

Modeling the Effective Factors on Organizational Entrepreneurship and its Effect on the Ambivalence of Cooperative Companies in South Khorasan

Zahra Rajaei ¹, Sayyid Ali Banihashemi ^{2*}, Parisa Ahrarifard ³

1. Assistant Professor, Department of Administrative Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.

2. Assistant Professor, Department of Industrial Engineering, Payame Noor University, Tehran, Iran.

3. M.Sc., Faculty of Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.



CITATION: Rajaei, Z. Banihashemi, A & Ahrarifard, P. (2024). Modeling the Effective Factors on Organizational Entrepreneurship and its Effect on the Ambivalence of Cooperative Companies in South Khorasan. Journal of Cooperation and Agriculture, 13(50), 22-40. (In Persian).

DOI: 10.22034/ajcoop.2024.388242.1825

ARTICLE INFO

Keywords:

- ≠ Organizational entrepreneurship
- ≠ Innovation
- ≠ Achieve success
- ≠ Cooperative entrepreneurship
- ≠ Organizational ambivalence

Received:

3 March 2023

Revised:

11 June 2024

Accepted:

20 July 2024

Available online:

21 September 2024

ABSTRACT

Context and purpose. In recent years, due to the dynamic and changing conditions of business, the issue of organizational ambivalence in order to achieve sustainable competitive advantage has attracted the attention of managers and researchers. Considering the importance of cooperative companies in strengthening the economic base and proper and sustainable economic growth, attention to organizational ambivalence is of particular importance. The purpose of this research is to evaluate the effective factors on organizational entrepreneurship and its effect on the ambivalence of cooperative companies in South Khorasan province.

Methodology/approach. The research method in this study is applied in terms of purpose, quantitative in nature and descriptive-correlational in terms of method. The statistical population of this research includes all employees of cooperative companies in South Khorasan province numbering 1102 people, and based on Cochran's formula and the number of indicators, the sample size was determined to be 291 people. SPSS software was used for factor analysis of factors affecting organizational entrepreneurship.

Findings and conclusions. The data analysis showed that the structural factors of entrepreneurship are based on the exploratory dimension of two columns, the background factors of entrepreneurship are based on the exploratory dimension and the extractive dimension of two columns, the behavioral factors of entrepreneurship are based on the exploratory and extractive dimension and organizational entrepreneurship factors are related to ambivalence. The results of the research showed that the first priorities of each category of entrepreneurial factors, including structural, contextual and behavioral, respectively, are assigning and selecting worthy members for company tasks, communication with customers and the need to achieve success. Therefore, cooperative companies must have a continuous relationship with their customers so that they can expand the level of their economic activities by entering the local and international markets. **Originality.** Past studies have only investigated organizational entrepreneurship factors in cooperative companies; meanwhile, in the present study, in addition to the factors of organizational entrepreneurship, the role of these factors on the organizational ambivalence of cooperative companies has been analyzed.

EXTENDED ABSTRACT

Context and purpose. In recent years, due to the dynamic and changing conditions of business, the issue of organizational ambivalence in order to achieve sustainable competitive advantage has attracted the attention of managers and researchers. Ambivalence includes the ability to perform exploitative activities (attention to the present time) and exploratory activities (attention to the future time) at the same time. Considering the importance of cooperative companies in strengthening the economic base and proper and sustainable economic growth, attention to organizational ambivalence is of particular importance. If it is possible to determine the factors affecting entrepreneurship in the organization, we will be able to proceed from these factors in order to implement innovation in our processes either in an exploratory or extractive manner in the organization, and with the capabilities of the organization in this regard, as much as possible. It is better to implement organizational ambidexterity so that the company can achieve success in today's era where the economy and technology are constantly changing and in this way create a sustainable competitive advantage for itself. The purpose of this research is to evaluate the effective factors on organizational entrepreneurship and its effect on the ambivalence of cooperative companies in South Khorasan province.

Methodology/approach. The present study is in the category of applied research, in terms of the nature of the data used is a quantitative research and in terms of the nature and method of cognition is a descriptive-correlational research. The statistical population of this research includes all employees of cooperative companies in South Khorasan province, numbering 1102 people, and based on Cochran's formula and the number of indicators, the sample size was determined to be 291 people. Two standard entrepreneurship questionnaires by Morrison (2006) and ambidexterity Jansen et al. (2006) were used as data collection tools. Further, the validity of the questionnaire was assessed through Confirmatory Factor Analysis method and the reliability values of all questionnaires in this research (background factors of entrepreneurship, structural factors of entrepreneurship, behavioral factors of entrepreneurship, exploratory dimension and the extractive dimension) were calculated to be 0.929, 0.903, 0.942, 0.921 and 0.932, respectively. In order to describe the research findings, descriptive statistics and inferential statistics have been used. Descriptive statistics (chart, mean, standard deviation, etc.) and SPSS software were used to analyze demographic variables and to measure them. The structural equation modeling method and AMOS software were used to investigate and test the research hypotheses.

Findings and conclusions. The data analysis of the research showed that the structural factors of entrepreneurship on the exploratory dimension and the extractive dimension of ambidexterity with the path coefficients of 0.341 and 0.503, respectively, the background factors of entrepreneurship on the exploratory dimension and the extractive dimension of ambidexterity with the path coefficients of 0.120 and 0.216 respectively. The behavioral factors of entrepreneurship on the exploratory dimension and extractive dimensions of ambidexterity with path coefficients of 0.347 and 0.385, respectively, and finally organizational entrepreneurship factors with a path coefficient of 0.759 are related to ambidexterity. So, the results showed that the structural factors of entrepreneurship are based on the exploratory dimension and the extractive dimension of two columns, the background factors of entrepreneurship are based on the exploratory dimension and the extractive dimension of two columns, the behavioral factors of entrepreneurship are based on the exploratory and extractive dimension and Finally, organizational entrepreneurship factors are related to ambivalence. The results of the research showed that the first priorities of each category of entrepreneurial factors, including structural, contextual and behavioral, respectively, are assigning and selecting worthy members for various company tasks, communication with customers and the need to achieve success. Therefore, cooperative companies must have a continuous relationship with their customers so that they can expand the level of their economic activities by entering the local and international markets. Also, the comparison of the averages of dimensions of organizational entrepreneurship was investigated. To do it, according to the continuous and normal distribution of the variables, the repeated measures test was used. The default statistic in the repeated measures test is Fisher's statistic. To use Fisher's statistic, it is necessary to accept sphericity. Mauchly's sphericity test was 0.990 and the test size was 0.220. Therefore, the assumption of sphericity was accepted. The results of Fisher's test with the default of data sphericity showed that the scores of contextual, structural and behavioral factors are not significantly different and the importance of all three factors can be considered the same.

Originality. Past studies have only investigated organizational entrepreneurship factors in cooperative companies; meanwhile, in the present study, in addition to the factors of organizational entrepreneurship, the role of these factors on the organizational ambivalence of cooperative companies has been analyzed.

*Corresponding author

E-mail addresses: zahra.rajaei@pnu.ac.ir (Z. Rajaei), Banihashemi@pnu.ac.ir (A. Banihashemi) Ahrarifard@gmail.com (P. Ahrarifard).

مدل سازی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی و تأثیر آن بر دوستوانی شرکت های تعاونی خراسان جنوبی

زهرا رجائی^۱، سیدعلی بنی هاشمی^{۲*}، پریسا احراری فرد^۳

۱. استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

۲. استادیار، گروه مهندسی صنایع، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

۳. کارشناسی ارشد، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

استناد: زهرا، رجائی، سیدعلی، بنی هاشمی، احراری فرد، پریسا. (۱۴۰۳). مدل-سازی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی و تأثیر آن بر دوستوانی شرکت های تعاونی خراسان جنوبی. فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۱۳ (۵۰)، ۲۲-۴۰.

DOI: 10.22034/ajcoop.2024.388242.1825

اطلاعات مقاله

واژگان کلیدی:

≠ کارآفرینی سازمانی
≠ نوآوری
≠ کسب موفقیت
≠ کارآفرینی تعاونی
≠ دوستوانی سازمانی

چکیده

زمینه و هدف: در سال های اخیر، با توجه به شرایط پویا و متغیر کسب و کار، موضوع دوستوانی سازمانی جهت رسیدن به مزیت رقابتی پایدار، توجه مدیران و محققان را به خود معطوف کرده است. با توجه به اهمیت شرکت های تعاونی در تقویت بنیه اقتصادی و رشد اقتصادی مناسب و پایدار، توجه به دوستوانی سازمانی از اهمیت ویژه ای برخوردار است. هدف این پژوهش ارزیابی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی و تأثیر آن بر دوستوانی شرکت های تعاونی استان خراسان جنوبی است.

روش شناسی/رویه یافت: روش تحقیق در این مطالعه از نظر هدف کاربردی، ماهیت کمی و روش، توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان شرکت های تعاونی استان خراسان جنوبی به تعداد ۱۱۰۲ نفر است که بر اساس فرمول کوکران و تعداد شاخص ها، حجم نمونه ۲۹۱ نفر تعیین شد. جهت مدل سازی معادلات ساختاری، از نرم افزار Amos استفاده شد.

یافته ها و نتیجه گیری: تجزیه و تحلیل داده ها نشان داد، عوامل ساختاری کارآفرینی بر بعد اکتشافی و بعد استخراجی دوستوانی، عوامل زمینه ای کارآفرینی بر بعد اکتشافی و بعد استخراجی دوستوانی، عوامل رفتاری کارآفرینی بر بعد اکتشافی و استخراجی و در نهایت عوامل کارآفرینی سازمانی با دوستوانی رابطه دارد. نتایج پژوهش نشان داد اولویت های اول هر دسته از عوامل کارآفرینی شامل ساختاری، زمینه ای و رفتاری به ترتیب عبارت از واگذاری و انتخاب اعضای شایسته برای کارهای مختلف شرکت، ارتباط با مشتریان و نیاز به کسب موفقیت هستند. از این رو شرکت های تعاونی باید ارتباط مستمری با مشتریان خود داشته باشند تا بتوانند با ورود به بازارهای محلی و بین المللی، سطح فعالیت های اقتصادی خود را گسترش دهند.

اصالت/نوآوری: مطالعات گذشته تنها عوامل کارآفرینی سازمانی را در شرکت های تعاونی مورد بررسی قرار داده اند؛ این در حالی است که در مطالعه حاضر علاوه بر عوامل کارآفرینی سازمانی، نقش این عوامل بر دوستوانی سازمانی شرکت های تعاونی مورد واکاوی قرار گرفته است.

* نویسنده مسئول

پست الکترونیک: Zahrarajaei@pnu.ac.ir (ز، رجائی)، Banihashemi@pnu.ac.ir (ع، بنی هاشمی)، Ahrarifard@gmail.com (پ، احراری فرد).



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

باشند (Pirayesh, Amiri, Jafari & Imani barandagh, 2020). در حقیقت شرکت‌های کارآفرین، زمانی که بتوانند برای گسترش توانایی‌ها و ساختار رقابتی خود محیط مناسبی پدیدآورند و توانایی‌های بهره‌برداری و اکتشاف خود را ایجاد کرده باشند، قادر خواهد بود، از طریق یک سازوکار خلق ارزش در درون خود، به مزیت رقابتی پایدار در بازارهای بین‌المللی دست یابند (Kavyani, Salehi Sedghiani & Fath Abadi, 2018). از سویی دیگر شرکت‌های کارآفرین که تغییر نگرش دارند و اهمیت به نوآوری می‌دهند و ریسک‌پذیر هستند، می‌توانند محبوبیت بیشتری کسب کنند؛ بنابراین شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی^۲ از مباحثی به شمار می‌آید که باید در رفع این مشکلات ازجمله انعطاف‌ناپذیری و عدم موفقیت سازمان‌ها و تعاونی‌ها به کمک سازمان‌ها بشتابد (Pirayesh, Amiri, Jafari & Imani barandagh, 2020).

به عقیده محققان، نوآوری یک سازمان ریشه در قابلیت‌ها و توانایی او در شناسایی فرصت‌های جدید دارد (March, 1991) و رسیدن به ایجاد یک تعادل بین نوآوری سازمانی و درنهایت کشف فرصت‌های نو، درگرو موضوع دوسوتوانی سازمانی است (Raisch, Birkinshaw, Probst & Tushman, 2009). درواقع سازمان دوسوتوان، سازمانی است که به‌طور هم‌زمان توانایی شناسایی فرصت‌های موجود و توانایی تمرکز بر مسئولیت‌های فعلی را داشته باشد تا بتواند کلید بقا و مزیت رقابتی خود را به دست آورد (Bolívar-Ramos, García-Morales & García-Sánchez, 2012). با مطالعه وضعیت سازمان‌های بزرگ جهان درمی‌یابیم که در هزاره جدید، سازمان‌های خدماتی باید مشتری مدارتر، پاسخ‌گوتر، کارآمدتر و انعطاف‌پذیرتر بوده و از نظر هزینه نیز باصرفه‌تر و دارای ارزش‌افزوده بیشتری باشند تا عملکرد خود را بهینه

در جهان کنونی که فناوری در آن با سرعت در حال رشد و تغییر می‌باشد و رقابت بسیار زیادی در زمینه فعالیت‌های اقتصادی در جریان است، گرایش به کارآفرینی در سازمان‌ها امری ضروری محسوب می‌شود؛ بنابراین سازمانی که بخواهد کارآفرین باشد، باید برنامه‌های خود را متناسب با تغییرات محیطی منعطف کند (Gomroki, Imani & Zivdar, 2021). به عقیده بسیاری از محققان و نویسندگان، کارآفرینی به عبور از طوفان تشبیه شده است؛ به این دلیل که تبدیل کردن یک ایده به محصول، دشواری‌های زیادی به همراه دارد (Samadi, Sohrabi, Mahdavi Nasab & Saeedi, 2022). کارآفرینی، رهیافتی نو برای تسریع رشد اقتصادی و درنهایت توسعه شغلی در جامعه است و مفهومی است که نقش مؤثری در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها دارد (Shiri, 2022).

سازمان‌ها برای کشف دانش‌های جدید و به کارگیری آن‌ها درون سازمان، نیازمند مهارتی هستند تا بتوانند به‌طور هم‌زمان، هم دانش جدید پیرامون خود را جهت انجام کسب‌وکارهای فعلی به‌طور مؤثر، کشف کنند و هم از مهارت‌های موجود درون خود به‌صورتی درست بهره‌برداری کنند که این مهارت را دوسوتوانی سازمانی^۱ می‌نامند (Gomroki, Imani & Zivdar, 2021).

در محیط امروزی که رقابت سازمان‌ها و شرکت‌ها در آن بسیار زیاد است و شرکت‌ها به‌طور پیوسته در تغییر و مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینانه نقش دارند، عدم ریسک‌پذیری، بی‌رغبی و انعطاف‌ناپذیری ازجمله عوامل مانع کارآفرینی است؛ بنابراین شرکت‌هایی که قادر نیستند حداقل از این سه ویژگی دوری کنند، نمی‌توانند مناسب این رقابت

کنند (Severgnini, Vieira & Cardoza Galdamez, 2018). سازمان‌ها برای بقای طولانی‌مدت، به انطباق هر دو نیاز دارند و باید توجه و منابع خود را بین این دو فعالیت تقسیم کنند (O'Reilly & Tushman, 2013). در صورتی که بتوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی در سازمان را مشخص کرد، قادر خواهیم بود که از این عوامل در جهت عملی کردن نوآوری در فرایندهای خود چه به صورت اکتشافی و چه به صورت استخراجی در سازمان پیش برویم و با قابلیت‌های سازمان در این راستا هرچه بهتر دوسوتوانی سازمانی را پیاده‌سازی کنیم تا شرکت بتواند در عصر امروزی که پیوسته اقتصاد و فناوری در حال تغییر است، به موفقیت دست پیدا کند که از این طریق یک مزیت رقابتی پایدار برای خود ایجاد کرده باشد.

برای رفع مشکلاتی که دامن‌گیر این سازمان‌ها و تعاونی‌ها می‌شود باید به دنبال راهکاری بود که آن‌ها را از این معضلات دور کند. یکی از این راهکارها، بررسی و مطالعه عوامل مؤثر بر کارآفرینی می‌باشد؛ زیرا با این شناسایی می‌توان تأثیر آن عوامل را بر دوسوتوانی سازمانی مورد بحث و بررسی قرارداد. به دلیل اینکه تا زمانی که شرکت‌ها قادر نباشند که به طور صحیح دوسوتوانی سازمانی را در خود پیاده‌سازی کنند، نمی‌توانند در محیط پویا و رقابتی شدید دوام بیاورند و کسب‌وکارشان در معرض شکست و یا نابودی قرار می‌گیرد. حتی اگر شرکت در این میان محو نشود، با این حال نمی‌تواند موفقیت چشم‌گیری به دست آورد و کارکنان، انگیزه خود را از دست خواهند داد؛ پس باید دانست که عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی چیست، چه تأثیری بر شرکت‌های تعاونی دارد و چه تأثیری بر دوسوتوانی شرکت‌های تعاونی خواهد گذاشت؟

با توجه به مطالب بیان شده و اهمیت شرکت‌های تعاونی در توسعه اقتصادی و اشتغال، این تعاونی‌ها می‌توانند شرایط و وضعیت اقتصادی استان خراسان

جنوبی و نرخ اشتغال را بهبود بخشند؛ چراکه بالا بودن نرخ بیکاری و تورم در استان خراسان جنوبی باعث مهاجرت نیروی کار شده و تبعات زیادی در برداشته داشت؛ از این رو موفقیت تعاونی‌ها و بروز زمینه کارآفرینی سازمانی در آن‌ها می‌تواند به کاهش بیکاری منجر شود و رونق اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی را به دنبال داشته باشد. به دلیل اینکه تا زمانی که شرکت‌ها قادر نباشند به طور صحیح دوسوتوانی سازمانی را در خود پیاده‌سازی کنند، نمی‌توانند در محیط پویا و رقابتی شدید دوام بیاورند و کسب‌وکارشان در معرض شکست و یا نابودی قرار می‌گیرد. حتی اگر شرکت در این میان محو نشود، با این حال نمی‌تواند موفقیت چشم‌گیری به دست آورد و کارکنان، انگیزه خود را از دست خواهند داد. برخلاف اهمیت کارآفرینی سازمانی در رشد و توسعه کسب‌وکارها و تأثیر آن بر دوسوتوانی سازمانی، پژوهش‌های اندکی به بررسی تأثیر بین کارآفرینی سازمانی و دوسوتوانی سازمانی در شرکت‌ها پرداخته است؛ به همین خاطر وجود پژوهش به شدت احساس می‌شود تا عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی را شناسایی کرده و تأثیری که بر دوسوتوانی شرکت‌های تعاونی می‌گذارند، مورد بررسی قرار دهد، به ویژه در بخش تعاونی که یکی از بخش‌های مهم اقتصادی است، با توجه به شکاف مطالعاتی در مورد رابطه بین کارآفرینی و دوسوتوانی سازمانی و همچنین فقر مطالعاتی در شرکت‌های تعاونی، انجام پژوهش در این زمینه ضروری است.

در نتیجه باید دانست که عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی چیست؟ از چه اولویت‌بندی برخوردار می‌باشد؟ و چه تأثیری بر دوسوتوانی شرکت‌های تعاونی دارد؟

دوستوانی سازمانی

مفهوم دوستوانی به قابلیت یک شرکت یا سازمان در میزان استفاده همزمان از دو رویکرد نوآوری اکتشافی یا کشف فرصت‌های پیش رو و نوآوری استخراجی یا بهره‌برداری از منابع و امکانات موجود در جهت بهبود عملکرد، گفته می‌شود (Jafarinia, Nour Ail & Razmavar, 2019). برای اولین بار مفهوم دوستوانی سازمانی را رابرت دانکن (Duncan, 1976) مطرح نمود. وی این‌گونه بیان داشت که سازمان‌ها برای راه‌اندازی و به اجرا درآوردن نوآوری که فعالیت‌های متفاوت و مشخصی را شامل می‌شود، نیاز به ساختارهای دوگانه‌ای دارند که این ساختارهای دوگانه و حرکت به‌سوی آن‌ها منجر به دوستوانی سازمانی می‌شود. مارچ (March, 1991) نیز این‌چنین بیان کرد که دوستوانی سازمانی از راه متعادل‌سازی، بهره‌برداری و اکتشاف صورت می‌گیرد و به سازمان‌ها این اجازه را می‌دهد که انطباق‌پذیری و خلاق باشند و همچنان به روش‌های اثبات‌شده و سنتی کسب‌وکار تکیه کنند و آن‌ها را ادامه دهند (Gomroki, Imani & Zivdar, 2021).

در پژوهشی دیگر، دوستوانی سازمانی به این صورت تعریف شده است که یک سازمان به چه مقدار انعطاف‌پذیر است و چقدر می‌تواند از راه فرایند کشف فرصت‌های جدید پیش رو و همچنین استفاده همزمان از طریق بهره‌برداری از قابلیت‌های موجود، به‌صورت دائم با تغییر، سازگاری داشته باشد و تا چه حد بر عملیات روزانه خود اثرگذار است (Nazari, Vakili, Khastar & Shahriari, 2021).

پاتل و همکاران (Patel, Terjesen & Li, 2012) دوستوانی سازمانی را به‌عنوان یک جزء عملیاتی هماهنگ شده توسط اکتشاف و بهره‌برداری تعریف می‌کنند. اهداف بهره‌برداری برای ارتقای فناوری-

های موجود است و هدف از اکتشاف، جمع‌آوری و متنوع کردن اطلاعات و دانش جدید در سازمان‌ها می‌باشد. زیمرمن و همکاران (Zimmermann, Hill, Birkinshaw & Jaeckel, 2020) بیان می‌کنند، دوستوانی سازمانی به معنای ایجاد تعادل میان فعالیت‌های متضاد اکتشاف (شناسایی ایده‌ها و فرصت‌های جدید) و بهره‌برداری (استفاده بهینه از فرصت‌ها و منابع موجود) است. نتایج نشان‌دهنده آن است که شرکت‌ها با قابلیت دوستوانی سازمانی، دارای عملکرد بالاتری نسبت به رقبای خود هستند (Vrontis, Thrassou, Santoro & Papa, 2017).

کارآفرینی سازمانی

امروزه کارآفرینی به‌عنوان موتور محرکه توسعه اقتصادی نقش بارزی در توسعه سازمان‌ها و شرکت‌ها ایفا می‌کند؛ به‌گونه‌ای که با ترویج کارآفرینی در سازمان‌ها می‌توان شاهد افزایش خلاقیت، نوآوری و شکوفایی و افزایش مقاومت آنان در برابر تغییرات و چالش‌های موجود بود (Nazari, Shiri & khoshmaram, 2023).

کارآفرینی سازمانی به این معنا است که یک نفر در سازمان شروع‌کننده فعالیت‌های مخاطره‌آمیز باشد و لازمه کارآفرینی در سازمان این است که کل سازمان یا شرکت و کارمندان و مدیران آن دارای روحیه کارآفرینی شوند. یک فعالیت کارآفرینانه در سازمان می‌تواند ایجاد یک فرایند اثربخش جدید در شرکت و یا توسعه یک محصول یا بازار جدید باشد یا حتی برخی از پژوهشگران از کارآفرینی سازمانی به‌عنوان ایجاد کسب‌وکارهای جدید در چارچوب شرکت‌های مادر یاد می‌کنند (Salehi & Shoghi, 2011). اجرای یک استراتژی کارآفرینی سازمانی به وجود یک محیط کاری که نوآوری و همکاری بین اعضا را تقویت می‌کند، نیاز دارد. چنین محیطی بر ادراک کارکنان نسبت به ریسک تأثیر می‌گذارد و به آن‌ها امکان می‌دهد وضعیت موجود را به چالش

همکاری، اجتناب از بوروکراسی و تشویق ریسک-پذیری و خلاقیت است (Shafique & Kalyar, 2018).

کارآفرینی سازمانی و دوسوتوانی سازمانی

فعالیت نوآورانه در کارآفرینی سازمانی می‌تواند به دو شکل صورت گیرد. یکی نوآوری اکتشافی و دیگری نوآوری استخراجی یا بهره‌بردارانه. در صورتی که سازمان کارآفرین بتواند از هر دو شکل نوآوری در فرایندها و فعالیت‌های خود به‌طور هم‌زمان استفاده کند، دوسوتوانی سازمانی را در خود پدید آورده است که از آن طریق به پیشرفت خود کمک کرده و در جهت حرکت به‌سوی هدف خویش گام برداشته است؛ اما عواملی که موجب تحقق دوسوتوانی می‌شوند، می‌توان به این موارد اشاره کرد:

رفتار مدیریت ارشد سازمان	≠
چشم‌انداز و ارزش‌های مشترک	≠
سرعت تغییرات محیطی	≠
یکپارچگی اجتماعی و پاداش	≠

۱- نوآوری اکتشافی: منظور از اکتشاف این

است که سازمان تا چه میزان قادر است به حوزه‌هایی وارد شود که در بازار از نظر فناوری و محصول کاملاً جدید هستند که نوآوری اکتشافی نیز به این صورت در سازمان شکل می‌گیرد و فرصت‌های جدیدی را در جهت نیل به هدف خود که موفقیت سازمان در دستیابی به اهداف خویش است، شناسایی می‌کند و سعی در شناخت منابع و امکانات جدیدی برای فرایندهای خود دارد (Nazari, 2021). از دیدگاه دیگری اکتشاف در جستجوی فرصت‌های جدید و درونی کردن و کاربرد دانش، تعریف می‌شود. مفهوم اکتشاف باید از نقطه‌نظر یک سازمان یا واحد تعریف شود. مفاهیم فناوری، دانش، بازارهای خاص، چه‌بسا برای یک سازمان ناآشنا و برای سازمان دیگر امری جدید باشد؛ در نتیجه اکتشاف یک سازمان ممکن است برای

بکشند و تغییر را آغاز کنند (Chebbi, Yahiaoui, Sellami, Papasolomou & Melanthiou, 2020). استراتژی کارآفرینی سازمانی بر چشم‌انداز سازمان، معماری سازمانی و درنهایت فرایندها و رفتارهای کارآفرینانه بنانهاده می‌شود (Kreiser, Kuratko, Covin, Ireland & Homsby, 2021).

یک شرکت می‌تواند برای افزایش در ثبات اقتصادشان در بلندمدت از ابزار کارآفرینی سازمانی استفاده کند و از آن بهره جوید. به‌طور کلی می‌توان گفت که وجود یک فعالیت نوآورانه در سازمان به این معناست که در آن شرکت، کارآفرینی سازمانی وجود دارد (Salehi & Shoghi, 2011).

کارآفرینی سازمانی می‌تواند این‌گونه توصیف شود که به‌عنوان یک روش برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار شناخته می‌شود. مفهوم کارآفرینی سازمانی شامل فرایندهای کشف، ارزیابی از فرصت‌ها و بهره‌برداری از آن‌ها و ایجاد کالاها و خدماتی برای آینده می‌باشد (Mohammadi, Zandhesami & Yazdani, 2019). به بیانی دیگر کارآفرینی سازمانی، فرآیندی است که در طی آن محصولات یا فرایندهای نوآوری شده از طریق ایجاد و القای فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمانی که از قبل تأسیس شده به ظهور می‌رسد یا مجموعه فعالیت‌هایی است که از منابع و حمایت سازمانی به‌منظور دستیابی به نتایج نوآورانه برخوردار است (Nakhaei, Sobhani, Mostaghimi & Hosseini, 2019).

کارآفرینی سازمانی از دیدگاه چینی و همکاران (Chebbi, Yahiaoui, Sellami, Papasolomou & Melanthiou, 2020) به‌عنوان وسیله‌ای تعریف می‌شود که به تجدید و تغییر استراتژی‌ها می‌پردازد و سازمان را قادر می‌سازد تا به سمت نوآوری و جهت‌گیری کارآفرینی حرکت کند. اجرای کارآفرینی سازمانی مستلزم اتخاذ رویه‌های سازمانی خاص مانند تمرکززدایی، اختیارات، مشارکت در تصمیم‌گیری،

باعث ناکارآمدی آنها شده است (Damani, Zamanimoghadam, Salarzahi & Hashemi, 2021). برای اینکه در یک سازمان یا کسب و کار کوچک یا متوسط، کارآفرینی سازمانی توسعه پیدا کند، باید شرکت، فرایندی را طی کند که این فرایند شامل پنج گام است:

- ≠ گام اول: این است که باید مفهوم کارآفرینی در سازمان به صورت واضح بیان شود.
- ≠ گام دوم: مدیران اجرایی سازمان بایستی آموزش ببینند.
- ≠ گام سوم: شامل شناسایی و انتخاب فعالیت‌ها کارآفرینانه است.
- ≠ گام چهارم: باید به کارآفرینان آموزش داده شود.
- ≠ گام پنجم: باید از کارآفرینان حمایت ساختاری صورت می‌گیرد (Salehi & Shoghi, 2011).

پیشینه پژوهش

نظری و همکاران (Nazari, Vakili, Khastar & Shahriari, 2021) در تحقیقی با عنوان «فرا تحلیل پیشایندهای دوسوتوانی سازمانی» به این نتیجه رسیدند که متغیرهایی که دارای بیشترین اندازه اثر در میان پیشایندهای دوسوتوانی هستند، شامل هدف استراتژیک، یکپارچگی رفتار گروه مدیریت، گرایش کارآفرینانه سازمان، ساختار سازمانی، مدیریت منابع انسانی، حافظه سازمانی، چشم‌انداز مشترک، گرایش به بازار، پیچیدگی محیطی و رقابت‌پذیری می‌شوند و متغیرهایی که دارای کمترین اندازه اثر در بین پیشایندهای دوسوتوانی هستند عبارت از فرهنگ سازمانی، هوش سازمانی، پویایی محیطی، تغییرات محیطی و پیچیدگی محیطی است. آنچه در

سازمانی دیگر بهره‌برداری تلقی شود (Tavakoli, Zamani Mazdeh, 2021).

۲- نوآوری بهره‌بردارانه: منظور از بهره‌برداری

این است که سازمان قادر باشد، کارایی عملیاتی خود را از طریق انجام اصلاحات جزئی در مدت‌زمان کوتاه، به حداکثر برساند و نوآوری بهره‌بردارانه از این راه شکل می‌گیرد و سازمان توانایی بهبود عملکرد خود را پیدا می‌کند. این بعد دوسوتوانی در کوتاه‌مدت شکل می‌گیرد به این صورت که سازمان حداکثر بهره‌برداری از منابع موجود خود برای بقا و رشد را داراست؛ اما بعد دیگر که نوآوری اکتشافی نام دارد، سازمان را موظف می‌کند که فعالیت‌های اکتشافی خود را در راستای تغییرات محیطی در بلندمدت انجام دهد. در این زمان است که سازمان یا شرکتی که تمایل دارد دوسوتوانی را در خود پیاده‌سازی کند با چالشی روبه‌رو می‌شود که باید بین کارایی در تحقق اهداف کوتاه‌مدت و انعطاف‌پذیری در دنبال نمودن اهداف در بلندمدت، تعادل برقرار کند؛ بنابراین، سازمان‌ها باید این توانمندی‌های دوگانه اکتشاف و بهره‌برداری را در خود داشته باشند و شرایطی که باعث می‌شود سازمان واجد آن باشد را در خود ایجاد نمایند. این شرایط از طریق شناسایی و پرورش عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی به وجود می‌آید (Nazari, Vakili, Khastar & Shahriari, 2021). از نظر میلر (Miller, 1983)، شرکتی می‌تواند کارآفرین باشد که قادر باشد خود را درگیر نوآوری محصول کرده و اقدام به تصمیمات مخاطره‌آمیز نماید. همچنین، اولین شرکتی که با نوآوری پیشگام مطرح شده باشد و بتواند رقبای خود را تحت فشار قرار دهد، یک شرکت کارآفرین است (Gomroki, Imani & Zivdar, 2021). وضعیت حاکم در بسیاری از سازمان‌ها و شرکت‌های واقع در ایران، به شکل غیر کارآفرینانه و سنتی می‌باشد که از مهم‌ترین دلایل آن می‌توان به فقدان نوآوری و کارآفرینی در آنها اشاره کرد که

طارق و همکاران (Tariq, Alshurideh, Akour & Al-Hawary, 2022) در تحقیقی با عنوان «تأثیر قابلیت‌های بازاریابی دیجیتال بر دوستوانی سازمانی بخش فناوری اطلاعات» به این نتیجه رسیدند که رویکرد استراتژیک، زیرساخت محتوای داده است و به دنبال آن ادغام مشتریان با کارکنان، بیشترین تأثیر را بر دوستوانی سازمانی دارد و فرآیند بهبود عملکرد کمترین اثر را بر دوستوانی سازمانی می‌گذارد.

وایس و کانباخ (Weiss & Kanbach, 2022) در تحقیقی با عنوان «به‌سوی چارچوبی یکپارچه از سرمایه‌گذاری شرکتی برای دوستوانی سازمانی به عنوان یک قابلیت پویا»، به این نتیجه دست یافتند که یک چارچوب یکپارچه می‌تواند به‌عنوان یک طرح طبقه‌بندی‌شده باشد که به‌وسیله هماهنگ کردن، ساده‌سازی و سازمان‌دهی مفاهیم به‌هم‌پیوسته سرمایه‌گذاری شرکتی، دوستوانی سازمانی و قابلیت‌های پویا برای شرکت یا سازمان مطرح شود و این چارچوب یکپارچه برای برجسته کردن روابط متقابل بالقوه میان این سه مفهوم ایجادشده که هدف کلی آن این است که برای شرکت‌هایی که در محیط پیچیده و همواره در حال تغییر امروزی حضور دارند، یک مزیت رقابتی پایدار ایجاد کند.

گورلک (Gürlek, 2021) در تحقیقی با عنوان «اثرات سیستم‌های کاری با عملکرد بالا بر سرمایه فکری، دوستوانی سازمانی و ظرفیت جذب دانش (شواهدی از صنعت هتلداری)»، به این نتیجه دست یافت که سرمایه فکری به‌عنوان میانجی کامل اثرات سیستم‌های کاری با عملکرد بالا بر دوستوانی سازمانی و ظرفیت جذب دانش عمل می‌کند و بر این دو عامل اثرگذار است.

پیج و همکاران (Page, Bryson, Crosby, Seo, Stone, 2021) در تحقیقی با عنوان «دوستوانی در

این میان باعث ایجاد توازن در زمینه بهره‌برداری و اکتشاف در سازمان می‌شود، ایجاد تغییرات مؤثر در متغیرهای با اندازه اثر بالا است که موجب می‌شود عملکرد و سودآوری سازمان افزایش یابد.

گمرکی و همکاران (Gomroki, Imani & Zivdar, 2021) در تحقیقی با عنوان «بررسی نقش دوستوانی سازمانی در رابطه بین نوآوری باز و گرایش کارآفرینانه شرکت‌های کوچک و متوسط فعال در شهرک صنعتی شهر زاهدان» به این نتیجه رسیدند که دوستوانی سازمانی به‌عنوان متغیر میانجی در رابطه بین گرایش کارآفرینانه و نوآوری باز تأثیر مثبت و معناداری دارد.

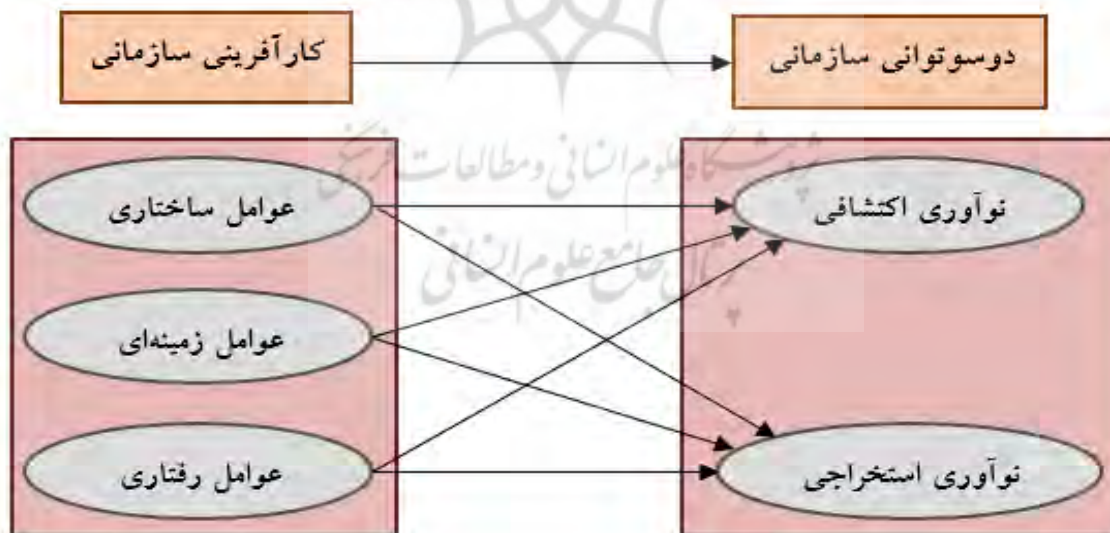
آذر و همکاران (Azar, Zabihi, & Mollaei, 2020) در تحقیقی با عنوان «بررسی چابکی سازمانی برافزایش مهارت دوستوانی سازمان» به این نتیجه رسیدند، عاملی که موجب بهبود مهارت‌های اکتشاف و بهره‌برداری در سازمان‌های دوستوان می‌شود، ساختار سازمانی منعطف و مسطح است.

جعفری نیا و همکاران (Jafarinia, Nour Ail & Razmavar, 2019) در تحقیقی با عنوان «بررسی تأثیر گرایش به کارآفرینی و قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت با نقش میانجی‌گری دوستوانی»، به این نتیجه رسیدند که دوستوانی بر عملکرد شرکت اثر دارد و گرایش کارآفرینانه و قابلیت‌های پویا بر دوستوانی تأثیر معناداری دارند و نقش میانجی‌گری دوستوانی در تأثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد شرکت در تحقیق آن‌ها تأیید شد؛ اما نقش میانجی‌گری دوستوانی در تأثیر قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت تأیید نشد.

مرادی و همکاران (Moradi, Yakideh & Madani, 2016) در تحقیقی با عنوان «فرهنگ سازمانی دوستوان و عملکرد نقش حیاتی دوستوانی سازمانی»، به این نتیجه رسیدند که فرهنگ سازمانی بر دوستوانی شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارد.

نتیجه رسیدند که در مقایسه با سبک‌های معاملاتی و آزاد، سبک رهبری کاریزماتیک به صورت معناداری با دوسوتوانی سازمانی و ایمنی روانی کارکنان مرتبط است. آن‌ها همچنین نتیجه گرفتند که دوسوتوانی سازمانی به طور مستقیم و مثبت با ایمنی روانی کارکنان مرتبط بوده است.

برخی از عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی از نوع ساختاری، برخی از نوع زمینه‌ای یا محیطی و برخی دیگر از انواع عوامل رفتاری یا محتوایی به شمار می‌آیند که بعد از بررسی‌های انجام شده می‌توان میزان تأثیرگذاری این سه دسته عامل را بر کارآفرینی سازمانی مشخص کرد تا معلوم شود که کدام یک از این سه گروه تأثیر بیشتری بر کارآفرینی سازمانی دارند. از سوی دیگر هر کدام از این عوامل می‌توانند روی دوسوتوانی سازمانی اثرگذار باشند و سپس مشخص گردد که این عوامل چه تأثیری بر دوسوتوانی سازمانی دارند. از این رو مدل مفهومی پژوهش به شرح **شکل (۱)** ترسیم شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

(Moghimi, 2004; Morrison, 2006; Jansen, Van Den Bosch & Volberda, 2006)

همکاری‌های میان بخشی سازمان‌های دولتی»، به این نتیجه رسیدند که دوسوتوانی سازمانی به عنوان یک عامل مهم در نوآوری و عملکرد عالی سازمان تأثیرگذار است.

کنارتس و همکاران (Cannaerts, Segers, Warsen, 2020) در تحقیقی با عنوان «دوسوتوانی و سازمان‌های دولتی: در یک دیدگاه پیکربندی» به این نتیجه دست یافتند که شش ترکیب از شرایط طراحی و رهبری در سازمان وجود دارد که در دوسوتوانی سازمانی نقش ایفا می‌کنند. آن‌ها دریافتند که در سازمان‌های دولتی، باید شرایط طراحی و رهبری را با دوسوتوانی ساختاری و زمینه‌ای ترکیب کنند تا بتوانند به صورت هم‌زمان میان بهره‌برداری و اکتشاف تعادل برقرار نمایند.

راو-نیکلسون و همکاران (Rao-Nicholson, Khan, Akhtar, Merchant, 2016) در تحقیقی با عنوان «تأثیر رهبری بر دوسوتوانی سازمانی و ایمنی روانی کارکنان در کسب جهانی شرکت‌های چندملیتی بازارهای نوظهور»، طبق یافته‌های خود به این

$$n = \frac{Nz^2pq}{Nd^2 + z^2pq}$$

جدول ۱. حجم نمونه به تفکیک شهرستان‌ها

شهرستان	تعداد نمونه	شهرستان	تعداد نمونه
بیرجند	۴۵	خوسف	۱۵
قائنات	۳۶	سرایان	۲۱
زیرکوه	۱۵	فردوس	۳۳
درمیان	۱۵	بشرویه	۲۱
سربیشه	۲۴	طبس	۳۶
نهبندان	۳۰	جمع کل	۲۹۱

اطلاعات اولیه این پژوهش که شامل سنجش متغیرهای اصلی پژوهش می‌باشد، از طریق پرسشنامه استاندارد، با طیف پنج گزینه‌ای لیکرت به‌دست‌آمده است، بدین منظور برای سؤالات مربوط به عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی (عوامل زمینه‌ای، عوامل ساختاری و عوامل روانی و رفتاری) از پرسشنامه موريسون (Morrison, 2006) و تعدادی از گویه‌های مطرح‌شده در پژوهش اعظمی و همکاران (Azami, Yaghobi Farahani, Mousavi & Khosravi, 2014)، خسروی و همکاران (Khosravi, Pirmoradi, 2014)، و مقیمی (Gholamrezai, Rahimian & Akbari, 2017) و برای سؤالات مربوط به دوستوانی شرکت‌ها از پرسشنامه جانسون و همکاران (Jansen, Van Den Bosch & Volberda, 2006) استفاده شده است. همچنین اطلاعات ثانویه از طریق مطالعات کتابخانه‌ای جمع‌آوری گردید.

با استفاده از مدل اندازه‌گیری (مدل بیرونی) از پرسشنامه پژوهش مطابق شکل (۲)، روایی به روش تحلیل عاملی تأییدی گرفته شده است.

با توجه به مدل مفهومی پژوهش، یک فرضیه اصلی و شش فرضیه فرعی به شرح زیر تدوین گردیده است:

فرضیه اصلی: کارآفرینی سازمانی بر دوستوانی

شرکت‌های تعاونی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه‌های فرعی:

۱. عوامل ساختاری بر بعد اکتشافی دوستوانی

شرکت‌های تعاونی تأثیر معناداری دارد.

۲. عوامل ساختاری بر بعد استخراجی دوستوانی

شرکت‌های تعاونی تأثیر معناداری دارد.

۳. عوامل زمینه‌ای بر بعد اکتشافی دوستوانی

شرکت‌های تعاونی تأثیر معناداری دارد.

۴. عوامل زمینه‌ای بر بعد استخراجی دوستوانی

شرکت‌های تعاونی تأثیر معناداری دارد.

۵. عوامل رفتاری بر بعد اکتشافی دوستوانی

شرکت‌های تعاونی تأثیر معناداری دارد.

۶. عوامل رفتاری بر بعد استخراجی دوستوانی

شرکت‌های تعاونی تأثیر معناداری دارد.

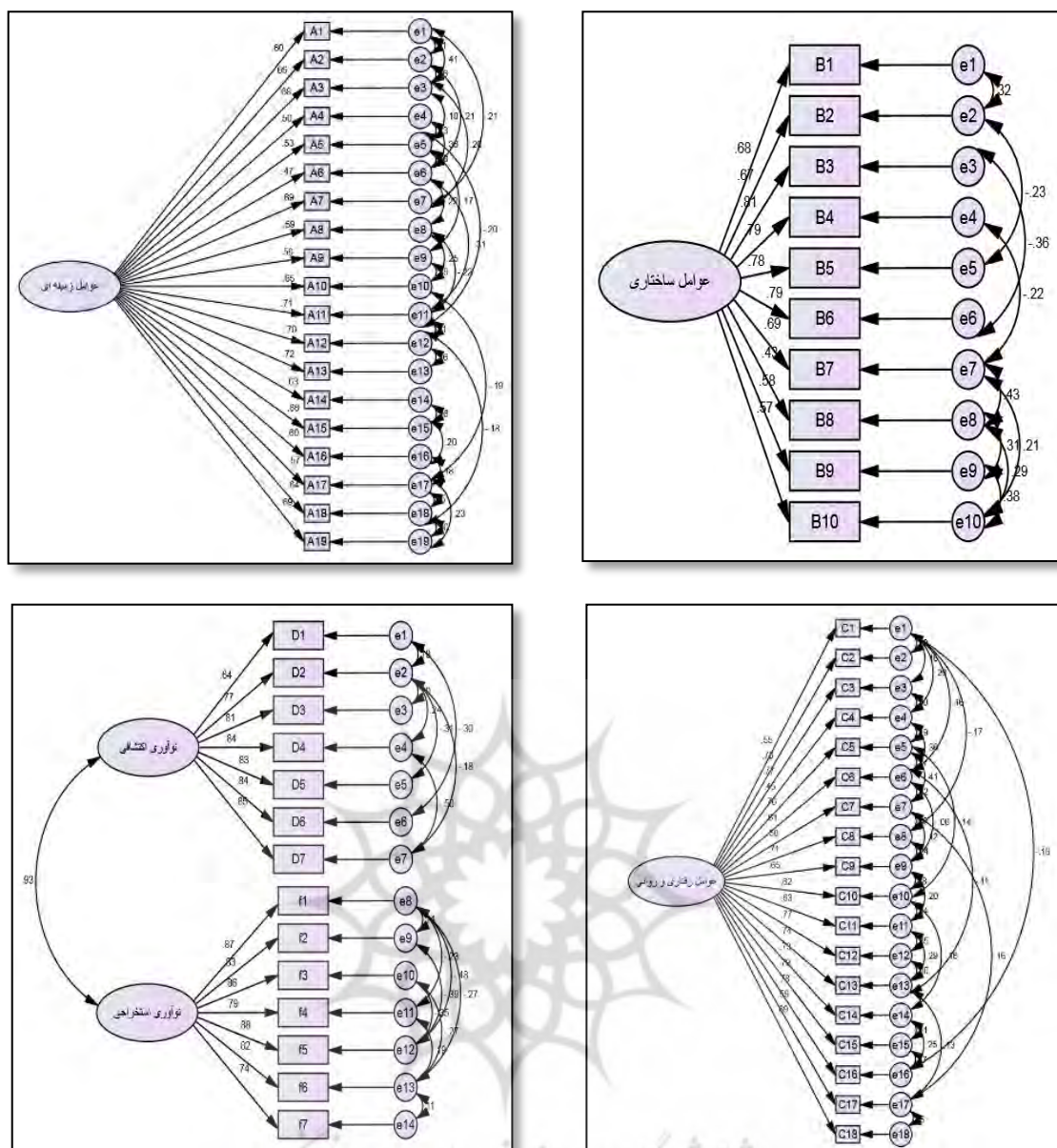
روش‌شناسی پژوهش

جامعه مورد مطالعه این پژوهش کلیه کارکنان شرکت‌های تعاونی استان خراسان جنوبی است که در بهار ۱۴۰۰ طبق آمارهای موجود، تعداد ۱۱۰۲ نفر در شرکت‌های تعاونی خراسان جنوبی مشغول به کار بوده‌اند. حجم نمونه طبق فرمول کوکران ۲۸۵ نفر تعیین شد؛ اما برای رفع اثرات ناشی از پرسشنامه‌های ناقص تعداد ۲۹۱ پرسشنامه توزیع گردید و از تعاونی‌ها اخذ شد و ملاک بررسی قرار گرفت.

در فرمول کوکران، مقدار z در سطح اطمینان ۹۵

درصد برابر ۱/۹۶، مقادیر p و q برابر ۰/۵ و مقدار d

۰/۰۷ در نظر گرفته شده است.



شکل ۲. مدل اندازه‌گیری تحلیل عاملی تأییدی ابعاد مدل در حالت تخمین استاندارد

سؤالات در مدل نیست؛ لذا به کمک تکنیک بسته‌بندی سؤالات، ابتدا هرچند سؤال، بسته‌بندی شده (میانگین چند سؤال در شاخص در نظر گرفته می‌شود) و شاخص‌های جدید به‌عنوان متغیرهای آشکار در مدل ساختاری مورد استفاده قرار می‌گیرد. در نهایت هرکدام از عوامل کارآفرینی سازمانی (عوامل زمینه‌ای، عوامل ساختاری و عوامل رفتاری) بر اساس میانگین سؤالات به سه شاخص جدید تقسیم‌بندی شده‌اند.

پس‌از آن با استفاده از مدل معادلات ساختاری، مدل مفهومی پژوهش آزمون و برازش آن مشخص شده است. نتایج تخمین مدل بر اساس **جدول (۲)** حاکی از مناسب بودن شاخص‌ها دارد. با توجه به خروجی مقدار نرم‌افزار، χ^2 دو محاسبه شده کمتر از عدد ۳ و مقدار RMSEA نیز کمتر از حد مجاز ۰/۰۸ می‌باشد و شاخص‌های دیگر نیز همه در محدوده مجاز قرار دارند؛ بنابراین می‌توان گفت مدل‌های مذکور با داده‌ها برازش مناسبی دارد.

با توجه به تعداد بالای سؤالات، برای اجرای نهایی مدل ساختاری، امکان گذاشتن هم‌زمان تمام

جدول ۲. شاخص‌های برازش تحلیل عاملی تأییدی

مقدار مجاز	مقدار به دست آمده			نام شاخص برازش
	عوامل رفتاری	عوامل ساختاری	عوامل زمینه‌ای	
کمتر از ۳	۲/۸۶۲	۲/۷۶۰	۲/۶۷۱	نسبت کای اسکوئر به درجه آزادی
کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۸۰	۰/۰۷۸	۰/۰۷۶	ریشه میانگین مربع تقریبی خطا (RMSEA)
بالاتر از ۰/۹	۰/۹۴۶	۰/۹۷۰	۰/۹۳۱	شاخص برازش تطبیقی (CFI)
بالاتر از ۰/۹	۰/۹۲۰	۰/۹۴۸	۰/۹۰۵	شاخص برازش توکر-لوییس (TLI)
بالاتر از ۰/۹	۰/۹۴۷	۰/۹۷۰	۰/۹۳۲	شاخص برازش افزایشی (IFI)
کمتر از ۰/۱	۰/۰۵۳۴	۰/۰۳۷۳	۰/۰۵۰۶	ریشه میانگین مربع باقی مانده اصلاح شده (SRMSR)

یافته‌ها

متغیرهای جمعیت شناختی مطابق جدول (۳) و

متغیرهای اصلی تحقیق مطابق جدول (۴) توصیف شدند.

جدول توزیع فراوانی و نمودارهای آماری و محاسبه شاخص‌های مختلف توصیفی به پالایش داده‌ها و استخراج اطلاعات آن‌ها پرداخته شد و

جدول ۳. توزیع فراوانی متغیرهای جمعیت شناختی

جنسیت	فراوانی	درصد	تحصیلات	فراوانی	درصد
زن	۹۵	۳۲/۶	کاردانی و پایین‌تر	۷۴	۲۵/۴
مرد	۱۹۶	۶۷/۴	کارشناسی	۱۷۳	۵۹/۴
جمع	۲۹۱	۱۰۰	کارشناسی ارشد	۴۱	۱۴
			دکتر یا بالاتر	۳	۰/۷
			جمع	۲۹۱	۱
سن	فراوانی	درصد	سابقه خدمت	فراوانی	درصد
کمتر از ۳۰ سال	۵۲	۱۷/۸	کمتر از ۵ سال	۴۴	۱۵/۱
۳۰ تا ۴۰ سال	۱۲۶	۴۳/۳	۵ تا ۱۰ سال	۱۴۵	۴۹/۸
۴۰ تا ۵۰ سال	۷۶	۲۶/۱	۱۰ تا ۲۰ سال	۸۶	۲۹/۶
بالاتر از ۵۰ سال	۳۷	۱۲/۷	۲۰ تا ۳۰ سال	۱۶	۵/۵
جمع	۲۹۱	۱۰۰	جمع	۲۹۱	۱۰۰

بسیار دور است (Kline, 2011). مقدار چولگی مشاهده شده برای متغیرهای مورد مطالعه در بازه‌ی (۲، -۲) قرار دارد؛ یعنی از لحاظ کجی متغیرهای پژوهش نرمال بوده و توزیع آن متقارن است. مقدار کشیدگی متغیرها نیز در بازه (۱۰، -۱۰) قرار دارد. این نشان می‌دهد که تمامی توزیع متغیرها از کشیدگی

چولگی بیانگر عدم تقارن منحنی فراوانی است. اگر ضریب چولگی صفر باشد، جامعه کاملاً متقارن است و چنانچه ضریب مثبت باشد، چولگی به راست و اگر منفی باشد، چولگی به چپ وجود دارد. در حالت کلی اگر چولگی در بازه‌ی (۲، -۲) و کشیدگی در بازه‌ی (۱۰، -۱۰) نباشند، داده‌ها از توزیع نرمال

نرمال برخوردار است و می‌توان از نرم‌افزار آموس با توجه به تعداد شاخص‌ها استفاده نمود.

جدول ۴. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش و مؤلفه‌های آن‌ها

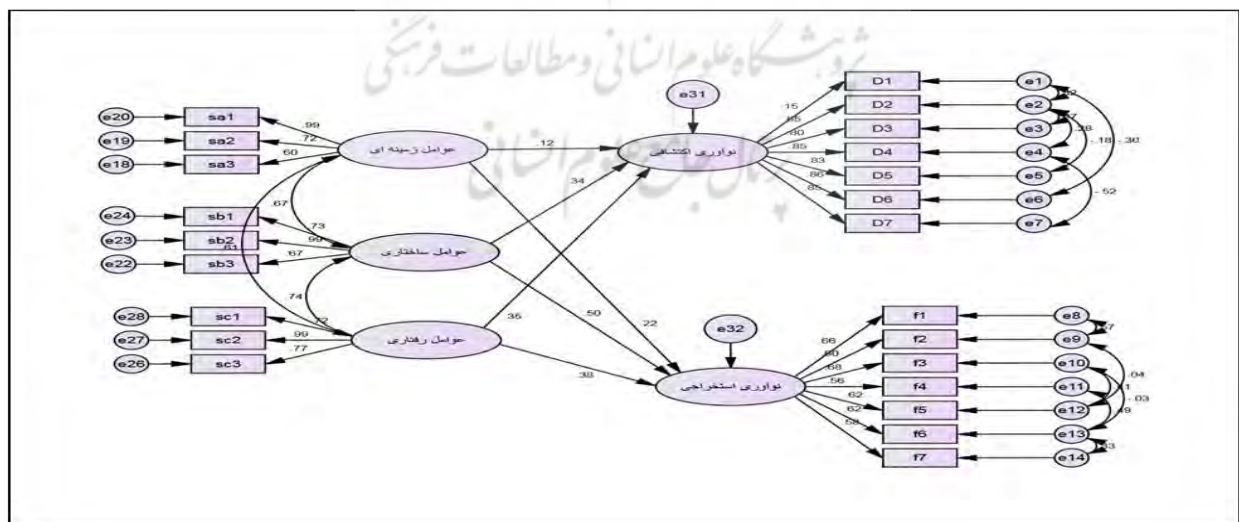
متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشی‌دگی	کمترین	بیشترین
عوامل زمینه‌ای	۲۹۱	۳/۴۲	۰/۶۶	۰/۰۰	۰/۷۳-	۱/۷۴	۵/۰۰
عوامل ساختاری	۲۹۱	۳/۴۰	۰/۷۴	۰/۰۶	۰/۴۱-	۱/۰۰	۵/۰۰
عوامل رفتاری	۲۹۱	۳/۴۲	۰/۷۵	۰/۱۹	۰/۵۶-	۱/۰۰	۵/۰۰
نوآوری اکتشافی	۲۹۱	۳/۰۹	۰/۸۵	۰/۴۴	۰/۰۲-	۱/۰۰	۵/۰۰
نوآوری استخراجی	۲۹۱	۳/۲۱	۰/۸۶	۰/۴۷	۰/۱۶-	۱/۰۰	۵/۰۰

بر اساس مدل ساختاری تحقیق، به بررسی رابطه عوامل کارآفرینی سازمانی بر ابعاد استخراجی و اکتشافی دوسوتوانی پرداخته شد، همان‌طور که در **جدول (۵)** ملاحظه می‌گردد، برای ضریب مسیر این

فرضیه، سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ است و لذا این ضرایب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار است و فرضیه‌ها تأیید می‌شود.

جدول ۵. شاخص‌های برازش مدل اول

نام شاخص برازش	مقدار به‌دست‌آمده	مقدار مجاز
نسبت کای اسکوئر به درجه آزادی	۲/۱۰۵	کمتر از ۳
ریشه میانگین مربع تقریبی خطا (RMSEA)	۰/۰۶۳	کمتر از ۰/۰۸
شاخص برازش تطبیقی (CFI)	۰/۹۲۹	بالاتر از ۰/۹
شاخص برازش توکر-لوییس (TLI)	۰/۹۱۷	بالاتر از ۰/۹
شاخص برازش افزایشی (IFI)	۰/۹۳۰	بالاتر از ۰/۹



شکل ۳. مدل ساختاری جزئی پژوهش

با ۰/۰۵۴ و کمتر از حد مجاز ۰/۰۸ می باشد. طبق **جدول (۶)**، شاخص های دیگر نیز همه در محدوده مجاز قرار دارند، بنابراین می توان گفت مدل مذکور با داده ها برازش مناسبی دارد.

همان طور که در **شکل (۳)** مشاهده می شود، نتایج تخمین مدل حاکی از مناسب بودن شاخص ها دارد. با توجه به خروجی مقدار نرم افزار خی دو محاسبه شده برابر با ۱۱/۲۸ می باشد که نسبت به درجه آزادی ۵ کمتر از عدد ۳ برابر با ۲/۲۶ مقدار RMSEA نیز برابر

جدول ۶. نتایج مسیره های مدل ساختاری جزئی پژوهش

فرضیه	ضریب مسیر استاندارد شده	خطای معیار	آماره تی	سطح معنی داری	نتیجه
عوامل زمینه ای کارآفرینی ← بعد اکتشافی	۰/۱۲۰	۰/۰۱۳	۱/۹۹	۰/۰۴۷	تأیید
عوامل زمینه ای کارآفرینی ← بعد استخراجی	۰/۲۱۶	۰/۰۵۵	۳/۹۵	۰/۰۰۰	تأیید
عوامل ساختاری کارآفرینی ← بعد اکتشافی	۰/۳۴۱	۰/۰۱۷	۴/۴۸	۰/۰۰۰	تأیید
عوامل ساختاری کارآفرینی ← بعد استخراجی	۰/۵۰۳	۰/۰۸۲	۶/۶۹	۰/۰۰۰	تأیید
عوامل رفتاری کارآفرینی ← بعد استخراجی	۰/۳۸۵	۰/۰۷۹	۵/۶۸	۰/۰۰۰	تأیید
عوامل رفتاری کارآفرینی ← بعد اکتشافی	۰/۳۴۷	۰/۰۱۷	۴/۸۰	۰/۰۰۰	تأیید

کرویت بیانگر همگنی واریانس در گروه های مختلف است و برای بررسی برقراری پذیره کرویت، از آزمون موچلی استفاده می شود. آماره موچلی ۰/۹۹۰ و اندازه آزمون ۰/۲۲۰ به دست آمده آمد. از این رو فرض کرویت پذیرفته شد. طبق **جدول (۷)**، نتایج آزمون فیشر با پیش فرض کرویت داده ها نشان داد که نمرات عوامل زمینه ای، ساختاری و رفتاری تفاوت معنی داری باهم ندارند ($P > 0.05$)؛ بنابراین میزان اهمیت هر سه عامل را می توان یکسان در نظر گرفت.

در ادامه، مقایسه میانگین های ابعاد کارآفرینی سازمانی مورد بررسی قرار می گیرد. برای انجام آن، با توجه به پیوسته و نرمال بودن توزیع متغیرها، از آزمون اندازه های تکراری استفاده می شود. فرضیه آماری بدین صورت است که میانگین نمرات سه بعد کارآفرینی سازمانی (زمینه ای، ساختاری، رفتاری) با یکدیگر یکسان است (فرض صفر) در برابر میانگین نمرات با یکدیگر تفاوت معنی داری دارد (فرض مقابل). آماره پیش فرض در آزمون اندازه های تکراری، آماره فیشر است که برای استفاده از آماره فیشر، لازم است پذیره کرویت برقرار باشد. پذیره

جدول ۷. نتایج آزمون چندمتغیره تحلیل واریانس با اندازه گیری های مکرر

مجموع مربعات	درجه آزادی فرض شده	میانگین مربعات	آماره فیشر	سطح معنی داری
۰/۰۷۹	۲	۰/۰۴۰	۰/۴۲۸	۰/۶۵۲

رتبه‌بندی گویه‌ها موردبررسی قرار گیرد. به عبارت دیگر این آزمون تحقیق می‌کند آیا شرکت-کنندگان به‌طور کلی یک گویه را نسبت به گویه‌های دیگر مهم‌تر ارزیابی کرده‌اند یا خیر. نتایج این آزمون در جدول (۸) آمده است.

به‌منظور مقایسه سؤالات در هریک از عوامل زمینه‌ای، ساختاری یا رفتاری، از آزمون فریدمن استفاده شد. آزمون فریدمن، یک آزمون نا پارامتری است که برای مقایسه میانگین رتبه‌بندی‌ها در بین گروه‌ها (گویه‌ها) مختلف به کار می‌رود. این آزمون کمک می‌کند تا تفاوت معنی‌داری بین میانگین

جدول ۸. نتایج آزمون فریدمن در بررسی اولویت‌های گویه‌های عوامل زمینه‌ای

سؤال	گویه	میانگین رتبه
۷A	ارتباط با مشتریان	۱۱/۳۶
۹A	جایگاه موجود شرکت‌های تعاونی در جامعه	۱۱/۲۹
۵A	محیط اجتماعی-فرهنگی	۱۱/۲۸
۶A	محیط اداری	۱۱/۱۴
۸A	فقدان تبعیض بخش تعاون نسبت به بخش‌های دیگر در حوزه‌های مختلف اقتصادی (به لحاظ پرداخت شفاف مالیات و غیره)	۱۱/۰۹
۱۰A	حرکت به سمت ارائه خدمات	۱۰/۹۴
۲A	فرهنگ هدایت‌کننده	۱۰/۵۴
۴A	محیط سیاسی-قانونی	۱۰/۴۱
۱۶A	میزان همکاری با سایر تعاونی‌ها جهت اجرایی شدن ایده‌های نو	۱۰/۲۱
۱۸A	فقدان دسترسی تعاونی‌ها به تسهیلات اعتباری ارزان و آسان	۱۰/۱۰
۱۳A	وجود منابع موردنیاز جهت اجرای ایده	۹/۷۷
۱۲A	پدیده تجارت الکترونیک و اینترنتی	۹/۷۳
۳A	همانگی بین بخش‌های مختلف و توسعه فعالیت‌های گروهی در تعاونی	۹/۴۸
۱۴A	کوچک‌سازی سازمان و کاهش دوباره‌کاری‌ها	۹/۳۷
۱۷A	قانون‌گذاری به شیوه‌ای تبعیض‌آمیز	۹/۳۲
۱۹A	فقدان وجود روش‌های دیگر جهت پول درآوردن	۹/۲۶
۱A	خانواده و مدل‌های نقش سازنده	۹/۰۶
۱۵A	وجود فرصت‌های استخدام برای افراد	۸/۹۴
۱۱A	معکوس کردن ساختارهای سازمانی که به‌طور عمودی منسجم شده‌اند	۶/۷۲

آماره آزمون فریدمن: ۲۷۳/۹۸۸ درجه آزادی: ۱۸ سطح معنی‌دار: ۰/۰۰۱ <

بر اساس نتایج آزمون فریدمن مشاهده شد که سطح معنی‌دار کمتر از ۰/۰۵ نشان‌دهنده تفاوت معنی‌دار در اهمیت عوامل زمینه‌ای است.

جدول ۹. نتایج آزمون فریدمن در بررسی اولویت‌های گویه‌های عوامل ساختاری

سؤال	گویه	میانگین رتبه
------	------	--------------

۵/۹۱	۴B	واگذاری و انتخاب اعضای شایسته برای کارهای مختلف شرکت (خرید نهاده، فروش محصول و غیره)
۵/۶۸	۲B	تشکیل جلسات جهت شنیدن ایده‌ها و نظرات اعضا
۵/۶۷	۱۰B	سیستم تحقیق و توسعه
۵/۵۵	۶B	شفافیت اطلاعات در زمینه تصمیمات و برنامه‌های کاری بین اعضا
۵/۴۵	۷B	ساختار سازمانی
۵/۴۴	۵B	جایگزینی مداوم روش‌ها و فرآیندهای قدیمی با روش‌ها و فرآیندهای جدید
۵/۴۱	۹B	سیستم ارزیابی عملکرد
۵/۳۵	۸B	استراتژی سازمان
۵/۳۱	۳B	بازتعریف اهداف تعاونی در راستای ارائه خدمات و تولیدات جدید اهداف تعاونی
۵/۲۵	۱B	سیستم حقوق و دستمزد
آماره آزمون فریدمن: ۱۶/۳۵۵ درجه آزادی: ۹ سطح معنی‌دار: ۰/۰۶		

جدول ۱۰. نتایج آزمون فریدمن در بررسی اولویت‌های گویه‌های عوامل رفتاری

سؤال	گویه	میانگین رتبه
۶C	نیاز به کسب موفقیت	۱۰/۷۸
۱۶C	تمایل و استقبال هیئت‌مدیره از رفتارهای نوآورانه اعضا در ارائه تولیدات و خدمات جدید	۱۰/۲۱
۴C	تمایل به ثروت	۱۰/۰۴
۲C	توجه به آموزش اعضا در راستای تقویت روحیه نوآوری و بهبود مهارت‌های کارآفرینانه آنان	۱۰/۰۲
۱۱C	سبک رهبری	۹/۹۶
۱۲C	سطح مهارت‌های ارتباطی مدیران جهت ارتباط با اعضا	۹/۸۸
۱C	تمایل به استقلال	۹/۷۹
۱۸C	ویژگی‌های شخصیتی مدیران	۹/۶۸
۵C	توجه و ترغیب به کارهای گروهی و تیمی	۹/۶۶
۱۵C	آینده‌نگری هیئت‌مدیره در به‌کارگیری فرآیندهای نوآورانه در تعاونی	۹/۴۷
۱۳C	تحمل هیئت‌مدیره به اجازه پیاده‌سازی ایده‌های دارای ریسک	۹/۳۱
۳C	خودرأی بودن مدیرعاملان تعاونی‌ها در اخذ تصمیمات مربوط به تعاونی	۹/۱۶
۹C	توجه به خلاقیت و تلاش برای تقویت آن	۹/۱۴
۱۰C	فرهنگ‌سازمانی	۹/۰۷
۸C	شنیدن ایده‌های اعضا در هر موقعیت غیررسمی	۹/۰۱
۱۷C	میزان تضاد و تنش سازمانی	۸/۹۷
۷C	تحرك اجتماعی	۸/۷۴
۱۴C	حمایت‌های مادی و معنوی هیئت‌مدیره از اعضا در انجام فعالیت‌های ریسک‌پذیر	۸/۱۳
آماره آزمون فریدمن: ۹۲/۵۱۲ درجه آزادی: ۱۷ سطح معنی‌دار: ۰/۰۰۱ <		

بیشتر از ۰/۰۵ نشان‌دهنده عدم تفاوت معنی‌دار در اهمیت عوامل ساختاری است. جدول (۱۰) نیز نتایج آزمون فریدمن را برای عوامل رفتاری نشان می‌دهد.

بر اساس میانگین رتبه به‌دست‌آمده «ارتباط با مشتریان» از بیشترین اهمیت برخوردار است. همچنین طبق نتایج جدول (۹)، بر اساس نتایج آزمون فریدمن مشاهده شد که سطح معنی‌داری

کارآفرینی سازمانی بر دوستوانی شرکت‌های تعاونی تأثیر مثبت و معناداری دارد که با نتایج پژوهش‌های راو-نیکلسون و همکاران (Rao-Nicholson, Khan, Akhtar & Merchant, 2016) و گورلک (Gürlek, 2021) هم‌راستا می‌باشد.

نتایج تحلیل و مقایسه نمرات هر یک از عوامل کارآفرینی سازمانی (زمینه‌ای، ساختاری و رفتاری) نشان داد که این عوامل با یکدیگر تفاوت معناداری ندارند و میزان اهمیت این سه عامل یکسان است. در بین عوامل زمینه‌ای کارآفرینی سازمانی، «ارتباط با مشتریان» دارای بالاترین رتبه اهمیت، در بین عوامل ساختاری، «واگذاری و انتخاب اعضای شایسته برای کارهای مختلف شرکت» دارای بالاترین رتبه اهمیت و «نیاز به کسب موفقیت» در بین عوامل رفتاری بالاترین اهمیت را دارا هستند. بنابراین اگر موضوع دوستوانی سازمانی به صورت درست و دقیق، شناسایی و تحلیل نگردد، شرکت‌های تعاونی قادر نخواهند بود عملکرد خود را بهبود بخشند و در این میان نمی‌توانند از نوآوری‌های موجود، به شکلی صحیح بهره‌گیری کنند و نوآوری‌های جدیدی نیز نمی‌توانند کشف نمایند. اگر یک سازمان نتواند به درستی دوستوانی را در سیستم خود پیاده‌سازی کند، در بلندمدت دچار مشکل می‌شود؛ چراکه محیط به سرعت در حال تغییر بوده و رقابت‌ها بسیار زیاد است. از این رو، راه رسیدن به دوستوانی سازمانی، کارآفرینی سازمانی است.

با توجه به اینکه در عامل زمینه‌ای، ارتباط با مشتریان دارای بالاترین اهمیت است، پیشنهاد می‌گردد که شرکت‌ها موضوع مشتری مداری را تقویت کنند؛ زیرا شرکت‌ها امروزه به طور مداوم جهت جلب رضایت مشتریان بایستی ثبات و تغییر تدریجی را بر روی محصولات و خدمات خود دنبال کنند که جزو ویژگی‌های بارز سازمان‌های دوستوان است.

بر اساس نتایج آزمون فریدمن مشاهده شد که سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ نشان‌دهنده تفاوت معنی‌دار در اهمیت عوامل رفتاری است. به طوری که مهم‌ترین آن‌ها «نیاز به کسب موفقیت» می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

دوستوانی سازمانی به عنوان توانایی سازمان در مدیریت شرایط حاضر و آمادگی برای مواجهه با تغییرات در آینده تعریف می‌شود. شرکت‌های دوستوان، به صورت هم‌زمان، قابلیت‌های جدید و ضروری موردنیاز برای رقابت را توسعه داده و از قابلیت‌های موجود خود بهترین استفاده را می‌کنند. از این رو، سازمان‌های دوستوان به کارآفرینی سازمانی نیازمندند. هدف از پژوهش حاضر، بررسی تأثیر کارآفرینی سازمانی بر دوستوانی سازمانی شرکت‌های تعاونی است. نتایج پژوهش نشان داد که کارآفرینی سازمانی بر دوستوانی شرکت‌های تعاونی تأثیر مثبت و معناداری دارد. نتیجه تحقیق حاضر با نتایج محققانی همچون گمرکی و همکاران (Gomroki, Imani & Zivdar, 2021) و جعفری نیا و همکاران (Jafarinia, Nour Ail & Razmavar, 2019) هم‌راستا می‌باشد. نتایج پژوهش نشان داد که عوامل ساختاری کارآفرینی سازمانی بر دوستوانی شرکت‌های تعاونی تأثیر مثبت و معناداری دارد که با نتایج پژوهش‌های طارق و همکاران (Tariq, Alshurideh, Akour & Al-Hawary, 2022) و نظری و همکاران (Nazari, Vakili, Khastar & Shahriari, 2021) هم‌راستا می‌باشد. عوامل زمینه‌ای کارآفرینی سازمانی بر دوستوانی شرکت‌های تعاونی نیز تأثیر مثبت و معناداری را نشان داد که با نتایج پژوهش‌های آذر و همکاران (Azar, Zabihi, & Mollaei, 2020) و مرادی و همکاران (Moradi, Yakideh & Madani, 2016) هم‌راستا می‌باشد؛ همچنین نتایج پژوهش نشان داد که عوامل رفتاری

دقیق‌تر به سؤالات پاسخ دهند تا نتیجه بهتری حاصل گردد. با توجه به اولویت عامل ارتباط با مشتریان در عوامل زمینه‌ای، پیشنهاد می‌شود که بررسی این عامل به‌تنهایی روی دوسوتوانی سازمانی، بیشتر موردبحث و بررسی قرار گیرد. همین‌طور می‌توان تأثیر عوامل واگذاری و انتخاب اعضای شایسته برای کارهای مختلف شرکت و نیاز به کسب موفقیت را که به ترتیب از اولویت‌های اول عوامل ساختاری و رفتاری هستند را بر روی دوسوتوانی سازمانی بیشتر و دقیق‌تر بررسی کرد.

مشارکت نویسندگان

زهرا رجائی: (مفهوم‌پردازی، روش‌شناسی و نرم-افزار، تحلیل داده‌ها و اطلاعات، بررسی و پایش، نظارت و سرپرستی و مدیریت پروژه)
سید علی بنی‌هاشمی: (مفهوم‌پردازی، روش-شناسی و نرم‌افزار، تحلیل داده‌ها و اطلاعات، بررسی و پایش، نگارش، بازبینی و ویرایش و نظارت و سرپرستی)
پریسا احراری فرد: (مفهوم‌پردازی، روش‌شناسی و نرم‌افزار، جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات، تحلیل داده‌ها و اطلاعات، بررسی و پایش، نگارش، بازبینی و ویرایش و نظارت و سرپرستی)

تشکر و قدردانی

پژوهش حاضر با حمایت مالی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان خراسان جنوبی انجام گرفته است. نویسندگان از همکاران محترم آن اداره کل، کمال تشکر و قدردانی رادارند.

با توجه به تأثیر عوامل کارآفرینی سازمانی بر دوسوتوانی شرکت‌های تعاونی پیشنهاد می‌شود که:

۱. شرکت تعاونی با مشتریان خود ارتباط مؤثری داشته باشد تا برحسب نیاز آن‌ها محصولات و خدمات جدید و نوآورانه‌ای را به بازارهای محلی وارد کند و خدمات ارائه‌شده به مشتریان موجود را گسترش دهد.

۲. شرکت تعاونی باید از میان کارکنان خود، اعضای شایسته خود را جهت انجام کارهای مختلف شرکت از جمله خرید نهاده، فروش محصول و غیره انتخاب کند تا از این طریق راندمان تولید محصولات و خدمات را بهبود بخشد و از کانال‌های جدیدی برای توزیع آن‌ها استفاده کند.

۳. از آنجایی که شرکت همواره به دنبال کسب موفقیت است، باید بازارهای جدیدی را جستجو کند تا بتواند سطح فعالیت‌های اقتصادی خود را در این بازارها گسترش دهد.

با توجه به پژوهش انجام‌شده، در آینده پژوهش‌هایی که در این زمینه صورت می‌گیرد می‌تواند، بحث دوسوتوانی سازمانی را بیشتر و پیشرفته‌تر موردبررسی قرار دهد و از کاستی‌های این پژوهش بکاهد. بر همین اساس پیشنهادهای زیر به محققان آینده ارائه می‌گردد:

این پژوهش در شرکت‌های تعاونی صورت گرفته است و پیشنهاد می‌شود در شرکت‌ها و سازمان‌های دیگری نیز موردبحث و بررسی قرار گیرد. روش این پژوهش از نوع کمی-کاربردی می‌باشد؛ اما برای اینکه خطاها و محدودیت‌ها کمتر شود، پیشنهاد می‌گردد که از روش کیفی استفاده شود تا تنها به عوامل پرسشنامه محدود نباشد و مصاحبه‌شوندگان

References

- Azami, M., Yaghobi Farahani, A., Mousavi, E., & Pirmoradi, A. H. (2014). Developing of Organizational Entrepreneurship in Cooperatives. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 1(1), 1-18. (In Persian)

- Azar, A., Zabihi, M., & Mollaei, M. (2020). The Impact of Organizational Agility on Increasing the Organizational Ambidexterity. *Journal of Development & Evolution Management*, 12(42), 11-18. (In Persian)
- Bolívar-Ramos, M. T., Garcia-Morales, V. J., & García-Sánchez, E. (2012). Technological distinctive competencies and organizational learning: Effects on organizational innovation to improve firm performance. *Journal of engineering and technology management*, 29(3), 331-357.
- Cannaerts, N., Segers, J., Warsen, R. (2020). Ambidexterity and Public Organizations: A Configurational Perspective, *Public Performance & Management Review*, 43(3), 688-712.
- Chebbi, H., Yahiaoui, D., Sellami, M., Papasolomou, I., & Melanthiou, Y. (2020). Focusing on internal stakeholders to enable the implementation of organizational change towards corporate entrepreneurship: A case study from France. *Journal of Business Research*, 119, 209-217.
- Damani, A., Zanimoghdam, A., Salarzahi, H., & Hashemi, S. A. (2021). Investigating and Explaining Factors Affecting Human Resource Entrepreneurship in Small and Medium Enterprises of Chabahar Free Zone. *Public Management Researches*, 13(50), 287-312. (In Persian). doi: 10.22111/jmr.2020.32944.4953
- Duncan, R. B. (1976). The ambidextrous organization: Designing dual structures for innovation. *The management of organization*, 1(1), 167-188.
- Gomroki, F., Imani, A., & Zivdar, M. (2021). An Investigation of Organizational Ambidexterity Moderator Role in the Relationship between the Open Innovation and Entrepreneurial Orientation in Active Small & Medium Size Enterprises in (SME) Industrial Zone, Zahedan. *Public Management Researches*, 13(50), 205-230. (In Persian). doi: 10.22111/jmr.2021.37638.5395
- Gürlek, M. (2021). Effects of high-performance work systems (HPWSs) on intellectual capital, organizational ambidexterity and knowledge absorptive capacity: evidence from the hotel industry, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 30(1), 38-70.
- Jafarinia, S., Nour Ail, M. R., & Razmavar, T. (2019). The effects of entrepreneurial orientation and Dynamic Capabilities on firm performance with mediating role of innovation ambidexterity. *Innovation Management in Defensive Organizations*, 2(1), 113-134. (In Persian). doi: 10.22034/qjimdo.2019.89198
- Jansen, J.J., Van Den Bosch, F.A., Volberda, H.W. (2006). Exploratory innovation, exploitative innovation, and performance: Effects of organizational antecedents and environmental moderators. *Management science*, 52(11), 1661-1674.
- Khosravi, E., Gholamrezai, S., Rahimian, M., & Akbari, M. (2017). Analysis of the statues of organizational entrepreneurship in cooperatives: (Case of poultry cooperatives in Kermanshah Province, Iran). *Rural Development Strategies*, 4(2), 181-194. (In Persian). doi: 10.22048/rdsj.2017.78099.1637
- Kline, R. B. (2011). Principles and practice of structural equation modeling. 3rd Edithion. Guilford publications.
- 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.
- March, J. G. (1991). Exploration and exploitation in organizational learning. *Organization science*, 2(1), 71-87.
- Kavyani, H., Salehi Sedghiani, J., & Fath Abadi, H. (2018). Investigation the relationship between strategic thinking and organizational ambidexterity (Case of: military units). *Transformation Management Journal*, 10(2), 21-44. (In Persian). doi: 10.22067/pmt.v10i2.64749
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management science*, 29(7), 770-791.
- Moghim, S. M. (2004). Factors affecting organizational entrepreneurship in Iran's government social and cultural service sector organizations. *Organizational Culture Management*, 2(3), 27-82. (In Persian)
- Mohammadi, M., Zandhesami, H., Yazdani, H. (2019). Identification and ranking of interactive entrepreneurship mechanisms as a type of organizational entrepreneurship using hybrid method (Fuzzy Shannon Entropy and Fuzzy Aras), *Journal of Industrial Technology Development*, 42, 31-52. (In Persian)
- Moradi, M., Yakideh, K., & Madani, F. (2016). Organizational Culture Ambidexterity and Performance: The Critical Role of Organizational Ambidexterity. *Organizational Culture Management*, 13(4), 1245-1266. (In Persian). doi: 10.22059/jomc.2016.55436

- Morrison, A. (2006). A contextualization of entrepreneurship, *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 12(4), 192- 209.
- Nakhaei, G. R., Sobhani, A., Mostaghimi, M. R., & Hosseini, S. M. R. (2019). Explaining Indices and Organizational Entrepreneurship Patterns in Rural Cooperatives. *Agricultural Economics Research*, 11(44), 171-196. (In Persian)
- Nazari, H., Shiri, N., & khoshmaram, M. (2023). Role of Entrepreneurial Management Components in Organizational Entrepreneurship Development: A Case of Agricultural Cooperatives in Kermanshah Township. *Co-Operation and Agriculture*, 11(44), 1-16. (In Persian). doi: 10.22034/ajcoop.2023.291308.1701
- Nazari, K., Vakili, Y., Khastar, H., & Shahriari, S. (2021). Meta-Analysis of Organizational Ambidexterity Antecedents. *Innovation Management in Defensive Organizations*, 4(2), 1-22. (In Persian). doi: 10.22034/qjimdo.2021.266289.1395
- O'Reilly III, C. A., & Tushman, M. L. (2013). Organizational ambidexterity: Past, present, and future. *Academy of management Perspectives*, 27(4), 324-338.
- Page, S.B., Bryson, J.M., Crosby, B.C., Seo, D., Stone, M.M. (2021). Ambidexterity in cross-sector collaborations involving public organizations. *Public Performance & Management Review*, 44(6), 1161-1190.
- Patel, P. C., Terjesen, S., & Li, D. (2012). Enhancing effects of manufacturing flexibility through operational absorptive capacity and operational ambidexterity. *Journal of Operations Management*, 30(3), 201-220.
- Pirayesh, R., Amiri, V., Jafari, M., & Imani barandagh, M. (2020). The Effect of Organizational Entrepreneurship and Entrepreneurship Orientation on Organizational Performance with Regard to Strategic Entrepreneurship in Industrial Companies in Zanjan Province. *The Journal of Productivity Management*, 14(1), 23-45. (In Persian). doi: 10.30495/qjopm.2020.671969
- Raisch, S., Birkinshaw, J., Probst, G., & Tushman, M. L. (2009). Organizational ambidexterity: Balancing exploitation and exploration for sustained performance. *Organization science*, 20(4), 685-695.
- Rao-Nicholson, R., Khan, Z., Akhtar, P., Merchant, H. (2016). The impact of leadership on organizational ambidexterity and employee psychological safety in the global acquisitions of emerging market multinationals. *The International Journal of Human Resource Management*, 27(20), 2461-2487.
- Salehi, S.Y., Shoghi, B. (2011). *Organizational Entrepreneurship (concepts, definitions and theories)*, Tehran: Raz Nahan Publications. (In Persian)
- Samadi, A., Sohrabi, R., Mahdavi Nasab, B., & Saeedi, M. (2022). Investigating the effect of managers' entrepreneurial enthusiasm on the success of agricultural cooperatives in Hamadan province. *Co-Operation and Agriculture*, 11(41), 1-32. (In Persian). doi: 10.22034/ajcoop.2022.270345.1655
- Severgnini, E., Vieira, V. A., & Cardoza Galdamez, E. V. (2018). The indirect effects of performance measurement system and organizational ambidexterity on performance. *Business Process Management Journal*, 24(5), 1176-1199.
- Shafique, I., & Kalyar, M. N. (2018). Administrative sciences Linking Transformational Leadership, Absorptive Capacity, and Corporate Entrepreneurship. *Administrative Sciences*, 8(9), 1-17.
- Shiri, N. (2022). Designing a Model for Entrepreneurial Activities Extension in Agricultural Students' Cooperatives. *Co-Operation and Agriculture*, 10(40), 53-81. (In Persian). doi: 10.22034/ajcoop.2022.279922.1667
- Tariq, E., Alshurideh, M., Akour, I., Al-Hawary, S. (2022). The effect of digital marketing capabilities on organizational ambidexterity of the information technology sector. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 401-408.
- Tavakoli, G., Zamani Mazdeh, M. (2021). Determining the position of organizational ambivalence in strategic innovation, *Management Science Research Quarterly*, 3(8), 61-82. (In Persian)
- Vrontis, D., Thrassou, A., Santoro, G., & Papa, A. (2017). Ambidexterity, external knowledge and performance in knowledge-intensive firms. *The Journal of Technology Transfer*, 42, 374-388.
- Weiss, L., K. Kanbach, D. (2022). Toward an integrated framework of corporate venturing for organizational ambidexterity as a dynamic capability. *Management Review Quarterly*, 72(4), 1129-1170.
- Zimmermann, A., Hill, S. A., Birkinshaw, J., & Jaeckel, M. (2020). Complements or substitutes? A microfoundations perspective on the interplay between drivers of ambidexterity in SMEs. *Long Range Planning*, 53(6), 101927.