

قاسم زارع^{1*}، مهرزاد حمیدی^{**}، سید نصرآبادی^{**}

* کارشناس ارشد مدیریت ورزشی

** استادیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران

تاریخ دریافت مقاله: ۸۵/۱۱ تاریخ پذیرش مقاله: ۸۶/۱

هدف از انجام پژوهش حاضر، بررسی رابطه میان عوامل روان‌شناختی توانمندسازی کارشناسان و کارآفرینی سازمانی در سازمان تربیت بدنی بود. جامعه این تحقیق شامل کلیه کارشناسان حوزه ستادی سازمان تربیت بدنی می‌باشد که تعداد ۱۶۹ نفر به عنوان نمونه آماری از طریق نمونه‌گیری سیستماتیک انتخاب شدند. برای گردآوری اطلاعات لازم، از پرسش‌نامه استاندارد کارآفرینی سازمانی صمدآقایی و پرسش‌نامه استاندارد توانمندسازی روان‌شناختی اسپریتزر استفاده شد. در این پژوهش، پایایی پرسش‌نامه‌های کارآفرینی سازمانی و توانمندسازی روان‌شناختی با استفاده از ضرایب آلفای کرونباخ محاسبه گردید که به ترتیب برابر با ۰/۹۲ و ۰/۷۸ می‌باشد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که بین عوامل روان‌شناختی توانمندی (احساس معنی‌دار بودن شغل، احساس شایستگی، احساس خودتعیینی، احساس تاثیر و احساس اعتماد) و کارآفرینی سازمانی ارتباط معنی‌داری وجود دارد ($P < 0/05$). همچنین عوامل روان‌شناختی توانمندسازی در سازمان تربیت بدنی بوسیله آزمون رتبه‌ای فریدمن، رتبه‌بندی شد و مشخص شد که بالاترین رتبه مربوط به احساس شایستگی و دومین رتبه مربوط به احساس خودتعیینی است و احساس اعتماد در رتبه سوم قرار دارد.

واژه‌های کلیدی: توانمندسازی، توانمندسازی روان‌شناختی، کارآفرینی، کارشناسان، سازمان تربیت بدنی

ورزش یکی از عوامل بسیار مهم و اساسی تامین سلامت و نشاط جامعه می‌باشد. ورزش بر بهره‌وری ملی اثر می‌گذارد. در نتیجه بر رونق اقتصادی کشور تاثیر مثبت بر جای می‌گذارد (۴).

ورزش در کشور ما در حال تحول و رو به توسعه است و همین تحرک می‌تواند زمینه‌های مناسبی جهت فعالیت‌های کارآفرینانه در کنار ورزش میسر سازد. ایجاد و تاسیس مشاغل کارآفرینانه سهم عمده‌ای از مشاغل ایجاد شده طی سال‌های اخیر را به خود اختصاص داده است. برخی کشورهای پیشرفته صنعتی برنامه‌های حمایتی گسترده‌ای را از کارآفرینان تدوین نموده و به اجرا گذاشته‌اند (۸). هر اندازه که نقش و اهمیت کارآفرینان در رشد و توسعه اقتصادی بیشتر آشکار می‌شود، ضرورت شناخت زمینه‌های کارآفرینی بیشتر احساس می‌شود (۱۱).

ورزش جایگاهی مناسب و متنوع برای ایجاد اشتغال و تولید فرصت‌های جدید فعالیت اقتصادی است. با شناخت زمینه‌های کارآفرینی در ورزش می‌توان فرصت‌های جدیدی را به کارآفرینان و جامعه معرفی کرده تا از آن برای پیشرفت و توسعه اقتصادی اجتماعی بهره گیرند (۶). کارآفرینی به معنی انجام فعالیت‌هایی برای ایجاد و استفاده از فرصت‌های جدید اقتصادی و به دنبال آن کسب سود تلقی می‌شود (۱). کارآفرینی سازمانی شیوه برانگیختن و سپس بهره‌گیری از افراد در درون یک سازمان می‌باشد. شیوه‌ای که افراد فکر می‌کنند قادرند کارها را به طریقی متفاوت و بهتر انجام دهند. از طریق توسعه روحیه کارآفرینی در درون سازمان‌ها می‌توان بر موانع موجود بر سر راه انعطاف‌پذیری، رشد و نوآوری فائق آمد. پرورش افراد کارآفرین در درون سازمان مستلزم فراهم آوردن بستری مناسب و ترویج روحیه کارآفرینی است (۱۱). از جمله شاخص‌های بستر مناسب برای توسعه کارآفرینی سازمانی شامل سبک رهبری، کار تیمی، حمایت کافی مدیران از افراد خلاق و نوآور، سیستم پاداش مناسب و تشویق کارکنان خلاق و ریسک‌پذیر می‌باشد (۳). بنابراین برای ترویج کارآفرینی سازمانی باید شرایط مناسبی در درون سازمان وجود داشته باشد.

اندیشمندان مدیریت تحول و بهسازی سازمان، توانمندی^۱ کارکنان را به عنوان یک راهبرد اثرگذار بر عملکرد نیروی انسانی و در نتیجه بر عملکرد سازمانی معرفی کرده‌اند (۱۰). در ابتدا مکانیسم توانمندسازی به عنوان ابزار مدیریتی درک می‌شد که براساس برخی فرآیندهای مدیریتی انجام می‌پذیرد، اما به زودی چنین موقعیت‌هایی با مقاومت افراد و کارکنان مواجه شد (۱۷). اسپریتزر^۲ پیشنهاد می‌کند اگر توانمندی بخواهد کارکرد لازم را داشته باشد می‌بایست قبل از آنکه کسی آنرا تقدیم کند، خود فرد باید چنین احساسی را داشته باشد. از نظر او جایگزینی رویکرد نرم‌افزاری نسبت به توانمندی به جای دیدگاه سخت‌افزاری به این مهم کمک می‌نماید. به زعم وی توانمندی روانشناختی^۱ دربرگیرنده حالات مهم روانی فرد نسبت به محیط کاری اوست که در پنج احساس خلاصه می‌شود: احساس معنی‌دار بودن^۲، احساس شایستگی^۳، احساس تاثیر^۴، احساس خودتعیینی^۵، اعتماد^۶ (۲۵).

احساس معنی‌دار بودن به این معنی است که کارمند برای مقصود یا اهداف فعالیت‌هایی که به آن اشتغال دارد، ارزش قائل باشد و آرمان‌ها و استانداردهای ذهنی‌اش با آنچه در شغل خود در حال

1. Empowerment

2. Spreitzer

1. Psychological empowerment

2. Meaningfulness

3. Competency

4. Impact

5. Self-determining

6. Trust

انجام دادن است، متجانس دیده شود. شایستگی عبارت است از احساس کارمند از اینکه قابلیت و تبحر لازم را برای انجام موفقیت‌آمیز کار خود را داراست (۷). احساس تاثیر عبارت است از حدي که در آن فرد توانایی نفوذ در پیامدهای استراتژیک، اداری و یا عملیاتی در کار خود را دارا می‌باشد (۱۴). احساس خودتعیینی عبارت است از احساس کارمند از اینکه در اجرا و نظام بخشیدن به فعالیت‌های مربوط به شغل خود از آزادی لازم برخوردار است. احساس داشتن اعتماد به این معنی است که کارمند مطمئن باشد که با وی منصفانه و یکسان و از منطری بی‌طرفانه رفتار خواهد شد (۷).

توماس و ولت‌هاوس^۱ در تحقیقات خود دریافتند که سطوح بالای مهم بودن و احساس شایستگی از طریق ایجاد علاقه در افراد نسبت به وظایف‌شان باعث افزایش رضایت شغلی خواهد شد (۲۸). همچنین در تحقیق دیگری توماس و تایمون^۲ پی بردند که کفایت نفس بالا منجر به کاهش استرس شغلی می‌شود (۲۷).

توانمندسازی می‌تواند پیامدهای رفتاری مهمی نیز داشته باشد. به عنوان مثال گیگاس^۳ به این نتیجه رسید که کفایت نفس منجر به ابتکار عمل، تلاش و پشتکار در برابر موقعیت‌های چالشی خواهد شد (۱۸). سازمان تربیت بدنی به عنوان متولی ورزش کشور و متصدی طرح نظام جامع توسعه تربیت بدنی و ورزش کشور جهت سازگاری با تغییرات روز افزون، سریع و پیچیده و نامطمئن محیط، و کشف فرصت‌های بالقوه در عرصه ورزش نیازمند کارآفرینانی است که خلاقیت و نوآوری و توان کشف فرصت‌های جدید از بارزترین ویژگی‌های آنان است و اصولاً خصوصیات روانی و رفتاری این گونه افراد (از قبیل استقلال طلبی، نیاز به پیشرفت، ریسک‌پذیری و ...) و ماهیت طبیعی نوآوری، شرایط خاص و متفاوتی را می‌طلبد. لذا شناخت ویژگی‌های بستر مناسب برای جذب و رشد کارآفرینان، اولین قدم و اساسی‌ترین مساله روز سازمان تربیت بدنی محسوب می‌گردد. با توجه به این ضرورت، محقق در این پژوهش به بررسی ارتباط بین عوامل روان‌شناختی توانمندسازی به عنوان بستر مناسب و کارآفرینی سازمانی در سازمان تربیت بدنی پرداخته است.

روش‌شناسی تحقیق:

روش این تحقیق از نوع توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق، کارشناسان حوزه ستادی سازمان تربیت بدنی کشور بودند. از تعداد ۳۰۰ نفر جامعه آماری، ۱۶۹ نفر به عنوان نمونه آماری از طریق نمونه‌گیری سیستماتیک انتخاب شدند. برای انجام این پژوهش، اطلاعات موردنیاز از طریق پرسش‌نامه جمع‌آوری شد. از پرسش‌نامه کارآفرینی سازمانی صمدآقایی برای سنجش کارآفرینی سازمانی در سازمان تربیت بدنی و از پرسش‌نامه توانمندسازی روان‌شناختی اسپرینتز برای سنجش ابعاد احساس معنی‌دار بودن شغل، احساس شایستگی یا خود کارآمدی، احساس خودتعیینی و احساس اعتماد کارشناسان استفاده شد. برای تعیین اعتبار این پرسش‌نامه‌ها از نظر و پیشنهادی استادان دانشگاه استفاده شد. از ضریب آلفای کرونباخ به منظور تعیین پایایی آنها استفاده شد که مقدار آن برای پرسش‌نامه‌های فوق به ترتیب برابر با ۰/۹۳ و ۰/۷۸ بود. علاوه بر اطلاعات مذکور، اطلاعات دموگرافیک کارشناسان از قبیل سن، سابقه خدمت و سطح تحصیلات نیز مورد بررسی قرار گرفت. در این تحقیق، اطلاعات استخراج

1. Thomas & Velthouse

2. Thomas & Tymon

3. Gecas

شده از پرسشنامه‌ها از طریق روش‌های آمار توصیفی برای طراحی جدول توزیع فراوانی و محاسبه شاخص‌های پراکندگی نظیر میانگین و انحراف استاندارد و ... و از آزمون کلموگروف اسمیرنوف برای طبیعی بودن داده‌ها، از ضریب همبستگی پیرسون جهت تعیین ارتباط بین عوامل روان شناختی توانمندی و کارآفرینی سازمانی و از آزمون رتبه‌ای فریدمن جهت رتبه بندی عوامل روان شناختی توانمندی استفاده شد.

یافته های تحقیق:

در این بخش، ابتدا ویژگی‌های جمعیت شناختی جامعه تحت بررسی ارائه می‌شود. در جدول ۱ اطلاعات سنی کارشناسان براساس جنسیت آورده شده است.

جدول ۱ میانگین و انحراف استاندارد سن کارشناسان

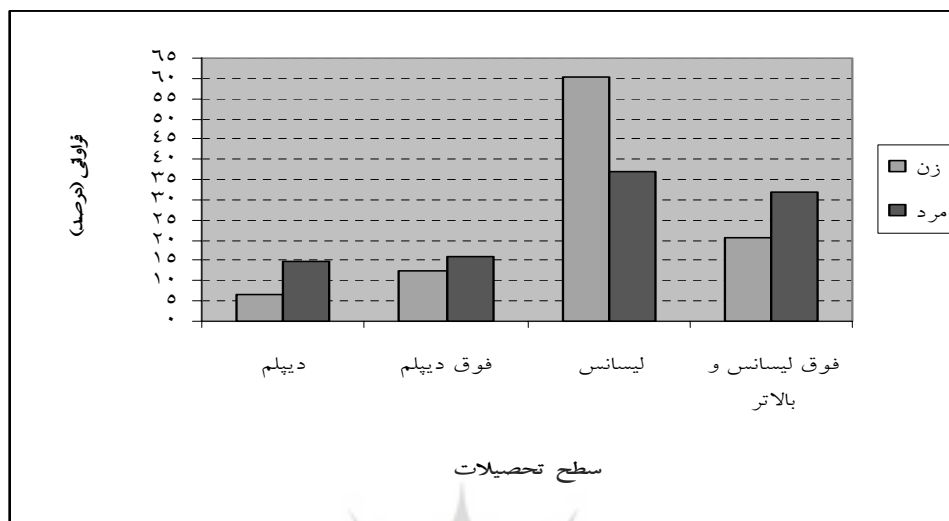
مرد	زن	سن (میانگین \pm انحراف استاندارد)	تعداد
۳۷/۸۶ \pm ۶/۳۷	۳۵/۷۶ \pm ۵/۲۰		۸۱
			۸۸

در نمودار ۲ سابقه خدمت کارشناسان نمایش داده شده است. همانگونه که نمودار ۲ نشان می‌دهد، بیش از ۶۶٪ کارشناسان سابقه خدمت بیش از ۱۰ سال دارند.



نمودار ۲ سابقه خدمت کارشناسان زن و مرد

در نمودار ۳ سطح تحصیلات کارشناسان نمایش داده شده است. نمودار ۳ نشان می‌دهد که ۷۵٪ کارشناسان مدرک تحصیلی لیسانس و بالاتر دارند.



نمودار ۳ سطح تحصیلات کارشناسان زن و مرد

نتایج آزمون همبستگی پیرسون در جدول ۲ ارائه شده است. این جدول نشان می‌دهد که بین احساس معنی‌دار بودن شغل کارشناسان و کارآفرینی سازمانی همبستگی مثبت و معنی‌دار ($r=0/477$, $p=0/00$)، بین احساس شایستگی کارشناسان و کارآفرینی سازمانی همبستگی مثبت و معنی‌دار ($r=0/289$, $p=0/00$)، بین احساس خودتعیینی کارشناسان و کارآفرینی سازمانی همبستگی مثبت و معنی‌دار ($r=0/331$, $p=0/00$)، بین احساس تاثیر کارشناسان و کارآفرینی سازمانی همبستگی مثبت و معنی‌دار ($r=0/410$, $p=0/00$) و بین احساس اعتماد کارشناسان و کارآفرینی سازمانی همبستگی مثبت و معنی‌دار ($r=0/375$, $p=0/00$) وجود دارد.

جدول ۲: نتایج آزمون همبستگی پیرسون

متغیر پیش‌بین	متغیر ملاک	ارزش P	ضریب همبستگی
احساس معنی‌دار بودن	کارآفرینی سازمانی	0/00	0/477
احساس شایستگی	کارآفرینی سازمانی	0/00	0/289
احساس خودتعیینی	کارآفرینی سازمانی	0/00	0/331
احساس تاثیر	کارآفرینی سازمانی	0/00	0/410
احساس اعتماد	کارآفرینی سازمانی	0/00	0/375

همچنین نتیجه آزمون فریدمن نشان داد که بین عوامل روان‌شناختی توانمندسازی تفاوت معنی‌داری وجود دارد ($p=0/00$). همانطور که در جدول ۳ مشاهده می‌گردد، بالاترین رتبه مربوط به احساس شایستگی است. دومین رتبه مربوط به احساس خودتعیینی است. احساس اعتماد در رتبه سوم قرار دارد. احساس معنی‌دار بودن شغل در رتبه چهارم و نهایتاً پایین‌ترین رتبه مربوط به احساس تاثیر می‌باشد.

جدول ۳: میانگین رتبه‌های هر یک از عوامل روان‌شناختی توانمندسازی با استفاده از آزمون رتبه‌ای فریدمن

عوامل روان‌شناختی توانمندسازی	میانگین رتبه‌ها
احساس شایستگی	۴/۷۵
احساس خودتعیینی	۳/۸۶
احساس اعتماد	۲/۸۲
احساس معنی‌دار بودن	۲/۰۹
احساس تاثیر	۱/۴۸

بحث و نتیجه گیری:

نتایج یافته‌های این پژوهش نشان داد که بین احساس معنی‌دار بودن شغل کارشناسان و کارآفرینی سازمانی در سازمان تربیت بدنی ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد. یعنی هرچه احساس کارشناسان در مورد ارزش کاری فعالیت‌هایشان و تجانس استانداردهای ذهنی آنها با آنچه که انجام می‌دهند، بهتر باشد، کارآفرینی سازمانی افزایش می‌یابد. این یافته با تحقیق میشرا و اسپریتزر^۱ (۱۹۹۸) مبنی بر اینکه بین احساس توانمندی و نوآوری، تاثیرگذاری و الهام‌بخشی ارتباط معنی‌داری وجود دارد همخوانی دارد. از طرفی نوآوری و خلاقیت از اجزای لاینفک کارآفرینی می‌باشند (۱). علاوه بر این با تحقیقات هاگمن و الدهم^۲ (۱۹۸۰)، اسپریتزر و همکاران^۳ (۱۹۹۷)، لیدن و همکاران^۴ (۲۰۰۰) و هولدرورث و کارت رایت^۵ (۲۰۰۳) همخوانی دارد. آنها بیان کردند افرادی که احساس می‌کنند شغل شان مهم و باارزش است، در مقایسه با آنهایی که احساس می‌کنند شغل شان ارزش کمتری دارد، سطوح بالاتری از رضایت کاری را تجربه می‌کنند. از سوی دیگر، آدونسی^۵ (۲۰۰۳) در تحقیقی نشان داد که بین رضایت شغلی و کارآفرینی سازمانی ارتباط معنی‌داری وجود دارد.

براساس نتایج بدست آمده مشخص شد بین احساس شایستگی (خود کارآمدی) و کارآفرینی سازمانی ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد. یعنی هرچه احساس کارشناسان به قابلیت و تبحر خود به انجام موفقیت‌آمیز فعالیت‌هایشان بیشتر باشد، کارآفرینی سازمانی افزایش می‌یابد. این

1. Mishra & Spreitzer

1. Hackman & Oldham

2. Spreitzer et. al

3. Liden et. al

4. Holdsworth & Cartwright

5. Adonisi

یافته با تحقیق عبدالهی (۱۳۸۵) که به این نتیجه رسیده بود که خود کارآمدی نقش تعیین کننده‌ای بر خود انگیزشی کارکنان دارد، زیرا باور خود کارآمدی بر گزینش اهداف چالش‌آور، میزان تلاش و کوشش و انجام وظایف، میزان استقامت و پشتکاری در رویارویی با مشکلات و میزان تحمل فشارها اثر می‌گذارد، همخوانی دارد. همچنین با تحقیق گیکاس (۱۹۸۹) که بین احساس شایستگی در شغل و تلاش و پیگیری در موقعیت‌های چالشی ارتباط معنی‌داری را نشان داده بود، همسوست. از طرف دیگر، تمایل به مخاطره‌پذیری و پذیرش مخاطره‌های معتدل که می‌توانند از طریق تلاش‌های شخصی مهار شوند و پاسخ مثبت به چالش‌ها از ویژگی‌های بارز کارآفرینان می‌باشد (۱). در این زمینه، اسپریتزر (۱۹۹۵) در تحقیقی نشان داد که کارکنان توانمند، مسئولیت‌های شغلی‌شان را به نحو موثر و مبتکرانه‌ای انجام می‌دهند. این بخاطر این است که آنان خودشان را کارآمد (باکفایت) می‌بینند.

از نتایج دیگر این تحقیق، وجود رابطه معنی‌دار و مثبت بین احساس خودتعیینی (آزادی عمل) کارشناسان و کارآفرینی سازمانی در سازمان تربیت بدنی می‌باشد. یعنی، هر چقدر کارشناسان استقلال و آزادی عمل در تصمیم‌گیری‌های مربوط به کار خود را داشته باشند، کارآفرینی سازمانی نیز افزایش می‌یابد. این یافته با تحقیق میرزایی اهرنجانی و مقیمی (۱۳۸۲) همخوانی دارد. آنها در تحقیق خود، رابطه معنی‌داری را بین ویژگی‌های کارکنان از جمله تمایل به مخاطره‌پذیری و ریسک، نیاز به استقلال، ارائه ایده‌های نو، مسئولیت‌پذیری و کارآفرینی سازمانی نشان دادند. علاوه بر این با تحقیق رضازاده و همکاران (۱۳۸۳) که ارتباط معنی‌داری را بین آزادی عمل کارکنان و کارآفرینی سازمانی نشان داده بودند، مطابقت می‌کند. آنها بیان کردند که هر چقدر کارشناسان در سازمان در انجام شغل و وظایف سازمانی خود منعطف‌تر بوده و آزادی عمل بیشتری داشته باشند، چنان که جسارت اندیشه و عمل نمودن (برخلاف استانداردهای معمول و مکتوب) را پیدا نمایند تا واجد ذهنی خلاق و روحیه‌ای فرصت‌گرا گردند، ما با سازمان کارآفرین مواجه خواهیم بود. در این زمینه شومر^۱ (۱۹۸۶) در طی تحقیقی به این نتیجه رسید که بین آزادی عمل و نوآوری ارتباط وجود دارد و برای ایجاد افراد کارآفرین در سازمان معتقد است باید واحدهای مستقل و ریسک‌کننده در سازمان ایجاد شوند، بروکراسی به حداقل برسد و انعطاف‌پذیری در سازمان رواج یابد. همچنین آدونیسی (۲۰۰۳) در تحقیقی نشان داد که بین کارآفرینی سازمانی و تمایل به بازار و انعطاف‌پذیری سازمانی یک ارتباط معنی‌دار و مثبتی وجود دارد.

یکی دیگر از نتایج این تحقیق، وجود رابطه مثبت و معنی‌دار بین احساس تاثیر کارشناسان و کارآفرینی سازمانی است. به عبارت دیگر، هر چقدر کارشناسان احساس نمایند بر پیامدها و محیط کاری خود تاثیرگذار هستند، کارآفرینی سازمانی بهبود می‌یابد. این یافته با تحقیق اشفورث^۲ (۱۹۸۹) مبنی بر وجود رابطه مثبت میان بعد تاثیر و اثربخشی کارکنان و عدم کناره‌گیری از موقعیت‌های مشکل و عملکرد بالا و نیز با تحقیق سیه گال و گاردنر^۳ (۲۰۰۰) که بین احساس موثر بودن و ارتباط با سرپرست، روابط عمومی با سازمان و کار گروهی ارتباط معنی‌داری را نشان دادند، همخوانی دارد. همچنین با نتایج تحقیق اوزارالی^۴ (۲۰۰۳) که بین

-
1. Schomer
 2. Ashforth
 3. Siegall & Gardner
 4. Ozaralli

رهبري تحول‌آفرين و عوامل روان‌شناختي توانمندسازي و اثربخشي تيمي رابطه معني‌داري را نشان داده بود، مطابقت دارد. در اين زمينه آمابيل^۱ (۲۰۰۵) در طي تحقيقي ميان تاثير مثبت و خلاقيت ارتباط معني‌دار و مثبتي نشان داد.

ديگر يافته اين تحقيق نشان مي‌دهد که بين احساس اعتماد کارشناسان و کارآفريني سازماني ارتباط مثبت و معني‌داري وجود دارد. يعني اينکه، هر چقدر کارشناسان به همکاران، مديريت و تصميمات سازمان اعتماد و اطمينان داشته باشند، کارآفريني سازماني نيز افزايش مي‌يابد. اين يافته با تحقيق ميرزاوي اهرنجاني و مقيمي (۱۳۸۲) که بين فرهنگ سازماني و کارآفريني سازماني ارتباط معني‌داري نشان داده بود، همخواني دارد. از جمله ويژگي‌هاي فرهنگ سازماني که در اين ارتباط مورد بررسي قرار گرفته بود عبارت است از: اعتماد و باورپذيري، احساس تعهد و وفاداري اعضا، ميدان دادن به افراد خلاق و مبتکر. در اين زمينه آدونيسي (۲۰۰۳) رابطه معني‌داري را بين سطح اعتماد و کارآفريني سازماني نشان داد. او در تحقيق خود بيان مي‌کند که سطوح بالاي اعتماد در بين اعضاي کل سازمان تاثير مثبتي بر نوآوري از طريق تبادل اطلاعات دارد. برهمن اساس، اعتماد زماني در سازمان گسترش مي‌يابد که کانال‌هاي اطلاعاتي باز باشند و تسهيم اطلاعات رايج باشد.

در پايان، عوامل روان‌شناختي توانمندسازي در سازمان تربيت بدني رتبه‌بندي شد که بر اين اساس، بالاترين رتبه مربوط به احساس شايستگي مي‌باشد. دومين رتبه مربوط به احساس خودتعييني است. احساس اعتماد در رتبه سوم قرار دارد. احساس معني‌دار بودن در رتبه چهارم و نهايتاً رتبه آخر به احساس تاثير تعلق مي‌گيرد. در اين زمينه، نوروزي (۱۳۸۴) در طي تحقيقي اين عوامل را در شعب بانک ملت به ترتيب در احساس معني‌دار بودن شغل، شايستگي، موثر بودن، اعتماد و حق انتخاب اولويت‌بندي کرد که با يافته‌هاي اين تحقيق همخواني ندارد. همچنين بايهم^۲ (۱۹۹۸) در تحقيقات خود، بعد خودتعييني را مهم‌ترين و کليدي‌ترين بعد گزارش داد. دليل اين امر را مي‌توان چنين بيان کرد که رويکرد روان‌شناختي بر ادراک کارکنان از توانمندسازي تمرکز مي‌کند و چگونگي درک توانمندسازي از سوي زيردستان و کارکنان را تشریح مي‌نمايد. اين حالات شناختي تحت تاثير عوامل مختلفی قرار مي‌گيرند. توماس و ولت‌هاوس (۱۹۹۵) شش دسته متغير (۱) حوادث محيطي، (۲) ارزيابي‌هاي شغلي، (۳) ارزيابي‌هاي عمومي، (۴) سبک‌هاي تفسير ي افراد، (۵) رفتارها، (۶) مداخلات را بعنوان عوامل تاثيرگذار نام مي‌برد.

در نهايت، با توجه به يافته‌هاي تحقيق و بهره‌گيري از توانمدي روان‌شناختي جهت ايجاد و بهبود کارآفريني درون سازماني پيشنهاده مي‌شود تسهيم اطلاعات در سازمان انجام گيرد و به مديران توصيه مي‌شود به توانايي‌ها و مهارت‌هاي کارکنان اعتماد و اطمينان پيدا کنند، نظرات و استناداردهاي ذهني آنها را در نظر بگيرند، آنها را با خلاقيت و نوآوري و کارآفريني درون سازماني آشنا کنند، از موفقيت‌ها و نوآوري‌هاي کارشناسان قدرداني نمايند. کارکنان نيز به توانايي‌ها، تجربه و دانش مديران براي اجرائي وظيف محوله و حل مشکلات اطمينان و اعتماد نمايند. علاوه بر اين، با توجه به رتبه‌بندي عوامل روان‌شناختي توانمدي در سازمان تربيت بدني، اقداماتي جهت بهبود احساس معني‌دار بودن شغل و احساس تاثير کارشناسان که ميانگين کم‌تر ي داشتند، پيشنهاده مي‌شود.

1. Amabile
2. Byham

:

۱. احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۱). کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها، انتشارات شرکت پردیس ۵۷.
۲. امامی نژاد، مسعود (۱۳۸۳). مکانیزم کارآفرینی در سازمان‌های بزرگ، مجله مدیریت، شماره ۹۰-۸۹.
۳. رضازاده، حسین، ابراهیم ملازاده، رضا عیوضلو (۸۳-۱۳۸۲). کارآفرینی سازمانی، مدیریت مشارکتی و نظام پیشنهادات، چالش، سال سوم، شماره ششم.
۴. سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۳). مطالعات تفصیلی توسعه منابع مالی ورزش، انتشارات سیب سبز.
۵. عبداللهی، بیژن (۱۳۸۵). نقش خود کارآمدی در توانمندسازی کارکنان، تدبیر، شماره ۱۶۸.
۶. فروغی پور، حمید (۱۳۸۴). زمینه‌های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه مدیران و متخصصان تربیت بدنی کشور و ارائه راه کار، رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.
۷. کمرون، دیوید، ای، وتن، مترجم بدرالدین اورعی (۱۳۷۸). تواناسازی و تفویض اختیار، موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.
۸. کیا، آرش (۱۳۸۱). بررسی نقش کانون‌های پژوهشی به عنوان بستر کارآفرینی. مجموعه مباحث و مقالات اولین کنگره کارآفرینی در بخش بهداشت و درمان، سیمای فرهنگ.
۹. میرزایی اهرنجانی، حسن، سید محمد مقیمی (۱۳۸۲). ارائه الگوی مطلوب سازمانی برای سازمان‌های غیر دولتی با استفاده از رویکرد کارآفرینی، دانش مدیریت، شماره ۶۲.
۱۰. نوروزی، مجتبی (۱۳۸۴). بررسی ارتباط میان عوامل روان‌شناختی توانمندسازی کارکنان با عملکرد سازمانی در شعب بانک ملت شهر تهران، رساله کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
۱۱. هادیزاده مقدم، اکرم، فرج الله رحیمی فیل آبادی (۱۳۸۴). کارآفرینی سازمانی، جانان.
12. Adonisi, M. (2003). The relationship between corporate entrepreneurship, market orientation, organizational flexibility and job satisfaction. Doctoral dissertation, Faculty of Economic and Management Sciences, University of Pretoria
13. Amabile, T.M., Barsade, S.G., Mueller, J.S., Staw, B.M. (2005). Affect and creativity at work, Johnson Graduate School, Cornell University
14. Ashforth, B.E. (1989). The experience of powerlessness in organization, Organizational Behavior and Human Decision Process, 43: 207-242
15. Ashforth, B.E. (1989). The experience of powerlessness in organization, Organizational Behavior and Human Decision Process, 43: 207-242
16. Byham, W.C. (1988). Zapp! The lightning of empowerment. New York: Harmony Books

17. Conger, J. A., R. N. Kanungo (1988). The empowerment process: Integrating Theory and Practice. *Academy of Management Review*, 13: 482-471
18. Gecas, V. (1989). The social psychology of self-efficacy- In W.R. Scott & S. Blake (Eds), *Annual Review of Sociology*, 15: 291-316
19. Hackman, J.R., Oldham, G.R. (1980). *Work redesign*. Reading, MA: Addison-Wesley
20. Holdsworth, L., Cartwright S. (2003). Empowerment stress and satisfaction: an exploratory study of a call centre. *Leadership & Organization Development Journal*, 24(3)
21. Liden, R.C., Wayne, S.J., Sparrowe, R.T. (2000). An examination of the mediating role of psychological empowerment on the relations between the job, interpersonal relationship and work outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 85(3): 407-416
22. Mishra, A.K., Spreitzer, G.M. (1998). Explaining how survivors respond to downsizing: The role of trust, empowerment, justice and work redesign. *Academy of Management Review*, 23: 567-588
23. Ozaralli, N. (2003). Effects of transformational leadership on empowerment and team effectiveness. *Leadership & Organization Development Journal*, 24(3)
24. Siegall, M., Gardner, S. (2000). Contextual factors of psychological empowerment. *Personnel Review*, 29(6): 703-722.
25. Spreitzer, G.M. (1995). Psychological empowerment in the workplace: dimensions, measurement, and validation. *Academy of Management Journal*, 38(5): 1442-1465.
26. Spreitzer, G.M., Kizilos, M.A., Nason, S.W. (1997). A dimensional analysis of the relationship between psychological empowerment and effectiveness, satisfaction, and strain, *Journal of Management*, 23(5): 679-704.
27. Thomas, K.W. Tymon, W. (1994). Does empowerment always work: understanding the role of intrinsic motivation and personal interpretation. *Journal of Management System*, 6(3)
28. Thomas, K.W., Velthouse, B.A. (1990). Cognitive elements of empowerment: An "interpretive" model of intrinsic task motivation. *Academy of Management Review*, 15: 666-681

پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی