

تأثیر توانمندی روان‌شناختی بر ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی در ایران و دانمارک

(شواهدی مبتنی بر نتایج داده‌های دیدبان جهانی ۲۰۱۱)

محمد رضا زالی^۱، سحر رجایی^{۲*}، محمد حسین معزالدین^۳، سپیده قطبی^۴

۱. استادیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

۲، ۳ و ۴. کارشناسان ارشد کارآفرینی، دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: ۹۲/۸/۱۹

تاریخ پذیرش: ۹۲/۱۲/۲۴

چکیده

هدف این پژوهش بررسی اثرگذاری توانمندی روان‌شناختی بر ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی است تا از این رهیافت جایگاه توانمندی روان‌شناختی در سازمان‌ها با هدف کارآفرینی سازمانی مشخص شود. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و روش گردآوری اطلاعات آن توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری (جمعیت بزرگسال ۱۸-۶۴ ساله) با توجه به استفاده از داده‌های ثانویه در این پژوهش، شرکت‌ها و یا سازمان‌های مشارکت‌کننده در کشور ایران و دانمارک در برنامه پژوهشی GEM سال ۲۰۱۱ هستند. در مجموع جامعه آماری این تحقیق ۵۳۶۰ نفر است و پس از فیلتر کردن داده‌ها، تعداد ۵۰۹ نفر از کارآفرینان سازمانی بررسی شد. روش گردآوری داده‌ها، مصاحبه ساختاریافته است. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش با استفاده از نرم‌افزار SPSS و LISREL انجام شده است. یافته‌های پژوهش بیانگر تأثیر مثبت توانمندی روان‌شناختی (شامل تأثیرگذاری، اهمیت کاری، استقلال کاری و شایستگی) بر ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی است. البته شایستگی کارآفرینانه تعدیل‌گر رابطه بین توانمندی روان‌شناختی و ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی است و متغیرهای فرهنگ، سن، جنسیت و تحصیلات به عنوان متغیرهای کنترلی در مدل به کار گرفته شده‌اند.

واژه‌های کلیدی: توانمندی روان‌شناختی، شایستگی کارآفرینانه، کارآفرینی سازمانی.

مقدمه

موج گسترده فعالیت‌های اقتصادی و فناورانه همراه با تغییر فراگیر روش‌ها و نگرش‌ها در دوره اخیر تمرکز بسیاری از دولت‌ها را به توسعه و تقویت کارآفرینی و همچنین توجه سازمان‌ها را به جذب و پرورش کارآفرینان سازمانی سوق داده است. از این رو امروزه اکثر سازمان، شرکت‌ها و مؤسسات در کشورهای توسعه‌یافته در حال تغییر از حالت بوروکراتیک به وضعیت کارآفرینانه هستند (Garavan & Cinneide, 1994). تأثیر فعالیت‌های کارآفرینی سازمانی در موفقیت و عملکرد سازمان‌ها موجب شده است که پژوهش‌های زیادی در مورد عوامل سازمانی مؤثر بر آن انجام شود (Zahra, 1991; Zahra & Covin, 1995). یافته‌های پژوهش‌ها نشان می‌دهد که عوامل سازمانی مانند منابع انسانی به طور خاص نقش مهمی در توسعه کارآفرینی سازمانی ایفا می‌کنند (Burgelman, 1983; Covin & Slevin, 1991). به گفته توماس و ولتهوس^۱ (۱۹۹۰) و اسپریتزر و گرتچن^۲ (۱۹۹۵) توانمندی روان‌شناختی کارکنان فرایند افزایش انگیزش درونی شغلی آن‌هاست و در چهار حوزه شناختی یعنی تأثیرگذاری^۳، شایستگی^۴، اهمیت کاری^۵ و استقلال کاری^۶ تحلیل و ارزیابی می‌شوند. در واقع، کارآفرینی (اعم از کارآفرینی مستقل و یا سازمانی) بدون منابع انسانی عملی و قابل تصور نیست؛ برای مثال کارآفرینان سازمانی به عنوان قهرمانان نوآور، پروژه‌های کارآفرینانه را در شرکت (که همراه با خطرپذیری هستند) اجرا می‌کنند. آن‌ها ممکن است علی‌رغم مخالفت مدیران زیادی، در صدد توسعه یا اجرای ایده‌های کارآفرینانه خویش در شرکت باشند. برای اینکه کارکنان کارآفرین دوست دارند در سازمان خویش اثرگذار باشند (Kuratko, Morris & Covin, 2011). در واقع، همان‌طور که مدیران در سازمان نقش‌های مدیریتی اجرا می‌کنند، کارآفرینان سازمانی نیز نقش‌های مشخصی را در کسب و کارهایشان ایفا می‌کنند. هدف از مشارکت کارکنان در ایفای نقش‌های کارآفرینانه سازمانی عبارتست از: ایجاد و یا اجرای ایده

-
1. Thomas & Velthouse
 2. Spreitzer & Gretchen
 3. Impact
 4. Competency
 5. Meaning
 6. Self-determination

کسب‌وکار جدید در کسب‌وکار موجود. در برنامه پژوهشی دیده‌بان جهانی کارآفرینی (۲۰۱۱)، فرایند کارآفرینی سازمانی به دو مرحله ایجاد و توسعه ایده فعالیت کسب‌وکار جدید^۱ و آماده‌سازی و اجرای فعالیت‌های جدید^۲ تقسیم‌بندی می‌شوند. کارآفرینان سازمانی در هریک از این مراحل دارای سه نقش رهبری، پشتیبانی و یا هر دو است (Bosma, Stam, & Wennekers, 2011).

رهبری، فرایند نفوذ است که به موجب آن یک فرد بر گروهی از افراد برای دستیابی به هدفی مشترک تأثیر می‌گذارد (Ricketts, 2009). به گفته ترنبری^۳ (۲۰۰۶) رهبر کارآفرین، نقش فعال یا تسهیل‌گری در فرایند کارآفرینی سازمانی ایفا می‌کند (زالی، ۱۳۹۰). البته نقش رهبری در کارآفرینی سازمانی علاوه بر مهارت‌ها و قابلیت‌های فردی، به نوع تعاملات بین سطوح مختلف مدیریت نیز وابسته است. هنگامی که کارکنان سازمان در تعامل با یکدیگر قرار می‌گیرند و تبادل اطلاعات می‌کنند، نقش‌ها و انتظاراتشان توسعه می‌یابد. این نقش‌های سازمانی کارکنان را برای مشارکت در بسیاری از فعالیت‌های کارآفرینی سازمانی توانمند می‌سازند (Dess et al., 2003). هدف اصلی این تحقیق تبیین تأثیر توانمندی روان‌شناختی بر ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی با استفاده از داده‌های GEM ۲۰۱۱ ایران و دانمارک است. نوآوری این پژوهش نقش تعدیل‌گری شایستگی کارآفرینانه در رابطه بین توانمندسازی روان‌شناختی و ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی است. در ادامه، پس از مرور کلی بر پیشینه پژوهش، روش‌شناسی تحقیق و یافته‌های پژوهش ارائه خواهد شد.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

در اینجا، با یک نگاه کلی کارآفرینی سازمانی و ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی مطرح شده؛ سپس رویکردهای توانمندی، ابعاد توانمندی روان‌شناختی و شایستگی‌های کارآفرینانه تشریح شده است.

1. Idea Development for new business activities
2. Preparation and (emerging)Exploitation of new business activities
3. Turnberry

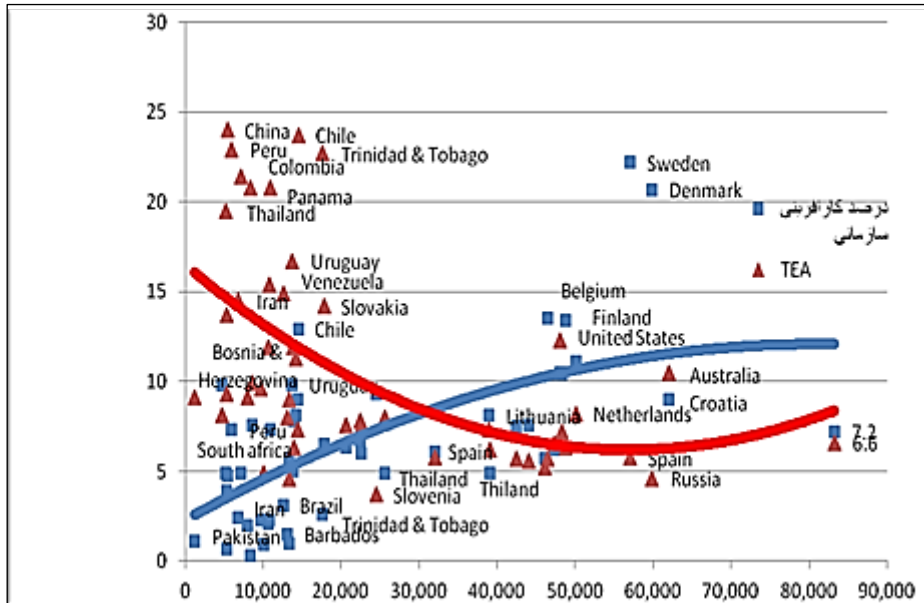
دو رویکرد کارآفرینی

در یکی از مهم‌ترین تقسیم‌بندی‌ها، کارآفرینی را دو نوع دانسته‌اند: کارآفرینی مستقل و کارآفرینی سازمانی. کارآفرین در کارآفرینی مستقل، شرکت (کسب و کار) جدیدی تأسیس می‌کند تا کالا و خدمت جدیدی به جامعه عرضه شود. در کارآفرینی سازمانی، شرایط مدیریتی داخل سازمان‌ها بررسی و آسیب‌شناختی مدیریتی می‌شود تا بستر و شرایط لازم برای نوآوری و بالندگی سازمانی فراهم شود (Cornwall & Perlman, 1990).

در کارآفرینی مستقل، مسئولیت ریسک به عهده کارآفرین است در حالی که در کارآفرینی سازمانی شرکت ریسک را می‌پذیرد. کارآفرینی مستقل مالک بیشتر کسب و کار است در صورتی که می‌تواند در کارآفرینی سازمانی بدون سرمایه یا مالک درصد کمی از سهام شرکت باشد. سرعت تصمیم‌گیری در کارآفرینی مستقل بالاست؛ اما در کارآفرینی سازمانی چرخه‌های طولانی برای تصمیم‌گیری وجود دارد. در کارآفرینی مستقل، امنیت شغلی اندک است در حالی که در کارآفرینی سازمانی امنیت شغلی بالاست. انعطاف‌پذیری در کارآفرینی مستقل بالاست؛ اما در کارآفرینی سازمانی قوانین و رویه‌ها و بوروکراسی مانع تغییر می‌شوند (Kuratko, Morris & Jeffrey, 2011). شکل زیر تفاوت دو رویکرد کارآفرینی مستقل و کارآفرینی سازمانی را در حوزه کارآفرینی نشان می‌دهد.



شکل ۱. رویکرد کارآفرینی مستقل در برابر رویکرد کارآفرینی سازمانی



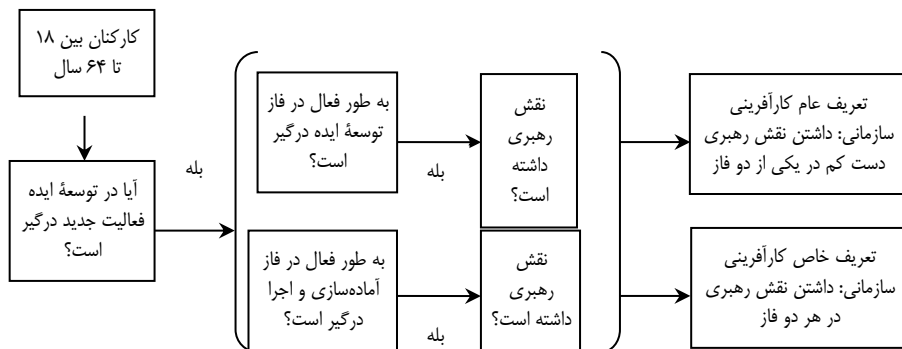
تولید ناخالص داخلی

نمودار ۱. رویکرد کارآفرینی مستقل در برابر رویکرد کارآفرینی سازمانی کشورهای منتخب

نمودار شماره ۱ بیانگر تفاوت میزان کارآفرینی سازمانی و مستقل در ۵۰ کشور، بر اساس پژوهش ۲۰۱۱ دیده‌بان جهانی کارآفرینی است که طبق شاخص تولید ناخالص داخلی محاسبه شده از سوی بانک جهانی در همان سال مقایسه شده است. همان‌طور که در نمودار مشاهده می‌شود؛ با افزایش تولید ناخالص داخلی کشورها، میزان کارآفرینی سازمانی دارای روند صعودی و میزان کارآفرینی مستقل دارای روند نزولی هستند. بنابراین، کارآفرینی سازمانی و مستقل خاستگاه مشترکی دارند؛ اما دارای دو رویکرد متفاوت در سطح داخلی کشورها هستند.

کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی به عنوان سیستمی از نقش‌ها و تغییرات اجتماعی، پایه‌های نظری را برای ارتباط فعالیت‌های کارآفرینانه و آیتم‌های پیشرفت سازمان فراهم می‌کند (Dess et al., 2003).



نمودار ۲. تعریف خاص و عام کارآفرینی سازمانی (Bosma, Stam & Wennekers, 2011)

کارآفرینان و به‌ویژه رهبران کارآفرین سازمانی در فرایند تشخیص، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه، نیازمند تعامل با کارکنان، همکاران و مدیران مافوق و محیط سازمان خود هستند. در مطالعه‌ای، پیرس و همکاران (۱۹۹۷) رفتارها و شایستگی‌های رهبران کارآفرین را شناسایی و تحلیل کرده‌اند. نتایج پژوهش آن‌ها تعداد یازده رفتار مدیریتی کارآفرینانه را به شرح زیر نشان داده است (Pearce, Kramer & Robbins, 1997).

رهبران کارآفرین اقدامات خود را از طریق حذف تشریفات زائد اداری و به طور کارآمد انجام می‌دهند. آن‌ها در کسب مهارت اشتیاق شدیدی دارند. هنگامی که نتایج مورد نظر به دست نمی‌آید، مسیر اقدامات را به سرعت تغییر می‌دهند. رهبران کارآفرین زمانی را برای کمک به دیگران برای یافتن راهکارهای بهبود و توسعه محصولات یا خدمات اختصاص می‌دهند. آن‌ها ایده‌های خوب دیگران را رصد می‌کنند. دیگران را به بهره‌برداری خلاق از ایده‌هایشان تشویق می‌کنند. شجاعانه با ارائه رویکرد نوین و امیدبخش پیش می‌روند، در حالی که دیگران شاید بیشتر احتیاط کنند. آن‌ها به روشنی تشریح می‌کنند که آینده چگونه می‌تواند باشد و چه چیزهای برای دستیابی به آن نیاز است. افراد را برای مواجهه با یک چالش گرد هم می‌آورند. به دیگران برای اندیشیدن در خصوص کارشان به شیوه‌های جالب و جدید روحیه می‌دهند. محیطی ایجاد می‌کنند که در آن افراد برای ایجاد بهبود شرایط برانگیخته می‌شوند.

این رفتارها به مقوله رهبری کارآفرینانه بسیار نزدیک‌ترند. رهبری فرایندی است که به موجب

آن یک فرد بر گروهی از افراد به منظور دستیابی به هدفی مشترک تأثیر می‌گذارد (Ricketts, 2009). گوپتا^۱ و مک‌میلان^۲ در سال ۲۰۰۲ رهبری کارآفرینانه را به عنوان نوعی از رهبری تعریف کرده‌اند که چشم‌اندازهایی را ایجاد کرده و انگیزش افراد را برای کشف و توسعه ارزش‌آفرینی در ساختار سازمان بالا می‌برد. همچنین رهبران کارآفرین می‌توانند فرایند تبدیل سازمان به یک سازمان پیشگام را تسهیل کنند (Venkataraman & Van de Ven, 1998).

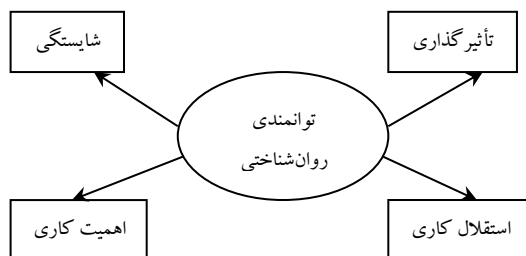
رهبری کارآفرینانه، تحولی متهورانه در بازاری پویاست که فرصت‌هایی سودمند را به دست می‌آورد. رهبران کارآفرین ارتباطات، هماهنگی، اعتماد به نفس و چشم‌انداز کاری دارند. آن‌ها منظم، خالق فرصت‌های مختلف هستند و نیاز به قدرت دارند (Solomon, 2002). هنگامی که فعالیت جدیدی در سازمان ایجاد می‌شود، کارآفرینان سازمانی به طور فعال در مرحله کشف فرصت شرکت می‌کنند و نقش پشتیبانی را نظیر تأمین مالی، نیازسنجی بازار و ایجاد شبکه ارتباطی در توسعه فعالیت جدید ایفا می‌کنند (Iacobucci & Rosa, 2010).

توانمندی روان‌شناختی کارکنان

انگیزش درونی به معنی آزاد کردن نیروها و قدرت درونی افراد و همچنین فراهم کردن زمینه‌ها و ایجاد فرصت‌ها برای شکوفایی استعدادها، توانایی‌ها و شایستگی‌های کارکنان است که شامل ادراکات فرد نسبت به نقش خویش در شغل و سازمان می‌شود و در چهار حوزه شناختی یعنی احساس تأثیرگذاری، شایستگی، اهمیت کاری و استقلال کاری تحلیل و ارزیابی می‌شوند (Spreitzer & Gretchen, 1995).

تأثیرگذاری به معنای تأثیر فرد بر نتایج راهبردی، اداری و عملیاتی شغلی است (Spreitzer & Gretchen, 1995). این بعد به درجه‌ای اشاره دارد که رفتار فرد در اجرای اهداف شغلی متفاوت دیده شود؛ به این معنی که نتایج مورد انتظار در محیط شغلی به دست آمده باشد (Thomas & Velthouse, 1990). شایستگی یک باور شخصی است که فرد احساس می‌کند می‌تواند وظایف محول‌شده را به طور موفقیت‌آمیز انجام دهد (Bandura, 1997). شایستگی

به درجه‌ای اشاره دارد که یک فرد می‌تواند وظایف شغلی خود را با مهارت و به صورت موفقیت‌آمیز انجام دهد (Thomas & Velthouse, 1990). اهمیت کاری فرصتی است که افراد احساس می‌کنند اهداف شغلی مهم و باارزشی را دنبال می‌کنند (Appelbaum & Hongger, 1998) و به عبارتی تناسب بین الزامات کاری و باورها، ارزش‌ها و رفتارهاست (Spreitzer & Gretchen, 1995). معنی دار بودن، باارزش بودن اهداف شغلی و علاقه درونی شخص به شغل است (Thomas & Velthouse, 1990). استقلال کاری به آزادی عمل و استقلال فرد به تعیین فعالیت‌های لازم برای انجام دادن وظایف شغلی اشاره دارد (Thomas & Velthouse, 1990). استقلال کاری به معنی تجربه احساس انتخاب در آغاز فعالیت‌ها و نظام‌بخشیدن به فعالیت‌های شخصی است (Whetten & Cameron, 1998). استقلال کاری فعالیتی را شامل می‌شود که با احساس آزادی عمل و تجربه حق انتخاب همراه است (Gagne & Deci, 2005). استقلال کاری یک نوع احساس نیاز روانی است (Ryan & Deci, 2000).



نمودار ۳. توانمندی روان‌شناختی کارکنان (Spreitzer, 1995)

البته بررسی‌ها نشان می‌دهد که عواملی چون اعتماد به نفس و دسترسی به اطلاعات و سیستم پاداش‌دهی و سیستم کنترل منابع بر توانمندی روان‌شناختی مؤثر است. در واقع، دو نتیجه توانمندی روان‌شناختی کارکنان عبارتست از: اثربخشی مدیریتی (که تأکید بیشتر بر درآمد است) و کارآفرینی سازمانی. همچنین به تأثیر مطلوبیت اجتماعی و ثبات عوامل محیطی در زمان به عنوان دو متغیر تعدیل‌گر اشاره دارد. در صورت توجه مدیران و رهبران سازمان به ابعاد توانمندی کارکنان، نتایجی چون نوآوری، رشد کسب‌وکار، نظارت بهتر مدیر بر سازمان و ایده‌پردازی خلاقانه در امور سازمانی صورت می‌گیرد (Spreitzer et al., 1999).

از زمانی که تمرکز از ویژگی‌های کارآفرین به رفتار کارآفرین تغییر جهت داد، محققان پیشرفت بزرگی در تشخیص عوامل و رفتارهایی کردند که بیشتر به کارآفرینی وابسته است (Corbett, 2007).

نوروزی (۱۳۸۴) با بررسی رابطه میان عوامل توانمندسازی روان‌شناختی و کارآفرینی سازمانی کارشناسان حوزه ستادی سازمان تربیت‌بدنی به این نتیجه رسید که بین عوامل روان‌شناختی توانمندی و کارآفرینی سازمان ارتباط معنی‌داری وجود دارد. این تحقیق، نشان می‌دهد که بالاترین رتبه مربوط به شایستگی است؛ یعنی از بین مؤلفه‌های توانمندسازی روان‌شناختی، شایستگی بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی سازمانی کارشناسان این سازمان دارد. همچنین فلاحتی (۱۳۸۵) در مقاله‌ای به بررسی ارتباط بین عوامل روان‌شناختی توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی کارشناسان اداره‌های تربیت‌بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران می‌پردازد. نتایج پژوهش نشان داد که بین عوامل کلیدی توانمندسازی روان‌شناختی با کارآفرینی سازمانی همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود دارد؛ به این معنی که هرچه کارشناسان از نظر عوامل توانمندسازی روان‌شناختی از نمرات بالاتری برخوردار باشند، در زمینه کارآفرینی سازمانی نیز موفق‌تر عمل می‌کنند.

بنابراین، اولین فرضیه این‌گونه مطرح می‌شود: «توانمندی روان‌شناختی بر ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی در کسب و کارهای کوچک و متوسط تأثیر دارد.»
اجرای اثربخش فرایند کارآفرینی سازمانی نیازمند شایستگی کارآفرینانه است که در ادامه تشریح می‌شود.

شایستگی‌های کارآفرینانه

بهبود قابلیت‌ها و توانمندی‌های فردی، میزان تلاش فرد را افزایش می‌دهد و به سمت نتایج بهینه هدایت می‌کند. درک قابلیت کارآفرینانه نقش مهمی در روابط بین توانایی‌های واقعی و اجرای وظایف در سازمان و ایجاد جسارت هنگام حرکت از اهداف به سوی عملکرد واقعی ایفا می‌کند (Aldrich & Martinez, 2002).

نیروی انسانی، مهم‌ترین سرمایه هر نوع سازمان است. منابع انسانی با برخورداری از

شایستگی‌های فردی و تخصصی، از مهم‌ترین مزیت‌های رقابتی شرکت‌ها و حتی کشورها تلقی می‌شوند. کارکنان شرکت‌ها که به دنبال افزایش کارآفرینی سازمانی هستند، به شایستگی‌های فردی خاصی برای یکپارچه‌سازی دانش موجود، دانش جدید و همچنین شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه ارزشمند نیاز دارند (Hayton & Kelley, 2006).

شایستگی‌های کارآفرینانه به معنی ویژگی‌ها و توانایی‌هایی است که مرتبط با ایجاد کسب و کار جدید با دوام و قابلیت رشد بالاست؛ یعنی در واقع شایستگی‌های کارآفرینانه شامل دانش، مهارت و رفتارهایی است که منجر به کارآفرینی خواهد شد (Bird, 1995).
در این تحقیق، شایستگی‌های کارآفرینانه دارای دو بعد است: ۱. مهارت کارآفرینانه، ۲. ویژگی‌های شخصیتی (Zali et al., 2013).

ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان که سبب تمایز آن‌ها از دیگران می‌شوند، بسیار متعددند (کردناویج و همکاران، ۱۳۸۶)؛ برای مثال خوش‌بینی کارآفرینان با خودکارآمدی آن‌ها ارتباط دارد (Kruger & Brazel, 1994). خلاقیت نیز ویژگی متمایز آن‌هاست. شومپتر اولین محقق بود که دریافت کارآفرینان موفق فرصت‌هایی را با خلاقیتشان کشف می‌کنند که دیگران به آن‌ها توجهی ندارند.

در اینجا، فرضیه دوم مطرح می‌شود: «شایستگی کارآفرینانه، تأثیر توانمندی روان‌شناختی را بر ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی در کسب و کارهای کوچک و متوسط تعدیل می‌کند».

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و در روش گردآوری اطلاعات توصیفی و از نوع همبستگی است. در این تحقیق، داده‌ها به صورت ماتریس‌های کوواریانس یا همبستگی درآمده‌اند و یک مجموعه معادلات رگرسیون بین متغیرها تدوین می‌شود. در این پژوهش، از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری به روش لیزرل استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش افراد بزرگسال بین ۱۸ تا ۶۴ سال در کشورهای ایران (۳۳۶۰ نفر) و دانمارک (۲۰۰۰ نفر) هستند. مطابق داده‌های ۲۰۱۱ دیدبان جهانی کارآفرینی، کارکنان تمام‌وقت شاغل در

کسب‌وکار دیگران که در سه سال گذشته در ایجاد و توسعه فعالیت‌های جدید برای کارفرمای خود درگیر بوده‌اند (یعنی به پرسش در حال حاضر به طور تمام‌وقت در استخدام کسب‌وکار دیگران هستم، پاسخ بلی داده‌اند و به پرسش آیا در سه سال گذشته در توسعه فعالیت‌های جدید برای کارفرمای اصلی‌تان مانند توسعه یا راه‌اندازی محصولات یا خدمات جدید مشارکت داشته‌اید؟ پاسخ بلی داده‌اند)، بررسی شده‌اند. به این منظور از داده‌های ثانویه یعنی داده‌های جمع‌آوری شده از سوی دیدبان جهانی کارآفرینی^۱ در سال ۲۰۱۱ استفاده شده است. شایان ذکر است روش گردآوری داده‌ها از سوی GEM با روش مصاحبه‌های ساختاریافته (پرسشنامه مبتنی بر مصاحبه)^۲ انجام می‌شود که کارمندان مؤسسه GEM در کشورهای ایران و دانمارک آن را تکمیل کرده‌اند. پس از فیلتر کردن داده‌ها بر اساس معیارهای ذکر شده، نمونه مورد بررسی ۵۰۹ نفر از کارآفرینان سازمانی را شامل شده است.

در این پژوهش برای توانمندی روان‌شناختی از شاخص‌های تأثیرگذاری، اهمیت کاری، استقلال کاری و شایستگی استفاده می‌شود. ایفای نقش‌های کارآفرینانه نیز در دو مرحله ایجاد و اجرای ایده بررسی شده است و شایستگی کارآفرینانه دارای دو بعد مهارت فردی کارآفرینانه و ویژگی شخصیتی کارآفرینانه است. تمامی سازه‌ها، شاخص‌ها، پرسش‌ها و مقیاس اندازه‌گیری در جدول زیر بیان شده‌اند.

جدول ۱. سازه، شاخص، مقیاس اندازه‌گیری و پرسش‌ها

ردیف	شاخص	پرسش‌ها	مقیاس اندازه‌گیری	ضریب آلفای کرونباخ در صورت حذف آтім	ضریب پایایی مرکب ^۳ (CR)
۱	تأثیرگذاری شایستگی	اثرگذاری من در محیط کاری‌ام زیاد است. من در مورد توانایی‌هایم برای انجام فعالیت‌های کاری‌ام اطمینان دارم.	برای هر ۴ شاخص مقیاس رتبه‌ای (کاملاً موافقم = ۵ تا اندازه‌ای موافقم = ۴، نه	۰/۷۴	۰/۷۱

1. GEM
2. APS
3. Composite Reliability

ادامه جدول ۱. سازه، شاخص، مقیاس اندازه گیری و پرسش‌ها

ردیف	شاخص	پرسش‌ها	مقیاس اندازه گیری	ضریب آلفای کرونباخ در صورت حذف آیم	ضریب پایایی مرکب ^۳ (CR)
	اهمیت کاری استقلال کاری	کاری که در شرکت (یا مؤسسه) انجام می‌دهم برای من بامعنی و مهم است. می‌توانم خودم تصمیم بگیرم که وظایف کاری‌ام را چگونه انجام دهم.	مخالفم نه موافقم=۳، مخالفم=۲ و کاملاً مخالفم= (۱)		
انفای نقش‌های کارآفرینانه	مرحله توسعه ایده مرحله اجرای ایده	شما در مرحله توسعه ایده در ۳ سال گذشته نقش رهبری یا پشتیبانی داشتید؟ شما در مرحله آماده‌سازی و اجرا در ۳ سال گذشته نقش رهبری یا پشتیبانی داشتید؟	برای هر دو مرحله مقیاس اسمی (نقش رهبری=۳، نقش رهبری-پشتیبانی=۲ و نقش پشتیبانی=۱) که به مقیاس عددی تبدیل شده‌است.	۰/۸۷	۰/۸۳
پیشگامی کارآفرینانه	مهارت فردی کارآفرینانه ویژگی شخصی کارآفرینانه	آیا در شش ماه بعدی، فرصت‌های خوبی برای راه‌اندازی کسب‌وکار در محل زندگی‌تان وجود خواهد داشت؟ آیا دانش، مهارت و تجربه لازم برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید را دارید؟ آیا افرادی را می‌شناسید که در دو سال گذشته کسب‌وکاری را راه‌اندازی کرده‌اند؟ آیا ترس از شکست خوردن، مانع شما برای راه‌اندازی کسب‌وکار است؟	مجموع قابلیت درک‌شده و فرصت درک‌شده در مقیاس اسمی (بله=۱ و خیر=۰) که به مقیاس عددی در دامنه ۰ تا ۲ تبدیل شده است. مجموع نترسیدن از شکست و الگوی نقش در مقیاس اسمی (بله=۱ و خیر=۰) که به مقیاس عددی در دامنه ۰ تا ۲ تبدیل شده است.	۰/۷۵	۰/۷۹

در این پژوهش، با توجه به استفاده از پرسشنامه استاندارد GEM، روایی محتوایی این پرسشنامه از سوی خبرگان کارآفرینی تأیید شده است و آلفای کرونباخ برای ارزیابی پایایی پرسش‌ها به کار گرفته شده است. نتایج مربوط به ضریب آلفای کرونباخ برابر ۰/۷۷ است که با نرم‌افزار SPSS 16 محاسبه شده است. همان‌طور که در جدول ۱ می‌بینیم، ضریب پایایی محاسبه شده برای هر کدام از

شاخص‌ها بیش از ۰/۶ است و با توجه به اینکه حداقل ضریب پایایی لازم ۰/۶ توصیه شده است؛ می‌توان نتیجه گرفت که پرسش‌های مربوطه پایایی مناسبی دارد.

پایایی: با توجه به جدول فوق، گزینه‌ای وجود ندارد که با حذف آن اعتبار (پایایی) این بخش از پرسشنامه به میزان قابل توجهی افزایش یابد؛ بنابراین مقیاس توانمندی روان‌شناختی، ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی و شایستگی‌های کارآفرینانه معتبر هستند.

روایی: روایی سازه‌های مدل پژوهش حاضر از جنبهٔ روایی همگرا سنجیده شده است. به منظور تعیین روایی همگرای سازه‌های تحقیق، شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) به کار گرفته شده است (Chin, 1998). همان‌طور که جدول ۳ نشان می‌دهد، شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) برای تمامی سازه‌ها، بالاتر از ۰/۵ است که نشان‌دهندهٔ روایی همگرای قابل قبولی است. همچنین برای سنجش روایی واگرا^۱ از روایی تشخیصی^۲ استفاده می‌شود. جذر AVE باید از قدر مطلق همبستگی بین آن متغیر مکنون و سایر متغیرهای مکنون آن مدل بزرگ‌تر باشد. در جدول زیر، اعداد روی قطر اصلی جذر AVE یا میانگین واریانس استخراج‌شده است و سایر اعداد قدر مطلق ضرایب همبستگی هستند.

جدول ۲. روایی واگرای سازه‌های پژوهش

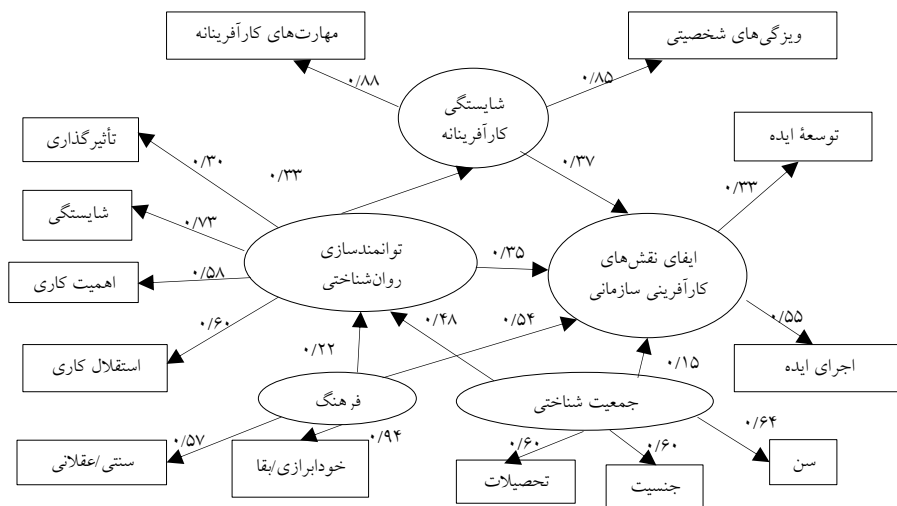
ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی	شایستگی کارآفرینانه	توانمندی - روان‌شناختی	میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) ^۳	توانمندی روان‌شناختی
	۰/۸۴	۰/۱۰	۰/۵۷	۰/۷۲
۰/۷۶	۰/۱۷	۰/۱۳	۰/۵۹	مشارکت در ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی

چنانکه در جدول ۲ مشاهده می‌شود، جذر AVE برای تمامی سازه‌ها بالاتر از همبستگی بین سازهٔ مربوطه با سایر سازه‌های تحقیق است؛ بنابراین می‌توان بیان کرد که تمامی سازه‌های تحقیق از این نظر (روایی واگرا) دارای اعتبار است.

1. Convergent validity
2. Discriminate Validity
3. Average Variance Extracted

یافته‌ها

توزیع جنسیت کارآفرینان سازمانی تمام‌وقت در ایران و دانمارک به سمت مردان (۵۲/۲ درصد) کشیدگی دارد. بیشترین درصد کارآفرینان سازمانی تمام‌وقت در ایران و دانمارک (۸۲/۱۱ درصد) دارای تحصیلات لیسانس تا فوق‌لیسانس هستند. در تحقیق حاضر نیز این موضوع نمایان است، به طوری که رده سنی مدیران اغلب (۲۶/۹ درصد) بین ۳۵-۴۵ است. با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری به روش لیزرل به تحلیل مدل مفهومی تحقیق و آزمون فرضیات برای دو کشور ایران و دانمارک پرداخته می‌شود. معیار بار عاملی نشان دهنده همبستگی سنجها در سازه مربوطه هستند. بنابر نظر هالند حداقل میزان قابل قبول برای بار عاملی هریک از سنجها برابر ۰/۳ است و سنجهایی که بار عاملی آنها کمتر از این میزان باشد باید از فرایند آزمون کنار گذاشته شوند (Hulland, 1999).



نمودار ۴. مدل پژوهش در حالت استاندارد

Chi-Square=325.28, df=58, P-value=0.00000, RMSEA=0.069

همان‌طور که در شکل مشخص است، بار عاملی تمامی شاخص‌ها و سازه‌های پژوهش بیش از ۰/۳ هستند که بیانگر درستی مدل است.

توانمندی روان‌شناختی که از چهار متغیر تأثیرگذاری، استقلال کاری، اهمیت کاری و

شایستگی تشکیل شده‌است، به میزان ۳۵ درصد بر مشارکت در ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی تأثیر مستقیم دارد. رابطه بین توانمندی روان‌شناختی و مشارکت در ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی، به میزان ۱۲ درصد از سوی شایستگی کارآفرینانه تعدیل می‌شود. مثبت بودن این ضریب نشان می‌دهد که شایستگی کارآفرینانه در ایران و دانمارک شدت رابطه بین توانمندی روان‌شناختی و ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی را نیز افزایش می‌دهد.

بحث و نتیجه‌گیری

در این تحقیق، دریافتیم که توانمندی روان‌شناختی بر ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی در هر دو کشور ایران و دانمارک تأثیر مثبت دارد؛ به‌علاوه هریک از مؤلفه‌های اهمیت کاری، استقلال کاری، شایستگی و تأثیرگذاری بر ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی در ایران و دانمارک به طور جداگانه تأثیر مثبت دارد. این یافته با نتایج تحقیقات نوروزی (۱۳۸۴)، فلاحتی (۱۳۸۵)، اسپریتزر و همکاران (۱۹۹۷)، میسرا و اسپریتزر (۱۹۹۸) همخوانی دارد. توجه به این ابعاد و در نظر گرفتن استانداردهای ذهنی کارکنان برای ارتقای ایفای نقش در کارآفرینی سازمانی، استفاده از نیروی خلاقیت کارکنان ضروری است. از آنجا که حیطة کاری کارکنان بسیار گسترده است، آن‌ها می‌توانند با استفاده از خلاقیت فردی‌شان راهکارهای زیادی را در راستای رشد سازمان ارائه کنند.

نوآوری و وجه تمایز تحقیق پیش رو این است که اگرچه توانمندی روان‌شناختی در دو کشور ایران و دانمارک بر ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی به طور مستقیم تأثیر مثبتی دارد، در این پژوهش شایستگی کارآفرینانه تأثیر دو متغیر را بر یکدیگر تعدیل می‌کند؛ به بیان دیگر توانمندی کارکنانی که دارای شایستگی کارآفرینانه هستند باعث ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی مضاعف و بیشتری در آن‌ها می‌شود.

میانگین توانمندسازی روان‌شناختی در دانمارک بیشتر از ایران است؛ اما شایستگی کارآفرینانه در ایران از دانمارک بیشتر است. در نهایت ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی با توجه به تمام تفاوت‌های فرهنگی (ایران با ارزش‌های سنتی و دانمارک با ارزش‌های رشد) و اقتصادی (ایران با اقتصاد مبتنی بر عوامل سنتی تولید و دانمارک با اقتصاد مبتنی بر نوآوری)

این دو کشور با هم برابر شده است. شاید بتوان بیان کرد نقش تعدیل گر شایستگی کارآفرینانه باعث می شود میانگین ایفای نقش های کارآفرینی سازمانی در ایران و دانمارک تفاوت چندانی نکند.

پیشنهادات

از آنجا که اکثریت نمونه آماری میانسال است و ۹۳ درصد آن ها تحصیلات دانشگاهی دارند، مدیران سازمان ها باید به این افراد- که دارای پتانسیل بیشتری برای کارآفرینی سازمانی هستند- توجه کند و حمایت بیشتری از آن ها داشته باشد. آن ها می توانند با توانمندسازی روان شناختی کارکنان به عنوان یک رویکرد نوین انگیزش درونی شغلی به معنی آزاد کردن نیروهای درونی کارکنان و همچنین فراهم کردن بسترها و به وجود آوردن فرصت هایی برای شکوفایی استعدادها، توانایی ها و شایستگی های افراد باعث ایجاد نگرشی مثبت در کارکنان و در نهایت ایفای نقش های کارآفرینی سازمانی شوند. مدیران سازمان ها باید بر توانمندسازی روان شناختی کارکنانی که دارای مهارت ها و شخصیت کارآفرینانه (شایستگی های کارآفرینانه) هستند بیشتر تمرکز کنند تا به طور کارتر بر ایفای نقش های کارآفرینی سازمانی تأثیر بگذارند. با توجه به نتایج معادلات ساختاری، مهارت های کارآفرینانه از ارزش بالاتری نسبت به شخصیت کارآفرینانه برخوردار است. همچنین ادبیات تحقیق نیز اهمیت درک قابلیت و درک فرصت را نشان داده است. اهمیت آموزش این دو نوع از شایستگی در دوره های آموزشی سازمان ها لازم به نظر می رسد.

موارد زیر به عنوان پیشنهاد برای پژوهش های آتی ارائه می شوند:

پژوهشگران می توانند به بررسی رابطه توانمندسازی روان شناختی با کارآفرینی (فردی)، پیشرفت مسیر حرفه ای، نوآوری، رضایت شغلی و استرس های شغلی کارکنان بپردازند. این پژوهش اولین پژوهش در رابطه با تأثیر توانمندسازی روان شناختی GEM بر ایفای نقش های کارآفرینی سازمانی است؛ بنابراین باید در پژوهش های بعدی تأثیر دیگر متغیرها از جمله گرایش به نوآوری، هنجارها، شبکه اجتماعی و حمایت خانواده به عنوان متغیر تعدیل گر بررسی شود. همچنین باید تحلیلی اکتشافی در رابطه با دیگر عوامل تأثیرگذار بر ایفای نقش های کارآفرینی سازمانی صورت گیرد.

منابع

- کردنائیچ، اسدا...، زالی، محمدرضا، هومن، حیدرعلی، شمس، شهاب‌الدین. (۱۳۸۶)، *انبار سنجش ویژگی‌های شخصی کارآفرینان ایرانی*، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- زالی، محمدرضا (۱۳۹۰)، "به سوی نظریه رهبری وضعی کارآفرینانه"، *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، دوره ۹، شماره دوازدهم، ۴۵-۶۴.
- فلاحی، مهدی (۱۳۸۵)، "بررسی رابطه بین عوامل روانشناختی توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی کارشناسان ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های تهران"، *مجله پژوهش در علوم ورزشی*، دوره ۴، شماره شصت و هفتم، ۷۹-۶۷.
- نوروزی، مجتبی (۱۳۸۴)، *بررسی ارتباط میان عوامل روانشناختی توانمندسازی کارکنان با عملکرد سازمانی در شعب بانک ملت شهر تهران*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- Antoncic, B., & Hisrich, R.D. (2004). "Corporate entrepreneurship contingencies and organizational wealth creation". *Journal of Management Development*, 23(6), 518-550.
- Appelbaum, Steven H., & Hongger Karen (1998). "Empowerment: a Contrasting Overview of Organizations in General and Nursing in Particular – an Examination of Organizational Factors, Managerial Behaviors, Jobdesign and Structural Power". *Journal of Empowerment in Organization*, 2(5), 121-150.
- Aldrich, H., & Martinez (2002). "Organizations evolving". *Journal of Thousand Oaks, CA*, 6(2), 29-50.
- Bandura, Albert (1997). "Self-efficacy: The exercise of control". *Journal of New York: W. H. Freeman*, 4(2), 56-77.
- Bird, B. (1995). "Toward a Theory of Entrepreneurial Competency". *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, JAI Press, 2(7), 51-72.
- Bosma, Stam, & Wennekers (2011). "Intrapreneurship versus independent entrepreneurship: A cross-national analysis of individual entrepreneurial behavior", *Utrecht School of Economics*, 3(6), 1-32.
- Burgelman, Robert A. (1983). "A Process Model of Internal Corporate Venturing in the Diversified Major Firm", *Administrative Science Quarterly*, 28(5), 223-244.
- Chin, W. W. (1998). "The partial least squares approach for structural equation modeling", *Modern methods for business research*, 22(8), 295-236.

- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). "A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior", *Entrepreneurship Theory & Practice*, 16(3), 167-195.
- Corbett, AC (2007). "Learning asymmetries and the discovery of entrepreneurial opportunities". *Journal of Business Venturing*, 22(1), 97-118.
- Corwall, J. R., & Perlman, B. (1990). "Organizational entrepreneurship". *Journal of Homewood, IL*, 22(3), 221-258.
- Dess, G. G., Ireland, R. D., Zahra, S. A., Floyd, S. W., Janney, J. J., & Lane, P. J. (2003). "Emerging Issues in Corporate Entrepreneurship", *Journal of Management*, 29(3), 351-378.
- Gagne, M., & Deci, E. L. (2005). "Self-determination theory and work motivation". *Journal of Organizational Behavior*, 26(2), 331-362.
- Garavan, T. N. & O'Connell, B. (1994). "Entrepreneurship Education and Training Programmes: A Review and Evaluation", *Journal of European Industrial Training*, 18(8), 3-12.
- Hayton, J.C., & Kelly, D. (2006). "A Competency-Based Framework for Promoting Corporate Entrepreneurship", *Human Resource Management*, 45 (3), 407-427.
- Hulland, J. S. (1999). "Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies". *Strategic Management Journal*, 20(4), 195-204.
- Iacobucci, D., & Rosa, P. (2010). "The growth of business groups by habitual entrepreneurs: the role of entrepreneurial teams", *Entrepreneurship Theory & Practice*, 34(2), 351-377.
- Krueger, N.F. & Brazeal, D.V. (1994). "Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs", *Entrepreneurship Theory & Practice*, 18(3), 91-104.
- Kuratko, D.F., Morris, M.H., & Covin, J.C. (2011). "Corporate Innovation and entrepreneurship". *Journal South Western Canada*, 11(6), 111-135.
- Mishra, A. k., & Spritzer, G. M. (1998). "Explaining how Survivors Respond to Downsizing: The Role of Trust, Empowerment, Justice and Work Redesign". *Academy of management review*, 4(2), 567-588.
- Morris, M.H., Kuratko, D.F. & Jeffrey G. (2011). "Corporate Entrepreneurship & Innovation", *Journal of Cengage/South-Western*, 27(6), 68-88.
- Pearce, J.A., Kramer, R.B. & Robbins, D.K., (1997). "The Impact of Grand Strategy and Planning Formality on Financial Performance", *Strategic Management Journal*, 8(5), 125-134.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). "Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being". *American Psychologist*, 55(3), 68-78.

- Ricketts, K. G. (2009). "Leadership vs. Management. Community and Leadership Development", *University of kentucky college of agriculture, Lexington*, 3(4), 40-56 .
- Solomon, Michael R.(2002.) "O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo". *Journal of Porto Alegre*,7(4),37-55.
- Spreitzer, G.M.,& Gretchen, M. (1995). "Psychological Empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurement and Validation"; *The Academy of Management Journal*, 38 (5), 1442-1465.
- Spreitzer, G.M., Kizilos,M.A.,& Nason,S.W.A. (1997). "dimensional analysis of the relationship between psychological empowerment and effectiveness, satisfaction, and strain". *Journal of management*, 23(5), 679-704.
- Spreitzer, Gretchen M., Nobel, Deborah, Mishra, Aneil, & Cooke, William. (1999). "Predicting process improvement team performance in an automotive firm: Explicating the roles of trust and empowerment", *Research on Groups and Teams*, 2(6), 71-92.
- Spreitzer, Gretchen M., De Janesz, Suzanne,& Quinn, Robert E. (1999). "Empowered to lead: The role of psychological empowerment in leadership", *Journal of Organizational Behavior*, 20(5), 511-526.
- Thomas, W. & Velthouse, A. (1990)."Cognitive Elements of Empowerment: An Interpretive Model of Intrinsic Task Motivation", *Academy of Management Journal*, 15(4), 666-681.
- Turnberry I. (2006),"Alliances in High Technology Industries," *Industrial Biotechnology Association meeting*, 11(4),65-77.
- Venkataraman S. & Van de Ven A H.(1998). "Hostile Environmental Jolts, Transaction Sets, and New Business Development," *Journal of Business Venturing*. 13(3) , 231-255.
- Whetten, D.A. and Cameron K.S.(1998), "Developing Management Skill", *Journal of Reading, MA, Addison-Wesley*, 81(7),132-156.
- Zahra, S. (1991). "Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study", *Journal of Business Venturing*, 14(4), 451-478.
- Zahra, S., & Covin, J. (1995). "Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: A longitudinal analysis", *Journal of Business Venturing*, 10(3), 43-58.
- Zali,MR., Bastian, B L. & Qureshi, Sh. (2013). "Promoting innovation in the MENA region: the role of social norms and individual factors in entrepreneurial networks". *Int. J. Business and Globalisation*, 11(4), 413-426.