

طراحی مدل اشتیاق کارآفرینانه مدیران سازمان های دولتی (مورد مطالعه: استان اصفهان)

مهناز قاسمی حسین آبادی^۱، مرتضی موسی خانی^{۲*}، مجید رمضان^۳

چکیده	اطلاعات مقاله
<p>پژوهش حاضر با هدف طراحی مدل اشتیاق کارآفرینانه ی مدیران سازمان های دولتی استان اصفهان به شیوه ی کیفی و به روش تحلیل تم انجام شده است. داده های تحقیق از مرور مقالات داخلی و خارجی معتبر و مصاحبه با خبرگان استخراج شده است. ۲۰ خبره ی منتخب، بصورت نمونه گیری غیر تصادفی هدفمند از بین مدیران سازمان های دولتی در اصفهان (۱۵ نفر) و اساتید دانشگاه متخصص (۵ نفر) برای مصاحبه انتخاب شدند. در وهله ی اول ادبیات تحقیق و پیشینه های داخلی و خارجی موضوع بررسی شد. از ۳۶ مقاله ی منتخب ۱۹ کد باز شناسایی شد، که در ۴ دسته ی منابع، عوامل، راهبرد و پیامد دسته بندی شدند و پس از مصاحبه با خبرگان دانشگاهی و مدیران سازمان های دولتی ۲۳ کد از متن مصاحبه استخراج گردید. پس از تلفیق دو مرحله، نهایتاً ۳۴ کد باز در ۴ دسته ی مذکور شکل گرفت. جهت تایید نهایی، از خبرگان خواسته شد نظرات خود را در مورد عوامل نهایی بیان نمایند. نتیجه ی نهایی، تایید تمامی عوامل را با استفاده از آزمون تی تک نمونه ای نشان داد. پس از آن روایی عوامل با استفاده از شاخص CVR بررسی و توسط خبرگان تایید شد. در مرحله ی بعدی برای ترسیم مدل از روش ISM استفاده شد و روابط بین عوامل مشخص گردید و مدل تحقیق ارائه شد.</p>	<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>شاپا الکترونیکی: ۲۷۸۳-۴۵۶۵</p> <p>شاپا چاپی: ۲۰۰۸-۹۷۷۵</p> <p>واژه های کلیدی: کارآفرینی، اشتیاق، اشتیاق کارآفرینانه، مدیران سازمان های دولتی.</p>

لطفاً به این مقاله استناد کنید: قاسمی حسین آبادی، مهناز، موسی خانی، مرتضی، رمضان، مجید. (۱۴۰۱). طراحی مدل اشتیاق کارآفرینانه مدیران سازمان های دولتی (مورد مطالعه: استان اصفهان). *مطالعات رفتاری در مدیریت*. ۱۳(۳۲): ۸۳-۶۳.

	Creative Commons: CC BY 4.0		ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال	* نویسنده مسؤوول: مرتضی موسی خانی	ایمیل: mousakhani@srbiau.ac.ir
---	-----------------------------	---	--	--	---------------------------------------

۱. دانشجوی دکتری رشته مدیریت دولتی، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. mahnazghasemi.68@yahoo.com
۲. استاد گروه مدیریت دولتی، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (مسئول مکاتبات). mousakhani@srbiau.ac.ir
۳. دانشیار گروه منابع انسانی، دانشگاه صنعتی مالک اشتر، تهران، ایران. m_ramezan83@yahoo.com

۱- مقدمه

دنه‌ت^۱ با انتقاد از پارادایم مدیریت دولتی نوین، پارادایم جدیدی را مطرح کرده است که بر نقش عموم و منفعت جامعه، و نه منفعت خاصه تاکید دارد، به نحوی که رویکرد آن خدمت به مردم و رفاه جامعه و پاسخگویی به نیازهای آنهاست. بر اساس این پارادایم، مدیران و برنامه ریزان دولتی برای رسیدن به هدف پاسخگویی هرچه بهتر به نیازهای مردم، باید با پژوهش، نیازهای جامعه را شناسایی کنند و با کمترین هزینه، بیشترین بهره‌وری و خدمت را داشته باشند. بخش دولتی از بسترهای اصلی رشد و توسعه و از ابزارهای اصلی اجرای فعالیت‌ها و وظایف دولت‌ها محسوب می‌شود و کم توجهی به این بخش به دلیل حیطه‌ی وظایف گسترده‌ای که بر عهده‌ی دولت‌ها می‌باشد، مشکلات متعددی را به همراه خواهد داشت. نکته‌ی بارزی که در زمینه‌ی مشکلات سازمان‌های دولتی به چشم می‌خورد؛ فقدان روحیه‌ی مشارکت‌پذیری و مشارکت‌جویی، تمرکزگرایی و انعطاف‌ناپذیری، رخوت، کندی و پرپیچ و خم بودن انجام امور، غلبه‌ی روحیه‌ی بی‌اعتنایی نسبت به نتیجه‌ی کار، مسئولیت‌ناپذیری و فرافکنی، بهره‌وری پایین و ناکارآمدی این سازمان‌ها می‌باشد (الوانی و ریاحی، ۱۳۸۲:۱۳). با توجه به ماهیت این مشکلات در سازمان‌های دولتی جهت دستیابی به اثربخشی و کارایی بیشتر در خدمت‌رسانی به مردم جامعه، موضوع هماهنگی با تغییرات و کارآفرینی جهت بهبود فعالیت‌ها و هماهنگی با نیازهای پیچیده‌ی مردم کاملاً محسوس می‌باشد. با این وجود روند کلی در سازمان‌های دولتی مخصوصاً در کشور در حال توسعه مانند ایران، نشان‌دهنده‌ی این است که وضعیت حاکم در این سازمان‌ها سنتی و غیر کارآفرینانه بوده و به نظر می‌رسد که یکی از دلایل ناکارآمدی سازمان‌های دولتی ایران فقدان روحیه‌ی کارآفرینانه می‌باشد. بنابراین شناخت و چگونگی ارتقاء اشتیاق کارآفرینانه به عنوان محرک اصلی فعالیت‌های کارآفرینانه در بین مدیران سازمان‌های دولتی بسیار حائز اهمیت است. جهت پرداختن به این مسأله باید عوامل مختلفی که از منابع اشتیاق کارآفرینانه هستند را شناسایی کرد و پیامد این تاثیرگذاری‌ها را مشخص ساخت، زیرا سازمان‌های دولتی در صورتی می‌توانند از پس چالش‌های خود برآیند که ابتدا خود کارآفرین شوند و زمینه‌های لازم را برای بروز اشتیاق کارآفرینانه در بین مدیران فراهم کنند. اشتیاق کارآفرینانه مانند اراده‌ی قوی درونی است که غیرممکن را ممکن می‌سازد (اشرف و همکاران، ۱۳۹۷: ۷۱). به رغم اهمیت اشتیاق کارآفرینانه، پژوهش‌های اندکی به اشتیاق کارآفرینانه در مدیران، به عنوان هدایت‌کننده‌ی سازمان پرداخته‌اند، به علاوه بررسی این موضوع در سازمان‌های دولتی در پژوهش‌های داخلی و خارجی به ندرت دیده می‌شود. بنابراین نیاز به بررسی جامعی در این زمینه مشهود است، چرا که می‌توان با شناخت پیشایندهای این سازه و فراهم کردن زمینه‌ی ارتقاء اشتیاق کارآفرینانه در بین مدیران سازمان‌های دولتی به عنوان یک راهکار موثر، بخشی از مشکلات عنوان شده در سازمان‌های دولتی را برطرف نمود. همچنین با توجه به آنچه ذکر شد با مروری که بر مطالعات مربوط به اشتیاق کارآفرینانه صورت گرفته، به نظر می‌رسد بیشتر تحقیقات به پیامدهای این سازه پرداخته‌اند و کمتر به بررسی پیشایندهای این سازه پرداخته شده است (مورنیکس و همکاران^۲، ۲۰۱۸: ۱۴۳؛ استونهم و نیلسن^۳، ۲۰۱۹: ۳۴۲). به نظر می‌رسد خلاء مطالعاتی در زمینه‌ی ارائه‌ی مدل جامعی که به اشتیاق کارآفرینانه مدیران سازمان‌های دولتی بپردازد، وجود دارد. همچنین از آنجایی که زمینه‌ی فرهنگی و موقعیت می‌تواند از جمله عوامل اثرگذار بر اشتیاق باشد (نیومن و همکاران^۴، ۲۰۱۹: ۶۱) انتظار می‌رود متغیرهای شناسایی شده، بسته به کشوری که تحقیق در آن صورت می‌گیرد متفاوت باشد و نگرشی جدید را در این حوزه ارائه دهد. با توجه به خصوصیات خاص سازمان‌های دولتی و جو حاکم بر آن باید دانست که چه متغیرهایی باعث ارتقاء اشتیاق کارآفرینانه در بین مدیران این دسته سازمان‌ها شده و چه راهبردهایی وجود دارد و پیامدهای حاصل از ارتقاء اشتیاق کارآفرینانه در بین مدیران سازمان‌های دولتی چه خواهد بود؟ لذا هدف پژوهش حاضر طراحی مدل اشتیاق کارآفرینانه‌ی

مدیران سازمان های دولتی در کشور در حال توسعه ی "ایران" می باشد.

