

رابطه رهبری استراتژیک و کار آفرینی کارکنان دانشگاه پیام نور استان تهران

مرضیه برزگر

کارشناس ارشد مدیریت اجرایی - استراتژیک

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه رهبری استراتژیک و کار آفرینی کارکنان دانشگاه پیام نور استان تهران می باشد روش پژوهش به کار گرفته شده به لحاظ هدف جزء پژوهش های کاربردی بوده و به لحاظ شیوه جمع آوری اطلاعات جزء پژوهش های توصیفی از نوع همبستگی است که در آن به توصیف رابطه بین متغیرها با یکدیگر پرداخته است. جامعه آماری این پژوهش تمامی کارکنان دانشگاه پیام نور استان تهران به تعداد ۶۸۵ نفر می باشد. با توجه به جدول مورگان تعداد ۲۶۲ نفر با روش نمونه گیری تصادفی به عنوان نمونه آماری مشخص گردید. ابزار جمع آوری اطلاعات در این پژوهش از دو پرسشنامه رهبری استراتژیک، و کار آفرینی استفاده شده است جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است که در سطح آمار استنباطی از ماتریس همبستگی و رگرسیون استفاده شده است. نتایج پس از تجزیه و تحلیل داده ها نشان داد که بین رهبری استراتژیک با کار آفرینی رابطه معنادار وجود دارد. همچنین رهبری استراتژیک فایلیت پیش بینی کنندگی کار آفرینی را دارد.

کلید واژه ها : رهبری استراتژیک ، کارکنان، کار آفرینی

مقدمه و بیان مساله

بی شک دنیای امروز، دنیای انسان هاست و متولیان سازمان های مختلف انسانها هستند . سازمانها بدون وجود انسان ، نه تنها مفهومی نخواهد داشت بلکه اداره آنها نیز میسر نخواهد بود . از سوی دیگر زندگی اجتماعی انسانها مستلزم همکاری ، همیاری و برآوردن نیازهای متقابل است. این امر منجر به تقسیم کار و توسعه تخصص ها و مهارت های مختلف شده و بر پیشرفت کمی، کیفی و آثار و نتایج آن افزوده است و روابط اجتماعی و سازمان یافته او را در قالب نهادها ، موسسات و واحدهای کم و بیش تخصصی گسترش داده است ، بدیهی است که بخش زیادی از زندگی بزرگسالان صرف کار می شود و به نظر می رسد که فعالیت کاری از نظر سلامت روانی شخص ، فعالیتی مهم به حساب می آید (وزیری، ۱۳۹۸) . کار صرف نظر از تأمین مالی می تواند برخی از نیازهای اساسی آدمی نظیر ، تحرک روانی و بدنی ، تماس اجتماعی ، احساسات خود ارزشمندی ، اعتماد و توانمندی را ارضاء کند . از آنجایی که جامعه یک جامعه سازمانی است ، فعالیت هایی که در زمینه تولد ، تحصیل، کار ، تفریح ، رشد معنوی و مرگ در جامعه صورت می گیرد ، بطور مکرر تحت تأثیر محیط یا جوسازمان قرار دارد . سازمان ها ، اماکنی هستند که اکثر ما ممکن است بخش قابل ملاحظه ای از زندگی خود را در آن جو بگذرانیم. طبق تعریف هوی و میسکل (۱۳۹۹) ، رهبری سازمانی مناسب می تواند در ایجاد انگیزش برای کارکنان ، بهبود روحیه کارکنان ، مشارکت افراد در تصمیم گیری ها و در ازدیاد خلاقیت و نوآوری موثر باشد و به عنوان یک منبع مهم در تأمین کار آفرینی اجتماعی کارکنان به حساب آید و بالعکس. بنابراین تغییر در هر بخش از محیط سازمانی منجر به تغییر فوری و عمیق در نحوه انجام کار و عملکرد کارکنان می گردد. کار آفرینی اجتماعی مهم ترین شایستگی در ساخت اقتصادی و حرفه است . کار آفرینی اجتماعی در کنار تفکر و ایمان عصاره سازاندهی در سازمان ها است ، هدف تربیت نیروی های انسانی تربیت افرادی کار آفرین با ایجاد روحیه کار آفرینی است. کار آفرینی اجتماعی سازمان ها یک فعالیت نیست بلکه یک رویکرد است ، بخش عمده ی توسعه ی کشور در سازمان ها پایه گذاری می شود و شکل می گیرد . در طول دهه ی گذشته ، نقش سازمان ها در امر توسعه ی انسانی متخصص و کار آفرین مورد غفلت قرار گرفته است . از آنجا که کار آفرینان اجتماعی نقشی حیاتی در تداوم رشد و توسعه ی ملی ایفا می کنند ، شایسته است به رهبری سازمان ها در تربیت کار آفرینان اجتماعی توجه ویژه ای شود.

قاسمی گوآبری و همکاران، (۱۳۹۳) به نقل از یوسفی و یوسفی (۱۳۹۰)، هدف از توجه کارآفرینی به کارکنان باید این باشد که مسئولیت پذیری آن ها افزایش یابد و برای دستیابی به اهداف خود خلاق باشند و به کشف فرصت های موجود بپردازند و به طور کلی مقابله کردن در جامعه ی پیچیده ی امروزی را بیاموزند . (قاسمی گوآبری و همکاران ، ۱۳۹۳) در شرایط امروزی که سازمانها با محیط رقابتی جهانی مواجهند ، همواره نیاز به تغییرات ریشه ای و خلاقیت های کاری احساس می شود . نیروی رقابتی جهانی ، سازمانهای امروزی را مجبور کرده است که بعد از دهها سال ادامه روشها و رویه های کاری ثابت خود ، روشهای کاری جدیدی را در پیش گیرند ، به گونه ای که دیگر سازمانها دارای ثبات کاری نیستند و از نوعی ثبات نسبی برخوردارند و برای اینکه از قافله عقب نیافتند اکثر این سازمانها از مهارتهای مدیریت تغییر بهره می گیرند و با شجاعت و جسارت خاصی سعی در ایجاد تغییرات بنیادی در درون سازمان دارند . در این میان مطلبی که باید مورد توجه قرار گیرد، توجه دائم سازمانها بر رویدادهای داخلی و خارجی و نظارت بر روندها می باشد تا بتوانند در زمان مناسب و بر حسب ضرورت در دوره های بلند مدت به شیوه ای موفقیت آمیز، خود را با شرایط در حال تغییر وفق دهند . انتظار می رود در هزاره سوم رفتار استراتژیست ها به شیوه های مختلف تغییر کند . نتایج پژوهشی که در مجله فورچون به چاپ رسیده حاکی از این است که در خلال سالهای ۱۹۸۹ تا ۲۰۰۰ ویژگیها و استعدادهایی که مدیران عامل باید داشته باشند به صورت قابل توجهی تغییر کرده اند ، برای مثال ، در نخستین دهه سال ۲۰۰۰ استراتژیست ها، دارای بینش و بصیرت رهبری بیشتری خواهند بود ، رابطه بهتری بین عملکرد و جبران خدمات برقرار خواهند کرد، ارتباطات بیشتری با کارکنان برقرار می کنند و به میزان وفاداری افراد ارج می نهند، همه تصمیمات عمده را می گیرند و در تدوین استراتژی ها نقش عمده ای بر عهده خواهند داشت. به طور کلی استراتژیست ها به سمت پذیرش رفتارهای رهبری در حرکتند. از این رو در پژوهش حاضر به بررسی رابطه رهبری استراتژیک و کار آفرینی اجتماعی در بین کارکنان پرداخته شده است. و به اهمیت و جایگاه رهبری در کارآفرینی پرداخته شده است.

روش شناسی پژوهش

روش پژوهش به کار گرفته شده به لحاظ هدف جزء پژوهش های کاربردی بوده و به لحاظ شیوه جمع آوری اطلاعات جزء پژوهش های توصیفی از نوع همبستگی است که در آن به توصیف رابطه بین متغیرها با یکدیگر پرداخته است. جامعه آماری این پژوهش تمامی کارکنان دانشگاه پیام نور استان تهران به تعداد ۶۸۵ می باشد که با روش نمونه گیری تصادفی تعداد ۲۸۶ با توجه به جدول مورگان به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید.

ابزار جمع آوری اطلاعات

جهت جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه رهبری استراتژیک و کارآفرینی استفاده شده است

الف پرسشنامه رهبری استراتژیک :

پرسشنامه رهبری استراتژیک توسط لیره (۲۰۱۲) ساخته شده است. این پرسشنامه بر مبنای طیف ۵ تایی لیکرت طراحی می شود. و شامل ابعاد چشم انداز درباره آینده، ساختار و فرایند سازمانی، سرمایه انسانی، ارزش های اخلاقی، شایستگی و فرهنگ سازمانی می باشد.

روایی و اعتبار این مقیاس توسط لیره (۲۰۱۲) مطلوب گزارش شده است و مقدار ضریب آلفای کرونباخ در پژوهش او ۰/۸۳ به دست آمد.

ب) پرسشنامه کارآفرینی اجتماعی :

پرسشنامه کارآفرینی اجتماعی یک پرسشنامه محقق ساخته است که توسط عباس عرب در سال ۱۳۹۰ تهیه شده است و هدف آن بررسی میزان کارآفرینی اجتماعی در افراد است .

ابتدا مولفه های کارآفرینی اجتماعی (عاملان تغییر در بخش اجتماعی ، انتخاب مأموریت در راستای ایجاد و حفظ ارزشهای اجتماعی ، شناخت و پیگیری فرصتهای جدید در جهت ایجاد و حفظ ارزشهای اجتماعی ، حضور در فرآیند مستمر نوآوری ، تطابق و یادگیری ، فعالیت جسورانه بدون توجه به محدودیت منابع موجود ، ایجاد حس مسئولیت پذیری در قبال نهادهای موثر در ایجاد نتایج ، خلق ساز و کارهای شبه بازاری جهت افزایش مسئولیت پذیری خو) و گویه های متناسب با آنها را که ۵۳ گویه بود از مبانی نظری (مدل ارائه شده توسط دیز) استخراج کرد و پس از اینکه با افراد صاحب نظر مصاحبه انجام شد به ۴۶ گویه تقلیل داد. سپس بر اساس گویه ها ، عباراتی تنظیم و در یک مطالعه مقدماتی پرسشنامه اجرا شد. پس از آن نمره کلیه عبارتها برای تجزیه و تحلیل به وسیله نرم افزار Lisrel وارد کامپیوتر شد، ۳ عبارت (۸ ، ۳۷ و ۴۶) که به وسیله نرم افزار نامناسب تشخیصی داده شدند (عبارت هایی که قابلیت اعتماد پرسشنامه را کاهش داده ، واریانس را پایین آورده و همبستگی منفی با نمره کل آزمون داشتند) علامت گذاری شد و انطباق آنها با مبانی نظری و دریافت نظر اساتید راهنما و مشاور ، از اینکه سوالات موازی پرسشنامه در سنجش خصیصه های مورد بررسی ایفای نقش نموده و حذف آنها بر روایی پرسشنامه اثری ندارد،

اطمینان حاصل شد و در مرحله اجرای نهایی این سه سوال از مجموعه سوالات پرسشنامه حذف شدند. در نهایت ۴۳ عبارت باقی ماند که در قالب یک پرسشنامه همراه با راهنمای تکمیل آن برای آزمودنیها تنظیم گردید.

مولفه‌ها و سوالات مربوط به هر مولفه:

عاملان تغییر در بخش اجتماعی (۸، ۱۶، ۱۷، ۲۱ و ۳۸)

شناخت و پیگیری فرصتهای جدید در جهت ایجاد و حفظ ارزشهای اجتماعی (۲، ۱۱، ۱۸، ۲۰ و ۴۳)

انتخاب ماموریت در راستای ایجاد و حفظ ارزشهای اجتماعی (۵، ۶، ۱۴، ۳۳ و ۴۰)

حضور در فرآیند مستمر نوآوری، تطابق و یادگیری (۴، ۷، ۱۲، ۱۳، ۲۴، ۲۶، ۲۹ و ۳۱)

فعالیت جسورانه بدون توجه به محدودیت منابع موجود (۳، ۱۰، ۲۳، ۲۷، ۳۲، ۳۴، ۳۶ و ۳۷)

ایجاد حس مسئولیت پذیری در قبال نهادهای موثر در ایجاد نتایج (۱، ۲۵، ۲۸، ۳۵، ۳۹ و ۴۱)

خلق ساز و کارهای شبه بازاری جهت افزایش مسئولیت پذیری خود (۹، ۱۵، ۱۹، ۲۲، ۳۰ و ۴۲)

گزینه‌ها بر اساس طیف پنج گزینه ای لیکرت (از یک به معنای کاملا مخالف تا پنج به معنای کاملا موافق) تنظیم شدند.

در صورتی که نمرات پرسشنامه بین ۴۶ تا ۱۰۷ باشد، نشان دهنده ی ضعیف بودن کارآفرینی اجتماعی می باشد.

در صورتی که نمرات پرسشنامه بین ۱۰۷ تا ۱۶۸ باشد، نشان دهنده ی متوسط بودن کارآفرینی اجتماعی می باشد.

در صورتی که نمرات ۱۶۸ به بالا باشد، نشان دهنده ی بالا بودن کارآفرینی اجتماعی می باشد.

روایی و پایایی پرسشنامه:

روایی پرسشنامه کارآفرینی اجتماعی کارکنان، از طریق تعیین روایی محتوا به شیوه داوری تخصصی و از حیث انطباق با بنیان نظری آن توسط سه تن از متخصصان علوم تربیتی صورت گرفت. بدین صورت که مولفه های کارآفرینی اجتماعی از بنیان های نظری استخراج و برای هر مولفه عبارت هایی تنظیم گردید. سپس با اجرای یک آزمون مقدماتی، برای پرسشنامه کارآفرینی اجتماعی کارکنان به وسیله آزمون آلفای کرونباخ در نرم افزار SPSS پایایی ۰/۹۴ به دست آمد. محقق در پایان برای تکمیل روایی پرسشنامه کارآفرینی اجتماعی و سنجش روایی سازه های آن از تحلیل عاملی تاییدی در نرم افزار Lisrel استفاده کرد. تحلیل عاملی را با قدرت تبیین مناسب شناسایی نمود که میزان آلفای کرونباخ ۰/۹۴ گزارش شده است

تحلیل داده ها

بررسی توصیفی نمرات رهبری استراتژیک

جدول ۱: بررسی میانگین و انحراف استاندارد نمرات رهبری استراتژیک

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد
رهبری استراتژیک	۹۲/۱۳	۱۵/۴

با توجه به جدول فوق می توان متوجه شد که میانگین نمرات در مورد متغیر رهبری استراتژیک (۹۲/۱۳) شده است.

بررسی توصیفی نمرات کارآفرینی اجتماعی

جدول ۲: بررسی میانگین و انحراف استاندارد کارآفرینی اجتماعی

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد
کارآفرینی اجتماعی کلی	۱۴۷/۱۰	۱۹/۴

با توجه به جدول فوق می‌توان متوجه شد که میانگین نمرات کارآفرینی اجتماعی کلی (۱۴۷/۱۰) می‌باشد.

بررسی ضرایب همبستگی بین متغیرهای پژوهش (رهبری استراتژیک و کارآفرینی اجتماعی)

برای بررسی رابطه بین متغیرها از ماتریس همبستگی استفاده شده است.

جدول ۳: ماتریس ضرایب همبستگی صفر مرتبه بین متغیرهای پژوهش

متغیر	کارآفرینی اجتماعی	رهبری استراتژیک
کارآفرینی اجتماعی	۱	
رهبری استراتژیک	**۰/۴۹۱	۱

** $P \leq 0/01$ * $P \leq 0/05$

بر اساس اطلاعات جدول ۳ بین رهبری استراتژیک با کارآفرینی اجتماعی در سطح $P < 0/01$ رابطه معنادار وجود دارد، جهت این رابطه مستقیم بوده است و مقدار این رابطه برابر با ۰/۴۹۱ می‌باشد.

ضرایب مسیر مستقیم بین متغیر برون‌زا (رهبری استراتژیک) و درون‌زا (کارآفرینی اجتماعی) مدل بررسی می‌شود.

در این مرحله رهبری استراتژیک در پیش‌بینی کارآفرینی اجتماعی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاصل از این تحلیل در جدول ۴ آورده شده است.

جدول ۴: خلاصه مدل رگرسیون، تحلیل واریانس و مشخصه‌های آماری رگرسیون رهبری استراتژیک بر روی کارآفرینی اجتماعی

الگو	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	F	R	R2	تعدیل شده R	P
رگرسیون	۴۹۳۷/۱۷۱	۱	۴۹۳۷/۱۷۱	۱۵/۲	۰/۴۹۱	۰/۲۴	۰/۲۲	۰/۰۰۰۱
باقیمانده	۱۵۵۰۶/۱۰۹	۴۸	۳۲۳/۰۴۴					
کل	۲۰۴۴۳/۲۸	۴۹						

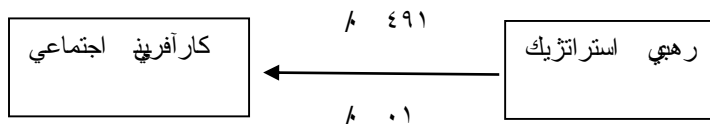
همانگونه که نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد میزان F (۱۵/۲) معنی‌دار گردیده ($P < 0/01$) و ضریب R تعدیل شده برابر با ۰/۲۲ معادل ۲۲/۰۰ درصد از واریانس کارآفرینی اجتماعی توسط رهبری استراتژیک تبیین می‌شود. و برای بررسی سهم آن، در جدول ۵ نتایج ضرایب رگرسیون آمده است.

جدول ۵: مشخصه آماری رگرسیون، رهبری استراتژیک بر روی کارآفرینی اجتماعی

متغیر پیش‌بین	B	خطای استاندارد	β	t	p
مقدار ثابت	۸۳/۶۵۵	۱۶/۴۳۲		۵/۰۹	۰/۰۰۰۱

۰/۰۰۰۱	۳/۹	۰/۴۹۱	۰/۱۷۸	۰/۶۹۶	رهبری استراتژیک
--------	-----	-------	-------	-------	-----------------

از مقایسه ضریب رگرسیون مشاهده می‌گردد که، رهبری استراتژیک رابطه مستقیم و معنادار ($\beta = ۰/۴۹۱$, $p < ۰/۰۰۰۱$)، با کارآفرینی اجتماعی داشته و در پیش بینی آن مؤثر بوده است. یافته‌های این تحلیل رگرسیونی در شکل ۱ آورده شده است.



شکل ۱ بررسی رابطه متغیر برون زاد اولیه رهبری استراتژیک با متغیر درون زاد نهایی کارآفرینی اجتماعی

رگرسیون رهبری استراتژیک بر روی کارآفرینی اجتماعی.

برای بررسی نقش واسطه‌ای مطابق نظر بارون و کنی، از رگرسیون استفاده گردید. بدین صورت که متغیر رهبری استراتژیک بر روی متغیر کارآفرینی اجتماعی به عنوان متغیر ملاک وارد الگو گردیده تا بتوان بررسی کرد که چه میزان متغیر کارآفرینی اجتماعی توسط این متغیر تبیین می‌شوند.

در این مرحله رهبری استراتژیک در پیش بینی کارآفرینی اجتماعی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاصل از این تحلیل در جدول ۶ آورده شده است.

جدول ۶ خلاصه مدل رگرسیون، تحلیل واریانس و مشخصه‌های آماری رگرسیون رهبری استراتژیک بر روی کارآفرینی اجتماعی

الگو	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	F	R	R2	تعدیل شده P
رگرسیون	۶۴۵۰/۱۸۴	۲	۳۲۲۵/۰۹۲	۱۰/۸	۰/۵۶۲	۰/۳۱۶	۰/۲۸
باقیمانده	۱۳۹۹۳/۹۶	۴۷	۲۹۷/۷۲۵				۰/۰۰۰۱
کل	۲۰۴۴۳/۲۸۰	۴۹					

همانگونه که نتایج جدول ۶ نشان می‌دهد میزان F (۱۰/۸) معنی‌دار گردیده ($p < ۰/۰۱$) و ضریب R تعدیل شده برابر با ۰/۲۸ معادل ۲۸/۰۰ درصد از واریانس کارآفرینی اجتماعی توسط رهبری استراتژیک تبیین می‌شود. برای بررسی اینکه سهم هر یک از متغیرها به چه میزان است، در جدول ۷ نتایج ضرایب رگرسیون آمده است.

جدول ۷ مشخصه آماری رگرسیون، رهبری استراتژیک بر روی کارآفرینی اجتماعی

متغیر پیش بین	کارآفرینی			
	B	خطای استاندارد	β	t
مقدار ثابت	۵۳/۷۴۱	۲۰/۶۱۴		۲/۶
رهبری استراتژیک	۰/۶۹۰	۰/۳۰۶	۰/۳۰۸	۲/۲

از مقایسه ضریب رگرسیون مشاهده می‌گردد که، رهبری استراتژیک رابطه مستقیم و معنادار ($\beta = ۰/۳۰۸$, $p < ۰/۰۰۰۱$) با کارآفرینی اجتماعی داشته است

بحث و نتیجه گیری

با توجه به نتایج بدست آمده می‌توان بیان داشت که رهبری استراتژیک با کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد. کارآفرینی به عنوان سمبل و نماد تلاش و موفقیت در کسب و کار بوده و کارآفرینان پیشگامان کسب و کار موفق در جامعه هستند. توانایی آنها در بهره‌گیری از فرصت‌ها، نیروی آنها در نوآوری و ظرفیت آنها در قبال موفقیت، به عنوان معیارهایی هستند که کارآفرینی نوین بوسیله آنها سنجیده میشود کارآفرینان از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی، ایجاد شغل، رقابت، بهره‌وری و تشکیل شرکتهای جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند. بنابر اعتقادی، کارآفرینی به مثابه یک انقلاب ضروری برای جوامع است. این انقلاب در قرن حاضر، اهمیتی به مراتب بیشتر از انقلاب صنعتی دارد نگرستن به کارآفرینی در چارچوب ساختارهای اجتماعی راه را برای یک چشم‌انداز وسیع در مورد کارآفرینی هموار میسازد به طوری که توجه را به سمت نکات مبهم و کمتر پرداخته شده یعنی جنبه اجتماعی پدیده کارآفرینی جلب میکنند. اخیراً سرمایه اجتماعی باعث ایجاد تئوریهایی شده که پایه ای برای سایر مطالعات مدیریتی میباشد. لذا رهبری می‌تواند به عنوان بخشی از فرایند کارآفرینی بسیار حائز اهمیت و تاثیر گذار باشد رهبری در فعالیتهای اساسی یک کسب و کار جدید، به معنای یک ریسک بلند مدت است که به یک چشم‌انداز استراتژیک بلند مدت نیاز دارد. رهبری در یک صنعت جدید حداقل به ده تا پانزده سال کار با تعهد احتیاج دارد. رهبران استراتژیک تکنسین‌های کارآموده در زمینه ریسک هستند. آنها در تشخیص ریسک‌ها، نحوه مدیریت آنها و روش عمل در محیطی سرشار از ریسک مهارت دارند. آنها می‌دانند که ارائه یک استراتژیک مؤثر جهت برخورد با ریسک و عدم اطمینان، تعیین‌کننده برد یا باخت یک کسب و کار است. لذا رهبری استراتژیک باید این فرصت را در اختیار کارکنان قرار داده به بتوانند از توانمندی خود در راستای کارآفرین شدن قدم بردارند وجود اینکه کارآفرینی علم جدیدی است امروزه در تمامی ابعاد توسعه مطرح شده است و مهم‌ترین دستاورد کارآفرینی برای توسعه کشور ایجاد اشتغال و رفاه و ثروت و شناخت فرصت‌های مناسب است و حتی عده‌ای از جامعه شناسان و روان شناسان معتقدند که کارآفرینی می‌تواند به عنوان یک مکانیزم، موجب افزایش بهره‌وری در سازمان شود به طوری که امروزه کشورهای توسعه یافته از یک زاویه‌ی جدید شرکت‌های خود را در یک محیط کاملاً متغیر، پویا نگه داشته‌اند و علت آن کشف و پرورش انسان‌های خاصی است که نقش آفرینی می‌کنند و موجب ایجاد بستر موفقیت‌ها می‌شوند.

منابع و ماخذ

- احمد پور داریانی، محمود و عزیزی، محمد. (۱۳۸۳). کار آفرینی، تهران: موسسه فرهنگی و انتشاراتی محراب قلم.
- اردلان، محمدرضا (۱۳۹۴) تأثیرپذیری کارآفرینی اجتماعی از رهبری هوشمند با نقش میانجی یادگیری سازمانی، نشریه توسعه کارآفرینی، دوره ۸، شماره ۳ - شماره پیاپی ۲۹ صفحه ۴۹۳-۵۱۲
- اسکندانی، حمید. (۱۳۷۹). ویژگی‌های کار آفرین و کارآفرینان ایرانی، ماهنامه صنعت و مطبوعات، دوره ۸، شماره ۳۰: صفحه ۶۸-۷۵
- پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال بیست و سوم شماره ۷: صص ۲۴-۱.
- باقری، رضا. (۱۳۷۴). بررسی سبک‌های رهبری و تاثیر آن بر فرهنگ کارکنان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.
- پرداختچی، محمد حسین؛ شفیق زاده، حمید. (۱۳۸۵). درآمدی بر کارآفرینی سازمانی. چاپ اول. تهران: انتشارات ارس باران.
- پورحسن هریس، ساجد و محبوب شیخ علی زاده هریس (۱۳۹۴) تأثیر سبک‌های رهبری بر کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان تهران، مطالعات مدیریت ورزشی، دوره هفتم، شماره ۲۸: ۲۱۹-۲۳۱
- رضایی، حسین (۱۳۹۱). تحلیل تأثیر فن آوری اطلاعات و سرمایه فکری بر کارآفرینی سازمانی. فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی سال دوم بهار ۱۳۹۱ شماره ۳ (پیاپی ۷)
- رضائیان، علی. (۱۳۸۶). سازماندهی و هماهنگی در مدیریت، مجله دانش مدیریت، شماره پنجم.

شائمی برزکی، علی؛ محمدی، مهناز؛ (۱۳۹۳). بررسی تأثیر رهبری تحول‌گرا بر بهره‌وری نیروی انسانی با نقش میانجی کارآفرینی سازمانی. فصلنامه مدیریت تحول پاییز و زمستان ۱۳۹۳ - شماره ۱۲ علمی پژوهشی (وزارت علوم) / 28 (ISC صفحه - از ۱ تا ۲۸)

قجاوند، ابودر (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان نقش‌آفرینی رهبری استراتژیک در بهبود عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: صنعت برق استان اصفهان)، فصلنامه نوآوری‌های آموزشی، دوره ۱۰، شماره ۴ - شماره پیاپی ۴۰

محمدزاده، کمال (۱۳۹۴) بررسی رابطه سبک‌های رهبری تحول‌آفرین و تعامل‌گرا با بالندگی سازمانی مدیران مدارس شهرستان مرودشت، همایش بین‌المللی، قم

مقیم، سید محمد (۱۳۸۳). کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.

Antonic, B., Hisrich, R. D. (2003). Clarifying the intrapreneurship concept. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10 (1): 7-24.

Keat, O. Y., Selvarajah, C., & Meyer, D. (2011). Inclination Towards Entrepreneurship among University Students: An Empirical Study of Malaysian University Students. *International Journal of Business and Social Science*, 2(4), 220-206.

Serfontein, Jacob Jacobus (2010). The impact of strategic leadership on the operational strategy and performance of business organizations in south Africa, ph.D thesis, University of