



## Investigating factors affecting intra-organizational entrepreneurship (case study: Tekdane Marand company)

Mohammad Hasan Haddadi<sup>1</sup>, Gebriel Marzi Alamdari<sup>2\*</sup>, Ramzan Mahmudlou<sup>3</sup>

Received date: 2023/11/04 Acceptance date: 2023/12/06

### Abstract

The purpose of this research is to investigate the factors affecting intra-organizational entrepreneurship and ways to improve it (Tekdane Marand Company). The research method is applied and survey which was implemented in the field method. The statistical population of this research includes all the employees of Tekdane company who are working in this company this year. The number of employees employed in this factory was more than 1000 people, and using Cochran's formula, 277 people were calculated as a statistical sample, and this number was chosen completely randomly from among the employees employed in this company. In order to collect data, the intra-organizational entrepreneurship questionnaire of Cornwall and Perlman (1990) and Stevenson's entrepreneurial questionnaire were used, and their validity and reliability have been confirmed. To analyze the data collected by research questionnaires, structural equation modeling (SEM) with partial least squares (PLS) approach was used by Smart PLS software. The results of the hypothesis test show: 1. Strategic orientation is effective on improving intra-organizational entrepreneurship in Tekdaneh Marand company. 2. Commitment to resources is effective in improving intra-organizational entrepreneurship in Tekdane Marand company. 3. The management structure is effective on improving intra-organizational entrepreneurship in Tekdane Marand company. 4. The philosophy of reward is effective on improving intra-organizational entrepreneurship in Tekdane Marand company. 5. Growth orientation is effective on the improvement of intra-organizational entrepreneurship in Tekdane Marand company. 6. Entrepreneurial culture is effective on improving intra-organizational entrepreneurship in Tekdane Marand company.

**Key words:** intra-organizational entrepreneurship, Stevenson model, Tekdane Marand company

---

<sup>1</sup> .Assistant Professor, Department of Management, Aras Branch, Islamic Azad University, Hadishehr, Iran Email: mhhaddadi@gmail.com

<sup>2</sup> .lecture, Department of Management, Aras Branch, Islamic Azad University, Hadishehr, Iran Email: j.marzibpj@yahoo.com(Corresponding author)

<sup>3</sup> .Senior expert in property and document registration management, Aras Branch, Islamic Azad University, Hadishehr, Iran Email: Ramazan.mahmoodloo@gmail.com

## بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی درون سازمانی (مطالعه موردی: شرکت تکدانه مرنده)

محمد حسن حدادی<sup>۱</sup> جبرئیل مرزی علمداری<sup>۲</sup> رمضان محمودلو<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۸/۱۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۹/۱۵

### چکیده

هدف این تحقیق بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی درون سازمانی و راهکارهای بهبود آن در شرکت تکدانه مرنده است. روش تحقیق کاربردی و پیمایشی است که به روش میدانی اجرا شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارکنان شرکت تکدانه می باشد که در سال جاری در این شرکت مشغول به کار هستند. تعداد کارکنان مشغول در این کارخانه غالب بر ۱۰۰۰ نفر بودند که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۷۷ نفر به عنوان نمونه آماری محاسبه شدند که این تعداد به صورت کاملاً تصادفی از بین کارکنان مشغول در این شرکت انتخاب شدند. جهت گردآوری داده ها از پرسشنامه کارآفرینی درون سازمانی کورنوال و پرلمن (۱۹۹۰) و پرسشنامه کارآفرینانه استیونسون استفاده شد که روایی و پایایی آنها مورد تایید قرار گرفته است. برای تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده توسط پرسشنامه های تحقیق از مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS) به وسیله نرم افزار Smart PLS استفاده شد. نتایج آزمون فرضیات نشان می دهد: ۱. گرایش استراتژیک بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرنده موثر است. ۲. تعهد به منابع بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرنده موثر است. ۳. ساختار مدیریت بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرنده موثر است. ۴. فلسفه پاداش بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرنده موثر است. ۵. رشد گرایی بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرنده موثر است. ۶. فرهنگ کارآفرینانه بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرنده موثر است.

**واژگان کلیدی:** کارآفرینی درون سازمانی، فرهنگ کارآفرینانه، مدل استیونسون، شرکت تکدانه مرنده

<sup>۱</sup> استادیار، گروه مدیریت، واحد ارس، دانشگاه آزاد اسلامی، هادیشهر، ایران ایمیل: mhaddadi@gmail.com

<sup>۲</sup> مربی، گروه مدیریت، واحد ارس، دانشگاه آزاد اسلامی، هادیشهر، ایران (نویسنده مسئول) ایمیل: j.marzipj@yahoo.com

<sup>۳</sup> کارشناس ارشد مدیریت ثبت اسناد و املاک، واحد ارس، دانشگاه آزاد اسلامی، هادیشهر، ایران ایمیل: Ramazan.mahmoodloo@gmail.com

## ۱. مقدمه

دنیای تجاری پرقابته امروزی که به سرعت در حال تغییر است، نیازمند رویکردهای استراتژیک برای کارآفرینی است. کارآفرینی توسط کمیسیون اروپا (۲۰۰۳) به عنوان ذهنیت و فرآیندهای توسعه فعالیت های اقتصادی در یک سازمان جدید یا مؤسسه موجود با ترکیب آن با مدیریت مؤثر، ریسک پذیری، خلاقیت و نوآوری تعریف می شود (Knošková, 2015). کارآفرین شخصی است که ابتکار عمل را به دست می گیرد و منابع را به ارزش تبدیل می کند (Ağca & Yörük, 2006). نوآوری و یادگیری سازمانی، بین المللی شدن و ایجاد شبکه های بین المللی از نتایج طبیعی کارآفرینی و مدیریت استراتژیک است (Hisrich & Peters, 2002). کارآفرین نیازهای موجود یا محتمل در جامعه را تعیین می کند، فرصت ها را درک می کند و بر اساس تجربیات و شهود خود تصمیمات آینده نگر می گیرد. این شاخص یک شخصیت آینده نگر است و تفکر کارآفرینی از عناصری مانند نوآور بودن، خلاق بودن و پیشگام بودن و ریسک کردن از طریق تفکر رقابتی تشکیل شده است (Başar, 2013). نوآوری یکی از ویژگی های بارز کارآفرینی است. افرادی که تمایل به کارآفرینی بالایی دارند پذیرای نوآوری هستند و رفتارهای نوآورانه تری از خود نشان می دهند. عناصر اساسی مفهوم کارآفرینی رفتارهای خلاق و نوآور هستند (Korkmaz, 2000). کارآفرینی در آشکارسازی نوآوری ها و ایجاد اشتغال جدید نقش دارد. در محیط هایی که تحولات سیاسی، فناوری و اقتصادی به سرعت اتفاق می افتد، انتظار می رود مؤسسات از پتانسیل کارآفرینی خود آگاه باشند و این پتانسیل را محقق کنند (Ağca et al, 2012). در میان تغییرات در محیط کسب و کار، روحیه کارآفرینی در سازمان ها به عنوان یک محرک مهم برای اقدام نوآورانه از نظر کشف فرصت های تجاری جدید و رشد پایدار در نظر گرفته می شود. اقدامات کارآفرینانه می تواند در سطح فردی یا سازمانی ظاهر شود (Farrukh et al, 2016). به عقیده آغا و یوروک، کارآفرینی فرآیند ایجاد سازمان های جدید است. رشد، تحول و توسعه بخش های جدید اقتصادی یک کشور را می توان از روی کارآفرینی مشخص کرد. این نگرش کارآفرینانه از رویکردهای مختلف، نه تنها با ظهور شرکت های جدید، بلکه با تصمیم گیری و فعالیت کارآفرینانه در شرایط خاص، خود را نشان می دهد. موفقیت تجاری را می توان به تأثیرات، تغییرات و فشارهای مختلف ناشی از محیط یا ویژگی های خاص کارآفرینان، جنبه های شخصی و محیط نسبت داد (Prada, 2021).

