

شناسایی مؤلفه های موثر بر قصد کارآفرینی اخلاقی

مریم زهدی^۱، دکتر کامبیز حیدرزاده هنزائی*^۲، دکتر محسن خون سیاوش^۳

۱. گروه کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

۲. گروه مدیریت بازرگانی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۳. گروه ریاضی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۲/۱۴، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۴/۱۵)

چکیده

زمینه: کارآفرینی به عنوان رکنی از جریان توسعه در جامعه برخاسته از بستری فرهنگی - اجتماعی است و اخلاق به عنوان بعدی از فرهنگ نقشی پر رنگ در کارآفرینی دارد. از این روی پژوهش حاضر با هدف شناسایی مؤلفه های موثر بر قصد کارآفرینی اخلاقی شکل گرفت. **روش:** رویکرد تحقیق کیفی و با استفاده از روش داده بنیاد انجام شد. جامعه تحقیق شامل متخصصین و خبرگانی بود که آشنایی کامل با کارآفرینی اخلاقی داشتند. از میان آنها ۳۰ خبره با روش نمونه گیری هدفمند و اصل اشباع به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار جمع آوری داده ها؛ مصاحبه عمیق و نیمه ساختار یافته بوده است و جهت تحلیل داده ها از کد گذاری باز، محوری و انتخابی و از نرم افزار اطلس تی استفاده شد.

یافته ها: نتیجه تحقیق نشانگر ۸ زمینه موثر بر قصد کارآفرینی اخلاقی بود. این زمینه ها عبارتند از: عوامل فردی - شخصیتی، فراشناختی، شبکه ها و سیستم ها، خودکارآمدی فرآیند ایجاد کسب و کار اخلاقی، مطلوبیت درک شده، درک از محیط کلان، فرهنگ سازی کارآفرینی اخلاقی، زیرساخت های کارآفرینی و کارآفرینی اخلاق مدار در جامعه که در یک مدل بومی یکپارچه شد. **نتیجه گیری:** تحقیق حاضر نشان داد که ۸ دسته عامل بر قصد کارآفرینی اخلاقی اثرگذار هستند. ۴ مقوله (فردی، فراشناختی، سیستمی و درک از محیط کلان) به شکل غیر مستقیم با تاثیر بر ۲ مولفه خودکارآمدی و مطلوبیت درک شده قصد کارآفرینی اخلاقی را تحت تاثیر قرار می دهند. و دو مولفه (فرهنگ سازی و وجود زیرساخت های جامعه) به شکل مستقیم قصد کارآفرینی اخلاقی را تحت تاثیر قرار می دهند.

کلیدواژگان: کارآفرینی، اخلاق، کسب و کار اخلاقی

سر آغاز

سن، تحصیلات، سابقه خانوادگی، زمینه اجتماعی و... جهت مطالعه پدیده کارآفرینی و ارایه الگویتپ های کارآفرینی)، رویکرد فرهنگی - اجتماعی، رویکرد نگرشی - رفتاری، رویکرد اقتصادی^۶ (کلاسیک یا نئوکلاسیک)، نهادی، مدیریتی و سازمانی (محیط و جو کارآفرینی) و حتی تاریخی اشاره نمود. (۱).

کارآفرینی فرآیند یا مفهومی است که در طی آن فرد کارآفرین با ایده های نو، خلاق و شناسایی فرصت های جدید با بسیج منابع، به ایجاد کسب و کارهای نو، سازمان های جدید و نوآور و شرکت های رشد یابنده مبادرت می ورزد. این امر توأم با پذیرش خطرات است ولی اغلب منجر به معرفی محصول یا ارائه خدمات به جامعه می شود. انگیزه های مختلفی در کارآفرین شدن مؤثر می باشد که از جمله آنها: نیاز به موفقیت، نیاز به کسب درآمد و ثروت، نیاز به داشتن شهرت، و مهمتر از

در اقتصاد رقابتی^۱ و مبتنی بر بازار و در کشاکش گذار از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی، کارآفرینی^۲ به عنوان موتور محرکه توسعه اقتصادی عمل می کند. صاحب نظران و اندیشمندان حوزه کارآفرینی بر اساس دیدگاه های مختلف، در راستای پاسخ دهی به پرسش مرتبط با چیستی کارآفرینی، تعاریف متعددی را از این مفهوم ارایه نموده اند که هر یک از منظری به این مفهوم نگریسته اند. از جمله رویکردهای مطرح در تبیین مفهوم کارآفرینی، می توان به رویکرد ویژگی ها یا خصایص های روانشناختی^۳ یا شخصیتی (تمایز کارآفرینان از غیر کارآفرینان با تمرکز بر گرایش های فردی نظیر کانون کنترل، کانون اسناد، انگیزش، توفیق طلبی، تحمل ابهام و ریسک پذیری برآمده از نظریه های روانشناختی و...)، رویکرد جامعه شناختی^۴ و جمعیت شناختی^۵ (بهره گیری از اطلاعات و داده های آماری همانند:

نویسنده مسئول: نشانی الکترونیکی: kambizheidarzadeh1@gmail.com

در شیوه بکارگیری و اجرای آن است. کارآفرینی اخلاقی^{۱۱} که در اینجا مد نظر است بیشتر بر بعد عملی و کاربردی اخلاق تاکید دارد. کاربرد اخلاق در کارآفرینی، به عنوان بعدی مهم از توسعه، اهمیت فراوان دارد. کار آفرینان با ایجاد یک برنامه مدیریت اخلاق و توجه به کارآفرینی اخلاقی می توانند اخلاقیات را در فرایند کارآفرینی و محیط کار مدیریت کنند. توجه به کارآفرینی اخلاقی به کارآفرینان کمک می کند تا بتوانند در شرایط آشفته، عملکرد اخلاقی^{۱۲} و وجدانی خود را حفظ کنند (۱۱ و ۱۲). در واقع می توان گفت اخلاق جز مهارت هایی است که یک فرد برای تبدیل شدن به یک کارآفرین موفق و مشارکت در توسعه بدان نیازمند است. برخی صاحب نظران بر این باورند که یکی از علل مهم و محرک پیشرفت اقتصادی نظام سرمایه داری، وجود اخلاق و وجدان کاری می باشد. این خصیصه موجب می شود که فرد احساس مسئولیت نموده و در نهایت با دقت و کارایی بالایی، وظایف کاری و شغلی خود را انجام دهد (۱۳). این رویکرد امروزه در عرصه تجارت و صنعت در قالب مفاهیمی همانند "اخلاق حرفه ای"^{۱۴}، اخلاق کسب و کار^{۱۵}، "مسئولیت پذیری اجتماعی"^{۱۶} و "کارآفرینی اخلاقی" و نظایر آن بازطرح شده است.

از دیدگاه علمی و سیاسی علاقه ی فزاینده ای در رابطه با مطالعه کارآفرینی و مطالعه ی همه ی آنچه که منجر به تشویق و ایجاد انگیزه برای شکل دهی کارآفرینی اخلاقی می شود، شکل گرفته است. با توجه به این مهم پژوهش حاضر بر آن شد تا به شناسایی مؤلفه های موثر بر قصد کارآفرینی اخلاقی بپردازد.

روش

رویکرد تحقیق کیفی و با استفاده از روش داده بنیاد انجام شد. جامعه تحقیق شامل متخصصین و خبرگانی بود که آشنایی کامل با کارآفرینی اخلاقی داشتند در مراکز فنی حرفه ای استان فارس مشغول به کار بودند. از میان آنها ۳۰ خبره با روش نمونه گیری هدفمند و اصل اشباع به عنوان نمونه انتخاب شدند. نمونه تحقیق شامل ۶ مدیر، ۸ مدرس کارآفرینی که بیش از سه سال سابقه تدریس در مراکز را داشتند و ۱۶ کارآفرین فارغ التحصیل مراکز فنی و حرفه ای بودند. ابزار جمع آوری داده ها؛ مصاحبه عمیق و نیمه ساختار یافته بوده است. روایی پژوهش به صورت متفاوت در هریک از مراحل فرایند پژوهش، با نگرش ماکسول سنجیده شد که در جدول ۱ ارایه شده است.

جدول ۱: راهبردهای مورد استفاده برای ارتقای روایی مصاحبه

معیار روایی	تعریف عملیاتی	راهبرد مورد استفاده در پژوهش
روایی توصیفی	آیا پژوهشگر آنچه را دیده و یا شنیده گزارش کرده است؟	حساسیت نظری، فراوانی مشاهده گران (کدگذاری و تخیل مصاحبه ها توسط پژوهشگران دیگر)
روایی تفسیری	میزانی که دیدگاهها، افکار و مقاصد افراد توسط پژوهشگر به درستی درک شده و در گزارش منعکس گردیده اند.	گوش دادن فعالانه، بازخورد مشارکت کنندگان، توصیف های دارای استنتاج کم (حداقل مداخله محقق در تفسیر گفته ها)
روایی	میزان تطابق تبیین نظری توسعه یافته از پژوهش با	کنرت گرایی نظری، دریافت نظرات همکاران

همه نیازمندی به احساس مفید بودن و استقلال طلبی را می توان نام برد (۲). با توجه به تعریف مدرن کارآفرینی، منظور از کسب و کار کارآفرین، کسب و کارهای مخاطره پذیر و مبتنی بر نوآوری^{۱۷} است (۳). این نوآوری راهی به سوی رشد اقتصادی است. از این رو، سیاست گذاران در سراسر جهان به این باور دست یافته اند که کارآفرینی بیشتری برای رسیدن به سطوح بالاتر رشد اقتصادی نیاز است. همچنین کارآفرینی از علل رشد در سطح شرکتها، صنایع، مناطق و ملت ها به شمار می آید (۴ و ۵). برای دستیابی به سطوح بالاتری از کارآفرینی می توان از طریق آموزش به خصوص آموزش کارآفرینی وارد عمل شد (۶). چنانچه از بعد فرهنگی - اجتماعی^{۱۸} به مفهوم کارآفرینی نگاه شود مشخص می شود که کارآفرینی همانند دیگر رفتارهای فرهنگی - اجتماعی از بعد اخلاقی برخوردار است. توجه به فرهنگ و اخلاقیات، به عنوان نقطه شروع تغییر در جامعه به معنای استوار ساختن توسعه مبتنی بر کارآفرینی بر هویت و ارزش های اخلاقی^{۱۹} و معنوی ملت ها و همسازی آن با محیط زیست طبیعی و انسانی یا بوم شناسی انسانی است. امروزه، با پذیرش آرایه های دیدمان جدید توسعه، از جمله یکپارچگی (ابعاد مختلف اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، طبیعی و غیره) و درون زایی (پذیرش تنوع در انگاره های فرهنگی، انسانی و اجتماعی و غیره)، هر نوع تغییر و تحول توسعه گرا از جمله کارآفرینی می بایست با لحاظ داشتن ابعاد اخلاقی و معنوی سامان یابد (۱).

توجه به اصول و ارزشهای اخلاقی، رمز بقا و شکوفایی جوامع انسانی است. بسیاری از جوامع انسانی در طول زندگی بشر، از طریق تمسک به این اصول و ارزشهای بنیادین، توانسته اند خود را از بحران های خطیری که تاریخ در برابرشان قرار داده است به صحت و سلامت برهانند، چرا که رعایت اخلاق^{۲۰} سعادت، نیک بختی و فراموشی آن شقاوت و بدبختی را برای بشر به همراه داشته است (۷). اخلاق در وسیع ترین نگاه، عبارت از قواعد و مولفه هایی است که ملاک انجام هر فعالیتی به شیوه ای قابل قبول قرار می گیرند. به طور واضح تر، نشانگر مجموعه ای از اصول است که نشان می دهند چه چیزهایی خوب و درست و چه چیزهای بد و نادرست هستند. (۸). اخلاق جمع خُلق یا خُلق می باشد. این دو واژه در اصل به یک ریشه بازمی گردند. خُلق به معنای هیات و شکل و صورتی است که انسان با چشم می بیند و خُلق به معنای قوا، سجایا و صفات درونی است که با چشم دل دیده می شود. بنابراین می توان گفت اخلاق مجموعه صفات روحی و باطنی است (۹ و ۱۰). مشکل اکثر تعاریف مربوط به اخلاق در توصیف آن نیست بلکه

نظری	نظریه های پیشین	
تعمیم پذیری	میزان تعمیم پذیری یافته ها به سایر مراجع	کثرت گزایی ابزار

تحقیق حاضر در سه مرحله کلی و هشت گام انجام پذیرفت. (جدول ۲). در مرحله اول با مطالعه تحقیقات پیشین ابعاد اصلی تأثیرگذار در قصد کارآفرینانه دانشجویان استخراج شد. در مرحله دوم جهت تطبیق مدل به دست آمده از متاستز مطالعات، مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته با

خبرگان کارآفرینی اخلاقی صورت گرفت و در مرحله سوم تحلیل داده ها و ارایه مدل انجام شد. بنابراین جهت تحلیل داده ها از کد گذاری باز، محوری و نظری و از نرم افزار اطلس تی استفاده شد.

جدول ۲: تحقیق بر اساس سه مرحله کلی و هشت گام

گام ها	مراحل کلی
۱. مرور ادبیات پژوهش	متاستز
۲. کدگذاری داده ها و استخراج چارچوب اولیه	
۳. تنظیم پروتکل مصاحبه، انتخاب نوع مصاحبه شوندگان، زمان و مکان مصاحبه	مصاحبه
۴. ترانویسی مصاحبه ها، کدگذاری و تحلیل داده ها	
۵. استخراج کدهای مکمل و تعدیل کدهای حاصل از متاستز	
۶. ترسیم مدل اولیه و تعیین ارتباط بین کدهای محوری از طریق کدگذاری نظری	
۷. تحلیل داده ها	تحلیل داده ها توسط گروه کانونی تحقیق
۸. ارائه مدل	

یافته ها

کدگذاری باز و محوری:

فراشناختی، شبکه ها و سیستم ها، خودکارآمدی فرایند ایجاد کسب و کار اخلاقی، مطلوبیت درک شده، درک از محیط کلان، فرهنگ سازی کارآفرینی اخلاقی، زیرساخت های کارآفرینی و کارآفرینی اخلاق مدار در جامعه یکپارچه گردیدند.

بر اساس جدول شماره ۳، پایه و اساس زمینه های استخراج شده ۵۸ ویژگی است که از مطالعه ۷۰ مقاله معتبر و مصاحبه با خبرگان به دست آمد. این ویژگی ها در ۸ مقوله اصلی عوامل فردی و شخصیتی، عوامل

جدول ۳: پایه و اساس زمینه های استخراج شده

مقوله های اصلی	زمینه های فرعی
عوامل فردی و شخصیتی	<ol style="list-style-type: none"> تجربه پیشین راه اندازی یک کسب و کار مبتنی بر اخلاق تجربه کار به عنوان کارمند مسئولیت پذیری و وجدان کاری اخلاق کاری داشتن دانش و تجربه کارآفرینی داشتن ایده های نو و فناورانه
عوامل فرا شناختی	<ol style="list-style-type: none"> هدف محور بودن توانایی تنظیم وظایف در ارتباط با اهداف تعیین شده توانایی تقسیم مشکلات به اجزاء کوچکتر توانایی آگاهی از نقاط قوت و ضعف خویش آگاهی های اخلاقی توانایی استفاده از تجربه، علم و احساسات در تصمیم گیری ها توانایی تفسیر انواع تصمیم ها جهت انتخاب بهترین آنها توانایی ارزیابی اهداف و تصمیم های اتخاذ شده
شبکه ها و سیستم ها	<ol style="list-style-type: none"> تأثیر مثبت والدین نظیر آموزش اخلاقی، حمایت های تشویقی و مالی تأثیر مثبت ریز سیستم ها (خانواده و گروه دوستان) در ایجاد کسب و کار اخلاقی داشتن ارتباط با سایر کارآفرینان اخلاق مدار داشتن ارتباطات تجاری داشتن ارتباط با انجمن های صنفی

<p>۶. کسب اطلاعات کسب و کار از شبکه های اجتماعی و اینترنت</p>	
<p>۱. توانای تصور یک ایده منحصر به فرد برای ایجاد یک کسب و کار اخلاقی ۲. توانایی شناسایی فرصت های بازار برای ایجاد یک کسب و کار اخلاقی جدید ۳. توانایی برای برنامه ریزی کسب و کار اخلاقی جدید ۴. توانایی نوشتن رسمی یک طرح کسب و کار اخلاقی ۵. افزایش پول برای شروع یک کسب و کار اخلاقی ۶. متقاعد کردن دیگران برای سرمایه گذاری در کسب و کار تان ۷. متقاعد کردن بانک برای دادن وام به شما جهت شروع کسب و کار تان ۸. متقاعد کردن دیگران برای کار کردن در کسب و کار تان ۹. مدیریت یک کسب و کار اخلاقی کوچک ۱۰. توانایی رشد و توسعه یک کسب و کار اخلاقی موفق</p>	<p>خود کارآمدی فرآیند ایجاد کسب و کار اخلاقی</p>
<p>۱. درک درست از خطرات ایجاد کسب و کار و درک چالش های اخلاقی آن ۲. مثبت ارزیابی کردن ایجاد کسب و کار اخلاقی ۳. نگرش مثبت به ایجاد کسب و کار اخلاقی</p>	<p>مطلوبیت درک شده</p>
<p>۱. شرایط اقتصادی مناسب اقتصادی نظیر ثبات بازار / رشد اقتصادی رو به رشد / نبود تورم ۲. شرایط اقتصادی نامناسب نظیر رکود / بیکاری و تورم شدید ۳. وجود فرهنگ مشوق کارآفرینی اخلاقی در جامعه ۴. رواج فرهنگ کارآفرینی اخلاقی از طریق رسانه های ملی و شبکه های اجتماعی ۵. وجود قوانین ساختارمند ، اخلاق مدار و قانون مند ۶. وجود منابع مالی نظیر بانک ها و نهادهای تسهیل گر ۷. وجود زیرساخت های فیزیکی مناسب ۸. وجود سیاست ها کارآفرینی در اولویت برنامه های دولت مانند سیاست های تشویقی مالیاتی و تحریک تقاضا ۹. عدم وجود رانتهای اقتصادی ۱۰. وجود فضای رقابتی سالم و یکسان برای کارآفرینان</p>	<p>درک از محیط کلان</p>
<p>۱. وجود برنامه های الهام بخش رسمی آموزش کارآفرینی اخلاقی ۲. وجود برنامه های الهام بخش غیررسمی نظیر وورک شاپ ها و استارت آپ ها ۳. ایجاد الگوی نقش و دعوت از کارآفرینان اخلاق مدار جهت انتقال تجارب کارآفرینی اخلاقی ۴. وجود سیاست های مشوق و حمایتی از کارآفرینی اخلاقی ۵. حمایت از ایده های نوآورانه ۶. حمایت از فرهنگ آزمون و خطا ۷. حمایت از فرهنگ اخلاق مدار ۸. برگزاری استارت آپ ها</p>	<p>فرهنگ سازی کارآفرینی اخلاقی</p>
<p>۱. نگرش مثبت مدیران و کارکنان به کارآفرینی اخلاق مدار ۲. کارآفرینی اخلاق مدار به عنوان هدف مهم در تدوین و اجرای سیاست های کشور نمود داشته باشد ۳. وجود ساختار و سیاست های حمایتی از فعالیتهای اخلاقی کارآفرینانه ۴. وجود منابع مالی در حمایت از فعالیتهای اخلاقی کارآفرینانه ۵. وجود مراکز رشد و هسته های نوآور ۶. وجود تحقیقات کاربردی ۷. ایجاد کسب و کارهای انشقاقی</p>	<p>زیرساخت های کارآفرینی و کارآفرینی اخلاق مدار در جامعه</p>

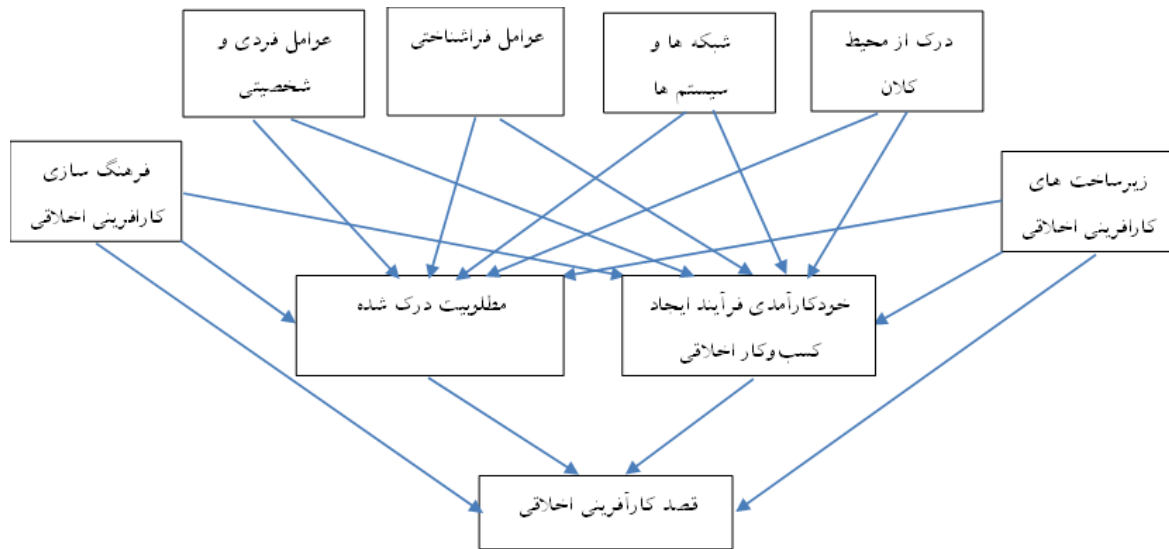
مرحله کدگذاری نظری و تبیین مدل

کدگذاری نظری، چگونگی ارتباط مقوله ها با یکدیگر را تبیین می کند. معمولاً در زمان مرتب سازی و یکپارچه کردن کدها، گراف اولیه کدگذاری نظری شکل می گیرد. کدگذاری باز و محوری به دسته بندی و طبقه بندی و در واقع تکه تکه کردن داده ها می پردازد، اما در این مرحله

و از طریق کدگذاری نظری، مقوله ها را با یکدیگر ارتباط می دهیم و خط سیر داستان و تبیین های نظری بیان می شود تا مدل نهایی تبیین شود. در این تحقیق قصد کارآفرینی اخلاقی به عنوان مقوله محوری انتخاب شده است به این دلیل که با تمامی مقوله های دیگر در ارتباط می باشد. نتایج این تحقیق نشان می دهد که کارآفرینی اخلاقی تحت تأثیر عوامل فردی، عوامل فراشناختی، شبکه ها، نوع درک از محیط

تمایل خواهند داشت که کسب و کار اخلاقی خودشان را ایجاد نمایند. هرچند که کارآفرینی اخلاقی تحت تأثیر عوامل دیگر نظیر سایر ویژگی های فردی و انگیزشی، فرا شناختی، شبکه ها و درک از شرایط اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و نوع نهادهای موجود در جامعه نیز می باشد. در پی مشاوره های فراوان و اجرای تکنیک "چندرایی" در میان خبرگان، مدل مفهومی در قالب ۶ مفهوم، ۲ مؤلفه (شکل ۱) به صورت الگوی نهایی آمده است.

کلان قرار دارد. در این تحقیق جامعه به دو مقوله فرهنگ سازی و زیرساخت های کارآفرینی اخلاقی در جامعه تقسیم شده است. نتایج این تحقیق نشان می دهد که جامعه به شدت کارآفرینی اخلاقی را تحت تأثیر قرار می دهد. در صورتی که جامعه بتواند زیرساخت های لازم کارآفرینی اخلاقی را ایجاد نماید و با فرهنگ سازی روح کارآفرینی اخلاقی را در میان شهروندان ایجاد نماید، باعث می گردد آنها مهارت ها و فرایند ایجاد کسب و کار اخلاقی را یاد گرفته و توانایی غربالگری ایده خویش با توجه به شرایط محیط کلان را پیدا نمایند. در نتیجه، خودکارآمدی فرایند ایجاد کسب و کار و مطلوبیت درک شده آنها افزایش پیدا کرده و بیشتر



نگاره ۱: الگوی نهایی قصد کارآفرینی اخلاقی

بحث

عوامل متعددی در قصد کارآفرینی اخلاقی می تواند تأثیرگذار باشد در حقیقت هم عوامل فردی و شخصیتی و هم عوامل محیط کلان در ایجاد قصد کارآفرینی اخلاقی تأثیرگذار است. ب اساس نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر ویژگی های فردی و شخصیتی، فراشناخت، شبکه ها و سیستم ها با تأثیر بر خودکارآمدی فرآیند ایجاد کسب و کار اخلاقی و مطلوبیت درک شده به شکل غیر مستقیم قصد کارآفرینی اخلاقی را تحت تأثیر قرار می دهند. این یافته با نتایج پژوهش هایی که بر اهمیت تأثیر عوامل فردی، فراشناختی و سیستمی (خرد و کلان) بر اخلاق کارآفرینی تأکید دارند همسو است (۱۴-۱۶).

همچنین یافته های پژوهش بر اهمیت تأثیر فرهنگ سازی و زیرساخت های جامعه بر شکل گیری قصد کارآفرینی اخلاقی تأکید دارد. چنین یافته ای با نتایج پژوهش هایی که بر اهمیت نقش عوامل فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در کارآفرینی به شکل کلی تأکید دارند همسو است (۲۱-۱۷).

● قصد کارآفرینی اخلاقی زمانی افزایش می یابد که این رفتار از نظر عاملان مطلوب و امکان پذیر باشد. سیاست های ترویجی و آموزشی در افزایش توان و تمایل کارآفرینان و در نتیجه افزایش نرخ رفتار کارآفرینانه اخلاق مدار نقش مهمی را ایفا می نماید. این تحقیق نشان می دهد که فرهنگ سازی در قصد کارآفرینی اخلاقی از طریق توانمند نمودن افراد نقش به سزایی را ایفا می کند؛ فرهنگ کارآفرینی اخلاقی از طریق دو مؤلفه آموزش و سیاست های حمایتی حاصل می شود و مؤلفه کلیدی در موفقیت رفتارهای کارآفرینی اخلاق مدار هست. بنابراین جوامع موفق و کارآفرین با ایجاد دوره های رسمی و غیررسمی کارآفرینی اخلاقی نظیر ایجاد وورک شاپ ها و سیاست های حمایتی روح و مهارت کارآفرینی اخلاقی را در میان سرمایه گذاران ایجاد می نمایند و آموزش ها باید الهام بخش و مبتنی بر اخلاق باشند تا در توانمند نمودن مخاطبان تأثیرگذار باشند.

● وجود زیرساخت های لازم نیز در جامعه می تواند به شدت قصد کارآفرینی اخلاقی را تحت تأثیر قرار دهد. در این جوامع نگرش مثبت به کارآفرینی اخلاقی در بین سیاست گذاران و مدیران

بر این اساس پیشنهادات این تحقیق در قالب موارد ذیل ارائه می گردد:

دهند. این مقوله ها عبارتند از: مقوله اول عوامل فردی و شخصیتی است. شخصیت و انگیزه از مشخصه های اساسی است که رفتار افراد را هدایت می کند و می تواند در شکل دادن به رفتارهای کارآفرینانه اخلاق محور مؤثر باشد. بی شک ویژگی های شخصیتی مانند: تجربه پیشین، مسئولیت پذیری و وجدان کاری، اخلاق کاری و ایده پردازی و ... همگی نقشی مهم در قصد کارآفرینی اخلاقی خواهند داشت. مقوله دوم شبکه ها و سیستم ها هستند. انسان در طول زندگی خویش به واسطه سیستم های گوناگونی از خرد و کلان احاطه شده است. این سیستم ها و شبکه ها قادر خواهند بود حمایت لازم را برای راه اندازی یک کسب و کار در اختیار فرد قرار دهند. از این روی داشتن شبکه ها و سیستم های حمایتی در کارآفرینی اخلاقی موثر خواهد بود. مقوله سوم فراشناخت است. تعریف جامع از فراشناخت، دشوار به نظر می رسد. فراشناخت دانش در مورد دانستن و شناختن شناخت است. برای سازگاری شناختی هدف محور بودن، دانش و تجارب فراشناختی، انتخاب فراشناختی و داشتن قدرتی ارزیابی می تواند بر قصد کارآفرینی اخلاقی از طریق خودکارآمدی فرایند ایجاد کسب و کار اخلاقی و مطلوبیت درک شده مؤثر باشد و با آموزش های الهام بخش در سطوح دانشگاهی می توان قدرت فراشناختی را ارتقاء دهند.

توانایی شبکه سازی از مسائل خیلی مهم در مباحث کارآفرینی است و تحقیقات نیز نشان داده است که افراد با شبکه ها و سیستم های مؤثر قصد کارآفرینی بیشتری دارند (۲۳) به این دلیل که افراد با شبکه های اجتماعی قوی و مؤثر در کشف فرصت های کارآفرینی و منابع اطلاعاتی و مالی موفق عمل می کنند (۵). بنابراین جامعه باید در آموزش های مرتبط با کارآفرینی اخلاقی مباحث مربوط به اهمیت و اصول شبکه سازی را افزایش دهد.

بر اساس یافته های تحقیق درک از محیط کلان می تواند قصد کارآفرینی اخلاقی دانشجویان را تحت تأثیر قرار دهد. انتظار می رود افرادی که با اعتماد به نفس بیشتر محیط پیرامون را مطلوب تر از دیگران درک می کنند دیدگاه خوش بینانه تری در مورد آینده خود داشته باشند. (۲۴). ولی موضوع مهم درست ارزیابی کردن محیط توسط افرادی است که قصد ایجاد کسب و کار اخلاقی را دارند و جامعه باید از طریق آموزش های صحیح و انتقال تجارب افراد کارآفرین، مهارت ارزیابی فرصت های موجود را در متقاضیان کارآفرینی افزایش دهند (۲۵).

در نهایت پیشنهاد می شود مدل ارایه شده در تحقیق حاضر در پژوهش های دیگر به صورت کمی مورد ارزیابی قرار گرفته و توسعه یابد. ضمناً میزان تأثیر هر کدام از زمینه ها بر قصد کارآفرینی اخلاقی سنجیده شده و اولویت بندی گردد.

ملاحظه های اخلاقی

موضوعات اخلاقی همچون؛ سرقت ادبی، رضایت آگاهانه؛ انتشار چندگانه و ... در پژوهش حاضر مورد توجه قرار گرفته اند.

واژه نامه

1- Competitive economy	اقتصاد رقابتی
2- Entrepreneurship	کارآفرینی
3- Psychological traits	خصایص روانشناختی
4- Sociology	جامعه شناختی
5- Demography	جمعیت شناختی
6- Economy perspective	رویکرد اقتصادی
7- Innovation	نوآوری
8- Social-cultural dimension	بعد فرهنگی- اجتماعی

نتیجه گیری

سازمانی وجود دارد و بدین جهت از فعالیت های کارآفرینی اخلاقی حمایت می گردد (۲۲). همچنین وجود تجهیزات به روز و پیشرفته، منابع انسانی با کیفیت و سیاست های روشن و حمایتی می تواند در ایجاد زیرساخت قوی کارآفرینی اخلاقی در جامعه مؤثر باشند.

• جوامع می توانند با ایجاد زیرساخت های لازم نظیر منابع انسانی با کیفیت، تخصیص منابع مالی و فیزیکی نظیر تجهیزات به روز و مجهز و با فرهنگ سازی کارآفرینی اخلاقی از طریق آموزش های الهام بخش کارآفرینی اخلاقی و ایجاد الگوی نقش و سیاست های حمایتی از فعالیت های کارآفرینی اخلاقی حمایت کرده و فرصت های لازم برای ایجاد کارآفرینی اخلاقی را ایجاد کنند.

• این تحقیق نشان می دهد که قدرت فراشناختی در افزایش خودکارآمدی و مطلوبیت درک شده مؤثر است. به عبارت دیگر هدف محور بودن، دانش و تجارب فراشناختی، انتخاب فراشناختی و داشتن قدرت ارزیابی می تواند بر قصد کارآفرینی اخلاقی از طریق خودکارآمدی فرایند ایجاد کسب و کار اخلاقی و مطلوبیت درک شده مؤثر باشد و با آموزش های الهام بخش در سطوح دانشگاهی می توان قدرت فراشناختی را ارتقاء دهند.

• توانایی شبکه سازی از مسائل خیلی مهم در مباحث کارآفرینی است و تحقیقات نیز نشان داده است که افراد با شبکه ها و سیستم های مؤثر قصد کارآفرینی بیشتری دارند (۲۳) به این دلیل که افراد با شبکه های اجتماعی قوی و مؤثر در کشف فرصت های کارآفرینی و منابع اطلاعاتی و مالی موفق عمل می کنند (۵). بنابراین جامعه باید در آموزش های مرتبط با کارآفرینی اخلاقی مباحث مربوط به اهمیت و اصول شبکه سازی را افزایش دهد.

• بر اساس یافته های تحقیق درک از محیط کلان می تواند قصد کارآفرینی اخلاقی دانشجویان را تحت تأثیر قرار دهد. انتظار می رود افرادی که با اعتماد به نفس بیشتر محیط پیرامون را مطلوب تر از دیگران درک می کنند دیدگاه خوش بینانه تری در مورد آینده خود داشته باشند. (۲۴). ولی موضوع مهم درست ارزیابی کردن محیط توسط افرادی است که قصد ایجاد کسب و کار اخلاقی را دارند و جامعه باید از طریق آموزش های صحیح و انتقال تجارب افراد کارآفرین، مهارت ارزیابی فرصت های موجود را در متقاضیان کارآفرینی افزایش دهند (۲۵).

• در نهایت پیشنهاد می شود مدل ارایه شده در تحقیق حاضر در پژوهش های دیگر به صورت کمی مورد ارزیابی قرار گرفته و توسعه یابد. ضمناً میزان تأثیر هر کدام از زمینه ها بر قصد کارآفرینی اخلاقی سنجیده شده و اولویت بندی گردد.

تحقیق حاضر نشان داد که ۸ دسته عامل بر قصد کارآفرینی اخلاقی اثرگذار هستند. ۴ مقوله به شکل غیر مستقیم با تأثیر بر خودکارآمدی و مطلوبیت درک شده قصد کارآفرینی اخلاقی را تحت تأثیر قرار می

professional development and the use of technology in effective teacher teaching. *Journal of Ethics in Science and Technology*; 14(5). (In Persian) .

13. Weber (2015). In Weber's rationalism and modern society. Translated by: Tony Waters and Dagmar Waters. New York: Palgrave Macmillan.

14. Saraf N. (2015). What determines entrepreneurial intention in India? *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*; 1: 39-55. (In Persian).

15. Pouratashi M. (2015). Entrepreneurial intentions of agricultural students: levels and determinants. *Journal of Agricultural Education and Extension*; 21: 467-477. (In Persian) .

16. Bullough A, Renko M, Tamara M. (2014). Danger zone entrepreneurs: the importance of resilience and self-efficacy for entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*; 38: 473-499.

17. Mahooshi A. (2007). The impact of entrepreneurial culture on developing a productivity culture in society. Tehran: National Conference on Productivity. (In Persian) .

18. Veisi R, Karimzadeh P. (2019). Developing an entrepreneurial culture: factors and strategies. *Journal of Planning and Budgeting*; 111: 159-183. (In Persian) .

19. Hoseini SA, Samadzadeh M. (2018). The impact of information technology infrastructure on entrepreneurship expansion. *Journal of Sociology of Education*; 6: 126-140. (In Persian).

20. Rezval GA, Agahi H, Alibeigi AH, Zarafshani K. (2014). Essential support for entrepreneurship development. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*; 1(2): 75-90. (In Persian) .

21. Henley A. (2007). From entrepreneurial aspiration and transition to business start up: evidence from British longitudinal data. *Entrepreneurship and Regional Development*; 19: 253-280.

22. Al-Yacoub WEB. (2016). Factors affecting entrepreneurial intentions among Kuwaitis. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*; 12: 1-20.

23. Turker D, Selcuk SS. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*; 33: 142-159.

24. Ozaralli N, Rivenburgh NK. (2016). Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the U.S.A. and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*; 6: 1-32.

25. Turker D, Selcuk SS. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*; 33: 142-159.

9- Ethical values ارزشهای اخلاقی

10- Regard ethics رعایت اخلاق

11- Ethical entrepreneurship کارآفرینی اخلاقی

12- Ethical performance عملکرد اخلاقی

13- Profesional ethics اخلاق حرفه ای

14- Business ethics اخلاق کسب و کار

15- Social responsibility مسولیت پذیری اجتماعی

References

1. Sharifzade MS, Abdullahzade G. (2016). An approach to entrepreneurship and business attention: theoretical findings and powerful approaches. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*; 3(3): 91-116. (In Persian)
2. Center of Development and Entrepreneurship (2017). What is entrepreneurship? Available at: <https://ui.ac.ir/ShowPage.aspx?page=form&order=show&lang=1&sub=28&PageId=14555&codeV=1&tempname=Roshd>. Accessed: 2 Aug 2019.
3. Ault B. (2013). *Disciplined entrepreneurship: 24 steps to a successful startup*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
4. Valliere D. (2015). The comparative state of entrepreneurial intent in Cameroon. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*; 7(3): 241-255 .
5. Sampedro IR, Fernández-Laviada A, Crespo AH. (2014). Entrepreneurial intention: perceived advantages and disadvantages. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*; 27: 284 – 315.
6. Oosterbeek H, Praag M, Jsselstein N. (2009). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*; 54(3): 442-454.
7. Azizi N. (2011). Professional ethics in higher education; a reflection on strategy of improvement of ethical standards in university education. *Rahborde Farhang*; 8, 9. (In Persian).
8. Beiginia AR, Yaghoobpour M. (2006). First entrepreneurial conference. 1st National Conference on Industrial Management. (In Persian).
9. Malmir M, Khanahmadi M, Farhud DD. (2014). Are happier people more ethical? *Journal of Ethics in Science and Technology*; 9(2). (In Persian).
10. Khayat Moghadam S, Usefi M, Habibi N. (2019). The relationship between institutionalizing ethics and managerial accountability. *Journal of Ethics in Science and Technology*; 14(5). (In Persian).
11. Khan Jozie J. (2008). The impact of entrepreneurship training on promoting entrepreneurial culture in universities of the country. *Journal of New Economy and Trade*; 10: 242-265. (In Persian)
12. Kalhor M, Karamipour MR, Asadi M. (2019). The role of research, creativity, professional ethics,