

## فرا تحلیل همبسته‌های روانشناختی کارآفرینی در ایران

### A Meta-Analysis of Entrepreneurial Psychological Correlations in Iran

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۵/۲۱، تاریخ دریافت نسخه نهایی: ۱۳۹۹/۰۲/۱۷، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۶/۲۷

نوع مقاله: علمی - پژوهشی

L.Heshmatifar., (Ph.D)., M.J.Liaghatdar.,  
(Ph.D)., A.Abedi., (Ph.D)

لیلا حشمتی‌فر<sup>۱</sup>، محمدجواد لیاقتدار<sup>۲</sup> و احمد عابدی<sup>۳</sup>

چکیده

#### Abstract

**Aim:** The main purpose of this study was to Meta-analyze the entrepreneurial psychological correlations in Iran. **Method:** The method of this research is meta-analysis. Therefore, internal databases such as Academic Center for Education, Culture and Research, Noor Database and Information Science, and Iranian Research Institute for Information Science and Technology (IranDoc) were studied. The study sample used 36 cases that were conducted in Iran from 2008 to 2017. The measurement tool of this research was a meta-analysis checklist. The data obtained from the study were analyzed using the effect size method for the fixed effects model using meta-analysis software (Second Edition). **Result:** The results showed that the average effect size of the present study was evaluated according to the Cohen effect size interpretation table and between behavioral factors, ambiguity and tolerance status, innovation, psychological characteristics, quality of work-life and citizenship behavior, social anxiety, and self-confidence, emotional intelligence, growth of personality traits, self-leadership, quality of life, knowledge management and organizational health, job conflict, cognitive intelligence and tolerance of ambiguity, self-efficacy and academic performance, social capital, self-esteem, and creativity, thinking styles, achievement motivation, academic achievement and creativity with entrepreneurship have a significant effect size. **Conclusion:** The results mean that by recognizing and examining the correlated psychological components of entrepreneurship, practical steps can be taken to change individuals' performance and attitude, thus increasing the continuity of entrepreneurship in Iran.

**Keywords:** Meta-Analysis, Psychological Correlations, Entrepreneurship

**هدف:** هدف اصلی پژوهش حاضر فراتحلیل همبسته‌های روانشناختی کارآفرینی در ایران بود. **روش:** روش پژوهش حاضر از نوع فراتحلیل است. از این رو با استفاده از پایگاه‌های اطلاعاتی داخلی همچون جهاد دانشگاهی، پایگاه اطلاعاتی نور و پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات به بررسی پرداخته شد. نمونه مطالعات مورد استفاده ۳۶ مورد که از سال ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶ در ایران انجام شده بود. ابزار اندازه‌گیری این پژوهش چک لیست فراتحلیل بود. داده‌های حاصل از مطالعه با استفاده از روش اندازه اثر برای مدل اثرهای ثابت با استفاده از نرم افزار فراتحلیل (ویزایش دوم) مورد تحلیل قرار گرفت. **یافته‌ها:** یافته‌ها نشان داد که میانگین اندازه اثر پژوهش حاضر مطابق با جدول تفسیر اندازه اثر کوهن متوسط ارزیابی شده است و بین عوامل رفتاری، جایگاه مهار و تحمل ابهام، نوآوری، ویژگی‌های روانشناختی، کیفیت زندگی کاری و رفتار شهروندی، اضطراب اجتماعی و خودباوری، هوش هیجانی، رشد صفات شخصیتی، خودرهبری، کیفیت زندگی، مدیریت دانش و سلامت سازمانی، درگیری شغلی، هوش شناختی و تحمل ابهام، خودکارآمدی و عملکرد تحصیلی، سرمایه اجتماعی، عزت نفس و خلاقیت، سبکهای تفکر، انگیزه پیشرفت، پیشرفت تحصیلی و خلاقیت با کارآفرینی اندازه اثر معنادار وجود دارد. **نتیجه‌گیری:** نتایج بدین معناست که با شناخت و بررسی مولفه‌های همبسته روانشناختی کارآفرینی میتوان در تغییر عملکرد و نگرش افراد گام‌های موثری برداشت و از این طریق بر تداوم کارآفرینی در ایران افزود. **کلید واژه‌ها:** فراتحلیل، همبسته‌های روانشناختی، کارآفرینی

۱. دکتری برنامه‌ریزی درسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

۲. نویسنده مسئول: استاد گروه علوم تربیتی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

۳. دانشیار گروه روانشناسی با نیازهای خاص، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

## مقدمه

توسعه و ترویج آموزش کارآفرینی<sup>۱</sup> سالهاست که یکی از اهداف کلیدی سیاست برای اتحادیه اروپا و کشورهای عضو شده است (آموزش کارآفرینی<sup>۲</sup>، ۲۰۱۶). از همین رو کارآفرینی برای ایجاد شغل، پیشرفت اقتصادی و اجتماعی کشورها و نوآوری بسیار مهم است (ون پراگ و ورسلات<sup>۳</sup>، ۲۰۰۷). اخیرا پژوهشگران کارآفرینی پیشنهاد کرده‌اند که نه تنها جنبه‌های رفتاری و شناختی کارآفرینانه کافی نیست، بلکه به یک رویکرد یکپارچه جهت تلفیق این ویژگی‌ها نیاز است (تانگ<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲ و لیگوری، کوربین، لاکس و سولومن<sup>۵</sup>، ۲۰۱۹).

یافته‌های مربوط به ویژگی‌های شخصی و ویژگی‌های دیگر کارآفرینان و همچنین همبستگی این ویژگی‌ها با عملکرد کسب و کار، حاکی از آن است که ممکن است گزینش برخی از مولفه‌های توسعه شخصیت در آموزش کارآفرینی وجود داشته باشد. بسیاری از موسسات دانشگاهی، آموزش‌های کارآفرینی را از دبیرستان تا فعالیت‌های اجرایی ارائه کرده‌اند، اما این برنامه‌ها تا به امروز بیشتر بر مهارت‌های سخت افزاری تمرکز داشته‌اند (کر، کر و یو<sup>۶</sup>، ۲۰۱۷). راش<sup>۷</sup> (۲۰۱۴) به نمونه‌هایی از این اثربخشی اشاره می‌کند. وی این چنین بیان می‌کند که، فهم واضحتری از ویژگی‌های خاص کارآفرینان منجر به بهبود کارآیی بالقوه آنان در ارتباط با نقاط قوت و ویژگی‌های شخصی می‌شود. بررسی همبسته‌های روانشناختی و یافتن این مساله که ویژگی‌های مورد بررسی پژوهش‌های پیشین چه میزان توانسته‌اند ارتباط قوی با کارآفرینی برقرار سازد یکی از مسائل مهم محسوب می‌شود.

