

اندیشه‌های نوین تربیتی

دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی

دانشگاه الزهراء

تاریخ دریافت: ۹۰/۱۲/۱۵

تاریخ بررسی: ۹۱/۴/۱۵

دوره ۸، شماره ۲

تابستان ۱۳۹۱

صص ۱۳۸-۱۱۵

تاریخ پذیرش: ۹۱/۶/۱۲

تأثیر جو سازمانی بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان کارکنان در محیط‌های دانشگاهی (مطالعه موردی: دانشگاه الزهراء)

محمد حسن مهابادی*، مرزوه وزیری** و زحرایکاهی***

چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تأثیر جو سازمانی بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان کارکنان در محیط‌های دانشگاهی بود. روش پژوهش با توجه به ماهیت آن توصیفی-پیمایشی بود. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان دانشگاه الزهراء (س) بالغ بر ۴۷۰ نفر بودند؛ که از میان آنها تعداد ۲۱۱ نفر به عنوان نمونه آماری از طریق روش نمونه‌گیری تصادفی-طبقه‌ای انتخاب شدند. به منظور گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد که از تعدیل و مناسب‌سازی پرسشنامه سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی گردنایچ و همکاران و پرسشنامه جو سازمانی هالپین و کرافت به دست آمد. تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که جو سازمانی بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان کارکنان دانشگاه الزهراء (س) تأثیرگذار است، همچنین جو سازمانی دانشگاه الزهراء (س) مطلوب بوده و گرایش به باز بودن دارد، ۵۷/۳۵ درصد از کارکنان دارای ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه بالا بودند، از بین شاخص‌های جو سازمانی، شاخص روحیه گروهی، صمیمیت، مراعات بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان کارکنان تأثیرگذار است و بین روحیه گروهی، صمیمیت، مراعات و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان کارکنان رابطه معنادار وجود دارد، اما شاخص‌های بازدارندگی، بی‌علاقگی، فاصله‌گیری، نفوذ، کارمداری بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان کارکنان تأثیرگذار نیست و بین بازدارندگی، بی‌علاقگی، فاصله‌گیری، نفوذ، کارمداری و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان کارکنان رابطه معنادار وجود ندارد.

کلیدواژه‌ها

جو سازمانی؛ ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان؛ محیط‌های دانشگاهی

*استادیار، گروه کارآفرینی سازمانی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

** استادیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه الزهراء (س)

*** نویسنده مسئول: کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشگاه تهران Zahra. giahi@yahoo. com

مقدمه

در دنیای متحول یعنی عصر نوآوری و تغییرات مداوم، کامیابی برای جوامع و سازمان‌هایی است که بین منابع کمیاب و قابلیت‌های مدیریتی و کارآفرینی منابع انسانی خود، رابطه معناداری برقرار کنند. به عبارت دیگر، جامعه و سازمانی می‌تواند در مسیر توسعه، حرکت رو به جلو و با شتابی داشته باشد که با ایجاد بسترهای لازم، منابع انسانی خود را به دانش و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه، تجهیز کند تا آن‌ها با استفاده از این توانمندی ارزشمند، سایر منابع جامعه و سازمان را به سوی ایجاد ارزش، حصول رشد و کارایی و کارآفرینی، مدیریت و هدایت کنند (طالب پور، ۱۳۸۸).

سیر تحولات در عصر نوآوری وظایف آموزش عالی را نیز دچار تغییر کرده است. رسالت دانشگاه، به عنوان متفکرترین نهاد مسئول در قبال تحقق آرمان‌های توسعه ملی، ایجاب می‌کند تا به پویاسازی نیروی انسانی خود اقدام کند. از مهم‌ترین و جدیدترین مأموریت‌های دانشگاه، توسعه و پرورش کارآفرینان بالقوه از طریق ایجاد و تقویت ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در اعضای خود اعم از استاد، دانشجو و کارمند است. حرکت به این سمت طبعاً مستلزم فراهم آوردن زمینه‌ها و بسترهای لازم و ایجاد تغییراتی متناسب با رسالت جدید در دانشگاه است. دانشگاه‌های آینده باید با نگرش نو به آموزش، پژوهش‌ها، نوآوری و توسعه فرهنگ کارآفرینی، دست به تحول اساسی زده، با تربیت و به‌کارگیری نیروهای محقق، خلاق و کارآفرین، زمینه توسعه همه جانبه را فراهم کنند (نجاری، ۱۳۸۸). لیکن به نظر می‌رسد به‌رغم تحولات چشمگیری که در آموزش عالی کشور به‌وجود آمده است ما همچنان فاصله زیادی با وضعیت مطلوب در دانشگاه‌ها در زمینه توسعه فرهنگ کارآفرینی و تربیت نیروی انسانی خلاق و کارآفرین داریم. بی‌توجهی به آمادگی‌های روانی و ویژگی‌های شخصیتی نیروی انسانی شاغل در دانشگاه‌ها یکی از موانع مهم در توسعه فرهنگ کارآفرینی در محیط‌های آموزشی است.

ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مشخصه‌های پایدار و پیش‌بینی‌پذیر رفتار فرد است که تفاوت اقدامات فرد را در موقعیت‌های مشابه توضیح می‌دهند. ویژگی‌هایی از جمله خلاقیت، استقلال طلبی، سخت‌کوشی، انگیزه موفقیت، مخاطره‌پذیری و تحمل ابهام (احمد پورداریانی، ۱۳۸۷)؛ (کالن^۱، ۲۰۰۷) و (زامپیتسکی^۲، ۲۰۰۸). این ویژگی‌ها در توضیح رفتارها و اقدامات

1. Cullen
2. zabpeteski

پرتحرک کارآفرینان، مسلم فرض شده است و نقش شایان توجهی در کارآفرینی دارد (شاموگانادان^۱، ۲۰۱۰).

جوّ سازمانی مراکز آموزشی یکی از عواملی که در پرورش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مؤثر است. زیرا جوّ سازمانی نگرش‌ها، رفتارها و در نهایت بازدهی کارکنان را تعیین می‌کند (لو^۲، ۲۰۰۳). در دانشگاهی که جوّ سازمانی آن نامطلوب است کارکنان با یکدیگر روابط خوبی ندارند و مدیران با استفاده از قدرت خود تنها به فکر صدور دستور و اجرای مقررات هستند. دانشگاه با جوّ سازمانی منفی فاقد آزاداندیشی، اعتماد، خونگرمی و همبستگی است، در چنین شرایطی نه تنها کارکنان تمایل به ابراز نارضایتی دارند، بلکه فاقد انگیزه پیشرفت، روحیه ریسک‌پذیری و خلاقیت هستند، اما در دانشگاهی که شرایط مناسب است و جوّ سازمانی حاکم بر آن مطلوب است، روابط کارکنان با یکدیگر توأم با همدلی، صداقت، همکاری و احترام متقابل است. وجود جوّ مثبت در دانشگاه احتمال ایجاد تضادها را کاهش می‌دهد و کارکنان را به مجموعه‌ای از افراد همگن و همفکر برای خلق موقعیت‌های اثربخش تبدیل می‌کند (طالبی، ۱۳۸۷). اصطلاحاً آنچه که این وضعیت را از همدیگر متمایز می‌کند جوّ سازمانی نامیده می‌شود (نریمانی، ۱۳۹۰).

جوّ سازمانی عبارت است از مجموعه‌ای از حالات، خصوصیات و ویژگی‌های یک سازمان یا محیط آموزشی که آن را سرد یا گرم، اعتمادپذیر یا اعتمادناپذیر، ترس‌آور یا اطمینان‌بخش، تسهیل‌کننده یا بازدارنده می‌کند و سبب تمایز دو سازمان مشابه از یکدیگر می‌شود (میرکمالی، ۱۳۸۱). جوّ سازمانی انعکاسی از رویه‌ها و اعتقادات مشترک و سیستم‌های ارزشی در یک سازمان است (چن^۳، ۲۰۰۶) و (اوز، ۲۰۱۰)^۴. جوّ سازمانی به‌عنوان درک مشترک کارکنان از محیط کار تعریف شده (شیم^۵، ۲۰۱۰)؛ (ایکسابی^۶، ۲۰۱۱). و (آنکارانی^۷، ۲۰۰۹) و به‌عنوان منبعی از تأثیر برای شکل‌دهی رفتار عمل می‌کند (کایا^۸، ۲۰۱۰). هالپین و

1. Shamuganathan
2. Loo
3. chen
4. Oz
5. shim
6. Xiaobei
7. Ancarani
8. Kaya

کرافت^۱ در تعریف جو سازمانی می‌گویند: «ویژگی‌های درونی که یک سازمان را از سازمان دیگر متمایز کرده و بر رفتار افراد آن تأثیر می‌گذارد و از طریق تعامل‌های میان اعضا ایجاد می‌شود و به‌عنوان مبنایی برای تفسیر موقعیت استفاده می‌شود و منعکس‌کنندهٔ هنجارها، ارزش‌ها، طرز تلقی‌ها و نگرش‌ها از فرهنگ سازمانی است و به‌عنوان منبعی مؤثر و با نفوذ برای شکل‌دهی رفتار عمل می‌کند، جو سازمانی نامیده می‌شود» (عباس‌زاده، ۱۳۸۶).

مطالعات پیشرو هالپین و کرافت شناخته‌شده‌ترین مفهوم‌پردازی و اندازه‌گیری از جو سازمانی در محیط‌های آموزشی است؛ از نظر هالپین و کرافت جو سازمانی شامل هشت شاخص است، چهار شاخص اول مربوط به رفتار کارکنان است و چهار شاخص بعدی به رفتار مدیران اشاره دارد:

۱. روحیهٔ گروهی^۲: به روحیه‌ای اشاره دارد که در نتیجهٔ احساس انجام‌دادن وظیفه و ارضاء نیازهای اجتماعی رشد می‌کند.
۲. بازدارندگی (مزاحمت)^۳: به وضعیتی اشاره می‌کند که در آن کارکنان احساس می‌کنند که طرز ادارهٔ سازمان، مشکلاتی برای آن‌ها به وجود می‌آورد.
۳. صمیمیت^۴: به لذت بردن کارکنان از روابط گرم و دوستانه با یکدیگر اطلاق می‌شود. این بعد، رضایت از نیازهای اجتماعی را می‌رساند که لزوماً به انجام‌دادن وظیفه مرتبط نیست.
۴. بی‌علاقگی^۵: به وضعیتی اشاره می‌کند که کارکنان طبق دستور عمل می‌کنند و به این دلیل، انجام‌دادن وظیفه از سوی آن‌ها بیشتر به‌منظور رفع تکلیف است نه از به دلیل تعهد و علاقهٔ شخصی.
۵. فاصله‌گیری^۶: به رفتار غیرشخصی مدیر اشاره می‌کند، مدیر طبق مقررات عمل می‌کند، هنجارگر است و بر بعد ساختاری تأکید می‌ورزد و از کارکنان زیردست

1. Holphin & croft
 2. Esprit
 3. Hindrance
 4. Intimacy
 5. Disengagement
 6. Aloofness

خود فاصله می‌گیرد.

۶. مراعات^۱: به رفتار دوستانه و گرم مدیر نسبت داده می‌شود. مدیر سعی می‌کند که به دیگران کمک کند و هر وقت که بتواند برای کارکنان کاری انجام می‌دهد.
۷. نفوذ و پویایی^۲: به رفتار پویا و پرتلاش مدیر برای رهبری گروه و ایجاد انگیزه در افراد از طریق نفوذ در آن‌ها اشاره می‌کند، مدیر از طریق نمونه قراردادن خود درصدد به حرکت درآوردن سازمان برمی‌آید.
۸. کارمداری (تأکید بر تولید)^۳: مدیر دستورهای زیادی صادر می‌کند و به نظارت مستقیم کار زیردستان اقدام می‌کند و از مشورت با کارکنان پرهیز می‌کند (حیدری، ۱۳۸۹؛ صمدی و شیرزادی اصفهانی، ۱۳۸۶).

مفهوم جوّ سازمانی با تمامی عوامل ذی‌نفع در مدیریت سازمان ارتباط دو جانبه داشته و تأثیرات مثبت و منفی به همراه دارد. پژوهش‌های گذشته نشان می‌دهد جوّ سازمانی تأثیر بسزایی بر رفتار کارکنان و نتایج سازمانی دارد. این بررسی‌ها بیان‌کننده آن است که جوّ مثبت سازمانی از یک طرف مقاومت کارکنان را در برابر تغییر کاهش می‌دهد و از سوی دیگر با تقویت ویژگی‌ها و توانمندی‌های کارکنان موجب بهبود کیفیت ارائه خدمات، نوآوری، ریسک‌پذیری و افزایش بهره‌وری می‌شود و در مقابل جوّ سازمانی تدافعی و نامطلوب در سازمان‌ها می‌تواند به از دست رفتن فرصت‌های ارزش‌آفرینی از سوی کارکنان و کاهش عملکرد آن‌ها و در نتیجه کاهش کیفیت ارائه خدمات، کاهش بهره‌وری و مانعی برای حرکت سازمان‌ها به سمت کارآفرینی منجر شود (گودرزی، ۱۳۸۱). چنانچه لانو^۴ در پژوهش خود تأثیرات محیط و جوّ موجود را در دانشگاه بر رفتارهای کارآفرینانه بررسی کرد و نشان داد نگرش مثبت به کارآفرینی دانشگاهی اثر مثبتی بر گرایش به آن در محیط‌های دانشگاهی دارد. او نقش محیط و جوّ کارآفرینانه را در این زمینه بسیار حیاتی دانست (لانو، ۲۰۰۵).

پژوهش‌های شارما^۵ نشان داد جوّ سازمانی بر خلاقیت تأثیر می‌گذارد، از نظر او صمیمیت،

-
1. consideration
 2. Trust
 3. production Emphasis
 4. Llano
 5. Sharma

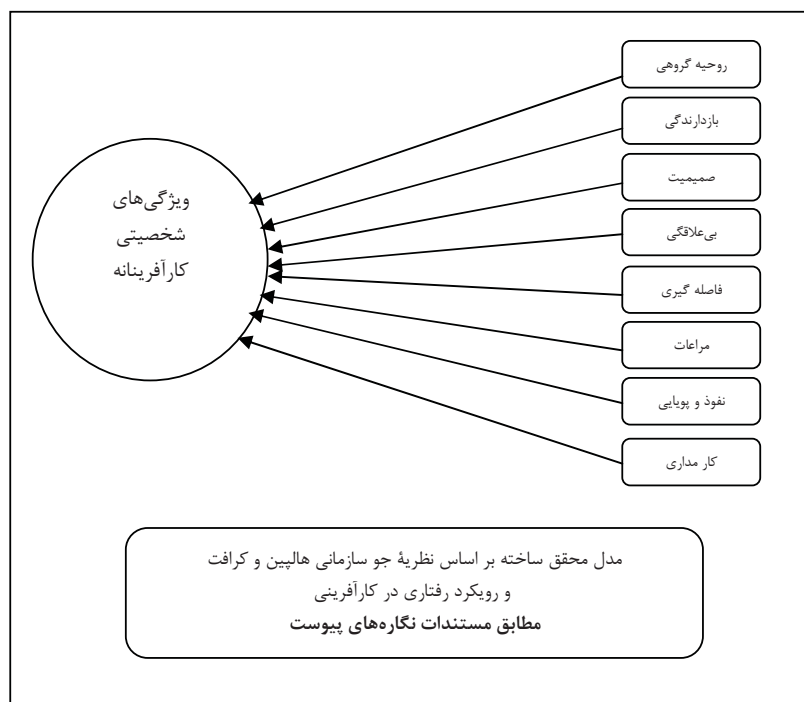
نفوذ، مراعات می‌تواند موجب افزایش خلاقیت شود، چرا که این شاخص‌ها در جهت خلاقیت حرکت می‌کند و شاخص‌های فاصله‌گیری، بی‌علاقگی، کارمداری و بازدارندگی مانع از بروز و رشد خلاقیت در افراد سازمان می‌شود. آندریوپولوس^۱ نیز در پژوهش مشابهی با عنوان خلاقیت سازمانی نتایج پژوهش‌های شارما را تأیید کرد (آندریوپولوس، ۲۰۰۱) پال در پژوهشی به این مطلب اشاره می‌کند که بین محیط‌های پرنشاط و صمیمی، باز و مستقل با ابداع و نوآوری رابطه مثبت وجود دارد. نتایج پژوهش او نشان می‌دهد که شاخص‌های فاصله‌گیری، بی‌علاقگی، کارمداری و بازدارندگی مانع از بروز نوآوری در سازمان می‌شود و برعکس آن صمیمیت، نفوذ، مراعات می‌تواند موجب بروز و ظهور نوآوری شود (پال، ۱۹۸۵).

شیرزادی در بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره متوسطه شهر اصفهان نتیجه گرفته است که بین متغیرهای روحیه کارآفرینی و جو سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. بر اساس پژوهش او میان شاخص‌های جو سازمانی (صمیمیت، فقدان جوشش، بازدارندگی) با روحیه کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد، اما میان سایر شاخص‌های جو سازمانی (روحیه، کناره‌گیری، نفوذ، تأکید بر تولید، مراعات) با روحیه کارآفرینی رابطه معنادار وجود ندارد (شیرزادی، ۱۳۸۵). نتایج پژوهش زارع نیز حاکی از این است که در جو باز شاخص‌هایی چون صمیمیت، ملاحظه‌گری، نفوذ و پویایی می‌تواند باعث خلاقیت کارکنان شود و در جو بسته عواملی چون فاصله‌گیری، بی‌علاقگی تأکید بر تولید و مزاحمت خلاقیت کارکنان را پایین و استرس آن‌ها را افزایش می‌دهد (زارع، ۱۳۸۹). رایس^۲ با هدف بررسی نقش ارزش‌ها و ویژگی‌هایی فردی و محیط سازمانی در بروز خلاقیت کارکنان که در میان ۲۴۰ کارمند بین سنین ۲۶-۴۰ سال، از ۹ سازمان خصوصی و دولتی قاهره، با استفاده از پرسشنامه انجام داد به این نتیجه رسید که میزان حمایت مدیران و شرایط محیطی و ساختار سازمانی مناسب نقش زیادی در بروز خلاقیت و رشد ویژگی‌های شخصیتی کارکنان دارد (رایس، ۲۰۰۶).

شناخت حاصل از جو سازمانی حاکم بر محیط دانشگاهی و نقشی که در رشد ویژگی‌های شخصیتی اعضای آن دارد اطلاعات با ارزشی برای ایجاد محیطی حمایت‌گر و کمک‌کننده

1. Andriopoulos
2. Rice

جهت تشویق خلاقیت، پیشرفت، ریسک‌پذیری و حرکت دانشگاه‌ها به سمت یک سازمان کارآفرینانه از طریق بهبود جوّ سازمانی موجود در محیط‌های دانشگاهی در اختیار سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مدیران در سطح ملی و اجرایی می‌گذارد. لذا با توجه به نقش دانشگاه در ایجاد بستر مناسب برای تجهیز منابع انسانی خود به دانش و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه از طریق ایجاد جوّ سازمانی مطلوب به‌عنوان حرکتی در مسیر توسعه کارآفرینی در محیط‌های دانشگاهی این پژوهش برآن است تا به بررسی جوّ سازمانی دانشگاه و تأثیر آن بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان بر اساس مدل مفهومی زیر اقدام کند و از دستاوردهای پژوهش به‌منظور ارائه پیشنهادات مناسب برای ایجاد جوّ سازمانی مطلوب در دانشگاه و تقویت ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارمندان آن استفاده کند.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

سؤال اصلی پژوهش

تأثیر جو سازمانی بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان دانشگاه الزهراء (س) چگونه است؟

سؤال‌های فرعی پژوهش

۱. جو سازمانی دانشگاه الزهراء (س) چگونه است؟
۲. ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان دانشگاه الزهراء (س) چگونه است؟
۳. تأثیر روحیه گروهی بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان دانشگاه الزهراء (س) چگونه است؟
۴. تأثیر بازدارندگی بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان دانشگاه الزهراء (س) چگونه است؟
۵. تأثیر صمیمیت بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان دانشگاه الزهراء (س) چگونه است؟
۶. تأثیر بی‌علاقگی بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان دانشگاه الزهراء (س) چگونه است؟
۷. تأثیر فاصله‌گیری بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان دانشگاه الزهراء (س) چگونه است؟
۸. تأثیر مراعات بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان دانشگاه الزهراء (س) چگونه است؟
۹. تأثیر نفوذ بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان دانشگاه الزهراء (س) چگونه است؟
۱۰. تأثیر کارمداری بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان دانشگاه الزهراء (س) چگونه است؟

روش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی است و از آنجا که به دنبال توصیف عینی، واقعی و منظم خصوصیات یک موقعیت یا یک موضوع است و سعی در کشف عقاید، ادراکات و

ترجیحات افراد دارد و آنچه را هست بدون هیچ‌گونه استنتاج ذهنی گزارش کرده و نتایج را از موقعیت دریافت می‌کند، از نوع توصیفی - پیمایشی به شمار می‌آید. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان دانشگاه الزهراء (س) اعم از کارکنان رسمی، پیمانی و قراردادی است که بالغ بر ۴۷۰ نفر بوده‌اند. از آنجا که دانشگاه الزهراء (س) دارای واحدهای اداری مختلف، شامل دانشکده‌ها، معاونت‌ها، پژوهشکده‌ها و واحدهای تابعه حوزه ریاست است، برای تعیین حجم نمونه از روش نمونه‌گیری تصادفی - طبقه‌ای استفاده شده است و تعداد نمونه مورد انتخاب از هر واحد متناسب با تعداد کارکنان شاغل در آن بر اساس فرمول کوکران مشخص شد. بر این اساس حجم نمونه تعداد ۲۱۱ نفر از میان کارکنان دانشگاه الزهراء (س) در نظر گرفته شد.

جدول ۱: حجم نمونه پژوهش

مکان	تعداد کارکنان	حجم نمونه
حوزه ریاست	۵۳	۲۴
مرکز داده‌ورزی	۹	۴
معاونت پژوهشی	۴۶	۲۱
معاونت آموزشی	۴۱	۱۸
معاونت دانشجویی	۹۱	۴۱
معاونت اداری - مالی	۷۹	۳۵
دانشکده الهیات	۱۲	۵
دانشکده ادبیات	۱۹	۹
دانشکده تربیت بدنی	۱۲	۵
دانشکده روان‌شناسی	۲۰	۹
دانشکده علوم اجتماعی	۲۱	۹
دانشکده علوم پایه	۳۰	۱۳
دانشکده فنی و مهندسی	۸	۴
دانشکده هنر	۲۵	۱۱
پژوهشکده زنان	۴	۲
جمع کل	۴۷۰	۲۱۱

تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی و از طریق نرم‌افزار spss19 و PLS انجام شد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات در بخش توصیفی شاخص‌های متغیر مستقل (روحیه گروهی، بازدارندگی، صمیمیت، بی‌علاقگی، فاصله‌گیری، مراعات، نفوذ و

پویایی، کارمداری) و شاخص‌های متغیر وابسته ویژگی‌های شخصیتی از طریق فراوانی‌ها، درصد‌های فراوانی، درصد‌های معتبر و درصد‌های تجمعی میانگین، انحراف استاندارد و... به همراه نمودارهای مربوطه محاسبه و سنجیده شدند. در بخش استنباطی از آزمون رتبه‌بندی فریدمن، آزمون پیرسون، آزمون t و آزمون رگرسیون استفاده شد. در آزمون رگرسیون، ابتدا تأثیر متغیرهای مستقل (به‌عنوان یک متغیر کمی) بر متغیر وابسته (به‌عنوان یک متغیر کمی) بررسی و تأثیرگذار بودن یا تأثیرگذار نبودن متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته مشخص شد و سطح تأثیرگذاری تعیین شد و بر نتایج حاصله تحلیل‌های لازم انجام شد.

در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه استفاده شد. این پرسشنامه از سه بخش، با استفاده از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت طراحی شده است و ۶۱ سؤال دارد.

بخش اول بر اساس ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شامل ۵ سؤال، بخش دوم بر اساس ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان شامل ۲۴ سؤال و بخش سوم بر اساس شاخص‌های جوّ سازمانی شامل ۳۲ سؤال، طراحی شده است.

در بخش دوم برای بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارکنان دانشگاه الزهراء (س) از تعدیل پرسشنامه ۹۵ سؤالی سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی بهره گرفته شد. کرونباخ و همکاران (۱۳۸۶) در یک مطالعه ملی به طراحی و تبیین ابزار شناسایی کارآفرینان ایرانی با رویکرد رفتاری اقدام کردند. هدف از اجرای این پژوهش ملی طراحی ابزاری بود که بتوان به وسیله آن کارآفرینان را از غیرکارآفرینان تشخیص داد و آن‌ها را بر اساس ویژگی‌های کارآفرینانه رتبه‌بندی کرد. برای دستیابی به این هدف ابتدا نظریه‌ها و پژوهش‌های کارآفرینی بررسی و بدین ترتیب متغیرهای مهم شخصیتی استخراج شد. سپس درباره صحت متغیرها و عوامل زیر مجموعه آن‌ها از خبرگان کارآفرینی در داخل کشور نظرسنجی شد، این آزمون بین ۵۰۰ پاسخگو در سطح شهر تهران توزیع و گردآوری شد و داده‌های به‌دست آمده تجزیه و تحلیل شد. پس از تجزیه و تحلیل نتایج ویژگی‌های توفیق‌طلبی، کانون کنترل درونی، ریسک‌پذیری متعادل، تحمل ابهام، توفیق‌طلبی و خلاقیت به‌عنوان ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان شناسایی شد (کرونباخ و همکاران، ۱۳۸۶).

در فرایند مفهوم‌سازی در بخش سوم، برای بررسی جوّ سازمانی دانشگاه الزهراء (س)، هشت متغیر مطرح در مدل پژوهش یعنی روحیه گروهی، بازدارندگی، صمیمیت، بی‌علاقگی،

فاصله‌گیری، مراعات، نفوذ و پویایی، کارمداری ارزیابی شدند که ادراک کارکنان را نسبت به جوّ سازمانی دانشگاه می‌سنجد. در این راستا از تعدیل و مناسب‌سازی پرسشنامه استاندارد ۶۴ سؤالی (OCDQ) استفاده شد که در سال ۱۹۶۲، هالپین و کرافت آن را تدوین کردند و آندروهیز در سال ۱۹۷۳، آن را اصلاح کرد و دشمن‌زیاری به راهنمایی علاقه‌بند آن را در سال ۱۳۷۴، در ایران هنجاریابی و استانداردسازی کردند. پرسشنامه‌ها در فرایند مفهوم‌سازی پژوهش در بخش‌های دوم و سوم، به تأیید استاد راهنما، مشاور و اساتید روان‌شناسی و کارآفرینی رسید.

در این پژوهش برای سنجش روایی ابزار، از روش سنجش روایی محتوایی استفاده شد و در این راستا از نظر متخصصان، و اساتید متبحر و اجرای پیش‌آزمون بهره گرفته شد. برای افزایش روایی پرسشنامه سعی شد پرسشنامه‌های استاندارد به کار برده شود که محققان قبلی استفاده کرده بودند. هم‌چنین از اساتید روان‌شناسی و کارآفرینی و استاد راهنما و مشاور نظرسنجی شد و در پرسشنامه اصلاحات لازم انجام شد و پرسشنامه نهایی به تأیید آن‌ها رسید. در پژوهش حاضر برای سنجش پایایی ابزار، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. ابتدا ۳۰ عدد پرسشنامه به صورت پیش‌آزمون توزیع، تکمیل و گردآوری شد و با استفاده از نرم‌افزار SPSS19 آلفای کرونباخ محاسبه شد. آلفای کرونباخ پرسشنامه مربوط به ویژگی‌های شخصیتی برابر با ۰/۹ و آلفای کرونباخ پرسشنامه مربوط به جوّ سازمانی برابر با ۰/۸۴ به دست آمد، از آنجایی که این اعداد از ۰/۷ بالاتر است، می‌توان گفت پرسشنامه‌های پژوهش پایایی لازم را دارد.

یافته‌ها

در این پژوهش از مجموع ۲۱۱ نفر پاسخ دهنده، جنسیت ۷۱/۱ درصد زن و هم‌چنین بالاترین فراوانی سنی آن‌ها بین ۳۱ - ۴۰ سال با ۳۳/۶ درصد بوده است. از نظر مدرک تحصیلی ۱۲/۳ درصد از آن‌ها دیپلم، ۱۳/۳ درصد فوق دیپلم، ۳۹/۳ درصد لیسانس، ۱۵/۶ درصد فوق لیسانس، ۰/۹ درصد دکتری و ۱۸/۵ بی‌پاسخ و بالاترین میانگین سابقه کار ۲۶/۱ درصد بین ۱۱ - ۱۵ سال و از نظر نوع استخدام، ۲۷/۵ درصد رسمی، ۱۷/۵ درصد پیمانی، ۴۲/۲ درصد قراردادی و ۱۲/۸ درصد بی‌پاسخ بوده‌اند. نگاه کلی به نتایج آماری نشان می‌دهد

بیشترین میانگین از نظر جنسیت متعلق به زنان است و از نظر سنی بیشترین میانگین سنی بین ۳۱ - ۴۰ سال است و بیشتر پاسخ‌دهندگان دارای مدرک تحصیلی لیسانس هستند و اکثراً دارای سابقه کار بین ۱۱ - ۱۵ سال بودند.

جدول ۲: توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی

ویژگی‌های جمعیت شناختی	درصد
جنسیت	۱۷۱ درصد زن و ۳۳ درصد مرد و ۶/۲۵ درصد نامشخص بوده است.
سن	۱۰ درصد آن‌ها بین ۲۰ الی ۳۰ سال، ۶/۳۳ درصد بین ۳۱ الی ۴۰ سال، ۵/۲۷ درصد بین ۴۱ الی ۵۰ سال، ۸/۲ درصد بالای ۵۰ سال و ۱/۲۶ درصد بی‌پاسخ
تحصیلات	۳/۱۲ درصد از آن‌ها دیپلم، ۳/۱۳ درصد فوق دیپلم، ۳/۳۹ درصد لیسانس، ۶/۱۵ درصد فوق لیسانس، ۹/۰ درصد دکتری و ۵/۱۸ بی‌پاسخ
سابقه کار	۹/۱۰ درصد بین ۱ الی ۵ سال، ۶/۱۶ درصد بین ۶ الی ۱۰ سال، ۱/۲۶ درصد بین ۱۱ الی ۱۵ سال، ۳/۱۳ درصد بین ۱۶ الی ۲۰ سال و ۲/۱۵ درصد از ۲۰ سال به بالا سابقه کار داشت‌هاند و ۵/۱۸ درصد بی‌پاسخ
نوع استخدام	۵/۲۷ درصد رسمی، ۱۷/۰ درصد پیمانی، ۴۲/۲ درصد قراردادی و ۸/۱۲ درصد بی‌پاسخ.

برای پاسخ به سؤال اول پژوهش و آزمون جو سازمانی دانشگاه الزهراء (س) فرض H_0 و

H_1 به ترتیب زیر تعریف شد:

$H_0: \mu \leq 3$ جو سازمانی مطلوب در دانشگاه الزهراء (س) وجود ندارد.

$H_1: \mu \geq 3$ جو سازمانی مطلوب در دانشگاه الزهراء (س) وجود دارد.

جدول ۳: ارزیابی جو سازمانی بر حسب آزمون T تک نمونه‌ای با میانگین فرضی ۳

ارزش آزمون ۳					
t	درجه آزادی	سطح معناداری	اختلاف میانگین	برآورد فاصله‌ای ۹۵٪	حداکثر
۹۰/۲۲	۲۱۰	۰/۰۰۰	۹۰/۶۴	۸۸	۹۲

یافته‌های جدول فوق نشان می‌دهد سطح معناداری آزمون ۰/۰۰۰ پایین‌تر از ۰/۰۵ است بنابراین، فرض H_1 تأیید می‌شود؛ لذا می‌توان اظهار کرد که جوّ سازمانی مطلوب در دانشگاه الزهراء (س) وجود دارد.

جدول ۴: آزمون رتبه‌بندی شاخص‌ها بر حسب جوّ سازمانی

رتبه	میانگین	شاخص‌های جوّ سازمانی
۵	۴/۰۸	روحیه گروهی
۴	۴/۱۴	بازدارندگی
۷	۳/۷۶	صمیمیت
۳	۴/۸۶	بی‌علاقگی
۸	۳/۴۲	فاصله‌گیری
۱	۵/۶۵	مراعات
۶	۳/۹۹	نفوذ
۲	۵/۳۰	کارمداری

بر اساس یافته‌های به دست آمده از آزمون رتبه‌بندی فریدمن که به بررسی رتبه‌بندی شاخص‌ها بر حسب جوّ سازمانی اقدام کرده است، می‌توان گفت که شاخص‌های مراعات با میانگین ۵/۶۵ در محیط دانشگاه الزهراء (س) در میان کارکنان نسبت به سایر شاخص‌ها اهمیت بالاتری دارد و رتبه اول را به خود اختصاص داده است. سپس شاخص‌های کارمداری با میانگین ۵/۳۰، بی‌علاقگی با میانگین ۴/۸۶، بازدارندگی با میانگین ۴/۱۴، روحیه گروهی با میانگین ۴/۰۸، نفوذ با میانگین ۳/۹۹، صمیمیت با میانگین ۳/۷۶ و فاصله‌گیری با میانگین ۳/۴۲ به ترتیب رتبه بندی شده‌اند.

و برای پاسخ به سؤال دوم پژوهش و آزمون ویژگی‌های شخصیتی کارکنان دانشگاه الزهراء (س) فرض H_0, H_1 به ترتیب زیر تعریف شد:

ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در کارکنان دانشگاه الزهراء (س) مطلوب نیست.

$$H_0: \mu \leq 3$$

ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در کارکنان دانشگاه الزهراء (س) مطلوب است.

$$H_1: \mu \geq 3$$

جدول ۵: ارزیابی ویژگی‌های شخصیتی بر حسب آزمون T تک نمونه‌ای با میانگین فرضی ۳

ارزش آزمون ۳						
t	درجه آزادی	سطح معناداری	اختلاف میانگین	برآورد فاصل‌های ۹۵٪	حداقل	حداکثر
۶۵/۰۰	۲۱۰	۰/۰۰۰	۷۷/۲۲	۷۴	۷۹	جو سازمانی

یافته‌های جدول فوق نشان می‌دهد سطح معناداری آزمون ۰/۰۰۰ پایین‌تر از ۰/۰۵ است بنابراین، فرض H_1 تأیید می‌شود؛ لذا می‌توان اظهار کرد که ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در دانشگاه الزهراء (س) مطلوب است.

جدول ۶: درصد فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه

ویژگی‌های شخصیتی	فراوانی	درصد	درصد معتبر
پایین	۱۸	۸/۵	۲۲/۷
متوسط	۷۲	۳۴/۱۵	۱۷/۵
بالا	۱۲۱	۵۷/۳۵	۵۹/۷
جمع کل	۲۱۱	۱۰۰٪	۱۰۰٪

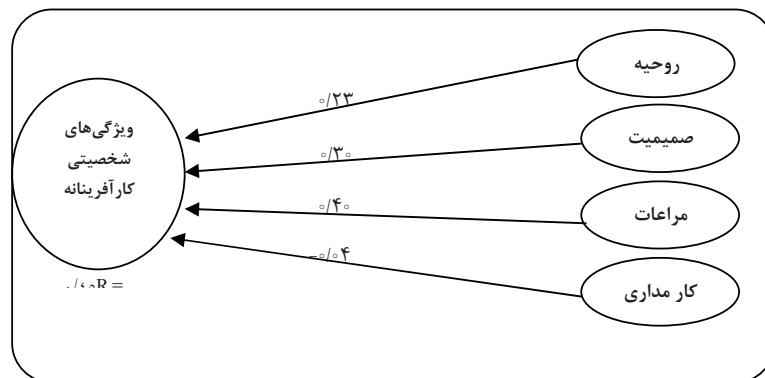
بر اساس آمار جدول ۶، ۸/۵ درصد پاسخگویان دارای میزان ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه پایین، ۳۴/۱۵ دارای ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه متوسط و ۵۷/۳۵ درصد دارای ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه بالا بوده‌اند.

برای بررسی میزان تأثیر شاخص‌های جو سازمانی بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان دانشگاه الزهراء (س) و پاسخ به سؤال‌های سوم تا دهم پژوهش از ضریب رگرسیون استفاده شد.

جدول ۷: تأثیر شاخص‌های جوّ سازمانی بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان بر حسب

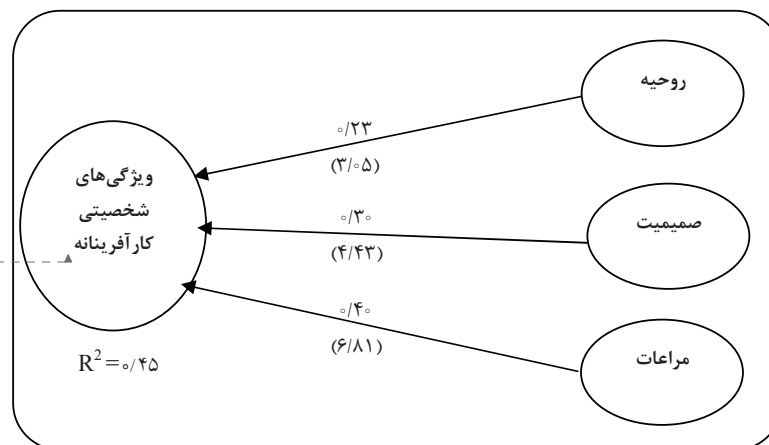
ضریب رگرسیون خطی					
شاخص‌ها	R	R ²	R ² Adj	B	sig
روحیه گروهی	۰/۴۸	۰/۲۳	۰/۲۲	۰/۴۸	۰/۰۰۰
بازدارندگی	۰/۰۴	۰/۰۰۲	۰/۰۰۳	۰/۰۴	۰/۵۶
صمیمیت	۰/۴۸	۰/۲۳	۰/۲۲	۰/۴۸	۰/۰۰۰
بی‌علاقگی	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۰۴	۰/۰۲	۰/۷۷
فاصله‌گیری	۰/۰۰۱	۰/۰۰	-۰/۰۰۵	۰/۰۱	۰/۸۸
مراعات	۰/۴۶	۰/۲۱	۰/۲۱	۰/۴۶	۰/۰۰۰
نفوذ	۰/۱۰	۰/۰۱	۰/۰۰۶	۰/۱۰	۰/۱۲
کارمداری	-۰/۱۵	۰/۰۲	۰/۰۱	-۰/۱۵	-۰/۰۲

یافته‌های جدول ۷ نشان می‌دهد که با توجه به سطح معناداری و مقدار تأثیرگذاری شاخص‌ها رابطه خطی مثبت بین دو متغیر روحیه گروهی، صمیمیت، مراعات و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه وجود دارد و همچنین نتایج جدول فوق نشان‌دهنده آن است که رابطه خطی بین بازدارندگی، بی‌علاقگی، فاصله‌گیری، نفوذ و ویژگی‌های شخصیتی وجود ندارد. به منظور تحلیل مسیر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و پاسخ به سؤال اصلی از نرم‌افزار PLS استفاده شد که نتایج آن در نمودار ۱ شده است.



نمودار ۱: تحلیل مسیر ویژگی‌های شخصیتی

با توجه به سؤال اصلی پژوهش که تأثیر جوّ سازمانی بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان دانشگاه الزهراء(س) را بررسی می‌کند، یافته‌های نمودار ۱ نشان می‌دهد که از بین ابعاد متغیر مستقل شاخص‌های بازدارندگی، بی‌علاقگی، فاصله‌گیری و نفوذ به دلیل فقدان معناداری رابطه خطی بر حسب ضریب رگرسیون خطی از مدل خارج شده‌اند. شاخص مراعات با مقدار ۰/۴۰ و سطح معناداری ۶/۸۱ بیشترین تأثیر را بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه داشته است و سپس شاخص‌های صمیمیت با مقدار ۰/۳۰ و سطح معناداری ۴/۴۳ و شاخص روحیه گروهی با مقدار ۰/۲۳ و سطح معناداری ۳/۰۵ به ترتیب بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه تأثیرگذار است. همچنین شاخص کارمداری با مقدار ۰/۰۴- و سطح معناداری ۱/۰۹- که کمتر از ۱/۹۶ است از بین شاخص‌های فوق از مدل خارج شد. مدل نهایی پژوهش بر اساس نتایج به‌دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها طبق نمودار زیر حاصل شده است.



نمودار ۲: مدل نهایی پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مشخصه‌های پایدار و قابل پیش‌بینی رفتار فرد است که تفاوت اقدامات فرد را در موقعیت‌های مشابه توضیح می‌دهند. ویژگی‌های شخصیتی در

توضیح رفتارها و اقدامات پرتحرک کارآفرینان، مسلم فرض شده است و نقش جالب‌توجهی در کارآفرینی دارد (شاموگانادان، ۲۰۱۰). جوّ سازمانی یکی از عواملی است که در پرورش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مؤثر است.

مفهوم جوّ سازمانی با تمامی عوامل ذی‌نفع در مدیریت سازمان ارتباط دو‌جانبه داشته و تأثیرات مثبت و منفی به همراه دارد. پژوهش‌های گذشته نشان می‌دهد جوّ سازمانی تأثیر بسزایی بر رفتار کارکنان و نتایج سازمانی دارد (گودرزی، ۱۳۸۱).

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که دانشگاه الزهراء (س) جوّ کنترل شده‌ای دارد و جوّ سازمانی آن به باز بودن گرایش دارد. در حقیقت جوّ کنترل شده اشاره به جوّ پرکاری دارد که به زیان زندگی اجتماعی اعضاء تمام می‌شود. با وجود این روحیه بسیار بالا است، کارکنان در کار خود فعال و متعهد هستند، اما دارای تکالیف بیش از حد و تعامل شخصی کمتری هستند. مدیران دانشگاه به اندازه کافی سخت‌کوش هستند تا مطمئن شوند کارها به خوبی پیش می‌رود، اما الگویی به‌منظور تعهد و وفاداری برای کارکنان نیستند. بر اساس یافته‌های به‌دست آمده از آزمون رتبه‌بندی فریدمن که به بررسی رتبه‌بندی شاخص‌ها بر حسب جوّ سازمانی اقدام کرده است، می‌توان گفت که شاخص مراعات با میانگین ۵/۶۵ در محیط دانشگاه الزهراء (س) در بین کارکنان نسبت به سایر شاخص‌ها اهمیت بالاتری دارد و رتبه اول را به خود اختصاص داده است. سپس شاخص‌های کارمندی با میانگین ۵/۳۰، بی‌علاقگی با میانگین ۴/۸۶، بازدارندگی با میانگین ۴/۱۴، روحیه گروهی با میانگین ۴/۰۸، نفوذ با میانگین ۳/۹۹، صمیمیت با میانگین ۳/۷۶ و فاصله‌گیری با میانگین ۳/۴۲ به ترتیب رتبه‌بندی شده‌اند.

طبق نتایج به‌دست آمده از سؤال دوم پژوهش می‌توان دریافت که میزان ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان دانشگاه الزهراء (س) (خلأفیت، توفیق‌طلبی، مخاطره‌پذیری، کنترل‌درونی، تحمل ابهام) مطلوب و بیشتر از حد متوسط است. شاخص‌های ذکر شده که ابعاد اصلی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه را تشکیل می‌دهد قابل پرورش بوده و تحت تأثیر محیط اجتماعی و نحوه تعاملات اعضای سازمان با یکدیگر قرار دارند. به نظر می‌رسد جوّ غالب دانشگاه الزهراء (س) که گرایش به باز بودن را نمایان می‌کند؛ محیط اجتماعی و فرهنگی مناسبی برای رشد این شاخص‌ها بوده است.

نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های دیگر همچون شیرزادی (۱۳۸۵)؛ گودرزی

(۱۳۸۷)؛ طالب‌پور (۱۳۸۸)؛ لانو (۲۰۰۵)؛ چو^۱ (۲۰۰۸)؛ سیمون^۲ (۲۰۰۸)؛ چینگ-پینگ^۳ (۲۰۱۱) همسو است که جوّ سازمانی را بر رشد ویژگی‌های شخصیتی مؤثر می‌داند.

نتایج به‌دست آمده از سؤال سوم تا دهم پژوهش در بررسی شاخص‌های جوّ سازمانی در ویژگی‌های شخصیتی کارکنان دانشگاه الزهراء (س) نشان می‌دهد که شاخص‌های روحیه گروهی، صمیمیت و مراعات می‌توانند موجب رشد ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در کارکنان شوند. نتایج پژوهش چهارمی (۱۳۸۸)؛ اندریاپولوس (۲۰۰۱)؛ شارما (۱۹۸۵) و پال (۱۹۸۵) نشان داده است که بین روحیه گروهی، صمیمیت و مراعات و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه رابطه مثبت وجود دارد، یعنی با افزایش نمره روحیه گروهی، صمیمیت و مراعات افراد ویژگی‌های شخصیتی افزایش می‌یابد. بنابراین، می‌توان گفت ارتقای سطح روحیه گروهی، صمیمیت و مراعات در افراد یک گروه یا کارکنان یک سازمان می‌تواند به رشد ویژگی‌های شخصیتی منجر شود و کاهش سطح روحیه گروهی، صمیمیت و مراعات در افراد موجب کاهش ویژگی‌های شخصیتی و مانع رشد آن شود. یافته‌های پژوهش نیز نشان می‌دهد. ۴۳/۱ درصد پاسخ‌گویان روحیه گروهی بالا داشته‌اند. یعنی کارکنان دانشگاه از کار با یکدیگر لذت می‌برند و از همکاران خود حمایت می‌کنند و رفتارشان با یکدیگر توأم با اعتماد و به‌صورت دوستانه است. آن‌ها روابط خود را با یکدیگر مثبت ارزیابی کردند و مؤید آن است که در این شاخص جوّ دانشگاه مطلوب بوده و به نظر می‌رسد ویژگی‌های ذکر شده در رشد و بهبود ویژگی‌های شخصیتی آن‌ها اثر مثبت گذاشته است. اصولاً در سازمان، روابط نقش مهمی بازی می‌کنند و ایجاد جوّ صمیمیت، همدلی، صداقت، همکاری و احترام متقابل در میان کارکنان سازمان می‌تواند باعث خلق موقعیت‌های اثر بخش شود. افزایش ارتباطات درست و صمیمانه و توأم با احترام متقابل، احتمال افزایش تضادها را کاهش می‌دهد و فضای مناسب رشد همه جانبه شخصیتی را فراهم می‌کند. در این پژوهش میزان مراعات افراد با ۶۶/۸ درصد بالا ارزیابی شده است. به این معنی که مدیران بر حسب موقعیت، هم اعمال کارکنان را نقادی می‌کنند و در صورت لزوم خارج از روش‌های رسمی به رفع مشکل آن‌ها اقدام می‌کنند.

1. Choi
2. Simon
3. Cheng-Ping

برقراری روابط سازنده با کارکنان، شناخت نیازها و تفاوت‌های فردی آن‌ها، احترام به یکتایی شخصیت هر فرد و رفتار به شیوه انسانی، اعتماد متقابل را بین کارکنان و مدیران تسری می‌دهد. وجود چنین ارتباطی در جوّ سازمانی دانشگاه به وضوح بر رشد ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مؤثر است.

نتایج حاصل از سؤال سوم تا دهم پژوهش درآزمون رگرسیون، که به بررسی رابطه بین متغیر بازدارندگی، بی‌علاقگی، فاصله‌گیری، نفوذ و کارمداری و ویژگی‌های شخصیتی کارکنان در دانشگاه الزهراء(س) اقدام کرده است، نشان دهنده نبود رابطه خطی بین این شاخص‌ها و ویژگی‌های شخصیتی است، بدین معنی که شاخص‌های مذکور تأثیری در ویژگی‌های شخصیتی کارکنان دانشگاه الزهراء(س) نداشته است. نتایج به‌دست آمده در این بخش با پژوهش جهرمی (۱۳۸۸)؛ زارع (۱۳۸۹)؛ اندریاپولوس (۲۰۰۱)؛ شمارما (۱۹۸۵) و پال (۱۹۸۵) هم‌خوانی دارد. آن‌ها رابطه‌ای بین متغیر بازدارندگی، بی‌علاقگی، فاصله‌گیری، نفوذ و کارمداری و ویژگی‌های شخصیتی نیافتند. در این پژوهش میزان فاصله‌گیری افراد با ۴۱/۲ در صد متوسط ارزیابی شده است. که نشان می‌دهد مدیران دانشگاه الزهراء(س) نه کاملاً از برقراری روابط شخصی با کارکنان پرهیز می‌کنند و نه صرفاً ارتباطات رسمی دارند. اگر مدیران دانشگاه الزهراء(س) تلاش کنند تا فاصله خود را با کارکنان به حداقل رسانند، قادر خواهند بود که جوّ سازمانی دانشگاه را به سمت جوّ باز هدایت کنند و از طریق تعاملات اجتماعی مناسب با کارکنان زمینه لازم برای افزایش روحیه آن‌ها را فراهم کنند و با رهبری خویش توانایی آن‌ها را بهره‌ور کنند. همچنین میزان کارمداری افراد بررسی شد؛ طبق آمار، ۲۲/۷ درصد پاسخگویان دارای کارمداری پایین، ۱۷/۵ در صد متوسط و ۵۹/۷ درصد بالا بوده‌اند که بیان‌کننده کارمداری زیاد مدیران در دانشگاه الزهراء(س) است. کنترل و سرپرستی شدید و میزان پایین مشورت با کارکنان جوّ کارمداری را در دانشگاه الزهراء(س) تشدید کرده است.

به طور کلی نتایج پژوهش نشان دهنده آن است که جوّ سازمانی مطلوب که حاصل وجود روحیه گروهی، صمیمیت میان کارکنان و تعامل منطقی میان کارکنان و مدیران است، می‌تواند به ایجاد شرایط مناسب برای رشد و شکوفایی خلاقیت، روحیه ریسک‌پذیری، افزایش انگیزه پیشرفت و قدرت تحمل ابهام و در نتیجه رشد ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان در محیط‌های دانشگاهی منجر شود. لذا در دانشگاه‌ها مدیران و برنامه‌ریزان باید علاوه بر

فراهم‌سازی محیط فیزیکی مناسب، امکانات، ابزار و وسایل آموزشی و تکنولوژی به‌عنوان واقعیت‌های سخت‌افزاری، با ایجاد محیطی حمایت‌گر و کمک‌کننده به‌منظور تشویق ابتکار و خلاقیت و ترغیب اعضای آن به خودکنترلی، ریسک‌پذیری، تحمل ابهام و... از جو سازمانی به‌عنوان نرم‌افزاری برای پیشبرد برنامه‌ها و اهداف مورد نظر استفاده کنند. لذا بر اساس یافته‌های پژوهش برای دستیابی به جو سازمانی مطلوب و افزایش روحیه گروهی و صمیمیت بین کارکنان و ایجاد مشارکت و تعامل منطقی بین مدیران و کارکنان پیشنهاد می‌شود که نمایندگان کارکنان در شوراهای تصمیم‌گیری در سطح دانشگاه از جمله شورای دانشگاه، شورای فرهنگی، شورای پژوهشی، هیئت امناء و کارگروه‌های تخصصی در سطح وزارت حضور داشته و در تصمیم‌گیری‌های مهم دانشگاه با مدیران مشارکت کنند، کارکنان در اجرای نظام پیشنهادات دانشگاه سهیم باشند، شرایط مناسب برای ایجاد شورای صنفی کارکنان فراهم شود و به ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان از طریق اجرای دوره‌های آموزش کارآفرینی و برگزاری کارگاه، سمینار، همایش و دوره‌های ضمن خدمت با محوریت کارآفرینی در دانشگاه توجه شود.

منابع

- احمد پور داریانی، م. (۱۳۸۷). کارآفرینی تعاریف، نظریات، الگوها تهران: جاجرمی.
- جهرمی، ش.؛ احمدی، ع. و درویش پور، س. (۱۳۸۸). بررسی رابطه میان جوّ سازمانی با تعهد سازمانی و روحیه از دیدگاه دبیران دوره راهنمایی مدارس دخترانه شهر مرودشت در سال تحصیلی ۸۸-۱۳۸۷، فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت سال دوم - شماره سوم ص ۱۳۰-۱۰۹.
- حیدری، ز؛ عسگریان، م. و دواپی، م. (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین جوّ سازمانی و مدیریت تعارض از دیدگاه دبیران فصلنامه تازه‌های روانشناسی صنعتی سازمانی سال اول. شماره سوم ص ۷۴-۶۶.
- زارع، ح؛ فیضی، ا و محبوبی، ط. (۱۳۸۹). بررسی رابطه جوّ سازمانی با استرس شغلی و خلاقیت کارکنان اداری آموزش و پرورش استان آذربایجان غربی نشریه تحقیقات علوم رفتاری. دوره ۸، شماره دوم، ص ۱۲۶-۱۱۶.
- دشمن زیاری، ا. (۱۳۷۴) هنجاریابی پرسشنامه توصیف جوّ سازمانی در مدارس شهر تهران، پایان نامه دوره کارشناسی ارشد، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه علامه طباطبایی.
- شیرزادی اصفهانی، ه. (۱۳۸۵) بررسی رابطه جوّ سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان، پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه الزهراء(س).
- صمدی، پ و شیرزادی اصفهانی، ه. (۱۳۸۶) بررسی رابطه جوّ سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان، فصلنامه نوآوری‌های آموزشی، شماره شانزدهم، ص. ۱۸۷-۱۶۴.
- طالب پور، م؛ معرفتی، ا. و غلامیان، ج. (۱۳۸۸). ارائه مدل رگرسیونی جوّ سازمانی و کارآفرینی سازمانی دانشکده‌های تربیت بدنی ایران، نشریه پژوهش در علوم ورزشی شماره بیست و دوم ص ۱۱۶-۹۷.
- طالبی، ک. (۱۳۸۷). کارآفرینی راهبردی تهران: دانشگاه تهران.

عابدزاده، ح. (۱۳۸۷). رابطه جوّ سازمانی مدرسه با روحیه (قابلیت) کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره متوسطه شهر کرمان، فصل‌نامه رشد آموزش فنی و حرفه‌ای، شماره دوازدهم، ص ۱۷-۱۴.

کردنائیج، ا؛ زالی، م. م؛ هومن، ح. ع. و شمس، ش. (۱۳۸۶). ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، تهران: دفتر نشر آثار علمی دانشگاه تربیت مدرس.

گودرزی، ا. و گمینیان، و. (۱۳۸۱). اصول، مبانی و نظریه‌های جوّ و فرهنگ سازمانی. اصفهان، انتشارات جهاد دانشگاهی دانشگاه اصفهان.

میر کمالی، م. (۱۳۸۱). روابط انسانی در آموزشگاه. تهران: سیطرون.

نجاری، ر. (۱۳۸۸). طراحی مدل عوامل موثر بر کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه پیام نور ایران پایان نامه دوره دکتری. دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی.

نریمانی، م. و ارجمند، ح. (۱۳۹۰). رابطه بین جوّ سازمانی و روحیه دبیران دبیرستان‌های دولتی و غیر دولتی فصل‌نامه اندیشه‌های نوین تربیتی دوره ۷ شماره اول ص ۱۲۵-۱۱۱.

عباس زاده، م. م. (۱۳۸۶). تئوری، پژوهش و عمل در مدیریت آموزشی. هوی، وین. میسکل، سیسیل. (۱۳۷۶) ارومیه: دانشگاه ارومیه.

Andriopoulos C. (2001) Determinants of organisational creativity: a literature review. *Management Decision*;39(10): 834-41.

Ancarani, A; Carmela ,M. (2009). GiammancoHow are organisational climate models and patient satisfaction related? *A competing value framework approach Social Science & Medicine* 69 ,1813-1818.

Chen. C-J & H J-W. (2006). How organizational climate and structure affect knowledge management—*The social interaction perspective. International Journal of Information Management.* 27(2): 104-118.

Cheng-Ping Chang-Hao-Wan Chuang& Lynne Bennington. (2011). *Organizational climate for innovation and creative teaching in urban and rural schools Qual Quant* (2011) 45:935-951 DOI. 10. 1007/s11135-010-9405-x.

Choi, J & Anderson, T. (2008). Contextual Inhibitors of Employee Creativity in Organizations The Insulating Role of Creative Ability. *Seoul National University & Canada Anick Veillette McGill University, Montreal, Canada, Group & Organization Management* ,34(3).

Cullen. J& Gordon. RH. (2007) Taxes and entrepreneurial risk-taking: *Theory and evidence for the U. S. Journal of Public Economics* 91 1479-1505.

Halphin & Croft. (1962). *the organizational climate of school.* chicago:university of Chicago press.

- Llano, J. (2005). *The University Environment and Academic Entrepreneurship: A Behavioral Model For Measuring Environment Success*. Stevens Institute of Technology.
- Loo, R. (2003). Assessing team climate in project teams. *International Journal of project management*, page 511-517 Vol 21, Issue 7.
- Kaya, N., Koc, E. & Topcu, D. (2010). An exploratory analysis of the influence of human resource management activities and organizational climate on job satisfaction in Turkish banks. *The International Journal of Human Resource Management*, Vol. 21, No. 11, September, 2031–2051.
- Pal SK & Saxe PC. (1985). *Quality control in Educational Research*. New Dehli: Metropolitan Brook Co; 1985. Edited by. S. K. Pal and P. E. Saxen metropolitan, New Dehli.
- Oz, B.; Turker Ob & Timo L. (2010). An investigation of the relationship between organizational climate and professional drivers' driver behaviours. *Safety Science*. 48 (2010) 1484–1489.
- Rice, G. (2006). Individual values, Organizational Context, and self-perceptions of employee creativity: Evidence from Egyptian organizations. *The Garvin School of International Management on USA, Journal of Business Research*, 59, 233 – 241.
- Shamuganathan, G. & Nga, J. (2010). The Influence of Personality Traits and Demographic actors on Social Entrepreneurship Start Up Intentions. *Journal of Business Ethics* (2010) 95:259–282.
- Sharma M. (1985). *Researches on organizational climate: An Analysis adopted form: Quality in Educational research*. Edited by. S. K. Pal and P. E. Saxen metropolitan, New Dehli, 27. Pal SK, Saxe PC. *Quality control in Educational Research*. New Dehli: Metropolitan Brook Co
- shim, M. (2010). Factors influencing child welfare employee's turnover: *Focusing on organizational culture and climate* Volume 32, Issue 6.
- Simon, Chak-keung & Wong, A. (2008). *Exploring the relationship between employee creativity and job-related motivators in the Hong Kong hotel industry*. A School of Hotel & Tourism Management, Hong Kong Polytechnic University, School of Services Management, Bournemouth University.
- Xiaobei Li a & Stephen J. (2011). Strategic HRM as process: how HR system and organizational climate strength influence Chinese employee attitudes. *The International Journal of Human Resource Management* Vol. 22, No. 9, May 2011, 1825–1842.
- Zampetakis. LA. (2008). The role of creativity and proactivity on perceived entrepreneurial desirability. *Thinking Skills and Creativity* 3, (2008) 154–162.

