



## The relationship between the antecedents of entrepreneurial behavior and the mediating role of entrepreneurial organizational climate (case study: Parsian Gas Refining Company)

Mahsa Kamalipour 

Department of Technology, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran

[M.kamalipoor@ut.ac.ir](mailto:M.kamalipoor@ut.ac.ir)

Ali Safari\* 

Department of Management, Faculty of Administrative Science and Economics, University of Isfahan, Iran

(Corresponding Author). [a.safari@ase.ui.ac.ir](mailto:a.safari@ase.ui.ac.ir)

### ABSTRACT

**Objective:** Entrepreneurship in itself is a behavior. Autonomous, proactive, innovative, competitive, and risk-taking behavior plays the main role in implementing entrepreneurial actions. In order to consider the factors that are necessary for the formation of entrepreneurial behavior, the lack of the role of entrepreneurial behavior in Iranian companies, and the lack of appropriate procedures for its foundation, conducting research in this field can be effective. Therefore, this research was conducted to determine the relationship between the antecedents of entrepreneurial behavior and the mediating role of entrepreneurial organizational climate in the Parsian Gas Refining Company of Fars province.

**Method:** The research is applied in terms of purpose and descriptive correlation based on nature and method. The statistical population consists of managers, supervisors, and employees of Parsian Gas Refining Company, which includes 385 people. According to the sampling formula of structural equation modeling, the sample size was considered to be 169 people. To collect data, questions from standard questionnaires were used, which were randomly distributed. To analyze the data, descriptive statistics were used and SPSS/24 and Smart PLS/3 software were used for the structural equation model. The content validity of the questionnaires was confirmed by using management experts and some organizational experts. Also, using confirmatory factor analysis, its construct validity was tested and confirmed. R<sup>2</sup> criterion for endogenous variables is equal to and greater than 0.33, which indicates a strong fit of the structural model. Also, since the Q<sup>2</sup> of the endogenous variables is higher than 0.33, the model has a high predictive power. The average of the shared values above is equal to 0.747 and the average R<sup>2</sup> of the endogenous variables is equal to 0.727. To calculate the fit index of the general part of the model, the GOF criterion is equal to 0.736, which indicates a very strong and appropriate fit of the overall model. Since in the present research, the variable of entrepreneurial climate is a mediating variable, the current state of entrepreneurial climate was determined for normal data using the sample t-test and for non-normal data using the binomial test.

**Results:** The results of the hypothesis test showed that there is no positive and significant relationship between networking behavior and entrepreneurial behavior in the Parsian Gas Refining Company, which indicates the rejection of the first hypothesis. Organizational entrepreneurial climate has a positive and significant relationship with entrepreneurial behavior, which shows that the second hypothesis is confirmed. Entrepreneurial organizational structure does not have a positive and significant relationship with entrepreneurial behavior in the Parsian Gas Refining Company. Entrepreneurial organizational structure indirectly has a positive and significant relationship on entrepreneurial behavior with the mediating role of the organizational entrepreneurial climate, and the intensity of the mediating variable effect is equal to 0.79. Networking behavior indirectly has a positive and significant relationship on entrepreneurial behavior with

the mediating role of entrepreneurial climate, and the intensity of the mediating variable effect is equal to 0.84. Therefore, out of five research hypotheses, two hypotheses were rejected and three hypotheses were confirmed.

**Conclusion:** Based on the findings of the research, it can be concluded that the creation and strengthening of networking behavior and the creation of flat organizational structures alone do not lead to the emergence of entrepreneurial behaviors; Rather, organizations and companies should provide a supportive environment for innovative and entrepreneurial actions through management support, appropriate reward system, access to sufficient resources, flexibility of organizational boundaries, and strengthening the risk-taking of managers, supervisors, and employees. It is also necessary for managers to pay more attention to the formation of purposeful extra-organizational networks that lead to innovation, opportunity identification, and strengthening risk-taking. Since maintaining such networks is valuable, it is necessary; Managers must effectively manage relationships, conflicts, ethical issues, and agreements in the network. The managers and employees of the company should be given this authority so that they can communicate with the employees and managers of other companies through the integrated knowledge management system. By creating an entrepreneurial climate and supporting the management, provide all employees with access to information and knowledge exchange in the direction of the organization's goals. Managers should familiarize themselves with the concepts and requirements of intrapreneurship, put entrepreneurial programs at the forefront of their work, provide the necessary context for the implementation and realization of intrapreneurship, and try to remove the structural and cultural barriers that prevent entrepreneurial and innovative actions in the company. To strengthen the climate of entrepreneurship and improve its dimensions, it is suggested that middle managers, supervisors, and employees be given free time to express innovative ideas, and the selection of these managers is based on experience and innovation, and innovative managers are encouraged for their innovative ideas. The culture of accepting and tolerating failure, risk, and mistakes in Parsian Gas Company spreads through training courses, including training courses to strengthen risk tolerance, teamwork, and case studies related to risk acceptance, tolerating uncertainty and failure, etc.

**Keywords:** Intrapreneurship, Entrepreneurial Organizational Structure, Entrepreneurial Organizational Climate, Networking Behavior, Entrepreneurial Behavior

---

**Cite this article:** Kamalipour, M., & Safari, A. (2024). The relationship between the antecedents of entrepreneurial behavior and the mediating role of entrepreneurial organizational climate (case study: Parsian Gas Refining Company). *Journal of Entrepreneurship Development*, 16 (5), 86-97. <http://10.22059/JED.2024.367418.654284>(in Persian)

**Received:** 2023-06-04; **Revised:** 2023-10-15; **Accepted:** 2023-12-31; **Published online:** 2024-03-04  
© The Author(s). **Article type:** Research **Publisher:** University of Tehran Press.



## تعیین ارتباط پیشیندهای رفتار کارآفرینانه با نقش میانجی‌گری جو سازمانی کارآفرینانه (مورد مطالعه: شرکت پالایش گاز پارسیان)

مهسا کمالی‌پور <sup>id</sup>

گروه فناوری، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. [M.kamalipoor@ut.ac.ir](mailto:M.kamalipoor@ut.ac.ir)

علی صفری \* <sup>id</sup>

نویسنده مسئول، گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران. [a.safari@ase.ui.ac.ir](mailto:a.safari@ase.ui.ac.ir)

### چکیده

**هدف:** کارآفرینی در ذات خود یک رفتار است. رفتاری خودمختارانه، پیش‌دستانه، نوآورانه، رقابت‌جویانه و ریسک‌پذیر که نقش اصلی را در اجرای اقدام‌های کارآفرینانه ایفا می‌کند. با توجه به لزوم در نظر گرفتن عواملی که در شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه ضروری است؛ همچنین کم‌رنگ بودن نقش رفتار کارآفرینانه در شرکت‌های ایرانی و نبود رویه‌های مناسب برای بسترسازی آن، انجام پژوهشی در این زمینه می‌تواند مؤثر باشد. بر این اساس این پژوهش با هدف تعیین ارتباط پیشیندهای رفتار کارآفرینانه با نقش میانجی‌گری جو سازمانی کارآفرینانه در شرکت پالایش گاز پارسیان استان فارس انجام شد.

**روش:** پژوهش از نظر هدف، کاربردی و بر اساس ماهیت و روش، توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری را مدیران، سرپرستان و کارکنان شرکت پالایش گاز پارسیان که شامل ۳۸۵ نفر هستند، تشکیل داده است. حجم نمونه با توجه به فرمول نمونه‌گیری مدل‌سازی معادلات ساختاری ۱۶۹ نفر در نظر گرفته شد. در راستای جمع‌آوری داده‌ها، از سؤال‌های پرسش‌نامه‌های استاندارد استفاده گردید که به صورت تصادفی توزیع گردید. به منظور تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و برای مدل معادلات ساختاری از نرم‌افزارهای SPSS/24 و Smart PLS/3 استفاده شد. روایی محتوایی پرسش‌نامه‌ها با استفاده از صاحب‌نظران رشته مدیریت و برخی از متخصصین سازمانی تأیید گردید. همچنین با استفاده از روش تحلیل عامل تأییدی، روایی سازه آن آزموده و تأیید شد. معیار R<sup>2</sup> برای متغیرهای درون‌زا برابر و بزرگ‌تر از مقدار ۰/۳۳ است که نشان از برازش قوی مدل ساختاری دارد. همچنین از آنجایی که Q<sup>2</sup> متغیرهای درون‌زا بالاتر از ۰/۳۳ است مدل از قدرت پیش‌بینی بالایی برخوردار است. میانگین مقادیر اشتراکی فوق‌برابر با ۰/۷۴۷ است و میانگین R<sup>2</sup> متغیرهای درون‌زا برابر با ۰/۷۲۷ است. جهت محاسبه شاخص برازش بخش کلی مدل، معیار GOF برابر با ۰/۷۳۶ است که نشان از برازش بسیار قوی و مناسب مدل کلی دارد. از آنجایی که در پژوهش حاضر متغیر جو کارآفرینانه به عنوان یک متغیر میانجی می‌باشد، وضعیت فعلی جو کارآفرینانه برای داده‌های نرمال با استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای و برای داده‌ها غیر نرمال با استفاده از آزمون دو جمله‌ای مشخص گردید.

**یافته‌ها:** نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان داد که رفتار شبکه‌سازی با رفتار کارآفرینانه در شرکت پالایش گاز پارسیان ارتباط مثبت و معناداری ندارد که نشان از رد فرضیه اول دارد. جو کارآفرینانه سازمانی با رفتار کارآفرینانه ارتباط مثبت و معناداری دارد که نشان از تأیید شدن فرضیه دوم دارد. ساختار سازمانی کارآفرینانه با رفتار کارآفرینانه در شرکت پالایش گاز پارسیان ارتباط مثبت و معناداری ندارد. ساختار سازمانی کارآفرینانه به صورت غیرمستقیم رابطه مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه با نقش میانجی‌گری جو کارآفرینانه سازمانی دارد و شدت اثر متغیر میانجی برابر با ۰/۷۹ می‌باشد. رفتار شبکه‌سازی به صورت غیرمستقیم رابطه مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه با نقش میانجی‌گری جو کارآفرینانه دارد و شدت اثر متغیر میانجی برابر با ۰/۸۴ می‌باشد. بنابراین از پنج فرضیه پژوهش، دو فرضیه رد و سه فرضیه تأیید شدند.

**نتیجه:** بر اساس یافته‌های پژوهش می‌توان این‌گونه نتیجه‌گیری کرد که ایجاد و تقویت رفتار شبکه‌سازی و ایجاد ساختارهای سازمانی تخت به تنهایی منجر به بروز رفتارهای کارآفرینانه نمی‌شود؛ بلکه سازمان‌ها و شرکت‌ها باید محیط حمایت‌کننده‌ای را از اقدام‌های نوآورانه و کارآفرینانه از طریق حمایت مدیریت، سیستم پاداش‌دهی مناسب، دسترسی به منابع کافی، انعطاف‌پذیری مرزهای سازمانی و

تقویت ریسک‌پذیری مدیران، سرپرستان و کارکنان مهیا کنند. همچنین لازم است که مدیران به تشکیل شبکه‌های هدفمند برون‌سازمانی که منجر به نوآوری، شناسایی فرصت و تقویت ریسک‌پذیری می‌شود، اهتمام بیشتری ورزند. از آنجایی که حفظ چنین شبکه‌هایی ارزشمند است لازم است؛ مدیران باید ارتباطها، تضادها، موارد اخلاقی و توافقی در شبکه را به صورت اثربخش مدیریت کنند. به مدیران و کارکنان شرکت این اختیار داده شود تا بتوانند از طریق سیستم مدیریت یکپارچه تجمیع دانش با کارکنان و مدیران دیگر شرکت‌ها ارتباط برقرار کنند و با ایجاد یک جو کارآفرینانه و حمایت مدیریت، امکان دسترسی تمامی کارکنان به اطلاعات و تبادل دانش در جهت اهداف سازمان را فراهم کنند. مدیران با مفاهیم و الزامات کارآفرینی سازمانی آشنا شوند و برنامه‌های کارآفرینانه را سرلوحه کار خود قرار دهند و بستر لازم را برای پیاده‌سازی و تحقق کارآفرینی سازمانی را در سازمان فراهم کنند و درصدد برطرف کردن موانع ساختاری و فرهنگی که از اقدامات کارآفرینانه و نوآورانه در شرکت جلوگیری می‌کند، باشند. جهت تقویت جو کارآفرینی و بهبودبخشیدن ابعاد آن پیشنهاد می‌شود که به مدیران میانی، سرپرستان و کارکنان برای ابراز ایده‌های نوآورانه وقت آزاد داده و انتخاب این مدیران بر اساس تجربه و نوآوری صورت پذیرد و مدیران نوآور به خاطر ایده‌های نوآورانه مورد تشویق قرار گیرند؛ فرهنگ پذیرش و تحمل شکست، خطر و اشتباه در شرکت گاز پارسیان از طریق دوره‌های آموزشی من جمله دوره‌های آموزشی تقویت ریسک‌پذیری، کار تیمی و مطالعات موردی مرتبط با پذیرش ریسک، تحمل ابهام و شکست و... رواج یابد.

**کلیدواژه‌ها:** کارآفرینی سازمانی، ساختار سازمانی کارآفرینانه، جو سازمانی کارآفرینانه، رفتار شبکه‌سازی، رفتار کارآفرینانه.

**استناد به این مقاله:** کمالی پور، مهسا، و صفری، علی (۱۴۰۳). تعیین ارتباط پیشایندهای رفتار کارآفرینانه با نقش میانجی‌گری جو سازمانی کارآفرینانه (مورد مطالعه: شرکت پالایش گاز پارسیان). توسعه کارآفرینی، ۱۶ (۵)، ۸۶-۹۷. <http://doi.org/10.22059/JED.2024.367418.654284>



تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱۲/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۱۰

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۷/۲۳ ؛ تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۳/۱۴

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان.

## ۱. مقدمه

امروزه به دلیل سطح بالایی از مخاطرات و ریسک‌ها در حوزه اقتصادی، اجتماعی، جغرافیایی، سیاسی، فناوری و زیست‌محیطی، محیط کسب‌وکارها با چالش‌ها و تهدیداتی روبرو شده است و توانایی بقا و رونق‌یافتن در مواقع آشفته از قبیل رکود اقتصادی، بلایای طبیعی و درگیری‌های نظامی جهانی یک نگرانی اصلی برای کسب‌وکارها در یک دهه گذشته بوده است (کمالی‌پور و همکاران، ۲۰۲۳)<sup>۱</sup>. کارآفرینی به‌عنوان فرایندی برای احیای قابلیت سازمان‌ها و شرکت‌ها در دستیابی و اجرای مهارت‌های نوآورانه و توانایی‌های کارکنان در محیط‌های ناپایدار تلقی می‌شود و به‌طور بالقوه می‌تواند معیاری از موفقیت در مواجهه با موقعیت‌ها و شرایط ناپایدار با عدم‌اطمینان بالا را تسریع کند (گونوان و همکاران، ۲۰۲۳)<sup>۲</sup>. تمامی کشورهای درحال‌توسعه به علت پایین‌بودن تولید درگیر مسائل عمده‌ای چون بیکاری، نرخ‌های دورقمی تورم، بی‌سوادی، بهره‌وری پایین، کیفیت نامطلوب تولیدات، پایین‌بودن رشد اقتصادی، فساد اداری، تک‌محصولی بودن اقتصاد، وابستگی اقتصادی، کسری تراز پرداخت‌ها و تراز بازرگانی، بالا بودن نرخ تورم، پایین‌بودن ارزش پول، فزونی واردات نسبت به صادرات، کم‌کاری، بازدهی کم و... هستند که یکی از علل عمده بروز مشکلات ذکرشده، توجه نداشتن به کارآفرینی و کارآفرینان شایسته است (سانچزمدینا و همکاران، ۲۰۲۰)<sup>۳</sup>. پدیده کارآفرینی با سطوح متعدد و ویژگی‌های گوناگونی همراه است که نشان‌دهنده نیاز به مطالعات تکمیلی برای تعریف قابلیت‌ها و ویژگی‌های کارآفرینی و همچنین توانایی آن در کمک به سازمان‌ها در بهبود عملکرد کاری و برآورده کردن نیازهای مشتریان است (بروتون و همکاران، ۲۰۲۱)<sup>۴</sup>. برای یک سازمان مهم است که نیاز به ایجاد تغییرات را درک کند و توسعه سریعی که در رابطه با ویژگی‌های آن رخ می‌دهد را تشخیص دهد؛ زیرا انجام این کار به سازمان کمک می‌کند تا سیستم‌های فناورانه خود را ارتقا دهد؛ ایده‌ها و محصولات جدید را معرفی کند؛ راه‌حل‌های نوآورانه را شناسایی کند؛ عملیات را از طریق سیستم‌های فناوری مدیریت کند و کارایی و اثربخشی عملکرد را افزایش دهد (ودولا و همکاران، ۲۰۲۱)<sup>۴</sup>.

