

مدیریت ورزشی - بهار ۱۳۹۰
شماره ۸- ص ص : ۴۱-۵۵
تاریخ دریافت : ۸۸ / ۰۹ / ۲۵
تاریخ تصویب : ۸۹ / ۱۰ / ۲۷

رابطه بین عوامل روانشناختی توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی کارکنان اداره کل تربیت بدنی استان خراسان رضوی

۱. ابوالفضل فراهانی^۱ - ۲. قاسم عجم - ۳. نسرين عزيزان كهن - ۴. سارا سراج
۱. استاد دانشگاه پیام نور، ۲. کارشناس ارشد پیام نور، ۳. دانشجوی دکتری پیام نور

چکیده

هدف از این تحقیق، بررسی ارتباط بین عوامل روانشناختی توانمندسازی (احساس معنی‌دار بودن، شایستگی، خودتعیینی، تأثیر و اعتماد) و کارآفرینی سازمانی کارکنان اداره کل تربیت بدنی استان خراسان رضوی است. به این منظور، ۶۱ نفر از کارکنان اداره کل تربیت بدنی استان خراسان رضوی به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی بود که به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات لازم در مورد عوامل روانشناختی توانمندسازی از پرسشنامه ۱۸ سؤالی سنجش توانمندی روانشناختی اسپریتزر و برای سنجش کارآفرینی سازمانی از پرسشنامه صمد آقایی استفاده شد. به‌منظور بررسی ارتباط عوامل روانشناختی توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی، از آزمون آماری ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. محاسبات آماری از طریق نرم‌افزار SPSS نسخه ۱/۵ انجام گرفت. نتایج نشان داد بین چهار عامل کلیدی روانشناختی توانمندسازی شامل: احساس معنی‌داری بودن، احساس خودتعیینی، احساس تأثیر و احساس اعتماد، با کارآفرینی سازمانی رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد ($P < 0/05$). اما بین احساس شایستگی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌داری وجود ندارد ($P < 0/05$).

واژه‌های کلیدی

سازمان، روانشناختی توانمندسازی (احساس معنی‌دار بودن، شایستگی، خودتعیینی، تأثیر و اعتماد)، کارآفرینی سازمانی، کارکنان.

مقدمه

منشأ اصلی مزیت رقابتی در فناوری نهفته نیست، بلکه در فداکاری، کیفیت، تعهد و توانایی نیروی کار ریشه دارد. از مهم‌ترین منابع هر سازمانی می‌توان به نتایج حاصل از تحرک و خلاقیت کارکنان آن اشاره کرد و توانمندسازی محرک جدید این محیط کاری در حال رشد است.

رشد سریع فناوری، موجب تغییر ماهیت کارها شده و رایانه‌ها، ربات‌ها و دستگاه‌های کاملاً خودکار جایگزین مشاغل روزانه شده‌اند. این ابزار تغییرات شدیدی در نوع مهارت‌های مورد نیاز افراد و اعضای سازمان ایجاد کرده است (۳). بدیهی است برای رویارویی با چنین چالشی، کارکنان باید توانمند شوند، یعنی در تمام جهات رشد کنند. توانمندسازی، راهبردی مهم برای توسعه سازمان‌های مختلف برای تطابق با تغییرات خارجی و یکی از مسائل اصلی سازمان‌هاست. در دوران حاضر، توانمندسازی بسان ابزاری است که مدیران از طریق آن قادر خواهند بود سازمان‌های امروزی را با ویژگی‌هایی چون تنوع شبکه‌های نفوذ، رشد، اتکا به ساختار افقی و شبکه‌ای، حداقل شدن فاصله کارکنان از مدیران، کاهش تعلق سازمانی و به‌کارگیری فناوری اطلاعات، به‌طور کارآمد اداره کنند. توانمندسازی با پرورش کارکنانی باانگیزه و توانا به مدیران امکان خواهد داد تا در برابر پویایی‌های محیط رقابتی به‌سرعت و به‌طور مناسب عمل کنند و موجبات برتری رقابتی سازمانشان را فراهم آورند (۱۱). در وضعیت فعلی، اقتصاد جهانی، تنها کشورهایی از ابعاد مختلف جهانی شدن تأثیر و تأثیر می‌پذیرند که بتوانند کالاها و خدماتی جدید و مطابق نیاز مشتری عرضه کنند. یکی از عوامل اصلی این امر، کارآفرینی سازمانی است. به این صورت که در این کشورها تک‌تک افراد سازمان خودشان را در قبال اهداف سازمان متعهد می‌دانند و برای این کار نیز حداکثر استعداد خودشان را برای پیشرفت و بقای سازمان به‌کار می‌گیرند. از جمله مواردی که در این شرکت‌ها و سازمان‌ها چنین زمینه‌ای را به وجود آورده، فضای حاکم بر سازمان‌هاست که کارکنان در آن با تعهد به کار خود ادامه می‌دهند و آنچه می‌تواند بیشترین تأثیر را در ایجاد این فضا داشته باشد، ساختار سازمانی است که به مثابه کالبد اصلی این سازمان عمل می‌کند. از این‌رو در این مقوله، شناسایی تأثیراتی که ساختار سازمانی در ایجاد فضا و جو کارآفرینی می‌توانند داشته باشد، از مسائل مهمی است که در کشور ما باید به آن پرداخته شود تا زمینه مساعد برای کارآفرینی سازمانی در سازمان‌ها به وجود آید (۱). همان‌طور که گفته شد، کارآفرینی سازمانی و به‌تبع آن سازمان‌های کارآفرین، از مهم‌ترین عوامل پیشرفت کشورهای امروزی محسوب

می‌شود. باتوجه به نیاز فعلی کشور برای پیشرفت و توسعه و نیز رسیدن به جایگاه واقعی، کارآفرینی سازمانی می‌تواند کشور را در رسیدن به این مهم یاری رساند. از این رو شناسایی ابعاد ساختاری مناسب برای کارآفرینی سازمانی می‌تواند در راستای تحقیق اهداف مورد نظر باشد.

توماس و تایمون^۱ (۱۹۹۴) در تحقیق خود پی بردند کارکنانی که در مورد چگونگی انجام کارشان حق انتخاب دارند، نسبت به آنهایی که استقلال کاری کمتری دارند، بهتر است (۱۷). اسپریتزر و همکاران^۲ (۱۹۹۷) دریافتند که سطوح بالای مهم بودن و احساس شایستگی (کفایت نفس) از طریق ایجاد علاقه در افراد به وظایفشان موجب افزایش رضایت شغلی خواهد شد. همچنین حق انتخاب (آزادی عمل شغلی) به‌عنوان عامل انگیزاننده، همان‌گونه که هرزبرگ پیش‌بینی کرده، می‌تواند افزایش رضایت شغلی را در پی داشته باشد. احساس مؤثر بودن نیز که ارتباط معکوس با احساس عجز اکتسابی دارد، به افزایش رضایت شغلی منجر خواهد شد (۱۵). ساندبو^۳ (۱۹۹۹) عنوان کرد که شرکت‌ها احتمالاً از طریق دو سیستم، فعالیت‌های نوآوری سازمانی را موجب می‌شوند؛ یکی، سیستم کارشناسانه و دیگری سیستم توانمندسازی است (۱۶). لیدن و همکاران (۲۰۰۰) پیشنهاد می‌کنند افرادی که احساس کارشناسانه می‌کنند، شغلشان معنی‌دار است و بر دیگران در داخل و خارج از سازمان از طریق انجام مسئولیت‌های شغلی‌شان تأثیرگذارند و برای اجرای بهتر برانگیخته می‌شوند (۱۳). پاول و همکاران^۴ (۲۰۰۰) به توانمندسازی از جنبه درگیری شغلی نگریستند و مشاهده کردند که مزایای توانمندسازی شامل محصولات و خدمات با کیفیت بهتر، غیبت کمتر، جابه‌جایی کمتر، تصمیم‌گیری بهتر، حل مسئله که همگی آنها به اثربخشی سازمانی بیشتر منجر می‌شود (۱۴).

کول دوئینگ و همکاران^۵ (۲۰۰۳) بیان کردند عوامل روانشناختی توانمندسازی با رضایت شغلی و تعهد سازمانی ارتباط معنی‌داری دارد. همچنین بین توانمندسازی روانشناختی و عملکرد کارکنان ارتباط معنی‌داری را گزارش دادند، ولی این ارتباط در بهترین حالت، خیلی ناچیز است (۱۰). آمابایل و همکاران^۶ (۲۰۰۵) نشان دادند که تأثیر مثبت به‌طور مثبتی با خلاقیت در سازمان‌ها ارتباط دارد و این ارتباط از نوع خطی ساده است. این

1- Thomas and Tymon

2- Spreitzer et al

3- Sundbo

4- Paul et al

5- Koen Dewttinck et al

6- Amabile et al

تحقیق به ارائه نظریه اولیه از چرخه تأثیر - خلاقیت می‌پردازد، به این معنی که تحلیل فاصله زمانی این تحقیق، تقدم تأثیر مثبت را بر افکار خلاق و تحلیل‌های کیفی، تأثیر مثبت را به‌عنوان نتیجه‌ای از تفکر خلاق مشخص می‌کند (۹). لسچینگر و منوج لویچ^۱ (۲۰۰۵) نشان دادند که هردو عامل محیط کاری و شخصی می‌توانند در رضایت نقش داشته باشند و از طریق دستکاری محتاطانه محیط، هر دو توانمندسازی ساختاری و روانشناختی بهبود می‌یابد (۱۲). رضازاده و همکاران (۱۳۸۳) نشان دادند که بین نظام پیشنهادها و کارآفرینی سازمانی ارتباط معنی‌داری وجود دارد و چنین توجیه می‌کنند که هسته اصلی کارآفرینی، نوآوری است و نوآوری در سازمان‌ها لزوماً فرایند پایین به بالاست. کارآفرینی سازمانی، تنها وقتی به وقوع می‌پیوندد که سطوح پایین‌تر سازمان نوآوری داشته باشند. اما تنها وقتی به کارکنان اختیار لازم داده شده و آنها تشویق می‌شوند، کارآفرینی سازمانی امکان بقا خواهد یافت. باتوجه به اینکه روش نظام پیشنهادها اغلب فرایند پایین به بالاست، در تسهیل روند کارآفرینی سازمانی از مهم‌ترین ابزارها به‌شمار می‌آید (۴). عباس‌زادگان (۱۳۸۳) طی تحقیقی گزارش داد که براساس شواهد تجربی، سازمان‌های کارآفرین به‌طور معناداری با ایجاد اشتغال مرتبط‌اند (۵). آشنا (۱۳۸۴) نشان داد که هرگونه بهبود در سرمایه اجتماعی و عوامل مرتبط با آن به بهبود در کارآفرینی سازمانی می‌انجامد، برعکس هرگونه کاهش در سرمایه اجتماعی و عوامل مرتبط با آن، به کاهش در کارآفرینی سازمانی منجر می‌شود. بنابراین باید راهکارهایی به منظور بهبود سرمایه اجتماعی و ابعاد مرتبط با آن ارائه شود (۲). نوروزی (۱۳۸۴) نشان داد شعب بانکی که در آن عوامل روانشناختی توانمندسازی میانگین بالاتری داشته، کارایی آنها بیشتر بوده است (۸). نتایج تحقیق فروغی‌پور (۱۳۸۴) به شناسایی هفت زمینه اصلی برای کارآفرینی در ورزش منجر شد که عبارتند از: کارآفرینی در زمینه‌های تبلیغات، مدیریت و برنامه‌ریزی ورزشی، آموزش و پژوهش در ورزش، امور ورزش همگانی، ورزش قهرمانی و حرفه‌ای، ساخت وسایل و تجهیزات ورزشی، خدمات ورزشی و امور فرهنگی ورزشی که هر یک شامل زیرمجموعه‌هایی هستند (۶). فلاحتی (۱۳۸۵) به این نتیجه رسید که بین عوامل روانشناختی توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی کارشناسان ارتباط معنی‌داری وجود دارد (۷).

ورزش جایگاهی مناسب و متنوع برای ایجاد اشتغال و تولید فرصت‌های جدید فعالیت اقتصادی است. با شناخت زمینه‌های کارآفرینی در ورزش، می‌توان فرصت‌های جدید را به کارآفرینان و جامعه معرفی کرد تا از آن برای پیشرفت و توسعه اقتصادی - اجتماعی بهره گیرند (۶).

ادارات کل تربیت بدنی استان‌ها به‌عنوان متولی ورزش در استان‌ها، برای سازگاری با تغییرات روزافزون، سریع و پیچیده و نامطمئن محیط و کشف فرصت‌های بالقوه در عرصه ورزش، به کارکنان کارآفرینی نیاز دارند که خلاقیت و نوآوری توان کشف فرصت‌های جدید از بارزترین ویژگی‌های آنان است و اصولاً خصوصیات روانی و رفتاری این‌گونه افراد (مانند استقلال‌طلبی، نیاز به پیشرفت، ریسک‌پذیری و ...) و ماهیت نوآوری، شرایط خاص و متفاوتی را می‌طلبد. از این‌رو شناخت ویژگی‌ها بستر مناسب برای جذب و رشد کارآفرینان، اولین قدم و اساسی‌ترین مسئله روز ادارات تربیت بدنی استان‌ها محسوب می‌شود. با توجه به این ضرورت، در این مقاله ارتباط بین عوامل روانشناختی توانمندسازی به‌عنوان بستر مناسب و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان خراسان رضوی بررسی می‌شود.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع توصیفی - همبستگی است و محقق در نظر دارد با استفاده از پرسشنامه استاندارد، به وجود یا نبود رابطه بین عوامل روانشناختی توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان خراسان رضوی را بررسی کند.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری تحقیق شامل کلیه کارکنان اداره کل تربیت بدنی استان خراسان رضوی بوده که براساس آمار اخذشده از کارگزینی مربوط، تعداد آنها ۷۵ نفر است. در این تحقیق کل جامعه (نمونه آماری برابر با جامعه آماری است) و پرسشنامه‌ها میان تمامی اعضای جامعه توزیع شد و پس از جمع‌آوری، بررسی شد. ۶۱ پرسشنامه پذیرفته شد و ۱۴ پرسشنامه دیگر به دلایل مختلف از جمله عدم برگشت، مخدوش بودن، حذف و در نهایت ۶۱ نفر به‌عنوان نمونه آماری انتخاب و تجزیه و تحلیل شدند.

ابزار گردآوری اطلاعات:

ابزار اصلی جمع‌آوری اطلاعات شامل پرسشنامه است که عبارتند از: ۱. پرسشنامه روانشناختی توانمندسازی: این پرسشنامه از ۱۸ سؤال تشکیل شده که به سنجش ابعاد احساس معنی‌دار بودن، شایستگی، خودتعیینی، تأثیر و اعتماد می‌پردازد؛ ۲. پرسشنامه کارآفرینی سازمانی: برای سنجش کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان خراسان رضوی از پرسشنامه کارآفرینی سازمانی صمد آقایی استفاده شد. برای تعیین پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج آن در جداول زیر مشاهده می‌شود.

جدول ۱ - ضرایب آلفای کرونباخ برای متغیرهای تحقیق

تعداد سؤالات	ضریب آلفا	عوامل
۳۰	۰/۹۶	۱. کارآفرینی
۱۸	۰/۸۰	۲. روانشناختی توانمندسازی
۳	۰/۶۹	۱-۲. معنی‌دار بودن
۴	۰/۶۲	۲-۲. احساس شایستگی
۴	۰/۵۱	۲-۳. خودتعیینی
۳	۰/۷۲	۲-۴. تأثیر
۴	۰/۸۵	۲-۵. اعتماد

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

در تحقیق حاضر، اطلاعات به‌دست‌آمده با استفاده از شیوه‌های آماری توصیفی و آمار استنباطی تجزیه و تحلیل شد. در بخش آمار توصیفی، از مواردی چون جداول فراوانی، میانگین، انحراف معیار و نمودارها برای توصیف اولیه نتایج و در بخش آمار استنباطی، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. کلیه عملیات آماری نیز با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۱۱/۵ انجام گرفت.

نتایج و یافته‌های تحقیق

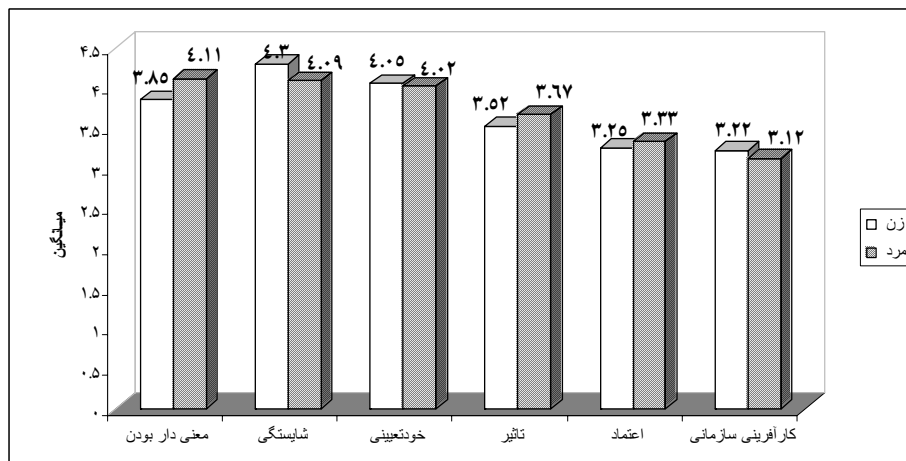
یافته‌های تحقیق حاضر به قرار زیر است:

توصیف متغیرهای تحقیق به تفکیک جنسیت: داده‌های آماری مربوط به توصیف میزان عوامل روانشناختی توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی کارکنان به تفکیک جنسیت در جدول ۲ آورده شده است.

جدول ۲ - توصیف متغیرهای تحقیق به تفکیک جنسیت

کارآفرینی سازمانی	عوامل روانشناختی توانمندی					عنوان
	اعتماد	تأثیر	خودتعیینی	شایستگی	معنی دار بودن	جنسیت
۳/۲۲	۳/۲۵	۳/۵۲	۴/۰۵	۴/۳۰	۳/۸۵	زن
۳/۱۲	۳/۲۳	۳/۶۷	۴/۰۲	۴/۰۹	۴/۱۱	مرد

شکل ۱ نشان می‌دهد که از بین عوامل روانشناختی توانمندسازی، بیشترین میانگین مربوط به احساس شایستگی در دو گروه مرد (۴/۳۰) و زن (۴/۰۹) است. همچنین کارآفرینی سازمانی زنان (۳/۲۲) از مردان (۳/۱۲) بیشتر است.



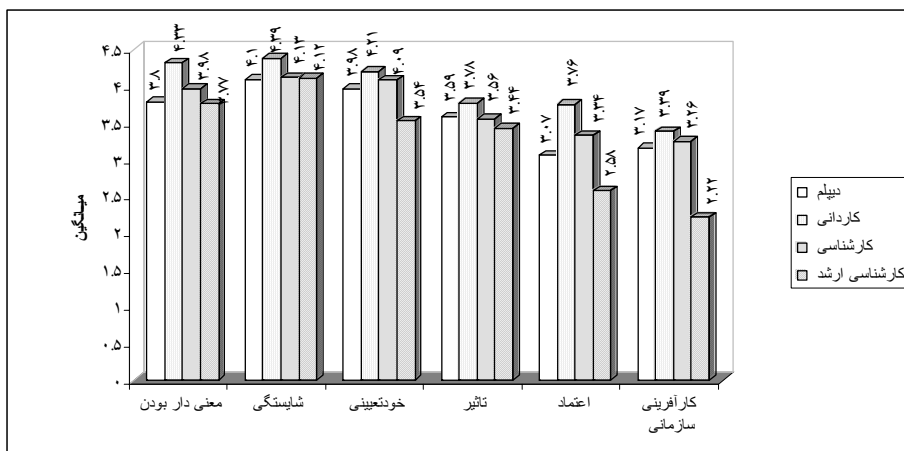
شکل ۱ - میانگین توصیف متغیرهای تحقیق به تفکیک جنسیت

توصیف متغیرهای تحقیق به تفکیک تحصیلات: داده‌های آماری مربوط به توصیف میزان عوامل روانشناختی توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی کارکنان به تفکیک تحصیلات در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۳ - توصیف متغیرهای تحقیق به تفکیک سطح تحصیلات

کارآفرینی سازمانی	اعتماد	تأثیر	خودتعیینی	شایستگی	معنی دار بودن	
۳/۱۷	۳/۰۷	۳/۵۹	۳/۹۸	۴/۱۰	۳/۸۰	دیپلم
۳/۳۹	۳/۷۶	۳/۷۸	۴/۲۱	۴/۳۹	۴/۳۳	کاردانی
۳/۲۶	۳/۳۴	۳/۵۶	۴/۰۹	۴/۱۳	۳/۹۸	کارشناسی
۲/۲۲	۲/۵۸	۳/۴۴	۳/۵۴	۴/۱۲	۳/۷۷	کارشناسی ارشد

شکل ۲ میانگین هریک از متغیرهای تحقیق را به تفکیک سطح تحصیلات نشان می‌دهد. باتوجه به شکل، در همه متغیرهای تحقیق، افراد با تحصیلات کاردانی بیشترین میانگین را دارند.



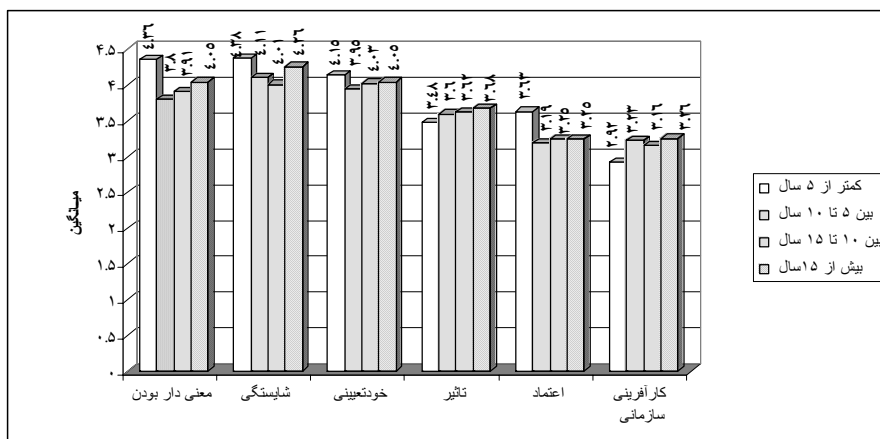
شکل ۲ - میانگین توصیف متغیرهای تحقیق به تفکیک سطح تحصیلات

توصیف متغیرهای تحقیق به تفکیک سنوات خدمت: داده‌های آماری مربوط به توصیف میزان عوامل روانشناختی توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی کارکنان به تفکیک سنوات خدمت در جدول ۴ آورده شده است.

جدول ۴ - توصیف متغیرهای تحقیق به تفکیک سنوات خدمت

کارآفرینی سازمانی	اعتماد	تأثیر	خودتعیینی	شایستگی	معنی دار بودن	
۲/۹۲	۳/۶۳	۳/۴۸	۴/۱۵	۴/۳۸	۴/۳۶	کمتر از ۵
۳/۲۳	۳/۱۹	۳/۶۰	۳/۹۵	۴/۱۱	۳/۸۰	۵ تا ۱۰
۳/۱۶	۳/۲۵	۳/۶۲	۴/۰۳	۴/۰۱	۳/۹۱	۱۰ تا ۱۵
۳/۲۶	۳/۲۵	۳/۶۸	۴/۰۵	۴/۲۶	۴/۰۵	بیش از ۱۵

شکل ۳، میانگین هریک از متغیرهای تحقیق را به تفکیک سنوات خدمت نشان می‌دهد. باتوجه به شکل، کارکنان با سابقه کمتر از ۵ سال در متغیرهای احساس شایستگی، احساس معنی دار بودن، احساس خودتعیینی و احساس اعتماد، دارای بیشترین میانگین و کارکنان با سابقه بیشتر از ۱۵ سال، در متغیرهای احساس تأثیر و کارآفرینی سازمانی بیشترین میانگین را دارند.



شکل ۳ - میانگین توصیف متغیرهای تحقیق به تفکیک سنوات خدمت

برای تحقیق داده‌ها و آزمون فرضیه‌های تحقیق، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد.

جدول ۵ - رابطه بین احساس معنی‌دار بودن و کارآفرینی سازمانی

متغیر اول	متغیر دوم	مقدار ضریب همبستگی	سطح معنی داری آزمون	مقدار خطای آزمون
احساس معنی دار بودن	کارآفرینی سازمانی	۰/۳۴	۰/۰۰۶	۰/۰۵

چون سطح معنی‌داری آزمون همبستگی پیرسون معادل ۰/۰۰۶ از عدد ۰/۰۵ کمتر است، بنابراین نتیجه می‌گیریم که بین دو متغیر احساس معنی‌دار بودن و کارآفرینی سازمانی کارکنان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۶ - رابطه بین احساس شایستگی و کارآفرینی سازمانی

متغیر اول	متغیر دوم	مقدار ضریب همبستگی	سطح معنی داری آزمون	مقدار خطای آزمون
احساس شایستگی	کارآفرینی سازمانی	۰/۰۷	۰/۵۵۱	۰/۰۵

چون سطح معنی‌داری آزمون همبستگی پیرسون معادل ۰/۵۵۱ بیشتر شده، بنابراین نتیجه می‌گیریم که بین دو متغیر احساس شایستگی و کارآفرینی سازمانی کارکنان رابطه معنی‌دار آماری وجود ندارد.

جدول ۷ - رابطه بین احساس تأثیر و کارآفرینی سازمانی

متغیر اول	متغیر دوم	مقدار ضریب همبستگی	سطح معنی داری آزمون	مقدار خطای آزمون
احساس تأثیر	کارآفرینی سازمانی	۰/۳۰	۰/۰۱۸	۰/۰۵

چون سطح معنی داری از آزمون همبستگی پیرسون معادل ۰/۰۱۸ از عدد ۰/۰۵ کمتر شده، بنابراین نتیجه می‌گیریم که بین دو متغیر احساس تأثیر و کارآفرینی سازمانی کارکنان رابطه معنی داری وجود دارد.

جدول ۸ - رابطه بین احساس خودتعیینی و کارآفرینی سازمانی

متغیر اول	متغیر دوم	مقدار ضریب همبستگی	سطح معنی داری	مقدار خطای آزمون
احساس خودتعیینی	کارآفرینی سازمانی	۰/۴۹	۰/۰۰۱	۰/۰۵

چون سطح معنی داری آزمون همبستگی پیرسون معادل ۰/۰۰۱ از عدد ۰/۰۵ کمتر شده، بنابراین نتیجه می‌گیریم که بین دو متغیر احساس خودتعیینی و کارآفرینی سازمانی کارکنان رابطه معنی داری وجود دارد.

جدول ۹ - رابطه بین احساس اعتماد و کارآفرینی سازمانی

متغیر اول	متغیر دوم	مقدار ضریب همبستگی	سطح معنی داری	مقدار خطای آزمون
احساس اعتماد	کارآفرینی سازمانی	۰/۴۳	۰/۰۰۱	۰/۰۵

چون سطح معنی داری آزمون همبستگی پیرسون معادل ۰/۰۰۱ از عدد ۰/۰۵ کمتر شده، بنابراین نتیجه می‌گیریم که بین دو متغیر احساس اعتماد و کارآفرینی سازمانی کارکنان رابطه معنی داری وجود دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

در این بخش، نتایج و یافته‌های حاصل از این تحقیق و نیز مقایسه آنها با تحقیقات مشابه بررسی می‌شود. یکی از نتایج این تحقیق، این است که بین احساس معنی دار بودن و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی

استان خراسان رضوی ارتباط معنی‌داری وجود دارد. این یافته با نتایج تحقیقات نوروزی (۱۳۸۴)، فلاحتی (۱۳۸۵)، هاگمن و اولدهم (۱۹۸۰) مبنی بر طراحی شغلی، اسپریتزر و همکاران (۱۹۹۷)، میشر و اسپریتزر (۱۹۹۸)، لیدن و همکاران (۲۰۰۰) و آدونسی (۲۰۰۳)، همخوانی دارد. این یافته نشان می‌دهد که توجه به بعد معنی‌دار بودن و در نظر گرفتن استانداردهای ذهنی کارکنان برای ارتقای کارآفرینی سازمانی و استفاده از نیروی خلاقیت کارکنان، ضروری است. از آنجا که حیطة کاری کارکنان تربیت بدنی بسیار گسترده است و آنها می‌توانند با استفاده از خلاقیت فردی خود راهکارهای زیادی را در راستای رشد ورزش ارائه کنند. از طرفی یکی از سیاست‌های اداره کل تربیت بدنی استان خراسان رضوی، استفاده از ایده‌های نو و جدید در پیشبرد ورزش است و این اداره به این نتیجه رسیده که استفاده از راهکارهای سنتی چندان مورد استقبال قشر جدید ورزشکاران قرار نمی‌گیرد و نباید آن را به‌طور خلاقانه‌ای تغییر داد. از این‌رو کارکنان اداره کل تربیت بدنی استان خراسان رضوی، باتوجه به شناخت کافی از علایق ورزشکاران می‌توانند راهکارهای خلاقانه‌ای در مورد توسعه ورزش استان ارائه کنند که این خود موجب ایجاد کارآفرینی در ورزش می‌شود. پس می‌توان گفت که حمایت از ایده‌های این کارکنان توسط مدیران تأثیر بسزایی در افزایش احساس معنی‌دار بودن این کارکنان و در نتیجه کارآفرینی دارد.

در بخش دیگر تحقیق، رابطه احساس شایستگی (خودکارآمدی) کارکنان و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان خراسان رضوی بررسی شد که این رابطه تأیید نشد. این یافته با نتایج تحقیق سیه‌گال و گاردنر (۲۰۰۰)، همخوانی و با نتایج تحقیقات نوروزی (۱۳۸۴)، فلاحتی (۱۳۸۵)، لیدن و همکاران (۲۰۰۰) و بریزک (۲۰۰۳) همخوانی ندارد. این یافته نشان می‌دهد که توجه به بعد شایستگی و در نظر گرفتن تبهر و توانایی‌های کارکنان در انجام وظایف محوله برای ارتقای کارآفرینی سازمانی و استفاده از نیروی خلاقیت کارکنان، ضروری نیست. از آنجا که بیشتر کارکنان اداره کل تربیت بدنی استان خراسان رضوی از احساس شایستگی بالایی برخوردار بودند، اما میزان کارآفرینی آنها در حد متوسط است، رفتار مناسب مدیران و استفاده بهینه این کارکنان از جمله تفویض اختیار به آنها، مشاوره‌های ورزشی، حمایت از ایده‌های خلاقانه و طرح‌های نو، تشویق و پرداخت پاداش و برگزاری کلاس، سمینار و کارگاه آموزشی در ارتباط با آموزش خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی، می‌تواند به ایجاد کارآفرینی سازمانی در آنان کمک کند.

از نتایج دیگر این تحقیق، وجود ارتباط معنی‌دار بین احساس تأثیر کارکنان و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان خراسان رضوی است، یعنی هرچه کارکنان احساس کنند بر پیامدها و محیط کاری خود تأثیر دارند، کارآفرینی سازمانی بهبود می‌یابد. این یافته با نتایج تحقیقات نوروزی (۱۳۸۴) مجید حرآبادی (۱۳۸۴)، فلاحتی (۱۳۸۵)، آمازل و همکاران (۲۰۰۵) و هنسر و همکاران (۲۰۰۵) همخوانی دارد. این یافته نشان می‌دهد که توجه به بعد و تأثیر و در نظر گرفتن میزان تأثیرگذاری افراد بر پیامدها و نتایج سازمان برای بهبود کارآفرینی سازمانی ضروری است.

در بخش دیگری از این تحقیق رابطه احساس خودتعیینی (آزادی عمل) کارکنان و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان خراسان رضوی بررسی شد. نتیجه به دست آمده مؤید رابطه مثبت و معنی‌دار بین احساس خودتعیینی و کارآفرینی سازمانی است. براین اساس هرچه کارکنان اداره کل تربیت بدنی استان خراسان رضوی، استقلال و آزادی عمل در تصمیم‌گیری‌های مربوط به کار خود داشته باشند، کارآفرینی سازمانی آنان نیز افزایش می‌یابد. این نتیجه با یافته‌های رضازاده و همکاران (۱۳۸۳)، نوروزی (۱۳۸۴)، فلاحتی (۱۳۸۵)، اسپکتور (۱۹۸۶)، شومر (۱۹۸۶)، دسی و رایان (۱۹۸۷)، وستمن (۱۹۹۲)، براون و پیترسون (۱۹۹۳) و اسپریتزر و همکاران (۱۹۹۷) همخوانی دارد. این یافته نشان می‌دهد که توجه به بعد خودتعیینی و در نظر گرفتن استقلال و آزادی عمل کارکنان در انجام وظایف محوله برای پیشبرد کارآفرینی سازمانی و استفاده از نیروی نوآوری کارکنان، ضروری است.

از نتایج دیگر این تحقیق، وجود ارتباط معنی‌دار بین احساس اعتماد کارکنان و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان خراسان رضوی است، یعنی هرچه کارکنان اداره کل تربیت بدنی استان خراسان رضوی، به همکاران، مدیریت و تصمیمات سازمان اعتماد و اطمینان داشته باشند، کارآفرینی سازمانی نیز افزایش می‌یابد. این یافته با نتایج تحقیقات رضازاده و همکاران (۱۳۸۳)، نوروزی (۱۳۸۴)، فلاحتی (۱۳۸۵)، مندلا آدونیسسی (۲۰۰۳) و جان اسکینر و همکاران (۲۰۰۳) همخوانی دارد. براساس این یافته توجه به بعد اعتماد و احساس کارکنان مبنی بر اینکه با آنها منصفانه و یکسان و از منظری بی‌طرفانه رفتار می‌شود، در بهبود کارآفرینی سازمانی ضروری است.

منابع و مأخذ

۱. آشنا، مصطفی. (۱۳۸۴). "بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در واگن پاس اراک". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
 ۲. احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۱). "کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها". تهران، انتشارات شرکت پردیس، ۵۷.
 ۳. رایبیز، استیفن پی. (۱۳۷۴). "مدیریت رفتار سازمانی". ترجمه علی پارسیان و سیدمحمد اعرابی، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
 ۴. رضازاده، حسین. ملازاده، ابراهیم. عیوضلو، رضا. (۱۳۸۳). "کارآفرینی سازمانی، مدیریت مشارکتی و نظام پیشنهادات". چالش، سال سوم، شماره ۶.
 ۵. عباس‌زادگان، سیدمحمد. (۱۳۸۳). "کیفیت و کارآفرینی". مدیریت، شماره ۹۰ - ۸۹.
 ۶. فروغی‌پور، حمید. (۱۳۸۴). "زمینه‌های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه مدیران و متخصصان تربیت بدنی کشور و ارائه راهکارها". رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، (۱۳۸۴).
 ۷. فلاحتی، مهدی. (۱۳۸۵). "بررسی رابطه بین عوامل روانشناختی توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی کارشناسان ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور تهران.
 ۸. نوروزی، مجتبی. (۱۳۸۴). "بررسی ارتباط میان عوامل روانشناختی توانمندسازی کارکنان با عملکرد سازمانی در شعب بانک ملت شهر تهران". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
9. Amabile, T.M. Barsade, S.G. Mueller, J.S. and Staw, B.M. (2005). "Affect and creativity at work". Johnson graduate school, cornel university.
10. Dewettinck, K., Singh, J. and Buyens, D. (2003). "Psychological empowerment in the workplace". reviewing the empowerment effects on critical work outcomes, vlerick leuven gent management school.

11. Koberage, C.S., Boss, R., Senjem, J.C. and Goodman, E. (1999). "Antecedents and outcomes empowerment, group and organization management". Vol, 24.
12. Laxchinger, S. Hk. And Manojlovich, M. (2005). "The relationship of the empowerment and selected personality characteristics to nursing job satisfaction". University of Michigan, school of nursing.
13. Liden, R.C. Wayne, S.J. and Sparrowe, R. T. (2000). "A examination of mediating role of psychological empowerment on the relations between the job, interpersonal relationship and work outcomes". Journal of applied psychology, Vol. 85, No. 3: PP:407-416.
14. Paul, R.J. Niehoff, B.P., Turnley, W.H. (2000). "Empowerment, expectations, and the psychological contract, managing the dilemmas and gaining the advantages". Journal of socio – economics. Vol, 29: PP:471-485.
15. Spreitzer, G.M., Kizilos, M.A. and Nason, S.W. (1997). "A dimensional analysis of the relationship between psychological empowerment and effectiveness, satisfaction and strain". Journal of management, Vol. 23, No. 5, PP: 679-704.
16. Sundbo, J. (1999). "The balancing of empowerment. A strategic resource based model of organizing innovation activities in service and low – tech firms". Technovation, Vol. 16, No. 8: PP:397-446.
17. Thomas, K.W., and Tymon, W. (1994). Does empowerment always work: understanding the role of intrinsic motivation and 101- spreitzer. G.M. (1995), psychological empowerment in the workplace: dimensions, measurement, and validation. Academy of management journal, Vol. 38, No. 5, PP:1442-1465.