



## Designing a Conceptual Model for Organizational Entrepreneurship in Imam Khomeini Relief Foundation

**Morteza Mouseli**

PhD student of Public Administration, Faculty of Humanities, Islamic Azad University of Kerman, Kerman, Iran.

**Sanjar Salajegheh\***

Associate Professor, Public Administration Department, Faculty of Humanities, Islamic Azad University of Kerman, Kerman, Iran.

**Saeed Sayadi**

Assistant Professor, Public Administration Department, Faculty of Humanities, Islamic Azad University of Kerman, Kerman, Iran.

Received: 17/06/2021

Accepted: 06/08/2021

### Abstract:

This study was conducted to present a conceptual model of organizational entrepreneurship in the Imam Khomeini Relief Foundation. To achieve this goal the qualitative approach of grounded theory methodology, the paradigm model (regular or systematic design), was employed. In this regard, eighteen university professors, managers and experts in Imam Khomeini Relief Foundation were purposefully selected as the statistical sample for semi-structured interviews. The manuscripts of the interviews were analyzed in three stages of open, axial, and selective coding. In the present study, Lincoln and Guba reliability criteria were used for validation examination. Therefore, the researcher categorized 186 concepts and 15 sub-categories using the paradigm model of Strauss and Corbin. These six factors were categorized in the common form of Grounded Theory model includes causal conditions - entrepreneurial leadership, human resource capabilities, new social needs-, contextual conditions -culture and values of the organization, mission of the organization, and organizational structure-, axial innovation, smart risk-taking-, strategy -strategic modernization, empowerment policies and entrepreneurial talent management-, intervening conditions -economic/social environment-, consequences -human capital excellence, Improving organizational performance, and social value-creation.

**Keywords:** Entrepreneurship, Organizational Entrepreneurship, Imam Khomeini Relief Foundation, Grounded-Theory.

---

\* Corresponding Author, Email: s.salajeghe@iauk.ac.ir

## طراحی مدل مفهومی کار آفرینی سازمانی در کمیته امداد امام خمینی (ره)

مرتضی موصلی

دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان، کرمان، ایران.

سنجر سلاجقه\*

دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان، کرمان، ایران.

سعید صیادی

استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان، کرمان، ایران.

پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۱۵

دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۲۷

**چکیده:** پژوهش حاضر، به منظور ارائه مدل مفهومی کارآفرینی سازمانی در کمیته امداد امام خمینی انجام شده است. برای دستیابی به این هدف در چارچوب رویکرد کیفی از روش نظریه پردازی داده بنیاد و مدل پارادایمی (طرح منظم یا سیستماتیک) استفاده شده است. در این راستا با هجده نفر از اساتید دانشگاه، مدیران و کارشناسان کمیته امداد امام خمینی (ره) که به شیوه هدفمند انتخاب شده بودند به عنوان نمونه آماری مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام و متن های مصاحبه در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی تحلیل شدند. در پژوهش حاضر، برای اعتباربخشی از معیارهای قابلیت اعتماد لینکلن و گوبا استفاده شد. بر این اساس محقق ۱۸۶ مفهوم و ۱۵ مقوله فرعی را با استفاده از الگوی پارادایمی استراوس و کوربین دسته بندی کرده است. این عوامل در قالب مدل متداول نظریه داده بنیاد و در ۶ دسته قرار گرفتند که عبارتند از: شرایط علی (رهبری کارآفرینانه، قابلیت های منابع انسانی، نیازهای جدید اجتماعی)، شرایط زمینه ای (فرهنگ و ارزش های سازمان، مأموریت و رسالت سازمان و ساختار سازمانی)، محوری (نوآوری، مخاطره پذیری هوشمندانه)، راهبرد (نوسازی استراتژیک، سیاست های توانمندساز و مدیریت استعداد کارآفرین محور)، شرایط مداخله گر (محیط اقتصادی/اجتماعی و ...)، پیامدها (تعالی سرمایه انسانی، بهبود عملکرد سازمان و ارزش آفرینی اجتماعی).

**واژگان کلیدی:** کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، کمیته امداد امام خمینی (ره)، داده بنیاد.

\* نویسنده مسئول: s.salajeghe@iauk.ac.ir

DOI: 10.22034/jipas.2021.291000.1191

شاپا چاپی: ۶۲۵۶-۲۶۷۶

شاپا الکترونیک: ۲۶۷۶-۶۰۶X



## مقدمه

کارآفرینی، یکی از ابعاد اصلی توسعه اجتماعی - اقتصادی جوامع به‌شمار می‌رود و ضرورتی غیر قابل انکار برای سازمان‌ها است؛ چراکه سازمان‌ها ناگزیر به نوآوری برای بقای خود در دنیای پیچیده و رقابتی کنونی هستند (Hisrich et al, 2017). جان تامپسون<sup>۱</sup> معتقد است که رفتار کارآفرینانه نیازی فراگیر و ضروری برای تمامی سازمان‌ها اعم از دولتی، خصوصی، داوطلبانه و با هر اندازه است (Abreu & Grinevich, 2013). موج گسترده فعالیت‌های اقتصادی و فناورانه به همراه تغییر روش‌ها و نگرش‌ها، سازمان‌ها را به جذب کارکنان خلاق و نوآور سوق داده است زیرا که راه‌حل‌های گذشته دیگر قابلیت و توانایی خود را برای رویارویی با چالش‌های سازمانی و محیط بیرونی از دست داده‌اند و در این میان یکی از راه‌های پاس‌خگویی به این چالش‌ها کارآفرینی سازمانی است (Harrison et al, 2018).

مطالعات نشان می‌دهند که کارآفرینی سازمانی منجر به افزایش موفقیت و بهبود عملکرد سازمان شده و عوامل سازمانی به‌ویژه منابع انسانی نقش چشم‌گیری در این زمینه ایفا می‌کنند (Coker et al, 2017).

راج و هالسنیک<sup>۲</sup> (۲۰۱۵)، خاطرنشان کردند که فعالیت‌های کارآفرینانه جدید برآیند و نتیجه قصد کارآفرینانه است و به اعتقاد بارتون و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۹)، فعالیت‌های کارآفرینانه یک رفتار برنامه‌ریزی شده هستند. با این حال، عوامل بسیاری می‌تواند بر قصد کارآفرینانه افراد تأثیر بگذارد و در میان عوامل مختلف، سرمایه اجتماعی به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی مؤثر بر نگرش کارآفرینانه افراد در نظر گرفته می‌شود (Ali & Yousuf, 2019). کارآفرینی در سازمان‌های عمومی اشاره به فعالیت‌های نوآورانه بخش عمومی در راستای همگامی با فناوری و تغییرات محیطی به‌منظور ارائه خدمات بهتر به شهروندان دارد. این رویکرد در راستای اهدافی چون ایجاد فرصت‌های اشتغال و بهبود رفاه عمومی توسعه پیدا کرده است (Hayter et al, 2018).

در حالی که عوامل سازمانی متعددی در ادبیات بخش خصوصی برای تسهیل تمایل به کارآفرینی پیشنهاد شده است؛ در زمینه سازمان‌های عمومی اطلاعات کمی درباره پیشایندهای حقیقی کارآفرینی در دسترس است به این معنا که چه چیزی مدیریت دولتی را نوآور، پیشگام و گاهی حتی ریسک‌پذیر می‌کند (Meynhardt & Diefenbach, 2012: 761-).

1. Thompson  
2. Rauch & Hulsink  
3. Burton et al  
4. Antecedents

(792).

ضمن اینکه مطالعات انجام شده مبین این موضوع است که ادبیات کارآفرینی در بخش عمومی در اکثر مواقع مدل‌های بخش خصوصی را بر مبنای ویژگی‌های فردی به فعالیت‌های کارآفرینانه عمومی مرتبط می‌کند. این در حالی است که بخش دولتی و نهادهای عمومی از نظر اهداف و مأموریت‌ها، تعهدات، پاسخ‌گویی و مسئولیت‌پذیری نسبت به ذی‌نفعان با بخش خصوصی متفاوت است (Kim, 2007).

این باور که رابطه‌ای قوی میان کارآفرینی و بخش خصوصی وجود دارد موجب شده که کارآفرینی در بخش‌های عمومی دست کم گرفته شود. این مسأله موجب کمبودهای نظری، عملی و سیاسی شده و سازمان‌های بخش دولتی در میان عرصه‌هایی قرار می‌گیرند که مطالعات کارآفرینی آن‌ها را کمتر مدنظر قرار داده است. در واقع، بخش عمومی اغلب به‌عنوان مخالف مطلق کارآفرینی در نظر گرفته میشود از اینرو کمبود در زمینه مطالعات تجربی کارآفرینی در بخش عمومی و به‌ویژه مطالعاتی به‌چشم می‌خورد که بر فرآیند کارآفرینانه در این حوزه‌ها متمرکز هستند (Sundin & Tillmar, 2008).

کمیته امداد امام خمینی(ره) سازمانی است که براساس اندیشه و تفکر دینی و فقهی بنیانگذار کبیر انقلاب اسلامی و به‌دست ایشان با هویت دینی و مردمی، جهادی و عام‌المنفعه تأسیس شده است تا پیام‌آور فرهنگ احسان، ایثار، انفاق و نیکوکاری در جامعه اسلامی بوده و غیرت و کرامت انسانی را در حمایت از محرومان حفظ کند (اساسنامه امداد، ۱۳۹۴). به عقیده بسیاری از صاحب‌نظران تلاش‌های این سازمان در حوزه توانمندسازی نقش مؤثری در تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی کشور داشته است. افزایش سهم منابع و تسهیلات اشتغال‌زایی به نسبت فعالیت‌های حمایتی صرف و ارائه الگوهای نوین مبتنی بر کارآفرینی (طرح راهبران شغلی) ازجمله مؤلفه‌هایی است که مبین حرکت این سازمان برای تحقق اهداف و مأموریت‌های سازمانی خود است.

بدون تردید شناسایی دقیق و جامع مؤلفه‌ها و ابعاد کارآفرینی سازمانی می‌تواند بسترساز توسعه و گسترش فرهنگ و نگرش کارآفرینانه در سطوح فردی و سازمانی کمیته امداد باشد و بدین‌صورت در تحقق اهداف و راهبردهای سازمانی، افزایش بهره‌وری و کسب مزیت رقابتی این نهاد نیز نقش ایفا کند.

همچنین مطالعات انجام شده در قالب این پژوهش می‌تواند به امداد امام به‌منظور اجرایی کردن بندهایی (یک، پنج، بیست و ...) از سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی (ابلاغی توسط مقام معظم رهبری) کمک کند که بر موضوع کارآفرینی تأکید شده است و بدین‌طریق در تحقق

اهداف توانمندسازی جامعه هدف این سازمان تأثیر داشته باشد.

عبارت‌ها و کارکردهای مهم و تعیین‌کننده‌ای که کارآفرینی سازمانی در ارتقاء ظرفیت سازمانی امداد امام می‌تواند ایفا می‌کند، اما تاکنون پژوهش‌ها و بررسی‌های محدودی درباره ماهیت، کاربرد و راهبردهای کارآفرینی سازمانی و مسائل برخاسته از آن در سطح سازمان‌های عمومی غیر دولتی انجام شده است و در سازمان در دست مطالعه نیز پژوهش جامعی در این باره انجام نشده است.

در مجموع با توجه به اهمیت کارآفرینی سازمانی در بهره‌وری سازمانی امداد امام انتظار می‌رود با شناسایی و تبیین ابعاد و مؤلفه‌های تأثیرگذار و ارائه الگوی مفهومی شده کارآفرینی سازمانی زمینه تحقق اهداف سازمانی این نهاد به شکل مطلوب‌تر فراهم شود. از این‌رو سؤال اساسی این پژوهش این است که مدل مفهومی کارآفرینی سازمانی در کمیته امداد امام خمینی چگونه است؟

## مبانی نظری پژوهش

### کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی فرآیندی پویا است که در آن فرد کارآفرین با شناسایی فرصت‌های جدید به ایده‌ای نو و خلاق دست یافته و با کسب منابع لازم و با پذیرش مخاطره و ریسک کسب و کاری جدیدی راه‌اندازی می‌کند. نتیجه این فرآیند ارائه محصول یا خدمات جدیدی به جامعه است (احمدپور داریانی و کریمی، ۱۳۹۷: ۲۳). بر اساس دیدگاه صاحب‌نظران توسعه رفتارهای کارآفرینانه راهکاری اساسی برای رشد سازمانی‌های امروزی به‌شمار می‌آید که مطالعه دقیق چگونگی توسعه کارآفرینی در سازمان‌ها از اهمیت فراوانی برخوردار است (پیرهادی و فیض‌بخش، ۱۳۹۶).

فعالیت‌های کارآفرینی بر مبنای اصول یکسانی است، خواه کارآفرین یک شرکت بسیار بزرگ و قدیمی و خواه فردی باشد که به تازگی کسب‌وکار جدید و کوچک را راه‌اندازی کرده است (Chen & Zhou, 2017). سازمان‌های عصر حاضر به کارآفرینی سازمانی‌توجه خاصی داشته‌اند و دلیل آن نقشی است که در کسب مزیت رقابتی پایدار از طریق نوآوری، مخاطره‌پذیری و نوسازی استراتژیک برای سازمان‌ها ایفا می‌کنند (الوانی و همکاران، ۱۳۹۵). کارآفرینی ارتباط نزدیکی با مدیریت استراتژیک برای شناسایی فرصت‌های جدید و تولید فرآیند جدید و نوآوری‌های خدماتی از طریق سازمان‌های بخش عمومی دارد (Shi et al, 2015: 814-841). مشتری‌مداری، عملیات کارآمد، رهبری قوی و سیستم برنامه‌ریزی خوب به‌عنوان ویژگی‌های

اصلی سازمان است و مهم‌ترین موانع کارآفرینی سازمانی عبارتند از: سیاست‌ها، روش‌ها، محدودیت پرسنل و پاداش (Johnson & Schaltegger, 2020).

کارآفرینی سازمانی شکل چشم‌گیری از نوآوری سازمانی نشأت می‌گیرد و فرآیندی است که تلاش‌های شرکت را برای نوآوری مداوم و مؤثر به‌هنگام رقابت در بازارهای جهانی تسهیل می‌کند (Kuratko et al, 2014: 37-47). جامعه و سازمانی می‌تواند در مسیر توسعه حرکتی رو به جلو داشته باشد که با ایجاد بسترهای لازم نظام مدیریت منابع انسانی و سازمانی خود را به دانش و مهارت کارآفرین مولد تجهیز کند تا آن‌ها با استفاده از این توانمندی ارزشمند سایر منابع جامعه و سازمان را به‌سوی ایجاد ارزش و حصول رشد و توسعه مدیریت کنند. (میرسپاسی و همکاران، ۱۳۹۸).

کارآفرینی سازمانی در ۴۰ سال گذشته، رشد کرده و به یک استراتژی تبدیل شده است که می‌تواند تلاش‌های بنگاه‌ها برای ایجاد نوآوری و مقابله مؤثر با واقعیت‌های رقابتی در بازار رقابتی امروز را تسهیل کند. متفکران استراتژیک فراتر از نوآوری سنتی خدمات و محصولات به سمت آینده‌نگری در فرآیندها، زنجیره‌های ارزش، مدل‌های کسب‌وکار و همه وظایف مدیریت حرکت کرده‌اند (فیض‌بخش و همکاران، ۱۳۹۸).

برای همراه شدن با تحولات نوین جهانی و نیز رسیدن به جایگاه واقعی کارآفرینی سازمانی می‌تواند سازمان‌ها را در رسیدن به این جایگاه یاری کند از این‌رو شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مناسب برای کارآفرینی سازمانی می‌تواند سازمان‌ها را در راستای اهدافشان قرار دهد (احمدپور داریانی و کریمی، ۱۳۹۷).

### پیشینه پژوهش

در جدول ۱ تعدادی از پژوهش‌های انجام شده داخلی و خارجی مرتبط با موضوع ارائه شده است.

جدول ۱. مروری بر پژوهش‌های انجام شده

ردیف	عنوان پژوهش	پژوهشگر	توضیحات و نتایج پژوهش
۱	ارائه مدل مفهومی فرآیند کارآفرینانه سازمانی بخش عمومی	(Kearney, et al, 2007).	این مدل سعی کرده است که ابعاد کلیدی کارآفرینی سازمانی را به تصویر بکشد که با رفتار کارآفرینانه در سازمان بخش عمومی مرتبط است. مدل پیشنهادی پیشایندها و پیامدهای کارآفرینی سازمانی در بخش عمومی را تعیین می‌کند.
۲	بررسی ارتباط عوامل کلیدی سازمانی با ادراکات از کارآفرینی سازمانی	(Wood et al, 2008)	سیستم پاداش مناسب، حمایت مدیریت، ساختار سازمانی حامی کارآفرینی، باور به ریسک‌پذیری و قبول مخاطرات آن پیش‌آیندهای کلیدی هستند که به صورت مثبتی با کارآفرینی سازمانی مرتبط خواهند بود. همچنین کارآفرینی سازمانی به صورت مثبتی با افزایش سطح رضایت شغلی، سهم مشارکت سازمانی درک شده <sup>۱</sup> ، تعهد سازمانی، گرایش حافظه‌ای <sup>۲</sup> و عملکرد کلی سازمان مرتبط است.
۳	مفهوم‌سازی راهبرد کارآفرینی سازمانی در بخش عمومی به منظور ترکیب و ادغام مفاهیم کلیدی حوزه کارآفرینی سازمانی	(Kearney & Meynhardt, 2016)	الگوی استراتژی کارآفرینی سازمانی در بخش عمومی شامل موارد زیر است: - پیش‌آیندهای استراتژی کارآفرینی سازمانی بخش عمومی - مؤلفه‌ها و ابعاد کلیدی استراتژی کارآفرینی سازمانی - نتایج استراتژی کارآفرینی سازمانی در بخش عمومی

1. Perceived Organizational Contribution  
2. Memory Orientation

ادامه جدول ۱. مروری بر پژوهش‌های انجام شده

ردیف	عنوان پژوهش	پژوهشگر	توضیحات و نتایج پژوهش
۴	تأثیر سرمایه اجتماعی و نگرش کارآفرینانه بر اهداف کارآفرینی: نقش واسطه‌ای سرمایه روانشناختی	(Mahfud et al, 2020)	این مطالعه در بین دانشجویان دانشگاه پلی‌تکنیک اندونزی انجام شد. با بررسی نمونه ۲۱۵ نفری دریافتند که گرایش به سمت کارآفرینی، سرمایه اجتماعی و سرمایه روانشناختی به‌طور مشترک و تعاملی بر قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارند.
۵	کارآفرینی در بخش عمومی: رویکرد هم‌افزایی	وکیلی و همکاران (۱۳۹۰)	مطالعه این مقاله تبیین کارآفرینی عمومی و اهمیت آن را بررسی کرده و الگویی برای تحقق کارآفرینی در بخش عمومی ارائه می‌دهد. یافته‌ها نشان می‌دهد که زایش کارآفرینی در بخش عمومی نتیجه رابطه هم‌افزایی (نه رابطه مجموع صفر) فرد، سازمان و محیط است. این عوامل به همراه هم و در یک رابطه تعاملی و هم‌افزا موجب کارآفرینی هستند. بنابراین، هرچه نقطه اشتراک سه عنصر بیشتر باشد زایش و توسعه کارآفرینی در بخش دولتی محتمل‌تر است.
۶	رابطه رهبری تحول‌گرا و هویت سازمانی با کارآفرینی سازمانی اعضای هیئت علمی دانشگاه تبریز	حسینی و همکاران (۱۳۹۵)	هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه بین رهبری تحول‌گرا و هویت سازمانی با کارآفرینی سازمانی در بین اعضای هیئت علمی دانشگاه تبریز است که از بین عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی به دو متغیر رهبری تحول‌گرا و هویت سازمانی توجه شده است. بر اساس تجزیه و تحلیل داده‌ها بین سبک رهبری تحول‌گرا و کارآفرینی و همچنین بین دو متغیر هویت سازمانی و کارآفرینی سازمانی همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد.



ادامه جدول ۱. مروری بر پژوهش‌های انجام شده

ردیف	عنوان پژوهش	پژوهشگر	توضیحات و نتایج پژوهش
۷	طراحی مدل کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های دولتی ایران	عربشاهی (۱۳۹۹)	فاز دوم پژوهش با استفاده از روش نظریه بنیادی بر استخراج مدل کارآفرینی عمومی در سازمان‌های دولتی و نهادهای عمومی ایران متمرکز شد. طی این فاز با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی با ۱۵ نفر از خبرگان حوزه مدیریت عمومی و کارآفرینی مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختار یافته انجام شد. پس از تحلیل مصاحبه‌ها از ۱۱۹ کد نهایی مستخرج در قالب ۳۱ مفهوم ۹ مقوله فرعی و ۶ مقوله اصلی مدل کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های عمومی ایرانی طراحی شد.

### روش‌شناسی پژوهش

این مطالعه از نظر روش‌شناسی پژوهشی کیفی است که با به‌کارگیری روش داده بنیاد و شیوه نظام‌مند و با تأکید بر رویکردی اکتشافی انجام می‌شود. یک نظریه بنیادی، شرحی است درباره یک فرآیند، عمل یا تعامل که از طریق جمع‌آوری و تحلیل داده‌های کیفی توسعه پیدا می‌کند به‌گونه‌ای که این توضیح از تجربیات و دیدگاه‌های شرکت‌کنندگان ساخته (یا بنیان) می‌شود (Creswell & Clark, 2015).

این رویکرد زمینه‌ای برای محقق فراهم می‌کند تا با بررسی داده‌های گردآوری شده آن‌ها را تبدیل به مفاهیم، مقولات و در نهایت مدل یا الگو کند.

برای انتخاب نمونه از ترکیب روش‌های هدفمند قضاوتی و روش گلوله‌برفی<sup>۱</sup> استفاده شده است. در حقیقت، انتخاب مشارکت‌کنندگان در این مطالعه با هدف بررسی دقیق و عمیق موضوع پژوهش انجام شد و افرادی انتخاب شدند که ویژگی مشترک آن‌ها داشتن تخصص و دانش لازم در حوزه‌های علوم اجتماعی و مدیریت (به‌ویژه گرایش‌های کارآفرینی و منابع انسانی) و نیز شناخت و آشنایی مناسب از کمیته امداد امام خمینی بوده است.

1. Snowball sampling

اطلاعات لازم پژوهش از طریق مصاحبه نیمه‌ساختار یافته جمع‌آوری شد که برای این امر تا زمان اشباع داده‌ها و کفایت موضوعی با شانزده نفر مصاحبه انجام شد و برای اطمینان بیشتر کار تا مصاحبه هجدهم ادامه پیدا کرد.

جدول ۲. مشخصات مصاحبه شونده‌گان (خبرگان)

کد مصاحبه‌شونده	سطح تحصیلات	رشته تحصیلی	سنوات شغلی/علمی	سمت
I1	دکتری	مدیریت	۲۳	مدیر کل امور اداری کمیته امداد کشور
I2	دانشجوی دکتری	مدیریت	۲۲	رئیس هیئت اندیشه‌ورز کمیته امداد کشور
I3	دکتری	مدیریت کارآفرینی	۲۷	معاونت مرکز توسعه روستایی ریاست جمهوری
I4	دکتری	مدیریت	۱۲	هیئت علمی دانشگاه تهران
I5	دکتری	مدیریت	۸	دستیار معاونت اشتغال امداد امام و مدرس دانشگاه
I6	دکتری	علوم سیاسی	۱۴	دستیار معاونت حمایت و سلامت امداد امام
I7	دکتری	مدیریت کارآفرینی	۲۸	مدرس دانشگاه و معاونت امور مساجد کشور
I8	کارشناسی ارشد	مدیریت MBA	۲۲	مشاور مرکز پایش فقر و شناسایی نیازمندان
I9	دکتری	مدیریت دولتی	۳	دانش آموخته دانشگاه تهران
I10	دکتری	مدیریت	۲۳	هیئت علمی دانشگاه پیام‌نور
I11	دکتری	اقتصاد	۱۸	هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی تهران
I12	دکتری	مدیریت	۱۴	هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد کرمان

جدول ۲. مشخصات مصاحبه شونده‌گان (خبرگان)

کد مصاحبه‌شونده	سطح تحصیلات	رشته تحصیلی	سنوات شغلی/علمی	سمت
I13	دکتری	اقتصاد	۱۸	مدیرکل کمیته امداد آذربایجان شرقی و مدرس دانشگاه
I14	دکتری	جامعه‌شناسی	۱۶	مدیرکل کمیته امداد استان فارس و مدرس دانشگاه
I15	دکتری	مدیریت	۱۷	حوزه برنامه‌ریزی امداد فارس و مدرس دانشگاه
I16	دکتری	علوم سیاسی	۲۱	مدیرکل کمیته امداد استان کردستان و مدرس دانشگاه
I17	دانشجوی دکتری	جامعه‌شناسی	۲۴	معاونت حمایت و سلامت امداد استان خوزستان
I18	دکتری	علوم تربیتی	۲۱	هیئت علمی دانشگاه چمران اهواز

### یافته‌های پژوهش

در رهیافت نظام‌مند، الگوی داده‌بنیاد بر استفاده از تحلیل اطلاعات از طریق کدگذاری داده‌های کیفی مشتمل بر سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی و تدوین یک الگوی منطقی تأکید دارد (Creswell, 2012).

### الف: مرحله اول - کدگذاری باز

کدگذاری باز<sup>۱</sup>، فرآیند تحلیلی است که از طریق آن مفاهیم شناسایی شده و ویژگی‌ها و ابعاد آن‌ها در داده‌ها کشف می‌شوند (Strauss & Corbin, 1998) و بر فهم مشخصه‌هایی تمرکز می‌شود که موجب منحصربه‌فرد شدن این وقایع شده است. نظریه‌پرداز داده‌بنیاد مقوله‌های اولیه اطلاعات درباره پدیده در حال مطالعه را به وسیله تقطیع اطلاعات شکل می‌دهد (دانائی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۸: ۹۴).

در این پژوهش، محقق کدگذاری باز را با خواندن چندباره مصاحبه‌های پیاده شده آغاز کرد تا از این طریق به فهمی کلی از مصاحبه‌ها دسترسی پیدا کند. سپس، بخش‌های مختلف هر مصاحبه با ایده کلی حاصل از مطالعه آن مصاحبه مقایسه شد.

1. Open coding

در ادامه، محقق کار را با تحلیل تک تک کلمات، عبارات، جملات و پاراگرافها ادامه داد. در مجموع ۳۰۹ کد داده اولیه از مصاحبه‌های انجام شده با خبرگان دانشگاهی و کمیته امداد در مرحله کدگذاری باز حاصل شد سپس، از طریق فرآیند مقایسه‌ای شباهت‌ها و تفاوت‌ها مفاهیم شبیه به یکدیگر در یک مقوله قرار گرفتند. جدول شماره ۳ نمونه تحلیل مصاحبه‌ها، کدگذاری باز و شکل‌گیری مفاهیم را نشان می‌دهد.

جدول ۳. نمونه‌ای از متن مصاحبه‌ها و کدهای استخراج شده

متن مصاحبه	کد اولیه	مفهوم
<p>نکته‌ای که نه تنها در کمیته امداد، بلکه در بسیاری از سازمان‌ها در درون کشورمان مشاهده می‌کنیم عمدتاً توسعه کارآفرینی به حضور یک مدیر خلاق و نوآور متکی بوده است و متأسفانه نوآوری‌های حاصل شده و تحولات کارآفرینانه ایجاد شده کمتر از بستر یک تحول سیستماتیک بوده است. به نظر می‌رسد این موضوع یک نقیصه فراگیر در سازمان‌های عمومی کشور است که نیازمند آسیب‌شناسی است. البته در مقطعی در امداد با حضور آقای .... در مسئولیت مدیریت ارشد سازمان شاهد شکل‌گیری سازوکارهایی از جمله شورای عالی پژوهش و برنامه‌ریزی، شورای راهبری، کمیسیون‌های تخصصی با حضور کارشناسان خوش‌فکر و خلاق استان‌ها و مسئولین مرتبط بودیم. بر این اساس با برگزاری نشست‌های تخصصی و استفاده از تکنیک‌هایی همچون بارش فکری و با خرد جمعی زمینه شناخت دقیق مسائل، ترسیم وضعیت موجود و ایجاد آرمان مشترک در قالب چشم‌انداز و مأموریت برنامه پنجم امداد امام و ارائه راه‌حل‌های نوآورانه در خیلی از مسائل فراهم آمد. همچنین در همان مقطع با ایجاد تیم‌های کاری و در یک دوره دو ساله نزدیک به ۴۵۰ دستورالعمل و شیوه‌نامه بازنگری و به حدود ۱۲۰ دستورالعمل تقلیل داده شد ضمن اینکه این امر زمینه افزایش قابلیت‌های کارکنان را نیز فراهم آورد (I8C4).</p> <p>پیش‌نیاز ایجاد یک سازمان کارآفرین نه تنها ایجاد چشم‌انداز حامی کارآفرینی، بلکه اتخاذ رویکردهای استراتژیک و تلاش به‌منظور اجماع کارکنان حول این محور است (I3C13).</p> <p>با توجه به اینکه مدیران ارشد سازمان نقش محوری را در سوگیری‌های کلان سازمان ایفا می‌کنند بالتبع می‌توانند به شکل مؤثرتری در توسعه رفتارهای کارآفرینانه نقش‌آفرین باشند. البته این بدان معنی نیست که مدیران سطوح میانی در این زمینه نقشی ندارند؛ چه بسا مدیران عملیاتی به‌واسطه اینکه شناخت بیشتری از توانمندی‌های اجرایی سازمان دارند بتوانند در بهره‌برداری از فرصت‌ها و اصلاح فرآیندها و همچنین تشویق کارکنان به‌صورت مؤثرتری ایفای نقش کنند (I4C22).</p>	<p>نقش مدیر خلاق و نوآور</p> <p>رهبری تیم‌های کاری</p> <p>خرد جمعی</p> <p>آرمان مشترک</p> <p>مأموریت سازمان</p> <p>راه‌حل‌های نوآورانه</p> <p>شناخت مناسب</p>	<p>توانایی ایجاد آرمان‌های مشترک و ترسیم چشم‌انداز حامی کارآفرینی، توجه آگاهانه بر فرصت‌های کارآفرینانه</p> <p>رویکرد استراتژیک به مقوله کارآفرینی توسعه قابلیت‌های پویا</p>

ادامه جدول ۳. نمونه‌ای از متن مصاحبه‌ها و کدهای استخراج شده

مفهوم	کد اولیه	متن مصاحبه
پذیرش مخاطرات فرصت‌های کارآفرینانه جو مطلوب و حامی ریسک‌پذیری پذیرش مسئولیت ناکامی‌های احتمالی	ریسک‌پذیری بخش عمومی تمایل به حفظ وضع موجود ریسک‌پذیری محاسبه شده توانایی رویارویی و مدیریت ناشناخته‌ها پدیده‌های نو پدید اجتماعی	از دیدگاه من ریسک‌پذیری البته از نوع محاسبه شده در نهادهای عمومی غیر دولتی هم‌چون کمیته امداد از مؤلفه‌های مهم کارآفرینی سازمانی است. اگرچه که خیلی‌ها معتقدند ریسک‌پذیری عمدتاً ناظر به فعالیت‌های بخش خصوصی است. چون امداد یک سازمان اجتماعی است و با پدیده‌های نو پدید اجتماعی روبه‌رو می‌شود تعیین ضوابط فراگیر برای کل کشور و انتظار برای اجرای آن بدون وجود انعطاف‌های لازم باعث چالش در ارائه خدمات بهینه خواهد شد. مسئولین امداد باید به شیوه‌ای عمل کنند که به ارتقای توان مخاطره‌پذیری کارکنان کمک شود. نباید کارکنان ملزم به رعایت بخشنامه‌ها و شیوه‌نامه خشک اداری شوند (I17C11).
افزایش سرمایه اجتماعی امداد توانمندسازی فکری، فرهنگی و اقتصادی بهبود جایگاه راهبردی سازمان رضایت جامعه هدف	نگرش مثبت جامعه نسبت به امدادگران، افزایش اعتماد جامعه ارتقاء عزت و منزلت اجتماعی خدمات توان‌افزا و اشتغال محور نقش‌آفرینی امداد ظرفیت جهادگران کارآفرین	از دیدگاه من، از جمله نتایج حاصل شده از طرح راهبری شغلی با بهره‌گیری از ظرفیت کارآفرینان (سازمان‌های دانش‌بنیاد، جهادگران کارآفرین و ...) که حقیقتاً از طرح‌های نوآورانه منابع دانشی و خوش‌فکر امداد محسوب می‌شود ضمن فراهم کردن زمینه تحقق توانمندسازی جامعه هدف امداد در ابعاد مختلف آن، افزایش میزان اعتماد آحاد جامعه، به‌ویژه جامعه نخبگان و کارآفرینان به این نهاد است (I5C14).

## ب: کدگذاری محوری

کدگذاری محوری<sup>۱</sup>، فرآیند ربطدهی مقوله‌ها به زیرمقوله‌ها و پیوند دادن مقوله‌ها در سطح ویژگی‌ها و ابعاد است. این کدگذاری به این دلیل «محوری» نامیده می‌شود که کدگذاری حول محور یک مقوله تحقق پیدا می‌کند (استراوس و کوربین، ۱۹۹۸، به نقل از دانائی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۸: ۹۷). در این مرحله، مقوله‌ها و زیرمقوله‌ها با توجه به ابعاد و مشخصات آن‌ها با یکدیگر مرتبط می‌شوند.

۱. **شرایط علی:** این مقوله‌ها که حاصل شرایط علی یا مقدم است رویدادهایی را در بر می‌گیرد که به وقوع یا رشد و گسترش پدیده اصلی می‌انجامد (Strauss & Corbin, 1998). نتایج حاصل از تحلیل مصاحبه‌های انجام شده نشان می‌دهد که مقوله‌های «رهبری کارآفرینانه» و «قابلیت‌های کارآفرینانه منابع انسانی» و «نیازهای جدید اجتماعی» در قالب شرایط علی در الگوی کارآفرینی سازمانی انتخاب شدند.

جدول ۴: مفاهیم و مقوله‌های فرعی شرایط علی

مقوله کلی	مقوله فرعی	مفاهیم حاصل از کدگذاری باز
شرایط علی	رهبری کارآفرینانه	توانایی ایجاد آرمان‌های مشترک و ترسیم چشم‌انداز حامی کارآفرینی، توجه آگاهانه بر فرصت‌های کارآفرینانه، عمق بخشی به فلسفه کارآفرینی، حمایت چندبعدی از کارآفرینان سازمانی، رویکرد استراتژیک به مقوله کارآفرینی، توسعه قابلیت‌های پویا و رهبری تیم‌های کاری
	قابلیت‌های کارآفرینانه منابع انسانی	سرمایه‌های انسانی دانشی و خلاق خودکارآمدی کارآفرینانه، اخلاق حرفه‌ای و بلوغ فردی، شخصیت عمل‌گرا، توانمندی‌های ارتباطی، قدرت ایده‌پردازی و نوآوری، پشتکار، انگیزه و تحرک
	نیازهای جدید اجتماعی	ابعاد فقر قابلیت، پیدایش آسیب‌های نوپدید اجتماعی، ضرورت توجه به عدالت اجتماعی، هم‌افزایی جریان خیر و احسان، کرامت و منزلت اجتماعی جامعه هدف و پیدایش فقر چند بعدی و چند سطحی

۲. **شرایط زمینه‌ای:** مجموعه شرایطی است که زمینه پدیده مدنظر را فراهم می‌آورند و بر رفتارها و کنش‌ها تأثیر می‌گذارند (علامه و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۸۹). از میان مقوله‌های تدوین شده، مقوله‌های «فرهنگ و ارزش‌های سازمان»، «مأموریت و رسالت سازمانی» و

1. Axial coding

«متناسب‌سازی ساختار سازمانی» به‌عنوان مقوله تشکیل‌دهنده شرایط زمینه‌ای در نظر گرفته شد.

جدول ۵. مفاهیم و مقوله‌های فرعی شرایط بستر

مقوله کلی	مقوله فرعی	مفاهیم حاصل از کدگذاری باز
شرایط بستر	فرهنگ و ارزش های سازمان	توسعه فرهنگ نهادی، سخت‌کوشی و تسلیم‌ناپذیری، فرهنگ پیش‌تازی در خدمت‌رسانی، فرهنگ حامی کار تیمی و گروهی، فرهنگ داوطلبانه عمل کردن، گرایش عمومی حامی کارآفرینی و فرهنگ حامی رشد استعدادهای خلاق
	مأموریت و رسالت سازمانی	اسناد راهبردی حامی کارآفرینی، بیانیه گام دوم انقلاب، کاهش فقر و توانمندسازی نیازمندان، پیاده‌سازی الگوی راهبری شغلی با لحاظ ظرفیت کارآفرینان، افزایش نقش حاکمیتی امداد در پیشگیری از تولید نظام‌یافته فقر، تسهیل‌گری اجتماعی و برنامه پنج ساله ششم امداد امام
	متناسب‌سازی ساختار سازمانی	ساختار با سوگیری کارآفرینانه، ارتباطات رسمی و غیر رسمی، ویژگی‌های نهادی ساختار امداد، تفویض اختیار و عدم تمرکز، ساختار منعطف و ارگانیک، اندازه و ابعاد سازمان و توسعه بخش مردمی امداد امام (امداد محله)

**۳. شرایط مداخله‌گر:** طبق تعریف شرایط مداخله‌گر، شرایط زمینه‌ای عمومی هستند که بر استراتژی‌ها تأثیر می‌گذارند (Creswell, 2012). استخراج کدهای اولیه و نهایی نشان می‌دهد که «محیط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی» از عوامل مداخله‌گر کارآفرینی سازمانی در امداد امام هستند. محیط خارجی می‌تواند فضای عمومی کشور، فضای کسب‌وکار، سیاست‌های کلان نظام، برنامه‌های توسعه‌ای کشور، قوانین و اسناد بالادستی، سایر عوامل و متغیرهای سیاسی اجتماعی و ... را در بر بگیرد. به عقیده بسیاری از صاحب‌نظران شرایط محیطی می‌تواند در شکل‌گیری، استمرار و به نتیجه رسیدن فعالیت‌های کارآفرینانه بسیار مؤثر باشد.

جدول ۶. مفاهیم و مقوله‌های فرعی شرایط مداخله‌گر

مقوله کلی	مقوله فرعی	مفاهیم حاصل از کدگذاری باز
شرایط مداخله‌گر	محیط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی	فرهنگ عمومی، پویایی محیط - درهم‌تنیدگی، فرصت‌های اقتصادی، فضای کسب‌وکار، الگوی اقتصاد مقاومتی، قوانین و مقررات بالادستی، ذی‌نفعان متعدد، ملاحظات سیاسی، ویژگی‌های نظام آموزشی و پیشرفت‌های تکنولوژیک و فناوریانه

**۴. مقوله محوری:** مقوله محوری حاصل از شرایط علی، گرایش‌های کارآفرینانه سازمانی در نظر گرفته شده است. دلیل انتخاب این مقوله به منزله مقوله محوری این است که در غالب مصاحبه‌ها و داده‌های حاصل شده به نوعی به این مفهوم اشاره شده بود در واقع حاصل تحلیل مصاحبه‌ها محقق را به این نتیجه رساند که اساس کارآفرینی سازمانی مبتنی بر ابعاد «نوآوری» و «مخاطره‌پذیری هوشمندانه» است.

صاحب‌نظران و پژوهشگران مختلف نیز گرایش کارآفرینانه را به‌عنوان مفهومی چندبعدی در نظر گرفته‌اند. به‌عنوان نمونه میلر (۱۹۸۳) برای توصیف گرایش کارآفرینانه سه بعد ریسک‌پذیری، نوآوری و پیشگامی را پیشنهاد داده است. بر اساس مطالعه لامپکین و دس (۱۹۹۶) نیز گرایش کارآفرینانه شامل پنج بعد نوآوری، ریسک‌پذیری، پیشگامی، استقلال‌طلبی و رقابت‌تهاجمی است. ضمن اینکه بخشی از مصاحبه‌شوندگان بر این اعتقاد بودند که ریسک‌پذیری در نهادی هم‌چون امداد امام با ریسک‌پذیری شرکت‌های خصوصی متفاوت است.

جدول ۷. مفاهیم و مقوله‌های فرعی شرایط محوری

مقوله کلی	مقوله فرعی	مفاهیم حاصل از کدگذاری باز
محوری	نوآوری	توسعه فناوری‌های نوین (فناوری نوآورانه)، شناخت فرصت‌ها و تبدیل آن به مزیت رقابتی، خلق و ایجاد ارزش‌های جدید، توسعه قابلیت نوآوری فردی، استقبال از روش‌ها، خدمات و فرآیندهای جدید، کارکنان کارآفرین، نظام پیشنهادها، تأسیس واحدهای مستقل، پرورش اندیشه خلاقانه کارکنان، شبکه مدیریت نوآوری و بهینه‌سازی محیط خلاق
	مخاطره‌پذیری هوشمندانه	پذیرش مخاطرات فرصت‌های کارآفرینانه، جو مطلوب و حامی ریسک‌پذیری، ارتقای توان مخاطره‌پذیری، توانایی رویارویی و مدیریت ناشناخته‌ها و مخاطره‌جویی فعالیت جدید

**۵. راهبرد:** راهبردها در واقع طرح‌ها و کنش‌هایی هستند که خروجی مقوله محوری مدل بوده و به پیامدها ختم می‌شوند. به عبارت دیگر استراتژی‌ها شامل مجموعه اقدامات انجام شده در پاسخ به پدیده اصلی در دست بررسی هستند (Creswell, 2012).



جدول ۸. مفاهیم و مقوله‌های فرعی شرایط راهبرد

مقوله کلی	مقوله فرعی	مفاهیم حاصل از کدگذاری باز
راهبردها	نوسازی استراتژیک	ایجاد واحدهای تحقیق و توسعه، محرک‌های استراتژیک، تجدید نظر در فعالیت‌های معمول سازمان، تحول در رویکردهای عملیاتی، شناخت دقیق پیشران‌ها، توسعه فعالیت‌های تیمی، مهندسی مجدد فرآیندها، برون‌سپاری فعالیت‌های تصدی‌گرایانه، باز تعریف رابطه با ذی‌نفعان کلیدی و کارآفرینی راهبردی
	سیاست‌های توانمندساز	ناظر به منابع انسانی: توسعه برنامه‌های توانمندساز منابع انسانی، ارتقاء انگیزه خدمت عمومی و ایجاد نظام انگیزشی کارآفرینانه ناظر به جامعه هدف: عملیاتی‌سازی الگوی راهبری شغلی، توانمندسازی فکری و فرهنگی و اقتصادی مددجویان، توسعه ظرفیت جهادگران کارآفرین و فرصت شرکت‌های دانش‌بنیان
	مدیریت استعداد کارآفرین محور	شکوفای و بالفعل کردن استعدادهای بالقوه افراد توانمند، دورنمای سازمانی بر مبنای استعداد، شایستگی‌های محوری، طراحی فرآیند مدیریت استعداد - با رویکرد کارآفرینانه، توسعه دانایی و افزایش سرمایه فکری

۶. پیامدها: بخش آخر مدل کارآفرینی سازمانی در کمیته امداد امام خمینی (ره) شامل پیامدهای مشهود و نامشهودی می‌شود که به سازمان کمیته امداد و کارکنان آن مرتبط است. با توجه به کدگذاری مفاهیم مربوط به پیامدهای در سه بخش مربوط به سازمان، جامعه و کارکنان طبقه‌بندی شده است.

نتایج حاصل از این مطالعه مبین سه دسته پیامد است: «تعالی سرمایه انسانی»، «بهبود عملکرد سازمانی» و «ارزش‌آفرینی اجتماعی» که در مجموع باعث شکل‌گیری سازمان کارآفرین می‌شود.

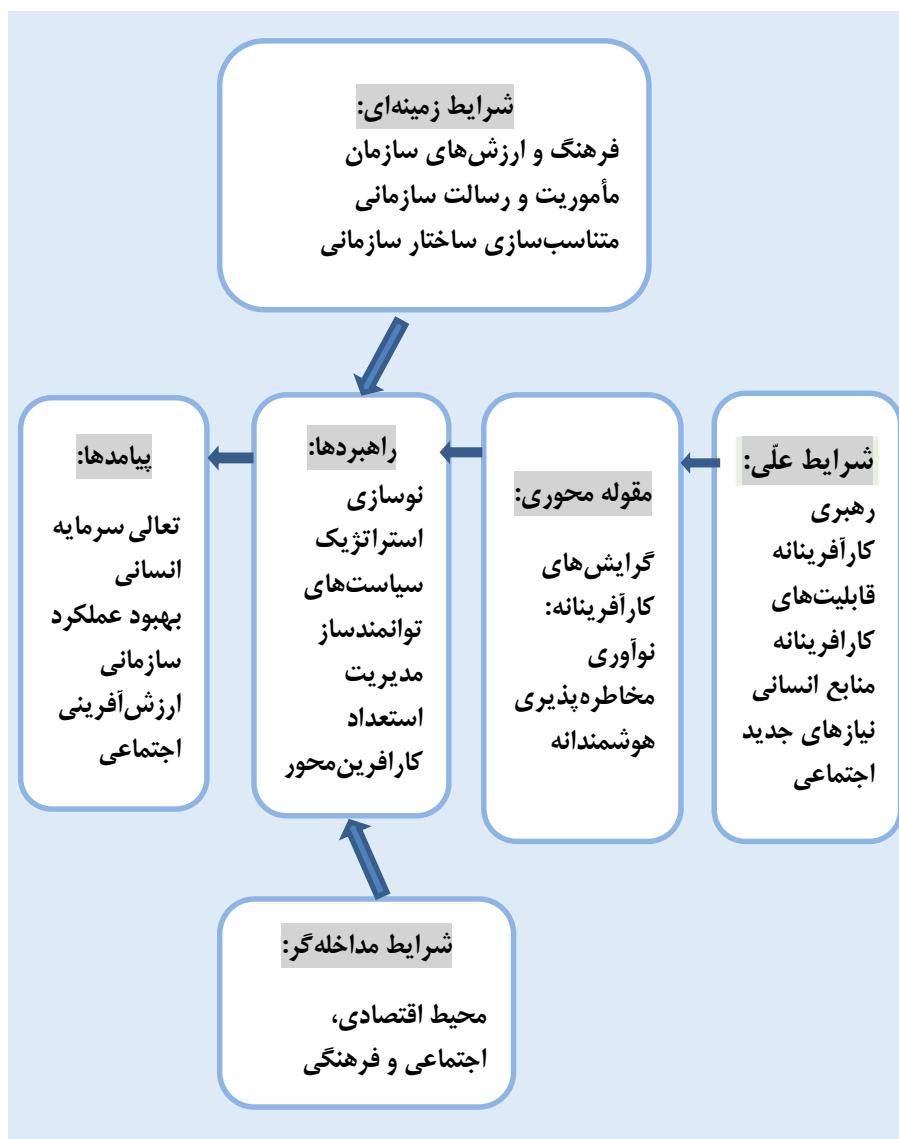
جدول ۹. مفاهیم و مقوله‌های فرعی شرایط پیامد

مقوله کلی	مقوله فرعی	مفاهیم حاصل از کدگذاری باز
پیامدها	تعالی سرمایه انسانی	نوسازی قابلیت‌های سرمایه‌های انسانی، تعریف و استقرار شایستگی‌ها، رضایتمندی از کیفیت کارکنان، احساس تعلق به سازمان، افزایش انگیزش و رضایت شغلی کارکنان، انعکاس ارزش‌های امداد در رفتار مدیران و کارشناسان
	بهبود عملکرد سازمانی	دستیابی به اهداف سازمانی، بهبود بهره‌وری، کسب مزیت رقابتی، ارتقاء استانداردهای عملکردی، ارائه خدمات یکپارچه، جدید و با کیفیت
	ارزش‌آفرینی	افزایش سرمایه اجتماعی امداد، رضایت جامعه هدف، بهبود جایگاه راهبردی

سازمان، مسئولیت‌پذیری مدنی، ارتقاء عزت نفس و مناعت طبع مددجویان	اجتماعی
---	---------

### ج) مرحله سوم: کد گذاری انتخابی (شرح نظریه کارآفرینی سازمانی)

هدف در نظریه‌پردازی داده بنیاد تولید نظریه است نه توصیف صرف پدیده. بدین منظور، مفاهیم و مقوله‌ها باید به‌طور منظمی به یکدیگر مربوط شوند و ارتباط نظام‌مند مقوله‌محوری با سایر مقوله‌ها در چارچوب یک روایت تحقیقی ارائه شود (داناتی فرد و اسلامی، ۱۳۹۰: ۴۵).



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

## روایی و پایایی پژوهش

برای ارزشیابی پژوهش‌های مبتنی بر نظریه‌پردازی داده بنیاد معیار مقبولیت پیشنهاد شده است. مقبولیت به این معنا است که یافته‌های پژوهش تا چه حد در انعکاس تجارب مشارکت‌کنندگان، محقق و خواننده درباره پدیده مطالعه شده موثق و باورپذیر است (پورعابدی، ۱۳۹۵: ۴۰). در این

پژوهش به منظور اعتباربخشی داده‌ها از معیارهای گوبا و لینکلن<sup>۱</sup> استفاده شد. این صاحب‌نظران برای پژوهش کیفی مفهوم «قابلیت اعتماد»<sup>۲</sup> را به عنوان معیاری برای جایگزینی روایی و پایایی مطرح کردند. این مفهوم از چهار عنصر قابلیت اعتبار<sup>۳</sup>، قابلیت انتقال<sup>۴</sup>، قابلیت اتکا<sup>۵</sup> و قابلیت تأیید<sup>۶</sup> تشکیل می‌شود. (دانائی فرد و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۱۷).

جدول ۵. ارزیابی قابلیت اعتماد یافته‌ها (بر اساس چارچوب گوبا و لینکلن)

قابلیت اعتماد	روش ارزیابی در این مطالعه
قابلیت اعتبار	در این مطالعه با توجه به درگیری طولانی مدت محقق <sup>۷</sup> با موضوع از روش بازخورد اعضاء استفاده شده است. بر این اساس داده‌ها، تفسیرها و نتایج مصاحبه به خبرگان مشارکت‌کننده ارائه و این افراد صحت آن‌ها را بررسی و تأیید کردند و در برخی مواردی که مفهوم به خوبی درک نشده بود نقطه نظر اصلاحی دریافت و اقدام لازم انجام شد.
قابلیت انتقال	جایگزین اعتبار بیرونی در پژوهش‌های کمی است و به معنی میزان قابلیت تعمیم یافته‌ها به سایر حوزه‌ها و زمینه‌های مشابه است. قابلیت انتقال با استفاده از راه‌های مختلف مانند توصیف عمیق داده‌های مطالعه (توصیف حداکثری) و شرح فرآیند پژوهش از نمونه‌گیری تا تفسیر یافته‌ها و ارائه نمونه‌ای از متن مصاحبه‌ها زمینه ارزیابی انتقال‌پذیری فراهم شده است.
قابلیت اتکا	در این پژوهش برای سنجش پایایی مصاحبه‌ها از روش پایایی بازآزمایی و روش توافق درون موضوعی استفاده شده است. بر این اساس، سه مصاحبه انتخاب و حدود یک ماه بعد، کدگذاری مجدد انجام شد با توجه به حصول پایایی ۸۶ درصدی بازآزمون، قابلیت اتکا و پایایی مصاحبه‌ها تأیید شد.
قابلیت تأیید	عینیت به معنای به حداقل رساندن تأثیر قضاوت شخصی پژوهشگر بر یافته و پرهیز از تأثیر سوگیری‌ها است. در این مطالعه تلاش شد داده‌ها منطبق با منابع باشد و منطق تفسیر آن‌ها روشن باشد. ضمن اینکه پژوهشگر تلاش کرد با گرفتن بازخورد مستمر از استاد راهنما و مشاورین دانشگاهی، سازمانی و بازمینی مجدد داده‌ها از تحلیل درست و کامل داده‌ها اطمینان پیدا کند.

## بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف دستیابی به نظریه‌ای در حوزه کارآفرینی سازمانی به منظور درک بهتر این پدیده در کمیته امداد امام خمینی(ره) طراحی و اجرا شده است. روش پژوهش به صورت کیفی و

1. Guba & Lincoln
2. Trustworthiness
3. Credibility
4. Transferability
5. Dependability
6. Conforability
7. Prolonged Engagement

مبتنی بر نظریه پردازی داده بنیاد است. برای گردآوری اطلاعات از مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته استفاده شد و تجزیه و تحلیل اطلاعات به روش اشتراک و کوربین و مدل پارادایمی انجام شد. نمونه‌گیری به روش نمونه‌گیری نظری بود و با بهره‌مندی از تکنیک‌های هدفمند (قضاوتی) و گلوله برفی (زنجیره‌ای) انجام شد که بر مبنای آن ۱۸ مصاحبه با مدیران، خبرگان امداد امام و مدرسین دانشگاه انجام شد که ضمن داشتن دانش و تخصص در حوزه نظری از شناخت خوبی نسبت به کمیته امداد برخوردار بودند.

پس از بررسی مبانی و ادبیات نظری مرتبط با کارآفرینی سازمانی و همچنین انجام مصاحبه‌ها و تحلیل داده‌ها درک عمیق‌تری نسبت به موضوع پژوهش حاصل شد. بر این اساس محقق، ۱۸۶ مفهوم و ۱۵ مقوله فرعی را با استفاده از الگوی پارادایمی استراوس و کوربین دسته‌بندی کرده است. این عوامل در قالب مدل متداول نظریه داده بنیاد و در ۶ دسته قرار گرفتند که عبارتند از: شرایط علی (رهبری کارآفرینانه، قابلیت‌های کارآفرینانه منابع انسانی، نیازهای جدید اجتماعی)، شرایط زمینه‌ای (فرهنگ و ارزش‌های سازمان، مأموریت و رسالت سازمان و ساختار سازمانی)، محوری (نوآوری، مخاطره‌پذیری هوشمندانه)، راهبرد (نوسازی استراتژیک، سیاست‌های توانمندساز و مدیریت استعداد کارآفرین محور)، شرایط مداخله‌گر (محیط اقتصادی/اجتماعی و...)، پیامدها (تعالی سرمایه انسانی، بهبود عملکرد سازمان و ارزش‌آفرینی اجتماعی).

### پیشنهاد‌های حاصل از پژوهش

با توجه به یافته‌ها و نتایج حاصل شده از طراحی الگوی مفهومی کارآفرینی سازمانی در کمیته امداد امام خمینی (ره) پیشنهاد‌های زیر ارائه می‌شود:

- یافته‌های پژوهش حاضر به اهمیت ترسیم چشم‌انداز، مأموریت و اهداف کلان امداد با ابتناء به کارآفرینی سازمانی تأکید کرده است. به عقیده خبرگان مطالعه و همچنین مبانی نظری موجود طراحی یک چشم‌انداز صحیح، جذاب، هدفمند و مبتنی بر رویکردهای نهادی می‌تواند در توسعه کارآفرینی سازمانی در سطح امداد امام مؤثر واقع شود. علاوه بر این تدوین برنامه استراتژیک و متناسب با مأموریت‌های سازمانی این نهاد با هدف‌گذاری‌های مشخص، واضح و قابل اندازه‌گیری می‌تواند زمینه این امر را فراهم کند.
- یافته‌های پژوهش حاضر موید اهمیت فرهنگ و ارزش‌های سازمان در پیاده‌سازی کارآفرینی سازمانی است. بر این اساس اهتمام مدیران ارشد امداد امام به اشاعه تفکر و فرهنگ کارآفرینانه می‌تواند زمینه‌ساز تقویت نگرش و بینش کارآفرینانه در این سازمان

شده و به منظور تبدیل این نهاد به یک سازمان کارآفرین نقش داشته باشد ضمن اینکه شناسایی شاخص‌ها و ویژگی‌های چنین فرهنگی از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است که بتواند زمینه شکوفایی و توسعه کارآفرینی را در سازمان فراهم کند.

– یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد از مهم‌ترین مؤلفه‌های تأثیرگذار بر ضرورت کارآفرینی سازمانی نیازهای جدید اجتماعی است. به اعتقاد خبرگان پژوهش اگر امداد امام نتواند خود را به سرعت با انتظارات اجتماعی همراه کند توانایی پاسخگویی صحیح و متناسب به نیازهای نو پدید اجتماعی را از دست داده و با کاهش سطح رضایت‌مندی جامعه هدف روبه‌رو خواهد شد از این‌رو، حساسیت نسبت به تغییرات محیطی و درک به موقع آن و اتخاذ رویکردهای نوآورانه و پیشگامی در حرکت به سمت پیاده‌سازی کارآفرینی سازمانی در آن‌ها از اهمیت زیادی برخوردار است.

– نتایج حاصل شده از این پژوهش و سایر مطالعات انجام شده مبین نقش مهم ساختار سازمانی در پیاده‌سازی کارآفرینی در سازمان است. ساختار سازمانی کارآفرینانه و ارگانیک فضای مناسبی برای ارایه خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی سازمانی را در اختیار کارکنان قرار می‌دهد و از این رهگذر موجبات بهبود عملکرد و افزایش کارایی و اثربخشی سازمان را فراهم می‌کند. از این‌رو شورای پژوهش و برنامه‌ریزی امداد می‌تواند در برنامه‌های بازنگری و متناسب‌سازی ساختار سازمانی به گونه‌ای عمل کند که مشوق و محرک نگرش و رفتار کارآفرینانه در مجموعه امداد امام باشد.

– مطابق نتایج این مطالعه هسته اصلی و محوری کارآفرینی سازمانی، گرایش‌های کارآفرینانه با محوریت نوآوری و مخاطره‌پذیری هوشمندانه است. کارآفرینی سازمانی زمانی به‌وقوع می‌پیوندد که در تمامی سطوح سازمان به نوآوری اهتمام لازم انجام شود بنابراین، پیشنهاد می‌شود هیئت محترم امنا و ریاست محترم امداد امام در راستای توسعه خلاقیت و نوآوری در تمامی سطوح سازمانی امداد تدابیر لازم را اتخاذ کنند.

اجرای این پژوهش با محدودیت‌هایی روبه‌رو بوده است. نتایج و یافته‌های این مطالعه حاصل تحلیل نقطه‌نظرات، دیدگاه‌ها و تجربیات خبرگان منتخب و مبانی نظری مرتبط است که این موضوع باعث شده همانند دیگر پژوهش‌های کیفی یکی از محدودیت‌های اصلی قابلیت تعمیم‌پذیری پیدا کرده باشد.

## مآخذ

- احمدپورداریانی، محمود، کریمی، آصف (۱۳۹۷). کارآفرینی سازمانی از نظریه تا عمل. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- الوانی، سیدمهدی، محمدی‌الیاسی، قنبر، خنیفر، حسین، جندقی، غلامرضا، و کیلی، یوسف (۱۳۹۰). کارآفرینی در بخش عمومی: رویکرد هم افزایی. پژوهش‌های مدیریت عمومی، سال ۴، شماره ۱۲، ۲۸-۵.
- الوانی، سیدمهدی، صفری، سعید، کهن‌هوش‌نژاد، رضا، خدامرادی، سعید (۱۳۹۵). عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه صنایع غذایی). فصلنامه مطالعات مدیریت، دوره ۲۵، شماره ۸۲، ۲۷-۱.
- پورعابدی، محمدرضا (۱۳۹۵). طراحی مدل چیره دستی در سازمان‌های علمی و فناورانه بر مبنای نظریه پردازی داده بنیاد (مطالعه موردی: جهاد دانشگاهی). مدیریت دولتی (دانش مدیریت)، سال ۸، شماره ۱، ۵۴-۳۳.
- حسینی، محمد، بهادری، رقیه، کاظم‌زاده بیطالی، مهدی (۱۳۹۵). رابطه رهبری تحول‌گرا و هویت سازمانی با کارآفرینی سازمانی اعضای هیئت علمی دانشگاه تبریز. فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال ۹، شماره ۳، ۴۵۲-۴۳۳.
- دانائی‌فرد، حسن، اسلامی، آذر (۱۳۹۰). کاربرد استراتژی پژوهشی نظریه داده بنیاد در عمل: ساخت نظریه بی‌تفاوتی سازمانی. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- دانائی‌فرد، حسن، الوانی، سیدمهدی، آذر، عادل (۱۳۹۸). روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع، تهران: انتشارات صفار.
- عربشاهی، سمانه (۱۳۹۹). طراحی مدل کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های دولتی ایران. رساله منتشر نشده دکتری، دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه تهران.
- علامه سیدمحسن، سماواتیان، حسین، رفعتی، پریسا (۱۳۹۶). ارائه مدل معماری سازمان استعدادمحور با رویکرد پژوهش ترکیبی، پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، سال ۷، شماره ۳، ۲۰۲-۱۷۷.
- پیرهادی، هما، فیض‌بخش، سیدعلیرضا (۱۳۹۶). مروری بر جهت‌گیری‌های پژوهش در حوزه کارآفرینی سازمانی، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال ۱۲، شماره ۴۶، ۴۰-۲۱.
- علیمردانی، مهرزاد، قهرمانی، محمد، ابوالقاسمی، محمود (۱۳۸۹). بررسی رابطه میان ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه دانشگاه شهید بهشتی). فصلنامه رهیافتی‌نو در مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی مرودشت، سال ۱، شماره ۱، ۱۴۲-۱۲۹.

- فیض بخش، سیدعلیرضا، کریمی، آصف، عربشاهی، سمانه (۱۳۹۸). سازمان‌های بخش عمومی چگونه کارآفرین می‌شوند؟. *فصلنامه انجمن علوم مدیریت ایران*، سال ۱۴، شماره ۵۵، ۲۳-۱.
- تابع جماعت، ماشاله، موسی‌خانی، مرتضی، الوانی، سیدمهدی، داوری، علی (۱۳۹۶). الگوی کارآفرینی استراتژیک: مطالعه موردی وزارت نیرو. *فصلنامه پژوهش‌های سیاستگذاری و برنامه ریزی انرژی*. سال ۳، شماره ۷، ۲۰۰-۱۷۱.
- میرسپاسی، ناصر، حسن‌زاده، حسن، فقیهی، ابوالحسن، نجف‌بیگی، رضا (۱۳۹۸). طراحی چارچوبی برای مدیریت منابع انسانی کارآفرین محور در بخش دولتی. *چشم‌انداز مدیریت دولتی*، سال ۱۰، شماره ۲، ۱۸۵-۱۵۹.
- نائیجی، محمدجواد، چارچقیان خراسانی، الهام (۱۳۹۵). نقش کارآفرینی راهبردی در ارتقای عملکرد سازمان‌های بخش عمومی. *مطالعات مدیریت راهبردی*، سال ۷، شماره ۲۵، ۱۲۶-۱۰۹.
- Ali, A., Yousuf, S. (2019). Social capital and entrepreneurial intention: Empirical evidence from rural community of Pakistan, *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(64): 1-13.
- Abreu, M., & Grinevich, V. (2013). The nature of academic entrepreneurship in the UK: Widening the focus on entrepreneurial activities. *Research Policy*, 42(2), 408-422
- Chen, Y., & Zhou, X. (2017). Entrepreneurial self-efficacy and firms' innovation behavior: The negative mediating role of social capital. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 45(9), 1553-1562.
- Coker, K.K., Flight, R.L. & Valle, K.N. (2017). Social entrepreneurship: The role of national leadership culture, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 19(2): 125-141.
- Creswell, J. W. (2002). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Clark, V. L. P., & Creswell, J. W. (2015). *Understanding research: A consumer's guide*. London: Pearson.
- Harrison, C., Burnard, K. & Paul, S. (2018). Entrepreneurial leadership in a developing economy: a skill-based analysis, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(3): 521-548.
- Hayter, C. S., Link, A. N., & Scott, J. T. (2018). Public-sector entrepreneurship. *Oxford Review of Economic Policy*, 34(4), 76-694
- Hisrich, R.D., Peters, M.P. & Shepherd, D. (2017). *Entrepreneurship*, New York, NY: McGraw-Hill.
- Johnson, M. P., & Schaltegger, S. (2020). Entrepreneurship for Sustainable Development: A Review and Multilevel Causal Mechanism Framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(6), 1141-1173.



- Kearney, C., Hisrich, R. D., & Roche, F. (2007). Facilitating public sector corporate entrepreneurship process: A conceptual model. *Journal of Enterprising Culture*, 15(3), 275-299.
- Kearney, C., & Meynhardt, T. (2016). Directing corporate entrepreneurship strategy in the public sector to public value: Antecedents, components, and outcomes. *International Public Management Journal*, 19(4), 543-572.
- Kim, Y. (2007). *A multidimensional model of public entrepreneurship*. Unpublished PhD dissertation. The State University of New Jersey ProQuest. Order No.3280389.
- Kuratko, D, Hornsby, J. & Covin, J. (2014). Diagnising a firm's internal environment for corporate entrepreneurship. *Journal of Business Horizons*, 57(1), 37-47.
- Lewis, R. E., & Heckman, R. J. (2006). Talent management: A critical review. *Human resource management review*, 16(2), 139-154.
- Mahfud, T., Triyono, M., Sudira, P., & Mulyani, Y. (2020). The influence of social capital and entrepreneurial attitude orientation on entrepreneurial intentions: The mediating role of psychological capital. *European Research on Management and Business Economics*, 26(1): 33-39.
- Meynhardt, T., & Diefenbach, F. E. (2012). What drives entrepreneurial orientation in the public sector? Evidence from Germany's Federal Labor Agency. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 22(4), 761-792.
- Shi, H.X., Shepherd, D.M. & Schmidts, T. (2015). Social capital in entrepreneurial family businesses: The role of trust. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(6): 814-841.
- Strauss, A. & Corbin, J., (2014). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. New York: Sage publications.
- Sundin, E., & Tillmar, M. (2008). A Nurse and a civil servant changing institutions: Entrepreneurial processes in different public sector organizations. *Scandinavian Journal of Management*, 24(2), 113-124.
- Wood, C., Holt, D. T., Reed, T., & Hudgens, B. J. (2008). Perceptions of corporate entrepreneurship in air force organizations: Antecedents and outcomes. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 21(1), 117-131.
- Yani, A., Eliyana, A., Hamidah, I. K. R., & Buchdadi, A. D. (2020). The impact of social capital, entrepreneurial competence on business performance: An empirical study of SMEs. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(9), 779-787.