



رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی کارکنان کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران

محمد حسین شوهانی^{۱*}، محمد احسانی^۲ و مژگان صالحی پور^۳

۱ - دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

۲ - استاد تمام مدیریت ورزشی دانشگاه تربیت مدرس

۳ - استادیار تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه ایلام

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۱/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۶/۲۳

چکیده

هدف: تحقیق حاضر با هدف تبیین رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی کارکنان کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران انجام شد.

روش‌شناسی: روش تحقیق، توصیفی - همبستگی بود. جامعه آماری آن را کلیه کارکنان کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران به تعداد ۱۱۶ نفر تشکیل دادند. نمونه آماری به علت محدود بودن جامعه آماری، برابر با کل جامعه در نظر گرفته شد. به منظور جمع‌آوری داده‌ها، دو پرسشنامه فرهنگ سازمانی (دنیسون، ۲۰۰۰) و کارآفرینی سازمانی (هیل، ۲۰۰۳) استفاده شد. روایی پرسشنامه‌ها به تأیید ۵ تن از متخصصان مدیریت ورزشی رسید و پایایی آن‌ها به روش آلفای کرونباخ به ترتیب؛ ۰/۹۱ و ۰/۸۲ بدست آمد. به منظور سازمان دادن و خلاصه کردن داده‌ها، از آمار توصیفی شامل، میانگین و انحراف معیار و آمار استنباطی شامل، آزمون کلموگروف - اسمیرنوف، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه با روش ورود همزمان استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی در کارکنان کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران، رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ($t=0/568, p<0/001$). همچنین نتایج رگرسیون چندگانه نشان داد که مؤلفه‌های درگیر شدن در کار و انطباق‌پذیری قادر به پیش‌بینی معنادار کارآفرینی سازمانی هستند.

نتیجه‌گیری: با توجه به نتایج، به نظر می‌رسد که فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی اثرگذار است؛ لذا، برای دستیابی به یک سازمان کارآفرین، توجه ویژه به مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی ضروری به نظر می‌رسد.

واژه‌های کلیدی: انطباق‌پذیری، درگیر شدن در کار، فرهنگ سازمانی، کارآفرینی سازمانی، کمیته ملی المپیک.

مقدمه

یکی از ویژگی‌های عصر حاضر، تغییرات قابل توجه در نگرش، ایدئولوژی، ارزش‌های اجتماعی و روش فعالیت است. سازمان عمدتاً توسط این تغییرات، تحت تأثیر قرار می‌گیرد (فیروزجائیان و همکاران، ۲۰۱۴). امروزه بر کسی پوشیده نیست که در این دنیای پر تلاطم و متغیر، دوام و توسعه سازمان‌ها، در گرو همسو شدن با تحولات سریع، خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی^۱ است. به تعبیری دیگر کارآفرینی، کانون و مرکز ثقل کار و تلاش و پیشرفت بشر در عصر جدید تلقی می‌شود (بیلفلد^۲، ۲۰۰۸). در واقع مدیرانی که نقش کارآفرین دارند، عامل اصلی ایجاد خلاقیت و نوآوری هستند و فرصت‌ها را در دل هرج و مرج‌ها تشخیص می‌دهند. سازمان‌های امروزی با تعداد اندک افراد خلاق و کارآفرین نمی‌توانند در عرصه‌های داخلی و خارجی بر رقبا فائق آیند و نیازمند ایجاد بستر مناسب کارآفرینی، برای تمام کارکنان خود هستند (نوروزی سیدحسینی و کلاته‌سیف‌ری، ۱۳۹۳). کارآفرینی، ابزاری برای نوآوری استراتژیک، به‌ویژه در شرایط تغییر در محیط خارجی سازمان است (ییلدیز^۳، ۲۰۱۴). کارکنانی که درون سازمان‌های اداری فعالیت‌های کارآفرینانه داشته باشند، باعث بهبود و بازسازی سازمان شده، پس از مدتی تبدیل به مدیران کارآفرین می‌شوند (به نقل از علی‌پور شیرسوار و مرزبان‌مقدم، ۱۳۹۲). اکنون در عرصه جهانی، افراد خلاق، نوآور و مبتکر، به عنوان کارآفرینان، منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده‌اند. چرخ‌های توسعه اقتصادی، همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت در می‌آید (پارکر^۴، ۲۰۱۱). 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، بهره‌برداری می‌کنند (رامیرز^۵ و همکاران، ۲۰۱۰).

کورنوال و پرلمن^۶ (۱۹۹۰)، در طبقه‌بندی خود کارآفرینی را به دو نوع فردی و سازمانی تقسیم کردند. اگر نوآوری و ساخت محصولات یا فرآیندها از طریق القاء و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تأسیس شده به ظهور برسد، کارآفرینی سازمانی^۷ اتفاق افتاده است. به عبارتی دیگر، کارآفرینی سازمانی، فعالیتی است که از منابع و حمایت سازمانی به منظور دستیابی به نتایج نوآورانه برخوردار می‌شود (کلاته‌سیف‌ری و تندنویس، ۱۳۹۱). کارآفرینی سازمانی، فرآیندی است که سازمان طی می‌کند تا همه کارکنان بتوانند در نقش کارآفرین انجام وظیفه کنند و همه فعالیت‌های کارآفرینانه فردی و گروهی به طور مستمر، سریع و راحت‌تر در سازمان مرکزی یا شرکت تحت پوشش خودمختار به ثمر برسد (طالب‌پور و همکاران، ۱۳۸۸).

ییلدیز (۲۰۱۴)، معتقد است که کارآفرینی سازمانی، فرآیندها، روش‌ها و فعالیت‌های تصمیم‌گیری است که منجر به ورودی‌های جدید سازمانی می‌شود (ییلدیز، ۲۰۱۴). اکولوس و نیک^۸ (۱۹۹۸)، معتقدند که کارآفرینی سازمانی شامل، به خدمت‌گرفتن رفتارهای کارآفرینانه در یک سازمان باثبات است.

شباهت‌های بسیاری بین کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی وجود دارد (آموزه و همکاران، ۲۰۱۳). کارآفرینی سازمانی، فرآیندی است که در آن تولیدات و فرآیندها از طریق ایجاد فرهنگ کارآفرینی درون یک سازمان در حال فعالیت توسعه داده می‌شوند (فرهنگی و صفرزاده، ۱۳۸۶). شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه سازمان، بارزترین نشانه‌های کارآفرینی سازمانی است. معمولاً کارآفرینی سازمانی، از کارآفرینی مستقل مشکل‌تر است. برخی از این مشکلات، به ماهیت سازمان‌های بزرگ بر می‌گردد. اصولاً رده‌های فراوان مدیریتی به کنترل‌های دائمی نیاز دارند و وجود فرهنگ محافظه‌کارانه باعث می‌شود،

1. Entrepreneurship
2. Bielefeld
3. Yildiz
4. Parker
5. Ramirez
6. Cornwall and Perlman
7. Organizational Entrepreneurship
8. Echols and Neck

فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان‌های بزرگ پا نگیرد (کلاته‌سیف‌ری و تندنویس، ۱۳۹۱). بوجیکا و همکاران (۲۰۱۲)، در پژوهش خود باورها و ارزش‌های موجود در سازمان یا به عبارتی فرهنگ موجود در سازمان را جزء ملاک‌های بسیار مهم در پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی به حساب آوردند؛ لذا برای غلبه بر مشکلات و تهدیدات که متوجه کارآفرینی سازمان‌های امروزی است، تنها یک راه‌حل کارساز است و آن ایجاد بستر فرهنگ کارآفرینی در سازمان‌هاست (شهرکی‌پور و همکاران، ۱۳۸۹).

ییلدیز (۲۰۱۴)، در تحقیقی به این نتیجه رسید که فرهنگ سازمانی، بر کارآفرینی سازمانی اثرگذار است. ژنگ^۲ و همکاران (۲۰۱۲)، در تحقیق خود دریافتند که فرهنگ سازمانی، عامل مهمی برای عملکردهای کارآفرینانه و نوآورانه است. عدالتیان و همکاران (۱۳۹۲) و شهرکی‌پور و همکاران (۱۳۸۹)، نیز در تحقیقات خود دریافتند که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی، ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد؛ همچنین، کلاته‌سیف‌ری و تندنویس (۱۳۹۱) و پیمانی‌زاد و قاسمعلی‌پور (۱۳۹۱)، تحقیقات جداگانه‌ای را در سازمان‌های ورزشی انجام دادند و "رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی" را به ترتیب در اداره کل تربیت‌بدنی استان تهران و استان خراسان رضوی مورد بررسی قرار دادند و دریافتند که ارتباط مثبت و معنی‌داری بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در ادارات مذکور وجود دارد.

توسعه بدون دستیابی به فرهنگ خاص آن امکان‌پذیر نیست. توسعه در تمام ابعاد آن به شدت تحت تأثیر باورهای فرهنگی است. از این رو باید فرهنگ را محور همه برنامه‌های توسعه قرار داد (بهرام‌زاده، ۱۳۸۲؛ به نقل از عدالتیان و همکاران، ۱۳۹۲). کامرون و کوین^۳ (۲۰۰۶)، معتقدند که فرهنگ سازمانی مجموعه‌ای از ارزش‌های مسلم فرض شده، باورهای اساسی، حافظه گروهی، انتظارات و تعاریفی از موفقیت است که در یک سازمان موجود است و آن ایدئولوژی رایجی را منعکس می‌کند که افراد در ذهن خود به همراه دارند و بیانگر احساس هویت کارکنان است. فرهنگ سازمانی، قوانین نانوشته و رهنمودهای غالباً ناگفته‌ای را به منظور سازش با دیگران در سازمان فراهم می‌کند و ثبات سیستم اجتماعی را افزایش می‌دهد. آنان، فرهنگ سازمانی را دارای مؤلفه‌هایی می‌دانند از جمله، الگوی مدیریت، برنامه‌های استراتژیک و جو سازمانی که برای تغییر سازمانی باید این مؤلفه‌ها ارزیابی شده، بایستی فرهنگ سازمانی جاری، ایده‌آل و آینده مورد بررسی قرار گیرد. کریتنر و کینسکی^۴ (۱۳۹۲)، فرهنگ سازمانی را مجموعه‌ای از فرضیه‌های ضمنی می‌دانند که به طور مشترک از سوی گروه پذیرفته شده، نحوه ادراکات، تفکرات و واکنش‌ها نسبت به شرایط و موقعیت‌های متعدد محیطی را مشخص می‌سازد.

دنيسون^۵ (۱۹۹۰)، معتقد است که فرهنگ سازمانی، همان ارزش‌های اساسی، باورها و اصول اخلاقی است که نقش پایه‌ای را برای یک سیستم مدیریت سازمانی بازی می‌کند. ایشان به کمک تحقیقاتی که در زمینه فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمان انجام داد؛ در مدل خود ویژگی‌های فرهنگی را این‌گونه برشمرد؛ ۱. درگیر شدن در کار^۶. ۲. سازگاری^۷. ۳. انطباق‌پذیری^۸. ۴. مأموریت یا رسالت^۹. مؤلفه درگیر شدن در کار، به این موضوع اشاره دارد که سازمان‌های اثربخش، افرادشان را توانمند می‌سازند، سازمان را بر محور گروه‌های کاری تشکیل می‌دهند و قابلیت‌های منابع انسانی را در همه سطوح توسعه می‌دهند. اعضای سازمان به کارشان متعهد شده و خود را به‌عنوان پاره‌ای از پیکره‌ی سازمان احساس می‌کنند. در مورد سازگاری، تحقیقات نشان داده است که سازمان‌هایی که اغلب اثربخش هستند، با ثبات و یکپارچه بوده و رفتار کارکنان از ارزش‌های بنیادین نشأت گرفته است. سازمان‌های با انطباق‌پذیری بالا، دارای فرهنگ قوی و متمایزند و به طور کافی بر رفتار کارکنان

1. Bojica
2. Zheng
3. Cameron and Quinn
4. Kreitner and Kinicki
5. Denison
6. Involvement
7. Consistency
8. Adaptability
9. Mission

نفوذ دارند. این سازمان‌ها به خوبی یکپارچه هستند و به سختی تغییر می‌یابند؛ لذا یکپارچگی درونی و انطباق‌پذیری بیرونی را می‌توان مزیت و برتری سازمان به حساب آورد. اما شاید بتوان گفت مهم‌ترین ویژگی فرهنگ سازمانی، رسالت و مأموریت آن است، سازمان‌هایی که نمی‌دانند کجا هستند و وضعیت موجودشان چیست، معمولاً به بیراهه می‌روند (دنيسون، ۱۹۹۰).

به طور کلی، می‌توان گفت فرهنگ سازمانی درکی است که کارکنان از سازمان خود دارند (احسان‌بخش و رضایی، ۲۰۱۲). اگر قرار باشد در یک سازمان معین دگرگونی‌های دل‌پسند و پایدار پدید آید، فرهنگ آن سازمان باید با دگرگونی‌های سراسری سازمان سازگار شود؛ به عبارت دیگر کامیابی یا شکست سازمان‌ها را باید در فرهنگ آن‌ها جستجو کرد (فیض‌پور و همکاران، ۱۳۸۹).

لذا؛ از آن‌جا که فرهنگ سازمانی شکل‌دهنده رفتار اعضای سازمان اعم از کارکنان و مدیران در سطوح مختلف است، می‌تواند توانایی سازمان در ایجاد تغییر و جهت‌گیری استراتژیک را به نحو چشم‌گیری تحت تأثیر قرار دهد. بدون داشتن فرهنگ سازمانی اثربخش نمی‌توان انتظار فعالیت‌های کارآفرینانه داشت. بنابراین؛ فرهنگ سازمانی از این جهت حائز اهمیت است که کارکردهای زیادی دارد از قبیل اینکه، به کارکنان سازمان هویتی سازمانی می‌بخشد، تعهد گروهی را آسان می‌سازد و ثبات نظام اجتماعی را ترغیب می‌کند (حیدری و همکاران، ۱۳۹۰). با توجه به این مطالب؛ اهمیت فرهنگ سازمانی در ایجاد بستر و زمینه لازم برای کارآفرینی سازمانی بیشتر نمود پیدا می‌کند.

امروزه اهمیت کارآفرینی سازمانی در سازمان‌ها برجسته‌تر شده و مدیران سازمان‌ها علاقه دارند تا رفتارهای کارآفرینانه‌ای را ایجاد کنند که به کارایی عملیاتی بهتری منجر شود. سازمان‌های ورزشی نیز از این قاعده مستثنی نیستند. کارآفرینی سازمانی وسیله‌ای برای رشد و ارتقای سازمان‌های ورزشی است. تفکر کارآفرینی و استفاده از آن در سازمان‌های ورزشی اجتناب‌ناپذیر است. همان‌طور که در سازمان‌های مختلف، کارآفرینی از ابزارهای تأمین‌کننده حیات و مزیتی رقابتی به شمار می‌آید، حیات و مزیت رقابتی در سازمان‌های ورزشی نیز به عواملی نظیر توانایی، خلاقیت و نوآوری منابع انسانی آن‌ها وابسته است. اگر سازمان‌های ورزشی، به‌خصوص کمیته ملی المپیک به‌عنوان یکی از مهم‌ترین سازمان‌های ورزشی کشور؛ سازمانی کارآفرین باشند، می‌توانند موقعیتی ایجاد کنند که مدیران، برنامه‌ریزان، تصمیم‌گیرندگان و کارکنان کارآفرین؛ فرصت‌ها را بهتر درک کنند، از منابع موجود و فرصت‌ها به‌منظور نوآوری استفاده بیشتری کنند و در نتیجه سریع‌تر رشد کرده، در صحنه رقابت جهانی، منطقه‌ای و ملی دوام آورند و رسالتی را که بر عهده دارند به نحو بهتری ایفا کنند (عدالتیان و همکاران، ۱۳۹۲). سازمان‌های ورزشی ایران جهت سازگاری با تغییرات روزافزون، سریع، پیچیده و نامطمئن محیط و کشف فرصت‌های بالقوه در عرصه‌ی ورزش، نیازمند کارآفرینانی هستند که خلاقیت، نوآوری و توان کشف فرصت‌های جدید از بارزترین ویژگی‌های آنان است (نیک‌نهاد و همکاران، ۱۳۹۴) و برای بروز این قابلیت وجود فرهنگ سازمانی مناسب در سازمان، ضروری به‌نظر می‌رسد. با توجه به اهمیت کارآفرینی در توسعه ورزش کشور و نیز ضرورت بسط و ایجاد بستری برای توسعه‌ی آن به نظر می‌رسد فرهنگ سازمانی پویا بتواند به عنوان عاملی راهگشا و بسیار کاربردی زمینه و بستر مناسبی جهت بهبود و تسریع روند کارآفرینی در سازمان‌های ورزشی فراهم آورد. لذا می‌توان گفت اگر فرهنگ سازمانی کارآفرین در سازمان‌های ورزشی جاری باشد، این سازمان‌ها با تحولات جهانی همگام می‌شوند و حتی در عرصه ورزش جهان پیشگام خواهند شد، اما اگر فرهنگ سازمانی حامی کارآفرینی نباشد، با وجود صرف هزینه‌های کلان، باز هم نمی‌توانند اثربخشی و کارایی مطلوبی داشته باشند. از سوی دیگر، فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران به عنوان یکی از بزرگترین سازمان‌های ورزشی ایران نیازمند مطالعه و تحقیق بیشتر است تا پتانسیل‌های آن شناخته شده و نیز مشخص شود که آیا فرهنگ این سازمان، از کارآفرینی در سازمان حمایت می‌کند یا خیر و در این راستا پیشنهاداتی نیز ارائه خواهد شد.

بنابراین تحقیق حاضر در پی پاسخگویی به این سؤال است که چه رابطه‌ای بین مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران وجود دارد؟

روش‌شناسی

تحقیق حاضر از نوع همبستگی است. جامعه‌ی آماری تحقیق را کلیه‌ی کارکنان کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران به تعداد ۱۱۶ نفر تشکیل دادند. نمونه آماری به علت محدود بودن جامعه آماری، برابر با کل جامعه در نظر گرفته شد. پس از توزیع پرسشنامه‌ها، تعداد ۹۰ عدد از آنان برگشت داده شد و همین تعداد به‌عنوان نمونه تحقیق تجزیه و تحلیل شد. برای گردآوری اطلاعات، از ۳ پرسشنامه به شرح زیر استفاده شد:

پرسشنامه ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، که برای جمع‌آوری داده‌های مربوط به سن، جنسیت، تأهل، سابقه خدمت، وضعیت استخدامی، مدرک تحصیلی و پست سازمانی در بین نمونه‌های تحقیق توزیع گردید.

پرسشنامه ارزیابی فرهنگ سازمانی دنیسون (۲۰۰۰)، دارای ۶۰ گویه بر اساس طیف ۵ گانه لیکرت است و مبتنی بر چهار بُعد درگیر شدن در کار، سازگاری، انطباق‌پذیری و مأموریت می‌باشد.

پرسشنامه کارآفرینی سازمانی هیل^۱ (۲۰۰۳)، دارای ۶۰ گویه بر اساس طیف ۵ گانه لیکرت است و مبتنی بر شش بُعد افعال سازمانی، نگرش فردی، انعطاف سازمانی، وضعیت پاداش، رهبری کارآفرینانه و فرهنگ کارآفرینانه است. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌های تحقیق توسط ۱۰ تن از متخصصان مدیریت ورزشی تأیید شد.

به منظور تعیین پایایی پرسشنامه‌های مذکور، در مطالعه‌ی مقدماتی^۲ ۳۰ پرسشنامه در میان جامعه آماری توزیع شد که ضریب پایایی درونی برای پرسشنامه فرهنگ سازمانی ($\alpha = ۰/۹۱$) و کارآفرینی سازمانی ($\alpha = ۰/۸۲$) به دست آمد. با توجه به نتایج آلفای کرونباخ، می‌توان گفت که ضرایب آلفای بدست آمده میزان قابل قبولی دارد و ابزارهای اندازه‌گیری نیز سازگاری داخلی خوبی دارند.

به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق از روش‌های آماری توصیفی (جداول و نمودارها، میانگین و انحراف معیار) و استنباطی (آزمون کلموگروف - اسمیرنوف، همبستگی پیرسون، رگرسیون چند گانه با روش ورود همزمان) توسط نرم‌افزار اسپ‌اس‌اس^۳ نسخه ۲۰ استفاده شد.

یافته‌ها

یافته‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های تحقیق نشان داد که ۷۲/۲۳ درصد پاسخگویان مرد و ۲۷/۷۷ درصد زن بودند. اکثر نمونه‌های تحقیق (۴۳ درصد) در دامنه سنی ۳۱-۴۰ سال قرار داشتند. ۷۱/۱۱ درصد متأهل و بقیه مجرد بودند. سابقه خدمت ۱۱-۱۵ سال، بیشترین فراوانی را در میان پاسخگویان دارا بود (۳۴/۴۴ درصد). استخدام پیمانی با ۳۲/۲۴ درصد (۲۹ نفر)، بیشترین درصد را به خود اختصاص داده بود. بیشتر پاسخگویان، دارای مدرک تحصیلی کارشناسی بودند (۳۴ درصد) و درنهایت، ۸۳ درصد پاسخگویان (۷۵ نفر) دارای پست سازمانی کارشناس و بقیه مدیران را شامل می‌شدند.

نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنوف در جدول شماره ۱ آورده شده است. باتوجه به سطح معناداری بدست آمده از این آزمون، نرمال بودن داده‌ها مشخص شده و نتیجه می‌گیریم که می‌توان از آزمون‌های پارامتریک برای تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق استفاده نمود.

1. Marguerite Hill
2. Pilot Study
3. SPSS

جدول ۱ - نتایج آزمون کلموگروف اسمیرونف برای بررسی نرمال بودن داده‌ها

متغیرها	N	Z	Sig	نتیجه آزمون
فرهنگ سازمانی	۹۰	۰/۵۶۵	۰/۶۳۸	نرمال است
کارآفرینی سازمانی	۹۰	۰/۷۲۲	۰/۶۲۱	نرمال است

برای بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی، از آزمون همبستگی پیرسون در سطح $(\alpha=0/05)$ استفاده شد. همانطور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، نتایج نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، از بین مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی، بین درگیر شدن در کار و انطباق‌پذیری با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معناداری مشاهده شد. سپس به منظور پاسخ به این سؤال که آیا فرهنگ سازمانی قادر به پیش‌بینی معنادار کارآفرینی سازمانی است یا خیر، از آزمون رگرسیون چندگانه استفاده شد که نتایج آن در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۲ - نتایج ضریب همبستگی پیرسون بین فرهنگ سازمانی و مؤلفه‌های آن با کارآفرینی سازمانی

متغیرها	کارآفرینی سازمانی			
	میانگین	انحراف استاندارد	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی	۲/۹۲	۰/۴۵	۰/۳۸۲	۰/۰۰۱
درگیر شدن در کار	۲/۸۵	۰/۳۳	۰/۳۴۸	۰/۴۵۵
سازگاری	۳/۱۶	۰/۵۶	۰/۴۸۲	۰/۰۰۱
انطباق‌پذیری	۲/۷۸	۰/۶۴	۰/۲۵۹	۰/۳۲۱
مأموریت	۳/۲۴	۰/۴۴	۰/۵۶۸	۰/۰۰۱
فرهنگ سازمانی				

نتایج جدول ۲ نشان داد که ترکیب ابعاد فرهنگ سازمانی قادر به پیش‌بینی معنادار کارآفرینی سازمانی هستند. مقدار ضریب تعیین تعدیل شده (R^2) که بیانگر درصد تغییرات تعیین شده از تغییرات متغیر وابسته (ملاک) توسط متغیر مستقل (پیش‌بین) است، نشان می‌دهد که ۳۲ درصد از واریانس کل تغییرات کارآفرینی سازمانی کارکنان کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران به فرهنگ سازمانی و ۶۸ درصد به عواملی خارج از مدل مذکور مربوط می‌شود $(F(4, 89) = 3/25)$ ، $(R=0/56, R^2=0/32)$.

جدول ۳ - نتایج همبستگی چندگانه بین فرهنگ و کارآفرینی سازمانی

ضریب همبستگی	مجدور ضریب همبستگی	مجدور ضریب همبستگی تعدیل شده	مقدار F	انحراف معیار	سطح معناداری	دوربین واتسون
۰/۵۶۸	۰/۳۲	۰/۲۷۶	۳/۲۵	۰/۵۴۱	۰/۰۰۱	۱/۷۱۳

ضرایب رگرسیون به دست آمده برای مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی به منظور پیش‌بینی کارآفرینی نیز در جدول ۴ ارائه شده است. نتایج جدول ۴ نشان داد که از بین مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی؛ مؤلفه‌های درگیر شدن در کار و انطباق‌پذیری قادر به پیش‌بینی معنادار کارآفرینی سازمانی کارکنان کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران هستند. براساس نتایج ضریب استاندارد بتا، به ازای یک واحد افزایش در مؤلفه‌ی انطباق‌پذیری، کارآفرینی سازمانی به میزان ۰/۷۱ افزایش می‌یابد. این نتیجه در مورد مؤلفه‌ی درگیر شدن در کار نیز بدین صورت است که به ازای یک واحد افزایش در مؤلفه‌ی درگیر شدن در کار، کارآفرینی سازمانی به میزان ۰/۶۷ افزایش می‌یابد.

جدول ۴ - خلاصه ضرایب رگرسیون همزمان ابعاد فرهنگ برای پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی

متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین	ضرایب غیراستاندارد		T	سطح معناداری
		B	ضریب استاندارد		
کارآفرینی سازمانی	درگیر شدن در کار	۰/۴۲	۱/۷۹	۳/۴۲	۰/۰۰۱
	سازگاری	۰/۲۳	۱/۹۸	۲/۰۲	۰/۲۱
	انطباق‌پذیری	۰/۲۹	۱/۲۵	۲/۱۹	۰/۰۰۱
	مأموریت	۰/۲۲	۱/۳۴	۱/۱۳	۰/۶۵۱

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از تحقیق حاضر، تبیین رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در کارکنان کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران بود. نتایج نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در کارکنان کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد ($T=۰/۵۶۸$, $p=۰/۰۰۱$). به عبارت دیگر با بهبود فرهنگ سازمانی، کارآفرینی سازمانی افزایش خواهد یافت. این یافته با نتایج تحقیقات عدالتیان و همکاران (۱۳۹۲)، ییلدیز و همکاران (۲۰۱۴)، سپهری و خیاطی (۲۰۱۳)، ژنگ و همکاران (۲۰۱۲)، بوجیکا و همکاران (۲۰۱۲) و کلاته‌سیف‌ری و تندنویس (۱۳۹۱) همخوان است.

در دنیای امروز که فناوری اطلاعات و ارتباطات به سرعت تغییر می‌یابد، مدیران سازمان‌ها می‌دانند با کارآفرینی است که نیازها شناخته می‌شود و با رفع نیازها، پیشرفت حاصل می‌شود. آن‌ها باور دارند کشورهای صنعتی به این دلیل پیشرفته‌اند که در تکنولوژی اطلاعات پیشرفت کرده‌اند و توسط آن هم اقتصاد جهان را در اختیار گرفته‌اند. در سازمان‌های کارآفرین، مدیران اجرایی افراد را تشویق می‌کنند که در چارچوب چشم‌انداز سازمان، رهنمودها و استراتژی‌های موجود، مسئولیت تصمیمات را متقبل شوند. این به معنی آن است که چنین سازمان‌هایی اطمینان دارند، کارکنانشان از آنچه در سازمان می‌گذرد آگاهند و در تفسیر و تحلیل برنامه‌ها و اقدامات سازمان، بویژه در مورد مشتریان سهیم شده‌اند. از جمله اقدامات لازم در جهت توسعه و رشد کارآفرینی، بسترسازی است. برای ترویج روحیه کارآفرینی، سازمان باید یک فضای مناسب ایجاد کند. این فضا، به‌شدت تحت تأثیر فرهنگ آن سازمان است. در پژوهش‌های پیشین و پژوهش حاضر نیز این نکته به تأیید رسید.

با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی و سابقه درخشان کارآفرینان در توسعه بسیاری از کشورها و با توجه به مشکلات اقتصادی ورزش کشور (چه در بخش خصوصی و چه در بخش دولتی) ترویج و اشاعه مفهوم کارآفرینی و بسترسازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی از اهمیت و ضرورت برخوردار است.

از سوی دیگر، جهت شناخت سازمان و بررسی رفتار و عملکرد اعضای یک سازمان، آگاهی از فرهنگ سازمانی گامی بنیادی و مهم به حساب می‌آید. لذا برای انجام هرگونه اقدام جدیدی در سازمان، توجه به فرهنگ آن مجموعه امری ضروری است؛ زیرا با اهرم فرهنگ به سادگی می‌توان انجام تغییرات را تسهیل کرد و جهت‌گیری‌های جدید را در سازمان پایدار نمود. در حقیقت هرگونه تغییر در سازمان بدون توجه کافی به فرهنگ سازمانی مؤثر واقع نخواهد شد (موسوی‌راد و همکاران، ۱۳۹۲). کارآفرینی عامل رشد و شکوفایی استعدادها و سوق‌دهنده به سوی خود شکوفایی و عامل اساسی در ارتقاء بهره‌وری سازمان‌ها است، اگر در فرهنگی مناسب و پویا قرار گیرد (عدالتیان و همکاران، ۱۳۹۲). چراکه، یکی از عوامل کلیدی در راستای توسعه‌ی کارآفرینی سازمانی، توجه به ارزش‌ها و باورهای کارکنان سازمان یا همان فرهنگ در سازمان است (پائونویچ و دیما، ۲۰۱۴). فرهنگ نامناسب موجب تنش و تعارض در سازمان و نیز مانع ابتکار و خلاقیت می‌شود (که اساسی‌ترین ویژگی کارآفرینی در یک سازمان است) (حیدری و همکاران، ۱۳۹۰).

در حقیقت هرگونه تغییر در سازمان، بدون توجه کافی به فرهنگ سازمانی مؤثر واقع نخواهد شد. سازمان‌ها می‌توانند با یادگیری از اشتباهات، بهبود مستمر توانایی خود، توانمند ساختن مستمر کارکنان خود، بهره‌گیری از روش‌ها و فناوری‌های نوین به منظور انجام کار، اشاعه و تقویت فرهنگ تصمیم‌گیری مشارکتی و فراهم‌آوردن منابع و اطلاعات برای منابع انسانی‌شان، زمینه را برای تقویت فرهنگ انطباق‌پذیری و در نهایت تسهیل کارآفرینی فراهم آورند (عباسی و همکاران، ۱۳۹۲).

نتایج نشان داد که بین مؤلفه‌های درگیر شدن در کار با کارآفرینی سازمانی و نیز بین انطباق‌پذیری با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معناداری مشاهده شد. در این میان، ضریب همبستگی بین انطباق‌پذیری با کارآفرینی سازمانی دارای شدت بیشتری است که نشان از اهمیت این مؤلفه دارد.

همچنین براساس نتایج مدل رگرسیونی تحقیق معلوم گردید که فرهنگ سازمانی بر میزان کارآفرینی سازمانی اثرگذار است. پس می‌توان ادعا کرد که فرهنگ سازمانی به عنوان شخصیت و شالوده‌ی اساسی کمیته ملی المپیک، نقش اساسی در بالابردن کارآفرینی سازمانی دارد. کمیته ملی المپیک برای اینکه بتواند کارآفرینی سازمانی را به طور مؤثری افزایش دهد و در تمام سطوح به کار گیرد؛ ابتدا باید به فرهنگ سازمانی توجه ویژه‌ای داشته باشد. فرهنگ سازمانی، با ایجاد بستری مناسب جهت توسعه‌ی کارآفرینی سازمانی به سازمان در ایجاد و حفظ مزیت رقابتی پایدار و تبدیل شدن به سازمانی کارآفرین کمک می‌کند. نتایج حاصل از مدل رگرسیونی تحقیق نشان داد که مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی قادر به پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی هستند. این یافته با یافته‌های بوجیکا و همکاران (۲۰۱۲)، همخوان است. این پژوهشگران در پژوهش خود باورها و ارزش‌های موجود در سازمان یا به عبارتی فرهنگ موجود در سازمان را جزء ملاک‌های بسیار مهم در پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی به حساب آوردند.

همچنین نتایج حاصل از رگرسیون نشان داد که مؤلفه‌ی درگیر شدن در کار و انطباق‌پذیری قادر به پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی در کارکنان کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران هستند. لذا؛ به نظر می‌رسد که به وسیله توجه به زیرمجموعه‌های درگیر شدن در کار و انطباق‌پذیری کارکنان کمیته ملی المپیک، می‌توان به افزایش کارآفرینی سازمانی در آن‌ها امیدوار بود. در زمینه‌ی رابطه‌ی انطباق‌پذیری و کارآفرینی سازمانی، نتایج تحقیق حاضر با یافته‌های تحقیق عباسی و همکاران (۱۳۹۲)، همخوان است. به زعم دنیسون (۲۰۰۰)، مفهوم درگیر شدن در کار این است که سازمان‌های اثربخش، افرادشان را توانمند می‌سازند، سازمان را بر محور گروه‌های کاری تشکیل می‌دهند و قابلیت‌های منابع انسانی را در همه سطوح توسعه می‌دهند. اعضای سازمان به کارشان متعهد شده و خود را به عنوان پاره‌ای از پیکره‌ی سازمان احساس می‌کنند. افراد در همه سطوح احساس می‌کنند که در تصمیم‌گیری نقش دارند و این تصمیمات است که بر کارشان مؤثر است و کار آن‌ها مستقیماً با اهداف سازمان پیوند دارد. با توجه به این امر، به نظر می‌رسد که در صورت بهبود این مؤلفه، شاهد افزایش کارآفرینی سازمانی خواهیم بود. این امر در صورتی امکان‌پذیر است که در سازمان، تعهد سازمانی مناسب وجود داشته باشد و کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها دخالت داده شوند تا احساس کنند که پاره‌ای از پیکره‌ی سازمان هستند. همچنین ایجاد گروه‌های کاری در سازمان و توسعه‌ی قابلیت‌های کارکنان از دیگر بسترهای لازم برای افزایش درگیر شدن کارکنان در کار است. لذا؛ به مدیران و سیاست‌گذاران کمیته ملی المپیک پیشنهاد می‌شود که زمینه‌های افزایش تعهد و تعلق سازمانی را در میان کارکنان فراهم آورده و با برگزاری دوره‌های دانش‌افزایی و ضمن خدمت در توسعه‌ی قابلیت‌های کارکنانشان بکوشند. همچنین با دخالت دادن کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها، سبب ایجاد حس دلبستگی و تعلق آنان به سازمان شوند. از سوی دیگر، پیشنهاد می‌شود مدیران به کار گروهی در راستای اجرای اهداف ارزش بگذارند و در فراهم‌آوردن زمینه‌های نوآوری و خلاقیت و در نهایت کارآفرینی در آن‌ها بکوشند.

همچنین؛ مفهوم انطباق‌پذیری از نظر دنیسون (۲۰۰۰)، این است که سازمان‌های سازگار به وسیله مشتریان هدایت می‌شوند، ریسک می‌کنند، از اشتباه خود پند می‌گیرند و ظرفیت و تجربه ایجاد تغییر را دارند. آن‌ها به طور مستمر در حال بهبود توانایی سازمان به جهت ارزش قائل شدن برای مشتریان هستند (دنیسون، ۲۰۰۰). یکی از زیر مؤلفه‌های انطباق‌پذیری از نظر دنیسون (۲۰۰۰)، ایجاد تغییر^۱ است. بدین‌صورت که سازمان قادر است راه‌هایی برای تأمین نیازهای تغییر ایجاد کند، می‌تواند محیط مؤسسه را بشناسد، به محرک‌های جاری پاسخ دهد و از تغییرات آینده پیشی جوید. دیگر زیرمؤلفه‌ی انطباق‌پذیری، یادگیری سازمانی^۲ است. یادگیری سازمانی، فرصت‌هایی را برای تشویق خلاقیت، سبک دانش و توسعه توانایی‌ها ایجاد می‌کند. دیگر زیرمؤلفه‌ی انطباق‌پذیری، مشتری‌گرایی^۳ است. سازمانی با انطباق‌پذیری بالا، مشتریان را درک می‌کند و به آن‌ها پاسخ می‌دهد و پیشاپیش درصد تأمین آینده برمی‌آید. در واقع مشتری‌گرایی درجه‌ای که سازمان‌ها در جهت رضایت‌مندی مشتریان هدایت می‌شوند، را نشان می‌دهد. با توجه به رابطه مثبت و معنادار این ۲ مؤلفه و همچنین توانایی پیش‌بینی قوی کارآفرینی سازمانی توسط این ۲ مؤلفه پیشنهاد می‌شود که مدیران کمیته ملی المپیک، از نظرات ارباب رجوع و مشتریان استفاده کنند و با ایجاد تغییرات مؤثر در سازمان و بهره‌گیری از یادگیری سازمانی که فرصت‌هایی را برای تشویق خلاقیت و توسعه توانایی‌ها ایجاد می‌کند؛ در راستای افزایش کارآفرینی سازمانی بکوشند.

سازمان‌های ورزشی به شرایط مناسب محیطی و فرهنگی و فضای کارآفرینی سازمانی نیاز دارند تا ایده‌های جدید و تلاش‌های تجربی را تشویق کنند، محدودیت‌های استفاده از فرصت‌ها را حذف نموده و منابع مورد نیاز را تأمین کنند. کارآفرین سازمانی، همچنین باید خلاق و انعطاف‌پذیر باشد. از مهم‌ترین دلایلی که افراد خلاق از بروز خلاقیت خود در سازمان هراس دارند، این است که بسیاری از سازمان‌ها تمایلی به تغییر سیستم خود ندارند، به هر کار جدیدی منابع بسیار کمی اختصاص داده می‌شود و چندان جدی تلقی نمی‌گردد. از این‌رو، افراد خلاق دلایلی برای خلاقیت و جستجوی فرصت‌های جدید نمی‌بینند. تشکیل تیم‌های کارآفرینی در سازمان باید تشویق شده و از اعضای تیم حمایت شود.

بنابر نتایج کلی تحقیق، یکی از ابزارهای لازم برای رشد کارآفرینی در سازمان، وجود فرهنگ سازمانی منطبق با کارآفرینی سازمانی است. فرهنگ نامناسب مانع پیاده‌سازی و گسترش کارآفرینی در سازمان‌ها می‌شود. با توجه به اهمیتی که فرهنگ سازمانی در افزایش کارآفرینی سازمانی کارکنان کمیته ملی المپیک دارد؛ پیشنهاد می‌شود که مدیران این سازمان در فرهنگ حاکم بر سازمان خود تجدیدنظر کنند و آن را به گونه‌ای طراحی نمایند که باعث ایجاد تقویت روحیه کارآفرینی در بین کارمندان خود شود. چرا که، با اجرای این امر، در ایجاد بستر فرهنگی مناسب جهت تبدیل سازمان به سازمانی کارآفرین کوشیده و از مزایای کارآفرینی سازمانی بهره‌مند خواهند شد.

در پایان، براساس نتایج تحقیق، به محققان آینده پیشنهاد می‌شود که اثر دیگر متغیرهای سازمانی (مانند یادگیری سازمانی) را بر کارآفرینی سازمانی کارکنان کمیته ملی المپیک و دیگر سازمان‌های ورزشی کشور مورد تحقیق قرار دهند.

منابع

حیدری، حسین، پاپزن، عبدالحمید، و کرمی‌داراب‌خانی، رؤیا. (۱۳۹۰). بررسی رابطه میان فرهنگ سازمانی و مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: سازمان جهاد کشاورزی شهرستان کرمانشاه). ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۳(۱)، ۱۴۵-۱۶۶.

1. Creating Change
2. Organizational Learning
3. Customer Focus

- شهرکی پور، حسن، ندری، خدیجه، و شیرمحمدی، رحمان. (۱۳۸۹). بررسی رابطه فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه لرستان. فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی، ۴، ۱۰۹-۱۳۶.
- طالب پور، مهدی، معرفتی، اکبر، و غلامیان، جواد. (۱۳۸۸). ارائه مدل رگرسیونی جو سازمانی و کارآفرینی سازمانی دانشکده‌های تربیت‌بدنی ایران. مطالعات مدیریت ورزشی، ۲۲، ۹۷-۱۱۶.
- عباسی، رسول، باباشاهی، جبار، افخمی‌اردکانی، مهدی، و فراهانی، داوود. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر انعطاف‌پذیری منابع انسانی بر کارآفرینی سازمانی: تبیین نقش میانجی فرهنگ انطباق‌پذیری. مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۱(۱)، ۸۷-۱۰۶.
- عدالتیان، مریم، محمودوند، محمد، و طاهری، عبدالحمید. (۱۳۹۲). بررسی رابطه فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در سازمان فنی و حرفه‌ای زاهدان. پنجمین همایش ملی آموزش، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی تهران، ۲۵ و ۲۶ اردیبهشت ماه ۱۳۹۲.
- فرهنگی، علی‌اکبر، و صفرزاده، حسین. (۱۳۸۶). کارآفرینی (مفاهیم، نظرها، مدل‌ها و کاربردها). مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، تهران.
- فیض‌پور، محمدعلی، ده موبد، بابک، و عباسعلی‌زاده، منصوره. (۱۳۸۹). فرهنگ سازمانی؛ چالشی مدیریتی در سازمان‌های دولتی. همایش ملی چالش‌های مدیریت و رهبری در سازمان‌های ایرانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات اصفهان، تیرماه ۱۳۸۹.
- قهرمانی، محمد، پرداختچی، محمدحسن، و حسین‌زاده، طاهر. (۱۳۸۹). فرهنگ سازمانی و رابطه آن با کارآفرینی سازمانی. چشم‌انداز مدیریت دولتی، ۱، ۲۵-۳۹.
- کینیکی، آنجلو، و کریتر، رابرت. (۱۳۹۲). مدیریت رفتار سازمانی؛ مفاهیم، نظریه‌ها و کاربردها (ترجمه: علی‌اکبر فرهنگی و حسین صفرزاده). تهران: برابند پویش.
- کلاته‌سیفری، معصومه، و تندنویس، فریدون. (۱۳۹۱). رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت‌بدنی استان تهران. دوفصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، ۲(۴)، ۱۰۵-۱۱۸.
- موسوی‌راد، سیده طاهره، فراهانی، ابوالفضل، هنری، حبیب، و پورسلطانی، حسین. (۱۳۹۲). طراحی مدل کارآفرینی سازمانی مبتنی بر رابطه ساختار سازمانی با ابعاد گرایش‌های کارآفرینانه سازمانی در سازمان تربیت‌بدنی. مطالعات مدیریت ورزشی، ۲۱، ۵۵-۶۶.
- نوروزی سیدحسینی، رسول، و کلاته سیفری، معصومه. (۱۳۹۳). اثر کارآفرینی سازمانی بر جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان ادارات تربیت‌بدنی استان مازندران. مدیریت ورزشی، ۶(۱)، ۸۹-۱۰۸.
- نیک‌نهاد، صفورا، حسینی، سیدعماد، و رضوی، محمدحسین. (۱۳۹۴). ارتباط ابعاد ساختار سازمانی و کارآفرینی مدیران سازمان‌های ورزشی کشور. مطالعات مدیریت ورزشی، ۳۰، ۱۳۹-۱۵۲.
- Bielefeld, W. (2008). Social Entrepreneurship and social Enterprise. 21st Century Management. A reference handbook, SAGE Publications, 22, 6-14.
- Bojica, A. M., Fuentes, F., & Maria, D. M. (2012). Knowledge acquisition and corporate entrepreneurship: Insights from Spanish SMEs in the ICT sector. Journal of World Business, 47(3), 397-408.
- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2006). Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework. Jossey-Bass Publishing Company, 1-19.
- Denison, D. (2000). Organizational Culture: Can it be a key lever for Driving Organizational Change? International Institute for Management Development, Denison@imd. Chapter 15. 342-379.

- Denison, D. (1990). *Corporate Culture and Organizational Effectiveness*. New York: John Wiley & Sons.
- Echols E. A., & Neck P. C. (1998). The Impact of Behaviors and Structure on Corporate Entrepreneurial Success. *Journal of Managerial Psychology*, 13, 38-46.
- Ehsanbakhsh, F., & Rezaee, M. (2012). The relationship between organizational culture and organizational intelligence in Guilan executive systems. *Trends in Social Science*, 5(1), 2-10.
- Firuzjaeyan, M., Kouchak Amoli, M., & Mohmmad Nataj Fereiduni, A. (2014). A Survey of the Effect of Organizational Intelligence on Motivation of the Employees. *International Journal of Academic Research in Management*, 3(2), 176-184.
- Hill, M. E. (2003). *The Development of an Instrument to Measure Intrapreneurship: Entrepreneurship within the Corporate Setting*. Full thesis submitted in fulfillment of the requirements for the degree Master of Arts (MA) in Industrial Psychology. Department of Psychology Rhodes University. Graham's town.
- Parker, S. C. (2011). Entrepreneurship or Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 26(1), 19-34.
- Paunovic, S and Dima, I. C. (2014). Organizational Culture and Corporate Entrepreneurship. *Annals of the University of Petroșani, Economics*, 14(1), 269-276.
- Ramirez, A. R., & Vargas, G. M. (2010). New Perspectives for the Managerial Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(2), 203-219.
- Sepehri, S., & Khayati, E. (2013). The Relationship between Organizational Culture and Corporate Entrepreneurship in Food and beverage Industries. *Asian Journal of Management Sciences and Education*, 2(3), 144-151.
- Yildiz, Müge Leyla. (2014). The Effects of Organizational Culture on Corporate Entrepreneurship. *International Journal of Business and Social Science*, 5(1), 35-44.
- Zheng, W, Yangb, Baiyin, & McLeanc, Gary N. (2012). Linking organizational culture, structure, strategy, and organizational effectiveness: Mediating role of knowledge management. *Journal of Business Research*, 63(7), 763-771.

به این مقاله این گونه استناد کنید:

شوهانی، محمد حسین، احسانی، محمد، و صالحی پور، مژگان. (۱۳۹۴). رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی کارکنان کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران. *نشریه مدیریت منابع انسانی در ورزش*، ۳(۱)، ۹۳ - ۱۰۳.



Relationship between organizational culture and organizational entrepreneurship among Islamic Republic of Iran's National Olympic Committee employees

Mohammad Hossein Shohani¹, Mohammad Ehsani², and Mojgan Salehipour³

1- PhD Student in Sport Management, Islamic Azad University, Sanandaj branch.

2- Full professor of Sport Management, Tarbiat Modares University.

3- Assistant professor of Physical Education and Sport Sciences, Ilam University.

Received: 14 September 2015

Accepted: 8 February 2016

Abstract

Objective: The purpose of this research work was to explore the relationship between the organizational culture and the organizational entrepreneurship among the Islamic Republic of Iran's National Olympic Committee employees.

Methodology: Methodology of this research work was correlative-descriptive, carried out by a descriptive field method. The statistical population was all the 116 staffs in Iran's National Olympic Committee. The statistical sample due to the limitations in the statistical population was all of the statistical society ($N = n = 116$). For gathering the data, the two standard questionnaires organizational culture questionnaire (Denison, 2000) and organizational entrepreneurship questionnaire (Hill, 2003) were used. The reliability of the questionnaires were approved by 5 experts in sport management. Furthermore, their consistency, measured by Cronbach's alfa, were, respectively, 0.91 and 0.82. For the purpose of data analysis, descriptive statistical (average, standard deviation, Tables & Charts) and inferential statistics (Kolmogorov-Smirnov test, Pearson correlation coefficient and multiple regression) were used.

Results: The results obtained showed that there was a significant positive relationship between the organizational culture and the organizational entrepreneurship among the Islamic Republic of Iran's National Olympic Committee employees. Also the results of regression showed that "involvement" and "adaptability" could be used for predicting the organizational entrepreneurship.

Conclusion: According to the results obtained, it seems that organizational culture plays an important role in organizational entrepreneurship. Thus for achieving an entrepreneur organization, it is necessary to pay a special attention to the culture of the organization.

Keywords: Adaptability, Involvement, Organizational Culture, Organizational Entrepreneurship, National Olympic Committee.

To cite this article:

Shohani, M. H., Ehsani, M., & Salehipour, M. (2016). Relationship between organizational culture and organizational entrepreneurship among Islamic Republic of Iran's National Olympic Committee employees. *Journal of Human Resource Management in Sport*, 3(1), 93 - 103.