

ارائه مدل نگرش کارآفرینانه بر اساس سرمایه فکری و اجتماعی با میانجی تعهد سازمانی

آزاده مولایی^۱

رقیه وحدت بوراشان^{۲*}

محمد حسینی^۳

چکیده

پژوهش حاضر با هدف ارائه مدل نگرش کارآفرینانه بر اساس سرمایه فکری و اجتماعی با میانجی تعهد سازمانی انجام شد. این مطالعه از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه اجرا توصیفی از نوع همبستگی بود. جامعه پژوهش کارکنان دانشگاه‌های جامع علمی کاربردی استان آذربایجان غربی در سال تحصیلی ۹۸-۱۳۹۷ به تعداد ۶۰۰ نفر بودند. با توجه به حجم جامعه و بر اساس جدول کرجسی و مورگان تعداد ۲۳۴ نفر با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای بر اساس شهرستان محل خدمت به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های نگرش کارآفرینانه (رایینز و کالتر، ۱۹۸۹)، سرمایه فکری (بونتیس، ۱۹۹۶)، سرمایه اجتماعی (پاژاک، ۲۰۰۶) و تعهد سازمانی (آلن و مایر، ۱۹۹۰) استفاده شد. داده‌ها با روش معادلات ساختاری در سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۵ تحلیل گردید. یافته‌ها نشان داد که سرمایه فکری بر تعهد سازمانی و نگرش کارآفرینانه، سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی و نگرش کارآفرینانه و تعهد سازمانی بر نگرش کارآفرینانه تاثیر مستقیم و معنادار داشتند. همچنین، سرمایه فکری و اجتماعی با میانجی تعهد سازمانی بر نگرش کارآفرینانه تاثیر غیرمستقیم و معنادار داشتند ($P > 0/05$). تعهد سازمانی میانجی مناسبی بین سرمایه فکری و اجتماعی با نگرش کارآفرینانه بود. بر اساس نتایج، برنامه‌ریزی برای بهبود سرمایه فکری و اجتماعی و تعهد سازمانی جهت بهبود نگرش کارآفرینانه ضروری است.

واژه‌های کلیدی: نگرش کارآفرینانه، سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی، تعهد سازمانی

۱. دانشجوی دکتری مدیریت آموزش، گروه علوم تربیتی، واحد ارومیه، دانشگاه آزاد اسلامی، ارومیه، ایران
۲. استادیار، گروه علوم تربیتی، واحد ارومیه، دانشگاه آزاد اسلامی، ارومیه، ایران (نویسنده مسئول) r.vahdat_77@yahoo.com
۳. استادیار، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

مقدمه

کارآفرینی به معنای تعهد انجام دادن کاری است و کارآفرین شخصی است که سازماندهی، برنامه‌ریزی و مدیریت می‌کند و خطرهای یک توسعه را برعهده می‌گیرد (بینان، جونز و پیکرنل، ۲۰۲۰). کارآفرینی فرایند ایجاد چیزی بیشتر از ارزش تلاش‌ها و زمانی است که صرف آن شده و کارآفرین رضایت مالی و رضایت درونی را به‌عنوان پاداش منتج از تلاش‌های کارآفرینانه خود دریافت می‌کند (گلاس، پولاک و وارد، ۲۰۱۷). نگرش یک حالت درونی و آمادگی و نگرش کارآفرینانه جهت‌گیری‌های شخصی به سمت فعالیت‌های ارزشمند در آینده و خوداستخدامی در کسب‌وکارهای کوچک تعریف شده که دارای انگیزه پیشرفت، کنترل درونی، عزت نفس و خلاقیت نیز می‌باشد (مهفود، تریونو، سادیرا و مالیانی، ۲۰۲۰). نگرش کارآفرینانه نگرشی است که اجزای انگیزه پیشرفت، کنترل درونی، عزت نفس و خلاقیت را با ترکیبی از ابعاد سه‌گانه نگرش شناختی، عاطفی و رفتاری را در پی دارد (دراگیسی، البولیسکو و تاماسیلا، ۲۰۱۴). نگرش کارآفرینانه فرد را درگیر فرایند کارآفرینی می‌کند و این نوع نگرش، ترکیبی از سه نوع واکنش شناختی، عاطفی و رفتاری درباره یک موضوع کارآفرینانه است (دو و دادواری، ۲۰۱۷).

یکی از عوامل مرتبط با کارآفرینی، سرمایه فکری است که به دانش و اطلاعات کاربردی اشاره دارد و می‌تواند برای سازمان خلق ارزش کند (یونگ، یاسلیزا، رامایاه و فاویهینمی، ۲۰۱۹). سرمایه فکری را می‌توان اساسی‌ترین دارایی نامشهود و سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری را اساسی‌ترین دارایی مشهود یک سازمان دانست (ساردو، سراسکوئیرو و آلوز، ۲۰۱۸). این سازه بیشتری مبتنی بر دانش و اطلاعات است و می‌تواند شامل هر چیزی از وفاداری مشتری گرفته تا مهارت‌های تکنولوژیکی باشد که تاثیر مهمی بر فرایندهای نوآوری سازمانی دارند (نیلسن، راسلندر و شاپر، ۲۰۱۶). به عبارت دیگر، سرمایه فکری یک دانش سازمانی وسیع و گسترده است که برای هر سازمان منحصر به فرد می‌باشد و به سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا به طور پیوسته خود را با شرایط در حال تغییر انطباق دهند (لی و لیو، ۲۰۱۸).

یکی دیگر از عوامل مرتبط با کارآفرینی، سرمایه اجتماعی است (مهفود و همکاران، ۲۰۲۰). سرمایه اجتماعی حاصل جمع منابع بالقوه و بالفعلی است که نتیجه مالکیت شبکه بادوامی از روابط نهادینه‌شده بین افراد یا گروه است (اتشان، بیکلر، ری و اسپرینگر، ۲۰۲۰). این سازه به آن دسته از ویژگی‌های زندگی اجتماعی، شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد اشاره دارد که از طریق روابط اجتماعی و پیوستگی اجتماعی امکان دسترسی به منابع تحقق می‌یابد (لو و پنگ، ۲۰۱۹). سرمایه اجتماعی به معنای مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش‌های غیررسمی است که اعضای گروهی که با هم همکاری می‌کنند در آن سهیم هستند (رحیمی، مدنی و افتخار، ۱۳۹۶). سرمایه اجتماعی مفهومی چندوجهی و منبعی است که میراث روابط اجتماعی می‌باشد و باعث تسهیل فعالیت‌های جمعی می‌شود. این سازه از طریق اجتماعی‌شده ایجاد و شامل اعتماد، هنجارهای مشارکتی و شبکه‌هایی از پیوندهای اجتماعی است و باعث دورهم جمع شدن افراد به صورت مسنجم و باثبات در داخل گروه معین با هدف مشترک می‌شود (عبدالهی، پیرزاد، روانبخش، شیرکوند و عاشوری، ۱۳۹۵).

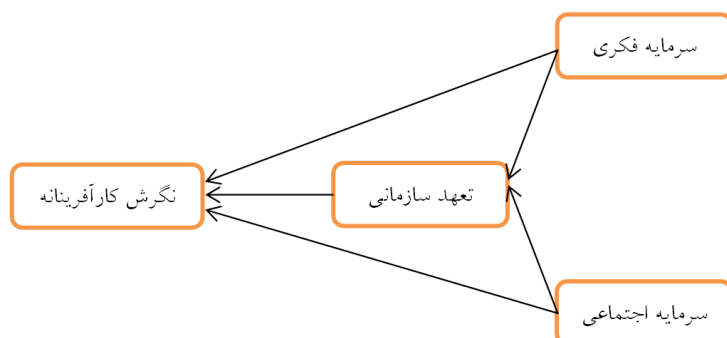
یکی از متغیرهایی که می‌تواند بین سرمایه فکری و اجتماعی با نگرش کارآفرینانه نقش میانجی داشته باشد، تعهد سازمانی است. تعهد سازمانی وضعیتی است که در آن کارکنان خود را با یک

سازمان خاص و هدف‌های آن تعیین هویت می‌کنند و آرزوی عضویت و باقی‌ماندن در آن را دارند (وانگ، کیل، اه و شن، ۲۰۱۷). این سازه دارای سه بخش تعهد عاطفی (نشان‌دهنده وابستگی عاطفی فرد به سازمان و پذیرش هدف‌های آن)، تعهد مستمر (تلاش مستمر و مشتاقانه برای دستیابی به اهداف سازمان) و تعهد هنجاری (الزام و احساس تکلیف به ماندن در سازمان) است (وو و چن، ۲۰۱۸). تعهد سازمانی میزان تطابق و تعلق فرد به سازمان را منعکس و با سه عامل اعتقاد قوی و پذیرش ارزش‌های سازمان، تمایل و نگرش مثبت به سازمان و میل به ماندن در سازمان مشخص می‌شود (اینولاندر، ۲۰۱۵).

پژوهش‌های اندکی روابط سرمایه فکری و اجتماعی، تعهد سازمانی و نگرش کارآفرینانه را بررسی کردند. برای مثال نتایج پژوهش چن، وانگ و سان (۲۰۱۲) نشان داد که سرمایه فکری و تعهد سازمانی رابطه مثبت و معنادار داشتند. توکلی، نصرافهانی، شیرویه‌زاد و جعفری (۱۳۹۴) ضمن پژوهشی به این نتیجه رسیدند که مدیریت سرمایه انسانی (سرمایه فکری) بر تعهد سازمانی تاثیر مثبت و معنادار داشت. در پژوهشی دیگر رضایی و رضایی (۱۳۹۲) گزارش کردند که کارایی سرمایه فکری و تعهد سازمانی رابطه مثبت و معنادار داشتند. نتایج پژوهش سانچز، فرناندز-سیرانو و رامیرو (۲۰۱۸) حاکی از رابطه مثبت و معنادار ارزش‌های شخصی، نگرش کارآفرینانه، سرمایه فکری و نوآوری بود. خلیل‌نژاد، یوسفی طبس، گل‌محمدی و محمدی (۱۳۹۸) ضمن پژوهشی به این نتیجه رسیدند که سرمایه فکری بر گرایش‌های کارآفرینانه و نوآورانه تاثیر مستقیم و معنادار داشت. در پژوهشی دیگر نادری و رستمی (۱۳۹۵) گزارش کردند که سرمایه فکری بر کارآفرینی سازمانی تاثیر مستقیم و معنادار داشت. همچنین، نتایج پژوهش اکوزام و تان (۲۰۱۴) نشان داد که سرمایه اجتماعی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی رابطه مثبت و معنادار داشتند. سجادی، عبودی، زارع و علیدوست قهفرخی (۱۳۹۷) ضمن پژوهشی به این نتیجه رسیدند که سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی تاثیر معنادار مثبت داشت. در پژوهشی دیگر اردلان، قنبری، بهشتی‌راد و نویدی (۱۳۹۴) گزارش کردند که سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی تاثیر مستقیم و معنادار داشت. نتایج پژوهش مهفود و همکاران (۲۰۲۰) حاکی از رابطه مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی، نگرش کارآفرینانه و تمایل به کارآفرینی بود. در پژوهشی دیگر ویس، انیسیموا و شیروکوا (۲۰۱۹) گزارش کردند که سرمایه اجتماعی و تمایل به کارآفرینی رابطه مثبت و معنادار داشت. رستگار، اکبرزاده صفوئی و حسن‌پور امیری (۱۳۹۷) ضمن پژوهشی به این نتیجه رسیدند که سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی تاثیر مستقیم و معنادار بر قصد کارآفرینانه داشتند. در پژوهشی دیگر یادگار، معماریانی و صدق‌آمیز (۱۳۹۳) گزارش کردند که سرمایه اجتماعی بر نگرش کارآفرینانه تاثیر معنادار داشت. علاوه بر آن، نتایج پژوهش سینگ و اناهرینگ (۲۰۱۹) نشان داد که تمایل کارآفرینانه، رضایت شغلی و تعهد سازمانی رابطه مثبت و معنادار داشتند. طغرایبی، شریفی و دارابیان (۱۳۹۵) ضمن پژوهشی به این نتیجه رسیدند که تعهد سازمانی بر گرایش کارآفرینانه تاثیر مستقیم و معنادار داشت. در پژوهشی دیگر بصیرت، اکبری، ایمانی و دهقان نجم‌آبادی (۱۳۹۵) گزارش کردند که تعهد سازمانی و گرایش کارآفرینانه رابطه مثبت و معنادار داشتند.

کارآفرینی و نگرش کارآفرینانه نقش مهمی در موفقیت و عملکرد سازمان‌ها و از آنجایی که برخی پژوهش‌ها تاثیر تعدادی از متغیرها از جمله سرمایه اجتماعی را بر روی نگرش کارآفرینانه بررسی

کردند، اما این پژوهش‌ها کمتر به نقش سرمایه فکری و تعهد پرداختند. پس یکی از خلأهای پژوهشی عدم توجه پژوهش‌های قبلی به تاثیر مستقیم و غیرمستقیم سرمایه فکری و اجتماعی و تعهد سازمانی بر نگرش کارآفرینانه است. با توجه به مطالب بالا و از آنجایی که برای بهبود نگرش کارآفرینانه ابتدا باید عوامل مرتبط و موثر بر آن را شناسایی کرد، لذا پژوهش حاضر با هدف ارائه مدل نگرش کارآفرینانه بر اساس سرمایه فکری و اجتماعی با میانجی تعهد سازمانی انجام شد. بنابراین، مدل مفهومی پژوهش در شکل ۱ ارائه شد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه اجرا توصیفی از نوع همبستگی بود. جامعه پژوهش کارکنان دانشگاه‌های جامع علمی کاربردی استان آذربایجان غربی در سال تحصیلی ۹۸-۱۳۹۷ به تعداد ۶۰۰ نفر بودند. با توجه به حجم جامعه و بر اساس جدول کرجسی و مورگان تعداد ۲۳۴ نفر به دلیل تفاوت در تعداد کارکنان شهرستان‌های مختلف با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای بر اساس شهرستان محل خدمت به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. برای این منظور ابتدا حجم جامعه در هر شهرستان استان آذربایجان غربی تهیه و سپس نسبت آن بر اساس تقسیم حجم هر شهرستان به کل نمونه (۶۰۰ نفر) بدست آمد و در نهایت به همان نسبت از شهرستان‌ها به روش تصادفی نمونه‌گیری شد. برای انجام این پژوهش پس از هماهنگی با مسئولان دانشگاه‌های جامع علمی کاربردی استان آذربایجان غربی و نمونه‌گیری از نمونه‌ها خواسته شد تا با دقت پرسشنامه‌های زیر را تکمیل کنند.

پرسشنامه نگرش کارآفرینانه^۱: پرسشنامه نگرش کارآفرینانه را رابینز و کالتر^۲ (۱۹۸۹) با ۲۳ گویه ساختند که بر اساس مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت از یک تا پنج نمره‌گذاری می‌شود. نمره ابزار با میانگین گرفتن از نمره گویه‌ها محاسبه و نمره بالاتر نشان‌دهنده نگرش کارآفرینانه بیشتر است. رابینز و کالتر (۱۹۸۹) روایی سازه ابزار را با روش تحلیل عاملی تایید و پایایی آن را با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۸ گزارش کردند. همچنین، در پژوهش بیگی‌نیا، صفری و محمدی (۱۳۸۹) پایایی با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۷ بدست آمد. در پژوهش حاضر پایایی این ابزار با روش آلفای ۰/۹۲۷ محاسبه شد.

1. entrepreneurial attitude questionnaire

2. Robbins & Coulter

پرسشنامه سرمایه فکری^۱: پرسشنامه سرمایه فکری را بونتیس^۲ (۱۹۹۶) با ۲۴ گویه ساخت که بر اساس مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت از یک تا پنج نمره‌گذاری می‌شود. نمره ابزار با میانگین گرفتن از نمره گویه‌ها محاسبه و نمره بالاتر نشان‌دهنده سرمایه فکری بیشتر است. بونتیس (۱۹۹۶) پایایی ابزار را با روش آلفای کرونباخ ۰/۹۲ گزارش کردند. همچنین، در پژوهش مهدوی‌خو، محمود ترابی و ختن‌لو (۱۳۹۴) پایایی با روش آلفای کرونباخ ۰/۹۷ بدست آمد. در پژوهش حاضر پایایی این ابزار با روش آلفای ۰/۸۷۶ محاسبه شد.

