

Provide an entrepreneurial leadership model based on work behavior in open innovation: A qualitative study in knowledge-based cooperatives

Almira Nazari^{1*}, Younos Vakil Alroaia², Farshad Faezi Razi³

1. PhD Student, Department of management and marketing, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran.

2. Assistant Professor, Department of Chairman, Entrepreneurship and Commercialization Research Center, Department of Management, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran.

3. Assistant Professor, Department of Management, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran.



CITATION: Nazari, A., Younos Vakil, A., & Faezi Razi, F. (2022). Provide an entrepreneurial leadership model based on work behavior in open innovation: A qualitative study in knowledge-based cooperatives. *Journal of Cooperation and Agriculture*, 11(43), 103-134. (In Persian).

DOI: 10.22034/ajcoop.2022.353649.1793

ARTICLE INFO

Keywords:

- Entrepreneurial Leadership
- Working Behavior in Open Innovation
- Knowledge-Based Cooperatives

Received:

27 July 2021

Revised:

7 October 2022

Accepted:

15 October 2022

Available online:

16 February 2023

ABSTRACT

Context and purpose. With the advent of the new millennium and due to rapid changes in the technology industry around the world, the competitiveness and ultimate survival of an organization depends on its ability to develop and produce new and innovative products and services. Relying on innovation, the countries of the world seek to increase productivity and improve the economic situation, and one of the main reasons for this attention is the increasing competition between societies. In the meantime, open innovation, which focuses on the development of organizational networks to use ideas outside the organization, is very important. Therefore, in this study seeks to provide an entrepreneurial leadership model based on the open innovation approach in knowledge-based cooperatives.

Methodology/approach. This research was conducted with a qualitative approach and using Grounded Theory. The participants of this research included 15 academic experts and experts and managers of knowledge-based cooperatives who were selected by the snowball sampling method. Semi-structured interviews were used to collect the required data.

Findings and conclusions. The entrepreneurial leadership model based on the open innovation approach is based on the core category of creativity, and in the dimension of entrepreneurial leadership, it is based on the categories of acquiring new technology, determining the position of commercialization and professional competencies of knowledge-based cooperatives. Cooperatives should improve their commercialization position by focusing on customer-oriented innovation.

Originality. Focusing on the development of the entrepreneurial leadership model based on open innovation in knowledge-based cooperatives, the current study provides a set of theoretical and practical implications for managers and entrepreneurs to develop the sharing of ideas and knowledge.

EXTENDED ABSTRACT

Context and purpose. With the advent of the new millennium and due to rapid changes in the technology industry around the world, the competitiveness and ultimate survival of an organization depends on its ability to develop and produce new and innovative products and services. Relying on innovation, the countries of the world seek to increase productivity and improve the economic situation, and one of the main reasons for this attention is the increasing competition between societies. In the meantime, open innovation, which focuses on the development of organizational networks to use ideas outside the organization, is very important. Therefore, in this study seeks to provide an entrepreneurial leadership model based on the open innovation approach in knowledge-based cooperatives.

Methodology/approach. This research was conducted with a qualitative approach and using Grounded Theory. The participants of this research included 15 academic experts and experts and managers of knowledge-based cooperatives who were selected by the snowball sampling method. Semi-structured interviews were used to collect the required data. The data were analyzed through three steps of open coding, central coding and selective coding. Triangulation technique was used to validate the findings.

Findings and conclusions. The entrepreneurial leadership model based on the open innovation approach is based on the core category of creativity, and in the dimension of entrepreneurial leadership, it is based on the categories of acquiring new technology, determining the position of commercialization and professional competencies of knowledge-based cooperatives. Cooperatives should improve their commercialization position by focusing on customer-oriented innovation. Also, the findings of this research point to the unique aspect of the organizational environment, namely the company's strategic orientation. According to the research findings, the phenomenon of open innovation work behavior is definitely creativity and innovation, the need for creativity and the use of new ideas and the use of brainware are the components of creativity and innovation.

Originality. Focusing on the development of the entrepreneurial leadership model based on open innovation in knowledge-based cooperatives, the current study provides a set of theoretical and practical implications for managers and entrepreneurs to develop the sharing of ideas and knowledge. The findings of this study also help the expanding research process on the stimuli of the success of innovation at the company level.

*Corresponding author

E-mail addresses: elmira.na80@gmail.com (A. Nazari), younos.vakil@gmail.com (Y. Vakil Alroaia), f.faezi@semnaniau.ac.ir (F. Faezi Razi)

ارائه مدل رهبری کارآفرینانه مبتنی بر رفتار کاری نوآوری باز: مطالعه‌ای کیفی در شرکت‌های

تعاونی دانش‌بنیان

المیرا نظری^۱، یونس وکیل الرعایا^{۲*}، فرشاد فائزی رازی^۳

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.
۲. دانشیار، گروه مدیریت، مرکز تحقیقات کارآفرینی، ایده پردازی و تجاری سازی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.
۳. دانشیار، گروه مدیریت، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.

استاد: نظری، المیرا، وکیل الرعایا، یونس و فائزی رازی، فرشاد. (۱۴۰۱). ارائه مدل رهبری کارآفرینانه مبتنی بر رفتار کاری نوآوری باز: مطالعه‌ای کیفی در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان. فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۱۱ (۴۳)، ۱۳۴-۱۰۳.

DOI: 10.22034/ajcoop.2022.353649.1793

چکیده

زمینه و هدف: با ورود به هزاره جدید و با توجه به تغییرات سریع در صنعت فناوری در سراسر دنیا، رقابت‌پذیری و بقای نهایی یک سازمان به توانایی آن در توسعه، تولید محصولات، خدمات جدید و نوآورانه وابسته است. کشورهای جهان با تکیه بر نوآوری در پی افزایش بهره‌وری و بهبود وضعیت اقتصادی هستند. یکی از دلایل عمده این توجه، وجود رقابت فزاینده بین جوامع است. در این میان، نوآوری باز که بر توسعه شبکه‌های سازمانی جهت استفاده از ایده‌های خارج از سازمان متمرکز است، اهمیت بسزایی دارد. بنابراین، پژوهش با هدف حاضر ارائه مدل رهبری کارآفرینانه مبتنی بر رویکرد نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان انجام شد.

روش‌شناسی/رهیافت: این پژوهش با رویکرد کیفی و با استفاده از نظریه داده‌بنیان انجام شد. مشارکت‌کنندگان این پژوهش شامل ۱۵ نفر از صاحب‌نظران دانشگاهی و کارشناسان و مدیران شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان بودند که با روش گلوله برفی انتخاب شدند و از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته برای گردآوری داده‌های مورد نیاز استفاده گردید.

یافته‌ها و نتیجه‌گیری: مدل رهبری کارآفرینانه مبتنی بر رویکرد نوآوری باز حول مقوله محوری خلاقیت قرار دارد و در بعد رهبری کارآفرینانه حول مقوله‌های دستیابی به فناوری جدید، تعیین جایگاه تجاری‌سازی و شایستگی‌های حرفه‌ای شرکت‌های دانش‌بنیان قرار دارد. شرکت‌های تعاونی می‌بایست با تمرکز بر نوآوری مشتری‌محور جایگاه تجاری‌سازی خود را بهبود بخشند.

اصالت/نوآوری: مطالعه حاضر با تمرکز بر توسعه مدل رهبری کارآفرینی بر مبنای نوآوری باز در تعاونی‌های دانش‌بنیان، مجموعه گزاره‌هایی تئوریک و کاربردی برای مدیران و کارآفرینان در جهت توسعه تسهیم ایده‌ها و دانش فراهم می‌کند.

