

توسعه مدل نگرش کارآفرینانه در کارکنان سازمانهای آموزش و پرورش کشور

نجیب زنگی^۱، محمود رضا مستقیمی^{۲*}، سامره شجاعی^۳، فریدون آزما^۴

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۴/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۶/۱۶

چکیده

هدف: تحقیق حاضر با هدف توسعه مدل نگرش کارآفرینانه در بخش دولتی بود.

روش: تحقیق حاضر از نظر هدف بنیادی و رویکرد کاربردی دارد و روش تحقیق آمیخته بود و برای شناسایی شاخص‌های نگرش کارآفرینانه از الگوی تحلیل محتوا (کیفی) استفاده شده و روابط بین متغیرهای تحقیق و ارزش آنرا از روش معادلات ساختاری بدست آمد. جامعه آماری بخش کیفی شامل خبرگان و اساتید دانشگاه در حوزه کارآفرینی دولتی در ایران بودند و روش نمونه‌گیری در این تحقیق از نوع روش نمونه‌گیری گلوله برفی بود. بدین صورت که جمع‌آوری داده‌ها تا رسیدن به نقطه اشباع ادامه پیدا کرد که تعداد آن ۱۸ نفر بودند و همچنین جامعه آماری در بخش کمی شامل مدیران و کارکنان سازمان‌های آموزش و پرورش کشور بودند و روش نمونه‌گیری در این بخش از نوع تصادفی ساده بود که تعداد حجم نمونه بر اساس جدول مورگان ۳۱۳ نفر بود. روش و ابزار گردآوری اطلاعات در بخش کیفی بصورت مصاحبه نیمه ساختار و در بخش کمی بصورت پرسشنامه محقق ساخته بود. با استفاده از نرم افزار لیزرل مدل تحقیق سنجش و برازش شد.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که مدل تحقیق برای ضرایب تی بالای $1/96 \pm$ تا $2/58 \pm$ در سطح $0/05$ معنی دار می‌باشند و ضرایب تی بالاتر از $2/58 \pm$ در سطح $0/01$ معنی دار هستند. ضرایب مسیر و واریانس تبیین شده متغیرهای تحقیق و شاخص‌های برازش بدست آمده برای مدل آزمون شده نشان می‌دهد که شاخص RMSEA در مدل برآورد شده با میزان $0/064$ از سطح قابل قبولی برخوردار بوده و دیگر شاخص‌ها مانند NFI ، GFI ، CFI و $AGFI$ به ترتیب برابر با $0/97$ ، $0/94$ ، $0/95$ و $0/92$ همگی در سطح مناسبی هستند.

نتیجه‌گیری: بنابراین مشخصه‌های نکویی برازش نشان می‌دهد داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی این مدل برازش مناسبی دارد.

کلیدواژه‌گان: توسعه مدل، نگرش کارآفرینانه، بخش دولتی، روش معادلات ساختاری.

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، گروه مدیریت، واحد علی‌آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آبادکتول، ایران.

^۲ گروه مدیریت دولتی، واحد علی‌آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آبادکتول، ایران (نویسنده مسئول) Mostaghimi@aliabadiu.ac.ir

^۳ گروه مدیریت دولتی، واحد علی‌آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آبادکتول، ایران.

^۴ گروه مدیریت، واحد علی‌آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آبادکتول، ایران.

مقدمه

نگرش مانند احساس ذاتی و فطری نیست، بلکه آموختنی و اکتسابی می باشد. انسان در محیط های مادی، اجتماعی و فرهنگی با موارد تازه ای برخورد می کند و نسبت به آنها دارای عقاید و احساسات تازه ای می شود که این موارد به شکل گیری نگرش هایی در او منجر می شود و آمادگی و تمایل پیدا می کند که به نحو خاصی در برخورد با آنها رفتار کنند (فاطمی اصل، ۱۳۹۷). داشتن نگرشهای خاص منجر به فعالیت های بیشتر در زمینه کارآفرینی می گردد. نگرش کارآفرینانه، نگرشی محسوب می شود که اجزای انگیزه پیشرفت، مرکز کنترل درونی، عزت نفس و خلاقیت را در ترکیبی با ابعاد سه گانه نگرش (شناختی، احساسی و رفتاری) دارا می باشد (متنی و همکاران، ۱۳۹۷). نگرش کارآفرینانه مجموعه ای از روش ها، اقدامات، و سبک های تصمیم گیری است که می توان از آن برای ایجاد نوآوری استفاده کرد. نگرش کارآفرینانه مفهومی چندبعدی است و نشان دهنده تمایل سازمان و یا فرد برای حفظ مزیت رقابتی و رقابت تهاجمی از طریق خطرپذیری و نوآوری در مقابل سایر رقبای تجاری است (رجبی دازینی و همکاران، ۱۳۹۷).

نگرش کارآفرینی با انگیزه های کارآفرینی رابطه ای تنگاتنگ دارد. انگیزه ها، عامل های درونی هستند که در ایجاد نیرو، سازمان و الگوهای خاص رفتاری نقش مهمی را انجام می دهند. انگیزه ها برای بقاء و پیشرفت موجود زنده دارای اهمیت بسیار است. عوامل انگیزشی برای راه اندازی کسب و کار جدید از یک کشور به کشور دیگر، از یک زمان به زمان دیگر، از یک جنسیت به جنسیت دیگر و بالاخره از یک طبقه اجتماعی به طبقه اجتماعی دیگر متفاوت است. نیاز به استقلال، اعتماد به نفس، انگیزه پیشرفت، پیشگامی، جاه طلبی (مثبت)، انرژی - پشتکار، غرور (مثبت)، اراده و سخت کوشی از مهمترین انگیزه های کارآفرینی به شمار می روند (صادقی، ۱۳۹۶).

نگرش بهترین پیش بینی کننده گرایش های کارآفرینانه است. نگرش آموختنی است و بر پایه آموزش های خانوادگی، محیط اجتماعی، و کار پدید می آید. نتایج تحقیقات، نشانگر این است که فرایندها و برنامه های آموزشی خاص می تواند با تغییر بینش و نگرش افراد و تجهیز آن ها به دانش و مهارت های خاص، یک کارآفرین بالقوه را به کارآفرین بالفعل تبدیل کند. آموزش های کار آفرینی موجب می گردند تا نگرش افراد تغییر کند و به سمت رفتار کار آفرینانه و اشتغالی سوق یابد (صفری جعفرلو و همکاران، ۱۳۹۶). با ایجاد نگرش کارآفرینانه می توان به عنوان شرط لازم برای بروز رفتار کارآفرینانه و متعاقب آن خود اشتغالی از سوی آنان گامی هرچند کوچک در تحقق توسعه کارآفرینی برداشت (محمدکاظمی و همکاران، ۱۳۹۶).

امروزه در بحث های کارآفرینی باید همه زمینه ها و جوانب را به طور همزمان ببینیم از این رو یکی از مولفه های اثرگذار در فرآیند کارآفرینی نقش دولت می باشد که با سیاست گذاری ها توانسته اند حرکت جامعه را به سمت و سوی کارآفرینی سوق دهند یا حتی به عنوان مانع عمل کنند (سعیدی و همکاران، ۱۳۹۶). از سوی دیگر یکی از عوامل مهم و حیاتی برای فعالیت های کارآفرینانه وجود محیط مناسب و بسترهای اقتصادی و اجتماعی سازگار می باشد که متأسفانه در ایران آماده سازی نشده و ساختارهای اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی جامعه ما، امکان پرورش و حمایت از چنین افراد نخبه و کارآفرین را مهیا نمی سازد. جای هیچ تردیدی نیست که مهمترین سرمایه های هر کشوری نیروی انسانی و آحاد جامعه آن کشور می باشند. افرادی که قادراند اهرم های رشد را برای حرکت و پیشرفت ماشین توسعه، به کار ببندازند و پیشروان اقتصاد گردند (وئوقی نیری و همکاران، ۱۳۹۶).

با توجه به اینکه دولت نقش حیاتی در موفقیت اقتصادی کشورهای توسعه یافته ایفا نموده است و از سوی دیگر در ایران نیز بخش اعظم اقتصاد دولتی است بنابراین نگرش نخبگان دولتی، نوع رابطه ی دولت با نیروهای اجتماعی - اقتصادی جامعه، در شناخت سیاستگذاری درست در زمینه توسعه می تواند کارساز باشد (گلرد و همکاران، ۱۳۹۶). بی شک دگرگونی فرهنگی و تغییر سیاست های اعمالی دولت، یکی از راهکارهایی است که می تواند در بهینه سازی ساختار اقتصادی و اجتماعی جامعه ما مفید واقع شود و توان این مملکت را از قوه به فعل در آورد.

حال برای بررسی وضعیت کارآفرینی در دولت های مختلف باید گفت که با توجه به ضرورت و اثر بخشی توسعه و ترویج کارآفرینی در اعتلای اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی کشور و مشروعیت بخشی به آن در قوانین اساسی و عادی، طرح های

مختلفی در برخی از وزارتخانه‌ها و سازمان‌های دولتی به اجرا درآمده که با هدف توسعه فرهنگ کارآفرینی و تشویق و ترغیب آحاد افراد جامعه به ایده‌های خلاق، به حمایت از کارآفرینان برخاسته است.

از جمله این طرح‌ها می‌توان به مواردی اشاره نمود: طرح کاراد، طرح کاد، طرح خوداشتغالی، طرح‌های بانک کشاورزی و... اما به نظر می‌رسد مانع بزرگ در مسیر توسعه کارآفرینی در ایران رانته بودن منبع درآمد دولت است که از بعد سیاسی، رایج‌ترین استدلال این است که دولت رانته با برخورداری از درآمدهای عظیم نفتی از درآمدهای مالیاتی بی‌نیاز بوده، و به جای این که برای درآمدهای خود به مردم وابسته شود این مردم هستند که به امتیازات ناشی از رانته نفتی دولت وابسته می‌گردند؛ نتیجه‌ی این امر استقلال دولت از گروه‌های اجتماعی می‌باشد. با توجه به مطالب ذکر شده هدف از پژوهش حاضر توسعه مدل نگرش کارآفرینانه در بخش دولتی می‌باشد.

کارآفرینی: بر اساس تعریف مفهومی شین و ونکاترامن (۲۰۰۰)، کارآفرینی «فعالیتی است شامل، کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها به منظور معرفی کالا و خدمات جدید، روش‌های سازماندهی، بازارها، فرآیندها، و مواد خام جدید از طریق سازماندهی نو و بدیع که قبلاً وجود نداشته است.» با وجود آنکه این تعریف یک تعریف مفهومی خوب برای کارآفرینی است اما عملیاتی کردن این تعریف در تحقیقات تجربی بسیار مشکل است (جیانگ^۱، ۲۰۱۲). سعیدی^۲ کارآفرینی را فرآیندی می‌داند که فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید به معرفی محصول یا خدمت جدیدی و یا بهبود ساختار تولید، که توأم با پذیرش مخاطرات مالی، روانی و اجتماعی و دریافت منابع مالی و رضایتمندی شخصی و استقلال می‌باشد، مبادرت می‌ورزد (پاشاپور خوئی، ۱۳۹۵). کارآفرینی از منظر دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۳ عبارت است از هرگونه تلاش در کسب و کار جدید و یا ایجاد سرمایه‌گذاری جدید از قبیل خوداشتغالی، سازماندهی کسب و کار و یا گسترش کسب و کار موجود توسط یک فرد، یک تیم در کسب و کار از پیش تاسیس شده (گزارش سالانه دفتر دیده‌بان جهانی کارآفرینی، ۲۰۱۵).

از دیدگاه هاتن^۴ (۲۰۱۵) کارآفرینی فرآیند شناسایی فرصت‌ها بر اساس نیازهای بازاریابی و عرضه برای رفع نیاز بازار با در نظر گرفتن خطرات احتمالی می‌باشد. از دیدگاه وی کارآفرین نیازمند به دیدگاهی برای کشف فرصت‌ها و داشتن توانایی برای سرمایه‌گذاری بر روی آن‌ها می‌باشد (نویسنسکی^۵ و همکاران، ۲۰۱۸).

یکی از مزایای کارآفرینی برای جامعه، اشتغال‌زایی است. مطالعات نشان می‌دهد کارآفرینی تاثیر مستقیمی بر نرخ اشتغال دارد. این تاثیر بسیار چشم‌گیر است، به طوری که در امریکا ایجاد کسب و کارهای جدید، یک چهارم میزان رشد اشتغال‌زایی را تشکیل می‌دهد (هچاواریا^۵، ۲۰۱۵). با توجه به مشکلات اقتصادی در کشور و بالا بودن نرخ بیکاری، سیاست‌گذاران در طی سالیان اخیر تلاش کرده‌اند تا با گسترش کارآفرینی، به افزایش اشتغال در سطح جامعه کمک کنند (زارعی، ۱۳۸۹). مطالعات نشان می‌دهند، کارآفرینی موجب افزایش سطح نوآوری در جامعه می‌شود. شرکت‌های کارآفرین، ساختاری چابک داشته و این توان را دارند که به خوبی نیازها و خواسته‌های مصرف‌کنندگان را شناسایی کنند و با روش‌ها و محصولات نوآورانه، آنها را برآورده سازند (نصیری زنگ‌آباد، ۱۳۹۵). فواید ذکر شده برای کارآفرینی، منجر به افزایش سطح رفاه در جامعه خواهد شد. یکی از اهداف اصلی دولت‌ها، رسیدن جامعه به رفاه است. کارآفرینی می‌تواند در دستیابی به این هدف کمک شایانی کند (منتی، ۱۳۹۷).

نگرش کارآفرینانه: نگرش یا گرایش ذهنی عبارت است از احساس موافق یا مخالفی که موجود آدمی بنا به احساس و اندیشه اکتسابی پیشین خود نسبت به شخصی، شیئی و یا امری واکنش نشان می‌دهد. هرآنچه که خوب یا بد، زشت یا زیبا تلقی می‌شود، خواه شیئی مادی، یک شخص، گروهی از افراد، شیوه رفتار و... باشد، آن را موضوع یا مورد نگرش می‌نامند (غیائی، ۱۳۹۵).

¹ Jiang

² Global Entrepreneurship Monitoring

³ Hatten

⁴ Nowinski

⁵ Hechavarria

نگرش کارآفرینی به این معناست که از نظر شخص کارآفرین تا چه اندازه ایجاد کسب و کار جدید، جذاب به نظر می آید. آموزشهای کارآفرینی موجب تغییر نگرش کارآفرینانه افراد شده و این خود نقطه اتکایی است تا از طریق این آموزشها بتوان نگرش کارآفرینانه افراد را تقویت کرد و به سمت رفتار کارآفرینانه سوق داد (علیرضایی، ۱۳۹۲). فرآیندها و برنامه های آموزشی خاص می تواند با تغییر بینش و نگرش افراد و تجهیز آنها به دانش و مهارتهای خاص، یک کارآفرین بالقوه را به کارآفرین بالفعل تبدیل کند. قصد و تصمیم به کارآفرینی اولین قدم در فرآیند کارآفرینی و بروز رفتارهای کارآفرینانه است. در نتیجه شرط لازم برای بروز رفتارهای کارآفرینانه، داشتن نگرشهای کارآفرینانه و قصد کارآفرینی است (کاظمی، ۱۳۹۶).

بر اساس الگوی نگرشی ارائه شده توسط روبرت^۱ و همکاران (۲۰۱۸) آنچه که در زمینه ی کارآفرینی قابل بحث می باشد، موضوع نگرش هاست. در دیدگاه آنها احتمال اینکه فرد با یک سری نگرش های خاص به سمت کارآفرینی متمایل شود، زیاد می باشد. آنها در رویکرد خود به بیان چهار مورد از عواملی که می تواند نگرش افراد را به سمت کارآفرینی بر انگیزد، می پردازند (شیری و همکاران، ۱۳۹۴). به عقیده ی آنها، نگرش ها در مقایسه با ویژگیهای شخصیتی و دموگرافیک پیش بینی کننده ی بهتری هستند. هم چنین نگرشها آموخته می شوند و ضمن اینکه تا حدی به نحوه ی تربیت، ارزشهای خانوادگی، محیط کاری و اجتماعی بستگی دارند، در طی زمان و در تعاملات فرد با دیگران و محیطهای مختلفی که فرد در آن زندگی و کار می کند، قابل تغییر می باشند (عباسی و همکاران، ۱۳۹۷). نگرشهای کارآفرینانه به وسیله توفیق طلبی، نوآوری، استقلال طلبی، اعتماد به نفس (عزت نفس) و شناسایی فرصت اندازه گیری می شود (ایوا، ۲۰۱۵). براون هیلدر^۲ و همکاران (۲۰۱۹) معتقدند که چهار نگرش کارآفرینانه مهم عبارتند از: توفیق طلبی، اعتماد به نفس، استقلال طلبی و خلاقیت که برای اندازه گیری این نگرش ها از ابزار استفاده می شود.

کارآفرینی در بخش دولتی: به نظر هچاواریان^۳ (۲۰۱۵)، کار آفرینی در بخش دولتی راه کاری است برای خلق ارزش، ثروت و مزیت رقابتی پایدار. کار آفرینی در سازمانهای دولتی به دلیل تغییرات محیطی، رواج یافته است؛ چرا که این سازمان ها با مسائل زیادی روبه رو شده اند که هم ماهیت اقتصادی و هم ماهیت ایدئولوژیکی دارند. این تغییرات سازمانهای دولتی را مجبور ساخته است که فعالیتهای خود را نوسازی و ارزیابی مجدد کنند (محسنی عادل، ۱۳۹۲). تغییرات، فعالیت های بخش دولتی را به طرف مفاهیم مشتری گرایی، سیستم بازار آزاد، پاسخ گویی و کارایی سوق داده است. بخش دولتی به دنبال نوعی کار آفرینی است که نمونه ی آن در بخش بازرگانی استفاده می شود. بخش دولتی به دلیل نوگرایی به کار آفرینی روی نیآورده است بلکه هدف اصلی آن پاسخ به تغییرات محیط است. در سازمان های دولتی نیز مانند سازمان های تجاری، عوامل ضروری و سازمانی تأثیر گذاری وجود دارند که می توانند سازنده ی فضای مناسب برای پرورش کار آفرینی باشند. با توجه به این که در کشورهای در حال توسعه بیشتر فعالیت ها در اختیار بخش دولتی است و ناکارآمدی بخش دولتی آهنگ رشد کل جامعه را کاهش می دهد (بن ۴، ۲۰۱۷).

در بخش دولتی، کار آفرینی ممکن است به عنوان گرایش بازرگانی، شایستگی مدیریتی و اثربخشی هزینه در نظر گرفته شود. در نظریه ی شومپیتر، فرایند کار آفرینی بر خلق نظرها و اقدام های جدید تأکید می کند و کار آفرینی نه تنها تعیین اهداف بلکه روش های رسیدن به آنها را نیز در بر می گیرد. همان طور که در بخش بازرگانی، کار آفرینی به دنبال راهی برای یافتن منابع کم هزینه برای به دست آوردن منافع است، در بخش دولتی نیز کار آفرینی بدنبال تخصیص منابع قابل دسترس برای حصول منافع اجتماعی با بهترین عملکرد است (فلاح حقیقی، ۱۳۹۶).

از نظر گریگوریو (۲۰۰۵) کارآفرینی در بخش عمومی چارچوبی تحلیلی است از مدیریت های محلی. کار آفرینی دولتی یک روش افزایش کارایی و اثربخشی مدیریت دولتی است (دانایی فرد، ۱۳۹۱). سازمان های امروزی برای حفظ موجودیت خود و در

¹ Robert

² Brownhilder

³ Hechavarria

⁴ Ben

چالش با هنجارهای موجود به عواملی نظیر توانایی، خلاقیت و نوآوری منابع انسانی خود وابسته‌اند. با پیشرفت سریع صنایع در عرصه‌های رقابت‌های جهانی، اهمیت تفکر و فرایندهای کارآفرینانه در سازمان‌ها بیش از پیش مورد تاکید قرار می‌گیرد و مدیران و برنامه‌ریزان سازمان‌ها برای بقا و رشد و پیشرفت و مقابله با مشکلات سازمان به فراهم آوردن بستری مناسب برای ایجاد و پرورش روحیه کارآفرینی در کارکنان نیاز دارند (حسینی، ۱۳۹۴). مسائل امروز سازمان‌ها با راه‌حل‌های دیروز حل شدنی نیست و پیش‌بینی آینده، مشکلات آتی را حل نمی‌کند بلکه باید برای پیش‌سازی آینده اقدام کرد. امروزه شرایط محیطی و قوائد بازی، رقابت به حدی بی‌رحم، پویا و نامطمئن شده است که سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند با اندکی افراد خلاق و کارآفرین و یا اجرای چند طرح کارآفرینانه بر رقبای کوچک، چابک، منعطف، نوآور، فرصت‌گرا و کم‌هزینه فایز آیند. آن‌ها باید شرایطی را فراهم کنند تا همه کارکنان ضمن پیدا کردن روحیه کارآفرینی، بتوانند به راحتی به صورت فردی و یا گروهی و به طور مستمر، فعالیت‌های کارآفرینانه خود را به اجرا در بیاورند. این امر مستلزم شناخت، تبیین و تشریح مفهوم و فرآیند کارآفرینی سازمانی است (درودیان، ۱۳۹۱).

وظیفه دولت کارآفرین است که یک چارچوب سازمانی تعیین کند تا بوروکرات‌ها و کارگزاران بتوانند به صورت کارآفرین عمل کنند و تقاضا برای نوآوری و استقلال و پاسخ‌گویی زیاد شود. ارائه خدمات عمومی در سطح خرد منجر به افزایش تقاضا برای مشتری‌مداری می‌شود که در این صورت بهبود بهره‌وری و حرفه‌گرایی در سازمان‌های دولتی ضروری است (مندی، ۱۳۹۷). غفرانی و همکاران (۱۴۰۱) این تحقیق با هدف ارائه مدل مدارس کارآفرین با محوریت توسعه شایستگی‌های کارآفرینانه دانش‌آموزان مقطع متوسطه صورت گرفته است. روش تحقیق از منظر هدف، کاربردی و بر اساس گردآوری اطلاعات، کیفی با استفاده از روش نظریه داده‌بنیاد می‌باشد. با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی، با ۱۴ نفر از متخصصان و خبرگان آگاه به مباحث آموزش کارآفرینی و دست‌اندرکاران اجرای آموزش کارآفرینی در مدارس، مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته صورت گرفت و داده‌ها با استفاده از کدگذاری باز، محوری و انتخابی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. الگوی پارادایمی حاصل بر اساس پدیده محوری (شایستگی کارآفرینانه) متأثر از شرایط علی، شرایط زمینه‌ای و متغیرهای مداخله‌گر به همراه راهبردهای کنش و واکنش و پیامدهای ایجاد مدارس کارآفرین در مقطع متوسطه شکل گرفت.

حسین زاده نباتی و همکاران (۱۴۰۰) این تحقیق با هدف بررسی رابطه نگرش به درس کار و فناوری با نگرش فناورانه و کارآفرینی دانش‌آموزان مقطع متوسطه ناحیه یک تبریز انجام شد. هدف این مطالعه بررسی رابطه نگرش به درس کار و فناوری با نگرش فناورانه و کارآفرینی دانش‌آموزان مقطع متوسطه منطقه یک تبریز در سال تحصیلی ۱۳۹۸-۱۳۹۷ است. روش این مطالعه از نوع همبستگی با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش حداقل مربعات انجام می‌شود. این روش الگو را در دو مرحله آزمایش می‌کند که شامل آزمون اندازه‌گیری و الگوی ساختاری است. مدل اندازه‌گیری، اعتبار و روایی ابزارهای اندازه‌گیری و ساختارهای تحقیق را بررسی کرده و الگوی ساختاری فرضیه‌ها و روابط متغیرهای نهفته را آزمایش می‌کند. جامعه آماری این پژوهش را ۱۵۳۸۶ دختر و پسر دبیرستانی منطقه یک تبریز تشکیل می‌دادند که در سال تحصیلی ۱۳۹۸-۱۳۹۷ مشغول به تحصیل بودند. نمونه به روش نمونه‌گیری تصادفی متناسب (کلاس هفتم، هشتم، نهم) انتخاب شد و از آنجا که پرسش‌نامه اصلی دارای ۴۰ مولفه بود، ۱۰ نفر برای هر مولفه و ۴۰۲ نفر در کل انتخاب شدند. داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه نگرش به فناوری لی و کو (Liou & Kuo) 2014، پرسش‌نامه نگرش کارآفرینانه آتاید (۲۰۰۹) و پرسش‌نامه محقق ساخته نگرش به کار و فناوری جمع‌آوری شد. برای آزمون فرضیه‌ها از تحلیل معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Smart PLS 3 استفاده گردید. یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد بین برنامه درسی کار و فناوری، نگرش به فناوری و نگرش به کارآفرینی، رابطه تنگاتنگی وجود دارد. فرضیه‌ها در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۱ و بالا تر بودن آماره t از ۱/۹۶، معنی‌دار هستند. نگرش به درس کار و فناوری، ۰/۴۴ خودکارآمدی یادگیری فناوری، ۰/۵۶ ارزش یادگیری فناوری، ۰/۵۶ راهبرد های یادگیری فناوری، ۰/۶۳ جهت‌گیری هدف یادگیری فناوری، ۰/۶۴ محرک محیط یادگیری فناوری، ۰/۵۴ ایجاد خودتنظیمی یادگیری فناوری، ۰/۶۸ پیاده‌سازی خودتنظیمی یادگیری فناوری، ۰/۴۰ رهبری دیگران، ۰/۵۶ دستاورد، ۰/۳۰ کنترل شخصی، ۰/۴۲ خلاقیت، ۰/۳۸ ابتکار دانش‌آموزان را تبیین می‌کند. نتیجه‌گیری:

نگرش به درس کار و فناوری مولفه های نگرش فناورانه و مولفه های نگرش به کار آفرینی را تبیین می کند. اهمیت بالای نگرش مثبت به درس کار و فناوری در داشتن رابطه مثبت با مولفه های ارزشمند، خودکارآمدی، ارزش یادگیری، راهبردهای یادگیری، جهت گیری هدف، محرک محیط، ایجاد خود تنظیمی، پیاده سازی خودتنظیمی، رهبری دیگران، دستاورد، کنترل شخصی، خلاقیت و ابتکار است؛ لذا در اولویت قرار گرفتن این درس پیشنهاد می شود. دانستن عوامل نگرشی و ارتباط آن ها با موضوعات درسی می تواند به معلمان در اصلاح برنامه درسی و اثربخشی شیوه های تدریس کمک کند تا دانش آموزان در یادگیری دروس، عملکرد تحصیلی و شغلی موفق تر باشند.

خوش بخت احمدی و همکاران (۱۴۰۰) هدف از این تحقیق بررسی تاثیر نگرش و انگیزه کارآفرینی بر قصد کارآفرینی است، این تحقیق از نوع توصیفی- همبستگی است و از نظر هدف از جمله تحقیقات کاربردی می باشد، جامعه آماری پژوهش دانشجویان علوم ورزشی در مقطع تحصیلات تکمیلی و کارشناسی دانشگاه های شهر مشهد هستند. نمونه گیری به صورت در دسترس و با ارسال پرسشنامه به صورت مجازی برای ۱۵۰ نفر انجام گرفت. یافته ها حاکی از آن است دو متغیر نگرش و انگیزه کارآفرینی همبستگی معناداری با قصد کارآفرینی دارند، نگرش و انگیزه کارآفرینی ۴۶ درصد از متغیر قصد کارآفرینی را تبیین می کنند. لذا با آموزش های لازم و تشویق دانشجویان به سمت کارآفرینی میتوان انگیزه و قصد را در آنها ایجاد کرد تا با تغییر نگرش خود نسبت به مشاغل دولتی و استخدام شدن، به سمت کارآفرینی گام بردارند، توجه دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی برای تحقق این امر از الزامات می باشد تا با به کارگیری رویه های گوناگون این موضوع را در مسیر کارآفرین شدن دانشجویان محقق سازند.

دیوید و همکاران (۲۰۲۲) این تحقیق با هدف بررسی نقش نهادها در کارآفرینی نهفته و نوظهور انجام شد. با ترسیم از دیدگاه های سلسله مراتب نهادی (ویلیامسون) و تعبیه اجتماعی (Granovetter)، نقش تعبیه پذیری، نهادهای رسمی و حاکمیت را در شکل دهی به کارآفرینی پنهان و نوظهور بررسی می کنیم. ما نقش شرایط سازمانی ناهمگون - فساد، روابط اجتماعی، حقوق مالکیت و اندازه دولت - را در ۶۶ کشور بین سال های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۵ بررسی می کنیم. یافته های ما نشان می دهد که ناهمگونی شرایط نهادی و ناهمگونی نتیجه کارآفرینی مهم هستند و یکپارچه نیستند. قابل توجه است، ما متوجه شدیم که در حالی که فساد مانع کارآفرینی پنهان و نوظهور می شود، این اثر تقریباً سه برابر بیشتر برای کارآفرینی پنهان باقی می ماند. ما همچنین دریافتیم که کارآفرینان در کشورهایی با زمینه های فاسدتر تمایل کمتری برای راه اندازی و داشتن یک کسب و کار دارند.

ژانگ و همکاران (۲۰۲۱) این تحقیق با هدف بررسی عوامل تأثیرگذار و مسیرهای چندگانه کارآفرینی در شرکت های با فناوری پیشرفته انجام شد. این تحقیق ۹۳ شرکت با فناوری پیشرفته فهرست شده در سال ۲۰۱۹ در بازار سهام A چین را انتخاب می کند و به طور جامع شش متغیر را در سه سطح، یعنی ضمانت داخلی، مشوق های داخلی، و مؤسسات خارجی، از طریق تحلیل مقایسه ای کیفی فازی (fsQCA) ادغام می کند. بر این اساس، در مورد عوامل متعدد همزمان و مسیرهای مختلف محرک کارآفرینی بحث شد. نتایج نشان می دهد که (۱) یک عامل واحد لزوماً منجر به کارآفرینی بالا نمی شود. (۲) کارآفرینی بالا را می توان از چهار مسیر تحریک کرد: مکانیسم راندگی با انگیزه حقوق به عنوان اصلی و مکانیسم بازار به عنوان پشتیبان، مکانیسم محرک با مداخله دولت و مکانیسم بازار به عنوان محرک های هم افزایی، مکانیسم راندگی با عدالت و قدرت کنترل به عنوان محرک های دوگانه تحت مؤسسات خارجی، و سازوکار راندگی با نهادهای خارجی و مشوق های داخلی به عنوان رانندگان مشترک. (۳) رقابت در بازار نقشی ضروری در تحریک کارآفرینی ایفا می کند، در حالی که قابلیت مدیریت کارآفرینی را سرکوب می کند. (۴) کارآفرینی غیربالا را می توان با پنج مسیر ایجاد کرد که نسبت به پیگیربندی های کارآفرینی بالا نامتقارن هستند.

کانسترینو و همکاران (۲۰۲۰) این تحقیق با هدف درک کارآفرینی اجتماعی: یک نگرش فرهنگی در تحقیقات کسب و کار انجام شد. این تحقیق به بررسی محرک های فرهنگی کارآفرینی اجتماعی (SE)، با تمرکز بر روشی که رهبری جهانی و اثربخشی رفتار سازمانی (GLOBE) بر فعالیت کارآفرینی اجتماعی (SEA) در کشورهای مختلف تأثیر می گذارد،

می‌پردازد. پروژه نظارت بر کارآفرینی جهانی (GEM) و پروژه GLOBE به عنوان منابع داده مورد استفاده قرار گرفت. ارزش‌های فرهنگی، وابستگی منطقه‌ای و سطوح توسعه اقتصادی برای خوشه‌بندی کشورهای منتخب استفاده شد. همبستگی بین مقادیر و SEA عملیاتی برای کل نمونه، و همچنین برای هر یک از سه خوشه بررسی شد. یک همبستگی مثبت بین "برابری جنسیتی" و SEA با تعریف محدود و همبستگی منفی بین "اجتناب از عدم اطمینان" و SEA فوق‌الذکر برای همه کشورها تایید شد، در حالی که ارتباط بین "آینده‌گرایی"، "جمع‌گرایی درون‌گروهی" و عملکرد SEA تا حدی تأیید شد. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که فرهنگ برای توجیه تفاوت‌های ملی در نرخ‌های SE کافی نیست.

روش

تحقیق حاضر از نظر هدف بنیادی و رویکرد کاربردی دارد و روش تحقیق آمیخته (کیفی-کمی) بود و برای شناسایی شاخص‌های نگرش کارآفرینانه از الگوی تحلیل محتوا استفاده شد. در این تحقیق برای شناسایی مؤلفه‌های از روش داده بنیاد استفاده شد؛ و برای تعیین روابط ساختاری متغیرهای مدل و برازش مدل از مدلسازی معادلات ساختاری (SEM)؛ جامعه آماری بخش کیفی شامل خبرگان و اساتید دانشگاه در حوزه کارآفرینی دولتی در ایران بود و روش نمونه‌گیری در این تحقیق از نوع روش نمونه‌گیری گلوله برفی بود، بدین صورت که جمع‌آوری داده تا رسیدن به نقطه اشباع ادامه پیدا کرد که تعداد آن ۱۸ نفر می‌باشند و همچنین جامعه آماری در بخش کمی شامل مدیران کارآفرینی دولتی در ایران بودند و روش نمونه‌گیری در این تحقیق از نوع تصادفی ساده بود که تعداد حجم نمونه بر اساس جدول مورگان ۳۱۳ نفر بود. روش و ابزار گردآوری اطلاعات در بخش کیفی بصورت مصاحبه نیمه ساختار و در بخش کمی بصورت پرسشنامه محقق ساخته بود. در پژوهش حاضر جهت تحلیل داده‌ها و دستیابی به اهداف مذکور از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد. یکی از روش‌های آماری برای تجزیه و تحلیل اطلاعات موجود در مجموعه داده‌ها روش تجزیه عامل‌ها یا تحلیل عاملی می‌باشد. با استفاده از نرم افزار لیزرل مورد استفاده قرار گرفت، در نهایت الگوی تحقیق سنجش و برازش قرار گرفت.

پرسشنامه تحقیق: پرسشنامه محقق ساخته تحقیق با هدف توسعه مدل نگرش کارآفرینانه در بخش دولتی تهیه شده است، که شامل ۶۸ گویه است می‌باشد. نمره گذاری پرسشنامه بصورت طیف لیکرت ۵ گزینه ای می‌باشد که برای گزینه‌های «خیلی زیاد»، «زیاد»، «متوسط»، «کم»، «خیلی کم»، به ترتیب امتیازات ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ در نظر گرفته شد.

روایی و پایایی پرسشنامه: در این تحقیق برای بررسی روایی پرسشنامه‌های تحقیق از نظر خبرگان استفاده شده است و بدین منظور در ابتدا ۳۰ پرسشنامه بین پاسخ دهندگان توزیع و جمع‌آوری شد و پس از کسب نظر متخصصان، مورد تأیید قرار گرفته است و پرسشنامه‌های تحقیق از روایی برخوردار می‌باشد. همچنین پایایی تحقیق از طریق ضریب آلفای کرونباخ و تعداد گویه‌های مربوط به متغیرهای پرسشنامه انجام گردید. از آن جایی که مقدار آلفای کرونباخ بزرگتر از ۰/۷ است، لذا پرسشنامه از پایایی قابل قبولی برخوردار می‌باشد که بر اساس جدول (۱) می‌باشد.

جدول ۱. نتایج آزمون پایایی پرسشنامه

گویه‌ها	ضریب آلفای کرونباخ
مشتری مداری	۰.۷۶
مدیریت منابع	۰.۸۴
منابع مالی	۰.۷۹
عوامل اجتماعی	۰.۹۱
عوامل فناوری	۰.۸۸
سیاست گذاری دولت	۰.۸۲
معرفی کارآفرینی سازمانی	۰.۹۴
ویژگی سازمان بنگاه کارآفرین	۰.۹۱
ویژگی کارکنان بنگاه کارآفرین	۰.۹۳

۰.۸۹	ویژگی مدیران بنگاه کارآفرین
۰.۷۷	قابلیت های درون سازمانی
۰.۸۵	عملکرد سازمان
۰.۸۷	اشتغال

یافته‌ها

در مرحله کیفی ارائه الگویی برای کارآفرینی دولتی از روش تحلیل محتوای کیفی و کدگذاری نظری استفاده شده است. برای جمع آوری داده برای بخش کیفی با ۱۸ نفر از خبرگان و اساتید در زمینه کارآفرینی دولتی مصاحبه شد. در مرحله کدگذاری باز، مصاحبه‌ها پیاده سازی شده و خلاصه نویسی‌های صورت گرفته از اسناد و مدارک مورد مطالعه مجدد قرار می‌گیرد که ۱۰۰ مفهوم استخراج شد.

در بخش کدگذاری محوری کدهای بدست آمده در بخش کدگذاری آزاد مورد بررسی و مطالعه قرار می‌گیرد و کدهای مرتبط و مشابه با هم در دسته‌ها یا مقوله‌های بزرگتری دسته بندی می‌شوند. مقوله‌ها و مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها که تحت ۱۳ مقوله قرار گرفته‌اند، در جدول (۲) به تفکیک ارائه می‌شوند:

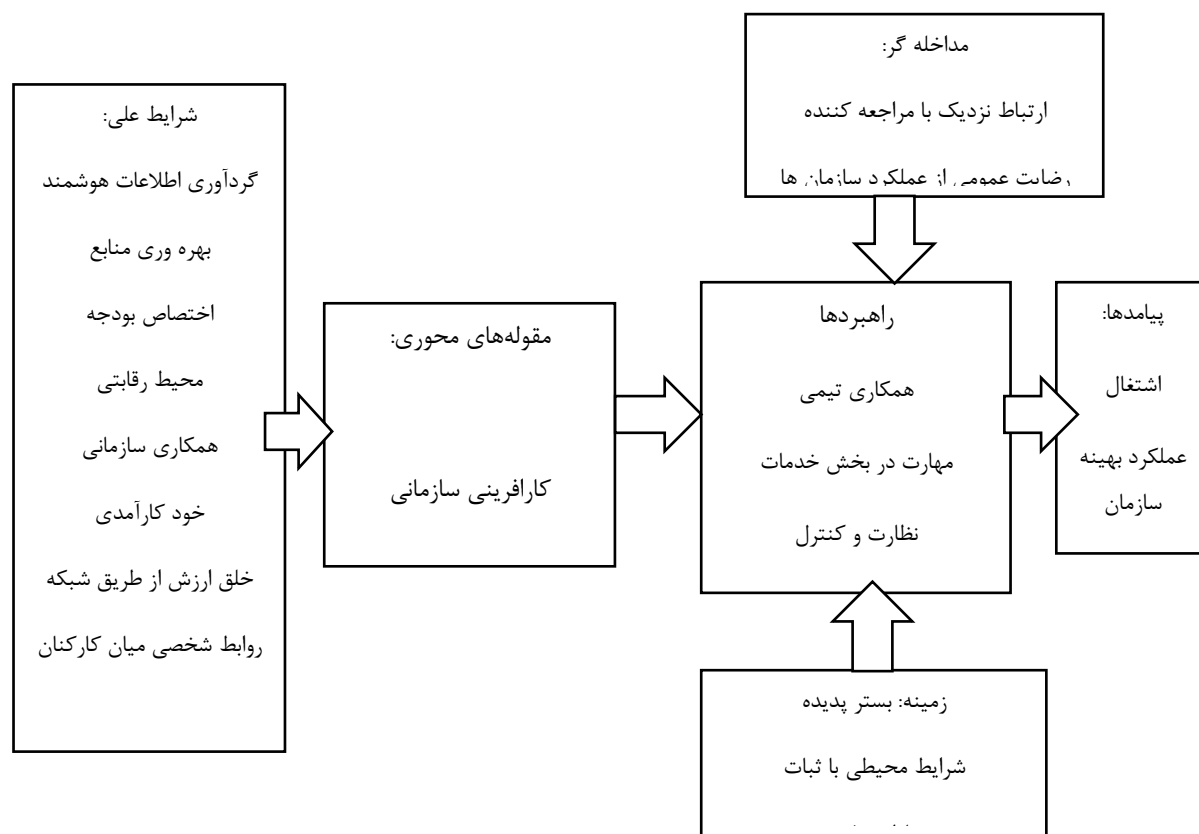
جدول ۲. مقوله‌ها و مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها

مقوله ۱: مشتری مداری	
مفاهیم	داشتن دانش درباره مراجعه کنندگان جلب رضایت مراجعه کنندگان تمرکز بر نیازهای مراجعه کنندگان شناخت نیازهای و تقاضاهای مراجعه کنندگان نزدیکی و ساخت روابط شخصی با مراجعه کننده تماس‌های مستمر با مصرف کننده ارائه و بهبود محصول با نظر مصرف کنندگان
مقوله ۲: مدیریت منابع	
مفاهیم	سازمان دهی منابع بهره‌وری منابع کنترل منابع ارتقاء کیفی منابع انسانی
مقوله ۳: منابع مالی	
مفاهیم	سرمایه در دسترس اختصاصی بودجه دسترسی به منابع ارزی
مقوله ۴: عوامل اجتماعی	
مفاهیم	مقبولیت اجتماعی رضایت گروه‌های مرتبط افزایش سود اجتماعی
مقوله ۵: عوامل فناوری	
مفاهیم	قابلیت حصول فناوری زیرساخت‌های فنی

وجود مراکز آموزش فناوری	
به روز رسانی تکنولوژی	
مقاله ۶: سیاست‌گذاری دولت	
سیاست‌های کلان دولت	
فراهم کردن شرایط محیطی باثبات	مفاهیم
سیاست‌های حمایتی	
فراهم کردن زیرساخت‌ها	
مقاله ۷: معرفی کارآفرینی سازمانی	
گردآوری اطلاعات سازمان	
نظارت بر عملکرد بازار یابی	
کانال‌های توزیع	
حضور در شبکه‌های اجتماعی	مفاهیم
خلق ارزش از طریق شبکه‌های اجتماعی	
حضور در نمایشگاه‌های تخصصی	
توانایی نفوذ در بازار	
حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی	
مقاله ۸: ویژگی‌های سازمانی بنگاه کارآفرین	
شهرت سازمانی	
اندازه بنگاه	
برندسازی شرکتی	مفاهیم
اهداف بنگاه	
ظرفیت جذب دانش	
فرهنگ سازمانی کارآفرینانه	
مقاله ۹: ویژگی‌های کارکنان بنگاه کارآفرین	
تحصیلات کارکنان	
همکاری تیمی	
دانش‌محور بودن کارکنان	مفاهیم
مهارت تولید کارکنان	
خودکارآمدی کارکنان	
قابلیت حل مسأله	
تحمل ابهام	
مقاله ۱۰: ویژگی‌های مدیران بنگاه کارآفرین	
داشتن شهرت	
خوشنامی و میزان مقبولیت	
خلق رویدادها	
تدوین راهبردهای برنامه‌ریزی، نظارت و کنترل	مفاهیم
ذهنیت کارآفرینانه	
نگرش کارآفرینانه	
مخاطره‌پذیری	
خلق ارزش	
شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه	

	خلاق و نوآور بودن	
	داشتن هوش کسب و کار	
	استقلال طلبی	
مقوله ۱۱:	قابلیت‌های درون سازمانی	
	نزدیکی و ساخت روابط شخصی با کارکنان	
مفاهیم	روابط شخصی میان کارکنان	
	جلسات دوستانه با کارکنان	
	ارتباطات غیراداری	
مقوله ۱۲:	عملکرد سازمان	
	قابلیت پاسخگوئی به رقبا	
	افزایش سهم سازمان	
مفاهیم	گسترش سازمان	
	توانایی رقابت	
	قابلیت انتخاب	
مقوله ۱۳:	اشتغال	
	افزایش اشتغال	
مفاهیم	تولید و اشتغال	

در گام بعدی تلاش گردید مقوله‌های مشابه و مقارن در تم‌های اصلی جای گیرند بر اساس اشتراک مفهومی که مقولات با یکدیگر داشتند، تم‌ها، به شکل مفاهیم انتزاعی‌تری استخراج شدند. ایجاد ارتباط بین مقوله‌های مختلف شناسایی شده را در قالب مدل پارادایم در شکل (۱) نمایش داده شده است:



شکل ۱: کدگذاری محوری بر اساس مدل پارادیمی تحقیق

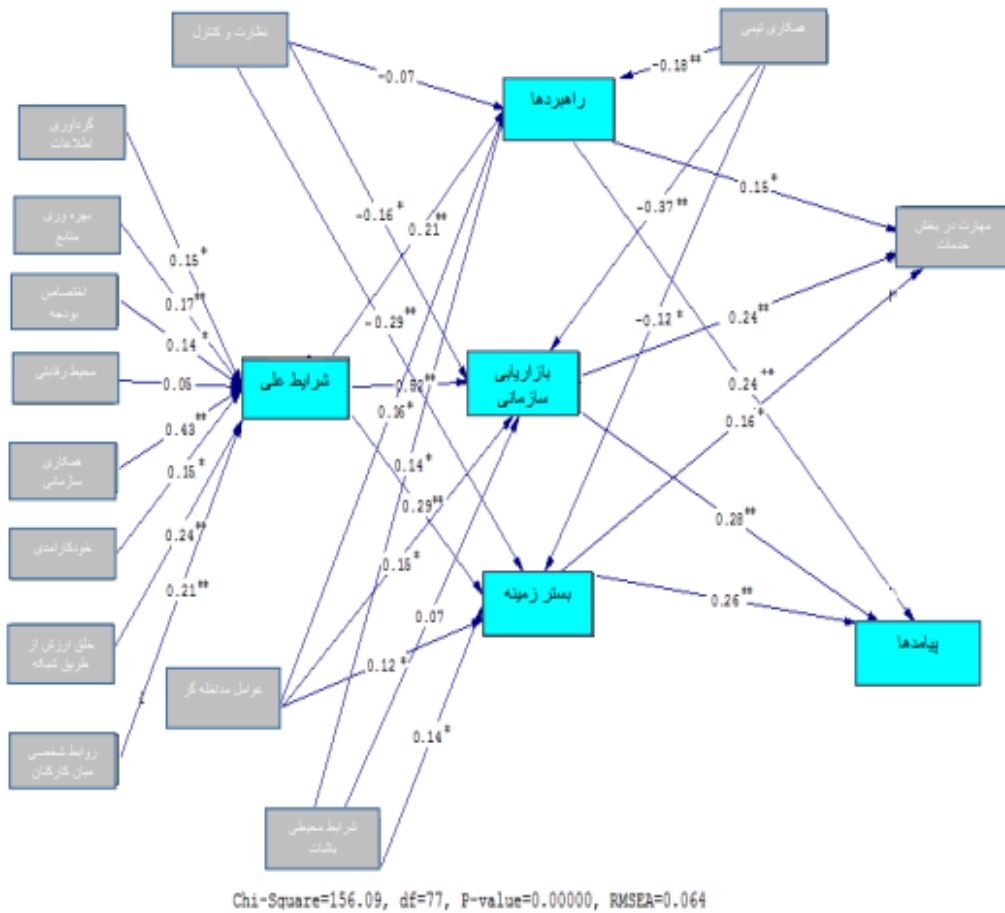
به منظور تعیین اعتبار متغیرهای شرایط علی، راهبردی، زمینه‌ای، محوری، مداخله‌گر و پیامدهای مدل از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. نتایج نشان داد تمام بارهای عاملی بالاتر از ۰/۳ هستند. همچنین شاخص‌های مربوط به آمار توصیفی برای نمونه مورد بررسی شامل میانگین و انحراف استاندارد برای متغیرهای مورد بررسی در این پژوهش آورده شده است. که در جدول (۳) آورده شده است.

جدول ۳. شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد
کارافرینی سازمانی	۳/۵۹	۰/۸۰
گردآوری اطلاعات هوشمند	۳/۰۵	۰/۹۶
بهره‌وری منابع	۳/۱۸	۰/۷۸
اختصاص بودجه	۳/۰۸	۰/۹۰
محیط رقابتی	۲/۸۵	۰/۹۳
همکاری سازمانی	۲/۷۴	۰/۹۱
خودکارآمدی	۲/۸۰	۰/۸۵
خلق ارزش از طریق شبکه	۳/۰۷	۰/۹۲
روابط شخصی میان کارکنان	۲/۸۶	۱/۰۴
همکاری تیمی	۲/۷۵	۱/۱۲
مهارت در بخش خدمات	۲/۸۲	۰/۹۶
نظارت و کنترل	۲/۹۴	۰/۹۴

فرصت محوری	۳/۳۴	۰/۸۰
شرایط محیطی با ثبات	2.59	.048
مخاطره پذیری	3.45	0.87
ارتباط نزدیک با مراجعه کننده	2.14	0.84
رضایت عمومی از عملکرد سازمان ها	3.89	0.75
اشتغال	3.48	0.84
عملکرد بهینه سازمان	2.59	0.88

در شکل (۲) و (۳) مدل آزمون شده همراه با مقادیر استاندارد شده روی هر کدام از مسیرها درج شده است. اعداد قرمز بیانگر عدم معناداری مسیر هستند. بقیه ضرایب مثبت و معنادار هستند.



شکل ۲: ضرایب استاندارد شده مدل آزمون شده تحقیق (** p < 0.05, * p < 0.01)

- ارتباط نزدیک با مراجعه کننده $0/15^{**}(2/36)$
- رضایت عمومی از عملکرد سازمان ها $0/17^{**}(2/65)$
- اشتغال $0/15^{**}(2/33)$
- عملکرد بهینه سازمان $0/24^{**}(4/32)$

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

شاخص‌های برازش بدست آمده برای مدل آزمون شده در جدول (۵) نشان می‌دهد که شاخص RMSEA در مدل برآورد شده با میزان $0/064$ از سطح قابل قبولی برخوردار بوده و دیگر شاخص برازش مانند CFI، GFI، NFI، و AGFI به ترتیب برابر با $0/97$ ، $0/94$ ، $0/95$ و $0/92$ همگی در سطح مناسبی هستند و این مشخصه‌های نکویی برازش نشان می‌دهد داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی این مدل برازش مناسبی دارد.

جدول ۵. مشخصه‌های برازندگی مدل برازش شده

ملاک	برآورد	مشخصه
$\chi^2/df < 5$	۲/۰۳	نسبت مجذور خی به درجه آزادی (χ^2/df)
$RMSEA < 0/08$	0/064	جزر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA)
$GFI > 0/9$	0/94	شاخص نکویی برازش (GFI)
$AGFI > 0/9$	0/92	شاخص تعدیل شده ی نکویی برازش (AGFI)
$CFI > 0/9$	0/97	شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)
$NFI > 0/9$	0/95	شاخص نرم شده برازندگی (NFI)

برای اولویت‌بندی مؤلفه‌های مدل از آزمون فریدمن استفاده شده است. در این آزمون پس از محاسبات لازم به هر کدام از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی یک نمره اختصاص داده شد. هر چه این نمره به دست آمده از آزمون بالاتر باشد می‌توان گفت که مؤلفه مورد بررسی از اولویت بالاتری برخوردار است. جدول ۶ رتبه بندی متغیرهای تحقیق الگوی کارآفرینی دولتی را نشان می‌دهد.

جدول ۶ رتبه‌بندی متغیرهای تحقیق

رتبه	نتیجه آزمون	مقوله‌ها
۱	۱۱/۱۲	اشتغال
۲	۱۱/۶۳	عملکرد سازمان
۳	۱۰/۱۷	قابلیت‌های درون سازمانی
۴	۸/۸۱	ویژگی‌های مدیران بنگاه کارآفرین
۵	۸/۳۸	ویژگی‌های کارکنان بنگاه کارآفرین
۶	۸/۳۳	ویژگی‌های سازمانی بنگاه کارآفرین
۷	۸/۱۸	معرفی کارآفرینی سازمانی
۸	۷/۹۴	سیاست‌گذاری دولت
۹	۷/۲۸	عوامل فناوری
۱۰	۶/۸۸	عوامل اجتماعی
۱۱	۶/۷۴	منابع مالی
۱۲	۶/۲۶	مدیریت منابع
۱۳	۶/۱۵	مشتری مداری

آماره آزمون (آزمون فریدمن)

سطح معنی‌داری	درجه آزادی	خی دو
0/001	۱۴	۵۹۵/۷۹۴

با توجه به نتایج بدست آمده برای اولویت‌بندی مؤلفه‌های مدل، اولویت‌بندی مؤلفه اشتغال با ۱۱/۱۲ رتبه اول، مؤلفه عملکرد سازمانی با ۱۱/۶۳ رتبه دوم و مؤلفه قابلیت‌های درون سازمانی با ۱۰/۱۷ رتبه سوم را در اختیار دارد و مؤلفه مشتری‌مداری با ۶/۱۵ و مؤلفه مدیریت منابع ۶/۲۶ در رتبه‌های آخر قرار دارند. همچنین آزمون خی دو با ۵۹۵/۷۹۴ با درجه آزادی ۱۴ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۱ می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر با هدف توسعه مدل نگرش کارآفرینانه در بخش دولتی می‌باشد. تجزیه و تحلیل اطلاعات در این تحقیق بر مبنای روش کدگذاری باز، محوری و گزینشی انجام شد. در مرحله کدگذاری باز، مصاحبه‌ها پیاده‌سازی شده و خلاصه نویسی‌های صورت گرفته از اسناد و مدارک مورد مطالعه مجدد قرار می‌گیرد. بدین ترتیب برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل تفسیری رویکرد مقایسه مداوم استرواس و کوربین استفاده شد. در گام اول از تحلیل اطلاعات که کدگذاری باز است ابتدا داده‌ها خط به خط خوانده و کدهای باز استخراج گردید. در بخش کدگذاری محوری کدهای بدست آمده در بخش کدگذاری آزاد مورد بررسی و مطالعه قرار گرفت و کدهای مرتبط و مشابه با هم در دسته‌ها یا مقوله‌های بزرگتری دسته‌بندی شدند. یافته‌های تحقیق برای الگوی پارادایمی بصورت عوامل ذیل دسته‌بندی شدند:

مقوله محوری: کارآفرینی سازمانی؛ که در پژوهش حاضر بازاریابی کارآفرینی سازمانی به عنوان پدیده کانونی یا مقوله محوری مطرح شده‌اند.

شرایط علی: گردآوری اطلاعات هوشمند، بهره‌وری منابع، اختصاص بودجه، محیط رقابتی، همکاری سازمانی، خودکارآمدی، خلق ارزش از طریق شبکه، روابط شخصی میان کارکنان؛ که از میان مقوله‌های موجود، گردآوری اطلاعات هوشمند، بهره‌وری منابع، اختصاص بودجه، محیط رقابتی، همکاری سازمانی، خودکارآمدی، خلق ارزش از طریق شبکه، روابط شخصی میان کارکنان، به عنوان علی تلقی می‌شوند که نقش فعال در ارائه مدلی برای کارآفرینی دولتی داشته و تا این عوامل مهیا نشوند الگوی پیشنهادی شکل نمی‌گیرد.

راهبردها: همکاری تیمی، مهارت در بخش خدمات، نظارت و کنترل؛ که منظور از راهبردها در رویکرد زمینه‌بنیاد اقدامات هدفمندی هستند که راه‌حلی برای پدیده مورد نظر فراهم می‌سازند و منجر به ایجاد پیامدها و نتایج می‌شوند. مهمترین راهبردهای اتخاذ شده در این پژوهش عبارتند از: همکاری تیمی، مهارت در بخش خدمات، نظارت و کنترل.

بستر زمینه: شرایط محیطی با ثبات و مخاطره‌پذیری؛ که شرایط بستر در پژوهش کنونی شامل شرایط محیطی با ثبات و مخاطره‌پذیری هستند.

شرایط مداخله‌گر: ارتباط نزدیک با مراجعه‌کننده و رضایت عمومی از عملکرد سازمان‌ها؛ در پژوهش حاضر ارتباط نزدیک با مراجعه‌کننده و رضایت عمومی از عملکرد سازمان‌ها به عنوان شرایط مداخله‌گر مدل پارادایمی مورد توجه قرار گرفته‌اند.

پیامدها: اشتغال و عملکرد بهینه سازمان؛ که پیامد پژوهش حاضر عبارتند از: اشتغال و عملکرد بهینه سازمان.

برای اولویت‌بندی مؤلفه‌های مدل از آزمون فریدمن استفاده شده است. در این آزمون پس از محاسبات لازم به هر کدام از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی یک نمره اختصاص داده شد. اولویت‌بندی مؤلفه اشتغال با ۱۱/۱۲ رتبه اول، مؤلفه عملکرد سازمانی با ۱۱/۶۳ رتبه دوم و مؤلفه قابلیت‌های درون سازمانی با ۱۰/۱۷ رتبه سوم را در اختیار دارد و مؤلفه مشتری‌مداری با ۶/۱۵ و مؤلفه مدیریت منابع ۶/۲۶ در رتبه‌های آخر قرار دارند. همچنین آزمون خی دو با ۵۹۵/۷۹۴ با درجه آزادی ۱۴ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۱ می‌باشد.

نتایج تحلیل عانی تأییدی نشان می‌دهد؛ که به منظور تعیین اعتبار متغیرهای شرایط علی، راهبردی، زمینه‌ای، محوری، مداخله‌گر و پیامدهای مدل از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. خروجی نرم افزار لیزرل نشان می‌دهد تمام بارهای عاملی بالاتر از ۰/۳ هستند. در شرایط علی x^2/df محاسبه شده ۲/۰۷ است، وجود x^2/df کوچکتر از ۵ نشان دهنده برازش مناسب مدل می‌باشد همچنین جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA) می‌بایستی کمتر از ۰/۰۸ باشد که در مدل

ارائه شده این مقدار برابر ۰/۰۶۶ است. میزان شاخص های GFI ، $AGFI$ ، CFI و NFI نیز باید بیشتر از ۰/۹ باشد که در مدل تحت بررسی به ترتیب بالاتر از میزان تعیین شده است. بنابراین داده های این پژوهش با ساختار عاملی این مقیاس برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسویی سؤالات با متغیرهای شرایط علی است. یافته ها مربوط به راهبردها نشان می دهد، مقدار χ^2/df محاسبه شده ۱/۸۰ است، وجود χ^2/df کوچکتر از ۵ نشان دهنده برازش مناسب مدل می باشد همچنین جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA) می بایستی کمتر از ۰/۰۸ باشد که در مدل ارائه شده این مقدار برابر ۰/۰۵۷ است. میزان شاخص های GFI ، $AGFI$ ، CFI و NFI نیز باید بیشتر از ۰/۹ باشد که در مدل تحت بررسی به ترتیب بالاتر از میزان تعیین شده است. بنابراین داده های این پژوهش با ساختار عاملی این مقیاس برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسویی سؤالات با متغیرهای راهبردها است. یافته ها مربوط به عوامل زمینه ای نشان می دهد، مقدار χ^2/df محاسبه شده ۱/۵۴ است، وجود χ^2/df کوچکتر از ۵ نشان دهنده برازش مناسب مدل می باشد همچنین جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA) می بایستی کمتر از ۰/۰۸ باشد که در مدل ارائه شده این مقدار برابر ۰/۰۴۷ است. میزان شاخص های GFI ، $AGFI$ ، CFI و NFI نیز باید بیشتر از ۰/۹ باشد که در مدل تحت بررسی به ترتیب بالاتر از میزان تعیین شده است. بنابراین داده های این پژوهش با ساختار عاملی این مقیاس برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسویی سؤالات با متغیرهای زمینه پدیده است. یافته های مربوط به شاخصهای برازش عوامل مداخله گر حاکی از آن است که شاخص NFI ، GFI ، CFI ، RMR و $RMSEA$ از سطح قابل قبولی برخوردار بوده و این مشخصه های نکویی برازش نشان می دهد داده های این پژوهش با ساختار عاملی این مقیاس برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسویی سؤالات با سازه عوامل مداخله گر است. یافته های مربوط به شاخصهای برازش پیامد حاکی از آن است که شاخص NFI ، GFI ، CFI ، RMR و $RMSEA$ از سطح قابل قبولی برخوردار بوده و این مشخصه های نکویی برازش نشان می دهد داده های این پژوهش با ساختار عاملی این مقیاس برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسویی سؤالات با سازه های پیامدها است.

یافته ها نشان می دهد طبق خروجی نرم افزار لیزرل مدل تحقیق برای ضرایب تی بالای $1/96 \pm$ تا $2/58 \pm$ در سطح $0/05$ معنی دار می باشند و ضرایب تی بالاتر از $2/58 \pm$ در سطح $0/01$ معنی دار هستند. شاخصهای برازش بدست آمده برای مدل آزمون شده شاخص $RMSEA$ در مدل برآورد شده با میزان $0/064$ از سطح قابل قبولی برخوردار بوده و دیگر شاخص برازش مانند NFI ، GFI ، CFI و $AGFI$ به ترتیب برابر با $0/97$ ، $0/94$ ، $0/95$ و $0/92$ همگی در سطح مناسبی هستند و این مشخصه های نکویی برازش نشان می دهد داده های این پژوهش با ساختار عاملی این مدل برازش مناسبی دارد.

علیرغم تلاش صورت گرفت جهت افزایش پراکندگی افراد شرکت کننده در تحقیق، نمی توان با اطمینان در مورد معرف بودن نمونه صحبت کرد و لازم است این مسئله در تعمیم یافته های تحقیق مورد توجه قرار گیرد. توجه به ابعاد و شاخصهای مدیریت و رهبری تحول آفرین و کارآفرینانه از ضرورت بالایی در سازمانهای دولتی ایران برخوردار است و نیازمند توجه بیشتری است. ضعف فرهنگ کار تیمی و مقاومت های شدید در برابر تغییرات از جمله مهمترین نارسایی ها در زمینه فرهنگ کارآفرینانه در سازمان های مورد مطالعه به شمار می آیند و از آنجا که این دو شاخص از ویژگی های اصلی فرهنگ سازمانی کارآفرینانه می باشند لذا باید مورد توجه بیشتری قرار گیرند. همچنین شناخت و تقویت انگیزه ها و ویژگی های نگرش کارآفرینانه، رشد و توسعه سرمایه انسانی آنان و حمایت از شبکه سازی و فراهم ساختن امکانات و زمینه ی لازم در برخورداری کارآفرین از مشاوران متخصص، مشاوره ی موسسات و انجمن های تخصصی، تجاری و صنفی پیشنهاد می شود.