## ۲. بیان مسئله

کارآفرینی در ذات خود نیز یک رفتار است. رفتاری خودمختارانه، پیش‌دستانه، نوآورانه، رقابت‌جویانه و ریسک‌پذیر که نقش اصلی را در اجرای اقدام‌های کارآفرینانه ایفا می‌کنند و می‌توانند اشکال مختلفی داشته باشند (پیداک و همکاران، ۲۰۲۱)<sup>۵</sup>. رفتار کارآفرینانه را می‌توان پاسخ‌های کارآفرینان در برابر محرک‌ها یا فرصت‌های محیطی دانست (ایوانووا-گونگنه و همکاران، ۲۰۲۱)<sup>۶</sup>. از آنجایی که رفتار انسان تابعی از فرد و محیط است و در خلأ اتفاق نمی‌افتد (لوین، ۱۹۳۶)<sup>۷</sup>؛ بنابراین در شکل‌گیری و بروز رفتار کارآفرینانه عوامل فردی و محیطی بسیاری دخیل است. در این پژوهش ما متغیر رفتار شبکه‌سازی را به‌عنوان عاملی در ارتباط با فرد و متغیر ساختار سازمانی کارآفرینانه و جو سازمانی کارآفرینانه را مرتبط با محیط در نظر گرفتیم. ضرورت توجه به مفهوم جو سازمانی کارآفرینانه در حال افزایش است و یکی از عواملی است که بر فعالیت‌های کارآفرینانه تأثیرگذار است (گوپتا و همکاران، ۲۰۲۲)<sup>۸</sup>. جو سازمانی

1. Kamalipoor et al.
2. Gunawan et al.
3. Sánchez-Medina et al.
4. Vedula et al.
5. Pidduck et al.
6. Ivanova Gongne et al.
7. Lewin
8. Gupta et al.

کارآفرینانه مجموعه‌ای از پیشایندهای سازمانی برای رفتار کارآفرینانه افراد است؛ به عبارتی شرکت‌ها تا حدی کارآفرین هستند که اعضای آن‌ها قادر به مشارکت جمعی در رفتارهای کارآفرینانه باشند و ابعاد جوسازمانی کارآفرینانه میزان حمایت شرکت از چنین رفتارهایی است (کریسر وهمکاران، ۲۰۲۱). در واقع جو کارآفرینانه اشاره به قوانین رسمی و غیررسمی دارد که منجر به شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه در سازمان‌ها و شرکت‌ها می‌شود (آرین و کوچینگا، ۲۰۱۷). توجه به جوسازمانی در تأثیرگذاری بر خلاقیت و نوآوری به توضیح چگونگی فعال‌کردن نوآوری و کارآفرینی در کسب‌وکارها کمک می‌کند و از آنجا که جوسازمانی که پشتیبان نوآوری و خلاقیت باشد یک تلاش منفرد نیست، به طور موازی به مفاهیم دیگر نیز نیازمند است (اولسان وهمکاران، ۲۰۱۹). برخی از این مفاهیم که در این پژوهش در کنار جو سازمانی کارآفرینانه مورد توجه قرار گرفته است، رفتار شبکه‌سازی و ساختار سازمانی کارآفرینانه است. رفتار شبکه‌ای به افزایش موفقیت کارکنان در حوزه‌های کاری و شغلی کمک می‌کند، اما مهم‌تر از همه برای سازمان‌ها در بهبود توانایی‌شان در هماهنگی داخلی و خارجی و نوآوری مفید است (کومار وهمکاران، ۲۰۲۲). رفتار شبکه‌سازی، همچنین به رفتار بازار<sup>۵</sup> شرکت در نظر گرفته می‌شود و اینکه شرکت چگونه فعالانه به دنبال دسترسی یا بهره‌برداری از منابع شبکه خارجی خود است؛ در واقع به جای توسعه همه منابع و قابلیت‌ها در داخل، شرکت می‌تواند به دنبال دسترسی به منابع یا قابلیت‌های سایر بازیگران در شبکه خود باشد. این نوع رفتار استراتژیک مستلزم تعهد شرکت است و می‌تواند به عنوان یک فرایند شبکه‌ای دیده شود (هیلمرسون وهیلمرسون، ۲۰۲۱).

یکی از ملاحظه‌های سازمانی برای فعالیت‌های کارآفرینانه، ساختار سازمانی کارآفرینانه است که اشاره بر این دارد که لایه‌های بوروکراسی و سنتی سازمانی به ندرت به فعالیت‌های جدید در شرکت‌های موجود کمک می‌کند؛ بنابراین، یک ملاحظه مهم این است که تا چه حد ساختار سازمانی زمینه را برای استقلال و فرایندهای سازمانی مستقل که منجر به تعقیب فرصت‌هایی برای ورود به حوزه‌های جدید می‌شود، فراهم می‌کند (والز وهمکاران، ۲۰۲۰). شرکت‌ها باید از قابلیت‌ها و ساختار سازمانی مناسب، انعطاف‌پذیرتر و حمایت‌کننده‌تر برای پیگیری مؤثر نوآوری و فعالیت‌های کارآفرینانه برخوردار باشند (سیاد، ۲۰۲۳)؛ در واقع در بازارهای پویا و به سرعت در حال تغییر نیاز به طراحی ساختار سازمانی که نوآوری را تقویت می‌کند، ضروری است؛ با این حال، هنوز در ادبیات مربوط به تأثیر ساختار سازمانی بر توسعه محیطی که خلاقیت و نوآوری را تحریک می‌کند، شکاف‌هایی باقی‌مانده است و ایجاد یک ساختار سازمانی که رفتار نوآورانه کارکنان را ترویج و تشویق کند یک چالش کلیدی است (گسپری وهمکاران، ۲۰۲۰).

پس از بررسی پژوهش‌های خارجی و داخلی مرتبط با این حوزه می‌توان به این واقعیت دست یافت که ارتباط متغیرهای رفتار شبکه‌سازی، ساختار سازمانی کارآفرینانه، جو کارآفرینانه با متغیر رفتار کارآفرینانه به صورت محدود انجام شده است و پژوهشی که این سه متغیر را با هم در قالب یک الگو مورد بررسی قرار دهد، مشاهده نشد. از طرفی بیشتر پژوهش‌ها به ارتباط متغیرهای رفتار شبکه‌سازی، ساختار سازمانی، جو کارآفرینانه با متغیر نوآوری و یا به صورت محدود با متغیر کشف فرصت پرداخته‌اند و به ارتباط با متغیر رفتار کارآفرینانه که شامل مؤلفه‌های نوآوری، پیشگامی

1. Kreiser et al.
2. Urban & Kujinga
3. Olsson et al
4. Kumar et al.
5. Market behaviour
6. Hilmersson & Hilmersson
7. Wales et al.
8. Sayyad
9. Gaspary et al.

و ریسک پذیری است، کمتر پرداخته شده است. در ارتباط با متغیر رفتار کارآفرینانه مشاهده گردید که تمرکز بیشتر پژوهش‌هایی که انجام شده است بر روی رفتار کارآفرینانه مدیران شرکت‌ها است و رفتار کارآفرینانه کارکنان و سرپرستان که جز سرمایه‌های انسانی و منابع داخلی سازمان هستند، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. همچنین در ارتباط با متغیر رفتار شبکه‌سازی، مشاهده گردید که جامعه آماری اکثر پژوهش‌ها، شرکت‌های کوچک و متوسط با ماهیت خصوصی بوده‌اند؛ حال آنکه در این پژوهش جامعه آماری شرکتی است که تابع شرکت ملی گاز ایران است و ماهیت و ساختار آن می‌تواند در نتایج پژوهش تأثیرگذار باشد. در ارتباط با متغیر جو کارآفرینانه پژوهش‌های بسیار محدودی متغیر جو کارآفرینانه را به عنوان متغیر میانجی در ارتباط با سایر متغیرها بررسی کردند و بیشتر پژوهش‌ها متغیرهایی نظیر محیط سازمانی خلاق، محیط یادگیری، جوسازمانی حمایت‌کننده و جو نوآور را در پژوهش خود بررسی کردند، اگرچه ابعاد این متغیرها با برخی از ابعاد جو کارآفرینانه همپوشانی دارد؛ ولی معرف جو کارآفرینانه نمی‌باشد. با توجه به لزوم در نظر گرفتن عواملی که در شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه ضروری است و همچنین کم‌رنگ بودن نقش رفتار کارآفرینانه در شرکت‌های ایرانی، نبود رویه‌های مناسب برای بسترسازی آن، انجام پژوهشی در این زمینه می‌تواند مؤثر باشد. براین اساس هدف پژوهش حاضر تعیین رابطه پیشایندهای رفتار کارآفرینانه در شرکت پالایش گاز پارسیان با در نظر گرفتن نقش میانجی‌گری جو سازمانی کارآفرینانه است.

### ۳. مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش ۱.۳. رفتار کارآفرینانه

کارآفرینی یک موضوع کلیدی در ادبیات موجود مدیریت است که شامل ایجاد سرمایه‌گذاری جدید، احیای سازمان‌های بالغ و بهره‌برداری از فرصت‌های بازار از طریق نوآوری‌های فنی و/یا سازمانی است (متالو و همکاران، ۲۰۲۱). فرایند کارآفرینی در تعامل میان فرد، شهود، جامعه و فرهنگ ایجاد می‌شود و بسیار جامع‌تر از یک فرایند اقتصادی ساده است و نشانگر برزو ترکیبی از رفتارهای صریح و ضمنی است (هاشمی، ۱۴۰۲). کارآفرینی در سازمان‌ها و شرکت‌ها، رفتار کارآفرینانه را در سازمان ارتقا می‌دهد و شامل گرایش‌ها و فعالیت‌هایی است که توانایی سازمان را در مواجهه با خطر زیاد می‌کند و شکار فرصت‌ها و نوآوری‌ها را تسهیل می‌نماید (اندرو و همکاران، ۲۰۱۴). رفتار کارآفرینانه به‌طور کلی به رفتاری که در طول فرایند کارآفرینی تنظیم شده است، اشاره دارد (کوراتکو و همکاران، ۲۰۰۵). در ارتباط با رفتار کارآفرینانه محققان دیدگاه‌های مختلفی را در نظر گرفتند. برخی بر نقش مهم توسعه منابع تأکید کردند؛ به‌عنوان مثال سیرمون و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۰۷) نشان دادند که سرمایه‌گذاری‌های جدید باید منابعی را برای ایجاد قابلیت، بهبود سازگاری محیط خارجی برای مقابله با ریسک و فرصت به‌دست آورده و یکپارچه کنند. برخی پژوهشگران مانند شین و ونکاتارامن<sup>۵</sup> (۲۰۰۰) شناخت فرصت و بهره‌برداری را به‌عنوان مهم‌ترین بخش فرایند کارآفرینی در نظر گرفتند و تشخیص فرصت را به‌عنوان مؤلفه اساسی رفتار کارآفرینانه مطرح کردند. برخی از پژوهشگران نیز دیدگاه یکپارچه‌ای از توسعه فرصت و توسعه منابع داشته‌اند و معتقدند که رفتار کارآفرینانه به مجموعه‌ای از اقدامات اشاره دارد که با آن شرکت‌های کارآفرین منابع را خلاقانه برای پیگیری فرصت‌ها توسعه می‌دهند و ارزش فرصت را آشکار می‌کنند

1. Metallo et al.
2. Andreu et al.
3. Kuratko et al.
4. Sirmon et al.
5. Shane & Venkataraman



(زامپتاکیس و موستاکیس، ۲۰۰۷؛ ودا و فلوورا، ۲۰۱۹). رفتار کارآفرینانه را می‌توان توانایی افراد را برای عملیاتی کردن مفاهیم کارآفرینانه در قالب شناسایی فرصت، ابتکار و مدیریت ریسک توصیف کرد (ملاسری و همکاران، ۲۰۱۹). کارآفرینانه به‌عنوان اقدامات استراتژیک، دامنه نوآوری محصول و تمایل رفتاری به دنبال رهبری فناوری شرکت‌ها در مواجهه با تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری و عدم اطمینان، همچنین روند ایجاد کسب‌وکار جدید یا به‌روزرسانی آن کسب‌وکار با تأکید بر ویژگی کارآفرینی سازمانی می‌باشد (چن و همکاران، ۲۰۱۸). وان‌دام و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۱۰) رفتار کارآفرینانه را شامل شناخت فرصت‌ها و به‌کارگیری منابع برای استفاده از آن‌ها و اقدام بر اساس این فرصت‌ها بیان کرد و سه مؤلفه ابتکار عمل، مدیریت ریسک و تشخیص فرصت را به‌عنوان مؤلفه‌های رفتار کارآفرینانه عنوان کرد. وی شناسایی و انتخاب فرصت‌های مناسب را از جمله مهم‌ترین رفتارهای کارآفرینان موفق معرفی کرد و به رفتاری نسبت داد که فرد هنگام جستجو و شناسایی فعالانه یک فرصت از خود نشان می‌دهد که در آن فرصت به‌عنوان "تناسب" بین نیازهای بازار و منابع احتمالی تعریف می‌شود. از طرفی وی بیان می‌کند که برای اقدام بر روی فرصت‌های شناسایی شده، ابتکار عمل لازم است و همچنین فرد کارآفرین باید ریسک‌های پیش‌رو را مدیریت کند به‌گونه‌ای که در مقابل برخی ریسک‌ها قابل تحمل باشد، اما به روشی حساب شده و نه بی‌پروا. برخی پژوهشگران نیز مؤلفه‌های نوآوری، پیشگامی و ریسک‌پذیری را از جمله ویژگی‌هایی برشمردند که در فعالیت و رفتارهای کارآفرینانه به‌صورت مشتاقانه به چشم می‌خورد و در نتیجه منجر به عملکرد بالای کسب‌وکار می‌شود (چو و لی، ۲۰۱۸؛ گوناوان و همکاران، ۲۰۲۳). نوآوری یکی از مؤلفه‌های اصلی کارآفرینی است که منجر به ایجاد ارزش برای کسب‌وکارهایی که تمایل به ایجاد تغییرات و ترکیب‌های جدید از طریق ایده‌ها و ترکیب‌های خلاقانه دارند، می‌شود؛ از طرفی شرکت‌هایی که کارآفرینی را دنبال می‌کنند، به‌جای اجتناب از فعالیت‌ها به‌طور فعالانه به دنبال فرصت‌ها و تغییرات در محیط‌ها هستند و ریسک‌های لازم را بر عهده می‌گیرند (چو و لی، ۲۰۱۸). بُعد تشخیص و شناسایی فرصت را معادل پیشگامی در نظر گرفتیم. پیشگامی اشاره به سازمان‌هایی دارد که دارای اراده‌ای برای رهبری بازار و همچنین دوراندیشی برای به‌دست‌آوردن فرصت‌ها دارند، حتی اگر آن‌ها همیشه اولین برای ورود به بازار نباشند (شین و همکاران، ۲۰۱۶). افزایش درک درستی از نیازهای مشتریان و سیگنال‌های بازار (مرئی و نامرئی) دو مزیت اصلی از پیشگامی هستند و از این طریق سازمان‌های فعال که قادر به پاسخگویی بلافاصله به سیگنال‌های زیست‌محیطی هستند، عملکرد برتری دارند (یزدی‌مقدم و همکاران، ۲۰۱۵). از آنجایی که این مؤلفه‌ها از لحاظ مفهومی با مؤلفه‌های بیان‌شده توسط وان‌دام و همکاران (۲۰۱۰) تطابق دارد، ما از نوآوری، پیشگامی و ریسک‌پذیری برای ابعاد رفتار کارآفرینانه استفاده می‌کنیم.

### ۲.۳ رفتار شبکه‌سازی

ادبیات رفتار شبکه‌ای گسترده است و به‌عنوان تلاش افراد برای توسعه و حفظ روابط با دیگرانی که پتانسیل کمک به آنها را در کار یا شغلشان دارند، تعریف می‌شود و یک منبع ارزشمند برای دستیابی به اثربخشی سازمانی است و

1. Zampetakis & Moustakis
2. Vodă & Florea
3. Mulasari et al.
4. Chen et al.
5. Van Dama et al.
6. Cho & Lee
7. Shan et al.
8. Yazdi-Moghadam et al.



در نهایت از طریق این تعاملات، اعضای سازمان می‌توانند در حل مشکلات جمعی شرکت کنند و برای تغییرات آتی در محیط آماده شوند (کیم و همکاران، ۲۰۱۹). رفتار شبکه‌سازی، شکلی از رفتار هدفمند، چه در داخل و چه در خارج از سازمان، با تمرکز بر ایجاد، پرورش و استفاده از روابط بین‌فردی است (ویندر وولف، ۲۰۲۳). رفتار شبکه‌سازی کارآفرینانه عبارت است از توانایی برای توسعه و مدیریت روابط شبکه (شو و همکاران، ۲۰۱۸) و روشی برای ساخت و پرورش ارتباط‌های شخصی و ارتباط‌های حرفه‌ای با انواع افراد برای ایجاد یک بانک از منابع که شامل مخاطبین، اطلاعات و حمایت‌ها می‌باشد، تعریف شده است (باتیستیک و تایمون، ۲۰۱۷) و همچنین به توانایی افراد برای ایجاد یک پیوند میان‌فردی در محیط کار اشاره می‌کند (نشیم و همکاران، ۲۰۱۶).

بر اساس تکامل شبکه‌های اجتماعی یا شبکه‌سازی، سه محقق کلیدی چارچوبی را ارائه کرده‌اند از جمله: ۱- بارن<sup>۶</sup> (۱۹۵۴): روابط را با استفاده از یک مطالعه میدانی قوم‌نگارانه برای تجزیه و تحلیل روابط افراد در یک طبقه اجتماعی مورد بررسی قرارداد و به این نتیجه رسید که روابط بین دوستان، رهبران، پیروان، آشنایان و پیروان بر اساس ترکیبی از پیوندهای قوی و پیوندهای ضعیف است که در گروه‌های مختلف طبقه اجتماعی درهم‌تنیده شده است؛ ۲- گرنوتر<sup>۷</sup> (۱۹۷۳): در تجزیه و تحلیل اصلی شبکه اجتماعی تحلیلی را در مورد قدرت پیوندهای ضعیف در یک شبکه اجتماعی با استفاده از یک پیوستار برای اندازه‌گیری زمان، شدت احساسی، صمیمیت و تکرار در بین ارتباطات انجام داد. این تحقیق اولیه دیدگاهی در مورد استحکام روابط بین‌فردی و ادغام پیوندهای ضعیف و پیوندهای قوی در محیط‌های سازمانی ارائه کرده است و ۳- برت<sup>۸</sup> (۱۹۹۲) تأثیرات شبکه‌ای پر از حفره‌های ساختاری را بررسی می‌کند که فرصت‌های شبکه‌سازی را با اتصال افراد به دیگرانی که متصل نیستند، فراهم می‌کنند.

رویکرد شبکه‌های اجتماعی در کارآفرینی از سال ۱۹۸۶ با مقاله انتشار یافته توسط آلدریچ و زیمر<sup>۹</sup> مطرح شد. منظور از شبکه اجتماعی تمامی افرادی است که با یک شخص در ارتباط می‌باشند. این ارتباط در مورد کارآفرینان می‌تواند با شرکا، عرضه‌کنندگان، مشتریان، سرمایه‌گذاران، اعضای خانواده، دوستان و مشاورین باشد. شبکه‌سازی ابتکارات کارآفرینی را افزایش می‌دهد؛ حمایت عاطفی را برای ریسک‌پذیری کارآفرینانه فراهم می‌کند؛ پایداری برای ماندن در تجارت را افزایش می‌دهد؛ دستیابی به ایده‌ها و جمع‌آوری اطلاعات و مشاوره را تسهیل می‌کند؛ فرصتی را برای بهره‌برداری از استعداد های کلیدی و اطلاعات بازار از طریق سرمایه‌گذاران خطرپذیر و سازمان‌های خدمات حرفه‌ای ایجاد می‌کند؛ دسترسی به منابع را به‌ویژه در موقعیتی که زمان از اهمیت بالایی برخوردار است فراهم می‌کند؛ بین صاحبان مشاغل کوچک و شرکت‌های بزرگ‌تر در سرمایه‌گذاری‌های مشترک تحقیق و توسعه و ایجاد روابط بازاریابی و تولید پیوند ایجاد می‌کند و عملکرد اولیه استارت‌آپ‌ها را افزایش می‌دهد (آدیمال و همکاران، ۲۰۲۱).

شبکه‌سازی از مفهوم سرمایه اجتماعی که به سطح متفاوتی از تحلیل اشاره دارد، متمایز است. شبکه‌سازی یک سازه در سطح فردی است و بر رفتار فردی تمرکز دارد. مفهوم سرمایه اجتماعی به سطح ساختاری تحلیل اشاره و بر کیفیت

1. kim et al.
2. Wingender & Wolff
3. Shu et al.
4. Batistic & Tymon
5. Nesheim et al.
6. Barne
7. Granovetter
8. Burt
9. Aldrich & Zimmer
10. Udimal et al.

و گستره صورت‌های ارتباطی موجود تمرکز دارد. سرمایه اجتماعی به طور ذاتی در ساختار روابط بین دو یا چند کنشگر وجود دارد؛ بنابراین ارتباط نزدیکی با موقعیت یک فرد در یک شبکه دارد و معمولاً با جنبه‌های خاصی از ساختارهای شبکه مانند اندازه شبکه، چگالی یا حفره‌های ساختاری مشخص می‌شود. در مقابل، شبکه‌سازی بر اقدامات فردی تأکید می‌کند و ارزیابی می‌کند که افراد تا چه حد فعالانه ارتباطات را ایجاد و توسعه می‌دهند؛ بنابراین شبکه‌سازی را می‌توان یکی از چندین پیش‌بینی‌کننده ساختارهای شبکه در نظر گرفت؛ با این حال، سرمایه اجتماعی نیز تا حد زیادی به فرصت‌های موقعیتی بستگی دارد؛ به عنوان مثال، داشتن یک موقعیت نظارتی یا موقعیتی که جریان کار بسیار مهم است (وولف و موسر، ۲۰۰۹). از طرفی شبکه‌سازی با جستجوی حمایت اجتماعی متفاوت است؛ زیرا جستجوی حمایت یک رفتار واکنش‌گرایانه است که برای حل یک مشکل خاص استفاده می‌شود، در حالی که شبکه‌سازی یک رفتار فعالانه و پیشگیرانه است که به عنوان واکنش به مشکلی که نیاز به حمایت دارد، ظاهر نمی‌شود؛ بنابراین شبکه‌سازی یک رفتار پیشگیرانه ارزشمند است که زمینه اجتماعی را در بر می‌گیرد و سرمایه اجتماعی را ایجاد می‌کند که می‌تواند به عنوان منبعی برای تسهیل دستیابی فرد به وظایف کاری و اهداف شغلی عمل کند (باوملر و همکاران، ۲۰۱۸).

رفتار شبکه‌سازی را می‌توان نوعی سندروم رفتاری دانست که متشکل از یک سری رفتارهای به هم مرتبط بوده و به صورت پیوسته توسط اشخاص انجام می‌شود و شامل ایجاد، حفظ و استفاده از روابط برای تسهیل فعالیت‌های مرتبط با شغل و پیشه اشخاص و بیشینه کردن مزایای آن است (وولف و همکاران، ۲۰۱۳). در این پژوهش نیز این سه متغیر (ایجاد ارتباط، حفظ ارتباط و استفاده از ارتباط) در نظر گرفته شد. ایجاد ارتباط شامل رفتارهایی است که منجر به ایجاد و خلق ارتباطات جدید می‌شود. حفظ ارتباط شامل تبادل اطلاعات اجتماعی (اطلاعاتی که دیگران بر اساس آن اطلاعات کارهایشان را انجام می‌دهند یا اطلاعات جدیدی را که افراد به آنها نیاز دارند). استفاده از ارتباطات شامل استفاده از افراد و گروه‌های در رابطه می‌باشد (وولف و کیم، ۲۰۱۲).

### ۳.۳. جوسازمانی کارآفرینانه

مفهوم جو کارآفرینانه در ادبیات آکادمیک و بحث‌های عمومی مورد توجه قرار گرفته است و تصورات اعضای یک سازمان را به تصویر می‌کشد که تا چه حد فعالیت‌های کارآفرینانه در زمینه مربوطه حمایت می‌شود (برگمن و همکاران، ۲۰۱۸). مفهوم جوسازمانی مبهم و پیچیده است و توسط بسیاری از محققین به روش‌های مختلف توصیف شده است. به طور معمول، به عنوان ادراکات مشترک اعضای سازمان در مورد خط‌مشی‌ها، شیوه‌ها و رویه‌های آن و همچنین الگوهای تکرار شونده رفتارها، نگرش‌ها و احساساتی اشاره دارد که زندگی در سازمان را مشخص می‌کند (اولسان و همکاران، ۲۰۱۹). از طریق جو سازمانی کارآفرینانه پشتیبانی سازمانی برای خلاقیت وجود دارد، مانند برنامه‌های جایزه و تقدیر و همچنین منابعی که می‌تواند به صورت زمان، فناوری یا منابع انسانی خلاق باشد. سازمان‌ها رفتارهایی را ترویج می‌کنند که نوآوری را تشویق می‌کند، مانند روحیه یادگیری مستمر، تمایل به ریسک‌کردن، حمایت از تغییر، ایجاد ایده و مدیریت تعارض. در نهایت یک عامل مهم برای تشویق فرهنگ خلاق این است که یک سازمان باید ارتباطات باز باشد (رامانتی و همکاران، ۲۰۲۳).

1. Wolff & Moser
2. Baumeler et al.
3. Wolff et al.
4. Wolff-&Kim
5. Bergmann et al.
6. Rumanti et al.

جو کارآفرینانه می‌تواند مشارکت پرسنل در سراسر شرکت را در تلاش برای نوآوری تسهیل کند و اغلب در درون شرکت‌ها در پاسخ به شرایط موجود در محیط‌های متخصص و پیچیده که از نظر فناوری پدید می‌آید؛ به طور خاص، جستجو برای مزیت رقابتی در میان شرکت‌هایی که در چنین محیط‌های چالش برانگیزی فعالیت می‌کنند، اغلب منجر به تأکید سازمانی بر تشویق و حمایت از تلاش‌های نوآورانه مکرر و نه مستمر می‌شود (کریسر و همکاران، ۲۰۲۱). برای توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان، مدیران باید تلاش کنند، جوسازمانی طوری باشد که از ایده‌های نو و جدید حمایت کنند و در سایه این جو حمایتی، جو خلاقیت و نوآوری در سازمان به وجود آید (لینا و آستا، ۲۰۱۲). جوسازمانی مساعد برای نوآوری، تعهد شرکت به استفاده از رفتارهای کارآفرینانه برای ایجاد و بهره‌برداری از فرصت‌ها را تقویت می‌کند (موریس و همکاران، ۲۰۱۱) و از طریق سیستم پاداش، پشتیبانی مدیریت، منابع در دسترس، ساختار سازمانی حمایتی و ریسک‌پذیری موجب شکوفاشدن و تشویق کارآفرینی سازمانی می‌شود (بیراسلایک و اوژاهین، ۲۰۱۳).

### ۴.۳. ساختار سازمانی

ساختار یک شرکت تعیین می‌کند که چگونه تصمیمات گرفته می‌شود، چگونه منابع تخصیص می‌یابد و چگونه ارتباطات در سازمان جریان می‌یابد (دنگ و همکاران، ۲۰۲۳). ساختار سازمانی به مجموعه روابط بین عناصر یک سیستم در سازمان‌ها مرتبط می‌شود که با نمودار سازمانی قابل رؤیت است؛ این ساختار از منظر تخصص‌گرایی، رسمیت و تمرکز، تبیین‌کننده میزان انطباق‌پذیری با تغییرات محیطی است (دسنزو و همکاران، ۲۰۱۶). ابعاد مختلفی برای ساختار سازمانی در نظر گرفته شده است. پیچیدگی، رسمیت، تمرکز برخی از این ابعاد هستند. درجه تخصصی که در یک شرکت وجود دارد، نشان‌دهنده سطح پیچیدگی ساختاری یک سازمان است. رسمی‌سازی شامل یک مکانیسم کنترلی برای کار سازمانی از طریق تعریف استانداردهای کار، قوانین، رویه‌ها و پروتکل‌هایی است که عموماً برای تنظیم رفتار کارکنان مستند شده‌اند و تمرکز با منبعی از حقوق تصمیم‌گیری در سازمان مطابقت دارد (جنتایل‌لودکه و همکاران، ۲۰۱۹).

مطالعات گذشته نشان می‌دهد که ساختار سازمانی که امکان انعطاف، آزادی و همکاری را فراهم می‌کند، می‌تواند خلاقیت را تشویق کند؛ با این حال سازمان‌ها باید تعادلی بین ارتقای خلاقیت و حفظ کارایی و ساختار ایجاد کنند (رامانتی و همکاران، ۲۰۲۳). ساختارهای سازمانی ایستا و سلسله‌مراتبی ممکن است انعطاف لازم را برای حفظ رقابت سازمانی فراهم نکنند و از این رو بسیاری از محققان سازمانی از ایده جریان ارگانیک دفاع می‌کنند که خواستار تغییرات لازم در ساختار سازمانی از سلسله‌مراتب به شبکه‌ها، از بخش‌ها و واحدهای تخصصی به گروه‌های پروژه موقت و از خطوط عمودی به ارتباطات جانبی است. سازمان‌هایی که در محیط‌های بسیار متلاطم عمل می‌کنند، به دنبال انعطاف‌پذیری از طریق استفاده از جریان‌های کاری تخت به جای ساختارهای صلب هستند و از این طریق یادگیری، اشتراک دانش، گروه‌های حل مسئله و چرخش شغلی و نوآوری را تحریک می‌کنند. این ساختارهای سازمانی جدید و

1. Lina & Asta
2. Morris
3. Bayarçelike & Ozşahinb
4. Deng et al.
5. DeCenzo et al.
6. Gentile Lüdecke et al.

شیوه‌های مدیریت مرتبط با آن‌ها نشان‌دهنده تغییری عظیم به‌دوراز کنترل سلسله‌مراتبی، بوروکراسی متمرکز و رسمی‌سازی است (گسپری وهمکاران، ۲۰۲۰). ساختار سازمانی را می‌توان از طریق نظریه اقتضایی مفهوم‌سازی کرد که فرض می‌کند هیچ ساختار جهانی وجود ندارد که برای همه سازمان‌ها اعمال شود؛ در عوض، ساختار مناسب به عوامل متعددی از جمله محیط خارجی، اندازه، فناوری و استراتژی سازمان بستگی دارد و یک ساختار سازمانی مؤثر می‌تواند نوآوری و کارآفرینی را با تشویق به همکاری، توانمندسازی کارکنان و فراهم کردن محیطی حمایتی برای خلاقیت تسهیل کند (سیاد، ۲۰۲۳).

ساختار سازمانی ممکن است به دلیل تفاوت در ماهیت صنعت، اندازه شرکت، عملکرد مالی یا استراتژی به طور متفاوتی بر عملکرد کلی تأثیر بگذارد. برای مدیران ارشد، درک ساختار سازمانی و تأثیر آن بر عملکرد سازمانی راهی به جلو ارائه می‌دهد و به همین دلیل آنها باید سعی کنند ساختار کلی سازمانی را بهبود بخشند و آن را با نیازهای امروزی سازگارتر و منطبق سازند (فو وهمکاران، ۲۰۲۲).

در جدول زیر برخی از نتایج پژوهش‌های مرتبط به‌طور خلاصه بیان شده است. لازم به ذکر است از آنجایی‌که پژوهش‌های مرتبط با متغیرهای موردنظر این پژوهش به‌صورت محدود بررسی شده بود، از پژوهش‌هایی که دارای متغیرهای متناسب با پژوهش ما بود، استفاده گردید.

جدول ۱- خلاصه پژوهش‌های مرتبط

نام پژوهشگر	یافته‌ها
پورونتو وهمکاران <sup>۳</sup> (۲۰۲۳)	با بررسی جامعه معلمان نشان‌دادند که ساختار سازمانی تأثیر بسزایی بر ظرفیت نوآوری دارد. از طرفی آنها تأیید کردند که ساختار سازمانی از طریق فرهنگ یادگیری، ظرفیت نوآوری را افزایش می‌دهد. از نظر آنها فرهنگ یادگیری از طریق یک محیط یادگیری، شرایطی برای اعضای سازمان ایجاد می‌شود تا حداکثر پتانسیل یادگیری خود را ارتقا دهند که به نوبه خود می‌تواند باعث ارتقای فردی و توسعه‌سازمانی شود.
رامانثی وهمکاران (۲۰۲۳)	از طریق مطالعه ۲۰۶ شرکت کوچک و متوسط اندونزی، به بررسی تأثیر خلاقیت سازمانی و نوآوری باز بر عملکرد کسب و کارها پرداختند. آنها جوسازمانی را که شامل تقویت روحیه کارکنان در شرایط سخت، توجه به ایده‌های جدید، ارزش قائل شدن برای کارمندان، پذیرش شکست، ارائه کارهای چالش برانگیز، بودجه کافی، رقابت سالم، ریسک‌پذیری مدیریت است را به‌عنوان یکی از ابعاد خلاقیت سازمانی در نظر گرفتند که از این طریق منجر به شکل‌گیری سازمان نوآور می‌شود.
سیاد (۲۰۲۳)	با بررسی ۱۸۷ مدیر در صنعت شرکت‌های مخابرات به این نتیجه دست‌یافتند که ساختار سازمانی تحت در این شرکت‌ها نقش مهمی در توانایی آنها برای نوآوری و پیگیری فعالیت‌های کارآفرینانه و کسب مزیت رقابتی دارد و ارتباط مثبت بین ساختار سازمانی تحت و فعالیت‌های کارآفرینانه تأیید شد.
کومار وهمکاران (۲۰۲۲)	رفتار شبکه‌سازی به افزایش موفقیت کارکنان در حوزه‌های کاری و شغلی کمک می‌کند، اما مهم‌تر از همه، برای سازمان‌ها در بهبود توانایی‌شان برای نوآوری مفید است.
هیلمرسون و هیلمرسون (۲۰۲۱)	نتایج نشان می‌دهد که شروع دیر هنگام نوآوری منجر به ادامه نرخ پایین نوآوری می‌شود. باین‌حال، افرادی که دیر شروع می‌کنند، می‌توانند دیر شروع کردن خود را با شبکه‌سازی فعال برای منابع جبران کنند؛ بنابراین، نرخ نوآوری را می‌توان با رفتار شبکه‌سازی فعال شرکت تسریع کرد.
آدیمال وهمکاران (۲۰۲۱)	این مطالعه از طریق بررسی ۴۵۰ کشاورز-کارآفرین روستایی که در پنج سال یا بیشتر گذشته در فعالیت‌های کارآفرینانه شرکت داشته‌اند تأیید کردند که اتکا به شبکه از طریق رفتار شبکه‌ای خارجی تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم بر عملکرد کارآفرینی دارد. همچنین ارتباط مستقیم رفتار شبکه‌سازی بر عملکرد کارآفرینانه نیز تأیید شد.

1. Gaspary et al.
2. Fu et al.
3. Purwanto et al.

جنتایل لودکه وهمکاران (۲۰۲۰)	با استفاده از یک بررسی مقطعی از شرکت‌های کوچک و متوسط چینی، نشان دادند که تخصص و تمرکز نقش مهمی در شیوه‌های نوآوری باز دارند؛ زیرا هر دو استفاده از نوآوری باز درون‌گرا و برون‌گرا را تقویت می‌کنند. رسمی‌سازی بر نوآوری باز برون‌گرا تأثیر منفی می‌گذارد، اما به طور مثبت با نوآوری باز ورودی مرتبط است.
گسپری وهمکاران (۲۰۲۰)	از طریق یک مطالعه موردی با رویکرد روش ترکیبی در شعبه برزیلی یک شرکت چندملیتی که در سراسر جهان به دلیل ظرفیت نوآورانه‌اش شناخته شده است، تأثیر ابعاد مختلف ساختار سازمانی را بر توسعه یک محیط کاری برای نوآوری تحلیل می‌کند. نتایج نشان داد که ساختار سازمانی بر محیط کار نوآوری برای دستیابی به نوآوری تأثیر می‌گذارند.
هنیغه وهمکاران <sup>۱</sup> (۲۰۲۰)	این مطالعه به بررسی اهمیت عوامل داخلی (سرمایه انسانی خاص و سرمایه رابطه‌ای و شبکه اجتماعی) برای فرهنگ نوآوری در هدایت عملکرد نوآوری می‌پردازد. سرمایه رابطه‌ای و شبکه اجتماعی بر فرهنگ نوآوری تأثیر بسزایی دارد و به طور غیرمستقیم بر عملکرد نوآوری تأثیر می‌گذارد. یافته‌ها نشان داد که سرمایه انسانی خاص تأثیر معناداری بر فرهنگ نوآوری و عملکرد نوآوری ندارد. در این پژوهش فرهنگ نوآوری به‌عنوان قصد نوآوری، زیرساخت حمایت از نوآوری، رفتارهای سطح عملیاتی لازم برای تأثیرگذاری بر بازار و جهت‌گیری ارزش و محیطی برای اجرای نوآوری تعریف شده است.
سانیل وهمکاران <sup>۲</sup> (۲۰۲۰)	با بررسی ۱۵۰ مالک و مدیر شرکت‌های کوچک و متوسط عمانی به این نشان دادند که شایستگی شبکه‌سازی تأثیر مثبتی بر درجه بین‌المللی شدن کارآفرینان دارد.
اولسان وهمکاران (۲۰۱۹)	با استفاده از یک رویکرد آمیخته نشان دادند که خرده‌فروشان با استفاده از جوسازمانی حمایت‌کننده می‌توانند فعالیت‌های خلاقانه و نوآوری را انجام دهند. ابعاد در نظر گرفته برای جوسازمانی در این پژوهش محیط‌چالشی، آزادی عمل، حمایت از ایده‌ها، ریسک‌پذیری، گشودگی، پویایی، شوخ‌طبعی، آزادی زمانی، فضای مناظره‌ای، وجود تنش‌های شخصی و عاطفی (برخلاف تضاد بین ایده‌ها) در سازمان در نظر گرفته شد.
اسکامیلا فاجاردو وهمکاران <sup>۳</sup> (۲۰۱۹)	با بررسی نمونه‌ای از ۴۸۵ باشگاه ورزشی اسپانیا، نشان دادند که بین ابعاد جوسازمانی و نوآوری همبستگی مثبت وجود دارد. آنها جوسازمانی در ابعاد انگیزش، نظارت، آموزش، امنیت، منابع سازمانی و شرایط عمومی در نظر گرفتند.
شو وهمکاران (۲۰۱۸)	در این پژوهش با بررسی ۲۱۲ کارآفرین چینی نوبا که در دو نقطه زمانی جمع‌آوری شده بودند، از رابطه مثبت بین قابلیت شبکه سازی و کشف فرصت پس از کنترل دانش قبلی، سوگیری شناختی و مهارت‌های سیاسی کارآفرینان حمایت کردند و بیان کردند که قابلیت شبکه‌سازی کارآفرینان (گرایش به شبکه سازی، ایجاد، حفظ، هماهنگی ارتباطات) ارتباط قوی برای کشف فرصت‌های کارآفرینی دارد.
کای وهمکاران <sup>۴</sup> (۲۰۱۸)	از طریق مطالعه موردی سه شرکت دولتی جدید در صنعت خودرو، بیان کردند که کارآفرینان از شبکه‌های اجتماعی خود برای به‌دست‌آوردن منابع در راستای کشف فرصت‌های کارآفرینی و یکپارچه‌سازی منابع استفاده می‌کنند و از این طریق بر رفتار کارآفرینانه تأثیر می‌گذارند.
برگمن وهمکاران (۲۰۱۸)	به بررسی ادراک جو کارآفرینانه در دانشگاه توسط دانشجویان برای اقدامات کارآفرینی پرداختند و نشان دادند که عوامل فردی و زمینه‌ای بر چنین ادراکی برای اقدامات کارآفرینانه تأثیر می‌گذارند. سهم بودجه دانشگاه برای حمایت از فعالیت‌های مرتبط با کارآفرینی، میزان نهادینه شدن مشارکت در دروس کارآفرینی به‌عنوان محرک‌های جو کارآفرینانه در دانشگاه مطرح شد که عمل کارآفرینی دانشجویان را افزایش می‌دهد.
اژدری و طالبی <sup>۵</sup> (۲۰۱۵)	رابطه بین رفتار شبکه‌ای و کاهش موانع نوآوری برای بروز اقدامات نوآورانه را در بین ۱۱۸ مدیر شرکت‌های کوچک و متوسط مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران بررسی کردند. نتایج نشان داد که بین رفتار شبکه‌ای و کاهش موانع نوآوری رابطه معناداری وجود دارد و از این طریق باعث افزایش عملکرد نوآورانه می‌شود. آنها کاهش موانع نوآوری را با ابعاد کمبود منابع مالی، کمبود پشتیبانی از اشتراک دانش و مهارت و موانع مرتبط با بازار در نظر گرفتند.

1. Hanifah et al.
2. Sanval et al.
3. Escamilla Fajardo et al.
4. Cai et al.
5. Ajdar & Talebi

بیراسلایک و اوژاهین (۲۰۱۴)	با بررسی مؤلفه‌های جو کارآفرینانه در بین ۵۰۰ شرکت برتر صنعتی در ترکیه به این نتیجه دست پیدا کردند که جو کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینانه سازمان تأثیرگذار است و موجب بهبود عملکرد سازمان می‌شود.
مولنار وهمکاران <sup>۱</sup> (۲۰۱۴)	این پژوهشگران با بررسی معلمان در ۱۱ مدرسه نشان دادند که معلمانی که دارای رفتار شبکه‌ای هدفمند هستند از جو نوآورانه مدرسه ادراک بالاتری دارند و این موضوع به مدارس کمک می‌کند که رفتارهای نوآورانه معلمان افزایش یابد.
وان دام وهمکاران (۲۰۱۰)	نتایج حاصل بر روی ۲۵۵ نفر از معلمان ۵ مدرسه مختلف در هلند نشان داد که مهارت‌های شبکه‌ای رابطه مثبت و معناداری با رفتار کارآفرینانه‌ی معلمان دارند و متغیر جو کارآفرینانه به‌عنوان یک متغیر میانجی بر رابطه بین رفتار کارآفرینانه و مهارت شبکه‌سازی اثرگذار است و خود به‌طور مستقیم بر روی رفتار کارآفرینانه تأثیر می‌گذارد.
امیرعدنان وهمکاران (۱۴۰۲)	این پژوهشگران نشان دادند که شبکه‌سازی، تأثیر اشتراک دانش سازمانی بر قابلیت نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط تعدیل می‌کند.
میرزایی دویبختری (۱۴۰۲)	این پژوهشگران شاخص‌های سطوح آمادگی توسعه محصولات جدید در کارآفرینی سازمانی در صنعت نانو فناوری ایران را بررسی کردند. آنها قابلیت شبکه‌سازی را به‌عنوان بعد رفتاری، ساختار حمایتی را به‌عنوان بعد ساختاری معرفی کردند که منجر به کارآفرینی سازمانی می‌گردد.
حمدی پور وهمکاران (۱۴۰۲)	باهدف بررسی تأثیر ساختار سازمانی بر نوآوری سازمانی کتابداران دانشگاه‌های دولتی شهر تبریز انجام شد. نتایج نشان داد که بین ساختار سازمانی و نوآوری سازمانی کتابداران دانشگاه‌های دولتی شهر تبریز رابطه مثبت معناداری وجود دارد. آنها نوآوری سازمانی را حمایت از خلاقیت و تأمین منابع برای نوآوری سازمان در نظر گرفتند که در نهایت منجر به نوآوری می‌شود.
زاهدبابلان وهمکاران (۱۴۰۲)	با بررسی ۲۹۲ نفر از معلمان تایید کردند که جو سازمانی با کارآفرینی سازمانی (نوآوری، ریسک پذیری و پیشگامی) ارتباط مثبت و معنادار است.
قاسمی وهمکاران (۱۳۹۸)	با بررسی ۲۰۳ نفر از کارکنان کتابخانه تایید کردند که جو خلاقانه سازمانی و حمایت سازمانی ارتباط مثبت و معناداری با رفتار کارآفرینانه سازمانی دارد.
سخداری (۱۳۹۴)	رابطه مثبت بین شبکه‌سازی و کارآفرینی شرکت را تأیید کردند و نشان دادند شرکت‌های دارای شبکه‌سازی بالاتر، فعالیت‌های کارآفرینانه سازمانی بیشتری دارند.
صباغی رستمی وهمکاران (۱۳۹۸)	با بررسی ۲۴۸ نفر از کارشناسان و مدیران شرکت هواپیمایی ارتباط مثبت و معنادار جو نوآوری بر خلاقیت کارکنان، خلاقیت کارکنان بر کارآفرینی درون سازمانی را تایید کردند.
الوانی وهمکاران (۱۳۹۲)	با بررسی شرکت‌های کارآفرین در صنایع غذایی، به این نتیجه دست یافتند که مؤلفه‌های سازمانی بر نهادینه‌سازی کارآفرینی در این شرکت‌ها تأثیر مثبت دارد و نهادینه‌سازی کارآفرینی بر اجرایی شدن ابعاد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد. در این پژوهش ارتباط معناداری بین ارتباطات در سازمان و ساختار سازمانی با جو کارآفرینانه اثربخش تأیید شد.
نقابی و همکاران (۱۳۹۱)	با در نظر گرفتن مالکان شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک علم و فناوری تأیید کردند که بین رفتار شبکه‌سازی و رفتار کارآفرینانه رابطه معناداری وجود دارد. هم چنین در مورد نوع و شدت رابطه، نتایج نشان دادند که این دو متغیر با هم ارتباط تقریباً قوی و مستقیم دارند.

در این پژوهش، رفتار کارآفرینانه به‌عنوان متغیر وابسته، دو متغیر رفتار شبکه‌سازی، ساختار سازمانی کارآفرینانه به‌عنوان متغیر مستقل و جو سازمانی کارآفرینانه به‌عنوان متغیر میانجی در نظر گرفته شدند و فرضیه‌ها به‌صورت زیر مورد بررسی قرار گرفتند:

- ۱- رفتار شبکه‌سازی رابطه مثبت و معناداری با رفتار کارآفرینانه در شرکت پالایش گاز پارسیان دارد؛
- ۲- جو سازمانی کارآفرینانه رابطه مثبت و معناداری با رفتار کارآفرینانه در شرکت پالایش گاز پارسیان دارد؛
- ۳- ساختار سازمانی کارآفرینانه رابطه مثبت و معناداری با رفتار کارآفرینانه در شرکت پالایش گاز پارسیان دارد؛

- ۴- ساختار سازمانی کارآفرینانه رابطه مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه با نقش میانجی گری جوسازمانی کارآفرینانه در شرکت پالایش گاز پارسین دارد؛
- ۵- رفتار شبکه‌سازی رابطه مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه با نقش میانجی گری جو کارآفرینانه در شرکت پالایش گاز پارسین دارد.

#### ۴. روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و بر اساس ماهیت و روش، توصیفی-همبستگی است. روش جمع‌آوری داده‌ها به صورت میدانی و پیمایشی انجام شد. در راستای جمع‌آوری داده‌ها، از سؤالات پرسش‌نامه‌های استاندارد استفاده کردیم که شامل پرسش‌نامه رفتار شبکه‌سازی (وولف و موسر، ۲۰۰۶)، جوسازمانی کارآفرینانه (هورنسی و همکاران، ۲۰۰۲)، ساختار سازمانی (رابینز و همکاران، ۲۰۰۴) و رفتار کارآفرینانه (نتو و رودریگز، ۲۰۲۰<sup>۳</sup>) بوده است. محل انجام پژوهش، شرکت پالایش گاز پارسین بوده است. این شرکت در اهداف و استراتژی‌های خود به کارآفرینی سازمانی اهمیت داده و سعی دارد با ایجاد بستر مناسب و آموزش‌های لازم، رفتار کارآفرینانه را در بین کارکنان تقویت کند تا از این طریق کارآفرینی سازمانی را تحقق بخشد؛ در همین راستا شرکت مذکور اعلام آمادگی و همکاری برای انجام این پژوهش را اعلام نمود. جامعه آماری شامل مدیران، کارکنان و سرپرستان تحت پوشش این مرکز که مشتمل بر ۳۸۵ نفر بودند. روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی انجام شد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول تعیین حجم نمونه به روش معادلات ساختاری از طریق فرمول  $(15q < n < 5q)$  استفاده شد که در آن  $q$  تعداد سؤالات پرسش‌نامه  $(q=28)$  و  $n$  اندازه نمونه است. براین اساس تعداد ۱۶۹ پرسش‌نامه توزیع و تکمیل شد.

روایی محتوایی پرسش‌نامه‌ها با استفاده از نظرات صاحب‌نظران رشته مدیریت و برخی از متخصصین سازمانی تأیید گردید. همچنین با استفاده از روش تحلیل عامل تأییدی، روایی سازه آن آزموده و تأیید شد. در این پژوهش جهت سنجش روایی همگرا از شاخص متوسط واریانس استخراج شده با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS3 استفاده شد. متوسط واریانس استخراج شده هر بعد مدل دارای مقدار بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد، پس روایی همگرای مدل تأیید شد. روایی واگرا با معیار فورنل‌لاکرک سنجیده شد. مقدار جذر AVE برای هر سازه بیشتر از همبستگی آن سازه با سایر سازه‌های موجود در مدل است؛ بنابراین روایی واگرای مدل تأیید شد. پایایی پرسش‌نامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی محاسبه شد. ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای کل پرسش‌نامه و شاخص‌های آن از ۰/۷ بیشتر بوده و لذا پایایی بالای پرسش‌نامه تأیید می‌گردد. بارهای عاملی مربوط به هر سؤال نیز از مقادیر مناسبی برخوردار بوده‌اند (مقادیر بزرگ‌تر از ۰/۵ می‌باشند) که مقادیر آلفای کرونباخ به همراه بارهای عاملی در جدول (۲) آورده شده است.

