



سنجش و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی با استفاده از مدل MADM

سید جلیل میرمیران^۱
سمیه دژیار*^۲

چکیده

توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه می‌تواند به رشد نوآوری، ایجاد محیط رقابتی، توسعه اقتصادی و ایجاد شغل در یک جامعه کمک کند. سازمان‌ها باید شرایطی را فراهم کنند که در کل سازمان، جو و روحیه کارآفرینی حکم‌فرما شود و افراد بتوانند به‌طور فردی و گروهی، در سازمان به فعالیت‌های کارآفرینانه بپردازند. در این پژوهش، به بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی پرداخته شده است و اهمیت عوامل مؤثر با روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره، مشخص شده است. با توجه به موارد مذکور در این پژوهش تلاش شده است تا در مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی انجام‌شده عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی تشریح و اهمیت هر یک از عوامل مؤثر با روش AHP و استفاده از نرم‌افزار اکسپرت چویس مشخص شود. مطابق نتایج این تحقیق، عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی به‌ترتیب عبارت‌اند از: رهبری، منابع انسانی، نوآوری، فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، نوسازی راهبردی، کسب‌وکار جدید و ریسک‌پذیری.

واژگان کلیدی: کارآفرینی سازمانی، عوامل سازمانی، گرایش کارآفرینانه.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۰۷/۱۴، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۳/۱۰/۰۳

۱. عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.

۲. دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.

E-mail: bahardezhvar@yahoo.com

۱. مقدمه

امروزه کارآفرینی برای ایجاد فضای سالم اقتصادی و رشد ضروری است و نقش کارآفرینی در پایداری و ثبات اقتصادی تایید شده است. توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه می‌تواند به رشد نوآوری، ایجاد محیط رقابتی، توسعه اقتصادی و ایجاد شغل در یک جامعه کمک کند. در واقع کارآفرینی تنها به فعالیت‌های مخاطره‌آمیز مستقل منحصر نمی‌شود؛ بلکه شامل سازمان کارآفرین و مجموعه‌های سازمانی نیز می‌شود (دهقان و همکاران، ۱۳۹۱).

سازمان‌های مختلف مشتاقانه در حال ترویج فعالیت‌های کارآفرینانه در میان کارکنان خود هستند. کارآفرینی، مفهومی مهم و پیچیده است که شامل طیف وسیعی از فعالیت‌ها، شاخص‌ها و موضوعات متعدد است و تحت تاثیر عوامل مختلفی قرار می‌گیرند؛ بنابراین سنجش و رتبه‌بندی این عوامل ضروری است (احمد پور داریانی، ۱۳۸۳)؛ لذا در این پژوهش به بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی پرداخته می‌شود و اهمیت عوامل مؤثر با روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره مشخص می‌شود.

آیا اهمیت و ارزش متغیرهای مؤثر بر کارآفرینی سازمانی یکسان است؟ در صورتی که پاسخ منفی است، الویت و رتبه‌بندی هر یک از این متغیرها در چه جایگاهی قرار گرفته است؟ و اهمیت پژوهش از این جهت است که کارآفرینی سازمانی راهبردی برای توسعه اقتصادی محسوب می‌شود و سازمان‌ها این راهبرد را در پاسخ به سه نیازی که بر آن‌ها تحمیل شده است به کار می‌گیرند که عبارت‌اند از: افزایش سریع رقابتی جدید، حس بی‌اعتمادی به روش‌های تولید سنتی.

خروج بهترین نیروهای کار از سازمان و اقدام آن‌ها برای کارآفرینی مستقل و اهداف تحقیق عبارت‌اند از: هدف عام که تعیین تاثیر عوامل سازمانی و گرایش کارآفرینانه بر کارآفرینی سازمانی است و اهداف خاص تحقیق: ۱) تعیین وزن عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی؛ ۲) رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی.

