

فرا تحلیل عوامل موثر بر کارآفرینی در سازمان های ورزشی ایران^۱

دکتر فریده شریفی فر^۲، دکتر فریبا محمدیان^۳، فروزان شریفی فر^۴

چکیده

شناخت ویژگی های بستر مناسب برای جذب و رشد کارآفرینان، اولین قدم و مهمترین مساله سازمان های امروزی محسوب می شود. بنابراین مطالعات تلفیقی و ترکیبی از نتایج پژوهش های انجام شده در زمینه کارآفرینی سازمانی، می تواند رویکرد جدیدی برای شناسایی راهکارهای جامع، فراروی پژوهشگران قرار دهد. در این پژوهش پایان نامه های کارشناسی ارشد، رساله های دکتری و مقاله های انجام یافته در حوزه کارآفرینی سازمانی در سازمان های ورزشی ایران طی ده سال گذشته (۱۳۹۳-۱۳۸۳)، با استفاده از نرم افزار جامع فراتحلیل (CMA2)، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج

۱. این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی است که با حمایت های دانشگاه آزاد اسلامی واحد جنوب انجام گرفته است.

۲. استادیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، ایران fshaiifar@azad.ac.ir

۳. استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین.

۴. کارشناس ارشد MBA از دانشگاه مولتی مدیا مالزی.

فراتحلیل نشان می‌دهد که اندازه اثر کلی مطالعات در این حوزه ۰/۲۶۵ است. همچنین آزمون اندازه اثر Z فیشر نشان داد؛ بیشترین اندازه اثر متغیرها متعلق به متغیر خلاقیت (۱/۳۷) و پس از آن جو سازمانی (۱/۰۲۰) می‌باشد. طبق تقسیم بندی کوهن، متغیر توانمندسازی (۰/۵۱۰)، اندازه اثر متوسطی را نشان داد. همچنین اندازه اثر متغیر مدیریت مشارکتی (۰/۴۹۷)، متغیر ساختار کارآفرینانه (۰/۴۸۵)، متغیر فرهنگ سازمانی (۰/۳۴۴)، متوسط گزارش شد. در تبیین این نتایج میتوان گفت توجه به کارآفرینی امری پویا بوده، نیازمند چیدمان مناسبی از عواملی چون نیروی انسانی خلاق، فرایندها و زیر بنای ساختاری سازمان است.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی سازمانی، فراتحلیل، سازمان های ورزشی

مقدمه

در جهان امروز همگام با تحولات و تغییرات شگرفی که در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و تکنولوژی روی می‌دهد تحولات عمیقی نیز در زمینه روش‌ها و سیستم‌های نوین مدیریتی اتفاق می‌افتد و دیدگاه‌های کاملاً متفاوتی نسبت به گذشته بر مدیریت سازمان‌ها حاکم می‌گردد. از جمله مفاهیمی که در حال حاضر در بسیاری از سازمان‌های جهانی جایگاه قابل توجهی پیدا نموده است، مفهوم کارآفرینی می‌باشد. کارآفرینی بطور فزاینده در سازمان‌هایی رشد یافته است که به دنبال خلق و کسب فرصت‌ها، ابداع کارهای جدید و تولید خدمات و محصولات نوین هستند. این موارد برای مدیران سازمان‌های پویا، بسیار حیاتی است و پیش نیاز به وقوع پیوستن آن پذیرش عقاید، ایده‌ها، نظرات و نگرش‌های جدید در مسیر تحقق اهداف سازمانی می‌باشد (۱). تعاریف متعددی از کارآفرینی سازمانی^۱ وجود دارد و بر عواملی مانند فرهنگ، ریسک‌پذیری، نوآوری در محصولات اعم از کالا و خدمات، شناخت فرصت‌ها، بازار جدید، خلاقیت و توسعه سازمان تاکید می‌کنند. به نظر فرای^۲ (۱۹۹۳) کارآفرینی سازمانی، فرآیندی است که از طریق القاء فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان منجر به ارائه نوآوری در محصول و فرآیندها می‌شود (۱۸). همچنین برگلمن^۳ (۱۹۸۳)،

1 -Entrepreneurial Organization

2- Fry

3- Burgelman

معتقد است که کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که از طریق آن مجموعه فرصت‌ها و شایستگی‌های سازمان منجر به تنوع محصولات و توسعه سازمانی می‌شود (bdregelman/1983).

در تعریفی دیگر، کارآفرینی سازمانی به عنوان فرآیندی مطرح گردید که فعالیت‌های سازمانی را به سمت خلاقیت، نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشتازی سوق می‌دهد. در حقیقت نوآوری به معنای معرفی عامل جدید، یکی از وظایف پیچیده و مشکل‌کارآفرین است و این کار نه تنها نیازمند توانایی خلق کردن و مفهومی کردن چیزی است، بلکه نیازمند توانایی درک تمامی نیروهای کار موجود در محیط نیز محسوب می‌شود (احمدپور داریانی-۱۳۷۹). به باور هیسریچ و پیترز^۱ (۲۰۰۰) تفکیک سازمان‌های مدیریتی از کارآفرینی باعث می‌شود که مدیریت به صورت نوعی وظیفه درآید که در انتهای چرخه زندگی سازمان و در مرحله بلوغ قرار دارد، در حالی که کارآفرینی در مرحله تولد و نوجوانی سازمان بروز می‌کند (Hayton/2005). با وجود این کارآفرینی یک پدیده جدید نیست، زیرا همزمان با آغاز تجارت، این پدیده هم وجود داشته است. شاید باتیست^۲ اولین کسی باشد که بر نقش حیاتی کارآفرینان در جابجایی منابع اقتصادی بر اساس اصول بهره‌وری تأکید کرد. حدود سال ۱۸۰۰ میلادی او کارآفرین را فردی می‌دانست که منابع اقتصادی را از یک حوزه دارای بهره‌وری و سود پایین‌تر به یک حوزه دارای بهره‌وری و سود بالاتر منتقل می‌کرد (مقیمی، ۱۳۸۲). به اعتقاد شومپیتر^۳ (۱۹۳۴)، نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی، کارآفرین و فرآیند کارآفرینی است که شامل ارائه کالا یا روشی جدید در فرآیند تولید، گشایش بازاری تازه، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت و... می‌باشد. وی نقش مدیران و افرادی که کسب و کار ایجاد می‌کنند را از مفهوم کارآفرین جدا نمود و طبق مدل وی کارآفرینی «تخریب خلاق» معرفی شد که به عنوان نیروی ناپایدار و برانگیزنده در توسعه اقتصادی جامعه لازم و ضروری است (احمدپور داریانی، ۱۳۷۹). به این معنی که در عدم توازن پویا، کارآفرینانی خلق می‌شوند که ترکیب‌های جدیدی را در تولیدات معرفی می‌کنند. زمانی که برنامه‌های راهبردی یک سازمان بر اساس فرایند تحلیلی و منطقی در مسیر موفقیت آینده آن سازمان با چشم اندازی مشخص و میل درونی به یافتن فرصت‌ها و تبدیل آنها به سرانجام مشخص برای تعالی هرچه بیشتر قرار گیرد، فعالیت افراد خلاق و نوآور و کارآفرین در محیطی مناسب تر رشد می‌کند. در چنین سازمان‌هایی، فرهنگ مناسب کارآفرینی نهادینه شده و دغدغه متقاعد کردن سایر افراد برای همراهی با فرد یا فرایند کارآفرینی به حد اقل می‌رسد. اما اگر سبک و نگرش مدیران سازمان، سنتی و بر پایه بوروکراسی محض باشد، در

1- Hisrich & Peters

2 -John Batist.C

3 -Zhozef Schumpeter

پی آن عدم تمایل به تغییر نیز نمایان می شود. باید پذیرفت که در بسیاری از سازمان های کشور، مدیران به جای آنکه از ایده ها و نوآوری های کارکنان در جهت پیشبرد استراتژی سازمان حمایت و استفاده کنند، آن را تهدید و یک حرکت غیر قابل درک دانسته و بها دادن به این دیدگاه ها را خطری برای خود و موقعیت آینده خود قلمداد می کنند، به همین سبب با سرکوب ایده و نوآوری، غالباً افراد کارآفرین یا بعد از مدتی مانند سایر افراد بی تفاوت و بی انگیزه شده یا در بهترین وضعیت، سازمان را ترک کرده و جذب مراکز دیگر می شوند. در چنین حالتی، سازمان دچار خسارت زیادی می شود، زیرا نیروی خلاق را از دست می دهد که سال ها بابت آن هزینه شده بود (زالی و رضوی، ۱۳۸۷).

عوامل مختلفی در ایجاد بستر کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی دخیل هستند. پیترو دراکر (۱۹۸۵)، کارآفرینی را دریچه تغییر می داند که همواره در جستجوی تحول و دگرگونی است. به اعتقاد او مدیریت کارآفرینی توأم با نوآوری و تمایل به تغییر، یک فرصت است نه یک تهدید، و برای ایجاد بستر و زمینه کارآفرینانه، ساختار سازمانی مناسب ترین فضا را برای جو کارآفرینی ایجاد می کند (Druck, 1985). استیونسون (۱۹۹۰)، نظریه پرداز برجسته کارآفرینی در دانشگاه بازرگانی هاروارد، عنصر ابتکار و تدبیر را عنوان می کند و مدیریت کارآفرینی را از روش های رایج مدیریت اجرایی مجزا می نماید و نقطه ثقل مدیریت کارآفرینی را پیگیری فرصت ها بدون توجه به منابع موجود در اختیار و کنترل می داند. از نظر وی کارآفرینان، نه تنها فرصت هایی را می بینند که از خاطر مدیران اجرایی رفته اند، بلکه اجازه نمی دهند منابع اولیه آنها، حق انتخاب را محدود نماید. آنان می توانند حتی منابع دیگران را نیز برای تحقق اهداف کارآفرینی خود بسیج کنند (مقیمی، ۱۳۸۴).

در تعاریف کارآفرینی از دیدگاه نظریه پردازان، رفتاری مورد بحث قرار می گیرد که: پیشگام است، ساز و کارهای اجتماعی و اقتصادی را برای تبدیل منابع و موقعیت ها به وضعیت عملی سازماندهی یا سازماندهی مجدد بکار می گیرد و با مخاطره و شکست همراه است (شریفی فر، ۱۳۹۴). همچنین کارآفرینی درون سازمانی در سازمانی رخ می دهد که آن سازمان مانع از کارآفرینی می گردد. کارآفرینان مجبور هستند تا موفقیت را میان افرادی بیابند که حاضر نیستند به آن ها کمک کنند یا واقعاً نمی خواهند موفقیت آنان را شاهد باشند. اگر مدیریت بتواند فرآیند و رفتارهای مناسبی را در یک سازمان ایجاد کند، کارآفرینان سازمان ها می توانند در محیط مناسبی فعالیت کنند. برای گسترش کارآفرینی در یک نظام سازمانی لازم است مجموعه ای از اجزای مرتبط با هم موجود باشند

و بین آنها تناسب و همبستگی برقرار باشد، با یکدیگر تعامل کنند و بستر و محیط مناسب و مساعدی برای گسترش فراگیر کارآفرینی فراهم آورند. امروزه سازمان‌ها باید نوآوری داشته باشند تا زنده بمانند، بنابراین یکی از بهترین روش‌ها تشویق افراد خلاق برای تبدیل شدن به یک کارآفرین است. این کار با دادن آزادی عمل و منابع مختلف به آنها عملی می‌شود تا آنها بهتر بتوانند اهداف خود را تعقیب کنند.

به اعتقاد پینکات^۱ (۱۹۸۵)، نوآوری در سازمان‌ها به دلیل تأکید بیش از اندازه به نظام‌های کنترلی به صورت راکد درآمد است (Pincot). به نظر او راه‌حل این مشکل، کارآفرینی است. در واقع این مسئله برای مدیران به اثبات رسیده است که شرایط پیرامونی سازمان‌های امروزی به گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگناها نیازمند راه‌حل‌های جدید و منابع متفاوت می‌باشند و بدون تردید یکی از مهمترین منابع، ابتکار، خلاقیت، نوآوری و در یک واژه کارآفرینی است که یکی از مهمترین عوامل توسعه شناخته شده است. پترسون و برگر^۲ (۱۹۷۲) در مطالعات خود سعی کردند تا عوامل مختلف سازمانی و محیطی که فعالیت‌های کارآفرینانه را در درون شرکت تحت تأثیر قرار می‌دهند، شناسایی کنند. آنها دریافتند؛ حمایت مدیریت، جو کارآفرینی، فرهنگ سازمانی، قابلیت استفاده از زمان، استقلال شغلی، سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی و مفاهیم و قوانین سازمانی از جمله مهمترین عوامل اثرگذار بر کارآفرینی سازمانی هستند (Urquhart, 2010). بعد از آنها محققان دیگری نیز سعی کردند تا بین متغیرهای سازمانی استراتژیکی و محیطی با فعالیت‌های کارآفرینانه سازمان پیوندهایی برقرار کنند (Hayton, 2005). یافته‌های سیفی سالدهی (۱۳۹۳)، نشان داد بین ساختار کارآفرینانه با کارآفرینی سازمانی رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد. هرچند میانگین کارآفرینی سازمانی و ساختار کارآفرینانه پایین تر از حد متوسط بودند (شریفی‌فر، ۱۳۹۴). اما تحقیقات خلیفه سلطانی (۱۳۸۶)، نشان داد، بین مؤلفه‌های رسمیت و پیچیدگی ساختار سازمانی با کارآفرینی سازمانی ارتباط منفی و معناداری وجود دارد (خلیفه سلطانی، ۱۳۸۶). همچنین کافشانی (۱۳۹۳)، دریافت بین هوش هیجانی و قصد کارآفرینانه ارتباط معنی داری وجود دارد. فلاحی (۱۳۹۲)، ارتباط معناداری بین مدیریت تعارض سازمانی با کارآفرینی سازمانی به دست آورد (شریفی‌فر، ۱۳۹۴). کلاته (۱۳۹۱)، نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد. در میان مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی، ساختار، اهداف و استراتژی، جو سازمانی، حمایت مدیریت و سیستم پاداش و تشویق با فرهنگ سازمانی ارتباط معنی داری نشان

1- Gifford Pinchot & Jeffrey et al.

2 - Peterson & Burger

دارند، اما بین سیستم آموزش و اطلاعات و فرهنگ سازمانی ارتباط معنی داری مشاهده نشد (کلاته، ۱۳۹۴).

ازسویی ورزش، به عنوان یک پدیده اجتماعی به دلیل اثرات مستقیم و غیرمستقیمی که بر شاخص های توسعه هر کشور دارد و نیز امروزه در حوزه علوم یک صنعت محسوب می شود و از سازمان های خرد و کلان برخوردار است (Hadizadeh, 2005) (Haqshenas & etal. 2007)، بی تردید نیازمند برنامه ریزی مناسب از سوی سیاست گذاران و همسو سازی امکانات و زیرساخت های موجود، برای ترویج آن می باشد. براساس سند ملی چشم انداز ۲۰ ساله، ایران باید تا سال ۱۴۰۴، به جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در آسیای جنوب غربی دست یابد. در این سیاست ها در فصل امور اجتماعی یک بند به ورزش اختصاص یافت که اهتمام به توسعه ورزش در برنامه پنجم توسعه اقتصادی و اجتماعی را به دولت یادآور شده است (قره، ۱۳۸۳). در حال حاضر وضعیت موجود بخش ورزش کشور مبین این امر است که یافته های پژوهشی موجود در زمینه علوم ورزشی موجب اقبال مسئولان ذی ربط نشده است و حوزه ورزش قهرمانی و حرفه ای اولویت بالاتری نسبت به سایر حوزه های ورزشی دارد، تصویر این اندیشه و عملکرد در برنامه عملیاتی دستگاه های مرتبط با ورزش، رسانه ها، سوالات نمایندگان مجلس و حتی شهروندان جامعه نیز کاملاً مشهود است (مقیمی، ۱۳۸۲). هرچند این تصویر، نگرشی یک بعدی و فارغ از توجه به ظرفیت های بالای جامعه ورزشی در حوزه اقتصادی کشور می باشد و به بسترهای مناسب توسعه از طریق کارآفرینی سازمان های ورزشی توجه چندانی نشده است و به نظر آلدریچ و زیمر^۱ (۱۹۸۶) کارآفرینی یک فرآیند است و نمی توان آن را در یک بعد و مقطع خاص بررسی نمود، بنابراین باید ارتباطات و روابط بین اجزای اصلی این فرآیند را بهتر شناخت (احمدپور داریانی، ۱۳۷۹). لذا با توجه به اهمیت نقش کارآفرینان و کارآفرینی سازمانی در جامعه و سازمان های ورزشی و به دلیل پراکندگی مطالعات در این حوزه، اهمیت و ضرورت گردآوری و تجمیع اطلاعات حاصل از تحقیقات گذشته بیش از پیش احساس می شود. نبود راهبردهای مناسب موجب می گردد تا مدیریت در این حوزه به صورت سلیقه ای، سنتی و گاه "اصولی انجام گیرد (زاهدی و محمدی، ۱۳۸۴). این مهم هدر رفتن منابع انسانی، مالی و مادی را رقم می زند، لذا محققین در صدد بدست آوردن راهبردهای مناسب هستند تا بهره وری منابع از این مسیر حاصل شود و با اجرای خط مشی های مناسب و سنجیده اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، ایجاد تسهیلات و خدمات، فراهم کردن فضاها و محیط های مناسب فرهنگی و ورزشی و اتخاذ روش های

تشویق آمیز، از هدر رفتن انرژی منابع انسانی جلوگیری کرده و به کیفیت بخشی آن کمک نمایند و از این راه غنای علمی و فرهنگی جامعه ورزشی افزایش یابد (قره، ۱۳۸۳).

در این پژوهش با مرور و فراتحلیل^۱ یافته‌های پژوهش‌های انجام شده پیرامون کارآفرینی سازمان‌های ورزشی سعی بر آن بود، گامی مهم و اثربخش در جهت شناخت بهتر متغیرهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی ورزشی برداشته شود. از سوی دیگر نقطه نظرهای پژوهش‌گران و یافته‌های پژوهشی موجود به طور علمی به روش فراتحلیل مورد بازبینی و بهره‌برداری قرار گرفت، زیرا پژوهش‌گران متعددی همچون راسخ (۱۳۸۲)، مرزبان (۱۳۸۹)، کلاته (۱۳۹۱)، حیدری نژاد (۱۳۹۱)، عبیدی و همکاران (۱۳۹۲)، فروغی پور (۱۳۹۲) و ... مسائل مربوط به کارآفرینی سازمان‌های ورزشی را از دیدگاه‌های مختلف (اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و...) مورد بررسی قرار دادند و عوامل و پیامدهای آنرا ارزیابی نمودند، اما در نهایت این پژوهش‌ها به مفهوم عملیاتی یکسانی منتج نشده است (۱۰). فراتحلیل می‌تواند تلاشی برای تحلیل مجدد مجموعه‌ای از پژوهش‌های این حوزه باشد که وقت و هزینه قابل توجهی برای آن صرف شده است (Glass, 2000) و متأسفانه یافته‌های آن در بسیاری از موارد در برنامه‌ریزی‌های کلان مورد بهره‌برداری قرار نگرفته است. روش فراتحلیل در این مطالعه از این جهت مهم محسوب می‌شود که فرصتی برای مرور مسیر پیموده شده سایر پژوهش‌گران فراهم می‌نماید و با این بازنگری واقع‌بینانه دستاوردهای آنان مقایسه و جمع‌بندی می‌گردد تا قابل استفاده در طرح‌های عملیاتی و تصمیم‌گیری مدیران سازمان‌های ورزشی شود. در علوم انسانی و رفتاری بنا به ماهیت و موضوع مورد مطالعه آنان که اغلب انسان است، محققان در تحقیقات خود درباره یک موضوع گاهی نه تنها به نتایج یکسانی نمی‌رسند، بلکه در تحقیقات آنها تناقض‌هایی شاید به دلیل دقیق نبودن وسایل اندازه‌گیری و مختار بودن انسان دیده می‌شود که می‌تواند مدیران اجرایی را دچار تردید و گاهی بی‌اعتمادی در کاربرد نتایج نماید. در فراتحلیل می‌توان با ثبت ویژگی‌ها و یافته‌های مجموعه‌ای از پژوهش‌ها در قالب مفاهیم کمی، آنها را آماده استفاده از روش‌های نیرومند آماری کرد (دلاور، ۱۳۸۰). بنابراین یکی از مهمترین خدمات فراتحلیل به زمینه علمی کارآفرینی این است که نقاط قوت و ضعف تحقیقات انجام شده مشخص می‌گردد و نتایج منسجم و قوی تری را بدست می‌دهد.

روش شناسی تحقیق:

تحقیق حاضر از نوع تحقیقات اسنادی است که در آن تحلیل مطالعات کارآفرینی سازمان های ورزشی، هدف اصلی پژوهش بود. روش تحقیق، مرور سیستماتیک و فراتحلیل بود و مرور جامع برای بازیابی مطالعات مرتبط و استخراج داده های لازم از مطالعات واجد شرایط انجام شد. پس از طرح و تدوین سؤالات و فرضیه ها، معیارهای ورود و خروج مطالعات به مرور سیستماتیک و فراتحلیل تدوین شدند. نوع داده های لازم برای استخراج از مطالعات برای حصول به اهداف و آزمون فرضیه ها مدنظر قرار گرفت. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل تمامی پژوهش های مرتبط با کارآفرینی سازمان های ورزشی داخل کشور طی ۱۰ سال گذشته (۱۳۸۳-۱۳۹۳) بود. از آنجایی که برخی از پژوهش ها به لحاظ داشتن اطلاعات مورد نیاز برای فراتحلیل ناقص بودند و قابلیت ورود به فراتحلیل را نداشتند، در نهایت ۱۸ تحقیق به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. در تحقیق حاضر براساس معیارهای مورد نظر در فراتحلیل و نیز سؤالات و اهداف تحقیق، یک فرم جمع آوری اطلاعات تدوین شد و اطلاعات مورد نظر با استفاده از آن جمع آوری گردید. بنابراین ابزار پژوهش عبارت بودند از: شاخص های حاصل از مطالعه ادبیات پیشینه، فیش های محقق ساخته ابزار تحقیق، پایایی و روایی آن.

برای گردآوری داده های تحقیق، از داده های ثانویه به نام اسناد و مدارک گذشته استفاده شده است. این اسناد و مدارک شامل مقالات، پایان نامه های کارشناسی ارشد و رساله دکتری در زمینه کارآفرینی سازمانی در سازمان های ورزشی بوده است. به منظور دقت بیشتر در جمع آوری اطلاعات مذکور، چک لیستی تهیه شد که با استفاده از این چک لیست، کار جمع آوری اطلاعات دقیق تر و جامع تر صورت گرفت. این چک لیست شامل مؤلفه هایی مانند رویکرد تحقیق، فرضیه ها، اهداف، جامعه و نمونه آماری، روش نمونه گیری، روش تحقیق، روش آماری، روایی و پایایی تحقیق بوده است. از آنجایی که در تحلیل های فراتحلیل ضرایب همبستگی، مقدار تبدیل شده ضریب همبستگی به ZI فیشر برابر است با حجم اثر آن، در این مطالعه نیز برای انجام فراتحلیل بر روی ضریب همبستگی بین متغیرهای مشخص در پژوهش های استخراج شده، به شیوه زیر عمل شد: محاسبه ZI برای هریک از ضرایب همبستگی، محاسبه متوسط حجم اثرها و خطای استاندارد برآورد، محاسبه معناداری آماری متوسط حجم اثر بوسیله آزمون Z فیشر. اطلاعات جمع آوری شده از پژوهش های مورد نظر پس از کدگذاری با استفاده از دو برنامه Spss برای توصیف ویژگی های مطالعات و برنامه CMA21 برای انجام محاسبات آماری تجزیه و تحلیل فراتحلیل استفاده شد. این

کار با استفاده از دو تکنیک ترکیب احتمالات و محاسبه اندازه اثر انجام گردید. به این ترتیب که آزمون‌های آماری استفاده شده در فرضیات پس از تبدیل به اندازه اثر از طریق فرمول‌های ارائه شده و ترکیب اندازه‌های اثر و ترکیب احتمالات مورد تحلیل قرار گرفتند.

پرسش‌های پژوهشی

این تحقیق در صدد پاسخ‌گویی به سؤال‌های زیر بود:
در تحقیقات مربوط به کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های ورزشی ایران چه متغیرهایی مورد مطالعه قرار گرفته است؟
عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های ورزشی کشور کدامند؟
ضریب تاثیر متغیرهای اثرگذار بر کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های ورزشی کشور چه میزان است؟

یافته‌های تحقیق

در مطالعات ارزیابی شده در این تحقیق، پر کاربردترین روش بررسی، پیمایشی بوده است. این نتیجه نشان می‌دهد که پژوهش‌های وارد شده به فراتحلیل بیشتر از نوع تحقیقات کمی بوده است. به لحاظ هدف مطالعه، فقط یکی از تحقیقات به سطح تبیین و سه مورد به توصیف پرداخته و دیگر پژوهش‌ها به صورت تلفیقی از توصیف و تبیین بوده‌اند. اگر توصیف، تفسیر و تبیین، سه حلقه کلیدی در یک فرایند مرتبط باشند، در آن صورت در اغلب پژوهش‌های مورد مطالعه در این تحقیق، فقط تا مرز تفسیر پیش رفته‌اند و تبیینی واضح صورت نگرفته است. از نظر شیوه‌های نمونه‌گیری، در ۴۴/۴ درصد تحقیقات از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. ۳۳/۳ درصد از روش نمونه‌های در دسترس و ۲۲/۲ درصد از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده کرده‌اند. ۸۸/۹ درصد از تحقیقات مبین ارتباط معناداری بین متغیرهای تحقیق با کارآفرینی سازمانی بودند و در ۱۱/۱ درصد تحقیقات ارتباطی یافت نشد. همچنین نتایج نشان داد ۸۳/۳ درصد تحقیقات مبین تسهیل کارآفرینی در سازمان توسط متغیر مورد بررسی بوده‌اند. نتایج حاصل از آزمون اندازه اثر Z فیشر نشان داد؛ بیشترین اندازه اثر متغیرها متعلق به خلاقیت (۱/۳۷) و پس از آن متغیر جو سازمانی (۱/۰۲۰) بود. همچنین اندازه اثر متغیر توانمندسازی (۰/۵۱۰)، متغیر مدیریت مشارکتی (۰/۴۹۷)، متغیر ساختار کارآفرینانه (۰/۴۸۵) و متغیر فرهنگ سازمانی (۰/۳۴۴)، متوسط گزارش شد. متغیرهای دیگر تحقیق، اندازه اثر ضعیفی داشتند.

جدول ۱، نتایج تلفیق متغیرهای اثرگذار بر کارآفرینی سازمانی

Tau-squared				برآورد ناهمگونی (Heterogeneity)				نتایج برآورد تلفیق			
Tau	واریانس	انحراف استاندارد	Tau-Squared	I ²	p-value	df	Q	p-value	برآورد	تعداد مطالعه	مدل
۰/۴۶۲	/۰۰۸	۰/۰۹	/۲۱۳	۲۵/۱۵	۰/۰۶	۱۷	۴۴/۸۹	۰/۰۰۱	۰/۱۸۴	۱۸	fixed
-	-	-	-	-	-	-	-	۰/۰۱۶	۰/۲۶۵	۱۸	Random

این تحقیق، براساس داده های ارائه شده در گزارش هریک از پژوهش های مورد نظر، به محاسبه اندازه اثر متغیر کارآفرینی پرداخته است. جدول (۱) میانگین اندازه اثر مطالعات را نشان می دهد. به همین منظور اندازه اثر طبق مراحل فراتحلیل کرامر و هویت محاسبه شد. نتایج حاصل از این جدول، نشان می دهد میزان همبستگی رتبه ای تاو^۱ مطالعات مثبت می باشد. ضریب همبستگی تاو بیانگر عدم سوگیری انتشار می باشد و میزان کم انحراف استاندارد نیز نمایانگر تقارن آزمودنی ها و وجود ارتباط معنی دار بین متغیرها می باشد. میزان I² که حدود ۲۵٪ را نشان می دهد ناهمگونی پایینی را نشان می دهد. براساس اطلاعات این جدول، اندازه اثر مطالعات ۰/۲۶۵ حاصل شد که به استناد تفسیر اندازه اثر کوهن، ضعیف ارزیابی می شود. بر اساس نتایج این فراتحلیل، متغیرهای مورد بررسی در این تحقیق بر میزان کارآفرینی سازمانی تأثیر کمی داشته است.

یافته های حاصل از این فراتحلیل نشان داد که اندازه اثر خلاقیت بر کارآفرینی سازمانی میزان نسبتا بالایی دارد. ویژگی های شخصیتی کارکنان شامل عواملی مانند خلاقیت و نوآوری، مسؤولیت پذیری، تمایل به مخاطره و ریسک می باشد که با کارآفرینی سازمانی در ارتباط مستقیم است و با نتایج تحقیق زارع و همکاران (۱۳۸۶)، میرزایی اهرنجانی و مقیمی (۱۳۸۲)، مطابقت دارد. آنها در پژوهش خود رابطه معنی داری را بین ویژگی های کارکنان از جمله تمایل به مخاطره پذیری و ریسک، نیاز به استقلال، ارائه ایده های نو و کارآفرینی سازمانی نشان داده اند (۱۳۸۷). اندازه اثر جو سازمانی بر کارآفرینی سازمانی نیز میزان نسبتا بالایی داشت. نتایج این تحقیق نقش و اهمیت جو

1-Kendall's Tau

سازمانی بر رفتار کارآفرینانه مدیران را به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی برجسته میکند و به مدیران میانی نشان میدهد که تنها توجه به کارکرد یک بعد از جو کارآفرینی سازمانی نمیتواند به سازمان در نوآوری و کشف فرصت‌ها کمک کند. بنابراین مدیران سازمان‌ها برای موفقیت در کارآفرینی باید با نگاه نظام مند از ایجاد جو کارآفرینی سازمانی پشتیبانی کنند. یافته‌های سایر پژوهش‌ها همچون محمدکاظمی (۱۳۹۰) و مقیمی (۱۳۸۳)، نیز نشان میدهد که جو کارآفرینی سازمانی به طور خاص نقش مهمی در تشویق کارآفرینی سازمانی و رفتار کارآفرینانه ایفا میکند (شریفی‌فر، ۱۳۹۴). همچنین اندازه اثر توانمندسازی بر کارآفرینی سازمانی میزان نسبتاً متوسطی دارد. این یافته‌ها با تحقیق میشرای و اسپریتزر (۱۹۹۸)، مبنی بر اینکه بین احساس توانمندی و نوآوری، تأثیرگذاری و الهام بخشی ارتباط معنی داری وجود دارد، همخوانی دارد. علاوه بر این با تحقیقات هاکمن و الدهم (۲۰۰۳)، هولدزورث و کارت رایت (۱۹۹۷) و لیدن و همکاران (۲۰۰۰)، همخوانی دارد (رضازاده، ۱۳۸۳). اسپریتزر (۱۹۹۵)، نشان داد که کارکنان توانمند، مسئولیت‌های شغلی خود را به نحو موثر و مبتکرانه انجام میدهند. همچنین، رتبه بندی عوامل روانشناختی توانمندسازی به ترتیب احساس شایستگی، احساس خودتعیینی، اعتماد، احساس معنی دار بودن و در نهایت احساس تأثیر را نشان داد (Patten, 2010).

یکی دیگر از نتایج این تحقیق، اندازه اثر متوسط مدیریت مشارکتی است. به عبارت دیگر، هر چقدر کارکنان احساس نمایند بر پیامدها و محیط کاری خود تأثیرگذار هستند، کارآفرینی سازمانی بهبود می‌یابد. این یافته با تحقیق اشفورت (۱۹۸۹)، سیه‌گال و گاردنر (۲۰۰۳)، مبنی بر اینکه احساس مؤثر بودن و ارتباط با سرپرست، روابط عمومی با سازمان و کار گروهی، اثربخشی تیمی و مدیریت مشارکتی بر میزان کارآفرینی سازمانی موثر است، همخوانی می‌باشد (۲۶). متغیر فرهنگ سازمانی به عنوان عاملی اثرگذار در ایجاد کارآفرینی سازمانی شناخته شده است. در تبیین این نتایج می‌توان گفت توجه به فرهنگ سازمانی امری پویا بوده، نیازمند چیدمانی مناسب از عواملی، چون انسان، فرایندها و زیربنای فرهنگی جامعه است. کارآفرینی یک فعالیت گروهی و نیازمند مشارکت بوده و همه افراد در کلیه سطوح سازمانی باید در امر اجرا و حمایت آن دخیل باشند. تحقیق حاضر با پژوهش‌های لوویس (۲۰۰۱)، موریس و کوراتکو (۲۰۰۲)، کوراتکو و گلدزبای (۲۰۰۴) و فاکس (۲۰۰۵)، در خصوص فرهنگ سازمانی، هم‌راستا است (۲۳). آنها در پژوهش‌های خود به نقش مؤثر و رابطه معنادار فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی تأکید مینمایند.

نتیجه گیری و بحث

نزدیک به یک دهه از طرح جدی موضوع کارآفرینی در محافل علمی و اجرایی ایران می گذرد و در سند چشم انداز توسعه اقتصادی- اجتماعی جمهوری اسلامی ایران نیز توجه ویژه ای به این مقوله مهم شده است. اما به رغم تلاش های ارزشمند که در جهت بسط مبانی نظری کارآفرینی در متون فارسی توسط اندیشمندان و محققان داخلی صورت گرفته، به نظر می رسد هنوز مفاهیم اولیه و مبنایی در این حوزه به خوبی مورد کاوش و تبیین قرار نگرفته است. سازمان ها برای بقا و توسعه و دستیابی به اهداف کوتاه مدت و بلند مدت خود نیاز به افراد خلاق و کارآفرین دارند. چرا که افراد کارآفرین نقش مهمی در حرکت به سوی توسعه داشته و منشأ تحولات بزرگ در زمینه های خدماتی در سطح سازمان ها محسوب می گردند. در چنین شرایطی، ایجاد فضا و بستر مناسب برای رشد و پرورش کارآفرینی در سازمان و به خصوص در سازمان های ورزشی از اهمیت بالایی برخوردار است و نیاز به بررسی و پژوهش در این حوزه را ایجاب می کند. کندوکاو در پژوهش ها برای رسیدن به نتایج مطمئن، رفع تناقضات موجود در انواع مطالعات، و کشف شکاف های دانشی از عمده اهداف پژوهش علمی است. فراتحلیل، مروری سیستماتیک برای نیل به این اهداف با تحلیل آماری یافته های کمی حاصل از مطالعات مربوط به یک مسئله پژوهشی است. مزیت اصلی فراتحلیل این است که بعد از یکپارچه کردن متغیرها، امکان مقایسه مطالعات و مدل های مختلف فراهم میشود که این امر در کاربرد عملی انواع مدل ها برای استفاده در سازمان های ورزشی بسیار راهگشا خواهد بود. در اکثر تحقیقات مورد مطالعه، فقط به وجود رابطه بین عوامل و متغیرها اشاره شده بود و سخنی از میزان این ارتباط و ضریب تعیین که نشانگر میزان اثرگذاری است به میان نیامده بود و این امر تصمیم گیری مدیران را جهت استفاده از با اهمیت ترین متغیر به عنوان عامل اثرگذار دچار سردرگمی می نمود، نتایج این تحقیق نیز اندازه اثر کمی (۰/۲۶)، بین عوامل مختلف و کارآفرینی سازمانی در سازمان های ورزشی را نشان داد. به نظر می رسد دلایل ذکر شده در کسب این نتیجه بی تأثیر نبوده است.

به طور کلی، آثار فراتحلیل شده را می توان مطلوب ارزیابی کرد اما پیشنهاد می شود برای رسیدن به نتایج کاربردی تر در حوزه کارآفرینی، عواملی که مورد مطالعه قرار گرفته اند، فرایند اجرای پژوهش، روش های به کار گرفته شده و تدوین نتایج و راهکارها، مورد تجدید نظر روش شناختی قرار گیرند. دستیابی به این هدف، مدیون مطالعاتی از این قبیل فراتحلیل ها است تا در سایه این گونه مطالعات با رفع کاستی های روش شناختی، پژوهش ها سامان بهتری یابند.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۷۹)، طراحی و تبیین پرورش مدیران کارآفرین در صنعت، رساله دکتری مدیریت، دانشگاه تهران.
- حیدری نژاد، صدیقه، (۱۳۹۱)، ارتباط ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان سیستان و بلوچستان، مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۱۵، پاییز، ص ۱۵۹-۱۷۲.
- خلیفه سلطانی، مرضیه (۱۳۸۶)، ارتباط بین ساختار سازمان ها و کارآفرینی سازمان مدیران ستادی سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور.
- دلاور، علی، (۱۳۸۰). مبانی نظری و عملی در پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی. تهران: انتشارات رشد.
- راسخ، نازنین، (۱۳۸۲)، رابطه مدیریت مشارکتی و کارآفرینی سازمانی در دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- رضا زاده، حسین، (۱۳۸۳)، بررسی رابطه بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: اداره کل تأمین اجتماعی تهران)، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران.
- زارع، قاسم، (۱۳۸۷)، بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی و توانمند سازی کارکنان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران
- زالی، محمدرضا، رضوی، سیدمصطفی (۱۳۸۷)، پژوهشی در زمینه موانع توسعه کارآفرینی در ایران، دانشگاه تهران، دانشکده کارآفرینی.
- زاهدی، شمس السادات، محمدی، ابوالفضل (۱۳۸۴)، فراتحلیل، راهی به سوی شناسایی، ارزشیابی، ترکیب و تلخیص پژوهش های گذشته مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ص: ۵۱-۷۹.
- شریفی فر، فریده، (۱۳۹۴)، فراتحلیل کارآفرینی سازمانی در سازمان های ورزشی ایران، طرح پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، معاونت پژوهشی.
- فروغی پور، حمید (۱۳۹۲)، زمینه های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه مدیران و متخصصان تربیت بدنی کشور و ارائه راه کار، رساله دکتری. دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات.
- قره، محمدعلی، (۱۳۸۳)، وضعیت ورزش همگانی ایران و مقایسه آن با چند کشور منتخب جهان، پایان نامه دکتری، دانشگاه تربیت معلم.
- کلاته، معصومه، (۱۳۹۱)، رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان تهران، دو فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، سال دوم (دهم پیاپی)، شماره ۴، پاییز و زمستان.

- مقیمی، سید محمد (۱۳۸۲)، کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی: پژوهشی در سازمان های غیردولتی (NGOs) ایران، چاپ دوم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- مقیمی، سید محمد (۱۳۸۴)، «کارآفرینی در سازمان های دولتی»، تهران، نشر فراندیش.
- Burgelman, R. (1983). Process Model Of Internal Corporate Venturing In A Diversified Major Firm. *Administrative Science Quarterly*, 28, 223-224
- Drucker, P. (1985). *Entrepreneurship And Innovation*. Ny: Harper Collins Publisher.
- Fry, Fred (1993). *Entrepreneurship: A Planning Approach*, West Publishing Company, P61.
- Glass, G. V. (2000). *Meta-Analysis At 25*. Arisona State University, College Of Education. <http://www.gvglass.info/papers/meta25.html> (Accessed 22 Feb. 2014)
- Hadizadeh, A. Rahimi Fil Abadi, F. (2005). *Organizational Entrepreneur -ship*. First Edition. Tehran: Janan Publisher.
- Haqshenas, A. Jamshidian, M. Shaemi, A. Shahin, A. Yazdanshenas, M. (2007). Model Of Organizational Entrepreneurship In The Public Sector Of Iran, *Journal Of Management Sciences*, Vol.2, No. 8, Pp 31-73.
- Hayton, James C.(2005) Promoting Corporate Entrepreneurship Through Human Resource Management Practices: A Review Of Empirical Research, *Human Resource Management Review* , Vol 15, Pp. 21-41.
- Kuratko Donal & Hodgetts Richard (2001). *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*. New York: Harcourt College Publishers.
- Pinchot, G. (1985). *Intrapreneuring: Why You Don't Have To Leave The Corporation To Become An Entrepreneur?* New York: Harper & Row.
- Ratten, V (2010). Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management, *Int Entrep Manag J*, DOI 10.1007/s11365-010-0138-z Springer Science Business Media, LLC.
- Siegall, M., Gardner, S. (2000). Contextual factors of psychological empowerment. *Personnel Review*, 29(6): 703-722.
- Urquhart, C. (2010). Systematic Reviewing, Meta-Analysis And Meta-Synthesis For Evidence-Based Library And Information Science *Information Research*, 15 (3) Colis 708. <http://informationr.net/ir/15-3/Colis7/Colis708.html>, (Accessed 22 Feb, 2013).

