

# Presenting a strategic entrepreneurship model in the field of urban e-governance

Mohammad Javad Moshiri<sup>1</sup> , Alireza Moghaddasi<sup>2</sup> 

1- Department of Entrepreneurship, AK.C., Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran

2- Management Department, Department of Management, Faculty of Administrative Sciences, Imam Reza International University, Mashhad, Iran

**Receive:**

29 May 2025

**Revise:**

15 September 2025

**Accept:**

08 November 2025

**Keywords:**

Entrepreneurship model, strategic, governance, urban e-governance, sustainable competitive advantage, value creation

**Abstract**

The aim of this research is to present a strategic entrepreneurship model in the field of urban e-governance. The present research is fundamental-applicable in terms of its purpose, and qualitative in terms of its implementation and based on data-based theory. The statistical population of this research includes 12 experts and entrepreneurs in the fields of information technology and urban management who have a history of entrepreneurial activity in these fields, selected by theoretical sampling. The research collection tool is a semi-structured interview. The data-driven method was used to analyze the data. The research results show that the development of strategic entrepreneurship in e-governance requires simultaneous attention to the components of the three levels of business, national and international. The components of the business and national levels act as a basis and facilitator of the international components. Specifically, the creation of hardware and software infrastructures at the national level and attention to macroeconomic stability strengthens the competitive advantage at the international level. Also, the growth of the domestic economy is essential for penetrating international markets and forming international firms.

Please cite this article as (APA): Moshiri, M. J. and Moghaddasi, A. (2026). Presenting a strategic entrepreneurship model in the field of urban e-governance. *Journal of value creating in Business Management*, 5(4), 404-433.



<https://doi.org/10.22034/jvcbm.2025.526505.1562>



Authors retain the copyright and full publishing rights.

Published by Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business. This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

**Publisher:** Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business

**Corresponding Author:** Alireza Moghaddasi

**Email:** [alireza.moghaddasi@imamreza.ac.ir](mailto:alireza.moghaddasi@imamreza.ac.ir)

## Extended Abstract

### Introduction

Entrepreneurship, as a new phenomenon in the economy, plays a decisive role in improving and promoting the performance of organizations in a wide range and in a multi-sided interaction with the market. Entrepreneurship is a dynamic process in which an entrepreneur, by identifying new opportunities, achieves a new idea and, by acquiring the necessary resources and accepting the risk, launches a new business, which results in providing a new product or service to society (Ahmadpour & Karimi, 2015). Increasing employees' willingness to act entrepreneurially is essential for organizations to create new knowledge and convert it into new products and services, and to compete for profitable opportunities. In fact, organizations will perish without people who have entrepreneurial thinking. Therefore, entrepreneurship research should be directed towards examining this tendency in employees and testing the factors affecting it (Balachandra & Dublish, 2019). Given the importance of entrepreneurship, this concept has undergone changes and should be viewed with a macro approach. Strategic entrepreneurship involves carrying out entrepreneurial activities with a comprehensive and long-term perspective (Ghaffari et al., 2023). Strategic entrepreneurship is a process that simultaneously seeks opportunities and competitive advantages to create entrepreneurial strategies and create value. Therefore, the integration of entrepreneurship and strategic management knowledge is called strategic entrepreneurship (Rajabpour et al., 2023). On the other hand, good urban governance, as a category that has long been a topic of discussion about the effectiveness of governments, has been once again considered and scrutinized in recent years and, in a sense, has played a fundamental role in legitimizing governments. The concern for expanding the volume and quality of services expected by society and its various sectors has added to the difficulty of realizing good governance and defined requirements for it; to the extent that it seems that only through the application of new information and communication technologies can we hope to realize the indicators of good governance in a society (Valizadeh & Dadashpurmoghaddam, 2019). Therefore, we are seeking to answer the question: what is the strategic entrepreneurship model in the field of urban e-governance?

### Theoretical Framework

#### Entrepreneurship

The word entrepreneurship originates from the meaning of commitment. Entrepreneurship as a new organizational insight, culture, and approach is one of the most important interdisciplinary achievements of economic, social, management, and psychological sciences in the past few decades, which has received serious attention from governments and policymakers in all countries, first in manufacturing and industrial organizations and then in other social and service organizations (Agwu & Onwuegbuzie, 2018).

#### Strategic Entrepreneurship

Strategic entrepreneurship is an integrated approach that integrates entrepreneurial and strategic management in the design and implementation of profitable strategies. This approach, by utilizing knowledge of resources and processes, enables rapid decision-making that is compatible with environmental changes and seeks to create a balance between searching for new opportunities and maintaining existing competitive advantages (Ziyae & Vagharmousavi, 2021).

Parvin et al. (2024) examined the foresight of digital governance in line with urban smartization with a sustainability approach based on scenario writing at the level of the country's metropolitan cities. Based on the results obtained, the first scenario is the best in the areas of smartization, participation, transparency, structural arrangements, integration, culture,

and sustainability, and the sixth scenario (and to some extent the fifth scenario) represents the worst possible scenarios. The second to fourth scenarios are based on minimal changes in the main factors and showed progress in only one factor and regression in one factor. The research results showed that capacity building to create the right to access information, increase lawfulness, discipline urban management mechanisms, strengthen internal platforms for networking and securing information in line with urban smartization can be implemented through the implementation of a good digital governance model.

Safari Nematieh et al. (2024) investigated the role of strategic entrepreneurial leadership on value creation and acquisition by mediating open innovation. The results showed that the mediating effect of open innovation is confirmed in the relationship between strategic entrepreneurial leadership and value creation and acquisition. In testing the sub-hypotheses, the effect of strategic entrepreneurial leadership on value creation and acquisition and open innovation is confirmed, and the effect of open innovation on value creation and acquisition is also confirmed.

### Research Methodology

The present study is fundamental-applicable in terms of purpose, and qualitative in terms of implementation and based on grounded theory. The statistical population of this study includes 12 experts, entrepreneurs in the fields of information technology and urban management who have a history of entrepreneurial activity in these fields and were selected by theoretical sampling. The research collection tool is a semi-structured interview.

### Research findings

The grounded theory method was used to analyze the data. The results of the study show that the development of strategic entrepreneurship in e-governance requires simultaneous attention to the three levels of business, national, and international. The business and national level components act as a basis and facilitator for the international components. Specifically, the creation of hardware and software infrastructures at the national level and attention to macroeconomic stability strengthen the competitive advantage at the international level. Also, the growth of the domestic economy is essential for penetrating international markets and forming international firms.

### Conclusion

The present study was conducted with the aim of presenting a model of strategic entrepreneurship in the field of urban e-governance. The results of this study are consistent with the results of Shahram Far (2021), Salatin (2020), Paek et al. (2018), Oana-Ramona et al. (2021), Colabi & Yaghoubi (2022), Rezazadeh et al. (2016), Parvin et al. (2024), Safari Nematieh et al. (2024), Xin et al. (2023), Bashir & Vij (2023), Colabi & Yaghoubi (2022), Oana-Ramona et al. (2021), and (Yari & Shayannia (2021). The results of the study (Shahram Far, 2021) showed that strategic management and entrepreneurial leadership have an impact on government support policies, financial resource management, and the establishment of an entrepreneurial culture. These factors also affect strategic entrepreneurship and strategic entrepreneurial thinking.

According to the results obtained, the following suggestions are made:

Based on the outputs of the model, it is suggested that entrepreneurship planners and policymakers provide the basis for the development of e-governance. The development of e-governance provides conditions for entrepreneurs to conduct extensive research in the field of entrepreneurship.

Also, according to the results of the research, policymakers and planners should consider many factors for the development of strategic entrepreneurship. Factors such as creating infrastructure and superstructures of companies and organizations are very important and provide a platform for the growth of entrepreneurship. Therefore, it is recommended to provide the necessary platforms in this regard.



## ارائه الگوی کار آفرینی استراتژیک در حوزه حکمرانی الکترونیک شهری

محمدجواد مشیری<sup>۱</sup> ID، علیرضا مقدسی<sup>۲</sup> ID

۱- گروه کارآفرینی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران  
۲- گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران

### چکیده

هدف این پژوهش ارائه الگوی کارآفرینی استراتژیک در حوزه حکمرانی الکترونیک شهری می باشد. تحقیق حاضر به لحاظ هدف، بنیادی - کاربردی و از نظر اجرا کیفی و مبتنی بر نظریه داده بنیاد می باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل ۱۲ نفر از خبرگان و کارآفرینان در حوزه فناوری اطلاعات و مدیریت شهری است که سابقه فعالیت کارآفرینانه در این حوزه ها را دارند و از نمونه گیری به روش نظری انتخاب شدند. ابزار گردآوری پژوهش، مصاحبه نیمه ساختاریافته می باشد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش داده بنیاد استفاده شد. نتایج تحقیق نشان می دهد که توسعه کارآفرینی استراتژیک در حکمرانی الکترونیک نیازمند توجه همزمان به مؤلفه های سه سطح کسب و کار، ملی و بین المللی است. مؤلفه های سطح کسب و کار و ملی به عنوان زمینه ساز و تسهیل کننده مؤلفه های بین المللی عمل می کنند. به طور مشخص، ایجاد زیرساخت های سخت افزاری و نرم افزاری در سطح ملی و توجه به ثبات اقتصادی کلان، مزیت رقابتی در سطح بین المللی را تقویت می کند. همچنین رشد اقتصاد داخلی برای نفوذ در بازارهای بین المللی و شکل گیری بنگاه های بین المللی ضروری است.

تاریخ دریافت: ۰۸ خرداد ۱۴۰۴

تاریخ بازنگری: ۲۴ شهریور ۱۴۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۷ آبان ۱۴۰۴

### کلید واژه ها:

الگوی کارآفرینی،  
استراتژیک،  
حکمرانی،  
حکمرانی الکترونیک شهری،  
مزیت رقابتی پایدار،  
ارزش آفرینی

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): مشیری، محمدجواد و مقدسی، علیرضا. (۱۴۰۴). ارائه الگوی کارآفرینی استراتژیک در حوزه حکمرانی الکترونیک شهری. فصلنامه ارزش آفرینی در مدیریت کسب و کار. ۵(۴). ۴۰۴-۴۳۳.



<https://doi.org/10.22034/jvcbm.2025.526505.1562>



Authors retain the copyright and full publishing rights.

