



A Meta-Analysis of the Factors Affecting Organizational Entrepreneurship in Iran

Hossein Norouzi^{1✉} | Hamed Khamehchi² | Farzaneh Azmayesh Fard³

1. Corresponding Author, Department of Business Management, Faculty of Management, Kharazmi University, Tehran, Iran. Email: norouzi@khu.ac.ir
2. Department of Human Resources Management, Faculty of Management, Kharazmi University, Tehran, Iran. E-mail: khamehchi@ut.ac.ir
3. Department of Business Management, Faculty of Management, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: farzaneh.azmayesh@ut.ac.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:
Research Article

Article history:
Received:
12. 07. 2024
Revised:
19. 10. 2024
Accepted:
03. 11. 2024

Keywords:
Organizational
Entrepreneurship,
Meta- Analysis,
Intellectual capital,
Transformational
leadership.

Introduction: The modern world has become highly competitive due to the spread of technologies and tools, as well as easier access to them. In rapidly changing and developing environments, knowledge is considered an important source of value creation that can lead to the development and maintenance of competitive advantage. Competitive advantage creates a unique organizational situation, enabling companies to utilize their capacities and resources, thereby differentiating themselves from competitors. For survival, organizations must acquire the necessary abilities and adapt to change. One of the critical resources for transforming and ensuring the survival of an organization, as well as achieving its goals and mission, is innovation and entrepreneurship. These factors provide the basis for competitive advantage and distinguish the organization from its competitors, aiding its survival in the current dynamic environment. The purpose of this study was to identify the antecedents of organizational entrepreneurship using a meta-analysis approach.

Methodology: This research was applied in purpose, descriptive in application, and quantitative in data type. The research population consisted of articles published in scientific journals in the field of organizational entrepreneurship in Iran from 2011 to 2024. Among them, 55 articles were included in the meta-analysis process, selected through a non-random purposive sampling method. The selected studies were analyzed using CMA2 software (Comprehensive Meta-Analysis Software). The reliability of identification was ensured through the agreement of referees in selecting and categorizing the research, the reliability of coding was ensured through agreement among reviewers on the use of specific concepts for coding variables, and the reliability of the significance level and effect size was ensured through agreement between two meta-analysts in measuring effect size.

Findings: The findings showed that, among the antecedents of organizational entrepreneurship, intellectual capital (0.886), knowledge absorption capacity (0.802), organizational agility (0.753), organizational intelligence (0.743), spiritual leadership (0.737), servant leadership (0.682), creative atmosphere (0.632), organizational health (0.622), quality of work life (0.608), cultural adaptability (0.587), organizational structure (0.554), marketing capability (0.516), and social capital (0.508) had high impact sizes (above 0.5).

Conclusion/ Implications: The variables of intellectual capital, knowledge absorption capacity, organizational agility, organizational intelligence, spiritual leadership, servant leadership, creative atmosphere, organizational health, quality of work life, cultural adaptability, organizational structure, marketing capability, and social capital are the most significant elements of organizational entrepreneurship. This meta-analysis can help make planning to promote organizational entrepreneurship more precise and operational. Instead of planning for a wide range of antecedents, efforts can focus on the variables with the greatest importance.

Cite this article:

Norouzi, H., Khamechi, H., & Azmayesh Fard, F. (2025). A Meta-Analysis of the Factors Affecting Organizational Entrepreneurship in Iran. *Journal of Entrepreneurship Research*, 3(4), 93-116.

DOI: <https://doi.org/10.22034/jer.2024.2035329.1155>



© The Author(s).

Publisher: Ilam University Press.

فرا تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در ایران

حسین نوروزی^۱ | حامد خامه‌چی^۲ | فرزانه آزمایش‌فرد^۳

۱. نویسنده مسئول، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. رایانامه: norouzi@khu.ac.ir

۲. گروه مدیریت منابع انسانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. رایانامه: khamehchi@ut.ac.ir

۳. گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: farzaneh.azmayesh@ut.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

مقدمه: دنیای امروزی به دلیل گسترده شدن فناوری‌ها و ابزارها و دسترسی راحت‌تر به آن‌ها، به شدت رقابتی شده است. در محیط‌هایی که به شدت در حال تغییر و تحول هستند، دانش یکی از منابع مهم خلق ارزش محسوب می‌شود که می‌تواند منجر به توسعه و تداوم مزیت رقابتی شود. مزیت رقابتی به واسطه استفاده شرکت‌ها از ظرفیت‌ها و منابع‌شان سبب موقعیت سازمانی منحصر به فردی می‌شود که می‌تواند منجر به تمایز آن‌ها از رقبای خود شود. سازمان‌ها برای ماندن در این عرصه باید توانایی‌های لازم را کسب کرده و تحولاتی را به وجود آورند. یکی از منابع مهم برای ایجاد تحول و بقای سازمان و رسیدن به اهداف و رسالت‌های سازمانی، نوآوری و کارآفرینی است که خود زمینه را برای مزیت رقابتی و متمایز شدن سازمان از رقبای خود فراهم می‌آورد. این امر سبب بقای سازمان در محیط‌های متغیر کنونی می‌شود. هدف این پژوهش شناسایی پیشایندهای کارآفرینی سازمانی با استفاده از رویکرد فراتحلیل بود.

نوع مقاله:

مقاله علمی - پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۴/۲۲

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۰۷/۲۸

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۰۸/۱۳

کلیدواژه‌ها:

کارآفرینی سازمانی، فراتحلیل، سرمایه فکری، رهبری تحول‌گرا.

روش‌شناسی: پژوهش حاضر از نظر هدف، توصیفی و از نظر نوع استفاده، کاربردی و از نظر نوع رویکرد، کمی بود. جامعه مورد بررسی پژوهش، شامل مقالات چاپ شده در زمینه کارآفرینی سازمانی در کلیه مجلات علمی - پژوهشی داخل کشور از سال ۱۳۹۰ تا سال ۱۴۰۳ بود که ۵۵ مورد با استفاده از روش نمونه‌گیری غیرتصادفی هدفمند به‌عنوان نمونه وارد فرایند فراتحلیل شدند. پژوهش‌های منتخب با استفاده از نرم‌افزار CMA2 (نرم‌افزار جامع فراتحلیل) مورد تحلیل قرار گرفتند. پایایی پژوهش شامل پایایی شناسایی از طریق توافق داوران در انتخاب پژوهش‌ها و طبقه‌بندی آن‌ها، پایایی کدگذاری از طریق توافق داوران درباره استفاده از مفاهیم خاص برای کدگذاری متغیرها و پایایی سطح معنی‌داری و اندازه اثر از طریق توافق در محاسبات اندازه اثر بین دو فراتحلیل‌گر به دست آمد.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان دادند که از بین عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی، به ترتیب متغیرهای ظرفیت سرمایه فکری (۰/۸۸۶)، جذب دانش (۰/۸۰۲)، چابکی سازمانی (۰/۷۵۳)، هوش سازمانی (۰/۷۴۳)، رهبری معنوی (۰/۷۳۷)، رهبری خدمت‌گزار (۰/۶۸۲)، جو خلاقیت (۰/۶۳۲)، سلامت سازمانی (۰/۶۲۲)، کیفیت زندگی کاری (۰/۶۰۸)، فرهنگ انطباق‌پذیری (۰/۵۸۷)، ساختار سازمانی (۰/۵۵۴)، قابلیت بازاریابی (۰/۵۱۶) و سرمایه اجتماعی (۰/۵۰۸) دارای اندازه اثر زیاد (بالای ۰/۵) بودند.

نتیجه‌گیری / دستاوردها: متغیرهای ظرفیت سرمایه فکری، جذب دانش، چابکی سازمانی، هوش سازمانی، رهبری معنوی، رهبری خدمت‌گزار، جو خلاقیت، سلامت سازمانی، کیفیت زندگی، فرهنگ انطباق‌پذیری، ساختار سازمانی، قابلیت بازاریابی و سرمایه اجتماعی به ترتیب از مهم‌ترین پیشایندهای کارآفرینی سازمانی هستند. انجام این فراتحلیل می‌تواند برنامه‌ریزی برای ارتقای کارآفرینی سازمانی در کشور را دقیق‌تر و عملیاتی‌تر نماید؛ به گونه‌ای که به جای برنامه‌ریزی برای طیف وسیعی از پیشایندها، بر متغیرهایی تمرکز دارد که دارای اهمیت بیشتری هستند.

نوروزی، حسین، خامه‌چی، حامد. و آزمایش‌فرد، فرزانه. (۱۴۰۳). فراتحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در ایران. *مجله پژوهش‌های*

کارآفرینی، ۳ (۴)، ۹۳-۱۱۶.

استناد:

DOI: <https://doi.org/10.22034/jer.2024.2035329.1155>

ناشر: انتشارات دانشگاه ایلام

© نویسندگان.



مقدمه

چالش‌های رقابتی جهانی، نیاز مبرم به روش‌ها و رویکردهای مدیریتی نوآورانه و جدید را طلب می‌کند. کسب‌وکارها برای پاسخ به این چالش‌ها از روش‌های منحصربه‌فرد و متفاوتی استفاده می‌کنند. از طرفی، تغییرات و چالش‌های خارجی موجب پدیداری تغییرات داخلی خواهد شد. شرکت‌ها به این واقعیت پی برده‌اند که روش جامع و جهانی برای رویارویی با چالش‌های رقابتی وجود ندارد. چالش‌های محیطی، روش‌های مدیریتی نوآورانه که نیازمند قابلیت‌های سازمانی هستند را برای سازمان‌ها و شرکت‌ها ضروری ساخته است (Trestle, 2016)؛ بنابراین، شرکت‌ها ملزم به ایجاد جایگزین‌هایی برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار هستند. این الزامات شامل تحول و بازسازی سازمان‌ها و رهبران اجرایی آن‌ها است. مزیت رقابتی متکی به سازگاری، انعطاف پذیری، سرعت، جسارت و نوآوری است (Colabi & Khajeheian, 2018). از جمله مولفه‌های مهم جهت تدوین راهبردهای یک شرکت، نوآوری است که علاوه بر آن منبعی برای مزیت رقابتی در بازارهای بین‌المللی نیز به‌شمار می‌رود (Norouzi et al., 2024). در محیط‌هایی که به‌شدت در حال تغییر و تحول هستند، دانش یکی از منابع مهم خلق ارزش محسوب می‌شود که می‌تواند منجر به توسعه و تداوم مزیت رقابتی شود (Norouzi et al., 2024). همچنین نوروزی و همکاران (Norouzi et al., 2022) بیان می‌دارند که مزیت رقابتی به‌واسطه استفاده شرکت‌ها از ظرفیت‌ها و منابع‌شان سبب موقعیت سازمانی منحصربه‌فردی شده که می‌تواند منجر به تمایز آن‌ها از رقبای خود شود (Nosratpanah et al., 2024).

کارآفرینی سازمانی می‌تواند به‌عنوان یک روش برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار توصیف شود. کارآفرینی، فرآیند کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها برای آینده است (Khajeheian, 2017). سازمان‌هایی که به‌طور کارآفرینانه اقدام می‌کنند، بهتر می‌توانند فعالیت‌های خود را در محیط‌های رقابتی پویا تنظیم کنند (Oladimeji et al., 2019). در نتیجه، اثرات مثبتی روی عملکرد سازمان دارند (Mustafa, 2015). امروزه کارآفرینی سازمانی نقش مهمی در توسعه اقتصادی کشورها ایفا می‌کند (Farang & Gharloghi, 2024). در پس نوآوری محصولاتی که وارد بازار می‌شوند، سازمان‌های کارآفرین نقش داشته که از ریسک‌پذیری بسیار زیادی برخوردارند (Inanloo et al., 2024). همچنین سازمان‌ها باید با تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه ناشی از تغییرات محیطی نه‌تنها بقاء، بلکه رشد خود را نیز تنظیم کنند (Ferreira et al., 2015). با توجه به پیچیدگی مسئله کارآفرینی سازمانی، انجام تحقیقی جامع و با روش فراتحلیل جهت شناخت بیشتر مطالعات گذشته و پاسخ به پرسش‌هایی که مطالعات اولیه قادر به پاسخ‌گویی به آن نیستند و همچنین دقت بالای این رویکرد و ارزیابی دقیق‌تر تفاوت یافته‌ها در مطالعات مختلف امری ضروری است. این امر سبب می‌شود که تحقیقات مختلف کارآفرینی سازمانی به‌صورت نظام‌مند موردبررسی قرار گرفته تا بتوان برآوردی تقریباً واحد از آن‌ها استخراج نمود (Izanloo & Habibi, 2011). یافته‌های بسیار متنوعی درباره عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی وجود دارد؛ چنانکه برخی تحقیقات، پیشایندهایی همچون مدیریت دانش همکاران (Razavi et al., 2017; Biglari et al., 2017) و یادگیری (Aghajani et al., 2015; Shariat Nejad et al., 2015) را بررسی کرده‌اند و برخی دیگر به متغیرهایی نظیر سرمایه اجتماعی (Taherizade et al., 2018) و رهبری تحول‌گرا (Mohammadzadeh et al., 2016) و رهبری تحول‌گرا (Shami & Mohamadi, 2015; khalife soltani et al., 2017) اشاره کرده‌اند.

بر اساس این نتایج متنوع، انجام مطالعه‌ای با رویکرد فراتحلیل و ترکیب کمی نتایج مختلف به شناخت منسجم‌تر و منظم‌تر پیشایندهای کارآفرینی سازمانی کمک خواهد کرد. فراتحلیل، برنامه‌ریزی برای ارتقای کارآفرینی سازمانی را دقیق‌تر و عملیاتی‌تر می‌نماید؛ زیرا به‌جای برنامه‌ریزی برای طیف وسیعی از پیشایندها، بر متغیرهایی تمرکز دارد که دارای اهمیت بیشتری هستند. در واقع، هدف از این پژوهش جمع‌بندی مطالعات صورت گرفته در این زمینه و اولویت‌بندی نقش مولفه‌های مؤثر بر کارآفرینی سازمانی است تا در نهایت، گامی مهم و اثربخش در جهت شناخت بهتر عوامل و مولفه‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی برداشته شود. طبیعتاً شناخت مؤلفه‌های تأثیرگذار می‌تواند به مدیران سازمان‌ها و بنگاه‌های کوچک کمک کند تا با درک اهمیت

کارآفرینی و ایجاد بسترهای لازم، جامعه را هرچه سریع‌تر در مسیر توسعه حرکت داده و مهارت‌های کارآفرینی را در نیروی انسانی خود ارتقا دهد. اهمیت انجام این پژوهش می‌تواند تصویر روشنی از عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی خصوصاً در ایران ارائه دهد و راهنمایی است که سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان سازمانی را قادر می‌سازد تا با جلوگیری از هدر رفت منابع (مالی، انسانی، زمانی و غیره)، قابلیت‌های مدیریتی و کارآفرینی منابع انسانی خود را ارتقا دهند. از طرفی پژوهش‌های فراتحلیل، سبب انسجام بخشی مطالعات پژوهشی و یکپارچه‌سازی تحقیقات انفرادی و پراکنده می‌شود که این امر به نوبه خود می‌تواند بینش بهتری را نسبت به این مسئله ایجاد کرده و به مطالعات محققان در آینده جهت دهد. علی‌رغم اهمیت موضوع کارآفرینی در جهان، این مسئله در ایران به صورت پراکنده مورد بررسی قرار گرفته است. بررسی مطالعات گذشته نشان می‌دهد که پژوهش‌های گسترده‌ای در زمینه کارآفرینی و شناخت پیشایندهای آن صورت گرفته، اما استفاده از رویکرد فراتحلیل در بررسی این مولفه مهم خصوصاً در پژوهش‌های داخلی و باتوجه به اهمیت استفاده از نتایج آن در مطالعات علوم اجتماعی و در بخش مدیریتی سازمان‌ها به ندرت صورت گرفته است. باتوجه به مطالب فوق و اهمیت این بررسی، پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که «عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در پژوهش‌های انجام شده در داخل کشور کدامند و اولویت آن‌ها چگونه است؟»

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

امروزه باتوجه به تحولات گسترده و چالش‌های فزاینده‌ای که وجود دارد، تنها سازمان‌هایی می‌توانند به بقای خود ادامه دهند که تطابق و سازگاری با تغییرات، رقابت‌پذیری و کارآفرینی سازمانی را در دستور کار خود قرار دهند و نقشی فعال و تأثیرگذار داشته باشند (samimi., 2023). کارآفرینی سازمانی، فرایندی است که در آن تولیدات و فرآیندها از طریق ایجاد فرهنگ کارآفرینی درون یک سازمان جهت داده می‌شود. نتیجه این نوع کارآفرینی معمولاً ایجاد یک واحد سازمانی جدید در داخل سازمان، طراحی و عرضه خدمات جدید و ایجاد ارزش‌های نوین برای سازمان است (Oladimeji et al., 2019). کوین و لامپکین (Covin & Lumpkin, 2011) کارآفرینی سازمانی را رفتار کارآفرینانه در شرکت‌ها، سرمایه‌گذاری‌ها و سازمان‌های درحال فعالیت می‌دانند که خود مهم‌ترین عامل موفقیت در هر سازمان مدرنی محسوب می‌شود (Abdorrahimi et al., 2024). زارع مهرجردی و همکاران (Zaree Mahrjerdi et al., 2010) معتقدند که کارآفرینی سازمانی سبب احیا و پویایی عملکرد سازمانی، خلاقیت و نوآوری در طراحی و ساخت محصول شده و در نهایت می‌تواند کارایی و اثربخشی سازمان را ارتقا دهد (Zahed et al., 2023). در واقع، کارآفرینی سازمانی سبب شناسایی فرصت‌های جدید می‌شود و همچنین می‌تواند با ادغام منابع جدید، شایستگی‌های سازمان را به سطح بالاتری برساند. به همین دلیل امروزه سازمان‌ها به کارآفرینی سازمانی به علت نقش مهمی که در تثبیت موقعیت رقابتی آن‌ها دارد، توجه خاصی نموده‌اند (Zokhi Kohi et al., 2024). به عقیده مکتبی و باباخانیان (Maktabi & Babakhanian, 2015) کارآفرینی سازمانی شرایطی را فراهم می‌آورد که فرآیند اجرای کارآفرینی تسریع و اثربخشی آن افزایش می‌یابد (Pazhouhan et al., 2024). پاپوسکا و یون (Popowska, 2020; Yun et al., 2020:8) معتقدند که کارآفرینی سازمانی از جمله روش‌های مدیریت کسب‌وکار جدید است (Zolfaghari & Ashayeri, 2024). آغازگران کارآفرینی سازمانی، افراد یا تیم‌های کارآفرینی هستند که نیازها یا فرصت‌های برآورده نشده را شناسایی می‌کنند و برای بهره‌برداری از این فرصت‌ها اقدام به سرمایه‌گذاری‌های می‌کنند (Waldman et al., 2024). به بیان آمو و کلورد (Amo & Kolvereid, 2005) در کارآفرینی سازمانی این مدیران هستند که سبب خلق نوآوری می‌شوند (Karimi & Gholami, 2023). به بیان یداللهی‌فارس و میرعربرضی (Yadollahi Farsi & Mirarab Razi, 2009) امروزه کارآفرینی سازمانی به یک ضرورت تبدیل شده است و این امر ناشی از عدم تطابق و واکنش نامناسب سازمان‌ها به تغییرات سریع، پیچیده و نامطمئن محیطی است (Rezazadeh, 2023). موریس و همکاران (Morris et al., 2011) معتقدند که کارآفرینی سازمانی زمینه را برای پرورش رفتارهای کارآفرینانه در سازمان فراهم می‌آورد (Fath Abadi et al., 2024).

بامطالعه سیر تکامل دیدگاه‌های مختلف می‌توان دو نوع استراتژی اصلی را در این رابطه نام برد: (ا) استراتژی فرد کارآفرین در

سازمان یا کارآفرینی درون‌سازمانی؛ ۲) استراتژی ایجاد کارآفرینی سازمانی. در استراتژی نوع اول، تأکید بر کارآفرینی فرد یا گروهی است که نهایتاً منجر به تکمیل و اجرای یک تفکر خلاق در درون سازمان می‌شود. درحالی‌که در استراتژی نوع دوم، محور اصلی خود سازمان است و به عبارتی، تغییراتی در ساختار، فرهنگ و رفتار سازمانی ایجاد می‌گردد. درنهایت، یک بینش و فهم مشترک در بین مدیران و کارکنان مبتنی بر خلق تفکر جدید، نگاه جدید، ترکیب جدید و محصول یا خدمت جدید را گسترش می‌دهد (Ghasemiyeh et al., 2020).

کارآفرینی سازمانی از دیدگاه‌های گوناگون موردتوجه محققان قرار گرفته و تعاریف مختلفی از آن ارائه شده است. به بیان شریف (Cherif, 2022) کارآفرینی سازمانی مجموعه‌ای از فعالیت‌های کارآفرینانه است که سازمان به منظور ایجاد نوآوری در محصول و یک نوع واکنش فعالانه به نیروهای محیطی آن را در دستور کار خود قرار می‌دهد (Pazhouhan et al., 2024). همچنین کوراتکو و همکاران (Kuratko et al., 2014) نیز کارآفرینی سازمانی را فرایندی مهم از نوآوری می‌دانند (Enginoglu & Arikan, 2016). برنز (Burns, 2011) کارآفرینی سازمانی را نوعی رفتار کارآفرینانه در سازمان‌ها و شرکت‌ها می‌داند که هدف آن دستیابی به مزیت رقابتی در تمامی سطوح از جمله شرکت، بخش، واحد تجاری، عملکردهای تجاری و غیره است. سازمان‌های کارآفرین از طریق نهادینه‌سازی کارآفرینی در درون خود، موجبات اجرایی شدن ابعاد کارآفرینی سازمانی را فراهم می‌آورند. کارآفرینی سازمانی انقلابی در درون سازمان است که برای تغییر و نوسازی از درون سیستم مبارزه می‌کند و فرایندی جهت احیای بهبود عملکرد سازمان است؛ مزایای کارآفرینی سازمانی، در واقع شامل نوآوری در طراحی محصول و خدمات، نوآوری در فرآیندهای سازمان، بهبود عملکرد سازمان، کارایی و اثربخشی است (Teimouri et al., 2017). کارآفرینی سازمانی به‌عنوان یک عنصر مهم در توسعه اقتصاد و ایجاد ثروت نقش دارد. کارآفرینی سازمانی شکل قابل‌توجهی از نوآوری سازمانی می‌باشد و فرایندی است که تلاش‌های شرکت را برای نوآوری مداوم و مؤثر، به‌هنگام رقابت در بازارهای جهانی تسهیل می‌کند. شرکت‌هایی که کارآفرینی سازمانی را نمایش می‌دهند، معمولاً به‌عنوان واحدهای پویا، انعطاف‌پذیر و آماده برای کسب مزیت رقابتی و فرصت‌های جدید کسب‌وکار شناخته می‌شوند (Kuratko et al., 2014). باتوجه‌به مطالعات کوراتکو و همکاران (Kuratko et al., 2014) ابعاد کارآفرینی سازمانی نیز شامل: ۱- حمایت مدیریت؛ تسهیل و ترویج رفتارها و فعالیت‌های کارآفرینی، ایجاد شرایط حمایتی، تأمین منابع موردنیاز؛ ۲- تأمین منابع موردنیاز؛ ۳- پاداش و تقویت؛ ادراک فرد نسبت به دریافت پاداش برای موفقیت و فعالیت‌های کارآفرینی؛ ۴- زمان دسترسی؛ آزادی در تصمیم‌گیری، تفویض اختیار و مسئولیت به مدیران و کارکنان سطوح پایین‌تر می‌باشند و نتایج دارد؛ و ۵- اختیار شغلی؛ آزادی در تصمیم‌گیری، تفویض اختیار و مسئولیت به مدیران و کارکنان سطوح پایین‌تر می‌باشند (جدول شماره ۱).

جدول ۱. ابعاد کارآفرینی سازمانی

۱	حمایت مدیریت	تسهیل و ترویج رفتارها و فعالیت‌های کارآفرینی، ایجاد شرایط حمایتی، تأمین منابع موردنیاز
۲	مرزهای سازمانی	درک انعطاف‌پذیری سازمان توسط کارکنان و مرزهایی که تحریک‌کننده و تشویق‌کننده رفتارهای نوآورانه
۳	پاداش و تقویت	ادراک فرد نسبت به دریافت پاداش برای موفقیت و فعالیت‌های کارآفرینی
۴	زمان دسترسی	ادراک فرد از اینکه سازمان به‌اندازه کافی زمان برای کسب ایده‌های جدید و نتایج دارد
۵	اختیار شغلی	آزادی در تصمیم‌گیری، تفویض اختیار و مسئولیت به مدیران و کارکنان سطوح پایین‌تر

منبع: (Khalife Soltani et al., 2017)

¹ Management Support

² Organizational Boundaries

³ Reward & Reinforcement

⁴ Time Availability

⁵ Work Discretion

جدول ۲. برخی از پیشایندهای کارآفرینی سازمانی

ردیف	پیشایندهای کارآفرینی سازمانی	منابع
۱	فرهنگ سازمانی	اسچپرز و همکاران (Scheepers et al., 2008) چنگ و همکاران (Zheng et al., 2012) الوانی و همکاران (Alvani et al., 2013) پانویک و دیما (Paunovic & Dima, 2014) یلدیز (Yildiz, 2014) شوهانی و همکاران (Shohani et al., 2014) بیگلری و همکاران (Biglari et al., 2017) نیگاما و جواهر (Nigama & Jawaher, 2011) دو و ادومند (Doh & Zolnik, 2011)
۲	سرمایه اجتماعی	پیران نژاد و همکاران (Pirannejad et al., 2015) صمدی و همکاران (Samadi et al., 2016) منتظری و همکاران (Montezeri et al., 2016) طاهری زاده و همکاران (Taherizade et al., 2018) همن و همکاران (Hemmen et al., 2013)
۳	رهبری تحول گرا	شائمی و محمد (Shaemi & Mohamadi, 2015) حسنی و همکاران (Hassani et al., 2016) خلیفه سلطان و همکاران (khalife soltani et al., 2017) لی و همکاران (Lee et al, 2014)
۴	سلامت سازمانی	اکبری و همکاران (Akbari et al, 2013) نصر اصفهانی و همکاران (Nasr Esfahani et al., 2016) رازی و همکاران (Razi et al., 2015) پانویک و دیما (Paunovic & Dima, 2014) لیو و دنگ (Liu & Deng, 2015) ها و همکاران (Ha et al., 2016)
۵	مدیریت دانش	جیاو و همکاران (Jiao et al., 2014) صفری و همکاران (Safari et al., 2016) محمدی و همکاران (Mohammadi et al., 2017) بیگلری و همکاران (Biglari et al., 2017) رضوی و همکاران (Razavi et al., 2017) ژو و همکاران (Zhu et al., 2012)
۶	توانمندسازی روان شناختی کارکنان	آولیو و همکاران (Avolio et al., 2004) خلیفه سلطان و همکاران (khalife soltani et al., 2017) رضوی و همکاران (Razavi et al., 2017)

بررسی مطالعات پیشین در حوزه کارآفرینی سازمانی نشان داد که متغیرهای فرهنگ سازمانی (Scheepers et al., 2008)؛ Shohani et al., 2014 ؛ Alvani et al., 2013 ؛ Zheng et al., 2012 ؛ Yildiz, 2014 ؛ Paunovic & Dima, 2014 ؛ Biglari et al., 2017) ، سرمایه اجتماعی (Nigama & Jawaher, 2011)؛ Doh & Zolnik, 2011؛ Pirannejad et al. ، 2015؛ Taherizade et al. ، 2018 ؛ Montezeri et al. ، 2016 ؛ Samadi et al. ، 2016؛ Hemmen et al. ، 2013)؛ Shaemi & Mohamadi, 2015 ؛ khalife soltani et al. ، 2017) ، سلامت سازمانی (Liu & Deng, 2015؛ Paunovic & Dima, 2014)؛ Akbari et al, 2013 ؛ Lee et al, 2014) ، مدیریت دانش (Safari et al. ، 2016 ؛ Jiao et al. ، 2014 ؛ Ha et al. ، 2016 ؛ Razi et al. ، 2015؛ Nasr Esfahani et al. ، 2016)؛ Razavi et al. ، 2017)

Zhu (2012)؛ Avolio et al., 2004؛ Razavi et al., 2017؛ Biglari et al., 2017؛ Razavi et al., 2017) و توانمندسازی روان‌شناختی کارکنان (Zhu et al., 2012)؛ Avolio et al., 2004؛ Razavi et al., 2017؛ khalife soltani et al., 2017) به‌عنوان برخی از پیشایندهای کارآفرینی سازمانی مطرح شده‌اند (جدول شماره ۲).

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف توصیفی و از نظر نوع استفاده کاربردی است و به‌دلیل به‌کارگیری روش فراتحلیل در زمره پژوهش‌های کمی قرار می‌گیرد. فراتحلیل، یک روش آماری کمی جهت ترکیب نتایج مجموعه‌ای از پژوهش‌های مستقل می‌باشد. پژوهش‌هایی که همه درباره یک موضوع خاص هستند و تفاوت آن با دیگر انواع پژوهش در این است که جامعه آماری آن شامل پژوهش‌های قبلی است. فراتحلیل زمانی به کار می‌رود که مطالعات مورد بررسی، کمی باشند (Piggot, 2012). اصل اساسی در فراتحلیل، محاسبه اندازه اثر برای تحقیقات مجزا است. اندازه اثر عبارت است از نسبت آزمون معنی‌داری به حجم مطالعه. اندازه اثر نشان‌دهنده میزان یا درجه حضور یک پدیده در جامعه است و هرچه اندازه اثر بزرگ‌تر باشد، درجه حضور پدیده هم بیشتر است. با در دست داشتن آماره‌هایی مانند t ، X^2 و F می‌توان شاخص اندازه اثر مربوط به آن‌ها (r) را برآورد کرد. برای شاخص r اندازه اثرهای کمتر از $0/3$ ، $0/5-0/3$ و بیشتر از $0/5$ ، به ترتیب کم، متوسط و زیاد فرض می‌شود (Ghorbanzadeh, 2012). جامعه موردبررسی پژوهش، شامل مقالات چاپ‌شده در زمینه کارآفرینی سازمانی در کلیه مجلات علمی - پژوهشی داخل کشور از سال ۱۳۹۰ تا سال ۱۴۰۳ بود و از لحاظ روایی و پایایی ابزار اندازه‌گیری و روش نمونه‌گیری شرایط لازم را داشته‌اند. پایایی تحقیق شامل پایایی شناسایی از طریق توافق داوران در انتخاب پژوهش‌ها و طبقه‌بندی آن‌ها، پایایی کدگذاری از طریق توافق داوران درباره استفاده از مفاهیم خاص برای کدگذاری متغیرها و پایایی سطح معنی‌داری و اندازه اثر از طریق توافق در محاسبات اندازه اثر بین دو فراتحلیل‌گر به دست آمد. روش نمونه‌گیری غیراحتمالی هدفمند (قضاوتی) است و معیار قضاوت برای حجم نمونه کفایت نظری است. در این پژوهش، مطالعاتی به‌عنوان نمونه انتخاب شدند که معیارهای ورودی را داشتند. معیارهای ورودی این پژوهش عبارتند از: ۱- پژوهش‌هایی که عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی را بررسی کرده باشند؛ و ۲- پژوهش‌هایی که اطلاعات لازم برای محاسبه اندازه اثر را ارائه کرده باشند. در پایان حجم نمونه وارد شده به فراتحلیل ۵۵ مورد مطالعه که برابر ۷۲ واحد فراتحلیل است، مشخص شد. جدول ۳، نحوه انتخاب تحقیقات برای انجام فراتحلیل را نشان می‌دهد.

جدول ۳. نحوه انتخاب مقالات پژوهش

مقالات حائز شرایط	معیار خروج از مطالعه	تعداد مقالات	معیارهای ورود به فراتحلیل	پایگاه اطلاعاتی
۵۵	خارج از بازه زمانی پژوهش، پژوهش کیفی، عدم دسترسی به متن مقالات، عدم تأیید ارتباط میان متغیرها و آماره‌های نامربوط	۲۵۸	عنوان مقاله، چکیده و واژگان کلیدی	بانک اطلاعات نشریات کشور، پایگاه مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی و پایگاه مجلات تخصصی نور

پژوهش‌های منتخب با استفاده از نرم‌افزار CMA2 (نرم‌افزار جامع فراتحلیل) موردتحلیل قرار گرفتند. همچنین برای سنجش سوگیری انتشار از روش نمودار کیفی، برای ارزیابی و تعدیل سوگیری انتشار از روش اصلاح و برازش دوال و تئیدی، برای تعیین تعداد مطالعات گمشده از روش N ایمن از خطا و برای بررسی ناهمگونی مطالعات از آزمون کوکرام استفاده شده است. جدول ۴، اطلاعات کلی پژوهش‌های انتخاب شده را نشان می‌دهد.

جدول ۴. اطلاعات کلی پژوهش‌های مورد بررسی

مطالعه	عنوان پژوهش	محل نشر	آماره	حجم نمونه
رضایی و همکاران (۱۳۹۰)	رابطه ابعاد مختلف عدالت سازمانی با کارآفرینی سازمانی	بهره‌وری مدیریت	R	۲۶۹ نفر
فروهر و همکاران (۱۳۹۰)	شناختی و کارآفرینی تبیین رابطه سرمایه روان سازمانی	فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی	R	۱۶۵ نفر
کریمیان و همکاران (۱۳۹۱)	تأثیر اقدامات مدیریت راهبردی بر کارآفرینی سازمانی	توسعه کارآفرینی	R	۱۲۶ نفر
احمدی و همکاران (۱۳۹۱)	های منابع انسانی و کارآفرینی سازمانی زیرسامانه	پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی	R	۳۱۷ نفر
کلاته و تندنویس (۱۳۹۱)	رابطه فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی	پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی	R	۱۰۲ نفر
نوروژی و همکاران (۱۳۹۱)	های هوش هیجانی با بررسی ارتباط قابلیت کارآفرینی سازمانی	مدیریت نوآوری	R	۱۲۶ نفر
اعظمی و موسوی (۱۳۹۱)	عوامل مؤثر بر سطح کارآفرینی	تعاون و کشاورزی	R	۹۳ نفر
رضایی و حسینی (۱۳۹۲)	طراحی مدل معادلات ساختاری توسعه کارآفرینی سازمانی	توسعه کارآفرینی	T	۱۸۵ نفر
بایاشاهی و همکاران (۱۳۹۲)	تأثیر راهبردهای مدیریت منابع انسانی نوآورانه بر کارآفرینی سازمان: تبیین نقش جو نوآوری	توسعه کارآفرینی	T	۲۲۷ نفر
اکبری و همکاران (۱۳۹۲)	بررسی رابطه سلامت سازمانی با کارآفرینی سازمانی	مدیریت دولتی	R	۲۳۰ نفر
عاطفه دوست و همکاران (۱۳۹۲)	بررسی تأثیر بازاریابی داخلی بر عملکرد سازمان با در نظر گرفتن متغیرهای میانجی تعهد سازمانی و کارآفرینی سازمانی	مدیریت بازرگانی	T	۳۷۲ نفر
حسین پور و آهوپای (۱۳۹۲)	تأثیر سبک رهبری خدمتگزار و سرمایه فکری بر کارآفرینی سازمانی	مطالعات مدیریت بهبود و تحول	R	۱۰۸ نفر
عباسی و همکاران (۱۳۹۲)	پذیری منابع انسانی بر بررسی تأثیر انعطاف کارآفرینی سازمانی: تبیین نقش میانجی فرهنگ پذیری انطباقی	مدیریت فرهنگ سازمانی	R	۱۸۰ نفر
فیض و همکاران (۱۳۹۲)	های بازاریابی بر کارآفرینی سازمانی شرکت‌قابلیت های کوچک و متوسط	پژوهش‌نامه مدیریت اجرایی	T	۱۲۰ نفر
الوانی و همکاران (۱۳۹۲)	شناسایی و اولویت‌بندی عوامل سازمانی مؤثر بر اجرایی کردن ابعاد کارآفرینی سازمانی با تبیین نقش سازی کارآفرینی نهادینه	مطالعات مدیریت بهبود و تحول	T	۲۵۰ نفر
احمدی و همکاران (۱۳۹۲)	بررسی رابطه سرمایه روان‌شناسی و کارآفرینی سازمانی	فصلنامه دانش انتظامی	R	۳۸۳ نفر
حجازی و همکاران (۱۳۹۲)	نقش ادراک کیفیت زندگی کاری در کارآفرینی سازمانی	ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی	R	۱۳۲ نفر
پورکیانی و همکاران (۱۳۹۲)	بررسی رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی	بهداشت و توسعه	R	۲۸۵ نفر
کاکاپور و خنیفر (۱۳۹۳)	رابطه بین مهارت اجتماعی کارآفرینان و کارآفرینی سازمانی	توسعه کارآفرینی	T	۲۴۰ نفر
سیفی و همکاران (۱۳۹۳)	ارتباط بین ساختار کارآفرینانه و کارآفرینی سازمانی	پژوهش‌نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی	R	۱۹۴ نفر
زمانی و همکاران (۱۳۹۳)	رابطه رضایت شغلی کارکنان، کارآفرینی سازمانی و رشد سازمانی	مدیریت فرهنگ سازمانی	R	۳۹۲ نفر

مطالعه	عنوان پژوهش	محل نشر	آماره	حجم نمونه
صفری و همکاران (۱۳۹۳)	بررسی رابطه میان مدیریت دانش، کارآفرینی و عملکرد	مطالعات مدیریت گردشگری	T	۱۹۶ نفر
ابراهیم‌پور و همکاران (۱۳۹۳)	تحلیل نقش رهبری خدمتگزار در کارآفرینی سازمانی	پژوهش‌های مدیریت عمومی	R	۱۶۹ نفر
شائمی و محمدی (۱۳۹۳)	بررسی تأثیر رهبری تحول‌گرا بر بهره‌وری نیروی انسانی با نقش میانجی کارآفرینی سازمانی	پژوهش‌نامه مدیریت تحول	T	۱۴۰ نفر
شریعت‌نژاد و همکاران (۱۳۹۴)	تأثیر راهبردهای نوآوری بر توسعه کارآفرینی های یادگیری سازمان‌سازمانی با میانجی قابلیت	توسعه کارآفرینی	T	۱۴۰ نفر
مرزبان و همکاران (۱۳۹۴)	تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی سازمانی	توسعه کارآفرینی	T	۲۶۸ نفر
مصباحی و همکاران (۱۳۹۴)	تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی و رفتار شهروندی سازمانی (بررسی نقش تعدیل‌گری هوش هیجانی کارکنان)	مدیریت سرمایه اجتماعی	T	۱۸۴ نفر
آقاجانی و همکاران (۱۳۹۴)	های بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی و ویژگی سازمان یادگیرنده	مدیریت بهره‌وری	R	۲۲۴ نفر
رازی و همکاران (۱۳۹۴)	رابطه معنویت در کار و سلامت سازمانی با کارآفرینی سازمانی	اخلاق در علوم و فناوری	R	۲۳۰ نفر
فردوسی و همکاران (۱۳۹۴)	طراحی الگوی کارآفرینی سازمانی مبتنی بر مؤلفه‌های سیستم‌سازمانی	پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزش	T	۲۰۳ نفر
فرزانه و طاهری (۱۳۹۴)	بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی	مطالعات توسعه اجتماعی فرهنگی	T	۲۵۰ نفر
هادوی و همکاران (۱۳۹۴)	مدل ارتباطی هوش سازمانی و ابعاد آن با کارآفرینی سازمانی	پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی	R	۲۷۳ نفر
زارعی و همکاران (۱۳۹۴)	تأثیر بازار محوری بر عملکرد مالی با تأکید بر نقش کارآفرینی سازمانی	چشم‌انداز مدیریت بازرگانی	T	۱۲۱ نفر
اسماعیلی و همکاران (۱۳۹۴)	گرایش به کارآفرینی سازمانی در صنعت بیمه: با تأکید بر نقش سرمایه اجتماعی و فرهنگ‌سازمانی	پژوهش‌نامه بیمه	T	۹۶ نفر
پیران نژاد و همکاران (۱۳۹۴)	بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی	مدیریت دولتی	R	۲۰۴ نفر
نجفی (۱۳۹۴)	نقش خلاقیت سازمانی بر کارآفرینی سازمانی	طلوع بهداشت	R	۳۴۷ نفر
محمدزاده و همکاران (۱۳۹۴)	بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با توسعه کارآفرینی سازمانی	برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی	R	۳۷۲ نفر
شوهانی و همکاران (۱۳۹۴)	رابطه بین فرهنگ‌سازمانی و کارآفرینی سازمانی	مدیریت منابع انسانی در ورزش	R	۹۰ نفر
فرزی و همکاران (۱۳۹۴)	رابطه چابکی با کارآفرینی سازمانی	مطالعات مدیریت ورزشی	R	۱۸۰ نفر
نصر اصفهانی و همکاران (۱۳۹۴)	تأثیر سلامت سازمانی بر کارآفرینی سازمانی (نقش میانجی: جو خلاقیت)	مدیریت نوآوری	R	۱۶۲ نفر
نصر اصفهانی و همکاران (۱۳۹۵)	بررسی تأثیر ظرفیت جذب دانش بر کارآفرینی سازمانی	توسعه کارآفرینی	T	۱۴۴ نفر
حسنی و همکاران (۱۳۹۵)	گرا و هویت‌سازمانی با رابطه رهبری تحول کارآفرینی سازمانی	توسعه کارآفرینی	R	۲۴۸ نفر
خیراندیش و جمشیدی (۱۳۹۵)	تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی با گری انگیزش شغلی میانجی	مدیریت سرمایه اجتماعی	T	۲۱۰ نفر
صمدی و همکاران (۱۳۹۵)	تأثیر سرمایه اجتماعی بر توسعه فرایند کارآفرینی	مدیریت سرمایه اجتماعی	T	۱۵۰ نفر

مطالعه	عنوان پژوهش	محل نشر	آماره	حجم نمونه
	سازمانی			
منتظری و همکاران (۱۳۹۵)	تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی	مدیریت سرمایه اجتماعی	T	۲۵۱ نفر
تیموری و همکاران (۱۳۹۶)	رابطه هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی	مطالعات مدیریت بهبود و تحول	T	۲۱۴ نفر
سپه‌وند و مغویی نژاد (۱۳۹۶)	تأثیر مدیریت منابع انسانی عملکرد بالا بر کارآفرینی سازمانی با نقش واسطه‌ای رفتار شهروندی سازمانی	مطالعات مدیریت بهبود و تحول	T	۱۰۸ نفر
محمدی و همکاران (۱۳۹۶)	برازش رگرسیونی مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی	مطالعات مدیریت ورزشی	R	۱۶۳ نفر
رضوی و همکاران (۱۳۹۶)	مدل ارتباطی نقش مدیریت دانش بر میزان کارآفرینی سازمانی و توانمندسازی کارکنان	مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش	T	۱۰۵ نفر
خلیفه سلطان و همکاران (۱۳۹۶)	تأثیر رهبری تحول‌گرا بر توانمندسازی روان‌شناختی کارکنان برای توسعه قابلیت‌ها و فعالیت‌های کارآفرینی در سازمان	مطالعات رفتار سازمانی	T	۲۵۴ نفر
بیگلری و همکاران (۱۳۹۶)	بررسی ارتباط فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش با کارآفرینی سازمانی	مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش	R	۱۸۱ نفر
طاهری‌زاده و همکاران (۱۳۹۷)	رابطه سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی و عملکرد سازمانی	مدیریت سلامت	T	۲۴۸ نفر
قلعه‌ای و همکاران (۱۳۹۸)	بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی عوامل فردی و شغلی	رهیافتی نو در مدیریت آموزشی	T	۱۴۲ نفر
خلیل‌آباد و همکاران (۱۳۹۸)	ارائه مدل نقش ادراک از عدالت سازمانی بر کارآفرینی سازمانی با میانجیگری استراتژی مدیریت دانش	مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش	R	۹۶ نفر
الماسی و همکاران (۱۳۹۸)	پذیری استراتژیک بر بررسی تأثیر انعطاف کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی یادگیری سازمانی	مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش	T	۳۴۱ نفر
صالحی و همکاران (۱۳۹۹)	رابطه هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی: نقش میانجی اشتیاق شغلی	مطالعات روان‌شناسی صنعتی و سازمانی	T	۲۸۵ نفر
قاسم‌زاده و همکاران (۱۴۰۰)	بررسی نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی و اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز: سهم متغیر مدیریت دانش	فصلنامه علمی بازیابی دانش و نظام‌های معنایی	T	۲۰۰ نفر
صمیمی (۱۴۰۱)	پیش‌بینی عملکرد سازمانی براساس سرمایه فکری و کارآفرینی سازمانی در کارکنان آموزش و پرورش	فصلنامه آموزش و پرورش متعالی	T	۱۴۰ نفر
پژوهان و همکاران (۱۴۰۲)	واکاوی تأثیرپذیری کارآفرینی سازمانی از سبک رهبری تحول‌آفرین با توجه به نقش میانجی یادگیری سازمانی	پژوهش‌های مدیریت عمومی	T	۲۰۵ نفر
ایری و همکاران (۱۴۰۳)	واکاوی عناصر دوستوانی کارآفرینی در سازمان ای کشورفنی و حرفه	فصلنامه علمی جامعه‌شناسی آموزش و پرورش	T	۲۱۷ نفر

یافته‌ها

تأثیر ۴۰ متغیر مستقل بر کارآفرینی سازمانی به‌عنوان متغیر وابسته در مطالعات پیشین، به‌همراه فراوانی، درصد فراوانی، اندازه اثر و سطح معنی‌داری در جدول ۵، بررسی شده است. از بین پیشایندهای کارآفرینی سازمانی به‌ترتیب متغیرهای سرمایه اجتماعی (نه مطالعه)، فرهنگ سازمانی (هفت مطالعه)، مدیریت دانش (پنج مطالعه)، رهبری تحول‌گرا (سه مطالعه)، سلامت سازمانی (سه مطالعه) و یادگیری سازمانی (سه مطالعه) دارای بیشترین فراوانی در مطالعات پیشین هستند.

جدول ۵. اندازه اثر پیشایندهای کارآفرینی سازمانی

پیشایندها	فراوانی	اندازه‌اثر	P مقدار	پیشایندها	فراوانی	اندازه‌اثر	P مقدار
سرمایه اجتماعی	۹	۰/۵۰۸	۰/۰۰۰	ساختار کارآفرینانه	۱	۰/۲۷۷	۰/۰۰۰
فرهنگ سازمانی	۷	۰/۴۱۹	۰/۰۰۰	راهبردهای نوآوری	۱	۰/۲۱۵	۰/۰۱۱
مدیریت دانش	۵	۰/۴۵۰	۰/۰۰۰	انعطاف‌پذیری	۱	۰/۴۹۰	۰/۰۰۰
رهبری تحول‌گرا	۳	۰/۴۵۹	۰/۰۰۰	سیستم‌سازمانی نوآور	۱	۰/۱۷۲	۰/۰۱۴
سلامت سازمانی	۳	۰/۶۲۲	۰/۰۰۱	فرهنگ انطباق‌پذیری	۱	۰/۵۸۷	۰/۰۰۰
یادگیری سازمانی	۳	۰/۴۷۰	۰/۰۰۰	معنویت در کار	۱	۰/۴۰۰	۰/۰۰۰
رهبری خدمتگزار	۲	۰/۶۸۲	۰/۰۰۰	نهادینه‌سازی کارآفرینی	۱	۰/۴۷۵	۰/۰۰۰
جو خلاقیت	۲	۰/۶۳۲	۰/۰۰۰	قابلیت بازاریابی	۱	۰/۵۱۶	۰/۰۰۰
هوش هیجانی	۲	۰/۴۲۲	۰/۰۰۰	هوش سازمانی	۱	۰/۷۴۳	۰/۰۰۰
سرمایه روان‌شناختی	۲	۰/۴۵۸	۰/۰۰۰	رهبری معنوی	۱	۰/۷۳۷	۰/۰۰۰
عدالت سازمانی	۲	۰/۴۷۰	۰/۰۰۰	ساختار سازمانی	۱	۰/۵۵۴	۰/۰۰۰
توانمندسازی کارکنان	۲	۰/۲۷۶	۰/۰۱۲	قابلیت مدیریت	۱	۰/۳۶۳	۰/۰۰۰
جو نوآوری	۲	۰/۴۸۴	۰/۰۰۳	رفتار شهروندی سازمانی	۱	۰/۲۹۰	۰/۰۰۲
بازاریابی داخلی	۱	۰/۳۲۵	۰/۰۰۰	رضایت کارکنان	۱	۰/۴۲۷	۰/۰۰۰
تعهد سازمانی	۱	۰/۲۳۲	۰/۰۰۰	مدیریت استراتژیک	۱	۰/۲۵۵	۰/۰۰۴
ظرفیت جذب دانش	۱	۰/۸۰۲	۰/۰۰۰	سرمایه فکری	۱	۰/۸۸۶	۰/۰۰۰
هویت سازمانی	۱	۰/۲۲۷	۰/۰۰۰	کیفیت زندگی کاری	۱	۰/۶۰۸	۰/۰۰۰
فناوری اطلاعات	۱	۰/۴۹۲	۰/۰۰۰	چابکی سازمانی	۱	۰/۷۵۳	۰/۰۰۰
انگیزش شغلی	۱	۰/۳۸۰	۰/۰۰۰	بازارگرایی	۱	۰/۳۲۲	۰/۰۰۰
مدیریت منابع انسانی عملکرد بالا	۱	۰/۱۹۸	۰/۰۴۰	انعطاف‌پذیری استراتژیک	۱	۰/۴۲۹	۰/۰۰۰

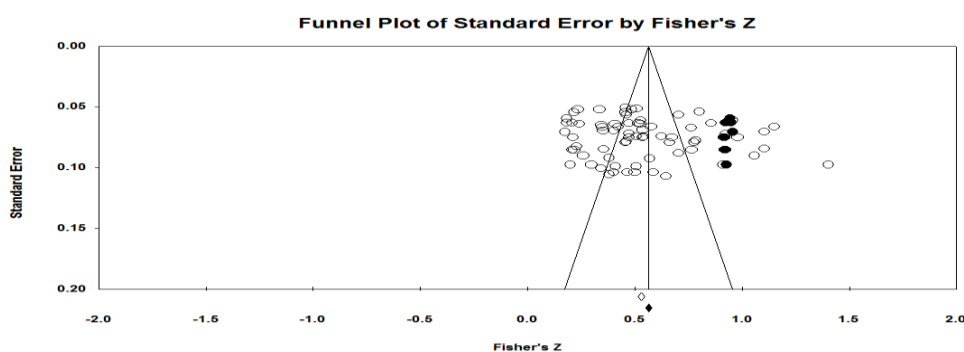
باتوجه به داده‌های جدول ۵، از بین پیشایندهای کارآفرینی سازمانی، به‌ترتیب متغیرهای سرمایه فکری (۰/۸۸۶)، ظرفیت جذب دانش (۰/۸۰۲)، چابکی سازمانی (۰/۷۵۳)، هوش سازمانی (۰/۷۴۳)، رهبری معنوی (۰/۷۳۷)، رهبری خدمتگزار (۰/۶۸۲)، جو خلاقیت (۰/۶۳۲)، سلامت سازمانی (۰/۶۲۲)، کیفیت زندگی کاری (۰/۶۰۸)، فرهنگ انطباق‌پذیری (۰/۵۸۷)، ساختار سازمانی (۰/۵۵۴)، قابلیت بازاریابی (۰/۵۱۶) و سرمایه اجتماعی (۰/۵۰۸) دارای بیشترین اندازه اثر هستند. جدول ۶، توزیع فراوانی طبقات اندازه اثر پیشایندهای کارآفرینی سازمانی را نشان می‌دهد.

باتوجه به داده‌های جدول ۴، از میان ۴۰ متغیر، نه مورد معادل ۲۲/۵ درصد در طبقه کم، ۱۸ مورد معادل ۴۵ درصد در طبقه متوسط و ۱۳ مورد معادل ۳۲/۵ درصد در طبقه زیاد قرار می‌گیرند. یکی از موضوعات مورد توجه درهر فراتحلیل، ارزیابی سوگیری انتشار است. منظور از سوگیری انتشار این است که یک فراتحلیل شامل تمام مطالعات انجام شده در مورد موضوع مورد

بررسی نیست؛ ممکن است برخی مطالعات به دلایل مختلف منتشر نشده باشند یا حداقل در مجلات نمایه‌سازی نشده منتشر شده باشند. معمول‌ترین روش شناسایی تورش انتشار، استفاده از یک نمودار پراکنندگی دو بعدی به نام نمودار کیفی است که در آن اثر مداخله برآورد شده هر مطالعه در مقابل اندازه نمونه آن مطالعه رسم می‌شود. شکل ۱، نمودار کیفی پژوهش حاضر را نشان می‌دهد.

جدول ۶. توزیع فراوانی طبقات اندازه اثر پیشایندهای کارآفرینی سازمانی

دامنه تغییر شدت تأثیر	فراوانی	درصد فراوانی
پایین‌تر از ۰/۳ (کم)	۹	۲۲/۵
بین ۰/۳ تا ۰/۵ (متوسط)	۱۸	۴۵
بالتر از ۰/۵ (زیاد)	۱۳	۳۲/۵



شکل ۱. نمودار کیفی پژوهش حاضر

از لحاظ تفسیری در نمودارهای کیفی شکل، مطالعاتی که خطای استاندارد پایین دارند در بالای قیف جمع می‌شوند، دارای سوگیری انتشار نیستند، اما هرچه مطالعات به سمت پایین قیف کشیده می‌شوند، خطای استاندارد آن‌ها بالا می‌رود و سوگیری انتشارشان افزایش می‌یابد؛ بنابراین، باتوجه به شکل ۱، چند سوگیری انتشار در مطالعات وجود دارد که بیانگر عدم انتشار یا عدم دسترسی به برخی از مطالعات است. روش اصلاح و برازش دوال توئیدی جهت ارزیابی و تعدیل سوگیری انتشار به کار می‌رود. این روش از یک فرایند تکراری استفاده می‌کند که در آن مشاهدات نامنطبق از نمودار کیفی حذف می‌شوند (حذف زوائد از توزیع)، سپس ارزش‌های اختصاص داده شده به مطالعات مفقود اضافه می‌شوند؛ یعنی عمل پر کردن برآورد اندازه اثر و خطای استاندارد مطالعاتی که احتمالاً از بین رفته‌اند. جدول ۷، نتایج روش اصلاح و برازش دوال و توئیدی را نشان می‌دهد.

جدول ۷. نتایج روش اصلاح و برازش دوال و توئیدی

ارزش‌ها	اثر ثابت	اثر تصادفی	مقدار Q
	تخمین نقطه‌ای	تخمین نقطه‌ای	مطالعات مورد نیاز: ۷
ارزش مشاهده شده	۰/۴۸۴۲۴	-۰/۴۹۶۶۸	۹۶۲/۱۲۲
ارزش تعدیل شده	۰/۵۱۱۶۱	-۰/۵۱۸۵۷	۱۱۷۴/۸۹۳

باتوجه به داده‌های جدول ۵، باید هفت مطالعه دیگر انجام پذیرد تا این مطالعه و فراتحلیل کامل و عاری از نقص شود. این هفت مطالعه، مطالعات را قادر می‌سازد تا ارزش مشاهده شده ۰/۴۸۴۲۴ را به ارزش تعدیل شده ۰/۵۱۱۶۱ در مدل اثرات ثابت و ارزش مشاهده شده ۰/۴۹۶۶۸ را به ارزش تعدیل شده ۰/۵۱۸۵۷ در مدل اثرات تصادفی افزایش دهد. به‌طور کلی این مطالعه و فراتحلیل به‌منظور کامل شدن نیاز به هفت مطالعه دیگر دارد و همان‌طور که ملاحظه می‌شود، ارزش مشاهده شده این نابرابری

در نمودار فائل به صورت یک نقطه سیاه نشان داده شده است. همچنین آزمون N ایمن از خطای روزنتال، تعداد تحقیقات گم شده (با اثر میانگین صفر) را محاسبه می‌کند که لازم است به تحلیل‌ها اضافه شود تا عدم معنی‌داری آماری اثر کلی به دست آید. جدول ۸، نتایج آزمون N ایمن از خطا را در این پژوهش نشان می‌دهد.

۶۲/۶۴۵	مقدار Z برای مطالعات مشاهده شده
۰/۰۰۰	مقدار P برای مطالعات مشاهده شده
۷۲	تعداد مطالعات مشاهده شده
۷۳۴۸۴	تعداد مطالعات گم شده‌ای که مقدار P را به آلفا می‌رساند

باتوجه به داده‌های جدول ۸، باید تعداد ۷۳۴۸۴ مطالعه دیگر به مطالعات اضافه و بررسی شود تا مقدار P دو دامنه از ۰/۰۵ تجاوز نکند. این بدین معنی است که باید ۷۳۴۸۴ مطالعه دیگر انجام گیرد تا در نتایج نهایی محاسبات و تحلیل‌ها خطایی رخ دهد و این نتیجه دقت و صحت بالای اطلاعات و نتایج به دست آمده در این پژوهش را نشان می‌دهد. علاوه بر بررسی سوگیری انتشار داده‌های تحقیق، باتوجه به سطح معنی‌داری به دست آمده (P) از جداول ۹، N ایمن از خطا و جدول اصلاح و برازش دوال و توئیدی، به آزمون کوکرام (Q) در قالب طرح یک فرضیه فرعی به بررسی همگونی و یا ناهمگونی اندازه اثرهای به دست آمده پرداخته شده است. در اینجا فرضیه H_0 عبارت است از: «میان اندازه‌های اثر به دست آمده تفاوت معنادار وجود ندارد» و فرضیه مخالف H_1 بیانگر این است که «میان اندازه‌های اثر به دست آمده تفاوت معنادار وجود دارد». جدول ۹، نتایج آزمون کوکرام (Q) در این پژوهش را نشان می‌دهد.

مقدار آزمون (Q)	درجه آزادی (df)	سطح معنی‌داری (P -Value)	نتیجه آزمون
۹۶۲/۱۲۲	۷۱	۰/۰۰۰	رد H_0

باتوجه به داده‌های جدول ۹، در سطح اطمینان ۹۵ درصد، سطح معنی‌داری از میزان خطا پنج درصد کوچک‌تر است، H_0 رد و H_1 پذیرفته می‌شود؛ یعنی میان اندازه اثرهای به دست آمده تفاوت معنی‌دار وجود دارد و این به معنای ناهمگون بودن اندازه اثرهای به دست آمده است.

بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر نتایج تحقیقات گوناگون در خصوص پیشایندهای کارآفرینی سازمانی مورد بررسی قرار گرفت. به عبارتی دیگر، پرسش اصلی مطالعه عبارت بود از اینکه مهم‌ترین پیشایندهای کارآفرینی سازمانی کدام هستند. نظر به وجود تحقیقات متعدد و تنوع نتایج تحقیقات در خصوص پیشایندهای کارآفرینی سازمان، این پژوهش به فراتحلیل مقالات چاپ شده در زمینه کارآفرینی سازمانی در کلیه مجلات علمی - پژوهشی داخل کشور از سال ۱۳۹۰ تا سال ۱۴۰۳ پرداخته است. یافته‌های پژوهش نشان داد متغیرهای ظرفیت سرمایه فکری، جذب دانش، چابکی سازمانی، هوش سازمانی، رهبری معنوی، رهبری خدمتگزار، جو خلاقیت، سلامت سازمانی، کیفیت زندگی، فرهنگ انطباق‌پذیری، ساختار سازمانی، قابلیت بازاریابی و سرمایه اجتماعی به ترتیب از مهم‌ترین پیشایندهای کارآفرینی سازمانی هستند. انجام این فراتحلیل می‌تواند برنامه‌ریزی برای ارتقای کارآفرینی سازمانی در کشور

را دقیق تر و عملیاتی تر نماید؛ به گونه‌ای که به جای برنامه‌ریزی برای طیف وسیعی از پیشایندها، بر متغیرهایی تمرکز دارد که دارای اهمیت بیشتری هستند. براساس نتایج فراتحلیل، از بین پیشایندهای کارآفرینی سازمانی، سرمایه فکری دارای بیشترین اندازه اثر، یعنی ۰/۸۸۶ است که با یافته‌های حسین پور و آهوپای (Hoseinpour & Ahoupay, 2013) همخوانی دارد. به عقیده چودوری و همکاران (Chowdhury et al, 2020) سرمایه فکری دارایی‌های ناملموس سازمانی و فردی هستند که از جمله آن می‌توان به توانمندی، خرد و دانش، توانایی خلاقیت و نوآوری اشاره کرد (Bagherian siah pareh, 2023). باید توجه داشت که سرمایه فکری فرایندی پویا و قابلیت ناملموس است که می‌تواند برای سازمان مزیت رقابتی ایجاد کند و به نوعی نماینده دارایی‌های ناملموس سازمان محسوب می‌شود. این سرمایه می‌تواند برای سازمان پایگاهی از منابع جدید ایجاد کند و سازمان را قادر سازد تا با سایر رقبا در بازار رقابت کند. سرمایه فکری می‌تواند به سازمان در جهت ثروت‌آفرینی از طریق سرمایه‌گذاری در دانش کمک و از راه ترکیب و به‌کارگیری و تعامل و یکپارچه‌سازی، برترین ارزش‌ها را برای سازمان ایجاد کند.

ظرفیت جذب دانش نیز دارای اندازه اثر ۰/۸۰۲ است و با یافته‌های پژوهش‌های پیشین (García-Morales et al., 2013)؛ Junidi et al., 2011؛ Martín-Rojas et al., 2016؛ Nasr Esfahani et al., 2016) همخوانی دارد. به بیان جونییدی و همکاران (Junidi et al., 2020) ظرفیت جذب دانش را می‌توان قابلیت یک سازمان در اکتساب اطلاعات از یک منبع خارجی دانست که خود زمینه را برای یادگیری سازمانی فراهم می‌آورد و می‌تواند یک مزیت رقابتی محسوب شود (Bahreini et al, 2023). اگر سازمان‌ها از ظرفیت جذب خود برای جذب فناوری جدید و ایجاد و تولید فرایندهای جدید و فناوری‌های پیشرفته استفاده کنند می‌توانند بر کارآفرینی خود تأثیر گذارند. چابکی سازمانی نیز دارای اندازه اثر ۰/۷۵۳ است و با یافته‌های فرزی و همکاران (Farzi et al., 2015) همخوانی دارد. چابکی سازمانی شناخت محیط خارجی همچون شناسایی فرصت‌ها و تهدیدات است (Ghanbari et al, 2024). چابکی سازمانی با تغییر نگرش مدیران ارشد و اجرایی سازمان نسبت به فناوری‌های نوین، تشویق به استفاده از فناوری‌ها در سازمان و ایجاد بستری مناسب در سازمان برای پذیرش فناوری در سازمان در نهایت منجر به کارآفرین شدن سازمان می‌شود؛ بنابراین، چابکی در سازمان‌ها یک امر ضروری است، باین حال نمی‌توان انتظار داشت که این ویژگی به سرعت در سازمان شکل بگیرد. باتوجه به افزایش و تنوع تقاضای مشتریان، رهبران سازمان باید بتوانند چابکی را به فرهنگ و ارزش سازمان تبدیل کنند و اگر این مسئله به صورت جدی توسط مدیران مورد توجه قرار نگیرد، سازمان را دچار رکود کرده و از رقابت باز می‌دارد.

رهبری معنوی نیز دارای اندازه اثر ۰/۷۳۷ است و با یافته‌های مرزبان و همکاران و حسنی و همکاران (Marzban et al., 2016؛ Hassani et al., 2016) همخوانی دارد. کوراک-کاکابادس و همکاران (Korac-Kakabadse et al, 2002) رهبری معنوی را سبکی از رهبری می‌دانند که در آن، توجه رهبر به بصیرت‌بخشی و استقلال و در کل به بعد دیگری از ابعاد زندگی انسانی معطوف است (Moradi et al., 2023). رهبری معنوی از طریق ایمان به یک چشم‌انداز و فرهنگ تعالی، ترسیم اهداف متعالی برای سازمان و ایجاد تعهد سازمانی و افزایش مشارکت در کارکنان در دست‌یابی به هدف کارآفرینی مفید است. باتوجه به آنکه رهبری معنوی بر تمرکز همه اعضای سازمان برای رسیدن به اهداف معین و ارتقای تعهد و عملکرد سازمان تأکید دارد، نیازهای معنوی می‌تواند در این رویکرد موجب شکل‌گیری رهبری معنوی شده و هریک از اعضا می‌توانند تأثیر مثبتی بر تعالی و عملکرد گروه خصوصاً در سازمان‌های کارآفرین داشته باشند. براساس نتایج، رهبری خدمتگزار نیز دارای اندازه اثر ۰/۶۸۲ است و با یافته‌های پژوهش‌های پیشین (Hoseinpour & Ahoupay, 2013؛ Ebrahim Pour et al., 2013) همخوانی دارد. به بیان نصرافهانی (Nasr Esfahani, 2011) رهبری خدمت‌گزار گونه‌ای از سبک رهبری است که رهبر به دنبال تقدم منافع عمومی بر منافع شخص است (Gerami & Malekshahi, 2024). یکی از اهداف رهبری خدمتگزار ارائه خدمات به کارکنان سازمان است که به عنوان یک رویکرد بلندمدت می‌تواند باعث ایجاد تغییر و تحول در زندگی شغلی افراد شود. توجه به دیگران و توانایی بالا برای خدمت به افراد سازمان می‌تواند انگیزه کارکنان را در سازمان‌های کارآفرین افزایش دهد. از این رو، توجه به این بعد از کارآفرینی سازمانی خصوصاً در ایران باتوجه به فرهنگ جمع‌گرایی و پیشینه اخلاقی و فرهنگی می‌تواند در تقویت روحیه کارکنان

مؤثر باشد. رهبری خدمتگزار با همدلی، روحیه اعضای تیم خود و تمایل آن‌ها به همکاری با خودش را بالا می‌برد و این همدلی و همکاری باعث تشویق کارکنان به نوآوری، ریسک‌پذیری و درنهایت کارآفرینی می‌شود.

جو خلاقیت نیز دارای اندازه اثر ۰/۶۳۲ است و با یافته‌های نصرافهانی و همکاران (Nasr Esfahani et al., 2016) همخوانی دارد. روان‌شناسانی همچون تایلور و بارون خلاقیت را میل به پیچیدگی و تازگی می‌دانند و آن را با ویژگی‌های شخصیتی نشان می‌دهند (Mozafarzadeh & Abbasi, 2022). جو خلاقیت از ایده‌ها و طرح‌های نوآورانه حمایت می‌کند و آن‌ها را به بحث و چالش می‌گذارد، زمان کافی را برای بررسی و ارائه ایده‌های جدید می‌دهد و خطرپذیری و ریسک‌کردن را خطا نمی‌داند. درچنین شرایطی می‌توان انتظار رفتارهای کارآفرینانه از سوی کارکنان و درنهایت بهبود کارآفرینی سازمانی را داشت. باید در نظر داشت که یکی از عوامل موفقیت سازمان و کسب مزیت رقابتی نوآوری و خلاقیت است. باتوجه‌به پویایی محیط رقابت سازمان‌ها برای حفظ بقا نیازمند داشتن خلاقیت در ارائه خدمات و محصولات خود هستند. ازطرفی، مفهوم کارآفرینی و سازمان کارآفرین اهمیت توجه به جو خلاقیت را دو چندان می‌کند که در صورت عدم‌توجه به این امر مهم سازمان نمی‌تواند در بحران‌های آتی در کسب‌وکار به‌خوبی عمل کرده و ناچار به واگذاری سهم بازار خود به سازمان‌های خلاق‌تر خواهد شد. سلامت سازمانی نیز دارای اندازه اثر ۰/۶۲۲ است و با یافته‌های مطالعات پیشین (Lee et al., 2014؛ Nasr Esfahani et al., 2016؛ Razi et al., 2015) همخوانی دارد. برومند (Broumand, 2004) سلامت سازمانی را در گرو اداره یک سازمان براساس مدیریت بر مبنای هدف می‌داند (Hosini et al., 2024). سلامت سازمان توانایی سازمان برای رشد و بهبود است که می‌توان آن را در تعهد به سازمان، رضایت شغلی کارکنان و انگیزه نیروی انسانی یافت. زمانی که سازمان این توانایی را داشته‌باشد که میزان تعهد کارکنان به سازمان را افزایش دهد و در حفظ و بقا و سازگاری با محیط بکوشد، میزان کارایی و اثربخشی و درنهایت بهره‌وری سازمان را افزایش خواهد داد. ازجمله عوامل موفقیت در سازمان‌های کارآفرین قابلیت‌های پویا است و این امر زمانی محقق می‌شود که سلامت سازمان تأمین‌شده باشد. اگر در یک سازمان شرایط سلامت سازمانی حاکم باشد، از کارآفرینان به‌طور ویژه حمایت می‌شود و به‌علت وجود عواملی مانند ارتباطات مناسب، روحیه همکاری و به‌کارگیری منابع، کارآفرینی مورد تشویق قرار می‌گیرد. فرهنگ انطباق‌پذیری نیز دارای اندازه اثر ۰/۵۸۷ است و با یافته‌های عباسی و همکاران (Abbasi et al., 2013) همخوانی دارد. دنیسون (Denison, 1990) فرهنگ انطباق‌پذیری را ناشی از انعطاف‌پذیری و توجه به محیط خارجی می‌داند که لازمه آن تقویت هنجارها و باورها برای توجه هرچه بیشتر به محیط و بروز عکس‌العمل مناسب نسبت به آن است (Sanjaghi et al., 2011). باید در نظر داشت که سازمان در یک محیط ایستا فعالیت نمی‌کند. تغییرات محیطی برخلاف گذشته به‌سرعت صورت گرفته و سازمان‌ها خصوصاً سازمان‌های کارآفرین نیاز دارند تا با این تغییرات همسو شده و بقای خود را حفظ کنند. انطباق‌پذیری ازجمله مهم‌ترین خصوصیات هر سازمانی است که آن را برای رسیدن به اهدافش یاری می‌کند. انطباق‌پذیری می‌تواند بهره‌وری و کارایی سازمان را بیشتر کرده و رضایتمندی مشتریان از خدمات را افزایش دهد. انطباق‌پذیری درواقع توانایی سازمان برای یادگیری مستمر و پاسخ مناسب و به‌موقع به تغییرات داخلی و محیط بیرونی سازمان است و قابلیت سازمان برای سازگاری با تغییرات را افزایش می‌دهد.

سرمایه اجتماعی نیز دارای اندازه اثر ۰/۵۰۸ است و با یافته‌های مطالعات پیشین (Zhao et al., ; Castro et al., 2014) همخوانی دارد. آدامز (Adams, 2018) سرمایه اجتماعی را سرمایه‌ای می‌داند که در اثر روابط و تعاملات انسانی و تسهیم دانش و تجربه شکل می‌گیرد (Ghayouri, 2023). سرمایه اجتماعی با افزایش پیوندهای شبکه‌ای، روابط شبکه‌ای، اعتماد، تعهدات و انتظارات متقابل و هویت مشترک، قدرت و جسارت بیشتری به اعضای سازمان می‌بخشد. این سطح از روابط و اعتماد به توانمندی‌های یکدیگر، زمینه تبادل دانش را فراهم می‌کند و با خلق دانش جدید توسط همکاران همراه خواهد شد که می‌تواند در توسعه کارآفرینی اثرگذار باشد. فناوری اطلاعات و ارتباطات نیز دارای اندازه اثر ۰/۴۹۲ است و با یافته‌های پژوهش‌های گذشته (Akbari et al., 2013؛ Teimouri et al., 2017)

همخوانی دارد. یادگیری سازمانی نیز دارای اندازه اثر $0/470$ است و با یافته‌های مطالعات (Shariat Nejad et al., 2015)؛ (Aghajani et al., 2015) همخوانی دارد. سازمان‌های کارآفرین همگام با تغییرات گام برمی‌دارند و می‌کوشند فرصت‌های ایجاد شده در جریان این تغییرات را کشف و بهره‌برداری کنند. در این رابطه هوش سازمانی نیز از اهمیت خاصی برخوردار است. کرون کویست (Cronquist, 2006) هوش سازمانی را توانایی پیش‌بینی و تطابق‌پذیری با شرایط متغیر محیطی می‌داند که به‌واسطه پردازش اطلاعات به دست آمده از منابع بیرونی حاصل می‌شود (Azar Nia et al, 2019). همگامی با تغییرات مستلزم بستر فرهنگی مناسب و وجود سطح بالایی از یادگیری سازمانی است که به تغییر ارزش می‌دهد و از آن استقبال می‌کند. رهبری تحول‌گرا نیز دارای اندازه اثر $0/459$ است و با یافته‌های مطالعات پیشین (Zhu et al., 2012؛ Hassani et al., 2016؛ Khalife soltani et al., 2017) همخوانی دارد. رهبران تحول‌گرا با بیان چشم‌انداز جذاب و گیرا، تزریق ارزش‌ها، ایدئولوژی‌های جدید و پیوند دادن علائق فردی و جمعی سازمان را یاری رسانده و همچنین با حمایت از افکار و ایده‌های جدید زمینه را برای رشد و بهبود فعالیت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی فراهم می‌سازند که این امر قابلیت بازاریابی را افزایش می‌دهد. قابلیت بازاریابی به بیان داتا و همکاران (Dutta et al, 1999) در واقع قابلیت و توانمندی یک شرکت در شناسایی نیازهای مشتریان و درک عوامل مؤثر بر رفتار مصرف‌کننده است (adpa et al., 2024). سرمایه‌روان‌شناختی نیز دارای اندازه اثر $0/458$ است و با نتایج پژوهش‌های پیشین (Luthans et al., 2010؛ Forohar et al., 2011) همخوانی دارد. کیفیت زندگی کاری نیز مولفه مهم دیگری است که مورد توجه قرار گرفته است. به عقیده آبادی و همکاران (Abadi et al, 2019) کیفیت زندگی کاری مولفه‌ای درونی است که براساس تصویر ذهنی و رضایت کارکنان از محیط کاری خود و میزان ارضاشدن نیازها در آن جایگاه شغلی سنجیده می‌شود (Jafari et al, 2024). مدیریت دانش نیز دارای اندازه اثر $0/450$ است و با یافته‌های مطالعات پیشین (Jiao et al., 2014؛ Razavi et al., 2017) همراستا است. مجهز نمودن کارکنان سازمان به دانش حرفه‌ای، توانایی کسب دانش، طبقه‌بندی دانش سازمانی، بهره‌گیری از دانش برای حل مشکلات سازمانی و انتقال دانش سازمانی میان کارکنان نقش به‌سزایی در ارتقای کارآفرینی سازمانی دارد.

با وجود اینکه روش فراتحلیل، عوامل آماری مانند نمونه‌گیری و خطای اندازه‌گیری را اصلاح می‌کند و همچنین دقت به‌مراتب بالاتری در مقایسه با بررسی‌های روایی فراهم می‌نماید؛ اما پژوهش حاضر نیز دارای محدودیت‌هایی است: اولین محدودیت احتمال سوگیری انتشار است، اگرچه بررسی‌های دقیق و عمیقی جهت شناسایی مطالعات مربوطه صورت پذیرفته است، اما امکان دارد، پژوهشی نادیده گرفته شده باشد. به‌عنوان دومین محدودیت می‌توان بیان داشت که تعدادی از متغیرها، از پیش‌بینی‌های کارآفرینی سازمانی هستند، اما به‌دلایلی مانند شناسایی نشدن و یا نداشتن معیارهای ورود به فراتحلیل، در این پژوهش مورد تجزیه و تحلیل قرار نگرفته‌اند. در هر صورت، با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهادهای ذیل برای پژوهش‌های آتی ارائه می‌شود:

کارآفرینی سازمانی زمانی نمود پیدا می‌کند که مدیران علاوه بر تمرکز بر فرایندهای اصلی سازمان، با تأکید و توجه بر پیش‌بینی‌های مؤثر و دارای اندازه اثر بالا، فرصت رشد استعدادها را فراهم نمایند و به ایده‌های نو، فرصت آزمون بدهند؛ لذا باتوجه به یافته‌های این پژوهش به محققین پیشنهاد می‌شود که پیش‌بینی‌هایی که دارای اندازه اثر بالا (بیش از $0/5$) هستند، نظیر سرمایه‌فکری (انسانی، ساختاری و ارتباطی)، ظرفیت جذب دانش، چابکی سازمانی، رهبری معنوی، رهبری خدمتگزار و جو خلاقیت را در سازمان‌ها مورد مطالعه در دستور کار خود قرار دهند.

باتوجه به نتایج به دست آمده سرمایه‌فکری به‌عنوان مؤثرترین مؤلفه، مهم‌ترین نقش را در کارآفرینی سازمانی ایفا می‌کند؛ منبع کلیدی در استراتژی‌های رقابتی سازمان محسوب و می‌تواند منجر به بهره‌وری و بهبود عملکرد کاری یک سازمان شود و از آنجایی که تصمیمات و اقدامات مدیریتی اهمیت به‌سزایی در پیاده‌سازی این مؤلفه دارد و می‌تواند عملکرد بلندمدت یک شرکت تحت تأثیر قرار دهد؛ لذا توصیه می‌شود که جایگاه سرمایه‌های فکری در بیانیه و رسالت سازمان به‌وضوح مورد تأکید و توجه قرار بگیرد.

مؤلفه مهم دیگر پس از سرمایه فکری، ظرفیت جذب دانش است؛ نوعی یادگیری که به‌جای بسنده به تجربه و دانش درونی سازمانی به یادگیری از منابع دانشی برون‌سازمانی تأکید دارد. چنین ظرفیتی سازمان را قادر می‌سازد تا گستره دانشی خود را بسط دهد؛ این امر خود به خلق ایده‌های جدید منجر شده و زمینه را برای کارآفرینی سازمانی فراهم می‌آورد. از این رو، پیشنهاد می‌شود که مدیران، بررسی مستمر محیطی، تدوین خط‌مشی‌های شرکت در راستای ارزیابی، پردازش و درک مؤثر و دقیق اطلاعات کسب شده از منابع خارجی و انعطاف‌پذیری را در دستور کار خود قرار دهند. افزون بر این، اگر در یک سازمان شرایط سلامت سازمانی حاکم باشد، از کارآفرینان به‌طور ویژه حمایت می‌شود و به‌علت وجود عواملی مانند ارتباطات مناسب، روحیه همکاری و به‌کارگیری منابع، کارآفرینی نیز مورد تشویق قرار می‌گیرد.

این نتایج با بررسی مطالعات کمی به دست آمده است. بررسی مطالعات کمی می‌تواند بخشی از واقعیت را در مورد کارآفرینی سازمانی نمایان سازد. به محققین آینده پیشنهاد می‌شود به تحلیل کیفی (روش فراترکیب) پیشایندهای کارآفرینی سازمانی بپردازند، سپس یافته‌های فراتحلیل را با نتایج فراترکیب مقایسه کنند تا اطمینان بیشتری نسبت به پیشایندها حاصل شود. درنهایت، به محققین آینده پیشنهاد می‌شود که به تحلیل عوامل مداخله‌گر و میانجی بین پیشایندها و کارآفرینی سازمانی بپردازند تا میزان انطباق آن با واقعیت افزایش یابد. درواقع، هرچه عوامل و متغیرهای بیشتری مورد بررسی قرار بگیرد، پیچیدگی‌های بیشتری منعکس شده و در نتیجه واقعیت سازمانی بهتر به نمایش گذاشته می‌شود.

References

- Abbasi, R., Babashahi, J., Afkhafi Ardakani, M., & Farahani, D. (2013). Review the effect of human resource flexibility on organizational entrepreneurship. *Organizational Culture Management*, 11(1), 87-106. doi: 10.22059/jomc.2013.35319 [In Persian]
- Åmo, B. W., & Kolvereid, L. (2005). Organizational strategy, individual personality and innovation behavior. *Journal of Enterprising Culture*, 13(01), 7-19.
- Abadi F, Abadi F, Nouhi E. (2019). Survey factors affecting of quality of work life in the clinical nurses. *Nursing and Midwifery Journal*, 16(11), 832-840. [In Persian]
- Azar Nia, H., Safa Nia, A. M., & Khoda Yari, A. (2019). A Study on Effect of Organizational Intelligence on Productivity through Information Technology Mediation in Sports and Youth. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 18(44), 129-146. [In Persian]
- Abdorrahimi, M. R., Mirabi, V. R., & Heidari, S. A. (2024). Strategic Entrepreneurship Modeling in the Management of Airport Cities A case study of Imam Khomeini Airport City. *Journal of Investment Knowledge*, 14(54), 541-569. doi: 10.30495/jik.2024.77393.4495 [In Persian]
- Aghajani, H., Samadi Miarkolaei, H., & Samadi Miarkolaei, H. (2015). An Investigation of the Relationship between Organizational Entrepreneurship and Learning Organization's Features. *The Journal of Productivity Management*, 4(35), 39-64. doi: [20.1001.1.27169979.1394.9.4.2.1](https://doi.org/10.1001.1.27169979.1394.9.4.2.1) [In Persian]
- AHMADI, P., NAEIJI, M. J., & Babashahi, J. (2012). *HR Subsystems and Organizational Entrepreneurship: Explaining a pattern in oil industry of Iran*. [In Persian]
- Ahmadi, S. A., Nazarizadeh, A., Sepahvand, R., & Nazarpouri, A. (2013). Investigating the relationship between psychological capital and organizational entrepreneurship among the airport police employees of the country. *Police Science Research*, 61(15), 59-78. [In Persian]
- Akbari, A., Shakiba, S., Ziaee, Z., Marzban, M., & Razi, R. (2013). Relation between Organizational Health and Organizational Entrepreneurship: The Case of University of Tehran. *Journal of Public Administration*, 5(13), 1-20. doi: 10.22059/jipa.2013.35545 [In Persian]
- Almasi, S., Eydi, H., Abbasi, H., & Zardoshtian, S. (2019). The effect of strategic flexibility on entrepreneurship through the mediating role of organizational learning (Case Study: Office of Youth and Sports West Country). *Organizational Behavior Management in Sport Studies*, 6(2), 101-116. doi: 10.30473/fmss.2019.44406.1898 [In Persian]
- Alvani, S. M., Kohan Hoosh Nejad, R., Safari, S., & Khodamoradi, S. (2013). Identify and Prioritize Organizational Factors affecting Implementation of Corporate Entrepreneurship Dimensions with explain role of institutionalizing entrepreneurship. *Management Studies in Development and Evolution*, 22(70), 1-24. doi: [20.1001.1.22518037.1392.22.70.1.3](https://doi.org/10.1001.1.22518037.1392.22.70.1.3) [In Persian]

- Atefatdoost, A., Khaef Elah, A. A., Fani, A. A., & Danaee Fard, H. (2013). Studying the effect of Internal Marketing on Organizational Performance with considering the role of Organizational Commitment and Organizational Entrepreneurship as intermediary variables; Case Study: Mobarakeh Steel Company. *Journal of Business Management*, 5(4), 21-42. doi: 10.22059/jibm.2013.50342 [In Persian]
- Avolio, B. J., Zhu, W., Koh, W., & Bhatia, P. (2004). Transformational leadership and organizational commitment: Mediating role of psychological empowerment and moderating role of structural distance. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 25(8), 951-968. doi.org/10.1002/job.283
- Biglari, N., Parsaasl, M., & Bahrololum, H. (2017). Study of relationship organizational culture and knowledge management with organizational entrepreneurship employees of the offices of sport and youth in Khorasan Razavi Province. *Organizational Behavior Management in Sport Studies*, 4(4), 91-102. doi:20.1001.1.25384023.1396.4.4.7.9 [In Persian]
- Burns, P. (2011). *Entrepreneurship and Small Business: Start-up, Growth and Maturity*, Palgrave Macmillan, New York.
- Broumand, Zahra. (2004). *Improvement of organizational restructuring, techniques of behavioral sciences*. Tehran, Nashrhouid.
- Babashahi, J., Gholamshahi, E., & Afkhami Ardakani, M. (2013). The Influence of Innovative HRM Strategies on Organizational Entrepreneurship: Explaining the Role of Innovation Climate. *Journal of Entrepreneurship Development*, 6(3), 87-104. doi: 10.22059/jed.2013.36647 [In Persian]
- Badpa, B., Akhtarshenas, D., & Farokhinezhad, M. (2024). The Effect of Company's Marketing Capability on its Return on Stock, Corporate Value, and Cash Flows Using the Stochastic Frontier Approach. *Journal of Management Accounting and Auditing Knowledge*, 14(54), 1-16.
- Bagherian siah pareh, M. (2023). Investigating the effect of social capital on the performance of new product development with the mediating role of intellectual capital. *Journal of Accounting and Management Vision*, 6(87), 237-256. [In Persian]
- Bahreini, Z., Rashidi, A., Jamshidi, M. J., & Hosseinpour, M. (2023). Modeling the development of knowledge absorptive capacity in startup accelerators with a interpretive structural approach. *Scientific Journal of Strategic Management of Organizational Knowledge*, 6(4), 113-150. doi: 20.1001.1.26454262.1402.6.4.4.1 [In Persian]
- Castro, I., Galán, J., Bravo, S. (2014). Entrepreneurship and social capital: evidence from a colombian business incubator. *Innovar (Edición Especial)*, 24(1), 91-100
- Colabi, A., Khajeheian, D. (2018). Strategic renewal in corporate entrepreneurship context: A multi-case study. *Springer International Publishing AG*, part of Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-3-319-71722-7_17 [In Persian]
- Cherif, F. M. (2022). Corporate Entrepreneurship and Innovation Performance: The Mediating Effect of Employee Engagement through Leader's Supervision. *Economies*, 10(7), 156. <https://doi.org/10.3390/economies10070156>.
- Chowdhury, M., Prayag, G., Patwardhan, V., & Kumar, N. (2020). The impact of social capital and knowledge sharing intention on restaurants' new product development. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(10), 3271-3293.
- Doh, S., & Zolnik, E. J. (2011). Social capital and entrepreneurship: An exploratory analysis. *African journal of business management*, 5(12), 4961. doi:10.5897/AJBM11.095
- Denison, D. R. (1990). *Corporate culture and organizational effectiveness*. New York: Wiley.
- Dutta, S., Narasimhan, O., & Rajiv, S. (1999). Success in high-technology markets: Is marketing capability critical? *Marketing Science*, 18(4), 547-568.
- Ebrahim Pour, H., Khalili, H., & Asghari Niari, Y. (2013). Analysis of the role of servant leadership in organizational entrepreneurship. *Public Management Research* 7 (26), 44-27 .doi: 10.22111/JMR.2015.2054 [In Persian]
- Enginoglu, D., Arikan, C. (2016). Creating in Corporate Entrepreneurship strategy for competitive Advantage. *International Review of Economics and Management*, 4(1), 14-28. doi: 10.18825/irem.77735
- Esmaili, M., Mousavi Nejad, S., & Shahsiah, N. (2015). Towards organizational entrepreneurship in the insurance industry: Focusing on the role of social capital and organizational culture. *Iranian Journal of Insurance Research*, 4(4), 43-63. doi: 10.22056/ijir.2015.04.03 [In Persian]
- Fath Abadi, H., Khajeh Hosseini, K., & Chaharmahali, H. (2024). Investigating knowledge management in knowledge-based organizations and its effect on the promotion of organizational entrepreneurship of the armed forces. *Strategic Defense Studies*, 22(96), 275-292. [In Persian]

- Faiz Davoud, Maleki Min Bash Rozgah Morteza, & Zangian Somia. (2014). Investigating the impact of marketing capabilities on organizational entrepreneurship of small and medium-sized companies (the case study of Tehran Hamburger Food Company). doi:20.1001.1.20086237.1392.5.10.7.8 [In Persian]
- Farang, M., & Gharloghi, S. (2024). The Investigation of the Mediating Role of Organizational Culture in Relationship between Management Information Systems and Entrepreneurial Tendency (The Case of Study: The Staff of Shahid Beheshti University). *Journal of Entrepreneurship Research*, 3(1), 19-36. doi: 10.22034/jer.2024.2020786.1078 [In Persian]
- Farzaneh, Saifullah, Taheri Ataqara, & Fakhral Sadat. (2015). Investigating the impact of social capital on organizational entrepreneurship (case study: Babol City Education Department). *Scientific Research Journal of Social and Cultural Development Studies*, 3(4), 111-132. <http://journals.sabz.ac.ir/scds/article-1-214-fa> [In Persian]
- Farzi, H., Abbasi, H., & Zardoshtian, S. (2015). Explaining the Relationship of Organizational Intelligence and Organizational Agility with Organizational Entrepreneurship in Ministry of Sport and Youth of Iran. *Sport Management Journal*, 7(5), 713-729. doi: 10.22059/jsm.2015.56757 [In Persian]
- Ferdowsi, M. H., & Farahani, A. (2015). Designing the model of organizational entrepreneurship based on organizational system components in the Ministry of youth and sports. *Contemporary Studies On Sport Management*, 5(10), 47-59. doi:10.22080/JSMB.2017.1868 [In Persian]
- Ferreira, J., Fernandes, C., Alves, H., Raposo, H. (2015). Drivers of innovation strategies: Testing the Tidd and Bessant model. *Journal of Business Research*, 1(21), 30-42. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.01.021>
- Forohar, M., & hovaida, R. (2011). Psychological capital and intraprunership among faculty members. *Counseling Culture and Psycotherapy*, 2(8), 83-100. doi: 10.22054/qccpc.2012.5946 [In Persian]
- García-Morales, V., Bolívar-Ramos, M., Martín-Rojas, R. (2013). Technological variables and absorptive capacity's influence on performance through corporate entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 8(11), 1- 10. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.07.019>
- Ghanbari, Siros, Khaliqkhal, Ali, & Moradi, Ali. (2024). The effect of managers' quantum skills on organizational agility through the mediation of employees' readiness for organizational change. *Applied educational leadership*, 5 (special letter of leadership in higher education), 59-76. doi: 10.22098/ael.2023.12034.1208 [In Persian]
- Ghasemiyeh, R., Neysi, A., & Hardani, Y. (2020). Assessing the mediating effect of innovation and organizational entrepreneurship on the relationship between ICT and improving organizational performance (Case study: Ahvaz Industrial Town). *Journal of Entrepreneurship Development*, 13(3), 401-419. doi: 10.22059/jed.2020.302220.653349 [In Persian]
- Ghorbanzadeh, Vajhollah. (2012). *Application manual for meta-analysis or CMA2 software (1th ed.)*. Tehran: Sociologists Publications. [In Persian]
- Ghayouri, Z. (2023). Identifying the Capacity of Public Libraries with a Focus on Creating Social Capital: A Systematic Review. *Library and Information Science Research*, 13(1), 143-161. doi: 10.22067/infosci.2023.24120.0 [In Persian]
- Ghasemzadeh, A., Razzaghi, M., & Hedayati Khoshemehr, A. (2021). Investigating the Role of Social Capital on Organizational and Social Entrepreneurship of Shiraz University Staff considering the Variable Share of Knowledge Management. *Knowledge Retrieval and Semantic Systems*, 8(29), 73-103. doi: 10.22054/jks.2021.58715.1417 [In Persian]
- Ha, S. T., Lo, M. C., & Wang, Y. C. (2016). Relationship between knowledge management and organizational performance: a test on SMEs in Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 224, 184-189. doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.438
- Hassani, M., Bahadori, R., & Kazemzadehbeytali, M. (2016). Relationship between Transformational Leadership and Organizational Identity with Organizational Entrepreneurship among the Faculty Members of Tabriz University. *Journal of Entrepreneurship Development*, 9(3), 433-452. doi: 10.22059/jed.2016.60914 [In Persian]
- Hosini, H., mehdi, M., Kalhori, A., & motahari, S. A. (2024). Organizational silence of one of the variables related to human resources. *Defense-Human Capital Management*, 3(4), 126-146. [In Persian]
- Hemmen, V., Urbano, S. Alvarez, D. (2013). Clafia, charismatic leadership and entrepreneurship activity: an empirical analysis Innovar. *Revista de Ciencias Administrativas Sociales*, 23(50), 53- 65
- Hejazi A., Behrangi, M., & Zainabadi, H. (2014). The role of perception of the quality of working life in organizational entrepreneurship. *Innovation and creativity in humanities*. 3(3), 113-138. <https://sanad.iau.ir/fa/Journal/ichs/Article/930867> [In Persian]

- Hoseinpour, D., & Ahoupay, M. (2013). Effect of Intellectual Capital and Servant Leadership Style on Organizational Entrepreneurship. *Management Studies in Development and Evolution*, 22(70), 135-149. [In Persian]
- Inanloo, S., Mehdizadeh Ashrafi, A., & Jahangirfard, M. (2024). Designing an Entrepreneurial Model Using Organizational Learning and Structural Equation Modeling: A Case Study of the Iran Health Insurance Organization. *Sadra Medical Journal*, 12(2), 275-286. doi: 10.30476/smsj.2024.98850.1414 [In Persian]
- Iri, A., Taghvaei Yazdi, M., & Saffarian Hamedani, S. (2024). Analyzing the Ambivalence Elements of Entrepreneurship in the Technical and Vocational Organization of the Country. *Sociology of Education*, 10(1), 172-182. doi: 10.22034/ijes.2024.2022254.1535 [In Persian]
- Jiao, H., Cui, Y., Zhu, Y., & Chen, J. (2014). Building entrepreneurs' innovativeness through knowledge management: the mediating effect of entrepreneurial alertness. *Technology Analysis & Strategic Management*, 26(5), 501-516. doi.org/10.1080/09537325.2013.872774
- Junidi, M., Darvishi, F., Bayat.R(2020). Analytical scenarios for improving Iran's banking performance by combining the capabilities of knowledge absorption capacity and corporate foresight. *Journal of Majlis and Rahbord*, 395-433 [In Persian]
- Jafari, H., Rahimi, M. K., Barsang, S. J., & Birjandi, Z. (2024). The Relationship between Moral Intelligence and Quality of Working. *Depiction of Health*, 15(1), 17-26. doi: 10.34172/doh.2024.02 [In Persian]
- Karimi, S., & Gholami Jalal, S. (2023). Determinants of Employees' Intrapreneurship: A Case Study of Food Production Companies in Hamedan City. *Journal of Entrepreneurship Research*, 2(2), 39-56. doi: 10.22034/jer.2023.1987684.1025 [In Persian]
- Korac-Kakabadse, N., Kouzmin, A., and Kakabadse, A. (2002). Spirituality and leadership praxis. *Journal of Managerial Psychology*, 17(3): 165-182.
- Kakapour, S., & Khonifar, H. (2014). The Study of Relations between Social Skill of Entrepreneurs, Market Orientation and Corporate Entrepreneurship among Knowledge-based Organizations in Tehran. *Journal of Entrepreneurship Development*, 7(2), 349-367. doi: 10.22059/jed.2014.52065 [In Persian]
- Kalateh Seifari, M., & Tondnevis, F. (2012). The Relationship between Organizational Culture and Organizational Entrepreneurship in Physical Education Headquarter of Tehran. *Research in Sport Management and Motor Behavior*, 2(4), 105-117. [In Persian]
- Karimian, Mohammadouzin, Khalili, Hassan, Safari, Saeed, & Abed Amoli, Dawood. (2011). The effect of strategic management actions on organizational entrepreneurship (case study: Mahdtaban Investment Company). *Scientific Research Quarterly Journal of Entrepreneurship Development*, 5(1), 45-64. doi: 10.22059/jed.2012.24654 [In Persian]
- Khajeheian, D. (2017). Media entrepreneurship: A consensual definition", *AD-Minister*, 30, 91-113.
- khalife soltani, H., saedi, A., & Etemadian, S. (2017). The Impact of Transformational Leadership on Employee Psychological Empowerment in Order to Develop Capabilities and Entrepreneurial Activities in Organization. *Organizational Behaviour Studies Quarterly*, 6(1), 121-146. doi: [20.1001.1.23221518.1396.6.1.5.2](https://doi.org/10.23221518.1396.6.1.5.2) [In Persian]
- Kheirandish, M., & Jamshidi, H. (2016). The Effect of Social Capital on Organizational Entrepreneurship with Studying the Moderating Role of job Motivation. *Social Capital Management*, 3(1), 43-68. doi: 10.22059/jscm.2016.58172 [In Persian]
- Kuratko, D., Hornsby, J., Covin, J. (2014). Diagnosing a firm's internal en ironmen for corporate entrepreneurship. *Journal of Business Horizons*, 57, 37-47. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2013.08.009>
- Lee, C., Chun-Liang, C. Shu, H. (2014). The Influence of School Organizational Health and Occupational Burnout on Self-perceived Health Status of Primary School Teachers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 116, 985-989. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.332>
- Liu, S., Deng, Z. (2015). Understanding knowledge management capability in business process outsourcing. *Management Decision*. 53(1), 124 -138. <https://doi.org/10.1108/MD-04-2014-0197>
- Luthans, F., Avey, J. B., Avolio, B. J., & Peterson, S. J. (2010). The development and resulting performance impact of positive psychological capital. *Human resource development quarterly*, 21(1), 41-67. doi.org/10.1002/hrdq.20034
- Martín-Rojas, R., García-Morales, V. J., & García-Sánchez, E. (2011). The influence on corporate entrepreneurship of technological variables. *Industrial Management & Data Systems*, 111(7), 984-1005.
- Morris, M. H., Webb, J. W., & Franklin, R. J. (2011). Understanding the manifestation of entrepreneurial orientation in the nonprofit context. *Entrepreneurship theory and practice*, 35(5), 947-971.
- Maktabi, H., & Babakhanian, M. (2015). Identification of factors affecting organizational entrepreneurship in selected Sama Technical Schools. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 940-947.[In Persian]

- Mozafarzadeh A., & Abbasi M. (2022). Examining the role of managers and teachers in fostering students' creativity and methods of fostering creativity in school. *Scientific Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, 6(22), 1206-1226. <https://majournal.ir/index.php/ma/article/view/1779> [In Persian]
- Moradi, A., Soleimanpour, M., & rezanejad, F. (2023). The role of spiritual leadership dimensions on job performance of primary school teachers in Pakdasht. *Positive Behavior in Educational Organizations*, 1(2), 45-57. doi: 10.22098/pbeo.2022.2190 [In Persian]
- Mesbahi Jahromi, N. A., Adibzadeh, M., Nakhaei, S., & Hosseini, S. M. (2015). The Impact of Social Capital On Entrepreneurship and Organizational Citizenship Behavior (Examine the Moderator Role of Emotional Intelligence). *Social Capital Management*, 2(3), 367-392. doi: 10.22059/jscm.2015.56529 [In Persian]
- Mohammadi, F., Ghasemi, H., & Rahmani, N. (2017). Assessing of Regression Equation Between Knowledge Management and Organizational Entrepreneurship in Employees of Ministry of Sport and Youth. *Sport Management Studies*, 9(43), 161-184. doi: 10.22089/smrj.2017.180.1052 [In Persian]
- Mohammadzadeh, M., amanein, A., & hosseni, S. (2016). The Relationship between Social Capital and Organizational Entrepreneurship Development: A Case Study of Iran Khodro. *Social Development & Welfare Planning*, 6(25), 63-91. doi: 10.22054/qjsd.2016.3853 [In Persian]
- Molanejad Khalil Abad, R., Mirza zadeh, Z. S., & Keshtidar, M. (2019). Presenting the Model of organizational justice's Perceptions effect on Sharing Knowledge with the Mediation Role of Citizenship Behavior in the Sports and Youth Department of Khorasan Razavi province. *Organizational Behavior Management in Sport Studies*, 6(3), 109-120. doi: 10.30473/fmss.2019.45569.1947 [In Persian]
- Montezeri, M., Pasandi, N., & Alirezai, A. (2016). Investigating the effect of social capital on organizational entrepreneurship (Case study: small and medium –size businesses). *Social Capital Management*, 3(4), 583-605. doi: 10.22059/jscm.2016.62097 [In Persian]
- Mustafa, H. (2015). The role of ICT management to achieve organizational innovation. *International Journal of Organizational Innovation*, 7 (4), 48-56. [In Persian]
- Nasr Esfahani, A., Ansari, R., & Molaee Khorasqani, R. (2016). Investigating the effect of absorptive capacity's knowledge on corporate entrepreneurship (Case of Isfahan Science & Technology Town). *Journal of Entrepreneurship Development*, 9(2), 377-395. doi: 10.22059/jed.2016.60456 [In Persian]
- Nasr Esfahani, A., Farokhi, M., Amiri, Z., & Salahshori, R. (2015). The Effects of Organizational Health on Organizational Entrepreneurship with an Emphasis on the Mediatory Role of Creative Climate. *Innovation Management Journal*, 4(2), 135-153. [In Persian]
- Nigama, K., & Jawahar, P. D. (2011). Opportunity Recognition Process of Indian Entrepreneurs: The Role of Social Capital and Risk Perception. *IUP Journal of Entrepreneurship Development*, 8(4), 48-78. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2141200
- Norouzi, H., Etemadi Far, M., & Azmayesh Fard, F. (2024). Investigating the effect of innovation capabilities on the relationship between international orientation and export performance. *Innovation Management and Operational Strategies*, 5(2), 190-208. doi: 10.22105/imos.2024.449827.1340 [In Persian]
- Norouzi, H., Moshabaki, A., Khodadad Hosseini, S. H., & Kordnaeij, A. (2013). The Relationship between Emotional Intelligence Capabilities and Organizational Entrepreneurship: A Case Study of Iran's Commercial Automotive Industry. *Innovation Management Journal*, 1(2), 39-64. [In Persian]
- Norouzi, H., Behi, F., & Farzaneh, F. (2024). Investigating the factors affecting the export performance of small and medium-sized companies and the mediating role of competitive advantages and comprehensive quality management. *Scientific Quarterly of Standard and Quality Management*, 13(4), 173-215. doi: 10.22034/jsqm.2024.435469.1553 [In Persian]
- Norouzi, H., Nosrat Panah, R., & Barani, S. (2022). The Influence of Digital Leadership on Firm Performance in Dynamic Environments: The Role of Dynamic Capabilities, Business Model Innovation, and Sustainable Competitive Advantage. *Journal of Business Management*, 14(3), 445-474. doi: 10.22059/jibm.2022.333405.4290 [In Persian]
- Nosratpanah, R., Barani, S., Ashrafzadeh, A., & Atashi, G. (2024). The Effect of Dynamic Service Innovation Capabilities on Firm Performance: The Moderating Role of Perceived Environmental Dynamism and the Mediating Role of Service Innovation and Competitive Advantage. *Journal of Business Management*, 16(1), 137-166. doi: 10.22059/jibm.2023.355935.4546 [In Persian]
- Oladimeji, M., Abosede, A., Eze, B. (2019). Corporate entrepreneurship and service firms' performance in Nigeria. *Journal of Economics & Business*, 17 (1), 3-13. <https://hdl.handle.net/10419/267874>

- Pazhouhan, A., Behvar, S., & Malekpur, Z. (2024). Analyzing the Impact of Organizational Entrepreneurship on Transformational Leadership Style with Regard to the Mediating Role of Organizational Learning. *Public Management Researches*, 17(63), 301-326. doi: 10.22111/jmr.2023.45040.5970 [In Persian]
- Paunovic, S., Dima, I. (2014). Organizational culture and corporate entrepreneurs. *Annals of the University of Petroșani, Economics*, 14(1), 269-276.
- Popowska, M. (2020). Corporate entrepreneurship: A literature review and future research perspectives. *International Journal of Contemporary Management*, 19(1), 61-87.
- Pirannejad, A., Kolivand, E., & Ghafari, A. (2015). An investigation of the effect of social capital in organizational entrepreneurship (Case study: Ghods Municipality). *Journal of Public Administration*, 7(1), 41-53. doi: 10.22059/jipa.2015.53809 [In Persian]
- Pinchot III, G. (1987). Innovation through intrapreneuring. *Research management*, 30(2), 14-19.
- Pazhouhan, A., Behvar, S., & Malekpur, Z. (2024). Analyzing the Impact of Organizational Entrepreneurship on Transformational Leadership Style with Regard to the Mediating Role of Organizational Learning. *Public Management Researches*, 17(63), 301-326. doi: 10.22111/jmr.2023.45040.5970 [In Persian]
- Pourkiani, M., Amiri, A., & Azarpour, F. (2013). The Relationship between Emotional Intelligence and Organizational Entrepreneurship: a study on personnel of Kerman University of Medical Sciences. *Health and Development Journal*, 2(3), 214-222. [In Persian]
- Piggott, D. (2012). Coaches' experiences of formal coach education: a critical sociological investigation. *Sport, education and society*, 17(4), 535-554.
- Qalaei, Mohajeran, Behnaz, Ashrafi Salimkandi, & Farshid. (2019). Investigating the relationship between organizational culture and organizational entrepreneurship with the mediating role of individual and job factors. *A new approach in educational management*, 39(10), 271-292. doi: [20.1001.1.20086369.1398.10.39.13.1](https://doi.org/10.1001.1.20086369.1398.10.39.13.1) [In Persian]
- Rezazadeh, H. (2023). Investigating the relationship between organizational structure and organizational entrepreneurship Case study: Department of Social Security of Great Tehran. *Social Security Journal*, 19(2), 79-100. doi: 10.22034/qjo.2024.419467.1339 [In Persian]
- Razavi, S. M., Jalili Shishivan, A., Hosseini, H., & Keshavarz, M. M. (2017). Communication Model the Role Knowledge Management on the Organizational Entrepreneurship and Employee Empowerment in Department of Youth and Sport of Yazd. *Organizational Behavior Management in Sport Studies*, 4(4), 11-20. doi: [20.1001.1.25384023.1396.4.4.1.3](https://doi.org/10.1001.1.25384023.1396.4.4.1.3) [In Persian]
- Reza'ee, R. A., & Hosseini, S. M. (2013). Designing the Structural Equation Model of Organizational Entrepreneurship Development in Rural Development Cooperatives of Zanjan Province. *Journal of Entrepreneurship Development*, 6(4), 57-74. doi: 10.22059/jed.2013.50798 [In Persian]
- Reza'ee Dizgah, M., Alipour, H., Rahimi Dinachali, A. (2011). The Relationship between Different Dimensions of Organizational justice and Organizational Entrepreneurship in Small Firms. *The Journal of Productivity Management*, 1(5), 107-124. <https://sanad.iau.ir/fa/Article/976121> [In Persian]
- Safari, A., Shooraj, F., & Saleh zadeh, R. (2016). Investigating the Relationship between Knowledge Management, Entrepreneurship and Performance in Cultural Heritage, Handcrafts and Tourism Organization. *Tourism Management Studies*, 9(28), 95-113. doi: [20.1001.1.23223294.1393.9.28.5.3](https://doi.org/10.1001.1.23223294.1393.9.28.5.3) [In Persian]
- Salehi, S., Piri, L., & Shokrkon, H. (2021). The Relationship between Emotional Intelligence and Organizational Entrepreneurship: Mediating Role of Job Engagement. *Industrial and Organizational Psychology Studies*, 8(1), 133-150. doi: 10.22055/jiops.2021.33767.1190 [In Persian]
- Sanjaghi, M. E., Farrahi Boozanjani, B., Hosseini Sarkhoosh, S. M., & Haji Shafiei, J. (2011). The Mediating Effects of Adaptability Culture on the Relationship Between Transformational Leadership and Organizational Innovation (The Case of Selected Firms in Supply Chain of Defense Technologies. *Journal of Improvement Management*, 5(4), 122-139. [In Persian]
- Samimi, S. (2023). Predicting Organizational Performance Based on Intellectual Capital and Organizational Entrepreneurship of education staff. *Transcendent Education Quarterly*, 2(4), 20-29. doi:10.30495/EE.2023.1974165.114 [In Persian]
- Saifi Saldehi, M., Saifi Saldehi, M., Koze Chian, H., & Ehsani, M. (2013). The relationship between entrepreneurial structure and organizational entrepreneurship in the physical education organization of the Islamic Republic of Iran. *Journal of sports management and movement behavior*, 10(19), 55-68. doi: 10.22080/jsmb.2014.832 [In Persian]
- Samadi Miarkolaei, H., Samadi Miarkolaei, H., Bastami, M., & Gholami Avati, R. (2016). Social Capital Impact on the Employees' Organizational Entrepreneurship Development Process in the Post Offices of the

- Mazandaran Province. *Social Capital Management*, 3(3), 391-413. doi:10.22059/jscm.2016.60665 [In Persian]
- Scheepers, M. J., Hough, J., & Bloom, J. Z. (2008). Nurturing the corporate entrepreneurship capability. *Southern African Business Review*, 12(3), 50-75. doi: hdl.handle.net/10520/EJC92879
- Sepahvand, R., & Moghoyi Nezhad, M. (2017). The Impact of Human Resources Management High Performance on Organizational Entrepreneurship with the Mediating Role of Organizational Citizenship Behavior. *Management Studies in Development and Evolution*, 26(84), 53-72. doi: 10.22054/jmsd.2017.7854 [In Persian]
- Shaemi barzoki, A., & Mohamadi, M. (2015). Investigating the role of transformational leadership on manpower productivity by emphasizing on the role of Corporate Entrepreneurship. *Transformation Management Journal*, 6(12), 1-28. doi: 10.22067/pmt.v6i12.33623 [In Persian]
- Shariat Nejad, A., Amrae, F., & Saedi, A. (2015). The effect of Innovation Strategies in Organizational Entrepreneurship Development: Moderating effect of Organizational Learning Capacity. *Journal of Entrepreneurship Development*, 8(2), 313-332. doi: 10.22059/jed.2015.55982 [In Persian]
- Shohani, M., Ehsani, M., & Salehipour, M. (2014). The relationship between organizational culture and organizational entrepreneurship of employees of the National Olympic Committee of the Islamic Republic of Iran. *Human resource management in sports*, 3(1), 93-103. doi: 10.22044/shm.2015.715 [In Persian]
- Taherizade A, Mirghafoori S H, Naser Sadrabadi A. Investigating the Relationship between Social Capital, Organizational Entrepreneurship, and Organizational Performance by SEM and BSC Hybrid Approach: A Case Study. *Jha*, 21 (72) :77-89 <http://jha.iuims.ac.ir/article-1-2496-en.html> [In Persian]
- Hadavi, Farida, Talebpour, Mehdi, Farahani, Abolfazl, & Nakhai Niazi, Azam. (2014). The communication model of organizational intelligence and its dimensions with organizational entrepreneurship in the Ministry of Sports and Youth of the Islamic Republic of Iran. *Scientific quarterly of applied research in sports management*, 4(2), 103-116. doi:20.1001.1.23455551.1394.4.2.8.8 [In Persian]
- Teimouri, H., Shaemi, A., & Zarei, M. (2017). Study of The Relationship Between Dimensions of Organizational Intelligence and Organizational Entrepreneurship. *Management Studies in Development and Evolution*, 25(83), 115-134. doi: 10.22054/jmsd.2017.748 [In Persian]
- Trestle, M. (2016). Impact of Corporate Entrepreneurship on Innovation and Business Performance within Airlines. *Submitted for the Doctor's degree in Management science*, University of Latvia.
- Yildiz, Muge, L. (2014). The Effect of Organizational Culture on Corporate Entrepreneurship. *International Journal of Business and Social Science*, 5(1), 35-44
- Yun, L., Yao, X., Zhu, W., & Zhang, Z. (2022). Evaluating the effect of redundant resources on corporate entrepreneurial performance. *Sustainability*, 14(12), 7101.
- Yadollahi Farsi, J., & Mirarab Razi, R. (2009). A survey of entrepreneurship curriculum development in the field of education. *Journal of Entrepreneurship Development*, 2(1), 61-80. [In Persian]
- Zamani, M., Haghighi, M., & Razmjou, S. (2014). Relationship between Job Satisfaction, Organizational Entrepreneurship and Organizational Growth in Insurance Companies. *Organizational Culture Management*, 12(4), 635-653. doi: 10.22059/jomc.2014.53085 [In Persian]
- Zahed babelan, A., Foroghi, F., Ahadpor, M., Taati, R. (2023). Modeling the effect of cultural intelligence and organizational climate on organizational entrepreneurship mediated by organizational commitment. *Journal of Innovation and Creativity in Human Science*, 4 (12), 231-248. <https://sanad.iau.ir/en/Journal/ichs/Article/929809> [In Persian]
- Zokhi Kohi, H., Davari, A., & Rezvani, M. (2024). Designing the Framework of Corporate Entrepreneurship Development Policy Based on Institutional Dimensions (Grounded Theory). *Iranian Journal of Trade Studies*, 28(110), 83-119. doi: 10.22034/ijts.2024.2017680.3936 [In Persian]
- Zolfaghari, A., & Ashayeri, T. (2024). The Relationship between the Components and Dimensions of Social Capital and Organizational Entrepreneurship Culture: Meta-Analysis of Researches in the Period of 2011-2012. *Organizational Culture Management*, 22(1), 49-68. doi:10.22059/jomc.2023.363552.1008580 [In Persian]
- Zarei, Azim, F., Daud, Zangian, S., & Akbarzadeh, M. (2014). The effect of market orientation on financial performance with an emphasis on the role of organizational entrepreneurship. *Business Management Perspective*, 14(25), 117-132. [In Persian]
- Zhao, W., Ritchie, J. B., & Echtner, C. M. (2011). Social capital and tourism entrepreneurship. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1570-1593. doi.org/10.1016/j.annals.2011.02.006

- Zheng, W., Yang, B., McLean, G. (2012). Linking organizational culture, structure, strategy, and organizational effectiveness: Mediating role of knowledge management. *Journal of Business Research*, 63(7), 763-771. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.06.005>
- Zhu, W., Sosik, J. J., Riggio, R. E., & Yang, B. (2012). Relationships between transformational and active transactional leadership and followers' organizational identification: The role of psychological empowerment. *Journal of Behavioral and Applied Management*, 13(3), 168-212. doi.org/10.1108/02635571111161253
- Waldman, D. A., Stephan, U., Song, Z., Erez, M., & Siegel, D. (2024). Organizational behavior and human resource management perspectives on entrepreneurship: Lessons learned and new directions. *Personnel Psychology*, 77(1), 3-22. <https://doi.org/10.1111/peps.12636>