

نقش جو مدرسه و هوش هیجانی در خودکارآمدی کارآفرینانه دانش آموزان دختر هنرستان‌های شهر مشهد

آزاده امیری^۱

فصلنامه مدیریت و چشم‌انداز آموزش

سال اول، شماره دوم، زمستان ۹۸

تاریخ دریافت: ۹۸/۳/۱۳

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۲/۶

چکیده

مطالعه حاضر با هدف بررسی نقش جو مدرسه و هوش هیجانی در خودکارآمدی کارآفرینانه دانش آموزان دختر هنرستان‌های شهر مشهد انجام شد و از نوع توصیفی - همبستگی بود. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه دانش آموزان دختر هنرستان‌های شهر مشهد در سال ۹۹-۱۳۹۸ بودند که بر اساس جدول مورگان، ۳۳۵ دانش آموز به عنوان نمونه به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شدند. جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از مقیاس جو مدرسه زولینگ و همکاران (۲۰۱۰)، مقیاس هوش هیجانی برادبری - گریوز (۲۰۰۵) و مقیاس خودکارآمدی کارآفرینانه ویلسون و همکاران (۲۰۰۷) انجام شد. فرضیات پژوهش با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری آزمون شدند. یافته‌های این مطالعه نشان داد خودکارآمدی کارآفرینانه دانش آموزان دختر هنرستان‌های شهر مشهد را می‌توان از روی جو مدرسه و هوش هیجانی تبیین و پیش‌بینی کرد ($P < 0/05$). همچنین بین هوش هیجانی و خودکارآمدی کارآفرینانه و بین جو مدرسه و خودکارآمدی کارآفرینانه دانش آموزان دختر هنرستان‌های شهر مشهد

۱. کارشناسی ارشد روان‌شناسی بالینی، مدیر مرکز مشاوره یاراساوهو مشاور مدارس ابتدایی سهرسانه،



رابطه معنادار وجود داشت ($P < 0/01$). نتایج این مطالعه نشان داد بایستی با اصلاح جو مدرسه و بازنگری در ارزشیابی تحصیلی در جهت پرورش خلاقیت و خودکارآمدی دانش آموزان، ایده‌های کارآفرینی آنان را تقویت و در جهت افزایش خودکارآمدی کارآفرینانه به کار گرفت.

کلیدواژه‌ها: جو مدرسه، خودکارآمدی کارآفرینانه، هوش هیجانی.

مقدمه

در دنیای امروز، سیاست‌گذاران و آموزشگران به کارآفرینی^۱ به‌عنوان یکی از مهارت‌های قرن بیست و یکم علاقه و توجه روزافزونی نشان داده‌اند (Obschonka, M., & Hahn, E.2018). افراد جویای کار باید یاد بگیرند چگونه کسب و کار جدیدی را شروع کنند و در مسیر شغلی و حرفه‌ای خود موفق شوند (Karimi, S.2019). بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده^۲ و همچنین نتایج مطالعات روزافزون کارآفرینی، قصد کارآفرینانه نقش مهمی در تصمیم‌گیری افراد برای شروع یک کسب و کار ایفا می‌کند و در واقع اولین مرحله فرآیند کارآفرینی است (Fishbein, M., & Ajzen, I.2011). در این مدل، ویژگی‌های شخصیتی به‌عنوان عوامل دوربرد^۳ از طریق سازه‌های مجاورتر^۴ مانند خودکارآمدی^۵، به صورت غیرمستقیم پیامدهای کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Karimi, S.2017). خودکارآمدی فرد نیت راه‌اندازی کسب و کار در وی را تشدید می‌کند (Singh, B. et al.2017) و خودکارآمدی کارآفرینانه بر میزان باور فرد درباره این که آیا می‌تواند کسب و کار

-
1. Entrepreneurship
 2. Theory of Planned Behavior
 3. Distal factors
 4. Proximal constructs
 5. Self-efficacy



جدیدی را با موفقیت راه‌اندازی کند، دلالت دارد (Campo, J. L. M., 2011). پژوهش‌های حوزه کارآفرینی نشان داده‌اند عوامل ادراکی نظیر خودکارآمدی، تأثیر زیادی بر احتمال اینکه فردی خاص به فعالیت کارآفرینانه بپردازد یا تصمیم به راه‌اندازی کسب و کار بگیرد، دارند (Gyorfy, L., 2014, Camelo-Ordaz, et al., 2016, Rezaei, M., 2019). متغیرهای فردی و روان‌شناختی همچون هیجان در کارآفرینی نقش دارند (Peng, Z. et al., 2013) به طوری که مؤلفه هیجان و تنظیم هیجانی که بخشی از ویژگی هوش هیجانی را شامل می‌شود، با موفقیت یا عدم موفقیت در حوزه‌های مختلف زندگی مرتبط است (Hasanzadeh, S., 2019). هوش هیجانی^۱ شامل درک دقیق و درست هیجان‌ها، ایجاد و دسترسی به هیجان‌ها به منظور توجه به افکار، درک و دانش عاطفی، تنظیم انعطاف‌پذیری هیجان‌ها در راستای تقویت رشد هیجانی و فکری است (Hashim, S. H., & Khalil, M. S., 2018). نظریه هوش هیجانی حوزه وسیعی از توانایی‌های مرتبط با شناخت و به کارگیری هیجان‌ها را توجیه می‌کند و اظهار می‌دارد که هوش هیجانی در عملکرد روزانه اغلب مهم‌تر از هوش شناختی است (Baazat, F; Sharifzadeh, H S., 2012). گل‌من^۲ (۲۰۰۱) در الگوی خود پنج بعد خودآگاهی، خودانگیزی، خود مدیریتی، آگاهی اجتماعی، مدیریت روابط را برای هوش هیجانی در نظر گرفته است. خودآگاهی^۳ به معنای آگاه بودن از حالت روانی خود و نیز تفکر فرد درباره آن حالت است. افراد خودآگاه، ارزش‌ها و اهداف خود را می‌شناسند. احساس خود انگیزی^۴، ناکامی‌ها و نگرانی‌هایی را که ممکن است فرد را از ادامه کار مأیوس سازد خاموش می‌کند؛ به این معنا که می‌توان از درماندگی و شکست‌های اجتناب‌پذیری که هر هدف به همراه دارد،

1. emotional intelligence

2. Goleman, D.

3. self-awareness

4. self-motivation



برای پیشرفت استفاده کرد. خود مدیریتی^۱ نیز نشانگر توانمندی شخص در سازگاری، ابتکار عمل، میل به موفقیت، وجدان کاری، اعتماد درونی، انعطاف پذیری و نگرش جامع به همه است. گلمن در مورد آگاهی اجتماعی^۲ عقیده دارد که هماهنگ بودن با احساسات دیگران در تصمیم گیری و قضاوت های اخلاقی با اهمیت خواهد بود و عدم همدلی یک کمبود بنیادی در هوش هیجانی است. مدیریت روابط^۳ که به آن مهارت اجتماعی هم گفته می شود، آگاهی و شناخت نسبت به هیجانات و احساسات دیگران، مهارت گوش دادن به احساسات دیگران است در زمانی که افراد دچار هیجان و احساسات هستند و به گوش شنوا نیاز دارند. گلمن معتقد است که هوش هیجانی بالا تبیین می کند که چرا افرادی با ضریب هوشی^۴ متوسط موفق تر از کسانی هستند که نمره IQ بسیار بالایی دارند (Heydarbeigi S, Omid R, Heydarbeigi A. 2019). پژوهش ها پیرامون رابطه بین هوش هیجانی و خودکارآمدی کارآفرینانه نشان داد بین هوش هیجانی با کارآفرینی (Kamalian, A R, Fazel, A. 2011. Mohammadi Mioli, Marashian, F., Naderi, F. 2017. (A; Hassani, k. Laei, S. 2017) کارآفرینی سازمانی (Marashian, F., Naderi, F. 2017. (A; Hassani, k. Laei, S. 2017) قصد کارآفرینانه (Rezaei, Anesukanjanakul, J., Cholsuk, D., & Rattamane, M. 2015) و آموزش کارآفرینی (Anesukanjanakul, J., Cholsuk, D., & Rattamane, M. 2015) رابطه وجود دارد. (K. 2019) (Tiwari, P., & Bhat, A. K. 2020) نیز در مطالعه خود نشان دادند دانش آموزان باهوش هیجانی تمایل بیشتری به فعالیت های کارآفرینی دارند. به نظر می رسد یکی دیگر از متغیرهای مرتبط با خودکارآمدی و کارآفرینی، جو مدرسه باشد. جو

-
1. self-management
 2. social awareness
 3. relation management
 4. Intelligence Quotient (IQ)



مدرسه^۱ به عنوان فضایی توصیف شده است که شامل هنجارها، ارزش‌ها و انتظارات است. جو مدرسه بر میزان سازگاری، سلامت ذهنی و اعتمادبه‌نفس دانش آموزان تأثیر می‌گذارد (Maxwell, S., Reynolds, K. J., Lee, E., Subasic, E., & Bromhead, D. 2017) و ادراک مثبت دانش آموزان از جو مدرسه می‌تواند بر میزان لذت، نشاط، اجتماعی شدن و افزایش اعتمادبه‌نفس آنان اثری مثبت داشته باشد (Morton, K. L., Atkin, A. J., Corder, K., Suhrccke, M., & Van Sluijs, E. M. F. 2016). جو سازمانی مدارس شامل مؤلفه‌های زیر است: روحیه گروهی: به وضعیتی اطلاق می‌شود که در آن دانش آموزان از کار با یکدیگر لذت می‌برند و نسبت به هم احساس تعهد می‌کنند؛ ممانعت (بازدارندگی): به احساس دانش آموزان و دبیران مدارس درباره جوی گفته می‌شود که در آن دبیران کارهای پرمشغله، دست و پاگیر و غیرضروری را به دانش آموزان تحمیل می‌کند. این امور مانع و مزاحم فعالیت اصلی آن‌ها می‌شود. عدم جوشش: تمایل دانش آموزان به عدم مشارکت در امور مدرسه است که به آن عدم تعهد نیز گفته می‌شود. صمیمیت: به روابط گرم، دوستانه، اجتماعی و خوشایند میان دبیران و دانش آموزان مدارس اطلاق می‌شود. مراعات: این بعد به رفتار دوستانه و گرم دانش آموز نسبت داده می‌شود. دانش آموزی که دوست دارد به شیوه‌های انسانی با دیگران رفتار کند. کناره‌جویی: به رفتار غیرشخصی و رسمی دانش آموز اشاره دارد. دانش آموز علاقه‌مند است قوانین و مقررات، حاکم بر جو مدرسه باشد. نفوذ: این بعد به رفتار پویای دانش آموز اشاره دارد. دانش آموز از طریق نمونه قرار دادن خود سعی در ایجاد انگیزه دارد. تأکید بر تولید: نشان‌دهنده سرپرستی نزدیک و رفتار آمرانه و دستوری دبیران مدارس است (Kazemi, S. 2018). پژوهش‌ها پیرامون رابطه بین جو مدرسه و خودکارآمدی کارآفرینانه نشان داد بین

1. School climate



جو مدرسه و کارآمدی شخصی (Mottaghinia, M. 2016)، بین جو سازمانی مدرسه و خودکارآمدی با ویژگی‌های کارآفرینی دانش آموزان (Afzali, S A. & Shahi, S. 2014) و میان جو سازمانی و روحیه کارآفرینی (Samadi, P; Shirzadi Esfahani, H. 2006) رابطه وجود دارد.

این پژوهش، عرصه مطالعاتی جدید و موضوعی نوین چه از منظر جو سازمانی و هوش هیجانی و چه از دیدگاه کارآفرینی است که به بررسی این موضوع در هنرستان‌های شهر مشهد می‌پردازد و از آنجا که هنرجویان در حال تحصیل در هنرستان‌ها در آینده‌ای نه‌چندان دور وارد بازار اشتغال می‌شوند و پیونددهنده هنر و بازار کار می‌باشند لذا بررسی متغیرهای پیش‌بین در خودکارآمدی کارآفرینانه در این هنرجویان دارای اهمیت می‌گردد. با توجه به موارد فوق، فرضیات مطرح شده در مطالعه حاضر بدین شرح هستند: (۱) خودکارآمدی کارآفرینانه دانش آموزان دختر هنرستان‌های شهر مشهد را می‌توان از روی جو مدرسه و هوش هیجانی تبیین و پیش‌بینی کرد. (۲) بین جو مدرسه و خودکارآمدی کارآفرینانه دانش آموزان دختر هنرستان‌های شهر مشهد رابطه معنادار وجود دارد. (۳) بین هوش هیجانی و خودکارآمدی کارآفرینانه دانش آموزان دختر هنرستان‌های شهر مشهد رابطه معنادار وجود دارد.

روش پژوهش

روش این پژوهش از نوع توصیفی - همبستگی است که جامعه آماری تحقیق شامل کلیه دانش آموزان دختر هنرستان‌های شهر مشهد هستند که در سال ۹۹-۱۳۹۸ در حال تحصیل بودند و بر طبق آمار تعداد آنان در حدود ۲۶۵۰ نفر گزارش شد. انتخاب نمونه با مراجعه به جدول مورگان بوده است که تعداد ۳۳۵ نمونه برای جامعه و با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای از جامعه آماری انتخاب گردید؛ بدین صورت که از بین هنرستان‌های شهر مشهد،



چهار هنرستان به صورت خوشه‌ای و با توجه به پراکندگی جغرافیایی در چهار جهت شهر مشهد انتخاب شدند که دو هنرستان فنی حرفه‌ای و دو هنرستان کار و دانش بودند. جمع‌آوری داده‌ها به روش میدانی انجام شده است که سه پرسشنامه به شرح زیر مورد استفاده قرار گرفته است: مقیاس جو مدرسه: این پرسشنامه یک ابزار خودسنجی است که دارای ۳۵ سؤال و هشت بعد است که به وسیله (Zullig, K. J., Koopman, T. M., Patton, J. M., & Ubbes, V. A.) (2010) ساخته شده و دارای طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای از کاملاً موافقم (۵) تا کاملاً مخالفم (۱) است. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی در پژوهش سازندگان این مقیاس، شاخص‌های برازش مناسبی را به دست داد. اعتبار مقیاس در مطالعه زولینگ و همکاران (۲۰۱۰) به روش آلفای کرونباخ بین ۰/۶۵ تا ۰/۸۷ گزارش شده است. در مطالعه (Parsaei I, Sadipour E,) (Dortaj F, Asadzaeh H.2019) نتایج ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه ۰/۸۳ به دست آمد.

مقیاس هوش هیجانی: جهت سنجش هوش هیجانی از مقیاس هوش هیجانی برادبری - گریوز^۱ (۲۰۰۵) استفاده شد. این مقیاس دارای ۲۸ ماده است که به پنج زیرمقیاس هوش هیجانی کلی، خودآگاهی، خودمدیریتی، آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط تقسیم می‌شود. امتیاز سؤالات به صورت لیکرت شش گزینه‌ای از همیشه (۶) تا هرگز (۱) است. محدوده امتیازات بین ۱-۱۶۸ را شامل می‌شود. ضرایب پایایی به روش آلفای کرونباخ در مطالعه‌ای (به نقل از برادبری و گریوز، ۲۰۰۵؛ ترجمه گنجی، ۱۳۹۸) برای خودآگاهی ۰/۷۳، خودمدیریتی ۰/۸۷، آگاهی اجتماعی ۰/۷۸، مدیریت روابط ۰/۷۶ به دست آمد. همچنین روایی صوری و محتوی با ارائه پرسشنامه به ده نفر از اعضای هیئت‌علمی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان‌دهنده روایی صوری و محتوی مطلوب پرسشنامه بود. در مطالعه (Soleimani M A,) (Pahlevan Sharif S, Poormoosa Y, Yaghoobzadeh A. 2017) نیز پایایی به روش آلفای

1. Bradbury, T., & Greaves, J.



کرونباخ برای هر یک از مؤلفه‌ها به‌طور جداگانه محاسبه شد. این میزان برای زیرمقیاس خودآگاهی ۰/۷۱، خودمدیریتی ۰/۶۶، آگاهی اجتماعی ۰/۵۴ و مدیریت روابط ۰/۸۰ بود. مقیاس خودکارآمدی کارآفرینانه: این مقیاس توسط (Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. 2007) ساخته شد و دارای ۹ گویه است. پاسخ‌های داده شده به هر یک از گویه‌ها بر اساس طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای از بسیار کم (۱) تا بسیار زیاد (۲) نمره‌گذاری می‌شود. پایایی پرسشنامه خودکارآمدی کارآفرینانه توسط ویلسون و همکاران (۲۰۰۷) ۰/۷۷ گزارش شده است. در این پژوهش پایایی آن با اجرای بر روی ۳۰ نفر و محاسبه مجدد ضریب آلفای کرونباخ به ۰/۷۹ به دست آمد. جهت آزمون فرضیات پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از روش حداکثر درست‌نمایی در نرم‌افزار Amos نسخه ۲۳ استفاده شده است.

یافته‌های تحقیق

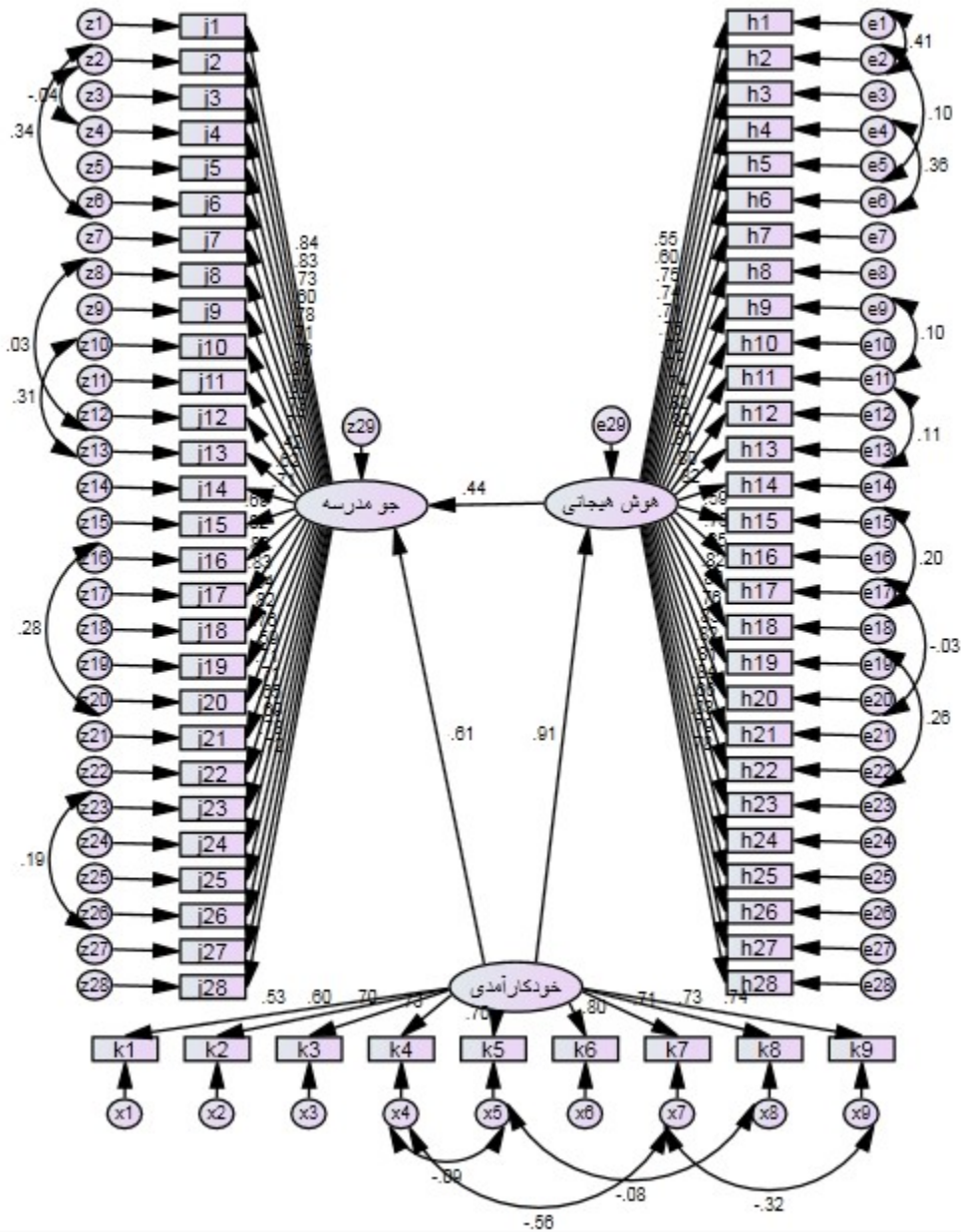
قبل از بررسی روابط بین متغیرهای موجود در مدل بهتر ابتدا از برازش مدل اطمینان حاصل کنیم. شکل ۱ برون داده‌های نرم‌افزار Amos را جهت آزمون فرضیات نمایش می‌دهند. مقدار کای اسکوایر برابر با ۸۲۹۹/۲۶۸ به دست آمده است، با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۰۱ در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. این مقدار نشان‌دهنده برازش پایین مدل است. در مدل پژوهشی ارائه شده، مقدار کای دو به درجه آزادی برابر با ۴/۱۶۲ به دست آمده که در محدوده مجاز قرار دارد. مقدار RMSEA برابر با ۰/۰۷۱ به دست آمده که از مقدار توصیه شده ۰/۸ کوچک‌تر است و نشان از برازش بالای مدل با داده‌های جمع‌آوری شده دارد. شاخص برازندگی افزایشی (IFI) برابر با ۰/۹۴۲، شاخص برازندگی هنجار یافته (NFI) برابر با ۰/۹۳۳، شاخص برازندگی تطبیقی (CFI) برابر با ۰/۹۵۵، شاخص نیکویی برازندگی (GFI) برابر با ۰/۹۶۷ و شاخص خوبی برازندگی تعدیل شده (AGFI) برابر با ۰/۸۳۲ به دست آمده است؛



بنابراین شاخص‌های برازش در حد مطلوب قرار دارد این امر نشان‌دهنده برازش مناسب مدل است. جدول ۱ خلاصه‌ای از مقادیر توصیه شده شاخص‌های برازش و مقادیر مشاهده می‌شود.

جدول ۱. آستانه مورد پذیرش و مقادیر مشاهده شده شاخص‌های برازش در پرسشنامه

نام شاخص	مقدار توصیه شده	مقدار مشاهده شده در پژوهش حاضر
نسبت کای دو به درجه آزادی	بیشتر از ۰/۰۵	۴/۱۶۲
ریشه خطای میانگین معذورات تقریبی (RMSEA)	کمتر از ۰/۱	۰/۰۷۱
شاخص نرم شده برازندگی (NFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۳۳
شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۵۵
شاخص نیکویی برازندگی (GFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۶۷
شاخص خوبی برازندگی تعدیل شده (AGFI)	بیشتر از ۰/۸	۰/۸۳۲



شکل ۱. آزمون فرضیات پژوهش

ضرایب استاندارد در واقع بیانگر ضرایب مسیر یا بارهای عاملی استاندارد بین عامل‌های و نشانگرها می‌باشند. برای داشتن روایی باید بین هر سازه و شاخص‌های آن، همبستگی معناداری وجود داشته باشد. این همبستگی به وسیله مقادیر معناداری سنجیده می‌شود. اعداد معناداری یا همان t -value، معنادار بودن هر یک از پارامترها را نشان می‌دهد؛ و چنانچه مقدار آن بزرگ‌تر از ۱/۹۶ باشد، پارامترهای مدل در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار هستند. در مدل عاملی پژوهش حاضر، همه مقادیر ضرایب استاندارد بالاتر از ۰/۳ بوده که نشان از برازش مناسب مدل عاملی دارد. جهت افزایش برازش مدل با توجه به مقادیر پیشنهادی نرم‌افزار اقدام به اشباع سازی مدل شده است.

فرضیه اول: خودکارآمدی کارآفرینانه دانش‌آموزان دختر هنرستان‌های شهر مشهد را می‌توان از روی جو مدرسه و هوش هیجانی تبیین و پیش‌بینی کرد.

همان‌طور که از یافته‌های پژوهشی در شکل ۱ مشخص است جو مدرسه و هوش هیجانی بر خودکارآمدی کارآفرینانه دانش‌آموزان دختر هنرستان‌های شهر مشهد تأثیرگذار است. لذا می‌توان گفت خودکارآمدی کارآفرینانه دانش‌آموزان دختر هنرستان‌های شهر مشهد را می‌توان از روی جو مدرسه و هوش هیجانی تبیین و پیش‌بینی کرد.

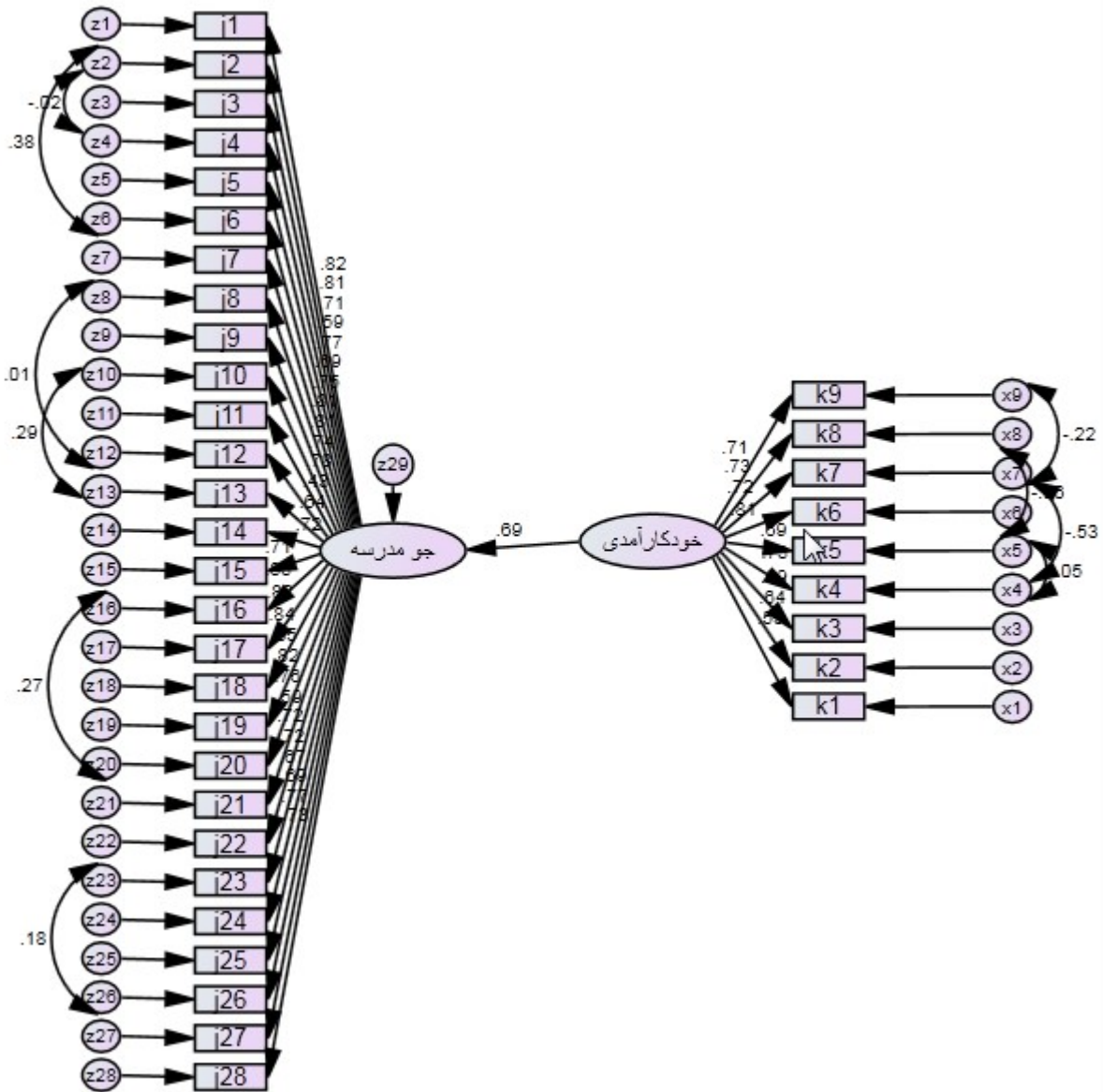
جدول ۲. نتایج تأثیر مستقیم مؤلفه‌ها

متغیرها	خودکارآمدی	هوش هیجانی	جو مدرسه
هوش هیجانی	۰/۹۰۹	۰	۰
جو مدرسه	۰/۶۱۱	۰/۴۳۹	۰

با توجه به نتایج به دست آمده در جدول ۲ می‌توان نتیجه گرفت خودکارآمدی کارآفرینانه دانش‌آموزان دختر هنرستان‌های شهر مشهد را می‌توان از روی جو مدرسه و هوش هیجانی تبیین و پیش‌بینی کرد. که با توجه به جدول ۲ بار عاملی استاندارد بین دو متغیر خودکارآمدی



کارآفرینانه و جوّ مدرسه برابر ۰/۶۱۱ و خودکارآمدی کارآفرینانه و هوش هیجانی برابر ۰/۹۰۹ به دست آمده است که در سطح اطمینان ۰/۹۵ قابل قبول است.
فرضیه دوم: بین جوّ مدرسه و خودکارآمدی کارآفرینانه دانش آموزان دختر هنرستان‌های شهر مشهد رابطه معنادار وجود دارد.

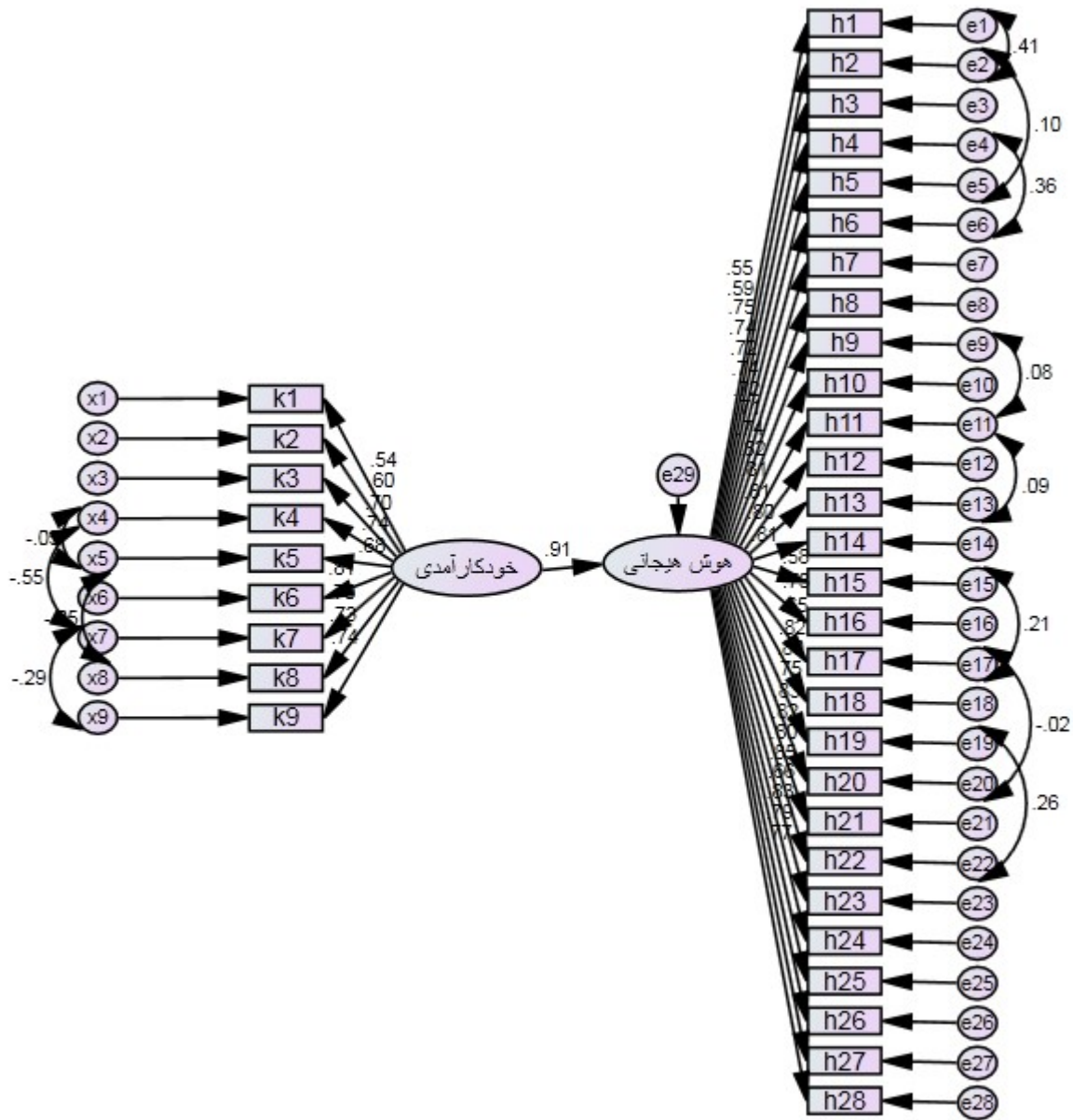


شکل ۲. آزمون فرضیه دوم



با توجه به ضریب استاندارد ۰/۶۹ و سطح معناداری به دست آمده ($P < 0.01$) این فرضیه تأیید می گردد.

فرضیه سوم: بین هوش هیجانی و خودکارآمدی کارآفرینانه دانش آموزان دختر هنرستان‌های شهر مشهد رابطه معنادار وجود دارد.



شکل ۳. آزمون فرضیه سوم



با توجه به ضریب استاندارد ۰/۹۱ و سطح معناداری به دست آمده ($P < 0.01$) این فرضیه تأیید می گردد.

بحث و نتیجه گیری

مطالعه حاضر با هدف بررسی نقش جو مدرسه و هوش هیجانی در خودکارآمدی کارآفرینانه دانش آموزان دختر هنرستان های شهر مشهد انجام شد. نتایج این مطالعه نشان داد بین هوش هیجانی و خودکارآمدی کارآفرینانه دانش آموزان رابطه وجود دارد. این یافته همسو با مطالعه رضایی (۱۳۹۵) بود که نشان داد بین هوش هیجانی و قصد کارآفرینانه رابطه وجود دارد. (Rezaei, M.2015). در همین راستا تیواردی و بات (۲۰۲۰) در مطالعه خود نشان دادند دانش آموزان با هوش هیجانی تمایل بیشتری به فعالیت های کارآفرینی دارند. (Tiwari, P., & Bhat, A. K.2020). در تبیین این یافته می توان گفت وقتی هوش هیجانی دانش آموزان بالا باشد، اجازه نمی دهند هیجانانشان از قصد آنان برای کارآفرینی و راه اندازی کسب و کار بکاهد، بلکه به تدریج اطمینان آنان بیشتر و احتمال حرکت روبه جلوی آنان افزایش می یابد. ممکن است دانش آموزان دارای هوش هیجانی بالا تحمل بیشتری نیز در برابر استرس و تنش های محیطی داشته باشند و بهتر بتوانند احساسات و هیجانات دیگران را ارزیابی و مدیریت کنند و از این احساسات و هیجانات در کشف و خلق فرصت ها استفاده کنند و از آنجایی که کارآفرینی حاصل تعامل بین افراد و فرصت هاست بنابراین، خودکارآمدی کارآفرینانه و درنهایت ظهور رفتار کارآفرینانه در دانش آموزان افزایش یابد. هوش هیجانی به دو طریق بر رفتار کارآفرینانه تأثیر می گذارد: اول از طریق خودارزیابی کارآمدی هیجانی است (افرادی که ادراک آنان از هوش هیجانی شان بالاست، ممکن است تحمل بیشتری در برابر استرس و عوامل تنش زای محیطی از خود نشان دهند)، دوم، افراد دارای هوش هیجانی بالا گرایش دارند تا هیجان پذیری بیشتر، واکنش آگاهانه و خوی خلاق داشته باشند که رفتار کارآفرینانه را تسهیل می کند. این مطالعه از این نظر با یافته های کمالیان و فاضل (۱۳۹۰) همسو است که نشان دادند هرچه که



دانشجویان از نظر کارآفرینی در وضعیت بهتری قرار داشته باشند، از هوش هیجانی بالاتری نیز برخوردار خواهند بود. (Kamalian, A R, Fazel, A.2011). همچنین با مطالعه (Naeimi, A.et al.2017. Marashian, F., Naderi, F. 2017. Mohammadi Mioli, A; Hassani,k. (Anesukanjanakul, J., Cholsuk, D., & Rattamane, K.2019) و (Laei, S. 2017. همخوان است که نشان دادند بین هوش هیجانی با کارآفرینی رابطه وجود دارد. بنابراین با در نظر گرفتن مؤلفه‌های هوش هیجانی نیز می‌توان گفت بر اساس الگوی گلמן (۲۰۰۱) مدیریت روابط آگاهی و شناخت نسبت به هیجان‌ها و احساسات دیگران و مهارت گوش دادن به احساسات دیگران است. افرادی با مهارت بین فردی بیشتر، می‌توانند با ترسیم تصور صحیح از خود، تشخیص و درک هیجان‌ها و احساسات خود به صورت مؤثر، از این احساسات و عواطف به عنوان یک عامل برانگیزنده مثبت و نیروی پیش برنده برای نوآوری و بروز رفتارهای کارآفرینانه استفاده کنند. از سویی دیگر، خود مدیریتی نیز نشانگر توانمندی شخص در سازگاری، ابتکار عمل، میل به موفقیت، وجدان کاری، اعتماد درونی، انعطاف پذیری و نگرش جامع است. افرادی که می‌توانند خود را کنترل کنند، سریع تر قبول مسئولیت کرده و ایده‌ها و رویکردهای جدید را با آغوش باز می‌پذیرند. این افراد، نوآور، وظیفه‌شناس و انعطاف پذیر هستند و به کارآفرینی تمایل بیشتری دارند. خودآگاهی به معنای آگاه بودن از حالت روانی خود و نیز تفکر فرد درباره آن حالت است. افراد خودآگاه، ارزش‌ها و اهداف خود را می‌شناسند و در صورتی که ارزش آن‌ها کارآفرینی باشد، توان خود را در جهت فعالیت‌های کارآفرینانه به کار می‌گیرند. افراد با خودکارآمدی کارآفرینانه به خودآگاهی لازم رسیده‌اند و برای تبدیل شدن به کارآفرینان موفق از نظر خودآگاهی مشکل چندانی ندارند.

نتایج این مطالعه همچنین نشان داد بین جو مدرسه و خودکارآمدی کارآفرینانه دانش آموزان رابطه وجود دارد. این یافته با مطالعه افضل‌ی و شاهی (۱۳۹۳) همخوان است که نشان دادند بین جو سازمانی مدرسه و خودکارآمدی با ویژگی‌های کارآفرینی دانش آموزان رابطه وجود دارد. (Afzali, S A. & Shahi,S. 2014). در همین راستا صمدی پروین و شیرزادی



اصفهانی (۱۳۸۵) نشان دادند میان جو سازمانی و روحیه کارآفرینی رابطه وجود دارد. (Samadi.P; Shirzadi Esfahani.H.2006). در تبیین این یافته می توان گفت تغییر جو مدرسه در تغییر نگرش نسبت به توانمندی فردی در کارآفرینی مؤثر است. به بیانی دیگر، تغییر جو مدرسه منجر به افزایش شورونشاط و صمیمیت، تقویت خلاقیت و روحیه کارآفرینی و در نتیجه خودکارآمدی کارآفرینانه می شود. نقطه آغازین تحولات درزمینه کارآفرینی باید از نظام آموزشی باشد و گام نخست ایجاد جو مناسب در مدرسه است تا زمینه رشد و شکوفایی روحیه کارآفرینی در دانش آموزان فراهم شود. جو نامناسب در مدرسه موجب ایجاد رخوت و سستی، یاس و ناامیدی و فضای آموزشی مستبدانه می شود و این موجب می شود جنبش فکری برای آفرینش ایده های نو که منجر به طراحی شغل می شود با مانع روبرو شود. چنانکه در مطالعه کرمی و همکاران (۱۳۹۵) نیز پرداخته شده جو مدرسه می تواند بر خودکارآمدی جمعی تأثیر بگذارد و بخشی از این می تواند بر خودکارآمدی تک تک دانش آموزان در دستیابی به اهداف تحصیلی و شغلی دانش آموزان مؤثر باشد. (Karimi,S.2017). از آنجا که به دلیل ظرفیت محدود دانشگاه ها و بازار کار، نیاز به تولید شغل و کارآفرینی وجود دارد، یکی از اهداف دانش آموزان می تواند کارآفرینی باشد و جو مدرسه مناسب در پرورش و تقویت خودکارآمدی کارآفرینانه مؤثر است.

این مطالعه با محدودیت هایی مواجه بود از جمله اینکه هیچ گونه تحلیل پیرامون نقش تعدیل گر جنسیت صورت نگرفته است. محقق همچنین پیشنهادهایی درزمینه کاربرد نتایج این مطالعه دارد، از جمله اینکه آموزش هیجانی ضرورت اساسی در نظام های آموزشی است که باید در کنار آموزش های فنی و تخصصی به آن توجه شود. از سویی دیگر بایستی به بازنگری ارزشیابی تحصیلی پرداخت و آن را در جهت پرورش خلاقیت و خودکارآمدی دانش آموزان سوق داد و ایده های کارآفرینی آنان را تقویت نمود.



Reference

- Afzali, S A. & Shahi, S. 2014, A Study of the Organizational Relationship between School and Academic Self-Efficacy with Entrepreneurial Characteristics in Ahvaz Conservatory Students Year ۲۰۱۴-۲۰۱۳, First National Conference on Educational Sciences and Psychology, Marvdasht. (In Persian).. https://www.civilica.com/Paper-ASMJ01-ASMJ01_0244.html
- Tiwari, P., & Bhat, A. K. (2020). The Effect of Emotional Intelligence, Empathy and Perceived Social Pressure on Predicting Social Entrepreneurial Intention: A Field Research. In Methodological Issues in Social Entrepreneurship Knowledge and Practice (pp. 137-158). Springer, Singapore.
- Bradbury, T; Graves, J. 2005. Emotional intelligence (skills and tests). Translated by Mehdi Ganji (2019). Publisher: Savalan.
- Rezaei, M. 2015. The effect of emotional intelligence on the entrepreneurial intention of agricultural students at Arak University. *Entrepreneurship in Agriculture*. 3(4), 71-87. In Persian). <https://dx.doi.org/10.22069/jead.2017.11999.1217>
- Anesukanjanakul, J., Cholsuk, D., & Rattamanee, K. (2019). Predictors of Entrepreneurial Intentions: Mediating Role of Self-Efficacy. *Journal of Computational and Theoretical Nanoscience*, 16(11), 4798-4806.
- Rezaei, M. 2019. The Relationship between Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention of Agricultural Students at University of Tarbiat Modarres. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 50(2), 409-419. (In Persian). <https://dx.doi.org/10.22059/ijaedr.2019.267959.668669>
- Soleimani M A, Pahlevan Sharif S, Poormoosa Y, Yaghoobzadeh A. 2017. The Relationship between Emotional Intelligence and Academic Motivation and Determination of Their Predictive Factors Among a Sample of Medical Students. *IJPN.*; 4 (4):16-25.. (In



Persian).

URL: <http://ijpn.ir/article-1-883-fa.html>

Samadi.P; Shirzadi Esfahani.H.2006 "A Study of the Relationship between School Organizational Atmosphere and Entrepreneurship in Students." *Educational Innovations*, ۵, ۲, ۱۸۷-۱۶۴.. (In Persian).

Karimi,S.2017.The Role of Entrepreneurial Personality Profile and Motivational Factors in Developing Agricultural Students' Entrepreneurial Intentions in Western Regional Universities, *Journal of Cognitive and Behavioral Sciences*, Volume ۷, ۱- (۱۲), ۳۴-۱۷. (In Persian). <https://dx.doi.org/10.22108/cbs.2017.21760>

Kamalian, A R, Fazel, A.2011. Investigating the Relationship between Emotional Intelligence and Student Entrepreneurship (Case Study: Sistan and Baluchestan University). *Journal of Entrepreneurship Development*, 4(1), 127-146. (In Persian).

Mohammadi Mioli, A; Hassani,k. Laei, S. 2017, The Relationship between Cultural Intelligence, Emotional Intelligence and Occupational Self-efficacy with Organizational Entrepreneurship in Education Teachers in Sarpol-e Zahab, ۳rd International Conference on Psychology of Sociology of Educational Sciences and Social Studies, Shiraz, Institute Excellent Kharazmi Science and Technology. (In Persian). https://www.civilica.com/Paper-CCONFI03-CCONFI03_103.html

Marashian, F., Naderi, F. 2017. Relations of Organizational Culture, Emotional Intelligence and Psychological Capital with Job Self - efficacy and Organizational Entrepreneurship among the Employees of Khuzestan Water and Power Organization.. *Knowledge & Research in Applied Psychology*, 14(53), 112-121. (In Persian).

Mottaghinia, M. 2016. Structural equation modeling of the relationship between school climate and collective efficacy with personal efficacy of teachers' of primary schools. *Journal of Psychological*



- Achievements*, 23(1), 95-114. (In Persian).doi: 10.22055/psy.2016.12359
- Camelo-Ordaz, C., Diáñez-González, J. P., & Ruiz-Navarro, J. (2016). The influence of gender on entrepreneurial intention: The mediating role of perceptual factors. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(4), 261-277.
- Campo, J. L. M. (2011). Analysis of the influence of self-efficacy on entrepreneurial intentions. *Prospectiva*, 9(2), 14-21.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2011). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. Taylor & Francis.
- Goleman, D. (2001). *Emotional intelligence*. Bantam.
- Gyorfy, L. (2014). Socio-demographic and perceptual factors influencing early-stage entrepreneurship in Romania. In *Forum on Economics and Business* (Vol. 17, No. 121, p. 41). Hungarian Economists' Society of Romania.
- Hasanzadeh, S. 2019. The mediating role of emotional processing styles in the relationship between circadian rhythms and Meta-memory In students. *Management and Educational Perspective*, 1(1), 103-117.. (In Persian).. doi: <https://dx.doi.org/10.22034/jmep.2019.100586>.
- Hashim, S. H., & Khalil, M. S. (2018). Self-efficacy, emotional intelligence, and quality of life amongst cancer patients. *Journal of Psychology and Clinical Psychiatry*, 9(5), 450.. (In Persian).
- Heydarbeigi S, Omidi R, Heydarbeigi A.2019. Investigating the Effect of Emotional intelligence on Life expectancy. *frooyesh.*; 8 (2):193-202.. (In Persian)
- Karimi, S. (2019). The Mediating Role of Career Adaptability and Entrepreneurial Self-efficacy between Personality Traits and Entrepreneurial Intentions. *Iranian Agricultural Extension and Education Journal*, 15(1), 111-126.. (In Persian).. doi: 10.22034/iaeej.2019.93510
- Kazemi, S. 2018. The effect of school climate on the creativity of high school students in Tehran. *Educational Development of Judishapur*, 9(Supplement), 14-23.. (In Persian).
- Maxwell, S., Reynolds, K. J., Lee, E., Subasic, E., & Bromhead, D. 2017. The impact of school climate and school identification on academic



- achievement: Multilevel modeling with student and teacher data. *Frontiers in psychology*, 8, 2069.
- Morton, K. L., Atkin, A. J., Corder, K., Suhrcke, M., & Van Sluijs, E. M. F. 2016. The school environment and adolescent physical activity and sedentary behaviour: a mixed-studies systematic review. *Obesity reviews*, 17(2), 142-158.
- Naeimi, A., Salahi Moghaddam, N., Najafloo, P. 2017. Analysis Effect of Emotional Intelligence on Entrepreneurial Spirit of Agricultural Students in Tarbiat Modares University. *Higher Education Letter*, 9(36), 97-114.. (In Persian).
- Obschonka, M., & Hahn, E. (2018). Personal agency in newly arrived refugees: The role of personality, entrepreneurial cognitions and intentions, and career adaptability. *Journal of Vocational Behavior*, 105, 173-184.
- Parsaei I, Sadipour E, Dortaj F, Asadzaeh H. (2019). Evaluation of the Structural Model of Achievement Motivation Based on the School Climate and Values Related to Study with the Mediation of Meta-Emotion in Students. *jcmh*. 5 (4):110-121. (In Persian).
- Peng, Z., Lu, G., & Kang, H. (2013). Entrepreneurial intentions and its influencing factors: A survey of the university students in Xi'an China. *Creative education*, 3(08), 95.
- Singh, B., Verma, P., & Rao, M. K. (2017). Influence of individual and socio-cultural factors on entrepreneurial intention. In *Entrepreneurship Education* (pp. 149-169). Springer, Singapore.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 387-406.
- Zullig, K. J., Koopman, T. M., Patton, J. M., & Ubbes, V. A. 2010. School climate: Historical review, instrument development, and school assessment. *Journal of psychoeducational assessment*, 28(2), 139-152.