واژه کارآفرینی برگرفته از دو کلمه فرانسوی *entre* و *preneure* می‌باشد. این واژه در ابتدا به کسانی اطلاق می‌شد که بین خریدار و فروشنده تجارت و واسطه‌گری می‌کردند. این اصطلاح بعدها گسترش یافت (رامانیگوپال<sup>۸</sup>، ۲۰۱۲). در سال ۱۷۳۰ در فرانسه وقتی اقتصاددانی به نام ریچارد کانتیلون می‌خواست صاحب زمین، مزدبگیران و مسئولان را از هم جدا کند نخستین بار از کلمه *Entrepreneurship* استفاده کرد. ابتدا اعتقاد بر این بود که کارآفرینها خود صاحب و مالک کار خود هستند (آقایی، ۱۳۸۸: ۱۶). اولین صاحب نظر پیشگام در زمینه طبقه‌بندی کارآفرینان اسمیت است که این تقسیم بندی را براساس شخصیت، زمینه‌های اجتماعی و رفتاری

1. Entrepreneurship
2. Entrepreneurship Education
3. Van Praag & Versloot
4. Tang
5. Liguori, Corbin, Lackeus & Solomon
6. Kerr, Kerr & Xu
7. Rauch
8. Ramanigupal

ارائه داده است (محمودی و منجم زاده، ۱۳۹۳). با این حال از آغاز قرن ۲۱ ادبیات شخصیت کارآفرینان با یک تجدید حیات و همگرایی روبرو شد. بخش عمده‌ای از ادبیات اخیر تلاش می‌کند تا به دو پرسش اصلی دیگری پاسخ دهد: (۱) افراد برای کارآفرین شدن، نیازمند به داشتن چه ویژگی خاصی هستند؟ و (۲) آیا این صفات خاص، احتمال موفقیت کارآفرینان را به همراه دارد؟ این پاسخ‌ها با بررسی شیوع ویژگی‌های شخصیت در کارآفرینان در مقایسه با سایر جمعیت‌ها، و همچنین با تحلیل همبستگی این ویژگی‌ها با عوامل کارآفرینی مانند بقا و رشد اقتصادی دنبال می‌شود (بارون<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴ و دوتویت و گوتباو<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸). در پژوهش‌های کارآفرینی تمرکز فزاینده‌ای بر ادغام یک بخش وسیعی از اطلاعات با تمرکز روانشناختی وجود دارد. زیرا کارآفرینی اساساً شخصی است. محققان روانشناسی بر زمینه پویای تحقق کارآفرینی تاکید کرده‌اند (استینکلنر، زهتنر و زرنی<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰). اکثر محققان بر این باورند که سه سطح عمده متغیرها در مراحل مختلف روند کارآفرینی نقش دارند: عوامل فردی، عوامل میان‌فردی و عوامل اجتماعی. عوامل فردی به رفتار، شناخت، ویژگی، دانش، مهارت و توانایی‌های کارآفرینان اشاره می‌کند. فاکتورهای بین فردی متغیرهایی هستند که روابط کارآفرینان را با دیگران تحت تاثیر قرار می‌دهند. از همین رو پژوهش بسیاری بر مولفه‌ها و جنبه‌های گوناگون کارآفرینی انجام شده است، تا میزان ارتباط این مولفه‌ها با کارآفرینی آشکار شود. در ادامه به برخی از پژوهش‌های انجام شده با مولفه کارآفرینی در ایران اشاره می‌شود، که شامل موارد زیر است: توسعه کارآفرینی (وکیلی و همکاران، ۱۳۹۳ و فتاح، ۱۳۹۲)، کارآفرینی سازمانی (محقق هرچقان، ۱۳۹۴؛ نوه ابراهیم و یوسفی، ۱۳۹۵؛ سیدنقوی و عبدالله پور، ۱۳۸۹؛ حجازی و همکاران، ۱۳۹۲؛ صفری و همکاران، ۱۳۹۳؛ حسنی و همکاران، ۱۳۹۵؛ احمدی و همکاران، ۱۳۹۲؛ پیران نژاد و همکاران، ۱۳۹۴؛ زمانی و همکاران، ۱۳۹۳؛ فروهر و همکاران، ۱۳۹۰؛ ساجدپور و همکاران، ۱۳۹۴؛ نوروزی و کلاته سیفری، ۱۳۹۳؛ فراهانی و فلاحتی، ۱۳۸۶؛ باباشاهی و همکاران، ۱۳۹۲؛ رضایی، ۱۳۹۳؛ زالی و همکاران، ۱۳۹۲؛ شریعت نژاد و همکاران، ۱۳۹۴؛ صفری و گلشاهی، ۱۳۹۲)، کارآفرینی راهبردی (رضوی و همکاران، ۱۳۹۴)، روحیه کارآفرینی (بهرام زاده و همکاران، ۱۳۸۹؛ سعادت طلب، علیمردانی و فتح الهی، ۱۳۹۲؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۵)، عوامل تقویت کارآفرینی (حیدری ساربان، ۱۳۹۲)، عوامل رفتاری کارآفرینی (بارانی و همکاران، ۱۳۸۹)، عملکرد کارآفرینی (خانجانی، ۱۳۸۷)، کارآفرینی اجتماعی (مرادی و همکاران، ۱۳۹۴)، مهارت-های کارآفرینی (رسولی، علیپور، عباسی و سبزفروش، ۱۳۹۲؛ دایی چینی و اسلام پناه، ۱۳۹۴؛

---

1. Baron

2. Du Toit & Gaotlhobogwe

3. Steinkellner, Zehetner & Czerny

فخرانی و همکاران، ۱۳۹۴؛ حریری و همکاران، ۱۳۹۵)، قابلیت‌های کارآفرینی (میرزاصفی و همکاران، ۱۳۹۲؛ آریانی و همکاران، ۱۳۹۵) و تمایلات کارآفرینی (حسینیان و همکاران، ۱۳۸۶، محمدی و همکاران، ۱۳۹۰) و آموزش کارآفرینی (عزیزی، علیپور و زعفریان، ۱۳۹۸ و طغرایبی، میرواحدی و هاشمی، ۱۳۹۸).

اما آنچه در این نوشتار حائز اهمیت است، علی‌رغم مطالعات زیادی که در خصوص کارآفرینی انجام شده است، پژوهشی که به همبسته‌های روانشناختی کارآفرینی پرداخته باشد، متعدد و متفاوت می‌باشد. انجام بررسی‌های فراتحلیلی در این مرحله می‌تواند ضمن بازنگری مطالعات پیشین، نتایج آن‌ها را ترکیب و به برآورد دقیق‌تر و نتایج واحدی بیانجامد، ترکیب نتایج و استفاده از پژوهش‌های پیشین به عنوان واحد تحلیل برای به دست آوردن یک تصویر کلی و بدون ابهام در زمینه کارآفرینی می‌تواند در جهت بررسی مولفه‌های روانشناختی مرتبط با کارآفرینی اهمیت بسزایی داشته باشد. از این رو هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی فراتحلیل تمامی پژوهش‌های انجام شده داخلی در زمینه کارآفرینی به منظور بازنگری مطالعات پیشین و ترکیب نتایج آنها به منظور تعیین میانگین اندازه اثر کلی متغیرهای همبسته با کارآفرینی در ایران است. به عبارت دیگر هدف اساسی پژوهش حاضر این است که میزان اندازه اثر مطالعات انجام شده در خصوص کارآفرینی به دست آید.

## روش پژوهش

روش پژوهش حاضر از نوع فراتحلیل بود. در این پژوهش ابتدا با استفاده از کلید واژه کارآفرینی در پایگاه‌های اطلاعاتی داخلی و موتورهای جستجوی گوناگون به یافتن و جمع آوری تمام مقاله‌های منتشر شده به زبان فارسی اقدام شد که به بررسی کارآفرینی در ایران پرداخته بودند. در شروع فعالیت از کلید واژه کارآفرینی استفاده شد، اما به منظور جمع آوری مقاله‌های همبسته، سعی شد در هنگام جستجو از کلید واژه رابطه کارآفرینی، ارتباط کارآفرینی به همراه حروف اضافه "با" و "و" استفاده شود تا بتوان پژوهش‌های همبسته با این پژوهش را پیدا نمود. بدین ترتیب تمام پژوهش‌های انجام شده در فاصله سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶ با استفاده از پایگاه‌های پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات<sup>۱</sup>، پایگاه علمی جهاد دانشگاهی<sup>۲</sup> و پایگاه مجلات نور<sup>۳</sup>، مجلات مرتبط با کارآفرینی همچون مجله توسعه کارآفرینی (گرچه این مجلات نمایه شده در پایگاه داده‌ها بودند اما برای اطمینان بیشتر مورد بررسی قرار گرفتند) و گوگل اسکولار گردآوری شدند.

