

Political Entrepreneurship as a Strategy in the Transition Process to Sustainable Development

Mehdi Ebrahimi¹, Hossein Harsij^{*2} , Mohammad Reza Hosseini³

1- PhD Student of Entrepreneurship, Aliabad Katoul Unit, Islamic Azad University, Gorgan, Iran.

2- Professor, Department of Political Science, Isfahan University, Isfahan, Iran

(Corresponding Author: harsij@ase.ui.ac.ir)

3- Assistant Professor, Islamic Azad University, Aliabad Katoul Branch, Gorgan, Iran.

Abstract

From the perspective of the Austrian school, this article critically examines and investigates political entrepreneurship as a manifestation of alignment between entrepreneurs and an institutional framework aimed at securing exclusive access to resources. Political entrepreneurship has emerged as a notable phenomenon in developing economies and has a consequential influence on the attainment of sustainable development goals. This investigation was carried out employing an extensive delineation with a generative methodology to this notion, via the compilation of amalgamated information sourced from documentary outlets and semi-structured interviews with proficient political specialists, who were meticulously chosen through theoretical purposive sampling and the main characteristics of entrepreneurial activities were identified and It has presented a model of political entrepreneurship with a sustainable development approach. The research methodology is characterized by its fundamental-developmental objective. Furthermore, it is qualitative and exploratory in nature, where the Grounded theory is employed to organize and analyze the collected data. The paradigm model was derived from the examination of 4905 conceptual propositions, 6 selective codes, 17 axial codes, and 73 open codes. The findings indicate that the central category in the model of political entrepreneurship is significantly influenced by multiple links. These results can be applied to other economies that are in the process of development. This study provides insights into the holistic approach that can be taken to leverage the capabilities of political entrepreneurs, thereby fostering innovation in the political arena and implementing reforms in the institutional structure for politicians and policymakers. Consequently, the adoption of this model leads to the strengthening of the institutional structure and facilitates progress towards sustainable development.

Keywords: Entrepreneurship, political entrepreneurship, development, sustainable development, policymaking

How to Cite this Paper:

Ebrahimi, M., Harsij, H. & Hosseini, M.R. (2023). **Political Entrepreneurship as a Strategy in the Transition Process to Sustainable Development** . *Journal of Science & Technology Policy*, 16(3), 39-54. {In Persian}.

DOI: 10.22034/jstp.2023.11385.1670



کارآفرینی سیاسی، راهبردی در فرایند گذار به توسعه پایدار

مهدی ابراهیمی^۱، حسین هرسیج^{۲*} ID، سیدمحمدرضا حسینی^۳

۱- دانشجوی دکتری کارآفرینی، گروه کارآفرینی واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران.

۲- استاد، دانشگاه اصفهان، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، گروه علوم سیاسی، اصفهان، ایران.

(نویسنده عهده‌دار مکاتبات: harsij@ase.ui.ac.ir)

۳- استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علی آباد کتول، دانشکده مدیریت و حسابداری، گروه کارآفرینی، گرگان، ایران.

چکیده

این پژوهش از دیدگاه مکتب اتریش به بررسی و مطالعه کارآفرینی سیاسی به عنوان شکلی از همسویی بین کارآفرینان با ساختار نهادی که هدفشان دسترسی ممتاز به منابع است، می‌پردازد. کارآفرینی سیاسی به عنوان یک پدیده در اقتصادهای در حال توسعه ظهور کرده و بر اهداف توسعه پایدار تاثیرگذار است. این مطالعه با استفاده از تعریفی گسترده با رویکردی مولد به این مفهوم، از طریق جمع‌آوری داده‌های ترکیبی از منابع مستند و مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با خبرگان سیاسی واجد شرایط که از طریق نمونه‌گیری هدفمند نظری انتخاب شدند انجام شده و ویژگی‌های اصلی فعالیت‌های کارآفرینانه را شناسایی و مدلی از کارآفرینی سیاسی با رویکرد توسعه پایدار ارائه نموده است. روش پژوهش از نظر هدف بنیادی- توسعه‌ای؛ و به لحاظ ماهیت کیفی و از نوع اکتشافی می‌باشد که از نظریه داده بنیاد (سیستماتیک) به منظور سازماندهی و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. مدل پارادایمی با بررسی ۴۹۰۵ گزاره مفهومی، ۶ کد انتخابی، ۱۷ کد محوری و ۷۳ کد باز حاصل شد. یافته‌ها نشان داد که پیوندهای چندگانه به عنوان مقوله محوری در مدل کارآفرینی سیاسی نقش مهمی دارد. این مدل قابل تعمیم به سایر اقتصادهای در حال توسعه می‌باشد. این مطالعه مفاهیمی را در مورد چگونگی اتخاذ یک رویکرد کل نگر برای استفاده از ظرفیت کارآفرینان سیاسی به منظور ارائه نوآوری در حوزه سیاسی و انجام اصلاحات در ساختار نهادی برای سیاستمداران و سیاستگذاران این حوزه ارائه می‌دهد. پیامدهای استفاده از این مدل تحکیم ساختار نهادی و حرکت به سمت توسعه پایدار است.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی، کارآفرینی سیاسی، توسعه، توسعه پایدار، سیاستگذاری.

برای استنادات بعدی به این مقاله، قالب زیر به نویسندگان محترم مقالات پیشنهاد می‌شود:

ابراهیمی، مهدی، هرسیج، حسین، حسینی، سیدمحمدرضا. (۱۴۰۲). کارآفرینی سیاسی، راهبردی در فرایند گذار به توسعه پایدار. *سیاست علم و فناوری*,

۱۶(۳)، ۳۹-۵۴. Doi: 10.22034/jstp.2023.11385.1670



۱- مقدمه

کارآفرینان سیاسی^۱ و فرآیند کارآفرینی سیاسی^۲ از دیرباز موضوع محوری در تحقیقات سیاست عمومی بوده و کارآفرینی به عنوان ابزاری برای کاوش در تغییر و نوآوری در سیاست بوده است. دلیل این امر این است که کارآفرینان سیاسی به عنوان بازیگران کلیدی در فرآیند سیاست‌گذاری شناخته می‌شوند [۱]. فرض بر این است که مشکلات ساختار نهادی از وابستگی به مسیر یا تعادل‌های ناکارآمد ناشی می‌شود که گسست از هر دوی آنها دشوار است. از سوی دیگر، نقش کارآفرینان سیاسی در تغییر نهادی و سیاستی به صورت مولد یا غیر مولد در این عرصه نمایان بوده و تاثیر آنها بر نتایج سیاست‌های اتخاذ شده دیده می‌شود. آنها منبعی از تنوع در زیرسیستم‌های سیاستگذاری هستند و فعالیت‌های آنها مدل‌های تحلیل یا تصمیم قطعی را تضعیف یا تقویت می‌نماید و با ارائه راه‌حل‌های سیاسی یا استفاده از فرصت‌های موجود در ساختار سیاسی، تعادل موجود را بر هم می‌زنند.

کارآفرینی سیاسی رفتار محدود نهادگرایی با تغییرات نهادی را به چالش می‌کشد، و درک ما را از اینکه چگونه چنین بازیگرانی ممکن است سیاست‌ها و منابع را فعال یا محدود کنند، افزایش می‌دهد. در یک سیاست چند سطحی، یا به طور خاص، در زمینه‌های سیاستی که بازیگران نهادی و غیر نهادی بسیاری را در خود جای می‌دهند فرآیندهای سیاستی متعددی در سطوح مختلف اجرا می‌شوند که اغلب ناهمسو و متعارض هستند [۲]. در چنین شرایطی فرصت‌های کارآفرینی در حوزه سیاست بروز خواهد کرد؛ هر چند نتیجه چنین آشفتگی در این حوزه ایجاد بحران‌های مختلفی در سطوح جامعه است، که اثرات بلندمدت این بحران‌ها منجر به تنش‌های اجتماعی، بی‌ثباتی سیاسی و بی‌اعتمادی به ساختار سیاسی می‌گردد. از این رو، بازیگران این حوزه به شدت با سایر بازیگران در سطوح مختلف در ارتباط بوده و برای دسترسی به منابع،

طراحی و اجرای سیاست‌ها به یکدیگر متکی هستند. بنابراین، کارآفرینی سیاسی به چگونگی عملکرد بازیگران در سطوح مختلف دولتی و غیردولتی و شیوه‌هایی که در آن ایده‌های سیاستی نوآورانه در مقاطع خاص در این سطوح درک و اجرا می‌شوند، اشاره دارد [۳].

بیشتر ادبیات حوزه کارآفرینی سیاسی بر پایه دیدگاه شومپیتر^۳ و کرزنر^۴ استوار است [۴]، و بر نوآوری‌های سیاسی خلاق تمرکز دارد که به طور اساسی به «پنجره‌های فرصت» برای اصلاح شیوه عملکرد نهادهای عمومی وابسته است که با زمینه نسبتاً نامشخصی از تصمیم‌گیری (سیاسی) مرتبط می‌باشد. از این منظر، کارآفرینان سیاسی افرادی هستند که مسیر یک سیاست را تغییر می‌دهند، به علارتی آنها «تعادل سیاسی، اقتصادی و سازمانی را از طریق یک نوآوری» بر هم می‌زنند [۵].

آنچه که می‌دانیم این است که کارآفرینان سیاسی از برخی جهات شبیه کارآفرینان اقتصادی هستند به عنوان مثال، شناخت فرصت، ریسک‌پذیری، مهارت‌های شبکه‌ای و اجتماعی، شهرت، ارائه چشم‌انداز استراتژیک و غیره ولی در عین حال آنها با تعدادی از موانع متمایز روبرو هستند. فعالیت‌های آنها توسط چرخه‌های سیاسی و انتخاباتی اداره می‌شود و تحت تاثیر اشکال دیگر مداخلات سیاسی قرار می‌گیرد [۶]. آنها همچنین با یک سیستم حکومتی روبرو هستند که هم چالش‌ها و هم فرصت‌ها را ارائه می‌دهد و منابع را بین بسیاری از بازیگران این حوزه توزیع می‌نماید. علیرغم پژوهش‌های مهم انجام شده در این زمینه، تعاملات بین مولفه‌های سطوح کلان، میانی و خرد با عاملیت کارآفرینان سیاسی در فرآیند کارآفرینی سیاسی در چارچوب یک مدل مورد بررسی قرار نگرفته است و بیشتر تحقیقات در این حوزه فردی و یا تحلیل مطالعات موردی [۷] بوده که فاقد پارامترسازی متغیرها و چارچوب روابطی است که امکان

³ Schumpeter

⁴ Kirzner

¹ Political Entrepreneurs

² Political Entrepreneurship

مجموعه‌ای از فعالیت‌ها است که منعکس‌کننده اجرا و تثبیت نوآوری‌ها در تغییر نهادی پایدار است که شامل شناسایی، انتخاب و چارچوب‌بندی مشکلات و راه‌حل‌ها، انتشار و «میانجی‌گری» ایده‌ها و ایجاد پیوندهای چندگانه و شبکه سازی در میان افراد متمایز است که در چارچوب مفهومی نظریه شومپتر قرار دارد. عوامل و مولفه‌های مدل ارائه شده در این پژوهش بر اساس این سه بعد احصاء و سازماندهی شده و توضیح می‌دهد که چگونه ویژگی‌های کارآفرینی در قلمرو سیاسی در چارچوب یک مدل وجود دارد و به عنوان چتری بر روی همه عناوین، تعاریف، نقش‌ها و فرایندهای که در این حوزه ارائه شده، عمل می‌کند.

با مرور مفهوم کارآفرینی در ادبیات تحقیق و مصاحبه با خبرگان، تلاش شده است تا درک روشنی از مولفه‌ها و عناصر مشترک تشکیل دهنده مفهوم کارآفرینی سیاسی ارائه شود. سپس بر اساس رویکرد نظریه داده بنیان در چارچوب مدل پارادایمی به ارائه مدل مورد نظر پرداخته شده و راه‌های جدیدی برای تفسیر و درک کارآفرینی سیاسی با استفاده از این مدل پیشنهاد می‌گردد. مدل ارائه شده به عنوان مکانیسمی اجرایی به منظور به حداقل رساندن هزینه مبادله در جهت افزایش بازده کارآفرینان سیاسی طراحی شده است. این تلاش در راستای توسعه ابعاد تحلیلی و توجه به زمینه‌های متنوع کارآفرینی سیاسی به عنوان ابزاری برای درک و توضیح پویایی‌های تغییر در این حوزه می‌باشد. با توجه به اینکه کارآفرینی یکی از نیروهای محرک توسعه اقتصادی پایدار محسوب می‌شود [۸]، از این رو دستیابی به اهداف توسعه پایدار مستلزم رویکردی جدید در حوزه کارآفرینی سیاسی به منظور ارتقاء ثبات سیاسی، اثربخشی دولت و مقررات، حاکمیت قانون، کاهش بوروکراسی، دسترسی عادلانه به فرصت‌ها و نوآوری در سیاستگذاری‌ها است [۹]. کشف و شناخت عوامل و مولفه‌های موثر در فرایند کارآفرینی سیاسی از اهمیت بالایی برخوردار است. در این راه محدودیت‌های

تحقیقات تجربی کمی را ممکن می‌سازد. فقدان دانش نظری در این زمینه، موجب ارائه تعاریف، نقش‌ها و فرایندهای متعددی برای کارآفرینان سیاسی و کارآفرینی سیاسی شده و باعث شده زمینه‌های لازم برای استفاده از ظرفیت‌های مولد این نوع کارآفرینی برای حرکت به سمت توسعه پایدار در کشورهای در حال توسعه از جمله کشور ما فراهم نگردد.

بنابراین، این پژوهش، به دنبال ارائه مدل کارآفرینی سیاسی با رویکرد توسعه پایدار بود. شناخت عوامل زمینه‌ای و شرایط پارادایمی در سطح ساختار سیاسی، نهادی، اقتصادی و اجتماعی بر اقدامات عاملان فردی برای کارآفرینی در حوزه سیاسی و در نتیجه برای ایجاد تغییرات نوآورانه در این بخش اساسی است. هدف در اینجا این است که دریابیم مدل کارآفرینی سیاسی چگونه است و چگونه عوامل مرتبط در بافت‌های سطوح کلان، میانی و خرد در چارچوب مدل کارآفرینی سیاسی با هم در تعامل هستند. همچنین برجسته کردن نقش کارآفرین سیاسی در حوزه کارآفرینی به معنای اندیشیدن به بازار و صنعت سیاسی به عنوان یک واقعیت است. شناخت این مفهوم و طراحی این مدل برای بخش‌های نهادی و سیاسی کشور در حال توسعه ما از اهمیت بالایی برخوردار است.

پژوهش حاضر با بررسی و تلاقی ابعاد کارآفرینی سیاسی در سطوح مختلف، به ادبیات تجربی کارآفرینی سیاسی افزوده و شکاف فوق‌الذکر را پر می‌نماید. به طور خاص، این پژوهش مدلی از کارآفرینی سیاسی بر مبنای نظریه‌های قبلی این دانش ارائه می‌دهد که شامل سه بعد اصلی می‌شود: اول) بکارگیری/کسب/ کشف و ایجاد فرصت به معنای به رسمیت شناختن پنجره‌های فرصت برای تغییر نهادی در چارچوب مفهومی نظریه کرزنر؛ دوم) زیرساخت به معنای وجود و یا ساخت بسترهای لازم برای حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه سیاسی و اجتماعی؛ سوم) فعالیت‌ها به معنای حمایت از اقدامات و خدمات مورد نیاز برای فعالیت‌های کارآفرینانه سیاسی و اجتماعی. این دو بعد اخیر شامل

مشترکی در ادبیات نظری و تجربی در این بخش در ارتباط با تعریف کارآفرینی سیاسی و نقش آن در ساختار نهادی و سیاسی وجود ندارد. اکثر تحلیل‌ها و تحقیقات موجود، فاقد پایه‌های محکم مفهومی است که برای دهه‌ها در تئوری‌ها و نظریه‌های اقتصادی و کارآفرینی ارائه شده است. این تحلیل‌ها یا کارآفرینی سیاسی را به یک حوزه محدود تقلیل می‌دهند، مانند: رقبات انتخاباتی [۱۰ و ۱۲]، قانونگذاری و سیاستگذاری [۱۳ و ۱۴]، راه‌اندازی بنگاه‌های نوآفرین سیاسی [۱۵]، مدیران دولتی یا افراد بوروکراتیک [۱۶]، سازمان‌دهنده کنش جمعی [۱۷]، حداکترسازی رای توسط یک سیاستمدار و نامزدهای مناصب سیاسی [۱۸]، و یا رانت‌جویان و لابی-گرانی که از قدرت دولت برای باز توزیع منابع و ایجاد فرصت‌هایی برای به دست آوردن رانت‌های اقتصادی استفاده می‌کنند [۱۹]؛ یا آن را به طور گسترده به عنوان فعالیت‌های مختلف برای بهبود عملکرد حوزه عمومی یا نهادی و مجری و تغییردهنده جهت و جریان سیاست‌ها مفهوم‌سازی می‌نمایند [۳، ۲۰-۲۲].

در این دسته از تحقیقات، موضوعی که مورد توجه است، بررسی تفاوت بین کارآفرینان سیاسی و سیاستی است که به شکل متمایز در نتایج تحقیقاتی مینتروم و مادلین^۳ در مورد «کارآفرینان سیاست‌گذاری» و نیز هوگان و فینی^۴ در ارتباط با تمایز کارآفرینان «سیاسی» و «سیاست‌گذاری» ارائه شده است. بر اساس این نتایج کارآفرینی سیاستی که در ایجاد، برچیدن و اصلاح سیاست‌های خاص نقش دارد از کارآفرینی سیاسی که پل ارتباطی بین طرفداران ایده‌های سیاستی جدید (کارآفرینان سیاستی) و نهادهای مجری آن هستند و به عنوان رابطی برای حل مشکلات و سیاست‌های معرفی شده توسط کارآفرینان سیاستی ایفای نقش می‌کنند، تفکیک می‌شود [۲۳ و ۲۴].

گروه دوم از تحقیقات، با هدف بررسی وجوه مشترک، جنبه‌ها

مختلفی در حوزه‌های متعدد از جمله دسترسی به منابع و نمونه آماری مطلع وجود داشت. این پژوهش در ۶ بخش به بررسی این موضوع می‌پردازد. بخش اول به بررسی مساله پژوهش و بخش دوم به مروری بر پیشینه پژوهش و چارچوب نظری تحقیق پرداخته است. در بخش سوم روش شناسی پژوهش مورد بررسی قرار گرفته و در بخش چهارم یافته‌های تحقیق ارائه گردیده و بخش پنجم به بحث و در بخش پایانی به جمع‌بندی در ارتباط با مدل به دست آمده می‌پردازد.

۲- مبانی نظری پژوهش

مفهوم کارآفرینی سیاسی در دهه ۱۹۶۰ آغاز شد و متعاقباً در علوم سیاسی و اداری توسعه پیدا کرد. دال^۱ (۱۹۶۱) اولین فردی بود که مفهوم کارآفرینی سیاسی را مطرح و آنان را "رهبران حيله‌گر، زیرک و مدبر" دانست که تحولات محلی را به وجود می‌آورند [۱۰]. ادبیات معاصر درباره کارآفرینی سیاسی این مفهوم را با مفهوم نوآوری نهادی و یا نوآوری در بخش دولتی مرتبط می‌کند و بدین ترتیب از نظریه شومپتر پیروی می‌نماید.

کارآفرینی سیاسی یک موضوع در اقتصادهای نوظهور است، به ویژه در کشورهای در حال توسعه که تعداد قابل توجهی از «کارآفرینان غیرمولد»^۲ با موقعیت‌های استراتژیک در ساختارهای نهادی و امنیتی، سیستمی از قوانین مبهم و بیضوی را ایجاد کرده‌اند؛ یک سیستم مهندسی شده ممتاز که امکان مقابله با اقتصاد "بازار" و استفاده از پیوندهای اجتماعی قوی برای دستیابی به اهداف اقتصادی را فراهم می‌نماید. این نوع کارآفرینی به طور نامطلوبی بر فعالیت کارآفرینی و رشد و توسعه پایدار تأثیر می‌گذارد [۱۱]. ادبیات این حوزه را می‌توان در چند بخش تقسیم کرد. بخشی از تحقیقات در این زمینه به مفهوم‌سازی کارآفرینی سیاسی می‌پردازد. توافق

³ Mintrom & Madeline

⁴ Hogan & Feeney

¹ Dahl

² Unproductive Entrepreneurs

شاغل در ساختار دولت و یا نمایندگان مجلس نیستند، بلکه گاهی کارآفرینان سیاسی از نظر موقعیت اجتماعی خارج از ساختار دولت می‌باشند. تعاریف و نام‌های مختلف نوعی پراکندگی مفهومی در این زمینه ایجاد کرده که مانع به هم پیوستگی وجوه مشترک در نظریات برای ایجاد و ساخت یک مفهوم فراگیر در این چارچوب شده است؛ مانند مفهوم کارآفرینی سیاسی و سیاستی. این دیدگاه در مورد شکل‌گیری و تغییر سیاست، بدون توجه به فعالیت‌های کارآفرینان در شکل‌گیری چارچوب سیاست‌گذاری، ساختار نهادی، اثربخشی کنش کارآفرینانه، و عوامل رفتاری که کارآفرینی سیاسی را محدود یا امکان‌پذیر می‌کند، سکوت کرده و دیدگاهی غیرکارکردی از کارآفرین سیاسی و سیاستی ارائه می‌دهد.

با بررسی نقش عامل فردی در تحقیقات گذشته، می‌توان ضعف‌های موجود در ادبیات کارآفرینی سیاسی را شناسایی کرد. در کنار طراحی و توسعه مدل در این زمینه، یافتن هنجارهای غیررسمی رفتاری که بیشتر برای هدایت رفتارهای بازیگران در ساختارهای نهادی و اکوسیستم سیاسی مفید هستند، نیز ضروری است.

علیرغم تفاوت‌ها در دیدگاه روش‌شناختی و تمرکز ماهوی تحقیقات گذشته در این زمینه، همگی آنها عمیقاً به تعامل بین ساختارها و عاملیت بازیگرانی همچون کارآفرینان سیاسی که در درون یا در سراسر ساختار نهادی فعالیت می‌کنند، باور دارند. به عبارت دیگر، بیشتر تحقیقات این حوزه توافق دارند که کارآفرینی سیاسی و فرایند کارآفرینی سیاسی در پس زمینه سیستم‌های سیاست‌گذاری، اقتصادی و اجتماعی هر کشوری فعال است.

برای اینکه مفهوم کارآفرینی سیاسی قدرت تحلیلی و جایگاه واقعی خود را در اکوسیستم کارآفرینی به دست آورد، نیازمند درک این مفهوم در چارچوب یک مدل فراگیر است تا روشن سازد که تعاملات مرتبط با این مفهوم در ساختار نهادی و اجرایی و حواشی آن چگونه اتفاق می‌افتد. ارزش کارآفرینی سیاستی به عنوان یک مفهوم زمانی نمایان می‌شود و افزایش

و خصوصیات مرتبط با کارآفرینان سیاسی و کارآفرینی سیاسی انجام شده است. با بررسی پیشینه ادبیات این گروه، وجوه مشترکی در فرایند کارآفرینی سیاسی حاصل می‌شود. این موارد به عنوان خصوصیات و یا وظایف اصلی کارآفرینان سیاسی در نظر گرفته می‌شود که عبارتند از: کشف ترجیحات و نیازهای سیاسی رای دهندگان و همچنین تصمیم‌گیرندگان سیاسی [۱۸]، ارائه و دلالتی ایده [۲۵]، کمپین‌های سیاسی و تشکیل ائتلاف‌ها [۲۰]، بسیج رسانه‌ها، توسعه راهبردهای سیاسی [۲۲ و ۲۶]، نوآوری و خلاقیت [۲۷ و ۲۸]، پیاده‌سازی و تلفیق نوآوری‌ها [۲۹ و ۳۰]، ویژگی‌های شخصیتی و فرصت‌طلبی [۳۱-۳۳]، و عنصر ریسک‌پذیری شناسایی و تسکین [۲۰].

گروه سوم از ادبیات تحقیق در این زمینه، به موضوعات حاشیه‌ای این مفهوم مانند سود اقتصادی [۱۹]، توسعه، رشد اقتصادی و پایداری [۳۴-۳۶] و شبکه‌سازی و ائتلاف‌های سیاسی [۳۳] می‌پردازد. در ادبیات این گروه، سه نوع سود اقتصادی برای کارآفرینان سیاسی شناسایی شده است: سود غارتگرانه، سود جمعی و سود هماهنگی. با هر یک از این انواع سود، یک شخصیت کارآفرین سیاسی مطابقت دارد: شکارچی فرصت‌ها، اصلاح طلب و نامزد سیاسی [۱۹]. همچنین ادبیات این حوزه شبکه‌ها و ائتلاف‌های سیاسی را به عنوان مکانیسم‌های میانجی تخصیص منابع نخبگان و توزیع سرمایه سیاسی شناسایی می‌نماید [۳۳].

مروری انتقادی بر مطالعات و پژوهش‌های ارائه شده در گروه‌های مختلف در ارتباط با کارآفرینی سیاسی نشان می‌دهد علیرغم پیشینه رو به رشد در این حوزه، نبود یک مدل مفهومی که بتواند بر مبنای وجوه مشترک سازماندهی جدیدی از مفهوم کارآفرینی سیاسی ارائه نماید وجود دارد. فقدان یک رویکرد جامع و مشترک به مفهوم کارآفرینی سیاسی بزرگترین خلاء موجود در تحقیقات صورت گرفته در این حوزه است که توسعه کاربردی این مفهوم را با چالش روبه‌رو کرده است. باید گفت که کارآفرینان سیاسی فقط افراد

نمونه‌گیری هدفمند و نظری استفاده شد که متناسب با جریان مصاحبه‌ها و داده‌های به دست آمده و در راستای تکمیل یافته‌ها مصاحبه‌کننده بعدی انتخاب می‌شد، که پس از دوازدهمین مصاحبه اشباع نظری حاصل شد و برای اطمینان بیشتر تا پانزدهمین مصاحبه ادامه یافت.

پس از گردآوری داده‌ها، اطلاعات به دست آمده توسط نرم‌افزار مکس کیودا^۱ نسخه ۲۰۲۰ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. فرایند تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس شکل ۱ انجام شد. در تجزیه و تحلیل داده‌ها محقق بر اساس نظریه داده بنیاد، به یافتن مضامین تکراری با بررسی کامل داده‌ها، کدگذاری مضامین نوظهور با کلمات و عبارات کلیدی، گروه‌بندی کدها به مفاهیم به صورت سلسله مراتبی، و سپس دسته‌بندی مفاهیم از طریق رابطه بین آنها پرداخت.

به منظور اطمینان از روایی داده‌های پژوهش، از روش‌های مثلث‌سازی روش و منابع داده‌ها استفاده شد. همچنین برای بررسی پایایی مصاحبه‌ها و کدهای مستخرج از منابع مختلف، از روش پایایی بازآزمون و روش پایایی توافق بین دو کدگذار استفاده شد. برای محاسبه پایایی بازآزمون از میان مصاحبه‌های انجام گرفته ۴ مصاحبه و بررسی اسناد ۱۳ متن بصورت نمونه انتخاب و هر کدام از آنها دوبار در یک فاصله یک ماهه توسط پژوهشگر کدگذاری شدند. همچنین برای محاسبه پایایی مصاحبه با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار، از یک دانشجوی مقطع مدیریت درخواست شد تا به عنوان همکار پژوهش (کدگذار) در پژوهش مشارکت کند. سپس از میان مصاحبه‌های انجام گرفته ۴ مصاحبه و بررسی اسناد ۱۳ متن بصورت نمونه انتخاب شدند و در اختیار همکار پژوهش به منظور کدگذاری قرار گرفت، بدین ترتیب درصد توافق درون موضوعی، محاسبه گردید.

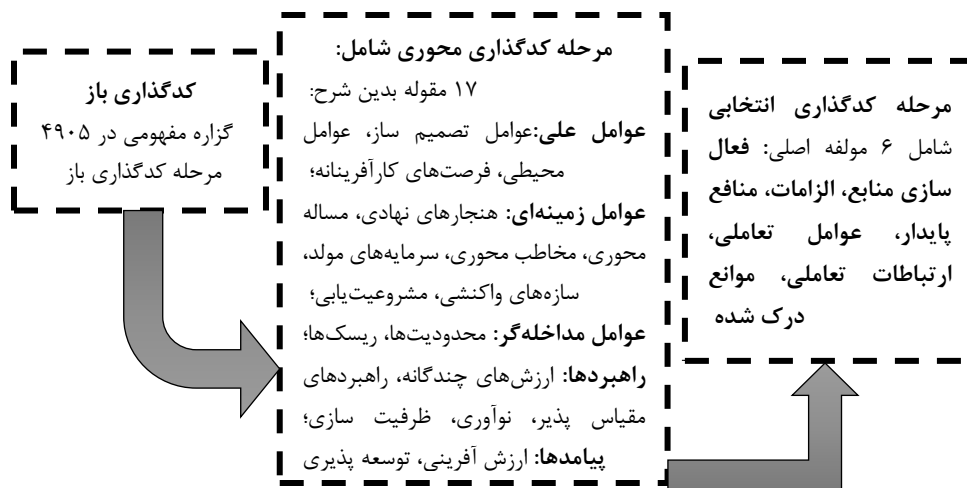
می‌باید که با نظریه‌پردازی گسترده منابع ثبات، تغییر و اجرای سیاست‌ها در ساختارهای نهادی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی با رویکرد اهداف توسعه پایدار ادغام شود. هدف این پژوهش در اینجا با توجه به خلاء موجود، ارائه یک مدل کارآفرینی سیاسی با رویکرد توسعه پایدار بوده است.

۳- روش‌شناسی

پژوهش حاضر ماهیتی میان‌رشته‌ای دارد و برای ارائه مدل کارآفرینی سیاسی با رویکرد توسعه پایدار و ایجاد تصویری جامع از موضوع تحقیق از علوم سیاسی و اجتماعی، کارآفرینی، اقتصاد، مدیریت و روانشناسی بهره برده است. رویکرد پژوهش به لحاظ موضوع و ماهیت، کیفی از نوع اکتشافی می‌باشد. از این رو جهت پاسخ به سوال تحقیق و نیل به هدف پژوهش، از رویکرد سیستماتیک نظریه داده بنیاد به روش استقرایی و اکتشافی استفاده گردید. استفاده از رویکردی چندگانه و ترکیبی برای جمع‌آوری داده‌ها، کاوش این پدیده را از جنبه‌های مختلف امکان پذیر نمود و منجر به درک غنی‌تری از آن شد.

در این پژوهش داده‌ها از منابع مختلف از جمله مقالات، کتاب، رساله و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته عمیق به دست آمد. جامعه آماری برای مصاحبه را خبرگان سیاسی تشکیل دادند. معیار انتخاب آن‌ها، تجربیات اجرایی در زمینه سیاسی، فعالیت‌های دانشگاهی از جمله انتشارات علمی، تدریس و مشاوره در حوزه کارآفرینی، اقتصاد سیاسی و جامعه‌شناسی سیاسی، و کارآفرینان و نخبگان سیاسی که تجربه فعالیت‌های کارآفرینانه در این زمینه را داشتند که در سه دسته خبرگان دانشگاهی، خبرگان ستادی و خبرگان صنفی جای گرفتند. در این پژوهش به دلیل استفاده از نظریه داده‌بنیاد، از روش

^۱ MAXQDA



شکل ۱) فرایند تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی (منبع. یافته‌های تحقیق)

۴- تجزیه و تحلیل یافته‌ها

در این بخش به بررسی و بحث در مورد نتایج به دست آمده با توجه به اهداف پژوهش پرداخته می‌شود. همانطور که در شکل (۱) مشاهده می‌شود، فرایند کار در سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی در چارچوب مدل پارادایمی انجام شد.

در مرحله کدگذاری باز با مرور و تحلیل داده‌های گردآوری شده با استفاده از نرم افزار مکس کیودا، تکنیک تحلیل سطر به سطر و نوشتن کد یا یادداشت تحلیل، داده‌های اولیه کدگذاری گردید، که در نتیجه ۴۹۰۵ کد از منابع و مصاحبه‌ها احصاء گردید. در مرحله کدگذاری محوری به واسطه نقش بنیادی مقوله پیوندهای چندگانه در کارآفرینی سیاسی و تکرار مکرر آن در مراحل مختلف پژوهش، این مفهوم به عنوان مقوله محوری انتخاب شد و سایر مقوله‌ها پس از تعدیل و اصلاح در چارچوب مدل پارادایمی همانند شکل (۲) ساماندهی گردید. در مرحله کدگذاری گزینشی تلاش شد نظریه خلق شده با استفاده از شیوه نگارش انتزاعی تعریف شود و از گزاره‌های متعدد برای تبیین ارتباط بین مقوله‌ها استفاده گردد.

بر این اساس، جمع‌بندی یافته‌ها بر مبنای رویکرد نظریه داده بنیاد، در ابعاد مقوله محوری، شرایط علی، عوامل راهبردی، عوامل مداخله‌گر، عوامل زمینه‌ای و پیامدها مدل‌سازی شد. **مقوله محوری:** بر اساس تجزیه و تحلیل صورت گرفته از داده‌های به دست آمده از منابع ترکیبی و مصاحبه با خبرگان و متخصصان، مقوله محوری کارآفرینی سیاسی عبارت است از پیوندهای چندگانه؛ به طوری که مشخص شد هسته اصلی کارآفرینی سیاسی و ابعاد و عناصر آن بر پایه ایجاد پیوندهای چندگانه بین ذینفعان متعدد در این حوزه بنا نهاده شده است. پیوندهای چندگانه را می‌توان به عنوان پیوند بین منافع ذینفعان مختلف در راستای هدف مشترک و همسود، و شیوه‌های تعاملی که این افراد و گروه‌ها را به یکدیگر متصل می‌کند، تعریف کرد. خواه این رابطه در چارچوب منافع مشترک تشکیل شود یا با روش‌های متقاعدسازی، پاتوس^۱، اتوس^۲ یا لوگوس^۳ شکل بگیرد. پیوندهای چندگانه مبتنی بر تعامل است، که در آن طرفین فعالیت‌های مشترکی را برای دنبال کردن منافع مشترک انجام می‌دهند. بدون هدفی سودمند در بلندمدت، فعالیت‌های مشترک به ندرت دنبال می‌شود. این

³ Logos

¹ Pathos

² Ethos

محوری که همان پیوندهای چندگانه است تاثیر دارند. هنجارهای نهادی به انتظارات رفتاری یا عملکردی اشاره دارد که در یک محیط نهادی قابل قبول است. بنابراین هنجارهای نهادی می‌توانند استانداردها و شیوه‌های رفتاری یکسانی را ترویج نمایند که شامل روابط نهادی، محیط نهادی و قواعد نهادی می‌شود. مساله محوری به شناسایی و تجزیه و تحلیل مشکلات خاص در فرایند کارآفرینی سیاسی، به منظور توسعه راهبردهای موثر اطلاق می‌شود که شامل مشارکت در تغییر، تضادهای شناختی، استدلال جمعی، بازیابی اطلاعات و اشتراک دانش است. مخاطب محوری به شناسایی و داشتن درک عمیق از مخاطبان هدف اشاره داشته و شامل رابط کاربری، پاداش آنی و آتی، شناخت مخاطب می‌باشد. سرمایه‌های مولد به دارایی سرمایه‌گذاری شده‌ای اشاره دارد که قابلیت افزایش سرمایه فعلی را دارد و شامل سرمایه نمادین، انسانی، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی است. سازه‌های واکنشی به ساختارهای جمعی و فردی اشاره دارد که می‌تواند تحت شرایط و موقعیت شدید استحکام خود را حفظ نمایند و شامل ارزش‌های جمعی، انعطاف‌پذیری جمعی، آگاهی جمعی و تاب‌آوری است. مشروعیت‌یابی به وضعیت هنجاری اعطا شده توسط مخاطبین به عملکرد، قوانین و مقررات و فعالیت نهادها (شناختی) اشاره می‌شود. شرایط زمینه‌ای فرایند کارآفرینی سیاسی را از طریق تاثیرگذاری بر مقوله محوری و راهبردها تسهیل و تسریع می‌نماید. فراوانی آرایش نمادین داده‌های مرتبط با شرایط علی موثر بر مقوله محوری در مدل کارآفرینی سیاسی با رویکرد توسعه پایدار به تفکیک منابع در جدول (۲) ارائه شده است.

شرایط مداخله‌گر: در فرایند کارآفرینی سیاسی شرایط مداخله‌گر در دو بعد محدودیت‌ها و ریسک‌ها بر اجرای راهبردها در راستای ایجاد پیوندهای چندگانه تاثیر می‌گذارد. محدودیت به شرایط، قاعده، منابع یا تصمیمی اشاره دارد که مانع از اقدام یا رشد یا گسترش فعالیت یا چیز فراتر از حدود

درهم تنیدگی از منافع فردی و جمعی در چارچوب کارآفرینی سیاسی قابل بررسی است. **شرایط علی** رویدادهایی هستند که بر پدیده محوری، حوادث و وقایع تاثیر گذاشته و به بروز آن منجر می‌شوند. یافته‌های به دست آمده نشان داد که عوامل تصمیم‌ساز، عوامل محیطی و فرصت‌های کارآفرینانه در وقوع فرایند کارآفرینی سیاسی و مقوله محوری که همان پیوندهای چندگانه است تاثیر دارند. عوامل تصمیم‌ساز، عواملی هستند که بر فرایند تصمیم‌گیری از طریق شناخت بازیگران تعاملی، آگاهی از ظرفیت‌های شناختی و فنی خود و ذینفعان، پیش‌بینی و کنترل عملیات، شرایط رقابتی، چشم‌انداز عملیاتی و در نهایت آگاهی از ترجیحات مخاطبین برای ورود به فعالیت کارآفرینانه در بخش سیاسی تاثیر می‌گذارد. عوامل محیطی شامل عواملی است که بر عملکرد کارآفرینان سیاسی تاثیر دارند که می‌تواند محیط عمومی و یا محیط تخصصی فعالیت آنها را شامل شود. مفهوم فرصت‌های کارآفرینانه اشاره به یک موقعیت منطقی و سودجویانه که از یک ناکارآمدی در بازار ایجاد می‌شود و یا تقاضای قابل شناسایی مصرف‌کننده که امکان برآورده ساختن آن از طریق ایجاد یک موقعیت، محصول، خدمات، مواد خام یا شیوه سازماندهی شده نوآورانه توسعه یافته یا تقلید شده و به یک بازار اشباع نشده ارائه می‌گردد و شامل منابع فرصت، بهره‌برداری از فرصت، خلق فرصت، کشف فرصت، کسب فرصت می‌شود. فراوانی آرایش نمادین داده‌های مرتبط با شرایط علی موثر بر مقوله محوری در مدل کارآفرینی سیاسی با رویکرد توسعه پایدار به تفکیک منابع در جدول ۱ ارائه شده است.

شرایط زمینه‌ای شرایطی است که نحوه شکل‌گیری، نشانه‌ها، و ابعاد پدیده محوری را تبیین کرده، و راهبردها و اقدامات را به شکل هم‌بافتی تحت تاثیر قرار می‌دهند. یافته‌های به دست آمده نشان داد که هنجارهای نهادی، مساله محوری، مخاطب محوری، سرمایه‌های مولد، سازه‌های واکنشی، مشروعیت‌یابی در وقوع فرایند کارآفرینی سیاسی و مقوله

بهبود و درک بهتر سیستم‌های مرتبط کمک می‌کند و باعث می‌شود که پیامدهای مورد انتظار به عنوان نتیجه در نظر گرفته شوند. به عبارت دیگر راهبردهای سیاسی شامل آن دسته از فعالیت‌هایی است که برای کسب، توسعه و استفاده از قدرت (نفوذ، تاثیر و اعتبار) برای به دست آوردن مزیت برای ذینفعان و ایجاد پیوندهای چندگانه در موقعیت‌های کارآفرینانه انجام می‌گیرد. در نهایت باید گفت که راهبردها دو نقش اساسی در فرایند کارآفرینی سیاسی ایفا می‌کنند، اول به عنوان ابزاری برای عملیاتی شدن فرایند کارآفرینی سیاسی در جامعه بر مبنای مقوله محوری ایفای نقش کرده و دوم به عنوان منبعی از نوآوری که می‌تواند شیوه‌ها و راهبردهای قدیمی انجام کارها را تغییر داده و از ابعاد روندهای سنتی فراتر رود.

پیامدها: نتایج کلیدی حاصل از اجرای راهبردهای انتخابی است که در واقع، مجموعه‌ای از منافع پایداری است که در دو بعد ارزش‌آفرینی و توسعه‌پذیری در جدول (۵) ارائه شده است.

ارزش‌آفرینی ظرفیتی است که از طریق اجرای راهبردها موجب افزایش ارزش چیزی گردد، تا با یک انتظار خاص مطابقت داشته باشد که شامل ثروت‌آفرینی و رفاه اقتصادی، مشارکت در فرایندهای تصمیم‌گیری، خودباور و اعتماد و کسب اعتبار است. توسعه‌پذیری حاصل از اجرای راهبردها به توانایی یک فرد، گروه، شرکت و یا نهادها برای رشد اطلاق می‌شود بدون اینکه ساختارها منابع یا فرایندهای موجود بتوانند در زمینه رشد و توسعه قید و محدودیتی ایجاد نمایند. با استنباط رابطه بین مقوله‌ها و آنچه در بخش روش‌شناسی آمده مدل پارادایمی در شکل ۴ و جداول ۱ تا ۵ ارائه شده است. بر این اساس به طور کلی، میزان فراوانی در هر بخش از مدل پارادایمی بر اساس شکل آخر به شرح زیر می‌باشد.

معین شود. ریسک نیز به احتمال تأثیر منفی یک نتیجه بر افراد، سیستم‌ها، فعالیت‌ها یا دارایی‌ها است که می‌تواند به صورت سیستماتیک (غیر قابل حذف) و غیر سیستماتیک (ریسک مشخص) باشد. در فرایند کارآفرینی سیاسی توجه به عوامل مداخله‌گر از جمله محدودیت‌ها و ریسک‌ها به ما کمک می‌کند تا چارچوب واقعی‌تری از شرایطی محیطی برای انتخاب راهبردها داشته باشیم. میزان مشاهده عوامل مداخله‌گر تاثیرگذار بر راهبردهای مدل کارآفرینی سیاسی در جدول (۳) نشان داده شده است.

راهبردها: پارادایم راهبرد بیانگر کنش‌ها یا برهم کنش‌های خاصی است که به منظور کنترل، اداره، برخورد و پاسخ به مقوله محوری انجام می‌شوند. کارآفرینان سیاسی با ایجاد ارزش‌های چندگانه از طریق پیشنهاد، کسب، کشف و خلق ارزش بر مبنای باورهای ذینفعان، زمینه را برای درک مطلوب فعالیت‌های خود، توسط مخاطبین، در راستای اهداف مورد انتظار فراهم می‌نمایند. راهبردهای مقیاس‌پذیر، استراتژی‌های است که کارآفرینان سیاسی می‌توانند از طریق اکوسیستم‌سازی و شبکه‌سازی، هم‌افزایی، هم‌آفرینی، هم‌تکاملی و انحصار برنامه‌های خود را سریع‌تر، کارآمدتر و پایدارتر رشد دهند. ظرفیت‌سازی به عنوان فرآیند توسعه و تقویت مهارت‌ها، غرایز، توانایی‌ها، فرآیندها و منابعی است که سازمان‌ها و جوامع برای بقا، سازگاری و شکوفایی در سطح فردی، نهادی، محلی، منطقه‌ای و ملی در دنیایی که به سرعت در حال تغییر است به آن‌ها نیاز دارند. میزان مشاهده فراوانی مقوله‌های ذیل راهبردها در مدل پارادایمی کارآفرینی سیاسی در جدول (۴) نشان داده شده است. این مقوله‌ها تحت تاثیر شرایط مداخله‌گر و زمینه‌ای فرصت‌های جدیدی در ارتباط با مقوله محوری ایجاد می‌نمایند که روند و اثر گذاری فعالیت کارآفرینانه در حوزه سیاست را ارتقاء بخشیده و به

جدول ۱) میزان مشاهده شرایط علی موثر بر مقوله محوری در مدل کارآفرینی سیاسی

شرایط علی	مقاله	مصاحبه	کتاب	SUM
عوامل تصمیم ساز				
بازیگران تعاملی	۲۷	۱۴	۱۸	۷۷
ظرفیت های شناختی و فنی	۲۱	۹	۱۲	۵۵
پیش بینی و کنترل	۲۱	۱۰	۷	۶۱
شرایط رقابتی	۱۲	۶	۶	۴۱
چشم انداز	۳۹	۲۰	۱۳	۸۴
ترجیحات مخاطبین	۱۲	۱۳	۹	۴۹
عوامل محیطی				
محیط عمومی	۱۴	۲۹	۱۳	۱۰۶
محیط تخصصی	۱۴	۱۱	۱۸	۸۷
فرصت های کارآفرینانه				
منابع فرصت	۱۱	۴	۹	۵۱
بهره برداری از فرصت	۲۹	۱۰	۱۱	۷۸
خلق فرصت	۳۰	۲۹	۱۲	۱۰۰
کشف فرصت	۲۳	۷	۱۵	۹۴
کسب فرصت	۱۵	۸	۱۰	۶۸
SUM	۲۶۸	۱۷۰	۱۵۳	۶۹۱

جدول ۲) میزان مشاهده عوامل زمینه ای موثر بر مقوله محوری در مدل کارآفرینی سیاسی

شرایط زمینه ای	مقاله	مصاحبه	کتاب	SUM
هتجارهای نهادی				
روابط نهادی	۱۵	۱۶	۹	۵۴
محیط نهادی	۱۰	۲۶	۱۱	۶۹
قواعد نهادی	۱۱	۱۳	۱۲	۵۱
مساله محوری				
مشارکت در تغییر	۲۰	۱۵	۶	۵۸
تضادهای شناختی	۱۸	۱۶	۷	۵۵
استدلال جمعی	۱۸	۱۵	۷	۶۸
یازایی اطلاعات	۱۹	۱۷	۵	۶۳
اشتراک دانش	۱۶	۱۳	۴	۵۱
مخاطب محوری				
رابط کاربری	۲۳	۱۴	۹	۶۵
پاداش آئی و آئی	۱۶	۱۳	۵	۵۴
شناخت مخاطب	۲۳	۱۶	۷	۷۱
سرمایه های مولد				
سرمایه نمادین	۱۷	۱۲	۷	۵۳
سرمایه انسانی	۱۲	۱۹	۸	۵۶
سرمایه فرهنگی	۱۸	۱۱	۷	۴۹
سرمایه سیاسی	۱۷	۲۰	۸	۶۷
سرمایه اجتماعی	۱۸	۱۸	۱۱	۷۰
سرمایه اقتصادی	۱۶	۱۷	۱۱	۶۱
سازه های واکنشی				
ارزش های جمعی	۱۱	۹	۹	۴۱
انعطاف پذیری جمعی	۱۸	۱۲	۹	۵۰
آگاهی جمعی	۱۱	۱۰	۶	۴۵
تاب آوری جمعی	۱۱	۸	۵	۳۷
مشروعیت یابی				
مشروعیت عملکرد	۱۱	۱۲	۷	۳۹
مشروعیت هتجاری و قانونی	۱۵	۱۲	۸	۴۶
مشروعیت شناختی	۱۶	۱۳	۷	۵۲
SUM	۳۸۷	۳۴۷	۱۸۵	۱۳۲۵

جدول ۳) میزان مشاهده شرایط مداخله‌گر موثر بر مقوله محوری در مدل کارآفرینی سیاسی

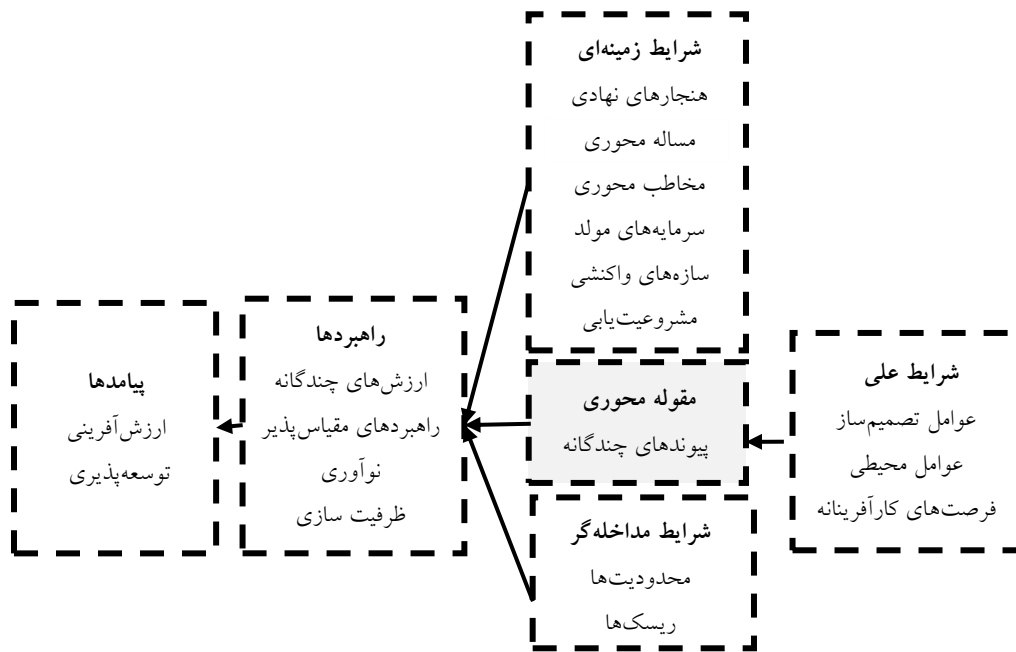
شرایط مداخله‌گر	مقاله	رساله	مصاحبه	کتاب	SUM
محدودیت‌ها					۰
عملیاتی	۴	۱۴	۶	۱۶	۴۰
حاکمیتی	۱۸	۱۲	۵	۲۹	۶۴
غیرحاکمیتی	۱۵	۱۱	۶	۲۴	۵۶
منابع	۱۹	۱۱	۵	۱۶	۵۱
قانونی	۱۴	۱۱	۳	۱۹	۴۷
ریسک‌ها					۰
سیستماتیک	۱۹	۱۴	۱۳	۱۷	۶۳
غیرسیستماتیک	۱۶	۱۴	۴	۱۴	۴۸
SUM	۱۰۵	۸۷	۴۲	۱۳۵	۳۶۹

جدول ۴) میزان مشاهده راهبردها موثر بر مقوله محوری در مدل کارآفرینی سیاسی

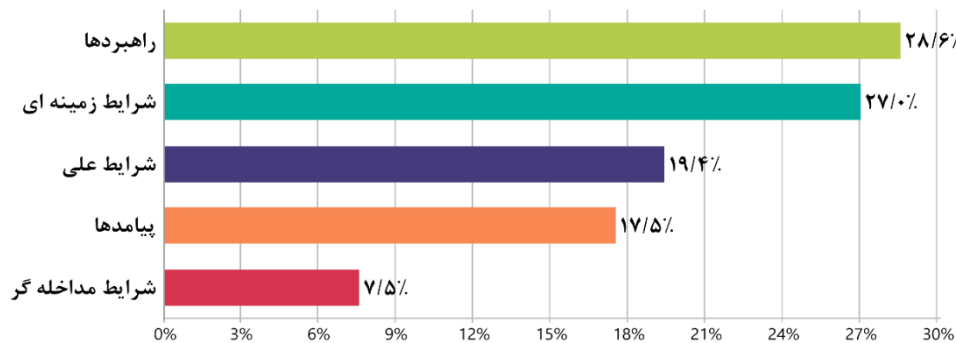
راهبردها	مقاله	رساله	مصاحبه	کتاب	SUM
ارزش‌های چندگانه					۰
پیشنهاد ارزش	۲۲	۱۲	۱۰	۲۰	۶۴
کسب ارزش	۳۰	۸	۹	۹	۵۶
کشف ارزش	۳۳	۱۶	۷	۲۳	۷۹
خلق ارزش	۴۶	۱۰	۸	۲۰	۸۴
راهبردهای مقیاس‌پذیر					۰
اکوسیستم و شبکه‌سازی	۱۵	۳۰	۱۲	۱۵	۷۲
هم‌افزایی	۱۶	۳۲	۱۳	۱۴	۷۵
هم‌آفرینی	۲۲	۳۸	۱۴	۹	۸۳
هم‌تکاملی	۵	۳۲	۱۳	۱۱	۶۱
انحصار	۸	۱۲	۱۳	۱۳	۴۶
نوآوری					۰
نوآوری در بازار	۵۲	۱۷	۶	۵	۸۰
نوآوری در محصول	۸	۱۵	۱۱	۳۴	۶۸
نوآوری در فرایند	۲۳	۲۰	۱۵	۵۵	۱۱۳
نوآوری در ساختار	۱۳	۱۴	۱۴	۶۰	۱۰۱
نوآوری در منابع	۲۵	۲۰	۱۴	۲۴	۸۳
ظرفیت‌سازی					۰
سطح فردی	۲۳	۲۲	۵	۴	۵۴
سطح نهادی	۲۶	۴۰	۱۶	۵	۸۷
سطح محلی	۳۰	۲۳	۱۰	۸	۷۱
سطح منطقه‌ای	۲۳	۳۴	۳	۴	۶۴
سطح ملی	۱۹	۲۲	۱۲	۸	۶۱
SUM	۴۳۹	۴۱۷	۲۰۵	۳۴۱	۱۴۰۲

جدول ۵) میزان مشاهده پیامدها موثر بر مقوله محوری در مدل کارآفرینی سیاسی

پیامدها	SUM	کتاب	مصاحبه	رساله	مقاله
ارزش آفرینی	۰				
ثروت آفرینی و رقاء اقتصادی	۹۹	۴۵	۱۶	۲۳	۱۵
مشارکت در قرایندهای تصمیم گیری	۹۳	۲۵	۱۵	۳۱	۲۲
خودیاوری و اعتماد	۶۵	۱۶	۱۴	۱۹	۱۶
کسب اعتبار	۷۸	۲۱	۱۴	۳۰	۱۳
توسعه پذیری	۰				
ایجاد ارزش های نوظهور	۱۰۵	۳۶	۱۳	۱۸	۳۸
یاداری سیاسی و تحکیم حاکمیت	۹۶	۱۸	۱۰	۳۱	۳۷
یاداری اقتصادی و رقاء عمومی	۹۲	۲۳	۹	۱۸	۴۲
یاداری اجتماعی و قرهنگی	۹۰	۱۸	۱۲	۲۰	۴۰
یاداری زیست محیطی	۷۹	۱۴	۱۱	۳۰	۲۴
یاداری فناورانه	۶۱	۷	۹	۱۱	۳۴
SUM	۸۵۸	۲۲۳	۱۲۳	۲۳۱	۲۸۱



شکل ۲) مدل پارادایمی کارآفرینی سیاسی با رویکرد توسعه پایدار



شکل ۳) میزان و درصد فراوانی در بخش های مختلف مدل پارادایمی کارآفرینی سیاسی

۵- بحث

راستای اهداف توسعه پایدار را فراهم نمود.

پیشینه تحقیق، چند دسته از تحقیقات را برجسته کرد و نقش کارآفرینی سیاسی را در ساختار نهادی و اجتماعی نشان داد، اما خلاء موجود در این چارچوب را نیز نمایان ساخت. رویکرد انتقادی به ادبیات نشان داد که تحقیقات در حوزه کارآفرینی سیاسی در سطحی متوسط توسعه یافته است و پژوهش‌ها در این زمینه به دلیل کمبود مکانیسم‌های علی، فاقد قدرت توضیحی در سطح جامع هستند. کاربردهای متفاوت مفهوم کارآفرینی سیاسی در زمینه‌های مختلف، برجستگی توضیحی آن را از نظر تغییر و پویایی ساختاری نشان می‌دهد. با این حال، عوامل علی و زمینه‌ای که کارآفرینی سیاسی را تقویت می‌کنند یا موانع که محدودیت‌های عملیاتی را ایجاد می‌نماید، در تحقیقات گذشته غیرشفاف هستند.

مدل ما نشان داد که کنش کارآفرینانه و نوآوری در سیاست‌ها می‌تواند در یک چارچوب، مفهوم‌سازی و اجرا شود و کارآفرینی سیاسی و سیاستی به عنوان کسانی که سیاست‌های نوآورانه را ارائه می‌دهند و کسانی که این سیاست‌ها را اجرا می‌نمایند، دو روی یک سکه بوده و به عنوان کارآفرین سیاسی شناخته می‌شوند. محوریت کارآفرینی سیاسی بر پایه پیوندهای چندگانه بنا نهاده شده و با شرایط علی (عوامل تصمیم‌ساز، عوامل محیطی، فرصت‌های کارآفرینانه) ارتباط دارد. این مدل راهبردهایی را ارائه داد که کارآفرینان سیاسی با خلق ارزش‌های چندگانه، ایجاد نوآوری، ظرفیت‌سازی و راهبردهای مقیاس‌پذیر با در نظر گرفتن محدودیت‌ها و ریسک‌ها و با استفاده از زمینه‌های همچون هنجارهای نهادی، مساله محوری، مخاطب محوری، سرمایه‌های مولد، سازه‌های واکنشی، مشروعیت‌یابی بتوانند به اهداف و پیامدهای پایداری همچون ارزش‌آفرینی و توسعه‌پذیری دست یابند.

ارزش افزوده این پژوهش که اولین در نوع خود در ایران است، ارائه مفهومی نوآورانه از کارآفرینی سیاسی در یک بستر گسترده مانند مدل ارائه شده است، که نه تنها در چارچوب مسئله بیان شده در مقدمه نشان داده شد، بلکه فرصت لازم برای عملیاتی شدن ظرفیت‌های این نوع کارآفرینی با رویکرد مولد و در

۶- نتیجه‌گیری

این پژوهش بینش‌های جدیدی در مورد نقش کلیدی کارآفرینی سیاسی در دستیابی به اهداف توسعه پایدار ارائه داد. تنوع و تعدد تعاریف در این حوزه، مانعی در برابر شفاف‌سازی فرایندهای کارآفرینی سیاسی بود. این پژوهش با استفاده از یک مطالعه کیفی مبتنی بر داده‌های ترکیبی که در آن از روش داده‌بنیاد به منظور تحلیل داده‌ها استفاده شد، مدل جدیدی از کارآفرینی سیاسی و نقش کلیدی آنها در دستیابی به اهداف توسعه پایدار ارائه نمود.

تلاش برای درک تغییر و نوآوری در حوزه سیاست نشان داد که ماهیت کارآفرینی سیاسی دگرگون‌کننده، و شیوه اجرای آن در طول زمان متغیر بوده و تحت تاثیر محرک‌های درون‌زا و برون‌زا در سطوح خرد، میانی و کلان اجرایی می‌باشد. در دهه‌های اخیر شاهد گسترش چارچوب‌ها، نظریه‌ها و مطالعات در مورد استفاده از فرایند کارآفرینی سیاسی برای تحلیل تغییر و نوآوری در حوزه سیاست بوده‌ایم. بنابراین، اگر مدل کارآفرینی سیاسی ارائه شده را به عنوان یک ابزار تحلیلی برای درک پیچیدگی‌ها و نوآوری‌های این حوزه در نظر بگیریم، جای تعجب نیست که گفته شود ادبیات این حوزه فاقد چنین ابزار تحلیلی بود.

بر اساس یافته‌های تحقیق، کارآفرینی سیاسی با موفقیت یا شکست آن تعریف نمی‌شود و به طور کلی، انگیزه‌های پشت اقدامات کارآفرینان سیاسی مبهم باقی می‌ماند. تصور می‌شود که آنها بیشتر از دلالتان، فرصت‌طلب هستند، اما تحقیقات در مورد انگیزه‌های آنها همچنان محدود است. اهمیت تأثیر متقابل عوامل ترکیبی مانند فعال‌سازی منابع، الزامات، منافع پایدار، عوامل تعاملی، ارتباطات تعاملی، موانع درک شده، و پنجره‌های فرصت و ظهور یا نوع راهبردهای مورد استفاده کارآفرینان سیاسی در این مدل نشان داده شده است. این تأثیرات متقابل به وضوح دارای اهمیت هستند، چرا که طیف گسترده‌ای از رویکردها برای درک چنین تأثیرات متقابلی وجود دارد. به بیان ساده‌تر، مدل ارائه شده زمینه تحقیقاتی گسترده‌ای را ایجاد

و نسبت به فرصت‌ها هوشیار باشند: فرصت‌های ارائه شده توسط شرایط موجود، فرصت‌هایی برای ایجاد ساختارهای سازمانی جدید، فرصت‌های ناشی از تغییرات در محیط خارجی و آمادگی برای پیش‌بینی چنین تغییراتی. کارآفرینان سیاسی بر روی شناسایی مشکلات، توسعه راه‌حل‌ها و پیوند آنها در چارچوب این مدل اقدام نموده و حمایت سیاسی را به خود جلب می‌کنند و در نتیجه منابع را جذب می‌نمایند. با این حال، چنین فعالیت‌هایی به خودی خود برای توضیح موفقیت کافی نیستند. کارآفرینان سیاسی بالقوه‌ای که به دنبال دستیابی به تغییر سیاست هستند، باید با بازیگران و مؤسساتی با ایده‌ها و علایق متفاوت درگیر شوند تا از یک ایده خاص حمایت کنند و یا فرصت طلبانه منتظر فرا رسیدن زمان ایده خاص باشند. از طریق انطباق این مدل با رویکرد کینگدون^۱، می‌توان ادعا کرد که موفقیت به احتمال زیاد زمانی حاصل می‌شود که سه جریان مشکلات، سیاست‌ها و خط‌مشی‌ها در ابعاد عمودی و افقی بین و در درون سطوح محلی، منطقه‌ای، ملی و فراملی به هم متصل شوند تا پنجره فرصت ایجاد گردد [۲۷].

به طور کلی، این پژوهش سعی کرد با ارائه مدل نوآورانه در این حوزه در تکامل ادبیات کارآفرینی سیاسی مشارکت نماید. مفهوم کارآفرینی سیاسی از طریق این پژوهش، هم در توسعه عمق تحلیلی آن و هم در گسترش وسعت کاربرد آن و بررسی تنوع همزمان زمینه‌ها، راهبردها، موانع و پیامدها در ساختار مدل و همچنین در گشودن مسیرهای جدید تحقیقاتی با سایر رشته‌ها و محققان مرتبط در چارچوب ایجاد پیوندهای چندگانه پیشرفت کرده است. در این زمینه چالش‌های پیش رو قابل توجه است. ادبیات مربوط به کارآفرینی سیاسی محدود است و پژوهش‌های زیادی باید انجام شود تا اطمینان حاصل گردد که مدل ارائه شده کارآفرینی سیاسی می‌تواند بستری مناسب برای علاقه‌مندان به فعالیت در این حوزه فراهم نماید. واضح است که موضوع کارآفرینی سیاسی چشم‌انداز هیجان‌انگیزی برای محققان آینده به منظور درک تغییر و نوآوری در حوزه سیاست ایجاد می‌نماید. مدل ارائه شده به عنوان یک ابزار تحلیلی بستری را برای پژوهش‌های بیشتر بین رشته‌ای در این زمینه و توسعه این مفهوم فراهم می‌کند. از جمله بررسی دقیق‌تر

خواهد کرد تا شرایطی را که کارآفرینی سیاسی را تقویت می‌کند و همچنین عواملی را که ممکن است مانع یا واجد شرایط آن شوند، توسعه می‌دهد. همانطور که قبلاً گفته شد اکثریت قریب به اتفاق تحقیقاتی که صورت گرفته، یک ویژگی عمده در مورد کارآفرینان سیاسی را منعکس می‌کنند که در آن کارآفرینان سیاسی به عنوان غیر مولد یا مخرب فرض می‌شود. از این رو، هرگونه ملاحظاتی در مورد دستور کار تحقیقاتی آینده برای کارآفرینی سیاسی باید برجسته مولد بودن آن تمرکز کند.

مدل کارآفرینی سیاسی با دیدگاه مولد که در این پژوهش ارائه شده است، می‌تواند ظرفیت‌سازی ویژه‌ای را در این حوزه فراهم کند. سه نکته قابل تأمل در این زمینه وجود دارد. نخست، کارآفرینان سیاسی ممکن است لزوماً بخشی از یک رهبری سیاسی رسمی نباشند یا پستی رسمی در ساختار نهادی نداشته باشند و موقعیت‌های کارآفرینان می‌تواند متنوع باشد. در برخی موارد می‌تواند به عنوان رهبر سیاسی، بخشی از جامعه مدنی، یا ناشی از تخصص فردی یا گروه باشد. دوم اینکه کارآفرینان سیاسی در چارچوب مدل ارتباطی می‌توانند از طریق کانال‌های رسمی از بالا به پایین، یا گاهی بر اساس استراتژی‌های خاص از پایین به بالا تغییرات را اعمال نمایند. سوم، جنبه‌هایی که قبلاً در بخش اول این مقاله بحث شد، یعنی نقش‌های کارآفرینی سیاسی به عنوان دلال‌ها، میانجی‌ها و استراتژیست‌ها نیاز به توضیح بیشتری دارد. در حال حاضر، مفاهیم کارگزاران یا واسطه‌ها را می‌توان به عنوان جایگزینی برای کارآفرینان سیاسی در نظر گرفت. اما برای دیگران، مهارت‌های دلالتی و میانجیگری بخشی از مجموعه مهارت‌های موفق است که کارآفرینی مؤثر را مشروط می‌کند و می‌تواند به عنوان بخشی از جنبه‌های رهبری کارآفرینی گنجانده شود.

در مقام نتیجه‌گیری از مدل ارائه شده باید گفت که کارآفرینی سیاسی جنبه مهمی از تبیین تنوع در فرآیند سیاست‌گذاری است، زیرا مفهوم عاملیت در تئوری نهادی را که در آن بر تعادل و وابستگی مسیر تأکید شده است، مجدداً باز تعریف می‌کند. کارآفرینان سیاسی به طور انعکاسی و استراتژیک در ساختارهای حاکمیتی و غیرحاکمیتی که اقدامات آنها را چارچوب‌بندی می‌کنند، عمل می‌نمایند. آنها باید نوآوری داشته

^۱ Kingdon

- [5] Secchi, B. (2010). A new urban question. *A new urban question*, 8-18. <https://doi.org/10.3280/TR2010-053002>
- [6] Kraav, M., & Mets, T. (2019). **Ict infrastructure development as political entrepreneurship: The case of the Estonian education and research network (eenet)**. In *2019 17th International Conference on Emerging eLearning Technologies and Applications (ICETA)* (pp. 453-459). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICETA48886.2019.9040114>
- [7] Rozuli, A. I., & Rahmah, W. D. A. (2022). **Social-Political Entrepreneurship and Rural Institution Development Design**. In *Brawijaya International Conference on Economics, Business and Finance 2021 (BICEBF 2021)* (pp. 22-28). Atlantis Press.] <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220128.004>
- [8] Rahmani, S., Alizadeh Sani, M., Majidpour, M., & Valipour Khatir, M. (2020). **A look at Technological Catch-up Studies from the Perspective of Sustainability Transitions: A Meta-Synthesis Review**. *Journal of Science and Technology Policy*, 13(1), 73-90. {In Persian} <https://doi.org/10.22034/JSTP.2020.12.1.1137>
- [9] Fakhari, H. (2014). **Review of Knowledge-based Firms Definition Consistent with the Economic Conditions of Iran**. *Journal of Science and Technology Policy*, 7(4), 69-88. {In Persian}. <https://doi.org/20.1001.1.20080840.1393.7.4.6.0>
- [10] Vries, C. E. D., & Hobolt, S. (2020). *Political entrepreneurs: The rise of challenger parties in Europe*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctvt9k3d3>
- [11] Kaufmann, D., & Siegelbaum, P. (1997). **Privatization and Corruption in Transition Economies**. *Journal of International Affairs*, 50(2), 419-458. <https://doi.org/10.1080/17487870.2010.503099>
- [12] Marušiak, J. (2017). **Political entrepreneurs as a challenge for the party system in Slovakia**. *Politologický časopis-Czech Journal of Political Science*, 24(2), 179-200. <https://doi.org/10.5817/PC2017-2-179>
- [13] Anderson, S. E., DeLeo, R. A., & Taylor, K. (2020). **Policy entrepreneurs, legislators, and agenda setting information and influence**. *Policy Studies Journal*, 48(3), 587-611. <https://doi.org/10.1111/psj.12331>
- [14] Alwani (2016). **Political entrepreneur; a transformative actor in the field of politics**. *Public Policy*, 2(1), 81-91. [In Persian]
- [15] Lentsch, J., & Lentsch, J. (2019). *Introducing Political Entrepreneurship. Political Entrepreneurship: How to Build Successful Centrist*

جنبه‌های رهبری کارآفرینی سیاسی، تعامل بین کارآفرین سیاسی، تیم‌ها و شبکه‌ها، تحقیق در مورد درک تفاوت دلالتی، میانجیگری، و کارآفرینی با یکدیگر و سازگار و یا ناسازگاری آنها، تحقیق در زمینه کارآفرینان سیاسی، تجزیه و تحلیل سیاست خارجی، و روابط بین‌الملل، تحقیق در حوزه روانشناختی و تحلیل سیاست خارجی در چارچوب مدل کارآفرینی سیاسی و در نتیجه تحلیل نقش دولت ایران در چارچوب مدل ارائه شده به عنوان کارآفرین سیاسی در حوزه فراملی و منطقه‌ای.

علاوه بر این، یک نیاز همیشگی و دائمی به مدل کارآفرینی سیاسی وجود خواهد داشت تا کاربرد مفهومی خود را برای افراد داخل و خارج از حوزه علوم سیاسی نشان دهد. در فرایند این پژوهش با توجه به جدید و نوآور بودن آن به عنوان اولین تلاش تحقیقاتی در زمینه مدل‌سازی کارآفرینی سیاسی با رویکرد توسعه پایدار در ایران و جهان، محدودیت‌های مختلفی در حوزه‌های متعدد از جمله دسترسی به منابع، نمونه آماری مطلع وجود داشت. با این وجود، امید این است که این پژوهش به این روند در حال توسعه کمک کرده باشد.

تعارض منافع

نویسندگان تعهد می‌کنند که هیچ تعارض منافی در این مقاله وجود نداشته است.

References

- [1] Petridou, E., & Mintrom, M. (2021). **A research agenda for the study of policy entrepreneurs**. *Policy Studies Journal*, 49(4), 943-967. <https://doi.org/10.1111/psj.12405>
- [2] López, E. J., & Leighton, W. A. (2020). *Madmen, intellectuals, and academic scribblers: The economic engine of political change*. Stanford University Press.
- [3] De Vries, C. E., Hobolt, S. B., & Walter, S. (2021). **Politicizing international cooperation: The mass public, political entrepreneurs, and political opportunity structures**. *International Organization*, 75(2), 306-332. <https://doi.org/10.1017/s0020818320000491>
- [4] Trofimov, I., D. (2017). **Entrepreneurship and policy dynamics: a theoretical framework**. *Munich Personal RePEc Archive*, No. 79497, online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/79497/>

- [27] Kingdon, J. (1997). *Agendas, Alternatives, and Public Policies*, 2nd Ed. New York, NY: HarperCollins.
- [28] Hederer, C. (2010). Political entrepreneurship and institutional change: an evolutionary perspective. *International Journal of Public Policy*, 6(1-2), 87-103. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1127163>
- [29] Sheingate, A. D. (2003). Political entrepreneurship, institutional change, and American political development. *Studies in American political development*, 17(2), 185-203. <https://doi.org/10.1017/S0898588X03000129>
- [30] Goyal, N., Howlett, M., & Chindarkar, N. (2020). Who coupled which stream (s)? Policy entrepreneurship and innovation in the energy-water nexus in Gujarat, India. *Public Administration and Development*, 40(1), 49-64. <https://doi.org/10.1002/pad.1855>
- [31] Frisch Aviram, N., Cohen, N., & Beeri, I. (2020). Wind (ow) of change: A systematic review of policy entrepreneurship characteristics and strategies. *Policy Studies Journal*, 48(3), 612-644. <https://doi.org/10.1111/psj.12339>
- [32] Ugur, M., & Yankaya, D. (2008). Policy entrepreneurship, policy opportunism, and EU conditionality: The AKP and TÜSİAD experience in Turkey. *Governance*, 21(4), 581-601. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0491.2008.00414.x>
- [33] Christopoulos, D. C. (2006). Relational attributes of political entrepreneurs: a network perspective. *Journal of European Public Policy*, 13(5), 757-778. <https://doi.org/10.1080/13501760600808964>
- [34] Dechezleprêtre, A., & Sato, M. (2017). The impacts of environmental regulations on competitiveness. *Review of environmental economics and policy*. <https://doi.org/10.1093/reep/rex013>
- [35] Lediana, E., Perdana, T., Deliana, Y., & Sendjaja, T. P. (2023). Sustainable Entrepreneurial Intention of Youth for Agriculture Start-Up: An Integrated Model. *Sustainability*, 15(3), 2326. <https://doi.org/10.3390/su15032326>
- [36] Xie, G., Huang, L., Bin, H., Apostolidis, C., Jiang, Y., Li, G., & Cai, W. (2022). Sustainable entrepreneurship in rural E-commerce: identifying entrepreneurs in practitioners by using deep neural networks approach. *Frontiers in Environmental Science*, 10, 840479. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2022.840479>
- Political Start-ups*, Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-02861-9>
- [16] Bakir, C., & Jarvis, D. S. (2017). Contextualising the context in policy entrepreneurship and institutional change. *Policy and society*, 36(4), 465-478. <https://doi.org/10.1080/14494035.2017.1393589>
- [17] Frohlich, N., & Oppenheimer, J. A. (2015). *Political leadership and collective goods* (Vol. 1298). Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400872411>
- [18] François, A. (2003). The political entrepreneur and the coordination of the political process: A market process perspective of the political market. *The Review of Austrian Economics*, 16(2-3), 153-168. <https://doi.org/10.1023/A:1024588606724>
- [19] Schnellenbach, J. (2007). Public entrepreneurship and the economics of reform. *Journal of Institutional Economics*, 3(2), 183-202. <https://doi.org/10.1017/S1744137407000641>
- [20] Schneider, M., & Teske, P. (1992). Toward a theory of the political entrepreneur: Evidence from local government. *American Political Science Review*, 86(3), 737-747. <https://doi.org/10.2307/1964135>
- [21] Fligstein, N. (2001). Social skill and the theory of fields. *Sociological theory*, 19(2), 105-125. <https://doi.org/10.1111/0735-2751.00132>
- [22] Roberts, N. C., & King, P. J. (1991). Policy entrepreneurs: Their activity structure and function in the policy process. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 1(2), 147-175. <https://doi.org/10.1093/oxfordjournals.jpart.a037081>
- [23] Mintrom, M., & Thomas, M. (2018). Policy entrepreneurs and collaborative action: Pursuit of the sustainable development goals. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 10(2), 153-171. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2018.092710>
- [24] Hogan, J., & Feeney, S. (2012). Crisis and policy change: The role of the political entrepreneur. *Risk, Hazards & Crisis in Public Policy*, 3(2), 1-24. <https://doi.org/10.1515/1944-4079.1108>
- [25] Campbell, J. L. (2004). *Institutional change and globalization*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1093/ser/mwm001>
- [26] Barbeito Iglesias, R., & Iglesias Alonso, Á. (2021). Political emotions and digital political mobilization in the new populist parties: the cases of Podemos and Vox in Spain. *International Review of Sociology*, 31(2), 246-267. <https://doi.org/10.1080/03906701.2021.1947948>