

تأثیرپذیری کارآفرینی اجتماعی از رهبری هوشمند با نقش میانجی یادگیری سازمانی

محمدرضا اردلان^۱، وحید سلطانزاده^{۲*}

۱. دانشیار، دانشگاه بوعلی سینا همدان

۲. دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشگاه بوعلی سینا همدان

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۷/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۹/۲۵

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر رهبری هوشمند بر کارآفرینی اجتماعی با نقش میانجی یادگیری سازمانی انجام گرفت. روش تحقیق به لحاظ هدف کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری را تمام کارکنان دانشگاه بوعلی سینای همدان تشکیل می‌دهند که نمونه آماری مورد مطالعه با استفاده از فرمول کوکران و از طریق روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی ۱۸۵ نفر تعیین شد. برای گردآوری داده‌های پژوهش از سه پرسشنامه استاندارد رهبری هوشمند، یادگیری سازمانی و کارآفرینی اجتماعی استفاده شد. داده‌های تحقیق پس از جمع‌آوری با استفاده از نرم‌افزارهای آماری Lisrel و SPSS تحلیل شدند. نتایج نشان داد: اثر مستقیم رهبری هوشمند بر کارآفرینی اجتماعی و یادگیری سازمانی مثبت و معنادار است، اثر مستقیم یادگیری سازمانی بر کارآفرینی اجتماعی مثبت و معنادار است و اثر غیرمستقیم رهبری هوشمند بر کارآفرینی اجتماعی با نقش میانجی یادگیری سازمانی مثبت و معنادار است. در نتیجه، رهبری هوشمند و یادگیری سازمانی بر توسعه کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزشی عالی تأثیر می‌گذارد.

واژه‌های کلیدی: دانشگاه بوعلی سینا، رهبری هوشمند، کارآفرینی اجتماعی، یادگیری سازمانی.

مقدمه

امروزه سازمان‌های مختلف از شکل بوروکراتیک به کارآفرین در حال تغییرند. در این زمینه، تیلور (۲۰۰۷) معتقد است کلید طلایی کسب مزیت رقابتی برای سازمان‌های عصر جدید، ایجاد ساختار سازمانی هماهنگ با دانش کارآفرینی^۱ است.

کارآفرینی از اصلی‌ترین جریان‌های حاکم بر حیات بشری در آغاز هزاره سوم میلادی است (طاهری و همکاران، ۱۳۸۹: ۴۶) که به‌عنوان مهم‌ترین چالش‌های پیش روی جامعه و اقتصاد مطرح می‌شود (Salamzadeh & Azimi, 2013: 18). کارآفرینی یکی از شیوه‌های پاسخگویی دانشگاه‌ها به الزامات محیطی است (قهرمانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۶). در سطح بین‌الملل نیز سیاست‌های کلان دانشگاه‌ها به سمت توسعه کارآفرینی و افزایش اطلاعات در این زمینه می‌رود (Hobikoglu & Sanli, 2015: 1157). در آخرین دهه‌های قرن بیستم، کشورهایمانند استرالیا، برزیل، هند، کره جنوبی، انگلستان، ایرلند، فرانسه، آلمان و هلند به برنامه‌های آموزش کارآفرینی در سطح دانشگاه‌ها توجه کرده‌اند (Vilcova & Dimitrescu, 2015: 174). تجربه کشورهای مختلف نشان می‌دهد آموزش عالی با فرهنگ کارآفرینی، می‌تواند محور ایجاد زیرساخت سازمان‌های دارای ویژگی رقابتی باشد (Li nan, et al., 2013: 23). در نتیجه، اهمیت روزافزون کارآفرینی را در نظام آموزش عالی شاهدیم، به‌طوری‌که نه تنها از آن به‌عنوان موتور توسعه، بلکه به‌عنوان راهبرد و تفکر راهبردی یاد می‌شود (Dogan, 2015: 2). در ایران نیز با برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی از سال ۱۳۸۳ و راه‌اندازی دانشکده کارآفرینی با همکاری وزارت علوم، وزارت کار و دانشگاه تهران در سال ۱۳۸۵ و حتی در گذشته در قالب مراکز کارآفرینی دانشگاهی، حوزه وزارت کارآفرینی کار و شهرداری تلاش‌هایی در زمینه آموزش کارآفرینی صورت گرفته است (خانی جزینی، ۱۳۸۸: ۲۴۳). متأسفانه تمرکز نکردن بر آموزش‌های تخصصی در دانشگاه‌های کشور و نداشتن ساختارهای مکمل و حمایتی برای تقویت و تربیت کارآفرینی، وضعیت و زمینه مناسبی را برای توسعه کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایجاد نکرده است.

پژوهشگران بیان می‌کنند یادگیری کارآفرینی، احتمال موفقیت دانش‌آموختگان دانشگاهی را در ایجاد کسب‌وکارهای جدید افزایش می‌دهد (Renault, 2006: 238; Kirby, 2004: 511). کارآفرینی اجتماعی^۱ از مفاهیم جدیدی است که در دو دهه اخیر در حوزه کارآفرینی بیشتر رواج یافته است (آراستی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۵۷). کارآفرینی اجتماعی فرصتی منحصر به فرد را برای به چالش کشیدن زمینه‌های مختلف مدیریت و کسب‌وکار فراهم کرده است (Mair & Martí, 2006: 37) و الگویی (پارادایمی) نوآورانه است که با روش ابتکاری به منظور حل مشکلات اجتماعی، تغییرات اجتماعی و رفع نیازهای اجتماعی در یک سیستم فعالیت می‌کند (Pache & Chowdhury, 2012: 496) و در بافتی پیچیده از عوامل سیاسی، اقتصادی و تغییرات اجتماعی در سطح محلی و جهانی توسعه می‌یابد (Razavi et al., 2014: 6). مطالعات نشان می‌دهد عوامل مختلفی بر کارآفرینی اجتماعی تأثیر می‌گذارد؛ مانند رهبری تحولی^۲ (عرب و همکاران، ۱۳۹۲)، سرمایه اجتماعی (Yoon et al., 2015)، مسئولیت‌پذیری اجتماعی (Raimi et al., 2015)، فناوری اطلاعات (Aruch et al., 2014)، ویژگی‌های شخصی مانند وظیفه‌گرایی (آراستی و همکاران، ۱۳۹۱)، چشم‌انداز اجتماعی، نگرش باز، سازگاری و هوشیاری (İrengun & Arikboga, 2015)، ویژگی‌های فردی مانند داشتن سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری (انصاری و همکاران، ۱۳۸۹)، جو سازمانی (عبدالعلی، ۱۳۸۸). یکی از ویژگی‌های بارز دانشگاه‌های موفق، داشتن ویژگی‌های کارآفرینی است و خلأ موجود در این زمینه در نظام آموزش عالی کشور کاملاً احساس می‌شود. در نتیجه، پرداختن به عوامل اثرگذار بر کارآفرینی اجتماعی مهم است و دانشگاه‌ها باید سازوکارهای مناسبی را در راستای توسعه آن به کار گیرند. با توجه به مسائل مطرح‌شده، هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تأثیر رهبری هوشمند بر کارآفرینی اجتماعی با نقش میانجی یادگیری سازمانی است.

مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق

مطالعات کارآفرینی به طور سنتی استدلال می‌کنند که فعالیت‌های کارآفرینی در راستای ترویج رشد اقتصادی و توسعه کشور حرکت می‌کند (Stam & Stel, 2011: 87; Fuentelsaz et al.)

1. Social Entrepreneurship
2. Transformational leadership

246:2015, al.)، اما امروزه مشخص شده است که دامنه فعالیت‌های کارآفرینی بسیار گسترده و متنوع است (Worsham, 2012: 443). اصطلاح کارآفرینی اجتماعی اولین بار در اوایل دهه ۱۹۸۰ میلادی در ادبیات کارآفرینی مطرح شد و با اینکه مانند کارآفرینی اقتصادی شناخته شده نیست، محبوبیت و دستاوردهای آن به طور چشمگیری در حال توسعه است (Hwee Nga & Shamuganathan, 2012: 262). به طور کلی، این نوع کارآفرینی به عنوان نهادی دوجانبه مشتمل بر اجتماع و ابعاد کارآفرینی، مفهومی مبهم دارد (Salamzadeh et al., 2011: 520). این مفهوم مبهم می‌تواند به دلیل ذات پیچیده کارآفرینی اجتماعی (مرجانی و صدری، ۱۳۹۳: ۲۸۰)، ماهیت چندرشته‌ای و تلاش پژوهشگران برای تعریف آن از زاویه‌های مختلف باشد (Peredo & Mclean, 2005: 57). کارآفرینی اجتماعی ابزاری برای کاهش مشکلات و مسائل اجتماعی و تسریع در دگرگونی‌های اجتماعی تعریف می‌شود (Turner et al., 2014: 4) که با تأکید بر دو بعد نوآوری و رهبری در فضای اجتماعی سازمان‌ها با پیگیری اهداف اجتماعی به خلق سرمایه‌های اجتماعی می‌پردازد (Dey & Steyaert, 2012: 95). کارآفرین اجتماعی در زمینه کارآفرینی اجتماعی فعالیت می‌کند (باب الحوائجی و زمانی‌راد، ۱۳۹۲: ۶۹). بروستین (۲۰۰۴) از کارآفرین اجتماعی با عنوان نیروی دگرگون‌کننده^۱ یاد می‌کند. لایت (۲۰۰۹) بیان می‌کند کارآفرین اجتماعی راه‌حل‌های پایدار برای مشکلات اجتماعی را با هدف ایجاد تغییر در مقیاس کوچک ارائه می‌دهد که در نهایت در مقیاس بزرگ‌تر، بر کل شبکه و سازمان تأثیر می‌گذارد. در نتیجه، تفاوت بارز کارآفرین اجتماعی با دیگران کارآفرینان، پیگیری اهداف اجتماعی و کمک به مردم و حمایت از آنهاست (Karanda & Toledano, 2012: 203)؛ به عبارت دیگر، در این کارآفرینی تعهد اجتماعی بالاست و به پاداش مالی توجه کمتری می‌شود (مقیم و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۲). در مطالعه‌ای در کشورمان، مانع اصلی توسعه کارآفرینی اجتماعی را کم‌بودن مشارکت فعال افراد در مسئولیت‌های اجتماعی نوع‌دوستانه معرفی کرده‌اند (Razavi et al., 2014: 6) و در راستای توسعه کارآفرینی اجتماعی در ایران عوامل زیر شناسایی و اولویت‌بندی شده‌اند: افراد، مأموریت‌های اجتماعی در کسب و کار انتفاعی و

غیرانتفاعی، عوامل زمینه‌ای (مانند سطح رفاه، میزان بیکاری، نظام آموزشی)، فرصت (استفاده بهینه از دارایی‌های موجود و سرمایه) (عمرانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۱) و شاخص‌های سیاست‌های نظارتی (مانند رفاه و ارزش‌های اجتماعی در قالب رشد و تعالی در جامعه)، کاهش نابرابری‌های اجتماعی، ارتقای فرهنگی، رفاه اقتصادی در جامعه، ایجاد بستری اجتماعی برای رشد، رضایت مردم و همبستگی ملی (Arasti et al., 2015: 453).

رقابت جهانی و انتظارات جوامع در حال تحول، به مدیریت جدید نیاز دارد (اردلان و همکاران، ۱۳۹۲: ۵۸). رهبری هوشمند یکی از رویکردهایی است که صاحب‌نظران حوزه مدیریت به تازگی به آن توجه کرده‌اند؛ بنابراین، با توجه به نظریه‌های رهبری در الگوهای جدید تلاش می‌شود تا از زاویه خلاق و هوشمند به پدیده رهبری نگریسته شود (نورعلیزاده و حاجیوند، ۱۳۸۷: ۱۲۰). رهبری هوشمند^۱ پیروان را در سه بعد عقلانی، هیجانی و معنوی هدایت می‌کند (قاسمی، ۱۳۹۴: ۸). در بعد عقلانی رهبری هوشمند، مدیریت بر مبنای هدف یکی از ابعاد اساسی است که از طریق آن مدیران سطوح بالا و پایین به طور مشترک هدف‌های سازمان را مشخص می‌کنند و حدود و مسئولیت‌ها و وظایف هر فرد را با در نظر گرفتن نتایج مورد انتظار تعیین می‌کنند (طاوسی، ۱۳۹۳: ۸). بعد هیجانی رهبری هوشمند عبارت است از مدیریت بر مبنای عواطف و احساسات و هیجانات، به طوری که رهبر باید به همه ابعاد وجودی انسان توجه کند و انسان را قلب سازمان و هسته اصلی سازمان در نظر بگیرد (McKeown & Bates, 2013: 466). توانایی رهبری برای به کارگیری هیجان‌ها یا تولید هیجان برای حل مسئله، در کارایی اعضای گروه نقش مهمی را ایفا می‌کند (Tang et al., 2010: 904). در بعد معنوی رهبری هوشمند، کارهای نامفهوم و بی‌مبنا به کارهای بامعنا و هدفمند تبدیل می‌شود، به گونه‌ای که به ما نیرو و انرژی می‌بخشد و از فرسودگی شغلی و بیهودگی جلوگیری می‌کند (قاسمی، ۱۳۹۴: ۱۰). در این بعد، رهبر با استفاده از ارزش‌ها، طرز تلقی و رفتارهایی که لازمه انگیزش درونی خود و دیگران است، بقای معنوی اعضای سازمان را فراهم می‌کند (ضیایی و همکاران، ۱۳۸۷: ۷۱). سیدانمانلاکا (۲۰۰۸) بیان می‌کند رهبری هوشمند، تبادل نظر بین

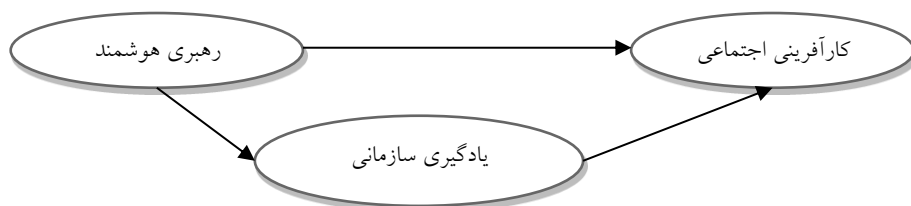
رهبری و پیروان در موقعیت ویژه است که به یاری همدیگر برای رسیدن به بینشی مشترک به طور اثربخش فعالیت می‌کنند (به نقل از نورعلیزاده و حاجیوند، ۱۳۸۷: ۱۲۱). در نتیجه، رهبر خرد جمعی گروه را می‌پروراند و تعهد و دلبستگی آن‌ها را به کار افزایش می‌دهد (Rutkauskas & Stasytyte, 2013: 54). رهبری هوشمند زمینه را برای همکاری، همفکری و همدلی در میان جامعه کارکنان فراهم می‌کند و موجب پیوند محکم‌تر آن‌ها با سازمان می‌شود و با شناخت و ایجاد معرفت همه‌جانبه کارکنان، بر قابلیت‌های رفتاری و عملکردی آن‌ها می‌افزاید (Sydanmaanlakka, 2005:76).

یادگیری سازمانی^۱ فرایند بهبود اقدام‌های سازمان از طریق دانش و شناخت بهتر است (Skerlavaj et al., 2012: 392) تا با اشتراک‌گذاری بصیرت‌های متفاوت و بر پایه دانش و تجربه موجود در حافظه سازمان؛ دانش، تجربه و الگوهای ذهنی اعضای سازمان حاصل و بنا شود (حسنوی و رمضان، ۱۳۹۰: ۳۱). یادگیری سازمانی در بقای سازمان و در کسب موفقیت آن در صحنه رقابتی نقش دارد (Martínez-León & Martínez-García, 2011: 539). بر اساس دیدگاه نیف^۲ (۲۰۰۱)، یادگیری سازمانی در پنج بعد چشم‌انداز مشترک، فرهنگ سازمانی، کار و یادگیری گروهی، اشتراک دانش و تفکر سیستمی تجلی می‌یابد. چشم‌انداز مشترک بیانگر آینده مطلوب و کامل برای جذب و حفظ بهترین و خلاق‌ترین کارکنان دانشی، برانگیزنده و چالشی است (میراسماعیلی، ۱۳۸۶: ۱۵۹) که به احساس تعهد برای رسیدن به آینده مطلوب منجر می‌شود (Schulz & Geithner, 2010: 75). در بعد فرهنگ یادگیری سازمانی، ارزش‌ها نیروی پیش‌برنده سازمان‌اند که به سازمان برای دستیابی به آن چشم‌انداز کمک می‌کنند (خانعلیزاده و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۷). کار و یادگیری گروهی درصدد حرکت سریع برای دستیابی به مقصد یادگیری است. در این بعد، بر همراستایی نیروها و کارکنان سازمان تأکید می‌شود تا از هدررفتن انرژی جلوگیری شود (فلاوندی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۰۳). اشتراک‌گذاری دانش یعنی اشتراک‌گذاری اطلاعات مرتبط سازمانی، عقاید و اندیشه‌ها، پیشنهادها و تجربه‌های کارکنان سازمان با یکدیگر و دسترس‌پذیر کردن دانش برای

دیگران در سازمان (Smith et al., 2012:5). تفکر سیستمی یعنی استفاده از روش سیستمی در تحلیل سازمان و توجه به تأثیر عوامل سازمانی بر یکدیگر (خانعلیزاده و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۷). تفکر سیستمی زمینه‌ای را فراهم می‌آورد تا کارکنان با دیدی منظم و زبان مشترک ساختارها، فرایندها و عوامل وابسته به موقعیت و زمینه را ادراک کنند (Gao et al., 2002: 9).

مدل مفهومی پژوهش

مدل مفهومی پژوهش در بعد رهبری هوشمند براساس مدل سیدانمانلاکا (۲۰۰۲)، یادگیری سازمانی نیف (۲۰۰۱) و کارآفرینی اجتماعی براساس مدل سلیمان مورت و همکاران (۲۰۰۳) است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

فرضیه‌های پژوهش

۱. رهبری هوشمند بر کارآفرینی اجتماعی اثر معنی‌داری دارد.
۲. رهبری هوشمند بر یادگیری سازمانی اثر معنی‌داری دارد.
۳. یادگیری سازمانی بر کارآفرینی اجتماعی اثر معنی‌داری دارد.
۴. رهبری هوشمند بر کارآفرینی اجتماعی با نقش میانجی یادگیری سازمانی اثر معنی‌داری دارد.

روش‌شناسی

روش تحقیق از نظر هدف کاربردی و به‌لحاظ گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع همبستگی و از نوع مدل‌یابی معادله‌های ساختاری است. جامعه آماری شامل ۷۸۰ نفر از کارکنان دانشگاه

بوعلی سیناست. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب با حجم نمونه، ۱۸۵ نفر (۱۳۷ نفر مرد و ۴۸ نفر زن) از طریق فرمول کوکران انتخاب شدند.

الف) پرسشنامه رهبری هوشمند: این پرسشنامه براساس مؤلفه‌های رهبری هوشمند سیدانمانلاکا (۲۰۰۲) تدوین شد و با اندکی تغییرات برای کارکنان دانشگاه بازنویسی شد. این پرسشنامه شامل سه بعد رهبری عقلایی، رهبری هیجانی و رهبری معنوی است که ۲۸ پرسش بسته - پاسخ را دربردارد. این پرسشنامه در مطالعه طاوسی (۱۳۹۳) اعتباریابی شده و در پژوهش مذکور پایایی پرسشنامه براساس ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۵ گزارش شده است.

ب) پرسشنامه یادگیری سازمانی: این پرسشنامه براساس مؤلفه‌های نیف (۲۰۰۱) است و با اندکی تغییرات برای کارکنان دانشگاه بازنویسی شد. پنج بعد چشم‌انداز مشترک، فرهنگ سازمانی، کار و یادگیری گروهی، اشتراک دانش و تفکر سیستمی در این پرسشنامه مطرح می‌شود که شامل پانزده پرسش بسته - پاسخ است. این پرسشنامه در مطالعه قلاوندی و همکاران (۱۳۹۱) اعتباریابی شده است و در پژوهش مذکور پایایی پرسشنامه براساس ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۲ گزارش شده است.

ج) پرسشنامه کارآفرینی اجتماعی: این پرسشنامه براساس مؤلفه‌های سلیمان مورت و همکاران (۲۰۰۳) است و با اندکی تغییرات برای کارکنان دانشگاه بازنویسی شد. شش بعد تعهد، نوآوری، پذیرش ابهام، ریسک‌پذیری، ارزش‌آفرینی و استقلال در این پرسشنامه مدنظر است که نوزده پرسش بسته - پاسخ را شامل می‌شود. این پرسشنامه در مطالعه باب‌الحوائجی و زمانی‌راد (۱۳۹۲) اعتباریابی شده است. در این پژوهش، پایایی پرسشنامه براساس ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۵ گزارش شده است.

در زمینه‌ی روایی پرسشنامه‌ها از متخصصان مدیریت بهره گرفته شد و برای سنجش میزان پایایی نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که برای پرسشنامه رهبری هوشمند $\alpha = 0/823$ ، یادگیری سازمانی $\alpha = 0/896$ و کارآفرینی اجتماعی $\alpha = 0/860$ به دست آمد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS16 و LISREL انجام گرفت. در سطح توصیفی از آماره‌های میانگین، انحراف استاندارد، کجی و کشیدگی و در سطح استنباطی از آزمون‌های

ضریب همبستگی پیرسون بهره گرفته شد. همچنین، برای تعیین میزان و قدرت تأثیر رهبری هوشمند و یادگیری سازمانی بر کارآفرینی اجتماعی از مدل‌یابی معادله‌های ساختاری براساس نرم‌افزار آماری LISREL استفاده شد.

یافته‌ها

توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

۷۴/۱ درصد پاسخگویان مرد و ۲۵/۹ درصد از آن‌ها زن بودند. در زمینه تحصیلات، ۱۴/۶ درصد مدرک دکتری، ۲۰/۵ درصد مدرک کارشناسی ارشد، ۳۸/۹ درصد مدرک کارشناسی، ۱۸/۹ درصد مدرک کاردانی و ۷ درصد مدرک دیپلم داشتند.

شاخص‌های توصیفی پژوهش

کلاین (۲۰۱۱) معتقد است در مدل‌یابی علی، توزیع متغیرها باید نرمال باشد. او پیشنهاد می‌کند که قدر مطلق چولگی و کشیدگی متغیرها به ترتیب از ۳ و ۱۰ بیشتر نباشد.

جدول ۱. شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

شاخص	میانگین	انحراف استاندارد	چولگی	کشیدگی	آماره z K_S	سطح معنی‌داری
رهبری هوشمند	۲/۹۴	۰/۵۴	۰/۷۳	-۰/۲۶	۱/۰۱	۰/۲۷
یادگیری سازمانی	۲/۶۲	۰/۷۲	۱/۲۷	۰/۹۳	۱/۲۶	۰/۰۷
کارآفرینی اجتماعی	۲/۸۳	۰/۷۱	۰/۴۵	-۰/۱۹	۰/۸۹	۰/۵۱

جدول ۲. ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

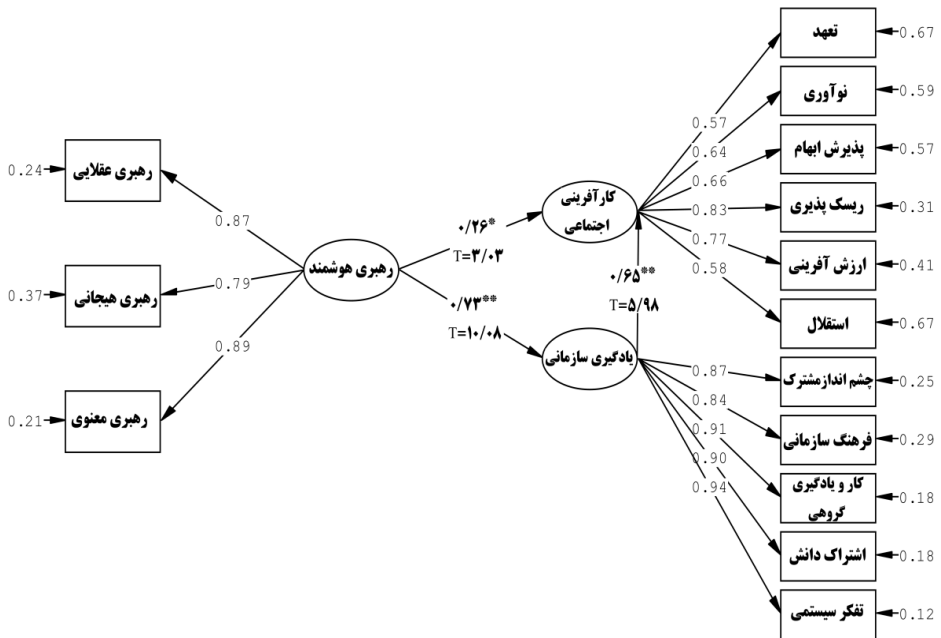
شاخص		۱	۲	۳
۱	رهبری هوشمند			
۲	یادگیری سازمانی	۰/۶۷**		
۳	کارآفرینی اجتماعی	۰/۶۵**	۰/۷۳**	

*p<0.05

**p<0.01

با توجه به جدول ۲، بین رهبری هوشمند (۰/۶۵) و یادگیری سازمانی (۰/۶۵) با کارآفرینی اجتماعی در سطح ۰/۰۱ رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

مدل سازی معادله‌های ساختاری با روش بیشینه احتمال



شکل ۲. الگوی آزمون شده پژوهش

با توجه به شکل بالا، اثر مستقیم رهبری هوشمند (۰/۲۶) با آماره ۳/۰۳ و اثر غیرمستقیم آن با نقش میانجی یادگیری سازمانی (۰/۴۷) با آماره ۴/۶۹ بر کارآفرینی اجتماعی در سطح معنی داری ۰/۰۵ مثبت و معنادار است. اثر مستقیم یادگیری سازمانی بر کارآفرینی اجتماعی (۰/۶۵) با آماره ۵/۹۸ در سطح معنی داری ۰/۰۱ مثبت و معنادار است. اثر مستقیم رهبری هوشمند بر یادگیری سازمانی (۰/۷۳) با آماره ۱۰/۰۸ در سطح معنی داری ۰/۰۱ مثبت و معنادار است. شاخص‌های برازندگی مدل در جدول ۳، برازش مناسب الگو را نشان می‌دهد.

جدول ۳. مشخصه‌های برازندگی انطباق

X^2/df	RMSEA	CFI	GFI	AGFI
۲/۷۹	۰/۰۷۸	۰/۹۲	۰/۹۵	۰/۸۸

بحث و نتیجه‌گیری

کارآفرینی اجتماعی موضوعی جدید و نوظهور در تحقیقات دانشگاهی است و بیش از پیش توجه محققان، سیاستگذاران و دست‌اندرکاران را به خود جلب کرده است. با توجه به ماهیت رقابت‌های بین‌المللی و تغییرات شدید و مداوم محیطی، اگر دانشگاه‌ها نتوانند کارآفرینی را در عرصه‌های مختلف توسعه دهند، نقش خود را به خوبی ایفا نکرده‌اند. لوین (۲۰۰۹) بیان می‌کند توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها، رهبری کارآفرینانه‌ای نیاز دارد که به نوآوری همراه با نهادینه کردن استقلال داخلی تعهد داشته باشد. نتایج تحقیق نشان داد اثر مستقیم رهبری هوشمند بر کارآفرینی سازمانی مثبت و معنی‌دار است. عرب و همکاران (۱۳۹۲) گزارش دادند بین سبک رهبری تحولی و کارآفرینی اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. در بررسی طاوسی (۱۳۹۳) مشخص شد که بین رهبری هوشمند و سازمان‌یاددهنده رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. در مطالعه قاسمی (۱۳۹۴) نیز مشخص شد بین رهبری هوشمند و مدیریت کیفیت جامع رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. عبدالعلی (۱۳۸۸) رابطه بین جو سازمانی و کارآفرینی اجتماعی را مثبت و معنی‌دار گزارش کرد. اسلو و همکاران (۲۰۱۵) اثر رهبری سازمان بر کارآفرینی سازمانی را مثبت و معنی‌دار بیان کردند. این نتایج می‌تواند مؤید یافته‌های پژوهش حاضر باشد. رهبران هوشمند در بعد عقلایی با هنجارهای سازمانی دست پنجه نرم می‌کنند، چنین رهبرانی با ترغیب زیردستان به انتقاد از فرضیه‌ها، ایجاد چارچوب‌های تازه برای پرسش‌ها و کاربرد روش‌های جدید در انجام کارها، موجب احساس نیاز به خلاقیت و ابتکار در آن‌ها می‌شوند. این بعد بر هدف‌گرایی تأکید می‌کند؛ یعنی رهبر می‌کوشد اهداف فردی و سازمانی را در یک راستا قرار دهد. در مقابل، رهبران هوشمند در بعد هیجانی برای تحول در سازمان تلاش می‌کنند که طی آن یک عضو اجازه دارد ضمن تأثیرگذاری بر سایر اعضا و مردم، به آن‌ها انگیزه دهد تا به هدف‌های گروهی و فردی خویش برسند. در بعد

هیجانی، رهبران در وهله اول به تأثیر روحيات و رفتارهای خود بر ديگران توجه می کنند. این دسته از رهبران هیجان های خود را می شناسند و احساسات ديگران را درک می کنند و کم و زیاد حالت های حسی و هیجانی سازمان خود را می سنجند. در نهایت، رهبران در بعد معنوی بر فرایند اثرگذاری اجتماعی جمعی تأکید دارند که به همه افراد گروه برای کار کردن در روش های معنادار توانایی می دهد. رهبری معنوی بر تمرکز همه اعضای گروه به منظور رسیدن به نیازهای معنوی و ارتقای تعهد و عملکرد سازمانی تأکید دارد. این بعد رهبری شامل برانگیختن کارکنان از طریق بینشی متعالی و فرهنگی بر مبنای ارزش های نوع دوستانه است که برای پرورش نیروی انسانی بانگیزه، متعهد و بهره ور صورت می گیرد. با توجه به این شرایط، می توان شاهد توسعه کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه بود. همچنین، مشخص شد اثر یادگیری سازمانی بر کارآفرینی سازمانی مثبت و معنی دار است. این نتایج مکمل و همسو با پژوهش های گذشته از جمله اکبرپور و همکاران (۱۳۹۳)، قربانیان (۱۳۹۳) و شاکر (۲۰۱۲) است، زیرا در این پژوهش ها مشخص شد یادگیری سازمانی با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی داری دارد. دولتا و کروسان (۲۰۰۵) در این زمینه بیان کردند یادگیری سازمانی بستر ساز ایجاد فرصت های کارآفرینانه است. با توسعه یادگیری سازمانی، افراد نوآور و خلاق در دانشگاه ها حفظ می شوند و با انگیزه و توان بیشتر برای حل مشکلات درونی و بیرونی سازمان تلاش می کنند، افراد با انسجام بیشتر و با تشکیل گروه های کاری، دانش و اطلاعات را بین اعضای سازمانی مبادله می کنند و با دید جامعی که به مسائل روز و آینده پیدا می کنند، می توانند بر اثربخشی سازمانی بیش از پیش مؤثر باشند. این مهم بر توسعه کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه ها مؤثر است. در نهایت، اثر غیرمستقیم رهبری هوشمند بر کارآفرینی اجتماعی با نقش میانجی یادگیری سازمانی مثبت و معنی دار بود. این نتایج با یافته های پژوهش دهقان و پیران (۱۳۹۱) مبتنی بر معنی داری نقش میانجی یادگیری سازمانی در ارتباط بین رهبری معنوی و کارآفرینی سازمانی همسو است. براین اساس، رهبری هوشمند با تأکید بر مدیریت هدف، عواطف و احساسات و معنا و هدفمندی در شرایط یادگیری سازمانی، می تواند بر توسعه کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه ها اثرگذار باشد. کارآفرینی اجتماعی در سطح عمومی در حال

فعالیت و در سطح دانشگاهی در حال گرفتن مشروعیت است و به تعریفی یکپارچه نیاز دارد تا بتواند حد و مرز خود را مشخص کند، اما این کارآفرینی می‌تواند زمینه‌ای را در دانشگاه ایجاد کند که ایده‌های جدید برای مسائل اجتماعی در تمام سطوح سازمان به هنجار تبدیل شود، افراد به پذیرش ابهام و ریسک‌پذیری متعهد شوند، ارزش‌آفرینی در مسائل اجتماعی دانشگاه در افراد نهادینه شود و اعضا برای داشتن استقلال در فعالیتهای جاری سازمان تلاش کنند. توجه به کارآفرینی اجتماعی در پرتو مطالعات رفتار سازمانی به‌ویژه رهبری و مدیریت یادگیری، می‌تواند بر شناخت و ایجاد دانش نظری و تجربی در این حوزه مؤثر باشد. براین اساس، به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود برای افزایش تعمیم‌پذیری، این تحقیق را در سازمان‌های دیگر و با نمونه‌های دیگر بررسی کنند. همچنین، به بررسی میزان موفقیت دانشگاه‌ها در به‌کارگیری و توسعه کارآفرینی اجتماعی بپردازند. درنهایت، فرهنگ سازمانی دانشگاه‌ها ممکن است بر متغیرهای مورد مطالعه تأثیر داشته باشد. پیشنهاد می‌شود درباره رابطه فرهنگ سازمانی با متغیرهای پژوهش تحقیق شود.

- در راستای اثرگذاری رهبری هوشمند بر کارآفرینی اجتماعی، پیشنهاد می‌شود به جنبه‌ها و ابعاد رهبری هوشمند در سازمان‌ها توجه شود و برای تأثیرگذاری و نفوذ بر کارکنان از آن استفاده شود.
- در راستای اثرگذاری یادگیری سازمانی بر کارآفرینی اجتماعی، پیشنهاد می‌شود توسعه دانش و گسترش سطح علمی کارکنان مد نظر قرار گیرد. این مهم از طریق برگزاری دوره ضمن خدمت، بسترسازی برای ادامه تحصیل در مراکز آموزش عالی، شرکت در همایش‌های داخلی و خارجی و... فراهم می‌شود.
- در راستای بعد عقلایی، پیشنهاد می‌شود کارکنان در تدوین بیانیه چشم‌انداز سازمانی و اهداف آن مشارکت کنند تا مدیران را در ترسیم چشم‌انداز مشترک یاری دهند.
- در راستای بعد هیجانی، پیشنهاد می‌شود مدیران دانشگاه با افزایش پیوستگی عاطفی در کارکنان و درگیر کردن بیشتر آن‌ها در اهداف سازمانی، بستر مناسبی را برای عضویت کارکنان در سازمان فراهم کنند.

- در راستای بعد معنوی، پیشنهاد می‌شود در سازمان شبکه‌ها و مجاری ارتباطی برای تسهیم دانش در تمام سطوح سازمان فراهم شود تا کارکنان بتوانند از دانش و تجربه‌های یکدیگر استفاده کنند.
- در راستای افزایش یادگیری سازمانی، پیشنهاد می‌شود در سازمان راهبردهای حمایتی برای پذیرش ایده‌ها و افکار خلاق کارکنان، به کارگیری و جذب نیروهای خلاق و نوآوری به سازمان، طراحی و تدوین شود.

منابع

- آراستی، زهرا؛ فتحی، فریناز؛ قلی پور، آرین (۱۳۹۱)، «ویژگی‌های شخصیتی مؤثر بر قصد کارآفرینانه اجتماعی در کارآفرینان اقتصادی»، *فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین*، شماره ۲۷ و ۲۸، صص ۱۵۳-۱۷۳.
- اردلان، محمدرضا؛ قنبری، سیروس؛ نصیری ولیک نبی، فخرالسادات؛ بهشتی راد، رقیه (۱۳۹۲)، «نقش رهبری خدمت‌گزار در ارتقای اعتماد سازمانی با نقش میانجی توانمندسازی»، *فصلنامه مطالعات اندازه‌گیری و ارزشیابی آموزشی*، ۱(۴)، صص ۵۵-۸۱.
- اکبرپور، زهره؛ محمدزاده رستمی، جمشید؛ متعهدالشریعتی، علی‌رضا (۱۳۹۳)، «بررسی رابطه بین یادگیری سازمانی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: سازمان‌های استان خراسان)»، اولین همایش ملی مدیریت بازرگانی با محوریت کسب‌وکارهای کارآفرینانه و اقتصاد دانش بنیان.
- انصاری، منوچهر؛ احمدپورداریانی، محمود؛ بهروز آذر، زهرا (۱۳۸۹)، «ویژگی‌های فردی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی اجتماعی در مؤسسه‌های خیریه استان تهران»، *نشریه توسعه کارآفرینی*، ۳(۸)، صص ۳۷-۶۴.
- باب‌الحوائجی، فهیمه؛ زمانی راد، نسترن (۱۳۹۲)، «سنجش رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی»، *فصلنامه نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی*، ۲(۲)، صص ۶۷-۷۸.
- حسنوی، رضا؛ رمضان، مجید (۱۳۹۰)، «افزایش سرمایه فکری در سازمان: بررسی نقش یادگیری سازمانی»، *نشریه بهبود مدیریت*، ۵(۱)، صص ۲۵-۴۰.
- خانعلیزاده، رقیه؛ کردناجی، اسدالله؛ فانی، علی‌اصغر؛ مشکی، اصغر (۱۳۸۸)، «رابطه بین توانمندسازی و یادگیری سازمانی مورد مطالعه دانشگاه تربیت مدرس»، *پژوهش‌نامه مدیریت تحول*، ۲(۳)، صص ۲۱-۴۵.
- خانی جزنی، جمال (۱۳۸۸)، «تأثیر آموزش کارآفرینی بر ارتقای فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور»، *فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین*، شماره ۱۰ و ۱۱، صص ۲۴۲-۲۶۵.
- دهقان نجم‌آبادی، عامر؛ پیران، محمد (۱۳۹۱)، «بررسی نقش میانجی یادگیری سازمانی بر رابطه میان رهبری معنوی و کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: نمایندگی‌های یک بیمه در شهر ساوه)»، *تازه‌های بیمه*، ۱۷۱، صص ۵-۲۲.
- ضیایی، محمدصادق؛ نرگسیان، عباس؛ آباغی، سعید (۱۳۸۷)، «نقش رهبری معنوی در توانمندسازی کارکنان دانشگاه تهران»، *نشریه مدیریت دولتی*، ۱(۱)، صص ۶۷-۸۶.

طاوسی، علی رضا (۱۳۹۳)، «رابطه رهبری هوشمند با مؤلفه‌های سازمان یاددهنده از نظر کارشناس مسئولان اداره کل آموزش و پرورش استان قم»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساوه.

طاهری، عبدالمحمد؛ شایان جهرمی، امین؛ ترابی، سهیلا (۱۳۸۹)، «بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی با خلاقیت در سازمان فنی و حرفه‌ای شهرستان گچساران»، فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۱(۴)، صص ۴۵-۶۲.

عبدالعلی، حامد (۱۳۸۸)، «رابطه بین مؤلفه‌های جو سازمانی و کارآفرینی اجتماعی در سازمان، (مورد مطالعه: شرکت ایران خودرو)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه علامه طباطبایی.

عرب، عباس؛ آهنچیان، محمدرضا؛ کارشکی، حسین (۱۳۹۲)، «نقش سبک رهبری تحولی مدیران در پیش بینی کارآفرینی اجتماعی کارکنان: مطالعه تطبیقی دانشگاه‌های دولتی با دانشگاه‌های غیردولتی مشهد»، فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۳(۱۰)، صص ۶۱-۸۰.

عمرانی، زهرا؛ حقیقی کفاش، مهدی؛ مظلومی، نادر (۱۳۸۹)، «اولویت بندی عوامل اثر گذار بر کارآفرینی اجتماعی در ایران از دیدگاه فعالان اجتماعی»، توسعه کارآفرینی، سال دوم، شماره هشتم، صص ۱۱-۳۶.

قاسمی، مریم (۱۳۹۴)، «رابطه مؤلفه‌های رهبری هوشمند با استقرار نظام مدیریت کیفیت جامع»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساوه.

قریبیان، میثم (۱۳۹۳)، «بررسی رابطه بین یادگیری سازمانی و کارآفرینی کارکنان شهرداری دامغان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهرود.

قلاوندی، حسن؛ حسنی، محمد؛ سلطانزاده، وحید (۱۳۹۱)، «بررسی رابطه بین سرمایه فکری بر یادگیری سازمانی»، نامه آموزش عالی، ۵(۲۰)، صص ۹۹-۱۱۶.

قهرمانی، محمد؛ پرداختچی، محمدحسن؛ حسینزاده، محمد (۱۳۸۹)، «فرهنگ سازمانی و رابطه آن با کارآفرینی سازمانی»، فصلنامه چشم‌انداز مدیریت دولتی، ۱، صص ۳۹-۲۵.

مرجانی، تیمور؛ صدری، سیدصدرالدین (۱۳۹۳)، «توسعه کارآفرینی اجتماعی؛ آسیب‌ها، عوامل مؤثر و راهکارها»، مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۲(۲)، صص ۲۹۷-۲۷۷.

مقیم، سیدمهدی؛ روستا، مریم؛ حیدری، محمدمهدی (۱۳۸۶)، «بررسی ارتباط میان کارآفرینی اجتماعی و اثربخشی عملکرد در سازمان‌های غیر دولتی زنان»، مطالعات زنان، سال اول، شماره دوم.

- میراسماعیلی، الهام (۱۳۸۶)، «بررسی نقش مدیریت دانش و یادگیری سازمانی در مدارس هوشمند و مدارس عادی شهر تهران». *فصلنامه اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی*، ۲(۲)، صص ۱۶۹-۱۵۰.
- نور عزیزاده، رحمان؛ حاجیوند، علی (۱۳۸۷)، «رهبری هوشمند (الگوی جدید رهبری برای سازمان‌های هوشمند»، *دوماهنامه توسعه انسانی پلیس*، ۵(۱۹)، صص ۱۱۷-۱۲۹.
- Arasti, Z., Zarei, H., & Didehvar, F. (2015). "Identifying the Evaluative Indicators of Regulatory Policies for the Development of Social Entrepreneurship". *Public Organization Review*, 15(3), pp 453-474.
- Aruch , M., Loja , A. & Sanders, E. (2014). "Social Entrepreneurship and Information and Communication Technologies in Ecuador: Examples and Opportunities, in Alexander W. Wiseman (ed.) " *International Educational Innovation and Public Sector Entrepreneurship (International Perspectives on Education and Society*, 23, pp 157 – 188
- Bornstein, D. (2004). "How to change the world: social entrepreneurs and the power of new ideas". New York: Oxford University Press.
- Dey, P., & Steyaert, C. (2012). "Social entrepreneurship: critique and the radical enactment of the social", *Social Enterprise Journal*, 8(2), pp90 – 107.
- Dogan, N. (2015). "The Intersection of Entrepreneurship and Strategic Management: Strategic Entrepreneurship", World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship.
- Dutta, D. & Crossan.M. (2005). "The Nature of Entrepreneurial Opportunities: Understanding the Process Using the 4I Organizational Learning Framework", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), pp 425-449.
- Fuentelsaz, L., González, C., Maícas, J.P. & Montero, J. (2015). "How different formal institutions affect opportunity and necessity entrepreneurship", *BRQ Business Research Quarterly*, 18, pp 246-258
- Gao, F., Li, M., & Nakamori, Y. (2002). "Systems thinking on knowledge and its management: systems methodology for knowledge management", *Journal of Knowledge Management*, 6(1), pp7 - 17
- Hobikoglu, E.H., & Sanli, B. (2015). "Comparative Analysis in the Frame of Business Establishment Criteria and Entrepreneurship Education from the Viewpoint of Economy Policies Supported By Innovative Entrepreneurship", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, pp 1156 – 1165.
- Hwee Nga, J.K., & Shamuganathan, G. (2010). "The Influence Of Personality Traits And Demographic Factors On Social Entrepreneurship Start Up Intentions", *Journal Of Business Ethics*, 95, pp 259-282.
- Irengun, O., & Arikboga, S. (2015). "The Effect of Personality Traits on Social

- Entrepreneurship Intentions: A Field Research”, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195(3), pp 1186-1195.
- Karanda, C., & Toledano, N. (2012). “Social entrepreneurship in South Africa: a different narrative for a different context”, *Social Enterprise Journal*, 8(3), pp 201 – 215.
- Kirby, D.A. (2004) “Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge?”, *Education + Training*, 46(9), pp 510 – 519.
- Kline, R.B. (2011). “*Principles and practice of structural equation modeling. Second Edition*”, New York: The Guilford Press.
- Levine, M. V. (2009). “*The False Promise of the Entrepreneurial University: Selling Academic Commercialism as an Engine of Economic Development in Milwaukee*”, Working Paper in University of Wisconsin-Milwaukee.
- Li nan, F., Fernández-Serrano, J., & Romero, I. (2013). “Necessity and opportunity entrepreneurship: the mediating effect of culture”. *Rev. Econ. Mund*, 33, pp21-47.
- Light, P. C. (2009). “*The search for social entrepreneurship*”. Washington, DC: Brookings Institution Press.
- Mair, J. & Martí, J. (2006). “Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight”, *Journal of World Business*, 41(1),pp36-44.
- Martínez-León, I., & Martínez-García, J.(2011). “The influence of organizational structure on organizational learning”, *International Journal of Manpower*, 32(5/6), pp537 – 566,
- McKeown, A., & Bates,L. (2013). “Emotional intelligent leadership: Findings from a study of public library branch managers in Northern Ireland”, *Library Management*, 34(6/7), pp462 – 485
- Neefe, A. (2001). “*Comparing levels of Organizational learning maturity of collages and universities participating traditional and non- traditional (academic Quality Improvement Project) accreditation Processes*”,.available at <http://www.uwstout.edu/lib/thesis/2001/2001neefed.pdf>
- Pache, A. C. & Chowdhury, I. (2012). “Social entrepreneurs as institutionally embedded entrepreneurs: Toward a new model of social entrepreneurship education”. *Academy of Management Learning & Education*. 11 (3), pp494 - 510.
- Peredo, A.M., & Mclean, M. (2006). “Social Entrepreneurship: A Critical Review Of The Concept”, *Journal Of World Business*, 41,pp 56-65.
- Raimi,L., Akhuemonkhan,L. & Ogunjirin, O. (2015). “Corporate Social Responsibility and Social Entrepreneurship (CSRE): antidotes to poverty,

- insecurity and underdevelopment in Nigeria”, *Social Responsibility Journal*, 11(1), pp128-139.
- Razavi, S.M., Asadi, M., Esfandabadi, H.M., & Ekbatani, H. (2014). “Design Patterns Barriers to Social Entrepreneurship: An Application of Grounded Theory”, *Research on Humanities and Social Sciences*, 4(16), pp6-15.
- Renault, C. S., (2006). “Academic Capitalism and University Incentives for Faculty Entrepreneurship”; *Journal of Technology Transfer*, 31, pp 227-239.
- Rutkauskas, V., & Stasytyte, V. (2013). “Leadership intelligence: how to get there?”, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75, pp 52 – 61.
- Salamzadeh, A., Salamzadeh, Y., & Nejati, M. (2011). “SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: ANALYZING LITERATURE AND PROPOSING A COMPREHENSIVE MODEL”, The 9th Asian Academy of Management International Conference.
- Salamzadeh, A., & Azimi, M.A. (2013). “Social entrepreneurship education in higher education: insights from a developing country, Int”. *J. Entrepreneurship and Small Business*, 20(1), pp 17-35.
- Schulz, K.P. & Geithner, S. (2010). “Between exchange and development: Organizational learning in schools through inter-organizational networks”, *The Learning Organization*, 17(1), pp69 – 85.
- Shaker A. Z. (2012). “Organizational learning and entrepreneurship in family firms: exploring the moderating effect of ownership and cohesion”, *Small Business Economics*, 38(1), pp51-65.
- Skerlavaj M. Song, J.H. & Lee, Y. (2012). “Organizational learning culture, innovative culture and innovations in South Korean firms”, *Expert Systems with Applications*, 37(9), pp 390-403.
- Smith, P.A. (2012). “The importance of organizational learning for organizational sustainability”, *The Learning Organization*, 19(1), pp4 – 10.
- Stam E. & Stel, A.V. (2011). “Types of Entrepreneurship and Economic Growth, Entrepreneurship”, *Innovation and Economic Development*, 28 (4), pp75-95.
- Sullivan Mort, G., Weerawardena, J., & Carnegie, K. (2003). “Social entrepreneurship: Towards conceptualization”. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8:1, pp 88-76.
- Sydanmaanlakka, p., (2002). “intelligent leadership and leadership competencies; developing a leadership framework for intelligent organizations; university of technology”, department of industrial management; laboratory of work psychology and leadership.

- Sydanmaanlakka, P. (2005). "Intelligent Leadership: a leadership framework for", the 21 Century."basic books 'new york.76.
- Sydanmaanlakka, P. (2008). "Intelligent leadership and creativity: Supporting creativity through intelligent leadership", An International Conference on CREATIVITY AND INNOVATION MANAGEMENT Integrating Inquiry and Action, The 2nd community meeting, Buffalo, New York.
- Tang, H.W., Yin, M., & Nelson, D. (2010). "The relationship between emotional intelligence and leadership practices: A cross-cultural study of academic leaders in Taiwan and the USA", *Journal of Managerial Psychology*, 25(8), pp899 – 926.
- Taylor, D.W. (2007), "Entrepreneurship and Small Business (2nd edition)", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 13(3), pp194 – 196.
- Turner ,K., Crook ,T.R., & Miller, M. (2014). "Construct Measurement in Social Entrepreneurship: A Review and Assessment, in Jeremy Short (ed.)", *Social Entrepreneurship and Research Methods* , 9(1), pp1 – 18.
- Uslua, T., Bulbul, I., & Çubukab, D. (2015). "An Investigation of the Effects of Open Leadership to Organizational Innovativeness and Corporate Entrepreneurship", World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship
- Vilcova, N. & Dimitrescub, M. (2015). "Management of Entrepreneurship Education: a Challenge for a Perform ant Educational System in Romania", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 203, pp 173 – 179
- Worsham, E. L. (2012). "Reflections and Insights on Teaching Social Entrepreneurship: An Interview with Greg Dees". *Academy of Management Learning & Education*. 11 (3), pp442-452.
- Yoon, H., Yun, S., Lee, J., & Phillips, F. (2015). "Entrepreneurship in East Asian Regional Innovation Systems: Role of social capital", *Technological Forecasting and Social Change, In Press, Corrected Proof, Available online 10 July 2015*.