



The University of Tehran Press

## The Relationship between the Components and Dimensions of Social Capital and Organizational Entrepreneurship Culture: Meta-Analysis of Researches in the Period of 2011-2012

Akbar Zolfaghari<sup>1\*</sup>  | Taha Ashayeri<sup>2</sup> 

1. Corresponding Author, Department of Political Science, Faculty of Law and Social Sciences, Payame Noor University, Tehran, Iran, Email: [akbarzolfaghari@pnu.ac.ir](mailto:akbarzolfaghari@pnu.ac.ir)

2. Department of Sociology, Faculty of Social Science, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran, Email: [t.ashayeri@uma.ac.ir](mailto:t.ashayeri@uma.ac.ir)

### ARTICLE INFO

**Article type:**  
Research Article

**Article History:**  
Received 08 August 2023  
Revised 10 October 2023  
Accepted 14 October 2023  
Published online 07 February 2024

**Keywords:**  
*Community Development,*  
*Organizational Entrepreneurial*  
*Culture,*  
*Organizational Trust,*  
*Religious Affiliation,*  
*Work Ethic.*

### ABSTRACT

between the components and dimensions of social capital and organizational entrepreneurial culture.

**Method:** The research method is quantitative meta-analysis. In this study, the researcher has identified and categorized the studies related to the relationship between the components and dimensions of social capital and organizational entrepreneurship culture from 2010-2014. The statistical population of the research was 68 research documents, 40 documents were selected after checking in terms of method, validity, validity, and scientific findings. Method, sample size, correlation coefficient, significance level, statistical population, and year were the selection criteria of these researches.

**Findings:** The research findings show that social capital has a significant effect on organizational entrepreneurial culture and its effect value is equal to 0.651. According to Cohen's model (effect size level), organizational commitment (0.380); organizational belonging (0.412); religious affiliation (0.358); Organizational participation (0.340) have a greater effect; organizational cohesion (0.262); organizational trust (0.278); has a medium effect and Islamic work ethics (0.187); corporate culture (0.197), has a little effect.

**Results:** According to the research, strong social capital will lead to a strong organizational entrepreneurial culture. The organizational entrepreneurship culture will be guaranteed with the expansion of social relations, inter-departmental cooperation, development of social networks, and growth of information sharing, organizational reputation, and trust.

**Purpose:** The purpose of the current research is to examine the relationship

**Cite this article:** 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: <http://doi.org/10.22059/jomc.2023.363552.1008580>



© Akbar Zolfaghari, Taha Ashayeri **Publisher:** University of Tehran Press.  
DOI: <http://doi.org/10.22059/jomc.2023.363552.1008580>



## رابطه مؤلفه‌ها و ابعاد سرمایه اجتماعی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی: فراتحلیل پژوهش‌های بازه زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰

اکبر ذوالفقاری<sup>۱\*</sup> | طاها عشایری<sup>۲</sup>

۱. نویسنده مسئول، گروه علوم سیاسی- توسعه، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. رایانامه: [akbarzolfaghari@pnu.ac.ir](mailto:akbarzolfaghari@pnu.ac.ir)

۲. گروه تاریخ و جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران. رایانامه: [t.ashayeri@uma.ac.ir](mailto:t.ashayeri@uma.ac.ir)

### اطلاعات مقاله

### چکیده

#### نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

#### تاریخ‌های مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۱۷

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۷/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۲۲

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱۱/۲۶

#### کلیدواژه:

سرمایه اجتماعی،

فرهنگ کارآفرینی

سازمانی، فراتحلیل.

**زمینه:** کارآفرینی سازمانی پدیده‌ای چندگانه‌ای است که با کمک سرمایه اجتماعی و اشتراک اطلاعات و رقابت‌ها افزایش می‌یابد و دستاوردها بیشتر می‌شود و نقش اعتماد متقابل در دستیابی به اهداف تضمین می‌شود.

**هدف:** هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه مؤلفه‌ها و ابعاد سرمایه اجتماعی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی بود.

**روش:** روش اجرای پژوهش فراتحلیل- کمی بود. هدف فراتحلیل- کمی انسجام‌بخشی، مرور نظام‌مند، و یک‌دست‌سازی مطالعات صورت‌گرفته در یک حوزه معین پژوهشی است. جامعه آماری این پژوهش چهل پژوهش از پژوهش‌های صورت‌گرفته در سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ بود که بر اساس ملاک‌های فراتحلیل کمی (ضریب همبستگی، حجم نمونه، سطح معنی‌داری، کیفیت پژوهش، اعتبار و روایی پژوهش، پیمایش) با هدف ترکیب و شناسایی میزان تأثیر آن انتخاب شدند.

**یافته‌ها:** یافته‌های تحقیق نشان داد سرمایه اجتماعی در مجموع بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی تأثیر معنادار دارد و مقدار اثر آن برابر با ۰/۶۵۱ است. مطابق مدل کوهن (سطح اندازه اثر) از بین ابعاد و مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در پژوهش تعهد سازمانی (۰/۳۸۰)، تعلق سازمانی (۰/۴۱۲)، تعلق مذهبی (۰/۳۵۸)، مشارکت سازمانی (۰/۳۴۰) دارای اثر بیشتر، انسجام سازمانی (۰/۲۶۲) و اعتماد سازمانی (۰/۲۷۸) دارای اثر متوسط، اخلاق کار اسلامی (۰/۱۸۷) و فرهنگ کار سازمانی (۰/۱۹۷) دارای اثر کم بوده است.

**نتایج:** مطابق نتایج تحقیق، هر چه سرمایه اجتماعی قوی‌تر باشد فرهنگ کارآفرینی سازمانی قوی‌تر خواهد شد. با گسترش روابط اجتماعی، همکاری‌های بین‌بخشی، توسعه شبکه‌های اجتماعی، رشد اشتراک اطلاعات، شهرت و اعتماد سازمانی تحقق اهداف فرهنگ کارآفرینی سازمانی ضمانت می‌یابد.

**استناد:** ذوالفقاری، اکبر و عشایری، طاها (۱۴۰۳). رابطه مؤلفه‌ها و ابعاد سرمایه اجتماعی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی: فراتحلیل پژوهش‌های بازه زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰. مدیریت فرهنگ سازمانی، ۲۲ (۱) ۴۹-۶۸.

DOI: <http://doi.org/10.22059/jomc.2023.363552.1008580>

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

© اکبر ذوالفقاری، طاها عشایری

DOI: <http://doi.org/10.22059/jomc.2023.363552.1008580>



## مقدمه

واژه کارآفرینی معادل واژه Entrepreneurship در زبان انگلیسی (ربیعی و سرابی، ۱۳۹۲: ۴۲، به نقل از صالحیان، ۱۳۸۲: ۳۲) و برگرفته از واژه Entreprenre در زبان فرانسه به معنای «تعهد گرفتن» یا «انجام دادن کاری» است (Veciana, 2007). تعریف اولیه کارآفرینی مربوط به قرن هجدهم متعلق به ریچارد کانتیلون، آدام اسمیت، ژان باپتیست سی، جان استوارت میل، و کارل منگر هرمان است (Majid & Koe, 2012: 294). کارآفرینی سازمانی را در دهه ۱۹۸۰ بورگلمن<sup>۱</sup> (۱۹۸۳) و میلر<sup>۲</sup> (۱۹۸۳) به موضوع تحقیقاتی تبدیل کردند؛ به‌ویژه زمانی که کتاب پینچوت<sup>۳</sup> (۱۹۸۵)، کارآفرینی درونی، منتشر شد. کارآفرینی سازمانی با اصطلاحات متعدد از جمله سرمایه‌گذاری سازمانی (Burgelman, 1983)، کارآفرینی داخلی (Pinchot III, 1985)، کارآفرینی سازمانی (Guth & Ginsberg, 1990)، فعالیت سازمانی داخلی (Jones & Butler, 1992) معادل کارآفرینی استراتژیک (Hitt et al., 2011) است. از کارآفرینی سازمانی به مثابه نوآوری یا تحول سازمانی هم یاد می‌شود. کارآفرینی سازمانی فرایند نوسازی سازمانی است که دو بعد متمایز اما مرتبط دارد: نوآوری و سرمایه‌گذاری. از این زاویه، کارآفرینی سازمانی همان فعالیت‌های کارآفرینانه است؛ شامل نوآوری، سرمایه‌گذاری، تجدید استراتژیک در سازمان‌ها (Sakhdari, 2016: 5; quotes Zahra, 1996) که بر تحلیل‌های توسعه‌ای، اقتصادی، و سازمانی هم تمرکز دارد. به سبب اهمیت نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی در سال‌های اخیر در این زمینه مطالعات متعددی انجام شده است. اما پراکندگی و گستردگی این مطالعات نتایج متفاوتی در پی داشته و ضرورت اجرای یک مطالعه فراتحلیل را نمایان ساخته است. فراتحلیل گزارش‌های متنوع پژوهشی و نوشته‌های بلا تکلیف و بدون استفاده در آرشیو کتابخانه‌ها و مراکز پژوهشی و سازمان‌ها و دانشگاه‌ها را بررسی و ترکیب و منسجم می‌کند. ترکیب نتایج پژوهش‌های پیشین، به عنوان واحد تحلیل، برای ایجاد تصویری کلی و شفاف از موضوع به مراتب مؤثرتر و مفیدتر از تعریف پژوهشی جدید است. با ارتباط نتایج پراکنده طرح‌های مطالعاتی، شبکه دائمی دانش به جریان می‌افتد و حل یک مشکل و مسئله را در پی دارد. مطالعات فراتحلیل کاستی‌های حوزه پژوهش را تبیین و چشم‌انداز جامعی از یافته‌های علمی را ارائه می‌کند. بنابراین، پرسش‌های پژوهش عبارت‌اند از:

۱. اندازه اثر کلی سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی به روش فراتحلیل چقدر است؟
۲. مطالعات سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی همگون است یا ناهمگون؟
۳. اندازه اثر متغیرهای تعدیلگر بر کارآفرینی سازمانی به روش فراتحلیل چقدر است؟

## پیشینه نظری پژوهش

**کارآفرینی:** شومپتر<sup>۴</sup> (۲۰۰۳: ۱۱۷)، پدر کارآفرینی، کارآفرینی را فرایند ایجاد کالای جدید، روش جدید، بازار جدید، و منابع جدید معرفی و تأکید کرده است کارآفرین نیروی محرکه اصلی توسعه اقتصادی است که کار آن نوآوری است. وی (Andersson et al., 2012; Spencer & Kirchhoff, 2006) نوآوری را مشخصه اصلی کارآفرینی دانسته و تأکید کرده وظیفه اصلی کارآفرین تخریب خلاق به معنای مکانیسم نوآوری مداوم محصول و فرایند برای جایگزینی واحدهای تولیدی جدید با واحدهای قدیمی است (Caballero, 2010: 1). کارآفرینی سازمانی را اولین بار پیترسون<sup>۵</sup> و برگر (۱۹۷۱: ۹۷ - ۹۸) برای مقابله با آشفتگی فزاینده بازار معرفی کردند و امروزه از ضروریات سازمانی برای افزایش درآمد به شمار می‌رود. کارآفرینی سازمانی شیوه‌ای برای راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکار جدید است (Popowska, 2020: 72; Yun et al., 2020: 8). کارآفرینی سازمانی فرایند خاص ایجاد ارزش در سازمان با حفظ شخصیت حقوقی متمایز و فرایند عام پیوند استراتژی‌های سازمانی با نیازهای جامعه است. در کارآفرینی سازمانی، سازمان‌ها فعالیت‌های فناورانه خود را برون‌سپاری می‌کنند. خلاصه اینکه، کارآفرینی سازمانی فرایند سازمان برای ایفای نقش همگانی، مداوم، سریع و راحت کارکنان در همه فعالیت‌های کارآفرینانه فردی و گروهی است (حسین‌پور و

1. Burgelman  
2. Miller  
3. Pinchot  
4. Schumpeter  
5. Peterson

زارعی‌وش، ۱۳۸۹: ۱۷۵، به نقل از صمدآقایی، ۱۳۷۹). پیگیری فرصت‌های داخل سازمان بدون توجه به منابع تحت کنترل را هم کارآفرینی سازمانی می‌گویند (Bhardwaj et al., 2007: 49).

**سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی:** سرمایه اجتماعی و کارآفرینی عنصر کلیدی در علوم سیاسی و جامعه‌شناختی هستند. تعدادی از مطالعات بر وجود و تداوم این ارتباط برای توسعه اجتماع تأکید کرده‌اند (Chung & Gibbons, 1997; Fayad & El Ebrashi, 2022; Hsu et al., 2014). کارآفرینی سازمانی پدیده‌ای چندگانه است که با کمک شبکه‌های اجتماعی برای توسعه تلاش می‌کند. سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از ارزش‌ها و منابع است که با کمک افراد برای رسیدن به هدف مشترک کار می‌کنند. با سرمایه اجتماعی اثرگذاری نهادی روابط و همکاری‌های بین‌بخشی زیاد می‌شود (Fountain, 1998: 104). اشتراک اطلاعات و رقابت‌ها افزایش می‌یابد، دستاوردهای مشترک بیشتر می‌شود، نقش اعتماد متقابل را در دستیابی به اهداف تضمین می‌کند (Chou, 2006: 903). در کارآفرینی سازمانی کارآفرینان سرمایه اجتماعی را بازتولید و حفظ می‌کنند (Basu, 2009: 386). مدل‌های کارآفرینی سازمانی: نظریه‌پردازان متعدد مدل‌ها و نظریه‌های مختلفی را برای تبیین کارآفرینی سازمانی یا سازمان کارآفرینانه مطرح کرده‌اند که به تعدادی از آن‌ها اشاره می‌شود.

تامپسون<sup>۱</sup> (مقیمی، ۱۳۸۵: ۱۱۹ - ۱۲۲، به نقل از تامپسون، ۱۹۹۹ و ۲۰۰۰) بر وجود همه ابعاد کارآفرینی شامل ابعاد سخت، خلاقیت، مخاطره‌پذیری، نرم، انده، و طرح برای شکل‌گیری کارآفرینی سازمانی تأکید کرده است. هورنزیبای<sup>۲</sup> و همکارانش (۱۹۹۳) با ارائه مدل تلفیقی از حمایت مدیریت، استقلال، قدرت تشخیص، پاداش، قابلیت، فرصت دادن، و مرزهای سازمانی به عنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی یاد و تصریح کرده‌اند ریسک‌پذیری، موفقیت‌طلبی، هدف‌مداری، تصمیم به خلاقیت، تعامل ویژگی‌های سازمانی و فردی از ویژگی‌های کارآفرینی سازمانی است. اکهلز<sup>۳</sup> و نک (۱۹۹۸) مدلی ارائه کردند که نشان‌دهنده توانایی سازمان برای بقا در محیط سرشار از نوآوری است. در این مدل تعامل رفتار کارکنان و ساختار سازمان، عناصر ضروری موفقیت کارآفرینانه، و موفقیت کارآفرینانه در قالب ظرفیت نوآورانه برای بقای بلندمدت مورد توجه است.

کورنوال<sup>۴</sup> و پرلمن (۱۹۹۰) بر آن‌اند که اطلاعات محیط درونی و بیرونی سازمان سرآغاز فرایند کارآفرینی سازمانی است که بر اجرای طرح تعیین‌شده استراتژیک اصرار دارد.

موریس و کوراتکو (۲۰۰۲ و ۲۰۱۰) با ارائه مدل تعاملی مشخصات سازمانی، مشخصات فردی، و حادثه ناگهانی را از مؤلفه‌های این مدل معرفی و یادآوری کرده‌اند مشخصات سازمانی شامل حمایت مدیریت ارشد، آزادی اجرای وظایف، پاداش مناسب، زمان کافی برای فعالیت، و وجود حدود سازمانی است و مشخصات فردی دربرگیرنده ریسک‌پذیری، استقلال کاری، توفیق‌طلبی، هدف‌گرایی، و آرمان‌خواهی است و حادثه ناگهانی همان تصمیم به اجرای فعالیت با تعامل سه مؤلفه بالاست (حسین‌پور و زارعی‌وش، ۱۳۸۹: ۱۷۷ و ۱۷۸).

آنتونیک<sup>۵</sup> و هیسریچ هشت بعد ایجاد واحدهای مستقل، کسب‌وکار جدید، نوآوری در محصول و خدمات، نوآوری در فرایند، خودتجدیدی، ریسک‌پذیری، پیش‌گامی، رقابت تهاجمی را در کارآفرینی سازمانی مؤثر دانسته‌اند (رضایی‌قلعه و سلیمان پورعمران، ۱۳۹۶: ۱ - ۱۴).

### پیشینه پژوهش جهت اجرای فراتحلیل

تاکنون نوشته‌ها و مقالات متعددی در داخل کشور درباره مؤلفه‌ها و ابعاد سرمایه اجتماعی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی صورت پذیرفته است. چکیده‌ای از تحقیقات مختلف که در باب مؤلفه‌ها و ابعاد سرمایه اجتماعی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی انجام گرفته است در جدول ۱ آمده است.

1. Thompson
2. Hornsby
3. Echols
4. Cornwall
5. Antonic

جدول ۱. پیشینه تجربی پژوهش

نویسندگان	حجم	روش + شیوه نمونه‌گیری	نوع مقاله	قومیت
(قاسم‌زاده علی‌شاهی و همکاران، ۱۴۰۰)	۲۰۰	پیمایش - تصادفی ساده	مقاله علمی- پژوهشی	فارس
(فراهانی‌فرمهبینی و محمدی‌فاتح، ۱۴۰۰)	۱۴۰	پیمایش - تصادفی ساده	مقاله علمی- پژوهشی	فارس
(عظامهر، ۱۴۰۰)	۸۲	پیمایش - تصادفی ساده	مقاله کنفرانس	ترک
(محسن‌بیگی و ملامحمدی‌راوری، ۱۳۹۹)	۱۸۷	پیمایش - تصادفی ساده	مقاله علمی- پژوهشی	فارس
(رضایی و زمانی، ۱۳۹۹)	۲۸۹	پیمایش - تصادفی ساده	مقاله علمی- پژوهشی	مازنی
(رضاتوفیقی، ۱۳۹۹)	۲۲۰	پیمایش - تصادفی ساده	پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد	فارس
(دهقان، ۱۳۹۹)	۲۸۳	پیمایش - تصادفی طبقه‌ای	پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد	فارس
(جانباز، ۱۳۹۹)	۱۹۰	پیمایش - تصادفی ساده	مقاله کنفرانس	فارس
(امیدیان و همکاران، ۱۳۹۹)	۳۵۰	پیمایش - تصادفی ساده	مقاله کنفرانس	فارس
(احمدی‌اصفهانی، ۱۳۹۹)	۴۲۱	پیمایش - احتمالی تصادفی	مقاله علمی- پژوهشی	فارس
(زلکی‌نژاد، ۱۳۹۸)	۱۶۵	پیمایش - تصادفی ساده	پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد	عرب
(اطهری و لطفوی، ۱۳۹۸)	۱۳۲	پیمایش - طبقه‌ای تصادفی	مقاله علمی- پژوهشی	کرد
(طاهری‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷)	۲۴۸	پیمایش - تصادفی ساده	مقاله علمی- پژوهشی	فارس
(پیرانی، ۱۳۹۷)	۱۳۴	پیمایش - خوشه‌ای	پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد	عرب
(باقرزاده و همکاران، ۱۳۹۷)	۱۸۰	پیمایش - تصادفی ساده	مقاله کنفرانس	ترک
(کیخا و ژبان، ۱۳۹۶)	۱۰۰	پیمایش - تصادفی ساده	مقاله کنفرانس	بلوچ
(صالحی، ۱۳۹۶)	۲۳۰	پیمایش - تصادفی ساده	پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد	فارس
(سیفی‌سالدی، ۱۳۹۶)	۲۷۰	پیمایش - تصادفی ساده	پایان‌نامه دکتری	فارس
(تقوایی‌یزدی و نیارآذری، ۱۳۹۶)	۲۷۸	پیمایش - تصادفی ساده	مقاله علمی- پژوهشی	مازنی
(پایدار، ۱۳۹۶)	۱۸۰	پیمایش - خوشه‌ای در دسترس	پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد	فارس
(بلوکی‌آرانی و همکاران، ۱۳۹۶)	۹۹	پیمایش - تصادفی طبقه‌ای	مقاله کنفرانس	فارس
(ایزانلو و اسماعیلی‌شاد، ۱۳۹۶)	۵۰	پیمایش - تمام شماری	مقاله علمی- پژوهشی	فارس
(اشرفیان، ۱۳۹۶)	۲۰۰	پیمایش - تصادفی طبقه‌ای	پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد	ترک
(مصباحی‌جهرمی و همکاران، ۱۳۹۴)	۱۸۴	پیمایش - تصادفی طبقه‌ای	مقاله علمی- پژوهشی	فارس
(محمدزاده و همکاران، ۱۳۹۴)	۳۷۲	پیمایش - سهمیه‌ای متناسب	مقاله علمی- پژوهشی	فارس
(غفاری‌مجلج و همکاران، ۱۳۹۴)	۲۱۷	پیمایش - تصادفی ساده	مقاله کنفرانس	فارس
(علیزاده‌کنگاجر، ۱۳۹۴)	۱۲۸	پیمایش - تصادفی طبقه‌ای	مقاله علمی- پژوهشی	فارس
(عبداللهی، ۱۳۹۴)	۱۲۰	پیمایش - تصادفی ساده	پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد	فارس
(طهماسبی، ۱۳۹۴)	۱۵۰	پیمایش - تصادفی ساده	پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد	فارس
(طاهریان‌فر، ۱۳۹۴)	۱۶۱	پیمایش - تصادفی ساده	پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد	فارس
(طالبی، ۱۳۹۴)	۸۰	پیمایش - تصادفی ساده	مقاله کنفرانس	فارس
(رضایی‌قادی، ۱۳۹۴)	۱۶۱	پیمایش - تصادفی ساده	مقاله کنفرانس	فارس
(درستکار، ۱۳۹۴)	۲۷۷	پیمایش - تصادفی ساده	پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد	فارس
(پیرعلی و سیادت، ۱۳۹۴)	۱۴۵	پیمایش - تصادفی ساده	مقاله علمی- پژوهشی	فارس
(پیران‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۴)	۲۰۴	پیمایش - تصادفی طبقه‌ای	مقاله علمی- پژوهشی	فارس
(بالازاده‌نسودی، ۱۳۹۴)	۱۱۰	پیمایش - تصادفی ساده	پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد	فارس
(مقیمي اسفندآبادی، ۱۳۹۰)	۱۰۰	پیمایش - سرشماری	پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد	فارس
(عسگری و همکاران، ۱۳۹۰)	۹۷	پیمایش - تصادفی طبقه‌ای	مقاله علمی- پژوهشی	فارس
(رهسپار، ۱۳۹۰)	۹۰	پیمایش - تصادفی ساده	پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد	فارس
(انصاری، ۱۳۹۰)	۸۸	پیمایش - تصادفی ساده	پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد	فارس

### روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع فراتحلیل کمی (cma2) است که در سال ۱۴۰۱ اجرا شد. فراتحلیل با مرور سیستماتیک بر پژوهش‌های قبلی درصد برآورد میزان اندازه اثر متغیرهای مستقل بر وابسته است. روش پژوهش حاضر مراحل ۱. سرچ کلیدواژه «سرمایه اجتماعی و فرهنگ کارآفرینی سازمانی»؛ ۲. گردآوری مقالات از پایگاه نورمگز و مگ‌ایران و علمنت و پایگاه جهاد دانشگاهی؛ ۳.

غربالگری و گزینش مقالات دارای شرایط ملاک ورود (وجود ضریب همبستگی، حجم نمونه، سطح معناداری، روایی و پایایی پژوهش، پیمایش، استفاده از ابزار پرسشنامه)؛ ۴. ورود به نرم افزار؛ ۵. برآورد اندازه اثر پژوهش و سوگیری انتشار و متغیرهای میانجی (تعدیلگر) را طی کرد. جامعه آماری پژوهش ۶۸ پژوهش صورت گرفته بود که ۴۰ پژوهش بعد از کنترل روشی و غربالگری (داشتن ملاک های ورود) به روش هدفمند انتخاب شدند. مطالعاتی فراتحلیل شدند که اطلاعات ضروری برای فراتحلیل را داشتند؛ شامل وجود ضریب همبستگی، حجم نمونه، سطح معناداری، روایی و پایایی پژوهش، پیمایش، استفاده از ابزار پرسشنامه در دسترس. در نهایت، با استفاده از فرمول فیشر و کوهن در نرم افزار فراتحلیل اندازه اثر نهایی هر پژوهش و اثر نهایی کل برآورد شد. برای تشخیص همگنی یا ناهمگنی، از نمودار کیفی و آزمون Q استفاده شد و بعد از اثبات فرض ناهمگونی بین مطالعات از متغیر تعدیلگر (زمینه ای) برای بررسی رابطه مؤلفه ها و ابعاد سرمایه اجتماعی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی استفاده شد. بنابراین، فراتحلیل پژوهش حاضر شامل چند مرحله بود:

مرحله اول. تعریف موضوع پژوهش: موضوع این پژوهش بررسی رابطه مؤلفه ها و ابعاد سرمایه اجتماعی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی با رویکرد فراتحلیل است.

مرحله دوم. جمع آوری نظام مند مطالعات قبلی درباره موضوع تحقیق: در این مرحله مطالعات پیشین درباره موضوع گردآوری شد. جامعه آماری این پژوهش را همه پژوهش های انجام شده در ایران درباره رابطه مؤلفه ها و ابعاد سرمایه اجتماعی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی از سال ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ تشکیل دادند که در یکی از پایگاه های اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی<sup>۱</sup>، مجلات تخصصی نور<sup>۲</sup>، مرکز اسناد و مدارک علمی ایران<sup>۳</sup>، بانک اطلاعات نشریات کشور<sup>۴</sup>، نمایه شده باشند. این تعداد قبل از غربالگری ۶۸ مطالعه بود.

مرحله سوم. غربال مطالعات و گزینش مطالعات مناسب: جهت غربالگری مطالعات ۴۰ سند پژوهشی که ملاک های انتخاب، مانند ضریب همبستگی و حجم نمونه، را داشتند گزینش و برای ترکیب کمی نتایج و به دست آوردن نتیجه واحد احصا شدند. مرحله چهارم. گردآوری اطلاعات: فهرست اطلاعات مطالعات استخراجی شامل موارد زیر است: ۱. اطلاعات عمومی شامل نام نویسنده (ها)، سال انتشار، و جامعه آماری؛ ۲. اطلاعات مربوط به متغیرهای پژوهش شامل ضریب همبستگی رابطه مؤلفه ها و ابعاد سرمایه اجتماعی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی؛ ۳. حجم نمونه و شیوه نمونه گیری. در این مرحله، علاوه بر گردآوری، داده ها کدبندی و برای مرحله بعد در نرم افزار CMA وارد شدند.

مرحله پنجم. محاسبه اندازه اثر<sup>۵</sup>: روش اصلی فراتحلیل مبتنی بر ترکیب نتایج است که پس از تبدیل داده ها به شاخص I و برآورد اندازه اثر مورد استفاده قرار می گیرد. در این پژوهش، داده ها با استفاده از رویکرد هانتر و اشمیت<sup>۶</sup> به شاخص I تبدیل شد. برای تحلیل داده ها، مفروضات فراتحلیل بررسی شد؛ به نحوی که با نمودار کیفی<sup>۷</sup> و همبستگی رتبه ای بگ و مزومدار<sup>۸</sup> خطای انتشار<sup>۹</sup> و با آزمون Q ناهمگونی<sup>۱۰</sup> مطالعات بررسی شد. با توجه به ناهمگونی مطالعات، از مدل اثرات تصادفی<sup>۱۱</sup> برای ترکیب نتایج و اخذ اندازه اثر استفاده شد. در محاسبات این مدل، تغییرات مؤلفه در مطالعات نیز در نظر گرفته شد. بنابراین، نتایج حاصل از مدل اثرات تصادفی در شرایط ناهمگنی قابلیت تعمیم بیشتر نسبت به مدل اثرات ثابت دارد. برای تفسیر نتایج، از نظام تفسیری کوهن<sup>۱۲</sup> استفاده شد. همه این عملیات با استفاده از نسخه دوم نرم افزار جامع فراتحلیل<sup>۱۳</sup> و به روش ترکیب تصادفی اندازه اثر

1. SID
2. Noormags
3. Irandoc
4. Magiran
5. effect size
6. Hunter and Schmidt
7. funnel plot
8. Begg and Mazumdar Rank Correlation
9. publication bias
10. Q test for heterogeneity
11. random effect model
12. Cohen
13. comprehensive meta-analysis – V2

انجام شد. در جدول ۲ خلاصه مطالعات رابطه مؤلفه‌ها و ابعاد سرمایه اجتماعی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی دیده می‌شود. این تحقیق با روش فراتحلیل انجام شد و از نتایج ۶۸ عنوان پژوهش که مشتمل بر پایان‌نامه‌های کارشناسی‌ارشد، دکترا، و مقالات علمی-پژوهشی مرتبط با موضوع و دارای اعتبار علمی-پژوهشی بود استفاده شد. در پژوهش حاضر و به منظور نمونه‌گیری از بین تحقیقات موجود دست به انتخاب و غربالگری زده شد که این انتخاب و غربالگری بر اساس یک‌سری معیارها انجام گرفت.

جدول ۲. خلاصه پژوهش فراتحلیل

نویسنده	گروه مورد مطالعه	استان	ابزار+روش
(قاسم‌زاده علیشاهی و همکاران، ۱۴۰۰)	کارکنان دانشگاه شیراز	فارس	کمی- پرسشنامه
(فراهانی فرمهینی و محمدی فاتح، ۱۴۰۰)	کارکنان ارتش در تهران	تهران	کمی- پرسشنامه
(عطامهر، ۱۴۰۰)	پرستل بانک ملی تبریز	تبریز	کمی- پرسشنامه
(محسن‌بیگی و ملامحمدی راوری، ۱۳۹۹)	کارکنان تأمین اجتماعی کرمان	کرمان	کمی- پرسشنامه
(رضایی و زمانی، ۱۳۹۹)	کارکنان شهرداری گرگان	گرگان	کمی- پرسشنامه
(رضاتفیقی، ۱۳۹۹)	کارکنان استانداری اصفهان	اصفهان	کمی- پرسشنامه
(دهقان، ۱۳۹۹)	کارکنان دانشگاه بیرجند	خراسان جنوبی	کمی- پرسشنامه
(جانباز، ۱۳۹۹)	کارکنان اداره کل راهداری هرمزگان	هرمزگان	کمی- پرسشنامه
(امیدیان و همکاران، ۱۳۹۹)	کارکنان و مدیران شهرداری مشهد	مشهد	کمی- پرسشنامه
(احمدی اصفهانی، ۱۳۹۹)	مهندسان شرکت‌های ساختمانی یزد	یزد	کمی- پرسشنامه
(زلکی‌نژاد، ۱۳۹۸)	کارکنان جهاد کشاورزی خوزستان	خوزستان	کمی- پرسشنامه
(اطهری و لطفوی، ۱۳۹۸)	کارشناسان جهاد کشاورزی کرمانشاه	کرمانشاه	کمی- پرسشنامه
(طاهری‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷)	کارکنان بیمارستان شهدای کارگر یزد	یزد	کمی- پرسشنامه
(پیرانی، ۱۳۹۷)	مدیران باشگاه‌های شهر اهواز	خوزستان	کمی- پرسشنامه
(باقرزاده و همکاران، ۱۳۹۷)	کارشناسان پالایشگاه نفت تبریز	آذربایجان شرقی	کمی- پرسشنامه
(کیخا و ژبان، ۱۳۹۶)	کارکنان بانک ملی شهر زاهدان	سیستان و بلوچستان	کمی- پرسشنامه
(صالحی، ۱۳۹۶)	کارکنان تأمین اجتماعی اصفهان	اصفهان	کمی- پرسشنامه
(سیفی سالدی، ۱۳۹۶)	کارکنان وزارت ورزش و جوانان	تهران	کمی- پرسشنامه
(تقوایی یزدی و نیازآذری، ۱۳۹۶)	اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های آزاد مازندران	مازندران	کمی- پرسشنامه
(پایدار، ۱۳۹۶)	مدیران و کارشناسان شرکت‌های لبنی	تهران	کمی- پرسشنامه
(بلوکی آرانی و همکاران، ۱۳۹۶)	کارکنان دولت	تهران	کمی- پرسشنامه
(ایزانلو و اسماعیلی‌شاد، ۱۳۹۶)	کارکنان بهزیستی بجنورد	خراسان شمالی	کمی- پرسشنامه
(اشرفیان، ۱۳۹۶)	استادان دانشگاه ارومیه	آذربایجان شرقی	کمی- پرسشنامه
(مصباحی جهرمی و همکاران، ۱۳۹۴)	کارمندان دانشگاه یزد	یزد	کمی- پرسشنامه
(محمدزاده و همکاران، ۱۳۹۴)	کارگران و مسئولان و مدیران ایران خودرو	تهران	کمی- پرسشنامه
(غفاری مجلج و همکاران، ۱۳۹۴)	کارکنان شرکت ایندامین سایا	تهران	کمی- پرسشنامه
(علی‌زاده کنگاچر، ۱۳۹۴)	کارکنان بانک پارسیان در تهران	تهران	کمی- پرسشنامه
(عبداللهی، ۱۳۹۴)	کارکنان وزارت کشور	تهران	کمی- پرسشنامه
(طهماسبی، ۱۳۹۴)	کارکنان فنی و حرفه‌ای	تهران	کمی- پرسشنامه
(طاهریان‌فر، ۱۳۹۴)	کارکنان بورس تهران	تهران	کمی- پرسشنامه
(طالبی، ۱۳۹۴)	کارکنان صنایع و معادن خراسان جنوبی	خراسان جنوبی	کمی- پرسشنامه
(رضایی قادی، ۱۳۹۴)	پرستل وزارت آموزش و پرورش	تهران	کمی- پرسشنامه
(درستکار، ۱۳۹۴)	کارکنان ورزش و جوانان خراسان رضوی	خراسان رضوی	کمی- پرسشنامه
(پیرعلی و سیادت، ۱۳۹۴)	مدیران و مسئولان ستاد ناجا	تهران	کمی- پرسشنامه
(پیران‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۴)	کارشناسان شهرداری شهر قدس	تهران	کمی- پرسشنامه
(بالازاده نسودی، ۱۳۹۴)	کارکنان فنی-حرفه‌ای در کرج	البرز	کمی- پرسشنامه
(مقیمی اسفندآبادی، ۱۳۹۰)	مدیران شهرداری تهران	تهران	کمی- پرسشنامه
(عسگری و همکاران، ۱۳۹۰)	مسئولان مؤسسه مهندسی جواد الائمه	تهران	کمی- پرسشنامه
(رهسپار، ۱۳۹۰)	مدیران دانشگاه گیلان	گیلان	کمی- پرسشنامه
(انصاری، ۱۳۹۰)	کارکنان تأمین اجتماعی گیلان	گیلان	کمی- پرسشنامه

- در واقع معیارهای انتخاب مطالعات و تحقیقات در پژوهش حاضر عبارت‌اند از:
- **مشخص بودن قلمرو موضوعی:** باید حتماً در یافته‌های پژوهش به بررسی رابطه مؤلفه‌ها و ابعاد سرمایه اجتماعی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی پرداخته باشد؛ حال بررسی این موضوع می‌تواند مهم‌ترین هدف یک پژوهش باشد یا می‌تواند یکی از اهداف فرعی آن باشد.
  - **مشخص بودن مکانی:** در پژوهش حاضر صرفاً اسناد پژوهشی اعم از پایان‌نامه و مقاله و طرح‌های پژوهشی بررسی شدند که در ایران انجام شده بودند.
  - **مشخص بودن قلمرو روشی:** از آنجا که تمرکز فراتحلیل بر تحقیقات کمی است یکی از اصلی‌ترین معیارها برای انتخاب یک مطالعه این است که آن تحقیق کمی باشد.
  - **معتبر بودن پژوهش:** از آنجا که اعتبار یافته‌های یک پژوهش، مبتنی بر روش فراتحلیل، به مطالعات تحت بررسی آن مربوط می‌شود، مطالعاتی انتخاب شدند که به نحوی از اعتبار آن‌ها اطمینان حاصل شده بود. بدین منظور محقق معیارهایی مثل گزارش اعتبار و پایایی در متن اسناد را مدنظر قرار داد.
  - **مشخص بودن یافته‌های آماری در متن سند پژوهشی:** به منظور انتخاب یک مطالعه برای فراتحلیل باید اولاً یافته آماری به صورت دقیق و درست و با رعایت پیش‌فرض‌های آزمون‌های آماری گزارش شده باشد و ثانیاً این یافته‌ها متناسب با معیارهای ورودی نرم‌افزار به منظور گزارش اندازه اثر باشد. مثلاً در تحقیقات همبستگی لازم است در مطالعات تحت بررسی ضریب همبستگی و حجم نمونه گزارش شده باشد.
- از آنجا که مطالعات موجود در حوزه رابطه مؤلفه‌ها و ابعاد سرمایه اجتماعی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی بر اساس معیارهای یادشده گزینش شده‌اند، می‌توان گفت در پژوهش حاضر از شیوه نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است که بر مبنای این شیوه نمونه‌گیری چهل سند پژوهشی انتخاب شدند.

### یافته‌های پژوهش

یافته‌های تحقیق در دو دسته توصیفی و تحلیلی تدوین شدند. یافته‌های توصیفی شامل بازه زمانی، جامعه آماری، نوع مطالعه، شیوه نمونه‌گیری، سطح اجرا، قومیت، و سطح توسعه مناطق و یافته‌های دربرگیرنده اندازه اثر پژوهش‌ها، سوگیری انتشار، تأثیر متغیرهای تعدیلگر بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی است.

### توصیفی

بیشترین تحقیقات درباره مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و فرهنگ کارآفرینی سازمانی در سال ۱۳۹۴ شامل سیزده تحقیق (۳۲/۵ درصد) و کمترین تحقیقات در سال ۱۳۹۸ شامل دو تحقیق (۵ درصد) است.

رشته ۳۵ درصد از نویسندگان مقاله این حوزه مدیریت دولتی و رشته ۲۰ درصد کارآفرینی و مدیریت کارآفرینی بود. محققان رشته جامعه‌شناسی کمترین سهم را در تالیف مقالات این حوزه داشتند.

۳۷/۵ درصد از مطالعات مقالات علمی-پژوهشی، ۳۷/۵ درصد پایان‌نامه‌های کارشناسی‌ارشد، ۲۲/۵ درصد مقالات علمی کنفرانس‌ها، و ۲/۵ درصد از مطالعات پایان‌نامه دکتری تخصصی بودند.

شیوه نمونه‌گیری ۶۵ درصد پژوهش‌ها تصادفی ساده و ۲۰ درصد هم تصادفی طبقه‌ای بود.

۵۵ درصد از تحقیقات جامعه آماری خود را به کارکنان سازمان‌ها اختصاص داده بودند. ۱۷/۵ درصد درباره مدیران سازمان‌ها و ۲۰ درصد هم درباره کارکنان دانشگاه‌ها بود.

قوم فارس با ۷۲/۵ درصد بالاترین تعداد تحقیقات این حوزه را داشتند. گروه قومی ترک رتبه دوم از مقالات این حوزه را به دست آورد.

مطابق نتایج ۷/۵ درصد از پژوهش‌ها در استان کمتر توسعه‌یافته، ۱۲/۵ درصد در استان‌های درحال توسعه، و ۸۰ درصد هم در مناطق توسعه‌یافته اجرا شده است.



## تحلیلی

جدول ۳. اندازه اثر تحقیقات

Sig	Z	گزارش آماری		Effect Size	نویسندگان
		Upper	Lower		
۰,۰۰۰	۶,۶۹۹	۰,۵۴۱	۰,۳۳۵	۰,۳۳۷	(قاسم‌زاده عیشاهی و همکاران، ۱۴۰۰)
۰,۰۰۰	۵,۵۲۸	۰,۴۷۳	۰,۱۸۹	۰,۲۳۹	(فراهانی فرمهبینی و محمدی فاتح، ۱۴۰۰)
۰,۰۰۲	۷,۱۸۹	۰,۴۳۷	۰,۱۵۱	۰,۳۳۷	(عطامهر، ۱۴۰۰)
۰,۰۰۰	۱۱,۶۵۶	۰,۸۷۴	۰,۲۶۱	۰,۲۴۹	(محسن بیگی و ملامحمدی راوری، ۱۳۹۹)
۰,۰۰۰	۱۰,۹۷۶	۰,۷۶۷	۰,۲۷۸	۰,۴۴۶	(رضایی و زمانی، ۱۳۹۹)
۰,۰۰۰	۸,۴۶۸	۰,۴۷۳	۰,۲۵۴	۰,۳۲۱	(رضاتوفیقی، ۱۳۹۹)
۰,۰۰۰	۸,۴۷۶	۰,۶۴۵	۰,۱۷۲	۰,۴۲۷	(دهقان، ۱۳۹۹)
۰,۰۰۰	۱۸,۲۹۳	۰,۷۸۹	۰,۳۲۶	۰,۲۵۰	(جانباز، ۱۳۹۹)
۰,۰۰۲	۹,۲۷۶	۰,۶۵۶	۰,۱۵۴	۰,۴۷۹	(امیدیان و همکاران، ۱۳۹۹)
۰,۰۰۰	۱۳,۱۹۶	۰,۷۲۴	۰,۲۶۳	۰,۱۳۵	(احمدی اصفهانی، ۱۳۹۹)
۰,۰۰۰	۸,۹۴۶	۰,۴۶۵	۰,۱۵۲	۰,۳۵۹	(زلکی نژاد، ۱۳۹۸)
۰,۰۰۰	۳,۳۹۸	۰,۱۷۱	۰,۱۰۳	۰,۳۸۲	(اطهری و لطفوی، ۱۳۹۸)
۰,۰۰۰	۹,۹۷۹	۰,۲۸۶	۰,۱۹۲	۰,۱۵۹	(طاهری زاده و همکاران، ۱۳۹۷)
۰,۰۰۰	۳,۲۴۶	۰,۵۶۵	۰,۳۵۶	۰,۲۴۱	(پیرانی، ۱۳۹۷)
۰,۰۰۰	۹,۴۸۸	۰,۶۷۳	۰,۲۱۴	۰,۲۹۹	(باقرزاده و همکاران، ۱۳۹۷)
۰,۰۰۲	۳,۸۶۴	۰,۴۲۳	۰,۲۸۳	۰,۱۹۴	(کیخا و ژیان، ۱۳۹۶)
۰,۰۰۱	۳,۶۷۰	۰,۴۷۳	۰,۱۹۴	۰,۲۵۴	(صالحی، ۱۳۹۶)
۰,۰۰۰	۵,۷۱۸	۰,۷۶۹	۰,۳۱۶	۰,۴۹۲	(سیفی سالدھی، ۱۳۹۶)
۰,۰۰۰	۶,۸۰۲	۰,۵۲۸	۰,۱۸۱	۰,۳۹۶	(تقوایی یزدی و نیازآذری، ۱۳۹۶)
۰,۰۰۰	۱۶,۷۱۱	۰,۸۱۹	۰,۳۲۴	۰,۳۸۲	(پایدار، ۱۳۹۶)
۰,۰۰۰	۱۶,۷۱۱	۰,۸۱۹	۰,۳۲۴	۰,۳۸۲	(بلوکی آرانی و همکاران، ۱۳۹۶)
۰,۰۰۲	۶,۵۶۴	۰,۴۷۲	۰,۱۵۳	۰,۳۹۸	(ایزاتلو و اسماعیلی‌شاد، ۱۳۹۶)
۰,۰۰۰	۷,۷۵۹	۰,۶۳۲	۰,۱۰۸	۰,۴۶۲	(اشرفیان، ۱۳۹۶)
۰,۰۰۰	۹,۴۵۹	۰,۳۸۶	۰,۱۵۵	۰,۱۷۹	(مصباحی جهرمی و همکاران، ۱۳۹۴)
۰,۰۰۵	۱۲,۷۲۹	۰,۵۷۸	۰,۱۹۱	۰,۳۷۶	(محمدزاده و همکاران، ۱۳۹۴)
۰,۰۰۰	۹,۸۹۱	۰,۴۳۹	۰,۱۶۸	۰,۱۸۹	(غفاری مجلیج و همکاران، ۱۳۹۴)
۰,۰۰۰	۱۶,۴۵۸	۰,۷۱۶	۰,۲۲۴	۰,۲۷۱	(علی‌زاده کنگاچر، ۱۳۹۴)
۰,۰۰۰	۱۸,۶۷۵	۰,۳۹۵	۰,۲۹۳	۰,۲۴۰	(عبداللهی، ۱۳۹۴)
۰,۰۰۱	۶۳۲,۷	۲۰۵,۰	۱۴۱,۰	۰,۱۲۱	(طهماسبی، ۱۳۹۴)
۰,۰۰۳	۶۱۳,۵	۳۷۶,۰	۱۱۸,۰	۰,۲۴۱	(طاهریان‌فر، ۱۳۹۴)
۰,۰۰۵	۰۳۲,۴	۶۸۱,۰	۲۳۱,۰	۰,۳۰۴	(طالبی، ۱۳۹۴)
۰,۰۰۱	۰۲۱,۸	۲۸۵,۰	۱۴۵,۰	۰,۳۲۱	(رضایی قادی، ۱۳۹۴)
۰,۰۰۲	۱۴۵,۲	۳۷۶,۰	۱۰۵,۰	۰,۲۲۱	(درستکار، ۱۳۹۴)
۰,۰۰۳	۶۳۲,۱۶	۴۳۲,۰	۱۳۷,۰	۰,۳۷۴	(پیرعلی و سیادت، ۱۳۹۴)
۰,۰۰۱	۴۳۱,۹	۲۷۶,۰	۱۸۹,۰	۰,۱۶۸	(پیران‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۴)
۰,۰۰۱	۳۷۱,۴	۳۹۷,۰	۲۰۰,۰	۰,۱۱۱	(بالازاده نسودی، ۱۳۹۴)
۰,۰۰۱	۲۷۶,۹	۴۰۰,۰	۱۲۱,۰	۰,۱۷۹	(مقیمی اسفندآبادی، ۱۳۹۰)
۰,۰۰۱	۶۲۱,۱۱	۵۱۸,۰	۲۰۹,۰	۰,۳۸۱	(عسگری و همکاران، ۱۳۹۰)
۰,۰۰۱	۱۱۵,۱۰	۳۲۸,۰	۱۵۶,۰	۰,۱۸۹	(رهسپار، ۱۳۹۰)
۰,۰۰۱	۳,۰۲۶	۰,۳۴۸	۰,۱۶۷	۰,۲۱۷	(انصاری، ۱۳۹۰)

نتایج فوق حاکمی است در همه پژوهش‌ها مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی رابطه معنادار دارد و روی آن‌ها اثر مثبت و مستقیم می‌گذارد.

### تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی

نتایج نشان می‌دهد سرمایه اجتماعی در مجموع بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی تأثیر معنادار دارد و مقدار اثر آن برابر با ۰/۶۵۱ است. هر چه سرمایه اجتماعی قوی‌تر شود، فرهنگ کارآفرینی سازمانی قوی‌تر خواهد شد. مطابق نتایج فوق، مطابق مدل کوهن (سطح اندازه اثر) از بین ابعاد و مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در پژوهش تعهد سازمانی (۰/۳۸۰)، تعلق سازمانی (۰/۴۱۲)، تعلق مذهبی (۰/۳۵۸)، مشارکت سازمانی (۰/۳۴۰) دارای اثری بیشتر و انسجام سازمانی (۰/۲۶۲)، اعتماد سازمانی (۰/۲۷۸) دارای اثری متوسط و اخلاق کار اسلامی (۰/۱۸۷) و فرهنگ کار سازمانی (۰/۱۹۷) دارای اثری کمتر بوده است.

جدول ۴. تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی

مؤلفه	گزارش آماری			
	Sig	Z	Upper	Lower
اخلاق کار اسلامی	۰,۱۸۷	۳,۷۰۲	۰,۱۳۱	۰,۱۰۲
اعتماد سازمانی	۰,۲۷۸	۵,۵۰۱	۰,۳۸۹	۰,۲۸۱
تعهد سازمانی	۰,۳۸۰	۶,۷۶۱	۰,۱۹۸	۰,۱۲۰
تعلق سازمانی	۰,۴۱۲	۱۰,۴۷۱	۰,۱۶۷	۰,۱۸۸
فرهنگ کار سازمانی	۰,۱۹۷	۸,۹۱۲	۰,۳۸۱	۰,۱۲۳
تعلق مذهبی	۰,۳۵۸	۱۱,۲۷۱	۰,۲۶۷	۰,۱۵۴
مشارکت سازمانی	۰,۳۴۰	۱۰,۲۸۱	۰,۲۶۵	۰,۱۹۰
انسجام سازمانی	۰,۲۶۲	۹,۵۶۳	۰,۱۹۸	۰,۱۰۰
اثر کل پژوهش	۰,۶۵۱	۱۳,۱۴۲	۰,۶۵۰	۰,۳۱۸

### آزمون Q: سنجش همگنی / ناهمگنی پژوهش

این آزمون برای اندازه‌گیری و سنجش همگنی و عدم همگنی بین مطالعات به کار می‌رود. در صورت همگنی از اندازه اثر ثابت و در صورت ناهمگنی از اندازه اثر تصادفی استفاده می‌شود.

جدول ۵. آزمون Q

وضعیت همگنی مطالعات			
Q-value	DF	P-Value	I-Squared
۸۰۳,۵۰۳	۳۹	۰,۰۰۴	۸۸,۴۶۱

نتایج نشان می‌دهد بین ۸۸ درصد از پژوهش‌های بررسی شده ناهمگنی و اختلاف وجود دارد. نمره I-Squared بین ۰ تا ۱۰ قرار دارد. هر چه به ۱۰ نزدیک‌تر شود به معنای ناهمگنی است و تمایل عدد به سوی ۰ به معنای همگنی (شباهت و عدم اختلاف مطالعات) است. با توجه به ناهمگنی بین پژوهش‌ها باید موارد ناهمگن کننده معین شود. بدین منظور متغیرهای میانجی و تعدیلگر بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و فرهنگ کارآفرینی سازمانی مورد آزمون قرار می‌گیرد.

### تأثیر متغیر وضع تأهل در فرهنگ کارآفرینی سازمانی

جدول ۶. تأثیر متغیر تأهل در فرهنگ کارآفرینی سازمانی

تأهل	تصادفی	
	Sig	Z-Value
مجرد	۰,۳۸۱	۵,۷۶۱
متأهل	۰,۴۵۱	۴,۸۷۱
اثر کل	۰,۳۵۶	۵,۰۹۱

بین وضع تأهل و فرهنگ کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد و اثر کلی آن برابر با ۰/۳۵ است. تمایل به فرهنگ کارآفرینی سازمانی در بین افراد متأهل (۰/۴۵۱) بیشتر از گروه مجردها (۰/۳۸۱) است.

### تأثیر متغیر جنسیت در فرهنگ کارآفرینی سازمانی

جدول ۷. تأثیر متغیر جنسیت در فرهنگ کارآفرینی سازمانی

تصادفی			جنسیت
Sig	Z-Value	اندازه ترکیبی	
۰,۰۰۰	۴,۱۰۰	۰,۲۰۰	زن
۰,۰۰۰	۳,۳۴۶	۰,۲۵۱	مرد
۰,۰۰۲	۶,۷۳۲	۰,۱۸۶	اثر کل

بین جنسیت و فرهنگ کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد و اثر کلی آن برابر با ۰/۱۸ است. تمایل به فرهنگ کارآفرینی سازمانی در بین مردان (۰/۲۵) بیشتر از زنان (۰/۲۰) است.

### تأثیر متغیر هویت قومی در فرهنگ کارآفرینی سازمانی

جدول ۸. تأثیر هویت قومی در فرهنگ کارآفرینی سازمانی

تصادفی			هویت قومی
Sig	Z-Value	اندازه ترکیبی	
۰,۰۰۰	۵,۵۶۱	۰,۳۳۲	ترک
۰,۰۰۰	۸,۱۳۴	۰,۳۲۰	فارس
۰,۰۰۰	۴,۰۳۱	۰,۳۴۱	مازنی
۰,۰۰۰	۱۰,۶۷۱	۰,۲۰۱	کرد
۰,۰۰۰	۱۱,۰۹۱	۰,۲۸۷	عرب
۰,۰۰۰	۷,۶۴۳	۰,۲۳۱	بلوچ
۰,۰۰۰	۱۰,۴۵۱	۰,۱۹۸	اثر کل

نتایج نشان می‌دهد بین هویت قومی و فرهنگ کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد و اثر کلی آن برابر با ۰/۱۹ است. بر این اساس تمایل به فرهنگ کارآفرینی سازمانی در بین گروه قومی مازنی (۰/۳۴)، ترک (۰/۳۳)، فارس (۰/۳۲) بیشتر و در میان کردها (۰/۲۰)، عربها (۰/۲۸)، بلوچ (۰/۲۳) متوسط است.

### تأثیر متغیر نوع گروه در فرهنگ کارآفرینی سازمانی

جدول ۹. تأثیر نوع گروه در فرهنگ کارآفرینی سازمانی

تصادفی			نوع گروه
Sig	Z-Value	اندازه ترکیبی	
۰,۰۰۰	۵,۷۷۱	۰,۲۷۰	کارکنان سازمانها
۰,۰۰۰	۴,۱۸۰	۰,۲۶۴	مدیران سازمانها
۰,۰۰۰	۳,۶۵۱	۰,۲۹۸	کارکنان دانشگاهها
۰,۰۰۰	۹,۱۵۵	۰,۲۵۰	کارکنان بانکها
۰,۰۰۰	۱۰,۴۱۰	۰,۳۴۱	اثر کل

نتایج نشان می‌دهد گروه‌های مختلف در فرهنگ کارآفرینی سازمانی تأثیر دارند و اثر آنها برابر با  $0/34$  است. به این ترتیب میزان تمایل به فرهنگ کارآفرینی سازمانی در میان کارکنان دانشگاه ( $0/29$ ) بیشتر از سایر گروه‌ها است.

### سطح توسعه استان با فرهنگ کارآفرینی سازمانی

جدول ۱۰. سطح توسعه استان با فرهنگ کارآفرینی سازمانی

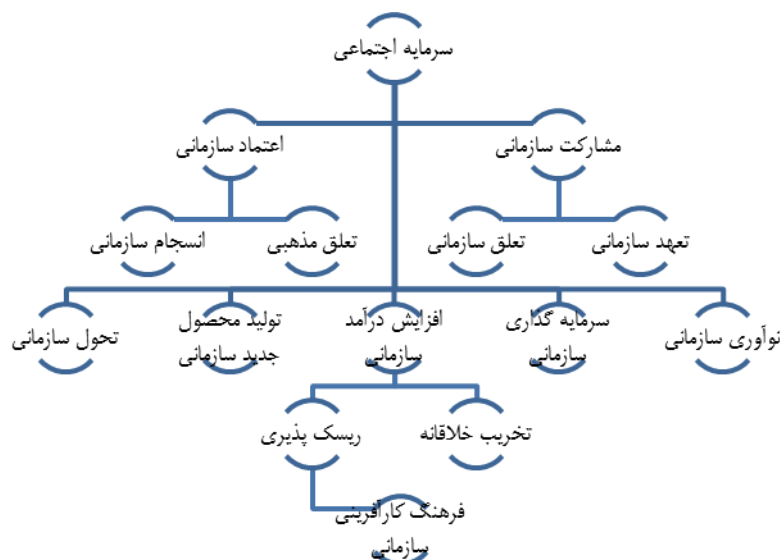
Sig	Z-Value	تصادفی		نوع گروه
		اندازه ترکیبی		
۰,۰۰۰	۳,۲۳۱	۰,۴۴۶		توسعه یافته
۰,۰۰۰	۶,۱۴۲	۰,۴۲۱		در حال توسعه
۰,۰۰۰	۷,۲۴۱	۰,۳۰۰		کمتر توسعه یافته
۰,۰۰۰	۴,۸۷۱	۰,۳۵۱		اثر کل

نتایج نشان می‌دهد سطح توسعه استان و فرهنگ کارآفرینی سازمانی رابطه معنادار دارند و اثر آن  $0/35$  است. تمایل به فرهنگ کارآفرینی سازمانی در استان‌های توسعه یافته ( $0/44$ ) و در استان‌های در حال توسعه ( $0/42$ ) و در استان‌های کمتر توسعه یافته ( $0/30$ ) است.

