



Political Entrepreneurship: The Analysis of Its Implications Area to Policy Making

Abdollah Saedi

P.H.D, public Management, Faculty of Economics and Management, University of Lorestan, Khorramabad, Iran. E-mail: saedi.ab@fc.lu.ac.ir

Seyed Najmoudin Mousavi*

*Corresponding Author, Associate Prof, Department of Management, Faculty of Economics and Management, University of Lorestan, Khorramabad, Iran. E-mail: mousavi.na@lu.ac.ir

Farahnaz Ahang

P.H.D, Candidate, Public Management, Faculty of Economics and Management, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran. E-mail: farahahang123@pgs.usb.ac.ir

Abstract

Objective: Political entrepreneur stimulates fundamental changes in society, which through creative and transformative actions has a tremendous impact on policies and political institutions.

Methods: The aim of the present study the implications of political entrepreneurship in policy-making were analyzed using the fuzzy Delphi approach. This research is among the researches mixed with a qualitative and a quantitative approach which is descriptive-survey in terms of purpose, application and nature and method. the statistical population of the study consists of managers of government organizations in Lorestan province. Using the principle of theoretical adequacy and purposeful sampling method, 18 of them were selected as sample members. In the qualitative part of the research, semi-structured (in-depth) interviews were used to collect data, the validity and reliability of which were confirmed using the CVR coefficient and Kappa-Cohen test, respectively, and the data obtained from the interview using the software. Atlas. ti and the coding method were analyzed and the consequences of political entrepreneurship were identified. on the other hand, in the quantitative part, a pairwise comparison questionnaire was used to collect information, the validity and reliability of which were confirmed using content validity and incompatibility rate.

Results: The results of the research indicate that based on judgments and surveys of experts, nineteen factors were introduced as the consequences of political entrepreneurship. The results also show that attracting public opinion, developing political life and forming coalitions and groups, accurate internal and external monitoring, policy direction, injecting new and innovative policies and regulating relations in the network are the most important consequences of political entrepreneurship in the field of policymaking.

Conclusion: To increase the ability of individuals, groups and parties to continue lawful participation in the political arena, as well as to improve the accountability of the political system, policymakers are advised to pay special attention to entrepreneurs in the field of politics to transform the policy. And policies to solve the problems of the organization and society.

Keywords: Political Entrepreneurship, Policy Making, Fuzzy Delphi Approach

Citation: Saedi, Abdollah; Mousavi, Seyed Najmoudin & Ahang, Farhnaz (2020). Political Entrepreneurship: The Analysis of Its Implications Area to Policy Making. *Journal of Public Administration*, 12(4), 674-694. (in Persian)

Journal of Public Administration, 2020, Vol. 12, No.4, pp. 674-694

DOI: 10.22059/JIPA.2021.315461.2866

Received: December 16, 2020; Accepted: March 02, 2021

Article Type: Research-based

© Faculty of Management, University of Tehran

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی



کار آفرینی سیاسی: واکاوی پیامدهای آن در عرصه سیاست گذاری

عبداله ساعدی

دکتری، گروه مدیریت دولتی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه لرستان، خرم آباد، ایران. رایانامه: saedi.ab@fc.lu.ac.ir

سید نجم‌الدین موسوی*

* نویسنده مسئول، دانشیار، گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه لرستان، خرم آباد، ایران. رایانامه: mousavi.na@lu.ac.ir

فرحناز آهنگ

دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران. رایانامه: farahahang123@pgs.usb.ac.ir

چکیده

هدف: کارآفرین سیاسی تحریک کننده تحولات اساسی در جامعه است که با اقدامات خلاقانه و تحول آفرین اثرات شگرفی را در سیاست‌ها و راهبردهای نهادهای سیاسی از خود بر جای می‌گذارد. پژوهش حاضر با هدف واکاوی پیامدهای کارآفرینی سیاسی در عرصه سیاست‌گذاری با استفاده از رویکرد دلفی فازی انجام گرفت.

روش: این پژوهش در زمره پژوهش‌های آمیخته با رویکرد کیفی و کمی است که از نظر هدف، کاربردی و حیث ماهیت و روش، توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش را مدیران سازمان‌های دولتی در استان لرستان تشکیل می‌دهند که با استفاده از اصل کفایت نظری و روش نمونه‌گیری هدفمند ۱۸ نفر از آنان به عنوان اعضای نمونه انتخاب گردید. در بخش کیفی پژوهش برای گردآوری داده از مصاحبه نیمه ساختار یافته (عمیق) بهره گرفته شد که روایی و پایایی آن به ترتیب با استفاده از ضریب CVR و آزمون کاپای - کوهن تأیید شد و داده‌های به‌دست‌آمده از مصاحبه با استفاده از نرم‌افزار Atlas.ti و روش کدگذاری تحلیل شد و پیامدهای کارآفرینی سیاسی شناسایی شد. از طرفی در بخش کمی برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه مقایسه زوجی استفاده شد که روایی و پایایی آن با استفاده از روایی محتوا و نرخ ناسازگاری مورد تأیید قرار گرفت.

یافته‌ها: نتایج پژوهش حاکی از آن است که بر اساس قضاوت و نظرسنجی از خبرگان نوزده عامل به عنوان پیامدهای کارآفرینی سیاسی معرفی گردید. همچنین نتایج مبین آن است که جلب افکار عمومی، توسعه حیات سیاسی و ایجاد ائتلاف‌ها و گروه‌ها، پایش‌های دقیق درونی و بیرونی، جهت دهنده سیاست‌ها، تزریق سیاست‌های تازه و نوآورانه و تنظیم روابط در شبکه‌ها مهمترین پیامدهای کارآفرینی سیاسی در عرصه سیاست‌گذاری هستند.

نتیجه‌گیری: برای افزایش توانمندی افراد، گروه‌ها و احزاب برای استمرار مشارکت قانونمند در فضای سیاسی و همچنین بهبود قابلیت پاسخگویی سیستم سیاسی به سیاست‌گذاران توصیه می‌شود به کارآفرینان در عرصه سیاست عنایت ویژه‌ای داشته باشند تا با تحول آفرینی در خط‌مشی‌ها و سیاست‌ها راه‌گشای حل مسائل سازمان و جامعه باشند.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی سیاسی، سیاست‌گذاری، رویکرد دلفی فازی

استناد: ساعدی، عبدالله، موسوی، سید نجم‌الدین و آهنگ، فرحناز (۱۳۹۹). کارآفرینی سیاسی: واکاوی پیامدهای آن در عرصه سیاست‌گذاری. مدیریت دولتی، ۱۲(۴)، ۶۷۴-۶۹۴

مدیریت دولتی، ۱۳۹۹، دوره ۱۲، شماره ۴، صص. ۶۷۴-۶۹۴

DOI: 10.22059/JIPA.2021.315461.2866

دریافت: ۱۳۹۹/۰۹/۲۶، پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۱۲

نوع مقاله: علمی پژوهشی

© دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

مقدمه

با نگاهی به دنیای پیرامون خود به وضوح پی می‌بریم که سیاست و سیاست‌گذاری در زمره عناصری قرار می‌گیرد که تأثیرگذاری آن بر حیات جامعه بشری در تمامی ادوار گذشته به اثبات رسیده است. به گونه‌ای که یک راهبرد یا یک تصمیم سیاسی می‌تواند به جنگ، کودتا، انقلاب و یا اصلاحاتی منجر شود که کلیه حوزه‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، دینی و فکری افراد یک جامعه را دگرگون سازد (سوراک و کیرچ^۱، ۲۰۲۰: ۴۱۷). به عبارتی دیگر، در دنیای کنونی سیاست‌ها در عرصه‌های مختلف نقش تعیین‌کننده‌ای دارند و نه تنها به عنوان فرایندی برای حل مشکلات اجتماعی شناخته می‌شوند؛ بلکه ابزاری سودمند برای ایجاد مشروعیت و بقای جامعه تلقی می‌گردند (اسچیرم^۲، ۲۰۲۰: ۳۹۸). بدیهی است امروزه بروز تغییر و تحولات در سیاست‌ها و خطمشی‌ها بیش از هر زمان دیگری رشد و پیشرفت جوامع را تحت الشعاع قرار می‌دهد. حال آنکه رکود و تعطیلی سیاست جامعه را به زوال و انحطاط می‌کشاند. بنابراین، رویکردی لازم است تا بر هم زنده وضع موجود و منادی وضعی دیگر باشد و طرح و ایده‌های نو دراندازد. اصطلاحی که در حوزه مدیریت و سیاست از آن به عنوان کارآفرینی سیاسی^۳ یاد می‌شود (اولاسون و سونسون^۴، ۲۰۱۹: ۶۴۹). کارآفرین سیاسی فردی است که وقت و زمان خود و دیگر منابع را برای تأمین منافع جمعی صرف می‌کند. به عبارتی این طلیعه داران تغییر و تحول در سیاست‌ها افرادی هستند که در شناخت و شناسایی مسائل سیاسی، متقاعدسازی دیگران و اجرایی کردن تغییرات در سیاست‌ها و خطمشی‌ها نقش به‌سزایی دارند (اوبرین^۵، ۲۰۱۸: ۳). در حقیقت کارآفرینان سیاسی تلاش می‌کنند تا نظرات دیگر مخاطبان خطمشی را جلب و همچنین تدوین و تصویب و نهایتاً پیاده‌سازی آن را تسهیل و امکان‌پذیر سازند (کراو و متس^۶، ۲۰۱۹: ۲).

سیاست و یا خطمشی‌گذاری قدمتی به بلندای زندگی اجتماعی انسان دارد. یعنی از همان ابتدای تاریخ زندگی، بشر ضرورت وجود تدبیر هوشمندانه و جامع برای اجرای عدالت و حفظ مصالح جامعه در برابر نابسامانی‌های داخلی و خارجی را احساس و در استقرار آن بی‌وقفه تلاش نمود. از طرفی، دغدغه کلی سیاست یافتن راهکارها و اصولی جهت به کار گرفتن صحیح و آگاهانه عوامل رشد و تکامل برای کسب منافع اجتماعی، بهبود اقتدار و شأن جامعه و همچنین استفاده از اهرم‌های نیرومند به منظور رفع موانع رشد و توسعه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی است (سالتر و واگنر^۷، ۲۰۱۸: ۲۸۶). البته تحقق چنین امری نیازمند ایجاد سیاست‌های نو و بدیع است. سیاست‌هایی که در آن‌ها نوعی تازگی و نوآوری وجود داشته باشد و خون تازه‌ای را به کالبد جامعه و یا سازمان تزریق نماید. اما مسأله قابل تأمل در زمینه سیاست‌گذاری به خصوص در سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی که با وجود ارائه خدمات ارزنده به شهروندان، سیاست‌ها و راهبردهای اینگونه نهادها است که می‌تواند تا حد قابل توجهی زندگی روزمره مردم را متأثر و حتی آن را با چالش‌هایی مواجه سازد.

^۱ . Surak & Kirsch

^۲ . Schirm

^۳ . Political entrepreneurship

^۴ . Olausson & Svensson

^۵ . O'Brien

^۶ . Kraav & Mets

^۷ . Salter & Wagner

سازمان‌ها و نهادهای دولتی باید با قاطعیت تمام در پی رفع مسائل و مشکلات مردم بوده و سعی کنند تا فرایندها و سیاست‌های خود را به نحوی اثربخش نموده تا پاسخگوی نیاز مراجعین خود باشد. مراجعینی که روز به روز آگاه‌تر می‌شوند و توقعات بالاتر و بیشتری از اینگونه سازمان‌ها دارند. به این ترتیب، کارآفرین سیاسی با نوجویی و نوآوری، سیاست‌های کهنه و قدیمی را کنار گذاشته و با طرح راه‌حل‌ها و سیاست‌های نو، سازمان را در پیش برد اهداف و مقاصد تعیین شده یاری رساند. در حقیقت شم احساس و ادارک کارآفرین سیاسی خود گواهی بر این ادعاست که بهتر از سایر بازیگران سیاسی، مسائل پیش‌رو را تشخیص و برای آن‌ها سازوکارهای مناسب ارائه می‌دهد. در حقیقت کارآفرین سیاسی با نگاهی آینده‌نگرانه و قابلیت مخاطره‌جویی و ریسک‌پذیری به ترویج راه‌ها و مسیرهایی روی می‌آورد که سیاست‌گذاران محتاط و محافظه‌کار از آن حذر می‌کنند. بی‌شک خلاقیت و نوآوری در سیاست‌ها و راهبردها، سازمان را از رکود و انجماد رها نموده و موجب می‌شود تا استوارتر و راسخ‌تر از قبل به سوی آینده نامطمئن گام بردارد. از این‌رو، با استناد به مطالب پیش گفته و خلأ تحقیقاتی در پژوهش‌های داخلی، پژوهش حاضر بر آن است که ابتدا مشخص سازد، پیامدهای کارآفرینی سیاسی در عرصه سیاست‌گذاری کدامند؟ و سپس تعیین نماید که اولویت و میزان اهمیت هر یک از آن‌ها (پیامدها) در عرصه سیاست‌گذاری به چه نحوی است؟

پیشینه نظری پژوهش

کارآفرینی

واژه یا اصطلاح کارآفرینی ریشه فرانسوی دارد که نخستین بار در قرن هفدهم به کار گرفته شد. در حال حاضر تعریف واحدی از کارآفرینی وجود ندارد و هر یک از محققان و صاحب نظران از زوایای مختلف به آن پرداخته‌اند. به عنوان مثال تیمونس^۱ (۱۹۹۹) کارآفرینی را به عنوان روشی برای تفکر و استدلال توصیف می‌کند. هلیز^۲ (۱۹۹۴) فرایند ایجاد تغییر از طریق نوآوری را در تشریح کارآفرین به کار می‌برد (ایگوگا و زوبایرو^۳، ۲۰۲۰: ۱۱۴). کارآفرینی را می‌توان قابلیت پاسخگویی به یک نیاز و یا پذیرش ریسک به منظور کسب سودآوری تعریف کرد (دمیر اوسلو و کدیکلی^۴، ۲۰۱۹: ۶). سای^۵ (۱۸۵۵) در تشریح کارآفرین معتقد است که همچون یک رهبر و مدیر در هماهنگ کردن تولید و توزیع فعالیت می‌کند. از طرفی مارشال^۶ (۱۹۶۴) کارآفرین را شخصی می‌داند که در بهره‌مندی از فرصت‌ها، ایجاد نوآوری، کسب سرمایه و تخصیص منابع به نحو مطلوبی عمل می‌نماید (نکانیوا^۷، ۲۰۱۹: ۷). افراد کارآفرین را می‌توان با مشخصه‌های همچون میل به موفقیت، ریسک‌پذیر بودن، استقلال طلب، منبع کنترل بالا، تحول‌آفرین، خلاق و فرصت‌طلب شناخت. با وجود این ویژگی‌ها باید گفت در حقیقت کارآفرینی غالباً منجر به تحولات مثبت در سازمان یا جامعه می‌گردد و با

۱. Timmons

۲. Hills

۳. Egboga & Zubairu

۴. Demir Uslu & Kedikli

۵. Say

۶. Marshall

۷. Ncanywa

ایجاد نوآوری منبعی ارزشمند برای رشد و رفاه فردی و اجتماعی است (دووتاگ و همکاران^۱، ۲۰۲۰: ۳۴۱). در نهایت می‌توان اذعان داشت که کارآفرینی تلاشی متعهدانه است که به خلق ارزش منجر گشته و حیات تازه‌ای به سازمان می‌بخشد (ویکلوند و همکاران^۲، ۲۰۱۹: ۵۸۳). تعاریف فوق نشان می‌دهد که کارآفرینان یا به عبارتی محرکان حقیقی تغییر، قابلیت فوق العاده‌ای در تشخیص فرصت‌ها و موقعیت‌ها دارند و با ایجاد حرکت به سوی توسعه این موقعیت‌ها گام بر می‌دارند. آن‌ها به خوبی تصدیق می‌کنند که موفقیت و بقای هر نهادی در چشم‌اندازهای برخاسته از فردا، نیازمند چالاکي، قوه ابتکار و خلاقیت است. کارآفرین موتور محرکه توسعه و رشد محسوب می‌شوند و بالطبع اشتغال‌زایی یکی از ره‌آوردهای مهم آن می‌باشد. در واقع کارآفرینان با خلق ایده‌های نو و شکار فرصت‌ها از هیچ، کسب و کار تازه‌ای راه‌اندازی می‌کنند و همین امر به رغم مخاطرات بسیار، آن‌ها را پیشگامان کارهای جدید ساخته است.

کارآفرینی سیاسی

کارآفرینی سیاسی برای اولین بار توسط شومپیتر^۳ در سال (۱۹۱۲) مطرح شد. وی هیچ گونه تفاوتی بین یک کارآفرین کسب و کار و یک کارآفرین سیاسی قائل نبود؛ زیرا در هر دوی آن‌ها میل به موفقیت، جسور بودن، خلق ارزش، انجام کارها و انگیزه تلاش نمایان است (سارابیا و همکاران^۴، ۲۰۲۰: ۲۵). کارآفرینی سیاسی پدیده‌ای است که تحریک کننده تحولات اساسی در جامعه است. به عبارتی اقدامات خلاقانه و تحول‌آفرین آن‌ها اثرات شگرفی در سیاست‌ها و نهادهای سیاسی بر جای می‌گذارد (کراو و متس، ۲۰۱۹: ۳). اشنایدر^۵ (۱۹۹۲) کارآفرین سیاسی را به عنوان فردی که جهت و جریان سیاست را تغییر می‌دهد؛ تعریف می‌کند. وایسرت^۶ (۱۹۹۱) نیز افرادی را که از تخصص و مهارت خود برای کسب سیاست‌های خاص استفاده می‌کنند؛ را در تشریح کارآفرین سیاسی به کار می‌گیرد (متس، ۲۰۱۷: ۱۲۱). کلاین و همکاران^۷ (۲۰۱۰) معتقدند که کارآفرینی سیاسی در چهار فعالیت (اقدام) آشکار می‌گردد: تغییر در قواعد بازی، ایجاد سازمان‌های عمومی (اجتماعی) جدید، مدیریت و خلق منابع جدید و کسب سود و مزایای بیشتر با استفاده از مهارت‌ها (تکسیرا و سیلوا^۸، ۲۰۱۵: ۳۴۳). کارآفرین سیاسی عمدتاً بر بهره‌مندی از فرصت‌های درون سازمانی تمرکز دارد. آن‌ها نه تنها با سایر کارآفرینان (کارآفرینان اجتماعی، اقتصادی) مشارکت دارند؛ بلکه در جمع‌آوری اطلاعات و همکاری با دیگران، دارای ظرفیت و پتانسیل لازم می‌باشند (اولاسون و سونسون، ۲۰۱۹: ۶۵۱). کارآفرینان سیاسی در پی نوآوری‌هایی در عرصه سیاست هستند که سود سیاسی به همراه داشته باشد. جونز^۹ (۱۹۷۸) بیان می‌کند کارآفرین سیاسی فردی است که تشخیص می‌دهد که گروهی از افراد به تأمین کالایی عمومی یا هدفی مشترک تمایل دارند و سود خود

1. Devetag et al

2. Wiklund et al

3. Schumpeter

4. Sarabia et al

5. Schneider

6. Weissert

7. Klein et al

8. Teixeira & Silva

9. Jones

را در ایجاد سازمانی که چنین اهدافی را تأمین نماید، می‌بیند. همچنین کینگدون^۱ (۱۹۸۴) کارآفرین سیاسی را رابط بین مسائل، سیاست‌ها و خط‌مشی‌ها قلمداد می‌کند (نک^۲، ۲۰۱۶: ۲۰۳). در تعریفی دیگر می‌توان گفت که کارآفرینان سیاسی با خلق ایده‌ها و نوآوری‌های جدید به عنوان رهبران عرصه سیاست عمل می‌کنند. به عبارتی از مهارت‌های رهبری (همچون نفوذ در دیگران، هوش و ذکاوت، شیوه‌های مناسب ارتباطی، تیم‌سازی، آینده‌نگاری) لازم در ایجاد و اجرای سیاست‌ها و خط‌مشی‌های جدید برخوردارند (سونسون^۳، ۲۰۱۹). در عصر حاضر که تغییر و تحولات سیاسی به وفور به چشم می‌خورد و زندگی اجتماعی و سازمانی را به راحتی تحت سیطره خویش در می‌آورد، وجود افرادی با ویژگی‌های خاص می‌تواند پاسخگوی مناسبی در جهت رفع نیازمندی‌های سیاسی باشند. به این ترتیب، می‌توان مشخصه‌های زیادی را برای تحول آفرینان عرصه سیاست ذکر نمود که با داشتن این قابلیت‌ها در تدوین و اجرای خط‌مشی‌ها هوشمندانه‌تر عمل نمایند. به عنوان مثال: مک کافری و سالرنو^۴ (۲۰۱۱) سرسختی و پافشاری در برابر احتمالات منفی، روحیه رقابت، توانایی ایجاد راهکارهای خلاقانه، تفکر استراتژیک و قابلیت رشد در شرایط عدم اطمینان را از جمله ویژگی‌های بدیع کارآفرین سیاسی می‌دانند (سوباری^۵، ۲۰۱۹: ۳۵). برخی دیگر عمل‌گرایی، اصلاح‌گرایی، برانگیختگی درونی، نیاز به شناخته شدن، قدرت تشخیص حیطه زمانی، توفیق‌گرایی و ظرفیت بالای کاری که در اثرگذاری بر سیاست‌ها تأثیر به‌سزایی دارند را ویژگی‌های کارآفرینان سیاسی دانسته‌اند (الوانی، ۱۳۹۵: ۸۳). کارآفرینان سیاسی صرفاً حامی و مدافع یک راهکار خاص نیستند، بلکه اگر موفقیت یک سیاست جهت کسب مقبولیت سیاسی و شدنی بودن را پایین ببینند سراغ سایر راهکارها می‌روند، این نکته تفاوت کارآفرینی سیاسی با لابی‌گری است. در واقع تلاششان این است که مساله روی زمین نماند. راهکارهای مختلف را به مسائل موجود و آن دو را به حامیان سیاسی و مدیریتی مربوطه متصل می‌کنند. با توجه به تغییرات و تحولات شتابنده، سیاست‌گذارانی موفق عمل خواهند کرد که سیاست‌هایی نو مطرح سازند و نقش کارآفرین سیاسی را به خوبی ایفا کنند؛ چرا شرایط دنیای کنونی تاب‌آور سیاست‌ها و خط‌مشی‌های منسوخ و قدیمی نخواهد بود و اینجاست که نقش آن (کارآفرین سیاسی) به خوبی احساس و آشکار می‌گردد (مارتین و توماس^۶، ۲۰۱۳: ۲۶). کارآفرینان عرصه سیاست زمانی که پیچیدگی، وجود شک و تردید در دیگر بازیگران و مخاطبان و عدم اطمینان بر راهبردها و سیاست‌ها سایه افکننده است با ارائه نظرات بدیع و تازه خود؛ اعتماد و اطمینان را ایجاد و فرایند تصمیم‌گیری را تسهیل می‌سازند. قطعاً کارآفرینان سیاسی بیشتر از سایرین با نابسامانی‌ها، تنوع بالای اطلاعات و پویایی محیطی مواجه‌اند و در چنین شرایطی برای بهبود روند خط‌مشی‌گذاری و یافتن راهکارهای جدید به جست‌وجو و پردازش ذهنی بر مبنای مکانیزم‌های شناختی روی می‌آورند.

1. Kingdon

2. Neck

3. Svensson

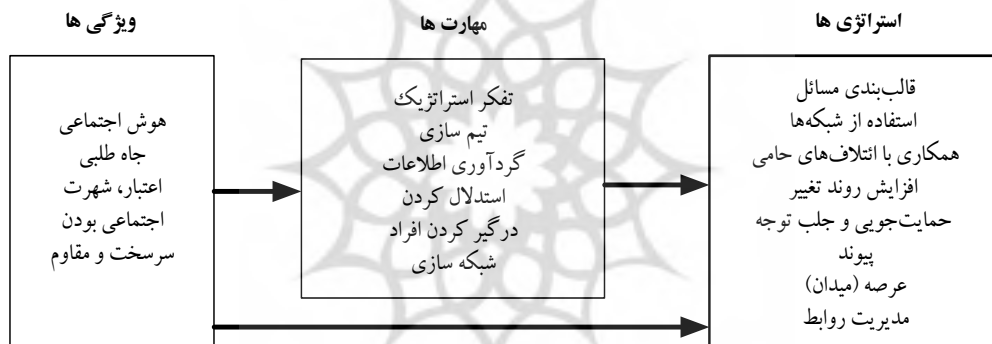
4. McCaffrey & Salerno

5. Sobari

6. Martin & Thomas

ویژگی ها، مهارت ها و استراتژی های کارآفرینان سیاسی

می توان ادعا داشت که همه افراد درگیر در روندهای سیاست گذاری تغییرات و شکاف های سیاسی را مشاهده می نمایند و به طرق مختلف سعی در رفع و حل و فصل کردن آن دارند یا به عبارتی به تغییر آن کمک می کنند. اما نمی توان همه آن ها را کارآفرین خطاب کرد. مثلاً عده ای فقط در تولید ایده های نوآورانه فعالیت می کنند (روشنفکران سیاسی)، برخی ایده ها را به پیشنهاد مبدل می سازند (حامیان سیاست) و برخی دیگر در کل فرایند تغییر سیاست درگیر می شوند (کارآفرین سیاست). براین اساس، آنچه که بیش از هر چیزی کارآفرینان سیاست را از دیگر افراد درگیر در روند سیاست گذاری متمایز می سازد؛ گرایش بالای آن ها به ریسک پذیری است (مینتروم^۱، ۲۰۱۵: ۱۰۹). قبل از بحث جداگانه در خصوص مهارت ها، ویژگی ها و استراتژی های کارآفرینان سیاست، جستجوی پیوند در میان آن ها لازم است. استراتژی ها فقط می توانند توسط افرادی که ویژگی ها و مهارت های خاصی دارند؛ به کار گرفته شوند. از طرفی می توان مهارت هایی کسب کرد که چنین دستاوردهایی قطعاً به ویژگی هایی بستگی دارد. به این ترتیب، این مجموعه از روابط در شکل زیر نشان داده شده است.



شکل ۱. ویژگی ها، مهارت ها و استراتژی های کارآفرینان سیاسی (مینتروم، ۲۰۱۹: ۱۲؛ پروور و همکاران^۲، ۲۰۰۹: ۱۳).

شکل فوق گویای آن است افرادی که دارای ویژگی هایی همچون هوش اجتماعی، جاه طلبی، اعتبار، اجتماعی بودن و مقاوم هستند، مستعد کسب مهارت های جدید خواهند بود و همین امر زمینه ساز افزایش نفوذ فرد در بین دیگر بازیگران سیاست گشته و در اجرای راهبردها و استراتژی ها به وی کمک می کنند (مینتروم، ۲۰۱۹: ۱۲؛ خلیل^۳، ۲۰۱۷: ۹). لازم به ذکر است که از تشریح هر کدام از شاخص ها و مولفه های شکل شماره یک صرف نظر می گردد و تنها برای فهم و آگاهی بیشتر به توضیح چند مورد از استراتژی های کارآفرینان سیاسی در عرصه سیاست گذاری پرداخته می شود. قالب بندی مسائل^۴: کارآفرینان سیاسی از قالب بندی مسائل به منظور چگونگی ارتباط افراد با مسائل برای منافع خود بهره می برند. استفاده از شبکه ها^۵: کارآفرینان سیاست می فهمند که شبکه ها، مخزن مهارت ها و دانش هایی هستند که برای حمایت از ابتکارات و نوآوری های خود می توانند از آن ها استفاده کنند (مینتروم، ۲۰۱۹: ۱۵). استراتژی حمایت جویی و

1. Mintrom

2. Brouwer et al

3. Kalil

4. Problem framing

5. Using of networks

جلب توجه^۱: یعنی تلاش کارآفرین سیاست برای نشان دادن اهمیت مسئله و متقاعد ساختن طیف گسترده‌ای از افراد در خصوص سیاست مورد نظر. استراتژی پیوند^۲: از آنجا که کارآفرینان سیاست‌گذار عمدتاً به تنهایی قادر به انجام اهداف خود نیستند، به همین خاطر با سایر احزاب در ائتلاف‌ها، پروژه‌ها، ایده‌ها و بازی‌های سیاست ارتباط برقرار می‌کنند. استراتژی مدیریت روابط^۳: کارآفرین گلوگاه‌ها و راه‌های ارتباطی در مسیر تغییر سیاست را مدیریت می‌کند و نهایتاً، استراتژی عرصه (میدان)^۴: تأثیرگذاری بر مکان و زمانی که در آن سیاست‌گذاری رخ می‌دهد (بروور و همکاران، ۲۰۰۹: ۱۳).

پیشینه تجربی پژوهش

الوانی (۱۳۹۵) در پژوهشی به نقش کارآفرین سیاسی در فرایند عقلانی سیاست‌گذاری پرداخت. به این ترتیب، نقش کارآفرین سیاسی در فرایند تغییرات جزئی - تدریجی، فرایند شبکه‌ای و مدل جریان‌ها و دریچه‌ها مورد تحلیل قرار گرفت که نتایج حکایت از آن دارد که کارآفرین سیاسی نقش موثر و مفیدی در هر کدام از جریانات فوق دارد. سارابیا و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهش نشان دادند که کارآفرینان سیاسی در سازمان می‌توانند به عنوان جانشینی برای رهبر عمل کنند و قدرت و موقعیت خود را در سازمان تغییر دهند و منبع تحولات جدید در عرصه سیاست برای سازمان باشند. اوبرین (۲۰۱۹) در پژوهشی نشان داد که کارآفرین سیاسی با توانایی فرصت جویی، کشف موقعیت‌های جدید و ارائه راه‌حل‌های تازه، فرایند ختم‌سازی عمومی را شکل می‌دهد. مینتروم (۲۰۱۹) کارآفرینان سیاسی را بازیگرانی پرنرزی می‌داند که برای ترویج نوآوری‌های سیاسی در تلاشند. وی در مطالعه خود نشان داد که کارآفرینان سیاسی استراتژی‌هایی همچون قالب‌بندی مسائل، استفاده از شبکه‌ها، همکاری با ائتلاف‌های حامی و افزایش روند تغییر را در حوزه ساستگذاری از خود بروز می‌دهند. السون و سیونسون (۲۰۱۹) در پژوهش خود بیان داشتند کارآفرین سیاسی با تنظیم روابط در شبکه‌ها نه تنها در اخذ تصمیمات عمومی مؤثر واقع می‌شود؛ بلکه فرایند سیاست‌گذاری را تقویت می‌کند. اما آنچه باید مورد توجه قرار بگیرد این است که ویژگی شرایط مطالبات نهادی، کارآفرینی سیاسی را به سمت کارآفرینی ارزش آفرین یا مشارکتی سوق می‌دهد. یافته‌های سوباری^۵ (۲۰۱۹) نشان داد که ارزش‌های فرهنگی و مذهبی نقشی اساسی در تشویق به کارآفرینی سیاسی دارد و همچنین ادعان داشت که کارآفرین سیاسی می‌تواند با هماهنگ ساختن گروه‌ها و تیم‌ها در شبکه‌ها، روابط را پیش‌بینی و در جهت اخذ تصمیمات صحیح و مناسب گام بردارد. کراو و متس (۲۰۱۹) در پژوهش خود بیان داشتند تلاش‌های دولت استونی در توسعه زیرساخت‌های ICT، آموزش دولت الکترونیک و ارتقاء کارآفرینی از دهه ۱۹۹۰ منجر به توسعه کارآفرینی سیاسی در قرن ۲۱ شد و این نوع کارآفرینی در سه سطح در این کشور دیده شد: (۱) به عنوان سرمایه‌گذاری یا تخصیص مجدد منابع به یک هدف مورد نظر. (۲) تغییر سیاست‌های اقتصادی و نهادها از جمله

¹ . Attention and support-seeking Strategy

² . linkage Strategy

³ . Relational management Strategy

⁴ . Arena Strategy

⁵ . Sobari

بخش دولتی؛ (۳) تغییر درنظم جامعه و تحول درسیستم سیاسی و نهادهای آن. کارلسون (۲۰۱۵) در پژوهش خود بیان داشت که در سال‌های اخیر و بخصوص بعد از آخرین بحران مالی و اقتصادی در جهان، علاقه جدی به سیاست‌های صنعتی برای رشد مجدد اقتصادهای پیشرفته را شاهد بوده‌ایم. سیاستمداران، کارشناسان و مشاوران آن‌ها، به شدت دنبال روش‌های جدید در سیاست‌های صنعتی برآمدند. وی در این پژوهش پژوهشگران نقش مهم کارآفرینی سیاسی را در تدوین سیاست‌های صنعتی مورد توجه قرار داد و بیان داشت آنچه در این زمینه نقش اساسی و بحث برانگیز دارد تعیین محدوده مناسب برای مداخلات کارآفرینان سیاسی در سیاست‌گذاری اقتصادی است. تکسیرا و سیلوا (۲۰۱۲) با بیان این موضوع که علی‌رغم اهمیت کارآفرینی سیاسی ادبیات نظری آن غنای چندانی ندارد و در مواردی تنها به بیوگرافی کارآفرینان سیاسی پرداخته شده و مطالعاتی موردی عنوان گردیده لزوم توجه به پارامترهای مؤثر بر کارآفرینی سیاسی را عنوان نموده و این موضوع را در پژوهش خود مد نظر قرار داده‌اند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که جنسیت، سن، سطح تحصیلات و موقعیت شغلی از جمله پارامترهای مؤثر در کارآفرینی سیاسی است. مارتین و توماس (۲۰۱۳) نیز با انجام پژوهشی اذعان داشتند که کارآفرینان سیاسی به خوبی می‌دانند که به تنهایی قادر نیستند، نتایج مطلوب را کسب کنند. از این رو، بر ایجاد ائتلاف‌ها و گروه‌ها برای تغییر سیاست‌ها متمرکز می‌شوند. از طرفی هاگن و فنی (۲۰۱۲) در مطالعه خود به بررسی و تحلیل چگونگی ورود ایده‌ها و دیدگاه‌های جدید به عرصه سیاسی و چگونگی تبدیل آن ایده‌ها به سیاست‌های جدید پرداختند. آن‌ها دریافتند که برای ورود ایده‌ها به عرصه سیاسی باید یک عامل تغییر (کارآفرین سیاسی) وجود داشته باشد، چرا که بدون کارآفرین سیاسی تغییر و تحول در سیاست رخ نخواهد داد. مک کافری و سالرنو (۲۰۱۱) معتقدند که کارآفرینان سیاسی با تخصیص درست منابع می‌توانند در کسب اهداف موفق‌تر عمل نمایند. آن‌ها بیان داشتند کارآفرینی سیاسی نتیجه تئوری کارآفرین بازار است و از گسترش تئوری کارآفرینی بازار به حوزه عمل سیاسی ناشی می‌شود و با استفاده از تئوری کارآفرین در رفتار سیاسی، مبنایی برای شناسایی کارآفرینان سیاسی و تفکیک آن‌ها از سایر کارگزاران دولتی فراهم می‌شود. ماهیت کارآفرینی سیاسی تغییر مسیر تولید از مسیری است که می‌توانست طی نماید. با این وجود، این تولید یک جریان درآمدی برای کارآفرینان سیاسی ایجاد می‌کند که شباهت زیادی به سود کارآفرینان بازار دارد. کریستوپولوس و اینگلد (۲۰۱۱) در پژوهش خود بیان داشت بصورت گسترده در علوم اجتماعی کارگزار سیاسی با کارآفرین سیاسی اشتباه گرفته می‌شود. در حالی که این دو با هم تفاوتی اساسی دارد و این تفاوت‌ها در پنج محور شبکه ارتباطات، افق شبکه ارتباطات، روابط قدرت، پیگیری سرمایه سیاسی، فعالیت‌های استراتژیک و فرصت‌طلبی مشهود است. یافته‌های وامپلر (۲۰۰۹) نیز حکایت از آن دارد که کارآفرین سیاسی بیشترین حمایت و منابع را به نسبت دیگر بازیگران عرصه سیاسی صرف سیاست‌های نوآورانه می‌کنند.

1. Karlsson

2. Hogan & Feeney

3. Christopoulos & Ingold

4. Wampler

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش بر پایه پژوهش‌های کیفی و کمی و به صورت آمیخته است که در پارادایم استقرایی و قیاسی می‌گنجد. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از حیث ماهیت و روش، در زمره پژوهش‌های اکتشافی است. با استناد به راهبرد پژوهش، لازم است تا مراحل انجام تحقیق در دو بخش کیفی و کمی به تفکیک تشریح گردد. جامعه آماری پژوهش در بخش کیفی و کمی را خبرگان تشکیل می‌دهند که شامل مدیران سازمان‌های دولتی در استان لرستان تشکیل می‌باشند. در پژوهش حاضر براساس روش نمونه‌گیری هدفمند و بر مبنای اصل کفایت نظری تعداد ۱۸ نفر (کسانی که اطلاعات و درک آن‌ها در زمینه مورد بررسی کافی و از دانش، تخصص و تجربه لازم برخوردار و همچنین دارای تحصیلات مرتبط در این زمینه بودند) به عنوان اعضای نمونه انتخاب شدند. در بخش کیفی پژوهش برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه نیمه ساختار یافته (عمیق) استفاده شد که در آن با ارائه سوالاتی مشابه از پاسخگویان درخواست شد آزادانه برای کسب ایده‌های جدید نظرات خود را بیان کنند. لازم به ذکر است که روایی و پایایی ابزاری گردآوری اطلاعات در بخش کیفی به ترتیب با استفاده از ضریب ضریب CVR و آزمون کاپای - کوهن تأیید گردید که شرح آن در جدول شماره یک نشان داده شده است.

به این ترتیب در این بخش بعد از انجام مصاحبه به کمک نرم افزار Atlas.ti و همچنین رویکرد کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) پیامدهای کارآفرینی سیاسی در عرصه سیاست‌گذاری شناسایی شد. از طرفی، در بخش کمی پژوهش برای تحلیل داده‌های گردآوری شده از بخش کیفی، از رویکرد دلفی فازی بهره گرفته شد. همچنین برای گردآوری داده‌ها در بخش کمی از پرسشنامه مقایسه زوجی دلفی فازی استفاده که روایی آن از طریق روایی محتوا و پایایی آن از طریق نرخ ناسازگاری مورد تأیید قرار گرفت. در خصوص چرایی استفاده از روش‌های آماری مورد استفاده در پژوهش، لازم به ذکر است که با توجه به هدف اول تحقیق که شناسایی پیامدهای کارآفرینی سیاسی در عرصه سیاست‌گذاری است، باید از مصاحبه استفاده می‌شد. در این پژوهش با استفاده از مصاحبه و با استفاده از روش کدگذاری و نرم افزار Atlas.ti پیامدهای کارآفرینی سیاسی به دست آمدند. پس از آن که هدف اول محقق شد، باید اولویت‌بندی و درجه اهمیت پیامدهای کارآفرینی سیاسی به عنوان هدف دوم انجام شود. از این رو، با استفاده از روش رویکرد دلفی فازی اولویت‌بندی و میزان اهمیت پیامدهای کارآفرینی سیاسی در عرصه سیاست‌گذاری صورت گرفت.

جدول ۱. روایی و پایایی پژوهش در بخش کیفی

پایایی		روایی	
مقدار	ابزار مورد استفاده	مقدار	ابزار مورد استفاده
۰/۸۱	کاپای - کوهن	۰/۶۷	ضریب CVR

یافته‌های پژوهش

الف) ویژگی‌های جمعیت شناختی

یافته‌های جمعیت شناختی نشان می‌دهد که تمامی پاسخ‌دهندگان (۱۸ نفر) مرد می‌باشند. همچنین در بین نمونه انتخابی ۸ نفر بین ۳۰-۴۰ سال سن دارند که معادل ۰/۴۴ حجم نمونه انتخابی هستند. از طرفی اعضای نمونه بالاتر از ۴۱ سال ۱۰ نفر هستند که ۰/۵۶ حجم نمونه را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین در میان اعضای نمونه ۳ نفر دارای مدرک کارشناسی و ۱۵ نفر دارای مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر هستند.

ب) یافته‌های بخش کیفی

شناسایی پیامدهای کارآفرینی سیاسی

در این بخش از پژوهش، پیامدهای کارآفرینی سیاسی در مصاحبه با خبرگان مشخص شد. در تشریح نحوه استخراج پیامدهای کارآفرینی سیاسی لازم به ذکر است که پیامدهای مذکور با بررسی متون مصاحبه و بهره‌گیری از نرم افزار Atlas.ti و همچنین رویکرد کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) صورت پذیرفت. بدین شکل که سوالات مصاحبه که در قالب هفت سوال اصلی بود با ارائه به اعضای نمونه، توضیحات لازم توسط محققین به آن‌ها داده شد و سپس بعد از مصاحبه انجام شده با استفاده از روش کدگذاری و با کمک نرم‌افزار Atlas.ti داده‌ها تحلیل شد. به این ترتیب، به دلیل حجیم بودن فرایند کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) و همچنین نبود فضای کافی برای گنجاندن آن در این پژوهش، تنها به ذکر چند مورد از این فرایند در جدول زیر اشاره شده است.

جدول ۲. فرایند کدگذاری پژوهش

کدهای باز	کدهای محوری	کدهای انتخابی
توجه به اهداف و رسالت سازمان، تعهدات و مسئولیت‌های سازمان، توجه به ارزش‌های حاکم بر جامعه و سازمان، انجام مطالعات دقیق، ارائه راهکارهای منعطف و پویا، قابلیت پاسخگویی راهبردها به مسائل، توجه به منابع سازمان در ارائه سیاست‌ها، تطبیق راهبردها با رسالت سازمان	بررسی همه جانبه مسائل، قابلیت انعطاف‌پذیری خطمشی، امکان پذیری خطمشی و راهبردها	اثرگذار در تدوین و تصویب خطمشی‌ها
فراهم ساختن امکانات و تجهیزات، زمین، پول، دانش و تخصص افراد، مهارت‌های ارتباطی، توانایی جمع‌آوری و پردازش اطلاعات ماشین آلات، کامپیوترها، تجربه و قابلیت افراد، هوش و ذکاوت، وسایل نقلیه	منابع مالی، منابع فیزیکی، منابع انسانی	تخصیص دهنده منابع
شناسایی عوامل برون سازمان موثر در شکل‌گیری مسائل (فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی)، توجه به منابع مالی، فنی، اطلاعاتی، مادی، توجه به عوامل ساختاری مسئله، توجه به هنجارها رفتاری، توجه به روابط رسمی و غیررسمی، در نظر گرفتن آثار بلندمدت و کوتامدت مسائل	ریشه‌یابی مسائل، توجه پیامدهای مسائل	واکاوی و درک مسائل
در نظر گرفتن پیچیدگی روابط، رسمیت روابط، تمرکز قدرت، بیان منافع سیاست‌ها برای مخاطب، پیوندجویی و اقناع‌سازی، تعیین ارزش‌های رفتاری، مشخص کردن قواعد اخلاقی حاکم بر گروه، استانداردهای رفتاری	روابط ساختاری در شبکه‌ها، تعاملات رفتاری	تنظیم روابط در شبکه‌ها
میزان دستیابی به نتیجه، میزان منابع مصرفی، تعیین موانع اجرایی، رویکرد اجرا، روابط، ماموریت، چشم‌انداز، استراتژی‌های اجرا، شاخص‌های ارزیابی	ارائه بازخورد سیاست‌های اجرایی، شفاف‌سازی سیاست‌های پیشنهادی	کاهش نارسایی‌های اطلاعاتی
تحلیل قشربندی اجتماعی، مقاومت در برابر سیاست، تحلیل برندگان و بازندگان سیاست، تحلیل مسائل سیاسی ناشی از سیاست، رعایت حقوق شهروندی، پاسخگویی، شنیدن صدای عموم و حق اظهار نظر، تمایل به توافق و اجماع	تقویت نگاه نقادانه به خط مشی‌ها، تغییر سیاست‌های دولت در بالادست از حیظه و حوزه تقابلی به تعاملی و مشارکت جویانه	منبع تحولات جدید
تشخیص فرصت، جریان شناختی، تشخیص زمان مناسب (زمان شناسی)، هماهنگی، عقلانیت، پویایی، توجیه راه حل‌های تازه، نوآوری خلاقیت در راهبردها	پیشنهاد و ارائه وسایست‌ها، حمایت و پشتیبانی از راهبردهای بدیع و تازه	تزریق سیاست‌های تازه و نوآورانه

در جدول شماره دو بخشی از فرایند کدگذاری پژوهش نشان داده شده است. بنابراین، بعد از انجام کامل فرایند گذاری در نهایت کدهای انتخابی تعیین گردید. در حقیقت کدهای انتخابی براساس نتایج کدهای باز و محوری شکل می‌گیرد که در رویکرد کدگذاری، مرحله اصلی نظریه پردازی از آن یاد می‌شود. در این پژوهش در جدول شماره سه کدهای انتخابی که نشان دهنده پیامدهای کارآفرینی سیاسی می‌باشد، ارائه شده است.

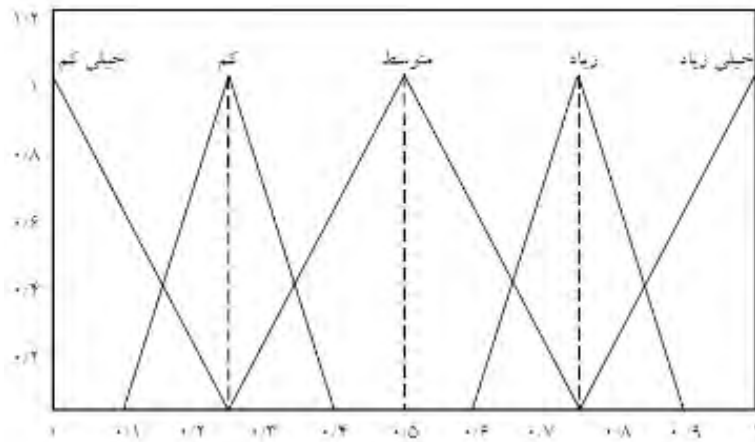
جدول ۳. پیامدهای کارآفرینی سیاسی

پیامدها	نماد شاخص‌ها	پیامدها	نماد شاخص‌ها
جهت دهنده سیاست‌ها	X11	تزیق سیاست‌های تازه و نوآورانه	X1
آشکارسازی مسائل	X12	منبع تحولات جدید	X2
تخصیص دهنده منابع	X13	واکاوی و درک بهتر مسائل	X3
اثرگذار در تدوین و تصویب خط‌مشی‌ها	X14	بر هم زنده وضع موجود	X4
پایش‌های دقیق درونی و بیرونی	X15	ارائه راهکارهای مناسب	X5
انسجام‌بخشی فعالیت‌های دیگران	X16	بسیج دیگر بازیگران سیاسی	X6
کاهش نارسایی‌های اطلاعاتی	X17	جلب افکار عمومی	X7
توسعه حیات سیاسی	X18	اخذ تصمیمات کارآمد	X8
ایجاد ائتلاف‌ها و گروه‌ها	X19	تنظیم روابط در شبکه‌ها	X9
		امکان اجرای داوطلبانه سیاست‌ها	X10

ج) یافته‌های بخش کمی

تعریف متغیرهای زبانی

در این مرحله از پژوهش، نظرات خبرگان در خصوص پیامدهای کارآفرینی سیاسی در قالب پرسشنامه مشخص می‌شود. لذا خبرگان باید میزان موافقت خود را تعیین نمایند. در این قبیل موارد خیلی نمی‌توان با مقادیر قطعی نظر خبرگان را جویا شد. به همین خاطر استفاده از متغیرهای کیفی، آزادی عمل بیشتری را در اظهارنظر به خبرگان خواهد بخشید. به عبارتی استفاده از متغیرهای کیفی همچون: «کم»، «متوسط»، «زیاد» و ... مشکلات فوق را تا حد زیادی کاهش خواهد داد، اما مسئله و مشکل دیگری ایجاد می‌کند. از آنجا که ذهنیت افراد نسبت به متغیرهای کیفی یکسان نیست. از طرفی خصوصیات متفاوت افراد بر تعابیر ذهنی آن‌ها نسبت به متغیرهای کیفی اثرگذار است؛ یعنی برخی افراد خوش‌بین و برخی بدبین و یا برخی نگرش آسان‌گیرانه و یا سختگیرانه دارند که بر تعابیر ذهنی آن‌ها تاثیرگذار است. از این رو، تجزیه و تحلیل بر روی متغیرهای منتج از ذهنیت و تعابیر مختلف، ارزشی نخواهد داشت. لذا متغیرهای کیفی به شکل اعداد فازی مثلثی تعریف می‌شوند که در شکل و جدول زیر نشان داده شده‌اند.



شکل ۲. تعریف متغیرهای زبانی

همچنین در جدول شماره چهار نیز طریقه متغیرهای کلامی یا کیفی به اعداد فازی مثلثی و عدد فازی قطعی شده نشان داده شده است.

جدول ۴. اعداد فازی

متغیرهای کلامی (کیفی)	اعداد فازی مثلثی	عدد فازی قطعی شده
خیلی زیاد	۰/۷۵-۱-۱	۰/۱۱
زیاد	۱-۰/۷۵-۰/۵	۰/۷۵
متوسط	۰/۷۵-۰/۵-۰/۲۵	۰/۵
کم	۰/۵-۰/۲۵-۰	۰/۲۵
خیلی کم	۰/۲۵-۰-۰	۰/۸۳

با توجه به جدول و شکل بالا پس از تطبیق هر شاخص با مقادیر فازی و تخصیص سطح زبانی، باید اعداد فازی به اعداد کمی تبدیل شوند یا به عبارتی فازی زدایی شوند. یکی پرکاربردترین روش‌ها در این زمینه فرمول مینکووسکی می‌باشد که در آن اعداد قطعی به اعداد فازی تبدیل می‌شوند. لازم به ذکر است که در فرمول مینکووسکی β حد بالای فازی مثلثی، α حد وسط عدد فازی مثلثی و M حد پایین عدد فازی مثلثی را نشان می‌دهد که فرمول آن در زیر ارائه شده است.

$$m + \frac{\beta - \alpha}{4} \quad \text{رابطه (۱)}$$

نظرسنجی مرحله اول

در این مرحله، محققان پیامدهای شناسایی شده را در قالب پرسشنامه در اختیار خبرگان قرار می‌دهند و میزان موافقت آن‌ها با هر کدام از مؤلفه‌ها اخذ شده و نظرات پیشنهادی و اصلاحی آن‌ها جمع بندی می‌گردد. به این ترتیب، بر مبنای زینه پیشنهادی و متغیرهای زبانی تعریف شده نتایج حاصل از بررسی پاسخ‌های قیدی شده در پرسشنامه برای به دست آوردن میانگین فازی مؤلفه‌ها مورد تحلیل قرار می‌گیرند. برای محاسبه میانگین فازی از روابط زیر استفاده می‌شود.

$$A_i = (a_1^{(i)}, a_2^{(i)}, a_3^{(i)}), i = 1, 2, 3, \dots, n \quad \text{رابطه (۲)}$$

$$A_{ave} = (m_1, m_2, m_3) = \left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_1^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_2^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_3^{(i)} \right) \quad \text{رابطه (۳)}$$

در این رابطه A_i بیانگر دیدگاه خبره i ام و A_{ave} میانگین دیدگاه‌های خبرگان است. بعد از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، تعداد پاسخ‌های داده‌شده به هر عامل مورد شمارش و بررسی قرار گرفت که در نظرسنجی مرحله اول نتایج شمارش پاسخ‌های داده‌شده در جدول شماره پنج نشان داده شده است.

جدول ۵. نظرسنجی مرحله اول پیامدهای کارآفرینی سیاسی

پیامدهای کارآفرینی سیاسی					
شاخص‌ها	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
تزییق سیاست‌های تازه و نوآورانه	۱۵	۰	۱	۰	۲
منبع تحولات جدید	۱۳	۲	۰	۲	۱
واکاوی و درک بهتر مسائل	۱۱	۳	۰	۳	۱
بر هم زنده وضع موجود	۴۴	۱	۲	۱	۰
ارائه راهکارهای مناسب	۱۰	۲	۳	۱	۲
بسیج دیگر بازیگران سد یاسید	۱۲	۱	۲	۰	۳
جلب افکار عمومی	۶۶	۰	۰	۱	۱
اخذ تصمیمات کارآمد	۱۳	۳	۱	۰	۱
تنظیم روابط در شبکه‌ها	۱۵	۱	۰	۲	۰
امکان اجرای داوطلبانه سیاست‌ها	۱۰	۲	۴	۲	۰
جهت دهنده سیاست‌ها	۶۶	۰	۱	۰	۱
آشکار سازی مسائل	۱۱	۵	۰	۰	۲
تخصیص دهنده منابع	۱۳	۲	۲	۱	۰
اثرگذار در تدوین و تصویب خطمشی‌ها	۴۴	۰	۲	۱	۱
پایش‌های دقیق درونی و بیرونی	۱۲	۲	۲	۰	۲
انجام بخشی فعالیت‌های دیگران	۱۰	۳	۴	۱	۰
کاهش نارسایی‌های اطلاعاتی	۱۵	۰	۰	۱	۲
توسعه حیات سیاسی	۶۶	۰	۰	۰	۲
ایجاد ائتلاف‌ها و گروه‌ها	۴۴	۲	۱	۱	۰

زمانی که تعداد پاسخ‌های داده شده به هر شاخص مشخص شد و پس از بهره‌گیری از فرمول مینکووسکی برای محاسبه میانگین فازی مثلی هر عامل، باید اعداد فازی قطعی شده برای آن عامل محاسبه گردد. نتایج حاصل از میانگین فازی و فازی‌زدایی مؤلفه‌ها به شرح جدول زیر است.

جدول ۶. میانگین دیدگاه‌های خبرگان حاصل از نظر سنجی مرحله اول

مقدار کریسپ	میانگین فازی مثلثی			پیامدها	مقدار کریسپ	میانگین فازی مثلثی			پیامدها
	m	α	β			m	α	β	
۰/۹۸۰	۰/۹۱۶	۰/۶۸۰	۰/۹۴۰	جهت دهنده سیاست‌ها	۰/۹۲۷	۰/۸۶۱	۰/۶۳۸	۰/۹۰۲	تزریق سیاست‌های تازه و نوآورانه
۰/۸۹۹	۰/۸۱۹	۰/۵۹۷	۰/۹۱۷	آشکارسازی مسائل	۰/۹۰۹	۰/۸۳۲	۰/۵۹۷	۰/۹۰۱	منبع تحولات جدید
۰/۹۵۴	۰/۸۷۷	۰/۶۲۵	۰/۹۳۹	تخصیص دهنده منابع	۰/۸۶۱	۰/۷۷۷	۰/۵۴۱	۰/۸۷۵	واکاوی و درک بهتر مسائل
۰/۹۲۰	۰/۸۴۷	۰/۶۱۱	۰/۹۰۲	اثرگذار در تدوین و تصویب خط‌مشی‌ها	۰/۹۶۵	۰/۸۸۷	۰/۶۳۸	۰/۹۴۴	بر هم زنده وضع موجود
۰/۸۸۱	۰/۸۰۵	۰/۵۸۲	۰/۸۷۲	پایش‌های دقیق درونی و بیرونی	۰/۸۱۹	۰/۷۲۶	۰/۵۱۳	۰/۸۴۷	ارائه راهکارهای مناسب
۰/۸۹۵	۰/۸۰۱	۰/۵۵۵	۰/۹۱۴	انسجام‌بخشی فعالیت‌های دیگران	۰/۸۳۶	۰/۷۳۶	۰/۵۵۵	۰/۸۴۵	بسیج دیگر بازیگران سیاسی
۰/۹۱۳	۰/۸۴۷	۰/۶۲۵	۰/۸۸۳	کاهش نارسایی‌های اطلاعاتی	۰/۹۶۸	۰/۹۰۲	۰/۶۶۶	۰/۹۳۰	جلب افکار عمومی
۰/۹۵۱	۰/۸۸۰	۰/۶۶۳	۰/۹۱۱	توسعه حیات سیاسی	۰/۹۵۱	۰/۸۷۵	۰/۶۳۸	۰/۹۴۴	اخذ تصمیمات کارآمد
۰/۹۷۹	۰/۹۰۳	۰/۶۵۱	۰/۹۵۸	ایجاد ائتلاف‌ها و گروه‌ها	۰/۹۷۵	۰/۹۰۲	۰/۶۵۲	۰/۹۴۱	تنظیم روابط در شبکه‌ها
					۰/۸۶۸	۰/۷۷۶	۰/۵۲۷	۰/۸۸۸	امکان اجرای داوطلبانه سیاست‌ها

با انجام نظرسنجی در مرحله اول لازم است که مرحله دوم نظرسنجی هم صورت پذیرفت. دلیل این امر آن است که نتایج کسب شده از هر مرحله با هم مقایسه و نتیجه مشخص گردد.

نظرسنجی مرحله دوم

در جدول شماره هفت نتایج پاسخ‌های داده شده به هریک از عوامل و نظرسنجی مرحله دوم نشان داده شده است.

جدول ۷. نظرسنجی مرحله دوم پیامدهای کارآفرینی سیاسی

پیامدهای کارآفرینی سیاسی					
شاخص‌ها	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
تزریق سیاست‌های تازه و نوآورانه	۱۴	۱	۱	۱	۱
منبع تحولات جدید	۱۴	۱	۱	۲	۰
واکاوی و درک بهتر مسائل	۱۳	۲	۰	۰	۳
بر هم زنده وضع موجود	۱۵	۰	۱	۰	۲
ارائه راهکارهای مناسب	۱۲	۲	۰	۲	۲
بسیج دیگر بازیگران سیاسی	۱۳	۱	۱	۳	۰
جلب افکار عمومی	۱۶	۰	۰	۰	۲
اخذ تصمیمات کارآمد	۱۴	۲	۰	۰	۲
تنظیم روابط در شبکه‌ها	۱۶	۰	۰	۱	۱
امکان اجرای داوطلبانه سیاست‌ها	۱۲	۲	۲	۰	۲
جهت دهنده سیاست‌ها	۱۴	۱	۱	۱	۱
آشکارسازی مسائل	۱۰	۴	۳	۱	۰
تخصیص دهنده منابع	۱۵	۰	۰	۱	۲
اثرگذار در تدوین و تصویب خط‌مشی‌ها	۱۳	۰	۲	۲	۰
پایش‌های دقیق درونی و بیرونی	۱۴	۰	۰	۲	۲
انسجام‌بخشی فعالیت‌های دیگران	۹	۶	۰	۳	۰
کاهش نارسایی‌های اطلاعاتی	۱۴	۰	۱	۱	۲
توسعه حیات سیاسی	۱۵	۰	۰	۱	۲
ایجاد ائتلاف‌ها و گروه‌ها	۱۵	۲	۰	۱	۰

زمانی که تعداد پاسخ‌های داده شده به هر شاخص در مرحله دوم مشخص شد و پس از بهره‌گیری از فرمول مینکووسکی برای محاسبه میانگین فازی مثلی هر عامل، لازم است همچون مرحله اول اعداد فازی قطعی شده برای آن عامل محاسبه گردد. به این ترتیب، نتایج حاصل از میانگین فازی و فازی‌زدایی مؤلفه‌ها در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۸. میانگین دیدگاه‌های خبرگان حاصل از نظر سنجی مرحله دوم

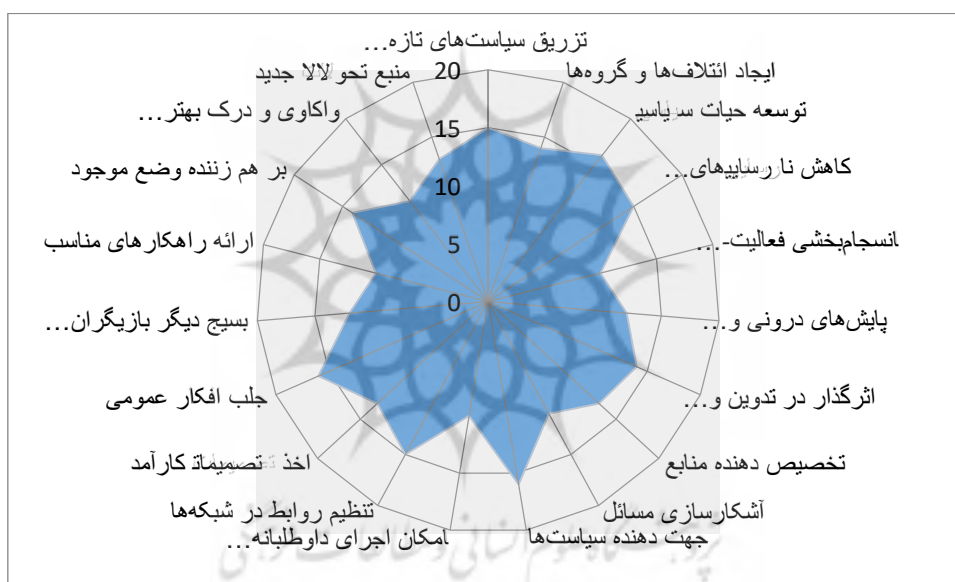
مقدار کریسپ	میانگین فازی مثلثی			پیامدها	مقدار کریسپ	میانگین فازی مثلثی			پیامدها
	m	α	β			m	α	β	
۰/۹۷۴	۰/۹۱۴	۰/۶۵۹	۰/۹۳۵	جهت دهنده سیاست‌ها	۰/۹۳۴	۰/۸۶۰	۰/۶۲۵	۰/۹۱۵	تزریق سیاست‌های تازه و نوآورانه
۰/۹۰۹	۰/۸۰۵	۰/۵۶۹	۰/۹۳۰	آشکارسازی مسائل	۰/۹۰۱	۰/۸۳۵	۰/۵۲۵	۰/۹۱۹	منبع تحولات جدید
۰/۹۴۳	۰/۸۱۰	۰/۵۶۰	۰/۹۳۰	تخصیص دهنده منابع	۰/۸۷۴	۰/۸۰۵	۰/۵۹۷	۰/۸۷۰	واکاوی و درک بهتر مسائل
۰/۹۱۱	۰/۸۲۱	۰/۶۰۱	۰/۸۹۸	اثرگذار در تدوین و تصویب خط‌مشی‌ها	۰/۹۲۷	۰/۸۶۰	۰/۶۳۸	۰/۹۰۲	بر هم زنده وضع موجود
۰/۸۷۵	۰/۸۰۴	۰/۵۸۳	۰/۸۶۱	پایش‌های دقیق درونی و بیرونی	۰/۸۵۴	۰/۷۷۵	۰/۵۵۴	۰/۸۵۹	ارائه راهکارهای مناسب
۰/۸۸۵	۰/۷۹۱	۰/۵۴۱	۰/۹۱۵	انسجام‌بخشی فعالیت‌های دیگران	۰/۸۶۹	۰/۸۳۳	۰/۵۸۳	۰/۸۹۷	بسیج دیگر بازیگران سیاسی
۰/۸۸۸	۰/۸۱۹	۰/۵۹۷	۰/۸۷۵	کاهش نارسایی‌های اطلاعاتی	۰/۹۶۶	۰/۸۸۹	۰/۶۶۴	۰/۹۲۰	جلب افکار عمومی
۰/۹۴۸	۰/۸۶۸	۰/۶۷۰	۰/۹۰۸	توسعه حیات سیاسی	۰/۹۳۸	۰/۸۵۸	۰/۶۳۸	۰/۹۱۸	اخذ تصمیمات کارآمد
۰/۹۷۵	۰/۹۱۳	۰/۶۶۳	۰/۹۴۲	ایجاد ائتلاف‌ها و گروه‌ها	۰/۹۶۸	۰/۹۰۱	۰/۶۶۳	۰/۹۳۰	تنظیم روابط در شبکه‌ها
					۰/۸۷۸	۰/۸۰۵	۰/۵۸۱	۰/۸۹۰	امکان اجرای داوطلبانه سیاست‌ها

بعد از آنکه نظرسنجی در هر دو مرحله انجام گرفت لازم است که اختلاف میانگین فازی زدایی شده (مقدار کریسپ) در دو مرحله مورد تحلیل و بررسی قرار گیرد و اختلاف‌ها مشخص شود. بنابراین، اختلاف میانگین فازی زدایی شده (مقدار کریسپ) پیامدهای کارآفرینی سیاسی در مرحله اول و مرحله دوم به شرح جدول زیر می باشد.

جدول ۹. اختلاف میانگین فازی زدایی شده (مقدار کریسپ) مرحله اول و دوم

اختلاف کریسپ مرحله اول و دوم	مقدار کریسپ مرحله دوم	مقدار کریسپ مرحله اول	پیامدها	اختلاف کریسپ مرحله اول و دوم	مقدار کریسپ مرحله دوم	مقدار کریسپ مرحله اول	پیامدها
۰/۰۶	۰/۹۷۴	۰/۹۸۰	جهت دهنده سیاست‌ها	۰/۰۷	۰/۹۳۴	۰/۹۲۷	تزریق سیاست‌های تازه و نوآورانه
۰/۱۰	۰/۹۰۹	۰/۸۹۹	آشکارسازی مسائل	۰/۰۸	۰/۹۰۱	۰/۹۰۹	منبع تحولات جدید
۰/۱۱	۰/۹۴۳	۰/۹۵۴	تخصیص دهنده منابع	۰/۱۳	۰/۸۷۴	۰/۸۶۱	واکاوی و درک بهتر مسائل
۰/۰۹	۰/۹۱۱	۰/۹۲۰	اثرگذار در تدوین و تصویب خط‌مشی‌ها	۰/۳۸	۰/۹۲۷	۰/۹۶۵	بر هم زنده وضع موجود
۰/۰۶	۰/۸۷۵	۰/۸۸۱	پایش‌های دقیق درونی و بیرونی	۰/۳۵	۰/۸۵۴	۰/۸۱۹	ارائه راهکارهای مناسب
۰/۱۰	۰/۸۸۵	۰/۸۹۵	انسجام‌بخشی فعالیت‌های دیگران	۰/۳۳	۰/۸۶۹	۰/۸۳۶	بسیج دیگر بازیگران سیاسی
۰/۲۵	۰/۸۸۸	۰/۹۱۳	کاهش نارسایی‌های اطلاعاتی	۰/۰۲	۰/۹۶۶	۰/۹۶۸	جلب افکار عمومی
۰/۰۳	۰/۹۴۸	۰/۹۵۱	توسعه حیات سیاسی	۰/۱۳	۰/۹۳۸	۰/۹۵۱	اخذ تصمیمات کارآمد
۰/۰۴	۰/۹۷۵	۰/۹۷۹	ایجاد ائتلاف‌ها و گروه‌ها	۰/۰۷	۰/۹۶۸	۰/۹۷۵	تنظیم روابط در شبکه‌ها
				۰/۱۰	۰/۸۷۸	۰/۸۶۸	امکان اجرای داوطلبانه سیاست‌ها

در رویکرد دلفی فازی با انجام نظرسنجی از خبرگان لازم است تا اجماع‌نظر صورت پذیرد و این امر از قیاس نظرسنجی در طی مراحل مختلف انجام می‌گیرد. بنابراین، هنگامی که اختلاف میانگین فازی‌زدایی شده (مقدار کریسپ) در طی دو مرحله کمتر از ۰/۱ باشد؛ فرایند نظرسنجی متوقف می‌گردد، اما در صورتی که این اختلاف بیشتر از ۰/۱ باشد؛ مجدداً نظرسنجی انجام می‌گیرد و تا زمانی که اجماع‌نظر صورت نپذیرد، این روند ادامه می‌یابد. همان‌گونه که در جدول ۹ ملاحظه می‌گردد اختلاف میانگین فازی‌زدایی شده (مقدار کریسپ) در دو مرحله کمتر از ۰/۱ می‌باشد. این بدان معناست که خبرگان در خصوص پیامدهای کارآفرینی سیاسی به اجماع‌نظر رسیده‌اند و در همین مرحله نظرسنجی متوقف می‌شود. در واقع خبرگان به پیامدهای شناسایی شده در پژوهش حاضر نگاه تقریباً یکسانی دارند. با توجه به مطالب ذکر شده، در نهایت تمامی پیامدهای کارآفرینی سیاسی در قالب نمودار زیر نشان داده شده است.



نمودار ۱. اولویت پیامدهای کارآفرینی سیاسی

بحث و نتیجه‌گیری

از منظر تأثیرگذاری، سیاست و سیاست‌گذاری نه تنها حوزه‌های خصوصی و عمومی زندگی شهروندان یک کشور را در بر می‌گیرد؛ بلکه فعالیت‌ها و تعاملات یک جامعه را نیز در ارتباطات برون مرزی تحت سیطره خود قرار می‌دهد. بدون شک لازمه رشد و موفقیت برای هر جامعه و سازمانی متأثر از تغییر در فاکتورها و عوامل مختلفی است، تغییر و تحول در سیاست‌ها یکی از مهمترین عواملی است که ضرورت پیشرفت و توسعه را در عرصه ملی و بین‌المللی به همراه دارد. مسلمانان (کارآفرینان) که پایه‌گذار تحولات هستند و به خصوص آن‌هایی (کارآفرینان سیاسی) که در سیاست‌ها و خط‌مشی‌ها نوآوری و بدعت ایجاد می‌کنند و حافظان روندهای وضع موجود را به چالش کشیده و با خلق طرح‌های نو، آینده تازه‌ای پیش‌روی سازمان و جامعه گشوده و مسیر موفقیت را هموارتر می‌سازند. بنابراین، پژوهش حاضر باهدف

واکاوی پیامدهای کارآفرینی سیاسی در عرصه سیاست‌گذاری انجام پذیرفت. از آنجایی که پژوهش حاضر در زمره رویکردهای آمیخته قرار می‌گیرد، لازم است نتایج حاصل از هر بخش به تفکیک تشریح شود. به این ترتیب در بخش کیفی پژوهش با انجام مصاحبه و با کمک روش کدگذاری و نرم افزار Atlas.ti پیامدهای کارآفرینی سیاسی شناسایی شد. نتایج حاصل از این بخش در برگیرنده نوزده پیامد کارآفرینی سیاسی در عرصه سیاست‌گذاری است. این پیامدها شامل: تزریق سیاست‌های تازه و نوآورانه، منبع تحولات جدید، واکاوی و درک بهتر مسائل، بر هم زنده وضع موجود، بر هم زنده وضع موجود، بسیج دیگر بازیگران سیاسی، جلب افکار عمومی، اخذ تصمیمات کارآمد، تنظیم روابط در شبکه‌ها، امکان اجرای داوطلبانه سیاست‌ها، جهت دهنده سیاست‌ها، آشکارسازی مسائل، تخصیص دهنده منابع، اثرگذار در تدوین و تصویب خط‌مشی‌ها، پایش‌های دقیق درونی و بیرونی، انسجام بخشی فعالیت‌های دیگران، کاهش نارسایی‌های اطلاعاتی، توسعه حیات سیاسی و ایجاد ائتلاف‌ها و گروه‌ها. از طرفی در بخش کمی پژوهش از رویکرد دلفی فازی استفاده شد. در واقع هدف آن بود که مشخص گردد آیا خبرگان در خصوص پیامدهای شناسایی شده در بخش کیفی اجماع نظر دارند یا نه؟ که نتایج تحلیل نشان داد اختلاف میانگین فازی‌زدایی شده در پژوهش حاضر کمتر از ۰/۱ می‌باشند و این حکایت از آن دارد که خبرگان در خصوص پیامدهای شناسایی شده نگاه تقریباً یکسانی دارند. همچنین در این بخش مشخص شد که جلب افکار عمومی، توسعه حیات سیاسی و ایجاد ائتلاف‌ها و گروه‌ها، پایش‌های دقیق درونی و بیرونی، جهت دهنده سیاست‌ها، تزریق سیاست‌های تازه و نوآورانه و تنظیم روابط در شبکه‌ها مهمترین پیامدهای کارآفرینی سیاسی در عرصه سیاست‌گذاری است. در خصوص وجوه اشتراک و افتراق پژوهش حاضر با دیگر پژوهش‌های صورت گرفته باید عنوان نمود که پژوهش حاضر با پژوهش‌های کراو و متس (۲۰۱۹) و مک کافری و سالرنو (۲۰۱۱) مطابقت و همخوانی دارد. آن‌ها نیز همچون پژوهش حاضر تخصیص دهنده منابع را یکی از کارکردها و پیامدهای کارآفرینی سیاسی قلمداد نمودند کما اینکه در این پژوهش نیز جزء پیامدهای کارآفرینی سیاسی شناسایی شد. همچنین با مطالعات سارایا و همکاران (۲۰۲۰) که در پژوهش خود کارآفرینان سیاسی را منبع تحولات جدید معرفی کردند و السون و سیونسون (۲۰۱۹) که از کارآفرینان سیاسی به عنوان تنظیم کننده روابط در شبکه یاد کردند؛ همخوانی دارد. درنهایت در خصوص محدودیت‌های پژوهش حاضر باید گفت که کم بودن ادبیات و مبانی نظری یا به عبارتی کم بودن پژوهش‌های مشابه مرتبط با پیامدهای کارآفرینی سیاسی به خصوص در داخل کشور و همچنین عدم همکاری لازم خبرگان امر به دلیل مشغله کاری و یا عدم درک موضوع مورد بررسی را می‌توان جزء مهم‌ترین محدودیت‌های پژوهش حاضر برشمرد.

پیشنهادات کاربردی

❖ پژوهش حاضر به مدیران عرصه سیاست‌گذاری که به ایجاد تغییر و تحول در سیاست‌ها و خط‌مشی‌ها نظر دارند، پیشنهاد می‌کند که نقش و جایگاه کارآفرین سیاسی را به درستی شناخته تا از وجود قابلیت‌های آن بهره‌وافر را کسب نمایند.

- ❖ پژوهش حاضر با استناد به یافته‌ها پیشنهاد می‌گردد که سیاستمداران حتی المقدور زمینه حضور کارآفرینان سیاسی را در فرایند سیاست‌گذاری مهیا سازند، چرا که آنان با ارائه نظرات خود اعتماد و اطمینان سیاست‌گذاران و آحاد مردم جامعه را جلب نموده و روند تصمیم‌گیری را تسهیل می‌سازد.
- ❖ یافته‌ها حکایت از آن دارد که توسعه حیات سیاسی یکی از مهمترین پیامدهای کارآفرینی سیاسی است. از این رو، پیشنهاد می‌شود افزایش ظرفیت و کارایی یک نظام سیاسی در حل و فصل تضادهای منافع فردی و جمعی، مشارکت پذیری مردمی، آزادی و همچنین بهبود قابلیت پاسخگویی سیستم سیاسی در سایه سار کارآفرینان سیاسی امکان پذیر است تا با تحول‌آفرینی در خطمشی‌ها و سیاست‌ها راهگشای حل مسائل سازمان و جامعه باشند.
- ❖ گروه‌ها، ائتلاف‌ها و احزاب سیاسی در هر جامعه‌ای همواره نقشی کلیدی و اساسی در تصمیم‌گیری‌ها و خطمشی‌ها ایفا می‌کنند. از این رو، پیشنهاد می‌شود که زمینه نقش‌آفرینی کارآفرینان در حوزه سیاست فراهم ساخته تا با شکل دهی به ارزش‌های مشترک در میان اعضا، متعهد ساختن گروه‌ها و احزاب به هم و نیز ایجاد هم‌افزایی در روابط به خوبی بتوانند فرایند سیاست‌گذاری را تقویت و در اخذ تصمیمات عمومی مثمر ثمر باشند.
- ❖ به پژوهشگران آتی با توجه به خلأ تحقیقاتی و اهمیت موضوع پیشنهاد می‌شود که با استفاده از رویکرد داده بنیاد عوامل علی، زمینه‌ای و مداخله‌ای کارآفرینی سیاسی را مورد تحلیل قرار دهند و یا با استفاده از روش ساختاری - تفسیری به طراحی الگوی کارآفرینی سیاسی مبادرت ورزند. همچنین توصیه می‌گردد که اثرگذاری کارآفرینی سیاسی را بر مفاهیم با قرابت معنایی مناسب مورد ارزیابی قرار دهند.

منابع

الوانی، سیدمهدی (۱۳۹۵). کارآفرین سیاسی: بازیگر تحول‌آفرین در عرصه سیاست‌گذاری، سیاست‌گذاری عمومی، ۲(۱)، ۸۱-۹۱.

References

- Alwani, S.M (2016). Political Entrepreneur: transformative actor In the field policy making, *Public Policy Quarterly*, 2(1), 81-91.(in Persian).
- Brouwer, S., Huitema, D & Biermann, F (2009). Towards Adaptive Management: The Strategies of Policy Entrepreneurs to Direct Policy Change, *Conference on the Human Dimensions of Global Environmental Change*, 1-24.
- Christopoulos, D., & Ingold, K. (2011). *Distinguishing between political brokerage & political entrepreneurship. Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 10, 36-42.
- Demir Uslu, Y & Kedikli, E. (2019). The Importance of Entrepreneurship and Innovation Management in Terms of Modern Businesses, *International Journal of Academic Value*, 5(1), 1-11.

- Devetag, M., Zazzerini, G., Tuan, N & Hung, D (2020). Developing Entrepreneurial Competencies in Vietnam: Evidence from the Bac Ninh Province, *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emergning Economies*, 10, 329-362.
- Egboga, I., Zubairu, U. (2020). How Effective Has Global Entrepreneurship Been As A Tool For Economic Growth?. *Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship*, 4(1), 112-121.
- Hogan, J & Feeney, Sh (2012). Crisis and Policy Change: The Role of the Political Entrepreneur, *Primary Sources in Historical Anthropology*, 3(2), 1-24.
- Kalil, T. (2017). Policy Entrepreneurship at the White House: Getting Things Done in Large Organizations, *Innovations: Technology, Governance, Globalization* 11 (3-4): 4-21.
- Karlsson, Ch (2015). Political Entrepreneurship, Cluster Policies and Regional Growth. Centre of Excellence for Science and Innovation Studies, 1-17.
- Kraav, M & Mets, T (2019). ICT Infrastructure Development as Political Entrepreneurship: The Case of the Estonian Education and Research Network (EENet), *International Conference on Emerging eLearning Technologies and Applications (ICETA)*, 1-7.
- Martin, A & Thomas, D (2013). Two-tiered political entrepreneurship and the congressional committee system, *Public Choice*, 154, 21-37.
- McCaffrey, M & Salerno, J (2011). A Theory of Political Entrepreneurship, *Modern Economy*, 2, 552-560.
- Mets, T (2017). Entrepreneurship in Estonia: combination of political and entrepreneurial agenda, in *Entrepreneurship in Transition Economies: Diversity, Trends and Perspectives*, A. Sauka and A. Chepurenko, Eds. Cham, Switzerland: Springer International, 115-133.
- Mintrom, M (2019). So you want to be a policy entrepreneur? *Policy Design and Practice*, 2(4), 1- 25.
- Mintrom, M. (2015) Political entrepreneurs and Morality Politics: Learning from Failure and Success, *Entrepreneurship in the Polis: Understanding Political Entrepreneurship*, 103-118.
- Ncanywa, Th (2019). Entrepreneurship and Development Agenda: A Case of Higher Education in South Africa, *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(1), 1-11.
- Neck, R. (2016). The Political Entrepreneur: Deus ex Machina of Public Choice Theory??. *Contemporary Entrepreneurship*, 201-210.
- O'Brien, T (2018). Political entrepreneurship in the feld of Maori sovereignty in Aotearoa New Zealand, *The British Journal of Sociology*, 70(4), 1-19.
- Olausson, A & Svensson, P (2019). Understanding Political Entrepreneurship in Local Government Administration – a Contextual Framework, *Lex Localis- Journal Of Local Self-Government*, 17(3), 643-658.
- Salter, A.W & Wagner, R (2018). Political entrepreneurship, emergent dynamics, and constitutional politics, *Review of Social Economy*, 76(3), 281-301.
- Sarabia, M., Romero, F.C & del Val Nunez, T (2020). Political entrepreneurship and leadership succession, *Int. J. Intellectual Property Management*, 10(1), 17-34.

- Schirm, S (2020). Refining domestic politics theories of IPE: A societal approach to governmental preferences, *Politics*, 40(4), 396-412.
- Sobari, W (2019). The Practice of Political Entrepreneurship in a Rural Javanese Village, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 23(1), 30-44.
- Surak, S.M & Kirsch, R.E (2020). New Political Science and Black Lives Matter Statement, *New Political Science*, 42(3), 417.
- Svensson, P. (2019) Formalized policy entrepreneurship as a governance tool for policy integration, *International Journal of Public Administration*, <https://doi.org/10.1080/01900692.2019.1590401>.
- Teixeira, A & Silva, C (2012). A new perspective on local political entrepreneurship: Evidence from Portugal, *Local Economy*, 27(4), 332–354.
- Wiklund, J., Nikolaev, B., ShirMaw-Der, N & Bradley, S (2019). Entrepreneurship and well-being: Past, present, and future, *Journal of Business Venturing*, 34, 579-588.

