

تأثیر رهبری کارآفرینی بر رفتار نوآوران با نقش میانجی محرک‌های نوآورانه در آموزش عالی (دانشگاه سیستان و بلوچستان)

روح‌الله باقری مجد*¹ - یوسف مهدی پور² - عادل باقری مجد³

1. استادیار دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه سیستان و بلوچستان

2. استادیار دانشکده پیراپزشکی، دانشگاه علوم پزشکی زاهدان

3. کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی ساری

تاریخ دریافت: 1397/11/11

تاریخ پذیرش: 1398/01/23

چکیده

توسعه مهارت‌های رهبری در جهت ایجاد استراتژی نوآورانه، برای رقابت در محیط‌های پیچیده و موفقیت در کسب و کار ضروری است. هدف تحقیق حاضر، بررسی تأثیر رهبری کارآفرینی بر رفتار نوآورانه با نقش میانجی محرک‌های نوآورانه در آموزش عالی است. روش تحقیق برحسب هدف، کاربردی و از نوع توصیفی-همبستگی بوده است که در جامعه تحقیق اعضای هیأت علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان، با نمونه 193 نفری براساس تصادفی طبقه‌ای، اجرا شده است. ابزار تحقیق شامل سه پرسش‌نامه محقق‌ساخته رهبری کارآفرینی، محرک نوآوری و رفتار کاری نوآورانه بوده است. روایی تأییدی و پایایی هر سه ابزار مناسب گزارش شد. روش تجزیه و تحلیل با استفاده از نرم‌افزار PLS2، مدل معادلات ساختاری بوده است. نتایج نشان داد، رهبری کارآفرینی بر محرک‌ها و رفتار نوآورانه به صورت مستقیم و غیرمستقیم تأثیر دارد. همچنین محرک‌ها اثر مستقیم بر رفتار نوآورانه داشته است. دانشگاه‌ها از طریق محرک‌های فرهنگی باز و آزاد و مدیریت هوشمند نوآوری در کنار رهبری کارآفرینی، می‌توانند نقش سازنده در رفتار نوآورانه محیط علمی و ذی‌نفعان آموزش عالی ایفا کنند.

واژه‌های کلیدی: رهبری کارآفرینی، رفتار نوآورانه، محرک‌های نوآوری، دانشگاه سیستان و بلوچستان

مقدمه

با افزایش فشار جهانی شدن، تغییر ساختار تأمین مالی در آموزش عالی و تغییر عرضه و تقاضا برای تحصیلات عالی، بسیاری از مؤسسه‌های آموزش عالی در سراسر جهان برای بقا تلاش می‌کنند و به دنبال فرصت استفاده از مزایای نوآوری‌ها هستند (Gaspar & Mabic, 2015; Gibbs & et al, 2014). از طرفی، در فرایند فشار ذی‌نفعان پیچیده، اهداف سازمانی دانشگاه‌ها و طبیعت تعاملی و اجتماعی آن‌ها، فرایند نوآوری به رسمیت شناخته شده است (De Medeiros, 2014). با ورود به بازار رقابت و نیاز آموزش عالی به توسعه و حفظ موقعیت قدرتمند به وسیله برنامه‌های تحصیلی که بتواند استادان مجرب و دانشجویان ممتاز را جذب کند، نوآوری برای توسعه و معرفی برنامه‌ها و حذف برنامه‌هایی که از نظر تاریخی جذابیت و مقبولیت خود را از دست داده‌اند، ضروری است (Brennan & et al, 2014; Blackmore & Kandiko, 2010). ایجاد توافق میان مؤسسه‌های آموزش عالی و سیاست‌گذاران آموزشی، کسب و کار و دانشجویان و همچنین بین مدیران آموزش عالی و زیردستان آن‌ها، چالش اصلی نوآوری است (Lašáková & et al, 2017). یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر نوآوری‌ها، رهبری است، چراکه رهبران نقش اثربخش در تولید ایده‌ها، تنظیم اهداف و ایجاد فرهنگ نوآوری دارند. یک رهبر کارآفرین همیشه به دنبال یافتن روش‌ها و ابزارهای جدید برای ساختن سازمان است (Renko & et al, 2015; Surie & Ashley, 2008). رهبری کارآفرینی، یکی از رویکردهای بالقوه است که می‌تواند رفتار نوآورانه را تحت تأثیر قرار دهد (Miao & et al, 2018). رهبری کارآفرینی نه تنها به افزایش انگیزه پیروان برای ایجاد ایده‌های خلاقانه در واکنش به فرصت‌هایی که در کار با آن روبه رو هستند منجر می‌شود، بلکه مشوقی است برای بهره‌گیری از این ایده‌ها در رفتار نوآورانه و منافع تجاری (Renko & et al, 2015). تحقیقات، به اهمیت رهبری به عنوان یک عامل کلیدی در زمینه رفتار نوآورانه اشاره داشته‌اند (Miao & et al, 2018; Hammond & et al, 2011).

می‌توان گفت، گسترش سریع دانشگاه‌ها، ماهیت آموزش عالی را به طور اساسی تغییر داده است. تعداد دانشجویان بین‌المللی و همکاری تحقیقاتی افزایش یافته و رقابتی شدن دانشگاه‌ها،

نیاز به ارتقای کیفیت خدمات را از طریق شیوه‌های نوآورانه افزایش داده است (Barber et al., 2013). با افزایش محدودیت‌ها و چالش‌های موجود در مؤسسه‌های آموزش عالی در سطح جهانی، از جمله افزایش فشار جهانی، فقدان بودجه و نوسانات تقاضا و عرضه خدمات آموزش عالی، و با توجه به اثرپذیری سیستم آموزش عالی از نوآوری‌های اقتصاد جهانی، اعتقاد بر این است که سیستم آموزش عالی باید با این الگوها سازگار باشد و خود را نوآور کند (Barber et al., 2013). در مسیر نوآوری می‌توان به محدودیت‌های متفاوتی همچون محدودیت مالی و مکانیسم‌های قانونی سختگیرانه، بودجه ملی اختصاص یافته به آموزش عالی به‌عنوان عاملی برای تدریس و یادگیری نوآورانه اشاره کرد (MacKeogh & Fox, 2009; EC, 2014). در این شرایط دانشگاه‌ها باید مدل عملکردی خود را در جهت افزایش مهارت فارغ‌التحصیلان و کسب دانش مناسب برای بازار کار تغییر دهند تا بتوانند محصولات و خدمات جدید را تجاری کنند. مؤسسه‌های آموزشی در فرایند نوآوری باید با لحاظ کردن چالش‌ها، محرک‌های لازم را اتخاذ کرده و چشم‌اندازی درست در جهت افزایش قدرت ریسک - که از طریق رهبری کارآفرینی قابل احصا است - ایجاد کنند. به این جهت مسئله پژوهش حاضر، بررسی نقش رهبری کارآفرینی در فرایند محرک‌ها و رفتارهای کاری نوآورانه در سیستم آموزش عالی است.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

محرک‌های نوآوری در آموزش عالی: نوآوری در مؤسسه‌های آموزش عالی به توانایی آن‌ها در تولید و اجرای یک فرایند یا محصول با روش‌های سازمانی جدید اشاره دارد (Brennan et al, 2014). نوآوری در آموزش عالی می‌تواند در وظایف مرکزی تحصیلات عالی به‌عنوان عامل ارائه آموزش و تحقیقات در طیف فعالیت‌های ایجاد، ارائه و انتقال دانش اختصاص یابد. محرک‌های نوآوری در تحقیقات، در دو بُعد مورد بررسی قرار گرفته است (Lašáková & et al, 2017). بُعد اول شامل فرهنگ باز، آزادی، ایجاد ارزش‌های پایدار فرهنگی و روند آرام تحول ایدئولوژی است که در ساختار، فرایندها و رفتارها قابل مشاهده است (Kagan 2014; Crittenden & et al., 2011). فرهنگ دانشگاهی، توصیفی از استقلال

فردی در آموزش و تحقیق است (Dill, 2012). همکاری مؤسسه‌های آموزش عالی با ذی‌نفعان خارجی در جهت مشارکت در کسب‌وکار، همکاری قوی منطقه‌ای و بین‌المللی، توانمندسازی و تمرکززدایی در دانشگاه‌ها، از فاکتورهای مهم فرهنگ باز و آزادی هستند (Derouet & Villani, 2015; Bernabeu & Madeleine, 2015; Normand & Pacheco, 2015). بُعد دوم، مدیریت هوشمند نوآوری است که منظور آن، حرفه‌ای‌سازی ساختار مدیریت در آموزش عالی است (Normand & Pacheco, 2015). امروزه با توجه به پیشرفت‌های حاصل از علوم و فناوری، مهارت‌های مدیران به چالش کشیده شده و برای مواجه شدن با این تغییرات، قابلیت‌های آنان براساس برنامه‌های جدید و سازمان‌یافته مجدداً سازماندهی می‌شوند. در محیط‌های در حال تغییر، موفقیت مدیریت در گرو توسعه حرفه‌ای است (Viitala, 2005). در نهایت مدیریت منابع انسانی نوآورانه شامل تغییر نظام‌ها، خط‌مشی، اقدامات یا برنامه‌های مدیریت منابع انسانی در راستای تغییر یا سازگاری تعامل‌ها، رفتارها و مهارت‌های کارکنان است.

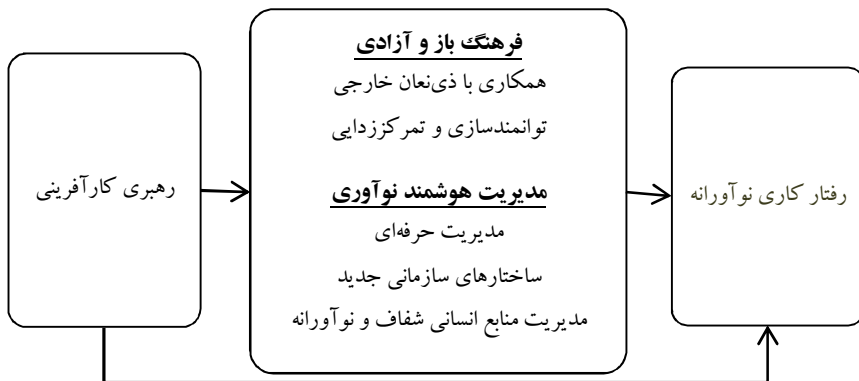
رفتار نوآورانه: رفتار نوآورانه فرایندی چندمرحله‌ای است که ابتدا فرد یک مشکل را تشخیص می‌دهد، سپس برای آن ایده‌ها و راهکارهای جدید ایجاد می‌کند، برای ارتقا و حمایت از آن‌ها کار می‌کند و سرانجام، یک نمونه اولیه کاربردی یا مدلی برای استفاده سازمان تولید می‌کند (Janssen, 2003). محققان تعاریف مختلفی از رفتار نوآورانه ارائه داده‌اند. رفتار کاری نوآورانه، رفتار قصدشده یک فرد برای معرفی ایده‌ها، محصولات، فرایندها، و روش‌های جدید برای کار در سازمان و مجموعه‌ای از فعالیت‌های کسب دانش، تولید ایده و اجرای راه‌حل است (Kessel & et al, 2012, De Jong & Den Hartog, 2007). رفتار نوآورانه، به رفتار کارکنان در تولید، معرفی و یا کاربرد (درون یک نقش، گروه یا سازمان) ایده‌ها، فرایندها، محصولات و یا روش‌ها اشاره می‌کند (De Spiegelaere & et al, 2014). رفتار نوآورانه، بخشی از رفتار سازمانی، براساس درک کامل وظایف و مسئولیت‌ها در محل کار، و معلول انگیزه‌هایی برای پیشبرد اقدامات است (Gogoleva & et al, 2016). همچنین شامل

رفتارهایی است که از طریق آن کارکنان ایده‌های جدید را ایجاد یا تصویب کرده و برای اجرای آن‌ها تلاش می‌کنند (Lukes & Stephan, 2017).

رهبری کارآفرینی: رهبری کارآفرینی که با شروع قرن بیست و یکم با توجه به اقتصاد جهانی و چالش‌های آن مورد توجه قرار گرفت (Harrison et al., 2015; Renko et al., 2015)، یک سبک رهبری است که در آن رهبر بر عملکرد گروه در دستیابی به اهداف سازمانی که شامل شناخت و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی است، تأکید دارد (Renko & et al, 2015). رهبران کارآفرینی دارای نقش دوگانه شتاب‌دهنده و عامل کارآفرینی هستند، و علاوه بر تشویق کارکنان به اقدام نوآورانه، وضعیت موجود را به چالش کشیده و از فرصت‌های کسب و کار بهره‌برداری می‌کنند (شتاب‌دهنده کارآفرینی). رهبران کارآفرینی همچنین اجازه می‌دهند، یادگیری داوطلبانه به وسیله مدل‌های نقش صورت گیرد که خود را در فعالیت‌های کارآفرینی درگیر کرده و پیروان خود را به تقلید از رفتارها تشویق می‌کنند (عامل کارآفرینی) (Renko, 2018; Renko & et al, 2015). مطالعات انجام‌شده، رهبری کارآفرینی را عاملی برای شناسایی فرصت‌های خوب، ریسک‌پذیری، حفظ نوآوری و انطباق در محیط‌های با عدم اطمینان بالا می‌دانند (Surie and Ashley, 2008; Kuratko, 2007; Chen, 2007). برخی از مطالعات، رهبری کارآفرینی را توانایی برقراری ارتباط میان دیدگاه‌های مختلف برای درگیر شدن تیم‌ها در شناسایی، توسعه و استفاده از فرصت‌ها، ایجاد ارزش برای سازمان، تأثیرگذاری و هدایت عملکرد گروهی برای دستیابی به اهداف سازمانی از طریق شناخت و کشف فرصت‌ها می‌دانند (Renko et al., 2015; Roomi & Harrison, 2011). مدل‌سازی نقش ارائه‌شده توسط رهبر از طریق نمایش رفتارهای کارآفرینی و تشویق کارمندان به شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی، به بالا رفتن رفتار نوآورانه منجر می‌شود (Newman & et al, 2018). تأکید خلاقانه رهبری کارآفرینی بر اختراع و مهم‌تر از آن تجاری‌سازی محصولات، خدمات یا فرایندهاست. به عبارت دیگر، درگیر شدن با رفتار نوآورانه است (Miao & et al, 2018). رهبری کارآفرینی سطوح بالایی از اعتماد و تعامل در سازمان‌ها را در ارتباط با مسئولیت‌های مدیریتی و خلاقیت افزایش می‌دهد و موجب تقویت و گسترش

اصلاحات اداری و شیوه‌های رهبری کارآفرینی در سیستم جدید می‌شود (Kim & et al, 2017). علاوه بر این، فرض بر این است که علاوه بر مدیریت سرمایه انسانی از طریق رهبری نوآورانه هدفمند، دیگر ابزارهای مدیریت تخصصی، مانند استفاده از هویت سازمانی در دانشگاه، می‌تواند مفید باشد (Zacher & et al, 2016). هویت سازمانی یک مفهوم امیدوارکننده برای پیوستن به ایده‌های تغییر در دانشگاه است. این دارایی نامشهود می‌تواند به‌طور بالقوه، در به‌کارگیری نوآوری برپایه سیستماتیک و طولی باشد. با این حال، برای انجام این کار برخی از الزامات مکمل محیط داخلی در دانشگاه‌ها باید رضایت‌بخش باشند (Stensaker, 2015). یکی دیگر از جنبه‌های ارتقای نوآوری در آموزش، ایجاد یک محیط کار مشترک در مؤسسه‌های آموزش عالی است. یکی از چالش‌های مهم، همکاری میان همکاران، همکاری در جهت ایجاد ایده‌های جدید، تقسیم قدرت و اختصاص زمان برای کار گروهی است (García & Roblin, 2008).

مدل مفهومی: با توجه به پیشینه تحقیق، مدل مفهومی تحقیق در شکل (1) طراحی شده است. در این مدل، رهبری کارآفرینی و رفتار کاری نوآورانه به‌عنوان متغیر مستقل و وابسته، محرک نوآوری در دو بخش فرهنگ باز و آزادی، و مدیریت هوشمند نوآوری به‌عنوان متغیر میانجی آورده شده است.



شکل 1. چارچوب مدل مفهومی تحقیق

فرضیه‌های تحقیق عبارتند از:

1. رهبری کارآفرینی بر رفتار کاری نوآوران دانشگاه سیستان و بلوچستان مؤثر است.
2. رهبری کارآفرینی بر محرک‌های نوآوری (فرهنگ باز و آزادی، مدیریت هوشمند نوآوری) دانشگاه سیستان و بلوچستان مؤثر است.
3. محرک‌های نوآوری (فرهنگ باز و آزادی، مدیریت هوشمند نوآوری) بر رفتار کاری نوآوران دانشگاه سیستان و بلوچستان مؤثر است.
4. رهبری کارآفرینی از طریق محرک نوآوری (فرهنگ باز و آزادی، مدیریت هوشمند نوآوری) بر رفتار کاری نوآوران دانشگاه سیستان و بلوچستان مؤثر است.

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش برحسب هدف، کاربردی و از نوع توصیفی - همبستگی است. اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها با توجه به نقش آموزشی و پژوهشی که در آموزش عالی برعهده دارند، می‌توانند در این محیط به‌عنوان رهبران کارآفرینی شناخته شوند (Fichter & Tiemann, 2007; Jiménez & et al, 2015; Aasen & Stensaker, 2007). بر همین اساس، جامعه آماری تحقیق شامل 380 نفر از اعضای هیأت علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان است که با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای در سه گروه علوم انسانی، فنی - مهندسی و علوم پایه، 193 نفر با توجه به جدول مورگان به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار تحقیق شامل سه پرسش‌نامه محقق‌ساخته این شرح است: رهبری کارآفرینی اقتباس از رنکو و همکاران¹ (2015) با 8 پرسش، محرک نوآوری مطابق با مدل لاسکوا و همکاران² (2017) با دو مؤلفه اصلی فرهنگ باز و آزادی (با دو زیر مؤلفه همکاری با ذی‌نفعان خارجی و توانمندسازی و تمرکززدایی) و مدیریت هوشمند نوآوری (با سه زیر مؤلفه مدیریت حرفه‌ای، ایجاد ساختار سازمانی جدید و مدیریت منابع انسانی شفاف و نوآورانه) همراه 16 پرسش، و

1. Renko & et al

2. Lašáková & et al

ابزار رفتار کاری نوآورانه از پرسش نامه 10سؤالی دی جونگ و دی هاتوگ¹(2010). هر سه ابزار براساس مقیاس پنج درجه ای لیکرت نمره گذاری شده اند. روایی محتوایی براساس نظر متخصصان (پنج نفر از اعضای هیأت علمی) و براساس تحلیل تأییدی، پایایی ترکیبی و آلفای کراباخ برای هر سه ابزار در جدول (1) با برازش مطلوب گزارش شده است. روش تجزیه و تحلیل نیز با استفاده از نرم افزار SPSS 24 برای تحلیل توصیفی و PLS2 برای تحلیل معادلات ساختاری صورت گرفته است.

جدول 1. بررسی اعتبار سازه های پژوهش

بارعاملی	مدیریت هوشمند نوآوری	بارعاملی	فرهنگ باز و آزادی	بارعاملی	رفتار نوآورانه	بار عاملی	رهبری کارآفرینی
0/82	اجرای بهترین شیوه های مرتبط با مدیریت حرفه ای	مدیریت (بار عاملی اول (0/91))	تقویت همکاری محلی، منطقه ای و بین المللی در آموزش عالی	0/94	توجه به مباحث غیر کاری	0/63	ارائه ایده های اصلی برای پیشرفت محصولات و خدمات دانشگاهی
0/91	برنامه ریزی استراتژیک دقیق و آگاهانه برای نوآوری، ارتباط مستقیم استراتژی و اهداف با نوآوری		تقویت همکاری بین مؤسسه های آموزش عالی و کسب و کار	0/93	0/58	0/75	قدرت ریسک
0/80	سیستم تضمین کیفیت مداوم در هر بخش از مؤسسه آموزش عالی، شامل مفهوم کلی مدیریت کیفیت در فرایندهای مدیریتی		توانمندسازی کارکنان و عدم تمرکز واحدها، مدل مستقل حکمرانی مشارکتی در دانشگاه	0/72	0/77	0/73	راه حل های خلاقانه برای مسائل
0/82	مدیران یا رهبران آموزش عالی به عنوان نقش الگو برای دیگر کارکنان در نوآوری، با نقش اصلی برای برقراری ارتباط در حوزه کسب و کار، شبکه سازی و گفتگومان		کار گروهی و متقابل اعضای هیأت علمی و همکاری بین رشته ای در واحدهای مختلف سازمانی، ایجاد محل های کاری تخصصی	0/73	0/83	0/69	ایده ها، محصولات و خدمات جدید از طرف ذی نفعان یا مشتریان

بارعاملی	مدیریت هوشمند نوآوری	بارعاملی	فرهنگ باز و آزادی	بارعاملی	رفتار نوآورانه	بارعاملی	رهبری کارآفرینی	
	فعالیت‌های نوآورانه در حوزه دانشگاه							
0/90	ظهور گسترده موقعیت‌ها و واحدهای مرتبط با ساختار سازمانی جدید، با اهداف ویژه در حمایت از نوآوری در آموزش	ایجاد ساختارهای سازمانی جدید (بار عاملی مرتبه اول (0/83))	0/85	ایجاد یک محیط ارتباطی باز، جلسات منظم و کانال‌های ارتباطی در بین مؤسسه‌های آموزش عالی، پلتفرم‌های تخصصی برای تبادل بهترین شیوه در زمینه آموزش	0/86	یافتن رویکردهای جدید برای انجام وظایف	0/74	نشان دادن شور و شوق برای کار خود
0/92	ادغام واحدهای سازمانی یا دانشکده‌ها در دانشگاه		0/79	مشارکت دانشجویان در ساختارهای تصمیم‌گیری و مدیریت	0/81	مشاقق کردن افراد مهم سازمانی برای ایده‌های نوآورانه	0/79	داشتن چشم‌انداز آینده برای کسب و کار خود
0/88	حمایت از تحصیلات دانشگاهی، به ویژه در قالب آموزش و توسعه، به منظور جبران افزایش فشار بر کارکنان در دستیابی به مهارت‌های مرتبط با ابزارهای جدید ICT	مدیریت منابع انسانی و شفاف و نوآورانه (بار عاملی مرتبه اول (0/80))	0/71	آزادی علمی در مورد تصمیمات استادان در مورد محتوای برنامه و روش مورد استفاده	0/81	متقاعد کردن افراد برای حمایت از ایده‌های نوآورانه	0/77	چالش‌ها و فشارها به من برای عمل به شیوه نوآورانه
0/87	مقررات روشن برای ارزیابی کارکنان، فراوانی سنجش، شامل پتانسیل نوآورانه برای شرایط و سیستم ارزیابی جامع از استادان				0/82	معرفی منظم ایده‌های نوآورانه برای وظایف کاری	0/81	حل چالش‌های جاری در کسب و کار
0/85	انگیزش از طریق پرداخت مالی نوآورانه				0/86	مشارکت در اجرای ایده		
					0/86	تلاش برای توسعه ایده		
0/91					0/94		0/90	CR
0/71					0/63		0/55	AVE
0/86					0/93		0/88	آلفای کرباخ

یافته‌ها

الف) توصیف جمعیت شناختی

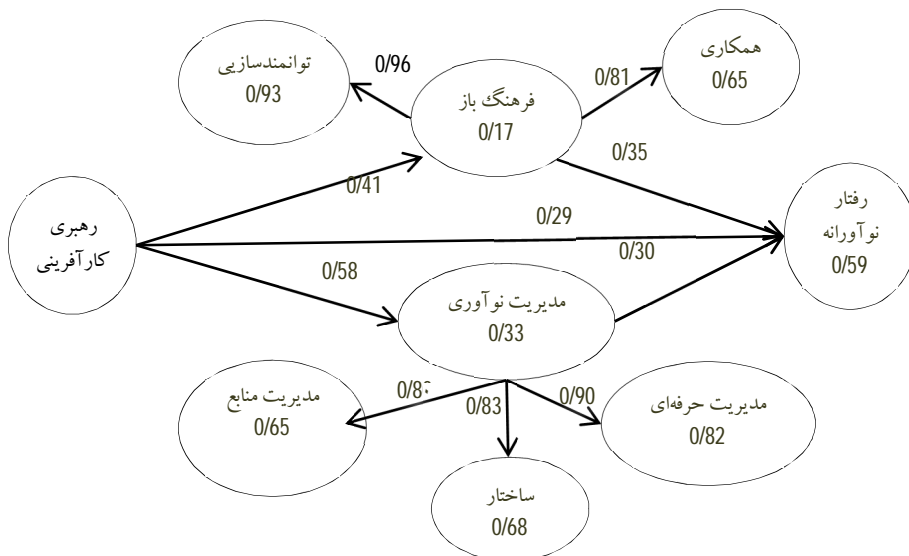
توصیف جمعیت شناختی پاسخگویان پژوهش عبارت است از: 46 درصد علوم انسانی، 21 درصد فنی - مهندسی و 33 درصد علوم پایه که 27 نفر زن و 166 نفر مرد بودند.

ب) بررسی و آزمون مدل ساختاری:

مدل ساختاری PLS و فرضیه‌های پژوهش از طریق ضرایب مسیر (Beta)، و ارزش‌های R^2 امکان‌پذیر است. همچنین از روش بوت استراپ (با 500 زیرنمونه) برای محاسبه مقادیر آماره t برای تعیین معناداری ضرایب مسیر استفاده شد. با توجه به جدول (2)، میانگین و انحراف معیار نشان داد، وضع موجود بالاتر از حد متوسط بوده و پراکندگی داده‌ها خوب است. همچنین بیشترین همبستگی بین ایجاد ساختار سازمانی جدید و مدیریت حرفه‌ای وجود دارد. تمام روابط در سطح 0/01 نیز معنادار هستند. برای بررسی روایی واگرایی سازه‌ها، جذر AVE نشانگر آن است که همبستگی آن سازه با نشانگرهای خود بیشتر از همبستگی اش با سازه‌های دیگر است که نشانگر روایی مناسب سازه‌هاست. با توجه به جدول (1)، اغلب بارهای عاملی بالای 0/50 به دست آمده است. از طرفی، CR و AVE و آلفای کرانباخ نشان‌دهنده اعتبار کافی سازه‌ها است.

جدول 2. میانگین، انحراف معیار و ماتریس همبستگی مؤلفه‌ها

مؤلفه‌ها	میانگین	انحراف معیار	1	2	3	4	5	6	7
1. رهبری کارآفرینی	3/80	0/57	0/74						
2. رفتار نوآورانه	3/76	0/71	0/61	0/73					
3. همکاری با ذی‌نفعان خارجی	3/92	0/70	0/30	0/48	0/75				
4. توانمندسازی و تمرکز دایی	3/95	0/67	0/41	0/60	0/62	0/76			
5. مدیریت حرفه‌ای	3/86	0/72	0/47	0/59	0/43	0/45	0/74		
6. ایجاد ساختار سازمانی جدید	3/88	0/73	0/44	0/52	0/47	0/46	0/69	0/74	
7. مدیریت منابع انسانی شفاف و نوآورانه	3/93	0/76	0/55	0/52	0/21	0/31	0/54	0/49	0/75
توجه: اعداد روی قطر ماتریس همبستگی، جذر میانگین واریانس استخراج شده هستند. $P < 0.01$									



شکل 2. مدل آزمون شده پژوهش (ضرایب استاندارد)

با توجه به شکل (2)، مدل معادلات ساختاری با ضرایب استاندارد ارائه شده است. این مدل، با توجه به جداول و ضرایب، در سطح قابل قبول برازش شده است.

جدول 3. اثرات مستقیم، غیرمستقیم، t و واریانس تبیین شده متغیرهای پژوهش

مسیر	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	T	کل	واریانس تبیین شده
به رفتار نوآورانه از رهبری کارآفرینی	0/29	0/32	3/34	0/61	0/58
فرهنگ باز و آزادی	0/35		4/87		
مدیریت هوشمند نوآوری	0/30		2/82		
به فرهنگ باز و آزادی از رهبری کارآفرینی	0/41		5/02	0/41	0/17
به مدیریت هوشمند نوآوری از رهبری کارآفرینی	0/58		6/28	0/58	0/33

جدول (3)، نشان‌دهنده واریانس تبیین‌شده متغیرهای ملاک از طریق متغیر پیش‌بین، و اثرات مستقیم و غیرمستقیم است. در جدول (4)، شاخص برازش بخش کلی مدل آزمون‌شده برای نمونه مورد بررسی 0/50 بوده که مناسب است.

جدول 4. شاخص برازش بخش کلی مدل اجرایی پژوهش

(GOF) $\sqrt{Communality \times R^2}$	$R^2 \times Communality$	R^2	Average AVE
0/50	0/25	0/36	0/70

بحث و نتیجه‌گیری

بررسی و شناخت محرک‌های نوآوری در ابعاد مختلف فرهنگی و مدیریتی در جهت ایجاد رفتار نوآورانه، توجه ویژه‌ای می‌طلبد. از طرفی دیگر، نیازمند هدایت در مسیر اصلی در جهت کاهش ناطمینانی و درک درست از محیط‌های متغیر است که در این میان نقش رهبری کارآفرینی می‌تواند برجسته باشد. همان‌طور که گفته شد، هدف تحقیق، بررسی نقش رهبری کارآفرینی در فرایندهای محرک‌های نوآوری و رفتار نوآورانه در آموزش عالی است. نتایج فرضیه اول پژوهش نشان داد، رهبری کارآفرینی بر رفتار کاری نوآورانه تأثیر مثبت و معنادار داشته است. می‌توان گفت، رهبری کارآفرینی در برابر چالش‌های جدید و شناخت پیچیدگی‌های مسیر نوآوری، قدرت تحلیل و ریسک افراد را در تصمیم‌های درست افزایش می‌دهد. رهبری کارآفرین، سازمان را برای چالش‌های آینده آماده می‌کند. در نتیجه جهت‌گیری عملکرد، ادراک و قطعیت را افزایش می‌دهد (McGrath and MacMillan, 2000). همچنین تحقیقات نشان دادند، رویکردهای رهبری دارای نقش اساسی بر رفتار نوآورانه کارکنان هستند (Afsar et al., 2014; Somech, 2006)

با توجه به فرضیه دوم تحقیق، رهبری کارآفرینی بر محرک نوآوری (فرهنگ باز و آزادی، مدیریت هوشمند نوآوری)، مؤثر بوده است. می‌توان گفت در فرایند نوآوردن سازمان‌های آموزشی، موانع متفاوتی می‌تواند در مسیر وجود داشته باشد که نقش بازدارنده در عملکرد سازمان خواهند داشت. این در حالی است که محرک‌ها، نقش سازنده در جهت شفافیت منابع، مدیریت حرفه‌ای، توانمندسازی و تمرکززدایی دارند. رهبری کارآفرینی، ایده‌های جدیدی در

فرآیند محرک‌ها در برابر تغییر ارائه خواهد کرد. یافته‌ها نشان داده است که متغیر رهبری، مدل‌سازی نقش و حمایت از نوآوری، فرهنگ نوآوری را پیش‌بینی می‌کند و رهبران بر نوآوری از طریق استراتژی، ارزیابی و پاداش‌ها تأثیر می‌گذارند (Villaluz & Hechanova, 2018). تعدادی از مطالعات نیز رهبری را عاملی مهم در ایجاد فرهنگ نوآوری در سازمان می‌دانند (Gumusluoglu & Ilsev, 2009; Sarros et al., 2008).

نتایج فرضیه سوم تحقیق نشان داد، محرک نوآوری (فرهنگ باز و آزادی، مدیریت هوشمند نوآوری) بر رفتار کاری نوآورانه مؤثر بوده است. می‌توان گفت، فرهنگ نقش اصلی در پذیرش نوآوری خواهد داشت. علاوه بر این، فرهنگی که مؤلفه‌های اساسی خارج از نگاه سنتی و آزاد داشته باشد، در عرصه تغییرات نقش آفرینی می‌کند. برای جهت‌دهی صحیح فرهنگ، همکاری با مشتریان و ذی‌نفعان ضرورت می‌یابد. به این منظور باید در حوزه توانمندسازی عرصه‌های مختلف سیستم آموزشی قدم برداشت. اما حرکت به سمت تغییر بنیادی نیازمند سیال بودن سازمان است که در این میان تمرکززدایی در عرصه تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی می‌تواند نقش کلیدی داشته باشد. از طرفی، تغییرات هم‌نیازمند تصمیمات هوشمندانه در عرصه مدیریتی در جهت اقدامات درست است. منابع ورودی در یک سازمان، محرکی مهم برای نوآوری هستند. ساختار و فرهنگ سازمانی نیز جریان اطلاعات را تشویق کرده و خلاقیت را ترویج می‌دهند. همچنین انگیزه در فرایند نوآوری منبع مهمی است تا اطمینان حاصل شود که افراد در سازمان درگیر هستند (Adams & et al, 2006). مدیریت نوآوری، فرایند فعال و آگاهانه کنترل سازمان و اجرای فعالیت‌هایی است که به نوآوری منجر می‌شود (Hansen & Birkinshaw, 2007).

نتایج فرضیه چهارم تحقیق نیز نشان داد، رهبری کارآفرینی از طریق محرک نوآوری (فرهنگ باز و آزادی، مدیریت هوشمند نوآوری)، بر رفتار کاری نوآورانه مؤثر بوده است. بنابراین، کنار هم قرار گرفتن عامل رهبری در عرصه‌های کارآفرینی، فرهنگی و مدیریتی می‌تواند نقش بیشتری در نوآوری بازی کند. از این رو می‌توان با رویکرد هم‌افزایی در محرک‌ها و رهبری کارآفرینی در رفتار کاری نوآورانه، میزان اعتماد را افزایش داد و

دانشجویان و اعضای هیأت علمی را در به کارگیری بیشتر نوآوری ترغیب کرد. رهبران کارآفرین می‌توانند نقش اخلاقی قانون‌گرایی، بازارگرایی و وظیفه‌گرایی را ایفا کنند (آقامحمدی و همکاران، 1397). افراد در کارهای نوآورانه در محل کار به‌طور مستقیم از طریق تعهد سازمانی، احساس دسترسی روان‌شناختی و اعتماد به نفس خلاق به کار ادامه می‌دهند (Vinarski-Peretz & et al, 2011). عوامل تعیین‌کننده در نوآوری‌ها، انتظارات نتیجه، رهبری، سبک حل مسئله و روابط گروهی و سازمانی است (Cingöz & Akdoğan, 2011).

به این ترتیب برای ایجاد تفکر مثبت و خلاق از طریق رهبری در فرایند نوآوری، می‌توان نگاه سازمان را به پذیرش تغییرات در جهت افزایش کارایی جلب کرد. رهبری الهام‌بخش شامل این موارد است: مأموریت و هدف در مورد اهمیت انجام کار، تحریک روش‌های جدید تفکر و حل مشکل و تشویق افراد گروه به انجام کار بیش از آنچه انتظار می‌رود. تحرک و پویایی منبع مهمی برای انتقال دانش جهت پایداری هستند. کسب دانش از محیط کار مشترک و فرهنگ نیز دیگر عوامل مهم برای ایجاد یک رابطه پایدار و سازنده بین دانشگاه و بخش تولیدی‌اند (باقری‌مجد و همکاران، 1397). به‌منظور بهبود توانایی نوآورانه مربیان، و برای افزایش توانایی دانشجویان در خواندن، بازیابی و تفکر انتقادی، باید آموزش در اولویت قرار گیرد. پس دانشگاه می‌تواند با آموزش آگاهی پژوهشی و روحیه نوآوری، توانایی نوآوری دانشجویان را در فرایند یادگیری نحوه دستیابی، تجزیه و تحلیل و پردازش اطلاعات بهبود بخشد (Wang, 2010). از طرفی، رهبران کارآفرین با یک مدل آموزش مداوم براساس تعامل موردنیاز توسعه علمی و تحقیق، باید مربیان را از طریق تمرین شیوه‌های یادگیری در محل کار توانمند ساخته و مربیان هم این روش را با دانشجویان به کار گیرند و آن‌ها را به تفکر در مورد مطالعه و درس به‌عنوان کار دعوت کنند (Hietanen & Kesälahti, 2017). رهبران نیز به‌عنوان پیشگامان ریسک، باید به ایجاد مسیرها و روش‌های جدید و اعمال مدیریت، هنر تشکیل تیم‌ها را مدنظر قرار دهند. آموزش پذیرش مسئولیت، اعتماد به نفس و تمایل به پذیرش چالش‌ها، واگذاری اختیارات و دخالت دانشجویان در ساختار مدیریت و فرایند تصمیم‌گیری و افزایش هوش هیجانی رهبران کارآفرین نیز باید مورد توجه قرار گیرد (Humphrey, 2013).

(Dedze & Racko, 2015). همچنین توجه به رهبری به‌عنوان ارزش فرهنگی در رفتار کارآفرینی، کشف زمینه رهبری با توجه به نقش فرهنگ اجتماعی و تحقیقات بین‌فرهنگی در کارآفرینی ضرورت دارد (Stephan & Pathak, 2016).

پیشنهاد‌های اجرایی و پژوهشی

مطالعه حاضر، روش‌های رهبری مؤثر بر محرک‌ها و رفتار نوآوران در دانشگاه سیستان و بلوچستان را نشان داده است. پیشنهاد می‌شود برای پیش‌بینی رفتار نوآوران، فاکتورهای رهبری و محرک‌های فرهنگی و ساختاری در جهت توسعه و پیاده‌سازی ایده‌های جدید مورد توجه قرار گیرد. رهبران کارآفرینی می‌توانند با تمرکززدایی و دخالت دانشجویان در فرایند تصمیم‌گیری، آن‌ها را برای ایجاد و اجرای ایده‌های خلاقانه کمک کنند. مریبان نیز می‌تواند با مدل‌سازی نقش مدیران و بیان استراتژی‌های نوآوران، به دانشجویان آموزش دهند. از طرفی، مدیریت منابع انسانی به‌منظور حمایت از ابتکارات نوآوران، باید با اهداف استراتژیک دانشگاه هماهنگ شود و منابع انگیزشی و ترغیبی در جهت رفتار نوآوران لحاظ گردد. با توجه به لحاظ کردن دروس اختیاری کارآفرینی در مقاطع کارشناسی، باید به سرفصل‌های رهبری کارآفرینی و رفتار نوآوران توجه جدی شود. همچنین عوامل محیطی و فردی مؤثر بر رفتار نوآوران مورد تحلیل قرار گیرد و از رهبران کارآفرین در کارگاه‌های ویژه دعوت شود. می‌توان از تجارب کشورهای دیگر نیز در حوزه‌های مختلف علمی و عملیاتی استفاده کرد.

محدودیت اصلی تحقیق این است که تنها در یک دانشگاه و در یک منطقه جغرافیایی (سیستان و بلوچستان) اجرا شده است. بنابراین توجه صرف به روش کمی، نگاه عمیق نسبت به فاکتورهای تحقیق را محدود کرده که نیازمند کار کیفی با نمونه‌گیری هدفمند است. از طرفی، احتمال ابهام در پاسخ‌دهندگان از طریق عدم‌همخوانی کامل ابزار و استراتژی سازمانی وجود دارد. مطالعات آینده می‌تواند در جامعه‌ای گسترده‌تر و با لحاظ کردن سبک‌های رهبری، برنامه‌ریزی کسب و کار، مدیریت استراتژیک، نگرش‌ها و انگیزش‌ها در جهت ایجاد رفتار نوآوران انجام گیرد.

منابع

آقامحمدی، مهرداد؛ محمدی الیاسی، قنبر؛ نظری توکلی، سعید و احمدپورداریانی، محمود (1397). "سنخ‌شناسی التزام رهبران کارآفرینی به اخلاق کسب‌وکار"، توسعه کارآفرینی، 11(3): 401-420.

باقری مجد، روح‌الله؛ سیدعباس‌زاده، محمد و حسنی، محمد (1397). "فاکتورهای پایداری و ظرفیت‌های ارتباط دانشگاه و صنعت در آموزش عالی"، مجله نوآوری و ارزش آفرینی، 12(6): 21-40.

Aasen, P., & Stensaker, B. (2007). Balancing trust and technocracy? Leadership training in higher education. *International Journal of Educational Management*, 21(5), 371-383.

Adams, R., Bessant, J., & Phelps, R. (2006). Innovation management measurement: A review. *International journal of management reviews*, 8(1), 21-47.

Afsar, P., Cortez, P., & Santos, H. (2015). Automatic visual detection of human behavior: a review from 2000 to 2014. *Expert Systems with Applications*, 42(20), 6935-6956.

Akram, T., Lei, S., & Haider, M. J. (2016). The impact of relational leadership on employee innovative work behavior in IT industry of China. *Arab Economic and Business Journal*, 11(2), 153-161.

Babalola, S. S. (2009). Women entrepreneurial innovative behaviour: The role of psychological capital. *International Journal of Business and Management*, 4(11), 184-192.

Barber, M., Donnelly, K., Rizvi, S., & Summers, L. (2013). An avalanche is coming: Higher education and the revolution ahead. *The Institute of Public Policy Research*.

Bernabeu, G., & Madeleine, C. (2015). University of Alicante case study report. For EU Lifelong Learning Programme, project no. 539628-LLP-1-2013-1-NL-ERASMUS-EIGF, Governance and adaptation to innovative modes of higher education provision (GAIHE). Unpublished GAIHE project report.

Blackmore, P., & Kandiko, C. (2010). The King's-Warwick project: Creating a 21st century curriculum. The Kings- Warwick Project. Warwick University/Kings College.

Brennan, J., Broek, S., Durazzi, N., Kamphuis, B., Ranga, M., & Ryan, S. (2014). Study on innovation in higher education. Publications Office of the European Union, Luxembourg.

Burton, R. M., Obel, B., Hunter, S., Søndergaard, M., & Døjbak, D. (1998). *Strategic organizational diagnosis and design: Developing theory for application*. Springer Science & Business Media.

Carey, P. (2013). Student as co-producer in a marketised higher education system: a case study of students' experience of participation in curriculum design. *Innovations in Education and Teaching International*, 50(3), 250-260.

- Chen, M. H. (2007). Entrepreneurial leadership and new ventures: Creativity in entrepreneurial teams. *Creativity and Innovation Management*, 16(3), 239-249.
- Cingöz, A., & Akdoğan, A. A. (2011). An empirical examination of performance and image outcome expectation as determinants of innovative behavior in the workplace. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 847-853.
- Crittenden, V. L., Crittenden, W. F., Ferrell, L. K., Ferrell, O. C., & Pinney, C. C. (2011). Market-oriented sustainability: a conceptual framework and propositions. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(1), 71-85.
- De Jong, J. P., & Den Hartog, D. N. (2007). How leaders influence employees' innovative behaviour. *European Journal of innovation management*, 10(1), 41-64.
- De Jong, J., & Den Hartog, D. (2010). Measuring innovative work behaviour. *Creativity and innovation management*, 19(1), 23-36.
- De Medeiros, J. F., Ribeiro, J. L. D., & Cortimiglia, M. N. (2014). Success factors for environmentally sustainable product innovation: a systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 65, 76-86.
- De Spiegelaere, S., Van Gyes, G., De Witte, H., Niesen, W., & Van Hootegem, G. (2014). On the relation of job insecurity, job autonomy, innovative work behaviour and the mediating effect of work engagement. *Creativity and Innovation Management*, 23(3), 318-330.
- Dedze, I. & Racko, I. (2015). Stockholm School of Economics in Riga case study report. For EU Lifelong Learning Programme, project no. 539628-LLP-1-2013-1-NL-ERASMUS-EIGF, Governance and adaptation to innovative modes of higher education provision (GAIHE). Unpublished GAIHE project report.
- Derouet, J. L., Villani, M. (2015). ESSEC Business School case study report. For EU Lifelong Learning Programme, project no. 539628-LLP-1-2013-1-NL-ERASMUS-EIGF, Governance and adaptation to innovative modes of higher education provision (GAIHE). Unpublished GAIHE project report.
- Dill, D. D. (2012). The management of academic culture revisited: integrating universities in an entrepreneurial age. In *Managing Reform in Universities* (pp. 222-237). Palgrave Macmillan, London.
- EC (2009). Report on Progress in Quality Assurance in Higher Education. Available at: https://mapesg.files.wordpress.com/2011/03/report09_en1.pdf
- EC(2014). Report on Progress in Quality Assurance in Higher Education. Available at: http://ec.europa.eu/education/policy/higher-education/doc/quality_en.pdf.
- Fichter, K., & Tiemann, I. (2018). Factors influencing university support for sustainable entrepreneurship: Insights from explorative case studies. *Journal of Cleaner Production*, 175, 512-524.
- Fontana, A., & Musa, S. (2017). The impact of entrepreneurial leadership on innovation management and its measurement validation. *International Journal of Innovation Science*, 9(1), 2-19.
- Freeman, D. (2014). Entrepreneurial leadership across contexts: Unique challenges and skills. *Journal of Leadership studies*, 8(3), 40-41.
- García, L. M., & Roblin, N. P. (2008). Innovation, research and professional development in higher education: Learning from our own experience. *Teaching and Teacher Education*, 24(1), 104-116.

- Gaspar, D., & Mabic, M. (2015). Creativity in Higher Education. *Universal Journal of Educational Research*, 3(9), 598-605.
- Gibbs, P., Ylijoki, O. H., Guzmán-Valenzuela, C., & Barnett, R. (Eds.). (2014). *Universities in the flux of time: An exploration of time and temporality in university life*. Routledge.
- Gogoleva, A., Balabanova, E., & Efendiev, A. (2016). Determinants of employee innovative behavior: do foreign and domestic companies in Russia differ?.
- Gumusluoglu, L., & Ilsev, A. (2009). Transformational leadership, creativity, and organizational innovation. *Journal of business research*, 62(4), 461-473.
- Hammond, M. M., Neff, N. L., Farr, J. L., Schwall, A. R., & Zhao, X. (2011). Predictors of individual-level innovation at work: A meta-analysis. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5(1), 90-121.
- Hansen, M.T. and Birkinshaw, J. (2007), "The innovation value chain", Harvard Business Review, June, pp. 1-12.
- Harrison, R., Leitch, C., & McAdam, M. (2015). Breaking glass: Toward a gendered analysis of entrepreneurial leadership. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 693-713.
- Hietanen, L., & Kesälähti, E. (2017). The Role of the University in Supporting Teachers in General Education to Develop Learning Environments Related to Working Life and Entrepreneurship. In *University Partnerships for Pre-Service and Teacher Development* (pp. 57-71). Emerald Publishing Limited.
- Humphrey, R. H. (2013). The benefits of emotional intelligence and empathy to entrepreneurship. *Entrepreneurship Research Journal*, 3(3), 287-294.
- Janssen, O. (2003). Innovative behaviour and job involvement at the price of conflict and less satisfactory relations with co-workers. *Journal of occupational and organizational psychology*, 76(3), 347-364.
- Jiménez, A., Palmero-Cámara, C., González-Santos, M. J., González-Bernal, J., & Jiménez-Eguizábal, J. A. (2015). The impact of educational levels on formal and informal entrepreneurship. *BRQ Business Research Quarterly*, 18(3), 204-212.
- Kagan, S. (2014). *Art and sustainability: Connecting patterns for a culture of complexity* (Vol. 25). transcript Verlag.
- Kessel, M., Hannemann-Weber, H., & Kratzer, J. (2012). Innovative work behavior in healthcare: The benefit of operational guidelines in the treatment of rare diseases. *Health policy*, 105(2-3), 146-153.
- Kim, M. Y., Park, S. M., & Miao, Q. (2017). Entrepreneurial leadership and organizational innovation: Improving attitudes and behaviors of Chinese public employees. In *Public Service Innovations in China* (pp. 151-184). Palgrave, Singapore.
- Kuratko, D. F. (2007). Entrepreneurial leadership in the 21st century: Guest editor's perspective. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 1-11.
- Lašáková, A., Bajžíková, L., & Dedze, I. (2017). Barriers and drivers of innovation in higher education: Case study-based evidence across ten European universities. *International Journal of Educational Development*, 55, 69-79.
- Lukes, M., & Stephan, U. (2017). Measuring employee innovation: a review of existing scales and the development of the innovative behavior and innovation support

- inventories across cultures. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(1), 136-158.
- MacKeogh, K., & Fox, S. (2009). Strategies for embedding e-learning in traditional universities: Drivers and barriers. *Electronic Journal of E-learning*, 7(2), 147-154.
- McGrath, R. G., & MacMillan, I. C. (2000). *The Entrepreneurial Mindset* (Harvard Business School Press, Boston, MA).
- McGrath, R. G., Mac Grath, R. G., & MacMillan, I. C. (2000). *The entrepreneurial mindset: Strategies for continuously creating opportunity in an age of uncertainty* (Vol. 284). Harvard Business Press.
- Miao, Q., Newman, A., Schwarz, G., & Cooper, B. (2018). How Leadership and Public Service Motivation Enhance Innovative Behavior. *Public Administration Review*, 78(1), 71-81.
- Newman, A., Herman, H. M., Schwarz, G., & Nielsen, I. (2018). The effects of employees' creative self-efficacy on innovative behavior: The role of entrepreneurial leadership. *Journal of Business Research*, 89, 1-9.
- Normand, R., Pacheco, R. (2015). University of Strasbourg case study report. For EU Lifelong Learning Programme, project no. 539628-LLP-1-2013-1-NL-ERASMUS-EIGF, Governance and adaptation to innovative modes of higher education provision (GAIHE). Unpublished GAIHE project report.
- Renko, M. (2018). Entrepreneurial leadership. In J. Antonakis, & D. V. Day (Eds.). *The nature of leadership* (pp. 381–408). (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage
- Renko, M., El Tarabishy, A., Carsrud, A. L., & Brännback, M. (2015). Understanding and measuring entrepreneurial leadership style. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 54-74.
- Roberts, J. (2007). *The modern firm: Organizational design for performance and growth*. Oxford university press.
- Sarros, J. C., Cooper, B. K., & Santora, J. C. (2008). Building a climate for innovation through transformational leadership and organizational culture. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 15(2), 145-158.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Smith, K. (2012). Lessons learnt from literature on the diffusion of innovative learning and teaching practices in higher education. *Innovations in Education and Teaching International*, 49(2), 173-182.
- Som, A. (2008). Innovative human resource management and corporate performance in the context of economic liberalization in India. *The International Journal of Human Resource Management*, 19(7), 1278-1297.
- Somech, A. (2006). The effects of leadership style and team process on performance and innovation in functionally heterogeneous teams. *Journal of management*, 32(1), 132-157.
- Stensaker, B. (2015). Organizational identity as a concept for understanding university dynamics. *Higher Education*, 69(1), 103-115.
- Stephan, U., & Pathak, S. (2016). Beyond cultural values? Cultural leadership ideals and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31(5), 505-523.
- Surie, G., & Ashley, A. (2008). Integrating pragmatism and ethics in entrepreneurial leadership for sustainable value creation. *Journal of Business Ethics*, 81(1), 235-246.

- Viitala, R. (2005). Perceived development needs of managers compared to an integrated management competency model. *Journal of workplace learning*, 17(7), 436-451.
- Villaluz, V. C., & Hechanova, M. R. M. (2019). Ownership and leadership in building an innovation culture. *Leadership & Organization Development Journal*, 40(2), 138-150.
- Vinarski-Peretz, H., Binyamin, G., & Carmeli, A. (2011). Subjective relational experiences and employee innovative behaviors in the workplace. *Journal of Vocational Behavior*, 78(2), 290-304.
- Wang, C.X. (2010). Discussion on the information literacy education of university students and the cultivation of the innovative talents [J]. *Shanxi Libr. J.* 03, 86-88.
- Zacher, H., Robinson, A. J., & Rosing, K. (2016). Ambidextrous leadership and employees' self-reported innovative performance: The role of exploration and exploitation behaviors. *The Journal of Creative Behavior*, 50(1), 24-46