یکی از شاخص های کارآفرینی، کارآفرینی درون سازمانی است، که فعالیت های کارآفرینانه در سازمان های عامل است. کارآفرینی درون سازمانی به عنوان سرمایه گذاری شرکتی یا CE شناخته می شود و به عنوان پدیده ای تعریف می شود که در آن فرد یا گروهی از کارکنان نوآوری را تحریک می کنند یا شرکت های جدیدی را در سازمان ایجاد می کنند (Sharma & Chrisman, 2007). کارآفرینی درون سازمانی به کارکنان اجازه می دهد تا از منابع سازمان برای ایجاد تغییرات در سازمان و ایجاد یک کسب و کار جدید استفاده کنند (Ağca et al, 2012).

کارآفرینی درون سازمانی، سازمان ها را از طریق فعال بودن در بازار با جستجو و توسعه محصولات و خدمات برتر با استفاده از پتانسیل کارکنان برای ایجاد سودآوری و رشد توانمند می کند (Fernhaber & Patel, 2012). ریسک پذیری، استراتژی رقابتی و نوآوری پیش بینی کننده های تثبیت شده کارآفرینی در شرکت ها هستند (Kollmann & Stöckmann, 2014).

کارآفرینی درون سازمانی برای توضیح ایجاد راهحل برای چالش های پیش روی شرکت، توسعه محصولات جدید، خدمات یا روش های جدید برخورد با مشتریان فعلی یا جدید استفاده می شود (Antonicic & Hisrich, 2001). بر اساس تحقیقات میلر<sup>۱</sup> (۱۹۸۳) و چند تحقیق قبلی دیگر ریسک پذیری، پیشرفت، و فعالیت های سازمانی مبتنی بر نوآوری را به عنوان ابعاد تاثیرگذار بر کارآفرینی درون سازمانی پیشنهاد شده است که عموماً بر عملکرد تجاری و مزیت رقابتی تأثیر می

<sup>۱</sup> Miller

گذارد (Linton and Kask, 2017) فعالیتهای درون کارآفرینی کارکنان که شامل شروع، ریسک‌پذیری و ایده‌پردازی یا ارائه ایده‌های جدید است (Mokaya, 2012) می‌تواند به سازمان کمک کند تا با تهدیدات داخلی و خارجی سازگار شود و به طور فعال نسبت به فرصت‌های نوظهور اقدام کند و کارکنان انگیزه داشته باشند، تا این کار را انجام دهند (Duobiene, 2013).

بنابراین با توجه به مزایایی که کارآفرینی درون سازمانی برای سازمانها به ارمغان می‌آورد و با توجه به مساله اهمیت شرکت تکدانه در شهر مرند و استان آذربایجان شرقی، در این تحقیق به بحث و بررسی در مورد کارآفرینی سازمانی در این شرکت و عوامل موثر بر آن و راهکارهای بهبود کارآفرینی درون سازمانی پرداخته شده است. هدف اصلی در این تحقیق پاسخگویی به سوال زیر می‌باشد که آیا شاخص‌های مطرح در مدل استیونسون از عوامل موثر بر بهبود کارآفرینی سازمانی در شرکت تکدانه مرند می‌باشد یا نه و راهکارهای بهبود کارآفرینی درون سازمانی در این شرکت چه عواملی می‌باشند، است. براین اساس و بر اساس مدل بکارگرفته شده در تحقیق حاضر، اهداف تحقیق عبارتند از:

فرضیه اول: گرایش استراتژیک بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرند موثر است.

فرضیه دوم: گرایش به منابع بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرند موثر است.

فرضیه سوم: ساختار مدیریت بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرند موثر است.

فرضیه چهارم: فلسفه پاداش بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرند موثر است.

فرضیه پنجم: رشد‌گرایی بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرند موثر است.

فرضیه ششم: فرهنگ کارآفرینانه بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرند موثر است.

## ۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

### مفهوم کارآفرینی

هر سازمان تجاری چشم‌انداز و مأموریت خاص خود را دارد. کارآفرینی بخشی از زندگی تجاری است که به سازمان تجاری موفق کمک می‌کند. افرادی که فعالانه با فعالیت‌های تجاری سر و کار دارند بیشترین مسئولیت را برای دستیابی به چشم‌انداز خود دارند. اما افراد با پیشینه و تحصیلات متفاوتی می‌آیند که موضوع مهارت کارآفرینی را مطرح می‌کند و بخشی از فرآیند کارآفرینی می‌شود. علاوه بر این، توسعه اقتصاد و فناوری باعث ایجاد تنوع در کارآفرینی و در عین حال افزایش رقابت‌پذیری آنها می‌شود. در این دیدگاه، نوآوری رایج می‌شود. اما چالش‌های کارآفرینی به یک وظیفه تبدیل می‌شود. با این حال، درک این نکته برای ما مهم است که همه فعالیت‌های کارآفرینی برای سازمان کسب و کار مثبت نیستند، مگر اینکه و تا زمانی که مهارت‌ها و مدیریت‌های کارآفرینانه در سازمان برای تغییر و یادگیری اتخاذ شود. برای حفظ عملکرد خوب کارآفرینی، مدیریت کارآفرینی و کشف مهارت‌های مورد نیاز ضروری است. در این میان، تعریف کارآفرینی باید به طور کامل درک شود. از آنجایی که کارآفرینی یک پدیده طبیعی در تجارت است و ممکن است بر عملکرد و تأثیر کسب و کار منتج شود، برای هر بازیگر یا کارآفرینی سودمند خواهد بود که ابتدا تعریف کارآفرینی را درک کند، سپس بتواند بر مشکلات تجاری غلبه کند. کارآفرینی نظم و انضباط است (Ahmed et al, 2018) کارآفرینی یک رشته متمایز است و به تنهایی یک رشته است. کروکی (۲۰۱۶) همچنین کارآفرینی را با نظم و انضباط مستقل تعریف کرد که می‌تواند به طور مستقل و همچنین بین رشته‌ای عمل کند. مطالعه دیگری کارآفرینی را اینگونه تعریف می‌کند: «تمرین با اقدام و ایجاد سازمان جدید آغاز می‌شود» (Barot, 2015) وی همچنین بیان کرد که کارآفرینی کلید موفقیت است و هر فردی که سازمان جدیدی از کسب و کار ایجاد کند به معنای وارد شدن به پارادایم جدیدی از کارآفرینی است. با این وجود، کارآفرینی فعالیتی است که عادات قدیمی را با نظم و انضباط کامل و مستقل به عادات جدید منتقل می‌کند. کارآفرینی یک هنر است (Wallenberg, 2012). هم چنین وی اظهار داشت که «کارآفرینی هنری موضوع نسبتاً جدیدی برای تحقیق است و حوزه تمرکز بر کاوش فرآیند مدیریت

کارآفرینی مانند خلاقیت و استقلال، ظرفیت سازگاری و ایجاد ارزش هنری و اقتصادی و اجتماعی است. «تعاریف زیادی از کارآفرینی وجود دارد، برخی از آنها کارآفرینی را فرآیندی از سازمان موفق می دانند و برخی دیگر کارآفرینی را ایجاد ذهنیت و مهارت تعریف می کنند. با این حال، مقصد نهایی تعریف کارآفرینی، ایجاد فرصت های شغلی و منجر به توسعه اقتصادی است (Hessels & Naudé, 2019). در مرحله بعد، کارآفرینی باید از منابع نیروی انسانی با نیروی کار فنی و مهارتی و استعدادهای مدیریتی استفاده کند (Barot, 2015).

### کارآفرینی سازمانی و درون سازمانی

امروز، جهان در حال تحقق یک تغییر بزرگ است، تغییر محور بر تحول نوآوری ها و فناوری ها که تأثیر عمیقی بر زندگی مردم، ساختار و تفکر سازمانها و حتی تعامل کشورها خواهد گذاشت. به نظر می رسد درک این تغییر و همراهی به موقع این تغییر برای همه سازمان های مختلف ضروری است (Mirfallah Lialestani & Khamseh, 2021). بر این اساس، با چنین تغییراتی سازمانهایی که کارآفرینی سازمانی را دنبال می کنند، اغلب به عنوان ویژگیهای پویا و انعطاف پذیر تلقی می شوند که می توانند از زمان ظهور آنها از فرصتهای شغلی جدید استفاده کنند (Ben Arfi & Hikkerova, 2021). کارآفرینی سازمانی و مؤلفه های آن نه تنها در تولید بلکه در پیش بینی نوآوری در شرکتهای بسیار مهم است. کارمندانی که پشتیبانی مدیریت، در دسترس بودن زمان، اقتدار و منابع را برای فعالیت های کارآفرینی مشاهده می کنند، اغلب در نوآوری نقش دارند (احمد و همکاران، ۲۰۱۸). عملکرد و اثربخشی یک سازمان به شدت به توانایی کارآفرینی سازمانی خود متکی است. کارآفرینی سازمانی فرایندی است که با استفاده از آن یک فرد یا گروهی از افراد در رابطه با یک سازمان موجود، یک سازمان جدید ایجاد می کند یا نوآوری را در آن سازمان تحریک می کند (Hampel et al, 2020). کارآفرینی سازمانی فرایندی است که با استفاده از آن شرکتها، مشاغل جدیدی ایجاد می کنند و با تغییر دامنه یک تجارت یا فرآیندهای استراتژیک کلیدی، خود را تغییر می دهند. کارآفرینی سازمانی یک رفتار خطرناک یک شرکت، تعهد آن در ایجاد محصولات و خدمات جدید و تمایل آن برای تعریف استراتژیک مأموریت خود است (Boone et al, 2019). کارآفرینی سازمانی می تواند در شرکتها از طریق سرمایه گذاری شرکتها یا کارآفرینی استراتژیک آشکار شود. سرمایه گذاری شرکتها مربوط به راه اندازی سرمایه گذاریهای جدید است و این می تواند بیشتر به دو دسته تقسیم شود. اولین سرمایه گذاریهای نوآورانه است که در این شرکت ایجاد می شود، به نام سرمایه گذاری داخلی، فعالیت دوم هر نوآوری است که در خارج از شرکت رخ می دهد و به آن سرمایه گذاریهای شرکت های خارجی گفته می شود. سرمایه گذاری خارجی شامل مشاغل جدیدی است که توسط طرفین خارج از شرکت ایجاد می شود و متعاقباً در شرکت سرمایه گذاری یا خریداری می شود. رویکردهای استراتژیک کارآفرینی همچنین به طیف گسترده ای از فعالیتهای مهم کارآفرینی یا نوآوری های اتخاذ شده برای دستیابی به مزیت رقابتی شرکت اشاره دارد. آنها معمولاً منجر به مشاغل جدید برای شرکت نمی شوند. با کارآفرینی استراتژیک، نوآوری را می توان در هر یک از پنج حوزه استراتژی شرکتها، پیشنهادات محصول، بازارهای خدمات، سازمان داخلی (به عنوان مثال، ساختار، فرآیندها و توانایی ها) یا مدل تجاری یافت (Kuratko & Morris, 2018).

برخی تحقیقات انجام شده در این زمینه عبارتند از:

گلستانی خواه و همکاران (۱۴۰۱) در تحقیقی به شناسایی و رتبه بندی موانع کارآفرینی درون سازمانی در کتابخانه های دانشگاه فردوسی مشهد و دانشگاه علوم پزشکی مشهد پرداختند. داده ها با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی و به وسیله نرم افزار اسپاس تحلیل گردید و یافته ها نشان داد که هر سه دسته موانع ساختاری، رفتاری و زمینه ای، موانع کارآفرینی در کتابخانه های دانشگاه فردوسی و علوم پزشکی مشهد بودند که مهمترین آنها موانع زمینه ای بود و سپس به ترتیب موانع ساختاری و رفتاری قرار داشتند. در کتابخانه های هر دو دانشگاه، مهمترین مانع زمینه ای، عوامل اقتصادی؛ مهمترین مانع ساختاری، سیستم حقوق و دستمزد و مهمترین مانع رفتاری، انگیزش کارکنان بود (گلستانی خواه و همکاران، ۱۴۰۱).

منصوری و آقاجانی (۱۴۰۰) در تحقیقی به بررسی میزان تأثیرگذاری متغیرهای سازمانی بر کارآفرینی درون سازمانی در دانشگاهها پرداختند. روش انجام تحقیق، پیمایشی و جامعه آماری آن، نیروی انسانی دانشگاه اراک بود. در این تحقیق از آزمونهای آماری همبستگی میان متغیرهای مستقل سازمانی و متغیر وابسته کارآفرینی درون سازمانی استفاده شده و نتایج حاصل نشان داد که بیشترین همبستگی متعلق به متغیرهای مستقل نظام کنترل و فرهنگ سازمانی است. بررسی میزان کارآفرینی نشان داد که سازمان در ارتباط با تمامی متغیرهای مورد مطالعه، کارآفرینانه عمل می کند (منصوری و آقاجانی، ۱۴۰۰).

فزلسفلو و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیقی به طراحی الگوی توسعه کارآفرینی درون سازمانی در سازمانهای ورزشی با مطالعه موردی مجموعههای تفریحی ورزشی ایران پرداختند. تحلیل عاملی دادهها نشان داد که متغیر اختیار کاری در سازمان با بار عاملی (۰/۸۸)، حمایت مدیریت از کارآفرینی با بار عاملی (۰/۸۶) و متغیر پاداش با بار عاملی (۰/۷۴) بیشترین همبستگی درونی در فرآیند کارآفرینی درون سازمانی داشتند. همچنین نتایج آزمون تی حاکی از تأثیر مستقیم معنادار و تبیینکننده خردهمقیاسهای پنجگانه پژوهش بر کارآفرینی درون سازمانی بود (فزلسفلو و همکاران، ۱۴۰۰).

کاراکوراک داغ و چتین (۲۰۲۲) در تحقیقی به بررسی تأثیر سطح کارآفرینی درون سازمانی در مؤسسات آموزش عالی بر سطح نوآوری سازمانی و تعیین اینکه متغیر سطح توسعه سازمانی درک شده نقش میانجی در این بین دارد یا خیر، پرداختند در این تحقیق بررسی شد که آیا ادراک دانشگاهیان از کارآفرینی درون سازمانی، نوآوری سازمانی و توسعه سازمانی با توجه به متغیرهای جمعیت شناختی و حرفه ای تفاوت معناداری دارد یا خیر. همچنین موضوع را با توجه به دیدگاه دانشگاهیان به صورت کیفی مطابق با نتایج تحقیق کمی مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیق نشان داد، میانگین نمرات مقیاس کارآفرینی سازمانی بالا و میانگین نمرات مقیاس نوآوری سازمانی و مقیاس تعیین سطح توسعه سازمانی در حد متوسط است. هنگامی که همه یافته ها با هم مورد ارزیابی قرار گرفتند، مشخص شد که ادراک دانشگاهیان از کارآفرینی درون سازمانی در مؤسسات آموزش عالی به طور غیرمستقیم از طریق درک آنها از توسعه سازمانی بر نوآوری سازمانی تأثیر می گذارد (Karaokur Akdag & Çetin, 2022).

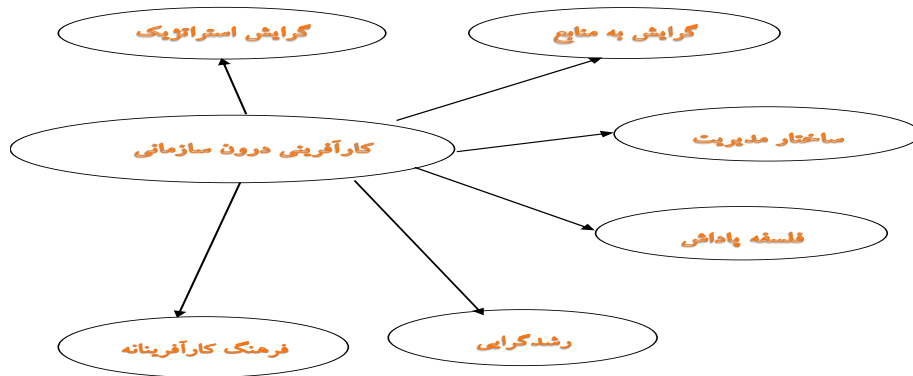
کانگ و همکاران (۲۰۲۱) در تحقیقی بررسی کردند که کدام یک از زیربدهای کارآفرینی درون سازمانی (نوآوری، فعال بودن، ریسکپذیری) و حمایت از مسئولیت اجتماعی شرکتی بر مشارکت کارکنان (تعامل سازمانی و شغلی) تأثیر می گذارد که منجر به خلاقیت کارکنان می شود. این مطالعه از دادههای نظرسنجی از کارکنان SME در کره جنوبی استفاده کرد و از رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری و شبکه عصبی مصنوعی استفاده کرد تا دریابد که نوآوری و حمایت بر خلاقیت از طریق متغیر میانجی تعامل سازمانی و درگیری شغلی تأثیر می گذارد. مشارکت نقش واسطه ای در رابطه بین مشارکت سازمانی و خلاقیت دارد. این مطالعه همچنین بررسی کرد که چگونه جنسیت و وضعیت تأهل کارکنان بر اهمیت نسبی کارآفرینی درون سازمانی، مشارکت سازمانی و مشارکت شغلی بر خلاقیت تأثیر می گذارد. یافته های تجزیه و تحلیل ANN اثرات هر گروه (مرد-مجرد، مرد متاهل، زن- مجرد، زن- متاهل) را ارزیابی کرد و نشان داد که چگونه اهمیت مشارکت سازمانی، مشارکت شغلی، حمایت و نوآوری برای هر گروه متفاوت است (Kang et al, 2021).

### مدل مفهومی تحقیق

در تحقیقاتی که توسط موریس و جونز<sup>۱</sup> (۱۹۹۹) در رابطه با کارآفرینی دولتی انجام شد، کاربرد مدل استیونسون برای بخش های دولتی توسط شش بعد (گرایش استراتژیک، گرایش به منابع، ساختار مدیریت، فلسفه پاداش، رشدگرایی، فرهنگ

<sup>1</sup> Morris & Jones

کارآفرینانه) نشان داده شد. در این تحقیق نیز مدل مفهومی برگرفته از مدل موریس و جونز به صورت شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق (Morris & Jones, 1990)

### ۳- روش تحقیق

تحقیق حاضر بر حسب هدف از نوع تحقیقات کاربردی و پیمایشی است که به روش میدانی اجرا شده است. به گونه ای که برای بررسی تعاریف و مفهوم اساسی تحقیق و هم چنین تحقیقات گذشتگان از کتاب ها و مقالات و مجلات و هم چنین پایان نامه های داخلی و خارجی به صورت کتابخانه ای مطالب جمع آوری شده است و برای بررسی نظرات و تجزیه و تحلیل داده ها از ابزار پرسشنامه به صورت میدانی استفاده شده است.

در این تحقیق در نظر گرفته شد که عوامل موثر بر کارآفرینی درون سازمانی با استفاده از ابعاد مدل استیونسون بررسی شود. این ابعاد شامل: گرایش استراتژیک، تعهد به منابع، ساختار مدیریت، فلسفه پاداش، رشدگرایی و فرهنگ کارآفرینانه. ابزار مورد استفاده تحقیق، پرسشنامه ای شامل دو بخش «سنجش کارآفرینی درون سازمانی» و «مدل استیونسون» است.

برای سنجش کارآفرینی درون سازمانی از پرسشنامه ۱۵ سوالی کورنوال و پرلمن که شامل گزینه های پاسخ " بلی و خیر " می باشد استفاده شد و برای سنجش مفاهیم کارآفرینانه مدل استیونسون از پرسشنامه براون و همکارانش که شامل ۲۰ سوال ۶ بعدی با طیف لیکرت پنج گزینه ای می باشد، استفاده شد.

جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارکنان شرکت تکدانه می باشد که در سال جاری در این شرکت مشغول به کار هستند. تعداد کارکنان مشغول در این کارخانه غالب بر ۱۰۰۰ نفر بوده اند که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۷۷ نفر به عنوان نمونه آماری محاسبه شدند که این تعداد به صورت کاملاً تصادفی از بین کارکنان مشغول در این شرکت انتخاب می شوند.

بعد از مطالعه کتابخانه ای، بر مبنای مبانی نظری براساس مدل موجود در زمینه متغیرهای تحقیق از پرسشنامه کارآفرینی درون سازمانی کورنوال و پرلمن (۱۹۹۰) با ۱۵ سوال و پرسشنامه عوامل کارآفرینانه استیونسون (۲۰۱۳) با ۲۲ سوال استفاده شد.

برای تجزیه و تحلیل داده ها ابتدا پرسشنامه ها در بین کارکنان به صورت کاملاً تصادفی پخش می شود و پس از تکمیل و گردآوری اطلاعات پرسشنامه ها در نرم افزار اکسل برای تجزیه و تحلیل از نرم افزار pls دو قسمت آمار توصیفی شامل میانگین و انحراف استاندارد و ... و آمار استنباطی برای انجام فرضیات کمک گرفته می شود. در نرم افزار pls بعد از بررسی معنی

داری بارهای عاملی و ضرایب مسیر با آزمون  $t$  به بررسی میزان این ضرایب پرداخته و کدام عوامل بر کارآفرینی درون سازمانی تاثیر دارد بررسی می‌شود.

#### ۴- تجزیه و تحلیل داده ها

برای بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون معتبر کولموگروف اسمیرنوف استفاده شد. در این آزمون اگر سطح معنی‌داری برای کلیه متغیرهای مستقل و وابسته بزرگتر از سطح آزمون (۰/۰۵) باشد توزیع داده ها نرمال می باشد.

جدول ۱: بررسی نرمال بودن داده ها

آماره ها/ متغیرها	کولموگروف - اسمیرنوف	سطح معنی داری
کارآفرینی درون سازمانی	۰/۱۰۳	۰/۰۰۰
عوامل کارآفرینانه	۰/۱۱۷	۰/۰۰۰

مطابق جدول ۱، توزیع داده‌ها نرمال نمی‌باشد و از معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار PLS برای بررسی فرضیات تحقیق استفاده می‌شود.

برای بررسی فرضیات و تجزیه و تحلیل داده ها از مدلسازی معادلات ساختار (SEM) و حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شده است. برای این منظور از نسخه سوم نرم‌افزار Smart PLS استفاده گردید.

#### برازش مدل‌های اندازه گیری

برای سنجش برازش مدل‌های اندازه‌گیری از سه مورد زیر استفاده می‌شود:

##### ۱. پایایی شاخص

پایایی شاخص توسط سه معیار ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد سنجش قرار می‌گیرد.

##### الف: ضرایب بارهای عاملی

مقدار مناسب برای بارهای عاملی برابر ۰/۴ یا بیشتر می باشد. در واقع بار عاملی بیانگر این مطلب است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده است. تمام بارهای عاملی (سوالات) هر دو پرسشنامه بیشتر از ۰/۴ بود و نشان از قابل قبول بودن پرسشنامه‌ها است.

##### ب) آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی و گزینه مناسب برای ارزیابی پایداری درونی (سازگاری درونی) می باشد که میزان همبستگی بین یک سازه و شاخص‌های مربوط به سازه است. از آنجاییکه معیار آلفای کرونباخ معیاری سنتی برای تعیین پایایی سازه ها می‌باشد، روش PLS معیار مدرنتری نسبت به آلفای کرونباخ به نام پایایی ترکیبی (CR) به کار می برد. مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی، میزان مساوی و بزرگتر از ۰/۷ ذکر شده است.

جدول ۲: ضرایب پایایی پرسشنامه

مقدار آلفا	پایایی ترکیبی (CR)	متغیرهای تحقیق
۰/۷۱۶	۰/۷۳۰	کارآفرینی درون سازمانی
۰/۷۳۷	۰/۶۱۵	گرایش استراتژیک
۰/۷۷۱	۰/۷۴۹	تعهد به منابع



۰/۷۴۱	۰/۸۳۰	ساختار مدیریت
۰/۷۷۷	۰/۶۷۲	فلسفه پاداش
۰/۷۱۴	۰/۸۳۳	رشدگرایی
۰/۷۶۱	۰/۸۹۲	فرهنگ کارآفرینانه

همانطور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود تمامی متغیرها دارای مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بالای ۰/۷ می‌باشند که نشان دهنده این است که مدل دارای پایایی مناسبی (چه از نظر آلفای کرونباخ و چه از لحاظ پایایی ترکیبی) است.

### ۲. روایی همگرا

برای بررسی روایی همگرا از شاخص میانگین واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شده است. میانگین واریانس استخراج شده، میزان همبستگی یک سازه با شاخصهای آن را نشان می‌دهد. مقدار AVE بالای ۰/۵ روایی همگرای قابل قبول را نشان می‌دهد که این شرط در جدول ۳ برای تمام متغیرهای تحقیق برقرار است و نشان از برازش خوب مدل است.

جدول ۳: ضرایب شاخص روایی همگرا (AVE) هر یک از متغیرها

متغیرهای تحقیق	روایی همگرا (AVE)
کارآفرینی درون سازمانی	۰/۵۱۹
گرایش استراتژیک	۰/۵۶۳
تعهد به منابع	۰/۵۳۲
ساختار مدیریت	۰/۵۹۹
فلسفه پاداش	۰/۵۱۳
رشدگرایی	۰/۶۲۶
فرهنگ کارآفرینانه	۰/۸۰۵

### ۳. برازش مدل ساختاری

حال برای بررسی روابط بین متغیرها از ضریب معنی‌داری (T-values)، ضریب تعیین (R2) استفاده می‌شود.

#### ضریب T-Value

اولین و ابتدایی‌ترین معیار برای سنجش رابطه بین سازه‌ها در مدل (بخش ساختاری)، اعداد معنی‌داری T-values است. در صورتیکه مقدار این اعداد از ۱/۹۶ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های تحقیق در سطح اطمینان ۹۵٪ است. در ادامه مقادیر T-values در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴: ضریب معنی‌داری (T-values) روابط متغیرها

مقدار T-value	روابط هر یک از عاملها با زیر عاملها
۶/۰۸۱	کارآفرینی درون سازمانی ← گرایش استراتژیک
۵/۵۷۲	کارآفرینی درون سازمانی ← تعهد به منابع
۵/۷۸۹	کارآفرینی درون سازمانی ← ساختار مدیریت
۳/۰۰۴	کارآفرینی درون سازمانی ← فلسفه پاداش
۲/۸۰۵	کارآفرینی درون سازمانی ← رشدگرایی

کارآفرینی درون سازمانی ← فرهنگ کارآفرینانه	۴/۰۷۸
--	-------

مطابق جدول ۵ در همه مسیرها مقدار t-value آن بیشتر از عدد ۱/۹۶ و نشان می‌دهد که این مسیرها در سطح ۰/۵ معنی‌دار هستند.

### معیار (R<sup>2</sup>)R Squares

میزان R<sup>2</sup> صفر تا یک متغیر است و نشان دهنده برازش مدل ساختاری در سه سطح ضعیف (۰/۱۹)، متوسط (۰/۳۳) و قوی (۰/۶۷) است. مطابق جدول ۵ کارآفرینی درون سازمانی از برازش قوی برخوردار است.

جدول ۵: میزان ضریب R squares هر یک از متغیرهای تحقیق

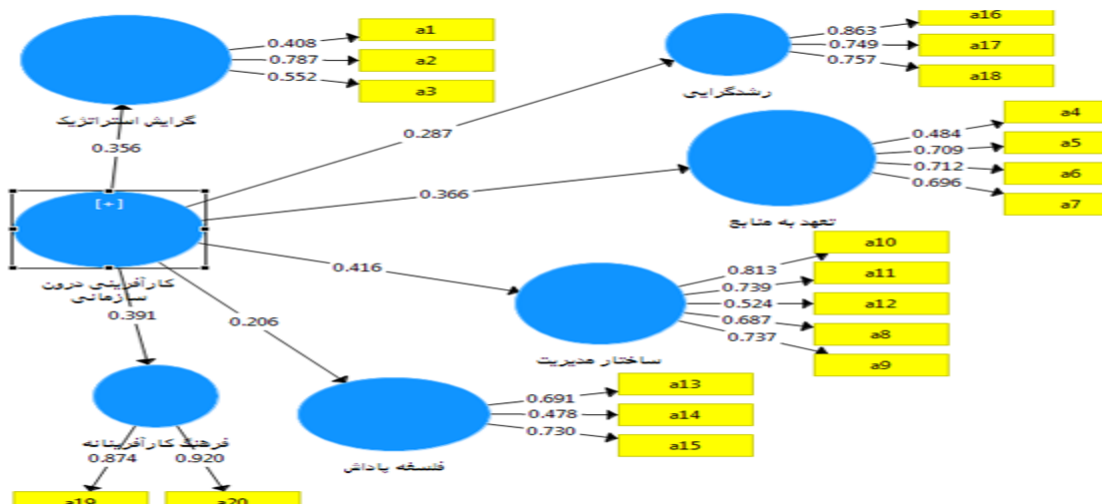
R Squares	متغیرها
۰/۱۲۷	گرایش استراتژیک
۰/۱۳۴	تعهد به منابع
۰/۱۷۳	ساختار مدیریت
۰/۰۴۳	فلسفه پاداش
۰/۰۸۲	رشدگرایی
۰/۱۵۳	فرهنگ کارآفرینانه

### بررسی نتایج تحقیق

حال بعد از برازش مدل‌های اندازه‌گیری، ساختاری و مدل کلی، می‌توان به بررسی و آزمون سوالات و فرضیات تحقیق و یافته‌های تحقیق پرداخت.

### بررسی ضرایب استاندارد شده بارهای عاملی

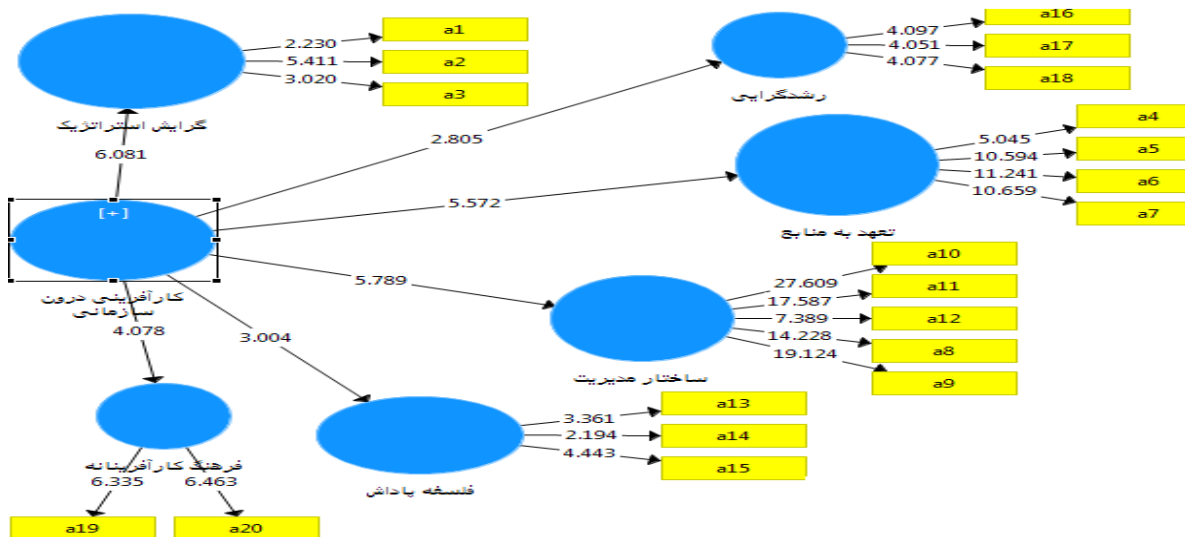
پس از تجزیه و تحلیل‌های صورت گرفته، برآورد استاندارد از پارامترهای موجود در مدل به دست آمده است که در قالب شکل ۲ تمامی این روابط قابل مشاهده است.



شکل ۲: مدل ضرایب استاندارد شده بارهای عاملی متغیرهای اصلی

### بررسی ضرایب معنی داری ابعاد

مدل اعداد معنی داری یا همان  $T$ -value، میزان معنی دار بودن روابط درون مدل را نشان می‌دهد. روابطی که دارای مقادیر بزرگتر از  $1/96$  باشند، در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار هستند. در شکل ۳ مدل اعداد معنی داری این ضرایب مسیر نشان داده شده است.



شکل ۳: مدل ضرایب معنی داری ( $T$ -value)

### نتایج بررسی فرضیات

اکنون به بررسی فرضیات تحقیق پرداخته می‌شود. قبل از هر گونه اقدام در شکل ۲ و ۳ به ترتیب ضرایب  $t$ -value برای تایید وجود رابطه بین متغیرها و ضرایب مسیر برای اندازه تاثیر میان دو متغیر نشان داده شده است.

#### فرضیه اول تحقیق

گرایش استراتژیک بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرنده موثر است. مطابق شکل ۳ و ضریب  $T$ -value که برابر  $6/081$  می‌باشد و نشان می‌دهد که در سطح  $0/05$  مسیر بین کارفرینی درون سازمانی و گرایش استراتژیک معنی دار است و کارآفرینی درون سازمانی با اندازه  $0/35$  درصد از گرایش استراتژیک در شرکت تکدانه مرنده تاثیرپذیر است. بنابراین می‌توان گفت فرضیه اول تحقیق تایید می‌شود.

#### فرضیه دوم تحقیق

تعهد به منابع بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرنده موثر است. مطابق شکل ۳ و ضریب  $T$ -value که برابر  $5/572$  می‌باشد و نشان می‌دهد که در سطح  $0/05$  مسیر بین کارفرینی درون سازمانی و تعهد به منابع معنی دار است و کارآفرینی درون سازمانی با اندازه  $0/36$  درصد از متغیر تعهد به منابع در شرکت تکدانه مرنده تاثیرپذیر است. بنابراین می‌توان گفت فرضیه دوم تحقیق نیز تایید می‌شود.

#### فرضیه سوم تحقیق

ساختار مدیریت بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرنده موثر است.

مطابق شکل ۳ و ضریب T-value که برابر ۵/۷۸۹ می باشد و نشان می دهد که در سطح ۰/۰۵ مسیر بین کارفرینی درون سازمانی و ساختار مدیریت معنی دار است و کارآفرینی درون سازمانی با اندازه ۰/۴۱ درصد از ساختار مدیریت در شرکت تکدانه مرند تاثیرپذیر است. بنابراین می توان گفت فرضیه سوم تحقیق نیز تایید می شود.

#### فرضیه چهارم تحقیق

فلسفه پاداش بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرند موثر است. مطابق شکل ۳ و ضریب T-value که برابر ۳/۰۰۴ می باشد و نشان می دهد که در سطح ۰/۰۵ مسیر بین کارفرینی درون سازمانی و فلسفه پاداش معنی دار است و کارآفرینی درون سازمانی با اندازه ۰/۲۰ درصد از متغیر فلسفه پاداش در شرکت تکدانه مرند تاثیرپذیر است. بنابراین می توان گفت فرضیه چهارم تحقیق تایید می شود.

#### فرضیه پنجم تحقیق

رشد گرایی بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرند موثر است. مطابق شکل ۳ و ضریب T-value که برابر ۲/۸۰۵ می باشد و نشان می دهد که در سطح ۰/۰۵ مسیر بین کارفرینی درون سازمانی و رشدگرایی معنی دار است و کارآفرینی درون سازمانی با اندازه ۰/۲۸ درصد از متغیر رشدگرایی در شرکت تکدانه مرند تاثیرپذیر است. بنابراین می توان گفت فرضیه پنجم تحقیق نیز تایید می شود.

#### فرضیه ششم تحقیق

فرهنگ کارآفرینانه بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرند موثر است. مطابق شکل ۳ و ضریب T-value که برابر ۴/۰۷۸ می باشد و نشان می دهد که در سطح ۰/۰۵ مسیر بین کارفرینی درون سازمانی و فرهنگ کارآفرینانه معنی دار است و کارآفرینی درون سازمانی با اندازه ۰/۳۹ درصد از متغیر فرهنگ کارآفرینانه در شرکت تکدانه مرند تاثیرپذیر است. بنابراین می توان گفت فرضیه ششم تحقیق نیز تایید می شود.

#### ۵- بحث و نتیجه گیری

##### نتایج تحقیق

طبق فرضیه اول گرایش استراتژیک بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرند موثر بود. امروزه تفکر استراتژیک به عنوان روشی جدید در تمامی ابعاد سازمان همیشه مطرح است. تفکر استراتژیک فرآیندی است که طی آن مدیر یاد می گیرد که چگونه چشم انداز خود را بوسیله کارگروهی، تفکر انتقادی و بهبود مستمر تعریف کند. امروزه با افزایش سریع رقبای جدید؛ ایجاد حس بی اعتمادی نسبت به شیوه های مدیریت سنتی در سازمانها و خروج بهترین نیروهای کار از سازمانها و اقدام آنان برای کارآفرینی مستقل موجب بروز خطر برای سازمانها و ایجاد مشکلاتی برای سازمانها از نظر اقتصادی و ادامه حیات سازمان شده است و موجب گردیده تا مدیران سازمانها به فکر ارائه راهحل های بروزتر و جدیدتر برای این مشکلات گردد. در این میان می توان گفت که تفکر استراتژیک به عنوان مکملی برای برنامه ریزی استراتژیک و ایجاد راهحل هایی در جهت مقابله سیستماتیک با معضلات، ایجاد خلاقیت و کارآفرینی در سازمان می شود. پژوهش حاضر با تحقیق سلطانی و همکاران، ۱۳۹۶؛ همسو بود.

بر اساس فرضیه دوم تحقیق تعهد به منابع بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرنده موثر بود. مشخصه دیگر کارآفرین این است که تعهد چند مرحله‌ای به منابع توأم با تعهد حداقل در هر مرحله دارند. دغدغه کارآفرینان این است که چه منابعی برای پیگیری فرصت ضروری هستند؟ او می‌کوشد تا از منابع محدود، حداکثر بهره را برده و بالاترین ارزش را ایجاد نماید. از ویژگی‌های مدیریت کارآفرینانه این است که فرد بیاموزد که از کمترین منابع، بیشترین استفاده را به عمل آورد و البته ریسک و مخاطره بیشتری را در فرایندهای کاری خود در نظر بگیرد. تحقیق حاضر با تحقیق کاظمی و ارجمندی نژاد (۱۳۸۹) همسو بود.

بر اساس فرضیه سوم ساختار مدیریت بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرنده موثر بود. مدیران کارآفرین پیشرفت و ترقی خود را از طریق تماس مستقیم با منابع طلب میکنند. این مدیران با برنامه ریزی، سازماندهی، کنترل، ارتباطات و تصمیم‌گیری بجا موجب افزایش خلاقیت و نوآوری گروهی در سازمان می‌شود. نتایج این فرضیه با تحقیق کاظمی و ارجمندی نژاد (۱۳۸۹) همسو بود.

بر اساس فرضیه چهارم فلسفه پاداش بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرنده موثر بود. حمایت سازمانی به دو شکل مالی و عاطفی سبب افزایش انگیزه و خلاقیت و کارآفرینی در سازمانها می‌شود. نتایج این فرضیه با نتایج تحقیقات بوگلسیجک (۲۰۰۸) و کاظمی و ارجمندی نژاد (۱۳۸۹) همسو بود.

بر اساس نتایج فرضیه پنجم رشد‌گرایی بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرنده موثر بود. رشد‌گرایی می‌تواند شامل ورود به فرصت‌های جدید از طریق مدیریت هزینه باشد، مدیریت مناسب ریسک و افزایش انگیزه کاری کارکنان باشد، فرایندهای تصمیم‌گیری مناسب و مفید و بجا باشد که تمامی این موارد می‌تواند سبب افزایش مشارکت گروهی و خلاقیت و نوآوری در سازمانها شود. نتایج این فرضیه با تحقیق کاظمی و ارجمندی نژاد (۱۳۸۹) همسو بود.

بر اساس فرضیه ششم تحقیق فرهنگ کارآفرینانه بر بهبود کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرنده موثر بود. فرهنگ کارآفرینانه فرهنگ درک تغییر و استفاده از فرصتهاست. بنابراین افراد کارآفرین و شرکت‌های کارآفرین با بکارگیری تغییرات و بهره‌برداری از فرصت‌های موجود می‌کوشد تا نوآوری و خلاقیت را در سازمان پیاده کند. نتایج این فرضیه با تحقیق کاظمی و ارجمندی نژاد (۱۳۸۹) همسو بود.

