

چکیده

توجه به مقوله‌ی کارآفرینی سازمانی در سالهای اخیر با رشد چشمگیری همراه بوده و به عنوان یکی از مهمترین عوامل موثر در موفقیت سازمانها شناخته شده است. علیرغم اهمیت موضوع، تحقیقات در این زمینه بالاخص در تحقیقات داخلی ضعیف بوده و شکاف نظری قابل توجهی در این حوزه وجود دارد. این تحقیق که با روش علم سنجی ۱، و با استفاده از روش تحلیل استنادی، تکنیک ارزیابانه و تحلیل محتوایی مستندات انجام شده است؛ برآن است تا مطالعات در زمینه‌ی کارآفرینی سازمانی را مورد بررسی قرار داده و با نظام دهی به تحقیقات گذشته به ارائه مدل مفهومی با استفاده از تحلیل محتوایی مستندات بپردازد. جامعه‌ی آماری این تحقیق شامل کلیه‌ی مستندات ارائه شده در پایگاه داده‌ی اسکوپوس به تعداد ۱۳۲۵ مدرک شامل مقاله، کتاب و... تا سال ۲۰۱۹ میلادی می باشد. که با استفاده از نرم افزار Bibexcle و VOSviewer ارزیابی و مصور سازی انجام شده است. بر اساس تحلیل محتوایی مستندات؛ تحقیقات در زمینه‌ی «کارآفرینی سازمانی از منظر کارآفرینی فردی و گروهی در سازمان» به چهار بخش کلی تقسیم بندی شده است. بخش اول تحقیقات مرتبط با ارکان کارآفرینی سازمانی مشتمل بر نوآوری، نوسازی استراتژیک، و کسب و کار درون سازمانی می باشد. بخش دوم مربوط به کارآفرینی فردی در سازمان است که عواملی مانند گرایش کارآفرینانه، انگیزه، ایده پردازی و خلاقیت، تجربه کاری، کسب دانش و مهارت افزایی مشخص شدند. بخش سوم مربوط به کارآفرینی گروهی در سازمان است، عواملی مانند ظرفیت جذب سازمانی، استقلال، سیستم پاداش و رفتار اثر ساز در این فرایند موثر شناسایی شدند. و نهایتاً در بخش چهارم به پیشران های موثر در کارآفرینی سازمانی پرداخته شده است که مشتمل بر عوامل نهادی، عوامل ساختاری، عوامل مدیریتی و عوامل محیطی می باشد.

کلید واژه:

کارآفرینی سازمانی، کارآفرینی فردی، کارآفرینی گروهی، علم سنجی، تحلیل استنادی، شبکه هم واژگانی

مقدمه

کارآفرینی سازمانی فرایند تجدید ساختار استراتژیک و توسعه کسب و کار موجود از طریق ایجاد محصولات و خدمات جدید است (Gianluca, ۲۰۱۸). کارآفرینی سازمانی به فعالیت‌های کارآفرینانه‌ای همچون نوآوری ۲، ونچرینگ ۳ و نوسازی استراتژیک ۴ درون سازمان‌های موجود اشاره دارد (Zahra, ۱۹۹۶) تاریخچه‌ی کارآفرینی سازمانی به اواسط دهه ۱۹۷۰ میلادی بازمی‌گردد. این مفهوم اولین بار توسط پیترسون و برگرز (۱۹۷۱) به عنوان یک استراتژی و شیوه رهبری توسط سازمان‌های بزرگ برای مواجهه با تلاطم فزاینده بازار معرفی شد. تا اوایل دهه ۱۹۸۰ طول کشید تا کارآفرینی سازمانی به یک موضوع پژوهشی مجزا تبدیل گشت و در مطالعات برگلمن و میلر (۱۹۸۳) و به طور خاص در کتاب پینکات (۱۹۸۵) به این حوزه پرداخته شده است.

تاکنون از اصطلاحات مختلفی برای بررسی پدیده کارآفرینی در سازمان‌ها استفاده شده است؛ از جمله: ونچرینگ سازمانی (Burgelman, ۱۹۸۳)، کارآفرینی درون سازمانی ۸

علم سنجی و تحلیل محتوای پژوهش‌ها
در حوزه کارآفرینی سازمانی از منظر
کارآفرینی فردی و گروهی در سازمان

حسین صاحبی

دانشجوی دکتری کارآفرینی، گرایش آموزش
عالی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم
تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
Hossain.sahebi@srbiau.ac.ir

دکتر حمیده رشادت جو (نویسنده مسئول)

دانشیار دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد
علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران،
ایران

reshadatjooamideh@gmail.com

دکتر محمد ابویی

دانشیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران
abooyee@ut.ac.ir

تاریخ ارسال: ۹۹/۰۸/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۱/۱۰

(Pinchot, ۱۹۸۵)، کارآفرینی سازمانی (Gutth & Ginsberg, ۱۹۹۰)، و... با این حال، براساس شواهد منتج از مطالعات ژورنال‌های مرتبط و معتبر، به نظر می‌رسد که «کارآفرینی سازمانی» بیشترین توجه را به عنوان سازه اصلی به خود جلب کرده‌است. گاث و گینسبرگ (۱۹۹۰) پتانسیل کارآفرینی سازمانی برای نوسازی سازمان‌ها به وسیله ابتکارات نوآوری محور، سبب گرایش فزاینده و پژوهش درباره این که چگونه کارآفرینی سازمانی می‌تواند درون سازمان‌های موجود به فرآیندی مستمر تبدیل گردد، شده است (Corbett et al, ۲۰۱۳).

گوث و گینزبرگ (۱۹۹۰) در میان اولین پژوهشگرانی هستند که با معرفی دو دسته از فعالیت‌های کارآفرینی سازمانی؛ به نام ونچرینگ و نوسازی استراتژیک، در راستای روشن کردن قلمرو این مفهوم تلاش کرده‌اند. ونچرینگ به «تولد کسب‌وکارهای جدید درون سازمان‌های موجود» اشاره دارد و نوسازی استراتژیک به عنوان «تغییر شکل سازمان‌ها در طی نوسازی قواعد کلیدی که این سازمان‌ها بر آن‌ها ساخته شده‌اند» تعریف می‌شود. پس از این، شاکر زهرا (۱۹۹۶) کارآفرینی سازمانی را به سه دسته نوآوری، ونچرینگ و نوسازی استراتژیک تقسیم می‌کند. نوآوری به «تعهد یک سازمان به ساخت و معرفی محصولات، فرآیندهای تولید و سیستم‌های سازمانی» اشاره دارد. ونچرینگ به معنای آن است که «شرکت با گسترش عملیات در بازارهای موجود یا جدید، وارد کسب‌وکارهای جدید خواهد شد» و انواع مختلف دارد که یکی از مهمترین انواع ونچرینگ، کسب و کارهای درون سازمانی است. نوسازی استراتژیک نیز مرتبط است با «توان بخشی مجدد به عملیات سازمان با تغییر گستره کسب‌وکار، رویکرد رقابتی یا هردو» (Zahra, ۱۹۹۶). لذا این تحقیق که با روش علم سنجی به بررسی متون و مستندات این حوزه، در بازه ی زمانی ۱۹۸۱-۲۰۱۹ در پایگاه اسکوپوس پرداخته، برآن است تا با شناسایی خلاء های موجود در این حوزه با تحلیل و بررسی متون، دسته بندی جامعی از تحقیقات این حوزه ارائه نماید و مدلی مفهومی و یکپارچه که تصویر جامعی از پژوهش‌های انجام شده را نشان می‌دهد، ارائه نماید. بدین منظور در ادامه، مبانی نظری پژوهش مرور می‌شود سپس روش انجام پژوهش (متدولوژی) معرفی شده و در بخش بعد به تجزیه و تحلیل نتایج پرداخته و نهایتاً بحث و نتیجه گیری و پیشنهادات آتی ارائه می‌گردد.

۱. مبانی نظری پژوهش

۱.۱. کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی فرایند تجدید ساختار استراتژیک و توسعه کسب و کار موجود (ایجاد کسب و کارهای جدید) از طریق ایجاد محصولات جدید و ارائه خدمات است. (Gianluca Elia et al, ۲۰۱۸) شارما و کریسمن (۱۹۹۹) کارآفرینی سازمانی را به عنوان «فرآیندهایی که در آن‌ها شخص یا گروهی از افراد مربوط به یک سازمان موجود، یک سازمان جدید درون آن سازمان ساخته (ورود به کسب و کارهای جدید) یا به نوسازی استراتژیک و نوآوری می‌پردازند» تعریف نموده اند. (Sharma & Chrisman, ۱۹۹۹)

۲.۱. کسب و کارهای درون سازمانی

کسب و کارهای درون سازمانی و یا ونچرهای درون سازمانی یکی از اشکال ونچرینگ ۱۰ می باشد که شرکتها معمولاً با گسترش عملیات در بازارهای موجود یا جدید، وارد کسب و کارهای تازه تری خواهد شد. شرکت های زایشی، کسب‌وکارهای جدیدی هستند که در درون مرزهای سازمانی شرکت‌های موجود، تأسیس شده و رشد می‌کنند و به عنوان ابتکاراتی کارآفرینانه به توسعه محصولات و یا بازارها برای شرکت اصلی می‌پردازند (Block & MacMillan, ۱۹۹۳). ورود به کسب و کارهای جدید (ونچرینگ) اشکال مختلفی به خود می‌گیرد که عمدتاً داخلی و خارجی، محلی و بین المللی، مرتبط و غیرمرتبط هستند ولی معمولاً تغییر در کنترل، ریسک و توزیع منافع را شامل می‌شود. همچنین انتقال فناوری با حق مالکیت از سازمان اصلی به مالکان جدید را ممکن است شامل شود (Tubke, ۲۰۰۴).



شارما و کریسمن (۱۹۹۹)، کسب و کارهای درون‌سازمانی را از چهار بعد شامل، استقلال ساختاری، درجه ارتباط با کسب‌وکارهای موجود، میزان نوآوری و نوع حمایت با هم مقایسه می‌کند. (Sharma & Chrisman, ۱۹۹۹)

۳.۱. نوآوری

نوآوری فرآیند خلق ارزش جدید به شیوه‌های جدید در محصول، خدمت یا در کل کسب و کار است. فعالیت خلق ارزش منحصر به محصول و خدمت نبوده، بلکه در فرآیندها و استراتژیها نیز معنادار است در تعریفی دیگر؛ نوآوری به معنای ایجاد، جذب و پیاده سازی یک ایده جدید یا فعالیتی تازه است (سخته و کریمی، ۱۳۹۷). نوآوری فراتر از خلق ایده‌های جدید است و ضمن کاربردی کردن ایده‌های جدید از آنها منافعی برای کاربر نهایی ایجاد می‌کند. (Freeman et al, ۲۰۱۵:۹) در واقع؛ نوآوری اشاره به پدیده‌ای دارد که: -توام با جدید بودن است.

-مستلزم حدی از تغییر و یا ناپیوستگی است.

-خلاقیت و ابتکاری را به کار می‌گیرد تا آن را پیاده‌سازی و عملی کند.

-مبنتی بر فرآیند هدفمند است که منجر به خروجی و خلق ارزش می‌شود. (فضلی و نظری زاده ۱۳۹۶:۱۶).

۴.۱. نوسازی استراتژیک

نوسازی استراتژیک حالتی از کارآفرینی سازمانی است که منجر به بهبود عملکرد گذشته سازمان می‌شود. (Kearney, Morris, ۲۰۱۵) گاث و گینتزرگ (۱۹۹۰) نوسازی استراتژیک را تحول در سازمان به واسطه نوسازی ایده‌های کلیدی که سازمان بر اساس آنها بنا نهاده شده تعریف کرده‌اند. در حوزه کارآفرینی نیز، موریس و همکاران (۲۰۱۱) نوسازی استراتژیک را به عنوان یکی از ابعاد کارآفرینی سازمانی مفهوم پردازی کردند که در آن سازمان کارآفرین برای تعریف مجدد رابطه خود با بازار یا رقبای صنعتی یا تغییر رویکرد رقابتی خود تلاش می‌کند؛ باوجود این مطابق با پژوهش کوین و مایلز (۱۹۹۹) برچسب نوسازی استراتژیک در گذشته برای اشاره به پدیده‌های متعددی از جمله تغییر در راهبردهای سازمان و جوان‌سازی سازمانی معرفی شده است. به تعبیر این پژوهشگران نوسازی استراتژیک در طیف متنوعی از سناریوهای کسب و کار مانند استقبال از محصول جدید، فرآیند یا فناوریهای جدید و بازتعریف موقعیت صنعت قابل مشاهده است. (کلای و همکاران، ۱۳۹۵)

۲. روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق از نوع تحقیقات کاربردی است و با روش علم سنجی (تحلیل هم‌رخدادی و تحلیل هم‌واژگانی) انجام شده است. علم سنجی عبارت است از دانش اندازه‌گیری علم؛ که همه روش‌ها و مدل‌های کمی مرتبط با تولید و انتشار دانش و فناوری را شامل می‌شود. (بختیاری و همکاران، ۱۳۹۸) هم‌رخدادی واژگان یکی از روش‌های علم سنجی است که شامل تجزیه و تحلیل آماری از مقالات و مستندات منتشر شده بر اساس واژه‌های کلیدی می‌باشد. این شیوه یکی از روش‌های تحلیل محتواست. هم‌رخدادی کلید واژه‌ها میزان ارتباط میان یک مجموعه مدارک را نشان می‌دهد و با مقایسه نقشه‌های حاصل در بازه زمانی مشخص، پویایی علم در زمینه‌ی مورد مطالعه معلوم می‌شود (Dhanavanth et al, ۲۰۱۸)

در پژوهش حاضر، ترکیبی از تجزیه و تحلیل استنادی (علم سنجی) و تکنیک تحلیل محتوا برای تجزیه و تحلیل ادبیات بر اساس عنوان، کلمات کلیدی و چکیده استفاده شده است.

جامعه‌ی آماری این تحقیق، مستندات ارائه شده در پایگاه داده‌ی اسکوپوس با تعداد ۱۳۲۵ مدرک (شامل مقاله، کتاب و...) تا سال ۲۰۱۹ میلادی می‌باشد. که با استفاده از نرم‌افزار Bibexcle و VOSviewer ارزیابی و مصورسازی انجام شده است. بدین صورت که ابتدا کلیه‌ی مدارک استخراج شدند و در گام بعد مجموعه مدارک استخراج شده وارد نرم‌افزار Bibexcle شدند و با استفاده از این نرم‌افزار بهینه‌سازی و غربال‌گری بر روی داده‌ها صورت گرفت. سپس با ترسیم نقشه‌ی موضوعی این حوزه به کمک نرم‌افزار

VOSviewer کار تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده از نقشه ها، ساختارها و خوشه ها تشکیل شده و روابط آن ها انجام شده است. بدین طریق خروجی هم واژگانی استخراج شده است. در ادامه با روش تحلیل محتوا و مراجعه به چکیده ی پژوهش ها دسته بندی تحقیقات صورت گرفته و به بحث و نتیجه گیری پرداخته شده است. مراحل انجام تحقیق در شکل (۱) نشان داده شده است:



شکل (۱): مراحل انجام تحقیق

۳. یافته های تحقیق

در این بخش گام های طی شده جهت انجام علم سنجی و ترسیم شبکه های هم واژگانی در رابطه با «مدل کارآفرینی سازمانی از منظر کارآفرینی فردی و گروهی در سازمان» تشریح شده است. در گام اول و در ابتدا در پایگاه استنادی Scopus جستجوی حوزه مذکور مطابق زیر انجام شده است:

"business venturing"

OR

"corporate venturing"

OR

"corporate entrepreneurship"

OR

"informal innovation"

OR

"formal innovation"

OR

"autonomous venturing"

OR

"autonomous entrepreneurship"

OR

"planned innovation"

OR

"unplanned innovation"

OR

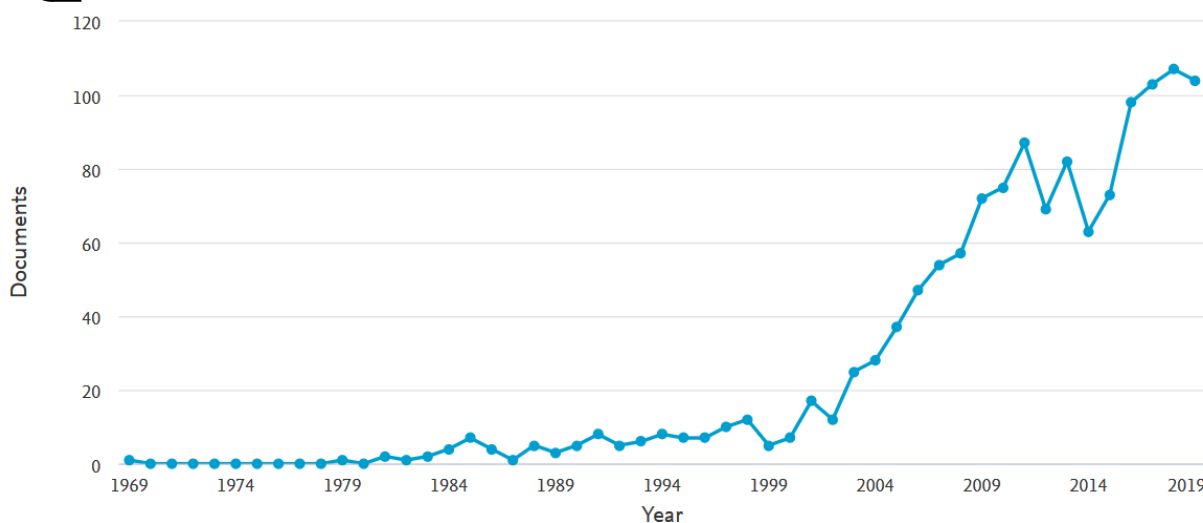
"underground innovation"

OR

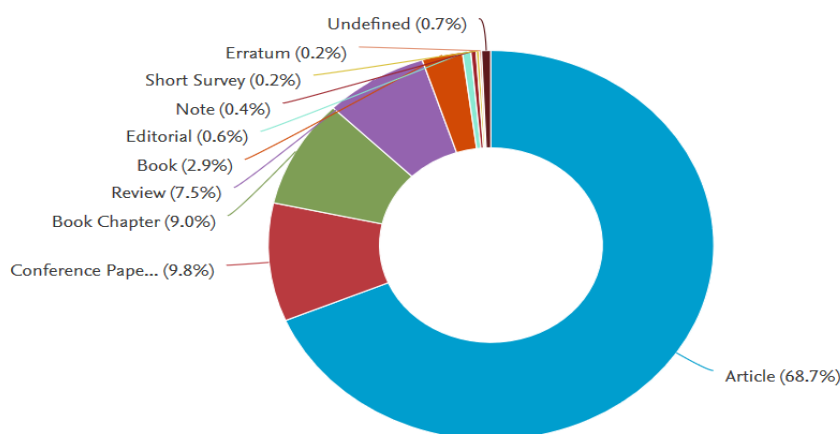
"Bootlegging" AND "innovation"

تعداد نتایج حاصله در حدود ۱۳۲۵ مدرک (شامل مقاله، کتاب و...) تا سال ۲۰۱۹ میلادی می باشد که از این پایگاه بازیابی شده و در ادامه به تحلیل نتایج به دست آمده خواهیم پرداخت.

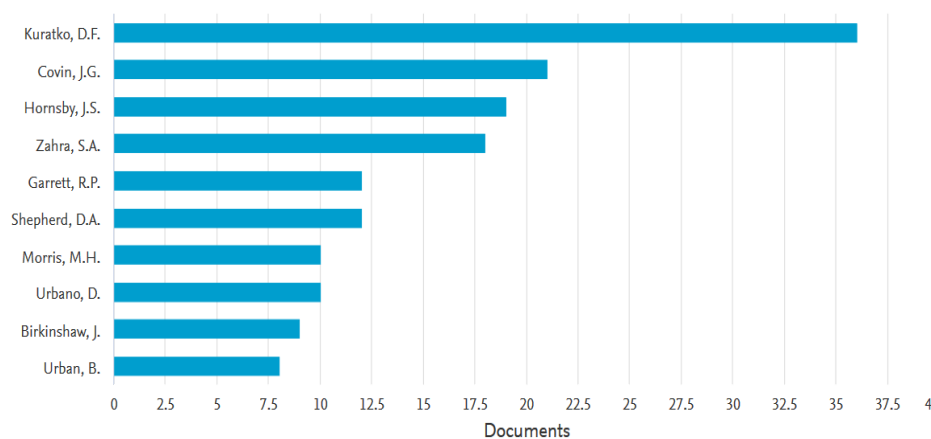
تعداد مدارک منتشر شده در دنیا در این حوزه و روند آن در شکل (۱) نشان داده شده است. همانگونه که در شکل زیر مشخص است، روند تولید مدارک در این حوزه در سال های اخیر به صورت صعودی رشد پیدا نموده است که نشان دهنده میزان اهمیت این حوزه می باشد.



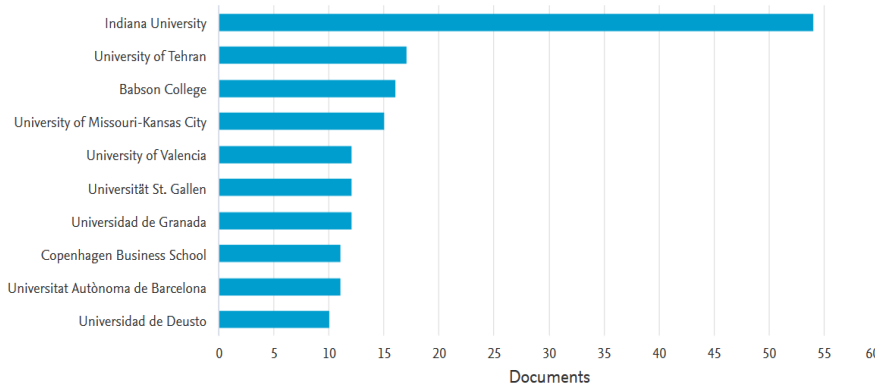
شکل (۱) تعداد و روند مدارک منتشر شده در دنیا در حوزه « مدل کارآفرینی سازمانی از منظر کارآفرینی فردی و گروهی » وضعیت نوع مدارک منتشر شده (مقاله کنفرانسی، مقاله ژورنال، کتاب، فصل از کتاب، ...) در دنیا و همچنین درصد مدارک مربوطه در این حوزه نیز در شکل (۲) نشان داده شده است. همانطور که مشخص است، مقالات ژورنالی بیشترین میزان مدارک منتشر شده در این حوزه با بیش از ۶۸ درصد را به خود اختصاص داده‌اند.



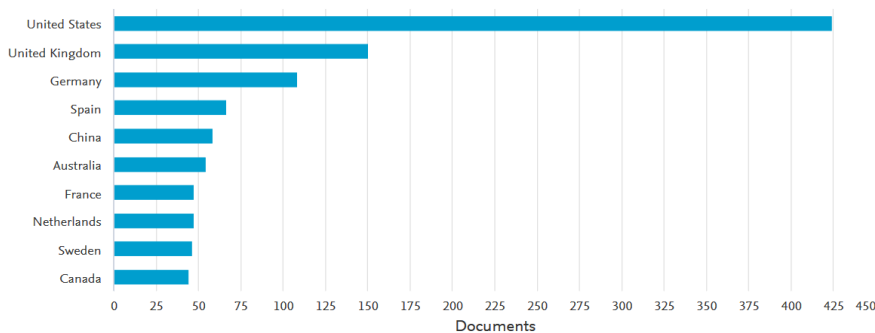
شکل (۲) وضعیت مدارک منتشر شده در دنیا در حوزه « مدل کارآفرینی سازمانی از منظر کارآفرینی فردی و گروهی » نویسندگان این حوزه در دنیا، با بیشترین تعداد مدرک منتشر شده (۱۰ نویسنده برتر) در شکل (۳) نشان داده شده است.



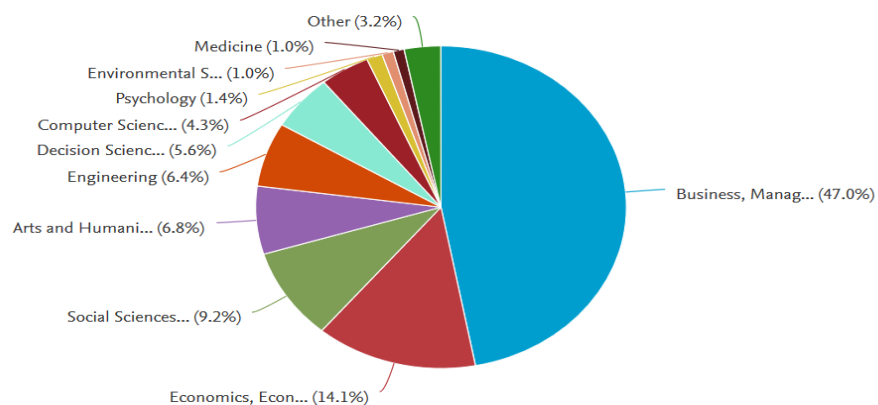
شکل (۳) نویسندگان برتر در حوزه « مدل کارآفرینی سازمانی از منظر کارآفرینی فردی و گروهی » در دنیا همچنین ۱۰ موسسه/دانشگاه/مرکز تحقیقاتی در دنیا که بیشترین تعداد مدارک را در این زمینه منتشر نموده‌اند در شکل (۴) نشان داده شده است.



شکل (۴) نهادهای برتر دنیا در حوزه « مدل کارآفرینی سازمانی از منظر کارآفرینی فردی و گروهی » وضعیت رتبه‌بندی کشورهای دارای بیشترین مدرک منتشر شده در جهان نیز در شکل (۵) نشان داده شده است. همانگونه که مشخص است کشورهای ایالات متحده آمریکا، بریتانیا و آلمان در صدر این رتبه‌بندی قرار دارند و از قاره آسیا نیز کشور چین در بین ۱۰ کشور برتر قرار دارد.



شکل (۵) کشورهای دارای بیشترین مدرک منتشر شده در جهان در حوزه « مدل کارآفرینی سازمانی از منظر کارآفرینی فردی و گروهی » وضعیت و میزان مدارک منتشر شده در حوزه‌های موضوعی مختلف نیز در نمودار زیر نشان داده شده است. همانگونه که در شکل (۶) نشان داده شده است، حوزه «کسب و کار و مدیریت» بیشترین میزان مدارک را در این حوزه به خود اختصاص داده است.



شکل (۶) وضعیت و میزان مدارک منتشر شده در زمینه‌های موضوعی مختلف در حوزه « مدل کارآفرینی سازمانی از منظر کارآفرینی فردی و گروهی »



در ادامه و به منظور ترسیم ساختار این حوزه در دنیا، در ابتدا با استفاده از خروجی‌های حاصل از پایگاه «اسکوپوس» و با بهره‌گیری از نرم‌افزار Bibexcel، تحلیل واژگان مربوطه در مدارک انجام شده است.

در این قسمت لغات موجود در مدارک استخراج و مرتبط‌ترین واژگان از میان آن‌ها جهت نمایش در شبکه انتخاب شده‌اند. اینکار باعث می‌شود که لغاتی که اهمیت کمتری در این مدارک دارند، حذف شده و شبکه نیز فقط بر روی نمایش لغات مهم در این حوزه متمرکز شود. در جدول زیر واژه‌های با حداقل تکرار ۱۱ بار نشان داده شده است.

جدول (۱) پرتکرارترین واژگان در حوزه «مدل کارآفرینی سازمانی از منظر کارآفرینی فردی و گروهی»

واژه	تعداد تکرار
Corporate entrepreneurship	۴۷۳
Innovation	۱۶۶
Corporate venturing	۱۲۱
Entrepreneurship	۱۰۲
Entrepreneurial orientation	۵۸
Intrapreneurship	۵۵
Entrepreneur	۴۲
Entrepreneurialism	۳۸
Small and medium enterprise	۳۶
Human resource management	۲۷
Corporate ventures	۲۷
corporate strategy	۲۷
Investments	۲۷
Strategic planning	۲۶
innovation management	۲۳
Management	۲۲
Entrepreneurial behavior	۲۲
decision making	۲۲
Marketing	۲۲
Firm Performance	۲۱
Venture capital	۲۰
corporate venture capital	۲۰
Start-up	۲۰
Open innovation	۲۰
Competition	۲۰
Knowledge management	۱۹
Corporate Innovation	۱۶
Product development	۱۶
Organizational performance	۱۶
Information technology	۱۵
Innovativeness	۱۵
Dynamic capabilities	۱۵



واژه	تعداد تکرار
<i>Sustainable development</i>	۱۴
<i>Organizational learning</i>	۱۴
<i>R&D management</i>	۱۴
<i>R&D</i>	۱۳
<i>Strategic management</i>	۱۳
<i>Learning</i>	۱۳
<i>Leadership</i>	۱۳
<i>Risk taking</i>	۱۳
<i>Business model</i>	۱۳
<i>Corporate governance</i>	۱۳
<i>Radical innovation</i>	۱۳
<i>Technology transfer</i>	۱۲
<i>Project management</i>	۱۲
<i>Exploration</i>	۱۲
<i>Proactiveness</i>	۱۲
<i>Organizational culture</i>	۱۲
<i>Ambidexterity</i>	۱۲
<i>Entrepreneurship education</i>	۱۲
<i>Education</i>	۱۲
<i>Strategic entrepreneurship</i>	۱۲
<i>Multinational corporations</i>	۱۱
<i>Commerce</i>	۱۱
<i>Creativity</i>	۱۱
<i>Risk management</i>	۱۱
<i>Entrepreneurial activity</i>	۱۱
<i>Family business</i>	۱۱
<i>Business development</i>	۱۱
<i>Absorptive capacity</i>	۱۱

در گام بعدی باید خروجی به دست آمده از نرم افزار Bibexcel را وارد نرم افزار VOSViewer نماییم و تحلیل‌های مربوطه را انجام دهیم. اولین خروجی که از این نرم افزار به دست آمده است مطابق شکل (۷) است. کوچک یا بزرگ بودن دایره‌ها در شکل زیر نشان دهنده این موضوع است که در حوزه «مدل کارآفرینی سازمانی از منظر کارآفرینی فردی و گروهی» چه میزان هر واژه تکرار شده است. همانطور که در این شکل مشخص است، واژه‌های "کارآفرینی سازمانی" و "نوآوری" چون دایره‌های بزرگتری دارند، در واقع بیشترین تکرار را در میان مدارک منتشر شده در این حوزه دارند. در این نقشه هر یک از رنگ‌های به کار رفته، معرف یک خوشه موضوعی می باشد. همانطور که مشخص است واژگان موردنظر در ۴۴ خوشه دسته بندی شده اند.



جدول (۲) تحقیقات مربوط به کارآفرینی سازمانی فردی

کد انتخابی	کدمحوری	کد باز
کارآفرینی سازمانی فردی	گرایش کارآفرینانه کارکنان	به منظور حفظ رقابت و ایجاد مزیت رقابتی، در کسب و کارهای درون سازمانی می بایست روحیه کارآفرینی را احیا و حمایت نمود (DE WAAL, Maritz, ۲۰۱۹).
		نحوه تفکر و گرایش کارآفرینانه ی کارکنان در کارآفرینی افراد در سازمانها موثر است (Muñoz P, Cohen, ۲۰۱۸).
	انگیزه	سطوح بالای انگیزه برای درگیر شدن با فعالیت های کارآفرینی در سازمان حائز اهمیت است (Day, 1994)
	ایده پردازی و خلاقیت کارآفرینانه	خلاقیت و میزان بلوغ کارکنان و مدیریت بر شکل گیر کارآفرینی سازمانی موثر است. (Elia et al, 2018)
		خلاقیت در میزان رشد کارآفرینی سازمانی تاثیر دارد. (Covin, 2019)
	توسعه روحیه ی کارآفرینانه	توسعه روحیه کارآفرینی در سازمان ها، کارآفرینی افراد در سازمان را توسعه می دهد. (Martin-Rojas, 2019)
	تجربه کارآفرینانه	تجربه کارکنان در زمینه های کسب و کار درون سازمانی و کارآفرینی موجب توسعه ی و بهبود عملکرد کارآفرینی سازمانی است. (Kuratko, 2009)
	کسب دانش	دانش مبتنی بر تحقیقات و صنعت منجر به ارائه محصولات و فرآیندهای نوآورانه در شرکتهای زایشی کمتر پیشرفته می شود (Karagouni, 2018)
		کسب دانش و اهمیت آنها برای یادگیری خارجی در محیط های فناوری در کارآفرینی سازمانی تاثیر دارد. (Cirilloa, 2019)
	مهارت افزایی	مهارت و یادگیری کارکنان به طور گسترده ای کارآفرینی سازمانی را تحت تاثیر قرار می دهد. (Covin et al, 2016).

جدول (۳) تحقیقات مربوط به کارآفرینی سازمانی گروهی

کد انتخابی	کدمحوری	کد باز
کارآفرینی سازمانی گروهی	ظرفیت جذب سازمان	مدیریت کارآفرینانه باعث استفاده بهتر از ظرفیت جذب جهت رشد کارآفرینی سازمانی و کسب و کارهای درون سازمانی می شود (Sakhdari & Burgers, 2018)
		اثر ظرفیت جذب و بافت نهادی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر ویژه ای دارد. (Sakhdari et al, 2018)
		ظرفیت جذب و اهمیت آنها برای یادگیری خارجی در محیط های فناوری در کارآفرینی درون سازمانی تاثیر دارد. (Cirilloa, 2019)
	استقلال	استقلال عامل محرک و تقویت کننده کارآفرینی سازمانی است. (Sharma & Chrisman, 1999)
		تشویق و دادن استقلال می تواند بر عملکرد کارآفرینی سازمانی تاثیر مثبت داشته باشد. (Yang, 2012).
	سیستم پاداش	مدیران می توانند با افزایش پاداش های مالی رفتارهای کارآفرینی را توسعه می دهند (Jones et al, 2019).
		ارتباط مثبت میان عملکرد کارآفرینانه ی شرکت ها و پاداش به طور تجربی یافت شده است (Birkinshaw, 2003)
		استفاده از پاداش و کنترل و نیز تشویق جهت ایجاد کارآفرینی سازمانی ضروری است. (Hitt, 2001)
	رفتار اثرساز	رفتارهای اثرسازی بر نوآوری مدل کسب و کار و در نتیجه عملکرد کسب و کارهای درون سازمانی نقش دارد (Futterer et al, 2018)



جدول (۴) تحقیقات مربوط به پیشران های کارآفرینی سازمانی

کد انتخابی	کدمحوری	کد باز
پیشران های کارآفرینی سازمانی	عوامل نهادی	زمینه نهادی می تواند بر رفتارهای نوآورانه و کارآفرینانه تأثیر گذار باشد. (Simsek, 2007)
	عوامل ساختاری	ساختار نهادی متفاوت می تواند ارتباط عملکرد و نچرهای درون سازمانی و کارآفرینی سازمانی را تعدیل کند (پنگ، ۲۰۰۹)
	عوامل ساختاری	در سازمان های کوچک تر و محیط های پویاتر، تأثیر مثبت یکپارچه سازی بر رابطه «جداسازی ساختاری - کارآفرینی سازمانی» به شدت کاهش می یابد (Burgers & Covin, 2016).
	عوامل ساختاری	عوامل ساختاری تأثیر مثبتی بر ونچرینگ سازمانی دارد. (Burgers et al., 2009)
	عوامل مدیریتی	شیوه مدیریت موجب ارتقاء نوآوری در شرکت های زایشی درون سازمانی می گردد (Ito K, ۲۰۱۶).
	عوامل مدیریتی	حمایت مدیریت عالی و نیز انتقال دارایی، منجر به عملکرد بهتر کسب و کارهای درون سازمانی می شوند. (Garrett & Neubaum, ۲۰۱۳).
	عوامل محیطی	بر اساس نتایج تحقیق شرایط محیطی می تواند بر فعالیت کارآفرینانه شرکتها تاثیر گذاشته و کسب و کار درون سازمانی را بهبود بخشد (Kelley & Levie, 2019).
		عوامل محیطی (پویایی عوامل ساختاری) بر کارآفرینی درون سازمانی تاثیر گذار است (Ağca et al, 2012).

بر اساس تحلیل محتوایی تحقیقات و جداول فوق چارچوب پیشنهادی تحقیق در شکل (۱۰) نشان داده شده است.



شکل (۱۰): چارچوب مفهومی تحقیق

نتیجه گیری

مطالعات نشان می‌دهد که کارآفرینی سازمانی می‌تواند نقش مهمی را در دستیابی به سطوح بالاتر عملکرد شرکت (Zahra, ۱۹۹۱) ایفا کند. (Yiu & Lau, ۲۰۰۸; Yiu & Lau, ۱۹۹۵) رشد (Zahra, ۱۹۹۳; Zahra & Covin, ۱۹۹۵) و سودآوری (Covin & Slevin, ۱۹۹۱) ایفا کند. کارآفرینی سازمانی فرایندی برای تجدید استراتژیک و توسعه کسب و کار موجود از طریق ایجاد محصولات، خدمات و فعالیتهای جدید (ورود به کسب و کارهای جدید) و همچنین وضعیتهای رقابتی جدید و سرمایه گذاریهای مستقل می باشد. (Elia et al, ۲۰۱۸) در سالهای اخیر اهمیت ورود به کسب و کارهای جدید به شدت احساس می شود. محققان، این موضوع را عاملی ضروری برای رشد



اقتصادی کشورها می‌دانند. بنابراین توجه به کارآفرینی در سازمان و تقویت عوامل موثر در توسعه ی کارآفرینی سازمانی از منظر فردی و گروهی می‌تواند عملکرد سازمان را تحت تاثیر قرار دهد. البته باید توجه داشت توسعه ی کسب و کارهای درون‌سازمانی به عنوان زیرمجموعه‌ای از کارآفرینی سازمانی (Sharma & Chrisman, ۱۹۹۹) و به عنوان ابتکارات اکتشافی که منجر به ایجاد ارزش جدید می‌شوند (Covin et al., ۲۰۱۵)، حائز اهمیت است.

لذا این مقاله مدلی مفهومی برای کارآفرینی سازمانی، ایجاد نموده است تا بتواند مسیر تحقیقات آینده را در جهت هدایت کند. بدین منظور با روش علم سنجی ضمن شناسایی خلاء تحقیقات موجود و تحلیل محتوایی مستندات به ارائه مدلی یکپارچه و مفهومی پرداخته است. بر اساس نتایج و مطالعات انجام شده، تحقیقات در زمینه ی «کارآفرینی سازمانی از منظر کارآفرینی فردی و گروهی در سازمان» به چهار بخش کلی تقسیم بندی شده است. بخش اول تحقیقات مرتبط با ارکان کارآفرینی سازمانی مشتمل بر (نوآوری، نوسازی استراتژیک، و کسب و کار درون سازمانی) می‌باشد. بخش دوم مربوط به کارآفرینی فردی در سازمان است که عواملی چون (گرایش کارآفرینانه، انگیزه، ایده پردازی و خلاقیت، تجربه کاری، کسب دانش و مهارت افزایی) شناسایی شدند. بخش سوم مربوط به کارآفرینی گروهی در سازمان است که عواملی چون (ظرفیت جذب سازمانی، استقلال، سیستم پاداش و رفتار اثر ساز) در این فرایند موثر شناسایی شدند. و نهایتاً بخش چهارم به پیشران‌ها در زمینه ی کارآفرینی سازمانی پرداخته است که مشتمل بر (عوامل نهادی، عوامل ساختاری، عوامل مدیریتی و عوامل محیطی) می‌باشد.

منابع

بختیاری مرضیه؛ موسی خانی مرتضی؛ الوانی سیدمهدی؛ حسینی سیدرسول. (۱۳۹۸). بکارگیری روش علم‌سنجی در راستای آمایش آموزش عالی برای توسعه ی کارآفرینی دانشگاهی. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، (۳۸) ۱-۹.

سخته شقایق، کریمی آصف (۱۳۹۷) عوامل موثر بر نوآوری باز در کارآفرینی دیجیتال، توسعه کارآفرینی دوره ۱۱، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۷، ص ۷۳۷-۷۱۹

فضلی صفر علی، نظری زاده فرهاد (۱۳۹۶) آینده پژوهی و نوآوری پایدار، دانشکده بین المللی امام خمینی، پژوهشکده آینده پژوهی کلابی امیرمحمد، زالی محمدرضا، یداللهی فارسی جهانگیر، رضوانی مهران (۱۳۹۵) بافت پردازی و مفهوم پردازی نوسازی استراتژیک کارآفرینانه (مطالعه موردی صنعت کاشی و سرامیک ایران)، چشم انداز مدیریت بازرگانی پاییز ۱۳۹۵ شماره ۲۷

Ali A., Kelley D.J., Levie J. (2019) Market-driven entrepreneurship and institutions, *Journal of Business Research*

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*

Block, Z., & MacMillan, I. C. (1993). *Corporate Venturing: Creating New Businesses within the Firm*. Harvard Business School Press. Retrieved from <https://books.google.com/books?id=5rtswoFm3IEC>

Burgelman, R. A., & Välikangas, L. (2005). Managing internal corporate venturing cycles. *MIT Sloan Management Review*, ۴۶(۴), ۲۶.

Burgers, J. H., Jansen, J. J. P., Van den Bosch, F. A. J., & Volberda, H. W. (2009). Structural differentiation and corporate venturing: The moderating role of formal and informal integration mechanisms. *Journal of Business Venturing*, 24(3), 206–۲۲۰.

Burgers, J. H., & Covin, J. G. (2016). The contingent effects of differentiation and integration on corporate entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 37(3), 521–540. <https://doi.org/10.1002/smj.2343>

Birkinshaw, J., Morrison, A., & van Basten Batenburg, R. (2003). The future of corporate venturing. *MIT Sloan Management Review*, 45(1), 30–38.

Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship: Critical Perspectives on Business and Management*, 3, 5–28.



- Covin, J. G., & Miles, M. P. (1999). *Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage. Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23(3), 47.
- Covin, J. G., & Miles, M. P. (2007). *Strategic use of corporate venturing. Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(2), 183–۲۰۷.
- Covin, J. G., Garrett Jr, R. P., Kuratko, D. F., & Shepherd, D. A. (2015). *Value proposition evolution and the performance of internal corporate ventures. Journal of Business Venturing*, 30(5), 749-774.
- Covin, J. G., Garrett, R. P., Gupta, J. P., Kuratko, D. F., & Shepherd, D. A. (2016). *The Interdependence of Planning and Learning Among Internal Corporate Ventures. Entrepreneurship Theory and Practice. <https://doi.org/10.1111/etap.12265>*
- Covin, J. G., Garrett, R. P., Kuratko, D. F., & Shepherd, D. (2017). *Parenting Style and the Development of Internal Corporate Venture Learning Proficiency. In Academy of Management Proceedings (Vol. 2017, p. 14423). Academy of Management.*
- Covin, Jeffrey G. Robert P. Garrett, Jr, Donald F. Kuratko, Dean A. Shepherd (2019) *Short Leash or Long Leash? Strategic Clarity, Parenting Style, and the Development of Venture Learning Proficiency, Journal of Business Venturing*
- Covin, J. G., Garrett, R. P., Kuratko, D. F., & Bolinger, M. (2019). *Internal corporate venture planning autonomy, strategic evolution, and venture performance. Small Business Economics*, 1-18.
- Cirilloa B(2019) *External learning strategies and technological search output: Spinout strategy and corporate invention quality, Organization Science*
- Del Giudice, M., & Della Peruta, M. R. (2016). *The impact of IT-based knowledge management systems on internal venturing and innovation: a structural equation modeling approach to corporate performance. Journal of Knowledge Management*, 20(3), 484-498.
- DE WAAL G.A., Maritz A(2019) *Analyzing for effective entrepreneurship strategy: A corporate entrepreneurship and innovation course,*
- Dhanavanth Reddy Maditatia, Ziaul Haque Munim, Hans-Joachim Schramma , Sebastian Kummer(2018) *review of green supply chain management: From bibliometric analysis to a conceptual framework and future research directions. Resources, Conservation & Recycling 139 (2018) 150–162*
- Futterer, F., Schmidt, J., & Heidenreich, S. (2018). *Effectuation or causation as the key to corporate venture success? Investigating effects of entrepreneurial behaviors on business model innovation and venture performance. Long Range Planning*, 51(1), 64-81.
- Freeman Jon, Tess Hellgren, Michele Mastroeni, Giacomo Persi Paoli, Kate Hayton, J. (2005). *Competing in the new economy: The effect of intellectual capital on corporate entrepreneurship in high-technology new ventures. R & D Management*, 35(2), 137-155.
- Garrett, R. P., & Neubaum, D. O. (2013). *Top management support and initial strategic assets: A dependency model for internal corporate venture performance. Journal of Product Innovation Management*, 30(5), 896–915. <https://doi.org/10.1111/jpim.12036>
- Garrett, R. P., & Covin, J. G. (2015). *Internal Corporate Venture Operations Independence and Performance: A Knowledge-Based Perspective. Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(4), 763–790. <https://doi.org/10.1111/etap.12059>
- Ito K.(2016) *Management control system to promote innovation and corporate venturing, Management of Innovation Strategy in Japanese Companies*
- Jones C.D., Jolly P.M., Lubojacky C.J., Martin G.P., Gomez-Mejia L.R.(2019) *Behavioral agency and corporate entrepreneurship: CEO equity incentives & competitive behavior, International Entrepreneurship and Management Journal*
- Kearney, C., & Morris, M. H. (2015). *Strategic renewal as a mediator of environmental effects on public sector performance. Small Business Economics*, 45(2), 425-445
- Kuratko.F.,CovinaRobert P.Garrett(2009) *Corporate venturing: Insights from actual performance, Business Horizons,Volume 52, Issue 5, September–October 2009, Pages 459-467*



Karagouni G.(2018) *Production technologies and low-technology knowledge-intensive venturing*,EuroMed Journal of Business

Muñoz P., Cohen(2018) *Entrepreneurial Narratives in Sustainable Venturing: Beyond People, Profit, and Planet*, Journal of Small Business Management

Sakhdari K., Farsi J.Y(2016) *Business partners and corporate entrepreneurship in developing countries*, International Journal of Management and Enterprise Development

Sakhdari K., Burgers H., Yadollahi Farsi J., Rostamzhad S(2017) *Shaping the organisational context for corporate entrepreneurship and performance in Iran: the interplay between social context and performance management*, International Journal of Human Resource Management

Sakhdari K., Burgers J.H.(2018) *The moderating role of entrepreneurial management in the relationship between absorptive capacity and corporate entrepreneurship: an attention-based view*, International Entrepreneurship and Management Journal

Shepherd D.A., Patzelt H., Berry C.M. (2019) *Why Didn't You Tell Me? Voicing Concerns Over Objective Information About a Project's Flaws*, Journal of Management

Simsek, Zeki, John F. Veiga, and Michael H. Lubatkin. "The impact of managerial environmental perceptions on corporate entrepreneurship: Towards understanding discretionary slack's pivotal role." *Journal of Management Studies* 44.8 (2007): ۱۳۹۸-۱۴۲۴.

Sharma, P., & Chrisman, S. J. J. (1999). *Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship*. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 23(3), 11–27.

Tubke, A.(2004). *Success factors of corporate spin off*, Springer Science, USA, 2004

Yiu, D. W., & Lau, C. (2008). *Corporate entrepreneurship as resource capital configuration in emerging market firms*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(1), 37–57.

Yang Y(2012) *Bilateral inter-organizational learning in corporate venture capital activity: Governance characteristics, knowledge transfer, and performance*, Management Research Review

Zahra,S(1991) *Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study*, Journal of business venturing

Zahra, S (1993). "Environment, corporate entrepreneurship and financial performance: a taxonomic approach", *Journal of Business Venturing*, Vol. 8, No. 4, pp. 319-340.

Zahra, S. A., & Covin, J. G. (1995). *Contextual influences on the corporate entrepreneurship performance relationship: A*

Journal of Business Venturing, 10(3), 225–247.

Zahra, S. A. (1996). *Goverance, ownership, and corporate entrepreneurship: The moderating impact of industry technological opportunities*. *Academy of Management Journal*, 39(6), 1713–1735.

بی نوشت:

Scientometric

Innovation

Venturing

Strategic Renewal

Peterson & Burgers

Burgelman & Miller

Corporate Venturing

s

i

s

.

J



[^] *Intrapreneurship*

[^] *Internal capital venturing (ICV)*

[^] *venturing*