

ساخت و اعتباریابی پرسشنامه مؤلفه‌های فردی مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های ورزشی (مطالعه موردی)

چکیده

هدف از انجام پژوهش حاضر ساخت و اعتباریابی پرسشنامه مؤلفه‌های فردی مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ورزش شهرداری تهران می باشد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان سازمان ورزش شهرداری تهران که در بخش کیفی نمونه‌ای به حجم ۱۵۰ نفر از جامعه در دسترس انتخاب گردید و در بخش کمی به روش طبقه‌ای نسبتی ۶۶۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته که بر اساس پیشینه و مطالعات کمی و کیفی مرتبط بود، استفاده شد که روایی سازه آن از طریق تحلیل عاملی و پایایی آن به روش آلفای کرونباخ تایید شد. ابتدا داده‌های کیفی و سپس داده‌های کمی جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل شدند. طی فرآیندی ابعاد اصلی و مولفه‌های فردی مؤثر بر کارآفرینی سازمانی مشخص شدند. پس از تحلیل عامل اکتشافی ابزار مورد نظر بین ۶۶۰ نفر از کارکنان سازمان ورزش شهرداری توزیع شد تا ثبات درونی و اعتبار سازه‌ای ابزار بررسی شود. پس از طی مراحل کیفی و کمی، پرسشنامه نهایی با تعداد سه عامل؛ ویژگی‌های شخصیتی (ریسک‌پذیری، کانون کنترل، تحمل ابهام، عمل‌گرایی)، مهارتی (مهارت فنی؛ مهارت انسانی، مهارت تفکر انتقادی و خلاقانه) و رفتاری (مردم‌گرا، اجتماعی، تحول‌گرا و مشارکت‌جو بودن) ساخته شد. این پژوهش منجر به استخراج ابزار مناسبی برای ارزیابی مولفه‌های فردی مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های ورزشی با ۳۹ سوال گردید. ابزار حاضر می‌تواند به عنوان در مراحل مختلف از جمله استخدام افراد در استارت‌آپ‌های مرتبط با سازمان‌های ورزشی، ارزیابی مدیران و کارکنان سازمان‌های ورزشی مورد استفاده قرار گیرد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی سازمانی، مؤلفه‌های فردی، سازمان ورزشی، اعتباریابی، ساخت پرسشنامه

Construction and Validation of Individual Components Effective on Organizational Entrepreneurship Questionnaire in Sports Organizations: Case Study

Abstract

The purpose of this research is to construct and validate the questionnaire of individual components affecting on the development of organizational entrepreneurship in the Tehran Municipality Sports Organization. The statistical population of the study included all employees of the Tehran Municipality Sports Organization, who were selected from the population in the qualitative section with a sample size of ۱۵۰ people, and in the quantitative section, ۶۶۰ people were selected as a statistical sample using a stratified relative method. To collect data, a researcher-made questionnaire was used, which was based on relevant background and quantitative and qualitative studies, and its construct validity was confirmed through factor analysis and its reliability was confirmed by Cronbach's alpha method. First, qualitative data and then quantitative data were collected and analyzed. During a process, the main dimensions and individual components affecting organizational entrepreneurship were determined. After the exploratory factor analysis, the tool was distributed among ۶۶۰ employees of the municipal sports organization to check the internal stability and structural validity of the tool. After going through the qualitative and quantitative steps, the final questionnaire with the number of three factors; Personality (risk-taking, locus of control, ambiguity tolerance, pragmatism), skill (technical skill, human skill, critical and creative thinking skill) and behavioral (people-oriented, social, transformative and participatory) characteristics were created. This research led to the extraction of a suitable tool for evaluating individual components affecting organizational entrepreneurship in sports organizations with ۳۹ questions. The present tool can be used in different stages, including the recruitment of people in start-ups related to sports organizations, the evaluation of managers and employees of sports organizations.

Keywords: Organizational Entrepreneurship, Individual Components, Sports Organization, Accreditation, Making a Questionnaire

مقدمه

کارآفرینی^۱ به معنی ایجاد مشاغل و فرصت‌های شغلی جدید از دیرباز در زندگی اجتماعی و اقتصادی بشر وجود داشته و بر تحولات فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی تاثیر گذاشته است (Shaaban et al., ۲۰۲۲). با ورود کارآفرینی به مباحث دانشگاهی از دهه ۱۹۸۰ میلادی و تغییرات شتابان محیط پیرامون سازمان‌ها و جوامع، توجه جدی‌تری به این پدیده مبذول شد (Ansari, ۲۰۱۹). هرچند برای کارآفرینی یک تعریف جامع ارائه نشده است، لیکن در همه تعاریف در سه مورد کلی توافق وجود دارد: ۱. کارآفرینی پدیده‌ای پیشگام است. ۲. ساز و کارهای اجتماعی و اقتصادی را برای تبدیل منابع و موقعیت‌ها به وضعیت عملی سازماندهی می‌کند. ۳. با مخاطره و ریسک‌پذیری و احتمالاً شکست همراه است (Putro et al., ۲۰۲۲). در یک طبقه‌بندی کلی، کارآفرینی به دو دسته‌ی کارآفرینی سازمانی و فردی تقسیم می‌شود؛ اگر نوآوری و ساخت محصول جدید یا ارائه خدماتی نو با توجه به بازار، حاصل کار فرد باشد، آن را کارآفرینی فردی و اگر حاصل تلاش یک گروه در یک سازمان باشد، آن را کارآفرینی سازمانی می‌نامند (Grebel, Pyka & Hanusch, ۲۰۰۳). **کارآفرینی سازمانی**^۲ فرآیند ارتقای توانمندی سازمان به‌منظور ایجاد و استفاده از مهارت‌های ابتکاری و توانایی کارکنان است. در حقیقت به‌کارگیری توانایی‌ها، ابتکارها و مهارت‌های اعضای سازمان، قلب کارآفرینی سازمانی محسوب می‌شود (Heydarian, ۲۰۱۸).

یکی از ابعاد کارآفرینی سازمانی بعد ویژگی‌های فردی کارآفرینی موجود در کارکنان سازمان می‌باشد. وجود ویژگی‌های فردی کارآفرینی در کارکنان یک سازمان، یک سرمایه بی‌نظیر به حساب می‌آید که سازمان را قادر می‌سازد با استفاده از این قابلیت‌ها، آسان‌تر و با سرمایه‌گذاری و صرف وقت کمتر برای گزینش و آموزش کارکنان به سمت کارآفرینی سوق یابد (McSweeney, ۲۰۲۲). (Svensson, Hayhurst & Safai, ۲۰۲۲). شرط لازم برای دستیابی به این هدف، حمایت، ایجاد انگیزه و فراهم‌سازی زمینه برای ایده‌پردازی و آزمون و خطای این افراد است (Tiwari, Bhat & Tikoria, ۲۰۲۲). افرادی که در مورد سرچشمه کارآفرینی مطالعاتی انجام داده‌اند، دریافته‌اند که کارآفرینان به‌طور معمول در فرهنگ‌ها و جوامعی پرورش می‌یابند که در آن ارزش‌هایی همچون رقابت، زمان‌شناسی، کار و سودمحوری از اهمیت بالایی برخوردار است (Nasiripoor, Raeissi & Hosseini Fahraji, ۲۰۱۳).

امروزه محیط کسب و کار متلاطم و آمیخته، سازمان‌ها را وادار به افزایش قابلیت‌های خود کرده است تا بتوانند پاسخگوی تغییرات محیطی باشند (Forghani OZRUDI & Yaghobi, ۲۰۱۵). ارتقای عملکرد یکی از چالش‌های سازمان‌های بخش خصوصی، دولتی و عمومی است و یکی از رویکردهای استراتژیک سازمان‌ها برای نیل به عملکرد بالا و دستیابی به موفقیت‌های چشم‌گیر کارآفرینی سازمانی است (Pirayesh, Amiri, Jafari & Imani Barandagh, ۲۰۲۰). در همین راستا، کارآفرینی سازمانی در حال تبدیل شدن به یک سلاح انتخابی برای بسیاری از سازمان‌ها به‌ویژه سازمان‌های بزرگ است (Yazdanshenas, ۲۰۱۴). از دیدگاه Matos & Hall (۱۳۷، ۲۰۲۱) سه دسته عوامل باعث توسعه، تقویت و تسهیل کارآفرینی می‌شود که این عوامل عبارتند از عوامل درون سازمانی، محیط بیرونی و ویژگی‌های فردی. پژوهش‌های متمرکز بر بعد فردی کارآفرینی، به مطالعه و بررسی پیرامون طبیعت (فطرت) و خصوصیت کارآفرینان به‌خصوص مهارت آنها در جستجو و تشخیص فرصت‌ها و نیاز به موفقیت و کامیابی در آنها پرداخته است (Dendup & Acharja, ۲۰۱۷). هر کدام از این مطالعات، رویکردهای مختلفی از ویژگی‌های کارآفرینان را مورد مطالعه قرار داده است. بر اساس پیشینه پژوهش، برای بررسی ویژگی‌های کارآفرینان ورزشی می‌بایست از رویکردهای روان‌شناختی^۳ (Liu et al, ۲۰۲۱)، رفتارگرایی^۴ (Ratten & Jones, ۲۰۲۰) و مهارتی^۵ (Thompson & Day, ۲۰۲۲) به موضوع نگریست. رویکرد ویژگی‌های روان‌شناختی به دنبال تبیین ویژگی‌های شخصیتی است و معتقد است

^۱ Entrepreneurship

^۲ Corporate Entrepreneurship

^۳ Psychology

^۴ Behaviouralism

^۵ Workmanship

که ویژگی‌های شخصیتی مشخص و معینی افراد را مستعد کارآفرینی می‌کند (Kerr, Kerr & Xu, ۲۰۱۸). بر اساس این رویکرد، فرهنگ کارآفرینی در سطح خرد در قالب ویژگی‌های شخصیتی یک فرد کارآفرین متبلور می‌شود؛ باید توجه داشت که این ویژگی‌ها هم می‌توانند ذاتی باشند و هم اکتسابی و با آموزش و تجربه به دست می‌آیند (Leonelli, Masciarelli & Fontana, ۲۰۲۲). ولی اگر کارآفرینان هم ویژگی‌های ذاتی داشته باشند و هم با آموزش و تجربه مهارت‌های لازم را کسب کنند، موفقیت بیشتری را کسب خواهند کرد (Vatankhah, Mohammadi & Eshrsti, ۲۰۲۱).

رویکرد ویژگی‌های رفتاری کارآفرینی بر این اساس استوار است که علاوه بر ویژگی‌های شخصیتی، عوامل محیطی و پیرامونی نیز در شکل‌گیری رفتار کارآفرینان مؤثر هستند (Thompson & Day, ۲۰۲۲). در رویکرد رفتاری، تأکید بر فعالیت‌های کارآفرینانه است. در این دیدگاه، به کارآفرینی به مانند یک فرایند نگریسته می‌شود و در طی آن سازمان‌های جدید به وجود می‌آیند. در واقع، این رویکرد به بررسی مجموعه شرایط خانوادگی و اجتماعی که می‌تواند منجر به بروز فعالیت‌ها و رفتارهای کارآفرینانه در افراد گردد و یا روحیه کارآفرینی را تقویت نماید، می‌پردازد (Moghipi, ۲۰۰۹). محققان فهرست‌های متعددی از انواع ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری ارائه نمودند که در اینجا مهمترین آنها مورد اشاره قرار می‌گیرند:

نیاز به موفقیت^۱: عبارت است از تمایل به انجام کار در استانداردهای عالی برای موفقیت در موقعیت‌های رقابتی (Liu, ۲۰۲۲). مرکز کنترل درونی: کارآفرینان موفق، به خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال و یا نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند. به عقیده آنها شکست‌ها و پیشرفت‌ها تحت کنترل و نفوذ آنها بوده و خود را در نتایج عملکردهایشان مؤثر می‌دانند (Monton, Reyes & Alcover, ۲۰۲۲). تمایل به مخاطره‌پذیری: عبارت است از پذیرش مخاطره‌های معتدل که می‌توانند از طریق تلاش‌های شخصی مهار شوند. هنگام در نظر گرفتن هر گونه مخاطره، دو عنصر در ایجاد این مفهوم نقش دارند، یکی سطح درک فرد کارآفرین از مخاطره در آغاز هر فعالیت مخاطره‌آمیز و دیگری احتمال شکست در صورت ناموفق بودن آن فعالیت است (Zaleskiewicz, Bernady & Traczyk, ۲۰۲۰). نیاز به استقلال: از ویژگی‌هایی است که بعنوان یک نیروی بسیار برانگیزاننده مورد تأکید قرار گرفته است. در واقع نیاز به استقلال را می‌توان با عبارت‌هایی نظیر: «کنترل داشتن بر سرنوشت خویش»، «کاری را برای خود انجام دادن» و «آقای خود بودن» تعریف کرد (Chinyamurindi & Shava, ۲۰۱۹). خلاقیت: همانا توانایی خلق ایده‌های جدید است که این ایده‌ها ممکن است به محصولات یا خدمات جدید نیز منجر شوند (Rahayuningsih, ۲۰۲۲). تحمل ابهام: قدرت تحمل ابهام عبارت است از پذیرش عدم قطعیت بعنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه حیات با دانشی ناقص درباره محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل بی‌آنکه شخص بداند آیا موفق خواهد شد یا خیر، به نظر می‌رسد که کارآفرینان به مراتب بیش از مدیران شرکت‌ها، قدرت تحمل ابهام را داشته باشند (Kurjono, Samlawi, Muntashofi & Saprudin, ۲۰۲۲).

برای اقدام به کارآفرینی به مهارت‌هایی خاص نیاز است که فرد می‌تواند با تکیه بر آنها اقدامات کارآفرینانه خود را جامه عمل پوشیده و در این راه توفیق یابد. اندیشمندان، غالباً مهارت‌هایی که در کلیه مراحل کارآفرینی مورد نیاز و حتی لازم و ضروری هستند را به سه گروه مهارت‌های شخصی، فنی و مدیریتی تقسیم می‌کنند (Ahmadpour Dariani, ۲۰۱۴). Fekri, Shafiabadi, Noranipour & Ahgher (۲۰۱۲) نیز مهارت‌های کارآفرینان را در ۴ دسته کلی: مهارت‌های بین فردی، مهارت‌های فردی، مهارت‌های کاربردی و مهارت‌های تفکر انتقادی و خلاقانه دسته‌بندی نمودند.

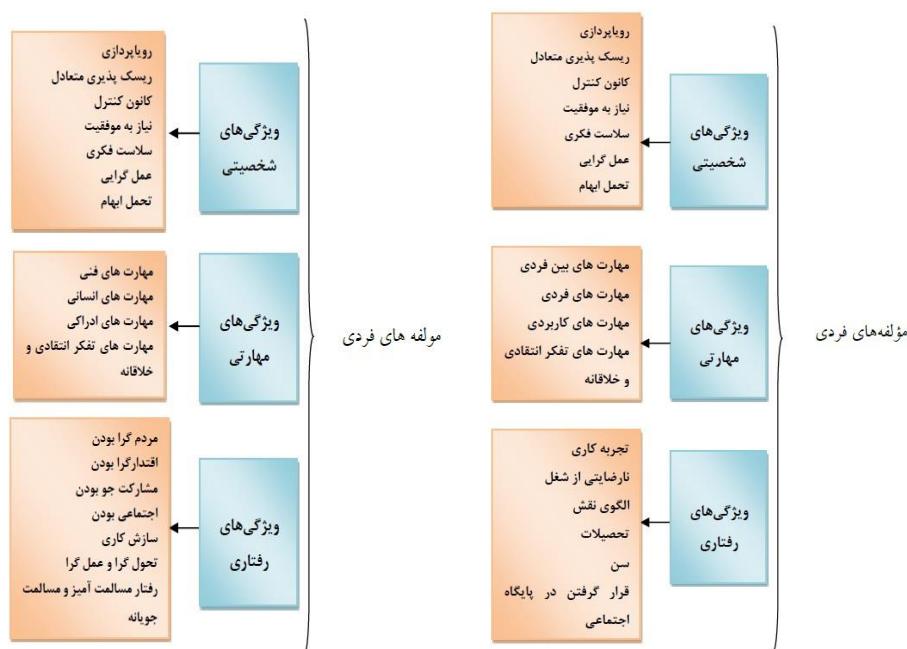
با وجود این‌که همگان بر نقش کارآفرینی به‌ویژه اهمیت قابلیت‌های فردی کارکنان در توسعه کارآفرینی سازمانی اذعان دارند؛ در بخش تربیت‌بدنی و ورزش ایران تاکنون کمتر به مقوله کارآفرینی پرداخته شده است. به‌طوری که با وجود ظرفیت‌هایی که در این بخش برای کارآفرینی وجود دارد و فرصت‌های درون‌سازمانی و برون‌سازمانی متعددی که برای بقا و ارتقاء سازمان‌های ورزشی برای مقابله با تغییرات و نوسانات بیش از حد این صنعت وجود دارد، اقدام قابل توجهی در این زمینه انجام نشده است. با توجه به ابعاد گسترده صنعت ورزش می‌توان آن را در زمره سریع‌ترین بخش‌های اصلی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی جهان مطرح کرد. دستاوردها

^۱ Need for Achievment

و فرصت‌های شغلی در خیل عظیمی از رویدادهای ورزشی وجود دارد، به عبارتی افزایش فرآیندهای کارآفرینی در ورزش و رویدادها، در حال ایجاد تنوعی از فرصت‌های شغلی جدید است. صنعت ورزش از طریق ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی و ایجاد جذابیت برای اجتماعات، زمینه لازم را برای توسعه کارآفرینی فراهم می‌کند، و کارآفرینی از طریق ایجاد و توسعه کسب و کار در ارائه خدمات و تولید تجهیزات ورزشی به پیشرفت ورزش کمک می‌کند. برای توسعه کارآفرینی در بخش ورزش بایستی مهارت‌های موثر شناسایی شده و بر اساس اهداف گوناگون جهت توسعه آنها برنامه‌ریزی شود (Mandalizadeh & Honari, ۲۰۱۱). این موضوع می‌تواند با توجه به رویکرد جدید سازمان‌های ورزشی برای شروع به کار در استارت آپ‌های مرتبط با بازاریابی، استخدام افراد مناسب و سایر موارد مرتبط با نیروی انسانی سازمان مورد نیاز باشد. بنابراین به منظور تحقق این امر باید فعالیت‌های کارآفرینانه را در سازمان‌ها ترویج داد و روحیه کارآفرینی را در تصمیم‌گیرندگان و کارکنان پرورش و در نهایت محیطی کارآفرینانه را در سازمان‌های ورزشی حاکم ساخت. سوالی که در ذهن محقق ایجاد شد این است که ویژگی‌های فردی کارآفرینی در سازمان‌های ورزشی چیست؟ چگونه می‌توان این ویژگی‌ها را ارزیابی کرد؟ با توجه به مطالب فوق و نیاز به پرورش افراد خلاق و کارآفرین در سازمان‌های ورزشی و کمبود ابزار معتبر جهت شناسایی این ویژگی‌ها ضرورت انجام این تحقیق احساس گردید. از این‌رو، این تحقیق با هدف ساخت ابزاری معتبر جهت شناسایی ویژگی‌های فردی کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های ورزشی انجام شد.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی و به صورت آمیخته (کمی و کیفی) است. داده‌ها به صورت میدانی و با استفاده از پرسشنامه جمع‌آوری شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کارکنان سازمان ورزش شهرداری تهران بود که بر اساس آمار سازمان ورزش شهرداری تهران تعداد آنها ۲۰۳۶ نفر گزارش شد. این سازمان دارای ۱۱۸ مجموعه ورزشی که به تفکیک سالن‌ها در حدود ۴۱۷ می‌باشد که در هر مجموعه مدیر ورزشی زن و مرد به همراه ۲ کارشناس مرد و دو کارشناس زن فعالیت می‌کنند. تعداد ۱۰۹ مجموعه در اختیار سازمان و بقیه برون سپاری شده‌اند. مناطق شهرداری کل تهران به ۲۲ منطقه تقسیم شده است که برای انتخاب نمونه، مناطق را به ۵ قسمت شمال، جنوب، غرب، شرق و مرکز تقسیم و با توجه به جامعه از آن نمونه‌گیری به صورت طبقه‌ای و نسبتی و در دسترس انجام شد. همچنین برای بررسی شاخص‌های روان‌سنجی در بخش کیفی پرسشنامه نمونه‌ای به حجم ۱۵۰ نفر از جامعه در دسترس انتخاب گردید. نمونه آماری شامل مدیران و کارشناسان ورزشی که حداقل دارای ۵ سال سابقه کار و دارای مدرک کارشناسی بوده و علاوه بر داشتن آگاهی کامل از محیط درونی و بیرونی سازمان خود، به صورت بالقوه قادر بودند در توسعه کارآفرینی سازمانی تأثیرگذار باشند و منفعت سازمانی را در نظرات خود لحاظ نکنند تعیین گردید. در بخش کمی بر طبق نظر فعال قیومی و مومنی (۱۴۰۱) که برای مدل‌سازی معادله ساختاری می‌بایست ۱۰ نمونه به ازای هر سؤال برآورد گردد و با توجه به تعداد سوالات پرسشنامه ۶۶۰ نمونه در نظر گرفته شد. پس از آن در مرحله اول با بررسی مبانی نظری و پیشینه‌های پژوهش عوامل اصلی شناسایی گردید. سپس با کمک اساتید راهنما و مشاور در سه عامل شخصیتی، رفتاری و مهارتی زیرعامل‌ها مشخص شد که در مدل اولیه ترسیم گردید (شکل ۱).



شکل ۱- مدل اولیه

شکل ۲- مدل تصحیح شده از دیدگاه خبرگان

مرحله دوم: این مرحله به صورت کیفی و از طریق مصاحبه حضوری با ۱۱ نفر از خبرگان و صاحب نظران در زمینه کارآفرینی پرداخته شد که در ابتدا توضیحاتی توسط محقق در رابطه با اهداف تحقیق در اختیار آنها قرار گرفت. سپس از آنها خواسته شد تا نظرات خود را در مورد مدل پیشنهادی اظهار کنند. با استفاده از نظرات و دیدگاه آنان مؤلفه های فردی کارآفرینی به شکل (۲) تغییر یافت. در مرحله بعدی مدل پیشنهادی اولیه به خبرگان نشان داده شد تا نظرات خود را نسبت به عامل ها و زیرعامل ها اعلام نمایند. پس از بررسی تخصصی نظرات خبرگان و صاحب نظران و مشورت اساتید راهنما و مشاور، تغییراتی به شرح زیر در زیرعامل ها ایجاد شد.

۱- عوامل شخصیتی (رویapردازی، ریسک پردازی، کنون کنترل، نیاز به موفقیت، سلاست فکری، عمل گرایی و تحمل ابهام).

۲- عوامل مهارتی (مهارت های فنی، انسانی، ادراکی، تفکر انتقادی و خلاقانه).

۳- عوامل رفتاری (مردم گرا بودن، اقتدارگرا بودن، مشارکت جو بودن، اجتماعی بودن، تحول گرا، عمل گرا).

در مرحله سوم پس از مشخص شدن عامل ها به طراحی سوالات مرتبط با عامل ها و زیرشاخه های آن پرداخته شد. به منظور بررسی اعتبار محتوا پرسشنامه اولیه با ۸۵ سؤال در اختیار خبرگان و صاحب نظران کارآفرینی و مدیریت ورزشی قرار گرفت و از آنها خواسته شد چنانچه پیشنهادی در خصوص حذف یا اضافه کردن سوالات در رابطه با عوامل یا زیرعامل ها دارند ارائه کنند. پس از ارائه نظرات آنان و اصلاح موارد پیشنهادی، پرسشنامه ای ۶۶ سؤالی با مقیاس ۵ درجه ای لیکرت و با سه عامل اصلی (ویژگی های شخصیتی، مهارتی و رفتاری) و ۱۸ زیر عامل (ریسک پذیری، کنون کنترل، نیاز به موفقیت، عمل گرایی، تحمل ابهام، رویapردازی، مهارت فنی، مهارت ادراکی، مهارت انسانی، مهارت تفکر انتقادی، مردم گرا، اقتدارگرا، مشارکت جو، اجتماعی بودن، تحول گرا و عمل گرا) طراحی شد. برای سنجش روایی پرسشنامه این پژوهش از روایی صوری^۱ استفاده گردید. بدین منظور از نظرات ۲۰ نفر از اساتید مدیریت و مدیران سازمان ورزش شهرداری تهران که در زمینه کارآفرینی فعالیت داشتند استفاده گردید. روایی ساختاری^۲

^۱ Faced Validity

^۲ Construct Validity

پرسشنامه نیز با استفاده از شیوه تحلیل عاملی مورد آزمون قرار گرفت. همچنین پایایی این پرسشنامه با توزیع آنها بین ۳۰ نفر از گروه هدف و توزیع مجدد آن بین همان گروه پس از گذشت ۱۰ روز و محاسبه ضریب همبستگی آلفای کرونباخ آنها ارزیابی شد.

جدول ۱- قابلیت اعتماد یا پایایی از طریق آزمون آلفای کرونباخ

پایایی بازآزمایی	آلفای کرونباخ	شماره سئوال‌ها	تعداد سؤال	نام مولفه
۰/۷۷	۰/۷۹	۲۹، ۳۰، ۳۱، ۳۲	۴	اجتماعی بودن
۰/۷۱	۰/۷۳	۱، ۲، ۳، ۴	۴	ریسک‌پذیری متعادل
۰/۷۴	۰/۷۷	۳۶، ۳۷، ۳۸، ۳۹	۴	مشارکت جو بودن
۰/۶۹	۰/۷۱	۱۸۱، ۱۹، ۲۰، ۲۱، ۲۲	۵	مهارت‌های انسانی
۰/۷۳	۰/۷۶	۲۶، ۲۷، ۲۸	۳	مردم‌گرا
۰/۷۸	۰/۸۱	۱۵، ۱۶، ۱۷	۳	مهارت‌های فنی
۰/۷۹	۰/۷۱	۵، ۶، ۷، ۸	۴	کانون کنترل
۰/۷۴	۰/۷۷	۲۳، ۲۴، ۲۵	۳	تفکر انتقادی و خلاقانه
۰/۶۴	۰/۶۶	۳۳، ۳۴، ۳۵	۳	تحول‌گرا
۰/۶۱	۰/۶۳	۹، ۱۰، ۱۱	۳	تحمل ابهام
۰/۶۰	۰/۶۴	۱۲، ۱۳، ۱۴	۳	عمل‌گرایی

نتایج آزمون آلفا کرونباخ نشان داد که مقادیر آلفا عامل ویژگی‌های شخصیتی (ریسک‌پذیری متعادل، تحمل ابهام، عملگرایی، کانون کنترل) با ضریب پایایی ۰/۶۷؛ عامل ویژگی‌های مهارتی (مهارت‌های انسانی، مهارت‌های فنی، مهارت‌های تفکر انتقادی و خلاقانه) با ضریب پایایی ۰/۷۶؛ و عامل ویژگی‌های رفتاری (اجتماعی بودن، مشارکت جو، تحول‌گرا، مردم‌گرا) با ضریب پایایی ۰/۷۵ قابل قبول هستند. چون همه مقادیر همبستگی آیتم تصحیح شده کل^۱ بالای ۰/۳ هستند. بنابراین، همه آیت‌ها سهم مثبتی در پایایی کل دارند.

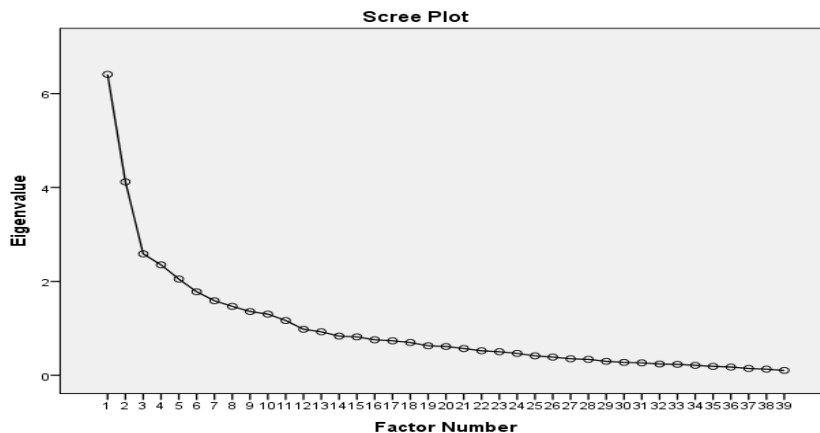
تحلیل داده‌ها به روش تحلیل عاملی اکتشافی انجام گردید. از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۳ و LISREL نسخه ۸/۸ نیز به منظور تحلیل داده‌ها استفاده گردید.

یافته‌ها

نتایج نشان داد که ۶۰٪ شرکت‌کنندگان مرد و ۴۰٪ آنان زن می‌باشند، ۴۵/۶۰٪ آنان در سن ۳۹-۳۰ سال می‌باشند که بیانگر جوانتر بودن مدیران می‌باشد، ۵۱/۶۷٪ آنان دارای مدرک کارشناسی بوده و ۴۳/۳۳ درصد آنان بین ۲۰-۱۱ سال سابقه کار دارند. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد مقدار آماره کمو^۲ برابر با ۰/۶۷ است که بالاتر از معیار حداقل ۰/۵ است. بنابراین، اندازه نمونه برای تحلیل عاملی کافی است. همچنین، آزمون بارتلت نیز معنی‌دار است ($\chi^2=1989/8$, $p=0/000$) یعنی، همبستگی بین متغیرها به طور معنی‌داری از صفر متفاوت است.

^۱ Corrected Item-Total Correlation

^۲ KMO



شکل ۳- نمودار سنگریزه پرسشنامه

نتایج تحلیل عاملی روی ۶۶ آیتم با چرخش واریماکس^۱ نشان داد که بر اساس معیار کایزر^۲ (مقادیر ویژه بالاتر از ۱) در جدول (۲) و نمودار سنگریزه در شکل (۱) حفظ ۱۱ عامل منطقی است و در کل ۵۴/۹ درصد از واریانس را توضیح دادند.

جدول ۲- مقادیر ویژه چرخش واریماکس

عامل	کل	واریانس نسبی	واریانس تراکمی
۱	۲/۳۷	۶/۰۹	۶/۰۹
۲	۲/۳۱	۵/۹۳	۱۲/۰۲
۳	۲/۳۰	۵/۹۱	۱۷/۰۹
۴	۲/۲۰	۵/۶۴	۲۳/۵
۵	۲/۱۵	۵/۵۱	۲۹/۱
۶	۲/۱	۵/۳۹	۳۴/۵
۷	۱/۹۲	۴/۹۴	۳۹/۴
۸	۱/۷۵	۴/۴۸	۴۳/۹
۹	۱/۴۶	۳/۷۶	۴۷/۶
۱۰	۱/۴۵	۳/۷۳	۵۱/۴
۱۱	۱/۳۶	۳/۴۹	۵۴/۹

جدول (۲) ماتریس بارهای عاملی چرخش یافته را نشان می‌دهد، آیتم‌های دارای بار بالا روی یک عامل پیشنهاد می‌کنند که سوالات ۵۱، ۵۹، ۶۱ و ۶۲ عامل اول (اجتماعی بودن)، سوالات ۱، ۲، ۳ و ۴ عامل دوم (ریسک پذیری متعادل)؛ سوالات ۵۵، ۵۶، ۵۷ و ۵۸ عامل سوم (مشارکت جو)؛ سوالات ۲۶، ۳۷، ۳۸، ۳۹ و ۴۰ عامل چهارم (مهارت‌های انسانی)؛ سوالات ۴۸، ۴۹ و ۵۰ عامل پنجم (مردم‌گرا)؛ سوالات ۳۴، ۳۵ و ۳۶ عامل ششم (مهارت‌های فنی)، سوالات ۶، ۷، ۸ و ۹ عامل هفتم (کانون کنترل)؛ ۴۴، ۴۵ و ۴۶ عامل هشتم (تفکر انتقادی)؛ سوالات ۶۴، ۶۵ و ۶۶ عامل نهم (تحول‌گرا) و سوالات ۲۲، ۲۳ و ۲۴ عامل دهم (تحمل ابهام)؛ و سوالات ۱۷، ۱۹ و ۲۰ عامل یازدهم (عمل‌گرایی) تشکیل می‌دهند.

^۱ Varimax

^۲ Kaiser

جدول ۳- ارتباط بین شاخص‌ها با عامل‌های پرسشنامه

ردیف	شماره سؤالات	عامل											ضریب تعیین	مقدار تی	نتیجه
		۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱			
۱	۶۱	۰/۷۰											۰/۰۵۹	۱۷/۴	۰/۰۰۱
۲	۶۲	۰/۷۰											۰/۰۳۸	۱۸/۴	۰/۰۰۱
۳	۵۱	۰/۶۴											۰/۰۵۵	۱۷/۵	۰/۰۰۱
۴	۵۹	۰/۵۴											۰/۰۵۹	۱۵/۶	۰/۰۰۱
۵	۱		۰/۸۰										۰/۰۷۰	۱۸/۹	۰/۰۰۱
۶	۳		۰/۶۷										۰/۰۵۸	۱۶/۸	۰/۰۰۱
۷	۲		۰/۶۲										۰/۰۷۷	۱۹/۲	۰/۰۰۱
۸	۴		۰/۳۳										۰/۰۶۲	۱۷/۸	۰/۰۰۱
۹	۵۶			۰/۷۷									۰/۰۶۴	۱۷/۴	۰/۰۰۱
۱۰	۵۷			۰/۷۲									۰/۰۵۲	۱۵/۸	۰/۰۰۱
۱۱	۵۵			۰/۷۱									۰/۰۵۰	۱۸/۳	۰/۰۰۱
۱۲	۵۸			۰/۴۳									۰/۰۶۲	۱۹/۳	۰/۰۰۱
۱۳	۳۹				۰/۶۳								۰/۰۹۹	۱۸/۲	۰/۰۰۱
۱۴	۴۰				۰/۶۰								۰/۱۰۲	۱۹/۴	۰/۰۰۱
۱۵	۳۸				۰/۵۶								۰/۰۵۲	۱۸/۵	۰/۰۰۱
۱۶	۳۷				۰/۵۳								۰/۰۵۵	۱۷/۹	۰/۰۰۱
۱۷	۲۶				۰/۵۲								۰/۰۵۷	۱۸/۲	۰/۰۰۱
۱۸	۵۰					۰/۷۰							۰/۰۷۶	۱۵/۱	۰/۰۰۱
۱۹	۴۹					۰/۷۰							۰/۰۶۵	۱۸/۱	۰/۰۰۱
۲۰	۴۸					۰/۶۷							۰/۰۷۰	۱۸/۲	۰/۰۰۱
۲۱	۳۵						۰/۸۸						۰/۰۷۹	۱۶/۹	۰/۰۰۱
۲۲	۳۴						۰/۷۲						۰/۰۷۶	۱۷/۷	۰/۰۰۱
۲۳	۳۶						۰/۶۳						۰/۰۶۱	۱۸/۷	۰/۰۰۱
۲۴	۷							۰/۷۶					۰/۰۶۴	۱۸/۱	۰/۰۰۱
۲۵	۸							۰/۶۷					۰/۰۵۸	۱۹/۰	۰/۰۰۱
۲۶	۶							۰/۵۴					۰/۰۸۳	۱۷/۷	۰/۰۰۱
۲۷	۹							۰/۳۸					۰/۰۷۸	۱۸/۵	۰/۰۰۱
۲۸	۴۶								۰/۶۸				۰/۰۸۸	۱۷/۸	۰/۰۰۱
۲۹	۴۵								۰/۶۱				۰/۰۵۲	۱۸/۹	۰/۰۰۱
۳۰	۴۴								۰/۵۹				۰/۰۴۹	۱۹/۴	۰/۰۰۱
۳۱	۶۵									۰/۷۸			۰/۰۴۸	۱۹/۶	۰/۰۰۱
۳۲	۶۶									۰/۵۵			۰/۰۵۱	۱۹/۲	۰/۰۰۱

جدول ۵- شاخص‌های برازش نیکویی برازش

تفسیر	مقدار قابل قبول	مقدار	شاخص‌ها
Confirmed	$1 < \chi^2/df$	۱/۱۵	χ^2/df
Confirmed	> 0.06	۰/۰۵۲	RMSEA
Confirmed	$0.90 < NFI < 0.95$	۰/۹۱	NFI
Confirmed	$0.90 < NNFI < 0.95$	۰/۹۳	NNFI
Confirmed	$0.90 < CFI < 0.95$	۰/۹۴	CFI
Confirmed	$0.90 < IFI < 0.95$	۰/۹۴	IFI
Confirmed	> 0.08	۰/۰۳۱	SRMR

در آزمون نیکویی برازش، تناسب مجموعه داده‌ها بررسی می‌شود که با توجه به جدول (۵)، مقدار χ^2/df دو نوبتی برابر ۱/۱۵ و ریشه میانگین مجذور خطای تقریبی (RMSEA) برابر با ۰/۰۵۲ می‌باشد؛ بنابراین، مشخص می‌شود که مدل از برازش لازم برخوردار است. هم‌چنین شاخص‌های $NFI=0.91$ ؛ $NNFI=0.93$ ؛ $CFI=0.94$ ؛ $IFI=0.94$ ؛ $SRMR=0.31$ براز مدل را تایید می‌کنند. در مجموع، از ۷ شاخص ذکر شده برای آزمون خوبی برازش، تمامی شاخص‌ها تناسب مدل را تایید می‌کنند؛ بنابراین، مدل مذکور از لحاظ شاخص‌های برازش مناسب می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

مسلم است که ابزار معتبر و پایا در پژوهش می‌تواند پژوهشگران را به **اطلاعات** دقیق‌تر رهنمون کند. هر ابزار اندازه‌گیری برای اندازه‌گیری متغیری خاص طراحی می‌شود. به هر میزان ابزار اندازه‌گیری بتواند سازه یا متغیر هدف را که برای آن طراحی شده است، اندازه‌گیری کند از اعتبار بیشتری برخوردار است؛ بنابراین، پژوهش‌هایی که در حوزه ورزش و از طریق مؤلفه‌های فردی مؤثر بر کارآفرینی سازمانی انجام می‌شوند، مستلزم داشتن ابزار پایا و معتبر خواهند بود.

به سبب تغییرات محیطی که دائماً چالش‌هایی را فراروی سازمان قرار می‌دهد و برای اینکه آن‌ها بتوانند همواره در صحنه رقابت باقی بمانند و تغییرات را به نفع خود اداره کنند، نیاز به افرادی توانمند دارند که به واسطه توانمندی نهادینه شده بتوانند در فرآیندهای کاری دست به کارآفرینی بزنند. به بیان دیگر توسعه منابع انسانی از طریق توانمندسازی آنها در مقیاس وسیع می‌تواند کارآفرینی درون سازمانی را سبب گردد. کارآفرینی سازمانی در حیطه سازمان عمل می‌نماید و ساختارها، رویکردها، هنجارها، فناوری‌ها، خدمات و محصولات فعلی سازمان را گسترش می‌دهد یا در مسیرهای جدید قرار می‌دهد (Abdzadeh, Kashef, ۲۰۲۲). (Boroumand & Fattahpourmarandi, ۲۰۲۲). با توجه به یافته‌های پژوهش مؤلفه‌های مربوط به حیطه یا بعد شناختی (شخصیتی) کارآفرینی شامل ریسک‌پذیری متعادل، کانون کنترل، عملگرایی و تحمل ابهام با سطوح متفاوت در افراد مورد مطالعه وجود دارند. یعنی گروه مورد مطالعه به صورت ذاتی و با انگیزه‌های درونی به ریسک‌پذیری و تحمل ابهام تمایل داشته و دارای کانون کنترل درونی بوده و عملگرا هستند. برخی از صاحب‌نظران علم کارآفرینی معتقدند که ویژگی‌های شخصیتی عامل موثری بر تصمیم‌گیری در کارآفرینی به شمار می‌روند. به عبارت دیگر آن‌ها بر این باورند اگر چنین ویژگی‌هایی در فرد وجود داشته باشد، فرد به سمت کارآفرینی سوق می‌یابد (Dubey, ۲۰۲۲). و نکته مهم‌تر اینکه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی قابل آموزش و اکتسابی هستند و نظام آموزشی می‌تواند نقش مهم و سرنوشت‌سازی در این رابطه ایفا نماید (Agha Mohammadi & Abdulahi, ۲۰۱۴).

در حیطه رفتاری کارآفرینی نیز مؤلفه‌های فردی مردم‌گرا بودن، اجتماعی بودن، مشارکت‌جو بودن و تحول‌گرا بودن به اندازه‌های متفاوت ولی نزدیک به هم در افراد مورد مطالعه مشاهده می‌گردد و بیانگر این است که افراد کارآفرین به مشارکت‌جویی و مردم‌گرایی و اجتماعی بودن علاقمند بوده و تحول‌آفرینی را در بستر اجتماع و همگام با مردم می‌طلبند.

همچنین در حیطه یا بعد مهارتی کارآفرینی مؤلفه‌های مهارت‌های فنی، مهارت‌های انسانی و مهارت‌های تفکر انتقادی و خلاقانه در گروه مورد مطالعه دیده می‌شود؛ یعنی گروه مورد مطالعه به صورت ذاتی و با انگیزه‌های درونی به ایده‌پردازی و خلاقیت تمایل داشته و حتی اقدامات نوآورانه و ریسک‌آمیز را جزئی از سنت‌ها و ارزش‌های خانوادگی خود می‌دانند. و برای پرداختن به کارهای جدید و ایده‌های نو از مهارت‌های فنی و انسانی لازم مثل توانایی برقراری ارتباط با دیگران، تیم‌سازی و ... برخوردارند. در این پژوهش به بررسی هر یک از ویژگی‌های شخصیتی، مهارتی و رفتاری کارکنان سازمان ورزش شهرداری تهران پرداخته شد. با توجه به نتایج به‌دست آمده می‌توان گفت تمامی ویژگی‌های شخصیتی، رفتاری و مهارتی در نظر گرفته شده در این تحقیق از قبیل ریسک‌پذیری متعادل، کانون کنترل درونی، عملگرایی، تحمل ابهام، مردم‌گرا بودن، مشارکت‌جو بودن، اجتماعی بودن، تحول‌گرا بودن، مهارت‌های فنی، مهارت‌های انسانی و مهارت‌های تفکر انتقادی و خلاقانه در کارآفرینان مشهود می‌باشند و از طریق آن‌ها

می‌توان کارآفرینی افراد را پیش‌بینی نمود. نتایج به‌دست آمده در این پژوهش با نتایج Nazem (۲۰۰۷)، Fekri et all.

(۲۰۱۲)، Dendup & Acharja (۲۰۱۷)، Heydarian (۲۰۱۸)، Kerr et al. (۲۰۱۸)، Liu et al. (۲۰۲۱)، Matos &

Hall (۲۰۲۱)، Leonelli et al. (۲۰۲۲)، Shaaban et al. (۲۰۲۲) همسویی دارد. همخوانی نتایج به‌دست آمده از این

پژوهش با نتایج به‌دست آمده از محققان دیگر، دلالت بر وجود رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی، رفتاری و مهارتی با کارآفرینی دارد. به عنوان نمونه Nazem (۲۰۰۷) عوامل نیاز به پیشرفت، پشتکار، هدف‌گرایی، رقابت‌جویی و جاه‌طلبی را سازنده ساختار کارآفرینی مدیران عنوان نمود. دابی (۲۰۲۲) ویژگی‌هایی از قبیل انعطاف‌پذیری، پشتکار، عملگرایی، مخاطره‌پذیری، جاه‌طلبی و درون‌گرایی را جزء جدایی‌ناپذیر شخصیت کارآفرینان می‌دانند. Rahayuningsih (۲۰۲۲) و Zaleskiewicz et al. (۲۰۲۰) تحمل ابهام، ریسک‌پذیری، جاه‌طلبی، خوش‌بینی، خودباوری و خلاقیت را از ویژگی‌های مدیران کارآفرین برشمردند.

پژوهشگرانی که در زمینه تأثیر مؤلفه‌های فردی بر کارآفرینی سازمانی مطالعه نموده‌اند، تأثیر متغیرهای دیگری مثل تفاوت‌های موجود در نوع جامعه مورد پژوهش و شرایط حاکم بر آن که رفتار کارکنان سازمان‌ها را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد را، کمتر مورد توجه قرار داده‌اند. تفاوت‌هایی همچون شکل و ماهیت محیط پژوهش، نوع مشتریان و نیازهای آنها، وضعیت مؤلفه‌های درون-سازمانی و برون‌سازمانی موجود در محیط کار مثل فرهنگ سازمانی، حمایت مدیریت ارشد، انتظارات ذی‌نفعان، میزان پویایی و پیچیدگی محیطی، می‌توانند بر روی میزان نیاز نوآوری، بکارگیری، توسعه و پرورش مؤلفه‌های فردی کارآفرینی تأثیر بسزایی داشته باشند.

نتایج بدست آمده نشان داد پرسشنامه محقق ساخته مؤلفه‌های فردی کارآفرینی سازمانی از روایی محتوایی مناسبی برخوردار است، بررسی روایی سازه نشان داد که ۳ عامل مؤلفه شخصیتی با زیر مقیاس‌های ریسک‌پذیری متعادل، کانون کنترل درونی، عملگرایی و تحمل ابهام؛ مؤلفه مهارتی با زیرمقیاس‌های مهارت‌های فنی، انسانی و تفکر انتقادی و خلاقانه و در آخر مؤلفه رفتاری با زیر مقیاس‌های مردم‌گرا بودن، مشارکت‌جو بودن، اجتماعی بودن و تحول‌گرا بودن در کارآفرینان بوسیله این پرسشنامه سنجیده می‌شود، و همچنین مشخص شد که این پرسشنامه از اعتبار کافی برخوردار است. نهایتاً می‌توان بیان کرد که کارآفرینی مدیران و کارکنان سازمان‌های ورزشی با توجه به ویژگی‌های شخصیتی افراد موضوعی ثابت نیست، بلکه موضوعی است که با توجه به شرایط محیطی و سازمانی قابل تغییر است. از این می‌توان علاوه بر اعمال شرایط استخدامی، آموزشی و ارزیابی مبتنی بر شایستگی سازمان‌های ورزشی کار آفرین به صورت مداوم به پایش و بهبود شرایط وضعیت سازمان‌های ورزشی که مدیرانی کارآفرین دارند، اهتمام ورزند.

۱. Abdzadeh, F., Kashef, S. M., Boroumand, M., & Fattahpourmarandi, M. (۲۰۲۲). Entrepreneurship profile of sport sciences faculties of Iran and offering an Employment and Entrepreneurship model. *Journal of Sport Management*, ۱۳(۴), ۱۱۲۷-۱۱۵۵. (Persian)
۲. Ahmadpour Dariani, M. (۲۰۱۴). *Entrepreneurship (definitions, theories and models)*, Pardis Publications, p. ۵۷, ۵th edition. (Persian)
۳. Agha Mohammadi, J., Abdulahi, H. (۲۰۱۴). Analysis of the role of education in the development and promotion of entrepreneurship. *Rahyaft*, ۲۵(۵۹), ۷۵-۸۸. (Persian)
۴. Ansari Mehiari, H. (۲۰۱۹). Fields of entrepreneurship in sports from the point of view of managers and physical education specialists of Golestan province and presentation of work methods. *Physical Education and Sports Science Studies*, ۴(۱), ۶۹-۸۶. (Persian)
۵. Chinyamurindi, W. T., & Shava, H. (۲۰۱۹). The influence of economic motivation, desire for independence and self-efficacy on willingness to become an entrepreneur. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, ۱۱(۱), ۱-۱۲.
۶. Dendup, T., & Acharja, I. L. (۲۰۱۷). Effect of individual factor on entrepreneurship intention among undergraduate students in Bhutan. *World Journal of Business and Management*, ۳(۲), ۱-۱۲.
۷. Dubey, P. (۲۰۲۲). The effect of entrepreneurial characteristics on attitude and intention: an empirical study among technical undergraduates. *Journal of Business and Socio-economic Development*, ۱۰(۴), ۴۹۳-۵۱۴.
۸. Faale Qayyumi, A., Momeni, M. (۲۰۲۲). *Statistical analysis using SPSS*. Publications of the Moaleef, ۵th edition. (Persian)
۹. Fekri, K., Shafiabadi, A., Noranipour, R., & Ahgher, G. (۲۰۱۲). Modeling marital Satisfaction Based on Attachment Styles and Religious orientation. *Educational researches*, ۷(۳۱), ۱-۱۶. (Persian)
۱۰. Forghani OZRudi, M. B., & Yaghobi, A. (۲۰۱۵). The relationship between leadership and responsibility in the executive office of Physical Education in Tehran city. *Sport Management Studies*, ۷(۲۸), ۱۵۱-۱۶۶. (Persian)
۱۱. Grebel, T., Pyka, A., & Hanusch, H. (۲۰۰۳). An evolutionary approach to the theory of entrepreneurship. *Industry Innovation*, ۱۰(۴): ۴۹۳-۵۱۴.
۱۲. Heydarian, G. (۲۰۱۸). *Designing Organizational Entrepreneurship Structural Equation Modeling with Emphasis on Knowledge Management and Empowerment of Employees*. *Uct Journal of Management and Accounting Studies*, ۶(۴), ۴۴-۵۸.
۱۳. Kerr, S. P., Kerr, W. R., & Xu, T. (۲۰۱۸). Personality traits of entrepreneurs: A review of recent literature. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, ۱۴(۳), ۲۷۹-۳۵۶.

۱۴. Kurjono, K., Samlawi, F., Muntashofi, B., & Saprudin, N. (۲۰۲۲). The Effect of Locus of Control and Tolerance of Ambiguity on Entrepreneurial Intention. In ۶th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME ۲۰۲۱) (pp. ۷-۱۲). Atlantis Press.
۱۵. Leonelli, S., Masciarelli, F., & Fontana, F. (۲۰۲۲). The impact of personality traits and abilities on entrepreneurial orientation in SMEs. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, ۳۴(۳), ۲۶۹-۲۹۴.
۱۶. Liu, T., Lipowski, M., Xue, Y., Xiao, T., Liu, H., Xu, R., ... & Zhao, Z. (۲۰۲۱). The impact of entrepreneurship education of entrepreneurs on the entrepreneurial psychology of sports majors from the perspective of pedagogy. *Frontiers in Psychology*, ۹(۱۳), ۸۴۳۴۸۵.
۱۷. Liu, M., Gorgievski, M. J., Qi, J., & Paas, F. (۲۰۲۲). Increasing teaching effectiveness in entrepreneurship education: Course characteristics and student needs differences. *Learning and Individual Differences*, ۹۶, ۱۰۲۱۴۷.
۱۸. Mandalizadeh, Z., & Honari, H. (۲۰۱۱). An Investigation of the Factors Affecting Entrepreneurship in Sport: As an Interdisciplinary Area. *Interdisciplinary Studies in Humanities*, ۲(۲), ۱۱۳-۱۳۶. (Persian)
۱۹. Matos, S., & Hall, J. (۲۰۲۱). An exploratory study of entrepreneurs in impoverished communities: when institutional factors and individual characteristics result in non-productive entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, ۳۲(۱-۲), ۱۳۴-۱۵۵.
۲۰. McSweeney, M., Svensson, P., Hayhurst, L., & Safai, P. (Eds.). (۲۰۲۲). *Social Innovation, Entrepreneurship, and Sport for Development and Peace*. Taylor & Francis.
۲۱. Monton, P., Reyes, L. E., & Alcover, C. M. (۲۰۲۲). Personal Characteristics for Successful Senior Cohousing: A Proposed Theoretical Model. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, ۱۹(۴), ۲۲۴۱.
۲۲. Moghimi, S. M. (۲۰۰۹). *Entrepreneurship in government organizations*, Farandish Publications, ۳rd edition. (Persian)
۲۳. Nasiripoor, A.A., Raeissi, P., Hosseini Fahraji, H. (۲۰۱۳). Individual Features Affecting Organizational Entrepreneurship Development in Iranian Public Hospitals. *Journal of Rafsanjan University of Medical Sciences*, ۱۲(۹), ۶۸۱-۶۹۴. (Persian)
۲۴. Nazem, F. (۲۰۰۷). Entrepreneurship in directors of Islamic Azad university. *Developmental Psychology Quarterly: Iranian Psychologists*, ۴(۱۴), ۱۲۵-۱۳۵. (Persian)
۲۵. Pirayesh, R., Amiri, V., Jafari, M., & Imani Barandagh, M. (۲۰۲۰). The Effect of Organizational Entrepreneurship and Entrepreneurship Orientation on Organizational Performance with Regard to Strategic Entrepreneurship in Industrial Companies in Zanjan Province. *The Journal of Productivity Management*, ۱۴(۱), ۲۳-۴۵. (Persian)
۲۶. Putro, H.P.N., Rusmaniah, R., Mutiani, M., Abbas, E.W., Jumriani, J. & Ilhami, M.R. (۲۰۲۲). Social Capital of Micro, Small and Medium Enterprises in Kampung Purun for Improving Entrepreneurship Education. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, ۱۴(۲), ۱۶۶۹-۱۶۸۰.

۲۷. Rahayuningsih, T. (۲۰۲۲). Effectiveness of Entrepreneur Education for Entrepreneurial Intention through Creativity and Entrepreneurial Self Efficacy. In ۴th International Conference on Educational Development and Quality Assurance (ICED-QA ۲۰۲۱) (pp. ۳۴۷-۳۵۱). Atlantis Press.
۲۸. Ratten, V. (۲۰۲۱). Introduction: Innovation and entrepreneurship in sport management. In *Innovation and Entrepreneurship in Sport Management*. Edward Elgar Publishing.
۲۹. Ratten, V., & Jones, P. (۲۰۲۰). New challenges in sport entrepreneurship for value creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, ۱۶(۳), ۹۶۱-۹۸۰.
۳۰. Rutherford, M.W; Holt, D.T; (۲۰۰۷). Corporate entrepreneurship, an empirical look at the innovates dimension and its antecedents. *Journal of Organizational Change Management*, ۲۰(۳), ۴۲۹-۴۴۶.
۳۱. Shaaban, S., Mohammad Khani, M.R., Alizade, A., Mirhajian, Z., Momeni, Z., Rafiei, S. (۲۰۲۲). Impact of Organizational Culture on Entrepreneurial Behavior with the Mediating Role of Social Capital: Path Analysis. *Evidence Based Health Policy Management & Economics*, ۶(۱), ۶۱-۷۰.
۳۲. Thompson, J. L., & Day, J. (۲۰۲۲). Towards a model of entrepreneurial behaviour: an evaluation of the history of Fabergé from ۱۸۴۲ to ۲۰۱۷. *Journal of Management History*, (ahead-of-print). <https://doi.org/۱۰.۱۱۰۸/JMH-۱۱-۲۰۲۱-۰۰۶۵>
۳۳. Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (۲۰۲۲). Mediating role of prosocial motivation in predicting social entrepreneurial intentions. *Journal of Social Entrepreneurship*, ۱۳(۱), ۱۱۸-۱۴۱.
۳۴. Vatankhah, S., Mohammadi, A., Eshrsti, B. (۲۰۲۱). The Relationship between Performance Appraisal and Organizational Entrepreneurial Orientation in Selected Employees of the Vice Chancellor for Health at Iran University of Medical Sciences. *Journal of Health Administration*, ۲۴(۱), ۳۴-۴۲. (Persian)
۳۵. Vecchio, R. P. (۲۰۰۳). Entrepreneurship and leadership: Common trends and common threads. *Human Resource Manager*, ۱۳(۲), ۳۰۳-۳۲۷.
۳۶. Yazdanshenas, M. (۲۰۱۴). Designing a conceptual framework for organizational entrepreneurship in the public sector in Iran. *Iranian Journal of Management Studies*, ۷(۲), ۳۶۵-۳۹۰. (Persian)
۳۷. Zaleskiewicz, T., Bernady, A., & Traczyk, J. (۲۰۲۰). Entrepreneurial risk taking is related to mental imagery: A fresh look at the old issue of entrepreneurship and risk. *Applied Psychology*, ۶۹(۴), ۱۴۳۸-۱۴۶۹.