



Identifying and Ranking the Dimensions of Empowering Knowledge-Based Businesses Based on a Mixed Approach - DEMATEL

Bahram Azizpour¹ | Sadegh Feizollahi² | Alireza Shirmohammadi³

1. Department of Management, Ilam Branch, Islamic Azad University, Ilam, Iran.

E-mail: bahram.azizpour@gmail.com

2. Department of Management, Ilam Branch, Islamic Azad University, Ilam, Iran.

(Corresponding Author). E-mail: Sadegh.feizollahi@iau.ac.ir

3. Department of Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.

E-mail: Shirmohammadi.alireza@pnu.ac.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:
Research Article

Article history:

Received: 29 Jan 2025

Received in revised form:
23 Feb 2025

Accepted: 24 Feb 2025

Available online: 24 Feb
2025

Keywords:

Empowerment;
Knowledge-Based;
Mixed Approach;
DEMATEL.

Knowledge-based companies are considered effective tools for economic and social progress that can play a significant role in the optimal use of living, working, and production conditions, improving income levels, and improving the social status of society. Given the important position of this sector in the Iranian economy, from a theoretical perspective as well as its latent capabilities, identifying influential factors and methods for activating these potentials has become of particular importance. The present study is applied in terms of purpose and mixed (qualitative-quantitative) in terms of approach. The qualitative part of this research was conducted using theme analysis. The study population in the qualitative part included university professors and experts in the field of knowledge-based businesses in Ilam province, who were selected using purposive sampling until theoretical saturation was reached, 15 people. The statistical population of the quantitative section included all employees of knowledge-based businesses in Ilam province, 315 people, of which 173 people were selected using simple random sampling and Cochran's formula. To collect data in the qualitative section, a semi-structured interview was used, and in the quantitative section, a researcher-made questionnaire was used. Based on the findings of the qualitative section, 47 categories were identified and presented in the form of 4 categories (managerial, socio-cultural, personality, and educational factors). Based on the quantitative section, the greatest impact on the empowerment of knowledge-based businesses in Ilam province was related to the managerial factor, and the least impact among the four identified factors was related to the personality factor. Based on the results, it is recommended to review and utilize the management experiences of advanced and successful countries in the field of knowledge-based businesses.

Education and Management of Entrepreneurship, 2025, Vol. 4, No. 2, pp 55-82

Cite this article: Azizpour, B., Feizollahi, S., & Shirmohammadi, A. (2025). Identifying and Ranking the Dimensions of Empowering Knowledge-Based Businesses Based on a Mixed Approach - DEMATEL. *Education and Management of Entrepreneurship*, 4(2), 55-82. doi: 10.22126/eme.2025.11576.1136 (in Persian).



© The Author(s).

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2025.11576.1136>

Publisher: Razi University

Extended Abstract

Introduction

Knowledge-based businesses have emerged in recent decades as one of the most important drivers of economic and social development worldwide. By relying on knowledge, technology, and innovation, these businesses are capable of generating high added value and paving the way for sustainable development in countries. In both emerging and developed economies, the role of such enterprises in enhancing productivity, improving quality of life, and creating specialized employment opportunities has received significant attention. One of the key factors contributing to the success and growth of knowledge-based businesses is the empowerment of human resources, as the very nature of these enterprises depends heavily on the skills, creativity, and ability of employees to generate and apply knowledge. Empowerment in knowledge-based businesses does not merely refer to increasing employee authority; rather, it is a multidimensional process that includes skill development, greater participation, strengthened self-confidence, and the establishment of an organizational culture grounded in learning and innovation. In today's competitive environment, organizations that involve employees in decision-making and provide opportunities for personal and professional growth enjoy greater flexibility and adaptability. This is particularly crucial for knowledge-based businesses that operate in environments characterized by rapid technological change. Moreover, empowerment enhances motivation, organizational commitment, and employees' sense of ownership—factors that play a vital role in improving performance and fostering organizational innovation. Employees who perceive themselves as influential contributors to organizational success are more inclined to propose innovative ideas and engage in solving complex problems. This directly strengthens the competitive advantage of knowledge-based businesses and increases their resilience in the face of environmental challenges. Empowerment also contributes to the development of a dynamic and learning-oriented organizational culture—one in which knowledge sharing, teamwork, and continuous improvement are regarded as core values. Such a culture facilitates the development of new technologies, enhances productivity, and supports the creation of sustainable value. Ultimately, empowerment is not merely a managerial necessity but a strategic imperative for the growth, innovation, and long-term sustainability of knowledge-based businesses in the era of the knowledge-driven economy. In today's world, the rapid pace of digital transformation and global competition requires organizations to focus more than ever on developing human capabilities, fostering continuous learning, and enhancing specialized skills in order to maintain and strengthen their position in increasingly complex and dynamic markets.

Research Method

This research is based on a mixed paradigm (qualitative-quantitative), in terms of its fundamental purpose and descriptive in terms of data collection. The present research has first tried to achieve the necessary knowledge in the field of knowledge-based business empowerment by using qualitative research method. For this purpose, the qualitative part of the research has been conducted using thematic analysis. The statistical population in the qualitative part includes university professors and experts in the field of knowledge-based businesses in Ilam province, from whom 15 people were selected using the purposive sampling method until theoretical saturation was reached. In the quantitative stage, the DEMATEL method was used to analyze and examine the mutual relationships and the degree of influence of various factors on each other. The statistical population of the quantitative part includes all employees of knowledge-based businesses in Ilam province (315 people), from whom 173 people were selected using the simple random sampling method and the Cochran formula. To collect data, a semi-structured interview and a researcher-made questionnaire were used, which have face validity. To measure the validity and reliability of the research, the method proposed by Cuba and Lincoln was used, which proposed trustworthiness as a criterion for replacing validity and reliability, which consists of four more detailed concepts (validity, transferability, confirmability, and reliability). Also, to confirm the indicators obtained from the one-sample t-test and to rank the identified factors, the DEMATEL technique was used.

Results and Discussion

Based on the findings of primary and secondary coding using theme analysis, 47 categories were

identified, which are classified into 4 categories (managerial, socio-cultural, personality, and educational factors). Based on the statistical analyses, all factor loadings related to managerial, socio-cultural, personal, and educational factors are greater than 0.50 and their importance coefficients are greater than 1.96. Accordingly, all 47 indicators studied in the four areas of managerial, socio-cultural, personal, and educational factors have had a significant impact on the empowerment of knowledge-based businesses in Ilam province. These findings confirm the effective role of these factors in strengthening knowledge-based enterprises in the study community. In addition, the statistical findings indicate that the greatest impact on the empowerment of knowledge-based businesses in Ilam province is related to the managerial factor, and the least impact among the 4 identified factors is related to the personality factor.

Conclusion and Recommendations

Knowledge-based businesses are considered a suitable lever for economic and social development, which can be effective in improving the income level and social status of the society. Considering the importance of the knowledge-based business sector in Iran's economy and the potential capabilities of this sector, the effective factors and ways to activate this capacity have become more important. Collaborative management through the use of decentralized systems is very effective in the development of talents and mental creativity of employees. Participating in the management of knowledge-based businesses makes employees not only know their duties, but also why they should perform that task, since the interaction of members and democracy is considered one of the most important key aspects of knowledge-based business activities, so it is suggested that Creating and forming the principle of management of knowledge-based businesses can be a factor for the professionalization of these businesses. Since the interaction of members and democracy are considered to be the most important key aspects of knowledge-based business activities, it is suggested that the creation and formation of knowledge-based business management principles can be a factor for the professionalization of these businesses. Considering the effective factors in management, socio-cultural, personal and educational for empowering students' businesses, it is suggested that members and democracy, participation management, authority to the people, development of social services, support of the nature of environment creation and creation of opportunities for progress. Cultivation and training of efficient managers, culture-building and efficient trainers, culture-building and training of efficient managers and correct and efficient training to benefit the dynamism and growth of knowledge-based businesses in Ilam province.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی



شناسایی و رتبه‌بندی ابعاد توانمندسازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان مبتنی بر رویکرد آمیخته-دیمتل

بهرام عزیزپور^۱ | صادق فیض‌اللهی^۲ | علیرضا شیرمحمدی^۳

۱. گروه مدیریت، واحد ایلام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام، ایران.

رایانامه: bahram.azizpour@gmail.com

۲. گروه مدیریت، واحد ایلام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام، ایران.

(نویسنده مسئول). رایانامه: sadegh.feizollahi@iau.ac.ir

۳. گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

رایانامه: shirmohamadi.alireza@pnu.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

شرکت‌های دانش‌بنیان ابزار مؤثری برای پیشرفت اقتصادی و اجتماعی به‌شمار می‌روند که می‌توانند در استفاده بهینه از شرایط زندگی، کار و تولید، بهبود سطح درآمد و ارتقای وضعیت اجتماعی جامعه نقش بسزایی ایفا کنند. با توجه به جایگاه مهم این بخش در اقتصاد ایران، از منظر نظری و همچنین قابلیت‌های نهفته آن، شناسایی عوامل تأثیرگذار و روش‌های فعال‌سازی این پتانسیل‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار شده است. پژوهش حاضر بر اساس هدف، کاربردی و از نقطه نظر رویکرد، آمیخته (کیفی-کمی) است. بخش کیفی این پژوهش با استفاده از تحلیل تم انجام شده است. جامعه مورد مطالعه در بخش کیفی شامل اساتید دانشگاهی و کارشناسان حوزه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان ایلام بود که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و تا رسیدن به اشباع نظری، ۱۵ نفر انتخاب شدند. جامعه آماری بخش کمی شامل تمامی کارکنان کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان ایلام به تعداد ۳۱۵ نفر بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و فرمول کوکران تعداد ۱۷۳ نفر انتخاب گردید. برای گردآوری داده‌ها در بخش کیفی از مصاحبه نیمه ساختاریافته و در بخش کمی از پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده گردید. بر اساس یافته‌های بخش کیفی تعداد ۴۷ مقوله در قالب ۴ طبقه (عوامل مدیریتی، اجتماعی-فرهنگی، شخصیتی و آموزشی) شناسایی و ارائه شد که بر اساس بخش کمی، بیشترین تأثیر در توانمندسازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان در استان ایلام مربوط به عامل مدیریتی و کمترین تأثیر از میان چهار عامل شناسایی شده مربوط به عامل شخصیتی بود. بر اساس نتایج، بررسی و بهره‌گیری از تجارب مدیریتی کشورهای پیشرفته و موفق در حوزه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان پیشنهاد می‌شود.

نوع مقاله:

مقاله علمی - پژوهشی

تاریخچه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۱۰

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۲/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۰۶

دسترسی آنلاین: ۱۴۰۳/۱۲/۰۶

کلیدواژه‌ها:

توانمندسازی،

دانش‌بنیان،

رویکرد آمیخته،

دیمتل.

آموزش و مدیریت کارآفرینی، دوره ۴، شماره ۲، سال ۱۴۰۴، صفحات ۸۲-۵۵

استناد: عزیزپور، بهرام؛ فیض‌اللهی، صادق؛ شیرمحمدی، علیرضا (۱۴۰۴). شناسایی و رتبه‌بندی ابعاد توانمندسازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان مبتنی بر

رویکرد آمیخته-دیمتل. آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۴(۲)، ۵۵-۸۲. doi: 10.22126/eme.2025.11576.1136



© نویسندگان

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2025.11576.1136>

ناشر: دانشگاه رازی

مقدمه

اقتصاد کشورهای در حال توسعه به‌طور عمده بر پایه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استوار است، زیرا این نوع کسب‌وکارها نقش مهمی در ایجاد اشتغال، رشد اقتصادی و تحریک نوآوری و خلاقیت ایفا می‌کنند. در آینده نه‌چندان دور این کسب‌وکارها به‌عنوان موتور محرکه موفقیت شرکت‌های کوچک، متوسط و بزرگ شناخته می‌شوند (ان‌جی و همکاران^۱، ۲۰۱۶). امروزه در تمامی کشورهای جهان به اشتغال توجه خاصی می‌شود و توانمندسازی اقتصادی در کسب‌وکارهای فعلی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه، از ابزار پیشرفت اقتصادی به شمار می‌آید (نادری و همکاران، ۱۴۰۳). بر اساس پژوهش‌های زفر و مصطفی^۲ (۲۰۱۷)، در اقتصادهای توسعه‌یافته، کسب‌وکارهای دانش‌بنیان به ترتیب ۵۵ درصد و ۶۵ درصد به تولید ناخالص داخلی و اشتغال کمک می‌کنند. در کشورهای در حال توسعه، این رقم به‌طور متوسط ۷۰ درصد برای تولید ناخالص داخلی و ۹۵ درصد برای اشتغال است. مطالعه اسماعیل‌پور و همکاران (۱۳۹۷) نشان داد در ایران نیز بیش از ۸۵ درصد شرکت‌ها از نوع دانش‌بنیان هستند که ۹۳ درصد نیروی کار و حدود ۳۰ درصد ارزش افزوده را به خود اختصاص داده‌اند (محمدکاظمی و همکاران، ۱۴۰۰).

با ظهور فناوری‌های جدید در حوزه تولید و ارتباطات، تحولات چشمگیری در روش‌های تولید و توزیع این کسب‌وکارها ایجاد شده است که بر اهمیت آن‌ها افزوده است. با این حال، با وجود نقش حیاتی این کسب‌وکارها در توسعه اقتصادی، توجه کافی به رشد و توسعه آن‌ها نشده است (الدريت^۳، ۲۰۱۹). بسیاری از این کسب‌وکارها، به‌ویژه در مراحل ابتدایی فعالیت خود، با مشکلات متعددی روبه‌رو هستند و عمر کوتاهی دارند (سایدیکیو^۴، ۲۰۱۸). این مشکلات شامل ضعف در رهبری، کارآفرینی و مهارت‌های فنی، نبود سیاست‌های حمایتی مناسب، کمبود منابع مالی، هزینه‌های بالای راه‌اندازی، دسترسی محدود به فناوری‌های پیشرفته و کمبود زیرساخت‌های ضروری می‌شود (راچ و هاتاک^۵، ۲۰۱۶).

در شرایط رقابتی شدید امروزی، کسب‌وکارهای دانش‌بنیان باید از طریق توانمندسازی، کارآفرینی و ارائه محصولات و خدمات نوآورانه، فشارهای رقابتی را کاهش دهند (هنانوزاپاتا و پیرو^۶، ۲۰۱۸). در بسیاری از پژوهش‌ها کارآفرینی به‌عنوان یک محرک اصلی برای رشد اقتصادی و چالشی قابل توجه برای اکثر کشورهای در حال توسعه در نظر گرفته شده است (صبا و همکاران، ۱۴۰۲). تغییرات سریع و پویایی محیط رقابتی، کسب‌وکارها را مجبور کرده است تا به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه حرکت کنند و با نوآوری و استفاده از فرصت‌های موجود، خود را تقویت کنند. دانش، زمینه‌ساز نوآوری و نوآوری، لازمه کارآفرینی است (حریری و همکاران، ۱۴۰۲). نوآوری باز یکی از مهم‌ترین مفاهیمی است که بخش قابل توجهی از ادبیات مدیریت فناوری و نوآوری و بسیاری از مراکز، سازمان‌ها و کسب‌وکارهای دانش‌بنیان را به خود اختصاص داده است (سیفی رسولیان و همکاران، ۱۴۰۱).

توانمندسازی به‌عنوان یک رویکرد چندجانبه، قابلیت‌های شرکت‌ها را توسعه داده و زمینه را برای نوآوری و خلق ثروت فراهم می‌کند (مولهادی و اعظم^۷، ۲۰۱۹). این روند شامل تقویت زیرساخت‌ها و مشارکت همگانی به‌منظور ارتقای توانایی‌ها و ترسیم آینده‌ای پُر رونق و موفق است (اندریانتو و سیاریف^۸، ۲۰۱۸). توانمندسازی

1. Ng et al.
2. Zafar & Mustafa
3. Alderete
4. Siddiquie
5. Rauch & Hatak
6. Henao-Zapata & Peiró
7. Mulhadi & Azam
8. Endaryanto & Syarief

کسب‌وکارها به‌عنوان یک نتیجه مهم از پیامدهای کسب‌وکار، مورد توجه دانشگاهیان و صاحبان کسب‌وکار قرار گرفته است (لئونیدو و همکاران^۱، ۲۰۱۷). تقویت و توانمندسازی شرکت‌های دانش‌بنیان، نقش کلیدی در حفظ و بهبود سلامت اقتصادی یک کشور ایفا می‌کند. این شرکت‌ها به‌عنوان یک سپر دفاعی در برابر بحران‌ها و شوک‌های اقتصادی، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، عمل می‌کنند. از منظر کارآفرینی، توانمندسازی این کسب‌وکارها به معنای افزایش قابلیت آن‌ها برای بقا، توسعه، مشارکت در ایجاد فرصت‌های شغلی و کاهش موانع و مشکلات پیش‌روی آن‌ها است. این فرآیند نه‌تنها به رشد اقتصادی کمک می‌کند، بلکه زمینه را برای نوآوری و پیشرفت پایدار فراهم می‌سازد (هاشیم و همکاران^۲، ۲۰۱۸).

در پژوهش‌های گوناگونی عوامل اثرگذار بر توانمندسازی و رشد پایدار شرکت‌های دانش‌بنیان و فناوری نوپا بررسی شده است. پژوهش‌های مختلف در زمینه نقش مهارت کارآفرینی (ون پراگ و همکاران^۳، ۲۰۰۷)، سرمایه انسانی (کولومبو و همکاران^۴، ۲۰۰۵)، تأمین مالی و رقابت (ان‌جی و همکاران، ۲۰۱۶)، توانایی مدیران شرکت‌ها (رایت و همکاران^۵، ۲۰۱۵)، بسیج منابع و گرایش کارآفرینانه (رانیکو^۶، ۲۰۱۲) و عوامل محیطی (روون و همکاران^۷، ۲۰۰۲) اشاره دارند. همچنین کاموریو و همکاران^۸، دستیابی به منابع دانش برون‌سازمانی و توسعه دانش را در رشد سریع‌تر این شرکت‌ها دارای اهمیت می‌دانند (کاموریو و همکاران، ۲۰۱۷).

میوزو و دیویتو^۹ (۲۰۱۶) توسعه منابع بحرانی همچون تیم مدیریتی، تأمین مالی اولیه و توسعه فناوری را باعث تسریع رشد شرکت‌های دانش‌بنیان مطرح نموده‌اند. فرتاش و همکاران (۱۴۰۰) از نظر اداره کسب‌وکارهای کوچک ایالات متحده تأمین مالی، فراهم کردن همکاری با شرکت‌های بزرگ، توسعه صادرات و گسترش بازار داخلی از عوامل مؤثر بر رشد این شرکت‌ها است. سالمی و همکاران (۱۴۰۰) تمرکز بر راه‌حلی برای حل مسئله مشتری، دانش فنی و مهندسی، تنظیم کارکردهای مدیریتی و ایجاد انضباط درونی را عوامل توسعه توانمندی نوآوری شرکت‌های دانش‌بنیان می‌داند. همچنین عامل همکاری‌های بین‌المللی در موفقیت شرکت‌های فناوری مورد تأکید است (قاضی نوری و همکاران، ۱۳۹۸).

وجود موضوعات مطرح‌شده بر میزان ابهام، عدم قطعیت و پیچیدگی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان می‌افزاید که این امر شایستگی‌های کلیدی آن‌ها را دچار تغییر اساسی می‌کند. مدیران باید در این شرایط از روش‌ها و استراتژی‌هایی استفاده نمایند تا ضمن پیشی گرفتن از رقبا به اهدافشان نیز دست پیدا کنند. یکی از رویکردهای کلیدی در مدیریت کسب‌وکارها، تمرکز بر توانمندسازی آن‌هاست. توانمندسازی کسب‌وکارها به‌عنوان عاملی مؤثر، مدیران و کارکنان را ترغیب می‌کند و فرآیند تمرکززدایی را تسهیل می‌نماید. این دو عامل در نهایت به خلق ایده‌های نو و نوآوری منجر شده و مزیت رقابتی کسب‌وکار را حفظ می‌کنند (هنانوزاپاتا و پیرو، ۲۰۱۸). توانمندسازی با ارتقای قابلیت‌های سازمانی و فردی، به مدیران این امکان را می‌دهد تا به‌سرعت و با دقت به تغییرات محیط رقابتی پاسخ دهند و مسیر دستیابی به مزیت رقابتی را هموار سازند. در بسیاری از کسب‌وکارهای دانش‌بنیان، توانمندسازی به‌عنوان ابزاری برای بهبود کیفیت خدمات، افزایش نوآوری و ارتقای رضایت مشتریان

1. Leonidou et al.
2. Hashim et al.
3. Van Praag et al.
4. Colombo et al.
5. Wright et al.
6. Rannikko
7. Rowen et al.
8. Kamuriwo et al.
9. Miozzo & DiVito

مورد استفاده قرار می‌گیرد. این رویکرد فرصت‌هایی را برای بهره‌گیری از تمامی توانمندی‌ها و استعداد‌های افراد در اختیار مدیریت قرار می‌دهد (بارنی^۱، ۲۰۱۸).

در خصوص خلأ نظری پژوهش می‌توان گفت با وجود پژوهش‌های گوناگون انجام‌شده در حوزه توانمندسازی کسب‌وکارها، به نظر می‌رسد مطالعه‌های فراگیر و یکپارچه‌ای که به شناسایی غالب مؤلفه‌ها و ابعاد این مفهوم بپردازد، وجود ندارد. از طرفی بررسی‌های پژوهشگران و مرور ادبیات نظری که بخشی از مهم‌ترین آن‌ها در بخش پیشینه پژوهش در ادامه آمده است نشان می‌دهد که تا کنون مطالعه‌ای در مورد توانمندسازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان در استان ایلام انجام نگرفته است. به همین دلیل این خلأ نظری انگیزه‌ای برای انجام پژوهش حاضر شد که با استفاده از رویکرد آمیخته طبق آنچه خواهد آمد، سعی در پر کردن این شکاف دارد. برای انجام این کار در مرحله اول، این پژوهش با رویکردی کیفی به دنبال پاسخ به این پرسش است که مؤلفه‌های توانمندسازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان کدامند؟ سپس در مرحله دوم، با به‌کارگیری تکنیک دیمتل، به بررسی روابط درونی بین این مؤلفه‌ها می‌پردازد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

شرکت دانش‌بنیان

بر پایه ماده یک قانون حامی شرکت‌های دانش‌بنیان، این‌گونه شرکت‌ها یا مؤسسات، اعم از خصوصی یا تعاونی، با هدف ترکیب دانش و ثروت، پیشبرد اقتصاد دانش‌محور، دستیابی به اهداف علمی و اقتصادی (از جمله توسعه و استفاده از اختراعات و نوآوری‌ها) و تجاری‌سازی نتایج پژوهش‌ها و توسعه (شامل طراحی و تولید کالاها و خدمات) در زمینه فناوری‌های پیشرفته و با ارزش افزوده بالا تشکیل می‌شوند. شرکت‌های دانش‌بنیان زیرمجموعه‌ای از شرکت‌های کوچک و متوسط محسوب می‌شوند که به‌صورت مستقل فعالیت می‌کنند. این شرکت‌ها عمدتاً در حوزه‌هایی مانند الکترونیک، مهندسی مکانیک، فناوری دارویی، بیوتکنولوژی، نانوتکنولوژی، فناوری‌های محیط زیست، فناوری اطلاعات و سایر فناوری‌های نوظهور و پیشرفته فعالیت دارند. از ویژگی‌های مشترک این سازمان‌ها می‌توان به پتانسیل رشد نسبتاً بالا، نیاز به تأمین مالی خارجی به‌دلیل زمان‌بر بودن فرآیند توسعه محصول، تمرکز بر بازارهای خاص با تقاضای جهانی، تمایل به استقرار در مراکز رشد (مانند پارک‌های علمی)، تشکیل شدن توسط تیم‌های متخصص و راه‌اندازی توسط کارآفرینان تحصیل‌کرده اشاره کرد (احمدی جشقانی و اسماعیلیان، ۱۳۹۳).

عبارت «شرکت دانش‌بنیان» در چارچوب نظری به سازمان‌هایی اطلاق می‌شود که به‌عنوان نهادهای یادگیرنده و تولیدکننده دانش فعالیت می‌کنند و از دانش، چه به شکل پنهان و چه آشکار، برای پیشبرد محصولات و فناوری‌های خود استفاده می‌نمایند؛ به عبارت دیگر، این مفهوم عمدتاً به شرکت‌هایی مرتبط است که از فرآیندهای خلق و استفاده از دانش به‌عنوان ابزاری برای دستیابی به اهداف تجاری خود بهره می‌گیرند. یک سازمان کارآفرین دانش‌بنیان باید دارای ویژگی‌هایی مانند ساختارهای انعطاف‌پذیر، سیستم‌های تشویقی مؤثر، چارچوب‌های غیر اداری، سلسله‌مراتب کم‌عمق و فرهنگی متمرکز بر نوآوری و کارآفرینی باشد (دانش‌فرد، ۱۳۹۵).

یک شرکت دانش‌بنیان، چه به‌صورت خصوصی یا دولتی، سازمانی است که با هدف تبدیل دانش و ایده‌های نوآورانه به ثروت و ارزش اقتصادی پایدار تأسیس می‌شود. این مؤسسات با تمرکز بر فعالیت‌های تحقیق و توسعه و به‌کارگیری فناوری‌های پیشرفته، به ایجاد و توسعه کسب‌وکارهایی می‌پردازند که محور اصلی آن‌ها دانش و نوآوری است. این رویکرد باعث می‌شود تا این شرکت‌ها نقش کلیدی در پیشرفت فناوری و رشد اقتصادی ایفا کنند

(شجاعت و همکاران^۱، ۲۰۱۹).

شرکت‌های دانش‌بنیان، سازمان‌هایی هستند که دانش و فناوری را به‌عنوان اصلی‌ترین دارایی‌های خود در نظر می‌گیرند. این شرکت‌ها با تمرکز بر تحقیق و توسعه، به طراحی، تولید و ارائه محصولات یا خدمات نوآورانه می‌پردازند. از جمله فعالیت‌های کلیدی این شرکت‌ها می‌توان به انتقال فناوری، توسعه فناوری‌های پیشرفته با ارزش افزوده بالا و تولید محصولات مبتنی بر دانش اشاره کرد. به‌طور کلی، شرکت‌های دانش‌بنیان مؤسسه‌ای هستند که با هدف تلفیق علم و ثروت، توسعه اقتصاد مبتنی بر دانش و دستیابی به اهداف علمی و اقتصادی مانند رشد، اشتغال‌زایی، نوآوری و تجاری‌سازی دستاوردهای تحقیقاتی در حوزه فناوری‌های پیشرفته و با ارزش افزوده قابل توجه، فعالیت می‌کنند. این شرکت‌ها بر اساس استانداردها و قوانین مشخصی عمل می‌کنند تا به این اهداف دست یابند (چن و همکاران^۲، ۲۰۲۱).

توانمندسازی

مفهوم توانمندسازی برای اولین بار در سال ۱۷۸۸ تعریف شد و در آن زمان به‌عنوان تفویض اختیار در نقش سازمانی فرد در نظر گرفته می‌شد، به این معنا که این اختیار باید به شخص اعطا شود یا در جایگاه سازمانی او لحاظ گردد. گروو^۳ (۱۹۷۱) به تعاریف رایج فرهنگ‌های لغت از توانمندسازی اشاره می‌کند که شامل اعطای قدرت قانونی، تفویض اختیار، مأموریت‌دهی و تقویت قدرت است. گاندز^۴ در سال ۱۹۹۰ توانمندسازی را با انتقال اختیار تصمیم‌گیری به کارکنان تعریف کرد (یو کی اسیز^۵، ۲۰۱۸). ادبیات توانمندسازی تا کنون تحولات زیادی را پشت سر گذاشته است تا اینکه لی و همکاران^۶ (۲۰۱۱) توانمندسازی را به‌عنوان بستری برای افزایش گفت‌وگوها، تفکر انتقادی و فعالیت در گروه‌های کوچک معرفی می‌کند.

