

## نقش مؤلفه‌های تئوری انتخاب در کارآفرینی با استفاده از تکنیک معادلات ساختاری

علی جعفری<sup>۱</sup> روح‌اله سمیعی<sup>۲\*</sup> فریدون آزما<sup>۳</sup> محمدرضا صفاریان طوسی<sup>۴</sup>

### چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی نقش مؤلفه‌های تئوری انتخاب در کارآفرینی می‌باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف به صورت کاربردی-توسعه‌ای و از نظر روش انجام به صورت توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق شامل دانشجویان کاردانی و کارشناسی دانشگاه‌های فردوسی و علمی کاربردی مشهد می‌باشد که با توجه به تعداد بیش از ۱۰۰۰ نفر، غیرقابل شمارش بوده؛ لذا حجم نمونه براساس جدول مورگان و به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای ۳۸۴ نفر تعیین گردید. به منظور گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌های سنجش کارآفرینی (اسکاربوروف و زیمرر، ۲۰۰۶) و سنجش نیازها براساس تئوری انتخاب (صاحبی، ۱۳۸۰) استفاده شده است. پایایی پرسشنامه کارآفرینی ۰/۸۷ و ابعاد تئوری انتخاب ۰/۹۱ براساس ضریب آلفای کرونباخ برآورد شده و روایی آن‌ها توسط اساتید و خبرگان مورد تأیید می‌باشد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی از طریق نرم‌افزارهای اس پی اس اس و لیزرل انجام پذیرفته است. نتایج به دست آمده حاکی از این بود که بین مؤلفه‌های تئوری انتخاب و کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین بیشترین رابطه بین مؤلفه نیاز به بقا با کارآفرینی به میزان ۰/۷۱۹ مشاهده می‌شود. برای بررسی میزان و درجه تأثیر هر یک از مؤلفه‌های تئوری انتخاب بر کارآفرینی، از معادله ساختاری استفاده و مدل طراحی شده تأیید گردید.

**واژگان کلیدی:** کارآفرینی، تئوری انتخاب، نیازها، آموزش، رفتار کارآفرینی

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری گروه کارآفرینی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران. [ai.jafari@yahoo.com](mailto:ai.jafari@yahoo.com)

<sup>۲</sup> استادیار گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران. (نویسنده مسئول) [roohalla.samiee@gmail.com](mailto:roohalla.samiee@gmail.com)

<sup>۳</sup> استادیار گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران. [fereydoonazma@gmail.com](mailto:fereydoonazma@gmail.com)

<sup>۴</sup> استادیار گروه علوم تربیتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران. [reza.saffarian@yahoo.com](mailto:reza.saffarian@yahoo.com)

## مقدمه

کارآفرینی مفهومی عینی و عملی بوده که همزمان با آغاز زندگی انسان بر روی زمین و تلاش برای کسب درآمد و تأمین مایحتاج زندگی، پا به عرصه وجود گذاشته است (سعیدی مهرآباد و مهتدی، ۱۳۸۷). کارآفرینی از منابع مهم و پایان‌ناپذیر تمام جوامع بشری می‌باشد؛ منبعی که به توان خلاقیت انسان‌ها برمی‌گردد، از یکسو ارزان و از سوی دیگر بسیار ارزشمند و پایان‌ناپذیر است. رویکرد کشورهای جهان به موضوع کارآفرینی و توسعه آن در دهه‌های اخیر موجب شده است که موجی از فعالیت‌ها در این زمینه ایجاد شود تا آنجا که راه‌حلی مورد توجه کشورهای مختلف در دهه‌های اخیر برای غلبه بر مشکلات مختلف اقتصادی و اجتماعی قرار گرفته است؛ این راه‌حل عبارت است از توسعه فرهنگ کارآفرینی، حمایت از کارآفرینان و آموزش کارآفرینی. در طول سالیان اخیر کارآفرینان، کانون مباحث قابل توجهی میان دانشگاهیان و سیاست‌گذاران بوده‌اند. (هولتز و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴).

موفقیت کارآفرینی یک مقوله کیفی-ذهنی و چندبعدی است که درک آن برای مطالعات کارآفرینی ضروری می‌باشد (۲۰۱۶، واچ و همکاران). موفقیت کارآفرینی و تأیید آن با معیارهای کیفی، آن را به مفهوم روان‌شناختی انگیزه و مفاهیم نزدیک به ارزش‌ها و اهداف مرتبط می‌کند. این ساختارها، بازتابی است از ماهیت معیارهایی که توسط کارآفرینان ارزش‌گذاری شده و برای آن‌ها اهمیت دارد (۲۰۰۹، فرز)؛ بر این اساس ایده اصلی عملکرد کیفی به درک ذهنی از ارزش توسط گیرنده یا استفاده‌کننده بستگی دارد (۲۰۱۹، شیخ). تعمیم این موضوع به کارآفرینی نشان می‌دهد که عملکرد در کارآفرینی به نحوه درک کارآفرین از این مفهوم بستگی دارد. این برداشت متأثر از انگیزه‌های درونی و بیرونی کارآفرین، عوامل زمینه‌ای (۲۰۱۹، شیخ) و ارزش‌های شخصی (۲۰۱۱، گرگیفسکی و همکاران) است.

امروزه همگان دریافته‌اند جوامعی که به منابع زیرزمینی متکی نبوده و در راستاری اتکا به فکر تلاش کرده‌اند، در بلندمدت موفق‌تر و سرفرازتر هستند. منابع زیرزمینی در کشورهای جهان سوم علی‌رغم مزیت‌های آن، ازجمله موانع توسعه‌یافتگی محسوب می‌شود؛ در صورتی که نبود این منابع در بعضی کشورها باعث شده تا آن‌ها با استفاده از نیروی فکر، خلاقیت و ابتکار یا در یک کلمه کارآفرینی، ازجمله کشورهای پیشرفته در جهان کنونی شوند. خصوصاً عصر حاضر، عصر دانایی، خلاقیت، تلفیق اندیشه‌ها و ابتکارات می‌باشد و توجه به کارآفرینی در توسعه و پیشرفت کشورها بسیار اهمیت دارد (ربانی مقدم، ۱۳۹۸: ۷).

بدیهی است که کارآفرینی مملو از شکست و عدم موفقیت باشد (۲۰۱۹، لیو و همکاران)؛ امروزه نیز به صورت ضمنی و آشکار نرخ بالایی از شکست کسب‌وکار به‌ویژه در کسب‌وکارهای نوپا را شاهد هستیم (فریددونی و همکاران، ۱۳۹۹). اداره کار آمریکا اعلام کرد که حدوداً ۴۰ درصد کسب‌وکارهای نوپا در چهار سال اول، شکست را تجربه می‌کنند (۲۰۱۸، کانز و نوتو)؛ از این رو باید با ایجاد آگاهی عمومی درباره نتایج فعالیت‌های کارآفرینانه و افزایش توانایی نیروی کار در بهره‌برداری از فرصت‌های موجود، زمینه ایجاد کسب‌وکارهای جدید را فراهم کرد. ترویج کارآفرینی به دو دلیل مسئله اصلی سیاست‌گذاران است: «تأثیر اقتصادی» و «ایده کارآفرینان به‌عنوان عاملان تغییر، رشد و نوآوری» (زالی و همکاران، ۱۳۸۶). در حقیقت جامعه، خواهان روش‌های آموزشی جدیدی است که نیروی انسانی کارآفرین، خالق و کارآمد تربیت کند (۲۰۲۰، سیزن و اکمن).

