

تعیین رابطه فناوری اطلاعات و ارتباطات با کارآفرینی سازمانی و مدیریت تغییر از دیدگاه

کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه

مریم حسینی^۱، جواد کریمی*^۲، شیرین زردشتیان^۳

۱. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه رازی کرمانشاه

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه رازی کرمانشاه

۳. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه رازی کرمانشاه

تاریخ ارسال: (۹۵/۱۲/۱۹) تاریخ پذیرش: (۹۶/۰۴/۰۸)

The Relation of Information, Communication Technology with Organizational Entrepreneurship and Change Management from the Viewpoints of Employees of the Offices of Sport and Youth in Kermanshah Province

Maryam Hosseini¹, Javad Karimi*², Shirin. Zardoshtian³

1- MA in Sport Management, School of Sport Sciences, Razi University in Kermanshah

2- MA Student in Sport Management, School of Sport Sciences, Razi University in Kermanshah

3- Assistant Professor of Sports Management, Razi University Kermanshah

Received: (2017/03/09)

Accepted: (2017/06/29)

Abstract

The aim of this research was study of the the relation of information, communication technology with organizational entrepreneurship and change management from the viewpoints of employees of the offices of sport and youth in Kermanshah Province. The research method was correlative-descriptive and the statistical population included all the employees of offices of sport and youth in Kermanshah Province that total number of them were 228 persons. For sample, 165 persons were selected by using clustered and random sampling method. for collect information were used from three questionnaires from Information, Communication Technology Abdavi and Farid Fathi (1395), Organizational entrepreneurship Baringer and Blodern (2012) and change management Salehi and et al (1389). The validity and reliability of questionnaires was reported suitable. for data analyze, we used to structural equation modeling (SEM) and path analysis by the LISREL8.80 software. The results showed: there is meaningful and positive relation between information, communication technology with organizational entrepreneurship and change management from the viewpoints of employees of the department of sport and youth in Kermanshah Province. The total result is that using Information, communication technology organizational entrepreneurship and new change management organization improves.

Keywords: Information Communication Technology, Organizational Entrepreneurship, Change Management, Youth and Sports Office.

چکیده

هدف از اجرای این تحقیق بررسی ارتباط فناوری اطلاعات و ارتباطات با کارآفرینی سازمانی و مدیریت تغییر از دیدگاه کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه بود. روش پژوهش از نوع توصیفی و همبستگی بود و جامعه آماری این تحقیق را کلیه کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه تشکیل می‌دهد که تعداد کل آن‌ها ۲۲۸ نفر است. برای نمونه تحقیق هم ۱۶۵ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای انتخاب شدند. جهت جمع‌آوری اطلاعات از سه پرسشنامه فناوری اطلاعات و ارتباطات عبدوی و فتحی (۱۳۹۵)، کارآفرینی سازمانی بارینگر و بلودرن (۲۰۱۲) و مدیریت تغییر صالحی و همکاران (۱۳۸۹) استفاده گردید. روایی و پایایی پرسش‌نامه‌ها مطلوب گزارش شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از مدل معادلات ساختاری و تحلیل مسیر به وسیله نرم‌افزار ۸.۸۰ لیزرل استفاده گردید. نتایج تحقیق نشان داد: بین فناوری اطلاعات و ارتباطات با کارآفرینی سازمانی و مدیریت تغییر از دیدگاه کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتیجه‌گیری کلی اینکه استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات کارآفرینی سازمانی و مدیریت تغییرات جدید سازمان را بهبود می‌بخشد.

واژه‌های کلیدی: فناوری اطلاعات و ارتباطات، کارآفرینی سازمانی، مدیریت تغییر، اداره ورزش و جوانان.

*Corresponding Author: Javad Karimi

E-mail : karimi3488@gmail.com

* نویسنده مسئول: جواد کریمی

پست الکترونیک: karimi3488@gmail.com

مقدمه

محیطی از قبیل فناوری، مقررات زدایی و نوآوری، بسیاری از سازمان‌ها را با تغییرات شدید مواجه ساختند. در اواخر دهه ۱۹۷۰، قلمرو تغییرات گسترش یافت. تمرکز بر تغییر سازمان در اواسط دهه ۱۹۸۰ و سپس در ابتدای دهه ۱۹۹۰ با طغیان مهندسی مجدد ادامه یافت. این حرکت امروزه با جنبش فناوری اطلاعات و ارتباطات، برنامه‌ریزی منابع و جستجو برای یافتن راهی که بتوان از تغییر بهترین بهره برای سازمان حاصل شود، به کار خود ادامه می‌دهد (Anderson & Anderson, 1387). در واقع پیش از دهه ۱۹۸۰ واژه تغییر، هر چیزی را که لازم بود در سازمان متفاوت باشد، توصیف می‌کرد با این وجود همچنان که تغییر، فراگیرتر می‌شد و تجربیات بیشتری حاصل می‌گردید، تفاوت در تغییرات سازمان جلب توجه کرد. چرخه دگرگونی سریع امروز، با ابداع واژه‌هایی چون تغییر الگو، تغییر ساختار، مهندسی مجدد و تجدید حیات که توسط صاحب‌نظران علوم مدیریت مطرح شده است، با سه محرک عمده فناوری، تغییر نقش دولت در اقتصاد و جهانی‌شدن، شتاب و سرعت بیشتری گرفته است. با این اوصاف، لاجرم مدیریت تغییر یک مهارت الزامی و کلیدی است. مدیریت تغییر در سازمان‌ها، دگرگونی سازمان از وضعیت موجود در حداقل یکی از حوزه‌های ساختار، نیروی انسانی، قواعد و خط‌مشی‌ها، وظایف و عملکردها و رسیدن به وضعیت مطلوب است (akhavan, 2006). اندرسون (۱۹۸۶)، سه نوع از شایع‌ترین تغییرات را که در سازمان‌ها رخ می‌دهد را تغییر توسعه‌ای، تغییر انتقالی، تغییر دگرگون ساز تعریف کرد. امروزه روشن شده است که اطلاعات و ارتباطات دو قدرت مهم هستند. این دو هم خود ارزش دارند و هم ارزش به وجود می‌آورند؛ و ابزار اساسی موردنیاز کارآفرینی هستند. کارآفرینی در انزوا و بدون حمایت نهادها، سازمان‌ها و انسان‌ها امکان‌پذیر نیست. کارآفرینی مستلزم کشف یک نیاز اجتماعی است. در شناسایی نیاز هر فعالیت کارآفرینانه، ایده پرداز می‌بایست نسبت به محیط پیش و بصیرت داشته باشد و بداند چه راه‌حلی برای رفع آن نیاز، در نقاط دیگری از دنیا ارائه شده است؛ بنابراین اطلاعات و ارتباطات از ملزومات هر فعالیت کارآفرینی است (Abedi, 2002). همان‌طور که تولد و مرگ سازمان‌ها به بینش، بصیرت و توانایی‌های مؤسسان آن بستگی دارد، رشد و بقای آن‌ها نیز به عواملی نظیر خلاقیت و نوآوری منابع انسانی آن‌ها وابسته است. امروزه سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند با تعداد اندکی افراد خلاق و کارآفرین و با اجرای چند طرح کارآفرینانه به رقابتی چابک، منعطف، نوآور، فرصت‌گرا و کم‌هزینه خود

فناوری اطلاعات و ارتباطات تحولات گسترده‌ای را در تمامی عرصه‌های اجتماعی و اقتصادی بشریت به دنبال داشته و تأثیر آن بر جوامع بشری به‌گونه‌ای است که جهان امروز به‌سرعت در حال تبدیل شدن به یک جامعه اطلاعاتی و ارتباطی است. امروزه در عصری به سر می‌بریم که فناوری اطلاعات و ارتباطات در زندگی بشری در حال نهادینه شدن است (Madadi et al, 2010). سازمان‌ها جهت نیل به اهداف خود نیازمند استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات هستند. این فناوری به مدیران امکان می‌دهد با پردازش سریع اطلاعات، امکان کنترل و هماهنگی ساختارهای پیچیده‌تر را داشته باشند و عملکرد سازمان با انسجام و بازخورد سریع صورت پذیرد (Salehi et al, 2011). در جهان امروز، اطلاعات و ارتباطات دارای ارزشمند برای هر سازمان است و می‌تواند به طرز چشم‌گیری برای هر سازمان در افزایش رشد آن‌ها بسیار مهم در نظر گرفته شود (Matuszek & Schraeder, 2008). تأثیرات فناوری اطلاعات و ارتباطات، تغییر و پیشرفت و بهره‌وری هر سازمان است (Ghasemi et al, 2012). نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که فناوری اطلاعات و ارتباطات در موفقیت منابع سازمانی یک سازمان تأثیر قابل‌توجهی دارد و باعث افزایش سرعت و کیفیت امور شده، عملکرد سازمانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد به کارکنان امکان می‌دهد کارایی و اثربخشی خود را بالا ببرند و همچنین موجبات اثربخشی دستگاه‌های مدیریت کارتر و پیشرفته‌تر را در سازمان فراهم می‌نمایند (Acklesh et al, 2010; Baharestan et al, 2012; khalatbari et al, 2010). تغییر و تحولات و ظهور فناوری‌های جدید، به‌خصوص فناوری اطلاعات و ارتباطات، سبب تغییر ویژه‌ای در سازمان‌ها در طول زمان می‌شود. هدف اصلی هر سازمانی، ارتقای شاخص‌های مهم سازمان از طریق بالا بردن میزان عملکرد و تعهد سازمانی مدیران و کارکنان است که به پذیرش تغییر و بازنگری مستمر در ساختار، خط‌مشی‌ها و روش‌های اجرای فعالیت‌های نیروی انسانی در سازمان بستگی دارد. هر سازمانی در دنیای پرتلاطم امروزی برای ادامه حیات سازمانی و انجام فعالیت‌های کاری اثربخش، نیازمند سازگاری و تطابق با الزامات و اقتضات اجتماعی و تکنولوژی است. استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات، برخی از تغییرات را در سازمان‌ها ایجاد کرده است که در حوزه‌هایی مثل ساختار، اقتدار قدرت، محتوای شغل و نظارت دیده می‌شود. در دهه ۱۹۷۰ نیروهای

مالهوترا و همکاران^۲ (۲۰۱۲) در تحقیقی تحت عنوان چگونه تلفن همراه، کامپیوتر و اینترنت می‌تواند کارآفرینی زنان را تسریع کند به این نتیجه دست یافتند که تلفن همراه بیشتر از کامپیوتر و اینترنت برای ایجاد کارآفرینی موفق به زنان کمک می‌کند درحالی‌که زنان از همه اشکال فناوری اطلاعات و ارتباطات استفاده می‌کنند. احسانی و همکاران (۲۰۱۱)، در پژوهش خود با عنوان تعیین مؤلفه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در دانشکده‌های تربیت‌بدنی و ارتباط آن با انگیزه کارآفرینی دانشجویان ایران به این نتیجه رسید که بین فناوری اطلاعات و ارتباطات و انگیزه کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (Ehsani et al, 2011). صالحی و همکاران (۲۰۱۱) در تحقیقی با عنوان تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر مدیریت تغییر به این نتیجه رسید که بین فناوری اطلاعات و ارتباطات و تغییر ساختار سازمان، تغییر در خطمشی سازمان و تغییر عملکرد کارکنان رابطه معناداری وجود دارد (salehi et al, 2011). کاتو^۳ (۲۰۰۵) تحقیقی تحت عنوان چگونگی مدیریت تغییر در سازمان انجام داد. در این پژوهش، مدیریت تغییر در ارتباط با تغییراتی که در داخل سازمان، ساختار سازمان و روابط داخل سازمان به وجود می‌آید، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که عوامل متعددی مؤثر بر تغییر در هر یک از موارد فوق در سازمان هستند. آنچه در همه آن‌ها مشترک بود نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات و تأثیراتی که در پی خواهد داشت، ذکر شد (Cato, 2005). مورا^۴ (۲۰۱۲) به بررسی تأثیر مرکز فناوری اطلاعات و ارتباطات در کارآفرینان آفریقایی پرداخت و به این نتیجه رسید که این مرکز باعث افزایش همکاری، تقسیم مهارت‌ها و دانش در بین کارآفرینان می‌شود و می‌تواند روح همکاری را به‌وسیله ساختن گنجایش بیشتر از طریق پروژه‌های همگانی و تعامل اعضای مجازی فعال بین دیگران تقویت کند (Mora, 2012). مدیریت ورزش و سازمان‌های آن همانند دیگر سازمان‌ها از اهمیت خاصی برخوردار است. چراکه ضعف در شیوه مدیریتی و عدم تناسب این شیوه با نیازهای منابع انسانی آن موجبات شکست این سازمان‌ها در رسیدن به اهداف خود را فراهم می‌سازند. همچنین از طریق به‌کارگیری فناوری اطلاعات در سازمان می‌توان نیازها و خواسته‌های انسانی در محیط کار را فراهم ساخت (Khalife

فائق آیند. این سازمان‌ها باید شرایطی را فراهم کنند تا همه کارکنان از چنین روحیه کارآفرینانه‌ای بهره‌مند شده و فعالیت‌های کارآفرینانه خود را به اجرا درآورند. سازمان‌های کارآمد سازمان‌هایی هستند که کارآفرینی را به‌عنوان جز تفکیک‌ناپذیری از ویژگی‌های خود دانسته و در جهت تقویت روحیه کارآفرینی سازمانی، از هیچ کوششی فروگذار نباشند. در دنیای امروز تفکر نوآوری، کارآفرینی و استفاده از آن در سازمان‌ها امری اجتناب‌ناپذیر است (Taghizade, 2006). کارآفرینی سازمانی، اشاره به فرآیندی دارد که به گرایش‌ها و فعالیت‌های نوآورانه، نظیر توسعه محصولات جدید، تکنولوژی جدید، تکنیک‌های مدیریتی نوین، استراتژی‌ها و وضعیت رقابتی جدید را نیز شامل می‌شود (Antony and Hisearch, 2004). شیپر و همکاران^۱ (۲۰۰۸)، برای کارآفرینی سازمانی سه بعد نوآوری، پیشگامی، ریسک‌پذیری و نوآوری را معرفی کردند (Scheepers et al, 2008). نوآوری، به توانایی سازمان برای پشتیبانی از خلاقیت به‌منظور خلق محصولات، خدمات و تکنولوژی اشاره دارد. پیشگامی، به‌پیش بینی و بروز رفتار مناسب برای تأمین نیازهای آینده از طریق جستجوی فرصت‌هایی است که می‌تواند سبب توسعه خدمات گردد (Alegre and Chiva, 2009). ریسک‌پذیری، نیز به آمادگی‌های لازم و استفاده از منابع، به‌منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها و نتایج گفته می‌شود (Scheepers et al, 2008). برخی از ویژگی‌های سازمان کارآفرین عبارت‌اند از: توفیق‌طلبی، خلاقیت، نوآوری، ریسک‌پذیری و اعتمادبه‌نفس بالا. در یک محیط رقابتی، کارآفرینی جز بسیار مهمی برای موفقیت سازمان است (Scall and Hamer, 1982). مزایا و منافع کارآفرینی سازمانی را می‌توان در کارکردها و منافع مالی، انگیزش و حفظ کارکنان، انعطاف‌پذیری بالا در محیط رقابتی و به دست آوردن موفقیت بهتر و بالاتر رقابتی دانست. کارآفرینی، کلید رشد و تکامل و توسعه اقتصاد نوین محسوب می‌گردد؛ زیرا عصر حاضر محل تقابل سازمان‌های دانش‌بنیان است. کارآفرینی با شناسایی فرصت‌های محیطی و نیازهای تأمین نشده در حال و آینده و استفاده از امکانات موجود، سعی در ایجاد ایده جدید برای بهره‌گیری از این فرصت‌ها است. در رابطه با فناوری اطلاعات و ارتباطات و کارآفرینی سازمانی و موضوعات مرتبط پژوهش‌های متعدد انجام شده است.

2. Malhotra, kanesathasan & Patel

3. Cato

4. Moraa

1. Shayer et al

اینترنت را بر اساس طیف چهارگزینه‌ای لیکرت طراحی شده است. برای سنجش کارآفرینی سازمانی از پرسش‌نامه بارینگر و بلودرن (۲۰۱۲)، در طیف پنج گزینه‌ای لیکرت که سه مؤلفه کارآفرینی سازمانی (ریسک‌پذیری، نوآوری، پیشگامی) را می‌سنجد برای سنجش مدیریت تغییر از پرسشنامه محقق ساخته برگرفته از تحقیق صالحی و همکاران (۱۳۸۹)، در طیف پنج گزینه‌ای لیکرت که سه بعد تغییر ساختار، تغییر خط‌مشی و تغییر عملکرد کارکنان را می‌سنجد، استفاده شد. روایی و پایایی پرسش‌نامه‌ها در تحقیقات پیشین مورد سنجش قرار گرفته و تأیید شده است. با این حال، برای اطمینان از روایی ابزار، از نظرات ۱۲ تن از استادان حوزه مدیریت ورزشی؛ و به منظور تعیین پایایی پرسشنامه‌ها نیز از آلفای کرونباخ بهره‌گیری شد که مقدار آن برای فناوری اطلاعات و ارتباطات ۰/۸۷/ مدیریت تغییر ۰/۹۱ و برای کارآفرینی سازمانی ۰/۸۹ گزارش گردید. در این تحقیق به منظور تحلیل داده‌ها از مدل تحلیل مسیر به وسیله نرم افزار لیزرل ۸/۸۰ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

بررسی ویژگی‌های دموگرافیکی نمونه‌های تحقیق، نشان داد که حدود ۳۱ درصد در رده سنی ۲۵ تا ۲۹ سال و ۴۶ درصد نیز بیشتر از ۳۰ سال سن داشته‌اند. ۵۹ درصد لیسانس و حدود ۳۱ درصد دارای مدرک تحصیلی فوق لیسانس بودند. نتایج جدول شماره یک، نشان می‌دهد که میانگین متغیرهای تحقیق، دارای حد مطلوب می‌باشند.

(soltani,1385). به همین دلیل با توجه به اهمیت موضوع کارآفرینی و مدیریت تغییر و تأثیری که فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌تواند بر آن‌ها داشته باشد، این تحقیق باهدف تبیین رابطه فناوری اطلاعات و ارتباطات با کارآفرینی سازمانی و مدیریت تغییر از دیدگاه کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه انجام شد.

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق توصیفی- پیمایشی و از نوع مطالعات همبستگی است که از نظر هدف در زمره تحقیقات کاربردی قرار دارد. جامعه آماری تحقیق را تمامی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه (۲۲۸ نفر) تشکیل داد، نمونه آماری بر اساس جدول کرجسی و مورگان به تعداد ۱۶۳ نفر و به صورت تصادفی- خوشه‌ای تعیین شد. به این صورت که استان کرمانشاه به پنج خوشه شمال (شهرستان‌های سنقر، پاوه، روانسر) جنوب (شهرستان‌های اسلام‌آباد غرب، گیلان غرب، دلاهو) غرب (شهرستان‌های سرپل ذهاب، قصر شیرین، ثلاث باباجانی) شرق (شهرستان‌های کنگاور، صحنه، هرسین، بیستون) و مرکزی (شهرستان کرمانشاه) تقسیم و تعداد ۱۶۳ نفر از کارکنان شهرستان‌های سنقر، پاوه، اسلام‌آباد غرب، گیلان غرب، سرپل ذهاب، قصر شیرین، کنگاور، هرسین و کرمانشاه به پرسشنامه‌ها پاسخ دادند. به منظور گردآوری داده‌ها، از سه پرسشنامه استفاده شد که عبارت‌اند از پرسشنامه محقق ساخته برگرفته از تحقیق عبدوی و فرید فتاحی (۱۳۹۵) که چهار بعد استفاده از کامپیوتر، نرم‌افزارهای کامپیوتر، اینترنت و سرورهای

جدول ۱- وضعیت میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای پژوهش

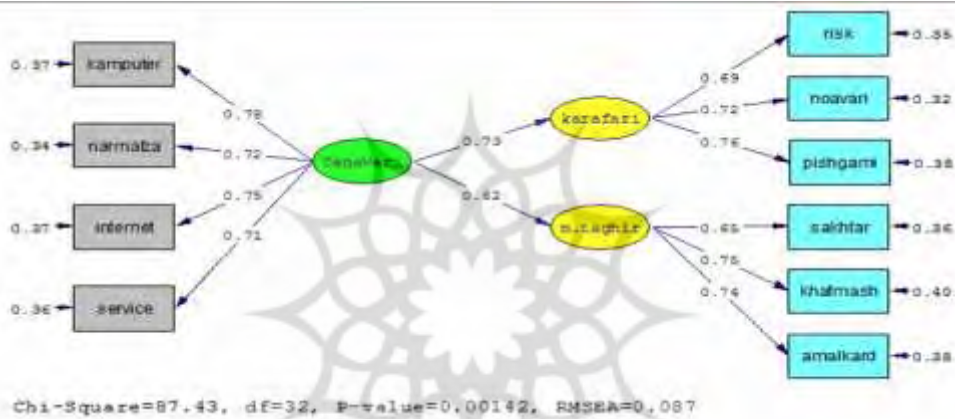
متغیر	میانگین	انحراف معیار
نوع و میزان استفاده از کامپیوتر	۲/۷۰	۰/۶۳۴
استفاده از نرم‌افزارهای کامپیوتری	۲/۴۳	۰/۵۹۸
نوع و میزان استفاده از اینترنت	۲/۳۷	۰/۶۳۵
میزان استفاده از سرویس‌های اینترنتی	۲/۲۴	۰/۵۶۸
نوآوری	۲/۶۲	۰/۵۷۶
ریسک‌پذیری	۲/۶۸	۰/۵۲۴
پیشگامی	۲/۲۱	۰/۴۷۸
تغییر ساختار	۳/۲۱	۰/۴۶۵
تغییر خط‌مشی	۲/۶۳	۰/۵۴۹
تغییر عملکرد	۲/۴۶	۰/۵۲۳
فناوری اطلاعات و ارتباطات	۲/۵۱	۰/۴۱۹
کارآفرینی سازمانی	۲/۳۲	۰/۴۸۵
مدیریت تغییر	۲/۲۴	۰/۴۳۶

در حالت مطلوب و جذر برآورد واریانس خطای تقریب^۵ (RMSEA) کمتر از ۰/۱ در حد مطلوبی قرار دارند؛ بدین معنی که مدل تحقیق، دارای برازش مناسب و به عبارتی داده‌ها، مدل نظری تحقیق را حمایت و تأیید می‌کنند.

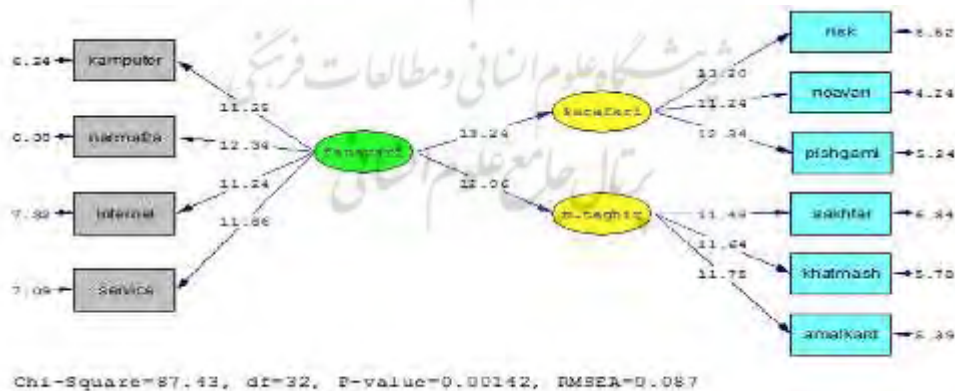
نتایج جدول شماره دو، نشان داد که شاخص کای دو به درجه آزادی (χ^2/df) برابر با ۲/۳۱، شاخص تناسب تطبیقی^۱ (CFI)، شاخص نیکویی برازش^۲ (GFI)، شاخص برازش هنجاری^۳ (NFI) و شاخص نیکویی برازش انطباقی^۴ (AGFI)

جدول ۲- شاخص‌های برازش مدل

شاخص‌ها	رابطه فناوری اطلاعات با کارآفرینی سازمانی و مدیریت تغییر
2/df	2/73
CFI	0/94
NFI	0/93
GFI	0/92
RMSEA	0/087
P-value	0/001



شکل ۱- مدل ساختاری پژوهش در حالت استاندارد



شکل ۲- مدل ساختاری پژوهش در حالت معناداری

1. Comparative Fit Index
2. Goodness of Fit Index
3. Norm Fit Index
4. Adjusted Goodness of Fit Indexes

5. Root Mean Square Error of Approximation

و ارتباطات و کارآفرینی سازمانی؛ که برابر با ۱۳/۲۴ و بین فناوری اطلاعات و ارتباطات و مدیریت تغییر که برابر با ۱۲/۹۶ می‌باشند؛ و چون در بازه کمتر از ۱/۹۶ قرار نگرفته‌اند، لذا می‌توان بیان کرد که تمامی مسیرها مدل تحقیق مثبت و معنادار هستند؛ بنابراین می‌توان نتیجه‌گیری نمود که فناوری اطلاعات و ارتباطات بر کارآفرینی سازمانی و مدیریت تغییر اثر مثبت و معناداری دارد.

شکل یک و دو مدل ساختاری رابطه متغیرهای پژوهش را در حالت استاندارد و معناداری نشان داده و نتایج حاصل از آن در جدول شماره سه، گزارش داده شده است.

بر اساس جدول سه، ضریب استاندارد بین دو متغیر فناوری اطلاعات و ارتباطات و کارآفرینی سازمانی برابر با ۰/۷۳ و فناوری اطلاعات و ارتباطات و مدیریت تغییر برابر با ۰/۶۲ است. با توجه به مقدار T-value بین دو متغیر فناوری اطلاعات

جدول ۳- نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری در خصوص متغیرهای تحقیق

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب تأثیر	نمره T
فناوری اطلاعات و ارتباطات	کارآفرینی سازمانی	۰/۷۳	۱۳/۲۴
فناوری اطلاعات و ارتباطات	مدیریت تغییر	۰/۶۲	۱۲/۹۶

بحث و نتیجه‌گیری

ارتباطات سازمانی همواره از مباحث عمده و موردتوجه سازمان‌ها بوده است. با ظهور فناوری فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، تغییرات شگرفی در سازمان‌ها به وجود آمده است. ارتباطات سازمانی می‌تواند از پیشرفت‌های تکنولوژی اطلاعات تا حد زیادی بهره‌گیری کند. به‌کارگیری وسایل پیشرفته الکترونیکی در ارتباطات این امر را میسر ساخته است که انسان در هر نقطه‌ای بتواند با دیگری در تماس باشد. به سبب وجود ارتباطات الکترونیک مرزهای سازمان فروریخته و سلسله‌مراتب اختیارات سازمانی درهم‌ریخته است، شبکه‌های کامپیوتری برای افراد این امکان را فراهم ساخته است که در هر زمان با سازمان و مقامات سازمانی تماس برقرار نمایند. اخیراً با ورود و افزایش فناوری اطلاعات و ارتباطات در جامعه، کمابیش تمام جنبه‌های زندگی انسانی دست‌خوش تغییر شد (Ghazinori et al, 2013). با توجه به این‌که ادارات ورزش و جوانان نقش مهمی در توسعه و تعمیم ورزش و پرورش نیروی بدنی و تقویت روحیه سالم در افراد جامعه دارند. به نظر می‌رسد باید متغیرهای فناوری اطلاعات و ارتباطات، کارآفرینی سازمانی و مدیریت تغییر در این سازمان‌ها بررسی شود. از این‌رو پژوهش حاضر به بررسی رابطه فناوری اطلاعات و ارتباطات با کارآفرینی سازمانی و مدیریت تغییر از دیدگاه کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه پرداخت. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد بین فناوری اطلاعات و ارتباطات و کارآفرینی سازمانی با مقدار (Tvalue=13/24) در کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه رابطه‌ی مثبت و معنادار وجود دارد؛ که اهمیت فناوری

ارتباطات و ارتباطات به‌عنوان یک متغیر مستقل بر کارآفرینی سازمانی نمایان می‌سازد. یافته‌های این بخش با نتایج پژوهش‌های مالهورا و همکاران (۲۰۱۲)، احسانی و همکاران (۲۰۱۱) و مورا (۲۰۱۲)، در خصوص رابطه بین فناوری اطلاعات و ارتباطات با کارآفرینی هم‌راستا است. لذا توجه به فناوری اطلاعات و ارتباطات در ایجاد کارآفرینی سازمانی ضروری است و پیشنهاد می‌شود اگر سازمان‌های ورزشی به دنبال کارآفرینی سازمانی هستند، باید یادگیری دائمی را به‌عنوان یک ویژگی در خود نهادینه کنند تا بتوانند با بهره‌گیری از دانش در هر فرصت مناسب محصولی جدید یا خدماتی نو و قابل‌رقابت به جامعه ارائه دهند. مدیران باید بدانند با کارآفرینی است که نیازها شناخته می‌شود و با رفع نیازها، پیشرفت حاصل می‌شود. در سازمان‌های کارآفرین، مدیران باید افراد را تشویق - کنند که در چارچوب چشم‌انداز سازمان، رهنمودها و استراتژی‌های موجود، مسئولیت تصمیمات را متقبل شوند. این به معنی آن است که چنین سازمان‌هایی اطمینان دارند، کارکنانشان از آنچه در سازمان می‌گذرد آگاه هستند و در تفسیر و تحلیل برنامه‌ها و اقدامات سازمان، به‌ویژه در مورد کارآفرینی سازمانی سهیم شده‌اند. از طرفی فناوری اطلاعات و ارتباطات با برخورداری از ویژگی‌ها و قابلیت‌های مختلف مانند افزایش سرعت، افزایش دقت، کاهش اندازه فیزیکی مخازن اطلاعات، رفع برخی از فسادهای اداری، ایجاد امکان کار تمام‌وقت و ... توانسته است انعطاف‌پذیری شایان توجهی را در زمینه‌ی کارآفرینی از خود نشان دهد و سبب افزایش کارایی این فناوری

درهم‌آمیخته و در تصمیم‌گیری‌های از آن استفاده کنند. این فناوری به مدیران امکان می‌دهد با پردازش سریع اطلاعات، امکان کنترل و هماهنگی ساختارهای پیچیده‌تر را داشته باشند و عملکرد سازمان با انسجام و بازخورد سریع صورت پذیرد (Salehi et al, 2011). با توجه به مطالب فوق می‌توان اظهار کرد که توانایی ارتباطی، مهم‌ترین عامل تصمیم‌گیری سازمان و موفقیت افراد در کار است. داشتن توانایی‌ها و مهارت‌های ارتباطی و اطلاعاتی برای کارکنان بسیار حائز اهمیت است، هنگامی که افراد در محل کار به شکل مناسبی ارتباط برقرار نکنند، زمان را تلف کرده و منابع را به هدر می‌دهند و در رسیدن به اهداف با شکست مواجه می‌شوند. از این رو پیشنهاد می‌شود در ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه کانال‌های قوی ارتباطی به منظور حصول دستیابی به اهداف سازمانی، کارآفرینی و بهره‌وری هرچه بیشتر این ادارات تقویت گردد.

در امر کارآفرینی و ایجاد اشتغال شده‌اند (Abedi, 2002). همچنین کارکنان ادارات ورزش و جوانان می‌توانند با توجه به عملکرد گذشته‌ی سازمان، موقعیت‌هایی که در زمان حال وجود دارد و توانمندی‌ها و قابلیت‌های سازمان برای رسیدن به موفقیت در آینده، به کارآفرینی سازمانی روی آورند از دیگر یافته‌های پژوهش رابطه‌ی مثبت و معنادار بین فناوری اطلاعات و ارتباطات با مدیریت تغییر با مقدار (Tvalue=12/96) است که نتایج پژوهش صالحی و همکاران (۲۰۱۰) و کاتو (۲۰۰۵) مبنی بر رابطه بین فناوری اطلاعات و ارتباطات با مدیریت تغییر را تأیید می‌کند. ورزش و سازمان‌های ورزشی برای این که بتوانند به اهداف و مقاصد خود دست یابند، باید فناوری اطلاعات و ارتباطات در سازمان خود به کارگیرند. مدیران موفق به ارزش اطلاعات و ارتباطات پی برده و می‌دانند که کسب‌وکار خود را باید با دانش فناوری اطلاعات و ارتباطات

References

1. Abedi, R. (2002). The role of entrepreneurship in the a creative transformation of administrative agencies. *Journal of School Literature and Human Sciences, Urmia University*. first round, Vol. 1
2. Acklesh Prasad, Jon Heales, Peter Green. (2010), "A capabilities - based approach to obtaining a deeper understanding of information technology governance effectiveness: Evidence from IT steering committees", *International Journal of Accounting Information Systems*, (11), pp 214-232.
3. Akavakn Saraf, A.R. (2006). Change management to IT implementation, *Tadbir*, No. 151, 15th year
4. Alegre, J. and Chiva, R. (2009). "Entrepreneurial orientation, organizational learning capability and performance in the ceramic tiles industry". (No. 2009-08), *Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, SA (Ivie)*.
5. Anderson, D. Anderson, L. A. (2009). *Beyond Change Management* (advanced strategies for transformational managers), translated by Ali Naqvi, Tehran Arg Publications
6. Antoncic, B. and Hisrich, R. D. (2004). "Corporate entrepreneurship contingencies and organizational wealth creation". *J Manage Dev*, 23(5-6), 518-550
7. Baharestan, O, Akbari, P, Shaemi, Ali (2012). "The Impact of information technology and TQM on organizational performance", *Journal of Information and Communication Technology in Education*, 3(2), pp 49-68.
8. Cato, R, P.(2005). *The smart manager*, F. A, Q
9. Ehsani, M. Sharifian, I.Kozeh chian, H., Khoddadi Hosseini, S H (2011). Determine the components of ICT in colleges of physical education and its relationship with entrepreneurship motivated students Iran. *Research in Sport Science*, No 28
10. Ghasemi, H. Farahani, A. Mashatan, M. (2012) "The Relationship between Application of Information,

- Communication Technology and Organizational Effectiveness in Physical Education Departments of Universities of Tehran”, *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, May, Vol. 2, No. 5, pp 238-245.
11. Ghazi noori, S,S,. Anvari, A, A., Khorasani, A,. (2013). “Performance evaluation in the field of information and communication technology in Tehran Stock Exchange: contradicts with the global trend, Faculty of management of University of Tehran”, *IT management*, 5(1), pp147-164.
 12. Khalatbari, J,. Hoseini, S.L,. Zamani, A,. (2010). “The effect of applying information technology on efficiency and effectiveness of technical and professional staff in Mazandaran province”, *Journal of Information and Communication Technology in Education*, 1(1), pp 93-102.
 13. Madadi, y,. Manian, A,. Asgharizadeh, E.A,. (2010). “Examines the role of information technology in effective knowledge-based organization case study College of Agriculture and Natural Resources, Tehran University”, *Journal of Agricultural Economics and Development Research of Iran*, 2(4), pp 413-423.
 14. Malhotra, A,. kanesathasan, A,. & Patel, P. (2012). How mobile phones, Computer and internet can catalyze women's entrepreneurship (case study india), *International center for research on women*.
 15. Martínez Ricardo Sierra (2007), “Analysis And Measurement Of The Impact Of Information Technology Investments On Performance In Mexican Companies: Development Of A Model To Manage The Processes, Projects And Information Technology Infrastructure And Its Impact On Profitability”, *Journal of International Business & Economics Research*, October, Vol 6, Number 10, pp 75-88.
 16. Moraa, H. (2012). The Impact Of Ict Hubs On African Entrepreneurs, *iHub-Reaserch, Kenya*.
 17. Salehi, M. Falah, V. Gasabi, Z. (2011). The impact of ICT on change management, *Journal of Research in Educational Management*. No. 5
 18. Scheepers, M. J., Hough, J., & Bloom, J. Z. (2008). “Nurturing the corporate entrepreneurship capability”. *Southern African Business Review*, 12(3), 50-75.
 19. Scheepers, M. J., Hough, J., and Bloom, J. Z. (2008). “Nurturing the corporate entrepreneurship capability”. *Southern African Business Review*, 12(3), pp 50-75.
 20. Schollhammer, H. (1982). “Internal Corporate Enterprnership”. *Encyclopedia of Enterepreneurship*. Englewood Cliffs: Prenticehall, pp 209-229.
 21. Taghizadeh, H. Ghaffari, T. Mousavi, SR. (2007). Measurement of organizational entrepreneurship, *Management Science*, 3. 155-180.