از دهه ۱۹۹۰ به بعد، توانمندسازی به‌طور گسترده‌ای مورد توجه قرار گرفت. ریچارد کوتتر^۷ در بررسی سیر تاریخی نظریه‌های توانمندسازی، دو نوع توانمندسازی را مطرح می‌کند: نوع اول، توانمندسازی روانی - اجتماعی که با تقویت عزت‌نفس و خودارزشمندی افراد همراه است که این امر به‌طور مستقیم در روابط و تعاملات آنان با دیگران تأثیرگذار خواهد بود. به بیان دیگر، این شکل از توانمندسازی نیازمند اعتماد به انتظارات و خواسته‌های کارکنان است تا بتوان تغییرات ملموس و پایدار در رفتار و عملکرد آنان ایجاد کرد. نوع دوم، توانمندسازی نمادین روانی نه تنها باعث ارتقای عزت‌نفس کارکنان می‌شود، بلکه به دگرگونی در برخی پدیده‌هایی منجر می‌گردد که پیش از این ثابت و غیر قابل تغییر تلقی می‌شدند (قنبری و رجبی، ۱۳۸۹). در دهه ۱۹۹۰، مفهوم توانمندسازی کارکنان به تدریج جایگزین مفاهیمی مانند مشارکت یا درگیرسازی کارکنان در فرآیندهای سازمانی شد و به‌عنوان رویکردی نوین در مدیریت منابع انسانی مطرح گردید (بخش‌امین و همکاران، ۱۳۹۷).

عوامل مؤثر در افزایش توانمندی سازمان

توانمندی سازمان‌ها تحت تأثیر عوامل درونی و بیرونی مختلفی قرار می‌گیرد که هر یک به‌نوعی در ارتقای عملکرد آن‌ها نقش دارند و سازمان‌ها را به‌سوی توانمندسازی کارکنانشان تشویق می‌کنند. مهم‌ترین محرک‌های درونی

1. Shujahat et al.
2. Chen et al.
3. Grove
4. Gandz
5. U K Essays
6. Lee et al.
7. Richard Kotter

عبارت‌اند از:

۱. **بهره‌وری:** در میان عوامل درونی، بهره‌وری جایگاه ویژه‌ای دارد. بهره‌وری به معنای استفاده مؤثر و کارآمد از منابع انسانی و مادی سازمان است، به‌گونه‌ای که نیروی کار بتواند با بهره‌گیری از توانایی‌های فردی و جمعی خود، به بهترین شکل ممکن در جهت تحقق اهداف سازمان گام بردارد. این عامل نه تنها عملکرد سازمان را بهبود می‌بخشد، بلکه زمینه‌ساز رشد و توسعه پایدار آن نیز می‌شود. هنگامی که بحث کیفیت و بهره‌وری مطرح می‌شود، برنامه‌های توانمندسازی به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از این فرآیند در نظر گرفته می‌شوند. رابطه بین توانمندسازی و بهره‌وری سازمانی را می‌توان یک رابطه دوسویه تلقی کرد. به این معنا که با ارتقای سطح دانش تخصصی و تجهیزات، نه تنها توان کاری سازمان بهبود می‌یابد، بلکه سازمان به ذهنیتی انعطاف‌پذیر و پویا دست می‌یابد که همواره پذیرای ایده‌ها و راه‌حل‌های جدید است.

۲. **ایجاد تحول در سازمان:** برای رسیدن یک سازمان به موفقیت، انجام اقدامات گسترده در زمینه تغییر و تحول ضروری است. سازمان‌های پیشرو همواره در تلاش برای بهبود و نوآوری هستند و تحولات بزرگ درون‌سازمانی زمانی رخ می‌دهد که این نیاز به‌طور جدی احساس شود.

۳. **امنیت شغلی:** در محیط‌های سازمانی، امنیت شغلی یکی از دغدغه‌های اصلی کارکنان به شمار می‌رود و بخش قابل توجهی از انرژی روانی و فکری سازمان‌ها صرف این موضوع می‌شود. زمانی که کارکنان به حد مطلوبی از آرامش خاطر دست یابند، با تمرکز و انرژی بیشتری توانمندی‌های فکری و جسمی خود را در اختیار سازمان قرار می‌دهند و در نتیجه، سازمان کمتر با تنش‌های انسانی مواجه می‌شود. این امر مستلزم آن است که سازمان‌ها بسترهای لازم را برای رشد و بالندگی کارکنان در ابعاد مختلف فراهم کنند.

افزون بر این، عوامل خارجی و محیطی متعددی وجود دارند که لزوم توانمندسازی را در سازمان‌ها بیش از پیش آشکار می‌سازند. از جمله مهم‌ترین این عوامل می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- نقش پررنگ فناوری در تغییر فضای کاری؛

- نیاز روزافزون سازمان‌ها به انعطاف‌پذیری؛

- رشد و تنوع خواسته‌های مشتریان؛

- قوانین و مقررات دولتی (پاک‌طینت و فتحی‌زاده، ۱۳۸۷).

رهبری نوآورانه و توسعه فناوری نیز بر مدیریت دانش و توانمندسازی منابع انسانی تأثیر داشته و منجر به مشارکت استارت‌آپ‌ها در نوآوری باز و بهبود شایستگی استارت‌آپ‌ها می‌شوند. از طریق بهبود شایستگی و مشارکت استارت‌آپ‌های فناوری‌محور، در نهایت دستیابی به نوآوری باز امکان‌پذیر می‌شود (نفیسی و محمدکاظمی، ۱۴۰۱). یکی از راه‌های مؤثر برای توانمندسازی کارکنان، افزایش دسترسی آن‌ها به اطلاعات سازمانی است. تحقیقات نشان می‌دهند که در سازمان‌هایی که اطلاعات، به‌ویژه اطلاعات استراتژیک و مرتبط با مسیر پیشرفت سازمان، به‌راحتی در اختیار کارکنان قرار می‌گیرد، مدیران تواناساز به‌طور مداوم داده‌ها و اطلاعات فنی جمع‌آوری‌شده توسط دیگران را در دسترس کارکنان می‌گذارند. مطالعات همچنین تأکید می‌کنند که پیش از هر اقدام برای توانمندسازی، ایجاد جو اعتماد میان مدیران و کارکنان ضروری است. در سازمان‌هایی که از روش‌های مختلف مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها استفاده می‌کنند، احتمال احساس توانمندی در کارکنان بیشتر است. در چنین محیط‌های مشارکتی، خلاقیت، قدردانی و آزادی عمل کارکنان به‌طور چشم‌گیری افزایش می‌یابد (حسینی و ماله‌میر چگینی، ۱۴۰۳)

پژوهش فیض‌اللهی و همکاران (۱۴۰۳) به واکاوی عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی کارآفرینانه در استان ایلام برای دستیابی به آثار و پیامدهای مثبت ایجاد کسب‌وکارهای کارآفرینانه پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان داد که یکی از عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی کارآفرینانه، توانمندسازی کارآفرینانه است که خود متشکل از دو مؤلفه توانمندسازی فردی و ویژگی‌ها و مهارت‌های لازم کارآفرینانه است.

سیدجوادین و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهش خود با در نظر گرفتن نقش میانجی راهبرد نوآوری و فعالیت‌های نوآوری باز به بررسی تأثیر ظرفیت جذب دانش بر عملکرد شرکت‌ها پرداختند. این پژوهش که با رویکردی قیاسی و به روش توصیفی - پیمایشی در استان تهران انجام گرفت به این نتیجه رسید که رهبران شرکت‌های دانش‌بنیان باید آگاه باشند که ارتقای عملکرد سازمانی مستلزم ایجاد بسترهایی است که فرآیندهای مرتبط با نوآوری را تقویت می‌کند؛ بنابراین، آن‌ها باید سرمایه‌گذاری هم‌زمان در حوزه‌های دانش و نوآوری، چه در داخل و چه خارج از سازمان را در اولویت‌های خود قرار دهند.

حسینی و ماله‌میر چگینی (۱۴۰۳) در پژوهش خود تحلیل راهبردهای توانمندسازی کارکنان صنایع تبدیلی کشاورزی با تأکید بر بهبود روحیه کارآفرینی در شرکت تولیدی دنون لبنی پارس پرداخته‌اند تا بهترین راهبردهای مدیریتی را شناسایی کنند. بر اساس یافته‌های این پژوهش ارائه بازخورد عملکردی به کارکنان و تشویق و ترغیب آن‌ها به‌عنوان بهینه‌ترین راهبردها در میان راهبردهای توانمندسازی به‌منظور تقویت روحیه کارآفرینی نیروهای عملیاتی در شرکت دنون لبنی پارس شناخته شده است.

شهدکار و همکاران (۱۴۰۲) به ارائه مدل کسب‌وکار اقتصاد دایره‌ای برای شرکت‌های دانش‌بنیان پرداختند. نتایج تحلیل داده‌های کیفی حاصل از پژوهش، منجر به ارائه مدل کسب‌وکار اقتصاد دایره‌ای با ۱۲۴ مقوله، ۱۷ مقوله محوری و ۶ عامل اصلی، در قالب ابعاد ۶ گانه شامل شرایط علی (۲ مقوله)، پدیده اصلی (مدل کسب‌وکار دایره‌ای)، راهبرد (۴ مقوله)، ویژگی‌های زمینه‌ای (۵ مقوله)، شرایط مداخله‌گر (۲ مقوله) و پیامد (۴ مقوله) شد. مدل حاصل از این پژوهش می‌تواند راه‌گشای متصدیان، برنامه‌ریزان و مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان جهت تولید و توزیع کالا و خدمات در قرن حاضر باشد.

پژوهش سلیمانی (۱۴۰۲) با عنوان توانمندی اقتصادی شرکت‌های دانش‌بنیان با طراحی محصولات نوآورانه صنعت بیمه با استفاده از رویکرد پژوهش کیفی داده‌بنیاد از طریق مصاحبه با ۱۰ نفر از مدیران عامل شرکت‌های دانش‌بنیان انجام شد. پژوهشگر در پایان، نیازهای بیمه‌ای شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در حوزه فناوری اطلاعات را در دو دسته اصلی؛ مالی و سرمایه‌گذاری و همچنین عملیاتی طبقه‌بندی کرد. بر اساس یافته‌ها، افزون بر پوشش‌های بیمه‌ای متداول در صنعت بیمه کشور، بازار نوپا و بکر شرکت‌های دانش‌بنیان به پوشش‌های بیمه‌ای خاصی نیاز دارد که با نوع فعالیت و ساختار این شرکت‌ها سازگاری داشته باشد. همچنین این پژوهش معتقد است حمایت بیمه‌ای از بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌تواند به رشد اقتصادی کشور کمک شایانی کند.

حقیقی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی به کارآفرینی و اشتغال‌زایی در حوزه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان بر اساس ظرفیت موقوفات با استفاده از تکنیک دیتمل و مدل‌سازی معادلات ساختاری پرداختند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که در بخش آزمون مدل، نتایج نشان‌دهنده تأثیر عوامل اقتصادی بر کسب‌وکارهای دانش‌بنیان، به‌ویژه سهم و میزان درآمد غیر نقدی مورد نیاز کسب‌وکار، سهم و میزان وجه نقد است. درآمد مورد نیاز کسب‌وکار، توجیه اقتصادی پروژه، میزان ریسک موفقیت پروژه، بیشترین تأثیر را بر عوامل سازمانی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان دارد.

عمرانی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان، آموزش رهبری دوسوتوان در کسب و کارهای نوپای دانش‌بنیان با رویکرد فراترکیب، نشان دادند که پیشایندها یا عواملی که بر رفتارهای توانمندسازی اثر می‌گذاردن دربرگیرنده‌ی توانمندی کسب و کارهای نوپا، گرایش کارآفرینانه، وظایف نوآوری و ویژگی‌های رهبر است. رمضانپور و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهش خود به واکاوی عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان در مراکز رشد سازمان پژوهش‌های علمی صنعتی و پارک علم و فناوری استان گیلان پرداختند. در این مطالعه که با رویکرد آمیخته انجام شد نتایج نشان داد دو عامل خارجی و داخلی بر موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان مؤثرند. عوامل داخلی دربردارنده سه سطح فردی، خرد، کلان و عوامل خارجی نیز در دو سطح مرکز رشد، ملی و فراملی شناسایی شدند. مطالعه مذکور به این نتیجه رسید که تمرکز سیاست‌گذاران بر دو عامل کلیدی سیاست‌های اقتصادی داخلی و بهبود روابط بین‌المللی، همراه با توجه ویژه شرکت‌های دانش‌بنیان به فعالیت‌های بازاریابی و پژوهش‌های بازار و همچنین پشتیبانی مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری می‌تواند مسیر دستیابی به موفقیت را برای این شرکت‌ها هموار کند.

پرگو و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهش خود به بررسی تأثیر مدیریت دانش از نظر توسعه اقتصاد دانش‌بنیان با نقش واسطه‌ای ذهنیت کارآفرینانه در بین مدیران شرکت مترو پرداختند. آن‌ها از روش توصیفی - پیمایشی برای مطالعه خود و به‌منظور آزمون فرضیه‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده کردند. مطالعه آن‌ها به شکافی در ادبیات مربوط به رابطه بین مدیریت دانش، اقتصاد دانش‌بنیان و ذهنیت کارآفرینانه پرداخت و نتایج بیانگر عملکرد مهم ذهنیت کارآفرینانه بود، چراکه اطمینان از اینکه کارکنان شرکت‌ها فرصت‌های کارآفرینی را شناخته‌اند، نقش شایانی در شکل‌گیری اقتصاد دانش‌بنیان داشته است.

در پژوهش عسگری و همکاران (۱۴۰۱) که با هدف واکاوی چالش‌های اداری حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و راهکارهای اصلاح آن به روش تحلیلی - توصیفی انجام شد، این‌گونه نتیجه‌گیری شد که در سکوت و بی‌توجهی به قوانین، نابسامانی‌های اداری نیز آشکار است که در نهایت، منجر به بی‌اثر ماندن سیاست‌های حمایتی دولت از شرکت‌های دانش‌بنیان شده است.

محمدکاظمی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهش خود با استفاده از تکنیک دیمتل به شناسایی و رتبه‌بندی عوامل آمیخته بازاریابی خدمات در صنعت بانکداری ایران با تأکید بر خدمات مالی و سرمایه‌گذاری پرداختند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که عوامل قیمت و کارکنان بیشترین تأثیرگذاری را در میان عوامل شناسایی شده دارند.

فرد و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان توانمندسازی شرکت‌های دانش‌بنیان کوچک و متوسط با استفاده از توسعه کارآفرینی دیجیتال پرداختند. نتایج پژوهش هفت عامل اثربخش مدل کسب و کار، استراتژی نوآوری محصول، پیکربندی منابع، عوامل محیطی، اکوسیستم کارآفرینی دیجیتال، عوامل فردی و عوامل سازمانی را در توسعه کارآفرینی دیجیتال در سه بعد ساختاری، زمینه‌ای و محتوایی نشان می‌دهد که عوامل محیطی و اکوسیستم کارآفرینی دیجیتال در بعد زمینه‌ای بیشترین تأثیرگذاری را در توسعه کارآفرینی دیجیتال در شرکت‌های دانش‌بنیان کوچک و متوسط دارا هستند.

محمدکاظمی و همکاران (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای با عنوان طراحی مدل توانمندسازی کسب و کارهای دانش‌بنیان با رویکرد دیمتل، به این نتیجه رسیدند که مدل توانمندسازی این کسب و کارها از پنج بعد اصلی تشکیل شده است: توانمندی فردی، توانمندی مالی، توانمندی کارآفرینانه، توانمندی بازاریابی و توانمندی فناوری. بر اساس یافته‌های این پژوهش، عوامل کلیدی که بر توانمندسازی کسب و کارهای کوچک و متوسط تأثیر می‌گذارد، شامل قابلیت‌های فردی و امکانات مالی هستند. از سوی دیگر، عواملی که تحت تأثیر این توانمندسازی قرار می‌گیرند، عبارتند از:

توانایی‌های کارآفرینانه، قابلیت‌های بازاریابی و ظرفیت‌های فناورانه؛ به عبارت دیگر، بهبود توانمندی‌های شخصی و دسترسی به منابع مالی، به‌طور مستقیم بر رشد و توسعه مهارت‌های کارآفرینی، بازاریابی و فناوری در این کسب‌وکارها تأثیرگذار است.

بخش‌آمین و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان، ارائه الگوی توانمندسازی نخبگان در تعامل با محیط کسب‌وکار مبتنی بر اقتصاد دانش‌بنیان، نشان دادند الگوی توانمندسازی نخبگان در تعامل با محیط کسب‌وکار مبتنی بر اقتصاد دانش‌بنیان مشتمل بر ابعاد فردی، درون‌سازمانی و برون‌سازمانی است.

منجری و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان تبیین نقش توانمندسازی و کار تیمی بر عملکرد سازمانی با میانجی‌گری مدیریت دانش (مورد مطالعه: شرکت ملی گاز ایران) نشان دادند که توانمندسازی بر عملکرد سازمانی و مدیریت دانش تأثیر مثبت و معناداری دارد. نتایج نشان داد که ابعاد توانمندسازی کارکنان (مهارت کارکنان، تکنیک‌های مدیریت دانش، مسئولیت اجتماعی کارکنان) بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

کیو و همکاران^۱ (۲۰۲۴) در پژوهشی رابطه بین توانمندسازی دیجیتال و اشتغال نیروی کار و همچنین مکانیسم‌های پشت این رابطه را با استفاده از داده‌های شرکت‌های تولیدی که در بازارهای سهام شانگهای و شنژن چین فعالیت داشته‌اند بررسی کردند. آن‌ها دریافته‌اند که توانمندسازی دیجیتال، اشتغال نیروی کار را افزایش می‌دهد.

ازمی و همکاران^۲ (۲۰۲۳) در پژوهش خود به بررسی دیدگاه‌های مربوط به توانمندسازی هوشمند کسب‌وکار توسط هوش مصنوعی پرداختند. تمرکز آن بر این است که چگونه هوش مصنوعی می‌تواند فرآیندهای مختلف سیستم‌های هوش کسب‌وکار را که برای تصمیم‌گیری استفاده می‌شوند، تکمیل یا حتی بهبود بخشد. آن‌ها یک فلوجارت ارائه دادند که نشان می‌دهد چگونه چت‌بات‌های هوش مصنوعی می‌توانند به فرآیندهای هوش کسب‌وکار کمک کنند تا بالاترین سطح استقلال و توانایی خلاقانه را با بهبود مستمر به دست آورند.

بیبی و شاو^۳ (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای با عنوان ابعاد توانمندسازی شرکت‌های دانش‌بنیان، به این نتیجه دست یافتند که توانمندسازی این شرکت‌ها در مناطق روستایی می‌تواند به کاهش شاخص‌های فقر در این مناطق منجر شود. این امر از طریق یکپارچه‌سازی اراضی کشاورزی، بهبود کارایی سیستم‌های آبیاری و ایجاد بستر مناسب برای اجرای پروژه‌های زیربنایی و مهندسی محقق می‌شود. همچنین، تقویت یکپارچه‌سازی اراضی زراعی به کاهش فقر کمک کرده و شرایطی را فراهم می‌کند که ساکنان روستایی از لحاظ اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و روان‌شناختی توانمند شوند. این توانمندسازی به آن‌ها این امکان را می‌دهد که کیفیت زندگی خود را به‌طور قابل توجهی ارتقا دهند.

بیجمن^۴ (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای با عنوان بررسی عوامل مؤثر در توانمندسازی سازمان‌های دانش‌بنیان در کشورهای اروپایی نشان داد که توانمندسازی این سازمان‌ها همچنان تأثیر قابل توجهی در بهبود شرایط اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی دارد. این تأثیرات شامل کاهش فقر، افزایش درآمد خانوارها، گسترش سطح زمین‌های کشاورزی و بهبود عملکرد تولیدی کشاورزان از طریق افزایش بازده در هر واحد سطح می‌شود؛ به عبارت دیگر، تقویت سازمان‌های دانش‌بنیان به‌عنوان یک ابزار کلیدی در توسعه پایدار مناطق روستایی شناخته شده است.

برری^۵ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان شناسایی ابعاد توانمندسازی شرکت‌های دانش‌بنیان در بین شرکت‌های

1. Qiu et al.
2. Azmi et al.
3. Bibby & Shaw
4. Bijman
5. Berry

فناوری اطلاعات در کشور رومانی، معتقد است که برای حصول موفقیت در تعاونی‌ها و به‌ویژه در بخش فناوری اطلاعات، تقویت همکاری‌های اقتصادی و اجتماعی بین تعاونی‌ها دارای اولویت ویژه‌ای است. روچ و هتاک^۱ (۲۰۱۶) پژوهشی را با عنوان توانمندسازی کارکنان و عملکرد به انجام رساندند. نتایج معادلات ساختاری نشان داد که توانمندسازی کارکنان رابطه و تأثیر مثبت و مستقیمی با انعطاف‌پذیری و همچنین عملکرد مالی و غیر مالی نیز دارد. گورگین^۲ (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان، ارزیابی تأثیر توانمندسازی بر عملکرد کارکنان، نشان داد که ابعاد توانمندسازی کارکنان (واگذاری کار به کارکنان، تفویض، شایستگی) بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر بر مبنای هدف، بنیادی و به لحاظ رویکرد پژوهشی، از نوع پژوهش‌های آمیخته (کیفی - کمی) است. رویکرد آمیخته بدین خاطر انتخاب شد که در مطالعه‌هایی که مدل یا روش مشخصی در زمینه مورد نظر ارائه نشده است، ابتدا نیاز به درک عمیق و جامعی از مفاهیم و ابعاد مرتبط با آن موضوع احساس می‌شود (محمدکاظمی و همکاران، ۱۴۰۰). بر این اساس پژوهش حاضر ابتدا با استفاده از روش پژوهش کیفی سعی نموده است که به شناخت لازم در حوزه توانمندسازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان دست یابد. برای این منظور بخش کیفی پژوهش با استفاده از تحلیل مضمون (تم) انجام شده است.

جامعه آماری در بخش کیفی شامل اساتید دانشگاهی رشته مدیریت و اقتصاد و کارشناسان حوزه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان ایلام است که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و تا مرحله رسیدن به اشباع نظری، تعداد ۱۵ نفر انتخاب شدند. پس از انجام مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با این افراد، مفاهیم (کدهای باز) استخراج گردید. در مراحل بعدی، کدهای اولیه به کدهای ثانویه و چند کد ثانویه به یک کد مفهومی تبدیل شدند. در نهایت مؤلفه‌های تأثیرگذار در قالب مقوله‌های اصلی طبقه‌بندی و تدوین شدند. در مرحله کمی با بهره‌گیری از روش دیمتال، به تحلیل و بررسی روابط متقابل و میزان تأثیرگذاری عوامل مختلف بر یکدیگر پرداخته شد. جامعه آماری در این بخش شامل تمامی کارکنان کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان ایلام ($N = 315$) بود.

تعداد نمونه‌ها با استفاده از فرمول کوکران ۱۷۳ نفر تعیین که با به‌کارگیری روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. گردآوری داده‌ها با استفاده از مصاحبه و پرسش‌نامه محقق‌ساخته انجام گردید که از روایی صوری طبق نظر خبرگان برخوردار است. برای افزایش روایی صوری پژوهش، یافته‌های پژوهش به تعدادی از کارشناسان کسب‌وکارهای دانش‌بنیان ارائه شد و بازخوردها و دیدگاه‌های آن‌ها جمع‌آوری گردید. همچنین جهت تأیید شاخص‌های به‌دست آمده از آزمون تی تک‌نمونه‌ای و برای رتبه‌بندی عوامل شناسایی‌شده از تکنیک دیمتال استفاده گردید. این تکنیک متشکل از ماتریس معیار - گزینه است و نسبت به روش‌های مشابه از بهینه‌سازی بهتری برخوردار است. تکنیک دیمتال به‌ویژه در مسائل پیچیده که نیاز به تحلیل روابط علی بین عوامل مختلف دارند، کاربرد دارد. این تکنیک به متخصصان امکان می‌دهد تا با دقت بیشتری نظرات خود را در مورد جهت و شدت تأثیرات متقابل بین عوامل بیان کنند. ماتریس حاصل از این تکنیک (ماتریس ارتباطات داخلی) نه تنها روابط علت و معلولی بین عوامل را نشان می‌دهد، بلکه میزان اثرپذیری و اثرگذاری متغیرها را نیز مشخص می‌کند.

1. Rauch & Hatak

2. Georgian

یافته‌ها

ویژگی جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در بخش کیفی

بخش کیفی این مطالعه بر اساس دیدگاه ۱۵ نفر از خبرگان حوزه مورد مطالعه انجام شده است. مشخصات دموگرافیک خبرگان حاضر در مصاحبه به تفکیک جنسیت، سابقه کار، تحصیلات و حوزه فعالیت در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. جامعه آماری خبرگان

ردیف	تحصیلات	سابقه کار	جنسیت	حوزه فعالیت
۱	دکتر	۲۷	مرد	مدیریت
۲	دکتر	۲۷	مرد	مدیریت
۳	دکتر	۱۸	زن	مدیریت
۴	دکتر	۲۰	مرد	مدیریت استراتژیک
۵	دکتر	۱۶	مرد	مدیریت
۶	دکتر	۲۲	مرد	مدیریت صنعتی
۷	دکتر	۲۵	مرد	مدیریت
۸	دکتر	۲۱	زن	مدیریت
۹	دانشجوی دکتر	۲۰	زن	حسابداری
۱۰	دانشجوی دکتر	۱۸	مرد	مدیریت
۱۱	دانشجوی دکتر	۱۹	مرد	مدیریت
۱۲	دانشجوی دکتر	۱۹	زن	مدیریت
۱۳	دانشجوی دکتر	۲۶	زن	مالی
۱۴	دانشجوی دکتر	۲۴	مرد	مدیریت
۱۵	دانشجوی دکتر	۲۱	مرد	مدیریت

یافته‌های حاصل از کدبندی تحلیل مضمون‌ها نشان داد که تعداد ۴۷ مفهوم به‌عنوان مفاهیم (کدهای باز) استخراج شدند. در مرحله بعد، کدهای اولیه (به‌علت تعداد فراوانی آن‌ها) به کدهای ثانویه و چند کد ثانویه تبدیل به یک کد مفهومی شدند. همان‌طور که در جدول زیر مشاهده می‌شود مؤلفه‌های تأثیرگذار در قالب چهار طبقه اصلی؛ عوامل مدیریتی، عوامل اجتماعی فرهنگی، عوامل شخصیتی و عوامل آموزشی تدوین شدند که این چهار عامل خود از ۴۷ زیر طبقه تشکیل شده‌اند.

جدول ۲. شکل‌دهی طبقات اصلی از مقولات

متغیر اصلی	مؤلفه	شاخص‌ها
ابعاد توانمندسازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان ایلام	عوامل مدیریتی	شفاف بودن ضوابط و شرایط کسب‌وکارهای دانش‌بنیان
		اهمیت به سرمایه‌گذاری بلندمدت در خصوص کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان
		شناخت کافی و لازم تولیدکننده با کسب‌وکارهای دانش‌بنیان
		همکاری مناسب سایر ارگان‌ها و سازمان‌های دولتی و غیردولتی با شرکت‌های دانش‌بنیان
		آموزش نیروی انسانی متخصص جهت فعالیت در کسب‌وکارهای دانش‌بنیان
		برنامه‌ریزی بلندمدت جهت آشنایی مردم با کسب‌وکارهای دانش‌بنیان
		وجود الگوی مناسب برای شناخت مقوله کسب‌وکارهای دانش‌بنیان
		استفاده از تجارب مدیریتی کشورهای پیشرفته و موفق در زمینه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان
		و نداشتن زیرساخت‌های پیاده‌سازی این تجارب در کشور
		پررنگ بودن حضور نمایندگان کسب‌وکارهای دانش‌بنیان در جلسات و کارگروه‌های مهم استانی و شهرستانی
		تجربه قبلی، مهارت و تخصص مدیران کسب‌وکارهای دانش‌بنیان در شناسایی این کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استانی‌ها به مردم