1. Irandoc
2. SID
3. Noormags

به منظور بالا بردن کیفیت کار، جستجوی مقالات توسط دو نفر که آشنایی کامل به روش‌های جستجو منابع اطلاعاتی داشتند به صورت جداگانه انجام شد. ابتدا بر اساس روش مرور منظم، کلیه مولفه‌هایی مرتبط با کارآفرینی جمع‌آوری گردید. برای وارد کردن هر پژوهش در فراتحلیل ملاک‌های زیر در نظر گرفته شدند: ۱. پژوهش‌ها در مجلات علمی-پژوهشی به چاپ رسیده باشند. ۲. پژوهش‌ها به رابطه مولفه‌های روانشناختی با کارآفرینی پرداخته باشند. ۳. پژوهش‌ها از نظر اصول و روش شناختی به درستی انجام شده باشند. ۴. پژوهش‌ها اطلاعات لازم برای محاسبه اندازه اثر را ارائه کرده باشند. همچنین برای انتخاب و استخراج اطلاعات پژوهش‌های گوناگون نسبت به تهیه یک فهرست وارسی اقدام شد. از این فهرست به منظور کدگذاری پژوهش‌ها استفاده شد. از این رو تعداد ۱۵۵ مقاله با مولفه‌های مرتبط با کارآفرینی از جمله کارآفرینی سازمانی، قابلیت‌های کارآفرینی، روحیه کارآفرینی، تمایلات کارآفرینی یافت شد. اما از آنجا که هدف اصلی پژوهش حاضر همبسته‌های روانشناختی کارآفرینان بوده است؛ مقالاتی که معیارهای ورود به پژوهش را نداشته‌اند حذف گردیدند. با توجه به ملاک‌های ورود پژوهش‌ها در فراتحلیل و همچنین نتایج ارزیابی از میان پژوهش‌های انجام شده ۳۷ پژوهش انتخاب و تحلیل شدند. تحلیل داده‌های پژوهش براساس ضریب همبستگی پیرسون برای مدل اثرهای ثابت<sup>۱</sup> صورت پذیرفت. جهت انجام عملیات آماری از ویرایش دوم نرم افزار فراتحلیل<sup>۲</sup> (بورنشتین و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۰۹) استفاده شد.

### چک لیست تحلیل محتوا: از این چک لیست برای انتخاب مقالات و پایان نامه‌های دارای

ملاک درون گنجی و استخراج اطلاعات لازم برای انجام فراتحلیل استفاده شد که این لیست مولفه‌های زیر را شامل گردید: عنوان پژوهش انجام شده درباره همبسته‌های روانشناختی کارآفرینی، مشخصات کامل مجریان، سال اجرای پژوهش، ابزارهای جمع‌آوری اطلاعات بر طبق کیفیت تحقیق، جامعه آماری، حجم نمونه و سطح معناداری. در این بررسی، صرفاً پژوهش‌هایی که روایی و اعتبار آنها محرز گردیده بود برای فراتحلیل انتخاب شد. روش احراز به این صورت بود که پژوهش‌هایی روایی و اعتبار ضعیف در فراتحلیل وارد نشدند و در جدول شماره ۱ مشخصات تحقیقات انتخاب شده برای فراتحلیل همراه با نمونه (N) ارائه شدند.

---

1. Fixed Effect Model

2. Comprehensive Meta. Analysis, Version 2.0 (CMA)

3. Borenstein

## جدول ۱. اطلاعات توصیفی پژوهش‌های مورد استفاده در فراتحلیل

| کد | نام و نام خانوادگی  | سال  | موضوع   | N    |
|----|---------------------|------|---|------|
| ۱  | شکرکن و همکاران     | ۱۳۸۱ | بررسی رابطه ساده و چندگانه خلاقیت، انگیزه پیشرفت و عزت نفس با کارآفرینی               | ۲۰۰  |
| ۲  | فراهانی و فلاحی     | ۱۳۸۶ | بررسی رابطه بین عوامل روانشناختی توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی                      | ۶۰   |
| ۳  | سرمدی و همکاران     | ۱۳۸۸ | بررسی رابطه‌ی متغیرهای باورهای هوشی، عزت نفس و انگیزه‌ی پیشرفت با کارآفرینی           | ۸۴۸  |
| ۴  | گل شکوه و همکاران   | ۱۳۸۸ | رابطه بین سبک‌های تفکر، انگیزه، پیشرفت، پیشرفت تحصیلی و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان | ۳۴۰  |
| ۵  | برومندنسب و شکرکن   | ۱۳۸۸ | رسی رابطه ساده و چندگانه خوداثربخشی، جایگاه مهار و تحمل ابهام با کارآفرینی            | ۳۶۴  |
| ۶  | آقاجانی و گنجه خور  | ۱۳۸۹ | تبیین نقش ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینان بر فرآیند کارآفرینی مستقل                   | ۲۹۱  |
| ۷  | ناظم فتاح و صمد     | ۱۳۸۹ | بررسی رابطه بین مدیریت دانش و سلامت سازمانی با کارآفرینی                              | ۳۲۰  |
| ۸  | علیپور و مرزبان     | ۱۳۹۰ | بررسی رابطه بین هوش سازمانی و کارآفرینی   | ۱۱۹  |
| ۹  | گودرزی و همکاران    | ۱۳۹۰ | بررسی رابطه‌ی بین نوآوری و کارآفرینی در فدراسیون‌های موفق                             | ۴۰   |
| ۱۰ | کمالیان و فاضل      | ۱۳۹۰ | بررسی رابطه هوش هیجانی و میزان کارآفرینی دانشجویان                                    | ۲۸۴  |
| ۱۱ | محبوبی و همکاران    | ۱۳۹۰ | تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) بر خودکارآمدی، عملکرد تحصیلی، و کارآفرینی       | ۹۰۸  |
| ۱۲ | میرهاشمی و حنیفی    | ۱۳۹۰ | رابطه بین کارآفرینی و درگیری شغلی کارکنان   | ۱۴۶  |
| ۱۳ | فتاح                | ۱۳۹۲ | رابطه بین کارآفرینی مدیران و کیفیت زندگی کاری کارکنان                                 | ۱۳۶۸ |
| ۱۴ | فیضی آوات و همکاران | ۱۳۹۱ | رابطه هوش شناختی و تحمل ابهام با کارآفرینی در دانشجویان                               | ۱۱۲۲ |
| ۱۵ | محبوبی و همکاران    | ۱۳۹۱ | بررسی رابطه عزت نفس و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان                                   | ۱۹۰  |
| ۱۶ | مشبکی و همکاران     | ۱۳۹۱ | بررسی رابطه مولفه‌های هوش هیجانی و کارآفرینی در بین دانشجویان                         | ۶۶   |
| ۱۷ | حجازی و همکاران     | ۱۳۹۲ | نقش ادراک کیفیت زندگی کاری در کارآفرینی سازمانی                                       | ۱۳۲  |
| ۱۸ | خدایی و همکاران     | ۱۳۹۲ | بررسی رابطه‌ی بین ویژگی‌های شخصیتی و روان شناختی (Traits) با کارآفرینی                | ۱۶۵  |
| ۱۹ | پارسا منش و همکاران | ۱۳۹۲ | اثربخشی آموزش کارآفرینی بر رشد صفات شخصیتی مربوط به کارآفرینی هنرجویان شاخه کاردانش   | ۴۲   |
| ۲۰ | ربیعی و سرابی       | ۱۳۹۲ | بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر کارآفرینی زنان                               | ۶۱   |
| ۲۱ | رحیمی و آقابابایی   | ۱۳۹۲ | تحلیل استراتژی‌های خود رهبری و ارتباط آن با کارآفرینی                                 | ۸۴   |
| ۲۲ | صادقی و همکاران     | ۱۳۹۳ | بررسی عوامل رفتاری مؤثر بر توسعه کارآفرینی در ورزش کشور                               | ۹۰   |

| کد | نام و نام خانوادگی | سال  | موضوع   | N   |
|----|--------------------|------|---|-----|
| ۲۳ | حسینی و همکاران    | ۱۳۹۴ | اضطراب اجتماعی، خودباوری و کارآفرینی زنان سرپرست خانوار                 | ۳۷۴ |
| ۲۴ | شکرالهی و طاهری    | ۱۳۹۴ | رابطه بین کیفیت زندگی کاری و رفتار شهروندی سازمانی با کارآفرینی کارکنان | ۱۱۵ |
| ۲۵ | طاهری و شعبانی     | ۱۳۹۶ | رابطه سبک تفکر (قانون گذار، اجرایی و قضاوت گرا) و کارآفرینی مدیران      | ۳۰۰ |

