

بررسی رابطه میان ابعاد فرهنگ کارآفرینانه سازمانی (اهداف سازمانی، صلاحیت های متمایز) با خلاقیت و نوآوری کارشناسان ادارات ورزش و جوانان استان خوزستان

حسن شوهانی

گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران
hajmoosa2202@gmail.com

چکیده

هدف: تحقیق حاضر به بررسی رابطه میان ابعاد فرهنگ کارآفرینانه سازمانی (اهداف سازمانی، صلاحیت های متمایز) با خلاقیت و نوآوری کارشناسان ادارات ورزش و جوانان استان خوزستان پرداخته است. مواد و روش ها: روش این تحقیق توصیفی - همبستگی بود. نمونه آماری آن شامل ۱۳۷ نفر از پرسنل ادارات ورزش و جوانان استان خوزستان بود که با استفاده از جدول تعیین حجم نمونه کرجسی و مورگان از کل ۲۰۱ نفر جامعه آماری به طور تصادفی انتخاب شد. ابزار گردآوری اطلاعات شامل پرسشنامه خلاقیت و نوآوری سازمانی دورابچی (۱۹۹۸) و پرسشنامه فرهنگ کارآفرینی لورش (۱۹۹۰) می باشد. داده های بدست آمده با استفاده از روش های آماری کولموگروف - اسمیرنوف، آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن و رگرسیون چند متغیره مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتیجه گیری: نتایج تحقیق نشان داد که بین ابعاد فرهنگ کارآفرینانه سازمانی (اهداف سازمانی، صلاحیت های متمایز) با خلاقیت و نوآوری کارشناسان ادارات ورزش و جوانان استان خوزستان ارتباط معنی داری وجود دارد ($P \leq 0/05$).

واژه های کلیدی: اهداف سازمانی، صلاحیت متمایز، خلاقیت، نوآوری

مقدمه

با نگاهی به روند رشد و توسعه جهانی در می یابیم که با افزایش فناوری های پیشرفته، نقش و جایگاه کارآفرینان به طور فزاینده ای بیشتر می شود (بلج و استمپ، ۲۰۰۳). کارآفرین می تواند مهمترین تأثیری را بر توسعه اقتصادی داشته باشد، به همین دلیل در تبیین نظریه توسعه اقتصادی نقش اصلی را به کارآفرین نسبت می داد (شاه حسینی، ۱۳۸۶).

مسلماً کارآفرینی سازمانی دارای فرایندی است که با شناخت فرصت آغاز شده و با بهره برداری به پایان می رسد، کارآفرین با طی هر مرحله به مراحل بالاتر دست پیدا می کند (شاه حسینی، ۱۳۸۶). اما در انجام کارآفرینی در سازمان ها و شرکت ها موانعی وجود دارد که بسیاری از آنها ناخواسته می باشند که بازخوردی از بکارگیری مدیریت سنتی می باشد در برخی مواقع این موانع آنقدر مخرب است که کارآفرینان ترجیح می دهند از این کار اجتناب کنند (آقایی، ۱۳۸۲).

عده ای معتقدند که موفقیت سازمان ها مبتنی بر وجود افراد خلاق است و بر همین اساس جذب و استخدام افراد خلاق را به سازمان ها پیشنهاد می کنند. توجه دقیق به خلاقیت، به خوبی نشان می دهد که سازمان های نوآور برای مسائلی از قبیل وقت آزاد، دسترسی به اطلاعات، آزادی عمل، سیستم پیشنهادهای مؤثر و سریع، تشویق و خطرپذیری و نوآوری و غیره اهمیت فوق العاده ای قائل هستند (فرهنگی و صفرزاده، ۱۳۸۷).

در چند دهه ی اخیر کارآفرینی و خلاقیت به عنوان یکی از مباحث عمده مطالعات سازمانی تبدیل شده است در ایران نیز سال های گذشته پژوهش هایی در این حوزه ها انجام شده است. عزیزی زاده (۱۳۸۶)، در پژوهشی با عنوان " بررسی اثر بخشی آموزش خلاقیت بر افزایش نگرش کارآفرینانه بیکاران شهر تهران"، در دانشگاه علامه طباطبایی، چنین بیان می دارد خلاقیت نگاه متفاوت داشتن به مسأله و رسیدن به یک راه حل جدید می تواند باشد. چگونه می توان با بهره گیری از این موضوع معضل بیکاری را بهبود بخشید؟ آیا آموزش تکنیک های فردی و گروهی خلاقیت منجر به نگرش کارآفرینانه می شود؟ آیا آموزش خلاقیت بر رفتار کارآفرینان مؤثر خواهد بود؟ نتایج این تحقیق در سطح ۰/۰۵ معنا دار بوده است، توسل خدمتی (۱۳۷۹) در پژوهشی با عنوان " بررسی زمینه های بروز و پرورش کارآفرینی" در دبیرستانهای پسرانه دولتی کاردانش کرج از نظر مدیران، دبیران و دانش آموزان در دانشگاه شهید بهشتی انجام داده است. نتایج بدست آمده از این پژوهش نشانگر آن است که نظام آموزشی به خصوص مدارس کاردانش و فنی و حرفه ای باید در فراهم آوردن زمینه های بروز و پرورش خلاقیت و نوآوری تلاش برنامه ریزی شده، بلند مدت و مؤثری داشته باشند. اساس تلاش ها می توانند زمینه ساز توسعه کارآفرینی نیز قرار گیرد. کارلند و استورات (۱۹۹۶) نیز اعتقاد دارند که ویژگی های کارآفرینان مجموعه ای از عوامل شخصیتی را در بر می گیرد که عملکرد نوآورانه خلاق تنها از آنهاست. شاپن (۱۹۹۴) معتقد است که کارآفرینان واقعی مشاغل جدید را بیشتر به دلایل نوآوری و خلاقیت شروع می کند تا انگیزه های اقتصادی.

می توان چنین گفت که جامعه کنونی استان خوزستان که جوان گرا بوده و قشر جوان آن جمعیت زیادی را به خود اختصاص داده است و همچنین مشکلات گرانی و بیکاری که این شهرستان دست به گریبان آن است. از طرفی فعالیت های ورزشی یکی از جایگاه های مناسب و متنوع برای ایجاد اشتغال و تولید فرصت های جدید اقتصادی است. با شناخت زمینه های کارآفرینی در ورزش، می توان فرصت های جدیدی را به کارآفرینان و جامعه معرفی کرد تا از آن برای پیشرفت و توسعه اقتصادی و اجتماعی بهره گیرند. با توجه به مطالب فوق، تحقیق حاضر بدنبال پاسخگویی به این سؤال است که آیا بین فرهنگ کارآفرینانه سازمانی و خلاقیت و نوآوری کارشناسان ادارات ورزش و جوانان استان خوزستان ارتباطی وجود دارد.

فرضیه های تحقیق

بین اهداف سازمانی و خلاقیت و نوآوری کارشناسان ادارات ورزش و جوانان استان خوزستان ارتباط معنی داری وجود دارد.
بین صلاحیت های متمایز و نوآوری کارشناسان ادارات ورزش و جوانان استان خوزستان ارتباط معنی داری وجود دارد.

مبانی نظری

کارآفرینی

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entrepreneur* به معنای "متعهد شدن گرفته شده است طبق تعریف واژه نامه دانشگاهی وبستر، کارآفرین کسی است که متعهد می شود مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی و مدیریت کند. کارآفرینی عبارت است از فرایند ایجاد ارزش از طریق تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع، به منظور بهره گیری از فرصت ها. استیونسون، کارآفرینی را فرایند خلق ارزش، همراه با منابعی منحصر به فرد به منظور بهره برداری از یک فرصت می داند. طبق تعریفی که در واژه نامه امریکن هریتیج بیان شده است، کارآفرین سازمانی، شخصی است که در یک سازمان از قبل تأسیس شده، از طریق نوآوری و خطرپذیری، مسئولیت تبدیل یک فکر و ایده خام را به کالایی ساخته شده و سودمند بر عهده می گیرد (پروکوپنکو و پاولین، ۱۹۹۹).

کارآفرینی ابتدا، در حوزه ی موزیک مطرح بوده است و کارآفرین در فرهنگ لغت " آکسفورد " رئیس و مدیر مؤسسه ملی موزیک تعریف شده است، یعنی کسی که سرگرمی های موزیکال را تدارک می بیند (صمدآقایی، ۱۳۷۸). در واژه نامه ی دانشگاهی وبستر کارآفرین کسی است که متعهد می شود خطرهای یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند. کارآفرینی مفهوم جدیدی نیست. ریشه آن به قرن هیجدهم بازمی گردد، یعنی زمانی که ریچارد کانتیلون، عوامل اقتصادی را به سه دسته تقسیم کرد:

۱. مالکان زمین؛

۲. عوامل اقتصادی دستمزد بگیر؛

۳. آن دسته از عوامل اقتصادی که با قبول خطر در بازار بورس فعالیت می کنند.

حدود سال ۱۸۰۰ میلادی "ژان باتیست سی"، کارآفرینی را مختص فردی می دانست، که منابع اقتصادی را از یک حوزه با بهره وری و سود پایین، به حوزه هایی با بهره وری و سود بالا منتقل کند (پارکوپنکو و پائولین، ۱۹۹۱؛ به نقل از مقیمی، ۱۳۸۳).

ورین (۱۹۸۲) صاحب نظر فرانسوی، در کتاب خود، که راجع به کارآفرینی به رشته تحریر در آورده است، بیان می کند که واژه ی کارآفرینی برگرفته از کار واژه ی فرانسوی "آنترپرونخر" می باشد که به معنی انجام کاری را برعهده گرفتن است (به نقل از محمدکاظمی، ۱۳۹۰).

پژوهش در حوزه ی کارآفرینی، در دهه های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ میلادی رایج گردید، اما در دهه های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ میلادی با سکون مواجه شد و از اواخر دهه ۱۹۸۰ میلادی مجدداً توجهات را به سوی خود معطوف نمود. از اوایل دهه ی ۱۹۹۰ میلادی شاهد تحولاتی در بخش دولتی کشورها بودیم، به گونه ای که ساختار سلسله مراتبی و بورکراتیک اداره امور دولتی که در اکثر سال های قرن بیستم حالت مسلط را داشت در حال تبدیل به نوعی مدیریت دولتی قابل انعطاف و کارآمد است. این تغییر و تبدیل یک تجدیدنظر ساده و یک تغییر جزئی در مدیریت نیست، بلکه تغییری همه جانبه است که پارادیم جدیدی تحت عنوان «مدیریت کارآفرینانه» آن را حمایت می کند (تامسون، ۱۹۹۹؛ به نقل از مقیمی، ۱۳۸۳). در این دهه ۱۹۹۰ شاهد احیای تحقیقات و عملیات کارآفرینی بوده ایم که آن را "انقلاب کارآفرینانه" نامگذاری نموده اند و این انقلاب هنوز هم استمرار دارد. به غیر از رشد خیلی سریع ادبیات علمی و حرفه ای کارآفرینی و سرمایه گذاری های کارآفرینانه در پهنه جهانی، شاید واضح ترین مدرک در این خصوص توجه مجدد به کارآفرینی، ظهور رشته های دانشگاهی در زمینه کارآفرینی بوده است. در سال ۱۹۹۳ میلادی بیش از ۴۰۰ دانشگاه و دانشکده از ایالات متحده آمریکا دارای رشته های تحصیلی کارآفرینی بوده اند (مقیمی، ۱۳۸۰).

این واژه در ادبیات فارسی ابتدا به معنای کارفرما و سپس کارآفرین ترجمه شده است. البته این ترجمه جامع، مفید و به معنای دقیق واژه نیست. در واقع اگر این واژه «ارزش آفرین» ترجمه می شد به نظر رساتر بود (احمدپور، داریانی، ۱۳۸۳).

در ایران کارآفرینی و مطالعات مربوط به آن سابقه طولانی ندارد، مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، سازمان آموزش و پژوهش وابسته به وزارت کار و امور اجتماعی، با ترجمه مقالات درباره ی اشتغال آزاد و خوداشتغالی، با همکاری دفتر بین المللی کار نخستین بار طرح « آموزش کارآفرینی » را در فروردین ماه ۱۳۶۷ مطرح کرد. در این رابطه شورای عالی آموزش و پرورش برای اجرای طرح های خود اشتغالی در سال ۱۳۶۸ دروس کارآفرینی را در برخی از رشته ها پیشنهاد نمود (محمدکاظمی، ۱۳۹۰).

ویژگی های کارآفرینان

خلاقیت: یکی از ویژگی های مورد انتظار وجود قوه خلاقیت در کارآفرین می باشد. در واقع قوه خلاقیت یکی از ضروریاتی می باشد که با کارآفرین اجین شده است. شاید بتوان گفت کارآفرینی بدون وجود خلاقیت بی معنی می باشد. ذهن فرد کارآفرین قبل از انجام کار طرح آن را ترسیم نموده و جنبه های گوناگون آن را مجسم می نماید. سپس اقدام به فعالیت می کند. از این رو نقش آموزش و پرورش مخصوصاً در سال های اولیه غیرقابل انکار می باشد. صاحب نظران علوم تربیتی بر این باور تأکید دارند که می توان خلاقیت را به کودکان آموزش داد و با فراهم کردن امکانات لازم آن ها را به سمت خلاق فکر کردن و خلاق عمل کردن سوق داد.

نوآوری: روحیه نوآوری در کارآفرین می توان زمینه تکثیر شغلی و در نهایت تولیدی افراد را بالا ببرد. بنگاه هایی که از نوآوری برخوردار می باشند هرگز دچار رکود و خروج از گردونه بازار نمی گردند.

درک تغییر: یکی از ویژگی های کارآفرینی فهم تغییراتی است که باید صورت گیرد و یا اینکه صورت گرفته شده است. در واقع درک تغییرات در ذات کارآفرین نهفته است. کارآفرین تغییر و تحولات حرفه ای را بدرستی درک می کند و تلاش می نماید خود را بروی موج تغییرات قرارداده و استفاده ای مطلوب در جهت تحقق اهداف مورد نظر سازمان بعمل آورد.

روحیه مشارکت: لازم است که کارآفرین برای تثبیت موفقیت نه تنها از آراء و نظرات دیگران استفاده نموده بلکه با مشارکت سایرین برای رسیدن به اهداف از وجود دیگران بهره جوید. روحیه ی با دیگران بودن و با آن ها مشورت کردن، می تواند کارآفرین را یاری نماید که با فراق فکر بیشتری به امور دیگران نیز بپردازد.

ریسک پذیری: هر شغلی مخاطرات مربوط به خود را دارد که کارآفرین می تواند خود را از قبل برای پذیرش این مخاطرات آماده نماید. یاس، ناامیدی و فرار از خطرات احتمالی کار نمی تواند سبب کارآفرینی گردد.

مسئولیت پذیری: کارآفرین که خطر می کند و گام در مسیر اهداف و مقاصد خود می گذارد، مسلماً مسئولیت کار خود را نیز پذیرفته است. احساس مسئولیت و پاسخگویی، یکی از ویژگی های کارآفرین می باشد. کارآفرین با قبول مسئولیت تلاش می نماید که کارها را به گونه ای سازماندهی نماید که پس از کنترل فرایند و ارزیابی کمترین میزان انحراف از اهداف را داشته باشد (پاراداشی، ۱۳۸۲).

رویکردهای کارآفرینی

یامادا و ایچیرو، رویکردهای کارآفرینی را در قالب سه رویکرد سطح کلان، رویکرد سطح خرد و رویکرد سطح میانه مورد بررسی قرار می دهد؛ که در این بخش هریک از این رویکردها بطور مختصر تشریح می گردد:

رویکرد سطح کلان

این رویکرد مبتنی بر " محیط گرایی " است که با توجه به مطالعات صورت گرفته در خصوص چرخه حیات سازمانی یا اکولوژی سازمانی قابل تبیین است. رویکرد سطح کلان بر عوامل تعیین کننده رشد سازمانی در بلند مدت و اثرات آن ها بر یکدیگر تأکید دارد. کانون بررسی ها در این رویکرد، بحث بروی این است که کارآفرینان برای ایجاد ثروت چه انجام می دهند. بطور کلی دیدگاه های اقتصاد دانانی همچون شومپیتر و کرایزرن در رویکرد سطح کلان می گنجد، که این رویکرد می تواند به انواع مختلفی تقسیم شود. به عبارتی این دسته از مطالعات می کوشند تا عوامل محیطی که باعث افزایش تعداد کارآفرینان شوند را شناسایی نمایند. بر این اساس، شناسایی ویژگی های فرهنگی جوامع خاص یا گروه های جمعیتی و اخلاقی که موفقیت

اقتصادی را موجب می‌شوند، در این نوع رویکرد صورت می‌پذیرد. "تئوری ساختار فرصت" که توسط فرناندز و همکارانش ارائه شده است، بر مؤلفه‌هایی هم‌چون حرفه مهاجران و کسب و کارهای مستقل، توجه به تفاوت‌های زبانی، ملیت و زمینه‌های تحصیلی تأکید دارد که افراد را از بازارکار دور می‌سازد. در حالی که تئوری ساختار فرصت بر عواملی که مانع از حضور افراد در بازار کار می‌شود، متمرکز است.

رویکرد سطح خرد

در این رویکرد، مفهوم کارآفرین از منظر روان‌شناختی و جامعه‌شناختی در یک سطح خرد مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این رویکرد، دو نوع رویکرد فرعی وجود دارد، که عبارتند از: مطالعات سطح خرد انگیزش و زمینه‌های فعالیت‌های کارآفرینانه. به عبارت دیگر، رویکرد قطعیت عاطفی و احساسی (همانند تئوری نیاز موفقیت مک‌کللند) و رویکرد قطعیت اجتماعی (همانند تئوری چرخه حیات سازمانی).

رویکرد سطح میانه

این رویکرد بر اساس مطالعات سازمانی رشد محور بنا شده و نشأت گرفته از یک رویکرد سازمانی است که بر گردآوری، انباشت و توزیع منابع متمرکز است که اصطلاحاً "دیدگاه سازمانی منبع محور" نامیده می‌شود. فرض اساسی این رویکرد، درک موفقیت یا شکست سازمان‌ها در ترکیب منابع درونی و بیرونی است (یامادا، ۲۰۰۴؛ به نقل از مقیمی، ۱۳۸۴).

خلاقیت

خلاقیت^۱ زیباترین و شگفت‌انگیزترین خصیصه انسان است. غنا، پویایی و بقای هر فرهنگ و تمدنی به خلاقیت مردمان آن بستگی دارد و این واقعیت را تاریخ بارها به اثبات رسانده است.

در طول تاریخ حیات انسان، تمایل ذاتی او به تغییر و ابداع از یک سو و رویارویی با تنگناها و نیازهای روز افزون زندگی از سوی دیگر، به تدریج او را با نیروی خلاق درونش آشنا و مانوس گردانید؛ نیروی پویا و مولد که زندگی وی را به سرعت به سوی توسعه و تکامل به حرکت در آورد و سرمنشاء ابداعات و اختراعات او گردید.

مشاهده نوآوری‌ها و اختراعات ارزشمند و حیات بخش نوابغ و دانشمندان در قرن حاضر سبب شد جوامع به تدریج به عظمت و ارزش تفکر خلاق انسان و نقش آن در پیشرفت علوم و فناوری و توسعه فرهنگ پی ببرند. به این ترتیب تلاش برای کشف ماهیت خلاقیت و راز پرورش آن آغاز شد.

در دهه ۱۹۵۰، غرب شاهد شکل‌گیری یک موج علمی با هدف شناخت و پرورش خلاقیت بود و از همان زمان اولین مطالعات و تحقیقات بنیادی و هدف دار در مورد خلاقیت آغاز گردید، امروزه این موج با گذشت نیم قرن از حرکت آن از دریای بیکران خلاقیت، دستاوردهایی گران به ساحل دانش هدیه کرده است. البته علی‌رغم تحقیقات و مطالعات فراوان روانشناسان و متخصصان در طول این مدت، هنوز هم ماهیت واقعی خلاقیت انسان به طور کامل شناخته نشده است و آنچه تاکنون به دست آمده نیز توأم با برخی اختلاف نظرها می‌باشد. اما در عین حال همین دستاوردها و نتایج حاصله از پژوهش‌های خلاقیت در دنیا، اکنون پشتوانه‌ایی برای طرح ریزی روش‌ها و برنامه‌هایی در جهت پرورش این توانایی در افراد گردیده است (سلیمانی، ۱۳۸۱).

صلاحیت‌های متمایز:

وجود انسجام و یکپارچگی میان کارکنان و مدیران در سازمان و نیز اعمال سیستم پاداش دهی درست، بدین معنی که افراد بر اساس نحوه عملکرد خود در سازمان و براساس شایستگی‌شان مورد تشویق قرار گیرند (مقیمی، ۱۳۸۴).

¹ - Creativity

روش تحقیق

روش تحقیق توصیفی - همبستگی می باشد. در این پژوهش، جامعه آماری شامل کلیه پرسنل ادارات ورزش و جوانان استان خوزستان (اعم از اداره کل و ادارات شهرستان های تابعه) بوده که در زمان تحقیق در این منصب انجام وظیفه می کنند و تعداد آنها ۲۰۱ نفر می باشد. جهت تعیین حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان، تعداد ۱۳۷ نفر به عنوان حجم نمونه تعیین شده و پرسشنامه در اختیار آنها قرار خواهد گرفت. از تعداد مذکور، ۱۳ پرسشنامه به دلیل ناقص بودن از آمار حجم نمونه حذف شد، که در نهایت اطلاعات صحیح بدست آمده از ۱۲۴ پاسخ دهنده ملاک ارزیابی و بررسی فرضیه های تحقیق قرار گرفته است. روش تعیین حجم نمونه به صورت تصادفی خواهد بود.

در تحقیق حاضر از دو نمونه پرسشنامه استفاده شد: پرسشنامه خلاقیت و نوآوری سازمانی دورابجی (۱۹۹۸) که مشتمل بر ۱۲ سؤال بوده و بر مبنای طیف ۵ گزینه ای لیکرت امتیازبندی شده است.

۳-۵-۲ پرسشنامه فرهنگ کارآفرینی لورش (۱۹۹۰) که مشتمل بر ۱۷ سؤال بوده و زیر مقیاس هایی همچون اهداف سازمانی، صلاحیت های متمایز، باورهای مرتبط با خدمات و کارکنان را در خود دارد.

با توجه به استاندارد بودن پرسشنامه ها، نیازی به روایی سنجی آنها وجود نداشت با این حال، روایی پرسشنامه ها با نظر استاد راهنما به شکل صوری مورد تأیید قرار گرفت. برای بررسی میزان پایایی پرسشنامه ها ابتدا ۲۰ نفر از جامعه آماری از طریق نمونه گیری تصادفی برای پاسخ دادن به پرسشنامه ها انتخاب شدند، پس از انتخاب این افراد تعداد ۲۰ پرسشنامه بین آنها توزیع شد و پس از جمع آوری این پرسشنامه ها برای تعیین میزان پایایی آنها از نرم افزار کامپیوتری SPSS استفاده گردید که ضریب آلفای کرونباخ عملیات انجام شده برای پرسشنامه خلاقیت و نوآوری سازمانی مقدار ۰/۸۹ و برای پرسشنامه فرهنگ کارآفرینانه سازمانی مقدار ۰/۸۰۵ به دست آمد. داده ها جمع آوری شده به دو شکل توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار خواهند گرفت. به منظور سازمان دادن، خلاصه کردن و طبقه بندی نمره های خام و توصیف اندازه های نمونه از آمار توصیفی و فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار استفاده خواهد گردید و در بخش یافته های استنباطی از آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای تعیین چگونگی توزیع داده ها، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره برای تحلیل فرضیات تحقیق استفاده خواهد شد.

یافته ها

نتایج یافته های توصیفی و تحلیل فرضیات عبارت بود از :

سن آزمودنی ها : ۲۲/۶ درصد آزمودنی ها زیر ۳۰ سال، ۳۲/۲ درصد بین ۳۰ تا ۴۰ سال، ۳۸/۷ درصد بین ۴۰ تا ۵۰ سال و ۶/۵ درصد بالای ۵۰ سال سن داشتند.

جنسیت : ۶۶/۱ درصد آزمودنی ها مرد و ۳۳/۹ درصد زن بودند.

وضعیت تأهل : ۹/۷ درصد آزمودنی ها مجرد و ۹۰/۳ درصد متأهل بودند.

سابقه خدمت آزمودنی ها : ۱۳/۷ درصد آزمودنی ها زیر ۱۰ سال، ۱۹/۴ درصد بین ۱۰ تا ۱۵ سال، ۲۹/۸ درصد بین ۱۵ تا ۲۰ سال، ۱۹/۴ درصد بین ۲۰ تا ۲۵ سال و ۱۷/۷ درصد بالای ۲۵ سال سابقه کار داشتند.

میزان تحصیلات : ۶/۵ درصد آزمودنی ها دارای مدرک دیپلم، ۱۵/۳ درصد فوق دیپلم، ۵۹/۷ درصد لیسانس و ۱۸/۵ درصد فوق لیسانس و بالاتر بودند.

فرضیه اول:

بین اهداف سازمانی و خلاقیت و نوآوری کارشناسان ادارات ورزش و جوانان استان خوزستان ارتباط معنی داری وجود ندارد.

جدول ۱: بررسی ارتباط بین اهداف سازمانی و خلاقیت و نوآوری

متغیر	میانگین و انحراف استاندارد	مقدار همبستگی	سطح معنی داری
خلاقیت و نوآوری	$3/34 \pm 0/27$	0/12	0/19
اهداف سازمانی	$2/97 \pm 0/64$		

بررسی ارتباط بین اهداف سازمانی و خلاقیت و نوآوری نشان داد که بین دو متغیر فوق، ارتباط معنی داری وجود ندارد (مقدار همبستگی 0/12 و سطح معنی داری 0/19). بر این اساس فرض صفر تأیید شده و می توان چنین نتیجه گرفت که بین اهداف سازمانی و خلاقیت و نوآوری کارشناسان ادارات ورزش و جوانان استان خوزستان ارتباط معنی داری وجود ندارد.

فرضیه دوم:

بین صلاحیت های متمایز و خلاقیت و نوآوری کارشناسان ادارات ورزش و جوانان استان خوزستان ارتباط معنی داری وجود ندارد.

جدول ۲: بررسی ارتباط بین صلاحیت های متمایز و خلاقیت و نوآوری

متغیر	میانگین و انحراف استاندارد	مقدار همبستگی	سطح معنی داری
خلاقیت و نوآوری	$3/34 \pm 0/27$	0/17	0/06
صلاحیت های متمایز	$3/16 \pm 0/62$		

بررسی ارتباط بین صلاحیت های متمایز و خلاقیت و نوآوری نشان داد که بین دو متغیر فوق، ارتباط معنی داری وجود ندارد (مقدار همبستگی 0/17 و سطح معنی داری 0/06). بر این اساس فرض صفر تأیید شده و می توان چنین نتیجه گرفت که بین صلاحیت های متمایز و خلاقیت و نوآوری کارشناسان ادارات ورزش و جوانان استان خوزستان ارتباط معنی داری وجود ندارد.

بحث و نتیجه گیری

نتیجه تحلیل فرضیه اول با استفاده از آزمون اسپیرمن نشان داد که بین اهداف سازمانی و خلاقیت و نوآوری به علت واقع نشدن سطح معناداری در سطح خطای مورد نظر تحقیق (0/05) ارتباط معنی داری وجود ندارد (مقدار همبستگی 0/12 و سطح معنی داری 0/19).

نتایج تحقیق نشان داد که بین اهداف سازمانی و خلاقیت و نوآوری کارشناسان ادارات ورزش و جوانان استان خوزستان ارتباط معنی داری وجود ندارد. با توجه به یافته های تحقیق چنین استنباط می شود که ادارات ورزش و جوانان خوزستان نمی توانند با توافق بر سر ارزش ها و باورهای موجود در سازمان، تطابق با تغییر، توجه به افراد، هماهنگی در کار و همسو کردن اهداف فردی و سازمانی به افزایش خلاقیت افراد کمک کنند و برنامه ریزان نیز قادر نیستند اساس و معیار افزایش خلاقیت افراد را بدون توجه به فرهنگ سازمانی پایه ریزی کنند.

نتیجه تحلیل فرضیه دوم با استفاده از آزمون اسپیرمن حاکی از آن بود که صلاحیت های متمایز با خلاقیت و نوآوری به علت واقع نشدن سطح معناداری در سطح خطای مورد نظر تحقیق (0/05) ارتباط معنی داری ندارد (مقدار همبستگی 0/17، سطح معنی داری 0/06).

بدیهی است که وجود انسجام و یکپارچگی میان کارکنان و مدیران در سازمان و نیز اعمال سیستم پاداش دهی درست، بدین معنی که افراد بر اساس نحوه عملکرد خود در سازمان و براساس شایستگی شان مورد تشویق قرار گیرند، انگیزه بیشتری برای انجام کارهای خلاقانه و در واقع بکارگیری خلاقیت روزافزون در بین کارکنان طی فرآیند کار ایجاد خواهد کرد، که به نوبه خود موجبات پیشرفت و ترقی سازمان را فراهم می کند. هر چند که در این میان نباید از تأثیر متغیرهایی چون کنترل مناسب،

جهت دهی یا به عبارت دیگر شفاف سازی اهداف و انتظارات سازمان و نیز ایجاد فضای باز برای انتقاد سازنده به عنوان مبنای تأثیر گذار فرهنگ سازمانی بر میزان خلاقیت کارکنان غافل شد. که البته علت معنی دار نشدن ارتباط بین صلاحیت های متمایز و خلاقیت کارمندان اداران ورزش و جوانان می تواند یکی از موارد فوق باشد.

منابع

۱. احمدی آذر، محمد (۱۳۸۷)، بررسی تأثیر فرهنگ کارآفرینانه بر گرایش کارآفرینانه و عملکرد در گروه صنعتی ایران خودرو. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران. دانشکده مدیریت. گروه کارآفرینی. رشته مدیریت کارآفرینی سازمانی.
۲. رابینز، استیفن، پی (۱۳۸۷)، مبنای مدیریت، ترجمه محمد اعرابی، حمید رفیعی و بهروز اسراری ارشاد، دفتر پژوهشهای فرهنگی.
۳. صمد آقائی، جلیل (۱۳۸۷)، کارآفرینی در کارآفرینی، تهران: انتشارات مؤسسه کار و تامین اجتماعی.
۴. محمد کاظمی، رضا؛ قاسمی، حمید؛ رستم بخش، محمدرضا (۱۳۹۰) تحقیقی با عنوان شناسایی و تحلیل موانع رفتاری کارآفرینی سازمانی در سازمان تربیت بدنی (وزارت ورزش و جوانان کشور)، پژوهش های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی، سال اول - شماره ۲، زمستان ۱۳۹۰.
۵. مقیمی، سید محمد. (۱۳۸۰). سازمان و مدیریت رویکردی پژوهشی، تهران: ترمه، چاپ دوم.
6. Brettel, M.; Engelen, A; Heinemann, F, Kessel, A.(2007). "The Role of Market-Oriented Organizational Culture in New Entrepreneurial Ventures", Journal of Research in Marketing & Entrepreneurship, Vol.9.No:1, pp.40-66.
7. Gurol, Y. and Astan, N. (۲۰۰۶). Entrepreneurship characteristics amongst university students, Education + Training.
8. Madjar, N.R.(2005).The contribution of different groups of individuals to employees creativity, Journal of Advances in Developing Human Resources. Vol 7, No.2, pp. 182-206.
9. Pandey ,Sharadindu. Sharma, RRK (2009), Organizational Factors for Exploration and Exploitation, J. Technol. Manag. Innov. 2009, Volume 4, Issue 1.
10. Prokopenko, Joseph & Pavlin, Iger, (1999) Entrepreneurship development in pullice enterprises, international labour organization.
11. Rissal, R. (1992). "A study of the characteristics of entrepreneurs in Indonesia", DEE dissertation USA". George Washington University.