<sup>1</sup> Holtz & Harvey, Rosen

رفتار کارآفرینی زیرمجموعه‌ای از فعالیت‌های کارآفرینی است که با درک، پیش‌بینی و تأثیر بر رفتار انسان در رشد و پایداری سازمان‌ها در محیط پیچیده، نقش دارد (۲۰۱۹، مک‌آدام و کانینگ‌هام). رفتارهای کارآفرینی در چند دهه گذشته به‌طور چشمگیری افزایش یافته و می‌توان آن را به‌عنوان یک عامل مهم در توسعه کارآفرینی، مورد تأکید قرار داد (۲۰۱۲، رافورد و همکاران). در واقع رفتار کارآفرینی به‌عنوان یک مهارت عملیاتی شده است که ترکیبی از خصوصیات و صفات فردی می‌باشد (۲۰۱۴، پوژا و همکاران).

دانش و تجربه انسان به ایجاد یا تغییر نگرش منجر می‌شود. رفتار انسان نیز اغلب براساس نوع نگرش وی صورت می‌گیرد. متغیرهای متعددی بر رفتار انسان تأثیر می‌گذارند. برخی از این متغیرها اصلی و مستقیم هستند و برخی نیز میانجی و غیرمستقیم؛ اما همگی آن‌ها مجموعه‌ای از عوامل و متغیرهای رفتار انسان را تشکیل می‌دهند. انگیزش، نیاز، دانش، نگرش، مهارت و تجربه، شرایط محیطی و مواردی از این دست، متغیرهای اصلی و عمده در رفتار انسان هستند (عبداللهی، ۱۳۹۳). با ورود روانشناسان به کارآفرینی، دو رویکرد عمده مطرح شد؛ رویکرد ویژگی<sup>۱</sup> که بر شخصیت<sup>۲</sup> کارآفرین تأکید دارد و رویکرد رفتاری<sup>۳</sup> که بر فعالیت‌های کارآفرینان تأکید دارد. توجه به این سؤال که "آیا کارآفرینان متولد می‌شوند یا ساخته می‌شوند؟"، برای درک بهتر موضوع بسیار مهم است. روانشناسان معتقدند که ژنتیک، جزئی از شخصیت را شکل می‌دهد و عوامل محیطی باقی‌مانده شخصیت فرد را تکمیل می‌کنند. برخلاف نتایج روانشناسان، سایر کمک‌کنندگان به پیشینه کارآفرینی به این نتیجه رسیدند که تنها عوامل محیطی، کارآفرینان را می‌سازد. در واقع اعتقاد بر این است که کارآفرینان «ساخته می‌شوند» و «متولد نمی‌شوند». دراکر (۲۰۰۱) معتقد است که دیدگاه غالب بدین صورت می‌باشد: کارآفرینی همانند نوآوری، یک رشته یا مجموعه‌ای منحصر به فرد از قوانین است که می‌توان آن را فراگرفت (مقیمی و همکاران ۱۳۹۲).

کشور ایران همواره با انبوهی از دانش‌آموختگان بیکارجویی کار روبه‌رو است. اگرچه راهکارهای مختلفی برای حل معضل بیکاری جوانان ارائه شده؛ اما کارآفرینی و آموزش کارآفرینی از جمله مهم‌ترین راهکارها برای سوق دادن جوانان به بازار کار و رفع معضل بیکاری به‌شمار می‌روند (۲۰۱۸، دوسی و سی‌کولا). با توجه به اهمیت کارآفرینی در ایجاد اشتغال در کشور، انتظاری که جامعه از دانشجویان پس از فارغ‌التحصیلی دارد؛ ضرورت نیاز به آموزش و گسترش رفتار کارآفرینی در بین دانشجویان بیش‌ازپیش احساس می‌شود. برای گام برداشتن در این زمینه، نیازمند شناخت رفتار کارآفرینی از یکسو و شناخت نیازهای فراگیران از سوی دیگر می‌باشیم. در پژوهش حاضر با توجه به اینکه تاکنون هیچ پژوهشی به‌صورت مستقیم ارتباط مؤلفه‌های تئوری انتخاب با کارآفرینی را مورد بررسی قرار نداده است؛ پژوهشگر درصدد بررسی رابطه مؤلفه‌های تئوری انتخاب با کارآفرینی در بین دانشجویان می‌باشد.

سوال اصلی پژوهش عبارت است از:

آیا ارتباطی بین مؤلفه‌های تئوری انتخاب با میزان کارآفرینی دانشجویان کاردانی و کارشناسی دانشگاه‌های علمی-کاربردی و فردوسی مشهد وجود دارد؟

<sup>1</sup> Trait Approach

<sup>2</sup> personal

<sup>3</sup> Behavioral Approach

برای پاسخ به سؤال فوق، پژوهشگر صحت فرضیه‌های زیر را مورد آزمون قرار داده است.

فرضیه اصلی: بین مؤلفه‌های تئوری انتخاب و کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.

#### فرضیات فرعی:

(۱) بین مؤلفه نیاز به قدرت و کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.

(۲) بین مؤلفه نیاز به آزادی و کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.

(۳) بین مؤلفه نیاز به بقا و کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.

(۴) بین مؤلفه نیاز به عشق و کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.

(۵) بین مؤلفه نیاز به تفریح و کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق:

رفتار کارآفرینی به‌عنوان یک علاقه آکادمیک مطالعه رفتارهای انسان است که از طریق ایجاد و توسعه سازمان‌های سرمایه‌گذاری جدید، به دنبال استفاده از فرصت‌های کارآفرینی می‌باشد. رفتار کارآفرینی نتیجه تقریبی شناخت‌ها و احساسات کارآفرینی کارآفرینان است (۲۰۱۷، بیرد و اشجودت). در جستجوی یافتن "ارتباط بین مؤلفه‌های تئوری انتخاب و میزان کارآفرینی دانشجویان" مروری بر پژوهش‌ها و مطالعات انجام شده درباره ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان از یک طرف و مؤلفه‌ها و سازه‌های مطرح شده در تئوری انتخاب، می‌تواند مفید باشد. مطالعه رفتار، شخصیت و منش کارآفرینان نشان می‌دهد که آنان ویژگی‌های منحصر به فردی دارند که در سایر افراد (غیر کارآفرینان) کمتر دیده می‌شود. ویژگی‌های شخصیتی مانند میل به تلاش، اعتماد به نفس، استقلال‌طلبی، توفیق‌طلبی، خلاقیت و تحمل ابهام (لانگنی‌کرو مور، پتی، ۱۹۹۷)<sup>۱</sup>. کارآفرینان با ویژگی‌های مانند تحمل ابهام، خلق سازمان جدید، کشف فرصت‌ها، جمع‌آوری عوامل تولید و تولید ترکیب‌های جدید شناخته می‌شوند (عمرانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۴). از نظر ویلیام بای گریو<sup>۲</sup> مهم‌ترین ویژگی‌های شخصی کارآفرینان عبارت‌اند از خیال‌پردازی، قاطعیت، اهل عمل، عزم راسخ، فداکاری، دلبستگی، موشکافی، کنترل سرنوشت کاری، ثروت‌اندوزی و توزیع ثروت (مقیم، ۱۳۸۴: ۲۴۰-۲۳۴). علاوه بر ده ویژگی بالا، محققان ویژگی‌های فردی دیگری را نیز برای کارآفرینان بر شمرده‌اند که عبارت‌اند از مخاطره‌پذیری، توفیق‌طلبی، خلاقیت، مرکز کنترل درونی، تحمل ابهام و استقلال‌طلبی (احمد پورداریانی و ملکی، ۱۳۹۰: ۳۶۰). براساس بررسی تطبیقی زالی و همکاران، دو ویژگی نیاز شدید به موفقیت و تمایل به استقلال، مورد اجماع پژوهشگران هستند. همچنین ویژگی‌های کانون کنترل درونی، ریسک‌پذیری، خلاقیت و فرصت‌گرایی بیشترین اجماع محققان را به همراه دارند (زالی و همکاران، ۱۳۸۶: ۸۶). احمد پورداریانی و عرفانیان (۱۳۸۶)، کارآفرینان را فردی دارای ایده و فکر جدید تعریف می‌کنند که از طریق ایجاد کسب‌وکار و بسیج منابع که با مخاطره مالی، اجتماعی و حیثیتی همراه است، محصول یا خدمت جدیدی به بازار ارائه می‌دهد. جعفری، سمیعی، آزما و صفاریان طوسی (۱۳۹۹) در پژوهش خود با عنوان "شناسایی و رتبه‌بندی شاخص‌های آموزشی-رفتاری در مشاوره کارآفرینی بر مبنای

<sup>1</sup> Longenecker & Moore, Petty

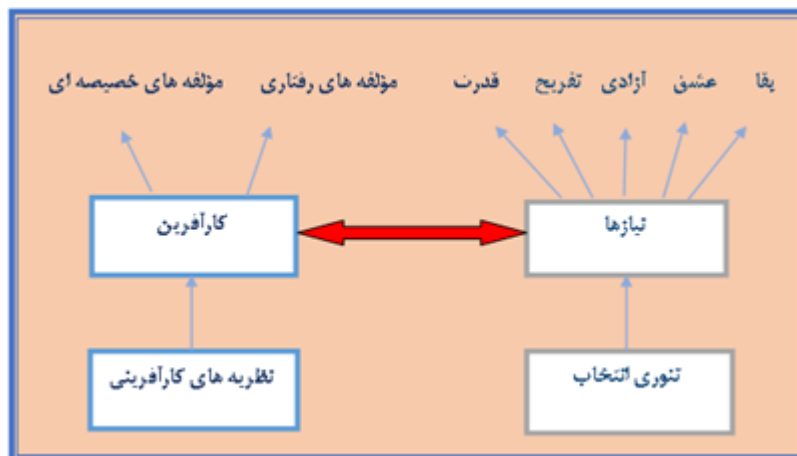
<sup>2</sup> William Bay Greve

تئوری انتخاب با استفاده از مدل ساختاری تفسیری<sup>۱۱</sup> به شناسایی شاخص‌های رفتاری مشاوره کارآفرینی بر مبنای تئوری انتخاب و بررسی میزان اهمیت و اولویت‌بندی هریک از این شاخص‌ها پرداختند. یافته‌های مطالعه نشان داد که استقلال‌طلبی، اعتمادبه‌نفس، تحمل ابهام، تسلط، خلاقیت، خوش‌بینی، رهبری، سودگرایی، شهود، عزت‌نفس، عزم و اراده، کنترل درونی، مخاطره‌پذیری، مسئولیت‌پذیری، مهارت ارتباط بین فردی، تعلق و نیاز به توفیق عوامل مهمی در کارآفرینی به‌شمار می‌روند. همچنین نتایج این پژوهش نشان داد که شاخص‌های استقلال‌طلبی و مهارت‌های بین فردی، اساسی‌ترین شاخص‌های مؤثر بر مشاوره کارآفرینی می‌باشد که باید در وهله اول در خدمات مشاوره‌ای بر مبنای تئوری انتخاب، بر آن‌ها تأکید شود.

جهانگیری و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان "ویژگی‌های روان‌شناختی و جامعه‌شناختی مرتبط با روحیه کارآفرینانه در دانشجویان مقطع تحصیلات تکمیلی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی ورامین" به این نتیجه دست‌یافتند که سطح روحیه کارآفرینانه در جامعه مورد پژوهش در حد پایین بوده‌است. در بیشتر دانشجویان، ویژگی‌های خلاقیت، عزم و اراده، کنترل درونی و توفیق‌طلبی در حد بالا و ویژگی‌های خطرپذیری و استقلال‌طلبی در حد پایینی قرار داشتند. نعمتی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان "بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان دانشجویان دانشگاه‌های دولتی تهران" با استفاده از پرسشنامه استاندارد شده، سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی در نمونه‌ای بالغ بر ۵۸۶ دانشجوی دانشگاه‌های دولتی تهران، به‌منظور به‌دست‌آوردن برآوردی از ویژگی‌های شخصی کارآفرینان افراد مورد مطالعه در محورهای هشت‌گانه ریسک‌پذیری، کانون کنترل، موفقیت‌طلبی، سلامت فکر، عمل‌گرایی، تحمل ابهام، رویاپردازی و چالش‌طلبی انجام شد. نتایج و یافته‌های حاصل از پژوهش حاکی از آن است که عملکرد دانشجویان در محورهای ریسک‌پذیری، سلامت فکر و چالش‌طلبی به‌عنوان محورهای اساسی روحیه کارآفرینی ضعیف بوده‌است. عزیزاده فرد و تدریس تبریزی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان "تأثیر آموزش تئوری انتخاب بر میزان سهل‌انگاری فردی و اجتماعی دانشجویان زن" که به‌صورت شبه‌آزمایش با پیش‌آزمون و پس‌آزمون همراه با گروه گواه و آموزش تئوری انتخاب طی ۸ جلسه انجام شد، تغییرات سهل‌انگاری فردی و اجتماعی را به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفتند. آزمون‌ها با استفاده از پرسشنامه سهل‌انگاری فردی تاکمن و سهل‌انگاری اجتماعی در دو مرحله و دو گروه آزمایشی و کنترل، به پرسشنامه‌ها به‌عنوان پیش‌آزمون و پس‌آزمون پاسخ دادند. نتایج پژوهش نشان داد که آموزش تئوری انتخاب، میزان سهل‌انگاری فردی و اجتماعی را به‌طور معناداری نسبت به گروه گواه کاهش داده‌است. برخلاف مازلو که معتقد بود نیازها "سلسله‌مراتب" دارند و تا یکی از آن‌ها ارضا نشود، نیاز دیگر در وجود ما سر بر نمی‌آورد؛ گلسر معتقد است که اولویت نیازها برای هرکسی متفاوت می‌باشد. کسانی را دیده‌ایم که برای عشق خود، از جان گذشته‌اند (اولویت نیاز به احساس تعلق در برابر نیاز به زنده ماندن) و شاهد کسانی بوده‌ایم که برای به‌دست‌آوردن قدرت، نزدیکان خویش را به قتل رسانده‌اند (اولویت داشتن نیاز به قدرت در برابر نیاز به عشق و تعلق). از دیدگاه تئوری انتخاب، شیوه انتخاب ارضای این نیازها و اولویت‌هایشان در هر فرد، ریشه انتخاب‌های مهم زندگی وی هستند (اسکندری، صاحبی، ۱۳۹۷: ۷). در تئوری انتخاب اساسی‌ترین نیازهایی که رفتار انسان را تعیین می‌کنند، عبارت‌اند از:

- بقا: این نیاز به بقای فرد یا بقای نوع، اشاره دارد. نیازهای جسمانی ضروری شامل نیاز به آب، هوا و سرپناه و پوشاک می‌باشند که نیاز به تأمین امنیت برای ادامه زندگی نیز زیرمجموعه نیازهای جسمانی ضروری محسوب می‌شود (صاحبی، ۱۳۹۱: ۷).

- عشق و احساس تعلق: نیاز به احساس تعلق و پیوند عاطفی داشتن با دیگر افراد، نیازی است که همه انسان‌ها به آن گرایش دارند. به اعتقاد گلسر، تعاملات و روابط بین انسان‌ها به‌عنوان یک نیاز، تعیین‌کننده رفتار آن‌ها است (صاحبی، ۱۳۹۱: ۷).
  - قدرت: این نیاز برای کسب قدرت، ثروت، تأثیرگذاری، موفقیت و کسب توانایی انجام دادن کارها است. همچنین بر حس موفقیت، پیشرفت، افتخار، اهمیت و خود ارزشمندی دلالت دارد (گلسر، ۱۳۹۵: ۸۵).
  - آزادی: آزادی نیازی است که انسان را وادار به انتخاب می‌کند؛ برای مثال انتقال یا مهاجرت از جایی به جای دیگر برای ابراز آزادانه خویش یا احساس آزادی به‌طور درونی و باطنی (گلسر، ۱۳۹۵: ۸۷).
  - تفریح: پیازه، شناخت‌شناس شهیر، معتقد بود که "بازی تفکر کودک است". این یک واقعیت است که کودکان به‌واسطه تفریح یاد می‌گیرند. درک این مسئله که کودکان واقعاً بدون تفریح نمی‌توانند یاد بگیرند، بسیار مهم می‌باشد. نیاز به تفریح البته در بزرگسالی نیز ادامه دارد. این یک نیاز ضروری است که خود را در بسیاری از کوشش‌های افراد نشان می‌دهد (گلسر، ۱۳۹۵: ۸۸).
- تئوری انتخاب به‌طور کلی هر رفتار را به‌عنوان یک "رفتار کلی" شامل جزئیات یا بخش‌هایی مانند اعمال یا اقدامات، افکار، احساسات و فیزیولوژی بررسی می‌کند و بر انتخاب‌هایی که مراجعان از طریق رفتارهایشان صورت می‌دهند، تأکید زیادی دارد. در تئوری انتخاب، رفتار بیش از آنکه پاسخی به تحریکات و عوامل بیرونی باشد، تلاش انسان‌ها برای کنترل جهان پیرامون جهت رفع نیازهایشان تلقی می‌شود و "رفتار کلی" چیزی بیش از اداره کردن یا انجام دادن یک عمل است (گلسر، ۱۳۹۷).
- با توجه به آنچه بیان شد، چارچوب مفهومی یا الگوی نظری پژوهش که به پژوهشگر اجازه سازماندهی، ترکیب رفتارها و دستیابی به ارتباط بین مؤلفه‌های موردنظر در رفتار کارآفرینی و تئوری انتخاب می‌دهد را می‌توان به‌صورت شکل شماره (۱) تبیین نمود.



شکل ۱: الگوی مفهومی تحقیق

## روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف به صورت کاربردی-توسعه‌ای و رویکرد پژوهش از نوع کمی است. همچنین پژوهش حاضر از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، به صورت توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. پژوهشگران میزان کارآفرینی افراد را با توجه به نیمرخ کارآفرینی آنان به منظور ارتباط آن با ابعاد تئوری انتخاب در قالب مدل‌سازی معادله‌های ساختاری، مورد تجزیه و تحلیل قرار داده‌اند.

جامعه آماری پژوهش شامل دانشجویان زن و مرد دانشگاه‌های علمی کاربردی و فردوسی مشهد در مقاطع کاردانی و کارشناسی در سال تحصیلی ۹۷-۹۸ است که در دانشگاه‌های مذکور، مشغول به تحصیل بودند. تعداد دانشجویان بیش از ۱۰۰۰ نفر و غیرقابل شمارش بوده که با استفاده از جدول مورگان و به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، حجم نمونه ۳۸۴ نفر تعیین گردید. در این روش هر یک از عناصر جامعه مورد نظر برای انتخاب شدن، شانس برابر دارند؛ از این تعداد ۲۳۷ نفر زن و ۱۴۷ نفر مرد که ۱۲۳ نفر در مقطع کاردانی و ۲۶۱ نفر در مقطع کارشناسی مشغول به تحصیل بودند.

در پژوهش حاضر از دو پرسشنامه استفاده شده است:

(۱) پرسشنامه سنجش کارآفرینی اسکاربوروف و زیمرر (۲۰۰۶) که شمایی از نیمرخ کارآفرینی فرد را ارائه می‌کند. پایایی این پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۷ به دست آمده (فرهنگ، حسینی سورکی، ۱۳۸۶). روایی محتوی توسط اساتید و خبرگان دانشگاهی مورد تأیید قرار گرفت.

(۲) پرسشنامه نیمرخ نیازهای تئوری انتخاب که توسط علی صاحبی (۱۳۸۰)، نماینده مؤسسه ویلیام گلسر در ایران، طراحی شده است. این پرسشنامه از ۴۰ آیتم تشکیل شده به طوری که هر یک از نیازهای اساسی پنج‌گانه، ۵ آیه تم را به خود اختصاص می‌دهد و به صورت طیف لیکرت ۵ درجه‌ای امتیازبندی می‌شود. مزده وزیری (۱۳۹۴) در پژوهشی که با عنوان "پیش‌بینی رضایت زناشویی براساس نیازهای اساسی آن" انجام داده، پایایی ابزار را به شیوه آلفای کرونباخ ۰/۹۱ محاسبه نموده است. همچنین ضریب آلفای کرونباخ ابعاد تئوری انتخاب در مؤلفه‌های نیاز به قدرت، نیاز به بقا، نیاز به تفریح، نیاز به عشق و نیاز به آزادی به ترتیب ۰/۸۸، ۰/۸۶، ۰/۷۹، ۰/۸۷ و ۰/۸۹ به دست آمد. روایی پرسشنامه تئوری انتخاب نیز با نظر چند تن از اساتید دانشگاه و خبرگان مورد تأیید قرار گرفت.

به منظور جمع‌آوری داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد. ابتدا نرمال بودن داده‌ها به وسیله آزمون KS مشخص و تأیید شد. از ضریب همبستگی پیرسون، آزمون t و آزمون فریدمن نیز برای بررسی رابطه بین مؤلفه‌ها بهره گرفته شد. این محاسبات با کمک نرم‌افزار SPSS و نرم‌افزار لیزرل صورت گرفت.

## یافته‌ها

پیش شرط استفاده از آزمون‌های ضریب همبستگی پیرسون، بررسی نرمال بودن داده‌ها می‌باشد که می‌بایست توسط آزمون نرمالیتی کولموگروف-اسمیرنوف بررسی شود. جدول شماره (۱) نتایج این آزمون را نشان می‌دهد.

جدول ۱: نتایج آزمون نرمالیتی کولموگروف-اسمیرنوف برای متغیرهای تحقیق

کولموگروف-اسمیرنوف			متغیرها
Sig.	Df	Statisic	
۰.۰۶۱	۷۹	۰.۴۱۷	مؤلفه‌های تئوری انتخاب
۰.۰۷۹	۷۹	۰.۳۴۶	کارآفرینی

یافته‌های فوق نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری این آزمون برای متغیرهای موردبررسی بیشتر از سطح معنی‌داری ۰.۰۵ می‌باشد؛ از این رو می‌توان گفت که داده‌های مربوط به متغیرهای موردبررسی، نرمال می‌باشند.

• بررسی فرضیه اول: بین مؤلفه‌نیاز به قدرت و کارآفرینی رابطه‌معناداری وجود دارد.

جهت بررسی ارتباط بین مؤلفه‌نیاز به قدرت و کارآفرینی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده‌است.

جدول ۲: آزمون همبستگی بین مؤلفه‌نیاز به قدرت و کارآفرینی

P-value	کارآفرینی	مؤلفه‌نیاز به قدرت	متغیر/ مؤلفه
۰/۰۰۸	۰/۷۰۸	—	مؤلفه‌نیاز به قدرت
	—	۰/۷۰۸	کارآفرینی

همان‌گونه که جدول فوق نشان می‌دهد، از آنجایی که مقدار عددی سطح خطا برابر ۰/۰۰۸ بوده و از سطح معناداری استاندارد (۰/۰۵) کمتر می‌باشد؛ لذا بین مؤلفه‌نیاز به قدرت و کارآفرینی در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه‌معناداری وجود دارد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر نیز برابر ۰/۷۰۸ می‌باشد که بیانگر همبستگی قوی بین این دو متغیر است. همچنین با توجه به اینکه ضریب همبستگی بین این دو متغیر مثبت است، جهت تغییرات این دو متغیر نیز هم‌جهت می‌باشد. بدین مفهوم که با افزایش مؤلفه‌نیاز به قدرت، کارآفرینی در میان نمونه‌موردبررسی از دانشجویان افزایش می‌یابد.



- بررسی فرضیه دوم: بین مؤلفه نیاز به آزادی و کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۳: آزمون همبستگی بین مؤلفه نیاز به آزادی و کارآفرینی

P-value	کارآفرینی	مؤلفه نیاز به آزادی	متغیر / مؤلفه
۰/۰۲۳	۰/۶۱۱	—	مؤلفه نیاز به آزادی
	—	۰/۶۱۱	کارآفرینی

همان‌گونه که جدول فوق نشان می‌دهد، از آنجایی که مقدار عددی سطح خطا برابر ۰/۰۲۳ بوده و از سطح معناداری استاندارد (۰/۰۵) کمتر می‌باشد؛ لذا بین مؤلفه نیاز به آزادی و کارآفرینی در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معناداری وجود دارد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر نیز برابر ۰/۶۱۱ می‌باشد که بیانگر همبستگی متوسط بین این دو متغیر است. همچنین با توجه به اینکه ضریب همبستگی بین این دو متغیر مثبت است، جهت تغییرات این دو متغیر هم جهت می‌باشد. بدین مفهوم که با افزایش مؤلفه نیاز به آزادی، کارآفرینی در میان نمونه موردبررسی از دانشجویان افزایش می‌یابد.

- بررسی فرضیه سوم: بین مؤلفه نیاز به بقا و کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۴: آزمون همبستگی بین مؤلفه نیاز به بقا و کارآفرینی

P-value	کارآفرینی	مؤلفه نیاز به بقا	متغیر / مؤلفه
۰/۰۶۶	۰/۷۱۹	—	مؤلفه نیاز به بقا
	—	۰/۷۱۹	کارآفرینی

همان‌گونه که جدول فوق نشان می‌دهد، از آنجایی که مقدار عددی سطح خطا برابر ۰/۰۰۶ بوده و از سطح معناداری استاندارد (۰/۰۱) کمتر می‌باشد؛ لذا بین مؤلفه نیاز به بقا و کارآفرینی در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معناداری وجود دارد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر نیز برابر ۰/۷۱۹ می‌باشد که بیانگر همبستگی بین این دو متغیر است. همچنین با توجه به اینکه ضریب همبستگی بین این دو متغیر مثبت است، جهت تغییرات این دو متغیر هم جهت و مستقیم می‌باشد. بدین مفهوم که با افزایش مؤلفه نیاز به بقا، کارآفرینی در میان نمونه موردبررسی از دانشجویان افزایش می‌یابد.

- بررسی فرضیه چهارم: بین مؤلفه نیاز به عشق و کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۵: آزمون همبستگی بین مؤلفه نیاز به عشق و کارآفرینی

P-value	کارآفرینی	مؤلفه نیاز به عشق	متغیر / مؤلفه
۰/۰۴۷	۰/۵۹۹	—	مؤلفه نیاز به عشق
	—	۰/۵۹۹	کارآفرینی

همان‌گونه که جدول فوق نشان می‌دهد، از آنجایی که مقدار عددی سطح خطا برابر ۰/۰۴۷ بوده و از سطح معناداری استاندارد (۰/۰۵) کمتر می‌باشد؛ لذا بین مؤلفه نیاز به عشق و کارآفرینی در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معناداری وجود دارد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر نیز برابر ۰/۵۹۹ می‌باشد که بیانگر همبستگی متوسط بین این دو متغیر است. همچنین با توجه به اینکه ضریب همبستگی بین این دو متغیر مثبت است، جهت تغییرات این دو متغیر هم‌جهت می‌باشد. بدین مفهوم که با افزایش مؤلفه نیاز به عشق، کارآفرینی در میان نمونه مورد بررسی از دانشجویان افزایش می‌یابد.

- بررسی فرضیه پنجم: بین مؤلفه نیاز به تفریح و کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۶: آزمون همبستگی بین مؤلفه نیاز به تفریح و کارآفرینی

P-value	کارآفرینی	مؤلفه نیاز به تفریح	متغیر / مؤلفه
۰/۰۸۱	-۰/۴۰۶	—	مؤلفه نیاز به تفریح
	—	-۰/۴۰۶	کارآفرینی

همان‌گونه که جدول فوق نشان می‌دهد، از آنجایی که مقدار عددی سطح خطا برابر ۰/۰۸۱ بوده و از سطح معناداری استاندارد (۰/۰۵) بیشتر می‌باشد؛ لذا بین مؤلفه نیاز به تفریح و کارآفرینی حتی در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معناداری وجود ندارد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر نیز برابر ۰/۴۰۶ می‌باشد که بیانگر همبستگی ضعیف بین این دو متغیر است. بدین مفهوم که با افزایش مؤلفه نیاز به تفریح، کارآفرینی در میان نمونه مورد بررسی از دانشجویان تغییر معناداری نمی‌کند.

- بررسی فرضیه اصلی: بین مؤلفه‌های تئوری انتخاب و کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۷: آزمون همبستگی بین مؤلفه‌های تئوری انتخاب و کارآفرینی

متغیر / مؤلفه	مؤلفه‌های تئوری انتخاب	کارآفرینی	P-value
مؤلفه‌های تئوری انتخاب	—	۰/۶۰۳	۰/۰۳۱
کارآفرینی	۰/۶۰۳	—	

همان‌گونه که جدول فوق نشان می‌دهد، از آنجایی که مقدار عددی سطح خطا برابر ۰/۰۳۱ بوده و از سطح معناداری استاندارد (۰/۰۵) کمتر می‌باشد؛ لذا بین مؤلفه‌های تئوری انتخاب و کارآفرینی در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معناداری وجود دارد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر نیز برابر ۰/۶۰۳ می‌باشد که بیانگر همبستگی متوسط بین این دو متغیر است. مثبت بودن ضریب همبستگی نیز نشان می‌دهد جهت تغییرات این دو متغیر هم‌جهت است. بدین مفهوم که با افزایش مؤلفه‌های تئوری انتخاب، کارآفرینی در میان نمونه مورد بررسی از دانشجویان افزایش می‌یابد.

#### آزمون رتبه‌بندی فریدمن

با استفاده از این آزمون تأثیر هر یک از مؤلفه‌های تئوری انتخاب بر کارآفرینی دانشجویان رتبه‌بندی می‌شود. جدول ذیل نتایج این آزمون را نشان می‌دهد:

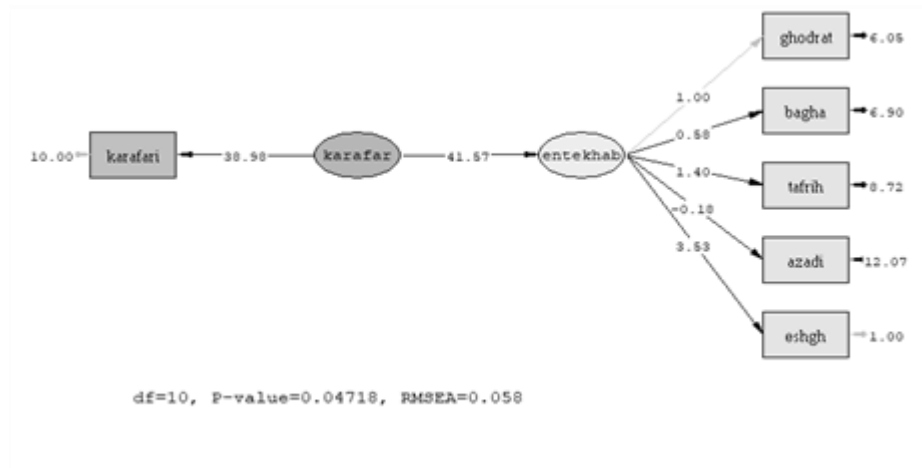
جدول ۸: آزمون میانگین رتبه‌ها

رتبه	میانگین رتبه‌ها	نوع تأثیر	مؤلفه‌های تئوری انتخاب
۲	۳/۷۶	+	نیاز به قدرت
۳	۳/۲۷	+	نیاز به آزادی
۱	۳/۸۱	-	نیاز به بقا
۴	۳/۱۱	+	نیاز به عشق
۵	۳/۰۲	بی‌تأثیر	نیاز به تفریح
سطح معناداری	درجه آزادی	$\chi^2$	تعداد
۰/۰۰۱	۴	۸۱/۰۵	۸۰

نتایج جدول فوق نشان می‌دهد که سطح معناداری  $p < ۰/۰۱$  می‌باشد؛ در نتیجه بین رابطه مؤلفه‌های تئوری انتخاب با کارآفرینی در نمونه مورد بررسی از دانشجویان، تفاوت معناداری وجود دارد. همچنین در میان مؤلفه‌های تئوری انتخاب، نیاز به بقا دارای بیشترین تأثیر منفی، نیاز به قدرت دارای بیشترین تأثیر مثبت و نیاز به تفریح دارای کمترین تأثیر (بی‌تأثیر) بر کارآفرینی نمونه مورد بررسی می‌باشد.

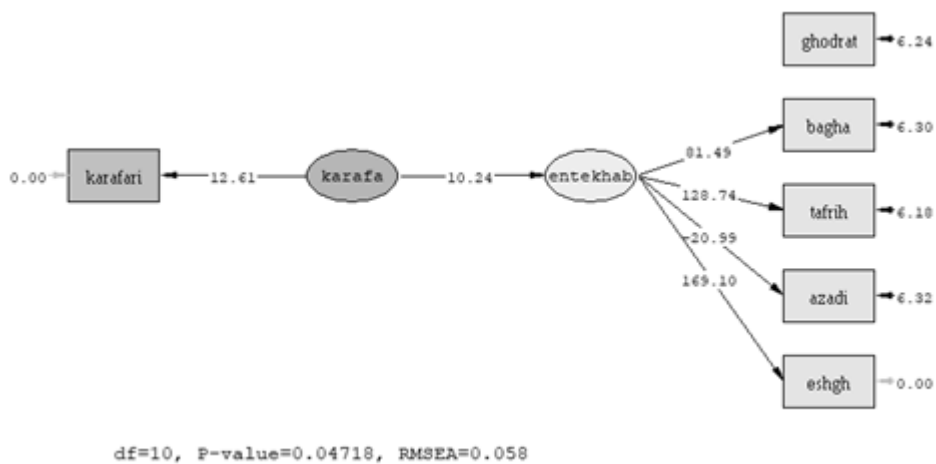
معادله ساختاری و بررسی مدل با استفاده از نرم‌افزار لیزرل

برای بررسی تأثیر هریک از مؤلفه‌های تئوری انتخاب بر کارآفرینی و همچنین رابطه بین این دو، از معادله ساختاری استفاده می‌کنیم. نرم‌افزار لیزرل یکی از نرم‌افزارهای قدرتمند در معادلات ساختاری می‌باشد. خروجی حاصل از این نرم‌افزار به شکل ذیل است:



شکل ۲: خروجی نرم‌افزار لیزرل

اعداد روی فلش‌ها در سازه انتخاب، با محوریت قدرت نشان می‌دهند که نیاز به بقا تقریباً نصف قدرت، تفریح حدود ۱/۵ برابر قدرت و عشق بیش از ۳/۵ برابر قدرت بر رفتار انتخاب مؤثر است؛ اما هرچه نیاز به آزادی بیشتر شود، رفتار انتخاب کاهش می‌یابد و این کاهش حدود یک‌پنجم قدرت می‌باشد. حال خروجی مدل را بر اساس مقادیر تئوری به دست می‌آوریم.



شکل ۳: خروجی نرم‌افزار لیزرل بر اساس مقادیر تئوری

همان‌طور که مشاهده می‌کنیم اعداد روی فلش‌ها از ۱/۹۶ بزرگ‌تر هستند و این یعنی تمام ارتباطات تأیید می‌شود. به‌ویژه رابطه مثبت بین انتخاب و کارآفرینی کاملاً مشهود است. در نهایت مقدار RMSEA کمتر از ۰/۰۸ بوده و کل مدل تأیید می‌شود؛ اما مقدار  $p$  از ۰/۰۵ کمتر است که با توجه به کم بودن تعداد نمونه، مورد قبول است.

## بحث و نتیجه‌گیری

پژوهشگران این پژوهش، برای اولین بار رابطه بین مؤلفه‌های تئوری انتخاب را در کارآفرینی بررسی کرده‌اند. از مهم‌ترین دلایل برگزیدن تئوری انتخاب، جامعیت آن در روانشناسی و مشاوره است. همچنین این موضوع که با دیدگاه کنترل درونی که از ویژگی‌های اصلی کارآفرینان محسوب می‌شود، همخوانی دارد نیز مؤثر بود. در تأیید ارتباط بین مؤلفه‌های تئوری انتخاب و کارآفرینی، نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهند که با سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معناداری بین این دو وجود دارد.

در پژوهش حاضر مشخص گردید به ترتیب نیاز به بقا، نیاز به قدرت، نیاز به آزادی، نیاز به عشق و نیاز به تفریح همواره بر کارآفرینی تأثیر مثبت و سازنده‌ای دارند. این مسئله نشان‌دهنده همسویی نتایج این تحقیق با نتایج پژوهش‌های زالی و همکاران (۱۳۸۶)، احمدپور داریانی و عرفانیان (۱۳۸۶)، جهانگیری و همکاران (۱۳۹۳)، نعمتی (۱۳۹۲)، عزیززاده فرد و تدریس تبریزی (۱۳۹۲) و جعفری و همکاران (۱۳۹۹) می‌باشد؛ لذا اصلی‌ترین وظیفه مدیران ارشد سازمان برای به وجود آوردن یک سازمان کارآفرین و خلاق، توجه به نیازهای منابع انسانی می‌باشد که البته این امر نیز با توجه به تفاوت‌های نیازهای افراد با یکدیگر به‌دشواری انجام خواهد شد. نکته مهم این است که انسان‌ها علاوه بر تفاوت، شباهت‌های بسیاری نیز با یکدیگر دارند که نتایج این تحقیق مؤید همین نکته است که منابع انسانی سازمان حداقل در این پنج نیاز با یکدیگر مشترک‌اند. نیازی که بیشترین تأثیر را بر کارکنان دارد، نیاز به بقا است؛ لذا می‌بایست مدیران ضمن توجه به نیازهای فیزیولوژیک کارکنان (مانند پرداخت حقوق، پاداش و شرایط مناسب رفاهی) محیطی امن، مفرح و آرامش‌بخش توأم با مهر و محبت و نوع‌دوستی را برای آنان فراهم کنند و با دادن اختیار و استقلال کافی در کار، شرایط را برای ارتقاء شغلی، خلاقیت و در نهایت کارآفرینی آنان ایجاد نمایند.

از یافته‌های این پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که پرداختن به تئوری انتخاب و آشنایی با نیازهای مطرح‌شده در تئوری انتخاب برای کارآفرینان و بخصوص کارآفرینان نوپا از طریق آموزش و مشاوره در پویایی، دوام و بقا کسب‌وکار بسیار مثمرتر می‌باشد. با عنایت به اینکه توجه به نیازهای افراد در آموزش موجب ایجاد انگیزه و تلاش افراد در یادگیری می‌شود، این پژوهش بر اساس ارتباط بین نیازهای افراد و رفتار کارآفرینی شکل گرفته و زمینه را برای تدوین محتوا و فعالیت‌های آموزشی منطبق با نیازهای دانشجویان فراهم می‌کند.

از آنجاکه تئوری انتخاب با رویکرد مشاوره‌ای می‌تواند زمینه توسعه و دوام کارآفرینی را فراهم آورد؛ پژوهش حاضر در زمینه تدوین و طراحی مدل مشاوره‌ای می‌تواند راهگشا باشد. همچنین با توجه به عوامل متعددی که در موفقیت کسب‌وکارهای نوپا نقش ایفا می‌نمایند، آشنایی دانشجویان با مجموعه قوانین و مقررات حاکم بر فضای کسب‌وکار نظیر بیمه، مالیات، ثبت شرکت‌ها، صادرات و واردات و... در پویایی و دوام کسب‌وکارها مفید خواهد بود. با توجه به

مشکلات جامعه در زمینه‌های مختلف کسب‌وکار، زناشویی و... و به‌طورکلی سبک زندگی، تئوری انتخاب توانسته است مبنای مناسبی برای غلبه بر مشکلات ارائه دهد.

توجه خاص به آموزش و آشنایی دانشجویان با این تئوری می‌تواند مبنایی برای تحقیقات آتی اندیشمندان باشد؛ لذا به سایر پژوهشگران پیشنهاد می‌شود که این پژوهش را در سطح وسیع‌تر و جامعه گسترده‌تری انجام دهند.

### فهرست منابع فارسی

- احمدپورداریانی، محمود و ملکی، علی (۱۳۹۰). کارآفرینی پیشرفته، تهران: راه دانش
- اسکندری، مهدی، صاحبی، علی (۱۳۹۷)، تئوری انتخاب مصور، تهران: انتشارات سایه سخن.
- جعفری، علی، سمیعی، روح اله، آزما، فریدون، صفاریان طوسی، محمدرضا (۱۳۹۹). شناسایی و رتبه بندی شاخص‌های آموزشی رفتاری در مشاوره کارآفرینی بر مبنای نظریه انتخاب با استفاده از مدل ساختاری تفسیری. فصلنامه توسعه آموزش جندی شاپور اهواز. ۱۱(۴)، ۸۷۸ - ۸۸۹
- جهانگیری، شیدا؛ برادران، مسعود؛ خسروی پور، بهمن؛ غنیان، منصور (۱۳۹۳). ویژگی‌های روان شناختی و جامعه شناختی مرتبط با روحیه کارآفرینانه در دانشجویان مقطع تحصیلات تکمیلی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی ورامین - فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، (۳۴).
- ربانی مقدم، محمد علی (۱۳۹۸). کارآفرین برتر. قم: انتشارات بوکتاب.
- زالی، محمدرضا، مدهوشی، مهرداد و اسدالله، کردنائیج (۱۳۸۶). ارزیابی مشخصه‌های کارآفرینی در دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه مازندران)، فصلنامه مدرس علوم انسانی (ویژه نامه مدیریت)، سال سوم، شماره ۱۱۱، ۱۱۱-۱۱۲
- سعیدی مهرآباد، محمد؛ مهتدی، محمدمهدی (۱۳۸۷). تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینان (مطالعه موردی: آموزش‌های کارآفرینانه وزارت کار و امور اجتماعی). فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۱(۲)، ۵۷-۷۳.
- صاحبی، علی (۱۳۹۱)، «نظریه انتخاب واقعیت‌درمانی»، فصلنامه رشد آموزش مشاور مدرسه، ۴، ۷.
- صاحبی، علی، (۱۳۹۵)، تئوری انتخاب در مدرسه، چاپ ۲، تهران، انتشارات سخن.
- عبدالهی، حسین (۱۳۹۳). ظرافت‌های رفتار و روابط انسانی (چاپ اول). تهران: سایه سخن.
- علیزاده فرد، سوسن؛ تدریس تبریزی، معصومه (۱۳۹۲). تأثیر آموزش تئوری انتخاب بر میزان سهل انگاری فردی و اجتماعی دانشجویان زن. دو فصل علمی پژوهشی شناخت اجتماعی، ۳(۲)، ۸۲-۹۴
- عمرانی، زهرا؛ حقیقی کفاش، مهدی؛ مظلومی، نادر (۱۳۸۹). اولویت بندی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی اجتماعی در ایران از دیدگاه فعالان اجتماعی، فصل نامه توسعه کارآفرینی. دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، سال دوم، شماره ۸، صص ۳۶-۱۱

- فرهنگ، صفر، حسینی سورکی، طاهره، (۱۳۸۶)، نقش مدیران کارآفرین بر نوآوری کارکنان (مطالعه دانشگاه پیام نور)
- گلسر، ویلیام (۱۳۹۵). درآمدی بر روانشناسی امید تئوری انتخاب (علی صاحبی، مترجم). تهران: سایه سخن.
- گلسر، ویلیام (۱۳۹۷). تئوری انتخاب در اتاق مشاوره (علی صاحبی، فاطمه سلطانی فر، مترجمان). انتشارات سایه سخن.
- مقیمی، سید محمد، وکیلی، یوسف، اکبری، مرتضی (۱۳۹۲)، نظریه‌های کارآفرینی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- مقیمی، سید محمد (۱۳۸۴). کارآفرینی در سازمان‌های دولتی، تهران: مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.
- نعمتی، محمد علی (۱۳۹۲). بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان دانشجویان دانشگاه‌های دولتی تهران. فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، ۱ (۳ و ۴).
- وزیری، مزده؛ (۱۳۹۴). پیش بینی رضایت زناشویی زوجها بر اساس نیازهای اساسی آنها، فصل نامه رویش روان شناسی، سال ۴، شماره ۱۲، صص ۸۷ - ۹۵.

#### فهرست منابع انگلیسی

- Bird, B., & Schjoedt, L. (2017). Entrepreneurial behavior: Its nature, scope, recent research, and agenda for future research. In *Revisiting the entrepreneurial mind* (pp. 379-409). Springer, Cham.
- Cosenz, F., & Noto, G. (2018). Fostering entrepreneurial learning processes through Dynamic Start-up business model simulators. *The International Journal of Management Education*, 16(3), 468-482
- Deveci, I., & Seikkula-Leino, J. (2018). "A review of entrepreneurship education in teacher education. *Malaysian Journal of Learning and Instruction*, 15(1), 105- 148.
- Frese, M. (2009). *Toward a psychology of entrepreneurship: An action theory perspective*. Now Publishers Inc.
- Gorgievski, M. J., Ascalon, M. E., & Stephan, U. (2011). Small business owners' success criteria, a values approach to personal differences. *Journal of Small Business Management*, 49(2), 207-232.
- Holtz-Eakin & Harvey, S. Rosen. (2004). *Public Policy and the economics of Entrepreneurship*; Massachusetts Institute of Technology Publications.
- Liu, Y., Li, Y., Hao, X., & Zhang, Y. (2019). Narcissism and learning from entrepreneurial failure. *Journal of Business Venturing*, 34(3), 496-512
- Longenecker, G. Moore, C. and Petty, W. (1997). *Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis*, Cincinnati, Ohio: South- Western College Pub.
- McAdam M., Cunningham J.A. (2019) Entrepreneurial Behavior: A Research Outlook. In: McAdam M., Cunningham J. (eds) *Entrepreneurial behaviour*. Palgrave Macmillan, Cham, 1-13.

- Pooja, P., Patel, M. M., Badodia, S. K., & Prabhakar, S. (2014). Entrepreneurial behaviour of dairy farmers. *Indian Research Journal of Extension Education*, 14(2), 46-49.
- Rathod, P. K., Nikam, T. R., Sariput, L., & Amit, H. (2012). Entrepreneurial behaviour of dairy farmers in Western Maharashtra, India. *International Journal of Commerce and Business Management*, 5(2), 115-121.
- Scarborough, N.M. and Zimmerer, Th.W. (۲۰۰۶). *Essentials of entrepreneurship and small business management*, fourth edition, prentice – hall of India, private limited New Delhi
- Sesen, H., & Ekemen, M. A. (2020). "Data on personal and contextual factors of university students on their entrepreneurial intentions in some Turkish universities". *Data in brief*, 28, 3(28),19-32
- Sheikh, S. (2019). *Value creation through female entrepreneurship in Pakistan* (Doctoral dissertation, Cardiff University).
- Wach, D., Stephan, U., & Gorgievski, M. (2016). More than money: Developing an integrative multi-factorial measure of entrepreneurial success. *International Small Business Journal*, 34(8), 1098-1121.