

تأثیر امید به زندگی بر کارآفرینی سازمانی کارکنان در دانشگاه آزاد سبزوار

نرگس قاسمی نژاد^۱

چکیده

امروزه، پیچیدگی و تلاطم، محیط کسب و کار سازمان‌ها را وادار کرده تا در پاسخ‌گویی به تغییرات محیطی توانایی‌ها و قابلیت‌های خود را افزایش دهند. یکی از راه‌های پاسخ‌گویی سازمان‌ها و موسسه‌های دولتی به الزامات محیطی، استفاده از کارآفرینی سازمانی است. از مهم‌ترین مقدمات و پیشایندهای تحریک‌کننده کارآفرینی سازمانی، امید به زندگی است که نقشی حیاتی در ارتقای سطح کارآفرینی در سازمان‌ها ایفا می‌کند.

این پژوهش، با هدف بررسی تأثیر امید به زندگی بر کارآفرینی سازمانی، در میان کارکنان دانشگاه آزاد واحد سبزوار صورت گرفته است. جامعه آماری این پژوهش را ۲۱۰ تن از اساتید و کارکنان این واحد تشکیل دادند که با استفاده از جدول مورگان ۱۳۲ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب و پرسشنامه بین آن‌ها توزیع شد. این تحقیق، بر مبنای هدف کاربردی و بر مبنای گردآوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی از نوع همبستگی است. برای تحلیل داده‌ها، نرم‌افزارهای SPSS و معادلات ساختاری PLS با ورژن ۲۳ مورد استفاده قرار گرفت.

نتایج حاکی از آن است که بین امید به زندگی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین امید به زندگی تأثیر معناداری بر ابعاد کارآفرینی سازمانی مانند رهبری کارآفرین، انعطاف‌پذیری، وضعیت پاداش و نگرش افراد دارد. به طوری که امید به زندگی بر نگرش افراد با ۰,۷۷ بیشترین تأثیر و بر انعطاف‌پذیری با ۰,۵۷ کمترین تأثیر را دارد.

^۱ دانش آموخته دکتری مدیریت منابع انسانی پژوهشگاه شاخص پژوه،

همچنین مؤلفه‌های انعطاف‌پذیری، پرداخت منصفانه حقوق و مزایا، رهبری کارآفرین و نوع نگرش افراد بهترین پیش‌بینی کننده کارآفرینی سازمانی هستند. نتایج این پژوهش، می‌تواند در تصمیم‌گیری مدیران و سیاست‌گذاری‌های آینده دانشگاه آزاد قابل توجه باشد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی سازمانی، امید به زندگی

مقدمه

امید به زندگی ویژگی ویژگی مثبتی است که به وسیله اشنايدر (۱۹۹۹) معرفی شده است و از مفاهیم بسیار نزدیک به روان‌شناسی مثبت نگر به شمار می‌رود. پژوهش‌های متعدد، به امید به عنوان یک مؤلفه‌ی مثبت که بر پیامدهای شناختی و عاطفی افراد مؤثر است، اشاره کرده‌اند. سطح بالای امید با بهزیستی روان‌شناختی، کنار آمدن با استرس، تنظیم پریشانی هیجانی، عزت‌نفس، شایستگی اجتماعی، خودکارآمدی و پیشرفت تحصیلی همراه بوده است (بیوکنن، ۲۰۰۷؛ سماوی و همکاران، ۲۰۱۲).

امید به طور مؤثری بر بسیاری از حوزه‌های زندگی تأثیرگذار است، چرا که افراد امیدوار بهتر قادرند تا هدف‌های مؤثری را تعیین کنند و تصمیمات مناسبی درباره این هدف‌ها اتخاذ کنند. یافته‌های پژوهشی نشان می‌دهد که امیدواری بالاتر یک فرد به طور مثبت با عزت‌نفس و شایستگی ادراک شده و به طور منفی با نشانه‌های افسردگی رابطه دارد (شنايدر و همکاران، ۱۹۹۷).

امید مستلزم داشتن اراده برای نیل به موفقیت و نیز شناسایی، شفاف‌سازی و پیگیری راه‌های لازم برای دستیابی به موفقیت است. در طول چند سال گذشته تحقیقات قابل‌ملاحظه‌ای، مشخص کرده‌اند که امید تأثیر زیادی بر روی کارآفرینی سازمانی داشته است.

در دنیای مدرن امروزی، کارآفرینی به عنوان یک منبع کلیدی در بهبود بهره‌وری و رشد اقتصادی دیده می‌شود. کارآفرینی همان فرایند تأسیس یک کسب‌وکار بر مبنای یک فکر و ایده نو است. یک یا گروهی از افراد که به آن‌ها کارآفرین گفته می‌شود، فرصتی نوین را

کشف کرده و یا خلق می‌کنند بر پایه آن شرکت یا موسسه‌ای خصوصی را بنیان نهاده و دل را به دریازده و وارد عرصه بازار و رقابت می‌شوند

در طی دهه گذشته، پژوهش و مطالعه کارآفرینی راه‌های متفاوتی را دنبال کرده است اما آنچه مسلم است پس از آنکه اهمیت کارآفرینی در سازمان‌های امروزی مسلم گشت، فهم مقدماتی که کارآفرینی را تسهیل می‌کنند نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌گردد (لاوسون، ۲۰۱۴).

از این رو همواره این پرسش مطرح می‌شود که لازم کارآفرینی چیست و چه مقدمات و پیشایندهایی برای آغاز کارآفرینی مورد نیاز هستند. به نظر می‌رسد سرمایه روان‌شناختی به عنوان نوین‌ترین دارایی ناملموس سازمانی، یکی از مهم‌ترین مقدمات و پیشایندهای تحریک‌کننده کارآفرینی به شمار آمده و نقشی حیاتی در ارتقای سطح کارآفرینی در سازمان‌ها ایفا می‌کند. کارکنانی که دارای سطوح بالای سرمایه روان‌شناختی هستند به احتمال زیاد فعالیت‌های چالش برانگیز و خطرناک انجام می‌دهند. آن‌ها امیدوار هستند که با داشتن اراده و مسیرهای جایگزین، اهدافشان را به سرانجام برسانند، به طور واقعی درباره دستیابی به پیامدهای مثبت، خوش‌بین هستند، باور کارآمد بودن دارند و باور دارند که می‌توانند یک تفاوت مثبت در محیط کاری خود ایجاد کنند و از سختی‌ها دور شوند. همه این عوامل مثبت به آن‌ها در خلق روش‌های کاری و شغلی نو و متفاوت و کارآفرینی سازمانی کمک می‌کند (Avey, Luthans, Youssef, 2012).

پیشینه پژوهش

امید به زندگی یکی از معیارهای اساسی تعیین سطح کیفیت زندگی در جوامع امروزی محسوب می‌شود به طوری که هر چه طول عمر مردم کشوری بیشتر باشد، آن جامعه را پیشرفته‌تر می‌دانند. بیشترین امید به زندگی مربوط به کشور ژاپن است که متوسط سن مردم آن به بیش از ۸۰ سال می‌رسد و بعد از آن کشورهایی مثل سنگاپور، استرالیا و کانادا با تفاوت بسیار نزدیکی باهم قرار دارند و کمترین میزان امید به زندگی مربوط به کشورهای مثل افغانستان و زیمبابوه با متوسط سن کمتر از ۴۰ سال است.

