



ارائه مدل رفتار کارآفرینانه مدیران سازمان‌های ورزشی ایران پریسا نبازی^۱، رسول نظری^۲

۱. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.
۲. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

چکیده

اطلاعات مقاله

پژوهش حاضر با هدف تدوین ارائه مدل رفتار کارآفرینانه مدیران سازمان‌های ورزشی ایران بود. شرکت‌کنندگان در پژوهش حاضر، متخصصان و صاحب‌نظران حوزه مدیریت ورزشی، کارآفرینی بودند. روش نمونه‌گیری پژوهش، روش نظری بود؛ نمونه‌گیری تارسیدن مقوله‌ها به اشباع نظری ادامه یافت؛ و بعد از ۱۵ مصاحبه اشباع نظری صورت گرفت. ابزار پژوهش حاضر، مصاحبه‌های عمیق و اکتشافی بود. اعتبار یافته‌ها با روش‌های تطبیق توسط اعضا، بررسی همکار و مصاحبه‌های آزمایشی تعیین شد و براساس نظریه داده-بنیاد با رویکرد ساخت‌گرای چارمز، داده‌ها کدگذاری و تجزیه و تحلیل شد. مدل رفتار کارآفرینانه مدیران سازمان‌های ورزشی در قالب ۹ کد اصلی یکپارچه‌سازی مقوله‌ها بر مبنای روابط موجود بین آن‌ها، حول محور رفتار کارآفرینانه مدیران، شکل گرفت. یافته‌ها نشان داد که رفتارهای کارآفرینانه مدیران، قابلیت اثرگذاری بر تصمیمات مدیران ورزشی را دارا می‌باشد. در پایان به این نکته اشاره می‌شود که سازمان‌های ورزشی زیادی در مواجهه با محیط‌های متغیر بازار و نوآوری‌های پیش آمده و تغییر در تقاضای مشتریان قرار گرفته‌اند که به نظر می‌رسد با داشتن آگاهی نسبت به این تغییر و پذیرش وقوع قطعی تغییرات به جای ترس از آن بهتر می‌توانند این مسیر را طی کنند و با خلاقیت و کارآفرینی این دوران را سپری و سازمان‌های کوچک و بزرگ ورزشی بتوانند به حیات خود ادامه دهند.

دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۱۲/۰۱

پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۳/۱۵

کلیدواژگان:

رفتار
کارآفرینانه
ساخت‌گرا
سازمان
ورزشی

نویسنده مسئول: رسول نظری

پست الکترونیکی:

nazarirasool@yahoo.com

Presenting a model of entrepreneurial behavior of managers of Iranian sports organizations

Parisa Niazy¹, Rasool Nazari²

1. Department of Sports Management, Faculty of Sports Sciences, Isfahan (Khorasgan) branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

2. Department of Sports Management, Faculty of Sports Sciences, Isfahan (Khorasgan) branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

Abstract

The aim of this study was to develop a model of entrepreneurial behavior of managers of Iranian sports organizations. Participants in the present study were experts and experts in the field of sports management, entrepreneurship. The sampling method of the research was theoretical; Sampling continued until the categories reached theoretical saturation; and after 15 interviews, theoretical saturation took place. The tools of the present study were in-depth and exploratory interviews. The validity of the findings was determined by matching methods by members, peer review and experimental interviews, and based on data-based theory with Charms constructivist approach, the data were coded and analyzed. The model of entrepreneurial behavior of managers of sports organizations was formed in the form of 9 main codes of integration of categories based on the existing relationships between them, around the axis of entrepreneurial behavior of managers. Findings showed that managers' entrepreneurial behaviors have the ability to influence the decisions of sports managers in the corona pandemic. In the end, it is pointed out that many sports organizations are faced with the corona pandemic and changing market environments and the innovations and changes that have occurred in the demand of customers, which seems to be aware of this change and acceptance. The definite occurrence of change, instead of being afraid of it, can better take this path and pass this period with creativity and entrepreneurship, and small and large sports organizations can continue their life.

Keywords: Entrepreneurial, behavior, Constructivism, Sports ,organizations

مقدمه

با این شرایط، جوامع با تحولات گسترده بین‌المللی روبه‌رو هستند. تحولات روزافزون زندگی بشر موجب شده است که مباحث مربوط به تحول و تغییر پارادایم‌ها و رخدادها در ابعاد مختلف زندگی جدی‌تر گرفته شود و ضرورت ایجاد ایده‌های نو و خلاق، نسبت به گذشته افزایش یابد. درک تغییرات و شناسایی و بهره‌گیری از فرصت‌های محیطی، از ویژگی‌های اساسی کارآفرینی محسوب می‌شود (میرصفیان، ۱۳۹۵). یکی از شاخه‌های اصلی کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی است که سهم چشمگیری در توفیق و تعالی سازمان‌ها دارد. کارآفرینی سازمانی به معنای توسعه شایستگی‌ها و فرصت‌ها در درون سازمان از طریق ترکیب منابع جدید است. کارآفرینی سازمانی می‌تواند رشد و نوآوری را در یک سازمان سنتی بهبود بخشد. امروزه بسیاری از سازمان‌های بزرگ، کارآفرینی را به عنوان روشی برای کسب مزیت رقابتی در بلندمدت، استفاده می‌کنند (محمدکاظمی و همکاران، ۱۳۹۰). در جهان امروز، تفکر نوآوری و کارآفرینی و استفاده از آن در سازمان‌ها امری اجتناب‌ناپذیر است. همانطور که تولد و مرگ سازمان‌ها به بینش، بصیرت و توانایی‌های مؤسسين آنها بستگی دارد، رشد و بقای آنها نیز به عواملی نظیر توانایی، خلاقیت و نوآوری منابع انسانی وابسته است (آقایی، ۱۳۸۸). همواره رفتار افراد بر اساس واقعیت‌ها شکل نمی‌گیرد، در بیشتر اوقات درک افراد از واقعیت باعث شکل‌گیری رفتار آنان می‌گردد. از این رو، فهم ادراک افراد از واقعیت، مدخلی برای تبیین پیامدهای رفتاری آنها قلمداد می‌شود. بر این اساس می‌توان گفت که ادراک کارکنان از ویژگیها و نحوه رفتار مدیران باعث شکل‌گیری چگونگی رفتار آنها در سازمان می‌شود (پور و همکاران، ۱۳۹۶). شکست یا موفقیت هر سازمان تا حدود زیادی به کیفیت مدیریت و رفتار کارآفرینانه آن بستگی دارد. رفتار کارآفرینانه مسیری است که از طریق آن کارآفرینی در هر نوع سازمانی عملی می‌شود. در سازمان‌های امروزی رفتار کارآفرینانه امری اجتناب‌ناپذیر است (مقیمی و همکاران، ۱۳۹۳).

کارکنان با ادراک از رفتار مدیرانشان، نحوه رفتار خود را مشخص می‌کنند (گل‌زاده و الوداری، ۱۴۰۰). رفتار کارآفرینانه شامل اقدامات نوآورانه، قابل اعتماد و دفاع از اعتبار و اقدامات مورد نظر می‌باشد (برد و شودت^۱، ۲۰۰۹). مایر^۲ (۲۰۰۵) در تعریف رفتار کارآفرینانه در یک سازمان می‌گوید؛ رفتار کارآفرینی در سازمان‌ها مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و شیوه‌های است که افراد در سطوح مختلف، به طور خودجوش برای تولید با استفاده از ترکیب منابع به صورت ابتکاری برای شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها در سازمان انجام می‌دهند (مایر، ۲۰۰۵). محققانی نظیر شاینر^۳ (۲۰۰۹) بروز رفتارهای کارآفرینانه را ویژگی ذاتی تلقی می‌کنند، یک پدیده ذاتی دانسته‌اند که از بدو تولد در برخی انسان‌ها وجود دارد (شاینر، ۲۰۰۹)، از نظر راج و فرس^۴ (۲۰۰۷) دو عامل اصلی سازمان، ساختار سازمانی و تمایلات کارکنان برانگیزاننده رفتار کارآفرینانه می‌باشد (راج و فرنس، ۲۰۰۷). فهم ادراک کارکنان برای مدیران ضروری است چراکه این امکان فراهم می‌شود تا

^۱ Bird B, Schjoedt L

^۲ Mair

^۳ Scheiner

^۴ Rauch & Frese

مدیر بداند کارکنان، وقایع را چگونه تفسیر می کنند (زامپتکیس و موستاکیس^۱، ۲۰۰۷). و همچنین، فهم ادراک می تواند به مدیران کمک کند تا خود را بهتر بشناسند و واکنش عینی تری نسبت به محیط نشان دهند (پور و همکاران، ۱۳۹۶).

ورزش امروزه به مثابه سرمایه حیاتی و ماندگار جامعه بشری و به عنوان ضرورتی انکارناپذیر در بقاء پیکره اجتماع به شمار می رود و یکی از مجاری بالندگی و پیوند جوامع بشری است (پلگرینی و همکاران^۲، ۲۰۲۰). در نظام ارزشی جامعه ما ورزش به عنوان پدیده ارزشمند فرهنگی و اجتماعی به شمار می رود (گودرزی و همکاران، ۱۳۹۱). ورزش امروزه بخش مهمی از زندگی افراد را در بر می گیرد و با شیوع ویروس کرونا، صنعت ورزش نیز به عنوان یک صنعت فعال و تأثیرگذار با شرایطی متفاوت مواجه است (۲۵). سازمان های ورزشی به تبع این تغییرات و پیچیدگی سازمانی از این تحولات مستثنی نیستند (سجادی و همکاران، ۱۳۹۸). پارنل و همکاران^۳ (۲۰۲۰) در تحقیق خود با عنوان کرونا و ورزش به بررسی تأثیرات کرونا در ورزش و مسابقات ورزشی پرداختند و بیان کردند که مدیران در حال حاضر آمادگی لازم برای مواجهه با چنین بحرانی را ندارند. نتایج این تحقیق نشان داد که کرونا باعث شده است عملکرد کلی سازمان های ورزشی با تغییرات بنیادین مواجه گردد (پارنل و همکاران، ۲۰۲۰). با توجه به اینکه کارآفرینی خلق و ایجاد ارزشمند از هیچ است، کارآفرینی در سازمان های ورزشی شرایط و بستری را فراهم می کند که اولاً هر شخص یا گروهی که بخواهد پروسه کارآفرینی درون سازمانی را طی کند بتواند سریع، راحت و اثربخش آن را به اجرا درآورد و ثانیاً محرک، مشوق و آموزش دهنده افراد برای اجرای فعالیت هایی کارآفرینانه در حوزه های مختلف ورزشی باشد (آقایی، ۱۳۸۸).

ضرورت انجام این تحقیق شاید بیشتر به خاطر اهمیت رفتار کارآفرینانه مدیران در سازمان های ورزشی با توجه به شرایط کنونی برای بقا سازمان های ورزشی باشد که در این قلمرو کار جدیدی است. یکی دیگر از موارد اهمیت این پژوهش رفتار کارآفرینانه مدیران در سازمان های ورزشی برای تصمیم گیری در این حوزه با توجه به اهمیت ورزش به عنوان یکی از شیوه های زندگی سالم می باشد. حال با توجه به اینکه منشاء انجام کارهای جدید با کارآفرینی آغاز می گردد و بر شیوه انجام فعالیت های ورزشی تأثیرگذار بوده است؛ آیا تدوین مدل رفتار کارآفرینانه مدیران سازمان های ورزشی در مورد نیاز به نظر نمی رسد؟

روش شناسی

پژوهش حاضر از منظر ماهیت در دسته پژوهش های کاربردی و از منظر روش شناختی و راهبرد گردآوری و تجزیه و تحلیل داده ها در دسته پژوهش های کیفی قرار می گیرد که بهترین دلیل برای استفاده از این روش که کمبود اطلاعات در خصوص پیشینه ی این پژوهش می باشد.

^۱ Zampetekis L A, Moustakis V

^۲ Pellegrini, et al

^۳. Parnell & et al

جدول ۱. ساختار پیاز فرایند پژوهش

نوع عملیات	مؤلفه
اکتشافی - بنیادی	ماهیت پژوهش
رویکرد کیفی	نحوه انجام پژوهش
تفسیری - بساختی	پارادایم پژوهش
استقرایی	رویکرد پژوهش
نظریه داده بنیاد	راهبرد پژوهش
مصاحبه‌های عمیق و مطالعات نظری	منبع گردآوری داده‌ها
داده بنیاد / ساخت گرا	روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

راهبرد نظریه داده بنیاد می‌تواند از میان حجم انبوهی از داده‌ها به شکلی سیستماتیک و جوه مشترک را در غالب کد، استخراج کند و بر اساس آن به تئوری پردازی در حیطه پژوهش خود بپردازد. این راهبرد از رویکرد استقرایی بهره می‌گیرد. هدف این راهبرد تبیین یک پدیده از طریق مشخص کردن عناصر کلیدی (مفاهیم^۱)، مقوله‌ها^۲ و قضیه‌ها^۳) آن پدیده و سپس طبقه‌بندی روابط این عناصر درون بستر و فرایند آن پدیده است. تولید و خلق مفاهیم، مقوله‌ها و قضیه‌ها نیز فرایندی چرخه‌ای تکراری است. به منظور ارایه الگوی شماتیک از یافته‌های برگرفته از کدهاسعی شده که از رویکرد ساخت گرا در نظریه داده بنیاد که چارمز^۴ ارایه داده استفاده شود (چارمز، ۲۰۱۹). چهار فرایند همپوشان در تحلیل ساخت گرای نظریه داده بنیاد عبارت از کدگذاری اولیه، کدگذاری متمرکز شده، کدگذاری محوری و نظری.

مشارکت کنندگان پژوهش همانگونه که در جدول مشاهده می‌شود تعداد کل آنها ۱۵ نفر بوده است که شامل اعضای هیات علمی مدیریت ورزشی، و صاحب نظران کارآفرینی بودند. ویژگی‌های جمعیت شناختی و توزیع فراوانی صاحب نظران و متخصصین حاضر در تحقیق در جدول ۲ ارائه شده است. نمونه تحقیق به صورت ترکیبی از روش نمونه گیری نظری^۵ و گلوله برفی^۶ انتخاب شد. در واقع نمونه گیری تا جایی تداوم یافت که پژوهش به اشباع نظری رسید. جهت اجرای مطلوب مصاحبه‌ها، همگی توسط شخص محقق صورت پذیرفت. زمان در نظر گرفته شده برای هر مصاحبه به طور میانگین ۳۰ دقیقه بود و ضبط می‌شد تا با مرور چندباره گفتگوها، تحلیل و بررسی دقیق تری نسبت به دیدگاه‌های طرح شده مشارکت کنندگان انجام شود.

جدول ۲. ویژگی‌های جمعیت شناختی و توزیع فراوانی مشارکت کنندگان در تحقیق

تخصص	فراوانی	میانگین سال سابقه	تحصیلات
اساتید حوزه مدیریت ورزشی	۸	۱۸	دکتری
اساتید حوزه کارآفرینی	۳	۱۸	دکتری
فعالان حوزه کارآفرینی	۴	۱۹	کارشناسی ارشد و دکتری

1. Concepts

2. Categories

3. Propositions

۴. Charmaz

5. Theoretical sampling

6. Snowball sampling

با توجه به ادبیات نظری پژوهش های کیفی، همزمان با انجام مصاحبه ها تحلیل و کدگذاری آنها نیز انجام پذیرفت. بدین منظور پس از انجام مصاحبه ها و پیاده سازی آنها، متن مصاحبه ها چندین بار مرور شد. سپس به منظور یافتن مرکزیت در بین آنها، این کلمات، مرور و بر این اساس مقوله بندی شدند. سپس بین متون اولیه و مقولات نهایی چندین بار طی مسیر استقرائی تکرار شد تا در نهایت، ثبات قابل قبول و مشترکی در بین پژوهشگران درباره آنچه حاصل از داده ها بود ایجاد گردد. در پایان با انجام کدگذاری محوری، نظریه پژوهش درباره ارائه مدل رفتار کارآفرینانه سازمان های ورزشی ایران ارائه گردید. همچنین فرایند کدگذاری ها توسط ۳ نفر از استادان صاحب نظر که عضو گروه مصاحبه نبودند، بررسی و پیشنهادات آن ها در تدوین الگو استفاده گردید. پژوهشگر به منظور سنجش پایایی ابزار کیفی، دو مصاحبه آزمایشی ترتیب داد و پس از تحلیل نتایج و سپس مقایسه با اهداف و سؤالات پژوهش، اصلاحاتی در سؤالات و اولویت بندی پرسش ها داده شد تا باعث افزایش دقت ابزار پژوهش شود.

جهت ممیزی پژوهش حاضر از چهار راهبرد استفاده شد؛ در ابتدا برای باورپذیری، محقق یکی از مصاحبه ها را بعد از یک ماه دوباره کد گذاری نمود، و نتایج با ضریب اسکات مقایسه شد. لازم به ذکر است برای اعتماد پذیری و انتقال پذیری از روش تحلیل اعضای پژوهش استفاده شد، در این روش گزارش محقق از نظر صحت و کامل بودن مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت، در این راستا اتکاپذیری به معنی اینکه آیا اگر کس دیگری کد گذاری کند به همین یافته ها می رسد نیز انجام شد. برای تأیید پذیری، ۳ نفر صاحب نظر کدها، یافته ها و الگو را بررسی کردند و تمامی مراحل به صورت جزء به جزء ارائه شد تا متخصصان خبره نظرشان را در مورد الگو ارائه دهند.

یافته ها

بر اساس ماهیت غیرخطی تحقیقات کیفی، فرآیند کدگذاری چندین بار تکرار گردید و در نهایت طبقات و مقوله های کامل و جامعی ایجاد شد. برای نمونه در جدول شماره (۳) تعدادی از سؤالات یک مصاحبه پیاده سازی شده؛ آورده شده است.

جدول ۳. نمونه ای از مفاهیم استخراج شده و کدهای مفهومی در کدگذاری اولیه، متمرکز شده و محوری

کدگذاری نظری	کدگذاری متمرکز شده	کدگذاری اولیه	
		مقوله ها	گزاره ها و برجسب زنی (مفاهیم اولیه)
عوامل درون سازمانی	آموزش رویکردهای کارآفرینانه	فقر سیستم آموزشی در تربیت کارآفرین	- یکی بخش سیستم آموزشی ماست یعنی آن جایی که دانشگاه های ما باید افرادی را تربیت کنند که آنها رویکرد کارآفرینانه را یاد بگیرند
عوامل فردی و شخصیتی	ویژگی های فردی	ویژگی های شخصیتی افراد کارآفرین	- قوه خلاقیت و ابتکار و نوآوری که از ویژگی های افراد کارآفرینان هست را در مراکز آموزشی ما به کار برده نمی شود
عوامل سازمانی	اعتماد در سازمان	نبود اعتماد اجتماعی بین افراد سرمایه گذار و خلاق	- ضمن اینکه آن اعتماد اجتماعی که متأسفانه در کشور ما گم هست بین

عوامل سازمانی	سیستم سنتی بر پایه دموکراسی	وجود ساختارهای غیرقابل انعطاف دولتی تمایل مدیران	سرمایه گذار و آدم های خلاق و نوآور وجود ندارد.
دانش و آگاهی مدیران	رفتار مدیران	مهیا کردن زیرساخت های قانونی و حقوقی برای حضور کارآفرینان	- یک ساختار دولتی است معمولاً ساختارهای دولتی ساختار های غیر قابل انعطافی هستند که براساس قوانین بالا دستی و گاهاً تمایل مدیران بالا حرکت می کنند.
عوامل بیرونی سازمان	زیرساخت های حقوقی و قانونی	رونق فضای کسب و کار اشتغال زایی	- اما در مقام عمل شرایط و زیرساخت های حقوقی و قانونی و سخت افزاری و نرم افزاری که باید مهیا کنند برای حضور افراد کارآفرین این اقدامات انجام نمی شود.
رفتار سرمایه گذاری	سودآوری سرمایه گذاری مکان سرمایه گذاری رفتارهای کارآفرینانه	نیاز به رفتارهای کارآفرینانه برای نجات صنعت ورزش	- بهترین پیامد این است که رونق فضای کسب و کار به عنوان اولین پیامدش است.
			- یکی از مهمترین پیامدهای تسهیل شرایط کارآفرینی اشتغال برای جوانانی است.
			- کارآفرینی می تواند این صنعت را نجات دهد.
			-سازمان های ورزشی باید به دنبال رفتارهای کارآفرینانه، خلاق و نوآور باشند تا بتوانند در این شرایط به حیات خود ادامه بدهند.

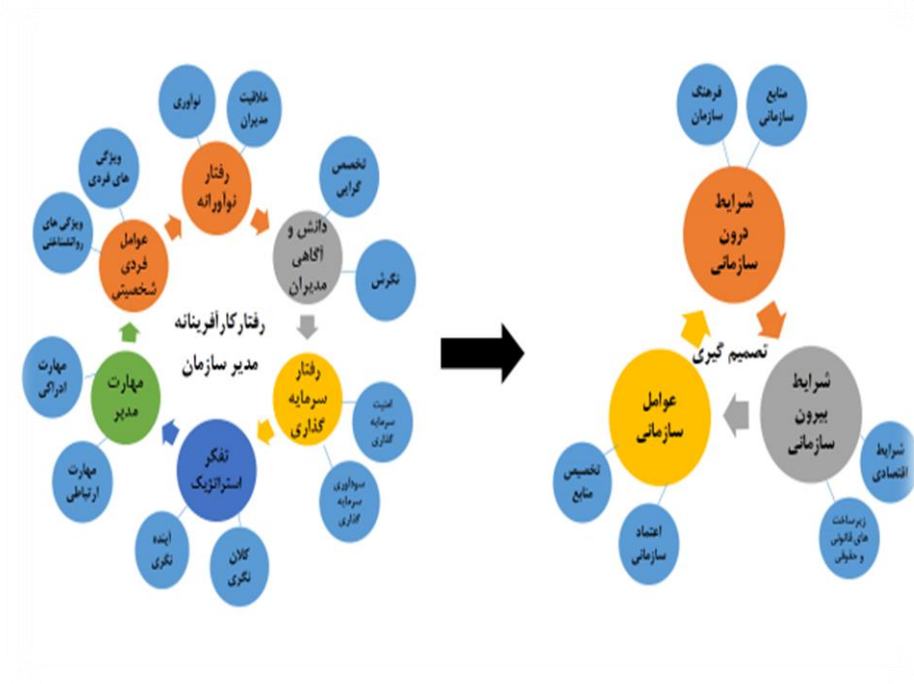
عوامل شناسایی شده از مصاحبه‌ها طبقه بندی شدند. بدین صورت که تعداد ۱۱۰ مفهوم اولیه و مقوله در کدگذاری اولیه توسط پژوهشگر شناسایی و نشانه گذاری شد؛ سپس، در کدگذاری متمرکز شده، ۴۲ کد به دست آمد و در نهایت در ۹ کد محوری، ارائه گردید. براساس رویه‌های مطرح شده در قسمت روش شناسی و همچنین نمونه کدگذاری ارائه شده، مقوله‌های فرعی و اصلی الگو به شرح جدول (۴) ارائه می گردد.

جدول ۴. مقوله های فرعی و اصلی الگو

مقوله های اصلی	مقوله های فرعی
عوامل سازمانی	تخصیص منابع - اعتماد در سازمان - سیستم تصمیم‌گیری مبتنی بر دموکراسی - مدیران با تفکر سنتی - تنظیم نیازها با رفتارهای کارآفرینانه
عوامل فردی و شخصیتی	رفتار حاصل از برون دادهای شخصیتی مدیران و تأثیر مهارت های روانی و دانش مدیران بر تصمیم گیری - تقویت رفتارهای کارآفرینانه کارکنان - ویژگی های فردی و ویژگی های روانشناختی - وجود تفکر استراتژیک در مدیر و کارکنان سازمان - ریسک پذیری
عوامل بیرونی سازمان	رفتارها و واکنش های مناسب - تناسب با موقعیت های خاص - شرایط اقتصادی حاکم بر سازمان - زیرساختهای حقوقی و قانونی برای حضور کارآفرینان - وجود رقبا -

مقوله های اصلی	مقوله های فرعی
	تقاضا برای ورزش
عوامل درونی سازمان	منابع مالی، مادی و انسانی سازمان - آموزش - شناسایی نقاط قوت و ضعف سازمان - زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری - توانایی حضور در دنیای مجازی برای ارتباطات داخل و خارج سازمان - رفتار و نگرش مدیران بالا دستی - فرهنگ سازمانی
رفتار نوآورانه	نوآوری - خلاقیت مدیران - رفتارهای کارآفرینانه - در نظر گرفتن کلیه موارد برای گرفتن تصمیم عقلایی
مهارت مدیر	مهارت ارتباطی - مهارت ادراکی - مهارت های روانی - تخصص مدیر در ارایه رفتار کارآفرینانه - مهارت فنی
دانش و آگاهی مدیر	دانش، نگرش و رفتار مدیران - تخصص گرایی - سطح آگاهی مدیران از وضعیت موجود
رفتار سرمایه گذاری	مکان سرمایه گذاری - قوانین و مقررات سرمایه گذاری - موقعیت سرمایه گذاری - امنیت سرمایه گذاری - نقدینگی سرمایه گذاری و سودآوری سرمایه گذاری
تفکر استراتژیک	کلان نگری - آینده نگری - الگوی ذهنی خلق ارزش برای ورزش - تفکر به موقع - تمرکز بر منابع - خلق استراتژی - رویکرد راهبردی مدیران

مرحله آخر کدگذاری، کدهای محوری در مرحله قبل از حیث یکپارچگی و کلی نگر بودن، جامع و کاربردی بودن، هر مفهوم، از لحاظ معنایی و ارتباط محتوایی با یکدیگر ادغام و سپس به صورت انتخابی استخراج گردید تا فرایند کدگذاری به پایان برسد. در پایان این مرحله مدل زیر ترسیم گردید. این مدل قطعا الگوی کاملی نیست اما چراغ کم سویی است برای رسیدن مدیران ورزشی به شرایط مطلوب تر سازمانی و درک ارزیابی درون سازمان و بیرون سازمان برای کارایی بالاتر و همچنین جمع شدن یک سری عوامل برای رفتارهای کارآفرینی و در نتیجه تصمیم گیری عقلایی.



شکل ۱. مدل رفتار کارآفرینانه مدیران در سازمان های ورزشی

بحث و نتیجه گیری

کارآفرینی، فرایندی از توسعه و آوردن یک نگاه جدید به زندگی است، نگاهی که ممکن است یک ایده خلاقانه، یک فرصت ساده و روش های بهتری برای انجام کاری باشد (مرزبان و همکاران، ۱۳۸۹). کارآفرینی به عنوان یک پدیده نوین در اقتصاد نقش مؤثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها یافته است. کارآفرینی در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزه دارای نقش کلیدی است. به عبارت دیگر در یک اقتصاد پویا، ایده ها، محصولات و خدمات همواره در حال تغییر می باشند و در این میان کارآفرین است که الگویی برای مقابله و سازگاری با شرایط جدید را به ارمغان می آورد. از این رو در یک گستره وسیع تمام عناصر فعال در صحنه اقتصاد (مصرف کنندگان، تولید کنندگان، سرمایه گذاران) باید به کارآفرینی بپردازند و به سهم خود کارآفرین باشند (قنبری و موذن، ۱۴۰۰). کارآفرینی، اساساً رفتار است، از این رو یکی از مباحث مهم در بحث کارآفرینی، تقویت رفتارهای کارآفرینانه می باشد. امروز اکثر سازمان ها برای کسب مزیت رقابتی به رفتار کارآفرینانه روی می آورند. رفتار کارآفرینانه فعالیتی است که افراد در شرایط عدم اطمینان با استفاده از منابع و امکانات سازمان اقدامات نوآورانه را انجام می دهند (مقیم و همکاران، ۱۳۹۳). پژوهش فوق با هدف ارائه مدل رفتار کارآفرینانه سازمان های ورزشی انجام شده است. پژوهش حاضر که بر اساس یکی از پرکاربردترین راهبردهای روش تحقیق کیفی، گرندت تئوری طرح ریزی شده است، به دنبال ساخت یک نظریه

با یک برد متوسط بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده است که به ارائه الگو رفتار کارآفرینانه سازمان‌های ورزشی منجر گردید. نتایج تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه و یکپارچه‌سازی مقوله‌ها بر مبنای روابط موجود بین آنها حول محور رفتار کارآفرینانه مدیران، شکل دهنده این مدل است. البته همانطور که چارمز به عنوان بنیانگذار رویکرد ساخت‌گرا اذعان داشت، این رویکرد به طور صریح فرض می‌دارد که هر شرح نظری باید پرتنه تفسیری را از جهان مورد مطالعه ارائه دهد و در ادامه این بحث، می‌افزاید که البته قرار هم نیست، تصویری کاملاً دقیق را از آن ارائه دهد. احتمالاً این پژوهش نیز که با رویکرد ساخت‌گرا صورت پذیرفته است، از این قاعده مستثنی نیست (گونزالز رودریگز و همکاران، ۲۰۲۰). افراد شاغل در سازمان به طور معمول دارای مافوقی هستند که آنها را در انجام کارها هدایت می‌کند. نحوه تعامل و رفتار این مافوق‌ها با کارکنانشان در هدایت کارها و برقراری روابط کاری بسیار مؤثر است به نحوی که گفته می‌شود که ما برای افراد کار می‌کنیم نه سازمان‌ها، سازمان‌های ورزشی موفق به مدیرانی نیاز دارند که با دیدگاهی عمیق، جهت مناسب و مسیر آینده سازمان را ترسیم کنند، کارکنان را به آن مسیر هدایت کنند و انگیزه ایجاد تحول را در آنان به وجود آورند (فریدونی و جلالی فراهانی، ۱۳۹۵).

در مدل طراحی شده، اصلی‌ترین نتیجه این پژوهش نشان دادن رفتار کارآفرینانه مدیر سازمان و بازتاب آن در تصمیم‌گیری مدیران می‌باشد. البته فاکتورهای دیگری همچون تفکر راهبردی و موانع راهبردی، هم در رفتار مدیران و هم در تصمیم‌گیری‌های آنها نقش مهمی دارد که امید است در پژوهش‌های آتی به آن پرداخته شود. در ادامه، مقایسه مبانی اطلاعاتی برآمده از تحقیق با سایر پژوهش‌های مرتبط، هدفمندی و اعتبار یافته‌های تحقیق را تحلیل و تایید خواهد نمود. عوامل مختلف درون سازمانی (ساختار، راهبرد، سبک و مهارت‌های مدیریتی، فرهنگ سازمانی، نظام‌های سازمانی، منابع انسانی) و برون سازمانی (فناوری، عوامل اقتصادی و بازار، عوامل اجتماعی و فرهنگی، دولت و صنعت در شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه کارکنان تأثیرگذار است (گوردون و همکاران، ۲۰۰۳)؛ که منابع سازمانی، فرهنگ سازمانی و عوامل اقتصادی و بازار از مؤلفه‌هایی است که در این پژوهش به دست آمده است. از مقوله‌های دیگر به دست آمده در این پژوهش نوآوری می‌باشد. نوآوری شامل توجه مدیران به فعالیتهای تحقیق و توسعه، توجه به ارائه ایده‌های جدید کارکنان بدون توجه به مدیران به فعالیت‌های تحقیق و توسعه، توجه به ارائه ایده‌های جدید کارکنان بدون در نظر گرفتن موقعیت آنها، مشهود بودن تغییرات در خطوط محصولات و تمایل مدیران به کنار گذاشتن باورهای قدیمی و اتخاذ راهکارهای جدید است (مدهوشی و همکاران، ۱۳۹۱). رویکردها و نظریه‌های ساختارهای اجتماعی در فرایند تکاملی خود همواره انتشار دو مؤلفه اصلی را مورد توجه قرار داده‌اند. یکی مسأله نظم و دیگری نوآوری و تغییر. آنچه که در سطوح مختلف یک نظام جمعی باعث تحول یک نظم و شکل‌گیری یک ساختار جدید می‌گردد، نوآوری و تغییرات مترتب بر آن است، چرا که نوآوری‌ها عمدتاً مستلزم تغییرات اساسی در تفکر و رفتار افراد است (سرلک و غیاث‌آبادی فراهانی، ۱۳۹۴). در دهه‌های اخیر فعالیت‌های کارآفرینانه به درون

^۱ González-Rodríguez et al

سازمان‌ها راه یافت و مدیران نیز به کارآفرینی به طور فزاینده‌ای توجه کردند تا بتوانند به اختراع و نوآوری و تجاری کردن محصولات و خدمات خود بپردازند (علی‌زاده، ۱۳۹۴). از مقوله‌های دیگر به دست آمده در این مدل مهارت‌های مدیران است. به عبارت دیگر صلاحیت و کیفیت کار مدیران از نظر مهارت‌های مدیریتی، یکی از عوامل مهم استمرار موفقیت در سازمان است. مدیران برای داشتن کارایی و اثربخشی لازم، نیازمند مهارت‌های اساسی چون مهارت‌های ادراکی، انسانی و فنی هستند. آموزش سازمان‌ها باید بر اساس ایجاد تجربه‌های علمی و تربیت نیروهایی با ویژگی‌های کارآفرینی باشد و این برنامه‌های آموزشی در ایجاد ایده‌های نوین و برنامه‌ریزی برای عملی کردن این ایده‌ها کمک می‌کنند. افرادی که ویژگی‌های کارآفرینانی آنها برانگیخته می‌شود اقدام به رفتارهای کارآفرینانه از جمله راه‌اندازی یک کسب و کار، ایجاد یک حرفه برای خود و دیگران و در نهایت ثبت اختراع به نام خود می‌کنند (سرلک و غیاث‌آبادی فراهانی، ۱۳۹۴). آموزش از مولفه‌های مهم به دست آمده در این پژوهش می‌باشد.

عوامل فردی و شخصیتی مدیر از مقوله‌های به دست آمده دیگر است. رویکرد ویژگی‌های شخصیتی براین فرضیه تأکید می‌کند که کارآفرینان ویژگی‌ها، دیدگاه‌ها، و ارزش‌هایی دارند که یک نیروی محرک برای آنها فراهم کرده و آنها را از دیگران متمایز می‌کند. ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مشخصه‌های پایدار و پیش‌بینی پذیر رفتار فرد است که تفاوت اقدامات فرد را در موقعیت‌های مشابه توضیح می‌دهند. ویژگی‌هایی از جمله خلاقیت، استقلال طلبی، سخت‌کوشی، انگیزه موفقیت، مخاطره‌پذیری و تحمل ابهام. این ویژگی‌ها در توضیح رفتارها و اقدامات پرتحرک کارآفرینان، مسلم فرض شده است و نقش شایان توجهی در کارآفرینی دارد (سرلک و غیاث‌آبادی فراهانی، ۱۳۹۴). طبق الگوی به دست آمده از پژوهش احمدی و همکاران (۱۳۹۱) ویژگی‌های کارآفرینانه منجر به رفتار کارآفرینانه مدیران می‌شود. این رفتار کارآفرینانه تأثیر بر تصمیم‌گیری‌های مدیر در سازمان خواهد گذاشت (احمدی و همکاران، ۱۳۹۱). به طور کلی، فرآیند تصمیم‌گیری، فرآیندی است شامل شناسایی و تعریف مسأله، گردآوری و تحلیل اطلاعات، ساختن یا یافتن راه‌حل‌های نو و سرانجام، ارزیابی و انتخاب یکی از آن‌ها این فرآیند در قلمرو کارآفرینی، در محیط ابهام یا در صورت عدم اطمینان واقعی انجام می‌شود (زبودار و همکاران، ۱۳۹۵).

اظهارات کارآفرینان مشارکت‌کننده در پژوهش و نتایج تحلیل‌های انجام شده بر آن‌ها، نشان می‌دهد تصمیم‌نهایی مدیر، متأثر از شرایط درون‌سازمانی، عوامل سازمانی و شرایط برون‌سازمانی و عوامل فردی و شخصیتی مدیر می‌باشد و به یک باره گرفته نشده است. در پایان به این نکته اشاره می‌شود که سازمان‌های ورزشی زیادی در مواجهه با محیط‌های متغیر بازار و نوآوری‌های پیش‌آمده و تغییر در تقاضای مشتریان قرار گرفته‌اند که به نظر می‌رسد با داشتن آگاهی نسبت به این تغییر و پذیرش وقوع قطعی تغییرات به جای ترس از آن بهتر می‌توانند این مسیر را طی کنند و با خلاقیت و کارآفرینی این دوران را سپری و سازمان‌های کوچک و بزرگ ورزشی بتوانند به حیات خود ادامه دهند.

REFERENCES

1. Ahmadi F, Shafi'i R, Mafakheri Nia F. (2012) Investigating the effect of individual and environmental factors on the entrepreneurial behavior of Kurdistan University students. *Entrepreneurship Development*; 4 (15): 145-163 (Persian).
2. Alizadeh M. (2015) The Impact of Management Skills on the Entrepreneurial Behavior of NAJA Employees (Case Study: NAJA Organization in Aran and Bidgol). *Quarterly Journal of Resource Management in Law Enforcement*; 3 (2): 143-160 (Persian).
3. Bird B, Schjoedt L. (2009). Entrepreneurial behavior: Its nature, scope, recent research, and agenda for future research. In A. L.
4. Charmaz K. (2019) With Constructivist Grounded Theory You Can't Hide: Social Justice Research and Critical Inquiry in the Public Sphere. *Qualitative Inquiry*; 26 (2): 165-176.
5. Fereydooni, M., & Jalali Farahani, M. (2017). The Model of the Relationship between Processes of Knowledge Management and Strategic Thinking. *Sport Management Journal*, 8(6), 874-861. (Persian).
6. Ghanbari Ghaleroudkhani, F., & Moazen Jamshidi, M. (2022). The Factors Affecting on Creativity and Innovation of Military Personnel: A Meta-Analysis. *Innovation Management Journal*, 10(4), 63-88. (Persian).
7. Gibb A, Ritchie J. (1982) Understanding the Process of Starting Small Businesses. *International Small Business Journal*; 1: 26-45.
7. Golzadeh, H., & Alvedari, H. (2021). The effect of managers' entrepreneurial characteristics on innovative behavior through evaluation of postal service performance (Case study: Tehran Postal Zone 13). *Journal of Innovation and Creativity in Human Science*, 10(4), 225-240. (Persian).
8. González-Rodríguez, M. R., Díaz-Fernández, M. C., & Gómez, C. P. (2020). Facial-expression recognition: An emergent approach to the measurement of tourist satisfaction through emotions. *Telematics and Informatics*, 51, 101404.
9. Goodarzi M, Nazari R, Ehsani M. (2012) Presenting a structural equation model of the effect of communication skills on management skills of sports managers. *Applied Research of Sport Management*; 1 (1): 11-20 (Persian).

10. Gordon YJ, Young A, Bal J. (2003) External environment forces affecting e-learning providers. *marketing intelligence & planning*; 21 (3): 168-172.
11. Kalateh Sadati A K, Lankarani M H, Bagheri Lankarani K. (2020) Risk Society, Global Vulnerability and Fragile Resilience; *Sociological View on the Coronavirus Outbreak*, Shiraz E-Med J. Online ahead of Print; 21(4):e102263.
12. madhoshi, M., tabibi, M., & delavari, H. (2013). Investigating the Impact of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation on Innovation in SMEs. *Iranian Journal of Trade Studies*, 17(65), 115-136. (Persian).
13. Mair J. (2005). Entrepreneurial behavior in a large traditional firm: Exploring key drivers. *Corporate entrepreneurship and venturing*; 49-72.
14. Marzban S, Moghimi M, Arabs A.(2010). The effect of organizational entrepreneurship atmosphere on entrepreneurial behavior of managers. *Quarterly Journal of Modern Economics and Business*: 21: 1-25 (Persian).
15. Mirsafian H. (2016). The Study of Relationship between Managers' Transformational Leadership Style and Employees' Entrepreneurial Behaviors. *Applied Research of Sport Management*; 4(4):41-35 (Persian).
16. Moghimi M, Zali M, Marzian S. (2014) Investigating the entrepreneurial behavior of middle managers of the University of Tehran. *Journal of Executive Management*; 6 (11): 124-144 (Persian).
17. Mohammad Kazemi R, Qhasemi H, Rustam Bakhsh M. (2011). Identification and Analysis of Behavioral Barriers to Organizational Entrepreneurship in the Physical Education Organization (Ministry of Sports), *Sports Management and Motor Science Research*; 1(2): 89-100 (Persian).
18. Parnell D, Widdop P, Bond A, Wilson R. (2020). COVID-19, networks and sport. *Managing Sport and Leisure*; 15: 1-7.
19. Pellegrini, M. M., Rialti, R., Marzi, G., & Caputo, A. (2020). Sport entrepreneurship: A synthesis of existing literature and future perspectives. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 795-826.
20. Poor S, Mortazavi S, Legzian M, Malekzadeh G. (2017). Analysis of the behavioral components of managers in strengthening the extra-role

- behaviors of the assistants of Imam Khomeini's Relief Committee. *Strategic Management Thought*; 11 (1): 171-200 (Persian).
21. Rauch AJ, Frese M. (2007). Born to be an entrepreneur? Revisiting the personality approach to entrepreneurship. *The psychology of entrepreneurship. The organizational frontiers*; 41-65.
 22. Safania A, Barahmand R. (2020). Evaluating the effects of coronavirus in the sports industry. *Quarterly of Educational Psychology, Allameh Tabataba'i University*; 16(56): 120-131 (Persian).
 23. Sajadi A, Razavi M, Kurdlu H.(2019). The Impact of Organizational Learning Capabilities on Organizational Entrepreneurship in the Ministry of Sports and Youth of Iran. *Journal of Sport Management and Motor Behavior*; 11 (30): 241-255(Persian).
 24. Samad Aghae J. (2009). ntrepreneurial organizations. Tehran. Public Management Training Center. First Edition (Persian).
 25. Sarlak A, (2015). Ghiasabadi Farahani M. The Impact of Entrepreneurial Behavior on Organizational Innovation (Study: Small and Medium Manufacturing Companies in Arak). *International Conference on New Research in Management, Economics and Accounting;The second period* (Persian).
 26. Scheiner CW. (2019). Fundamental Determinants of Entrepreneurial Behaviour. *Gabler*;7-9.
 27. Sobouti F, Moallem Savasari A, Aryana M, Mesgarani A. (2020). Coronavirus as a New Challenge for Infection Control in Dentistry: A Literature Review. *J Mazandaran Univ Med Sci*;30(186):185-194 (Persian).
 28. World Health Organization. (2020). Coronavirus disease (COVID-19) situation report-71. Available from: https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200331-sitrep-71-covid-19.pdf?sfvrsn=4360e92b_8
 29. Zabudar M, Imanipour N, Talibi K, Hosseini R. (2015). establish a model for deciding to start a new business with a data theory approach. *Innovation Management*; 5 (2): 109-134 (Persian).
 30. Zampetekis L A, Moustakis V. (2007). entrepreneurial behavior in the Greek public sector, *international journal of entrepreneurial Behavior & Research*; 13(1):19-38.