

عنوان مقاله: بررسی رابطه میان ذهنیت فلسفی با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مدیران مدارس

بهناز مهاجران^۱ - علیرضا قلعه‌ای^۲ - مطهره حمزه‌رباطی^۳
- کلثوم نامی^۴ - عبدالرزاق نعمتی^۵

دریافت: ۱۳۹۲/۱۲/۸

پذیرش: ۱۳۹۳/۹/۱۸

مقاله برای اصلاح به مدت ۲ روز نزد پدیدآوران بوده است.

چکیده:

هدف پژوهش حاضر، بررسی رابطه بین ذهنیت فلسفی با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مدیران و معاونان مدارس است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش، تمامی مدیران و معاونان مدارس متوسطه سال ۹۳-۹۲ شهر ارومیه در نظر گرفته شده است (N=۲۴۰) که با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی تعداد ۱۴۸ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند و به پرسشنامه‌های ذهنیت فلسفی و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه پاسخ دادند. برای تعیین روایی پرسشنامه‌ها از نظرات متخصصان استفاده شد و پایایی آنها با استفاده از فرمول آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۷۷ و ۰/۸۵ محاسبه شد. یافته‌های به دست آمده با استفاده از روش تحلیل همبستگی کانونی نشان داد که ابعاد ذهنیت فلسفی رابطه معناداری با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مدیران و معاونان دارند. تحلیل کانونی دو مجموعه معنادار بین ذهنیت فلسفی و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه را نشان داد که در این مجموعه، ابعاد جامعیت، تعمق و انعطاف‌پذیری رابطه معناداری با خلاقیت، مخاطره‌پذیری، نیاز به توفیق و جایگاه کنترل داشتند. به‌طور کلی می‌توان نتیجه گرفت هر چقدر مدیران و معاونان از ذهنیت فلسفی بالایی برخوردار باشند توان کارآفرینی نیز در آنها افزایش می‌یابد.

کلیدواژه‌ها: ذهنیت فلسفی، جامعیت، تعمق، انعطاف‌پذیری، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه.

۱. استادیار گروه علوم تربیتی
دانشگاه ارومیه

mohajeran@urmia.ac.ir

۲. استادیار گروه علوم تربیتی
دانشگاه ارومیه

a.ghaleei@urmia.ac.ir

۳. دانشجوی دکتری مدیریت
آموزش عالی دانشگاه ارومیه
(نویسنده مسئول)

mhamze_roboti@yahoo.com

۴. دانشجوی دکتری مدیریت
آموزشی دانشگاه ارومیه

knami88@gmail.com

۵. کارشناسی ارشد مدیریت
آموزشی دانشگاه ارومیه

a.nemati@yahoo.com

مقدمه

قرآن کریم در سوره الاعراف، آیه ۱۷۹ با ظرافتی تمام به بیان الگوی تفکر انسان می‌پردازد و آن الگویی است که «دل‌ها را به درک و معرفت، چشم‌ها را به بصیرت و گوش‌ها را به شنوایی حقیقت برساند». الگوی تفکر انسان هر اندازه محدودتر و تنگ‌نظرانه‌تر باشد، انسان قادر است تا فراتر از امور جزئی مربوط به یک پدیده را ببیند و پیوند صحیح روابط آن جزء را با سایر اجزا و کل درک کند (منصف افشار، ۱۳۹۰). ضرورت تفکر تا این حد است که هر انسان یا مدیری در جریان‌ات روزمره زندگی با مشکلات و دشواری‌هایی روبه‌روست که برای آن نیازمند تفکر و تصمیم‌گیری است. مدیری که تفکر نکند خطرناک است و هیچ مدیریتی را نمی‌توان یافت که بدون تفکر و تحلیل، تصمیم‌گیری صحیحی داشته باشد و موفقیت مستمری کسب کرده باشد (طالب‌پور و همکاران ۱۳۸۴).

تفکر منطقی پایه و اساس عملکرد مدیریت است و یک مدیر باید برای شناسایی مشکلات و تشخیص راه‌حل‌های مناسب از تفکر منطقی استفاده کند و دارای ویژگی‌های تفکر منطقی باشد (Mohammadi & Youzbashi, 2012). بنابراین، مدیر تحصیل‌کرده و آگاه و با تفکر منطقی است که توان مقاومت در مقابل فشارهای آنی، پرهیز از تصمیم‌گیری شتابزده و رفتارهای احساسی را دارد و با رفتاری هوشمندانه، شکیبایی و انعطاف‌پذیری اطلاعات موجود را نظم داده و برخوردی منطقی با مشکلات می‌کند و خود را در انبوه جمع‌آوری اطلاعات گرفتار نمی‌کند. بدیهی است مدیریت سازمان با چنین صفاتی در بالا بردن اثربخشی و کارایی عملکرد، برنامه‌ها و ارتباطات چندجانبه، بین افراد و کل سازمان و تعمق‌نگری و دقت و نظم اطلاعات، توجه به اصول اساسی را در اندیشه خود ثبات بخشیده و آن را مدنظر قرار می‌دهد. مدیریت تنها جمع‌آوری قوانین و مقررات براساس اصول و استدلال‌های علمی نیست، بلکه لازمه مدیر موفق بودن، برخورداری از ذهنیت فلسفی است. به‌طور کلی، فرد دارای ذهنیت فلسفی تمام اعمال و رفتار و قضاوت‌های خود را با نشانه‌های ذهنیت فلسفی محک می‌زند (بهارى، ۱۳۸۵). ذهنیت فلسفی مانند روح فلسفی دارای خصوصیتی است که در رفتار و طرز فکر فیلسوف، در برخورد وی با دیگران، روبه‌روشدن با مشکلات و به‌طور کلی در تمام شؤون زندگی وی به چشم می‌خورد که باعث تمایز او از دیگران

می‌شود. اسمیت^۱ (۱۹۹۰) برای ذهنیت فلسفی سه بعد جامعیت، تعمق و انعطاف‌پذیری را پیشنهاد می‌کند و ادعا می‌کند که هر کدام از ابعاد دارای چهار ویژگی هستند که در زیر به آن اشاره می‌شود. **جامعیت**^۲: نشانه‌های آن این است که فرد: ۱. موارد خاص را در یک زمینه وسیع با هم مرتبط می‌سازد؛ ۲. در برخورد با مسائل رابطه آنها را با هدف‌های اساسی یا ایده‌آل‌ها و آرمان‌هایی که تحقق آنها در آینده امکان دارد در نظر می‌گیرد؛ ۳. برای نظریات قابل تعمیم تلاش می‌کند اما چنین نظریاتی را از مطالعه همه جزییات و جمع‌آوری خصوصیات مشترک آنها استخراج نمی‌کند. بلکه از طریق بررسی و تحلیل چند مورد، قاعده کلی درست می‌کند که به‌طور وسیع همه جنبه‌های این امور را تبیین کند؛ ۴. در مقابل عقاید و افکار مختلف سعه صدر نشان می‌دهد.

تعمق^۳: نشانه‌های این بعد شامل این است که فرد: ۱. اموری را که برای دیگران مسلم فرض می‌شود مورد پرسش قرار می‌دهد؛ ۲. از راه ژرف‌اندیشی جنبه اساسی مسائل را تشخیص می‌دهد و در برخورد با هر نظریه، اصول و مبانی آنها را مشخص می‌کند؛ ۳. از آنچه می‌بیند چیزهای نامحسوس را استخراج می‌کند و به معانی تلویحی و ربط امور حساس است؛ ۴. در اجرای تعمق، از روش فرضیه‌ای قیاسی به جای روش استقرایی استفاده می‌کند. به این‌گونه که فرد ضمن برخورد با یک یا چند مورد به تدوین فرضیه می‌پردازد و در شرایط خاصی فرضیه را به‌عنوان امر کلی به موارد گوناگون تعمیم می‌دهد.

انعطاف‌پذیری^۴: نشانه‌های این جنبه از ذهن فلسفی عبارتند از اینکه فرد: ۱. دچار جمود روانشناختی نمی‌شود؛ ۲. عقاید و افکار را بدون اینکه تحت تاثیر منابع آنها قرار بگیرد ارزیابی می‌کند؛ ۳. مسائل را از جهات متعدد مورد بررسی قرار می‌دهد و میان امور متضاد و متناقض فرق می‌گذارد؛ ۴. در قضاوت‌ها جنبه احتیاط را رعایت می‌کند و از قطعی و یقینی کردن عقاید پرهیز می‌کند. به‌طور کلی فرد دارای ذهنیت فلسفی، تمامی اعمال و رفتارهای خود را با شاخص‌های فوق محک می‌زند (شریعتمداری، ۱۳۹۱).

بدون شک ویژگی بارز عصر حاضر، تغییر و تحولی است که در تمام شئون اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه در حال وقوع است و بنیان‌ها و ساختارهای سازمان اجتماعی را دگرگون می‌سازد. نظام‌های آموزشی، نه تنها زمینه ذهنی، علمی و پژوهشی لازم را برای پذیرش تغییر و تحول فراهم می‌آورند، بلکه مهم‌تر از آن، خود پرچم‌دار و قافله‌سالار جریان گسترده تغییر و تحول به‌شمار

1. Smith
2. Comprehensiveness
3. Penetration
4. Flexibility

می‌آیند. بنابراین، توجه به اصل تغییر و تحول از اساسی‌ترین اصول طراحی هرگونه اصلاحات و از جمله تاکید بر کارآفرینی در نظام‌های آموزشی است. کارآفرینی در نظام آموزشی، فرآیند منظم و مستمری است که به شناسایی و بهره‌برداری موثر از تمامی منابع درونی و بیرونی نظام آموزشی و ایجاد فرصت‌های جدید یاددهی و یادگیری منجر می‌شود.

کارآفرینی موضوعی است که از اواخر قرن بیستم مورد توجه محافل آموزشی کشورهای جهان قرار گرفت، زیرا در حال حاضر در عرصه جهانی، افراد خلاق و مبتکر به عنوان کارآفرینان منشاء تحولات بزرگی در زمینه صنعتی، تربیتی و خدماتی شده‌اند. در سال‌های اخیر با توجه به مشکلات و چالش‌های پیش روی نظام‌های اقتصادی و اجتماعی، نظیر نرخ بالای بیکاری، نظام آموزشی ما بیش از پیش نیاز به آن دارد تا به سمت کارآفرینی و نهادینه کردن آن در جامعه حرکت کند (پورقاز، کاظمی و محمدی، ۱۳۹۰). بر اساس مطالعات انجام‌گرفته این نتیجه به دست آمده که آموزش و پرورش می‌تواند از ابتدای کودکی به‌طور جدی و حساب‌شده موجبات کسب مهارت‌های لازم کارآفرینی دانش‌آموزان در سطوح تحصیلی را به اقتضای سن و شخصیت آنها فراهم سازد. اما معلوم نیست که مدیران آموزشی که بر مبنای نوآوری با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه استخدام نشده‌اند، بتوانند مدارس را جهت نیل به اهداف خود هدایت کنند (بهرنگی و طباطبایی، ۱۳۸۸). به‌این‌منظور در سطح نظام آموزشی و به‌ویژه مدارس با به‌کارگیری مدیرانی کارآفرین و خلاق می‌توان بستر و فرصت مناسب و مقتضی را برای رشد روحیه کارآفرینی در محیط مدارس فراهم کرد و از این طریق به روند حاکم شدن روحیه کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینانه بر کل جامعه کمک کرد (پورقاز، کاظمی و محمدی، ۱۳۹۰).

داگلاس لوبر^۱، از صاحب‌نظران کارآفرینی، بر این باور است که سه دسته عوامل باعث توسعه کارآفرینی سازمانی می‌شوند که عبارتند از: عوامل درون‌سازمانی، محیط بیرونی و ویژگی‌های شخصیتی. ویژگی‌های شخصیتی نیز می‌تواند تأثیری مهم در ارتقای کارآفرینی سازمانی داشته باشد (لوبر، ۱۹۹۸؛ به نقل از محمدی، احمدی، شایان‌چهرمی، ۱۳۹۰). صاحب‌نظران علم مدیریت نیز ویژگی شخصیت را عامل تأثیرگذار در موفقیت سازمان تلقی کرده و آن را در کنار عوامل سازمانی و عوامل محیطی مورد توجه قرار داده‌اند. آنان بر این باورند که کارکنان باید واجد دو ویژگی مهم باشند: یکی ساخت تخصصی که به معنای داشتن دانش و تخصص کافی است و دیگری ساخت شخصیتی که به معنای داشتن ویژگی‌های خاص شخصیتی مانند اعتماد به نفس، ریسک‌پذیری، کانون کنترل و... است (Digman, 2002؛ به نقل از محمدی، احمدی،

1. Douglas Lober

شایان چهرمی، ۱۳۹۰). ویژگی های شخصیتی، تناوب و تکرار رفتارهای انسان را توضیح می دهند و به فهم این مطلب کمک می کنند که چرا در موقعیتی یکسان، انسان ها به شیوه های متفاوت رفتار می کنند. تقریباً همه نویسندگانی که درباره کارآفرینی و کارآفرینان قلم زده اند اذعان داشته اند که کارآفرینان ویژگی های خاصی دارند که آنها را از افراد معمولی متمایز می سازد (حسینی خواه، ۱۳۸۷). پژوهشگران فهرست های متعددی از انواع ویژگی های شخصیتی ارائه کرده اند که در اینجا به شش مشخصه اصلی که مورد توافق همگان است، اشاره می شود:

نیاز به توفیق

انگیزه موفقیت به عنوان تمایل فرد به کسب هدف بر اساس مجموعه ای از استانداردهاست. توفیق طلبی، بیانگر میل مداوم برای دستیابی به سطوح بالای کارایی، برای رسیدن به یک استاندارد بالا، برای انجام کار بهتر نسبت به آنچه در گذشته انجام شده و به دست آوردن خودانگیزگی در بالاترین حد است (Matthews, 2010). مک کله لند در پژوهش های خود چنین نتیجه گیری کرد که نیاز به توفیق در افرادی که فعالیت های اقتصادی خود را آغاز می کنند، بالاتر است. این افراد مایل هستند تا همواره در چالش باشند و در راه رسیدن به اهداف قابل دسترس و همچنین نسبت به عملکرد خود، به بازخورد مکرر و منظم نیاز دارند. این افراد ترجیح می دهند شخصاً مسئولیت حل مشکلات، تعیین اهداف و دستیابی به آنها را از طریق تلاش شخصی خود بر عهده گیرند. به طور خلاصه وی استدلال می کند که افرادی که نیاز به توفیق بسیار بالایی دارند، دارای ویژگی های زیر هستند:

۱. مسئولیت شخصی برای تصمیم گیری را ترجیح می دهند.
 ۲. مخاطره پذیری آنها متوسط است.
 ۳. به دریافت بازخورد از نتایج تصمیمات خود علاقه مند هستند.
- نیاز به توفیق در افرادی وجود دارد که در فعالیت های کارآفرینانه موفق هستند. در واقع نیاز به توفیق افراد را تحریک می کند تا کارآفرین شوند و کارآفرینان آینده نگری را که شرکت های جدیدی تاسیس کرده باشند نیز به سوی رشد هدایت می کند. مک کله لند در پژوهش های خود نتیجه گیری می کند که نیاز به توفیق، انگیزه اصلی توسعه اقتصادی در کشورها بوده و در تصمیم گیری فرد برای کارآفرین شدن تاثیر بسزایی دارد (احمدپورداریانی، ۱۳۸۱).

جایگاه کنترل

عقیده فرد به اینکه وی تحت کنترل وقایع خارجی یا داخلی است را مرکز کنترل می‌نامند. بیشتر کارآفرینان را دارای مرکز کنترل درونی توصیف کرده‌اند. افراد با مرکز کنترل بیرونی بر این باورند که وقایع خارجی که خارج از کنترل آنهاست، سرنوشت آنها را تعیین می‌کند. به عبارت دیگر کارآفرینان موفق، به خود ایمان دارند و موفقیت و شکست را به سرنوشت، اقبال یا نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند. به عقیده آنها شکست‌ها و پیشرفت‌ها تحت کنترل و نفوذ آنها بوده و خود را در نتایج عملکردهایشان موثر می‌دانند. به عقیده روتر^۱، هرگاه شخصی بازخوردی را مشاهده کند که به طور کامل ناشی از عملکرد وی نباشد، پیامد آن را به بخت یا اقبال نسبت داده و آن را تحت کنترل دیگران داشته یا اصولاً به علت پیچیدگی فراوان نیروهای محیطی آن را غیرقابل پیش‌بینی تصور می‌کند. هرگاه فرد رویدادی را به این صورت تحلیل کند به کنترل بیرونی اعتقاد دارد و چنانچه شخصی آن رخداد را پیامد رفتار و ویژگی‌های دائمی خود بداند به کنترل درونی معتقد است (احمدپورداریانی، ۱۳۸۱). افراد دارای مرکز کنترل درونی، رویدادهای زندگی را به نتایج مهارت‌ها و رفتارهای خود نسبت می‌دهند (Arslan, Dilmac & Hamarta, 2009).

ریسک‌پذیری

ریسک‌پذیری به تمایل فرد در نشان دادن خطر یا دوری از خطر هنگامی که با موقعیت‌های خطرناک مواجه می‌شود، اشاره دارد (Gurol & Atsan, 2006) و در جای دیگر عبارت است از پذیرش مخاطره‌های معتدل که می‌توانند از طریق تلاش‌های شخصی مهار شوند. هنگام در نظر گرفتن هرگونه مخاطره، دو عنصر در ایجاد این مفهوم نقش دارند؛ یکی سطح درک فرد کارآفرین از مخاطره در آغاز هر فعالیت مخاطره‌آمیز و دیگری احتمال شکست در صورت ناموفق بودن آن فعالیت. مخاطره‌هایی که کارآفرینان در تاسیس و راه‌اندازی شرکت‌های خود می‌پذیرند، متفاوت هستند. برای مثال آنها با سرمایه‌گذاری، مخاطره مالی را می‌پذیرند و با ترک شغل خود، مخاطره شغلی را پذیرا می‌شوند. مردم عادی، کارآفرین را عاشق مخاطره می‌دانند، درحالی که پژوهش‌ها نشان می‌دهد که کارآفرین نوعاً چنین نیست. خواه زن باشد خواه مرد، شخصی است میانه‌رو که حساب‌شده مخاطره می‌کند. او لزوماً در پی مخاطره‌ای نیست که خطر آن زیاد باشد، بلکه مایل است مقدار متوسطی از مخاطره را برای شروع فعالیت اقتصادی بپذیرد و در این حد حاضر می‌شود پول، امنیت، شهرت و موقعیت خود را به مخاطره اندازد. هرگز این‌طور نیست که

1. Rotter

تصور شود کارآفرینان قمار می‌کنند، بلکه در اقدام به مخاطره بسیار حساب‌شده و با دقت عمل می‌کنند و تمام تلاش خود را به کار می‌بندند تا احتمالات را به نفع خود تغییر دهند. بروکهاو پس از پژوهش‌های خود، مخاطره‌پذیری را اینگونه تعریف می‌کند: احتمال دریافت پاداش در نتیجه موفقیت فعالیت پیشنهادی که شخص قبل از اینکه خود را در معرض پیامدهای ناشی از شکست قرار دهد، آن را تعیین می‌کند (احمدپورداریانی، ۱۳۸۱). بنابراین خطرپذیری به حالتی گفته می‌شود که فرد برای انجام کاری یا پذیرش مسئولیتی که احتمال شکست در آن وجود دارد، اعلام آمادگی می‌کند. خطر کردن ممکن است به آگاهی فرد از موضوع بستگی نداشته باشد و حتی فرد از نتایج و پیامدهای احتمالی آن نیز بی‌اطلاع باشد (Burns, 2001).

استقلال طلبی

استقلال طلبی با مرکز کنترل درونی کاملاً مرتبط است. رئیس خودبودن، یکی از قوی‌ترین نیازهای فرد کارآفرین است. او می‌خواهد کارها را به شیوه خودش و برای خود انجام دهد و کارکردن برای دیگران، برای او سخت است (دهقان‌پورفرشاه، ۱۳۸۱). از این رو میل به استقلال، نیروی انگیزشی بسیار مهمی برای کارآفرینان معاصر است. بنابراین، آزادی عمل، پاداش دیگر کارآفرینی است (احمدپورداریانی و عزیزی، ۱۳۸۳؛ به نقل از مالکی، همایی و نوری، ۱۳۹۲).

خلاقیت و نوآوری

خلاقیت شامل توانایی خلق ایده‌ها و پاسخ‌های جدید و غیرعادی است (Furnham & Bachtiar, 2008). یا به وجود آوردن تلفیقی از اندیشه و رهیافت‌های افراد یا گروه‌ها در یک روش جدید است (Luthans, 2005). به‌طور کلی برای ارائه تعریف دقیقی از خلاقیت، باید ابتدا جایگاه نوآوری را مشخص کرد. نوآوری همانا ارائه محصول، فرآیند و خدمات جدید به بازار است و خلاقیت نیرویی است که در پس نوآوری نهفته است. خلاقیت ارتباط بین تصور و اندیشیدن ایده‌های نو و ارائه محصول، فرآیند و خدمات نوآورانه است. هم نوآوری و هم خلاقیت از اجزای لاینفک کارآفرینی هستند و به گفته پیتز دراکر وجود نوآوری در کارآفرینی به قدری ضروری است که می‌توان ادعا کرد کارآفرینی بدون آن وجود ندارد و خلاقیت نیز بدون نوآوری نتیجه‌ای به بار نمی‌آورد (احمدپورداریانی، ۱۳۸۱).

تحمل ابهام

قدرت تحمل ابهام عبارت است از پذیرفتن عدم قطعیت به‌عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه حیات با دانش ناقص درباره محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل بی‌آنکه شخص بداند آیا موفق خواهد شد یا خیر. به نظر می‌رسد کارآفرینان به مراتب بیش از مدیران شرکت‌ها، قدرت تحمل ابهام را داشته باشند. کارآفرینان بدون اینکه احساس تهدید یا ناراحتی کنند قادرند تا به‌طور اثربخش با شرایط و اطلاعات مبهم، ناقص، غیرقطعی، سازمان‌نیافته و غیرشفاف روبه‌رو شوند و ضمن رفع ابهامات آنها را به نفع خود تغییر دهند؛ در واقع ابهام، سبب انگیزش آنها می‌شود (احمدپورداریانی، ۱۳۸۱).

پیشینه پژوهش

شایان ذکر است که درباره ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان و ذهنیت فلسفی قبلاً پژوهش‌هایی انجام شده است، ولی در جریان بررسی پیشینه متغیرهای مذکور، پژوهشی مشاهده نشد که هر دو مولفه را با هم در نظر گرفته باشد. آنچه ذکر خواهد شد گزیده‌ای از پژوهش‌هایی است که با مطالعه حاضر به نحوی مرتبط است. هاشمی (۱۳۷۲) در پژوهشی، تاثیر ابعاد ذهنیت فلسفی مدیران را بر چگونگی انجام وظایف مدیریتی بررسی کرده است. نتایج پژوهش نشان داد که مدیران با ذهنیت فلسفی بالا نسبت به مدیرانی که ذهنیت فلسفی پایین داشتند، عملکرد بهتری در انجام وظایف مدیریتی از خود نشان می‌دادند. یادگاری‌خندانی (۱۳۷۹) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که بین ذهنیت فلسفی مدیران و عملکرد آنان رابطه وجود دارد و مدیرانی که دارای ذهنیت فلسفی هستند در انجام وظایف مدیریتی تواناترند. همچنین نتایج پژوهشی نشان داد که بین ذهن فلسفی مدیران و کارایی آنان رابطه وجود دارد و میان ویژگی‌های سن، جنس و رشته تحصیلی مدیران با ذهنیت فلسفی آنها تفاوت معناداری مشاهده نشد (بندلی‌زاده، ۱۳۷۶). کمیلی‌اصل (۱۳۸۱) در پژوهشی با عنوان «بررسی تاثیر ذهنیت فلسفی مدیران شرکت‌های تابعه و وابسته وزارت نیرو بر عملکرد کارکنان آنها» نتیجه می‌گیرد که ذهنیت فلسفی مدیران بر عملکرد کارکنان آنها موثر است.

سیف‌هاشمی و رجایی‌پور (۱۳۸۳) در پژوهش خود پی بردند که بین ذهنیت فلسفی و میزان خلاقیت مدیران رابطه وجود دارد. همچنین میان ذهنیت فلسفی با خلاقیت مدیران با توجه به ویژگی‌های دموگرافیک تفاوت معناداری مشاهده نشد. بهاری (۱۳۸۵) در پژوهشی تحت عنوان

رابطه بین ذهنیت فلسفی مدیران با عملکرد آنان به این نتایج دست یافت که میان ذهنیت فلسفی با عملکرد مدیران رابطه معناداری وجود ندارد. در عین حال ذهنیت فلسفی در مردان و زنان تفاوت معناداری ندارد.

نتایج پژوهش اسمیت (۱۹۶۵) نشان داد که بین ذهنیت فلسفی مدیران با روابط انسانی مطلوب و میزان خلاقیت مدیران و نیز با روحیه کارکنان رابطه مستقیم دارد. در این پژوهش بین ویژگی‌هایی مانند سن، سنوات خدمت و تحصیلات مدیران با ذهنیت فلسفی آنها تفاوت معناداری دیده نشد، اما تفاوت معناداری میان متغیر خلاقیت با جنس دیده شد. بولینگر (۲۰۰۲) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی میزان ذهنیت فلسفی مدیران آموزشی بر عملکرد کارکنان آنها در مدارس شیکاگو» به این نتیجه رسید که مدیران مدرسی که دارای تفکر جامع، عمیق، انعطاف‌پذیر و انتقادی باشند، نسبت به مدیرانی که فاقد این کیفیات هستند، تاثیر متفاوتی بر کارکنان خود دارند. نتایج پژوهش جاویدی و ابوترابی (۲۰۰۹)، نشان داد که بین ذهنیت فلسفی مدیران با روحیه، رابطه صمیمی، میزان مخالفت، میزان توجه و بی‌توجهی و بی‌تفاوتی و همچنین میزان اعتمادسازی معلمان رابطه وجود نداشت و تنها ذهنیت فلسفی مدیران با میزان علاقه‌مندی معلمان به شغل را افزایش می‌داد. امیرتاش، آبکار و مظفری (۲۰۱۱)، در پژوهشی تحت عنوان «بررسی رابطه بین ذهنیت فلسفی و عملکرد آموزشی اعضای هیات علمی رشته تربیت بدنی» به این نتیجه دست یافتند که رابطه مستقیمی بین ابعاد ذهنیت فلسفی با عملکرد آموزشی اعضای هیات علمی وجود دارد. همچنین متغیرها و ابعاد ذهنیت فلسفی در پیش‌بینی و تغییرات در اثربخشی ساختار سازمانی بیش از ۳۴ درصد مشارکت دارند. جزایری‌ناصری و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی تحت عنوان «مطالعه رابطه بین ذهنیت فلسفی و جو سازمانی مدارس بجنورد» به این نتایج دست می‌یابند که بین ذهنیت فلسفی با جو سازمانی رابطه وجود دارد و همچنین مشخص شد مدیرانی که از ذهنیت فلسفی برخوردارند سعی می‌کنند جو سازمانی را بهتر نگه دارند.

امین‌بیدختی، عبدالملکی و محمدی‌کمرسخ (۱۳۸۷) پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه خلاقیت و میزان ذهنیت فلسفی در مدیران مدارس سه مقطع ابتدایی، راهنمایی و دبیرستان شهرستان سمنان» انجام دادند و یافته‌های پژوهش حاکی از آن بود که رابطه معنادار، مثبت و مستقیمی میان خلاقیت و ذهنیت فلسفی و ابعاد آن (جامعیت، تعمق و انعطاف‌پذیری) وجود دارد. دمرچیلی و رسول‌نژاد (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه ذهنیت فلسفی با میزان خلاقیت اعضای هیات علمی دانشگاه‌های آزاد استان زنجان به این نتایج دست یافتند که میان ذهنیت فلسفی با میزان خلاقیت اعضای هیات علمی رابطه وجود دارد. بین سه شاخص ذهنیت فلسفی با خلاقیت

نیز رابطه وجود دارد. همچنین در رشته‌های علوم انسانی و علوم پایه میان ذهنیت فلسفی با میزان خلاقیت رابطه دیده نشد و به‌علاوه ذهنیت فلسفی در مردان بیشتر از زنان گزارش شده است. بدری، لیاقت‌دار، عابدی و جعفری (۱۳۸۵) در پژوهشی با عنوان «بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان» به این نتایج رسیدند که قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان در زمینه‌های استقلال‌طلبی، کنترل درونی، انگیزه پیشرفت و خلاقیت بالاتر از حد میانگین بود. اما نمرات ریسک‌پذیری از متوسط نمره معیار پایین‌تر بود.

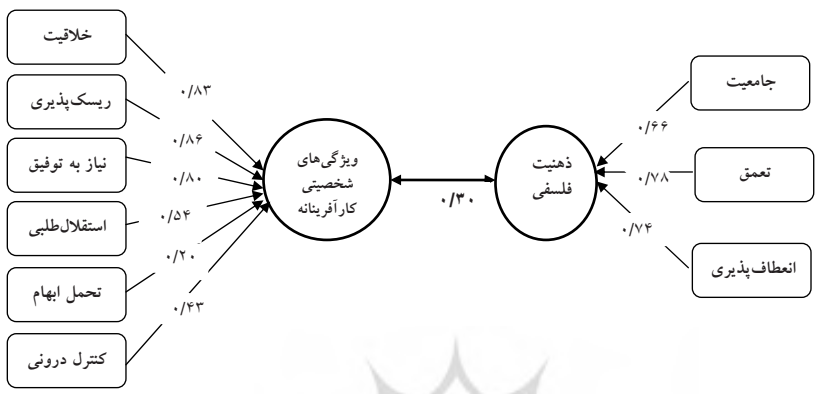
جهانگیری و کلانتری‌تقنی (۱۳۸۷) در مطالعه‌ای موردی در شرکت مخابرات ایران، به بررسی و سنجش ویژگی‌های کارآفرینی مدیران پرداخته و مشخصه‌هایی از قبیل انعطاف‌پذیری، پشتکار، فرصت‌طلبی، قاطعیت، اعتماد به نفس، ریسک‌پذیری و درونگرایی را جزء جدایی‌ناپذیر شخصیت مدیران کارآفرین معرفی کردند. مشخص شد که هیچ ارتباطی میان کارآفرین بودن مدیران و سابقه کار، جنسیت و پست سازمانی آنها وجود نداشته است. نتایج پژوهش بررسی رابطه ویژگی‌های کارآفرینانه مدیران با اثربخشی آنان در مدارس متوسطه دخترانه شهر کرمان نشان داد بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی و اثربخشی مدیران متوسطه رابطه معناداری وجود ندارد (بهرنگی و طباطبایی، ۱۳۸۸). نتایج پژوهش «بررسی ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام» نشان می‌دهد روحیه تحمل ابهام، توفیق‌طلبی، ریسک‌پذیری، خلاقیت و کنترل درونی در میان بیشتر دانشجویان در سطح بالا و روحیه استقلال‌طلبی در سطح پایین بوده است (واحدی، مرادزادی، شریفزاده و شریفی، ۱۳۸۸). نتایج پژوهش «بررسی رابطه شیوه‌های تفکر و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی مدیران مدارس» نشان داد شیوه تفکر غالب در میان مدیران، تفکر برون‌گراست. همچنین در میان ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی، ویژگی توفیق‌طلبی بالاترین میانگین را به خود اختصاص داده است. و در این میان بین شیوه تفکر درون‌نگر با استقلال‌طلبی مدیران مدارس رابطه معناداری مشاهده شد. همچنین تمام شیوه‌های تفکر به جز تفکر درون‌نگر با توفیق‌طلبی مدیران مدارس رابطه معناداری داشتند (پورقاز، کاظمی و محمدی، ۱۳۹۰).

نوراهیدا (۲۰۰۷) در پژوهشی با عنوان «رابطه میان ویژگی‌های روانشناختی و موفقیت در کارآفرینی» به نتایج زیر دست یافت که دو متغیر روانشناختی (توفیق‌طلبی و کنترل درونی) با موفقیت کارآفرینی رابطه معنادار دارند. کالیندو، فاسن و کریکس (۲۰۱۱) در پژوهشی تحت عنوان «رابطه ویژگی‌های شخصیتی با تصمیم‌گیری برای خوداشتغال شدن و ماندن» به این نتایج دست یافت که ویژگی‌های مخاطره‌پذیری و جایگاه کنترل بیشترین تاثیر را در نمونه مورد بررسی داشته‌اند. آقاجانی و عباسقلی‌پور (۲۰۱۲) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی بین ویژگی‌های

دموگرافیک در روحیه کارآفرینی دانشجویان» به این نتایج دست یافتند که به جز متغیر سن دیگر متغیرها مثل جنسیت، تاهل، استخدام، ترتیب تولد و سطح سواد والدین رابطه معناداری با روحیه کارآفرینی نداشته‌اند.

با توجه به مباحث مطرح شده باید اضافه کرد که تنها شرط نظام آموزشی برای بقا و اثربخش بودن، به کارگیری منابع انسانی است که از ویژگی‌های کارآفرینانه بهره‌مند باشد. در این میان نقش مدیرانی که از ذهن فلسفی بالایی برخوردارند بر کسی پوشیده نیست؛ یعنی مدیری که همگام با پیشرفت روزافزون جامعه بتواند برنامه‌ریزی کند، قدرت جمع‌بندی، پیوند دادن مدارک و شواهد و پرورش خلاقیت را دارد (بهاری، ۱۳۸۵). از این رو لازمه مدیریت یک مدیر، تفکر صحیح است تا بتواند اصول و مبانی را به‌عنوان راهنما در اعمال خود به کار گیرد. شاید بتوان گفت که نقش یک مدیر مانند نقش یک کارگردان است که هنگام به تصویر کشیدن اثر خود به‌طور جامع و عمیق همه جوانب کار را نگاه می‌کند و همه اجزای صحنه را به صورت یک کل مورد توجه قرار می‌دهد. مدیر آموزشگاه نیز هنگام برنامه‌ریزی برای مدرسه ابتدا باید تمام عناصر آموزشی مانند مربیان، دانش‌آموزان، مواد و فضای آموزشی را شناسایی کند و اهداف کلی را مشخص و در راستای آن هدف‌های خاص را هماهنگ و مرتبط سازد تا تحقق هدف کلی سست نشود. از آنجا که مدیران نقش اساسی در پرورش ذهنیت فلسفی معلمان و دانش‌آموزان دارند باید خود دارای این ویژگی باشند. به طور کلی ذهنیت فلسفی یاری‌کننده فرد در تفکراتش است (هاشمی، ۱۳۷۲). از آنجا که مدیر راس هرم سازمانی و جزء لاینفک آن است، داشتن این خصوصیات نقش حساس‌تری دارد و نظر به اینکه در جهان امروز تعلیم و تربیت به عنوان اساسی‌ترین عامل رشد و توسعه فرهنگی، سیاسی و اقتصادی و اجتماعی جامعه اهمیت بسزایی دارد (بهاری، ۱۳۸۵)، مدیری که از خوی فلسفی در تفکرات‌شان استفاده می‌کند، می‌تواند در تصمیم‌گیری‌های مربوط به کل مولفه‌های سازمان کمترین خطا را مرتکب شود و ارتباط معقولی میان جامعه و سازمان برقرار کند، موقتی بودن امور را تحمل می‌کند و نظریه تازه را مورد توجه قرار می‌دهد و هیچگاه دارای کمبود و تاجر نیست. در این میان مدیران مدارس به ویژه مدیران مدارس متوسطه به سبب نقشی که در این مقطع تحصیلی دارند همواره با چالش‌های به مراتب گسترده‌تر و مهم‌تر مواجه هستند که عبور از میان امواج سنگین این چالش‌ها برای مدیری میسر است که از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه برخوردار باشد. یعنی بتواند خلاق فکر کند، ابهامات موجود را در مدرسه حل و منحل کند، از قدرت مخاطره‌پذیری معقولی برخوردار باشد، بر جایگاه کنترل خود مسلط باشد و تفکر موفقیت‌طلب و استقلال‌طلب داشته باشد. رشد این الگوی فکری برای تصمیم‌گیری منطقی، ثبات سازمانی،

افزایش روحیه، مشارکت و آینده‌نگری در برنامه‌ریزی به مدیریت کمک می‌کند تا از فروپاشی فرد، کارکنان و سازمان جلوگیری کند.
نمودار (۱) مدل مفهومی پژوهش را نشان می‌دهد:



نمودار ۱: مدل مفهومی پژوهش

مدل مفهومی پژوهش

با توجه به مطالبی که بیان شد پژوهش حاضر به دنبال این است که ارتباط میان ذهنیت فلسفی با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی را بررسی کند. به ویژه این پژوهش در پی روشن کردن این موضع است که برای فهم و تبیین رابطه بین دو مجموعه از متغیرهای مورد بررسی، یعنی ذهنیت فلسفی (جامعیت، تعمق و انعطاف) و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه (خلاقیت، ریسک، نیاز به توفیق، استقلال درونی و ابهام) چند بعد این روابط احتمالی ضروری است. پرسش اصلی این پژوهش عبارت است از: آیا ابعاد ذهنیت فلسفی قادر به پیش‌بینی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مدیران و معاونان است؟ و اینکه چند بعد به منظور روشن کردن رابطه احتمالی بین دو مجموعه از متغیرهای پژوهش لازم است؟ به این ترتیب فرضیه پژوهش به این صورت بیان می‌شود که: میان ابعاد ذهنیت فلسفی و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مدیران و معاونان رابطه وجود دارد.

روش پژوهش

روش اجرای پژوهش حاضر توصیفی و طرح پژوهشی همبستگی از نوع همبستگی بنیادی

یا کانونی^۱ است. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش را تمامی مدیران و معاونان مدارس متوسطه ناحیه یک شهر ارومیه که در سال تحصیلی ۱۳۹۳-۱۳۹۲ مشغول به تحصیل بودند، تشکیل می‌دهند (N=240). با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای تعداد ۱۴۴ نفر به‌عنوان نمونه پژوهش، به پرسشنامه‌ها پاسخ دادند که در نهایت تعداد ۱۳۷ پرسشنامه صحیح جمع‌آوری شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شده و آزمون‌های آماری مورد استفاده در این مطالعه آزمون همبستگی پیرسون و همبستگی کانونی است.

ابزارها

داده‌های مورد نیاز در این پژوهش از طریق دو پرسشنامه استاندارد به شرح زیر جمع‌آوری شد: ذهنیت فلسفی: برای سنجش این متغیر از پرسشنامه ذهنیت فلسفی مبتنی بر مدل اسمیت که به وسیله میرسپاسی و سلطانی طراحی شده است، استفاده شد (Mohammadi & Youzbashi, 2012). این پرسشنامه، حاوی پرسش‌های مربوط به مشخصات فردی از قبیل جنس، سن، سابقه خدمت، مدرک تحصیلی و رشته تحصیلی بوده است. اما قسمت دوم پرسشنامه مربوط به ذهنیت فلسفی است که از ۶۰ گویه تشکیل شده است و سه بعد جامعیت، تعمق و انعطاف‌پذیری را مورد سنجش قرار می‌دهد. گویه‌ها براساس طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای از هرگز «۱» تا همیشه «۵» تنظیم شده است. در مطالعه حاضر، روایی ابزار با در نظر گرفتن نظرات متخصصان مورد بررسی قرار گرفت و پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ به ترتیب برای مولفه‌های جامعیت، تعمق و انعطاف‌پذیری؛ ۰/۷۵، ۰/۷۶ و ۰/۷۹ به دست آمد که پایایی کل پرسشنامه برابر با ۰/۷۷ است. ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه: برای سنجش این متغیر از پرسشنامه استاندارد شده بین‌المللی مرکز کارآفرینی دانشگاه «دارهام» که از سوی احمدپورداریانی (۱۳۷۷) در ایران طراحی شد، استفاده شد (به نقل از پورقاز و همکاران، ۱۳۹۰). قسمت اول این پرسشنامه، حاوی سوالات مربوط به مشخصات فردی از قبیل جنس، سن، سابقه خدمت، مدرک تحصیلی و رشته تحصیلی بوده است. اما قسمت دوم پرسشنامه مربوط به ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه است که از ۲۴ گویه تشکیل شده است که شش بعد خلاقیت، تمایل به مخاطره‌پذیری، نیاز به توفیق، استقلال‌طلبی، جایگاه کنترل و تحمل ابهام را مورد سنجش قرار می‌دهد. گویه‌ها براساس طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای از خیلی کم «۱» تا خیلی زیاد «۵» تنظیم شده است. در مطالعه حاضر، روایی ابزار با در نظر گرفتن نظرات متخصصان مورد بررسی قرار گرفت و پایایی پرسشنامه با استفاده

1. Canonical Correlation

از آلفای کرونباخ به ترتیب برای مولفه‌های خلاقیت، تمایل به مخاطره‌پذیری، نیاز به توفیق، استقلال‌طلبی، جایگاه کنترل و تحمل ابهام؛ ۰/۷۴، ۰/۸۶، ۰/۸۹، ۰/۷۰، ۰/۷۱ و ۰/۷۷ به دست آمد که پایایی کل پرسشنامه برابر با ۰/۸۵ است.

یافته‌ها

قبل از بررسی رابطه متغیرهای پژوهش، نتایج بررسی شاخص‌های چولگی و کشیدگی نشان داد که توزیع داده‌ها به صورت نرمال است. همچنین برای بررسی بیشتر نرمال بودن داده‌ها آزمون کالموگروف - اسمیرنوف بر داده‌ها اجرا شد و معنادار نبودن نتایج آن نشانه نرمال بودن توزیع داده‌ها بود. در جدول (۱) ماتریس همبستگی متغیرها گزارش شده است.

جدول ۱: ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

شماره	متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
۱	جامعیت								
۲	تعمق	۰/۳۲**							
۳	انعطاف‌پذیری	۰/۲۵**	۳۵/۰**						
۴	خلاقیت	۰/۱۹*	۰/۲۳	۰/۱۴					
۵	ریسک‌پذیری	۰/۲۵**	۰/۳۲**	۰/۱۹**	۰/۸۵**				
۶	نیاز به توفیق	۰/۱۷**	۰/۱۳	۰/۲۱*	۰/۶۹**	۰/۸۲**			
۷	استقلال‌طلبی	۰/۰۸	-۰/۱۰	-۰/۱۳	۰/۳۰**	۰/۲۳**	۰/۳۱**		
۸	کنترل درونی	۰/۳۲**	۰/۲۹**	۰/۳۸**	۰/۱۷*	۰/۱۹*	۰/۱۲	۰/۲۳**	
۹	تحمل ابهام	۰/۰۹	-۰/۰۲	-۰/۰۲	-۰/۰۲	-۰/۰۶	-۰/۱۶	-۰/۰۵	۰/۲۴**

**p < ۰/۰۱ *p < ۰/۰۵

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به جدول (۱) رابطه بعد جامعیت با خلاقیت در سطح ۰/۰۵ و با ریسک‌پذیری، نیاز به توفیق و کنترل درونی در سطح ۰/۰۱ مثبت و معنادار است (۰/۳۲، ۰/۱۷، ۰/۲۵، ۰/۱۹). اما مولفه جامعیت رابطه معناداری را با استقلال‌طلبی و تحمل ابهام نشان نداده است (۰/۰۸، ۰/۰۹). رابطه تعمق با خلاقیت، ریسک‌پذیری و کنترل درونی در سطح ۰/۰۱ مثبت و معنادار است (۰/۲۹،

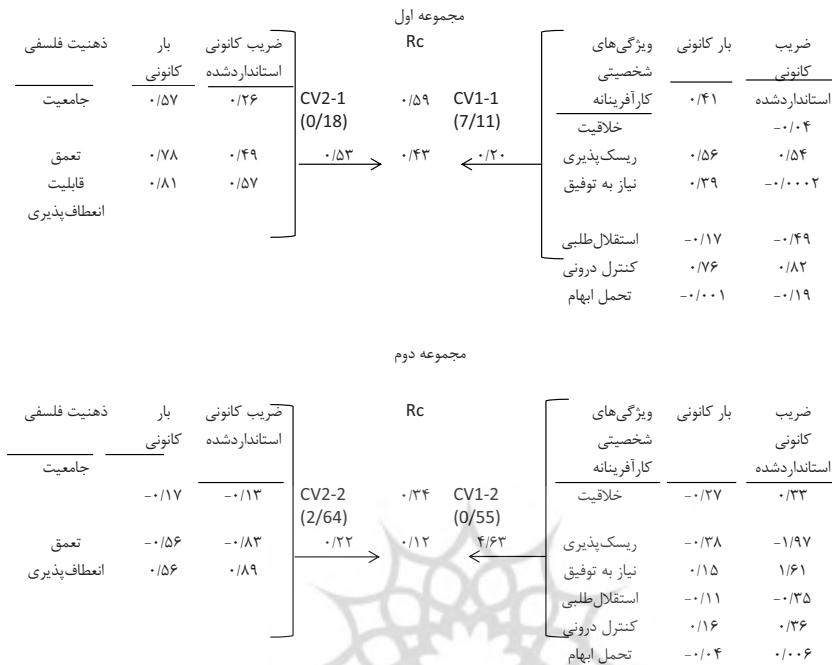
اما مولفه تعمق رابطه معناداری را با نیاز به توفیق، استقلال طلبی و تحمل ابهام نشان نداده است ($t=0/23$ ، $0/32$). رابطه بعد انعطاف با ریسک‌پذیری، توفیق و کنترل درونی در سطح $0/05$ مثبت و معنادار است ($t=0/13$ ، $-0/10$ ، $-0/02$). اما مولفه انعطاف رابطه معناداری را با استقلال و ابهام نشان نداده است ($t=-0/13$ ، $-0/02$). برای بررسی رابطه مجموعه ذهنیت فلسفی (ابعاد جامعیت، تعمق و انعطاف‌پذیری) با مجموعه ابعاد ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه (خلاقیت، ریسک‌پذیری، نیاز به توفیق، استقلال طلبی، کنترل درونی و تحمل ابهام) از تحلیل همبستگی کانونی استفاده شد. در جدول (۲) نتایج تحلیل کانونی گزارش شده است.

جدول ۲: نتایج تحلیل همبستگی کانونی رابطه مجموعه ذهنیت فلسفی با مجموعه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی

مجموعه مقادیر ویژه همبستگی کانونی واریانس تبیین شده لامبدای ویکلز درجه آزادی سطح معناداری						
۰/۰۰۰	۱۸	۰/۵۵	۰/۳۴	۰/۵۹	۰/۵۲	۱
۰/۰۱	۱۰	۰/۸۴	۰/۱۲	۰/۳۴	۰/۱۳	۲
۰/۲۰	۴	۰/۹۵	۰/۰۴	۰/۲۱	۰/۰۵	۳

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به جدول (۲)، آماره لامبدای ویکلز برای مجموعه اول و دوم متغیرهای مستقل و وابسته به ترتیب برابر با $0/55$ و $0/84$ در سطح $0/01$ معنادار است. بنابراین، با توجه به این یافته می‌توان نتیجه گرفت که فقط دو مجموعه معنادار از متغیرهای مستقل و وابسته در داده‌ها وجود دارد. رابطه مجموعه اول $0/59$ است. مجموعه اول ذهنیت فلسفی $0/34$ درصد از تغییرات مجموعه اول ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه را تبیین می‌کند. رابطه مجموعه دوم $0/34$ است که مجموعه دوم ذهنیت فلسفی $0/12$ درصد از تغییرات مجموعه دوم ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه را تبیین می‌کند. همچنین با توجه به جدول (۲)، مجموعه سوم رابطه معناداری ندارد. حال برای بررسی اینکه مجموعه اول و دوم متغیرهای مستقل و وابسته از چه متغیرهایی تشکیل شده‌اند و نحوه ارتباط آنها چگونه است، در شکل (۱) نتایج بررسی مجموعه‌های اول و دوم گزارش شده است.



شکل ۱: بار کانونی، ضرب کانونی استانداردشده، واریانس تبیین‌شده مجموعه‌های اول و دوم متغیرهای ملاک و پیش‌بین

در شکل (۱) بار کانونی، نشانه همبستگی متغیر با متغیر کانونی است، ضرایب کانونی استانداردشده، همانند ضرایب رگرسیون استانداردشده در تحلیل رگرسیون هستند و نشان‌دهنده اهمیت متغیر در مجموعه هستند. مثلاً در مجموعه اول ذهنیت فلسفی، بعد قابلیت انعطاف‌پذیری با بار کانونی (۰/۸۱) و ضرب کانونی استانداردشده (۰/۵۷) دارای بیشترین اهمیت و در مجموعه اول ویژگی‌های شخصیته کارآفرینانه، بعد کنترل درونی با بار کانونی (۰/۷۶) و ضرب کانونی استانداردشده (۰/۸۲) دارای بیشترین اهمیت است. در مجموعه دوم ذهنیت فلسفی، بعد انعطاف‌پذیری با بار کانونی (۰/۵۶) و ضرب کانونی استانداردشده (۰/۸۹) دارای بیشترین اهمیت و در مجموعه دوم ویژگی‌های شخصیته کارآفرینانه، بعد ریسک‌پذیری با بار کانونی (-۰/۳۸) و ضرب کانونی استانداردشده (-۱/۹۷) دارای بیشترین اهمیت است. همچنین در شکل (۱) واریانس تبیین‌شده، میزان واریانس است که هر مجموعه، متغیر کانونی مقابل را تبیین می‌کند. مثلاً میزان واریانس استخراج‌شده متغیر کانونی اول مجموعه ذهنیت فلسفی ۰/۵۲ درصد است.

ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه نیز ۱۸٪ درصد از واریانس ذهنیت فلسفی را تبیین می‌کند. میزان واریانس استخراج‌شده متغیر کانونی اول ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه ۲۰٪ درصد و ذهنیت فلسفی نیز ۱۱٪ درصد از تغییرات ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه را تبیین می‌کند. میزان واریانس استخراج‌شده متغیر کانونی دوم مجموعه ذهنیت فلسفی ۲۲٪ درصد است. ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه نیز ۶۴٪ درصد از واریانس ذهنیت فلسفی را تبیین می‌کند. میزان واریانس استخراج‌شده متغیر کانونی دوم ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه ۶۳٪ درصد و ذهنیت فلسفی نیز ۵۵٪ از تغییرات ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه را تبیین می‌کند. با توجه به شاخص‌های واریانس تبیین‌شده و همپوشی می‌توانیم نتیجه بگیریم که مجموعه اول متغیرهای پیش‌بین و ملاک ارتباط خوبی با یکدیگر دارند.

برای شناسایی متغیرهای معنادار در مجموعه‌ها یا متغیرهای کانونی، تاباچنیک و فیدل (۲۰۱۳) پیشنهاد می‌کنند که بار کانونی ۳۰٪ و بیشتر هر متغیر نشانه معنادار بودن آن در مجموعه خودش است. بنابراین، متغیرهای معنادار در مجموعه اول ذهنیت فلسفی شامل تعمق ۷۸٪ و قابلیت انعطاف‌پذیری ۸۱٪ است. در مجموعه اول ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه، متغیرهای معنادار شامل خلاقیت ۴۱٪، ریسک‌پذیری ۵۶٪، نیاز به توفیق ۳۹٪ و کنترل درونی ۷۶٪ است. همچنین متغیرهای معنادار در مجموعه دوم ذهنیت فلسفی شامل تعمق ۵۶٪- و قابلیت انعطاف‌پذیری ۵۶٪ است. در مجموعه دوم ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه، متغیرهای معنادار فقط شامل ریسک‌پذیری ۳۸٪- است. با توجه به این یافته‌ها نتیجه می‌گیریم که هر چقدر مدیران و معاونان از ذهنیت فلسفی بالایی برخوردار باشند توان کارآفرینی نیز در آنها افزایش می‌یابد.

نتیجه‌گیری

رابطه مثبت بعد جامعیت با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه نشانه آن است که جامعیت به دلیل نگرستن به موارد خاص در ارتباط با زمینه‌ای وسیع، ارتباط مسائل آنی به آتی و به کار بردن قوه تعمیم، ارتباط نزدیکی با خلاقیت، مخاطره‌پذیری، جایگاه کنترل و نیاز به توفیق دارد. به‌طور کلی مدیران و معاونانی که از ذهنیت فلسفی برخوردارند، به علت اینکه از نیروی جامعیت در افکار خود استفاده می‌کنند، مسائل را از زاویه‌ای دیگر می‌بینند و از قوه خلاقیت ترکیبی استفاده می‌کنند. همچنین می‌توان علت رابطه مثبت جامعیت با مخاطره‌پذیری را در آن دید که افراد با ذهن فلسفی از تفکر منطقی و معتدلی برخوردارند و از طرفی یک فرد کارآفرین هم در موقعیت‌هایی که باید دست به مخاطره بزند، مخاطراتی را قبول می‌کند که از درجه اطمینان معقولی برخوردار

باشند به عبارتی مخاطرات منطقی را حمایت می‌کند. فردی که خوی و خصلت فلسفی دارد همه جوانب را در نظر می‌گیرد و تفکر رو به جلو و موفقیت‌طلبی دارد و بر اعمال و رفتار خود کنترل دارد و حاکم بر سرنوشت خویش است. همچنین کسی که خوی فلسفی دارد قطعاً به مسائل نیز احاطه دارد و همه مسائل را مرتبط و در یک کلیت می‌بیند. این نتیجه با نتایج جزایری‌ناصری و همکاران (۲۰۱۲)، امیرتاش و همکاران (۲۰۱۱)، کالیندو و همکاران (۲۰۱۱)، بولینگر (۲۰۰۲)، اسمیت (۱۹۶۵)، سیف‌هاشمی و رجایی‌پور (۱۳۸۳)، کمیلی‌اصل (۱۳۸۱)، یادگارخندانی (۱۳۷۹) و بندلی‌زاده (۱۳۷۶) همسو است و با نتایج بهاری (۱۳۸۵) و بهرنگی و طباطبایی (۱۳۸۸) مبنی بر اینکه بین ویژگی‌های شخصیتی و اثربخشی مدیران رابطه وجود ندارد، هماهنگ نیست.

وجود رابطه مثبت بعد تعمق با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه نشانه آن است که هر چه مدیران و معاونان از نیروی تعمق در افکار خود استفاده کنند یعنی از راه ژرف‌اندیشی جنبه اساسی مسائل را تشخیص دهند و در برخورد با هر نظریه، اصول و مبانی آنها را مشخص کنند، می‌توانند تلفیقی از اندیشه و رهیافت‌های افراد یا گروه‌ها را در یک روش جدید به وجود آورند و از طریق تلاش‌های شخصی، مخاطره‌های معتدل را مهار کنند. افرادی که از ذهنیت فلسفی برخوردار هستند موفقیت و شکست را به سرنوشت، اقبال یا نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند. به عقیده آنها شکست‌ها و پیشرفت‌ها تحت کنترل و نفوذ آنها بوده و خود را در نتایج عملکردهایشان موثر می‌دانند. چنین افرادی مایل هستند تا همواره در چالش باشند و در راه رسیدن به اهداف قابل دسترس و همچنین نسبت به عملکرد خود، به بازخورد مکرر و منظم دست یابند. همچنین این افراد ترجیح می‌دهند شخصاً مسئولیت حل مشکلات، تعیین اهداف و دستیابی به آنها را از طریق تلاش شخصی خود بر عهده گیرند که این امر منجر به کسب موفقیت در افراد می‌شود. در واقع نیاز به توفیق افراد را تحریک می‌کند تا کارآفرین شوند و در تصمیم‌گیری فرد برای کارآفرین شدن تاثیر بسزایی دارد. چنین ویژگی شخصیتی‌ای در افرادی وجود دارد که در فعالیت‌های کارآفرینانه موفق هستند. این نتیجه با نتایج امیرتاش و همکاران (۲۰۱۱)، کالیندو و همکاران (۲۰۱۱)، بولینگر (۲۰۰۱)، اسمیت (۱۹۶۵)، سیف‌هاشمی و رجایی‌پور (۱۳۸۳)، کمیلی‌اصل (۱۳۸۱)، یادگارخندانی (۱۳۷۹)، امین‌بیدختی، عبدالملکی و محمدی (۱۳۸۷)، دمرچیلی و همکاران (۱۳۸۷)، بندلی‌زاده (۱۳۷۶) همسو و با نتایج بهاری (۱۳۸۵) و بهرنگی و طباطبایی (۱۳۸۸) مبنی بر اینکه میان ویژگی‌های شخصیتی و اثربخشی مدیران رابطه وجود ندارد، ناهمسو است.

وجود رابطه مثبت بعد قابلیت انعطاف‌پذیری با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه نشانه آن است که افرادی که دارای تفکر فلسفی هستند معمولاً در موقعیت‌های تازه و پیش‌بینی‌نشده کمتر رفتار نامناسب از خود ظاهر می‌سازند. زیرا آنها پیوسته متوجه هدف‌های دور هستند و با

توجه به جنبه‌های اساسی هر موقعیت و تجدید نظر در قضاوت و تصورات خویش کمتر تحت‌تأثیر موقعیت‌ها و امور خاص قرار می‌گیرند. یعنی آنها هیچ‌گاه خود را به امور مخصوص یا شرایط معین محدود نمی‌سازند و توجه دارند که هر امری را باید در ارتباط با سایر امور و هر مسئله‌ای را با توجه به هدف‌های دور در نظر گرفت و دائماً در واکنش‌ها تجدید نظر کرد که این امر موجب بالا رفتن خلاقیت و نوآوری در افراد می‌شود. هر چه مدیران و معاونان عقاید و افکار را بدون اینکه تحت تأثیر منابع آنها قرار بگیرد ارزیابی کنند، مسائل را از جهات متعدد مورد بررسی قرار دهند و بین امور متضاد و متناقض فرق بگذارند، در قضاوت‌ها جنبه احتیاط را رعایت کنند و از قطعی و یقینی کردن عقاید پرهیز کنند در چنین صورتی تفکر رو جلو و موفقیت‌طلبی دارند. قطعاً به مسائل نیز احاطه دارند و همه مسائل را مرتبط و در یک کلیت می‌بینند. افرادی که از ذهنیت فلسفی برخوردار باشند رخدادها و رویدادهای زندگی را پیامد رفتار و ویژگی‌های دائمی خود می‌دانند و آنها را به نتایج مهارت‌ها و رفتارهای خود نسبت می‌دهند که در چنین صورتی فرد به کنترل درونی معتقد است. این نتیجه با نتایج امیرتاش و همکاران (۲۰۱۱)، کالیندو و همکاران (۲۰۱۱)، بولینگر (۲۰۰۱)، اسمیت (۱۹۶۵)، سیف‌هاشمی و رجایی‌پور (۱۳۸۳)، کمیلی‌اصل (۱۳۸۱)، یادگارخاندانی (۱۳۷۹)، امین‌بیدختی، عبدالملکی و محمدی (۱۳۸۷)، دمرچیلی و همکاران (۱۳۸۷)، بندلی‌زاده (۱۳۷۶) همسو و با نتایج بهاری (۱۳۸۵) و بهرنگی و طباطبایی (۱۳۸۸) مبنی بر اینکه بین ویژگی‌های شخصیتی و اثربخشی مدیران رابطه وجود ندارد، ناهمسو است.

همچنین نتایج تحلیل همبستگی کانونی، وجود دو مجموعه معنادار از روابط بین ذهنیت فلسفی و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه را تشخیص داد. مجموعه اول شامل تمامی ابعاد ذهنیت فلسفی (جامعیت، تعمق و قابلیت انعطاف‌پذیری) و ابعاد ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه (خلاقیت، ریسک‌پذیری، نیاز به توفیق و کنترل درونی) است. اما ابعاد ذهنیت فلسفی رابطه معناداری را با مولفه‌های استقلال‌طلبی و تحمل ابهام نشان نداده است. در مجموعه اول ذهنیت فلسفی ۰/۳۴ درصد از تغییرات ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه را تبیین می‌کند. وجود بارهای کانونی مثبت هم در مجموعه ذهنیت فلسفی و هم ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی نشانه آن است که مدیران جهت داشتن روحیه کارآفرینی بالا نیازمند به تفکر منطقی هستند و این تفکر منطقی مدیون ذهن فلسفی است. مدیران با داشتن ویژگی‌های ذهنیت فلسفی، دید وسیعی نسبت به قضایا دارند، به امور و روابط فردی حساس هستند، از جمود فکری رها می‌شوند و در قضاوت‌ها سعه صدر نشان می‌دهند که این شکیبایی در قضاوت‌ها باعث افزایش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی در مدیران و معاونان می‌شود. بررسی مجموعه معنادار دوم متغیرهای ملاک و پیش‌بین نشان می‌دهد که هر چقدر مدیران از

نیروی جامعیت و تعمق پایین ولی از نیروی انعطاف‌پذیری مناسبی برخوردار باشند، از خلاقیت و ریسک کمتری برخوردارند. البته، با توجه به پایین بودن میزان واریانس استخراج‌شده و همپوشی این مجموعه، باید درباره تفسیر نتایج محتاط بود، اما به‌طور کلی می‌توان نتیجه گرفت که وقتی مدیر از لحاظ «ذهن فلسفی» در سطحی پایین قرار دارد، به دلیل اینکه درک درستی از مخاطره‌پذیری در آغاز فعالیت خود ندارد، نمی‌تواند در اقدام به مخاطره حساب‌شده و با دقت عمل کند بنابراین چنین فردی نمی‌تواند زمینه‌های ایجاد خلاقیت و نوآوری را به وجود بیاورد. چرا که ذهن فلسفی به مدیر کمک می‌کند تا در برخورد با مسائل تربیتی، راه‌حل‌های صحیح و علمی را به کار گیرد و در تصمیم‌گیری‌های مربوط به امور مدرسه کمترین خطا را مرتکب و ظرفیت‌ها را به خوبی درک کنند. در هر نظام آموزشی تا مدیران افرادی خلاق، آینده‌نگر و معطف در مقابل تغییرات نباشند انتظار نوآوری و خلاقیت از سوی آنان خیالی بیش نیست. بنابراین نتایج پژوهش حاضر با نتایج امیرتاش و همکاران (۲۰۱۱)، بولینگر (۲۰۰۱)، اسمیت (۱۹۶۵)، سیف‌هاشمی و رجایی‌پور (۱۳۸۳)، کمیلی‌اصل (۱۳۸۱)، یادگارخندانی (۱۳۷۹)، امین‌بیدختی، عبدالملکی و محمدی (۱۳۸۷)، دمرچیلی و همکاران (۱۳۸۷)، بندلی‌زاده (۱۳۷۶) همسو است و با نتایج بهاری (۱۳۸۵)، بدری و همکاران (۱۳۸۵) و بهرنگی و طباطبایی (۱۳۸۸) مبنی بر اینکه میان ویژگی‌های شخصیتی و اثربخشی مدیران رابطه وجود ندارد، همخوانی ندارد.

از آنجا که توانایی ذهنیت فلسفی و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه قابل آموزش و انتقال هستند و محیط آموزشی نقش موثری در شکل دادن به آنها دارد بنابراین تقویت ذهنیت فلسفی و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مدیران و معاونان مدارس آنها را قادر می‌سازد تا با تسلط بر وظایف خود، مسائل و مشکلات آموزشی و تربیتی را با دید جامع در نظر بگیرند و ارتقای فرآیندهای یاددهی و یادگیری را تسهیل کنند. از این رو بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهادها زیر به مدیران مدارس و مسئولان نظام آموزش و پرورش ارائه می‌شود.

پیشنهادها

- به مدیران محترم مدارس پیشنهاد می‌شود:

- مسائل و کارکردهای گوناگون مدرسه خود را در ارتباط با یکدیگر در نظر بگیرند و از تصمیم‌گیری‌های عجولانه پرهیز کنند. این رویکرد امکان برقراری ارتباط عمیق و صمیمانه با اعضای مدرسه را فراهم می‌کند و موجب بروز خلاقیت در مدیریت مدرسه می‌شود.
- به ریشه و عمق قضایا پی ببرند و برای رسیدن به یک نتیجه صحیح تمام موارد و علت‌ها را

بررسی کنند و در حل مشکلات مدرسه نسبت به راه‌حل‌های خاصی تعصب نداشته باشند. این امر باعث می‌شود که وقتی یک شیوه خاص برای یک مسئله کارساز نباشد فکر خود را بر روی شیوه مناسب‌تر تغییر جهت دهند و از تخیلات تنها به‌عنوان قوه محرکه‌ای که باعث ایجاد ایده‌های جدید می‌شود استفاده کنند.

- در موقعیت‌های هیجانی و عاطفی رفتار مناسب از خود بروز دهند و تفکر را سرلوحه تمامی اعمال و رفتار خود قرار دهند و در ارزیابی اعمال و گفتار اعضای مدرسه به طور مستقل و به دور از ذهنیات خود قضاوت کنند و در موقعیت‌های نامعلوم و مبهم قضاوتی یقینی را به تعویق بیندازند. این رویکرد باعث تفکر بیشتر بر روی مسائل شده و ایده‌های جدید را بروز می‌دهد.

- به مسئولان سازمان آموزش و پرورش پیشنهاد می‌شود:

- برای گسترش کارآفرینی لازم است افرادی را که دارای ذهنیت فلسفی مناسب هستند به عنوان مدیران مدارس انتخاب کنند و در هنگام گزینش مدیران مدارس ارزشیابی دقیق و عملی از شایستگی‌های کارآفرینانه آنان به عمل آید.

- مدیرانی را که دارای ذهنیت فلسفی مطلوب و ایده‌های جدید هستند تشویق کنند و آنها را به سایر مدیران معرفی کنند.

- زمینه‌های بروز و رشد خلاقیت در مدیران را فراهم آورند و در دوره‌های ضمن خدمت، روش‌های پرورش خلاقیت را به مدیران آموزش دهند.

- با انتشار مقالات و نتایج پژوهش‌های انجام‌گرفته در زمینه ذهنیت فلسفی و ویژگی‌های کارآفرینانه در مجلات و سایر منابع مطالعاتی، مدیران را به اهمیت ذهنیت فلسفی و مولفه‌های کارآفرینانه آگاه کنند.

در پایان با توجه به اهمیت تفکر در تمامی ابعاد زندگی، به پژوهشگران محترم پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده به بررسی متغیرهای زیر بپردازند:

- رابطه ذهنیت فلسفی با هوش فرهنگی و هوش معنوی مدیران مدارس

- مقایسه ذهنیت فلسفی بین مدیران سه مقطع آموزشی (ابتدایی، راهنمایی و متوسطه)

- رابطه ذهنیت فلسفی باتمایل به کارآفرینی فرهنگی و اجتماعی مدیران

- تاثیر ذهنیت فلسفی مدیران و معلمان بر رفتار شهروندی و مسئولیت‌پذیری دانش‌آموزان

- مقایسه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه بین مدیران سه مقطع آموزشی (ابتدایی، راهنمایی

و متوسطه)

- رابطه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مدیران با پیشرفت تحصیلی و اعتماد به نفس دانش‌آموزان و روحیه و عملکرد معلمان.

منابع:

الف) فارسی

- احمدپورداریانی، محمود (۱۳۸۱). کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها. تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- امین‌بیدختی، علی‌اکبر؛ عبدالملکی، جمال و محمدی کمرسرخ، احمد (۱۳۸۷). بررسی رابطه خلاقیت و میزان ذهنیت فلسفی در مدیران مدارس سه مقطع ابتدایی، راهنمایی و دبیرستان شهرستان سمنان. همایش آسیب‌شناسی علوم انسانی در ایران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- بدری، احسان؛ لیاقت‌دار، محمدجواد؛ عابدی، محمدرضا و جعفری، ابراهیم (۱۳۸۵). بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، دوره ۱۲، شماره ۲، صص ۹۰-۷۳.
- بندلی‌زاده، نادر (۱۳۷۶). تأثیر ذهنیت فلسفی بر کارایی مدیران مدارس شهر دامغان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
- بهاری، سیف‌الله (۱۳۸۵). رابطه ذهنیت فلسفی مدیران با عملکرد آنان، فصلنامه اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی، سال اول، شماره ۴، صص ۵۴-۴۵.
- بهرنگی، محمدرضا و طباطبایی، بهار (۱۳۸۸). بررسی رابطه ویژگی‌های کارآفرینانه مدیران مدارس با اثربخشی آنان در مدارس متوسطه دخترانه شهر کرمان. فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، سال سوم، شماره ۲، صص ۵۰-۳۵.
- پورقاز، عبدالوهاب؛ کاظمی، یحیی و محمدی، امین (۱۳۹۰). بررسی رابطه شیوه‌های تفکر و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی مدیران مدارس - مطالعه موردی مدارس مقاطع سه‌گانه شهر بیرجند، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال سوم، شماره ۱۱، صص ۸۶-۶۷.
- جهانگیری، علی و کلاتری‌ثقفی، ربابه (۱۳۸۷). بررسی و سنجش ویژگی‌های کارآفرینی مدیران (مطالعه موردی: شرکت مخابرات ایران)، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره اول، صص ۱۱۰-۸۷.
- حسینی‌خواه، علی (۱۳۸۷). امکان و ضرورت آموزش کارآفرینی در مدارس. فصلنامه مطالعات برنامه درسی، شماره ۱۱، صص ۹۴-۶۶.
- دمرجلی، فریبا و رسول‌نژاد، عبدالحسین (۱۳۸۷). بررسی رابطه میان ذهنیت فلسفی و میزان خلاقیت اعضای هیات علمی دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان زنجان، فصلنامه اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی، سال چهارم، شماره اول، صص ۶۲-۴۵.
- دهقان‌پورفراشاه، علی (۱۳۸۱). کارآفرینی و کارآفرینان، تعاریف و ویژگی‌ها، فصلنامه صنایع، شماره ۳۳، صص ۹-۳.
- سیف‌هاشمی، فخرالسادات و رجایی‌پور، سعید (۱۳۸۳). بررسی رابطه بین ذهنیت فلسفی و میزان خلاقیت

مدیران مدارس متوسطه شهر اصفهان، فصلنامه تعلیم و تربیت، شماره ۷۷، صص ۶۹-۳۱.

شریعتمداری، علی (۱۳۹۱). اصول و فلسفه، تعلیم و تربیت، تهران، انتشارات امیرکبیر.

طالبپور، مهدی؛ حسینی، علیرضا؛ جباری، هادی و جباری، مهدی (۱۳۸۴). بررسی و مقایسه ذهنیت فلسفی مدیران، مربیان و سرپرستان تیم‌های ورزشی دانشگاه‌های سراسر کشور. مجله پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۷، صص ۱۳۰-۱۰۹.

کمیلی اصل، عسگر (۱۳۸۱). بررسی تاثیر ذهنیت فلسفی مدیران شرکت‌های تابعه و وابسته وزارت نیرو بر عملکرد کارکنان آنها، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی رودهن.

مالکی، نصرت‌الله؛ همایی، رضا و نوری، محبوبه (۱۳۹۲). ارزیابی و مقایسه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مدیران زن با رویکرد جهانی شدن در پارادایم فرهنگ شناختی اسلامی، فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن، دوره ۴، شماره ۱۲، صص ۹۲-۵۷.

محمدی، حمیدرضا؛ احمدی، عبدالله و امین‌شایان جهرمی، شاپور (۱۳۹۰). بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی با تمایل به کارآفرینی، فصلنامه جامعه‌شناسی زنان، سال دوم، شماره اول، صص ۱۲۰-۹۹.

منصف‌افشار، زرین (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین میزان آگاهی مدیران از کارکرد مدیریت و اثربخشی آنان در مدارس ناحیه یک و دو شهرستان ارومیه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت آموزشی، دانشگاه ارومیه.

واحدی، مرجان؛ مرادزادی، همایون؛ شریف‌زاده، ابوالقاسم و شریفی، مهنوش (۱۳۸۸). بررسی ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام، مجله پژوهش‌های اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، دوره ۴۰، شماره ۲، صص ۱۰۱-۹۳.

هاشمی، سیداعظم (۱۳۷۲). بررسی تاثیر ابعاد ذهنیت فلسفی مدیران بر چگونگی انجام وظایف مدیریت در مدارس شهرستان ممسنی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرکز.

یادگاری‌خندانی، فردوس (۱۳۷۹). بررسی ذهنیت فلسفی مدیران آموزشی و رابطه آن با انجام وظایف مدیریتی آنان از نظر دبیران دبیرستان‌های شهر تهران، پایان‌نامه دکترای رشته مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم پژوهش‌های تهران.

(ب) انگلیسی

Aghajani, Hassan Ali & Abbasgholipour, Mohsen (2012). Explanation of Relationships Between Biographical Characteristics and Entrepreneurship Spirit of Students. *Iranian Journal of Management Studies*, 5(1), pp. 63-78.

Amirtash, Ali-Mohammad; Abkar, Alireza & Mozaffari, Seyyed Amir-Ahmad (2011). The Relationship Between Philosophic-Mindedness and Academic Performance of Physical Education Faculty Members. *World Applied Sciences Journal*, 15(6), pp. 885-889.

Arslan, Coskun; Dilmac, Bulent & Hamarta, Erdal (2009). Coping With Stress

- and Trait Anxiety in Terms of Locus of Control: A Study With Turkish University Students. *Journal of Social Behavior and Personality*, 37(6), pp. 791-800.
- Bowlinger, Daniel (2002). *Philosophic Mindedness Level in Educational Managers to their Employees Operations in Chicago Schools*. PhD Dissertation Abstract, Irwin University. Chicago, USA.
- Burns, Paul (2001). *Entrepreneurship and Small Business*. England: Palgrave.
- Caliendo, Marco; Fossen, Frank & Kritikos, Alexander (2011). *Personality Characteristics and the Decision to Become and Stay Self-Employed*. IZA Discussion, pp. 55-66.
- Furnham, Adrian & Bachtiar, Velicia (2008). Personality and Intelligence as Predictors of Creativity. *Personality and Individual Differences*, 45(7), pp. 613-617.
- Guroi, Yonca & Atsan, Nuray (2006). Entrepreneurial Characteristics Amongst University Students: Some Insights for Entrepreneurship Education and Training in Turkey. *Education & Training*, 48(1), pp. 25-38.
- Javidi, Tahereh & Abutorabi, Rozita (2009). Study of the Impact on Mashhad Industrial Girls School Climate of Teaching Philosophy to Principals. *The International Journal of Learning*, 16(7), pp. 227-248.
- Jazayeri Naseri, Nooshin; Heidari Tafreshi, Gholamhossein; Amini Moghadam Farouj, Noushin (2012). A Study of the Relationship Between Philosophical Mindedness of Managers and Organizational Climate in Bojnurd Schools. *European Journal of Scientific Research*, 70(3), pp. 450-457.
- Luthans, Fred (2005). *Organizational Behavior*. (10th ed.). McGraw Hill Irwin.
- Matthews, David (2010). *Performance Management: A Comparative Analysis of Peak Experience Performance and Non-Peak Experience Performance in Business Leaders*. Capella University.
- Mohammadi, Ahmad & Youzbashi, Alireza (2012). The Study of the Relationship Between Philosophic Mind and Leadership Styles of Managers of Physical Education Offices in Iran. *Social and Behavioral Sciences*, 47, pp. 168-170.
- Nurwahida, Fuad (2007). *Relationship Between Psychological Characteristics And Entrepreneurial Success: A Study of Woman Entrepreneurs in Malaysia*. Masters thesis, Universiti Utara Malaysia.
- Smit, P. (1965). *What Is Philosophy Education?* U. S. A. :Mcmillan.
- Tabachnick, Barbara G. & Fidell, Linda S. (2013). *Using Multivariate Statistics*, 6th ed. Boston: Allyn and Bacon.