

نقش سرمایه روان‌شناختی در توسعه کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: پردیس فارابی دانشگاه تهران)

محمد رنجبر طرقي * حسن زارعی متین **

چکیده

خلق ثروت، توسعه فناوری و اشتغال مولد، سه دلیل مهم برای توجه به کارآفرینی است. از نظر صاحب‌نظران، کارآفرینی در شرایط رقابتی و متحول جهان امروز، راهکار مؤثری برای توسعه اقتصادی و اجتماعی است. ایجاد، توسعه و ارتقای رفتار کارآفرینانه به عوامل گوناگونی از قبیل ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی افراد و همچنین، عوامل محیطی و ساختاری، وابسته است. این مقاله در پی بررسی نقش سرمایه روان‌شناختی در کارآفرینی سازمانی در میان اعضای هیئت علمی پردیس فارابی دانشگاه تهران است و بدین منظور، مدل پژوهش با چهار مؤلفه روان‌شناختی خودکارآمدی، امیدواری، خوش‌بینی و تاب‌آوری (انعطاف‌پذیری) همراه شده و با منطق فازی، تجزیه و تحلیل شده است. این پژوهش از نظر روش کار، توصیفی-پیمایشی است و ابزار اندازه‌گیری، پرسش‌نامه سرمایه روان‌شناختی لوتانز و همکاران (۱۳۹۲) و مصاحبه است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که بین مؤلفه‌های سرمایه روان‌شناختی و ابعاد آن و کارآفرینی سازمانی، رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد و نتیجه‌گیری شده است که مدیران و مسئولان می‌توانند از طریق توجه به ابعاد روان‌شناختی و توسعه آن‌ها از طریق آموزش، موجب بهبود و توسعه فرآیند کارآفرینی سازمانی شوند.

واژگان کلیدی: سرمایه روان‌شناختی، کارآفرینی سازمانی، منطق فازی.

تاریخ دریافت: ۱۰ خرداد ۱۳۹۵ تاریخ پذیرش: ۱۲ مرداد ۱۳۹۵
* کارشناسی ارشد مدیریت، پردیس فارابی دانشگاه تهران، ایران (نویسنده مسئول): m.ranjbar.93@ut.ac.ir
** استاد مدیریت رفتار سازمانی، پردیس فارابی دانشگاه تهران، ایران

۱. مقدمه

در شرایط به‌شدت رقابتی و متحول جهانی، کارآفرینی، سهم معتنا بهی در توسعه اقتصادی و اجتماعی دارد (جانسون^۱، ۲۰۰۶). منظور از کارآفرینی، فرآیند شناخت و بهره‌برداری از فرصت‌ها و بسیج منابع، همراه با قبول مخاطرات مختلف احتمالی به‌منظور ایجاد ارزش در حوزه‌های گوناگون اقتصادی و اجتماعی است. کارآفرینان همواره نقش مهمی در پیشرفت جوامع داشته‌اند، تغییر را پدیده‌ای معمولی می‌دانند و از آن به مثابه فرصت استفاده می‌کنند. کارآفرینان، نقش مهمی در حرکت توسعه اقتصادی دارند و منشأ تحولات بزرگ در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی در سطح سازمان هستند. کارآفرینی، فرآیند اشتغال‌زایی و کسب سود از ترکیب ارزشمند منابع است. کارآفرین به کسی اطلاق می‌شود که متعهد می‌شود مخاطره‌های فعالیت‌های اقتصادی را سازمان‌دهی و تقبل کند (کوراتکو و هاجتس^۲، ۲۰۰۱، ص ۱۶۳). استعداد کارآفرینی یا رفتار کارآفرینانه، فرآیندی است که ارتباط مستقیمی با دانش، تجارب انسانی، شرایط اجتماعی و خانوادگی و همچنین ویژگی‌های شخصیتی فرد دارد؛ که آن را می‌توان ارتقا و بهبود داد. تاکنون، مطالعات مختلفی درباره تأسیس شرکت‌های کارآفرینانه، عوامل مؤثر در موفقیت و شکست فرآیند کارآفرینی و وراثتی بودن آن (لوی^۳، ۱۹۹۹)، ویژگی‌های شخصی کارآفرینان (ونگر و استرنبرگ^۴، ۲۰۰۴)، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی سن، جنس، موقعیت اجتماعی، تجربه و ویژگی‌های روان‌شناختی خطرپذیری، توفیق‌طلبی، اعتمادبه‌نفس، عمل‌گرایی، استقلال و کانون کنترل درونی شده

1 Johnson

2 Kuratko & Hodgetts

3 Levie

4 Wanger & Sternberg

است (کیگان‌دو^۱، ۲۰۰۲). برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه، علاوه بر عوامل محیطی و ساختاری، پرورش و تقویت ویژگی‌های سرمایه روان‌شناختی افراد نیز ضروری است. شالت بیان می‌کند «در آلمان فقط پنج درصد از دانش‌آموختگان بدون هر گونه حمایت و قید و شرطی می‌توانند کارآفرینان موفق باشند به طوری که این عدد با آموزش مناسب ضمن تحصیل می‌تواند به ۳۰ تا ۴۰ درصد افزایش یابد» (شالت^۲، ۲۰۰۷)؛ بنابراین می‌توان توانمندی‌های کارآفرینی را تقویت کرد. بخشی از این توانمندی‌ها مربوط به خصوصیات شخصیتی و انگیزشی، و بخشی دیگر، مربوط به مهارت‌ها، دانش و تجربه و شرایط محیطی و ساختاری است. اقتصاددانان، بیشتر به نقش‌های کارکردی کارآفرینان، و جامعه‌شناسان و روان‌شناسان به ویژگی‌های شخصی آنها و آثار فرهنگی و اجتماعی محیط در فرد توجه می‌کنند.

در سطوح آموزشی و پژوهشی نیز برای سازگاری با تغییرات روزافزون، سریع و نامطمئن محیط و کشف فرصت‌های بالقوه، به کارکنان و دانش‌آموختگان کارآفرین نیاز است. این مهم به توان دانشگاه در پاسخگویی به الزامات محیط با استفاده از کارآفرینی سازمانی وابسته است. وضعیت اقتصادی کشور و ترکیب جمعیتی امروز، بیش‌ازپیش ما را به یافتن زمینه‌های پیشرو در صحنه‌های اقتصادی و اجتماعی الزام می‌کند. بدین‌منظور، شناخت ویژگی‌های بستر مناسب رشد کارآفرینان با عنایت به مدل‌ها، الگوها و راهکارهای مناسب آموزش و پرورش و استفاده بهینه از نیروهای فعال و کارآفرین، ضروری است؛ اما تأثیر ویژگی‌های سرمایه روان‌شناختی بر فرآیند کارآفرینی سازمانی به روش فازی، موضوعی است که به مطالعه بیشتر نیاز دارد؛ بر اساس این، هدف از پژوهش حاضر، تبیین و تعیین اثر چهار متغیر ویژگی‌های سرمایه روان‌شناختی کارآفرینان شامل خودکارآمدی (اعتماد به نفس)، خوش‌بینی، امیدواری و تاب‌آوری (انعطاف‌پذیری) در فرآیند کارآفرینی سازمانی در سطح دانشگاه است. در نتیجه، در این

1 Kiggundo

2 Schulte

پژوهش با سؤال اساسی زیر مواجه هستیم:

ویژگی‌های اصلی مؤثر سرمایه روان‌شناختی در فرآیند کارآفرینی سازمانی دانشگاه و رابطه آن‌ها با یکدیگر چیست؟

۲. مبانی نظری

کارآفرینی

کارآفرینی، نیروی محرک پیشرفت اقتصادی، ایجاد شغل و اصلاح اجتماع محسوب می‌شود (گورل و استان، ۲۰۰۶). کارآفرینان، افراد، گروه‌ها یا مردمی هستند که کسب‌وکار جدیدی را تأسیس و اداره می‌کنند به گونه‌ای که حداقل برای بیش از یک نفر اشتغال ایجاد می‌کنند (کوکوود^۲، ۲۰۰۷). به بیان پیتر دراگر «کارآفرین مستقل، کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌نماید». کارآفرین برای فعالیت خود نیاز به سرمایه دارد اما هیچ‌گاه سرمایه‌گذار نیست؛ او مخاطره را -که لازمه هر فعالیت اقتصادی است- می‌پذیرد. او همواره به دنبال تغییر است و به آن پاسخ می‌دهد (دراگر^۳، ۱۹۸۵). در اواسط قرن بیستم، روان‌شناسان، توجه خود را به تحلیل فرد و متغیرهای روان‌شناختی معطوف کردند و به دنبال کشف پاسخ این سؤال بودند که کدام ویژگی‌های فردی کارآفرین، سبب تمایز وی از غیرکارآفرینان می‌شود. بررسی‌های این محققان به نام «رویکرد روان‌شناختی» شناخته می‌شود. علاوه بر رویکرد فوق، جامعه‌شناسان و روان‌شناسان به متغیرهای جمعیت‌شناختی یا رفتاری نیز توجه کرده‌اند. رویکرد سوم به کارآفرینی، رویکرد محیطی است که در مطالعات دانشمندان مدیریت و اقتصاد دیده می‌شود و در آن به بررسی عوامل محیطی و ساختاری مؤثر در کارآفرینی، توجه می‌شود. در یکی از مهم‌ترین تقسیم‌ها، کارآفرینی را

1 Gurol & Astan

2 Kirkwood

3 Drucker

به سه نوع تقسیم می‌کنند: کارآفرینی فردی و مستقل، کارآفرینی درون‌سازمانی و کارآفرینی سازمانی. در کارآفرینی مستقل، هدف، تأسیس کسب‌وکار جدید برای عرضه کالا و خدمات جدید است. در کارآفرینی درون‌سازمانی، نوعی نوآوری در درون سازمان‌ها شکل می‌گیرد؛ و در کارآفرینی سازمانی، شرایط مدیریتی داخل سازمان‌ها از نظر مدیریتی، بررسی و آسیب‌شناسی می‌شود تا شرایط و بستر لازم برای پرورش و نوآوری سازمان فراهم شود.

پینکات^۱ در سال ۱۹۸۵ از ترکیب واژه‌های entrepreneurship و intra و corporate و واژه intrapreneurship را ابداع نمود و کارآفرین سازمانی را فردی تعریف نمود که در سازمان‌های بزرگ همچون کارآفرین مستقل فعالیت می‌نماید و فعالیت وی، شامل ایجاد واحدهای جدید در سازمان، عرضه محصولات، خدمات و فرآیندهای جدیدی است که شرکت‌ها را به رشد و سودآوری سوق می‌دهد (شتی^۲، ۲۰۰۴). کارآفرینی سازمانی به معنای توسعه شایستگی‌ها و فرصت‌ها در درون سازمان از طریق ترکیبات مختلف منابع جدید است. پینکات همچنین درباره اهمیت کارآفرینی در سازمان‌ها از آن با نام «رنسانس سازمان‌ها» یاد کرده است (پرداختچی و شفیع‌زاده، ۱۳۸۵، ص ۹۴).

سرمایه روان‌شناختی

یکی از مفاهیم و رویکردهای جدید در روان‌شناسی - که در ابتدای قرن ۲۱ با رهبری سلیگمن^۳ مطرح گردید - روان‌شناسی مثبت‌نگر^۴ است که بر فهم و تشریح شادمانی و احساس ذهنی بهزیستی و همچنین پیش‌بینی دقیق عواملی که در آن‌ها مؤثرند تمرکز می‌کند. از نظر روان‌شناسی مثبت‌نگر، نبود نشانه‌های بیماری روانی، شاخص سلامتی نیست؛ بلکه سازگاری، شادکامی و اعتمادبه‌نفس و ویژگی‌های مثبتی از این قبیل،

1 Pinchot

2 Shetty

3 Seligman

4 positive psychology

نشان‌دهنده سلامت است و هدف اصلی فرد در زندگی، شکوفایی قابلیت‌های فردی است. در کنار روان‌شناسی مثبت‌نگر، دانشمندان نظریه و پژوهش سازمانی به بررسی و مطالعه کاربرد مثبت‌نگری در توانمندی‌ها و قابلیت‌های منابع انسانی و ظرفیت‌های روان‌شناسی پرداخته‌اند که می‌تواند برای بهبود عملکرد در محیط کار امروز، استفاده شود (آوی و همکاران، ۲۰۱۰). سرمایه روان‌شناختی^۲ یکی از شاخص‌های روان‌شناسی مثبت‌نگر است که با ویژگی‌هایی از قبیل باور فرد به توانایی‌هایش برای دستیابی به موفقیت، داشتن پشتکار در دنبال کردن اهداف، ایجاد استنادهای مثبت درباره خود و تحمل کردن مشکلات تعریف می‌شود. به نظر سلیگمن، سرمایه‌های انسانی (پاسخ این پرسش که چه می‌دانید و دارای چه دانش، مهارت و تخصصی هستید) و سرمایه اجتماعی (پاسخ این پرسش که چه کسی را می‌شناسید) آشکار و به‌آسانی مشاهده‌شدنی است و می‌توان آن را به‌سادگی اندازه‌گیری و کنترل نمود؛ درحالی‌که سرمایه روان‌شناختی، بیشتر، بالقوه و اندازه‌گیری و توسعه آن دشوار است؛ در نتیجه، سرمایه روان‌شناختی (پاسخ این پرسش که چه کسی هستید و در حالت توسعه‌ای چه کسی خواهید شد) برتر و فراتر از نظریه‌ها و پژوهش درباره سرمایه انسانی و اجتماعی است. از میان ظرفیت‌های اصلی رفتار سازمانی مثبت‌نگر، از چهار مؤلفه ادراکی-شناختی خودکارآمدی^۳ (اعتماد به نفس)، امیدواری^۴، خوش‌بینی^۵ و تاب‌آوری^۶ (انعطاف‌پذیری) - به‌صورت سازه‌هایی ترکیبی و به‌هم‌پیوسته - یاد می‌شود (آولویو و لوتانز، ۲۰۰۶، به نقل از لوتانز و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۱۴). این مؤلفه‌ها در فرآیندی تعاملی و ارزش‌یابانه، به زندگی فرد، معنا، و تلاش فرد را برای تغییر شرایط سخت و فشارآور، تداوم می‌دهد

1 Avey et al.

2 psychological capital

3 self-efficacy optimism

4 hope

5 optimism

6 resiliency

7 Luthans and Avolio

و مقاومت و تاب‌آوری و سرسختی وی را در تحقق اهداف، تضمین می‌کند. همیلسکی و کوربت^۱ (۲۰۰۶) در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه بین سرمایه روان‌شناختی کارآفرینان و بهروزی بیان می‌کند که «توسعه سرمایه روان‌شناختی در میان کارآفرینان می‌تواند به آن‌ها در ایجاد مقاومت در مقابل دامنه وسیعی از محرک‌های روان‌شناختی تنش‌زایی که ممکن است به طور ذاتی در طول رهبری مخاطرات جدیدشان رخ دهد کمک کند». والی و همکاران^۲ (۲۰۰۹) در پژوهشی با عنوان سرمایه روان‌شناختی و رشد روحیه کارآفرینی دریافتند که سرمایه روان‌شناختی، اثر مثبت و معناداری در سطح روحیه کارآفرینی دارد. آن‌ها همچنین بیان می‌کنند که «اگرچه سرمایه‌های اجتماعی و انسانی برای موفقیت در زمینه کارآفرینی و کسب‌وکار، مفید و لازم هستند اما در شرایط ابهام، سرمایه روان‌شناختی برای موفقیت در کارآفرینی حائز اهمیت بسیار زیادی است» (والی و همکاران، ۲۰۰۹). تحقیقات سوئیتمن و همکاران^۳ (۲۰۱۰) نشان داد که رابطه مثبت و معناداری بین مؤلفه‌های سرمایه روان‌شناختی و عملکرد خلاقانه وجود دارد. ساندرسون^۴ (۲۰۰۶، ص ۲۳) بر این باور است که توانمندسازی روان‌شناختی از طریق ایجاد خلاقیت و نوآوری، ایمان به ایجاد تغییر و گسترش نگاه جسورانه به تقویت کارآفرینی منجر می‌شود. زوگرافوس در مطالعات خود به این نکته اشاره می‌کند که «توانمندسازی روان‌شناختی باعث ارتقای دانش، مهارت، خطرپذیری و جنبه‌های تخصصی تقویت کارآفرینی می‌شود» (زوگرافوس، ۲۰۰۹، ص ۵). چمبرز^۵ در مطالعات خود دریافت که «توانمندی روان‌شناختی و داشتن احساس اثرگذاری در افراد باعث می‌شود تا کارآفرین، منابع مالی، فن‌آوری، دانش و تجربه را با یکدیگر ترکیب و از این طریق،

1 Hamielecki & Corbett

2 Valli et al.

3 Sweetman et al.

4 Sanderson

5 Zografos

6 Chambers

فعالیت‌های جدید را ابداع کند و به دنبال آن، میزان تولید را افزایش دهد» (حیدری ساریان، ۱۳۹۲، ص ۲۲۳). هاوس و همکاران^۱ (۲۰۰۴، صص ۵۶۴-۵۷۰) در تحقیقات خود نشان داد که «سرمایه روان‌شناختی افراد، پیش‌بینی‌کننده موفقیت اقتصادی آنها است». او همچنین تأکید می‌کند که «سرمایه روان‌شناختی بیش از هر نوع سرمایه دیگر، سبب موفقیت در کسب‌وکار و پیش‌بینی‌کننده ریسک کارآفرینانه است». ساتر^۲ بیان می‌کند که «سرمایه روان‌شناختی، عاملی کلیدی در پیش‌بینی فعالیت‌های کارآفرینی است به طوری که می‌تواند محرک و انگیزه‌بخش شروع کارآفرینی باشد» (مقیمی اسفندآبادی و همکاران^۳، ۲۰۱۵). پژوهش‌های سیلوا و راج^۴ (۲۰۱۰) بیان می‌کند که «سرمایه روان‌شناختی، امکان موفقیت کارآفرینان را در مواجهه با دوران رکود افزایش می‌دهد به طوری که این افراد، قابلیت بیشتری در غلبه بر شرایط جدید خواهند داشت». همچنین، نتایج مطالعات او بیان می‌کند که «خوش‌بینی و امیدواری، برآوردکننده بهتری جهت پیش‌بینی میزان موفقیت کارآفرینان است». با توجه به این تحقیقات و مطالعات، در این پژوهش با دو سؤال اساسی مواجه هستیم:

- ۱- الگوی مفهومی بررسی کارایی و تأثیر روابط متقابل عوامل روان‌شناختی و کارآفرینی سازمانی دانشگاه کدام است؟
- ۲- آیا رابطه معناداری بین مؤلفه‌های سرمایه روان‌شناختی و مؤلفه‌های کارآفرینی وجود دارد؟