ادامه جدول ۲. شکل دهی طبقات اصلی از مقولات

متغیر اصلی	مؤلفه	شاخص‌ها
		توجه کافی به استفاده از ظرفیت‌های ایجاد شده جهت تحقق کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان وجود مطالعات جامع در خصوص کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان توجه به نظرات جامعه در خصوص کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان تهیه برنامه جامع ملی به‌منظور کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان استفاده از امکانات تبلیغی در داخل سازمان‌ها مثل تابلو اعلانات داخلی، مجلات و نشریات، کتب منتشره و ... برای تشویق افراد به مطالعه و آشنایی با کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استفاده از فضاهای تبلیغی مثل دیوارها و تابلوهای بزرگ داخل سازمان‌ها توجه ادارات استان به حقوق کسب‌وکارهای دانش‌بنیان انحصاری بودن تولید و اقتصاد در ایران برخورد یکسان و مناسب با کسب‌وکارهای دانش‌بنیان پاسخگویی مدیران ادارات استان به مردم در خصوص مفاهیم استاندارد
		منابع کافی جهت نشر فرهنگ کسب‌وکارهای دانش‌بنیان همکاری رسانه‌های جمعی در خصوص کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان آگاهی از عواقب و پیامدهای استفاده از کالاها و خدمات کسب‌وکارهای دانش‌بنیان در بین اقشار مردم ترویج و نهادینه‌سازی فرهنگ کسب‌وکارهای دانش‌بنیان در بین اقشار و جوامع هدف تعامل متقابل بین کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و مردم فراگیر بودن شناخت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان در بین مردم
ابعاد توانمندسازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان ایلام	عوامل اجتماعی - فرهنگی	آگاهی مدیران در شناخت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان در بین مردم مشارکت تشکلی‌ها در کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان افزایش تعداد تشکلی‌های کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان تمایل مردم به ارتقای دانش کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان اعتقاد و باور مردم به فلسفه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان ارتباط کسب‌وکارهای دانش‌بنیان با سازمان‌های دیگر استفاده از تجربیات سازمان‌های دیگر
	عوامل شخصیتی	وجود روحیه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان علاقه به کار در بین کسب‌وکارهای دانش‌بنیان انگیزه برای کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان توانایی ابتکار و نوآوری کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان وجود روحیه انعطاف‌پذیر در کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان اختصاص زمان کافی در کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان
	عوامل آموزشی	پرداختن به بحث پژوهش و توسعه در حوزه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان همکاری مراکز آموزشی اعم از آموزش و پرورش و دانشگاه‌ها آموزش‌های لازم سازمان در خصوص تفاوت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان با دیگر کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان‌ها از نظر چگونگی تولید، کیفیت، ایمنی و ... به شهروندان تشکیل گروه‌های مشاوره به‌منظور هدایت و راهنمایی مخاطبان به‌صورت انفرادی یا گروهی استفاده از مکانیسم اطلاع‌رسانی دقیق و وسیع به‌منظور افزایش آگاهی جامعه نسبت به کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان حمایت سازمان از ناشران، مؤلفان و نویسندگان با ارائه تسهیلات چاپ، خرید و معرفی آثار مربوط به کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان برگزاری دوره‌های آموزش فنی برای شهروندان برگزاری کلاس‌های آموزشی با کیفیت متعدد

آزمون تی تک‌نمونه

نظرات پاسخ‌دهندگان در مورد وضعیت هر یک از عوامل و ابعاد مورد بررسی با استفاده از آزمون تی تک‌نمونه‌ای تحلیل شده است. در این آزمون، فرضیه صفر (H_0) بیان می‌کند که متغیر مورد مطالعه در شرایط مطلوبی قرار ندارد، در حالی که فرضیه مقابل (H_1) ادعا می‌کند که متغیر در وضعیت مطلوبی قرار دارد. از آنجا که داده‌ها بر اساس مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای جمع‌آوری شده‌اند، میانگین عدد ۳ که نقطه وسط این مقیاس است، به‌عنوان معیار در نظر گرفته شده است. بر این اساس، فرضیه‌های پژوهش به شکل زیر بیان شده‌اند:

$$H_0: \mu \leq 3$$

$$H_1: \mu > 3$$

فرض صفر: وضعیت عامل مورد بررسی از دیدگاه پاسخ‌دهندگان مطلوب نیست.

فرض بدیل (ادعای آزمون): وضعیت عامل مورد بررسی از دیدگاه پاسخ‌دهندگان مطلوب است.

این مطالعه با سطح اطمینان ۹۵ درصد انجام گرفته است، به این معنا که اگر در محاسبه میانگین هر یک از ابعاد، مقدار معناداری کمتر از سطح خطای ۵ درصد باشد، فرضیه صفر رد شده و ادعای مطرح شده در آزمون تأیید می‌گردد. در این حالت، مقدار آماره آزمون تی از مقدار بحرانی که برابر با ۱/۹۶ است، بیشتر خواهد بود. همچنین، هر دو حد فاصله اطمینان نیز مقادیر مثبتی را نشان خواهند داد. نتایج به‌دست آمده از آزمون تی تک‌نمونه‌ای که بر اساس میانگین نظرات شرکت‌کنندگان محاسبه شده است، در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. نتایج آزمون تی تک‌نمونه برای متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	مقدار t	درجه آزادی	مقدار معناداری	اختلاف از میانگین	فاصله اطمینان ۹۵٪
					کران پائین	کران بالا
عوامل مدیریتی	۳/۵۹۰۰	۱۱/۸۹۵	۱۷۳	۰/۰۰۰	۰/۵۹۰۰۴	۰/۴۹۲۴
عوامل اجتماعی-فرهنگی	۳/۸۸۵۳	۱۶/۹۷۴	۱۷۳	۰/۰۰۰	۰/۸۸۵۲۸	۰/۷۸۳۶
عوامل شخصیتی	۳/۶۰۸۶	۱۰/۷۱۲	۱۷۳	۰/۰۰۰	۰/۶۰۸۵۶	۰/۴۹۶۷
عوامل آموزشی	۳/۷۱۶۲	۱۱/۷۱۸	۱۷۳	۰/۰۰۰	۰/۷۱۶۱۸	۰/۵۹۵۸

بر اساس تحلیل‌های آماری انجام شده و با سطح اطمینان ۹۵ درصد، می‌توان نتیجه گرفت که از دیدگاه پاسخ‌دهندگان، ابعاد اصلی توانمندسازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان در استان ایلام شامل چهار دسته عوامل هستند: مدیریتی، اجتماعی-فرهنگی، شخصیتی و آموزشی. این یافته‌ها نشان می‌دهد که این عوامل نقش کلیدی در تقویت و توسعه این کسب‌وکارها ایفا می‌کنند.

رتبه‌بندی عوامل شناسایی شده با استفاده از روش الگوی دیمتل

برای بررسی و تحلیل روابط متقابل بین معیارهای اصلی، از روش دیمتل استفاده شده است. این تکنیک به متخصصان این امکان را می‌دهد تا با دقت و تسلط بیشتری، نظرات خود را در باره تأثیرات (جهت و شدت تأثیرات) بین عوامل مختلف بیان کنند. همچنین، ماتریس به‌دست آمده از این تکنیک که به‌عنوان ماتریس ارتباطات داخلی شناخته می‌شود، نه تنها رابطه علی و معلولی بین عوامل را مشخص می‌کند، بلکه میزان تأثیرپذیری و تأثیرگذاری متغیرها را نیز نشان می‌دهد.

گام اول: محاسبه ماتریس ارتباط مستقیم (M)

با توجه به اینکه نظرات هفت کارشناس در این فرآیند مورد استفاده قرار گرفته است، از میانگین حسابی ساده نظرات آن‌ها استفاده شده و ماتریس ارتباط مستقیم (M) مطابق آنچه در جدول ۴ بیان شده است تشکیل می‌شود.

جدول ۴. ماتریس ارتباط مستقیم M

مدیریتی	اجتماعی-فرهنگی	شخصیتی	آموزشی	جمع
مدیریتی	۰/۰۰۰	۲/۲۱۴	۲/۳۰۸	۹/۶۵۵
اجتماعی-فرهنگی	۲/۱۵۲	۲/۰۰۹	۲/۱۳۳	۸/۷۹۶
شخصیتی	۲/۳۱۱	۰/۰۰۰	۲/۶۸۴	۹/۵۲۷
آموزشی	۱/۹۲۴	۱/۶۵۴	۰/۰۰۰	۶/۷۶
جمع	۹/۴۱۵	۷/۹۸۷	۹/۳۶۴	

گام دوم- محاسبه ماتریس ارتباط مستقیم نرمال $N=K*M$

ابتدا مجموع تمامی سطرها و ستون‌ها محاسبه می‌شود. سپس، معکوس بزرگ‌ترین عدد موجود در سطرها و ستون‌ها به‌عنوان مقدار k در نظر گرفته می‌شود. با توجه به جدول ۵، بزرگ‌ترین عدد ۹,۷۵۲ است. در نهایت، تمامی مقادیر موجود در جدول در معکوس این عدد ضرب می‌شوند تا ماتریس نرمال‌سازی شود.

$$K = \frac{1}{\max \sum_{j=1}^n a_{ij}} = \frac{1}{9.752} = 0.102$$

$$N = 0.102 * m$$

جدول ۵. ماتریس ارتباط مستقیم نرمال N

N	مدیریتی	اجتماعی-فرهنگی	شخصیتی	آموزشی
مدیریتی	۰	۰/۲۲۲۹۷۲	۰/۲۲۵۸۲۸	۰/۲۳۵۴۱۶
اجتماعی-فرهنگی	۰/۲۱۹۵۰۴	۰	۰/۲۰۴۹۱۸	۰/۲۱۷۵۶۶
شخصی	۰/۲۳۵۷۲۲	۰/۲۱۷۸۲۲	۰	۰/۲۷۳۷۶۸
آموزشی	۰/۱۹۶۲۴۸	۰/۱۸۵۳۳۴	۰/۱۶۸۷۰۸	۰

گام سوم- محاسبه ماتریس ارتباط کامل

برای محاسبه ماتریس ارتباط کامل، ابتدا ماتریس همانی (I) ایجاد می‌شود. سپس ماتریس همانی را از ماتریس نرمال شده کم کرده و ماتریس به‌دست آمده را معکوس می‌کنیم. در پایان، ماتریس نرمال شده را در ماتریس معکوس ضرب می‌کنیم.

$$T = N * (1 - N)^{-1}$$

جدول ۶. ماتریس ارتباط مستقیم نرمال T

T	مدیریتی	اجتماعی-فرهنگی	شخصیتی	آموزشی
مدیریتی	۰	۰/۲۸۶۹۵۵	۰/۲۹۱۷۰۳	۰/۳۰۷۹۰۱
اجتماعی-فرهنگی	۰/۳۰۲۰۱۶	۰	۰/۲۵۷۷۳۲	۰/۲۷۸۰۶۳
شخصیتی	۰/۲۵۶۷۷۶	۰/۲۷۸۵۶۳	۰	۰/۳۷۶۹۷۰
آموزشی	۰/۳۸۴۲۶۸	۰/۲۲۷۴۹۷	۰/۲۰۲۹۴۷	۰

گام چهارم- نمایش نقشه روابط شبکه

برای ترسیم نقشه روابط شبکه (NRM)، ابتدا باید مقدار آستانه مشخص شود. این کار به ما امکان می‌دهد تا از روابط کم‌اهمیت چشم‌پوشی کرده و تنها روابط معنادار و قابل توجه را در شبکه نمایش دهیم. در این مطالعه، تنها روابطی که مقادیر آن‌ها در ماتریس T از یک حد مشخص (آستانه) بیشتر باشد، در ماتریس NRM نمایش داده می‌شوند. برای تعیین این آستانه، میانگین مقادیر موجود در ماتریس T محاسبه می‌گردد. پس از محاسبه آستانه، هر مقدار در ماتریس T که کمتر از این حد باشد، به صفر تبدیل می‌شود، به این معنا که آن رابطه علی در تحلیل نهایی در نظر گرفته نخواهد شد. در این پژوهش، آستانه محاسبه شده برابر با ۰/۲۳۲ است. بر این اساس، الگوی

روابط معنادار به صورت زیر تعیین می‌شود:

جدول ۷. الگوی روابط معنادار معیارهای اصلی

آموزشی	شخصیتی	اجتماعی-فرهنگی	مدیریتی	NRM
۰/۳۰۷	۰/۲۹۱	۰/۲۸۶	-	مدیریتی
۰/۲۷۸	۰/۲۵۷	-	۰/۳۰۲	اجتماعی-فرهنگی
۰/۳۷۶	-	۰/۲۷۸	۰/۲۵۶	شخصیتی
-	-	-	۰/۳۸۴	آموزشی

با توجه به الگوی روابط می‌توان نمودار علی را بر اساس جدول ۸ ترسیم کرد:

جدول ۸. جدول R, J برای معیارهای اصلی ابعاد توانمندسازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان ایلام

عوامل	بر اساس بیشترین مجموع ردیفی (R)	بر اساس بیشترین مجموع ستونی (J)	بر اساس (R+J)	بر اساس (R-J)	رتبه‌بندی مشکلات کلیدی
بعد مدیریتی	۴/۵۱۲۴۱۱	۲/۵۶۹۲۴	۷/۰۸۱۶۵۱	۱/۹۴۳۱۷۱	۱
بعد آموزشی	۴/۱۲۰۵۳۴	۳/۳۸۰۹۹۶	۷/۵۰۱۵۳۰	۰/۷۳۹۵۳۸	۲
بعد اجتماعی-فرهنگی	۳/۷۲۴۶۷۲	۳/۴۳۱۷۲۱	۷/۱۵۶۳۹۳	۰/۲۹۲۹۵۱	۳
بعد شخصیتی	۳/۸۴۲۱۳۱	۳/۷۷۸۴۵۰	۷/۶۲۰۵۸۲	۰/۰۶۳۶۸۱	۵

نتایج ارائه شده در جدول ۸ از ستون‌های (R-J) و (R+J) نشان می‌دهد که بعد مدیریتی با مقادیر R, J (R+J) و (R-J) به ترتیب برابر با (۴/۵۱۲۴۱۱، ۲/۵۶۹۲۴، ۷/۰۸۱۶۵۱ و ۱/۹۴۳۱۷۱) بیشترین تأثیر را در توانمندسازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان ایلام دارد. از سوی دیگر، بعد شخصیتی با مقادیر R, J (R+J) و (R-J) به ترتیب (۳/۷۲۴۶۷۲، ۳/۴۳۱۷۲۱ و ۷/۱۵۶۳۹۳) کمترین تأثیر را در ابعاد توانمندسازی این کسب‌وکارها در استان ایلام ایفا می‌کند.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف کلی پژوهش، شناسایی و اولویت‌بندی ابعاد توانمندسازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان در استان ایلام با رویکرد آمیخته است. در این پژوهش تعداد ۴۷ مقوله در قالب ۴ طبقه (عوامل مدیریتی، اجتماعی-فرهنگی، شخصیتی و آموزشی) شناسایی و در نهایت با استفاده از روش دیمتل به رتبه‌بندی عوامل پرداخته شد تا ضمن درک اهمیت هر یک از مؤلفه‌ها، جایگاه آن مؤلفه برای شرکت‌های دانش‌بنیان مشخص گردد و در برنامه‌ریزی‌ها و تعریف پروژه‌های بهبود اولویت‌ها لحاظ گردد.

با توجه به یافته‌های پژوهش همه بارهای عاملی عوامل مدیریتی، اجتماعی-فرهنگی، شخصیتی و آموزشی بزرگ‌تر از ۰/۵۰ و ضرایب معناداری آن‌ها نیز بزرگ‌تر از ۱/۹۶ هستند پس همه ۴۷ شاخص عوامل مدیریتی، اجتماعی-فرهنگی، شخصیتی و آموزشی تأیید می‌شوند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که میانگین نظرات شرکت‌کنندگان در مورد عوامل مدیریتی برابر با ۳/۵۹ بوده که بالاتر از میانگین فرضی (حد وسط) طیف لیکرت است. با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۰ که کمتر از ۰/۰۵ است، این نتیجه از نظر آماری معنادار تلقی می‌شود. همچنین، مقدار آماره t محاسبه‌شده (۱۱/۸۹۵) از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ‌تر است و هر دو حد بالا و پایین فاصله اطمینان مثبت بوده‌اند. بر این اساس، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان ادعا کرد که از دیدگاه پاسخ‌دهندگان، عوامل مدیریتی به‌عنوان یکی از راهکارهای مؤثر در توانمندسازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان ایلام شناخته می‌شوند. در مورد عوامل اجتماعی-فرهنگی، میانگین نظرات افراد ۳/۸۸۵۳ به‌دست آمده که باز هم بالاتر از حد وسط

طیف لیکرت است. سطح معناداری ۰/۰۰۰ و مقدار آماره t برابر با ۱۶/۹۷۴ نشان می‌دهد که این نتیجه از نظر آماری معنادار است. افزون بر این، حدود فاصله اطمینان مثبت بوده و مقدار t از مقدار بحرانی بیشتر است؛ بنابراین، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که عوامل اجتماعی- فرهنگی نیز از دیدگاه شرکت‌کنندگان به‌عنوان راهکاری برای توانمندسازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان در استان ایلام مطرح هستند. همچنین، میانگین نظرات در مورد عوامل شخصی برابر با ۳/۶۰۸۶ بوده که بالاتر از حد وسط طیف لیکرت است.

سطح معناداری ۰/۰۰۰ و مقدار آماره t (۱۰/۷۱۲) که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ‌تر است، نشان‌دهنده معناداری این نتیجه است. حدود فاصله اطمینان نیز مثبت بوده و ادعای پژوهش را تأیید می‌کند. بر این اساس، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که عوامل شخصیتی نیز از نظر پاسخ‌دهندگان به‌عنوان یکی از راهکارهای توانمندسازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان در استان ایلام شناخته می‌شوند. در نهایت، میانگین نظرات در مورد عوامل آموزشی برابر با ۳/۷۱۶۲ به‌دست آمده که بالاتر از حد وسط طیف لیکرت است. سطح معناداری ۰/۰۰۰ و مقدار آماره t (۱۱/۷۱۸) که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ‌تر است، نشان‌دهنده معناداری این نتیجه است. حدود فاصله اطمینان نیز مثبت بوده و ادعای پژوهش را تأیید می‌کند؛ بنابراین، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که عوامل آموزشی از دیدگاه پاسخ‌دهندگان به‌عنوان یکی از راهکارهای توانمندسازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان در استان ایلام به‌شمار می‌روند.

در بخش دوم از این پژوهش، برای بررسی روابط متقابل بین معیارهای اصلی از تکنیک دیمتل استفاده شد. نتایج این بخش نشان داد که بعد مدیریتی بیشترین و بعد شخصیتی کمترین تأثیر را در بین ابعاد توانمندسازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان استان ایلام دارد.

توانمندسازی فرایندی پیچیده و چندبعدی است که دارای ابعاد و عوامل تشکیل‌دهنده مختلفی است. یک فرایند جامع توانمندسازی، نیازمند در نظر گرفتن ابعاد و عوامل مختلف تشکیل‌دهنده موضوع است. در سازمان‌هایی که عوامل تأثیرگذار بر توانمندسازی به‌طور جامع و کامل مد نظر قرار می‌گیرند می‌توان انتظار داشت که سرمایه‌های انسانی به‌عنوان منبعی استراتژیک به بهترین نحو به‌کار گرفته شده و سازمان به سطح بالاتری از بهره‌وری و عملکرد دست خواهد یافت. در جهان امروز، کسب‌وکارهای دانش‌بنیان به‌عنوان ابزاری مؤثر برای پیشرفت اقتصادی و اجتماعی شناخته می‌شوند که می‌توانند به بهبود بهره‌وری در زندگی، کار و تولید، افزایش سطح درآمد و ارتقای وضعیت اجتماعی جامعه کمک کنند. تجربه کشورهای پیشرفته نشان می‌دهد که این نوع کسب‌وکارها بهترین ساختارها برای گردآوری نیروهای پراکنده اما با استعداد و با انگیزه هستند. هدف اصلی، استفاده بهینه و تقویت بخش‌های اقتصادی است. با توجه به اهمیت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان در اقتصاد ایران، بررسی عوامل مؤثر و راه‌های فعال‌سازی این ظرفیت از نظر مبانی نظری و قابلیت‌های بالقوه آن، بیش از پیش اهمیت یافته است.

در این مطالعه، چهار عامل اصلی شامل مدیریتی، اجتماعی- فرهنگی، شخصیتی و آموزشی به‌عنوان ابعاد توانمندسازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان شناسایی شدند. بر اساس یافته‌های پژوهش، عوامل مدیریتی بیشترین تأثیر را بر توانمندسازی این کسب‌وکارها در استان ایلام دارد. تعامل اعضاء و دموکراسی از جنبه‌های کلیدی فعالیت‌های این کسب‌وکارها به‌شمار می‌رود و مدیریت مشارکتی با استفاده از سیستم‌های غیر متمرکز، در شکوفایی استعدادها و خلاقیت کارکنان بسیار مؤثر است. این سبک مدیریتی نه تنها کیفیت را بهبود می‌بخشد، بلکه به‌عنوان عامل اصلی پیشرفت سازمانی، همراه با افزایش بازدهی و کاهش هزینه‌ها عمل می‌کند. مشارکت در

مدیریت باعث می‌شود کارکنان نه تنها وظایف خود را بشناسند، بلکه دلیل انجام آن‌ها را نیز درک کنند و بدین صورت تعهد آن‌ها به انجام بهتر وظایف منجر شده و بر پاسخگویی سریع و به موقع کسب‌وکارها به پویایی‌های محیطی و نیازهای آن که همان توانمندی کسب‌وکار است اثرگذار خواهد بود. افزون بر مدیریت مشارکتی به عنوان راهکاری مؤثر در بهبود بعد مدیریتی توانمندسازی کسب‌وکارها، پیشنهاد می‌گردد با استفاده از تجارب مدیریتی کشورهای پیشرفته و موفق در زمینه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و ایجاد زیرساخت‌های پیاده‌سازی این تجارب در کشور زمینه‌سازی لازم برای توانمندسازی کسب‌وکارها صورت گیرد.

حسینی و ماله‌میر چگینی (۱۴۰۳) معتقدند که در محیط‌های مشارکتی، خلاقیت، قدردانی و آزادی عمل کارکنان به‌طور چشم‌گیری افزایش می‌یابد. آن‌ها بیان می‌دارند که در سازمان‌هایی که از روش‌های مختلف مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها استفاده می‌کنند، به احتمال زیاد کارکنان احساس توانمندی بیشتری می‌کنند. در خصوص این مقوله هالتون (۲۰۱۸) و سایدیکو (۲۰۱۸) مؤلفه‌هایی مانند قابلیت مدیریتی و شبکه‌سازی را به عنوان ابعاد مهمی از توانمندسازی کسب‌وکار در نظر گرفته‌اند که در پژوهش محمدکاظمی و همکاران (۱۴۰۰) قابلیت مدیریتی را به عنوان تم فرعی در تم اصلی توانمندی فردی در نظر گرفته و مؤلفه‌های آن را توانایی ایجاد رابطه و شبکه‌سازی و توانایی استراتژیک معرفی کرده‌اند. همچنین در پژوهش فیض‌اللهی و همکاران (۱۴۰۳) توانمندسازی فردی به عنوان یک مضمون فرعی از مضمون اصلی توانمندسازی کارآفرینی در توسعه کارهای خانگی شناسایی شده است.

عوامل اجتماعی - فرهنگی نیز با واگذاری اختیار به مردم، توسعه خدمات اجتماعی، حمایت از محیط زیست، ایجاد فرصت‌های شغلی و پیشرفت، به رشد اقتصادی و اجتماعی و بهبود عملکرد این کسب‌وکارها کمک می‌کنند. این کسب‌وکارها محل گردهمایی افرادی با سطوح مختلف ثروت، تحصیلات و جایگاه اجتماعی هستند که بر پایه برابری با یکدیگر تعامل دارند و این امر باعث تقویت اعتماد به نفس، احترام به شأن انسانی و احساس تعلق در آن‌ها می‌شود. شاید یکی از راه‌کارهایی که می‌توان برای تقویت این بعد از توانمندسازی کسب‌وکارها پیشنهاد نمود، کارآفرینی اجتماعی و ترویج فرهنگ این نوع از کارآفرینی است.

رفتار کارآفرینانه یکی از عوامل مهم در دستیابی به توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی است که می‌تواند با ایجاد شغل، تقویت نوآوری و بهبود سطح اقتصادی جامعه، تأثیر قابل توجهی بر پیشرفت کشورها داشته باشد. در این میان، آموزش کارآفرینی یکی از ابزارهای مؤثر برای ایجاد و تقویت این رفتار است (نادری و همکاران، ۱۴۰۴). این مقوله به نوعی در پژوهش‌های محمدکاظمی و همکاران (۱۴۰۰) با عنوان توانمندی کارآفرینانه و آریانا و همکاران (۲۰۱۷) با عنوان فرهنگ کارآفرینانه اشاره شده است، اما به عنوان عوامل اجتماعی - فرهنگی در پژوهش حاضر از بررسی مصاحبه‌ها استخراج شده است.

عوامل شخصیتی به قابلیت‌هایی در کسب‌وکارها اشاره دارد که بیشتر ناظر بر روحیه، علاقه و انگیزه به کسب‌وکار، انعطاف‌پذیری در کسب‌وکار، توانایی ابتکار و نوآوری در کسب‌وکار و اختصاص زمان کافی در کسب‌وکار است. عوامل شخصیتی به توانایی‌هایی متمرکز است که در نیروی انسانی کسب‌وکارها بروز می‌کند و این قابلیت‌ها که باعث توانمندی کسب‌وکارها می‌شود می‌تواند به نوعی فردی محسوب گردد. این بعد را می‌توان با توانمندی فردی در پژوهش محمدکاظمی و همکاران (۱۴۰۰) متناظر دانست. پیشنهاد می‌گردد با توجه به مقوله عوامل شخصیتی، مدیران کسب‌وکارهای دانش‌بنیان از افراد با روحیه، علاقه و انگیزه کافی برای کار در این حوزه باشند و مدیران این کسب‌وکارها از نیروی انسانی با داشتن ویژگی‌های شخصیتی مورد اشاره در این مقوله استفاده کنند.

آخرین مقوله از ابعاد چهارگانه توانمندسازهای کسب و کارهای دانش‌بنیان عوامل آموزشی است. این مقوله به مفاهیمی چون آموزش، پژوهش و توسعه، همکاری مراکز آموزشی، ارتقاء آگاهی جامعه در مورد کسب و کارهای دانش‌بنیان، آموزش تفاوت‌های کسب و کارهای دانش‌بنیان با دیگر کسب و کارها، برگزاری کلاس‌ها و دوره‌های آموزشی اشاره دارد. پیشبرد زمینه‌های کارآفرینی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه اقتصادی، بیش از پیش مورد توجه ارکان مختلف جامعه قرار گرفته است. یکی از مهم‌ترین اقدامات برای افزایش کارآفرینی در قشر جوان، آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها است (خلیلی و حسنی، ۱۴۰۱).

آموزش صحیح و مؤثر پایه‌ای اساسی برای شروع هر فعالیتی است. آموزش این نوع کسب و کارها و اقتصاد مرتبط با آن، به‌عنوان یک ضرورت آموزشی در مقاطع تحصیلی، می‌تواند تفکر پویای این حوزه را در جامعه گسترش دهد. آموزش این مفاهیم باید از کودکی آغاز شود و به‌صورت نهادینه و کارشناسی شده ارائه گردد. در پژوهش‌های محمدکاظمی و همکاران (۱۴۰۰) به مقوله سواد اطلاعاتی، سواد مالی و قابلیت یادگیری و دانشی و در پژوهش‌های الدریت (۲۰۱۹) و کورویتاچ و همکاران (۲۰۱۹) به توانمندی فناوری به‌عنوان مؤلفه‌هایی که می‌توانند منجر به افزایش توانمندی کسب و کارها گردد اشاره شده است. همچنین فیض‌اللهی و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهش خود به برگزاری کلاس‌های آموزشی در جهت تقویت توانمندی‌های فردی تأکید نموده‌اند.

در پژوهش شیری و بادپا (۱۴۰۳) نیز به سیاست‌گذاران دولتی و آموزشی کشور پیشنهاد شده است که مباحث و شیوه‌های پس‌انداز کردن و مدیریت درآمدها و مخارج، بودجه‌بندی مالی و نحوه ارتقای مهارت‌های مالی در سرفصل‌های آموزشی گنجانده شود تا از این طریق ابعاد هوش مالی تقویت شده و در نهایت منجر به افزایش قصد کارآفرینانه گردد. قصد کارآفرینانه می‌تواند به‌عنوان آگاهی هوشیارانه و اعتقاد راسخ (عقیده) افراد نسبت به راه‌اندازی یک طرح کسب و کار جدید در آینده تعریف شود (شیری و همکاران، ۱۴۰۱).

در خصوص عوامل آموزشی پیشنهاد می‌گردد سه نوع فعالیت آموزشی در نظر گرفته شود: آموزش عمومی، آموزش درون‌سازمانی و هدایت اعضا برای افزایش آگاهی و پویایی. دانشگاه‌ها نیز باید با تربیت کارشناسان و کارشناسان ارشد در این حوزه، به فرهنگ‌سازی و ترویج کسب و کارهای دانش‌بنیان بپردازند. ایجاد مؤسسات آموزشی مستقل که از تجربیات کشورهای موفق الگوبرداری کنند، می‌تواند به توسعه این حوزه کمک کند. انتقال دانش، مهارت‌ها و رفتارهای لازم از طریق دوره‌های آموزشی مؤثر و روش‌های متنوع ترویجی، از جمله برگزاری کلاس‌های آموزشی، اطلاع‌رسانی در باره فناوری‌ها و نوآوری‌ها و آموزش قوانین و مقررات به اعضا و عموم مردم، از راه‌های مؤثر برای پیشبرد این هدف است.

در نهایت، به محققان آینده پیشنهاد می‌گردد برای تعمیم‌پذیری نتایج، پژوهش‌های خود را به‌صورت کمی انجام دهند و هر یک از ابعاد پیشنهادی را به‌طور جداگانه بررسی و تحلیل کنند. همچنین پیشنهاد می‌گردد پژوهشگران دیگری در جوامع آماری متعدد این پژوهش را انجام دهند. این رویکرد می‌تواند به مقایسه نتایج در پژوهش‌های بعدی کمک کند و راه‌های جدیدی برای توسعه توانمندی‌های کسب و کارهای دانش‌بنیان ارائه دهد. پیشنهاد دیگری که می‌توان مطرح نمود این است که می‌توان در پژوهشی موانع توسعه کسب و کارهای دانش‌بنیان را بررسی، شناسایی و رتبه‌بندی کرد.

در طول انجام هر پژوهشی بدون شک انواع موانع، مشکلات و محدودیت‌ها وجود دارد که روند پژوهش را کند ساخته و مانع از رسیدن به نتیجه واقعی و صحیح می‌شود. پژوهش حاضر نیز از این قاعده مستثنا نبوده است. از جمله این محدودیت‌ها را می‌توان عدم همکاری بعضی از کارشناسان و مدیران با محقق به‌دلیل نداشتن وقت آزاد و

عدم دسترسی سریع و آسان به برخی از مدیران عنوان کرد که با پیگیری‌های مکرر محقق این محدودیت‌ها مرتفع گردید.

منابع

- احمدی جشقانی، عبدالله؛ اسماعیلیان، غلامرضا (۱۳۹۳). ارزیابی اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر بهبود تدوین استراتژی شرکت‌های دانش‌بنیان کوچک و متوسط با استفاده از مدل ANP برای مطالعه شرکت‌های مستقر در شهرک علمی و پژوهش‌های اصفهان. مدیریت فرد، ۴۳(۱۴)، ۱۰-۱. doi: 139412042339461188
- بخش‌آمین، منصور؛ جمالی، اختر؛ رشادت‌جو، فریده (۱۳۹۷). ارائه الگوی توانمندسازی نخبگان در تعامل با محیط کسب‌وکار مبتنی بر اقتصاد دانش‌بنیان. پژوهش اجتماعی، ۱۰(۳۹)، ۱-۳۷.
- پاک‌طینت، اقبال؛ فتحی‌زاده، علیرضا (۱۳۸۷). توانمندسازی کارکنان: ضرورت‌ها و راهکارها. فصلنامه مدیریت (پژوهشگر)، ۱۱(۱)، ۳۳-۷۴.
- پرگو، محبوبه؛ آزاد ارمکی، امیر؛ داودی، عارفه؛ حاجی‌زاده، سعید (۱۴۰۱). تأثیر مدیریت دانش بر اقتصاد دانش‌بنیان با نقش میانجی ذهنیت کارآفرینانه. مهندسی مدیریت نوین، ۸(۴)، ۳۳-۱. doi: 10.30495/jmemiau.2023.704217
- حریری، اردوان؛ نادری، نادر؛ شفیعی، سلیمان (۱۴۰۲). اثرگذاری مدیریت دانش بر کارآفرینی دانشگاهی (مورد مطالعه: دانشگاه جامع علمی کاربردی). مجله پژوهش‌های کارآفرینی، ۲(۱)، ۶۳-۷۶. doi: 10.22034/jer.2023.1971438.1009
- حسینی، روح‌اله؛ ماله‌میر چگینی، شهریار (۱۴۰۳). تحلیل راهبردهای توانمندسازی کارکنان صنایع تبدیلی کشاورزی با تأکید بر بهبود روحیه کارآفرینی (مورد مطالعه: شرکت تولیدی دنون لبنی پارس). آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۳(۱)، ۱۶-۱. doi: 10.22126/eme.2024.10317.1092
- حقیقی، مرتضی؛ تقوایی، مریم؛ صفاریان همدانی، سعید (۱۴۰۲). کارآفرینی و اشتغال‌زایی در حوزه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان بر اساس ظرفیت وقف. ارائه مدل با استفاده از تکنیک Demetel و مدل‌سازی معادلات ساختاری. مجله خراسان بزرگ، ۱۱(۴۲)، ۸۵-۱۰۶. doi: 20.1001.1.22516131.1400.11.42.5.0
- خلیلی خضرابادی، مهدیه؛ حسنی، محمد (۱۴۰۱). تأثیر آموزش کارآفرینی و هویت اجتماعی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه دانشجویان؛ نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینی. آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۱۱(۱)، ۱۸-۱. doi: 10.22126/eme.2023.2434
- دانش‌فرد، کرم‌اله (۱۳۹۴). تحلیل عوامل مؤثر بر استراتژی تأسیس شرکت‌های دانش‌بنیان و ارائه مدل مناسب. پژوهش‌های مدیریت استراتژیک، ۲۲(۶۱)، ۲۹-۵۳. doi: 20.1001.1.22285067.1395.22.61.2.8
- رضانپور نرگسی، قاسم؛ فلاح حقیقی، نگین؛ شریفی، زینب (۱۴۰۱). عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان مورد مطالعه: مراکز رشد سازمان پژوهش‌های علمی صنعتی ایران و پارک علم و فناوری استان گیلان. مدیریت نوآوری، ۱۱(۳)، ۹۱-۱۱۷.
- سالمی، سید رضا؛ بامدادصوفی، جهانیار؛ خاتمی فیروزآبادی، سید محمدعلی؛ شفیعی، مهرداد (۱۴۰۰). مسیر شکل‌گیری و توسعه توانمندی نوآوری فناورانه در شرکت‌های نوپای فناوری بخش تجهیزات پزشکی استان فارس. بهبود مدیریت، ۱۱(۱)، ۶۹-۹۴.
- سلیمانی، زهرا (۱۴۰۲). توانمندی اقتصادی شرکت‌های دانش‌بنیان با طراحی محصولات نوآورانه صنعت بیمه. دهمین همایش مدیریت ریسک و بیمه؛ نقش صنعت بیمه در رشد اقتصادی با رویکرد تحول دیجیتال، تهران.
- سیدجوادین، سیدرضا؛ نصرت‌پناه، رسول؛ اشرف‌زاده، عارف (۱۴۰۳). تأثیر ظرفیت جذب دانش بر عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان با تبیین نقش میانجی راهبرد نوآوری و فعالیت‌های نوآوری باز. مدیریت راهبردی دانش سازمانی، ۷(۴)، ۱-۳۳. doi: 10.47176/smok.2024.1822

- سیفی رسولیان، بهنوش؛ نادری، نادر؛ رضایی بیژن (۱۴۰۱). واکاوی موانع فراروی حرکت دانشگاه‌ها به سوی نوآوری باز (مورد مطالعه: دانشگاه رازی). *مجله پژوهش‌های کارآفرینی*، ۱(۱)، ۶۶-۴۷. doi: 10.22034/jer.2022.697511
- شهدکار، فاطمه؛ ترابی، تقی؛ رودپشتی، فریدون (۱۴۰۲). ارائه مدل کسب‌وکار اقتصاد دایره‌ای برای شرکت‌های دانش‌بنیان. *فصلنامه رشد و فناوری*، ۱۹(۷۵)، ۴۱-۳۳.
- شیری، نعمت‌اله؛ بادپا، بهروز (۱۴۰۳). پیش‌بینی قصد کارآفرینانه بر مبنای ابعاد هوش مالی: مطالعه‌ای در بین دانشجویان رشته حسابداری. *مجله پژوهش‌های کارآفرینی*، ۳(۲)، ۶۴-۵۱. doi: 10.22034/jer.2024.2031156.1128
- شیری، نعمت‌اله؛ میرک‌زاده، علی‌اصغر؛ زرافشانی، کیومرث (۱۴۰۱). تحلیل جنسیتی تبیین‌کننده‌های رفتار کارآفرینانه دانشجویان ایران. *مجله پژوهش‌های کارآفرینی*، ۱(۱)، ۸۷-۱۰۱. doi: 10.22034/jer.2022.697520
- صبا، علی‌اصغر؛ نادری، نادر؛ رضایی، بیژن؛ محمدی‌فر، یوسف (۱۴۰۲). ارائه مدلی پارادایمیک برای توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم؛ کاربست نظریه بنیانی. *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۲(۱)، ۷۴-۵۹. doi: 10.22126/eme.2023.9222.1031
- عسگری، محسن؛ حبیبی تبار، حسین؛ قیوم‌زاده، محمود (۱۴۰۱). واکاوی چالش‌های اداری حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و راهکارهای اصلاح آن. *پژوهش‌های نوین حقوق‌اداری*، ۴(۱۳)، ۳۹-۱۳.
- عمرانی، مجید؛ زنداسمی، حسام؛ سید نقدی، میرعلی (۱۴۰۱). آموزش رهبری دوسوگرا در کسب‌وکارهای دانش‌بنیان جدید با رویکردی یکپارچه. *توسعه آموزش در اهواز*، ۱۳(۱)، ۲۳۳-۲۲۰.
- فرتاش، کیارش؛ محسنی کیاسری، مصطفی؛ مسماع خسروشاهی، الناز؛ سعدآبادی، علی‌اصغر (۱۴۰۰). تحلیل عوامل مؤثر بر همکاری فناورانه شرکت‌های بزرگ و شرکت‌های فناور در حوزه‌های فناوری زیستی و نانو. *بهبود مدیریت*، ۱۵(۱)، ۶۷-۳۹. doi: 10.22034/jmi.2021.128245
- فرد، ملیکا؛ کاباران‌زاده قدیم، محمدرضا؛ حقیقت منفرد، جلال (۱۴۰۰). توانمندسازی شرکت‌های دانش‌بنیان کوچک و متوسط با استفاده از توسعه کارآفرینی دیجیتال. *مطالعات مدیریت کسب‌وکار هوشمند*، ۹(۳۵)، ۱۲۸-۹۹. doi: 10.22054/IMS.2021.55801.1829
- فیض‌اللهی، صادق؛ شیرمحمدی، علیرضا؛ میرزائیان، رحمن؛ سهراب‌زاده، شیث (۱۴۰۳). واکاوی عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی کارآفرینانه در استان ایلام. *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۳(۱)، ۱۰۴-۸۵. doi: 10.22126/eme.2024.9889.1059
- قاضی نوری، سید سروش؛ عزیزی، سهیل؛ بامداد صوفی، جهانیار؛ کزازی، ابوالفضل (۱۳۹۸). الگوی شکل‌گیری قابلیت کیفیت در صنایع داروسازی ایران، یک پژوهش چندموردی. *بهبود مدیریت*، ۱۳(۲)، ۳۱-۶۰.
- قنبری، سیروس؛ رجبی، عباس (۱۳۸۹). میزان آشنایی مدیران با مهارت‌های سه‌گانه مدیریتی و رابطه آن با عملکرد آنان. *پژوهش علوم انسانی*، ۱۱(۲۸)، ۶۴-۴۷.
- محمدکاظمی، رضا؛ طالبی، کامبیز؛ داوری، علی؛ دهقان نجم‌آبادی، عامر (۱۴۰۰). طراحی مدل توانمندسازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان با رویکرد دیمتل. *فصلنامه علوم مدیریت ایران*، ۱۶(۶۱)، ۱۶-۱.
- محمدکاظمی، رضا؛ کاردار، سعید؛ پوریز، مهناز (۱۴۰۱). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل آمیخته بازاریابی خدمات در صنعت بانکداری ایران با تأکید بر خدمات مالی و سرمایه‌گذاری (با استفاده از تکنیک دیمتل). *دانش سرمایه‌گذاری*، ۱۱(۴۴)، ۲۱۸-۲۰۳.
- منجری، کاووس؛ نوبری تیریزی، علی؛ باران دوست، رامبد (۱۳۹۶). تبیین نقش توانمندسازی و کار گروهی بر عملکرد سازمانی با میانجیگری مدیریت دانش (مطالعه موردی: شرکت ملی گاز ایران)، *اولین کنفرانس ملی پژوهش و توسعه در مدیریت و اقتصاد مقاومتی*، تهران.
- نادری، نادر؛ خدادوستی، میثم؛ خسروی، احسان (۱۴۰۴). مفهوم‌پردازی بهبود رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه رازی با تأکید بر توسعه آموزش کارآفرینی. *مجله پژوهش‌های کارآفرینی*، ۴(۱)، ۵۲-۳۷. doi: 10.22034/jer.2024

2015048.1071.

نادری، نادر؛ رضایی، بیژن؛ کرمان، فرانک؛ خسروی، احسان (۱۴۰۳). واکاوی پدیده عدم استقبال مددجویان کمیته امداد استان کرمانشاه از طرح‌های کارآفرینی و اشتغال‌زایی؛ کاربرست نظریه بنیانی. آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۳(۴)، ۹۱-۱۱۴. doi: 10.22126/eme.2025.11821.1148

References

- Ahmadi Jashouqani, A., & Esmaeiliyan, GH. (2016). Assess and prioritize strategie formulation factors affecting small and medium enterprise to improve knowledge base by using ANP (Case Study: Isfahan Science and Technology Town). *Modiriat-e- farda*, 43(14), 1-10. (in Persian).
- Alderete, M. V. (2019). Electronic commerce contribution to the SME performance in manufacturing firms: A structural equation model. *Contaduría y administración*, 64(4), 14. doi: 10.22201/fca.24488410e.2019.1922.
- Aryana, A., Siyahouei, R. A., & Mahmoudi, T. (2017). Investigating the Relationship between Employee Empowerment and the Development of an Entrepreneurial Culture at Fatemeh Technical and Vocational University of Bandar Abbas. *International Review of Management and Marketing*, 7(2), 250-255.
- Asgari, M., Habibi Tabar, H. & GhayoomZadeh, M. (2022). Analysis of administrative challenges of supporting knowledge-based companies and ways to improve it. *The Journal of Modern Research on Administrative Law*, 4(13), 13-39. doi: 10.22034/mral.2022.549449.1278. (in Persian).
- Azmi, A., & Mansour, C. A. (2023). A Context-Aware Empowering Business with AI: Case of Chatbots in Business Intelligence Systems, *Procedia Computer Science*, 224, 479-484. doi: 10.1016/j.procs.2023.09.068.
- Bakhsh Amin, M., Jamali, A., & Rashadat Jo, F. (2018). Presenting a model of elite empowerment in interaction with the business environment based on knowledge-based economy. *Social Research*, 10(39), 1-37. (in Persian).
- Barney, J. (2018). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 3 (1), 99- 120.
- Berry, R. S. (2018). Labor market performance in developing countries, 75(23). doi: 10.1016/0305-750x (78)90011-6
- Bibby, A., & Shaw, L. (2020). Making a Difference: co-operative solutions to global poverty, *Manchester: Co-operative College*, 23, 453-456.
- Bijman, J. (2019). Cooperatives and heterogeneous membership: eight propositions for improving organizational efficiency, *Paper presented at the EMNet-Conference Budapest*, Hungary, September.
- Chen, J., Wang, L., & Qu, G. (2021). Explicating the business model from a knowledge-based view: nature, structure, imitability and competitive advantage erosion. *Journal of Knowledge Management*, 25(1), 23-47. doi: 10.1108/JKM-02-2020-0159.
- Colombo, M. G., & Grilli, L. (2005). Founders' human capital and the growth of new technology-based firms: A competence-based view. *Research policy*, 34(6), 795-816.
- Daneshfard, K. (2016). Analysis of factors affecting the strategy implementation of knowledge-based companies establishment and provides an appropriate model. *Strategic Management Researches*, 61(22), 29-53. dor: 20.1001.1.22285067.1395.22.61.2.8. (in Persian).
- Fard, M., Kabaranzad Ghadim, M. R., & Haghighat Monfared, J. (2021). Empowering small and medium-sized knowledge-based companies using digital entrepreneurship development. *Business Intelligence Management Studies*, 9(35), 99-128. doi: 10.22054/IMS.2021.55801.1829. (in Persian).
- Fartash, K., Mohseni Kiasari, M., Mesma Khosroshahi, E., & Sadabadi, A. A. (2021). Analysis of influential factors in technological collaboration between large and small technology-driven firms in bio and nano technology. *Journal of Improvement Management*, 15(1), 39-67. doi:

- 10.22034/jmi.2021.128245. (in Persian).
- Feizollahi, S., Shirmohammadi, A., Mirzaeian, R., & Sohrabzadeh, S. (2024). Analyzing the Factors Influencing the Development of Entrepreneurial Home-Based Businesses in Ilam Province. *Education and Management of Entrepreneurship*, 3(1), 85-104. doi: 10.22126/eme.2024.9889.1059. (in Persian).
- Georgian, M. B. (2010). Evaluating the impact of empowerment on employee performance. *Journal of Industrial Strategic Management*, 7(17), 38-48.
- Ghanbari, S., & Rajabi, A. (2010). The level of managers' familiarity with the three managerial skills and its relationship with their performance. *Humanities Research*, 11(28), 47-64. (in Persian).
- Ghazi Nouri, S. S., Azizi, S., Bamdadsoofi, J. and Kazazi, A. (2019). The formation of quality capability in the pharmaceutical industry a multiple case studies in Iran. *Journal of Improvement Management*, 13(2), 31-60. (in Persian).
- Haghighi, M., Taghvaei, M., & Saffarian Hamedani, S. (2021). Entrepreneurship and job creation in the field of knowledge-based businesses based on endowment capacity; presenting the model using Demetel technique and structural equation modeling. *Journal of Greater Khorasan*, 11(42), 85-106. (in Persian).
- Hariri, A., Naderi, N., & Shafiee, S. (2023). The Impact of Knowledge Management on Academic Entrepreneurship (Case Study: The University of Applied Sciences and Technology). *Journal of Entrepreneurship Research*, 2(1), 63-76. doi: 10.22034/jer.2023.1971438.1009 (in Persian).
- Harper, D. (2013). *The Critical Factors for the Success of Cooperatives and Other Groups. Washington DC*, Vol 52, 223-240.
- Hashim, N. A. B., Raza, S., & Minai, M. S. (2018). Relationship between entrepreneurial competencies and small firm performance: are dynamic capabilities the missing link? *Academy of Strategic Management Journal*. 17(2), 1-10.
- Henao-Zapata, D., & Peiró, J. M. (2018). The Importance of Empowerment in Entrepreneurship. *In Inside the Mind of the Entrepreneur*, 185-206. doi: 10.1007/978-3-319-62455-6_14.
- Hosseini, R., & MalehMir Chegini, Sh. (2024). Analysis of Strategies for Empowering Employees in Agricultural Processing Industries with an Emphasis on Improving Entrepreneurial Spirit (Case Study: Danone Dairy Pars Production Company). *Education and Management of Entrepreneurship*, 3 (1), 1-16. doi: 10.22126/EME.2024.10317.1092 (in Persian).
- Kamuriwo, D. S., Baden- Fuller, C., & Zhang, J. (2017). Knowledge Development Approaches and Breakthrough Innovations in Technology- Based New Firms. *Journal of Product Innovation Management*. 34(4), 492-508.
- Khalili Khezrabadi, M., & Hassani, M. (2023). The Impact of Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Social Identity on Entrepreneurial Intention of University Students; The Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy. *Education and Management of Entrepreneurship*, 1(1), 1-18. doi: 10.22126/eme.2023.2434 (in Persian).
- Kuruwitaarachch, N., Yajid, M., Khatibi, A., & Azam, F. (2019). Development of Electronic Commerce Adoption Model based on Structural Equation Modeling Techniques. *Global Journal of Computer Science and Technology*. 1-9.
- Lee, J. H., Kim, H. D., Ko, Y. J., & Sagas, M. (2011). The influence of service quality on satisfaction and intention: A gender segmentation strategy. *Sport Management Review*, 14(1), 54-63.
- Leonidou, L. C., Christodoulides, P., Kyrgidou, L. P., & Palihawadana, D. (2017). Internal drivers and performance consequences of small firm green business strategy: The moderating role of external forces. *Journal of business ethics*, 140(3), 585-606. doi: 10.1007/s10551-015-2670-9.
- Miozzo, M., & DiVito, L. (2016). Growing fast or slow? Understanding the variety of paths and the speed of early growth of entrepreneurial science-based firms. *Research Policy*, 45(5). 964-986.
- Mohammadkazemi, R., Kardar, S., & Pouriz, M. (2022). Identification and ranking of the marketing mix of services in the banking industry focusing on financial services & Investment using DEMATEL. *Journal of Investment Knowledge*, 44(11), 203-218. (in Persian).

- Mohammadkazemi, R., Talebi, K., Davari, A., & Dehghan, A. (2021). Designing a model of empowerment for small and medium-sized businesses knowledge-based with a DEMATEL Approach. *Iranian journal of management sciences*, 16 (61), 1-16. (in Persian).
- Monjezi, K., Nobari Tabrizi, A., & Baran Doost, R. (2017). Explaining the role of empowerment and teamwork on organizational performance through the mediation of knowledge management (Case study: National Iranian Gas Company), *First National Conference on Research and Development in Management and Resistance Economy*, Tehran (in Persian).
- Mulhadi, M., & Azam, S. (2019). Empowerment of Small and Medium Enterprise (SME) Traders through Insurance. In *First International Conference on Progressive Civil Society (ICONPROCS 2019)*. doi: 10.2991/iconprocs-19.2019.48.
- Naderi, N., KHodadousti, M., & Khosravi, E. (2025). Conceptualizing the Improvement of Entrepreneurial Behavior Among Students at Razi University with an Emphasis on the Development of Entrepreneurship Education. *Journal of Entrepreneurship Research*, 4(1), 37-52. doi: 10.22034/jer.2024.2015048.1071 (in Persian).
- Naderi, N., Rezaee, B., Karamian, F., & Khosravi, E. (2025). Exploring the Phenomenon of Non-Participation of Beneficiaries of the Imam Khomeini Relief Foundation in Kermanshah Province in Entrepreneurship and Employment Generation Projects: Application of Grounded Theory. *Education and Management of Entrepreneurship*, 3(4), 91-114. doi: 10.22126/eme.2025.11821.1148 (in Persian).
- Nafisi, F., & Mohammadkazemi, R. (2024). Providing an open innovation model for high-tech startups in the unit of industries related to information technology. *International Journal of Nonlinear Analysis and Applications*, 15(4), 159-172. doi: 10.22075/ijnaa.2023.29764.4339.
- Ng, H. S., Kee, D. M. H., & Ramayah, T. (2016). The role of transformational leadership, entrepreneurial competence and technical competence on enterprise success of owner managed SMEs. *Journal of General Management*, 42(1), 23-43. doi: 10.1177/030630701604200103.
- Ng, P. Y., & Hamilton, R. T. (2016). Experiences of high-growth technology firms in Malaysia and New Zealand. *Technology Analysis & Strategic Management*, 28(8), 901-915.
- Omrani, M., Karimi, A., ZandHessami, H., & Seyed naghavi, M. A. (2022). Ambidextrous Leadership Model in Knowledge-based Startups with Meta-Synthesis Approach. *Educational Development of Judishapur*, 13(1), 220-233. doi: 10.22118/edc.2022.351527.2122. (in Persian).
- Paktainat, E., & Fathizadeh, A. R. (2008). Employee Empowerment: Necessities and Solutions. *Management Quarterly (Researcher)*, 5(11), 33-74. (in Persian).
- Pargo, M., Azad-Eramaki, A., Davoodi, A., & Hajizadeh, S. (2023). The impact of knowledge management on knowledge-based economy with the mediating role of entrepreneurial mindset. *Modern Management Engineering*, 8(4), 1-33. (in Persian).
- Qiu, L., Duan, Y., Zhou, Y., Xu, F., Zheng, H., Cai, X., & Jiang, Zh. (2024). Impact of digital empowerment on labor employment in manufacturing enterprises: Evidence from China, *Heliyon*, 10(8), e29040, doi: 10.1016/j.heliyon.2024.e29040.
- Ramezanpour Nargesi, G., Fallah haghghi, N., & Sharifi, Z. (2022). The factors affecting the success of knowledge-based companies (The case of: The incubators of Iranian Research Organization for Science and Technology and the Science and Technology Park of Guilan Province). *Innovation Management Journal*, 11(3), 91-117. (in Persian).
- Rannikko, H. (2012). Early development of new technology-based firms: a longitudinal analysis on new technology-based firms' development from population level and firm level perspectives. *Hanken School of Economics*.
- Rauch, A., & Hatak, I. (2016). A meta-analysis of different HR-enhancing practices and performance of small and medium sized firms. *Journal of business venturing*, 31(5), 485-504. doi: 10.1016/j.jbusvent.2016.05.005.
- Rowen, H. S., & Toyoda, M. A. (2002). From Keiretsu to Startups: Japan's Push for High Tech Entrepreneurship. *Asia/Pacific Research Center, Stanford University*.
- Saba, A., Naderi, N., Rezaee, B., & Mohammadifar, Y. (2023). Presenting a Paradigmatic Model for

- the Development of Entrepreneurship Education in the Third Generation Universities: Application of the Grounded Theory. *Education and Management of Entrepreneurship*, 2(1), 59-74. doi: 10.22126/eme.2023.9222.1031 (in Persian).
- Salemi, S. R., Bamdadsoofi, J., Khatami Firouzabadi, S. M. A., & Shafiee, M. (2021). Formation and Development of Technological Innovation Capability in New Technology Based Firms in the Medical Equipment Sector of Fars Province. *Behbood Modiriat*, 15(1 (51)), 69-94. (in Persian).
- Seyed Javadin, S. R., Nosratpanah, R., & Ashrazadeh, A. (2024). The influence of knowledge absorptive capacity on the knowledge-based enterprises performance by explaining the mediating role of innovation strategy and open innovation activities. *Strategic Management of Organizational Knowledge*, 7 (4), 11-33. doi: 10.47176/smok.2018.1822. (in Persian).
- Seyfirasooliyan, B., Naderi, N., & Rezaei, B. (2022). Analysis of Barriers to Universities Moving toward Open Innovation (A Case Study: Razi University). *Journal of Entrepreneurship Research*, 1(1), 47-66. doi: 10.22034/jer.2022.697511 (in Persian).
- Shahdkar, F., Torabi, T., & Rahnama Roodposhti, F. (2023). Presenting a circular economy business model for knowledge-based companies. *Roshd-e-Fanavari*, 19(75), 33-41. (in Persian).
- Shiri, N., & Badpa, B. (2024). Predicting the Entrepreneurial Intention based on the Financial Intelligence Dimensions: A Study among Accounting Students. *Journal of Entrepreneurship Research*, 3(2), 51-64. doi: 10.22034/jer.2024.2031156.1128 (in Persian).
- Shiri, N., Mirakzadeh, A. A., & Zarafshani, K. (2022). Determinants of Entrepreneurial Behavior among Iranian Students: A Gender Analysis. *Journal of Entrepreneurship Research*, 1(1), 87-101. doi: 10.22034/jer.2022.697520 (in Persian).
- Shujahat, M., Sousa, M. J., Hussain, S., Nawaz, F., Wang, M., & Umer, M. (2019). Translating the impact of knowledge management processes into knowledge-based innovation: The neglected and mediating role of knowledge-worker productivity. *Journal of business research*, 94, 442-450. doi: 10.1016/j.jbusres.2017.11.001.
- Siddiquie, M. (2018). *Branding Strategies of Service Small and Medium-Sized Enterprise Owners* (Doctoral dissertation, Walden University).
- Soleimani, Z. (2023). Economic empowerment of knowledge-based companies by designing innovative insurance industry products. *10th Conference on Risk Management and Insurance; The role of the insurance industry in economic growth with a digital transformation approach*, Tehran. (in Persian).
- Van Praag, C. M., & Versloot, P. H. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small business economics*, 29 (4), 351-382.
- Wright, M., Roper, S., Hart, M., & Carter, S. (2015). Joining the dots: Building the evidence base for SME growth policy. *International Small Business Journal*, 33(1), 3-11.
- Zafar, A., & Mustafa, S. (2017). SMEs and its role in economic and socio-economic development of Pakistan. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 6(4), 2226-3624. doi: 10.6007/IJARAFMS/v7-i4/3484.