



Analyzing Mediation of Organizational Entrepreneurship in Effect on Organizational Innovation on Organizational Performance

Marjan Zandi¹, Hajiyeh Rajabi Farjad²

Abstract

Background & Purpose: Requiring appropriate prerequisites, identification and exploitation of existing opportunities can lay the foundations for the continuous improvement of organizational performance. This study analyzes the mediating role of organizational entrepreneurship in the effect of organizational innovation on organizational performance.

Methodology: This is an applied descriptive-correlational study, in which the statistical population includes the directors and experts of Bank Keshavarzi Iran in Tehran Province. The simple random sampling method was employed to select 292 participants as the statistical sample. A standard questionnaire was used for data collection. The Kolmogorov-Smirnov test and the correlation test were then conducted for hypothesis testing, whereas the path analysis was employed to analyze the causal relationships between the research variables.

Findings: There is a positive correlation among organizational innovation, organizational entrepreneurship, and organizational performance. Moreover, organizational innovation improves organizational performance by facilitating and accelerating organizational entrepreneurship.

Conclusion: Promoting innovation in products, processes, and technologies will improve the leading role, risk-taking capacity, and competitiveness of organizations. Therefore, organizational performance indices will improve.

Keywords: *Organizational Innovation, Organizational Entrepreneurship, Organizational Performance, Bank Keshavarzi Iran*

Citation: Zandi, Marjan; Rajabi Farjad, Hajiyeh (2020), Analyzing Mediation of Organizational Entrepreneurship in Effect on Organizational Innovation on Organizational Performance, *Journal of Human Resource Studies*, 9(4), 103-122.

1. MSc of Public Administration, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran

2. Associate Professor, Department of Human Resource Management, Amin Police University, Tehran, Iran



دانشکده مدیریت

فصلنامه مطالعات منابع انسانی

شاپای انتشار: ۹۱/۳۹۱۷۶

دوره ۹، شماره ۴

زمستان ۹۸

صص ۱۰۳-۱۲۲

واکاوی میانجی‌گری کارآفرینی سازمانی در تأثیر نوآوری سازمانی بر عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان بانک کشاورزی)

مرجان زندی^۱، حاجیه رجبی فرجاد^۲

چکیده

زمینه و هدف: شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های موجود زمینه‌ساز ارتقای مستمر عملکرد سازمانی به شمار می‌رود و به پیش‌نیازهای مناسبی هم نیاز دارد. این پژوهش به مطالعه نقش میانجی کارآفرینی سازمانی در تأثیر نوآوری سازمانی بر عملکرد سازمانی می‌پردازد.

روش‌شناسی: این پژوهش کاربردی و توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری آن شامل مدیران و کارشناسان بانک کشاورزی استان تهران است که از میان آنها ۲۹۲ به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه استاندارد است. برای آزمون فرضیه‌ها از آزمون کوموگروف اسمینروف، همبستگی و برای بررسی روابط علی بین متغیرهای موجود از تحلیل مسیر استفاده شده است.

یافته‌ها: میان نوآوری سازمانی، کارآفرینی سازمانی و عملکرد سازمانی همبستگی مثبت وجود دارد. همچنین نوآوری سازمانی از طریق تسهیل و تسریع کارآفرینی سازمانی موجب ارتقای عملکرد سازمان می‌شود.

نتیجه‌گیری: با ترویج نوآوری در محصول، فرایند و فناوری‌ها امکان پیشگامی، ریسک‌پذیری و رقابت‌پذیری سازمان بهبود خواهد یافت و بدین ترتیب شاخص‌های عملکرد سازمانی ارتقا خواهند یافت.

کلیدواژه‌ها: نوآوری سازمانی، کارآفرینی سازمانی، عملکرد سازمانی، بانک کشاورزی

استناد: زندی، مرجان؛ رجبی فرجاد، حاجیه (۱۳۹۸). واکاوی میانجی‌گری کارآفرینی سازمانی در تأثیر نوآوری سازمانی بر عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان بانک کشاورزی). *فصلنامه مطالعات منابع انسانی*، ۹ (۴)، ۱۰۳-۱۲۲.

۱. کارشناس ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد علوم تحقیقات، تهران، ایران
۲. دانشیار، گروه مدیریت منابع انسانی، دانشگاه علوم انتظامی امین، تهران، ایران

نوع مقاله: پژوهشی

DOI: 10.22034/JHRS.2020.104222

تاریخ دریافت مقاله: ۹۷/۰۷/۰۹

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۹۸/۰۱/۱۶

نویسنده مسئول مقاله: حاجیه رجبی فرجاد

E-mail: hajieh_rajabi@yahoo.com

مقدمه

منابع انسانی بزرگ‌ترین سرمایه و منبع موجود در سازمان‌ها است (ناظم، کریم‌زاده و قادری، ۱۳۸۹: ۹۰). یکی از دغدغه‌های اصلی مدیران سازمان‌ها بهبود عملکرد سازمان است. بانک‌های کشور هر ساله مبالغ عظیمی در زمینه منابع انسانی خود سرمایه‌گذاری می‌کنند تا از این راه بتوانند کاهش هزینه‌ها، افزایش کیفیت، افزایش انعطاف‌پذیری، افزایش رضایت مشتری و بهبود کلی عملیات را به دست آورند؛ اما همواره نگرانی مجریان برنامه‌های توسعه در بانک کشاورزی این است که آیا این سرمایه‌گذاری‌ها در عملکرد سازمانی بانک کشاورزی مؤثر خواهد بود. در واقع، بقا و تداوم فعالیت سازمان‌ها و مؤسسات به چگونگی کارایی و اثربخشی عملکرد کارکنان بستگی دارد. تحولات بنیادین در عرصه سازمان‌ها در دهه‌های اخیر چنان پرشتاب بوده است که مدیریت سازمان‌ها را پیچیده‌تر از قبل کرده است. عوامل مختلفی بر عملکرد سازمانی تأثیر می‌گذارد که یکی از این عوامل نوآوری سازمانی است (نیک رفتار و فرید، ۱۳۹۴: ۶۸). در واقع سازمان‌ها در فضایی متلاطم و متغیر قرار گرفته‌اند و انبوه تحولات، سازمان‌ها را با اشکالات زیادی روبرو کرده است؛ رویارویی با امواج پیاپی تغییر، به شکل فناوری‌های نوین در روابط اجتماعی سازمان مشهود است. در چنین عصری باید برای اداره سازمان‌ها به نوآوری و بهره‌گیری از دستاوردهای علمی و فنی بشر همت گماشت و راه را برای نوآوری و ارائه طرح‌های مناسب در این سازمان‌ها هم وارد کرد. چرا که نوآوری به عنوان عامل مهم و حیاتی سازمان‌ها به منظور ایجاد ارزش و مزیت رقابتی پایدار در محیط پیچیده و متغیر امروزی است (برومند و رنجبری، ۱۳۸۸: ۴۵). سازمان‌هایی که در پی حیات و شکوفا شدن خود هستند، به صورت خاص در محیط‌های آشفته و متلاطم و با تغییرپذیری سریع به سیستم برنامه‌ریزی انعطاف‌پذیر و حساسی نیاز دارند. شرکت‌های کارآفرین، ریسک‌پذیر، نوآور و پیش‌تاز در بازار هستند. کارآفرینی سازمانی تمایز بسیار مهمی برای سازمان یا شرکت از نظر رقابت ایجاد می‌کند. این مفهوم می‌تواند برای بهبود جایگاه رقابتی در بازارها و صنایع و دستیابی به فرصت‌هایی برای نوآوری‌های ارزشمند مورد استفاده قرار گیرد (نیلی^۱ و همکاران، ۲۰۰۲: ۱۵۲).

نوآوری به‌عنوان عامل مهم توانمندسازی شرکت‌ها در ایجاد ارزش و حفظ مزیت رقابتی در محیط بسیار پیچیده و به سرعت در حال تغییر شناخته‌شده است. نوآوری عامل کلیدی موفقیت یا شکست سازمان‌ها در عرصه رقابت و منبع اصلی مزیت رقابتی به شمار می‌رود (ام سی فزن^۱ و همکاران، ۲۰۰۵: ۳۵۲). کارآفرینی سازمانی به دلیل نتایج مثبت و ارزشمندی که به همراه دارد، نقش بسیار مهم و اساسی در بقاء و ارتقاء سازمان‌ها دارد و از این رو دارای اهمیت راهبردی است. عملکرد سازمانی سازه‌ای کلی است که بر چگونگی انجام عملیات سازمانی اشاره داشته و ترکیب گسترده‌ای از دریافتی‌های غیرملموس همچون افزایش دانش سازمانی و دریافتی‌های عینی و ملموس مانند نتایج اقتصادی و مالی به شمار می‌رود (الگری و شیوا^۲، ۲۰۰۸: ۳۴). مسائل امروز سازمان‌ها به‌گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگناهای آن‌ها، الگوها و راه‌حل‌های جدید و متفاوتی را می‌طلبد. سازمان‌ها باید به اندازه کافی منعطف باشند تا بتوانند پاسخگوی همه شرایط ممکن باشند. سازمان‌ها برای اینکه بتوانند با چالش‌های پیش رو مقابله کرده و برای بقاء و زنده ماندن پاسخ مناسبی پیدا کنند، باید همواره به دنبال شناسایی فرصت‌های جدید، فراتر از شرایط موجود باشند (مینتزبرگ، ۱۹۹۴: ۳۰).

از این رو بانک‌ها برای دستیابی به عملکرد بالا و رقابت با رقبای ادامه حیات باید از نوآوری استفاده کنند و به نوآوری به‌عنوان نوعی استراتژی ضروری نگاه کنند. مأموریت بانک کشاورزی حمایت از بخش کشاورزی و زیر بخش‌های آن است. این بانک هم اکنون با پشتوانه هشتاد و سه سال تجربه خدمت‌رسانی به‌عنوان بانکی پیشرو در زمینه ارائه خدمات بانکی به همه مردم در سراسر کشور است. در این میان، بازار سنتی و انحصاری بانک‌ها در کشور به بازاری پویا و رقابتی تبدیل شده است و بی‌گمان با حضور بانک‌های خصوصی، بانک کشاورزی برای جلب حمایت و اعتماد مشتریان و ادامه حیات خود نیازمند نوآوری در ارائه خدمات به مشتریان و تولید محصولاتی منحصر به فرد است. بر این اساس، پژوهش حاضر به مطالعه چگونگی و میزان تأثیرگذاری نوآوری سازمانی بر عملکرد سازمانی از راه ارتقای کارآفرینی سازمانی پرداخته است.

1. McFadzean

2. Alegre & Chiva

پیشینه پژوهش

نوآوری سازمانی

نوآوری به معنی هر چیز نو و جدیدی است که سازمان‌ها با استفاده از آن می‌توانند به تغییرات محیطی پاسخ دهند (هو^۱، ۲۰۱۱: ۱۲۰). نوآوری یکی از ابزارهای ضروری و راهبردهای رشد و توسعه برای ورود به بازارهای جدید است که موجب افزایش سهم بازار موجود می‌شود (گارسیا مکیا^۲ و همکاران، ۲۰۱۶). نوآوری، هر نوع تفکر، رفتار یا چیزی است که از نظر کیفی نسبت به اشکال موجود، جدید است (ون هاوربکه^۳ و همکاران، ۲۰۱۲). گوپالا گریشنان و بیرلی^۴ (۲۰۰۱) نوآوری را به سه دسته تقسیم بندی کردند: نوآوری‌های مدیریتی و فنی، نوآوری‌های فرایندی و محصول و نوآوری‌های بنیادین و تدریجی. سوبرامانیان و نیلاکانتا^۵ (۱۹۹۶) نوآوری سازمانی را به دودسته طبقه بندی کردند: الف) نوآوری تکنولوژیکی: شامل خدمات، محصول و فرایند؛ و ب) نوآوری اداری: شامل فرهنگ سازمانی، فرایند اداری و برنامه‌ها (هو^۶، ۲۰۱۱: ۱۱۷). دامانپور و ایوان^۷ (۱۹۸۴) نوآوری اداری را شامل سیاست‌ها، روش‌ها و شکل‌های سازمانی جدید می‌داند (اوسبرگ و اسشمیدپیتتر^۸، ۲۰۱۰). نوآوری محصول فرایندی است که دربرگیرنده طراحی فنی، تحقیق و توسعه، تولید، مدیریت و فعالیت‌های تجاری است (الگری^۹ و همکاران، ۲۰۰۸: ۳۱۶). لایو^{۱۰} و همکاران (۲۰۱۰) می‌گویند نوآوری محصول می‌تواند به عنوان معیاری برای توانایی شرکت در معرفی محصولات جدید به بازار دیده شود. همچنین، در مورد توانمندی‌های نوآوری شرکت و سنجش خروجی عملکرد آن استفاده شود (مک نلی^{۱۱} و همکاران، ۲۰۱۰: ۹۹۴).

1. Ho

2. Garcia-Macia

3. Vanhaverbeke

4. Gopalakrishnan & Bierly

5. Subramanian and Nilakanta

6. Ho

7. Evan

8. Osburg and Schmidpeter.

9. Alegre

10. Lau

11. McNally

بر اساس دستورالعمل اسلو^۱ (۲۰۰۵) نوآوری‌های فرآیند به‌منظور کاهش هزینه تولید یا تحویل هر واحد، افزایش کیفیت یا تولید یا تحویل محصولات جدید یا با بهبود قابل توجه مورد توجه قرار می‌گیرند. نوآوری تکنولوژیکی، نقش حیاتی و مهمی در توسعه جوامع صنعتی پیشرفته ایفا می‌کند. نوآوری فناورانه اغلب از راه فرایندی پیچیده و بلندمدت همچون مراحل جست‌وجو، انتخاب، پیاده‌سازی و تصاحب ارزش، به دست می‌آید (تید و بسانت^۲، ۲۰۰۱: ۵۱). تیلور و گریو (۲۰۰۶) نوآوری فناورانه را شکل‌گیری خلاقانه ایده جدید و عملی کردن آن در قالب محصولی ارزشمند تعریف می‌کنند (مصلح و الهیاری بوزانجان^۳، ۲۰۱۴: ۲۱۵). ارنست^۴ و همکارانش (۱۹۹۸) نیز نوآوری تکنولوژیکی را به‌عنوان فرآیند توسعه محصولات جدید یا فناوری‌های جدید، تأثیر بسیار زیادی بر روی عملکرد شرکت دارد (زند حسامی و آشتیانی پور، ۱۳۹۲: ۴).

کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که به‌وسیله آن افراد فرصت‌های درون سازمان‌ها را بدون توجه به منابعی که در اختیار دارند، شکار می‌کنند (موکایا^۵، ۲۰۱۲: ۱۳۳). کارآفرینی سازمانی در درون سازمان رخ می‌دهد و نوعی انقلاب در درون سازمان است که برای تغییر و نوسازی از درون سیستم تلاش می‌کند (آپوستولوس و زاریدیس^۶، ۲۰۱۴: ۴۶۳). کارآفرینی سازمانی به فرآیندی اشاره می‌کند که فرآورده‌ها یا فرایندهای نوآوری شده از راه القا و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در سازمانی از پیش تأسیس شده به ظهور می‌رسد (نوه ابراهیم و یوسفی، ۱۳۹۵: ۱۳۳). در رابطه با ابعاد کارآفرینی سازمانی پژوهش‌های زیادی انجام شده است. در یکی از پژوهش‌ها به چهار بعد کارآفرینی سازمانی اشاره شده است که شامل: بازسازی مستمر، نوسازی سازمانی، نوسازی راهبردی و تغییر قلمرو است (میلز و کوین^۷، ۲۰۰۲: ۲۲). از نظر گات و گینزبرگ (۱۹۹۰) نیز کارآفرینی سازمانی به فرآیند نوسازی سازمانی مربوط می‌شود و

1. Oslo manual

2. Tid & Bessant

3. Mosleh & Allahyari Boznanjan

4. Ernst

5. Mokaya

6. Apostolos & Zaridis

7. Miles & Covin

با دو پدیده متمایز ولی مرتبط با یکدیگر در ارتباط است؛ ۱) فعالیت‌های نوآورانه و مخاطره‌پذیری سازمانی و ۲) فعالیت‌های نوسازی سازمان برای ارتقای توانمندی‌های سازمان برای رقابت (نادکarnی^۱ و نارایانان^۲، ۲۰۰۷: ۲۴۵). موریس^۳ و همکاران (۲۰۰۸) نیز ابعاد نوسازی راهبردی و مخاطره‌پذیری سازمانی را برای کارآفرینی سازمانی معرفی می‌کنند و در ارتباط با مخاطره‌پذیری سازمانی می‌گویند برای اجرا و تحقق کارآفرینی سازمانی می‌توان از سه الگوی پیاده‌سازی شامل مخاطره‌پذیری سازمانی درونی^۴، مخاطره‌پذیری سازمانی مشارکتی^۵ و مخاطره‌پذیری سازمانی بیرونی^۶ استفاده کرد.

در بررسی ادبیات موضوع کارآفرینی سازمانی بیشتر پژوهشگران از ابعاد نوآوری، نوسازی راهبردی و مخاطره‌پذیری سازمانی برای سنجش اعمال فعالیت‌های کارآفرینانه سازمانی بهره گرفته‌اند (موریس و کورنوال^۷، ۲۰۰۹: ۴۲۹). از این رو می‌توان گفت همه این ابعاد (نوآوری، مخاطره‌پذیری و پیشگامی در بازار و رقابت تنهاجمی) باید برای دستیابی به سطحی از کارآفرینی سازمانی در نظر گرفته شوند (کریسر^۸، ۲۰۰۱: ۳).

عملکرد سازمانی

عملکرد سازمانی به عنوان مقایسه نتایج مورد انتظار با نتایج واقعی، بررسی انحراف سازمان از چارچوب پیش‌بینی شده در برنامه، ارزیابی عملکرد فردی کارکنان در سازمان و بررسی میزان پیشرفت سازمان در دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده تعریف شده است (نگاه و ابراهیم^۹، ۲۰۱۰). ابعاد عملکرد سازمانی برگرفته از ابعاد پژوهش قرانفلی^{۱۰} و طرفدار (۲۰۱۴) شامل سودآوری، رشد شرکت، سهم بازار و اندازه شرکت است. سود از جمله اطلاعات بااهمیت در تصمیمات اقتصادی به شمار می‌رود، سود به عنوان

-
1. Nadkarni
 2. Narayanan
 3. Morris
 4. Internal corporate venturing
 5. Joint corporate venturing
 6. External corporate venturing
 7. Morris. & Cornwall
 8. Kreiser
 9. Ngah & Ibrahim
 10. Qrunfleh

راهنمای پرداخت سود تقسیمی، ابزار سنجش اثربخشی مدیریت و وسیله پیش‌بینی و ارزیابی تصمیم‌گیری‌ها همواره مورد استفاده سرمایه‌گذاران، مدیران و تحلیلگران مالی بوده است (سولیوان و ژانگ^۱، ۲۰۱۱: ۶۷). سودآوری از جمله شاخص‌های مهم اندازه‌گیری عملکرد واحدهای اقتصادی است که حاکی از توان شرکت در کسب منافع برای مالکان است (احمد پور و ابراهیم پور، ۱۳۹۰: ۲). رشد شرکت از جستجوی فرصت‌ها ریشه می‌گیرد. استفاده از رشد به عنوان نتیجه عملکرد شرکت به این دلیل است که رشد به عنوان یک عامل پیشرو در دستیابی به فواید رقابتی مداوم و سودآوری مطرح است (مرادی و باقری موصلو، ۱۳۹۴: ۹۴). اندازه شرکت تعیین‌کننده حجم و گستردگی فعالیت شرکت است. متغیرهایی مانند کل دارایی‌ها، مبلغ فروش، مقدار نیروی انسانی اندازه شرکت را عملیاتی می‌کنند (عرب صالحی و همکاران، ۱۳۹۳: ۷۰). سهم بازار و رشد آن به عنوان متغیرهای مهمی برای ارزیابی عملکرد معرفی شده است. به ازل^۲ و همکاران (۱۹۷۵) معتقدند سهم بازار تعیین‌کننده بازده دارایی‌های شرکت است و از این رو افزایش در بازده دارایی‌ها به عنوان شاخصی برای افزایش سهم بازار و در نتیجه سودآوری است. سوپریسکی (۲۰۰۴) عامل سهم بازار را به صورت میزان فروش شرکت در مقایسه با جمع فروش صنایع در یک بازه زمانی خاص تعریف کرده‌اند که در عمل در بسیاری از بررسی‌ها به عنوان شاخص تعیین سهم بازار مورد استفاده قرار گرفته است (احمد پور و همکاران، ۱۳۹۱: ۶۷).

پیشینه تجربی

مطالعات متعددی در میان صنایع مختلف برای بررسی رابطه کارآفرینی با عملکرد انجام شده است. به طور کلی نتایج نمایانگر این است که با افزایش سطح کارآفرینی عملکرد سازمانی نیز افزایش می‌یابد (بابا و الومالایی^۳، ۲۰۱۱: ۴۱). خلاصه‌ای مطالعات انجام شده در این زمینه در جدول ۱ ارائه شده است.

1. Sullivan & Zhang
2. Buzzel
3. Baba & Elumalai

جدول ۱. خلاصه مطالعات انجام شده

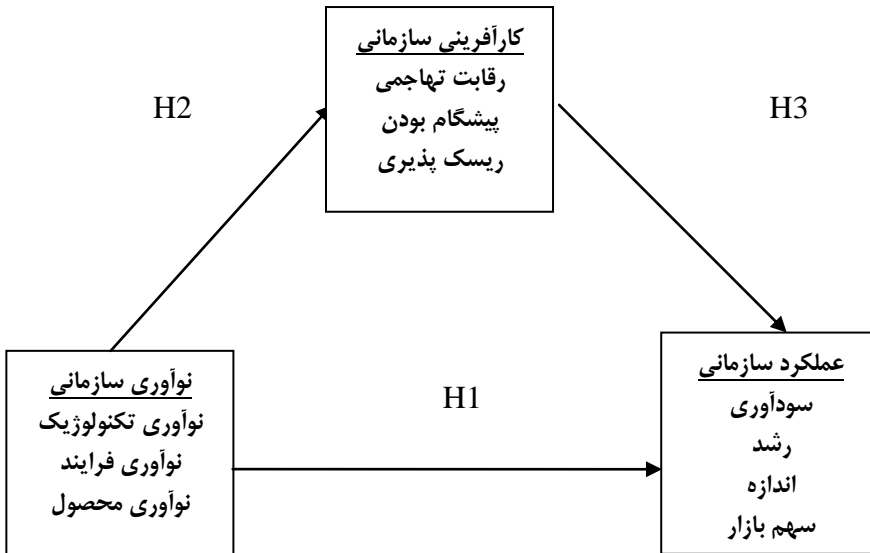
نام محقق و سال	عنوان تحقیق	نتایج تحقیق
توان و همکاران (۲۰۱۶)	تأثیرات نوآوری بر عملکرد شرکت در صنایع پشتیبان در هانوی، ویتنام	نتایج حاصل از پژوهش تأثیرات مثبت فرایند، بازاریابی و نوآوری سازمانی را بر عملکرد شرکت‌های حامی را نشان داد.
مگات تاج الدین و همکاران (۲۰۱۵)	ارتباط بین نوآوری و عملکرد سازمانی در صنعت ساخت و ساز در مالزی	نتایج پژوهش نشان داد که اساساً نوآوری در تأثیر مثبتی بر عملکرد سازمانی دارد.
یونگی (۲۰۱۴)	نوآوری، کارآفرینی و عملکرد عملیاتی کشاورزان در منطقه جنگلی: شواهد از چین	نتایج نشان می‌دهد که نوآوری تأثیر مثبت و مستقیمی بر پیشگامی (یک بعد از گرایش به کارآفرینی) و عملکرد عملیاتی دارد. به طور همزمان، پیشگامی عامل واسطه‌ای بین نوآوری و عملکرد است.
آتالای و همکاران (۲۰۱۳)	رابطه بین نوآوری و عملکرد شرکت: شواهدی تجری از صنعت عرضه کننده اتومبیل در ترکیه	نتایج تجزیه و تحلیل نشان داد که نوآوری تکنولوژیک (نوآوری محصول و فرایند) تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد شرکت دارد، اما هیچ مدرکی برای رابطه مثبت و معنادار بین نوآوری غیر تکنولوژیک (نوآوری سازمانی و بازاریابی) و عملکرد شرکت پیدا نشد.
آل حسن و همکاران (۲۰۱۳)	تأثیر انواع نوآوری بر عملکرد شرکت: مطالعه تجربی بر روی بخش صنعتی پاکستان	نتایج اثرات مثبت انواع نوآوری را بر عملکرد شرکت نشان می‌دهد.
مهد رسلی و سیدک (۲۰۱۳)	تأثیر نوآوری بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط ساخت و ساز: مدارک و شواهد از مالزی	یافته‌های حاصل از پژوهش فرضیه نوآوری محصول و نوآوری فرایند به طور قابل توجهی بر عملکرد شرکت تأثیر می‌گذارند را تأیید می‌کنند.
قره باغی و همکاران (۱۳۹۵)	بررسی تأثیر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در بهبود عملکرد سازمان	نتایج حاصل از اجرای این تحقیق نشان می‌دهد که بین کارآفرینی سازمانی و عملکرد سازمانی اثر مثبت و معناداری وجود دارد.
اعتمادی (۱۳۹۵)	بررسی تأثیر کارآفرینی و نوآوری بر عملکرد بنگاه‌های	نتایج پژوهش نشان داد که کارآفرینی و نوآوری بر عملکرد بنگاه‌های گردشگری تأثیر معنی داری دارد.

نام محقق و سال	عنوان تحقیق	نتایج تحقیق
	گردشگری (مطالعه موردی: هتل‌های استان مازندران)	
خراشادیزاده و همکاران (۱۳۹۵)	نقش خلاقیت، کارآفرینی و نوآوری بر بهبود عملکرد سازمانی	نتایج پژوهش نشان می‌دهد خلاقیت و نوآوری تأثیر بسزایی بر کارآفرینی و همچنین عملکرد سازمانی دارد و می‌تواند به عنوان نیروی محرکی برای کارآفرینی و اقتصاد و بهبود عملکرد سازمان‌ها باشد.
ملکی مین باش و زنگیان (۱۳۹۳)	سنجش الگوی تعاملی قابلیت نوآوری با بقای شرکت‌های کوچک و متوسط با میانجیگری کارآفرینی سازمانی	نتایج نشان دهنده تأثیر مثبت قابلیت نوآوری بر بقای شرکت و قابلیت نوآوری بر کارآفرینی سازمانی است.
ابراهیم پور و همکاران (۱۳۹۰)	بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی و عملکرد تجاری شرکت پتروشیمی تبریز	نتیجه نشان داد که بین مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی شامل نوآوری، ریسک‌پذیری، پیشگامی و رقابت‌تهاجمی با عملکرد تجاری رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و در نهایت پیشنهادهایی برای توسعه کارآفرینی سازمانی و بهبود عملکرد تجاری ارائه شده است.

مرور پژوهش‌های انجام شده در خصوص موضوع پژوهش نشان می‌دهد با وجودی که اجماع به نسبت زیادی در خصوص نقش مثبت کارآفرینی سازمانی و نوآوری در ارتقای عملکرد سازمانی وجود دارد در خصوص چگونگی این تأثیرگذاری و عوامل میانجی، واسطه و تعدیل‌گر این رابطه مطالعات چندانی انجام نشده است. بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف کاهش نسبی این شکاف به بررسی نقش میانجی کارآفرینی سازمانی در تأثیر نوآوری بر ارتقای عملکرد سازمانی پرداخته است.

مدل مفهومی

با توجه به مبانی نظری مرور شده و استدلال‌های ارائه شده در خصوص روابط میان متغیرها مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی از لامپکین و دس (۱۹۹۷)، عملکرد سازمانی از قرانفلی و طرفدار (۲۰۱۴) و نوآوری سازمانی نیز از جیمنز و همکاران (۲۰۰۸) برگرفته شده‌اند. بر این اساس مدل مفهومی پژوهش به صورت شکل ۱ ارائه شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از ماهیت توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری آن را مدیران و کارشناسان بانک کشاورزی استان تهران به تعداد ۵۶۸ نفر تشکیل داده‌اند که بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه ۲۹۲ برآورد شد. روش نمونه‌گیری تصادفی ساده بوده است. ابزار گردآوری داده‌ها سه پرسشنامه استاندارد بوده است. نوآوری سازمانی (شامل ۳ مؤلفه نوآوری تکنولوژی، نوآوری فرآیندی و نوآوری محصول) با استفاده از پرسشنامه جیمنز و همکاران (۲۰۰۸) سنجیده می‌شود. کارآفرینی سازمانی (شامل مؤلفه‌های ریسک‌پذیری، پیشگام بودن، رقابت تهاجمی) با پرسشنامه دس و لامپکین (۱۹۹۷) اندازه‌گیری شده است. عملکرد سازمانی نیز به وسیله چهار شاخص سودآوری، رشد، سهم بازار، اندازه بانک و با استفاده از پرسشنامه قرانفلی و همکاران (۲۰۱۴) اندازه‌گیری شده است. اعتبار این پرسشنامه از طریق محتوا توسط اساتید و چند نفر از اعضای هیئت‌علمی دانشگاه و نیز چند نفر از خبرگان بانک کشاورزی موردبررسی و تأیید قرار گرفت. به‌منظور اندازه‌گیری پایایی از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. میزان ضریب پایایی از طریق آلفای کرونباخ محاسبه شد که نتایج در جدول ۱ نشان داده شده است که از پایایی مناسبی برخوردار است.

جدول ۱. نتایج آزمون آلفای کرونباخ

ابعاد	آلفای کرونباخ	مؤلفه‌ها	آلفای کرونباخ
نوآوری سازمانی	۰/۸۸	نوآوری تکنولوژیک	۰/۷۵
		نوآوری فرآیندی	۰/۷۲
		نوآوری محصول	۰/۶۸
کارآفرینی سازمانی	۰/۸۶	ریسک‌پذیری	۰/۸۴
		پیشگام بودن	۰/۸۷
		رقابت‌تهاجمی	۰/۹۷
عملکرد سازمانی	۰/۹۸	سودآوری	۰/۸۶
		رشد	۰/۸۹
		سهم بازار	۰/۹۴
		اندازه	۰/۸۹

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون کلموگروف اسمینروف، آزمون همبستگی و برای بررسی روابط علی بین متغیرها از آزمون صورت تحلیل مسیر با کمک مدل معادلات ساختاری استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

۷۵/۳ درصد از پاسخ‌دهندگان مرد و ۲۴/۷ درصد زن بوده‌اند. ۴۷/۳ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای تحصیلات دانشگاهی لیسانس، ۳۹/۷ درصد تحصیلات فوق لیسانس و ۱۳ درصد تحصیلات دکتری بوده‌اند. ۲۲/۹ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای سابقه کار بین یک تا ۵ سال، ۱۷/۸ درصد دارای سابقه کار بین ۵ تا ۱۰ سال، ۲۵/۳ درصد بین ۱۰ تا ۱۵ سال، ۱۲/۷ درصد بین ۱۵ تا ۲۰ و ۲۱/۲ درصد دارای سابقه کار بیشتر از ۲۰ سال بوده‌اند. ۳۰/۱ درصد از پاسخ‌دهندگان معاونین و مدیران ارشد، ۲۷/۱ درصد مدیران میانی، ۲۵/۷ درصد مدیران بخش یا سرپرستان و ۱۷/۱ درصد کارشناسان ارشد بوده‌اند.

به منظور بررسی نرمال بودن متغیرهای از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده شده است. نتایج آزمون در جدول ۲ نشان می‌دهد این آزمون برای هیچ یک از متغیرها معنادار نیست و همه متغیرها نرمال هستند.

جدول ۲. نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف

متغیرها	کولموگروف اسمیرنوف	سطح معناداری
نوآوری سازمانی	۰/۹۰۳	۰/۳۸۸
کارآفرینی سازمانی	۰/۸۵۰	۰/۴۶۵
عملکرد سازمانی	۰/۸۸۵	۰/۴۱۳

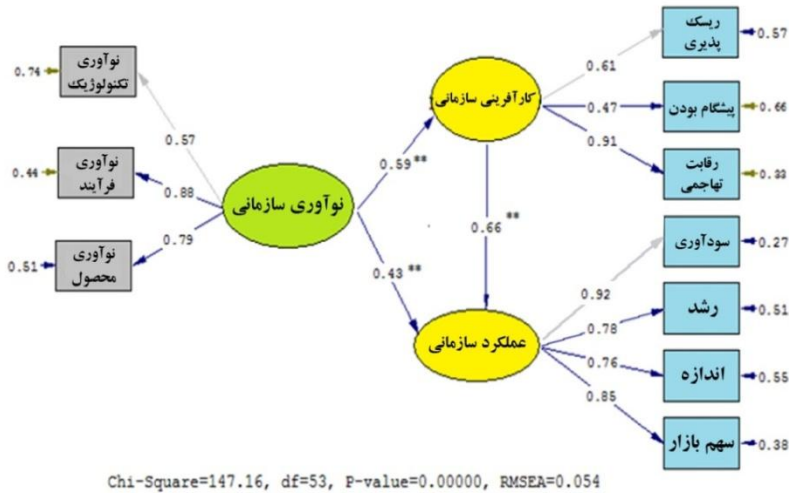
برای شناسایی رابطه بین متغیرهای حاضر در مدل از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. یافته‌های به‌دست‌آمده از ضریب همبستگی بین متغیرهای پژوهش در جدول ۳ درج شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد ضریب همبستگی نوآوری سازمانی با کارآفرینی سازمانی ($r= ۰/۶۵$) و عملکرد سازمانی ($r= ۰/۷۷$)، در سطح $p < ۰/۰۱$ معنادار بوده و رابطه مثبتی بین آن‌ها برقرار است. افزون بر این، رابطه کارآفرینی سازمانی با عملکرد سازمانی ($r= ۰/۶۹$) نیز در سطح $p < ۰/۰۱$ معنادار است.

جدول ۳. ماتریس همبستگی سازه‌های پژوهش

متغیرها	نوآوری سازمانی	کارآفرینی سازمانی	عملکرد سازمانی
نوآوری سازمانی	۱		
کارآفرینی سازمانی	۰/۶۵**	۱	
عملکرد سازمانی	۰/۷۷**	۰/۶۹**	۱

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

در شکل ۲ مدل آزمون شده همراه با مقادیر استاندارد شده روی هر کدام از مسیرها درج شده است. یافته‌های نشان می‌دهد همه ضرایب مسیر معنادار بوده و تأثیری مثبت بر هم دارند.



شکل ۲. مدل آزمون شده پژوهش

در جدول ۴ ضرایب مسیر مستقیم، غیرمستقیم و واریانس تبیین شده متغیرهای پژوهش گزارش شده است.

جدول ۴. نتایج ضرایب اثر مستقیم، غیرمستقیم و واریانس تبیین شده

مسیر	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	واریانس تبیین شده
به روی عملکرد سازمانی از کارآفرینی سازمانی نوآوری سازمانی	۰/۶۶** ۰/۴۳	۰/۳۹** -	٪۶۱
به روی کارآفرینی سازمانی از نوآوری سازمانی	۰/۵۹**	-	٪۳۵

* p < 0.05 ** p < 0.01

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود رابطه کارآفرینی سازمانی ($\beta = 0/66$) و نوآوری سازمانی ($\beta = 0/43$) بر عملکرد سازمانی در سطح ($P < 0/01$) مثبت و معنادار است. همچنین رابطه نوآوری سازمانی بر عملکرد سازمانی ($\beta = 0/39$) از طریق کارآفرینی سازمانی در سطح ($P < 0/01$) مثبت و معنادار است. همچنین ۶۱ درصد از واریانس عملکرد سازمانی و ۳۵ درصد از واریانس کارآفرینی سازمانی توسط متغیرهای موجود در مدل پژوهش حاضر تبیین می‌شود.

شاخص‌های برازش به دست آمده برای مدل آزمون شده در جدول ۵ نشان می‌دهد که شاخص RMSEA در مدل برآورد شده با میزان $0/054$ از سطح قابل قبولی برخوردار بوده و دیگر شاخص برازش مانند CFI، GFI، NFI، NNFI و AGFI به ترتیب برابر با $0/98$ ، $0/96$ ، $0/98$ ، $0/97$ و $0/92$ همگی در سطح مناسبی هستند و این مشخصه‌های نکویی برازش نشان می‌دهد داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی این مدل برازش مناسبی دارد.

جدول ۵. مشخصه‌های برازندگی مدل برازش شده

x/df	RMSEA	CFI	GFI	NNFI	NFI	AGFI
۲/۷۸	$0/054$	$0/98$	$0/96$	$0/97$	$0/98$	$0/92$

جدول ۶. نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق

نتیجه	نوع رابطه	ضریب مسیر	فرضیه
تأیید فرضیه	غیرمستقیم	$0/38$	کارآفرینی سازمانی در ارتباط بین نوآوری سازمانی و عملکرد سازمانی بانک کشاورزی نقش میانجی دارد.
تأیید فرضیه	مستقیم	$0/43$	بین نوآوری سازمانی و عملکرد سازمانی بانک کشاورزی رابطه وجود دارد.
تأیید فرضیه	مستقیم	$0/59$	بین نوآوری سازمانی و کارآفرینی بانک کشاورزی رابطه وجود دارد.
تأیید فرضیه	مستقیم	$0/66$	بین کارآفرینی و عملکرد سازمانی بانک کشاورزی رابطه وجود دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

در محیط‌های بسیار رقابتی پیش روی سازمان‌های امروزی ارتقای مستمر عملکرد جزو پیش‌نیازهای اساسی حفظ قدرت رقابت‌پذیری سازمان به شمار می‌رود و نوآوری نیز محرکی تسهیل‌گر در این زمینه به شمار می‌رود. نتایج برخی تحقیقات بارینگر و بلودورن (۱۹۹۹)، لامکین و دس (۱۹۹۶)، میلر (۱۹۸۳) و جولی فوکس (۲۰۰۵) سویلیتیو و سیامتینا^۱ (۲۰۱۶)، یونگی^۲ (۲۰۱۴) و باکیو و بوتزات^۳ (۲۰۱۳)، قره باغی و همکاران (۱۳۹۵)، اعتمادی (۱۳۹۵) و خراشادیزاده و همکاران (۱۳۹۵) این موضوع را تأیید می‌کنند. پژوهش حاضر نقش میانجی کارآفرینی سازمانی را در تأثیر نوآوری سازمانی بر عملکرد سازمانی مورد مطالعه قرار داده است. یافته‌های پژوهش معنادار بودن این نقش را تأیید کردند. به دیگر سخن، می‌توان گفت بین متغیرهای نوآوری سازمانی و عملکرد رابطه وجود دارد و کارآفرینی تأثیر این متغیرها بر یکدیگر را تسهیل می‌کند. اقدامات کارآفرینی شرکت‌ها در صورتی که همراه با کارآفرینی نباشند، تأثیر پایداری بر عملکرد نخواهند داشت.

فرضیه اول پژوهش تأثیر نوآوری سازمانی بر عملکرد سازمانی را مورد مطالعه قرار داده است که از تأثیر مثبت و معنادار برخوردار بوده است. برخی از تحقیقات ارتباط مثبت بین نوآوری سازمانی و عملکرد را ثابت کردند (جاناتان و همکارانش، ۲۰۰۸؛ بارت و ونیستین، ۱۹۹۸؛ لامکین و دس، ۱۹۹۶؛ تلیگیتا^۴، ۲۰۱۴؛ ۹۱؛ توآن^۵ و همکاران، ۲۰۱۶؛ مگات تاج الدین^۶ و همکاران، ۲۰۱۵؛ آتالای^۷ و همکاران، ۲۰۱۳)، اما تعدادی از آن‌ها چنین ارتباطی را تأیید نکردند (ماتیو و یسالین، ۲۰۰۷؛ ماستون، ۲۰۰۲) و یا ارتباط منفی بین آن‌ها پیدا کردند (ماستون، ۲۰۰۲؛ مورنو ۲۰۰۸؛ کوهن، ۲۰۰۸؛ گورباز و همکارانش، ۲۰۰۹). جولی فوکس (۲۰۰۸) به طور خاص رابطه بین نوآوری سازمانی و عملکرد سازمانی را مورد بررسی قرار داد. با تکیه بر روش‌های پذیرش مخاطره و گرایش راهبردی می‌توان عملکرد را بهبود بخشید. با وجود نتایج متناقض تحقیقات تجربی، اکثر

1. Sulistyoy& Siyamtinah

2. Yongji

3. Baciu & Botezat

4. Talegeta

5. Tuan

6. Megat Tajuddin

7. Atalay

آن‌ها قبول دارند که نوآوری سازمانی بر عملکرد تأثیر مثبت دارد. نوآوری سازمانی عاملی است که به شرکت کمک می‌کند تا فکرهای جدید، محصولات و خدمات جدید، فرایندهای جدید و حتی بازارهای جدید را شناسایی و به مشتریان عرضه کند. این امر باعث شناخت هر چه بیشتر نیازها و خواسته‌های مشتریان، رفتار رقبا و هماهنگی بین بخش‌های شرکت شده و این موضوع نیز باعث افزایش عملکرد سازمان می‌شود. از این دیدگاه نوآوری سازمانی به طور غیرمستقیم بر عملکرد سازمانی تأثیر دارد، اما تحقیقاتی وجود دارد که نشان می‌دهد نوآوری سازمانی به طور مستقیم بر عملکرد تأثیر دارد. نتیجه‌ای که از این ارتباط مثبت گرفته می‌شود، این است که سازمان‌ها برای افزایش عملکرد خود می‌توانند به ترویج نوآوری در سازمان بپردازند.

در فرضیه دوم تأثیر نوآوری سازمانی بر کارآفرینی سازمانی بررسی شده است. بر اساس یافته‌های پژوهش تأثیر مثبت و معنادار این عامل بررسی شده است. نتایج به‌دست‌آمده با مطالعات زارا، ۱۹۹۳؛ کواین و اسلیون، ۱۹۹۱؛ یونگی^۱، ۲۰۱۴ همخوانی دارد؛ بنابراین نوآوری سازمانی از طریق شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های سودآور، نوآوری در محصولات و فرایندهای سازمانی، پذیرش مخاطرات سازمانی در پروژه‌ها، بیش فعالی در حوزه‌های؛ پاسخ به روندهای محیطی، نیازها و خواسته‌های مشتریان و رفتار رقبا، استراتژی سازی بر اساس فرصت‌ها، تأکید بر توانمندی بهره‌برداری از منابع به جای تحصیل و تملک آن‌ها، ارائه پاداش بر اساس خلق ارزش برای سازمان، ایجاد ساختارهای سازمانی تخت و منعطف (کارآفرینانه)، ترویج الگوها و رفتارهای کارآفرینانه و تأکید بر رشد سریع و شتابان به‌جای رشد کند و یکنواخت، باعث کسب اطلاعات مهم و به روز از مشتریان، شناسایی دقیق نیازها و خواسته‌های مشتریان، شناسایی راهبردهای رقبا، واکنش سریع به رفتارهای رقبا، شناسایی قوت‌ها و ضعف‌های رقبا، شناسایی مزایای رقابتی شرکت، تبادل اطلاعات مشتریان و رقبا بین بخش‌های سازمان، مشارکت همه بخش‌های سازمان در فعالیت‌های بازاریابی و مشارکت یکپارچه بخش‌ها در برآورده کردن نیازهای بازار هدف شده و نتیجه انجام این فعالیت‌ها نیز، بهبود و ارتقاء عملکرد سازمان را به دنبال دارد؛ بنابراین با تمرکز بر فعالیت‌های نوآوری سازمانی می‌توان کارآفرینی را در سازمان گسترش داد. توسعه کارآفرینی سبب ارتقاء عملکرد سازمان می‌شود. ضمن اینکه نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که نوآوری سازمانی به‌طور

مستقیم نیز باعث بهبود کارآفرینی سازمانی می‌شود. همچنین، لایو^۱ و همکاران (۲۰۱۰) بیان می‌کنند که نوآوری محصول می‌تواند به عنوان معیاری برای توانایی شرکت در معرفی محصولات جدید به بازار دیده شود. همچنین، این سازه می‌تواند برای به دست آوردن اطلاعات در مورد توانمندی‌های نوآوری شرکت و سنجش خروجی عملکرد آن استفاده شود

تأثیر کارآفرینی سازمانی بر عملکرد سازمانی در فرضیه سوم این پژوهش مورد مطالعه قرار گرفته است که مثبت و معنی‌دار بوده است. این یافته با نتایج تحقیقات متعددی از جمله تحقیقات بابا و الومالایی^۲ (۲۰۱۱) و قره باغی (۱۳۹۵) سازگار بوده است. با وجود این برخی از دیگر تحقیقات نیز این رابطه را تأیید نکردند (کوهلی و جاورسکی، ۱۹۹۰). کارآفرینی به شرکت‌ها امکان می‌دهد توانایی جمع‌آوری و پردازش اطلاعات بازار خود را توسعه دهند. این توانایی‌ها باعث افزایش نوآوری سازمان می‌شود و نوآوری ایجادشده نیز باعث افزایش عملکرد سازمان می‌شود. از این دیدگاه کارآفرینی به طور غیرمستقیم بر عملکرد سازمانی تأثیر دارد.

با توجه به یافته‌های پژوهش پیشنهادی کاربردی زیر برای بهبود عملکرد سازمانی از راه نوآوری و کارآفرینی سازمانی ارائه می‌شوند: ترویج رفتار کارآفرینانه با افزایش دوره‌های آموزشی، کارگاه‌ها و سمینارها در بانک؛ برگزاری دوره‌های آموزشی ویژه به منظور تقویت خلاقیت و نوآوری کارکنان؛ برگزاری هم‌اندیشی به منظور همکاری و تعامل با کارکنان؛ ترویج فرهنگ ریسک‌پذیری به منظور تسهیل تحقیق و توسعه در سازمان؛ ایجاد و توسعه هیئت‌های اندیشه‌ورز در سازمان مورد مطالعه؛ توسعه محصولات نوآورانه با هدف تقویت روحیه نوآوری و کارآفرینی سازمانی؛ الگوبرداری از اقدامات تحقیق و توسعه بانک‌های پیشرو و ارائه آن در قالب همایش‌ها و کارگاه‌ها؛ و انتخاب کارآفرین نمونه و قدردانی در جمع کارکنان به لحاظ مالی و غیرمالی.

در نهایت با توجه به پیشنهادی ارائه شده می‌توان گفت حمایت و پشتیبانی مدیران بانک کشاورزی در راستای کارآفرینی و نوآوری کارکنان بسیار اهمیت دارد و همچنین مدیران بانک کشاورزی به تشکیل تیم‌های کاری و انجام کارهای گروهی بیشتر از کارهای فردی ارزش قائل شوند و شرایط لازم برای انجام چنین فعالیت‌هایی فراهم کنند.

1. Lau

2. Baba & Elumalai

منابع

- آقاجانی، طهمورث؛ شوقی، بهزاد (۱۳۹۲). بررسی تأثیر سبک رهبری مدیران بر خلاقیت کارکنان (مورد مطالعه: صنایع فلزی شهر صنعتی کاوه). *فصلنامه مدیریت توسعه و تحول*، ۱۷: ۴۳-۵۱.
- احمد پور، احمد؛ ابراهیم پور مجتبی (۱۳۹۰). بررسی اثربخشی شاخص‌های اصلی مالی اقتصادی بر سودآوری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، زمستان، ۶۶: ۱-۱۴.
- اعتمادی، زینب (۱۳۹۵). بررسی تأثیر کارآفرینی و نوآوری بر عملکرد بنگاه‌های گردشگری (مطالعه موردی: هتل‌های استان مازندران)، *کنفرانس جهانی مدیریت، اقتصاد حسابداری و علوم انسانی در آغاز هزاره سوم*، شیراز، پژوهش شرکت ایده بازار صنعت سبز.
- برومند، مجتبی؛ رنجبری، مریم (۱۳۸۸). اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی و عملکرد نوآوری: با تأکید بر نقش مدیریت دانش. *توسعه‌سازمانی پلیس*، ۶(۲۴): ۴۱-۵۴.
- زند حسامی، حسام؛ آشتیانی پور، زینب (۱۳۹۲). تحلیل چگونگی تأثیر قابلیت‌های نوآوری فناورانه بر رقابت‌پذیری شرکت‌های کوچک و متوسط. *نشریه مدیریت نوآوری*، سال دوم، شماره ۲، صص ۱-۲۴.
- شریعت نژاد، علی؛ امرایی، فیروز؛ ساعدی، عبدالله (۱۳۹۴). تأثیر راهبردهای نوآوری بر توسعه کارآفرینی سازمانی: با میانجی قابلیت‌های یادگیری سازمان مورد مطالعه: شهرک‌های صنعتی استان لرستان. *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*، ۸(۲): ۳۱۳-۳۳۲.
- عرب صالحی، مهدی؛ صادقی، غزل؛ معین‌الدین، محمود (۱۳۹۲). رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *پژوهش‌های تجربی حسابداری*، سال سوم، شماره ۹، صص ۲۰-۱.
- قره‌باغی، وحید (۱۳۹۵). بررسی تأثیر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در بهبود عملکرد سازمان، *اولین کنفرانس بین‌المللی کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری*، شیراز، موسسه عالی علوم و فناوری خوارزمی.
- محمد کاظمی، رضا؛ حسینی نیا، غلامحسین؛ رمضان زرنندی، سعید (۱۳۹۲). تأثیر نگرش کارآفرینانه بر عملکرد مدیران ورزشی (مورد مطالعه: فدراسیون کشتی جمهوری اسلامی ایران). *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*، ۶(۱): ۶۷-۸۵.
- ناظم، فتاح؛ کریم‌زاده، صمد؛ قادری، الهام (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین مدیریت دانش و سلامت سازمانی با کارآفرینی کارکنان در سازمان تأمین اجتماعی. *فصلنامه پژوهش‌های اجتماعی*، دوره ۹، شماره ۱۵، صفحات ۱۱۵-۸۹.
- نوه ابراهیم، عبدالرحیم؛ یوسفی، فرزانه (۱۳۹۵). عوامل مؤثر بر سکوت سازمانی، مانع ایجاد کارآفرینی سازمانی. *فصلنامه علمی-پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*، سال هفتم، شماره ۲، پیاپی ۲۶: ۱۳۳-۱۵۶.
- نیک‌رفتار، طیبه؛ فرید، حمید (۱۳۹۴). عامل‌های درون سازمانی مؤثر بر توسعه کارآفرینی دانشگاهی در پردیس کشاورزی دانشگاه تهران. *کارآفرینی در کشاورزی*، ۲(۲): ۶۷-۸۰.

و ثوقی نبیری، عبدالله؛ گنجی‌زاده مرادلو، حامد؛ ابدالی، علی (۱۳۹۶). نقش مدیریت دانش در ارتقای ظرفیت کارآفرینی کارکنان و توسعه سازمان یادگیرنده (مورد مطالعه: کارکنان ستاد گروه بهمن در تهران و کرج). *مطالعات منابع انسانی*. ۷(۲۴): ۱-۲۴.

- Alegre, J. & Chiva, R. (2008). Assessing the impact of organizational learning capability on product innovation performance: An empirical test. *Technovation*, 28(6), 315-326.
- Apostolos, D. & Zaridis, D. (2014). Entrepreneurship and SMEs Organizational Structure. Elements of a Successful Business. *Social and Behavioral Sciences*, Issue 148, pp. 463-467
- Atalay, M., & et al. (2013). The Relationship between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence from Turkish Automotive Supplier Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume 75, 3 , pp. 226-235
- Baba, R. & Elumalai, S. (2011). Entrepreneurial orientation of SMEs in Labuan and its effects on performance. *Faculty of Economics and Business (UNIMAS)*
- Baciu, L. & Botezat, A. (2013). *Entrepreneurship, Innovation and Public Sector Performance in TdHE 27 EU Countries*. A chapter in EURINT Proceedings, vol. 1, pp 540-549
- Covin, J.G. & Slevin, D.P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior, *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 16(1), pp. 7-25.
- Gopalakrishnan, S. & Bierly, P. (2001). Analyzing innovation adoption using a knowledge-based approach. *Journal of Engineering and Technology Management*, 18: 107-118.
- Jimenez, J.D. Valle, R.S. and Hernandez-Espallardo, M. (2008). Fostering innovation: The role of market orientation and organizational learning, *European Journal of Innovation Management*, 11(3), 389-412.
- kreiser, P. M. (2001). entrepreneurial organization or family firm? Strategic analysis of Golf states paper corporation. *EBHA conference: business and knowledge* pp1-30.
- McFadzean, E. O'Loughlin, A. and Shaw, E. (2005) 'Corporate entrepreneurship and innovation part 1: the missing link', *European Journal of Innovation Management*, Vol. 8, No. 3, pp.350-372.
- McNally, R. C. Cavusgil, E. & Calantone, R. J. (2010). Product innovativeness dimensions and their relationships with product advantage, product financial performance, and project protocol. *Journal of Product Innovation Management*, 27(7), 991-1006.
- Megat Tajuddin. & et al. (2015). Relationship Between Innovation and Organizational Performance in Construction Industry in Malaysia. *Universal Journal of Industrial and Business Management* 3(4), pp. 87-99,
- Miles, M.B. & Covin, J.G. (2002). Exploring the practice of corporate venturing: Some common forms and their organizational implications, *Entrepreneurial theory and Practice*, 26(3), pp. 21-40.

- Mokaya, O, S. (2012). Corporate Entrepreneurship and Organizational Performance: Theoretical Perspectives, Approaches and Outcomes. *International Journal of Arts and Commerce*, Vol. 1 No. 4, September, pp. 133-143.
- Morris. & Cornwall. (2009). Properties of balance: A pendulum effect incorporate entrepreneurship. *Business Horizons*.52, 429-440.
- Mosleh, A.M. & Allahyari Bozanjani, A. (2014). The effect of organizational intelligence on technological innovation in knowledge-based firms. *Journal of management studies in development & evaluation*, 22 (73): 63-94
- Nadkarni, S. Narayanan, V. 2007Strategic schemas, strategic flexibility, and company performance: The moderating role of industry clockspeed. *Strategic Management Journal*, 28 (3), 243-270.
- Ngah, R. & Ibrahim, A. R. (2010). The effect of knowledge sharing on organizational performance in small and medium enterprises. *Paper presented at 5th International Conference on Knowledge Management: Theory, Research & Practice*, China. Abstract retrieved from citeseerx.ist.Psu.edu/view doc/summary? Doi=10.1.1.40 3.6354.
- Qrunfleh, Sufian. Tarafdar, Monideepa. (2014). Supply chain information systems strategy: Impacts on supply chain performance and firm performance. *Int. J. Production Economics* 147. 340–350
- Sulistyo, H ., & Siyamtinah. (2016). Innovation capability of SMEs through entrepreneurship, marketing capability, relational capital and empowerment. *Asia Pacific Management Review*, Volume 21, Issue 4, pp. 196–203
- Sullivan, M. Zhang, A.J. (2011). Are investment and financing anomalies two sides of the same coin? *Journal of Empirical Finance*, 18 (4): 616-633.
- Talegeta, S. (2014). Innovation and Barriers to Innovation: Small and Medium Enterprises in Addis Ababa. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, Vol. 2, No. 1, pp. 83-106
- Tuan. Nham. & et al.(2016). The effects of innovation on firm performance of supporting industries in Hanoi, Vietnam. *Journal of Industrial Engineering and Management*, Vol 9, No 2
- Yongji, C. X. (2014). Innovation, entrepreneurship and operating performance of farmers in forest zone: evidence from. *BioTechnology An Indian Journal*, Volume 10, Issue 20.
- Zahra, S. A. (1996). Gover, ownership, and corporate entrepreneurship: themoderating impact of industry technological opportunities” *academy of management journal*, VOL39, NO6, PP 1713-1735.