

«مدیریت بهره‌وری»

سال هشتم - شماره 30 - پاییز 1393

ص ص 115 - 133

تاریخ دریافت مقاله: 92/08/07

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: 93/03/17

تبیین عملکرد سازمان براساس گرایش به کارآفرینی و سرمایه فکری: مدل معادلات ساختاری

دکتر محمد اکبری بورنگ¹

سمیرا پور²

دکتر محسن آیتی³

چکیده

بنابر دیدگاه مبتنی بر منابع، عملکرد برتر سازمان‌ها می‌تواند از منابع منحصر به فرد آنها، یکپارچگی منابع و یا توانایی پاسخ‌گویی به محیط ناشی شود. براساس این دیدگاه، تفاوت در عملکرد سازمان‌ها به دلیل این است که سازمان‌های موفق دارای منابع استراتژیکی (فیزیکی، انسانی و سازمانی) هستند که رقبای آن‌ها فاقد آن منابع هستند. بنابراین، تفاوت در منابع، نقش مهمی در ایجاد سود برای سازمان دارد. از جمله منابع سازمان، سرمایه فکری است که دارای سه بعد سرمایه انسانی، ساختاری و ارتباطی می‌باشد. در این مطالعه به بررسی نقش سرمایه فکری و گرایش به کارآفرینی و تأثیرات آنها بر عملکرد سازمان پرداخته شد. مطالعه حاضر، توصیفی و از نوع پیمایشی-تحلیلی است که از روش سرشماری بهره‌می‌برد. داده‌های جمع‌آوری شده در این بررسی از میان شرکت‌های فعال در واحدهای کوچک و متوسط صنایع چوب و محصولات چوبی شهر مشهد با استفاده از نرم افزار آماری PLS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج حاصل از این مطالعه نشان داد که گرایش به کارآفرینی بر عملکرد سازمان تأثیر معناداری دارد و از میان ابعاد سه‌گانه سرمایه فکری، بالاترین میزان اثرگذاری بر عملکرد سازمان، مربوط به سرمایه ارتباطی می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: سرمایه فکری، گرایش به کارآفرینی، عملکردسازمان، صنایع چوب،

محصولات چوبی

¹- استادیار برنامه درسی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه بیرجند [Akbarborang2003@birjand.ac.ir](mailto:Akbaryborang2003@birjand.ac.ir)

²- دانشجوی دکتری مدیریت رفتار سازمانی، دانشگاه فردوسی مشهد Sa_po372@stu-mail.um.ac.ir

³- دانشیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه بیرجند ayati_mohsen@yahoo.com

مقدمه

دراکر، اندیشمند معروف مدیریت می‌گوید: "ما در حال ورود به یک جامعه دانشی هستیم که در آن منابع مهم اقتصادی، سرمایه‌های مالی، منابع طبیعی، نیروی کار و... نیستند بلکه منبع اصلی اقتصادی، دانش خواهد بود. قرن 21، قرن اقتصاد دانشی است. در اقتصاد دانشی، دانش یا سرمایه فکری به عنوان یک عامل تولید ثروت در مقایسه با سایر دارایی‌های مشهود و فیزیکی، ارجحیت بیشتری پیدا می‌کند (بونتیس¹، 1981). در این اقتصاد، دارایی‌های فکری و به ویژه سرمایه‌های انسانی، جزو مهمترین دارایی‌های سازمانی محسوب می‌شوند و موفقیت بالقوه سازمان‌ها، ریشه در قابلیت‌های فکری آنها دارد (ایسکرا²، 2006). در واقع، در اقتصاد نوین، تولید ثروت و رشد اقتصادی عمدتاً از دارایی‌های نامشهود (فکری) سرچشمه می‌گیرد. در چنین شرایطی سرمایه فکری، عامل کلیدی ارتقای عملکرد سازمان به شمار می‌رود. از طرفی، کارآفرینی اشاره به توانایی شخصی برای تغییر ایده‌ها و تبدیل آن به عمل دارد (بور و پرت³، 2011). پیتر دراگر نیز کارآفرینی را منظری برای تغییر می‌داند که همیشه در جست و جوی تغییر است و نسبت به آن واکنش نشان می‌دهد و آن را یک فرصت و شانس می‌داند (فراهانی و همکاران، 1392). فراگیرترین تعریفی که از گرایش کارآفرینانه وجود دارد توسط میلر⁴ (1983) ارائه شد، وی معتقد بود که اگر یک شرکت دائماً نوآوری‌هایی در محصولات خود ارائه نموده، ریسک پذیر باشد و نیز رفتار فعالانه‌ای از خود بروز دهد؛ این شرکت گرایش به کارآفرینی دارد (دیویس و همکاران⁵، 2010).

طرفداران کارآفرینی محوری نشان دادند سازمان‌هایی که به طور کارآفرینانه‌ای اقدام می‌کنند بهتر می‌توانند فعالیت‌های خود را در محیط‌های رقابتی پویا تنظیم کنند و در نتیجه، اثرات مثبتی روی عملکرد سازمان دارند (یانگ⁶، 2004). همچنین، سازمان‌ها باید با تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه ناشی از تغییرات محیطی نه تنها بقاء، بلکه رشد خود را نیز تضمین کنند (زالی و همکاران، 1388). مسأله اصلی

¹-Bontis

²-Abeysekera

³-Boore & porter

⁴-Miller

⁵-Davis et al

⁶-Yang

تحقیق حاضر این است که نقش کارآفرینی محوری و سرمایه فکری را بر عملکرد سازمان مشخص می‌کند. بنابراین، انتظار می‌رود یافته‌های این مطالعه برای مدیران، مشاوران و سیاست‌گذارانی که به دنبال درک بهتری از ماهیت رقابت به ویژه در محیط‌های در حال تغییر هستند، با ارزش باشد.

تحقیق حاضر از آن جهت حایز اهمیت است که در بسیاری از مطالعات و بررسی‌های صورت گرفته، اهمیت بحث‌های نظری در بررسی عملکرد سازمان‌ها نادیده انگاشته شده است. همچنین، مطالعات اندکی به بررسی همزمان گرایش به کارآفرینی و سرمایه فکری بر عملکرد سازمان پرداخته‌اند، با درک این ضرورت در این تحقیق، نقش سرمایه فکری و گرایش به کارآفرینی¹ تحلیل و تأثیرات آنها بر عملکرد شرکت‌های صنایع چوب و محصولات چوبی مشهد سنجیده می‌شود.

با توسعه دانش و فناوری و گسترش حیطه‌های کسب و کار، محیط کسب و کار به محیطی رقابتی و پر چالش تبدیل شده است و پارادایم‌های جدیدی ظاهر شده که بقا را برای بسیاری از بنگاه‌ها مشکل ساخته است. در چنین محیطی، طبیعی است که امتیازهای رقابتی تغییر شکل دهند. لین و شانگ در تحقیقات خود نشان دادند که سرمایه فکری تمامی دارایی‌های خلق شده توسط فعالیت‌های فکری از جمله کسب، نوآوری و خلق دانش را شامل می‌شود. سرمایه فکری بر مدیریت دانش، تأثیر می‌گذارد. نوآوری دانش، عامل اصلی در خلق ارزش محصول و رشد اقتصادی در اقتصاد دانش محور است. بیکر² بیان می‌کند که کارمندان کارآمد، مهمترین عامل برای سازمان در چنین اقتصادی هستند (روسبرگ³، 2009) از طرفی پیدایش اقتصاد دانشی باعث افزایش شهرت سرمایه‌های فکری، به عنوان یک موضوع تحقیقاتی شده است. تعداد مقاله‌ها و کتاب‌های منتشر شده در این زمینه، نشان از اهمیت نقش سرمایه‌های فکری دارد. سرمایه‌های فکری، جزو ویژگی‌های یک سازمان محسوب می‌شوند و به طور قابل ملاحظه‌ای از طریق افزودن ارزش به ذینفعان کلیدی سازمان، به بهبود وضعیت رقابتی سازمان منجر می‌شوند (پی⁴، 2007). مار (2004) سرمایه فکری را به

¹-Entrepreneurial Orientation (EO)

²-Baker

³-Rothberg

⁴-Pew

عنوان مجموعه‌ای از دارایی‌های دانشی متعلق به سازمان تعریف می‌کند که موجب افزایش ارزش سازمان و بهبود وضعیت آن می‌شود (طالب‌نیا و همکاران، 1391).

بونتیس به سه نوع سرمایه انسانی، ساختاری و مشتری اشاره دارد (بونتیس¹، 2000). هنگامی که پیشینه تحقیق سرمایه فکری، بررسی می‌شود، به نظر می‌رسد که بیشتر مدل‌های سرمایه فکری سعی کرده‌اند سه بعد انسانی، ارتباطی و ساختاری را با برخی ویژگی‌های مشترک برای سرمایه فکری در نظر بگیرند (مار²، 2005).

منظور از سرمایه انسانی، سطحی از دانش فردی است که کارکنان یک سازمان دارا هستند؛ این دانش به طور معمول ضمنی است. سیتاران، تنگلو و ساراوانن، سرمایه انسانی را معادل شایستگی دانسته و سپس شایستگی کارکنان را ظرفیت انجام وظایف در شرایط مختلف، برای ایجاد دارایی‌های مشهود و نامشهود تعریف می‌کنند (بارتس³، 2005). مایو سرمایه انسانی را تشکیل شده از قابلیت، دانش، مهارت، تجربه و شبکه کاری با توانایی دستیابی به نتایج و رشد بالقوه، انگیزش در قالب جاه طلبی، انگیزش کاری، بهره‌وری، اثربخشی کار گروهی در قالب حمایت و مساعدت، احترام متقابل، رهبری در قالب شفاف بودن چشم انداز و توانایی ابلاغ و اعلان آن چشم انداز، جو سازمانی در قالب فرهنگ (به خصوص آزادی نوآوری، گشودگی، انعطاف پذیری، و احترام به افراد) تعریف می‌کند.

منظور از سرمایه ارتباطی (مشتری)، تمامی دانش فراگرفته شده از روابط سازمان با محیط خود، شامل مشتریان، عرضه‌کنندگان، مجامع علمی و غیره است. به عقیده چن، مهمترین بخش یک سرمایه ارتباطی، سرمایه مشتری است، زیرا موفقیت یک سازمان در گرو سرمایه مشتری آن است (چوی⁴، 2003). به طور کلی، سرمایه مشتری که به عنوان پل و واسطه در فرایند سرمایه فکری عمل می‌کند، عامل تعیین‌کننده اصلی در تبدیل سرمایه فکری به ارزش بازاری و در نتیجه، عملکرد کسب و کار سازمان است (راستوگی⁵، 2002).

¹ -Bontis

² -Marr

³ -Bhartesh

⁴ -Choi

⁵ -Rastogi

منظور از سرمایه ساختاری، تمامی دارایی‌های غیرانسانی یا قابلیت‌های سازمانی است. سرمایه ساختاری، مجموع دارایی‌هایی تعریف می‌شود که توانایی خلاقیت سازمان را ممکن می‌سازند. مأموریت، چشم انداز، ارزش‌های اساسی، استراتژی‌ها و سیستم‌های کاری و فرآیندهای درونی یک سازمان، می‌توانند در زمره این نوع دارایی‌ها محسوب شوند (بازبارا¹، 2000). سرمایه ساختاری را می‌توان به هر چیزی که در سازمان وجود دارد و از کارکنان (سرمایه انسانی) در کارشان حمایت می‌کند، اطلاق کرد. سرمایه ساختاری تحت تملک سازمان است و حتی زمانی که کارکنان سازمان را ترک می‌کنند، در سازمان وجود دارد (لوپز²، 2008).

بسیاری از مدیران سازمان‌ها با یکدیگر رقابت می‌کنند و از طرفی، به دنبال راه‌حل‌های جدید برای افزایش عملکرد سازمانشان هستند که از نگرانی‌های اصلی سازمان‌های امروزی است (بنزینگ و همکاران³، 2005). هدف عملکرد، تمرکز کارکنان بر عملکرد وظیفه‌ای است (مثلا رسیدن به بیست درصد سهم بازار در پایان سال مالی آینده). اهداف مربوط به عملکرد، به راحتی قابل اندازه‌گیری هستند مانند افزایش سطوح یادگیری و رفتار کارآفرینانه در سازمان‌ها. بنابراین، آنها باید به دنبال راه‌هایی برای تغییرات طولانی مدت به منظور تلاش برای اجرا باشند. در تحقیقات مختلف عملکرد سازمان از جنبه‌های متفاوتی بررسی شده است. در سال 2007 اسوینک و همکاران، عملکرد کسب و کار سازمان را مورد بررسی قرار دادند و آن را شامل عملکرد بازار و رضایت مشتری دانستند. بیرد و همکاران (2006) عملکرد کسب و کار را شامل سود و درآمد نیروی کاری شناختند. کائو و دولتشاهی (2005) نیز عوامل زیر را مورد بررسی قرار دادند: بعد سهم بازار شامل رشد درآمد، رشد فروش، میزان سهم بازار؛ بعد عملکرد مالی شامل نرخ بازگشت سرمایه، نرخ بازگشت فروش، نقدینگی، جریانات نقدی، قابلیت سودآوری؛ بعد نوآوری محصول شامل توسعه در عملیات کسب و کار، توسعه در محصولات و خدمات؛ و بعد شهرت کمپانی. در این تحقیق، عملکرد شرکت مورد بررسی قرار گرفته است که شامل حفظ مشتری، رشد فروش، سود و بازگشت سرمایه می‌باشد.

از نظر میلر (1983)، گرایش به کارآفرینی دارای سه بعد نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی می‌باشد که البته لی و همکاران (2008) در مطالعه خود دریافتند بعد ریسک

¹ -Bozbura

² -Lopez

³ -Benzing et al

پذیری از میان ابعاد سه گانه گرایش به کارآفرینی به طور خاص ممکن است برای عملکرد سازمان مفید باشد. در واقع، همواره ریسک‌پذیری به عنوان مشخصه اصلی کارآفرینی توجه شده است (آگکا و همکاران¹، 2012). با این حال، آتوهن - گیما و کو (2001) پیشنهاد کردند که شرکت‌ها باید سطوح بالایی از بازارگرایی و گرایش به کارآفرینی را ارائه دهند در حالی که بویان و همکاران (2005) استدلال کردند که سطوح متوسط کارآفرینی در ترکیب با سطوح بالایی از بازارگرایی، مطلوب است. لذا، مشخص شد که گرایش به کارآفرینی ممکن است سازمان‌هایی با قابلیت‌های پویا و نوآور بودن در استفاده از منابعی برای بهبود عملکرد سازمان را فراهم آورد (داویدسون و همکاران²، 2002). از زمان شومپیتر (1949) اجماعی میان پژوهشگران پدید آمده است که کارآفرینی، عامل کلیدی کارایی اقتصادی شرکتی، منطقه‌ای و ملی می‌باشد (تاجدینی و مولر³، 2012). همچنین، ویکلاند و شپارد (2003) در مطالعه خود از میان یک نمونه 384 تایی شرکت سوئدی در صنایع مختلف نشان دادند که گرایش به کارآفرینی، تأثیر مثبتی بر عملکرد سازمان دارد. کوین و اسلوین (1989) نیز دریافتند که در محیط‌های در حال تغییر، داشتن ساختارهای کارآفرینی محور منجر به عملکرد بهتر سازمان می‌شود. شواهد تجربی دیگری نیز نشان می‌دهند که گرایش کارآفرینانه به بهبود عملکرد، رشد و بقای سازمان می‌انجامد (راچ و همکاران⁴، 2009).

بنابر دیدگاه مبتنی بر منابع، عملکرد برتر سازمان‌ها می‌تواند از منابع منحصر به فرد آنها، یکپارچگی منابع و یا توانایی پاسخ‌گویی به محیط ناشی شود. بر اساس این دیدگاه، تفاوت در عملکرد سازمان‌ها به دلیل این است که سازمان‌های موفق دارای منابع استراتژیکی (فیزیکی، انسانی و سازمانی) هستند که رقبای آنها فاقد آن منابع‌اند. پس تفاوت در منابع، نقش مهمی در ایجاد سود برای سازمان دارد (یانگ و کانگ⁵، 2008). از جمله منابع شرکت، سرمایه فکری است. لذا سرمایه فکری، عامل کلیدی ارتقای عملکرد سازمان به شمار می‌رود. نتایج حاصل از مطالعه سینایی و همکاران (1390) نشان داد که رابطه مثبت و معناداری میان سرمایه فکری و عملکرد

¹ - Ağca et al

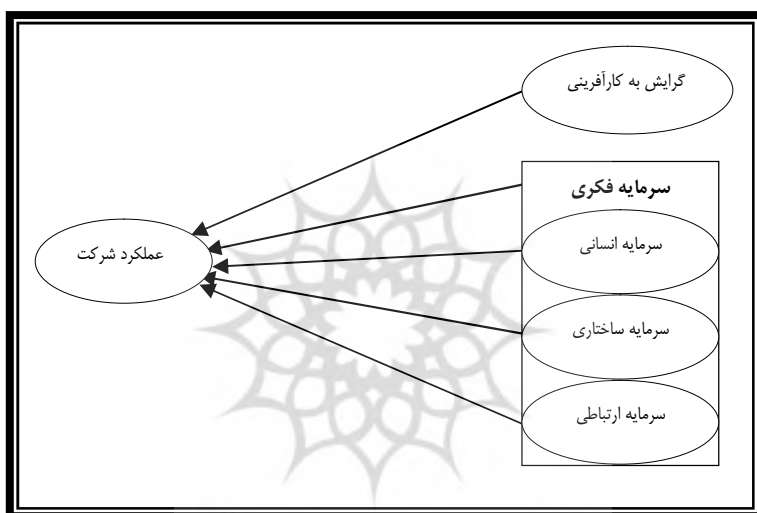
² - Davidsson et al

³ - Tajeddini & Mueller

⁴ - Rauch et al

⁵ - Yang & Kang

سازمان وجود دارد. همچنین، فطرس و بیگی (1389) و چانگ (2004) نیز در مطالعات خود به وجود رابطه معنادار و مثبت میان سرمایه فکری و عملکرد سازمان دست یافتند. حال براساس بررسی‌های صورت گرفته و سوابق موضوع و پیشینه تحقیقات، مدل مفهومی تحقیق حاضر در قالب شکل (1) ارائه شده است. در این مدل، گرایش به کارآفرینی و سرمایه فکری به عنوان متغیرهای مستقل در نظر گرفته شده‌اند که در آن، سرمایه فکری شامل سه بعد سرمایه انسانی، ساختاری و ارتباطی می‌باشد و عملکرد سازمان نیز به عنوان متغیر وابسته می‌باشد.



ابزار و روش

روش تحقیق مطالعه حاضر در طبقه‌بندی تحقیقات توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق، شرکت‌های کوچک و متوسط صنایع چوب و محصولات چوبی شهر مشهد می‌باشد. اعضای جامعه آماری نیز، مدیران ارشد این شرکت‌ها می‌باشند. به دلیل محدود بودن جامعه آماری از شیوه سرشماری برای گردآوری اطلاعات استفاده شد. با توجه به آمار سازمان صنایع و معادن خراسان رضوی، تعداد شرکت‌های کوچک و متوسط صنایع چوب و محصولات چوبی شهر مشهد 46 شرکت

فعال اعلام شده است لذا، 46 پرسشنامه در این جامعه آماری توزیع گردید، سپس جمع آوری شد و مورد تحلیل قرار گرفت.

برای جمع آوری اطلاعات در این تحقیق از پرسشنامه استفاده شده است که دارای طیف پنج امتیازی لیکرت (1= کاملاً مخالفم تا 5= کاملاً موافقم) می باشد. پرسشنامه تنظیم شده شامل 21 سؤال می‌باشد، 11 سؤال مربوط به گرایش به کارآفرینی و برگرفته از پرسشنامه لامپکین و دس (2001) می باشد، 4 سؤال مربوط به عملکرد سازمان و برگرفته از پرسشنامه تیپینز و سوهی (2003) و 6 سؤال مربوط به سرمایه فکری و برگرفته از پرسشنامه بنتیس و همکاران (2000) می‌باشد که دو سؤال آن در مورد سرمایه ساختاری، دو سؤال در مورد سرمایه انسانی و دو سؤال دیگر در مورد سرمایه ارتباطی در این پرسشنامه مطرح گردیده است. به منظور محاسبه قابلیت پایایی ابزار سنجش، سازگاری درونی با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ توسط نرم افزار SPSS بدست آمد. جدول (1) متغیرهای پرسشنامه و ضریب آلفای کرونباخ هر یک از متغیرهای مورد مطالعه را نشان می‌دهد. روایی پرسشنامه نیز علاوه بر استفاده از روش صوری - محتوایی (نظر صاحب نظران مربوط)، از طریق تحلیل عاملی تأییدی نیز به منظور حصول اطمینان بیشتر به نتایج انجام شده است که در بررسی مدل اندازه‌گیری مقاله حاضر در بخش 5-2-1 آورده شده است.

جدول 1- متغیرهای پژوهش و آلفای کرونباخ پرسشنامه

متغیرها	تعداد سوالات	ضریب آلفای کرونباخ
گرایش به کارآفرینی	11	0/70
سرمایه فکری	6	0/84
سرمایه انسانی	2	0/73
سرمایه ساختاری	2	0/75
سرمایه ارتباطی	2	0/8
عملکرد سازمان	4	0/75

همان طور که از جدول (1) ملاحظه می‌شود و طبق گفته سکاران (1388)، مقادیر آلفای کرونباخ کمتر از 0/6 نشان‌دهنده پایایی ضعیف، آلفای بین 0/7 و 0/8 نشان‌دهنده پایایی نسبتاً خوب و آلفای بالای 0/8 نشان از پایایی بالای ابزار اندازه‌گیری دارد. لذا، می‌توان پایایی پرسشنامه مذکور را مناسب ارزیابی نمود.

در این پژوهش از روش حداقل مربعات جزئی¹ توسط نرم افزار پی‌ال‌اس و رویه هالاند² (1999) به منظور بررسی مدل‌های اندازه‌گیری، ساختاری و آزمون فرضیات استفاده شده است.

نتایج

مرحله اول: ارزیابی مدل اندازه‌گیری³.

تعیین مدل اندازه‌گیری از طریق نتایج تحلیل عاملی تأییدی صورت می‌گیرد. همچنین، به منظور دستیابی به اعتبار همگرا و میزان همبستگی، آزمون‌های پایایی مرکب⁴ و میانگین واریانس اقتباس شده⁵ ارزیابی شد. پایایی مرکب بالاتر از 0/8 همراه با میانگین واریانس حداقل 0/5 دو شرط لازم برای اعتبار همگرا و همبستگی یک سازه می‌باشند (فرنل و لاکر⁶، 1981). مطابق جدول (2) پایایی برای همه متغیرها بین 0/891 تا 0/980 و میانگین واریانس بین 0/54 تا 0/70 است که اعتبار همگرایی بالایی را نشان می‌دهد. همچنین، همانگونه که در جدول (2) مشاهده می‌شود، تمامی سازه‌ها دارای بار عاملی بین 0/558 و 0/899 می‌باشند که مطابق معیار فورنل و لاکر، همبستگی بالایی را نشان می‌دهند.

¹ -PLS (Partial Least Square)

² - Hulland

³ -Measurement model

⁴ -Composite Reliability

⁵ -Average Variance Extracted (AVE)

⁶ -Fornell & Larcker

جدول 2- بارهای عاملی، پایایی مرکب و میانگین واریانس اکتباس شده

میانگین واریانس	پایایی مرکب	بار عاملی	گویه‌ها	میانگین واریانس	پایایی مرکب	بار عاملی	گویه‌ها
0/63	0/811	عملکرد سازمان		0/70	0/911	گرایش به کارآفرینی	
		0/670	q12			0/780	q1
		0/558	q13			0/710	q2
		0/582	q14			0/824	q3
		0/785	q15			0/810	q4
0/54	0/980	سرمایه فکری				0/707	q5
0/823		0/753	q16			0/630	q6
سرمایه انسانی		0/654	q17			0/786	q7
0/826		0/873	q18			0/783	q8
سرمایه ساختاری		0/674	q19			0/660	q9
0/840		0/870	q20			0/801	q10
سرمایه ارتباطی		0/899	q21			0/786	q11

مرحله دوم: ارزیابی مدل ساختاری:¹

در این مرحله به تحلیل مسیر، تعیین شاخص‌های برازندگی مدل و برازش مدل پرداخته می‌شود. شاخص‌های به دست آمده در PLS همگی کیفیت برازش را نشان می‌دهند. به این معنی که این شاخص‌ها، عددی بین صفر تا یک می‌باشند و اگر مقدار آنها به یک نزدیک‌تر و از 0/5 بیشتر باشند، بیانگر مطلوبیت مدل می‌باشند. این شاخص‌ها به ترتیب مطلق² و نسبی³ و همچنین، مدل بیرونی و مدل درونی نامیده می‌شوند (هالاند⁴، 1999). بنابراین، با توجه به مقادیر شاخص‌های حاصل شده می‌توان برازش مدل را مناسب ارزیابی نمود.

¹ -Structural model

² -Absolute index

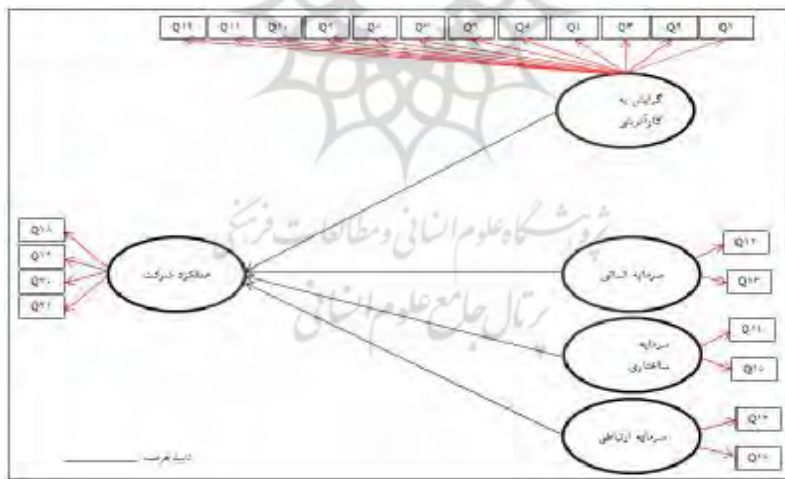
³ -Relative index

⁴ -Hulland

جدول 3- شاخص‌های برازندگی مدل ساختاری

نوع شاخص	شاخص‌های مدل سیستمی	شاخص‌های مدل جزئی
شاخص مطلق	0/624	0/675
شاخص نسبی	0/927	0/878
شاخص مدل بیرونی	0/991	0/989
شاخص مدل درونی	0/856	0/879

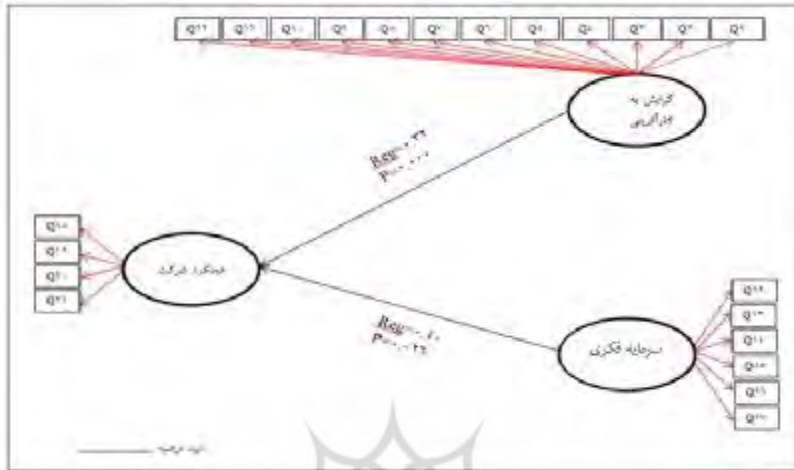
در بررسی مدل مفهومی تحقیق از دو نوع مدل بهره گرفته شده است. مدل کلی یا سیستمی که در آن سرمایه فکری به عنوان یک متغیر در نظر گرفته شده است، در مدل دیگر یعنی مدل جزئی هر کدام از ابعاد سرمایه فکری یعنی سرمایه انسانی، ساختاری و ارتباطی به عنوان یک متغیر مستقل در نظر گرفته شده‌اند. بنابراین، با کمک این دو مدل و رویکرد حداقل مربعات جزئی تاثیر سرمایه فکری به صورت کلی و جداگانه و گرایش به کارآفرینی بر سازه‌های تحقیق مورد بررسی قرار می‌گیرند. در شکل (2) می‌توان مدل جزئی تحقیق را با در نظر گرفتن سه متغیر مستقل مشاهده نمود.



شکل 2- مدل ساختاری (بررسی جداگانه ابعاد سرمایه فکری)

در شکل (3) می‌توان تاثیر سرمایه فکری به طور یکپارچه و گرایش به کارآفرینی را بر سازه‌های تحقیق ملاحظه نمود. همچنین، ضرایب مسیر و مقدار p-value بر روی

خطوط مدل ساختاری تحقیق (شکل 3) نمایش داده شده‌اند که مقدار ضریب با (reg) و مقدار p-value با (P) نمایش داده شدند.



شکل 3- مدل ساختاری (بررسی یکپارچه ابعاد سرمایه فکری)

جدول (4) نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها را در قالب ضرایب مسیر همراه با سطح معناداری و در ارتباط با فرضیه‌های تحقیق نشان می‌دهد. در این جدول مقادیر ضریب مسیر، آماره آزمون و معناداری آنها برای هر یک از فرضیه‌ها بررسی شده است. از آنجایی که در این تحقیق سطح اطمینان 0/95 در نظر گرفته شده است لذا، برای آزمون فرضیات اگر معناداری از 0/05 کمتر باشد، مسیر و ضریب مسیر مورد نظر معنادار بوده و فرضیه مورد نظر تأیید می‌گردد، در غیر اینصورت آن ضریب مسیر معنادار نیست و فرضیه مربوط نیز رد می‌شود.

جدول 4- نتایج آزمون فرضیه‌ها

نتیجه	سطح معناداری	ضریب رگرسیونی	فرضیه		
			عملکرد سازمان	←	
تأیید	0/000	0/32	عملکرد سازمان	←	1- گرایش به کارآفرینی
تأیید	0/026	0/40	عملکرد سازمان	←	2- سرمایه فکری
تأیید	0/000	0/41	عملکرد سازمان	←	1-2- سرمایه انسانی
تأیید	0/04	0/33	عملکرد سازمان	←	2-2- سرمایه ساختاری
تأیید	0/000	0/47	عملکرد سازمان	←	3-2- سرمایه ارتباطی

همان طور که در جدول (5) مشاهده می شود، فرضیه اصلی اول یعنی تأثیر گرایش به کارآفرینی با ضریب تأثیر 0/32 بر عملکرد شرکت مورد تأیید واقع شد. در مورد آزمون فرضیه اصلی (2) تحقیق، همان طور که در جدول (4) مشاهده می گردد، این مسیر با ضریب تأثیر 0/40 در سطح ($P < 0/05$) معنادار می باشد لذا، فرضیه اصلی دوم نیز تأیید می گردد. همچنین، از میان زیر فرضیات این فرضیه اصلی، هر سه بعد سرمایه انسانی، ساختاری و ارتباطی بر عملکرد شرکت دارای تأثیر معناداری دارند.

بحث و نتیجه گیری

نتایج این تحقیق حاکی از برازش مناسب مدل مفهومی تحقیق حاضر بود. تحلیل‌های آماری نشان داد که تمامی سازه‌های تحقیق حاضر با یکدیگر رابطه معناداری دارند. به عبارت دیگر، بررسی‌های صورت گرفته نشان داد که گرایش به کارآفرینی با عملکرد سازمان رابطه معناداری دارد. این یافته‌ها به ترتیب با مطالعات محققانی همچون جونز (2006)، کوین و اسلوین (1989)، پایان نامه حمیده سادات حسینی (1386)، ویکلاند و شپارد (2003) که در مطالعه خود از میان یک نمونه 384 تایی شرکت سوئدی در صنایع مختلف نشان دادند که گرایش به کارآفرینی، تأثیر مثبتی بر عملکرد سازمان دارد، کوین و اسلوین (1989) نیز دریافته‌اند که در محیط‌های در حال تغییر، داشتن ساختارهای کارآفرینی محور منجر به عملکرد بهتر سازمان می شود، همسو می باشد. شواهد تجربی دیگری نیز نشان می دهند که گرایش کارآفرینانه به بهبود عملکرد، رشد و بقای سازمان می انجامد (راچ و همکاران، 2009). همچنین این یافته پژوهش با این بیان که سازمان‌هایی که به طور کارآفرینانه‌ای اقدام می کنند بهتر می توانند فعالیت‌های خود را در محیط‌های رقابتی پویا تنظیم کنند و در نتیجه، آثار مثبتی بر عملکرد سازمان دارند (یانگ، 2004) همچنین، سازمان‌ها باید با تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه ناشی از تغییرات محیطی نه تنها بقاء، بلکه رشد خود را نیز تضمین کنند (زالی و همکاران، 1388)، همسو می باشد. در واقع، نتایج این مطالعه نشان داد که اقداماتی از قبیل گرایش به کارآفرینی در اقتصادهای نوظهور می توانند معتبر و قابل اعتماد باشند. از طرفی، به کارگیری این متغیر و در نظر گرفتن آن‌ها نقش بسزایی در استحکام و بقای سازمان خواهد داشت. بخش عمده‌ای از کارهایی که هم اکنون در سازمان‌ها برای بهبود بهره‌وری و بهتر کردن کیفیت زندگی کاری انجام می گیرد متوجه این امر است که راه را برای به کارگیری سرمایه فکری و گرایش افراد به کارآفرینی هموار سازد. همچنین،

گرایش به کارآفرینی پدیده‌ی پیچیده‌ای است که فاقد بررسی‌های تجربی می‌باشد. در واقع، این باور وجود دارد که اعمال کارآفرینی در یک سازمان طیف گسترده‌ای است که نیل به درجات متعالی آن موجب اثرگذاری مستقیم بر عملکرد شرکت و بهبود محسوس آن می‌شود. هرچه میزان گرایش به کارآفرینی در سازمان بیشتر شود و سازمان به سوی مراحل بالاتر کارآفرینی گام بردارد به شکل همسو و یک جهت، عملکرد آنها نیز بهبود می‌یابد.

نتایج همچنین نشان داد که سرمایه‌فکری با عملکرد سازمان رابطه معناداری دارد این یافته پژوهش با یافته‌های سینایی و همکاران (1390) همسو می‌باشد که نشان دادند رابطه مثبت و معناداری میان سرمایه‌فکری و عملکرد سازمان وجود دارد و یافته‌های فطرس و بیگی (1389) و چانگ (2004) که رابطه معنادار و مثبتی میان سرمایه‌فکری و عملکرد سازمان نشان دادند. همچنین این یافته پژوهش با بیان بیکرهمسو است¹ که بیان می‌دارد کارمندان کارآمد، مهم‌ترین عامل برای موفقیت سازمان هستند (روسبرگ²، 2009). تعداد مقاله‌ها و کتاب‌های منتشر شده نشان از اهمیت نقش سرمایه‌های فکری بر عملکرد سازمان دارد. سرمایه‌های فکری، جزو ویژگی‌های یک سازمان محسوب می‌شوند و به طور قابل ملاحظه‌ای از طریق افزودن ارزش به ذینفعان کلیدی سازمان، به بهبود وضعیت رقابتی سازمان منجر می‌شوند (بی، 2007).

اگر چه نتایج این پژوهش نشان داد که هر سه بعد سرمایه‌فکری (انسانی، ارتباطی و ساختاری) دارای رابطه معناداری با عملکرد سازمان هستند. در این بین، سرمایه ارتباطی، دارای بیشترین رابطه با عملکرد سازمان است. بنابراین، به منظور تقویت هر چه بیشتر سرمایه ارتباطی در این موارد پیشنهاد می‌شود: آموزش رفتار مشتری‌مداری مناسب به کارکنانی که ارتباط مستقیمی با مشتریان دارند؛ شناسایی بازارهای هدف؛ شناسایی نیازهای مشتریان؛ توزیع بازخوردهای مشتری در سراسر سازمان؛ مشارکت تمامی بخش‌های سازمان در فرآیند بازاریابی خدمات؛ واردکردن نظرات مشتریان در نحوه طراحی و ارائه خدمات؛ تقویت نگرش مشتری‌مداری در بین تمامی اعضای سازمان؛ استخدام، آموزش، ایجاد انگیزه و توانمندسازی کارکنان به نحوی که بتوانند به طور کامل به مشتریان خدمت ارائه کنند.

¹ -Baker

² -Rothberg

محققان می‌توانند براساس این مطالعه و تحقیقات مشابه در تلاش برای درک بهتر انواع استراتژی‌ها و منابع سازمانی و قابلیت‌های ارزشمند باشند زمانی که در محیط‌های در حال تغییر رقابت می‌کنند؛ سیاست‌گذاران می‌توانند به تنظیم بازار آزاد کمک کنند. به طوری که محیط تجاری بیشتر شفاف شود و شرکت‌ها بتوانند به طور مؤثرتری رقابت کنند. مطالعات و بررسی‌های طولی از شرکت‌های مشابه می‌تواند به تعیین اینکه چگونه این مفاهیم سازمان‌ها را در طول زمان تغییر می‌دهد و چگونه به طور کامل این استراتژی‌ها کاربردی و اجرا می‌شوند، کمک کند. پیشنهاد می‌شود برای دستیابی به سطوح بالای عملکرد که بتواند ایجاد دانش را سریع‌تر کند و مدیران، منابع دانش را مدیریت کنند. همچنین، پیشنهاد می‌شود که سازمان، کانال‌های ارتباطی باز که شفاف سازی و اطلاعات سریع را ارائه می‌دهد و موجب ارتباط و تعامل بیشتر تصمیم‌گیران می‌شود، در شرکت فراهم کند تا منابع دانش و یادگیری ارتقا یابد.

این پژوهش در عرصه یکی از صنایع تولیدی کشور انجام گرفت، اجرای طرح‌های پژوهشی مشابه در قلمرو کسب و کارها و صنایع خدماتی و بررسی دستاوردهای کارآفرینی در این حوزه‌ها نیز می‌تواند نقش تکمیلی را برای پژوهش حاضر ایفا کند. همچنین، امید آن است در آینده به جای تفکر درباره محصولات کوتاه مدت، به استراتژی‌های بلندمدت انسانی، ساختاری و مشتری توجّه بیشتری معطوف شود.

منابع:

- جوانمرد، حبیب‌اله؛ سخایی، فاطمه (1388)، "بررسی رابطه بین مهارت‌های فردی، یادگیری سازمانی، نوآوری و عملکرد سازمانی در صنایع کوچک و متوسط استان مرکزی"، فصلنامه بصیرت، سال 16، شماره 44.
- فراهانی، حسن؛ شعبانی، رضا و غفاری، هادی (1392)، بررسی تاثیر گرایش به کارآفرینی و اطلاعات بازاریابی بر عملکرد شرکت های کوچک و متوسط استان مرکزی. مجله مدیریت بازاریابی، شماره 21، 63-77.
- صفدری، ابوالفضل؛ آسیابانها، مهدی؛ هراتی زاده، سینا و شفیعی، احمدرضا (1389)، "بررسی تأثیر یادگیری سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در میان سازمان های استان قزوین"، همایش کارآفرینی در ایران 1404.
- رشیدی، محمد مهدی؛ حبیبی، معصوم؛ جعفری فارسانی، جواد (1389)، "رابطه بین سرمایه های فکری و قابلیت یادگیری سازمانی در موسسه مطالعات بین المللی انرژی"، فصلنامه مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، شماره 11، سال چهارم، 59-76.
- زالی، محمد رضا؛ مدهوشی، مهرداد و مخبر، مزده (1388)، "یادگیری کارآفرینانه رویکردی نوین در یادگیری سازمانی"، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی و علمی و فرهنگی کار و جامعه، شماره 106-107.
- Abeysekera, I. (2006), The project of intellectual capital disclosure: researching the research. *Journal of Intellectual Capital*, 7(1), 61-77.
- Ağca, V., Topal, Y., & Kaya, H. (2012), Linking intrapreneurship activities to multidimensional firm performance in Turkish manufacturing firms: an empirical study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(1), 15-33.
- Benzing, C., Chu, H. M., & Callanan, G. (2005), A Regional Comparison of the Motivation and Problems of Vietnamese Entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 10(1), 3-27.
- Bhartesh, K. R. (2005), Intellectual Capital: Concept and its Measurement. *Finance India Journal*, 19(4), 1365- 1374.

- Bontis, N. (1998), Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and Models. *Management decision*, 36(2), 63-67.
- Bontis N. Keow, W. A. (2000), Intellectual capital and Business performance in Malaysian Industries. *Journal of Intellectual Capital*, 1(1), 85-100.
- Boore, J. & Porter, S. (2011), Education for entrepreneurship in nursing. *Nurse Education Today*, 31 (2), 184-191.
- Bozbura, F. (2000), Measurement and application of intellectual capital in Turkey. *Intellectual capital*, 357-367.
- Casson, M. (2003), *the Entrepreneur: An Economic Theory* (Second Ed.). Northampton, MA: Edward Elgar Publishing, Inc.
- Choi, B. (2003), An empirical investigation of KM styles and their effect on corporate performance. *Information & Management*, 40(2), 403-417.
- Covin, J. G., & Miles, M. P. (1999), Corporate Entrepreneurship and the Pursuit of Competitive Advantage. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47-63.
- Davidsson, P., Delmar, F., & Wiklund, J. (2002), Entrepreneurship as Growth: Growth as Entrepreneurship. In M. A. Hitt, R. D. Ireland, S. M. Camp & D. L. Sexton (Eds.), *Strategic Entrepreneurship: Creating a New Mindset* (pp. 1-16). Malden, MA: Blackwell Publishers Ltd.
- Davis, J. L., Greg Bell, R., Tyge Payne, G. & Kreiser, P. M. (2010), Entrepreneurial orientation and firm performance: the moderating role of managerial power. *American Journal of Business*, 25 (2), 41-54.
- Fornell, C., & Larcker, D. (1981), Structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(2), 39-50.

-
- Haenlein, M., Kaplan A. M. (2004), A Beginner's Guide to Partial Least Squares Analysis. *Understanding statistics*, 3(4), 283-297.
 - Hsu, Y. H. F. (2008), Intellectual capital and new product development performance: The mediating role of organizational learning capability. *Technol. Forecast. Soc.*, 1(4), 59-73.
 - Hulland, J. (1999), Use of partial least square (PLS) in strategic management research: a review of four recent studies. *Strategic Manage*, 20, 195-204.
 - Lauria, E. J. M., & Duchessi, P. J. (2007), A methodology for developing Bayesian networks: An application to information technology (IT) implementation. *European Journal of Operational Research*, 179(1), 234-252.
 - Lopez, D. C. (2008), Intellectual Capital in high-tech firms the case of Spain. *Journal of Intellectual Capital*, 9(1), 25-36.
 - Lumpkin, G.T., & Dess, G. G. (2001), Linking Two Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Moderating Role of Environment and Industry Life Cycle. *Journal of Business Venturing*, 16, 429-451.
 - Marr, B. M. (2005), Defining Intellectual Capital: A Three-dimensional Approach. *Management Decision*, 43(9), 65-79.
 - Martinsons, M. G. (1995), Knowledge-based systems leverage human resource management expertise. *International Journal of Manpow*. 16(2), 17-34.
 - Pew Tan, H. H. (2007), Intellectual Capital and financial returns of companies. *Journal of Intellectual Capital*, 8(1), 76-95.
 - Preece, S. B., Miles, G., & Baetz, M. C. (1998), Explaining the international intensity and global diversity on early-stage technology-based firms. *Journal of Business Venturing*, 14, 259-281.

- Rastogi, P. (2002), Knowledge management and intellectual capital as a paradigm of value creation. *Human Systems Management*, 21(3), 229-40.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G.T., & Frese, M. (2009), Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestion for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, 761-781.
- Rothberg, G. S. (2009), Intellectual capital in business-to-business markets. *Industrial Marketing Management*, 2(1), 19-34.
- Tajeddini K. & Mueller S.L. (2012), corporate entrepreneurship in Switzerland: evidence from a case study of Swiss watches manufacturers. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(3), 355-372 .
- Yang, B., Watkins, K. E. & Marsick, V. J. (2004), the construct of the learning organization: Dimensions, Measurement, and validation, *Human Resources Development Quarterly*, 15, 30-31.
- Yang, S. & Kang, Hsin-Hong. (2008), Is synergy always good? Clarifying the effect of innovation capital and customer capital on firm performance in two contexts. *Technovation* 28, 667-678.



شرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی