل فناورانه</p>	<p>دانش و فناوری</p>	

<p>دوره عمر فناوری- ساختار فناوری- اثرگذاری فناوری- اثرگذاری دانش و مالکیت فکری- نقش فناوری های روز دنیا- بکارگیری سطح بالایی از دانش در دانش بنیان ها- دانش محور بودن کسب و کار دانش بنیان</p>			
<p>مدیریت دانش- مدیریت استراتژیک- تاثیرگذاری دانش مرتبط با کارآفرینی پایدار در سازمان- توجه به مدیریت دانش- اثرگذاری مدیریت استراتژیک در کسب و کار دانش بنیان</p>	<p>بکارگیری دانش</p>		
<p>تاثیرگذاری کارکنان- مسئولیت پذیری کارکنان- استفاده از افراد متخصص با اهداف مشترک- بهبود همکاری بین کارمندان- نیروی انسانی- میزان رشدیافتگی منابع انسانی- اثر مهم کارکنان- عمیق شدن نقش کارکنان در سازمان- آزادی عمل کارکنان در سازمان- همدلی و همسویی کارکنان- نقش کارکنان شرکت دانش بنیان- نخبه بودن کارکنان- همراهی کارکنان</p>	<p>اثرگذاری کارکنان</p>	<p>کارکنان</p>	
<p>رضایت مندی کارکنان از محیط کار- ارائه خدمات و تسهیلات رفاهی به کارکنان</p>	<p>رضایت کارکنان</p>		
<p>فرهنگ سازمانی تقویت کننده کارآفرینی- حمایت ذی نفعان سازمان- کنترل و اراده رفتاری سازمانی- فرهنگ سازمانی- اثرگذاری فرهنگی سازمانی</p>	<p>فرهنگ سازمانی</p>	<p>فرهنگ سازمانی</p>	
<p>تاثیرگذاری طول عمر شرکت- طراحی معماری ساختاری بهینه در شرکت- ساختار سازمانی- انعطاف پذیری ساختار سازمان- اثرگذاری ساختار سازمانی</p>	<p>پایداری و انعطاف پذیری ساختار سازمانی</p>	<p>انعطاف پذیری سازمانی</p>	

در ادامه در قالب جدول شماره ۴، پدیده محوری از مدل مفهومی کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان مورد بررسی قرار گرفت؛ پدیده محوری این مدل، کارآفرینی پایدار است که شامل ابعاد فردی، سازمانی و نهادی می‌شود. این ابعاد به‌طور همزمان باید مد نظر قرار گیرند تا رشد فردی، سازمانی و نهادی کارآفرینان تحقق یابد.

جدول (۴) - طبقه‌بندی مقوله‌های پدیده محوری برای بر ساخت مفهوم کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش بنیان

عناصر پارادایم گراند تئوری	کدگذاری گزینشی (کشف مقولات)	کدگذاری محوری (کشف مؤلفه‌ها)	کدگذاری باز (کشف مفاهیم)
مقوله اصلی	بعد فردی	بهبود فردی	آگاهی بخشی به کارکنان- آشنایی با رویکردهای دیگران از جمله مشتریان، همکاران تجاری و...
	بعد سازمانی	بهبود در کسب و کار	ایجاد مزیت رقابتی و متمایزسازی
		پایداری در کسب و کار	استمرار کسب و کار در کارآفرینی پایدار- پایدار بودن کسب و کارها در بلند مدت در کارآفرینی پایدار- توجه به بقای بلند مدت- استمرار کسب و کار در بلند مدت- پایداری کسب و کار دانش بنیان در بلندمدت- پایداری در ایجاد فرصت‌های کسب و کار- عدم زودگذر و فصلی بودن کسب و کار- عدم توجه صرف بر سودآوری و کسب درآمد
	بعد نهادی	ارتباط و شبکه سازی با بازیگران نهادی	کارآفرینی پایدار و توجه به ارتباطات نهادی- کارآفرینی پایدار و بهبود نهادی
		بهبود نهادی	کارآفرینی پایدار و در برگرفتن مسائل اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی- کارآفرینی پایدار دنبال کننده مسائل اجتماعی، محیط زیستی و

