

فرا تحلیل مطالعات کارآفرینی در سازمان‌های ورزشی ایران*

فریده شریفی فر^۱، فریبا محمدیان^۲، فروزان شریفی فر^۳

۱. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، ایران**

۲. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، ایران

۳. کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی، دانشگاه مولتی‌مدیا مالزی، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۷/۱۶

چکیده

شناخت ویژگی‌های بستر مناسب برای جذب و رشد کارآفرینان، اولین قدم و مهم‌ترین مسئله سازمان‌های امروزی محسوب می‌شود. انجام مطالعات تلفیقی و ترکیبی از نتایج پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه کارآفرینی سازمانی، می‌تواند رویکرد جدیدی برای شناسایی راهکارهای جامع، پیش روی پژوهشگران قرار دهد؛ بنابراین، هدف از این پژوهش، فرا تحلیل مطالعات انجام‌شده در حوزه کارآفرینی در سازمان‌های ورزشی بود. شش پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد و پنج مقاله که در ده سال گذشته در زمینه دو عامل توانمندسازی و ساختار سازمانی در حوزه کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های ورزشی ایران انجام شده بودند، با استفاده از نرم‌افزار جامع فرا تحلیل بررسی شدند. نتایج فرا تحلیل نشان داد که طبق تحلیل کوهن، اندازه اثر متغیر ساختار سازمانی ضعیف و متغیر توانمندسازی متوسط بود. در تبیین نتایج می‌توان گفت که توجه به کارآفرینی موضوعی پویا است و نیازمند چیدمان مناسب از عواملی چون نیروی انسانی خلاق و توانمند، فرایندها و زیربنای ساختاری سازمان است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی سازمانی، فرا تحلیل، ساختار سازمانی، توانمندسازی

* این پژوهش، در قالب طرح پژوهشی «فرا تحلیل مطالعات کارآفرینی در سازمان‌های ورزشی» و با حمایت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب انجام شده است.

Email: f_sharififar@azad.ac.ir

** نویسنده مسئول

مقدمه

در جهان امروز همگام با تحولات و تغییرهای شگرفی که در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فناوری روی می‌دهد، تحولات عمیقی نیز در زمینه روش‌ها و نظام‌های نوین مدیریتی روی می‌دهد و دیدگاه‌های کاملاً متفاوتی نسبت به گذشته بر مدیریت سازمان‌ها حاکم می‌شود. از جمله مفاهیمی که در حال حاضر در بسیاری از سازمان‌های جهانی جایگاه قابل توجهی پیدا کرده است، مفهوم کارآفرینی است. کارآفرینی در سازمان‌هایی رشد یافته است که به دنبال خلق و کسب فرصت‌ها، ابداع کارهای جدید و تولید خدمات و محصولات نوین هستند. این موارد برای مدیران سازمان‌های پویا، بسیار حیاتی و پیش‌نیاز به وقوع پیوستن آن پذیرش عقاید، ایده‌ها، نظرها و نگرش‌های جدید در مسیر تحقق اهداف سازمانی است (احمدپور داریانی، ۱۳۷۸، ۵۷). تعاریف متعددی از کارآفرینی سازمانی^۱ وجود دارد و بر عواملی مانند فرهنگ، مخاطره‌پذیری، نوآوری در محصولات و خدمات، شناخت فرصت‌ها، بازار جدید، خلاقیت و توسعه سازمان تأکید می‌کنند. به نظر فرای^۲ (۱۹۹۳)، کارآفرینی سازمانی، فرایندی است که از طریق القای فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان منجر به ارائه نوآوری در محصول و فرایندها می‌شود (فرای، ۱۹۹۳، ۶۱). همچنین، برگلمن^۳ (۱۹۸۳) معتقد است که کارآفرینی سازمانی فرایندی است که از طریق آن، مجموعه فرصت‌ها و شایستگی‌های سازمان منجر به تنوع در محصولات و توسعه سازمانی می‌شود (برگلمن، ۱۹۸۳، ۲۲۴-۲۲۳).

در تعریفی دیگر، کارآفرینی سازمانی به عنوان فرایندی مطرح شد که فعالیت‌های سازمانی را به سمت خلاقیت، نوآوری، مخاطره‌پذیری و پیشتازی سوق می‌دهد. درحقیقت، نوآوری به معنای معرفی عامل جدید، یکی از وظایف پیچیده و مشکل‌کارآفرین است و این کار نه تنها نیازمند توانایی خلق کردن و مفهومی کردن چیزی است، بلکه نیازمند توانایی درک تمامی نیروهای کار موجود در محیط نیز است (احمدپور داریانی، ۱۳۷۸، ۵۷). به عقیده هیستریچ، پیترز و شفرد^۴ (۲۰۰۵)، تفکیک سازمان‌های مدیریتی از کارآفرینی باعث می‌شود که مدیریت به صورت نوعی وظیفه درآمد که در انتهای چرخه زندگی سازمان و در مرحله بلوغ قرار دارد؛ درحالی که کارآفرینی در مرحله تولد و نوجوانی سازمان بروز می‌کند (هایتون^۵، ۲۰۰۵، ۲۱-۴۱). کارآفرینی پدیده جدیدی نیست؛ زیرا، همزمان با آغاز تجارت، این پدیده نیز وجود داشته است؛ اما شاید جان باتیست^۶ اولین فردی باشد که بر نقش

-
1. Entrepreneurial Organization
 2. Fry
 3. Burgelman
 4. Hisrich, Peters & Sheferd
 5. Hayton
 6. John Batist

حیاتی کارآفرینان در جابه‌جایی منابع اقتصادی براساس اصول بهره‌وری تأکید کرد. حدود سال ۱۸۰۰ میلادی او کارآفرین را فردی می‌دانست که منابع اقتصادی را از یک حوزه دارای بهره‌وری و سود پایین‌تر به یک حوزه دارای بهره‌وری و سود بالاتر منتقل می‌کند (لیدن، وین و اسپارو، ۲۰۰۰، ۴۰۷-۴۱۶). به اعتقاد شومپیتر^۲ (۱۹۳۴)، نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی، کارآفرین و فرایند کارآفرینی است که شامل ارائه کالا یا روش جدیدی در فرایند تولید، گشایش بازاری تازه، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت و غیره است. او نقش مدیران و افرادی را که کسب‌وکار ایجاد می‌کنند، از مفهوم کارآفرین جدا کرد و طبق این مدل، کارآفرینی «تخریب خلاق» معرفی شد که به‌عنوان نیرویی ناپایدار و برانگیزنده در توسعه اقتصادی جامعه لازم و ضروری است (احمدپور داریانی، ۱۳۷۸، ۵۷)؛ به این معنی که در عدم توازن پویا، کارآفرینانی خلق می‌شوند که ترکیب‌های جدیدی را در تولیدات معرفی می‌کنند. زمانی فعالیت افراد خلاق و کارآفرین در محیط مناسب‌تری رشد می‌کند که برنامه‌های راهبردی یک سازمان، براساس فرایند تحلیلی و منطقی در مسیر موفقیت آینده آن سازمان، با چشم‌انداز مشخص و میل درونی به یافتن فرصت‌ها و تبدیل آن‌ها به سرانجام مشخصی برای تعالی هرچه‌بیشتر قرار گیرد. در چنین سازمان‌هایی، فرهنگ مناسب کارآفرینی نهادینه می‌شود و دغدغه متقاعدکردن سایر افراد برای همراهی با فرد یا فرایند کارآفرینی به‌حداقل می‌رسد؛ اما اگر سبک و نگرش مدیران سازمان، سنتی و برپایه بوروکراسی محض باشد، به‌دنبال آن تمایل‌نداشتن به تغییر نیز نمایان می‌شود (هادی‌زاده، رحیمی فیلی آبادی، ۱۳۸۴، ۲۳). باید پذیرفت که در بسیاری از سازمان‌های کشور، مدیران به‌جای آنکه از ایده‌ها و نوآوری‌های کارکنان برای پیشبرد استراتژی سازمان حمایت و استفاده کنند، آن را تهدید و حرکت غیرقابل‌درکی می‌دانند و به‌دادن به این دیدگاه‌ها را خطری برای خود و موقعیت آینده خود قلمداد می‌کنند. به‌همین دلیل، با سرکوب ایده و نوآوری، غالباً افراد کارآفرین یا بعد از مدتی مانند سایر افراد بی‌تفاوت و بی‌انگیزه می‌شوند یا در بهترین وضعیت، سازمان را ترک می‌کنند و جذب مراکز دیگر می‌شوند. در چنین حالتی، سازمان دچار خسارت زیادی می‌شود؛ زیرا، نیروی خلاق را از دست می‌دهد که سال‌ها بابت آن هزینه شده بود (اورکهارت^۳، ۲۰۱۳).

عوامل مختلفی در ایجاد بستر کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی دخیل هستند. دراکر^۴ (۱۹۸۵)، کارآفرینی را دریچه تغییر می‌داند که همواره در جست‌وجوی تحول و دگرگونی است. به اعتقاد او، مدیریت کارآفرینی همراه با نوآوری و تمایل به تغییر، فرصت است؛ نه تهدید و برای ایجاد بستر و

-
1. Liden, Wayne & Sparrowe
 2. Schumpeter
 3. Urquhart
 4. Drucker

زمینه کارآفرینانه، ساختار سازمانی مناسب‌ترین فضا را برای جو کارآفرینی ایجاد می‌کند (دراکر، ۱۹۸۵، ۱۴۱-۱۸۸). استیونسون و جاریلو^۱ (۱۹۹۰)، نظریه‌پردازان برجسته کارآفرینی در دانشگاه بازرگانی هاروارد، عنصر ابتکار و تدبیر را مطرح می‌کنند و مدیریت کارآفرینی را از روش‌های رایج مدیریت اجرایی مجزا می‌کنند و نقطه ثقل مدیریت کارآفرینی را پیگیری فرصت‌ها و کسب دانش بدون توجه به منابع موجود در اختیار و کنترل می‌دانند. از نظر وی، کارآفرینان نه تنها فرصت‌هایی را می‌بینند که از خاطر مدیران اجرایی رفته‌اند، بلکه اجازه نمی‌دهند منابع اولیه آن‌ها حق انتخاب را محدود کند. آنان می‌توانند حتی منابع دیگران را نیز برای تحقق اهداف کارآفرینی خود بسیج کنند (لیدن، وین و اسپارو، ۲۰۰۰، ۴۱۶-۴۰۷).

افزون‌براین، کارآفرینی درون‌سازمانی در سازمانی روی می‌دهد که مانع از کارآفرینی می‌شود. کارآفرینان مجبور هستند تا موفقیت را میان افرادی بیابند که حاضر نیستند به آن‌ها کمک کنند یا نمی‌خواهند شاهد موفقیت آن‌ها باشند. اگر مدیریت بتواند فرایند و ساختار مناسبی را در یک سازمان ایجاد کند، کارآفرینان سازمان‌ها می‌توانند در محیط مناسبی فعالیت کنند. برای گسترش کارآفرینی در یک نظام سازمانی لازم است مجموعه‌ای از اجزای مرتبط با هم موجود باشند و بین آن‌ها تناسب و همبستگی برقرار باشد، با یکدیگر تعامل کنند و بستر و محیط مناسب و مساعدی برای گسترش فراگیر کارآفرینی فراهم آورند. امروزه، سازمان‌ها باید نوآوری داشته باشند تا زنده بمانند؛ بنابراین، یکی از بهترین روش‌ها، تشویق افراد برای تبدیل شدن به یک کارآفرین است. این کار با دادن آزادی عمل و توانمندسازی کارکنان و ساختار سازمانی مناسب عملی می‌شود تا آن‌ها بهتر بتوانند اهداف خود را تعقیب کنند.

به اعتقاد پینکات^۲ (۱۹۸۴)، نوآوری در سازمان‌ها به دلیل تأکید بیش از اندازه به نظام‌های کنترلی به صورت راکد درآمده است (مقیم، ۱۳۸۴، ۶۵). به نظر او، راه‌حل این مشکل، کارآفرینی است. درواقع، این مسئله برای مدیران به‌اثبات رسیده است که شرایط پیرامونی سازمان‌های امروزی به‌گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگناها نیازمند راه‌حل‌های جدید و منابع متفاوت است و بدون تردید یکی از بهترین منابع، ابتکار، خلاقیت، نوآوری و در یک کلمه، کارآفرینی است که یکی از عوامل مهم توسعه شناخته شده است. پترسون و برگر^۳ (۱۹۷۲) در مطالعات خود سعی کردند تا عوامل مختلف سازمانی و محیطی که فعالیت‌های کارآفرینانه را درون شرکت تحت تأثیر قرار می‌دهند، شناسایی کنند. آن‌ها دریافتند که حمایت مدیریت، جو کارآفرینی، فرهنگ سازمانی، قابلیت استفاده از زمان، استقلال شغلی، سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی و ساختار سازمانی از جمله

-
1. Stivenson, Jarillo
 2. Pinchot
 3. Peterson & Berger

مهم ترین عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی هستند (سیگال، گاردنر، ۲۰۰۰، ۷۰۳-۷۲۲). بعد از آن ها پژوهشگران دیگری نیز سعی کردند تا بین متغیرهای سازمانی استراتژیک و محیطی با فعالیت های کارآفرینانه سازمان پیوندهایی برقرار کنند (هایتون، ۲۰۰۵، ۴۱-۲۱). یافته های سیفی سالدی (۱۳۹۳) نشان داد که بین ساختار کارآفرینانه با کارآفرینی سازمانی رابطه مستقیم وجود دارد؛ هرچند میانگین کارآفرینی سازمانی و ساختار کارآفرینانه پایین تر از حد متوسط بود (رضازاده، ۱۳۸۴)؛ اما پژوهش های خلیفه سلطانی (۱۳۸۶) نشان داد که بین مؤلفه های رسمیت و پیچیدگی ساختار سازمانی با کارآفرینی سازمانی ارتباط منفی وجود دارد (خلیفه سلطانی، ۱۳۸۶). همچنین، کافشانی (۱۳۹۳) دریافت که بین هوش هیجانی، توانمندسازی و قصد کارآفرینانه ارتباط وجود دارد. براساس پژوهش فلاحی (۱۳۹۲)، بین مدیریت تعارض سازمانی با کارآفرینی سازمانی ارتباط وجود دارد (شریفی فر، محمدیان، شریفی فر، ۱۳۹۴). کلاته (۱۳۹۱) نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی ارتباط مثبت وجود دارد. در میان مؤلفه های کارآفرینی سازمانی، ساختار، اهداف و استراتژی، جو سازمانی، حمایت مدیریت و نظام پاداش و تشویق با فرهنگ سازمانی ارتباط داشتند؛ اما بین نظام آموزش و اطلاعات و فرهنگ سازمانی ارتباطی مشاهده نشد (کلاته، ۱۳۹۱، ۱۰۵-۱۱۹).

ازسوی دیگر، ورزش به عنوان پدیده ای اجتماعی به دلیل اثرهای مستقیم و غیرمستقیمی که بر شاخص های توسعه هر کشور دارد و امروزه در حوزه علوم، صنعت محسوب می شود و از سازمان های خرد و کلان برخوردار است (هادی زاده، رحیمی فیل آبادی، ۱۳۸۴، ۳۸-۳۶)، بی تردید به برنامه ریزی مناسب سیاست گذاران و همسوسازی امکانات و زیرساخت های موجود برای ترویج آن نیاز دارد. براساس سند ملی چشم انداز ۲۰ ساله، تا سال ۱۴۰۴ ایران باید به جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در آسیای جنوب غربی دست یابد. در این سیاست ها، در فصل امور اجتماعی یک بند به ورزش اختصاص یافت که اهتمام به توسعه ورزش در برنامه پنجم توسعه اقتصادی و اجتماعی را به دولت یادآور شده است (قره، ۱۳۸۴). در حال حاضر، وضعیت موجود ورزش کشور نشان می دهد که یافته های پژوهشی موجود در زمینه علوم ورزشی موجب اقتناع مسئولان نشده است و حوزه ورزش قهرمانی و حرفه ای اولویت بالاتری نسبت به سایر حوزه های ورزشی دارد. تصویر این اندیشه و عملکرد، در برنامه عملیاتی دستگاه های مرتبط با ورزش، رسانه ها، سؤال های نمایندگان مجلس و حتی شهروندان جامعه نیز کاملاً مشهود است (حق شناس، جمشیدیان، شائمی، شاهین و یزدان پرست، ۱۳۸۷، ۷۳-۳۱). هرچند این تصویر، نگرشی یک بعدی و فارغ از توجه به ظرفیت های بالای جامعه ورزشی در حوزه اقتصادی کشور است و به بسترهای مناسب توسعه از طریق کارآفرینی

سازمان‌های ورزشی توجه چندانی نشده است. به نظر آلدریچ و زیمر^۱ (۱۹۸۶) کارآفرینی یک فرایند است و نمی‌توان آن را در یک بعد و مقطع خاص بررسی کرد؛ بنابراین، باید ارتباطات و روابط بین اجزای اصلی این فرایند را بهتر شناخت (احمدپور داریانی، ۱۳۷۸، ۵۷)؛ بنابراین، با توجه به اهمیت نقش کارآفرینان و کارآفرینی سازمانی در جامعه و سازمان‌های ورزشی و به دلیل پراکندگی پژوهش‌ها در این حوزه، اهمیت و ضرورت گردآوری و تجمیع اطلاعات حاصل از پژوهش‌های گذشته بیش‌ازپیش احساس می‌شود. نبود راهبردهای مناسب موجب می‌شود تا مدیریت در این حوزه به صورت سلیقه‌ای، سنتی و به‌ندرت اصولی انجام شود (رضازاده، ۱۳۸۴). این موضوع مهم، هدررفتن منابع انسانی، مالی و مادی را رقم می‌زند؛ بنابراین، پژوهشگران درصدد به‌دست‌آوردن راهبردهای مناسب در حوزه کارآفرینی هستند تا بهره‌وری منابع از این مسیر حاصل شود و با اجرای خط‌مشی‌های مناسب و سنجیده اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، ایجاد تسهیلات و خدمات، از هدررفتن انرژی منابع انسانی جلوگیری شود و به کیفیت‌بخشی آن کمک شود و از این راه، غنای علمی و فرهنگی جامعه ورزشی افزایش یابد.

در این پژوهش، با فراتحلیل^۲ یافته‌های پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه کارآفرینی سازمان‌های ورزشی سعی شده است تا گام مهم و اثربخشی در راستای شناخت بهتر متغیرهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی ورزشی برداشته شود. افزون‌براین، نقطه‌نظرهای پژوهشگران و یافته‌های پژوهشی موجود، به‌طور علمی به روش فراتحلیل موردبازبینی و بهره‌برداری قرار گرفت؛ زیرا، پژوهشگران متعددی همچون راسخ (۱۳۸۶)، مرزبان، مقیمی و عربیون (۱۳۸۹)، کلاته (۱۳۹۱)، حیدری‌نژاد (۱۳۹۱)، عبیدی، رضانی نژاد و عباسی (۱۳۹۲)، فروغی‌پور (۱۳۹۲) مسائل مربوط به کارآفرینی سازمان‌های ورزشی را از دیدگاه‌های مختلف (اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و غیره) بررسی کردند و عوامل و پیامدهای آن را ارزیابی کردند؛ اما درنهایت، این پژوهش‌ها منتج به مفهوم عملیاتی یکسانی نشده است (شریفی‌فر، محمدیان و شریفی‌فر، ۱۳۹۴). فرا تحلیل می‌تواند تلاشی برای تحلیل دوباره مجموعه‌ای از پژوهش‌های این حوزه باشد که وقت و هزینه قابل توجهی برای آن صرف شده است و یافته‌های آن در بسیاری از موارد در برنامه‌ریزی‌های کلان موردبهره‌برداری قرار نگرفته است (گلس^۳، ۲۰۰۰). در این مطالعه، روش فراتحلیل از این جهت مهم محسوب می‌شود که فرصتی برای مرور مسیر پیموده‌شده سایر پژوهشگران فراهم می‌کند و با این بازنگری واقع‌بینانه، دستاوردهای آن‌ها مقایسه و جمع‌بندی می‌شود تا قابل‌استفاده در طرح‌های عملیاتی و تصمیم‌گیری مدیران سازمان‌های ورزشی شود. در علوم انسانی و رفتاری، بنا به ماهیت و موضوع مورد مطالعه این علوم که

-
1. Alldrich & Zimmer
 2. Meta Analysis
 3. Glass

اغلب انسان است، پژوهشگران در پژوهش‌های خود درباره یک موضوع، گاهی نه تنها به نتایج یکسانی نمی‌رسند؛ بلکه در پژوهش‌های آن‌ها تناقض‌هایی، شاید به دلیل دقیق نبودن وسایل اندازه‌گیری و مختار بودن انسان مشاهده می‌شود که می‌تواند مدیران اجرایی را دچار تردید و بی‌اعتمادی در کاربرد نتایج کند (دلاور، ۱۳۸۰). در فراتحلیل می‌توان با ثبت ویژگی‌ها و یافته‌های مجموعه‌ای از پژوهش‌ها در قالب مفاهیم کمی، آن‌ها را آماده استفاده از روش‌های نیرومند آماری کرد (قاضی طباطبایی، و دادهیر، ۱۳۸۹، ۴۶-۳۱)؛ بنابراین، یکی از مهم‌ترین خدمات فراتحلیل به زمینه علمی کارآفرینی، این است که نقاط قوت و ضعف پژوهش‌های انجام شده مشخص می‌شود و نتایج منسجم و قوی‌تری حاصل می‌گردد. کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های ورزشی نیز به فراهم آوردن شرایط و بسترسازی مناسب نیاز دارد. سازمانی که عوامل پیش‌برنده کارآفرینی سازمانی داشته باشد، دارای خروجی‌های کارآفرینی سازمانی می‌شود و خروجی‌های کارآفرینی سازمانی به بهبود عملکرد آن سازمان می‌انجامد. با توجه به اینکه ورزش جذابیت زیادی در میان مردم دارد، مسئولان سازمان‌های ورزشی را ترغیب می‌کند تا راه‌حل‌های جدیدی خلق کنند و راهبردهای آن را برای ایجاد نوآوری و مزایای رقابتی به کار گیرند. تفکر کارآفرینی و استفاده از آن در سازمان‌های ورزشی اجتناب‌ناپذیر است. کارآفرینی سازمانی از ابزارهای تأمین‌کننده حیات و مزیت رقابتی محسوب می‌شود. حیات و مزیت رقابتی در سازمان‌های ورزشی نیز به عواملی نظیر توانایی، ساختار و نوآوری منابع انسانی آن‌ها وابسته است. در سازمان‌های ورزشی، برای مدیران، تصمیم‌گیرندگان و کارکنانی که دارای توانایی‌های بالقوه تولید ایده هستند و می‌توانند ایده‌هایشان را ارزش‌گذاری کنند، نوآوری و خلاقیت در تولید داشته باشند، وجود بسترهای کارآفرینی سازمانی امری ضروری است و اگر این شرایط مهیا باشد، فرصت‌ها بهتر درک خواهند شد و از منابع مالی و زمانی برای نوآوری استفاده بیشتری خواهد شد؛ در نتیجه، سازمان سریع‌تر رشد می‌کند و در صحنه رقابت جهانی، منطقه‌ای و ملی پیشرفت می‌کند و دوام خواهد آورد و می‌تواند رسالتی را که برعهده دارند، به نحو بهتری ایفا کنند. برای پاسخ به این نیاز، در این پژوهش، بسترهای ایجاد کارآفرینی سازمانی در دو حوزه ساختار سازمانی و توانمندسازی بررسی می‌شوند و سپس، براساس میزان تأثیر بر ایجاد کارآفرینی در سازمان‌های ورزشی تحلیل می‌شوند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های اسنادی است که در آن، تحلیل مطالعات کارآفرینی سازمان‌های ورزشی هدف اصلی پژوهش بود. روش پژوهش، مرور سیستماتیک و فراتحلیل بود و مرور جامعی برای بازیابی مطالعات مرتبط و استخراج داده‌های لازم از مطالعاتی که شرایط ورود به پژوهش را

داشتند، انجام شد. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل تمامی پژوهش‌های مرتبط با کارآفرینی سازمان‌های ورزشی داخل کشور طی ۱۰ سال گذشته (۱۳۹۳-۱۳۸۳) بود. روش نمونه‌گیری، نمونه‌گیری گلوله‌برفی در نظر گرفته شد؛ بدین‌صورت که از منابع، مقالات و پژوهش‌های انجام‌شده ردیابی شد. برای بررسی کیفیت مطالعات و کاهش سوگیری، ارزیابی مستقل پژوهشگران در دو عامل روایی درونی و بیرونی انجام شد و نیز مطالعاتی بررسی شدند که ضرایب همبستگی در آن‌ها گزارش شده بود و پژوهش‌هایی که به‌لحاظ نداشتن اطلاعات موردنیاز مانند حجم نمونه زیاد، ابزار اندازه‌گیری مناسب با روایی و پایایی لازم و روش نمونه‌گیری تصادفی، برای انجام فراتحلیل ناقص بودند یا به روش کیفی انجام شده بودند، حذف شدند و در نهایت، ۱۱ پژوهش شامل شش پایان‌نامه و پنج مقاله به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شد. همچنین، برای دقت بیشتر در جمع‌آوری اطلاعات ذکرشده، چک‌لیستی تهیه شد که شامل مواردی مانند رویکرد پژوهش، فرضیه‌ها، اهداف، جامعه و نمونه آماری، روش نمونه‌گیری، روش پژوهش، روش آماری، روایی و پایایی پژوهش بود. برای کاهش سوگیری در نتایج پژوهش‌ها، ارزش‌یابی کیفیت نتایج با توجه به مراحل انجام پژوهش با اصول روش‌شناسی پژوهش، پایایی به روش تحلیل واریانس و تصحیح نتایج توسط پژوهشگران انجام شد. در تحلیل‌های فراتحلیل ضرایب همبستگی، مقدار تبدیل‌شده ضریب همبستگی به عدد فیشر برابر با حجم اثر آن است؛ بنابراین، در این مطالعه نیز برای انجام فراتحلیل بر روی ضریب همبستگی بین متغیرهای مشخص در پژوهش‌های استخراج‌شده، به این شیوه عمل شد: محاسبه اندازه اثر برای هر یک از ضرایب همبستگی، محاسبه متوسط حجم اثرها و خطای استاندارد برآورد، محاسبه معناداری آماری متوسط حجم اثر از طریق آزمون فیشر. اطلاعات جمع‌آوری‌شده از پژوهش‌های موردنظر پس از کدگذاری با استفاده از برنامه نرم‌افزار آماری^۱ نسخه ۲۱ برای توصیف ویژگی‌های مطالعات و نرم‌افزار فراتحلیل^۲، برای انجام محاسبات آماری تجزیه و تحلیل فراتحلیل استفاده شد. این کار با استفاده از دو تکنیک ترکیب احتمالات و محاسبه اندازه اثر انجام شد. به این ترتیب که آزمون‌های آماری استفاده‌شده در فرضیات پس از تبدیل به اندازه اثر، از طریق فرمول‌های ارائه‌شده برای هر مطالعه مستقل و وزندهی آن‌ها براساس اندازه نمونه و سپس، ترکیب اندازه‌های اثر و ترکیب احتمالات موردتحلیل قرار گرفتند.

-
1. SPSS
 2. Comprehensive Meta-Analysis (CMA2)

نتایج

در مطالعات ارزیابی شده در جدول شماره یک، روش بررسی پیمایشی و پژوهش های وارد شده به فرا تحلیل بیشتر از نوع پژوهش های کمی بوده است. از نظر شیوه های نمونه گیری، در ۴۴/۴ درصد از پژوهش ها از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شده است. ۳۳/۳ درصد از مطالعات، از روش نمونه های در دسترس و ۲۲/۲ درصد از روش نمونه گیری هدفمند استفاده کردند. همچنین، نتایج نشان داد که ۸۳/۳ درصد از پژوهش ها بیان کننده تسهیل کارآفرینی در سازمان، توسط متغیر مورد بررسی بوده اند.

جدول ۱- مطالعات مورد بررسی در این پژوهش

متغیر تأثیرگذار	نام محقق	سال	ضریب همبستگی	اندازه اثر	مقدار z	سطح معناداری
ساختار	نیک نهاد	۱۳۹۳	۰/۲۳	۰/۲۵	۳/۹۸۸	۰/۰۰۱
	سیفی سالدھی	۱۳۹۳	۰/۴۵	۰/۵۴	۶/۶۹۹	۰/۰۰۱
	سلطانلو	۱۳۹۲	۰/۱۶۸	۰/۳۲	۲/۲۱۸	۰/۰۲۷
	حیدری نژاد	۱۳۹۱	-۰/۴۴۱	۰/۵۳	-۴/۸۲۸	۰/۰۰۱
	خلیفه سلطانی	۱۳۸۶	-۰/۳۲۲	۰/۳۳	-۱/۹۷۵	۰/۰۴۸
توانمندسازی	کافشانی	۱۳۹۳	۰/۲۴	۰/۳۷	۳/۴۰۱	۰/۰۰۱
	اسلامی	۱۳۹۳	۰/۷۱	۱/۶۹	۶/۲۷۳	۰/۰۰۱
	عجم	۱۳۸۹	۰/۳۴	۰/۴۷	۳/۰۰۵	۰/۰۰۳
	بهفروز	۱۳۸۹	۰/۴۳۵	۰/۵۱	۳/۷۳۶	۰/۰۰۱
	زارع	۱۳۸۶	۰/۴۷	۰/۵۳	۶/۵۷۲	۰/۰۰۱
	فراهانی	۱۳۸۶	۰/۳۹	۰/۴۳	۳/۱۰۹	۰/۰۰۲

این پژوهش، براساس داده های ارائه شده در گزارش هریک از پژوهش های مورد نظر، به محاسبه اندازه اثر متغیر کارآفرینی پرداخته است. جدول شماره (۲)، میانگین اندازه اثر مطالعات را نشان می دهد. نتایج حاصل از این جدول، نشان می دهد که میزان همبستگی رتبه ای تاو^۱ مطالعات مثبت است. ضریب همبستگی تاو بیانگر عدم سوگیری انتشار می باشد و میزان کم انحراف استاندارد نیز نمایانگر تقارن آزمودنی ها و وجود ارتباط بین متغیرها است. براساس اطلاعات این جدول، اندازه اثر مطالعات ساختار، ۰/۱۶۱ حاصل شد که به استناد تفسیر اندازه اثر کوهن، ضعیف ارزیابی می شود؛ در نتیجه،

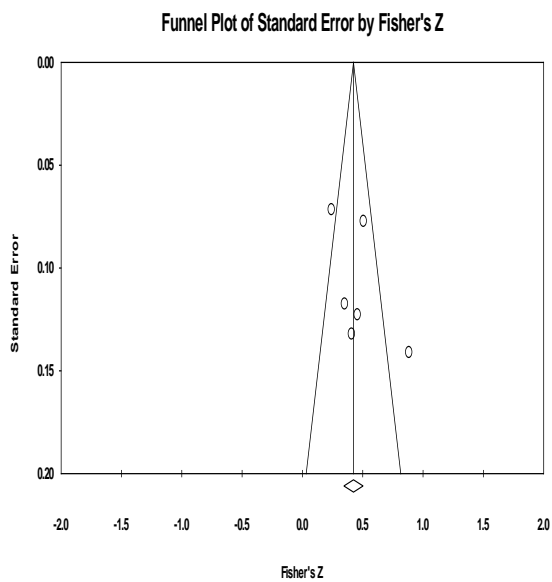
حضور این رابطه در جامعه مورد بررسی کم است. همچنین، اندازه اثر مطالعات توانمندسازی در مدل ثابت، ۰/۴۰ گزارش شد که در حد متوسط ارزیابی می‌شود.

جدول ۲- نتایج تلفیق متغیرهای اثرگذار بر کارآفرینی سازمانی

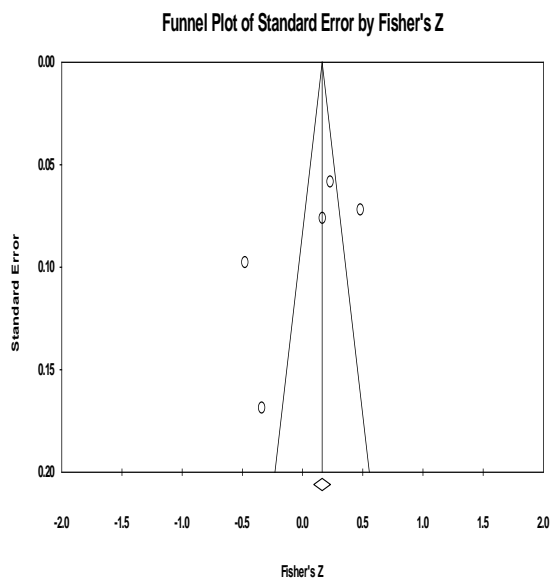
توانمندسازی		ساختار		متغیر
تصادفی	ثابت	تصادفی	ثابت	مدل
۶	۶	۵	۵	تعداد مطالعات
۰/۴۰	۰/۴۰	۰/۰۳۲	۰/۱۶۱	برآورد
۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۸۴	۰/۰۰۱	سطح معناداری
-	۱۸/۶۰۱	-	۷۲/۰۱۵	کیو
-	۵	-	۴	درجه آزادی
-	۰/۰۰۲	-	۰/۰۰۱	سطح معناداری
-	۷۳/۱۲	-	۹۴/۴۴	مجذور ناهمگنی
-	۰/۰۲۹	-	۰/۱۱۶	مجذور تاو
-	۰/۰۲۷	-	۰/۰۹۷	انحراف استاندارد
-	۰/۰۰۱	-	۰/۰۰۹	واریانس
-	۰/۱۷	-	۰/۳۴۱	تاو

در این پژوهش، برای ارزیابی سوگیری^۱ انتشار که ناشی از انتشار پژوهش‌های چاپ‌شده معنادار و عدم انتشار پژوهش‌های غیرمعنادار و انواع خطاها است، از نمودار پراکندگی کیفی^۲ استفاده شد. با توجه به اینکه مطالعاتی که خطای استاندارد پایین دارند و در بالای قیف جمع می‌شوند، سوگیری انتشار ندارند، نتایج حاصل نشان‌داده‌شده در شکل‌های شماره یک و دو، حاکی از آن است که مطالعات مورد استفاده در پژوهش حاضر به میزان کم، دارای سوگیری انتشار می‌باشند و مقدار پراکندگی حول اندازه اثر مداخله با افزایش نمونه، کاهش می‌یابد.

1. Bias
2. Funnel Plot



شکل ۱- نمودار کیفی مطالعات اندازه اثر ساختار بر کارآفرینی



شکل ۲- نمودار کیفی مطالعات اندازه اثر توانمندسازی بر کارآفرینی

بحث و نتیجه‌گیری

نزدیک به یک دهه از طرح جدی موضوع کارآفرینی در محافل علمی و اجرایی ایران می‌گذرد و در سند چشم‌انداز توسعه اقتصادی- اجتماعی جمهوری اسلامی ایران نیز توجه ویژه‌ای به این موضوع مهم شده است. با وجود تلاش‌های ارزشمندی که برای بسط مبانی نظری کارآفرینی در متون فارسی توسط اندیشمندان و پژوهشگران داخلی انجام شده است، به نظر می‌رسد که هنوز مفاهیم اولیه و مبنایی در این حوزه به خوبی کاوش و تبیین نشده‌اند. در ایران، بسیاری از کارآفرینان با موانعی همچون دگرگونی سیاست‌های دولت، ناسالم‌بودن محیط کسب‌وکار، بی‌ثباتی مدیران و کارفرمایان دولتی، وجود قوانین نامناسب و غیرحمایتی، فقدان زیرساخت‌های سازمانی و غیره مواجه هستند که فضای نامساعد کسب‌وکار را پیش روی آن‌ها قرار داده است. این مشکلات باعث شده‌اند که بیشتر کارآفرینان بالقوه برای راه‌اندازی کسب‌وکار خود اقدام نکنند یا در میانه راه متوقف شوند و سرانجام از کار دست بکشند. کارآفرینی در حوزه ورزش نیز از این موارد مستثنا نیست و کسانی که قصد ورود به حوزه کارآفرینی ورزشی را دارند، باید علاوه بر شناخت ویژگی‌های فضای کسب‌وکار در ایران، ویژگی‌های اختصاصی ورزش در کشور را نیز بدانند که این موضوع مهم، مستلزم نگاه همه‌جانبه به تمام عناصر حیاتی برای توسعه یا شروع کارآفرینی در حوزه ورزش است. سازمان‌ها برای بقا و توسعه و دستیابی به اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت خود نیاز به افراد خلاق و کارآفرین دارند؛ زیرا، افراد کارآفرین نقش مهمی در حرکت به سوی توسعه دارند و منشأ تحولات بزرگ در زمینه‌های خدماتی در سطح سازمان‌ها محسوب می‌شوند. در چنین شرایطی، ایجاد فضا و بستر مناسب برای رشد و پرورش کارآفرینی در سازمان و به‌خصوص در سازمان‌های ورزشی از اهمیت زیادی برخوردار است. نتایج این پژوهش نیز مبین تأثیر ساختار سازمانی بر توسعه کارآفرینی است و با بهبود وضعیت ساختار کارآفرینانه و تمامی مؤلفه‌های آن بر کارآفرینی سازمان افزوده می‌شود. اگر مدیران سازمان‌های ورزشی به دنبال افزایش خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی در سازمان خود هستند و اگر تمایل دارند سازمان آن‌ها تبدیل به سازمانی کارآفرین گردد که در برابر تغییرات رو به افزونی محیط از خود واکنش‌های مناسب بروز دهد و از فرصت‌ها به نحو مطلوب استفاده کند، ناگزیر به ایجاد ساختاری کارآفرینانه در سازمان خود هستند. ساختاری مبتنی بر ارتباطات باز، تفویض اختیار، رسمیت پایین، دسترسی آسان به اطلاعات و گروهی‌بودن کارها که در آن بر مخاطره‌پذیری، خلاقیت و نوآوری کارکنان تأکید می‌شود. چنین ساختاری شرایط لازم را برای ظهور کارآفرینی در سازمان فراهم می‌آورد. مطالعات سیفی سالدهی (۱۳۹۳)، نیک‌نهاد (۱۳۹۳) و راتن^۱ (۲۰۱۰) نیز در راستای نتایج این پژوهش بودند. همچنین، نتایج مطالعه حیدری‌نژاد (۱۳۹۱) و خلیفه سلطانی

(۱۳۸۶) نشان داد که هرگاه ابعاد پیچیدگی، رسمیت و تمرکز ساختار سازمانی کاهش یابد و ساختار سازمانی از حالت بوروکراتیک و مکانیکی خارج شود، شرایط مطلوبی در سازمان برای به کارگیری توانایی‌ها، ابتکارات و به‌طور کلی، کارآفرینی اعضای سازمان ایجاد می‌شود. یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج نلسون^۱ (۲۰۱۴)، کوراتکو، ایرلند، هورنزی و کوین^۲ (۲۰۰۱) و رضازاده (۱۳۸۳) نیز همسو دارد. هر میزان که کارکنان، استقلال و آزادی عمل در تصمیم‌گیری‌های مربوط به کار خود داشته باشند، کارآفرینی سازمانی نیز افزایش می‌یابد. آن‌ها بیان کردند به هر میزان که کارشناسان در سازمان در انجام شغل و وظایف سازمانی خود منعطف‌تر باشند و آزادی عمل بیشتری داشته باشند، به‌صورتی که جسارت اندیشه و عمل کردن برخلاف استانداردهای معمول و مکتوب را پیدا کنند تا واجد ذهنی خلاق و روحیه‌ای فرصت‌گرا شوند، سازمان کارآفرین‌تر خواهد بود.

افزون‌براین، توجه به عوامل روان‌شناختی توانمندسازی کارکنان می‌تواند باعث افزایش کارآفرینی در سازمان‌های مختلف شود. نتایج پژوهش زارع (۱۳۸۵) نیز نشان داد که بین عوامل روان‌شناختی توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی ارتباط وجود دارد و مشخص شد که بالاترین رتبه مربوط به احساس شایستگی، دومین رتبه مربوط به احساس خودتعیینی است و احساس اعتماد در رتبه سوم قرار دارد و برای شکل‌گیری سازمان کارآفرین، این مؤلفه‌ها باید تقویت شوند. همچنین، نتایج پژوهش‌های کلاته (۱۳۹۲)، فراهانی و فلاحی (۱۳۸۶) و زارعی (۱۳۸۹) با پژوهش حاضر همسو بودند و بیانگر ارتباط مثبت بین توانمندسازی با کارآفرینی سازمانی بودند. افرادی که احساس می‌کنند شغل مهم و باارزشی دارند، در مقایسه با دیگران، سطوح بالاتری از رضایت کاری را تجربه می‌کنند و تمایل بیشتری به توسعه شغل و کارآفرینی دارند. به‌علاوه، تمایل به مخاطره‌پذیری و پذیرش مخاطره‌هایی که می‌توانند از طریق تلاش‌های شخصی مهار شوند و پاسخ مثبت به چالش‌ها از ویژگی‌های بارز کارآفرینان است؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود که مدیران سازمان‌ها از دانش و تجربه کافی در سازمانی که اداره آن را برعهده دارند، برخوردار باشند و از دانش تخصصی برای توانمندکردن کارکنان خود بهره ببرند. همچنین، پیشنهاد می‌شود که تسهیم اطلاعات در سازمان انجام گیرد تا کارکنان نیز به توانایی‌ها، تجربه و دانش مدیران برای اجرای وظایف محول‌شده و حل مشکلات اطمینان و اعتماد کنند.

با توجه به اینکه سازمان‌ها برای بقا و توسعه خود نیاز به افراد خلاق و کارآفرین دارند و افراد کارآفرین نقش مهمی در حرکت به‌سوی توسعه دارند و منشأ تحولات بزرگ در زمینه‌های خدماتی

1. Nelson

2. Kuratko, Ireland, Hornsby and Covin

در سطح سازمان‌ها محسوب می‌شوند، ایجاد فضا و بستر افزایش توانمندی و کاهش ساختار سازمانی برای رشد و پرورش کارآفرینی در سازمان و به‌ویژه در سازمان‌های ورزشی از اهمیت زیادی برخوردار است.

تقدیر و تشکر

نویسندگان مقاله، مراتب تشکر و قدردانی خود را از معاونت محترم پژوهش دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب که با حمایت مالی خود انجام این پژوهش را میسر نمودند، اعلام می‌کنند.

منابع

1. Abidi, H., Ramezanezhad, R., Abbasi, H., (2013). Challenges of public sport and healthy recreation against elite sports in Iran and in the world, National Congress of sport leasures, Tehran Municipality Sports Organization, Abstract book.
2. Ahmadpur Dariani, M. (1998). Designing and explanation of entrepreneurial managers' education in the industry. (Doctoral dissertations). Tehran University. (Persian).
3. Burgelman, R. (1983). Process model of internal corporate venturing in a diversified major firm. *Administrative Science Quarterly*, 28: 223-4.
4. Delavar, A. (2001). Theoretical and practical foundation of research in the social science, 8th Published by Roshd. Tehran. (Persian)
5. Drucker, P. F. (1985). *The practice of entrepreneurship, innovation and entrepreneurship practice and principles*. New Yor: Harper & Row.
6. Farahani, A., Falahati, M. (2007). Investigating the Relationship between Psychological Factors of Empowerment and Organizational Entrepreneurship among Physical Education Institutes of Universities. *Journal of Research in Sport Sciences*. 15: 67-79. (Persian).
7. Foroughipour, H. (2013). Entrepreneurial grounds in sports from the country's physical education managers and specialists' perspectives and offering solutions. Unpublished Doctoral dissertation. Islamic Azad University, Science and Research branch. (Persian)
8. Fry, F. (1993). *Entrepreneurship: A planning approach*. New York. NY: West Publishing Company.
9. Ghare, M. (2004). Situation of sport for all and comparative with other countries. (Doctoral dissertation). Kharazmi University. (Persian)
10. Ghazi Tabatabaiee, M., & Vedadhir, A. (2010). Meta- analysis in social & behavioral research. The center for cultural & social studies of Tehran unicity. Tehran: The Sociologists Publications. (Persian).
11. Glass, G. V. (2000). Meta-analysis at 25. Available at: [Http://www. Gvglass. Info/Papers/Meta25. Html](http://www.Gvglass.Info/Papers/Meta25.Html) (Accesed 22 February 2014].

12. Hadizadeh, A., & Rahimi Filabadi, F. (2005). Organizational entrepreneurship. Tehran: Janan Publisher. (Persian).
13. Haqshenas, A., Jamshidian, M., Shaemi, A., Shahin, A., & Yazdanshenas, M. (2007). Model of organizational entrepreneurship in the public sector of Iran, *Journal of Management Sciences*, 2(8), 31-73. (Persian).
14. Hayton, J. C. (2005). Promoting corporate entrepreneurship through human resource management practices: A review of empirical research. *Human Resource Management Review*, 15(1): 21-41.
15. Heidarinezhad, S. (2012). The Relationship between organizational structure and Entrepreneurship of Sistan and Baluchestan`s department of physical education. *Sport Management Studies*, 15: 159-72. (Persian).
16. Hisrich, R. D., Peters, M. P. & Shepherd, D. A. (2005). *Entrepreneurship*, 6e. New York: McGraw-Hill Irwin, 307-22.
17. Kalateh, M. (2012). The Relationship between organizational culture and Entrepreneurship administrators of physical education organization of Tehran. *Binominal Journal of Sport Management and Motor Learning*, 10(4), 105-19. (Persian).
18. Khalifeh Soltani, M. (2007). The relationship between organizational structure and entrepreneurship of strategic administrators of physical education organization of Iran. (Master`s thesis). Payamenoor University. (Persian).
19. Kuratko, D. F., Ireland R. D, Hornsby J.S., & Covin, J.G. (2005). A Model of Middle-Level Managers` Entrepreneurial Behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (6), 699-716.
20. Liden, R. C., Wayne, S. J., & Sparrowe, R. T. (2000). An examination of the mediating role of psychological empowerment on the relations between the job, interpersonal relationship and work outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 85(3), 407-16
21. Marzban, Sh., Moghimi, S., Arabion, A. (2010). The Effect of Organizational Entrepreneurship on entrepreneurship Behavior of Managers, *Journal of Economics and Commerce*, 20 & 21: 1-25. (Persian).
22. Moghimi, S. M. (2004). *Entrepreneurship in the institutions of a civil society: A research on non-governmental organizations (NGOs) in Iran* (2nd edition). Tehran: Tehran University Press. (Persian).
23. Nelson, A. J. (2014). From the Ivory Tower to the Startup Garage: Organizational Context and Commercialization Processes. *Research Policy*, 43(7): 1144-56. <http://dx.doi.org/10.1016/j.respol.2014.04.011>
24. Nick Nahad, S., Hosseini, S., & Razavi, S. (2013). The Relationship between Organizational Structure and Entrepreneurship Dimensions of Directors of Sports Organizations of Iran. *Journal of Sports Management Studies*. 30: 121-34.
25. Peterson, R. & Berger D. (1972). Entrepreneurship in organizations. *Administrative Science Quarterly*, 16: 97-106.
26. Pinchot, G. (1984). *Intrapreneuring: Why you don't have to leave the corporation to become an entrepreneur?* New York: Harper & Row.

27. Rasekh, N. (2007). The relationship between participatory management and organizational entrepreneurship of faculty of physical education and sport sciences (Master`s thesis). Tehran University. (Persian).
28. Ratten, V. (2010). Sport-based entrepreneurship: Towards a new theory of entrepreneurship and sport management, *International Entrepreneurship Management Journal*, DOI: 10.1007/s11365-010-0138-z.
29. Rezazadeh, H. (2004). The relationship between organizational structure and entrepreneurship: Case study (Master`s thesis), Tehran University. (Persian).
30. Sharififar, F., Mohamadian, F., & Sharififar, F. (2015). A meta-analysis of entrepreneurship researches in Iran sports organizations. Research project of Islamic Azad University, South Tehran branch, Iran. (Persian).
31. Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press, Cambridge, MA.
32. Siegall, M., & Gardner, S. (2000). Contextual factors of psychological empowerment. *Personnel Review*, 29(6), 703-22.
33. Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship: *Entrepreneurial Management*. *Strategic Management Journal*, 11, 17-27.
34. Urquhart, C. (2013). Systematic reviewing: Meta-analysis and meta-synthesis for evidence-based library and information science. *Information Research*, 15(3), [Http:// Informationr. Net/Ir/15-3/ Colis7/Colis708. Html](http://Informationr. Net/Ir/15-3/ Colis7/Colis708. Html), (Accessed 22 Feb, 2013).
35. Zare, G. (2009). Descriptive of relationship between organizational entrepreneurship and empowerment of employees. (Master`s thesis). Tehran University. (Persian).

استناد به مقاله

شریفی‌فر، فریده، محمدیان، فریبا، و شریفی‌فر، فروزان. (۱۳۹۶). فراتحلیل مطالعات کارآفرینی در سازمان‌های ورزشی ایران. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۹(۴۴)، ۱۳۹-۵۴. شناسه دیجیتال: 10.22089/smrj.2017.3117.1615

Sharififar., F., Mohammadian., F., & Sharififar, F. (2017). A Meta-Analysis of Entrepreneurship Researches in Iran Sports Organizations. *Sport Management Studies*, 9(44), 139-54. (Persian). Doi: 10.22089/smrj.2017.3117.1615

A Meta-Analysis of Entrepreneurship Researches in Iran Sports Organizations

F. Sharififar¹, F. Mohammadian², F. Sharififar³

1. Assistant Professor of Sport Management, Islamic Azad University, South Tehran Branch*
2. Assistant Professor of Sport Management, Islamic Azad University, Qazvin Branch
3. M.Sc. of Business Administration, Multimedia University of Malaysia, Iran

Received: 2016/10/17

Accepted: 2017/03/05

Abstract

Knowing the characteristics of the perfect platform to attraction and growth of entrepreneurs is considered as the first and most important issue for today's organizations. Consolidated and combined studies of the obtained results from different research in the field of organizational entrepreneurship can provide researchers with a new approach to identify comprehensive solutions. Therefore the main goal of this study was the meta analysis of done researches in the field of entrepreneurship in sport organizations. In this study six masters' theses and five carried out essays that includes two factors namely empowerment and organizational structure was investigated in the scope of organizational entrepreneurship in Iran sports organizations during the last ten years by comprehensive meta-analysis software. The results of meta-analysis showed that according to Cohen analysis the effect size of organizational structure was week and the empowerment variable reveals an average effect size. In explaining these results, it can be said that attention to entrepreneurship is a dynamic issue and required a proper alignment of factors such as creative and empowerment human resource, procedures and the organization infrastructures.

Keywords: Organizational Entrepreneurship, Meta-Analysis, Organizational Structure, Empowerment

*Corresponding Author

Email: f_sharififar@azad.ac.ir