(A. Nazari), younos.vakil@gmail.com (Y. Vakil Alroaia), f.faezi@semnaniau.ac.ir (F. Faezi Razi)

اطلاعات مقاله

واژگان کلیدی:

- رهبری کارآفرینانه
- رفتار کاری نوآوری باز
- شرکت‌های تعاونی
- دانش‌بنیان

تاریخ دریافت:

۱۴۰۱/۰۵/۰۵

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۱/۰۷/۱۵

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۱/۰۷/۲۳

تاریخ برخط:

۱۴۰۱/۱۱/۲۷

*نویسنده مسئول

پست الکترونیک: elmira.na80@gmail.com (الف، نظری)، younos.vakil@gmail.com (ی، وکیل الرعایا)، f.faezi@semnaniau.ac.ir (ف، فائزی رازی).

عملکرد از رهگذر کارآفرینی مبتنی بر نوآوری باز مهمترین جایگزین برای شیوه‌های سنتی ورود به بازار محسوب می‌شود. زیرا با بهره‌گیری از نوآوری باز، سازمان‌ها با کمک یکدیگر و بهره‌مندی از فناوری‌ها، اعتبارنامه‌های تخصصی، برند تجاری و کانال‌های بازار یکدیگر، محصولات، خدمات و بازار خود را توسعه می‌دهند (Chesbrough, 2003). مزیت اصلی نوآوری باز در آن است که اقدامات از طریق همکاری با شرکت‌ها و منابع بیرونی شامل مشتریان، تأمین‌کنندگان، مراکز تحقیقاتی، رقبا، مشاوران و سایر کنشگران محقق می‌شود و نوآوری نهایی را بروز می‌دهد (Chesbrough, 2006).

نوآوری باز بر توسعه شبکه‌هایی متشکل از شرکت‌ها و نهاده‌ها تمرکز دارد تا حداکثر بهره‌گیری از ایده‌ها و فناوری‌های خارج از سازمان محقق شود (Park et al., 2012). گاسمن و انکل (Gassmann & Enkel, 2004) در بررسی‌های خود مدلی مشتمل بر سه فرآیند اصلی برای نوآوری باز ارائه داده‌اند. این فرآیندها عبارتند از: فرآیند داخل به خارج، فرآیند خارج به داخل و فرآیند دو طرفه. در فرآیند داخل به خارج، بهره‌برداری از نوآوری سازمان توسط عوامل خارج از آن انجام می‌شود. بنابراین، سازمان از طریق عرضه ایده‌ها، تکنولوژی‌های و پتنت‌ها به بیرون از مجموعه خود منتفع می‌شود. در فرآیند خارج به داخل، دانش و نوآوری موجود در سازمان از طریق تعاملات شکل گرفته با مشتریان، تأمین‌کنندگان و سایر کنشگران خارج از سازمان تقویت شده و منتج به نوآوری مضاعف در سازمان می‌شود. در فرآیند دو طرفه، همکاری میان عوامل درون و بیرون از سازمان ضمن رفع نقاط ضعف متقابل، منتج به نوآوری می‌شود. بدین ترتیب، می‌توان دریافت که تعاملات همه‌جانبه و چندبعدی سازمان با شرکاء و سایر کنشگران حوزه فعالیت خود می‌تواند تحقق اهداف نوآوری باز را تسهیل نماید.

نوآوری باز به‌لحاظ اثرات قابل توجهی که بر عملکرد سازمان‌ها دارد، طی سال‌های اخیر توجه بسیاری از محققان را به خود جلب کرده است. برای نمونه، وکیل الرعایا (Vakil Alroaia, 2021) با هدف ارائه یک مدل توسعه‌یافته برای شرکت‌های کوچک و متوسط در فعالیت‌های نوآوری باز نشان داد که ویژگی‌های محصول، عوامل بین سازمانی و عوامل محیطی مهمترین ارکان مدل مزبور است. برهم و همکاران (Barham et al., 2020) در

در حال حاضر به اشتراک‌گذاری نتایج تحقیقات و تلاش‌های نوآوری، مزایای زیادی برای شرکت‌ها و صنایع دارد. بر همین اساس تلاش‌ها برای انتشار نتایج مربوط به نوآوری‌های باز طی دهه اخیر رشد چشمگیری داشته است. همگام با افزایش این تلاش‌ها، اجرای موفقیت‌آمیز یک فضای نوآوری باز در شرکت‌ها مستلزم توجه به چالش‌های داخلی و خارجی است. بنابراین، محققان در حال بررسی عواملی هستند که ممکن است در دستیابی به موفقیت پذیرش نوآوری باز مؤثر باشند (Barham, 2020).

کارآفرینان از طریق بهبود سبک‌های رهبری کارآفرینی می‌توانند به بهبود عملکرد در مجموعه سازمان‌های تحت مدیریت خود کمک کنند؛ زیرا گزینش سبک رهبری مناسب به لحاظ تأثیری که بر فرآیند نوآوری کسب‌وکار دارد، عملکرد را بهبود می‌بخشد (Newman et al, 2018; Kim My et al., 2017). رهبر کارآفرین بر اساس توانایی‌های عملکردی خود، نه تنها اعضای گروه خود را توانمند می‌کند، بلکه آن‌ها را تحریک می‌کند تا روش‌های مرسوم خود را برای انجام وظیفه کنار بگذارند و انرژی خود را به سمت اجرای اقدامات نوآورانه و کارآفرینانه معطوف می‌کنند. رهبران کارآفرین با درگیر کردن آن‌ها در توسعه ایده‌های جدید و نوآورانه، ادراک اعضای خود را از شایستگی‌های خود بازطراحی می‌کنند و اعتمادبه‌نفس برای اجرای این ایده‌ها ایجاد می‌کنند. رهبران کارآفرین همچنین به آن‌ها قدرت می‌دهند تا با برنامه اعضای خود را به سمت نوآوری الهام بخشند و هدایت کنند (Surie & Ashley, 2008; Renko et al., 2015). بدین معنا که رهبری کارآفرین می‌تواند با تغییر سبک رهبری به سوی تمرکز بر نوآوری باز، تمامی اعضای گروه خود را به سوی تعاملات سازنده با کنشگران درون و بیرون از گروه جهت کسب دانش، ایده و خلاقیت جدید سوق دهد. این موضوع برای شرکت‌های کوچک و نوظهور نظیر شرکت‌های تعاونی و دانش‌بنیان حائز اهمیت است. در واقع، همان‌گونه که شواهد نشان می‌دهد، امروزه چالش اصلی شرکت‌های کوچک و نوظهور، بهبود عملکرد و قرار گرفتن در صدر رقبا به شمار می‌رود که صرفاً از طریق گرایش کارآفرینانه و نوآوری صورت می‌گیرد (Oly, 2014). به‌طور دقیق‌تر، بهبود

تعاونی‌های دانش‌بنیان، مجموعه گزاره‌هایی تئوریک و کاربردی برای مدیران و کارآفرینان در جهت توسعه تسهیم ایده‌ها و دانش فراهم می‌کند. علاوه بر این، مطالعه حاضر با توسعه مدل رهبری کارآفرینی بر مبنای نوآوری باز، شواهد تجربی برای تقویت ادبیات مربوطه به دست می‌دهد.

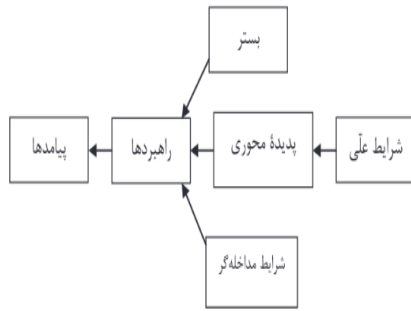
روش‌شناسی پژوهش

هدف اصلی این مطالعه ارائه مدل رهبری کارآفرینانه بر مبنای رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان بود. به منظور تدوین مدل مزبور از روش داده بنیان با رویکرد سیستماتیک اشتروس و کوربین (Strauss & Corbin, 1990) استفاده شد. نظریه داده‌بنیان درصدد توسعه نظریه واقعی است که روابط و برهم‌کنش متقابل مفاهیم را در یک حوزه خاص از عمل به تصویر می‌کشد (Glaser & Strauss, 1965). مهمترین نقطه قوت نظریه داده‌بنیان آن است که مجموعه‌ای دقیق از رویه‌ها و تکنیک‌ها را برای جمع‌آوری، تحلیل و تفسیر داده‌ها در جهت توسعه یک نظریه واقعی در یک حوزه مشخص به کار می‌گیرد. بنابراین، روش‌شناسی مزبور می‌تواند برای توسعه یک نظریه پایه‌ای مورد استفاده قرار گیرد که مجموعه مقولات مرتبط را در جهت توضیح تجارب متخصصان حوزه تعاونی و دانش‌بنیانی در چارچوبی از رفتار کاری نوآوری‌های باز به دست می‌دهد (Brunet et al., 2022).