Published by Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business. This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

ناشر: مرکز پژوهشی مطالعات مدیریت منابع و کسب و کار دانش محور

نویسنده مسئول: علیرضا مقدسی

ایمیل: alireza.moghadasi@imamreza.ac.ir

## مقدمه

رشد سریع و تکاملی دانش فنی و تکنولوژی و گسترش بازار مصرف، مجال استفاده از تجارب و راه حل‌های گذشته را از آدمی ربوده‌است. دیگر تجارب و راه حل‌های گذشته، برای مسائل جاری و آینده سازمان‌ها کارگشا نیستند. باید به شیوه‌ای دیگر اندیشید و به دنبال راهکارهای جدیدی بود تا بتوان محصولات شامل کالاها و خدمات را با کیفیتی بالاتر و متناسب با نیازهای مخاطبان و مشتریان با رویکرد ارزش آفرینی بیشتر عرضه نمود. یافتن روش‌های خلاقانه با به کارگیری شیوه‌ها و راه‌یافت‌های بهتر، سریع‌تر و کم هزینه‌تر کالاها و خدمات جدید، می‌تواند زمینه‌های ایجاد توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را فراهم سازد (Kakaei et al, 2021). در این میان، کارآفرینی یک نگرش مدیریتی است که مفاهیمی چون نوآوری و انعطاف‌پذیری و پاسخگویی را در سایه درک فرصت‌های محیطی معنی می‌بخشد. کارآفرینی سازمانی زمانی رخ می‌دهد که یک سازمان متکی بر رشد و استفاده از فرصت‌های جدید فاکتورهای داخلی و خارجی سازمان خود باشد (Darabi et al, 2019). کارآفرینی به عنوان یک پدیده نوین در اقتصاد، در یک گستره وسیع و در تعاملی چند سویه با بازاریابی، نقشی تعیین کننده و حیاتی در بهبود و ارتقای عملکرد سازمان‌ها و ارزش آفرینی ایفاء می‌کند. کارآفرینی فرایندی پویا است که در آن فرد کارآفرین با شناسایی فرصت‌های جدید به ایده‌ای نو دست یافته و با کسب منابع لازم و با پذیرش ریسک، کسب و کار جدیدی راه اندازی می‌کند که نتیجه این فرایند ارائه محصول یا خدمت جدیدی به جامعه است (Ahmadpour & Karimi, 2015).

در محیط کسب و کار امروز، جایی که چرخه حیات محصولات و خدمات در حال کوتاه‌تر شدن بوده و منافع آینده نامشخص می‌باشد، برای مؤسسات کارآفرین، ریسک‌پذیری، نوآوری و سلطه جویی در بازارهای کسب و کار رقابتی بسیار مهم است. به علاوه برای تداوم مزیت رقابتی پایدار و ایجاد منافع بیشتر، سازمان‌ها باید در مقایسه با رقبایشان بهتر پاسخگوی نیازهای بازار بوده و باید قادر باشند تغییرات بازار را به درستی پیش بینی نمایند؛ طوری که بتوانند بهترین ارزش‌ها را برای مشتریان خود فراهم کنند (Delgarm, 2018). افزایش تمایل کارکنان به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه برای سازمان‌ها، به جهت ایجاد دانش جدید و تبدیل آن به محصولات و خدمات جدید و به منظور رقابت در جهت کسب فرصت‌های بهره‌ور ضروری است. در واقع سازمان‌ها بدون داشتن افرادی که فکر کارآفرینانه داشته باشند رو به نابودی خواهد رفت. بنابراین تحقیقات کارآفرینی باید به سمت و سویی سوق داده شود که این گرایش را در کارکنان مورد بررسی قرار دهد و عوامل تأثیرگذار بر آن مورد سنجش و آزمون قرار گیرد و الگویی با رویکرد ارزش آفرینی برای آن ارائه گردد (Balachandra & Dublsh, 2019).

نظر به اهمیتی که کارآفرینی دارد این مفهوم دست خوش تغییراتی گردیده است و با رویکردی کلان باید به آن نگریت. کارآفرینی استراتژیک شامل انجام فعالیت‌های کارآفرینانه با دیدگاهی فراگیر و بلندمدت است (Ghaffari et al, 2023). همچنین، کارآفرینی استراتژیک فرایندی است که به طور هم زمان در جستجوی فرصت‌ها و مزایای رقابتی پایدار است تا استراتژی‌های کارآفرینانه‌ای را ایجاد کنند و موجب خلق ارزش و ارزش افزوده شوند. پس ادغام و یکپارچگی کارآفرینی و دانش مدیریت استراتژیک را کارآفرینی استراتژیک گویند (Rajabpour et al, 2023). در تعریفی دیگر، کارآفرینی استراتژیک عبارت است از فعالیت‌های کارآفرینانه‌ای که در چارچوب استراتژی کسب و کار

به انجام می‌رسد و به توسعه تخصص در مهارت‌ها و منابع اصلی پرداخته و از اهرم کاربرد و انتقال دانش در مهارت‌ها و منابع برای تولید محصولات و خدمات و یافتن بازارهای جدید استفاده می‌کند (Hamidianpour et al, 2017). از سوی دیگر، حکمرانی و حکمرانی خوب شهری نیز به مثابه مقوله‌ای که از دیرباز در بحث از کارآمدی حکومت‌ها مطرح بوده‌است، در سال‌های اخیر بار دیگر مورد توجه و تدقیق قرار گرفته و به یک معنا در مشروعیت‌بخشی دولت‌ها نقش اساسی ایفا کرده‌است. عنایت به گسترش حجم و کیفیت خدماتی که از سوی جامعه و بخش‌های مختلف آن مورد انتظار است، بر دشواری تحقق حکمرانی خوب در سطح سازمان‌ها افزوده و الزاماتی را برای آن تعریف کرده‌است؛ تا آن‌جا که به نظر می‌رسد تنها از رهگذر کاربست فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی می‌توان به تحقق شاخص‌های حکمرانی خوب در یک جامعه امید داشت (Valizadeh & Dadashpurmoghaddam, 2019). از طریق حکمرانی الکترونیک است که می‌توان مؤلفه‌های حکمرانی خوب شهری را ارتقا داد و زمینه‌های رفاه بیشتر شهروندان را فراهم آورد فناوری اطلاعات و ارتباطات امکانات گسترده‌ای را برای عینیت یافتن آرمان‌های حکمرانی خوب فراهم می‌کند و با به کارگیری فناوری‌های جدید ارتباطی و اطلاعاتی به بهبود فرایندهای ارائه خدمات در بخش عمومی، تسریع ارائه خدمات به شهروندان، پاسخ‌گوتر شدن مأموران دولتی، شفاف شدن اطلاعات، کاهش فاصله میان مردم و دولتمردان، مشارکت اثربخش‌تر شهروندان و اعضای جامعه مدنی در فرایند تصمیم‌گیری عمومی، گسترش عدالت اجتماعی از طریق فرصت‌های برابر افراد برای دسترسی به اطلاعات و موارد مشابه کمک شایانی می‌کند و حکومت‌ها چنانچه بخواهند در مسیر تحقق حکومت داری خوب حرکت کنند باید به ابزار نیرومندی همچون فناوری اطلاعات و ارتباطات مسلح باشند. هر چند بدیهی است که تحقق و توسعه این مفاهیم، بدون وجود سبک چابکی از حکمرانی که به مسائل و چالش‌های شهری پاسخی خلاقانه و کارآفرینانه دهد، امکان‌پذیر نیست. شهرداری نزدیک‌ترین سطح حکومت به مردم است، که می‌تواند با الکترونیکی نمودن خدمات خود به عنوان ابزاری مؤثر برای تحقق عدالت اجتماعی و نیل به حکمرانی خوب از نهادی خدماتی به نهادی اجتماعی مبدل شود. از جدیدترین رویکردها به کارآفرینی استراتژیک، استقرار شاخص‌های الگوی حکمرانی خوب است. شاخص‌هایی که سازماندهی نظام اجتماعی و سیاسی بر قالب خاصی و با سامانه ویژه‌ای که تنظیمات خود را بر دو وجه سلبی و ایجابی استوار می‌کند. لذا بر آن شدیم تحقیقات خود را در حوزه مدیریت استراتژیک کارآفرینی سو دهیم و در همین راستا یک سری اهداف را دنبال می‌کنیم. بنابراین به دنبال پاسخی به این سؤال هستیم که الگوی کارآفرینی استراتژیک در حوزه حکمرانی الکترونیک شهری چگونه است؟

## ادبیات نظری

### کارآفرینی

واژه کارآفرینی به معنای متعهد شدن نشأت گرفته است. کارآفرینی به عنوان یک بینش، فرهنگ و رویکرد نوین سازمانی از جمله مهم‌ترین دستاوردهای بین رشته‌ای علوم اقتصادی، اجتماعی، مدیریتی، روانشناسی در چند دهه گذشته است که از ابتدا در سازمان‌های تولیدی و صنعتی و سپس در سایر سازمان‌های اجتماعی و خدماتی مورد توجه جدی دولتمردان و سیاستگذاران کلیه کشورها قرار گرفته است (Agwu & Onwuegbuzie, 2018). کارآفرینی به عنوان یک رشته علمی از اهمیت زیادی برخوردار است که نه تنها به عنوان حلقه اتصال بین اختراع، نوآوری و تولید محصولات و خدمات

جدید نقش ایفاء می‌کند، بلکه به عنوان موتور رشد و توسعه اقتصادی نیز عمل می‌کند. ایجاد سازمان‌های جدید به عنوان یکی از مهمترین نیروهای توسعه اقتصادی و اجتماعی محسوب می‌شود. سازمان‌های جدید تسهیل‌گر رشد اقتصادی بوده، باعث توسعه فن آوری گردیده، ایجاد محصولات و خدمات جدید شده و در بعضی موارد بطور کامل باعث خلق صنایع جدید و ارزش آفرینی می‌شوند. سازمان‌های جدید همچنین منجر به ایجاد مشاغل جدید و دستاوردهای اقتصادی شده و خیابان منتهی به تحرک اجتماعی را گسترده‌تر می‌نمایند (Behdarvand & Masroor, 2019). کارآفرینی یا همان فرآیند کشف فرصت‌ها بیان می‌کند که چگونه افراد بصورت مستقل و یا در داخل سازمان‌ها، مسائل و چالش‌های ناشناخته را می‌بینند و چارچوبی جدید از ابزارها و اهداف ایجاد می‌کنند تا از آن‌ها استفاده کنند. البته کارآفرین فقط مواردی را می‌بیند و برای استفاده از آن برنامه ریزی می‌کند که ارزش لازم را داشته باشند. در راستای استفاده از فرصت‌ها، کارآفرینان کالاها یا خدماتی را به جامعه عرضه می‌کنند که مشتری پسند بوده و بازار یا محیط خواهان آن‌ها است. بنابراین لازم است کارآفرینان اطلاعات کاملی از بازار و محیط داشته باشند. فرآیند مبادله و تعامل با محیط می‌تواند این اطلاعات را فراهم کند (Fattahi et al, 2016). از آنجا که مفاهیم علوم انسانی در زمره مفاهیم قطعی علوم فیزیک و شیمی به کار نمی‌رود، ارائه یک تعریف قطعی و مشخص برای واژه‌های آن دشوار و حتی غیر ممکن است. در این میان کارآفرینی نیز یکی از آن واژه‌هاست که تعاریف واحدی برای آن وجود ندارد و در محافل علمی، تعاریفی متفاوت از دیدگاه‌های گوناگون برای آن وجود ندارد و در محافل علمی، تعاریفی متفاوت از دیدگاه‌های گوناگون برای آن ارائه شده است (Khajuei Nasab Karani, 2018).