پرسشنامه سرمایه اجتماعی^۳: پرسشنامه سرمایه اجتماعی را پاژاک^۴ (۲۰۰۶) با ۱۲ گویه ساخت که بر اساس مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت از یک تا پنج نمره‌گذاری می‌شود. نمره ابزار با میانگین گرفتن از نمره گویه‌ها محاسبه و نمره بالاتر نشان‌دهنده سرمایه اجتماعی بیشتر است. پاژاک (۲۰۰۶) روایی ابزار را با مفاهیم اعتماد اجتماعی تعمیم‌یافته و تساهل اجتماعی تایید و پایایی آن را با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۶ گزارش کرد. همچنین، در پژوهش عبدالهی و همکاران (۱۳۹۵) پایایی با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۴ بدست آمد. در پژوهش حاضر پایایی این ابزار با روش آلفای ۰/۸۱۱ محاسبه شد.

پرسشنامه تعهد سازمانی^۵: پرسشنامه سرمایه اجتماعی را آلن و مایر^۶ (۱۹۹۰) با ۲۴ گویه ساختند که بر اساس مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت از یک تا پنج نمره‌گذاری می‌شود. نمره ابزار با میانگین گرفتن از نمره گویه‌ها محاسبه و نمره بالاتر نشان‌دهنده تعهد سازمانی بیشتر است. آلن و مایر (۱۹۹۰) روایی سازه ابزار را با روش تحلیل عاملی تایید و پایایی آن را با روش آلفای کرونباخ ۰/۹۱ گزارش کردند. همچنین، در پژوهش عسگری و پورتراب (۱۳۸۷) پایایی با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۲ و با روش تنصیف ۰/۸۷ بدست آمد. در پژوهش حاضر پایایی این ابزار با روش آلفای ۰/۹۶۵ محاسبه شد.

داده‌ها در دو سطح توصیفی و استنباطی با کمک نرم‌افزارهای SPSS-۱۹ و Smart PLS-۳ در سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۵ تحلیل شدند. در سطح توصیفی از شاخص‌های گرایش مرکزی و پراکندگی برای توصیف نحوه توزیع متغیرها و در سطح استنباطی از روش معادلات ساختاری برای آزمون فرض‌های آماری استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

آزمودنی‌های پژوهش حاضر ۶۳ مرد و ۱۷۱ زن (جمعا ۲۳۴ نفر) بودند که از نظر تحصیلات ۱۳ نفر دیپلم، ۵۷ نفر کاردانی، ۷۲ نفر کارشناسی، ۸۲ نفر کارشناسی ارشد و ۱۰ نفر دکتری تخصصی بودند. میانگین، انحراف معیار و ضرایب همبستگی سرمایه فکری و اجتماعی، تعهد سازمانی و نگرش کارآفرینانه در جدول ۱ ارائه شد.

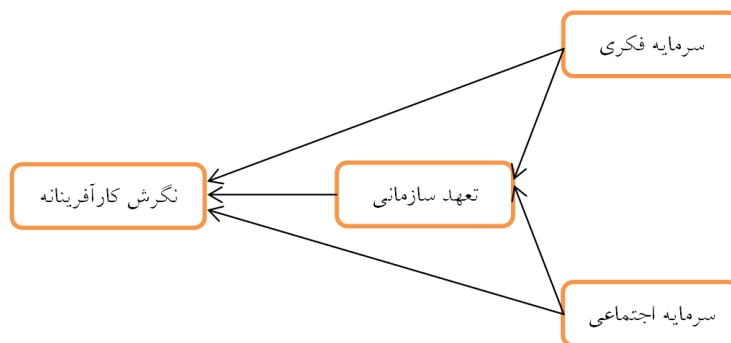
1. intellectual capital questionnaire
2. Bontis
3. social capital questionnaire
4. Pajak
5. organizational commitment questionnaire
6. Allen & Meyer

جدول ۱. میانگین، انحراف معیار و ضرایب همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	سرمایه فکری	سرمایه اجتماعی	تعهد سازمانی	نگرش کارآفرینانه
سرمایه فکری	۳/۰۶۸	۰/۵۷۰	۱			
سرمایه اجتماعی	۳/۱۳۰	۰/۸۱۶	۰/۶۱۰**	۱		
تعهد سازمانی	۲/۹۷۳	۰/۷۷۷	۰/۵۶۴**	۰/۴۹۸**	۱	
نگرش کارآفرینانه	۳/۲۵۳	۰/۸۵۱	۰/۵۵۲**	۰/۴۷۶**	۰/۶۱۳**	۱

** $P < 0.01$

همان طور که در جدول ۱ مشخص است، سرمایه فکری و اجتماعی، تعهد سازمانی و نگرش کارآفرینانه همبستگی مثبت و معنادار دارند ($P < 0.01$). فرض همبستگی کافی بین متغیرها برای انجام مدل یابی معادلات ساختاری برقرار است. همچنین، فرض نرمال بودن بر اساس مقادیر آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای همه متغیرهای به دلیل بزرگ تر بودن مقدار معناداری از ۰/۰۵ برقرار است. بنابراین، مفروضه‌های روش تحلیل وجود دارد. مدل برازش شده نگرش کارآفرینانه بر اساس سرمایه فکری و اجتماعی با میانجی تعهد سازمانی به همراه ضرایب استاندارد مسیره در شکل ۲ ارائه شد.



شکل ۲. مدل برازش شده نگرش کارآفرینانه بر اساس سرمایه فکری و اجتماعی با میانجی تعهد سازمانی به همراه ضرایب استاندارد مسیره

نتایج شاخص‌های برازندگی مدل برازش شده نگرش کارآفرینانه بر اساس سرمایه فکری و اجتماعی با میانجی تعهد سازمانی در جدول ۲ ارائه شد.

جدول ۲. نتایج شاخص‌های برازندگی مدل برازش شده

شاخص‌ها	df/χ^2	RMSEA	GFI	AGFI	CFI	NFI
آماره	۲/۰۹	۰/۰۱	۰/۹۷	۰/۹۶	۰/۹۹	۰/۹۹
حد پذیرش	کوچک‌تر از ۳	کوچک‌تر از ۰/۰۵	بزرگ‌تر از ۰/۹۵	بزرگ‌تر از ۰/۹۵	بزرگ‌تر از ۰/۹۵	بزرگ‌تر از ۰/۹۵

همان‌طور که در جدول ۲ مشخص است، مدل برازش‌شده به دلیل مقادیر شاخص مجذور کای به درجه آزادی (df/χ^2)، شاخص ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)، شاخص نیکویی برازش (GFI)، شاخص نیکویی برازش اصلاح‌شده (AGFI)، شاخص برازش تطبیقی (CFI) و شاخص برازش هنجار شده (NFI) دارای برازشی مناسبی است. نتایج تاثیرهای مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای پژوهش در جدول ۳ ارائه شد.

جدول ۳. نتایج تاثیرهای مستقیم و غیرمستقیم

فرضیه‌ها	ضریب مسیر	آماره t	معناداری
سرمایه فکری بر تعهد سازمانی تاثیر مستقیم دارد.	۰/۳۶۶	۸/۷۸۸	<۰/۰۵
سرمایه فکری بر نگرش کارآفرینانه تاثیر مستقیم دارد.	۰/۳۲۷	۷/۲۷۷	<۰/۰۵
سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی تاثیر مستقیم دارد.	۰/۳۵۲	۸/۴۱۶	<۰/۰۵
سرمایه اجتماعی بر نگرش کارآفرینانه تاثیر مستقیم دارد.	۰/۲۹۱	۶/۵۱۵	<۰/۰۵
تعهد سازمانی بر نگرش کارآفرینانه تاثیر مستقیم دارد.	۰/۳۹۸	۹/۰۹۸	<۰/۰۵
سرمایه فکری با میانجی تعهد سازمانی بر نگرش کارآفرینانه تاثیر غیرمستقیم دارد.	۰/۱۴۵	۱۱/۲۱۵	<۰/۰۵
سرمایه اجتماعی با میانجی تعهد سازمانی بر نگرش کارآفرینانه تاثیر غیرمستقیم دارد.	۰/۱۴۰	۱۰/۶۷۱	<۰/۰۵

همان‌طور که در جدول ۳ مشخص است، سرمایه فکری بر تعهد سازمانی و نگرش کارآفرینانه، سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی و نگرش کارآفرینانه و تعهد سازمانی بر نگرش کارآفرینانه تاثیر مستقیم و معنادار دارند. همچنین، سرمایه فکری و اجتماعی با میانجی تعهد سازمانی بر نگرش کارآفرینانه تاثیر غیرمستقیم و معنادار دارند ($P > 0.05$).

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج نشان داد سرمایه فکری بر تعهد سازمانی و نگرش کارآفرینانه تاثیر مستقیم و معنادار داشتند. این نتایج در زمینه تاثیر سرمایه فکری بر تعهد سازمانی با نتایج پژوهش‌های توکلی و همکاران (۱۳۹۴)، رضایی و رضایی (۱۳۹۲) و چن و همکاران (۲۰۱۲) و در زمینه تاثیر سرمایه فکری بر نگرش کارآفرینانه با نتایج پژوهش‌های خلیل‌نژاد و همکاران (۱۳۹۸)، نادری و رستمی (۱۳۹۵) و سانچز و همکاران (۲۰۱۸) همسو بود. در تبیین این نتایج بر مبنای پژوهش نادری و رستمی (۱۳۹۵) می‌توان گفت که یکی از دارایی‌های ناملموس سازمانی سرمایه فکری است که شامل دانش افراد، خلاقیت، شهرت سازمان، ظرفیت‌های سازمانی، روابط با مشتریان، عرضه‌کنندگان، فناوری اطلاعاتی و غیره می‌باشد. در واقع کارکنان با خلق دانش بدیع و تبدیل آن به نوآوری یک زنجیره ارزشی خلق می‌کنند

که به ثروت‌اندوزی و اشتغال نیروی انسانی منتهی می‌شود. نکته حائز اهمیت دیگر اینکه سرمایه فکری شامل سه مولفه سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای است که سرمایه انسانی به‌عنوان مبنای سرمایه فکری محسوب و شامل همه ظرفیت‌های افراد، دانش، مهارت‌ها، قابلیت‌ها و تخصص اعضای انسانی سازمان می‌باشد. سرمایه ساختاری شامل همه ذخایر غیرانسانی دانش در سازمان است که دربرگیرنده پایگاه‌های داده، نمودارهای سازمانی، دستورالعمل‌ها و برنامه‌های اجرایی، فرایندها، راهبردها و هر آن چیزی است که ارزش آن برای سازمان بالاتر از ارزش مادی باشد. سرمایه رابطه‌ای یا سرمایه مشتری در قالب قابلیت‌های بازاریابی، شدت، بازار و وفاداری مشتری طبقه‌بندی می‌شود و این سرمایه بر نقش خدمات و تاثیر آن بر روابط علی بین رضایت کارکنان، رضایت مشتریان، وفاداری مشتریان و عملکرد مالی تاثیر دارد. پس، سرمایه‌های ساختاری و رابطه‌ای جزء سرمایه‌های ملموس و سرمایه انسانی جزء سرمایه‌های ناملموس هستند. افراد دارای سرمایه فکری قادر هستند شمار زیادی از ایده‌های نو را خلق کنند و خدمات نوآورانه و متفاوتی را به مشتریان ارائه دهند. بنابراین، سرمایه فکری می‌تواند تعهد سازمانی و نگرش کارآفرینانه را افزایش دهد.

دیگر نتایج نشان داد سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی و نگرش کارآفرینانه تاثیر مستقیم و معنادار داشتند. این نتایج در زمینه تاثیر سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی با نتایج پژوهش‌های سجادی و همکاران (۱۳۹۷)، اردلان و همکاران (۱۳۹۴) و اکوزام و تان (۲۰۱۴) و در زمینه تاثیر سرمایه اجتماعی بر نگرش کارآفرینانه با نتایج پژوهش‌های رستگار و همکاران (۱۳۹۷)، یادگار و همکاران (۱۳۹۳)، مهفود و همکاران (۲۰۲۰) و ویس و همکاران (۲۰۱۹) همسو بود. در تبیین این نتایج بر مبنای پژوهش اردلان و همکاران (۱۳۹۴) می‌توان گفت که سرمایه اجتماعی در بازتولید دیگر سرمایه‌ها نقش دارد و موجبات رشد فکری و نیز پویایی جامعه را فراهم می‌آورد. بدون شک موفقیت از آن سازمان‌هایی است که به جای دارای‌هایی مثل ماشین‌آلات که به طور مستمر نوآوری دارند، به دانش، مهارت و شایستگی‌های کارکنان اعتماد می‌کنند. ارزش تولیدشده با دارای‌های ناملموس همیشه در صورت‌های مالی منعکس نمی‌شوند، اما سازمان‌های پیشرو درباره این موضوع که دارای‌های ناملموس جزء اصلی عملکردهای مربوط به سازمان هستند را درک کردند. از سوی دیگر تعهد یکی از مهم‌ترین عوامل در ارتباط با مسائل رشد و توسعه اقتصادی هر کشور محسوب می‌شود. به طور کلی توسعه اقتصادی هر کشور را می‌توان در گرو ظرفیت و توان تولیدی آن کشور دانست. این ظرفیت نیز به انباشت سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی وابسته است. پس سازمان‌هایی که سطوح بالایی از سرمایه اجتماعی را دارند، با القای دانش و ایده‌های جدید و افزایش توانایی فهم و بکارگیری آنها مزیت رقابتی پایدار ایجاد می‌کنند. به بیان دیگر تعامل ابعاد سرمایه اجتماعی با مسئولیت‌پذیری اجتماعی، سازمان را قادر به خلق ارزش و نوآوری می‌سازد و این خود منجر به تعهد و در نهایت بهره‌وری نیروی انسانی (کارآفرینی) می‌شود. در نتیجه، می‌توان انتظار داشت که با افزایش سرمایه اجتماعی میزان تعهد سازمانی و نگرش کارآفرینانه افزایش یابد.

همچنین، نتایج نشان داد تعهد سازمانی بر نگرش کارآفرینانه تاثیر مستقیم و معنادار داشت. این نتایج با نتایج پژوهش‌های طغرای و همکاران (۱۳۹۵)، بصیرت و همکاران (۱۳۹۵) و سینگ و اناهرینگ (۲۰۱۹) همسو بود. در تبیین این نتایج بر مبنای پژوهش طغرای و همکاران (۱۳۹۵) می‌توان گفت

که افراد متعهد غالباً اهداف و ارزش‌های سازمان را به‌عنوان و اهداف و ارزش‌های خود در نظر می‌گیرند، لذا این افراد به راحتی ایجاد تغییر و نوآوری در سازمان را می‌پذیرند و مدیران عالی سازمان مطمئن هستند که در ارائه پروژه‌های نوآورانه در سازمان با واکنش منفی چنین کارکنانی مواجه نمی‌شوند و این افراد به راحتی پذیرای اهداف سازمان هستند و از هیچ تلاشی برای موفقیت سازمان فروگذار نمی‌کنند. بنابراین، افزایش تعهد سازمانی نقش موثری در ارتقای نگرش کارآفرینانه دارد.

علاوه بر آن، سرمایه فکری و اجتماعی با میانجی تعهد سازمانی بر نگرش کارآفرینانه تأثیر غیرمستقیم و معنادار داشت. پژوهشی در زمینه تأثیر سرمایه فکری و اجتماعی با میانجی تعهد سازمانی بر نگرش کارآفرینانه یافت نشد، اما در تبیین این نتایج می‌توان گفت که تأثیر سرمایه فکری و اجتماعی بر نگرش کارآفرینانه به واسطه مکانیسم‌های شناختی و اجتماعی صورت می‌پذیرد که از مهم‌ترین مکانیسم‌های شناختی می‌توان به باورهای منطقی درباره خود، خودکارآمدی، خودرهبری، برنامه‌ریزی و خودگردانی در زمینه شغل و از مهم‌ترین مکانیسم‌های اجتماعی می‌توان به تمایل به برقراری روابط اجتماعی و توانمندی ارتباط مثبت و سازنده با دیگر کارکنان اشاره کرد. از آنجایی که تعهد سازمانی وضعیتی است که در آن کارکنان خود را با یک سازمان خاص و هدف‌های آن تعیین هویت می‌کنند و آرزوی عضویت و باقی‌ماندن در آن را دارند، لذا هم دارای ابعاد شناختی و هم دارای ابعاد اجتماعی است. پس تعهد سازمانی می‌تواند بین سرمایه فکری و اجتماعی با نگرش کارآفرینانه نقش میانجی را داشته باشد و این سازه میانجی مناسبی بین سرمایه فکری و اجتماعی با نگرش کارآفرینانه بود. در نتیجه، سرمایه فکری و اجتماعی با میانجی تعهد سازمانی می‌توانند باعث افزایش نگرش کارآفرینانه شوند.

مهم‌ترین محدودیت‌های این مطالعه شامل محدودیت ذاتی پرسشنامه‌ها، دشواری انجام به دلیل پراکندگی دانشگاه‌های جامع علمی کاربردی استان آذربایجان غربی و محدود شدن جامعه به کارکنان دانشگاه‌های جامع علمی کاربردی استان آذربایجان غربی اشاره کرد. پس، پیشنهاد می‌شود در صورت امکان برای جمع‌آوری داده از مصاحبه استفاده، پژوهش‌های بیشتری درباره زوایای مختلف نگرش کارآفرینانه و حتی رفتار کارآفرینانه انجام و این مطالعه بر روی دانشگاه‌های جامع علمی کاربردی سایر استان‌ها و حتی سایر دانشگاه‌های دولتی، غیرانتفاعی و آزاد انجام شد. این مطالعه برای برنامه‌ریزان و مدیران دانشگاه جامع علمی کاربردی و حتی سایر دانشگاه‌ها تلویحات کاربردی دارد. بر اساس نتایج این مطالعه، جهت افزایش نگرش کارآفرینانه می‌توان از طریق کارگاه‌های آموزشی میزان سرمایه فکری و اجتماعی و تعهد سازمانی را بهبود بخشید.

منابع

- اردلان، محمدرضا؛ قنبری، سیروس؛ بهشتی‌راد، رقیه و نویدی، پرویز. (۱۳۹۴). تاثیر سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر تعهد سازمانی (مطالعه موردی کارکنان دانشگاه رازی کرمانشاه). **فصلنامه مطالعات اندازه‌گیری و ارزشیابی آموزشی**، ۵(۱۰)، ۱۰۹-۱۳۲.
- بصیرت، مهدی؛ اکبری، مرتضی؛ ایمانی، صاحب و دهقان نجم‌آبادی، عامر. (۱۳۹۵). تاثیر فرهنگ سازمانی بر تعهد سازمانی: نقش میانجی گرایش کارآفرینانه در شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب. **مجله مدیریت فرهنگ سازمانی**، ۱۴(۳)، ۶۲۵-۶۴۷.
- بیگی‌نیا، عبدالرضا؛ صفری، سعید و محمدی، محمد. (۱۳۸۹). بررسی تاثیر نوع نیاز بر تمایل کارکنان به کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: ستاد مرکزی شرکت ملی نفت ایران). **مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت**، ۴(۱۳)، ۷-۳۶.
- خلیل‌نژاد، شهرام؛ یوسفی طبس، حلیمه؛ گل‌محمدی، عماد و محمدی، نشاط. (۱۳۹۸). تاثیر سرمایه فکری بر گرایش‌های کارآفرینانه و نوآورانه: با تاکید بر نقش میانجی قابلیت‌های پویا. **فصلنامه سیاست‌نامه علم و فناوری**، ۹(۳)، ۵-۱۴.
- توکلی، محمدمهدی؛ نصرافهانی، علی؛ شیرویه‌زاد، هادی و جعفری، سعید. (۱۳۹۴). بررسی تاثیر مدیریت سرمایه انسانی بر تعهد سازمانی - مورد مطالعه: شرکت مهندسی بین‌المللی فولاد تکنیک. **مجله جامعه‌شناسی کاربردی**، ۲۶(۲)، ۱۸۱-۱۹۶.
- رحیمی، حمید؛ مدنی، سیداحمد و افتخار، هماسادات. (۱۳۹۶). تحلیل رابطه بین هوش اجتماعی با سرمایه اجتماعی و سازگاری اجتماعی دانشجویان دانشگاه کاشان. **مجله روان‌شناسی اجتماعی**، ۱۲(۴۴)، ۷۲-۵۹.
- رستگار، عباسعلی؛ اکبرزاده صفوئی، مرتضی و حسن‌پور امیری، مطهره. (۱۳۹۷). تبیین تاثیر سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی بر قصد کارآفرینانه با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌گری سبک شناختی (مورد مطالعه: دانشگاه تهران). **مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران**، ۱۰(۲)، ۴۱-۵۷.
- رضایی، غلامرضا و رضایی، لیلا. (۱۳۹۲). بررسی اثرات تعهد سازمانی بر کارایی سرمایه فکری. **فصلنامه روانشناسی صنعتی / سازمانی**، ۴(۱۵)، ۹-۱۷.
- سجادی، سیدنصرالله؛ عبودی، عبدالرضا؛ زارع، فاطمه و علیدوست قهفرخی، ابراهیم. (۱۳۹۷). نقش ابعاد سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی اداره کل ورزش و جوانان استان فارس. **پژوهش‌نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی**، ۱۴(۲۸)، ۴۵-۵۸.
- طغرایبی، محمدتقی؛ شریفی، سعید و دارابیان، سنیه. (۱۳۹۵). بررسی رابطه تعهد سازمانی با گرایش کارآفرینانه در سازمان‌های فرهنگی - هنری استان اصفهان. **مجله پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی**، ۶(۱)، ۱۶۳-۱۸۷.
- عبدالهی، معصومه؛ پیرزاد، علی‌اکبر؛ روانبخش، محمدعلی؛ شیرکوند، ناصر و عاشوری، جمال. (۱۳۹۵). رابطه سبک‌های مدیریتی و سرمایه اجتماعی با سازگاری اجتماعی مدیران. **مجله روان‌شناسی اجتماعی**، ۱۰(۳۹)، ۱-۱۲.
- عسگری، پرویز و پورتراب، حدیث. (۱۳۸۷). رابطه کیفیت زندگی کاری، دلبستگی شغلی و سلامت

- سازمانی با تعهد سازمانی کارمندان بانک ملی اهواز. **مجله یافته‌های نو در روان‌شناسی (روان‌شناسی اجتماعی)**، ۲(۸)، ۷-۱۸.
- مهدوی‌خو، مهدی؛ محمود ترابی، مریم و ختن‌لو، محسن. (۱۳۹۴). بررسی تاثیر اجزای سرمایه فکری بر ابعاد عملکرد مالی. **مجله مدیریت، اقتصاد و حسابداری**، ۱(۲)، ۸۳-۹۲.
- نادری، نادر و رستمی، سحر. (۱۳۹۵). تاثیر سرمایه فکری بر کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: سازمان جهاد کشاورزی شهرستان کرمانشاه). **فصلنامه پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی**، ۹(۳)، ۵۵-۶۴.
- یادگار، نسیم؛ معماربانی، محمد مهدی و صدق‌آمیز، عبدالرضا. (۱۳۹۳). قصد کارآفرینانه اجتماعی: اثر متقابل نگرش کارآفرینانه اجتماعی، امنیت مالی و سرمایه اجتماعی. **توسعه کارآفرینی**، ۷(۱)، ۱۳۳-۱۵۲.

- Akuzum, C., & Tan, C. (2014). Social capital and job satisfaction as the predictor of the organizational commitment. **International Journal of Social, Science & Education**, 4(3), 729-742.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. **Journal of Occupational and Organizational Psychology**, 63(1), 1-18.
- Atshan, S., Bixler, R. P., Rai, V., & Springer, D. W. (2020). Pathways to urban sustainability through individual behaviors: The role of social capital. **Environmental Science & Policy**, 112, 330-339.
- Beynon, M. J., Jones, P., & Pickemell, D. (2020). Country-level entrepreneurial attitudes and activity through the years: A panel data analysis using fsQCA. **Journal of Business Research**, 115, 443-455.
- Bontis, N. (1996). There is a price on your head: managing intellectual capital strategically. **Business Quarterly**, 60(4), 40-47.
- Chen, M. Y., Wang, Y. S., & Sun, V. (2012). Intellectual capital and organizational commitment: Evidence from cultural creative industries in Taiwan. **Personnel Review**, 41(3), 321-339.
- Do, B., & Dadvari, A. (2017). The influence of the dark triad on the relationship between entrepreneurial attitude orientation and entrepreneurial intention: A study among students in Taiwan University. **Asia Pacific Management Review**, 22(4), 185-191.
- Draghici, A., Albulescu, C. T., & Tamasila, M. (2014). Entrepreneurial attitude as knowledge asset: Its impact on the entrepreneurial activity in Europe. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 109, 205-209.
- Einolander, J. (2015). Evaluating organizational commitment in support of organizational leadership. **Procedia Manufacturing**, 3, 668-673.
- Gloss, A., Pollack, J. M., & Ward, M. K. (2017). A risky shift? An exploration of the measurement equivalence of entrepreneurial attitudes and entrepreneurial orientation

- across socioeconomic gradients. **Journal of Business Venturing Insights**, 7, 32-37.
- Li, Y., & Liu, C. S. (2018). The role of problem identification and intellectual capital in the management of hotels' competitive advantage-an integrated framework. **International Journal of Hospitality Management**, 75, 160-170.
- Lu, N., & Peng, C. (2019). Community-based structural social capital and depressive symptoms of older urban Chinese adults: The mediating role of cognitive social capital. **Archives of Gerontology and Geriatrics**, 82, 74-80.
- Mahfud, T., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mulyani, Y. (2020). The influence of social capital and entrepreneurial attitude orientation on entrepreneurial intentions: the mediating role of psychological capital. **European Research on Management and Business Economics**, 26(1), 33-39.
- Nielsen, C., Roslender, R., & Schaper, S. (2016). Continuities in the use of the intellectual capital statement approach: Elements of an institutional theory analysis. **Accounting Forum**, 40(1), 16-28.
- Pajak, K. (2006). A tool for measuring bridging social capital. Proceedings of the research network for the sociology of culture conference. **Ghent Belgium Het**, 3, 15-17.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (1989). **Management**. USA: Prince Hall.
- Sanchez, E., Fernandez-Serrano, J., & Romero, I. (2018). Personal values and entrepreneurial attitude as intellectual capital: Impact on innovation in small enterprises. **Amfiteatru Economic**, 20(49), 771-787.
- Sardo, F., Serrasqueiro, Z., & Alves, H. (2018). On the relationship between intellectual capital and financial performance: A panel data analysis on SME hotels. **International Journal of Hospitality Management**, 75, 67-74.
- Singh, Kh. D., & Onahring, B. D. (2019). Entrepreneurial intention, job satisfaction and organisation commitment - construct of a research model through literature review. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, 9(16), 1-18.
- Wang, J., Keil, M., Oh, L., & Shen, Y. (2017). Impacts of organizational commitment, interpersonal closeness, and Confucian ethics on willingness to report bad news in software projects. **Journal of Systems and Software**, 125, 220-233.
- Weiss, J., Anisimova, T., & Shirokova, G. (2019). The translation of entrepreneurial intention into start-up behaviour: The moderating role of regional social capital. **Journal of Entrepreneurship**, 37(5), 473-501.
- Wu, C., & Chen, T. (2018). Collective psychological capital: Linking shared leadership, organizational commitment, and creativity. **International Journal of Hospitality Management**, 74, 75-84.
- Yong, J. Y., Yusliza, M. Y., Ramayah, T., & Fawehinmi, O. (2019). Nexus between green intellectual capital and green human resource management. **Journal of Cleaner Production**, 215, 364-374.