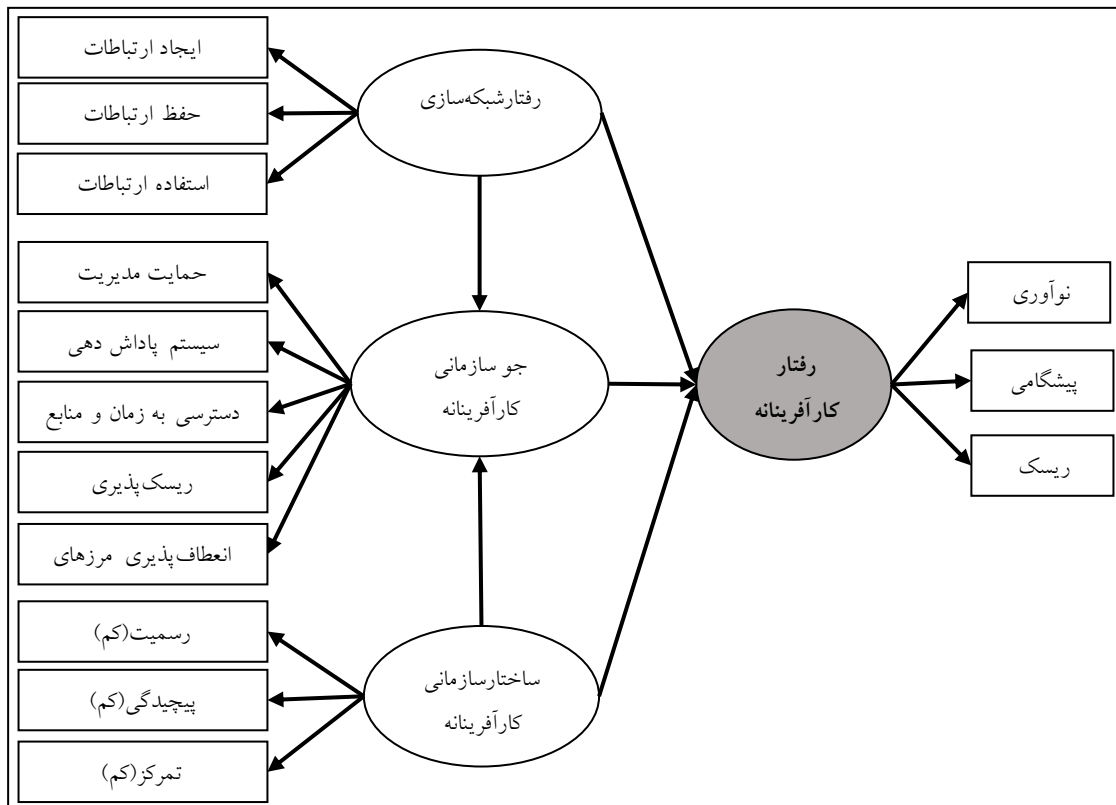
#### جدول ۲. بررسی پایایی و روایی متغیرهای پژوهش

1. Hornsby et al.
2. Robbins et al.
3. Neto & Rodrigues



سوال‌ها	آلفای کرونباخ	ابعاد	آلفای کرونباخ	متغیر	بار عاملی
Q۱	۰/۷۶	ایجاد ارتباطات	۰/۸۷	رفتار شبکه‌سازی	۰/۹۳
Q۱۵					۰/۸۶
Q۲	۰/۷۲	حفظ ارتباطات			۰/۸۸
Q۱۶					۰/۸۸
Q۳	۰/۷۶	استفاده از ارتباطات			۰/۹۱
Q۱۷					۰/۸۸
Q۸	۰/۷۳	نوآوری	۰/۸۷	رفتار کارآفرینانه	۰/۸۸
Q۲۲					۰/۸۹
Q۱۰	۰/۷۲	پیشگامی			۰/۸۷
Q۲۴					۰/۸۹
Q۹	۰/۷۱	ریسک‌پذیری			۰/۸۸
Q۲۳					۰/۸۸
Q۱۲	۰/۸۰	رسمیت	۰/۸۱	ساختار سازمانی کارآفرینانه	۰/۹۱
Q۲۶					۰/۹۱
Q۱۳	۰/۷۶	پیچیدگی			۰/۹۲
Q۲۸					۰/۸۷
Q۱۱	۰/۸۱	تمرکز			۰/۹۲
Q۲۵					۰/۹۱
Q۴	۰/۷۵	حمایت‌مدیریت	۰/۹۲	جوسازمانی کارآفرینانه	۰/۹۰
Q۱۸					۰/۸۸
Q۶	۰/۷۱	سیستم پاداش‌دهی			۰/۹۰
Q۲۰					۰/۸۶
Q۵	۰/۸۸	انعطاف‌پذیری مرزهای سازمانی			۰/۹۴
Q۱۹					۰/۹۴
Q۷	۰/۷۹	دسترسی به زمان و منابع کافی	۰/۹۰		
Q۲۱			۰/۹۱		
Q۱۴	۰/۷۵	ریسک‌پذیری	۰/۹۱		
Q۲۷			۰/۸۷		

الگوی مفهومی پژوهش به صورت شکل (۱) است.



شکل ۱- الگوی مفهومی پژوهش

## ۵. یافته‌ها

### ۵.۱. آمار توصیفی: یافته‌های توصیفی جمعیت‌شناختی و متغیرها

برای بررسی توزیع ویژگی‌های جمعیت‌شناختی از فراوانی و درصد استفاده شد. از لحاظ سنی، ۴/۲ درصد از کل نمونه بین ۲۰-۳۰ سال، ۸۱/۸ درصد از کل نمونه ۳۱-۴۰ سال، ۱۰/۹ درصد از کل نمونه ۴۱-۵۰ سال و ۳ درصد دارای سنی بین ۵۱-۶۰ سال بوده‌اند. از لحاظ سنوات کاری، ۳/۱ درصد از کل نمونه زیر ۵ سال، ۴۹/۴ درصد از کل نمونه دارای سنوات ۶-۱۰ سال، ۴۰/۶ درصد از کل نمونه دارای ۱۱-۱۵ سال سنوات، ۲/۵ دارای سنوات بین ۲۰-۱۶ سال و در نهایت ۴/۴ درصد از نمونه بالاتر از ۲۰ سال سنوات را تشکیل داده‌اند. از لحاظ پست سازمانی، ۷۱/۲ درصد از کل نمونه را کارشناسان، ۱۶/۴ درصد از کل نمونه را سرپرستان، ۱۱ درصد از کل نمونه را مدیران میانی، ۱/۴ درصد را مدیران ارشد در بر گرفته بودند. از لحاظ واحد، ۴۴/۹ درصد از کل نمونه را واحد عملیات، ۲۱/۸ درصد از کل نمونه را بخش مهندسی، ۹/۶ درصد از کل نمونه را بخش اداری و ۲۳/۷ درصد از نمونه را بخش مستقل شامل شد. میانگین و انحراف معیار متغیرها و خرده مقیاس‌ها در جدول (۳) آمده است. داده‌های این جدول نشان می‌دهد میانگین عامل‌ها همگی بالاتر از حد متوسط ۳ قرار دارند.

### جدول ۳- آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار	متغیر	میانگین	انحراف معیار
ایجاد ارتباطات	۳/۶۰	۰/۹۰	جوسازمانی کارآفرینانه	۳/۱۸	۰/۸۵
حفظ ارتباطات	۳/۴۷	۰/۹۲	رسمیت (کم)	۳/۶۴	۰/۹۳
استفاده ارتباطات	۳/۴۷	۰/۹۳	پیچیدگی (کم)	۳/۷۷	۰/۸۳
رفتار شبکه‌سازی	۳/۵۱	۰/۸۱	تمرکز (کم)	۳/۸۲	۰/۷۲
حمایت مدیریت	۳/۲۵	۱/۰۰۳	ساختار سازمانی کارآفرینانه	۳/۷۴	۰/۶۵
سیستم پاداش‌دهی	۳/۱۴	۱/۰۶	نوآوری	۳/۲۶	۰/۹۸
انعطاف‌پذیری مرزهای سازمانی	۳/۳۲	۱/۰۳	پیشگامی	۳/۴۲	۰/۹۳
دسترسی زمان و منابع کافی	۳/۰۱	۱/۰۰۵	ریسک‌پذیری	۳/۲۳	۰/۸۸
پذیری ریسک	۳/۱۵	۰/۹۱	رفتار کارآفرینانه	۳/۳۰	۰/۸۳

از آنجایی که در پژوهش حاضر متغیر جو کارآفرینانه به عنوان یک متغیر میانجی می‌باشد، بهتر است وضعیت فعلی جو کارآفرینانه در این جامعه آماری نیز مشخص گردد. بدین جهت برای داده‌های نرمال از آزمون تی تک نمونه‌ای برای متغیر جو کارآفرینانه استفاده شد. نتایج آزمون‌های مذکور در جدول (۴) آمده است. اگر میانگین متغیر بیشتر از ۳ باشد نشان‌دهنده وضعیت مطلوب است. نتایج نشان می‌دهد که وضعیت جو کارآفرینانه بالاتر از سطح متوسط می‌باشد و در سطح مطلوب قرار دارد؛ با این حال نیازمند توجه بیشتر است. در ادامه برای سایر ابعاد جو کارآفرینانه از آنجایی که داده‌ها غیرنرمال می‌باشد از آزمون دوجمله‌ای استفاده گردید که به صورت جدول (۵) است. نتایج نشان می‌دهد که وضعیت حمایت مدیریت، سیستم پاداش‌دهی، انعطاف‌پذیری مرزهای سازمانی و ریسک‌پذیری، در حد متوسط می‌باشد؛ چرا که سطح معناداری بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است و اختلاف معناداری بین درصد افرادی که این متغیرها را بالاتر و کمتر از ۳ ارزیابی کرده وجود ندارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد دسترسی به منابع در سطح نامطلوب می‌باشد.

جدول ۴- نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای در مورد متغیر جو کارآفرینانه

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	آماره تی	سطح معناداری
جو کارآفرینانه	۱۶۹	۳/۱۸	۰/۸	۲/۷۴	۰/۰۰۷

جدول ۵- نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای در مورد متغیر جو کارآفرینانه

ابعاد جو کارآفرینانه	حد متوسط	تعداد	درصد	سطح مقایسه	نتیجه
حمایت مدیریت	کمتر از ۳	۷۹	۴۷	۰/۵	متوسط
	بیشتر از ۳	۹۰	۵۳		
سیستم پاداش‌دهی	کمتر از ۳	۸۴	۵۰	۰/۵	متوسط
	بیشتر از ۳	۸۵	۵۰		
انعطاف‌پذیری مرزهای سازمانی	کمتر از ۳	۷۴	۴۴	۰/۵	متوسط
	بیشتر از ۳	۹۵	۵۶		
دسترسی به منابع	کمتر از ۳	۹۸	۵۸	۰/۵	نامطلوب
	بیشتر از ۳	۷۱	۴۲		
ریسک‌پذیری	کمتر از ۳	۸۹	۵۳	۰/۵	متوسط
	بیشتر از ۳	۸۰	۴۷		

## ۲,۵. آمار استنباطی

## آزمون نرمال بودن

با استفاده از آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف، نرمال بودن متغیرها مورد بررسی قرار گرفت. باتوجه به اینکه سطح معناداری آزمون برای متغیرها به جز جوسازمانی کارآفرینانه کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، ادعای نرمال بودن سؤالات آن‌ها رد شد و برای متغیر جو کارآفرینانه تأیید شده است. به دلیل عدم نرمال بودن داده‌ها، از روش حداقل مربعات جزئی<sup>۱</sup> برای آزمون مدل مفهومی تحقیق از نرم‌افزار SmartPLS3 استفاده شد.

جدول ۶- نتایج آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف در نمونه

متغیر	سطح معناداری	آماره Z	نتیجه	متغیر	سطح معناداری	آماره Z	نتیجه
ایجاد ارتباطات	۰/۰۰۰	۲/۲۳	غیر نرمال	جوسازمانی کارآفرینانه	۰/۱۷	۱/۰۹	نرمال
حفظ ارتباطات	۰/۰۰۰	۲/۲۱	غیر نرمال	رسمیت (کم)	۰/۰۰۰	۲/۸۳	غیر نرمال
استفاده ارتباطات	۰/۰۰۱	۱/۹۸	غیر نرمال	پیچیدگی (کم)	۰/۰۰۰	۲/۲۶	غیر نرمال
رفتار شبکه‌سازی	۰/۰۰۲	۱/۴۷	غیر نرمال	تمرکز (کم)	۰/۰۰۰	۲/۹۵	غیر نرمال
حمایت‌مدیریت	۰/۰۰۰	۲/۲۵	غیر نرمال	ساختار سازمانی	۰/۰۰۰	۲/۰۸	غیر نرمال
سیستم‌پاداش دهی	۰/۰۰۵	۱/۷۳	غیر نرمال	نوآوری	۰/۰۰۳	۱/۸۰	غیر نرمال
انعطاف‌پذیری مرزهای سازمانی	۰/۰۰۰	۲/۲۴	غیر نرمال	پیشگامی	۰/۰۰۰	۲/۸۸	غیر نرمال
دسترسی به زمان و منابع کافی	۰/۰۰۸	۱/۶۶	غیر نرمال	ریسک‌پذیری	۰/۰۰۳	۱/۸۰	غیر نرمال
ریسک‌پذیری	۰/۰۰۴	۱/۷۶	غیر نرمال	رفتار کارآفرینانه	۰/۰۰۲	۱/۵۱	غیر نرمال

## برازش مدل ساختاری و برازش بخش کلی

معیار  $R^2$  برای متغیرهای درون‌زا برابر و بزرگ‌تر از مقدار ۰/۳۳ (ملاک متوسط بودن معیار) می‌باشد که نشان از برازش قوی مدل ساختاری دارد. همچنین از آنجایی که  $Q^2$  متغیرهای درون‌زا بالاتر از ۰/۳۳ است مدل از قدرت پیش‌بینی بالایی برخوردار است. میانگین مقادیر اشتراکی فوق برابر با ۰/۷۴۷ می‌باشد و میانگین  $R^2$  متغیرهای درون‌زا برابر با ۰/۷۲۷ می‌باشد. جهت محاسبه شاخص برازش بخش کلی معیار GOF برابر با ۰/۷۳۶ می‌باشد که نشان از برازش بسیار قوی و مناسب مدل کلی دارد.

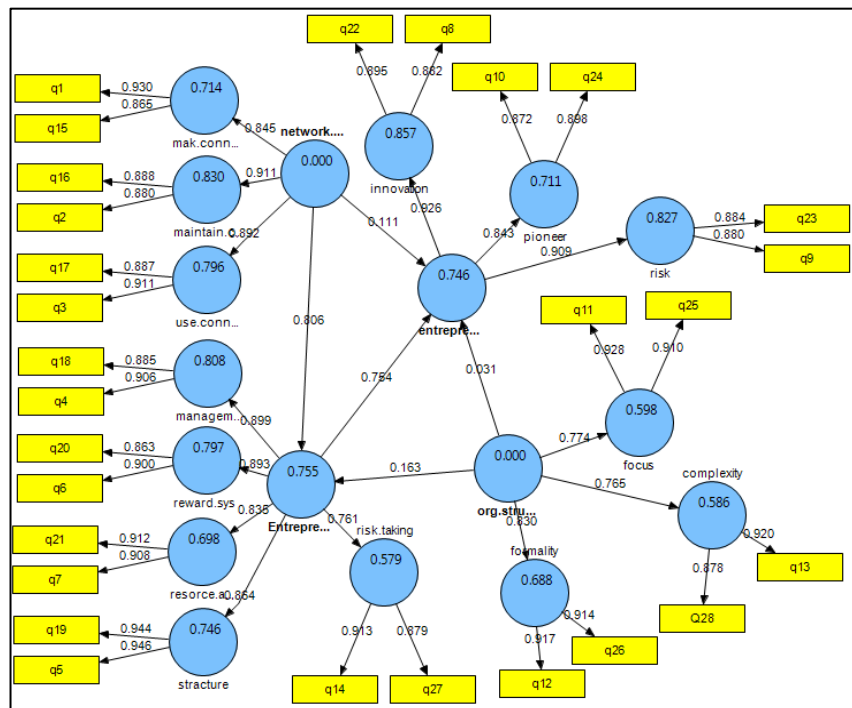
جدول ۷- نتایج معیارهای برازش

متغیرها	$R^2$	$Q^2$	مقادیر اشتراکی	متغیرها	$R^2$	$Q^2$	مقادیر اشتراکی
ایجاد ارتباطات	۰/۷۱	۰/۵۵	۰/۸۰	جو کارآفرینانه	۰/۷۵	۰/۴۴	۰/۸۳
حفظ ارتباطات	۰/۸۳	۰/۶۴	۰/۷۸	رسمیت (کم)	۰/۶۸	۰/۵۷	۰/۸۰
استفاده ارتباطات	۰/۷۹	۰/۶۳	۰/۸۰	پیچیدگی (کم)	۰/۵۸	۰/۴۶	

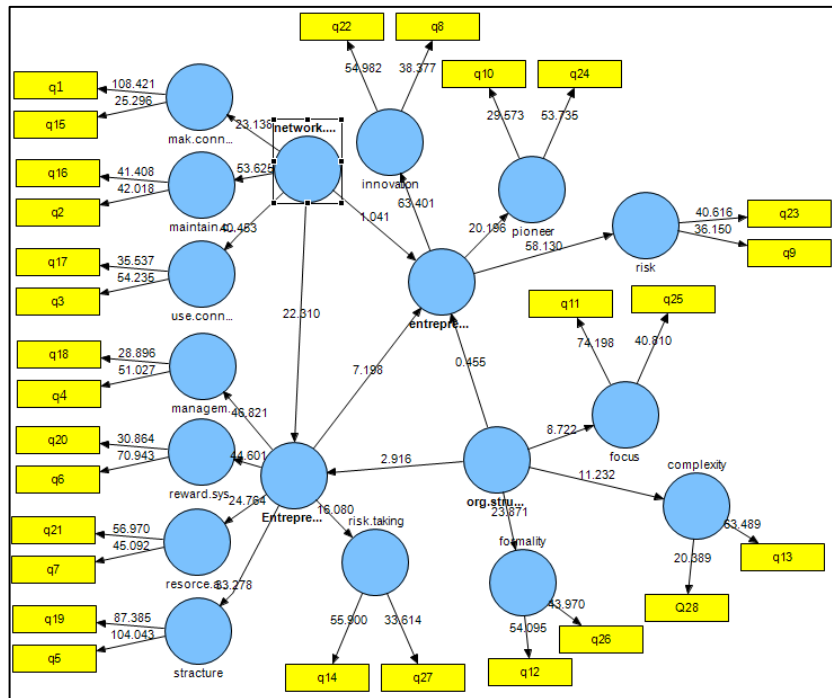
متغیرها	R <sup>2</sup>	Q <sup>2</sup>	مقادیر اشتراکی	متغیرها	R <sup>2</sup>	Q <sup>2</sup>	مقادیر اشتراکی
حمایت مدیریت	۰/۸۰	۰/۶۳	۰/۸۰	تمرکز (کم)	۰/۵۹	۰/۵۰	۰/۸۴
سیستم پاداش دهی	۰/۷۹	۰/۵۹	۰/۷۷	نوآوری	۰/۸۵	۰/۶۷	۰/۷۸
انعطاف پذیری مرزهای سازمانی	۰/۷۴	۰/۶۳	۰/۸۹	پیشگامی	۰/۷۱	۰/۵۵	۰/۷۸
دسترسی به زمان و منابع کافی	۰/۶۹	۰/۵۵	۰/۸۲	ریسک پذیری	۰/۸۲	۰/۵۹	۰/۷۷
ریسک پذیری	۰/۵۷	۰/۴۵	۰/۸۰	رفتار کارآفرینانه	۰/۷۴	۰/۴۵	

### نتایج آزمون فرضیات

نتایج آزمون مدل مفهومی پژوهش در شکل (۲) نشان داده شده است. در شکل (۲) ضرایب مسیر بین متغیرها و خرده مقیاس‌ها نشان داده شده است. آماره تی (t value) مربوط به فرضیه‌ها، در شکل (۳) نمایش داده شده است. برطبق این مدل، ضریب مسیر در سطح ۹۵٪ معنادار است، اگر مقدار آماره t از ۱/۹۶ بیش تر باشد. بالاترین ضریب تأثیر مربوط به تأثیر رفتار شبکه‌سازی بر جوسازمانی کارآفرینانه می‌باشد و بعد از آن مسیر جوسازمانی کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینانه در نهایت ساختار سازمانی کارآفرینانه بر جوسازمانی کارآفرینانه است. آماره تی مربوط به تأثیر رفتار شبکه‌سازی بر جوسازمانی کارآفرینانه، مسیر جوسازمانی کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینانه و در نهایت ساختار سازمانی بر جوسازمانی کارآفرینانه بزرگ‌تر از ۱/۹۶ و معنادار است. درحالی‌که مسیرهای مستقیم رفتار شبکه‌سازی و ساختار سازمانی کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینانه معنادار نمی‌باشد. همچنین مقادیر تی مربوط به سؤالات هر مؤلفه بزرگ‌تر از ۱/۹۶ و معنادار بوده است.



شکل ۲- ضرایب مسیر



شکل ۳-آماره تی

نتایج آزمون فرضیات بر اساس اثر مستقیم استاندارد شده و آماره تی در جدول (۸) آمده است. براین اساس نتایج فرضیه‌ها به صورت زیر است:

**فرضیه اول:** با توجه به نتایج آزمون فرضیات، می‌توان با اطمینان ۹۵٪ عنوان کرد که رفتار شبکه‌سازی تأثیر مثبتی بر رفتار کارآفرینانه در شرکت پالایش گاز پارسیان ندارد. **فرضیه دوم:** با توجه به نتایج آزمون فرضیات، می‌توان با اطمینان ۹۵٪ عنوان کرد که جوسازمانی کارآفرینانه با ضریب تأثیر ۰/۷۵ رفتار کارآفرینانه در شرکت پالایش گاز پارسیان تأثیر مثبت و معناداری دارد. **فرضیه سوم:** با توجه به نتایج آزمون فرضیات، می‌توان با اطمینان ۹۵٪ عنوان کرد که ساختار سازمانی تأثیر مثبتی بر رفتار کارآفرینانه در شرکت پالایش گاز پارسیان ندارد. **فرضیه چهارم:** با توجه به نتایج آزمون فرضیات، می‌توان با اطمینان ۹۵٪ بیان کرد که ساختار سازمانی رابطه مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه با نقش میانجی‌گری جوسازمانی کارآفرینانه در شرکت پالایش گاز پارسیان دارد. این اثر غیرمستقیم برابر با ۰/۱۲ می‌باشد ( $0/12 = 0/16^*$ ) و شدت اثر متغیر میانجی برابر با ۰/۷۹ می‌باشد. **فرضیه پنجم:** با توجه به نتایج آزمون فرضیات، می‌توان با اطمینان ۹۵٪ بیان کرد که رفتار شبکه‌سازی رابطه مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه با نقش میانجی‌گری جوسازمانی کارآفرینانه در شرکت پالایش گاز پارسیان دارد. این اثر غیرمستقیم برابر با ۰/۶۰ می‌باشد ( $0/60 = 0/80^*$ ) و شدت اثر متغیر میانجی برابر با ۰/۸۴ می‌باشد.

جدول ۸- نتایج آزمون فرضیه‌ها

ردیف	فرضیه‌های پژوهش	آماره t	اثر مستقیم استاندارد شده	اثر غیرمستقیم	اثر کل	معناداری	نتیجه فرضیه	VAF
۱	رفتار شبکه‌سازی < رفتار کارآفرینانه	۱/۰۴	۰/۱۱	۰/۰۰۰	۰/۱۱	بی‌معنا	رد	

	تأیید	معنادار	۰/۷۵	۰/۰۰۰	۰/۷۵	۷/۲۵	جوسازمانی کارآفرینانه < رفتار کارآفرینانه	
	رد	بی معنا	۰/۰۳۱	۰/۰۰۰	۰/۰۳۱	۰/۴۳	ساختار سازمانی کارآفرینانه < رفتار کارآفرینانه	
	تأیید	معنادار	۰/۸۰	۰/۰۰۰	۰/۸۰	۲۰/۹۴	رفتار شبکه سازی جوسازمانی کارآفرینانه	
	تأیید	معنادار	۰/۱۶	۰/۰۰۰	۰/۱۶	۲/۸۶	ساختار سازمانی کارآفرینانه جو کارآفرینانه	
۰/۷۹۴	تأیید	معنادار	۰/۱۵	۰/۱۲	۰/۰۳۱		ساختار سازمانی کارآفرینانه جوسازمانی کارآفرینانه کارآفرینانه	ارتباط مستقیم
۰/۸۴۵	تأیید	معنادار	۰/۷۱	۰/۶۰	۰/۱۱		رفتار شبکه سازی جوسازمانی کارآفرینانه کارآفرینانه	

## ۶. بحث و نتیجه گیری

هدف از این پژوهش، تعیین ارتباط پیشایندهای رفتار کارآفرینانه در شرکت پالایش گاز پارسیان با نقش میانجی گری جوسازمانی کارآفرینانه است. نتایج فرضیه اول نشان داد که رفتار شبکه سازی به صورت مستقیم با رفتار کارآفرینانه در شرکت پالایش گاز پارسیان ارتباط مثبت و معناداری ندارد. این فرضیه با نتایج پژوهش های امیرعدنان و همکاران (۱۴۰۲)؛ آقازاده و همکاران (۱۴۰۰)؛ سخدری (۱۳۹۴) نقابی و همکاران (۱۳۹۱)، کومار و همکاران (۲۰۲۲)؛ هیلمرسون و هیلمرسون (۲۰۲۱)؛ آدیمال و همکاران (۲۰۲۱)؛ سانپال و همکاران (۲۰۲۰)؛ شو و همکاران (۲۰۱۸)؛ کای و همکاران (۲۰۱۸) در خصوص تأیید ارتباط مثبت و معنادار رفتار شبکه سازی بر رفتار کارآفرینانه همخوانی ندارد. علت این ناهمخوانی را می توان براساس پژوهش آدیمال و همکاران (۲۰۲۱) توجیه کرد. وی به نقل از آهوچا<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) بیان می دارد که محدودیت هایی برای شکل گیری شبکه به ویژه بین شرکت های دارای صلاحیت فنی و تجاری بسیار بالا و شرکت هایی که کمترین آن را دارند، وجود دارد. شرکت هایی که صلاحیت های فنی و تجاری بالایی دارند، کمتر به یک رابطه شبکه ای با کم صلاحیت ترین شرکت ها وارد می شوند؛ بنابراین یکی از عوامل عدم تأیید این فرض را در شرکت پالایش گاز پارسیان می توان به سطح بالای تخصصی این شرکت نسبت داد که در انتخاب شبکه های ارتباطی سختگیری های خود را دارد و این موجب می گردد که در یک شبکه ای که بسیار مشابه خود است قرار گیرد و نتواند با گشودگی بیشتر از قابلیت های سایر شبکه ها برای نوآوری، انتخاب فرصت و ریسک پذیری بهره ببرد.

کلیور و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۱) نیز بیان می کند که ممکن است افراد انتخاب های صحیحی در شبکه های اجتماعی خود نداشته باشند؛ بنابراین می توان یکی دیگر از علل عدم همخوانی را در این دانست که صرف توجه به گسترش ارتباطات ارزش محسوب نمی شود؛ بلکه این ارتباطات و شبکه سازی در صورتی که هدفمند نباشد و به درستی انتخاب نگردد، نتیجه ارزشمندی را به همراه نخواهد داشت. همچنین با استناد به پژوهش کولوروت و فاسین<sup>۳</sup> (۲۰۱۳) مبنی بر اینکه رفتار غیر اخلاقی درک شده نظیر ارتباطات نادرست، سوء استفاده از قدرت و احترام نگذاشتن به توافق، منجر به بروز

1. Ahuja
2. Klyver et al.
3. Collewaert & Fassin



تعارض میان کارآفرینان و شبکه‌های سرمایه‌گذار آنان می‌شود؛ می‌توان یکی دیگر از علل این عدم همخوانی را عدم توجه به سبک و شیوه مدیریت تعارضات در بین مدیران و شبکه‌ها در راستای دستیابی به ارزش در شبکه دانست. عدم این تطابق نیز می‌تواند ناشی از تفاوت در جامعه آماری و جو موجود در آن جامعه باشد؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود که شبکه‌سازی در این شرکت مستلزم پیش‌نیازهای مناسب و روابط برای ارتقای عملکرد است و صرف شبکه‌سازی بدون توجه به این مسائل به رفتار کارآفرینانه منجر نخواهد شد؛ بنابراین لازم است که مؤلفه‌های کلیدی شناسایی و در کانون توجه قرار گیرند.

از آزمون فرضیه دوم این نتیجه حاصل شد که جوسازمانی کارآفرینانه با رفتار کارآفرینانه در شرکت پالایش گاز پارسیان ارتباط مثبت و معناداری دارد و ضریب تأثیر این مسیر در رتبه دوم قرار دارد. این فرضیه با پژوهش‌های زاهدبابلان و همکاران (۱۴۰۲)؛ قاسمی و همکاران (۱۳۹۸)؛ صباغی‌رستمی و حسینی‌شکیب (۱۳۹۸)؛ راماتی و همکاران (۲۰۲۳)؛ اسکامیلافاچاردو و همکاران (۲۰۱۹)؛ اولسان و همکاران (۲۰۱۹)؛ برگمن و همکاران (۲۰۱۸)؛ بیراسلایک و اوژاهین (۲۰۱۴) مطابقت می‌کند.

از آزمون فرضیه سوم این نتیجه حاصل شد که ساختار سازمانی کارآفرینانه با رفتار کارآفرینانه در شرکت پالایش گاز پارسیان به صورت مستقیم ارتباط مثبت و معناداری ندارد. پژوهش‌های بسیاری ابعاد مختلف ساختار سازمانی را در بروز فعالیت‌های کارآفرینانه بررسی کرده‌اند. باین‌حال اکثر پژوهش‌ها رابطه معنادار و معکوس ساختار سازمانی بروکراتیک با رفتار کارآفرینانه را نشان دادند؛ بنابراین نتایج این فرضیه با پژوهش‌های پورونتو و همکاران (۲۰۲۳)؛ سایاد (۲۰۲۳)؛ جنتایل‌لودکه و همکاران (۲۰۱۹) مطابقت ندارد. علت این عدم تطابق را می‌توان در سطح دانش و تحصیلات مدیران و کارکنان، روحیات و اخلاقیات افراد، تمایلات کارکنان به ریسک‌پذیری، سبک مدیریت و ارتباطات بین کارکنان و مدیران، تفاوت در جامعه آماری و دیگر عوامل داخلی جستجو کرد. از طرفی بر اساس تیلور<sup>۱</sup> (۱۹۱۱) به نقل از گسپری و همکاران (۲۰۲۰)؛ این مورد باید مورد توجه قرار گیرد که بر اساس نظریه اقتضایی، طراحی سازمانی باید با خواسته‌های زمینه‌ای خاص تطبیق داده شود؛ بنابراین نمی‌توان انتظار داشت که یک سبک ساختار سازمانی در تمامی حال بتواند منجر به یک عملکرد یکسان شود و عواملی مانند فناوری، قدرت، محیط، اندازه سازمان، استراتژی در شکل‌گیری ساختار سازمانی و نتایج حاصل از آن دخیل است. در شرکت پالایش گاز پارسیان برای رسیدن به هدف‌های سازمان لازم است که افراد از قوانین، مقررات و رویه‌ها پیروی کنند و همین موضوع باعث می‌شود که ساختار سازمانی کارآفرینانه به تنهایی نتواند منجر به رفتار کارآفرینانه شود.

از آزمون فرضیه چهارم این نتیجه به دست آمد که ساختار سازمانی کارآفرینانه رابطه مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه با نقش میانجی‌گری جوسازمانی کارآفرینانه در شرکت پالایش گاز پارسیان دارد و ضریب تأثیر این مسیر در رتبه سوم قرار دارد. از آنجایی که نتایج پژوهش‌های پورونتو و همکاران (۲۰۲۳)؛ گسپری و همکاران (۲۰۲۰)؛ حمدی‌پور و همکاران (۱۴۰۰)؛ الوانی و همکاران (۱۳۹۲) به ارتباط مثبت بین ساختار سازمانی ارگانیک و محیط کارآفرینانه و ظرفیت سازمان برای نوآوری پرداخته‌اند و با توجه به نتایج پژوهش‌های ذکر شده در ارتباط با فرضیه دوم (رابطه جو کارآفرینانه سازمانی با رفتار کارآفرینانه)، می‌توان تطابق این فرضیه را با نتایج پژوهشگران تأیید کرد. توجه به ساختار سازمانی و ابعادی که منجر به بهبود عملکرد نیروی انسانی می‌شود، می‌تواند به عنوان اهرمی قدرتمند، جریانی پویا از عملکرد و نوآوری را به سازمان تزریق کند؛ لذا ایجاد ظرفیت ساختاری کارا در قالب حمایت و پشتیبانی

1. Taylor

از فعالیت‌های نوآورانه همواره در کنار ساختارهای پویای سازمانی بسترساز خلاقیت و تغییرات اثربخش بوده که این امر به نوبه خود سبب توانمندسازی سازمان در چرخه رقابت می‌گردد (فزلنفوو عاشوری، ۱۴۰۱). از آزمون فرضیه پنجم این نتیجه به دست آمد که رفتار شبکه‌سازی رابطه مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه با نقش میانجی‌گری جوکارآفرینانه‌سازمانی در شرکت پالایش گاز پارسیان دارد و ضریب تأثیر این مسیر در رتبه اول قرار دارد. از آنجایی که نتایج پژوهش‌های هنیفه وهمکاران (۲۰۲۰)؛ اژدری و طالبی (۲۰۱۵)؛ مولنار وهمکاران (۲۰۱۴)؛ وان‌دام و همکاران (۲۰۱۰) و میرزایی‌دوبخسری (۱۴۰۲) تأثیر رفتار شبکه‌سازی را بر شکل‌گیری محیط و جو کارآفرینانه و نوآورانه تأیید کردند و با توجه به نتایج پژوهش‌های ذکر شده در ارتباط با فرضیه دوم (رابطه جوکارآفرینانه‌سازمانی با رفتار کارآفرینانه)، می‌توان نتیجه این فرضیه را با نتایج سایر پژوهشگران مطابقت دانست.

## ۷. پیشنهادها

### ۱.۷. پیشنهادهای اجرایی

باتوجه به نتایج بدست آمده از فرضیه اول، مدیران این شرکت می‌بایست زمینه لازم را برای مشارکت بیشتر کارکنان کلیه معاونت‌ها و واحدهای مستقل، تشکیل و پذیرش گروه‌های غیررسمی و دوستی در کلیه معاونت‌ها و واحدهای مستقل و به وجود آمدن سرمایه اجتماعی و به تبع آن تبادل افکار و دانش فراهم نمایند؛ مدیران شرکت می‌بایست منابع مالی لازم را در بودجه مصوب شرکت جهت تشویق کارکنان به مشارکت، ارتباطات مؤثر، تبادل افکار و اطلاعات که زمینه‌ساز رفتارهای کارآفرینانه هست را فراهم نمایند. همچنین لازم است که به تشکیل شبکه‌های هدفمند برون‌سازمانی که منجر به تقویت نوآوری، شناسایی فرصت و تقویت ریسک‌پذیری می‌شود، اهتمام بیشتری ورزند. از آنجایی که حفظ چنین شبکه‌هایی ارزشمند است و صرف تشکیل چنین شبکه‌هایی نمی‌تواند رفتار کارآفرینانه را تقویت کند لازم است مدیران ارتباطات، تضادها، موارد اخلاقی و توافقات در شبکه‌ها را به صورت اثربخش مدیریت کنند.

باتوجه به نتایج بدست آمده از فرضیه دوم و نتایج به دست آمده در جدول (۵)، جهت تقویت جو کارآفرینی و بهبود بخشیدن ابعاد آن پیشنهاد می‌شود که به مدیران میانی، سرپرستان و کارکنان برای ابراز ایده‌های نوآورانه وقت آزاد داده و انتخاب این مدیران بر اساس تجربه و نوآوری صورت پذیرد و مدیران نوآور به خاطر ایده‌های نوآورانه مورد تشویق قرار گیرند؛ فرهنگ پذیرش و تحمل شکست، خطر و اشتباه در شرکت گاز پارسیان از طریق دوره‌های آموزشی من جمله دوره‌های آموزشی تقویت ریسک‌پذیری، کار تیمی و مطالعات موردی مرتبط با پذیرش ریسک، تحمل ابهام و شکست و... رواج یابد؛ توجه به سیستم پاداش در شرکت گاز پارسیان می‌تواند منجر به بروز رفتارهای کارآفرینانه از سوی کارکنان و مدیران شود؛ لذا طراحی یک نظام پاداش برای کارآفرینان سازمانی در شرکت پالایش گاز پارسیان، نیازمند این است که مدیران عالی از سطوح نیازهای کارکنان آگاه باشند. این پاداش‌ها می‌تواند مادی (اضافه‌کاری، پاداش موردی، یک ماه حقوق و مزایا و...) و یا غیرمادی (به رسمیت شناختن، ایجاد عزت نفس، توانمندسازی کارکنان و...) باشد؛ شرکت پالایش گاز پارسیان باید یک نظام حمایت‌کننده از نوآوری‌های مربوط به فرایند و خدمات در برنامه‌های خود ایجاد کند. این حمایت‌ها می‌تواند از لحاظ منابع مالی، دانش، تجهیزات (نرم‌افزار، تجمیع دانش در شرکت)، مکان (محیط مناسب جهت رشد خلاقیت و نوآوری) و... باشد؛ زیرا بدون وجود حمایت کارکنان تمایل کمتر و امید کمتری نسبت به تبدیل فرهنگ سنتی به فرهنگ کارآفرینانه نشان می‌دهند.

باتوجه به نتایج بدست آمده از فرضیه سوم، مدیران این شرکت می‌بایست با توانمندسازی کارکنان به آنها آزادی عمل و استقلال کاری بیشتری در جهت انجام وظایف محوله که منجر به بروز رفتارهای کارآفرینانه می‌شوند، بدهند؛

باتوجه به تغییر و تحولات محیطی و فناوری و لزوم پاسخگویی سریع به این تغییرات و انطباق پذیری هرچه بهتر، مدیران شرکت اصلی (شرکت ملی گاز ایران) می‌بایست زمینه ایجاد سازمان‌های تخت از طریق تغییر در نمودار سازمانی و حذف لایه‌های اضافی را در شرکت‌های تابعه من جمله شرکت پالایش گاز پارسیان به وجود آوردند تا ضمن انطباق پذیری با این تغییرات به تقویت رفتارهای کارآفرینانه کمک نمایند.

باتوجه به نتایج بدست آمده از فرضیه چهارم پیشنهاد می‌شود که پیچیدگی‌ها و همچنین لایه‌های تصمیم‌گیری برای تسهیل روند نوآوری، خلاقیت و خطرپذیری از طریق تغییر نمودار سازمانی و اعطای استقلال کاری و اختیار تصمیم‌گیری به واحدهای نزدیک به تصمیم کاهش یابد. اطلاعات از انحصار مدیریت عالی سازمان خارج گردد و اختیارات لازم همراه با مسئولیت به زیردستان واگذار شود؛ از تأکیدات بیش از حد قوانین و مقررات که موجب جابه‌جایی اهداف و سرخوردگی کارکنان خواهد شد کاسته شود؛ دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌ها بازنگری و اصلاح شوند؛ به گونه‌ای که از انعطاف‌پذیری برخوردار بوده تا مانع محدود کردن دیدگاه، افکار و ایده‌های کارآفرینانه شود؛ بوروکراسی‌های زائد مانند تکمیل فرم‌ها در حد گسترده و کسب امضاهای متعدد کاهش داده شود؛ مدیران با مفاهیم الزامات کارآفرینی سازمانی آشنا شوند و برنامه‌های کارآفرینانه را سرلوحه کار خود قرار دهند و بستر لازم را برای پیاده‌سازی و تحقق کارآفرینی سازمانی را در سازمان فراهم کنند و درصدد برطرف کردن موانع ساختاری و فرهنگی که از اقدامات کارآفرینانه و نوآورانه در شرکت جلوگیری می‌کند، باشند.

باتوجه به نتایج بدست آمده از فرضیه پنجم به مدیران قسمت‌های مختلف سازمان پیشنهاد می‌گردد از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی مناسب نسبت به بهبود مهارت‌های ارتباطی و اجتماعی و توانمندی‌های رفتار شبکه‌سازی در کارکنان به طریقی اقدام نمایند که منجر به بروز رفتارها و فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان گردد؛ مدیران عالی برای تقویت و روحیه نوآوری در کارکنان، سرپرستان و مدیران میانی، ضمن قدردانی ویژه از آن‌ها به خاطر ارائه ایده‌های نوآورانه، موانع و مشکلات را جهت به اجرا در آوردن ایده‌های نو تا حد امکان از میان بردارند و به آن‌ها اختیار و آزادی لازم جهت تصمیم‌گیری در مورد نحوه و چگونگی انجام کارها داده شود؛ به مدیران و کارکنان شرکت این اختیار داده شود تا بتوانند از طریق سیستم مدیریت یکپارچه تجمیع دانش با کارکنان و مدیران دیگر شرکت‌ها ارتباط برقرار کنند و با ایجاد یک جو کارآفرینانه، حمایت مدیریت و امکان دسترسی تمامی کارکنان به اطلاعات به تبادل دانش در جهت اهداف سازمان بپردازند؛ مدیریت باید با مدنظر قراردادن ویژگی‌های افراد کارآفرین به عنوان یکی از شرایط استخدام، افراد خلاق، کارآفرین و دارای مهارت اجتماعی بالا را به سازمان جذب نماید.

## ۲.۷. پیشنهادهای پژوهشی

برای پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌گردد از آنجاکه رویکرد کمی به مطالعه جنبه‌های عینی یعنی قابل مشاهده بودن، استفاده از داده‌های عددی، تحلیل‌های آماری و استنباط‌های قیاسی و عینی می‌پردازد، از رویکردهای کیفی که جنبه‌های غیرکمی پدیده‌ها، اهداف ذهنی، داده‌های روایتی، تحلیل موضوعی و استنباط‌های استقرایی و ذهنی را آشکار می‌کند، نیز استفاده کنند. همچنین پیشنهاد می‌کنیم پیشایندهای بروز رفتار کارآفرینانه در سطوح مختلف (فردی، گروهی و سازمانی) مورد مطالعه و مقایسه قرارگیرد. همچنین پیشنهاد می‌گردد در کنار متغیر رفتار شبکه‌سازی به عنوان یکی از پیشایندهای رفتار کارآفرینانه، ویژگی‌های شبکه از جمله ویژگی‌های تعاملی (شیوه‌های تماس، فراوانی تماس، دوام رابطه، صمیمیت)، ویژگی‌های کارکردی (انواع حمایت‌ها) و ویژگی‌های ساختی (اندازه، تراکم، ترکیب) در بروز رفتار کارآفرینانه مورد مطالعه قرارگیرد. در این پژوهش متغیرهای جوسازمانی و ساختار سازمانی به عنوان متغیرهای درون سازمانی مورد

بررسی قرار گرفتند، به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود سایر عوامل درون‌سازمانی مانند سبک‌های مدیریتی و رهبری، شایستگی داخلی سازمان و... همچنین متغیرهای برون‌سازمانی از جمله فرصت‌های فناورانه صنعتی را نیز در بروز رفتار کارآفرینانه مورد مطالعه قرار دهند. همچنین پژوهشگران می‌توانند در بروز رفتار کارآفرینانه ویژگی‌های کسب‌وکار از جمله سازمانی و غیرسازمانی؛ فناور و غیرفناور، کوچک، متوسط و بزرگ‌بودن را مورد بررسی قرار دهند.

## ۸. محدودیت‌های پژوهش

به صورت ذاتی، پژوهش‌ها، صرف‌نظر از میزان طراحی و اجرای مناسب، همیشه محدودیت‌هایی با توجه به تفسیر و تعمیم‌پذیری نتایج دارند. در حوزه‌های رفتاری، مدیریت و کارآفرینی همیشه امکان انجام پژوهش‌های صددرصد علمی وجود ندارد؛ بنابراین، مشخص کردن محدودیت‌ها برای پیشنهاد جهت‌های آتی پژوهش مناسب خواهد بود. این پژوهش نیز همانند سایر کارهای انجام شده دارای محدودیت‌هایی بوده است. یکی از محدودیت‌ها، انجام پژوهش به روش مقطعی بود. یکی از معایب روش مقطعی، عدم امکان بررسی تحولات پویا در طی زمان است و نتایج این پژوهش ممکن است در این مقطع از زمان نتایج متفاوت از همین بررسی در زمانی قبل‌تر یا بعدتر از خودش داشته باشد. به عنوان محدودیت دوم، این پژوهش در شرکت پالایش گاز پارسین انجام شده است، لذا در تعمیم نتایج آن به سایر شرکت‌های مشابه بهتر است جانب احتیاط رعایت شود؛ بنابراین، آزمون این مدل در دیگر بخش‌ها و شرکت‌ها، اعتبار بیرونی نتایج را افزایش می‌دهد. از طرفی با توجه به اینکه کلیه پاسخ‌دهندگان مرد بودند، شاخص‌های فوق در میان زنان سنجیده نشد و این مورد را می‌توان به عنوان محدودیت سوم در نظر گرفت.

## منابع

- آقازاده، هاشم؛ زارعی هنزکی، عباس؛ محمدی، مهدی؛ الهی، احمدضا. (۱۴۰۰). بررسی رابطه قابلیت شبکه‌سازی پارک‌های علم و فناوری بر نوآوری و عملکرد کسب‌وکار شرکت‌های عضو. مدیریت صنعتی، ۱۳ (۲)، ۳۲۹-۳۵۱.
- الوانی، مهدی؛ هوش نژاد، رضا؛ صفری، سعید؛ و خدامرادی، سعید. (۱۳۹۲). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل سازمانی مؤثر بر اجرایی کردن ابعاد کارآفرینی‌سازمانی با تبیین نقش نهادینه سازی کارآفرینی. بهبود و تحول، ۲۳ (۷۰)، ۱-۲۴.
- امیرعدنان، حسون الخفاجی؛ بهبودی، امید؛ مرادی، محسن. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر اشتراک دانش سازمانی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی قابلیت نوآوری و تعدیلگری مقیاس شبکه سازی و قدرت ارتباط. مدیریت دانش سازمانی، ۶، ۱۱-۴۷.
- حمدی پور، افشین؛ زوارقی، رسول؛ بنیادی، اشرف. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر ساختار سازمانی بر یادگیری و نوآوری سازمانی کتابداران دانشگاه‌های دولتی شهر تبریز. تحقیقات کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاهی، ۵۷، ۴۳-۶۴.
- رابینز، اس (۲۰۰۴). *تئوری سازمان (ساختار، طراحی، کاربردها)*. مترجم: سید مهدی الوانی و حسن دانایی فرد، انتشارات صفاری، تهران، ۵۶-۵۸.

زاهد بابلان، عادل؛ فروغی سوها، فردین؛ احدپور، میکائیل؛ طاعتی، رضا (۲۰۲۳). مدلسازی تاثیر هوش فرهنگی و جوسازمانی بر کارآفرینی سازمانی با میانجی تعهد سازمانی. *ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۱۲ (۴)، ۲۳۱-۲۴۸.

سخدری، کمال. (۱۳۹۴). قابلیت شبکه‌سازی و عملکرد کارآفرینانه سازمانی: تبیین نقش گرایش‌های راهبردی سازمانی. توسعه کارآفرینی، ۸، ۱، ۱۷۴-۱۵۹.

صباغی‌رستمی، مهرانه؛ حسینی‌شکیب. (۱۳۹۸). جو نوآوری و خلاقیت کارکنان، گرایش کارآفرینانه و کارآفرینی درون‌سازمانی مدلی برای تبیین نقش رهبری تحول آفرین. *مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی*، ۶ (۲)، ۲۷-۵۰.

قاسمی، مژگان، فرج‌پهلوی؛ عبدالحسین، عصاره، فریده؛ ارشدی، نسرين. (۱۳۹۸). رابطه حمایت‌سازمانی و جو خلاقانه با توسعه کارآفرینی با واسطه‌گری توانمندسازی و خلاقیت در کارکنان کتابخانه. *فصلنامه علمی روش‌ها و مدل‌های روانشناختی*، ۱۰ (۳۵)، ۱۰۱-۱۱۷.

قزل‌سفلو؛ حمیدرضا، عاشوری، تقی. (۱۴۰۱). تأثیر حمایت مدیران ارشد بر پردازش خلاقانه و محصول خلاقانه با توجه به نقش میانجی هم‌افزایی ساختار سازمانی و فناوری اطلاعات در ادارات ورزش و جوانان. *مدیریت منابع انسانی در ورزش*، ۹، ۳۰۱-۳۱۹.

میرزایی‌دوبخشری، کسری. (۱۴۰۲). سنجش شاخص‌های سطوح آمادگی توسعه محصولات جدید در کارآفرینی سازمانی در صنعت نانوفناوری ایران (انتشار شده آنلاین). *فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی*، ۲۱ (۵۳)، ۷۳-۸۸.

نقابی، سعید؛ زعفریان، رضا؛ یوسفی، محسن؛ و رضوانی، مهران. (۱۳۹۱). تبیین نقش رابطه رفتار شبکه‌سازی در رفتار کارآفرینانه (شرکت‌های مستقر در پارک‌های علم و فناوری). *توسعه کارآفرینی*، ۴ (۱۵)، ۲۵-۴۳.

هاشمی، سید محمود. (۱۴۰۲). بررسی جایگاه فرهنگ دینی و معنویت‌گرایی در توسعه رفتارهای کارآفرینانه و بهبود فضای کسب و کار در کشور. *مطالعات رفتاری در مدیریت*، ۱۴ (۳۳)، ۱۳۲-۱۴۸.

Aghazadeh, H., Zarei Hanzaki, A., Mohammadi, M., & Elahi, A. (1400). The investigation of the Relationship between Capabilities of Networking of Science and Technology Parks in the Innovation and Business Performance of Park's Member Companies. *Industrial management*, 13 (2), 329-351. <http://doi.org/20.1001.1.20085885.1400.13.2.7.8>. (in Persian)

Alwani, M., Hosh-Nejad, R., Safari, S., & Khodamoradi, S. (2012). Identifying and prioritizing organizational factors effective on implementing the dimensions of organization entrepreneurship by explaining the role of institutionalization of entrepreneurship. *Improvement and transformation*, 23 (70), 1-24. (in Persian)

Ghasemi, M., Faraj Pahlo, A.H., Asare, Faridah., Arshdi, N. (2018). The relationship between organizational support and creativity with the development of entrepreneurship through empowerment and creativity In library staff. *Psychological methods and models*, 10 (35), 101-117. DOI: 20.1001.1.22285516.1398.10.35.6.1. (in Persian)

Ghezselflo, H R., & Ashouri, T. (2022). Impact of Top-management Support on Innovative Processing and Creative Product Considering Mediating Role of Organizational Structure and Information Technology in Sports and Youth Offices. *Human Resource Management in Sport*, 9 (2), 301-319. DOI: 10.22044/shm.2022.10083.2276. (in Persian)

- Hamdipour, A., Zavaraghi, R., & Fani, A. (1402). Investigation of the impact of organizational structure on learning and organizational innovation of public university librarians in Tabriz. *Research University librarianship and information*, 57, 43-64. DOI: [10.22059/JLIB.2023.356250.1672](https://doi.org/10.22059/JLIB.2023.356250.1672). (in Persian)
- Hashemi, S. M. (2023). investigate the role of religious culture and spirituality to the Entrepreneurship behaviors and business development space in Iran. *Behavioral Studies in Management*, 14 (33), 132-148. (in Persian)
- Hasson Al-Khafaji, A.M., Behboudi, A., & Moradi, M. (1402). Investigating the effect of organizational knowledge sharing on innovation performance with the mediating role of innovation capability and moderating scale of networking and communication power (case study of small and medium-sized companies in Iraq). *Organizational Knowledge Management*, 6, 11-47. (in Persian)
- Mirzaie dobakhshari, K., SADEGH ABEDI, S., & Reza Ehtesham Rasi, R. (2024). Measuring indicators of new product development readiness levels in organizational entrepreneurship in Iran's nanotechnology industry. *Industrial Technology Development Quarterly*, 21 (53), 73-88. <http://doi.org/10.22034/jtd.2023.704491>. (in Persian)
- Naqabi, S., Zaafrian, R., Yousfi, M., & Rezvani, M. (2013). Explaining the role of networking-behavior relationship in entrepreneurial behavior (companies based in science and technology parks). *Entrepreneurial Development*, 4 (15), 25-43. DOI: [10.22059/JED.2012.24653](https://doi.org/10.22059/JED.2012.24653). (in Persian)
- Robbins, S. (2004). *Organization theory (structure, design, applications)*. Translator: Seyyed Mehdi Elwani and Hassan Danaei Fard, Safari Publications, Tehran, 56-58. (in Persian)
- Sabbaghi Rostami, M., Hosseini, Shakib. (2018). Innovative atmosphere and creativity of employees, entrepreneurial inclination and entrepreneurial in organization, a model for explaining the transformative leadership role. *Innovation management in defense organizations*, 6 (2), 27-50. DOI: [10.22034/QJIMDO.2020.103947](https://doi.org/10.22034/QJIMDO.2020.103947). (in Persian)
- Sakhdri, K. (2014). Organizational innovation ability and entrepreneurial performance: Clarifying the role of organizational strategic tendencies. *Entrepreneurship Development*, 8 (1), 174-159. DOI: [10.22059/JED.2012.24653](https://doi.org/10.22059/JED.2012.24653). (in Persian)
- Zahid Babolan, A., Foroghi Soha, Fardin., Ahadpour, M., & Taati, R. (2023). Modeling the influence of cultural intelligence and organizational climate on organizational entrepreneurship with the mediate of commitment. *Organization. initiative and creativity in humanities*, 12 (4), -231-248. (in Persian)
- Sánchez-Medina, A. J., Arteaga-Ortiz, J., Naumchik, R. M., & Pellejero, M. (2020). The intention to quit entrepreneurship in tourism SMEs: The effect of work addiction. *International Journal of Hospitality Management*, 89, 102400. DOI: [10.1016/j.ijhm.2019.102400](https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102400)
- Ajdar, P., & Talebi, K. (2015). The effect of networking behavior on the reduction of innovation obstacles to small and medium sized enterprises. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5 (3), 419-432. DOI: [10.2139/ssrn.2477309](https://doi.org/10.2139/ssrn.2477309)
- Aldrich, H., & Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. In D. sexton, & R. Smilor, *The Art and Science of Entrepreneurship* (pp. 3-23). New York: Ballinger.
- Andreu, T., David, U., & Marta, P. (2014). Culture and innovation: The moderating effect of cultural values on corporate entrepreneurship. *Technological Forecasting and Social Change*, 88, 360-369. DOI: [10.1016/j.techfore.2013.10.004](https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.10.004)
- Barnes, J. A. (1954). Class and committees in a Norwegian island parish. *Human Relations*, (7), 39-58. DOI: [10.1177/001872675400700102](https://doi.org/10.1177/001872675400700102)
- Batistic, S., Tymon, A. (2017). Networking behaviour, graduate employability: a social capital perspective. *Education + Training*, 59 (4), 374-388. DOI: [10.1108/ET-06-2016-0100](https://doi.org/10.1108/ET-06-2016-0100)
- Baumeler, F., Johnston, C. S., Hirschi, A., & Spurk, D. (2018). Networking as predictor of work nonwork enrichment: Mechanisms on the within and between person level. *Journal of vocational behavior*, 109, 166-177. DOI: [10.1016/j.jvb.2018.10.015](https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.10.015)



- Bayarçelika, E. B., & Özşahinb, M. (2014). How entrepreneurial climate effects firm performance. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 150, 823–833. DOI: [10.1016/j.sbspro.2014.09.091](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.091)
- Bergmann, H., Geissler, M., Hundt, C., & Grave, B. (2018). The climate for entrepreneurship at higher education institutions. *Research Policy*, 47 (4), 700–716. DOI: [10.1016/j.respol.2018.01.018](https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.01.018)
- Bruton, G., Sutter, C., & Lenz, A. K. (2021). Economic inequality—Is entrepreneurship the cause or the solution? A review and research agenda for emerging economies. *Business Venturing*, 36 (3), 106095. DOI: [10.1016/j.jbusvent.2021.106095](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2021.106095)
- Burt, R. (1992). *Structural holes: The social structure of competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Cai, L., Peng, X., & Wang, L. (2018). The characteristics and influencing factors of entrepreneurial behaviour: The case of new state owned firms in the new energy automobile industry in an emerging economy. *Technological Forecasting and Social Change*, 135, 112–120. DOI: [10.1016/j.techfore.2018.04.014](https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.04.014)
- Chen, F W., Fu, L W., Wang, K. Tsai, S B., & Su, C H. (2018). The Influence of Entrepreneurship and Social Networks on Economic Growth—From a Sustainable Innovation Perspective. *Sustainability*, 10 (7), 1–19. DOI: [10.3390/su10072510](https://doi.org/10.3390/su10072510)
- Cho, Y. H., & Lee, J. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12 (2), 124–134. DOI: [10.1108/APJIE-05-2018-0028](https://doi.org/10.1108/APJIE-05-2018-0028)
- Collewaert, V., & Fassin, Y. (2013). Conflicts between entrepreneurs and investors: the impact of perceived unethical behavior. *Small Business Economics*, 40 (3), 635–649. DOI: [10.1007/s11187-011-9379-7](https://doi.org/10.1007/s11187-011-9379-7)
- DeCenzo, D. Robbins, P. & Verhulst. S. (2016). *Fundamentals of human resources management*: 12th edition. Wiley Publication, New York.
- Deng, S., Xu, J., & Han, Y. (2023). A proprietary component manufacturer's global supply chain design: The impacts of tax and organizational structure. *Omega*, 115, 102777. DOI: [10.1016/j.omega.2022.102777](https://doi.org/10.1016/j.omega.2022.102777)
- Escamilla Fajardo, P., Núñez Pomar, J., & Parra Camacho, D. (2019). Does the organizational climate predict the innovation in sports clubs?. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 8 (1), 103–121. DOI: [10.1108/JEPP-03-2019-104](https://doi.org/10.1108/JEPP-03-2019-104)
- Fu, Q., Abdul Rahman, A. A., Jiang, H., Abbas, J., & Comite, U. (2022). Sustainable supply chain and business performance: The impact of strategy, network design, information systems, and organizational structure. *Sustainability*, 14 (3), 1080. DOI: [10.3390/su14031080](https://doi.org/10.3390/su14031080)
- Gaspary, E., Moura, G. L. D., & Wegner, D. (2020). How does the organisational structure influence a work environment for innovation?. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 24 (2-3), 132–153. DOI: [10.1504/IJEIM.2020.105770](https://doi.org/10.1504/IJEIM.2020.105770)
- Gentile Lüdecke, S., Torres de Oliveira, R., & Paul, J. (2020). Does organizational structure facilitate inbound and outbound open innovation in SMEs?. *Small Business Economics*, 55 (4), 1091–1112. DOI: [10.1007/s11187-019-00175-4](https://doi.org/10.1007/s11187-019-00175-4)
- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78 (6), 1360–80. <https://www.jstor.org/stable/2776392>
- Gunawan, M., Soetjpto, B., & Sudhartio, L. (2023). How to link organizational resilience to transformational entrepreneurship behavior as theoretical framework gap—A systematic literature review. *F1000Research*, 12. DOI: [10.12688/f1000research.133459.1](https://doi.org/10.12688/f1000research.133459.1)



- Gupta, S. K., Nain, M. S., Singh, R., & Mishra, J. R. (2022). Development of scale to measure agripreneurs attitude towards entrepreneurial climate. *Indian Journal of Extension Education*, 58 (2), 153–157. DOI: [10.48165/IJEE.2022.58237](https://doi.org/10.48165/IJEE.2022.58237)
- Hanifah, H., Halim, H. A., Ahmad, N. H., & Vafaei Zadeh, A. (2020). Can internal factors improve innovation performance via innovation culture in SMEs?. *Benchmarking: An International Journal*, 27 (1), 382–405. DOI: [10.1108/BIJ-06-2018-0174](https://doi.org/10.1108/BIJ-06-2018-0174)
- Hilmersson, F. P., & Hilmersson, M. (2021). Networking to accelerate the pace of SME innovations. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6 (1), 43–49. DOI: [10.1016/j.jik.2020.10.001](https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.10.001)
- Hornsby, J. S. D., Kuratko, F., & Zahra, S. A. (2002). Middle managers' perception of the internal environment for corporate entrepreneurship: Assessing a measurement scale. *Journal of Business Venturing*, 17, 253–273. DOI: [10.1016/S0883-9026\(00\)00059-8](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00059-8)
- Ivanova Gongne, M., Lång, S., Brännback, M., & Carsrud, A. (2021). Sensemaking by minority entrepreneurs: Role identities and linguistic embeddedness. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 1–24. DOI: [10.1080/08276331.2021.1952499](https://doi.org/10.1080/08276331.2021.1952499)
- Kamalipoor, M., Akbari, M., Hejazi, S. R., & Nazarian, A. (2023). The vulnerability of technology based business during COVID 19: an indicator based conceptual framework. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 38 (5), 983–999. DOI: [10.1108/JBIM-10-2020-0455](https://doi.org/10.1108/JBIM-10-2020-0455)
- Kim, H., Chen, Y., & Kong, H. (2019). Abusive supervision and organizational citizenship behavior: The mediating role of networking behavior. *Sustainability*, 12 (1), 288–301. DOI: [10.3390/su12010288](https://doi.org/10.3390/su12010288)
- Kreiser, P. M., Kuratko, D. F., Covin, J. G., Ireland, R. D., & Hornsby, J. S. (2021). Corporate entrepreneurship strategy: extending our knowledge boundaries through configuration theory. *Small Business Economics*, 56, 739–758. DOI: [10.1007/s11187-019-00198-x](https://doi.org/10.1007/s11187-019-00198-x)
- Kumar, M., Carvalho, S., & Carvalho, C. (2022). Employee Networking Behavior: Sources, Challenges, and Support. *Advances in Developing Human Resources*, 24 (2), 142–150. DOI: [10.1177/15234223221078971](https://doi.org/10.1177/15234223221078971)
- Klyver, K., Evald, M. R., & Hindle, K. (2011). Social networks and new venture creation: the dark side of networks. In K. Hindle, & K. Klyver, *Handbook of research on new venture creation* (pp. 145-159). Cheltenham, UK . Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- Kuratko, D.F., Ireland, R.D., Covin, J.G., et al., (2005). A model of middle-level managers' entrepreneurial behavior. *Enterp. Theory Pract.* 29 (6), 699–716. DOI: [10.1111/j.1540-6520.2005.00104.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00104.x)
- Lewin, K. (1936). *Principles of Topological Psychology*. McGraw Hill, New York.
- Lina, G., & Asta, S. (2012). Leadership role implementing knowledge transfer in creative organization: how does it work. *Social and Behavioral Sciences*, 41, 15–22. DOI: [10.1016/j.sbspro.2012.04.002](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.04.002)
- Metallo, C., Agrifoglio, R., Briganti, P., Mercurio, L., & Ferrara, M. (2021). Entrepreneurial behaviour and new venture creation: The psychoanalytic perspective. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6 (1), 35–42. DOI: [10.1016/j.jik.2020.02.001](https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.02.001)
- Moolenaar, N. M., Daly, A. J., Cornelissen, F., Liou, Y. H., Caillier, S., Riordan, R., ... & Cohen, N. A. (2014). Linked to innovation: Shaping an innovative climate through network intentionality and educators' social network position. *Journal of educational change*, 15, 99–123. DOI: [10.1007/s10833-014-9230-4](https://doi.org/10.1007/s10833-014-9230-4)
- Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2011). *Corporate entrepreneurship and innovation* (3rd ed.). Cincinnati: Cengage/SouthWestern Publishing.
- Mulasari, S. A., Tentama, F., Subardjo, Sulistyawati, Kusuma, D. R., & Sukesi, T. W. (2019). Entrepreneurial behavior in entrepreneurial pioneer in Ngalang village. *Internationa Journal of Scientific and Technology Research*, 8 (12), 2038–2045.

- Nesheim, T., Olsen, K. M., Sandvik, A.M. (2017). Never walk alone: achieving work performance through networking ability and autonomy. *Employee Relations*, 39, 2, 240–253. DOI: [10.1108/ER-09-2016-0185](https://doi.org/10.1108/ER-09-2016-0185)
- Neto, R. A., Rodrigues, V. P., & Lusinchi, D. (2020). Entrepreneurial behavior scale: a validation study. *Revista @ -mbienteeducação*, 13 (2), 27–46. DOI: [10.26843/ae19828632v13n22020p27a46](https://doi.org/10.26843/ae19828632v13n22020p27a46)
- Olsson, A., B. Paredes, K. M., Johansson, U., Olander Roese, M., & Ritzén, S. (2019). Organizational climate for innovation and creativity—a study in Swedish retail organizations. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 29 (3), 243–261. DOI: [10.1080/09593969.2019.1598470](https://doi.org/10.1080/09593969.2019.1598470)
- Pidduck, R. J., Clark, D. R., & Lumpkin, G. T. (2023). Entrepreneurial mindset: Dispositional beliefs, opportunity beliefs, and entrepreneurial behavior. *Journal of Small Business Management*, 61 (1), 45–79. DOI: [10.1080/00472778.2021.1907582](https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1907582)
- Purwanto, A., Fahmi, K., & Sulaiman, A. (2023). Linking of transformational leadership, learning culture, organizational structure and school innovation capacity: CB SEM AMOS analysis. *Information Systems and Management*, 2 (3), 1–8. DOI: [10.4444/jisma.v2i3.306](https://doi.org/10.4444/jisma.v2i3.306)
- Rumanti, A. A., Rizana, A. F., & Achmad, F. (2023). Exploring the role of organizational creativity and open innovation in enhancing SMEs performance. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9 (2), 100045. DOI: [10.1016/j.joitmc.2023.100045](https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100045)
- Sanyal, S., Hisam, M. W., & Baawain, A. M. S. (2020). Entrepreneurial orientation, network competence and human capital: The internationalization of SMEs in Oman. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business (JAFEB)*, 7 (8), 473–483. DOI: [10.13106/jafeb.2020.vol7.no8.473](https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no8.473)
- Sayyad, N. A. (2023). Impact of Strategic Capabilities and Organizational Structure On Entrepreneurship In Palestinian Telecommunications Companies. *Journal Of Southwest Jiaotong University*, 58 (3). DOI: [10.35741/issn.0258-2724.58.3.46](https://doi.org/10.35741/issn.0258-2724.58.3.46)
- Shan, P., Song, M., & Ju, X. (2016). Entrepreneurial orientation and performance: Is innovation speed a missing link?. *Journal of Business Research*, 69, 2, 683–690. DOI: [10.1016/j.jbusres.2015.08.032](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.08.032)
- Shane, S., Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Acad. Manag. Rev.* 25 (1), 217–226. DOI: [10.5465/amr.2000.2791611](https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611)
- Shu, R., Ren, S., Zheng, Y. (2018). Building networks into discovery: The link between entrepreneur network capability and entrepreneurial opportunity discovery. *Business Research*, 85, 197–208. DOI: [10.1016/j.jbusres.2017.12.048](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.048)
- Sirmon, D.G., Hitt, M.A., Ireland, R.D. (2007). Managing firm resources in dynamic environments to create value: looking inside the black box. *Acad. Manag. Rev.* 32 (1), 273–292. DOI: [10.5465/amr.2007.23466005](https://doi.org/10.5465/amr.2007.23466005)
- Udimal, T. B., Liu, E., & Lou, M. (2021). Network reliance and entrepreneurial performance, the role of external networking behaviour and entrepreneurial orientation: the case of rural farmer entrepreneurs. *Innovation & Management Review*, 18 (3), 308–330. DOI: [10.1108/INMR-10-2019-0127](https://doi.org/10.1108/INMR-10-2019-0127)
- Urban, B., Kujinga, L. (2017). The institutional environment and social entrepreneurship intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23, 4, 638–655. DOI: [10.1108/IJEER-07-2016-0218](https://doi.org/10.1108/IJEER-07-2016-0218)
- Van Dama, K., Schipper, M., & Runhaar, P. (2010). Developing a competency based framework for teachers' entrepreneurial behavior. *Teaching and Teacher Education*, 26, 965–971. DOI: [10.1016/j.tate.2009.10.038](https://doi.org/10.1016/j.tate.2009.10.038)
- Vedula, S., Dobliger, C., Pacheco, D., York, J. G., Bacq, S., Russo, M. V., & Dean, T. J. (2022). Entrepreneurship for the public good: A review, critique, and path forward for social and

- environmental entrepreneurship research. *Academy of Management Annals*, 16 (1), 391–425. DOI: [10.5465/annals.2019.0143](https://doi.org/10.5465/annals.2019.0143)
- Vodă, A. I., & Florea, N. (2019). Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students. *Sustainability*, 11 (4), 1192. DOI: [10.3390/su11041192](https://doi.org/10.3390/su11041192)
- Wales, W. J., Covin, J. G., & Mosen, E. (2020). Entrepreneurial orientation: The necessity of a multilevel conceptualization. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 14 (4), 639–660. DOI: [10.1002/sej.1344](https://doi.org/10.1002/sej.1344)
- Wingender, L. M., & Wolff, H. G. (2023). The dark and bright side of networking behavior: Three studies on short term processes of networking behavior. *Journal of Vocational Behavior*, 140, 103811. DOI: [10.1016/j.jvb.2022.103811](https://doi.org/10.1016/j.jvb.2022.103811)
- Wolff, H., Schneider Rahm, C. I., & Forret, M. L. (2011). Adaptation of a German multidimensional networking scale into English. *European Journal of Psychological Assessment*, 27 (4), 244–250. DOI: [10.1027/1015-5759/a000070](https://doi.org/10.1027/1015-5759/a000070)
- Wolff, H. and Moser, K. (2006). Development and validation of a networking scale. *Diagnostica Gottingen*, 52 (4), 161-180. DOI: [10.3390/ejihpe10030056](https://doi.org/10.3390/ejihpe10030056)
- Wolff, H. G., & Kim, S. (2012). The relationship between networking behaviors and the Big Five personality dimensions. *Career Development International*, 17 (1), 43–66. DOI: [10.1108/13620431211201328](https://doi.org/10.1108/13620431211201328)
- Wolff, H. G., & Moser, K. (2009). Effects of networking on career success: a longitudinal study. *Journal of Applied Psychology*, 94 (1), 196–217. DOI: [10.1037/a0013350](https://doi.org/10.1037/a0013350)
- Yazdi Moghaddam, J. Y., Khorakian, A., & Maharati, Y. (2015). Organizational entrepreneurship and its impact on the performance of governmental organizations in the city of Mashhad. *Social and Behavioral Sciences*, 169, 75–87. DOI: [10.1016/j.sbspro.2015.01.288](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.288)
- Zampetakis, L.A., & Moustakis, V. (2007). Entrepreneurial behaviour in the Greek public sector. *Int. J. Entrep. Behav. Res*, 13 (1), 19–38. DOI: [10.1108/13552550710725165](https://doi.org/10.1108/13552550710725165)