



## **The Effect of Entrepreneurial Self-Efficacy and Individual Factors on Strategic Entrepreneurial Intentions**

Mojtaba Maleki<sup>1</sup>, Aliakbar Jowkar<sup>2\*</sup>

Received date: 22/08/2022

Acceptance date: 18/11/2022

### **Abstract**

The purpose of this study was to investigate the effect of entrepreneurial self-efficacy on strategic entrepreneurial intentions with the mediating role of mental norms, perceived behavioral control and entrepreneurial attitude; Case study: Saipa Company. The method in this research is a descriptive-field method and an applied type and the tool used is a questionnaire. The statistical population of the study consists of senior and middle managers of Saipa Company (about 436 people) from which a number (204) were selected as a sample. In this study, in order to determine the reliability of the test, Cronbach's alpha method was performed using SPSS software. PLS software was also used for data analysis. Findings of the study showed that entrepreneurial self-efficacy affects the strategic entrepreneurial intention with the mediating role of mental norms. Entrepreneurial self-efficacy affects the strategic entrepreneurial intention with the mediating role of perceived behavioral control and entrepreneurial self-efficacy has an effect on the strategic entrepreneurial intention with the mediating role of attitude of entrepreneurial attitude.

**Keywords:** Mental Norms, Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Strategic Entrepreneurial Intention

---

1 . Department of business Management, Payam Noor University, Iran. Email: mmaaleki@yahoo.com

2 . Department of Business Management, Payam Noor University, Tehran, Iran. (Corresponding Author)  
Email: Jowkar.aliakbar@gmail.com

## تأثیر خودکارآمدی کارآفرینی و عوامل فردی بر قصد کارآفرینی استراتژیک

مجتبی مالکی<sup>۱</sup>، علی اکبر جوکار<sup>۲\*</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۶/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۲۷

### چکیده

هدف از تحقیق حاضر بررسی تأثیر خودکارآمدی کارآفرینی بر قصد کارآفرینی استراتژیک با نقش میانجی گری هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری ادراک شده و نگرش نسبت به کارآفرینی در شرکت سایپا می‌باشد. تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از منظر گردآوری داده‌ها، توصیفی است. جامعه آماری تحقیق حاضر را ۴۳۶ نفر از مدیران عالی و میانی شرکت سایپا تشکیل دادند که از این میان تعدادی (۲۰۴) به عنوان نمونه بر اساس فرمول کوکران انتخاب گردید. روایی تحقیق توسط استاد راهنما مورد تأیید قرار گرفته است. همچنین در این تحقیق به منظور تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ با کمک نرم‌افزار SPSS۲۴ استفاده گردید. برای تحلیل داده‌ها نیز از نرم افزار PLS استفاده شد. یافته‌های تحقیق نشان داد خودکارآمدی کارآفرینی بر قصد کارآفرینی استراتژیک با نقش میانجی هنجارهای ذهنی مؤثر است. خودکارآمدی کارآفرینی بر قصد کارآفرینی استراتژیک با نقش میانجی کنترل رفتاری ادراک شده مؤثر است و خودکارآمدی کارآفرینی بر قصد کارآفرینی استراتژیک با نقش میانجی نگرش نسبت به کارآفرینی مؤثر است.

**واژگان کلیدی:** خودکارآمدی کارآفرینی، قصد کارآفرینی استراتژیک، نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی

۱- گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، ایران Email: mmaaleki@yahoo.com

۲- گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، ایران. (نویسنده مسئول) Email: jowkar.aliakbar@gmail.com

## مقدمه

کارآفرینی به خاطر نقش مثبت آن در توسعه اقتصادی در سراسر جهان در حال تبدیل شدن به یک پدیده جهانی است. کارآفرینی بنا به دلایل گوناگون از جمله کمک به رشد اقتصادی کشورها، ارائه نوآوری در بازار و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و کمک به اشتغال پایدار، به شکل فزاینده‌ای مورد توجه برنامه ریزان و سیاستگذاران قرار گرفته است (شین و ونکاتارامن<sup>۱</sup>، ۲۰۰۰). بنابراین، کارآفرینان نقش مهمی در توسعه اقتصاد ملی، رفاه یک جامعه نوآوری و اشتغال دارند. همه سازمان‌ها برای بقا نیازمند اندیشه‌های نو و نظرات بدیع و تازه هستند. برای آنکه ایده جدیدی خلق شده و توسعه یابد، باید نیروهای پیش برنده بر نیروهای بازدارنده غلبه کنند و شرایط به گونه‌ای باشد که نیروهای پیش برنده ما را به سوی نظر و شیوه جدید رهنمون گردد (نجیب و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۱).

مطالعات زیادی در زمینه عوامل موثر بر کارآفرینی انجام شده است. بر اساس نتایج این تحقیقات، باورهای شخصی به توانایی در انجام یک رفتار خاص بر کنترل رفتاری ادراک شده و نگرش نسبت به رفتار و در نتیجه بر قصد انجام آن رفتار تأثیر می‌گذارد. بنابراین، اثرات کارآفرینی بر قصد راه اندازی کسب و کار از طریق کنترل رفتاری ادراک شده و نگرش نسبت به کارآفرینی باید در نظر گرفته شود. علاوه بر این، هنجارهای ذهنی که منعکس کننده انتظارات افراد برجسته از نظر انجام رفتار خاص یک فرد است، ممکن است بر خودکارآمدی او تأثیر بگذارد. با این حال، تعداد زیادی از تحقیقات علمی توافق کرده‌اند که ارتباط بین هنجارهای ذهنی و قصد انجام یک رفتار خاص هنوز به وضوح ثابت نشده است (سیدنی-هیلتون و ویلا لویز<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹).

همچنین سازمان‌ها برای دستیابی به نوآوری و بهبود در عملکرد کارآفرینی از دارایی‌های دانشی برای تسهیل جریان اطلاعات و تجربه استفاده می‌کنند. بنابراین سازمان‌ها تعاملات مکرر، نگرش‌های همکاری و رفتارهای مبتنی بر اعتماد را به کار می‌گیرند. استراتژی‌های مدیریت دانش منجر به نوآوری در سازمان‌ها می‌شود. ارتباطات شبکه‌ای به دلیل تقویت روابط همکاری و رقابتی می‌تواند باعث تقویت نوآوری در سازمان‌ها شود. شرکت‌هایی که قادر به توسعه و استفاده درست از استراتژی‌های دو گانه مدیریت دانش خود هستند قادر به استفاده بهتر از شبکه اجتماعی برای رسیدن به نوآوری بیشتر خواهند بود (کریمی و همکاران، ۱۳۹۲).

با توجه به اهمیت موضوع، در سال‌های اخیر تحقیقات فراوانی به منظور شناخت فرآیند کارآفرین شدن افراد و عوامل تأثیرگذار بر آن انجام گرفته است؛ هر چند علیرغم انجام این تحقیقات، هنوز درک و شناخت اندکی در این زمینه وجود دارد. بنابراین هدف این مطالعه پر کردن شکاف‌های دانش موجود در ادبیات کارآفرینی با بررسی این سؤال است که خودکارآمدی کارآفرینی، چه تاثیری بر قصد کارآفرینی استراتژیک با نقش میانجی هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری ادراک شده و نگرش نسبت به کارآفرینی دارد.

## مبانی نظری پژوهش

جهت گیری تحقیقات جدید بر عوامل روان شناختی اجتماعی و تاکید بر متغیرهایی چون خودکارآمدی، منجر به ایجاد درک بهتری از فرآیندهای کارآفرینی شده است. در این زمینه، نتایج بررسی‌ها نشان داده است که خودکارآمدی کارآفرینانه یک عامل کلیدی در تعیین قصد کارآفرینانه و بروز رفتارهای نوآورانه به شمار می‌آید. محققان بر این باورند که یک فرد تنها هنگامی می‌تواند یک کسب و

1 . Shane and Venkataraman  
2 . Najib et all  
3 . Sydney-Hilton and Vila-Lopez

کار را ایجاد کند و یا یک رفتار کارآفرینانه داشته باشد که دارای خودکارآمدی بالا و تصور مناسبی از توانایی ها و قابلیت های خود باشد (لیانگ<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹).

قصد کارآفرینانه نمایش دهنده قصد فرد برای شروع یک کسب و کار است و یک فرآیند آگاهانه ذهنی است که مقدم بر عمل بوده و تمایل فرد را به سمت شروع یک کسب و کار جدید هدایت می کند. به طور کلی قصد، بخش اولیه و با اهمیتی از فرآیند شناختی ایجاد و توسعه یک رفتار از جمله راه اندازی یک کسب و کار جدید و کارآفرینانه محسوب می شود (دونگ و برنات<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹).

مطالعه حاضر با بررسی تأثیر خودکارآمدی کارآفرینی بر قصد کارآفرینی استراتژیک با نقش میانجی هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری ادراک شده و نگرش نسبت به کارآفرینی؛ مورد مطالعه شرکت سایپا اجرا شده و به مطالعات موجود کمک می کند. این تحقیق نوآورانه است زیرا مسائل جدید مربوط به شرکت سایپا را مورد بررسی و تجربی قرار می دهد. این تحقیق همچنین چارچوبی را برای تحقیقات آینده فراهم خواهد کرد که در تحقیقات دیگر کمیاب است. با بررسی عملکرد شرکت سایپا می توان شاهد روند پرنوسان و بحث انگیز آن طی چندین سال گذشته بود. این امر در حالی است که به نظر می رسد پتانسیل این شرکت از نظر نوآوری در حد وسط و میانه ارزیابی هستند. این وضعیت برای کشورمان، رتبه مناسبی نبوده و با اهداف ترسیم شده در سند چشم انداز بیست ساله و همچنین اهداف علمی و نوآوری کشور فاصله زیادی دارد. همچنین با توجه به این که در این رابطه تحقیقات مدونی صورت نگرفته، لذا نیازمند این است مطالعاتی صورت گیرد و با توجه به اهمیت موضوع، رابطه بین این متغیرها مورد مطالعه قرار گرفته است. بنابراین، فرآیند تأثیر میانجی خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی بررسی شد، در حالی که مطالعات قبلی تنها بر تأثیر مستقیم خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی تمرکز داشته اند. این مطالعه همچنین تأثیر غیرمستقیم خودکارآمدی بر قصد کارآفرینی با نقش میانجی نگرش نسبت به کارآفرینی و کنترل رفتاری ادراک شده را بررسی نموده است. همچنین، در حالی که مطالعات قبلی نتوانسته اند تأثیر مستقیم هنجارهای ذهنی را بر قصد کارآفرینی بررسی کنند یا تنها اثر تعدیل کننده هنجار ذهنی را بررسی کرده اند، این مطالعه به بررسی نقش های واسطه ای خودکارآمدی کارآفرینانه و هنجارهای ذهنی می پردازد.

### پیشینه تحقیق

مرادزاده و همکاران (۱۴۰۱) در مقاله ای با عنوان "مدل یابی ساختاری نقش آفرینی خودکارآمدی کارآفرینانه در شکل گیری قصد کارآفرینی دانشجویان با تاکید بر مولفه های تئوری رفتار برنامه ریزی شده" به این نتیجه رسیدند که خودکارآمدی کارآفرینانه بر مولفه های تئوری رفتار برنامه ریزی شده و قصد کارآفرینی، اثر مستقیم دارد و خودکارآمدی کارآفرینانه به صورت غیر مستقیم به واسطه مولفه های تئوری رفتار برنامه ریزی شده بر قصد کارآفرینی نیز تاثیرگذار است. زاده گرگان (۱۴۰۰) در مقاله ای با عنوان "بررسی تأثیر یادگیری کارآفرینی، الهام بخشی کارآفرینی و منابع آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی و رفتار کارآفرینی با توجه به نقش میانجی نگرش، هنجار و کنترل درک شده برای کارآفرین بودن در شرکتهای مستقر در پارکهای علم و فناوری دانشگاه شیراز" به این نتیجه رسید که برنامه های یادگیری کارآفرینی بر هنجار ذهنی و کنترل درک شده برای کارآفرینی، هنجارهای ذهنی بر نگرش و

1 . Liang

2 . Duong and Bernat

کنترل درک شده نسبت به کارآفرینی، نگرش و هنجار ذهنی نسبت به کارآفرینی بر قصد کارآفرینی، کنترل درک شده بر قصد کارآفرینی و قصد کارآفرینی بر رفتار کارآفرینی تاثیر مثبت و معناداری دارد. فولادی و باغبانی (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر تقویت کارآفرینی دانشجویان پیام نور شهرستان بیجار پرداخته‌اند. با توجه به نتیجه به دست آمده، متغیر خودکارآمدی کارآفرینانه در حدود 4/36 درصد از واریانس متغیر قصد کارآفرینانه را تبیین و پیش بینی کرده است. رحمانیان کوشکی و همکاران (۱۳۹۸) در بررسی عامل‌های تأثیرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام مشخص کردند که سه متغیر خودکارآمدی کارآفرینانه، حمایت خانواده و هنجارهای ذهنی رابطه مثبت و معنی داری با متغیر قصد کارآفرینانه دانشجویان داشتند. النادی و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۱) در مقاله‌ای با عنوان اکوسیستم کارآفرینی، خودکارآمدی کارآفرینانه و قصد کارآفرینی در آموزش عالی: شواهدی از عربستان سعودی، شواهد تجربی را برای سیاست‌گذاران در عربستان سعودی فراهم کردند. مبنی بر اینکه آن‌ها باید بر ایجاد یک اکوسیستم کارآفرینی با زیرساخت‌های نهادی، ساختارهای حمایتی و فرهنگی کافی تمرکز کنند که از خودکارآمدی و تمایل دانشجویان برای کارآفرین شدن حمایت و افزایش می‌دهد. دونگ و برنات (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان خودکارآمدی و قصد کارآفرینی در بین دانشجویان ویتنامی: تحلیل مسیر فرا تحلیلی بر اساس تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، به این نتیجه رسیدند که از نظر تأثیر مستقیم نگرش نسبت به کارآفرینی قوی‌ترین تأثیر را بر قصد کارآفرینی در بین دانشجویان ویتنامی دارد و به دنبال آن خودکارآمدی کارآفرینی قرار دارد. این یافته‌ها همچنین نشان می‌دهد که تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده را می‌توان به طور موثر در زمینه اقتصاد انتقالی در ویتنام به کار برد. سولسویک<sup>۲</sup> (۲۰۰۷) به این نتیجه دست یافت که دانشجویان دانشگاه‌های اوکراین دارای قصد کارآفرینانه بالایی برای راه‌اندازی کسب و کارهای جدید بودند که بنا بر نتیجه تحقیق، یکی از دلایل اصلی این موضوع، مربوط به بالا بودن سطح خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان بود. ویلسون و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۰۷) در پژوهشی به بررسی رابطه بین جنس، خودکارآمدی کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه به منظور ارایه راهکارهایی برای آموزش کارآفرینی پرداخته‌اند. بنا بر نتیجه این تحقیق مشخص شد که بین خودکارآمدی کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه دانشجویان مدیریت کسب و کار رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

