



Investigating the Effect of Entrepreneurial Behavior on Intra-Organizational Entrepreneurship

Gabriel Marzi Alamdari¹, Mohammad Hassan Haddadi ^{*2}, Mirza Ali Sabouri Nia³

1. Department of Management, Aras Branch, Islamic Azad University, Hadishehr, Iran. E-mail: j.marzibpj@yahoo.com
2. Department of Management, Aras Branch, Islamic Azad University, Hadishehr, Iran. (Corresponding Author)
E-mail: mhaddadi@gmail.com
3. Department of Management, Aras Branch, Islamic Azad University, Hadishehr, Iran.
E-mail: saboorynia@yahoo.com

Article Info	Abstract
Article type: Research Article	The present research was conducted with the aim of investigating the effect of entrepreneurial behavior on intra-organizational entrepreneurship. The research is applied, in terms of purpose and it is a survey research. The statistical population of the research includes all employees of Tekdane Marand company that are more than 1000 people. 277 people were selected as statistical sample based on Kerjesi and Morgan's table. A simple random method was used to select the statistical sample. In order to collecting the research data, the intra-organizational entrepreneurship questionnaire of Cornwall and Perlman (1990) and the entrepreneurial behavior questionnaire of Zamptakis and Moustakis (2007) were used. Validity and reliability of questionnaires have been confirmed. Structural equation modeling was used to analyzing the data collected using Smart Pls software. The results showed that the dimensions of entrepreneurial behavior, including reducing paperwork, changed employees behavior, strategic insight, creating an energetic work environment, and a supportive environment have a significant effect on intra-organizational entrepreneurship in Tekdaneh Marand company.
Article history: Received: 23/08/2023	
Acceptance: 16/05/2024	
Published online: 27/06/2024	
Key words: Entrepreneurial Behavior, Intra- Organizational Entrepreneurship, Tekdaneh Marand	

Cite this article: Marzi Alamdari, G., Haddadi, M. H. & Sabouri Nia, M. A. (2024). Investigating the Impact of Entrepreneurial Behavior on Intra-Organizational Entrepreneurship, *Journal of Interdisciplinary Studies in Marketing Management*, 3 (1), 108-121.

بررسی تأثیر رفتار کارآفرینانه بر کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرنده

جبرئیل مرزی علمداری^۱، محمد حسن حدادی^{۲*}، میرزا علی صبوری نیا^۳

۱- گروه مدیریت، واحد ارس، دانشگاه آزاد اسلامی، هادیشهر، ایران. ایمیل: j.marzibpj@yahoo.com

۲- گروه مدیریت، واحد ارس، دانشگاه آزاد اسلامی، هادیشهر، ایران (نویسنده مسئول) ایمیل: mhhaddadi@gmail.com

۳- گروه مدیریت، واحد ارس، دانشگاه آزاد اسلامی، هادیشهر، ایران. ایمیل: saboorynia@yahoo.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف این تحقیق بررسی تأثیر رفتار کارآفرینانه بر کارآفرینی درون سازمانی است. تحقیق از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ روش، پیمایشی است که به روش میدانی اجرا شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارکنان شرکت تکدانه مرنده می‌باشد. تعداد کارکنان مشغول در این کارخانه بیش از ۱۰۰۰ نفر بودند که بر اساس جدول کرجسی و مورگان تعداد نمونه آماری ۲۷۷ نفر بدست آمد. برای انتخاب نمونه آماری از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. جهت گردآوری داده‌ها از پرسشنامه کارآفرینی درون سازمانی کورنوال و پرلمن (۱۹۹۰) و پرسشنامه رفتار کارآفرینانه زامپتاکیس و موستاکیس (۲۰۰۷) استفاده شد که روایی و پایایی آنها مورد تایید قرار گرفته است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده توسط پرسشنامه‌های تحقیق از مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار اسمارت پی ال اس استفاده شد. نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان می‌دهد ابعاد رفتار کارآفرینانه شامل کاهش کاغذ بازی، تغییر در رفتار کارکنان، بینش استراتژیک، ایجاد محیط کاری پر انرژی و محیط حمایتی بر کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرنده تأثیر معناداری دارد.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۰۲	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۲/۲۷	
تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۴/۰۷	
کلمات کلیدی: رفتار کارآفرینانه، شرکت تکدانه مرنده، کارآفرینی درون سازمانی	

استناد: مرزی علمداری، جبرئیل، حدادی، محمد حسن، صبوری نیا، میرزا علی (۱۴۰۳). بررسی تأثیر رفتار کارآفرینانه بر کارآفرینی درون سازمانی در شرکت تکدانه مرنده. *مطالعات میان رشته‌ای مدیریت بازاریابی*، ۳ (۱)، ۱۰۸-۱۲۱.

مقدمه

دورنمای تشدید رقابت در قرن جدید نیاز کارآفرین بودن سازمان‌ها را تقویت می‌کند. محققان کارآفرینی سعی کرده‌اند با تحقیق درباره گرایش‌های کارآفرینانه شرکت‌ها، عملکرد آن‌ها را تشریح کنند (لی و همکاران^۱، ۲۰۰۹). سازمان‌ها به دنبال مکانیزم‌ها و رفتارهای مناسب برای افزایش نرخ رفتار کارآفرینانه سازمانی خود هستند (انوری و همکاران، ۱۴۰۲) از آنجا که موفقیت در جامعه امروز به عنصر حیاتی کارآفرینی نیازمند است، ایجاد شغل و پیشرفت تکنولوژی به طور گسترده‌ای به مقوله کارآفرینی پیوند خورده است. مطالعات گوناگون نشان داده که تعداد کثیری از تحقیقات در طول سال‌های اخیر بر رویکرد رفتاری در اقدام و ایجاد کسب و کار و توسعه کارآفرینی تمرکز کرده و رفتار کارآفرینانه هدف غالب این پژوهش‌ها بوده است (اوبسچنکا^۲، ۲۰۱۷). رفتارهای کارآفرینانه، نقشی محوری در دستیابی کسب و کارها به نوآوری‌های بنیادین و مزیت‌های مطلق رقابتی دارند (انوری و همکاران، ۲۰۲۳). ارزش کارآفرینان و رفتار کارآفرینانه در بیشتر کشورها به عنوان موتور کلیدی رشد و توسعه اقتصادی شناخته شده‌اند. در چند دهه اخیر، کارآفرینی و ترویج رفتار کارآفرینانه، یکی از اهداف اصلی برنامه‌های توسعه کشورها بوده است. در یک فضای کارآفرینانه، اشخاص به شناسایی فرصت‌ها و بسیج منابع و امکانات برای استفاده از این فرصت‌ها می‌پردازند (عباسی و همکاران، ۱۴۰۲). از طرفی، بررسی پیشینه مطالعات کارآفرینی نشان می‌دهد که کارآفرینان ویژگی‌های خاصی دارند که قابل تقویت و توسعه است (ماتویونک^۳، ۲۰۱۰). دراکر اعتقاد دارد کارآفرینی، بیش از آن که یک ویژگی شخصیتی باشد، یک الگوی رفتاری است. افرادی که ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی آن‌ها برانگیخته می‌شود اقدام به رفتارهای کارآفرینانه از جمله راه اندازی یک کسب و کار، ایجاد یک حرفه برای خود و دیگران و در نهایت ثبت اختراع به نام خود می‌کنند (لامپرتو و همکاران^۴، ۲۰۱۷). رفتار کارآفرینانه به مجموعه فعالیت‌ها و شیوه‌هایی اطلاق می‌شود که فرد در سطوح مختلف مسئولیت، به طور مستقل، با هدف ایجاد و بهره‌گیری خلاقانه از منابع، در جهت شناسایی و استفاده از فرصت‌ها و با ادراک قوی از کارآمدی خود، به راه‌اندازی و توسعه کسب و کار می‌پردازد (مایر^۵، ۲۰۰۲). یکی از شاخص‌های کارآفرینی، کارآفرینی درون سازمانی است، که فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان‌های عامل است. کارآفرینی درون سازمانی به عنوان سرمایه‌گذاری شرکتی یا CE شناخته می‌شود و به عنوان پدیده‌ای تعریف می‌شود که در آن فرد یا گروهی از کارکنان نوآوری را تحریک می‌کنند یا شرکت‌های جدیدی را در سازمان ایجاد می‌کنند (شرما و پریشمن^۶، ۲۰۰۷). کارآفرینی درون سازمانی به کارکنان اجازه می‌دهد تا از منابع سازمان برای ایجاد تغییرات در سازمان و ایجاد یک کسب و کار جدید استفاده کنند (آقجا و همکاران^۷، ۲۰۱۲). کارآفرینی درون سازمانی، سازمان‌ها 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 می‌کند (فرنهابر و پاتیل^۸، ۲۰۱۲). ریسک‌پذیری، استراتژی رقابتی و نوآوری پیش‌بینی‌کننده‌های تثبیت شده کارآفرینی در شرکت‌ها هستند (کولمانین

1. Li et al
2. Obschonka
3. Matviuk
4. Lamberto et al
5. Mair
6. Sharma & Chrisman
7. Ağca et al
8. Fernhaber & Patel

و استوچمانن^۱، ۲۰۱۴). کارآفرینی درون سازمانی برای توضیح ایجاد راه‌حل برای چالش‌های پیش روی شرکت، توسعه محصولات جدید، خدمات یا روش‌های جدید برخورد با مشتریان فعلی یا جدید استفاده می‌شود (آنتوننیک و هیسرچ^۲، ۲۰۰۱). بر اساس تحقیقات میلر^۳ (۱۹۸۳) و چند تحقیق قبلی دیگر ریسک‌پذیری، پیشرفت، و فعالیت‌های 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 می‌گذارد (لینتون و کاسک^۴، ۲۰۱۷). فعالیت‌های درون کارآفرینی کارکنان که شامل شروع، ریسک‌پذیری و ایده‌پردازی یا ارائه ایده‌های جدید است 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 (موکایا^۵، ۲۰۱۲). بنابراین با توجه به مزایایی که کارآفرینی درون سازمانی برای سازمان‌ها به ارمغان می‌آورد 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 این سوال است 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.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

رفتار کارآفرینانه

کارآفرینی سازمانی حاصل رفتارهای کارآفرینانه در سازمان است (نیک پور، ۱۳۹۶). رفتار کارآفرینانه در سازمان، به آن دسته از فعالیت‌هایی اطلاق می‌گردد که توسط کارکنان سازمان در سطوح مختلف به صورت مستقل ایجاد شده و با استفاده از منابع متداول به تشخیص و تعقیب فرصت‌ها می‌پردازد (مایر، ۲۰۰۲). رفتار کارآفرینانه در سازمان، مجموعه‌ای از فعالیت‌ها تعریف می‌شود که توسط هر فرد در سطوح مختلف و به صورت خودکار انجام می‌شوند که در آن‌ها از ترکیب منابع نوآور برای تشخیص و تعقیب فرصت‌ها استفاده می‌کنند. به طور کلی رفتار کارآفرینانه در سازمان، رفتاری است که به منظور انجام یک رویداد ویژه هدایت می‌شود (حسین پور و همکاران، ۱۳۹۴).

ابعاد رفتار کارآفرینانه در سازمان عبارتند از:

کاهش کاغذبازی: اشاره به دریافت اقدامات پیشنهادی از طریق کاهش کاغذبازی بوروکراتیک دارد.

تغییر در رفتار: اشاره به علاقه‌مندی به کسب مهارت‌های جدید، عکس‌العمل سریع در صورت عدم نتیجه‌گیری در کار، تشویق همکاران به ارائه ایده‌ها و نظرات خود جهت بهبود خدمات و یافتن روش‌هایی برای بهبود خدمات و تفکر درباره کارهایشان به شیوه‌ای جدید دارد.

بینش استراتژیک: اشاره به توانایی استفاده از رویکردهای جدید در حرکت به سوی آینده و دیدن آینده دارد.

محیط کار پراورزی: اشاره به ایجاد محیط کار مبتنی بر کار گروهی و ایجاد بهبود علاقه در کارکنان دارد.

محیط حمایتی: اشاره به ایجاد محیط کار حمایت‌کننده از ابتکارات و امکان دستیابی به اطلاعات دارد (زامپرتاکیس و موستاکیس^۶، ۲۰۰۷).

1. Kollmann & Stöckmann
2. Antoncic & Hisrich
3. Miller
4. Linton & Kask
5. Mokaya
6. Zampetakis & Moustakis

در تحقیقات کارآفرینی مشخص گردید که فاکتورهای مختلفی روی رفتار کارآفرینانه مؤثرند که عبارتند از: الف) فاکتورهای فردی: بر روی ویژگی‌های شخصیتی افراد متمرکز است. نگرش و ارزش‌ها یک انگیزه‌ای را برای کارآفرینان ایجاد می‌کند.

ب) اجتماعی: زمینه شخصی و خانوادگی، تجربیات زندگی و رشد محیط.

ج) محیطی: ارزش و ثروت، کاهش مالیات و سودهای نادرست، تغییر در شرایط بازار، اغتشاش‌های اجتماعی و فرهنگ اقتصادی (مقیمی و همکاران، ۱۳۹۳).

کارآفرینی درون سازمانی

امروز، جهان در حال تحقق یک تغییر بزرگ است، تغییر محور بر تحول نوآوری‌ها و فناوری‌ها که تأثیر عمیقی بر زندگی مردم، ساختار و تفکر سازمان‌ها و حتی تعامل کشورها خواهد گذاشت. به نظر می‌رسد درک این تغییر و همراهی به موقع این تغییر برای همه سازمان‌های مختلف ضروری است. بر این اساس، با چنین تغییراتی سازمان‌هایی که کارآفرینی سازمانی را دنبال می‌کنند، اغلب به عنوان ویژگی‌های پویا و انعطاف پذیر تلقی می‌شوند که می‌توانند از زمان ظهور آن‌ها از فرصت‌های شغلی جدید استفاده کنند (دی هیستریچ، ۱۳۹۶). کارآفرینی سازمانی و مؤلفه‌های آن نه تنها در تولید بلکه در پیش‌بینی نوآوری در شرکت‌ها بسیار مهم است. کارمندانی که پشتیبانی مدیریت، در دسترس بودن زمان، اقتدار و منابع را برای فعالیت‌های کارآفرینی مشاهده می‌کنند، اغلب در نوآوری نقش دارند. عملکرد و اثربخشی یک سازمان به شدت به توانایی کارآفرینی سازمانی خود متکی است. کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که با استفاده از آن یک فرد یا گروهی از افراد در رابطه با یک سازمان موجود، یک سازمان جدید ایجاد می‌کند یا نوآوری را در آن سازمان تحریک می‌کند (داوری و همکاران، ۱۳۹۶). کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که با استفاده از آن شرکت‌ها، مشاغل جدیدی ایجاد می‌کنند و با تغییر دامنه یک تجارت یا فرآیندهای استراتژیک کلیدی، خود را تغییر می‌دهند. کارآفرینی سازمانی رفتار خطرناک یک شرکت، تعهد آن در ایجاد محصولات و خدمات جدید و تمایل آن برای تعریف استراتژیک مأموریت خود است (بونی و همکاران^۱، ۲۰۱۹). کارآفرینی سازمانی می‌تواند در شرکت‌ها از طریق سرمایه‌گذاری شرکت‌ها یا کارآفرینی استراتژیک آشکار شود. سرمایه‌گذاری شرکت‌ها مربوط به راه‌اندازی سرمایه‌گذاری‌های جدید است و این می‌تواند بیشتر به دو دسته تقسیم شود. اولین سرمایه‌گذاری‌های نوآورانه است که در این شرکت ایجاد می‌شود، به نام سرمایه‌گذاری داخلی، فعالیت دوم هر نوآوری است که در خارج از شرکت رخ می‌دهد و به آن سرمایه‌گذاری‌های شرکت‌های خارجی گفته می‌شود. سرمایه‌گذاری خارجی شامل مشاغل جدیدی است که توسط طرفین خارج از شرکت ایجاد می‌شود و متعاقباً در شرکت سرمایه‌گذاری یا خریداری می‌شود. رویکردهای استراتژیک کارآفرینی همچنین به طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های مهم کارآفرینی یا نوآوری‌های اتخاذ شده برای دستیابی به مزیت رقابتی شرکت اشاره دارد. آن‌ها معمولاً منجر به مشاغل جدید برای شرکت نمی‌شوند. با کارآفرینی استراتژیک،

نوآوری را می‌توان در هر یک از پنج حوزه استراتژی شرکت‌ها، پیشنهادات محصول، بازارهای خدمات، سازمان داخلی (به عنوان مثال ساختار، فرآیندها و توانایی‌ها) یا مدل تجاری یافت (کوراتکو و موریس^۱، ۲۰۱۸).

پیشینه تحقیق

گلستانی خواه و همکاران (۱۴۰۱) در تحقیقی به شناسایی و رتبه‌بندی موانع کارآفرینی درون سازمانی در کتابخانه‌های دانشگاه فردوسی مشهد و دانشگاه علوم پزشکی مشهد پرداختند. داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی و به وسیله نرم‌افزار اسپاس تحلیل گردید و یافته‌ها نشان داد که هر سه دسته موانع ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای، موانع کارآفرینی در کتابخانه‌های دانشگاه فردوسی و علوم پزشکی مشهد بودند که مهم‌ترین آن‌ها موانع زمینه‌ای بود و سپس به ترتیب موانع ساختاری و رفتاری قرار داشتند. در کتابخانه‌های هر دو دانشگاه، مهم‌ترین مانع زمینه‌ای، 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 می‌کند (منصوری و آقاجانی، ۱۴۰۰). قزل‌سفلو و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیقی به طراحی الگوی توسعه کارآفرینی درون‌سازمانی 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 درون‌سازمانی داشتند. همچنین نتایج آزمون تی حاکی از تأثیر مستقیم معنادار و تبیین‌کننده خرده مقیاس‌های پنج‌گانه پژوهش بر کارآفرینی درون سازمانی بود (قزل‌سفلو و همکاران، ۱۴۰۰). باقرزاده هوشمندی و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهشی به بررسی نقش رفتار کارآفرینانه در سازمان بر تبیین کارآفرینی سازمانی در دانشگاه پیام نور ارومیه پرداختند. نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که بین رفتار کارآفرینانه در سازمان و مولفه‌های آن با کارآفرینی سازمانی و مولفه‌های آن از نظر کارکنان دانشگاه پیام نور ارومیه رابطه مثبت و معنادار وجود داشت. نتایج رگرسیون همزمان نشان داد که رفتار کارآفرینانه در سازمان و مولفه‌های آن ۶۷ درصد کارآفرینی سازمانی را تبیین می‌کنند.

کاراکوراک داغ و چتین^۲ (۲۰۲۲) در تحقیقی به بررسی تأثیر سطح کارآفرینی درون سازمانی در مؤسسات آموزش عالی بر سطح نوآوری سازمانی و تعیین این که 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 حرفه‌ای تفاوت معناداری دارد یا خیر. همچنین موضوع را با توجه به دیدگاه دانشگاهیان به صورت کیفی مطابق با نتایج تحقیق کمی مورد بررسی

1. Kuratko & Morris

2. Karaokur Akdag & Çetin

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 یافته‌ها 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 می‌گذارد (کاراکورآک داغ و چتین، ۲۰۲۲). کانگ و همکاران (۲۰۲۱) در تحقیقی بررسی کردند که کدام یک از زیربعضهای کارآفرینی درون سازمانی (نوآوری، فعال بودن، ریسک‌پذیری) و حمایت از مسئولیت اجتماعی شرکتی بر مشارکت کارکنان (تعامل سازمانی و شغلی) تأثیر می‌گذارد که منجر به خلاقیت کارکنان می‌شود. این مطالعه از داده‌های نظرسنجی از کارکنان SME در کره جنوبی استفاده کرد و از رویکرد مدل‌سازی 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 می‌گذارد. مشارکت نقش واسطه‌ای 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 می‌گذارد. یافته‌های 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 (خانگ و همکاران، ۲۰۲۱).

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر بر حسب هدف از نوع تحقیقات کاربردی و پیمایشی است که به روش میدانی اجرا شده است. به گونه‌ای که برای بررسی تعاریف و مفهوم اساسی تحقیق و هم چنین تحقیقات گذشتگان از کتاب‌ها و مقالات و مجلات و هم چنین پایان‌نامه‌های داخلی و خارجی به صورت کتابخانه‌ای مطالب جمع‌آوری شده است و برای بررسی نظرات و تجزیه و تحلیل داده‌ها از ابزار پرسشنامه به صورت میدانی استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارکنان شرکت کشت و صنعت تکدانه می‌باشد که در سال جاری در این شرکت مشغول به کار هستند. تعداد کارکنان مشغول در این کارخانه بالغ بر ۱۰۰۰ نفر بودند که با استفاده از جدول کرجسی و مورگان 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. بعد از مطالعه کتابخانه‌ای، بر مبنای مبانی نظری براساس مدل موجود در زمینه متغیرهای تحقیق از دو پرسشنامه زیر استفاده شد:

پرسشنامه کارآفرینی درون سازمانی: از پرسشنامه کارآفرینی درون سازمانی کورنوال و پرلمن^۲ (۱۹۹۰) استفاده شد که دارای ۱۵ گویه می‌باشد.

پرسشنامه رفتار کارآفرینانه: از پرسشنامه رفتار کارآفرینانه زامپتاکیس و موستاکیس (۲۰۰۷) استفاده شد که دارای ۱۲ گویه و ۵ بعد کاهش کاغذ بازی، تغییر در رفتار کارکنان، بینش استراتژیک، ایجاد محیط کاری پر انرژی و محیط حمایتی می‌باشد.

^۱. Kang et al

^۲. Cornwall & Perlman

در این تحقیق ابتدا پرسشنامه‌ها در بین کارکنان به صورت کاملاً تصادفی پخش شد و پس از تکمیل و گردآوری اطلاعات پرسشنامه‌ها 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 می‌شود. 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 شد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون معتبر کمولموگروف اسمیرنوف استفاده شد. در این آزمون اگر سطح معنی داری برای کلیه متغیرهای مستقل و وابسته بزرگتر از سطح آزمون (۰/۰۵) باشد توزیع داده‌ها نرمال می‌باشد.

جدول ۱: بررسی نرمال بودن داده‌ها

آماره‌ها / متغیرها	کولموگروف - اسمیرنوف	سطح معنی داری
رفتار کارآفرینانه	۰/۱۰۳	۰/۰۰۰
کارآفرینی درون سازمانی	۰/۱۱۷	۰/۰۰۰

مطابق جدول ۱، توزیع داده‌ها نرمال نمی‌باشد و از معادلات ساختاری برای بررسی فرضیات تحقیق استفاده شد. بنابراین به بررسی فرضیات با تکنیک تحلیل مسیر پرداخته شد و تصمیم‌گیری در خصوص تایید یا رد فرضیات بر اساس مقدار آماره تی^۱ و سطح معناداری^۲ صورت گرفت.

آزمون فرضیه اصلی: رفتار کارآفرینانه بر کارآفرینی درون سازمانی تاثیر معناداری دارد.

نتایج مربوط به فرضیه اصلی تحقیق در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲: نتایج برآورد ضرایب معناداری تی و ضریب مسیر استاندارد شده رفتار کارآفرینانه بر کارآفرینی درون سازمانی

مسیر مستقیم	ضریب مسیر (B)	مقدار تی (t-value)	سطح معناداری	نتیجه
رفتار کارآفرینانه ← کارآفرینی درون سازمانی	۰,۸۰۲	۴۱,۸۳۵	۰,۰۰	تایید

1. T-Value
2. p-value

همانطور که در جدول ۲ نمایان است، مقدار آماره تی و سطح معناداری بین رفتار کارآفرینانه و کارآفرینی درون سازمانی به ترتیب برابر ۴۱,۸۳۵ و ۰,۸۰۲ به دست آمده است. در واقع با توجه به اینکه مقدار عدد معناداری بیشتر از ۱,۹۶ و سطح معناداری (۰,۰۰) کمتر از ۰,۰۵ به دست آمده؛ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی رفتار کارآفرینانه بر کارآفرینی درون سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. یعنی با افزایش یک انحراف استاندارد در نمرات رفتار کارآفرینانه، شاهد افزایش در نمرات کارآفرینی درون سازمانی به اندازه ۰,۸۰۲ انحراف استاندارد خواهیم بود. بنابراین فرضیه اصلی تحقیق تایید می شود.

جهت بررسی فرضیات فرعی مطرح شده، بار دیگر مدل سازی در فضای نرم افزار ایجاد شد و هر پنج مولفه رفتار کارآفرینانه به عنوان متغیرهای مستقل وارد تحلیل شده است. شاخص های مهم این مدل نیز در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۳: شاخص های مربوط به مدل فرعی

مسیر	β	T_value	سطح معناداری	R^2 متغیر وابسته	Q^2 متغیر وابسته	VIF	f^2
کاهش کاغذ بازی ← کارآفرینی درون سازمانی	۰,۲۶۸	۵,۷۶۸	۰,۰۰	۰,۶۵۵	۰,۴۶۴	۱,۶۲۰	۰,۱۲۹
تغییر در رفتار کارکنان ← کارآفرینی درون سازمانی	۰,۲۵۲	۷,۰۲۴	۰,۰۰	۰,۶۵۵	۰,۴۶۴	۱,۷۵۸	۰,۱۰۵
بیش استراتژیک ← کارآفرینی درون سازمانی	۰,۱۶۴	۴,۲۸۲	۰,۰۰	۰,۶۵۵	۰,۴۶۴	۱,۵۴۲	۰,۰۵۱
ایجاد محیط کاری پرنرژی ← کارآفرینی درون سازمانی	۰,۱۱۳	۲,۹۳۵	۰,۰۰۳	۰,۶۵۵	۰,۴۶۴	۱,۷۲۷	۰,۰۲۲
محیط حمایتی ← کارآفرینی درون سازمانی	۰,۲۶۰	۵,۵۸۳	۰,۰۰	۰,۶۵۵	۰,۴۶۴	۲,۱۵۷	۰,۰۹۱

$$GOF = \sqrt{\text{Communalities} \times R^2} = \sqrt{0.420 \times 0.655} = 0.524$$

همانطور که در جدول ۲ ملاحظه می شود، مقدار GOF مدل قابل قبول و برابر ۰,۵۲۴ محاسبه شده است. همچنین مقدار ضریب تعیین کارآفرینی درون سازمانی (۰,۶۵۵) نشان می دهد که مولفه های رفتار کارآفرینانه با همکاری یکدیگر و در مجموع توانسته اند ۶۵,۵ درصد از تغییرات کارآفرینی درون سازمانی را پیش بینی نمایند.

همانطور که در جدول شماره ۳ قابل مشاهده است مقدار عدد معناداری بیشتر از ۱,۹۶ و سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ به دست آمده؛ بنابراین می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی کاهش کاغذبازی بر کارآفرینی درون سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین با توجه به داده های گردآوری شده می توان فرضیه فرعی اول تحقیق مبنی بر وجود اثرگذاری کاهش کاغذبازی بر کارآفرینی درون سازمانی با احتمال ۹۵ درصد تایید می شود.

با توجه به نتایجی که در جدول شماره ۳ قابل مشاهده است مقدار عدد معناداری بیشتر از ۱,۹۶ و سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ به دست آمده؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی تغییر در رفتار کارکنان بر کارآفرینی درون سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین با توجه به داده‌های گردآوری شده می‌توان فرضیه فرعی اول تحقیق مبنی بر وجود اثرگذاری عوامل ملموس بر کارآفرینی درون سازمانی با احتمال ۹۵ درصد تایید می‌شود.

همانطور که در جدول شماره ۳ قابل مشاهده است مقدار عدد معناداری بیشتر از ۱,۹۶ و سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ به دست آمده؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی بینش استراتژیک بر کارآفرینی درون سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین با توجه به داده‌های گردآوری شده می‌توان فرضیه فرعی اول تحقیق مبنی بر وجود اثرگذاری عوامل ملموس بر کارآفرینی درون سازمانی با احتمال ۹۵ درصد تایید می‌شود.

با توجه به نتایجی که در جدول شماره ۳ قابل مشاهده است، مقدار عدد معناداری بیشتر از ۱,۹۶ و سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ به دست آمده؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی ایجاد محیط کاری پر انرژی بر کارآفرینی درون سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین با توجه به داده‌های گردآوری شده می‌توان فرضیه فرعی اول تحقیق مبنی بر وجود اثرگذاری عوامل ملموس بر کارآفرینی درون سازمانی با احتمال ۹۵ درصد تایید می‌شود.

همانطور که در جدول شماره ۳ قابل مشاهده است مقدار عدد معناداری بیشتر از ۱,۹۶ و سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ به دست آمده؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی عوامل ملموس بر کارآفرینی درون سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین با توجه به داده‌های گردآوری شده می‌توان فرضیه فرعی اول تحقیق مبنی بر وجود اثرگذاری محیط حمایتی بر کارآفرینی درون سازمانی با احتمال ۹۵ درصد تایید می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

در تبیین نتیجه به دست آمد می‌توان بیان نمود که: رفتار کارآفرینانه شامل تمام عملیات، تصمیم‌گیری‌ها، نگرش‌ها و رفتارهایی است که به ایجاد فرصت‌ها، تغییرات و نوآوری درون سازمانی منجر می‌شود. رفتار کارآفرینانه می‌تواند به عنوان یک الگو برای سایر اعضای سازمان عمل کند و افراد را به ایده‌پردازی، نوآوری و ریسک‌پذیری تشویق کند، به ترویج فرهنگ کارآفرینی در سازمان کمک کند و افراد را به اشتراک ایده‌ها و تجربیاتشان تشویق کند، انگیزه و اعتماد به نفس افراد را تقویت کرده و آن‌ها را به انجام ایده‌های نوآورانه و کارآفرینانه تشویق کند. بنابراین، رفتار کارآفرینانه افراد درون سازمانی می‌تواند به عنوان یک عامل کلیدی برای ترویج کارآفرینی درون سازمانی عمل کند و بهبودهای قابل توجهی در عملکرد و موفقیت سازمانی را به همراه داشته باشد. نتیجه به دست آمده با نتایج تحقیقات گلستانی‌خواه و همکاران (۱۴۰۱)، منصوری و آقاجانی (۱۴۰۰)، قزلسفلو و همکاران (۱۴۰۰)، باقرزاده هوشمندی و همکاران (۱۳۹۷)، کاراکورآک داغ و چتین (۲۰۲۲) و کانگ و همکاران (۲۰۲۱) همخوانی دارد.

در تبیین نتیجه به دست آمده می‌توان بیان نمود که کاغذ بازی یکی از معضلات بروکراسی اداری در کشور به حساب می‌آید که همواره باعث نارضایتی بسیاری از مردم بالاخص کارآفرینان و صاحبان کسب و کارهای نوپا است. این موضوع در فرآیند انجام امور اداری به تنهایی،

باعث هدر رفتن زمان، انرژی و تحمیل هزینه‌های بسیاری در سیستم اداری کشور می‌باشد که با کاهش آن فضا برای رشد کارآفرینی درون سازمانی مهیا خواهد شد.

تغییر در رفتار کارکنان می‌تواند شامل افزایش انگیزه کارکنان برای اشتراک در فرآیندهای کارآفرینی، ارتقای فرهنگ کارآفرینی در سازمان، ایجاد امکانات و فرصت‌های مناسب برای ایده‌پردازی و اجرای آن‌ها، تشویق به تجربه‌های جدید و خلاقیت، ایجاد محیط کاری منعطف و پذیرش اثربخشی و شکست به عنوان یک فرصت برای رشد و یادگیری و ایجاد ارتباطات مثبت و سازنده بین کارکنان و مدیران باشد. همچنین، تغییر در رفتار کارکنان می‌تواند منجر به افزایش همکاری و تعامل بین اعضای سازمان شود و باعث ایجاد فضایی برای ارتقای ایده‌های نوآورانه و رشد کارآفرینی در سازمان گردد. این تغییرات می‌تواند بهبود مستقیم در عملکرد و بهره‌وری سازمانی منجر شود و سازمان را در مسیر رشد و توسعه قرار دهند. بنابراین، تغییر در رفتار کارکنان می‌تواند به عنوان یک عامل کلیدی برای افزایش کارآفرینی درون سازمانی عمل کند. همچنین می‌توان بیان نمود که بینش استراتژیک می‌تواند به سازمان کمک کند تا رویکردهای نوآورانه و کارآفرینانه را در تصمیم‌گیری‌ها و اجراهایش اعمال کند، با ایجاد فرصت‌های مناسب و تشویق به ایده‌پردازی، کارآفرینی را در سازمان ترویج کند، به سازمان کمک کند تا محیط کاری منعطف و پذیرش اثربخشی و شکست را ارتقا دهد و باعث تشویق کارکنان به انجام آزمایش‌های جدید و خلاقیت شود، تغییرات سازمانی مناسب را ایجاد کند که به رشد و توسعه کارآفرینی در سازمان کمک کند. بنابراین، بینش استراتژیک می‌تواند به عنوان یک عامل کلیدی برای ترویج کارآفرینی سازمانی عمل کند.

در تبیین نتایج به دست آمده می‌توان بیان نمود که محیط کاری پرانرژی می‌تواند با ایجاد انگیزه و انرژی مثبت، کارکنان را به خلاقیت و ایده‌پردازی تشویق کند و منجر به پیدایش ایده‌های نوآورانه و کارآفرینانه شود، انگیزه و تعهد کارکنان را به کارآفرینی و انجام وظایف خود با انگیزه بیشتری افزایش، با ایجاد اعتماد به نفس و حمایت از انجام تغییرات و ریسک‌های متوسط و بزرگ، روحیه ریسک‌پذیری کارکنان را تقویت، به ترویج همکاری، تعامل و اشتراک ایده‌ها بین کارکنان کمک کند بنابراین، ایجاد محیط کاری پرانرژی می‌تواند به عنوان یک عامل کلیدی برای ترویج کارآفرینی درون سازمانی عمل کند. همچنین می‌توان گفت وقتی که یک سازمان محیطی را فراهم می‌کند که افراد را تشویق به ایده‌پردازی، نوآوری و ریسک‌پذیری می‌کند، این می‌تواند به ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه و توسعه فرهنگ کارآفرینی درون سازمانی منجر شود. با ایجاد اعتماد و انگیزه، فرصت‌های دسترسی به منابع مالی، انسانی و فنی را برای افراد فراهم کند که این موضوع می‌تواند به توسعه ایده‌ها و پیاده‌سازی آن‌ها کمک کند، به ترویج فرهنگ کارآفرینی در سازمان کمک و روحیه ریسک‌پذیری را ارتقا دهد. بنابراین، ایجاد محیط حمایتی می‌تواند به عنوان یک عامل کلیدی برای ترویج کارآفرینی درون سازمانی عمل کند. نتایج فوق با نتایج تحقیقات گلستانی‌خواه و همکاران (۱۴۰۱)، منصوری و آقاجانی (۱۴۰۰)، باقرزاده هوشمندی و همکاران (۱۳۹۷)، کاراکورآک داغ و چتین (۲۰۲۲) و کانگ و همکاران (۲۰۲۱) همخوانی دارد. بنابراین با توجه به نتایج به دست آمده در این مطالعه، می‌توان پیشنهاد کرد که ایجاد یک فرهنگ کارآفرینی در سازمان، از طریق تشویق به ایده‌پردازی، اعطای اختیارات بیشتر به کارمندان و ایجاد امکانات برای توسعه مهارت‌های کارآفرینی، می‌تواند به افزایش کارآفرینی درون سازمانی کمک کند. ارائه آموزش‌ها و دوره‌های آموزشی مرتبط با کارآفرینی به کارمندان، می‌تواند آن‌ها را به انجام فعالیت‌های کارآفرینی ترغیب کند. همچنین تشویق به همکاری و اشتراک‌گذاری ایده‌ها ایجاد فضایی برای همکاری و اشتراک‌گذاری ایده‌ها و پروژه‌ها، می‌تواند به توسعه کارآفرینی درون سازمانی کمک کند. ایجاد سیستمی برای پاداش‌دهی

به کارمندانی که ایده‌های کارآفرینانه ارائه می‌دهند و پروژه‌های موفق را اجرا می‌کنند، می‌تواند به تحریک کارآفرینی در سازمان کمک کند. از سوی دیگر، ایجاد فضای کاری انعطاف‌پذیر و امکاناتی برای انجام کارهای کارآفرینانه و آزادی بیشتر در انتخاب روش‌ها و رویه‌های کاری، می‌تواند به توسعه کارآفرینی در سازمان کمک کند. اجرای کامل دولت الکترونیک و سیستمی شدن ادارات و لزوم توجه ویژه به ایجاد بسترهای فرهنگی مناسب، برای اجرای صحیح این طرح‌ها امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر در جهت توسعه کارآفرینی درون سازمانی خواهد بود.

منابع

- انوری، شاپور، عطایی، محمد، طاهرپور کلاتری، حبیب اله (۱۴۰۲). تبیین رفتارهای کارآفرینانه در موفقیت کسب و کارها، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، دوره ۱۵، شماره ۵۳
- باقرزاده هوشمندی، کمال، بهروزنیا، صبا، عبدالله مبارک، رقیه، عزیزاده، افسانه (۱۳۹۷). نقش رفتار کارآفرینانه در سازمان بر تبیین کارآفرینی سازمانی مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور ارومیه، سومین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار، کرج
- حسین پور، داود، منطقی، منوچهر، ملک محمدی، سحر (۱۳۹۴). بررسی نقش مدیریت استعداد در توسعه سرمایه فکری سازمان (مورد مطالعه: سازمان پشتیبانی و نوسازی بالگردهای ایران)، مجله مدیریت نوآوری، سال چهارم، شماره ۳، صص ۹۷-۱۱۸.
- داوری، علی، رادمهر، آرش، تولایی، محمدرضا (۱۳۹۶). کارآفرینی سازمانی، انتشارات شرکت چاپ و نشر بازرگانی، چاپ اول
- دی هستریج، رابرت (۱۳۹۶). کارآفرینی سازمانی، مترجم: آرش خلیلی نصر، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم
- عباسی، حمیدرضا، حسینی نیا، غلامحسین، داوری، علی (۱۴۰۲). شناسایی و واکاوی مکانیزم‌های توسعه رفتار کارآفرینانه در سازمان‌های دولتی (مورد مطالعه: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی)، فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۶(۱)، ۱۵-۳۰.
- قرلسفلو، حمیدرضا؛ عاشوری، تقی؛ عسگرشمسی، میثم (۱۴۰۰). طراحی الگوی توسعه کارآفرینی درون سازمانی در مجموعه‌های تفریحی ورزشی، مطالعات اجتماعی گردشگری، شماره ۱۷، صص ۲۱۹-۲۴۴.
- گلستانی خواه، زینب؛ تجعفری، معصومه، نوکریزی، محسن (۱۴۰۱). شناسایی و رتبه‌بندی موانع کارآفرینی درون سازمانی در کتابخانه‌های دانشگاه فردوسی مشهد و دانشگاه علوم پزشکی مشهد، پژوهشنامه کتابداری و اطلاع رسانی، ۱۲(۲)، ۱۲۱-۱۴۳.
- مقیمی، سیدمحمد، زالی، محمدرضا، مرزبان، شیرمراد (۱۳۹۳). بررسی رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه تهران. پژوهشنامه مدیریت اجرایی، ۶(۱۱)، ۱۲۳-۱۴۴.
- منصوری، احسان؛ آقاجانی، مهدیه (۱۴۰۰). کارآفرینی درون سازمانی؛ مدلی برای توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها (مطالعه موردی: دانشگاه اراک). مطالعات مدیریت، حسابداری و حقوق؛ دوره ۵.
- نیک پور، امین (۱۳۹۶). تأثیر مدیریت استعداد بر رفتار کارآفرینانه در بخش دولتی: تبیین نقش میانجی رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان. مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ۲۶(۸۶)، ۹۷-۱۲۳.
- 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
- Antoncic, B., and Hisrich, R. D. (2001). Intrapreneurship: construct refinement and cross-cultural validation. *J. Business Venturing* 16, 495-527.
- Boone, S., Andries, P., & Clarysse, B. (2019). Does team entrepreneurial passion matter for relationship conflict and team performance? On the importance of fit between passion focus and venture development stage. *Journal of Business Venturing*, 105984.
- Cornwall, J. R. & Perlman, B. (1990), *Organizational Entrepreneurship*, Boston, MA: Irwin. pp.20
- Fernhaber. S & Patel. P.,(2012). How do young firms manage product portfolio complexity? The role of absorptive capacity and ambidexterity. *Strategic Management Journal*, 33(13)
- 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.

- Kollmann, T., & Stöckmann, C. (2014), Filling the entrepreneurial orientation– performance gap: The mediating effects of exploratory and exploitative innovations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(5), 1001-1026.
- Kuratko, D. F., & Morris, M. H. (2018). Corporate entrepreneurship: A critical challenge for educators and researchers. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(1), 42-60.
- Lamberto, Z. M., Carmen, L. C., & Ciappei, V. Z. (2017). Factors affecting universities' ability to foster students' entrepreneurial behaviour: an empirical investigation. *Journal of Management Development*, Vol. 36 Iss 2.
- Li, Y. H., Huang, J., & Tsia, M. (2009). "Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process". *Industrial Marketing Management*, 38(4):440-449
- Linton, G. & Kask, J. (2017). Configurations of entrepreneurial orientation and competitive strategy for high performance. *Journal of Business Research*, 70(1):168–176
- Mair, I. (2002). Entrepreneurial behavior in a large traditional firm Exploring key drivers IESE Business school, university of Navarra, *Research paper* no 466.
- Matviuk, S. G. (2010). "A Study of Peruvian Entrepreneurs Leadership Expectations". *Journal of American Academy of Business*, 16(1), 65-70
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Manage. Sci.* 29, 770–791.
- Mokaya, S. O. (2012). Corporate entrepreneurship and organizational performance theoretical perspectives, approaches and outcomes. *International Journal of Arts and Commerce*, 1(4), 133-143
- Obschonka, M. K., Duckworth, R. K., Silbereisen, A. & I. Schoon, I. (2012). Social competencies in childhood and adolescence and entrepreneurship in young adulthood: A two-study analysis. *International Journal of Developmental Science*, 6(3-4): 137-150.
- 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.
- Zampetakis, L. A. & Moustakis, V. (2007), Entrepreneurial behavior in the Greek public sector. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, Vol. 13, No. 1, pp. 19-38.