در این مطالعه برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شد. بدین منظور ابتدا یک پروتکل مصاحبه مشتمل بر ۵ سوال انتها باز طراحی شد و در خلال انجام مصاحبه‌ها از طریق مفاهیم در حال ظهور تقویت گردید. مشارکت‌کنندگان مشتمل بر ۱۵ نفر بودند که ۸ نفر از آن‌ها صاحب‌نظران دانشگاهی و ۷ نفر دیگر، مدیران و کارشناسان تعاونی‌های دانش‌بنیان بودند. مشارکت‌کنندگان با استفاده از رویکرد نمونه‌گیری هدفمند و تکنیک نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شدند. نظر به جمع‌آوری مستمر داده‌ها برای ظهور نظریه رهبری کارآفرینانه از نمونه‌گیری نظری نیز استفاده شد. انجام مصاحبه با مشارکت‌کنندگان دهم تا سیزدهم نشان داد که مفاهیم حالت تکراری پیدا کرده‌اند و مفاهیم جدیدی در حال ظهور نیست. بنابراین، دو مصاحبه دیگر برای اطمینان از اشباع نظری در خصوص موضوع مورد مطالعه انجام شد.

مطالعه خود نشان دادند که بین حمایت مدیریت از نوآوری باز و امکان پذیرش موفقیت‌آمیز نوآوری باز همبستگی مثبت وجود دارد. جاگند و همکاران (Jugend et al., 2020) در بررسی ادبیات مربوطه و توجه به پیامدهای نوآوری باز به نتایج زیر دست یافتند: (۱) استفاده از اصطلاح «حمایت عمومی از نوآوری» در مدیریت نوآوری و سیاست‌های نوآوری در حال ظهور است؛ (۲) تفاوت‌هایی در رویکردهای تحقیق وجود دارد که بر «سیاست نوآوری» و «حمایت عمومی از نوآوری» تمرکز دارد؛ و (۳) نوآوری باز بیش از نظریه‌های مدیریت برای تجزیه و تحلیل حمایت عمومی از نوآوری استفاده می‌شود. علاوه بر این، نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که حمایت عمومی از نوآوری می‌تواند از چهار بعد تجزیه و تحلیل شود: (۱) حمایت مالی از فعالیت‌های تحقیق و توسعه؛ (۲) توسعه از طریق نوآوری؛ (۳) پشتیبانی از برنامه‌ها؛ و (۴) همکاری دانشگاه - صنعت - دولت. همچنین، وو و همکاران (Chia-huei Wu et al., 2020) در پیش‌بینی رفتار نوآورانه و نوآوری کارکنان در سازمان‌ها دریافته‌اند که رهبری مربوط به فرآیند کار از طریق درگیر شدن در رفتار کاری نوآورانه به نوآوری کارکنان کمک می‌کند. این موضوع مادامی که کارکنان از خودکارآمدی بالاتر (توانایی درک‌شده برای غلبه بر موانع) و استقلال شغلی پایین‌تر (محدودیت‌های موقعیتی در شغل) برخوردار باشند، نمود بیشتری دارد. علیمردیان و عباسی (Alimardani & Abasi, 2020) در بررسی اثر رهبری نوع‌دوستانه ادراک‌شده بر نوآوری کارکنان، با نقش میانجی‌گری رفتار تسهیم دانش و لذت از کمک به دیگران دریافته‌اند که رهبری نوع‌دوستانه به‌طور مثبت و معنادار بر رفتارهای تسهیم دانش، رفتار نوآورانه و لذت از کمک به دیگران تأثیر داشته و همچنین تأثیر مستقیم لذت از کمک دیگران بر رفتار تسهیم دانش و رفتار تسهیم دانش بر رفتار نوآورانه نیز مشهود است.

پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که نوآوری باز به‌طور گسترده مورد توجه محققان در حوزه‌های مختلف قرار گرفته است (Barham et al., 2020; Chia-huei Wu et al., 2020; Gassmann & Enkel, 2004). این در حالی است که مفهوم نوآوری باز در چارچوب رهبری کارآفرینی کمتر مورد توجه بوده و مطالعه‌ای در این خصوص در بستر تعاونی‌ها انجام نشده است. بنابراین، مطالعه حاضر با تمرکز بر توسعه مدل رهبری کارآفرینی بر مبنای نوآوری باز در



شکل ۱. مدل پارادایم پژوهش

یافته‌ها و بحث

نظریه رهبری کارآفرینانه بر مبنای رفتاری کاری نوآوری باز در بستر تعاونی‌های دانش‌بنیان طی مراحل مختلف کدگذاری بر مبنای نظریه داده‌بنیان سیستماتیک تدوین شد. **جدول (۱)** کدهای اولیه (۱۷۰ کد) را به همراه خرده‌مقوله‌ها و مقوله‌های مستخرج از داده‌ها را به تصویر می‌کشد. مقوله‌های فرعی گسترش مرزهای دانش، پویایی بازار، مدیریت زمان و سازوکارهای همکاری به لحاظ قرابت مفهومی در قالب شرایط علی نوآوری باز در نظر گرفته شدند. همچنین، خرده‌مقولات کشف فرصت‌ها، ارزش‌آفرینی و جهت‌گیری استراتژیک در قابل شرایط علی توضیح‌دهنده رهبری کارآفرینانه لحاظ شده‌اند.

خرده‌مقوله‌های قوانین و مقررات دولتی، پیشروی با تکنولوژی، رصد فرصت‌ها و گروه‌های پشتیبان در چارچوب عوامل مداخله‌گر رفتار کاری نوآوری باز قرار گرفتند و در مقابل، شخصیت و ویژگی کارآفرین، عدم قطعیت‌ها و شهود رهبری در قالب عوامل مداخله‌گر رهبری کارآفرینانه مطرح شدند. سایر کدها، خرده‌مقوله‌ها و مقوله‌ها در **جدول (۱)** قابل مشاهده هستند. تشریح نظریه نهایی تحقیق در قابل کدگذاری انتخابی به بخش بحث و نتیجه‌گیری واگذار شده است.

همان‌گونه که گفته شد، تحلیل داده‌ها بر مبنای رویکرد سیستماتیک نظریه داده‌بنیان انجام شد. بر اساس این رویکرد، تدوین نظریه در سه‌گام اصلی انجام شد: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی. کدگذاری باز، فرایند تحلیلی است که از طریق آن، مفاهیم و مقوله‌ها شناسایی شده و ویژگی‌ها و ابعاد آن‌ها در داده‌ها کشف می‌شود (Flint, Gammelgaard, Manuj, & Pohlen, 2012).

در فرایند کدگذاری باز، داده‌ها چندین مرتبه مرور شدند و هر واژه، جمله یا پاراگراف که تداعی‌کننده یک مفهوم در ارتباط با موضوع مورد مطالعه بود، یک برچسب در قالب کد اختصاص یافت. کدهای به‌دست‌آمده بر مبنای ارتباط مفهومی در قالب خرده‌طبقات و سپس طبقات نهایی گروه‌بندی شدند. در نهایت، در فرایند کدگذاری محوری، روابط میان طبقات با کمک مدل پارادایمی کدگذاری محوری (شکل ۱) مشخص شد و با بسط خط داستان، نظریه نهایی در قالب کدگذاری انتخابی تشریح شد. برای کدگذاری و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار Maxqda استفاده شد. برای اطمینان از اعتبار داده‌ها و یافته‌های پژوهش از تکنیک سه‌وجهی‌سازی داده‌ها و ارزیاب استفاده شد. بدین معنا که داده‌ها از افراد مختلف و در موقعیت‌های متفاوت جمع‌آوری شدند و دو تن از نویسندگان در فرایند کدگذاری و دستیابی به نظریه نهایی، فرایند کدگذاری را به‌طور همزمان و کاملاً مجزا از یکدیگر هدایت کردند و همگرایی بین دو نظام کدگذاری را تأمین کردند.

جدول ۱. کدگذاری باز و تشکیل مقولات مربوط به نظریه رهبری کارآفرینانه

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	ردیف مفاهیم
شرایط علی رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌ها، تعاونی‌ها، نهادهای دولتی، مقررات دولتی، پیشروی با تکنولوژی، رصد فرصت‌ها و گروه‌های پشتیبان در چارچوب عوامل مداخله‌گر رفتار کاری نوآوری باز قرار گرفتند و در مقابل، شخصیت و ویژگی کارآفرین، عدم قطعیت‌ها و شهود رهبری در قالب عوامل مداخله‌گر رهبری کارآفرینانه مطرح شدند. سایر کدها، خرده‌مقوله‌ها و مقوله‌ها در جدول (۱) قابل مشاهده هستند. تشریح نظریه نهایی تحقیق در قابل کدگذاری انتخابی به بخش بحث و نتیجه‌گیری واگذار شده است.	گسترش مرزهای دانش	۱ رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان منجر به ایجاد ارزش می‌شود.
	پویایی بازار	۲ رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان منجر به افزایش کیفیت محصولات می‌شود.
		۳ رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان هزینه‌های بالای R&D را در پی دارد.
		۴ رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان منجر به ایجاد فضای جدید رقابتی می‌شود.
		۵ رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان ویژگی‌های کسب‌وکار متفاوتی دارد.

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	ردیف مفاهیم																
شرایط علی‌رهمبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	مدیریت زمان	۶ کمبود زمان در رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان مشهود است.																
		۷ رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان کمبود منابع را جبران می‌کند.																
		۸ رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان کاهش هزینه را در پی دارد.																
		۹ با رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان کمبود منابع داخلی را می‌توان جبران کرد.																
		۱۰ نیازسنجی فناورانه علت رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.																
		سازوکارهای همکاری	کشف فرصت‌ها	۱۱ تکنولوژی‌های جدید علت رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.														
				۱۲ سرعت تکنولوژی علت رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.														
				۱۳ با رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان دسترسی به منابع تسهیل می‌گردد.														
				۱۴ با رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان کنترل منابع تسهیل می‌گردد.														
				۱۵ با رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان کنترل پروژه تسهیل می‌گردد.														
				ارزش‌آفرینی	جهت‌گیری استراتژیک	۱۶ با رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان می‌توان در کارکنان ایجاد انگیزه کرد.												
						۱۷ رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان نیازمند تسلط بر فناوری‌ها است.												
						۱۸ با رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان می‌توان از ظرفیت‌های سازمان استفاده کرد.												
						۱۹ با رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان دستیابی به چشم‌اندازهای سازمان تسهیل می‌شود.												
						۲۰ با رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان جدید به سمت سازمان هدایت می‌گردد.												
						عوامل مداخله‌گر رفتار کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	قوانین و مقررات دولتی	۲۱ رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان تنظیم استراتژی‌های خاص را بر عهده دارد.										
								۲۲ رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان هماهنگی نیروها را بر عهده دارد.										
								۲۳ رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان تحت تأثیر عوامل سیاسی - اقتصادی شکل می‌گیرد.										
								۲۴ بازار رقابتی دلیل روی آوردن رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.										
								۲۵ رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان نیازمند زیرساخت‌های فرهنگی است.										
								پیشروی با تکنولوژی	رصد فرصت‌ها	۲۶ رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان نیازمند اقتصاد باز است.								
										۲۷ رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان نیازمند آمادگی سازمانی برای پذیرش نوآوری است.								
										۲۸ رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان نیازمند زیرساخت‌های اطلاعاتی خاص خود است.								
										۲۹ رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان نیازمند زیرساخت‌های فیزیکی خاص خود است.								
										۳۰ محدودیت‌های نوآوری در رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان مسأله‌ساز است.								
										گروه‌های پشتیبان	عوامل خارجی در رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان مسأله‌ساز است	۳۱ شرایط عدم اطمینان در رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان مسأله‌ساز است.						
												۳۲ استفاده از برون‌سپاری در رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان مسأله‌ساز است.						
												۳۳ رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان فاصله بین دانشگاه و صنعت را کم می‌کند.						
												۳۴ رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان نیازمند داشتن آزادی تفکر در بین اعضا است.						
												۳۵ رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان نیازمند آزادی عمل اعضا است.						
												شرایط مداخله‌گر رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	شخصیت و ویژگی کارآفرین	۳۶ رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان ویژگی‌ها و شخصیت خاص رهبری است.				
														۳۷ رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان مدیریت خرد را از بین می‌برد.				
														۳۸ رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان نقش هماهنگ‌کننده رهبر مطرح است.				
														۳۹ رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان تعریف شفاف وظایف را ارائه می‌دهد.				
														۴۰ رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان مدیریت کلاسیک را از بین می‌برد.				
														عدم قطعیت‌ها	عدم قطعیت‌ها	۴۱ در رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان باید توان پذیرش رهبری بالا باشد.		
																۴۲ در رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان قدرت متقاعدسازی رهبری مطرح است.		
																۴۳ در رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان تنظیم قوانین برای رفع عدم قطعیت‌ها ضروری است.		
																۴۴ در رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان تنظیم مقررات داخلی برای رفع عدم قطعیت‌ها ضروری است.		
																۴۵ در رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان در نظر گرفتن شرایط ناپایداری برای رفع عدم قطعیت‌ها ضروری است.		
																شهود رهبری	شهود رهبری	۴۶ رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان می‌تواند خلاقانه از سرمایه انسانی استفاده کند.
																		۴۷ رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان تابع قوانین دولتی است.
																		۴۸ رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان نیازمند پیش‌بینی آینده است.
																		۴۹ رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان نیازمند داشتن چشم‌انداز است.
																		۵۰ رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان بر اساس اهداف شرکت تعریف می‌شود.
																		۵۱