۲. پیشینه تحقیق

مارتین روجاس و همکاران^۱ (۲۰۱۳)، در مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر حمایت‌های تکنولوژیکی، مهارت و شایستگی و یادگیری سازمانی روی کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های تکنولوژی محور اروپایی» به بررسی تأثیر متغیرهای مختلف تکنولوژیکی (حمایت مدیریت ارشد از فن‌آوری، مهارت‌های فن‌آوری و شایستگی متمایز فن‌آوری) و یادگیری سازمانی بر کارآفرینی سازمانی و در نتیجه بررسی و تحلیل تأثیر کارآفرینی در شرکت‌های بزرگ بر عملکرد سازمانی در زمینه

1. Martín-Rojasa

فن‌آوری شرکت می‌پردازد. ماترو سانچز و همکاران در مطالعه‌ای با عنوان «مدیریت منابع انسانی و کارآفرینی سازمانی به بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های کوچک و متوسط آمریکا، چین و اسپانیا» می‌پردازد.

بهاردواج^۱ و همکاران در مطالعه‌ای با عنوان «پیشران‌ها و توانمندسازهای کارآفرینی شرکتی: مطالعه موردی شرکت‌های تولید نرم‌افزار هندی» به بررسی تأثیر تیم مدیریت، چشم‌انداز طراحی‌شده و ساختار رقابتی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های هندی می‌پردازد.

الوانی و همکاران در مطالعه‌ای با عنوان «شناسایی و اولویت‌بندی عوامل سازمانی مؤثر بر اجرایی کردن ابعاد کارآفرینی سازمانی» توجه بسیاری از محققان را به خود جلب کرده‌اند و با توجه به نقش قابل توجه عوامل سازمانی در این زمینه، هدف این تحقیق شناسایی و اولویت‌بندی عوامل سازمانی مؤثر بر اجرایی کردن ابعاد کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های کارآفرین در صنایع غذایی است.

طبرسا و همکاران (۱۳۹۰)، در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی وضعیت کارآفرینی سازمانی در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور» به بررسی سنجش کارآفرینی سازمانی در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور می‌پردازد.

عربیون و همکاران در مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر ساختار سازمانی بر گرایش کارآفرینانه افراد سازمان، مورد مطالعه: کتابخانه‌های دانشگاه تهران» بررسی تأثیر ساختار سازمانی بر گرایش کارآفرینانه افراد سازمان در کتابخانه‌های مربوط به پردیس‌های دانشگاه تهران که در شهر تهران مستقر هستند، می‌پردازند.

ایمانی‌پور و همکاران در مطالعه‌ای به بررسی رابطه گرایش به کارآفرینی شرکتی و عملکرد و همبستگی میان گرایش به کارآفرینی شرکتی نمایندگی‌های فروش حقوقی شرکت سهامی بیمه ایران در شهر تهران و عملکرد آن‌ها پرداخته‌اند.

۳. روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق از لحاظ نوع تحقیق از تحقیقات کاربردی و از نظر نحوه جمع‌آوری داده‌ها از نوع پیمایشی است. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شده است. در واقع در این تحقیق تلاش بر این است تا عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی شناسایی و رتبه‌بندی شوند. برای انجام این هدف، نیارمند شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی است.

– متغیر وابسته: کارآفرینی سازمانی

– متغیر مستقل: عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی (عوامل سازمانی و گرایش کارآفرینانه)

روش گردآوری داده‌ها و اطلاعات: این تحقیق سعی بر این است تا عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی شناسایی و رتبه‌بندی شوند. روش استفاده‌شده برای جمع‌آوری اطلاعات در این بخش، پرسشنامه بوده است. لازم به ذکر است که مقیاس اندازه‌گیری پرسشنامه مذکور مقیاس زوجی ۹ تایی ساعتی است.

جامعه و نمونه آماری: جامعه آماری تحقیق موسس و مدیران ارشد شرکت‌های هستند که در جشنواره کارآفرینان برتر به عنوان کارآفرین برتر معرفی شده‌اند. قلمرو مکانی این مطالعه شرکت‌های که در جشنواره کارآفرینان برتر به عنوان کارآفرین برتر در سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۳ در استان تهران و البرز می‌باشد؛ بنابراین با توجه به مشخص بودن تعداد جامعه آماری از فرمول کوکران (۱) برای به‌دست آوردن حجم نمونه استفاده شده است:

$$n = \frac{N \sigma^2 Z^2 \frac{\alpha}{2}}{e^2 (N-1) + \sigma^2 Z^2 \frac{\alpha}{2}} \quad \text{رابطه (۱)}$$

n : حداقل حجم نمونه

N : تعداد جامعه آماری

$Z^2 \frac{\alpha}{2}$: میزان برآورد با در نظر گرفتن ضریب اطمینان ۹۵٪ این مقدار برابر ۱/۹۶ است.

e : درصد خطای مجاز (دقت برآورد) که ۰/۰۵ در نظر گرفته می‌شود.

