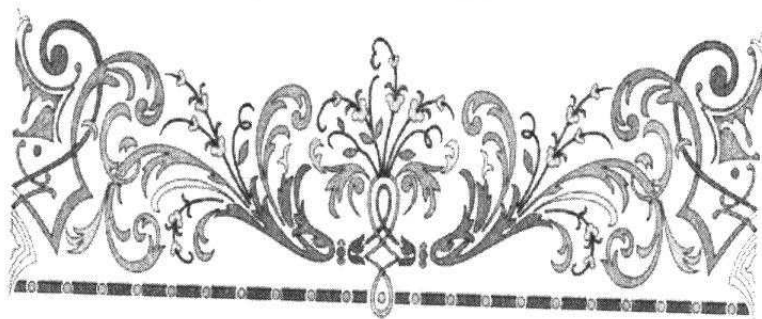




رابطه تاب آوری و حمایت اجتماعی با کار آفرینی سازمانی معلمان

www.ketab.ir
رمضانعلی کیخسروی





کتابخانه ملی و اسنادخانه ایران

سیرشانه	:	کیخسروی، رمضانعلی، ۱۳۴۴-
عنوان و نام پدیدآور	:	رابطه تاب آوری و حمایت اجتماعی با کار آفرینی سازمانی معلمان / رمضانعلی کیخسروی.
مشخصات نشر	:	خراسان رضوی: انتشارات جالیز، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	:	۱۲۲ ص: ۵/۱۴/۵۰ ۲۱/۵۰ م.
شابک	:	۵۵۰۰۰۰ ریال 6-900-263-978-622
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
یادداشت	:	کتابنامه: ص: ۱۱۱-۱۲۲.
موضوع	:	کار آفرینی
		Entrepreneurship
		انعطاف پذیری
		(Resilience (Personality trait
		حمایت اجتماعی
		Social advocacy
رده بندی کنگره	:	۶۱۵H۱B
رده بندی دیویی	:	۶۴۳.۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۸۷۱۲۷۰۷
اطلاعات رکورد کتابشناسی	:	فیا

www.ketab.ir



رابطه تاب آوری و حمایت اجتماعی با کار آفرینی سازمانی معلمان

رمضانعلی کیخسروی

ناشر: انتشارات جالیز

چاپ: اول، زمستان ۱۴۰۰ / ۱۰۰۰ نسخه

قطع: رقعی / تعداد صفحه: ۱۲۲

قیمت: ۵۵۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۶۳-۹۰۰-۶

طراح جلد: صالح مقدم

صفحه آرائی: زهرا مهدی زاده

حق چاپ محفوظ است

آدرس: مشهد بلوار شهید رضوی روبروی درب دانشکده روانشناسی دانشگاه فردوسی

تلفن تماس: ۰۹۱۵۹۳۰۹۹۶۳-۰۹۱۵۸۳۱۹۵۳۵-۰۵۱۳۸۷۹۵۲۸۸

فهرست مطالب

۱۱	 مقدمه
۱۸	 مفهوم تاب آوری
۱۹	 تاب آوری چیست؟
۲۲	 روانشناسی انعطاف پذیری یا تاب آوری
۲۴	 تعاریف دیگر از انعطاف پذیری یا تاب آوری
۲۵	 ویژگی های افراد دارای تاب آوری
۲۶	 روش های ایجاد تاب آوری در افراد
۲۸	 دیدگاه های مربوط به تاب آوری
۲۸	 دیدگاه فردریکسون و توگند
۳۰	 دیدگاه ماتسن
۳۰	 دیدگاه روان شناسی مثبت گرا
۳۲	 راه های ارتقای تاب آوری
۳۴	 نقش محیط در تاب آوری
۳۶	 رابطه تاب آوری با خودکارآمدی
۳۹	 حمایت اجتماعی
۴۳	 انواع حمایت اجتماعی
۴۵	 منابع حمایت اجتماعی
۴۷	 نظریه های حمایت اجتماعی

۴۸	مدل های حمایت اجتماعی
۵۰	کارکردهای حمایت اجتماعی در کاهش استرس
۵۲	دیدگاه نظریه پردازان تحولی پیرامون حمایت اجتماعی
۵۳	کارکردهای حفظ سلامتی حمایت اجتماعی
۵۵	حمایت اجتماعی در سازمان
۵۶	کارآفرینی سازمانی
۵۸	اهمیت کارآفرینی سازمانی
۵۹	تعریف واژه کارآفرینی
۶۲	انواع کارآفرینی
۶۶	فرآیند کارآفرینی سازمانی
۶۹	تفاوت کارآفرینی فردی و کارآفرینی سازمانی
۷۰	ضرورت کارآفرینی برای تحول سازمان های امروزی
۷۱	مدیر به عنوان کارآفرین
۷۳	عوامل موثر بر کارآفرینی در سازمان
۷۴	فرهنگ سازمانی و فرهنگ کارآفرینانه
۷۵	تأثیر متقابل فرهنگ و کارآفرینی
۷۶	ویژگی های سازمان های کارآفرین
۷۸	گام های موثر در مسیر کارآفرین نمودن سازمان
۸۱	مدل های کارآفرینی سازمانی
۸۱	مدل تعاملی کارآفرینی سازمانی

۸۲	مدل راهبردی کار آفرینی سازمانی کرنوال و پرلین
۸۳	مدل زاویر مندوز (۲۰۰۴) این مدل هدف گراست
۸۴	مدل مفهومی کتاب
۹۴	نظریه های کار آفرینی سازمانی
۹۴	نظریه فرهنگ کار آفرینی پارسر
۹۴	نظریه فرهنگ کار آفرینی ماکس وبر
۹۵	نظریه فرهنگ کار آفرینی مک کلند
۹۶	انواع رابطه کار آفرینی و فرهنگ
۹۸	پژوهش های خارجی کتاب
۱۰۵	پژوهش های داخلی کتاب
۱۱۱	فهرست منابع
۱۱۱	منابع فارسی
۱۲۰	منابع لاتین

مقدمه

کار آفرینی به عنوان یکی از استراتژی های اثربخش در محیط عصر حاضر، الگویی کار آمد جهت حصول به اهداف توسعه اقتصادی - اجتماعی قلمداد می گردد. امروزه از آن به عنوان موتور محرکه توسعه و نیز عامل ایجاد مزیت رقابتی در جهت رشد و بقای جوامع نام برده می شود. به گونه ای که کارآفرینی یکی از شاخص های مهم حتی در بین کشور های پیشرفته و توسعه یافته مورد نظر اندیشمندان واقع گردید و همه ی این مزایا و دستاوردهای درخشان متکی به وجود ویژگی های متعالی در انسان های توانمند، متعهد، خود باور و مسئولیت پذیر به نام کارآفرین که واجد مشخصاتی همچون پیشگامی، نوآوری و خلاقیت، آینده نگری، تعهد، اعتماد به نفس بالا، استقلال طلبی و تعالی جویی می باشند (پیتر^۱).

تحول و دگرگونی که در مقوله کارآفرینی روی می دهد و رخداد و راندان رویکرد های فرهنگی، اجتماعی و مالی سازمان را متأثر می نماید، مفهوم کارآفرینی اولین بار مورد توجه اقتصاد دانان قرار گرفته است و تمامی مکاتب اقتصادی از قرن شانزدهم میلادی تا کنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه های خود تشریح نموده اند. پیتر (۱۹۹۱) معتقد است که کارآفرین کسی است که فعالیت

^۱-Piter

اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می نماید. کارآفرین ارزش ها را تغییر می دهد و ماهیت آن ها را دچار تحول می نماید. به گونه ای که دنیای کار و تجارت برای همیشه متأثر از این مقوله خواهد بود.

شامپتر^۲ ۱۹۷۱ نقل از کاسون ۱۹۸۲ از اعضای مکتب اقتصادی آلمان که در واقع پدر کارآفرینی محسوب می شود، بر این باور است که: کارآفرین نیروی محرکه اقتصاد است. کسانی که در هر فعالیت و کسب و کار تجاری، محصول جدیدی تولید کنند، یا روش های جدیدی در فرایند تولید و بازار یابی و... به کار گیرند، از منابع جدید استفاده یا موسسه جدیدی را تأسیس کنند، دارای ویژگی کارآفرینی هستند و نوآور محسوب می شوند.

فرایندی که بتوان با استفاده از خلاقیت، عنصر جدیدی را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به کارگیری دیگر عوامل به وجود آورد، کارآفرینی می گویند. کارآفرینی فقط فردی نیست، سازمانی هم می تواند باشد. کارآفرینی عبارت است از فعالیت هدفمند که شامل یک سری تصمیمات منسجم فرد یا گروهی از افراد برای ایجاد توسعه یا حفظ واحد اقتصادی است. از دیگر سو نشات^۳ (۱۹۹۰) فرهنگ کارآفرینی را قبول مخاطره، تعقیب فرصت ها،

^۲ -Schumpcter

^۳ -Nashtat

ارضای نیازها از طریق نوآوری و تأسیس یک کسب و کار می داند.
(داریانی، ۱۳۸۹)

کارآفرینی سازمانی را می توان یک فرایند پویا نامید، که شامل آرمان، تحول، دگرگونی و خلاقیت می شود. این فرایند به کاربرد و استفاده ی نیرو و انگیزه ی افراد در جهت خلق و اجرای ایده های نو و همچنین راه حل های کاربردی احتیاج دارد. اجزای اصلی این فرایند شامل میل به خطرپذیری حساب شده بر اساس زمان، ارزش خالص یا فرصت شغلی، توانایی تشکیل یک تیم در ارتباط با انجام یک کار پرخطر، داشتن مهارت اخلاق در نظم بخشیدن به منابع مورد نیاز، داشتن مهارت اساسی در پی بردن و طراحی یک طرح منسجم و پایدار شغلی و داشتن چشم اندازی برای یافتن فرصت هایی که دیگران نمی توانند در یک موقعیت به هم ریخته و پر آشوب دریابند (کوهن^۴ و اسپکتور، ۲۰۱۰)

گرچه از دیر باز و در گذشته های بسیار دور وجود کارآفرینان به عنوان عاملان تغییر برای جوامع انسانی تحول آفرین و محسوس بوده اما امروزه به لحاظ تعداد بی شماری از الزامات و ایجاد شرایط منحصر به فرد و ویژه ای توجهی به این مقوله از اهمیت دو چندانی بالاخص در تسهیل فرایند توسعه اقتصادی و اجتماعی برخوردار

^۴ - cohen & spector

گردیده است. به گونه ای که می توان از آن به عنوان یک رویکرد استراتژیک و مزیت آفرین و عامل چابکی در نظام های اقتصادی و اجتماعی سال های آغازین هزاره ی جدید نام برد (جی یونگ^۵، ۲۰۰۸).

باید گفت که بی شک در توسعه ی فرهنگ کارآفرینی سازمانی نیز عوامل متعددی دخیل هستند که ضروری اند. دو متغیری که رابطه آنها در این پژوهش با کارآفرینی بررسی می گردد، تاب آوری^۶ و حمایت اجتماعی^۷ است. تاب آوری در اواخر قرن بیستم و اوایل قرن بیست و یکم پا به عرصه ادبیات روانشناسی تحولی نهاد و انقلابی نو در نحوه ی نگرش ایجاد نمود. جایگاه ویژه ای در حوزه های روانشناسی تحول، روانشناسی خانواده و بهداشت روانی یافته است به طوری که هر روز بر شمار پژوهش های مرتبط با این سازه افزوده می شود (سامانی و همکاران، ۱۳۸۶).

تاب آوری یک بعد شناختی در سازمان محسوب می گردد و شناسایی آن بینشی دگرگون و امیدوار کننده ایجاد نموده و به قابلیت تطابق انسان در مواجهه با بلایا یا فشار های جانکاه، غلبه یافتن و حتی تقویت شده به وسیله ی آن اشاره می نماید. این خصیصه با

^۵ - Giyoung

^۶ - Resilience

^۷ - Socialsupport

رابطه تاب آوری و حمایت اجتماعی با کار آفرینی سازمانی معلمان

توانایی درونی شخصی و مهارت های اجتماعی و تعامل با محیط حمایت می شود . توسعه می یابد و به عنوان یک ویژگی مثبت متبلور می گردد. (دیئر^۸ و همکاران، ۲۰۰۹).

کنونر^۹ ۲۰۰۶ تاب آوری را به عنوان روشی برای اندازه گیری توانایی فرد در مقابله با عوامل استرس زا و عواملی که سلامت روانی را تهدید می کند تعریف کرده است. افراد تاب آور دارای رفتار های خود شکاکانه نیستند، از نظر عاطفی آرام هستند و توانایی مقابله با شرایط ناگوار و ناخوشایند را دارند. (بونانو^{۱۰}، ۲۰۰۴) راه های بدست آوردن تاب آوری با داشتن سرسختی ، خود افزایی ، مقابله سرکوبگرانه ، داشتن خلق خود احساسات مثبت می داند.

تاب آوری در مورد کسانی به کار می رود که در معرض خطر قرار می گیرند ولی دچار اختلالات روان شناختی نمی شوند. تاب آوری باعث می شود که افراد در شرایط دشوار و با وجود عوامل خطر از ظرفیت های موجود خود در دستیابی به موفقیت و رشد زندگی فردی خود استفاده کنند و از این چالش ها و آزمون ها به عنوان فرصتی برای توانمند کردن خود بهره جویند و از آنها سربلند بیرون آیند.

⁸ -Diener

⁹ -connor

¹⁰ -Bonanno