

رویکردهای رهبری کارآفرینانه در بهبود فرآیند کسب و کار

فرشید خانجانیان^۱، زهرا الفتی^۲

^۱ گروه مدیریت کسب و کار، دانشگاه جامع علمی کاربردی، واحد استان البرز، مرکز قند، کرج، ایران

^۲ گروه مدیریت کسب و کار، دانشگاه جامع علمی کاربردی، واحد استان البرز، مرکز قند، کرج، ایران

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی مدل ها و رویکردهای رهبری کارآفرینانه در فرآیند کسب و کار می باشد. امروزه نقش نوآوری در توسعه اجتماعی و اقتصادی جوامع غیر قابل انکار است، در این راستا رهبری کارآفرینانه با ارتقای نگرش مثبت کارکنان در این زمینه و بهبود پتانسیل کسب و کار در جامعه اهمیت به سزایی دارد. رهبری کارآفرینانه پارادایم جدیدی است که از حوزه رهبری و کارآفرینی ظهور کرده است. رهبری کارآفرینانه نوعی از رهبری است که توانایی شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در محیط کارآفرینی را دارد. رهبران کارآفرین حوزه‌های عملیاتی ویژه در کسب و کار خود را درک می‌کنند. این درک فراتر از کسب و کار آنها می‌رود تا شامل موقعیت‌های مختلف با درجات متفاوت پیچیدگی شود. آنها ایده و فرضیات پرسشی تولید می‌کنند. این افراد رفتار خود و دیگران را درک می‌کنند، و از این رو قادر به توسعه توانایی‌های خود و افراد پیرو خود هستند. آنها کار خود را اولویت‌بندی و خطرات را مدیریت می‌کنند و به دلیل توانایی آنها در پیشبرد نوآوری موفق هستند. در پژوهش حاضر هشت رویکرد اصلی برای تحقیق در مورد مفهوم رهبری کارآفرینانه بررسی می‌شود تا با بهره‌گیری از آن، گامی موثر جهت توسعه و اجرایی کردن آن و نهایتاً گسترش فرهنگ کارآفرینی در جامعه برداشته شود.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی؛ رهبری؛ کسب و کار؛ ارزشها؛ آموزش

۱. مقدمه

با وجود رشد روزافزون اطلاعات و گرایش های کارآفرینی و همچنین بالا رفتن سطح حمایتی دولت ها از فعالیت های کارآفرینانه ضرورت انجام تحقیقات گسترده و مبتنی بر محتوا در این زمینه احساس می شود. سبک رهبری مشارکتی در کارآفرینی، مدیریت دانش در بدنه سازمان و ایجاد جو مناسب برای خلاقیت سازمانی از چالش های جدید رهبری هستند که در عصر کارآفرینی شناخته شده اند. تعداد مطالعاتی که در زمینه رهبری منتشر شده است گسترده بوده و به اندازه ی چندین دهه وسعت دارد. اما برخلاف چنین تحقیقات گسترده ای، هنوز رهبری به عنوان یک مفهوم ناشناخته مطرح می باشد. علیرغم سرمایه گذاری قابل توجهی که توسط دولت ها و سازمان ها برای تحقیق درباره ی رهبری صورت گرفته است، هنوز هم به دلیل عدم وجود مطالعات جامع در زمینه ی مذکور شکاف هایی وجود دارد (لیچ و همکاران، ۲۰۰۹). در پیشینه ی تحقیقات رهبری و مدیریت به درستی در جای یکدیگر استفاده شده اند. در واقع آن ها از بسیاری جهات هم معنی هستند، زیرا هر دو شامل کار کردن با افراد و رسیدن به اهداف قرارداده شده است (نورتهوس ۲۰۱۰). اما این نظر بین همه ی محققین در حوزه ی مدیریت و رهبری مشترک نمی باشد. بسیاری از نویسندگان اینطور بحث کرده اند که بین رهبری و مدیریت تفاوتی وجود دارد (بنیس و نانوس ۱۹۸۵، کاتر ۱۹۹۰، راست ۱۹۹۳، زالنیک ۱۹۷۷). اصلی ترین قسمت مباحثه درباره ی تعریف و کاربردهای رهبران و مدیران بوده است. مدیریت به صورت «دستیابی به اهداف سازمانی با شیوه ای مؤثر و کارآمد از طریق برنامه ریزی، سازمان دهی و هدایت و کنترل منابع سازمانی» تعریف شده است (دافت و همکاران ۲۰۱۰، ص ۷). مطابق دیدگاه رایینز (۲۰۰۵) مدیریت شامل استفاده از اقتدار ذاتی در یک مرتبه رسمی تعیین شده برای به دست آوردن تطابق اعضای یک سازمان است. مدیریت دربرگیرنده ی انجام کارها از طریق سایر افراد به منظور دستیابی به اهداف ذکر شده است (مالینز ۱۹۹۶). تمرکز تعاریف ارائه شده توسط این محققین نشان می دهد که منظور از مدیریت رسیدن به اهداف سازمانی به شیوه ی کارآمد و مؤثر می باشد. از طرف دیگر مفهوم رهبری که در بخش قبلی تعریف شد پیچیده تر بوده و با متغیرهای دیگری مانند اثرگذاری (نفوذ)، انگیزه، تغییر مربوط بوده و فقط شامل رسیدن به اهداف سازمانی نیست.

۱.۲ ادبیات تحقیق

نظریه رهبری کارآفرینانه

رهبری کارآفرینانه پارادایم جدیدی است که از حوزه رهبری و کارآفرینی ظهور کرده است. رهبری و کارآفرینی مفاهیمی هستند که تعریف آنها دشوار است (بای گریو و هوفر^۱ ۱۹۹۱؛ استوگدیل^۲ ۱۹۷۴). رهبری کارآفرینانه که از ظهور هر دو زمینه ناشی می شود (فرنالد و همکاران^۳ ۲۰۰۵)، فاقد تعریفی است که همه روی آن توافق دارند. تعاریف متعددی از رهبری کارآفرینانه وجود دارد. به عنوان نوعی از رهبری تعریف شده است که سناریوهای خیالی ایجاد می کند که به نوبه خود برای جمع آوری و بسیج «افراد پشتیبان» شرکت کنندگان که متعهد به کشف و بهره برداری از ایجاد ارزش استراتژیک استفاده می شوند (گوپتا و همکاران^۴ ۲۰۰۴، ص ۲۴۲). برخی محققان (حجازی و همکاران^۵

^۱ Bygrave and Hofer^۲ Stogdill^۳ Fernald et al.^۴ Gupta et al.^۵ Hejazi et al.

۲۰۱۲؛ رنکو و همکاران^۶ (۲۰۱۵) بر اهمیت شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها تاکید کرده‌اند، در حالی که دیگران (گرینبرگ و همکاران^۷ ۲۰۱۳؛ سوری و اشلی^۸ ۲۰۰۸) بر نقش رهبری کارآفرین در حل مشکلات پیچیده در محیط‌های نامشخص تاکید دارند. اما حتی با تعدادی تعاریف و علاقه شدید به رهبری کارآفرین، به دلیل فقدان توسعه مفهومی و نبود ابزارهای مناسب برای ارزیابی ویژگی‌های کارآفرینی و رفتارهای رهبر، پیشرفت آن با مشکل روبرو است (رنکو و همکاران ۲۰۱۵). رهبری کارآفرین نوعی از رهبری است که توانایی شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در محیط کارآفرینی را دارد. رهبران کارآفرین حوزه‌های عملیاتی ویژه در کسب و کار خود را درک می‌کنند. این درک فراتر از کسب و کار آنها می‌رود تا شامل موقعیت‌های مختلف با درجات متفاوت پیچیدگی شود. آنها ایده و فرضیات پرسشی تولید می‌کنند. این افراد رفتار خود و دیگران را درک می‌کنند، و از این رو قادر به توسعه توانایی‌های خود و افراد پیرو خود هستند. آنها کار خود را اولویت‌بندی و خطرات را مدیریت می‌کنند و به دلیل توانایی آنها در پیشبرد نوآوری موفق هستند. این نوع رهبری به دلیل ماهیت پویای محیط تجاری و چالش‌های پیش روی کارآفرینان و مدیران مالک نزد متخصصان و دانشمندان محبوبیت پیدا کرده است. در نتیجه، این رویکرد شایسته بررسی دقیق‌تر است، و مفاهیم مختلف رهبری کارآفرین در بخش بعدی مورد بحث قرار خواهند گرفت. شرکت‌هایی که جهت‌گیری کارآفرینانه را مشی خود قرار می‌دهند، از طریق توسعه منابع منعطف می‌توانند قابلیت رشد بلند مدت خود را افزایش دهند. این شرکتها با انتقال مؤثر فرصت موجود به عملیات تولید، سعی می‌کنند به صورت پیوسته ایجاد ارزش کنند. به این ترتیب این امکان را بدست می‌آورند که سریعتر از دیگران حرکت کرده و محصول جدیدی را عرضه کرده یا به بازارهای جدیدی وارد شوند. اگر دورنمای سازمان که با مسئولیت رهبر تدوین می‌گردد مورد قبول کارکنان بوده و با مشارکت آن‌ها هدفگذاری صورت گیرد کارکنان به علت منافع شخصی و اهداف مشترک خود با سازمان یکسو می‌گردند (کوراتکو^۹ و همکاران، ۲۰۰۷).

مفاهیم رهبری کارآفرین

هشت رویکرد اصلی برای تحقیق در مورد مفهوم رهبری کارآفرینی توسط هریسون^{۱۰} (۲۰۱۶) تعیین شده است که هر کدام این پدیده را از نقطه نظر متفاوتی بررسی می‌کند. این مفاهیم به شرح زیر هستند:

رهبری کارآفرینانه به عنوان همگرایی کارآفرینی و رهبری

مشخصات روانشناسی و رفتاری رهبران کارآفرین

مفهوم رهبری کارآفرینانه

رویکرد نظری در مقابل رهبری کارآفرینانه

رهبری کارآفرینانه در مقایسه با دیگر اشکال رهبری

رهبری کارآفرینانه و ارزش‌ها

آموزش رهبری کارآفرینانه

رهبری کارآفرینانه و عملکرد سرمایه‌گذاری

^۶ Renko et al.

^۷ Greenberg et al.

^۸ Surie and Ashley

^۹ - Kuratko

^{۱۰} Harrison

این هشت رویکرد مفهومی در ادامه توضیح داده می‌شوند:

همگرایی کارآفرینی و رهبری

رهبری کارآفرینانه به عنوان همگرایی کارآفرینی و رهبری در نظر گرفته می‌شود (فرنال و همکاران ۲۰۰۵). کاگلیسر و بریگهام^{۱۱} (۲۰۰۴)، در یک بررسی مقایسه‌ای از حوزه‌های رهبری و کارآفرینی، اذعان می‌کنند که هر دو حوزه در زمینه‌های چشم‌انداز، تاثیر، نوآوری و خلاقیت و برنامه‌ریزی همپوشانی دارند. با این حال، در نشریه خود نه مفهوم رهبری کارآفرینانه (رومی و هریسون ۲۰۱۱) را تعریف می‌کنند و نه چگونگی سنجش موثر آن را نشان می‌دهند (گوپتا و همکاران ۲۰۰۴؛ رنکو و همکاران ۲۰۱۵). اساساً، آنها تنها ایده‌هایی در مورد چگونگی دوری حوزه کارآفرینی از مشکلات را فراهم می‌کنند (کاگلیسر و بریگهام ۲۰۰۴، ص ۷۷۱) که در زمینه رهبری وجود دارند. در یک بررسی ۱۳۶ صفحه‌ای در زمینه کارآفرینی و رهبری، فرنال و همکاران (۲۰۰۵) هشت ویژگی رایج در میان کارآفرینان و رهبران موفق را شناسایی کرد: توانایی انگیزه دادن، جهت‌گیری موفقیت، خلاقیت، انعطاف‌پذیری، صبر، مقاومت، خطرپذیری و چشم‌انداز. با این حال، رویکرد آنها در مقابل رهبری کارآفرینانه توصیفی است و در زمینه تجزیه و تحلیل و توضیحات دچار کمبود است (رومی و هریسون ۲۰۱۱). آنها در مورد چگونگی استفاده از این ویژگی‌های رایج و چرایی وجود داشتن این ویژگی‌ها در رهبران کارآفرین پیشنهادی ندارند. علاوه بر این، رهبری کارآفرینانه در اقتصادهای در حال توسعه در نظر گرفته نشده است.

مشخصات روانشناسی و رفتاری رهبران کارآفرین

تا به امروز بیشتر تحقیقات انجام شده در زمینه رهبری کارآفرین به دنبال شناسایی ویژگی‌های ضروری در رهبران کارآفرین بوده‌اند (برای مثال دارلینگ و بیبی^{۱۲} ۲۰۰۷؛ گوپتا و همکاران ۲۰۰۴؛ کارانیان^{۱۳} ۲۰۰۷؛ نیکلسون^{۱۴} ۱۹۹۸؛ ۱۹۹۸؛ نیو ون هوزن^{۱۵} ۲۰۰۹؛ رنکو و همکاران ۲۰۱۵). مطابق گفته‌های کارانیان (۲۰۰۷)، هر رهبر کارآفرین باید پنج ویژگی اصلی را دارا باشد: ارتباطات، تصور ذهنی واضح، پیش زمینه فرهنگی و خانوادگی، انتظار رویایی، و شخصیت منحصر به فرد. مهارت‌های ارتباطاتی مانند تفکر متناقض، کنترل تفکر، تمرکز عمدی، پاسخ‌گریزی، رفتار کلی، اعتماد هدفدار و وجود ارتباطی از نظر دارلینگ و بیبی (۲۰۰۷) برای رهبری کارآفرینی ضروری هستند. نیو ون هوزن (۲۰۰۹) نبوغ، رهبری و خطرپذیری محاسبه شده را به عنوان ویژگی‌های مهم فرد کارآفرین در نظر می‌گیرد، در حالی که گوپتا و همکاران ۱۹ ویژگی معرفی کردند. این رویکردها دیدگاه خاص در جریان اصلی تحقیق در زمینه رهبری را بازتاب می‌دهند و به شدت برای شکست در محاسبه تاثیر محتوا مورد انتقاد قرار می‌گیرند.

به جای بررسی ویژگی‌های رهبر کارآفرین، برخی محققان به دنبال شناسایی آنچه که رهبران کارآفرین در واقعیت انجام می‌دهند (فلام‌هولتز^{۱۶} ۲۰۱۱؛ استرابلر و ردکوپ^{۱۷} ۲۰۱۰) و استراتژی‌های که استفاده می‌کنند (دارلینگ و همکاران ۲۰۰۷a، b) بوده‌اند. استراتژی‌های رهبری کارآفرینانه مانند معنی از طریق ارتباطات، اطمینان از طریق

^{۱۱} Cogliser and Brigham

^{۱۲} Darling and Beebe

^{۱۳} Karanian

^{۱۴} Nicholson

^{۱۵} Nieuwenhuizen

^{۱۶} Flamholtz

^{۱۷} Strubler and Redekop

موقعیت، و اعتماد از طریق احترام برجسته شده‌اند (دارلینگ و همکاران ۲۰۰۷a,b). مطابق گفته‌های فلام‌هولتر (۲۰۱۱)، اقدامات رهبری کارآفرینانه شامل خلق یک تصویر ذهنی، مدیریت فرهنگ سازمانی، هماهنگی عملیات‌ها، نظارت بر توسعه سیستم و هدایت نوآوری و تغییر است. با این حال، این مطالعات نیز در بررسی نقش محتوا در رهبری کارآفرینانه شکست می‌خورند.

محتوای رهبری کارآفرینانه

محققان رهبری کارآفرینانه را در شرایط مختلف بررسی کرده‌اند. این نوع رهبری در زمینه تجارت خانوادگی (کانسیکاس و همکاران^{۱۸} ۲۰۱۲؛ رنکو و همکاران ۲۰۱۵)، سازمان‌های با اندازه کوچک و متوسط (SMEها) (لیچ و همکاران^{۱۹} ۲۰۰۹)، گروه‌های تحقیقاتی در دانشگاه‌ها (هانسون و مانستد^{۲۰} ۲۰۰۸)، بخش عمومی (کوری و همکاران^{۲۱} ۲۰۰۸)، سازمان‌های غیر انتفاعی (سانتورا و همکاران^{۲۲} ۱۹۹۹)، مدیران کتابخانه‌ها (کارپنتر^{۲۳} ۲۰۱۲)، کسب و کارهای بومی (هریسون و همکاران^{۲۴} ۲۰۱۶a؛ مایوندا^{۲۵} ۲۰۰۷)، جنسیت (گالووی و همکاران^{۲۶} ۲۰۱۵؛ پترسون و همکاران^{۲۷} ۲۰۱۲a,b)، سرمایه موسسه‌ای، اجتماعی و انسانی (لیچ و همکاران ۲۰۱۲) و صنعت هواپیما (دی اینتینو و همکاران^{۲۸} ۲۰۰۸) مورد بررسی قرار گرفته است.

تحقیقات دیگر سعی کرده‌اند رهبری کارآفرینانه را از منظر ملی (کشور محور) (برمر^{۲۹} ۲۰۰۹؛ چوی^{۳۰} ۲۰۰۹؛ وانگ و همکاران^{۳۱} ۲۰۱۲) و از لحاظ تأثیرات آن بر سیاست (ون آسه^{۳۲} ۲۰۰۵) مورد بررسی قرار دهند. برمر (۲۰۰۹) رهبری کارآفرینانه در سوئد و چین را با در نظر گرفتن تاریخ اقتصادی و سیاسی، مقررات و سبک رهبری مقایسه کرد. وانگ و همکاران (۲۰۱۲) رهبری کارآفرینانه را از منظر دو شرکت چینی بررسی کردند.

محققان کمی بر محتوا که در این نوع از رهبری مورد نیاز است، تأکید کرده‌اند (چن^{۳۳} ۲۰۰۷؛ هریسون و همکاران ۲۰۱۶a؛ سوییرز و لیدن^{۳۴} ۲۰۰۲). هرچند چن (۲۰۰۷) تأثیر محتوا را در نظر می‌گیرد، یک ساختار استراتژیک شرکت‌ها (که خطرپذیر، فعال و نوآور هستند) برای توضیح رهبری کارآفرینانه استفاده کرده است. با این حال، در مورد اینکه آیا می‌توان از این ابعاد برای آنالیز فردی استفاده کرد، میان محققان اختلاف نظر وجود دارد (رنکو و همکاران ۲۰۱۵). علاوه بر این، سوییرز و لیدن (۲۰۰۲) سازمان‌های با تکنولوژی بالا را مورد بررسی قرار دادند تا

^{۱۸} Kansikas et al.

^{۱۹} Leitch et al.

^{۲۰} Hansson and Monsted

^{۲۱} Currie et al.

^{۲۲} Santora et al.

^{۲۳} Carpenter

^{۲۴} Harrison et al.

^{۲۵} Mapunda

^{۲۶} Galloway et al.

^{۲۷} Patterson et al.

^{۲۸} D'Intino et al.

^{۲۹} Bremer

^{۳۰} Choi

^{۳۱} Wang et al.

^{۳۲} Van Assche

^{۳۳} Chen

^{۳۴} Swiercz and Lydon

تعیین کنند آیا سازمان‌ها دچار تغییر و تحول می‌شوند و همچنین مهارت‌های رهبری مورد نیاز رهبران کارآفرین موفق را شناسایی کنند. با این حال، نمی‌تواند چگونگی بهبود این مهارت‌ها یا چگونگی ایجاد برنامه‌های آموزشی به منظور دستیابی به تغییراتی که سازمان و کارآفرین با آن روبرو می‌شوند را به خوبی نشان دهد. این محققان نتوانستند رهبری کارآفرینانه را از منظر دوگانه رهبر و پیرو بررسی کنند. حجازی و همکاران (۲۰۱۲) مقیاسی برای سنجش رهبری کارآفرینانه تدوین کرده‌اند. با این حال، حجازی و همکاران (۲۰۱۲) ابزار خود ارزیابی فراهم کرده‌اند و تنها رهبری کارآفرینانه را از یک نقطه نظر بررسی می‌کنند و تاثیر پیروان را نادیده می‌گیرند.

رویکرد نظری در مقابل رهبری کارآفرینانه

بیشتر مطالعات در زمینه رهبری کارآفرینانه رویکردی نظری به جای رویکرد تجربی در پیش گرفته‌اند (برای مثال احمد و رمضان^{۳۵}؛ ۲۰۱۳؛ گرین برگ و همکاران^{۳۶}؛ ۲۰۱۳؛ هریسون و همکاران^{۳۷}؛ ۲۰۱۶b؛ هنتسکه^{۳۸}؛ ۲۰۱۰؛ کمپستر و کوپ^{۳۹}؛ ۲۰۱۰؛ کوراتکو و هورنسبی^{۴۰}؛ ۱۹۹۹؛ کوراتکو^{۴۱}؛ ۲۰۰۷؛ پترسون و همکاران^{۴۲}؛ ۲۰۱۲b؛ ون زیل و ماتور-هلم^{۴۳}؛ ۲۰۰۷؛ وچیو^{۴۴}؛ ۲۰۰۳). برای مثال، هریسون و همکاران (۲۰۱۶b) یک بررسی سیستماتیک از مقالات گذشته در زمینه پارادایم رهبری کارآفرینانه فراهم کردند؛ کمپستر و کوپ (۲۰۱۰) رهبری کارآفرینانه را به عنوان یک فرآیند اجتماعی بررسی کردند؛ کوراتکو و هورنسبی (۱۹۹۹) چارچوبی برای رهبری کارآفرینانه در سازمان‌های تدوین کردند؛ و کوراتکو (۲۰۰۷) مفهوم رهبری کارآفرینانه را از طریق ردیابی چگونگی ظهور نظریه رهبری کارآفرینانه بررسی کردند. اگر چه چنین مطالعاتی کمک شایانی در این مورد کرده‌اند، اما تمام آنها مفهومی بوده و فاقد پایه و اساس تجربی است.

۳. بحث و نتیجه گیری

رهبری کارآفرینانه در مقایسه با دیگر اشکال رهبری

محققان رهبری کارآفرینانه را با دیگر اشکال رهبری نیز مقایسه کرده‌اند (دارلینگ و همکاران^{۴۵}؛ ۲۰۰۷a؛ جونز و کرامپتون^{۴۶}؛ ۲۰۰۹). رهبری کارآفرینانه بر مبنای منطق سازمانی و رهبری اصیل (جونز و کرامپتون^{۴۷}؛ ۲۰۰۹)، و رهبری تحول‌گرا و کاریزماتیک (دارلینگ و همکاران^{۴۸}؛ ۲۰۰۷a) مورد بررسی قرار گرفته است. اگرچه این محققان شباهت‌هایی میان رهبری کارآفرینانه و رویکردهای اصیل، تحول‌گرا و کاریزماتیک یافته‌اند، چارچوب‌های مفهومی قابل قبولی در این زمینه ایجاد نکرده‌اند.

رهبری کارآفرینانه و ارزش‌ها

اهمیت ارزش‌ها در رهبری کارآفرینانه توسط دارلینگ و همکاران (۲۰۰۷a,b) و سوری و اشلی (۲۰۰۸) مورد بررسی قرار گرفته است. ارزش‌های رهبری کلیدی مانند شادی، نیکوکاری، امیدواری و آرامش در رهبری کارآفرینانه مهم

^{۳۵} Ahmed and Ramzan

^{۳۶} Greenberg et al.

^{۳۷} Hentschke

^{۳۸} Kempster and Cope

^{۳۹} Kuratko and Hornsby

^{۴۰} Van Zyl and Mathur-Helm

^{۴۱} Vecchio

^{۴۲} Jones and Crompton

تعریف شده‌اند. سوری و اشلی (۲۰۰۸) فراتر رفته و چارچوبی برای نشان دادن چگونگی قرار دادن اخلاقیات در رهبری کارآفرینانه از طریق نقطه نظر پراگماتیسم تعیین کردند. یافته‌های آنها پیشنهاد می‌کند که پیروی از استانداردهای اخلاقی ممکن است برای یک کسب و کار جدید و در کوتاه مدت هزینه‌بر باشد.

آموزش رهبری کارآفرینانه

ارزش آموزش رهبری کارآفرینانه توسط محققان مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است (برای مثال باقری و پیهی^{۴۳} ۲۰۱۰؛ باقری و پیهی ۲۰۱۱؛ اوکودان و زاسا^{۴۴} ۲۰۰۶؛ رومی و هریسون^{۴۵} ۲۰۱۱). موضوعات رهبری کارآفرینانه برای بهبود رفتار کارآفرینانه میان دانشجویان نشان داده شده‌اند (اوکودان و زاسا ۲۰۰۶). تحقیقاتی برای شناسایی چالش‌ها و مهارت‌های رهبری برنامه‌های کارآفرینانه در دانشگاه (باقری و پیهی ۲۰۱۱) و همچنین یادگیری رهبری کارآفرینانه (باقری و پیهی ۲۰۱۰؛ رومی و هریسون ۲۰۱۱) انجام شده است. با این حال، چنین اقداماتی نقش محتوا در شکل دادن به رهبری کارآفرینانه را در نظر نمی‌گیرد. تاثیر فرهنگ و جمعیت‌شناسی در آموزش رهبری کارآفرینانه در نظر گرفته نشده است.

رهبری کارآفرینانه و عملکرد سرمایه‌گذاری

افزایش علاقه در رهبری کارآفرینانه می‌تواند حداقل تا حدی به ادعای برخی محققان که برای بهبود عملکرد و موفقیت سازمانی مهم است، ارتباط داده شود. ساندرا راجان و همکاران^{۴۶} (۲۰۱۲) پیشنهاد کردند که مدل رهبری کارآفرینانه معنوی به مدیریت مشکل تعداد بالای شکست استارت‌آپ‌ها کمک می‌کند، اگر چه موضع فکری آنها همچنان باید به صورت تجربی مورد آزمایش قرار بگیرد. مطالعات نیز نشان داده‌اند که رهبری کارآفرینانه تاثیر مستقیم و مثبتی بر عملکرد فروش و رضایت مشتری (آگوس و حسن^{۴۷} ۲۰۱۰)، رضایت کارکنان، انگیزه، تعهد و تاثیرپذیری (پاپالکساندریس و گالاناکي^{۴۸} ۲۰۰۹) داشته است. با این حال، این مطالعات (برای مثال میلسکی و انسلی^{۴۹} ۲۰۰۷) اهمیت ابعاد دیگر مانند شناسایی فرصت‌ها، بهره‌برداری یا استراتژی‌سازی که ممکن است برای رهبری کارآفرینانه مهم باشد را به رسمیت نمی‌شناسند (کارپینتر ۲۰۱۲؛ گوپتا و همکاران ۲۰۰۴).

^{۴۳} Bagheri and Pihie

^{۴۴} Okudan and Rzasa

^{۴۵} Roomi and Harrison

^{۴۶} Sundararajan et al.

^{۴۷} Agus and Hassan

^{۴۸} Papalexandris and Galanaki

^{۴۹} Hmieleski and Ensley

منابع

- Ahmed, A., & Ramzan, M. (۲۰۱۳). A learning and improvement model in entrepreneurial leadership. *IOSR Journal of Business and Management*, ۱۱(۶), ۵۰-۶۰.
- Bagheri, A., & Pihie, Z. A. L. (۲۰۱۰). Entrepreneurial leadership learning: In search of missing links. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, ۷, ۷۰-۷۹.
- Bremer, I. (۲۰۰۹). Common factors between Swedish and Chinese entrepreneurial leadership styles. *Business Intelligence Journal*, ۲(۱), ۹-۴۱.
- Diaz-Saenz, H. R. (۲۰۱۱). Transformational leadership. In A. Bryman, D. Collinson, K. Grint, B. Jackson, & M. Uhl-Bien (Eds.), *The sage handbook of leadership* (pp. ۲۹۹-۳۱۰). London: Sage.
- Galloway, L., Kapasi, I., & Sang, K. (۲۰۱۵). Entrepreneurship, leadership, and the value of feminist approaches to understanding them. *Journal of Small Business Management*, ۵۲(۳), ۶۸۳-۶۹۲.
- Greenberg, D., McKone-Sweet, K. & Wilson, H. J. (۲۰۱۳). Entrepreneurial leaders: Creating opportunity in an unknowable world. *Leader to Leader*, ۲۰۱۳(۶۷), ۵۶-۶۲.
- Harrison, C. (۲۰۱۶). *Entrepreneurial Leadership in a Developing Economy: A Study in Nigeria (Doctoral Thesis)*. Scotland: University of the West of Scotland.
- Harrison, C., Paul, S., & Burnard, K. (۲۰۱۶a). Entrepreneurial leadership in retail pharmacy: developing economy perspective. *Journal of Workplace Learning*, ۲۸(۳), ۱۵۰-۱۶۷.
- Harrison, C., Paul, S., & Burnard, K. (۲۰۱۶b). Entrepreneurial leadership in retail pharmacy: A systematic literature review. *International Review of Entrepreneurship*, ۱۴(۲), ۲۳۵-۲۶۴.
- Leitch, C. M., McMullan, C., & Harrison, R. T. (۲۰۱۲). The development of entrepreneurial leadership: The role of human, social and institutional capital. *British Journal of Management*, ۲۴(۳), ۳۴۷-۳۶۶.
- Papalexandris, N., & Galanaki, E. (۲۰۰۹). Leadership's impact on employee engagement: Differences among entrepreneurs and professional CEOs. *Leadership & Organization Development Journal*, ۳۰(۴), ۳۶۵-۳۸۵.
- Patterson, N., Mavin, S., & Turner, J. (۲۰۱۲b). Envisioning female entrepreneur leaders anew from a gender perspective. *Gender in Management: An International Journal*, ۲۷(۶), ۳۹۵-۴۱۶.
- Sundararajan, M., Sundararajan, B., & Henderson, S. (۲۰۱۲). Role of meditative foundation entrepreneurial leadership and new venture success. *Spirituality, Leadership and Management*, ۷(۱), ۵۹-۷۰.
- Wang, C. L., Tee, D. D., & Ahmed, P. K. (۲۰۱۲). Entrepreneurial leadership and context in Chinese firms: A tale of two Chinese private enterprises. *Asia Pacific Business Review*, ۱۸(۴), ۵۰۵-۵۳۰.