### یافته‌های پژوهش

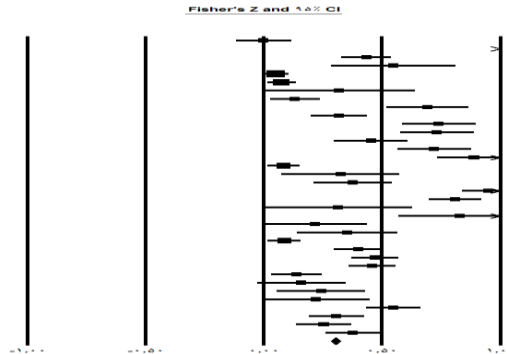
جدول شماره ۲، فرا تحلیل مطالعات کارآفرینی را بر اساس ۳۶ مورد نشان می‌دهد. میانگین اندازه اثر کلی مطالعات انجام یافته در زمینه کارآفرینی برابر ۰,۳۰۴ می‌باشد که هر دو در سطح ۰,۰۰۱ معنادار هستند. لذا بر اساس فرض صفر مبنی بر اینکه متوسط کلی اندازه اثر رابطه ندارد، رد می‌شود. بر اساس ملاک‌های کوهن برای تغییر معنی دار اندازه اثر، ارزش‌های  $d$  بالا نشان دهنده میزان اندازه اثر زیاد است. به همین دلیل میانگین اندازه اثر پژوهش حاضر ۰,۳۰۴ را میتوان به عنوان اثر متوسط متغیرهای همبسته با کارآفرینی تفسیر کرد.

جدول ۲. داده‌های فرا تحلیل متغیرهای همبسته با کارآفرینی

| ردیف | کد | سال  | r     | Z فیشر | SE    | ردیف | کد | سال  | r     | Z فیشر | SE    |
|------|----|------|-------|--------|-------|------|----|------|-------|--------|-------|
| ۱    | ۱  | ۱۳۸۱ | ۰,۳۸۰ | ۰,۴۰۰  | ۰,۰۵۰ | ۱۹   | ۱۶ | ۱۳۹۱ | ۰,۳۱۵ | ۰,۳۲۶  | ۰,۱۲۶ |
| ۲    | ۱  | ۱۳۸۱ | ۰,۴۴۰ | ۰,۴۷۲  | ۰,۰۵۰ | ۲۰   | ۱۷ | ۱۳۹۲ | ۰,۶۰۰ | ۰,۶۹۳  | ۰,۰۸۸ |
| ۳    | ۱  | ۱۳۸۱ | ۰,۴۳۰ | ۰,۴۶۰  | ۰,۰۵۰ | ۲۱   | ۱۸ | ۱۳۹۲ | ۰,۶۳۰ | ۰,۷۴۱  | ۰,۰۷۹ |
| ۴    | ۲  | ۱۳۸۶ | ۰,۵۰۰ | ۰,۵۴۹  | ۰,۱۳۲ | ۲۲   | ۱۸ | ۱۳۹۲ | ۰,۶۲۵ | ۰,۷۳۳  | ۰,۰۷۹ |
| ۵    | ۳  | ۱۳۸۸ | ۰,۵۸۸ | ۰,۰۸۹  | ۰,۰۳۹ | ۲۳   | ۱۸ | ۱۳۹۲ | ۰,۴۲۶ | ۰,۴۵۵  | ۰,۰۷۹ |
| ۶    | ۴  | ۱۳۸۸ | ۰,۱۴۰ | ۰,۱۴۰  | ۰,۰۵۴ | ۲۴   | ۱۸ | ۱۳۹۲ | ۰,۶۸۱ | ۰,۷۲۲  | ۰,۰۷۹ |
| ۷    | ۵  | ۱۳۸۸ | ۰,۴۱۰ | ۰,۴۳۶  | ۰,۰۵۳ | ۲۵   | ۱۸ | ۱۳۹۲ | ۰,۷۱۲ | ۰,۸۹۱  | ۰,۰۷۹ |
| ۸    | ۶  | ۱۳۸۹ | ۰,۱۵۰ | ۰,۹۴۰  | ۰,۰۵۹ | ۲۶   | ۱۹ | ۱۳۹۲ | ۰,۳۰۴ | ۰,۳۱۴  | ۰,۱۶۰ |
| ۹    | ۷  | ۱۳۸۹ | ۰,۷۴۰ | ۰,۹۵۰  | ۰,۰۵۶ | ۲۷   | ۲۰ | ۱۳۹۲ | ۰,۶۸۱ | ۰,۸۳۱  | ۰,۱۳۱ |
| ۱۰   | ۷  | ۱۳۸۹ | ۰,۶۷۰ | ۰,۸۱۱  | ۰,۰۵۶ | ۲۸   | ۲۱ | ۱۳۹۲ | ۰,۲۱۵ | ۰,۲۱۸  | ۰,۱۱۱ |
| ۱۱   | ۸  | ۱۳۹۰ | ۰,۸۵۰ | ۱,۲۵۶  | ۰,۰۹۳ | ۲۹   | ۲۲ | ۱۳۹۳ | ۰,۳۴۱ | ۰,۲۵۵  | ۰,۱۰۷ |
| ۱۲   | ۹  | ۱۳۹۰ | ۰,۳۰۸ | ۰,۳۱۸  | ۰,۱۶۴ | ۳۰   | ۲۳ | ۱۳۹۴ | ۰,۱۳۳ | ۰,۱۳۴  | ۰,۰۵۲ |
| ۱۳   | ۱۰ | ۱۳۹۰ | ۰,۳۱۰ | ۰,۳۲۱  | ۰,۰۶۰ | ۳۱   | ۲۴ | ۱۳۹۴ | ۰,۱۶۰ | ۰,۱۶۱  | ۰,۰۹۴ |
| ۱۴   | ۱۱ | ۱۳۹۰ | ۰,۸۵  | ۰,۰۸۶  | ۰,۰۳۳ | ۳۲   | ۲۴ | ۱۳۹۴ | ۰,۲۴۰ | ۰,۲۴۵  | ۰,۰۹۴ |
| ۱۵   | ۱۲ | ۱۳۹۰ | ۰,۳۶۲ | ۰,۳۷۹  | ۰,۰۸۴ | ۳۳   | ۲۵ | ۱۳۹۶ | ۰,۵۰۰ | ۰,۵۴۹  | ۰,۰۵۸ |
| ۱۶   | ۱۳ | ۱۳۹۲ | ۰,۰۵۳ | ۰,۰۵۳  | ۰,۰۲۷ | ۳۴   | ۲۵ | ۱۳۹۶ | ۰,۳۰۰ | ۰,۳۱۰  | ۰,۰۵۸ |
| ۱۷   | ۱۴ | ۱۳۹۱ | ۰,۰۷۷ | ۰,۰۷۷  | ۰,۰۲۰ | ۳۵   | ۲۵ | ۱۳۹۶ | ۰,۲۵۰ | ۰,۲۵۵  | ۰,۰۵۸ |
| ۱۸   | ۱۱ | ۱۳۹۱ | ۰,۲۴۹ | ۰,۲۵۵  | ۰,۰۹۹ | ۳۶   | ۲۵ | ۱۳۹۶ | ۰,۳۶۰ | ۰,۳۷۷  | ۰,۰۵۸ |