اقتصادی	کسب و کار		
---------	-----------	--	--

بخش راهبردها از مدل مفهومی کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان در قالب جدول ۵ مورد بررسی قرار گرفت؛ لازم به توضیح است که کارآفرینان باید ویژگی‌هایی مانند خلاقیت و ریسک‌پذیری داشته باشند، در حالی که سازمان‌ها باید به نوآوری و بهبود مستمر توجه کنند. برای دستیابی به کارآفرینی پایدار، شرکت‌های دانش‌بنیان باید از راهبردهایی استفاده کنند که بر نوآوری، خلاقیت و مسئولیت اجتماعی تأکید دارند. این راهبردها شامل شناسایی فرصت‌ها، تربیت منابع انسانی با مهارت‌های نوآورانه، برقراری روابط استراتژیک با ذی‌نفعان و ایجاد ارزش برای مشتریان و سهامداران هستند. در این راستا، استفاده از نوآوری، توجه به نیازهای اجتماعی و حفاظت از محیط‌زیست، و ایجاد ارزش پایدار برای مشتریان و سهامداران از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این میان، توجه به مقیاس‌پذیری نوآوری‌ها، توسعه محصولات فناورانه منطبق با نیازهای زیست‌محیطی و بهره‌گیری از ظرفیت تحقیق و توسعه، از جمله راهبردهای کلیدی در شرکت‌های دانش‌بنیان محسوب می‌شود. همچنین، این شرکت‌ها باید بتوانند میان اهداف اقتصادی، الزامات محیط‌زیستی و انتظارات اجتماعی توازن برقرار کنند تا مزیت رقابتی خود را در بازارهای پرشتاب حفظ نمایند.

جدول (۵) - طبقه‌بندی مقوله‌های راهبردها برای بساخت مفهوم کارآفرینی پایدار در

شرکت‌های دانش بنیان

عناصر پارادایم گراندد تئوری	کدگذاری گزینشی (کشف مقولات)	کدگذاری محوری (کشف مؤلفه‌ها)	کدگذاری باز (کشف مفاهیم)
راهبرد	نوآوری	نوآوری	نوآوری کم هزینه - توجه به نوآوری - نوآوری درون سازمانی - توجه به نوآوری و فناوری در استراتژی‌ها - بهبود فناورانه پیوسته و نوآوری - نوآوری - نوآوری در محصول - نوآوری در کسب و کار دانش بنیان - نقش مهم نوآوری - نوآوری در محصولات - نوآوری در عرضه کارها
	خلاقیت نوآور		اقدامات خلاقانه نوآور - توجه به خلاقیت و توانایی نوآوری در کنار تمرکز بر ثروت آفرینی - رویکرد خلاقانه نوآور

حفظ محیط زیست- حفاظت از محیط زیست- ارزیابی در نظر گرفتن مسائل زیست محیطی- استفاده از رویکردهای خدمات مبتنی بر حفظ محیط زیست	حفاظت از محیط زیست	جهت گیری اجتماعی	
کارآفرینی پایدار و توجه به اجتماع و محیط زیست- کارآفرینی پایدار و مبارزه با چالش های اجتماعی و زیست محیطی- کارآفرینی پایدار و رفع نیازهای اجتماعی و محیط زیستی- رسیدگی به مشکلات اجتماعی و محیط زیستی توسط کارآفرینی پایدار	پاسخ متمرکز به نیازهای اجتماع و محیط زیست	شامل پاسخ به نیازهای اجتماعی و حفاظت از محیط زیست	
کارآفرینی پایدار و کمک به اقتصاد، محیط زیست و جامعه- توجه به سود اجتماعی، محیطی و اقتصادی	پاسخ متمرکز به اقتصاد، محیط زیست و جامعه	زیست	
به کارگیری نیروی انسانی مناسب- استخدام نیروی کار مناسب	استخدام	تربیت منابع	
آموزش کارکنان- آموزش افراد- آموزش کارکنان- تقویت مهارت کارکنان- آموزش کارکنان- برنامه های آموزشی- توجه به منابع انسانی و آموزش کارکنان- آموزش تجربیات- آموزش حرفه ای و جامع	آموزش و تقویت مهارت کارکنان	انسانی کارآفرین	
توجه به نیاز مشتریان- توجه به جهت گیری مشتریان- شناسایی و پاسخ صحیح به نیاز مشتریان- شناسایی درست نیاز جامعه هدف	توجه به نیاز و جهت گیری مشتریان	ارزش آفرینی برای مشتریان	
ارزش آفرینی برای مشتریان در ابعاد قیمت، مشتری مداری و موارد دیگر- خلق ارزش برای مشتری- ارزش آفرینی برای مشتریان- ارزش آفرینی برای مشتری	ارزش آفرینی برای		

	مشتریان		
	برقراری ارتباط مناسب با مشتریان		
	انگیزه بخشی به مشتریان برای مصرف محصولات پایدار- رفتار مناسب با مشتریان- رابطه خوب با مشتری- جلب اعتماد مشتریان- تعامل مناسب با مشتریان- برقراری ارتباط مناسب با مشتری- مشتری مداری		
	توسعه دانش و مهارت- توسعه مهارت‌ها- توسعه دانش کسب و کار		
	توسعه دانش در حیطه کسب و کار		
	تولید محصولات منطبق با نیاز محیط و جامعه- تولید موفق- محصولات و خدمات با ارزش- توسعه محصولات جدید- جهت گیری به سمت محصولات پایدار- تولید محصولات منطبق با نیاز- تولید محصولات ارزشمند با کیفیت		
	بازسازی پایدار		
	ایجاد بازارهای جدید برای محصولات و خدمات پایدار		
	رشد درآمدها و کاهش هزینه‌ها	ارزش آفرینی برای سهامداران	
	مدیریت ارزش		
	شناسایی و بهره برداری از فرصت‌ها- شناسایی فرصت‌ها- شناسایی فرصت- هوشیاری در برابر فرصت‌ها- بهره برداری از موقعیت فعلی و توسعه فعالیت‌های جدید- شناسایی دائمی فرصت‌های خوب	توجه و شناسایی فرصت‌ها	
	ایجاد ارزش برای ذی نفعان- شراکت با ذینفعان- شبکه سازی با ذی نفعان- ارتباطات مناسب با ذی نفعان- اثرگذاری حفظ خواسته‌های ذی نفعان	برقراری روابط استراتژیک با ذی نفعان	
	ترویج آگاهی و آموزش از رسانه‌ها	ترویج	نفعان

	پایداری با استفاده از رسانه ها		
طراحی استراتژی های بلند مدت و نوع دوستانه- برقراری ارتباطات مناسب و شبکه سازی- استفاده از شراکت های استراتژیک و ابتکارات دیگر در تامین پایدار مواد اولیه- استراتژی تعامل با رقبا- شبکه سازی در تشکل و انجمن های حرفه ای- شبکه سازی	برقراری روابط استراتژیک برون سازمانی		

در نهایت، پیامدهای کارآفرینی پایدار در شرکت های دانش بنیان که در قالب جدول ۶ مورد بررسی قرار گرفته است، می تواند شامل رفاه پایدار اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی، اشتغال زایی، سودآوری پایدار، بهره وری، مزیت رقابتی و کسب رضایت مشتریان باشد. این پیامدها به طور مستقیم با ابعاد اجتماعی و سازمانی کارآفرینی پایدار مرتبط هستند و بر توسعه و

رشد کسب و کارهای پایدار تأثیر گذارند • در بستر شرکت های دانش بنیان، این پیامدها می توانند به شکل گیری چرخه نوآوری مستمر، افزایش ظرفیت جذب دانش و ارتقاء سطح فناوری منجر

شوند • همچنین، موفقیت در تحقق این پیامدها می تواند الگویی برای سایر کسب و کارها فراهم آورد و نقش شرکت های دانش بنیان را در دستیابی به اهداف توسعه پایدار ملی و منطقه ای

تقویت کند •

از این رو، توجه به پیامدهای بلندمدت و چندبعدی کارآفرینی پایدار، از الزامات حیاتی برای سیاست گذاری و تصمیم گیری در این نوع شرکت ها محسوب می شود.

جدول (۶)- طبقه‌بندی مقوله‌های پیامدها برای بر ساخت مفهوم کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش بنیان

عناصر پارادایم گراندد تئوری	کد گذاری گزینشی (کشف مقولات)	کد گذاری محوری (کشف مؤلفه‌ها)	کد گذاری باز (کشف مفاهیم)
پیامد رفاه پایدار، اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی	رشد اقتصادی پایدار	رشد اقتصادی پایدار	رشد اقتصادی - منافع اقتصادی - کارآفرینی پایدار و پایداری اقتصادی کسب و کار - پیامد اقتصادی
	رشد اقتصادی پایدار		بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی افراد - حل چالش های اجتماعی و اقتصادی
	سودآوری اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی		پیامدهای مثبت اجتماعی، اقتصادی و محیط زیستی در سطح محلی - سودآوری اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی - توجه به رشد اجتماعی و محیط زیستی در کنار توجه به مباحث اقتصادی
توسعه و رفاه پایدار اجتماعی	رفاه پایدار اجتماعی		بهبود رفاه شهروندان - بهبود سلامت جسمی و روحی خانواده‌ها - بهبود رفاه جوامع و نسل‌های آینده - توسعه جوامع - توسعه پایدار - کمک به رشد و اهداف اجتماعی در سطح استانی و ملی - تعهد بالا نسبت به جامعه و محیط پیرامون - افزایش انگیزه افراد - خوداتکایی افراد جوامع - بهبود مسائل اجتماعی - کمک های اجتماعی - پیامد اجتماعی توسعه اکوسیستم فناوری جامعه - توجه به مسائل اجتماعی
	بهبود محیط زیستی		کاهش تاثیرات منفی بر محیط زیست - حفظ اکوسیستم‌ها - پیامدهای مثبت محیط زیستی - حفظ محیط زیست
اشتغال زایی	اشتغال زایی		ایجاد اشتغال و ارزش افزوده در جامعه - ایجاد شغل های جدید - ایجاد فرصت های شغلی - کمک قابل توجه به اشتغال زایی - اشتغال پایدار
	حل		حل مشکلات فقر و بیکاری

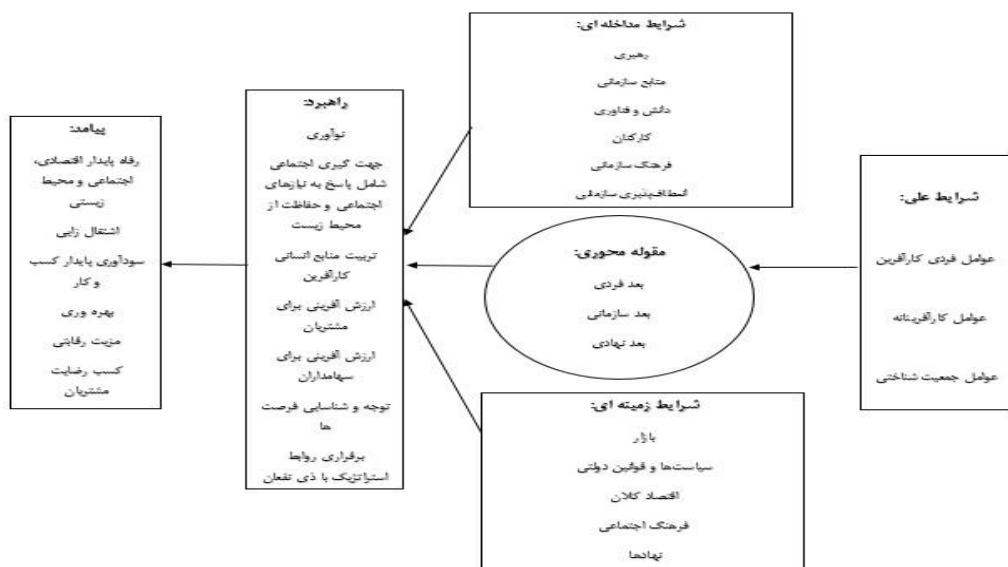
	مشکلات فقر و بیکاری		
افزایش درآمد-افزایش درآمدها-بهبود شرایط درآمدی	افزایش درآمدها	سودآوری پایدار کسب و کار	
ایجاد سود اقتصادی برای سرمایه گذاران، کارآفرینان و اقتصاد-تضمین سود بلند مدت-پایداری مالی-سودآوری-تولید ثروت-سودآوری اقتصادی-ثبات و پایداری مالی-پایداری در سودآوری سهامداران-پایداری سود در کارآفرینی پایدار	پایداری مالی و سودآوری اقتصادی		
بهره وری-بهبود بهره وری	بهره وری	بهره وری	
بهره وری منابع-نتایج فنی و مالی مطلوب-افزایش ارزش منابع	بهره وری منابع		
کسب مزیت رقابتی-مزیت رقابتی-بهبود رقابت پذیری-کسب مزیت در برابر رقبا	مزیت رقابتی	مزیت رقابتی	
کسب رضایت مشتریان	کسب رضایت مشتریان	کسب رضایت مشتریان	

در این بخش لازم به توضیح است که پیش از ارائه مدل استخراج شده پژوهش، به منظور درک بصری از فراوانی واژگان مهم در داده‌های کیفی، از تکنیک ابر واژگان استفاده شد؛ این روش پس از مراحل پاک‌سازی زبانی و نرمال‌سازی متون اجرا و تصویری گرافیکی آن از واژگان غالب پژوهش به صورت شکل ۱ نمایش داده شد.



شکل (۱) - ابر واژگان پژوهش (منبع: یافته‌های محقق)

در این پژوهش، برای سنجش روایی و پایایی یافته‌ها از راهبردهای رایج در تحقیق کیفی و رویکرد گراند تئوری استفاده شد. مقایسه و تطبیق داده‌ها از منابع مختلف (مصاحبه، اسناد، مطالعات پیشین) به هم‌سویی و انسجام تحلیل‌ها کمک کرد. همچنین، با بازخوردگیری از مشارکت‌کنندگان و بررسی مجدد نتایج توسط آنان، اعتبار یافته‌ها تقویت شد. در ادامه، نظر متخصصان حوزه کارآفرینی و مدیریت دانش‌بنیان نیز برای تأیید مدل نهایی اخذ شد. این اقدامات موجب افزایش دقت، اطمینان‌پذیری و تأییدپذیری نتایج پژوهش گردید. در نهایت، با استناد به جداول ۱ تا ۶ و فرآیند کدگذاری محوری و گزینشی که بر اساس مفاهیم استخراج‌شده از کدهای باز و عناصر نظریه داده‌بنیاد صورت پذیرفته است، می‌توان گفت که مفهوم کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان به اشباع نظری رسیده است. بر همین اساس، می‌توان مفهوم کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان را در قالب مدل شکل ۲ نمایش داد.



شکل (۲) - مدل مفهومی کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان بر اساس نظریه داده‌بنیاد

بحث و نتیجه‌گیری

کارآفرینی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان فرآیندی پیچیده است که تحت تأثیر شرایط مختلف قرار دارد. این شرایط شامل ویژگی‌های فردی کارآفرینان، توانمندی‌ها و دانش تخصصی آنان است که تأثیر زیادی بر موفقیت کارآفرینی دارند. علاوه بر این، شرایط زمینه‌ای مانند بازار، سیاست‌های دولتی، فرهنگ اجتماعی و نهادهای حمایتی نیز نقش حیاتی در پیشرفت کارآفرینی پایدار ایفا می‌کنند. شرایط مداخله‌ای داخل سازمان، به‌ویژه رهبری، منابع سازمانی، دانش و فناوری و فرهنگ سازمانی، از دیگر عواملی هستند که بر روند کارآفرینی تأثیر دارند. رهبری نوآورانه و منابع کافی برای جذب کارکنان ماهر از عوامل مؤثر در موفقیت این فرآیند هستند. کارآفرینی پایدار نیازمند توجه به ابعاد فردی، سازمانی و نهادی است. کارآفرینان باید خلاقیت و ریسک‌پذیری داشته باشند، در حالی که سازمان‌ها باید به نوآوری و بهبود مستمر توجه کنند و

نهادهای خارجی مانند دولت و نهادهای آموزشی باید از کارآفرینان حمایت کنند. برای دستیابی به کارآفرینی پایدار، شرکت‌های دانش‌بنیان باید راهبردهایی مبتنی بر نوآوری، خلاقیت و مسئولیت اجتماعی تدوین کنند. در نهایت، کارآفرینی پایدار می‌تواند منجر به افزایش اشتغال، تقویت رفاه اجتماعی و اقتصادی، حفظ محیط‌زیست و بهبود بهره‌وری شود. این پژوهش نشان می‌دهد که شرکت‌های دانش‌بنیان برای دستیابی به کارآفرینی پایدار میبایست از چندین راهبرد کلیدی استفاده کنند؛ یکی از مهم‌ترین این راهبردها، نوآوری است که به معنای توسعه مستمر محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید برای افزایش رقابت‌پذیری شرکت‌ها در بازار است. علاوه بر نوآوری، جهت‌گیری اجتماعی نیز نقش مهمی در پایداری این شرکت‌ها ایفا می‌کند. این راهبرد به مواردی در حوزه پاسخگویی به نیازهای اجتماعی و تعهد به حفاظت از محیط‌زیست می‌پردازد، به طوری که شرکت‌ها علاوه بر سودآوری، مسئولیت اجتماعی خود را نیز ایفا کنند. همچنین، تربیت منابع انسانی کارآفرین از دیگر عناصر کلیدی در این مسیر است. شرکت‌های دانش‌بنیان میبایست با سرمایه‌گذاری در آموزش و توانمندسازی نیروی انسانی، افرادی را تربیت کنند که توانایی حل مسائل، شناسایی فرصت‌ها و ایجاد ارزش را داشته باشند. در کنار آن، ارزش‌آفرینی برای سهامداران نیز اهمیت دارد، زیرا این شرکت‌ها باید با مدیریت کارآمد منابع و سرمایه‌ها، بازدهی مطلوبی برای سرمایه‌گذاران خود ایجاد کنند تا بتوانند رشد و پایداری خود را حفظ نمایند. از سوی دیگر، توجه و شناسایی فرصت‌ها به شرکت‌های دانش‌بنیان کمک می‌کند تا محیط کسب‌وکار خود را به‌طور مداوم پایش کرده و فرصت‌های جدید را شناسایی کنند. این امر باعث می‌شود که شرکت‌ها بتوانند در برابر تغییرات بازار انعطاف‌پذیر باشند و از مزیت‌های رقابتی بهره‌مند شوند. در نهایت، برقراری روابط استراتژیک با ذی‌نفعان یکی از عوامل کلیدی در موفقیت و پایداری این شرکت‌ها است. تعامل و همکاری با تأمین‌کنندگان، مشتریان، نهادهای دولتی و سرمایه‌گذاران، موجب افزایش منابع، بهبود موقعیت رقابتی و کاهش ریسک‌های کسب‌وکار می‌شود. به‌طور کلی، این راهبردها در کنار یکدیگر

موجب می‌شوند که شرکت‌های دانش‌بنیان نه تنها در بازار پایدار بمانند، بلکه تأثیرات مثبت و ارزش‌آفرینی بلندمدتی را برای جامعه، محیط‌زیست و اقتصاد کشور رقم بزنند.

این پژوهش با وجود تلاش برای ارائه چارچوبی جامع در حوزه کارآفرینی پایدار، با محدودیت‌هایی نیز مواجه بوده است. یکی از مهم‌ترین چالش‌ها، محدودیت زمانی پژوهش است که امکان بررسی تأثیرات بلندمدت برخی متغیرها را محدود کرده و تحلیل پویایی‌های تغییرات را دشوار ساخته است. همچنین، شرایط اقتصادی و سیاسی کشور از جمله نوسانات بازار، تغییر سیاست‌های حمایتی دولت و محدودیت‌های قانونی، می‌تواند بر عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان تأثیرگذار باشد و نتایج تحقیق را دستخوش تغییر کند. در نهایت، تأثیر متغیرهای فرهنگی و اجتماعی نیز در اجرای راهبردهای کارآفرینی پایدار نقش مهمی دارد. تفاوت‌های فرهنگی، شبکه‌های مدیریتی و نگرش‌های اجتماعی در میان شرکت‌ها، بر نحوه پیاده‌سازی استراتژی‌های پیشنهادی اثرگذار بوده و نیازمند بررسی‌های بیشتری در مطالعات آینده است.

با توجه به یافته‌های این پژوهش، پیشنهاد می‌شود مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان برای دستیابی به کارآفرینی پایدار، تمرکز خود را بر توسعه راهبردهای بلندمدت، تقویت قابلیت‌های سازمانی و ارتقاء توانمندی‌های فردی کارآفرینان معطوف کنند. همچنین، ایجاد ساختارهایی برای حفظ و انتقال دانش، به‌کارگیری تیم‌های چندتخصصی، و تداوم در نوآوری می‌تواند به تثبیت فرآیندهای کارآفرینانه در این شرکت‌ها کمک کند. توجه به سازوکارهای انگیزشی درونی، ارتقاء رهبری مشارکتی، و افزایش تعامل با شبکه‌های بیرونی نیز از دیگر الزامات تحقق کارآفرینی پایدار در این فضا به‌شمار می‌رود.

منابع

- امینی، محسن؛ حمیدی‌فرف، فاطمه؛ ترابی، تقی؛ قدسی، مسعود (۱۴۰۰)، طراحی مدل سیستمی کارآفرینی پایدار مبتنی بر ارزش‌آفرینی: رویکرد سرمایه‌گذاری، **فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری، سال دهم، شماره ۳۷، بهار**.
- حسینی، سیدصدفرد؛ باستانی، مهدی؛ سلامی، حبیب‌الله؛ یزدانی، سعید؛ اسدی، هرمز (۱۳۹۹)، الگوی اقتصاد دانش‌بنیان در تولید محصولات کشاورزی: راهکاری برای اثرگذاری دانش در تولید، **تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران (علوم کشاورزی ایران)، دوره ۵۱، شماره ۱، صفحات ۱۷-۳۱**.
- خسروی‌پور، بهمن؛ شعبی، عبدالحسین (۱۴۰۱)، نقش و ضرورت کارآفرینی در توسعه روستایی و کشاورزی، **جغرافیا و روابط انسانی، زمستان ۱۴۰۱، دوره ۵، شماره ۳، صفحات ۲۰۵-۲۲۰**.
- راجی، مهدیه؛ راجی، لاله (۱۳۹۹)، کارآفرینی پایدار و روند جهانی مطالعات آن در طول بیست سال گذشته، **سومین کنفرانس ملی کارآفرینی و مهندسی صنایع**.
- شاکری، رویا؛ حسنی، رفیق؛ عبدالملکی، مهدی؛ آژنگ، محمدرضا (۱۴۰۱)، ارائه الگوی عملکرد نوآوری شرکت‌های دانش‌بنیان: رهیافت فراترکیب، **پژوهش‌های مدیریت عمومی، دوره ۱۵، شماره ۵۵ (شماره پیاپی ۵۵)، صفحات ۱۲۵-۱۵۴**.
- شرفی، مرضیه؛ ضیا، بابک؛ سمیعی، روح‌الله؛ مستقیمی، محمدرضا (۱۳۹۸)، شناسایی عوامل مؤثر در اشتغال با رویکرد کارآفرینی پایدار مبتنی بر سیاست‌های کلی اشتغال، **فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی، دوره ۲، شماره ۳، بهار**.
- شیرخانی، مریم؛ کریمی، سعید (۱۳۹۷)، توسعه کارآفرینی زیست‌محیطی با تأکید بر نقش کسب‌وکارهای کوچک نو خرد روستایی، **مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، دوره ۵، شماره ۴، صفحات ۱-۲۶**.
- عبدالله‌زاده، غلامحسین؛ شریف‌زاده، محمدشریف (۱۳۹۳)، تلفیق پایداری در فرآیند کارآفرینی: تبیین مفهوم، ضرورت و ملزومات کارآفرینی پایدارگرا و کسب‌وکار سبز، **نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد اول، شماره سوم**.
- علیزاده طولی، محمد؛ رحمانی، بیژن؛ منشی‌زاده، رحمت‌الله؛ رضویان، محمدتقی؛ میردالسادات، پگاه (۱۴۰۱)، تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی پایدار در سکونتگاه‌های روستایی ساحلی (مطالعه موردی: روستاهای ساحل جنوب - قشم)، **فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دوره ۱۲، شماره ۴۸ (شماره**

پیاپی ۴۸.

- غفاری، هادی؛ یونسی، علی؛ رفیعی، مجتبی (۱۳۹۵)، تحلیل نقش سرمایه گذاری در آموزش جهت تحقق توسعه پایدار با تأکید ویژه بر آموزش محیط زیست، **فصلنامه آموزش محیط زیست و توسعه پایدار**، دوره ۵، شماره ۱، صفحات ۷۹-۱۰۰

- **Alvesson, M.** (۲۰۰۴). **Knowledge Work and Knowledge-intensive Firms.** Oxford University Press, Oxford.
- **Avelar, S.,** Borges-Tiago, T., Almeida, A., & Tiago, F. (۲۰۲۴). Confluence of sustainable entrepreneurship, innovation, and digitalization in SMEs. *Journal of Business Research*, ۱۷۰, ۱۱۴۳۴۶. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114346>
- **Fatoki, O.** (۲۰۲۰). Determinants of sustainability-oriented entrepreneurial intentions of university students. *Southern African Business Review*, ۲۴. <https://doi.org/10.25159/1998-8125/7795>
- **Greco, Angela,** de Jong, Gjalt (۲۰۱۷). Sustainable entrepreneurship: definitions, themes and research gaps. (Working paper series; Vol. ۶, No. ۱۷). **Rijksuniversiteit Groningen/Campus Fryslân.** DOI:10.13140/RG.2.2.16751.12968
- **Halberstadt, J.,** Schwab, A.-K., & Kraus, S. (۲۰۲۴). Cleaning the window of opportunity: Towards a typology of sustainability entrepreneurs. *Journal of Business Research*, ۱۷۱, ۱۱۴۳۸۶. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114386>
- **HIZARCI A. K.,** ÖZGEN Ö.:(۲۰۲۰),The Target of Entrepreneurial Passion Under the Role of Passion Types and Culture: A Conceptual Framework; **Emerald**, ss.۹۱-۱۱۲
- **Hoogendoorn,** Brigitte, van der Zwan, Peter & Thurik Roy (۲۰۱۹), Sustainable Entrepreneurship: The Role of Perceived Barriers and Risk, <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-017-3767-8>
- **Landström, H.** (۲۰۲۰). The Evolution of Entrepreneurship as a Scholarly Field. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, ۱۶(۲), ۶۵-۲۴۳. <https://doi.org/10.1561/03000000083>
- **Nawaz Tunio, M.,** Jariko, M. A., Børsen, T., Shaikh, S., Mushtaque, T., & Brahmi, M. (۲۰۲۱). How Entrepreneurship Sustains Barriers in the

- Entrepreneurial Process—A Lesson from a Developing Nation. Sustainability, ۱۳(۲۰), ۱۱۴۱۹. <https://doi.org/۱۰.۳۳۹۰/su۱۳۲۰۱۱۴۱۹>
- Neumann, T. (۲۰۲۱). The impact of entrepreneurship on economic, **social and environmental welfare and its determinants: a systematic review**. <https://link.springer.com/article/۱۰.۱۰۰۷/s۱۱۳۰۱۰۰۲۰۰۰۱۹۳۰۷>
 - Nicolopoulou, K., Karatas-Ozkan, M., Janssen, F., & Jermier, J. (۲۰۱۶). Sustainable entrepreneurship and social innovation. Taylor & Francis. <https://doi.org/۱۰.۴۳۲۴/۹۷۸۱۳۱۵۷۴۸۶۶۵>
 - Rashid, L. (۲۰۱۹). Entrepreneurship Education and Sustainable Development Goals: A literature Review and a Closer Look at Fragile States and Technology-Enabled Approaches. Sustainability, ۱۱(۱۹), ۵۳۴۳. <https://doi.org/۱۰.۳۳۹۰/su۱۱۱۹۵۳۴۳>
 - Salamzadeh, A., Markovic Radovic, M., & Salamzadeh, Y. (۲۰۲۲). The economic resilience-entrepreneurship nexus. Journal of Entrepreneurship and Business Resilience, ۵(۱), ۷–۱۲. ISSN: ۲۶۲۰۰۰۰۰۰۰۱۴۱
 - Terán-Yépez, E., et al. (۲۰۲۰). Sustainable entrepreneurship: review of its evolution and new trends. Journal of Cleaner Production, ۲۵۲, ۱۱۹۷۴۲. <https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.jclepro.۲۰۱۹.۱۱۹۷۴۲>
 - Trabattoni, A. (۲۰۲۱). Sustainable Entrepreneurship: Definition and Its Importance for Global Businesses. Available online: https://www.academia.edu/۴۳۱۲۳۴۹۲/Sustainable_Entrepreneurship_The_Importance_of_Global_Businesses_for_the_Future
 - Youssef, A. B., Boubaker, S., Omri, A., Youssef, A. B., Boubaker, S., Entrepreneurship, A. O., ... Omri, A. (۲۰۱۷). Entrepreneurship and sustainability goals: The need for innovative and institutional solutions. *Technological Forecasting and Social Change, Elsevier* <https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.j.techfore.۲۰۱۷.۱۱.۰۰۳>
 - Zac, M. H. (۲۰۰۳). How Entrepreneurship Sustains Barriers in the Entrepreneurial Process—A Lesson from a Developing Nation. Sustainability, ۱۳(۲۰), ۱۱۴۱۹. <https://doi.org/۱۰.۳۳۹۰/su۱۳۲۰۱۱۴۱۹>
 - Zhao, D., et al. (۲۰۲۲). Understanding the Future Trends in Sustainable Entrepreneurship. Journal of Environmental Management. <https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.jenvman.۲۰۲۱.۱۱۳۳۸>