

بررسی ارتباط میان ابعاد کارآفرینی سازمانی و هوش سازمانی در راستای شناسایی فرصت‌های سازمانی بر مبنای تکنیک دیماتل فازی (مطالعه موردی: وزارت ورزش و جوانان)

فریده هادوی، مهدی طالب‌پور، ابوالفضل فراهانی، اعظم نخعی نیازی^۴

چکیده

مقدمه و هدف: تغییر و تحولات سریع از یک طرف و تبدیل ورزش به یک صنعت از طرف دیگر، دست اندرکاران ورزش را با چالش‌های جدیدی رو به رو ساخته، که گذر از آن‌ها نیازمند شناخت فرصت‌ها با به کارگیری رویکردها و روش‌های خلاقانه و بهره‌گیری بیشتر از اطلاعات و دانش است. از اینرو هدف از انجام این پژوهش بررسی ارتباط میان ابعاد کارآفرینی سازمانی و هوش سازمانی و اولویت بندی آنها در وزارت ورزش و جوانان بود.

روش شناسی: در تحقیق حاضر با استفاده از نظرات ۱۱ نفر از خبرگان ورزشی که با بهره‌گیری از روش گلوله برفی به عنوان نمونه در نظر گرفته شدند، سیزده زیرساخت هوش سازمانی آبرخت و کارآفرینی سازمانی مارگریت هیل به عنوان عوامل موثر بر شناخت و استفاده از فرصت‌ها در وزارت ورزش و جوانان مورد بررسی قرار گرفتند. و از تکنیک DEMATEL فازی برای استخراج روابط علی میان متغیرها استفاده شد.

یافته‌ها: با اندازه‌گیری شاخص $i \square i - R \square (D)$ هفت عامل بر حسب مقدار مثبت این شاخص تأثیرگذار (علی) و ۶ عامل بر حسب مقدار منفی آن تأثیرپذیر (معلول) شناخته شدند، همچنین بر اساس مقدار عددی شاخص $i \square i + R \square (D)$ عوامل به ترتیب شدت تأثیرگذاری عبارت بودند از: رهبری کارآفرینانه (۱۷،۳۱)، فرهنگ کارآفرینانه (۱۶،۹۴)، انعطاف سازمان (۱۶،۵۷)، افعال سازمانی (۱۶،۵۷)، وضعیت پاداش (۱۶،۵۶)، فشار عملکردی (۱۶،۲۲)، روحیه (۱۶،۰۶)، سرنوشت مشترک (۱۵،۹۷)، نگرش فردی (۱۵،۹۲) اتحاد و توافق (۱۵،۴۰)، میل به تغییر (۱۵،۲۰)، کاربرد دانش (۱۴،۹۷)، چشم انداز استراتژیک (۱۴،۸۲).

بحث و نتیجه گیری: از یافته‌های فوق استنباط می‌گردد که توجه و تمرکز بر روی عوامل علی مانند رهبری کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، اتحاد و توافق، کاربرد دانش، فشار عملکردی، روحیه و چشم انداز استراتژیک و بهینه‌سازی عوامل معلول در شناخت و استفاده از فرصت‌های وزارت ورزش موثر می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: ابعاد هوش سازمانی، ابعاد کارآفرینی سازمانی، تکنیک دیماتل فازی

۱. دانشیار، دانشگاه آزاد اسلامی اسلامشهر، Fa.hadavi@gmail.com

۲. دانشیار دانشگاه فردوسی مشهد

۳. استاد دانشگاه پیام نور تهران

۴. دانشجوی دکتری مدیریت تربیت بدنی دانشگاه پیام نور تهران

مقدمه:

سازمان های امروزی دیگر نمی توانند آنچه را در گذشته با موفقیت انجام شده است، تنها با تقلید ساده به کار گیرند و موفق نیز باشند، بلکه هر یک باید دائماً در جستجوی فرصت هایی تازه باشند که از دید دیگر رقبا پوشیده مانده است.

تغییر و تحولات سریع علم و فناوری در جهان از یک طرف و تبدیل ورزش به یک صنعت از طرف دیگر، دست اندرکاران ورزش را نیز با چالش های جدیدی رو به رو ساخته است که گذر از آن ها نیازمند شناخت فرصت ها با به کار گیری رویکردها و روش های خلاقانه و بهره گیری بیشتر از اطلاعات و دانش است، چرا که دیگر مواد اولیه، زمین و سایر مواد طبیعی منبع مهم و اساسی به شمار نمی روند و بر خلاف گذشته ثروتمند ترین مردم، افراد دانش مدار و کارآفرین می باشند که پیشه ی آنها کارآفرینی است (۱).

ورزش در کشور ما در حال تحول و رو به توسعه است چرا که جامعه ۷۰ میلیونی ایران نیازهای مختلفی دارد که هر ساله در حال رشد و دگرگونی است و بازار بزرگی برای بخش ورزش محسوب شده که از یک سو می تواند اشتغال ایجاد کند و از سوی دیگر بر تولید ناخالص ملی بیافزاید، ورزش جزء پدیده هایی است که در جامعه ی مدرن تأثیرگذاری غالبی دارد و هیچ جنبه ی دیگری از مسائل اجتماعی تا این حد مورد توجه رسانه ها قرار ندارد که این امر می تواند فرصت های زیادی را برای دست اندرکاران این حوزه فراهم آورد که در صورت شناخت به موقع آن، زمینه های سرمایه گذاری مناسبی را ایجاد خواهد کرد، تشخیص فرصت، توانایی شناخت یک ایده خوب و انتقال آن به کسب و کار، ترکیبی نو از منابع به گونه ای که ارزش افزوده و درآمد تولید کند، تعریف شده است (۳ و ۲). ورزش و جامعه دارای ارتباط متقابلی با یکدیگر هستند و هر نوع تغییری در سطح جامعه ورزش را نیز دستخوش تغییرات ماهیتی و فرایندی خواهد کرد، نقشی که ورزش در سلامت جامعه ۷۰ میلیونی ایران، اقتصاد، اشتغال و .. دارد دست اندرکاران امر ورزش را با چالش هایی مواجه ساخته که گریز از آنها مستلزم شناخت و استفاده به موقع از فرصت ها می باشد. وزارت ورزش به عنوان متولی امر ورزش در کشور، ماموریت هایی دارد از جمله ارتقاء ورزش های همگانی، قهرمانی، بانوان و اشتغال جوانان و غیره که در راستای انجام آنها دارای فرصت های بالقوه زیادی نیز می باشد به عنوان مثال در حوزه اشتغال: ترکیب جمعیت جوان کشور، فارغ التحصیلان دانشگاهی؛ در حوزه ورزش زنان: بالا رفتن سطح تحصیلات زنان و آگاهی نسبت به شأنشان، ایجاد معاونت ورزش بانوان در وزارت ورزش و تعیین مسئول ورزش بانوان به منظور رسیدگی به امور بانوان؛ در حوزه ورزش قهرمانی: علاقمندی مردم به ورزشکاران و قهرمانان، کاهش تصدی گری دولت و واگذاری امور ورزشی به بخش خصوصی و رشد روزافزون فناوری اطلاعات و ارتباطات ورزش قهرمانی کشور و جهان (۴) و در حوزه ورزش همگانی: کثرت جمعیت جوان کشور، تنوع آب و هوایی چهارگانه کشور، امکان تنظیم تفاهم نامه همکاری سازمان ها جهت بهره برداری از ظرفیت ها (۵).

مشاهده شده است که علیرغم فرصت های بالقوه بسیار زیاد محیط ورزش، تا کنون وزارت ورزش آن طور که باید در استفاده از آنها در جهت انجام ماموریت هایش موفق نبوده و با یک عدم توفیق مشخص در انجام بهینه ی آنها مواجه بوده است به عنوان مثال: در حوزه اشتغال: ۲۱ درصد بیکار در بین جوانان (۲۹-۱۵ سال) سال ۱۳۹۲؛ ورزش زنان: عدم حمایت اسپانسرها از ورزش زنان، نداشتن انگیزه و خود اعتمادی لازم و وجود فرهنگ مرد محوری در جامعه ورزش؛ ورزش همگانی: حاکمیت تفکر مدیریت سنتی در بدنه فدراسیون و هیات های ورزشی وابسته، نبود

فرهنگ ورزش همگانی در کشور و عدم آگاهی از ضرورت ورزش همگانی و فواید آن و ورزش قهرمانی: اندک بودن جمعیت تحت پوشش ورزش قهرمانی کشور، فقدان مدل مسیر ترقی و پرورش ورزشکاران در ورزش کشور و ضعف همکاری مناسب بین پایگاه‌های استعدادیابی و قهرمانی با هیأت‌های ورزشی مربوطه در استان ها و ... (۴).

بنابراین وزارت ورزش و جوانان به عنوان متولی ورزش در کشور باید بتواند در راستای نیل به اهدافش و سازگاری با تغییرات روز افزون سریع و پیچیده، عوامل موثر بر شناخت فرصتها را شناسایی و از آنها کمال استفاده را ببرد با توجه به تحقیقات پیشین عوامل زیادی در این زمینه می‌توانند موثر باشند. محقق با مطالعه مبانی نظری و مشورت با خبرگان در این تحقیق زیر ساخت‌های هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی را به عنوان عوامل موثر بر شناخت فرصتهای سازمانی مورد بررسی قرار می‌دهد، چرا که طبق دیدگاه برخی محققان، کارآفرینی به معنای آگاهی از فرصت‌های سودآور و کشف نشده می‌باشد (۷۶) و شناخت فرصت اساس کارآفرینی و یکی از مهم‌ترین توانایی‌های کارآفرینان موفق است (۸). شارت و همکاران (۲۰۱۰) نیز بیان می‌کنند که بدون تشخیص فرصت، کارآفرینی معنا ندارد (۹) و از آنجا که کارآفرین هیچگاه بر تمامی منابع لازم تسلط ندارد، برای پرکردن شکاف منابع در جستجوی فرصت هاست (۱۰)، به عبارتی یک الگوی واضح در میان کارآفرینان تمرکز آنها بر فرصت هاست تا بر منابع (۱۱)، ایشان با فرصتها آغاز می‌کنند و اجازه می‌دهند تا درک آنها از فرصت‌ها در مسائل راه‌گشایشان باشد. آنها در دنبال کردن فرصت‌ها، هدف‌گرا هستند. تعیین اهداف عالی و دست‌یافتنی، آنها را قادر می‌سازد تا انرژی‌های خود را متمرکز کنند، فرصت‌ها را به طور گزینشی رده‌بندی کنند و بدانند که چه وقت «نه» بگویند (۱۲). کارآفرینان فرصت‌هایی که در ظاهر ممکن است تهدید یا کمبود به نظر آیند یا مورد توجه خاصی نباشند کشف کرده، با نوآوری و تحمل مخاطره منابع لازم را جذب می‌کنند. از طرف دیگر، کشف و شناسایی فرصت تنها به یافتن محصولات ارزشمند محدود نشده است، بلکه شناسایی بازار، مواد تولیدی، روشهای ارائه خدمات و روشهای سازماندهی جدید را نیز دربر می‌گیرد که این حوزه‌ها به دانش گسترده‌ای نیاز داشته و اغلب در اختیار یک فرد نیست (۱۳).

پوهاکا (۲۰۱۰) تشخیص فرصت را متشکل از ابعادی چون، پوشش رقابتی محیطی (که در رابطه با جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات است)، جست‌وجوی پیشگام فرصت از ارزشهای آینده (که در رابطه با تصویری خلاصه از آینده است) و ایجاد راهکار نوآورانه خلق فرصت (که در ارتباط با فعالیتهای مختلف اقتصادی است) می‌داند (۱۴). به همین دلیل هوش سازمانی با زیرساخت‌هایی همچون چشم‌انداز استراتژیک، کاربرد دانش و ... خواهد توانست کمک‌شایانی به سازمان در جهت شناخت فرصتها بکند و همان‌گونه که در دنیای انسانی و درحیات پرتلاطم بشری، انسان‌هایی موفق خواهند بود که دارای هوش سرشاری باشند تا با بهره‌گیری از آن بتوانند بر مسائل و مشکلات زندگی فائق آیند، قطعاً در دنیای سازمانی نیز، وضعیت به همین‌گونه است، در سازمان‌های کنونی افراد به منظور دست‌یابی به اهداف و برنامه‌های سازمان خود و همچنین رشد و بقاء در محیط متلاطم امروزی نیازمند ویژگی‌های خاصی می‌باشند که هوش سازمانی را تشکیل می‌دهند تا در نتیجه آن بهتر بتوانند سازمان تحت هدایت خود را در دنیای متلاطم و رقابتی مدیریت کنند (۱۵).

هوش سازمانی به منزله پنجره پویای کسب و کار به محیط بیرون است که عملکرد سازمانی را شناسایی کرده، کارایی را افزایش می‌دهد و فرصت‌های ناشناخته را آشکار خواهد ساخت (۱۶). شناخت هوش سازمانی به تعیین نقاط قوت و ضعف یک سازمان کمک می‌کند (۱۷). هوش سازمانی به سازمان‌ها کمک می‌کند تا اطلاعات و

مهارت های مهم را که به عنوان حافظه سازمانی محسوب می شوند و به طور معمول به صورت سازماندهی نشده وجود دارند، شناسایی، انتخاب، سازماندهی و منتشر کنند. این امر سازمان را به صورت کارا و مؤثر برای تجزیه و تحلیل تهدیدات یا کمبودها و تبدیل آنها به فرصت ها، حل مسائل یادگیری، برنامه ریزی راهبردی یاری می کند (۱۸).

بنابراین کارآفرینی و هوش دو ویژگی برتری هستند که در هر یک از اعضای سازمان نهفته است و توجه به شناسایی این ویژگی ها و نشان دادن چگونگی تأثیر و روابط آنها بر یکدیگر، یکی از موضوعات بسیار اساسی تلقی می شود، چرا که وزارت ورزش به عنوان متولی اصلی ورزش در کشور برای اینکه بتواند به بسیاری از ماموریت‌های خود در زمینه ی استفاده بهینه از استعداد جوانان، جذب و آموزش آنان، برنامه ریزی جهت شناسایی و توسعه منابع مالی جامعه ی عمل پیوشاند و با ایجاد اشتغال و افزایش تولید ناخالص ملی در جهت فرار از تک محصولی بودن اقتصاد کشور گام بر دارد، باید بتواند با توسعه کارآفرینی از کارآفرینان در شناخت و بهره گیری از فرصت ها کمک بگیرد، و برای آشکار شدن فرصت های ناشناخته باید عوامل محیطی مانند مشتریان(جامعه، مخاطبان و ارباب رجوع و نیازهای آن ها) و رقبا(نقاط قوت و ضعف خود در مقابل رقبا) و همچنین فرایندهای سازمانی(مالی، منابع سازمانی و...) شناخته شوند و هوش سازمانی این امکان را فراهم می آورد، چرا که با کسب دانش عمیق و فراگیر نسبت به همه عوامل محیطی باعث هوشمندی سازمان شده و افراد در نتیجه آن بهتر می توانند سازمان خود را در دنیای متلاطم و رقابتی مدیریت کنند.

با توجه به عدم بررسی تأثیر و ارتباط میان متغیرها از طریق روش های تصمیم گیری چند معیاره، این تحقیق با استفاده از تکنیک DEMATEL به عنوان یکی از تکنیک های تصمیم گیری مناسب که به روابط سیستماتیک میان متغیرها نیز می پردازد به بررسی و مدلسازی روابط میان متغیر کارآفرینی سازمانی وزیر ساختههای آن (افعال سازمانی، نگرش فردی، انعطاف سازمانی، وضعیت پاداش، رهبری کارآفرینانه و فرهنگ کارآفرینی) و متغیر هوش سازمانی و ابعاد آن (چشم انداز استراتژیک، سرنوشت مشترک، میل به تغییر، روحیه، اتحاد و توافق، کاربرد دانش، فشار عملکردی) در وزارت ورزش خواهد پرداخت. در ادامه مبانی نظری هر یک از متغیرهای یاد شده و سابقه تحقیقات پیشین، ارائه، روش تحقیق و یافته های حاصل از آن نیز بیان می شود. در انتها بحث و نتیجه گیری حاصل از یافته های تحقیق ارائه می گردد.

کارآفرینی سازمانی. در سال ۱۹۸۵ پینکات اصطلاح کارآفرینی سازمانی را ابداع کرد و این کلمه بطور فزاینده‌ای در سازمان‌هایی که به دنبال کسب فرصت‌ها، کارهای جدید، و تأکید بر خدمات و محصولات جدیدی بودند، وارد شده(۱۹) و یک عنصر ضروری برای ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی است، بنابراین درک بهتر شرایطی که بر اساس آن کارآفرینی شکوفا می شود اهمیت دارد(۲۰). تحقیقات کارآفرینی، کارآفرین را به عنوان سازمان دهنده روند سرمایه گذاری جدید به رسمیت شناخته(۲۱) و معتقدند که عامل کلیدی مؤثر بر کارآفرینی، خود فرد کارآفرین(۲۲). است چرا که کارآفرینان به عنصر تغییر به عنوان یک پدیده معمولی مینگرند و همیشه در جستجوی تغییر هستند، به آن واکنش نشان میدهند و از آن به عنوان یک فرصت، بهره برداری می کنند(۲۳). اکنون در عرصه جهانی، افراد خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان منشأ تحولات بزرگی در زمینه های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده اند. چرخ های توسعه اقتصادی همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت در می آید(۲۴). کارآفرینان و سازمان‌های کارآفرین همواره در حاشیه شرایط رقابتی خود عمل می کنند، به دنبال فرصت هایی مستقل از منابع سازمان می باشند(۱۹)،

با توجه به طبیعت پویای ورزش، این مسئله برای وزارت ورزش بسیار حیاتی است که عقاید، نظرات و نگرش‌های جدید را بپذیرد، به افراد اجازه دهد خود را نه با استانداردهای گذشته، بلکه با دیدگاه‌های آینده بسنجند و به آنچه که نمی‌دانند، بیشتر از آنچه که می‌دانند توجه کنند.

در اکثر مدل‌های بررسی شده مرتبط با کارآفرینی سازمانی، عوامل سازمانی که به بهترین شکل زمینه را برای اجرای ابعاد کارآفرینی سازمانی در سازمان فراهم می‌کنند، مشخص شده‌اند. در جدول (۱) مولفه‌های سازمانی مدل‌های بررسی شده در این زمینه جمع‌بندی گردیده است.

جدول (۱): جمع‌بندی مولفه‌های سازمانی مدل‌های کارآفرینی سازمانی

مدل / ویژگی	عوامل سازمانی
مدل کوراتکو وهورنزی ^۱ (۱۹۸۴)	حمایت مدیریت عالی، آزادی عمل، قابلیت دسترسی زمان، سیستم پاداش، و حد و مرزهای سازمانی (۲۵)
مدل گات و گینزبرگ (۱۹۹۲)	استراتژی، ساختار، فرآیند، ارزشها و عقاید محوری سازمان (۲۶)
مدل شاکر زهرا ^۳ (۱۹۹۳)	ارزش‌های مدیریتی، ساختار، فرآیند، فرهنگ، متغیرهای زمینه‌ای (۲۷)
مدل ولکات و لپیپز ^۴ (۲۰۰۷)	حمایت مدیریت عالی، فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، اختیار کاری، سیستم پاداش، ارتباطات سازمانی (۲۸)
مدل کوین ^۵ و کوراتکو (۲۰۰۹)	ساختار، فرهنگ، منابع / توانمندی‌ها و نظام پاداش (۲۵)

از جدول فوق می‌توان اینگونه استنباط کرد که سازمان کارآفرین همواره قادر است تا خود را با محیط متغیر خارج از سازمان تطبیق دهد و دارای زیرساخت‌های ذیل می‌باشد که مبنای مدل کارآفرینی سازمانی محقق خواهد بود: انعطاف‌پذیری سازمانی. (پاسخ‌گوئی بهتری نسبت به تغییر از طریق دادن آزادی عمل به افراد و بروز رفتارهای مختلف از جانب آنها در انجام وظایف سازمانی (۲۹)، سیستم‌های پاداش (اجتناب از حقوق و دستمزد صرفاً بر پایه ساعت کار و برقراری پاداش کافی برای حمایت از کسانی که استحقاق دارند به منظور ایجاد انگیزه جهت کارآفرینی)، فرهنگ کارآفرینی (برخورداری از مجموعه‌ای از نگرشها، ارزشها، هنجارها و رفتارهای متمایز به عنوان خرده فرهنگی از کل فرهنگ حاکم بر جامعه بنام فرهنگ کارآفرینی (۳۰)، رهبری کارآفرینانه (عدم وجود رابطه رهبر و پیرو بین مدیر و کارکنان، اثرگذاری رهبری دو طرفه و تعاملی، وجود بینش و آرمان مشترک و قابلیت‌های مکمل و سازگار بین اعضاء (۳۱)، نگرش کارآفرینانه (ترکیبی از باورها و هیجانات مثبت به کارآفرینی به منظور آماده‌سازی افراد و حمایت آنها از رفتارهای کارآفرینانه (۳۲)، افعال سازمانی (تاکید تمامی عملیات سازمان بر ارائه خدمات جدید و نوآورانه و بهبود مستمر کلیه خدمات و شناخت فرصت‌ها و موقعیتهای جدید و پیشرفت و انجام کارها با روش‌های مختلف و جدید)، نوآوری در کار (ایجاد محصول جدید، بهبود آن و روش‌های نو در تولید به عنوان عاملی ضروری برای باقیماندن در رقابت (۳۳).

^۱ Kuratko & Hornsby

^۲ Guth & Ginsberg

^۳ Zahra, S.A.

^۴ Wolcott & Lippitz

^۵ Covin, J. G

^۶ Kuratko.

هوش سازمانی. فرایندی اجتماعی است که اولین بار به وسیله تی ماتسودا ژاپنی (۱۹۹۲) ارائه شد، (۳۴) نظریه های زیربنایی آن نیز بر مبنای نظریه های هوش فردی محض بوده که تاکنون نادیده انگاشته شده اند (۳۵)، این نوع هوش، حاصل اجتماع و تعامل هوش تک تک اعضای سازمان ها بوده (۳۶) و نقطه ی تمرکز آن، ایجاد، پرورش و مدیریت توانایی های سازمان است (۳۷).

تا کنون برای هوش سازمانی مدل های متعددی ارائه شده است که در جدول شماره (۲) تعدادی از مدل های مشهور به اختصار اشاره شده است.

جدول (۲): جمع بندی مولفه های سازمانی مدل های هوش سازمانی

مدل	مولفه ها
ماتسودا (۱۹۹۳)	شناخت سازمانی، حافظه ی سازمان ، یادگیری سازمانی، ارتباط سازمانی، استدلال سازمانی (۳۸)
هلال ^۳ (۲۰۰۰)	ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی، مدیریت دانش، روابط کاری و فرایندهای راهبردی (۳۹)
آلبرخت (۲۰۰۳)	چشم انداز استراتژیک، سرنوشت مشترک، میل به تغییر ، روحیه، اتحاد و توافق، کاربرد دانش و فشار عملکردی (۴۰)
ایوانا سمیک ^۴ (۲۰۰۵)	یادگیری سازمانی، حافظه سازمانی، دانش سازمانی، ارتباطات سازمانی و نتایج و بازخورد سازمانی (۴۱)

با توجه به جدول فوق، تا کنون برای هوش سازمانی مدل ها متعددی ارائه شده ولی از آنجایی که آلبرخت در این زمینه مطالعات وسیعتری انجام داده در تحقیق حاضر از مدل هوش سازمانی آلبرخت استفاده می شود. وی هوش سازمانی را استعداد و ظرفیت یک سازمان در حرکت بخشیدن به توانایی ذهنی سازمان و تمرکز دادن این توانایی در جهت رسیدن به رسالت سازمانی تعریف می کند و شامل هفت مؤلفه می داند که عبارتند از: چشم انداز استراتژیک (داشتن آگاهی نسبت به مقصد و ظرفیت کاری برای بیان هدف)، سرنوشت مشترک (داشتن هدف مشترک و واحد و حس روحیه گروه)، میل به تغییر (توانایی رویارویی با چالش های غیر منتظره و تطبیق با انواع تغییرات)، روحیه (انرژی مضاعف برای موفقیت)، اتحاد و توافق (مفید بودن ابزارها و قوانین موجود در سازمان در موفقیت و تعامل اعضا با یکدیگر به منظور رویارویی با محیط)، کاربرد دانش (ظرفیت تسهیم اطلاعات، دانش و بینش خود با دیگران و جریان آزاد دانش در سرتاسر سازمان) فشار عملکردی (جدی بودن در انجام کارهای درست برای بازدهی ماهرانه و موفقیت مشترک).

با توجه به بررسی های انجام شده در منابع معتبر، محققان داخلی و خارجی بسیاری، متغیرهای تحقیق را به شرح ذیل مورد بررسی قرار داده اند: با وجود زمینه های فراوان برای کارآفرینی در ورزش کشور از جمله: تبلیغات، مدیریت و برنامه ریزی ورزشی، آموزش و پژوهش در ورزش، امور ورزش همگانی، ورزش قهرمانی حرفه ای، ساخت وسایل و تجهیزات ورزشی، خدمات ورزشی و امور فرهنگی ورزشی که هر کدام شامل زیر مجموعه هایی هستند. (۴۲).

۱. Matsuda
۲. Matsuda

۳. Halal
۴. Simic, Ivana

محققان نشان دادند که تفاوت معنی داری بین وضع موجود و مطلوب کارآفرینی در ورزش کشور وجود دارد و جایگاه کارآفرینی در موقعیت مخاطره آمیز قرار گرفته است. (۴۳) و میانگین کارآفرینی در ورزش کشور پایینتر از حد متوسط است (۴۴).

بنابراین باید تلاش شود با تمرکز بر مقوله کارآفرینی، عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی و همچنین موانع آن به منظور رسیدن به وضعیت مطلوب به خوبی شناخته شود، در همین راستا تحقیقات زیادی انجام شده است به عنوان مثال: فارسی و همکاران (۱۳۹۰) بیان کرده اند که عامل هایی مانند میزان سرمایه گذاری زیربنایی دولت در ورزش، توجه به کیفیت محصولات و خدمات، میزان تشویق جو و فضای عمومی حاکم بر جامعه به خلق و اجرای ایده های جدید، میزان رقابت در بازار ورزشی (تولید تجهیزات ورزشی و باشگاه داری)، زیرساخت های کسب و کار، ارتباطات، حمل و نقل، خدمات بیمه و خدمات بانکی موانع اصلی کارآفرینی در ورزش کشور هستند. (۳۱) در بررسی دیگری، ویژگی های شخصیتی مدیران، ویژگی های شخصیتی کارکنان، فرهنگ سازمانی، سبک رهبری تضاد سازمانی به عنوان موانع رفتاری کارآفرینی سازمانی در ورزش گزارش شده است. (۴۵)، از طرفی، حمیدی و محمدی (۱۳۸۸) در مقاله خود نشان دادند که عوامل شخصیتی به تنهایی قادر است ۶۹/۶۴ درصد از تغییرات کارآفرینی را تبیین نماید (۴۶)، این در حالی است که تاثیر عوامل شخصیتی و همچنین روانشناختی بر کارآفرینی در تحقیق دیگری به ترتیب (۴۹ درصد و ۶۹ درصد) گزارش شده است (۴۷). محققان در مورد مقوله هوش به عنوان یک عامل روانشناختی موثر بر کارآفرینی، نوآوری و خلاقیت، تحقیقات فراوانی انجام داده اند به عنوان مثال: بخشیان و همکاران (۲۰۱۲) نشان دادند که از بین ابعاد هوش سازمانی، اتحاد و توافق، بیشترین تاثیر مستقیم را بر کارآفرینی داشته و بعد از آن روحیه و میل به تغییر قرار دارند و متغیرهای دیگری نیز به صورت غیر مستقیم و از طریق تاثیر این سه متغیر بر کارآفرینی تاثیر گذارند. همچنین بیشترین تاثیر غیرمستقیم متغیرها بر متغیر وابسته مربوط به فشار عملکرد بوده است. (۴۸) و انصاری منش (۱۳۹۰) نیز در تحقیق خود نشان داد که به ترتیب اتحاد و توافق با بتای ۰/۳۹، چشم انداز استراتژیک ۰/۲۷ و میل به تعبیر با بتای ۰/۲۰ بیشترین سهم را در تبیین خلاقیت دارد و سایر مولفه ها را تحت تاثیر خود قرار می دهد. (۴۹).

همان طوری که پیشینه تحقیق نشان می دهد تحقیقاتی در خصوص هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی و موضوعات مرتبط همچون خلاقیت در حوزه های مختلف انجام گرفته است اما این ارتباط در حوزه ورزش کمتر مورد توجه قرار گرفته است، و همچنین بیشتر تحقیقات از طریق همبستگی ارتباط بین این دو متغیر را نشان داده اند، از اینرو با توجه به خلاء موجود، تحقیق حاضر با بکارگیری تکنیک دیماتل فازی در صدد پاسخ گویی به این سوال است که آیا زیر ساختهای هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی بر یکدیگر تاثیر دارند و در صورت تأیید تاثیر مشخص کند کدام یک از این دو متغیر و ابعاد آنها تاثیر گذار تر و کدام یک تاثیر پذیر تر می باشند؟

روش شناسی تحقیق

بر خلاف روش های آماری مانند همبستگی، رگرسیون که تنها نوع استقلال و عدم استقلال میان عناصر را مشخص می کنند؛ روش دیمتل به سنجش نظرات خبرگان پیرامون یک و شدت تاثیر گذاری را نیز مشخص کرد. در روش های آماری چنانچه بخواهیم از مجموعه ای از متغیرها، اولویت بندی انجام دهیم، باید از آزمونهای مختلف مانند فریدمن استفاده کنیم در حالی که روش دیمتل روشی جامع برای بررسی رابطه ها و اولویت بندی از طریق تعیین

تأثیرگذارترین متغیر و تأثیرپذیرترین متغیر به شمار می‌آید. به عبارت دیگر، در این تحقیق با توجه به در نظر گرفتن تعداد زیادی از متغیرها و لزوم تلفیق قضاوت پیرامون رابطه میان متغیرها از روش DEMATEL که بر مبنای سنجش نظرات خبرگان است، استفاده گردیده موضوع یا متغیر می‌پردازد، در این روش می‌توان علاوه بر تعیین استقلال و یا عدم استقلال، جهت است.

به منظور استفاده از نظر خبرگان ابتدا فهرستی از شرایط مشترکی که افراد به عنوان خبره باید داشته باشند تهیه شد از جمله: دارای تحصیلات آکادمیک و ترجیحاً دکتری تربیت بدنی و حداقل پنج سال سابقه‌ی مدیریتی یا اجرایی در حوزه ورزش کشور باشند و سابقه‌ی پژوهشی در حداقل یکی از متغیرهای تحقیق نیز داشته باشند، با توجه به ماهیت روش مورد استفاده (استفاده از نظر خبرگان) تعداد نمونه آماری معمولاً بین ۱۲-۱۰ نفر خبره است (۵۰)، که در این تحقیق ۱۱ نفر بعنوان نمونه با بهره‌گیری از روش گلوله برفی در نظر گرفته شده است. بدین منظور با استفاده از نظرات ۱۱ نفر از خبرگان در امر ورزش کشور با استفاده از تکنیک مذکور، مدل سازی روابط میان متغیرها انجام شده است. در ادامه، روش DEMATEL به عنوان روش پیشنهادی مورد استفاده در این تحقیق برای مدل سازی روابط میان متغیرها و اولویت بندی آنها، تشریح شده است. وو (۲۰۰۸) پنج گام زیر را برای روش (DEMATEL) بر اساس روش فونتلا و گابوس (۱۹۷۶) ارائه کرده است (۵۱).

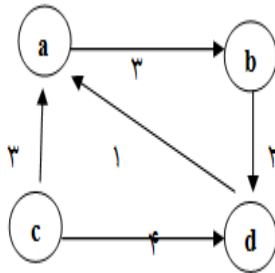
گام اول: در ابتدا همانطور که پیش از این بیان شد با استفاده از پژوهشهای پیشین، مطالعات کتابخانه‌ای و نظرات کارشناسان، هوش سازمانی و ابعاد آن و کارآفرینی سازمانی و ابعادش به عنوان عوامل مؤثر بر استفاده از فرصت‌های سازمان شناسایی شدند. و مدل ابتدایی و پایه ارتباط بین مؤلفه‌های هوش سازمانی با مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی تهیه شد.

گام دوم: از عوامل استخراج شده در گام اول، برای بررسی روابط دورنی بین زیر ساختهای هوش سازمانی و مؤلفه‌های کارآفرینی یک ماتریس نظرسنجی تهیه شده، به گونه‌ای که عوامل تشکیل دهنده سطرها و ستونهای این ماتریس اند. ماتریس در اختیار خبرگان قرار می‌گیرد و از آنها خواسته می‌شود که با مقایسه زوجی بین عوامل واقع بر هر سطر را با تک تک عاملهای واقع بر هر ستون با توجه معیار امتیاز دهی ۱ تا ۹، در خانه‌های مربوطه درج کنند. سپس میانگین حسابی یا هندسی امتیازات همه پاسخ دهندگان را محاسبه کرده و به صورت یک ماتریس M نشان داده می‌شود،

$$Z = \frac{(Z^1 \oplus Z^2 \oplus \dots \oplus Z^P)}{P} \quad (1)$$

ماتریس فازی Z ماتریس فازی اولیه‌ی روابط مستقیم نامیده می‌شود.

ورودی هر تقاطع نشان دهنده شدت نفوذ است. به این معنی که چنانچه تقاطع C1 در سطر اول و C3 در ستون سوم برابر با 2 باشد؛ بیانگر آن است که معیار C1 به میزان 2 واحد بر معیار C3 تأثیر گذار است و جهت تأثیر از سمت معیار C1 به سمت معیار C3 است. شکل 1. مثالی از چنین نقشه شبکه تأثیرات است. هر حرف نشان گر یک معیار در سیستم است. پیکان از a به b نشانگر تأثیری است که a بر b داشته و میزان تأثیر ۳ است.



گام دوم: در این گام از فرمول استانداردسازی که مقیاس‌های فاکتورها را به مقیاس‌های قابل مقایسه تبدیل می‌کند، استفاده شده، مجموع هر سطر از ماتریس Z را محاسبه کرده و هر یک از درایه‌های ماتریس Z را بر بیشترین مجموع ردیفی از آن ماتریس تقسیم می‌کنیم. (2)

$$a_{ij} = \sum_{j=1}^n z_{ij} = \left(\sum_{j=1}^n l_{ij}, \sum_{j=1}^n m_{ij}, \sum_{j=1}^n u_{ij} \right)$$

$$r = \max_{1 \leq i \leq n} \left(\sum_{j=1}^n u_{ij} \right)$$

$$x_{ij} = \frac{z_{ij}}{r} = (l'_{ij}, m'_{ij}, u'_{ij}) \quad (3)$$

لذا ماتریس X ، ماتریس فازی روابط مستقیم استاندارد شده نامیده می‌شود که مقادیر آن طبق فرمول (۳) بدست می‌آید.

گام سوم: مجموع دنباله نامحدود از آثار مستقیم و غیرمستقیم از عناصر بر یکدیگر (توام با کلیه بازخورهای ممکن) به صورت یک تصاعد هندسی، بر اساس قوانین موجود از گراف‌ها محاسبه می‌شود. محاسبه این مجموع نیاز به استفاده از $(I - X)^{-1}$ خواهد داشت. آثار غیر مستقیم از عناصر موجود ماتریس معکوس هم گرائی دارد، زیرا اثرهای غیرمستقیم در طول زنجیره‌ها از دیاگرام موجود به صورت پیوسته کاهش خواهد بود. مجموع دنباله نامحدود از اثرهای مستقیم و غیر مستقیم از عناصر بر یکدیگر به صورت $X^*(I - X)^{-1}$ است.

$$T = [l''_{ij}] = X_l \times (I - X_l)^{-1}, \quad [m''_{ij}] = X_m \times (I - X_m)^{-1}, \quad [u''_{ij}] = X_u \times (I - X_u)^{-1} \quad (4)$$

گام چهارم: تعیین ارزش آستانه‌ای و تدوین نقشه شبکه روابط. به منظور تشریح روابط ساختاری میان معیار و حفظ پیچیدگی سیستم با یک سطح قابل مدیریت در همان زمان، لازم است که ارزش آستانه‌ای ρ برای فیلتر کردن تأثیرات ناچیز در ماتریس T تدوین شود. تنها برخی از معیارها، که تأثیر آنها در ماتریس T بیشتر از ارزش آستانه‌ای است باید انتخاب شده و در نقشه روابط شبکه‌ای نمایش داده شوند.

گام پنجم: حال به واسطه کشیدن دیاگرام باید مقادیر $D - R$ و $D + R$ را به طوری که D و R به ترتیب مجموع سطر و ستون برای هر عنصر در ماتریس T هستند بدست آورد.

یافته ها

برای انجام این پژوهش ابتدا ماتریس حاصل از ادغام نظرات افراد با توجه به ۱۳ عامل کلیدی مؤثر بر شناخت فرصت‌های وزارت ورزش و جوانان به روش میانگین ساده به دست آمد، محاسبه شد. عوامل مورد تحقیق عبارتند از:

C1: چشم انداز استراتژیک ، C2: سرنوشت مشترک ، C3: میل به تغییر ، C4: روحیه ، C5: اتحاد و توافق ، C6: کاربرد دانش ، C7: فشار عملکردی ، C8: افعال سازمانی ، C9: نگرش فردی ، C10: انعطاف سازمانی ، C11: وضعیت پاداش ، C12: رهبری کارآفرینانه ، C13: فرهنگ کارآفرینانه. به علت کثرت عوامل (۱۳ عامل) و ننگ‌جیدن در صفحات این پژوهش، برای نمونه به عوامل C1 و C2 اشاره می‌گردد . در جدول شماره (۳) ترکیب مقایسات زوجی برای عوامل C1 و C2 آورده شده است.

جدول (۳): ترکیب مقایسات زوجی برای عوامل C1 و C2

C2			C1			ماتریس فازی تجمیع نظر خبرگان (z)
u	m	l	u	m	l	
1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	C1
1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	C2

بعد از اینکه ماتریس تصمیم‌گیری اولیه به دست آمد، اقدام به نرمالایز کردن ماتریس به دست آمده شد که در جدول شماره (۴) روابط مستقیم استاندارد شده به عنوان نمونه برای عوامل C1 و C2 آورده شده است .

جدول (۴): ماتریس فازی روابط مستقیم استاندارد شده برای عوامل C1 و C2

C2			C1			ماتریس فازی نرمال شده (x)
u	m	l	u	m	l	
0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	C1
0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	C2

حال بر اساس ماتریس نرمالیزه شده x ماتریس رابطه کلی T محاسبه می‌شود که در جدول شماره (۵) به عنوان نمونه به روابط مستقیم و غیر مستقیم عوامل C1 و C2 اشاره شده است.

جدول (۵): ماتریس T (مجموع روابط مستقیم و غیر مستقیم عوامل C1 و C2)

C2			C1			ماتریس مجموع روابط مستقیم و غیر مستقیم (T)
u	m	l	u	m	l	
0.17	0.08	0.05	0.13	0.07	0.05	C1
0.15	0.08	0.05	0.13	0.07	0.04	C2

اکنون در جدول (۶) که در واقع از دفازی کردن ماتریس محاسبه شده T بدست آمده است، درجه تاثیر گذاری و تاثیر پذیری هر یک از متغیرهای مؤثر بر شناخت و استفاده از فرصتها و خلاقیت در وزارت ورزش و جوانان مشخص شد ، و شدت تاثیرات بیش از آستانه تاثیر گذاری (ارزش آستانه ای در این تحقیق، میانگین کل اعداد حاصل از جدول ماتریس T است که مقدارش ۰٫۹۳ می باشد). به عنوان شدت تاثیرات مؤثر در نظر گرفته شد.

جدول (۶): ماتریس دفازی شده

کارآفرینی سازمانی						هوش سازمانی						ماتریس دفازی شدت تاثیر مستقیم و غیر مستقیم عوامل بر هم		
C13	C12	C11	C10	C9	C8	C7	C6	C5	C4	C3	C2			C1
0.64	0.67	1.39	1.46	1.57	1.35	0.73	0.76	0.64	0.72	0.75	0.79	0.68	C1	هوش سازمانی
0.71	0.73	1.25	0.86	1.42	1.34	0.70	0.73	0.60	0.68	0.71	0.73	0.64	C2	
0.78	0.79	1.11	1.05	1.41	1.40	0.71	0.75	0.61	0.70	0.73	0.75	0.66	C3	
0.92	0.96	1.34	1.16	1.37	1.46	0.77	0.81	0.66	0.76	0.79	0.81	0.71	C4	
1.14	0.80	1.30	1.43	1.78	1.40	0.80	0.85	0.68	0.79	0.81	0.86	0.74	C5	
0.82	0.80	1.39	1.45	1.56	1.26	0.76	0.80	0.66	0.75	0.78	0.81	0.71	C6	
0.90	0.81	1.28	1.64	1.55	1.50	0.78	0.83	0.68	0.77	0.80	0.85	0.73	C7	کارآفرینی سازمانی
0.59	0.57	0.76	0.75	0.85	0.80	0.69	0.88	0.64	0.78	0.88	0.90	0.60	C8	
0.49	0.48	0.61	0.61	0.67	0.64	0.61	0.61	0.31	0.56	0.51	0.64	0.49	C9	
0.62	0.61	0.83	0.80	0.92	0.86	0.71	0.85	0.74	0.85	0.86	1.18	0.82	C10	
0.64	0.62	0.84	0.86	0.95	0.89	1.08	0.88	0.82	0.81	1.02	0.85	0.81	C11	
0.86	0.83	1.19	1.19	1.36	1.26	1.41	1.59	1.16	1.47	1.49	1.43	1.30	C12	
0.82	0.80	1.14	1.14	1.30	1.20	1.40	1.56	0.95	1.33	1.35	1.43	1.28	C13	

طبق نتایج حاصل از جدول شماره (۶) یعنی ماتریس دفازی شده شدت تاثیرات مستقیم و غیر مستقیم عوامل بر هم:

مؤلفه C1 معیاری است که بر معیار (C8, C9, C10, C11) تاثیر می گذارد و از دو معیار (C12, C13) تاثیر می گیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل چون $(Di+Rj) = ۱۴,۸۲$ و $(Di-Rj) = ۰,۹۱$ ، بنابراین گفته می شود، معیار C1 عاملی علی است و دارای اهمیت نسبی در جریان تاثیر گذاری و تاثیر پذیری در سیستم می باشد و باید مورد توجه قرار گیرد.

مؤلفه C2 معیاری است که بر معیار (C8, C9, C10) تاثیر می گذارد و از معیار (C10, C12, C13) تاثیر می گیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل چون $(Di+Rj) = ۱۵,۹۷$ و $(Di-Rj) = -۰,۸۴$ ، بنابراین گفته می شود، معیار C2 عاملی نفوذپذیر و دارای اهمیت نسبی است که باید توسط عوامل علی بهینه سازی گردد.

مؤلفه C3 معیاری است که بر معیار (C8, C9, C10, C11) تاثیر می گذارد و از معیار (C11, C12, C13) تاثیر می گیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل چون $(Di+Rj) = ۱۵,۲۰$ و $(Di-Rj) = -۰,۱۵$ ، بنابراین گفته می شود، معیار C3 عاملی نفوذپذیر و دارای اهمیت نسبی است که باید توسط عوامل علی بهینه سازی گردد.

مؤلفه C4 معیاری است که بر معیار (C8, C9, C10, C11) تاثیر می گذارد و از معیار (C12, C13) تاثیر می گیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل چون $(Di+Rj) = ۱۶,۰۶$ و $(Di-Rj) = ۰,۴۶$ ، بنابراین گفته می شود، معیار C4 عاملی علی است و دارای اهمیت زیادی در جریان تاثیر گذاری و تاثیر پذیری در سیستم می باشد و باید مورد توجه قرار گیرد.

مؤلفه C5 معیاری است که بر معیار (C8, C9, C10, C11, C13) تاثیر می گذارد و از معیار (C12, C13) تاثیر می گیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل چون $(Di+Rj) = ۱۵,۴۰$ و $(Di-Rj) = ۲,۸۶$ ، بنابراین گفته می شود، معیار C5 عاملی علی است و دارای اهمیت نسبی در جریان تاثیر گذاری و تاثیر پذیری در سیستم می باشد و باید مورد توجه قرار گیرد.

مؤلفه C6 معیاری است که بر معیار (C8, C9, C10, C11) تاثیر می‌گذارد و از معیار (C12, C13) تاثیر می‌گیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل چون $(Di+Rj) = ۱۴,۹۷$ و $(Di-Rj) = ۱,۰۶$ ، بنابراین گفته می‌شود، معیار C6 **عاملی** علی است و دارای اهمیت نسبی در جریان تاثیر گذاری و تاثیر پذیری در سیستم می‌باشد و باید مورد توجه قرار گیرد.

مؤلفه C7 معیاری است که بر معیار (C8, C9, C10, C11) تاثیر می‌گذارد و از معیار (C11, C12, C13) تاثیر می‌گیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل چون $(Di+Rj) = ۱۶,۲۲$ و $(Di-Rj) = ۰,۹۲$ ، بنابراین گفته می‌شود، معیار C7

عاملی علی است و دارای اهمیت زیادی در جریان تاثیر گذاری و تاثیر پذیری در سیستم می‌باشد و باید مورد توجه قرار گیرد.

مؤلفه C8 معیاری است که بر هیچ معیاری تاثیر نمی‌گذارد و از معیار (C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7, C13) تاثیر می‌گیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل چون $(Di+Rj) = ۱۶,۵۷$ و $(Di-Rj) = -۳,۴۰$ ، بنابراین گفته می‌شود، معیار C8 عاملی نفوذپذیر و دارای اهمیت زیادی است که باید توسط عوامل علی بهینه سازی گردد.

مؤلفه C9 معیاری است که بر هیچ معیاری تاثیر نمی‌گذارد و از معیار (C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7, C13) تاثیر می‌گیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل چون $(Di+Rj) = ۱۵,۹۲$ و $(Di-Rj) = -۵,۵۲$ ، بنابراین گفته می‌شود، معیار C9 عاملی است دارای اهمیت نسبی، که به شدت تحت نفوذ قرار دارد و باید توسط عوامل علی بهینه سازی گردد.

مؤلفه C10 معیاری است که بر بر معیار (C2) تاثیر می‌گذارد و از معیار (C1, C3, C4, C5, C6, C7, C13) تاثیر می‌گیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل چون $(Di+Rj) = ۱۶,۵۷$ و $(Di-Rj) = -۲,۰۵$ ، بنابراین گفته می‌شود، معیار C10 عاملی نفوذپذیر و دارای اهمیت زیادی است که باید توسط عوامل علی بهینه سازی گردد.

مؤلفه C11 معیاری است که بر معیار (C3, C7, C9) تاثیر می‌گذارد و از معیار (C1, C2, C3, C4, C5, C6, C13) تاثیر می‌گیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل چون $(Di+Rj) = ۱۶,۵۶$ و $(Di-Rj) = -۱,۷۴$ ، بنابراین گفته می‌شود، معیار C10 عاملی نفوذپذیر و دارای اهمیت زیادی است که باید توسط عوامل علی بهینه سازی گردد.

مؤلفه C12 معیاری است که بر معیار (C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7, C8, C9, C10, C11) تاثیر می‌گذارد و از معیار (C4) تاثیر می‌گیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل چون $(Di+Rj) = ۱۷,۳۱$ و $(Di-Rj) = ۴,۱۳$ ، بنابراین گفته می‌شود، معیار C12 عاملی علی است و دارای اهمیت خیلی زیاد در جریان تاثیر گذاری و تاثیر پذیری در سیستم می‌باشد و باید مورد توجه قرار گیرد.

مؤلفه C13 معیاری است که بر معیار (C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7, C8, C9, C10, C11) تاثیر می‌گذارد و از معیار (C5) تاثیر می‌گیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل چون $(Di+Rj) = ۱۶,۹۴$ و $(Di-Rj) = ۳,۲۶$ ، بنابراین گفته می‌شود، معیار C12 عاملی علی است و دارای اهمیت زیاد در جریان تاثیر گذاری و تاثیر پذیری در سیستم می‌باشد و باید مورد توجه قرار گیرد.

بعد از تشکیل ماتریس روابط کلی T، عوامل علی و معلولی بر اساس محاسبه ی مجموع ردیف هاو ستون های ماتریس T شناسایی می‌گردند، نتایج این محاسبات در جدول شماره (۷) آمده است.

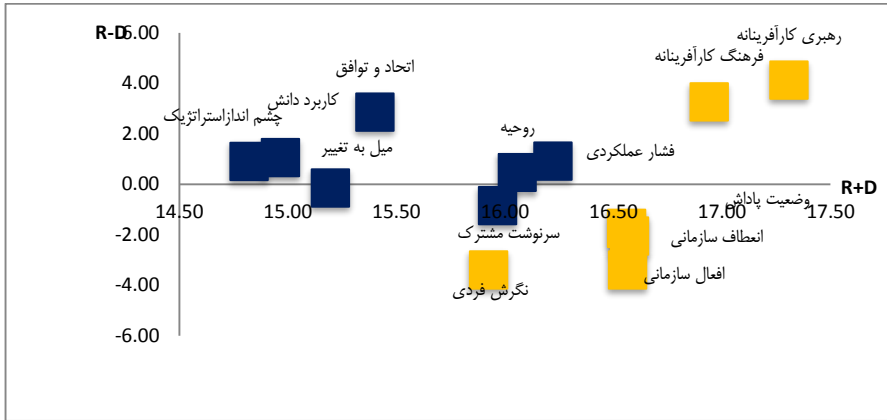
جدول (۷): ترتیب نفوذ عناصر بر یکدیگر

شرح	R ^{Def}	D ^{Def}	(R+D) ^{Def}	(R-D) ^{Def}	تأثیری گذاری
هوش سازمانی	C1	۷,۸۷	۶,۹۶	۱۴,۸۲	۰,۹۱
	C2	۷,۵۶	۸,۴۰	۱۵,۹۷	-۰,۸۴
	C3	۷,۵۲	۷,۶۷	۱۵,۲۰	-۰,۱۵
	C4	۸,۲۶	۷,۸۰	۱۶,۰۶	۰,۴۶
	C5	۹,۱۳	۶,۲۷	۱۵,۴۰	۲,۸۶
	C6	۸,۰۱	۶,۹۶	۱۴,۹۷	۱,۰۶
کارآفرینی سازمانی	C7	۸,۵۷	۷,۶۵	۱۶,۲۲	۰,۹۲
	C8	۶,۵۸	۹,۹۸	۱۶,۵۷	-۳,۴۰
	C9	۵,۲۰	۱۰,۷۲	۱۵,۹۲	-۵,۵۲
	C10	۷,۲۶	۹,۳۱	۱۶,۵۷	-۲,۰۵
	C11	۷,۴۱	۹,۱۵	۱۶,۵۶	-۱,۷۴
	C12	۱۰,۷۲	۶,۵۹	۱۷,۳۱	۴,۱۳
	C13	۱۰,۱۰	۶,۸۴	۱۶,۹۴	۳,۲۶

بر اساس گام پنجم تحقیق متغیری که دارای بیشترین مقدار R-D باشد، بیشترین تأثیرگذاری را دارد، بر این اساس، همانطور که در جدول (3) و گام پنجم تحقیق نیز به آن اشاره شده است، هر چقدر مقدار D-R مثبت تر باشد، به قطع یک نفوذ کننده قوی و هر چقدر منفی تر باشد، یک نفوذ پذیر قوی است.

از این رو، C1 (رهبری کارآفرینانه) دارای بیشترین تأثیرگذاری (R-D=۴,۱۳) و C13 (نگرش فردی) دارای کمترین تأثیر (R-D=-۵,۵۲) و تأثیر پذیرترین متغیرها هستند به عبارت دیگری می توان گفت، C1 یک نفوذ کننده قوی و C13 یک نفوذ پذیر قوی است.

یکی از برون داده های قابل توجه در تکنیک دیمتل، تشکیل نمودار علت معلولی است که سهم بسزایی در تجزیه و تحلیل شرایط خواهد داشت. روش ترسیم آن بدین صورت است که پس از تشکیل ماتریس ارتباط کل (T) و محاسبه R-D و R+D و تبدیل مولفه های مذکور به حالت قطعی (بدین منظور در تحقیق حاضر از روش مرکز ناحیه استفاده شد). سپس (R+D)^{Def} محور افقی نمودار را تشکیل داده که به محور اهمیت معروف است و (R-D)^{Def} محور عمودی نمودار را تشکیل می دهد که به محور رابطه معروف است [۵۳]. در نمودار شماره (۱) نحوه ارتباط و تأثیرگذاری عناصر بر یک دیگر نشان داده می شود



نمودار (۱): ترسیم علی و معلولی بودن مؤلفه های هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی

نمودار یک مطابق با گام چهارم تحقیق نحوه ارتباط و تأثیرگذاری عناصر بر یک دیگر را نمایش می دهد همچنین نیمه مثبت نمودار مربوط به عوامل علی است (تأثیر بالای عوامل) و نیمه منفی نشان از تأثیر پذیری بالای عوامل آن نیمه دارد، عواملی که طول بیشتری از مبداء دارند نقش برجسته تری در جریان تأثیر گذاری و تأثیر پذیری نسبت به عوامل دیگر دارند.

درباره نتایج حاصل از نمودار علی و معلولی می توان چنین گفت که با توجه به اینکه، عواملی که میزان تعامل بیشتری با سیستم دارند، یعنی D+R بزرگ تر دارند (یا تأثیر زیادی بر عوامل دیگر دارند (D بزرگ)، و یا تأثیر زیادی از بقیه عوامل می گیرند (R بزرگ)، یا هر دو) و هم D-R مثبتی داشته باشند برای ما اهمیت بیشتری دارند. و در نهایت، C12، C13، C5، C6، C7، C4 و C1 جزو گروه علی و مؤلفه های C2، C3، C8، C9، C10 و C11، جزو گروه معلول می باشند.

بحث و نتیجه گیری

امروزه صنعت ورزش با چالش های متعددی روبرو می باشد. گرایش به سمت جهانی شدن، تغییر و تحولات تکنولوژیکی، مشتری گرایی، استفاده روزافزون از اینترنت، تجارت الکترونیکی و عواملی نظیر آن شدت و تنوع رقابت را افزایش داده است و موفقیت در گرو شناخت به موقع فرصتها همسو با تغییرات است. با توجه به اهمیت موضوع، سعی بر آن شد که فاکتورهای مؤثر بر شناخت و استفاده از فرصت های سازمان در وزارت ورزش و جوانان را شناسایی کرده، همچنین درجه تأثیرگذاری و تأثیرپذیری این عوامل نسبت به هم تعیین شود.

بدین منظور در این پژوهش ابتدا با استفاده از ادبیات موضوع و کسب نظر خبرگان به شناسایی عوامل موثر در شناسایی و استفاده از فرصت های سازمانی پرداخته شد، که در نتیجه آن دو عامل اصلی هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی و ۱۳ عامل فرعی شناسایی شد. سپس با علم به این موضوع که این عوامل در دنیای واقعی، مستقل از هم

نیستند و دارای وابستگی های درونی و ذاتی هستند، از تکنیک DEMATEL فازی برای محاسبه ی ماتریس ارتباطات درونی و شناسایی عوامل علی استفاده شد. با توجه به مقدار (R-D)، در مجموع مولفه های رهبری کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، اتحاد و توافق، کاربرد دانش، فشار عملکردی، روحیه و چشم انداز استراتژیک جزو گروه علی بوده که بیشترین تاثیر را بر کل سیستم گذاشته و کم ترین تاثیر را از عوامل دیگر می پذیرند و به عبارتی این عوامل نقش محرک را دارند و با بهینه سازی آنها می توان بهینه شدن عوامل دیگر مخصوصا عوامل علی را انتظار داشت و مولفه های سرنوشت مشترک، میل به تغییر، افعال سازمانی، نگرش فردی، انعطاف سازمانی و وضعیت پاداش منفی ترین مقدار R-D را بدست آوردند بنابراین جزو گروه معلول می باشند؛ یعنی این عوامل به شدت تحت تاثیر عوامل دیگر هستند و با بهینه سازی عوامل دیگر بهینه خواهند شد.

براساس عوامل علی فوق می توان اینگونه استنباط کرد که: با توجه به اهمیت نقش رهبری کارآفرینانه و فرهنگ کارآفرینانه به عنوان علی ترین عوامل، در راستای فراهم آوردن تدریجی بستر مناسب سازمانی برای شناسایی فرصت های سازمانی، اولین قدم آماده کردن مدیران رده بالای وزارتخانه، نسبت به موضوع کارآفرینی و اهمیت آن در فضای رقابتی کنونی جهان و توسعه فرهنگ کارآفرینی در وزارت ورزش و جوانان است.

اتحاد و توافق بر مفید بودن قوانین در وزارت ورزش نیز باعث می شود مدیران و کارشناسان خود را برای تحقق رسالت و ماموریت سازمان، آماده کرده، مسئولیت ها و مشاغل را تقسیم نمایند و یک سری قوانین را برای برخورد و ارتباط با یکدیگر و رویارویی با محیط وضع نمایند و در نتیجه این باعث ایجاد دیدگاه مشترک بین کارکنان و مدیران برای رسیدن به آرمان های سازمان شده که از طریق آن افراد متوجه فرصت ها شده و بر منابع خود تمرکز نموده، سعی خواهند کرد در حفظ و اعتلای سازمان خود گام برداشته و از فرصت ها حداکثر بهره را ببرند و از آنجایی که این روزها پیش از پیش اقداماتی که منجر به پیروزی یا شکست در یک سازمان شده اند اساسا بر پایه استفاده موثر از دانش، اطلاعات و داده ها بوده اند اگر در وزارت ورزش اجازه به کارگیری خلاقیت های فردی و آزمودن شیوه های برتر کار به افراد داده شود، و پاداش کافی برای حمایت از کسانی که استحقاق دارند برقرار باشد. مدیران و کارشناسان اشتیاق بیشتری به انجام فعالیت فراتر از چارچوب استانداردها نشان می دهند و فشار عملکردی نیز در وزارت ورزش باعث می شود که برخلاف وجود پست های سازمانی دارای ابهام و انجام چندین نقش سازمانی بطور همزمان، فرصت بیشتری برای پذیرش نظرات و عقاید جدید و نوآوری پیدا شود و نهایتا اینکه مدیران و کارشناسان وزارت ورزش در جریان تعیین چشم انداز استراتژیک سازمان خود که مستلزم تعریف اهداف قابل دستیابی و موثر بر تعالی سازمان است با ادراک نقاط قوت و ضعف سازمان، فرصت ها و تهدیدات و انتخاب استراتژی های خلاق و انعطاف پذیر برای سازمان، مقدمات شناخت و استفاده از فرصت ها را فراهم می آورند.

در مجموع شناسایی عوامل علی و اولویت بندی انجام شده در این تحقیق می تواند به عنوان راهنمایی برای مدیران و تصمیم گیرندگان حوزه ورزش برای برنامه ریزی صحیح و تدوین راهبردهای مناسب، در جهت شناخت و استفاده از فرصت ها باشد و از آنجا که حوزه وسیع و پویای ورزش ممکن است در یک مقطع زمانی قادر به مدیریت تمام جنبه های فوق نباشد، اولویت بندی انجام شده بر اساس علت و معلول بودن عوامل در این تحقیق می تواند به وزارت ورزش به عنوان متولی ورزش در کشور جهت تنظیم هرچه بهتر این مولفه ها در جهت استفاده از فرصت های سازمان کمک کند، همچنین از عوامل علی شناسایی شده می توان در ترسیم نقشه های راهبرد شناخت فرصت ها در وزارت ورزش و جوانان کمک گرفت. در تحقیقات آتی می توان از روش پیشنهادی در این تحقیق در ارزیابی و

مدلسازی روابط میان سایر متغیرها استفاده نمود. همچنین می توان رابطه میان متغیرهای این تحقیق را با استفاده از روش های آماری استخراج و نتایج حاصل از این تحقیق را با نتایج حاصل از بکارگیری روش های آماری همچون آزمون همبستگی مقایسه نمود.

فهرست منابع:

1. Ball, S. (2005) The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport and tourism, Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Network, May 2005, pp, 8-10.
2. Corbett, A.C. (2007) Learning asymmetries and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Journal of Business Venturing*, 22(1): 97-118.
3. Shane, S.A. (2003) A general theory of entrepreneurship: The individual opportunity nexus, Edward Elgar Pub.
4. Husseini, shahv. Hamidi, Mehrzad.Ghorbanian Rajabi, A. and sajadi nasrUllah. (2012) to identify strengths, weaknesses, opportunities and threats of talent in athletics Iran and bottlenecks and challenges the" *Sport Management*, No. 17, p. S54-29. (Persian)
5. Javadipoor, M., M. Sami nia, Mona. (2012) public sport in the formulation of the vision, strategy and future plans. for managing applied research .shmarh 4, pp. S30-21. (Persian)
6. Kirzner, I. (1979) Perception of Opportunity and Profit. Chicago: university of Chicago press.
7. S. Aghayi, J. (1999) entrepreneurial organizations, Centre for Public Management, Second Edition. (Persian)
8. Moreno, J.D. (2006) An empirical analysis of Entrepreneurial opportunity identification and their decisive factors: The case of new spanish firms, Plaza de la Victoria, University of Alcalá, 2: 1-43.
9. Short, J.C., Ketchen Jr, D.J., Shook, C. L. & Ireland, R. D. (2010) The concept of "opportunity" in entrepreneurship research: Past accomplishments and future challenges. *Journal of Management*, 36(1): 40-65.
10. Stevenson, H. H. and D. Gumpert. (1985) The heart of entrepreneurship', *Harvard Business Review*, 85, pp. 85-94.
11. Zampetakis,L.A.and V.Moustakis.(2010) Quantifying uncertainty in ranking problems with composite indicators: A Bayesian approach. *Journal of Modeling in Management*. Vol.5, No.1,pp.63-80.
12. Saidi Kia, M. (2003) Introduction to Entrepreneurship, First Edition, Tehran:sepas publication, 144-129(Persian)
13. Hsieh, C., Nickerson, J.A. & Zenger, T.R. (2007) Opportunity discovery, problem solving and a theory of the entrepreneurial firm. *Journal of Management Studies*, 44(7): 1255-1277.
14. Puhakka, V. (2010) Versatile and flexible use of intellectual capital in entrepreneurial opportunity discovery. *Journal of Management Research*,2(1): E3.

15. Jayanthi Ranjan. (2008) Business justification with business intelligence, The journal of information and knowledge management systems, 38(4), 461-475.
16. Howson, Cindi .(2008) Successful business intelligence – secret to making BI a killer APP, MCGraw – Hill companies.
17. Cakir, R., Ada, S. (2008) Can the organizational intelligence be developed in schools by in-service training?. world Applied Sciences Journal4(1):24-30.
18. Mirsepasi, N. Afqhy, B. (2012) compared to an analysis of organizational intelligence in higher education: study case. (Persian)
19. Leonidas A. Zampetakis a, Panagiotis Beldekos a, Vassilis S. Moustaki(2012) Day-to-day” entrepreneurship within organisations: The role of trait Emotional Intelligence and Perceived Organisational Support.
20. Barry A. Friedmana .(2011) The Relationship between Governance Effectiveness and Entrepreneurship International Journal of Humanities and Social Science Vol. 1 No. 17 [Special Issue 221 .
21. Rhee, Kenneth S.; White, Rebecca J.(2012) The Emotional Intelligence of Entrepreneurs, Journal of Small Business and Entrepreneurship , Vol. 20, No. 4.
22. Gocha Pachulia and Laura Henderson .(2009) The relationship between Emotional Intelligence and Entrepreneurial Orientation "Observed within owner-managers who lead small, high-tech firms in Sweden, Jonk oping inter business school jonk oping university.
23. Ramirez, A. R., R. Orejuela, and G. M. Vargas. (2010) New Perspectives for the Managerial Entrepreneurship. International Entrepreneurship and Management Journal. P: 2-203.
24. Imani Hassanluyie, M. Pashaii,MT. (2007) Change management in the organization of the third millennium with a focus on entrepreneurship, Monthly magazine social, economic, scientific, cultural, Work and Society,N89(90), pp. 4-12. (Persian)
25. Kuratko. D. F., Ireland, R. D., Covin, J. G., Hornsby, J. S. (2009) Conceptualizing corporate entrepreneurship strategy. Academy of Management Executive, 16(4), 5°20.
26. Guth, W. D., & Ginsberg, A. (1990) Corporate entrepreneurship. Strategic Management Journal, Special Issue 11, 5°15.
27. Zahra, S.A. (1993) A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior: a critique and extension, Entrepreneurship: Theory & Practice, 17 (4): 5-21.
28. Wolcott. &Lippitz, M. (2007) The four models of corporate entrepreneurship, Mit sloan management review, Vol49, No1, 75-82.
29. De Toni A, Tonchia S. (2005) Definitions and linkages between operational and strategic flexibilities. Omega 33(6): 525.
30. A. Pvrdayany, Mahmoud .(2001) Entrepreneurship: definitions, ideas and patterns, Campus Company 57, Third Edition. (Persian)
31. Y. Farsi , Jhangyr. gholamy, N. H., Mehrzad and Canaan, Ali. (2011) CEB study of sport in the country, development of entrepreneurship, the third year, the number twelve, Ss124-105. (Persian).

32. Robbins, Stephen P (1995) Management of organizational behavior. Translation: Parsayyan, Ali Arabi, SM., Institute of Business Studies and Research, Volume III, 4137.
33. Kuratko, D. F. (2007) Entrepreneurial leadership in the 21st century: Guest editor's perspective. *Journal of Leadership and Organisational Studies*, 13, 1–11.
34. Matsuda, T. (1992) Organizational Intelligence: Its Significance as a Process and as a Product, Proceedings of the International Conference on Economics/Management and Information Technology, Tokyo, Japan.
35. Akgun, E. et al. (2007) Organizational intelligence: A structuration view» *journal of organizational change management* , vol,20 No, 3. Online.
36. Glynn, Mary Ann. (1996) Innovative Genius: A Framework for Relating Individual and Intelligence in Action to Innovation. *Academy of Management Review*. 21, 4, pp 1081-111.
37. Veryard, Richard. (2012) Organizational intelligence primer, Leanpub, Available at: <http://leanpub.com/orgintelligence>.
38. Matsuda, T. (1993) Organizational intelligence: theory of collectively intelligent behaviors and engineering of effective information systems in the complex organizations, Sanno Coll., Isehara, Location: Le Touquet, France, ISBN: 0-7803-0911-1).
39. Halal, W. (2000) Organizational intelligence, *Knowledge Management Review*, March-April, 20-25.
40. Albrecht, Karl. (2003) Organizational Intelligence Survey", Institute of. *Journal of Leadership Studies*. 3:181-197.
41. Simic, Ivana. (2005) Organizational Learning as A Component of Organizational Intelligence, Information and Marketing Aspect of the Economically Development of the Balkan Countries *Balkan Countries Journal*, ISBN 945-90277-8-3, University of National and World Economy, Sofia, Bulgaria.
42. Foroghi Poor, H. (2005) the field of entrepreneurship in sports administrators and specialists in physical education and solution, doctoral dissertation, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran. (Persian)
43. Mandalizadh, Zainab, Honari, Habib; Shahlayi, J. (2012) Strategic Positioning and current state and the desired state of entrepreneurship in sport, two Quarterly Research in Sport Management and motor behavior, the second year (the tenth consecutive), 3 (nineteenth consecutive), pp. 141-154. (Persian).
44. Seifi Saldhy, Mohammad H., Seifi Saldhy, Mehdi, Kozechihyan, Hashem, Mohammad, Ehsani. (2012) The relationship between the entrepreneurial and organizational entrepreneurship in Physical Education Organization Islamic Republic of Iran, *Journal of Sport Management and motor behavior*, 10 (19), pp. 55-68. (Persian)
45. Mohammad Kazemi, Reza. Ghasemi, Hamid Rustambakhsh, MR. (2011) Identification and analysis of behavioral barriers to entrepreneurship in the organization of physical education (Ministry of Sports), country, sport management and scientific research work, the first year – No 2. (Persian)

46. Hamidi, Nasser, Mohammad-Nabi Ullah. (2009) Individual entrepreneurs and business studies department of Physical Education Branch, Journal of Management Development and Transformation, No. 2, pp. 21-34 . (Persian)
47. Aghajani, Hassanali. Namdar ,Abbas. (2011) Explain the factors influencing the entrepreneurial process independent Data Bashga Sports, Journal of Sport Management and motor behavior, 8 (16), pp. 107-128. (Persian)
48. Bakhshian, A., Hamidi, F., Ezati, M. (2011) Relationship between Organizational Intelligence and Entrepreneurship among University Educational Managers, TJMCS Vol .3 No.4, pp: 413 – 421.
49. Ansari manesh, M. (2011) The relationship of organizational intelligence and creativity of the staff of the prison Fars Gulf, MSc Thesis, PNU Tehran. (Persian)
50. Asgharpour, MJ. (2008) Multi-criteria decision making. Publication of Tehran University. (Persian)
51. Wu, Wei-wen. (2008) Choising knowledge management strategies by using a combined ANP and DEMATEL approach”, Expert systems with application,35.