نمودار شماره ۲ فاصله اطمینان اندازه اثر ۲۵ مطالعه با ۳۶ همبسته برای کارآفرینی را نشان می‌دهد. همانطور که در نمودار یک مشاهده می‌شود به جز مطالعات شماره ۴، ۱۲، ۱۹، ۲۷، ۲۸، ۲۹ اندازه اثر سایر مطالعات مورد بررسی در سطح ۰,۰۹۵ تا ۰,۹۹ درصد معنادار هستند و

همانگونه که پیشتر آمد میانگین اندازه اثر کلی تمام این ۳۶ مطالعه در مدل ثابت در سطح ۰,۰۰۱ معنادار است. بالاترین اندازه اثر در ۳۶ مطالعه مورد بررسی به ترتیب مربوط به مطالعات شماره ۱۱ (۱,۲۵۶)، ۲۵ (۰,۸۹۱)، ۱۰ (۰,۸۱۱) و ۲۲ (۰,۷۳۳) می‌باشد.



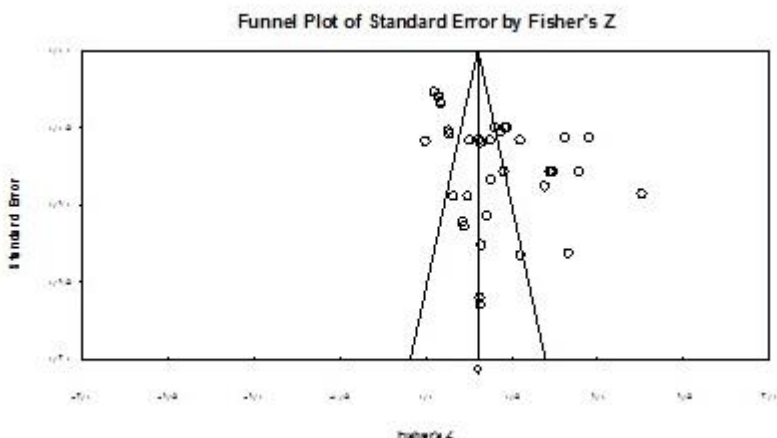
نمودار ۱. فاصله اطمینان اندازه اثر همبسته‌های روانشناختی با کارآفرینی

برای بررسی ناهمگونی<sup>۱</sup> مطالعات از شاخص کیو<sup>۲</sup> استفاده شد. شاخص کیو برای ۳۶ مطالعه با درجه آزادی ۳۵ برابر ۸۳۴,۹۹۶ محاسبه شد که در سطح ۰,۰۰۱ معنادار است. بنابراین فرض صفر تایید شده و نتیجه می‌گیریم که مطالعات مورد بررسی نامتجانس و ناهمگون است. هرچند تعداد مطالعات کم نیست، با این حال آماره  $I^2$  نیز محاسبه شد و برابر ۹۵,۸۰۸ است که باز هم نشانگر ناهمگونی بسیاری در مطالعات است. بدین ترتیب مطالعات مورد بررسی در یک اندازه اثر حقیقی مشترک هستند و تفاوت اندازه اثر ناشی از خطای نمونه‌گیری است. از سوی دیگر محاسبه‌های مربوط به اثر تصادفی نیز معنادار بودند. بنابراین، ناهمگونی مطالعات ناشی از روش آماری نیست؛ به همین دلیل از مدل اثرهای ثابت استفاده و نسبت به جستجوی متغیرهای تعدیل‌کننده اقدام شد. هر فراتحلیلی به دلیل ملاک‌های انتخاب و حذف مطالعات، مقداری سوگیری دارد که در این مقاله که توسط نمودار کیفی نشان داده شده است. بنابراین با توجه به شکل ۱ و ۲ نمودار فانل یا کیفی پژوهش از آنجا که مطالعات در بالای نمودار جمع شده که بر عدم وجود سوگیری انتشار دلالت دارد.

1. Heterogeneity

2. Q Index





نمودار ۲: نمودار فانل (قیفی) مطالعات همبسته روانشناختی با کارآفرینی (خطای استاندارد براساس Z فیشر)

### بحث و نتیجه گیری

در این فرا تحلیل سعی شده است تا با یکپارچه کردن مطالعات، همبسته‌های روانشناختی کارآفرینی را مورد بررسی قرار دهد. نتایج نشان داد که میانگین اندازه اثر کلی مطالعات انجام شده در زمینه کارآفرینی برابر ۰,۳۰۴ است که در سطح ۰,۰۰۱ معنادار است و مطابق با جدول تفسیر اندازه اثر کوهن در سطح متوسط ارزیابی می‌شود. در بین پژوهش‌های مورد بررسی، بیشترین میزان اندازه اثر محاسبه شده (بر مبنای Z فیشر ۱,۲۵۶) بود که مربوط به پژوهش علیپورو مرزبان بوده است. در مطالعه علیپورو و مرزبان (۱۳۹۰) از محاسبات آماری توصیفی و استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون) استفاده شده است. همچنین کمترین میزان اندازه اثر مربوط به پژوهش فتاح (۱۳۹۲) بوده است.

یافته‌های این پژوهش نشان داد که بین عوامل رفتاری (صادقی و همکاران، ۱۳۹۳)، جایگاه مهار و تحمل ابهام (برومندنسب و شکرکن، ۱۳۸۸)، نوآوری (گودرزی و همکاران، ۱۳۹۰)، ویژگی‌های روانشناختی (آقاجانی و گنجه خور، ۱۳۸۹)، کیفیت زندگی کاری و رفتار شهروندی (شکرالهی و طاهری، ۱۳۹۴)، اضطراب اجتماعی و خودباوری (حسینی و همکاران، ۱۳۹۴)، هوش هیجانی (کمالیان و فاضل، ۱۳۹۰)، ویژگی‌های شخصیتی و روانشناختی (خدایی و همکاران، ۱۳۹۲)، باورهای هوشی، عزت نفس و انگیزه پیشرفت (سرمدی و همکاران، ۱۳۸۸)، آموزش کارآفرینی بر رشد صفات شخصیتی (پارسامنش و همکاران، ۱۳۹۲)، خودرهبی (رحیمی و آقابابایی، ۱۳۹۲)، کیفیت زندگی (فتاح، ۱۳۹۲)، مدیریت دانش و سلامت سازمانی (ناظم فتاح و

صمدی، ۱۳۸۹)، درگیری شغلی (میرهاشمی و حنیفی، ۱۳۹۰)، هوش شناختی و تحمل ابهام (فیضی آوات و همکاران، ۱۳۹۱)، هوش سازمانی (علیپور و مرزبان، ۱۳۹۰)، خودکارآمدی و عملکرد تحصیلی (محبوبی و همکاران، ۱۳۹۰)، سرمایه اجتماعی (ربیعی و سرایی، ۱۳۹۲)، سلامت روحی و جسمی (حجازی و همکاران، ۱۳۹۵)، عزت نفس و خلاقیت (محبوبی و همکاران، ۱۳۹۱)، مولفه‌های هوش هیجانی (مشبکی و همکاران، ۱۳۹۱)، عوامل روانشناختی توانمندسازی (فراهانی و فلاحتی، ۱۳۸۶)، سبکهای تفکر، انگیزه پیشرفت، پیشرفت تحصیلی و خلاقیت (گلشکوه و همکاران، ۱۳۸۸) با کارآفرینی اندازه اثر معنادار وجود دارد. با توجه به نتایج به دست آمده میتوان اینطور استنباط نمود که یکی از جنبه‌های مهم در بحث کارآفرینی ابعاد روانشناختی آن است. تقویت بعد روانشناختی می‌تواند در بهبود عملکرد کارآفرینی تاثیر بسزایی داشته باشد. همانطور که قبلا اشاره شد، مولفه‌های مورد بررسی در بعد رفتاری و انگیزشی بیشترین تاثیر را بر کارآفرینی داشته‌اند و منجر شده‌اند تا میزان آن به طور چشمگیری افزایش پیدا کند. فرد کارآفرین با تقویت مهارت‌های روانشناختی خود می‌تواند تاثیرات بالقوه‌ای بر دیگران داشته باشد و عملکرد کاری خود را بالا برد. کارآفرین شدن به تنهایی نمی‌تواند عاملی برای موفقیت باشد، بلکه لازم است در حین آن به جنبه‌های رشد فردی توجه شود. نکته‌ای که میتوان در این مورد بیش از هر عامل دیگری مورد بررسی و تبیین قرار داد، قابلیت آموزش هر کدام از این ویژگی‌ها است. توانایی آموزش دادن آنها می‌تواند مهارت‌های افراد کارآفرین را توسعه دهد و قابلیت بیشتری برای آنها متصور شود. لکن به دیگر پژوهشگران علاقه‌مند این حوزه توصیه می‌شود از ویژگی‌های شخصیتی که عمدتاً جنبه اکتسابی دارند استفاده شود و آنها را وارد حوزه آموزش نمایند. از این رو میتوان به منظور ویژگی‌های شخصیتی افراد مدلی جهت پایداری کارآفرینی ترسیم نمود. با این رویکرد کارآفرینی در طولانی مدت تداوم می‌یابد و برنامه و چشم انداز آن روشن خواهد شد. همچنین با استفاده از یک پژوهش فراتحلیل، به دیگر مولفه‌های کارآفرینی همانند مهارت‌های کارآفرینی، قابلیت‌های کارآفرینی، توسعه کارآفرینی پرداخته شود. البته این پژوهش با محدودیت‌هایی هم روبرو بود از جمله: نبودن یک بانک اطلاعاتی منسجم و منظم در کشور و عدم دسترسی به منابع و پژوهش‌هایی که در این حیطه مشخص شده است، گرچه مانع از سهولت دستیابی پژوهشگر به مقالات و پایان نامه‌های مختلف در سراسر کشور باشد.

**سپاسگزاری:** مقاله حاضر، حاصل کار پژوهشی و پایان نامه دکتری دانشگاه اصفهان است، نویسنده مقاله بر خود لازم می‌داند از تمامی کسانی که در این پژوهش یاری رسانده‌اند، تشکر و قدردانی نماید.

## منابع

- آقاجانی، حسنعلی و گنجه خور، زیبا. (۱۳۸۹). تبیین نقش ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینان بر فرآیند مستقل. *پژوهشنامه مدیریت تحول*. شماره ۲ (۴): ۱۱۸-۱۴۰.
- آریانی، ابراهیم؛ زاهد بابان، عادل؛ معینی کیا، مهدی؛ خالق خواه، علی؛ سروش، مصطفی؛ موسوی، طیبه. (۱۳۹۵). نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در توسعه قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی. *برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*. شماره ۳ (۲۹): ۴۱-۶۸.
- اکبری، سیدعلی؛ نظری زاده، امیرعباس؛ سپهوند، رضا و نظرپوری، امیرهوشنگ. (۱۳۹۲). بررسی رابطه سرمایه روانشناسی و کارآفرینی سازمانی در میان کارکنان پلیس فرودگاه‌های کشور. *دانش انتظامی*. شماره ۱۵ (۴): ۷۷-۵۹.
- باباشاهی، جبار، غلامشاهی، ابراهیم و افخمی، مهدی. (۱۳۹۲). تاثیر راهبردهای مدیریت منابع انسانی نوآورانه بر کارآفرینی سازمانی: تبیین نقش جو نوآوری. *توسعه کارآفرینی*. شماره ۶ (۳): ۸۷-۱۰۴.
- برومندنسب، مسعود و شکرکن، حسین. (۱۳۸۸). بررسی رابطه ساده و چندگانه خودآربخشی، جایگاه مهار و تحمل ابهام با کارآفرینی. *دست آوردهای روانشناختی*. شماره ۱ (۱۲): ۲۷-۵۰.
- بهرام زاده، محمد؛ باورصاد، بلقیس و جعفرپور، محمود. (۱۳۸۹). ارزیابی نقش جو سازمانی در روحیه کارآفرینی دانش آموزان مقطع متوسطه شهراهاز. *علوم تربیتی*. شماره ۳ (۸۹): ۱۵۱-۱۸۰.
- پارسامنش، فریبا؛ صبحی قراملکی، ناصر و برماس، حامد. (۱۳۹۲). اثربخشی آموزش کارآفرینی بر رشد صفات شخصیتی مربوط به کارآفرینی هنرجویان شاخه کارودانش. *روانشناسی تحلیلی شناختی*. شماره ۱۶ (۴): ۹۹-۹۱.
- پیران نژاد، علی؛ کولیوند، اسحاق و غفاری، علی. (۱۳۹۴). بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی. *مدیریت دولتی*. شماره ۷ (۱): ۴۱-۵۴.
- حیدری ساریان، وکیل. (۱۳۹۲). نقش توانمندسازی روانشناختی بر تقویت کارآفرینی روستایی مطالعه موردی استان اردبیل. *جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*. شماره ۲۰ (۱۱): ۲۱۷-۲۳۸.
- حسنی، محمد، بهادری، رقیه و کاظم زاده بیطالی، مهدی. (۱۳۹۵). رابطه رهبری تحول گرا و هویت سازمانی با کارآفرینی سازمانی اعضای هیات علمی دانشگاه تبریز. *توسعه کارآفرینی*. شماره ۹ (۳): ۴۳۳-۴۵۲.

حسینیان، سیمین؛ طباطبایی یحیی آبادی، شهناز و خدابخشی کولایی، آناهیتا. (۱۳۸۶). بررسی اثربخشی آموزش‌های آماده‌سازی شغلی و کارآفرینی بر تمایلات کارآفرینی جوانان داوطلب استفاده از تسهیلات اشتغال زایی شهر تهران. *پژوهش‌های مشاوره*. شماره ۲۳ (۱۰): ۴۱-۶۶. حریری، پریسا؛ فکری، کاترین و فانی، حجت‌الله. (۱۳۹۵). اثربخشی مشاوره شغلی مبتنی بر الگوی چند محوری شفیع آبادی بر مهارت‌های کارآفرینی و مهارت‌های اجتماعی دانش‌آموزان دختر. *زن و جامعه*. شماره ۷(۴): ۱-۱۶.

حجازی، اسد؛ نوه ابراهیم، عبدالرحیم؛ بهرنگی، محمدرضا و زین آبادی، حسن رضا. (۱۳۹۲). نقش ادراک کیفیت زندگی کاری در کارآفرینی سازمانی. *ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*. شماره ۳ (۳): ۱۱۳-۱۳۸.

خانجانی، زینب. (۱۳۸۷). رابطه ویژگی‌های کم دامنه شخصیت با استعداد و عملکرد کارآفرینی دانشجویان دانشگاه تبریز. *مطالعات روانشناختی*. شماره ۴(۱): ۴۷-۷۰.

خدایی، رضا؛ بهلولی، نادر و غنیمت، پیمان. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی با کارآفرینی. *مدیریت بهره‌وری*. شماره ۲۵ (۱۰): ۱۲۷-۱۴۲.

دایی چینی، مجید و اسلام پناه، مریم. (۱۳۹۴). بررسی رابطه هوش تجاری و مهارت‌های کارآفرینی مخترعین غرب کشور. *ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*. شماره ۵ (۳): ۲۱۳-۲۲۸. زمانی، محمود؛ حقیقی، محمد و رزمجو، شراره. (۱۳۹۳). رابطه رضایت شغلی کارکنان، کارآفرینی سازمانی و رشد سازمانی در شرکت‌های بیمه. *مدیریت فرهنگ سازمانی*. شماره ۱۲ (۴): ۶۳۵-۶۵۳.

رضایی، روح‌الله؛ بادسار، محمد و صلاحی مقدم، نفیسه. (۱۳۹۲). رویکرد جنسیتی در سنجش رابطه هوش هیجانی و قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان. *زن در توسعه و سیاست*. شماره ۴۲، ۳۹۳-۴۱۰.

رسولی، رویا؛ محمدعلیپور، زینب؛ عباسی، مرتضی و سبزو، نسرين. (۱۳۹۲). نقش معنویت و دینداری در کار بر مهارت‌های کارآفرینی کارکنان دانشگاه. *فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی*. شماره ۱۵ (۵)، ۷۲-۸۸.

ریبعی، علی و سرابی، سولماز. (۱۳۹۲). بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر کارآفرینی زنان (مطالعه موردی، انجمن زنان مدیر کارآفرین). *مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی*. شماره ۱(۴)، ۳۳-۶۸.

رضوی، سید مصطفی؛ شهریاری، سلطانه‌علی و احمدپورداریانی، محمود. (۱۳۹۴). بررسی تاثیر دو سوتوانی سازمانی بر کارآفرینی راهبردی. *توسعه کارآفرینی*. شماره ۳۰ (۵): ۷۶۷-۷۸۶.

فرا تحلیل همبسته‌های روانشناختی کارآفرینی در ایران

رحیمی، حمید و آقابابایی، راضیه. (۱۳۹۲). تحلیل استراتژی‌های خود رهبری و ارتباط آن با کارآفرینی اعضای هیئت علمی دانشگاه کاشان. پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی. شماره ۷۰ (۱۰): ۱۶۱-۱۷۱.

سعادت طلب، آیت الله؛ علیمردانی، مهرزاد و فتح الهی، احمد. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین جو سازمانی با روحیه کارآفرینی. فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی، شماره ۱۵ (۵)، ۳۴-۵۴.

ساجدپور، حسن هریس و شیخعلی زاده هریس، محبوب. (۱۳۹۴). تاثیر سبک‌های رهبری بر کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان تهران. مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۲۸ (۸): ۲۱۹-۲۳۱.

سیدنقوی، میرعلی و عبدالله پور، مونا. (۱۳۸۹). رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی. توسعه کارآفرینی. شماره ۹ (۷): ۱۰۳-۱۳۰.

سرمدی، محمدرضا؛ محبوبی، طاهر و عبدالله زاده، حسن. (۱۳۸۸). بررسی رابطه متغیرهای باورهای هوشی، عزت نفس و انگیزه پیشرفت با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه پیام نور استان آذربایجان شرقی و غربی. پژوهش‌های نوین روانشناختی. شماره ۱۴ (۴): ۶۳-۸۸.

شکرالهی، علی و طاهری، عبدالمحمد. (۱۳۹۴). رابطه بین کیفیت زندگی کاری و رفتار شهروندی سازمانی با کارآفرینی کارکنان. رهیافتی نو در مدیریت آموزشی. شماره ۲۴ (۱۲): ۱۲۹-۱۵۲.

شریعت نژاد، علی؛ امرایی، علی و ساعدی، عبدالله. (۱۳۹۴). تاثیر راهبردهای نوآوری بر توسعه کارآفرینی سازمانی: با میانجی قابلیت‌های یادگیری سازمان. توسعه کارآفرینی. شماره ۲۸ (۵): ۳۱۳-۳۳۲.

شکرکن حسین؛ نجاریان، بهمن؛ شهنی بیلاق، منیجه و برومندنسب، مسعود. (۱۳۸۱). بررسی رابطه ساده و چندگانه خلاقیت، انگیزه پیشرفت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز. علوم تربیتی و روانشناسی. شماره ۹ (۳): ۱-۲۴.

صفری، علی و گلشاهی، بهنام. (۱۳۹۲). تاثیر هوش هیجانی مدیران بر کارآفرینی سازمانی: نقش سبک رهبری و فرهنگ سازمانی. توسعه کارآفرینی. شماره ۳ (۵): ۱۸۳-۲۰۲.

صادقی، حسین؛ هنری، حبیب و مندعلیزاده، زینب. (۱۳۹۳). بررسی عوامل رفتاری مؤثر بر توسعه کارآفرینی در ورزش کشور. مدیریت ورزشی. شماره ۲۳ (۱۰): ۶۷۱-۶۸۲.

صفری، سعید؛ آهوپای، مریم؛ شمس، فاطمه. (۱۳۹۳). بررسی نقش سرمایه فکری و ابعاد آن در توسعه کارآفرینی سازمانی. فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی. شماره ۱۹ (۷): ۴۱-۶۵.

طاهری، عبدالمحمد و شعبانی، محمد. (۱۳۹۶). رابطه سبک تفکر (قانون‌گذار، اجرایی و قضاوت‌گرا) و کارآفرینی مدیران با سلامت سازمانی کارکنان. *رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*. شماره ۳۱: ۳۰۹-۳۲۶.

طغریایی، محمدتقی؛ میرواحدی، سیدسعید و هاشمی، سمیه. (۱۳۹۸). طراحی الگوی آموزش کارآفرینانه در مدرسه. *نوآوری‌های آموزشی*. شماره ۱۸ (۷۱): ۵۹-۸۲.

علی پورشرسوار، حمیدرضا و مرزبان مقدم، غفت. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین هوش سازمانی و کارآفرینی در شرکت‌های تولیدی استان گیلان. *رشد فناوری*. شماره ۹ (۳۶): ۴۷-۵۱.

علیزاده، محمدباقر؛ عباس زاده، محمد و حیاتی، صفر. (۱۳۹۵). بررسی رابطه هوش هیجانی با قابلیت کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز. *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*. شماره ۵ (۳): ۳۶۸-۳۴۵.

عزیزی، زهره؛ صفاری نیا، مجید؛ علیپور، احمد و زعفریان، احمد. (۱۳۹۸). تاثیر بسته آموزش کارآفرینی بر خلاقیت و اعتماد به نفس کودکان پیش دبستانی. *توسعه کارآفرینی*. شماره ۱۲ (۲): ۲۶۱-۲۸۰.

فراهانی، ابوالفضل و فلاحتی، مهدی. (۱۳۸۶). بررسی رابطه بین عوامل روانشناختی توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی کارشناسان ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌ها. *پژوهش در علوم ورزشی*. شماره ۱۵ (۷): ۶۷-۸۰.

فیضی، آوات؛ محبوبی طاهر؛ زارع، حسین و مصطفایی، علی. (۱۳۹۱). رابطه هوش شناختی و تحمل ابهام با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه پیام نور استان آذربایجان غربی. *تحقیقات علوم رفتاری*. شماره ۱۰ (۴): ۲۷۶-۲۸۴.

فخرانی، عباس؛ حمیدی، مهرزاد و جلالی فراهانی، مجید. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین هوش هیجانی و مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان تربیت بدنی. *مدیریت ورزشی*. شماره ۲۹ (۱۰): ۹۳۵-۹۵۰.

فروهر، محمد؛ هویدا، رضا و جمشیدیان، عبدالرسول. (۱۳۹۰). تبیین رابطه سرمایه روانشناختی و کارآفرینی سازمانی اعضای هیات علمی دانشگاه فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی. شماره ۸ (۵): ۸۳-۱۰۰.

کمالیان، امین رضا و فاضل، امیر. (۱۳۹۰). بررسی رابطه هوش هیجانی و میزان کارآفرینی دانشجویان. *توسعه کارآفرینی*. شماره ۱۱: ۱۲۷-۱۴۶.

گل شکوه، فرزانه؛ احدی، حسن؛ عنایتی، میرصلاح الدین؛ عسگری، پرویز؛ حیدری، علیرضا و پاشا، غلامرضا. (۱۳۸۸). رابطه بین سبک‌های تفکر، انگیزه، پیشرفت، پیشرفت تحصیلی و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان. *یافته‌های نو در روانشناسی*. شماره ۴ (۱۰): ۱۰۵-۱۱۸.

فرا تحلیل همبسته‌های روانشناختی کارآفرینی در ایران

گودرزی، محمود؛ فراهانی، ابوالفضل و طباطبایی، محمد حسن. (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین نوآوری و کارآفرینی در فدراسیون‌های موفق. *مطالعات مدیریت ورزشی*. شماره ۱۲: ۱۲۷-۱۳۶.

وکیلی، یوسف؛ الوانی، سیدمهدی و محمدی الیاسی، قنبر. (۱۳۹۳). تبیین نقش عوامل محیطی در توسعه کارآفرینی در بخش عمومی. *توسعه کارآفرینی*. شماره ۲۴: ۱۹۱-۲۱۰.

مرادی، حجت‌الله؛ صادقیه چشمه، ستار و بیاتی، یاسر. (۱۳۹۴). تأثیر هوش اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی (مطالعه موردی: مدیران بسیج استان چهارمحال و بختیاری). *مطالعات راهبردی بسیج*. شماره ۶۹: ۱۳۱-۱۵۲.

محمودی، مفید و منجم زاده، نازلی. (۱۳۹۳). بررسی تاثیر و رتبه بندی ابعاد شخصیت روی کارآفرینی. *پژوهش‌های مدیریت راهبردی*. شماره ۲۰ (۵۶): ۱۳۳-۱۶۰.

محقق هرچقان، معصومه؛ اکبری، مرتضی و شیرمراد، مرزبان. (۱۳۹۴). تاثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی سازمانی بین کارکنان دانشگاه تهران. *توسعه کارآفرینی*. شماره ۳۰: ۷۰۹-۷۲۷.

محبوبی، کمال؛ بنی سی، پریناز و شیرزاد کبریا، بهارک. (۱۳۹۰). بررسی رابطه عزت نفس و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور مرکز بوکان در سال تحصیلی ۸۹-۱۳۸۸. *نوآوری‌های مدیریت آموزشی*. شماره ۸(۱): ۱۰۵-۱۲۰.

مشبکی، اصغر؛ محمدعلی، تباربائی مهدی و شایگان فرد، زهرا. (۱۳۹۱). بررسی رابطه مولفه‌های هوش هیجانی و کارآفرینی در بین دانشجویان (مطالعه موردی: دانشجویان کارشناسی ارشد مدیریت- دانشگاه آزاد اسلامی استان مازندران). *نوآوری‌های مدیریت آموزشی*. شماره ۷(۲): ۱۷-۷.

میرزاصفی، اعظم؛ رجایی پور، سعید و جمشیدیان، عبدالرسول. (۱۳۹۰). رابطه بین سواد اطلاعاتی و قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دوره‌های تحصیلات تکمیلی دانشگاه اصفهان. *کتابداری و اطلاع رسانی*. شماره ۵۳: ۲۴۱-۲۶۸.

محبوبی، طاهر؛ زندی، بهمن؛ ملکی، حسن و کریمی، بهالدین. (۱۳۹۰). تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) بر خودکارآمدی، عملکرد تحصیلی، و کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور. *مدیریت و برنامه ریزی در نظام‌های آموزشی*. شماره ۶: ۸-۳۱.

میرهاشمی، مالک؛ حنیفی، کورش. (۱۳۹۰). رابطه بین کارآفرینی و درگیری شغلی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن. *نوآوری‌های مدیریت آموزشی*. شماره ۲۵: ۱۴۱-۱۵۸.

محمدی، حمید رضا؛ احمدی، عبادالله؛ امین شایان جهرمی، شاپور. (۱۳۹۰). بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی با تمایل به کارآفرینی. *زن و جامعه*. شماره ۲ (۱): ۹۹-۱۲۰.

ناظم، فتاح. (۱۳۹۲). رابطه بین کارآفرینی مدیران و کیفیت زندگی کاری کارکنان در مراکز آموزش عالی. *پژوهش‌های مدیریت در ایران*. شماره ۱۷(۲): ۲۲۳-۲۴۴.

ناظم، فتاح؛ کریم زاده، صمد؛ قادری، الهام. (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین مدیریت دانش و سلامت سازمانی با کارآفرینی کارکنان در سازمان تامین اجتماعی. *پژوهش اجتماعی*. شماره ۹: ۸۹-۱۱۵.

ناهید، مجتبی؛ زالی، محمدرضا؛ حسین زاده، مجید و ساجدنیای، فیروزه. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر جو کارآفرینی سازمانی بر نوآوری، مطالعه موردی: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی. *توسعه کارآفرینی*. شماره ۶(۳): ۴۷-۶۶.

نوه ابراهیم، عبدالرحیم و یوسفی، فرزانه. (۱۳۹۵). عوامل موثر بر سکوت سازمانی، مانع ایجاد کارآفرینی سازمانی. *رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*. شماره ۲۶: ۱۳۳-۱۵۶.

نوروری سید حسینی، رسول و کلاته سیفری، معصومه. (۱۳۹۳). اثر کارآفرینی سازمانی بر جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان ادارات تربیت بدنی استان مازندران. *مدیریت ورزشی*. شماره ۲۰: ۸۹-۱۰۸.

Baum, J. R., Frese, M., & Baron, R. A. (Eds.). (2014). *The psychology of entrepreneurship*. Psychology Press.

Borenstein, M., Hedges, L. V., Higgins, T. PT., X Rothstein, H. (2009). Introduction to Meta- Analysis. New York: John Wiley & Sons.

Liguori, E., Corbin, R., Lackeus, M., & Solomon, S. J. (2019). Under-researched domains in entrepreneurship and enterprise education: primary school, community colleges and vocational education and training programs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.

Rauch, A. (2014). Predictions of entrepreneurial behavior: A personality approach. In E. Chell & M. Karatas-Ozkan (Eds.) *Handbook of Research on Small Business and Entrepreneurship*. Edward Elgar, London, UK, 165-183.

Steinkellner, P. F., Zehetner, K., & Czerny, E. J. (2010). The contribution of psychological entrepreneurship research for management education. M/O/T International Conference on Management Learning, Vienna.

Tang J, Kacmar KM, Busenitz LW. (2012). Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *J. Bus. Ventur.* Vol 27(1):77-94.

Du Toit, A., & Gaotlhogwe, M. (2018). A neglected opportunity: entrepreneurship education in the lower high school curricula for technology in South Africa and Botswana. *African journal of research in mathematics, science and technology education*, 22(1), 37-47.

Van Praag CM, Versloot PH. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Bus. Econ.* Vol 29(4):351-82.