

رابطه توانمندی روانشناختی و کارآفرینی سازمانی با آزمون نقش میانجی شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه

محبوبه سلیمان پورعمران^۱، بهرنگ اسماعیلی شاد^۲، فاطمه مرتضوی کیاسری

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۳/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۶/۲۰

چکیده

هدف پژوهش حاضر، شناسایی رابطه توانمندی روانشناختی و کارآفرینی سازمانی با آزمون نقش میانجی شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه می‌باشد. پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش شناسی، توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری شامل کلیه ۱۵۰ نفر کارکنان اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان خراسان شمالی می‌باشد که با استفاده از فرمول کوکران ۱۰۸ نفر به شیوه تصادفی ساده به‌عنوان نمونه آماری انتخاب گردیدند. جهت جمع‌آوری اطلاعات از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه توانمندسازی روانشناختی اسپریتزر (۱۹۹۵)، پرسشنامه کارآفرینی سازمانی مقیمی (۱۳۹۰) و پرسشنامه شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه پوهاکا (۲۰۰۶) بود. روایی ابزار از نوع صوری و محتوایی بود که مورد تایید اساتید و خبرگان قرار گرفت. پایایی با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۷۵، ۰/۸۱ و ۰/۸۲ به دست آمد. جهت تجزیه و تحلیل آماری از روش معادلات ساختاری با نرم افزار Lisrel نسخه ۸ استفاده گردید. یافته‌ها نشان داد بین توانمندی روانشناختی کارکنان و کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه رابطه مثبت معناداری وجود دارد. توسعه کارآفرینی سازمانی نیازمند شناسایی راهکارهای مؤثری است که بتواند شرایط لازم برای تحقق آن را فراهم آورند. بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، با توانمندی روانشناختی کارکنان و ارتقای توانایی تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه می‌توان کارآفرینی سازمانی را بهبود بخشید.

کلیدواژه: کارآفرینی سازمانی، توانمندی روانشناختی، فرصت‌های کارآفرینانه.

^۱. استادیار گروه علوم تربیتی، واحد بجنورد، دانشگاه آزاد اسلامی، بجنورد، ایران

^۲. استادیار گروه علوم تربیتی، واحد بجنورد، دانشگاه آزاد اسلامی، بجنورد، ایران (نویسنده مسئول behrang_esmaeeli@yahoo.com)

کارآفرینی^۱ به عنوان موتور رشد و توسعه اقتصادی جوامع مورد توجه زیادی قرار گرفته است. شپرد و همکاران^۲ (۲۰۰۸) معتقدند که امروزه سازمان‌ها در موقعیت‌هایی قرار می‌گیرند که گرایش داشتن به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه برای آنها امری ضروری است. دوبرو و بارنت^۳ (۲۰۰۵) کارآفرینی را به عنوان یک فرایند پویا از تغییر، خلاقیت و نوآوری می‌دانند. کارآفرینی به عنوان تقویت کننده روحیه سرمایه‌گذاری و بهره‌وری نیروی انسانی و رشد و شکوفایی استعداد اشخاص تلقی می‌گردد لذا توسعه و ترویج آن یک ضرورت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی می‌باشد (علیخانی دادوکلایی و عباسی رستمی، ۱۳۹۵: ۱۷۲).

کریستنسن^۴ (۲۰۰۴) بیان می‌دارد که در طول دو دهه گذشته مفهوم کارآفرینی در سازمان‌های موجود تکامل یافته است و با عناوین مختلفی از جمله کارآفرینی سازمانی، کارآفرینی درون سازمانی، مدیریت کارآفرینی و کارآفرینی راهبردی شناخته می‌شود. به نظر می‌رسد که کارآفرینی سازمانی بیشترین توجه را به خود جلب کرده است. ژانگ و همکاران (۲۰۰۸) کارآفرینی سازمانی را شامل نوآوری‌هایی می‌داند که به سازمان در به دست آوردن قابلیت‌های جدید، بهبود عملکرد، وارد شدن به کسب و کار و ایجاد درآمدهای جدید کمک می‌کند. همچنین کارآفرینی سازمانی به عنوان فرایندی تعریف شده که به موجب آن، سازمان‌ها از طریق توسعه داخلی به متنوع‌سازی مبادرت می‌ورزند (یاراحمدی، ۱۳۹۰: ۳۲). از طریق توسعه روحیه کارآفرینی در سازمان می‌توان بر موانع موجود بر سر راه انعطاف‌پذیری رشد و نوآوری فائق آمد (اسلامی و همتی مرادآبادی، ۱۳۹۳: ۱۶۷).

علیرغم اهمیت کارآفرینی در سازمان، بزعم کوراتکو و همکاران^۵ (۲۰۱۱) بدون منابع انسانی، کارآفرینی عملی و قابل تصور نیست. سازمان‌ها باید شرایطی را فراهم آورند که در کل سازمان، جو و روحیه کارآفرینی حکم‌فرما شده و افراد بتوانند به طور فردی و گروهی در سازمان به فعالیت‌های کارآفرینانه بپردازند (طالبی و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۰). پرورش افراد کارآفرین و توسعه کارآفرینی سازمانی مستلزم ایجاد بستری مناسب و ترویج روحیه کارآفرینی است. منابع انسانی با برخورداری از شایستگی‌های فردی و تخصصی، از مهمترین مزیت‌های رقابتی شرکت‌ها و حتی کشورها تلقی می‌شوند (هایتون و کلی^۶، ۲۰۰۶). یکی از مولفه‌های مؤثر بر کارآفرینی سازمانی، توانمندی نیروی انسانی می‌باشد. بهبود قابلیت‌ها و توانمندی‌های فردی، میزان تلاش فرد را افزایش می‌دهد و به سمت نتایج بهینه هدایت می‌کند (آلدریچ و مارتینز^۷، ۲۰۰۲). از آنجایی که انسان به همراه توانایی‌هایش عامل اصلی توانمندسازی سازمان است، بنابراین مدیران می‌توانند از طریق توانمندسازی کارکنان تأثیر به‌سزایی بر رشد کارآفرینی در سازمان‌ها داشته باشند (قاسمی، ۱۳۹۲: ۳). نتایج پژوهش‌های مختلف نشان داد که توانمندی روانشناختی بر کارآفرینی سازمانی اثر مستقیم و مثبت دارد (حسن پور و همکاران، ۱۳۹۵؛ طالبی پور و همکاران، ۱۳۹۴؛ رستگار و

1. Entrepreneurship

2. Shepherd et al

3. Dobrev & Barnett

4. Christensen

5. Kuratko et al

6. Hayton & Kelely

7. Aldrich & Martinez

همکاران، ۱۳۹۴؛ زالی و همکاران، ۱۳۹۳؛ فرومدی، ۱۳۹۳؛ مدنی، ۱۳۹۳؛ احمدیان و همکاران، ۱۳۹۲؛ قلی زاده و گرجی، ۱۳۹۲؛ اصغری و همکاران، ۲۰۱۲؛ صفری و همکاران، ۲۰۱۰).

