

رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی

دوره ۲، شماره ۴، بهار ۱۳۹۳

ص ص: ۸۵ - ۷۷

طراحی و تدوین مدل کارآفرینی ورزشی مبتنی بر رابطه منابع کارآفرینی سازمانی با خروجی‌های کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان

۱. سیده طاهره موسوی راد* - ۲. ابوالفضل فراهانی

۱. استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران، ۲. استاد گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور،

تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۸/۲۵، تاریخ تصویب: ۱۳۹۳/۱۲/۰۶)

چکیده

پژوهش حاضر با هدف طراحی و تدوین مدل کارآفرینی ورزشی مبتنی بر رابطه منابع کارآفرینی سازمانی با خروجی‌های کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان انجام گرفت. جامعه آماری پژوهش کلیه مدیران و کارکنان ستادی وزارت ورزش و جوانان (۳۹۶ نفر) بودند که ۲۰۰ نفر به عنوان نمونه به روش تصادفی انتخاب شدند. ابزار پژوهش شامل دو پرسشنامه محقق ساخته ارزیابی منابع کارآفرینی سازمانی و خروجی‌های کارآفرینی سازمانی بود. روایی پرسشنامه‌ها به تأیید متخصصان رسید. پایایی آنها نیز در یک آزمون مقدماتی با ۳۰ آزمودنی و با آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۹۲ و ۰/۹۳ محاسبه شد. برای تحلیل داده‌ها از ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون چندمتغیره، تحلیل عاملی، آزمون t تک‌گروهی، تحلیل مسیر و معادلات ساختاری، با بهره‌گیری از دو نرم‌افزار SPSS و LISREL استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد، وضعیت موجود وزارت ورزش و جوانان در ارتباط با متغیرهای مورد مطالعه غیر کارآفرینانه است و بین «دسترسی منابع مالی» با «خروجی‌های کارآفرینی سازمانی» در سطح $\alpha \leq 0/05$ ارتباط مثبت و معنادار و ارتباط منفی معناداری بین «دسترسی زمانی» با «خروجی‌های کارآفرینی سازمانی» وجود دارد. با توجه به نتایج تحقیق می‌توان پیش‌بینی کرد که با افزایش «منابع کارآفرینی سازمانی» «خروجی‌های کارآفرینی سازمانی» افزایش می‌یابد.

واژه‌های کلیدی

خروجی‌های کارآفرینی سازمانی، کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، منابع کارآفرینی سازمانی، وزارت ورزش و جوانان.

مقدمه

امروزه شرایط محیطی و قواعد بازی به حدی نامطمئن شده است که سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند تنها با تغییرات روتین، حیات و بقای بلندمدت خود را تضمین کنند، از این رو حیات سازمان‌ها هرچه بیشتر در معرض خطر قرار گرفته و یافتن راه‌حلی برای آن به عنوان دغدغه فکری همیشگی مدیران سازمان‌ها مطرح باشد. اینجاست که اهمیت کارآفرینی سازمانی به منظور تربیت نیروی انسانی خلاق و نوآور یا به عبارتی «کارآفرینان سازمانی» در سازمان‌ها برجسته‌تر می‌شود و تنها با ایجاد چنین شرایطی است که یک سازمان قادر است به نوآوری‌هایی دست یابد و در عرصه رقابت دوام آورد. کارآفرینی سازمانی پروسه‌ای است که از طریق آن سازمان‌ها متوجه فرصت‌ها می‌شوند و به عبارت دیگر کارآفرینی سازمانی می‌تواند محیط سازمانی مناسبی را ایجاد کند که در راستای تربیت و توسعه کارآفرینان بوده و حامی نوآوری‌ها و ایده‌های کارآفرینان باشد. در کلیه مدل‌های مفهومی کارآفرینی سازمانی که توسط محققان طراحی شده‌اند، منابع کارآفرینی سازمانی به عنوان یکی از عوامل اصلی پیش‌برنده‌های کارآفرینی سازمانی مطرح شده است (۵). سات و اسکایز بیان کردند منابع سازمانی شامل پول، زمان، مردم و تجهیزات است و دسترسی به آنها عامل مهمی در امکان‌پذیر کردن پروسه کارآفرینی سازمانی است و کارکنان باید برای فعالیتهای نوآورانه منابع کافی در دسترس داشته باشند (۱۵). به غیر از منابع مالی، سازمان‌ها نیازمند منابع غیرقابل ملموس، همچون دانش، مهارت‌ها، تجربه و توانایی کارکنان هستند. هورنسبای و همکاران (۲۰۰۲) نتیجه می‌گیرند یکی از چالش‌هایی که در توسعه کارآفرینی با آن اغلب مواجه می‌شوند، توسعه منابع به منظور حمایت از تلاش‌های کارآفرینانه راهبردی است، بدان معنا که کارآفرینی سازمانی به عنوان جزء

حیاتی راهبرد سازمان در تخصیص منابع در اولویت قرار خواهد گرفت (۱۰). نگرش منبع‌مدار به راهبرد^۱، منابع داخلی سازمان را به عنوان مزیت رقابتی غیرقابل تقلید و منحصر به فرد در نظر می‌گیرد (۶).

کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های ورزشی نیز به فراهم آوردن شرایط و بسترسازی مناسب نیاز دارد تا کارکنانی که می‌خواهند پروسه کارآفرینی درون سازمانی را طی کنند، بتوانند سریع و راحت به اجرا درآورند، چراکه تغییرات در ورزش، کارآفرینی را الزامی کرده است. توسعه سریع فناوری مانند اینترنت و تلویزیون دیجیتال سبب شده که بازاریاب‌های ورزشی از طریق آگهی‌های رسانه‌ای، تغییراتی در روش خود ایجاد کنند (۱۸). مضافاً، از آنجا که اقتصاد جهانی رو به رکود بوده است، کارآفرینان ورزشی راهبردهای بازاریابی و تبلیغاتشان را به کلی بازآفرینی کرده‌اند (۸). سازمانی که دارای عوامل پیش‌برنده کارآفرینی سازمانی باشد، دارای خروجی‌های کارآفرینی سازمانی می‌شود و خروجی‌های کارآفرینی سازمانی به بهبود عملکرد سازمان مزبور می‌انجامد. در اغلب پژوهش‌ها خروجی‌های کارآفرینی سازمانی را از طریق پنج ویژگی اساسی (نوآوری، استقلال‌طلبی، پیش‌تازی در بازار، رقابت تهاجمی و ریسک‌پذیری) بررسی و مفهوم‌سازی کرده‌اند. این عوامل اغلب با هم کار می‌کنند تا عملکرد کارآفرینانه یک سازمان را افزایش دهند (۷).

نوآوری^۲ در سرمایه‌گذاری سازمان به ایجاد بازارهای جدید منجر می‌شود. نوآوری در ورزش می‌تواند از طریق تیم‌ها، سازمان‌ها و بازیکنان ورزشی پدیدار شود. از نوآوری‌های مهم در ورزش طی دهه گذشته می‌توان به استفاده از برنامه‌های رایانه‌ای برای تحلیل عملکرد تیم‌ها، نوآوری در تجهیزات و فناوری‌های مورد استفاده در ورزش و نوآوری اجتماعی از طریق فعالیتهای ستاره‌های دنیای ورزش و

نگرانی های پی در پی و پیشرفت های فناورانه اثر می گذارد (۱۹).

اغلب تحقیقات در دهه گذشته روی کارآفرینی در حوزه های مختلف و تا حدی کمتر در بخش ورزش متمرکز بوده است. برخی از تحقیقات قبلی رابطه بین ورزش و کارآفرینی را بررسی کرده اند. بال (۲۰۰۵) به این نتیجه رسید که ورزش ذاتاً کارآفرین است و کارآفرینی همان طور که جوابگوی تغییر تقاضاهای مصرف کننده است و نوآوری را امکان پذیر می سازد، بحرانی برای ورزش به حساب می آید (۴). در نشریه های ادواری مدیریت ورزش مانند "ژورنال اسپورت ساپکلمن"^۵، یک کارآفرین ورزشی به عنوان شخصی یاد شده است که سازمان دهی می کند و خطر را برای تجارت مخاطره آمیز مربوط به ورزش می پذیرد. نشریه های ادواری کارآفرینی از قبیل «اینس و انترپرنور»^۶ اغلب شامل مقالاتی در زمینه سازمان های ورزشی اند و به کارآفرینی در برخی از این مقالات اشاره شده است (۹). بر سیاست های برنامه چهارم توسعه، توجه به ورزش و یافتن راه های مناسب برای عملی کردن این برنامه ها به توصیف وضعیت کارآفرینی سازمان ورزشی نیاز دارد و با توجه به اینکه ورزش و تربیت بدنی جذابیت زیادی در میان مردم دارد، مسئولان سازمان های ورزشی را ترغیب می کند که راه حل های جدیدی خلق کنند و راهبردهای آن را برای ایجاد نوآوری و مزایای رقابتی به کار گیرند.

تفکر کارآفرینی و استفاده از آن در سازمان های ورزشی اجتناب ناپذیر است. کارآفرینی سازمانی از ابزارهای تأمین کننده حیات و مزیت رقابتی برشمرده می شود. حیات و مزیت رقابتی در سازمان های ورزشی نیز به عواملی نظیر توانایی، خلاقیت و نوآوری منابع انسانی آنها وابسته است. در سازمان های ورزشی، به خصوص وزارت

سازمان های ورزشی اشاره کرد (۱۴). پیشتازی در بازار^۱ سبب می شود سازمان ها بتوانند در بازارهای رقابتی پیروز شوند و بخشی از حیات مدیریت تیم های ورزشی از این طریق تضمین می شود. سازمان های ورزشی به دنبال فرصت های جدید تجاری مانند پوشش تلویزیونی بیشتر برای افزایش بازاریابی و بهره برداری از استادیوم ها برای کاربردهای گوناگون پیشتاز شده اند (۱۲). ریسک پذیری^۲ بیانگر تمایلات سازمان ها برای در نظر گرفتن خطرهای متفاوت به همراه ایجاد کسب و کار جدید است، به خصوص زمانی که برگشت مالی قطعی نباشد. ریسک پذیران در ورزش می توانند گروه هایی نظیر ورزشکاران، سازمان دهنندگان رویدادهای ورزشی، مقامات رسمی، مربیان و مدیران ورزشی باشند (۱۳). ریسک پذیری تجاری در ورزش اغلب توسط مالکان تیم های ورزشی با بستن قراردادهای چند میلیون دلاری برای ورزشکاران بر مبنای پتانسیل آینده انجام می گیرد. به علاوه، هزینه های زیاد استادیوم های ورزشی و حق امتیاز روی ریسک پذیری در تجارت تأثیر دارد. بسیاری از مالکان تیم های ورزشی ریسک پذیری مالی را به امید بازگشت به شکل قدرت و سرگرمی می پذیرند (۶). استقلال طلبی^۳ عملی غیروابسته به وسیله یک فرد یا یک تیم به منظور پیش بردن مفهوم یا چشم انداز کسب و کار و ادامه آن تا تکمیل کار است و رقابت تهاجمی^۴، تلاش شدید برای برد در صحنه رقابت در صنعت است که از طریق پاسخی هجومی به منظور بهبود جایگاه یا پیروزی بر تهدید در بازاری رقابتی انجام می گیرد. کارآفرینی سازمان های ورزشی دینامیک است و روی تعدادی از حوزه های مدیریت مانند ساختار تجاری، مدیریت بحران، ارتقای ورزش های جدید، مدیریت اجرایی، ایجاد نوآوری، ساختارهای تبلیغاتی، موضوعات اجتماعی،

1. Proactiveness
2. Risk Taking
3. Autonomy
4. Proactiveness

ورزش و جوانان که در رأس ورزش کشورمان قرار دارد، نیاز است برای مدیران، تصمیم‌گیرندگان و کارکنانی که دارای توانایی‌های بالقوه تولید ایده هستند و می‌توانند ایده‌هایشان را ارزش‌گذاری کرده، نوآوری و خلاقیت تولید کنند، بسترهای کارآفرینی سازمانی برای ایجاد شرایط راحت برای این امر مهم موجود باشد و اگر این شرایط مهیا باشد، فرصت‌ها بهتر درک خواهند شد و از منابع مالی و زمانی به‌منظور نوآوری استفاده بیشتری خواهد شد، در نتیجه سازمان سریع‌تر رشد کرده و در صحنه رقابت جهانی، منطقه‌ای و ملی پیشرفت کرده و دوام خواهند آورد و می‌توانند رسالتی را که بر عهده دارند به نحو احسن ایفا کنند. برای پاسخ به این نیاز، در این تحقیق ابتدا منابع کارآفرینی سازمانی و خروجی‌های کارآفرینی سازمانی و سپس ارتباط بین آنها بررسی شده و سپس براساس آن الگو ترسیم شده که امید است به‌عنوان ابزاری در ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه و نوآورانه در تولید رفتارهای کارآفرینانه به‌کار روند و وضعیت کارآفرینی سازمانی را با رویکرد کارآفرینانه متناسب تحلیل کنند و برنامه‌ریزی‌های لازم را انجام دهند. از این‌رو مقاله حاضر با هدف ارایه الگویی مطلوب در زمینه ارتباط بین منابع کارآفرینی سازمانی با خروجی‌های کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان انجام گرفته است.

روش تحقیق

این تحقیق از نوع تحقیقات توصیفی-همبستگی است که به شکل میدانی انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش را کلیه مدیران و کارکنان ستادی وزارت ورزش و جوانان (۳۹۶ نفر) تشکیل دادند، که با استفاده از جدول مورگان ۲۰۰ نفر به‌عنوان نمونه به روش تصادفی انتخاب شدند. پرسشنامه منابع سازمانی در قالب مقیاس هفت‌ارزشی لیکرت و به‌صورت (۱) خیلی کم تا (۷) خیلی

زیاد ارزش‌گذاری شده است. همچنین از پرسشنامه محقق‌ساخته خروجی‌های کارآفرینی سازمانی با آلفای کرونباخ ۰/۹۲ و با پنج مؤلفه (نوآوری، ریسک‌پذیری، پیشتازی در بازار، رقابت تهاجمی، استقلال‌طلبی) استفاده شده است. پرسشنامه خروجی‌های کارآفرینی سازمانی در قالب مقیاس هفت‌ارزشی لیکرت و به‌صورت (۱) خیلی کم تا (۷) خیلی زیاد ارزش‌گذاری شده است. برای برآورد پایایی درونی آنها در یک آزمون مقدماتی با ۳۰ آزمودنی از آلفای کرونباخ و برای بررسی روایی ابزاری از تأیید پانزده تن از متخصصان و تحلیل عاملی استفاده شد. متغیرهای پیش‌بین در این پژوهش عامل منابع سازمانی شامل دو مؤلفه (منابع زمانی و منابع مالی) است و متغیرهای ملاک نیز خروجی‌های کارآفرینی سازمانی شامل پنج مؤلفه (نوآوری، ریسک‌پذیری، استقلال‌طلبی، پیشتازی در بازار و رقابت تهاجمی) است. علاوه بر متغیرهای مذکور، متغیرهای تعدیل‌کننده ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شامل سن، جنسیت، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات، رشته تحصیلی، وضعیت استخدام، سابقه خدمت و... نیز مدنظر قرار گرفت.

برای دستیابی به اهداف پژوهش از پرسشنامه محقق‌ساخته منابع سازمان با آلفای کرونباخ ۰/۹۲ استفاده شد. برای تحلیل داده‌ها از ضریب کجی و ضریب کشیدگی و برای بررسی طبیعی بودن داده‌ها، از ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون چندمتغیره، تحلیل عاملی، آزمون t تک‌گروهی و در نهایت برای ارایه الگوی مناسب و تحلیل مسیر از روش مدل معادلات ساختاری، با بهره‌گیری از نرم‌افزار LISREL استفاده شد.

نتایج و یافته‌های تحقیق

نتایج توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های تحقیق نشان داد میانگین سن جامعه در دامنه سنی ۳۶ تا

۴۰ سال، جنسیت ۵۵ درصد مرد، ۷۸/۷ درصد متأهل، ۶۴/۴ درصد رسمی، سابقه خدمت ۲۹/۷ درصد ۱۱ تا ۱۵ مدرک تحصیلی ۶۶/۳ درصد لیسانس، وضعیت استخدامی سال بود.

جدول ۱. شاخص‌های گرایش مرکزی منابع سازمانی و خروجی‌های کارآفرینی سازمانی

شاخص‌های گرایش مرکزی		شاخص‌های پراکندگی			شاخص‌های توزیع		
نما	میان	میانگین	دامنه تغییرات	واریانس	انحراف معیار	خطای معیار	ضریب کجی
۴۷	۵۰	۵۲/۵۱	۶۴	۱۶۴/۲۴	۱۲/۸۱	۰/۹۰	۰/۶۷
۱۱۶	۱۱۶	۱۱۶/۲۲	۲۲۶	۲۴۸۹/۶۶	۴۹/۸۹	۳/۵۱	۰/۲۶

با توجه به جدول ۱ و با تأکید بر اینکه تفاوت اندکی بین نما، میان و میانگین وجود دارد و از آنجا که میزان ضریب کجی و ضریب کشیدگی کمتر از رقم ۱ است، می‌توان گفت که توزیع مذکور، مفروضه نرمال بودن را

داراست و می‌توان از میانگین به‌عنوان معرف شاخص گرایش مرکزی استفاده کرد و از مدل‌های آمار پارامتریک استفاده به‌عمل آورد.

جدول ۲. تک‌گروهی بررسی وضعیت موجود نسبت به منابع کارآفرینی سازمانی و خروجی‌های کارآفرینی سازمانی

متغیر	میانگین نظری	میانگین تجربی	مقدار t	درجه آزادی	سطح معناداری
منابع کارآفرینی سازمانی	۴	۲/۹۱	-۲۱/۶۰	۱۰۹	۰/۰۰۱
خروجی‌های کارآفرینی سازمانی	۴	۲/۸۶	-۱۲/۹۰	۱۰۹	۰/۰۰۱

با توجه به جدول ۲ و با تأکید بر مقدار t به‌دست‌آمده، می‌توان گفت که تفاوت معناداری در سطح $\alpha = ۰/۰۱$ بین میانگین نظری با میانگین‌های تجربی در مؤلفه‌های منابع سازمانی و خروجی‌های کارآفرینی سازمانی وجود دارد. بنابراین، با توجه به اینکه در مؤلفه‌های منابع سازمانی و خروجی‌های کارآفرینی سازمانی میانگین تجربی پایین‌تر از میانگین نظری است، عنوان می‌شود که از دیدگاه نمونه‌های تحقیق مؤلفه‌های منابع سازمانی و خروجی‌های کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان پایین‌تر از حد متوسط است.

جدول ۳. رگرسیون چندمتغیری جهت پیش‌بینی «خروجی‌های کارآفرینی سازمانی» از طریق «منابع کارآفرینی سازمانی»

منبع تغییرات	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	مقدار F	سطح معناداری
رگرسیون	۳۱۴۸۲/۰۶	۲	۱۵۷۴۱/۰۳	۵۲۲/۲۰	۰/۰۰۱
باقیمانده	۵۹۹۸/۵۳	۱۰۹	۳۰/۱۴		

با توجه به جدول ۳ و با تأکید بر مقدار F به‌دست‌آمده، می‌توان گفت که ارتباط معناداری بین «منابع کارآفرینی سازمانی» با «خروجی‌های کارآفرینی سازمانی» در سطح $\alpha = ۰/۰۱$ مشاهده می‌شود. به‌عبارتی

توان پیش‌بینی «خروجی‌های کارآفرینی سازمانی» از به‌منظور شناسایی و تبیین ضرایب رگرسیون، ضروری طریق «منابع کارآفرینی سازمانی» وجود دارد. از این‌رو، است تا جدول ضرایب رگرسیون عنوان شود.

جدول ۴. ضرایب رگرسیون چندمتغیری منابع سازمانی با خروجی‌های کارآفرینی سازمانی

متغیر ملاک	متغیرهای پیش‌بینی‌کننده	مقدار B	ضریب بتا	مقدار t	سطح معناداری
خروجی‌های کارآفرینی سازمانی	دسترسی زمانی	-۰/۰۱	-۰/۰۱	-۰/۲۰	۰/۸۴۰
	دسترسی مالی	۱/۰۳	۰/۹۱	۳۲/۲۵	۰/۰۰۱

با توجه به جدول ۴ ضرایب رگرسیون چندمتغیری با روش ورود همزمان، می‌توان گفت که ارتباط منفی معناداری بین «دسترسی زمانی» با «خروجی‌های کارآفرینی سازمانی» و ارتباط مثبت معناداری بین «دسترسی مالی» با «خروجی‌های کارآفرینی سازمانی»، مشاهده می‌شود. بدین ترتیب که با افزایش «منابع کارآفرینی سازمانی» «خروجی‌های کارآفرینی سازمانی» افزایش می‌یابد.

بین متغیر پیش‌بینی‌کننده «دسترسی زمانی» با متغیرهای ملاک «نوآوری»، «ریسک‌پذیری»، «رقابت تهاجمی»، «استقلال‌طلبی» و «پیشتازی در بازار» در سطح $(\alpha=0/04, t=-0/20)$ رابطه معناداری مشاهده نمی‌شود.

رابطه مثبت و معناداری بین متغیر پیش‌بینی‌کننده دسترسی مالی با متغیرهای ملاک نوآوری، ریسک‌پذیری، رقابت تهاجمی، استقلال‌طلبی و پیشتازی در بازار در سطح $(\alpha=0/04, t=32/25)$ مشاهده می‌شود.

در بررسی تحلیل عاملی خروجی‌های کارآفرینی سازمانی و منابع کارآفرینی سازمانی نتایج زیر به‌دست آمد.

جدول ۵. نتایج آزمون بارتلت و کیسر-می‌یر و اوکلین

پیش‌فرض	خروجی‌های کارآفرینی سازمانی	منابع سازمانی
مقدار کیسر-می‌یر و اوکلین (کیفایت حجم نمونه)	۰/۹۶۷	۰/۹۰۸
مجذور کای	۱۹۵۸۲/۵۷۳	۶۰۹۳/۲۸۱
آزمون کرویت بارتلت	درجه آزادی	۸۲۰
	سطح معناداری	۰/۰۰۱

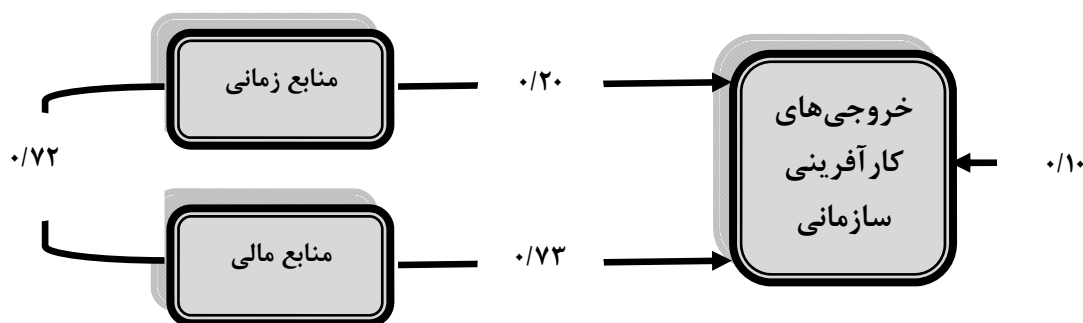
نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد تمامی پیش‌فرض‌های مورد نیاز و مربوط به استفاده از روش تحلیل عاملی رعایت شده است.

جدول ۶. شاخص‌های مرتبط با برازش مدل

شاخص	میزان	تفسیر
مجذور کای (نسبت درست‌نمایی)	۶۹۷۵	برازش کامل در سطح $\alpha \leq 0/01$
لوئیز - تاکر (شاخص برازش غیرنرم)	۰/۹۹	برازش خوب (ملاک بیش از ۰/۹۰)
بونت - بنتلر (شاخص برازش نرم‌شده)	۰/۸۹	برازش خوب (ملاک بیش از ۰/۹۰)
هولتر	۰/۸۸	برازش خوب (ملاک بیش از ۰/۷۰)
ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب	۰/۰۱	برازش خوب (ملاک کمتر از ۰/۰۵)

برازش مطلوب را نشان می‌دهد.

با توجه به جدول ۶ مدل پیشنهادی برازش کامل



شکل ۱. مدل رگرسیونی پیش‌بینی خروجی های کارآفرینی سازمانی از روی عامل منابع کارآفرینی سازمانی

که جوهره کارآفرینی در سازمان دستیابی به منابع داخلی و خارجی است، نتایج تحقیق نشان می‌دهد که سازمان‌ها اغلب با کمبود منابع مواجه‌اند، به‌خصوص با کمبود منابع مالی مانند مواجهه با محصول جدید (۲۱). در نتایج تحقیق حاضر نیز منابع جزء جوهره کارآفرینی در سازمان است و سازمان با کمبود آن مواجه است. از این رو نتایج تحقیق با نتایج تحقیق حاضر همخوانی دارد. نتایج تحقیق سلیمانی (۱۳۸۶) که به بررسی عوامل درون‌سازمانی مؤثر در شروع فعالیت‌های کارآفرینی مدیران دستگاه‌های دولتی پرداخته است، نشان داد که عامل دسترسی به منابع زمانی در حد مناسب است که با نتایج تحقیق حاضر مغایرت دارد و عوامل پیش‌برنده‌های کارآفرینی سازمانی پایین‌تر از حد مورد انتظار است که با نتایج تحقیق حاضر همخوانی دارد (۲). همچنین وسطی کلایی (۱۳۸۶) به ارزیابی عوامل مؤثر در تحقق سازمان دولتی کارآفرین پرداخت. نتایج این تحقیق نشان داد که سازمان استاندارد تحقیقات صنعتی از حیث دسترسی منابع مالی پایین‌تر از حد متوسط بوده و سازمان فاقد شرایط کارآفرینانه است (۳). نتایج تحقیق با نتایج تحقیق حاضر همخوانی دارد. نتایج تحقیق وینکر (۲۰۰۴) نشان داد که محیط فیزیکی برای انجام اعمال کارآفرینانه و کارآفرینی درون‌سازمانی باید حمایت‌های ساختاری از کارآفرینی درون‌سازمانی را، به‌وسیله اهداف، راهبردها و وظایف شفاف و روشن، فراهم

در شکل ۱ نیز مدل رگرسیونی پیش‌بینی خروجی های کارآفرینی سازمانی از روی مؤلفه‌های منابع کارآفرینی سازمانی با استفاده از نرم‌افزار لیزرل آمده است. مشخصات مدل نشان می‌دهد از برازش کاملاً مناسبی برخوردار است.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق نشان می‌دهد وزارت ورزش و جوانان از حیث منابع کارآفرینی سازمانی و خروجی‌های کارآفرینی سازمانی در سطحی پایین‌تر از حد مورد انتظار است. همچنین بین منابع کارآفرینی سازمانی و خروجی‌های کارآفرینی سازمانی ارتباط معناداری وجود دارد. بین مؤلفه دسترسی زمانی با خروجی‌های کارآفرینی سازمانی رابطه معناداری مشاهده نمی‌شود، اما رابطه مثبت و معناداری بین مؤلفه دسترسی مالی با خروجی‌های کارآفرینی سازمانی وجود دارد.

وسطی کلایی (۱۳۸۶) و حق‌شناس (۱۳۸۶) در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که سازمان‌های مورد مطالعه از وضعیت کارآفرینی مطلوبی برخوردار نیستند (۳۰۱). یائو، ون ورن (۲۰۰۹) در بررسی کارآفرینی سازمانی، منابع کارآفرینی سازمانی را به‌عنوان علت زمینه‌ای برای فعالیت‌های کارآفرینی دانسته و به بررسی منابع کارآفرینی سازمانی پرداخته و نیز اشاره شده است

عوامل توانمندسازی که در این تحقیق مشخص شد، منابع کارآفرینی سازمانی است. نتایج نشان داد این عوامل در سازمان‌های مورد مطالعه در حد متوسط است که با نتایج تحقیق حاضر همخوانی دارد (۲۰). (۱۶).

به‌طور کلی می‌توان گفت کارآفرینی و به‌تبع آن، کارآفرینی سازمانی پدیده‌ای پیچیده و چندبعدی است و تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار می‌گیرد. بنابراین، نهادینه کردن آن در سازمان‌ها و به‌ویژه در وزارت ورزش و جوانان مستلزم رویکردی نظام‌مند و واقع‌گرایانه و بلندمدت است. رویکردهای جزئی، کوتاه‌مدت و مقطعی کارساز و مفید نخواهد بود. در نظر گرفتن عواملی که در پژوهش حاضر بررسی شدند و توجه به قوت‌ها، ضعف‌ها و کاستی‌های این عوامل، می‌تواند تا حد زیادی مسیر حرکت به سمت استقرار کارآفرینی را در وزارت ورزش و جوانان روشن کند.

آورد و مدیران باید کارآفرینان سازمانی را با تخصیص منابع مالی و انسانی مورد نیاز مورد تشویق قرار دهند و نتایج حاکی از پایین بودن این عوامل است که با نتایج تحقیق حاضر همخوانی دارد (۲۰).

در تحقیق استیونسن (۲۰۰۹) محقق به دنبال عملی کردن ادراک کارآفرینی در سازمان‌ها بوده است، وی ابتدا شش بعد از پیش‌برنده‌های کارآفرینی را مانند منابع سازمانی ارزیابی کرد، سپس به خروجی‌های کارآفرینی سازمانی شامل نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشتازی در بازار پرداخت و بین آنها ارتباط معناداری به‌دست آورد (۱۷).

در تحقیقی دیگر متیو ودنیل (۲۰۰۷) به بررسی یک نگاه تجربی به بعد نوآوری و عوامل کارآفرینی سازمانی پرداخت (۱۱) و در نهایت پژوهشگرانی مانند اسکونگ، کارینا (۲۰۰۵) در پی فراهم کردن درکی از فاکتورهای متفاوتی که کارآفرینی سازمانی را در شرکت‌های تأسیس‌شده توانمند می‌کند، بودند. یکی از

منابع و مآخذ

۱. حق‌شناس، اصغر؛ جمشیدیان، مهدی؛ شائمی، علی؛ شاهین، آرش و یزدان‌شناس، مهدی. (۱۳۸۶). "الگوی کارآفرینی سازمانی در بخش دولتی ایران". فصلنامه علوم مدیریت ایران، دوره ۲ شماره ۸، صص ۷۳-۳۱.
۲. سلیمانی، غلام. (۱۳۸۶). "بررسی عوامل درون‌سازمانی مؤثر در شروع فعالیت‌های کارآفرینی مدیران دستگاه‌های دولتی ایلام". پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
۳. وسطی کلایی، مریم. (۱۳۸۶). "تحقق سازمان کارآفرین در سازمان استاندارد". پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشکده صنایع دانشگاه علم و صنعت ایران.
4. Ball, S. (2005). "The importance of entrepreneurship to hospitality". Leisure, Sport and Tourism Network, 20(1), pp: 1-14.
5. Covin, G., Kuroctko, D., Ireland, R. (2009). "Conceptualizing corporate entrepreneurship strategy". Entrepreneurship Theory and Practice, 3(1), pp: 19-43.
6. Desbordes, M. (2004). "Empirical analysis of the innovation phenomena in the sports equipment industry". Technology Analysis & Strategic Management, 14(4), pp: 481-498.

7. Dess, G., Lumpkin, G. T. (2005). "The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship". *Academy of Management Executive*, 19(1), pp: 147-156.
8. Futterman, M. (2008). "As economy weakens, sports feel a chill". *Wall Street Journal*, 5(1), pp: 78-99.
9. Goldsby, M., Kuratko, D., Bishop, J. (2005). "Entrepreneurship and fitness: An examination of rigorous exercise and goal attainment among small business owners". *Journal of Small Business Management*, 43(1), pp: 78-92.
10. 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(1), pp: 254-255.
11. Mathew, W. & Daniel, T. (2007). "Corporate entrepreneurship: An empirical look at the innovativeness dimension and its antecedents". *Journal of Organizational Change Management*, 20(3), pp: 429 – 446.
12. McKelvey, S., Grady, J. (2008). "Sponsorship program protection strategies". *Journal of Sport Management*, 22, pp: 550-586.
13. Olivier, S. (2006). "Moral dilemmas of participation in dangerous leisure activities". *Leisure Studies*, 25(1), pp: 95-109.
14. Ratten, V. (2014). "Developing a theory of sport-based entrepreneurship". In: M. Weed (Ed.). *Sport and Leisure Management*, United Kingdom: Sage, pp: 293-307.
15. Sathe, V. (2003). "Corporate entrepreneurship, top managers and new business creation". United Kingdom: Cambridge University Press, pp: 43-52.
16. Skovvang, K. (2005). "Enabling entrepreneurship: the case of a knowledge-intensive industrial company". *European Journal of Innovation Management*, 8(3), pp: 305 – 322.
17. Stevenson, J. (2009). "Designed to facilitate a discussion of the nature of enduring success". Available from: books.google.com, pp: 36.
18. Sweeney, J. (2007). "Sportscast: Ten controversial issues confronting the sports industry". *The Futurist*, 41(1), pp: 35-39.
19. Ratten, V. (2011). "Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(1), pp: 57-69.
20. Veenker, S., Nijhof, A. (2008). "Organizational conditions for corporate entrepreneurship in Dutch organizations". *Journal of Entrepreneurship*, 17(1), pp: 49-58.
21. Yao, X., Wen, W., Ren, Z. (2009). "Corporate entrepreneurship in the clusters environment-influence of network resource and entrepreneurial orientation, China." *China Industrial Economics*, 3(4), pp: 566 – 582.