

تبیین نقش سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه در ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید: نقش میانجی قصد کارآفرینانه (مورد مطالعه: شرکت‌های تجهیزات پزشکی)

رضا کهن‌هوش نژاد^۱، حسین خنیفر^{۲*}، کامبیز طالبی^۳، علی رضائیان^۴

۱. دانشجوی دکتری کارآفرینی دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه تهران، ایران

۲. استاد دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

۳. استاد دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۴. استاد دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۸/۳۰ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۲/۲۰)

چکیده

در مطالعات کارآفرینی، برخلاف سرمایه‌های مالی و انسانی و اجتماعی، به تبیین نقش سرمایه روان‌شناختی در ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید پرداخته نشده است. در واقع، عدم ارتباط میان نظریه سرمایه روان‌شناختی و مطالعه کارآفرینی بی‌توجهی به مفهوم سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه را به دنبال داشته است. به علاوه، با توجه به اینکه قصد کارآفرینانه پیش‌بینی‌کننده مناسبی برای رفتار کارآفرینانه (ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید) است، هنوز درک کافی در ارتباط میان قصد - رفتار وجود ندارد. بنابراین، هدف این پژوهش تبیین نقش سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه در ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید با میانجی‌گری قصد کارآفرینانه است. داده‌های این پژوهش از نمونه‌های ۲۰۴ نفری از بنیان‌گذاران و هم‌بنیان‌گذاران کسب‌وکارها در صنعت تجهیزات پزشکی، که به شیوه تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند، گردآوری و با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار لیزرل آزمون شد. روابط میانجی مدل نیز با روش بوت استرپ بررسی شد. ابزار اصلی گردآوری داده‌های پژوهش پرسشنامه بود. برای بررسی روایی ابزار پژوهش روایی محتوا و روایی سازه و برای ارزیابی پایایی آن ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی به کار گرفته شد. یافته‌های پژوهش نشان داد سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مستقیم و مثبت می‌گذارد. همچنین، سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه از طریق متغیر میانجی قصد کارآفرینانه به طور غیرمستقیم بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مثبت می‌گذارد.

کلیدواژه‌گان

سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه، قصد کارآفرینانه، کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید

مقدمه

فرایند ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید شامل گام‌های مختلفی همچون شناسایی فرصت کارآفرینانه، شکل‌دهی مدل کسب‌وکار، اکتساب منابع، و اجرایی‌سازی کسب‌وکار است که هر یک با عدم قطعیت همراه است. در واقع، کارآفرینان در هر یک از گام‌های فرایند مذکور با موانع و مشکلات و ناکامی‌هایی مواجه می‌شوند که سرمایه‌های مالی و انسانی و اجتماعی آن‌ها برای غلبه بر این موانع و مشکلات کافی نیست. در این شرایط نیاز به سرمایه روان‌شناختی ضرورت می‌یابد (Ming & Zuguang 2013).

با وجود اینکه درباره اهمیت ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید اجماع عمومی وجود دارد، تبیین‌های مرتبط با منشأ و تمایل به ایجاد این‌گونه کسب‌وکارها بر اساس رویکردهای بسیار متفاوتی صورت پذیرفته است. یکی از این رویکردها رویکرد روان‌شناختی است. متون نظری و تجربی گسترده‌ای (Kollinger et al. 2005; DeCarolis et al 2009; Hmieleski 2009; Robinson & Marino 2013; Kannadhassan et al. 2014; Butt et al. 2015) این سؤال را طرح کرده‌اند که چرا برخی افراد قادر به ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید هستند، درحالی‌که برخی دیگر توان این کار را ندارند. بخش عمده‌ای از متون نظری موجود مبتنی بر رویکرد روان‌شناختی صرفاً به نقش صفات شخصیتی یا ویژگی‌های صفت‌مانند^۱، که نسبتاً ثابت و تغییر آن‌ها دشوار است - همچون مرکز کنترل، گرایش به توفیق، استقلال یا پنج عامل بزرگ شخصیتی - اشاره کرده‌اند و از تبیین ویژگی‌های حالت‌مانند^۲، که نسبتاً قابل انعطاف و به راحتی قابل تغییرند و قابلیت توسعه و آموزش دارند - همچون خودکارآمدی، خوش‌بینی، امید، تاب‌آوری، که در کل سازه‌ای به نام سرمایه روان‌شناختی را شکل می‌بخشند - غفلت کرده‌اند (pease & Cunningham 2016; Luthans 2012). البته برخی پژوهش‌ها به بررسی مجزای حالات روان‌شناختی، همچون خودکارآمدی و خوش‌بینی، بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید پرداخته‌اند (e.g., Urban 2012; James & Gudmundsson 2011). اما نقش سرمایه روان‌شناختی و

-
1. Trait-Like
 2. State-Like

هم‌افزایی عناصر آن بر ايجاد چنین کسب‌وکارهایی نادیده گرفته شده است (Baluku et al. 2016).

سرمايه روان‌شناختي فراتر از سرمايه انساني و اجتماعي است و به‌ندرت یک متغير تبیینی در مطالعه کارآفرینی در نظر گرفته شده است که نتیجه این وضعیت عدم ارتباط میان نظریه سرمايه روان‌شناختي و کارآفرینی است. به‌علاوه، نبود چنین ارتباطی به فقدان مفهوم سرمايه روان‌شناختي کارآفرينانه در مطالعات کارآفرینی منجر شده است (Ming & Zuguang 2013). در واقع، از یک سو محققان سرمايه روان‌شناختي عمدتاً بر رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی تمرکز کرده‌اند و در نتیجه نمونه‌های مطالعات آنها بیشتر کارکنان یا مدیران بوده است و از سوی دیگر عمده مطالعات کارآفرینی فرایندمحور موجود به تبیین نقش عواملی همچون سرمايه انساني، سرمايه اقتصادي، و سرمايه اجتماعي در فرایند ايجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جديد و عملکرد چنین کسب‌وکارهایی پرداخته‌اند و این موضوع موجب شده از نقش سرمايه روان‌شناختي کارآفرينانه غفلت شود (Ming & Zuguang 2013). این در حالی است که سرمايه روان‌شناختي کارآفرينانه قدرت تبیین بالایی برای مسائل مرتبط با فرایند کارآفرينانه دارد و شاخص پیش‌بینی‌کننده بهتری برای ايجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جديد و عملکرد آن است (Chang et al 2016; Ming & Zuguang 2013; Hmieleski 2009). به‌علاوه سرمايه روان‌شناختي به مثابه حالات شناختي کلیدی کمک می‌کند افراد به عوامل استرس‌زای ناشی از عدم قطعیت و چالش‌ها واکنش مناسب نشان دهند. در واقع، این حالات برای کاهش استرس و ارتقای عملکرد کارآفرینان حائز اهمیت است (Jensen 2012).

بنابراین، به‌رغم اهمیت سرمايه روان‌شناختي، به‌ویژه در ايجاد توانایی در بنیان‌گذاران، به منظور از عهده استرس برآمدن، که عاملی کلیدی برای راه‌اندازی کسب‌وکار است (Valli et al. 2009; Jensen 2012)، مطالعات چندانی به اثر مستقیم سرمايه روان‌شناختي (به منزله یک کل) بر ايجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جديد نپرداخته‌اند (Baluku et al. 2016). درضمن، در مطالعات موجود، چه در حوزه کارآفرینی چه در حوزه روان‌شناختي، به سازه

سرمایه روان‌شناختی چهاربعدی مرسوم اکتفا شده و از بعد پنجم، یعنی اعتماد، که پیچ^۱ و دانه‌یو (۲۰۰۴) و بالوکا^۲ و همکارانش (۲۰۱۶) پیشنهاد کرده‌اند و بسط‌دهنده‌ی سازه‌ی سرمایه روان‌شناختی است، غفلت شده است (Baluku et al. 2016). به‌علاوه، سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه عامل مهمی برای درک قصد کارآفرینانه و ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید است. ارتباط میان سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه زمینه را برای خلق کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید توسط افراد فراهم می‌آورد (Chang et al. 2016). از طرف دیگر شکاف قصد - رفتار کارآفرینانه (ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید) در متون نظری کارآفرینی وجود دارد (Storm 2012; Carsrud & Brännback 2011; Choo & Wong 2006). چون صرفاً به محرک‌های قصد کارآفرینانه پرداخته شده و تأثیر قصد بر ظهور واقعی رفتار کارآفرینانه نادیده گرفته شده است (Storm 2012). این در حالی است که قصد به‌شدت ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید را متأثر می‌کند و بهترین پیش‌بینی‌کننده برای آن است (Bullough et al. 2014; Prabhu et al. 2012). بنا بر تبیین‌های فوق، این پژوهش به دنبال آن است که نشان دهد چگونه خصایص روان‌شناختی حالت‌مانند و قصد کارآفرینانه بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر می‌گذارد.

بنابراین، این مطالعه به چهار مشارکت نظری در پژوهش کارآفرینی می‌پردازد: ۱. بررسی خصایص روان‌شناختی حالت‌مانند (نه صفت‌مانند، که در اکثر مطالعات با رویکرد روان‌شناختی بر آن تأکید می‌شود) و در نظر گرفتن نقش هم‌افزایی این خصایص که سرمایه روان‌شناختی را به منزله‌ی یک کل شکل می‌بخشد؛ ۲. ایجاد ارتباط میان نظریه‌ی سرمایه روان‌شناختی و کارآفرینی و بررسی تأثیر مستقیم سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه در ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید؛ ۳. در نظر گرفتن بعد پنجم بسط‌دهنده‌ی سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه، یعنی اعتماد، که در اکثر پژوهش‌ها نادیده گرفته شده است؛ ۴. بررسی شکاف قصد - رفتار کارآفرینانه و مشخص کردن میزان تأثیر قصد کارآفرینانه بر ظهور واقعی کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه و ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید

سرمایه روان‌شناختی نمایانگر یک حالت قابل توسعه روان‌شناختی مثبت است (Jensen 2008) که فراتر از سرمایه مالی (چه چیزی دارید؟)، سرمایه انسانی (چه چیزی می‌دانید؟)، و سرمایه اجتماعی (چه کسانی را می‌شناسید؟) است؛ به گونه‌ای که بر «چه کسی هستید و چه کسی می‌تواند بشوید؟» دلالت دارد (Luthans et al. 2012). اخیراً محققان، با ایجاد ارتباط میان نظریه سرمایه روان‌شناختی و مطالعه کارآفرینی، مفهومی تحت عنوان سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه^۱ را در پژوهش‌های کارآفرینی مطرح کرده‌اند (Pease et al 2016; Chang et al. 2016; Zhang et al. 2017). سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه منابع روان‌شناختی، که کارآفرینان به منظور پیگیری آرمان‌ها و اهداف کارآفرینانه‌شان نیاز دارند، تعریف شده است. سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه دربرگیرنده آن دسته از منابع روان‌شناختی است که قابلیت توسعه دارند و به کارآفرینان بالقوه و نوظهور جهت تحقق پیامدهای مثبتی همچون ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید کمک می‌کنند (Pease et al. 2016; Chang et al. 2016). با تکیه بر سرمایه مذکور، کارآفرینان به این باور می‌رسند که ظرفیت لازم برای تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار و توانایی راه‌اندازی یک کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید و موفقیت در آن را دارند (Baluku et al. 2016). بنابراین:

فرضیه ۱. سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مثبت دارد.

سازه‌های سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه به منزله سازه‌های حالت‌مانند مفهوم‌پردازی شده‌اند؛ به طوری که نسبتاً انعطاف‌پذیرند و قابلیت توسعه دارند (Pease et al. 2016). این سرمایه شامل خودکارآمدی، خوش‌بینی، امید، و تاب‌آوری (Çavuş & Gökçen 2015) و همچنین بعدی که اخیراً معرفی شده، یعنی اعتماد، است که در ادامه نقش هر یک از آن‌ها در ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید تبیین می‌شود.

خودکارآمدی: از دیدگاه محققان، خودکارآمدی یکی از عناصر سرمایه روان‌شناختی است که نقش حائز اهمیتی در ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید ایفا می‌کند (Urban, e.g., 2011; Kickul & D'Intino 2005; Trevelyan 2011). خودکارآمدی عبارت است از داشتن اعتماد به نفس برای به عهده گرفتن امور و تلاش ضروری به منظور موفقیت در وظایف چالش‌برانگیز (Luthans et al. 2012). از دیدگاه بندورا (۱۹۷۷) خودکارآمدی عبارت است از قضاوت افراد از قابلیت‌ها و مهارت‌های خود در سازماندهی و پرداختن به یک رشته فعالیت‌های مورد نیاز جهت رسیدن به یک هدف خاص (Kickul & D'Intino 2005). خودکارآمدی کارآفرینانه یعنی اعتماد به توانایی‌های شخصی به منظور تحقق بخشیدن به فعالیت‌های مرتبط با ایجاد یک کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید (Tsai et al. 2016). خودکارآمدی کارآفرینانه سازه‌ای مهم در درک رفتار کارآفرینانه^۱ است (Trevelyan 2011) و بر فازهای مختلف ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید، یعنی کاوش و برنامه‌ریزی و هدایت و اجرا، تأثیر مثبت می‌گذارد. زیرا ایجاد یک کسب‌وکار مخاطره‌آمیز مستلزم مهارت‌ها و قابلیت‌های منحصر به فرد است (Urban 2012; Kickul & D'Intino 2005). بنابراین:

فرضیه ۲. خودکارآمدی بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مثبت می‌گذارد.

خوش‌بینی: خوش‌بینی یکی دیگر از عناصر سرمایه روان‌شناختی است که نقشی حائز اهمیت در ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید ایفا می‌کند (James & Gudmundsson 2011; Liang & Dunn 2011). خوش‌بینی یعنی داشتن اسناد مثبت درباره موفقیت‌های حال و آینده (Luthans et al. 2012). خوش‌بینی عبارت است از انتظارات افراد از اینکه رویدادهای مطلوب و مثبت در آینده رخ خواهد داد (Avey et al. 2010). از دیدگاه ترولیان^۲ (۲۰۰۸) خوش‌بینی کارآفرینان را قادر می‌سازد عدم قطعیت‌ها و موانع را کم‌اهمیت جلوه دهند و بر موقعیت‌هایی که انتظارات مثبتی از آن دارند تمرکز کنند. کارآفرینان

۱. در این مقاله منظور از رفتار کارآفرینانه، منطبق با دیدگاه گارتنر (۲۰۰۰)، ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید است.

2. Trevelyan

خوش‌بین هنگام ارزیابی موقعیت‌های کسب‌وکار فرصت‌ها و قوت‌ها را بزرگ می‌بینند و ضعف‌ها و تهدیدها را کم‌اهمیت می‌شمارند که این موضوع بر ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید آن‌ها تأثیر مثبت می‌گذارد. از دیدگاه جیمز^۱ و گودمانسون (۲۰۱۱) حالات روان‌شناختی مثبت، از قبیل خوش‌بینی، در زمینه‌سازی برای بروز رفتار انگیزشی جهت قادر کردن فرد کارآفرین به پافشاری بر فازهای مختلف ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید نقش اساسی دارد. بنابراین:

فرضیه ۳. خوش‌بینی بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مثبت دارد.

امیدواری: یکی دیگر از عناصر سرمایه روان‌شناختی مؤثر بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید امیدواری است (James & Gudmundsson 2011; Morrow 2006). امیدواری عبارت است از پافشاری بر اهداف و - هنگام ضرورت - تغییر جهت مسیرها به سمت اهداف (Luthans et al. 2012). از دیدگاه اسنایدر (۲۰۰۰) امیدواری عبارت است از قابلیت درک‌شده برای ایجاد مسیرهایی به سمت اهداف مطلوب همراه انگیزش ادراک‌شده برای حرکت در آن مسیرها برای تحقق اهداف (Sebora 2011). نتایج مطالعات اهمیت امیدواری را به منزله یک منبع روان‌شناختی در موقعیت‌های کارآفرینانه با استرس بالا نشان می‌دهد؛ به طوری که کارآفرینانی که امیدوارترند بیشتر به دنبال یافتن روش‌هایی برای غلبه بر چالش‌های راه‌اندازی کسب‌وکارند. ضمن اینکه در تمرکز بر اهداف و روش‌های متفاوت تحقق آن اهداف موفق‌ترند (Baluku et al. 2016; Sebora 2011). بنابراین:

فرضیه ۴. امیدواری بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مثبت دارد.

تاب‌آوری: در مطالعات کارآفرینی، تاب‌آوری سازه‌ای حائز اهمیت در جهت ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید است (Yang & Danes 2015; Danes et al. 2010). تاب‌آوری عبارت است از پایداری فرد هنگامی که سختی‌ها و مشکلات در راه دستیابی به موفقیت او را احاطه کرده است (Luthans et al 2012). تاب‌آوری ظرفیت بازگشت در مقابله با مشکلات، درگیری‌ها، ریسک‌ها، و شکست توصیف شده است (Baluku et al. 2016;)

(Sebora 2011). از دیدگاه محققان، با توجه به اینکه کارآفرینان در ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید با چالش‌های زیاد و موقعیت‌های نامطلوب مواجه می‌شوند، ظرفیت تاب‌آوری بالای آن‌ها در چنین شرایطی نقشی مهم ایفا می‌کند و به این ترتیب بر موفقیت فعالیت‌های کارآفرینانه تأثیر می‌گذارد (Yang & Danes 2015; Baluku et al. 2016). یانگ و دانس (۲۰۱۵) با بررسی نمونه‌ای متشکل از ۹۴ کارآفرین که اخیراً کسب‌وکار خود را آغاز کرده بودند به این نتیجه رسیدند که ظرفیت تاب‌آوری آن‌ها تأثیر مثبتی بر ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدیدشان داشته است. بنابراین:

فرضیه ۵. تاب‌آوری بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مثبت دارد.

اعتماد: اعتماد آخرین عنصر سرمایه روان‌شناختی مؤثر بر ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید است که پیچ و دانه‌یو (۲۰۰۴) آن را پیشنهاد دادند، اما، محققان آن را نادیده گرفتند و اخیراً بدان توجه شده است. اعتماد به عنوان یک حالت روان‌شناختی^۱ (Zahra 2006) عبارت است از پذیرش ریسک تأثیر یا رفتار دیگران با انتظار نتیجه مطلوب (Page & Donohue 2004). از دیدگاه بالوکا و همکارانش (۲۰۱۶)، ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید دربرگیرنده موقعیت‌های چالش‌برانگیز متعددی است که معمولاً در مراحل ابتدایی راه‌اندازی رخ می‌دهند و اعتماد می‌تواند کلید یافتن راه‌حل در چنین موقعیت‌هایی باشد. به‌ویژه اعتماد می‌تواند به ایجاد شبکه‌ها کمک کند که شبکه‌ها می‌توانند منابع مورد نیاز برای راه‌اندازی کسب‌وکار را فراهم آورند. از دیدگاه آن‌ها، کارآفرینان با ویژگی اعتماد به دیگران شانس بیشتری برای یافتن هم‌بنیان‌گذارانی دارند که بتوانند به خلق ارزش برای کسب‌وکار کمک کنند. از طریق روابط مبتنی بر اعتماد کارآفرینان، دسترسی به منابع سرمایه‌ای بیشتر، راهنمایی، دانش، نیروی کار خوب، عرضه‌کنندگان، و مشتریان میسر

۱. اخیراً بالوکا و همکارانش (۲۰۱۶)، برخلاف سازه سرمایه روان‌شناختی چهاربعدی مرسوم، به بررسی بعد پنجم سرمایه روان‌شناختی، یعنی اعتماد، نیز پرداخته‌اند.

2. Trust as “a Psychological State”

می‌شود. به این ترتیب اعتماد می‌تواند به راه‌اندازی و موفقیت کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید کمک کند (Baluku et al 2016). بنابراین:
فرضیه ۶. اعتماد بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مثبت دارد.

قصد کارآفرینانه و ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید

بر اساس مطالعات صورت‌پذیرفته، قصد کارآفرینانه نقشی حائز اهمیت در تصمیم به شروع فرایند ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید یا سازمان‌های جدید دارد (Ozaralli & Rivenburgh 2016; Schlaegel & Koenig 2014; Naktiyok et al 2010; Vazquez et al 2009). از دیدگاه وازکیوز^۱ و همکارانش (۲۰۰۹) قصد پیش‌بینی‌کننده مناسبی برای رفتار کارآفرینانه است. قصد کارآفرینانه جست‌وجو برای اطلاعاتی که می‌تواند به تحقق هدف ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید کمک کند تعریف شده است (Prabhu et al 2012). از دیدگاه استورم^۲ (۲۰۱۲) یکی از محرک‌های بالقوه ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید قصد کارآفرینانه است. وی استدلال می‌کند ارتباط مستقیمی میان قصد و ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید وجود دارد؛ به طوری که قصد کارآفرینانه بالای افراد به احتمال زیاد به پیگیری فرصت‌های کسب‌وکار عملی و راه‌اندازی کسب‌وکار مخاطره‌آمیز منجر می‌شود. نتایج مطالعه استورم نشان داد محرک‌های روان‌شناختی، همچون قصد، در ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز نقشی مهم‌تر از فرصت اقتصادی دارند. از دیدگاه محققان، قصد کارآفرینانه که از طریق ادراکات مرتبط با مطلوبیت (که از احساساتی همچون خوش‌بینی و نگرش‌های شناختی متأثر می‌شود) و ادراکات مرتبط با امکان‌پذیری (که از عوامل توانمندسازی همچون خودکارآمدی تأثیر می‌پذیرند) شکل می‌گیرد (Mair et al. 2006) به فعالیت‌های مرتبط با ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز (همچون پیگیری فرصت، ایجاد برنامه کسب‌وکار، ایجاد محصول، و ...) می‌انجامد (Storm 2012; Brush et al. 2008; Shook et al. 2003). بنابراین:
فرضیه ۷. قصد کارآفرینانه بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مثبت دارد.

1. Vazquez
2. Storm

سرمایه روان‌شناختی و قصد کارآفرینانه

با توجه به اینکه در بخش‌های پیشین مرتبط با مبانی نظری به طور مفصل درباره سرمایه روان‌شناختی و قصد و کسب‌وکار مخاطره‌آمیز بحث شد، در ادامه به اجمال نقش هر یک از عناصر سرمایه مذکور بر قصد کارآفرینانه تبیین می‌شود.

خودکارآمدی: مطالعات بسیاری از نقش خودکارآمدی در شکل‌دهی قصد کارآفرینانه برای شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز پشتیبانی می‌کند (Contreras et al. 2017; Tsai et al. 2014; Bullough et al. 2014). از دیدگاه پرابه‌و و همکارانش (۲۰۱۲) قصد کارآفرینانه به میزان بالایی از ادراکات افراد از توانایی‌هایشان تأثیر می‌پذیرد. سازه خودکارآمدی، که یک منبع روان‌شناختی مرتبط با باور افراد به قابلیت‌هایشان برای تحقق بخشیدن به فعالیت‌های کارآفرینانه است، تأثیری قوی بر قصد کارآفرینانه دارد (Tsai et al. 2016; Naktiyok et al. 2010). بنابراین:

فرضیه ۸. خودکارآمدی بر قصد کارآفرینانه تأثیر مثبت دارد.

خوش‌بینی: یافته‌های مطالعات حاکی از آن است که ارتباط مثبت معناداری میان خوش‌بینی و قصد کارآفرینانه وجود دارد (Ozaralli & Rivenburgh 2016; Sebor 2011). از دیدگاه محققان، کارآفرینان خوش‌بین‌تر از سایر افرادند و این ویژگی، از طریق متأثر کردن باور آنها در زمینه شرایط اقتصادی آینده، بر قصد کارآفرینی آنها تأثیر می‌گذارد (Sebor 2011; Puri & Robinson's 2007). نتایج مطالعات نشان می‌دهد افرادی که خوش‌بین‌ترند در مواجهه با موانع و موقعیت‌های چالش‌برانگیز فضای کسب‌وکار بهتر عمل می‌کنند و تمایل کارآفرینانه بالاتر و قصد قوی‌تری به کارآفرین شدن دارند (Ozaralli & Rivenburgh 2016; Janssen et al. 2013). بنابراین:

فرضیه ۹. خوش‌بینی بر قصد کارآفرینانه تأثیر مثبت دارد.

امیدواری: پژوهش‌های مرتبط با عنصر سرمایه روان‌شناختی امید و کارآفرینی نشان می‌دهند امیدواری نقش مهمی بر قصد کارآفرینانه کارآفرینان موفق دارد (Lukito 2018; Sebor 2011). امید با پیامدهای مثبتی همچون از عهده مشکلات و استرس برآمدن در

موقعیت‌های کارآفرینانه ارتباط دارد (Baluku et al. 2016). از دیدگاه سبورا (۲۰۱۱)، افراد امیدوارتر هم توانایی تدوین و طرح‌ریزی اهداف و برنامه‌های کسب‌وکار را دارند هم می‌توانند حداقل دو مسیر جایگزین برای تحقق آن اهداف، هنگام مواجهه با موانع، بیابند. او استدلال می‌کند که امیدواری تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه افراد دارد. بنابراین:

فرضیه ۱۰. امیدواری بر قصد کارآفرینانه تأثیر مثبت دارد.

تاب‌آوری: از دیدگاه محققان، تاب‌آوری جنبه‌ای دیگر از سرمایه روان‌شناختی است که بر قصد کارآفرینانه تأثیر مثبت دارد (Bullough et al. 2014; Sebora 2011). از دیدگاه سبورا (۲۰۱۱)، با توجه به اینکه کارآفرینان در شرایط عدم قطعیت قرار دارند و در این شرایط با دشواری‌ها و مشکلاتی مواجه می‌شوند، عنصر تاب‌آوری در غلبه آن‌ها بر مشکلات و موفقیت کمک زیادی می‌کند. نتایج یافته‌های مطالعه بالوگ و همکارانش (۲۰۱۴) حاکی از آن است که تاب‌آوری نقشی حائز اهمیت در قصد ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز در شرایط محیطی نامطلوب دارد. از دیدگاه آن‌ها، تاب‌آوری یعنی توانایی غلبه بر بحران‌ها و ایجاد ابتکارات کارآفرینانه در شرایط نامطلوب. بر اساس استدلال آن‌ها، ظرفیت تاب‌آوری سبب می‌شود کارآفرینان پس از شکست دوباره شروع به کار کنند و در جست‌وجوی فرصت کسب‌وکار دیگری باشند. بنابراین:

فرضیه ۱۱. تاب‌آوری بر قصد کارآفرینانه تأثیر مثبت دارد.

اعتماد: آخرین عنصر سرمایه روان‌شناختی مؤثر بر قصد کارآفرینانه اعتماد است. از دیدگاه زفان (۲۰۱۵)، اعتماد بر قصد کارآفرینانه تأثیر مثبت دارد. زیرا قصد شروع یک کسب‌وکار مخاطره‌آمیز مستلزم اعتماد به دیگران برای کسب طیف گسترده‌ای از منابع، اعم از حمایت اجتماعی و عاطفی تا دارایی‌های ملموس، است (Zeffane 2015). بنابراین:

فرضیه ۱۲. اعتماد بر قصد کارآفرینانه تأثیر مثبت دارد.

نقش سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه در ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید از طریق میانجی‌گری قصد کارآفرینانه

از دیدگاه چانگ و همکارانش (۲۰۱۶)، بررسی ارتباط میان سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه

و ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید با میانجی‌گری قصد کارآفرینانه حیاتی است. زیرا پژوهش‌های مرتبط تصویری ناقص در این زمینه ارائه داده‌اند؛ به گونه‌ای که یا بدون توجه به اینکه قصد کارآفرینانه تا چه میزان بر ظهور کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید تأثیر دارد صرفاً به بررسی سرمایه‌روانشناختی بر قصد کارآفرینانه پرداخته‌اند (e.g., Sebra 2014; Tsai et al. 2016) یا بدون توجه به نقش قصد به منزله گام اول برای شروع فرایند ایجاد کسب‌وکار جدید صرفاً به بررسی برخی حالات روان‌شناختی، همچون خودکارآمدی و خوش‌بینی (نه سرمایه‌روانشناختی به منزله یک کل)، بر ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید پرداخته‌اند (e.g., Urban 2012; Yang & Danes 2015; Liang & Dunn 2011). بنابراین:

فرضیه ۱۳. سرمایه‌روانشناختی کارآفرینانه از طریق قصد کارآفرینانه بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مثبت می‌گذارد.

فرضیه ۱۴. خودکارآمدی از طریق قصد کارآفرینانه بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مثبت می‌گذارد.

فرضیه ۱۵. خوش‌بینی از طریق قصد کارآفرینانه بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مثبت می‌گذارد.

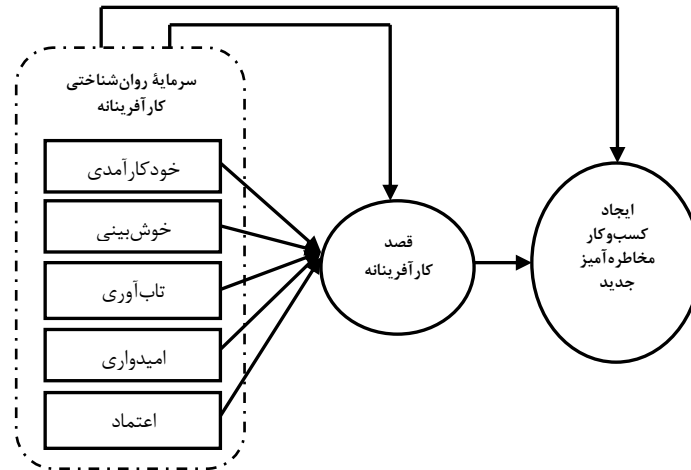
فرضیه ۱۶. امیدواری از طریق قصد کارآفرینانه بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مثبت می‌گذارد.

فرضیه ۱۷. تاب‌آوری از طریق قصد کارآفرینانه بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مثبت می‌گذارد.

فرضیه ۱۸. اعتماد از طریق قصد کارآفرینانه بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مثبت می‌گذارد.

مدل مفهومی پژوهش

با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش، مدل مفهومی پژوهش در قالب شکل ۱ ترسیم می‌شود.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش بر اساس هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش بنیان‌گذاران و هم‌بنیان‌گذاران ۱۰۸ کسب‌وکار در صنعت تجهیزات پزشکی و تعداد آن‌ها معادل ۴۳۳ نفر بود. در ارتباط با جامعه آماری این پژوهش باید اشاره کرد از میان ۱۴۱۲ کسب‌وکار مورد بررسی در صنعت تجهیزات پزشکی بر اساس ویژگی‌های کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید - همچون ۱. دارای عمر ۸ سال و کمتر (رسیدن به پایداری)؛ ۲. راه‌اندازی یک سازمان یا کسب‌وکار مستقل به طور فیزیکی؛ ۳. تولید محصول؛ ۴. در حال مبادله با بازار - فقط ۱۰۸ کسب‌وکار واجد شرایط شناخته شدند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران برای حجم جامعه محدود معادل ۲۰۴ نفر (از ۵۱ کسب‌وکار) و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای بود.

برای طراحی الگوی مفهومی پژوهش و تدوین پرسشنامه روش کتابخانه‌ای و برای بررسی روایی ابزار پژوهش روایی محتوا و روایی سازه به کار گرفته شد. روایی محتوای آن بخش از ابزار پژوهش که استاندارد بود از طریق نظر خبرگان تأیید شد. به منظور بررسی روایی محتوای بخشی از ابزار پژوهش، که محقق ساخته بود، روش دلفی با اتخاذ نظر ۵ متخصص به کار گرفته شد. در این زمینه، ابتدا شاخص درجه توافق کلی (IRA) برای مناسبت و شفافیت پرسشنامه

محقق ساخته ایجاد کسب و کار مخاطره آمیز جدید محاسبه شد که برای هر دو ۹۰ درصد به دست آمد. سپس سایر شاخص ها محاسبه شد که مناسبت کل ابزار (S-CVI) ۹۸ درصد، شفافیت کل ابزار ۹۸ درصد، و جامعیت ابزار نیز ۱۰۰ درصد به دست آمد. در زمینه پرسشنامه محقق ساخته اعتماد نیز شاخص درجه توافق کلی برای مناسبت و شفافیت و دیگر شاخص های روایی محتوا ۱۰۰ درصد به دست آمد. در ضمن، جهت تأیید روایی سازه از تحلیل عاملی تأییدی با کاربرد نرم افزار لیزرل بهره گرفته شد که نتایج مطلوب آن در شکل ۲ (بار عاملی مربوط به عناصر مدل بالای ۰/۵ و همه مقادیر T بالای ۱/۹۶ است)، جدول ۲ (روایی همگرا)، و جدول ۴ (شاخص های برازش مطلوب اند) نمایان است. برای پایایی ابزار اندازه گیری نیز از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شد.

در جدول ۲، منابعی که برای طراحی پرسشنامه پژوهش به کار گرفته شده همراه بررسی ابزار پرسشنامه از لحاظ روایی همگرا و ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی آمده است.

جدول ۲. منابع استخراج گویه های پرسشنامه و بررسی پایایی و روایی همگرای آن

منبع	ابعاد متغیر	تعداد گویه ها	منابع استخراج	AVE	ضریب آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
سرمایه	خودکارآمدی	۳	Dimov 2010	۰/۶۳	۰/۸۲	۰/۸۴
روان شناختی	خوش بینی	۳	Hack et al 2016	۰/۶۲	۰/۸۱	۰/۸۳
کارآفرینانه	تاب آوری	۳	Sebora 2011	۰/۷۲	۰/۸۱	۰/۸۸
	امیدواری	۳	Rego et al 2012	۰/۵۳	۰/۷۴	۰/۷۷
	اعتماد	۳	محقق ساخته	۰/۵۲	۰/۷۷	۰/۷۹
قصد	-	۵	Wu 2009; Tsai et al 2016	۰/۵۷	۰/۸۳	۰/۸۶
کارآفرینانه						
ایجاد کسب و کار						
مخاطره آمیز جدید						
		۱۰	محقق ساخته	۰/۶۲	۰/۷۸	۰/۹۶

همان‌طور که در جدول ۲ مشخص است، مقادیر روایی همگرا به روش میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) برای همه سازه‌ها بالای ۰/۵ است که مطلوب بودن روایی همگرای پرسشنامه را نشان می‌دهد. همچنین ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای همه متغیرها بالاتر از ۰/۷ بود که مقادیر مناسبی است.

یافته‌های تحقیق

برای بررسی وجود همبستگی میان متغیرهای مطرح‌شده در تحقیق، با توجه به نوع مقیاس متغیرها، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج نشان داد میان همه متغیرهای تحقیق همبستگی وجود دارد. همچنین، برای بررسی نرمال بودن داده‌ها آزمون کولموگروف - اسمیرنوف اجرا شد که با توجه به اینکه سطح معناداری برای همه متغیرها بالاتر از ۰/۰۵ بود نرمال بودن توزیع داده‌ها تأیید و از مدل‌یابی معادلات ساختاری برای سنجش روابط میان متغیرها استفاده شد.

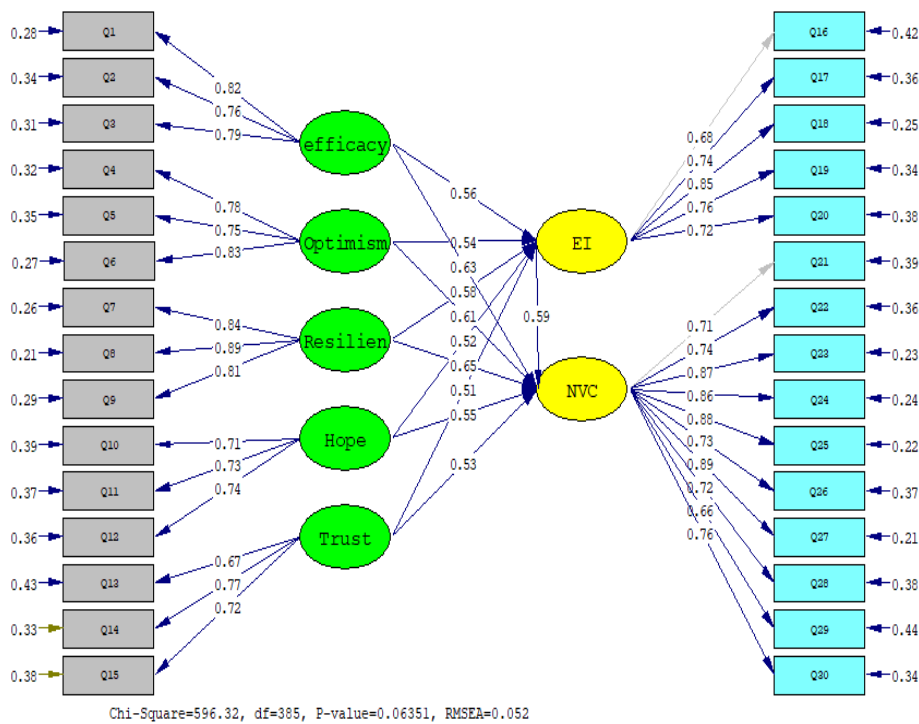
مدل‌یابی معادلات ساختاری

در این بخش برای ارزیابی مدل اندازه‌گیری از تحلیل عاملی تأییدی و برای ارزیابی مدل ساختاری از تحلیل مسیر استفاده شد. گفتنی است قبل از تحلیل عاملی تأییدی، شاخص KMO محاسبه و آزمون بارتلت انجام شد و همان‌طور که در جدول ۳ دیده می‌شود شاخص KMO مقدار قابل قبولی (بزرگ‌تر از ۰/۶) دارد و با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون بارتلت کوچک‌تر از ۰/۰۵ به دست آمد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار (مدل عاملی) مناسب است.

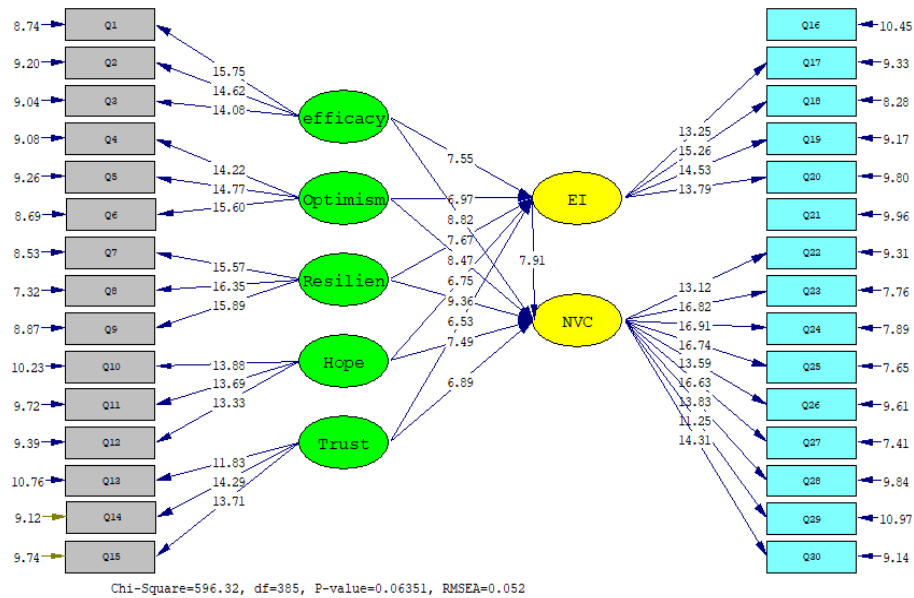
جدول ۳. نتایج شاخص KMO و آزمون بارتلت

عوامل	شاخص KMO	آزمون بارتلت
خودکارآمدی	۰/۷۲	۰/۰۰۰
خوش‌بینی	۰/۷۳	۰/۰۰۰
تاب‌آوری	۰/۷۲	۰/۰۰۰
امیدواری	۰/۷۱	۰/۰۰۰
اعتماد	۰/۷۳	۰/۰۰۰
قصد کارآفرینانه	۰/۷۵	۰/۰۰۰
ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز کارآفرینانه	۰/۸۶	۰/۰۰۰

نتایج آزمون مدل در شکل ۲ و ۳ نمایان است. در تبیین این اشکال، گفتنی است بارهای عاملی اهمیت رابطه میان متغیر آشکار و پنهان را نشان می‌دهند. به عبارت دیگر حاکی از آن‌اند که متغیرهای آشکار به طرز مناسبی متغیر پنهان را سنجیده‌اند. طبق نظر آماردانان، بارهای عاملی زیر ۰٫۳ ضعیف و بالای ۰٫۵ بسیار مطلوب‌اند و نشان می‌دهند متغیر پنهان آن‌طور که باید سنجیده شده است. همچنین مقدار آماره T (در سطح اطمینان ۹۵ درصد) اگر بزرگ‌تر از ۱٫۹۶ یا کوچک‌تر از -۱٫۹۶ باشد معناداری آن را نشان می‌دهد (Lomax & Schumacker 2004). در رابطه با همه شاخص‌ها (مطابق با شکل ۲ و ۳) مشخص است که همه بارهای عاملی و مقادیر T از مقدار بسیار مطلوبی برخوردارند. نتایج برازش مدل نیز نشان داد شاخص‌های برازش مدل مفهومی تحقیق مقادیر قابل قبولی دارند. به عبارت دیگر مدل مفهومی تحقیق به میزان مطلوبی برازش یافته است (جدول ۴).



شکل ۲. مدل مفهومی پژوهش در حالت تخمین استاندارد



شکل ۳. مدل مفهومی پژوهش در حالت معناداری

جدول ۴. برازش مدل مفهومی پژوهش

نام شاخص	مقدار قابل قبول برای برازش مطلوب مدل	مقدار به دست آمده برای مدل مفهومی پژوهش	نتیجه
کای اسکوئری که از لحاظ آماری غیر معنادار است.	کای اسکوئری که از لحاظ آماری غیر معنادار است.	کای اسکوئری که از لحاظ آماری غیر معنادار است.	کای اسکوئری که از لحاظ آماری غیر معنادار است.
Chi - Square (χ^2)	کای اسکوئری که از لحاظ آماری غیر معنادار است.	کای اسکوئری که از لحاظ آماری غیر معنادار است.	کای اسکوئری که از لحاظ آماری غیر معنادار است.
نسبت χ^2/df	زیر ۳ باشد	۱/۵	برازندگی مطلوب
RMSEA	کوچک‌تر از ۰/۱	۰/۰۵۲	برازندگی قابل قبول و مطلوب مدل
GFI	بزرگ‌تر از ۰/۹	۰/۹۸	برازندگی مطلوب
AGFI	بزرگتر از ۰/۹	۰/۹۶	برازندگی مطلوب
NFI	بین ۰/۹ تا ۰/۹۵ قابل قبول و بالاتر از ۰/۹۵ عالی است.	۰/۹۷	قابل قبول و عالی است
TLI	بین ۰/۹ تا ۰/۹۵ قابل قبول و بالاتر از ۰/۹۵ عالی است.	۰/۹۶	قابل قبول و عالی است
CFI	بزرگ‌تر از ۰/۹	۰/۹۷	برازندگی مطلوب
IFI	بزرگ‌تر از ۰/۹	۰/۹۷	برازندگی مطلوب
SRMR	کم‌تر از ۰/۰۵	۰/۰۳	قابل قبول (بیانگر خطای اندک مدل و برازش قابل قبول آن)

نتایج اجمالی فرضیه‌ها با توجه به مدل مفهومی پژوهش در حالت معناداری

در آزمون فرضیه‌ها، همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، از یک طرف ضریب مسیر بین متغیرها نشان‌دهنده رابطه مثبت است و از طرف دیگر، با توجه به اینکه مقدار آماره T بیشتر از ۱٫۹۶ است، همه فرضیه‌ها تأیید می‌شود.

جدول ۵. ضرایب مسیر و مقادیر T برای روابط میان متغیرها

فرضیه	جهت مسیر	ضریب مسیر	آماره T	نتیجه آزمون
۱	سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه - کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید	۰/۶۹	۱۲/۷۹	تأیید
۲	خودکارآمدی - کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید	۰/۶۳	۸/۸۲	تأیید
۳	خوش‌بینی - کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید	۰/۶۱	۸/۴۷	تأیید
۴	تاب‌آوری - کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید	۰/۶۵	۹/۳۶	تأیید
۵	امیدواری - کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید	۰/۵۵	۷/۴۹	تأیید
۶	اعتماد - کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید	۰/۵۳	۶/۸۹	تأیید
۷	خودکارآمدی - قصد کارآفرینانه	۰/۵۶	۷/۵۵	تأیید
۸	خوش‌بینی - قصد کارآفرینانه	۰/۵۴	۶/۹۷	تأیید
۹	تاب‌آوری - قصد کارآفرینانه	۰/۵۸	۷/۶۷	تأیید
۱۰	امیدواری - قصد کارآفرینانه	۰/۵۲	۶/۷۵	تأیید
۱۱	اعتماد - قصد کارآفرینانه	۰/۵۱	۶/۵۳	تأیید
۱۲	قصد کارآفرینانه - کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید	۰/۵۹	۷/۹۱	تأیید

گفتنی است، علاوه بر تحلیلی که لیزرل برای مسیرها یا فرضیه‌های ۲ تا ۱۱ انجام داده است، سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه به منزله یک کل نیز با نرم‌افزار لیزرل جداگانه تحلیل شد (مثلاً مسیر یا فرضیه ۱) و مشخص شد به ترتیب با ضرایب معناداری ۹٫۸۴ و ۱۲٫۷۹ تأثیر معناداری بر قصد کارآفرینانه و ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید می‌گذارد. این ضریب معناداری در مقایسه با ضریب معناداری تک‌تک عناصر سرمایه روان‌شناختی گویای آن بود که اثر سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه در مجموع از تک‌تک عناصر آن (در حالت مجزا) بیشتر است. به علاوه، مقدار R^2 برای متغیرهای درون‌زای مدل، یعنی قصد کارآفرینانه و ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید، به ترتیب برابر ۰٫۵۷۶۶ و ۰٫۷۵۷۳ به دست آمد. جهت

تفسیر R^2 به‌دست‌آمده، از الگوی چین (۱۹۹۸) استفاده شد. طبق این الگو ضریب تعیین زیر ۱۹ درصد ضعیف، ۱۹ درصد تا ۳۳ درصد متوسط، ۳۳ درصد تا ۶۷ درصد قوی، و بالای ۶۷ درصد خیلی قوی است. طبق الگوی یادشده، می‌توان این‌گونه تفسیر کرد که متغیر برون‌زای سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه تأثیر مثبت قوی و معنادار و بر ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مثبت خیلی قوی و معنادار دارد.

روابط میانجی مدل نیز با استفاده از آزمون بوت استراپ در برنامه Macro پریچر و هیز (۲۰۰۸) بررسی شد. نتایج در جدول ۶ می‌آید. فاصله‌های اطمینان (۰٫۹۵) برای مندرجات جدول ۶ حاکی از آن است که برای همه مسیرها حد پایین و حد بالا صفر را در بر نمی‌گیرد. بنابراین، نقش متغیرهای میانجی تأیید می‌شود.

جدول ۶. نتایج آزمون بوت استراپ برای مسیرهای غیرمستقیم مدل پژوهش

مسیرها (فرضیه‌ها)	داده	بوت	اریب	خطای معیار	فاصله اطمینان	
					حد پایین	حد بالا
۱۳. سرمایه روان‌شناختی - ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید از طریق قصد کارآفرینانه	۰/۶۳۱۵	۰/۶۳۴۸	۰/۰۰۳۳	۰/۰۴۵۷	۰/۳۶۶۱	۰/۱۸۹۲
۱۴. خودکارآمدی - کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید از طریق قصد کارآفرینانه	۰/۱۱۶۰	۰/۱۱۶۶	۰/۰۰۰۶	۰/۰۴۹۵	۰/۰۲۱۹	۰/۲۶۵۶
۱۵. خوش‌بینی - کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید از طریق قصد کارآفرینانه	۰/۳۹۶۵	۰/۳۹۸۲	۰/۰۰۱۷	۰/۰۴۵۴	۰/۲۳۳۰	۰/۶۵۵۴
۱۶. تاب‌آوری - کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید از طریق قصد کارآفرینانه	۰/۰۶۲۴	۰/۰۶۲۹	۰/۰۰۰۵	۰/۰۳۲۲	۰/۰۴۰۸	۰/۲۰۷۸
۱۷. امیدواری - کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید از طریق قصد کارآفرینانه	۰/۲۶۸۷	۰/۲۷۰۲	۰/۰۰۱۵	۰/۰۲۳۷	۰/۰۷۱۰	۰/۵۷۸۴
۱۸. اعتماد - کسب‌وکار جدید از طریق قصد کارآفرینانه	۰/۱۷۶۹	۰/۱۷۶۲	-۰/۰۰۰۷	۰/۰۴۰۷	۰/۰۵۶۵	۰/۳۳۶۸

بحث و نتیجه

این پژوهش، با توجه به غفلت از نقش ویژگی‌های حالت‌مانند کارآفرینانه (که در ترکیب با یک‌دیگر سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه را به منزله یک کل شکل می‌بخشند) در ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید و نادیده گرفتن بعد بسط‌دهنده سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه از یک طرف و شکاف میان قصد کارآفرینانه و ایجاد چنین کسب‌وکارهایی از طرف دیگر، به دنبال بررسی تأثیر سرمایه روان‌شناختی و قصد کارآفرینانه بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید بود.

در این پژوهش، با تبیین دیدگاه محققانی همچون بالوکا و همکارانش (۲۰۱۶)، چانگ و همکارانش (۲۰۱۶)، یانگ و دانس (۲۰۱۵)، مینگ و زوجوانگ (۲۰۱۳)، استورم (۲۰۱۲)، جیمز و گودمانسون (۲۰۱۱)، و سبورا (۲۰۱۱) الگویی برای اندازه‌گیری اثر مستقیم و غیرمستقیم سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه بر کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید با میانجی‌گری قصد کارآفرینانه ارائه و آزمون شد. بر اساس نتایج این پژوهش، تأثیر مجزای متغیرهای خودکارآمدی، خوش‌بینی، تاب‌آوری، امیدواری، و اعتماد و همچنین تأثیر ترکیبی آن‌ها تحت عنوان متغیر سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه در ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید و نقش میانجی قصد کارآفرینانه تأیید شد.

یافته‌های مطالعات یوربان (۲۰۱۲)، ترولیان (۲۰۱۱)، و کیکول و دیتینو (۲۰۰۵) نشان داد خودکارآمدی کارآفرینانه بر ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مثبت دارد. همچنین نتایج مطالعات یانگ و دانس (۲۰۱۵) که به بررسی تاب‌آوری و لیانگ و همکارانش (۲۰۱۱) که به بررسی خوش‌بینی در این زمینه پرداختند حاکی از آن است که تاب‌آوری و خوش‌بینی بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مثبت دارد. نتایج یافته‌های این پژوهش در متغیرهای مشابه با یافته‌های مطالعات فوق هم‌خوانی دارد؛ ضمن اینکه در سه مورد متمایز است: ۱. به بررسی مجزای متغیرهای امیدواری و اعتماد نیز که در مطالعات فوق نادیده گرفته شده پرداخته است که نتایج مثبت آن‌ها بر ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید را نشان می‌دهد؛ ۲. نه تنها حالات روان‌شناختی فوق را به

طور مجزا بررسی کرده، به همه حالات روان‌شناختی‌ای که در ترکیب با یک‌دیگر سازه سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه را به منزله یک کل شکل می‌بخشد پرداخته است؛ ۳. به نقش میانجی قصد کارآفرینانه در ارتباط میان حالات روان‌شناختی و ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید پرداخته است.

نتایج مطالعات سبورا (۲۰۱۱) و کونتراس (۲۰۱۷) نشان داد سرمایه روان‌شناختی بر قصد کارآفرینانه تأثیر مثبت دارد. یافته‌های این پژوهش نیز در متغیرهای مشابه، یعنی خودکارآمدی و خوش‌بینی و تاب‌آوری و امید، با یافته‌های مطالعات فوق هم‌خوانی دارد؛ ضمن اینکه در این پژوهش برخلاف مطالعات یادشده به سازه سرمایه روان‌شناختی چهاربعدی مرسوم اکتفا نشده و به بعد پنجم سرمایه روان‌شناختی بسط‌یافته، یعنی اعتماد، نیز پرداخته شده است. البته نتایج بررسی محققان این پژوهش حاکی از آن است که صرفاً بالوکا و همکارانش (۲۰۱۶) به بررسی نقش بعد اعتماد سرمایه روان‌شناختی پرداخته‌اند که نتایج این پژوهش با یافته آن‌ها در این زمینه هم‌خوانی دارد. به‌علاوه، در این پژوهش برخلاف مطالعات یادشده به بررسی شکاف قصد کارآفرینانه و ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید پرداخته شد. به عبارت دیگر مشخص شد که قصد کارآفرینی به فعالیت‌های لازم جهت ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید می‌انجامد. به‌رغم اهمیت پر کردن شکاف قصد - ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز، پژوهش‌های بسیار محدودی همچون مطالعه استورم (۲۰۱۲) به بررسی این ارتباط پرداخته‌اند که نتایج یافته‌های این پژوهش، همچون یافته‌های وی، حاکی از آن است که قصد کارآفرینانه تأثیر مثبتی بر ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید می‌گذارد.

پیشنهادها

بر اساس نتایج پژوهش، پیشنهادهایی مطرح می‌شود:

با توجه به اینکه در پژوهش حاضر تأثیر مثبت ابعاد سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه بر ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید تأیید شد و همچنین به ترتیب تاب‌آوری، خودکارآمدی، خوش‌بینی، امیدواری، و اعتماد بیشترین تأثیر مستقیم را در این زمینه

داشته‌اند، می‌توان گفت افراد متمایل به اتخاذ حرفه کارآفرینانه باید ظرفیت تاب‌آوری خود را از طریق روش‌هایی همچون اتخاذ فرایندهای شناختی برای طرح‌ریزی موانع کسب‌وکار از لحاظ تأثیر و چگونگی تحمل و کنترل آن و پرورش مهارت حل مسئله و پرورش مهارت‌های اجتماعی افزایش دهند. این روش‌ها موجب می‌شود ظرفیت بازگشت آن‌ها از مشکلات و موانع و شروع مجدد و حرکت رو به جلو افزایش یابد. به‌علاوه چنین افرادی باید حس خودکارآمدی بالایی داشته باشند که رسیدن به آن از طریق کسب تجربه با تلاش مستمر و مدل‌سازی اجتماعی (یافتن افراد شبیه خود که با تلاش مستمر در ایجاد کسب‌وکار موفق شده‌اند باور افراد به قابلیت‌هایشان جهت راه‌اندازی کسب‌وکار را افزایش می‌دهد) امکان‌پذیر است. یکی دیگر از حالات حائز اهمیت برای افرادی که به دنبال ایجاد کسب‌وکار هستند خوش‌بینی است که رسیدن به آن از طریق راه‌کارهایی همچون تغییر دادن زاویه دید و زبان و دیدگاه‌ها، موقتی و کوچک دیدن مشکلات فضای کسب‌وکار، و میل به اتخاذ تصمیمات ناگهانی قابل تحقق است. در واقع، این افراد باید امید زیادی به آینده کسب‌وکارشان داشته باشند که این امیدواری به کمک روش‌هایی چون تعیین اهداف کسب‌وکار خلق‌کننده ارزش و سپس طراحی مسیرهای چندگانه برای تحقق اهداف مذکور یا پیش‌بینی رویدادهای نامطلوب و موانع بالقوه کسب‌وکار و سپس طراحی راه‌حل‌های اصلی و حتی مسیرهای جایگزین (در صورت به ثمر نرسیدن راه‌حل اصلی) حاصل می‌شود. در نهایت، اعتماد این افراد به دیگران موجب دریافت حمایت‌های اطلاعاتی و مادی و عاطفی می‌شود و در واقع با اکتساب طیف گسترده‌ای از منابع آن‌ها را در ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید توانمند می‌سازد.

با توجه به اینکه تأثیر ابعاد سرمایه روان‌شناختی بر قصد کارآفرینانه تأیید شد، می‌توان گفت در جهت ایجاد قصد کارآفرینانه در افراد ابعاد سرمایه روان‌شناختی آن‌ها باید از طریق آموزش و روش‌های یادشده توسعه یابد. در واقع، به منظور زمینه‌سازی برای ایجاد حالتی ذهنی در افراد به گونه‌ای که آن‌ها را به سوی شکل‌دهی کسب‌وکار مخاطره‌آمیز هدایت کند (قصد کارآفرینانه)، سرمایه روان‌شناختی نقش حائز اهمیت دارد. مثلاً افراد

واجد سرمایه روان‌شناختی، به‌ویژه عنصر خوش‌بینی، توانایی دیدن فرصت‌ها را در هر موقعیتی دارند و می‌توانند بر این فرصت‌ها از طریق تعیین اهدافی والا سرمایه‌گذاری کنند. این افراد به منظور تحقق اهدافشان به حس خودکارآمدی نیز نیاز دارند. به این معنا که آن‌ها نیاز دارند قابلیت‌ها و مهارت‌هایشان را به منظور طراحی چگونگی تبدیل ایده و فرصت تشخیص‌داده‌شده به محصول یا خدمت باور داشته باشند. همچنین آن‌ها به اعتماد به دیگران، به منظور اطمینان از کسب منابع ضروری برای اقدام کارآفرینانه، نیاز دارند. به‌علاوه از آنجا که افراد در حال تفکر درباره مسیرهای کارآفرینانه ممکن است مشکلات و چالش‌هایی را در ذهن تصور کنند به حس امیدواری نیاز دارند تا خود را قانع کنند که می‌توانند روش‌هایی جایگزین در صورت مواجهه با موانع محیط کسب‌وکار ارائه دهند. در نهایت آن‌ها به ایجاد ظرفیت تاب‌آوری در خود نیاز دارند تا در صورتی که برای اولین بار در زمینه تحقق اهداف کسب‌وکار موفق نشوند، دوباره در این مسیر گام بردارند تا بتوانند با گذر سریع از مشکلات و غلبه بر مسائل مختلف به موفقیت برسند. بنابراین، توسعه همه ابعاد یادشده در جهت ایجاد قصد کارآفرینانه در افراد تأثیرگذار است.

در نهایت، با توجه به اینکه قصد کارآفرینانه افراد بر ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مثبت می‌گذارد، می‌توان گفت افراد مشتاق به کارآفرینی باید به توسعه پیشایندهای قصد کارآفرینانه، به‌ویژه ابعاد سرمایه روان‌شناختی، در درون خود پردازند. زیرا افرادی که قصد کارآفرینانه بالایی داشته باشند به احتمال بیشتری شروع یک کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید را به مثابه یک انتخاب حرفه‌ای عملی و مطلوب درک می‌کنند. در واقع، قصد کارآفرینانه افراد سبب می‌شود عزم آن‌ها برای گذار از مراحل مختلف ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید - همچون شکل‌گیری ایده، تشخیص فرصت، برنامه‌ریزی، آماده‌سازی قبل از شروع و راه‌اندازی کسب‌وکار - قوی‌تر شود.

منابع

1. 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*, 36 (2), pp. 430-452.
2. Baluku, M. M., Kikooma, J. F., & Kibanja, G. M. (2016). Psychological capital and the startup capital-entrepreneurial success relationship. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 28 (1), pp. 27-54.
3. Bullough, A., Renko, M., & Myatt, T. (2014). Danger zone entrepreneurs: The importance of resilience and self-efficacy for entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38 (3), pp. 473-499.
4. Butt, M., Jamil, N., & Nawaz, R. (2015). The Mediating Role of Risk Perception among Cognitive Biases towards Decision to Start a New Venture. *Arabian Journal of Business and Management Review*.
5. Carsrud, A. & Brännback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: what do we still need to know? *Journal of Small Business Management*, 49 (1), pp. 9-26.
6. Çavuş, M. F. & Gökçen, A. (2015). Psychological capital: Definition, components and effects. *British Journal of Education, Society and Behavioural Science*, 5 (3), pp. 244-255.
7. Chang, H. C., Tsaia, K. H., & Penga, C. Y. Entrepreneurial Psychological Capital and Intentions: A Multiple Mediation Model. *Ceived Benefits of the International Club Member-Take the District of 300G2 Lions Club s International as the Proof Objects*, p. 137
8. Choo, S. & Wong, M. (2006). Entrepreneurial intention: triggers and barriers to new venture creations in Singapore. *Singapore management review*, 28 (2), pp. 47-64.
9. Contreras, F., de Dreu, I., & Espinosa, J. C. (2017). Examining the Relationship between Psychological Capital and Entrepreneurial Intention: An Exploratory Study. *Asian Social Science*, 13 (3), p. 80.
10. Danes, S. M., Matzek, A. E., & Werbel, J. D. (2010). Spousal context during the venture creation process. In *Entrepreneurship and Family Business* (pp. 113-161).
11. De Carolis, D. M., Litzky, B. E., & Eddleston, K. A. (2009). Why networks enhance the progress of new venture creation: The influence of social capital and cognition. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(2), 527-545
12. Dimov, D. (2010). Nascent entrepreneurs and venture emergence: Opportunity confidence, human capital, and early planning. *Journal of Management Studies*, 47 (6), pp. 1123-1153.
13. Hack, A., von Bieberstein, F., & Kraiczy, N. D. (2016). Reference point formation and new venture creation. *Small Business Economics*, 46 (3), pp. 447-465.
14. Hmieleski, K. M. (2009). Entrepreneur improvisational behavior and new venture performance: A social cognitive perspective. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 29(5), 1
15. Hockerts, K., Mair, J., & Robinson, J. (Eds.). (2010). *Values and opportunities in*

- social entrepreneurship*. Springer.
16. James, N. & Gudmundsson, A. (2011). Entrepreneur optimism and the new venture creation process. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 7 (2), pp. 52-71.
 17. Jensen, S. M. (2012). Psychological Capital: Key to understanding entrepreneurial stress. *Economics & Business Journal: Inquiries & Perspectives*, 4 (1), pp. 44-55.
 18. Kannadhasan, M., Aramvalarthan, S., & Kumar, B. P. (2014). Relationship among cognitive biases, risk perceptions and individual's decision to start a venture. *Decision*, 41(1), 87-98.
 19. Kickul, J. & D'Intino, R. S. (2005). Measure for measure: modeling entrepreneurial self-efficacy onto instrumental tasks within the new venture creation process. *New England Journal of Entrepreneurship*, 8 (2), pp. 39-47.
 20. Köllinger, P., Minniti, M., & Schade, C. (2005). *Entrepreneurial overconfidence: Evidence from a CART approach* (No. 465). DIW Discussion Papers
 21. Liang, C. L. K. & Dunn, P. (2011). Satisfaction or business savvy -Examining the outcome of new venture creation with respect to entrepreneurial characteristics, expectation, optimism, realism, and pessimism. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 17 (2).
 22. Lomax, R. G. & Schumacker, R. E. (2004). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Psychology press.
 23. Lukito, C. P. (2018). Hubungan hope, self-efficacy, resilience, Dan optimism dengan entrepreneurial intention mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra. *Agora*, 6 (2).
 24. Luthans, B. C., Luthans, K. W., & Jensen, S. M. (2012). The impact of business school students' psychological capital on academic performance. *Journal of Education for Business*, 87 (5), pp. 253-259.
 25. Ming, Z. & Zuguang, H. (2013). The entrepreneurial psychological capital and the study of entrepreneurship. In *Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering (ICIII), 2013 6th International Conference on* (Vol. 2, pp. 135-137). IEEE.
 26. Morrow, R. (2006). Hope, entrepreneurship and foresight. *Regional frontiers of entrepreneurship research*: Swinburne University, pp. 606-618.
 27. Naktiyok, A., Karabey, C. N., & Gulluce, A. C. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: the Turkish case. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6 (4), pp. 419-435.
 28. Ozaralli, N. & Rivenburgh, N. K. (2016). Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the USA and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6 (1), p. 3.
 29. Page, L. F. & Donohue, R. (2004). Positive psychological capital: A preliminary exploration of the construct. *Department of management*, pp. 1-10.
 30. Pease, Peter and Cunningham, James (2016) Entrepreneurial Psychological Capital: A Different Way of Understanding Entrepreneurial Capacity. In: *British*

- Academy of Management Conference.*
31. Prabhu, V. P., McGuire, S. J., Drost, E. A., & Kwong, K. K. (2012). Proactive personality and entrepreneurial intent: Is entrepreneurial self-efficacy a mediator or moderator? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 18 (5), pp. 559-586.
 32. Rego, A., Sousa, F., Marques, C., & Cunha, M. P. E. (2012). Retail employees' self-efficacy and hope predicting their positive affect and creativity. *European journal of work and organizational psychology*, 21 (6), pp. 923-945.
 33. Robinson, A. T., & Marino, L. D. (2013). Overconfidence and risk perceptions: do they really matter for venture creation decisions? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(1), 149-168
 34. Sebor, T. C. & Tantiukoskula, S. (2011). Psychological Capital and the Entrepreneurial Intention of College Students. *Book: International Developments in Management Research, Editors: G. Papanikos*, pp. 199-220.
 35. Schlaegel, C. & Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38 (2), pp. 291-332.
 36. Storm, G. (2012). *Intention, economic opportunity and their impact on venture creation* (Doctoral dissertation, University of Missouri-Kansas City).
 37. Trevelyan, R. (2011). Self-efficacy and effort in new venture development. *Journal of Management & Organization*, 17 (1), pp. 2-16.
 38. Tsai, K. H., Chang, H. C., & Peng, C. Y. (2016). Extending the link between entrepreneurial self-efficacy and intention: a moderated mediation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12 (2), pp. 445-463.
 39. Urban, B. (2012). Tracking the venture creation phases in terms of entrepreneurial self-efficacy: Links to competitiveness of South African ventures. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 15 (4), pp. 352-366.
 40. Valli, S., Niittykangas, H., & Haapanen, M. (2009). Positive psychological capital and growth aspirations of entrepreneurs. *Frontiers of entrepreneurship research*, 29 (4), p. 5.
 41. Vazquez, J. L., Naghiu, A., Gutierrez, P., Lanero, A., & Garcia, M. P. (2009). Entrepreneurial potential in the University: intentions and attitudes towards new venture creation. *Bulletin UASVM*, 66 (2), pp. 507-512.
 42. Wu, J. (2009). *Entrepreneurial orientation, entrepreneurial intent and new venture creation: Test of a framework in a Chinese context* (Doctoral dissertation, Virginia Tech).
 43. Yang, Y. & Danes, S. M. (2015). Resiliency and resilience process of entrepreneurs in new venture creation. *Entrepreneurship Research Journal*, 5 (1), pp. 1-30.
 44. Zahra, S. A., Yavuz, R. I., & Ucbasaran, D. (2006). How much do you trust me? The dark side of relational trust in new business creation in established companies. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(4), 541-559.