### فرضیه‌های تحقیق

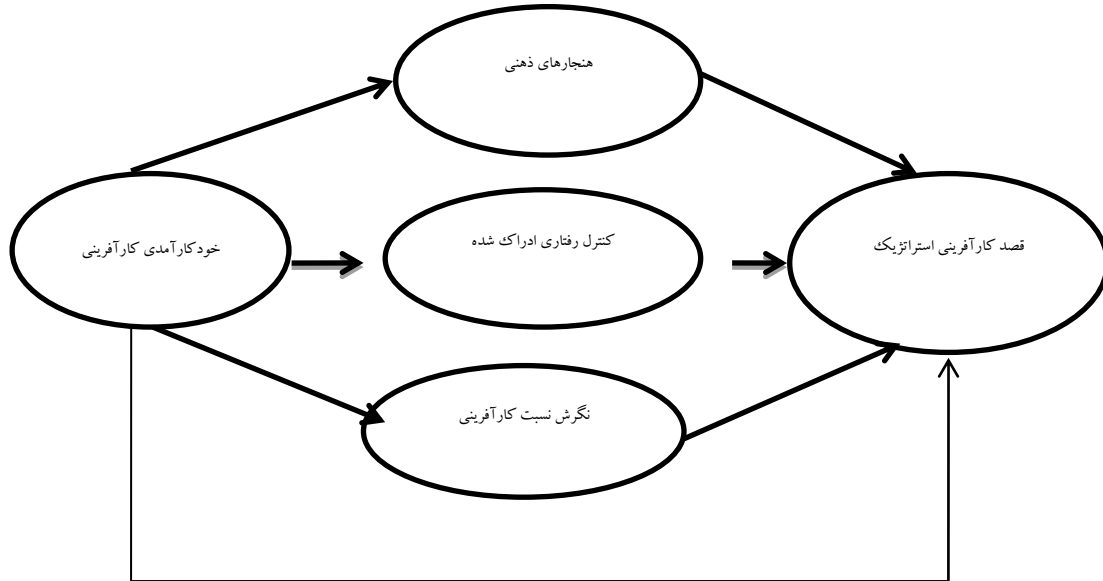
- خودکارآمدی کارآفرینی بر هنجارهای ذهنی موثر است.
- خودکارآمدی کارآفرینی بر کنترل رفتاری ادراک شده موثر است.
- خودکارآمدی کارآفرینی بر نگرش نسبت به کارآفرینی موثر است.
- خودکارآمدی کارآفرینی بر قصد کارآفرینی استراتژیک موثر است.
- هنجارهای ذهنی بر قصد کارآفرینی استراتژیک موثر است.
- کنترل رفتاری ادراک شده بر قصد کارآفرینی استراتژیک موثر است.

1 . Al Nadi et al

2 . Solswick

3 . Wilson et al

نگرش نسبت کارآفرینی بر قصد کارآفرینی استراتژیک موثر است. خودکارآمدی کارآفرینی بر قصد کارآفرینی استراتژیک با نقش میانجی هنجارهای ذهنی موثر است. خودکارآمدی کارآفرینی بر قصد کارآفرینی استراتژیک با نقش میانجی کنترل رفتاری ادراک شده موثر است. خودکارآمدی کارآفرینی بر قصد کارآفرینی استراتژیک با نقش میانجی نگرش نسبت کارآفرینی موثر است.



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق (دونگ و برنات، ۲۰۱۹)

### روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از تحقیق نظر روش توصیفی-همبستگی می باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر را مدیران عالی و میانی شرکت سایپا (حدود ۴۳۶ نفر) تشکیل می دهند. با توجه به این که تعداد کل جامعه آماری مورد تحقیق ۴۳۶ نفر می باشد، این عدد به صورت طبقه بندی شده و با احتساب تعداد افراد بخش های گوناگون در فرمول کوکران محاسبه شد که در نهایت تعداد ۲۰۴ نفر به دست آمد. برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه استاندارد ۱۹ گویه ای استفاده شده است. برای سنجش متغیرها از مقیاس لیکرت پنج درجه ای استفاده شد که پیوستار پاسخها بر پایه طیفی از کاملاً مخالفم، مخالفم، متوسط، موافقم و کاملاً موافقم رتبه بندی شده است. به منظور تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ به کمک نرم افزار SPSS۲۴ استفاده گردید. برای تحلیل داده ها نیز از نرم افزار PLS استفاده شد.

جدول ۱: ضریب پایایی عوامل

| متغیر                   | آلفای کرونباخ | پایایی مرکب |
|-------------------------|---------------|-------------|
| خودکارآمدی کارآفرینی    | ۰٫۷۵۶         | ۰٫۸۳۷       |
| قصد کارآفرینی استراتژیک | ۰٫۹۱۱         | ۰٫۹۳۷       |
| نگرش نسبت به کارآفرینی  | ۰٫۷۲۲         | ۰٫۸۲۲       |
| هنجارهای ذهنی           | ۰٫۷۳۸         | ۰٫۸۴۱       |
| کنترل رفتاری ادراک شده  | ۰٫۷۵۹         | ۰٫۸۴۴       |

## آمار استنباطی

تکنیک‌های آماری که در هر تحقیق مورد استفاده قرار می‌گیرد، بنا به ضرورت تحقیق و در جهت اثبات یا رد فرضیه‌های تحقیق می‌باشد. جهت بررسی توزیع داده‌ها از نظر نرمال یا غیرنرمال بودن، از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد و سپس از تکنیک آماری ضریب همبستگی و معادلات ساختاری جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق استفاده گردید.

### بررسی نوع توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف (ks)

بررسی وضعیت نوع توزیع داده، جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و انتخاب نوع آزمون‌های مربوطه، ابتدا باید انجام شود. آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای این منظور به کار گرفته شده است. در این پژوهش با استفاده از این آزمون نرمال بودن مشاهدات برای کل متغیرهای پژوهش مورد بررسی قرار گرفته شد. جهت بررسی نرمال بودن داده‌ها سؤالات متغیرهای تحقیق دو فرض در ادامه بررسی شده است.

$H_0$ : متغیرهای تحت بررسی دارای توزیع نرمال هستند.

$H_1$ : متغیرهای تحت بررسی دارای توزیع نرمال نیستند.

جدول ۲: آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

| نتیجه    | سطح معناداری | متغیر                   |
|----------|--------------|-------------------------|
| غیرنرمال | ۰,۰۰۰        | فقد کارآفرینی استراتژیک |
| غیرنرمال | ۰,۰۰۰        | نگرش نسبت به کارآفرینی  |
| غیرنرمال | ۰,۰۰۰        | هنجار ذهنی              |
| غیرنرمال | ۰,۰۰۰        | کنترل رفتاری ادراک شده  |
| غیرنرمال | ۰,۰۰۰        | خودکارآمدی کارآفرینی    |

با توجه به نتایج تحلیل فوق مشخص شده که سطح معناداری برای تمامی متغیرها کمتر از مقدار خطا ۰/۰۵ می‌باشد. در نتیجه داده‌ها دارای توزیع غیر نرمال می‌باشد. بنابراین برای آمار استنباطی باید از روش‌های ناپارامتریک و برای استفاده از روشهای معادلات ساختاری باید از روش حداقل مربعات جزئی استفاده شود.

### روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS)

روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) در سه بخش اصلی ارزیابی مدل بیرونی (بررسی رابطه بین سوال و متغیر)، مدل درونی (بررسی رابطه بین متغیرها) و بررسی برازش مدل انجام می‌شود.

### مدل بیرونی با اندازه گیری

مدل بیرونی یا مدل اندازه‌گیری با سه آزمون مورد بررسی و سنجش قرار گرفته شده است.

۱- بررسی پایایی با استفاده از (آلفای کرونباخ و پایایی مرکب)

۲- بررسی روایی با استفاده از (روایی همگرا و واگرا)

۳- بررسی روایی با استفاده از (آزمون بارهای عرضی)

### آلفای کرونباخ و پایایی مرکب

معمولا اولین و مهمترین ویژگی که در مدل‌های اندازه گیری بررسی می‌شود، پایایی می‌باشد. برای بررسی پایایی دو شاخص به کار گرفته می‌شود. آلفای کرونباخ شاخصی کلاسیک برای بررسی پایایی است. مقدار ضریب آلفای کرونباخ قابل قبول بر اساس نظریات پژوهشگران مختلف متفاوت گزارش شده است. برخی محققین ضریب آلفای بالای ۰/۶ و برخی دیگر ضریب آلفای بیشتر از ۰/۷ را به عنوان ضریب آلفای قابل بیان داشته‌اند. شاخص پایایی مرکب توسط ورتس و همکاران (۱۹۷۴) بیان شد. در این آزمون، پایایی سازه‌ها نه به صورت مطلق بلکه با توجه به همبستگی سازه‌هایش با یکدیگر بررسی شد. برای پایایی مرکب نیز مقدار بیشتر از ۰/۷ نشان از پایایی و مقدار کمتر از ۰/۶ عدم وجود پایایی را نشان می‌دهد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). جدول شماره ۳ مقادیر ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی مرکب را نشان می‌دهد.

جدول ۳: نتایج آزمون آلفای کرونباخ و پایایی مرکب

| متغیر                   | آلفای کرونباخ | پایایی مرکب |
|-------------------------|---------------|-------------|
| خودکارآمدی کارآفرینی    | ۰,۷۵۶         | ۰,۸۳۷       |
| قصد کارآفرینی استراتژیک | ۰,۹۱۱         | ۰,۹۳۷       |
| نگرش نسبت به کارآفرینی  | ۰,۷۲۲         | ۰,۸۲۲       |
| هنجارهای ذهنی           | ۰,۷۳۸         | ۰,۸۴۱       |
| کنترل رفتاری ادراک شده  | ۰,۷۵۹         | ۰,۸۴۴       |

نتایج حاصل از دو آزمون آلفای کرونباخ و پایایی مرکب نشان داد که مقادیر کسب شده برای تمامی متغیرهای بیشتر از ۰/۷ کسب شده، بنابراین می‌توان گفت مدل از پایایی مناسبی برخوردار است.

### بررسی روایی همگرا و واگرا

معیار روایی همگرا نشان دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر متغیر با سوالات خود است. به بیان ساده‌تر، AVE (میانگین واریانس استخراج شده) جهت اعتبار همگرایی به کار رفته و همبستگی زیاد شاخص‌های یک سازه را در مقایسه با همبستگی شاخص‌های سازه‌های دیگر نشان می‌دهد. مقدار این ضریب نیز از صفر تا یک متغیر بوده که مقادیر بالاتر از ۰/۵ پذیرفته می‌شود. جدول شماره ۴ این مقادیر را برای متغیرها مورد بررسی نشان می‌دهد.

جدول ۴: مقادیر متوسط واریانس استخراج شده (AVE)

| متغیر                   | روایی همگرا |
|-------------------------|-------------|
| خودکارآمدی کارآفرینی    | ۰,۵۱۵       |
| قصد کارآفرینی استراتژیک | ۰,۷۸۹       |
| نگرش نسبت به کارآفرینی  | ۰,۶۰۸       |
| هنجارهای ذهنی           | ۰,۶۳۹       |
| کنترل رفتاری ادراک شده  | ۰,۵۷۸       |

نتایج جدول شماره ۴ نشان داد که مقادیر روایی همگرا برای تمامی متغیرها بالاتر از ۰/۵ بدست آمده است. بنابراین می‌توان بیان کرد که روایی همگرایی مدل‌های اندازه گیری مطلوب می‌باشد.



در ادامه روایی واگرا مورد بررسی قرار گرفته شده است. منظور از روایی واگرا این است که سوالات مربوط به یک متغیر فقط همان متغیر را بسنجد. در این مرحله ابتدا جذر مقادیر AVE را محاسبه نموده و سپس مقادیر به دست آمده را بر روی قطر ماتریس جایگزین شود. در زیر قطر نیز همبستگی بین متغیرها ارائه می شود، اگر مقادیر روی قطر از عددهای زیر قطر بیشتر باشد، بنابراین روایی واگرا برقرار است. در ادامه نتیجه روایی واگرا ارائه شده است.

جدول ۵: روایی واگرا

| خودکارآمدی کارآفرینی | فقد کارآفرینی استراتژیک | نگرش نسبت کارآفرینی | هنجارهای ذهنی | کنترل رفتاری ادراک شده |
|----------------------|-------------------------|---------------------|---------------|------------------------|
| 0.718                |                         |                     |               |                        |
| 0.403                | 0.888                   |                     |               |                        |
| 0.366                | 0.726                   | 0.780               |               |                        |
| 0.422                | 0.447                   | 0.701               | 0.799         |                        |
| 0.803                | 0.445                   | 0.450               | 0.587         | 0.761                  |

با توجه به اینکه تمامی عددهای روی قطر از عددهای زیر قطر بیشتر می باشند، بنابراین سوالات فقط متغیر مورد نظر را سنجیده و می توان بیان کرد که روایی واگرا برقرار است.

### بررسی روایی سوالات پژوهش

در این بخش سوالات مورد نظر از نظر روایی مورد بحث قرار گرفته شده است تا مشخص شود آیا سوالات مناسب هستند. همچنین متغیر مورد نظر را به خوبی مورد سنجش قرار می دهند. حد مطلوب بار عاملی شاخص-ها در حالت استاندارد ۰/۴ یا بالاتر و در حالت معناداری نیز باید بیشتر از ۱/۹۶ کسب شود. به عبارت دیگر در این مرحله چنانچه بار عاملی یک شاخص کمتر از حدود مورد نظر باشد، لازم است آن سوال حذف گردد. بار عاملی سوالات در جدول شماره ۶ نشان داده شده است.

جدول ۶: بررسی روایی مدل اندازه گیری برای متغیرهای پژوهش

| متغیر                   | سوال | استاندارد | معناداری |
|-------------------------|------|-----------|----------|
| فقد کارآفرینی استراتژیک | Q1   | ۰,۸۹۱     | ۵۹,۰۴۲   |
|                         | Q2   | ۰,۸۸۳     | ۵۳,۴۲۴   |
|                         | Q3   | ۰,۸۸۹     | ۶۲,۵۳۸   |
|                         | Q4   | ۰,۸۹۰     | ۶۶,۳۵۷   |
|                         | Q5   | ۰,۸۴۹     | ۳۶,۶۵۰   |
| نگرش نسبت به کارآفرینی  | Q6   | ۰,۷۵۷     | ۱۳,۱۹۹   |
|                         | Q7   | ۰,۷۴۸     | ۱۴,۲۹۷   |
|                         | Q8   | ۰,۷۹۹     | ۲۱,۲۳۸   |
| هنجار ذهنی              | Q9   | ۰,۸۰۹     | ۱۷,۳۳۵   |
|                         | Q10  | ۰,۷۹۰     | ۱۷,۰۴۴   |
| کنترل رفتاری ادراک شده  | Q11  | ۰,۶۳۸     | ۱۰,۵۰۱   |
|                         | Q12  | ۰,۶۷۹     | ۱۳,۷۸۳   |
|                         | Q13  | ۰,۸۶۵     | ۵۳,۹۱۵   |
|                         | Q14  | ۰,۸۳۴     | ۴۰,۱۲۷   |
|                         | Q15  | ۰,۸۲۸     | ۳۳,۸۳۱   |
| خودکارآمدی کارآفرینی    | Q16  | ۰,۸۰۷     | ۲۵,۵۸۹   |
|                         | Q17  | ۰,۸۱۱     | ۲۶,۲۸۹   |
|                         | Q18  | ۰,۵۳۳     | ۷,۱۵۴    |
|                         | Q19  | ۰,۵۴۶     | ۷,۵۴۴    |

نتایج حاصل از آزمون بارهای عرضی برای متغیرهای پژوهش در جدول شماره ۶ نشان داده شده است. نتایج این آزمون نشان داد که بار عاملی تمامی سوالات در حالت معناداری بیشتر از ۱,۹۶ قرار گرفته و همچنین در حالت استاندارد نیز بیشتر از ۰,۳ می باشد. در نتیجه سوالات پژوهش مورد تایید قرار گرفته و یا به عبارت دیگر به درستی توانسته متغیرهای پژوهش را اندازه گیری کند.

### بررسی کفایت مدل

برای بررسی برازش مدل از ۳ آزمون معیار متقاطع (CvCom)، شاخص اعتبار حشو یا افزونگی (Cv Red و GOF) استفاده شده است. که در ادامه به ترتیب ارائه شده اند:

### شاخص اشتراک با روایی متقاطع (CvCom)

این شاخص توانایی مدل مسیر را در پیش بینی متغیرهای مشاهده پذیر از طریق مقادیر متغیر پنهان متناظرشان می سنجد. برای بررسی کل مدل اندازه گیری میانگین این شاخص محاسبه می شود و چنانچه مثبت باشد، کل مدل اندازه گیری از کیفیت مناسبی برخوردار است. همچنین سه مقدار ۰,۰۲، ۰,۱۵ و ۰,۳۵ برای شاخص CvCom به ترتیب میزان کیفیت کم، متوسط و زیاد را برای مدل اندازه گیری ارائه می دهند.

جدول ۷: نتایج برازش مدل بیرونی

| متغیر                   | CV Com |
|-------------------------|--------|
| خودکارآمدی کارآفرینی    | ۰,۲۹۵  |
| قصد کارآفرینی استراتژیک | ۰,۵۹۶  |
| نگرش نسبت به کارآفرینی  | ۰,۲۳۸  |
| هنجارهای ذهنی           | ۰,۲۷۹  |
| کنترل رفتاری ادراک شده  | ۰,۳۱۹  |
| میانگین                 | ۰,۳۴۵  |

نتایج حاصل از این آزمون در جدول شماره ۷ نشان می دهد که شاخص اشتراک با روایی متقاطع برای مدل پژوهش برابر با (۰,۳۴۵) بدست آمده است که این مقدار بیانگر کیفیت مطلوب مدل ارائه شده است.

### شاخص افزونگی (CV Red)

در آزمون کیفیت مدل ساختاری یا شاخص افزونگی مقادیر بالای صفر نشان دهنده توانایی مطلوب مدل ساختاری در پیش بینی کردن می باشد و مقادیر ۰,۰۲، ۰,۱۵ و ۰,۳۵ به ترتیب میزان ضعیف، متوسط و قوی بودن پیش بینی کردن مدل ساختاری را ارائه می دهند. مقادیر به دست آمده از این شاخص نشان می دهد که برای متغیرهای این مدل، مقدار این شاخص، مطلوب و قوی بوده است.

جدول ۸: نتایج برازش مدل درونی

| متغیر                   | CV Red |
|-------------------------|--------|
| خودکارآمدی کارآفرینی    | -      |
| قصد کارآفرینی استراتژیک | ۰,۴۱۸  |
| نگرش نسبت به کارآفرینی  | ۰,۲۷۷  |
| هنجارهای ذهنی           | ۰,۲۹۹  |
| کنترل رفتاری ادراک شده  | ۰,۳۴۴  |
| میانگین                 | ۰,۳۴۴  |

نتایج حاصل از این آزمون جدول شماره ۸ نشان می‌دهد که شاخص افزونگی برای مدل پژوهش برابر با (۰,۳۴۴) بدست آمده است، که این مقدار بیانگر کیفیت مطلوب مدل ارائه شده است.

### معیار GOF

شاخص دیگری که برای برازش توسط تنن هاوس و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) معرفی شده است، ملاک کلی برازش (GOF) است که با محاسبه میانگین هندسی میانگین اشتراک و  $R^2$  به صورت زیر محاسبه می‌شود.

$$GOF = \sqrt{\text{communality} \times R^2}$$

این شاخص نیز همانند شاخص‌های برازش مدل لیزرل عمل می‌کند و بین صفر تا یک قرار دارد و مقادیر نزدیک به یک نشانگر کیفیت مناسب مدل هستند. البته باید توجه داشت این شاخص همانند شاخص‌های مبتنی بر خی دو در مدل‌های لیزرل به بررسی میزان برازش مدل نظری با داده‌های گردآوری شده نمی‌پردازد. بلکه توانایی پیش‌بینی کلی مدل را مورد بررسی قرار می‌دهد و اینکه آیا مدل آزمون شده در پیش‌بینی متغیرهای مکنون درون‌زا موفق بوده است یا نه؟

جدول ۹: مقدار Cummunality و  $R^2$  متغیرهای تحقیق

| متغیر                   | Cummunality | $R^2$ |
|-------------------------|-------------|-------|
| خودکارآمدی کارآفرینی    | ۰,۲۹۵       | -     |
| قصد کارآفرینی استراتژیک | ۰,۵۹۶       | ۰,۵۷۲ |
| نگرش نسبت به کارآفرینی  | ۰,۲۳۸       | ۰,۳۳۴ |
| هنجارهای ذهنی           | ۰,۲۷۹       | ۰,۳۷۸ |
| کنترل رفتاری ادراک شده  | ۰,۳۱۹       | ۰,۶۴۴ |
| میانگین                 | ۰,۳۴۵       | ۰,۴۸۲ |

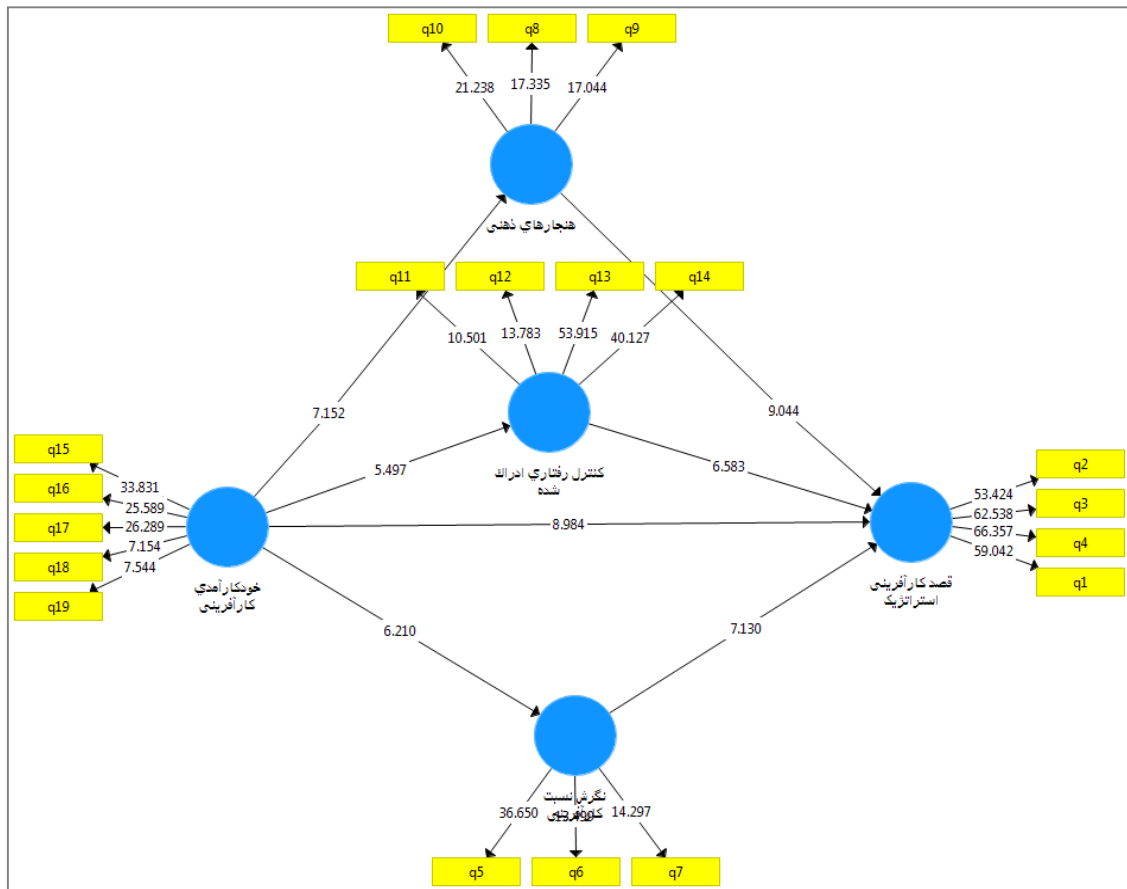
$$GOF = \sqrt{\text{communality} \times R^2} = \sqrt{۰,۴۸۲ \times ۰,۳۴۵} = ۰,۴۰۷$$

مقدار GOF برای مدل پژوهش مطابق با جدول ۴-۱۳، مقدار ۰/۴۰۷ محاسبه گردیده است که نشان از توان خوب مدل در پیش‌بینی متغیر مکنون درون‌زای مدل دارد.