منابع

- بهرنگی، محمدرضا؛ طباطبایی، بهار (۱۳۸۸). بررسی رابطه ویژگی‌های کارآفرینانه مدیران با اثر بخشی آنان در مدارس متوسطه دخترانه شهر کرمان. فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی.
- پاشاپور خوئی، فتح‌اله؛ غلامرضا پسیان؛ سید مصیب شکرالله زاده و صادق محمدی خواه، (۱۳۹۵) بررسی نقش رشته‌ی مکانیک، شاخه‌ی کاردانش در ایجاد نگرش کارآفرینانه در دانش آموزان این رشته از دیدگاه معلمان و مدیران رشته کاردانش در شهرستان خوی، درسال تحصیلی ۹۴-۹۵، سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت در قرن ۲۱، ایتالیا-رم، موسسه مدیران ایده پرداز پایتخت ویرا حسنی، رفیق؛ نعمتی، سمیه؛ (۱۳۹۴). تهیه و پردازش مدلی برای بررسی تأثیر سبک رهبری توزیعی بر ابعاد توانمندسازی منابع انسانی در مدرسه‌های متوسطه.
- دانایی فرد، حسن، عباسی، طیبه، صالحی، علی اکبر. (۱۳۹۱). 'ارتقای کارآفرینی در بخش دولتی؛ بررسی عوامل ساختاری'. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۱۳۹۱(۱۰)، ص ۷-۱۳
- درودیان، علی اصغر؛ احمد مظفریان، سیدامیر؛ تندنویس، فریدون و کاظم نژاد لیلی، انوشیروان (۱۳۹۱). "رابطه‌ی بین ویژگی‌های شخصیتی، مهارت‌های فردی و سبک رهبری با عملکرد کسب و کار کارآفرینان ورزشی استان تهران"، فصلنامه توسعه کارآفرینی. رجبی داریزنی، سمیه و فاطمه السادات رباطی، (۱۳۹۷). بررسی رابطه یادگیری سازمانی و کارآفرینی با عملکرد شغلی کارکنان اداره کل میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری شهرستان کرمان، ششمین همایش علمی پژوهشی علوم تربیتی و روانشناسی، آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی ایران، تهران، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین
- سعیدی، پرویز و سارا باقری، (۱۳۹۶)، نقش فناوری اطلاعات در توسعه کارآفرینی شرکت‌های کوچک و متوسط، فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری ۱ (۳)
- شیری، محمد؛ پیری، مهران؛ رضایی، اسد و امینی، علی (۱۳۹۴). پیش‌بینی عملکرد مدیران بر اساس هوش سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی مدیران دوره‌ی ابتدایی پسرانه شهرستان خرم‌آباد. فصلنامه‌ی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی ۱۰ (۲): ۳۳-۴۸.
- صادقی، بهزاد، (۱۳۹۶)، نگرش کارآفرینان روستایی نسبت به کارآفرینی در بستر کشاورزی و رابطه‌ی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی آنان با نگرش کارآفرینانه (مطالعه‌ی موردی: روستاهای بخش‌های شش‌گانه شهرستان نیشابور)، همایش ملی بررسی راهکارهای مدیریت توسعه کارآفرینی روستایی در ایران، سبزوار، دانشگاه حکیم سبزواری
- صفری جعفرلو، حمیدرضا؛ محمدحسین قربانی و حسین زارعیان، (۱۳۹۶)، مدل یابی تأثیر هوش معنوی و نگرش به کارآفرینی، بر قصد کارآفرینی در دانشجویان علوم ورزشی، دوماهنامه مطالعات مدیریت ورزشی ۹ (۴۶)
- علیرضایی، نفیسه، مساح، هاجر، اکرمی، ناهید (۱۳۹۲) رابطه وجدان کاری با عملکرد شغلی، فصلنامه اخلاقی در علوم و فناوری، سال هشتم، شماره ۲.
- غیائی، عبدالرحیم. (۱۳۹۵). 'تأثیر باور به خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی با قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه زابل'، پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی
- فاطمی اصل، آیات، (۱۳۹۷)، نقش کارآفرینی در توسعه بخش کشاورزی، همایش تولید ملی و اشتغال پایدار، چالش‌ها و راهکارها، بروجرد، دانشگاه آیت‌اله بروجردی (ره)
- فلاح حقیقی، نگین؛ حجت‌اله حاجی حسینی؛ قاسم رمضانپورنرگسی و علی داوری، (۱۳۹۶)، شناسایی و تحلیل عوامل اثرگذار بر توسعه کارآفرینی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، فصلنامه مدیریت توسعه فناوری ۴ (۴)
- کاظمی، مهدی؛ محمدعلی فرقانی و عبدالله طیاری، (۱۳۹۶)، شناسایی و اولویت‌بندی موانع کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان کرمان از دیدگاه مدیران عالی‌استانداری کرمان، کنفرانس کارآفرینی دانشگاه صنعتی شریف، تهران، مرکز کارآفرینی دانشگاه صنعتی شریف
- گلرد، پروانه؛ مریم خلعتبری معظم و امیر قاعدی، (۱۳۹۶)، توسعه کارآفرینی سازمانی از طریق توانمندسازی دانش، فصلنامه مطالعات منابع انسانی ۷ (۲۳)
- محسنی، عادل؛ موسوی، سیدحسین و جمالی، محمد (۱۳۹۲). نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شماره ۶۹، ۱۳۹۲، صص ۸۰-۶۳.

- محمد کاظمی، رضا؛ نازنین راسخ و فاطمه اسمعیلی، (۱۳۹۶)، ارزیابی نگرش کارآفرینانه مدیران باشگاه های ورزشی بانوان شهر تهران و ارایه راه کار(دولتی و خصوصی)، دوماهنامه مطالعات مدیریت ورزشی ۹ (۴۱)
- منتی، پرستو؛ فایزه منصوری و فاطمه منصوری، (۱۳۹۷)، مروری بر مفهوم خلاقیت و نوآوری در سازمان های آموزشی و تربیتی، سومین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در حوزه علوم تربیتی و روانشناسی و مطالعات اجتماعی ایران، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات اسلامی سروش حکمت مرتضوی
- نصیری زنگ آباد، عباس، رسولی، رضا، الوادری، حسن، محمدزاده، علی. (۱۳۹۵). 'طراحی مدل دولت کارآفرین برای سازمان های اداری ایران'، فصلنامه علمی - پژوهشی مدیریت سازمان های دولتی، ۵(شماره ۱ (پیاپی ۱۷))، ص ۹۱ - ۱۰۶
- وثوقی نیری، عبدالله؛ حامد گنجی زاده مرادلو و علی ابدالی، (۱۳۹۶)، نقش مدیریت دانش در ارتقای ظرفیت کارآفرینی کارکنان و توسعه سازمان یادگیرنده مورد مطالعه: کارکنان ستاد گروه بهمن در تهران و کرج، فصلنامه مطالعات منابع انسانی ۷ (۲۴)
- Ben-Roy Do, Alaleh Dadvari,(2017),The influence of the dark triad on the relationship between entrepreneurial attitude orientation and entrepreneurial intention: A study among students in Taiwan University,Asia Pacific Management Review,Volume 22, Issue 4,Pages 185-191,ISSN 1029-3132
- Brownhilder Ngek Neneh,(2019),From entrepreneurial alertness to entrepreneurial behavior: The role of trait competitiveness and proactive personality, Personality and Individual Differences,Volume 138,Pages 273-279,ISSN 0191-8869
- Hechavarria, D.M. (2015). The impact of culture on national Prevalence rates of social and commercial entrepreneurship International Entrepreneurship and Management Journal,1-28.
- Jiang K, Lepak DP, Han K, Hong Y, Kim A & Winkler AL.(2012) Clarifying the construct of human resource systems: Relating human resource management to employee performance. Human Resource Management Review 2012; 22
- Nowinski,W.Haddoud,M.Y.(2018)The role of inspiring in enhancing entrepreneurial intention.journal of Business Research 96(2019)183-193.
- Robert A. Baron, Jintong Tang, Zhi Tang, Yuli Zhang,(2018),Bribes as entrepreneurial actions: Why underdog entrepreneurs feel compelled to use them,Journal of Business Venturing,Volume 33, Issue 6,Pages 679-690,ISSN 0883-9026

Development of an Entrepreneurial Attitude Model in the Employees of Education Organizations in the Country

Najib Zangi¹

Mahmoud Reza Mostaghimi^{2*}

Samereh Shojaei³

Fereydoon Azma⁴

Abstract

Purpose: The purpose of this research is to develop an entrepreneurial attitude model in the public sector.

Methodology: The current research has a fundamental purpose and a practical approach, and the research method is mixed, and to identify the indicators of entrepreneurial attitude, the content analysis model (qualitative) was used, and the relationships between the research variables and their value were obtained from the structural equation method. The statistical population of the qualitative section includes experts and university professors in the field of government entrepreneurship in Iran, and the sampling method in this research is a snowball sampling method, so that the data collection continued until reaching the saturation point, where the number There are 18 people and also the statistical population in the quantitative part includes managers of government entrepreneurship in Iran and the sampling method in this part is of simple random type, the number of sample size is 313 people according to Morgan's table. The method and tools of data collection in the qualitative part are semi-structured interviews and in the quantitative part are researcher-made questionnaires. The research model was measured and fitted using Lisrel software.

Findings: The results showed that the research model for t-coefficients above ± 1.96 to ± 2.58 are significant at the 0.05 level and t-coefficients above ± 2.58 are significant at the 0.01 level. The path coefficients and the explained variance of the research variables and the fit indices obtained for the tested model show that the RMSEA index in the estimated model has an acceptable level with a rate of 0.064 and other fit indices such as CFI, GFI, NFI, and AGFI are respectively equal to 0.97, 0.94, 0.95 and 0.92, they are all at a suitable level.

Conclusion: Therefore, the characteristics of the goodness of fit show that the data of this research has a good fit with the factor structure of this model..

Keywords: model development, entrepreneurial attitude, public sector, structural equation method.

¹ Ph.D. student of public administration, Department of Management, Ali Abad Katul Branch, Islamic Azad University, Ali Abad Katul, Iran.

² Department of Public Administration, Aliabad Katul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katul, Iran (Corresponding Author) Mostaghimi@aliabadiu.ac.ir

³ Department of Public Administration, Aliabad Katul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katul, Iran.

⁴ Department of Management, Aliabad Katul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katul, Iran.