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	ردیف مفاهیم
عوامل زمینه‌ای رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	صنعت	رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان باید ویژگی کارآفرینی داشته باشد. ۵۲
		رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان نیازمند پارادایم‌های ذهنی است. ۵۳
		رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان نیازمند استفاده از تحقیقات آینده‌پژوهی است. ۵۴
		رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان نیازمند تفکر استراتژیک است. ۵۵
		رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان مبتنی بر تکنولوژی تعریف می‌شود. ۵۶
		رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان مبتنی بر محصولات تعریف می‌شود. ۵۷
		رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان مبتنی بر خدمات تعریف می‌شود. ۵۸
		رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان مبتنی بر محیط سیاسی تعریف می‌شود. ۵۹
		رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان مبتنی بر محیط اقتصادی تعریف می‌شود. ۶۰
		رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان مبتنی بر رقبا بازار تعریف می‌شود. ۶۱
عوامل زمینه‌ای رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	پویایی افراد	عوامل فردی زمینه‌ساز رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۶۲
		کارکنان شرکت می‌توانند زمینه‌ساز رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان باشند. ۶۳
		آموزش زمینه‌ساز رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۶۴
		خصوصیات فردی زمینه‌ساز رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۶۵
		پویایی محیط زمینه‌ساز رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۶۶
		ویژگی‌های مدیران در رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان مطرح است. ۶۷
		حذف مرزها در رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان مطرح است. ۶۸
		تصمیمات آینده‌نگر در رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان مطرح است. ۶۹
		بررسی تمام ایده‌ها در رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان مطرح است. ۷۰
		تعامل با کارکنان زمینه‌ساز رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۷۰
عوامل زمینه‌ای رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	ویژگی‌های رهبری	ارتباطات راهبردی زمینه‌ساز رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۷۲
		شرایط محیطی زمینه‌ساز رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۷۳
		سبک مناسب رهبری زمینه‌ساز رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۷۴
		مهارت‌های رهبری زمینه‌ساز رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۷۵
		خصوصیات فردی رهبران زمینه‌ساز رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۷۶
		علم رهبری زمینه‌ساز رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۷۷
		تجربه رهبری زمینه‌ساز رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۷۸
		داشتن دانش چندبعدی زمینه‌ساز رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۷۹
		زیرساخت‌های فرهنگی زمینه‌ساز رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۸۰
		پویایی بازار زمینه‌ساز رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۸۱
عوامل راهبردی رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	فعالیت‌های رهبری	زیرساخت‌های قانونی زمینه‌ساز رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۸۲
		منابع و مهارت‌ها زمینه‌ساز رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۸۳
		اهداف سازمان زمینه‌ساز رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۸۴
		مشارکت افراد گروه زمینه‌ساز رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۸۵
		استفاده از تضارب آرا زمینه‌ساز رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۸۶
		ساخت کالا با تکنولوژی مدرن راهبرد رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۸۷
		خلاقیت تیمی راهبرد رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۸۸
		ایجاد تنوع راهبرد رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۸۹
		ایجاد امنیت روانی راهبرد رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۹۰
		افزایش تولید به‌موقع محصول راهبرد رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۹۱
عوامل راهبردی رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	افزایش سهم رقابتی	افزایش کارایی راهبرد رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۹۲
		بهبود اثربخشی راهبرد رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۹۳
		بقاء در بازار راهبرد رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۹۴
		کاهش هزینه و زمان راهبرد رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۹۵
		مشتری‌مداری راهبرد رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۹۶
		محصولات با کیفیت، راهبرد رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۹۷
		رفاه بهتر جامعه نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۹۸
		ورود به بازار جهانی راهبرد رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است. ۹۹

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	ردیف مفاهیم
عوامل راهبردی رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	تحول‌آفرینی رهبری	۱۰۰ بهبود عملکرد سازمان راهبرد رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۰۱ راهبرد رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان بهبود عملکرد سازمان است.
		۱۰۲ راهبرد رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان تقویت همکاری است.
		۱۰۳ راهبرد رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان تطبیق سریع با محیط است.
		۱۰۴ راهبرد رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان افزایش انگیزه است.
		۱۰۵ راهبرد رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان بارور کردن مغز است.
		۱۰۶ درک مشتری از مدیریت دانش راهبرد رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۰۷ ارزش استراتژی مدیریت دانش راهبرد رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۰۸ جایگذاری مدیریت دانش به‌عنوان کانون استراتژیک سازمان راهبرد رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۰۹ ارتقای فرهنگ و همکاری راهبرد رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۱۰ افزایش کیفیت راهبرد رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۱۱ رضایت نیروی انسانی راهبرد رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۱۲ رضایت کارکنان، راهبرد رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۱۳ رضایت مشتری راهبرد رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
عوامل راهبردی رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	افزایش پویایی بهره‌وری	۱۱۴ تحقق اهداف راهبرد رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۱۵ موفقیت در کسب‌وکار راهبرد رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۱۶ تسهیل فرایند و روند دریافت راحت ایده‌ها راهبرد رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۱۷ قدرت پیش‌نگری راهبرد رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۱۸ مدنظر قرارداد تمام ایده‌ها راهبرد رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۱۹ هماهنگی با بازار نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۲۰ بهبود توسعه و نوآوری نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۲۱ افزایش سرعت پذیرش فناوری نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۲۲ کسب مزایای رقابتی نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۲۳ گرفتن انحصار از شرکت‌های بزرگ نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۲۴ افزایش سرعت تحول نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۲۵ منافع بهتر محیط‌زیست نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۲۶ بهتر شدن منافع انسانی نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۲۷ رسیدن به اهداف در زمان تعیین شده نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
۱۲۸ به‌کار بردن افکار در زمان مناسب نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.		
نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	بهبود روند تجاری‌سازی	۱۲۹ ایجاد جو مثبت نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۳۰ ایجاد محیط صمیمی نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۳۱ داشتن نیروی کار ماهرتر نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۳۲ ارتقاء سطح فناوری نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۳۳ ارتقا دانش به‌صورت جهانی نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۳۴ کسب رضایت کارکنان و مشتری نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۳۵ افزایش سطح علم نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۳۶ انتقال دانش نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۳۷ حفظ دانش نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۳۸ بهبود آمادگی سازمانی و زیرساخت‌ها نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۳۹ ارتقاء سطح فناوری نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۴۰ تسهیل فرایندها نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۴۱ حداقل هزینه R&D نتیجه رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۴۲ مدیریت و کنترل هزینه‌ها نتیجه رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
نتیجه کارآفرینانه رهبری	بهبود عملکرد مالی سازمان	۱۴۳ کاهش هزینه‌ها نتیجه رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۴۴ صرفه‌جویی در فرایندهای کسب‌وکار نتیجه رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۴۵ مشارکت فعال کارکنان نتیجه رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۴۶ هماهنگی نتیجه رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.

مفهوم‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	ردیف مفاهیم
		۱۴۷ ارتقا یادگیری سازمان نتیجه رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۴۸ هماهنگی استراتژی منابع سازمان نتیجه رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۴۹ سرمایه‌گذاری بر منابع انسانی نتیجه رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۵۰ تقویت روحیه همکاری نتیجه رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
		۱۵۱ رضایت نخبگان نتیجه رهبری کارآفرینانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان است.
مقوله محوریت رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	خلاقیات و نوآوری	۱۵۲ مقوله محوریت رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان ویژگی‌های خلاقانه سازمانی است.
		۱۵۳ مقوله محوریت رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان در نظر گرفتن نیازهای مشتری است.
		۱۵۴ مقوله محوریت رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان نیاز به خلاقیت و پیشرفت است.
		۱۵۵ مقوله محوریت رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان استفاده از ایده‌های جدید است.
		۱۵۶ مقوله محوریت رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان به‌کارگیری مغز افزارها است.
		۱۵۷ مقوله محوریت رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان سرمایه‌گذاری در R&D است
		۱۵۸ مقوله محوریت رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان استفاده از رصد محصولات جدید و محیط خارجی است.
		۱۵۹ مقوله محوریت رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان فعالیت‌های استراتژیک سازمان است.
		۱۶۰ مقوله محوریت رفتار کاری نوآوری باز در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان رقابت با تأکید بر هم‌افزایی خلاقانه است.
	مقوله محوریت رهبری خلاقانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان	تعیین جایگاه تجاری‌سازی
		۱۶۲ مقوله محوریت رهبری خلاقانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان متقاعد کردن افراد درگیر است.
		۱۶۳ مقوله محوریت رهبری خلاقانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان خلق ایده است.
		۱۶۴ مقوله محوریت رهبری خلاقانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان ایجاد انگیزه است
		۱۶۵ مقوله محوریت رهبری خلاقانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان متقاعد کردن کارکنان برای همکاری است.
		۱۶۶ مقوله محوریت رهبری خلاقانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان مشارکت افراد است.
		۱۶۷ مقوله محوریت رهبری خلاقانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان آموزش افراد است.
		۱۶۸ مقوله محوریت رهبری خلاقانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان استفاده درست از منابع سازمان است.
		۱۶۹ مقوله محوریت رهبری خلاقانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان استراتژی رقابتی است.
		۱۷۰ مقوله محوریت رهبری خلاقانه در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان مشخص کردن مرزها است.

