

طراحی مدل کارآفرینی ورزشی مبتنی بر رابطه فرهنگ کارآفرینانه با ابعاد**گرایش‌های کارآفرینانه سازمانی در سازمان تربیت بدنی ایران**طاهره موسوی راد^۱، دکتر ابوالفضل فراهانی^۲، دکتر حبیب هنری^۳،دکتر محمود احمد پور داریانی^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۷/۴ تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۹/۶

چکیده

فرهنگ هر سازمان شخصیت و ویژگی‌های آن سازمان است. در تمام مدل‌های مفهومی کارآفرینی سازمانی که محققانی همچون کوین، دس، اسلوین، زهرا، موریس^۵ ارائه کرده‌اند، فرهنگ سازمانی از پیش‌بران اصلی کارآفرینی سازمانی مطرح شده و شواهد زیادی وجود دارد که بیان می‌کنند فرهنگ کارآفرینانه سازمانی برای رشد و بقای سازمان‌ها و اقتصاد ملت‌ها ضروری است. پژوهش حاضر با هدف مطالعه ارتباط فرهنگ کارآفرینانه سازمانی با ابعاد گرایش‌های کارآفرینانه سازمانی در سازمان تربیت بدنی و تبیین مدل کارآفرینی ورزشی انجام شده است. متغیرهای پیش‌بین در این پژوهش، ده عامل مؤلفه‌های فرهنگ کارآفرینانه سازمانی‌اند که عبارتند از: جسارت، تحمل خلاقیت، قاطعیت، رضایت و آزادی عمل، خطر کردن، ارتباطات باز، مشارکت، نوآوری پیش‌فعالانه، آزادی بیان، لذت از کار و متغیرهای ملاک ابعاد گرایش کارآفرینانه سازمانی عبارتند از: پنج بُعد نوآوری، خطرپذیری، استقلال طلبی، رقابت تهاجمی و پیشتازی در بازار. علاوه بر متغیرهای فوق، متغیرهای تعدیل‌کننده ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نیز مد نظر قرار گرفته است. نمونه آماری تحقیق شامل ۲۰۲ نفر از مدیران و کارکنان سازمان تربیت بدنی بوده است. ابزار پژوهش شامل دو پرسشنامه فرهنگ کارآفرینانه سازمانی و گرایش کارآفرینانه سازمانی است که برای برآورد پایایی درونی از آلفای کرونباخ و برای بررسی روایی ابزار از تحلیل عاملی استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل نتایج داده‌ها از روش‌های آماری ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون چند متغیره، آزمون t تک گروهی و در نهایت، برای ارائه الگوی مناسب و تحلیل مسیر

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور (نویسنده مسئول) Email: taheeremoosavirad@yahoo.com

۲. استاد دانشگاه پیام نور Email: afarahani@pnu.ac.ir

۳. استادیار دانشگاه علامه طباطبایی Email: honari_h@yahoo.com

۴. استادیار دانشگاه تهران Email: m.ahmadpour@yahoo.com

5. Covin and Slevin Lumpkin , Dess, Morris , Zahra

از روش مدل معادلات ساختاری، با بهره‌گیری از نرم‌افزار LISREL استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد وضعیت موجود سازمان تربیت‌بدنی از دیدگاه فرهنگ کارآفرینانه سازمانی و ابعاد گرایش‌های کارآفرینانه سازمانی، غیرکارآفرینانه است و در روند برنامه‌ریزی‌های سازمان باید به مؤلفه‌های فرهنگ کارآفرینانه سازمانی توجه شود. نوآوری می‌تواند روشی مناسب برای حل مشکلات در سازمان تربیت‌بدنی باشد. همچنین، از میان ده مؤلفه فرهنگ کارآفرینانه سازمانی، مؤلفه‌های «جسارت»، «تحمل خلاقیت»، «خطر کردن»، «مشارکت»، «نوآوری پیش‌فعالانه» و «لذت از کار» ارتباط معنی‌داری در سطح $\alpha \leq 0/05$ با متغیر ملاک «ابعاد گرایش‌های کارآفرینانه» دارند و نیز بین «فرهنگ کارآفرینانه سازمانی» با «گرایش‌های کارآفرینانه سازمانی» در سطح ($F= 462/15$, $\alpha=0/001$) ارتباط معنی‌داری مشاهده می‌شود. به مدیران سازمان تربیت‌بدنی توصیه می‌شود برای برون‌رفت از وضعیت موجود، افراد را به خلاق بودن تشویق کنند و افراد خلاق مجاز به ارائه پیشنهاد برای اصلاح قوانین باشند. مدیران به قضاوت کارکنان خود در انجام کارها اعتماد داشته باشند، دستیابی به موفقیت از طریق کار گروهی باشد و افراد در تصمیماتی که مربوط به آنهاست مشارکت کنند. خطرپذیری نکته‌ای مثبت برای فرد باشد و افرادی که تلاش می‌کنند و شکست می‌خورند تنبیه نشوند. ایده‌های جدید بتواند از هر واحد سازمان دریافت شود و افراد در سازمان بتوانند آزادانه به اطلاعات دسترسی داشته باشند. سازمان اقداماتی انجام دهد تا افراد مستعد را حفظ کند، حتی اگر لازم باشد نیازهای خاص آنها برآورده شود. مدیران برای بهبود شرایط تلاش کنند تا مسیر حرکت به سمت استقرار کارآفرینی در سازمان تربیت‌بدنی روشن شود.

کلیدواژه‌های فارسی: کارآفرینی سازمانی، فرهنگ کارآفرینانه سازمانی، گرایش‌های کارآفرینانه سازمانی، ورزش.

مقدمه

کارآفرینی، مفهومی است که از زمان خلقت بشر وجود داشته است؛ به تعبیری دیگر، کارآفرینی، کانون و مرکز ثقل کار و تلاش و پیشرفت بشر در عصر مدرنیته تلقی می‌شود. رشد و گسترش کارآفرینی در جوامع، نیازمند وجود فرهنگی خاص است. با توجه به اهمیت کلیدی کارآفرینی در اقتصادهای نوین، کشورهای مختلف، برنامه‌های مفصلی برای بسط این فرهنگ در جامعه خود تدارک دیده‌اند تا بتوانند همچنان در مسیر رشد و پویایی حرکت کنند. در جهان کنونی نظام‌های اقتصادی سرعت زیادی گرفته‌اند و سازمان‌هایی که نتوانند پا به پای آن حرکت

کنند، به انقراض محکوم خواهند شد. شرایط اقتصادی، صنعتی، اجتماعی و فرهنگی امروز کشور به گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگناها، الگوها و راه‌حل‌های جدید و متفاوتی را طلب می‌کند. سازمان‌های ورزشی نیز از این مقوله مستثنی نیستند. تغییرات در ورزش، کارآفرینی را الزامی کرده است. توسعه سریع تکنولوژی از قبیل اینترنت باعث شده که بازاریاب‌های ورزشی از طریق آگهی‌های رسانه‌ای، تغییراتی در روش خود ایجاد کنند (۱). به‌علاوه، از آنجا که اقتصاد جهانی در حال رکود است، کارآفرینان ورزشی استراتژی‌های بازاریابی و تبلیغاتشان را به کلی بازآفرینی نموده‌اند (۲).

راسل^۱ در سال ۲۰۰۲ بیان کرد که سازمان‌های کارآفرین، سازوکاری ایجاد می‌کنند که بر اساس آن‌ها توجه اعضای سازمان بر نوآوری و فرصت‌ها متمرکز می‌شود و رفتارهایی در پیش می‌گیرند که حامی کسب و کارهای جدید و کارآفرینانه باشد. در تمام مدل‌های مفهومی کارآفرینی سازمانی که محققان طراحی کرده‌اند، فرهنگ سازمانی از عوامل اصلی پیش‌برنده کارآفرینی سازمانی است (۳-۷).

فرهنگ هر سازمان، شخصیت و ویژگی‌های آن سازمان است. بر اساس نظرات ماکس وبر^۲، فرهنگ در سطح اجتماعی، عاملی مهم در توسعه سرمایه، رشد اقتصادی و از عوامل مهم سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود.

اغلب پژوهشگران، کارآفرینی سازمانی را از طریق پنج ویژگی اساسی گرایش‌های کارآفرینانه بررسی و مفهوم‌سازی کرده‌اند که عبارتند از: نوآوری، استقلال طلبی، پیشتازی در بازار رقابت‌تجاری و خطرپذیری. این عوامل، اغلب با هم کار می‌کنند تا عملکرد کارآفرینانه سازمان را افزایش دهند (۸). نوآوری بخشی ضروری از کارآفرینی است (۹). سازمان‌های کارآفرین، نوآوری را برای رقابت در بازارهای جهانی به کار می‌برند (۱۰). اسچوارز و مانتر^۳ (۲۰۰۸) بیان کرده‌اند که نوآوری در ورزش می‌تواند از طریق تیم‌ها، سازمان‌ها و بازیکنان ورزشی ایجاد شود؛ زیرا آن‌ها برای افزایش عملکردشان استراتژی‌های جدید را توسعه می‌دهند. از نوآوری‌های مهم در ورزش طی دهه گذشته می‌توان به این موارد اشاره کرد: استفاده از آمارهای کامپیوتری برای کمک به عملکرد بهتر تیم‌ها و بین‌المللی کردن لیگ‌های ورزشی (۱۱)، شرط‌بندی‌های مبتنی بر وب، وبلاگ‌های ورزشی و وبسایت‌هایی مانند بازی‌های ویدیویی ورزشی (۱۲)، نوآوری در تجهیزات و تکنولوژی که به ایجاد ورزش‌های جدید منجر شده است (۱۳). توريسم ورزشی نیز

1. Russell kanter

2. Max Weber

3. Schwarz, E., & Hunter, J

از رخدادهای نوآورانه در ورزش سود برده است (۱۴) مانند نوآوری در رویکردهای تبلیغاتی از قبیل بسته‌های مسافرتی و فروش‌های اینترنتی (۱۲). اینترنت روش‌های جدیدی برای مردم تدارک دیده است از قبیل: آنلاین بسکتبال (۱۵). همچنین، نوآوری از طریق مد لباس و انواع لباس‌هایی که ورزشکاران می‌پوشند (۱۶) و نوآوری اجتماعی از طریق فعالیت‌های ستاره‌های دنیای ورزش و سازمان‌های ورزشی توسعه یافته است (۱۰).

پیشتازی در بازار از ابعاد تأثیرگذار در گرایش‌های کارآفرینانه است و سبب می‌شود سازمان‌ها بتوانند در بازارهای رقابتی پیروز شوند و در تولیدات جدید پیشتاز باشند. سازمان‌های ورزشی در مدیریت تیم‌های خود پیشتازند و به دنبال افزایش عملکرد بهتر برای تیم‌هایشان می‌باشند. بخشی از حیات مدیریت تیم ورزشی را به دست آوردن بازار مناسب تضمین می‌کند. استفاده از دام بازاریابی که در سال‌های اخیر افزایش داشته است، فرآیندی است که طی آن سازمان‌ها از رویدادهای ورزشی به‌عنوان ابزارهای تبلیغاتی، بدون پرداخت مستقیم پول به مالکان وسایل ورزشی استفاده می‌کنند (۱۷).

سازمان‌های ورزشی در دنبال کردن فرصت‌های تجاری جدید، مانند پوشش تلویزیونی بیشتر برای افزایش بازاریابی و بهره‌برداری از ورزشگاه‌ها برای کاربردهای گوناگون پیشتاز شده‌اند. خطرپذیری، بیانگر تمایل سازمان‌ها برای در نظر گرفتن خطرهای متفاوت ایجاد کسب و کار جدید است، به‌ویژه زمانی که برگشت مالی قطعیت نداشته نباشد. خطرپذیری از ویژگی‌های بارز کارآفرینان است. افراد خطرپذیر در ورزش می‌توانند ورزشکاران، سازمان‌دهندگان رویدادهای ورزشی، مقام‌های رسمی، مربیان و مدیران ورزشی باشند. سطح خطرپذیری در ورزش به ویژگی‌های شخصیتی بستگی دارد که شامل خطرپذیری فیزیکی و احساسی است (۱۳). خطرپذیری در ورزش‌های گوناگون فقط به افرادی که ورزش می‌کنند منحصر نمی‌شود. سازمان‌های ورزشی با انواع خطرات از قبیل ریسک تجاری مواجه‌اند (۱۸). خطرهای تجاری اغلب توسط صاحبان تیم‌های ورزشی با بستن قراردادهای چند میلیون دلاری با ورزشکاران، بر مبنای پتانسیل آینده انجام می‌شود. به‌علاوه، هزینه‌های زیاد ورزشگاه‌ها و بهای فزاینده حق امتیاز بر خطرپذیری در تجارت تأثیر دارد. بسیاری از صاحبان تیم‌های ورزشی خطرهای مالی را به امید بازگشت آن‌ها، به شکل قدرت و سرگرمی می‌پذیرند (۱۹). شرکت نیوز استراتژی تجاری پرمخاطره را با صرف مقدار زیادی پول برای ورزش‌های گوناگون بررسی کرد. شرکت نیوز حقوق پخش برنامه را برای لیگ ملی فوتبال ایالات متحده، لیگ مقدماتی سوکر در انگلستان و تیم بیسبال لوس‌آنجلس خریداری کرد. فعالیت خطرپذیری مبتکرانه‌ای در کریکت نیز رخ داده که با لیگ مقدماتی هند تشکیل شده است و پیش بینی می‌شود طی دوره‌ای پنج تا ده ساله درآمدی بالغ بر یک میلیارد

دلار آمریکایی ایجاد کند. با ابداع این روش که سبب می‌شود کریکت تماشاچی داشته باشد و در سراسر دنیا بازی شود، لیگ مقدماتی هند برخی خطرها را بر حسب مقدار پول بررسی شده در ایجاد لیگ جدید پذیرفته است. خطرپذیری اجتماعی در ورزش اغلب شامل فعالیت‌های فوق برنامه آموزشی می‌شود که افرادی که بازی یا تماشا می‌کنند در آن شرکت دارند. کارآفرینی سازمان‌های ورزشی پویاست و بر تعدادی از حوزه‌های مدیریت مانند استراتژی تجاری، مدیریت بحران، ارتقای ورزش‌های جدید، مدیریت اجرایی، ایجاد نوآوری، استراتژی‌های تبلیغاتی، موضوعات اجتماعی، نگرانی‌های تداوم‌پذیر و پیشرفت‌های تکنولوژیکی اثر می‌گذارد (۱۰). وبسایت‌های ورزشی نیز برنامه‌ای یکپارچه و منحصر به فرد برای بازاریابی ارائه می‌دهند، بلیت‌ها را می‌فروشند و از طریق اشتراک آنلاین، سازمان‌های ورزشی بیشتری را به روش‌های جدید تبلیغ ورزشی جذب می‌کنند. کارآفرینی سازمانی مبتنی بر ورزش همچنین شامل نوع‌دوستی و مسئولیت اجتماعی می‌شود که طی آن سازمان‌های ورزشی با گروه‌های اشتراک منطقه‌ای شریک می‌شوند تا تمرکز بیشتری بر مسائل اجتماعی از قبیل چاقی کودکان داشته باشند (۲۰).

در دهه گذشته، اغلب تحقیقات روی کارآفرینی در حوزه‌های مختلف و تا حدی کمتر در بخش ورزش متمرکز بوده است. برخی تحقیقات قبلی رابطه بین ورزش و کارآفرینی را بررسی کرده‌اند. نتایج تحقیقات مال^۱ (۲۰۰۶) نشان داد ورزش ذاتاً کارآفرین است. بال^۲ (۲۰۰۵) به این نتیجه رسید که کارآفرینی به همان اندازه که پاسخ‌گوی تغییر تقاضاهای مصرف‌کننده است و نوآوری را امکان‌پذیر می‌کند، بحرانی برای ورزش به حساب می‌آید. مارتیز^۳ (۲۰۰۴) در پژوهش روی ورزش راگبی عملکرد ورزشی را از طریق استفاده از کارت امتیاز کارآفرینی بررسی کرد. در نشریه‌های مدیریت ورزش از قبیل «ژورنال اسپورت ساپلکمن»^۴، کارآفرین ورزشی به شخصی گفته شده است که سازماندهی می‌کند و خطر را برای تجارتی مخاطره‌آمیز در حوزه ورزش می‌پذیرد (نشریه‌های ادواری کارآفرینی از قبیل «اینس و انترپرناور»^۵ اغلب مقالاتی در زمینه سازمان‌های ورزشی دارند و در برخی از این مقالات به کارآفرینی اشاره می‌کنند) (۲۱). برت و همکارانش^۶ در تحقیقی روی تجارت‌های کوچک در ورزش یادآور

-
1. Hall, C. M
 2. Ball, S.
 3. Maritz, A
 4. journal sport splkement
 5. Inc and Entrepreneur
 6. Berrett, T., Burton, T., & Slack, T.

می‌شوند که ویژگی‌های کارآفرینی از قبیل توانایی برای یافتن موقعیت مناسب در بازار باید در افزایش درصد موفقیت تجارت‌ها مؤثر باشند. هولت و همکارانش^۱ (۲۰۰۷) ویژگی‌های اصلی کارآفرینی را نوآوری، پیشتازی در بازار و خطرپذیری بر شمرده‌اند. نتایج تحقیقات اصغریان (۱۳۸۵)، شریفیان (۱۳۸۶)، تاملینسون (۲۰۰۲)، هیونن (۲۰۰۳)، ژائو (۲۰۰۵)، گلدرز و شارون (۲۰۰۵) نشان داد بین ابعاد فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد (۲۲-۲۸) نتایج تحقیقات استیونسون (۲۰۰۱)، آرت سالی^۲ (۲۰۰۱) نشان داد بین فرهنگ کارآفرینانه و گرایش‌های کارآفرینی سازمانی (نوآوری، پیشتازی در بازار و خطرپذیری) رابطه معنی‌داری وجود دارد (۲۹، ۳۰). فروغی پور (۱۳۸۶)، ونساراتن^۳ (۲۰۱۰)، سیمون و سریز^۴ (۲۰۰۹) به بررسی کارآفرینی در حوزه‌های آموزش و پژوهش، مدیریت و برنامه‌ریزی، خدمات ورزشی، تبلیغات، ورزش همگانی، قهرمانی و حرفه‌ای، تولیدات و تجهیزات ورزشی و امور فرهنگی پرداخته‌اند (۱۰، ۳۰، ۳۱). با توجه به اینکه متغیرهای فوق می‌توانند تابع شرایط زمانی، مکانی و عوامل متعدد دیگری قرار بگیرند، لازم است در هر سازمانی این متغیرها به‌طور جداگانه بررسی شوند.

اگر سازمان ورزشی، سازمانی کارآفرین باشد می‌تواند شرایطی ایجاد کند که مدیران، برنامه‌ریزان، تصمیم‌گیرندگان و کارکنان کارآفرین فرصت‌ها را بهتر درک کرده، از منابع موجود و فرصت‌ها به‌منظور نوآوری بیشتر استفاده کنند و در نتیجه، سریع‌تر رشد کنند و در صحنه رقابت جهانی، منطقه‌ای و ملی دوام آورند و نقشی را که بر عهده دارند به نحو شایسته‌تری ایفا کنند؛ بنابراین پرورش و تقویت روحیه کارآفرینی در سازمان‌های ورزشی مستلزم فراهم آوردن بستری مناسب است؛ از این رو مقاله حاضر با هدف ارائه الگویی مطلوب مبتنی بر ارتباط بین فرهنگ کارآفرینانه با ابعاد گرایش کارآفرینانه سازمانی در سازمان تربیت بدنی انجام شده است. بدین منظور، ابتدا مؤلفه‌های فرهنگ کارآفرینانه بررسی شده و سپس، گرایش کارآفرینانه سازمانی اندازه‌گیری شده است تا بر اساس نتایج آن، مدیران اجرایی در سازمان تربیت بدنی تمرکز بیشتری بر عوامل شناخته شده‌ای داشته باشند که می‌تواند ابزاری برای ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه و نوآورانه و تولید رفتارهای کارآفرینانه به‌کار روند و وضعیت کارآفرینی سازمانی را با رویکرد کارآفرینانه متناسب تحلیل کنند و برنامه‌ریزی‌های لازم را انجام دهند.

1. Holt, D., Rutherford, M., & Clohessy

2. Art saly

3. Vanessa Ratten

4. Simon Chad Wick, Samantha Gorse, Nicholas Burton

روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نوع توصیفی - تحلیلی است که داده‌های آن به صورت میدانی جمع‌آوری شده است. جامعه آماری پژوهش را کلیه مدیران و کارکنان ستادی سازمان تربیت بدنی به تعداد ۵۲۵ نفر تشکیل دادند (۴۷۸ نفر کارکنان و ۴۷ نفر مدیر) که از میان آن‌ها ۳۸۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند و پرسشنامه به تمامی آنان ارسال شد. از پرسشنامه‌های بازگشته، تعداد ۲۰۲ پرسشنامه قابل استفاده بود که از آن‌ها در فرآیند تجزیه و تحلیل استفاده شد. متغیر پیش‌بین در این پژوهش عامل فرهنگ کارآفرینانه سازمانی است و متغیرهای ملاک نیز ابعاد گرایش کارآفرینانه سازمانی است که پنج عامل را در بر می‌گیرد: نوآوری، خطرپذیری، استقلال طلبی، پیشتازی در بازار و رقابت تهاجمی). علاوه بر متغیرهای فوق، متغیرهای تعدیل کننده ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (شامل: سن، جنسیت، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات، رشته تحصیلی، وضعیت استخدام، سابقه خدمت و ...) نیز مد نظر قرار گرفته است. برای انجام پژوهش از پرسشنامه‌های زیر استفاده شده است:

۱- پرسشنامه محقق‌ساخته ویژگی‌های جمعیت‌شناختی: این پرسشنامه شامل متغیرهایی از جمله، جنسیت، سن، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات، رشته تحصیلی، وضعیت استخدامی، سابقه خدمت، میزان تقریبی ساعات کار در روز و میانگین حقوق ماهیانه است.

۲- پرسشنامه فرهنگ سازمانی: این پرسشنامه که توسط مگگور (۲۰۰۳) طراحی شده است، ۱۰ خرده‌مقیاس دارد و آلفای کرونباخ آن ۰/۹۴ برآورد شده است. پرسشنامه فرهنگ سازمانی، عوامل فرهنگ کارآفرینی سازمانی را اندازه‌گیری می‌کند که عبارتند از: میزان جسارت ($\alpha = 0/93$)، میزان تحمل خلاقیت ($\alpha = 0/83$)، میزان قاطعیت ($\alpha = 0/84$)، میزان رضایت و آزادی عمل ($\alpha = 0/96$)، میزان خطرپذیری ($\alpha = 0/85$)، میزان نوآوری پیش‌فعالانه ($\alpha = 0/89$)، ارتباطات باز ($\alpha = 0/88$)، مشارکت ($\alpha = 0/91$)، میزان آزادی بیان ($\alpha = 0/75$) و میزان لذت از کار ($\alpha = 0/95$). این عوامل در قالب مقیاس هفت ارزشی لیکرت و به صورت (۱) خیلی کم تا (۷) خیلی زیاد ارزش گذاری شده است (۳۲).

۳- پرسشنامه محقق‌ساخته ابعاد گرایش کارآفرینانه سازمانی: پرسشنامه کارآفرینی سازمانی ($\alpha = 0/99$) شامل پنج خرده‌آزمون است: نوآوری، خطرپذیری، رقابت تهاجمی، استقلال طلبی و پیشتازی در بازار. پرسشنامه ابعاد گرایش کارآفرینانه سازمانی در قالب مقیاس هفت ارزشی لیکرت و به صورت (۱) خیلی کم تا (۷) خیلی زیاد ارزش گذاری شده است.

برای اطمینان از روایی پرسشنامه‌ها از نظرات، پیشنهادات و راهنمایی‌های ده نفر از استادان خبره و صاحب‌نظر در مدیریت، مدیریت ورزشی و کارآفرینی استفاده شد و برای محاسبه پایایی

درونی پرسشنامه‌ها از آلفای کرونباخ و برای بررسی روایی ابزار تحقیق از تحلیل عاملی استفاده شد.

در تحلیل داده‌ها از آزمون‌های آماری ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون چند متغیره، تحلیل عاملی، آزمون t تک گروهی و در نهایت، برای ارائه الگوی مناسب و تحلیل مسیر از روش مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار LISREL استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

نتایج توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی: نتایج نشان داد میانگین سن جامعه در دامنه سنی ۳۶ تا ۴۰ سال قرار دارد، ۵۵ درصد نمونه تحقیق مرد، ۷۸/۷ درصد متأهل و ۶۶/۳ درصد دارای مدرک تحصیلی لیسانس می‌باشند. ۵۸/۹ درصد افراد در رشته تربیت بدنی تحصیل کرده‌اند، وضعیت استخدامی ۶۴/۴ درصد رسمی است، سابقه خدمت ۲۹/۷ درصد ۱۱ تا ۱۵ سال و ساعت کاری ۷۷/۲ درصد افراد شش تا هشت ساعت بود. حقوق ماهیانه ۵۵/۴ درصد نیز ۳۰۰ تا ۶۰۰ هزار تومان در ماه بود.

سازمان تربیت بدنی دارای فرهنگ کارآفرینی سازمانی است: به‌منظور آزمون این فرضیه از مدل آماری t تک‌گروهی استفاده شد. یافته‌های تحقیق نشان داد بین میانگین نظری و میانگین تجربی در عامل «فرهنگ کارآفرینی سازمانی» در سطح $\alpha=0/01$ تفاوت معنی‌داری وجود دارد. گفتنی است، با توجه به اینکه میانگین تجربی از میانگین نظری کمتر است، نتیجه‌گیری می‌شود میزان «فرهنگ کارآفرینی سازمانی» در سازمان تربیت بدنی کمتر از حد مورد انتظار است.

جدول ۱. دیدگاه نمونه‌های تحقیق در مورد ارزیابی فرهنگ سازمانی در کارآفرینی سازمانی

میانگین نظری	میانگین تجربی	میزان t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
۴	۲/۸۱	-۱۴/۴۰	۲۰۱	۰/۰۰۱

- در بررسی خرده‌مقیاس «جسارت» با تأکید بر میزان $t = -13/74$ و تفاوت معنی‌دار در سطح $\alpha = 0/01$ بین میانگین نظری با میانگین‌های تجربی و با توجه به اینکه میانگین تجربی کمتر از میانگین نظری است، نشان داده شد که از دیدگاه نمونه‌های تحقیق، میزان «جسارت» در سازمان تربیت بدنی کمتر از حد متوسط است.
- در بررسی خرده‌مقیاس «تحمل خلاقیت» با تأکید بر میزان $t = -13/85$ و تفاوت معنی‌دار در سطح $\alpha = 0/01$ بین میانگین نظری با میانگین‌های تجربی و با توجه به اینکه میانگین تجربی کمتر از میانگین نظری است، نشان داده شد که از دیدگاه نمونه‌های تحقیق، میزان

- «تحمل خلاقیت» در سازمان تربیت بدنی کمتر از حد متوسط است.
- در بررسی خرده‌مقیاس «قاطعیت» با تأکید بر میزان $t = -13/76$ و معنی‌داری در سطح $\alpha = 0/01$ بین میانگین نظری با میانگین‌های تجربی و با توجه به اینکه میانگین تجربی کمتر از میانگین نظری است، نشان داده شد که از دیدگاه نمونه‌های تحقیق، میزان «قاطعیت» در سازمان تربیت بدنی کمتر از حد متوسط است.
- در بررسی خرده‌مقیاس «رضایت و آزادی عمل» با تأکید بر میزان $t = -12/91$ و تفاوت معنی‌دار در سطح $\alpha = 0/01$ بین میانگین نظری با میانگین‌های تجربی و با توجه به اینکه میانگین تجربی کمتر از میانگین نظری است، نشان داده شد که از دیدگاه نمونه‌های تحقیق، میزان «رضایت و آزادی عمل» در سازمان تربیت بدنی کمتر از حد متوسط است.
- در بررسی خرده‌مقیاس «خطر کردن» با تأکید بر میزان $t = -15/28$ و تفاوت معنی‌دار در سطح $\alpha = 0/01$ بین میانگین نظری با میانگین‌های تجربی و با توجه به اینکه میانگین تجربی کمتر از میانگین نظری است، نتیجه‌گیری می‌شود که از دیدگاه نمونه‌های تحقیق، میزان «خطر کردن» در سازمان تربیت بدنی کمتر از حد متوسط است.
- در بررسی خرده‌مقیاس «ارتباطات باز» با تأکید بر میزان $t = -13/62$ و تفاوت معنی‌دار در سطح $\alpha = 0/01$ بین میانگین نظری با میانگین‌های تجربی و با توجه به اینکه میانگین تجربی کمتر از میانگین نظری است، نتیجه‌گیری می‌شود که از دیدگاه نمونه‌های تحقیق، میزان «ارتباطات باز» در سازمان تربیت بدنی کمتر از حد متوسط است.
- در بررسی خرده‌مقیاس «مشارکت» با تأکید بر میزان $t = -9/21$ و تفاوت معنی‌دار در سطح $\alpha = 0/01$ بین میانگین نظری با میانگین‌های تجربی و با توجه به اینکه میانگین تجربی کمتر از میانگین نظری است، نتیجه گرفته می‌شود که از دیدگاه نمونه‌های تحقیق، میزان «مشارکت» در سازمان تربیت بدنی کمتر از حد متوسط است.
- در بررسی خرده‌مقیاس «نوآوری پیش‌فعالانه» با تأکید بر میزان $t = -13/29$ و تفاوت معنی‌دار در سطح $\alpha = 0/01$ بین میانگین نظری با میانگین‌های تجربی و با توجه به اینکه میانگین تجربی کمتر از میانگین نظری است، نتیجه‌گیری می‌شود که از دیدگاه نمونه‌های تحقیق، میزان «نوآوری پیش‌فعالانه» در سازمان تربیت بدنی کمتر از حد متوسط است.
- در بررسی خرده‌مقیاس «آزادی بیان» با تأکید بر میزان $t = -14/25$ و تفاوت معنی‌دار در سطح $\alpha = 0/01$ بین میانگین نظری با میانگین‌های تجربی و با توجه به اینکه میانگین تجربی کمتر از میانگین نظری است، نتیجه گرفته می‌شود که از دیدگاه نمونه‌های تحقیق، میزان «آزادی بیان» در سازمان تربیت بدنی کمتر از حد متوسط است.

- در بررسی خرده‌مقیاس «لذت از کار» با تأکید بر میزان $t = -17/15$ و تفاوت معنی‌دار در سطح $\alpha = 0/01$ بین میانگین نظری با میانگین‌های تجربی و با توجه به اینکه میانگین تجربی کمتر از میانگین نظری است، نتیجه‌گیری می‌شود که از دیدگاه نمونه‌های تحقیق، میزان «لذت از کار» در سازمان تربیت بدنی کمتر از حد متوسط است. سازمان تربیت بدنی دارای ابعاد گرایش‌های کارآفرینانه سازمانی است: به‌منظور آزمون فرضیه فوق، از مدل آماری t تک‌گروهی استفاده شد و در نهایت، یافته‌های تحقیق نشان داد بین میانگین نظری و میانگین تجربی در «ابعاد گرایش‌های کارآفرینانه سازمانی» در سطح $\alpha = 0/01$ تفاوت معنی‌داری وجود دارد. گفتنی است با توجه به اینکه میانگین تجربی از میانگین نظری کمتر است، نتیجه‌گیری می‌شود میزان «ابعاد گرایش‌های کارآفرینانه سازمانی» در سازمان تربیت بدنی کمتر از حد مورد انتظار است.

جدول ۲. وضعیت موجود دیدگاه نمونه‌های تحقیق در مورد «گرایش کارآفرینانه»

میانگین نظری	میانگین تجربی	میزان t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
۴	۲/۸۶	-۱۲/۹۰	۲۰۱	۰/۰۰۱

نوآوری در سازمان تربیت بدنی: در بررسی این فرضیه، از مدل آماری t تک‌گروهی استفاده شد و یافته‌ها نشان داد بین میانگین نظری و میانگین تجربی در خرده‌مقیاس «نوآوری» تفاوت معنی‌داری در سطح $(\alpha = 0/01, t = -13/48)$ وجود دارد. گفتنی است، با توجه به اینکه میانگین تجربی از میانگین نظری کمتر است، نتیجه‌گیری می‌شود میزان «نوآوری» در سازمان تربیت بدنی کمتر از حد مورد انتظار است.

خطرپذیری: در بررسی این فرضیه از مدل آماری t تک‌گروهی استفاده شد و یافته‌ها نشان داد بین میانگین نظری و میانگین تجربی در خرده‌مقیاس «ریسک‌پذیری» تفاوت معنی‌داری در سطح $(\alpha = 0/01, t = -14/98)$ وجود دارد. گفتنی است، با توجه به اینکه میانگین تجربی از میانگین نظری کمتر است، نتیجه‌گیری می‌شود میزان «خطرپذیری» در سازمان تربیت بدنی کمتر از حد مورد انتظار است.

رقابت تهاجمی: در بررسی این فرضیه از مدل آماری t تک‌گروهی استفاده شد و یافته‌ها نشان داد بین میانگین نظری و میانگین تجربی تفاوت معنی‌داری در سطح $(\alpha = 0/01, t = -13/35)$ وجود دارد. گفتنی است با توجه به اینکه میانگین تجربی از میانگین نظری کمتر است، نتیجه‌گیری می‌شود میزان «رقابت تهاجمی» در سازمان تربیت بدنی کمتر از حد مورد انتظار است.

استقلال‌طلبی سازمان تربیت بدنی: در بررسی این فرضیه، از مدل آماری t تک‌گروهی استفاده

شد و در نهایت، یافته‌های تحقیق نشان داد بین میانگین نظری و میانگین تجربی در خرده‌مقیاس «استقلال طلبی» تفاوت معنی‌داری در سطح ($\alpha = 0/01, t = -12/53$) وجود دارد. گفتنی است، با توجه به اینکه میانگین تجربی از میانگین نظری کمتر است، نتیجه‌گیری می‌شود میزان «استقلال طلبی» در سازمان تربیت بدنی کمتر از حد مورد انتظار است. پیشتازی در بازار: در بررسی این فرضیه فوق از مدل آماری t تک‌گروهی استفاده شد و در نهایت، یافته‌های تحقیق نشان داد بین میانگین نظری و میانگین تجربی در خرده‌مقیاس «پیشتازی در بازار» تفاوت معنی‌داری در سطح ($\alpha = 0/01, t = -12/77$) وجود دارد. گفتنی است، با توجه به اینکه میانگین تجربی از میانگین نظری کمتر است، نتیجه‌گیری می‌شود میزان «پیشتازی در بازار» در سازمان تربیت بدنی کمتر از حد مورد انتظار است. بین فرهنگ کارآفرینی سازمانی با ابعاد گرایش‌های کارآفرینانه سازمانی در سازمان تربیت بدنی ارتباط معنی‌دار وجود دارد:

جدول ۳. رگرسیون چند متغیری برای پیش‌بینی «گرایش کارآفرینانه» از طریق «فرهنگ سازمانی»

منبع تغییرات	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	میزان F	سطح معنی‌داری
رگرسیون	۴۸۰۵۶۲/۱۸	۱۰	۴۸۰۵۶/۲۱	۴۶۲/۱۵	۰/۰۰۱
باقی‌مانده	۱۹۸۶۰/۷۹	۱۹۱	۱۰۳/۹۸		

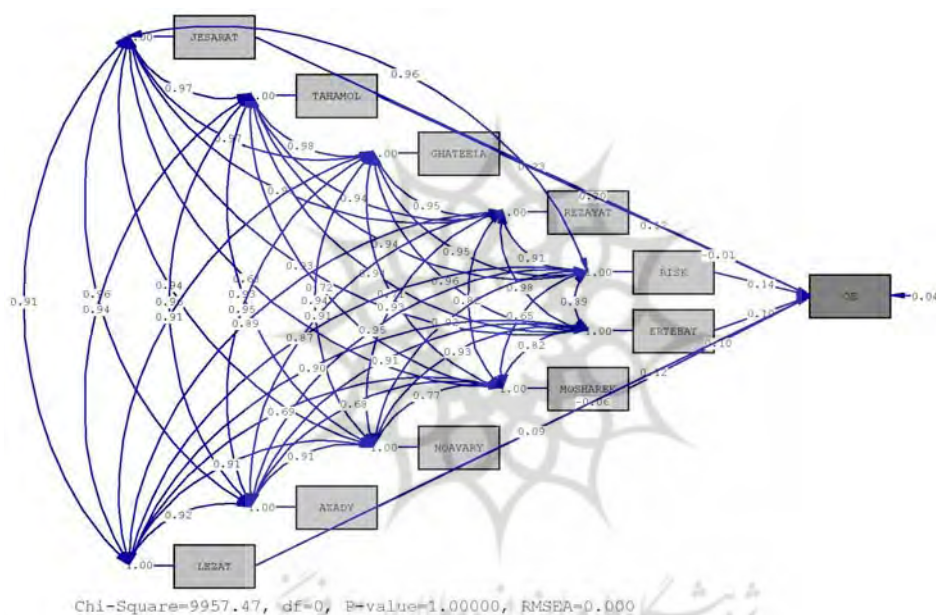
با توجه به جدول فوق و با تأکید بر میزان F به‌دست آمده، می‌توان گفت بین «فرهنگ سازمانی» با «گرایش کارآفرینانه» ارتباط معنی‌داری در سطح $\alpha = 0/01$ مشاهده می‌شود؛ به عبارت دیگر توان پیش‌بینی «گرایش کارآفرینانه» از طریق «فرهنگ سازمانی» وجود دارد؛ از این رو، برای شناسایی و تبیین ضرایب رگرسیون ضروری است تا جدول ضرایب رگرسیون تهیه شود.

ضرایب رگرسیون مرتبط با جدول ۳

متغیر ملاک	متغیرهای پیش‌بینی کننده	میزان B	ضریب بتا	میزان t	سطح معنی‌داری
گرایش کارآفرینانه	جسارت	۱/۳۲	۰/۲۳	۲/۸۷	۰/۰۰۴
	تحمل خلاقیت	۱/۶۱	۰/۱۹	۲/۲۵	۰/۰۲۵
	قاطعیت	۱/۲۰	۰/۱۲	۱/۲۹	۰/۱۹۶
	رضایت و آزادی عمل	-۰/۰۴	-۰/۰۰۸	-۰/۱۰	۰/۹۱۶
	خطر کردن	۱/۰۹	۰/۱۳	۲/۱۳	۰/۰۳۴
	ارتباطات باز	۰/۸۲	۰/۰۹	۱/۱۰	۰/۲۷۰
	مشارکت	۰/۷۹	۰/۱۰	۳/۳۵	۰/۰۰۱
	نوآوری پیش‌فعالانه	۰/۹۳	۰/۱۱	۲/۲۳	۰/۰۲۷
	آزادی بیان	-۰/۴۹	-۰/۰۶	-۰/۹۸	۰/۳۲۵
	لذت از کار	۰/۸۰	۰/۰۹	۱/۹۵	۰/۰۵۲

- بین متغیر پیش‌بینی کننده «جسارت» با متغیرهای ملاک «خطرپذیری» رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح ($t = ۴/۶۱, \alpha = ۰/۰۰۱$) و «پیش‌تازی در بازار» در سطح ($t = ۲/۶۵$) ($\alpha = ۰/۰۰۹$) مشاهده می‌شود و با متغیرهای ملاک «نوآوری»، «رقابت تهاجمی» و «استقلال طلبی» رابطه معنی‌داری مشاهده نمی‌شود.
- بین متغیر پیش‌بینی کننده «تحمل خلاقیت» با متغیر ملاک «رقابت تهاجمی» رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح ($t = ۴/۳۴, \alpha = ۰/۰۰۱$) مشاهده می‌شود و با متغیرهای ملاک «نوآوری»، «خطرپذیری»، «استقلال طلبی» و «پیش‌تازی در بازار» رابطه معنی‌داری مشاهده نمی‌شود.
- بین متغیر پیش‌بینی کننده «رضایت و آزادی عمل» با متغیرهای ملاک «نوآوری»، «خطرپذیری»، «رقابت تهاجمی»، «استقلال طلبی» و «پیش‌تازی در بازار» رابطه معنی‌داری مشاهده نمی‌شود.
- بین متغیر پیش‌بینی کننده «خطر کردن» با متغیر ملاک «نوآوری» رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح ($t = ۲/۰۱, \alpha = ۰/۰۴۶$)، «خطرپذیری» در سطح ($t = ۲/۳۲, \alpha = ۰/۰۲۱$) مشاهده می‌شود و با متغیرهای ملاک «رقابت تهاجمی»، «استقلال طلبی» و «پیش‌تازی در بازار» رابطه معنی‌داری مشاهده نمی‌شود.
- بین متغیر پیش‌بینی کننده «ارتباطات باز» با متغیرهای ملاک «نوآوری»، «خطرپذیری»، «رقابت تهاجمی»، «استقلال طلبی» و «پیش‌تازی در بازار» رابطه معنی‌داری مشاهده نمی‌شود.
- بین متغیر پیش‌بینی کننده «مشارکت» با متغیرهای ملاک «نوآوری» رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح ($t = ۲/۹۸, \alpha = ۰/۰۰۳$) و «خطرپذیری» در سطح ($t = ۴/۰۶, \alpha = ۰/۰۰۱$) مشاهده می‌شود و با متغیرهای ملاک «رقابت تهاجمی»، «استقلال طلبی» و «پیش‌تازی در بازار» رابطه معنی‌داری مشاهده نمی‌شود.
- بین متغیر پیش‌بینی کننده «نوآوری پیش‌فعالانه» با متغیرهای ملاک «رقابت تهاجمی» رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح ($t = ۲/۷۹, \alpha = ۰/۰۰۶$)، «استقلال طلبی» در سطح ($t = ۲/۱۸$)، ($\alpha = ۰/۰۳۰$) و «پیش‌تازی در بازار» در سطح ($t = ۳/۰۷, \alpha = ۰/۰۰۲$) مشاهده می‌شود و با متغیرهای ملاک «نوآوری» و «خطرپذیری» رابطه معنی‌داری مشاهده نمی‌شود.
- بین متغیر پیش‌بینی کننده «آزادی بیان» با متغیرهای ملاک «نوآوری»، «خطرپذیری»، «رقابت تهاجمی»، «استقلال طلبی» و «پیش‌تازی در بازار» رابطه معنی‌داری مشاهده نمی‌شود.

در شکل ۱ نیز مدل رگرسیونی پیش‌بینی گرایش‌های کارآفرینانه از روی مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی با استفاده از نرم‌افزار لیزرل آمده است که مشخصات مدل نشان می‌دهد برازش کاملاً مناسبی دارد. در این شکل، جسارت JESARAT، تحمل خلاقیت TAHAMOL، رضایت GHATEEIA، آزادی عمل REZAYAT، خطر کردن RISK، ارتباطات باز ERTEBAT، مشارکت MOSHAREK، نوآوری پیش‌فعالانه NOAVARY، آزادی بیان AZADY، لذت از کار LEZAT و گرایش‌های کارآفرینانه سازمانی OE است.



شکل ۱. مدل رگرسیونی پیش‌بینی گرایش‌های کارآفرینانه از روی عامل فرهنگ سازمانی

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق نشان داد سازمان تربیت بدنی از نظر فرهنگ کارآفرینانه سازمانی و گرایش‌های کارآفرینانه در سطحی پایین‌تر از حد مورد انتظار است و نیز بین مؤلفه‌های فرهنگ کارآفرینانه سازمانی و ابعاد گرایش‌های کارآفرینانه ارتباط معنی‌داری وجود دارد. بسیاری از تحقیقاتی که در این زمینه انجام شده‌اند، پایین بودن سطح مؤلفه‌های فرهنگ کارآفرینانه سازمانی را در سازمان‌های مورد بررسی نشان می‌دهند. نتایج تحقیقات وسطی کلایی (۱۳۸۶) که به ارزیابی

عوامل مؤثر بر تحقق سازمان دولتی کارآفرین پرداخته است نشان داد که سازمان استاندارد تحقیقات صنعتی فاقد عوامل ساختاری مناسب مانند فرهنگ کارآفرینانه سازمانی است. در این تحقیق سطح فرهنگ کارآفرینانه سازمانی پایین‌تر از حد متوسط بوده است. همچنین، حق‌شناس (۱۳۸۶) در پژوهشی به ارائه الگوی کارآفرینی سازمانی در بخش دولتی تهران پرداخته است. در این پژوهش عوامل مختلف درون‌سازمانی و برون‌سازمانی و تأثیر آن‌ها بر وضعیت کارآفرینی سازمان‌های مورد مطالعه بررسی شده است. یکی از عوامل درون‌سازمانی در این تحقیق فرهنگ کارآفرینانه سازمانی بوده است. نتایج نشان داد سازمان‌های مورد مطالعه از نظر فرهنگ کارآفرینانه سازمانی در وضعیت مطلوبی قرار ندارند. دیوانداری (۱۳۸۶) نیز به بررسی چگونگی تقویت نگرش کارآفرینی سازمانی در مدیران بانک ملت پرداخته و عوامل تأثیرگذار بر تقویت نگرش کارآفرینانه را در بانک ملت شناسایی کرده است. نتایج نشان داد فرهنگ‌سازی مناسب اهمیت زیادی دارد. همچنین، صیادی تورانلو (۱۳۸۸) به بررسی فرهنگ سازمانی در مراکز خدمات درمانی یزد پرداخت و نتایج وی نشان داد بر اساس مدل تعالی سازمانی در مراکز خدمات درمانی شهرستان یزد، وضعیت ابعاد فرهنگ سازمانی در این مراکز مطلوب نمی‌باشد. استیفن و گویر (۲۰۰۴) نیز به بررسی فرهنگ کارآفرینانه سازمانی پرداخته‌اند. در این تحقیق تجربی، مؤلفه‌های مؤثر بر فرهنگ کارآفرینی شناسایی و ارتباط آن‌ها با کارآفرینی سازمانی بررسی شد. این مؤلفه‌ها شامل «جسارت»، «تحمل خلاقیت»، «قاطعیت»، «رضایت و آزادی عمل»، «خطر کردن»، «ارتباطات باز»، «مشارکت»، «نوآوری پیش‌فعالانه»، «آزادی بیان» و «لذت از کار» است که از بین این مؤلفه‌ها، تنها شش مؤلفه «تحمل خلاقیت»، «خطر کردن»، «ارتباطات باز»، «مشارکت»، «نوآوری پیش‌فعالانه»، «آزادی بیان» دارای اعتبار بودند. در تحقیق حاضر «جسارت»، «تحمل خلاقیت» و «خطر کردن» با «مشارکت»، «نوآوری پیش‌فعالانه» و «لذت از کار» مؤلفه‌های معنی‌دار بوده‌اند که با نتایج این تحقیق مغایرت دارد. چنگ و پاتریک^۱ (۲۰۰۶) به بررسی فرهنگ کارآفرینانه سازمانی و توسعه کارآفرینی در سنگاپور پرداختند. یافته‌ها نشان داد فرهنگ کارآفرینانه سازمانی در سطح پایین قرار دارد. اسکوونگ و کارینا^۲ (۲۰۰۵) نیز در پی فراهم کردن درکی از عوامل متفاوتی بودند که کارآفرینی سازمانی را در شرکت‌های تأسیس شده توانمند می‌کند. یکی از عوامل توانمندسازی که در این تحقیق مشخص شد، فرهنگ کارآفرینانه بود. نتایج نشان داد این عوامل در سازمان‌های مورد مطالعه در حد متوسط است.

1. chenge . Kim , Patrick Low

2. Skiving .K

در خصوص ارتباط فرهنگ کارآفرینانه سازمانی با گرایش‌های کارآفرینانه سازمانی در سازمان‌های ورزشی در ایران و خارج از کشور تحقیقی انجام نشده است و در مورد سازمان‌های دیگر نیز تحقیقات کمی انجام شده است. استیونسن^۱ (۲۰۰۱) به دنبال عملی کردن ادراک کارآفرینی در سازمان‌ها بوده است. وی ۱۲۰۰ شرکت را با اندازه، ساختار و وابستگی صنعتی مختلف ارزیابی کرد. در این تحقیق فرهنگ کارآفرینی ارزیابی شد و سپس، به بررسی گرایش‌های کارآفرینانه (شامل: نوآوری، خطرپذیری، پیشتازی در بازار) پرداخت و بین آن‌ها ارتباطی معنی‌دار به دست آورد. ژائو^۲ (۲۰۰۵) نیز به بررسی سهم اثرات هر یک از دو عامل نوآوری و کارآفرینی در برخی سازمان‌ها پرداخته است. یافته‌های پژوهش وی نشان داد نوآوری و کارآفرینی به‌طور کاملاً مشخصی با یکدیگر ارتباط دارند و فرهنگ سازمانی و سبک مدیریتی از عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی و نوآوری کارکنان در سازمان‌هاست. همچنین، نور اسکندر موهد نور^۳ (۲۰۰۷) به بررسی ارتباط بین کارآفرینی سازمانی، فرهنگ کارآفرینانه و رضایت مشتری پرداخته است. در این تحقیق آمده است که سازمان‌های کنونی برای دوام به نوآوری نیاز دارند و بقای سازمان در گرو استراتژی‌های کارآفرینانه است و بین فرهنگ کارآفرینانه سازمانی و کارآفرینی سازمانی ارتباطی معنی‌دار وجود دارد. بورا اکتان^۴ (۲۰۰۸) به بررسی و مطالعه اثر مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی در ۳۱۲ سازمان با فعالیت‌های مختلف در ترکیه پرداخت. نتایج این تحقیق نشان داد ابعاد گرایش‌های کارآفرینانه ارتباط مثبت و معنی‌دار با عملکرد سازمان دارد و همچنین، زمانی سازمان می‌تواند به موفقیت دست یابد که استراتژی کارآفرینانه داشته باشد که خود متضمن وجود فرهنگ کارآفرینانه است. ریکاردو هرناندز و همکاران^۵ (۲۰۱۰) نیز به بررسی نقش موانع فرهنگی در ارتباط با نوآوری سازمانی پرداختند و نتیجه گرفتند بین فرهنگ سازمانی و نوآوری سازمانی ارتباط معنی‌دار وجود دارد. چان لینگ^۶ (۲۰۱۰) در پژوهشی به تأثیر فرهنگ کارآفرینانه در نوآوری سازمانی در چین پرداخته است. این تحقیق در ۲۰۷ سازمان انجام شده است و نتایج نشان می‌دهد فرد گرایی، فاصله قدرت در سازمان و اجتناب از خطرپذیری تأثیر منفی بر نوآوری سازمانی دارد و عواملی چون فرهنگ کارآفرینانه ارتباط معنی‌دار با نوآوری سازمانی دارد.

-
1. stevenson
 2. Zhao . fang
 3. Nor Skandar Mohd Nor
 4. Bora Aktan
 5. Ricardo Hernández-Mogollon
 6. Chunling Zhu

به‌عنوان نتیجه کلی می‌توان گفت سازمان تربیت بدنی از حیث متغیرهای مورد بررسی در این تحقیق سازمانی کارآفرین نیست و در روند برنامه‌ریزی‌های سازمان نیاز است به مؤلفه‌های فرهنگ کارآفرینانه سازمانی توجه کند. در سازمان تربیت بدنی نوآوری باید روشی مناسب برای حل مشکلات باشد. فرصت‌های جدید به‌طور جدی پیگیری شود. افراد به خلاق بودن تشویق شوند، دیدگاه‌های متفاوت کارکنان خلاق و مستعد سازمان پذیرفته شود و مجاز به ارائه پیشنهاد و تغییر قوانین باشند. مدیران به قضاوت کارکنان خود در انجام کارها اعتماد کنند و دستیابی به موفقیت از طریق کار گروهی باشد. افراد در تصمیماتی که به آن‌ها مربوط است، مشارکت داشته باشند. کارکنان به خطرپذیری در همه سطوح سازمان تشویق شوند و خطرپذیری نکته‌ای مثبت برای فرد باشد، افرادی که تلاش می‌کنند و شکست می‌خورند تنبیه نشوند و سازمان شکستی را که فرد از آن درس بگیرد قبول کند. مدیران سازمان در سطوح مختلف برای تشخیص فرصت، خطر معقولی را بپذیرند. ایده‌های جدید از تمام واحدهای سازمان دریافت شود و افراد بتوانند آزادانه به اطلاعات دسترسی داشته باشند. کمیته ملی المپیک، ادارات کل تربیت بدنی، فدراسیون‌ها ... مشاوران ارزشمند سازمان باشند. مدیران در سازمان همچون تیم عمل کنند. خدمات جدید در سازمان به‌طور مستمر رشد داشته باشد. سازمان انتظار داشته باشد کارکنان درباره ایده‌های جدیدی که ممکن است عملکرد سازمان را بهبود بخشد، مشتاق باشند و اقداماتی انجام دهد تا به هر شکلی افراد مستعد را نگهدارد، حتی اگر لازم باشد نیازهای خاص آن‌ها برآورده شود و کارکنان ناراضی در سازمان بتوانند به راحتی نظرات خود را بیان کرده و برای بهبود شرایط تلاش کنند تا مسیر حرکت به سمت استقرار کارآفرینی در سازمان تربیت بدنی روشن شود.

منابع:

1. Sweeney, J. (2007). Sportscast: Ten controversial issues confronting the sports industry. *The Futurist*, 41(1): 35-39.
2. Futterman, M. (2008). As economy weakens, sports feel a chill. *Wall Street Journal (Eastern Edition)*, October 14: B.1.
3. Hornsby, J., Kuratko, D., Zahra, S. (2002). Middle managers' perception of the internal environment for corporate entrepreneurship: assessing a measurement scale. *Journal of Business Venturing*, 17: 253-73.
4. Sathe (2003). *Corporate entrepreneurship: top managers and new business creation*.
5. Morris, M.H., Kuratko, D.F. (2002). *Corporate Entrepreneurship*. Harcourt

College Publishers, Orlando, Florid.

6. Caldwell, R. (2003). Models of change agency: a fourfold classification. *British Journal of Management*, 14(2): 131-40.
7. Robinson, M. (2001). The ten commandments of intrapreneurs. *New Zealand management*, 48(11): 95-98.
8. Dees, Gregry G., Lumpkin, G.T. (2005). The role of Entrepreneurial Orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship. *Academy of management executive* 19(1): 147-156.
9. Hitt, M., Ireland, R., Camp, S., Sexton, L. (2001). Guest editors introduction to the special issue.
10. Ratten, V. (2010). Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management . Springer Science Business Media, LLC.
11. Castonguay, S. (2008). Technology, innovation and grit: Faster, higher, stronger in disabled sports. *WIPO Magazine*, 4, 3-5. accessed 11/1/08 .
12. Mullin, B., Hardy, S., Sutton, W. (2007). *Sport Marketing*. Champaign, IL: Human Kinetics.
13. Olivier, S. (2006). Moral dilemmas of participation in dangerous leisure activities. *Leisure Studies*, 25(1): 95-109.
14. Kurtzman, J. (2005). Sport tourism categories. *Journal of Sport Tourism*, 10(1): 15-20.
15. Fuller, J., Jawecki, G., Mühlbacher, H. (2007). Innovation creation by online basketball communities. *Journal of Business Research*, 60(1): 60-71.
16. Tran, K. (2008). Action sports firms march fashion forward. *Women's Wear Daily*, 195(53): 13.
17. McKelvey, S., Grady, J. (2008). Sponsorship program protection strategies
18. Kedar-Levy, H., Bar-Eli, M. (2008). The valuation of athletes as risky investments: A theoretical model. *Journal of Sport Management*, 22(1): 50-81.
19. Zimbalist, A. (2003). Sport as Business. *Oxford Review of Economic Policy*, 19(4): 503-511.
20. Desbordes, M. (2002). Empirical analysis of the innovation phenomena in the sports equipment industry. *Technology Analysis & Strategic Management*, 14(4): 481-498.
21. Goldsby, M., Kuratko, D., Bishop, J. (2005). Entrepreneurship and fitness: An examination of rigourous.

۲۲. اصغریان، احسان، (۱۳۸۵). فرهنگ کارآفرینانه در سازمان‌ها. مجموعه مقالات نخستین

همایش ملی مدیریت کارآفرینی مرکز کارآفرینی. دانشگاه تهران

۲۳. شریفیان، اسماعیل، (۱۳۸۶). بررسی پتانسیل توسعه کارآفرینی در باشگاه‌های کوچک ورزشی. خلاصه مقالات ششمین همایش بین‌المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی. جزیره کیش، ۱۶-۱۴ اسفند ماه.

24. Tomlinson, A. (2002). Editorial. *International review for the sociology of sport*, 37(3/4).

25. Heinonen, J., Korvela, K. (2003). How about measuring entrepreneurship. Small business institute. Turku school of economics and business administration. Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal*, 22(6/7): 479-491.

26. Zhao, F. (2005). Exploring the synergy between entrepreneurship and innovation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11(1): 25-41.

27. Glazer, S. (2006). A cross-cultural analysis of organizational climates. M.S., San Jose State University.

28. Stevenson (2001). Designed to facilitate a discussion of the nature of enduring success. Includes both biographical data and excerpts from autobiographical material.

29. Art Saly (2001). Corporate Entrepreneurship antecedents and Consequence Entrepreneurship in Cong established firms.

۳۰. فروغی پور، حمید، (۱۳۸۴). زمینه‌های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه مدیران و متخصصان تربیت بدنی کشور و ارائه راه‌کار. پایان‌نامه دکتري. دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.

31. Chad Wick, S., Gorse, S., Burton, N. (2009). *Enterprenuership in Sport: How Dietrich Mateschitz built the Red BullBrand in a Day*. Centre for the International Business of Sport (CIBS) Guire, iams, K.33.

32. Williams, L.K., McGuire, S.J. (2001). Economic creativity and innovation implementation: The entrepreneurial drivers of growth? Evidence from 63 countries. *Small Business Economics*, 34(4): 391-412

۳۳. وسطی کلایبی، مریم، (۱۳۸۶). تحقق سازمان کارآفرین در سازمان استاندارد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده صنایع دانشگاه علم و صنعت ایران.

۳۴. حق شناس، اصغر، (۱۳۸۶). الگوی کارآفرینی سازمانی در بخش دولتی ایران. فصلنامه علوم مدیریت ایران، ۳۱-۷۳.

۳۵. دیوانداری، (۱۳۸۶). بررسی تقویت نگرش کارآفرینی سازمانی در مدیران بانک ملت
36. فرهنگ ابعاد تحلیل در EFQM مدل تورانلو، حسین، (۱۳۸۷). به کارگیری ۳۶-صیادی علوم دانشگاه یزد). مجله موردی: بیمارستان‌های (مطالعه خدمات درمانی مراکز سازمانی یزد. صدوقی شهید درمانی بهداشتی خدمات و پزشکی
37. Stephen J.J. McGuire (2003). Entrepreneurship Organizational culture. The George Washington University in Partial Fulfillment of the Requirement for the degree of doctor. Department of Management Science
38. chenge, K., Patrick, L. (2006). Cultural obstacle in growing entrepreneurship: a study in Singapore. Journal of Management Development, 25.
39. Skiving, K. (2005). Enabling entrepreneurship : the case of a knowledge-intensive industrial company. Emerald group publishing.
40. Nor Iskandar Mohd Nor (2007). The Relationship between Leadership, Corporate Entrepreneurship, Organizational Culture, and Customer Satisfaction in Public Organization: A Conceptual Model. Faculty of Business Management University Teknologi MARA Shah Alam, Malaysia.
41. Bora, A. (2008). Financial Performance Impacts of Corporate entrepreneurship in Emerging Markets: A Case of Turkey. Assistant Professor of Finance Faculty of Economics and Administrative Sciences, Yasar University, Izmir, Turkey.
42. Ricardo Hernández-Mogollon (2010). The role of cultural barriers in the relationship between open-mindedness and organizational innovation, Departamento de Economía Financiera y Contabilidad, Universidad de Extremadura, Cáceres, Spain
43. Chunling Zhu (2010). The Effects of Cultural Dimensions on Firms' Innovativeness, School of Business Renmin University of China Beijing, P. R. China, 100872.