### آزمون مدل درونی یا مدل معادلات ساختاری

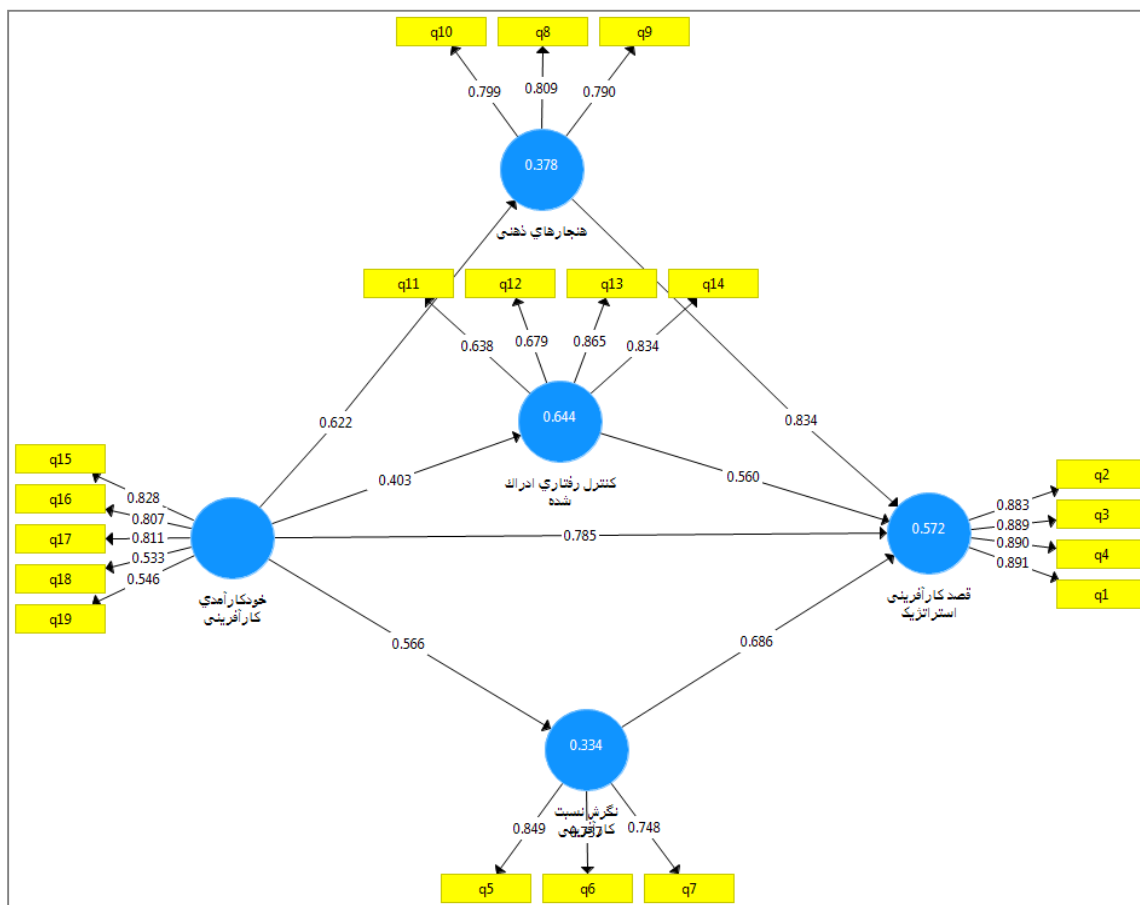
رابطه متغیرها و یا فرضیه‌ها با آزمون معادلات ساختاری و نرم افزار PLS آزمون شده است. معادلات ساختاری، مدل را در دو حالت معناداری و استاندارد مورد آزمون قرار می‌دهد. در حالت معناداری بار عاملی بین متغیرها باید بیشتر از ۱/۹۶ کسب شود تا فرضیه تایید، و در حالت استاندارد میزان و شدت تاثیر بین متغیرها مورد بررسی قرار می‌گیرد.

1 . Tenenhouse et al



شکل ۲: مدل پژوهش در حالت معناداری

شکل شماره ۲ نتایج معادلات ساختاری را در حالت معناداری نشان می‌دهد. در حالت معنی‌داری باید ارزش  $t$  (ضریب مسیر در حالت معنی‌داری) بیشتر از مقدار  $1/96$  باشد تا رابطه بین متغیرها یا فرضیه‌های پژوهش معنی‌دار باشد. در صورتیکه که ارزش  $t$  برای رابطه بین متغیرها بیشتر از مقدار  $1/96$  بدست آمده لذا رابطه بین متغیرها و متغیر مورد نظر معنی‌دار بوده است.



شکل ۳: مدل پژوهش در حالت استاندارد

شکل شماره ۳ نتایج معادلات ساختاری را در حالت استاندارد نشان می‌دهد. در حالت استاندارد بارهای عاملی نشان داده می‌شود. ضریب مسیر بیان کننده وجود رابطه علی خطی و شدت و جهت این رابطه بین دو متغیر مکنون است. در حقیقت همان ضریب رگرسیون در حالت استاندارد است که ما در مدل‌های ساده‌تر رگرسیون ساده و چندگانه مشاهده می‌کردیم. عددی بین -۱ تا +۱ است که اگر برابر با صفر شوند، نشان دهنده نبود رابطه علی خطی بین دو متغیر پنهان است.

## نتیجه‌گیری

در سال‌های اخیر، نوآوری به عنوان یکی از الزامات و عوامل مؤثر در ایجاد مزیت رقابتی و بهبود کیفیت خدمات مطرح شده است. در واقع باید اذعان داشت که نوآوری و لزوم پرداختن به آن از دیدگاه سازمانی ضرورت جدی دارد. از دیدگاه نوآوری و رقابت پذیری بلند مدت، اهمیت دستیابی به مزیت رقابتی بلند مدت، بسیار بیشتر از هزینه‌هایی است که سازمان‌ها مجبور به پرداخت آن خواهند شد و این تنها راه حل برای رقابت در بازارهای به شدت متغیر و غیر قابل پیش بینی است. بنابراین انجام پژوهش‌هایی در خصوص توسعه نوآوری در سازمان‌ها، از اهمیت بالایی برخوردار است.

مهمترین نتیجه عملکرد رقابتی، نتیجه بلندمدت است؛ یعنی سازمان بهتر می‌تواند خود را با شرایط وفق داده و به حیات خود ادامه دهد. علاوه بر نتایج بلندمدت و سازگاری مزایای دیگری نیز برای کارآفرینی سازمانی متصور است؛ از جمله اینکه روابط با مشتریان توسعه می‌یابد. از آنجا که مشتریان یکی از مهمترین منابع اطلاعاتی هستند، توجه بیشتر به نیازها، علایق و عقاید آنها معطوف می‌شود. نتیجه این کار، مشتریان راضی‌تر و وفادار است؛ همچنین فضای سازمانی بهتری برای کارکردن ایجاد می‌شود که باعث انگیزه و تشویق بیشتر برای کار خواهد بود؛ بنابراین نوآوری سازمانی بیشترین تأثیر را بر عملکرد بلندمدت سازمانی، به ویژه انطباق و بقا دارد.

نتایج حاصل از آزمون معادلات ساختاری برای بررسی خودکارآمدی کارآفرینی بر هنجارهای ذهنی نشان داد که مقدار معناداری برابر با (۷,۱۵۲) بدست آمد، که این مقدار بیشتر از حد بحرانی ۱/۹۶ کسب شده، در نتیجه فرضیه اول تایید شده است. مقدار بار عاملی در حالت استاندارد نیز برابر با (۰,۶۲۲) بدست آمده که نشان می‌دهد که تأثیر خودکارآمدی کارآفرینی بر هنجارهای ذهنی مثبت و در جهت مستقیم می‌باشد، زیرا ضریب بدست آمده مثبت می‌باشد. نتایج پژوهش این فرضیه با تحقیقات سارمینا (۲۰۱۵) و آنتینو و همکاران (۲۰۲۰) همراستایی دارد.

نتایج حاصل از آزمون معادلات ساختاری برای بررسی خودکارآمدی کارآفرینی بر کنترل رفتاری ادراک شده نشان داد که مقدار معناداری برابر با (۵,۴۹۷) بدست آمد، که این مقدار بیشتر از حد بحرانی ۱/۹۶ کسب شده، در نتیجه فرضیه دوم تایید شده است. مقدار بار عاملی در حالت استاندارد نیز برابر با (۰,۴۰۳) بدست آمده که نشان می‌دهد که تأثیر خودکارآمدی کارآفرینی بر کنترل رفتاری ادراک شده مثبت و در جهت مستقیم می‌باشد، زیرا ضریب بدست آمده مثبت می‌باشد. نتایج پژوهش این فرضیه با تحقیقات کیم و شیم (۲۰۱۸) و چراغی (۱۳۹۹) همراستایی دارد.

نتایج حاصل از آزمون معادلات ساختاری برای بررسی خودکارآمدی کارآفرینی بر نگرش نسبت کارآفرینی نشان داد که مقدار معناداری برابر با (۶,۲۱۰) بدست آمد، که این مقدار بیشتر از حد بحرانی ۱/۹۶ کسب شده، در نتیجه فرضیه سوم تایید شده است. مقدار بار عاملی در حالت استاندارد نیز برابر با (۰,۵۶۶) بدست آمده که نشان می‌دهد که تأثیر خودکارآمدی کارآفرینی بر نگرش نسبت کارآفرینی مثبت و در جهت مستقیم می‌باشد، زیرا ضریب بدست آمده مثبت می‌باشد. نتایج پژوهش این فرضیه با تحقیقات کیم و شیم (۲۰۱۸) و اسدی و همکاران (۱۳۹۸) همراستا است.

نتایج حاصل از آزمون معادلات ساختاری برای بررسی خودکارآمدی کارآفرینی بر قصد کارآفرینی استراتژیک نشان داد که مقدار معناداری برابر با (۸,۹۸۴) بدست آمد، که این مقدار بیشتر از حد بحرانی ۱/۹۶ کسب شده، در نتیجه فرضیه چهارم تایید شده است. مقدار بار عاملی در حالت استاندارد نیز برابر با (۰,۷۸۵) بدست آمده که نشان می‌دهد که تاثیر خودکارآمدی کارآفرینی بر قصد کارآفرینی استراتژیک مثبت و در جهت مستقیم می‌باشد، زیرا ضریب بدست آمده مثبت می‌باشد. نتایج پژوهش این فرضیه با تحقیقات چراغی (۱۳۹۹) و کیم و شیم (۲۰۱۸) همراستایی دارد.

نتایج حاصل از آزمون معادلات ساختاری برای بررسی هنجارهای ذهنی بر قصد کارآفرینی استراتژیک نشان داد که مقدار معناداری برابر با (۹,۰۴۴) بدست آمد، که این مقدار بیشتر از حد بحرانی ۱/۹۶ کسب شده، در نتیجه فرضیه پنجم تایید شده است. مقدار بار عاملی در حالت استاندارد نیز برابر با (۰,۸۳۴) بدست آمده که نشان می‌دهد که تاثیر هنجارهای ذهنی بر قصد کارآفرینی استراتژیک مثبت و در جهت مستقیم می‌باشد، زیرا ضریب بدست آمده مثبت می‌باشد. نتایج پژوهش این فرضیه با تحقیقات صفرزاده و همکاران (۱۳۹۸) و هانگمینگ و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) همراستایی دارد.

نتایج حاصل از آزمون معادلات ساختاری برای بررسی کنترل رفتاری ادراک شده بر قصد کارآفرینی استراتژیک نشان داد که مقدار معناداری برابر با (۶,۵۸۳) بدست آمد، که این مقدار بیشتر از حد بحرانی ۱/۹۶ کسب شده، در نتیجه فرضیه ششم تایید شده است. مقدار بار عاملی در حالت استاندارد نیز برابر با (۰,۵۶۰) بدست آمده که نشان می‌دهد که تاثیر کنترل رفتاری ادراک شده بر قصد کارآفرینی استراتژیک مثبت و در جهت مستقیم می‌باشد، زیرا ضریب بدست آمده مثبت می‌باشد. نتایج پژوهش این فرضیه با تحقیقات سارمینا (۲۰۱۵) و آنتینیو و همکاران (۲۰۲۰) همراستایی دارد.

نتایج حاصل از آزمون معادلات ساختاری برای بررسی نگرش نسبت کارآفرینی بر قصد کارآفرینی استراتژیک در فرضیه هفتم نشان داد که مقدار معناداری برابر با (۷,۱۳۰) بدست آمد، که این مقدار بیشتر از حد بحرانی ۱/۹۶ کسب شده، در نتیجه فرضیه هفتم تایید شده است. مقدار بار عاملی در حالت استاندارد نیز برابر با (۰,۶۸۶) بدست آمده که نشان می‌دهد که تاثیر نگرش نسبت کارآفرینی بر قصد کارآفرینی استراتژیک مثبت و در جهت مستقیم می‌باشد، زیرا ضریب بدست آمده مثبت می‌باشد. نتایج پژوهش این فرضیه با تحقیقات کیم و شیم (۲۰۱۸) و صفرزاده و همکاران (۱۳۹۸) همراستایی دارد.

نتایج تحلیل معادلات ساختاری برای بررسی نقش میانجی هنجارهای ذهنی در رابطه بین خودکارآمدی کارآفرینی و قصد کارآفرینی استراتژیک در فرضیه هشتم نشان داد که مقدار معناداری برابر ۵/۵۱۳ کسب شد و چون این مقدار بیشتر از عدد ۱/۹۶ کسب شده در نتیجه این فرضیه تایید شده است، همچنین ضریب استاندارد ۰/۲۹۹ بدست آمده که نشان می‌دهد، نقش میانجی متغیر هنجارهای ذهنی تایید شده و خودکارآمدی کارآفرینی از طریق این متغیر می‌تواند میزان قصد کارآفرینی استراتژیک را به صورت افزایشی تحت تاثیر قرار دهد. نتایج پژوهش این فرضیه با تحقیقات کیم و شیم (۲۰۱۸) و صفرزاده و همکاران (۱۳۹۸) همراستایی دارد.

نتایج تحلیل معادلات ساختاری برای بررسی نقش میانجی کنترل رفتاری ادراک شده در رابطه بین خودکارآمدی کارآفرینی و قصد کارآفرینی استراتژیک در فرضیه نهم نشان داد که مقدار معناداری برابر ۶/۵۷۱ کسب شد و چون این مقدار بیشتر از عدد ۱/۹۶ کسب

شده در نتیجه این فرضیه تایید شده است، همچنین ضریب استاندارد ۰/۳۲۹ بدست آمده که نشان می‌دهد، نقش میانجی متغیر کنترل رفتاری ادراک شده تایید شده و خودکارآمدی کارآفرینی از طریق این متغیر می‌تواند میزان قصد کارآفرینی استراتژیک را به صورت افزایشی تحت تاثیر قرار دهد. نتایج پژوهش این فرضیه با تحقیقات کیم و شیم (۲۰۱۸) و صفرزاده و همکاران (۱۳۹۸) همراستایی دارد. نتایج تحلیل معادلات ساختاری برای بررسی نقش میانجی نگرش نسبت به کارآفرینیدر رابطه بین خودکارآمدی کارآفرینی و قصد کارآفرینی استراتژیک در فرضیه دهم نشان داد که مقدار معناداری برابر ۵/۳۸۲ کسب شد و چون این مقدار بیشتر از عدد ۱/۹۶ کسب شده در نتیجه این فرضیه تایید شده است. همچنین ضریب استاندارد ۰/۲۸۸ بدست آمده که نشان می‌دهد، نقش میانجی متغیر نگرش نسبت کارآفرینی تایید شده و خودکارآمدی کارآفرینی از طریق این متغیر می‌تواند میزان قصد کارآفرینی استراتژیک را به صورت افزایشی تحت تاثیر قرار دهد. نتایج پژوهش این فرضیه با تحقیقات چراغی (۱۳۹۹) و کیم و شیم (۲۰۱۸) همراستایی دارد.

### پیشنادهای مبتنی بر یافته‌های تحقیق

با توجه به یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌های تحقیق، پیشنهادات زیر به مدیران و دست اندر کاران حوزه بازاریابی شرکت سایپا ارائه می‌شود.