### کارآفرینی استراتژیک

کارآفرینی استراتژیک رویکردی تلفیقی است که مدیریت کارآفرینی و استراتژیک را در طراحی و اجرای استراتژی‌های سودآور ادغام و یکپارچه می‌کند. این رویکرد با بهره‌گیری از دانش منابع و فرایندها، امکان تصمیم‌گیری سریع و سازگار با تغییرات محیطی را فراهم می‌آورد و به دنبال ایجاد تعادل میان جستجوی فرصت‌های جدید و حفظ مزیت‌های رقابتی موجود است (Ziyae & Vagharmousavi, 2021). در این زمینه، یچیدگی‌های فرهنگی در سطوح اجتماعی و سازمانی چالشی مهم برای کارآفرینان و ارزش آفرینان است که نیازمند درک عمیق و همدلی میان ذی‌نفعان به ویژه در شرکت‌های کوچک و متوسط و کسب و کارهای نوظهور است (Lo et al, 2023). ابعاد کلیدی کارآفرینی استراتژیک شامل ذهن کارآفرینانه، فرهنگ و رهبری کارآفرینانه، مدیریت استراتژیک منابع، و به کارگیری خلاقیت و نوآوری است. ذهن کارآفرینانه به عنوان روشی برای تفکر در شرایط عدم قطعیت، نقش مهمی در شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها و خلق مزیت رقابتی ایفا می‌کند (Luu, 2023). کارآفرینی استراتژیک رویکرد ترکیبی دیدگاه کارآفرینانه و دیدگاه استراتژیک و تفکر راهبردی برای طراحی و اجرای استراتژی‌های کارآفرینانه سودآور است. برای موفقیت شرکت‌ها و دولت در زمینه کارآفرینی استراتژیک در اختیار داشتن دانش لازم در مورد منابع و فرایند شرکت و میزان افزایش نرخ سودآوری و ارزش آفرینی از اهمیت فراوانی برای کسب و کارها و سازمان‌ها برخوردار است (Shah & Nazari & Malek Mohammadi, 2023). کارآفرینی استراتژیک هماهنگی جنبه‌های استراتژیک و کارآفرینی در ایجاد، توسعه و عمل در نظر گرفته شده برای به دست آوردن مزایای رقابتی است. این رویکرد حاصل ایجاد تعادل میان دو اقدام مرتبط و پیوسته یعنی رفتارهای فرصت طلبانه و رفتارهای مزیت طلبانه است. کارآفرینی استراتژیک از طریق

ایجاد تغییرات گسترده به شرکت‌ها کمک می‌کند زمینه‌های رشد و سودآوری را فراهم کنند. مفهوم کلیدی کارآفرینی استراتژیک این است که برای کسب مزیت رقابتی و خلق ارزش‌های پایدار، باید تعادلی را در شرکت برقرار کند (Maleki & Jokar, 2022).

### پیشینه پژوهش

(Safari Nematieh et al, 2024) به بررسی نقش رهبری کارآفرینی استراتژیک بر خلق و کسب ارزش با میانجی‌گری نوآوری باز پرداختند. نتایج نشان داد که تأثیر میانجی‌گری نوآوری باز را در رابطه بین رهبری کارآفرینی استراتژیک و خلق و کسب ارزش تأیید می‌شود، در آزمون فرضیه‌های فرعی تأثیر رهبری کارآفرینی استراتژیک بر خلق و کسب ارزش و نوآوری باز تأیید می‌شود، همچنین تأثیر نوآوری باز بر خلق و کسب ارزش تأیید می‌شود.

(Xin et al, 2023) به بررسی کارآفرینی استراتژیک و نوآوری در زنجیره تأمین پایدار از منظر مزیت مشارکتی پرداختند. نتایج، تأثیر مثبت کارآفرینی استراتژیک بر نوآوری مشارکتی را تأیید می‌کند که به طور متفاوتی توسط ساختارهای سازمانی غیرمتمرکز، رسمی و تخصصی تعدیل می‌شود. در همین حال، همکاری‌های عمودی و افقی منجر به انواع مختلفی از مزایا می‌شوند و شرکت‌ها باید استراتژی‌های اکتشاف و بهره‌برداری را در حوزه‌های عملکردی متعادل کنند تا به دوسوتوانی استراتژیک دست یابند که باعث بهبود بیشتر کارآفرینی مشارکتی و تسهیل نوآوری زنجیره تأمین پایدار می‌شود. از نظر تئوری، این مطالعه در به‌کارگیری کارآفرینی استراتژیک برای مزیت مشارکتی در یک زمینه زنجیره تأمین، در عین حال با در نظر گرفتن پیچیدگی بالای همکاری زنجیره تأمین با رویکرد اقتضایی، بدیع است. در عمل، این مطالعه پیامدهای مدیریتی مهم و توصیه‌های خاصی را برای شرکت‌های مختلف جهت دستیابی به پایداری در همکاری و نوآوری در زنجیره تأمین ارائه می‌دهد.

(Bashir & Vij, 2023) به بررسی رابطه بین کارآفرینی استراتژیک و مزیت رقابتی پرداختند. نتایج رابطه قوی بین کارآفرینی استراتژیک و مزیت رقابتی را نشان داد. این مطالعه نشان می‌دهد که مدیران شاغل باید به طور همزمان رفتارهای فرصت‌طلبی و مزیت‌طلبی را برای کسب مزیت رقابتی اتخاذ کنند. این مطالعه با توسعه و اعتبارسنجی مقیاسی برای کارآفرینی استراتژیک و ایجاد رابطه مثبت آن با مزیت رقابتی، به ادبیات مدیریت استراتژیک کمک می‌کند.

(Colabi & Yaghoubi, 2022)، به بررسی ارائه چارچوب حکمرانی پایدار با رویکرد توسعه کارآفرینی پرداختند. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از روش فراترکیب و تحلیل محتوای کیفی، مؤلفه‌های استخراج‌شده در سه سطح کسب و کار، ملی و بین‌المللی طبقه‌بندی شدند و این سه سطح مکمل یکدیگرند. مؤلفه‌های جوان‌سازی بدنه دولت، حذف نهادهای موازی، نوسازی بدنه دولت، عوامل اقتصادی (اصلاح ساختارهای بانکی)، ایجاد زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، ایجاد مزیت رقابتی بین‌المللی و نفوذ در بازارهای بین‌المللی، چارچوب حکمرانی پایدار با رویکرد توسعه کارآفرینی را تشکیل می‌دهند.

(Oana-Ramona et al, 2021)، به بررسی تأثیر حکمرانی بر کارآفرینی در چندین کشور عضو اتحادیه اروپا در سال‌های ۲۰۱۲-۲۰۱۷ پرداختند. ضریب همبستگی پیرسون مجموعه‌ای از روابط منفی، از نظر آماری معنی‌دار، بین شاخص‌های حکمرانی و جمعیت‌شناسی کسب و کار را نشان داد. تجزیه و تحلیل مؤلفه‌های اصلی دو مؤلفه اصلی را برای پایگاه داده ما به دست داد: مؤلفه اصلی پنج شاخص حکمرانی (کنترل فساد، حاکمیت قانون، چارچوب نظارتی،

اثربخشی دولت و ثبات سیاسی) است، در حالی که مؤلفه دوم مبتنی بر حق اظهار نظر و پاسخگویی است. بنابراین، مؤلفه اول حکمرانی بیشتر مربوط به بخش دولتی است، در حالی که مؤلفه دوم نشان‌دهنده مشارکت جامعه مدنی است. تجزیه و تحلیل رگرسیون علاوه بر مدل حداقل مربعات معمولی، مدل اثرات ثابت و اثرات تصادفی را نیز در نظر گرفت تا تأکید کند که آیا تفاوت‌ها در بین کشورها بر نتایج رگرسیون تأثیر می‌گذارد یا خیر. چندین متغیر کارآفرینی به عنوان متغیرهای وابسته به کار گرفته شدند: جمعیت‌شناسی کسب‌وکار، نرخ رشد بالای بنگاه‌ها بر اساس اشتغال، رشد خالص بنگاه‌های کارفرمایی، و جمعیت‌شناسی کسب‌وکار بر اساس طبقه اندازه. نتایج رگرسیون سازگار، تأثیر غیرمستقیم حکمرانی عمومی بر نرخ رشد بالای بنگاه‌ها بر اساس اشتغال و رشد خالص بنگاه‌های کارفرمایی را تأکید کرد. بر اساس یافته‌های ما، نتیجه‌گیری اصلی این است که سیاست‌های عمومی از کارآفرینی یا زمینه ملی برای توسعه کارآفرینان حمایت نمی‌کنند. علاوه بر این، مشارکت شهروندان و فرصت‌های آنها برای شرکت در تصمیمات عمومی از نظر حمایت از کارآفرینی نیز محدود است.

(Yari & Shayannia, 2021) به بررسی نقش کارآفرینی سازمانی در عملکرد سازمانی با توجه به کارآفرینی استراتژیک در شرکت استیل کرد ایلام پرداختند. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد کارآفرینی سازمانی در عملکرد سازمانی با توجه به کارآفرینی استراتژیک در شرکت استیل کرد ایلام تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

(Salatin, 2020) به بررسی تأثیر کیفیت حکمرانی بر کارآفرینی در گروه کشورهای منتخب پرداختند. نتایج نشان داد که کیفیت حکمرانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر کارآفرینی در گروه کشورهای منتخب دارند. میزان تاثیرگذاری کیفیت حکمرانی بر کارآفرینی در گروه کشورهای منتخب نوآر محور با درآمد بالا بیشتر از گروه کشورهای منتخب کارایی محور با درآمد متوسط می‌باشد. در این راستا دولت‌ها با ایجاد نهادهای کارآمد می‌توانند محیط مناسبی را برای تنظیم روابط اقتصادی افراد جامعه به گونه‌ای کم‌هزینه فراهم سازند تا از این طریق زمینه تقویت و توسعه کارآفرینی فراهم شود.