نظریه رهبری کارآفرینانه

بر اساس یافته‌های پژوهش، پدیده محوریت رفتار کاری نوآوری باز مشخصاً خلاقیت و نوآوری است، احساس نیاز به خلاقیت و استفاده از ایده‌های جدید و به‌کارگیری مغز افزارها مؤلفه‌های خلاقیت و نوآوری هستند. از سوی دیگر دستیابی به این خلاقیت نیازمند دستیابی به فناوری جدید است تا با تأکید بر هم‌افزایی بتوان رضایت مشتریان را تأمین کرد. مقوله محوریت رهبری کارآفرینانه نیز تعیین جایگاه تجاری‌سازی است که در پی کشف فرصت‌ها و متقاعد کردن کارکنان برای همکاری و مشارکت افراد پدید می‌آید. شایستگی‌های حرفه‌ای رهبر جایگاه تجاری‌سازی را معتبر می‌کند؛ زیرا بر این اساس می‌توان عکس‌العمل مناسب را نشان داد و در پی حذف موانع برآمد. داشتن طرح کسب‌وکار نیز شرایط رسیدن به این مؤلفه‌ها را هموار می‌سازد. در شکل (۲) الگوی پارادایمی پژوهش ارائه شده است.

گسترش مرزهای دانش، پویایی بازار، مدیریت زمان و سازوکارهای همکاری عوامل علی رفتار کاری نوآوری هستند

و عوامل رهبری کارآفرینانه شامل کشف فرصت‌ها، ارزش‌آفرینی و جهت‌گیری استراتژیک است. فرصت کارآفرینی پتانسیل یک پیشنهاد بازار سودآور است که توسط یک کارآفرین یا یک سرمایه‌گذاری کارآفرین شناسایی می‌شود. این تعریف هسته اصلی علل مدل کارآفرینی مبتنی بر نوآوری باز را شکل می‌دهد که معنای فرصت‌های کارآفرینی را نشان می‌دهد. فرصت را چیزی می‌بیند که هنوز محقق نشده است، اما بالقوه است و می‌تواند محقق شود. فرآیند شناخت یک فرصت توسط رهبر با یک ایده شروع می‌شود و با ارزیابی این ایده پیش می‌رود که مرزهای دانش و پویایی بازار این شناخت را برای وی فراهم می‌سازند و با سازوکارهای همکاری می‌تواند جهت‌گیری‌های استراتژی خود را مشخص و به ارزش‌آفرینی دست یابد. بنابراین، یک ایده پیش‌شرط شناخت فرصت است (Khalid & Sekiguchi, 2018). در واقع، شناسایی فرصت فرآیندی است که در آن افراد به دنبال درک نشانه‌هایی برای تغییر هستند و تصمیم می‌گیرند که آیا اقداماتی را انجام دهند یا خیر. هدف اصلی فرآیند شناسایی

آشفستگی تکنولوژیک در نوآوری باز نباید دست کم گرفته شود، زیرا در یک محیط بازار که به سرعت در حال تغییر است، شرکت‌ها نمی‌دانند چگونه از این فناوری‌ها به نفع دانش بازار که به سرعت در حال تغییر است استفاده کنند (Vakil, 2021). یکی دیگر از مؤلفه‌های شناسایی شده در گروه‌های پشتیبان کم کردن فاصله بین صنعت و دانشگاه است. دانشجویان دانشگاه می‌خواهند به اهدافی برسند که چالش‌برانگیز است و همچنین بر موانعی غلبه کنند که به آن‌ها امکان می‌دهد موفقیت خود را در نتیجه اقدامات خود ببینند. بنابراین، پیشنهاد می‌شود، استفاده موفقیت‌آمیز از مهارت‌های کسب‌شده در طول تحصیلات دانشگاهی آن‌ها (Frese, Rousseau, & Wiklund, 2014) که ظرفیت شخصی آن‌ها را برای یادگیری مجموعه‌ای از دانش، نگرش‌ها و رفتارهایی که اعتمادبه‌نفس آن‌ها را تقویت می‌کند، مد نظر قرار گیرد.

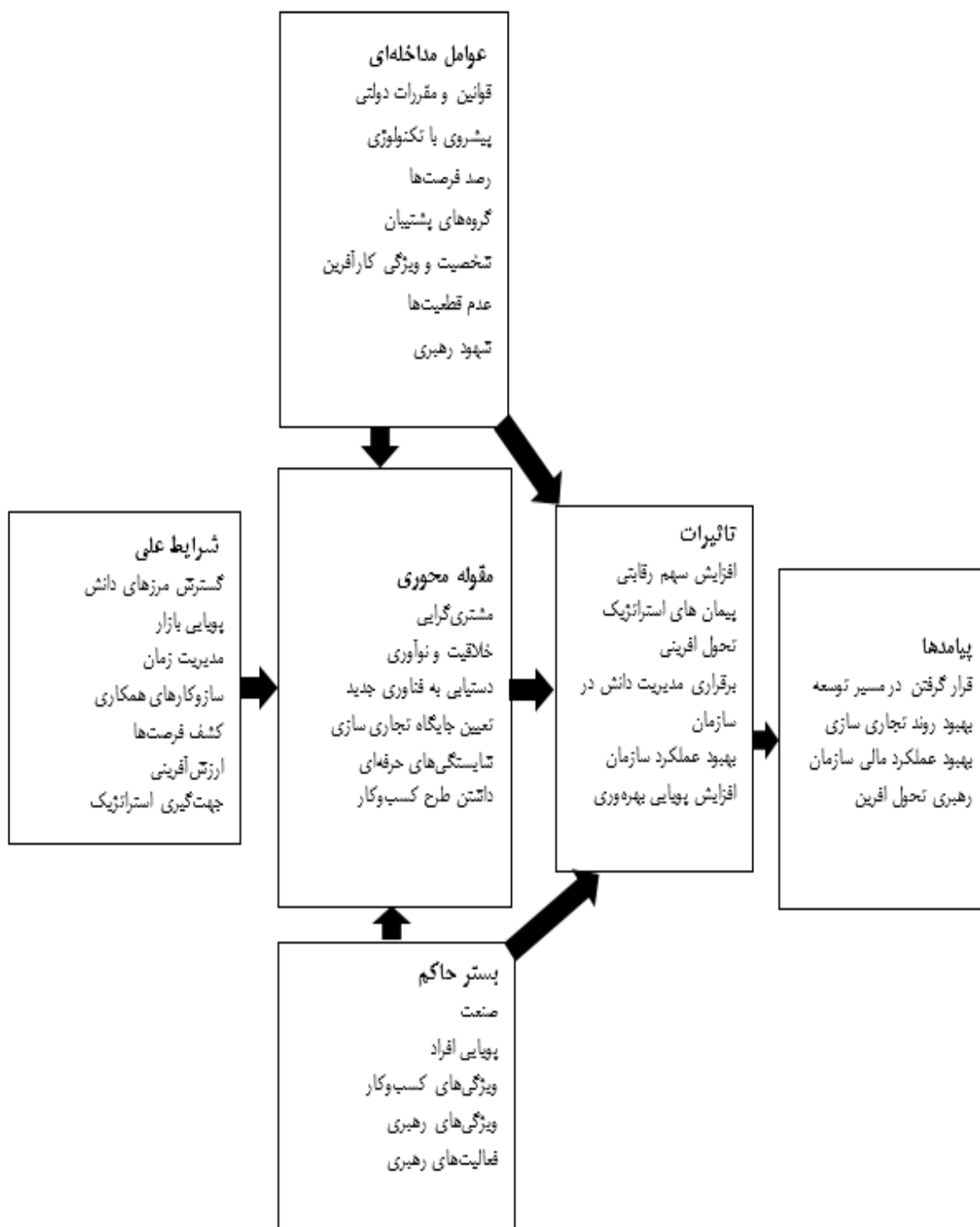
در این مطالعه مشتری‌گرایی، خلاقیت و نوآوری، دستیابی به فناوری جدید مقوله محوری رفتار نوآوری باز است. تعیین جایگاه تجاری‌سازی، شایستگی‌های حرفه‌ای و داشتن طرح کسب‌وکار نیز عوامل کلیدی رهبری کارآفرینانه را شکل می‌دهند. همکاری با شرکت‌های خارجی در فرآیند تولید برای تجاری‌سازی تأثیر مثبتی بر شرکت‌های صنعت تولید دارد. با وجود خطرات مرتبط با برون‌سپاری، می‌توان مزایایی مانند صرفه‌جویی در هزینه و زمان را مدیریت نمود. برنامه‌ریزی کسب‌وکار معمولاً از طریق سیستماتیک کردن ایده‌ها، مانند طرح کسب‌وکار، مجموعه‌ای از اسناد مکتوب که مدل آینده یک شرکت را مشخص می‌کنند، صورت می‌گیرد (Testa & Frasccheri, 2015).

جریان راهبردها و کنش‌ها در پاسخ به رویدادها و موقعیت‌های متعامل با پدیده انجام می‌شود. افزایش سهم رقابتی، پیمان‌های استراتژیک، تحول‌آفرینی مؤلفه‌های مربوط به مقوله راهبرد رفتار نوآوری باز هستند و برقراری مدیریت دانش در سازمان، بهبود عملکرد سازمان و افزایش پویایی بهره‌وری مؤلفه‌های مربوط به رهبری کارآفرینانه هستند. در اقتصاد دیجیتال جدید با باز بودن و سرعت بیشتر انباشت و تبادل اطلاعات، سرمایه‌گذاری ناکافی در دانش مشکل‌ساز خواهد بود، می‌تواند مانع بقاء، بهره‌وری و نوآوری شود و فرصت‌های سرمایه‌گذاری دانش جدید توسط شرکت‌ها را کاهش دهد (Obschonka & Audretsch, 2019).

فرصت، تعیین این است که آیا یک فرصت وجود دارد و باید از آن بهره‌برداری کرد یا خیر (Grégoire et al., 2010).

شرایط زمینه‌ای، شرایط بسترساز مؤثر بر راهبرد یا شرایطی است که به اداره پدیده می‌پردازد. بستر حاکم در رفتار کاری نوآوری شامل صنعت، پویایی افراد، ویژگی‌های کسب‌وکار و زمینه‌ساز عوامل رهبری کارآفرینانه شامل ویژگی‌های رهبری و فعالیت‌های رهبری است. فناوری‌های جدید بر شناسایی فرصت‌ها تأثیر می‌گذارند، زیرا تغییرات فناوری فرصت‌هایی را برای محصولات و خدمات جدید فراهم می‌کند. شرکت‌ها برای حفظ عملکرد نوآورانه در بازار متلاطم نیز نیاز دارند سریعتر به تغییرات پیش‌بینی‌نشده پاسخ دهند و راه‌های جایگزین متعدد برای برآوردن نیازهای مشتری داشته باشد. پارک (Park, 2005) استدلال می‌کند که شناسایی فرصت‌های فناورانه جدید مستلزم ترکیبی از تجربه کارآفرینی، مدیریتی و فنی است. در یک صنعت فناوری به‌طور مداوم در حال تغییر با عدم اطمینان بالا، استفاده از افراد پویا و دانشی برای توسعه بیشتر محصول برای توسعه فرصت بسیار مهم است (Ojala, 2016). طبق نظر سیگل و رنکو، دانش بازار و دانش فناورانه به‌طور مثبت بر شناخت فرصت‌های کارآفرینی در صنعت مبتنی بر فناوری تأثیر می‌گذارند. شرکت‌ها زمانی در شناسایی فرصت‌های سودآور موفق‌تر هستند که از دانش فن‌آوری و بازار برخوردار باشند (Siege & Renko, 2012). بنابراین، پیشنهاد می‌شود با توجه به اهمیت ویژگی‌های رهبری و فعالیت‌های وی در شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان، با ایجاد ارتباطات راهبردی و مناسب کردن شرایط محیطی و استفاده از سبک رهبری مناسب برای اجرای نوآوری باز گام برداشته شود و نیز برای تصمیم‌گیری استفاده از تضارب آراء موجب مشارکت افراد نیز می‌شود که نقش فعالیت‌های رهبری را پررنگ‌تر می‌سازد.

برساخته شبکه بین سازمانی، شرایط مداخله‌گری است که به جرح و تعدیل شرایط علی می‌پردازد و بر راهبردها و کنش‌های متقابل تأثیر می‌گذارد. شرایط مداخله‌گر در راستای تسهیل یا محدودیت راهبردها در زمینه خاص مورد نظر عمل می‌کنند (Goulding, 2002). قوانین و مقررات دولتی، پیشروی با تکنولوژی، رصد فرصت‌ها و گروه‌های پشتیبان شرایط مداخله‌گری رفتار نوآوری باز هستند که می‌توانند موجب پدید آمدن این نوع رفتارها شوند، شخصیت و ویژگی کارآفرین، عدم قطعیت‌ها و شهود رهبری نیز عوامل مداخله‌گر رهبری کارآفرینانه هستند. در یک محیط بازار بسیار آشفته، نقش



شکل (۲). مدل رهبری کارآفرینانه

نتیجه‌گیری

سازمان‌های کنونی درصدد بهبود عملکرد نسبت به رقبای خود هستند. در شرایط کنونی، مهمترین راه در جهت تحقق این هدف، تمرکز بر بهبود رفتار کاری در ارتباط با نوآوری‌های باز است. در این زمینه، سازمان علاوه بر بهره‌گیری از ایده‌ها و نوآوری‌های بیرون از مجموعه خود، به عرضه ایده‌های خود به رقبای خارج از سازمان می‌پردازد و روابط دو سویه خود را با محیط بیرونی حفظ می‌کند. این امر در چارچوب رهبری کارآفرینانه و تحول در سبک رهبری می‌تواند عملکرد را بهبود بخشد و توسعه تکنولوژیک را به ارمغان آورد.

مطالعات گسترده‌ای در زمینه نوآوری باز انجام شده است (Barham et al., 2020; Chia-huei Wu et al., 2020; Gassmann & Enkel, 2004). این در حالی است که این مفهوم در چارچوب رهبری کارآفرینی کمتر مورد توجه بوده و مطالعه‌ای در این خصوص در بستر تعاونی‌ها انجام نشده است. بنابراین، مطالعه حاضر با تمرکز بر توسعه مدل رهبری کارآفرینی بر مبنای نوآوری باز در تعاونی‌های دانش‌بنیان، اقدام به توسعه نظریه‌ای داده‌بنیان نموده است که می‌تواند پیامدهای کاربردی برای مدیران و دستاوردهای تئوریک برای ادبیات موضوع داشته باشد.

نتایج نشان داد که خروجی اجرای راهبردهای معرفی‌شده تحت شرایط مداخله‌گر و شرایط زمینه‌ای، که از طریق تعامل با مقوله محوری ایجاد می‌شود در بعد رفتار نوآوری قرار گرفتن در مسیر توسعه، بهبود روند تجاری‌سازی، بهبود عملکرد مالی سازمان و در بعد رهبری کارآفرینانه رهبری تحول‌آفرین است.