### پیشنهادات کاربردی

۱. تقویت تفکر استراتژیک در برنامه ریزی مدیریتی
۲. افزایش بهره‌وری منابع
۳. اصلاح ساختار سازمانی با کاهش سطوح سازمانی
۴. توسعه خلاقیت و نوآوری
۵. ایجاد نظام پاداش و پرداختی بر اساس توسعه و خلاقیت‌های گروهی
۶. توانمندسازی و توسعه فرهنگ کارآفرینی
۷. حمایت از طرح‌های تشویق و پاداش
۸. افزایش ارتباطات پایین به بالا توسط مدیر کارآفرین و افزایش مشارکت گروهی بین کارکنان
۹. واگذاری مسئولیت‌های خاص بر اساس توان و استعداد و سطح سواد به کارکنان توسط مدیر

### منابع

- قزلسفلو، حمیدرضا؛ عاشوری، تقی؛ عسگرشمسی، میثم. (۱۴۰۰). طراحی الگوی توسعه کارآفرینی درون سازمانی در مجموعه‌های تفریحی ورزشی، مطالعات اجتماعی گردشگری، شماره ۲۱۹، ۱۷-۲۴۴.

- گلستانی خواه، زینب؛ تجعفری، معصومه؛ نوکریزی، محسن. (۱۴۰۱). شناسایی و رتبه‌بندی موانع کارآفرینی درون‌سازمانی در کتابخانه‌های دانشگاه فردوسی مشهد و دانشگاه علوم پزشکی مشهد، پژوهشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۲(۲)، ۱۲۱-۱۴۳.
- منصوری، احسان؛ آقاجانی، مهدیه. (۱۴۰۰). کارآفرینی درون‌سازمانی؛ مدلی برای توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها (مطالعه‌ی موردی: دانشگاه اراک). مطالعات مدیریت، حسابداری و حقوق؛ دوره ۵ (۷ صفحه).
- Ağca, V., Topal, Y., & Kaya, H. (2012). Linking intrapreneurship activities to multidimensional firm performance in Turkish manufacturing firms: An empirical study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(1), 15–33
- Ahmed, U., Shah, S. A., Qureshi, M. A., Shah, M. H., & Khuwaja, F. M. (2018). Nurturing Innovation Performance through Corporate Entrepreneurship: The Operation of Employee Engagement. *Studies in Business & Economics*, 13(2), 20-30.
- Antoncic, B., and Hisrich, R. D. (2001). Intrapreneurship: construct refinement and cross-cultural validation. *J. Business Venturing* 16, 495–527.
- Barot, H. (2015). Entrepreneurship-A Key to Success. *The International Journal of Business and Management*, 3(1), 163-165.
- Başar, M. (2013). Entrepreneurship and entrepreneurial processes. In Y. Ürper (Ed.), *Entrepreneurship* (pp.1-20). Eskişehir, Anadolu University publications, publication no. 3002.
- Ben Arfi, W., & Hikkerova, L. (2021). Corporate entrepreneurship, product innovation, and knowledge conversion: the role of digital platforms. *Small Business Economics*, 56(3), 1191-1204.
- Boone, C., Lokshin, B., Guenter, H., & Belderbos, R. (2019). Top management team nationality diversity, corporate entrepreneurship, and innovation in multinational firms. *Strategic Management Journal*, 40(2), 277-302.
- Duobiene, J. (2013). Corporate Entrepreneurship In Organizational Life- Cycle: *Economics And Management*: 18 (3)
- Farrukh, M., Ying, C. W., & Mansori, S. (2016). Intrapreneurial behavior: An empirical investigation of personality traits, *Management and Marketing*, 11(4), 597–609.
- Fernhaber, S. A., & Patel, P. C. (2012), How do young firms manage product portfolio complexity? The role of absorptive capacity and ambidexterity, *Strategic Management Journal*, 33(13), 1516-1539
- Hampel, C., Perkmann, M., & Phillips, N. (2020). Beyond the lean start-up: experimentation in corporate entrepreneurship and innovation. *Innovation*, 22(1), 1-11.
- Hessels, J., & Naudé, W. (2019). The intersection of the fields of entrepreneurship and development economics: A review towards a new view. *Journal of Economic Surveys*, 33(2), 389-403
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship* (5th ed.). New York, McGraw-Hill.
- Karaokur Akdag, S., & Çetin, M. (2022). The Role of Organizational Development in the Effect of Intra-Organizational Entrepreneurship on Innovativeness: A Mixed-Method Study in Higher Education Institutions. *Journal of Education and Learning*, 11(4), 200-219.

- Knošková, L. (2015). Innovation processes and entrepreneurial culture for radical innovations. *Amphitheater Economic*, 17(38), 342-357.
- Kollmann, T., & Stöckmann, C. (2014), Filling the entrepreneurial orientation–performance gap: The mediating effects of exploratory and exploitative innovations, *Entrepreneurship T*
- Korkmaz, S. (2000). Enterprise and a research upon university students with regards to their enterprising capabilities. *Hacettepe University Journal of Economics and Administrative Sciences*, 18(1), 163-179.
- Kuratko, D. F., & Morris, M. H. (2018). Corporate entrepreneurship: A critical challenge for educators and researchers. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(1), 42-60.
- Kuratko, D. F., & Morris, M. H. (2018). Corporate entrepreneurship: A critical challenge for educators and researchers. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(1), 42-60.
- Mirfallah Lialestani, M., & Khamseh, A. (2021). Open Banking Innovation Model by Digital Transformations, Based on Adaptive Neuro-Fuzzy Inference System (ANFIS). *Journal of System Management*, 7(1), 155-190.
- Mokaya, S.O. (2012). Corporate Entrepreneurship and Organizational Performance: Theoretical Perspectives, Approaches and Outcomes *International Journal of Arts and Commerce*, Vol. 1 No. 4 :133-143.
- Morris, M.H., & Jones, F.F. (1999). Entrepreneurship in established organizations: the case of the public sector, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(1): 71-91.
- Prada, R. (2021). Intra-Entrepreneurship as a Business-Renewal Strategy: A Study in Auto Parts Companies in Colombia. In *Handbook of Research on International Business and Models for Global Purpose-Driven Companies* (pp. 488-508). IGI Global.
- Sharma, P., & Chrisman, S. J. J. (2007). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. In *Entrepreneurship* (pp. 83–103). Springer.
- Wallenberg, P. (2012). Barriers and Triggers to Green Entrepreneurship: An Exploratory Study, Thesis to obtain the degree of Master of Science in Economics and Business Economics, specialisation Entrepreneurship and Strategy Economics, Erasmus University Rotterdam Erasmus School of Economics



## فصلنامه بازاریابی خدمات عمومی

دوره ۱، شماره ۳، مقاله پژوهشی پاییز ۱۴۰۲، صفحات ۳۰-۱۱۳