اسناد تاریخی مربوط به صدها سال پیش نشان می‌دهند متوسط طول عمر برخی افراد در آن زمان، کمتر از ۳۰ سال بوده است حال آنکه در جوامع کنونی این عدد به بیش از ۸۵ سال برای کشورهای پیشرفته می‌رسد. در کشور ایران سن امید به زندگی برای مردان ۷۰ و برای زنان حدود ۷۳ سال است.

تعریف‌های گوناگونی در رابطه با امید به زندگی وجود دارد اما به‌طور خلاصه می‌توان گفت امید به زندگی متوسط سال‌هایی است که فرد انتظار دارد، زندگی کند. پیشرفت علم در زمینه‌های مختلف صنعتی، کشاورزی و پزشکی در چند دهه اخیر نقش بسیار مؤثری در ارتقای سطح کیفیت زندگی و به دنبال آن افزایش طول عمر انسان‌ها ایفا کرده است. این پیشرفت‌ها باعث شده تا متوسط تعداد سال‌هایی که فرد انتظار دارد، زندگی کند.

امید به‌طور مؤثری بر بسیاری از حوزه‌های زندگی تأثیرگذار است، چرا که افراد امیدوار بهتر قادرند تا هدف‌های مؤثری را تعیین کنند و تصمیمات مناسبی درباره این هدف‌ها اتخاذ کنند. یافته‌های پژوهشی نشان می‌دهد که امیدواری بالاتر یک فرد به‌طور مثبت با عزت‌نفس و شایستگی ادراک شده و به‌طور منفی با نشانه‌های افسردگی رابطه دارد (اشنایدر و همکاران، ۱۹۹۷).

کارل منینجر (۱۹۵۹) برای اولین بار در جمع روان‌پزشکان از امید به‌عنوان نقطه‌ی قوت در بیماران اشاره کرد و همکاران خود را تشویق کرد تا قدرت امید را در بیماران بازشناسند. وی این سؤال را مطرح کرد که آیا اکنون وظیفه‌ی ما نیست به‌عنوان یک دانشمند نه درباره‌ی یک سلاح جدید، یک موشک یا یک بمب بلکه درباره‌ی این حقیقت قدیمی اما نوظهور یعنی امید صحبت کنیم (برچارد و همکاران، ۲۰۰۳)؛ اما کسی که بیش از دیگران نام او با سازه‌ی امید همراه است، چارلز ریک اشنایدر است که به‌عنوان پدر امید اولین بار نظریه‌اش را درباره‌ی امید، چگونگی و ابعاد آن مطرح کرد (بهار، ۱۳۹۰). امید در فرهنگ و بستر به‌عنوان تمایل به کار کردن با چیز باارزشی همراه با انتظار وقوع آن در طول زمان تعریف شده است. در طی دهه‌های ۱۹۵۰ تا ۱۹۶۰ روان‌پزشکان و روان‌شناسان، امید را به‌عنوان انتظار مثبت برای دستیابی به هدف توصیف کرده‌اند (منینجر، ۱۹۵۹؛ استاتلند، ۱۹۶۹؛ به نقل از سماوی، ۱۳۹۱). لوپز و همکاران (۲۰۰۴) اظهار داشتند که قدرت امید به‌عنوان یک نیروی

انگیزشی در سرتاسر تاریخ روان‌شناسی مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. ارزش امید به قدرتی است که در آینده نهفته است، از این رو نگاه به آینده مؤلفه‌ی محوری امید است. به اعتقاد اشنایدر (۲۰۰۲) امید مهارتی آموختنی است که از طریق جریان اجتماعی شدن از سال‌های کودکی آموخته می‌شود. اشنایدر (۲۰۰۲) به ماهیتی فعال از مفهوم امید اعتقاد دارد که دربرگیرنده‌ی داشتن هدف، برنامه‌ریزی و داشتن اراده برای دستیابی به هدف و مقابله با این موانع است. به طور کلی در ادبیات پژوهشی تعریف و توصیف‌های متعددی از امید ارائه شده است که در برخی از امید به عنوان یک سازه‌ی شناختی و در برخی دیگر از آن به عنوان یک مفهوم عاطفی یاد کرده‌اند. مثلاً نان (۱۹۹۶) امید را تمایل کلی فرد به ساختن آینده و نوعی پاسخ مثبت به آینده‌ی ادراک شده می‌داند. از نگاه مک اینیس و چان (۲۰۰۷) اکثریت مردم امید را به عنوان یک هیجان توصیف می‌کنند؛ هیجان‌هایی که از هیجان‌های ترس، خشم یا عشق بالاتر است و در موجودات غیرانسانی وجود ندارد (به نقل از سماوی، ۱۳۹۱).

نزدیک به سازه‌ی امید، مفاهیمی چون خوش‌بینی، ایمان، آرزو کردن و خودکارآمدی مطرح شده است. اگرچه بین این مفاهیم و امید همپوشی زیادی وجود دارد اما تفاوت‌های مهمی بین این مفاهیم و سازه‌ی امید به چشم می‌خورد که بر مفهوم‌سازی نظری و نیز مداخله‌های مبتنی بر امید تأثیر می‌گذارد. در مورد امید و خوش‌بینی به نظر می‌رسد که دو مفهوم با معنای یکسان هستند اما اشنایدر (۲۰۰۰) باور دارد که این دو مفهوم متفاوت‌اند. خوش‌بینی و امید از این نظر که هر دو مفاهیمی مربوط به آینده هستند وجه اشتراک دارند، اما افراد خوش‌بین اگرچه باور دارند که چیزهای مثبتی برای آن‌ها رخ خواهد داد اما لزوماً برنامه‌ریزی روشنی برای دستیابی به هدف‌های خود ندارند. علاوه بر آن، افراد خوش‌بین در برخورد با موانع به راحتی ناکام شده، دست از تلاش برمی‌دارند، اما افراد پر امید هم دارای هدف هستند و هم با قدرت اراده، موانع دستیابی به هدف را تشخیص می‌دهند و از سر راه خود برمی‌دارند (پترسون، ۲۰۰۶).

بین امید و ایمان نیز تفاوت وجود دارد. وجه اشتراک امید و ایمان نیز نگاه به آینده است؛ اما برخلاف امید که ماهیتی احتمالی دارد، ایمان از قطعیت بیشتری برخوردار است. افراد با ایمان، اعتقاد راسخ دارند که نتیجه‌ی مثبت رخ خواهد داد، اما افراد پر امید به درجه‌ای از

عدم قطعیت نیز باور دارند (بهاری، ۱۳۹۰). امید و آرزو کردن نیز هر دو در نگاه به آینده شباهت دارند. تفاوت این دو در آن است که امید به روشنی با انگیزش و تمایل به عمل پیوند خورده است اما برای آرزو کردن چنین ماهیتی وجود ندارد. از دیگر سو، امید با پیامدهایی سروکار دارد که احتمال وقوع آن ممکن خواهد بود اما همه‌ی ما می‌توانیم آرزوی چیزهایی داشته باشیم که غیرممکن باشند. در همین راستا، افراد بر پیامدهای امید بیش از پیامدهای آرزو کنترل و تسلط دارند. به این دلیل آرزو کردن بیشتر با مفهوم خیال‌پردازی گره‌خورده است (بهاری، ۱۳۹۰).

مدل سرمایه روان‌شناختی مثبت، امید را همچون داشتن قدرت اراده و مسیری به سوی دستیابی به اهداف توصیف می‌نماید. این تعریف از تعریف اشنایدر و همکاران (۲۰۰۶) منتج شده است که بیان نموده بودند: امید یک حالت انگیزشی مثبت از احساس تعاملی است که از موفقیت مشتق شده از (الف) انرژی لازم برای رسیدن به هدف و (ب) برنامه‌ریزی برای دستیابی به هدف، نشأت گرفته است؛ بنابراین، امید مستلزم عاملیت یا نوعی انرژی برای تعقیب هدف‌هاست. علاوه بر این، دیگر عنصر تشکیل دهنده امید، برنامه‌ریزی برای دستیابی به هدف است که نه تنها دربرگیرنده شناسایی هدف‌ها است، بلکه راه‌های متفاوت رسیدن به هدف‌ها را نیز در برمی‌گیرد.

نظریه‌ی امید، به عنوان یک الگوی تفکر هدف-مدار، حدود دو دهه پیش توسط اشنایدر و اعضای آزمایشگاه امید در دانشگاه کانزاس (۱۹۹۱) ارائه شد، که برخلاف مفهوم سنتی آن که امید را یک هیجان منفعل می‌پنداشتند، به عنوان فرایندی توصیف شد که از طریق آن افراد به‌طور فعال هدف‌های خود را دنبال می‌کنند. در این زمینه، امید به عنوان یک فرایند شناختی هدف-مدار مفهوم‌سازی شد. به‌خصوص اشنایدر و همکاران (۱۹۹۱)، به نقل از سماوی، (۱۳۹۱) امید را به عنوان یک سازه‌ی شناختی تعریف کردند که بر اساس آن مؤلفه‌های عاملیت و مسیریابی قابل استخراج است. از این‌رو تفکر امیدبخش همیشه دربرگیرنده سه مؤلفه‌ی هدف، تفکر عاملیت و تفکر مسیریابی است.

اگرچه تفکر عاملیت و تفکر مسیریابی دو مؤلفه‌ی مجزا در الگوی امید هستند اما این دو از نظر کارکردی قابل جدا شدن نیستند. در حقیقت این دو مؤلفه به این سبب تدوین شده‌اند

تا به طور متقابل بر یکدیگر تأثیر داشته باشند و تغییر در یک مؤلفه، دیگر مؤلفه را نیز تحت تأثیر قرار خواهد داد در نتیجه فهم این نکته حائز اهمیت است که امید یک فرایند شناختی چرخشی است که از دو نوع تفکر عاملیت و مسیریابی تشکیل شده است و در خدمت هدف قرار می‌گیرند (اشنایدر و همکاران، ۱۹۹۷). نکته‌ی دیگر در مورد امید، ماهیت سلسله مراتبی آن است. امید نه تنها یک فرایند شناختی معطوف به هدف است بلکه نظام سلسله مراتبی سازمان‌یافته‌ای از باورهای فرد درباره‌ی توانایی وی جهت درگیر شدن در چنین فرایند شناختی است. این باورها در سه سطح خاص از انتزاع سازمان‌دهی شده‌اند: سطح کلی یا صفت امید، امید وابسته به حیطةی خاص و امید وابسته به هدف خاص (به نقل از سماوی، ۱۳۹۱).

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی **Entreprendre** به معنای «متعهد شدن» نشأت گرفته است؛ بنابراین کارآفرین کسی است که تعهد می‌کند تا سازمان‌دهی و مدیریت کسب‌وکار جدیدی را که توأم با ریسک است، بپذیرد. کارآفرینی سازمانی فرایندی است که سازمان طی می‌کند تا همه کارکنان بتوانند در نقش کارآفرین انجام وظیفه کنند و تمام فعالیت‌های کارآفرینانه فردی و گروهی به‌طور مستمر، سریع و راحت‌تر در سازمان مرکزی یا شرکت تحت پوشش خودمختار، به ثمر برسد.

سازمان کارآفرین سازمانی است که بدون در نظر گرفتن منابع موجود و تحت کنترل، فرصت‌ها را پی‌گیری می‌کند. با عبارت دیگر، سازمان‌هایی شرایط کارآفرینانه دارند که نوآور، ریسک‌پذیر، بی‌باک و مهاجم باشند و در حمایت از شرایط فوق به رهبری فن‌آوری و تحقیق و توسعه اهمیت خاصی قائل شوند.

آنچه یک سازمان را کارآفرین می‌سازد، تعهد قوی نسبت به نوآوری محصول، نوآوری فناوری، ریسک‌پذیری و پیشتاز بودن است. کارآفرین سازمانی نیز به فردی اطلاق می‌شود که در زیر چتر حمایتی شرکت متبوع خود به معرفی و تولید محصولات، خدمات و فرایندهای جدید می‌پردازد و بدین ترتیب موجب رشد و سوددهی آن می‌گردد. و اغلب حیثیت کاری خود را بر روی نتایج حاصل از نوآوری می‌گذارد. سازمان‌های کارآفرین قادر به ایجاد جریان مستمر و سیستماتیکی از نوآوری و خلاقیت می‌باشند. این‌گونه شرکت‌ها علاقه‌مند به کارگیری و اجرای برنامه‌های کارآفرینی شرکتی، کارآفرینی سازمانی، و یا

راهاندازی کسب‌وکارهای اقتصادی جدید در درون چارچوب‌های سنتی شرکت هستند. در این سازمان‌ها به علت وجود شرایط مناسب فرایند نوآوری در میان بخش‌های گوناگون سازمان مورد توجه قرار می‌گیرد و منابع انسانی سازمان به‌طور مؤثری در فعالیت‌ها و ایده‌های کارآفرینانه مشارکت می‌جویند، ضمن اینکه همه فعالیت‌ها از حمایت کامل مدیریت ارشد سازمان برخوردار است.

بر اساس مطالعات گسترده محققان و علاقه‌مندان به مباحث کارآفرینی در سراسر جهان، عواملی که به ترویج کارآفرینی سازمانی کمک می‌کنند عبارت‌اند از:

سیستم مدیریت و هیأت مدیره: ترویج کارآفرینی سازمانی بدون پشتیبانی مدیریت ارشد و سهامداران شرکت نمی‌تواند دنبال شود. بنابراین، سیستم مدیریت و هیأت مدیره سازمان جزو عوامل پیشرو در ترویج کارآفرینی سازمانی به شمار می‌آیند.

کیفیت کارآفرینی: در صورتی که کارکنان سازمان از دیدگاه‌ها و نگرش‌های کارآفرینی برخوردار نباشند، هر نوع نوآوری در سازمان ناممکن خواهد بود. بدون اتخاذ ریسک، توسعه کسب کار در ابعاد داخلی و ابعاد بین‌المللی امکان‌پذیر نیست. کیفیت کارآفرینی بر دو جنبه استوار است: توانایی و شخصیت.

مدیریت استراتژیک کارآفرینی و مقتضیات کل شرکت: حتی با پشتیبانی و حمایت مدیریت و سهامداران شرکت هم، همه سازمان‌ها قادر به ارتقای کارایی کارآفرینی سازمانی نیستند. به عنوان یک حقیقت تحت بررسی، مدیریت استراتژیک کارآفرینی، برای ارتقای کارایی کارآفرینی سازمانی از اهمیت بسیاری برخوردار است. در عمل مدیریت استراتژیک کارآفرینی از عناصر حیاتی ترویج کارآفرینی سازمانی به شمار می‌آید زیرا فعالیت‌های کارآفرینی شدیداً به آن وابسته است. از طرفی دیگر، کارآفرینی سازمانی یک جریان سراسر سازمانی است به طوری که مقتضیات کل سازمان می‌تواند ترویج کارآفرینی سازمانی را تحت تأثیر قرار دهد.

عوامل مؤثر در کارآفرینی سازمانی نگرش فردی

برای یک کارآفرین، راهکار بسیار مهم جهت بهبود عملکرد سازمان، نگرش جدید به مسائل است. این نگرش تصویر بسیار مهمی از کارآفرینی را به جای می‌گذارد.

فیش بین و آیزن (۱۹۷۵) بیان می‌کنند قصد به کارآفرینی اولین مرحله از رفتار کارآفرینی است که توسط عوامل هنجاری، نگرشی و همچنین ادراکات فردی قابل تحریک است. علاوه بر ویژگی‌های شخصیتی افراد، سه متغیر اساسی (نگرش به کارآفرینی، ارزش‌های ذهنی و باور به خودکارآمدی)، بر نیت کارآفرینانه مؤثر است.

اسلیپ (۲۰۱۰) به بررسی دیدگاه‌های دانشجویان دانشگاه هال پرداخت. دانشجویان اظهار کردند که هر آنچه در دانشگاه آموخته‌اند به توسعه مهارت‌های کاری آن‌ها کمک کرده است و توسعه نگرش‌ها، مهارت‌ها فردی و ارتباطی و کاری آن‌ها فرصت مناسبی را برای رشد آگاهی‌های تجاری، شبکه‌ای و کارآفرینی ایجاد کرده است.

انعطاف‌پذیری

انعطاف‌پذیری، کارآفرینی سازمانی را از ابعاد دیگری نشان می‌دهد. هرچه کارکنان در سازمان در انجام شغل و وظیفه سازمانی خود منعطف‌تر بوده و آزادی عمل بیشتری داشته باشند، چنانکه اندکی جسارت اندیشه و عمل کردن برخلاف استانداردهای معمول و مکتوب را پیدا کنند تا واجد ذهنی خلاق و روحیه‌ای فرصت‌گرا گردند و از طرفی، اگر چنانچه این ریسک‌پذیری و مخاطره‌پذیری آنان در صورت شکست، از سوی مسئولان سازمان به عنوان تجربه و درسی برای مسیر آتی تلقی شود، ما با سازمان کارآفرین مواجه خواهیم بود.

حسین میرزایی اهرنجانی و سید محمد مقیمی (۱۳۸۳) در تحقیقی با عنوان «ارائه الگوی مطلوب سازمانی با رویکر کارآفرینی» به این نتیجه دست یافتند که وجود ساختارهای ارگانیک و پویا و انعطاف‌پذیر، سبب کارآفرینی سازمانی می‌شود. و همچنین بین رسمیت ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه معکوس وجود دارد.

رهبری کارآفرین

یکی از ابعاد کارآفرینی، رهبری اثربخش است. شیوه مدیریتی و سبک رهبری می‌تواند در بارور کردن اندیشه‌های نو و خلاقانه کارکنان و به‌طور کلی ایجاد و تقویت فضای کارآفرینانه و تزریق روحیه پیشگامی نقش بسزایی ایفا کند.

پاداش

توجه به نیازهای کارکنان و تلاش جهت تأمین آن‌ها از سوی سازمان نقش مؤثری در ایجاد انگیزه شغلی و بهبود عملکرد آن‌ها می‌شود. از این رو استقرار سیستم پاداشی مؤثر می‌تواند رفتارهای منتهی به عملکرد بالا را در آن‌ها برانگیزاند. راهبرد پاداش علاوه بر عنصر مالی شامل حس قدردانی و استقلال شغلی است که توان قابل‌ملاحظه‌ای در تغییر رفتار کارکنان را دارا است و عامل مؤثری در تحریک انگیزش‌های پیشرفت و تقویت رفتارهای مطلوب در توسعه کارآفرینی سازمانی می‌باشد.

لاتنزا، اوی و پترا (۲۰۰۸) اظهار می‌کنند که کارآفرینی کماکان به لحاظ رهبری، مدیریت، نوآوری، کارآیی پژوهشی، ایجاد شغل، رقابت و بهره‌وری سهم بسیار مهمی در رشد و توسعه اقتصادی دارد که لازمه آن برخورداری از سرمایه روان‌شناختی است که به صورت دارایی‌های ناملموس از طریق افرادی که در کارآفرینی خطرپذیری می‌کنند فراهم می‌شود (Luthans, Avey, Patera, 2008)

نتایج پژوهش سیلوا (۲۰۱۰) از ماهیت پیش‌برنده سرمایه روان‌شناختی در بازیابی فرد به هنگام شکست و رکود حکایت دارد. به‌زعم او کارآفرینان کسانی هستند که تحمل ابهام و شکست‌پذیری بالایی از خود نشان می‌دهند و سرمایه روان‌شناختی بالا به آن‌ها این امکان را می‌دهد که هنگام تجربه شکست و ناکامی انعطاف‌پذیری از خود بروز داده و با اتخاذ سبک اسنادی مناسب (خوش‌بینی) به آینده امیدوار بوده و تلاش کنند تا با اعتمادبه‌نفس، شرایط را برای از بین بردن وضعیت موجود و تکرار موفقیت‌های گذشته تغییر دهند.

ان ویک (۲۰۰۷) با بررسی و مقایسه سه نوع سرمایه روان‌شناختی، سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی، بحث می‌کند که سرمایه روان‌شناختی چیزی فراتر از دو نوع سرمایه دیگر بوده و حتی آن‌ها را نیز در برمی‌گیرد. او بیان می‌دارد که برای موفقیت در زمینه کارآفرینی بیش از نیاز به سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی به سرمایه روان‌شناختی نیازمندیم. ان ویک از امید به زندگی که از مؤلفه‌های سرمایه روان‌شناختی است به عنوان اصلی‌ترین فاکتور پیش‌بینی کارآفرینی یاد کرده و بیان می‌دارد، کسانی که از امید به زندگی بالاتری برخوردارند به دنبال رشد و پیشرفت هستند و تلاش بیشتری از خود بروز می‌دهند.

والی و همکاران (۲۰۰۹) نیز بیان می‌دارند اگرچه سرمایه مادی، اجتماعی و انسانی برای موفقیت در زمینه کارآفرینی و کسب‌وکار مفید و لازم هستند با این حال در شرایط ابهام و استرس، سرمایه روان‌شناختی که امید یکی از مؤلفه‌های آن می‌باشد، برای موفقیت در زمینه کارآفرینی از اهمیت به‌سزایی برخوردار است.

هاوس (۲۰۰۲) در تحقیق خود نشان داد که سرمایه روان‌شناختی افراد به‌تنهایی پیش‌بینی‌کننده موفقیت اقتصادی افراد است. او در تحقیق خود تأکید نمود که سرمایه روان‌شناختی بیش از هر نوع سرمایه دیگری، پیش‌بینی‌کننده ریسک کارآفرینانه و موفقیت در کسب‌وکار می‌باشد.

