

ارائه مدل رگرسیونی جو سازمانی و کارآفرینی سازمانی دانشکده‌های تربیت بدنی ایران

دکتر مهدی طالب‌پور^۱، دکتر اکبر معرفتی^۲، جواد غلامیان^۳

۱ و ۲. استادیار دانشگاه فردوسی مشهد
۳. کارشناس ارشد تربیت بدنی دانشگاه مشهد

تاریخ پذیرش مقاله: ۸۷/۱/۳۱

تاریخ دریافت مقاله: ۸۶/۸/۲۲

چکیده

هدف این پژوهش تحلیل روابط بین جو سازمانی و کارآفرینی سازمانی حوزه مدیریت دانشکده‌های تربیت بدنی کشور و تعیین مدل رگرسیونی متناسب با آن می‌باشد. برای دستیابی به اهداف پژوهش از دو پرسشنامه جو سازمانی سوسمن و سام دیپ و پرسشنامه کارآفرینی سازمانی مارگریت هیل که توسط محقق مورد بازنگری قرار گرفت، استفاده گردید. پرسشنامه ویژگی‌های فردی نیز با توجه به اهداف تحقیق ساخته شد. روایی محتوایی آنها توسط متخصصین و پایایی سئوالات نیز از طریق آلفای کرونباخ در یک مطالعه مقدماتی به دست آمد. به منظور نمونه‌گیری در حوزه مدیریت، تمام مدیران و سرپرستان اداره‌های ۱۱ دانشکده (n= ۸۷) به عنوان نمونه انتخاب شدند و در حوزه هیأت علمی نیز در هر دانشکده به صورت تصادفی و با تخصیص متناسب تعداد ۱۰۱ نفر تعیین و در تحقیق شرکت داده شدند. در مجموع نرخ برگشتی پرسشنامه‌ها برابر با ۸۹/۷۱٪ بود. داده‌های گردآوری شده از طریق آزمون‌های ضرایب همبستگی، آزمون آنالیز واریانس یکطرفه، تعقیبی توکی و آزمون فرض نرمال بودن (کولوموگروف- اسمیرنف) و آنالیز رگرسیون چندگانه مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفت.

نتایج نشان داد میانگین جو سازمانی در دانشکده‌های تربیت بدنی کشور برابر با ۶۱/۳۰ با $SD=14/42$ و میانگین کارآفرینی سازمانی نیز برابر با ۱۹۵/۰۹ و $SD=27/63$ بود. بین جو سازمانی دانشکده‌های تربیت بدنی کشور اختلاف معنی‌دار مشاهده شد ($p<0/001$). بین میزان کارآفرینی سازمانی و جو سازمانی حوزه مدیریت دانشکده‌های تربیت بدنی کشور ارتباط خطی مثبت و معنی‌داری یافت شد ($r=0/750, p<0/001$). بین ابعاد مختلف جو سازمانی و میزان کارآفرینی سازمانی ارتباط مثبت و معنی‌داری در سطح ($p<0/001$) مشاهده شد.

در مجموع، امتیازات کسب شده دال بر نامساعد بودن جو سازمانی و پایین بودن میزان کارآفرینی سازمانی در دانشکده‌های تربیت بدنی کشور و وضعیت نامطلوب و نابسامان مقوله‌های فوق در آنها

دارد. همچنین نتایج نشان داد جو سازمانی به عنوان یک پیش‌بینی کننده معتبر با ضریب تعیین $R^2=0/562$ برای کارآفرینی سازمانی بوده و بر اساس آن مدل پیش‌بینی تدوین گردید.

واژه های کلیدی: جوسازمانی، کارآفرینی سازمانی، دانشکده تربیت‌بدنی، حوزه مدیریت، مدل رگرسیونی

مقدمه

در دنیای در حال تحول، کامیابی برای جوامع و سازمان‌هایی است که بین منابع کمیاب و قابلیت‌های مدیریتی و کارآفرینی منابع انسانی خود، رابطه معنی‌داری برقرار سازند. به عبارت دیگر، جامعه و سازمانی می‌تواند در مسیر توسعه، حرکت رو به جلو و با شتابی داشته باشد که با ایجاد بسترهای لازم، منابع انسانی خود را به دانش و مهارت کارآفرینی مولد، تجهیز کند تا آنها با استفاده از این توانمندی ارزشمند، سایر منابع جامعه و سازمان را به سوی ایجاد ارزش و حصول رشد و گسترش، مدیریت و هدایت کنند (۱).

کارآفرینی

فرآیند بلند مدت آموزشی و پژوهشی است که مستلزم برنامه‌ریزی در نظام آموزشی و پژوهشی است و اجرای برنامه‌های آن از خانواده و مدرسه تا دانشگاه و سازمان گسترده شده است و باعث می‌شود تا افراد با استفاده از تخصص و قدرت ابتکار، خلاقیت و خطرپذیری و نیز امکانات، فرصت‌ها و توانمندی‌ها، اشتغال مولد و درآمدزا ایجاد کنند.

کارآفرینی سازمانی

فرآیندی است که سازمان طی می‌کند تا همه کارکنان بتوانند در نقش کارآفرین انجام وظیفه کنند و همه فعالیت‌های کارآفرینانه فردی و گروهی به‌طور مستمر، سریع و راحت‌تر در سازمان مرکزی یا شرکت تحت پوشش خودمختار به ثمر برسد (۲). کارآفرینی سازمانی فعالیت‌های سازمانی را به سمت خلاقیت، نوآوری، مخاطره‌پذیری و پیشتازی سوق می‌دهد و در تعادل با محیط اتفاق می‌افتد. حوزه‌هایی مانند جو سازمانی، راهبردهای سازمان و فعالیت‌های مدیریت عواملی مطرح هستند که کارآفرینی سازمانی را تحت تأثیر قرار می‌دهند؛ بنابراین به نظر می‌رسد که محیط نقش مهمی در فرآیند کارآفرینی سازمانی داشته باشد. محیط پویا، ناهمگون یا خصمانه، تأثیرات متفاوتی بر کارآفرینی در سازمان به‌جا می‌گذارد. از طریق فعالیت‌های مدیریت می‌توان به نقش مدیریت به‌عنوان تسهیل‌گر و ترویج دهنده کارآفرینی سازمانی پی‌برد.

نکته دیگر این که در کارآفرینی سازمانی افراد، عامل کلیدی هستند و مهارت‌ها و نگرش‌های فردی، تمایلات کارآفرینان بالقوه را در سازمان توصیف می‌کنند. در این میان دانشگاه، یکی از با ارزش‌ترین سازمان‌ها و منابع علمی و تحقیقاتی هر جامعه برای پیشرفت و تعالی است. اکنون آموزش با سرعتی بیشتر و کیفیتی بهتر از گذشته باید انجام شود و برای نیل به این هدف است که باید وسایل پیشرفته امروزی به منظور تقویت خلاقیت و تفکر انتقادی استفاده شوند (۳). دانشگاه‌ها در هر جامعه از عوامل اصلی و کلیدی گسترش اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی محسوب می‌شوند (۴)، حوزه فعالیت دانشگاه‌ها تنها به آموزش و پژوهش محدود نمی‌شود، بلکه رشد و تکامل انسان‌ها باید یکی از وظایف عمده دانشگاه‌ها باشد (۵).

نظام آموزشی ایران به صورت متمرکز است، از این‌رو نقش کلیه نهادهای دولتی در فرآیند آموزشی کاملاً مشهود است و توجه صرف به بحث کارآفرینی بدون توجه به عوامل تأثیرگذار در فرآیند آموزشی نمی‌تواند نقش چندان مهمی را ایفا کند (۶) و وصول به اهداف متفاوت آموزشی، پژوهشی و پیشرفت و حضور در عرصه‌های بین‌المللی، منوط به حضور جوی پویا و نوآورانه در دانشگاه‌هاست. ایده‌های نو در قالب کارآفرینی سازمانی، همچون روحی در کالبد دانشگاه‌ها دمیده می‌شود و همه جنبه‌های حیات سازمانی، ساز و کارها، فرآیندها، فعالیت‌ها و جنبه‌های خرد و کلان آنها را حیاتی دوباره می‌بخشد، رشد، توسعه و بالندگی را موجب می‌شود و قابلیت‌ها، امکانات و فرصت‌های جدید را برای فعالیت‌ها و برنامه‌های سازمانی و فن‌آورانه و نیز ارتقای کیفیت و بهبود حیات کاری آنها ایجاد می‌کند.

متأسفانه در اکثر سازمان‌های ما، نوآوری و بهبود نهادینه نشده و جایگاه مناسب و لازم خود را پیدا نکرده است و با نوآوری به صورت پدیده‌ای مقطعی و موردی برخورد می‌شود و حتی در حوزه مطالعات نظری و تحقیقاتی نیز به ندرت به آن توجه شده است، (۷) این مسئله در دانشگاه‌ها نیز به چشم می‌خورد.

در کارآفرینی در یک طرف، فرد قرار دارد و در طرف دیگر محیط وی که توجه به هر دو ضروری است (۸). مفهوم جو سازمانی بر این واقعیت دلالت دارد که رفتار انسانی در سازمان، فقط بر اثر تعامل با رویدادهای مستقیم و بی‌واسطه شکل نمی‌گیرد، بلکه تحت تأثیر تعامل نیروهای نامحسوس و ناپیدای سازمانی نیز قرار می‌گیرد. جو سازمانی ادراکاتی است که افراد از جنبه‌های گوناگون محیط سازمان دارند (۹). استادان، مدیران و کارمندان گروه‌هایی هستند که ادراکات آنها منبع معتبری برای سنجش جو سازمانی در دانشکده‌هاست (۱۰). برای ترویج کارآفرینی سازمانی باید شرایط مناسبی در درون سازمان وجود داشته باشد. عواملی که وسعت کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهند، جو یا محیط کارآفرینی نامیده می‌شود (۱۱). اگر چه

تحقیقات تجربی کمی در زمینه ارتباط بین جو سازمانی و قصد کارمندان به کارآفرین شدن و شرکت واقعی آنان در این چنین فعالیت‌هایی وجود دارد (۱۱)، سازمان به‌عنوان خرده نظام اجتماعی، نزدیک‌ترین رابطه را با کارآفرینی دارد (۱۲) و برای رشد و شکوفایی کارآفرینان و در نهایت نهادینه کردن کارآفرینی در سازمان‌ها، به محیطی همگام با این مهم نیازمند هستیم (۸). در مجموع تحقیقات کارآفرینی بیان داشته‌اند که شرایط محیطی سازمان نقش بیشتری را در رشد کارآفرینی سازمانی ایفا می‌کنند (آدن^۱، ۱۹۹۷؛ هلارد^۲، ۱۹۹۵؛ اسکول همر^۳، ۱۹۸۲) (۱۱). هر چند تحقیقات بسیار کمی سعی در آزمودن کارآفرینی سازمانی به‌صورت تجربی داشته‌اند (۱۳)، از این رو بررسی رابطه جو با کارآفرینی سازمانی به مطالعات نظری برمی‌گردد. کارن بیل^۴ (۲۰۰۶) عنوان می‌کند که با وجود گنجایش برنامه‌های کارآفرینی در قالب برنامه‌های موضوعی، کلاس‌های درسی و گروه‌های آموزشی، هنوز جنبه عقلانی برنامه‌های مذکور در دستور کار دانشکده‌های تربیت‌بدنی انگلستان لحاظ نشده است و فرصت‌های کارآفرینانه و گنجایش آن در علوم ورزشی و دانشنامه‌های مربیگری کاملاً صوری بوده است و جای خالی آن هنوز در این رشته احساس می‌شود (۱۴). بال^۵ نیز در سال ۲۰۰۵ کارآفرینی را نوعی رهیافت آموزشی می‌داند و اظهار می‌دارد رشد و تنوع صنایع مهمان‌پذیری، امور فراغتی ورزشی و توریستی، به همراه افزایش انتظارات مشتریان از اوقات فراغت و تجربه‌های خود، فشار تقاضای بیشتری را بر متولیان این امر وارد می‌کند. در نتیجه گسترش آموزه‌های کارآفرینی معاصر در زمینه‌های مهمان‌نوازی، فراغتی ورزش، گردشگری در قالب آموزش عالی انگلستان ضروری به نظر می‌رسد (۱۴). راب بیلی^۶ (۲۰۰۵) هم به این مسئله به وضوح اشاره می‌کند که «کارآفرینی برای بخش‌های فراغت ورزش و جهانگردی ضرورت دارد؛ زیرا امروزه تقاضاها و انتظارات پویای مشتریان به سرعت تغییر می‌کند و به منظور پوشش‌دهی این تقاضاها و فراتر از آن، نوآوری مستمر و پایدار، از جانب مشاغل و کسب و کارهای ذی‌ربط حیاتی است». وی بیان می‌کند که وضعیت کارآفرینی در این بخش‌ها مطلوب نیست و پاسخگوی نیازها و انتظارات مشتریان این بخش نیست (۱۵).

همچنین اسلیپ^۷ (۲۰۰۵) دیدگاه‌های دانشجویان تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه هال را بررسی کرد. دانشجویان اظهار کردند که هر آنچه در دانشگاه آموخته‌اند به گسترش

-
- 1 . Oden
 - 2 . Hullard
 - 3 . Schollhammer
 - 4 . Karen Bill
 - 5 . Ball
 - 6 . Bailey, R
 - 7 . Sleep

مهارت‌های کاری آنها طبق انتظار کمک کرده است و حس می‌کردند مهارت‌های فردی و ارتباطاتی و کاری آنها رشد چشمگیری یافته است. در عین حال احساس می‌شود فرصت اندکی برای رشد آگاهی‌های تجاری، شبکه‌ای، کارآفرینی، مهارت‌های مالی و آگاهی از فرهنگ کاری وجود داشته است (۱۶).

تامکینز^۱ (۲۰۰۴) مهارت‌های کلیدی اکتسابی را برای اشتغال از دیدگاه کارفرمایان محلی و دانش‌آموختگان زمان اجرای پژوهش خود در دانشگاه گلوس استرشایر^۲ بررسی کرد. این کار به منظور کسب اطلاع از راهبردهای تأییدکننده رشد مؤثر مهارت‌های کلیدی کسب شده دانشجویان، از طریق کاربرد برنامه‌ریزی رشد فردی^۳ (PDP) انجام شد. تامکینز به این نتیجه رسید که تجربه کاری، مدل‌های عملیاتی و برنامه‌ریزی رشد فردی، ابزارهایی مهم در حمایت از رشد مهارت‌های کلیدی دانشجویان هستند (۱۷). بیل و بون‌جونز^۴ (۲۰۰۴) نیز بر ضرورت یافتن راهکاری جامع، با استفاده از برنامه‌ریزی رشد فردی و برنامه‌های آموزشی دانشگاهی و فرصت‌های آموزشی بیشتر به منظور حمایت از رشد مهارت‌های کارآفرینی، به شدت صحنه می‌گذارند و معتقدند همه این عناصر به منظور دانشجویان برای فعالیت در محیط رقابتی، پیچیده و پویا ضروری است (۱۸).

آنتونی لانو^۵ (۲۰۰۵) تأثیرات محیط و جو موجود را در دانشگاه بر رفتارهای کارآفرینانه بررسی کرد. وی نشان داد نگرش مثبت به کارآفرینی دانشگاهی اثر مثبتی بر گرایش به آن در محیط‌های دانشگاهی دارد. وی نقش محیط و جو کارآفرینانه را در این زمینه بسیار حیاتی دانست و ویژگی‌های جو مناسب دانشگاهی را برای کارآفرینی این موارد می‌داند: حمایت مدیریت، صداقت، خطرپذیری و تحمل خطر، نظام پاداش، منابع و ساختار سازمانی حامی. وی معتقد است اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها نقش مدیران میانی را ایفا می‌کنند و واسطه بین مدیران ارشد و دانشجویان هستند و درک و برداشت آنان از جو کارآفرینانه تأثیر بسیار زیادی بر فعالیت‌های کارآفرینانه دانشکده خواهد داشت (۲۰).

آفاجانی و همکاران وی (۱۳۸۵) «مدل مفهومی نقش جو سازمانی در خلق فرصت‌های کارآفرینانه در سازمان‌ها» را ارائه و اشاره کردند که جو فرصت، مستقیماً در مراتب فردی و گروهی تأثیر می‌گذارد و با توجه به پیامدهای گوناگون به کارآفرینی سازمانی منجر خواهد شد. کارکنانی که جو فرصت منفی را درک می‌کنند، کمتر متعهد خواهند بود و احتمال استعفا

1 . Tomkins
2 . Gloucestershire
3 . Personal development planning
4 . Bill & Bowen-Jones
5 . Anthony Llano

آنها بیشتر است (۸). بخشی (۱۳۸۱) پژوهشی با عنوان «بررسی موانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مازندران» انجام داد. براساس نتایج به دست آمده، موانع داخلی شامل تصمیمات مدیریت عالی در انتصاب و به کارگیری مدیران زیردست، عدم تفویض اختیار کافی، پیچیدگی و تعدد اهداف مهم ترین عوامل بازدارنده کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مازندران است (۲۱). مرصعی، (۱۳۸۵) در مطالعه‌ای دیدگاه دانشجویان تربیت بدنی را به شیوه‌های افزایش کارآفرینی در ورزش بررسی کرد. بر پایه نتایج وی، عملکرد دانشکده‌های تربیت بدنی در کارآفرینی ضعیف است؛ لذا برگزاری کارگاه‌های کارآفرینی را در این رابطه پیشنهاد می‌کند (۲۲). تجاری و خدایاری (۱۳۸۵) در پژوهشی میزان آمادگی کارآفرینی را در دانشجویان دختر و پسر تربیت بدنی و علوم ورزشی مقایسه کردند. آنها اظهار می‌دارند برای ایجاد روحیه کارآفرینی در دانشجویان تربیت بدنی باید برنامه‌های درسی و فرصت یادگیری را در طی دوران تحصیل طراحی کرد. آنها همچنین با اشاره به بحران اشتغال متخصصان بخش علوم ورزشی و تربیت بدنی در کشور با توجه به روند افزایش پذیرش دانشجو در این گروه، آموزش مهارت‌های کارآفرینی را برای دانشجویان و دانش‌آموختگان این گروه ضرورتی انکار ناپذیر می‌دانند (۲۳). غلامیان، (۱۳۸۵) نیم‌رخ کارآفرینی دانشجویان تربیت بدنی را با دانشجویان سایر رشته‌های تحصیلی مقایسه کرد و نتیجه گرفت خطرپذیری و انگیزه پیشرفت در دانشجویان تربیت بدنی به‌طور معنی‌داری بیشتر و خلاقیت و تحمل ابهام آنها از سایر دانشجویان کمتر است (۲۴).

اصغریان (۱۳۸۵) با مروری بر فرهنگ کارآفرینانه در سازمان‌ها، الگویی را در ارتباط با فرهنگ سازمانی و کارآفرینی شرکتی ارائه کرده است. وی اشاره می‌کند بین ابعاد فرهنگ سازمانی، گرایش گروهی در مقابل فردی و کارآفرینی در سازمان‌ها رابطه خطی وجود دارد (۲۵). مقیمی (۱۳۸۵) نیز وضعیت کارآفرینی سازمانی را در سازمان‌های اجتماعی و فرهنگی دولتی ایران بررسی کرد و نظام‌های اطلاعاتی و ارتباطی، کنترل و نظارت، پرداخت حقوق و دستمزد، راهبرد سازمانی وضعیت انگیزش، فرهنگ سازمانی ویژگی‌های مدیران و دیگر شاخص‌های کارآفرینی این سازمان‌ها را در وضعیت نامساعد مشاهده کرد (۲۶). ریاضی (۱۳۸۵) در مقاله‌ای «کارآفرینی و سازمان‌های اداری ایران» را از دیدگاه جامعه‌شناسی بررسی کرد. وی اظهار می‌دارد در مسیر تحقق اهداف سازمانی، بهره‌گیری از مدیریت کارآمد و مجموعه قوانین، ضوابط و حتی آداب سازمانی مساعد به شکوفایی نیروهای کارآفرین می‌انجامد (۲۷).

مروری بر پژوهش‌ها نشان می‌دهد عوامل متعددی، در درون و بیرون سازمان باعث ارتقاء کارآفرینی می‌شود. این عوامل در تحقیقات دانشگاهی نیز مطالعه شده است. بررسی

عوامل آموزشی بازگوکننده این مطلب است که کارآفرینی دانشگاهی در دانشکده‌ها و دانشگاه‌هایی که محیطی حامی کارآفرینی دارند، رشد بیشتری داشته است. این محیط فرهنگ دانشگاه، هنجارهای اجتماعی، نگرش و رفتار اعضاء هیئت علمی، مدیران و سرپرستان (روبرتز^۱، ۱۹۹۱؛ شان، ۲۰۰۳) و سیاست‌ها و روش‌های انتقال و استفاده از فناوری (گلدفارب و هنریکسون^۲؛ شان، ۲۰۰۳) را شامل می‌شود و در نهایت تحقیقاتی نیز سعی داشته‌اند موفقیت فعالیت‌های کارآفرینی دانشگاهی را از طریق عوامل محیطی دانشگاه مانند دسترسی به سرمایه (فلوریدا و کنی^۳، ۱۹۸۸) و فناوری پیشرفته (ساکسنیان^۴، ۱۹۹۴) توضیح دهند (۲۰). در مجموع پژوهش‌ها بیان می‌کنند که شرایط محیطی و جو حاکم بر یک سازمان بیشترین مساعدت را برای رشد کارآفرینی سازمانی دارند (۱۱). از آنجا که مطالعه کارآفرینی هنوز در دوره طفولیت به سر می‌برد، کار در این زمینه علمی ادامه خواهد داشت و شبیهات در خصوص موضوعات مفهومی و روش‌شناسی طبیعی است (۲۰).

روش‌شناسی

این پژوهش از انواع پژوهش‌های همبستگی است. از دیگر ویژگی‌های این پژوهش آن است که جامعه آماری پژوهش خرد و از نوع تحقیقات کاربردی و بازه زمانی برای پژوهش محدود است. جامعه مورد نظر این پژوهش همه کارکنان حوزه مدیریتی و اعضاء هیئت علمی دانشکده‌های تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دولتی کشور در سال تحصیلی ۱۳۸۵-۸۶ بود که به منظور نمونه‌گیری از حوزه مدیریتی همه مسئولان شامل رئیس دانشکده، معاونان آموزشی، دانشجویی، اداری و مالی و پژوهشی، مدیر گروه و سرپرستان اداره‌های مختلف دانشکده‌ها انتخاب شدند. در حوزه هیئت علمی نیز با توجه به اطلاعات کسب شده از مرکز انفورماتیک اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم و با توجه به آن که جامعه آماری، جامعه‌ای نسبتاً کوچک بود، از این رو با عنایت به جدول مورگان از تعداد ۱۵۶ نفر، در مجموع تعداد ۱۰۸ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند که در هر دانشکده به‌صورت تصادفی با تخصیص متناسب، تعیین و در پژوهش شرکت داده شدند. در نهایت از کل پرسش‌نامه‌های ارسالی به سه حوزه مورد نظر، میزان پرسش‌نامه‌های برگشتی قابل استفاده برابر با ۱۸۸ نفر ۸۹/۷۱٪ بود.

-
1. Roberts
 2. Goldfarb & Henrekson
 3. Shane
 4. Florida & Kenney
 5. Saxenian

پرسشنامه جو سازمانی (OCQ)^۱ مورد استفاده در این پژوهش ۲۰ سؤال و ۵ بُعد وضوح و توافق هدف، وضوح و توافق نقش، رضایت از پاداش، رضایت و توافق بر رویه‌ها و اثربخشی ارتباطات داشت که سوسمن و سام دیپ^۲ آشارا ابداع کرده‌اند و پرسشنامه کارآفرینی سازمانی (III)^۳ مارگریت هیل^۴ (۲۰۰۳) که دارای ۶۰ سؤال بود و هر ۱۰ سؤال از پرسشنامه مربوط به یکی از مؤلفه‌های شش‌گانه کارآفرینی سازمانی شامل افعال سازمانی، نگرش فردی، انعطاف سازمانی وضعیت پاداش، رهبری کارآفرینانه و فرهنگ کارآفرینانه است (۲۸).

روایی صوری ابزار این پژوهش، براساس نظر و راهنمایی‌های استادان صاحب نظر و اهل فن تأیید شد و به منظور احتساب پایایی آن، اعتبار درونی و بیرونی ابزار بررسی نشد. به‌منظور تعیین اعتبار درونی ابزار پژوهش، ضریب اعتماد آلفای کرونباخ برای هر یک از رده سئوالات به تفکیک محاسبه شد. همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، ضرایب آلفای همه رده‌ها از $\frac{2}{3}$ بالاتر بودند، از این رو اعتبار ابزار مورد تأیید است.

جدول ۱. ضرایب آلفای کرونباخ برای متغیرهای پژوهش

ردۀ سئوالات	ضرایب آلفای کرونباخ
۱- وضوح و توافق هدف	۰/۸۹
۲- وضوح و توافق نقش	۰/۷۵
۳- رضایت از پاداش	۰/۸۶
۴- رضایت از رویه‌ها	۰/۸۹
۵- اثربخشی ارتباطات	۰/۷۱
۶- افعال سازمان	۰/۸۷
۷- نگرش فردی	۰/۸۰
۸- انعطاف سازمان	۰/۶۸
۹- وضعیت پاداش	۰/۷۹
۱۰- رهبری کارآفرینانه	۰/۸۶
۱۱- فرهنگ کارآفرینانه	۰/۹۱
جو سازمانی	۰/۸۹
کارآفرینی سازمانی	۰/۸۵

- 1 . Organizational Climate Questionnaire
- 2 . Susman & Sam Dip
- 3 . Intrapreneurial Intensity index
- 4 . Marguerite Hill

برای تعیین میزان دقت پاسخ دهندگان به سئوالات پرسش‌نامه‌ها (اعتبار بیرونی یا زمانی ابزار پژوهش)، با روش آزمون مجدد تعداد ۳۳ پرسش‌نامه در یک محدوده زمانی ۱۵ روزه در دانشگاه فردوسی مشهد توزیع و مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفت و پس از اصلاحاتی در نحوه تنظیم آنها، میزان ضریب پایایی جوسازمانی و کارآفرینی سازمانی به ترتیب ۰/۹۶/۶ و ۰/۷۳/۵ محاسبه شد.

یافته‌های پژوهش

۲۸/۷٪ آزمودنی‌ها مرد و ۷۱/۳٪ آزمودنی‌ها زن بودند. همچنین تعداد ۱۶۹ نفر برابر با (۰/۸۹/۹) متأهل و تعداد ۱۹ نفر برابر با (۰/۱۰/۱) مجرد بودند.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد میانگین جو سازمانی در افراد تحت بررسی برابر با ۶۱/۳۰ با انحراف استاندارد ۱۴/۴۲ است. لازم به توضیح است که حداکثر نمره ۱۰۰ است. اطلاعات نشان داد ۶ نفر (۳/۱۶٪) از افراد مورد بررسی، جو سازمانی را در سطح بسیار پایین، ۵۰ نفر (۲۶/۵۹٪) پایین، ۶۶ نفر (۳۵/۰۶٪) متوسط، ۴۵ نفر (۲۳/۹۶٪) بالا و ۲۱ نفر (۱۱/۲۱٪) جو سازمانی را در سطح بسیار بالا ارزیابی کردند.

در مجموع امتیازات کسب شده از ابعاد جو سازمانی دانشکده‌های تربیت‌بدنی دانشگاه‌های کشور، بالاترین میانگین ۱۴/۱۲ مربوط به بُعد اثربخشی ارتباطات و پایین‌ترین آن ۱۰/۸۲ مربوط به بُعد رضایت از پاداش است (جدول ۲).

جدول ۲. امتیازگذاری افراد مورد بررسی از میزان جو سازمانی و ابعاد آن

متغیرها	ن	جو سازمانی		وضوح و توافق هدف		وضوح و توافق نقش		رضایت از پاداش		رضایت از روبه‌ها		اثربخشی ارتباطات	
		SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M
حوزه کل کشور	۱۸۸	۱۳۰	۱۴	۰/۳	۱۱	۴۵	۱۳	۰/۲	۱۰	۷۸	۱۱	۷۱	۲/۱۴

یافته‌های مربوط به کارآفرینی سازمانی نشان می‌دهد میانگین کارآفرینی سازمانی در نمونه مورد بررسی برابر با ۱۹۵/۰۹ است. لازم به توضیح است که حداکثر نمره کارآفرینی ۳۰۰ است. همچنین اطلاعات نشان می‌دهد ۱۴ نفر (۷/۵۴٪) از افراد مورد بررسی، کارآفرینی سازمانی را در سطح بسیار پایین، ۱۳۰ نفر (۶۹/۱۷٪) پایین و ۴۴ نفر (۲۲/۳۹٪) کارآفرینی

سازمانی را در سطح متوسط ارزیابی کردند و در مجموع هیچ کدام از افراد حاضر در نمونه مورد بررسی، امتیاز بالا را به کارآفرینی سازمانی دانشکده‌های مورد نظر تخصیص ندادند. همچنین در مجموع ابعاد مختلف کارآفرینی سازمانی، بالاترین میانگین مربوط به بعد نگرش فردی ۳۸/۴۷ و پایین‌ترین آن مربوط به بعد وضعیت پاداش ۲۸/۸۰ است (جدول ۳).

جدول ۳. امتیازگذاری افراد تحت بررسی از میزان کارآفرینی سازمانی و ابعاد آن

تغییر حوزه	تعداد	کارآفرینی سازمانی		افعال سازمانی		نگرش فردی		انعطاف سازمانی		وضعیت پاداش		رهبری کار آفرین		فرهنگ کارآفرین	
		SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M
کل کشور	۱۸۸	۱۹۵/۰۹	۲۷/۶۳	۳۱/۶۲	۶/۱۰	۳۸/۴۷	۵/۴۹	۳۲/۸۶	۳/۸۰	۲۸/۸۰	۵/۵۸	۳۱/۸۳	۷/۵۹	۲۹/۵۱	۶۸/۷۱

همچنین امتیازگذاری افراد مورد بررسی از میزان جو سازمانی و کارآفرینی سازمانی به تفکیک دانشکده به صورت میانگین محاسبه شد که نتایج در جدول (۴) ارائه شده است.

جدول ۴. امتیازگذاری افراد تحت بررسی از میزان جو سازمانی و کارآفرینی سازمانی به تفکیک دانشکده

دانشکده متغیر	جو سازمانی	کارآفرینی
ازراه	۴۹/۳۷	۱۷۷/۰۰
اصفهان	۶۶/۰۰	۲۰۳/۰۰
اهواز	۶۶/۴۲	۲۰۰/۹۳
تربیت معلم	۵۵/۰۰	۱۸۵/۹۵
تهران	۵۸/۲۷	۱۹۰/۸۷
کرمشاه	۵۸/۲۶	۱۹۷/۵۵
کرمان	۶۲/۳۳	۱۹۸/۶۰
شهید بهشتی	۵۴/۵۷	۱۸۲/۷۵
فردوسی	۶۷/۰۹	۲۰۴/۵۸
گیلان	۶۸/۵۰	۲۰۹/۰۰
مازندران	۶۹/۹۰	۱۹۳/۱۰

داده‌های جدول ۴ نشان می‌دهد در مجموع بالاترین میانگین جو سازمانی مربوط به دانشگاه مازندران با میانگینی برابر با ۶۹/۹۰ و پایین‌ترین آن مربوط به دانشگاه الزهراء با میانگینی برابر با ۴۹/۳۷ بود. بالاترین میانگین کارآفرینی سازمانی را دانشگاه گیلان با میانگینی برابر با ۲۰۹/۰۰ و پایین‌ترین آن را دانشگاه الزهراء با میانگینی برابر با ۱۷۷/۰۰ کسب کردند. به منظور تعیین نرمال یا غیرنرمال بودن متغیرها از آزمون کولوموگروف - اسمیرنوف استفاده شد که نتایج دال بر نرمال بودن متغیرهای جوسازمانی و میزان کارآفرینی بود. از این رو نتایج آزمون آنالیز واریانس یک‌طرفه برای مقایسه جو سازمانی و کارآفرینی در دانشکده‌های تربیت بدنی کشور نشان داد بین میزان جو سازمانی در دانشکده‌های مختلف تفاوت معنی‌دار وجود دارد. این تفاوت از طریق آزمون تعقیبی توکی دنبال و مشخص شد دانشگاه مازندران از میانگین جو سازمانی بالاتری نسبت به دانشگاه الزهراء برخوردار است، اما بین میانگین‌های کارآفرینی سازمانی در دانشکده‌های تربیت بدنی کشور تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد. تعیین ضرایب همبستگی بین ابعاد مختلف دو متغیر جوسازمانی و کارآفرینی سازمانی از اهداف اصلی این پژوهش بود که با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون و سطح معنی‌داری در یک آزمون دو دامنه نتایج جدول ۴ حاصل شد.

جدول ۵. آزمون همبستگی پیرسون میان اجزای پنج‌گانه جوسازمانی و کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی	متغیر		جو سازمانی
*۰/۴۸۷	ضریب همبستگی	وضوح و توافق هدف	
*۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری	وضوح و توافق نقش	
*۰/۵۱۸	ضریب همبستگی		
*۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری	رضایت از پاداش	
*۰/۶۲۴	ضریب همبستگی		
*۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری	رضایت از رویه‌ها	
*۰/۸۳۹	ضریب همبستگی		
*۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری	اثربخشی ارتباطات	
*۰/۳۷۸	ضریب همبستگی		
*۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری		

*همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است.

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد بین همه ابعاد جو سازمانی و کارآفرینی سازمانی ارتباط معنی‌دار وجود دارد.

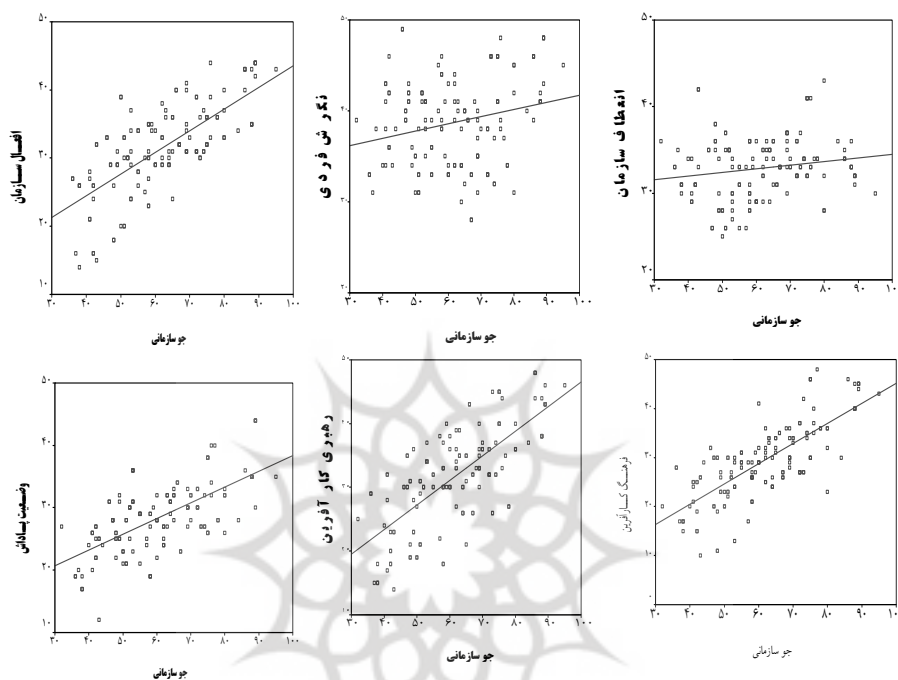
جدول ۶. آزمون همبستگی پیرسون میان مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی و جو سازمانی

جو سازمانی	متغیر	
۰/۷۱۴*	ضریب همبستگی	افعال سازمان
۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری	
۰/۲۳۴*	ضریب همبستگی	نگرش فردی
۰/۰۰۴	سطح معنی‌داری	
۰/۱۷۱*	ضریب همبستگی	انعطاف سازمانی
۰/۰۳۵	سطح معنی‌داری	
۰/۶۴۸*	ضریب همبستگی	وضعیت پاداش
۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری	
۰/۷۱۸*	ضریب همبستگی	رهبری کارآفرین
۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری	
۰/۷۵۳*	ضریب همبستگی	فرهنگ کارآفرین
۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری	

*همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است.

روابط بین مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی با جو سازمانی نیز به شرح جدول ۵ محاسبه شد. نتایج این جدول نشان می‌دهد بین همه ابعاد کارآفرینی سازمانی و جو سازمانی ارتباط معنی‌دار وجود دارد.

این ارتباطات در شکل شماره ۱ نشان داده شده است.



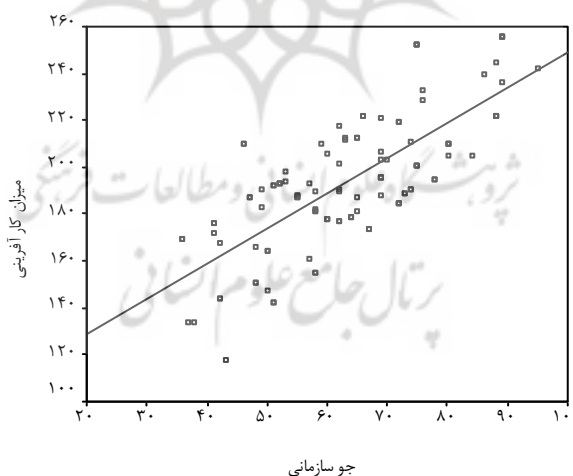
شکل ۱. روابط ابعاد کارآفرینی سازمانی با جوسازمانی در دانشکده‌های تربیت بدنی کشور

تعیین مدل رگرسیونی جوسازمانی با کارآفرینی سازمانی نیز از اهداف پژوهش حاضر بود که با معادله رگرسیون خطی آزمایش شد. در رگرسیون دو متغیره، مقادیر متغیر کارآفرینی سازمانی از روی متغیر جوسازمانی به کمک یک معادله خطی برآورد می‌شود. براساس جدول ۷ مدل رگرسیونی [(جوسازمانی) $1/5 + 98/63 =$ کارآفرینی] استخراج می‌شود که می‌توان میزان کارآفرینی سازمانی را براساس جوسازمانی پیش‌بینی کرد.

جدول ۷. ارتباط خطی جوسازمانی و کارآفرینی سازمانی

متغییر	مقدار ضریب	سطح معنی داری
کارآفرینی سازمانی	۱/۵	۰/۰۰۰۱
عدد ثابت	۹۸/۶۳	۰/۰۰۰۱
	R	۰/۷۵۰
	R²	۰/۵۶۲
(جوسازمانی) $۹۸/۶۳ + ۱/۵ =$ کارآفرینی		

در مدل رگرسیونی مذکور اگر امتیاز جو سازمانی به طور میانگین ۴۳/۱۲ در نظر گرفته شود، انتظار داریم امتیاز کارآفرینی برابر با ۱۶۳/۳۱ و اگر حداقل امتیاز جو برابر با ۲۰ باشد، انتظار داریم امتیاز کارآفرینی برابر با ۱۲۸/۶۳ و با حداکثر امتیاز جوسازمانی ۱۰۰ انتظار داریم کارآفرینی سازمانی برابر با ۲۴۸/۶۳ شود. رگرسیون خطی موجود بین این دو متغیر در شکل شماره ۲ نشان داده شده است.



شکل ۲. رگرسیون خطی بین جوسازمانی و میزان کارآفرینی سازمانی

بحث و نتیجه گیری

میانگین بُعد اول جوسازمانی، یعنی وضوح و توافق هدف در کل کشور برابر با ۱۱/۴۸ و با $SD=۳/۰۳$ بود که نشان از روشن نبودن اهداف و فقدان توافق نظر بین اهداف در افراد شاغل در دانشکده‌ها راست. همچنین میانگین بُعد وضوح و توافق نقش برابر ۱۳/۷۶ و $SD=۳/۴۵$ بود که باز نشان از عدم شفافیت نقش‌های افراد شاغل در دانشکده‌هاست. در بُعد رضایت از پاداش، میانگین برابر با ۱۰/۸۲ و $SD=۴/۰۲$ بود که بیانگر عدم رضایت کامل از پاداش‌های دریافتی از سوی سازمان است. در بُعد رضایت از رویه‌ها میانگین در کل کشور برابر با ۱۱/۱۲ و $SD=۳/۷۸$ بود که این نیز نشان از نارضایتی از سیاست‌ها و رویه‌های سازمان است و بالاخره بُعد پنجم، یعنی اثربخشی ارتباطات دارای میانگین ۱۴/۱۲ و $SD=۲/۷۱$ بود که نشانگر پایین بودن اثربخشی ارتباطات در بین نمونه مورد بررسی در دانشکده‌های تربیت بدنی است. با این حال امتیاز کسب شده در این بُعد، بیشترین مقدار در بین ابعاد پنجگانه جوسازمانی بود که ممکن است مربوط به ماهیت شغلی و قبول مسئولیت از سوی حوزه مدیریتی دانشکده‌های تربیت‌بدنی باشد.

نگاهی به نظریات و تحقیقات مختلف در زمینه جوسازمانی و ارتباط آن با متغیرهای گوناگون نشان می‌دهد جوسازمانی پدیده‌ای است که از عوامل گوناگونی تأثیر می‌پذیرد و بر عوامل بسیاری در سازمان تأثیرگذار است. همچنین هوی و میسکل در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که مجموعه خصوصیات درونی سازمان آموزشی حاصل تکامل گروه‌هاست (آدین ۱۳۷۹). یافته‌های حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد بین جوسازمانی دانشکده‌های تربیت‌بدنی کشور با اطمینان ۹۵٪ تفاوت معنی‌داری وجود دارد. این بدین معنی است که دانشکده‌های تربیت بدنی کشور از نظر ابعاد پنجگانه جوسازمانی با یکدیگر متفاوتند. مراتب (۱۳۶۹) مقدسی (۱۳۷۹) گودرزی (۱۳۷۵) آدین (۱۳۷۹) طالب‌پور (۱۳۸۱) و مهرعلی‌زاده (۱۳۸۴) در بررسی جوسازمانی مؤسسات آموزشی به این نتیجه رسیدند که بین جوسازمانی این مؤسسات تفاوت معنی‌داری وجود دارد که همسو با نتایج این پژوهش هستند.

اما نتایج پژوهش فرهادی (۱۳۷۷) حیدرزادگان (۱۳۷۵) جمشیدی (۱۳۷۵) دشمن‌زیادی (۱۳۷۴) و کوفانی (۱۳۷۴) آهنچیان و منیدری (۱۳۸۵) مغایر با نتایج این پژوهش بودند. تناقض نتایج تحقیقات در این زمینه به این دلیل است که هالپین و کرافت جوسازمانی را ادراک‌های توصیفی و غیرارزشی از خصوصیات سازمان مانند رهبری، خط مشی‌های سازمانی، خصوصیات شغلی و وظیفه‌ای می‌دانند. همچنین آنها جوسازمانی مؤسسات آموزشی را تعامل

روابط و کنش‌های متقابل مدیران و کارکنان آن مؤسسات می‌دانند. در بعضی از این مؤسسات ممکن است در اجرای ابعاد پنجگانه به شیوه‌های مختلف برخورد شود.

همچنین در مجموع، امتیاز کسب شده از میزان کارآفرینی سازمانی در دانشکده‌های تربیت بدنی کشور دال بر کمی نمره کارآفرینی سازمانی و وضعیت نامطلوب و نابسامان این مقوله در آنها است که نشان دهنده این است که این سازمان‌ها بسیار کم در خصوص ارائه خدمات جدید و تشخیص، توسعه و بهره‌برداری از فرصت‌های نو در مراتب فردی و سازمانی تأکید دارند و همچنین نشان دهنده عدم ترفیع‌گرایی مدیران و فقدان انعطاف کافی در ساختار دانشکده‌های تربیت بدنی کشور است.

با عنایت به زیربنای پژوهش چنین استنباط می‌شود که با توجه به پیامدهای مثبت کارآفرینی و پیامدهای منفی بی‌توجهی به آن، لازم است برنامه‌ریزان و متولیان مؤسسات آموزشی در اندیشه ارتقاء کارآفرینی، نوآوری و خلاقیت در اعضا خود باشند. در شاخص وضعیت پاداش و سیاست‌های تشویقی میانگین دانشکده‌های تربیت بدنی کشور در سطح ضعیفی بود، به طوری که پایین‌ترین امتیاز را در بین شاخص‌های کارآفرینی کسب کرد و این نمایانگر عملکرد ضعیف نظام حاکم بر دانشکده‌های تربیت بدنی کشور در این شاخص است. طبق نظر «هیسریچ» و «پیترز» فرهنگ بوروکراتیک، دارای نظام پاداش و جوی است که محافظه‌کاری در تصمیم‌گیری‌ها را تشویق می‌کند. شاید بتوان عدم ارزش محوری و محدودیت افراد در نظام پاداش و ترفیع و همچنین عدم توجه کافی مدیران به بهره‌وری افراد، خلاقیت و ارائه طرح‌های ابتکاری در نظام پاداش و ترفیع را در این دانشکده‌ها از دلایل اصلی این نارضایتی دانست. در این زمینه استفاده از ملاک‌های ارزشیابی براساس بهره‌وری و حمایت از طرح‌های خلاقانه و نوآورانه پیشنهاد می‌شود.

نتایج پژوهش همچنین نشان داد بین جو سازمانی و میزان کارآفرینی سازمانی ارتباط معنی‌داری وجود دارد. به گفته فرنچ و همکاران (۱۹۸۵) جو سازمانی مجموعه نسبتاً پایدار از اداراک اعضای سازمان درباره ویژگی‌های فرهنگ است. این ادراک بر احساس، نگرش و رفتار افراد در محل کار تأثیر می‌گذارد. بولدون نیز معتقد است جو سازمانی محیطی است که افراد در آن کار می‌کنند و منعکس‌کننده نگرش کارکنان و سبک مدیریت سازمان است. اکنون آموزش با سرعتی بیشتر و کیفیتی بهتر نسبت به گذشته باید انجام شود و برای نیل به این هدف است که از وسایل پیشرفته امروزی به منظور تقویت خلاقیت و تفکر انتقادی باید استفاده شود (دوایی، ۱۳۷۵). آنتونی لانو معتقد است اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها نقش مدیران میانی را

ایفا می‌کنند و واسط بین مدیران ارشد و دانشجویان هستند و درک و برداشت آنان از جو کارآفرینانه تأثیر بسیار زیادی بر فعالیت‌های کارآفرینانه دانشکده خواهد داشت.

هر چند می‌توان نتایج پژوهش حاضر را با برخی تحقیقات انجام شده مقایسه کرد، اما با توجه به اینکه تحقیقات و آموزش در زمینه کارآفرینی سازمانی به خصوص در زمینه ورزش سابقه چندانى ندارد و در واقع به دلیل تازگی موضوع در مطالعات تجربی، به فعالیت‌های مطالعاتی اندکی به صورت نظریه محدود شده است، از این‌رو امکان مقایسه مستقیم نتایج حاصل از این پژوهش با سایر تحقیقات وجود ندارد و این مقایسه باید با کمال احتیاط انجام شود، اما در مجموع پیشینه کارآفرینی سازمانی نشان می‌دهد عوامل متعددی، می‌تواند در درون و بیرون سازمان باعث ارتقاء یا مانع رشد کارآفرینی شود. عوامل درونی سازمانی که مدیریت بر روی آنها کنترل دارد و به رفتار کارآفرینانه کمک می‌کنند عبارتند از: حمایت مدیریت، آزادی عمل و استقلال کاری، پاداش- تقویت، دسترسی زمانی و مرزهای سازمانی، ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی، نظام کنترل و نظارت، وضعیت انگیزش، فرهنگ سازمانی ویژگی‌های مدیران، نظام ارتباطات، نظام پرداخت حقوق و دستمزد و غیره.

نتایج این پژوهش با نتایج هینونن (۲۰۰۳) آقازاده و رضازاده (۱۳۸۳) در مورد تأثیر بالقوه حمایت مدیریت و نگرش‌ها و مهارت‌های فردی؛ بخشی (۱۳۸۱) آقاجانی و همکاران وی (۱۳۸۵) در مورد تأثیر عوامل داخلی در کارآفرینی؛ آنتونی لانو (۲۰۰۵) ون ویک (۲۰۰۳) دفت (۱۳۷۹) و اصغریان (۱۳۸۵) تأثیر عوامل محیطی و فرهنگ کارآفرینانه و نگرش‌های فردی زیلبرمن (۲۰۰۰)، جوهانسن (۲۰۰۱) مشبکی و تیمورنژاد (۱۳۷۸) صمدآقایی (۱۳۷۸) در خصوص تمرکز، سلسله مراتب انعطاف ناپذیر، فقدان آزادی عمل، کنترل بیش از اندازه؛ «بورینس» و «سادلر» (۱۹۹۹) ساختار بوروکراتیک همخوانی داشت و با تحقیقات هورنسبای و همکاران (۱۹۹۲) و رامورتی (۲۰۰۲) همخوانی نداشت.

بنابراین پیشنهاد می‌شود در سازمان‌های بزرگی نظیر دانشکده‌های تربیت بدنی کشور که رسالت عظیم تزریق روح علمی به جامعه ورزش را بر دوش دارند، همانند پایان سال که به ارزیابی عملکرد کارمندان پرداخته می‌شود به جو سازمانی موجود توجه کنند و در حفظ و ایجاد جو و آن‌چنان فضای سازمانی سعی داشته باشند که محرک خلاقیت باشد و بدین ترتیب در درون چنین محیطی با سرعت و هزینه کمتر به اهداف سازمان دست یابند. مدیران باید با معرفی الگوهای موفق سازمانی، تجلیل از اعضاء هیئت علمی، کارکنان نمونه و یادآوری موفقیت، نوآوری‌های و همچنین در نظر گرفتن امتیاز نوآوری و کارآفرینی افراد در پاداش، ارتقاء و ترفیع آنها، موجبات روحیه خود اتکایی و خودباوری و کارآفرینی را در آنها فراهم کنند.

همچنین برگزاری کارگاه، سمینار، همایش و دوره‌های ضمن خدمت با محوریت کارآفرینی در ورزش برای آشنایی مدیران، اعضای هیئت علمی دانشکده‌های تربیت بدنی با زمینه‌های موجود در کارآفرینی، به‌ویژه کارآفرینی سازمانی پیشنهاد می‌شود. با توجه به قانون برنامه چهارم توسعه کشور و همسو با چشم اندز ۲۰ ساله، پیشنهاد می‌شود بنگاه‌های کوچک کسب و کار با اهداف واگذاری وام‌های خود اشتغالی در دانشکده‌های تربیت بدنی ایجاد شود. با توجه به اهمیت نوآوری در محیط رقابتی و پاسخگویی به نیازهای مختلف دانشجویی از یک سو و نیازهای روزافزون بازار صنعت ورزش، شرایط سازمانی در دانشکده‌های تربیت بدنی و علوم ورزشی باید به گونه‌ای فراهم شود که ضمن ایجاد نگرش مثبت نسبت به تغییر، افراد تشویق شوند تا ایده‌های جدیدی ارائه دهند و ایده‌های خلاق را به مرحله اجرا درآورند.

منابع:

۱. کردناییج، اسدالله و دیگران، ۱۳۸۴، «طراحی ساختار سازمانی مراکز و آموزشگاه‌های کارآفرینی در کشور، فصلنامه مدرس علوم انسانی»، دوره ۹، شماره ۲، تابستان.
2. Cornwall, J. R., and Perlman, B. (1990). *Organizational Entrepreneurship*. Homewood, IL: 17 Boston-Irvin.
۳. دوابی، زهرا، ۱۳۷۵، «راهبردهای تقویت روحیه ابتکار و نوآوری معلمان در راه ابتدایی و راهنمایی شهر کاشان در زمینه ساخت وسایل آموزشی»، نمایه پژوهشی سازمان آموزش و پرورش استان اصفهان، شماره ۲، صفحه ۸۸-۸۵.
۴. نیکنمایی، مصطفی، ۱۳۷۸، «مفاهیم کارآیی و اثربخشی مدیران»، فصلنامه مدیریت در آموزش و پرورش، شماره ۱۵، صفحه ۲۰-۱۴.
۵. ابراهیم‌ای بی- سوفانی، کی، ۱۳۸۴، «نقد و بررسی آموزش و پرورش کارآفرینی در کانادا»، فصلنامه تخصصی ترجمان کارآفرینی، مرکز کارآفرینی پردیس قم دانشگاه تهران، شماره چهارم.
۶. حقیقی، مسعود، ۱۳۸۵، «هدایت کارآفرینان دانش‌آموخته وظیفه‌ای سنگین اما مسلم برای نظام آموزشی»، فصلنامه ره توشه، مرکز کارآفرینی پردیس قم دانشگاه تهران، شماره اول، پاییز.
۷. سلطانی تیرانی، فلورا، ۱۳۷۸، «نهادی کردن نوآوری در سازمان: به انضمام الگوی نهادی کردن و بهبود و نوآوری در سازمان‌های صنعتی ایران»، تهران، مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
۸. آقاجانی، حسنعلی و علی‌اکبر آقاجانی، ۱۳۸۵، «الگوی بومی و یکپارچه مدیریت کارآفرینی»، خلاصه مقالات نخستین همایش ملی مدیریت کارآفرینی، مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران، صفحه ۱۵.
۹. مزدارانی، کامران، ۱۳۷۸، بررسی رابطه جو سازمانی و تعارض معلمان مدارس راهنمایی شهرستان دماوند، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.
۱۰. طالب‌پور، مهدی، ۱۳۸۰، تحلیل و تبیین نگرش‌های شغلی مدیران، کارمندان و اعضاء هیئت علمی دانشکده‌های تربیت بدنی کشور و ارتباط آنها با جو سازمانی، پایان‌نامه دکتری، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران.

11. Wee-Liang Tan & Teck-Meng Tan. (2002). The Antecedents of Value Creation in Singapore Corporations. Singapore Management University.

12. Peters, T. & Waterman, R. (1982). In search of excellence. NYC: Harper & Row.

13. Heinonen, j .Korvela, K. (2003). How About Measuring entrepreneurship. Small Business Institute, Turku School of Economics and Business Administration. Available from: <http://www.tukkk.fi/pki>

14. Bill, k. (2006). Supporting Entrepreneurship: The Development of Entrepreneurship Education within UK Sport. Available online from: <http://www.ncge.org.uk/communities/index.phd>

15. Bailey, R. (2005). The importance of interperneurship to hospitality, leisure, sport and tourism. Higher Education Academy Network for Hospitality, Leisure, Sport and Tourism.

16. Sleaf, M. (2005). University Experiences and the Employment Environment. Unpublished Research Report, Higher Education Academy Network for Hospitality, Leisure, Sport and Tourism. Available from:

http://www.hlst.heacademy.ac.uk/projects/sleaf_summary.pdf

17. Tomkins, A. (2004). Best of both worlds: An exploration of key skills required for graduate work in the leisure and sport industry and links to Personal Development Planning. LINK 11. Available from :

<http://www.hlst.heacademy.ac.uk/resources/link11/contents.html>

18. Bill, K. and Bowen-Jones, B. (2004). 21st Century Skills for Sport and Recreation Graduates - Realizing our potential. LINK 11. Available online from :

<http://www.hlst.heacademy.ac.uk/resources/link11/contents.html>

19. O'Shea, R, Allen, T, J, O'Gorman, C, & Roche, F. (2005). Universities and technology transfer: A review of academic entrepreneurship literature. Irish Journal of Management, Vol. 26, Pp. 11-29.

20. Anthony Llano, Joseph. (2005). The University Environment and Academic Entrepreneurship: A Behavioral Model For Measuring Environment Success. Stevens Institute of Technology. Available from:

www.cherry.gatech.edu/t2s2006/papers/llano-1057-T.pdf

۲۱. یخشی، غلامرضا، ۱۳۸۱. بررسی موانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مازندران. پایان نامه کارشناسی

ارشد، دانشگاه مازندران.

۲۲. مرصعی، مهدیار و فرشاد تجاری. ۱۳۸۵، «بررسی شیوه‌های افزایش کارآفرینی در ورزش از دیدگاه

دانشجویان تربیت‌بدنی»، خلاصه مقالات چهارمین همایش علمی دانشجویی تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه‌های سراسر کشور، صفحه ۱۷۱.

۲۳. تجاری، فرشاد و عباس خدایاری. ۱۳۸۵، «مطالعه آمادگی کارآفرینی در ورزش: تحلیل مقدماتی

مقیاس اندازه‌گیری کارآفرینی در ورزش (ERI)»، فصلنامه پژوهش در علوم ورزشی، شماره دهم. صفحه ۸۸-۷۳.

۲۴. غلامیان، جواد و همکاران، ۱۳۸۵، «مقایسه نیم‌رخ کارآفرینی دانشجویان تربیت بدنی با دانشجویان سایر رشته‌های تحصیلی دانشگاه فردوسی مشهد با تأکید بر توسعه و آموزش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی»، چکیده مقالات هفتمین همایش ملی تربیت بدنی و علوم ورزشی، تبریز: دانشکده تربیت بدنی، صفحه ۴۸۸.
۲۵. اصغریان، احسان، ۱۳۸۵، «فرهنگ کارآفرینانه در سازمان‌ها»، مجموعه مقالات نخستین همایش ملی مدیریت کارآفرینی، مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.
۲۶. مقیمی، سید محمد، ۱۳۸۵، «بررسی فرهنگ کارآفرینی در سازمان‌های دولتی»، مجموعه مقالات نخستین همایش ملی مدیریت کارآفرینی، مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.
۲۷. ریاضی، نهال، ۱۳۸۵، «کارآفرینی و سازمان‌های اداری ایران»، مجموعه مقالات نخستین همایش ملی مدیریت کارآفرینی، مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.

28. Hill, M. E. (2003). The Development of an Instrument to Measure Intrapreneurship: Entrepreneurship within the Corporate Setting. Full thesis submitted in fulfillment of the requirements for the degree Master of Arts (MA) in Industrial Psychology. Department of Psychology Rhodes University. Grahams town.