σ^2 : واریانس جامعه که چون از قبل یک شاخص به‌عنوان پارامتر واریانس جامعه مورد مطالعه وجود نداشت؛ بنابراین میانگین و واریانس جامعه از پیش تعیین نشده بود.

۴. روش و ابزار بررسی و تحلیل داده‌ها

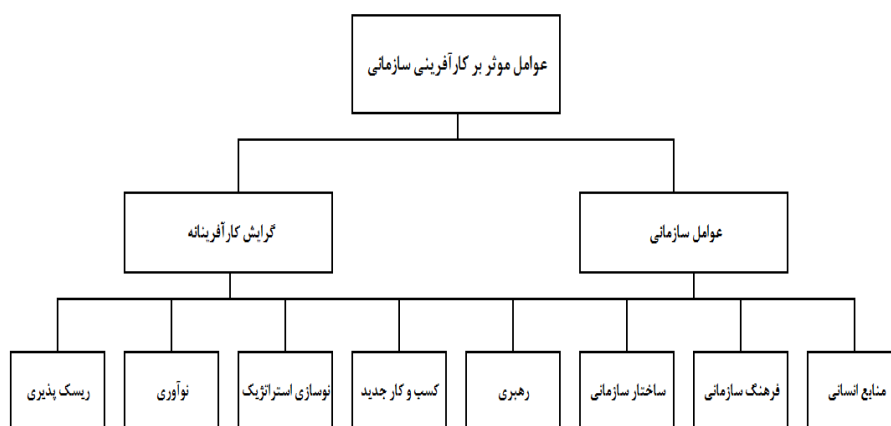
روش‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه متعدّدند و هر یک ویژگی‌ها و شرایط کاربرد خاص خود را دارند، شرایط به‌کارگیری آن‌ها نیز متفاوت است. در این میان یکی از روش‌های مهم و کاربردی، فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی^۱ (AHP) است (اصغری‌پور، ۱۳۸۳) که در این تحقیق برای رتبه‌بندی و اولویت‌بندی عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر کارآفرینی از آن‌ها استفاده می‌شود. برای تعیین وزن ابتدا باید مقایسه‌های دوتایی بین عوامل اصلی و فرعی صورت بگیرد. برای جمع‌آوری داده‌های لازم برای این مرحله پرسشنامه تحقیق طراحی شد که در آن از مقیاس اندازه‌گیری ۹ تایی ساعتی به شرح جدول ۱ استفاده شده است.

1. Analytical Hierarchy Process

جدول ۱: مقیاس نه کمیتهی پروفیسور ساعتی برای مقایسه دو دویی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی

درجه اهمیت	تعریف	توضیح
۱	اهمیت مساوی	در تحقیق هدف، دو معیار اهمیت مساوی دارند.
۳	اهمیت اندکی بیشتر	تجربه نشان می‌دهد که برای تحقیق هدف، اهمیت ۱ کمی بیشتر از ۳ است.
۵	اهمیت بیشتر	تجربه و تامل نشان می‌دهد که اهمیت ۱ آشکارا بیشتر از ۳ است.
۷	اهمیت خیلی بیشتر	در عمل ثابت شد که اهمیت ۱ خیلی بیشتر از ۳ است.
۹	اهمیت مطلق	اهمیت خیلی بیشتر ۱ نسبت به ۳ به‌طور قطعی به اثبات رسیده است.
۲ و ۴ و ۶ و ۸	مقادیر بینابین	هنگامی که حالت میانه‌ای وجود دارد.

ساختار درختی تهیه شده از عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در نرم‌افزار اکسپرت چویس به شرح شکل ۱ است.



شکل ۱: ساختار سلسله مراتبی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی (ماخذ: یافته‌های پژوهش)

در این تحقیق از نظرات ۳۸ نفر که پرسشنامه را به‌طور کامل تکمیل کردند استفاده شد؛ در نتیجه یک مدل تصمیم‌گیری گروهی ارائه شده است؛ بنابراین براساس مدل AHP، به‌منظور تعیین ماتریس تصمیم‌گیری نهایی برای مقایسه زوجی عوامل اصلی و فرعی میانگین هندسی نظرات پاسخ‌دهندگان را محاسبه کرده‌اند و در ماتریس نهایی قرار داده‌اند و در نهایت درایه‌های ماتریس‌های نهایی را در نرم‌افزار اکسپرت چویس وارد می‌کنند. جدول ۲ میانگین هندسی پاسخ‌ها را با توجه به طیف آن نشان می‌دهد.

جدول ۲: میانگین هندسی پاسخ‌ها

شماره سوال	میانگین هندسی پاسخ‌ها	طیف پاسخ
۱	۲	قرمز
۲	۳	قرمز
۳	۲	قرمز
۴	۲	قرمز
۵	۲	آبی
۶	۳	آبی
۷	۱	یکسان
۸	۳	آبی
۹	۲	آبی
۱۰	۲	آبی
۱۱	۲	قرمز
۱۲	۲	قرمز
۱۳	۲	قرمز

(ماخذ: یافته‌های تحقیق)

محاسبه وزن عوامل فرعی گرایش کارآفرینانه: برای تعیین وزن عوامل فرعی عامل اصلی گرایش کارآفرینانه، اعداد نهایی مربوط به مقایسه‌های زوجی ماتریس وزن‌دهی در ماتریس عوامل گرایش کارآفرینانه (سوال ۲ تا ۷ پرسشنامه) در نرم‌افزار وارد و محاسبه‌های مربوطه انجام می‌شود.

	کسب و کار جدید	نوسازی استراتژیک	نوآوری	ریسک پذیری
ریسک پذیری	۲.۰	۲.۰	۲.۰	
نوآوری	۲.۰	۲.۰		
نوسازی استراتژیک	۱.۰			
کسب و کار جدید				

شکل ۲: ماتریس نهایی وزن‌دهی عوامل فرعی گرایش کارآفرینانه

(ماخذ: یافته‌های تحقیق)

شکل ۲ نشان‌دهنده اهمیت نسبی عوامل فرعی گرایش کارآفرینانه از دیدگاه خبرگان است. همان‌طور که مشاهده می‌شود شاخص ناسازگاری محاسبه‌شده برای ماتریس مقایسه‌های زوجی برابر با ۰/۰۲ است. با توجه به اینکه شاخص ناسازگاری، کمتر از ۰/۱ است، قابل قبول است و نشان می‌دهد پاسخ‌دهندگان قضاوت مناسبی در مقایسه‌های زوجی داشته‌اند.



شکل ۳: وزن عوامل فرعی گرایش کارآفرینانه
(ماخذ: یافته‌های تحقیق)

بر اساس شکل ۳، مهم‌ترین عامل فرعی برای گرایش کارآفرینانه، نوآوری (۰/۴۶۰) و پس از آن به ترتیب نوسازی استراتژیک (۰/۲۲۰)، کسب‌وکار جدید (۰/۲۰۱) و ریسک‌پذیری (۰/۱۱۹) قرار دارند.

	رهبری	ساختار سازمانی	فرهنگ سازمانی	منابع انسانی
رهبری	۲.۰	۲.۰	۲.۰	۲.۰
ساختار سازمانی			۲.۰	۲.۰
فرهنگ سازمانی				۲.۰
منابع انسانی				

شکل ۴: ماتریس نهایی وزن‌دهی عوامل فرعی عوامل سازمانی
(ماخذ: یافته‌های تحقیق)

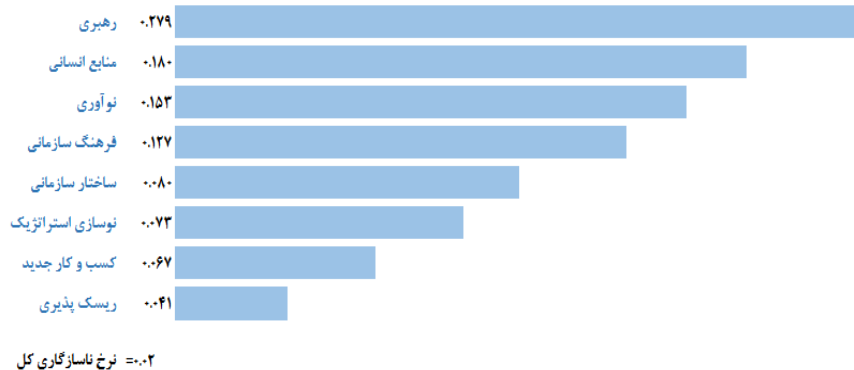
شکل ۴ نشان‌دهنده اهمیت نسبی عوامل فرعی عوامل سازمانی از دیدگاه خبرگان است. شاخص ناسازگاری محاسبه‌شده برای ماتریس مقایسه‌های زوجی برابر با ۰/۰۳ است. با توجه به اینکه شاخص ناسازگاری، کمتر از ۰/۱ است، قابل قبول است و نشان می‌دهد پاسخ‌دهندگان قضاوت مناسبی در مقایسه‌های زوجی داشته‌اند.



شکل ۵: وزن عوامل فرعی عوامل سازمانی

(ماخذ: یافته‌های تحقیق)

بر اساس شکل ۵، مهمترین عامل فرعی برای عوامل سازمانی، رهبری (۰/۴۱۸) و پس از آن به ترتیب منابع انسانی (۰/۲۷۱)، فرهنگ سازمانی (۰/۱۹۱) و ساختار سازمانی (۰/۱۲۰) قرار دارند. در این مرحله پس از آنکه عناصر هر سطح نسبت به عنصر مربوط خود در سطح بالاتر به صورت زوجی مقایسه و وزن نسبی آن‌ها محاسبه شد، با تلفیق (ضرب) وزن‌های نسبی عوامل فرعی با وزن عوامل اصلی خود، وزن نهایی هر عامل فرعی مشخص می‌شود که آن را وزن نهایی می‌نامند. در این صورت است که می‌توان اولویت هر عامل فرعی را با توجه به وزن نهایی مشخص کرد. وزن نهایی عوامل مؤثر در نرم‌افزار اکسپرت چویس از فرمان عمل سنتز انجام می‌شود. با انجام این عمل نتیجه زیر (شکل ۶) حاصل شد.



شکل ۶: وزن نهایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی

(ماخذ: یافته‌های تحقیق)

بر اساس شکل ۶، نرخ ناسازگاری برای کل مدل ۰/۰۲ است که نشان‌دهنده قضاوت مناسب در کل مدل توسط خبرگان موضوع است. لازم به‌ذکر است که مطابق نتایج تلفیق اوزان عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی، اولویت عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی عبارت است از رهبری (۰/۲۷۹)، منابع انسانی (۰/۱۸۰)، نوآوری (۰/۱۵۳)، فرهنگ سازمانی (۰/۱۲۷)، ساختار سازمانی (۰/۰۸۰)، نوسازی استراتژیک (۰/۰۷۳)، کسب‌وکار جدید (۰/۰۶۷) و ریسک‌پذیری (۰/۰۴۱).

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهاد

امروزه کارآفرینی برای ایجاد فضای سالم اقتصادی و رشد ضروری است و نقش کارآفرینی در پایدارسازی و ثبات اقتصادی تأیید شده است. به‌همین دلیل، سازمان‌های مختلف مشتاقانه در حال ترویج فعالیت‌های کارآفرینانه در میان کارکنان خود هستند. کارآفرینی، مفهومی مهم و پیچیده است که شامل طیف وسیعی از فعالیت‌ها، شاخص‌ها و موضوع‌های متعدد است و تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار می‌گیرند؛ بنابراین سنجش و رتبه‌بندی این عوامل ضروری است؛ لذا در این پژوهش به بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی پرداخته شد و اهمیت عوامل مؤثر با روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره مشخص شد.

سوال اول تحقیق: وزن عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی چگونه است؟

در این تحقیق برای بررسی اهمیت عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی از نظر خبرگان موضوع، از رویکرد AHP استفاده شد. با توجه به بررسی و تحلیل داده‌های حاصل از پرسش‌گری با روش AHP توسط نرم‌افزار اکسپرت چویس، وزن نهایی و نسبی عوامل اصلی و فرعی مؤثر بر کارآفرینی سازمانی به شرح جدول ۳ است:

جدول ۳: وزن عوامل اصلی و فرعی مؤثر بر کارآفرینی سازمانی

وزن نهایی عوامل فرعی	وزن نسبی عوامل فرعی	عوامل فرعی مؤثر	وزن	عوامل اصلی مؤثر
۰/۲۷۹	۰/۴۱۸	رهبری	۰/۶۶۷	عوامل سازمانی
۰/۱۸۰	۰/۲۷۱	منابع انسانی		
۰/۱۲۷	۰/۱۹۱	فرهنگ سازمانی		
۰/۰۸۰	۰/۱۲۰	ساختار سازمانی		
۰/۱۵۳	۰/۴۶۰	نوآوری	۰/۳۳۳	گرایش کارآفرینانه
۰/۰۷۳	۰/۲۲۰	نوسازی استراتژیک		
۰/۰۶۷	۰/۲۰۱	کسب‌وکار جدید		
۰/۰۴۱	۰/۱۱۹	ریسک‌پذیری		

(ماخذ: یافته‌های تحقیق)

سوال دوم تحقیق: کدام عوامل در گسترش کارآفرینی سازمانی دارای اهمیت بیشتری هستند؟
 با توجه به وزن نهایی به دست آمده جهت عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی، مهمترین عامل تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی سازمانی به ترتیب عبارت‌اند از: رهبری (۰/۲۷۹)، منابع انسانی (۰/۱۸۰)، نوآوری (۰/۱۵۳)، فرهنگ سازمانی (۰/۱۲۷)، ساختار سازمانی (۰/۰۸۰)، نوسازی استراتژیک (۰/۰۷۳)، کسب و کار جدید (۰/۰۶۷) و ریسک‌پذیری (۰/۰۴۱).

پیشنهادها و ارائه راهکارهای کاربردی: با توجه به نتایج، پیشنهادهای زیر به مدیران و تصمیم‌گیران شرکت‌ها به منظور توسعه کارآفرینی سازمانی ارائه می‌شود:

- بر اساس دستاوردهای تحقیق، عامل رهبری مهمترین عامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی است؛ بنابراین به مدیران و رهبران شرکت‌ها پیشنهاد می‌شود در راستای بهبود عامل رهبری و در نتیجه توسعه کارآفرینی سازمانی در شرکت، حمایت خود را از ابراز عقاید و پیشنهادی نوین کارکنان به طور آشکار اعلان کنند و از افراد خلاق و نوآور در سازمان حمایت کافی داشته باشند و به آن‌ها منابع لازم را تخصیص دهند.

- دومین عامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی، منابع انسانی و وجود نیروی شایسته، ماهر و یادگیرنده در سازمان است.

- نوآوری به عنوان یکی از مؤثرترین عامل (عامل سوم) بر کارآفرینی سازمانی شناسایی شده است. برای بهبود نوآوری در سازمان‌ها، برقراری نظام پیشنهادها در شرکت‌ها، طراحی سیستمی به منظور پرداخت پاداش‌های مالی و غیرمالی برای کارکنان خلاق و نوآور، ایجاد و توسعه واحد R&D، ایجاد شرایط برای انجام تحقیق و توسعه در واحدهای صنفی، حمایت آشکار و صریح مدیریت شرکت از پروژه‌های تحقیقاتی پیشنهاد می‌شود.

- بر اساس نتایج تحقیق، فرهنگ سازمانی از عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی است؛ بنابراین در این خصوص به مدیران شرکت‌ها پیشنهاد می‌شود در زمان نیاز به تغییرات در شرکاء باید گروه‌های موافق و تأثیرگذار در شرکت را شناسایی کنند و با جلب نظر آن‌ها برای تغییر به ایجاد همدلی و توافق عمومی بیشتری برای تغییر در سازمان دست یابند.

منابع

۱. اسکوثیان، معصومه (۱۳۹۱). «بررسی عوامل درون سازمانی مؤثر بر کارآفرینی سازمانی، دانشگاه مازندران». کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان.
۲. الوانی مهدی، صفری، خدامرادی (۱۳۹۲). «شناسایی و اولویت‌بندی عوامل سازمانی مؤثر بر اجرایی کردن ابعاد کارآفرینی سازمانی با تبیین نقش نهادینه سازی کارآفرینی». **فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)**، سال بیست و سوم، شماره ۷۰، صفحه ۱ تا ۲۴.
۳. دهقان، رضا، طالبی، عربیون (۱۳۹۱). «پژوهشی پیرامون عوامل مؤثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور». **مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه تهران (بیاورد سلامت)**، دوره ۶، شماره ۱.
۴. دانائی‌فرد، حسن، فروهی، صالحی (۱۳۸۶). «ارتقاء کارآفرینی در ایران: تحلیلی بر نقش دولت». **فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی**، شماره ۴۲، صفحه ۲۲۱ تا ۲۶۲.
۵. دادورخانی، فضیله، رضوانی، ایمنی، بوذر جمهری (۱۳۹۰). «تحلیل نقش گردشگری در توسعه‌ی ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (مطالعه موردی: روستای کندوان و اسکنان شهرستان اسکو)». **پژوهش‌های جغرافیای انسانی**، شماره ۷۸، صفحه ۱۹۵ تا ۱۶۹.
۶. رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، پورطاهری، فضلی (۱۳۹۳). «تحلیل عوامل مؤثر در توسعه‌ی کارآفرینی گردشگری روستایی». **مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری**، سال سوم، صفحه ۸۷ تا ۱۰۷.
۷. طبرسا، غلامعلی، احمدی‌زا، اسمعیلی گیوی (۱۳۹۰). «بررسی وضعیت کارآفرینی سازمانی در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور». **نشریه تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی**، دوره ۱۸، شماره ۳، صفحه ۳۶۳ تا ۳۷۴.
۸. ظاهریان، فرهاد (۱۳۹۴). «اهمیت و جایگاه کارآفرینی در سازمان‌ها». **نشریه سازمان زندان‌های ایران**.

9. Antoncic, B., Hisrich (2004). "Corporate Entrepreneurship Contingencies and Organizational Wealth Creation". **Journal of Management Development**, 23(6), 518-550.
10. Antoncic, B., Hisrich (2001). "Intrapreneurship: Construct Refinement and Cross-Cultural Validation". **Journal of business venturing**, 16(5), 495-527.
11. Balan, Peter, Lindsay, Noel (2010). "Innovation Capability and Entrepreneuria Lorientation Dimensions for Australian Hotels: an Empirical Study". **CooperativeResearch Centre for Sustainable Tourism**.
12. Birkinshaw, J.M., Hill (2007). "Strategic Archetypes in Corporate Venture Units". **Journal of Business Venturing**, 23(6), 423.
13. Fox, J. M. (2005). "Organizational Entrepreneurship and the Organizational Performance Linkage in University Extension." Ohio State University.
14. Gartner, W.B., Mitchell, Vesper (1989). "A taxonomy of New Business Ventures". **Journal of Business Venturing**, 4, 169-186.
15. Grave, A., Salaff, Janet. (2003). "Social Networks and Entrepreneurship". Baylor university, 5.
16. Heinonen, J., Korvela (2005). "How About Measuring Entrepreneurship?"

Retrieved from Small Business Institute". <http://www.oecd.org>.

17. Heinonen, J., Korvela (2003). "How about Measuring Intrapreneurship". Turku School of Economics and Business Administration. Turku, Finland, pp. 1-18.

18. Hisrich, R.D., Peters & Sheferd. (2005). **Entrepreneurship, Sixth Edition**. New York, McGraw-Hill Irwin.

19. Haar, J. M., White (2013). "Corporate Entrepreneurship and Information Technology Towards Employee Retention: A Study of New Zealand Firms". **Human Resource Management Journal**, 23(1), 109- 125.

20. Martín-Rojasa, Rodrigo, García-Moralesb, Bolívar-Ramos (2013). "Influence of Technological Support, Skills and Competencies, and Learning on Corporate Entrepreneurship in European Technology Firms, Technovation". 33, Issue 12, 417-430.

21. Odorovic, Z. W., McNaughton, Guild, (2010). "Entre: an Entrepreneurial Orientation Scale for Universities, Technovation". 31(2-3), 128-137.

22. Villiers-Scheepers, M. J. D. (2012). "Antecedents of Strategic Corporate Entrepreneurship". **European Business Review**, 24(5), 400- 424.