۱-۱ مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مشهورترین تعریف از اشتیاق کارآفرینانه، تعریفی است که توسط کاردن و همکارانش^۵ ارائه شده است. آنها اشتیاق کارآفرینانه را این گونه تعریف می کنند: "احساسات مثبت شدید آگاهانه قابل دستیابی که با مشارکت در فعالیت های کارآفرینی مرتبط با نقش هایی قابل توجه و برجسته برای هویت شخصی کارآفرین تجربه می شود" (کاردن و همکاران، ۲۰۰۹: ۵۱۷). با توجه به اهمیت فعالیت های کارآفرینانه در توسعه ی اقتصادی و اجتماعی و همچنین نقش مهمی که اشتیاق کارآفرینانه در ایجاد و توسعه ی مشاغل کارآفرینانه ایفا می کند، محققان شروع به بررسی عوامل شخصی، زمینه ای و پیامدهای مربوط به اشتیاق کارآفرینانه (به عنوان مثال، کاردن و همکاران، ۲۰۱۳؛ تورگرن و وینسنت^۶، ۲۰۱۵، نیومن و همکاران، ۲۰۱۹) کرده اند. پیامدهای اشتیاق کارآفرینانه در مدیران می تواند در سطح کارکنان (برویست و همکاران^۷، ۲۰۱۲) و سازمان (ما و همکاران^۸، ۲۰۱۸) دیده شود. اشتیاق کارآفرینانه می تواند خلاقیت را پرورش داده و الگوهای اطلاعاتی لازم را برای کشف و بهره برداری از فرصت های محتمل تشخیص دهد (بارون^۹، ۲۰۰۸)، همچنین با توانایی مدیران در افزایش سرمایه (کاردن و همکاران، ۲۰۰۹) و استخدام و انگیزش کارمندان کلیدی (کاردن، ۲۰۰۸) ارتباط دارد. تحقیقات کیفی و کمی نیز وجود دارد که به پیشایندهای اشتیاق کارآفرینانه مرتبط با فرد (استنهولم و نیلسن، ۲۰۱۹؛ نیومن و همکاران، ۲۰۱۹) و زمینه (نیومن و همکاران، ۲۰۱۹؛ کانگ و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۶) پرداختند.

۱-۲ پیشینه پژوهش

بروگست و همکاران^{۱۱} (۲۰۲۰) با تکیه بر سرایت عاطفی و نظریه های تعیین هدف، بررسی کردند که آیا ادراک کارکنان از اشتیاق کارآفرینانه ی سرپرستانشان، نسبت به فعالیت های مختلف به طور مثبت با تعهد عاطفی آنها به سرمایه گذاری های کارآفرینانه و مکانیسم هایی که زیربنای این روابط است، مرتبط است یا خیر. آنها دریافتند که، در حالی که اشتیاق به اختراع به طور مثبت با تعهد کارکنان از طریق افزایش عاطفه ی مثبت آنها مرتبط است، اشتیاق برای توسعه به طور مثبت با تعهد عاطفی کارکنان از طریق افزایش عاطفه ی مثبت و وضوح هدف آنها مرتبط است. در مقابل، آنها دریافتند که اشتیاق به تاسیس با کاهش عاطفه ی مثبت کارکنان، رابطه ی منفی با تعهد عاطفی کارکنان دارد. به طور مشابه، هابنر^{۱۲} (۲۰۱۹) ارتباط بین ادراک کارمندان از اشتیاق کارآفرینانه و تعهد عاطفی آنها را بررسی کرد. او دریافت که اشتیاق کارآفرینانه ی کارمندان رابطه ی بین اشتیاق کارآفرینانه ی کارآفرین و تعهد عاطفی آنها را میانجی گری می کند. او همچنین ارتباط مستقیمی بین اشتیاق کارآفرینی کارآفرین و تعهد هدف آنها پیدا کرد. وانگ و همکاران^{۱۳} (۲۰۱۸) دریافتند که سرایت اشتیاق کارآفرینانه در میان افرادی که با هم در سازمان های تجاری کار می کنند، احتمال راه اندازی یک کسب و کار جدید را پیش بینی می کنند، اصطلاحی که آنها، آن را گردش جمعی کارآفرینانه می نامند. لاکسونن و همکاران^{۱۴} (۲۰۱۷) دریافتند که یک کارآفرین موسس، حداقل باید در مورد کسب و کار، اشتیاق داشته باشد

^۱Berogest et al

^۲Habner

^۳Vang et al

^۴Lacsonen et al

تا یک سرمایه‌گذاری خلاقانه در سطح جهانی موفق شود. گرشفسکی و همکاران (۲۰۱۶) دریافتند که اشتیاق کارآفرینی به تنهایی پیش شرط موفقیت کسب و کار نیست. کارآفرینان باید هم شور کارآفرینی و هم مهارت‌های تجاری را داشته باشند. مردعلی و همکاران (۱۳۹۹)؛ در پژوهشی به بررسی تأثیر آموزش کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه بر خلاقیت، قصد، نگرش و اشتیاق به کارآفرینی پرداختند. در این مطالعه شواهدی مبنی بر تأثیر معنادار آموزش کارآفرینانه بر اشتیاق نسبت به کارآفرینی و تعدیل‌گری معنادار آموزش کارآفرینانه در زمینه‌ی تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر خلاقیت در کارآفرینی مشاهده نشد. طالبی و همکاران (۱۳۹۸)؛ در پژوهشی به بررسی نقش هوشیاری و جهت‌گیری کارآفرینانه در ارتباط با اشتیاق و قصد کارآفرینانه‌ی کارآفرینان در استان تهران پرداختند. بر مبنای نتایج تجزیه و تحلیل مسیر مشخص شد که اشتیاق کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه از مسیر جهت‌گیری کارآفرینانه و هوشیاری کارآفرینانه تأثیرگذار است. دیانتی و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهشی به بررسی تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر تشخیص فرصت‌ها، با ملاحظه نقش اشتیاق کارآفرینانه شرکت‌های دانش بنیان مستقر در پارک‌های علم و فناوری شهر تهران پرداختند. نتایج نشان داد خودکارآمدی کارآفرینانه بر اشتیاق کارآفرینانه باشدت، خودکارآمدی کارآفرینانه بر تشخیص فرصت با شدت و اشتیاق کارآفرینانه بر تشخیص فرصت با شدت تأثیر مثبت و معناداری دارد. هم‌چنین اثر میانجی اشتیاق کارآفرینانه در رابطه بین خودکارآمدی کارآفرینانه و تشخیص فرصت‌ها به تأیید رسید. براساس تعریف، رسمی بودن عبارت است از: تأکید و توجه خاصی که در سازمان به پیروی از قوانین و دستورالعمل‌های مشخص در اجرای هر یک از شغل‌ها، حاکم می‌باشد. به عبارت دیگر رسمی بودن سازمان بستگی به میزان دستورالعمل‌ها، شرح وظایف، راهنماها، روش‌ها، مقررات و سیاست‌های مکتوب سازمان دارد. هر چه این اسناد و مدارک بیشتر باشد، سازمان رسمی‌تر است. سازمان‌هایی که تمایل و گرایش به فعالیت‌های کارآفرینانه دارند برای سازگاری با محیط نیازمند تغییر، انعطاف و نوآوری هستند که بالطبع با ثبات و کنترل از طریق مقررات و دستورالعمل‌های رسمی مغایر است. به عبارتی سازمان‌هایی که وجه مشخصه آن‌ها فقدان نسبی مقررات رسمی است احتمالاً بیشتر نوآورند. غالباً رسمیت و تمرکز زیاد در سازمان باعث ایجاد یکنواختی در خط مشی و اجراء، کاهش خطرپذیری کارکنان (به دلیل اجتناب آن‌ها از خطاهایی که به دلیل کمبود اطلاعات یا کمی مهارتشان بروز می‌کند)، استفاده صرف از مهارت‌های کارشناسان و متخصصان مهم و کنترل بیشتر بر عملیات سازمانی می‌شود. برعکس، رسمیت و تمرکز کمتر در سازمان، منجر می‌شود به تصمیم‌گیری‌های سریع‌تر و عملیاتی که در هر سطح سلسله مراتب سازمانی قابل اجرا هس تند و چنین تصمیماتی احتمال بیشتری دارد که با موقعیت افراد، طراحی و تنظیم شده باشد.

۳-۱ مدل مفهومی و سوال‌های تحقیق

سؤال اصلی

مدل اشتیاق کارآفرینانه‌ی مدیران سازمان‌های دولتی استان اصفهان چگونه است؟

سؤالات فرعی

منابع اشتیاق کارآفرینانه‌ی مدیران سازمان‌های دولتی استان اصفهان کدامند؟

عوامل اشتیاق کارآفرینانه‌ی مدیران سازمان‌های دولتی استان اصفهان کدامند؟

راهبردهای اشتیاق کارآفرینانه‌ی مدیران سازمان‌های دولتی استان اصفهان کدامند؟

پیامدهای اشتیاق کارآفرینانه‌ی مدیران سازمان های دولتی استان اصفهان کدامند؟

۴-۱ روش شناسی پژوهش

هدف تحقیق طراحی مدل اشتیاق کارآفرینانه مدیران سازمان های دولتی (مورد مطالعه: استان اصفهان) بوده که با توجه به هدف و موضوع، این تحقیق از نظر هدف هم توسعه ای (زیرا به شناسایی عوامل، منابع و پیامدهای اشتیاق کارآفرینانه مدیران سازمان های دولتی پرداخته) و هم کاربردی (زیرا مستقیماً با محیط کار مربوط می شود و می توان پس از اتمام تحقیق از نتایج آن استفاده کرد) می باشد. و از نظر ماهیت، توصیفی- پیمایشی است. پژوهش حاضر از نوع پژوهش کیفی است که دارای منطق استقرایی است. به عبارت دیگر با توجه به چارچوب های نظری موجود و مصاحبه با خبرگان تحلیل آن ها بوسیله ی برخی روش های کیفی، مدلی ارائه شده است. در راستای بررسی سؤال ها و تحقق هدف پژوهش و با توجه به رویکرد پژوهش، جامعه ی آماری این پژوهش شامل ۲ گروه می باشد. گروه اول، کلیه ی مقالات و پژوهش های داخلی و خارجی مرتبط با اشتیاق کارآفرینانه در ادبیات پیشین و علم سنجی صورت گرفته در نمایه ی وب آف ساینس^{۱۱} و اسکوپوس^{۱۲} بوده، که در بازه ی سال های ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۰ و ۲۰۰۸ الی ۲۰۲۲ به چاپ رسیده اند. گروه دوم، گروه خبرگان جهت مصاحبه (افراد خبره ای که دانش و یا تجربه ی عملیاتی لازم جهت اظهار نظر در زمینه ی اشتیاق کارآفرینانه داشته و نیز مدرک دانشگاهی مرتبط داشته باشند، این گروه خبرگان ترکیبی از مدیران سازمان های دولتی مانند ادارات امور مالیاتی استان اصفهان و شهرداری های مناطق مختلف استان اصفهان و اعضای هیات علمی دانشگاه آزاد هستند). شیوه ی نمونه گیری هدفمند برای خبرگان، شیوه ی غیراحتمالی و در دسترس انتخاب شد، با توجه به این که در مقالات و کتاب ها تعداد ۲۰ نفر در گروه خبره مطرح شده، از این رو در این تحقیق نیز همین عدد در نظر گرفته شد. روش جمع آوری داده ها نیز هم از روش کتابخانه ای در حوزه ی استخراج کدها از ادبیات نظری و پیشینه ها، و هم از روش پیمایشی جهت مصاحبه با خبرگان و تایید کدهای نهایی استفاده شده است. روش تجزیه و تحلیل داده ها نیز با استفاده از روش تحلیل تم صورت گرفته که در ادامه جهت تایید کدها از میانگین، آماره تی و شاخص CVR جهت تایید روایی استفاده شده است. همچنین جهت طراحی مدل از ماتریس تعاملی و دستیابی جهت تعیین روابط متغیرها استفاده شده است.

۲- یافته های پژوهش

در وهله ی اول مقالات مرتبط با اشتیاق کارآفرینانه و مدل های معتبر در این زمینه بررسی، و کدهای باز استخراج شد، پس از آن با مصاحبه از خبرگان کدهای دیگری حاصل شد که برخی از آنها با کدهای مرحله قبل همپوشانی داشت، لذا با تلفیق کدهای دو مرحله نهایتاً جدول زیر به عنوان نتایج مرحله ی تحلیل تم ارائه شد. در جدول ۱ کدهای نهایی که حاصل از تلفیق تحقیقات قبلی و مصاحبه است همراه با منبع تحقیق و شماره ی مصاحبه شونده آورده شده است.

جدول ۲. کدهای بدست آمده از تلفیق تحقیقات و مصاحبه

موضوع	تحقیقات قبلی	کدباز	مولفه‌ها
۱۷-۱۳ ۲-۶-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲	کاردن و همکاران (۲۰۱۳)؛ استنهلیم و نیلسن (۲۰۱۹)؛ نیومن و همکاران (۲۰۱۹)	سطح تحصیلات	منابع اشتیاق کارآفرینانه مدیران
۱۹-۱۸-۱۶-۱۴-۱۰-۴	استنهلیم و نیلسن (۲۰۱۹)؛ نیومن و همکاران (۲۰۱۹)	تجربه‌ی کارآفرینی در گذشته	
-	استنهلیم و نیلسن (۲۰۱۹)؛ مورنیکس (۲۰۱۸)؛ مورنیکس و همکاران (۲۰۱۴)؛ کاردن و همکاران (۲۰۱۳)؛ مبینی و همکاران (۱۳۹۴)؛ قنادی و همکاران (۱۳۹۷)	محوریت هویت	
۱۹-۱۵-۱۴-۱۱-۸-۶	-	خلاقیت‌های فردی	
-	استنهلیم و نیلسن (۲۰۱۹)؛ کاردن و کریک (۲۰۱۵)	خودکارآمدی	
۲۰-۱۵-۱۳-۱۲-۸-۵-۲	-	انگیزه‌ی پیشرفت در سازمان	
	نیومن و همکاران (۲۰۱۹)؛ کنگ و همکاران (۲۰۱۶)	جو سازمان	عوامل اشتیاق کارآفرینانه مدیران
۲۰-۱۸-۱۵-۱۰-۴-۱	-	چشم انداز و اسناد بالادستی	
	نیومن و همکاران (۲۰۱۹)؛ دمول و همکاران (۲۰۱۸)	تناسب فرد-شغل	
۲۰-۱۶-۱۰-۹-۸-۵-۱	-	منابع انسانی کارآمد	
۱۹-۱۷-۱۶-۱۳-۱۲-۱۱	-	فرهنگ کارآفرینی در سازمان	
۲۰-۱۶-۱۳-۹-۸-۶	اشرف و همکاران (۱۳۹۷)	یادگیری سازمانی	
	مردعلی و همکاران (۱۳۹۹)؛ راتن و جونز (۲۰۲۱)	آموزش کارآفرینانه	راهبردهای اشتیاق کارآفرینانه مدیران
-	نیومن و همکاران (۲۰۱۹)؛ مورنیکس (۲۰۱۸)؛ مورنیکس و همکاران (۲۰۱۴)؛ مبینی و همکاران (۱۳۹۴)؛ قنادی و همکاران (۱۳۹۷)؛ مبینی و همکاران (۱۳۹۴)	ایجاد هویت کارآفرینانه	
۱۸-۱۵-۸-۷-۳	-	بالا بردن شناخت از نیازهای روز جامعه	

مولفه ها	کدباز	تحقیقات قبلی	مصاحبه
	خود کارآمدی کارآفرینانه	لی و همکاران (۲۰۲۰)؛ باقری و یزدان پناه (۲۰۱۷)؛ دیبانتی و همکاران (۱۳۹۷)؛ مردعلی و همکاران (۱۳۹۹)	-
	به کارگیری صحیح فناوری اطلاعات و ارتباطات	-	۱۳-۱۲-۱۰-۸
	حذف قوانین و مقررات دولتی دست و پاگیر	-	۲۰-۱۶-۱۰-۹-۵
	ایجاد فرهنگ کارآفرینی	نیومن و همکاران (۲۰۱۹)	۱۸-۱۴-۸-۲
	ایجاد سیستم مناسب مدیریت دانش در سازمان	-	۲۰-۱۲-۷-۶
	استفاده از تجربیات کارآفرینی سایر کشورها	-	۲۰-۱۴-۹-۳-۱
	جذب و استخدام نیروی مستعد	زالی و همکاران (۱۳۹۲)؛ استنهم و نیلسن (۲۰۱۹)	۱۸-۱۷-۱۳-۹-۸
	ایجاد سیستم آموزش و مهارت	-	۱۸-۱۶-۱۱-۷-۵
	تامین مالی هزینه ی واحد بازاریابی خدمات جدید	استنهم و نیلسن (۲۰۱۹) نیومن و همکاران (۲۰۱۹)	-
	حمایت سازمانی از فعالیت های کارآفرینانه	-	۱۵-۱۱-۹-۶
پایه های اشتیاق کارآفرینانه مدیران	قصد کارآفرینانه	طالبی و همکاران (۱۳۹۸)؛ هندیجانی فرد و عبودی (۱۳۹۶)؛ لو و همکاران (۲۰۱۶)؛ بتسیچ و همکاران (۲۰۱۵)	-
	کشف فرصت های خلاقانه	دیبانتی و همکاران (۱۳۹۷)؛ قنادی و همکاران (۱۳۹۷)؛ زالی و همکاران (۱۳۹۲)؛ راتن و جونز (۲۰۲۱)؛ کاردن (۲۰۱۷)؛ باثو و همکاران (۲۰۱۷)؛ بیراگلیا و کادیله (۲۰۱۶)	۱۶-۹-۸-۲
	رفتارهای کارآفرینانه	قنادی و همکاران (۱۳۹۷)؛ رستمی و همکاران (۱۳۹۵)؛ علم بیگدلی (۱۳۹۴)؛ لی	-

مصحح	تحقیقات قبلی	کدباز	مولفه‌ها
	و همکاران (۲۰۲۰)؛ اوپچانکا و همکاران (۲۰۱۹)؛ کیوپینگ و همکاران (۲۰۱۷)؛ اوپچانکا و مولر (۲۰۱۷)؛ کاردن (۲۰۱۷)؛ بیراگلیا و کادیله (۲۰۱۶)؛ مورنیکس و همکاران (۲۰۱۴)		
۲۰-۱۳-۸-۵-۴-۲	ما و همکاران (۲۰۱۸)؛ سویتاوات (۲۰۱۹)؛ کاردن و همکاران (۲۰۰۹)	تمایل برای سرمایه گذاری بیشتر	
۲۰-۱۸-۱۳-۱۱-۱۰	ابورامان و همکاران (۲۰۲۱)؛ مهدوی نسب و همکاران (۱۳۹۶)	موفقیت مدیرعامل	
	برویست و همکاران (۲۰۱۲)؛ کاردن (۲۰۰۸)؛ استنهم و نیلسن (۲۰۱۹)	اشتیاق کارآفرینی کارمندان	
۱۹-۱۷-۱۲-۷-۵-۳	-	موفقیت سازمان	
۱۷-۱۴-۱۱-۳	-	رعایت استانداردهای خدمات رسانی	
۱۹-۱۴-۱۰-۹-۸-۱	-	تلاش برای یادگیری مداوم	

نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد که ۳۴ کد باز از تلفیق آنچه در ادبیات نظری وجود داشته و آنچه از مصاحبه‌ها حاصل شده در ۴ دسته منبع، عوامل، راهبرد و پیامد دسته بندی و ارائه شده است.

۱-۲ اعتبار و روایی

در ادامه از خبرگان خواسته شد تا نظر خود را در ارتباط با اینکه عوامل ذکر شده تا چه حد موثر هستند، بیان نمایند. برای این منظور از خبرگان خواسته شد نظرات خود را بر اساس طیف ۵ گانه ی لیکرت به وسیله ی گویه های "خیلی کم"، "کم"، "متوسط"، "زیاد" و "خیلی زیاد" بیان نمایند. همچنین جهت تایید روایی مجدداً از نظر خبرگان استفاده شد. بر اساس تعداد متخصصینی که سؤالات را مورد ارزیابی قرار داده اند، حداقل مقدار CVR قابل قبول بایستی برای تعداد خبرگان ۲۰ نفر، ۰/۴۲ باشد که برای تمامی شاخص‌ها مورد تایید است. جدول ۲ اعتبار و تایید کدهای مستخرج از مرحله ی تحلیل تم را همراه با روایی آنها نشان می‌دهد:

جدول ۲. وضعیت رد یا تائید کدهای بدست آمده در خصوص شناسایی شاخص های مدل اشتیاق کارآفرینانه مدیران سازمان های

دولتی

مؤلفه ها	کدباز	میانگین	آماره t	سطح معنی داری	CVR
منابع اشتیاق کارآفرینانه مدیران	سطح تحصیلات	۴/۲۵	۵/۷۸	۰/۰۰۰۱	۰/۵
	تجربه ی کارآفرینی در گذشته	۴/۶	۸/۷۲	۰/۰۰۰۱	۰/۶
	محوریت هویت	۴/۴۵	۷/۳۱	۰/۰۰۰۱	۰/۵
	خلاقیت های فردی	۴/۵	۷/۵۵	۰/۰۰۰۱	۰/۵
	خودکارآمدی	۴/۵	۷/۵۵	۰/۰۰۰۱	۰/۵
	انگیزه ی پیشرفت در سازمان	۴/۵	۷/۵۵	۰/۰۰۰۱	۰/۵
عوامل اشتیاق کارآفرینانه مدیران	جو سازمان	۴/۳	۵/۹۴	۰/۰۰۰۱	۰/۷
	چشم انداز و اسناد بالادستی	۴/۴۵	۷/۳۱	۰/۰۰۰۱	۰/۵
	تناسب فرد-شغل	۴/۶۵	۹/۹	۰/۰۰۰۱	۰/۷
	منابع انسانی کارآمد	۴/۶	۸/۷۲	۰/۰۰۰۱	۰/۶
	فرهنگ کارآفرینی در سازمان	۴/۲	۵/۳۴	۰/۰۰۰۱	۰/۶
	یادگیری سازمانی	۴/۴	۶/۶۶	۰/۰۰۰۱	۰/۷
راهبردهای اشتیاق کارآفرینانه مدیران	آموزش کارآفرینانه	۴/۵۵	۹/۱۳	۰/۰۰۰۱	۰/۷
	ایجاد هویت کارآفرینانه	۴/۲	۵/۳۴	۰/۰۰۰۱	۰/۵
	بالا بردن شناخت از نیازهای روز جامعه	۴/۱	۴/۸۲	۰/۰۰۰۱	۰/۵
	خودکارآمدی کارآفرینانه	۴/۷	۱۰/۳	۰/۰۰۰۱	۰/۷
	به کارگیری صحیح فناوری اطلاعات و ارتباطات	۴/۸	۱۳/۰	۰/۰۰۰۱	۰/۸
	حذف قوانین و مقررات دولتی دست و پاگیر	۴/۳	۵/۹۴	۰/۰۰۰۱	۰/۶
	ایجاد فرهنگ کارآفرینی	۴	۴/۳۶	۰/۰۰۰۱	۰/۵
	ایجاد سیستم مناسب مدیریت دانش در سازمان	۴/۵	۸/۱۱	۰/۰۰۰۱	۰/۶
	استفاده از تجربیات کارآفرینی سایر کشورها	۴/۳	۶/۳	۰/۰۰۰۱	۰/۶
	جذب و استخدام نیروی مستعد	۴/۴	۷/۶۳	۰/۰۰۰۱	۰/۶

مولفه ها	کدباز	میانگین	آماره t	سطح معنی داری	CVR
	ایجاد سیستم آموزش و مهارت	۴/۳	۶/۳	۰/۰۰۰۱	۰/۷
	تامین مالی هزینه ی واحد بازاریابی خدمات جدید	۴/۱۵	۵/۲۱	۰/۰۰۰۱	۰/۵
	حمایت سازمانی از فعالیت‌های کار آفرینانه	۴/۶	۸/۷۲	۰/۰۰۰۱	۰/۶
بیاندهای اشتیاق کار آفرینانه مدیران	قصد کار آفرینانه	۴/۳	۵/۹۴	۰/۰۰۰۱	۰/۵
	کشف فرصت های خلاقانه	۳/۹	۳/۹۴	۰/۰۰۰۱	۰/۵
	رفتارهای کار آفرینانه	۴/۲	۵/۳۴	۰/۰۰۰۱	۰/۵
	تمایل برای سرمایه گذاری بیشتر	۴/۵	۷/۵۵	۰/۰۰۰۱	۰/۶
	موفقیت مدیرعامل	۴/۶	۸/۷۲	۰/۰۰۰۱	۰/۶
	اشتیاق کار آفرینی کارمندان	۴/۱	۴/۸۲	۰/۰۰۰۱	۰/۵
	موفقیت سازمان	۴/۰۵	۴/۷	۰/۰۰۰۱	۰/۵
	رعایت استانداردهای خدمت رسانی	۴/۵	۸/۸۲	۰/۰۰۰۱	۰/۷
	تلاش برای یادگیری مداوم	۴	۴/۶	۰/۰۰۰۱	۰/۵

همانطور که از نتایج حاصل از جدول ۲ مشخص است تمامی عوامل، آماره تی بالاتر از ۱/۹۶ و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ داشته اند و شاخص روایی برای همه آنها از حد قابل قبول بالاتر است.

۲-۲ ترسیم مدل و شبکه‌ی تعاملات ابعاد مدل

الگوی مدل اشتیاق کار آفرینانه مدیران سازمان های دولتی بر اساس یافته های حاصل از مرحله ی تحلیل محتوا است که بر آن اساس می توان هر یک از متغیرهای مکنون (ابعاد) را به همراه متغیرهای مشاهده پذیر (کدها) در قالب یک مدل ارائه نمود. پس از تعیین روابط و سطح متغیرها می توان آن ها را به شکل مدلی ترسیم نمود. به همین منظور ابتدا متغیرها بر حسب سطح آن ها از بالا به پائین تنظیم می شوند و با استفاده از سطح بندی انجام شده دیاگرامی ترسیم می شوند. سپس پاسخ های مشترکی که از بیشترین فراوانی برخوردار بودند، انتخاب شدند. خبرگان بر اساس رابطه ی مفهومی "منجر به" و با استفاده از علائم زیر، ماتریس ها را تکمیل نمودند.

V: یعنی i منجر به j می شود. X: برای نشان دادن تاثیر دوطرفه (بعد از به نو i به j).

A: یعنی j منجر به i می شود. O: برای نشان دادن عدم وجود رابطه بین دو بعد.

ماتریس خود تعاملی ساختاری به صورت جدول زیر بدست آمد.

جدول ۳. ماتریس خودتعاملی ساختاری مدل مفهومی اشتیاق کارآفرینانه مدیران سازمان های دولتی ماتریس دستیابی

پیامدهای عوامل اشتیاق کارآفرینانه	راهبردهای عوامل اشتیاق کارآفرینانه	عوامل اشتیاق کارآفرینانه	منابع اشتیاق کارآفرینانه	J / I
V	O	O		منابع اشتیاق کارآفرینانه
O	O			عوامل اشتیاق کارآفرینانه
V				راهبردهای عوامل اشتیاق کارآفرینانه
				پیامدهای عوامل اشتیاق کارآفرینانه

پس از سازگار نمودن، ماتریس دستیابی نهایی در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۴. ماتریس دستیابی سازگار شده مدل مفهومی اشتیاق کارآفرینانه مدیران سازمان های دولتی

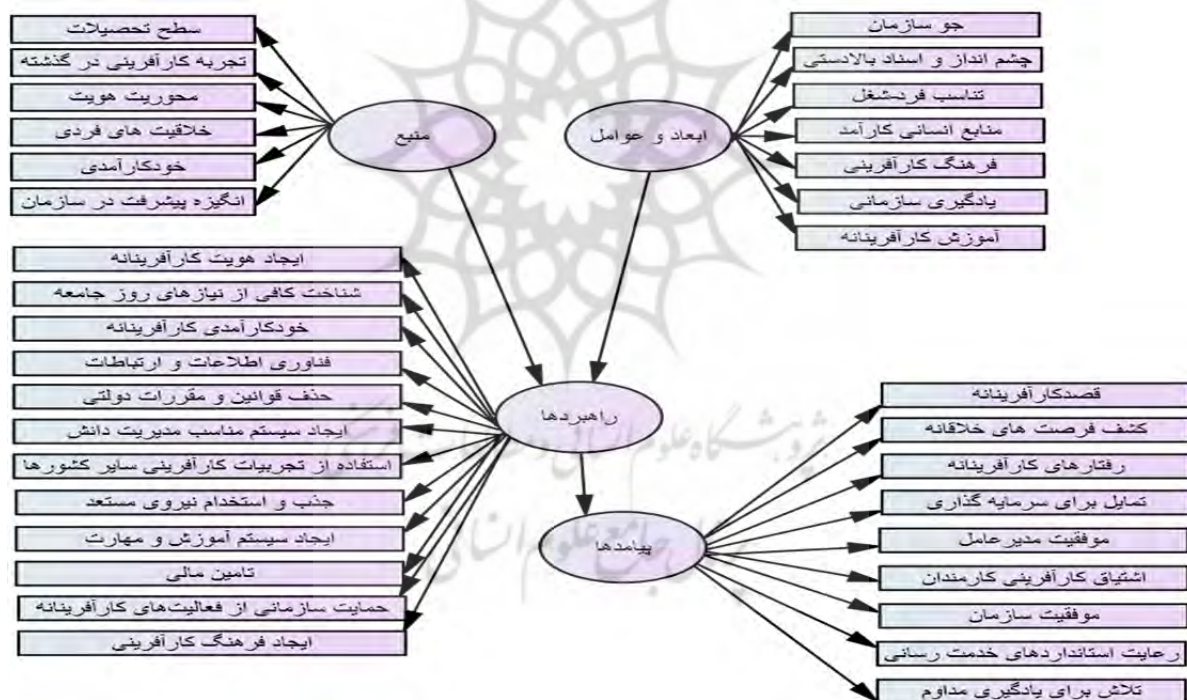
پیامدهای عوامل اشتیاق کارآفرینانه	راهبردهای عوامل اشتیاق کارآفرینانه	عوامل اشتیاق کارآفرینانه	منابع اشتیاق کارآفرینانه	J / I
۱	۰	۰		منابع اشتیاق کارآفرینانه
۰	۰			عوامل اشتیاق کارآفرینانه
۱				راهبردهای عوامل اشتیاق کارآفرینانه
				پیامدهای عوامل اشتیاق کارآفرینانه

مجموعه ی دستیابی هر متغیر، شامل متغیرهایی می شود که از طریق این متغیر می توان به آن ها رسید و مجموعه ی پیش نیاز، شامل متغیرهایی می شود که از طریق آن ها می توان به این متغیر رسید و این کار با استفاده از ماتریس دستیابی انجام می شود. پس از تعیین مجموعه ی دستیابی و پیش نیاز برای هر متغیر، عناصر مشترک در مجموعه ی دستیابی و پیش نیاز برای هر متغیر شناسایی می شوند. معیارهایی که مجموعه ی مشترکشان با مجموعه ی دستیابی شان یکی باشد، سطح اول اولویت را به خود اختصاص می دهند.

جدول ۵. تعیین روابط و سطوح مدل مفهومی اشتیاق کار آفرینانه مدیران سازمان های دولتی

سطح	مجموعه مشترک $R(s_i) \cap A(s_i)$	مجموعه پیش نیاز $A(s_i)$	مجموعه دستیابی $R(s_i)$	ابعاد
۱	-	-	-	منابع اشتیاق کار آفرینانه
۱	-	-	-	عوامل اشتیاق کار آفرینانه
۲	-	-	C3	راهبردهای اشتیاق کار آفرینانه
۳	C4	C1-C4	C4	پیامدهای اشتیاق کار آفرینانه

عملاً با اتمام بخش و فاز دوم پژوهش، می توان هم فرضیات مربوط به عناصر و عوامل تشکیل دهنده ی مدل اشتیاق کار آفرینانه مدیران سازمان های دولتی استان اصفهان و نحوه ی ارتباط بین ابعاد مدل را به شرح زیر تکمیل کرد: عناصر تشکیل دهنده ی شناسایی شده (۳۴ کد باز و ۴ مولفه) در مدل اشتیاق کار آفرینانه مدیران سازمان های دولتی استان اصفهان نقش اصلی ایفا می کنند.



شکل ۱. مدل اشتیاق کار آفرینانه مدیران سازمان های دولتی

۲-۳ پاسخ به سوالات تحقیق بر اساس مدل بدست آمده

۱- منابع اشتیاق کار آفرینانه ی مدیران سازمان های دولتی استان اصفهان کدامند؟

منابع اشتیاق کار آفرینانه ی مدیران سازمان های دولتی استان اصفهان که در این پژوهش شناسایی شدند عبارت بودند از: سطح

تحصیلات، تجربه ی کارآفرینی قبلی، خلاقیت های فردی، خودکارآمدی، انگیزه ی پیشرفت و محوریت هویت کارآفرینانه. سطح تحصیلات هر فرد، میزان و وسعت دانش هر فرد را مشخص می کند، زمانی که فردی سطح تحصیلات بالاتری داشته باشد نسبت به علم، تحقیقات و توسعه و کاربست علم در عمل متعهدانه تر عمل می کند. در پژوهش کاردن و همکاران (۲۰۱۳) عنوان شده اشتیاق کارآفرینانه با توجه به سطح تحصیلات متفاوت است و همچنین کیانپور (۱۳۹۲) تایید نموده که باور فرد نسبت به توانایی هایش متاثر از عوامل متعددی در محیط، از جمله سطح تحصیلات است. در زمینه ی تجربه قبلی باید عنوان کرد که، تجربه ی کارآفرینی قبلی به طور قابل توجهی سطوح بالاتری از احساسات مثبت شدید نسبت به اختراع و کارآفرینی را نشان می دهد که این احساسات مثبت منجر به اشتیاق بالا در فرد جهت کارآفرینی می شود. استنهورم و نیلسن (۲۰۱۹) رابطه ی مثبتی بین تجربه ی کارآفرینی و اشتیاق کارآفرینی را یافتند. تورگرن و وینسنت (۲۰۱۵) همچنین رابطه ی بین تجربه ی کارآفرینی و اشتیاق کارآفرینانه را تایید نموده اند. خودکارآمدی یک فرد به عنوان یک حالت انگیزشی می تواند جزء منابع اشتیاق کارآفرینانه باشد، همانطور که در پژوهش کاردن و کریک (۲۰۱۵) و نیومن و همکاران (۲۰۱۹) نیز به آن اشاره شده است. خودکارآمدی به تدریج در اثر توسعه ی مهارت های اجتماعی و شناختی که حاصل تجربیات است به وجود می آید، و افراد با درجه ی خودکارآمدی پایین نسبت به افراد با درجه ی بالا بسیار متفاوت فکر و رفتار می کنند. نیومن و همکاران (۲۰۱۹) سطح تحصیلات، تجربه ی کارآفرینی قبلی و خودکارآمدی را جزء پیشایندهای فردی برای اشتیاق کارآفرینانه تعیین کردند.

خلاقیت های فردی به عنوان یکی از منابع کارآفرینانه ی مدیران سازمان های دولتی در مصاحبه ها به تکرار بیان شده است. مبحث خلاقیت در زمینه ی کارآفرینی و اشتیاق کارآفرینی حوزه ی پرکاربردی است ولی اغلب به صورت پیامد اشتیاق کارآفرینی به آن پرداخته شده است. در حالی که اگر میزان و قوه ی خلاقیت را یک عامل ذاتی فردی در نظر بگیریم، می تواند جزء پیشایندهای فردی برای اشتیاق کارآفرینانه عنوان شود.

فعالیت افراد تا حدود زیادی به سطح و نوع انگیزه های آنها بستگی دارد. در حقیقت، انگیزه است که به رفتار آدمی انرژی می دهد و آن را هدایت می کند، انگیزه ی پیشرفت در شغل و سازمان می تواند سبب ایجاد اشتیاق کارآفرینانه در مدیران شود و در مصاحبه ها به تکرار بیان شده است. همچنین در مقاله ی زالی و گودرزی (۱۳۹۶) نیز به آن اشاره شده است. منبع دیگر شناسایی شده در این پژوهش محوریت هویت است، هویت انتظارات درونی شده در افراد که در ویژگی های مهم و در ایفای نقش های مختلف نشان می داده می شود. این متغیر توسط کاردن و همکاران (۲۰۱۳)؛ مورنیکس (۲۰۱۸) در اشتیاق کارآفرینانه بیان شده است.

۲- عوامل اشتیاق کارآفرینانه ی مدیران سازمان های دولتی استان اصفهان کدامند؟

ابعاد و عوامل موثر بر اشتیاق کارآفرینانه ی مدیران سازمان های دولتی استان اصفهان که در این پژوهش شناسایی شدند عبارت بودند از: جو سازمان، چشم انداز و اسناد بالادستی، مدیریت دانش در سازمان، منابع انسانی کارآمد، فرهنگ کارآفرینی در سازمان، یادگیری سازمانی، آموزش کارآفرینانه. گاهی اوقات منبع اشتیاق کارآفرینانه برای یک مدیر در یک سازمان وجود دارد منتها برخی از عوامل بر بروز و افزایش یا کاهش آن موثرند. یکی از این عوامل مربوط به جو سازمان است. جو سازمان، ادراکاتی می باشد که افراد در سازمان از جنبه های مختلف محیط سازمان دارند. جو سازمان یک منبع تاثیرگذار بر رفتار اعضای سازمان است. اگر جو یک سازمان پویا و کاری باشد، قطعاً اشتیاق مدیران برای کارآفرینی نیز بیشتر می شود. جو سازمان به عنوان عامل زمینه ای موثر بر اشتیاق کارآفرینانه در پژوهش نیومن و همکاران (۲۰۱۹) و کنگ و همکاران (۲۰۱۶) نیز مورد تایید و تاکید قرار

گرفته است. چشم انداز و اسناد بالادستی یک سازمان دولتی یک عامل بسیار موثر بر رفتار و عملکرد مدیران آن می باشد، زیرا خطوط راهنما و حد و حدود عملکرد یک سازمان را مشخص می کند. همچنین نظارت بر عملکرد مدیر برای دستیابی به اهداف تعیین شده در این اسناد می تواند بر اشتیاق کار آفرینانه ی مدیران سازمان های دولتی موثر باشد. مدیریت دانش در سازمان، فاکتور موثر دیگری است که مصاحبه شوندگان بر آن تاکید داشتند. ثبت و تسهیم دانش در بین اعضای سازمان می تواند حلاء ها و کمبودهای یک سازمان را مشخص و در جهت بر طرف کردن آن، دانش لازم را در اختیار مدیران قرار دهد. مدیر یک سازمان زمانی شور و اشتیاق کار آفرینانه از خود بروز می دهد که سرمایه ی انسانی لازم، کارآمد و اثربخش را در جهت افکار و برنامه های کار آفرینی خود و در جهت اجرای آن در اختیار داشته باشد. در صورتی که کارکنان یک سازمان کارآمد و کارآ نباشند، هر برنامه و ایده ای در عمل با شکست مواجه می شود. عامل موثر بعدی فرهنگ سازمانی است. متأسفانه فرهنگ کار آفرینی به اندازه ی کافی در فرهنگ ملی و در سازمان های دولتی ریشه نندوانده است و در عمل، در سیاست ها و خطی مشی ها بر آن تاکید نشده است. حتی در صورت بیان، در راهبردهای سازمان های دولتی نظارت لازم بر اجرای آن به عمل نیامده و نیاز به انجام آن را غیر ضروری می پندارند. لذا وجود فرهنگ سازمانی که به استقلال، آزادی عمل، مخاطره و ریسک اهمیت دهد، کمتر در سازمان های دولتی دیده می شود. در پژوهش نیومن و همکاران (۲۰۱۹) نیز فرهنگ سازمان به عنوان عامل موثر زمینه ای در مدل مفهومی آورده شده است. عامل موثر دیگر بر اشتیاق کار آفرینانه ی مدیران، یادگیری سازمانی می باشد. یادگیری سازمانی فرآیندی است که طی آن، اعضای سازمان، خطاها را کشف و برای اصلاح آن اقدام می کنند. در یادگیری سازمانی، فرآیندهای سازمان از طریق دانش و درک بیشتر به سازی می شود. این موضوع باعث می شود اشتیاق مدیران در جهت کار آفرینی در سازمان، برای بهبود عملکردها ارتقاء یابد.

۳- راهبردهای اشتیاق کار آفرینانه ی مدیران سازمان های دولتی استان اصفهان کدامند؟ راهبردهای اشتیاق کار آفرینانه ی مدیران سازمان های دولتی استان اصفهان که در این پژوهش شناسایی شدند عبارت بودند از: ایجاد هویت کار آفرینانه، بالا بردن شناخت از نیازهای روز جامعه، خود کارآمدی کار آفرینانه، به کارگیری صحیح فناوری اطلاعات و ارتباطات، حذف قوانین و مقررات دولتی دست و پاگیر، ایجاد فرهنگ کار آفرینی، ایجاد سیستم مناسب مدیریت دانش در سازمان، استفاده از تجربیات کار آفرینی سایر کشورها، جذب و استخدام نیروی مستعد، ایجاد سیستم آموزش و مهارت، تامین مالی هزینه ی واحد بازاریابی خدمات جدید، حمایت سازمانی از فعالیت های کار آفرینانه. برخی از راهبردها در ادبیات نظری اشاره شده و بیشتر آنها از مصاحبه ها استخراج شد که مشخصاً در جهت ارتقاء عوامل و منابع ایجاد کننده ی اشتیاق کار آفرینانه بود. همانطور که در بخش منابع گفته شد بسیاری از محققان در اهمیت هویت افراد در شکل گیری اشتیاق و انگیزه برای انجام کاری اتفاق نظر دارند. در زمینه ی کار آفرینی نیز هویت کار آفرینانه نقش بسزایی دارد. اگرچه هویت، انتظارات درونی شده ی افراد می باشد، اما می توان در شکل گیری آنها با راهبردهای مختلف موثر واقع شود و آنها را در مسیر کار آفرینی تحت تاثیر قرار داد. این متغیر در پژوهش های دیگر مانند قنادی و همکاران (۱۳۹۷)، مبینی و همکاران (۱۳۹۴) نیومن و همکاران (۲۰۱۹) مورنیکس (۲۰۱۸) آمده و به آن اشاره شده است. بالا بردن شناخت از نیازهای روز جامعه برای مدیران سازمان های دولتی که هدف اصلی آنها بر طرف کردن نیازهای مختلف مردم در ابعاد مختلف می باشد، می تواند راهبردی موثر برای ایجاد و ارتقاء اشتیاق کار آفرینانه برای شناخت و بر طرف کردن نقاط ضعف سازمان در جهت پاسخگویی بهتر به نیازهای مردم باشد. راهبرد بعدی، ارتقاء خود کارآمدی کار آفرینانه می باشد. خود کارآمدی در معنای کلی، به عنوان یک حالت ذهنی تعریف می شود که بر پایه ی تصور افراد در مورد مهارت ها و توانایی هایشان پی ریزی

شده است، و خود کارآمدی کارآفرینانه به باورها و فکرهای درونی افراد در مورد اینکه، آیا آنان خود توانایی لازم برای انجام یک کار نوآورانه و مخاطره آمیز را دارند یا خیر. بنابراین با ارتقاء توانمندی ها می توان بر ذهنیت مدیران برای کارآفرینی تاثیر گذاشت. بنابراین با شناخت عوامل موثر بر خود کارآمدی، می توان از این راهبرد برای ارتقاء اشتیاق کارآفرینانه استفاده نمود، زیرا اگر مدیران چنین روحیه ای داشته باشند، می توان انتظار داشت دست به فعالیت های کارآفرینی بزنند. محققان نیز در بررسی نقش مؤلفه های انگیزشی، مانند خود کارآمدی کارآفرینانه، در شکل دادن به اشتیاق کارآفرینی کار کرده اند. به عنوان مثال، کاردن و کرک (۲۰۱۵) دریافتند که خود کارآمدی کارآفرینی به طور مثبت با اشتیاق کارآفرین برای اختراع و تأسیس مرتبط است. سایر پژوهش ها در این زمینه، مردعلی و همکاران (۱۳۹۹)؛ دیانتی و همکاران (۱۳۹۷)؛ ولی و همکاران (۲۰۲۰) می باشد.

یکی دیگر از راهبردهای موثر در ارتقاء اشتیاق کارآفرینانه، به کارگیری صحیح فناوری اطلاعات و ارتباطات می باشد. امروزه با گسترش و حجم اطلاعات زیادی که از طریق اینترنت می تواند بین افراد تسهیم شود، به کارگیری صحیح فناوری اطلاعات و ارتباطات در سازمان ها از پایه ای ترین راهبردهای موثر است که بر سایر عوامل و کیفیت اجرای برخی راهبردها نیز مانند: مدیریت دانش، یادگیری سازمانی، ارتباطات بین فردی و... تاثیر گذار است. به کارگیری صحیح و کارآمد فناوری اطلاعات و ارتباطات در سازمان های دولتی می تواند علاوه بر ارتقاء روابط بین فردی و تعاملات در درون سازمان، به اشتراک دانش، انتقال مشکلات و نقاط ضعف به مدیران، پرس و جوی ایده های خلاقانه ی کارکنان و افزایش مهارت ها و توانمندی های مدیران و کارکنان در راستای ایده های جذاب و خلاق برای بهبود فرآیندهای سازمانی و پاسخگویی بهتر به نیازهای مردم کمک نماید. راهبرد بعدی حذف قوانین و مقررات دولتی دست و پاگیر در سازمان های دولتی می باشد. میزان بالای بوروکراسی، قوانین زیاد و دست و پا گیر، همیشه به عنوان یکی از موانع کارآفرینی در سازمان های دولتی بوده است، در صورتی که قوانین باید حامی تغییرات، بهبود و انطباق با نیازهای روز جامعه باشد.

ایجاد فرهنگ کارآفرینی یکی از عوامل موثر بر بهبود جو سازمان در راستای ارتقاء اشتیاق کارآفرینانه در بین مدیران می باشد. فرهنگ یک سازمان، حمایت کننده ی اقدامات مدیران و کارکنان آن است. با وجود این، در سازمان های دولتی فرهنگ سازمانی موافق با تغییرات و نوآوری و بهبود، نهادینه نشده است. اما در سال های اخیر نگرش های متفاوتی در مورد سازمان های دولتی در راستای کارآفرینی ایجاد شده که باید این فرهنگ با اقدامات مناسب در سازمان ها نهادینه شود. همان طور که در ابعاد و عوامل موثر بر اشتیاق کارآفرینانه عنوان شد، مدیریت دانش در سازمان می تواند بر اشتیاق کارآفرینانه در بین مدیران موثر باشد، بنابراین ایجاد و ارتقاء و بهبود سیستم مدیریت دانش در سازمان های دولتی یک راهبرد بهبود و ایجاد اشتیاق در مدیران می باشد. استفاده از تجربیات کارآفرینی سایر کشورها یک راهبرد مهم برای سازمان های دولتی است. الگوگیری و استفاده از تجربیات کارآفرینی که در سایر کشورها برای سازمان های مربوط به دولت است، می تواند به عنوان یک مسیر پیشرفت و بهبود برای کارآفرینی بکار رود و عوامل موثر بر ارتقاء اشتیاق کارآفرینانه ی مدیران باشد و موانع و چالش های آن ها را مشخص سازد. جذب و استخدام نیروی مستعد می تواند بر اشتیاق کارآفرینانه ی مدیران موثر باشد، زیرا آن ها را دلخوش به داشتن نیروی کارآمد برای تصمیمات کارآفرینانه ی خود در سازمان می کند، ضمن این که از نظرات و ایده های آن ها نیز استفاده می کند. همانطور که گفته شد، داشتن و وجود نیروی انسانی کارآمد از عوامل موثر است، بنابراین جذب و استخدام و نگهداشت آن ها نیز یک راهبرد موثر در موضوع بحث می باشد. ایجاد سیستم آموزش و مهارت جهت آموزش مدیران و کارکنان برای ارتقاء توانمندی و مهارت آن ها و ایجاد یک صلاحیت ذهنی و عینی برای انجام تصمیمات خلاقانه و کارآفرینانه، یک راهبرد موثر بر ارتقاء اشتیاق

کار آفرینانه در مدیران است. تامین مالی هزینه‌ی واحد بازاریابی خدمات جدید، یکی از راهبردهای مهم پیشینیان تصمیمات کار آفرینی برای ایجاد خدمات و یا توسعه‌ی خدمات است. حمایت سازمانی از فعالیت‌های کار آفرینانه به عنوان یک دلگرمی برای اطمینان از تخصیص منابع، حمایت کارکنان، عدم ایجاد مانع برای اجرای طرح‌ها، می‌تواند به عنوان یک راهبرد بسیار موثر محسوب شود.

۴- پیامدهای اشتیاق کار آفرینانه‌ی مدیران سازمان‌های دولتی استان اصفهان کدامند؟

پیامدهای اشتیاق کار آفرینانه‌ی مدیران سازمان‌های دولتی استان اصفهان که در این پژوهش شناسایی شدند عبارت بودند از: موفقیت سازمان، قصد کار آفرینانه، کشف فرصت‌های خلاقانه، رفتارهای کار آفرینانه، تلاش برای یادگیری مداوم، تمایل برای سرمایه‌گذاری بیشتر، موفقیت مدیرعامل، اشتیاق کار آفرینی کارمندان، رعایت استانداردهای خدمت‌رسانی. اشتیاق قلب کار آفرینی است و دلیل آن می‌تواند پرورش خلاقیت و به رسمیت شناختن الگوهای اطلاعات جدید و امیدواری به کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های مهم باشد و شور کار آفرینی با توانایی کار آفرینان برای جذب سرمایه از سرمایه‌گذاران در ارتباط است و عامل کلیدی در جذب و بکارگیری کارکنان است. اشتیاق کار آفرینانه در مدیران در پژوهش‌های مختلفی عنوان شده و البته در سازمان‌های دولتی از آن غفلت شده است. زمانی که مدیران سازمان‌های دولتی دارای اشتیاق کار آفرینانه باشند، ضمن این که آن‌ها برای انجام رفتار کار آفرینانه همواره به دنبال کشف فرصت‌های خلاقانه و یادگیری مداوم هستند، تمایل دارند برای پر کردن این خلاءها سرمایه‌گذاری بیشتری کنند و مسلماً قصد و رفتار کار آفرینانه را در صورت مساعد بودن سایر عوامل بروز خواهند داد. پژوهش‌های مردعلی و همکاران (۱۳۹۹)، طالبی و همکاران (۱۳۹۸)، دیانتی و همکاران (۱۳۹۷)، قنادی و همکاران (۱۳۹۷)، هندجانی فرد و عبودی (۱۳۹۶)، رستمی و همکاران (۱۳۹۵)، لی و همکاران (۲۰۲۰)، کاردن (۲۰۱۷) نیز به این پیامدها اشاره کرده‌اند.

قصد و رفتار کار آفرینانه باعث می‌شود که مدیر یک سازمان دولتی عملکرد بالایی از خود نشان دهد و این نشان دهنده‌ی موفقیت آن مدیر است که، موفقیت سازمان خود را نیز به همراه دارد. پیگیری مدیران برای کشف فرصت‌ها، در راستای برطرف نمودن نیازهای مردم و پاسخگویی سریع‌تر و بهتر به نیاز آنهاست، بنابراین استانداردهای خدمت‌رسانی توسط سازمان رعایت می‌شود. پژوهش‌های مهدوی نسب و همکاران (۱۳۹۶) ابورامان (۲۰۲۱) نیز به این پیامدها اشاره کرده‌اند. تمایل و رفتار کار آفرینانه‌ی مدیران در سازمان، باعث به وجود آمدن جوی در سازمان می‌شود که، کار آفرینی را امری ضروری نشان می‌دهد، این موضوع نهایتاً به کارکنان سازمان نیز سرایت می‌کند و اشتیاق کار آفرینانه را نیز در آن‌ها به وجود می‌آورد. زیرا ادراک کارکنان از اشتیاق کار آفرینانه‌ی سرپرستانشان، نسبت به فعالیت‌های مختلف، به طور مثبت با تعهد عاطفی آن‌ها به سرمایه‌گذاری‌های کار آفرینانه و مکانیسم‌هایی که زیربنای این روابط است، مرتبط است. در پژوهش کاردن (۲۰۰۸) و نیومن (۲۰۱۹) نیز به این پیامد اشاره شده است.

۳- بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر در راستای ارائه مدل اشتیاق کار آفرینانه با استفاده از مرور ادبیات نظری و مصاحبه با خبرگان، ۳۴ کد باز مستخرج را در قالب چهار دسته در یک مدل مفهومی ارائه کرد. بر اساس نتایج بدست آمده از تحقیق، منابع، عوامل و راهبردهای اشتیاق کار آفرینانه مدیران سازمان‌های دولتی شناسایی شدند که می‌توان جهت ارائه راهکارهای کاربردی از آنها بهره‌برد. بر این اساس

پیشنهاد می شود:

بر اساس منابع شناسایی شده، این دسته از ویژگی ها جهت تدوین معیارهای جانشین پروری و استخدام مدیران بکار گرفته شود. در ارزیابی عملکرد سازمان های دولتی و مدیران آن ها، با ایجاد معیارهایی که میزان کارآفرینی در سازمان را مشخص می کند، میزان پیشرفت شغلی و حتی تداوم منصب مدیریتی را منوط به اقدامات کارآفرینانه در سازمان نمایند. برگزاری همایش ها، کنفرانس ها در جهت آگاهی بخشی مدیران و کارکنان از ضرورت ها و الزامات کارآفرینی در سازمان های دولتی می تواند بسیار موثر باشد.

انتخاب مدیران بر اساس معیارهای شایسته سالاری و مهارت ها و توانمندی های آن ها، که شغل مدیریتی به آن ها نیاز دارد. برگزاری دوره های آموزش ضمن خدمت برای کارکنان می تواند در جهت ارتقاء توانمندی و کارایی آن ها موثر باشد. ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در سازمان از طریق حمایت مدیران، تنظیم سیستم پاداش، پذیرفتن نقدها، تشویق کارکنان در جهت اظهار نظر و بیان ایده، حمایت از افراد خلاق، استفاده از مدیریت مشارکتی و تسهیل ارتباطات بین مدیران و کارکنان از جمله پیشنهادات دیگر است.

تعیین و پیش بینی تغییرات نیازهای مردم مرتبط با سازمان های دولتی و ایجاد راه حلی برای برطرف نمودن این نیازهای جدید در این زمینه می تواند بسیار موثر باشد.

مدیریت تعارض مؤثر، برای یادگیری کارآفرینانه ی مولد در تیم های کارآفرین نیز حائز اهمیت است. حمایت مستمر از بروز نوآوری، ایده های اصیل و خلاقیت یک فرد در هنگام برخورد با فرصت ها در طول کل مسیر آموزشی تأکید می شود. با ایجاد فضاهایی از پایه ای ترین حالت، تجربیات مثبتی در اختیار مدیران به صورت آزمایشی قرار دهد، که می تواند خودکارآمدی آن ها را نیز تقویت نماید.

اطرافیان در هنگام بروز مشکلات باعث می شوند مدیران استقامت بیشتری نشان دهند و تمایل به پشتکار بیشتری داشته باشند. استفاده از به روز ترین و کارآمدترین فناوری های اطلاعات و ارتباطات در سازمان های دولتی و آموزش به مدیران و کارکنان جهت استفاده ی صحیح از آن ها در استای انتقال دانش و تشویق به کارآفرینی بسیار مهم است. قوانین و مقررات دولتی در جهت کاهش موانع قانونی در راه کارآفرینی در سازمان های دولتی و حمایت دولت از این اقدامات مرور و اصلاح مجدد شود.

لازم است تا با ابزاری استاندارد، وضعیت اشتیاق کارآفرینانه ی مدیران بررسی، و موانع ایجاد و جلوگیری از بروز آن شناسایی شود.

پی نوشت ها:

1. Denhardt
2. Murnieks et al.
3. Stenholm et al.
4. Newman
5. Cardon
6. Thorgren & Wincent
7. Breugst et al.
8. Ma et al.

9. Baron
10. Kang et al.
11. Web of science
12. Scopus
13. Cardon and Kirk

منابع

- اشرف، علیرضا. محمدی، سارا و محمودی، ادریس. (۱۳۹۷). تبیین تاثیر یادگیری سازمانی بر اشتیاق کارآفرینانه در سازمان فنی و حرفه ای استان خوزستان. سومین کنفرانس ملی سالانه اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز.
- الوانی، سیدمهدی و ریاحی، بهروز (۱۳۸۲). نظریه نوین مدیریت کیفیت جامع در بخش دولتی ایران. تحول اداری، شماره ۴۱ و ۴۲. صص ۲۶-۴۴.
- دیانتی، مژگان. کریمی، آصف. و اکبری، مرتضی. (۱۳۹۷). تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر تشخیص فرصت‌ها: با ملاحظه نقش اشتیاق کارآفرینانه شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک‌های علم و فناوری شهر تهران. نشریه توسعه کارآفرینی، دوره ۱۱، شماره ۱. صص ۶۱-۸۱.
- رستمی، شهربانو. یعقوبی فرانی، احمد و کریمی، سعید. (۱۳۹۵). تاثیر اشتیاق کارآفرینانه بر رفتار و عملکرد کارآفرینانه مدیران گلخانه های استان همدان. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه بوعلی سینا، دانشکده علوم کشاورزی.
- زالی، محمدرضا. رضایی، سعید و عیوضی، فاطمه. (۱۳۹۲). تأثیر اشتیاق کارآفرینانه بر تصمیم به بهره برداری از فرصت های کارآفرینانه. فصلنامه راهبرد، سال ۲۲، شماره ۶۹، صص ۲۱۴-۱۹۵.
- طالبی قباق تپه، شیرین. شهریاری، سلطانهلی و کیلی، یوسف. (۱۳۹۸). بررسی نقش هوشیاری و جهت گیری کارآفرینانه در ارتباط میان اشتیاق و قصد کارآفرینانه کارآفرینان در استان تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه خوارزمی، دانشکده مدیریت.
- کیانپور، سعید. (۱۳۹۲). بررسی رشد کارآفرینی در ایران در مقایسه با کشورهای حوزه سند چشم انداز. رشد فناوری، دوره ۹، شماره ۳۴، صص ۶۰-۶۹.
- علم بیگی، امیر. آقاپور، شهلا و اکبری، محمدرضا. (۱۳۹۴). اعتبارسنجی ابعاد شور کارآفرینی دانشجویان: جستاری روانشناختی در تحول آموزش های کارآفرینی در آموزش عالی کشاورزی. توسعه کارآفرینی، دوره ۲، شماره ۱، صص ۱۹۱-۱۱۱.
- قنادی، راحله. عیوضی، فاطمه و زالی، محمدرضا. (۱۳۹۷). شکل گیری رفتارهای کارآفرینانه با تأکید بر نقش هویت و اشتیاق. فصلنامه راهبرد، سال ۲۷، شماره ۸۶، صص ۳۱-۴۷.
- مبینی دهکردی، علی. مبارکی، محمدحسن و خالقی، آرمین. (۱۳۹۴). شناسایی تأثیر هوش معنوی بر اشتیاق کارآفرینانه با نقش میانجی هویت ایده آل کارآفرینانه (مورد مطالعه: کارآفرینان مستقر در پارک های علم و فناوری شهر تهران). توسعه کارآفرینی، دوره ۸، شماره ۳، پاییز. صص ۴۵۳-۴۷۲.
- مردعلی، فاطمه. شاه منصوری، اشرف و علیزاده مجد، امیررضا. (۱۳۹۹). تأثیر آموزش کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه بر خلاقیت، قصد، نگرش و اشتیاق به کارآفرینی. پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی غزالی، گروه مدیریت.
- مهدوی نسب، بهاره. صمدی، عباس و سهرابی، روح‌اله. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر اشتیاق کارآفرینانه مدیر عامل بر موفقیت تعاونی های کشاورزی همدان. دانشگاه بوعلی سینا، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی.
- هندیجانی فرد، مرتضی و عبودی، مصطفی. (۱۳۹۶). تأثیر اشتیاق کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه در دانشجویان (مطالعه موردی: مجتمع آموزش عالی گناباد. دومین کنفرانس بین المللی انسجام مدیریت و اقتصاد در توسعه، ایران، تهران.

- Abu-Rumman, A., Al Shraah, A., Al-Madi, F., & Alfalah, T. (2021). Entrepreneurial networks, entrepreneurial orientation, and performance of small and medium enterprises: are dynamic capabilities the missing link?. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 1-16.
- Bagheri, A., and Yazdanpanah, J. (2017). Novice entrepreneurs' entrepreneurial self-efficacy and passion for entrepreneurship, in *Iranian Entrepreneurship*, eds S. Rezaei, L. P. Dana, and V. Ramadani (Berlin: Springer), 73-89.
- Battistich, V., Schaps, E., & Wilson. (2015). Investigating the relationship between entrepreneurial passion and student intent, *Journal of Primary Prevention*, 16, 536-544.
- Baron, R. A. (2008). The role of affect in the entrepreneurial process. *Academy of management Review*, 33(2), 328-340.
- Bao, J., Zhou, X., & Chen, Y. (2017). Entrepreneurial passion and behaviors: Opportunity recognition as a mediator. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 45(7), 1211-1220.
- Biraglia, A., & Kadile, V. (2017). The role of entrepreneurial passion and creativity in developing entrepreneurial intentions: Insights from American home brewers. *Journal of Small Business Management*, 55(1), 170-188.
- Breugst, N., Domurath, A., Patzelt, H., & Klaukien, A. (2012). Perceptions of entrepreneurial passion and employees' commitment to entrepreneurial ventures. *Entrepreneurship, Theory & Practice*, 36(1), 171-192.
- Cardon, Melissa S. (2008). Is passion contagious? The transference of entrepreneurial passion to employees. *Human Resource Management Review*, 18, 77-86.
- Cardon, M.S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511-532.
- Cardon, Melissa S., Gregoire Denis A., Stevens Christopher E Patel., Pankaj C. (2013). Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation. *Journal of Business Venturing*, 28, 373-396.
- Cardon, M.S., & Kirk, C.P. (2015). Entrepreneurial passion as mediator of the self-efficacy to persistence relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39, 1027-1050.
- Cardon, M.S., Post, C., & Forster, W.R. (2017). Team entrepreneurial passion: Its emergence and influence in new venture teams. *Academy of Management Review*, 42(2), 283-305.
- Cuiping, MA., Jiao, GU., and Hefuliu. (2017). Entrepreneurial passion and organizational innovation: the moderating role of the regulatory focus of entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*. 22(3), 1-19.
- De Mol, E., Ho, V.T., & Pollack, J. (2018). Predicting entrepreneurial burnout in a moderated mediated model of job fit. *Journal of Small Business Management*, 56(3), 392-411.
- Kang, J.H., Matusik, J.G., Kim, T.Y., & Phillips, J.M. (2016). Interactive effects of multiple organizational climates on employee innovative behavior in entrepreneurial firms: A cross level investigation. *Journal of Business Venturing*, 31, 628-642.
- Li, Cai., Murad, Majid., Shahzad, Fakhar., Aamir Shafique Khan, Muhammad, Ashraf, Sheikh Farhan. and Simon Kofi Dogbe, Courage. (2020). Entrepreneurial Passion to Entrepreneurial Behavior: Role of Entrepreneurial Alertness, Entrepreneurial Self-Efficacy and Proactive Personality. *Frontiers in psychology*, 20, 1611.
- Lu, X. F., Shan, B. A., & Chen, B. (2016). Entrepreneurial Passion Definition, Antecedent, Outcome, and Model Building. In *Proceedings of the 6th International Asia Conference on Industrial Engineering and Management Innovation*, 1055-1062.
- Ma, C., Gu, J., & Liu, H. (2018). Entrepreneurs' passion and new venture performance in China. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(4), 1043-1068.
- Murnieks, C.Y., Mosakowski, E., & Cardon, M. (2014). Pathways of passion: Identity centrality, passion, and behavior among entrepreneurs. *Journal of Management*, 40(6), 1583-1606.

- Murnieks, C.Y., Cardon, M.S. and Haynie, J.M. (2018). Fueling the fire: examining identity centrality, affective interpersonal commitment and gender as drivers of entrepreneurial passion, *Journal of Business Venturing*, 0(0), 1-45.
- Newman, Alexander., Obschonka, Martin., Moeller, Julia., Chandan, Gemma Garima. (2019). Entrepreneurial Passion: A Review, Synthesis, and Agenda for Future Research. *Applied psychology: an international review*, 0 (0), 1-45.
- Obschonka, M., Moeller, J., & Goethner, M. (2019). Entrepreneurial passion and personality: The case of academic entrepreneurship. *Frontiers in Psychology*, 9, 2697.
- Obschonka, M., & Moeller, J. (2017). Entrepreneurial passion and personality". In *Academy of Management Proceedings*, 1, 12153. Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
- Ratten, V., & Jones, P. (2021). Covid-19 and entrepreneurship education: Implications for advancing research and practice. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100432.
- Stenholm, Pekka., and Nielsen, Mette Søggaard. (2019). Understanding the emergence of entrepreneurial passion the influence of perceived emotional support and competences. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(6), 1368-1388.
- Suvittawat, Adisak. (2019). Entrepreneurial passion domains of small and medium enterprises: A case study of lower northeastern Thailand. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 1-10.
- Thorgren, S., & Wincent, J. (2015). Passion and habitual entrepreneurship. *International Small Business Journal*, 33(2), 216-227.




Designing a model of entrepreneurial enthusiasm of managers of government organizations (case study: Isfahan province)

Mahnaz Ghasemi Hosseinabadi¹, Morteza Musa Khani^{2*}, Majid Ramadan³

Article Info	ABSTRACT
<p>Article type: Research Article</p> <p>eISSN: 2008-9775 pISSN: 2783-4565</p> <p>Keywords: entrepreneurship, enthusiasm, entrepreneurial enthusiasm, managers of government organizations.</p>	<p>The present research was conducted with the aim of designing the model of entrepreneurial enthusiasm of managers of public organizations in Isfahan province in a qualitative way and by theme analysis. The research data is extracted from the review of domestic and foreign valid articles and interviews with experts. 20 selected experts were selected for interviews as a non-random purposeful sampling from the managers of government organizations in Isfahan (15 people) and specialized university professors (5 people). In the first place, the research literature and the domestic and foreign backgrounds of the subject were examined. From the 36 selected articles, 19 open codes were identified, which were categorized into 4 categories of resources, factors, strategy and consequences, and after interviews with academic experts and managers of government organizations, 23 codes were extracted from the interview text. After combining the two stages, finally 34 open codes were formed in the 4 mentioned categories. For the final approval, the experts were asked to express their opinions about the final factors. The final result showed the approval of all the factors using the sample t-test. After that, the validity of the factors was checked using the CVR index and confirmed by experts. In the next step, the ISM method was used to draw the model and the relationships between the factors were identified and the research model was presented.</p>

Please cite this article as: Ghasemi Hosseinabadi, M., mousakhani, M., & Ramadan, M. (2023). Designing a model of entrepreneurial enthusiasm of managers of government organizations (case study: Isfahan province). *Behavioral Studies in Management*, 13(32), 63-83.

	Creative Commons: CC BY 4.0		
Publisher: Islamic Azad University North Tehran Branch			
* Corresponding Author: Morteza Musa Khani		Email: mousakhani@srbiau.ac.ir	

1. PhD student in Public Administration, Department of Public Administration, Faculty of Management and Economics, Research Sciences Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran
2. Professor, Public Administration Department, Research Science Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran
3. Associate Professor, Department of Human Resources, Malik Ashtar University of Technology, Tehran, Iran