

بررسی رابطه بین نوآوری و کارآفرینی در فدراسیون‌های موفق

محمود گودرزی^۱، ابوالفضل فراهانی^۲، محمد حسن طباطبایی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۵/۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۱۲/۲۵

چکیده

هدف این پژوهش بررسی رابطه بین نوآوری و کارآفرینی در فدراسیون‌های موفق است. در این پژوهش که از نوع مطالعات توصیفی - پیمایشی است، پنج فدراسیون موفق که هر سال از طرف سازمان تربیت بدنی انتخاب می‌شوند، بررسی شده‌اند. جامعه آماری پژوهش ۴۰ نفر است که اعضای هیئت رئیسه (۵ نفر) و ۳ نفر کارشناس از هر فدراسیون (جمعاً ۸ نفر از هر فدراسیون) را در بر می‌گیرد. در این پژوهش رابطه بین نوآوری و کارآفرینی در فدراسیون‌های موفق بررسی شد و نتایج پژوهش نشان داد بین نوآوری و کارآفرینی در مدیران و کارشناسان فدراسیون‌های موفق رابطه مثبت و معنی‌داری وجود ندارد. این فدراسیون‌های موفق عبارتند از: فدراسیون کبده، فدراسیون جانبازان و معلولین، فدراسیون بدن‌سازی و پرورش اندام، فدراسیون دو و میدانی و فدراسیون دوچرخه‌سواری.

کلیدواژه‌های فارسی: نوآوری، کارآفرینی، فدراسیون.

مقدمه

تحولات و دگرگونی نظام‌های اجتماعی، اقتصادی عصر حاضر در پیشرفت و تغییرات به‌وجود آمده در علم و فناوری ریشه دارد. بدون تردید، سازمان‌های عصر حاضر با تحولات گسترده بین‌المللی روبرو هستند و از این رو، تشخیص و تداوم حیات و بقای سازمان‌ها نیازمند یافتن راه حل‌ها و روش‌های جدید مقابله با مشکلات است که به نوآوری و کارآفرینی و روش‌های جدید بستگی دارد (۱).

۱. استاد دانشگاه تهران

۲. استاد دانشگاه پیام نور تهران

۳. دانشجوی دکتری دانشگاه پیام نور تهران (نویسنده مسئول)

Email: m_goodarz@yahoo.com

Email: afarahani@pnu.ac.ir

Email: tabatabaie_mh@yahoo.com

امروزه، مفهوم تغییر تفاوتی شگفت‌انگیز با گذشته دارد، به طوری که دیگر روش‌های ثابت و سنتی مدیریتی پاسخ‌گوی نیازهای جدید نیستند و به قول داگلاس نورث^۱ برندهٔ جایزهٔ سال ۱۹۹۳ برای تکامل ساختاری نهادهای اجتماعی باید از خلاقیت و نوآوری حمایت کرد (۲).

نوآوری فرآیند دریافت فکر خلاق و تبدیل آن به محصول، خدمات یا شیوه‌ای نو برای انجام دادن کارهاست (۳). نوآوری محصول خلاقیت است و به عمل آوردن فکر بدیع «نوآوری» می‌گویند (۴). آنچه باید مورد توجه قرار گیرد، تمایز بین نوآوری و استفاده از نوآوری (یادگیری) است. اگر محتوای دانش مورد نیاز برای تحقق نوآوری مدنظر قرار گیرد، در دستیابی به این دانش دو حالت ممکن است اتفاق بیفتد:

نخست خلق دانش جدید؛ یعنی دانش مورد نیاز برای این نوآوری توسط سازمانی که نوآوری را انجام می‌دهد خلق شود و دیگری جذب دانش از خارج است. در حالت دوم یعنی جذب دانش از محیط بیرونی، سازمان عملاً با نوآوری روبرو نیست بلکه با عملی به نام «یادگیری» روبرو می‌شود و در کشورهای پیرامونی معمولاً حالت دوم اتفاق می‌افتد (۵).

نکتهٔ مهم این است که هر چند افراد نوآور ویژگی‌هایی ذاتی و بنیانی دارند، ولی حمایت از افراد نوآور در سازمان و مدیریت مشارکتی باعث افزایش فعالیت‌های آن‌ها و شکوفایی استعدادهايشان می‌شود (۶). حمایت جمعی کارکنان سازمان از افراد نوآور و نوآوری و پذیرفتن فرآیند نوآوری از طرف آنان موفقیت و پیشرفت سازمان را به همراه دارد (۷).

نوآوری نوعی تغییر ایجاد می‌کند، اما هر تغییری را نمی‌توان نوآوری نامید. نوآوری تغییری بدیع و تازه است که بر اساس اندیشه ای نو به وجود می‌آید که سابقهٔ قبلی نداشته است؛ از این رو اگر چه نوآوری تغییر است، هر تغییری نوآوری نیست (۸).

بروز نوآوری در محیط کاری زمانی میسر می‌شود که اهداف فردی و سازمانی به یکدیگر نزدیک شوند (۹). در بررسی سازمان نوآور این سؤال اساسی مطرح می‌شود که طراحی کدام سازمان‌ها برای تشویق نوآوری بهترین است. برای حمایت از نوآوری ویژگی‌ها و عوامل سازمانی متعددی باید در طراحی سازمانی در نظر گرفته شوند. مهم‌ترین این عوامل عبارتند از:

- ساختار سازمان؛
- محیط غیررسمی؛
- انگیزهٔ سازمان؛
- وجود سرمایه کافی.

سازمان موفق مجموعه‌ای است مرکب از انسان‌هایی با فکر و اندیشه و اهداف مشترک که با کار

گروهی و تجارب و دانش خود سازمان را به پیش می‌برند. حضور کارآفرینان به‌عنوان استراتژی‌ای نوین در سازمان‌ها برای دستیابی به نوآوری و استفاده از فرصت‌ها برای موفقیت و رشد و بقای سازمان اهمیت زیادی دارد و کارآفرینان نقش و جایگاه ویژه‌ای در روند رشد جامعه دارند (۱۰).

«کارآفرین» ترجمه واژه Entrepreneurship است که خود از واژه فرانسوی Entreprenre به معنی عهده‌دار شدن کاری گرفته شده است. کارآفرین کسی است که سازماندهی، مدیریت و پذیرفتن خطرات حضور در فعالیت تجاری را می‌پذیرد (۱۱). در تعریفی دیگر از کارآفرینی آمده است: «کارآفرینی فرآیند بلندمدت آموزشی و پژوهشی است که مستلزم برنامه‌ریزی در نظام آموزشی و پژوهشی است و اجرای برنامه‌های آن از خانواده و مدرسه تا دانشگاه و سازمان گسترده شده است و باعث می‌شود افراد با استفاده از تخصص و قدرت ابتکار و خلاقیت و خطرپذیری و نیز امکانات و فرصت‌ها و توانمندی‌ها اشتغال مولد و درآمدزا ایجاد کنند» (۱۲). در مقاله‌ای دیگر کارآفرینی چنین تعریف شده است: «کارآفرینی فرآیندی است که در محیط‌ها و مجموعه‌های مختلفی اتفاق می‌افتد و از طریق نوآوری‌های افرادی که به فرصت‌های اقتصادی واکنشی نشان می‌دهند، نظام اقتصادی را تغییر می‌دهد و برای فرد در جامعه ارزش ایجاد می‌کند» (۱۳).

اگر فدراسیون‌ها خواهان رنسانس باشند، باید از خزانه‌های قلب کارکنان خود آغاز کنند و نمی‌توانند منتظر بمانند تا اجتماع تغییر کند و سازمان را دگرگون نماید. در طبقه‌بندی‌ای کلی از کارآفرینان، آنان را به دو دسته اهل نوآوری و اهل تقلید تقسیم کرده‌اند. کارآفرینان اهل نوآوری به دنبال ایجاد تحولات نو و تغییرات جدید هستند و کارآفرینان اهل تقلید بیشتر دنباله‌رو گروه اول‌اند (۱۴).

پیتر دراگر^۱ عقیده دارد که اساسی‌ترین کارآفرینی، کارآفرینی توأم با نوآوری است. نوآوری می‌تواند به‌عنوان رشته‌ای علمی در فرصت‌های نوآوری تجربه شود (۱۵).

مدیرانی که بتوانند فضایی خلاق و نوآور در سازمان آماده کنند، مدیران کارآفرین هستند؛ زیرا خلاقیت و نوآوری از اصول اساسی و عوامل مهم بقای سازمان است و مهم‌ترین منبع مزیت رقابتی محسوب می‌شود.

ویژگی‌های افراد نوآور و کارآفرین عبارتند از:

الف) ویژگی‌های افراد نوآور:

- احساس شایستگی؛
- احساس تأثیر؛

- احساس استقلال؛
- احساس اعتماد؛
- احساس معنی دار بودن (۱۶).
- (ب) ویژگی‌های افراد کارآفرین:
 - اعتماد به نفس؛
 - خطرپذیری؛
 - انگیزه پیشرفت؛
 - انعطاف‌پذیری؛
 - مسئولیت‌پذیری (۱۷).

ذکر این نکته ضروری است که کارآفرینی از سه رویکرد و دیدگاه بررسی می‌شود که هر کدام ویژگی‌های خاص خود را دارند: رویکرد اقتصادی، رویکرد ویژگی‌های شخصی، رویکرد رفتاری (۱۸). در مورد پیشینه‌های روان‌شناختی کارآفرینی تحقیقات زیادی انجام شده است و موضوع کارآفرینی همیشه با نوآوری و خلاقیت عجین بوده است. در این پژوهش برخی ویژگی‌های روان‌شناختی مدیران و کارشناسان فدراسیون‌های ورزشی را در خصوص کارآفرینی و نوآوری بررسی می‌کنیم؛ به عبارت دیگر پژوهش حاضر درصدد پاسخ‌گویی به این پرسش است که آیا مجموعه‌ای از ویژگی‌ها و صفات شخصیتی وجود دارند که بتوان آن‌ها را به شخصیتی کارآفرین و نوآور نسبت داد.

پژوهش ماینر^۱، اشمیت^۲ و براکر^۳ (۱۹۸۹) نشان داد انگیزه پیشرفت مدیران رابطه قابل ملاحظه‌ای با شاخص‌های رشد سالانه شرکت‌ها دارد. همچنین بین انگیزه پیشرفت کارآفرینان و غیرکارآفرینان تفاوتی معنی‌دار وجود داشت (۲۰).

آلن اسکات^۴ (۲۰۰۶) در پژوهشی تحت عنوان «کارآفرینی و نوآوری و توسعه صنعتی» به این نتیجه رسید که در صورت وجود عواملی چون ساختار مناسب، منابع کافی و مدیریت مشارکتی بین کارآفرینی و نوآوری ارتباطی معنی‌دار وجود دارد و در شرکت‌های کوچک، تأثیر مدیران کارآفرین و نوآور تأثیر بیشتر از شرکت‌های بزرگ است.

روزن بوش^۵ (۲۰۱۰) در مقاله‌ای تحت عنوان «فراتحلیلی از ارتباط بین نوآوری و کارآفرینی و

-
1. Miner
 2. Schmith
 3. Bracker
 4. Allen Scott
 5. Rosen Busch

عملکرد در سازمان‌های کوچک و متوسط» به این نتیجه رسید که بین نوآوری و کارآفرینی و عملکرد ارتباطی معنی‌دار وجود دارد (۲۱).

اسماعیل قادری (۱۳۸۷) در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی رابطه بین مهارت‌های کارآفرینانه مدیران و اثربخشی سازمانی در کسب و کارهای کوچک و متوسط استان قم» به این نتیجه رسید که بین مهارت‌های کارآفرینانه مدیران و اثربخشی سازمانی تفاوت معنی‌داری وجود دارد. در این مقاله سه دسته مهارت‌های کارآفرینانه معرفی شده است که عبارتند از: مهارت‌های شخصی مانند نوآوری و خطرپذیری، مهارت‌های ارتباطی، مهارت‌های فرآیندی مانند برنامه‌ریزی و سازماندهی.

شایان ذکر است که در مورد بررسی رابطه بین نوآوری و کارآفرینی در مدیران و کارشناسان فدراسیون‌های موفق ورزشی پژوهشی مشاهده نشد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نوع پژوهش‌های توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری آن شامل اعضای هیئت رئیسه (۵ نفر) و کارشناسان (۳ نفر) فدراسیون‌ها هستند که در مجموع ۴۰ نفر بودند. آزمودنی‌ها به پرسشنامه‌های اسپریتزر^۱ و صمدآقایی پاسخ دادند. این پرسشنامه‌ها در مجموع شامل ۵۱ سؤال بودند. پرسشنامه نوآوری مؤلفه‌های احساس شایستگی، احساس تأثیر، احساس استقلال، احساس اعتماد و احساس معنی‌دار بودن را ارزیابی می‌کرد و پرسشنامه کارآفرینی متغیرهای اعتماد به نفس، خطرپذیری، انگیزه پیشرفت، انعطاف‌پذیری و مسئولیت‌پذیری را اندازه می‌گرفت. ۲۰ نفر از متخصصان علم مدیریت این پرسشنامه‌ها را اعتباریابی کردند و پایایی آن‌ها نیز در مطالعه‌ای مقدماتی ۰/۹۲ تعیین شد (ضریب آلفای کرونباخ). داده‌ها در دو سطح آمار توصیفی (فراوانی نسبی، میانگین و انحراف معیار) و آمار استنباطی (رگرسیون و (F) Anova) به کمک نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل شدند.

یافته‌های پژوهش

در علم آمار میانگین از شاخص‌های پیشرفت است و انحراف معیار و واریانس از شاخص‌های تغییرات پیشرفت محسوب می‌شوند؛ بنابراین در جدولی که در پی می‌آید می‌توان متغیرهای نوآوری و کارآفرینی را از لحاظ میانگین، انحراف معیار و واریانس مقایسه کرد.

جدول ۱. میانگین، انحراف معیار و واریانس متغیرهای نوآوری و کارآفرینی در فدراسیون‌های موفق

متغیر	میانگین	انحراف معیار	واریانس
پیش‌بینی کننده) نوآوری	شایستگی	۴/۳	۰/۲۶
	تأثیر	۳/۷	۰/۳۷
	استقلال	۴/۲	۰/۱۵
	اعتماد	۳/۲	۰/۶۱
	معنی‌داری	۴/۲	۰/۳۲
جمع	۲۱/۳	۲/۷	۶۰/۴
پیش‌بینی کننده) کارآفرینی	اعتماد به نفس	۱/۳	۰/۰۷
	خطرپذیری	۱/۴۹	۰/۰۵
	پیشرفت	۱/۱۸	۰/۲۷
	انعطاف‌پذیری	۱/۴۴	۰/۵۳
	مسئولیت‌پذیری	۱/۰۹	۰/۳۸
جمع	۴۱/۱	۴/۹	۲۴/۱

در این پژوهش برای تعیین رابطه معنی‌دار میان عناصر نوآوری و کارآفرینی از رگرسیون چندمتغیره و Anova (F) استفاده شد و نتایج زیر به‌دست آمد.

جدول ۲. ارتباط بین خلاقیت و نوآوری با کارآفرینی

منابع تغییر	مجموع مجذورات	df	میانگین مجذور واریانس	F	سطح معنی‌داری
بین گروه‌ها	۸۲/۷۵	۲	۴۱/۳۷	۲/۹۱	۰/۶۲
درون گروهی	۸۳۶/۱۶	۵۹	۱۴/۱۷		
مجموع	۹۱۸/۹۱	۶۱			

از آنجا که F به‌دست‌آمده - که حاصل تقسیم میانگین مجذور بین گروه‌ها (MSB) بر میانگین مجذور درون گروه‌ها (MSW)، (F= ۲/۹۱) است - از F جدول با درجه آزادی ۲ و ۵۹ (F= ۳/۱۵) جدول) کوچک‌تر است، می‌توان گفت بین نوآوری و کارآفرینی با ۹۵٪ اطمینان ارتباط معنی‌دار وجود ندارد.

جدول ۳. بررسی رابطه بین نوآوری و کارآفرینی

متغیر	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	رابطه معنی‌دار
نوآوری با کارآفرینی	۰/۳۰۸	۰/۰۷	نیست

چون سطح معنی‌داری بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است؛ بین نوآوری با کارآفرینی ارتباط معنی‌داری وجود ندارد (p>۰/۰۵)

جدول ۴. بررسی رابطه بین نوآوری و کارآفرینی

متغیر	ضریب B	سطح معنی داری	ضریب ثابت
ثابت	۵۴/۶۴	۰/۰۰۱	-
نوآوری	۰/۱۲۶	۰/۰۸۱	-۰/۲۳۴

چون سطح معنی داری نوآوری ($p=۰/۰۸$) بزرگ تر از $۰/۰۵$ است؛ بین نوآوری و کارآفرینی ارتباط معنی دار وجود ندارد ($p>۰/۰۵$).

بحث و نتیجه گیری

هدف پژوهش حاضر بررسی برخی ویژگی‌های روان‌شناختی نوآوری و کارآفرینی است. نتایج این پژوهش نشان داد بین متغیرهای نوآوری و کارآفرینی ارتباط معنی داری وجود ندارد؛ بدین ترتیب فرضیه پژوهش تأیید نشد. در تبیین این یافته می‌توان گفت با وجود عجین بودن نوآوری و کارآفرینی، تفاوت‌هایی هم بین آن‌ها وجود دارد؛ به عبارت دیگر، فرد نوآور با فرد کارآفرین تفاوت دارد. فرد نوآور این توانایی را دارد که قابلیت استفاده و صرفه اقتصادی محصول یا خدمتی جدید را بررسی و آن را به بازار معرفی کند، ولی فرد کارآفرین باید از طریق ایجاد کسب و کار یا بسیج منابع که همراه با مخاطره مالی و اجتماعی است، محصول یا خدمت جدید را به بازار ارائه کند. بدین ترتیب می‌توان گفت هر کارآفرینی باید لزوماً نوآور باشد، اما هر فرد نوآور لزوماً کارآفرین نیست و نوآوری بخشی از کارآفرینی است.

نگاهی به نظریات و تحقیقات مختلف در زمینه نوآوری و کارآفرینی و ارتباط آن‌ها با یکدیگر نشان می‌دهد این متغیرها تحت تأثیر عوامل گوناگونی قرار دارند و با توجه به زیربنای پژوهش چنین استنباط می‌شود که به دلیل پیامدهای مثبت نوآوری و کارآفرینی و پیامدهای منفی بی‌توجهی به آن‌ها، لازم است برنامه‌ریزان و متولیان سازمان تربیت بدنی در اندیشه ارتقای کارآفرینی، نوآوری و خلاقیت در زیر مجموعه‌های خود باشند.

با در نظر گرفتن یافته‌های این پژوهش می‌توان گفت با وجود اهمیت و ضرورت کارآفرینی فردی و سازمانی، شیوه‌های مدیریت کارآفرینانه در فدراسیون‌ها پذیرفته نشده است و مدیران و کارشناسان فدراسیون‌ها تلاش می‌کنند فقط در چارچوب آیین‌نامه‌ها و دستورات مافوق عمل نمایند که این خود در تضاد کامل با سبک مدیریتی کارآفرینانه است.

در مورد تأثیر عوامل دیگر بر نوآوری و خلاقیت، حیدری زاده (۱۳۸۳) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که ساختار مناسب و منابع انسانی با کفایت و فرهنگ مشارکتی باعث پرورش

خلاقیت و نوآوری در افراد و سازمان می‌شود. کارلیسه^۱ (۲۰۰۵) هم طی تحقیقی در زمینه نوآوری در سازمان‌ها به این نتیجه رسید که هر چه سازمان‌ها پیچیده‌تر و رسمی‌تر باشند، به همان اندازه پرورش نوآوری و کارآفرینی با مشکل بیشتری روبرو می‌شود. روزن بوش^۲ (۲۰۱۰) در پژوهش خود به این نتیجه رسیده است که بین متغیرهای نوآوری و کارآفرینی، در صورت وجود عواملی چون مدیریت مشارکتی و فرهنگ حمایتی، ارتباطی معنی‌دار وجود دارد. فراهانی و گودرزی (۱۳۸۸) در مورد نقش دولت در ایجاد نوآوری و کارآفرینی به این نتیجه رسیدند که دولت مؤثرترین عامل در گسترش و پرورش نوآوری و کارآفرینی است. صارمی (۱۳۸۸) هم در پژوهش خود به این نتیجه رسید که ویژگی شخصیتی، شبکه‌های اجتماعی و دانش اولیه بر بروز کارآفرینی تأثیر می‌گذارند.

نتایج فوق و نیز نتایج پژوهش‌های جهانگیری (۱۳۸۸)، قادری (۱۳۸۷)، فرید (۱۳۸۷)، دراگر (۱۹۸۳) و هینونین (۲۰۰۵)^۳ با یافته‌های این پژوهش هم‌خوانی دارد؛ زیرا این پژوهش‌ها به عوامل میثر بر بروز و شکوفایی نوآوری و کارآفرینی توجه کرده‌اند و مهم‌ترین این عوامل عبارتند از: ساختار مناسب، فرهنگ مشارکتی و منابع کافی.

ریسال، کارلند و مک‌کلند^۴ در پژوهش‌های خود به این نتیجه رسیده‌اند که ویژگی‌های کارآفرینان و نوآوران مجموعه‌ای از عوامل شخصیتی است؛ بنابراین یافته‌های این پژوهش با یافته‌های آنان هم‌خوانی ندارد.

هر چند می‌توان نتایج پژوهش حاضر را با برخی تحقیقات مقایسه کرد، اما با توجه به اینکه تحقیقات و آموزش در زمینه خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی در ورزش سابقه چندانی ندارد و در واقع به دلیل تازگی موضوع در مطالعات تجربی به فعالیت‌های مطالعاتی اندکی محدود شده است، مقایسه مستقیم نتایج این پژوهش باید با کمال احتیاط انجام شود، اما در مجموع پیشینه خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی نشان می‌دهد عوامل متعددی می‌تواند در درون و بیرون فدراسیون‌ها باعث ارتقا یا مانع رشد خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی شود. عوامل درون‌سازمانی که مدیریت بر آن‌ها کنترل دارد و به رفتار کارآفرینانه کمک می‌کنند، عبارتند از: حمایت مدیریت، آزادی عمل، استقلال کاری، پاداش-تقویت، ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی، نظام کنترل و نظارت، وضعیت انگیزش، ویژگی‌های مدیران، نظام ارتباطات، نظام پرداخت حقوق و دستمزد، سطح آموزش کارکنان و منابع کافی. مهم‌ترین عوامل برون‌سازمانی عبارتند از: قوانین

-
1. Karlisle
 2. Rosenbusch
 3. Drucker & Hinonin
 4. Rissal, Karland & McKelland

و مقررات، دخالت یا عدم دخالت دولت، وضعیت رقبا و غیره. نبود تفاوت معنی‌دار بین متغیرهای نوآوری و کارآفرینی شاید به این دلیل هم باشد که فقط دیدگاه و رویکرد حاکم بر این پژوهش که روان‌شناختی است، بررسی شده است؛ زیرا این دیدگاه کارآفرینی و نوآوری را امری ذاتی می‌پندارد، در حالی که پیتز دراکر عقیده دارد کارآفرینی نوعی رفتار و اکتسابی است و مانند هر رفتار دیگر انسانی از طریق آموزش قابل انتقال است، حتی ویژگی‌های شخصیتی مانند توفیق طلبی، خلاقیت و ... را نیز می‌توان آموزش داد. دلیل دیگر احتمالاً این است که نوآوری و کارآفرینی در بعضی از ویژگی‌ها مشترک‌اند، ولی کارآفرینی و کارآفرین ویژگی‌های دیگری نیز دارند. در پایان باید گفت که فدراسیون‌ها نمی‌توانند فقط به آموزش و کسب مدال بیندیشند، بلکه باید وارد محیط‌های کارآفرینی شوند و نوآوری کنند. بر این اساس، آموزش کارآفرینی به منابع انسانی فدراسیون‌ها و ایجاد محیط‌های یادگیری و مدیریت مشارکتی و قرار دادن منابع کافی در اختیار افراد خود ضرورتی برای فدراسیون‌هاست.

منابع:

1. Scott, A. J. (2006). Entrepreneurship, innovation and industrial development. *Small Business Economics*, 26: 1-24 .
۲. آقایی نیستانی، تیمور، (۱۳۷۷). «خلاقیت و نوآوری در انسان‌ها و سازمان‌ها». چاپ اول. تهران: نشر ترمه.
۳. درون پرور، داوود، (۱۳۸۵). «مبانی سازمان و مدیریت». چاپ اول. تهران: نشر استادی.
4. Athanasoula, A., Makri, E., Kounenou, K., (2010). School leadership innovations and creativity: The case of communication between school and parents. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2: 2207-2211.
۵. طالبی، کامبیز، (۱۳۸۵). «رقابت از طریق نوآوری». چاپ اول. انتشارات دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.
6. Hulsheger, U. R., Anderson, N., Salgado, J. F. (2009). Team-level predictors of innovation at work: A comprehensive meta-analysis spanning three decades of research. *Journal of Applied Psychology*, 94: 1128-1145.
7. Choi, J. N. (2009). Innovation implementation in public sectors. *Journal of applied psychology*, 94: 245-253.

۸. الوانی، مهدی، (۱۳۸۷). «مدیریت عمومی» چاپ بیست و نهم. تهران: نشر نی.
9. Jong, J., Hartog, D. (2010). Measuring innovative work behaviour. *Creativity and Innovation Management*, 19: 23-36.
۱۰. قادری، اسماعیل، (۱۳۸۷). بررسی رابطه بین مهارت‌های کارآفرینانه مدیران و اثربخشی سازمانی در کسب و کارهای کوچک و متوسط (SEMs) استان قم. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران (پردیس قم).
۱۱. جوادیان، نصرالله، شجیع، رضا، (۱۳۸۷). بررسی نگرش دانشجویان تربیت بدنی به موانع کارآفرینی و مشکلات راه‌اندازی کسب و کار بعد از فراغت از تحصیل. فصلنامه مدیریت ورزشی نشریه پژوهش در علوم ورزشی، ۲۲: ۸۱-۹۵
۱۲. طالب پور، مهدی، معرفتی، اکبر، غلامیان، جواد، (۱۳۸۷). ارائه مدل رگرسیونی جو سازمانی و کارآفرینی سازمانی دانشکده تربیت بدنی ایران. پژوهش در علوم ورزشی، ۲۲: ۹۷-۱۱۶.
۱۳. فرید، داریوش، (۱۳۸۷). بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیرورزشکار (مطالعه موردی دانشگاه یزد). حرکت: مدیریت ورزشی، ۲: ۹۷-۱۱۶.
۱۴. احمدپور داریانی، محمود، (۱۳۷۹). «کارآفرینی نظریات، تعاریف و الگوها». تهران: نشر پردیس.
15. Rue, L. (2004). *Management: Skills and Application*, Mcgraw hill.
۱۶. حمیدی، مهرزاد، سجادی، سیدنصرالله، زارع، قاسم، (۱۳۸۶). رابطه بین عوامل روان‌شناختی توانمندسازی کارشناسان و کارآفرینی سازمانی در سازمان تربیت بدنی کشور. علوم حرکتی و ورزش، ۹: ۷۱-۸۱
۱۷. کردنائیج، اسدالله، (۱۳۸۶). «ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی» تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
۱۸. فراهانی، ابوالفضل، (۱۳۸۸). «مدیریت سازمان‌های ورزشی». تهران: انتشارات اندیشه‌های حقوقی تهران.
۱۹. شکر شکن، حسین، برومند، مسعود، نجاریان، بهمن، (۱۳۸۲). بررسی رابطه ساده و چندگانه خلاقیت و انگیزه پیشرفت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز. مجله علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه شهید چمران، دوره سوم سال نهم شماره ۳: ۵.
20. Rosenbusch, N., Brinckmann, J., Bausch, A. (2010). Is innovation always beneficial? A meta analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs. *Journal of Business Venturing*, 1-17.