مفهوم توانمندسازی برای اولین بار در دهه ۱۹۸۰ مطرح شد. توانمندسازی کارکنان به عنوان یک تکنیک مدرن برای افزایش سودمندی از طریق تقویت تعهد کارکنان به سازمان و بالعکس به کار گرفته می‌شود (علامه و همکاران، ۲۰۱۱). کارلس^۱ (۲۰۰۴) بیان می‌دارد که توانمندسازی راهبردی مهم برای توسعه سازمان‌های مختلف برای تطابق با تغییرات خارجی و یکی از مسائل اصلی سازمان‌ها است. اسپریتزر و گرچن (۱۹۹۵) توانمندی روانشناختی را فرایند افزایش انگیزه درونی شغلی می‌دانند. اسپریتزر^۲ (۱۹۹۲) احساس معنی‌ها دار بودن، احساس شایستگی، احساس تأثیر و احساس خود تعیینی را به عنوان ابعاد توانمندی روانشناختی تبیین کرد.

امروزه پژوهشگران معتقدند شرکت‌هایی که به دنبال افزایش کارآفرینی هستند به شایستگی‌های فردی خاصی برای یکپارچه‌سازی دانش موجود، دانش جدید و همچنین شناسایی، ارزیابی و بهره‌ها برداری از فرصت‌های کارآفرینانه ارزشمند، نیاز دارند (هایتون و کلی، ۲۰۰۶). فرصت، مفهومی اساسی در کارآفرینی است (شرت و همکاران، ۲۰۱۰). شناسایی فرصت^۳ در کنار کارآفرینی و توانمندی کارکنان، نقش مهمی را در فرایند کارآفرینی و موفقیت سازمان‌ها ایفا می‌کند. شین و ونکاتارامان^۴ (۲۰۰۳) معتقدند که فرایند کارآفرینی شامل تشخیص فرصت، ارزیابی فرصت، تصمیم برای بهره‌برداری از آن، تلاش برای کسب منابع به منظور ایجاد ترکیبات جدید و توسعه راهبرد برای کسب و کار جدید است.

تشخیص فرصت به عنوان توانایی شناسایی ایده خوب و انتقال آن به کسب و کار به گونه‌ای که ارزش افزوده و درآمد تولید کند، تعریف شده است (کوربت^۵، ۲۰۰۷). فرصت کارآفرینانه را مجموعه‌ای از ایده‌ها، عقاید و فعالیت‌هایی دانسته‌اند که تولید کار و خدمات آینده را در نبود بازار برای آنها امکان پذیر می‌کند. تشخیص فرصت یکی از مهمترین توانایی‌های کارآفرینان موفق است و به همین دلیل یکی از عوامل مهم در مطالعات کارآفرینی به شمار می‌رود (مورنو^۶، ۲۰۰۶: ۲۹). از نظر رائه^۷ (۲۰۰۷) تشخیص فرصت به عنوان ویژگی اصلی کارآفرینی محسوب می‌شود که بدون آن، کارآفرینی رخ نمی‌دهد. بر این اساس، متغیر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در پژوهش حاضر به عنوان متغیر میانجی وارد پژوهش شده است.

بارینگر^۸ (۲۰۰۶) فرصت را مجموعه مساعد و مطلوب از شرایط که نیاز را برای یک محصول، خدمت یا کسب و کار جدید ایجاد می‌کند، تعریف می‌کند. بزعم بارون و شین^۹ (۲۰۰۵) تشخیص فرصت فرایندی است که طی آن افراد به این نتیجه می‌رسند که توان بالقوه‌ای برای خلق چیز جدیدی دارند که ظرفیت ایجاد ارزش اقتصادی را نیز دارد.

از نظر گاندیری و کیکول^۱ (۲۰۰۶) تشخیص فرصت فرایندی است که از طریق آن کارآفرینان ایده‌های جدید که منجر به فرصت‌های کسب و کار می‌شود را را جستجو کرده، آنها را در دست گرفته و پالایش می‌کنند. آردیچویل و

1. Carless

2. Spreitzer

3. Identify opportunities

4. Shane & Venkataraman

5. Corbett

6. Moreno

7. Rae

8. Barringer

9. Baron&Shane

ری^۲ (۲۰۰۳) تشخیص فرصت را شامل سه مرحله متفاوت می‌دانند: ۱) احساس یا درک نیازهای بازار و یا منابع استفاده نشده، ۲) تشخیص یا کشف یک تناسب بین نیازهای بازارهای خاص و منابع ویژه، ۳) ایجاد و خلق یک تناسب جدید بین نیازها و منابعی که تاکنون در شکل دادن مفهوم یک کسب و کار از هم جدا بوده اند. این فرایندهای به ترتیب شامل ادراک، کشف و خلق بوده و نشان‌دهنده تشخیص هستند. پوهاکا (۲۰۱۰) تشخیص فرصت را متشکل از ابعادی چون پویای رقابتی محیطی که در رابطه با جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات می‌باشد؛ جست و جوی پیشگام فرصت از ارزش‌های آینده که در رابطه با تصویری خلاصه از آینده می‌باشد و ایجاد راهکار نوآورانه خلق فرصت می‌داند.

یکی از بخش‌های مهم اقتصاد کشور که در قانون اساسی نیز بر آن تأکید شده، بخش تعاون است. در ایران، تعاون به از سابقه‌ای طولانی برخوردار است و عامل مهمی در تغییر و تحولات تاریخ ایران بوده است (رهبری و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۴۶). تعاونی‌ها بر اساس تعریف اتحادیه بین‌المللی تعاون^۳، یک اجتماع مستقل از افرادی است که به صورت داوطلبانه برای رفع نیازها و آرمان‌های مشترک اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود از طریق بنگاه‌های اقتصادی با مالکیت و مشارکت و نظارت مردمی گرد هم می‌آیند و به عنوان بنگاه‌های اقتصادی مردم نهاد فعالیت می‌کنند (پناهی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴). این در حالی است که نهاد اقتصادی- اجتماعی مذکور بطور شایسته‌ای در اقتصاد ایران رشد و توسعه نیافته است. با توجه به اهمیت توانمندسازی کارکنان در زمینه کارآفرینی بویژه در سازمان تعاون، کار و رفاه اجتماعی که در این زمینه رسالت ویژه دارد و همچنین اهمیت موضوع کارآفرینی سازمانی، پژوهش حاضر به دنبال بررسی رابطه بین توانمندی روانشناختی و کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی شناسایی فرصت در کارکنان سازمان تعاون، کار و رفاه اجتماعی می‌باشد. نظر به اهمیت موضوع، برخی پژوهش‌های انجام شده در این راستا عبارتند از:

نتایج تحقیق حسن پور و همکاران (۱۳۹۵) نشان داد که: ۱) توانمندسازی روانشناختی و ابعاد آن (احساس شایستگی، احساس معنی‌دار بودن، احساس موثر بودن در کار و احساس داشتن حق انتخاب) بر کارآفرینی تأثیر دارد. ۲) ارتباط معناداری بین توانمندسازی روانشناختی و کارآفرینی سازمانی وجود دارد. ۳) در بین ابعاد توانمندسازی روانشناختی، احساس موثر بودن در کار بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی سازمانی دارد. یافته‌های تحقیق گل محمدی نصر آبادی و انصاری هادی پور (۱۳۹۵) نشان داد بین کار آفرینی سازمانی با چهار عامل توانمندسازی روانشناختی (احساس معنی دار بودن، احساس شایستگی، احساس خود تعیینی و احساس تأثیر) رابطه مستقیم و معناداری وجود ندارد.

یافته‌های پژوهش رستگار و همکاران (۱۳۹۴) نشان داد که کارآفرینی سازمانی تحت تأثیر مؤلفه‌های توانمندسازی روانشناختی قرار دارد. نتایج پژوهش طالبی پور و همکاران (۱۳۹۴) نشان داد بین چهار عامل توانمندسازی منابع انسانی که شامل: احساس معنی دار بودن، احساس خود تعیینی احساس تأثیر و احساس اعتماد به کارآفرینی سازمانی رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد اما بین عامل احساس شایستگی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌دار وجود ندارد. فرومدی (۱۳۹۳) نشان داد بین توانمندسازی روانشناختی با کارآفرینی درون سازمانی دانشگاه شهروود رابطه

^۱ . Gundry & Kickul

^۲ . Ardichivili & Ray

^۳ . International Co-operative Alliance (ICA)

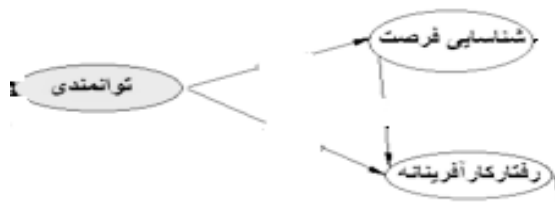
معنی‌داری وجود دارد. یافته‌های پژوهش زالی و همکاران (۱۳۹۳) نیز بیانگر تأثیر مثبت توانمندی روانشناختی بر ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی است.

اسلامی و هم‌متی مرادآبادی (۱۳۹۳) نشان دادند بین چهار عامل روان‌شناختی توانمندسازی (احساس معنی‌دار بودن، احساس شایستگی، احساس خودتعیینی و احساس تأثیر) با کارآفرینی سازمانی رابطه مستقیم و معناداری وجود ندارد. یافته‌های تحقیق مدنی (۱۳۹۳) نشان از وجود همبستگی میان ابعاد توانمندسازی روانشناختی و کارآفرینی سازمانی دارد. همچنین بررسی‌ها نشان داد که بین پنج بعد توانمندسازی روانشناختی، احساس مشارکت با دیگران بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی سازمانی داشته است.

نتایج پژوهش احمدیان و همکاران (۱۳۹۲) گویای وجود رابطه معنی‌دار بین توانمندی روانشناختی و سه مولفه آن شامل: احساس معنی‌دار بودن، خودتعیینی، تأثیر گذاری و کارآفرینی سازمانی و عدم وجود رابطه معنی‌دار بین احساس شایستگی و کارآفرینی سازمانی است. نتایج حاصل از تحقیق قلی زاده و گرجی (۱۳۹۲) به شرح زیر می‌باشد: بین تأثیر داشتن در شغل و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد. ۲ بین استقلال در شغل و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد. ۳- بین شایستگی در شغل و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد. ۴- بین معنا داشتن شغل و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد. اصغری و همکاران (۲۰۱۲) نیز دریافتند که رابطه معناداری بین عوامل توانمندسازی روانشناختی و کار آفرینی مشارکتی وجود دارد.

تنگ^۱ (۲۰۱۰) به بررسی چگونگی تشخیص فرصت توسط کارآفرینان در چین پرداخت و نتیجه گرفت که افراد با ویژگی‌هایی چون سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی و مهارت‌های اجتماعی بالا فرصت‌ها را کشف می‌کنند. اکباساران^۲ و همکاران (۲۰۰۹) در پژوهشی که صورت دادند نتیجه گرفتند که کارآفرینان با تجربه، فرصت‌های زیادی را شناسایی و بهره‌برداری می‌کنند و اغلب این فرصت‌ها نوآور هستند و در ایجاد ثروت بالقوه نقش مهمی ایفا می‌کنند.

بررسی پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که توانمندی روانشناختی کارکنان و کارآفرینی سازمانی با هم رابطه دارند اما علیرغم اهمیت مطالعه درباره توانایی تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه، پژوهشی که به طور همزمان به مطالعه درباره این سه متغیر پرداخته باشد، یافت نشد؛ بر این اساس پرسش اصلی پژوهش اینگونه تدوین شد: آیا بین توانمندی روانشناختی و کارآفرینی سازمانی با آزمون نقش میانجی شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه رابطه‌ای وجود دارد؟



شکل ۱- روابط بین متغیرها

¹ . Tang

² . Ucbasaran etal

فرضیات پژوهش عبارتند از:

فرضیه اول: بین توانمندسازی روانشناختی کارکنان و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد.
فرضیه دوم: بین شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد.
فرضیه سوم: بین توانمندسازی روانشناختی کارکنان و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه رابطه وجود دارد.
فرضیه چهارم: بین توانمندسازی روانشناختی و کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه رابطه وجود دارد.

روش شناسی تحقیق

پژوهش حاضر، از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل تمامی کارکنان اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان خراسان شمالی به تعداد ۱۵۰ نفر می‌باشد. جهت تخمین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد که حجم نمونه برابر با ۱۰۸ نفر برآورد گردید. روش نمونه‌گیری، تصادفی ساده می‌باشد. گردآوری داده‌ها به صورت میدانی و از طریق پرسشنامه انجام شد:

الف- پرسشنامه توانمندسازی روانشناختی کارکنان اسپریتزر (۱۹۹۵) که دارای ۵ بعد می‌باشد: احساس معنی‌داری شغل، احساس شایستگی در شغل، احساس داشتن حق انتخاب، احساس مؤثر بودن و احساس مشارکت با دیگران. پایایی پرسشنامه مذکور با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۵ مورد تأیید می‌باشد.

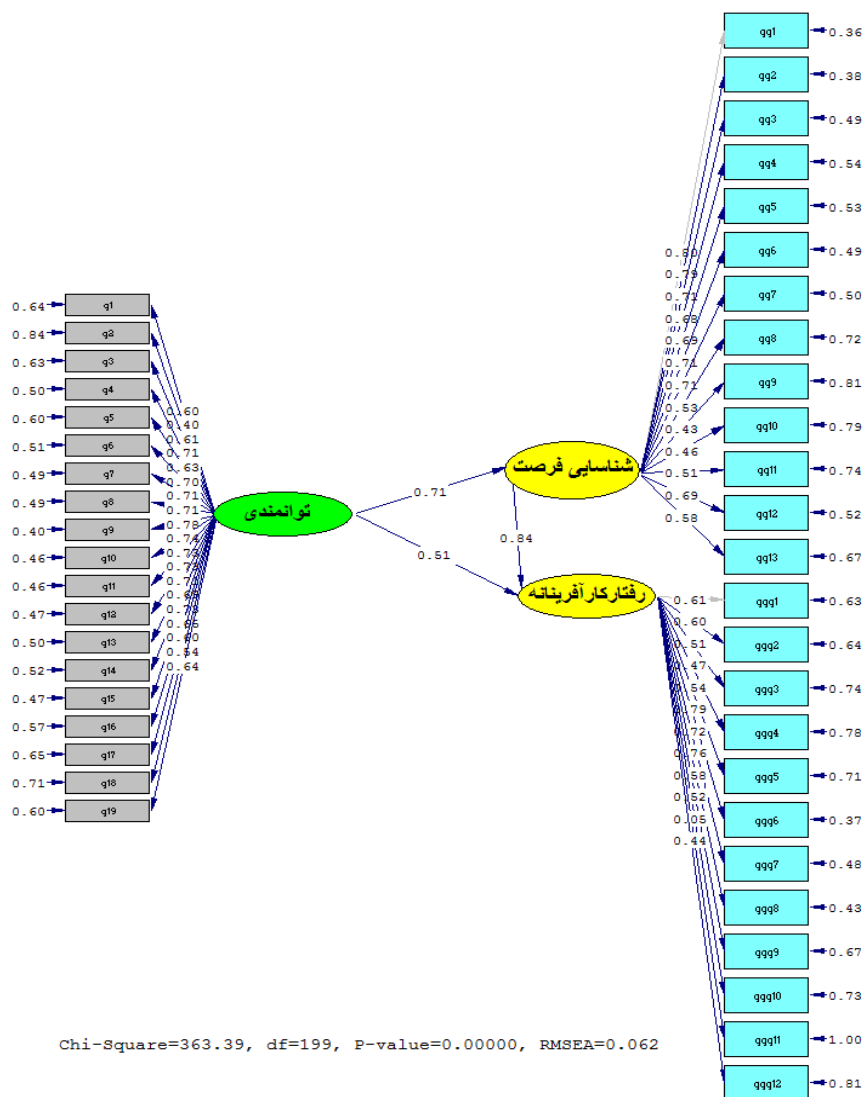
ب- پرسشنامه تشخیص فرصت کارآفرینانه پوهاکا (۲۰۰۶) شامل گویه‌های سنجش بررسی و مرور رقابتی، جستجوی فعال و خلق راه‌حل‌های نوآورانه است. پایایی این پرسشنامه ۰/۸۲ محاسبه گردید.

ج- پرسشنامه ۱۲ گویه‌ای کارآفرینی سازمانی مقیمی (۱۳۹۰) نیز مورد استفاده قرار گرفت که پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۱ به دست آمد.

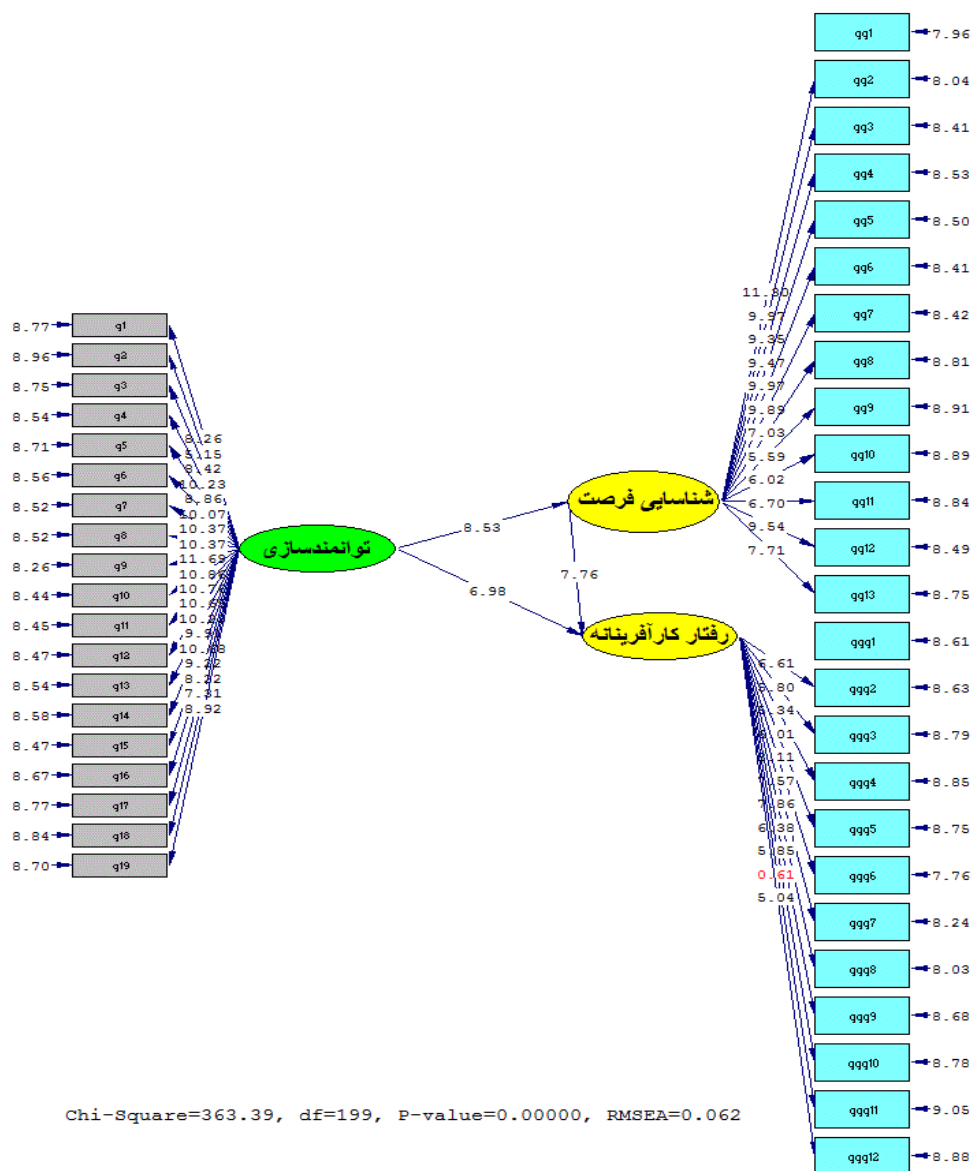
روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌ها توسط خبرگان تأیید شد. تحلیل فرضیات با آزمون معادلات ساختاری و با استفاده از نرم‌افزار Lisrel انجام شد.

یافته‌ها

در تحقیق حاضر ۶۷ درصد نمونه را مردان و ۳۳ درصد را زنان تشکیل می‌دهند. اکثریت اعضای نمونه آماری را سنین بین ۳۰ تا ۴۰ سال در بر می‌گیرد که ۴۰ درصد جمعیت را شامل می‌شود. به کمک معادلات ساختاری رابطه بین مولفه‌ها مورد سنجش قرار گرفت.



شکل ۲- مدل معادلات ساختاری در حالت استاندارد



شکل ۳- مدل معادلات ساختاری در حالت معناداری

برای برآورد مدل از روش حداکثر احتمال و به منظور بررسی برازش مدل از شاخص نسبت مجذور خی دو بر درجه آزادی ($\frac{\chi^2}{df}$)، شاخص برازش تطبیقی (CFI)، شاخص برازندگی (GFI)، شاخص تعدیل برازندگی (AGFI)، شاخص نرم‌شده برازندگی (NFI)، شاخص نرم‌شده برازندگی (NNFI)، خطای ریشه میانگین مجذورات تقریب (RMSEA) استفاده شد.

جدول ۱- نتایج حاصل از بررسی نیکویی برازش مدل ساختاری تحقیق

شاخص برازش	دامنه مورد قبول	مقدار	نتیجه
$\frac{x^2}{df}$ (شاخص نسبت مجذور خی دو بر درجه آزادی)	$< 0/3$	۱/۸۲	مناسب
CFI (شاخص برازش تطبیقی)	$> 0/9$	۰/۹۵	مناسب
GFI (شاخص برازندگی)	$> 0/9$	۰/۹۶	مناسب
AGFI (شاخص تعدیل برازندگی)	$> 0/9$	۰/۹۵	مناسب
NFI (شاخص نرم شده برازندگی)	$> 0/9$	۰/۹۷	مناسب
NNFI (شاخص نرم نشده برازندگی)	$> 0/9$	۰/۹۶	مناسب
RMSEA (خطای ریشه میانگین مجذورات تقریب)	$< 0/08$	۰/۰۶۲	مناسب

نتایج بررسی شاخص‌های نیکویی برازش مدل ساختاری پژوهش که در جدول شماره ۱ آمده است، نشان‌دهنده برازش مدل است، چرا که میزان کمتر از $0/08$ RMSEA نشانگر برازش قابل قبول مدل ساختاری است. همچنین مقادیر CFI، GFI، AGFI، NFI، NNFI همگی بالاتر از $0/9$ هستند. در جدول زیر ضرایب مسیر و معناداری بین متغیرهای پژوهش آمده است. فرضیه اول: بین توانمندسازی روانشناختی کارکنان و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد.

جدول ۲- نتایج بررسی فرضیه یک

آماره	ضریب مسیر	P-value
توانمندی سازی ← کارآفرینی کارکنان	۰/۵۱	۶/۹۸

همان طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، مقدار ضریب مسیر بین توانمندسازی روانشناختی کارکنان و کارآفرینی سازمانی مقدار $0/51$ و معناداری $T\text{-value}=6/98$ بدست آمد، لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار است. بنابراین بین روانشناختی کارکنان و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان خراسان شمالی رابطه مستقیم و مثبت وجود دارد. فرضیه دوم: بین شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد.

جدول ۳- نتایج بررسی فرضیه دوم

آماره	ضریب مسیر	P-value
شناسایی فرصت ← کارآفرینی کارکنان	۰/۸۴	۷/۷۶

همان طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، مقدار ضریب مسیر بین شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه و کارآفرینی سازمانی مقدار $0/84$ و معناداری $P\text{-value}=7/76$ بدست آمد، لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار است. بنابراین بین شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی رابطه مستقیم و مثبت وجود دارد.

فرضیه سوم: بین توانمندسازی روانشناختی کارکنان و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه رابطه وجود دارد.

جدول ۴- نتایج بررسی فرضیه سوم

آماره	ضریب مسیر	P-value
توانمندسازی کارکنان ← شناسایی فرصت	$0/71$	$8/53$

همان طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، مقدار ضریب مسیر بین توانمندسازی روانشناختی کارکنان و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه مقدار $0/71$ و معناداری $P\text{-value}=8/53$ بدست آمد، لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار است. بنابراین بین توانمندسازی روانشناختی کارکنان و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی رابطه مستقیم و مثبت وجود دارد.

فرضیه چهارم: بین توانمندسازی روانشناختی و کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه رابطه وجود دارد.

جدول ۵- نتایج بررسی رابطه کلی مؤلفه‌های تحقیق

نوع رابطه	رابطه مستقیم	رابطه غیر مستقیم	رابطه کل
نقش میانجی شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در رابطه بین توانمندسازی روانشناختی و کارآفرینی سازمانی	$0/51$	$71 \times 0/84 = 0/59$ $0/$	$0/3$

همان طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، مقدار رابطه کلی فرضیه فوق $0/30$ بدست آمد، این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار است. بنابراین بین توانمندسازی روانشناختی و کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه رابطه وجود دارد.

بحث و نتیجه گیری

در سال‌های اخیر، افزایش رقابت‌های سازمانی سبب افزایش توجه مدیران به بحث کارآفرینی شده است. توسعه کارآفرینی سازمانی نیازمند شناسایی ساختارهای مناسب و راهکارهای مؤثری است که بتوانند شرایط لازم برای تحقق آن را فراهم آورند. یکی از مولفه‌های مؤثر بر کارآفرینی سازمانی، توانمندی نیروی انسانی می‌باشد. پژوهش‌های بسیاری نشان از رابطه بین توانمندی روانشناختی کارکنان با کارآفرینی سازمانی دارد. همچنین مرور

مطالعات نظری نشان داد که امروزه پژوهشگران معتقدند افزایش کارآفرینی در سازمان به شایستگی‌های فردی خاصی برای شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه نیاز دارد. در واقع شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه یکی از مؤلفه‌های کلیدی فرآیند کارآفرینی به شمار می‌رود. شناسایی فرصت به‌هیچ‌عنوان نتیجه تصادف نیست و می‌تواند نتیجه تحلیل و جستجو و تشخیص باشد.

با مرور مطالعات نظری و پژوهش‌های انجام شده در حوزه کارآفرینی سازمانی و عوامل زمینه‌ساز، هیچ پژوهشی که بطور همزمان به بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی، توانمندی روانشناختی و شناسایی فرصت پرداخته باشد، یافت نشد. نوآوری و وجه تمایز تحقیق حاضر این است که اگرچه بنا بر پژوهش‌های انجام شده، توانمندی روانشناختی بر کارآفرینی سازمانی به طور مستقیم تأثیر مثبتی دارد، بنابر یافته‌های این پژوهش، شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه رابطه این دو مولفه را تعدیل می‌کند، به بیان دیگر توانمندی کارکنانی که دارای شایستگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه هستند باعث ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی بیشتری می‌شود. بر این اساس جنبه نوآورانه پژوهش حاضر، آزمون نقش میانجی مولفه شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه می‌باشد؛ فلذا پژوهش حاضر با هدف شناسایی رابطه بین توانمندسازی روانشناختی کارکنان و کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه انجام شد.

یافته‌های آماری فرضیات پژوهش را تأیید کردند. نتایج پژوهش حاضر همسو با یافته‌های تحقیقات حسن پور و همکاران (۱۳۹۵)، گل محمدی نصرآبادی و انصاری هادی پور (۱۳۹۵)، طالبی پور و همکاران (۱۳۹۴)، رستگار و همکاران (۱۳۹۴)، زالی و همکاران (۱۳۹۳)، فرومدی (۱۳۹۳)، مدنی (۱۳۹۳)، احمدیان و همکاران (۱۳۹۲)، قلی‌زاده و گرجی (۱۳۹۲)، اصغری و همکاران (۲۰۱۲) و صفری و همکاران (۲۰۱۰) می‌باشد که در پژوهش‌های خود نشان دادند که بین توانمندی روانشناختی کارکنان و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد.

یافته‌های پژوهش حاضر با یافته‌های تحقیق گل محمدی نصر آبادی و انصاری هادی پور (۱۳۹۵) و اسلامی و همتی مرادآبادی (۱۳۹۳) مطابقت ندارد. آنها نشان دادند بین کار آفرینی سازمانی با چهار عامل توانمندسازی روانشناختی رابطه مستقیم و معناداری وجود ندارد. همچنین یافته‌های حاصل از یکی از فرضیات فرعی پژوهش طالبی‌پور و همکاران (۱۳۹۴) با پژوهش حاضر همخوانی ندارد. آنها بین عامل احساس شایستگی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌داری نیافتند.

نتایج پژوهش احمدیان و همکاران (۱۳۹۲) گویای وجود رابطه بین توانمندی روانشناختی و سه مولفه احساس معنی‌دار بودن، خودتعیینی، تأثیر گذاری و کارآفرینی سازمانی و عدم وجود رابطه معنی دار بین احساس شایستگی و کارآفرینی سازمانی است که نتایج حاصل از فرضیه چهارم با نتایج پژوهش حاضر همخوانی ندارد. دلایل این ناهمخوانی‌ها می‌تواند ناشی از تفاوت در زمان و مکان و همچنین ویژگی‌های فردی جامعه آماری باشد.

همان‌طور که اشاره شد محیط‌های کسب و کار نسبت به گذشته پیچیده‌تر و پویاتر شده‌اند. به همین منظور، سازمان‌ها به منظور مقابله سازنده با شرایط رقابتی و استفاده بهینه از ظرفیت‌های سرمایه انسانی، نیازمند توجه بیشتر به مقوله کارآفرینی سازمانی و توانمندی کارکنان خویش می‌باشند. همچنین شناسایی فرصت‌های جدید برای عملکرد بالاتر و فعال‌تر عمل کردن نسبت به رقبای، از عوامل تأثیر گذار بر موفقیت سازمان‌ها در هزاره سوم می‌باشد چرا که فرصت‌ها قلب فعالیت‌های کارآفرینانه را شکل می‌دهند. بنابراین برای اینکه در افراد، ویژگی‌هایی به وجود

آید که بتوانند فرصت‌های به وجود آمده را کشف کنند، سازمان باید تمرکز بیشتری بر افراد خود داشته باشد تا بتواند از سرمایه‌های انسانی خود در راستای دستیابی به تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه بالاتر و همچنین ایجاد مزیت رقابتی پایدار نسبت به سایر رقبا بهره‌مند گردد. به طور کلی نتایج پژوهش حاضر نشان داد که سازمان نمی‌تواند بدون توجه به ظرفیت‌های فردی کارکنان و شایستگی‌های آنها، انتظار موفقیت در خلق نوآوری داشته باشد. این امکان می‌تواند با استفاده از ویژگی‌های روانشناختی توانمندسازی کارکنان حاصل شود. با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهادهای ذیل ارائه می‌گردد:

- تأکید مدیران سازمان بر بهبود کارآفرینی سازمانی به منظور کسب مزیت قابتی در مواجهه و مقابله سازنده با مسائل کاری و اقتصادی؛
- ایجاد ظرفیت و فرصت‌هایی برای شکوفایی و توانمندی سازی روانشناختی کارکنان؛
- پیشنهاد می‌شود مدیران از طریق اعطای آزادی عمل بیشتر برای چگونگی انجام وظایف محوله و اهمیت دادن به نظرات و پیشنهادهای کارکنان، در توانمندسازی آنها اقدام کنند.
- پیشنهاد می‌گردد به کارکنان آموزش‌هایی در رابطه با چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه ارائه گردد تا نسبت به محیط و ظرفیت‌های بالقوه آن برانگیخته شوند.

منابع

۱. احمدیان، الهه؛ کردستانی، سیامک؛ زراعتگر بورانی، ام کلثوم (۱۳۹۲). بررسی رابطه توانمندی روانشناختی و کارآفرینی سازمانی کارکنان بانک کشاورزی تربت حیدریه؛ یازدهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت: تهران
۲. اسلامی، صدیقه؛ همتی مرادآبادی، جمشید (۱۳۹۳). رابطه بین عوامل کارآفرینی سازمانی و توانمندسازی روانشناختی در اساتید تربیت بدنی؛ فصلنامه مطالعات مدیریت ورزشی؛ دوره ۶، شماره ۲۶: صص ۱۶۵-۱۸۰
۳. پناهی، حسین؛ حمیدی رزی، داود؛ عزیزی، فرهاد (۱۳۹۵). تعاون و رونق اقتصادی: یک مطالعه بین‌استانی. فصلنامه تعاون و کشاورزی، دوره ۵، شماره ۲۰، زمستان ۱۳۹۵، صفحه ۱-۳۷.
۴. حسن پور، محمد؛ میرزایی، حسین؛ پاشاپور، حمید (۱۳۹۵). تحلیل تاثیر توانمندسازی روانشناختی کارکنان بر کارآفرینی سازمانی؛ هفتمین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت و چهارمین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری‌های باز، تهران
۵. رستگار، احمد؛ مظلومیان، سعید؛ قاسمی، نسرین؛ صیغ، محمد حسن (۱۳۹۴). مدل علی روابط رهبری خدمتگزار، توانمندسازی روانشناختی و کارآفرینی سازمانی: مطالعه موردی؛ فصلنامه مدیریت سلامت، ۱۸ (۶۱): صص ۸۱-۶۹
۶. رهبری، مهناز؛ شفیعی ثابت، ناصر؛ طاهری، نیره (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر ایجاد تعاونی‌های تولید و توزیع محصولات کشاورزی در سکونتگاه‌های روستایی شهرستان گناباد. فصلنامه تعاون و کشاورزی، دوره ۵، شماره ۲۰، صص ۱۴۱-۱۷۰.

۷. زالی، محمد رضا؛ رجایی، سحر؛ معزالدین، محمد حسین؛ قطبی، سپیده (۱۳۹۳). تأثیر توانمندی روانشناختی بر ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی در ایران و دانمارک (شواهدی مبتنی بر نتایج داده‌های دیدبان جهانی ۲۰۱۱)؛ فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۷، ش ۳: صص ۴۴۵-۴۲۷
۸. طالبی پور، علی؛ منفرد زاده، سلمان؛ ریحانی، محسن (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین عوامل روانشناختی توانمندی سازی منابع انسانی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: دانشگاه‌های پیام نور استان مرکزی)؛ اولین کنفرانس بین‌المللی علوم انسانی با رویکرد بومی - اسلامی و با تأکید بر پژوهش‌های نوین: ساری
۹. طالبی، کامبیز؛ داوری، علی؛ دهقان نجم آبادی، عامر (۱۳۹۲). شناسایی تأثیر سرمایه فکری بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در شرکتهای دانش بنیان؛ فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال بیست و سوم، ش ۷۱: صص ۴۸-۱۹
۱۰. طیبی شیرمرد، مهدی؛ میرزایی، نورالدین (۱۳۹۶) بررسی رابطه ساختار سازمانی بر توانمند سازی کارکنان معاونت توسعه مدیریت شهرداری تهران. فصلنامه مدیریت شهری. دوره ۹، شماره ۲۹: صص ۶۷-۷۴.
۱۱. علیخانی دادوکلائی، مهدی؛ عباسی رستمی، علی اکبر (۱۳۹۵) بررسی اثر عامل‌های آموزشی و روان‌شناختی بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان گلستان. فصلنامه تعاون و کشاورزی، دوره ۵، ش ۲۰: صص ۱۷۱-۱۹۷.
۱۲. فرومدی، فرشته (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین توانمندسازی روانشناختی، کیفیت زندگی کاری با کارآفرینی درون سازمانی در دانشگاه شاهرود؛ پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهرود
۱۳. قاسمی، نسرين (۱۳۹۲). مدل علی روابط رهبری خدمتگزار، توانمندسازی روانشناختی و کارآفرینی سازمانی در میان کارکنان دانشگاه علوم پزشکی زاهدان؛ پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور مرکز شیراز
۱۴. قلی زاده، محمد؛ گرجی، محمد باقر (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین توانمندسازی روانشناختی با کارآفرینی سازمانی در مدیریت درمان تامین اجتماعی استان گلستان (به طور موردی بیمارستان حکیم جرجانی گرگان و خاتم الانبیاء شهرستان گنبد کاووس)؛ دومین همایش ملی علوم مدیریت نوین: گرگان (موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی حکیم جرجانی)
۱۵. گل محمدی نصر آبادی، پیمان؛ انصاری هادی پور، معصومه (۱۳۹۵). تأثیر عوامل کارآفرینی سازمانی و توانمندسازی روانشناختی در کارکنان اداره ورزش و جوانان کرمانشاه؛ اولین کنفرانس بین‌المللی کاربرد پژوهش و تحقیق در علوم و مهندسی: تهران
۱۶. مدنی، سیده لیلا (۱۳۹۳). تحلیل رابطه احساس توانمندی روانشناختی کارکنان با کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: شرکت نتوپان خلخال)؛ کنفرانس بین‌المللی مدیریت در قرن ۲۱: تهران
۱۷. یاراحمدی، محسن (۱۳۹۰). رابطه عملکرد بالای منابع انسانی و کارآفرینی سازمانی؛ توسعه انسانی پلیس، دوره ۸، شماره ۳۶: صص ۴۴-۳۱

18. Allameh S M, Heydari M, Davoodi S M R (2011) Studing the relationship between transformational leadership and psychological empowerment of teacher in Abade Township. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*; 31:224-230
19. Aldrich, H. , & Martinez (2002). *Organizations evolving*. Journal of Thousand Oaks, CA, 6(2), 29-50
20. Ardichvili, A. , Cardozo, R. , & Ray, S. (2003). "A theory of entrepreneurial opportunity identification and development", *Journal of Business Venturing*, Vol. 18, pp. 105-123.
21. Asgari M H, Taleghani M, Ghadimi S. (2012) the relationship between psychological empowerment of employees with corporate entrepreneurship of Guilan Payamnour University. *J. Basic. Appl. Sci. Res*; 2(4):3181-87
22. Baron, Robert A. & Shane, Scott A. (2005). *Entrepreneurship: A Process Perspective*. Part of the Thomson Corporation: South-Western
23. Barringer, B. R. and Ireland, R. D. (2006). *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures*. Jersey: Prentice Hall
24. Carless S A. (2004). Does psychological empowerment mediate the relationship between psychological climate and job satisfaction? *Journal of business and psychology*; 18(4): 405-25.
25. Christensen K S. A (2004) classification of the corporate entrepreneurship umbrella: labels and perspectives, *Int. J. Managment Enterprise Development*; 1(4):301-31
26. Corbett, A. C. (2007). "Learning asymmetries and the discovery of entrepreneurial opportunities", *Journal of Business Venturing*, Vol. 22, pp. 97–118
27. Dobrev S, Barnett W. (2005). *Organizational Roles and Transition to Entrepreneurship*. *Academy of Management Journal*; 48 (3): 433-44
28. Gundry, L. K. , & Kickul, J. R. (2006). *Entrepreneurship strategy: changing patterns in new venture creation, growth, and reinvention*. Sage Publications, Incorporated
29. Hayton, J. C. , & Kelly, D. (2006). "A Competency-Based Framework for Promoting Corporate Entrepreneurship", *Human Resource Management*, 45 (3), 407-427.
30. Kuratko, D. F. , Morris, M. H. , & Covin, J. C. (2011). "Corporate Innovation and entrepreneurship". *Journal South Western Canada*, 11(6), 111-135
31. Puhakka, V. (2010). Versatile and flexible use of intellectual capital in entrepreneurial opportunity discovery. *Journal of Management Research*, 2(1), E3
32. Moreno, J. D. (2006). An empirical analysis of Entrepreneurial opportunity identification and their decisive factors: The case of new Spanish firms, Plaza de la Victoria. University of Alcala, 2: 1-43.
33. Rae, D. (2007). *Entrepreneurship: from opportunity to action*. Basingstoke,: Palgrave Macmillan Publish
34. Safari K, Rastegar A, Ghorman Jahromi R. (2010). The relationship between psychological empowerment and entrepreneurship among clerck of FarsPayame Noor University. *Journal of procedia social and behavioral sciences*; 5: 798-802
35. Shane, S. , and Venkataraman, S. (2003). *A general theory of Entrepreneurship*. [London:] Edward Elgar Publishing

36. Shepherd, D. A. , Covin, G, F. , Kuratko F. D. (2008). "Project Failure from Corporate Entrepreneurship: Managing the Grief Process", *Journal of Business Venturing*, 24(6), 588-600.
37. Short, J. C. , Ketchen J. r, D. J. , Shook, C. L. , & Ireland, R. D. (2010). The concept of “opportunity” in entrepreneurship research: Past accomplishments and future challenges. *Journal of Management*, 36(1), 40-65
38. Spreitzer G M. (1992). When organization dare: the dynamic of individual empowerment in the work place [Ph. D. Thesis]. Michigan: Michigan state university, Faculty of Economic and Management.
39. Spreitzer, G. M. , & Gretchen, M. (1995). “Psychological Empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurement and Validation”; the *Academy of Management Journal*, 38 (5), 1442-1465
40. Tang, J. (2010). How entrepreneurs discover opportunities in China: An institutional view. *Asia Pacific Journal of Management*, 27(3): 461-479
41. Ucbasaran, D. , Westhead, P. , & Wright, M. (2009). The extent and nature of opportunity identification by -experienced entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 24(2), 99-115
42. Zhang, Z. , Wan, D. & Jia, M. (2008). Do high-performance human resource practices help corporate entrepreneurship? The mediating role of organizational citizenship behavior. *Journal of High Technology Management Research*, 19(2), 128–138

The Relationship between Psychological Empowerment and Organizational Entrepreneurship by Examining the Intermediate Role of Identifying Entrepreneurial Opportunities

Mahboubeh Soleiman Pour Omran, Behrang Esmaceli Shad^{1*}, Fatemeh Mortazavi Kiasari

Abstract

The purpose of this study is to identify the relationship between psychological empowerment and organizational entrepreneurship with the mediating role of identifying entrepreneurial opportunities. The research is an applied research in terms of purpose and descriptive and correlational type. The statistical population consisted all employees of the general directorate of cooperatives, Labor and Social Welfare of North Khorasan province with 150 people. Using Cochran formula, 108 people were selected randomly. Two types of library and field studies have been used to collect information. The research tool was Spritzer's psychological empowerment questionnaire (1995), Moghimi Organizational Entrepreneurship questionnaire (2011) and Poohaka's entrepreneurial opportunities identification questionnaire (2006). The validity of the tool was of a form and content that was approved by professors and experts. Reliability of cronbach's alpha coefficient is 0. 75, 0. 81 and 0. 82, respectively. Structural equation method was used for statistical analysis using Lisrel version 8 software. Statistical findings showed that there is a positive and significant relationship between the psychological empowerment of employees and organizational entrepreneurship with the role of mediator identifying entrepreneurial opportunities. Organizational entrepreneurship development requires identification of effective strategies that can provide the necessary conditions for it to be realized. Based on the findings of this study, organizational entrepreneurship can be improved with the psychological capabilities of employees and the ability to identify entrepreneurial opportunities.

Key words: organizational entrepreneurship, Entrepreneurship opportunities, Psychological empowerment

¹ behrang_esmaeli@yahoo.com