### بحث و نتیجه

رشد، توسعه، تخریب خلاقانه، و کارآفرینی سازمانی بستگی به سطحی از سرمایه اجتماعی دارد. با وجود سرمایه اجتماعی، کارکنان سازمانی فرهنگ و جسارت پذیرش خطر را به دست می‌آورند. فرهنگ کارآفرینی سازمانی کارکرد ذهنی و فرهنگی است که به واسطه سرمایه اجتماعی رخ می‌دهد. هدف اصلی پژوهش مطالعه رابطه مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد بین سرمایه اجتماعی و فرهنگ کارآفرینی سازمانی رابطه معنادار وجود دارد و اثر نهایی آن برابر با  $0/65$  درصد است. بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی رابطه معنادار وجود دارد؛ بدین شکل:

- با افزایش تعهد سازمانی، گرایش به فرهنگ کارآفرینی بیشتر می‌شود و مقدار آن  $0/38$  است.
  - با افزایش تعلق سازمانی، فرهنگ کارآفرینی سازمانی بیشتر می‌شود و اثر آن  $0/41$  است.
  - با افزایش تعلق مذهبی، فرهنگ کارآفرینی سازمانی عمیق‌تر می‌شود و اثر آن  $0/35$  است.
  - با افزایش مشارکت سازمانی، فرهنگ کارآفرینی افزایش می‌یابد و اثر آن  $0/34$  است.
  - با تقویت انسجام سازمانی، فرهنگ کارآفرینی سازمانی تقویت می‌شود و اثر آن  $0/26$  است.
  - با گسترش اعتماد سازمانی، فرهنگ کارآفرینی سازمانی گسترش می‌یابد و اثر آن  $0/27$  است.
  - با تشدید تمایل به کار، فرهنگ کارآفرینی سازمانی نیز تشدید می‌شود و اثر آن  $0/18$  است.
  - با افزایش تمایل به فرهنگ کار، فرهنگ کارآفرینی سازمانی بیشتر می‌شود و اثر آن  $0/19$  است.
- بر اساس یافته‌های تحقیق، فرایند اثرگذاری مؤلفه‌ها و ابعاد سرمایه اجتماعی بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی به شکل ذیل است.



شکل ۱. فرایند اثرگذاری مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر فرهنگ کارآفرینی سازمانی

با تقویت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، تمایل به فرهنگ کارآفرینی سازمانی بیشتر می‌شود؛ بدین شکل که مشارکت سازمانی، اعتماد سازمانی، تعهد سازمانی، تعلق سازمانی، تعلق مذهبی، و انسجام سازمانی بر ایجاد فرهنگ کارآفرینی سازمانی شامل نوآوری سازمانی، سرمایه‌گذاری سازمانی، افزایش درآمد سازمانی، تولید محصولات جدید سازمانی، و تحولات سازمانی اثرگذار خواهد بود. این تأثیر از طریق ریسک‌پذیری و به تعبیر شومپیتر تخریب خلاقانه ممکن می‌شود؛ به گونه‌ای که طی این فرایند واحدهای تولیدی جدید جایگزین واحدهای قدیمی و محصولات جدید جایگزین محصولات سنتی می‌شوند ( Caballero, 2010: 398)؛ تعاملات و همکاری‌های سازمانی گسترش می‌یابد (Fountain, 1998: 104)؛ رقابت‌ها عمیق‌تر و اعتماد متقابل سازمانی و انسجام سازمانی تقویت می‌شود (Chou, 2006: 903). از نظر تامپسون (مقیم، ۱۳۸۵: ۱۱۹ - ۱۲۲، به نقل از تامپسون، ۱۹۹۹ و ۲۰۰۰)، با ایجاد و تقویت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی هر پنج بعد کارآفرینی سازمانی شامل ابعاد سخت، خلاقیت، ریسک‌پذیری، نرم، و ائده شکل می‌گیرد و توسعه می‌یابد. زیرا، همان‌طور که هورنزیبای و همکارانش (۱۹۹۳) تصریح دارند، در این فرایند فرهنگ کارآفرینی سازمانی از حمایت مدیریت، استقلال، قدرت تشخیص کاری، پاداش‌ها، و فرصت‌ها بهره‌مند می‌شود و به تعبیر اکهلز و نک (۱۹۹۸) تعاملات اجتماعی کارکنان توسعه و ساختار سازمانی بهبود می‌یابد و توانایی‌های سازمان برای بقا در محیطی سرشار از نوآوری تقویت می‌شود.

به باور کورنوال و پرلمن (۱۹۹۰) با افزایش سرمایه اجتماعی پیوند اطلاعات درونی و بیرونی سازمان برقرار می‌شود، شکل می‌گیرد، و انسجام می‌یابد. به زعم موریس و کوراتکو (۲۰۰۲ و ۲۰۱۰) با افزایش تعاملات اجتماعی حمایت مدیران ارشد از فعالیت‌های خلاقانه بیشتر می‌شود، استقلال و آزادی کارآفرینان گسترش می‌یابد، پاداش فعالیت‌های نوآورانه مناسب‌سازی می‌شود، بستر کارآفرینی فراهم‌تر می‌شود، حد و مرزهای سازمانی برای نوآوری مشخص می‌شود، و سرانجام تمایل به ریسک‌پذیری، آزادی عمل، استقلال کاری، توفیق، هدف‌گرایی، و آرمان‌خواهی افزایش خواهد یافت. آنتونیک و هیسریچ (رضایی‌قلعه و سلیمان پورعمران، ۱۳۹۶: ۱۱ - ۱۴) نیز نقش مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در فرهنگ کارآفرینی سازمانی را مهم ارزیابی و تأکید کرده‌اند با تمرکز بر سرمایه اجتماعی واحدهای مستقلی در سازمان‌ها برای خلاقیت شکل می‌گیرد، کسب‌وکارهای نو راه‌اندازی می‌شود، محصولات و خدمات مدرن عرضه می‌شود، و ریسک‌پذیری و رقابت‌های نهایی می‌شود. خلاصه اینکه سرمایه اجتماعی، ارزش، و هنجار جمعی سازمانی‌ست که در پیوندهای سازمانی، تعاملات جمعی، اعتماد سازمانی، نهادینه‌سازی فرهنگ کار، و تقدم منافع سازمانی بر منافع فردی نمایان می‌شود. با سرمایه اجتماعی، بسترهای خلاقیت در چرخه بین فرد و ساختار ظهور و بروز می‌یابد؛ به گونه‌ای که با افزایش نظارت، ارتباط، تبادل جمعی، و کیفیت همکاری رفتارهای

فردگرایانه پرهزینه کم می‌شود و سازمان در مسیر توسعه و شکوفایی قرار می‌گیرد. تحلیل و اثبات نقش و جایگاه مهم سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی محققان را مجاب خواهد کرد که سرمایه‌گذاری برای ایجاد و تقویت سرمایه اجتماعی نه تنها موجب ایجاد سرمایه‌های مادی که باعث تحقق سرمایه‌های غیرمادی از جمله بهبود عملکرد سازمانی و تقویت عملکرد حرفه‌ای و شغلی می‌شود. از این رو پرداختن به این مهم کمتر از توجه به سرمایه‌های مادی و فیزیکی در ارتقای کارآفرینی سازمانی نخواهد بود. بر این اساس و وفق یافته‌های تحقیق و به منظور تقویت نقش مؤلفه‌ها و ابعاد سرمایه اجتماعی در فرهنگ کارآفرینی سازمانی پیشنهاد می‌شود:

۱. سیاست‌گذاران و مجریان حوزه‌های سازمانی به طراحی سیاست‌های عملی‌ای بپردازند که موجب افزایش سرمایه اجتماعی و ارتقای فرهنگ کارآفرینی سازمانی می‌شود.
۲. ضرورت دارد به موضوع سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها توجه ویژه‌ای شود تا به منابع ارزشمندی مانند اعتماد اجتماعی مجهز شوند و بتوانند به ارتقای فرهنگ کارآفرینی در سطح سازمان‌ها کمک کنند.
۳. توجه به مؤلفه‌ها و ابعاد سرمایه اجتماعی از طریق دوره‌های کوتاه‌مدت آموزش کارکنان و تشویق و تقویت نهادهای اجتماعی-صنفي در سازمان‌ها.
۴. تشکیل گروه‌ها و انجمن‌های حرفه‌ای و تخصصی مانند انجمن علمی، تیم‌های ورزشی، و... در سازمان‌ها برای ایجاد و گسترش و نهادینه‌سازی فعالیت‌های خلاقانه و کارآفرینانه در سازمان‌ها.
۵. بهره‌گیری از رسانه‌های جدید برای ساختن شبکه‌های اجتماعی و تقویت روابط بین افراد.

## منابع

- احمدی اصفهانی، آرش (۱۳۹۹). تحلیل نقش کارآفرینی استراتژیک و سرمایه اجتماعی بر مدیریت زنجیره تأمین پایدار و عملکرد سازمانی. *رهیافتی در مدیریت بازرگانی*، ۲ (۱)، ۶۰۷ - ۶۲۳.
- اشرفیان، مینا (۱۳۹۶). بررسی رابطه علی بین سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی اجتماعی با تأکید بر متغیر میانجی توانمندسازی روان‌شناختی اعضای هیئت علمی دانشگاه ارومیه در سال تحصیلی ۹۵ - ۹۶. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه ارومیه. پردیس دانشگاهی. ارومیه.
- اطهری، زهرا و لطفوی، منیژه (۱۳۹۸). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی شهرستان کرمانشاه. *کارآفرینی در کشاورزی*، ۶ (۳)، ۵۳ - ۶۴.
- امیدیان، گلی؛ نجفی هدک، محسن و نگهبان کراتی، حسن (۱۳۹۹). رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در شهرداری مشهد. *هفتمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم انسانی، مدیریت، و کارآفرینی ایران*.
- انصاری، فریانه (۱۳۹۰). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در مدیریت درمان تأمین اجتماعی استان گیلان. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه پیام نور. استان گیلان. دانشکده مدیریت.
- ایزائلو، زینب و اسماعیلی‌شاد، بهرنگ (۱۳۹۶). نقش میانجی سرمایه اجتماعی در رابطه سرمایه روان‌شناختی و کارآفرینی سازمانی. مدیریت کسب‌وکار، ۳۶ (۹)، ۷ - ۲۲.
- باقرزاده، مجید؛ پورمحمدی، ساناز و مبینی، میترا (۱۳۹۷). تأثیر سرمایه اجتماعی کارآفرینی بر عملکرد سازمانی شرکت پالایش نفت تبریز. *دومین کنفرانس ملی کارآفرینی دانشگاه صنعتی شریف*.
- بالازاده نسودی، آرزو (۱۳۹۴). نقش سرمایه اجتماعی در نوآوری با رویکرد کارآفرینی سازمانی (در مرکز تربیت مربی و پژوهش‌های سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور). *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه آزاد اسلامی. واحد تهران مرکزی. دانشکده مدیریت. تهران.
- بلوکی آرانی، حسین‌سر؛ دادگر آرانی، زهرا و جلیلی نوش‌آبادی، سید جلال (۱۳۹۶). تأثیر سرمایه اجتماعی ساختاری و ابعاد آن بر کارآفرینی سازمانی. *دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و حسابداری*.
- پایدار، محمدرضا (۱۳۹۶). بررسی اثر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: شرکت‌های تولیدی محصولات لبنی). *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه تهران. دانشکده مدیریت. تهران.
- پیران‌نژاد، علی؛ کولیوند، اسحاق و غفاری، علی (۱۳۹۴). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: شهرداری شهر قدس). *مدیریت دولتی (دانشگاه تهران)*، ۲۱ (۷)، ۴۱ - ۵۴.
- پیرانی، فاطمه (۱۳۹۷). تأثیر سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی مدیران باشگاه‌های شهر اهواز. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه شهید چمران اهواز. دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی. اهواز.
- پیرعلی، علی‌رضا و سیادت، سعیده (۱۳۹۴). بررسی و تبیین نقش سرمایه‌های اجتماعی در ارتقای کارآفرینی سازمانی در ناجا. *منابع انسانی ناجا*، ۵ (۳۸)، ۸۳ - ۱۰۲.
- تقوایی‌یزدی، مریم و نیازآذری، مرضیه (۱۳۹۶). رابطه بین سرمایه اجتماعی با رفتار شهروندی و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های آزاد اسلامی بسیار بزرگ استان مازندران. *روان‌شناسی تربیتی*، ۲۹ (۸)، ۱ - ۲۲.
- جانباز، محمدحسن (۱۳۹۹). تأثیر سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی. *اولین کنفرانس بین‌المللی چالش‌ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری*.
- حسین‌پور، داود و زارعی‌وش، فاطمه (۱۳۸۹). الگوی کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: اداره کل تعاون استان تهران). *تعاون و کشاورزی*، ۲۱۶ (۲۱)، ۱۷۱ - ۱۹۸.
- درستکار، نسربین (۱۳۹۴). بررسی رابطه سرمایه‌های اجتماعی و کارآفرینی سازمانی بر اثربخشی سازمانی ادارات ورزش و جوانان استان خراسان رضوی. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه بیرجند. دانشکده علوم ورزشی. بیرجند.
- دهقان، مجتبی (۱۳۹۹). نقش مدیریت استراتژیک منابع انسانی در کارآفرینی سازمانی با توجه به نقش میانجی سرمایه اجتماعی در کارمندان و اعضای هیئت علمی دانشگاه بیرجند. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه بیرجند. دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی. بیرجند.

- ربیعی، علی و سرابی، سولماز (۱۳۹۲). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر کارآفرینی زنان (مطالعه موردی: انجمن زنان مدیر کارآفرین). *مطالعات توسعه اجتماعی- فرهنگی*، ۱ (۴)، ۳۳ - ۶۸.
- رضاتوفیقی، افسانه (۱۳۹۹). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارایی سازمانی و کارآفرینی سازمانی با توجه به نقش میانجی خلاقیت سازمانی (مورد مطالعه: استانداری اصفهان). *پایان نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه شهید اشرفی اصفهانی. دانشکده علوم اداری و اقتصاد. اصفهان.
- رضایی، حمید و زمانی، مهسا (۱۳۹۹). تأثیر مدیریت دانش و گرایش به کارآفرینی بر اثربخشی سازمانی با توجه به نقش تعدیلی سرمایه اجتماعی در شهرداری گرگان. *مطالعات مدیریت و کارآفرینی*، ۳۳ (۶)، ۱۰۶ - ۱۱۹.
- رضایی قادی، خدیجه (۱۳۹۴). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در وزارت آموزش و پرورش و ارائه مدل. *اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد، حسابداری، و علوم تربیتی*.
- رضایی قلعه، هما و سلیمان پورعمران، محبوبه (۱۳۹۶). بررسی نظریات کارآفرینی سازمانی و کاربرد آن در آموزش و پرورش. *دومین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در آموزش و پژوهش*. محمودآباد.
- رهسپار، سعید (۱۳۹۰). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی (در دانشگاه گیلان). *پایان نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه گیلان. گیلان.
- زلکی نژاد، علی (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان. *پایان نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان. اهواز.
- سیفی سالدی، محمدهادی (۱۳۹۶). رابطه بین دارایی‌های ناملموس سازمانی (سرمایه‌های انسانی، اجتماعی، و روان شناختی) و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران). *پایان نامه دکترای تخصصی (PhD)*. دانشگاه مرکز تحصیلات تکمیلی. تهران.
- صالحی، زینب (۱۳۹۶). ارزیابی تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی با متغیر میانجی چابکی کارکنان (مورد مطالعه: سازمان تأمین اجتماعی اصفهان). *پایان نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه شهید اشرفی اصفهانی. اصفهان.
- طالبی، حمید (۱۳۹۴). رابطه بین هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی سرمایه اجتماعی. *سومین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت با رویکرد علوم پژوهشی نوین*.
- ظاهران فر، فاطمه (۱۳۹۴). تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی درون سازمانی در سازمان بورس و اوراق بهادار تهران. *پایان نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه آزاد اسلامی. واحد تهران مرکزی. دانشکده مدیریت. تهران.
- طاهری زاده، آسیه؛ میرغفوری، سید حبیب‌الله و ناصر صدرآبادی، علی رضا (۱۳۹۷). رابطه سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی، و عملکرد سازمانی با استفاده از رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری. *مدیریت سلامت*، ۲۲ (۲۱)، ۷۷ - ۸۹.
- طهماسبی، حسین (۱۳۹۴). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در دانشگاه فنی و حرفه‌ای. *پایان نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه آزاد اسلامی. واحد تهران مرکزی. دانشکده مدیریت و حسابداری. تهران.
- عبداللهی، حسین (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در وزارت کشور. *پایان نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه آزاد اسلامی. واحد تهران مرکزی. دانشکده مدیریت و حسابداری. تهران.
- عسگری، محمدهادی؛ کاظم پور، اسماعیل و حاتمیان، محرم علی (۱۳۹۰). بررسی ارتباط بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در مؤسسه مهندسی جواد الائمه. *مهندسی مدیریت*، ۴، ۴۰، ۲۶ - ۱۸.
- عظامهر، زهرا (۱۴۰۰). تبیین ارتباط بین سرمایه‌های اجتماعی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: بانک ملی). *هفتمین کنفرانس بین المللی مدیریت امور مالی، تجارت، بانک، اقتصاد، و حسابداری*.
- علی زاده کنگاچر، رضا (۱۳۹۴). بررسی نقش میانجی انگیزش کارکنان در تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی. *مطالعات منابع انسانی*، ۱۵ (۵)، ۱۲۵ - ۱۴۶.
- غفاری مجلج، محمد؛ مختاری باج کلایی، مهران و منصور مهر، مهدی (۱۳۹۴). رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی در شرکت اینداین سایپا. *نخستین کنفرانس بین المللی مدیریت و کارآفرینی*.
- فراهانی فرمهبینی، محسن و محمدی فاتح، اصغر (۱۴۰۰). تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی آجا با نقش میانجی قابلیت انباشت دانش و نقش تعدیل گر فرهنگ سازمانی. *سرمایه انسانی دفاعی*، ۲ (۱)، ۲۴ - ۶۱.



- قاسم‌زاده علی‌شاهی، ابوالفضل؛ رزاقی، محمد و هدایتی خوش‌مهر، عزیز (۱۴۰۰). بررسی نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی و اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز: سهم متغیر مدیریت دانش. *بازیابی دانش و نظام‌های معنایی*، ۲۹ (۸)، ۶۷ - ۹۴.
- کیخا، عالمه و ژیان، ژیلا (۱۳۹۶). نقش سرمایه اجتماعی بر توسعه کارآفرینی سازمانی. *هشتمین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت و پنجمین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری‌های باز*.
- محسن‌بیگی، مطهره و ملامحمدی راوری، مجید (۱۳۹۹). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی درون‌سازمانی با تبیین نقش میانجی تعهد سازمانی در مدیریت درمان تأمین اجتماعی شهر کرمان. *تأمین اجتماعی*، ۵۵ (۱۶)، ۱۷۵ - ۲۰۴.
- محمدزاده، منیژه؛ امانیان، ابوالفضل و حسینی، سید رسول (۱۳۹۴). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با توسعه کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: ایران خودرو). *برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، ۲۵ (۷)، ۶۳ - ۹۲.
- مصباحی جهرمی، نگارالسادات؛ ادیب‌زاده، مرضیه؛ نخعی، سکینه و حسینی، سید محمود (۱۳۹۴). تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی و رفتار شهروندی سازمانی (بررسی نقش تعدیلگری هوش هیجانی کارکنان). *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۵ (۲)، ۳۶۷ - ۳۹۲.
- مقیمی، سید محمد (۱۳۸۵). *کارآفرینی در سازمان‌های دولتی*. تهران: فراندیش.
- مقیمی اسفندآبادی، علی‌رضا (۱۳۹۰). بررسی عوامل مؤثر بین سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی در بین مدیران شهرداری تهران. *پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد*. دانشگاه تهران. دانشکده کارآفرینی. تهران.
- Abdollahi, H. (2015). *Investigating the relationship between organizational structure and organizational entrepreneurship in the Ministry of Interior*. Azad University. Tehran. (in Persian)
- Ahmadiesfahani, A. (2020). Analysis of the role of strategic entrepreneurship and social capital on sustainable supply chain management and organizational performance. *Rahyafati in Business Management*, 2 (1), 607-623. (in Persian)
- Alizadeh, R. (2015). Investigating the mediating role of employee motivation in the impact of social capital on organizational entrepreneurship. *Human Resource Studies*, 15 (5), 125-146. (in Persian)
- Andersson, M., Braunerhjelm, P., & Thulin, P. (2012). Creative destruction and productivity: entrepreneurship by type, sector and sequence. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*.
- Ansari, F. (2011). *Investigating the relationship between social capital and organizational entrepreneurship in the management of social security treatment in Gilan province*. Payame Noor University. Gillan. (in Persian)
- Asgari, M.H., Kazempour, E., & Hatamiyan, M.A. (2011). Investigating the relationship between social capital and organizational entrepreneurship in Javad Al-Aameh Engineering Institute. *Journal of Management Engineering*, 4 (40), 1-9. (in Persian)
- Ashrafiyan, M. (2017). *Investigating the causal relationship between social capital and organizational entrepreneurship and social entrepreneurship with an emphasis on the mediating variable of psychological empowerment of faculty members of Urmia University in the academic year 1995-1996*. Oroumiyeh University. Oroumiyeh. (in Persian)
- Atamehr, Z. (2019). Explaining the relationship between social capital and organizational entrepreneurship (case study: National Bank). In *The 7th International Conference on Financial Management, Business, Banking, Economics and Accounting*. Karaj. (in Persian)
- Athari, Z. & Lotfevi, M. (2019). Investigating the impact of social capital on organizational entrepreneurship in the organization of agricultural jihad in Kermanshah city. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*, 6 (3), 53-64. (in Persian)
- Ayazanloo, Z. & Esmailshad, B. (2017). The mediating role of social capital in the relationship between psychological capital and organizational entrepreneurship. *Journal of Business Management*, 36 (9), 7-22. (in Persian)
- Bagherzadeh, M., Pormohammadi, S., & Mobini, M. (2018). The effect of entrepreneurial social capital on the organizational performance of Tabriz oil refining company. *Presented at the The second national conference of entrepreneurship of Sharif University of Technology*. (in Persian)
- Balazadeh Nasouhi, A. (2015). *The role of social capital in innovation with an organizational entrepreneurship approach (in the Center for Teacher Training and Research of the Technical and Vocational Education Organization of the country)*. Azad University, Tehran. (in Persian)
- Basu, S. (2009). Social capital and social entrepreneurship: analysing links and implications for sustainability in third sector organisations in West Bengal.
- Bhardwaj, BR., Sushil, Momaya K., & Momaya, K. (2007). Corporate entrepreneurship: Application of moderator method. *Singapore Management Review*, 29 (1), 47-58.
- Bolouki Arani, H., DAdgar Arani, Z., & Jalili Nooshabadi, S. J. (2017). The impact of structural social capital and its dimensions on organizational entrepreneurship. *Presented at the The second international conference on management and accounting*. (in Persian)

- Burgelman, R. A. (1983). A process model of internal corporate venturing in the diversified major firm. *Administrative Science Quarterly*, 223-244.
- Caballero, R. J. (2010). Creative destruction. In *Economic Growth* (pp. 24-29). Springer.
- Chou, Y. K. (2006). Three simple models of social capital and economic growth. *The Journal of Socio-Economics*, 35 (5), 889-912.
- Chung, L. H. & Gibbons, P. T. (1997). Corporate entrepreneurship: The roles of ideology and social capital. *Group & Organization Management*, 22 (1), 10-30.
- Cornwall, J. R. & Perlman, B. (1990). *Organizational Entrepreneurship*, Irwin Pub.
- Dehghan, M. (2020). *The role of strategic management of human resources in organizational entrepreneurship with regard to the mediating role of social capital in the employees and faculty members of Birjand University*. Birjand University, Birjand. (in Persian)
- Dorostkar, N. (2015). *Investigating the relationship between social capital and organizational entrepreneurship on the organizational effectiveness of sports and youth departments in Razavi Khorasan Province*. Birjand University, Birjand. (in Persian)
- Echols, A. E. & Neck, Ch. P. (1998). The impact of behaviors and structure on corporate entrepreneurial success. *Journal of Managerial Psychology*.
- Farmahini Farahani, M., Mohammadi Fateh, A., & Khalili, S. A.. (2021). The effect of social capital on AJA organizational innovation with the mediating role of knowledge accumulation and the moderating role of organizational culture. *Defense-Human Capital Management*, 1 (2), 17-42. (in Persian)
- Fayad, Y. & El Ebrashi, R. (2022). Social capital and corporate entrepreneurship: the role of absorptive capacity in emerging markets. *Management Decision*, (ahead-of-print).
- Fountain, J. E. (1998). Social capital: Its relationship to innovation in science and technology. *Science and Public Policy*, 25 (2), 103-115.
- Ghafarmajlaj, M., Mokhtari, M., & Mansourifar, M. (2015). The relationship between social capital and organizational entrepreneurship in Indamine Saipa Company. In *The first international conference on management and entrepreneurship*. Tehran. (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), 67-94. <https://doi.org/10.22054/jks.2021.58715.1417>. (in Persian)
- Guth, W. D. & Ginsberg, A. (1990). Guest editors' introduction: Corporate entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 5-15.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Sirmon, D. G., & Trahms, Ch. A. (2011). Strategic entrepreneurship: creating value for individuals, organizations, and society. *Academy of Management Perspectives*, 25 (2), 57-75.
- Hornsby, J. S., Naffziger, D. W., Kuratko, D. F., & Montagno, R. V. (1993). An interactive model of the corporate entrepreneurship process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17 (2), 29-37.
- Hosseinpour, D. & Zareivash, F. (2011). Organizational Entrepreneurship Pattern Tehran Province Department of Cooperation Case Study. *Co-Operation and Agriculture*, 21 (4), 171-196. (in Persian)
- Hsu, Ch-Ch., Tan, K. Ch., & Laosirihongthong, T. (2014). Antecedents of SCM practices in ASEAN automotive industry: Corporate entrepreneurship, social capital, and resource-based perspectives. *The International Journal of Logistics Management*.
- Janbaz, M.H. (2020). The impact of intellectual capital and social capital on organizational entrepreneurship. In *The first international conference on new challenges and solutions in industrial engineering and management and accounting*. Sari. (in Persian)
- Jones, G. R. & Butler, J. E. (1992). Managing internal corporate entrepreneurship: An agency theory perspective. *Journal of Management*, 18 (4), 733-749.
- Keykhah, A. & Jiyan, J. (2017). The role of social capital on the development of organizational entrepreneurship. In *The 8th International Accounting and Management Conference and the 5th Entrepreneurship and Open Innovations Conference*. Tehran. (in Persian)
- Majid, Izaidin Abdul; & Koe, W-L. (2012). Sustainable entrepreneurship (SE): A revised model based on triple bottom line (TBL). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2 (6), 293
- 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. <https://doi.org/10.22059/jscm.2015.56529>. (in Persian)
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29 (7), 770-791.
- Moghimi Esfandabadi, A.R. (2011). *Investigating the effective factors between social capital and organizational entrepreneurship among Tehran municipality managers*. Tehran University, Tehran. (in Persian)

- Moghimi, M. (2006). *Entrepreneurship in government organizations*. Farandish. (in Persian)
- Mohammadzadeh, M., Amaniyan, A., & Hosseini (2015). Examining the relationship between social capital and the development of organizational entrepreneurship (case study: Iran Khodro). *Welfare Planning and Social Development Journal*, 25 (7), 63-92. (in Persian)
- Mohsenbeigi, M. & Mollamohammadi, M. (2020). Investigating the Impact of Social Capital on Intra-Organizational Entrepreneurship by Explaining the Mediating Role of Organizational Commitment in Kerman Treatment Management. *Social Security Journal*, 16 (1), 175-204. (in Persian)
- Morris, M. H. & Kuratko, D. F. (2002). *Corporate entrepreneurship: Entrepreneurial development within organizations*. South-Western Pub.
- Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2010). *Corporate entrepreneurship & innovation*. Cengage Learning.
- Omidian, G., Nejefi Hadk, M., & Negahban Karrati, M.H. (2020). The relationship between social capital and organizational entrepreneurship in Mashhad municipality. In *The 7th National Conference of Modern Studies and Researches in the Field of Humanities, Management and Entrepreneurship in Iran*. Tehran. (in Persian)
- Payedar, M.R. (2017). *Investigating the effect of social capital on organizational entrepreneurship (case study: dairy product manufacturing companies)*. Tehran University. Tehran. (in Persian)
- Peterson, R. A. & Berger, D. G. (1971). Entrepreneurship in organizations: Evidence from the popular music industry. *Administrative Science Quarterly*, 97-106.
- Pinchot III, G. (1985). Intrapreneuring: Why you don't have to leave the corporation to become an entrepreneur. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.
- Pirali, A.R. & Siyadat, S. (2015). Examining and explaining the role of social capital in promoting organizational entrepreneurship in Naja. *Naja Scientific Quarterly of Human Resources*, 5 (38), 83-102. (in Persian)
- Pirani, F. (2018). *The effect of human capital and social capital on organizational entrepreneurship of Ahvaz city club managers*. Chamran University. Ahvaz. (in Persian)
- Pirannejad, A., Kolivand, E., & Ghafari, A. (2015). Investigating the impact of social capital on organizational entrepreneurship (case study: Quds City Municipality). *Public Administration (Tehran University)*, 21 (7), 41-54. (in Persian)
- Popowska, M. (2020). Corporate Entrepreneurship: A Literature Review and Future Research Perspectives. *International Journal of Contemporary Management/Współczesne Zarządzanie*, 19, 61-87.
- Rabei, A. & Sarabi, S. (2013). Examining the effect of social capital and its dimensions on women's entrepreneurship. *SScio-Cultural Development Studies*, 1 (4), 33-67. (in Persian)
- Rahsepar, S. (2011). *Examining the relationship between social capital and organizational entrepreneurship (in Gilan University)*. Gilan University, Gillan. (in Persian)
- Rezaei, H. & Zamani, M. (2020). The effect of knowledge management and entrepreneurial orientation on organizational effectiveness with regard to the moderating role of social capital in Gorgan Municipality. *Journal of Management and Entrepreneurship Studies*, 33 (6), 106-119. (in Persian)
- Rezaeighadi, Kh. (2015). Investigating the relationship between social capital and organizational entrepreneurship in the Ministry of Education and providing a model. Presented at the The first international conference on management, economics, accounting and educational sciences. Sari. (in Persian)
- Rezaeighaleh, H. & Soleymanpouromran, M. (2017). Examining the theories of organizational entrepreneurship and its application in education. In *The second national conference of new approaches in education and research*. Mhamoodabad. (in Persian)
- Rezatofighi, A. (2020). *Investigating the effect of social capital on organizational efficiency and organizational entrepreneurship with regard to the mediating role of organizational creativity (case study: Isfahan Governorate)*. Shahid Ashrafi University of Isfahani. Esfahan. (in Persian)
- Sakhdari, K. (2016). Corporate entrepreneurship: A review and future research agenda. *Technology Innovation Management Review*, 6 (8).
- Salehi, Z. (2017). *Evaluating the impact of social capital on organizational entrepreneurship with the mediating variable of employee agility (Study case of Isfahan Social Security Organization)*. Shahid Ashrafi University of Isfahani. Esfahan. (in Persian)
- Schumpeter, J. & Backhaus, U. (2003). The theory of economic development. In *Joseph Alois Schumpeter* (pp. 61-116). Springer.
- Seyfialdehi, M.H. (2017). *The relationship between organizational intangible assets (human, social and psychological capitals) and organizational entrepreneurship - case study: Ministry of Sports and Youth of the Islamic Republic of Iran*. Payame Noor University. Tehran. Postgraduate Education Center. (in Persian)

- Spencer, A. S. & Kirchoff, B. A. (2006). Schumpeter and new technology based firms: Towards a framework for how NTBFs cause creative destruction. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2 (2), 145-156.
- Taghvaeiyazdi, Maryam; & Niazazari, Marziyeh. (2017). The relationship between social capital and citizenship behavior and organizational entrepreneurship in very large Islamic Azad universities in Mazandaran province. *Journal of Educational Psychology*, 29 (8), 1-22. (in Persian)
- Taheriyandar, F. (2015). *The impact of social capital on intra-organizational entrepreneurship in Tehran Stock Exchange Organization*. Azad University. Tehran. (in Persian)
- Taherizade, A., Mirghafoori, S. H., & Naser Sadrabadi, A. (2018). Investigating the Relationship between Social Capital, Organizational Entrepreneurship, and Organizational Performance by SEM and BSC Hybrid Approach: A Case Study. *Journal of Health Administration*, 21 (72). (in Persian)
- Tahmasbi, H. (2015). *Investigating the effect of social capital on organizational entrepreneurship in technical and vocational university*. Azad University. Tehran. (in Persian)
- Talebi, H. (2015). The relationship between emotional intelligence and organizational entrepreneurship with the mediating role of social capital. In *The third international accounting and management conference with the approach of modern research sciences*. Tehran. (in Persian)
- Toledano, N., Urbano, D., & Bernadich, M. (2010). Networks and corporate entrepreneurship: A comparative case study on family business in Catalonia. *Journal of Organizational Change Management*.
- Veciana, J. M. (2007). Entrepreneurship as a scientific research programme. In *Entrepreneurship* (pp. 23-71). Springer.
- Yun, J. J., Zhao, X., Jung, K., & Yigitcanlar, T. (2020). The culture for open innovation dynamics. *Sustainability*, 12 (12), 5076.
- Zalakinejad, A. (2019). *Investigating the relationship between social capital and organizational entrepreneurship in the Khuzestan Province Agricultural Jihad Organization*. Khuzestan University of Agricultural Sciences and Natural Resources. Ahvaz. (in Persian)