پیشنهاد می‌شود برنامه‌های آموزشی خاصی تهیه و اجرا گردد تا نگرش‌های مثبتی در کارکنان در جهت کارآفرینی ایجاد گردد و یا با تغییر بینش و نگرش افراد و تجهیز آنها به دانش و مهارت‌های خاص، یک کارآفرین بالقوه را به کارآفرین بالفعل تبدیل کند. چرا که عقیده بر این است که داشتن نگرش‌های خاص، به فعالیت بیشتر در زمینه کارآفرینی منجر خواهد شد. آموزش‌های کارآفرینی موجب می‌شود تا نگرش کارآفرینانه افراد دچار تغییر شود و این خود نقطه اتکایی است تا از طریق این آموزش‌ها بتوان نگرش کارآفرینانه افراد را تقویت کرد و به سمت رفتار کارآفرینانه سوق داد. مدیران می‌توانند با استفاده از فشارهای اجتماعی جهت افزایش قصد کارآفرینی در کارکنان اقداماتی را انجام دهند. مطالعات نشان داده که انگیزه و قصد افراد برای انجام یک کار می‌تواند از طریق فشار و تحریک دوستان و همکاران آنها افزایش یابد؛ بنابراین تلاش در این زمینه می‌تواند باعث تهییج کارکنان و قصد کارآفرینی آنها شود. تشکیل گروه‌ها و انجمن‌های کارآفرینی و همچنین تیم‌های خلاقیت و نوآوری در شرکت سایپا یکی از اقدامات بسیار موثر در این زمینه خواهد بود. پیشنهاد می‌شود در تصمیمات و برنامه‌ریزی‌های بلندمدت سازمان، پرسنل باتجربه و خلاق مشارکت داده شوند و از طریق جلب اعتماد آنها، اعطای پاداش به آنها و همچنین فراهم کردن منابع و امکانات و بودجه لازم برای اجرای ایده‌ها و مقاصد کارآفرینی، قصد کارآفرینی کارکنان را برای ارتباط با یکدیگر ترغیب کنند. همچنین پیشنهاد می‌شود که مدیران با ایجاد ارتباط بین بخش‌های مختلف سازمان بستر مناسبی برای فعالیت‌های گروهی و کارهای تیمی، ایجاد حس همدلی میان کارکنان و در نتیجه آن، باعث کارآفرینی درون سازمانی کارکنان شوند و همچنین، کارمندان با استفاده از فضاهایی که مدیران ایجاد می‌کنند، برای حل مسائل و مشکلات با یکدیگر بحث و گفت و گو داشته باشند و از این طریق، افکار و ایده‌های خود را مطرح نمایند. پیشنهاد می‌شود برای پذیرش ایده‌های جدید در شرکت سایپا محیطی باز و پذیرنده تغییر و همچنین پذیرنده اشتباه و شکست به عنوان فرصت یادگیری فراهم کنند تا افراد ایده‌های خلاق و نوآورانه خود را آزادانه و به دور از ترس جریمه شدن و یا شکست ابراز کنند.



## منابع

- اسدی، صدیقه؛ درگاهی، حسین؛ فلاح مهرآبادی، اسماعیل و حیدری، ناهید (۱۳۹۶)، مطالعه رابطه بین خلاقیت و نوآوری سازمانی در کارکنان بیمارستان‌های عمومی دانشگاه علوم پزشکی تهران، *مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران (پیاورد سلامت)* دوره ۱۱ شماره ۵، ۵۸۷-۵۷۸.
- رضوانی، مهران و طفرایی، محمد تقی (۱۳۹۰)، "نقش‌آفرینی سرمایه‌ی اجتماعی سازمانی در گرایش به نوآوری سازمانی در شرکت‌های دانش‌بنیان (مورد مطالعه: شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران)"، *پژوهش‌نامه مدیریت تحول*، سال سوم، شماره ۶، پاییز و زمستان.
- زاده گرگان، محمد (۱۴۰۰)، بررسی تاثیر یادگیری کارآفرینی، الهام بخشی کارآفرینی و منابع آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی و رفتار کارآفرینی با توجه به نقش میانجی نگرش، هنجار و کنترل درک شده برای کارآفرین بودن (مورد مطالعه: شرکت‌های مستقر در پارک‌های علم و فناوری دانشگاه شیراز). *نهمین کنفرانس بین‌المللی ترندهای مدرن مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری با رویکرد رشد کسب و کارها*.
- صفرزاده، حسین؛ تدین، اعظم و حر محمدی، مریم (۱۳۹۸)، "بررسی تأثیر استراتژی‌های مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد رقابتی (مطالعه‌ی موردی: مراکز بهداشتی و درمانی شمال فارس)"، *فصلنامه دانشکده بهداشت یزد*، سال یازدهم، شماره اول، شماره مسلسل: ۳۴، بهار.
- ضرغامی، حمیدرضا؛ مصطفی جعفری و پیمان اخوان (۱۳۹۱)، بررسی رابطه بین خلاقیت و انگیزه افراد برای نوآوری در سازمان‌های پژوهشی: مطالعه موردی در پژوهشکده پردازش هوشمند علامت، *فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی* ۱ (۴).
- قاضی‌فرد، عبدالکریم؛ نیلی‌پور، سید اکبر و اکبری، مهدی (۱۳۹۷)، بررسی تأثیر سرمایه‌گذاری سازمانی در سرمایه‌ی اجتماعی روی تعهد و عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان، دومین همایش ملی بررسی راهکارهای مدیریت، حسابداری، مهندسی صنایع در سازمان‌ها.
- کریمی، فریبا؛ احمدی دستجردی، سمیه و رجایی‌پور، سعید (۱۳۹۲)، "الگوی ساختاری روابط بین سرمایه، اجتماعی و قابلیت یادگیری سازمانی با نوآوری کارکنان"، *مدیریت بهره‌وری (فراسوی مدیریت)*، دوره ۱، شماره ۲۱، زمستان.
- مرادزاده، پرستو و غیور باغبانی، سید مرتضی (۱۴۰۰)، مدل‌یابی ساختاری نقش‌آفرینی خودکارآمدی کارآفرینانه در شکل‌گیری قصد کارآفرینی دانشجویان با تأکید بر مولفه‌های تنوری رفتار برنامه‌ریزی شده، *فصلنامه رهیاری در مدیریت و توسعه بهره‌وری*.
- Bank Indonesia. (2019). *Indonesia payment systems blueprint 2025*. Retrieved March 16, 2020, from <https://www.bi.go.id/en/publikasi/sistem-pembayaran/riset/Pages/Blueprint-Sistem-Pembayaran-Indonesia-2025.aspx>. Payment System Policy Department: Jakarta, Indonesia.
- Chamorro, A., Rubio, S. and Miranda, F. (2021). The region-of-origin (ROO) effect on purchasing preferences. *British Food Journal*, 117(2), 820–839. <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2014-0112>.
- Duong, D. C. and Bernat, T. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention among vietnamese students: a meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Procedia Computer Science* 159 (2019) 2447–2460.
- Elnadi, M. and Gheith, M. H. (2021). Entrepreneurial ecosystem, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intention in higher education: Evidence from Saudi Arabia. *The International Journal of Management Education*, Vol. 19, No. 1.
- Kim, N. and Shim, C. (2018). "Social capital, knowledge sharing and innovation of small and medium-sized enterprises in a tourism cluster", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Liang, B. (2019). The effects of self-efficacy, process feedback, and task complexity on escalation of commitment in new product development. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 34 (8), 1641–1653. <https://doi.org/10.1108/JBIM-02-2019-0096>.

- Mert, G. and Çemberci, M. (2021), *Understanding the relationships among knowledge-oriented leadership, knowledge management capacity, innovation performance and organizational performance A serial mediation analysis*, <https://www.emerald.com/insight/0368-492X.htm>.
- Najib, M. and Kiminami, A. (2011). Competitive strategy and business performance of small and medium enterprises in the Indonesian food processing industry. *Studies in Regional Science*, 41(2), 315–330. <https://doi.org/10.2457/srs.41.315>.
- Saminax, Z. and Mcguire, M. (2015). «Performance Management In The Public Sector: Fact Or Fiction?» *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol.53, No.3, P. 245-260.
- Solesvik, M. (2007). Attitudes towards future career choice: Stavanger Center for Innovation Research. *Research Report, University of Stavanger Norway*.
- Sydney-Hilton, E. and Vila-Lopez, N. (2019). Are marketing strategies correlated with financial outputs? A longitudinal study. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 34(7), 1533–1546. <https://doi.org/10.1108/JBIM-02-2018-0088>.
- Victor, S., Chan, Y. and Mckeen, J. (2012). Knowledge management Capability and organizational Performance: A Theoretical foundation, *OLKC 2006 Conference at the University of Warwick*, Coventry on 20th -22end March.
- Wilson, F., Kickul, J. and Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for education. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 5, 378- 406.