

مدیریت ورزشی - بهار ۱۳۹۳
دوره ۶، شماره ۱ - ص: ۸۹-۱۰۸
تاریخ دریافت: ۹۱/۰۷/۲۶
تاریخ پذیرش: ۹۱/۱۲/۰۸

اثر کارآفرینی سازمانی بر جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان ادارات تربیت‌بدنی استان مازندران

۱. رسول نوروزی سیدحسینی^۱ - ۲. معصومه کلاته سفیری
۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران،
۲. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، ایران

چکیده

هدف از این تحقیق تعیین اثر کارآفرینی سازمانی بر جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان ادارات تربیت‌بدنی استان مازندران بود که با روش تحقیق توصیفی-پیمایشی و به صورت میدانی اجرا شد. جامعه تحقیق کلیه کارکنان ادارات تربیت‌بدنی استان مازندران (۱۷۶ نفر) بودند. نمونه تحقیق برابر با جامعه در نظر گرفته شد ($N=176$). به منظور جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه کارآفرینی سازمانی (OEQ)، پرسشنامه جامعه‌پذیری سازمانی (OSQ) و پرسشنامه تعهد سازمانی (OCQ) استفاده شد. از آمار توصیفی و مدل‌یابی معادلات ساختاری با تأکید بر نرم‌افزار AMOS/18 برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. نتایج نشان داد که کارآفرینی سازمانی با ضریب مسیر ($PC=0/36$) بر جامعه‌پذیری سازمانی و با ضریب مسیر ($PC=0/38$) بر تعهد سازمانی اثرگذار است. همچنین جامعه‌پذیری با ضریب مسیر ($PC=0/26$) بر تعهد سازمانی اثرگذار است. به صورت کلی کارآفرینی سازمانی نقش مهمی در تعیین جامعه‌پذیری و تعهد سازمانی کارکنان ادارات تربیت‌بدنی دارد.

واژه‌های کلیدی

ادارات تربیت‌بدنی، تعهد سازمانی، جامعه‌پذیری سازمانی، کارآفرینی سازمانی، مازندران.

مقدمه

عصر کنونی دوره تحولات سریع و پیش‌بینی‌ناپذیر است. وضعیت کنونی جامعه بیانگر عدم توازن پیچیدگی‌های روزافزون سازمان‌ها و عدم توانایی آنها در پیش‌بینی و مقابله با این تحولات و پیچیدگی‌هاست. سازمان‌ها برای مقابله با تهدیدات محیطی و استفاده از فرصت‌ها، خود باید منبع موج و تحول شوند، خود را با این تغییرات منطبق کنند تا پاسخگوی نیازهای جدید تمدن امروزی باشند (۳). لازمه این کار آن است که مدیران، مدل‌های ذهنی غلط و سنتی کارکنان را شناسایی و اصلاح کنند و به نقش‌هایی متناسب با شرایط متحول محیطی روی آورند. در واقع مدیرانی که نقش کارآفرین دارند، عامل اصلی ایجاد خلاقیت و نوآوری هستند و فرصت‌ها را در دل هرج‌ومرج‌ها تشخیص می‌دهند (۱، ۱۳). سازمان‌های امروزی با تعداد اندک افراد خلاق و کارآفرین نمی‌توانند در عرصه‌های داخلی و خارجی بر رقبا فائق آیند و نیازمند ایجاد بستری مناسب کارآفرینی، برای تمام کارکنان خود هستند. در واقع بهترین راه به‌منظور پرورش ایده‌های نو و کارآفرینی در کار، بنیان نهادن فرهنگ کارآفرینی در سازمان است (۴). کارآفرینی سازمانی^۱ به‌وجودآورنده فرایند نوآوری در سازمان و پیش‌تاز و حامی توسعه محصولات جدید است (۲۶، ۱۴، ۱۱). سازمانی که استعدادهای نهفته در خود را نتواند به عرصه ظهور برساند، در اندک زمانی، مغلوب سازمان‌های دیگری خواهد شد که در به‌کارگیری استعدادها و ارائه محصول جدید با هزینه اندک قدرت داشته و از مدیریتی لایق با افق دید وسیع برخوردارند (۲۶، ۲۰، ۲). برای دستیابی به کارآفرینی به ابزار نیاز است. از اساسی‌ترین ابزارها برای رشد کارآفرینی، وجود زیرساخت‌های منطبق بر مفاهیم کارآفرینی است (۱۶، ۱۰، ۶). سازمان‌ها به‌منظور رقابت در صحنه جهانی و سازگاری با ماهیت در حال تغییر شغل و ارضای نیازها و انتظارات مشتریان، در تلاشند تا کارکنانی را به‌کار گیرند که فراتر از وظیفه و نقش تعیین‌شده در شرح شغلشان عمل کنند؛ زیرا اعتقاد بر این است که این رفتارهای فراتر از نقش در ارزشیابی عملکرد انعکاس می‌یابد و مشارکت کارکنان در برنامه‌ها را تحت تأثیر قرار خواهد داد. همچنین می‌تواند عاملی مؤثر بر ویژگی‌های مرتبط با کارایی شغلی باشد (۲۹، ۷). درک رفتارهای کارکنان به‌منظور ایفای بهتر نقش‌ها و وظایف موجب بهبود عملکرد و ارتقای اثربخشی سازمانی خواهد شد (۳۶). بر همین اساس آن دسته از رفتارهای شغلی که تأثیر بیشتری بر اثربخشی عملیات سازمان دارند، توجه محققان و مدیران را به خود جلب کرده است (۳۵).

1. Organizational entrepreneurship

سازمان‌ها برای اداره خود به کارکنان متخصص، کاردان، کارآمد و متعهد نیازمندند. آنها اغلب تلاش می‌کنند که انعطاف‌پذیری و حس تعلق کارکنان را از طریق تناسب شخص- سازمان که به سازگاری بین افراد و سازمان اشاره دارد، توسعه دهند (۳۴، ۱۷). جامعه‌پذیری سازمانی^۱ برای تناسب شخص- سازمان اساسی است؛ زیرا هدف اولیه جامعه‌پذیری، استمرار ارزش‌های اصلی و دادن چارچوبی به کارکنان برای پاسخ به محیط کارشان و هماهنگی با کارکنان دیگر است (۲۸). از منظری دیگر، جامعه‌پذیری افراد در سازمان‌ها فرایندی است که افراد ارزش‌های سازمانی، انتظارات مرتبط با رفتارهای شغلی و دانش اجتماعی لازم برای قبول نقش‌ها در سازمان را شناسایی می‌کنند و یاد می‌گیرند (۳۱، ۱۷). این فرایند شامل روش‌هایی است که سازمان‌ها برای کاهش عدم اطمینان و اضطراب مرتبط با شک، واقعیت ورود افراد تازه‌وارد به سازمان جدید و دستیابی به نگرش‌ها، رفتارها و دانش ضروری، استفاده می‌کنند (۳۷، ۲۳، ۱۲). علی‌رغم وجود بحث‌های زیاد در مورد اهمیت جامعه‌پذیری سازمانی، بیکر^۲ (۲۰۰۲) با مقایسه‌ای در زمینه‌های مختلف روان‌شناسی صنعتی و سازمانی، نشان داد که جامعه‌پذیری سازمانی تاکنون نسبتاً نادیده گرفته شده است و تنها در دوره کوتاهی در اواسط دهه ۱۹۹۰ مورد توجه قرار گرفت. بنابراین پژوهش‌های بیشتری باید صورت گیرد تا دستیابی به جامعه‌پذیری سازمانی و فواید آن برای کارکنان و کارفرمایان امکان‌پذیر شود (۱۷، ۱۵). یکی دیگر از فرایندهای مؤثر در کارایی سازمان، تعهد و پایبندی کارکنان است که می‌تواند به تلاش بیشتر و تمایل قوی‌تر برای حفظ سازمان منجر شود (۳۳). تعهد سازمانی^۳ شامل قدرت نسبی هویت فرد با حضور در یک سازمان ویژه است. این تعریف سه مفهوم زیر را در بر دارد: اعتقاد قوی برای پذیرش اهداف سازمان؛ اشتیاق فراوان برای تلاش چشمگیر در سازمان و در نهایت تمایل برای تداوم عضویت فرد در سازمان (۳۸، ۳۳). میر و آلن^۴ (۱۹۹۷) تعهد سازمانی را به تعهد عاطفی^۵، تعهد مستمر^۶ و تعهد هنجاری^۷ تقسیم کردند. تعهد عاطفی شامل وابستگی عاطفی کارکنان به تعیین هویت با سازمان و درگیر شدن در فعالیت‌های سازمانی است. تعهد مستمر عبارت است از تعهد مبنی بر ارزش نهادن به سازمان و کارمند نیز در بقای سازمان سهیم می‌شود. آنها که تعهد مستمر خوبی دارند با سازمان می‌مانند، زیرا به آن نیاز

1. Organizational socialization
2. Baker
3. Organizational Commitment
4. Meyer & Allen
5. Affective Commitment.
6. Continuance Commitment
7. Normality Commitment.

دارند. تعهد هنجاری شامل احساسات افراد مبنی بر ضرورت ماندن در سازمان است. آنها که تعهد هنجاری قوی دارند، در سازمان می‌مانند، زیرا احساس می‌کنند که از نظر اخلاقی باید این طور باشند (۳۸). با توجه به این نکته که شناسایی الگوهای رفتاری مدیران و ارتباط آن با اثربخشی، کارایی و هدایت مؤثر نیروهای انسانی شاغل در سازمان‌ها یکی از مباحث مهم و کلیدی مدیریت است، این امر زمینه را برای طراحی و تدوین نگرش‌های متنوعی از متخصصان مدیریت و اجرای تحقیقات متعدد فراهم کرده است. تحقیقات نشان می‌دهد که تعهد موجب سطح بالایی از شناخت نسبت به اهداف و ارزش‌های سازمان، میل قوی برای ماندن در سازمان و تمایل به اعمال تلاش فوق‌العاده برای سازمان می‌شود (۴). به نظر می‌رسد که تعهد، بر تلاش کارمند در شغل، تأثیر می‌گذارد و این تلاش و کوشش نیز عملکرد را تحت تأثیر قرار می‌دهد (۱۸، ۳۸). یانگ^۱ (۲۰۰۸) در تحقیقی به این نتیجه رسید که جامعه‌پذیری سازمانی، تعهد سازمانی و رضایت شغلی را افزایش و ترک شغل را در میان کارکنان کاهش می‌دهد (۳۹). کوثا^۲ (۲۰۰۸) در تحقیقی نشان داد که روش‌های جامعه‌پذیری به مقدار زیادی وضوح نقش تازه‌کار، انسجام گروه کاری و سلطه شغلی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این ستاده‌های اولیه به افزایش رضایت و تعهد سازمانی منجر می‌شود (۳۰).

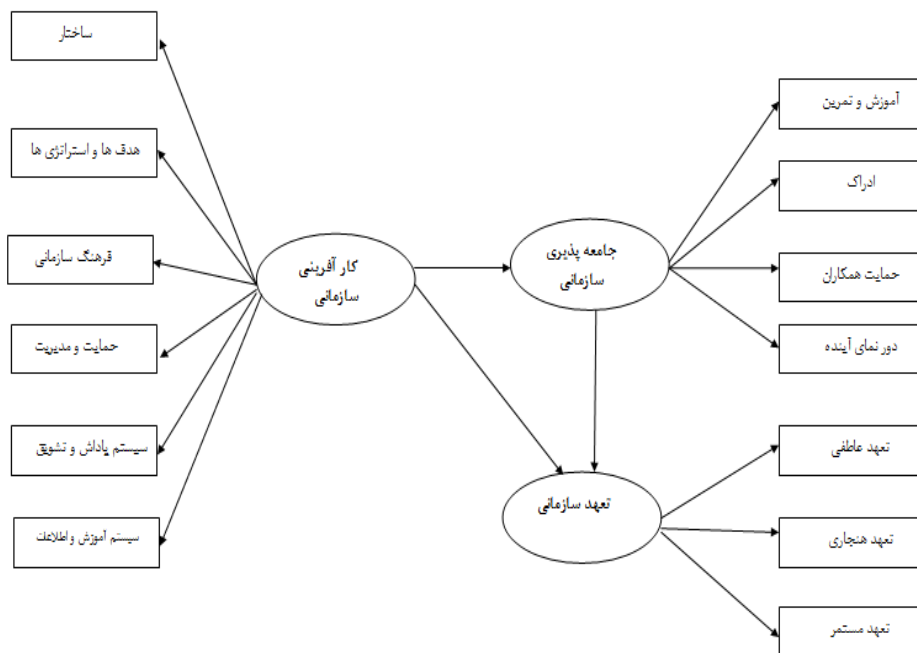
آلن^۳ (۲۰۰۶) و چائو^۴ (۲۰۰۲) در تحقیقات مشابهی به این نتیجه رسیدند که روش‌های جامعه‌پذیری سازمانی، سازمان‌ها را قادر می‌سازد که کارکنان جدید را جذب سازمان کنند. همچنین نشان دادند که جذب شدن به کار رابطه منفی با ترک شغل دارد و روابط بین برخی از روش‌های جامعه‌پذیری، تعهد سازمانی و ترک شغل را تعدیل می‌کند (۱۹، ۱۲). فوکس^۵ (۲۰۰۸) در تحقیقی رابطه بین کارآفرینی سازمانی و تعهد سازمانی را با توسعه دانشگاهی بررسی کرد و به این نتیجه رسید که کارآفرینی سازمانی و تعهد سازمانی پایه‌ای برای ملاک‌های اقتصادی و غیراقتصادی توسعه سازمان‌هاست (۲۶). اگزیموم^۶ (۱۹۹۸) و گئوس^۷ (۱۹۹۳) در تحقیقات مشابهی به این نتیجه رسیدند که بین جامعه‌پذیری سازمانی با تعهد سازمانی و رضایت شغلی رابطه معناداری

-
1. Yang
 2. Kowtha
 3. Allen
 4. Chow
 5. Fox
 6. Exum
 7. Geuss

وجود دارد (۲۷، ۲۵). آلن و تاملینسون^۱ (۲۰۰۲) زمینه‌های کارآفرینی موجود در گستره فرهنگ ورزشی را بررسی کردند و نتیجه گرفتند که فرهنگ و ساختار سازمانی موجود در سازمان اثر معناداری بر کارآفرینی سازمانی دارد. همچنین کارآفرینی سازمانی می‌تواند در سازوکارهای اجتماعی شدن کارکنان با سازمان مؤثر باشد (۸). راسخ (۱۳۸۲) در تحقیقی رابطه مدیریت مشارکتی و کارآفرینی سازمانی در دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران را بررسی کرد. نتایج نشان داد که بین مدیریت مشارکتی و کارآفرینی سازمانی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد (۵). آنتونی^۲ (۲۰۰۷)، در تحقیقی با عنوان "استانداردها در تعمیم کارآفرینی ورزشی" نشان داد که رشته مدیریت ورزشی، برنامه‌ای است که دانشجویان را برای کار در صنعت ورزش آماده می‌کند. در این برنامه سعی می‌شود که دانشجویان با فرهنگ و ساختار سازمان، سازگار شوند (۱۴). کاسپر، هاریس، بیانکو و واین^۳ (۲۰۱۱) در تحقیقی عنوان کردند که حمایت ادراک‌شده سازمانی با تعهد سازمانی و تعارض سازمانی رابطه معناداری دارد؛ به‌گونه‌ای که هرچه حمایت سازمانی بیشتر باشد، تعهد سازمانی بیشتر و در مقابل تعارض سازمانی کمتر خواهد بود (۱۸). ادواردز و پسی^۴ (۲۰۱۰) در تحقیقی نشان دادند که هویت سازمانی، بازده کاری و تعهد سازمانی با حمایت سازمانی ادراک‌شده رابطه معناداری دارند (۲۴). چیانگ و چنگ^۵ (۲۰۱۱) در تحقیقی نشان دادند که حمایت سازمانی ادراک‌شده می‌تواند پیش‌بینی‌کننده رفتار شهروندی، شهروندی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی باشد (۱۸). ماهونی و همکاران^۶ (۲۰۱۰) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که رضایت شغلی و عدالت سازمانی ادراک‌شده در کارکنان ادارات تربیت‌بدنی دانشگاه‌ها تحت تأثیر کارآفرینی و حمایت سازمانی قرار دارد (۳۲). کاسکلی و بوواگ^۷ (۲۰۰۱) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که تعهد سازمانی داوطلبان ورزشی را می‌توان از طریق حمایت سازمانی پیش‌بینی کرد (۲۱). دوهرتی و همکاران^۸ (۲۰۰۴) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که تعهد سازمانی در کارکنان سازمان‌های ورزشی می‌تواند از طریق

-
1. Allen & Tomlinson,
 2. Anthony
 3. Casper, Harris, Bianco & Wayne
 4. Edwards & Peccei
 5. Chiang & Sheng
 6. Mahony & et al
 7. Cuskelly & Boag
 8. Doherty & et al

حمایت مدیران از کارکنان افزایش یابد (۲۲). براساس بررسی پیشینه تحقیق، یک مدل مفهومی به شکل زیر برای تحقیق حاضر طراحی شد:



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

براساس این مدل، کارآفرینی سازمانی بر جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی اثر می‌گذارد. جامعه‌پذیری سازمانی نیز بر تعهد سازمانی کارکنان ادارات تربیت‌بدنی اثر می‌گذارد. به‌صورت کلی تعهد سازمانی و جامعه‌پذیری سازمانی دو ترکیبی هستند که مفهوم فرا رفتن از وظایف رسمی را روشن می‌کنند. برخی محققان تعهد سازمانی و جامعه‌پذیری را به‌عنوان رفتارهای فراتر از وظایف رسمی می‌کنند، که تمایزی میان رفتارهای مذکور و رفتارهای موجود در نقش ایجاد می‌کند. با توجه به تحقیقات انجام‌گرفته در مورد پیامدهای تعهد سازمانی و جامعه‌پذیری سازمانی که عواملی مانند عملکرد سازمانی، اثربخشی سازمان، موفقیت سازمان، رضایت مشتری و

وفاداری مشتری را بررسی کرده‌اند، اهمیت این متغیر بر کسی پوشیده نیست، از این رو درک اقدامات و تبعات مدیریتی در پی اعمال کارآفرینی سازمانی، اهمیت بسزایی دارد. همچنین مطالعه در این زمینه کاربردهای مهمی در رابطه با مدیریت ورزشی دارد، زیرا سوابق تحقیقات مرتبط با مدیریت ورزشی نشان می‌دهد که تحقیقی مستقل در زمینه بررسی اثر کارآفرینی سازمانی بر جامعه‌پذیری و تعهد سازمانی کارکنان ادارات تربیت‌بدنی در ایران، انجام نگرفته است. با این حال این تحقیق با این هدف انجام گرفت که به این پرسش پاسخ دهد که کارآفرینی سازمانی چه اثری بر جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان ادارات تربیت‌بدنی دارد؟

روش تحقیق

با توجه به اینکه این پژوهش اثر کارآفرینی سازمانی بر جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان ادارات تربیت‌بدنی استان مازندران را بررسی می‌کند، روش پژوهش، توصیفی - پیمایشی است که به صورت میدانی به اجرا درآمد. جامعه آماری پژوهش کلیه کارکنان ادارات تربیت‌بدنی استان مازندران در سال ۱۳۹۰ بودند که براساس آخرین استعلام از اداره کل تربیت‌بدنی استان مازندران ۱۷۶ نفر بودند. از آنجا که در این پژوهش از روش‌های پیشرفته آماری مدلبابی معادلات ساختاری (SEM)^۱ استفاده شد و لازمه استفاده از این روش‌ها مکفی بودن نمونه پژوهش است، نمونه آماری برابر با جامعه در نظر گرفته شد (N=۱۷۶). به منظور جمع‌آوری اطلاعات از سه پرسشنامه به شرح زیر استفاده شد:

به منظور جمع‌آوری اطلاعات در زمینه کارآفرینی سازمانی از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده است. این پرسشنامه حاوی ۳۰ سؤال در قالب شش خرده‌مقیاس ساختار (سؤالات ۱، ۲، ۳، ۵، ۹، ۱۰، ۳۰)، هدف‌ها و راهبردها (سؤالات ۱۱، ۱۲، ۱۳)، فرهنگ سازمانی (سؤالات ۱۴، ۱۵)، حمایت و مدیریت (سؤالات ۶، ۷، ۸، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۱، ۲۲)، سیستم پاداش و تشویق (سؤالات ۲۳، ۲۴، ۲۵، ۲۶، ۲۷، ۲۸) و سیستم آموزش و اطلاعات (سؤالات ۲۸، ۲۹) است که بر اساس مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت و به صورت بسیار کم=۱، کم=۲، تا حدودی=۳، زیاد=۴، بسیار زیاد=۵ امتیازگذاری شد.

به منظور جمع‌آوری اطلاعات در مورد تعهد سازمانی از پرسشنامه استاندارد تعهد سازمانی^۲ (OCQ) آلن و میر(۱۹۹۱) استفاده شد. این پرسشنامه به ارزیابی میزان تعهد سازمانی در سه مؤلفه تعهد عاطفی، تعهد مستمر

1. Structural Equation Modeling
2. Organizational Commitment Questioner

و تعهد هنجاری می‌پردازد. پرسشنامه مذکور شامل بیست سؤال بوده و براساس طیف پنج‌ارزشی لیکرت است. تعهد عاطفی از طریق سؤالات ۱ تا ۸، تعهد مستمر با سؤالات ۹ تا ۱۴ و تعهد هنجاری از طریق سؤالات ۱۵ تا ۲۰ سنجیده می‌شود. نحوه امتیازدهی به سؤالات به صورت (۱) امتیاز برای کاملاً مخالف و امتیاز (۵) برای کاملاً موافق است. تنها مورد استثنا سؤال ۹ است که عکس سؤالات دیگر امتیازدهی می‌شود.

برای جمع‌آوری اطلاعات در مورد جامعه‌پذیری سازمانی از پرسشنامه جامعه‌پذیری سازمانی^۱ (OSQ) تاورمینا^۲ (۲۰۰۴) استفاده شد. این پرسشنامه دارای ۲۰ سؤال و شامل چهار خرده‌مقیاس آموزش و تمرین^۳ (سؤالات ۱، ۵، ۹، ۱۳، ۱۷)، ادراک^۴ (سؤالات ۲، ۶، ۱۰، ۱۴، ۱۸)، حمایت همکاران^۵ (سؤالات ۳، ۷، ۱۱، ۱۵، ۱۹) و دورنمای آینده^۶ (سؤالات ۴، ۸، ۱۲، ۱۶، ۲۰) است. این پرسشنامه براساس مقیاس هفت‌گزینه‌ای لیکرت شامل ۷ گزینه از کاملاً مخالفم (به معنی ۱) تا کاملاً موافقم (به معنی ۷) ارزش‌گذاری می‌شود.

پرسشنامه‌های تحقیق بین دوازده تن از متخصصان مدیریت ورزشی توزیع شد و پس از اصلاحات ظاهری و صوری، روایی آنها تأیید شد. به‌منظور تعیین پایایی پرسشنامه‌های مذکور در جامعه آماری پژوهش، در یک مطالعه مقدماتی ۳۰ پرسشنامه توزیع شد که نتایج آزمون آلفای کرونباخ برای پرسشنامه کارآفرینی سازمانی ($\alpha=0/793$)، پرسشنامه تعهد سازمانی ($\alpha=0/842$) و پرسشنامه جامعه‌پذیری سازمانی ($\alpha=0/884$) گزارش شد؛ این نتایج نشان‌دهنده پایایی مطلوب پرسشنامه‌ها برای جمع‌آوری اطلاعات مرتبط با پژوهش بود.

به‌منظور تعیین روایی سازه سؤالات از تحلیل عاملی اکتشافی (EFA) استفاده شد. مقدار شاخص KMO حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی برای ابعاد کارآفرینی سازمانی برابر $80/83$ و سطح معناداری آزمون بارتلت برابر $0/001$ به‌دست آمد. واریانس تبیین‌شده برای ساختار، هدف‌ها و راهبردها، فرهنگ سازمانی، حمایت و مدیریت، سیستم پاداش و تشویق و سیستم آموزش و اطلاعات به‌ترتیب برابر $15/59$ ، $13/78$ ، $11/34$ ، $10/78$ ، $9/32$ ، $9/03$ به‌دست آمد که در مجموع $69/84$ درصد کل واریانس کارآفرینی سازمانی را تبیین کردند. مقدار شاخص KMO حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی برای ابعاد سه‌گانه تعهد سازمانی برابر $0/894$ و سطح معناداری آزمون

1. Organizational Socialization Questioner
2. Taormina
3. Training
4. Understanding
5. Co-Worker Support
6. Future Prospects

بارتلت برابر ۰/۰۰۱ به دست آمد. واریانس تبیین شده برای تعهد عاطفی، تعهد هنجاری و تعهد مستمر به ترتیب برابر ۳۸/۱۲، ۱۶/۸۷ و ۱۴/۲۲ به دست آمد که در مجموع ۶۹/۱۲ درصد کل واریانس تعهد سازمانی را تبیین کردند. مقدار شاخص KMO حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی برای ابعاد جامعه‌پذیری سازمانی برابر ۹۱/۸۳ و سطح معناداری آزمون بارتلت برابر ۰/۰۰۱ به دست آمد. واریانس تبیین شده برای آموزش و تمرین، ادراک، حمایت همکاران و دورنمای آینده به ترتیب برابر ۲۲/۵۹ و ۱۶/۷۸، ۱۲/۱۱ و ۱۱/۳۲، ۹/۹۳ به دست آمد که در مجموع ۷۲/۷۳ درصد کل واریانس جامعه‌پذیری سازمانی را تبیین کردند. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق از آماری توصیفی و همچنین برای تعیین برازش مدل از شاخص‌های برازش (مطلق، تطبیقی و مقتصد) به کمک نرم‌افزارهای SPSS/16 و Amos Graphic /18 برای آزمون مدل مفهومی تحقیق استفاده شد.

نتایج و یافته‌های تحقیق

همان‌گونه که در جدول ۱ ملاحظه می‌شود، در بین ابعاد تعهد سازمانی، تعهد عاطفی بیشترین مقدار ($M=۳/۹۰۸, SD=۰/۴۰۰$) و تعهد مستمر کمترین مقدار ($M=۳/۳۹۴, SD=۰/۶۰۷$) را دارند.

جدول ۱. توصیف آماری تعهد سازمانی نمونه‌های تحقیق

متغیر	میانگین	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
تعهد عاطفی	۳/۹۰۸	۰/۴۰۰	۱/۲۵	۴/۸۶
تعهد هنجاری	۳/۴۰۸	۰/۶۱۱	۱/۷۱	۴/۵۷
تعهد مستمر	۳/۳۹۴	۰/۶۰۷	۱/۸۶	۴/۷۶
تعهد کل	۱۰/۶۹۲	۱/۴۵۶	۷	۱۳/۲۹

همان‌گونه که در جدول ۲ ملاحظه می‌شود، در بین ابعاد کارآفرینی سازمانی؛ بعد فرهنگ سازمانی بیشترین مقدار ($M=۳/۵۵۱, SD=۰/۸۶۶$) و سیستم پاداش و تشویق کمترین مقدار ($M=۳/۱۳۱, SD=۰/۶۸۰$) را دارند.

همان‌گونه که در جدول ۳ ملاحظه می‌شود، در بین ابعاد جامعه‌پذیری سازمانی؛ بعد حمایت کارکنان بیشترین مقدار ($M=۴/۹۴۲, SD=۱/۱۹۵$) و آموزش و تمرین کمترین مقدار ($M=۴/۴۸۹, SD=۱/۲۲۰$) را دارند.

جدول ۲. توصیف آماری کارآفرینی سازمانی نمونه‌های تحقیق

متغیر	میانگین	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
ساختار	۳/۳۵۲	۰/۵۸۳	۱/۴۳	۴/۴۳
هدف‌ها و راهبردها	۳/۵۰۵	۰/۷۲۹	۲	۵
فرهنگ سازمانی	۳/۵۵۱	۰/۸۶۶	۲	۵
حمایت و مدیریت	۳/۳۵۴	۰/۷۳۵	۱/۷۸	۴/۶۷
سیستم پاداش و تشویق	۳/۱۳۱	۰/۶۸۰	۱/۴۰	۵
سیستم آموزش و اطلاعات	۳/۴۱۳	۰/۸۶۰	۱/۵۰	۵
کارآفرینی	۱۶/۵۴۰	۳/۱۲۱	۱۲/۴۸	۲۲/۹۷

جدول ۳. توصیف آماری جامعه‌پذیری نمونه‌های تحقیق

متغیر	میانگین	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
آموزش و تمرین	۴/۴۸۹	۱/۲۲۰	۱/۶۰	۶/۶۰
ادراک	۴/۸۲۰	۱/۲۱۷	۲	۷
حمایت همکاران	۴/۹۴۲	۱/۱۹۵	۱/۶۵	۶/۸۰
دورنمای آینده	۴/۵۹۶	۱/۲۴۲	۱/۲۰	۶/۸۶
جامعه‌پذیری	۱۸/۷۶۲	۴/۰۱۷	۸	۲۷

جدول ۴. شاخص‌های برازش مدل

شاخص برازش	مقدار	ملاک	تفسیر
χ^2	۱۲۱/۹۶۰	کمتر از ۱۸۴/۸۹۰	برازش مطلوب
p value	۰/۰۸۷	بیشتر از ۰/۰۵	برازش مطلوب
شاخص نیکویی برازش (GFI)	۰/۹۱	بیش از ۰/۹۰	برازش مطلوب
شاخص توکر - لویس (TLI)	۰/۹۹	بیش از ۰/۹۰	برازش مطلوب
شاخص برازش بنتلر - بونت (BBI)	۰/۹۸	بیش از ۰/۹۰	برازش مطلوب
شاخص برازش تطبیقی (CFI)	۰/۹۴	بیش از ۰/۹۰	برازش مطلوب
ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	۰/۰۰۶۵	کمتر از ۰/۰۵	برازش مطلوب
شاخص برازش مقصد هنجار شده (PNFI)	۰/۷۹	بیشتر از ۰/۰۵	برازش مطلوب

برای آزمون اینکه مدل پژوهش از برازش مناسبی برخوردار است، از شاخص‌های برازش مدل استفاده شد. در جدول ۴ شاخص‌های برازش مدل آورده شده است.

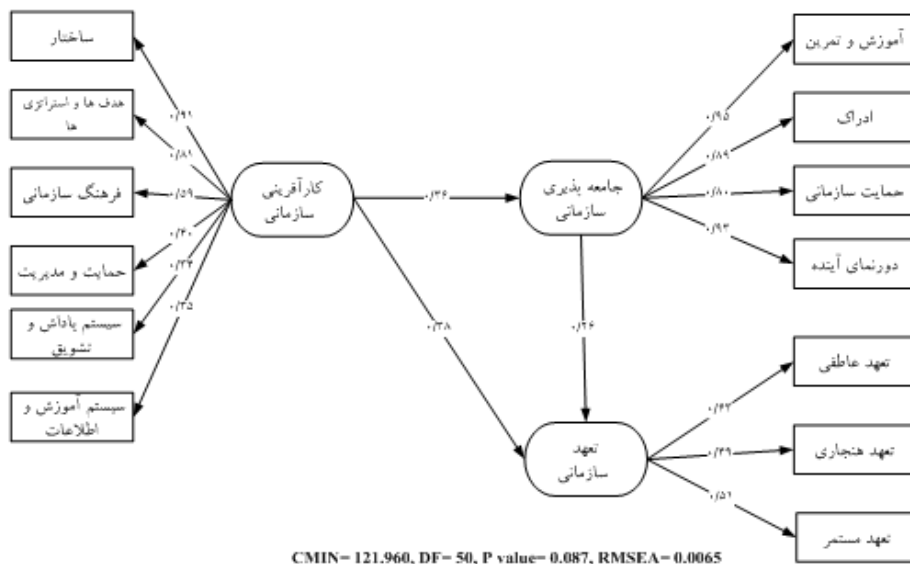
براساس زیرنویس مدل، مقدار آماره χ^2 برابر با ۱۲۱/۹۶۰ با درجه آزادی ۵۰ است. این مقدار از مقدار بحرانی χ^2 با درجه آزادی ۵۰ کمتر است که نشان‌دهنده تأیید مدل است. همچنین p value متناظر با آن ۰/۰۸۷ است که با توجه به اینکه بیشتر از ۰/۰۵ است، قابل قبول بوده و تأیید می‌شود. مقدار ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)^۱ که شاخص دیگر نیکویی برازش است نیز ۰/۰۶۵ است که با توجه به اینکه کمتر از ۰/۰۵ است، قابل قبول بوده و نشان‌دهنده تأیید مدل پژوهش است. دیگر شاخص‌های نیکویی برازش برای معادلات ساختاری بدین صورت است که مقدار شاخص توکر- لویس (TLI)^۲ ۰/۹۹، شاخص برازش بنتلر- بونت (BBI)^۳ ۰/۹۸، شاخص برازش تطبیقی (CFI)^۴ ۰/۹۴ و شاخص برازش مقتصد هنجار شده (PNFI)^۵ ۰/۷۹ است که همگی نشان‌دهنده برازش مطلوب و تأیید مدل پژوهش است.

همان‌گونه که در مدل تحلیل مسیر^۶ ملاحظه می‌شود، کارآفرینی سازمانی به صورت مستقیم با ضریب مسیر^۷ مسیر^۷ ۰/۳۶ بر جامعه‌پذیری سازمانی و با ضریب مسیر ۰/۳۸ بر تعهد سازمانی کارکنان اثرگذار است. جامعه‌پذیری سازمانی با ضریب مسیر ۰/۲۶ بر تعهد سازمانی کارکنان اثرگذار است. کارآفرینی سازمانی به صورت غیرمستقیم و از طریق جامعه‌پذیری با ضریب مسیر ۰/۰۹۳ (به صورت مستقیم ۰/۳۶ و ۰/۲۶ از طریق جامعه‌پذیری) بر تعهد سازمانی کارکنان اثرگذار است.

در اثرگذاری کارآفرینی سازمانی به ترتیب ساختار با بار عاملی ۰/۹۱، هدف‌ها و راهبردها با بار عاملی ۰/۸۱، فرهنگ سازمانی با بار عاملی ۰/۵۳، حمایت و مدیریت با بار عاملی ۰/۴۰، سیستم آموزش و اطلاعات با بار عاملی ۰/۳۵ و سیستم پاداش و تشویق با بار عاملی ۰/۳۴ بیشترین نقش را دارند. در اثرگذاری جامعه‌پذیری سازمانی به ترتیب آموزش و تمرین با بار عاملی ۰/۹۵، دورنمای آینده با بار عاملی ۰/۹۳، ادراک با بار عاملی ۰/۸۹ و

1. Root Mean Squared Error of Approximation
2. Tucker- Lewis Index
3. Bentler- Bonett Index
4. Comparative Fit Index
5. Parsimonious Normed Fit Index
6. Path analysis
7. Path coefficient

حمایت همکاران با بار عاملی ۰/۸۰ بیشترین نقش را دارند. در تعهد سازمانی به ترتیب تعهد عاطفی با بار عاملی ۰/۶۳؛ تعهد مستمر با بار عاملی ۰/۵۱ و تعهد هنجاری با بار عاملی ۰/۴۹ بیشترین نقش را داشتند.



شکل ۲. تحلیل مسیر مدل مفهومی تحقیق

بحث و نتیجه گیری

هدف از این تحقیق تعیین اثر کارآفرینی سازمانی بر جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان ادارات تربیت‌بدنی استان مازندران بود. نتایج نشان داد که کارآفرینی سازمانی بر جامعه‌پذیری سازمانی اثرگذار است ($P < 0.01$). این نتیجه با نتایج تحقیقات آلن و تاملینسون (۲۰۰۲) و آنتونی (۲۰۰۷) همخوانی دارد (۱۴، ۸). درباره وجود ارتباط بین این دو متغیر تحقیقات بسیار کمی انجام گرفته است. شاید علت آن در این امر نهفته باشد که جامعه‌پذیری سازمانی پدیده نوظهوری است که درباره آن باید تحقیقات بیشتری انجام گیرد تا به صورت قاطع و محکم بتوان در موردش بحث کرد. با این اوصاف این نتیجه تحقیق نشان می‌دهد که وجود سازمانی با ساختار کارآفرینانه می‌تواند در جامعه‌پذیری کارکنانش اثر بگذارد. اگر کارکنان احساس کنند که سازمان حامی

قوی ایده‌های خلاقانه آنهاست، می‌توانند مشارکت واقعی در روند برنامه‌ریزی و تعیین اهداف سازمان داشته باشند و احساس کنند سازمان برای فعالیت‌های آنها ارزش قائل است و از همین رو بر این باور خواهند بود فعالیت‌هایی که در سازمان انجام می‌دهند، بر سرنوشتشان تأثیرگذار است و نیازهای اساسی آنان را برطرف می‌کند. بنابراین اهداف و ارزش‌های سازمان را در جهت اهداف خود دانسته و در تحقق آنها از هیچ کوشش و تلاشی دریغ نخواهند کرد. زمانی که کارآفرینی سازمانی وجود داشته باشد، کارکنان برای بروز خلاقیت و نوآوری‌های خود بستری را می‌بینند که به آنها امکان بیان نظرها و ایده‌هایشان را می‌دهد. از این رو سعی می‌کنند ارزش‌ها و انتظارات موجود در سازمان را شناسایی کنند و براساس آنها ایده‌های خلاقانه خود را ارائه دهند. علاوه بر شناسایی اثر کارآفرینی سازمانی بر جامعه‌پذیری سازمانی، نتایج نشان داد که کارآفرینی سازمانی بر تعهد سازمانی نیز اثرگذار است ($P < 0.05$). این نتیجه با یافته‌های تحقیق فوکس (۲۰۰۸)، ماهونی و همکاران (۲۰۱۰) و دوهرتی و همکاران (۲۰۰۴) همخوانی دارد (۲۲، ۲۶، ۳۲). وجود چنین ارتباطی بین این دو متغیر بر اساس نظریه‌های مدیریت رفتار سازمانی منطقی و مستدل است، زیرا این نظریه‌ها شرایطی را شرح می‌دهد که سازمانی که با کارکنان خود رابطه‌ای انسانی دارد، این احساس را به کارکنان القا می‌کند که سازمان از ایده‌ها و نظریه‌های خلاقانه آنها حمایت می‌کند، آنها در مقابل سازمانی که برایشان ارزش قائل است، احساس تعهد و مسئولیت می‌کنند و در صدد عمل متقابل بر می‌آیند. به همین دلیل ممکن است کارکنان تعهد سازمانی را به دلیل دریافت پاداش و حمایت از سرپرستان خود انجام دهند تا تعادل یا برابری تبادل اجتماعی را با سازمان خود حفظ کنند. بنابراین کیفیت روابط تبادلی، کارکنان را از طریق افزایش احساس تعلق، تمایل به جبران متقابل و اعتماد، به داشتن تعهد سازمانی ترغیب می‌کند. در چنین شرایطی وقتی مدیران از کارکنان در مورد روش‌های بهره‌وری نظرخواهی می‌کنند، کارکنان تمایل بیشتری به بقا در سازمان نشان می‌دهند، همچنین زمانی که سازمان اقداماتی (مانند آموزش، استقلال) انجام می‌دهد که نشان می‌دهد قدردان افکار و ایده‌های نوآورانه کارمند است، کارمند احساس می‌کند که سازمان از او حمایت می‌کند و زمانی که کارمند احساس کند سازمان از او حمایت می‌کند، تلاش خواهد کرد رفتاری که به سازمان کمک می‌کند، انجام دهد. آخرین یافته این تحقیق این بود که جامعه‌پذیری سازمانی بر تعهد سازمانی اثرگذار است ($P < 0.05$). این نتیجه با نتایج تحقیقات یانگ (۲۰۰۸)، کوئا (۲۰۰۸)، آلن (۲۰۰۶)، چائو (۲۰۰۲)، اگزویوم (۱۹۹۸)، گئوس (۱۹۹۳)، کاسپر و همکاران (۲۰۱۱)، ادواردز و پسی (۲۰۱۰)، چیانگ و چنگ (۲۰۱۱)، ماهونی و همکاران (۲۰۱۰)، کاسکی و

بوواگ (۲۰۰۱) و دوهرتی و همکاران (۲۰۰۴) همخوانی دارد (۲۰، ۲۱، ۲۲، ۲۳، ۲۴، ۲۵، ۲۶، ۲۷، ۲۸، ۲۹، ۳۰، ۳۱، ۳۲، ۳۳، ۳۴، ۳۵، ۳۶، ۳۷، ۳۸، ۳۹، ۴۰، ۴۱، ۴۲، ۴۳، ۴۴، ۴۵، ۴۶، ۴۷، ۴۸، ۴۹، ۵۰). در مورد تأثیر جامعه‌پذیری سازمانی بر تعهد سازمانی می‌توان گفت که گسترش و افزایش جامعه‌پذیری سازمانی به تقویت تعهد سازمانی کارکنان منجر می‌شود؛ چرا که جامعه‌پذیری و عوامل آن مانند حمایت همکاران و آموزش تمرین موجب افزایش کرامت کارکنان می‌شود؛ که آن نیز می‌تواند بر تعهد سازمانی آنها مؤثر باشد. وقتی حمایت سازمانی وجود داشته باشد، تمام کارکنان وجود خود در سازمان را محترم، باارزش و کارساز دانسته و خود را در سرنوشت سازمان سهیم می‌دانند و نسبت به سازمان تعهد پیدا می‌کنند. بنابراین حمایت سازمان از کارکنان با انجام فعالیت‌هایی مانند شرکت دادن کارکنان در تصمیم‌گیری‌های سازمان و به‌کارگیری نظرهای آنان؛ موجب افزایش حس مسئولیت‌پذیری و تعهد در قبال تصمیمات اتخاذ شده می‌شود. بر همین اساس مدیران باید کارکنان را در پیشبرد امور سازمانی با توجه به صلاحیت و کارایی‌شان سهیم کنند و برای نظر آنها در خصوص مسائل سازمانی احترام قائل شوند و از این طریق تعهد کارکنان را به سازمان افزایش دهند. از آنجا که نیروی انسانی مهم‌ترین سرمایه هر سازمانی است، سازمان باید به‌طور همه‌جانبه از کارکنان خود حمایت کند. یکی از مهم‌ترین پیامدهای جامعه‌پذیری سازمانی این است که فرایندهای جامعه‌پذیری به تناسب شخص _ سازمان منجر می‌شود و کارکنان با احتمال بیشتری به سازمان متعهد می‌شوند و ترک شغل کاهش می‌یابد که موجب می‌شود سازمان‌ها بازگشت سرمایه بیشتری را در استخدام، انتخاب و آموزش داشته باشند. نیروی انسانی وفادار، سازگار با اهداف و ارزش‌های سازمانی و متمایل به حفظ عضویت در سازمانی که حاضر است فراتر از وظایف مقرر فعالیت کند، می‌تواند عامل مهمی در اثربخشی آن سازمان باشد. وجود چنین نیرووهایی در سازمان توأم با بالا رفتن سطوح عملکرد و کاهش غیبت، تأخیر و ترک خدمت کارکنان است و وجهه سازمان را در اجتماع مناسب جلوه می‌دهد و زمینه را برای رشد و توسعه سازمان فراهم می‌کند. وجود روابط علی- معلولی بین جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی به مدیران این آگاهی را می‌دهد که نه تنها مشارکت افراد در ایجاد رفتارهای بهنجار مؤثر است و موجبات افزایش کارایی و وابستگی کارکنان را از طریق بروز رفتارهای مطلوب در سازمان فراهم می‌آورد، بلکه در بهبود و تقویت تعهد سازمانی نیز مؤثر خواهد بود. همان‌گونه که در مدل تحلیل مسیر نشان داده شد، ساختار از جمله مؤلفه‌های مهم کارآفرینی سازمانی است که با توجه این، زمانی که سازمان ساختاری کارآفرینانه داشته باشد که در آن کارکنان به‌صورت آزادانه ایده‌ها و نظرهای خلاقانه و نوآورانه خود را بروز دهند، این سازمان می‌تواند از کارآفرینی بالایی برخوردار باشد و بالطبع می‌تواند فرصت‌های بیشتری برای گسترش و

توسعه سازمانی داشته باشد. یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های جامعه‌پذیری سازمانی، آموزش و تمرین است. مدیران برای تسهیل پدیده جامعه‌پذیری در سازمان خود، باید آموزش‌ها و تمرین‌های مرتبط با آن را به‌طور ویژه‌ای در سازمان آموزش دهند. این آموزش‌ها موجب می‌شود که کارکنان نقش‌ها و ارزش‌های موجود در سازمان را شناسایی کرده و براساس آن وظایف و نقش‌های خود را ایفا کنند.

همان‌گونه‌که در مدل تحلیل مسیر نشان داده شد، در تعهد سازمانی، تعهد عاطفی بیشترین نقش را دارد. از این رو می‌توان گفت هر اندازه تعهد عاطفی کارکنان افزایش یابد، تأثیر بیشتری بر تعهد سازمانی آنها دارد و موجب ارتقای آن می‌شود. از این رو پیشنهاد می‌شود که برای افزایش تعهد عاطفی کارکنان ادارات تربیت‌بدنی، ضمن تبیین درست و واقعی اهداف و ارزش‌های ادارات تربیت‌بدنی، با برقراری ارتباط مفید و مؤثر با کارکنان، اهداف و ارزش‌های آنان شناخته شده و در جهت نزدیکی و همسویی این اهداف و ارزش‌ها با اهداف و ارزش‌های وزارت ورزش گام برداشته شود تا از این طریق کارکنان برای موفقیت و اثربخش بودن فعالیت‌های وزارت ورزش به‌طور شخصی احساس مسئولیت کنند و با رفتارهای داوطلبانه و اختیاری خود موجب بهبود مؤثر وظایف و نقش‌های آن شوند.

به‌صورت عمده کلیه سازمان‌ها به‌ویژه سازمان‌های ورزشی نیازمند جهشی عمده در کارامدی هستند. از این رو باید زمینه را به‌گونه‌ای فراهم کرد که کارکنان و مدیرانشان با اطمینان خاطر تجربیات، توانایی‌ها و ظرفیت‌های خود را در جهت اعتلای اهداف سازمانی به‌کار گیرند. این امر میسر نخواهد شد، مگر آنکه اصول و قواعد مربوط به کارآفرینی سازمانی، جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی شناسایی و بسترهای لازم برای پیاده‌سازی این‌گونه رفتارها فراهم شود. شایان ذکر است که هرچند جامعه‌پذیری سازمانی در جوامع گوناگون وجود دارد، فرهنگ و ماهیت آن جامعه تأثیری انکارناپذیر بر آن دارد. بنابراین توصیه می‌شود که دست‌اندرکاران تربیت‌بدنی و به‌ویژه وزارت ورزش با ارائه حمایت سازمانی از کارکنان خود از طریق اقداماتی همچون اعطای تسهیلات، مشارکت در تصمیم‌گیری‌های مرتبط با کارکنان، قردادانی از تلاش‌ها و زحمات آنها، برقراری روابط دوستانه و اعمال سبک‌های رهبری انسان‌گرایانه، در راستای افزایش تعهد سازمانی و ارتقای جامعه‌پذیری کارکنان خود کوشش کنند تا از این طریق به کارایی و اثربخشی مطلوب در زمینه ورزش و تربیت‌بدنی نائل شویم. براساس نتایج و یافته‌های تحقیق پیشنهاد می‌شود که مسئولان وزارت ورزش و جوانان از اعمال هر گونه کنترل مستقیم و تأکید بر اجرای مقررات خشک و دست‌وپاگیر بپرهیزند. مسئولان باید با ایجاد همسویی میان اهداف شخصی

افراد و اهداف ادارات تربیت‌بدنی، زمینه را برای ایجاد کارآفرینی سازمانی فراهم کنند. این امر در سازمان از طریق توانمندسازی کارکنان امکان‌پذیر است. پیشنهاد می‌شود که مسئولان وزارت ورزش از افراد مبتکر و خلاق حمایت همه‌جانبه کنند و برای حفظ این افراد بکوشند. لازم است تصمیم‌گیری‌ها جمعی بوده و مدیریت مشارکتی حاکم باشد. در نهایت پیشنهاد می‌شود مسئولان وزارت ورزش با تعبیه نظام ارتباط با مسئولان وزارت مذکور در سایت‌های مختلف و همچنین اطلاع‌رسانی به کارکنان در مورد امکان ارتباط با مدیران از طریق سیستم اتوماسیون، به تسریع ارتباطات در دانشگاه کمک کنند.

منابع و مآخذ

۱. اخوان صراف، احمدرضا و مجید آراسته. (۱۳۸۲). "توسعه کارآفرینی سازمانی بر مبنای نظام پیشنهادات". تهران. مجموعه مقالات اولین همایش ملی مدیریت کارآفرینی، ص: ۳۴-۵۱.
۲. امامی نژاد، مسعود. (۱۳۸۳). "مکانیزم کارآفرینی در سازمان‌های بزرگ". مجله مدیریت. شماره ۹۰، ص: ۱۲.
۳. ایران‌زاده، سلیمان. (۱۳۷۴). "نقش فرهنگ در بهبود رفتار کار". مجله تدبیر، شماره ۵۳، ص: ۹-۱۴.
۴. بحرالعلوم، حسن، امیرتاش، علی محمد، خبیری، محمد، تندنویس، فریدون. (۱۳۸۴). "ارتباط بین سبک مدیریت با رضایت شغلی کارشناسان تربیت بدنی شاغل در تهران". نشریه پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۴، ص: ۸۳-۱۰۰.
۵. راسخ، نازنین. (۱۳۸۲). "رابطه مدیریت مشارکتی و کارآفرینی سازمانی در دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران". پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران. ص: ۸۰-۹۷.
۶. صمد آقایی، جلیل. (۱۳۷۸). "سازمان‌های کارآفرین". تهران: نشر مرکز آموزش مدیریت دولتی تهران، ص: ۴۹-۵۸.
۷. عباسپور، اصغر. (۱۳۸۵). "بررسی رابطه بین اقدامات منابع انسانی و رفتارهای شهروندی سازمانی در میان کارکنان بانک ملت"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، ص: ۴۴-۵۹.
۸. فروغی‌پور، حمید. (۱۳۸۴). "زمینه‌های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه مدیران و متخصصان تربیت بدنی کشور و ارائه راه‌کار". رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، ص: ۱۱-۱۱۲.

۹. قربانی، محمدحسین. (۱۳۸۶). "مطالعه فرهنگ سازمانی سازمان تربیت‌بدنی جمهوری اسلامی ایران بر اساس مدل دنیسون و مقایسه آن با میانگین‌های جهانی". نشریه حرکت، شماره ۳۹، ص: ۲۷-۳۹.
۱۰. معرفتی، اکبر. (۱۳۸۳). "رابطه فرهنگ سازمانی و سبک رهبری مدیران دانشکده‌ها/ گروه‌های آموزشی با میزان بهره‌وری اعضاء هیات علمی تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی". رساله دکتری، دانشگاه تربیت معلم، ص: ۹-۲۷.
۱۱. هادیزاده مقدم، اکرم و رحیمی فیل آبادی، فرج‌الله. (۱۳۸۴). "کارآفرینی سازمانی". تهران: نشر جانان، ص: ۴۸.
12. Allen, D. G. (2006). "Do organizational socialization tactics influence newcomer embeddedness and turnover?" Journal of Management. Vol. 32, No.2, pp:237- 256.
13. Amo, B.w. & Kolvereid, L. (2005). "Organizational strategy, individual personality and innovation behaviour". Journal of Enterprising culture, 13(1). pp: 7-19.
14. Anthony, Borgese. (2007). "Standards in sports entrepreneurship education". United States Sports Academy, pp: 43-49.
15. Baker, W. K. (1995). "A reanalysis and reinterpretation using structural equation modelling". Human Relations, Vol.48, pp:169-186.
16. Barringer, B.R. & Bluedorn, A.C. (1999). "The relationship between corporate entrepreneurship and strategic management". Strategic management Journal, 20(5), pp:421-444.
17. Bigliardi, B. Petroni, A. and Dormio, A. I. (2005). "Organizational socialization, career aspirations and turnover intentions among design engineers". Journal of Leadership & Organization Development. Vol.26, No.6. pp:424-441
18. Casper, Wendy Jean. Harris, Christopher. Bianco, Amy Taylor & day Wayne, Julie Holli(2011). "Work-family conflict, perceived supervisor support and organizational commitment among Brazilian professionals". Journal of Vocational Behavior, 79(3), pp: 640-652.

19. Chow, I. (2002). **“Organizational socialization and career success of Asian managers”**. International Journal of Human Resource Management. Vol.13, No.4, pp:720-737.
20. Covin G.Jeffrey.(1994). **“Corporate entrepreneurship in high and low technology”**. Journal of enromarketing., Vol 11 (11), pp: 3-4.
21. Cuskelly .G, Boag . A (2001). **“Organizational Commitment as a Predictor of Committee Member Turnover among Volunteer Sport Administrators: Results of a Time-Lagged Study”**. Sport Management Review, Volume 4, Issue 1, pp: 65-86.
22. Doherty. A, Patterson. M, Bussel. M, Van. K (2004). **“What Do We Expect? An Examination of Perceived Committee Norms in Non-profit Sport Organizations”**. Sport Management Review, Volume 7, Issue 2, pp: 109-132.
23. Dolan, S. E, and Schuler, R. S. (2005). **“Human resource and personnel management. (Translator, mohamad saebi and mohamad ali tosi)”**. 7th Edition. Tehran: Education Center of Centennial Management. State Centennial, pp: 41-84.
24. Edwards, Martin R. Peccei, Riccardo (2010). **“Perceived Organizational Support, Organizational Identification, and Employee Outcomes: Testing a Simultaneous Multifoci Model”**. Journal of Personnel Psychology, Volume 9, Issue 1, pp: 17-26.
25. Exum, M. E. (1998). **“An examination of the relationship between organizational socialization and the organizational commitment, job satisfaction, and role orientation of new student affairs professionals”**. Ohio University, pp: 12-26.
26. Fox, julie m. (2008). **“Organizational entrepreneurship and the organizational performance linkage in university extension”**. (Dissertation). Ohio state university. pp: 40-59.
27. Geuss, R.R. (1993). **“Organizational socialization of first and second career teacher: A survey of selected outcomes”**. Dissertation Abstracts .International University Microfilm, pp : 32-40.

28. Jones, G. R. (1986). **“Socialization tactics, self-efficacy and newcomers adjustments to organizations”**. Academy of Management Journal, Vol.29, No.2, pp:262-279.
29. Koopman,R. (2001). **“The relationship perceived organizational justice and organizational citizenship behavior: a review literature”**. Applied Psychology, ms advised by dr,Tafall, R, p: 6.
30. Kowtha, N. R. (2008). **“Engineering the engineers: Socialization tactics and new engineer adjustment in organizations”**. Academic Journal. Vol.55, No.1. pp:67- 81.
31. Kristof, A. L. (1996). **“Person– organization fit: An integrative review of its conceptualizations, measurement, and implications”**. *Personnel Psychology*. Vol.49, No.1. pp:11–49.
32. Mahoney . F. Daniel, Hums A, Andrew .P.S., Dittmore .W (2010). **“Organizational justice in sport”** . Sport Management Review, Volume 13, Issue 2, pp: 91-105.
33. Paglis, L. and Green, S (2002). **“Leadership self- efficacy and manager, motivation for leading change”**. Journal of organizational behavior, 23, pp:215-235.
34. Robbins, S. P. (2005). **“Organizational behavior. (Translator, Ali Parsaeian and Mohamad Earabi)”**. 10th Edition. Bureau of Cultural Research, pp: 4176-199.
35. Rocha, C. (2008). **“Organizational effectiveness of athletic departments and coaches`extra role behaviour”**. NASSM. pp: 321-323.
36. Rust, R. T., Zahorik, A. J., & Keiningham, T. L. (1995). **“Return on quality (ROQ): making service quality financially accountable”**. Journal of marketing, pp: 58-70.
37. Saks, A. M. and Ashforth, B. E. (1997). **“Organizational socialization: making sense of the past and present as a prologue for the future”**. Journal of Vocational Behavior. Vol.51, pp: 234 – 379.
38. Tung chen. L. (2005).**”Relationship among Transformational and Transactional leadership behavior, Job Satisfaction and Organizational**

-
- Commitment on the IT Department**". Research and Development in Shanghai China. Thesis for Degree of Business Administration. pp: 8-33.
39. Yang, J. (2008). "**Effect of newcomer socialization on organizational commitment, job satisfaction, and turnover intention in the hotel industry**". *Service Industries Journal*, Vol. 28, No.4, pp:429-443.