ساتر (۲۰۱۰) بیان می‌کند که امید به زندگی یک عامل کلیدی در پیش‌بینی میزان فعالیت‌های کارآفرینانه افراد می‌باشد و حتی این تأثیر از سطح آموزش و یا دستیابی به فرصت‌ها بیشتر است. همچنین وی بیان می‌دارد امید به زندگی نه‌تنها قادر به پیش‌بینی فعالیت‌های کارآفرینانه می‌باشد بلکه می‌تواند به عنوان انگیزه‌بخش و محرک شروع کارآفرینی نیز تلقی می‌گردد. گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی پژوهش اسویتمن و همکاران (۲۰۱۰) نشان داد که رابطه مثبت و معناداری بین مؤلفه‌های سرمایه روان‌شناختی و عملکرد خلاقانه وجود دارد.

کلاریس و همکاران (۲۰۱۱) نیز در پژوهش خود از نیروهای مثبت روان‌شناختی به عنوان تعیین‌کننده‌های کارآفرینی در سازمان نام می‌برند.

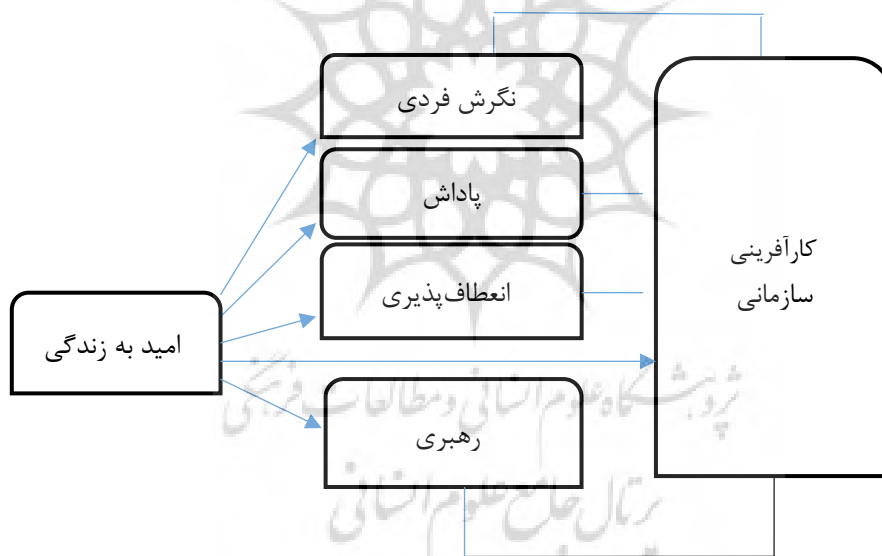
و در نهایت مطالعه اوی، لاتنز و یوسف (۲۰۱۲) نشان داد که سرمایه روان‌شناختی با رفتارهای نوآورانه و باور افراد به توانمندی‌های خود در انجام موفقیت‌آمیز شغل رابطه مثبت

دارد. به‌طور کلی، یافته‌های پژوهش‌های ذکر شده نشان‌دهنده نقش کلیدی سرمایه روان‌شناختی در استقرار و توسعه کارآفرینی در سازمان‌ها می‌باشد. لذا در این تحقیق سعی شده است، به این سؤال که امید به زندگی چه تأثیری بر کارآفرینی سازمانی دارد؟ پاسخ مناسب داده شود.

هدف اصلی این تحقیق تعیین تأثیر امید به زندگی بر کارآفرینی سازمانی کارکنان دانشگاه آزاد سبزوار است.

اهداف فرعی

- تعیین تأثیر امید به زندگی بر نگرش فردی در دانشگاه آزاد واحد سبزوار.
- تعیین تأثیر امید به زندگی بر انعطاف‌پذیری در دانشگاه آزاد واحد سبزوار.
- تعیین تأثیر امید به زندگی بر پاداش در دانشگاه آزاد واحد سبزوار.
- تعیین تأثیر امید به زندگی بر رهبری کارآفرینی در دانشگاه آزاد واحد سبزوار.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

فرضیات تحقیق

فرضیه اصلی تحقیق

امید به زندگی بر کارآفرینی سازمانی کارکنان دانشگاه آزاد واحد سبزوار تأثیرگذار است.

فرضیات فرعی تحقیق

امید به زندگی بر نگرش فردی کارکنان دانشگاه آزاد واحد سبزوار تأثیرگذار است.

امید به زندگی بر انعطاف‌پذیری کارکنان دانشگاه آزاد واحد سبزوار تأثیرگذار است.

امید به زندگی بر پاداش کارکنان دانشگاه آزاد واحد سبزوار تأثیرگذار است.

امید به زندگی بر رهبری کارآفرینی کارکنان دانشگاه آزاد واحد سبزوار تأثیرگذار است.

روش پژوهش

این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش تحقیق توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه کارکنان و اساتید دانشگاه آزاد سبزوار که بالغ بر ۲۱۰ نفر بودند، تشکیل دادند که با استفاده از جدول مورگان ۱۳۲ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. پرسشنامه‌های استاندارد امید به زندگی وان و کارآفرینی مارگریت هیلز، بعد از تأیید روایی محتوا (CVR) توسط ۱۲ خبره در این حوزه، بین ۱۳۲ نفر از اساتید و کارمندان این حوزه توزیع شد. بعد از جمع‌آوری پرسشنامه، پایایی ابزار اندازه‌گیری مورد بررسی قرار گرفت. مطابق جدول (شماره ۱) ضریب آلفای کرونباخ برای همه متغیرها بالای ۰,۷ بود، لذا همبستگی درونی سؤال‌های مربوط به هر متغیر تأیید و پایایی تصدیق شد... در بخش توصیفی با استفاده از نرم‌افزار SPSS متغیرهای دموگرافی مانند جنسیت، سن، میزان تحصیلات پاسخ‌دهندگان مورد بررسی قرار گرفت، و متغیرهای کمی پژوهش توصیف شدند با استفاده از آزمون T تک نمونه، میزان نرمال بودن متغیرهای تحقیق با استفاده از چولگی و کشیدگی و میزان میانگین، مورد بررسی قرار گرفت. در بخش استنباطی نیز، تأثیر متغیرهای مستقل بر وابسته با استفاده از نرم‌افزار PLS با ورژن ۲۳ مورد آزمون گرفت.

تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های تحقیق توصیف کمی متغیرهای تحقیق

مطابق جدول ذیل (t تک نمونه‌ای) میانگین تمامی مؤلفه‌های امید به زندگی، نگرش فردی، انعطاف‌پذیری، پاداش، رهبری کارآفرینی. کارآفرینی سازمانی، در بازه (۳/۶۶-۲/۳۴) قرار می‌گیرد، بنابراین تأثیر آن‌ها در نمونه در سطح متوسط ارزیابی می‌شود. همچنین میزان چولگی تمامی متغیرها در بازه بین (۳ و -۳) و کشیدگی آن‌ها در بازه بین (۵ و -۵) قرار دارد. لذا تمامی این متغیرها دارای توزیع نرمال می‌باشد.

جدول ۱: T تک نمونه‌ای

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
مید به زندگی	۱۳۲	1.00	5.00	2.9448	.89347	.170	.145	-.793	.290
نگرش فردی	۱۳۲	1.25	5.00	2.9822	.91008	.196	.145	-.702	.290
پاداش	۱۳۲	1.00	5.00	2.6747	.92919	.232	.145	-.457	.290
انعطاف‌پذیری	۱۳۲	1.23	4.69	2.8525	.82564	.202	.145	-.782	.290
رهبری کارآفرین	۱۳۲	1.00	4.57	2.5311	.79793	.237	.145	-.642	.290
کارآفرینی سازمانی	۱۳۲	1.00	4.89	2.7615	.77854	.105	.145	-.308	.290
Valid N (listwise)	۱۳۲								

بررسی متغیرهای دموگرافی

از تعداد ۱۳۲ نفر نمونه آماری شرکت‌کننده در این پژوهش ۱۱۳ نفر معادل ۸۵,۶٪ درصد را آقایان و ۱۹ نفر معادل ۱۴,۴٪ را خانم‌ها تشکیل دادند.

جدول ۲- درصد جنسیت در نمونه آماری

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid مرد	113	85.6	85.6	85.6
زن	19	14.4	14.4	100.0
Total	132	100.0	100.0	

از تعداد ۱۳۲ نفر نمونه آماری ۲۸ نفر معادل ۲۱,۲ درصد پاسخ‌دهندگان دکتری، تعداد ۷۳ نفر معادل ۵۵,۳ درصد کارشناسی ارشد و ۲۲ نفر معادل ۱۶,۷ درصد کارشناسی و تعداد ۹ نفر معادل ۶,۸ درصد زیر کارشناسی هستند.

جدول ۳- درصد تحصیلات در نمونه آماری

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid زیر کارشناسی	9	6.8	6.8	6.8
کارشناسی	22	16.7	16.7	23.5
کارشناسی ارشد	73	55.3	55.3	78.8
دکتری	28	21.2	21.2	100.0
Total	132	100.0	100.0	

بررسی مدل اندازه‌گیری و ساختاری تحقیق

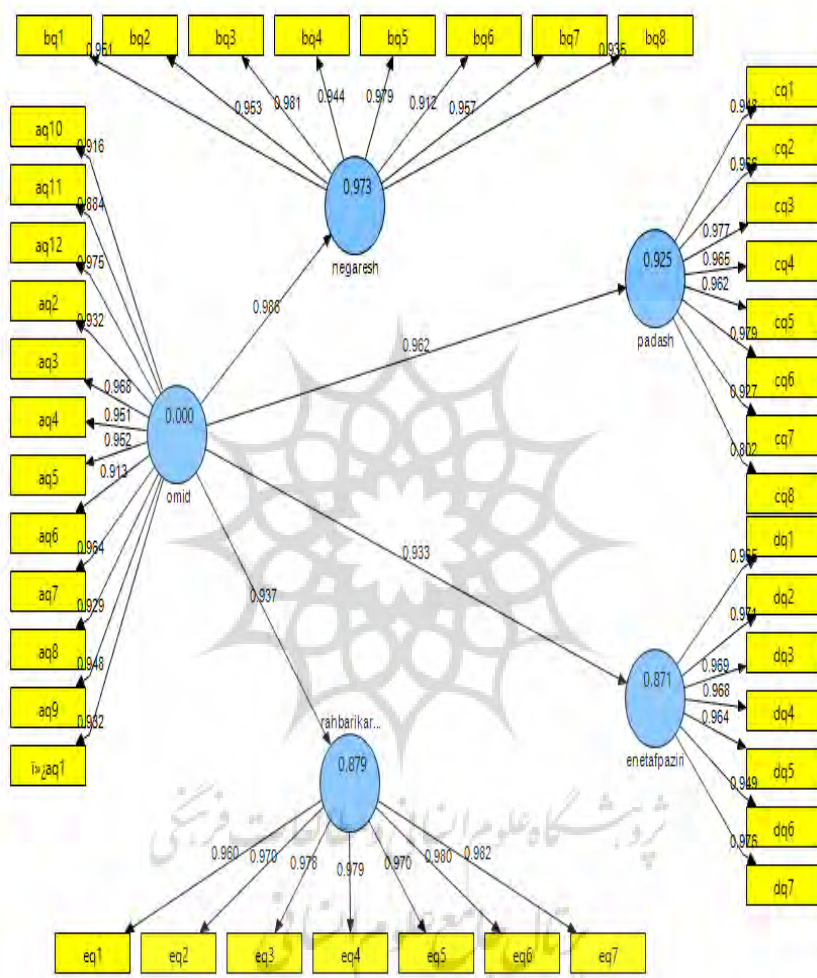
تحلیل مدل اندازه‌گیری

کار مدل اندازه‌گیری تأیید روایی همگرا و واگرا می‌باشد.

جدول ۴- شرط روایی همگرا

شاخص‌ها	بار عاملی	معناداری بار عاملی	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس	میانگین واریانس > پایایی ترکیبی
شرط لازم	بزرگ‌تر از ۰,۷+	بزرگ‌تر از ۱,۹۶+	Cr>0.7	AVE>0.5	CR>AVE

مطابق جداول شماره ۱، ۲، ۳، ۴، ۵ و ۶ و نمودار شماره ۲ بارهای عاملی همه سؤالات بالاتر از ۰،۷ و همچنین معناداری یا Tvalu همه سؤالات بالاتر از ۲،۵۶ است لذا معنی‌داری همه سؤالات به احتمال ۹۹٪ تائید می‌شود. از طرفی میانگین واریانس استخراجی (AVE) همه متغیرها بالای ۰،۵ و پایایی ترکیبی (CR) آن‌ها بالای ۰،۷ است؛ و شرط $CR > AVE$ نیز برقرار می‌باشد. لذا روایی همگرا مورد تائید قرار می‌گیرد.



شکل ۲: مدل اندازه‌گیری و ساختاری تحقیق

جدول ۵: میزان بار عاملی و معناداری بارهای عاملی متغیر امید به زندگی

امید به زندگی		
سؤالها	بار عاملی	معناداری بارهای عاملی
Aq1	0.932154	75.625553
Aq2	0.931912	53.518785
Aq3	0.968377	108.120803
Aq4	0.968377	80.727518
Aq5	0.952378	68.055528
Aq6	0.913132	46.409752
Aq7	0.964396	99.647464
Aq8	0.929103	49.074608
Aq9	0.947728	69.354344
Aq10	0.916101	41.295531
Aq11	0.883527	65.166139
Aq12	0.975028	162.734784

جدول ۶: میزان بار عاملی و معناداری بارهای عاملی متغیر نگرش

نگرش		
سؤالها	بار عاملی	معناداری بارهای عاملی
Bq1	0.978579	0.978579
Bq2	0.978579	0.978579
Bq3	0.978579	0.978579
Bq4	0.978579	0.978579
Bq5	0.978579	0.978579
Bq6	0.978579	0.978579
Bq7	0.978579	0.978579
Bq8	0.978579	0.978579

جدول ۷: میزان بار عاملی و معناداری بارهای عاملی متغیر پاداش

پاداش		
سؤالها	بار عاملی	معناداری بارهای عاملی
Cq1	0.947928	50.618823
Cq2	0.965632	93.981876
Cq3	0.977498	142.797750
Cq4	0.965122	138.525348
Cq5	0.962444	68.135710
Cq6	0.978946	194.128087
Cq7	0.926691	47.068205
Cq8	0.802465	43.805306

جدول ۸: میزان بار عاملی و معناداری بارهای عاملی متغیر انعطاف پذیری

انعطاف پذیری		
سؤالها	بار عاملی	معناداری بارهای عاملی
Dq1	0.964967	133.132028
Dq2	0.971211	233.849848
Dq3	0.968731	165.163248
Dq4	0.968071	176.443627
Dq5	0.964270	149.186484
Dq6	0.949152	93.549386
Dq7	0.976335	250.899556

جدول ۹: میزان بار عاملی و معناداری بارهای عاملی متغیر رهبری کارآفرینی

انعطاف پذیری		
سؤالها	بار عاملی	معناداری بارهای عاملی
Eq1	0.960420	250.279736
Eq2	0.970270	170.742119
Eq3	0.977750	228.262745
Eq4	0.97857	281.261749
Eq5	0.970350	184.522354
Eq6	0.979990	268.356270
Eq7	0.982038	302.737472

جدول ۱۰: میزان آلفای کرونباخ، AVE و CR متغیرها

متغیر	AVE AVE>0.5	CR (پایایی ترکیبی) CR>0.7	CR>AVE	آلفای کرونباخ الفا<0.7	پایایی اشتراکی communality<0.5
امید به زندگی	0.881834	0.988949	CR>AVE	0.987744	0.881834
نگرش	0.905997	0.987190	CR>AVE	0.985102	0.905997
پاداش	0.888164	0.984453	CR>AVE	0.981476	0.888164
انعطاف‌پذیری	0.933421	0.989912	CR>AVE	0.988102	0.933421
راهبری کارآفرینی	0.949115	0.992399	CR>AVE	0.991056	0.949115
کارآفرینی سازمانی	0.871581	0.995110	CR>AVE	0.994901	0.871581

روایی واگرا

جهت تأیید روایی واگرا از تست فورنل و لارکر استفاده می‌شود. مطابق جدول شماره ۷ جذر AVE همه متغیرها از تک‌تک همبستگی‌های بین آن متغیر با دیگر متغیرها بزرگ‌تر است. به‌عنوان مثال جذر AVE متغیر انعطاف‌پذیری برابر ۰,۹۶۶ است که از میزان همبستگی این متغیر با متغیرهای نگرش، امید به زندگی، پاداش و رهبری کارآفرینی بالاتر است لذا روایی واگرا نیز مورد تأیید است.

جدول ۱۱: تست فورنل لارکر

	enetafpaziri	negaresh	omid	padash
enetafpaziri	۰,۹۶۶			
negaresh	0.904203	۰,۹۵۲		
omid	0.933452	6190۲0.9	۰,۹۳۹	
padash	0.920862	9423۳0.9	1784۲0.9	۰,۹۴۲
rahbarikarafarin	9811۳0.9	0.902635	0.937434	0.915398

پایایی مدل اندازه‌گیری

مطابق جدول شماره (۶) آلفای کرونباخ برای همه متغیرها بالای ۰,۷ است. لذا همبستگی درونی همه سؤال‌های مربوط به تک‌تک متغیرها مورد تأیید قرار گرفت. درواقع همبستگی درونی سؤال‌ها در خارج از مدل مورد تأیید قرار می‌گیرد. پایایی ترکیبی (CR) همه متغیرها، بالای ۰,۷ بود. لذا همبستگی سؤال‌ها در درون مدل نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد. پایایی اشتراکی همه متغیرها با شرط بالای ۰,۵ نیز مورد تأیید قرار گرفت؛ و این نشان‌دهنده تعمیم‌پذیری سؤالات در مدل‌های دیگر است.

تحلیل مدل ساختاری

با استفاده از جدول معادلات ساختاری جدول (شماره ۸) معناداری فرضیات تحقیق موردبررسی قرار می‌گیرد.

فرضیه اصلی تحقیق:

طبق جدول شماره (۸) فرضیه تأثیر امید به زندگی بر کارآفرینی سازمانی، با توجه به مقدار ۳۵۸,۱۴ که خارج از بازه (۱,۹۶- و ۱,۹۶+) قرار دارد پذیرفته می‌شود. یعنی پیش‌بینی می‌شود که متغیر امید به زندگی بر کارآفرینی سازمانی در نمونه بزرگ تأیید شود.

فرضیات فرعی

فرضیه اول: طبق جدول شماره (۸) تأثیر امید به زندگی بر انعطاف‌پذیری با توجه به مقدار ۱۴۲,۸۲ که خارج از بازه (۱,۹۶- و ۱,۹۶+) قرار دارد پذیرفته می‌شود. یعنی پیش‌بینی می‌شود که متغیر امید به زندگی بر انعطاف‌پذیری، در نمونه بزرگ تأیید شود.

فرضیه دوم: طبق جدول شماره (۸) تأثیر امید به زندگی بر نگرش فردی با توجه به مقدار ۳۶۵,۱۷ که خارج از بازه (۱,۹۶- و ۱,۹۶+) قرار دارد پذیرفته می‌شود. یعنی پیش‌بینی می‌شود که متغیر امید به زندگی بر نگرش فردی، در نمونه بزرگ تأیید شود.

۶۴/ تأثیر امید به زندگی بر کارآفرینی سازمانی کارکنان در دانشگاه آزاد سبزوار

فرضیه سوم: طبق جدول شماره (۸) تأثیر امید به زندگی بر پاداش با توجه به مقدار ۱۰۹,۶۳ که خارج از بازه (۱,۹۶ - و ۱,۹۶ +) قرار دارد پذیرفته می‌شود. یعنی پیش‌بینی می‌شود که متغیر امید به زندگی بر پاداش، در نمونه بزرگ تأیید شود.

فرضیه چهارم: طبق جدول شماره ۸ تأثیر امید به زندگی بر رهبری کارآفرین با توجه به مقدار ۱۳۴,۸۹ که خارج از بازه (۱,۹۶ - و ۱,۹۶ +) قرار دارد پذیرفته می‌شود. یعنی پیش‌بینی می‌شود که متغیر امید به زندگی بر رهبری کارآفرین در نمونه بزرگ تأیید شود.

جدول ۱۲: جدول معناداری فرضیات تحقیق

کارآفرینی سازمانی	رهبری کارآفرین	پاداش	امید به زندگی	نگرش فردی	انعطاف پذیری
					انعطاف پذیری
					نگرش فردی
358.140505	134.879172	109.630304		365.179944	142.826244
					پاداش
					رهبری کارآفرین

آزمون R square یا ضریب تعیین

طبق جدول (شماره ۹) تأثیر متغیر امید بر انعطاف‌پذیری ۰,۵۷ است یعنی متغیر امید ۵۷٪ از رفتار متغیر انعطاف‌پذیری را پیش‌بینی کرده است. و این مقدار متوسط ارزیابی می‌شود. یعنی تنها یک متغیر مستقل توانسته است درصد متوسطی از رفتار متغیر وابسته را پیش‌بینی کند.

جدول شماره ۹: R Square

	R Square
enetafpaziri	71333°0.
negaresh	72570°0.
omid	
padash	25029°0.
rahbarikarafarin	78782°0.
karafarini sazmani	0.792118

-تأثیر متغیر امید بر نگرش فردی ۰,۷۷ است یعنی متغیر امید ۷۷٪ از رفتار متغیر نگرش فردی را پیش‌بینی کرده است؛ و این مقدار بسیار بالا ارزیابی می‌شود؛ یعنی تنها یک متغیر مستقل توانسته است درصد بسیار بالایی از رفتار متغیر وابسته را پیش‌بینی کند.

-تأثیر متغیر امید بر پاداش ۰,۷۲ است یعنی متغیر امید ۷۲٪ از رفتار متغیر پاداش را پیش‌بینی کرده است. و این مقدار نسبتاً بالا ارزیابی می‌شود. یعنی تنها یک متغیر مستقل توانسته است درصد بالایی از رفتار متغیر وابسته را پیش‌بینی کند.

-تأثیر متغیر امید بر رهبری کارآفرین ۰,۶۷ است یعنی متغیر امید ۶۷٪ از رفتار متغیر پاداش را پیش‌بینی کرده است؛ این مقدار متوسط رو به بالا ارزیابی می‌شود. یعنی تنها یک متغیر مستقل توانسته است درصد نسبتاً بالایی از رفتار متغیر وابسته را پیش‌بینی کند.

-تأثیر متغیر امید بر کارآفرینی سازمانی ۰,۷۹ است یعنی متغیر امید ۷۹٪ از رفتار متغیر کارآفرینی سازمانی را پیش‌بینی کرده است؛ این مقدار بسیار بالا ارزیابی می‌شود. یعنی تنها یک متغیر مستقل توانسته است درصد بسیار بالایی از رفتار متغیر وابسته را پیش‌بینی کند.

نتایج و پیشنهادات

در یک جمع‌بندی کلی بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، پیشنهاد می‌شود که مسئولین دانشگاه آزاد نسبت به مدیریت صحیح سرمایه روان‌شناختی سازمان خود که امید به زندگی از مهم‌ترین مؤلفه‌های اثرگذار آن است از طریق سنجش، اندازه‌گیری و بهبود مستمر آن، هوشیار بوده و با توجیه سرمایه روان‌شناختی و تلاش در جهت ارتقای آن از طریق ارائه آموزش‌های مقتضی در این زمینه برای کارکنان، بر میزان کارآفرینی در این دانشگاه افزوده و قابلیت‌های لازم را در این سازمان برای دستیابی به اهداف عمده و اجرای رسالت خطیر آن ایجاد نمایند. همچنین بر اساس نتایج به دست آمده از تأثیر مثبت امید به زندگی بر نگرش فردی، پاداش، انعطاف‌پذیری و رهبری کارآفرین، بایستی زمینه‌های لازم را جهت توسعه این متغیرها در سازمان ایجاد کرد. نگرش به کارآفرینی را توسعه داد؛ و با انعطاف‌پذیری و تصمیم‌گیری غیرمتمرکز زمینه لازم جهت مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها را ارتقا بخشید و زمینه ایجاد پیشرفت و تقویت رفتارهای مطلوب در توسعه کارآفرینی را با پاداش‌های مناسب و به‌جا ارتقا داد و با بکار بردن سبک رهبری دموکراتیک یا رابطه مدار در بارور کردن اندیشه‌های خلاق و تقویت فضای کارآفرینانه کوشید.

از آنجایی که این پژوهش برای اولین بار به ارزیابی سرمایه روان‌شناختی در دانشگاه آزاد سبزوار و نقش آن در ارتقای سطح کارآفرینی سازمانی پرداخته شد، به پژوهشگران آینده نیز توصیه می‌شود چنین پژوهشی را در سایر واحدهای دانشگاه آزاد اجرا نمایند. همچنین پیشنهاد می‌شود نقش سرمایه روان‌شناختی در ارتقای دیگر پیامدها و نتایج سازمانی از قبیل عملکرد، اثربخشی، بهره‌وری، کارآیی، تعهد، رضایت شغلی و رفتارهای شهروندی سازمانی به آزمون گذارده شود.

منابع

- احمدوند، حیدری نسب، شعیری، (۱۳۹۱). تبیین بهزیستی روان‌شناختی بر اساس مؤلفه‌های ذهن آگاهی. فصلنامه علمی-پژوهشی. شماره ۲.
- پیمانفر، علی‌اکبری دهکردی، محتشمی، (۱۳۹۱). مقایسه احساس تنهایی و احساس معنا در زندگی سالمندان با سطوح نگرش مذهبی متفاوت. مجله روانشناسی و دین. (۴) ۵۲-۴۱.

- سارافینو. (۲۰۰۴). روانشناسی سلامت. ترجمه الهه میرزایی. (۱۳۸۴). جلد دوم تهران: انتشارات رشد.
- سهرابی، فرامرز. (۱۳۸۵). درآمدی بر هوش معنوی. فصلنامه معنا. ویژه‌نامه روانشناسی. شماره ۲.
- فیست، جس و فیست، گریگوری. (۲۰۰۲). نظریه‌های شخصیت، ترجمه یحیی سیدمحمدی، تهران: انتشارات روان.
- مقیمی، سید محمد (۱۳۸۳)، کارآفرینی در نهاده‌های جامعه مدنی پژوهش در سازمان‌های غیردولتی ایران، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم.
- منصور، محمود. (۱۳۸۸). روانشناسی ژنتیک. جلد دوم. انتشارات رشد.
- نصری، صادق؛ براهنی، محمدتقی و کیهانی، منوچهر. (۱۳۸۰). بررسی اثربخشی مداخلات شناختی-رفتاری بر کاهش اثرات جانبی روان‌شناختی در بیماران سرطانی و بهبود شیوه‌های مقابله با آن‌ها. مجله پژوهش‌های روان‌شناختی. دوره ۶. شماره ۳.
- Avey, J.B., Luthans, F., & Youssef, C.M. The additive value of positive psychological capital in predicting work attitudes and behaviors. *Journal of Management*. 2012, 30 (2), 173-191.
- Clarysse, B., Tartari, V. & Salter, A. The impact of entrepreneurial capacity, experience and organizational support on academic entrepreneurship, *Research Policy*, 2011, 40(8), 1084- 1093
- Enwick R. Brooke. Beyond Human and social Capital: The Importance of Positive Psychological Capital for Entrepreneurial Success. *The Entrepreneurial Executive*. 2005, (10), 41-52
- House, Bessie. *Confronting the Odds; African American Entrepreneurship*, 2002, [http //:](http://)
- Lawson, M. The impact of risk propensity on corporate entrepreneurship, A research project submitted to the Gordon Institute of Business Science, University of Pretoria, South Africa, 2014
- Luthans, F., Avey, J. B., & Patera, J. L. Experimental analysis of a web-based training intervention to develop positive psychological capital. *Academy of Management Learning & Education*, 2008, 7(2), 209-221
- Silva. The Contribution of Psychological Capital to Entrepreneurs Success during Recessionary Times. Submitted to the nonrefereed stream - New Zealand Applied Business Educators Conference 27& 28 September 2010 Napier.

- Sleep, M. (2005). University Experiences and Employment Environment. Unpublished.
- Sutter, R. C. The Psychology of Entrepreneurship and the Technological Frontier- a Spatial Econometric Analysis of Regional Entrepreneurship in the United States (Ph.D. Dissertation, George Mason University), 2010.
- Valli, S., Niittykangas, H. & Haapanen, M. Positive psychological capital and growth aspirations of Entrepreneurs. Frontiers of Entrepreneurship Research, 2009, Available at: <http://digitalknowledge.babson.edu/>
- www.civilica.com/Papers-MIEAC/Title-ASCAI.html.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی