

بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی در بین دانش‌آموزان مقطع متوسطه دولتی و غیر انتفاعی (مورد مطالعه: شهر یزد)

مهربان پارسامهر^۱، وحید اصغری ینگجه^۲

چکیده

هدف از این تحقیق، بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی در بین دانش‌آموزان مقطع متوسطه دولتی و غیر انتفاعی شهر یزد بود. روش پژوهش حاضر از نوع پیمایشی بوده که طی آن ۳۵۴ نفر از دانش‌آموزان دختر و پسر دبیرستان‌های شهر یزد با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای متناسب، انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه جو سازمانی (OCDQ) هالپین و کرافت (۱۹۶۳) و پرسشنامه روحیه کارآفرینی محقق ساخته بر اساس نظریه مک‌کلند (۱۹۶۳) و بروکهاوس (۱۹۸۰) استفاده شد. روایی پرسشنامه به وسیله روش اعتبار محتوا و برای پایایی آن از روش انسجام درونی ابزار، با ضریب آلفای کرونباخ $=0.74$ استفاده گردید. یافته‌های تحقیق نشان داد بین متغیرهای روحیه گروهی، صمیمیت، علاقه‌مندی و ملاحظه‌گری با روحیه کارآفرینی رابطه معنادار وجود دارد و بین متغیر تاکید بر کارایی، نفوذ و پویایی، مزاحمت و تظاهر به کار با روحیه کارآفرینی رابطه معنادار وجود ندارد. همچنین میانگین روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان شاخه‌های نظری و فنی و حرفه‌ای تفاوت معنادار وجود دارد. با توجه به نتیجه آزمون t دو نمونه مستقل تفاوت معناداری بین روحیه کارآفرینی در دو گروه مدارس دولتی و غیر انتفاعی مشاهده شده است. نتایج تحلیل رگرسیون گام به گام نشان داد چهار متغیر روحیه گروهی، صمیمیت، علاقه‌مندی و ملاحظه‌گری در مجموع 0.38 درصد از تغییرات متغیر ملاک (روحیه کارآفرینی) را تبیین می‌کنند.

واژگان کلیدی: جو سازمانی، جو مدرسه، روحیه کارآفرینی، دانش‌آموزان، شهر یزد

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۲۰

تاریخ دریافت: ۹۵/۰۹/۰۳

^۱ (نویسنده مسئول) دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه یزد، آدرس: ایران، یزد، دانشگاه یزد، دانشکده علوم اجتماعی.

شماره تماس: ۰۹۱۱۳۱۱۵۸۱۹ - فکس: ۰۳۵۱-۸۲۱۰۶۴۳ ایمیل: Parsamehr@yazd.ac.ir

^۲ کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه یزد، آدرس: ایران، یزد، دانشگاه یزد، دانشکده علوم اجتماعی.

شماره تماس: ۰۹۳۹۱۴۳۰۵۱۱ ایمیل: v.asghari1393@gmail.com

مقدمه

در عصر حاضر به دلیل پیشرفت‌های علمی و فنی بازنمایی‌های ذهن بشر از کره زمین به دهکده جهانی مبدل شده است. از آنجا که شبکه‌های ارتباطی بازارهای گوناگون تولید و عرضه خدمات را در سطح ملی، منطقه‌ای و جهانی به یکدیگر وصل ساخته و کلید ورود به این بازارهای جهانی را در رقابت‌پذیری دانسته‌اند، بدیهی است که در این رقابت جهانی نه تنها کشورها، بلکه کلیه نهادها و افراد باید دایما قابلیت‌های رقابت‌پذیری و سازگاری خود را افزایش دهند (مشایخ، ۱۳۸۱). برای دستیابی به این مهم، پرورش ایده‌های خلاق و کارآفرینی 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 سخت دست به گریبان است (بازرگان، ۱۳۷۳).

کارآفرینی موضوعی است که از اواخر قرن بیستم مورد توجه محافل آموزشی کشورهای جهان قرار گرفته است. اما مهم این است که اکنون در عرصه جهانی افراد خلاق و مبتکر به عنوان کارآفرینان منشاء تحولات بزرگی در زمینه صنعتی، تربیتی و خدماتی شده‌اند. همچنین، چرخه‌های توسعه اقتصادی همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت در می‌آید؛ به عبارت بهتر، کارآفرینی موتور رشد و توسعه است. کارآفرینی را در معنا و مفهوم فعلی، اولین بار جوزف شومپتر (۱۹۳۴) به کار برد که او را پدر علم کارآفرینی می‌نامند؛ وی بر این باور بود که رشد و توسعه اقتصادی در یک نظام، زمانی میسر خواهد بود که افرادی در میان آحاد جامعه با خطرپذیری، به نوآوری اقدام کنند و با این کار، روش‌ها و راه‌حل‌هایی جدید، جایگزین راه‌حل‌های ناکارآمد غیرممکن پیشین شوند (سعیدی کیا، ۱۳۸۶).

از دیدگاه مک‌کلند افراد کارآفرین دارای ویژگی‌های انگیزه پیشرفت، استقلال‌طلبی، گرایش به خلاقیت، ریسک‌پذیری و کنترل درونی هستند (مک‌کلند، ۱۹۶۳). در گذشته نه چندان دور، پژوهشگران و صاحب‌نظران بر این عقیده بودند که این ویژگی‌ها با آنها متولد می‌شود و فرض اساسی این بود که کارآفرینان از طریق آموزش، پرورش نمی‌یابند (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵). اما امروزه چنین نیست و مک‌کلند، بر این باور است که افراد در تعامل با محیط خود این ویژگی‌ها را می‌آموزند. این ویژگی‌ها عبارتند از: نیاز به توفیق: تمایل به برتری یا موفقیت و تلاش برای پیشرفت و نیل به مجموعه‌ای از استانداردها؛ تمایل به ریسک و مخاطره: تمایل به مقدار متوسط از

۲۵.....بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی.....

مخاطره، برای شروع یک کسب و کار تا احتمالات را به نفع خود تغییر دهند؛ گرایش به خلاقیت: توانایی تلفیق ایده‌ها به شیوه‌های منحصر به فرد برای برقراری ارتباط غیر معمول بین ایده‌های مختلف؛ کنترل درونی: در افرادی که دارای مرکز کنترل درونی هستند، صفات مشخص درونی آنان تعیین می‌کند که در یک موقعیت چه اتفاقی خواهد افتاد؛ نیاز به استقلال: کاری را برای خود انجام دادن و داشتن آزادی عمل (مک کلند، ۱۹۶۳).

دراکر (۱۹۸۵) نیز معتقد است: خلاقیت و نوآوری با کارآفرینی لازم و ملزوم یکدیگرند، به طوری که کارآفرینی بدون خلاقیت و نوآوری حاصلی ندارد. پیداست که انسان امروزی نمی‌تواند جدا از تشکیلات و سازمان‌های متشکل از هم‌نوعان خود زندگی کند، بنابراین باید گفت که بخش اعظم کردار و رفتار انسان‌ها از نهادها یا سازمان‌ها سرچشمه گرفته یا اینکه دست کم تحت تأثیر آنهاست از همین رو، ماهیت محیط‌های اجتماعی کار در سازمان‌ها از موضوع‌های مورد توجه دانش‌های رفتاری و اجتماعی است (به نقل از علاقه‌بند، ۱۳۸۱).

جو سازمانی مدرسه، یکی از عوامل مهمی است که بر روابط کارکنان آموزشی، معلمان و دانش‌آموزان در مدارس اثر غیر قابل انکاری دارد و مجموعه حالات، خصوصیات یا ویژگی‌های حاکم بر مدرسه یا محیط آموزشی را در بر می‌گیرد. این جو ممکن است محیط مدرسه را گرم یا سرد، قابل اعتماد، ترس آور یا اطمینان‌بخش، تسهیل‌کننده یا بازدارنده سازد و سبب تمایز دو مدرسه مشابه از یکدیگر شود (میرکمالی، ۱۳۷۸). هالپین نیز معتقد است که جو سازمانی مدرسه همان شخصیت مدرسه است (به نقل از شیرکول، ۱۳۸۲). جو سازمانی مدرسه مجموعه‌ای از ویژگی‌ها و خصوصیات درونی یک مدرسه و محیط آموزشی است که مدارس را از یکدیگر متمایز و بر رفتار و عملکرد نیروی انسانی مدرسه مؤثر است (میرکمالی، ۱۳۸۱: ۱۱۱). جو سازمانی مدرسه دست‌آورد تلاش و کوشش، پیوندها و کنش‌های متقابل میان گروه‌های درونی مدرسه یعنی مدیران، آموزگاران، کارکنان و دانش‌آموزان است (عراقی، ۱۳۷۳).

برای جو سازمانی تعریف‌های بسیار ارائه شده است، از جمله اینکه جو سازمانی به تمام محیط داخلی سازمان اشاره دارد و شامل مجموعه‌ای از ویژگی‌هاست که بوسیلهٔ اعضاء سازمان مشاهده می‌شود، سازمان را شرح می‌دهد، یک سازمان را از سایر سازمان‌ها مجزا می‌کند، افراد از آن اثر می‌پذیرند و هدایت می‌شوند و میزان استقلال فردی که به اعضاء سازمان داده می‌شود. همچنین به رفتارهای پاداش داده شده به وسیلهٔ سازمان و انواع پاداش‌های پیشنهادی اطلاق می‌شود (براون و

موبرگ، ۱۹۸۰: ۴۱۸). در تعریفی دیگر جو سازمانی عبارتست از مجموعه‌ای از حالات، خصوصیات یا ویژگی‌های حاکم بر یک سازمان که آن را گرم، سرد، قابل اعتماد، غیر قابل اعتماد، ترس آور و یا اطمینان‌بخش، تسهیل‌کننده یا بازدارنده می‌سازد و سبب تمایز دو سازمان مشابه از هم می‌شود (امین‌پور، ۱۳۸۱). لائنبورگ و اورنستین (بی‌تا) جو سازمانی را کیفیت محیط فراگیر درون سازمان می‌دانند که ممکن است به محیط گروه آموزشی، ساختمان مدرسه یا مدارس ناحیه اطلاق شود (لائنبورگ و اورنستین، ۱۳۸۲: ۸۷). هالپین و کرافت (۱۹۷۰) در تعریفی جامع از جو سازمانی می‌گویند: ویژگی‌های درونی که یک سازمان را از سازمان دیگر متمایز ساخته و روی رفتار افراد آن تأثیر می‌گذارد، جو سازمانی نامیده می‌شود. این جو سازمانی به وسیله ادراکات کارکنان و توصیف‌های آنان از ویژگی‌های درونی سازمان سنجیده می‌شود (به نقل از گودرزی و گمینان، ۱۳۸۱: ۴۱-۴۰).

در بسیاری از کشورهای پیشرفته مانند ایالات متحده، آموزش کارآفرینی را از سطوح پایین تحصیلی آغاز کرده‌اند و به نتایج اثربخش رسیده‌اند. با توجه به این که نظام آموزش و پرورش کشور به عنوان یکی از دو قطب مهم تعلیم و تربیت، مسئولیت تربیت نیروی انسانی متخصص و کارآمد مورد نیاز جامعه را در سطوح و رشته‌های مختلف در مراحل اولیه آموزش بر عهده دارد. جذب فارغ‌التحصیلان مقطع متوسطه در بازار کار منوط به داشتن توانایی‌ها و ویژگی‌هایی است که بخشی از آن‌ها می‌بایست در طول دوران تحصیل ایجاد گردد. امروزه در بسیاری از مطالعات پیرامون فرآیند کارآفرینی به اهمیت و نقش آموزش اشاره شده و نتایج تعداد زیادی از مطالعات، بر اهمیت آموزش کارآفرینی به عنوان مهم‌ترین راه برای توسعه سرمایه انسانی تأکید گردیده است (هستریچ، ۱۳۸۵).

نظام آموزشی ما به عنوان متولی اصلی رشد و یادگیری باید افراد بالقوه کارآفرین را شناسایی و زمینه‌های لازم را برای بروز خلاقیت آنان فراهم کند. تحقیق‌ها نشان داده‌اند که با رشد برخی ویژگی‌ها در افراد، ویژگی‌های کارآفرینی در آنها تقویت می‌شود (گورل و اتسان، ۲۰۰۸؛ تیموری، ۱۳۸۷). از این ویژگی‌ها می‌توان خلاقیت، تحمل ابهام، خطرپذیری، کانون کنترل درونی و انگیزه پیشرفت را نام برد (کوه، ۱۹۹۶). شولز، معتقد است کارآفرینی به طور کامل، ذاتی و اکتسابی نیست و قابل آموزش است. بهترین نمونه درخصوص نحوه آموزش کارآفرینی در مدرسه، راه اندازی شرکت‌های دانش‌آموزی است که امروزه در بیشتر کشورها مرسوم شده است

که بر کار گروهی و آزادی دانش آموز تأکید می کنند (گزارش پژوهشی مرکز کارآفرینی، ۱۳۸۵). لذا برنامه ریزی برای ترویج فرهنگ کارآفرینی در آموزش و پرورش که متولی تربیت دانش آموزان بخصوص در دوره متوسطه که مرحله نهایی دوره آموزش عمومی را طی می کنند امری اجتناب ناپذیر می باشد. بنابراین، نقش فضای سازمانی آموزش و پرورش می تواند یکی از عوامل مهم در راستای اشاعه، ترویج و نهادینه ساختن فرهنگ کارآفرینی باشد. زیرا مدرسه در حکم جامعه ای کوچک که ارتباط اعضای آن با یکدیگر فضای اجتماعی مشخصی را به وجود می آورد باید بتواند در شکوفایی ویژگی هایی چون خلاقیت، خودباوری، آینده نگری، خطر-پذیری، و تمایل به کامیابی (روحیه کارآفرینی) در بین دانش آموزان مؤثر باشد. ایجاد جو و فضایی مناسب و مطلوب که زمینه بروز این ویژگی ها را فراهم آورد یکی از وظایف و رسالت های آموزش و پرورش می باشد (صمدی و شیرزادی اصفهانی، ۱۳۸۶، ۱۶۷). لوتان و همکاران (۲۰۰۰) نیز بر این امر تأکید دارند که غالباً محیط نامناسب آموزشی در برخی از کشورها به سادگی سبب از بین رفتن احتمال توسعه موفق کارآفرینی می شود. بنابراین فضای سازمانی مطلوب در مدارس فرصتی مناسب و مقتضی برای رشد روحیه کارآفرینی در دانش آموزان ایجاد خواهد نمود تا از این طریق روحیه کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه بر کل جامعه حاکم شود و کشور به سمت و سوی کارآفرینی پیش برود. لذا طرح حاضر در پی بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی در بین دانش آموزان مقطع متوسطه دولتی و غیر انتفاعی شهر یزد می باشد.

پیشینه پژوهش

امین بیدختی و قاسمی (۱۳۹۲) در تحقیقی به بررسی مقایسه ای ویژگی های شخصیتی مرتبط با کارآفرینی در میان دانش آموزان دبیرستان های دولتی و غیرانتفاعی شهرستان گرمسار پرداختند. نتایج حاصل از تحقیق نشان دادند که دانش آموزان دبیرستان های غیرانتفاعی از حیث ویژگی های شخصیتی کارآفرینی نسبت به دانش آموزان دبیرستان های دولتی از وضعیتی بهتر برخوردارند. بین دانش آموزان دبیرستان های دولتی و غیرانتفاعی از لحاظ خلاقیت، کانون کنترل درونی، تحمل ابهام و تمایل به خطرپذیری، تفاوت معنی دار وجود دارد و دانش آموزان دبیرستان های غیر انتفاعی در مقایسه با دانش آموزان دبیرستان های دولتی در وضع بهتری قرار دارند. ولی در ویژگی انگیزه پیشرفت، تفاوت معنی دار مشاهده نشد و دانش آموزان دبیرستان های غیر انتفاعی با دانش آموزان دبیرستان های دولتی در سطح یکسان قرار دارند.

۲۸..... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال یازدهم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۶

عزیزی (۱۳۸۶) در تحقیقی با عنوان بررسی و مقایسه زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان شهید بهشتی به بررسی ویژگی‌های روانشناختی در میان دانشجویان شهید بهشتی در مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد و نیز استادان این دانشگاه پرداخت. نتایج این تحقیق نشان دادند که میان ویژگی‌های روانشناختی از جمله استقلال طلبی، خلاقیت، خطرپذیری و انگیزه پیشرفت با میزان کارآفرینی، رابطه‌ای معنادار وجود دارد.

صمدی و شیرزادی اصفهانی (۱۳۸۵) در تحقیقی به بررسی جو سازمانی با روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان دختر پایه دوم و سوم دبیرستان پرداختند، نتایج نشان داد میزان شاخص‌های روحیه کارآفرینی (انگیزه پیشرفت، عزت نفس، خلاقیت منبع کنترل درونی، آینده‌نگری و ریسک‌پذیری) در دانش‌آموزان بالاتر از میانگین بوده و بین جو سازمانی با روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان رابطه معنی‌دار وجود دارد. همچنین یافته‌های این تحقیق نشان داد بین جو هنرستان‌ها و دبیرستان‌ها در ایجاد روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

در تحقیقی مشایخ (۱۳۸۳) با عنوان بررسی رابطه پایگاه اجتماعی خانواده و روحیه کارآفرینی دانشجویان مشخص گردید که بین سطح سواد پدر و مادر و روحیه کارآفرینی، همچنین بین شغل پدر و مادر و روحیه کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. تفاوت معنی‌داری نیز بین روحیه کارآفرینی دانشجویان رشته‌های مختلف مشاهده گردید.

هزارجریبی (۱۳۸۲) در پژوهشی نشان داد که بین کارآفرینی و دوره‌های آموزش مهارت‌های فردی، انگیزه پیشرفت، ریسک‌پذیری، نیاز به موفقیت و خلاقیت رابطه معنی‌داری وجود دارد. خدمتی توسل (۱۳۷۹) زمینه بروز و پرورش کارآفرینی در بین دانش‌آموزان دبیرستان‌های پسرانه شهرستان کرج را از نظر مدیران، دبیران و دانش‌آموزان مورد بررسی قرار دادند. نتیجه این تحقیق نشان داد که زمینه‌های انگیزه پیشرفت، استقلال طلبی، ریسک‌پذیری و مرکز کنترل درونی دانش‌آموزان بالاتر از سطح میانگین بوده است. به طور مشابه، برومندنسب (۱۳۸۱)، به بررسی رابطه انگیزه پیشرفت، مخاطره‌پذیری، خلاقیت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز پرداخت. پژوهش وی نشان داد که بین انگیزه پیشرفت و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان رابطه معناداری وجود دارد.

بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی.....۲۹

نتیجه تحقیق گیسون و هاریس (۲۰۰۸) نشان داد که ویژگی‌های دانشجو و تجربه کارآفرینانه با نگرش‌های کارآفرینانه رابطه دارند و دانشجویان با تجربه‌ی خانوادگی در کسب و کار، نگرش-های کارآفرینانه‌ی پیشرفته‌تری دارند (به نقل از جعفری‌مقدم و فخارزاده، ۱۳۹۰).

گورل و اتسان (۲۰۰۸) در پژوهشی با عنوان ویژگی‌های کارآفرینی در میان دانشجویان دانشگاه، نتیجه گرفتند دانشجویانی که دارای نگرش کارآفرینانه هستند در شش ویژگی (انگیزه پیشرفت، کانون کنترل درونی، نوآوری، اعتماد به نفس، تحمل ابهام و تمایل به خطرپذیری)، بهتر از دانشجویانی هستند که نگرش کارآفرینانه نداشتند.

هوارد (۲۰۰۴) در پژوهشی تأثیر توسعه قابلیت‌های کارآفرینی (استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری، انگیزه پیشرفت، کنترل درونی و اعتماد به نفس و جسارت خلاقیت) را بر کارآفرینی دانش‌آموزان مورد بررسی قرار داد و به این نتیجه رسید که رابطه مستقیمی بین این قابلیت‌ها و توانایی کارآفرینی افراد وجود دارد.

لوهمو و همکاران (۲۰۰۳) طی پژوهشی روی نمونه ۴۵۰ نفری از دانشجویان، در نظر داشتند که ویژگی‌های روان‌شناختی آنها را سنجیده، تاثیرشان را بر میزان کارآفرینی نمونه مورد نظر بررسی کنند؛ نتایج این تحقیق نشان دادند که میان این ویژگی‌ها (استقلال‌طلبی، انگیزه پیشرفت، کنترل درونی، اعتماد به نفس، جسارت و خلاقیت) و توانایی کارآفرین شدن، رابطه‌ای مستقیم وجود دارد.

کرید (۱۹۸۸) بازنگری کاملی در ادبیات کارآفرینی انجام داد و به این نتیجه رسید که ویژگی‌های اصلی کارآفرینان نیاز به موفقیت، نیاز به استقلال، مرکز کنترل دورنی، خلاقیت، ریسک‌پذیری و اعتماد به نفس است. براون (۱۹۹۶) نیز نشان داد بین جو روانی ادراک شده با دلبستگی شغلی، تلاش و عملکرد رابطه مثبت وجود دارد. بر این اساس فراهم نمودن شرایط مناسب برای ایجاد جو سازمانی مناسب و مطلوب که از طریق تغییر در زیرمجموعه‌های آن قابل دستیابی است، می‌تواند منجر به تغییرات اساسی و افزایش میزان روحیه کارآفرینی افراد شود.

روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر با توجه به هدف تحقیق از جمله تحقیق‌های کاربردی است و از حیث روش گردآوری داده‌ها در زمره تحقیق‌های توصیفی از نوع پیمایشی قرار می‌گیرد که به شیوه مقطعی انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل تمامی دانش‌آموزان سال‌های اول، دوم و

۳۰..... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال یازدهم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۶

سوم دبیرستان‌های پسرانه و دخترانه دولتی و غیر انتفاعی شهر یزد در سال تحصیلی ۱۳۹۳-۱۳۹۴ است که تعداد کل دانش‌آموزان، ۴۵۷۴ نفر اعلام شده است. جدول شماره ۱ توزیع و نمونه آماری پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول (۱): توزیع جامعه و نمونه تحقیق به تفکیک شاخه تحصیلی

| رشته تحصیلی | فراوانی | درصد |
|---------------|---------|-------|
| نظری | ۲۶۶ | ۷۵/۱ |
| فنی و حرفه‌ای | ۸۸ | ۲۴/۹ |
| کل | ۳۵۴ | ۱۰۰/۰ |

برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد و تعداد ۳۵۴ نفر آزمودنی به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای متناسب انتخاب و مطالعه گردیدند. برای این کار از بین سه منطقه شهر یزد، ابتدا به صورت تصادفی یک منطقه، یعنی منطقه سه انتخاب شد. سپس از بین ۲۳ دبیرستان موجود در منطقه سه، هشت دبیرستان (چهار دبیرستان دخترانه و چهار دبیرستان پسرانه) به طور تصادفی انتخاب شدند و از هر دبیرستان ۲ کلاس در پایه‌های اول تا سوم انتخاب و در بین دانش‌آموزان کلاس‌ها پرسشنامه اجراء شد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده با استفاده از نرم‌افزار spss از آماره‌های توصیفی و استنباطی (همبستگی پیرسون، آزمون تی و رگرسیون چندگانه) استفاده شده است.

جدول (۲): ضرایب پایایی پرسشنامه به تفکیک مولفه‌های تشکیل دهنده

| مقیاس | متغیر | تعداد گویه | آلفای کرونباخ |
|------------------|-----------------|------------|---------------|
| | روحیه گروهی | ۶ | ۰/۸۸ |
| | صمیمیت | ۶ | ۰/۷۴ |
| | علاقه‌مندی | ۶ | ۰/۸۳ |
| | ملاحظه‌گری | ۶ | ۰/۷۵ |
| جو سازمانی | تظاهر به کار | ۶ | ۰/۷۱ |
| | نفوذ و پویایی | ۶ | ۰/۷۲ |
| | تاکید بر کارایی | ۶ | ۰/۷۸ |
| | مزاحمت | ۶ | ۰/۸۲ |
| | استقلال طلبی | ۸ | ۰/۸۴ |
| | ریسک پذیری | ۸ | ۰/۸۵ |
| روحیه کار آفرینی | خلاقیت | ۸ | ۰/۸۰ |
| | توفیق طلبی | ۸ | ۰/۸۲ |
| | کنترل درونی | ۸ | ۰/۷۴ |

۳۱ بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی

ابزار گردآوری داده‌ها، مقیاس جو سازمانی OCDQ هالپین و کرافت (۱۹۶۳) و پرسشنامه محقق ساخته روحیه کارآفرینی بر اساس نظریه مک‌کلند (۱۹۶۳) و بروکهاوس (۱۹۸۰) بوده است. برای بررسی اعتبار پرسشنامه تحقیق از اعتبار صوری و اعتبار محتوا استفاده شد. بدین منظور مقیاس مورد نظر به تعدادی از اساتید صاحب‌نظر و متخصص داده شد تا اعتبار آن محرز گردد. برای تعیین پایایی این تحقیق نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که در جدول شماره ۲ آمده است.

ابزار پژوهش

پرسشنامه جو سازمانی

شاخص‌سازی متغیر جو سازمانی بر اساس مدل هالپین و کرافت انجام شده است. 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، ۱۹۶۳). هالپین و کرافت در بررسی جو سازمانی مدرسه و با بهره‌گیری از پرسشنامه توصیفی جو سازمانی، به هشت ویژگی در این زمینه اشاره کرده‌اند (روحیه گروهی، صمیمیت، علاقه‌مندی و ملاحظه‌گری؛ تاکید بر کارایی، نفوذ و پویایی، مزاحمت و تظاهر به کار) که چهار ویژگی نخست را به رفتار معلمان و چهار ویژگی دوم را به رفتار مدیر مدرسه نسبت داده است. پژوهشگران مختلفی که جو سازمانی مدرسه یا موضوعات مرتبط با آن در حوزه جامعه‌شناسی را در ایران مورد بررسی قرار داده‌اند (حیدری و همکاران، ۱۳۸۹؛ جهرمی و همکاران، ۱۳۸۸؛ صمدی و شیرزادی اصفهانی، ۱۳۸۵؛ شکری، ۱۳۸۱؛ اجاقی، ۱۳۷۹) نیز از همین طیف استفاده نموده‌اند. در این پژوهش نیز بر مبنای شاخص‌های مناسب جهت سنجش جو سازمانی جمعاً ۴۸ گویه طراحی شده است.

پرسشنامه روحیه کارآفرینی

برای سنجش روحیه کارآفرینی، ابتدا مطالعه مفصلی درباره مبانی تئوریک این مفهوم انجام شد. سپس با عنایت به مبانی تئوریک مک‌کلند (۱۹۶۳) و بروکهاوس (۱۹۸۰) و مرور تعداد زیادی از تحقیقاتی که در داخل و خارج از کشور درباره این مفهوم انجام شده است (بیدختی و قاسمی، ۱۳۹۲؛ عزیزی، ۱۳۸۶؛ صمدی و شیرزادی اصفهانی، ۱۳۸۵؛ مشایخ، ۱۳۸۳؛ برومندنسب، ۱۳۸۱؛ گیسون و هاریس، ۲۰۰۸؛ لوهمو و همکاران، ۲۰۰۳؛ کریدر، ۱۹۸۸) مهم‌ترین ابعاد این متغیر شناسایی گردید. برای هر کدام از این ابعاد، مقولات مربوطه در نظر گرفته شد که در جدول

۳۲..... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال یازدهم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۶

شماره ۲، این شاخص‌بندی ارائه شده است. در نهایت با توجه به میانی‌تئوریک تهیه شده، سعی شد بهترین گویه‌ها برای اندازه‌گیری متغیر مورد نظر یا از تحقیقات قبلی انتخاب شود یا با دقت کافی طراحی گردد.

یافته‌ها

مطابق با داده‌های اجتماعی - جمعیت‌شناختی، از ۳۵۴ نفر از حجم نمونه ۱۸۵ نفر (۵۲/۳) پسر و ۱۶۹ نفر (۴۷/۷) دختر بوده‌اند. از لحاظ نوع مدرسه ۵۰/۰ درصد پاسخگویان در مدارس دولتی و ۵۰/۰ درصد پاسخگویان در مدارس غیردولتی مشغول به تحصیل بوده‌اند. همچنین به لحاظ وضعیت درآمد ۵/۶ درصد از پاسخگویان دارای درآمد کمتر از ۵۰۰ هزار تومان، ۳۳/۱ درصد دارای درآمد ۵۰۰ تا یک میلیون تومان، ۳۵/۰ درصد بالاتر از یک میلیون تا یک میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و ۲۶/۳ درصد دارای درآمد بالاتر از یک میلیون و ۵۰۰ هزار تومان بوده‌اند.

جدول (۳): آزمون رابطه بین جو سازمانی با روحیه کارآفرینی

| متغیرها روحیه کارآفرینی | | |
|-------------------------|--------------|-----------------|
| سطح معناداری | ضریب همبستگی | |
| ۰/۰۰۰ | ۰/۴۶۷ | روحیه گروهی |
| ۰/۰۰۰ | ۰/۴۸۳ | صمیمیت |
| ۰/۰۰۰ | ۰/۵۰۹ | علاقه‌مندی |
| ۰/۰۰۰ | ۰/۵۰۳ | ملاحظه‌گری |
| ۰/۱۷۴ | ۰/۰۵۲ | تظاهر به کار |
| ۰/۱۳۷ | ۰/۰۸۷ | نفوذ و پویایی |
| ۰/۱۸۳ | ۰/۱۱۰ | تاکید بر کارایی |
| ۰/۱۵۸ | ۰/۰۳۶ | مزاحمت |

در آزمون رابطه بین جو سازمانی و داشتن روحیه کارآفرینی از آماره ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. فرض رابطه بین متغیرهای پیش‌بین (روحیه گروهی، صمیمیت، علاقه‌مندی، ملاحظه‌گری، تظاهر به کار، نفوذ و پویایی، تاکید بر کارایی و مزاحمت) با میزان روحیه کارآفرینی توسط داده‌های جمع‌آوری شده، همبستگی مثبت معنی‌داری را میان روحیه گروهی با مقدار ($p < ۰/۰۰۰$)؛ ($r=۰/۴۶۷$)، صمیمیت با مقدار: ($p < ۰/۰۰۰$ ؛ $r=۰/۴۸۳$)، علاقه‌مندی با مقدار: ($p < ۰/۰۰۰$)؛ ($r=۰/۵۰۹$) و ملاحظه‌گری با مقدار: ($p < ۰/۰۰۰$) با میزان روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان نشان داده است. به عبارت دیگر، هر چقدر میزان این چهار متغیر بیشتر شود، میزان روحیه کارآفرینی از میزان

بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی..... ۳۳

بیشتری برخوردار خواهد شد. این در حالی است که هیچ همبستگی معنی داری بین تظاهر به کار با مقدار ($r=0/174$ ؛ $p < 0/052$)؛ نفوذ و پویایی با مقدار: ($r=0/137$ ؛ $p < 0/087$) و تاکید بر کارایی با مقدار: ($r=0/183$ ؛ $p < 0/110$) و مزاحمت با مقدار: ($r=0/158$ ؛ $p < 0/036$) با داشتن روحیه کارآفرینی مشاهده نشده است.

جدول (۴): میانگین و انحراف معیار ابعاد روحیه کار آفرینی به تفکیک شاخه‌های تحصیلی

| متغیرها | شاخص نظری | | شاخص فنی حرفه‌ای | |
|--------------|-----------|--------------|------------------|--------------|
| | میانگین | انحراف معیار | میانگین | انحراف معیار |
| استقلال طلبی | ۳/۲۷ | ۰/۷۸ | ۳/۵۱ | ۰/۶۰ |
| ریسک‌پذیری | ۳/۰۹ | ۰/۶۴ | ۳/۷۱ | ۰/۵۸ |
| کنترل درونی | ۳/۱۸ | ۰/۶۹ | ۳/۶۷ | ۰/۵۰ |
| خلاقیت | ۳/۲۲ | ۰/۵۹ | ۳/۷۵ | ۰/۴۱ |
| توفیق طلبی | ۳/۱۴ | ۰/۶۱ | ۳/۶۴ | ۰/۴۳ |

جدول شماره ۳، نتایج آزمون تفاوت میانگین و انحراف معیار ابعاد روحیه کارآفرینی را به تفکیک شاخه‌های تحصیلی به نمایش گذاشته است. همان‌گونه که داده‌های جدول فوق نشان می‌دهد، میانگین تمام متغیرهای تحقیق در هر دو شاخه تحصیلی در جامعه نمونه بالاتر از ۳ یعنی بالاتر از حد متوسط می‌باشد. همچنین، میانگین روحیه کارآفرینی در شاخه فنی حرفه‌ای با میانگین ۳/۶۵ درصد، بالاتر از میانگین این متغیر در شاخه تحصیلی نظری با میانگین ۳/۱۸ درصد است. در حالیکه متغیرهای خلاقیت و ریسک‌پذیری در شاخه فنی و حرفه‌ای بالاترین میانگین را به خود اختصاص داده‌اند، توفیق طلبی با میانگین ۳/۱۴ در شاخه نظری از کمترین میانگین برخوردار است.

جدول (۵): خروجی آزمون تی جهت مقایسه میانگین میزان روحیه کار آفرینی در بین دانش آموزان دبیرستان‌های دولتی

| و غیر انتفاعی | | | | | | |
|-----------------|-------------|---------|--------------|-------|------------|---------------|
| متغیر | مقولات | میانگین | انحراف معیار | تی | درجه آزادی | سطح معنی داری |
| روحیه کارآفرینی | دولتی | ۴۹/۷۶ | ۸/۷۸۴ | ۴/۷۹۳ | ۰/۳۶۸ | ۰/۰۰۰ |
| | غیر انتفاعی | ۵۸/۶۲ | ۱۱/۳۱۵ | | | |

همانگونه که در جدول فوق ملاحظه می‌شود، تفاوت معنی داری بین میانگین میزان روحیه کارآفرینی بر حسب نوع مدارس (دولتی - غیر انتفاعی) با سطح معنی داری $p=0/000$ وجود داشته است. بر این اساس دانش آموزان مدارس غیر انتفاعی از میانگین نمره بیشتری در کارآفرینی برخوردار بوده‌اند.

جدول (۶): نتایج رگرسیون چند متغیره

| ضرب همبستگی چندگانه: ۰/۷۳ | | مقدار F ۵۸/۴۶۵ | |
|---------------------------|-------|---------------------------|-------------|
| ضرب تعیین: ۰/۳۸ | | سطح معناداری: ۰/۰۰۰ | |
| سطح معناداری | T | ضرایب استاندارد شده (بتا) | |
| ۰/۰۰۰ | ۲/۱۸۲ | ۰/۱۵ | صمیمیت |
| ۰/۰۰۰ | ۲/۴۲۱ | ۰/۱۹ | علاقه‌مندی |
| ۰/۰۰۰ | ۲/۶۹۴ | ۰/۲۲ | روحیه گروهی |
| ۰/۰۰۰ | ۳/۳۲۸ | ۰/۲۳ | ملاحظه‌گری |

شکل رگرسیونی تبیین شده طبق آزمون تحلیل واریانس انجام شده خطی است؛ زیرا مقدار آزمون F، برای تعیین معنی‌داری اثر متغیرهای مستقل هویت‌یابی قومی برابر ۵۸/۴۶۵ با سطح معنی‌داری $P=۰/۰۰۰$ می‌باشد. ضرب همبستگی چندگانه برابر با ۰/۷۳ و ضرب تعیین آن برابر با ۰/۳۸ است که نشان می‌دهد ۳۸ درصد تغییرات متغیر وابسته را متغیرهای مستقل معادله پیش‌بینی می‌کنند. در مجموع با توجه به بتای استاندارد شده، میزان اثر صمیمیت در روحیه کارآفرینی ۰/۱۵ درصد، علاقه‌مندی ۰/۱۹ درصد، روحیه گروهی ۰/۲۲ درصد و ملاحظه‌گری ۰/۲۳ درصد می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

کارآفرینی موضوع علمی چندبعدی و بین‌رشته‌ای بوده و توجه پژوهشگران رشته‌های مختلف علمی نظیر اقتصاد، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و غیره را به خود جلب کرده است و هر یک از پژوهشگران سعی کرده‌اند تا از منظر تخصص خود به بررسی و کالبد شکافی آن بپردازند. اگرچه تحقیق‌های اولیه در حوزه‌ی کارآفرینی به بررسی تفاوت کارآفرینان یا بنگاه‌های آنها با غیر کارآفرینان پرداخته‌اند، اما با گذشت زمان مشخص شد که تنها با اتکاء به ویژگی‌های شخصیتی افراد نمی‌توان به شناخت کامل در کارآفرینی دست یافت. به همین دلیل سیر تکامل پژوهش‌های کارآفرینی با بررسی ویژگی‌های اجتماعی - جمعیت‌شناختی و عوامل محیطی و نیز ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی ادامه یافت. دلایل و زمینه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی به ویژه در سطح نوجوانان و جوانان اهمیت رسیدگی علمی به موضوع فوق را افزایش داده است. لذا با توجه به بافت جمعیت جوان کشور و تأثیر قابل ملاحظه این قشر در بازسازی و نیز آینده یک جامعه ضرورت مطالعه پیرامون چگونگی شکل‌گیری روحیه کارآفرینی آنان از اهمیت بسزایی برخوردار می‌باشد.

پژوهش حاضر، به بررسی تجربی رابطه میان جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی بر مبنای اطلاعات جمع آوری شده از یک نمونه ۳۵۴ نفری در شهر یزد پرداخت. به منظور سنجش روحیه کارآفرینی، پس از مرور پیشینه تجربی و نظری مرتبط با موضوع، پنج مولفه اصلی تشکیل دهنده روحیه کارآفرینی شامل استقلال طلبی، ریسک پذیری، خلاقیت، توفیق طلبی و کنترل درونی شناسایی گردید و سنجه‌های مناسب برای اندازه گیری هر کدام از مقولات طراحی و تدوین شد. برخی از گویه‌های مورد استفاده، از تحقیقات پیشین اقتباس شدند که از توان باز یافت پذیری خوبی برخوردار بودند. برخی دیگر از گویه‌ها، گویه‌های محقق ساخته‌ای بودند که بعد از اجرای پیش-آزمون اصلاح و نهایی شدند. به علاوه تلاش گردید تا اعتبار محتوایی گویه‌ها بر مبنای نظر داوران و متخصصان حاصل شود. در مجموع، ۴۸ گویه برای سنجش روحیه کارآفرینی در پرسشنامه گنجانده شد که ارزیابی‌های ما حاکی از توان کافی و تناسب این سنجه‌ها برای اندازه گیری مفهوم روحیه کارآفرینی است.

یافته‌های این تحقیق همچنین نشان داد بین روحیه گروهی، صمیمیت، علاقه‌مندی و ملاحظه‌گری با روحیه کارآفرینی رابطه مستقیم معناداری وجود دارد، بطوری که با افزایش این متغیرهای پیش‌بین در دانش‌آموزان، میزان روحیه کارآفرینی توسط آنها نیز افزایش پیدا می‌کند. مقایسه میانگین روحیه کارآفرینی در بین دانش‌آموزان مدارس دولتی و غیر انتفاعی شهر یزد نشان داد که دانش-آموزان مدارس غیر انتفاعی از روحیه کارآفرینی بالاتری برخوردار است. در این خصوص می‌توان به نتایج تحقیق بیدختی و قاسمی (۱۳۹۲) اشاره کرد که در پژوهش خود دریافتند دانش‌آموزان دبیرستان‌های غیرانتفاعی از حیث ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی نسبت به دانش‌آموزان دبیرستان‌های دولتی از وضعیتی بهتر برخوردارند. در تحقیقی مشابه، مشایخ (۱۳۸۳) نشان داد که تفاوت معنی‌داری بین روحیه کارآفرینی دانشجویان رشته‌های مختلف وجود دارد. وجود رابطه معنی‌دار بین جو سازمانی با روحیه کارآفرینی را تحقیقات چندی همچون شیرزادی اصفهانی (۱۳۸۵) حیدری و همکاران (۱۳۸۹) و براون (۱۹۹۶) تأیید کرده‌اند، آن‌ها در پژوهش خود نشان دادند بین ابعاد جو سازمانی (روحیه گروهی، صمیمیت، علاقه‌مندی و ملاحظه‌گری) با روحیه کارآفرینی و همکاری رابطه معنی‌دار وجود دارد. بهزادی (۱۳۸۷) نیز بین شاخص‌های جو سازمانی و بعضی مولفه‌های توانمندسازی رابطه معنادار پیدا کرد.

۳۶..... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال یازدهم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۶

این در حالی است که بنابر یافته‌های تحقیق، رابطه مثبت معناداری بین تظاهر به کار، تاکید بر کارایی، نفوذ و پویایی و مزاحمت با روحیه کارآفرینی وجود نداشته است. حیدری و همکاران (۱۳۸۹) و کرمانی (۱۳۸۷) در پژوهش خود نتیجه گرفتند که افزایش مزاحمت با کاهش علاقه-مندی و همکاری به کار همراه است. صمدی و شیرزادی اصفهانی (۱۳۸۵) نیز نشان دادند میان شاخص‌های جو سازمانی (نفوذ، تاکید بر تولید و مراعات) با روحیه کارآفرینی رابطه معنادار وجود ندارد.

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 تدابیر 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 ارائه می‌شود:

۱- با توجه به ارتباط بعد صمیمیت با روحیه کارآفرینی می‌توان گفت، برقراری روابط دو جانبه 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 داده و بر رشد روحیه کارآفرینی تأثیر می‌گذارد.

۲- 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.

۳- 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 جرات یافتن برای پذیرش خطر و ریسک‌پذیری را نیز در او توسعه می‌دهد.

منابع

۱. امین بیدختی، علی‌اکبر و قاسمی، طاهره. (۱۳۹۲). مقایسه ویژگی‌های شخصیتی مرتبط با کارآفرینی در دانش‌آموزان دبیرستانهای دولتی و غیرانتفاعی شهرستان گرمسار. پژوهش‌های آموزش و یادگیری، سال بیستم، دوره جدید، شماره ۳، صص ۳۰۲-۲۸۹.

۳۷..... بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی.....

۲. امین شایان جهرمی، شاپور و احمدی، عباداله و درویش پور فراغه، سکینه. (۱۳۸۸). بررسی رابطه میان جو سازمانی با تعهد سازمانی و روحیه از دیدگاه دبیران دوره‌ی مدارس دخترانه‌ی شهر مرودشت در سال تحصیلی ۸۸-۸۷. فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت ورزشی، سال دوم، شماره ۳، صص ۱۳۰-۱۰۹.
۳. امین پور، فاطمه. (۱۳۸۱). بررسی تأثیر فرهنگ و جو سازمانی بر بهره‌وری نیروی انسانی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.
۴. اجاقی، علی. (۱۳۷۹). بررسی رابطه بین جو سازمانی و روحیه دبیران مدارس متوسطه دولتی شهر ملایر. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
۵. بازرگانی، علی. (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.
۶. برومندنسب، مسعود. (۱۳۸۱). بررسی ساده و چندگانه وضعیت اجتماعی اقتصادی، انگیزه پیشرفت، مخاطره‌پذیری، با کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه اهواز. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی دانشگاه اهواز.
۷. تیموری، سید روح‌الله. (۱۳۸۷). مقایسه ویژگی‌های کارآفرینی در بین دانش‌آموزان مدارس راهنمایی پسرانه دولتی و غیرانتفاعی شهر کرج. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
۸. جعفری مقدم، سعید و زالی، محمدرضا و مریم، جلیل‌زاده. (۱۳۹۰). عوامل بازدارنده کارآفرینانه دانشجویان: مورد مطالعه دانشگاه تهران، مجله اقتصاد و تجارت نوین، شماره ۲۵ و ۲۶، صص ۵۲-۲۷.
۹. حیدری، زهرا؛ عسکریان، مصطفی؛ دوایی، مهدی. (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین جو سازمانی و مدیریت تعارض از دیدگاه دبیران. فصلنامه تازه‌های روان‌شناسی، صنعتی و سازمانی، سال اول، شماره ۳، صص ۷۴-۶۵.
۱۰. خدمتی توسل. (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.
۱۱. دانشگاه صنعتی شریف. (۱۳۸۵). تجربه شرکت‌های دانش‌آموزی در اروپا، گزارش پژوهشی مرکز کارآفرینی.
۱۲. ذبیحی، محمدرضا و مقدسی، علیرضا. (۱۳۸۵). کارآفرینی از تئوری تا عمل. مشهد: نشر جهان فردا.
۱۳. مشایخ، پری. (۱۳۸۳). بررسی پایگاه اجتماعی خانواده و روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شیراز. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.
۱۴. سعیدی کیا، مهدی. (۱۳۸۶). اصول و مبانی کارآفرینی. چاپ ۷، تهران: نشر کیا.
۱۵. شیرکول، ماندانا. (۱۳۸۲). عوامل مؤثر در بروز فرسودگی شغلی معلمان دانش‌آموزان نابینا، ناشنوا و عادی در مقطع راهنمایی شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران.
۱۶. صمدی، پروین و شیرزادی اصفهانی، هما. (۱۳۸۶). بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان. فصلنامه نوآوری‌های آموزشی، سال پنجم، شماره ۱۶، صص ۸۲-۵۷.
۱۷. عراقی، محمود. (۱۳۷۳). بررسی رابطه رضایت شغلی و تعهد سازمانی در کارکنان مجتمع فولاد اهواز. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان.

۳۸..... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال یازدهم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۶

۱۸. عزیزی، محمد. (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.
۱۹. کرمانی، بهناز. (۱۳۸۷). رابطه بین جو سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان و مدیران بیمارستان‌های آموزشی دانشگاه علوم پزشکی همدان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.
۲۰. گودرزی، اکرم و گمینیان، وجیهه. (۱۳۸۱). اصول، مبانی و نظریه‌های جو سازمانی. اصفهان: جهاد دانشگاهی واحد اصفهان.
۲۱. لائنبورگ، فروسی و اورنستین، آلان. می. (۱۳۸۲). مدیریت آموزشی مفاهیم و عمل. ترجمه محمد علی فرنی. تهران، کتابخانه ملی ایران.
۲۲. مشایخ، پری. (۱۳۸۱). دیدگاه‌های نو در برنامه ریزی درسی. چاپ سوم، تهران، انتشارات سمت.
۲۳. میرکمالی، سید محمد. (۱۳۸۱). رفتار و روابط در سازمان و مدیریت. تهران: نشر رامین.
۲۴. میرکمالی، سید محمد. (۱۳۷۸). روابط انسانی در آموزشگاه. چاپ اول، نشر یسپرون.
۲۵. هزارجریبی، جعفر. (۱۳۸۲). بررسی میزان کارآفرینی دانش‌آموختگان علوم انسانی در عرصه نشریات فرهنگی و اجتماعی شهر تهران. پایان‌نامه دکتری، دانشکده ادبیات علوم انسانی دانشگاه اصفهان.
۲۶. هستریچ، رابرت. (۱۳۸۵). کارآفرینی. ترجمه سید علیرضا فیض‌بخش. چاپ دوم، نشر دانشگاه صنعتی شریف، تهران.
27. Brown, S.P. (1996). A meta-analysis and review of organizational research on job involvement. *Psychological Bulletin*, vol 120 (20). P 235- 255.
28. Brown, W., Moberg, D. (1980). *Organization Theory and Management: A Macro Approach*. New York: John Wiley and Sons, Inc.
29. Drucker. p. (1985). *Innovation and entrepreneurship*. n.y harper Collins publisher. Schumpeter, *The Theory of Economic Development*; Cambridge: Harvard.
30. Howard, S. (2004); *Developing Entrepreneurial Potential in Youth: The Effects of Entrepreneurial Education and Venture Creation*; University of South Florida Report, p. 3-17.
31. Gurol, Y.; Atsan, N. (2008). Entrepreneurial characteristics amongst university students, *Education -Training* Vol. 48. No 1, p. 25-38.
32. Koh, H. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics, *Journal of Managerial psychology*, Vol. 11. No.3, p. 12- 25.
33. Louw, L & et al. (2003). Entrepreneurial traits of undergraduate students at selected South African tertiary institution, *International Journal of Entrepreneurship Behavior & Research*, Vol.9 No.1, p. 5-26.
34. Luthan, F. stjkoric, A. & Ibrayera, E. (2000), *Environmental and Psychologica*, *Journal of World Business*, Vol. 35, No 1, p. 95- 110.
35. McClelland, D. (1962). *Business Drive and National Achievement*. *Harvard Business Review*, Vol. 40, No.40, p. 89- 112.