

مدیریت ورزشی _ پاییز ۱۳۸۸
شماره ۲-ص ص : ۹۷-۱۱۶
تاریخ دریافت : ۰۷ / ۰۸ / ۸۷
تاریخ تصویب : ۰۹ / ۰۹ / ۸۷

بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیرورزشکار (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه یزد)

داروش فرید^۱
استادیار دانشگاه یزد

چکیده

فعالیت‌های ورزشی یکی از جایگاه‌های مناسب و متنوع برای ایجاد اشتغال و تولید فرصت‌های جدید اقتصادی است. با شناخت زمینه‌های کارآفرینی در ورزش، می‌توان فرصت‌های جدیدی را به کارآفرینان و جامعه معرفی کرد تا از آن برای پیشرفت و توسعه اقتصادی و اجتماعی بهره گیرند. هدف این پژوهش، بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیرورزشکار بود. جامعه آماری این تحقیق کلیه دانشجویان دانشگاه یزد بودند (۷۹۳۸ دانشجو) که از این تعداد ۳۴۶۱ دانشجو پسر و ۴۴۷۷ دانشجو دختر بودند. برای تعیین حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان، حجم آماری ۳۴۶ نفر برای دانشجویان پسر و ۳۵۴ نفر برای دانشجویان دختر برآورد شد. روش تحقیق با توجه به نوع مطالعه از نوع همبستگی است. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که بین خلاقیت و کارآفرینی هم در ورزشکاران و هم در غیرورزشکاران رابطه مثبت و معنی‌داری وجود ندارد. بررسی رابطه بین دو متغیر در چهار گروه دال بر وجود رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در مردان ورزشکار و غیرورزشکار بود. به طوری که خلاقیت در مردان ورزشکار ۶۵ درصد و در مردان غیرورزشکار ۶۳ درصد کارآفرینی را تبیین می‌کرد.

واژه‌های کلیدی

فعالیت‌های ورزشی، کارآفرینی، خلاقیت، ورزشکار

مقدمه

ورزش یکی از عوامل بسیار مهم و اساسی تأمین سلامت و نشاط جامعه و افزایش بهره‌وری ملی است به طوری که توجه به فعالیت‌های ورزشی در جوامع پیشرفته نقش بسزایی در رونق اقتصادی دارد (۱۰). ورزش در کشور ما نیز روند رو به توسعه‌ای دارد به طوری که این تحول فزاینده زمینه‌های مناسبی برای فعالیت‌های کارآفرینانه در کنار ورزش میسر می‌سازد. این مهم از آنجا ناشی می‌شود که ایجاد و تأسیس مشاغل کارآفرینانه سهم عمده‌ای از مشاغل ایجادشده طی سال‌های اخیر را به خود اختصاص داده است و بیشتر کشورهای پیشرفته صنعتی، برنامه‌های حمایتی گسترده‌ای را از کارآفرینان تدوین کرده و به اجرا گذاشته‌اند (۱۳).

ورزش جایگاه مناسب و متنوع برای ایجاد اشتغال و تولید فرصت‌های جدید اقتصادی دارد. با شناخت زمینه‌های کارآفرینی در ورزش، می‌توان فرصت‌های جدیدی را به کارآفرینان و جامعه معرفی کرد تا از آن برای پیشرفت و توسعه اقتصادی و اجتماعی بهره‌گیرند (۱۲). امروزه، کارآفرینان ورزشی منبعی برای تسریع رشد کسب و کار و موفقیت آن محسوب می‌شوند. کارآفرینان در سراسر جهان نقش با اهمیتی در ایجاد ارزش و فرصت‌های شغلی در کشورهای توسعه‌یافته و رو به توسعه دارند (۳۱). از آنجا که بسیاری از ورزشکاران بعد از اتمام دوره ورزشی خود در برخی فعالیت‌ها سرمایه‌گذاری می‌کنند، لازم است تا میزان توان آنها در ایجاد چنین مشاغلی به دقت بررسی شود (۲۸). هم‌چنین به علت نقش انکارناپذیر خلاقیت در فعالیت‌های کارآفرینانه و ایجاد ایده‌های جدید، تأثیر این دو مفهوم بر یکدیگر قابل انکار نیست (۴۱).

در عصر حاضر به دلیل پیشرفت‌های علمی و فنی، واژه دهکده جهانی کلمه‌ای مناسب به نظر می‌رسد. از آنجا که شبکه‌های ارتباطی بازارهای گوناگون تولید و عرضه خدمات را در سطح ملی، منطقه‌ای و جهانی به یکدیگر متصل ساخته و کلید ورود به این بازارهای جهانی را رقابت‌پذیری دانسته‌اند، بدیهی است که در این رقابت جهانی نه تنها کشورها بلکه کلیه نهادها و افراد باید پیوسته قابلیت‌های رقابت‌پذیری و سازگاری خود را افزایش دهند (۱۵). برای دستیابی به این مهم، پرورش ایده‌های خلاق و کارآفرینایی که بتوانند خود را پیوسته با دنیای جدید هماهنگ و سازگار کنند ضروری به نظر می‌رسد. اما موضوع دیگری که لزوم توجه به کارآفرینی را سبب شده، معضل بیکاری است که کشور با آن دست به‌گریبان است. به طوری که به نظر می‌رسد پرورش افراد کارآفرین و تفکر خوداشتغالی به‌عنوان راه‌حل‌های مقتضی از طرف سیاستگذاران و مدیران اقتصادی مورد توجه

بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیرورزشکار

قرار گرفته است (۶). این مسئله سبب شده کشورهای پیشرفته از دهه‌های قبل و برخی از کشورهای در حال توسعه از دهه‌های اخیر با توجه به نقش مؤثر و مثبت کارآفرینان اقتصادی در توسعه جامعه، بهره برداری از این قابلیت در جهت مواجهه با معضلاتی همچون رکود، تورم و عدم اشتغال مورد توجه قرار داده‌اند. این توجه در حد تدوین راهبردها، سیاست‌ها و برنامه‌های عملی به منظور بسط روحیه و رفتار کارآفرینان، آموزش و مشاوره، ایجاد فضای مناسب برای فعالیت کارآفرینان در عرصه‌های مختلف اقتصادی - اجتماعی، رفع موانع و ایجاد ارتباط و همکاری بین آنها و تسهیل دستیابی آنها به بازارهای جهانی بوده و نتایج قابل توجهی نیز در پی داشته است (۲۶).

با توجه به این که کارآفرینی و مباحث مربوط به آن در حوزه‌های مختلف دانش از جمله روان‌شناسی و اقتصاد مورد توجه قرار گرفته است، می‌توان کارآفرینی را موضوعی بین‌رشته‌ای قلمداد کرد. این موضوع نشان‌دهنده وسعت بحث کارآفرینی از یک طرف و پیچیدگی آن از سوی دیگر است. موضوع دیگری که به مباحث مربوط به کارآفرینی دامن زده و آن را مورد توجه محققان قرار داده، نگرانی مدیریت اقتصادی کشورها و سیاستمداران در زمینه اشتغال و مشکل بیکاری است که به‌طور فزاینده‌ای تفکر خوداشتغالی را به‌عنوان یک راه‌حل مورد توجه آنان قرار داده است. هرچند اصطلاح کارآفرینی برای نخستین بار توسط کانتیلیون تعریف شده است (۳۰) ولی شومپیتر^۱ کاربرد عام اصطلاح کارآفرینی را در حوزه اقتصادی به میل^۲ (۱۸۴۸) نسبت می‌دهد (۳۶). بعد از میل، شومپیتر از منظر دیگری به کارآفرینی توجه داشته است. وی به نوآوری و نقش آن در پویایی نظام‌های اقتصادی تأکید می‌کند. از سوی دیگر، مک کلند^۳ به نحوی مشخص و گسترده به ارائه نظریه و تبیین رابطه بین ویژگی‌های فردی با رشد و توسعه اقتصادی در زمینه‌های شغلی پرداخت و به این نتیجه رسید که پیشرفت به گروه یا مذهب خاصی اختصاص ندارد و با رشد و توسعه برخی از ویژگی‌ها در افراد می‌توان رشد و توسعه اقتصادی را در جوامع مختلف فراهم آورد (۳۷). با کارهای مک کلند (۱۹۶۱)، توجه از عمل به عمل‌کننده تغییر کرد. ویژگی‌هایی که از سوی وی به عنوان ویژگی‌های افراد آغازگر کسب و کارهای جدید مطرح می‌شوند عبارتند از: انگیزه پیشرفت، مخاطره‌پذیری متوسط، نوآوری و پذیرش مسئولیت شخصی برای نتایج نوآوری.

1- Schumpeter

2- Meal

3 - McClelland

با توجه به این نکات به منظور پرداختن به مبحث ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان که آنها را از غیر کارآفرینان متمایز می‌کند، در این پژوهش درصدد آنیم تا رابطه متغیرهای خلاقیت با کارآفرینی را بررسی کنیم. از طرفی ایجاد تفکر کارآفرینی و ورود به کسب و کار در میان ورزشکاران کشور، به ویژه دانش‌آموختگان دانشگاهی که با توجه به دانش و مهارتی که در رشته تخصصی دانشگاهی خود قرار گرفته‌اند و امکان ایجاد کسب و کار به صورت فردی یا گروهی در رشته تخصصی خود را دارند موجب می‌شود که آنها با بهره‌گیری از استعدادهای بالقوه خود، افرادی خلاق، نوآور و کارآفرین شوند و خود را باور کنند که این خودباوری نه تنها منجر به تسلط و موفقیت آنان در زندگی شخصی‌شان می‌شود بلکه بسیاری از ناهنجاری‌های فکری و روانی را که امروز با آن دست به گریبان‌اند را کاهش می‌دهد و آنان را به جایگاه واقعی خود می‌رساند. بنابراین در این پژوهش جامعه آماری مردان و زنان ورزشکار و غیرورزشکار دانشجویان دانشگاه یزد مطالعه روابط بین خلاقیت و کارآفرینی انتخاب شد.

چارچوب نظری

کارآفرینی از ابتدای خلقت بشر و همراه با او در تمام شئون زندگی حضور داشته و مبنای تحولات و پیشرفت‌های بشری بوده (۴، ۱۹) و فرایندی است که در محیط‌ها و مجموعه‌های مختلفی اتفاق می‌افتد و به شکل تغییر در نظام اقتصادی از طریق نوآوری‌های افرادی که به فرصت‌های اقتصادی واکنش نشان می‌دهند، رخ می‌دهد و موجب ایجاد ارزش برای فرد و جامعه می‌شود (۲۹).

کارآفرینان افرادی هستند که ترکیبات جدیدی را در تولید محصولات معرفی می‌کنند. بنابراین کارآفرینی، نیروی ناپایدار است که فرایند تخریب خلاقانه که لازمه توسعه اقتصادی است را آغاز می‌کند (۲۷). به عبارت دیگر، کارآفرین، فردی دارای ایده و فکر جدید است که با شناسایی فرصت‌های جدید، با ایجاد کسب و کار، محصول یا خدمت جدیدی را به بازار عرضه می‌کند. از سوی دیگر، در زمینه خلاقیت، تعاریف متعدد و متنوعی ارائه شده است. آمابلی^۱ عمل خلاق را عملی می‌داند که دارای دو ضابطه تازگی و مناسبت باشد (۴). به اعتقاد

بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیرورزشکار

افروز متداول‌ترین برداشت از خلاقیت، عبارت است از اینکه فرد، فکری نو و متفاوت ارائه دهد (۵). بیشتر روان‌شناسان بر این مطلب توافق دارند که خلاقیت به دستاوردهای تازه و ارزشمند اشاره دارد (۴۰). بر این اساس اولین معیار اثر خلاق، تازگی آن است. البته در مورد مفهوم تازگی دیدگاه‌های متفاوتی وجود دارد. برخی محققان بر این عقیده‌اند که زمانی می‌توان یک ایده یا دستاورد را تازه محسوب کرد که دست کم از دید ایجادکننده آن جدید و نو باشد اما برخی دیگر بر این باورند که واژه خلاقیت را برای آثاری می‌توان به کار برد که تفاوت فاحشی با آنچه تا آن زمان شناخته شده است، داشته باشد. این معیار را درجه تبدیل می‌نامند (۴۰). افزون بر معیار تازگی، دستاورد خلاق باید ارزشمند و کارآمد نیز باشد. به این معنی که با خواسته‌های شناختی آن موقعیت، تناسب داشته و مفید فایده باشد. در واقع، معیار ارزشمند بودن، جزء اساسی تعریف خلاقیت است که ما را قادر می‌سازد اثرهای نو اما ناکارآمد را از گستره خلاقیت خارج سازیم (۴۰).

در مورد پیشایندهای روان‌شناختی کارآفرینی، تحقیقات زیادی انجام شده است. پژوهش‌های مختلف ارتباط این پیشایندها را با کارآفرینی بررسی کرده‌اند که در اینجا به برخی از آنها اشاره می‌شود.

موضوع کارآفرینی همیشه با خلاقیت و نوآوری عجین بوده، به طوری که دراکر^۱ معتقد است خلاقیت و کارآفرینی، آنچنان لازم و ملزوم یکدیگرند که می‌توان گفت کارآفرینی بدون خلاقیت و نوآوری حاصلی ندارد (۲۲). نتایج برخی از تحقیقات به این نکته اشاره دارند که کارآفرینان انتخاب مشاغل جدید یا تأسیس شرکت‌ها و مؤسسات را نه فقط به دلایل اقتصادی، بلکه اغلب به خاطر علت نوآوری و خلاقیتی که در مشاغل وجود دارد دنبال می‌کنند. برای مثال سولومون (۱۹۸۹)، به نقل از فاریس^۲ با بررسی ۱۵۰ کارآفرین به این نتیجه رسید که انگیزه کارآفرینان در شروع به کار، تصمیم به خلق چیزهای نو، بدیع و متفاوت بود و سود اقتصادی انگیزه و محرک اولیه رفتار کارآفرینی نبود (۲۳). در همین راستا شاین^۳ معتقد است که کارآفرینان واقعی مشاغل جدید را بیشتر به دلایل نوآوری و خلاقیت شروع می‌کنند تا انگیزه‌های اقتصادی (۳۵).

1 - Druker

2 - Faris

3 - Schein

تحقیق شاور، ویلیامز و اسکات^۱ نشان داد کسانی که فکر می‌کنند ویژگی‌های یک فرد کارآفرین را دارند، خلاقیت و انگیزه پیشرفت بیشتری را نشان می‌دهند (۳۹). ریسال^۲ در پژوهشی در کشور اندونزی مشاهده کرد که از جمله صفات مؤثر در انتخاب شغل کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری است (۳۳). کارلند و استوارت نیز اعتقاد دارند که ویژگی‌های کارآفرینان مجموعه‌ای از عوامل شخصیتی را دربرمی‌گیرد که عملکرد نوآورانه خلاق تنها یکی از آنهاست. شاید از میان تمام ویژگی‌های کارآفرینی، انگیزه پیشرفت بیشترین سهم پژوهشی را به خود اختصاص داده باشد. این برداشت در ابتدا با کار مک‌کلند آغاز شد. سپس توسط محققان دیگر پیگیری شد. برای مثال سکستون و باومن^۳ در بررسی‌های مختلفی که انجام دادند به این نتیجه رسیدند که با وجودی که در تحقیقات مختلف از ابزارهای متفاوت برای سنجش انگیزه پیشرفت استفاده شده، در مطالعات کارآفرینان موفق، انگیزه پیشرفت به صورت ثابت مشاهده شده است (۳۸). آرشید در تحقیق دیگری دریافت که کارآفرینان موفق دارای منبع کنترل درونی‌اند، یعنی موفقیت خود را به عواملی چون تلاش، کوشش، خلاقیت و توانایی‌های فردی خود نسبت می‌دهند (۲). در پژوهشی دیگر پوستیگو^۴ با بررسی و ارزیابی وضعیت موجود آموزش کارآفرینی دانشجویان در کشور آرژانتین بیان کرد که از نظر دانشجویان، مهم‌ترین دوره‌ها برای آموزش کارآفرینی، دوره‌های خلاقیت و نوآوری است (۳۲).

نتایج یکی از مطالعاتی که چندی پیش به بررسی رابطه فعالیت‌های کارآفرینانه با ویژگی‌های فردی پرداخته، نشان می‌دهد که بیش از نیمی از پاسخ‌دهندگان خلاقیت و نوآوری زیادی داشتند و حدود دو سوم آنها خلاقیت را پایه‌ای اساسی در کارآفرینی معرفی کردند. با این حال مصاحبه‌شوندگان مدعی بودند که به علت عدم آشنایی با روش‌های مدیریت خلاقیت، نتوانسته‌اند از توانایی‌های خود در محیط کار به درستی بهره‌گیرند (۲۱).

در نتایج تحقیق دیگری در زمینه نقش خلاقیت کارآفرینان در بقا و رشد سازمان‌ها نشان داد که کارآفرینان برای دستیابی به نیروی رقابتی پایدار برای سازمان، چاره‌ای جز استفاده بهینه از فعالیت‌های خلاقانه ندارند. نکته جالب در این تحقیق آن است که سازمان‌ها و افرادی که توجه بیشتری به خلاقیت داشته‌اند، پیروی بیشتری نیز

1 - Shaver, Willams, Scott

2 - Rissal

3 - Sexton and Bowman

4 - Postigo

بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیرورزشکار

از اخلاقیات در کسب و کار داشته‌اند که این مسئله تأثیر شگرفی در رضایتمندی مشتریان و رشد سازمان داشته است (۲۰).

عزیزی در بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان سال آخر کارشناسی و کارشناسی‌ارشد دانشگاه شهید بهشتی، نتیجه گرفت که بین متغیرهای اعتقاد به کنترل درونی، انگیزه پیشرفت، ریسک‌پذیری، استقلال‌طلبی و خلاقیت دانشجویان با کارآفرینی آنان رابطه معنی‌داری وجود دارد (۱۱).

در تحقیقی دیگر خدمتی توسل زمینه بروز و پرورش کارآفرینی در بین دانش‌آموزان دبیرستان‌های پسرانه شهرستان‌های کرج را از نظر مدیران، دبیران و دانش‌آموزان بررسی کرد. نتیجه این تحقیق نشان داد که زمینه‌های انگیزه پیشرفت، استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری، خلاقیت و مرکز کنترل درونی دانش‌آموزان بالاتر از سطح میانگین بوده است (۹).

برومندنسب نیز رابطه انگیزه پیشرفت، مخاطره‌پذیری، خلاقیت و عزت‌نفس با کارآفرینی را در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز بررسی کرد. پژوهش وی نشان داد که بین انگیزه پیشرفت و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان رابطه معنی‌داری وجود دارد (۷). هزارجریبی در پژوهشی دیگر نشان داد که بین کارآفرینی و دوره‌های آموزش مهارت‌های فردی، انگیزه پیشرفت، ریسک‌پذیری، نیاز به موفقیت و خلاقیت رابطه معنی‌داری وجود دارد (۱۷).

یارائی با بررسی برخی روحیات کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شیراز و مقایسه آن با مدیران صنایع، به این نتیجه رسید که مدیران انگیزه پیشرفت بیشتری نسبت به دانشجویان دارند و ریسک‌پذیری دانشجویان از مدیران صنایع بیشتر است. همچنین بین ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان با جنسیت، سن، محل تولد و سطح تحصیلات والدین رابطه معنی‌داری وجود ندارد (۱۸). شایان ذکر است که در مورد مقایسه و بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در مردان و زنان ورزشکار و غیرورزشکار مطالعه‌ای مشاهده نشد.

روش تحقیق

روش این تحقیق توصیفی و از نوع همبستگی است و چون هدف محقق تعیین میزان هماهنگی تغییرات دو متغیر خلاقیت و کارآفرینی بود، روش تحقیق همبستگی دومتغیری انتخاب شد.

روش گردآوری اطلاعات

با توجه به هدف‌های پژوهش و ماهیت آن مناسب‌ترین روش گردآوری اطلاعات مورد نیاز، استفاده از پرسشنامه بود. به این منظور از دو پرسشنامه زیر استفاده شد:

۱. پرسشنامه خلاقیت: این پرسشنامه مشتمل بر ۵۰ پرسش است که توسط رندسیپ در سال ۱۹۷۹ تنظیم شده است. همچنین مقیاس اندازه‌گیری این پرسشنامه از نوع لیکرت پنج گزینه‌ای است (۱۶).
۲. پرسشنامه سنجش کارآفرینی: این پرسشنامه مشتمل بر ۱۰ سؤال است و توسط اسکاربوروف و زیمرر ابداع شده است (۳۴).

روایی و پایایی ابزار گردآوری داده‌ها

از آنجا که پرسشنامه‌های مذکور بارها مورد استفاده پژوهشگران در تحقیقات گوناگون بوده است، بنابراین روایی پرسشنامه‌های یادشده که خود به خود تأیید می‌شود برای محاسبه پایایی ابزار گردآوری داده‌ها، روش آلفای کرونباخ ۱ به کمک نرم‌افزار SPSS مورد استفاده قرار گرفت. برای سنجش پایایی پرسشنامه خلاقیت ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۲۳ برآورد شد که نشان‌دهنده پایایی پرسشنامه است. همچنین ضریب آلفای کرونباخ برآوردشده برای پرسشنامه سنجش کارآفرینی ۰/۹۶۱ است که نشان‌دهنده پایایی این پرسشنامه است.

جامعه و نمونه آماری پژوهش

جامعه آماری این پژوهش تمامی دانشجویان دانشگاه یزد بود. این جامعه آماری در زمان پژوهش متشکل از ۷۹۳۸ دانشجو بود که از این تعداد ۳۴۶۱ دانشجو پسر و ۴۴۷۷ دانشجو دختر بودند. به منظور تعیین حجم

بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیرورزشکار

نمونه با استفاده از جدول مورگان، حجم آماری ۳۴۶ نفر برای دانشجویان پسر و ۳۵۴ نفر برای دانشجویان دختر برآورد شد. بدینسان در مجموع ۷۰۰ پرسشنامه بین جامعه مورد بررسی توزیع شد که از این تعداد ۵۴۶ پرسشنامه عودت داده شد و از این تعداد ۱۰۹ پرسشنامه مربوط به ورزشکاران پسر، ۱۶۳ پرسشنامه مربوط به دانشجویان پسر غیرورزشکار، ۷۸ پرسشنامه مربوط به دانشجویان دختر ورزشکار و ۱۹۶ پرسشنامه مربوط به دانشجویان دختر غیرورزشکار بود.

نتایج و یافته‌های تحقیق

در این بخش برای پاسخگویی به سؤال پژوهش، آمار توصیفی و استنباطی مورد استفاده قرار گرفت.

فرضیه: بین خلاقیت و کارآفرینی در ورزشکاران و غیرورزشکاران رابطه معنی‌داری وجود دارد.

برای بررسی فرضیه مذکور، آزمون همبستگی مورد استفاده قرار گرفت که نتایج آن در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱ - بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در ورزشکاران و غیرورزشکاران

/	/	
/	/	

همان‌طور که یافته‌های جدول ۱ نشان می‌دهد، به طور کلی در نمونه مورد بررسی رابطه‌ای بین خلاقیت و کارآفرینی مشاهده نشد. این یافته پژوهش با نتایج تحقیقات مغایرت دارد. از این‌رو بررسی رابطه بین این دو متغیر در هر یک از زیرگروه‌ها علت به وجود آمدن این تناقض را آشکار می‌سازد.

جدول ۲ - بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در چهار گروه مورد بررسی

/	** /	
/	** /	
/	/	
/	/	

** در سطح ۰/۰۱ معنادار است.

همان‌گونه که نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد، بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان ورزشکار رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. این رابطه بین مردان غیرورزشکار نیز صادق است، اما همان‌طور که نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد، در بین زنان ورزشکار و غیرورزشکار، رابطه معنی‌داری بین این دو متغیر مشاهده نمی‌شود.

با توجه به نتایج جدول ۲ نمی‌توان گفت که نبود رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در نمونه مورد بررسی، به دلیل نبود این رابطه در میان زنان بوده است. این امر ممکن است به دلیل پایین بودن نمره خلاقیت یا کارآفرینی زنان نسبت به مردان باشد. در ادامه این موضوع تشریح می‌شود.

مقایسه میانگین امتیاز خلاقیت در بین زنان و مردان ورزشکار و غیرورزشکار

به منظور بررسی مقایسه میانگین امتیاز خلاقیت در بین زنان و مردان، آزمون تحلیل واریانس (ANOVA) مورد استفاده قرار گرفت. همان‌گونه که نتایج این بررسی نشان می‌دهد، در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین امتیاز خلاقیت زنان و مردان ورزشکار و غیرورزشکار تفاوت معنی‌داری وجود ندارد (جدول ۳).

بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیرورزشکار

جدول ۳ - یافته‌های برآمده از مقایسه میانگین امتیاز خلاقیت در بین زنان و مردان ورزشکار و

غیرورزشکار

		(F)	
/		/	

مقایسه میانگین امتیاز کارآفرینی در بین زنان و مردان

برای بررسی میزان امتیازهای کارآفرینی در بین زنان و مردان، آزمون تحلیل واریانس به کار گرفته شد. نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که بدون در نظر گرفتن ورزشکار بودن یا نبودن زنان و مردان نمونه مورد بررسی، در کل بین امتیاز کارآفرینی زنان و مردان تفاوت معنی‌داری در سطح اطمینان ۹۵ درصد وجود دارد به طوری که بررسی آمار توصیفی دال بر بالا بودن امتیاز کارآفرینی در مردان نسبت به زنان است (جدول‌های ۴ و ۵).

جدول ۴ - یافته‌های به دست آمده از مقایسه میانگین امتیاز کارآفرینی در بین زنان و مردان

		(F)	
/		/	

جدول ۵ - یافته‌های به دست آمده از آمار توصیفی امتیاز کارآفرینی در بین زنان و مردان

گروه عاملی ها	N	میانگین نمره کارآفرینی	انحراف معیار
		/	/
		/	/

بنابراین با توجه به نتایج تحلیل امتیازهای کارآفرینی در مردان و زنان می‌توان گفت که نبود رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در زنان برخلاف مردان، به دلیل پایین بودن امتیاز کارآفرینی در زنان است. بررسی مقایسه‌ای امتیازهای کارآفرینی در زنان و مردان ورزشکار و غیرورزشکار این موضوع را بهتر تبیین می‌کند.

مقایسه میانگین امتیازهای کارآفرینی در مردان و زنان ورزشکار و غیرورزشکار

به منظور بررسی امتیازهای کارآفرینی در این چهار گروه، آزمون تحلیل واریانس و LSD مورد استفاده قرار گرفت که نتایج آن در جدول‌های ۶ و ۷ نشان داده شده است.

جدول ۶ - یافته‌های به دست آمده از مقایسه میانگین امتیاز آفرینی در چهار گروه مورد بررسی

گروه عامل ها	آماره آزمون (F)	درجه آزادی	سطح معناداری
			/
			/
			/
			/

بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیرورزشکار

جدول ۷ - یافته‌های به دست آمده از مقایسه زوجی میانگین امتیاز کارآفرینی در چهار گروه مورد بررسی

گروه عامل ۱ (i)	گروه عامل ۲ (j)	اختلاف میانگین (i-j)	سطح معنی داری
		/	/
		* /	/
		* /	/
		* /	/
		* /	/
		/	/

* اختلاف در سطح ۰/۰۱ معنادار است.

نتایج مقایسه زوجی بین هر دو دسته از گروه‌های مورد بررسی نشان می‌دهد که بین امتیازهای کارآفرینی زنان ورزشکار و غیرورزشکار و بین امتیازهای کارآفرینی مردان ورزشکار و غیرورزشکار در سطح اطمینان ۹۵ درصد تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. از طرف دیگر، این نتایج بیانگر این است که امتیاز کارآفرینی مردان ورزشکار و غیرورزشکار از زنان ورزشکار و غیرورزشکار بیشتر است.

بحث و نتیجه‌گیری

در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار دنیای کنونی که با تحولات و تغییرات سریع و شتابان محیط بین‌المللی و گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی همراه است. از کارآفرینی به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی یاد می‌شود که می‌تواند در رشد و توسعه اقتصادی کشورها که منجر به افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی می‌شود نقش مهمی داشته باشد. به طوری که در عرصه جهانی، انسان‌های خلاق،

نوآور و مبتکر به‌عنوان کارآفرینان، منشاء تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده‌اند و نقش آنان به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی، قهرمانان ملی و توسعه صنعتی، محرک و مشوق سرمایه‌گذاری، عامل ایجاد اشتغال، گزینه اصلی انتقال فناوری و عامل رفع خلل و تنگنای بازار، در جوامع تبیین یافته است.

عصر کنونی، دوره تحولات شتابنده و غیرقابل پیش‌بینی است. وضعیت کنونی در جامعه بیانگر عدم توازن پیچیدگی‌های روزافزون سازمان‌ها و عدم توانایی این سازمان‌ها در پیش‌بینی و مقابله با این تحولات و پیچیدگی‌هاست. مسائل امروز سازمان‌ها با راه‌حل‌های دیروز حل‌شدنی نیست و پیش‌بینی آینده، مشکلات آتی را حل نمی‌کند بلکه باید برای پیش‌سازی آینده اقدام کرد. امروز شرایط محیطی به حدی پیچیده، پویا و نامطمئن شده که سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند با تغییرات سطحی و ظاهری در ساختارها، روش‌ها، سیستم‌ها و غیره بقای بلندمدت خود را تضمین کنند. سازمان‌ها برای مقابله با تهدیدات محیطی و استفاده از فرصت‌های احتمالی، ناچارند ظرفیت‌ها و توانمندی‌های درونی افراد را بشناسند، ضعف‌ها را ترمیم و قوت‌ها را تقویت کنند. مسائل و مشکلات رفتارهای کارکنان، این پیچیدگی را مضاعف ساخته است. با چنین اوصافی سازمان‌ها نباید در انتظار موج باشند، بلکه باید خود، منبع موج و تحول شوند و در جهت بهبودی خود بکوشند تا بتوانند پاسخگوی نیازهای جدید تمدن امروزی باشند که این مسئله نیازمند پشتیبانی کارکنانی خلاق و نوآور است. از سوی دیگر، در جهان امروز فعالیت‌های ورزشی جایگاه ویژه‌ای در توسعه اقتصاد جوامع یافته و کارآفرینی ورزشی، منبع درآمد مهمی در بسیاری از کشورهاست به طوری که پرداختن به موضوع گسترش ورزش و فعالیت‌های کارآفرینی در این حیطه سرلوحه برنامه‌های توسعه جوامع است.

در این راستا، هدف تحقیق حاضر تبیین رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در ورزشکاران و مقایسه آن با افراد غیرورزشکار بود. به این منظور چهار گروه مختلف شامل مردان و زنان ورزشکار و غیرورزشکار برای مطالعه برگزیده شد. نتایج نشان داد که بین خلاقیت و کارآفرینی (در کل جامعه مورد بررسی) هم در ورزشکاران و هم در غیرورزشکاران رابطه مثبت و معنی‌داری وجود ندارد. این یافته پژوهش با نتایج دیگر تحقیقات مشابه مغایرت داشت (۲۲).

بررسی رابطه بین دو متغیر در چهار گروه دال بر وجود رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در مردان ورزشکار و غیرورزشکار بود. به طوری که خلاقیت در مردان ورزشکار ۶۵ درصد و در مردان غیرورزشکار ۶۳ درصد کارآفرینی

بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیرورزشکار

را تبیین می‌کرد. این یافته تحقیق با نتایج تحقیقات سولومون (۱۹۸۹)، ویلیامز و اسکات (۱۹۹۰)، ریسال (۱۹۹۲)، آرشید (۱۳۶۷)، پوستیگو (۲۰۰۲)، برومندنسب (۱۳۸۱)، عزیزی (۱۳۸۲)، باچهولز و روزنتال (۲۰۰۵) و چنگ و چاو (۲۰۰۶) همخوانی دارد. نتایج کلیه این تحقیقات حاکی از وجود رابطه معنی‌دار بین خلاقیت و کارآفرینی است. اما یافته‌های این مطالعات با نتایج پژوهش درخصوص بررسی رابطه این دو متغیر در بین زنان ورزشکار و غیرورزشکار مغایرت دارد. به طوری که نتایج پژوهش حاکی از این بود که نبود رابطه بین دو متغیر مورد بررسی در زنان (ورزشکار و غیرورزشکار) به دلیل پایین بودن امتیازهای کارآفرینی آنان نسبت به مردان بوده است. به طوری که رابطه معنی‌داری بین خلاقیت و کارآفرین در زنان ورزشکار و غیرورزشکار مشاهده نشد. همچنین این نتایج نشان می‌دهد که امتیازهای کارآفرینی در زنان ورزشکار و غیرورزشکار تفاوت معنی‌داری ندارد. به عبارتی زنان ورزشکار از تخصص ورزشی خود به‌عنوان اهرمی مؤثر در راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینی نسبت به زنان غیرورزشکار استفاده نکرده‌اند.

این در حالی است که افزایش چشمگیر تعداد زنان شاغل واقعیت انکارناپذیر جامعه ایران است و توجه به فعالیت‌های کارآفرینی در این قشر به رشد و توسعه اقتصادی کشور کمک شایانی می‌کند. اما با وجود این واقعیت، امروزه در جامعه ایران زنان عهده‌دار مشاغلی هستند که از ویژگی‌هایی مانند سرمایه اندک، موقتی بودن، دستمزد کمتر و ... برخوردار می‌کند. به عبارت دیگر این موارد مشخصات بخش ثانویه اقتصاد هستند و اغلب زنان در بخش ثانویه اقتصاد به کار اشتغال دارند (۲۴). به طوری که در عرصه جهانی، زنان خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان، منشاء تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده‌اند و نقش آنان به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی، قهرمانان ملی و توسعه صنعتی، محرک و مشوق سرمایه‌گذاری، عامل ایجاد اشتغال، گزینه اصلی انتقال فناوری و عامل رفع خلل و تنگناهای بازار در جوامع تبیین یافته است (۱). از این رو بنا به ضرورت توسعه سهم زنان در اقتصاد ملی و مقابله با بحران بیکاری زنان، باید شرایط لازم برای توسعه و کارآفرینی زنان فراهم شود تا زنان با ایجاد کسب و کار و فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران بتوانند معضل کنونی جامعه را پایان بخشند (۱۴). بی‌شک در این مسیر موانع و مشکلات متعددی وجود دارد که شناسایی و

رفع آنها به تسهیل این امر منجر خواهد شد. برای مثال، GEM^۱، موانع توسعه فعالیت‌های کارآفرینی و کسب و کار زنان در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا را در سه حوزه کلی به شرح زیر معرفی شده است:

۱. دسترسی به منابع مالی: عدم اعتماد مؤسسات مالی به زنان در جهت اعطای وام‌های بلندمدت و قابل توجه به آنها، یکی از معضلات این کشورهاست، به نحوی که براساس مصاحبه‌های صورت گرفته با زنان کارآفرین، همراه بودن مردان با آنها یکی از راه‌های غلبه بر این مشکل است.

۲. دسترسی به بازارها: بیشترین فعالیت زنان کارآفرین در این کشورها در حیطه بازارهای محلی و داخلی است. زنان به‌علت پیچیده بودن شرایط حاکم بر بازارهای بین‌المللی، امکان کمتری برای حضور در این بازارها را دارند. زنان کارآفرین این مشکل را یکی از مهم‌ترین مشکلات خود عنوان می‌کنند.

۳. دسترسی به شبکه‌ها: زنان در این کشورها از منابع کافی و آموزشی برای راه‌اندازی کسب و کارهایشان برخوردارند اما در دسترسی به شبکه‌ها و اعتبار وضع نامساعدی دارند. علاوه بر این، کسب و کارهای زنانه در کشورهای خاورمیانه و آفریقای شمالی از حمایت‌های زیرساختاری برخوردار نیستند. به‌طوری که عدم دسترسی کافی به شبکه‌های مالی، بازار و همچنین محدودیت تأثیرگذاری زنان بر مسائل فرهنگی - سیاسی و خانوادگی، از مهم‌ترین عوامل این دسته معرفی شده است. قدرت کمتر زنان در خانواده موجب شده تا بسیاری از زنان به علت مخالفت خانواده از شروع یا ادامه فعالیت‌های کارآفرینی باز بمانند (۲۵). بنابراین بررسی موانع کارآفرینی زنان به ویژه زنان دارای تخصص (زنان ورزشکار) به شناسایی محدودیت‌های موجود، اصلاح مسیر آتی و در نهایت افزایش کارایی فردی و اجتماعی آنان کمک می‌کند (۸).

منابع و مآخذ

۱. آراستی، زهرا (۱۳۸۵). "زنان کارآفرین ایرانی؛ ساختارهای فرهنگی - اجتماعی مؤثر در ایجاد کسب و کارهای زنانه"، مجله پژوهش زنان، دوره ۴، شماره‌های ۱ و ۲، صص ۹۳ تا ۱۲۰.

بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیرورزشکار

۲. آرشید، ج. (۱۳۶۷). "بررسی رابطه بین موفقیت شغلی معلمان و مرکز کنترل". پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه تهران.
۳. آمابلی، ترزا. (۱۹۸۹). "شکوفایی خلاقیت کودکان". ترجمه حسن قاسم‌زاده و پروین عظیمی. (۱۳۷۷)، چاپ نوبهار.
۴. اعرابی، محمود. (۱۳۸۲). "کارآفرینی فرایند خلق ثروت است". ماهنامه بازاریابی، شماره ۳۱.
۵. افروز، غلامعلی. (۱۳۷۶). "مباحثی در روان‌شناسی و تربیت کودکان و نوجوانان". چاپ شقایق.
۶. بازرگان، ع. (۱۳۷۳). "بررسی رابطه ساده و چندگانه وضعیت اجتماعی - اقتصادی، انگیزه پیشرفت، مخاطره‌پذیری، جایگاه مهار، خلاقیت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان شهید چمران اهواز"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی دانشگاه شهید چمران اهواز.
۸. جواهری، فاطمه. (۱۳۸۳). "موانع کارآفرینی زنان: بررسی تأثیر نابرابری جنسیتی بر کارآفرینی زنان در ایران". مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره پنجم. شماره ۲.
۹. خدمتی توسل، ص. (۱۳۷۹). "بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دبیرستان‌های پسرانه دولتی کار و دانش شهرستان کرج از نظر مدیران، دبیران و دانش‌آموزان". پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه تهران.
۱۰. سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران، (۱۳۸۳). "مطالعات تفصیلی توسعه منابع مالی ورزش"، انتشارات سیب سبز.
۱۱. عزیزی، م. (۱۳۸۲). "بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان سال آخر کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی.
۱۲. فروغی‌پور، حمید. (۱۳۸۴). "زمینه‌های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه مدیران و متخصصان تربیت بدنی کشور و ارائه راهکار"، رساله دکترا، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.

۱۳. کیا، آرش. (۱۳۸۱). "بررسی نقش کانون‌های پژوهشی به عنوان بستر کارآفرینی. مجموعه مباحث و مقالات اولین کنگره کارآفرینی در بخش بهداشت و درمان"، سیمای فرهنگ.
۱۴. گلرد، پروانه. (۱۳۸۴). "عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی"، مجله پژوهش زنان، شماره ۱۴ صص ۱۲۴ - ۱۰۱.
۱۵. مشایخ، ف. (۱۳۸۱). "دیدگاه‌های نو در برنامه‌ریزی درسی"، چاپ سوم، تهران، انتشارات سمت
۱۶. مقیمی، محمد، (۱۳۸۵). "سازمان و مدیریت رویکردی پژوهشی"، چاپ چهارم، تهران، انتشارات ترمه
۱۷. هزارجریبی، ج. (۱۳۸۲). "بررسی میزان کارآفرینی دانش‌آموختگان علوم انسانی در عرصه نشریات فرهنگی و اجتماعی شهر تهران"، رساله دکترا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان.
۱۸. یارائی، ع. (۱۳۸۳). "بررسی برخی روحیات کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه شیراز"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشگاه شیراز.
۱۹. یگانه دلجو، فرخنده. (۱۳۸۴). "وظیفه کارآفرینی دانشگاه‌ها"، مجموعه مقالات نخستین کنگره بین‌المللی نهضت.
20. Buchholz, R and Rosenthal, S, (2005). "The spirit of entrepreneurship and the Qualities of moral decision making": toward a unifying framework, *Journal of Business Ethics*, 60: 307-315.
21. Cheung, Chi-Kim, (2008). "Entrepreneurship education in Hong Kong's secondary curriculum": possibilities and limitations, *Education + Training: vol. 50 Issue: 6*.
22. Druker, P. (1985). "The Disipline of Innovation, *Harvard Business Review*", May – June, pp: 67-72.
23. Farsi, S. (1999). " Seeking Entrepreneurial Origins: Are entrepreneurs Born or Made?" Available at: <http://www.celcee.edu/>

24. Garibaldi, P, Mauro, P. (1999). "Reconstructing, Job creation", IMF. WP/99/109.
25. GEM, (2006). *Report of Global entrepreneurship monitor result 2006*.
26. Gnyawali, D. (1994). "Research Implications, Entrepreneurship theory and practice", Baylor university, PP: 125-140.
27. Gresov, C. and R. Darzin, (1997). "Equifinality functional equivalence in organization design". *Academy of management review*, Vol. 11, No. 2.
28. Gunz, Hugh and Heslin, Peter A., (2005). "Reconceptualizing Career success". *Journal of organizational behavior*, Vol. 26, PP; 105-111, available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1150981>
29. Jarley, P, J. Firoito and J. Thomas, (1997). "A structural contingency approach to entrepreneurship in US". *Academy of Management journal*, Vol. 40. PP: 831-861.
30. Kilby, p, (1971). "Entrepreneurship and economic development", New York: Free Press.
31. Peng, M.W. (2001). "How entrepreneurs create wealth in transition economies". *Academy of management executive*, 15: PP:95-108.
32. Postigo, S. (2002). "Entrepreneurship education in Argentina: The case of sananders university", In *proceedings of the conference entitled, the internationalizing in entrepreneurship education and training, Malyasia*.
33. Rissal, R. (1992). "A study of the characteristics of entrepreneurs in Indonesia", DEE dissertation USA". George Washington University
34. Scarborough, Norman. M and Zimmerer, Thomas. W. (1990). "Effective small business management", Columbus: Merrill, PP: 26-27.
35. Schein, E.H. (1994). "Entrepreneurs: what they're really like", *vocational education journal*. Vol. 64, No. 8, PP: 42-44.

-
36. Schumpeter, J.A. (1934). "The theory of economic development". Translated by R. Opie. Cambridge, Harvard university Press.
37. McClelland, D.C., (1961). "The Achieving Society, Princeton", N.J: Van Nostrand.
38. Sexton, D.L. and Bowman, N.B. (1983). "Comparative entrepreneurship characteristics of students: preliminary results". *Frontiers of entrepreneurship research, Babson College, Wellesly, MA, PP: 213-232.*
39. Shaver, K.G., Willams, S.I. and Scott, L.R. (1990). "Entrepreneurial beliefs. Creativity and risktaking: personality or situation"? Unpublished Manuscript, College of William and Mary.
40. Weisberg, R.W. (1992). "Creativity. Beyond the Myth of Genius". W.H. Freeman and Company. New York.
41. Wu, Cindy, McMullen, J; Neubert, M and Yi, (2008). "The influence of leader regulatory focus on employee creativity", *Journal of Business Venturing, 23, PP:587-602.*