

Identifying and Validating the Effective Factors of Entrepreneurial Behavior with Emphasis on Ethical Factors

J. Paeen Mahalli¹, R. Samiei Ph.D.^{2}, M. Gorji Ph.D.², A. Rastgar Ph.D.²*

1. Ph.D. Student, Dept. of Management, Aliabad Katul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katul, Iran.

2. Dept. of Management, Aliabad Katul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katul, Iran.

Abstract

Background: Compliance with ethical principles in entrepreneurial behavior can be one of the important factors that provide the context for the development of ethics in work processes and business development. With the understanding of this importance, the present study was conducted with the aim of identifying and validating the effective factors of entrepreneurial behavior with an emphasis on ethical factors in the executive bodies of Golestan province.

Method: The research method was mixed (qualitative-quantitative), in the qualitative part, the qualitative content analysis method was used with an inductive approach, and in the quantitative part, the descriptive-survey method was used. The participants in the qualitative part were university experts and professors, and in the quantitative part there were managers of Golestan province's government agencies. Sampling method was used in the targeted qualitative part of the theoretical type with 10 people and in the quantitative part it was stratified random and 280 people were selected as a statistical sample for investigation. The research data collection tool was a semi-structured interview in the qualitative part and a researcher-made questionnaire in the quantitative part. Data analysis was done in the qualitative part through open coding and in the quantitative part through exploratory and confirmatory factor analysis in Lisrel, SPSS22 software.

Results: The findings of the qualitative section showed that 59 effective indicators on entrepreneurial behavior with an emphasis on ethical factors were identified in four factors of ethical factors in the executive bodies of Golestan province. The findings of the quantitative section also showed that the model for measuring the effective factors of entrepreneurial behavior was confirmed with an emphasis on ethical factors, and the fit indices of the model were also evaluated as appropriate.

Conclusion: Identifying effective ethical factors can be considered as a strategy in order to promote entrepreneurial behaviors.

Keywords: *Ethical principles, Entrepreneurial behavior, Executive bodies*

***Corresponding Author:** R. Samiei, Dept. of Management, Aliabad Katul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katul, Iran. Email: roohalla.samiee@gmail.com

How to cite: J. Paeen Mahalli, R. Samiei, M. Gorji, A. Rastgar. Identifying and validating the effective factors of entrepreneurial behavior with emphasis on ethical factors. *Ethics in Science and Technology*. 2024,19(1): 147-156.



Copyright © 2024 Authors. Published by Iranian Association for Ethics in Science and Technology. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>). Non-commercial uses of the work are permitted, provided the original work is properly cited

شناسایی و اعتباریابی عوامل موثر رفتار کارآفرینانه با تاکید بر عوامل اخلاقی

جواد پایین محلی^۱، دکتر روح الله سمیعی^{۲*}، دکتر محمد باقر گرجی^۲، دکتر عبدالغنی رستگار^۲
^۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.
^۲. گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.
 (تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۹/۱۸، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۲)

چکیده

زمینه: رعایت اصول اخلاقی در رفتارهای کارآفرینانه می تواند از عوامل مهمی باشد که زمینه توسعه اخلاق در فرایندهای کاری و توسعه کسب و کارها را فراهم می آورد، با درک این مهم پژوهش حاضر با هدف شناسایی و اعتباریابی عوامل موثر رفتارهای کارآفرینانه با تاکید بر عوامل اخلاقی در دستگاه های اجرایی استان گلستان انجام شد.

روش: روش تحقیق آمیخته (کیفی - کمی) بود، در بخش کیفی از روش تحلیل محتوای کیفی با رویکرد استقرایی و در بخش کمی از روش توصیفی-پیمایشی بهره گرفته شد. مشارکت کنندگان در بخش کیفی خبرگان و استاتید دانشگاهی بودند و در بخش کمی شامل مدیران دستگاه های دولتی استان گلستان بود. روش نمونه گیری در بخش کیفی هدفمند از نوع نظری با ۱۰ نفر استفاده شد و در بخش کمی تصادفی طبقه ای بود که تعداد ۲۸۰ نفر به عنوان نمونه آماری جهت بررسی انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده های پژوهش در بخش کیفی مصاحبه نیمه ساختار یافته و در بخش کمی پرسشنامه محقق ساخته بود. تجزیه و تحلیل داده ها در بخش کیفی از طریق کدگذاری باز و در بخش کمی از طریق تحلیل تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی در نرم افزارهای SPSS22 , Lisrel انجام شد.

یافته ها: یافته های بخش کیفی نشان داد که ۵۹ شاخص موثر بر رفتارهای کارآفرینانه با تاکید بر عوامل اخلاقی در دستگاه های اجرایی استان گلستان در چهار عامل عوامل اخلاقی شامل ساختار اخلاقی نظام مدیریت، اخلاق مداری در فعالیت های کارآفرینانه، چشمانداز استراتژیک و ارتباطات اخلاقی شناسایی شد، یافته های بخش کمی نیز نشان داد که مدل اندازه گیری عوامل موثر رفتارهای کارآفرینانه با تاکید بر عوامل اخلاقی مورد تایید قرار گرفت و شاخص های برازش مدل نیز مناسب ارزیابی شد.

نتیجه گیری: شناسایی عوامل موثر اخلاقی می تواند به عنوان یک راهبرد در راستای ارتقای رفتارهای کارآفرینانه مورد توجه قرار گیرد.

کلیدواژه ها: اصول اخلاقی، رفتار کارآفرینانه، دستگاه های اجرایی

سر آغاز

از این رو است که رفتار کارآفرینانه نیازی فراگیر و ضروری برای تمام سطوح سازمان اعم از دولتی، خصوصی و غیره است (۵). کارآفرینی، به طور خاص رفتار تلقی می شود، از این رو یکی از مباحث مهم در بحث کارآفرینی، تقویت رفتارهای کارآفرینانه می باشد. توسعه رفتارهای کارآفرینانه به عنوان ساز و کار مهم برای تشویق نوآوری در سازمان های دولتی تلقی می شود (۶). رفتار کارآفرینانه در سازمان، به همه فعالیت های مرتبط با کشف، ارزیابی و بهره برداری از فرصت های کارآفرینانه اطلاق می شود که توسط اعضای سازمان انجام می شود (۵). پژوهشگران رفتار کارآفرینانه در سازمان را به عنوان مجموعه ای از فعالیت ها و اقداماتی که افراد در سطوح مختلف سازمانی از طریق ترکیبات نوآورانه منابع برای

کارآفرینی^۱ و رفتار کارآفرینانه^۲ در سطح سازمان های دولتی می تواند به عنوان مزیت رقابتی جدید تلقی شود (۱). به همین دلیل است که رشد و سوددهی هر سازمان در نتایج فعالیت های کارآفرینی هر سازمان است (۲). سازمان های دولتی در فرایند توسعه بسیاری از کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه، نقش برجسته ای دارند، اما به علل مختلف این سازمان ها در کشورهای جهان سوم به مرور زمان، کارایی خود را در پاسخگویی به نیازهای متنوع و رو به رشد از دست می دهند (۳، ۴). بسیاری از نویسندگان و پیشگامان تغییرات در سازمان و خدمات مدیریت دولتی، کارآفرینی را به عنوان محور مدیریت دولتی در مواجهه با چالش های فرا رو، اثربخش تر و پاسخگو تر می دانند.

کارآفرینی را به خود اختصاص داده است. پس از آن عوامل زیرساختی، عوامل خدماتی و محیطی، نهادی و اقتصادی در رتبه های بعدی تاثیرگذاری بر گسترش فعالیت های کارآفرینی تشخیص داده شد (۱۷). در پژوهشی دیگر عوامل موثر بر توسعه رفتارهای کارآفرینی از شش منظر (اقتصادی، فرهنگی اجتماعی)، (محیطی و اقلیمی)، (حقوقی و قانونی)، عوامل تکنولوژیکی و عوامل سیاسی مورد بررسی قرار گرفت (۱۸). در مطالعه ای دیگر مهمترین جنبه تاثیرگذار در فعالیت های کارآفرینی، جنبه فرهنگی اجتماعی گزارش شد، بعد از آن به ترتیب جنبه روانشناختی، جنبه اقتصادی، جنبه زیست محیطی، جنبه فناوری و جنبه قانونی-سیاسی قرار داشتند (۱۹). بر این اساس پژوهشگران بیان می کنند کارآفرینان با رشد بالا، که به سرعت از یک نقش مدیریتی به نقش استراتژیک انتقال می یابند، محتمل تر این هستند که قاطعانه خود را در مسیر رشد بالا نگه دارند. این انتقال توسط توسعه زودرس مهارت های استراتژیک امکان پذیر است (۲۰). علی رغم این مهم روند کلی در سازمانهای ایران، تایید کنندهی این مطلب است که وضعیت حاکم در این سازمانها، سنتی و غیر کارآفرینانه است و به نظر میرسد یکی از مهمترین دلایل ناکارآمدی سازمانهای دولتی ایران، ناشی از فقدان رفتارهای کارآفرینانه در سازمان است (۲۱).

مطالعات نشان می دهد که اصول اخلاقی می تواند در توسعه رفتارهای کارآفرینانه نقش موثری ایفا کند (۲۲، ۲۳). فعالیت های کارآفرینی با نوآوری در ساختار سازمانی و روشهای کسب و کار، نتایج شگرفی در بهبود اقتصادی، اجتماعی سازمانها و کل جامعه دارد. در این میان بی شک اخلاق^۸ به عنوان چارچوبی است که طی عبور از آن، کارآفرینی به خلق ارزش های مرتبط با نیازهای واقعی جامعه می پردازد و رشد و توسعه بلندمدت را به دنبال می آورد (۲۴). اخلاق به مثابه ماهیت ذاتی انسان در همه فعالیت ها دخیل است (۲۵). رفتار اخلاقی^۹ در عمق باورها و ارزش های مورد قبول فرد ریشه دارد. بنابراین، درک مفهوم اخلاقیات کار مستلزم توجه به ارزش های بنیادین افراد، شناخت همه جانبه علل بروز رفتارهای اخلاقی و غیر اخلاقی و نیز اتخاذ تدابیری جهت استقرار و حفظ نظام اخلاقیات در سازمانهاست (۲۶). در واقع، اخلاق یک تلاش نظام مند در جهت ایجاد حساسیت در تجربیات اخلاقی (وجدانی) در سطح اجتماعی و فردی است، به صورتی که قوانینی که باید فرد را هدایت کند، ارزش هایی که شایسته تشویق هستند و خصوصیات که لایق گسترش در زندگی هستند، تعیین شوند (۲۷). اخلاق از جمله موضوعات اساسی بشر است که در همه گروه ها و سازمان ها مطرح می شود. اخلاق چارچوبی فراهم می کند که راهنمای فعالیت ها و رفتارهای آنان باشد. به طور کلی اخلاق به افعال فردی می پردازد و درباره صفات خوب و بد که از طریق اعمال اختیاری و ارادی در انسان قابل کسب هستند، بحث می کند (۲۸). اخلاق در حوزه کارآفرینی نیز مهم است. گرچه کارآفرینان و مدیران هر دو در رعایت موضوعات اخلاقی در بسیاری از حوزه ها توافق دارند، اما با این اوصاف، کارآفرینان به طور مرتب و مستمر بر رعایت رفتار اخلاقی تاکید بیشتری داشته اند. بنابراین اهمیت اخلاق در

شناسایی و بهره برداری از فرصت ها انجام می دهند، تعریف کرده اند (۷). همچنین رفتارهای کارآفرینانه را کشف و ارزیابی فرصت ها، تامین منابع، راه اندازی کسب و کار و معرفی و فروش محصول به مشتری می دانند (۸). در واقع رفتار کارآفرینانه شامل فعالیت هایی که توسط اعضای سازمان به صورت پیشگام برای بهره برداری از فرصت های موجود در محیط کاری انجام می شود به نحوری که منجر به ایجاد کسب و کار جدید و شناسایی شیوه های جدید در انجام امور شود (۹). اکثر پژوهشگران عرصه کارآفرینی بیشتر توجه خود را به فرایند راه اندازی کسب و کار (مرحله بعد از تصمیم گیری) معطوف داشته اند و مرحله تصمیم گیری را مورد غفلت قرار داده اند، در حالی که قبل از مرحله راه اندازی، مرحله تصمیم گیری قرار دارد. در مرحله تصمیم گیری به این نکته توجه می شود که چه عوامل و عناصری باعث می شود تا یک فرد تصمیم بگیرد که از بین شیوه های مختلف انجام وظیفه شغلی، شیوه های نوآورانه را انتخاب کند (۱۰). بررسی های انجام شده نشان می دهد که، نوآوری^۲ و کارآفرینی در تمام سطوح سازمان ها از جمله سطوح اجرایی (مدیران و کارکنان) و به خصوص مدیران میانی وجود داشته و به طور معمول رفتارهای حمایتی نیز در سطوح مدیران عالی مشاهده می شود، این یافته ها نه تنها در سازمان های خصوصی، بلکه با شدت کمتر در سازمان های دولتی نیز به چشم می خورد (۱۱). رفتار کارآفرینانه دارای پنج بُعد حذف تشریفات زائد اداری، تمایل به تغییر^۴، فضای حمایتی^۵، چشم انداز استراتژیک^۶ و محیط کار پر انرژی^۷ می باشد (۱۲).

نتایج برنامه دیدهبان جهانی کارآفرینی موید این مطلب است که میزان نرخ کارآفرینی سازمانی در سال ۲۰۱۶ در ایران ۱/۳ درصد و در آمریکا ۷ درصد است، که نشان دهنده سطوح پایین فعالیت های کارآفرینی سازمانی در کشور می باشد. این امر بدان معنی است که رفتارهای کارآفرینانه در شرکت ها و کسب و کارهای بزرگ و تثبیت شده ایرانی، کمتر مشاهده می شود (۸). در صورتی که فعالیت های کارآفرینانه کارکنان برای توسعه و جوان سازی سازمان در جهت سازگاری مناسب با تحولات درونی و بیرونی است، که می تواند به شرکت ها در احیای کسب و کار، نوآوری، سازگاری با تغییرات در محیط های بیرونی و درونی، ارتقای عملکرد و توسعه صادرات کمک نماید (۱۳، ۱۴). رفتارهای کارآفرینانه میتواند متناسب با ساختار هر سازمان باشد، به طوری که در مطالعه ای مشخص شد که مدیران در سازمان باید با کاهش کاغذ بازی، باعث تغییر در رفتار کارکنان و افزایش بینش استراتژیک در آنها شده و با ایجاد یک محیط کاری پرانرژی و هم چنین محیط حمایتی از کارکنان باعث شوند تا رفتار کارآفرینانه در کارکنان توسعه یابد (۱۵).

مطالعات نشان می دهد که مهمترین عوامل موثر بر رفتارهای کارآفرینانه شامل عوامل ساختاری، عوامل زمینه ای و عوامل رفتاری می باشد. در بین عوامل ساختاری، مهم ترین عوامل به ترتیب عبارت بودند اند از ساختار سازمان کارآفرین، تصمیم گیری و کنترل، سیستم پاداش، از سوی دیگر، عوامل سیاسی / دولت، زیر ساخت ها، ارتباطات، دسترسی به منابع به عنوان مهم ترین عوامل زمینه ای شناسایی شدند (۱۶). در پژوهشی دیگر عامل اجتماعی بیشترین بار عاملی اثرگذاری بر توسعه

کارآفرینی نیز قابل توجه است (۲۹). کاربرد اخلاق در کارآفرینی، به عنوان بعدی مهم از توسعه، اهمیت فراوان دارد، کارآفرینان با ایجاد یک برنامه مدیریت اخلاق^{۱۰} و توجه به کارآفرینی اخلاقی می توانند، اخلاقیات را در فرایند کارآفرینی و محیط کار مدیریت کنند، توجه به مولفه های اخلاقی در کارآفرینی کمک می کند تا بتوانند در شرایط آشفته، عملکرد اخلاقی و وجدانی خود را حفظ کنند (۳۰). متأسفانه علی رغم اینکه در سال های اخیر مقوله کارآفرینی و توسعه رفتارهای کارآفرینانه در دستگاه های اجرایی مورد توجه قرار گرفته است، مسئله کارآفرینی برای بسیاری از مدیران و کارکنان ناآشنا است. عدم آشنایی در این زمینه می تواند از مسائلی باشد که مانع توسعه و نهادینه شدن رفتار کارآفرینانه باشد، همچنین در دستگاه های اجرایی، علی رغم پتانسیل های بسیار زیاد، موانع و مشکلات فراوانی در زمینه های رفتار کارآفرینانه اعضا وجود دارد، به نظر می رسد که یکی از راه های موثر برای مواجهه شدن با چالش مذکور توجه به اخلاق مداری است. بسیاری از مدیران سازمانها با یکدیگر رقابت میکنند و از طرفی به دنبال راهحلهای جدید برای افزایش کارایی سازمان هستند که از نگرانیهای اصلی سازمانهای امروزی است، این مسیله می تواند چالش های اخلاقی را عدم رعایت مولفه های اخلاقی در پی داشته باشد، به همین دلیل اگر رفتارهای کارآفرینانه یکی از عوامل موثر در توسعه هر سازمانی می باشد، رعایت مولفه های اخلاقی می تواند از مسائل مهم در این راستا باشد، با درک آنچه که مطرح شد این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سوال می باشد که عوامل موثر بر رفتارهای کارآفرینانه با تاکید بر عوامل اخلاقی در دستگاه های اجرایی استان گلستان کدام ها هستند؟

روش

روش پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی می باشد و از نظر نحوه گردآوری داده ها آمیخته (کیفی - کمی) است. در مرحله اول از طریق یک مطالعه کیفی عوامل موثر اخلاقی بر رفتارهای کارآفرینانه در دستگاه های اجرایی شناسایی شد. در این بخش از روش تحلیل محتوای کیفی با رویکرد استقرایی استفاده شد، مشارکت کنندگان پژوهش در بخش کیفی شامل خبرگان و استاتید دانشگاهی می باشد که مدرک تحصیلی مرتبط، سابقه پست های مدیریتی در دستگاه های اجرایی داشتند. برای مطلع شدن از دیدگاهها و نظرات متخصصان و صاحب نظران از روش نمونهگیری هدفمند از نوع نظری با ۱۰ نفر استفاده شد. برآورد حجم نمونه مورد نظر بر مبنای اشباع نظری داده ها انجام شد. بر این اساس مصاحبه با تعداد ۹ نفر به اشباع نظری رسید و برای اطمینان بیشتر یک مصاحبه دیگر انجام شد. ابزار گردآوری داده های پژوهش در بخش کیفی مصاحبه نیمه ساختار یافته بود. برای رعایت اصول اخلاق پژوهش، در جریان مصاحبهها از مشارکت کننده خواسته شد تا صحبت های آنها ضبط و ثبت شود و پس از پایان مصاحبه به صورت دقیق مصاحبه بررسی و به روی کاغذ برگردانده می شود. بعد از گردآوری داده های به دست آمده از مصاحبه، فرایند

تحلیل و تلخیص داده های کیفی آغاز شد. این داده با توجه به موضوع تحقیق تلخیص و کدگذاری شدند. در نتیجه کدگذاری و حذف داده های تکراری و تلخیص نهایی داده، قالب مضامین نهایی عوامل موثر اخلاقی بر رفتارهای کارآفرینانه در دستگاه های اجرایی ارائه شد که شامل ۴ مضمون فراگیر، ۵۹ پارامتر ارائه شد. سپس مقوله هایی که به طور هدفمند بیانگر یک مقوله کلی تر بودند، شناسایی و در کنار هم قرار داده شدند و برای آنها یک عنوان کلی که می توانست شامل تمامی آنها باشد تعیین و نام گذاری شد. برای بررسی روایی در بخش کیفی در وهله اول از روش مثلث سازی بهره گرفته شد، در این راستا از طریق گردآوری شواهد از منابع مختلف شامل تئوری های گوناگون، منابع اطلاعاتی متنوع و صاحب نظران روایی مورد بررسی و تایید قرار گرفت، در ادامه نتایج تحلیل به ۲ نفر از مشارکت ارائه شد و فرایند رسیدن به کدها، مقوله های فرعی و اصلی برای آنها تشریح گردید، یافته های حاصل از این کار، یافته های کلی پژوهش را تایید کرد. همچنین از تکنیک زاویه بندی کریستینسن هم برای ارزیابی اعتبار و کیفیت یافته ها استفاده شد. در این خصوص سعی شد با درگیری مداوم و مستمر ذهنی با داده ها، وسعت اطلاعات و عمق دادن اطلاعات امکان پذیر شود. برای نیل به این هدف پس از کدگذاری داده ها توسط پژوهشگر، از دو نفر خواسته شد که برخی از مصاحبه ها را کدگذاری کنند تا صحت و اعتبار کدگذاری و مقوله های به دست آمده را ارزیابی کنند و نتایج این بخش مشابهت داشت با کدگذاری که در مرحله قبل صورت گرفته بود. به منظور تحلیل داده های کیفی از روش تحلیل تم که مبتنی بر کدگذاری باز است استفاده شد. در این مرحله داده های حاصل از مصاحبه های صورت گرفته به دقت بررسی شد، واحد اصلی تحلیل برای کدگذاری باز مفاهیم بودند، رونوشت مصاحبه ها برای یافتن مقوله های اصلی، مقوله ها، خرده مقوله ها به طور منظم بررسی شدند.

در مرحله دوم، پژوهش کمی انجام شد، هدف این مرحله آن است که مشخص کند کدام یک از عوامل شناسایی شده معنی دارند و کدامیک از آن ها معنی دار نیستند و باید از الگو کنار گذاشته شوند، در این بخش، از روش تحقیق توصیفی - پیمایشی استفاده شد. جامعه آماری پژوهش در مرحله کمی شامل مدیران دستگاه های دولتی استان گلستان بود که بر طبق گزارش معاونت نیروی انسانی استانداری تعداد مدیران ۱۰۰۶ نفر می باشد. روش نمونه تصادفی طبقه ای بود، در این راستا مدیران در سه سطح مدیر عالی، مدیر میانی و مدیر سطوح پایین تر تقسیم شده و از بین آنها نمونه انتخاب گردید. حجم نمونه آماری با استفاده از جدول کرجسی و مورگان به تعداد ۲۷۸ نفر برآورد گردید. برای پیشگیری از آفت تعداد نمونه، اطمینان بیشتر و برگشت پذیری پرسشنامه ها تعداد ۵۰۰ پرسشنامه توزیع گردید و در نهایت ۳۰۵ پرسشنامه به محقق عودت داده شده است. از بین پرسشنامه های برگشتی ۲۵ پرسشنامه مخدوش بوده و بنابراین تعداد ۲۸۰ پرسشنامه در تجزیه و تحلیل استفاده شده است. برای گردآوری داده های کمی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. پرسشنامه مذکور شامل ۵۹ گویه بسته پاسخ بود، پرسشنامه چهار بعد ساختار اخلاقی نظام مدیریت^{۱۱}

یافته‌ها

یافته‌های بخش کیفی

در مرحله اول با توجه به اینکه هر یک از محققین پیشین عوامل مختلفی را معرفی نمودند، با روش تحلیل محتوا عوامل اولیه با مصاحبه، تحلیل مقالات و کتب موجود مورد شناسایی قرار گرفت و در جدول شماره (۱) فهرست ۵۹ عامل مربوط به عوامل موثر بر رفتارهای کارآفرینانه با تاکید بر عوامل اخلاقی در دستگاه‌های اجرایی استان گلستان تدوین شده است.

اخلاق مداری در فعالیت‌های کارآفرینانه^{۱۲}، چشمانداز استراتژیک و ارتباطات اخلاقی^{۱۳} را مورد سنجش قرار می‌دهد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه مورد تایید متخصصان و اساتید قرار گرفت. پایایی پرسشنامه بر اساس ضریب آلفای کرونباخ برای ابعاد ساختار اخلاقی نظام مدیریت ۰/۸۹، اخلاق مداری در فعالیت‌های کارآفرینانه ۰/۸۴، چشمانداز استراتژیک ۰/۹۱ و ارتباطات اخلاقی ۰/۹۰ به دست آمد، که نشان دهنده پایایی مناسب این ابزار است. تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کمی با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی در نرم افزار SPSS22 و Lisrel انجام شد.

جدول ۱: عوامل موثر بر رفتارهای کارآفرینانه با تاکید بر عوامل اخلاقی در دستگاه‌های اجرایی

عوامل	شاخص‌ها	عامل	شاخص‌ها
ساختار اخلاقی نظام مدیریت	ایجاد سیستم‌های چند وظیفه اخلاق تکنولوژی توجه به جبران خدمات اخلاق مداری در تصمیم‌گیری‌ها جهت‌گیری‌های بلند مدت تفویض اختیار استقلال مدیریت در تصمیم‌گیری تعهد به فرصت سیاست‌های انعطاف‌پذیر تصمیم به تغییر در کارکنان هدف‌گذاری اخلاقی اقدام برای بهبود خدمات اخلاق مداری در منابع انسانی توسعه اخلاقی منابع انسانی مهارت‌های اخلاقی ویژگی‌های اخلاقی در رفتار کارآفرین پاداش مثبت تلاش فردی و گروهی بوروکراسی کم قوانین و مقررات اخلاق مدار و انعطاف‌پذیر ساختار سازمانی منعطف مشارکت‌پذیری مشارکت‌جویی توجه اخلاقی به نتیجه کار مسئولیت فردی و گروهی سرعت هماهنگی منابع انسانی ایجاد انگیزه حمایت اجتماعی	اخلاق مداری در فعالیت های کارآفرینانه	دسترسی به اطلاعات دسترسی به منابع فضای کاری اخلاقی تمایل به تغییر فضای کاری خلاق تشویق روحیه پیگیری ایده‌های نو برخورد مناسب با اشتباهات کارکنان رعایت اخلاق در رقابت با رقبای حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه سیاست‌های تشویقی اجرای ایده‌های جدید تشویق به ریسک‌پذیری تعریف ارزش‌های اخلاقی برای نوآوری اقدامات نوآورانه تشویق و ترغیب به ایده‌پردازی ایجاد احساس نیاز
چشمانداز استراتژیک	چشمانداز در سازمان پویایی محیط سازمانی تغییرات محیط سازمانی آزادی در طرح ایده‌های نوآورانه انعطاف‌پذیری در برابر تغییرات محیطی شناسایی فرصت‌ها بهره‌برداری از فرصت‌ها تعقیب فرصت خلق دورنمای کسب‌وکار	ارتباطات اخلاقی	تعریف اصول اخلاقی در روابط بین فردی شبکه‌سازی در سازمان سیستم‌های بازخورد تعاملات اخلاقی بازخوردهای محیطی

یافته های بخش کمی

در ابتدا به بررسی مناسب بودن دادهها برای تحلیل عاملی مورد بررسی قرار گرفت. روش های مختلفی برای این کار وجود دارد که از جمله آنها می توان به محاسبه مقدار KMO اشاره کرد که مقدار آن همواره بین ۰ تا ۱ در نوسان است. در صورتی که مقدار KMO کمتر از ۰.۵۰ باشد، دادهها برای تحلیل عاملی مناسب نخواهد بود و اگر مقدار آن بین ۰.۵۰ تا ۰.۶۹ باشد، می توان با احتیاط بیشتر به تحلیل عاملی پرداخت، ولی در صورتی که مقدار آن بزرگتر از ۰.۷ باشد، همبستگیهای موجود در بین دادهها برای تحلیل عاملی مناسب خواهد بود. از سوی دیگر برای

اطمینان از مناسب بودن دادهها مبنی بر اینکه ماتریس همبستگیهایی که پایه تحلیل قرار میگیرد، در جامعه برابر با صفر نیست، از آزمون بارتلت استفاده شده است. به عبارت دیگر با استفاده از آزمون بارتلت می توان از کفایت نمونهگیری اطمینان حاصل کرد. نتایج حاصل که در جدول ۲ نشان داده شده است، نشانگر مناسب بودن همبستگیهای موجود بین دادهها برای تحلیل عاملی و کفایت نمونهگیری است. با توجه به عدد KMO (بزرگتر از ۰.۷) و سطح معنی داری، آزمون بارتلت کمتر از ۵ درصد است؛ لذا می توان گفت که دادهها برای اجرای تحلیل عاملی مناسب است و از شرایط مورد نیاز برخوردار است.

جدول ۲: آزمون کایزر مایر اولکین و بارتلت

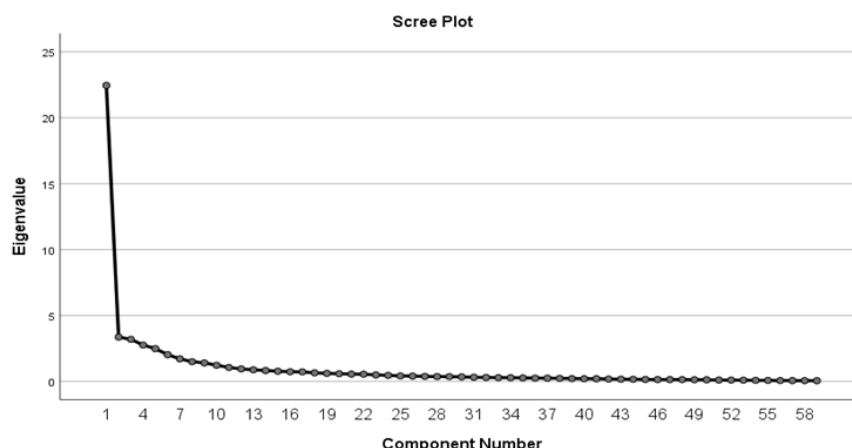
معیار کفایت حجم نمونه کایزر مایر اولکین		۰/۹۱۶
آزمون بارتلت	آماره کای دو	۱۴۰۹۲/۱۷
	درجه آزادی	۱۷۱۱
	سطح معنی داری	۰/۰۰۰۱

یک تصمیم مهم در اجرای تحلیل عاملی نتایج مربوط به تعداد عاملهای قابل استخراج برای چرخش میباشد. جهت تعیین اینکه چند عامل مناسب برای چرخش وجود دارد از ملاکهای مختلفی همانند ملاک کیزر و نمودار سنگریزه استفاده شده است. بر پایه این ملاک عواملی که دارای ارزش ویژه یک و یا بیشتر از آن باشند به عنوان قابل استخراج

تعیین میشوند. همان طور که در جدول (۳) نشان داده شده سازههای به دست آمده از تحلیل کیفی ۴ عامل دارای ارزش بزرگتر از یک بوده و قابل استخراج میباشند. نتایج به دست آمده از مقیاس کیزر و نمودار سنگریزه نشان میدهد که ۴ عامل به دست آمده در مجموع ۵۳/۸۴ درصد از واریانس کل آزمون را تبیین میکند.

جدول ۳: واریانس تبیین شده

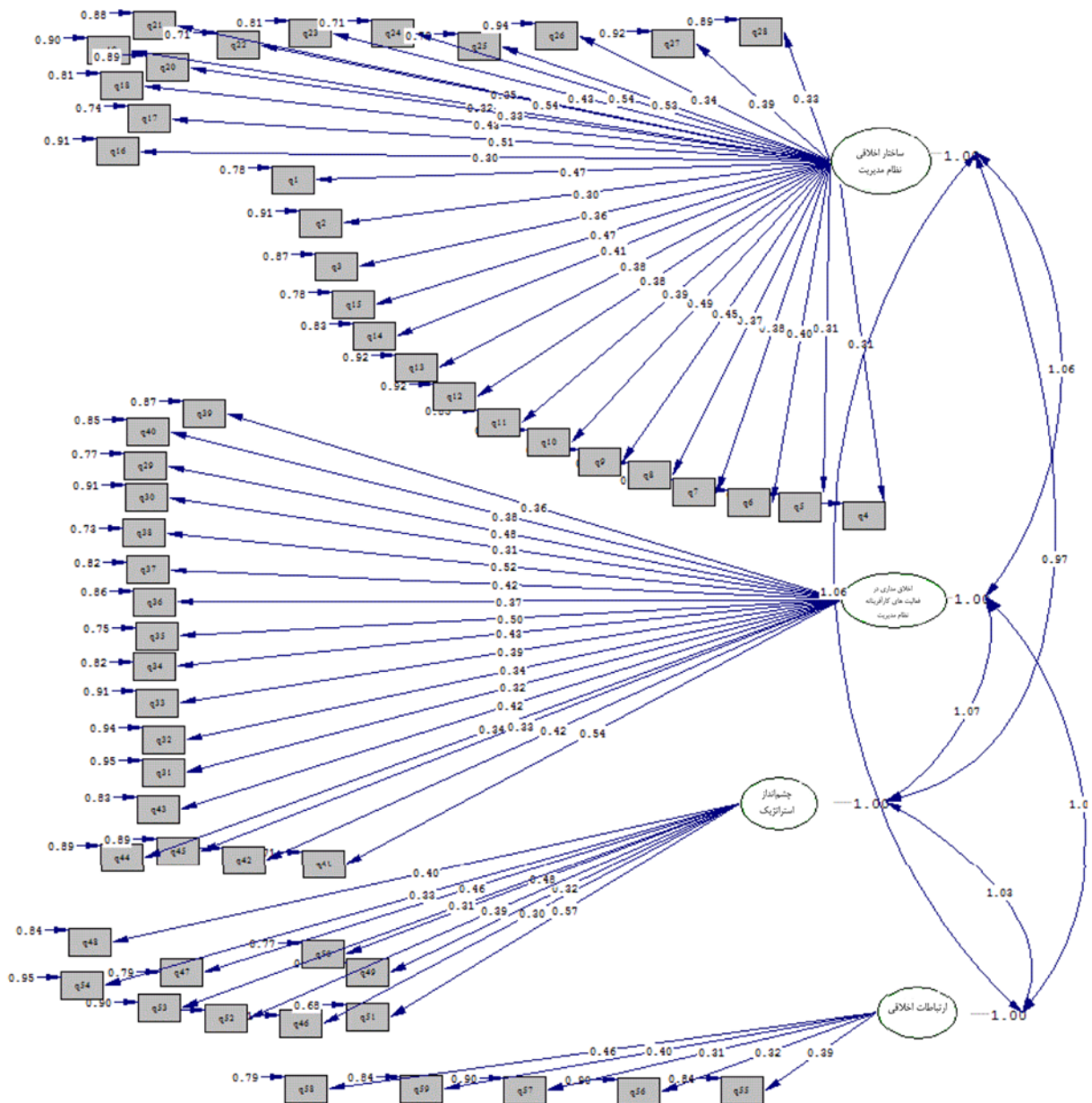
عوامل	مقدار ویژه			مجموع مجذور بارهای عاملی (قبل از چرخش)			مجموع مجذور بارهای عاملی (بعد از چرخش)		
	جمع	نسبت از واریانس (به درصد)	درصد تجمعی	جمع	نسبت از واریانس (به درصد)	درصد تجمعی	جمع	نسبت از واریانس (به درصد)	درصد تجمعی
۱	۲۲/۴۵۴	۳۸/۰۵۸	۳۸/۰۵۸	۲۲/۴۵۴	۳۸/۰۵۸	۳۸/۰۵۸	۱۰/۹۶۹	۱۸/۵۹۲	۱۸/۵۹۲
۲	۳/۳۶۱	۵/۶۹۷	۴۳/۷۵۵	۳/۳۶۱	۵/۶۹۷	۴۳/۷۵۵	۷/۸۸۹	۱۳/۳۷۲	۳۱/۹۶۴
۳	۳/۱۹۱	۵/۴۰۸	۴۹/۱۶۳	۳/۱۹۱	۵/۴۰۸	۴۹/۱۶۳	۷/۲۵۷	۱۲/۳۰۰	۴۴/۲۶۴
۴	۲/۷۵۹	۴/۶۷۶	۵۳/۸۳۹	۲/۷۵۹	۴/۶۷۶	۵۳/۸۳۹	۵/۶۴۹	۹/۵۷۵	۵۳/۸۳۹



نگاره ۱: عاملهای استخراج شده با استفاده از نمودار سنگریزه

قالب ۴ بعد با مقادیر ویژه بالاتر از یک استخراج گردید. با توجه به اینکه عوامل مورد بررسی در قالب تحلیل اکتشافی ۴ عامل را در کنار هم با مقدار ویژه بالاتر از ۰/۵ تشکیل دادند، این شکل برای اعتبارسنجی وارد دستگاه معادلات ساختاری جهت بررسی معنی‌داری هر یک از عوامل می‌شوند. در نگاره ۱ تحلیل عاملی تأییدی برای سازه عوامل موثر اخلاقی بر رفتارهای کارآفرینانه در دستگاه‌های اجرایی نشان داده شده است.

در نهایت برای بررسی اینکه آیا تعداد عاملها و بارهای متغیرهایی که روی این عاملها اندازه‌گیری شده‌اند، با آنچه بر اساس تئوری و مدل نظری انتظار میرفت، تطابق دارد یا خیر از روش تحلیل عاملی تأییدی (مرتب دوم) استفاده شد. در این تحلیل پیش فرض اصلی محققان بر این است که هر عامل با زیرمجموعه‌ی خاصی از شاخصها ارتباط دارد. برای دسته‌بندی گویه‌ها در قالب عامل‌های استخراج شده از مقدار بارعاملی هر گویه در جدول ماتریس همبستگی پس از چرخش با روش واریمکس استفاده شد. بعد از ۸ چرخش مشخص شد که گویه‌ها در



نگاره ۲: مدل اندازه‌گیری عوامل موثر بر رفتار کارآفرینانه بخش دولتی (در حالت استاندارد)

رابطه ضعیف در نظر گرفته می‌شود. بار عاملی بین ۰/۳ و ۰/۶ قابل قبول و اگر بیشتر از ۰/۶ باشد خیلی مطلوب است. در شکل ۲ همه متغیرها همبستگی بالایی را با سازه مربوط به خود نشان می‌دهند. همچنین

در حالت تخمین استاندارد بارهای عاملی نشان داده می‌شود، هرچه بار عاملی بزرگتر و به عدد یک نزدیکتر باشد، یعنی متغیر مشاهده شده بهتر می‌تواند متغیر مکنون را تبیین نماید اگر بار عاملی کمتر از ۰/۳ باشد

برازندگی (AGFI)، شاخص نرم شده برازندگی (NFI)، شاخص نرم نشده برازندگی (NNFI)، شاخص تناسب تطبیقی (CFI)، و شاخص بسیار مهم ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA) استفاده شده است. جدول ۵ مقادیر این شاخص‌ها را نشان می‌دهد. همان‌طور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود، تمامی ضرایب برازش در آستانه مورد قبول قرار دارند. نسبت مجذور کای دو بر درجه آزادی برابر ۲/۲۵ است و همچنین ضرایب GFI ، CFI ، $AGFI$ ، NFI ، $NNFI$ همگی بالاتر از ۰/۹ هستند و $RMSEA$ نیز کمتر از ۰/۰۸ می‌باشد

براساس نتایج مدل اندازه‌گیری، مقدار بوت استرپینگ (آماره t) در تمامی موارد از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ‌تر است که نشان می‌دهد همبستگی بین متغیرهای قابل مشاهده با متغیرهای پنهان مربوط به خود معنادار است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت هر متغیر مکنون به‌درستی توسط متغیرهای آشکار خود مورد سنجش قرار گرفته است. برای ارزیابی شکل تحلیل عاملی تأییدی چندین مشخصه برازندگی وجود دارد. در این پژوهش برای ارزیابی تمام شکل تحلیل عاملی تأییدی از شاخص‌های کای - دو شاخص برازندگی (GFI)، شاخص تعدیل شده

جدول ۴: شاخص‌های برازش شکل اندازه‌گیری عوامل موثر بر رفتار کارآفرینانه بخش دولتی

شاخص برازش	دامنه مورد قبول	مقدار	نتیجه
شاخص نسبت مجذور کای دو بر درجه آزادی	برابر یا کوچک‌تر از ۳	۲/۲۵	مناسب
شاخص برازش تطبیقی	برابر یا بزرگتر از ۰/۹	۰/۹۹	مناسب
شاخص برازندگی	برابر یا بزرگتر از ۰/۹	۰/۹۳	مناسب
شاخص تعدیل برازندگی	برابر یا بزرگتر از ۰/۹	۰/۹۱	مناسب
شاخص نرم شده برازندگی	برابر یا بزرگتر از ۰/۹	۰/۹۶	مناسب
شاخص نرم نشده برازندگی	برابر یا بزرگتر از ۰/۹	۰/۹۹	مناسب
خطای ریشه میانگین مجزورات تقریب	کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۶۷	مناسب

بحث

تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش نشان داد که به تربیت عامل اول ساختار اخلاقی نظام مدیریت با مقدار ۱۸/۵۹ درصد بیشترین سهم را تبیین تغییرات را برعهده داشت. عامل دوم اخلاق مداری در فعالیت‌های کارآفرینانه با توانایی تبیین ۱۳/۳۷ درصد از واریانس، عامل سوم چشم‌انداز استراتژیک با درصد تبیین ۱۲/۳۰ و عامل چهارم ارتباطات اثربخش با درصد تبیین ۹/۵۸ درصد بود. در مطالعه ای مشخص شد که هویت اخلاقی^{۱۴} و شدت اخلاقی^{۱۵} در ارتقای رفتارهای کارآفرینانه موثر می‌باشد (۳۱)، در مطالعه ای دیگر نقش اخلاق مداری در برنامه‌های کارآفرینی و بروز رفتارهای کارآفرینی مورد تأیید قرار گرفت (۳۲)، در پژوهشی دیگر گزارش شد رعایت اخلاق کسب و کار می‌تواند مسیر کارآفرینی را هموار کند (۳۳). در مطالعه ای دیگر تأثیر اخلاق سازمانی بر رفتار کارآفرینانه در سازمان مثبت و معیندار گزارش شد، این نتایج می‌تواند همسو با یافته‌های پژوهش حاضر باشد (۳۴).

رفتار کارآفرینانه مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و اقدامات را در برمی‌گیرد که توسط افراد در سطوح مختلف انجام شده است و ترکیب تازه‌ای از منابع را برای شناخت و پیگیری فرصت‌ها به کار می‌گیرد. با توجه به یافته‌های این پژوهش چهار عامل ساختار اخلاقی نظام مدیریت، اخلاق مداری در فعالیت‌های کارآفرینانه، چشم‌انداز استراتژیک و ارتباطات اخلاقی از عوامل موثر بر رفتار کارآفرینانه می‌باشند. این عوامل بافت ساختاری، افراد و تمایلات آنها با یکدیگر را شامل می‌شود که برانگیزاننده کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه در بستر نظام اخلاقی می‌باشد. رفتار کارآفرینانه با نظام اخلاقی مناسب براساس نتیجه در سازمان گسترش یافته و تشویق می‌شود. افراد به طرق مختلف تحریک

می‌شوند، در صورتی که اعضای سازمان بدانند که در نتایج کار خود سهیم هستند و نتایج مثبت پاداش مثبت دارند، رفتار کارآفرینانه در آنها ترغیب می‌شود. رفتار کارآفرینانه نتیجه شایستگی‌های ذاتی و اخلاقی بوده و افراد دارای ویژگی‌های اخلاقی می‌توانند به آن برسند. ایجاد کارآفرینی در یک سازمان منوط به برقرار رفتار کارآفرینانه در آن سازمان است و باید به دور از بروکراسی اداری، باعث تسریع روند کارهای سازمان به خصوص در سازمان‌های دولتی شد. کاهش سلسله مراتب ساختاری باعث تحول در رفتار کارکنان و بهبود بینش راهبردی در آنها شده و با ایجاد یک جو مثبت، اخلاق مدار و حامی از کارکنان می‌توان رفتار کارآفرینانه را در کارکنان ایجاد و توسعه بخشید، تا از این طریق باعث بهبود افعال سازمانی، نگرش فردی به کار، انعطاف‌پذیری، وضعیت پاداش و رهبری کارآفرین بالاخص در سازمان‌های دولتی شد.

از جمله محدودیت‌های پژوهش حاضر دشواری در هماهنگی با برخی از مطلعین کلیدی، زمان بر بودن جریان گردآوری اطلاعات با توجه به گستردگی جامعه و پراکندگی نمونه آماری و عدم عودت تعدادی از پرسشنامه‌ها بود. در راستای نتایج به دست آمده پیشنهاد می‌شود که افراد با خصوصیات اخلاقی و ارزش مدار برای پست مدیریتی شناسایی شوند و با برگزاری دوره‌های مختلف آموزش ضمن خدمت ویژگی‌ها و جنبه‌های مثبت رفتارهای کارآفرینانه و اصول اخلاقی حاکم بر آن به مدیران آموزش داده شود. پیشنهاد می‌شود ارزش‌های اخلاقی جدید با رویکرد کارآفرینی به محیط‌های کاری از طریق کتابچه‌ها، تابلوهای تبلیغاتی، پوسترها، بنرها و... در معرض دید عموم اعضای سازمان قرار گیرد. همچنین پیشنهاد می‌شود که تأمین منابع و اعتبارات لازم برای برنامه‌های توسعه اخلاق حرفه‌ای، تنظیم سیاست‌های اداری

ملاحظه های اخلاقی

موضوعات اخلاقی همچون؛ سرقت ادبی، رضایت آگاهانه؛ محرمانه بودن، انتشار چندگانه و ... در پژوهش حاضر موردتوجه قرار گرفته اند.

سپاسگزاری

گروه پژوهش بر خود لازم می داند که از مدیران دستگاه های دولتی استان گلستان، مصاحبه شوندگان و تمام کسانی که در انجام این مقاله همکاری داشته اند سپاسگزاری می نماید.

واژه نامه

1. Entrepreneurship	کارآفرینی
2. Entrepreneurial Behavior	رفتار کارآفرینانه
3. Innovation	نوآوری
4. Willingness to Change	تمایل به تغییر
5. Supportive Environment	فضای حمایتی
6. Strategic Vision	چشم انداز استراتژیک
7. Energetic Work Environment	محیط کار پرا انرژی
8. Ethics	اخلاق
9. Ethical Behavior	رفتار اخلاقی
10. Ethics Management	مدیریت اخلاق
11. Ethical structure of the management system	ساختار اخلاقی نظام مدیریت
12. Ethics in Entrepreneurial Activities	اخلاق مداری در فعالیت های کارآفرینانه
13. Ethical communication	ارتباطات اخلاقی
14. Moral Identity	هویت اخلاقی
15. Moral Intensity	شدت اخلاقی

رسمیت دهنده، رویه ها و مقررات تسهیل کننده توسعه حرفه ای و ترغیب و تسهیل ارتباطات کاری مثبت و موثر بین اعضای مد نظر قرار گرفته شود، همچنین پیشنهاد می شود که طراحی یک سیستم مناسب برای اندازه گیری میزان رفتارهای اخلاقی توسط اعضای سازمان جهت پایش وضعیت روزانه، ماهانه و سالیانه ی سازمان به لحاظ مبانی اخلاقی و مرتفع کردن نقاط ضعف آن در قالب یک برنامه ی استراتژیک مد نظر گرفته شود.

نتیجه گیری

تجزیه و تحلیل کلی پژوهش نشان داد که عوامل موثر اخلاقی بر رفتارهای کارآفرینانه در دستگاه های اجرایی استان گلستان شامل ساختار اخلاقی نظام مدیریت، اخلاق مداری در فعالیت های کارآفرینانه، چشمانداز استراتژیک و ارتباطات اخلاقی می باشد، باتوجه به تغییر و تحولات گسترده در زمینه های مختلف کسب و کار، نیاز سازمان ها به افزایش سطح کیفی محصولات و خدماتشان افزایش یافته است. بنابراین در این راستا سازمان ها نیازمند توسعه اخلاق مداری در جهت ارائه محصولات و خدمات با کیفیت بالا هستند. مدیران به عنوان مهره های داخلی سازمان نقش اساسی را برعهده دارند. بنابراین جذب توسعه، انگیزش و ارتقای کمی و کیفی توانایی ها ارزش آفرینی، بهبود مستمر ارائه خدمات توسط آنها و بالابردن سطح کیفیت کار به عنوان یک محصول و مشارکت آنها در انجام فرایندها به کمک مدیریت، سازمان را در جهت ارایه سطح بالای کیفیت محصولات و خدمات رهنمون می سازد که در نتیجه افزایش سطح رضایتمندی در میان سازمان را به همراه خواهد داشت. در راستای تحقق اهداف سازمانی از طریق مکانیسم رفتار کارآفرینانه مدیران، سازمان های نیازمند بالابردن سطح کیفی اعضای خود از طریق افزایش غنای شغلی، آموزش، پاداش، امنیت شغلی و افزایش توانمندی های ارتباطی و مدیریتی با تاکید بر رعایت مولفه های اخلاقی هستند.

References

- Mair J, Marti I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*; 41:36-44.
- Marzban Sh, Moghimi S M, Arabiun A. (2010). The effect of organizational entrepreneurial climate on the entrepreneurial behavior of managers. *Modern Economy and Business*; 6(21): 1-25. (In Persian).
- Naqabi S, Bahadri M K. (2012). The relationship between emotional intelligence and entrepreneurial behavior. *Journal of Military Medicine*; 14 (2):123-128. (In Persian).
- Wei Y. (2021). Regional governments and opportunity entrepreneurship in underdeveloped institutional environments: An entrepreneurial ecosystem perspective. *Research Policy*; 51(1): 1-9.
- Omidi F, Bahadur A, Karimi M R. (2017). Investigating the relationship between internal marketing and entrepreneurial behavior of employees, *Applied Studies in Management and Development Sciences*; 2(3): 117-126. (In Persian).
- Mogimi S M, Zali M R, Marzban S. (2013). Investigating the entrepreneurial behavior of middle managers of Tehran University. *Research Journal of Executive Management*; 6(11): 144-123. (In Persian).
- Cui J, Bell R. (2022). Behavioural entrepreneurial mindset: How entrepreneurial education activity impacts entrepreneurial intention and behaviour. *The International Journal of Management Education*; 20(2): 1-11.
- Zali M R, Nili Aram A, Rezaian A, Kardenaj A. (2020). Presenting the model of entrepreneurial behavior of employees in the country's electricity and electronics export businesses using interpretive structural modeling. *Scientific Journal of International Business Management*; 4(3): 1-21. (In Persian).
- De Jong J P J, Parker S K, Wennekers S, Wu C. (2015). Entrepreneurial behavior in organizations: does job design matter? *Entrepreneurship Theory and Practice*; 39:981-995

10. Moriano J A L, Gorgievski M. (2007). Psychology of entrepreneurship: research and reduction. Spain: UNED, Inc.
11. Shahabadi A, Porzarin Kemer M, Moradi A. (2020). The effect of insurance penetration on the entrepreneurial climate in selected countries. Insurance Research Journal (Insurance Industry); 35(3), 37-65. (In Persian).
12. Dillen Y, Laveren E, Martens R, De Vocht S, Van Imschoot E. (2019). From "manager" to "strategist". International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research; 25(1): 2-28.
13. Gawke J C, Gorgievski M J, Bakker A B. (2017). Personal costs and benefits of employee intrapreneurship: disentangling the employee intrapreneurship, well-being, and job performance relationship. Journal of Occupational Health Psychology; 23(4):1-14.
14. Skarmas D, Lisboa A, Saridakis C. (2016). Export performance as a function of market learning capabilities and intrapreneurship: SEM and FsQCA finding. Journal of Business Research; 69(11): 5342-5347.
15. Bagherzadeh Hoshmandi K, Behrouznia S, Abdullah Mubarak R, Alizadeh A. (2018). the role of entrepreneurial behavior in the organization on the explanation of organizational entrepreneurship, a case study: Payam Noor University of Urmia. Karaj/Iran: 3rd International Conference on Accounting, Management and Innovation in Business, University of Applied Sciences Cooperation of Municipalities. (In Persian).
16. Hosseini M H, Keshavarz E. (2018). Identifying and ranking factors affecting organizational entrepreneurship with the aim of improving company performance using the fuzzy hierarchy technique. Strategic Studies in Oil and Energy Industry; 9 (36):242-213. (In Persian).
17. Shaterian M, Gholami Y, Kayani M. (2016). The place of mental image of local residents in the development of tourism (case example: Aran and Bidgol cities). Scientific-Research Quarterly of Regional Planning; 7(28): 121-134. (In Persian).
18. Hassanzadeh N, Sohrabi Z. (2022). Explanation of factors affecting the development of sports entrepreneurship; Sociological and ecological approach. Sociological Strategic Studies in Sports; 2(1): 63-78. (In Persian).
19. Shahvand S, Omid Najafabadi M, Faraj Elah Hosseini S J. (2022). Paradigm model of rural women's social entrepreneurship development using grounded theory. Journal of Geography and Development; 20(69):152-182. (In Persian).
20. Behling G, Lenzi F. (2019). Entrepreneurial competencies and strategic behavior: a study of micro entrepreneurs in an emerging country. Brazilian Business Review; 16(3): 255-272.
21. Lali Sarabi A, Abdavi M, Frotani Z. (2013). Identifying the factors affecting entrepreneurial behavior in Iran's government organizations. Organizational Behavior Studies Quarterly; 1(2): 86-108. (In Persian).
22. Mohammadi M, Azma F, Bayani A S, Shojae S. (2022). Designing a model of organizational entrepreneurship intuition at the national bank of iran with ethical considerations. Ethics in Science and Technology; 17 (3): 139-146. (In Persian).
23. Moharamzadeh M, Fatahi H. (2018). Relationship between work ethics and organizational entrepreneurship. Ethics in Science and Technology; 13 (3) :116-122. (In Persian).
24. Ebrahimi N, Mehrabiyan A, Dideh khani H. (2022). Analysis of the relationship between entrepreneurial supply chain management and organizational performance with regard to the role of ethics. Ethics in Science and Technology; 17 (2) :161-169. (In Persian).
25. Rodriguez J V, Juricic Z. (2018). Perceptions and attitudes of community pharmacists toward professional ethics and ethical dilemmas in the workplace. Research in Social and Administrative Pharmacy; 14(5): 441-450.
26. Abzari M, Yazdan Shahanas M. (2007). Social responsibility and work ethics in modern quality management. Journal Organizational Culture Management; 5(1):5-42. (In Persian).
27. Caswell S V, Gould T E. (2008). Individual moral philosophies and ethical-decision making of undergraduate athletic training education students and educators. J Athl Train; 43(3): 205-214.
28. Farhani A A, Shah Mansouri B. (2012). The need to create a professional ethics system in commercial advertising. Media Studies; 7(1): 22-9. (In Persian).
29. Harris J D, Sapienza H J, Bowie N E. (2009). Ethics and entrepreneurship. Journal of Business Venturing; 24(5): 407-418.
30. Zohdi M, Heidarzadeh K, Khonesiyavash M. (2022). Identifying the factors affecting ethical entrepreneurship intention. Ethics in Science and Technology; 17 (3) :115-121. (In Persian).
31. Paramita W, Indarti N, Virgosita R, Herani R, Sutikno B. (2022). Let ethics lead your way: The role of moral identity and moral intensity in promoting social entrepreneurial intention. Journal of Business Venturing Insights; 17: 1-11.
32. Ilie E, Bălăceanu C, Apostol D. (2015). Ethics and effectiveness in promoting entrepreneurial programs in Romania and the EU. Procedia - Social and Behavioral Sciences; 186: 440-444.
33. Dalton B, Rama M D. (2017). Business ethics in korea: chaebol dynastic practices and the uneven transition from a market to an entrepreneurial mode of exchange. The Political Economy of Business Ethics in East Asia; 5: 79-94.
34. Ramezani A, Arabshahi Krizi A. (2015). Investigating the impact of organizational ethics on entrepreneurial behavior in organizations and industry, Sanat and University Journal; 32(1):18-49. (In Persian).