

توسعه مدل نگرش کارآفرینانه در کارکنان سازمانهای آموزش و پرورش کشور

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

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۴/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۶/۱۶

چکیده

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

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

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

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

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

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

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

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

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

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

مقدمه

نگرش مانند احساس ذاتی و فطری نیست، بلکه آموختنی و اکتسابی می‌باشد. انسان در محیط‌های مادی، اجتماعی و فرهنگی با موارد تازه‌ای برخورد می‌کند و نسبت به آنها دارای عقاید و احساسات تازه‌ای می‌شود که این موارد به شکل‌گیری نگرش‌هایی در او منجر می‌شود و آمادگی و تمایل پیدا می‌کند که به نحو خاصی در برخورد با آنها رفتار کنند (فاطمی اصل، ۱۳۹۷). داشتن نگرش‌های خاص منجر به فعالیت‌های بیشتر در زمینه کارآفرینی می‌گردد. نگرش کارآفرینانه، نگرشی محسوب می‌شود که اجزای انگیزه پیشرفت، مرکز کنترل درونی، عزت نفس و خلاقیت را در ترکیبی با ابعاد سه‌گانه نگرش (شناختی، احساسی و رفتاری) دارا می‌باشد (متنی و همکاران، ۱۳۹۷). نگرش کارآفرینانه مجموعه‌ای از روش‌ها، اقدامات، و سبک‌های تصمیم‌گیری است که می‌توان از آن برای ایجاد نوآوری استفاده کرد. نگرش کارآفرینانه مفهومی چندبعدی است و نشان‌دهنده تمایل سازمان و یا فرد برای حفظ مزیت رقابتی و رقابت تهاجمی از طریق خطرپذیری و نوآوری در مقابل سایر رقبای تجاری است (رجبی دازینی و همکاران، ۱۳۹۷).

نگرش کارآفرینی با انگیزه‌های کارآفرینی رابطه‌ای تنگاتنگ دارد. انگیزه‌ها، عامل‌های درونی هستند که در ایجاد نیرو، سازمان و الگوهای خاص رفتاری نقش مهمی را انجام می‌دهند. انگیزه‌ها برای بقاء و پیشرفت موجود زنده دارای اهمیت بسیار است. عوامل انگیزشی برای راه‌اندازی کسب و کار جدید از یک کشور به کشور دیگر، از یک زمان به زمان دیگر، از یک جنسیت به جنسیت دیگر و بالاخره از یک طبقه اجتماعی به طبقه اجتماعی دیگر متفاوت است. نیاز به استقلال، اعتماد به نفس، انگیزه پیشرفت، پیشگامی، جاه‌طلبی (مثبت)، انرژی - پشتکار، غرور (مثبت)، اراده و سخت‌کوشی از مهمترین انگیزه‌های کارآفرینی به شمار می‌روند (صادقی، ۱۳۹۶).

نگرش بهترین پیش‌بینی کننده گرایش‌های کارآفرینانه است. نگرش آموختنی است و بر پایه آموزش‌های خانوادگی، محیط اجتماعی، و کار پدید می‌آید. نتایج تحقیقات، نشانگر این است که فرایندها و برنامه‌های آموزشی خاص می‌تواند با تغییر بینش و نگرش افراد و تجهیز آن‌ها به دانش و مهارت‌های خاص، یک کارآفرین بالقوه را به کارآفرین بالفعل تبدیل کند. آموزش‌های کارآفرینی موجب می‌گردند تا نگرش افراد تغییر کند و به سمت رفتار کارآفرینانه و اشتغالی سوق یابد (صفری جعفرلو و همکاران، ۱۳۹۶). با ایجاد نگرش کارآفرینانه می‌توان به عنوان شرط لازم برای بروز رفتار کارآفرینانه و متعاقب آن خود اشتغالی از سوی آنان گامی هرچند کوچک در تحقق توسعه کارآفرینی برداشت (محمدکاظمی و همکاران، ۱۳۹۶).

امروزه در بحث‌های کارآفرینی باید همه زمینه‌ها و جوانب را به طور همزمان ببینیم از این رو یکی از مولفه‌های اثرگذار در فرآیند کارآفرینی نقش دولت می‌باشد که با سیاست‌گذاری‌ها توانسته‌اند حرکت جامعه را به سمت و سوی کارآفرینی سوق دهند یا حتی به عنوان مانع عمل کنند (سعیدی و همکاران، ۱۳۹۶). از سوی دیگر یکی از عوامل مهم و حیاتی برای فعالیت‌های کارآفرینانه وجود محیط مناسب و بسترهای اقتصادی و اجتماعی سازگار می‌باشد که متأسفانه در ایران آماده‌سازی نشده و ساختارهای اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی جامعه ما، امکان پرورش و حمایت از چنین افراد نخبه و کارآفرین را مهیا نمی‌سازد. جای هیچ تردیدی نیست که مهمترین سرمایه‌های هر کشوری نیروی انسانی و آحاد جامعه آن کشور می‌باشند. افرادی که قادراند اهرم‌های رشد را برای حرکت و پیشرفت ماشین توسعه، به کار ببندازند و پیشروان اقتصاد گردند (وئوقی نیری و همکاران، ۱۳۹۶).

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

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

مختلفی در برخی از وزارتخانه ها و سازمان های دولتی به اجرا درآمده که با هدف توسعه فرهنگ کارآفرینی و تشویق و ترغیب آحاد افراد جامعه به ایده های خلاق، به حمایت از کارآفرینان برخاسته است.

از جمله این طرح ها می توان به مواردی اشاره نمود: طرح کاراد، طرح کاد، طرح خوداشتغالی، طرح های بانک کشاورزی و... اما به نظر می رسد مانع بزرگ در مسیر توسعه کارآفرینی در ایران رانته بودن منبع درآمد دولت است که از بعد سیاسی، رایج ترین استدلال این است که دولت رانته با برخورداری از درآمدهای عظیم نفتی از درآمدهای مالیاتی بی نیاز بوده، و به جای این که برای درآمدهای خود به مردم وابسته شود این مردم هستند که به امتیازات ناشی از رانته نفتی دولت وابسته می گردند؛ نتیجه ی این امر استقلال دولت از گروه های اجتماعی می باشد. با توجه به مطالب ذکر شده هدف از پژوهش حاضر توسعه مدل نگرش کارآفرینانه در بخش دولتی می باشد.

کارآفرینی: بر اساس تعریف مفهومی شین و ونکاترامن (۲۰۰۰)، کارآفرینی "فعالیتی است شامل، کشف، ارزیابی و بهره برداری از فرصت ها به منظور معرفی کالا و خدمات جدید، روش های سازماندهی، بازارها، فرآیندها، و مواد خام جدید از طریق سازماندهی نو و بدیع که قبلا وجود نداشته است." با وجود آنکه این تعریف یک تعریف مفهومی خوب برای کارآفرینی است اما عملیاتی کردن این تعریف در تحقیقات تجربی بسیار مشکل است (جیانگ^۱، ۲۰۱۲). سعیدی^۲ کارآفرینی را فرآیندی می داند که فرد کارآفرین با ایده های نو و خلاق و شناسایی فرصت های جدید به معرفی محصول یا خدمت جدیدی و یا بهبود ساختار تولید، که توأم با پذیرش مخاطرات مالی، روانی و اجتماعی و دریافت منابع مالی و رضایتمندی شخصی و استقلال می باشد، مبادرت می ورزد (پاشاپور خوئی، ۱۳۹۵). کارآفرینی از منظر دیده بان جهانی کارآفرینی^۳ عبارت است از هرگونه تلاش در کسب و کار جدید و یا ایجاد سرمایه گذاری جدید از قبیل خوداشتغالی، سازماندهی کسب و کار و یا گسترش کسب و کار موجود توسط یک فرد، یک تیم در کسب و کار از پیش تاسیس شده (گزارش سالانه دفتر دیده بان جهانی کارآفرینی، ۲۰۱۵).

از دیدگاه هاتن^۴ (۲۰۱۵) کارآفرینی فرآیند شناسایی فرصت ها بر اساس نیازهای بازاریابی و عرضه برای رفع نیاز بازار با در نظر گرفتن خطرات احتمالی می باشد. از دیدگاه وی کارآفرین نیازمند به دیدگاهی برای کشف فرصت ها و داشتن توانایی برای سرمایه گذاری بر روی آن ها می باشد (نونسکی^۵ و همکاران، ۲۰۱۸).

یکی از مزایای کارآفرینی برای جامعه، اشتغال زایی است. مطالعات نشان می دهد کارآفرینی تاثیر مستقیمی بر نرخ اشتغال دارد. این تاثیر بسیار چشم گیر است، به طوری که در امریکا ایجاد کسب و کارهای جدید، یک چهارم میزان رشد اشتغال زایی را تشکیل می دهد (هچاواریا^۵، ۲۰۱۵). با توجه به مشکلات اقتصادی در کشور و بالا بودن نرخ بیکاری، سیاستگذاران در طی سالیان اخیر تلاش کرده اند تا با گسترش کارآفرینی، به افزایش اشتغال در سطح جامعه کمک کنند (زارعی، ۱۳۸۹). مطالعات نشان می دهند، کارآفرینی موجب افزایش سطح نوآوری در جامعه می شود. شرکت های کارآفرین، ساختاری چابک داشته و این توان را دارند که به خوبی نیازها و خواسته های مصرف کنندگان را شناسایی کنند و با روش ها و محصولات نوآورانه، آنها را برآورده سازند (نصیری زنگ آباد، ۱۳۹۵). فواید ذکر شده برای کارآفرینی، منجر به افزایش سطح رفاه در جامعه خواهد شد. یکی از اهداف اصلی دولت ها، رسیدن جامعه به رفاه است. کارآفرینی می تواند در دستیابی به این هدف کمک شایانی کند (منتی، ۱۳۹۷).

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

¹ Jiang

² Global Entrepreneurship Monitoring

³ Hatten

⁴ Nowinski

⁵ Hechavarria

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

بر اساس الگوی نگرشی ارائه شده توسط روبرت^۱ و همکاران (۲۰۱۸) آنچه که در زمینه‌ی کارآفرینی قابل بحث می‌باشد، موضوع نگرش هاست. در دیدگاه آنها احتمال اینکه فرد با یک سری نگرش‌های خاص به سمت کارآفرینی متمایل شود، زیاد می‌باشد. آنها در رویکرد خود به بیان چهار مورد از عواملی که می‌تواند نگرش افراد را به سمت کارآفرینی برانگیزد، می‌پردازند (شیری و همکاران، ۱۳۹۴). به عقیده‌ی آنها، نگرش‌ها در مقایسه با ویژگی‌های شخصیتی و دموگرافیک پیش‌بینی‌کننده‌ی بهتری هستند. هم‌چنین نگرش‌ها آموخته می‌شوند و ضمن اینکه تا حدی به نحوه‌ی تربیت، ارزش‌های خانوادگی، محیط کاری و اجتماعی بستگی دارند، در طی زمان و در تعاملات فرد با دیگران و محیط‌های مختلفی که فرد در آن زندگی و کار می‌کند، قابل تغییر می‌باشند (عباسی و همکاران، ۱۳۹۷). نگرش‌های کارآفرینانه به وسیله توفیق طلبی، نوآوری، استقلال طلبی، اعتماد به نفس (عزت نفس) و شناسایی فرصت اندازه‌گیری می‌شود (ایوا، ۲۰۱۵). براون هیلدر^۲ و همکاران (۲۰۱۹) معتقدند که چهار نگرش کارآفرینانه مهم عبارتند از: توفیق طلبی، اعتماد به نفس، استقلال طلبی و خلاقیت که برای اندازه‌گیری این نگرش‌ها از ابزار استفاده می‌شود.

کارآفرینی در بخش دولتی: به نظر هچاواریان^۳ (۲۰۱۵)، کار آفرینی در بخش دولتی راه کاری است برای خلق ارزش، ثروت و مزیت رقابتی پایدار. کار آفرینی در سازمان‌های دولتی به دلیل تغییرات محیطی، رواج یافته است؛ چرا که این سازمان‌ها با مسائل زیادی روبه‌رو شده‌اند که هم ماهیت اقتصادی و هم ماهیت ایدئولوژیکی دارند. این تغییرات سازمان‌های دولتی را مجبور ساخته است که فعالیت‌های خود را نوسازی و ارزیابی مجدد کنند (محسنی عادل، ۱۳۹۲). تغییرات، فعالیت‌های بخش دولتی را به طرف مفاهیم مشتری‌گرای، سیستم بازار آزاد، پاسخ‌گویی و کارایی سوق داده است. بخش دولتی به دنبال نوعی کار آفرینی است که نمونه‌ی آن در بخش بازرگانی استفاده می‌شود. بخش دولتی به دلیل نوگرایی به کار آفرینی روی نیابورده است بلکه هدف اصلی آن پاسخ به تغییرات محیط است. در سازمان‌های دولتی نیز مانند سازمان‌های تجاری، عوامل ضروری و سازمانی تأثیر گذاری وجود دارند که می‌توانند سازنده‌ی فضای مناسب برای پرورش کار آفرینی باشند. با توجه به این که در کشورهای در حال توسعه بیشتر فعالیت‌ها در اختیار بخش دولتی است و ناکارآمدی بخش دولتی آهنگ رشد کل جامعه را کاهش می‌دهد (بن‌۴، ۲۰۱۷).

در بخش دولتی، کار آفرینی ممکن است به عنوان گرایش بازرگانی، شایستگی مدیریتی و اثربخشی هزینه در نظر گرفته شود. در نظریه‌ی شومپیتر، فرایند کار آفرینی بر خلق نظرها و اقدام‌های جدید تأکید می‌کند و کار آفرینی نه تنها تعیین اهداف بلکه روش‌های رسیدن به آنها را نیز در بر می‌گیرد. همان‌طور که در بخش بازرگانی، کار آفرینی به دنبال راهی برای یافتن منابع کم‌هزینه برای به دست آوردن منافع است، در بخش دولتی نیز کار آفرینی بدنال تخصیص منابع قابل دسترس برای حصول منافع اجتماعی با بهترین عملکرد است (فلاح حقیقی، ۱۳۹۶).

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

¹ Robert

² Brownhilder

³ Hechavarria

⁴ Ben

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

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

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

نگرش به درس کار و فناوری مولفه‌های نگرش فناورانه و مولفه‌های نگرش به کار آفرینی را تبیین می‌کند. اهمیت بالای نگرش مثبت به درس کار و فناوری در داشتن رابطه مثبت با مولفه‌های ارزشمند، خودکارآمدی، ارزش یادگیری، راهبردهای یادگیری، جهت‌گیری هدف، محرک محیط، ایجاد خودتنظیمی، پیاده‌سازی خودتنظیمی، رهبری دیگران، دستاورد، کنترل شخصی، خلاقیت و ابتکار است؛ لذا در اولویت قرار گرفتن این درس پیشنهاد می‌شود. دانستن عوامل نگرشی و ارتباط آن‌ها با موضوعات درسی می‌تواند به معلمان در اصلاح برنامه درسی و اثربخشی شیوه‌های تدریس کمک کند تا دانش‌آموزان در یادگیری دروس، عملکرد تحصیلی و شغلی موفق‌تر باشند.

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

دیوید و همکاران (۲۰۲۲) این تحقیق با هدف بررسی نقش نهادها در کارآفرینی نهفته و نوظهور انجام شد. با ترسیم از دیدگاه‌های سلسله‌مراتب نهادی (ویلیامسون) و تعبیه اجتماعی (Granovetter)، نقش تعبیه‌پذیری، نهادهای رسمی و حاکمیت را در شکل‌دهی به کارآفرینی پنهان و نوظهور بررسی می‌کنیم. ما نقش شرایط سازمانی ناهمگون - فساد، روابط اجتماعی، حقوق مالکیت و اندازه دولت - را در ۶۶ کشور بین سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۵ بررسی می‌کنیم. یافته‌های ما نشان می‌دهد که ناهمگونی شرایط نهادی و ناهمگونی نتیجه کارآفرینی مهم هستند و یکپارچه نیستند. قابل توجه است، ما متوجه شدیم که در حالی که فساد مانع کارآفرینی پنهان و نوظهور می‌شود، این اثر تقریباً سه برابر بیشتر برای کارآفرینی پنهان باقی می‌ماند. ما همچنین دریافتیم که کارآفرینان در کشورهایی با زمینه‌های فاسدتر تمایل کمتری برای راه‌اندازی و داشتن یک کسب‌وکار دارند.

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

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

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

روش

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

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

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

جدول ۱. نتایج آزمون پایایی پرسشنامه

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

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

یافته‌ها

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

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

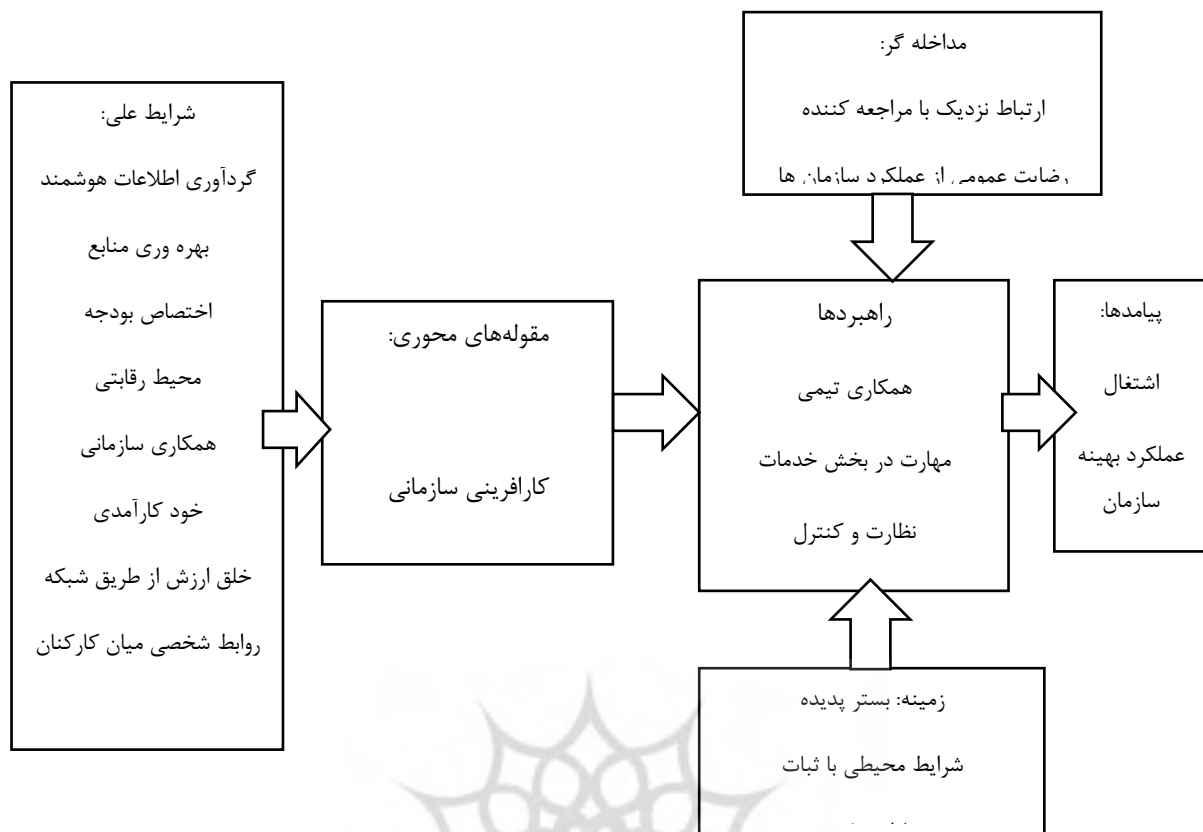
جدول ۲. مقوله‌ها و مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها

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

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

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

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



شکل ۱: کدگذاری محوری بر اساس مدل پارادیمی تحقیق

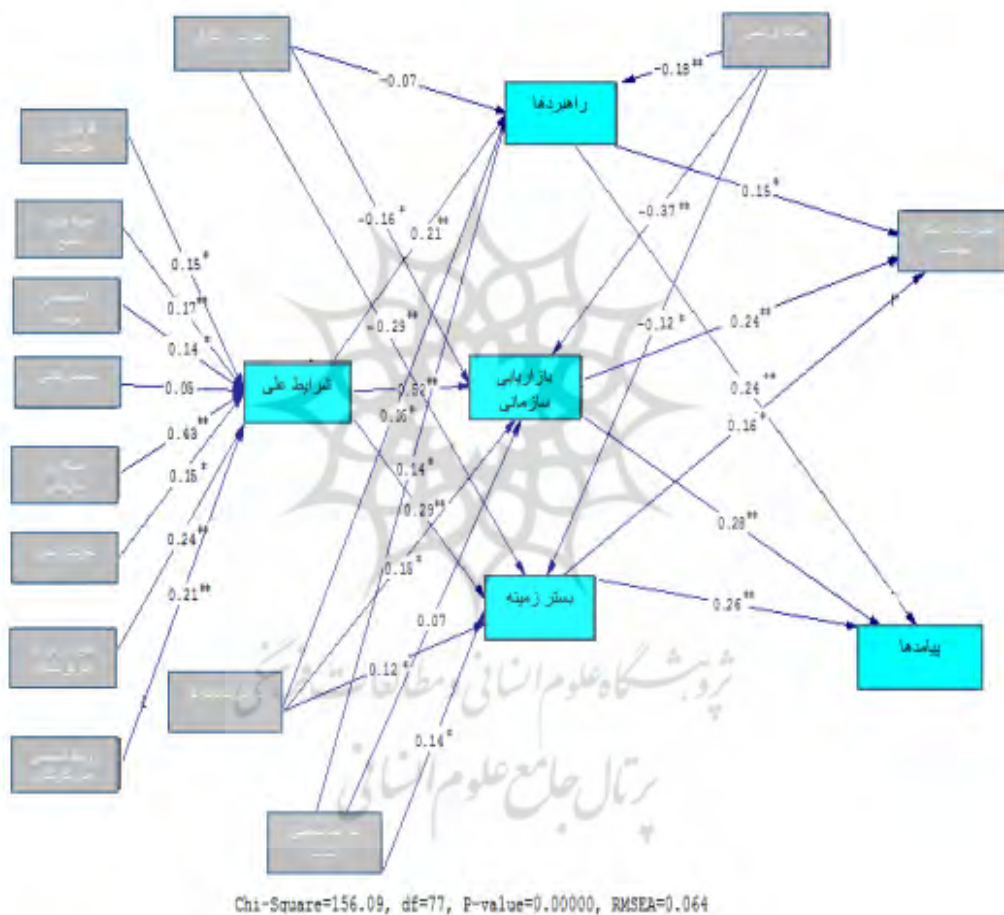
به منظور تعیین اعتبار متغیرهای شرایط علی، راهبردی، زمینه‌ای، محوری، مداخله‌گر و پیامدهی مدل از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. نتایج نشان داد تمام بارهای عاملی بالاتر از $0/3$ هستند. همچنین شاخص‌های مربوط به آمار توصیفی برای نمونه مورد بررسی شامل میانگین و انحراف استاندارد برای متغیرهای مورد بررسی در این پژوهش آورده شده است. که در جدول (۳) آورده شده است.

جدول ۳. شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

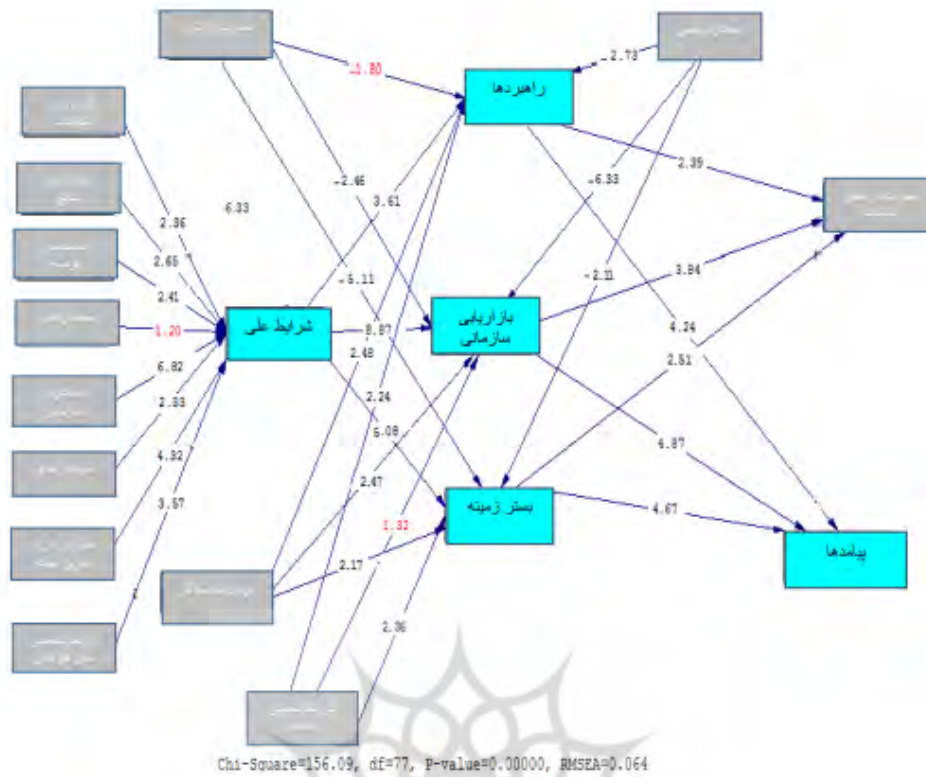
متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد
کارآفرینی سازمانی	۳/۵۹	۰/۸۰
گردآوری اطلاعات هوشمند	۳/۰۵	۰/۹۶
بهره‌وری منابع	۳/۱۸	۰/۷۸
اختصاص بودجه	۳/۰۸	۰/۹۰
محیط رقابتی	۲/۸۵	۰/۹۳
همکاری سازمانی	۲/۷۴	۰/۹۱
خودکارآمدی	۲/۸۰	۰/۸۵
خلق ارزش از طریق شبکه	۳/۰۷	۰/۹۲
روابط شخصی میان کارکنان	۲/۸۶	۱/۰۴
همکاری تیمی	۲/۷۵	۱/۱۲
مهارت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

فرصت محوری	۳/۳۴	۰/۸۰
شرایط محیطی با ثبات	2.59	.048
مخاطره‌پذیری	3.45	0.87
ارتباط نزدیک با مراجعه‌کننده	2.14	0.84
رضایت عمومی از عملکرد سازمان‌ها	3.89	0.75
اشتغال	3.48	0.84
عملکرد بهینه سازمان	2.59	0.88

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



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



شکل ۳: ضرایب تی مدل آزمون شده تحقیق (** p < 0.05 * p < 0.01)

طبق خروجی نرم افزار لیزرل ضرایب تی بالای $\pm 1/96$ تا $\pm 2/58$ در سطح $0/05$ معنی دار می باشند و ضرایب تی بالاتر از $\pm 2/58$ در سطح $0/01$ معنی دار هستند. همچنین در جدول ۴ ضرایب مسیر و واریانس تبیین شده متغیرهای تحقیق آورده شده است.

جدول ۴. نتایج ضرایب مسیر و واریانس تبیین شده

مسیر	ضرایب مسیر	واریانس تبیین شده
• کارآفرینی سازمانی	$0/15^*$ (۲/۳۹)	۲۲٪
• گردآوری اطلاعات هوشمند	$0/24^{**}$ (۳/۸۴)	
• بهره وری منابع	$0/16^*$ (۲/۵۱)	
• اختصاص بودجه	$0/24^{**}$ (۴/۲۴)	۳۱٪
• محیط رقابتی	$0/28^{**}$ (۴/۸۷)	
• همکاری سازمانی	$0/26^{**}$ (۴/۶۷)	
• خود کارآمدی	$-0/18^{**}$ (-۲/۷۳)	۲۸٪
• خلق ارزش از طریق شبکه	$-0/07^*$ (-۱/۸۰)	
• روابط شخصی میان کارکنان	$0/16^*$ (۲/۴۸)	
• همکاری تیمی	$0/14^*$ (۲/۲۴)	
• مهارت در بخش خدمات	$0/21^{**}$ (۳/۶۱)	
• نظارت و کنترل	$-0/37^{**}$ (-۶/۳۳)	۴۶٪
• شرایط محیطی با ثبات	$0/12^*$ (۲/۱۷)	۳۴٪
• مخاطره پذیری	$0/29^{**}$ (۵/۰۸)	

- ارتباط نزدیک با مراجعه‌کننده $0/15^{**}(2/36)$
 - رضایت عمومی از عملکرد سازمان‌ها $0/17^{**}(2/65)$
 - اشتغال $0/15^{**}(2/33)$
 - عملکرد بهینه سازمان $0/24^{**}(4/32)$
- ۵۳٪

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

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

جدول ۵. مشخصه‌های برازندگی مدل برازش شده

مشخصه	برآورد	ملاک
نسبت مجذور خی به درجه آزادی (χ^2/df)	۲/۰۳	$\chi^2/df < 5$
جزر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA)	۰/۰۶۴	$RMSEA < 0/08$
شاخص نکویی برازش (GFI)	۰/۹۴	$GFI > 0/9$
شاخص تعدیل شده ی نکویی برازش (AGFI)	۰/۹۲	$AGFI > 0/9$
شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)	۰/۹۷	$CFI > 0/9$
شاخص نرم شده برازندگی (NFI)	۰/۹۵	$NFI > 0/9$

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

جدول ۶. رتبه‌بندی متغیرهای تحقیق

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

آماره آزمون (آزمون فریدمن)

سطح معنی‌داری	درجه آزادی	خی دو
۰/۰۰۱	۱۴	۵۹۵/۷۹۴

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

بحث و نتیجه‌گیری

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

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

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

راهبردها: همکاری تیمی، مهارت در بخش خدمات، نظارت و کنترل؛ که منظور از راهبردها در رویکرد زمینه بنیاد اقدامات هدفمندی هستند که راه‌حلی برای پدیده مورد نظر فراهم می‌سازند و منجر به ایجاد پیامدها و نتایج می‌شوند. مهمترین راهبردهای اتخاذ شده در این پژوهش عبارتند از: همکاری تیمی، مهارت در بخش خدمات، نظارت و کنترل. بستر زمینه: شرایط محیطی با ثبات و مخاطره‌پذیری؛ که شرایط بستر در پژوهش کنونی شامل شرایط محیطی با ثبات و مخاطره‌پذیری هستند.

شرایط مداخله‌گر: ارتباط نزدیک با مراجعه کننده و رضایت عمومی از عملکرد سازمان‌ها؛ در پژوهش حاضر ارتباط نزدیک با مراجعه کننده و رضایت عمومی از عملکرد سازمان‌ها به عنوان شرایط مداخله‌گر مدل پارادایمی مورد توجه قرار گرفته‌اند. پیامدها: اشتغال و عملکرد بهینه سازمان؛ که پیامد پژوهش حاضر عبارتند از: اشتغال و عملکرد بهینه سازمان.

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

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

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

یافته ها نشان می دهد طبق خروجی نرم افزار لیزرل مدل تحقیق برای ضرایب تی بالای $1/96 \pm$ تا $2/58 \pm$ در سطح ۰/۰۵ معنی دار می باشند و ضرایب تی بالاتر از $2/58 \pm$ در سطح ۰/۰۱ معنی دار هستند. شاخصهای برازش بدست آمده برای مدل آزمون شده شاخص $RMSEA$ در مدل برآورد شده با میزان ۰/۰۶۴ از سطح قابل قبولی برخوردار بوده و دیگر شاخص برازش مانند CFI ، GFI ، NFI و $AGFI$ به ترتیب برابر با ۰/۹۷، ۰/۹۴، ۰/۹۵ و ۰/۹۲ همگی در سطح مناسبی هستند و این مشخصه های نکویی برازش نشان می دهد داده های این پژوهش با ساختار عاملی این مدل برازش مناسبی دارد.

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

منابع

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

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

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

Najib Zangi¹

Mahmoud Reza Mostaghimi^{2*}

Samereh Shojaei³

Fereydoon Azma⁴

Abstract

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

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

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

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

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

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

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

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

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