به دلیل ماهیت غیرمتمرکز و داوطلبانه، نوآوری کارکنان، چالش‌هایی را برای شرکت‌های تعاونی دانش‌بنیان ایجاد می‌کند. هنگام طراحی یک ابتکار نوآوری شرکت باید تصمیم بگیرد که چقدر بر ارضای سه نیاز روان‌شناختی کارکنان شامل ایجاد انگیزه، شایستگی حرفه‌ای و ارتباط‌های راهبردی تأکید کند. هنگام انجام این کار، شرکت‌ها معمولاً با تنش بین سطح خودتعیین‌گری که به کارکنان شرکت‌کننده اعطا می‌کنند و نیاز به جهت دادن به کارکنان برای همسو کردن تلاش‌های نوآوری خود با اهداف کل شرکت مواجه می‌شوند. پیشنهاد می‌شود که مدیران سطح ایجاد انگیزه، شایستگی حرفه‌ای و ارتباط‌های

راهبردی را با دو ویژگی کلیدی محیط سازمانی یک شرکت - سبک رهبری و جهت‌گیری بازار - در تعامل قرار دهند تا بر عملکرد نوآوری تأثیر بگذارد.

در نهایت، یافته‌های این پژوهش، بر جنبه منحصربه‌فرد محیط سازمانی یعنی جهت‌گیری استراتژیک شرکت اشاره می‌کند. با تمرکز بر نوآوری مشتری‌محور ناشی از ابتکارات نوآوری کارکنان، تجاری‌سازی یک شرکت مشخص می‌گردد. این امر نشان می‌دهد که طراحی ابتکارات نوآوری مردمی برای ارضای نیازهای روان‌شناختی ذاتی، مستلزم نگاهی به «محیط نهادی» فراتر از فضای کاری سنتی کارمند - رهبر است تا بتواند شرکت دانش‌بنیان را نیز در برگیرد. یافته‌های این پژوهش همچنین به جریان تحقیقاتی در حال گسترش در مورد محرک‌های موفقیت نوآوری در سطح شرکت کمک می‌کند. اثرات تعاملی که این مطالعه به دست می‌دهد، نیازمند رویکردی یکپارچه‌تر است که از مرزهای انضباطی عبور می‌کند. این که تأثیر بازار‌گرایی فراتر از حوزه بازاریابی در شرکت گسترش می‌یابد، به خوبی درک شود و به‌طور طولانی در بازاریابی مورد مطالعه قرار گیرد. یکی از راه‌های انجام این کار این است که به کارمندان اجازه داده شود تیم‌های خود را جمع کنند یا در مورد مسیر پروژه‌های خود تصمیم بگیرند. در عین حال، شرکت‌ها باید مزایای افزایش خلاقیت و بینش بازار را با معایب احتمالی آن یعنی خطر دور شدن کارکنان از اهداف کل شرکت بسنجند.

مشارکت نویسندگان

المیرا نظری: (مفهوم‌پردازی، روش‌شناسی، بررسی اطلاعات و پایش و بازبینی و ویرایش)

یونس وکیل الرعایا: (مفهوم‌پردازی، روش‌شناسی، بررسی اطلاعات و پایش، بازبینی و ویرایش و نظارت و سرپرستی)

فرشاد فائزی رازی: (مفهوم‌پردازی، روش‌شناسی، بررسی اطلاعات و پایش و بازبینی و ویرایش)

قدردانی و تشکر

این مقاله تحت حمایت هیچ سازمان و ارگانی قرار نگرفته است.

References

- Alimaradian, M., Abbasi, H. (2020). *Investigating the effect of perceived altruistic leadership on employees' innovation, with the mediating role of knowledge sharing behavior and the pleasure of helping others*. the 6th National Conference of Sports Sciences and Physical Education of Iran, Tehran. (In Persian).
- Barham, H., Dabic, M., Daim, T., & Shifrer, D. (2020). The role of management support for the implementation of open innovation practices in firms. *Technology in Society*, 63, 101282.
- Brunet, J., Price, J., & Harris, C. (2022). Body image in women diagnosed with breast cancer: a grounded theory study. *Body Image*, 41, 417-431.
- Chesbrough, H. (2006). *Open business models: How to thrive in the new innovation landscape*. Harvard Business Press.
- Chesbrough, H. W. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business Press.
- Chia-huei Wu, C. H., de Jong, J. P., Raasch, C., & Poldervaart, S. (2020). Work process-related lead users as an antecedent of innovative behavior and user innovation in organizations. *Research Policy*, 49(6), 103986.
- Frese, M., Rousseau, D. M., & Wiklund, J. (2014). The emergence of evidence-based entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and Practice*, 38(2), 209-216.
- Gassman, O., & Enkel, E. (2004, July). Towards a theory of open innovation: three core process archetypes. In *Proceedings of the R&D Management Conference* (pp. 6-9).
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1965). Discovery of substantive theory: A basic strategy underlying qualitative research. *American Behavioral Scientist*, 8(6), 5-12.
- Goulding, C. (2002) *Grounded Theory: A Practical Guide for Management, Business and Market Researchers*. London: Sage Publications.
- Grégoire, D. A., Barr, P. S., & Shepherd, D. A. (2010). Cognitive processes of opportunity recognition: The role of structural alignment. *Organization science*, 21(2), 413-431. <https://doi.org/10.1287/orsc.1090.0462>.
- Jugend, D., Fiorini, P. D. C., Armellini, F., & Ferrari, A. G. (2020). Public support for innovation: A systematic review of the literature and implications for open innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 156, 119985.
- Khalid, S., & Sekiguchi, T. (2018). The role of empathy in entrepreneurial opportunity recognition: An experimental study in Japan and Pakistan. *Journal of Business Venturing Insights*, 9, 1-9.
- Kim, M. Y., Park, S. M., & Miao, Q. (2017). Entrepreneurial leadership and organizational innovation: Improving attitudes and behaviors of Chinese public employees. In *Public service innovations in China* (pp. 151-184). Palgrave, Singapore.
- Manuj, I., & Pohlen, T. L. (2012). A reviewer's guide to the grounded theory methodology in logistics and supply chain management research. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*.
- Ndubisi, N. O., & Agarwal, J. (2014). Quality performance of SMEs in a developing economy: direct and indirect effects of service innovation and entrepreneurial orientation. *Journal of Business & Industrial Marketing*.
- Newman, A., Herman, H. M., Schwarz, G., & Nielsen, I. (2018). The effects of employees' creative self-efficacy on innovative behavior: The role of entrepreneurial leadership. *Journal of Business Research*, 89, 1-9.
- Obschonka, M., & Audretsch, D. B. (2020). Artificial intelligence and big data in entrepreneurship: a new era have begun. *Small Business Economics*, 55(3), 529-539.
- Ojala, A. (2016). Business models and opportunity creation: How IT entrepreneurs create and develop business models under uncertainty. *Information Systems Journal*, 26(5), 451-476.
- Park, J. S. (2005). Opportunity recognition and product innovation in entrepreneurial hi-tech start-ups: a new perspective and supporting case study. *Technovation*, 25(7), 739-752.
- Park, Y. W., Amano, T., & Moon, G. (2012). Benchmarking open and cluster innovation: case of Korea. *Benchmarking: An international journal*, 19(4/5), 517-531.
- Renko, M., El Tarabishy, A., Carsrud, A. L., & Brännback, M. (2015). Understanding and measuring entrepreneurial leadership style. *Journal of small business Management*, 53(1), 54-74.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research*. Sage publications.

- Surie, G., & Ashley, A. (2008). Integrating pragmatism and ethics in entrepreneurial leadership for sustainable value creation. *Journal of Business Ethics*, 81(1), 235-246.
- Testa, S., & Frascheri, S. (2015). Learning by failing: What we can learn from un-successful entrepreneurship education. *The International Journal of Management Education*, 13(1), 11-22.
- Vakil Alroaia, Y. (2021). Open innovation and SMEs: providing a model for business development (an application on Iranian industrial park). *Journal of Applied Research on Industrial Engineering*.