۳. روش پژوهش

این پژوهش توصیفی-پیمایشی در میان اعضای هیئت‌علمی پردیس فارابی دانشگاه

1 House

2 Sutter

3 Moghimi Esfandabadi, H. et al.

4 Silva & Roche

تهران انجام شد. جامعه آماری این تحقیق، استادان هیئت‌علمی پردیس یادشده هستند (N=94) و از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است. در این روش، پژوهشگر با استفاده از قضاوت و تلاش سنجیده می‌کوشد نمونه‌ای انتخاب کند که حتی الامکان معرف جامعه مطالعه باشد. بر اساس این، گروه نمونه، هفت نفر از اعضای هیئت‌علمی بودند که به شکل قضاوتی انتخاب شدند. معیار انتخاب افراد، فعالیت‌های علمی و اهتمام افراد در ایجاد، راه‌اندازی، توسعه یا استمرار کسب‌وکار آزاد و یا سازمانی است. این افراد در حوزه کارآفرینی سازمانی، در آموزش عالی، تغییر و نوآوری کرده بودند. در این نمونه‌گیری، مشارکت‌کنندگان بر اساس مشارکت‌کنندگان قبل و ویژگی‌های موردنظر پژوهشگر انتخاب می‌شوند. از این رو، در این تحقیق، ابتدا بر مبنای پژوهش‌ها و اقدامات، مشارکت‌کنندگان اولیه، انتخاب و سپس با استفاده از تجربیات ایشان، مشارکت‌کنندگان بعد انتخاب گردید. به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات موردنیاز پژوهش از ابزارهای کیفی مانند پرسش‌نامه و مصاحبه استفاده شده است. با توجه به فرضیات این تحقیق، به منظور جمع‌آوری داده‌ها از دو پرسش‌نامه استفاده شده است: پرسش‌نامه سرمایه روان‌شناختی لوتانز^۱ و همکاران برای سنجش سرمایه روان‌شناختی و پرسش‌نامه محقق‌ساخت با نام «پرسش‌نامه رفتار کارآفرینانه» برای سنجش مؤلفه‌های کارآفرینی که ابزارهای اصلی گردآوری داده‌های تحقیق هستند. پرسش‌نامه اول، چهار بعد سرمایه روان‌شناختی را در قالب ۲۴ گویه، ارزیابی و پرسش‌نامه دوم، داده‌های مربوط به مؤلفه‌های رفتار کارآفرینانه را گردآوری می‌کند. پرسش‌های مربوط به این پرسش‌نامه، پس از مطالعه پیشینه پژوهش و مشاوره با استادان و محققان کارآفرینی و مدیریت و ارزیابی آنها تدوین شده که شامل ۱۲ گویه است. مؤلفه‌ها و شاخص‌های اندازه‌گیری تحقیق در جدول ۱ آمده است.

1 Luthans psychological capital questionnaire

جدول ۱. مؤلفه‌ها و شاخص‌های تحقیق

نام متغیر	ابعاد	مؤلفه‌ها
سرمایه روان‌شناختی	خودکارآمدی/اعتمادبه‌نفس	
	خوش‌بینی	
	امیدواری	
	تاب‌آوری	
رفتار کارآفرینانه	ایجاد (تأسیس)	ایجاد سازمان
	رشد سازمانی	اشتغال‌زایی
		فروش و عرضه خدمات
	نوآوری سازمانی	عرضه محصول و خدمت جدید در کشور
		عرضه محصول و خدمت جدید در شرکت
		اعمال تغییرات در ویژگی‌های ظاهری محصول و خدمت قدیمی
		اعمال تغییرات در ویژگی‌های کارکردی محصول و خدمت قدیمی
		نوآوری در طراحی ساختار سازمانی
		نوآوری در توزیع و فروش و عرضه خدمات
		نوآوری در روش و فرآیند
نوآوری در روش بازاریابی		

در تحقیق حاضر، برای بررسی اثر سرمایه روان‌شناختی در کارآفرینی سازمانی و رتبه‌بندی آثار آن‌ها، نیاز به مدل مفهومی است. طراحی مدل نیز به برآورد متخصصان از وجود رابطه بین مؤلفه‌های سرمایه روان‌شناختی و کارآفرینی وابسته است. این برآورد در قالب عبارات زبانی و شفاهی مانند «بسیار خوب» می‌گنجد. از آنجاکه تبدیل عبارات زبانی به مقادیر عددی به دلیل ابهام و عدم اطمینان از ثبات آن‌ها مشکل است برای تبدیل این مشخصه‌های کیفی و مبهم به صورت کمی و ترکیب آن‌ها با یکدیگر از منطق فازی استفاده شد. دلایل استفاده از منطق فازی

در این پژوهش به شرح زیر است:

- ۱- این روش به دلیل ذهنی بودن و گنگ بودن شاخصه‌های روان‌شناختی و کارآفرینی، روش مناسبی است چراکه منطق فازی، ابزار مناسبی برای حل مسائلی است که گنگ و غیردقیق هستند (لین و همکاران، ۲۰۰۶).
- ۲- با عنایت به چارچوب‌های طبقه‌بندی‌شده، روش فازی، توان به‌کارگیری ترکیبی اهداف کمی و کیفی را در سنجش کارآفرینی سازمانی دارد.

نظریات خبرگان درباره پایایی و روایی الگوی پیشنهادی

برای اعتبارسنجی مدل، مجدداً به استادان و مصاحبه‌شدگان، مراجعه و اجزای الگو به آنان، ارائه و از آنان، نظرخواهی شد. بدین منظور، پرسش‌نامه‌ای بر اساس طیف لیکرت (قالب نه‌گزینه‌ای) طراحی شد. برای بررسی مناسب بودن اجزای الگو، مقیاس نه‌گزینه‌ای به دو بخش ۱ تا ۵ (متوسط و کمتر) به مفهوم نامناسب و ۶ تا ۹ (بیشتر از متوسط) به مفهوم مناسب دسته‌بندی شد و درصد فراوانی هر گروه محاسبه گردید. نتایج، مبین این است که بیشتر متخصصان (۹۰٪) مفاهیم و متغیرهای الگو را مناسب دانسته‌اند.

۴. یافته‌ها

مصاحبه، تجزیه و تحلیل نظرها و شناخت شاخص‌ها

طی گام آغازین، با هفت متخصص (استاد) به شکل هدفمند، مصاحبه و نظریات ایشان، تجزیه و تحلیل شد. این متخصصان بر اساس دو مؤلفه سرمایه روان‌شناختی و رفتار کارآفرینانه سازمانی، چهار شاخص «خودکارآمدی و رفتار کارآفرینانه سازمانی، خوش‌بینی و رفتار کارآفرینانه سازمانی، امیدواری و رفتار کارآفرینانه سازمانی و تاب‌آوری و رفتار کارآفرینانه سازمانی» را معرفی کردند.

انتخاب اصطلاحات زبانی تقریبی برای ارزیابی میزان عملکرد و وزن مشخصه‌های روان‌شناختی-کارآفرینی سازمانی

به منظور کمک به متخصصان برای تعیین میزان عملکرد مشخصه‌های روان‌شناختی کارآفرینی، اصطلاحات زبانی به صورت عالی (Excellent)، خیلی خوب (Very Good)، خوب (Good)، متوسط (Fair)، ضعیف (Poor)، خیلی ضعیف (Very Poor) و بدترین (Worst) انتخاب شد. به منظور ارزیابی اهمیت وزنی مشخصه‌ها نیز اصطلاحات زبانی به صورت خیلی زیاد (Very High)، زیاد (High)، نسبتاً زیاد (Fairly High)، متوسط (Medium)، نسبتاً کم (Fairly Low)، کم (Low) و خیلی کم (Very Low) بیان شد. اعداد فازی مثلثی و متغیرهای زبانی پژوهش در جدول ۲ آمده است:

جدول ۲. اصطلاحات زبانی و اعداد فازی متناظر

(W) بدترین	(۰-۰/۵-۱/۵)	(VL) خیلی کم	(۰-۰/۰۵-۰/۱۵)
(VP) خیلی ضعیف	(۱-۲-۳)	(L) کم	(۰/۱-۰/۲-۰/۳)
(P) ضعیف	(۲-۳/۵-۵)	(FL) نسبتاً کم	(۰/۲-۰/۳۵-۰/۵)
(F) متوسط	(۳-۵-۷)	(M) متوسط	(۰/۳-۰/۵-۰/۷)
(G) خوب	(۵-۶/۵-۸)	(FH) نسبتاً زیاد	(۰/۵-۰/۶۵-۰/۸)
(VG) خیلی خوب	(۷-۸-۹)	(H) زیاد	(۰/۷-۰/۸-۰/۹)
(E) عالی	(۸/۵-۹/۵-۱۰)	(VH) خیلی زیاد	(۰/۸۵-۰/۹۵-۱)

مبنای تناظر اصطلاحات زبانی و اعداد فازی، پیشینه مطالعات سنجش عملکرد مشخصه‌های روان‌شناختی-کارآفرینی بود.

سنجش میزان عملکرد و اهمیت وزنی مشخصه‌های روان‌شناختی- کارآفرینی سازمانی با استفاده از اصطلاحات زبانی

به منظور ارزیابی میزان عملکرد و اهمیت وزنی مشخصه‌های روان‌شناختی-
کارآفرینی سازمانی، از برگه‌های اطلاعاتی^۱ استفاده شد که نمونه‌ای از آنها در
جدول ۳ و ۴ آمده است:

جدول ۳. مدل ارزیابی زبانی متخصصان از میزان عملکرد مشخصه‌های
روان‌شناختی-کارآفرینی سازمانی

ارزیابی متخصصان							مشخصه‌های روان‌شناختی-کارآفرینی سازمانی
E7	E6	E5	E4	E3	E2	E1 ^۲	
F	G	VG	VG	G	E	E	خودکارآمدی و رفتار کارآفرینانه سازمانی
E	F	F	E	VG	VG	G	خوش‌بینی و رفتار کارآفرینانه سازمانی
F	E	E	G	G	VG	VG	امیدواری و رفتار کارآفرینانه سازمانی
G	VG	VG	F	G	G	G	تاب‌آوری و رفتار کارآفرینانه سازمانی

جدول ۴. مدل ارزیابی زبانی متخصصان از اهمیت وزنی مشخصه‌های
روان‌شناختی-کارآفرینی سازمانی

ارزیابی متخصصان							مشخصه‌های روان‌شناختی-کارآفرینی سازمانی
E7	E6	E5	E4	E3	E2	E1	
VH	H	H	FH	VH	VH	H	خودکارآمدی و رفتار کارآفرینانه سازمانی
FH	FH	FH	H	FH	H	H	خوش‌بینی و رفتار کارآفرینانه سازمانی
H	H	FH	VH	H	VH	VH	امیدواری و رفتار کارآفرینانه سازمانی
VH	M	H	H	FH	FH	H	تاب‌آوری و رفتار کارآفرینانه سازمانی

1 data sheet

2 expert

ادغام مقادیر فازی و وزن‌ها

میانگین حسابی، مد و میانه، ابزارهایی‌اند که برای ادغام ارزیابی‌های تصمیم‌گیران چندگانه به کار می‌روند. از میانگین برای ادغام و یکپارچگی نظرها استفاده شده است. R_j و W_j به ترتیب معرف میانگین میزان عملکرد فازی و میانگین وزن عملکرد برای هر مشخصه هستند که بر اساس معادلات زیر محاسبه شده‌اند:

$$R_j = (a_j, b_j, c_j) = \frac{R_{j1} + R_{j2} + \dots + R_{jm}}{m} \quad \text{معادله ۱}$$

$$W_j = (x_j, y_j, z_j) = \frac{w_{j1} + w_{j2} + \dots + w_{jm}}{m} \quad \text{معادله ۲}$$

به منظور یکی کردن و تحکیم مقادیر و وزن‌های فازی استفاده شده برای تعیین شاخص کلی روان‌شناختی-کارآفرینی سازمانی فازی 1 (FI) از معادله ۳ استفاده شده است:

$$FI = \frac{\sum_{j=1}^n w_j \times R_j}{\sum_{j=1}^n w_j} \quad \text{معادله ۳}$$

مثلاً میانگین مقدار فازی و میانگین وزن فازی برای مشخصه خودکارآمدی و رفتار کارآفرینی سازمانی به صورت زیر محاسبه می‌شود:

میانگین مقدار فازی معادله ۱

$$= \frac{E+E+VG+VG+G+F}{7} = \frac{(8.5,9.5,10)+(8.5,9.5,10)+(5,6.5,8)+(7,8,9)+(7,8,9)+(5,6.5,8)+(3,5,7)}{7} = (6.28,7.57,8.71)$$

معادله ۲:

$$\text{میانگین وزن فازی} = \frac{H+VH+VH+FH+H+H+VH}{7} = (0.73,0.84,0.92)$$

به همین ترتیب، برای کلیه مشخصه‌های روان‌شناختی-رفتار کارآفرینانه سازمانی، میانگین‌های مقدار فازی و میانگین وزنی، مطابق معادله‌های ۱ و ۲ محاسبه می‌شود. این مقادیر در معادله ۳ ادغام می‌شوند؛ مثلاً میزان شاخص فازی ادغام شده برای دو

مشخصه «خودکارآمدی و رفتار کارآفرینی سازمانی» و «خوش بینی و رفتار کارآفرینی سازمانی» به صورت زیر است:

$$\text{مشخصه اول} : \begin{cases} R_j = (6.27, 7.57, 8.71) \\ w_j = (0.73, 0.84, 0.92) \end{cases} \quad \text{مشخصه دوم} : \begin{cases} R_j = (6, 7.35, 8.57) \\ w_j = (0.58, 0.71, 0.84) \end{cases}$$

در نتیجه، شاخص فازی ادغام شده به صورت زیر محاسبه می شود:

۲۲

$$FI = \frac{\sum_{j=1}^n w_j \times R_j}{\sum_{j=1}^n w_j} = \frac{\{(6.27, 7.57, 8.71) \times (0.73, 0.84, 0.92)\} + \{(6, 7.35, 8.57) \times (0.58, 0.71, 0.84)\}}{(0.73, 0.84, 0.92) + (0.58, 0.71, 0.84)} \\ = \frac{(8.05, 11.57, 15.2)}{(1.31, 1.55, 1.76)} = (6.14, 7.46, 8.63)$$

شاخص فازی ادغام شده (FI) کلی مشخصه های روان شناختی - رفتار کارآفرینی سازمانی، طبق معادله ۳ برابر است با $FI = (7, 7.31, 8.53)$

تعیین فاصله اقلیدسی برای انطباق FI با سطح تقریبی همبستگی رابطه سرمایه روان شناختی و رفتار کارآفرینانه سازمانی

زمانی که شاخص فازی (FI) به دست آمد باید با اصطلاحات زبانی و شفاهی به منظور تعیین میزان سطح همبستگی^۱ رابطه، تطبیق داده شود. در این پژوهش، بدین منظور از روش فاصله اقلیدسی استفاده شده است. در این مطالعه به منظور انطباق و تعیین سطح همبستگی از اصطلاحات زبانی به شدت همبسته، خیلی همبسته، به طور رضایت بخش همبسته، نسبتاً همبسته، به کندی همبسته، استفاده شده است. اصطلاحات زبانی و اعداد فازی متناظر در زیر آمده است:

- به شدت همبسته (EC) = (7, 8.5, 10)
- خیلی همبسته (VC) = (5.5, 7, 8.5)
- به طور رضایت بخش همبسته (C) = (3.5, 5, 6.5)
- نسبتاً همبسته (FC) = (1.5, 3, 4.5)
- به کندی همبسته (SC) = (0, 1.5, 3)

1 correlation level

تعیین فاصله اقلیدسی با معادله ۴ به شکل زیر است:

$$D(FI, CL_i) = \sqrt{\left\{ \sum (f_{FI}(x) - f_{CL_i}(x))^2 \right\}} \quad \text{معادله ۴}$$

مثلاً محاسبه فاصله اقلیدسی مربوط به سطح همبستگی «به شدت همبسته (EC)» با FI محاسبه شده در زیر آمده است:

$$D(FI, EC) = \sqrt{\{(7 - 7)^2 + (7.31 - 8.5)^2 + (8.53 - 10)^2\}} = 1.89$$

فاصله اقلیدسی FI و سایر سطوح همبستگی در زیر آمده است:

$$D(FI, EC)=1.89 \quad D(FI, VC)=1.53 \quad D(FI, FC)=8 \quad D(FI, SC)=10 \quad D(FI, AC)=4.6$$

با مقایسه مقادیر فواصل اقلیدسی مشاهده می‌شود که کمترین فاصله اقلیدسی مربوط به سطح همبستگی خیلی همبسته (VC) است؛ در نتیجه، سطح عملکرد کلی همبستگی سرمایه روان‌شناختی و رفتار کارآفرینی سازمانی دانشگاه در سطح خیلی همبسته ارزیابی می‌شود. همچنین با محاسبه مقادیر فاصله اقلیدسی مربوط به سطوح همبستگی بین هر یک از مشخصه‌های روان‌شناختی-رفتار کارآفرینی سازمانی به صورت تک تک مشخص می‌شود که همبستگی معناداری بین آنها وجود دارد.

شناخت شاخص اهمیت و بهبود عملکرد فازی مشخصه‌های روان‌شناختی-رفتار کارآفرینی سازمانی

گام بعد در مدل ارزیابی سنجش همبستگی بین مشخصه‌ها، محاسبه شاخص بهبود عملکرد فازی^۱ (FPII) برای مشخصه‌ها است. بنابراین، مطابق با این شاخص، مشخصه‌های «روان‌شناختی-رفتار کارآفرینی سازمانی» رتبه‌بندی می‌شوند. متخصصان

1 fuzzy performance Improvement Index

رتبه‌ای حداقلی را که به منزله ارزش آستانه‌ای (سرحدی) تلقی می‌شود تعیین می‌کنند. مشخصه‌هایی که در کمتر از ارزش آستانه‌ای مدیریتی، رتبه‌بندی می‌شوند به‌منظور بهبود عملکرد بالقوه و توانایی‌هایشان، بررسی و آزمایش می‌شوند. محاسبه شاخص (FPII) مطابق معادله ۵ است:

$$FPII_j = w_j^* \times R_j \quad \text{معادله ۵}$$

$FPII_j$ مقدار $FPII$ برای زمین مشخصه و w_j^* متمم اهمیت وزنی زمین مشخصه است. $w_j^* = [(1,1,1) - w_j]$ مثلاً محاسبه $FPII$ مشخصه «خودکارآمدی و رفتار کارآفرینی سازمانی» به شکل زیر است:

$$FPII = (6.27, 7.57, 8.71) \times (0.27, 0.16, 0.08) = (0.78, 1.87, 3.25)$$

مقدار $FPII$ برای مشخصه‌های «روان‌شناختی-رفتار کارآفرینی سازمانی» باید رتبه‌بندی و به اعداد قطعی تبدیل شوند. در این پژوهش، رتبه اعداد فازی بر اساس روش centroid (برای توابع فازی مثلثی با عضویت (a,b,c) که در آن a, b, c به ترتیب کمترین، متوسط و بیشترین مقدار اعداد فازی مثلثی و متناظر با نتایج حاصل از محاسبه $FPII$ هستند) مطابق با معادله ۶ محاسبه شده است.

$$\text{امتیاز رتبه‌بندی} = \frac{a+4b+c}{6} \quad \text{معادله ۶}$$

مثلاً امتیاز رتبه‌بندی $FPII$ مشخصه «خودکارآمدی و رفتار کارآفرینی سازمانی» بدین شکل است: $\text{امتیاز رتبه‌بندی} = \frac{0.78+4*1.87+3.25}{6} = 1.918$

به همین ترتیب، امتیاز رتبه‌بندی چهار مشخصه دیگر محاسبه می‌شود که مقادیر برای سایر مشخصه‌ها به قرار زیر است:

جدول ۵. امتیاز رتبه‌بندی مشخصه‌ها

امتیاز رتبه‌بندی	مشخصه‌های روان‌شناختی-کارآفرینی سازمانی
۱/۹۱۸	خودکارآمدی و رفتار کارآفرینانه سازمانی
۲/۰۶	خوش‌بینی و رفتار کارآفرینانه سازمانی
۱/۲	امیدواری و رفتار کارآفرینانه سازمانی
۳/۴	تاب‌آوری و رفتار کارآفرینانه سازمانی

بعد از رتبه‌بندی امتیازهای مشخصه‌ها از متخصصان خواسته شد علاوه بر اولویت‌بندی امتیازها، به تعیین ارزش آستانه‌ای مدیریت نیز پردازند. ارزش آستانه‌ای از طریق مشاوره میان متخصصان تعیین می‌شود. مشخصه‌هایی که زیر ارزش آستانه‌ای قرار می‌گیرند ضعیف‌اند و در غیر این صورت، قوی هستند. مقدار ارزش آستانه‌ای مدیریت بر اساس مطالعات ارزیابی عملکرد متخصصان، ۱/۲ تعیین گردید. متعاقباً هفت متخصص برای بهبود عملکرد مشخصه‌های «روان‌شناختی-رفتار کارآفرینی سازمانی» که امتیازهای آن‌ها زیر ارزش آستانه‌ای قرار گرفت پیشنهادهایی را مطرح کردند.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به نتایج فوق، بیشترین امتیاز مربوط به مشخصه «تاب‌آوری و کارآفرینی سازمانی» و سپس به ترتیب مربوط به مشخصه‌های «خوش‌بینی و کارآفرینی سازمانی»، «خودکارآمدی و کارآفرینی سازمانی» و درنهایت، «امیدواری و کارآفرینی سازمانی» است. از این منظر در گام نخست باید به «تاب‌آوری سازمانی» و در درجات بعد به متغیرهای دیگر به ترتیب اهمیتشان توجه شود.

در شرایط کنونی بازارهای به شدت رقابتی جهانی، سازمان‌ها به منظور حیات و بقای خود، چاره‌ای جز ترویج روحیه و فرهنگ کارآفرینی و رشد و پرورش آن ندارند. با توجه به اهمیت موضوع کارآفرینی از جنبه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و ...، همواره این پرسش مطرح شده است که کارآفرینی ذاتی است یا اکتسابی. تا

مدت‌ها تصور می‌شد کارآفرینی، خصوصیت ویژه فردی است و عده‌ای نیز بر وراثتی بودن آن تأکید می‌کردند (لوی، ۱۹۹۹). افزایش سرمایه‌گذاری‌ها در آموزش کارآفرینی پس از چندین دهه تحقیق، گویای این مطلب است که کارآفرینی، فرآیندی با قابلیت رشد و توسعه است. از این جهت، توجه به ویژگی‌ها و عواملی که می‌تواند منجر به بروز کارآفرینی شود مورد توجه بوده است؛ البته ویژگی‌های شخصی و روان‌شناختی فرد کارآفرین (ونگر و استرنبرگ، ۲۰۰۴) نیز در موفقیت و شکست فرآیند کارآفرینی مؤثر است و به ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان و تناسب آنها بستگی دارد (مارکمن و بارن، ۲۰۰۳). مطابق پژوهش حاضر مشخص شد که بین هر یک از مشخصه‌های سرمایه روان‌شناختی (خودکارآمدی، خوش‌بینی، امیدواری و تاب‌آوری) و رفتار کارآفرینی سازمانی، همبستگی و رابطه معناداری وجود دارد. یافته‌های پژوهش حاضر، همچنین، مؤید نظریه لوتانز و همکاران (۱۳۹۲) و لوتانز و یوسف^۲ (۲۰۰۴) و نتیجه پژوهش سوئیتمن و همکاران (۲۰۱۰) مبنی بر این است که مؤلفه‌های سرمایه روان‌شناختی، هم‌افزایی دارند و در واقع، کل سرمایه روان‌شناختی، چیزی بیشتر از مجموعه اجزای خود است. به همین دلیل، الزامی است تا دولت‌ها برای توسعه کارآفرینی و تربیت کارآفرینان، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی کنند و دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی به جای توجه به تک‌تک مؤلفه‌های سرمایه روان‌شناختی به تمام ابعاد آن، به صورت منظومه‌ای بنگرند و برنامه‌های آموزشی را برای پرورش و کارآفرین شدن دانش‌آموختگان، طراحی و اجرا نمایند. تمایل به خطرپذیری معقول، توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی و اعتمادبه‌نفس، ریشه در فرهنگ جامعه دارد. از این رو، فرهنگ ملی در رشد روحیه و توسعه رفتارهای کارآفرینانه سازمانی اثر دارد. از این منظر، محققانی چون والی و همکاران (۲۰۰۹) بیان می‌کنند «اگرچه سرمایه اجتماعی و انسانی برای موفقیت در زمینه کارآفرینی و کسب‌وکار ضروری است اما در شرایط

1 Markman & Baron

2 Luthans & Youssef

ابهام و پراسترس، آنچه مهم‌ترین نقش را در موفقیت کارآفرینی ایفا می‌کند سرمایه روان‌شناختی است». با توجه به بررسی همبستگی و معنادار بودن سرمایه روان‌شناختی و رفتار کارآفرینی سازمانی، تحقیقات، گویای این مطلب است که برنامه مداخله سرمایه روان‌شناختی^۱ لوتانز، برنامه‌ای آموزشی است که اثربخشی آن در محیط سازمانی به‌منظور رشد و پرورش مؤلفه‌های روان‌شناختی تأیید شده است و با توجه به اثبات آموزش‌پذیر بودن سرمایه روان‌شناختی و همبستگی معنادار آن با رفتار کارآفرینی سازمانی می‌توان برای برگزاری دوره‌های مختلف آموزشی در بین سازمان‌های مختلف، اقدام و از منافع آن استفاده نمود. در تحقیق حاضر، اثر عوامل سرمایه روان‌شناختی در فرآیند کارآفرینی در سطح پردیس فارابی بررسی شده است که از نتایج حاصل می‌توان در سایر سازمان‌ها استفاده کرد. توجه به توسعه کارآفرینی و کارهای نوآورانه، اثر معتنا بهی در کشورهای در حال توسعه برای مدیریت بحران‌های اقتصادی داشته است فلذا بر اهمیت کارآفرینی و توسعه آن روزبه‌روز می‌افزاید. مدیران و مسئولان می‌توانند با الگوگیری و بهره‌مندی از نتایج تحقیق حاضر - مبنی بر تأثیر عوامل روان‌شناختی در توسعه فرآیند کارآفرینی - برای توسعه همگانی آن و متعاقباً رشد و ثبات اقتصاد ملی استفاده کنند.

با توجه به اینکه سازمان‌ها در هر برهه از زمان، متناسب با شرایط پیچیده محیطی با محرک‌ها و عوامل خاصی مواجه‌اند و بسته به نوع، واکنششان متفاوت است باید محرک‌ها و عوامل را بومی‌سازی کرد. با توجه به آموزش‌پذیری سرمایه روان‌شناختی و تأثیر مؤلفه‌های آن در توسعه کارآفرینی، برای تدارک شرایط و زمینه‌های کارآفرینانه در دانش‌آموختگان، برنامه‌های رسمی و غیررسمی آموزشی را باید با هدف تقویت ویژگی‌های روان‌شناختی، تعدیل و بازنگری کرد؛ همچنین می‌توان با تأکید بر تغییر فرهنگ اعضای دانشگاه و ترویج تفکر کارآفرینی با تأکید بر ضرورت آموزش‌های روان‌شناختی و ایجاد فرصت برای خلاقیت و نوآوری، از منافع مادی و

1 psychological capital intervention

غیرمادی آن بهره‌مند شد.

محدودیت‌های پژوهش

به سبب محدودیت زمانی، ارزیابی همبستگی مشخصه‌های «سرمایه روان‌شناختی - کارآفرینی سازمانی» در نمونه‌ای غیرتصادفی، با تعداد محدود و در یک واحد سازمانی آموزشی اجرا شد. به‌هرحال، نتایج این تحقیق می‌تواند تا حدی معرف موقعیت‌های حاکم در راهبردهای اجتماعی و منطقه‌ای اجرایی دانشگاه‌ها و سایر سازمان‌ها باشد.

تمرکز بر چهار مشخصه سرمایه روان‌شناختی، یکی از دیگر محدودیت‌های این پژوهش است که می‌تواند در تحقیقات آتی تکمیل شود. پژوهش‌های آتی می‌توانند سایر عوامل روان‌شناختی مؤثر در توسعه کارآفرینی را بررسی کنند به طوری که با ایجاد سازگار مناسبی، شاخص‌ها را به‌طور مداوم بسنجند و با روش‌های دیگری همچون سیستم خبره مبتنی بر دانش، ارزیابی‌هایی به‌مراتب والاتری داشته باشند.

منابع

۱. پرداختچی، محمدحسن و شفیع‌زاده، حمید (۱۳۸۵). درآمدی بر کارآفرینی سازمانی. تهران: ارسباران.
۲. حیدری ساربان، وکیل (۱۳۹۲). «نقش توانمندسازی روان‌شناختی بر تقویت کارآفرینی روستایی». *مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، دوره ۱۱، شماره ۲۰، صص ۲۱۷-۲۳۷.
۳. لوتانز، فرد، آوولی، بروس جی. و ام یوسف، کارولین (۱۳۹۲). سرمایه روان‌شناختی سازمان، تحولی در مزیت رقابتی سرمایه انسانی. ترجمه عبدالرسول جمشیدیان و محمد فروهر. تهران: آبیژ. چاپ اول.
4. Avey, J. B., Luthans, F., & Youssef. C. M. (2010). "The Additive Value of Positive Psychological Capital in Predicting Work Attitudes and Behaviors". *Journal of Management*, Vol. 36, No. 2, pp. 430-452.
5. Drucker, P. (1985). "The Discipline of Innovation". *Harvard Business Review*, Vol. 80, No. 8, pp. 95-100,102,148.
6. Gurol, Y. & Astan, N. (2006). "Entrepreneurial Characteristics amongst University Students: Some Insights for Entrepreneurship Education and Training in Turkey". *Education and Training*, Vol. 48, No. 1, pp. 25-38.
7. Hamieleski, K. M., & Corbett, A. C. (2006). "Proclivity for Improvisation as a Predictor of Entrepreneurial Intentions". *Journal of Small Business Management*, Vol. 44, No. 1, pp. 45-63.
8. House, R. J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P. W., &

- Gupta, V. (2004). *Culture, Leadership and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies*. Thousand Oaks, CA: Sage
9. Johnson, D., Justin, B. L., Hildebrand, C., & Hildebrand, H. (2006). "Entrepreneurship Education: Towards a Discipline-based Framework". *Journal of Management Development*, Vol. 25, No. 1, pp. 40-54.
 10. Kiggundo, M. (2002). "Entrepreneurs and Entrepreneurship in Africa: What is Known and What Needs to Be Done". *Journal of developmental entrepreneurship*, Vol. 7, No. 3, pp. 239-258.
 11. Kirkwood, J. (2007). "Tall Poppy Syndrome: Implications for Entrepreneurship in New Zealand". *Journal of Management & Organization*, Vol. 13, No. 04, pp. 366-382.
 12. Kuratko, D. F. & Hodgetts, R. M. (2001). "Entrepreneurship: A Contemporary Approach", 5th ed.. Harcourt Sydney: College Publishers.
 13. Levie, J. (1999). "Entrepreneurship: My Thane Reality". *Science & public affairs*, Vol. 17, pp. 24-25.
 14. Lin, C. T., Chen, C. T., & Huang, S. F. (2006). "A Fuzzy Approach for Supplier Evaluation and Selection in Supply Chain Management". *International Journal of Production Economics*, Vol. 102, No. 2, pp. 289-301.
 15. Luthans, F., & Youssef, C. M. (2004). "Human, Social, and Now Positive Psychological Capital Management: Investing in People for Competitive Advantage". *Organizational Dynamics*,

Vol. 33, No. 2, pp. 143-160.

16. Markman, G. & Baron, R. (2003). "Beyond Social Capital: The Role of Entrepreneurs' Social Competence in Their Financial Success". *Journal of Business Venturing*, Vol. 18, No. 1, pp. 41-60.
17. Moghimi Esfandabadi, H., Abdolvahab, S., Taher Akbar, M., & Moghimi Esfandabadi, A. (2015). "Investigating the Effect of Entrepreneurial Orientation and Psychological Capital on the Performance". *Case Studies Journal*, Vol. 4, No. 9, pp. 46-57.
18. Sanderson, D. (2006). *The Ownership Enterprise*, Harvard University Press, Cambridge, MA.
19. Schulte, P. (2007). "The Entrepreneurial University: A Strategy for Institutional Development". *Higher Education in Europe*, Vol. 29, No. 2, pp.187-191.
20. Shetty, P. (2004). "Attitude towards Entrepreneurship in Organisations". *The Journal of Entrepreneurship*, Vol. 13, No. 1, pp. 53-68.
21. Silva, D. & Roche, M. (2010). "The Contribution of Psychological Capital to Entrepreneurs Success during Recessionary Times". *New Zealand Applied Business Educators Conference*, available at www.mysciencework.com.
22. Sweetman, D., Luthans, F., Avey, J., & Luthans, B. (2010). "Relationship between Positive Psychological Capital and Creative Performance". *Canadian Journal of Administrative*

Sciences, Vol. 28, No. 1, pp. 4-13.

23. Valli, S., Niitykangas, H., & Haapanen, M. (2009). "Positive Psychological Capital and Growth Aspirations of Entrepreneurs". *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Vol. 29, No. 4, Article 5, Available at: <http://digitalknowledge.babson.edu/fer/vol29/iss4/5>.
24. Wanger, J. & Sternberg, R. (2004). "Start-up Activities, Individual Characteristics, and the Regional Milieu: Lessons for Entrepreneurship Support Policies from German Micro-data". *The Annals of Regional Science*, Vol. 38, No. 2, pp. 219-240.
25. Zografos, C. (2009). "Rurality Discourse and the Role of Social Enterprise in Regenerating Rural Scotland". *Journal of rural studies*, Vol. 23, No. 1, pp. 38-51.