## روش پژوهش

تحقیق حاضر به لحاظ هدف، بنیادی - کاربردی و از نظر اجرا کیفی و مبتنی بر روش‌شناسی نظریه داده‌بنیاد می‌باشد. حوزه تخصصی این پژوهش، مدیریت استراتژیک کارآفرینی مبتنی بر فناوری اطلاعات است و از منظر موضوعی، با رویکردی سیستماتیک به طراحی و ارائه الگوی مدیریت استراتژیک کارآفرینی در چارچوب حکمرانی الکترونیک شهری می‌پردازد. جامعه آماری این تحقیق شامل ۱۲ نفر از خبرگان، کارآفرینان در حوزه فناوری اطلاعات و مدیریت شهری است که سابقه فعالیت کارآفرینانه در این حوزه‌ها را دارند و با استفاده از نمونه‌گیری به روش نظری انتخاب شدند. افراد نمونه‌گیری شده دارای سابقه کارآفرینی فناورانه و تجربه فعالیت در مراکز دانش‌بنیان مستقر در پارک‌های علم و فناوری هستند که تخصص و بینش عمیقی در زمینه‌های مرتبط دارند. ابزار گردآوری پژوهش، مصاحبه نیمه ساختاریافته می‌باشد. با استفاده از ابزار مصاحبه نسبت به مصاحبه اکتشافی با این افراد اقدام شده است و محورهای اصلی فعالیت‌های کارآفرینانه آن‌ها استخراج و حجم نمونه این تحقیق براساس منطق اشباع نظری و کفایت داده تعیین شده است. مصاحبه‌ها با خبرگان و کارآفرینان حوزه فناوری اطلاعات و مدیریت شهری که سابقه کارآفرینی در این زمینه‌ها دارند، انجام شده و هر مصاحبه حداقل دو ساعت و در ۳ تا ۴ جلسه برگزار شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش داده‌بنیاد

استفاده شد. روش نظریه داده‌بنیاد به عنوان رویکرد اصلی تحقیق انتخاب شده است که در آن پیش‌فرض‌های نظری در ابتدا تعیین نمی‌شوند و نظریه از دل داده‌ها استخراج می‌گردد. این روش به جای تمرکز صرف بر یافته‌ها، بر فرآیند تحلیل و تدوین مفاهیم نظری تأکید دارد و برای موضوعاتی که کمتر در مطالعات پیشین مورد توجه قرار گرفته‌اند، مناسب است. با توجه به نوظهور بودن حوزه کارآفرینی استراتژیک و مدیریت کارآفرینی مبتنی بر فناوری اطلاعات در حکمرانی شهری، استفاده از این روش در ایران هنوز جایگاه واقعی خود را نیافته است، اما پتانسیل بالایی برای پاسخگویی به مسائل این حوزه دارد.

### یافته‌های پژوهش

داده‌های پژوهش از طریق فرایند کدگذاری مبتنی بر طرح نظام‌دار نظریه برخاسته از داده‌ها تحلیل شدند (Strauss & Corbin, 1998). کدگذاری فرایندی تحلیلی است که طی آن داده‌ها مفهوم‌گذاری می‌شوند و به هم می‌پیوندند تا نظریه را شکل دهند. تحلیل داده‌ها در این روند جدا از گردآوری و نمونه‌گیری صورت نمی‌گیرد. در طرح تحقیق در ارائه الگوی کارآفرینی استراتژیک در حوزه حکمرانی الکترونیک شهری، نظریه داده بنیاد مراحل تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام می‌شود. در ادامه، آن دسته از مفاهیم استخراج شده که به عقیده پژوهشگر به یک موضوع یا مفهوم مشترک اشاره داشته‌اند، تحت عنوانی انتزاعی‌تر و به عنوان مقوله قرار گرفته‌اند. ۱۶۴ کد اولیه در ۲۲ دسته مقوله جای گرفتند. برای کدگذاری محوری در این پژوهش از الگوی پارادایمی استراوس و کوربین استفاده شده است. این الگو به نظریه‌پرداز کمک می‌کند تا درکی کلی از فرایند تئوریک داشته باشد. اجزای الگوی پارادایمی برای کدگذاری محوری عبارت‌اند: از مقوله محوری، شرایط علی، زمینه یا بستر حاکم، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها.

#### جدول ۱. شرایط علی پژوهش

مقوله انتخابی	مقوله محوری	کد اولیه
شرایط علی	تحلیل بازار	نیازسنجی بازار
		بررسی وضعیت تقاضاها و جایگاه رقبا در بازار بین‌المللی
		توجه به تحلیل بازار
		شناسایی فرصت‌های موجود خدمات مورد نیاز الکترونیکی سازی شهری
کارآفرینی	ایده	پذیرش نوآوری و خلاقیت
		احتمالات پذیری
		ریسک درک شده
		پشتکار در روند کارآفرینی
همکاران و شناسایی	شناسایی	ایده پردازی
		سازمان‌های مردمی
		مسکن و شهرسازی

شرکای فناوری	شرکای	
شهرداری و نهادهای مرتبط	تجاری	
ارتباطات مؤثر با مشتریان	شبکه سازی کارآفرینانه	
ارتباطات با رقبا و همکاران		
شناسایی فرصت‌های همکاری با افراد متفاوت		
ابزارهای ارتباطی نوین		
امکان پاسخگویی سریع و دقیق		
برقراری ارتباط با مشتریان به صورت مداوم		
قابلیت پیگیری و ردیابی مشکلات		
مشاهده وضعیت درخواست‌ها		

جدول ۲. شرایط زمینه‌ای پژوهش

مقوله انتخابی	مقوله محوری	کد اولیه
شرایط زمینه‌ای	زیرساخت‌های فنی دیجیتال	رایانش ابری
		توسعه فیبر نوری
		بستر سازی اینترنت اشیا
		فناوری‌های هوشمند
		اینترنت پرسرعت
		رسانه‌های اجتماعی
		وب معنایی
	زیرساخت‌های منابع انسانی	آموزش منابع انسانی
		تعریف رشته‌های دانشگاهی مرتبط با الکترونیک‌سازی خدمات شهری
		استفاده از متخصصان و کارشناسان الکترونیک‌سازی
زیرساخت‌های مالی	تخصیص بودجه دولتی کافی برای اجرایی سازی الکترونیک‌سازی خدمات شهری	
	برنامه ریزی مالی صحیح برای فرآیندهای توسعه الکترونیک‌سازی خدمات شهری	
	بازنگری سیستم قیمت گذاری	
	شناسایی منابع درآمدی سازمان‌ها در فرآیند توسعه الکترونیک‌سازی خدمات شهری	
	ایجاد منابع درآمدی پایدار در فرآیند توسعه الکترونیک‌سازی خدمات شهری	
	اختصاص تسهیلات مورد نیاز پروژه‌های توسعه الکترونیک‌سازی خدمات شهری	
تعیین دقیق منابع مالی شهرداری (مالیات بر ارزش افزوده، عوارض نوسازی، کسب و پیشه و خودرو، اجاره ساختمان‌های استیجاری شهرداری و سایر درآمدها بوده و فروش اموال غیر منقول، وام یا اوراق مشارکت)		

مقوله انتخابی	مقوله محوری	کد اولیه
	آمایش زمین	مدیریت خردمندانانه فضا و تخصیص بهینه زمین
		گسترش حمل و نقل عمومی و انسان محور
		ارائه مدل کاربری مختلط با برنامه ریزی کاربری زمین به صورت کارا و اثرگذار در صرفه جویی زمین
		توازن در توزیع مناسب خدمات و امکانات و تجهیزات شهری در تمام سطوح شهر
		حفظ و ذخیره زمین که جلوگیری از ایجاد کلانشهرهای خودرو و ارگانیک
		یکپارچه سازی مدیریت شهر براساس اطلاعات GIS
		تلفیق داده‌های مکانی و برنامه ریزی بلند مدت

### جدول ۳. شرایط مداخله گر پژوهش

مقوله انتخابی	مقوله محوری	کد اولیه	
شرایط مداخله گر	نقش نهادهای دولتی	تعیین چشم انداز، بهینه سازی تصمیم گیری در جهت کارآفرینی	
		کنترل و شبیه سازی رشد پروژه برای اشتغال زایی	
		حمایت نهادهای دولتی از کسب و کارهای نوپا در رشد شهری	
		میزان وجود فرصت جهت توسعه کارآفرینی در مدیریت شهری	
		وجود خدمات حمایتی دولت از بخش کارآفرینی مدیریت شهری در کشور	
		حمایت و پشتیبانی مالی و معنوی از مراکز کارآفرین و نوآور مدیریت شهری الکترونیکی	
	نقش نهادهای خصوصی	بستر سازی همکاری دولت و بخش خصوصی	تخصیص اعتبار لازم به مؤسسات تحقیقاتی و...
			برنامه ریزی اقدامات و برآورده سازی نیاز بخش دولتی
			ایجاد خدمات یا محصولات کارا در جلب حمایت دولت
			معرفی نمونه‌های موفق بین المللی به دولت و بومی سازی آن در ایران
			تغییر ساختار فرآیندهای دولتی در برابر بخش خصوصی
			مشخص نمودن سطح مالکیت و برون سپاری
			بهبود مقررات همکاری بین واحد خصوصی و دولتی
			چشم انداز کارآفرینی در کشور
هدفمندی	بستر سازی همکاری دولت و بخش خصوصی	ایجاد بسترهای جدید کارآفرینی در زمینه فین تک	
		دسترسی به زیرساخت‌های ارتباطی فیزیکی	
		دسترسی به زیرساخت‌های فاوا	
		دسترسی به نیروی کار ماهر و نیمه ماهر	
		رسیدن به چشم انداز مشترک بین واحد دولتی و خصوصی	

کد اولیه	مقوله محوری	مقوله انتخابی
شناسایی راهکارهای کارآفرینانه منافع ذی نفعان و مردم	پروژه‌ها	
شناسایی اهداف قابل اندازه گیری، اهداف فرعی		
شناسایی نتایج مشخص براساس احتمالات (مشارکت یا عدم مشارکت مردمی) در زمینه کارآفرینی		
فراخوان سرمایه گذاری بخش خصوصی و صنعت گران	سرمایه گذاری	
شناسایی پتانسیل های تقاضای شهری و امکان سرمایه گذاری		
شناسایی راهکارهای نوین جذب سرمایه گذار (دولتی و خصوصی)	زیرساخت های دیجیتال	
مشارکت بازار بورس و اوراق بهادار		
شروع پروژه‌ها با یارانه و بودجه اولیه و جذب سرمایه گذار		
بسترسازی استارت‌آپ ها و شرکت های نوپا		

#### جدول ۴. راهبرد پژوهش

کد اولیه	مقوله محوری	مقوله انتخابی
شناخت قوی کارآفرینی از نیازها و اولویت های خدمات الکترونیکی شهری	سیاست گذاری	راهبرد
توجه کافی به کارآفرینی و بازاریابی در سیاست گذاری های کلان حکمرانی الکترونیک شهری		
اتخاذ برنامه های مناسب و عملیاتی از سوی دولت در جهت تحقق سیاست های کلی تدوین شده		
وجود پوشش مناسب بیمه ای-رفاهی		
عدم دگرگونی در سیاست های دولت،		
پرهیز از به کارگیری سیاست های سلیقه ای		
وجود نقشه راه مناسب و تفکر سیستماتیک دولتی کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری		
مترادف دانستن کارآفرینی با اشتغال زایی در سیاست ها و تصمیم گیری ها		
وجود برنامه جامع توسعه کارآفرینی در کشور		
حمایت مدیران از نوآوری و خلاقیت مبتنی بر بازاریابی کارآفرینانه در حکمرانی الکترونیک شهری		
توجه و اعمال قوانین ارتقای اعضای هیأت علمی با تخصص بازاریابی کارآفرینانه		
سیستم مدیریت و مدیران باتجربه و نوآور		

مقاله انتخابی	مقاله محوری	کد اولیه
		حمایت مدیران از مالکیت فکری کارآفرینی و تجاری سازی بهینه اختراعات
		ثبات مدیران و کارفرمایان دولتی
نوآوری و خلاقیت		تهیه نرم افزار و سخت افزار نوین و به روز
		تبعیت از قوانین بین المللی در زمینه حکمرانی الکترونیک شهری
		ایجاد پایگاه اطلاعاتی و دانشی در سازمان
		تأمین منابع مالی و سازمانی برای ایجاد نوآوری و خلاقیت دیجیتال
		ایجاد تیم مشاوره و تخصصی دیجیتال در زمینه کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری
		تعیین پروتکل های فرآیندهای کارآفرینانه
		توجه تشابهات فرهنگی بین کارآفرینی و رشته های حکمرانی الکترونیک شهری
فرهنگ سازی		انگیزه های مشابه در کارآفرینی و حکمرانی الکترونیک شهری
		مقالات، نشریات علمی و پژوهشی در زمینه بازاریابی در زمینه حکمرانی الکترونیک شهری
		گسترش فرهنگ پژوهش و محیط الهام بخش در زمینه کارآفرینی
		زمینه سازی ایجاد انگیزه کارآفرینی در دانشجویان
		ترجیح خود اشتغالی و گسترش فرهنگ خوداشتغالی در دانشجویان رشته های حکمرانی الکترونیک شهری
		رسانه ها-هنجارهای اجتماعی و داستان های موفقیت کارآفرینی در حوزه حکمرانی الکترونیک شهری
		برگزاری کنفرانس ها، نشست ها و همایش های علمی و ...
		وجود فرهنگ حمایتی از کارآفرینی در دانشگاه ها،
		اعتماد دانشگاه و صنعت در زمینه توسعه کارآفرینی
		پرهیز از پرداختن به آموزش سنتی و غیر کاربردی
آموزش		آموزش مهارت ها و حرفه های جدید براساس کارآفرینی در دانشگاه ها
		ارتباط برنامه های آموزشی در زمینه کارآفرینی با نیازهای حکمرانی الکترونیک شهری
		وجود دروس و پروژه های مسئله مدار کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری
		توجه کردن به پرورش خلاقیت و نوآوری در دانشجویان مدیریت شهری
		وجود خدمات مشاوره ای مناسب
		توجه کافی به دروس کارآموزی و کارورزی

مقاله انتخابی	مقاله محوری	کد اولیه
	توسعه و انتقال فناوری	کسب و کار فناورانه مبتنی بر کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری
		پارک‌های علم و فناوری صنعت
		توجه به شتاب دهنده‌ها در ترویج و توسعه کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری
		استفاده از دانش فنی
		ایجاد شرکت‌های نوپا فناورانه در زمینه کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری
		توجه به هوش مصنوعی
		زیرساخت‌های نوآوری در حوزه امنیت اطلاعات
		توجه به بلاکچین و رمز ارزها
		کالای فناورانه
		دانشگاه‌های فناورانه برای توسعه کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری
		شبکه ارزش فناورانه
		دانش مبتنی بر کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری
		انتقال کارآفرینی فین تک در حکمرانی الکترونیک شهری و تجاری‌سازی آن

### جدول ۵. راهبرد پژوهش

مقاله انتخابی	مقاله محوری	کد اولیه
راهبرد	سیاست‌گذاری	شناخت قوی کارآفرینی از نیازها و اولویت‌های خدمات الکترونیک شهری
		توجه کافی به کارآفرینی و بازاریابی در سیاست‌گذاری‌های کلان حکمرانی الکترونیک شهری
		اتخاذ برنامه‌های مناسب و عملیاتی از سوی دولت در جهت تحقق سیاست‌های کلی تدوین شده
		وجود پوشش مناسب بیمه‌ای-رفاهی
		عدم دگرگونی در سیاست‌های دولت،
		پرهیز از به کارگیری سیاست‌های سلیقه‌ای
		وجود نقشه راه مناسب و تفکر سیستماتیک دولتی کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری
		مترادف دانستن کارآفرینی با اشتغال زایی در سیاست‌ها و تصمیم‌گیری‌ها
		وجود برنامه جامع توسعه کارآفرینی در کشور
		حمایت مدیران از نوآوری و خلاقیت مبتنی بر بازاریابی کارآفرینانه در حکمرانی الکترونیک شهری

مقوله انتخابی	مقوله محوری	کد اولیه						
نوآوری و خلاقیت	توجه و اعمال قوانین ارتقای اعضای هیأت علمی با تخصص بازاریابی کارآفرینانه سیستم مدیریت و مدیران باتجربه و نوآور حمایت مدیران از مالکیت فکری کارآفرینی و تجاری سازی بهینه اختراعات ثبات مدیران و کارفرمایان دولتی							
			تهیه نرم افزار و سخت افزار نوین و به روز تبعیت از قوانین بین المللی در زمینه حکمرانی الکترونیک شهری ایجاد پایگاه اطلاعاتی و دانشی در سازمان تأمین منابع مالی و سازمانی برای ایجاد نوآوری و خلاقیت دیجیتال ایجاد تیم مشاوره و تخصصی دیجیتال در زمینه کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری تعیین پروتکل های فرآیندهای کارآفرینانه					
					فرهنگ سازی	توجه تشابهات فرهنگی بین کارآفرینی و رشته های حکمرانی الکترونیک شهری انگیزه های مشابه در کارآفرینی و حکمرانی الکترونیک شهری مقالات، نشریات علمی و پژوهشی در زمینه بازاریابی در زمینه حکمرانی الکترونیک شهری گسترش فرهنگ پژوهش و محیط الهام بخش در زمینه کارآفرینی زمینه سازی ایجاد انگیزه کارآفرینی در دانشجویان ترجیح خود اشتغالی و گسترش فرهنگ خوداشتغالی در دانشجویان رشته های حکمرانی الکترونیک شهری رسانه ها-هنجارهای اجتماعی و داستان های موفقیت کارآفرینی در حوزه حکمرانی الکترونیک شهری برگزاری کنفرانس ها، نشست ها و همایش های علمی و ... وجود فرهنگ حمایتی از کارآفرینی در دانشگاه ها، اعتماد دانشگاه و صنعت در زمینه توسعه کارآفرینی پرهیز از پرداختن به آموزش سنتی و غیر کاربردی		
								آموزش

مقوله انتخابی	مقوله محوری	کد اولیه
توسعه و انتقال فناوری		توجه کافی به دروس کارآموزی و کارورزی
		کسب و کار فناورانه مبتنی بر کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری
		پارک‌های علم و فناوری صنعت
		توجه به شتاب دهنده‌ها در ترویج و توسعه کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری
		استفاده از دانش فنی
		ایجاد شرکت‌های نوپا فناورانه در زمینه کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری
		توجه به هوش مصنوعی
		زیرساخت‌های نوآوری در حوزه امنیت اطلاعات
		توجه به بلاکچین و رمز ارزها
		کالای فناورانه
		دانشگاه‌های فناورانه برای توسعه کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری
		شبکه ارزش فناورانه
		دانش مبتنی بر کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری
انتقال کارآفرینی فین تک در حکمرانی الکترونیک شهری و تجاری‌سازی آن		

جدول ۶. پیامدهای حاصل از ارائه مدل

مقوله انتخابی	مقوله محوری	کد اولیه
پیامدها	مؤلفه‌های اجتماعی	بهبود کیفیت زندگی مردم
		بهبود پاسخگویی به مردم
		کنترل دقیق‌تر بیماری‌های واگیر دار
		افزایش نظم در زندگی اجتماعی
		درک نقش مسئولیت اجتماعی در زندگی فردی
		نظارت بر شرایط زندگی اجتماعی
	سودآوری	کاهش اتلاف زمان
		کاهش هزینه‌های کلی زندگی
		کاهش هزینه‌های عملیاتی
		کاهش هزینه پرستل و فضای فیزیکی
		مزیت رقابتی تکرار ناپذیر
		دیجیتالی شدن صنعتی و شهری
		افزایش درآمد و سودآوری مالی

بستر سازی اقتصاد دیجیتال				
ایجاد جو رقابتی مثبت در حکمرانی الکترونیک شهری				
هوشمندسازی و همگامی با روند جهانی				
مشتری مداری براساس استانداردهای بین المللی				
افزایش رشد حکمرانی الکترونیک شهری				
بهبود وضعیت تجارت دیجیتالی				
توانمندسازی منابع انسانی				
استانداردسازی بین المللی				
فرصت‌های مدل حکمرانی الکترونیک شهری بین المللی				
خلق ارزش پایدار و افزوده			ارزش آفرینی	
ایجاد فرصت‌های شغلی				
کاهش بیکاری				
تحقق اهداف خدمات داخلی				
رونق اقتصادی				
فرهنگ سازی بازاریابی کارآفرینانه و توسعه خلاق				
افزایش کارایی برنامه‌های راهبردی				
افزایش کارایی قوانین و مقررات				
رقابت از طریق فناوری و صنعت و دانش				
مدرن شدن ساختار دانش سازمانی				
بهبود مستمر هوشمندسازی سازمانی				
افزایش پتانسیل رقابتی				
ایجاد مزیت رقابتی پایدار				
همگامی با تغییرات جهانی	جایگاه بین المللی			
افزایش ارتباطات بین المللی				
راهبردهای اقتصاد هوشمند				
بهبود الگوبرداری و بومی سازی کارآفرینی در کشور				
بستر سازی رقابت بین المللی				

جدول ۷. مقوله‌های انتخابی یکپارچه

مقوله انتخابی	مقوله محوری	کد اولیه
شرایط علی	تحلیل بازار	نیازسنجی بازار
		بررسی وضعیت تقاضاها و جایگاه رقبا در بازار بین المللی
		توجه به تحلیل بازار
		شناسایی فرصت‌های موجود خدمات مورد نیاز الکترونیکی سازی شهری
	ایده کارآفرینی	پذیرش نوآوری و خلاقیت
		احتمالات پذیری
		ریسک درک شده
		پشتکار در روند کارآفرینی
	شناسایی همکاران و شرکای تجاری	ایده پردازی
		سازمان‌های مردمی
		مسکن و شهرسازی
		شرکای فناوری
شبکه سازی کارآفرینانه	شهرداری و نهادهای مرتبط	
	ارتباطات مؤثر با مشتریان	
	ارتباطات با رقبا و همکاران	
	شناسایی فرصت‌های همکاری با افراد متفاوت	
	ابزارهای ارتباطی نوین	
	امکان پاسخگویی سریع و دقیق	
	برقراری ارتباط با مشتریان به صورت مداوم	
	قابلیت پیگیری و ردیابی مشکلات	
مشاهده وضعیت درخواست‌ها		
نقش نهادهای دولتی	نقش نهادهای دولتی	تعیین چشم انداز، بهینه سازی تصمیم گیری در جهت کارآفرینی
		کنترل و شبیه سازی رشد پروژه برای اشتغال زایی
		حمایت نهادهای دولتی از کسب و کارهای نوپا در رشد شهری
		میزان وجود فرصت جهت توسعه کارآفرینی در مدیریت شهری
		وجود خدمات حمایتی دولت از بخش کارآفرینی مدیریت شهری در کشور
		حمایت و پشتیبانی مالی و معنوی از مراکز کارآفرین و نوآور مدیریت شهری الکترونیکی
نقش نهادهای خصوصی	نقش نهادهای خصوصی	تخصیص اعتبار لازم به مؤسسات تحقیقاتی و...
		برنامه ریزی اقدامات و برآورده سازی نیاز بخش دولتی
		ایجاد خدمات یا محصولات کارا در جلب حمایت دولت

کد اولیه	مقوله محوری	مقوله انتخابی
معرفی نمونه‌های موفق بین المللی به دولت و بومی سازی آن در ایران	بستر سازی همکاری دولت و بخش خصوصی	
تغییر ساختار فرآیندهای دولتی در برابر بخش خصوصی		
مشخص نمودن سطح مالکیت و برون سپاری		
بهبود مقررات همکاری بین واحد خصوصی و دولتی		
چشم انداز کارآفرینی در کشور		
ایجاد بسترهای جدید کارآفرینی در زمینه فین تک		
دسترسی به زیرساخت‌های ارتباطی فیزیکی		
دسترسی به زیرساخت‌های فاوا		
دسترسی به نیروی کار ماهر و نیمه ماهر		
زمینه‌های کارآفرینی در کشور		
رسیدن به چشم انداز مشترک بین واحد دولتی و خصوصی	هدفمندی پروژه‌ها	
شناسایی راهکارهای کارآفرینانه منافع ذی نفعان و مردم		
شناسایی اهداف قابل اندازه گیری، اهداف فرعی		
شناسایی نتایج مشخص براساس احتمالات (مشارکت یا عدم مشارکت مردمی) در زمینه کارآفرینی		
فراخوان سرمایه گذاری بخش خصوصی و صنعت گران	سرمایه گذاری زیرساخت‌های دیجیتالی	
شناسایی پتانسیل‌های تقاضای شهری و امکان سرمایه گذاری		
شناسایی راهکارهای نوین جذب سرمایه گذار (دولتی و خصوصی)		
مشارکت بازار بورس و اوراق بهادار		
شروع پروژه‌ها با یارانه و بودجه اولیه و جذب سرمایه گذار		
بستر سازی استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های نوپا	زیرساخت‌های فنی دیجیتال	شرایط زمینه‌ای
رایانش ابری		
توسعه فیبر نوری		
بستر سازی اینترنت اشیا		
فناوری‌های هوشمند		
اینترنت پرسرعت		
رسانه‌های اجتماعی		
وب معنایی		
آموزش منابع انسانی	زیرساخت‌های منابع انسانی	
تعریف رشته‌های دانشگاهی مرتبط با الکترونیک‌کی سازی خدمات شهری		
استفاده از متخصصان و کارشناسان الکترونیک‌کی سازی		

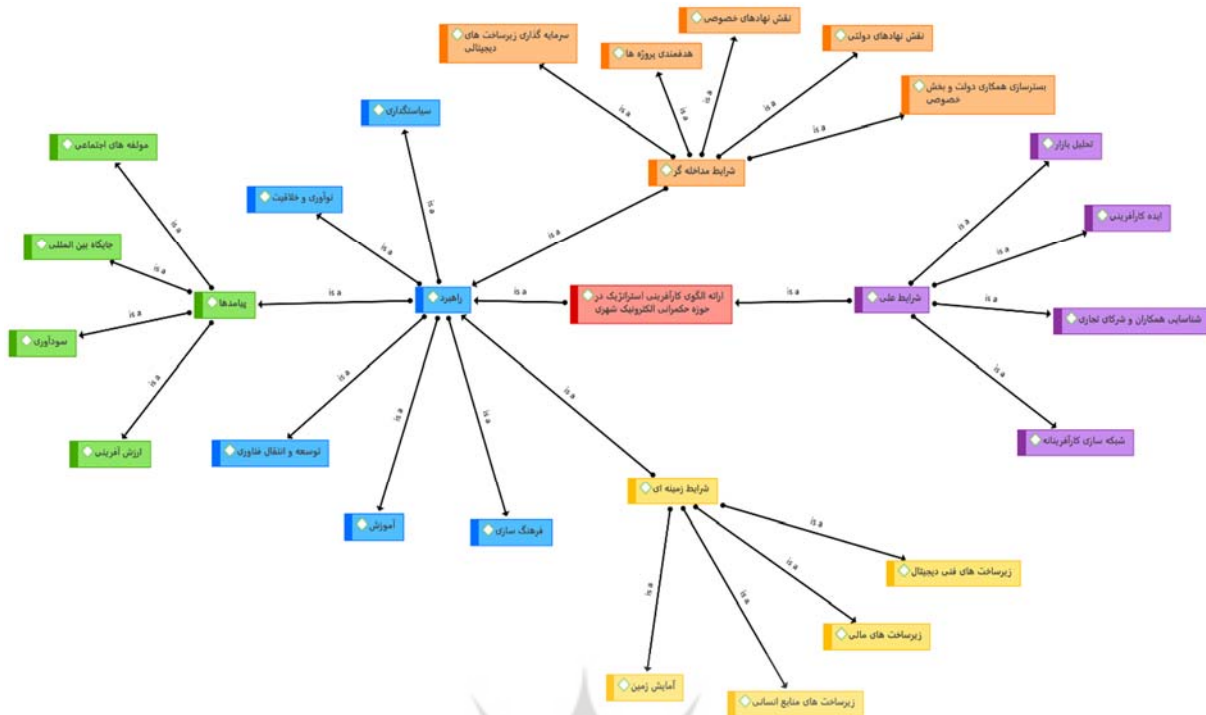
کد اولیه	مقوله محوری	مقوله انتخابی
تخصیص بودجه دولتی کافی برای اجرایی سازی الکترونیکی سازی خدمات شهری برنامه ریزی مالی صحیح برای فرآیندهای توسعه الکترونیکی سازی خدمات شهری بازنگری سیستم قیمت گذاری شناسایی منابع درآمدی سازمانها در فرآیند توسعه الکترونیکی سازی خدمات شهری ایجاد منابع درآمدی پایدار در فرآیند توسعه الکترونیکی سازی خدمات شهری اختصاص تسهیلات مورد نیاز پروژههای توسعه الکترونیکی سازی خدمات شهری تعیین دقیق منابع مالی شهرداری (مالیات بر ارزش افزوده، عوارض نوسازی، کسب و پیشه و خودرو، اجاره ساختمانهای استیجاری شهرداری و سایر درآمدها بوده و فروش اموال غیر منقول، وام یا اوراق مشارکت)	زیرساختهای مالی	
مدیریت خردمندانه فضا و تخصیص بهینه زمین گسترش حمل و نقل عمومی و انسان محور ارائه مدل کاربری مختلط با برنامه ریزی کاربری زمین به صورت کارا و اثرگذار در صرفه جویی زمین توازن در توزیع مناسب خدمات و امکانات و تجهیزات شهری در تمام سطوح شهر حفظ و ذخیره زمین که جلوگیری از ایجاد کلانشهرهای خودرو و ارگانیک GIS یکپارچه سازی مدیریت شهر براساس اطلاعات تلفیق دادههای مکانی و برنامه ریزی بلند مدت	آمایش زمین	
شناخت قوی کارآفرینی از نیازها و اولویتهای خدمات الکترونیکی شهری توجه کافی به کارآفرینی و بازاریابی در سیاست گذاریهای کلان حکمرانی الکترونیک شهری اتخاذ برنامههای مناسب و عملیاتی از سوی دولت در جهت تحقق سیاستهای کلی تدوین شده وجود پوشش مناسب بیمه ای-رفاهی عدم دگرگونی در سیاستهای دولت، پرهیز از به کارگیری سیاستهای سلیقه ای وجود نقشه راه مناسب و تفکر سیستماتیک دولتی کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری مترادف دانستن کارآفرینی با اشتغال زایی در سیاستها و تصمیم گیریها وجود برنامه جامع توسعه کارآفرینی در کشور حمایت مدیران از نوآوری و خلاقیت مبتنی بر بازاریابی کارآفرینانه در حکمرانی الکترونیک شهری توجه و اعمال قوانین ارتقای اعضای هیأت علمی با تخصص بازاریابی کارآفرینانه	سیاستگذاری	راهبرد

مقوله انتخابی	مقوله محوری	کد اولیه
		سیستم مدیریت و مدیران باتجربه و نوآور
		حمایت مدیران از مالکیت فکری کارآفرینی و تجاری سازی بهینه اختراعات
		ثبات مدیران و کارفرمایان دولتی
		تهیه نرم افزار و سخت افزار نوین و به روز
	نوآوری و خلاقیت	تبعیت از قوانین بین المللی در زمینه حکمرانی الکترونیک شهری
		ایجاد پایگاه اطلاعاتی و دانشی در سازمان
		تأمین منابع مالی و سازمانی برای ایجاد نوآوری و خلاقیت دیجیتال
		ایجاد تیم مشاوره و تخصصی دیجیتال در زمینه کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری
فرهنگ سازی	تعیین پروتکل های فرآیندهای کارآفرینانه	
	توجه تشابهات فرهنگی بین کارآفرینی و رشته های حکمرانی الکترونیک شهری	
	انگیزه های مشابه در کارآفرینی و حکمرانی الکترونیک شهری	
	مقالات، نشریات علمی و پژوهشی در زمینه بازاریابی در زمینه حکمرانی الکترونیک شهری	
	گسترش فرهنگ پژوهش و محیط الهام بخش در زمینه کارآفرینی	
	زمینه سازی ایجاد انگیزه کارآفرینی در دانشجویان	
	ترجیح خود اشتغالی و گسترش فرهنگ خوداشتغالی در دانشجویان رشته های حکمرانی الکترونیک شهری	
	رسانه ها-هنجارهای اجتماعی و داستان های موفقیت کارآفرینی در حوزه حکمرانی الکترونیک شهری	
	برگزاری کنفرانس ها، نشست ها و همایش های علمی و ...	
	وجود فرهنگ حمایتی از کارآفرینی در دانشگاه ها،	
	اعتماد دانشگاه و صنعت در زمینه توسعه کارآفرینی	
	پرهیز از پرداختن به آموزش سنتی و غیر کاربردی	
آموزش	آموزش مهارت ها و حرفه های جدید براساس کارآفرینی در دانشگاه ها	
	ارتباط برنامه های آموزشی در زمینه کارآفرینی با نیازهای حکمرانی الکترونیک شهری	
	وجود دروس و پروژه های مسئله مدار کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری	
	توجه کردن به پرورش خلاقیت و نوآوری در دانشجویان مدیریت شهری	
	وجود خدمات مشاوره ای مناسب	
توسعه و انتقال فناوری	توجه کافی به دروس کارآموزی و کارورزی	
	کسب و کار فناورانه مبتنی بر کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری	
	پارک های علم و فناوری صنعت	
		توجه به شتاب دهنده ها در ترویج و توسعه کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری

کد اولیه	مقوله محوری	مقوله انتخابی
استفاده از دانش فنی		
ایجاد شرکت‌های نوپا فناورانه در زمینه کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری		
توجه به هوش مصنوعی		
زیرساخت‌های نوآوری در حوزه امنیت اطلاعات		
توجه به بلاکچین و رمز ارزها		
کالای فناورانه		
دانشگاه‌های فناورانه برای توسعه کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری		
شبکه ارزش فناورانه		
دانش مبتنی بر کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری		
انتقال کارآفرینی فین تک در حکمرانی الکترونیک شهری و تجاری‌سازی آن		
بهبود کیفیت زندگی مردم		
بهبود پاسخگویی به مردم		
کنترل دقیق‌تر بیماری‌های واگیر دار		
افزایش نظم در زندگی اجتماعی	مؤلفه‌های اجتماعی	
درک نقش مسئولیت اجتماعی در زندگی فردی		
نظارت بر شرایط زندگی اجتماعی		
کاهش اتلاف زمان		
کاهش هزینه‌های کلی زندگی		
کاهش هزینه‌های عملیاتی		
کاهش هزینه پرسنل و فضای فیزیکی		
مزیت رقابتی تکرار ناپذیر		پیامدها
دیجیتالی شدن صنعتی و شهری		
افزایش درآمد و سودآوری مالی		
بستر سازی اقتصاد دیجیتال		
ایجاد جو رقابتی مثبت در حکمرانی الکترونیک شهری	سودآوری	
هوشمندسازی و همگامی با روند جهانی		
مشتری مداری براساس استانداردهای بین المللی		
افزایش رشد حکمرانی الکترونیک شهری		
بهبود وضعیت تجارت دیجیتال		
توانمندسازی منابع انسانی		
استانداردسازی بین المللی		

مقوله انتخابی	مقوله محوری	کد اولیه
ارزش آفرینی		فرصت‌های مدل حکمرانی الکترونیک شهری بین المللی
		خلق ارزش پایدار و افزوده
		ایجاد فرصت‌های شغلی
		کاهش بیکاری
		تحقق اهداف خدمات داخلی
		رونق اقتصادی
		فرهنگ سازی بازاریابی کارآفرینانه و توسعه خلاق
		افزایش کارایی برنامه‌های راهبردی
		افزایش کارایی قوانین و مقررات
		رقابت از طریق فناوری و صنعت و دانش
		مدرن شدن ساختار دانش سازمانی
		بهبود مستمر هوشمندسازی سازمانی
		افزایش پتانسیل رقابتی
ایجاد مزیت رقابتی پایدار		
جایگاه بین المللی		همگامی با تغییرات جهانی
		افزایش ارتباطات بین المللی
		راهبردهای اقتصاد هوشمند
		بهبود الگوبرداری و بومی سازی کارآفرینی در کشور
		بستر سازی رقابت بین المللی

پروژه‌های علوم انسانی و مطالعات تربیتی  
پرتال جامع علوم انسانی



شکل ۱. مؤلفه‌های مدل داده بنیاد برای اساس الگوی استراوس و کوربین

## بحث و نتیجه گیری

توسعه کشورها، به میزان فعالیت‌های کارآفرینانه وابسته است و کارآفرینی عامل مهمی در بسیاری از کشورهای توسعه یافته و برخی از کشورهای در حال توسعه است. چگونگی حکمرانی نیز از جمله عواملی است که بر فعالیت‌های کارآفرینانه اثر می‌گذارد و حکمرانی الکترونیک می‌تواند بسترساز و تسهیل‌کننده فعالیت‌های کارآفرینانه باشد؛ فقدان مدلی مطلوب و جامع برای کارآفرینی استراتژیک برپایه حکمرانی الکترونیک موجب ناکارآمدی راهبردهای شرکت‌های نوپا می‌شود. وجه تمایز مدل ارائه شده در این پژوهش از چارچوب‌های موجود این است که اغلب مدل‌های موجود فقط ارتباط چند حوزه خاص را بررسی کرده‌اند، در حالی که در این پژوهش، علاوه بر توجه به راهبردها و پیامدها، به عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی استراتژیک شامل عوامل علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر نیز تأکید شده است.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که توسعه کارآفرینی استراتژیک در حکمرانی الکترونیک نیازمند توجه همزمان به مؤلفه‌های سه سطح کسب و کار، ملی و بین‌المللی است. مؤلفه‌های سطح کسب و کار و ملی به عنوان زمینه‌ساز و تسهیل‌کننده مؤلفه‌های بین‌المللی عمل می‌کنند. به طور مشخص، ایجاد زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری در سطح ملی و توجه به ثبات اقتصادی کلان، مزیت رقابتی در سطح بین‌المللی را تقویت می‌کند. همچنین رشد اقتصاد داخلی برای نفوذ در بازارهای بین‌المللی و شکل‌گیری بنگاه‌های بین‌المللی ضروری است.

نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌هایی همچون (Oana- (Paek et al, 2018) (Salatin, 2020) (Shahram Far, 2021) (Ramona et al, 2021) (Colabi & Yaghoubi, 2022) (Rezazadeh et al, 2016) (Safari Nematieh et al, 2024) (Xin et al, 2023) (Bashir & Vij, 2023) (Colabi & Yaghoubi, 2022) (Oana-Ramona et al, 2021) (Yari & Shayannia, 2021) همسو می‌باشد.

در این راستا، نتایج پژوهش (Shahram Far, 2021) نشان داد که مدیریت استراتژیک و رهبری کارآفرینانه بر سیاست‌های حمایتی دولت، مدیریت منابع مالی و استقرار فرهنگ کارآفرینانه تأثیر دارند. این عوامل نیز بر کارآفرینی استراتژیک و تفکر استراتژیک کارآفرینانه اثر می‌گذارند. نتایج حاصل پژوهش (Salatin, 2020) نشان داد که کیفیت حکمرانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر کارآفرینی دارند. نتایج پژوهش (Paek et al, 2018) نشان داد یک چارچوب مفهومی از کارآفرینی استراتژیک را ارائه می‌دهد که در آن توانایی‌های مدیریتی کارآفرینان سنجش محیط، فرصت استفاده، انعطاف‌پذیری استراتژیک و جهت‌گیری کارآفرینی از نزدیک با یادگیری سازمانی در تعامل است. چارچوب مفهومی پیشنهادی نشان می‌دهد که هر بعد از کارآفرینی استراتژیک نقشی اساسی در مزیت رقابتی شرکتها دارد. علاوه بر این، نتایج مطالعه موردی نشان می‌دهد که موقعیت و مسیر تکاملی یک شرکت عوامل قبلی را تحت تأثیر قرار می‌دهد که بر توانایی‌های مدیریتی کارآفرینان و یادگیری سازمانی شرکت‌های مستقر تأثیر می‌گذارد. از نظر (Oana-Ramona et al, 2021)، حکمرانی، یکی از عوامل حمایت‌کننده و بستری برای توسعه کارآفرینی است.

بنابراین، حوزه حکمرانی الکترونیک مورد نیاز است تا بستری برای رشد اقتصادی و توسعه کارآفرینی استراتژیک در کشور فراهم گردد. حکمرانی الکترونیک، مفهومی است که هدف آن، افزایش کارآمدی سیستم سیاسی و اقتصادی برای اداره جامعه است؛ به طوری که شواهدی از توسعه پایدار را در کشور نمایان سازد. در واقع الگوی حکمرانی الکترونیک رویکردی نوین برای توسعه است که با ترتیبات و مناسبات حاکمیتی و اجتماعی عصر جدید هماهنگی خواهد داشت. از سویی دیگر توسعه کارآفرینی استراتژیک به عنوان یکی از متغیرهای کلیدی برای ارتقا در نظر گرفته می‌شود که به لطف این فعالیت‌ها می‌توان رفاه یک کشور را افزایش داد و توسعه اقتصادی و اجتماعی را فراهم نمود. پس بدیهی است که سیاست‌های حکمرانی الکترونیک بر توسعه کارآفرینی استراتژیک تأثیر می‌گذارد و از هم تأثیر می‌پذیرند. در این راستا (Colabi & Yaghoubi, 2022)، معتقدند در واقع حکمرانی با داشتن ویژگی‌هایی مانند تمرکززدایی، مشارکت، اثربخشی، کارایی، کنترل فساد و امنیت می‌تواند به عنوان الگویی جهت توسعه کارآفرینی و رشد اقتصادی کشور باشد.

وجود حکمرانی الکترونیک و اثربخشی آن، تمایل کارآفرینان را برای پذیرفتن ریسک سرمایه‌گذاری، مدیریت و یا شروع یک کسب و کار جدید افزایش می‌دهد. با این منطقی که منافع عملی شروع و مدیریت کسب و کار جدید باید بیش از موانع و ریسک‌های آن باشد تا کارآفرینی عملاً ایجاد شود. از طرف دیگر ضعف حکمرانی الکترونیک، عدم شفافیت، مقررات دست و پاگیر و سختگیرانه و کنترل دستوری بازار با افزایش ریسک و موانع به تضعیف کارآفرینی استراتژیک منجر می‌شود. با بهبود کیفیت حکمرانی الکترونیک، کارآفرینان و سرمایه‌گذاران از موانع حاصل از وضع مقررات اضافی در زمینه‌هایی مانند تجارت خارجی و توسعه کسب و کار رهایی می‌یابند.

شناخت قوی کارآفرینی از نیازها و اولویت‌های خدمات الکترونیکی، توجه کافی به کارآفرینی و بازاریابی در سیاست‌گذاری‌های کلان حکمرانی الکترونیک، اتخاذ برنامه‌های مناسب و عملیاتی از سوی دولت در جهت تحقق سیاست‌های کلی تدوین شده، وجود پوشش مناسب بیمه‌ای-رفاهی، عدم دگرگونی در سیاست‌های دولت، پرهیز از به‌کارگیری سیاست‌های سلیقه‌ای، وجود نقشه راه مناسب و تفکر سیستماتیک دولتی کارآفرینی حکمرانی الکترونیک شهری و ارائه روش‌های جدید ساخت و ساز و تکنولوژی‌های مربوطه یکی از مؤلفه‌های ایجاد و توسعه کارآفرینی

استراتژیک با رویکرد حکمرانی الکترونیک است. به عبارتی دیگر برای اداره بهتر منابع در سازمان باید مدیران در ارائه روش‌های جدید ساخت و ساز و تکنولوژی‌های مربوطه پیشرو بوده و فضایی در سازمان به وجود آورند و کارکنانی در سازمان پرورش دهند که توانایی شناسایی فرصت‌های جدید را داشته باشند تا سریع‌تر از سایر شرکت‌ها قادر به شناسایی قابلیت‌ها و فرصت‌ها و استفاده از آن‌ها را داشته باشند. با توجه به بارهای عاملی به دست آمده می‌توان گفت در صورتیکه ابعاد کارآفرینی استراتژیک در سازمان به درستی اعمال شود و نوآوری و خلاقیت در سازمان تشویق شود، شرکت‌ها می‌توانند به شدت از رقبای خو پیشی گرفته و مزیت رقابتی خود را ارتقاء دهند. اداره منابع به صورت استراتژیک متغیری واسطه میان ذهنیت کارآفرینانه و خلاقیت و نوآوری و همچنین رهبری کارآفرینانه و خلاقیت و نوآوری می‌باشد و در واقع همانند یک پل میان ذهنیت کارآفرینانه و رهبری کارآفرینانه با نوآوری و خلاقیت می‌باشد. به عبارت دیگر اگر منابع در سازمان که شامل سرمایه‌های انسانی، اجتماعی و مالی و کلیه منابع محسوس و نامحسوس می‌باشد به درستی دسته بندی و یکپارچه نشوند و از آن‌ها برای ایجاد قابلیت‌هایی منحصر به فرد در سازمان استفاده نشود، رهبری و ذهنیت کارآفرینانه تأثیر کمتری بر بکارگیری خلاقیت و توسعه نوآوری در سازمان می‌گذارد. همچنین در مورد اثر واسطه خلاقیت و نوآوری در میان اداره منابع به صورت استراتژیک و مزیت رقابتی نیز مصداق د آرد. به عبارت دیگر در صورت عدم بکارگیری خلاقیت و نوآوری در سازمان، در صورتیکه منابع سازمان به درستی اداره شوند تأثیر چندانی بر دست یابی به مزیت رقابتی در سازمان ندارند.

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهادت زیر ارائه می‌شود:

بر اساس خروجی‌های مدل پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران کارآفرینی زمینه توسعه حکمرانی الکترونیک را فراهم آورند. توسعه حکمرانی الکترونیک شرایطی را فراهم می‌آورد که کارآفرینان بتوانند پژوهش‌های گسترده‌ای را در حوزه کارآفرینی انجام دهند.

همچنین، بنابر نتایج پژوهش، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان برای توسعه کارآفرینی استراتژیک باید عوامل بسیاری را در نظر بگیرند. عواملی مانند ایجاد زیرساخت‌ها و روساخت‌های شرکت و سازمان‌ها اهمیت بسیاری دارد و بستر رشد کارآفرینی را فراهم می‌کند. از این رو توصیه می‌شود بسترهای لازم در این خصوص فراهم آید.

تشویق و تسهیل مشارکت خصوصی در توسعه مقصد حکمرانی الکترونیک اهمیت فراوانی دارد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که رشد و تبادل الکترونیک در افزایش پژوهش‌های کارآفرینی بسیار مهم است. در این زمینه توصیه می‌شود در نظام آموزشی و مخصوصاً در دروس دانشگاهی مبانی حکمرانی الکترونیک به نیروی انسانی آموزش داده شود.

عوامل زمینه‌ای در مدل کارآفرینی استراتژیک مانند قانونگذاری الکترونیکی به معنای استفاده از فناوری‌های دیجیتال اهمیت بسیاری دارد. قانونگذاری الکترونیکی به معنای استفاده از فناوری‌های دیجیتال زمینه اتخاذ راهبردهای اثربخش در توسعه کارآفرینی استراتژیک را فراهم می‌آورد. بهره‌وری از دانش افراد، ثبات در تصمیم‌گیری و پیگیری رخدادهای استفاده از روش‌های نوین در جذب سرمایه‌گذاری از دیگر پیشنهادهای این پژوهش به کارآفرینان است.

## Reference

- Ahmadpour, D., & Karimi, Asif, M. (2015). Organizational entrepreneurship from theory to practice. Tehran: Tehran University Press. (in Persian).
- Agwu, M. E., & Onwuegbuzie, I. (2018). Effects of international marketing environments on entrepreneurship development. *Journal of Innovation and Entrepreneurship: A Systems View Across Time and Space*, 321-336. DOI:10.1186/s13731-018-0093-4
- Bashir, S.I., & Vij, S. (2023). A Study of Relationship between Strategic Entrepreneurship and Competitive Advantage. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts* 4(2):1724-1734. DOI:10.29121/shodhkosh.v4.i2.2023.2832
- Behdarvand, S., & Masroor, G. (2019). Investigating the effect of entrepreneurial orientation on marketing capability and performance with the moderating role of competition intensity (Case study: small and medium-sized enterprises in Ahvaz city), Second National Conference on New Thoughts in Business Management, Tehran, <https://civilica.com/doc/950639>
- Darabi, S., & Azizi, N., & Salimi, J., & Shirbagi, N. (2019). A Reflection on Academic Sustainability Indicators: Analyzing the Views of Higher Education Policy Makers and Planners. *Journal of Educational Planning Studies*, 8(15), 19-55. doi: 10.22080/eps.2019.2492. (in Persian)
- Delgarm, M. (2018). Organizational Creativity in Educational Systems, First National Conference on Entrepreneurial Schools (Approaches, Theories, Dimensions and Applied Business from Successful Countries), Isfahan, <https://civilica.com/doc/781413>. (in Persian)
- Fattahi, Z., & Seydi, A., & Ghasemi, M. (2016). Investigating the relationship between spiritual intelligence and the formation of entrepreneurship in the General Directorate of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism of Ilam Province, Fifth International Conference on Accounting and Management and Second Conference on Entrepreneurship and Open Innovations, Tehran, <https://civilica.com/doc/501366>. (in Persian)
- Ghaffari, P., & Pourezat, A. A., & Araei, V., & Alvani, S. M. (2023). Designing a Model of Smart Urban Governance Using a Synthesis Approach. *Journal of Public Administration*, 15(3), 400-438. doi: 10.22059/jipa.2023.358375.3323. (In Persian)
- Hamidianpour, F., & Shafiei F., & Dehghani, M. (2017) Presenting a conceptual model to investigate the impact of strategic entrepreneurship on strategic innovation in knowledge-based companies in Bushehr city. *Journal of Tomorrow's Management*, 16 (51), 146-133. (In Persian)
- Kakaei, H., & Safari, R., & Damenkish, M., & Abbasi, G. (2021). Investigating the effect of emotional intelligence on improving organizational entrepreneurship (Case study: Knowledge-based companies in Tehran). *Scientific Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, 5(19), 1779-1789. Retrieved from <https://www.majournal.ir/index.php/ma/article/view/1224>. (In Persian)
- Khajuei Nasab Karani, M.R. (2018). Women's Entrepreneurship and Ways to Develop It, Third International Conference on Accounting, Management and Innovation in Business, Karaj, <https://civilica.com/doc/787163>. (In Persian)
- Lo, S., & Tran, M., & Chen, P. (2023). Personal determinants of early-stage strategic entrepreneurship: an empirical comparison of Vietnam and Taiwan. *International Journal of Emerging Markets*, 1(12), 1143-1159.
- Luu, T. (2023). Fostering strategic entrepreneurship of SMEs: the role of organisational change forces. *Management Decision*, 61(3), 695-719. DOI:10.1108/MD-08-2021-1024
- Maleki, M., & Jokar, A.A. (2022). The effect of entrepreneurial self-efficacy on strategic entrepreneurial intention with the mediating role of subjective norms, perceived behavioral control, and attitude toward entrepreneurship, <https://civilica.com/doc/1733900>. (In Persian)
- Oana-Ramona, L., & Sorana, V., & Alina, V., & Florin, C., & Nicoleta-Claudia, M, 2021. "The Impact of Good Governance on Entrepreneurship in Terms of Sustainable Development," *Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis*, in: Contemporary Issues in Social Science, 106, 307-325, Emerald Group Publishing Limited. DOI: 10.1108/S1569-375920210000106019
- Rajabpour, E., & Hamidianpour, F., & Tangestani, E. (2023). The Impact of Strategic Entrepreneurship on Competitive Advantage (Study Case: Bushehr Knowledge-Based Companies).

- Education and Management of Entrepreneurship, 2(3), 34-19. doi: 10.22126/eme.2023.9787.1052. (In Persian).
- Rezazadeh, S.M., & Fani, Z., & Eskandari, H. (2016). Evaluating the performance of urban facilities and equipment in economic growth and development with emphasis on sustainable urban development (Case study: Khalkhal County), Fourth International Congress of Civil Engineering, Architecture and Urban Development, Tehran, <https://civilica.com/doc/619962>. (In Persian).
- Safari Nematieh, N., & Salahi, F., & Safari Nematieh, F. (2024). Investigating the mediating role of open innovation on the relationship between strategic entrepreneurial leadership and value creation and acquisition (case study of the University of Tehran Science and Technology Park). Payashahr Monthly, 6(2), <https://civilica.com/doc/2052992>. (In Persian).
- Shah Nazari, A., & Malek Mohammadi, P. (2023). Guiding and Leading Open Innovation: The Role of Strategic Entrepreneurial Leadership in Leading Entrepreneurship in Coordinating Value Creation and Capture in Open Source Communities, GitHub, First International Conference on Political Science, Management, Economics and Accounting, Hamedan, <https://civilica.com/doc/1738207>
- Valizadeh, R., & Dadash Pourmoghaddam, M. (2019). Urban Design and Planning Methods for Sustainable Development. Urban Design Studies and Urban Research, 2(9), <https://civilica.com/doc/1142386>. (In Persian).
- Xin, B., & Zhang, W., & Zhang, W., & Lou, C.X., & Shee, H.K. (2023). Strategic Entrepreneurship and Sustainable Supply Chain Innovation from the Perspective of Collaborative Advantage. Author to whom correspondence should be addressed. Sustainability, 15(17), 12879; <https://doi.org/10.3390/su151712879>
- Yari, F., & Shayannia, S. A. (2021). Investigating the role of organizational entrepreneurship in organizational performance with respect to strategic entrepreneurship (Case study: Ilam Steel Kord Company). Scientific Journal of New Research Approaches in Management and Accounting, 5(18), 1-18. Retrieved from <https://majournal.ir/index.php/ma/article/view/961>. (In Persian).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی