

پژوهش در علوم ورزشی

شماره پانزدهم، صص ۷۹-۶۷

دریافت: ۸۵/۹/۶

پذیرش: ۸۶/۴/۲۳

## بررسی رابطه بین عوامل روانشناختی توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی کارشناسان ادارات تربیت بدنی دانشگاهها

دکتر ابوالفضل فراهانی<sup>۱</sup>، مهدی فلاحتی<sup>۲</sup>

۱. دانشیار دانشگاه پیام نور، ۲. کارشناس ارشد تربیت بدنی

### چکیده

هدف از این پژوهش، بررسی ارتباط بین عوامل روان شناختی توانمندسازی (احساس معنی دار بودن، احساس شایستگی، احساس خود تعینی، احساس تأثیر و احساس اعتماد) و کارآفرینی سازمانی کارشناسان ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران می‌باشد. بر این اساس، جامعه آماری این پژوهش کلیه کارشناسان ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران بود. تعداد ۶۰ نفر از آنان شامل ۲۶ زن و ۳۴ مرد با مدارک تحصیلی و سنوات خدمت مختلف به عنوان نمونه تحقیق انتخاب گردیدند. روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش توصیفی - همبستگی بود که برای جمع‌آوری اطلاعات لازم در خصوص عوامل توانمندسازی روان شناختی از پرسشنامه ۱۸ سوالی سنجش توانمندی روان شناختی اسپریتزو و به منظور سنجش کارآفرینی سازمانی آزمودنی‌ها از پرسشنامه صمد آقایی استفاده گردید. به منظور بررسی ارتباط بین عوامل توانمندسازی روان شناختی و کارآفرینی سازمانی از آزمون آماری ضریب همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن استفاده گردید.

نتایج پژوهش نشان داد که بین پنج عامل کلیدی روان شناختی توانمندسازی که شامل احساس معنی دار بودن، احساس شایستگی، احساس خود تعینی، احساس تأثیر و احساس اعتماد می‌باشد، با کارآفرینی سازمانی به ترتیب  $r=0.41$ ،  $r=0.33$ ،  $r=0.13$ ،  $r=0.17$ ،  $r=0.16$  همبستگی مثبت و معنی داری وجود دارد که این رابطه در سطح  $\alpha=0.05$  از نظر آماری معنی دار بوده است. بدین معنی که هر چه کارشناسان از نظر عوامل روان شناختی توانمندسازی از نمرات بالاتری برخوردار باشند، در زمینه کارآفرینی سازمانی نیز موفق‌تر عمل می‌کنند. همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد که بالاترین نمره کارشناسان مربوط به احساس شایستگی با میانگین  $16/82$  و  $18/07$  و انحراف استاندارد  $0/29$  و  $0/33$  به ترتیب برای آزمودنی‌های زن و مرد می‌باشد. سایر عوامل توانمندسازی کارآفرینی شامل احساس خود تعینی، اعتماد به نفس، احساس معنی دار بودن به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارد. و احساس تأثیر یا میانگین  $10/23$  و  $10/69$  به ترتیب برای کارشناسان زن و مرد در پایین‌ترین سطح قرار دارد.

**واژه‌های کلیدی:** توانمندسازی، توانمندسازی روان شناختی، کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، کارشناسان تربیت بدنی دانشگاهها

### مقدمه

این پژوهش با هدف بررسی ارتباط بین عوامل روان شناختی توانمندسازی (احساس معنی دار بودن، احساس شایستگی، احساس خود تعیینی، احساس تأثیر و احساس اعتماد) و کارآفرینی سازمانی کارشناسان ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران، انجام شد. نخست موضوع توانمندسازی روان شناختی و کارآفرینی سازمانی با تأکید بر دستاوردهای پژوهشی مطرح و پس از معرفی روش به کار گرفته شده در پژوهش به ارائه یافته‌های این پژوهش پرداخته می‌شود. در پایان، نتایج حاصله از این پژوهش با سایر دستاوردهای پژوهشی مرتبط مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد.

### توانمندسازی، توانمندسازی روان شناختی، کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی

توانمندسازی، فرایندی برای بهبود سازمان‌ها از طریق ایجاد و گسترش نفوذ مبتنی بر صلاحیت است. هدف از توانمندسازی ارائه بهترین منابع فکری مربوط به هر زمینه از عملکرد سازمان است. فرایندی که طی آن احساس افراد در مورد خود کارآمدی افزایش می‌یابد و این امر از طریق شرایطی که عجز و ناتوانی را برطرف می‌کند محقق می‌شود، این شرایط می‌تواند از طریق سازمان رسمی با تکنیک‌های غیر رسمی اعمال شود (۱).

در مجموع توانمندی روان‌شناختی در قالب یک فرایند انگیزشی در حوزه‌های شناختی که دارای پنج بعد کلیدی احساس معنی دار بودن، احساس شایستگی، احساس خود تعیینی، احساس تأثیر و احساس اعتماد می‌باشد ظهور می‌یابد. این حوزه‌های شناختی، تمایلات فعالی (به جای منفعل) را در ارتباط با نقش وظیفه منعکس می‌کنند.

### احساس معنی دار بودن

عبارت است از ارزش اهداف شفقی که در ارتباط با استانداردها و یا ایده‌آل‌های فردی مورد قضاوت قرار می‌گیرد (۲). در واقع معنی دار بودن شامل تطابق بین الزامات نقش و شغل از یک طرف و اعتقادات و ارزش‌ها و رفتارها از طرف دیگر است.

### احساس خودکارآمدی

شایستگی یا خودکارآمدی، اعتقاد افراد به توانایی و ظرفیت خود برای انجام کارهای مهارتی است (۳). شایستگی چیزی شبیه اعتقادات عامل، توانایی شخصی و یا انتظار تلاش عملکرد است (۳). از نظر اسپریتزر<sup>۱</sup>

این بعد نباید با «احترام به خود» اشتباه گرفته شود، زیرا این بعد به طور ویژه به کارآمدی فرد در کارش مربوط می‌شود نه با کارآمدی به طور کلی (معنای خاص استنباط می‌شود). در واقع خود کارآمدی «اعتقاد فردی به تغییر انگیزه، منابع شهودی و زنجیره‌ای از اقدامات با توجه به الزامات وضعیتی خاص» می‌باشد که می‌توان آن را نقطه مقابل عجز و ناتوانی دانست (۴).

### احساس خودتعیینی

خود تعینی بیانگر استقلال در پیشقدمی و استمرار رفتارها و فرایندهاست. مثال‌هایی در این زمینه شامل اتخاذ تصمیم در مورد روش‌های کار و میزان تلاش می‌باشد. پژوهش نشان می‌دهد که احساس دارا بودن حق انتخاب با از خود بیگانگی کمتر در محیط کار و رضایت کاری بیشتر و سطوح بالاتر عملکردی و فعالیت کارآفرینانه بیشتر و سطوح بالاتر «درگیری شغلی»<sup>۱</sup> و فشار کاری کمتر همراه است (۵).

### احساس تأثیر

عبارت است از حدی که در آن فرد توانایی نفوذ در پیامدهای استراتژیک، اداری و یا عملیاتی در کار خود را دارا می‌باشد (۶). «تأثیر» نقطه مقابل عجز و ناتوانی است. افرادی که بعد تأثیر در آنها قوی است، به محدود شدن توانایی‌های خود توسط موانع بیرونی اعتقادی ندارند بلکه بر این باورند که آن موانع را می‌توان کنترل کرد. افرادی که دارای احساس مؤثر بودن هستند می‌کوشند به جای رفتار واکنشی در برابر محیط، تسلط خود را بر آنچه می‌بینند، حفظ کنند (۷).

### احساس اعتماد به دیگران

افراد توانمند دارای حسی به نام «اعتماد» هستند. آنها مطمئن‌اند که با آنان منصفانه و یکسان رفتار خواهد شد. به عبارت دیگر آنان اطمینان دارند که صاحبان قدرت یا نفوذ، به آنان آسیب یا زیان نخواهند زد و اینکه با آنان بی‌طرفانه رفتار خواهد شد. با وجود این، حتی در شرایطی که افراد قدرتمند، درستی و انعطاف نشان نمی‌دهند، افراد توانمند باز به گونه‌ای احساس اعتماد شخصی را حفظ می‌نمایند. به بیان دیگر، اعتماد به معنی داشتن احساس امنیت شخصی است.

پژوهش دربارهٔ احساس داشتن اعتماد نشان داده است افرادی که اعتماد می‌کنند، آمادگی بیشتری دارند تا صداقت و صمیمیت را جانشین نظاهر و بی‌مایگی سازند. آنان بیشتر مستعد صراحت، صداقت و سازگاری هستند تا فریبکاری و ظاهرینتی. همچنین آنان بیشتر پژوهشگر و خود سامان، خودباور و مشتاق به یادگیری هستند (۸).

## کارآفرینی سازمانی

جان استوارت میل در سال ۱۸۴۸ معادل انگلیسی (Entrepreneur) را برای کارآفرین برگزید. او کارآفرینی را شامل هدایت، نظارت، کنترل و مخاطره‌پذیری می‌داند (۹).

مک کران و فلائیگان<sup>۱</sup> (۱۹۹۶) معتقدند که کارآفرین کسی است که یک فرصت را در می‌یابد و برای پیگیری آن فرصت، یک سازمان را راه‌اندازی می‌کند. فرایند کارآفرینی تمام وظایف، فعالیت‌ها و عملیاتی را که با درک فرصت و ایجاد یک سازمان به منظور پیگیری آن فرصت‌ها ارتباط می‌یابد، دربرمی‌گیرد (۹). آنسوف و کرزتر<sup>۲</sup> وجود کارآفرینی را عامل هشجاری در مقابل فرصت‌های منافع استفاده نشده می‌دانند. دراکر کارآفرینی را ادراک برای تغییر و کارآفرین را فردی می‌داند که همواره به دنبال تغییرات است و به آن پاسخ می‌دهد یا به آن به عنوان فرصت نگاه می‌کند (۱۰).

پینکات<sup>۳</sup> در سال ۱۹۸۵ از ترکیب واژه‌های Entrepreneurship و Corporate و Intra واژه Intrapreneurship را ابداع نمود و کارآفرین سازمانی را فردی تعریف کرد که در سازمان‌های بزرگ همچون یک کارآفرین مستقل فعالیت می‌نماید و فعالیت وی ایجاد واحدهای جدید در سازمان، ارائه محصولات، خدمات و فرایندهای جدید می‌باشد که شرکت‌ها را در جهت رشد و سودآوری سوق می‌دهد (۹). به نظر فرای (۱۹۹۳) کارآفرینی سازمانی همچون کارآفرینی، یک فرایند است. فرایندی که اگر قرار باشد پایدار باشد، باید تشویق، تمجید و حمایت شود و مورد تقدیر قرار گیرد. کارآفرینی سازمانی فرایندی است که از طریق القای فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان به ارائه نوآوری در محصول و فرایندها می‌انجامد (۱۱).

حسین رضازاده (۱۳۸۲) در پژوهشی به بررسی ارتباط بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تأمین اجتماعی تهران بزرگ پرداخت و رابطه معنی‌دار (همبستگی منفی) بین عوامل ساختار سازمانی (رسمیت، پیچیدگی و تمرکز) و کارآفرینی سازمانی به دست آورد (۱۲). مجتبی نوروزی (۱۳۸۴) در پژوهش به بررسی ارتباط میان عوامل روان‌شناختی توانمندسازی کارکنان با عملکرد سازمانی در شعب بانک ملت شهر تهران پرداخت. نتایج حاصل از این پژوهش، رابطه معنی‌دار و مستقیم بین فاکتورهای پنج‌گانه توانمندسازی روان‌شناختی و کارآفرینی را نشان داد (۱۳).

اسپریتزر و همکاران (۱۹۹۷) در پژوهشی با عنوان تحلیل ابعادی ارتباط بین توانمندسازی روان‌شناختی و اثربخشی، رضایت و فرسودگی شغلی دریافتند که سطوح بالای مهم بودن و احساس شایستگی (کفایت نفس) از طریق ایجاد علاقه در افراد نسبت به وظایف‌شان باعث افزایش رضایت شغلی خواهد شد (۴). نام لین سون<sup>۴</sup> (۲۰۰۲) به بررسی زمینه‌های کارآفرینی موجود در گسترش فرهنگ ورزشی پرداخته است. یکی از این زمینه‌ها، پوشش ماهره‌ای فعالیت‌های ورزشی است. هولدرورث و کارت رایت<sup>۵</sup> (۲۰۰۳) به بررسی

1. Mckernan & Flannigan

3. Pinchot

5. Holdsworth, Cartwright

2. Ansof & Kirzner

4. Tomlinson

ارتباط میان عوامل روان شناختی توانمندسازی با سلامت روانی و فیزیکی و رضایت شغلی در یک مرکز مخابرات پرداختند، که در آن پژوهش به این نتیجه دست یافتند که عوامل روان شناختی توانمندسازی بر رضایت شغلی تأثیر مستقیم دارد، ولی با بهداشت روانی و فیزیکی کارکنان ارتباط معنی داری ندارند. آمابیل و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) در پژوهشی با عنوان تأثیر و خلاقیت در محل کار به بررسی ارتباط بین تأثیر و خلاقیت در کار پرداختند. نتایج نشان داد که تأثیر مثبت به طور مثبتی با خلاقیت در سازمان‌ها ارتباط دارد و این ارتباط از نوع خطی ساده است. این پژوهش به ارائه یک نظریه اولیه از چرخه تأثیر - خلاقیت می‌پردازد (۱۴). لسچینگر و منوج لویج<sup>۲</sup> (۲۰۰۵) در پژوهشی با عنوان ارتباط بین توانمندسازی، ویژگی‌های شخصیتی منتخب و رضایت شغلی نتیجه‌گیری کردند که هر دو فاکتور محیط کاری و فاکتور شخصی می‌تواند در رضایت شغلی نقش داشته باشد و از طریق دستکاری محتاطانه محیط، توانمندسازی ساختاری و روان شناختی می‌تواند بهبود یابد (۱۵).

با شرح مبانی نظری این پژوهش، بیان دستاوردهای مطالعاتی سایر پژوهشگران و اعتقاد بر اینکه زمینه‌های قابل اعتنایی در حوزه ورزش و کارآفرینی مانند تبلیغات و ارتباطات رسانه‌ای ساخت وسایل و تجهیزات، ورزش قهرمانی و حرفه‌ای، ورزش پرورشی و امور فرهنگی ورزش متصور و قابلیت احیا و فعال‌سازی آن وجود دارد که عموماً مرتبط با حوزه وظایف کارشناسان تربیت بدنی دانشگاه‌هاست، این پژوهش با روش مطالعاتی که بیان خواهد شد درصدد بررسی رابطه بین عوامل روان شناختی و توانمندسازی با کارآفرینی در حوزه ورزش و تربیت بدنی می‌باشد.

## روش‌شناسی پژوهش

در این بخش به شرح روش‌شناسی پژوهش، معرفی ابزارهای گردآوری اطلاعات، جامعه و نمونه آماری پرداخته می‌شود. افزون بر آن، روش‌های مورد استفاده در تجزیه و تحلیل یافته‌ها و آزمون فرضیه‌های پژوهش، معرفی می‌شود.

## روش پژوهش و ابزار گردآوری اطلاعات

روش انجام این پژوهش توصیفی - همبستگی است. به منظور بررسی ارتباط بین متغیرهای پژوهش از دو نوع پرسشنامه توانمندسازی روان شناختی و کارآفرینی سازمانی استفاده گردید. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه است که بخشی از آن شامل ویژگی‌های فردی و شغلی آزمودنی‌هاست. سن، جنسیت، سطح تحصیلات و سابقه خدمت جزء این دسته از متغیرها هستند که به تناسب ارتباط با موضوع و اهداف پژوهش مورد پرسش قرار می‌گیرند.

ابزار اصلی جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش مورد پرسش قرار می‌گیرند.

۱) پرسشنامه توانمندسازی روان شناختی: پرسشنامه توانمندی شناختی شامل ۱۸ پرسش است که به سنجش ابعاد احساس معنی‌دار بودن، احساس شایستگی یا خود کارآمدی، احساس خود تعیینی، احساس تأثیر و اعتماد می‌پردازد. برای تهیه و تنظیم پرسشنامه عوامل شناختی توانمندسازی از پرسشنامه سنجش توانمندی روان شناختی اسپریتزر استفاده شده است.

۲) پرسشنامه کارآفرینی سازمانی: برای سنجش کارآفرینی سازمانی در ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران از پرسشنامه کارآفرینی سازمانی صمد آقایی استفاده شده است (۱۶). در این پژوهش، ضرایب آلفای کرونباخ پرسشنامه‌های کارآفرینی سازمانی و توانمندسازی روان شناختی یا استفاده از نرم‌افزار spss 11.5 محاسبه گردید که به ترتیب برابر ۰/۸۶ و ۰/۷۷ بوده است.

### جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارشناسان ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران بود که ۸۰ نفر می‌باشد. پرسشنامه‌ها بین همه اعضای جامعه توزیع و پس از جمع‌آوری، تعداد ۶۰ پرسشنامه یعنی ۷۵ درصد از کل پرسشنامه‌ها عودت داده شد و ۲۰ پرسشنامه دیگر به دلایل مختلف از جمله عدم برگشت، ناقص بودن و... حذف گردیدند و در نهایت ۶۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. شایان ذکر است که واژه کارشناس در این پژوهش به کسانی اطلاق شده است که با مدارک تحصیلی مختلف اما با احکام سازمانی «کارشناس» در استخدام دانشگاه می‌باشند.

### روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در پژوهش حاضر، اطلاعات به دست آمده با استفاده از شیوه‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. از روش‌های آمار توصیفی برای طبقه‌بندی نمرات خام، ارائه داده‌ها در قالب جدول توزیع فراوانی و محاسبه شاخص‌های پراکندگی نظیر میانگین و انحراف استاندارد و... استفاده شد. برای تعیین رابطه بین هر یک از عوامل روان شناختی توانمندسازی کارشناسان (احساس معنی‌دار بودن، احساس شایستگی، احساس خود تعیینی، احساس تأثیر و اعتماد) و کارآفرینی سازمانی از ضریب همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن استفاده شد و همه عملیات آماری نیز با استفاده از نرم‌افزار Spss 11.5 و Excel انجام گرفت.

**یافته‌های پژوهشی**

نتایج بررسی توصیفی مربوط به ویژگی‌های فردی و شغلی طبق جدول ۱ به دست آمد.

**جدول ۱. اطلاعات مربوط به ویژگی‌های فردی آزمودنی‌ها**

تعداد	سن		مدرک تحصیلی				سابقه خدمت		
	میانگین	انحراف استاندارد	دیپلم	لیسانس	فوق لیسانس	دکتری	کمتر از ۵ سال	۵-۱۰ سال	بالاتر از ۱۰ سال
زن	۲۹/۵	۰/۹۵	۰	۲۲	۸	۲	۱۴	۱۲	۶
مرد	۳۱/۹	۱/۱۹	۲	۲۰	۴	۰	۱۶	۲	۶
مجموع	-	-	۲	۴۲	۱۲	۲	۳۰	۱۴	۸

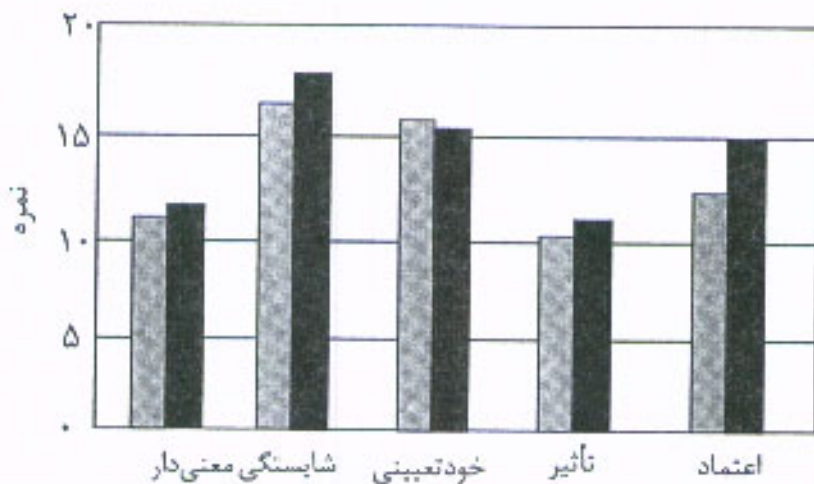
با توجه به جدول ۱، ۵۶/۷ درصد آزمودنی‌ها، زن و ۴۳/۳ درصد، مرد و بیش از ۹۶ درصد از آنها دارای مدرک تحصیلی لیسانس به بالا می‌باشند و سابقه خدمت بیشتر کارشناسان کمتر از ۵ سال است. نتایج بررسی توصیفی مربوط به میزان عوامل توانمندسازی روان شناختی و کارآفرینی سازمانی آزمودنی‌های تحت بررسی نیز طبق جدول ۲ و نمودارهای ۱ و ۲ نشان داده شده است.

**جدول ۲. داده‌های آماری مربوط به توصیف نمرات میزان توانمندی روان شناختی**

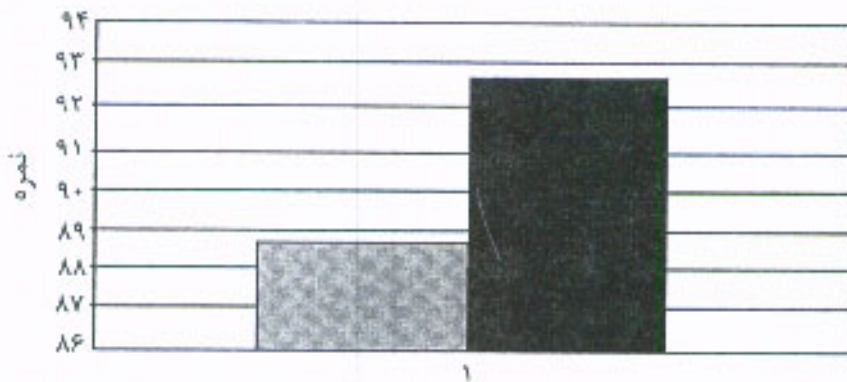
**و کارآفرینی سازمانی کارشناسان**

عنوان	میانگین		انحراف استاندارد		حاصل		حاصل
	زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد	
توانمندی روان شناختی	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱
	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲
	۱۳	۱۳	۱۳	۱۳	۱۳	۱۳	۱۳
	۱۴	۱۴	۱۴	۱۴	۱۴	۱۴	۱۴
	۱۵	۱۵	۱۵	۱۵	۱۵	۱۵	۱۵
	۱۶	۱۶	۱۶	۱۶	۱۶	۱۶	۱۶
کارآفرینی سازمانی	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷
	۱۸	۱۸	۱۸	۱۸	۱۸	۱۸	۱۸

با توجه به جدول ۲، بالاترین نمره کارشناسان مربوط به احساس شایستگی می‌باشد، دومین رتبه مربوط به احساس خودتعیینی و داشتن اعتماد به همکاران در رتبه سوم قرار دارد. احساس معنی‌دار بودن در رتبه چهارم و تعینی است و در نهایت رتبه آخر به احساس تأثیر تعلق می‌گیرد. نمره کارآفرینی سازمانی کارشناسان مرد از نمره کارآفرینی سازمانی کارشناسان زن بیشتر است.



نمودار ۱: میانگین نمرات عوامل روان‌شناختی توانمندسازی



نمودار ۲: میانگین نمره کارآفرینی سازمانی آزمودنی‌ها



در ادامه برای بررسی ارتباط بین عوامل روان شناختی توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی کارشناسان با استفاده از آزمون ضریب همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن نتایج زیر به دست آمد:

- ۱) ارتباط مثبت و معنی‌داری بین احساس معنی‌دار بودن کارشناسان و کارآفرینی سازمانی در ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران در سطح  $\alpha=0/05$  وجود دارد ( $r=0/415$ ).
- ۲) ارتباط مثبت و معنی‌داری بین احساس شایستگی کارشناسان و کارآفرینی سازمانی در ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران در سطح  $\alpha=0/05$  وجود دارد ( $r=0/340$ ).
- ۳) ارتباط مثبت و معنی‌داری بین احساس خود تعینی کارشناسان و کارآفرینی سازمانی در ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران در سطح  $\alpha=0/05$  وجود دارد ( $r=0/307$ ).
- ۴) ارتباط مثبت و معنی‌داری بین احساس تأثیر کارشناسان و کارآفرینی سازمانی در ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران در سطح  $\alpha=0/05$  وجود دارد ( $r=0/470$ ).
- ۵) ارتباط مثبت و معنی‌داری بین احساس اعتماد کارشناسان و کارآفرینی سازمانی در ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران در سطح  $\alpha=0/05$  وجود دارد ( $r=0/446$ ).

### بحث و نتیجه‌گیری

یکی از نتایج پژوهش، این است که بین احساس معنی‌دار بودن شغل و کارآفرینی سازمانی در ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران ارتباط معنی‌داری وجود دارد.

نوروزی (۱۳۸۴) که در پژوهشی به بررسی رابطه بین عوامل روان‌شناختی توانمندسازی و کارآفرینی سازمان در شعب بانک ملت پرداخته بود، به این نتیجه رسید که بین احساس معنی‌دار بودن و کارایی شعب بانک ملت ارتباط معنی‌داری وجود دارد (۱۳). اسپریتزر و همکاران (۱۹۹۷) در پژوهشی دریافته‌اند که بین بعد معنی‌دار بودن و رضایت شغلی ارتباط معنی‌داری وجود دارد (۴). سطوح بالای مهم بودن شغل از طریق ایجاد علاقه در افراد نسبت به وظایفشان باعث افزایش رضایت شغلی خواهد شد. آنها همچنین در پژوهش‌های خود دریافته‌اند که کارهای غیر چالشی و یکنواخت که فاقد ویژگی‌های معنی‌دار بودن هستند، استرس‌زا می‌باشند. از آنجا که کارشناسان تربیت بدنی تنوع کاری بالایی دارند و در مسائل چالش‌برانگیز زیادی شرکت می‌کنند، احساس معنی‌داری بالایی نیز دارند و این مسئله می‌تواند به ایجاد کارآفرینی سازمانی توسط این کارشناسان کمک شایانی نماید.

آدونیسی (۲۰۰۳) در پژوهشی بین توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی ارتباط معنی‌داری را نشان داد. وجود رابطه مثبت و معنی‌دار بین احساس معنی‌دار بودن شغل و کارآفرینی سازمانی در ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران که با یافته‌های پژوهش‌های قبلی نیز همخوانی دارد، نشان می‌دهد که توجه به بعد معنی‌دار بودن شغل و در نظر گرفتن استانداردهای ذهنی کارکنان برای ارتقای کارآفرینی سازمانی و استفاده از نیروی خلاقیت کارکنان امری ضروری است. از آنجایی که حیطة کاری کارشناسان تربیت بدنی

بسیار گسترده است و آنها می‌توانند با استفاده از خلاقیت فردی خود راهکارهای زیادی را ذر جهت رشد ورزش دانشجویی ارائه نمایند و از طرفی یکی از سیاست‌های اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، استفاده از ایده‌های نو و جدید در پیشبرد ورزش دانشجویی می‌باشد و این اداره به این نتیجه رسیده است که استفاده از راهکارهای قدیمی چندان مورد استقبال قشر جدید دانشجویان کشور قرار نمی‌گیرد و باید ابتکار عمل و خلاقیت بیشتر از گذشته مورد توجه قرار داده شود، لذا کارشناسان ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی که قریب به اتفاق تحصیلکردگان دانشگاه‌های ایران می‌باشند و در سال‌های نه چندان دور دانشجو بودند، با توجه به شناخت کافی از علائق دانشجویان می‌توانند راهکارهای خلاقانه‌ای در مورد توسعه ورزش دانشجویی ارائه نمایند که این خود باعث کارآفرینی در ورزش دانشجویی می‌گردد. پس می‌توان چنین بیان نمود که حمایت از ایده‌های کارشناسان توسط مدیران ستادی ورزش دانشجویی تأثیر بسزانی در افزایش احساس معنی‌دار بودن آنان و در نتیجه ترویج کارآفرینی و ارتقای روحی کارآفرینان دارد.

در بخش دیگر این پژوهش به بررسی رابطه بین احساس شایستگی (خود کارآمدی) کارشناسان و کارآفرینی سازمانی در ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران پرداخته شد که این رابطه معنی‌دار و مثبت می‌باشد، بدین صورت که هر قدر کارشناسان احساس نمایند تبحر و توانایی‌های لازم را برای انجام وظایف خود دارا هستند، کارآفرینی سازمانی افزایش می‌یابد. مارتینکو و گاردنر (۱۹۸۲) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که بین خود کارآمدی و رضایت شغلی ارتباط معنی‌داری وجود دارد و بیان کردند که افرادی که اعتماد به نفس در انجام موفقیت‌آمیز کار دارند، احساس شادمانی بیشتری می‌کنند (۷).

وجود رابطه مثبت و معنی‌دار بین احساس شایستگی (خود کارآمدی) و کارآفرینی سازمانی در ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران که با یافته‌های پژوهش‌های ارائه‌شده قبلی نیز همخوانی دارد، نشان می‌دهد که توجه به بعد شایستگی و در نظر گرفتن تبحر و توانایی‌های کارشناسان در انجام وظایف محوله برای ارتقای کارآفرینی سازمانی و استفاده از نیروی خلاقیت کارکنان امری ضروری است. نتایج این پژوهش نشان داد که کارشناسانی که احساس شایستگی بالایی دارند، کارآفرینی سازمانی بالایی را در خود احساس می‌کنند. از آنجایی که بیشتر کارشناسان این پژوهش تحصیلات مرتبط با فعالیت خود دارند و در شغل خود، مشغول و با تجربه به شمار می‌روند، پس رفتار مناسب مدیران و استفاده بهینه این کارشناسان از جمله نفیض اختیار به آنها و مشاوره‌های ورزشی با آنان می‌تواند احساس شایستگی آنان را بالا برد و در نهایت به ایجاد کارآفرینی سازمانی در آنان کمک نماید.

از نتایج دیگر این پژوهش، وجود ارتباط معنی‌دار بین احساس خودتعیینی (آزادی عمل) کارشناسان و کارآفرینی سازمانی در ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران است. یعنی اینکه هر چقدر کارشناسان ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران، استقلال و آزادی عمل در تصمیم‌گیری‌های مربوط به کار خود داشته باشند، کارآفرینی سازمانی نیز افزایش می‌یابد. نتایج پژوهش‌ها نشان

داد که بین نظام پیشنهادات و کارآفرینی سازمانی ارتباط معنی‌داری وجود دارد و چنین توجیه می‌کنند که هسته اصلی کارآفرینی، نوآوری است و نوآوری در سازمان‌ها لزوماً یک فرایند پایین به بالا است. کارآفرینی سازمانی تنها وقتی به وقوع می‌پیوندد که سطوح پایین‌تر سازمان نوآوری داشته باشند، اما تنها وقتی که به کارکنان اختیار لازم داده می‌شود و آنها تشویق می‌شوند، کارآفرینی سازمانی امکان‌پذیر خواهد یافت. با توجه به اینکه تکنیک نظام پیشنهادات عمدتاً یک فرایند پایین به بالاست، در تسهیل روند کارآفرینی سازمانی از مهم‌ترین ابزارها به شما می‌آید.

نوروزی (۱۳۸۴) در پژوهشی نشان داد که بین احساس داشتن حق انتخاب کارکنان و کارایی شعب بانک ملت ارتباط معنی‌داری وجود دارد (۱۳). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که بین آزادی عمل و کارآفرینی سازمانی ارتباط وجود دارد. بدین معنی که هر چقدر کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها و انتخاب روش‌ها استقلال و آزادی عمل داشته باشند، به همان نسبت می‌توانند در ارائه خدمات و چگونگی انجام کارها نوآوری داشته باشند و تبدیل به کارآفرین سازمانی شوند. در بخش دیگری از این پژوهش به بررسی رابطه میان احساس تأثیر و کارآفرینی سازمانی در ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران پرداخته شد. نتیجه به دست آمده مؤید رابطه مثبت و معنی‌دار بین احساس تأثیر و کارآفرینی سازمانی است. به عبارت دیگر، هر چقدر کارشناسان احساس کنند بر پیامدها و محیط کاری خود تأثیرگذار هستند، کارآفرینی سازمانی بهبود می‌یابد.

توانمندسازی روان‌شناختی مستلزم این نکته است که فرد احساس نماید بر فرآیندهای کاری تأثیرگذار است و آنچه در شغل او اتفاق می‌افتد حاصل اندیشه و فکر اوست. وجود رسمیت بالا در سازمان مانع شکل‌گیری چنین احساسی می‌شود. وجود تمرکز در تصمیم‌گیری و ارجاع تمام مسائل به سطوح بالای سلسله مراتب سازمانی باعث کاهش توانمندی روان‌شناختی در افراد می‌شود.

آمابایل و همکاران (۲۰۰۵) در پژوهشی با عنوان تأثیر و خلاقیت در محل کار به بررسی ارتباط بین تأثیر و خلاقیت در کار پرداختند. نتایج نشان داد که بین تأثیر مثبت و خلاقیت ارتباط معنی‌دار و مثبتی وجود دارد (۱۴). از نتایج دیگر این پژوهش، وجود ارتباط معنی‌دار بین احساس اعتماد کارشناسان و کارآفرینی سازمانی در ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران است. یعنی اینکه هر قدر کارشناسان ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران، به همکاران، مدیریت و تصمیمات سازمان اعتماد و اطمینان داشته باشند، کارآفرینی سازمانی نیز افزایش می‌یابد.

آدونسی (۲۰۰۳) در پژوهشی پیامدهای تأثیر کارآفرینی سازمانی، انعطاف‌پذیری سازمانی و تمایل به بازار بر رضایت شغلی را مورد بررسی قرار داد. از نتایج این پژوهش، وجود رابطه معنی‌دار بین سطح اعتماد و کارآفرینی سازمانی بود. سطوح بالای اعتماد بین اعضای سازمان تأثیر مثبتی بر نوآوری از طریق تبادل اطلاعات دارد. بر همین اساس، اعتماد زمانی در سازمان گسترش می‌یابد که کاتال‌های اطلاعاتی باز باشند و

وجود رابطه مثبت و معنی دار بین احساس اعتماد کارشناسان و کارآفرینی سازمانی در ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران که با ادبیات پژوهش‌های قبلی نیز همخوانی دارد، نشان می‌دهد که توجه به بعد اعتماد و احساس کارشناسان مبنی بر اینکه با آنها منصفانه و یکسان و از منظری بی‌طرفانه رفتار می‌شود برای بهبود کارآفرینی سازمانی امری ضروری است.

در پایان به منظور رتبه‌بندی هر یک از عوامل روان‌شناختی توانمندسازی در این پژوهش که شامل احساس معنی‌دار بودن شغل، احساس شایستگی، احساس خود تعیینی، احساس تأثیر و اعتماد می‌باشد، از آزمون رتبه‌ای اسپیرمن استفاده شد. نتایج این پژوهش این عوامل را به صورت ذیل اولویت‌بندی می‌کند. بالاترین رتبه مربوط به احساس شایستگی؛ دومین رتبه مربوط به احساس خود تعیینی است. احساس داشتن اعتماد به همکاران در رتبه سوم و احساس معنی‌دار بودن در رتبه چهارم و در نهایت در رتبه آخر احساس تأثیر جای می‌گیرد.

### منابع

1. Conger, J.A., Kanungo, R. N(1988) The empowerment process: Integrating theory and practice. *Academy of Management Review*, vol. 13: 482-471;
2. Thomas, K. W. & Tymon, w (1994) Does empowerment always work: Understanding the role of intrinsic motivation and personal inter 'retation. *Journal of Management System*, vol. 6:No.3.
3. Gist, M (1984) Self-efficacy: Implications organizational behavior and human resource management. *Academy of Management Review*, vol. 1 No. 12: 479-485;
4. Spreitzer, G. M., Kizilos, M. A. & Nason, S. W. (1997) A dimensional analysis of the relationship between psychological empowerment and effectiveness, satisfaction, and strain, *Journal of Management*, vol. 23, No. 5:679-704.
5. Spreizer G. M (1996) Social structural characteristics of psychological empowerment. *Academy of Management Journal*, vol. 34, No. 2: 483-504;
6. Ashforth, B. E (1989) The experience of powerlessness in organization, *Organizational Behavior and Human Decision process*, vol. 43:207-242;
7. Martiko, M. J. & Gardner, W. L (1982) Learned helplessness: An alternative explanation for performance deficits, *Academy of Management Review*, vol. 7:195-204;

8. Mishra, A. K. & Spreitzer, G. M (1998) Explaining how survivors respond to downsizing: The role of trust, empowerment, justice and work redesign. *Academy of Management Review*, vol. 23: 567-588;
۹. احمدپور داریانی، محمود، (۱۳۸۱) کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها، تهران، انتشارات شرکت پردیس.
۱۰. جهانگیری، علی، (۱۳۸۲) طراحی و تبیین الگوی کارآفرینی در سازمان‌های دولتی (سازمان گمرک ایران)، رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.
11. Fry, F (1992) *Entrepreneurship: A planning approach*, Engelwood Cliffs, NY: Prentice-Hall;
۱۲. رضازاده، حسین، (۱۳۸۲) بررسی ارتباط بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: اداره کل تأمین اجتماعی تهران بزرگ)، رساله کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
۱۳. نوروزی، مجتبی، (۱۳۸۴) بررسی ارتباط میان عوامل روان شناختی توانمندسازی کارکنان با عملکرد سازمانی در شعب بانک ملت شهر تهران، رساله کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
14. Amabile, T. M., Barsade, S. G., Mueller, J. S. & Staw, B. M. (2005) *Affect and creativity at work*, Johnson Graduate School, Cornell University;
15. Laxchinger S. Hk. & Manojlovich, M (2005) *The relationship of the empowerment and selected personality characteristics to nursing job satisfaction*. University of Michigan, School of Nursing;
۱۶. صمد آقایی، جلیل، (۱۳۷۸) سازمان‌های کارآفرین، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی.