

طراحی الگوی توسعه کارآفرینی درون‌سازمانی در مجموعه‌های تفریحی ورزشی

تقی عاشوری^۱، دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران
حمیدرضا قزلسفلو، استادیار مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی و تربیت بدنی، دانشگاه گنبد کاووس، گنبد کاووس، ایران
میثم عسگرشمسی، دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، مرکز تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور، تهران، دبیر تربیت‌بدنی
آموزش و پرورش، شهرستان تنکابن

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۳/۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۷/۲۳

چکیده:

وضعیت کارآفرینی درون‌سازمانی به عنوان توانایی سازمان در تبدیل فرصت‌های کارآفرینانه به موقعیت‌های رشد می‌باشد. لذا هدف از تحقیق حاضر طراحی الگوی توسعه کارآفرینی درون‌سازمانی سازمان‌های مطالعه ورزشی با مطالعه موردی مجموعه‌های تفریحی ورزشی ایران بود. روش پژوهش، توصیفی-همبستگی می‌باشد. جامعه آماری شامل: مربیان، عوامل آموزشی و مدیریتی مجموعه‌های تفریحی ورزشی بود که از طریق نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. ابزار پژوهش، پرسش‌نامه کارآفرینی بومی‌سازی شده جفری و همکاران^۲ (۲۰۰۲) بود که پس از اطمینان از روایی صوری و محتوایی آن، پایایی آن توسط اساتید و صاحب‌نظران کارآفرینی و مدیریت ورزشی تأیید گردید و پایایی آن نیز به روش آلفای کرونباخ برای هر پنج متغیر پژوهش بالاتر از ۰/۷۱ محاسبه شد. در نهایت پس از آزمون نکویی برازش مطلوب الگو (شاخص‌های سه‌گانه فورنل و لارکر) و شاخص کفایت نمونه‌برداری، داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس (۳) و نرم‌افزار اسپ‌اس‌اس^۳ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. تحلیل عاملی داده‌ها نشان داد که متغیر اختیار کاری در سازمان با بار عاملی (۰/۸۸)، حمایت مدیریت از کارآفرینی با بار عاملی (۰/۸۶) و متغیر پاداش با بار عاملی (۰/۷۴) بیشترین همبستگی درونی در فرآیند کارآفرینی درون‌سازمانی داشتند. همچنین نتایج آزمون تی حاکی از تأثیر مستقیم، معنادار و تبیین‌کننده خرده‌مقیاس‌های پنج‌گانه پژوهش بر کارآفرینی درون‌سازمانی بود. طبق نتایج و اهمیت کارآفرینی درون‌سازمانی، افزایش ارتباطات مورب و از پایین به بالا در سازمان، واگذاری مسئولیت‌ها به کارکنان و مشارکت کارکنان در اداره سازمان و همچنین کاهش کنترل رسمی سازمان به مدیران در جهت حفظ و ارتقای فعالیت‌های کارآفرینی درون‌سازمانی پیشنهاد می‌گردد.

کلمات کلیدی: کارآفرینی درون‌سازمانی، اختیار کاری، حمایت سازمان، گردشگری ورزشی، مجموعه

تفریحی ورزشی.

t.ashouri86@yahoo.com

۱. نویسنده مسئول.

2. Jeffery et al
3. Smart PLS-3
4. SPSS

مقدمه

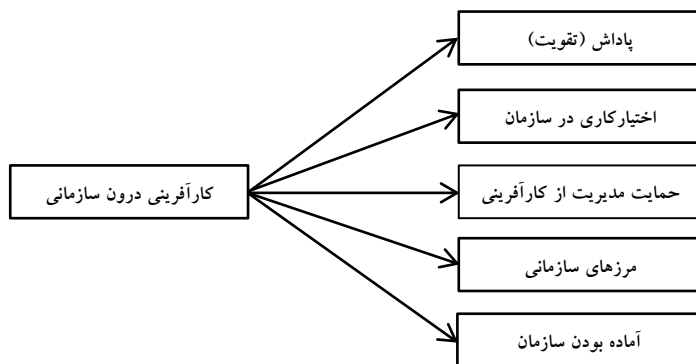
در دهه‌های اخیر، رقابت شدید میان سازمان‌ها و تغییر در حوزه‌های صنعتی، سازمان‌ها و شرکت‌ها را مجبور ساخته است که به‌طور پیوسته از نوآوری و کارآفرینی استفاده کنند تا توان رقابتی خود را حفظ نمایند (مددی و همکاران، ۱۳۹۲: ۳۹). کارآفرینی نقش بسیار مهمی در اقتصاد کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته دارد و در احیا و توسعه اقتصاد مؤثر است (ریتولد و همکاران^۱، ۲۰۱۶: ۸۴). رویکرد کارآفرینانه در اداره سازمان‌ها و استفاده از خلاقیت و نوآوری می‌تواند بسیاری از نواقص موجود در هر سازمانی را از بین ببرد (اسکوئیان، ۱۳۹۱: ۱۱). بنابراین کارآفرینی مورد توجه سازمان‌هایی است که می‌توانند عملیات و استراتژی‌های خود را برای مزیت رقابتی تنظیم کنند (آلام، کوثر و کلیم^۲، ۲۰۱۹: ۳۱). بسیاری از کسب‌وکارها برای حضور همیشگی در صحنه رقابت‌ها از طریق بررسی فرصت‌ها به نوآوری روی می‌آورند بنابراین گرایش و تمایل کسب‌وکارها به بررسی و کشف ایده‌های جدید عامل مهم موفقیت نوآوری است (دامان‌پور^۳، ۱۹۹۱: ۵۵۶). ورزش به دلیل فعالیت‌های مختلف ورزشی مرتبط با جامعه از قبیل حضور و برگزاری منظم در هر مکانی، دنبال کردن، مشارکت (شرکت‌کنندگان) و تماشا کردن تأثیر زیادی بر جامعه دارد (پارک و همکاران^۴، ۲۰۱۵: ۳۵۹).

در هر شهر و یا هر مجموعه تفریحی، کاربری ورزشی یکی از خدمات و کاربری‌های مهم و کاربردی می‌باشد که برای فعالیت جسمانی، تفریح یا ورزش بنا می‌شود، مکانی اجتماعی که به سلامت و رفاه عمومی افراد جامعه کمک می‌کند (زهره‌وندیان و ابراهیمی، ۱۳۹۲: ۱۱۲). با توجه علاقه روزافزون مردم به ورزش و سهم نسبی بیش از پیش شهروندان ورزشکار، امکانات سخت‌افزاری ورزشی باید پاسخگوی علائق مردم باشد (لین و سائوکو^۵، ۲۰۱۵: ۳۲). رشد بی‌رویه جمعیت علی‌الخصوص در فضای شهری، منجر به برهم خوردن نظام توزیع خدماتی و نارسایی سیستم خدماتی شهری شده است (ابراهیم‌زاده و زارعی، ۱۳۹۱: ۸۴). به‌نظر می‌رسد هر چه امکانات سخت‌افزاری مطابق با علائق و نیاز مردم بیشتر باشد،

1. Rietveld et al
2. Alam, Kousar & Kaleem
3. Damanpour
4. Park et al.
5. Lin and Sakuno

تمایل و مشارکت افراد در ورزش بیشتر خواهد بود. انجام فعالیت‌های تفریحی در اوقات فراغت یکی از مواردی می‌باشد که می‌تواند بخشی از نیازهای انسان را در زمان خستگی‌های ناشی از یکنواختی کارهای صنعتی و سازمانی و یا پس از تجربه محیط تکراری، شلوغ و پرتراфик شهری برآورده سازند که عدم وجود فضاهای ورزشی موجب ازدحام و تجمع مردم در خیابان‌ها بجای اماکن ورزشی شده و شلوغی و ترافیک آن را بیشتر می‌کند یا اینکه به مکان‌های بسته سینما، تئاتر و ... روی می‌آورند. مشغله کاری بسیاری از افراد تا حدی است که مقوله تفریح و اوقات فراغت از سوی افراد غافل مانده است.

اماکن تفریحی و ورزشی با اهداف اوقات فراغت هم‌راستاست چون فراغت صرفاً به معنای ایام تنبلی و بیکاری نیست بلکه بسیاری آن را تجدید قوا و کسب نشاط و انرژی از طریق فعالیت‌های بیشتر و جدیدتر می‌دانند. با توجه به رشد گسترده گردشگری و علی‌الخصوص گردشگری ورزشی، برای پاسخ‌گویی به نیازهای گردشگران هر یک از کسب‌وکارهای حوزه گردشگری باید به فعالیت‌های کارآفرینانه و نوآورانه فعالیت‌های تفریحی توجه نمایند. این در حالیست که ایران از ظرفیت مناسب گردشگری برخوردار می‌باشد. توسعه فعالیت‌های تفریحی در گرو توسعه نوآوری در زیرساخت‌های خدماتی با شرایط ویژه مثل مجموعه‌های اقامتی، گردشگری، تفریحی و ... می‌باشد. یکی از وظایف مدیران و کارکنان با استفاده از ایده و خلاقیت، ایجاد مکانی امن، با شرایط رفاهی مناسب برای تجربه متفاوت مراجعه‌کنندگان، جهت تجدید نیرو و کاهش خستگی‌ها است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

ادبیات کارآفرینی سازمانی نشانگر آن است که عوامل متعددی، هم در درون و هم در خارج از سازمان می‌تواند باعث ارتقاء کارآفرینی گردد. جفری و همکاران (۲۰۰۲) براین باورند که عوامل درون‌سازمانی که مدیریت بر روی آن‌ها کنترل دارد و به رفتار کارآفرینانه کمک می‌کنند، عبارتند از: حمایت مدیریت، آزادی عمل و استقلال کاری، پاداش- تقویت، آمادگی سازمانی و مرزهای سازمانی. حمایت مدیریت به ایجاد شرایط حمایتی کارآفرینانه اشاره دارد، ارزش‌ها و نقش‌هایی که امکانات مالی را فراهم می‌کنند و از ایده‌های کارکنان استقبال می‌نمایند. استقلال کاری و آزادی عمل نیز بدان معنی است که کارکنان در حوزه کاری خود، توانایی تصمیم‌گیری داشته باشند. یک ساختار پاداشی مناسب، افراد را برای ادامه فعالیت‌های کارآفرینانه ترغیب می‌نماید. آمادگی سازمانی به میزان آمادگی هریک از کارکنان جهت خلق نوآوری برای ایجاد تغییرات در سازمان اشاره دارد. نهایتاً، مرزهای سازمانی اشاره به شرایط سازمانی دارد که کارکنان را برای انجام وظایف کاری خود فراتر از شرح وظایف محدودی که برای آن‌ها تعریف شده، ترغیب می‌نماید. ساختار اقتصادی ایران، دولتی است؛ یعنی عمده سازمان‌ها در ایران دولتی هستند و در زمینه بررسی این نوع سازمان‌ها در بخش خصوصی گردشگری ورزشی از زاویه کارآفرینی درون‌سازمانی کار کمتری صورت گرفته است.

محقق در پی پاسخ به این سؤال است که الگوی توسعه کارآفرینی درون‌سازمانی در سازمان‌های ورزشی ایران (مجموعه‌های تفریحی ورزشی) چگونه است؟

مبانی نظری:

کارآفرینی مفهومی جهانی است که منجر به توسعه اقتصادی می‌شود. در رویارویی با محیط متلاطم خارجی که در آن کاهش مالیات‌ها پاسخگو بودن، تغییرات سریع فناوری، افزایش تنوع خدمت گیرندگان به شدت دیده می‌شود، کارآفرینی تنها راه‌حلی است که سازمان‌ها می‌توانند برای دستیابی به درآمد اضافی، ارتقا فرآیندهای درونی، گسترش راه‌حل‌های نوآورانه جهت سوق به نیازهای اجتماعی و اقتصادی اتخاذ نمایند (وفایی و همکار، ۱۳۸۹: ۱۰۰). ظهور اقتصادها در دهکده اقتصاد جهانی اهمیت بیشتری یافته است. از آنجایی که ظرفیت‌های نوآوری در بسیاری از این اقتصادها در حال گسترش است (اونرا و همکار^۱،

۲۰۱۶: ۶۲)، بنابراین مهم است تا سلسله پیچیده کارآفرینی و نوآوری در خلال مفهوم اقتصادهای در حال ظهور تعریف و اندازه‌گیری شود که یکی از این موارد صنعت گردشگری می‌باشد، صنعت گردشگری و گردشگری ورزشی به یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین منابع درآمد کشورها تبدیل شده است (کیم وو^۱، ۲۰۱۵: ۴۶۶). لذا پیوند میان ورزش و گردشگری، نوع جدیدی از گردشگری را ایجاد کرده است که ضمن ایجاد منابع اقتصادی بی‌شمار، ساختار جامعی را برای غنی‌سازی اوقات فراغت و تفریح همراه با نشاط روحی و جسمی فراهم نموده است (اندام و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۶). ورزش یکی از متداول‌ترین عوامل ایجاد انگیزه برای گردشگری است و گردشگری ورزشی، از ترکیب جهانگردی و ورزش پدید آمده است که از سال ۱۹۶۷ تا ۱۹۸۹ تقریباً ۱۰۰ درصد رشد داشته است (هنرور و همکاران، ۱۳۹۲: ۳). رشد و رواج روز افزون مسافرت‌های تفریحی مرتبط با ورزش و رواج شیوه زندگی فعال باعث شده است که مردم حتی در مسافرت به ورزش علاقه‌مند شوند (نوربخش و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۶۶).

اصطلاح نوآوری برای برخی شرکت‌ها شناخته شده است، اما اصطلاح کارآفرینی درون‌سازمانی برای کشورهای در حال توسعه خیلی جدید است (سینگتاس و همکار^۲، ۲۰۱۵: ۱۱۲۹). سوسبائر^۳ برای تشریح کارآفرینی در سازمان‌ها، واژه «کارآفرینی درون‌سازمانی» را ابداع و اشاره نمود که این فرآیند شامل تأسیس واحدهای نسبتاً مستقل درون شرکت‌ها و سازمان‌هاست و به اعضای سازمان اجازه می‌دهد تا به همان روحیه، آزادی عمل و تعهد همانند شرکت‌هایی کوچک فعالیت نمایند (مددی، ۱۳۹۲: ۴۲). بعدها وسپر^۴ (۱۹۸۰) کار آفرینی را به صورت کارآفرین داخلی و کارآفرین مستقل تقسیم‌بندی نمود و بیان کرد که کارآفرینان داخلی، فعالیت‌های کارآفرینانه را در سازمان‌های بزرگ هدایت می‌کنند و راه ایجاد و تشکیل واحدهای فرعی سازمانی و مستقل را برای ارائه محصولات و خدمات نوین مهیا می‌کنند (مددی، ۱۳۹۲: ۴۲). مفهوم کارآفرینی درون‌سازمانی در یک بعد وسیع در برگیرنده‌ی کارآفرینی درون سازمان‌های موجود است. اوسلو^۵ و همکاران (۲۰۱۵: ۱۱۷۰) کارآفرینی درون‌سازمانی را درگیری ذهنی (فکری) کارکنان در

1. Kim woo
2. Çingitau et al
3. Susbauer
4. Vesper
5. Uslu

فعالیت‌های نوآورانه شرکت‌ها توصیف می‌کند. کارآفرینی درون‌سازمانی بستگی به وجود محیط نوآورانه در شرکت‌ها دارد. کارآفرین درون‌سازمانی کسی است که کسب‌وکار^۱ را با ظرفیت‌های^۲ کارآفرینانه در ارتباط با محدودیت‌های محیط کسب‌وکار مدیریت می‌کند (باکنز^۳، ۲۰۱۴: ۵۸۱). کارآفرینی درون‌سازمانی، به‌عنوان فرآیند فرصت‌ها با هدف ایجاد ارزش‌های نوآورانه، بدون ملاحظه دیگر منابع (انسانی و سرمایه) با موقعیت کارآفرینانه در سازمان‌های موجود یا جدید، تعریف شد (چرچیل^۴، ۱۹۹۲: ۴۷).

کوبین و اسلوین^۵ (۱۹۹۱) و دین^۶ (۱۹۹۳) می‌گویند تحقیقات قابل توجهی وجود دارد که بیان می‌کند عوامل ضمنی‌ای هست که موفقیت سازمان‌هایی را که سعی در پیاده‌سازی کارآفرینی درون‌سازمانی دارند، تحت تأثیر قرار می‌دهند. ادبیات کارآفرینی سازمانی دو دسته عمده از پیش نیازها را مشخص کرده است: یک بخش شامل محیط بیرونی سازمان دولتی است (به‌طور مثال سیاست، پیچیدگی و پویایی). دومین دسته شامل محیط درون‌سازمانی می‌شود (مانند ساختار سازمانی، روش تصمیم‌گیری کنترل و تشویق انگیزه) نتایج اساسی کارآفرین سازمانی نیز در عملکرد سازمان نمایان می‌شود. در پژوهش حاضر از عوامل محیط درون سازمان استفاده شد. برخی تحقیقات انجام شده در این راستا در قالب جدول ذیل گزارش می‌شود:

جدول ۱. پیشینه تحقیقات مرتبط با کارآفرینی درون‌سازمانی

تحقیق	نتیجه
سابل (۱۹۹۹)	فقدان برخی عوامل مانعی بر سر کارآفرینی سازمانی می‌باشد؛ از جمله داشتن اهداف مشخص، تصمیم‌گیری مشارکتی، نظام پاداش و تنبیه، استفاده از منابع بیشتر برای نوآوری، استقلال و انعطاف‌پذیری و دیدگاه رقابتی و تحریک ریسک‌پذیری.
پیتلده (۲۰۱۳)	ادراک شرایط سازمان و رفتار درون‌سازمانی اندازه‌گیری شده است. نتایج ارتباط اندازه شرکت با کارآفرینی درون‌سازمانی را نشان داد. شرکت‌های بزرگ نسبت به شرکت‌های کوچک، بیشتر مرتبط هستند. اگر شرایط سازمانی از کارآفرینی درون‌سازمانی بیشتر حمایت کند، افراد بیشتر احساس مثبت بودن دارند و نمره بیشتری از شرایط سازمانی و سؤالات رفتار کارآفرینی درون‌سازمانی به‌دست خواهند آورد.

1. Business
2. Flair
3. Buckens et al
4. Churchill
5. Covin, & Slevin
6. Dean

ادامه جدول ۱

تحقیق	نتیجه
اوسلو و همکاران ^۱ (۲۰۱۵)	نشان دادند که رهبری باز بر نوآوری‌های سازمانی و کارآفرینی درون سازمانی با نقش میانجی‌گری متغیر مدیریت دانش اثرگذار است. در نتیجه رهبری باز در مقایسه با دیگر رویکردهای رهبری با هدف انتقال فرهنگ کارآفرینی در درون سازمان‌ها تأکید داشته و اثرگذار است.
موسوی‌راد و همکاران (۱۳۹۳)	کارآفرینی تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار می‌گیرند. 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 خواهد بود.
علیردانش (۲۰۱۵)	کارآفرینی در سازمان‌های ورزشی پویا و دینامیک می‌باشد که در ساختارهای تجاری، مدیریت بحران، ارتقای ورزش‌های نوین، مدیریت اجرایی، خلق نوآوری، ساختارهای تبلیغاتی، مفاهیم اجتماعی و پیشرفت‌های فناوری بیشتر مشهود می‌باشد. ضرورت کارآفرینی سازمانی نشأت گرفته از عدم انطباق و واکنش کند نسبت به تغییرات روزافزون، سریع و پیچیده محیطی در سازمان‌های بزرگ می‌باشد و سرعت عمل و نوآوری از عوامل کلیدی بقای سازمان با موفقیت می‌باشد. از همین رو شناخت ویژگی‌های درونی سازمان برای رشد کارآفرینی از اقدامات اساسی سازمان‌های امروزی می‌باشد.
کلودیانا و همکاران (۲۰۱۵)	در مورد توسعه صنعت گردشگری در کشور آلبانی گزارش کردند که سازمان‌های مسئول گردشگری ورزشی در این کشور به‌منظور حفظ رقابتی خود تدابیر متفاوتی را اتخاذ نموده‌اند. ارائه بسته‌های با کیفیت گردشگری برای گردشگران داخلی و خارجی مانند بسته‌های باستانی، فرهنگی و همچنین برگزاری فستیوال‌های ورزشی محلی در تعطیلات آخر هفته که شرایط حضور افراد با سنین و توانمندی‌های متفاوت را فراهم می‌کند، مهم‌ترین اقدامات آن‌ها می‌باشد.
فراهانی و منوچهری (۱۳۹۴)	صنعت گردشگری با رواج کسب‌وکارهای کوچک، سهم عمده‌ای در متنوع‌سازی اقتصاد روستا و ایجاد اشتغال غیرکشاورزی دارد و علی‌رغم وجود کلیه ظرفیت‌های بالا در گردشگری ورزش‌های بومی و محلی ضعف در زیرساخت‌های موجود در گردشگری روستایی، کمبود تبلیغات، مشکلات در حمل‌ونقل و عدم مشارکت مردم مهم‌ترین موانع و مشکلات پیش روی روستاهای هدف گردشگری می‌باشد.
کاستا و چالپ ^۲ (۲۰۰۶)	به بررسی نقش گردشگری ورزشی ماجراجویانه بر احیای توسعه مناطق روستایی پرداخته‌اند. این مطالعه در پی کشف فرصت‌ها و مشکلات مربوط به یک منطقه روستایی در پرتغال است که برای پاراگلاپدرینگ از آن استفاده می‌شود. آن‌ها تأکید کردند که دولت‌ها در سراسر جهان به دنبال یافتن ابزارهایی برای احیاء و تقویت مناطق و جوامع روستایی خود هستند. آن‌ها دو دلیل اصلی استفاده از مناطق روستایی به‌عنوان مقاصد گردشگری جهت ورزش‌های تفریحی را عنوان نمودند.
همکاران ^۳ (۲۰۰۹)	صنعت گردشگری ورزشی از سه عنصر منابع انسانی شامل ورزشکاران، کادر مربیان، سازمان‌ها و مسئولین برگزاری مسابقات، عناصر مرکزی ^۱ از قبیل قابلیت‌های مکان برگزاری و تجهیزات پیش‌بینی شده جهت تسهیل در حضور ورزشکاران، تماشاگران، خبرنگاران و حامیان مالی و عناصر غیررسمی یا بازاربایان ^۲ تشکیل شده است.

1. Uslu et al
 2. Costa & Chalip
 3. Aminuddin et al
 4. Core factors
 5. Sport marketers

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد یکی از مشکلات در سازمان‌ها همانا ایجاد و حفظ جو نوآورانه و خلاقانه می‌باشد. اهمیت آن از این نظر همیشه مورد تأکید است که محیط‌های امروزی دائماً در حال تغییر و تحول هستند. سازمان‌هایی در این محیط به حیات خود ادامه می‌دهند که دارای پویایی خاصی از بعد کارآفرینی باشند که در این صورت است در میدان رقابت در برابر رقبای دوام خواهند آورد. در این میان نقش مؤلفه‌های درون‌سازمانی بسیار مورد توجه است. کسب‌وکارهای گردشگری ورزشی از جمله حوزه‌هایی است که نیازمند روش‌ها و تکنیک‌های جدید در ارائه خدمات خود هستند تا مشتری از خدماتی که دریافت می‌کند، بیشترین رضایت ممکن را داشته باشد و سازمان نیز بتواند به هدف خود با بهترین بازدهی دست پیدا کند. بنابراین مسأله اصلی پژوهش این است که آیا کارآفرینی درون‌سازمانی از وضعیت مطلوبی برخوردار می‌باشد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات توصیفی-همبستگی بود که به روش پیمایشی و به صورت مقطعی جهت شناسایی عوامل تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی ورزشی درون‌سازمانی در مجموعه‌های تفریحی ورزشی انجام گردید. قلمرو مکانی آن کل کشور و از نظر قلمرو زمانی تابستان و پائیز ۱۳۹۸ بوده است. جامعه آماری آن شامل نیروی انسانی مجموعه‌های تفریحی ورزشی: مربیان، عوامل آموزشی و مدیریتی بودند که با توجه به حداقل نمونه لازم برای تحقیقات از نوع معادلات ساختاری ($50 \leq n \leq 150$) (هولستی)، تعداد ۲۰۰ پرسش‌نامه به روش نمونه‌گیری در دسترس توزیع شد که ۱۸۸ پرسش‌نامه‌ی صحیح و کامل پاسخ داده شده مورد استفاده قرار گرفت. ابزار تحقیق پرسش‌نامه بومی‌سازی شده جفری و همکاران (۲۰۰۲) بود که با ۴۵ گویه و خرده‌مقیاس‌های: حمایت مدیریتی (۱۶ گویه)، اختیارکاری (۱۰ گویه)، پاداش (یا تقویت) (۶ گویه)، آمادگی سازمانی (۶ گویه) و مرزهای سازمانی (۷ گویه) را در قالب طیف لیکرت ۵ ارزشی (۱: بسیار کم تا ۵: خیلی زیاد) ارزیابی می‌نمود. با توجه به اینکه پرسش‌نامه مذکور در حیطه سازمان‌های ورزشی مورد استفاده قرار نگرفته نبود، پس از بومی‌سازی، تأیید اعتبار آن به لحاظ روایی صوری و محتوایی توسط ۱۰ نفر از اساتید کارآفرینی و مدیریت ورزشی تأیید گردید، از میزان پایایی

قابلیت اعتماد) پرسش‌نامه نیز با استفاده از روش ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی، برای کلیه ابعاد (خرده‌مقیاس‌های) پرسش‌نامه، اطمینان حاصل شد.

در این پژوهش جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش و برازش مدل مفهومی، از مدل‌سازی معادله ساختاری با روش حداقل مربعات جزئی^۱ به کمک رویکرد واریانس محور با نرم‌افزار آماری اسمارت پی‌ال‌اس نسخه ۳ استفاده شد. چون پیش‌شرط‌های کواریانس محور نظیر توزیع نرمال داده‌ها را ندارند و قابلیت پیش‌بینی و نیز رد یا تأیید رابطه ابعاد کارآفرینی با کارآفرینی درون‌سازمانی را دارد.

یافته‌ها

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان در جدول شماره ۳ گزارش شده است. از بین کلیه نمونه‌های آماری پژوهش (۵۷٪) شرکت‌کنندگان را مردان تشکیل می‌دادند. همچنین (۴۴٪) نمونه‌ها از سابقه کمتر از ۵ سال برخوردار بودند. در متغیر سطح تحصیلات نیز (۴۲٪) دارای مدرک تحصیلی کارشناسی بودند و در نهایت آخرین رشته تحصیلی (۴۸٪) از نمونه‌های پژوهش حاضر مربوط به رشته تربیت‌بدنی و علوم ورزشی بود.

جدول ۲. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های آماری پژوهش

سابقه کار						جنسیت	
کمتر از ۵ سال	۱۰-۵ سال	۱۵-۱۱ سال	۲۰-۱۶ سال	۲۰-۲۵ سال	۲۶-۳۰ سال	مرد	زن
۴۴٪	۲۴٪	۱۰٪	۹٪	۸٪	۵٪	۵۷٪	۴۳٪
سطح تحصیلات			فراوانی سن پاسخ‌گویان به پرسشنامه			رشته تحصیلی	
دیپلم	کاردانی	کارشناسی	ارشد و دکتری	۲۰-۳۰ سال	۳۱-۴۰ سال	۴۱-۵۰ سال	۵۱-۶۰ سال
۹٪	۱۴٪	۴۲٪	۳۷٪	۳۶٪	۳۸٪	۲۲٪	۴٪
						تربیت‌بدنی	غیرتربیت‌بدنی
						۴۸٪	۵۲٪

منبع: یافته‌های پژوهش

مدل‌های معادلات ساختاری به‌طور معمول ترکیبی از مدل‌های اندازه‌گیری (نشانگر زیر مؤلفه‌های متغیرهای پنهان) و مدل‌های ساختاری (نشانگر روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته) هستند.

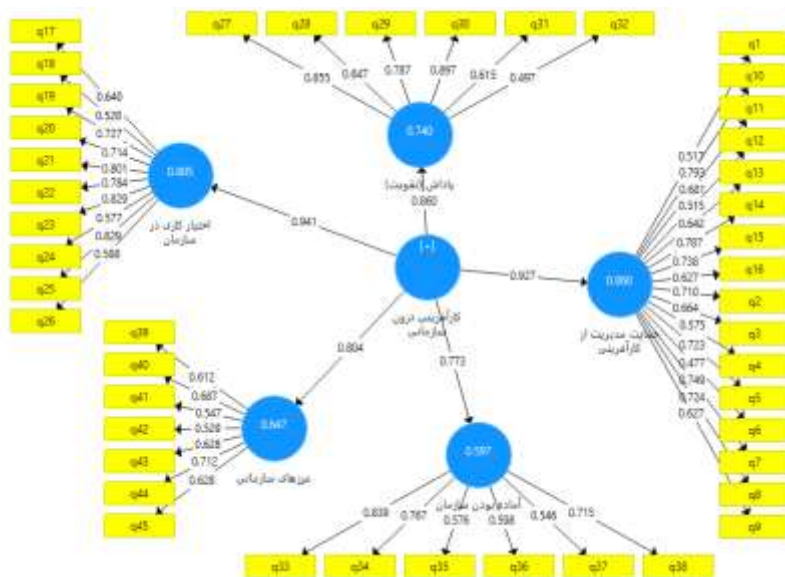
به طور کلی تجزیه و تحلیل یا استفاده از نرم افزار اسمارت پی.ال.اس، از دو بخش مدل اندازه گیری و مدل ساختاری تشکیل شده است. جهت سنجش برازش مدل های اندازه گیری سه مورد استفاده می شود:

۱- پایایی شاخص^۱: توسط سه معیار ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی سنجش گردید. بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص های یک سازه با آن سازه محاسبه می شوند. طبق شکل شماره یک پژوهش بارهای عاملی مدل بالاتر از ۰/۵ بودند. آلفای کرونباخ کلاسیک برای سنجش پایایی و سنجه های مناسب برای ارزیابی پایایی درونی^۲ (سازگاری درونی) محسوب می گردد. مقدار آلفای کرونباخ ابعاد پرسش نامه به میزان بالاتر از ۰/۷۰۳ (در جدول شماره ۲) گزارش شد که نشانگر پایایی قابل قبول است. برتری پایایی ترکیبی نسبت به آلفا در این است که پایایی سازه ها نه به صورت مطلق، بلکه با توجه به همبستگی سازه هایشان با یکدیگر محاسبه می گردد. پایایی ترکیبی ابعاد پرسش نامه بالاتر از ۰/۷۸۳ بود که بیانگر پایداری درونی مناسب برای مدل های اندازه گیری است.

۲- روایی همگرا^۳: برای بررسی روایی همگرا از شاخص میانگین واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شده است. میانگین واریانس استخراج شده، میزان همبستگی یک سازه یا شاخص های آن را نشان می دهد. مقدار روایی همگرا بالای ۰/۵ قابل قبول است.

در جدول زیر در شکل ۱، متغیرهای آشکار و پنهان و همچنین ضرایب مسیر، ضرایب تبیین (تعیین) و بارهای عاملی نشان داده شده است. اعدادی که بین متغیرهای پنهان مدل (با شکل رنگی دایره آبی) و متغیرهای آشکار (با شکل مستطیل زرد که همان زیرمؤلفه ها یا گویه های متغیر پنهان اند) مشاهده می کنید، نشانگر بارهای عاملی هستند. روابطی که بین متغیرهای پنهان تعریف شده است، همان فرضیه های پژوهش می باشند و اعداد نشان داده شده بر روی این روابط، ضرایب مسیر و اعداد داخل دایره های آبی ضرایب تبیین هستند.

1. Item Reliability
2. Internal Consistency
3. Convergent Validity



شکل ۲. بارهای عاملی، ضرایب مسیر و ضریب تبیین مدل مفهومی

منبع: یافته‌های پژوهش

۳- روایی واگرا (افتراقی)^۱: روایی واگرا در پی.ال.اس از دو طریق سنجیده می‌شود:

الف) روش بارهای عاملی متقابل: میزان همبستگی بین شاخص‌های هر سازه و میزان همبستگی بین شاخص‌های یک سازه با سازه‌های دیگر مقایسه می‌گردد.

ب) روش فورنل و لاکر^۲: فورنل و لاکر (۱۹۸۱) بیان می‌کنند: روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان روایی همگرا برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر (یعنی مربع ضرایب همبستگی بین سازه‌ها) در مدل باشد.

1. Discriminant Validity
2. Fornell- Larcker

جدول ۳. ماتریس سنجش روایی واگرا (افتراقی) فورنل - لاکر

(۶)	(۵)	(۴)	(۳)	(۲)	(۱)	ماتریس روایی واگرا فورنل و لاکر
					۰/۷۲۲	(۱) آماده بودن سازمان
				۰/۸۳۵	۰/۴۶۲	(۲) اختیار کاری در سازمان
			۰/۸۰۹	۰/۲۰۸	۰/۵۲۹	(۳) حمایت مدیریت از کارآفرینی
		۰/۷۴۶	۰/۴۱۶	۰/۲۴۲	۰/۳۸۴	(۴) مرزهای سازمانی
	۰/۶۶۴	۰/۶۲۴	۰/۵۲۰	۰/۲۸۸	۰/۵۶۶	(۵) پاداش (تقویت) در سازمان
۰/۸۵۴	۰/۴۵۶	۰/۴۳۸	۰/۴۸۴	۰/۴۲۰	۰/۳۶۴	(۶) کارآفرینی درون‌سازمانی

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۴. ماتریس سنجش روایی واگرا لاتنت

(۶)	(۵)	(۴)	(۳)	(۲)	(۱)	ماتریس روایی واگرا فورنل و لاکر
					۱/۰۰	(۱) آماده بودن سازمان
				۱/۰۰	۰/۵۷۷	(۲) اختیار کاری در سازمان
			۱/۰۰	۰/۸۷۵	۰/۶۰۸	(۳) حمایت مدیریت از کارآفرینی
		۱/۰۰	۰/۸۸۰	۰/۸۸۸	۰/۷۹۸	(۴) مرزهای سازمانی
	۱/۰۰	۰/۸۲۷	۰/۸۷۶	۰/۶۶۴	۰/۵۶۱	(۵) پاداش (تقویت) در سازمان
۱/۰۰	۰/۷۲۷	۰/۷۹۸	۰/۸۹۰	۰/۸۱۴	۰/۷۷۶	(۶) کارآفرینی درون‌سازمانی

منبع: یافته‌های پژوهش

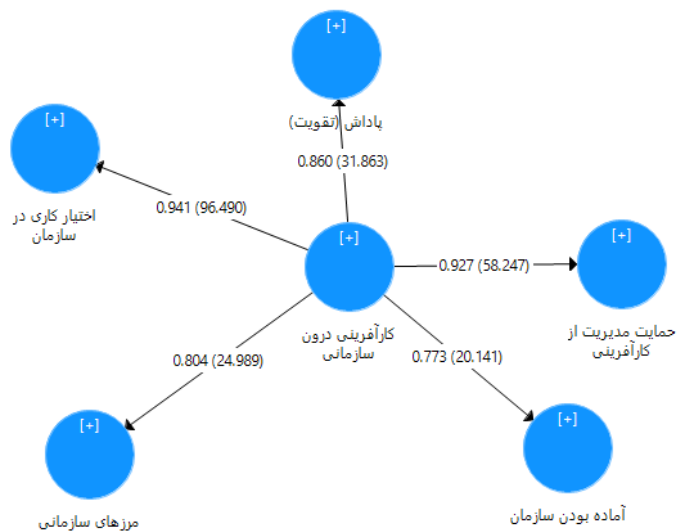
مطابق با نتایج جدول بالا همبستگی هر سازه با خودش بیشتر از همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها است که این امر روایی واگرای مناسب پردازش خوب مدل اندازه‌گیری را نشان می‌دهد. ارزیابی برازش مدل ساختاری: پس از سنجش روایی و پایایی مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری از طریق روابط بین متغیرها بررسی شد.

۱) ضرایب معنی‌داری (t-values): ساده‌ترین معیار برای سنجش رابطه بین متغیرها در بخش ساختاری مدل، اعداد معنی‌دار تی است. در صورتی که مقدار این اعداد از $1/96$ و $2/58$ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین متغیرها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های تحقیق در سطح اطمینان ۹۵ و ۹۹ درصدی است. شکل شماره ۳ و جدول شماره ۶ نشان می‌دهد که تمامی ضرایب معنی‌دار از $2/58$ بیشتر هستند که این امر معنادار بودن تمامی روابط بین سازه‌ها را در سطح اطمینان ۹۹ درصد نشان می‌دهد.

جدول ۵. معناداری ضرایب اندازه اثر (F^T)، ضرایب مسیر و مقادیر آماره T در آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتیجه	مقدار معنی‌دار (P)	t-value مقدار تی	ضرایب مسیر	ضرایب اندازه اثر (F^T)	رابطه	ردیف
تأیید	۰/۰۰۰۱	۶/۷۱۸	۰/۹۲۷	۶/۱۲۵	کارآفرینی درون‌سازمانی <<< حمایت مدیریت از کارآفرینی	۱
تأیید	۰/۰۰۰۱	۹۶/۵۳۲	۰/۹۴۱	۷/۶۸۰	کارآفرینی درون‌سازمانی <<< اختیار کاری در سازمان	۲
تأیید	۰/۰۰۰۱	۳۳/۰۷۲	۰/۸۶۰	۲/۸۴۲	کارآفرینی درون‌سازمانی <<< پاداش (تقویت) در سازمان	۳
تأیید	۰/۰۰۰۱	۱۹/۲۱۴	۰/۷۷۳	۱/۴۸۲	کارآفرینی درون‌سازمانی <<< آماده بودن سازمان	۴
تأیید	۰/۰۰۰۱	۲۵/۶۹۲	۰/۸۰۴	۱/۸۳۴	کارآفرینی درون‌سازمانی <<< مرزهای سازمانی	۵

منبع: یافته‌های پژوهش



شکل شماره ۳. ضرایب مسیر و مقادیر تی مدل نهایی آزمون‌شده پژوهش

منبع: یافته‌های پژوهش

۲) معیار ضریب تعیین (تشخیص) یا R^2 : معیاری که تنها برای سازه‌های درون‌زای مدل (وابسته) محاسبه می‌گردد و نشان از تأثیری دارد که یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا اثر می‌گذارد. در مورد سازه‌های

برونزا مقدار این معیار صفر است. هرچه مقدار R^2 مربوط به سازه‌های درون‌زای یک مدل بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر مدل است. چین (۱۹۹۸) سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ یا بیشتر را به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 معرفی می‌کند. R^2 (واریانس تبیین شده)، در واقع نشان می‌دهند که چند درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل تبیین می‌شود. در شکل شماره یک مقدار ضریب تعیین ابعاد پرسش‌نامه (۵۹۷/۰/۲) است، از آنجا که مقدار ملاک R^2 تخمینی از قدرت تبیین رابطه بین مدل و متغیر پاسخ فراهم می‌کند، اما یک آزمون فرضیه رسمی برای این رابطه ارائه نمی‌دهد. از آزمون F-TEST برای تعیین اینکه رابطه معنادار آماری وجود دارد یک خیر؟ استفاده شد. یعنی قدرت رابطه بین مدل و متغیرهای این پژوهش بالاتر از متوسط و قوی است. پس متغیرهای آشکار پژوهش از توان مطلوبی در تبیین کارآفرینی درون‌سازمانی برخوردار می‌باشند (شکل شماره ۲ و جدول شماره ۷).

۳) معیار اندازه‌گیری تأثیر یا F^2 : این معیار که توسط کوهن^۱ (۱۹۸۸) معرفی شد، شدت رابطه میان سازه‌های مدل را تعیین می‌کند. معیار اندازه‌گیری تأثیر از شاخص F^2 ، برای تحلیل سازه‌ها کمک می‌گیرد. کوهن اضافه کرد که مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ یا بیشتر به ترتیب نشان از اندازه تأثیر کوچک، متوسط و بزرگ یک سازه بر سازه دیگر است. طبق (جدول شماره ۷) تأثیر متغیرها بزرگتر از ۰/۳۵ است، بنابراین رابطه سایر متغیرها با یکدیگر بالاتر از متوسط و بزرگ ارزیابی شد.

۴) ضریب قدرت پیش‌بینی یا Q^2 : قبل از آزمون فرضیه‌ها بهتر است تا کیفیت مدل درونی یا ساختاری ارزیابی شود. کیفیت مدل ساختاری به معنای آن است که آیا متغیرهای مستقل توانایی پیش‌بینی متغیرهای وابسته را دارند یا خیر. به این منظور از معیاری تحت عنوان Q^2 (ضریب استون-گایسر^۲) استفاده می‌گردد. بر اساس این ملاک، مدل باید نشانگرهای متغیرهای مکنون درون‌زای انعکاسی را پیش‌بینی کند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). مقادیر Q^2 بالای صفر نشان می‌دهند که مقادیر مشاهده‌شده خوب بازسازی شده‌اند و مدل توانایی پیش‌بینی دارد (هنسلر و همکاران^۳، ۲۰۰۹). هنسلر و همکاران (۲۰۰۹) در مورد شدت

1. Cohen
2. Stone-Geisser criterion
3. Henseler et al

قدرت پیش‌بینی مدل در مورد مؤلفه‌های درون‌زا سه مقدار $0/02$ ، $0/15$ و $0/35$ را به ترتیب ضعیف، متوسط و قوی تعیین نمودند. طبق (جدول شماره ۷) مقدار Q^2 در مورد هر مؤلفه درون‌زا از $0/35$ بزرگ‌تر است، بنابراین مدل قدرت پیش‌بینی قوی‌ای در قبال شاخص‌های آن مؤلفه دارد. در نتیجه مدل ساختاری از کیفیت مناسب برخوردار است.

جدول ۶. ضرایب تعیین R^2 ، میزان F^2 (اندازه اثر)، ضریب قدرت پیش‌بینی یا Q^2

پرشش‌نامه	ابعاد (حیطه‌های) پرسشنامه	ضرایب تعیین R^2	میزان F^2 (اندازه اثر)	قدرت پیش‌بینی Q^2
همکاران (۲۰۰۲) سازمانی و کارآفرینی درون-سازمانی	حمایت مدیریت از کارآفرینی	۰/۸۶۰	۶/۱۲۵	۰/۴۲۱
	اختیار کاری در سازمان	۰/۸۸۵	۷/۶۸۰	۰/۵۴۲
	پاداش (تقویت) در سازمان	۰/۷۴۰	۲/۸۴۲	۰/۴۶۱
	آماده بودن سازمان	۰/۵۹۷	۱/۴۸۲	۰/۳۵۲
	مرزهای سازمانی	۰/۶۴۷	۱/۸۳۴	۰/۴۱۵

منبع: یافته‌های پژوهش

۵) ارزیابی برازش مدل کلی (معیار GOF)

شاخص نیکویی برازش^۱ (GOF) معیاری برای بررسی برازش کلی مدل جهت پیش‌بینی متغیرهای درون‌زا می‌باشد. تننهاوس^۲ و همکاران (۲۰۰۴) این معیار را به‌عنوان شاخصی مطمئن برای برازش کلی مدل پیشنهاد دادند. این شاخص، مجذور ضرب دو مقدار متوسط اشتراکی^۳ و متوسط ضریب تعیین^۴ است. $0/01$ ، $0/25$ و $0/36$ به ترتیب به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده‌اند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۳). با توجه به مقادیر جدول ۸ مشاهده می‌شود مقدار محاسبه‌شده برای GOF در این پژوهش برابر $0/687$ و بزرگ‌تر از مقدار قوی $0/36$ است و بنابراین، برازش مدل کلی پژوهش مناسب است و ساختار مدل تناسب خوبی با داده‌ها دارد.

1. Goodness of fitness
2. Tenenhaus
3. Communalities
4. R Squares Average

جدول ۷. برازش کلی مدل

متغیر مکنون	میانگین پایایی اشتراکی	میانگین R^2	نیکویی برازش ($\sqrt{\text{communality} \times R^2}$) GOF =
کارآفرینی درون‌سازمانی	۰/۶۳۵	۰/۷۴۵	$\sqrt{0.635 \times 0.745} = 0.687$

منبع: یافته‌های پژوهش

از آنجایی که هدف اصلی از مدل ارائه شده در این پژوهش تبیین کارآفرینی درون‌سازمانی کارکنان بود، شاخص‌های برآورد شده برای این متغیر از اهمیت بیشتری برخوردارند. مقادیر گزارش شده نشان می‌دهند متغیرهای مدل ارائه شده در این پژوهش توانایی بالایی در تبیین یا پیش‌بینی کارآفرینی درون‌سازمانی کارکنان دارند و مدل حاصل دارای برازش مناسبی می‌باشد.

نتیجه‌گیری:

هدف تحقیق حاضر طراحی الگوی توسعه کارآفرینی درون‌سازمانی سازمان‌های ورزشی با مطالعه موردی مجموعه‌های تفریحی ورزشی می‌باشد. نتایج تحقیق نشان از بیشترین همبستگی درونی متغیرها به ترتیب متغیر اختیار کاری در سازمان با بار عاملی (۰/۸۸)، حمایت مدیریت از کارآفرینی با بار عاملی (۰/۸۶)، متغیر پاداش با بار عاملی (۰/۷۴)، مرزهای سازمانی با بار عاملی (۰/۶۴) و آماده بودن سازمان با بار عاملی (۰/۵۹) در فرآیند کارآفرینی درون‌سازمانی داشتند و نتایج آزمون تی حاکی از نقش و تأثیر مستقیم، معنادار و تبیین‌کننده خرده‌مقیاس‌های پنج‌گانه پژوهش بر کارآفرینی درون‌سازمانی بود.

نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیق سادلر (۱۹۹۹)، دنیل و ایساک (۲۰۱۹)، بالوندی و زردشتیان (۱۳۹۸) و پردومو-اورتیز، گونزالز-بنیتو و گلانده^۱ (۲۰۰۹) هم‌راستا است. سادلر (۱۹۹۹) فقدان برخی عوامل را مانعی بر سر کارآفرینی سازمانی می‌داند از جمله داشتن اهداف مشخص، تصمیم‌گیری مشارکتی، نظام پاداش و تنبیه، استفاده از منابع بیشتر برای نوآوری، استقلال و انعطاف‌پذیری و دیدگاه رقابتی و تحریک ریسک‌پذیری. دنیل و ایساک^۲ (۲۰۱۹)، نیز در بررسی عوامل تأثیرگذار بر کسب و کارهای کوچک و متوسط

1. Perdomo-Ortiz, Gonzalez-Benito, Galende
2. Daniel & Isaac

گزارش کردند که مدیریت کارای منابع انسانی در قالب تفویض اختیار، گردش شغلی، وضوح وظایف، سیستم پاداش و ارزیابی بر مبنای معیارهای واقعی از عوامل مولد کارآفرینی می‌باشد. بالوندی و زردشتیان (۱۳۹۸) نیز معتقدند می‌توان از طریق ایجاد فرصت آموزش و تمرین، خلاقیت، مسئولیت‌های فراشغلی و نگاه ویژه منابع انسانی به مأموریت‌های سازمان را تحت الشعاع قرار داده که این عوامل به معنای توان بالای کارکنان در پیش‌بینی و محاسبه ریسک احتمالی^۱ و کشف فرصت‌های جدید کارآفرینی می‌باشد (بالوندی و زردشتیان، ۱۳۹۸). در بسیاری از تحقیقات نشان داده شده است که هر چه سازمان‌ها حمایت خود را از کارکنان از طریق کارهای تیمی، تفویض اختیار و تصمیم‌گیری غیرمتمرکز بیشتر کنند، نوآوری بیشتر می‌شود (پردومو-اورتیز، گونزالز-بنیتو و گلانده، ۲۰۰۹). بنابراین موفقیت و بلوغ سازمان‌های امروزی مستلزم به‌کارگیری کارآفرینی درست^۲ و بر مبنای مطالعه بازار رقابت می‌باشد (کریم‌پور ملک‌شاه، ۲۰۱۷). براساس تحقیقات پیشین که نقش کارآفرینی را در عملکرد نشان داده‌اند (ایمانی‌پور و زیودار، ۱۳۸۷) موفقیت بسیاری از این مجتمع‌های تفریحی ورزشی و رسیدن به مزیت رقابتی در توجه به فرآیندهای کارآفرینی در سازمان‌هاست.

نتایج تحقیق حاضر نشان داد بین حمایت مدیریت از کارآفرینی با کارآفرینی درون‌سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد که با نتایج تحقیق قربانی و همکاران (۱۳۹۷)، سیجده (۲۰۱۳)، تاکوچی، چن و لپاک^۳ (۲۰۰۹)، زاچاتوس، بارلینگ و ایورسون^۴ (۲۰۰۵) هم‌راستاست. قربانی و همکاران (۱۳۹۷)، نیز پیرو مطالعات خود در سازمان‌های ورزشی اظهار داشتند که پشتیبانی و حمایت مدیران در قالب مدیریت مشارکتی رابطه معکوسی با ساختارهای مکانیکی با ویژگی‌های تمرکز، پیچیدگی و رسمیت بالایی دارد، در حالی که رابطه مستقیم و معنادری با ابتکار و خلاقیت کارکنان دارد. در پژوهشی از سیجده (۲۰۱۳) اگر شرایط سازمانی از کارآفرینی درون‌سازمانی بیشتر حمایت کند، افراد بیشتر احساس مثبت بودن دارند و نمره بیشتری از شرایط سازمانی و سؤالات رفتار کارآفرینی درون‌سازمانی به‌دست خواهد آورد. به زعم پاتل و همکاران، اعتماد به کارکنان و حمایت از آن‌ها در سازمان موجب کشف فرصت‌های جدید و

1. Calculated risk
 2. Right entrepreneur
 3. Takeuchi, Chen, Lepak
 4. Zacharatos, Barling, Iverson

کارآفرینی می‌شود. ایجاد ارتباط بلندمدت با کارکنان از طریق مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها موجب اعتماد کارکنان نسبت به سازمان می‌شود (تاکوچی، چن و لیپاک^۱، ۲۰۰۹). به زعم زاجاتوس، بارلینگ و ایورسون^۲ (۲۰۰۵) سیستم کاری عملکرد بالا نشان از ارزش و اعتماد سازمان به کارکنان خود می‌باشد و از آن‌ها حمایت می‌کند و تمام تلاش خود را به نحو احسن می‌کند.

حمایت سازمانی می‌تواند به دو شکل در سازمان ظاهر شود: مادی و عاطفی. مادی شامل پول، کار مناسب و ... و عاطفی شامل مراقبت از کارکنان، اعتماد به آن‌ها، صمیمیت و همدلی و ... می‌باشد (اسمعیلی، ۱۳۹۷). مادی یعنی سازمان برای رفاه، آسایش و امنیت کارکنان ارزش قائل می‌شود (روشا، ۲۰۰۸) و عاطفی یعنی از طریق ارتباط احساسی و عاطفی با سازمان بر رفتارهای مهمی مثل ترک خدمت، غیبت و عملکرد شغلی اثرگذار است (پورسلطانی زرنندی و ایرجی نقندر، ۱۳۹۱) و در نهایت منجر به افزایش عملکرد درون‌نقشی و فرانقشی می‌شود (لی و پکسی، ۲۰۰۷).

تاکنون تحقیق اندکی در رابطه با کارآفرینی و حمایت سازمانی انجام شده است و کارآفرینی با حمایت سازمانی را می‌توان از طریق رضایت شغلی، کیفیت خدمات، تعهد سازمانی و رفتار شهروندی، توانمندسازی کارکنان، مشارکت در تصمیم‌گیری، میل به ماندن، دل‌بستگی شغلی، کارآیی، افزایش عملکرد و سلامت سازمانی مورد بررسی قرار داد.

نتایج تحقیق حاضر نشان داد بین اختیار کاری در سازمان با کارآفرینی درون‌سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد که با نتایج تحقیقات نظری و علی پناهیان (۱۳۹۵)، ثریایی، پاکدین امیری و پاکدین امیری (۱۳۹۱)، کیا کجوری و فاضلی ویسری (۱۳۸۹) و منشگر و عباسی (۱۳۹۵) هم‌راستاست.

نتایج تحقیق نشان داد بین پاداش (تقویت) در سازمان با کارآفرینی درون‌سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد که با نتایج تحقیقات بوگلسیجک^۳ (۲۰۰۸)، لیپاک، تاکوچی و اسنل^۴ (۲۰۰۳)، آصفی، خبیری، اسدی دستجردی و گودرزی (۱۳۹۳)، جابری، سلیمی و خزائی پول (۱۳۹۲) و محبی‌فر، بخشیان و رفیعی (۱۳۹۵) هم‌راستاست.

1. Takeuchi, Chen, Lepak
2. Zacharatos, Barling, Iverson
3. Beugelsdijk
4. Lepak, Takeuchi, Snell

توجه به نیازها و رفاهی کارکنان و تلاش برای تأمین آن‌ها از مسائلی می‌باشد که مدیران بدان توجه می‌کنند. بوگلسیجک^۱ (۲۰۰۸) در تحقیق خود نشان داد که پرداخت‌های مبتنی بر عملکرد موجب ترغیب نوآوری‌های تدریجی می‌شود. همچنین لپاک، تاکوچی و اسنل^۲ (۲۰۰۳) نشان داد پرداخت‌های جمعی باعث خلق و تسهیم دانش جدید و در نتیجه بهبود نوآوری و کارآفرینی سازمانی می‌گردد. آصفی، خبیری، اسدی دستجردی و گودرزی (۱۳۹۳) سیستم پاداش و تشویق را به‌عنوان یکی از عوامل سازمانی مؤثر در نهادینه کردن ورزش همگانی در ایران دانستند. نتایج تحقیقات جابری، سلیمی و خزائی پول (۱۳۹۲) نشان دادند پاداش‌های سازمانی مورد انتظار بر نگرش و تمایل نسبت به تسهیم دانش در بین کارکنان ادارات تربیت بدنی استان اصفهان تأثیرگذار است. در تحقیقی از محبی‌فر، بخشیان و رفیعی (۱۳۹۵) نشان دادند پاداش سازمانی هم به‌صورت مستقیم و هم با نقش میانجی عامل انگیزش بر عملکرد کارکنان اثر مستقیم و معنادار دارد.

نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد بین آماده بودن سازمان با کارآفرینی درون‌سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد. برای روبرویی با چالش‌های درونی و بیرونی سازمان‌ها و سازگاری با تغییرات سازمانی، سازمان‌ها نیازمند اجرای تغییرات مداوم در استراتژی، ساختار و فرآیندهای خود هستند و این امر با آمادگی برای تغییر، توان پاسخ‌گویی به محیط را بهبود می‌بخشد که براساس تحقیق باکنوف و همکاران^۳ (۲۰۰۹) و اورگ^۴ (۲۰۰۶) شامل پنج بعد آمادگی محتوایی، زمینه‌ای، محیطی، فردی و فرآیندی است. بسیاری از محققین آمادگی سازمانی را به‌عنوان پیش‌نیازی برای تغییر می‌دانند (هالت، ۲۰۰۰). ارزیابی آمادگی نه تنها وضعیت فعلی توانمندی‌ها و بلوغ سازمان را برای برنامه‌ریزی و اجرای آن را نشان می‌دهد بلکه ضعف‌های موجود در سازمان را نیز مشخص می‌کند (لشکر بلوکی، ۱۳۹۰).

نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیق محمودی، کارگر، متفی شهری و اسلامی (۱۳۹۳) و وینر (۲۰۰۸) همراستاست. آن‌ها بین چابکی سازمانی و ابعاد آن با آمادگی برای تغییر در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان البرز ارتباط مثبت و معنادار نشان دادند (محمودی، کارگر، متفی شهری و اسلامی، ۱۳۹۳). به زعم

1. Beugelsdijk
2. Lepak, Takeuchi, Snell
3. Bouckenoghe et al
4. Oreg

بسیاری از تحقیقات قبلی، بسیاری از نوآوری‌های ایجاد تغییر در سازمان‌ها، به علت عدم آمادگی سازمانی با شکست مواجه شده است بنابراین یکی از الزامات و پیش‌نیازهای اساسی برای تغییرات در سازمان‌ها آمادگی سازمانی است (وینز، ۲۰۰۸). آمادگی برای تغییر ابتدا به وسیله مدیران ایجاد می‌شود و برای عملیاتی کردن آن باید علائق کارکنان و مدیران رده پائین‌تر را در نظر بگیرند. برای تقویت آمادگی سازمانی سیستم نظام پیشنهادات ارائه ایده‌های مفید پیشنهاد می‌گردد که از این‌رو کارکنان نیز در رویه اداری و شغلی خود نیز از تفکرات خلاق استفاده می‌کنند.

نتایج تحقیق حاضر نشان داد بین مرزهای سازمانی با کارآفرینی درون‌سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد. یکی از مباحثی که در سال‌های اخیر مطرح شده، توجه به سازمان بدون مرزی بوده که برخی سازمان‌ها به پیشرفت‌های قابل ملاحظه‌ای دست یافتند. در واقع در ایده سازمان بدون مرز، با افزایش نفوذپذیری سازمان‌ها و تغییر به ساختار سازمانی منعطف، توانایی سازگاری با محیط متغیر امروزی فراهم می‌کند. براساس ایده سازمان بدون مرز، در این سازمان‌ها مشکلات قبلی که در اثر عوامل موفقیت قدیمی از قبیل اندازه، وضوح نقش، تخصصی‌سازی و کنترل قابلیت ایجاد مزیت‌های رقابتی در محیط متغیر امروزی بوجود می‌آیند از بین می‌رود و عوامل موفقیت جدید از طریق سرعت، انعطاف‌پذیری، انسجام و نوآوری ایجاد می‌شود و ارتباط آن با کارآفرینی نیز به همین امر برمی‌گردد. یعنی به اطلاعات، ایده‌ها، منابع و انرژی اجازه می‌دهد تا در سرتاسر سازمان جریان یابند. غلامرضا تبار (۱۳۹۷) در تحقیق خود معتقد است که برخورداری از حمایت مدیران بالادست به همراه ایجاد ساختارهای بدون مرز، محرکی توانمند در فعال‌سازی نوآوری از طریق کاربرد دانش در زنجیره خدمات سازمان‌ها می‌باشد (غلامرضاتبار، ۱۳۹۷).

بنابراین، یک مدیر کارآفرین باید ارتباط‌های مورب و از پایین به بالا را در سازمان افزایش داده و زمینه مشارکت کارکنان را در اداره سازمان فراهم کند و به تناسب توان و استعداد و علاقه افراد مسئولیت‌های خاصی را به هر کدام واگذار نموده و به آن‌ها آزادی عمل بدهد. علاوه بر این لازم است کنترل رسمی سازمان به حداقل رسیده و نوعی کنترل درونی توسط افراد صورت گیرد. این امر باعث اطمینان کارکنان می‌شود، در نتیجه آن‌ها با علاقه‌مندی کارها را پیش خواهند برد و در نهایت به دوستی دوجانبه و پایدار،

افزایش کارآیی و سود بیشتر منجر می‌شود. برای حفظ و توسعه اهداف فوق پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

۱- به منظور افزایش مهارت‌های کارآفرینی مدیران و کارکنان سازمان، آموزش کارآفرینی به سرفصل آموزش‌های کوتاه مدت و ضمن خدمت اضافه شود.

۲- محیط حاکم بر سازمان به گونه‌ای تغییر داده شود که باعث افزایش خلاقیت و نوآوری کارکنان، به ویژه مدیران شود.

۳- شرایط سازمانی به گونه‌ای تغییر کند که یک بستر مناسب برای افزایش پشتکار و اعتماد به نفس کارکنان فراهم شود.

۴- به منظور حفظ و افزایش روابط دوستانه و بهینه در سازمان، تغییر شرایط حاکم بر سازمان از ساختار سلسله مراتبی به ساختار ماتریسی توصیه می‌شود.

۴- باتوجه به اینکه باز بودن نظام اطلاعات باعث تقویت و توزیع اطلاعات در سطح سازمان می‌شود، ارتباطات بالا به پایین در سازمان‌ها باید کاهش یافته و ارتباط‌های مورب و پایین به بالا افزایش یابد.

۵- به دلیل این‌که ایجاد دوستی دوجانبه پایدار، میان مدیر و کارکنان باعث افزایش کارآیی و سود بیشتر می‌شود، باید از کار خوب کارکنان تقدیر شود و به منافع آن‌ها بیشتر توجه شود تا کارکنان مورد تشویق قرار گیرند.

۶- پیشنهاد داده می‌شود برای حفظ آزادی کارکنان در امور محوله کنترل از طریق استانداردهای رسمی به کنترل شخصی و درونی تبدیل شود.

۷- برای این‌که کارکنان سازمان، یاور و مددکار بهتری برای مدیر باشند، لازم است آزادی عمل بیشتری به آن‌ها داده شود. در این راستا بررسی نقاط قوت و ضعف افراد قبل از تفویض اختیار امری ضروری است که نباید مورد غفلت واقع شود.

۸- یک گروه مشاور در زمینه ایجاد و برقراری سیستم‌های شبه کارآفرینانه در درون سازمان انتخاب و استخدام کنند. شرکت مشاوره‌ای به همراه مدیران شرکت به‌عنوان اعضای گروه اولیه سرمایه‌داران داخلی عمل می‌کنند و هدف آنان انتخاب نمودن پروژه‌های کارآفرینانه‌ای است که شرکت قصد دارد روی آن‌ها

سرمایه‌گذاری نماید. شرکت مشاوره‌ای با همکاری مدیران، به شناسایی و ردیابی کارآفرینان بالقوه و نیز نوع مراودات و تعاملات آنان در درون سازمان بپردازد.

تحقیق حاضر در کسب‌وکارهای حوزه گردشگری ورزشی انجام پذیرفت و شاید نتوان یافته‌های این پژوهش را با اطمینان کامل به دیگر جوامع تعمیم داد. پیشنهاد می‌شود تحقیقاتی مشابه در دیگر جوامع انجام گیرد تا امکان تعمیم یافته‌ها به صورت گسترده‌تر حاصل شود. در همین راستا در پژوهش‌های آینده پیشنهاد می‌گردد به بررسی موانع و محدودیت‌های کارآفرینی درون‌سازمانی و راهکارهای ترویج فرهنگ کارآفرینی در سازمان‌ها پرداخته شود. بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی و خصوصاً کارآفرینی درون‌سازمانی در سازمان‌های دیگر اعم از خدماتی و صنعتی و بررسی رابطه مهارت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی با میزان کارآفرینی سازمان در سطوح دیگر مدیریتی نیز از دیگر عناوین جهت انجام پژوهش می‌باشد.

منابع:

- اسکوثیان، سنجر و حسینی گوهری، مریم. (۱۳۹۱). «بررسی عوامل درون‌سازمانی مؤثر بر کارآفرینی سازمانی». کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان. بابلسر. آبان ماه.
- اسمعیلی، محمد. (۱۳۹۷). «تبیین رابطه حمایت سازمانی ادراک شده و رفتار شهروندی سازمانی». مجله نخبگان علوم و مهندسی. ۳(۱). ۱-۱۲.
- اندام، رضا؛ منتظری، امیر و فی‌ضی، سمیرا. (۱۳۹۳). «بررسی ابعاد کیفیت خدمات در گردشگری ورزشی». مطالعات مدیریت ورزشی. ۲۶(۲۶). ۱۵-۳۶.
- ایمانی‌پور، نرگس و زیودار، مهدی. (۱۳۸۷). «بررسی رابطه‌ی گرایش به کارآفرینی شرکتی و عملکرد». توسعه کارآفرینی. ۱(۲). ۳۴-۱۱.
- اصفی، احمدعلی؛ خبیری، محمد؛ اسدی دستجردی، حسن و گودرزی، محمود. (۱۳۹۳). «بررسی عوامل سازمانی مؤثر در نهادینه کردن ورزش همگانی در ایران». پژوهش‌نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. ۱۰(۲۰). ۶۳-۷۶.
- بالوندی، علی حیدر و زردشتیان، شیرین. (۱۳۹۸). «اثر شیوه‌های مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی نوآوری سازمانی در کارشناسان وزارت ورزش و جوانان». مدیریت منابع انسانی در ورزش. ۲(۲). ۲۲۱-۲۳۹.

پورسلطانی زرندی، حسین و ایرجی نقندر، رامین (۱۳۹۱). «ارتباط درک حمایت سازمانی با تعهد سازمانی و رضایت شغلی کارکنان اداره‌ی کل ورزش و جوانان استان مازندران در سال ۱۳۹۰». *مجله مدیریت و رفتار سازمانی در ورزش*. ۱ (۱). ۳۱۰۳-۲۳۲۲.

جابری، اکبر؛ سلیمی، مهدی و خزائی پول، جواد. (۱۳۹۲). «بررسی تأثیر انگیزش‌های درونی و بیرونی بر تسهیم دانش کارکنان در سازمان‌های ورزشی (مطالعه‌ی موردی کارمندان ادارات تربیت بدنی استان اصفهان)». *مدیریت ورزشی*. (۱۴). ۷۵-۵۵.

داوری، علی و رضازاده، آرش. (۱۳۹۳). «مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار PLS». سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی. چاپ دوم. تهران

زهره وندیان، کریم و ابراهیمی، فرشته. (۱۳۹۲). «ارائه مدل پیشنهادی برای مکان‌گزینی اماکن ورزشی با استفاده از تلفیق سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) و روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره (MCDM)». *مطالعات مدیریت ورزشی*. (۲۱). ۱۱۱-۱۲۶.

علیمردانی، محمد؛ فراهانی، ابوالفضل و قاسمی، سیدحمید. (۱۳۹۴). «ارتباط بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در اداره کل ورزش و جوانان استان قم». *پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی*. ۴ (۱) شماره ۱۳ پایپ: ۲۵-۳۴.

غلامرضا تبار دیوکلائی، زهرا؛ فرزادفر، رامین و تورانی، نجمه. (۱۳۹۱). «مثلث تعامل مدیریت تکنولوژی، مدیریت دانش و مدیریت نوآوری». کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان. دانشگاه مازندران، مازندران.

فراهانی، حسین و منوچهری، سوران. (۱۳۹۴). «شناسایی موانع و مشکلات توسعه گردشگری در مناطق روستایی هدف گردشگری شرق مریوان». *پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی*. ۴ (۱). ۱۷۴-۱۶۱.

قربانی قهرخچی، لیلا؛ کلانی نسب، مرضیه؛ یاراحمدی، معصومه و فتحی، فریبرز. (۱۳۹۷). نقش ساختار سازمانی در به‌کارگیری مدیریت مشارکتی در اداره کل ورزش و جوانان استان هرمزگان. *فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش*. ۵ (۱). ۴۵-۵۴.

کیاکجوری، داود و فاضلی ویسری، الهام. (۱۳۸۹). «شناسایی موانع داخلی، محیطی و برآیندی کارآفرینی سازمانی مطالعه موردی: اداره کل بنادر و کشتیرانی استان مازندران - بندر نوشهر». *فصلنامه پژوهشگر (مدیریت)*. ۷ (۲۰). ۹۴-۱۰۸.

لشکربلوکی، م. (۱۳۹۰). *جاری سازی راهبرد (راهنمای گام به گام پیاده سازی در عمل)*. تهران: انتشارات آریانا قلم.

محبی‌فر، رفعت؛ بخشیان، محمود و رفیعی، سیما. (۱۳۹۵). «تأثیر پاداش سازمانی بر عملکرد کارکنان با نقش میانجی انگیزش در بیمارستان‌های آموزشی شهر قزوین». *فصلنامه علمی پژوهش‌های سلامت محور*. ۲ (۳). ۲۳۲-۲۳۲.

محمودی، احمد؛ کارگر، غلامعلی؛ متقی شهری، محمدحسن و اسلامی، ایوب. (۱۳۹۳). «بررسی نقش چابکی سازمانی در آمادگی برای تغییر در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان البرز». *پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی*. ۴ (۸). ۱۵-

مددی، حمید. (۱۳۹۲). «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی درون‌سازمانی». فصلنامه مدیریت توسعه و تحول. ۱۴. ۳۹-۴۹.

موسوی‌راد، سیده‌طاهره و فراهانی، ابوالفضل. (۱۳۹۳). «طراحی و تدوین مدل کارآفرینی ورزشی مبتنی بر رابطه منابع کارآفرینی سازمانی با خروجی های کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان». رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. (۴) ۷۷-۸۵.

نوربخش، مهوش؛ محرم زاده، مهرداد و نجف زاده، فرخ لقا. (۱۳۹۰). «بررسی مهم‌ترین عوامل جذب‌کننده و بازدارنده مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی بانوان استان آذربایجان غربی با تأکید بر جاذبه های طبیعی- ورزشی». دومین همایش ملی تخصصی مدیریت ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود.

وفایی، فاطمه و مقیمی، سید محمد. (۱۳۸۹). «ارتباط کارآمدی سامانه الکترونیکی فرآیندهای اداری و کارآفرینی درون‌سازمانی دانشگاه تهران». فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین. شماره ۲۱ و ۲۲. ۹۹-۱۲۲.

هنرور، افشار؛ قنبری فیروزآبادی، علیرضا و خطیب‌زاده، مهدی. (۱۳۹۲). «ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و اولویت‌های گردشگران ورزشی در ایران». فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی. ۲. (۵). ۱-۲۴.

Alam, Muhammad Zubair; Kousar, Shazia & Kaleem, Muhammad Ali. (2020). Personality traits and intrapreneurial behavior Moderated role of knowledge sharing behavior in diverse group of employees in developing country. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14 (1), 31-46.

Aminuddin Yusof, Mohd Sofian Omar-Fauzee, Parilah Mohd Shah, Soh Kim Geok. (2009). Exploring Small-Scale Sport Event Tourism in Malaysia. *Research Journal of International Studies*, 9, 47-58.

Beugelsdijk S. (2008). Strategic human resource practices and product innovation. *Organization Studies*, 29 (06), 821-847.

Bouckennooghe, D. Devos, G. & Van Den Broeck, H. (2009). Organizational Changequestionnaire-Climate of Change, Processes and Readiness: Development of A Newinstrument. *Journal of Psychology*, 143 (6), 559-599.

Buckens, Wim. (2014). Fostering Intrapreneurhip: The Challenge for a New Game Leadership. *Economics and Finance*, 16, 580-586.

Churchill, N.C. (1992), *Research issues in entrepreneurship*, in Sexton, D.L. and Kasarda, J.D.(Eds), *The State of the Art of Entrepreneurship*, PWS-Kent Publishers, Boston, MA, pp, 579-96.

Çingitaú, Yavuz and Ecevit SatÖ, Zümrit. (2015). Economic and Social Benefits that can be obtained by a Combination of Innovation and Corporate Entrepreneurship Activities in Turkish Companies. *Social and Behavioral Sciences*, 195, 1129 – 1137

- Costa, Carla A. Chalip. (2006). Adventure sport tourism in rural revitalization – an ethnographic evaluation. *European Sport Management Quarterly*, vol 5(3), 257-279.
- Covin, J. G. , & Slevin, D. P. (1991). A Conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7-25.
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: a meta- analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555–590.
- Dean, C. C. (1993). Corporate entrepreneurship: Strategic and Structural correlates and impact on the global presence of United States firms. Unpublished doctoral dissertation TX: University of North Texas.
- Holt , D. (2000). The Measurement of Readiness for Change: A Review of Instruments and Suggestions for Future Research. *the Annual Meeting of the Academy of Management*, Toronto, August 5-9, 2000.
- Jeffery S. Hornsby, Donald F. Kuratko, Shaker A. Zahra,. (2002). Middle Managers perception of the internal environment for corporate entrepreneurship: assessing a measurement scale. *Journal of Business Venturing*, 17, 253- 273.
- Kim, H. L., Woo, E. J. and Uysal, M. (2015). Tourism Experience and Quality of Life among Elderrly Tourists. *Tourism Management*, 46, 465-476.
- Klodianan, Gorica .(2015). Albanian tourism management; the future path to sustainable development. Retrieved April 7, 2009. From [http://www. Amfiteatruconomic.ase.ro/arhiva/pdf/no_18/articol_fulltext_pag_104.pdf](http://www.Amfiteatruconomic.ase.ro/arhiva/pdf/no_18/articol_fulltext_pag_104.pdf).
- Lepak D. P., Takeuchi R., Snell S. A. (2003). Employment flexibility and firm performance: Examining the interaction effects of employment mode, environmental dynamism, and technological intensity. *Journal of Management*, 29, 681–703.
- Lin T Y, Sakuno S (2015). Sports management and sports humanities. Kanosue K, Kogiso K, Oshimi D, Harada M, editors. Switzerland: Springer Publishing.
- Önera, M. Atilla; Kunday, Özlem. (2016). A study on Schumpeterian and Kirznerian entrepreneurship in Turkey: 2006–2013. *Technological Forecasting & Social Change*, 102, 62–71.
- Park, S. Mahony, D. F. Kim, Y. and Kim, Y. (2015). Curiosity generating advertisements and their impact on sport consumer behavior. *Sport Management Review*, 18(3), 359–369.
- Perdomo-Ortiz J., Gonzalez-Benito J., Galende J. (2009). An analysis of the relationship between total quality management-based human resource management practices and innovation. *International Journal of Human Resource Management*, 20, 1191–1218.
- Rietveld, Cornelins, A. ; Bailey, Henry; Hessels, Jolanda and Zwan, Peter Vander. (2016). Health and Entrepreneurship in Four Caribbean Basin Countries. *Economics and Human Biology*, 21, 84-89.
- Sadler, R. J. (1999). Corporate Entrepreneurship in the public sector. *Australian Journal of Public Administration*, 16(5), 495-527.

- Takeuchi R., Chen G., Lepak D.P. (2009). Through the looking glass of a social system: Cross-level effects of high performance work systems on employees' attitude. *Personnel Psychology*, 62, 1–29.
- Tenenhaus, M., Amato, S., Esposito Vinzi, V. (2004). A global goodness-of-fit index for PLS structural equation modeling, Proceedings of the XLII SIS Scientific Meeting, Vol. Contributed Papers, CLEUP, Padova, pp. 739–742.
- Uslu, T; Bülbül. I. A. Çubuk, D. (2015). An Investigation of the Effects of Open Leadership to Organizational Innovativeness and Corporate Entrepreneurship. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1166 – 1175.
- Weiner, B, J., Amick, H. & Lee, S. D. (2008). Review conceptualization and Measurement of Organizational Readiness for Change: A Review of the Literature in Health service Research and other fields. *Medical care Research and Review*, 65 (4), 379-436.