

بررسی رابطه‌ی جو سازمانی مدرسه با روحیه‌ی کارآفرینی در دانش‌آموزان

دکتر پروین صمدی *

هما شیرزادی اصفهانی **

چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی رابطه‌ی جو مدرسه با روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان دختر پایه‌های دوم و سوم مقطع متوسطه شهر اصفهان بوده است. روش پژوهش با توجه به ماهیت تحقیق، توصیفی از نوع همبستگی بوده است. نمونه‌های آماری شامل، ۱۸۰ مدیر و دبیر زن شاغل در دبیرستانهای دخترانه شهر اصفهان و ۱۵۰ دانش‌آموز دختر پایه‌های دوم و سوم متوسطه بوده که از طریق نمونه‌گیری چند مرحله‌ای انتخاب شده است. به منظور گردآوری داده‌ها از دو پرسشنامه جو سازمانی و پرسشنامه محقق ساخته روحیه کارآفرینی استفاده شده است. ضریب پایایی پرسشنامه‌ها به ترتیب ۰/۸۴ و ۰/۸۷ برآورد شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی و از طریق نرم افزار SPSS انجام پذیرفته و نتایج نشان داده است:

۱) میان جو سازمانی و روحیه کارآفرینی در سطح $P \leq 0/05$ رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد.

* . عضو هیأت علمی دانشگاه الزهراء

** . کارشناس ارشد مدیریت آموزشی

۲) جو مدارس دخترانه مقطع متوسطه شهر اصفهان در سال تحصیلی ۸۵-۸۴ بیشترگرایش به باز بودن دارد.

۳) شاخصهای روحیه کارآفرینی (خلاقیت، عزت نفس، انگیزه پیشرفت، منبع کنترل درونی، آینده‌نگری و خطرپذیری) در دانش‌آموزان بالاتر از میانگین است.

۴) میان شاخصهای جو سازمانی (صمیمیت، عدم جوشش، بازدارندگی) با روحیه کارآفرینی در سطح $p \leq 0/05$ رابطه معناداری وجود دارد، اما میان سایر شاخصهای جو سازمانی (روحیه، کناره‌گیری، نفوذ، تأکید بر تولید، مراعات) با روحیه کارآفرینی رابطه معنادار وجود ندارد.

۵) میان جو هنرستانها و دبیرستانها در ایجاد روحیه کارآفرینی رابطه معنادار وجود ندارد.

کلید واژه‌ها: جو سازمانی، روحیه کارآفرینی، جو مدرسه.

مقدمه

عصر ما عصر شتاب و سرعت عصر دگرگونی و تغییر است. موج این تغییرات، زندگی همه ما را نیز خواسته یا ناخواسته تحت تأثیر قرار می‌دهد. از این رو جامعه‌ای در جهت سازگاری با تغییرات و رقابت جهانی پیش‌تاز خواهد شد که از نیروی انسانی ماهر و متخصص، خلاق و خودباور برخوردار باشد. در این روحیه نوین، کشور ما بیش از هر زمان دیگر نیازمند یک نظام آموزشی پویا و مترقی است. رشد سریع جمعیت و افزایش نرخ بیکاری به ویژه در میان فارغ‌التحصیلان مقطع متوسطه و محدودیت ظرفیت دانشگاهها در پذیرفتن دانش‌آموزان این مقطع چالشهایی است که جامعه ما درگیر آن است. در شرایط کنونی یکی از عواملی که سبب دگرگونی چهره اقتصادی، اجتماعی و صنعتی یک کشور می‌شود فعالیتهای کارآفرینانه، برخورداری از روحیه کارآفرینی و در نهایت کارآفرینی انسان است. از نظر تیمونز (۱۹۹۰) کارآفرینی، ایجاد یک چیز ارزشمند از هیچ و کارآفرین کسی است که دارای قدرت درک بالا و توانایی یافتن فرصتهاست و می‌تواند از طریق پرورش اندیشه و ایده خود و تبدیل آن به محصول یا خدمتی جدید، اقدام به ارزش‌آفرینی از هیچ نماید. ماکس وبر^۱ جامعه‌شناس شهیر آلمانی روحیه کارآفرینی را عاملی مهم در تشریح و تبیین چگونگی شکل‌گیری تمدن نوین صنعتی و سرمایه‌داری در مغرب زمین می‌داند. باید

پذیرفت که عصر تسلط دولتها بر اجتماعات بشری رو به افول است. اکنون دوران تسلط روحیه کارآفرینی فرا رسیده است. در بازارهای پر رقابت جهانی سرمایه‌داری بزرگ کلاسیک به مرور قدرت خود را از دست خواهند داد و صرفاً کسانی در عرصه‌های بین‌المللی به حیات اقتصادی - اجتماعی ادامه خواهند داد که روحیه کارآفرینی داشته باشند. از این رو در این عرصه نوین رقابتی جامعه‌ای پیش‌تاز است که از دانش‌آموختگانی برخوردار باشند که بتوانند با خلاقیت و پویایی منابع تولید را گردآوری کنند و با کوششهای خلاقانه خود به کسب و کار بپردازند و کارآفرین باشند (هزار جریبی، ۱۳۸۲). برای پرداختن به این مهم ایجاد جو و فضایی مناسب در مراکز آموزشی در اولویت قرار می‌گیرد. مدرسه در حکم جامعه‌ای کوچک که ارتباط اعضای آن با یکدیگر فضای اجتماعی مشخصی را به وجود می‌آورد باید بتواند در شکوفایی ویژگیهایی چون خلاقیت، خودباوری، آینده‌نگری، خطرپذیری و تمایل به کامیابی (روحیه کارآفرینی) در دانش‌آموزان مؤثر باشد. ایجاد جو و فضایی مناسب و مطلوب که زمینه بروز این ویژگیها را فراهم آورد یکی از وظایف و رسالتهای مسئولان آموزش و پرورش است. جو مطلوب و مستعد در هر سازمان نیز می‌تواند شکوفایی و رشد این روحیه را در کارکنان آن سازمان فراهم آورد و مدارس نیز از این قاعده مستثنی نیستند. لوتان و همکاران^۲ (۲۰۰۰) نیز بر این مطلب تأکید دارند که غالباً محیط نامناسب آموزشی در برخی از کشورها به سادگی سبب از بین رفتن احتمال توسعه موفق کارآفرینان می‌شود. بنابراین مدیران و معلمان می‌توانند به طریق مناسب با بهبود بخشیدن محیط آموزشی و ایجاد فضای سازمانی مطلوب در مدارس، فرصتی مناسب و مقتضی برای رشد روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان ایجاد کنند تا از این طریق روحیه کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه بر کل جامعه حاکم شود و کشور به سمت و سوی کارآفرینی پیش برود. به این ترتیب است که آیندگان درگیر معضلات و مشکلات اقتصادی و اجتماعی جامعه امروز ما نخواهند بود.

اهمیت و ضرورت پژوهش

آموزش و پرورش از جمله سازمانهایی است که در همه جوامع از حساسیتی خاص برخوردار است. این حساسیت بیشتر به آن دلیل است که عملیات داخلی آن در معرض دید همگان و مورد قضاوت عام قرار می‌گیرد. سیر تغییر و تحولات و پیشرفتهای اجتماعی

نیاز به آموزش و پرورش اثربخش را ضروری می‌سازد. از این رو پژوهشهای متفاوت در این حوزه می‌تواند نواقص و کاستیهای موجود را مشخص و راه را برای برطرف کردن آنها هموار سازد. از جمله پژوهشهای مهم در این زمینه، بررسی جو سازمانها خاصه سازمانهای آموزشی و مدارس هستند. آموزش و پرورش ما نیازمند فضای سازمانی است که در آن کودکان و نوجوانان، افرادی متفکر، خلاق و نوآور و با اعتماد به نفس بار آیند، نه مهره‌هایی بی‌جان که در گردونه زندگی بی‌اختیار به هر سو روان باشند. مدارس ما باید پرورش‌دهنده دانش‌آموزانی باشند که با جرأت و جسارت و تکیه بر انرژی درونی و تلاش و عملکرد خویش از شکست نهراسند و آن را پلی برای رسیدن به پیروزی بدانند. این ویژگیها زائیده فضایی آزاد و مشارکت‌جویانه و مطلوب و مقصود هزاره جدید میلادی است. باید باور داشت که بنیانهای کهنه عصر صنعتی که مختص سده‌های پیشین بوده رنگ باخته است و دیگر نمی‌توان بر اساس آنها برنامه‌ریزی کرد، چرا که عصر حاضر نیازمند الزامات و مناسبات خاص خود است. تغییرات سریع محیطی، پیچیدگی و رقابتی شدن جوامع در عرصه‌های جهانی و از سویی رشد سریع جمعیت و افزایش نرخ بیکاری، اضطرابهای اجتماعی ناشی از توزیع ناعادلانه ثروت و درآمد، کیفیت نامطلوب زندگی برای برخی از اقشار جامعه در عرصه ملی از سوی دیگر، معضلات و چالشهایی است که درگیر آنیم. حال آنکه انسان کارآفرین می‌تواند به مثابه منبعی نامحدود و محوری اصلی برای توسعه پاسخگویی این مشکلات باشد. کارآفرینان رهبران واقعی دنیای کارند. زنان و مردانی پویا و اهل چالش که از ایستایی و سکون می‌گریزند و برای «ایجادکردن» و «وجودآوردن» تلاش می‌کنند. کارآفرینان افرادی هستند که به جای سخن گفتن صرف، عمل می‌کنند و نظرات و ایده‌های خود را واقعیت می‌بخشند و عملی می‌کنند (زاهدی، ۱۳۸۲). بنابراین برخورداری افراد جامعه از روحیه کارآفرینی یکی از راهکارهای مؤثر در حل مشکلات و معضلات کشور است.

نقطه آغازین تحولات در این زمینه باید نظام آموزشی و به ویژه آموزش و پرورش باشد و گام نخست ایجاد جو و فضای سالم و مناسب در مدرسه است تا زمینه رشد و شکوفایی روحیه کارآفرینی در دانش‌آموز فراهم شود. رشد و پرورش روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان، رخوت و سستی، یأس و ناامیدی حاکم بر دانش‌آموز را که معلول جو و فضای آموزشی خشک و مستبدانه است، تبدیل به جنبشی فکری برای آفریدن ایده‌ها و اندیشه‌های نو و سالم می‌کند. این ایده‌های نو و سالم است که می‌تواند به طرحی شغلی

تبدیل شود و در نهایت دانش‌آموخته مقطع متوسطه را به سمت و سوی کاری جدید سوق دهد. چرا که باید باور داشت که دانشگاه‌های ما ظرفیت پذیرش همه فارغ‌التحصیلان مقطع متوسطه را ندارند و ایده‌های سالم و نو ممکن است زمینه مشارکت فرهنگی و اجتماعی دانش‌آموز را به منزله یک شهروند مطلوب در توسعه و ترقی جامعه فراهم آورد. بنابراین پرورش ویژگی‌های کارآفرینی در دانش‌آموزان انتظاری است معقول که جامعه ما از نظام آموزش و پرورش خود دارد و بهبود جو مدرسه شرایطی مناسب را برای این فعالیت مهیا می‌سازد.

پرسشهای پژوهش

۱. جو سازمانی مدارس دخترانه مقطع متوسطه شهر اصفهان در سال تحصیلی (۸۵-۸۶) چگونه است؟
۲. میزان شاخصهای روحیه کارآفرینی (خلاقیت، انگیزه پیشرفت، عزت نفس، منبع کنترل درونی، آینده‌نگری و ریسک‌پذیری) در بین دانش‌آموزان دختر پایه‌های دوم و سوم مقطع متوسطه شهر اصفهان چه اندازه است؟
۳. آیا بین جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان رابطه معنادار وجود دارد؟
۴. آیا بین شاخص‌های جو سازمانی (روحیه، صمیمیت، عدم جوشش، بازدارندگی، تأکید بر تولید، کناره‌گیری، نفوذ و مراعات) با روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان رابطه معنادار وجود دارد؟
۵. آیا بین جو دبیرستانها و هنرستانها در ایجاد روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان تفاوت معنادار وجود دارد؟

چارچوب نظری

الف) مطالعات جو سازمانی

جو سازمانی ویژگیهای درونی است که یک سازمان را از سازمان دیگر متمایز می‌سازد و روی رفتار افراد آن سازمان تأثیر می‌گذارد (هالپین و کرافت^۳، ۱۹۶۳). از شناخته‌شده‌ترین مفهوم‌پردازیه‌ها در زمینه جو سازمانی مدارس، می‌توان به مطالعات هالپین و کرافت اشاره کرد. هالپین در بررسی جو سازمانی مدرسه و با بهره‌گیری از پرسشنامه توصیفی جو سازمانی، به هشت ویژگی در این زمینه اشاره کرده که، چهار ویژگی را به رفتار معلمان و چهار ویژگی را به رفتار مدیر مدرسه نسبت داده است.

* رفتار معلمان

۱. **ممانعت یا بازدارندگی^۴**: به احساس معلمان درباره جوی گفته می‌شود که در آن مدیر، کارهای پرمشغله، دست و پاگیر و غیرضروری به معلمان تحمیل می‌کند، این امور مانع و مزاحم فعالیت اصلی آنان یعنی تدریس می‌شود.

۲. **صمیمیت^۵**: به روابط گرم و دوستانه، اجتماعی و خوشایند میان معلمان اطلاق می‌شود.

۳. **روحیه^۶**: به وضعیتی اطلاق می‌شود که در آن معلمان از کار با یکدیگر لذت می‌برند و نسبت به همکاران و دانش‌آموزان احساس تعهد می‌کنند.

۴. **عدم جوشش^۷**: تمایل معلمان به عدم مشارکت در امور مدرسه است که به آن بی‌قیدی یا عدم تعهد نیز گفته می‌شود. معلمان در انجام دادن کارها وقت‌کشی می‌کنند و نسبت به همکاران خود رفتارهای منفی و انتقادآمیز نشان می‌دهند.

* رفتار مدیر

۱. **تأکید بر تولید^۸**: این بعد سرپرستی نزدیک و رفتار دستوری و آمرانه مدیر را نشان می‌دهد.

۲. **کناره‌جویی یا حفظ فاصله^۹**: به رفتار غیرشخصی و رسمی مدیر اشاره دارد، مدیر از کارکنان خود فاصله می‌گیرد و علاقه‌مند است که قوانین و مقررات حاکم بر جو مدرسه باشد.

۳. **مراعات^{۱۰}**: این بعد به رفتار دوستانه و گرم مدیر نسبت داده می‌شود، مدیری که دوست دارد به شیوه‌های انسانی با معلمان خود رفتار کند.

۴. **نفوذ^{۱۱}**: این بعد به رفتار پویای مدیر اشاره دارد، مدیر از طریق نمونه قرار دادن خود، سعی بر ایجاد انگیزه در معلمان دارد (آونز، ۱۹۸۷).

ابعاد تعریف شده، شاخصهای جو سازمانی است که در پژوهش حاضر به بررسی ارتباط آنها با روحیه کارآفرینی پرداخته شده است. هالپین و کرافت شش جو را برای توصیف و طبقه‌بندی مدارس ارائه کرده‌اند که در طول یک پیوستار از باز به بسته قرار داده می‌شود. جوهای باز، خودگردان، کنترل شده، آشنا، پدران و بسته. اما تأکید آنان بر دو جو اصلی باز و بسته است.

جو باز^{۱۲}: با صمیمیت و روحیه گروهی بالا، بازدارندگی و عدم جوشش پایین در میان معلمان، مراعات و نفوذ بالا، تأکید بر تولید و کناره‌جویی پایین مدیر توصیف می‌شود.

جو بسته^{۱۳}: با صمیمیت و روحیه پایین، بازدارندگی و عدم جوشش بالا در میان معلمان، مراعات و نفوذ پایین، تأکید بر تولید و کناره‌جویی بالای مدیر مشخص می‌شود (سیلور^۴، ۱۹۹۱).

آنان در مطالعات خود نشان داده‌اند که مدارس با جو باز نسبت به مدارس با جو بسته دارای مدیران قویتری هستند که این مدیران از اعتماد به نفس بالا برخوردارند و اجتماعی و آگاه هستند (هالپین و کرافت، ۱۹۶۳).

جدول (۱) خلاصه‌ای از نظریات مطرح شده جو سازمانی را با ذکر نام نظریه‌پرداز، انواع جو سازمانی و ابعاد جو در یک سیر زمانی نشان می‌دهد (شیرزادی ۱۳۸۵).

جدول ۱- سیر تکاملی نظریات جو سازمانی

سال	نظریه پرداز	انواع جو	ابعاد جو
۱۹۶۲	هالپین و کرافت	جو باز، جو بسته، جو آشنا جو پدران، جو خودمختار، جو کنترل شده	عدم اشتغال، بازدارندگی، روحیه، صمیمیت، کناره‌گیری، مراعات، تأکید بر تولید
۱۹۶۵	استرن و استینهوف	جو با تأکید بر رشد، جو با تأکید بر کنترل	نظم و ترتیب، تمریخی سازمانی، احترام به قدر و منزلت فردی، کنترل ناگهانی، عامل عقلایی، ملاکهای پیشرفت
۱۹۶۷	ویلوور، ایدل، هوی	جو قیمی، جو انسانی	--
۱۹۶۸	تاگیوری	--	محیط زیستی، محیط اجتماعی، نظام اجتماعی، فرهنگ
۱۹۶۸	هاجتس	--	عوامل مرئی: ساختار سلسله مراتب، منابع مالی، اهداف سازمانها، مهارتها و ... عوامل نامرئی: نگرشها، احساسات، ارزشها، هنجارها، رضایت شغلی و ...
۱۹۶۸	لیتوین و استرینجر	--	ساخت، مسئولیت، پاداش، قبول خطر، صمیمیت، حمایت، ضوابط، برخورد، هویت
۱۹۷۳	آندروهیز	--	حمایتی، دستوری، تهدیدی، همکارانه، صمیمی، عدم اشتغال
۱۹۷۴	لیکرت	جو اقتداگرا، جو مشارکتی	نحوه رهبری، نیروهای انگیزشی، فرایندهای ارتباطی، تصمیم‌گیری، کنترل، هدف‌گذاری
۱۹۸۵	کاتکامپ و سولون و هری	--	حمایتی، آمرانه، متعهدانه، بازدارنده، صمیمیت
۱۹۸۸	کینزی و سیستم‌انک	جو غیردستوری، جو دستوری	--
۱۹۸۸	والش	جو دیوان‌سالاری، جو حمایتی، جو ابداعی	--
۱۹۹۰	اسمیت و یاکوبسن	جو با کنترل انسانی، جو با کنترل زندانی	--
۱۹۹۰	کاپل من - بریف	--	تأکید بر هدف، تأکید بر وسیله، پاداش دهی، پشتیبانی کاری و پشتیبانی اجتماعی - روانی
۱۹۹۲	فلاندرز	جو مثبت، جو منفی	--
--	هریسون	جو قدرت محور، جو نقش محور، جو وظیفه محور، جو مردم محور	--
--	اوچی	جو سالم، جو ناسالم	--
۱۹۹۸	هوی و سببو	جو باز، جو بسته، جو متعهدانه، جو غیرمتعهدانه	حمایتی، دستوری، تهدیدی، غیرمتعهدانه، همکارانه
۲۰۰۱	های	جو سالم، جو ناسالم	صداقت، استاندارد، مسئولیت، انعطاف‌پذیری، پاداش، تعهد گروهی

برست^{۱۵} (۱۹۶۶؛ به نقل از شارما^{۱۶}، ۱۹۸۵) در پژوهشهای خود نشان داده است که از نظر آماری ارتباطی معنادار میان نمرات اعتماد به نفس و جوهای باز، آشنا و آزاد وجود دارد. پژوهش بنت^{۱۷} (۱۹۶۹؛ به نقل از پال و سکسن^{۱۸}، ۱۹۸۵)، نیز به این مطلب اشاره دارد که میان محیط پرنشاط و صمیمی با روشهای ابداع و نوآوری رابطه‌ای مثبت وجود دارد. اندرسون^{۱۹} (۱۹۸۲) نیز در تحقیق خود رشد همه جانبه شخصیت دانش‌آموز را به جو سازمانی مدرسه وابسته می‌داند. میسینا^{۲۰} (۱۹۹۳) نیز در پژوهش خود به ارتباط مثبت و معنادار میان جو سازمانی با تواناییها و ویژگیهای شخصیتی پرستاران اشاره دارد و بالاخره کدیور (۱۳۷۸)، ضمن بررسی جو سازمانی مدارس راهنمایی شهر تهران اذعان می‌دارد که، جو مدرسه در حکم بستری برای رشد شخصیت دانش‌آموز و روحیه کارکنان از اهمیت برخوردار است.

توجه به این نکته ضروری است که مؤلفه‌های روحیه کارآفرینی همچون خلاقیت، اعتماد به نفس و ... ویژگیهای شخصیتی هستند که در پژوهش حاضر بر ارتباط این مؤلفه‌ها با جو سازمانی مدرسه تأکید شده است و از آنجا که هیچ گونه پژوهش داخلی یا خارجی تحت عنوان پژوهش حاضر یافت نشده است، لذا مطالعات ذکر شده چه در قسمت جو سازمانی و چه در قسمت کارآفرینی، تنها ارتباط ضمنی و غیرمستقیم با عنوان پژوهش فوق دارند.

ب) مطالعات کارآفرینی

کارآفرینی ترجمه واژه Entrepreneur است که از لفظ فرانسوی Entrepreneur به معنای عهده‌دار شدن کار گرفته شده است. در واژه‌نامه ویستر^{۲۱} Entrepreneur این گونه تعریف شده است: "کسی که سازمان می‌دهد، اداره می‌کند و مخاطرات یک سرمایه‌گذاری یا طرح را می‌پذیرد". مفهوم کارآفرینی نخستین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت و از قرن شانزدهم تاکنون تقریباً کلیه مکاتب اقتصادی آن را مورد توجه قرار داده‌اند. کانتیلون^{۲۲} در مقام یک اقتصاددان، فعالیت اقتصادی را به کارآفرینی مرتبط دانست (کوارتکو و هاجتس، ۱۹۵۲؛ به نقل از محرایی، تیرایی، ۱۳۸۳). وی در قرن هفدهم یکی از نخستین نظریه‌ها را در مورد کارآفرینی عرضه کرد و به همین دلیل او را بنیانگذار این واژه می‌دانند.

اما از اواسط قرن بیستم روانشناسان، جامعه‌شناسان و دانشمندان علم مدیریت نیز وارد عرصه نظریه‌پردازی در زمینه کارآفرینی شدند. روانشناسان بیشتر به بررسی ویژگیهای روانشناختی کارآفرینی پرداخته و جامعه‌شناسان و اندیشمندان علم مدیریت تأثیر فرهنگ و محیط هر فرد را در اقدام به کارآفرینی مهم دانسته‌اند (شاه‌حسینی، ۱۳۸۳).

درباره علل کارآفرینی می‌توان به سه رویکرد متفاوت در این زمینه اشاره کرد: (۱) رویکرد شخصیتی (۲) رویکرد دموگرافیک (۳) رویکرد نگرشی. رویکرد نگرشی الگویی جامع‌تر نسبت به دو رویکرد قبلی در زمینه کارآفرینی ارائه می‌دهد و این رویکرد علاوه بر دارا بودن نکات مثبت دو الگوی قبلی، نقصهای این دو را نیز برطرف کرده است (رابینسون و همکاران، ۱۹۹۱). با توجه به اهمیت بحث نگرش کارآفرینانه، در پژوهش حاضر، در اینجا این رویکرد تا حدودی مورد بحث قرار داده می‌شود. بر اساس الگوی نگرشی رابینسون^{۲۳} و همکارانش (۱۹۹۱)، آنچه در زمینه کارآفرینی قابل بحث است، موضوع نگرشهاست. در دیدگاه آنها احتمال اینکه فرد با یک سلسله نگرشهای خاص به سمت کارآفرینی متمایل شود، زیاد است. آنها در رویکرد خود به بیان چهار مورد از عواملی می‌پردازند که می‌تواند نگرش افراد را به سمت کارآفرینی برانگیزد. به عقیده آنها نگرشها در مقایسه با ویژگیهای شخصیتی و دموگرافیک پیش‌بینی کننده بهتری هستند. نگرشها آموخته می‌شوند و ضمن اینکه تا حدی به نحوه تربیت، ارزشهای خانوادگی، محیط کاری و اجتماعی بستگی دارند، در خلال زمان و در تعاملات فرد با دیگران و محیطهای متفاوتی که فرد در آن زندگی و کار می‌کند، قابل تغییرند. مواجهه با اطلاعات و نگرشهای تازه دیگران که در برنامه‌های آموزش رسمی و همچنین در تجارب کاری صورت می‌پذیرد، می‌تواند تا حدی موجب تغییر نگرشهای افراد شود (رابینسون و همکاران، ۱۹۹۱).

به زعم رابینسون و همکاران (۱۹۹۱) اجزای نگرش کارآفرینانه شامل: ۱. انگیزه پیشرفت^{۲۴} ۲. مرکز کنترل^{۲۵} ۳. عزت‌نفس^{۲۶} ۴. خلاقیت^{۲۷} است که در پژوهش حاضر آینده‌نگری^{۲۸} و ریسک‌پذیری^{۲۹} نیز به این سیاهه افزوده شده است.

نخستین پژوهش در زمینه ویژگیهای روانی کارآفرینان کار را دیوید مک کلند^{۳۰} در سال ۱۹۷۶ میلادی انجام داده است. که درباره انگیزه پیشرفت بوده و راتر^{۳۱} در سال ۱۹۸۶ میلادی، در زمینه کنترل درونی و بیرونی مطالعه کرده است. گرایش به ریسک‌پذیری یک ویژگی رفتاری است که نایت^{۳۲} در سال ۱۹۲۱ میلادی مورد توجه قرار داده است. تصور

خود احترامی و عزت نفس، را کارسرود^{۳۳}، اولم و ادی^{۳۴} در سال ۱۹۸۶ میلادی مورد تأکید و آزمون قرار داده‌اند (احمدپور، ۱۳۸۱). یافته‌های تحقیقی کوریلسکی^{۳۵} (۱۹۸۰)، به نقل از راشید^{۳۶} (۲۰۰۰)، بر اهمیت خلاقیت و اعتماد به نفس در کارآفرینی تأکید دارد. احمد^{۳۷} (۱۹۸۵) نیز در تحقیقات خود، انگیزه پیشرفت و اعتماد به نفس را ویژگی اصلی کارآفرینان می‌داند. بدری (۱۳۸۴) نیز ضمن بررسی قابلیت‌های کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه اصفهان خلاقیت، انگیزه پیشرفت، اعتماد به نفس و منبع کنترل درونی را ویژگی‌های اصلی کارآفرینان معرفی می‌کند. راشید (۲۰۰۰) طی مطالعه‌ای درباره تأثیر آموزش بر افزایش نگرشها و ویژگی‌های کارآفرینی در دانش‌آموزان دبیرستانی، بیان می‌دارد که برگزاری آموزشهای خاص در این زمینه در افزایش انگیزه پیشرفت، عزت نفس، کنترل درونی و خلاقیت دانش‌آموز مؤثر است. هاتن و رولند^{۳۸} (۱۹۹۴) نیز دریافتند که شرکت در دوره‌های آموزش شغلی کوتاه‌مدت درباره نگرشهای کارآفرینانه تغییراتی ایجاد می‌کند. این تغییر در خرده مقیاس مرکز کنترل درونی بیشتر قابل رؤیت بود.

از آنجا که در هر دوره آموزشی موفق (دوره‌ای که به افزایش یک شاخص شخصیتی چون عزت نفس، انگیزه پیشرفت و یا... در افراد منجر شود)، به اعتقاد ساکنی (۲۰۰۱)، جو علمی و اجتماعی مثبتی حاکم است و چنین جوی می‌تواند از نظر برخورداری از آزاداندیشی، اعتماد و پذیرش و ... فضا و بستر مستعدی را برای بهبود شاخصهای فوق (عزت نفس، انگیزه پیشرفت و ...) در دانش‌آموزان ایجاد کند. شاخصهایی که در پژوهش حاضر بر ارتباط آنها با جو سازمانی تأکید شده است. از این رو از این تحقیقات می‌توان به عنوان پژوهشهایی نام برد که تنها ارتباط ضمنی و غیرمستقیم با موضوع تحقیق دارند.

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر با توجه به ماهیت موضوع و اهداف موردنظر توصیفی - همبستگی است.

جامعه پژوهش و روش نمونه گیری

جامعه آماری این تحقیق دبیران و مدیران زن مقطع متوسطه و دانش‌آموزان دختر پایه‌های دوم و سوم مدارس متوسطه شهر اصفهان در سال تحصیلی ۸۵-۸۴ هستند. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری چند مرحله‌ای استفاده شده است. ابتدا از میان پنج ناحیه آموزشی شهر اصفهان، سه ناحیه به صورت تصادفی انتخاب شده سپس ۳۰ مدرسه (شامل دبیرستان و هنرستان) به طور تصادفی و به نسبت از میان دبیرستانها و هنرستانهای این سه ناحیه انتخاب شده است. در نهایت از هر مدرسه مدیر و پنج دبیر از میان مجموعه دبیران مدرسه به صورت تصادفی انتخاب شده‌اند. برای تکمیل پرسشنامه روحیه کارآفرینی از هر مدرسه پنج دانش‌آموز به صورت تصادفی انتخاب شده‌اند. حجم نمونه مورد مطالعه دبیران و مدیران ۱۸۰ نفر و حجم نمونه دانش‌آموزان ۱۵۰ نفر بوده است. از پرسشنامه جو سازمانی توزیع شده در مدارس ۱۷۱ و از پرسشنامه روحیه کارآفرینی ۱۵۰ پرسشنامه گردآوری شده است. جداول ۲، ۳ و ۴، ویژگیهای فردی نمونه‌های آماری را نشان می‌دهد.

جدول ۲- توزیع نمونه آماری مدیران و دبیران

درصد	فراوانی	
٪۱۸	۳۰	مدیر
٪۸۲	۱۴۱	دبیر
٪۱۰۰	۱۷۱	جمع

همان‌طور که جدول ۲ نشان می‌دهد، نمونه آماری (دبیران و مدیران) از ٪۱۸ مدیر و ٪۸۲ دبیر تشکیل شده است.

جدول ۳- توزیع نمونه آماری مدیران و دبیران برحسب نوع مدرسه

درصد	فراوانی	
٪۳۳	۵۶	هنرستان
٪۶۷	۱۱۴	دبیرستان
٪۱۰۰	۱۷۰	جمع

جدول ۳ نشان می‌دهد که ٪۳۳ مدیران و دبیران در هنرستانها و ٪۶۷ آنها در دبیرستانها شاغل هستند..

جدول ۴- توزیع نمونه آماری دانش‌آموزان بر حسب نوع مدرسه

درصد	فراوانی	
۳۰٪	۴۵	هنرستان
۷۰٪	۱۰۵	دبیرستان
۱۰۰٪	۱۵۰	جمع

جدول ۴ نشان می‌دهد که ۷۰٪ دانش‌آموزان پایه دوم و سوم در پژوهش فوق در دبیرستانها و ۳۰٪ در هنرستانها مشغول به تحصیل هستند.

ابزارهای اندازه‌گیری

در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شده است. پژوهش حاضر دارای دو متغیر اساسی است که برای اندازه‌گیری جو سازمانی از پرسشنامه توصیفی جو سازمانی و برای مطالعه و ارزیابی روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان از پرسشنامه‌ای محقق ساخته استفاده شده است. نحوه نمره‌گذاری هر دو پرسشنامه بر اساس مقیاس لیکرت است در پرسشنامه جو سازمانی از چهار گزینه: همیشه، غالباً، گاهی، به ندرت و در پرسشنامه روحیه کارآفرینی از چهار گزینه خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم، به منظور آگاهی از وقوع و مشاهده رفتاری خاص، استفاده شده است.

پایایی^{۳۹} و اعتبار^{۴۰} پرسشنامه جو سازمانی و روحیه کارآفرینی

برای برآورد پایایی پرسشنامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. پس از انجام دادن محاسبات، ضریب آلفای پرسشنامه جو سازمانی ۰/۸۴ و ضریب آلفای پرسشنامه روحیه کارآفرینی ۰/۸۷ محاسبه شده، ضرایب به دست آمده ضرایب نسبتاً خوبی بوده و نشان‌دهنده پایا بودن پرسشنامه‌های فوق، برای کاربرد مورد نظر و ارزیابی متغیرهاست.

پرسشنامه جو سازمانی که برگرفته از نظرات و تحقیقات هالپین و کرافت است، پس از نظرخواهی از اساتید فن و اعمال نظر معلمان و مدیران مدارس و اجرای آزمایشی، مورد

جرح و تعدیل‌های کارشناسانه و رفع کاستی‌ها، قرار گرفته و در نهایت تنظیم و به مورد اجرا گذاشته شده و اعتبار آن تأیید شده است.

برای بررسی اعتبار پرسشنامه روحیه کارآفرینی نیز، ابتدا در یک نمونه کوچک ۳۰ نفری اجرا و هنجاریابی شد. متن پرسشها بر اساس نتایج جلسات برگزار شده در مرکز کارآفرینی دانشگاه اصفهان با عنوان ده قدم تا کارآفرینی (عابدی، ۱۳۸۳) و بررسی بازدهی این جلسات و همچنین بررسی مقالات موجود در حیطه کارآفرینی، رفتار و نگرش کارآفرینی نوشته شده است. اعتبار این پرسشنامه با نظر چند تن از اساتید دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه‌های الزهرا و اصفهان مورد تأیید قرار گرفته است. در ادامه جداول ضریب آلفای کرونباخ ابعاد جوسازمانی و ابعاد روحیه کارآفرینی ارائه می‌شود.

جدول ۵- ضریب آلفای کرونباخ ابعاد جوسازمانی

رویه	صمیمیت	بازدارندگی	تأکید بر تولید	عدم جوشش	فقدان	مراعات	کناره‌گیری
۰/۸۶	۰/۸۹	۰/۷۹	۰/۸۳	۰/۸۶	۰/۸۵	۰/۸۹	۰/۷۸

ضریب آلفای کرونباخ ابعاد جوسازمانی

جدول ۶- ضریب آلفای کرونباخ ابعاد روحیه کارآفرینی

خلاقیت	انگیزه پیشرفت	عزت نفس	منبع کنترل	ریسک‌پذیری	آینده‌نگری
۰/۸۹	۰/۹۲	۰/۸۷	۰/۸۸	۰/۸۶	۰/۹۱

ضریب آلفای کرونباخ ابعاد روحیه کارآفرینی

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش در زمینه پرسشهای پژوهش در زیر، مورد بررسی قرار گرفته است.

پرسش یکم: جو سازمانی مدارس دخترانه مقطع متوسطه شهر اصفهان چگونه است؟

جدول ۷- توزیع باز و بسته بودن جو مدارس

درصد	فراوانی	
٪۷۶/۷	۲۳	باز
٪۲۳/۳	۷	بسته
٪۱۰۰	۳۰	جمع

جدول (۷) نشان می‌دهد که ۷۶/۷ درصد از مدارس دخترانه مقطع متوسطه شهر اصفهان جو باز و ۲۳/۳ درصد آنها جو بسته دارند. یک راه تشخیص باز یا بسته بودن جو، بهره‌گیری از شاخص باز بودن است که این شاخص به صورت زیر محاسبه می‌شود.

شاخص باز بودن بر اساس الگوی پرسشنامه توصیفی جو سازمانی

امتیاز بعد عدم جوشش (امتیاز بعد روحیه + امتیاز بعد اعتماد) = میزان باز بودن

پرسش دوم: میزان شاخصهای روحیه کارآفرینی در بین دانش‌آموزان دختر پایه‌های دوم و سوم مقطع متوسطه شهر اصفهان چه اندازه است؟

برای بررسی میزان شاخصهای روحیه کارآفرینی در میان دانش‌آموزان از آزمون t تک متغیره استفاده شده است. با توجه به اینکه t مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۵ درصد (۱/۶۴) بزرگتر بوده است، بنابراین میزان خلاقیت، عزت نفس، منبع کنترل درونی، انگیزه پیشرفت، آینده‌نگری و ریسک‌پذیری در دانش‌آموزان بیش از سطح متوسط (۳) بوده است. بیشترین میزان روحیه کارآفرینی مربوط به شاخص انگیزه پیشرفت با میانگین ۳/۹۸ و کمترین ریسک‌پذیری با میانگین ۳/۲۳ است.

مطالب فوق را می‌توان در جدول (۸) مشاهده کرد.

جدول ۸- مقایسه میانگین نمره ابعاد روحیه کارآفرینی با میانگین فرضی ۳

P	t	Se	S	\bar{x}	ابعاد روحیه کارآفرینی
۰/۰۰۱	۱۶/۰۱	۰/۰۴۶	۰/۵۷۴	۳/۷۵	خلافت
۰/۰۰۱	۱۸/۵۱	۰/۰۴۳	۰/۵۳۴	۳/۸۰	عزت نفس
۰/۰۰۱	۶/۷۲	۰/۰۴۶	۰/۵۶۵	۳/۳۱	منبع کنترل درونی
۰/۰۰۱	۲۱/۸۵	۰/۰۴۵	۰/۵۵۳	۳/۹۸	انگیزه پیشرفت
۰/۰۰۱	۲۰/۱۱	۰/۰۴۱	۰/۵۰۲	۳/۸۲	آینده‌نگری
۰/۰۰۱	۵/۸۹	۰/۰۳۹	۰/۴۸۲	۳/۳۲	ریسک‌پذیری

پرسش سوم: آیا بین جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان رابطه معنادار وجود دارد؟

برای تعیین رابطه میان جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. یافته‌های جدول ۹ نشان می‌دهد که ضریب همبستگی میان جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی ($r=0/553$) و سطح معنادار آن $0/002$ است. از ضریب همبستگی به دست آمده چنین استنباط می‌شود که جو سازمانی با روحیه کارآفرینی در یک جهت حرکت می‌کنند. بدین معنی که هر چه جو بازتر یا مطلوب‌تر درک شود میزان روحیه کارآفرینی افزایش می‌یابد و برعکس.

جدول ۹- ضریب همبستگی میان جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی

روحیه کارآفرینی	
$r=0/553$	جو سازمانی
$P=0/002$	
$n=30$	

پرسش پنجم: آیا بین شاخصهای جو سازمانی (تأکید بر تولید، عدم جوشش، مراعات، نفوذ، صمیمیت، بازدارندگی، کناره‌گیری، روحیه) با روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان رابطه معنادار وجود دارد؟

برای تعیین ارتباط میان شاخصهای جو سازمانی با روحیه کارآفرینی از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. نتایج رگرسیون چند متغیره خرده مقیاسهای جو سازمانی با نمره کل روحیه کارآفرینی در جداول ۱۰ و ۱۱ نشان داده شده است. جدول (۱۰) نشان می‌دهد که تنها رابطه ابعاد عدم جوشش، صمیمیت و بازدارندگی با روحیه کارآفرینی معنادار است ارتباط بعد صمیمیت با روحیه کارآفرینی مثبت و ارتباط ابعاد بازدارندگی و عدم جوشش با روحیه کارآفرینی منفی است و جدول (۱۱) نشان‌دهنده ارتباط غیرمعنادار میان ابعاد روحیه، کناره‌گیری، مراعات، نفوذ و تأکید بر تولید با روحیه کارآفرینی است.

پرسش ششم: آیا بین جو دبیرستانها و هنرستانها در ایجاد روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان تفاوت معنی‌داری وجود دارد؟

جدول ۱۰- رگرسیون چند متغیره ارتباط بین روحیه کارآفرینی با ابعاد جو سازمانی

Sig	t	Beta	B	Sig	F	R ²	R	پیش بین	ملاک
۰/۰۰۰	-۴/۶۱	-۰/۶۵۷	-۶/۵۴	۰/۰۰۰	۲۱/۲۸	۰/۴۳۲	۰/۶۵۷	عدم جوشش	روحیه کارآفرینی
۰/۰۰۰	-۵/۳۸	-۰/۵۷۷	-۵/۷۴	۰/۰۰۰	۳۱/۱۹	۰/۶۹۸	۰/۸۳۵	عدم جوشش	
۰/۰۰۰	۴/۸	۰/۵۲۲	۱/۹۹					صمیمیت	
۰/۰۰۰	-۴/۹۶	-۰/۴۸۸	-۴/۸۶					عدم جوشش	
۰/۰۰۰	۴/۰۳	۰/۴۰۸	۱/۵۵	۰/۰۰۰	۳۰/۰۷	۰/۷۷۶	۰/۸۸۱	صمیمیت	
۰/۰۰۰	-۳/۰۱	-۰/۳۲۰	-۱/۵۳					بازدارندگی	

جدول ۱۱- متغیرهای غیرمعنادار رگرسیون

متغیرها	Beta	t	Sig
روحیه	۰/۱۰۴	۰/۸۰۵	۰/۴۲۹
کناره‌گیری	-۰/۱۳۳	-۱/۲۷۴	۰/۲۱۵
مراعات	-۰/۰۶۳	-۰/۵۱۹	۰/۶۰۹
تأکید بر تولید	-۰/۱۲۴	-۱/۲۹۹	۰/۲۰۶
نفوذ	-۰/۲۳۹	-۱/۹۸۹	۰/۰۵۸

برای تبیین تفاوت میان جو هنرستانها و دبیرستانها در ایجاد روحیه کارآفرینی از ضریب همبستگی پیرسون و برای بررسی تفاوت ضرایب همبستگی میان جو هنرستانها و دبیرستانها در ایجاد روحیه کارآفرینی از آزمون Z استفاده شده است. بر اساس یافته‌های جدول (۱۲) Z محاسبه شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۵ درصد (۱/۹۶) کوچکتر است. بنابراین تفاوت مشاهده شده میان ضرایب همبستگی جو و روحیه کارآفرینی در دبیرستانها و هنرستانها معنادار نیست و می‌توان گفت میان جو هنرستانها و دبیرستانها در ایجاد روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان تفاوت معنادار وجود ندارد.

جدول ۱۲- مقایسه ضریب همبستگی میان جو مدارس با روحیه کارآفرینی

در دبیرستانها و هنرستانها

نوع مدرسه	r	P	n	Z
دبیرستان	۰/۶۰۵	۰/۰۰۴	۲۱	۱/۰۴
هنرستان	۰/۲۰۴	۰/۵۹۸	۹	

بحث و نتیجه‌گیری

مدرسه در حکم جامعه‌ای کوچک و به دلیل حاکمیت شبکه پیچیده‌ای از تعاملات انسانی، فضای اجتماعی معینی را بوجود می‌آورد که در رشد و پرورش همه جانبه شخصیت دانش‌آموز بسیار مؤثر است. جو سازمانی حاکم بر مدارس به استناد بسیاری از

پژوهش‌های انجام شده، در این حیطه در طول زمان تغییرات و تحولات بسیاری را طی کرده است. نتایج پژوهش تبر اصفهانی (۱۳۷۷) بیانگر آن است که ۵۷/۲ درصد از جو مدارس شهر اصفهان بین باز و بسته و ۳۰/۲ درصد باز و ۱۲/۶ درصد بسته است. گودرزی (۱۳۸۰) نیز در پژوهش خود ۴۲/۳ درصد از مدارس متوسطه شهر اصفهان را دارای جوی بسته و ۵۷/۷ درصد آنها را دارای جوی باز ارزیابی کرده است. بررسی نتایج پژوهش حاضر و پژوهش‌های ذکر شده، نشان داده است که جو مدارس مقطع متوسطه شهر اصفهان در یک سیر زمانی از سال ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۴ بیشتر گرایش به باز بودن دارد. از این رو می‌توان گفت که دگرگونی باورهای کهنه عصر صنعتی، الزامات خاصی را در عصر فراصنعتی حاضر، حتی در عرصه تعلیم و تربیت ایجاد کرده، که در پویاسازی جو و فضای آموزشی نیز مؤثر بوده است. امکان دستیابی به شبکه‌های اطلاع‌رسانی (اینترنت) و اهتمام بر بازآموزی کارشناسان آموزشی، مدیران و دبیران و ارتقای سطح دانش علمی و کاربردی آنان دریچه‌ای را بر دست اندرکاران آموزش و پرورش کشور، چه در سطح کلان (وزارت آموزش و پرورش) و چه در سطح خرد (مدرسه و کلاس درس) گشوده است که توانسته باورها و نگرش‌های سنتی آنها به دانش‌آموز و آموزش و پرورش را در پرتو فناوری نوین آموزشی دگرگون کند. اما علی‌رغم اینکه شاهد بهبود جو مدارس در سالهای اخیر هستیم، لیکن هنوز تغییرات و تحولات در این زمینه ضروری به نظر می‌رسد.

بررسی میزان شاخصهای روحیه کارآفرینی در میان دانش‌آموزان دختر پایه‌های دوم و سوم مقطع متوسطه شهر اصفهان نشان می‌دهد که میزان خلاقیت، عزت‌نفس، منبع کنترل، انگیزه پیشرفت، آینده‌نگری و ریسک‌پذیری در دانش‌آموزان بیش از حد متوسط است. پژوهش‌های کوریلسکی (۱۹۸۰؛ به نقل از راشید، ۲۰۰۰) و رایبسون و همکاران (۱۹۹۱) و بدری (۱۳۸۴) نیز بیانگر اهمیت خلاقیت به منزله مهم‌ترین ویژگی کارآفرینی است. تحقیقات احمد (۱۹۸۵) و بدری (۱۳۸۴) نشان داده که انگیزه پیشرفت و منبع کنترل درونی ویژگی اصلی کارآفرینان است. یافته‌های تحقیقی کوریلسکی (۱۹۸۰؛ به نقل از راشید، ۲۰۰۰) و بدری (۱۳۸۴) اهمیت اعتماد به نفس را در کارآفرینی مورد تأکید قرار داده است. در این زمینه می‌توان گفت، که نگرشها با موضوعات خاص ارتباط درونی دارند (رایبسون و همکاران، ۱۹۹۱) و شاخصهای بررسی شده، از شاخصهای نگرش کارآفرینانه هستند. لذا تغییرات و تحولات اجتماعی و فرهنگی جامعه در سالهای اخیر، مانند فراهم آمدن فرصتهای ارتقای تحصیلی برای دختران و دستیابی آنان به مشاغل و پستهای گوناگون در

سطح جامعه، افزایش تعداد آنان در دانشگاههای کشور، یا مدال آوری آنها در المپیادهای علمی، موضوعات خاصی است که در بهبود نگرشهای دختران، به ویژه در ابعاد اعتماد به نفس و انگیزه پیشرفت مؤثر بوده است.

به نظر می‌رسد جو سازمانی باز، با روابط میان فردی اصیل و درست آن، شرایطی را فراهم می‌آورد که در آن رشد و پرورش روحیه کارآفرینی موفقیت‌آمیز صورت می‌گیرد. در مقابل جو سازمانی بسته با ایجاد محیطی سرشار از تردید و دشمنی، رشد روحیه کارآفرینی را به شکست می‌کشاند. نتایج پژوهشهای اندرسون (۱۹۸۲) و کدیور (۱۳۷۸)، نشان داده که رشد همه جانبه شخصیت دانش‌آموز وابسته به جو سازمانی مدرسه است. این مورد با یافته‌های پژوهش حاضر، در زمینه ارتباط میان جو و روحیه کارآفرینی همخوانی دارد. چرا که روحیه کارآفرینی از شاخصهایی ملی تشکیل شده است که همگی ویژگیهای شخصیتی محسوب می‌شوند. بر مبنای رویکرد نگرشی، نگرش کارآفرینی یا به عبارتی روحیه کارآفرینی در محیطهای متفاوتی که فرد در آن کار و زندگی می‌کند و تحت تعامل او با دیگران قابل تغییر است (رابینسون و همکاران، ۱۹۹۱). بنابراین می‌توان گفت تغییر جو، فضا یا اتمسفر سازمانی در تغییر این نگرشها یا تغییر روحیه کارآفرینی مؤثر است. به بیانی دیگر تغییر جو مدرسه از بسته به باز یا از باز به بسته، منجر به افزایش یا کاهش روحیه کارآفرینی می‌شود. پژوهش بنت (۱۹۶۹؛ به نقل از پال و سکسن، ۱۹۸۵) به ارتباط مثبت میان محیط پر نشاط و صمیمی با روشهای ابداع و نوآوری و یافته‌های تحقیقی برست (۱۹۶۶؛ به نقل از شارما، ۱۹۸۵) بر ارتباط میان اعتماد به نفس معلم با جوهای باز، آشنا و آزاد تأکید دارد. این موارد، نمونه‌هایی از ارتباط میان جو سازمانی با شاخصهای روحیه کارآفرینی است، که با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارد. نتایج پژوهش راشید (۲۰۰۰) درباره تأثیر، دوره‌های آموزشی بر افزایش انگیزه پیشرفت تأکید می‌کند که با نتایج پژوهش حاضر درباره ارتباط میان جو سازمانی با روحیه کارآفرینی نوعی ارتباط ضمنی و غیرمستقیم دارد. بدین معنا که، در هر دوره آموزشی موفق (دوره‌ای که به افزایش یک شاخص شخصیتی چون منبع کنترل درونی در افراد منجر شود) به اعتقاد ساکنی (۲۰۰۱)، جو علمی و اجتماعی مثبتی حاکم است و چنین جوی می‌تواند از نظر برخورداری از آزاداندیشی، اعتماد و پذیرش، فضا و بستر مستعدی را برای بهبود شاخصهای فوق (انگیزه پیشرفت و منبع کنترل درونی) در دانش‌آموزان ایجاد کند.

با توجه به ارتباط مثبت میان جو سازمانی با روحیه کارآفرینی، مسئولان نظام آموزشی در سطح کلان و مدیران و معلمان در سطح خرد با اتخاذ تدابیری مناسب می‌توانند به ایجاد جوی مثبت در مدارس بپردازند، جوی که زمینه مناسب را برای رشد و توسعه شاخصهای روحیه کارآفرینی فراهم کند. به همین منظور پیشنهادات زیر را ارائه می‌شود:

۱. ارتباط بعد بازندگی با روحیه کارآفرینی توجه به این نکته را ضروری می‌سازد که مانع‌تراشی و سنگ‌اندازی، مزاحم فعالیت مثبت معلم می‌شود، از این عمل باید شدیداً پرهیز کرد، زیرا مدرسه را به سوی جوی بسته سوق می‌دهد.

۲. با توجه به ارتباط بعد صمیمیت با روحیه کارآفرینی می‌توان گفت، برقراری روابط دوجانبه و سازنده با معلمان و دانش‌آموزان و شناخت تفاوت‌های فردی آنان و احترام به یکتایی شخصیت هر فرد، اعتماد متقابل و صمیمت را میان افراد در مدرسه تسری می‌دهد. افزایش صمیمیت در مدرسه به وضوح بر رشد روحیه کارآفرینی تأثیر می‌گذارد.

۳. با شرکت دادن دانش‌آموزان در امور مدرسه (برنامه‌ریزی برای اوقات فراغت، قرار دادن دروس و فعالیتهای اختیاری در مدرسه و ...) می‌توان مسئولیت‌پذیری آنان را افزایش داده و اعتماد به نفس و استقلال‌طلبی را در آنان رشد و گسترش داد.

۴. فراهم آوردن اهداف چالش‌برانگیز در مدرسه برای دانش‌آموز، مسئولیت‌پذیری و سعی و تلاش شخصی او را برای رسیدن به هدف افزایش می‌دهد. این کار انگیزه پیشرفت را در او رشد می‌دهد و طبیعی است که امکان کنترل آینده و جرأت یافتن برای پذیرش خطر را نیز در او توسعه می‌دهد.

۵. با توجه به اهمیت شاخص انگیزه پیشرفت و منبع کنترل درونی، باید به تغییر شیوه‌های ارزشیابی پیشرفت تحصیلی پرداخت، به گونه‌ای که به فعالیت دانش‌آموز، ارزش بیشتر داده شود و به این ترتیب او را به تلاش و کوشش بیشتر برای کسب موفقیت واداشت و از نقش مواردی چون تأکید بر تواناییهای ذهنی غیرقابل تغییر، بخت و اقبال، شانس و کمک دیگران یا پیشرفتهای ناشی از رابطه که انگیزه پیشرفت را در انسان تخریب و تضعیف می‌کند، پیشگیری کرد. در ضمن نباید فراموش کرد که پیامدهای مثبت رفتاری که به علت‌های درونی همچون توانایی و کوشش نسبت داده شود، در افراد منجر به احساس غرور، عزت‌نفس و اعتماد به خود می‌شود.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۱). کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها. تهران: پردیس.
- بدری، احسان (۱۳۸۴). بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی دانشگاه اصفهان.
- تبراصفهانی، فخرالسادات (۱۳۷۷). بررسی و مطالعه جو سازمانی دبیرستانهای دولتی و غیرانتفاعی نواحی پنجگانه آموزش و پرورش اصفهان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی خورسگان.
- زاهدی، ش (۱۳۸۲). تحلیل سیستمی ازگزینه‌های تاثیرگذار برپدیده کارآفرینی. مجموعه مقالات کارآفرینی و فناوریهای پیشرفته، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- شاه حسینی، علی (۱۳۸۳). کارآفرینی، تهران: آبیژ.
- شیرزادی اصفهانی، هما (۱۳۸۵). بررسی رابطه جو سازمانی مدارس با روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه الزهراء (س).
- عابدی، محمدرضا و مصحف، هایده (۱۳۸۳). ده قدم تا کارآفرینی، دانشکده علوم تربیتی دانشگاه اصفهان، بدون انتشار.
- کدیور، پروین (۱۳۷۸). بررسی جو سازمانی در مدارس راهنمایی شهر تهران، فصلنامه علوم انسانی دانشگاه الزهراء (س)، شماره ۳۰، ص ۱۲۱.
- کوراتکو، دانلد. اف و هاجتس، ریچارد. ام (۱۹۵۲). نگرشی معاصر بر کارآفرینی، ترجمه عامل محرابی، ابراهیم و تیرائی، محسن (۱۳۸۳). مشهد: انتشارات دانشگاه فردوسی.
- گودرزی، اکرم (۱۳۸۰). بررسی رابطه بین جو سازمانی طبق مدل هوی و سیبو با ویژگی‌های شخصیتی (درونگرائی/ برونگرائی) و نوروتیکی (ثبات هیجانی / روان رنجوری) مدیران مدارس متوسطه شهر اصفهان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی دانشگاه اصفهان.
- هزارجریبی، جعفر (۱۳۸۲). توسعه کارآفرینی و دانش‌آموختگان، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شماره ۳۰، ص ۱۶۰.

Ahmed, S.U. (1985). Risk- taking propensity, locus of control and entrepreneurship. *Personality and Individual Difference*. Vol.6, PP: 781-782.

Anderson Carolyn, S. (1982) The Search For School Climate: A Review of the research. *Review of educational research*, Vol.52, No.3, PP: ۳۶۸-۴۲۰

Halpi , A.W. & Croft, D.B. (1963). *The Organizational Climate of Schools*. Chicago:U.of Chicago.

Hatten, T.S. & Ruhland, S (1994). Student Entrepreneurial characteristics and attitude change toward entrepreneurship affected by participation in a SBI program. Available at: <http://www.sbaer.uca.edu/research/1994/SBIDA/94sbi116.htm>.

Luthan, F. stjkoric, A & Ibrayera, E. (2000). Environmental and Psychological Challenges facing entrepreneurial development in transitional economies. Journal of world Business. Vol.35, No (1), PP: 95-110.

Messina,R.(1993). The relation ship between organizational climate and personality hardness of staff nurses on medical – surgical units in southern Connecticut hospitals. [Abstract].University Bridgeport.Available at:<http://www.Lib.umi.com/dissertations/fullcit/93.23967>.

Owens.R.G. (1987). Organizational Behavior in Education. Prention-hall.

Pal, S.K. and Saxeian, P.C. (1985). Quality Control in Educational Research: Metrolition, New Dehli.

Rasheed, H.S.(2000).Developing entrepreneurial potential in youth: The effect of entrepreneurial education and venture creation.Available at:<http://www.proquest.umi.com>.

Robinson, P.B; Stimpson, D.V. Huefner, Y.C. & Hunt, K.H.(1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice Summer, Vol.15, No.4, PP: 31-73.

Sackney, L. (2001). Enhancing School Learning Climate: Theory, Research and practice. Department of Educational Administration University of Saskatchewan. Available at: <http://www.ssta.sk.ca/research/school-Improvement/180.htm>.

Sharma,M. (1985). Researches on organizational climate: an Analysis adopted from: Quality control in Educational Research. Edited by.s.k. pal and p.e.saxeian Metropolis, New Dehli.

Silver, P. (1991). Educational Administration: Theoretical Perspectives on Practice and Research. New York. Harper and Row.

Timmons,J. (1990)New Venture Creation , Boston :IRWIN ,Home wood.

پی‌نوشتها

-
1. Weber
 2. Luthan
 3. Halpin & Croft
 4. Hindrance
 5. Intimacy
 6. Spirit
 7. Disengagement
 8. P roduction Emphasis
 9. Aloofness
 10. Consideration
 11. Thrust
 12. Open Climate
 13. Close Climate
 14. Silver
 15. Brast

-
16. Sharma
 17. Bennett
 18. Pal & Saxeau
 19. Anderson
 20. Messina
 21. Webster
 22. Cantillon
 23. Robinson
 24. Need for Achievement
 25. Control Center
 26. Self esteem
 27. Creativity
 28. Fore sight
 29. Risk taking
 30. Mc clelland
 31. Rotter
 32. Night
 33. Carsrud
 34. Olum & Edy
 35. Kourilsky
 36. Rasheed
 37. Ahmed
 38. Hatten & Ruhland
 39. Reliability
 40. Validit