

Designing an Entrepreneurial Mindset Model for Graduates According to an Interpretive-Structural Approach

Somayeh Parnian¹, Sedigheh Aminian^{2*}, Reza yazarloo³, Alireza Esmaili⁴

¹Department of Social Sciences, Azadshahr Branch, Islamic Azad University, Azadshahr, Iran.

²Department of Social Sciences, Azadshahr Branch, Islamic Azad University, Azadshahr, Iran, Email: samin.5445@gmail.com

³Assistant Professor, Department of Social Sciences, Payam-e-Noor University, Tehran, Iran.

⁴Assistant Professor, Department of Social Sciences, Azadshahr Branch, Islamic Azad University, Azadshahr, Iran

Article Info

Article type:
Research Full Paper

Article history:
Received: 04.07.2022
Revised: 17.08.2022
Accepted: 01.10.2022

Keywords:
Entrepreneurial Mindset
Graduates
Content Analysis
Interpretive Structure

ABSTRACT

Nowadays, unemployment is regarded as one of the major challenges in developing countries; therefore, experts believe that entrepreneurial mindset may be the factor that can cope with the unemployment challenge. Then, this study aimed to develop the model of entrepreneurial mindset for graduates according to an interpretative-structural approach. In this regard, the applied and descriptive-correlation method was used and the target population included 10 academic experts and successful entrepreneurs. Interviews with experts were used to identify the components of the entrepreneurial mindset of graduates, and the interpretive-structural modeling method with Excel software was used to develop the model. The results indicated that the entrepreneurial mindset model for graduates has 4 levels, including the components: recognition of opportunities caused by technological changes, the ability to use potential opportunities, the ability to present new ideas, providing environment to use entrepreneurial opportunities, entrepreneurial self-efficacy, in the first level and the components: entrepreneurial attitude, resilience, internal control, motivation, self-confidence, risk-taking, inspiration in the second level and the components: need for success, foresight, desire for freedom of action in the third level and the entrepreneurship education component is in the fourth level. The entrepreneurship education component was in the independent cluster, the component of the ability to use potential opportunities was in the dependent cluster and the components: recognition of opportunities provided by technological changes, the ability to present new ideas, entrepreneurial attitude, providing environment to use entrepreneurial opportunities, entrepreneurial self-efficacy, resilience, internal control, motivation, self-confidence, need for success, foresight, risk-taking, desire for freedom of action, inspiration were placed in the linked cluster.

Cite this article Parnian, S., Aminian, S., yazarloo, R., Esmaili, A.R. 2023. Designing an Entrepreneurial Mindset Model for Graduates According to an Interpretive-Structural Approach. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 10 (2), 151-166.



طراحی الگوی ذهنیت کارآفرینانه دانش‌آموختگان با رویکرد ساختاری تفسیری

سمیه پرنیان^۱، صدیقه امینیان^{۲*}، رضا یازرلو^۳، علیرضا اسماعیلی^۴

^۱ گروه علوم اجتماعی، واحد آزادشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، آزادشهر، ایران

^۲ گروه علوم اجتماعی، واحد آزادشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، آزادشهر، ایران، رایانامه: samin.5445@gmail.com

^۳ گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

^۴ گروه علوم اجتماعی، واحد آزادشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، آزادشهر، ایران

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله کامل علمی - پژوهشی	امروزه بیکاری از چالش‌های مهم در کشورهای در حال توسعه است، از این‌رو صاحب‌نظران معتقدند ذهنیت کارآفرینانه یکی از عواملی است که می‌تواند به حل چالش بیکاری کمک شایانی کند. بنابراین هدف تحقیق حاضر طراحی الگوی ذهنیت کارآفرینانه دانش‌آموختگان با رویکرد ساختاری تفسیری بوده است. روش تحقیق از نوع کاربردی و توصیفی - همبستگی و جامعه آماری شامل ۱۰ نفر از خبرگان دانشگاهی و کارآفرینان بود. برای شناسایی مولفه‌های ذهنیت کارآفرینانه دانش‌آموختگان از مصاحبه با خبرگان و برای طراحی الگو طبق روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری از نرم‌افزار اکسل استفاده شده است. نتایج نشان داد الگوی ذهنیت کارآفرینانه دانش‌آموختگان دارای ۴ سطح است که مولفه‌های: شناسایی فرصت‌های ناشی از تغییرات فناوری، توانایی استفاده از فرصت‌های بالقوه، توانایی ارائه ایده‌های جدید، ایجاد فضا جهت به‌کارگیری فرصت‌های کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه در سطح اول و مولفه‌های: نگرش کارآفرینانه، تاب‌آوری، کنترل درونی، انگیزه، اعتماد به نفس، ریسک‌پذیری، الهام‌بخشی در سطح دوم و مولفه‌های: نیاز به موفقیت، آینده‌نگری، تمایل به آزادی عمل در سطح سوم و مولفه آموزش کارآفرینی در سطح چهارم قرار دارند. مولفه آموزش کارآفرینی در خوشه مستقل، مولفه توانایی استفاده از فرصت‌های بالقوه در خوشه وابسته و مولفه‌های: شناسایی فرصت‌های ناشی از تغییرات فناوری، توانایی ارائه ایده‌های جدید، نگرش کارآفرینانه، ایجاد فضا جهت به‌کارگیری فرصت‌های کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه، تاب‌آوری، کنترل درونی، انگیزه، اعتماد به نفس، نیاز به موفقیت، آینده‌نگری، ریسک‌پذیری، تمایل به آزادی عمل، الهام‌بخشی در خوشه پیوندی قرار گرفتند.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۱۳ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۱/۰۵/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۰۹	
واژه‌های کلیدی: ذهنیت کارآفرینانه دانش‌آموختگان تحلیل محتوا ساختاری تفسیری	

استاد: پرنیان، س.، امینیان، ص.، یازرلو، ر.، اسماعیلی، ع. (۱۴۰۲). طراحی الگوی ذهنیت کارآفرینانه دانش‌آموختگان با رویکرد ساختاری

تفسیری. مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۱۰ (۲)، ۱۵۱-۱۶۶.

DOI: 10.22069/jead.2022.20395.1619



© نویسندگان

ناشر: دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

مقدمه

در دنیای امروز، کارآفرینی به‌عنوان یک ابزار مهم، در برون‌رفت از چالش‌های بیکاری که از مهمترین چالش‌های اقتصادی-اجتماعی کشورهای در حال توسعه است، محسوب می‌شود (Lv et al., 2021). در واقع کارآفرینان قادرند در شرایط سخت تورم و بیکاری بسیار بالا فرصت‌های جدیدی را خلق و از آنها به نفع خود و جامعه بهره‌برداری نمایند. تلاش برای درک اینکه چه چیزی یک کارآفرین را موفق می‌کند، در دهه‌های اخیر شتاب فوق‌العاده‌ای پیدا کرده است. علیرغم این علاقه فزاینده، تحقیقات اخیر اشاره می‌کند که هیچ "دستورالعمل جادویی" برای موفقیت کارآفرینی وجود ندارد (Daspit et al., 2021). با این حال، با سرمایه‌گذاری روی خود فرد، کارآفرینان می‌توانند "ذهنیت" مورد نیاز برای موفقیت را توسعه دهند (Elkaim, 2020; Lesonsky, 2019).

بنابراین، یکی از مولفه‌های توسعه کارآفرینی، ذهنیت کارآفرینانه افراد است (فاتحی و همکاران، ۱۳۹۹). ذهنیت کارآفرینانه که به‌عنوان احساس یا تمایل به ارائه یک تفکر خلاق و نوآور تعریف می‌شود (Jiatong and et al., 2021) افراد را قادر می‌سازد تا به‌صورت کارآفرینانه فکر و عمل نمایند (Covin and Slevin, 2017). صاحب‌نظران بر این باورند داشتن ذهنیت کارآفرینانه می‌تواند به حل بحران بیکاری کمک شایانی نماید (Atitsogbe and et al., 2019). تحقیقات نشان می‌دهد که یک ذهنیت کارآفرینی با یک ذهنیت مدیریتی متفاوت است و تغییر از یک ذهنیت مدیریتی به یک ذهنیت کارآفرینی می‌تواند یک مزیت رقابتی پایدار ایجاد کند (Wright et al., 2000). همچنین برخورداری از ذهنیت کارآفرینانه برای افزایش رقابت‌پذیری فرد، سازمان، شرکت یا کشور مهم است (Brorstrom, 2002; Jury, 1999). در واقع، محققان خاطر نشان

می‌کنند که درک بهتر ذهنیت کارآفرینی یک فرد باعث پیشبرد بهتر فرآیند کارآفرینی مرتبط می‌شود (Kirzner, 1973; McGrath and MacMillan, 2000).

اگرچه اکثر محققان موافق هستند که ارزش می‌تواند توسط افراد دارای ذهنیت کارآفرینانه ایجاد شود، تلاش‌ها برای تعریف، درک و اندازه‌گیری این طرز فکر همچنان پراکنده است. به‌عنوان مثال، رویکردی که توسط مطالعات قبلی مورد استفاده قرار می‌گرفت، عموماً بر درک ویژگی‌های خاص مرتبط با یک ذهنیت کارآفرینانه متمرکز است و به این اشاره می‌کند که کارآفرینان، برای مثال، خلاق (Cromie, 2000)، با پشتکار مداوم (Baum and Locke, 2004)، و خودمختار (Utsch et al., 1999) هستند. با این حال، مطالعات جدیدتر تصدیق می‌کنند که یک ذهنیت کارآفرینانه متشکل از «مجموعه‌ای از انگیزه‌ها، مهارت‌ها و فرآیندهای فکری» است که به موفقیت کارآفرینی کمک می‌کند (Davis et al., 2015). بسیاری از تعاریف با این دیدگاه مجموعه‌ای از ویژگی‌های مرتبط با ذهنیت کارآفرینانه را ذکر می‌کنند (به‌عنوان مثال، Ireland et al., 2003; Kuratko et al., 2020; Lundmark et al., 2019). اگرچه محققان جنبه‌های متعدد یک ذهنیت کارآفرینانه را بیان کرده‌اند، اما تعریفی که عموماً پذیرفته شده است، مبهم باقی مانده است. در حالی که برخی از محققان به مفهوم ذهنیت کارآفرینی اشارات گسترده و کلی کرده‌اند (به‌عنوان مثال، Naumann, 2017) تعداد کمی آن را به صورت الگوی با اجزا مختلف ارائه کرده‌اند یا بینش‌هایی در مورد ویژگی‌ها، کیفیت‌ها و اثرات زیربنایی آن ارائه کرده‌اند. بنابراین، این سوال باقی می‌ماند که الگوی مناسب برای ذهنیت کارآفرینی چیست و چه اجزائی دارد. از طرفی علیرغم وجود تعاریف متعدد و تحقیقات رو به افزایش در این

Shepherd (2006) ذهنیت کارآفرینی را به عنوان "توانایی درک، عمل و بسیج سریع منابع در پاسخ به یک حالت چالشی تحت عدم اطمینان برای کسب فرصت احتمالی سود" تعریف کرد. McMullen and Kier (2016) ذهنیت کارآفرینی را به عنوان "توانایی شناسایی و بهره برداری از فرصت‌ها بدون توجه به منابعی که در حال حاضر تحت کنترل آنها هستند" معرفی کردند. ذهنیت کارآفرینی همچنین به عنوان فرآیندی پویا از چشم‌انداز، تغییر و ایجاد توصیف شده است که نیازمند به کارگیری انرژی و اشتیاق برای ایجاد و اجرای ایده‌های جدید و راه حل‌های خلاقانه است. این چشم‌انداز تشخیص فرصت است در جایی که دیگران هرج و مرج، تضاد و سردرگمی را می‌بینند (Kuratko 2020).

تعاریف گسترده‌ای از ذهنیت کارآفرینی ارائه شده است، اما تعریفی که بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد، ذهنیت کارآفرینانه را یک "دیدگاه رشد محور که افراد از طریق آن انعطاف‌پذیری، خلاقیت، نوآوری مستمر و نوسازی را ترویج می‌دهند" تعریف می‌کند (Zupan et al., 2018). برخی مؤلفه‌ها در تبیین ذهنیت کارآفرینانه اهمیت زیادی دارد. اولین مورد، توانایی تشخیص فرصت‌ها است که در معنای وسیع آن شامل شناسایی عدم تقارن‌های اطلاعاتی و ایجاد باورهای مختلف در مورد ارزش نسبی منابع پس از تبدیل شدن به محصولات یا خدمات است (Ireland et al., 2003; Shane and Venkataraman, 2000). دوم هوشیاری کارآفرینی است، توانایی شناسایی کالاها و خدمات با ارزش که در یک زمان معین، ارزش غیرمنتظره‌ای را ارائه می‌دهند. سوم، استفاده از منطق گزینه‌های واقعی، رویکردی برای

حیطه، مطالعات مرتبط با ذهنیت کارآفرینی در مجموعه‌ای از رشته‌ها انجام شده است، که مانع تبادل دانش بین رشته‌ای شده و پیشرفت گسترده‌تر آنچه را که در مجموع شناخته شده است محدود کرده است. با توجه به این مباحث، مطالعات ذهنیت کارآفرینانه از فقدان یک الگوی منسجم رنج می‌برد، که دلیل آن تعاریف متعدد و ابعاد مختلف آن است. به طور خلاصه، بدون ارائه یک الگوی منسجم، و بدون بررسی بینش‌های به دست آمده از زمینه‌های مختلف، پیشرفت این مجموعه از دانش همچنان یک چالش باقی می‌ماند و در نهایت کیفیت توصیه‌های موجود را برای آموزش عالی محدود می‌کند. این تحقیق تلاشی است در راستای ارائه الگوی ذهنیت کارآفرینانه در بین دانش‌آموختگان در پاسخ به چالش‌های عدم وجود یک الگوی منسجم از این مفهوم است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

با توجه به ماهیت میان رشته‌ای کارآفرینی، تعاریف مختلفی از ذهنیت کارآفرینانه وجود دارد و تعیین معنای دقیق ذهنیت کارآفرینانه مشکل است (Lubem et al., 2018). در ادامه به برخی از تعاریف ذهنیت کارآفرینانه اشاره می‌شود: ذهنیت کارآفرینانه به عنوان احساس یا تمایل به ارائه یک تفکر خلاق و نوآور تعریف می‌شود (Jiatong et al., 2021). ذهنیت کارآفرینانه به تعهد فردی نسبت به فعالیت‌های کارآفرینانه اشاره دارد (Kuratko et al., 2020). ذهنیت کارآفرینانه شامل تمایل فرد با ترکیبی از ریسک‌پذیری، نیاز به موفقیت و اشتیاق برای شروع یک کسب‌وکار جدید است (Bosman and Fernhaber, 2019). محققان ذهنیت کارآفرینانه را به عنوان روش تفکر در محیط‌هایی با عدم اطمینان بالا تعریف کرده‌اند که می‌تواند منجر به مزایایی در این محیط‌ها گردد (کریم آبادی، ۱۴۰۰).

که به روش هدفمند و گلوله برفی به تعداد ۱۰ نفر انتخاب شده‌اند. این پژوهش در دو مرحله انجام شده است. در مرحله اول، از طریق مصاحبه با خبرگان به روش تحلیل محتوا، مولفه‌های ذهنیت کارآفرینانه شناسایی شدند و در مرحله دوم، به منظور طراحی مدل از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری با نرم‌افزار اکسل استفاده شده و به صورت گام‌های ذیل انجام شده است:

گام اول: تشکیل ماتریس خود تعاملی ساختاری

گام دوم: ماتریس دستیابی

گام سوم: تعیین روابط و سطح‌بندی بین ابعاد

گام چهارم: تحلیل MICMAC.

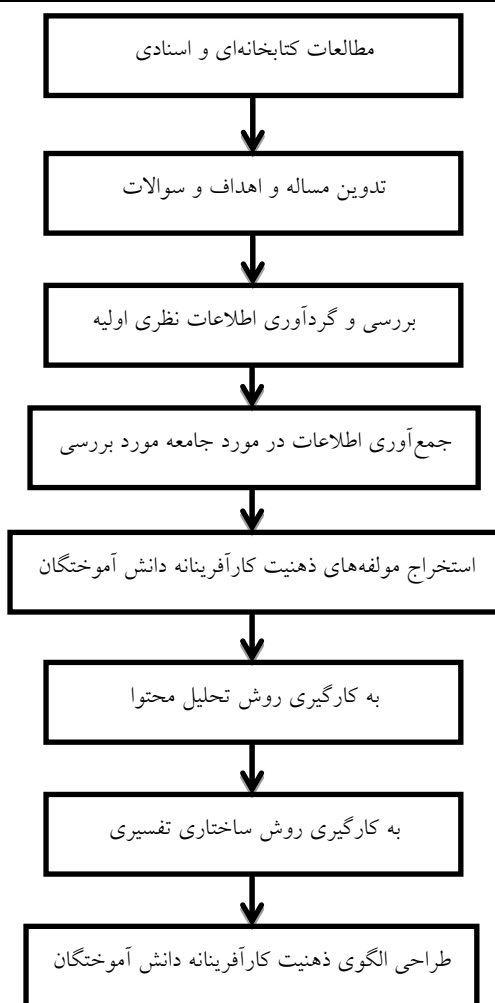
برای سنجش روایی و پایایی از معیارهای Lincoln and Guba (1982) استفاده شد. در این تحقیق قابلیت اعتبار از طریق بررسی توسط خبرگان صورت گرفت. به این ترتیب که در چند مورد پس از انجام و پیاده‌سازی مصاحبه اولیه نیمه‌باز به همراه تحلیلی از مصاحبه در اختیار فرد مصاحبه شونده قرار گرفت تا از صحت اطلاعات به دست آمده در مصاحبه اطمینان حاصل شود. برای معیار قابلیت ثبات، سعی شد تا با تهیه شواهد و مدارک کافی در خصوص مولفه‌های موثر بر ذهنیت کارآفرینانه به گونه‌ای مشروح و دقیق، رویه‌های مورد مطالعه، زمینه و شرایط پژوهش توصیف گردد. در واقع سعی شد کلیه فعالیت‌های صورت گرفته شامل مراحل کار و چگونگی گردآوری و تحلیل داده‌ها به دقت ثبت شوند. در این ارتباط، قابلیت انتقال، به کاربرد نتایج حاصل از پژوهش اشاره دارد و در راستای اعتبار بیرونی عمل می‌کند و قابلیت تایید، به این معنا است که نتایج حاصل از پژوهش توسط استاد یا محقق که نقش راهنمای کار را بر عهده دارد مورد تأیید و صحت قرار بگیرد. این امر به این جهت انجام می‌شود که ممکن است فرآیند تحقیق توسط ادراکات شخصی پژوهش‌گر تحت تأثیر قرار گیرد.

تخصیص منابع است که از سه قانون کلی پیروی می‌کند: توالی، تعهد کم و تخصیص مجدد (Klingebiel and Adner, 2014). چهارمین و آخرین مؤلفه، استفاده از چارچوب کارآفرینی است که شامل ایجاد یک ثبت فرصت، تعیین هدف و تعیین زمان مناسب برای بهره برداری از یک فرصت کارآفرینی است (Ireland et al., 2003).

محققان مختلفی معتقدند آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه تأثیر معناداری دارد (درینی و همکاران، ۱۴۰۱؛ زاده‌گران، ۱۴۰۰؛ محسنی و همکاران، ۱۳۹۲؛ بارانی و همکاران، ۱۳۸۹؛ Liao et al., 2022; Jun et al., 2021). آگهی و همکاران (۱۳۹۵) نیز اعتقاد دارند نگرش بر ذهنیت کارآفرینانه تأثیر دارد. Jabeen et al. (2017) معتقدند عوامل فردی و محیطی بر ذهنیت کارآفرینانه تأثیرگذار هستند. Haynie and et al. (2010) اعتقاد دارند ذهنیت کارآفرینانه شامل تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه، هوشیاری کارآفرینانه و اصول کارآفرینانه می‌باشد. در جمع‌بندی می‌توان این‌گونه اظهار نمود که نتایج تحقیقات گذشته بیان‌گر این است که در مورد مولفه‌های تأثیرگذار بر ذهنیت کارآفرینانه اتفاق نظر وجود ندارد و دیدگاه‌های متفاوتی در این زمینه ارائه شده است. بر این اساس در پژوهش حاضر تلاش شده است تا یک الگوی بومی برای ذهنیت کارآفرینانه دانش‌آموختگان با رویکرد ساختاری تفسیری طراحی گردد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع کاربردی و بر اساس روش، توصیفی-همبستگی (زیرا میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مولفه‌ها بررسی می‌شود) است. جامعه هدف شامل خبرگان دانشگاهی و کارآفرینان موفق هستند که دارای ویژگی‌هایی نظیر تجربه، تناسب رشته تحصیلی، مدرک تحصیلی، اشتغال به تدریس در دانشگاه، سابقه پژوهشی و تألیفی در این زمینه بوده‌اند



شکل ۱- فرآیند انجام تحقیق

جدول ۱- مشخصات خبرگان (مصاحبه‌شوندگان)

شماره مصاحبه	میزان تحصیلات/ رشته	تجربه
۱	دکتری بازاریابی	۱۰
۲	دکتری مدیریت	۱۲
۳	دکتری کارآفرینی	۵
۴	دکتری اقتصاد	۱۵
۵	دکتری اقتصاد	۱۰
۶	دکتری مدیریت مالی	۵
۷	دکتری اقتصاد	۵
۸	فوق لیسانس مدیریت	۷
۹	فوق لیسانس مدیریت	۵
۱۰	فوق لیسانس بازاریابی	۶

یافته‌ها: در این مرحله از طریق مصاحبه با خبرگان ابعاد و مولفه‌های ذهنیت کارآفرینانه شناسایی شده است.

جدول ۲- مؤلفه‌های استخراج شده از خبرگان

ردیف	مؤلفه‌ها	۱ مصاحبه شونده	۲ مصاحبه شونده	۳ مصاحبه شونده	۴ مصاحبه شونده	۵ مصاحبه شونده	۶ مصاحبه شونده	۷ مصاحبه شونده	۸ مصاحبه شونده	۹ مصاحبه شونده	۱۰ مصاحبه شونده
۱	شناسایی فرصت‌های ناشی از تغییرات فناوری	+			+						
۲	توانایی استفاده از فرصت‌های بالقوه		+			+					
۳	توانایی ارائه ایده‌های جدید			+			+				
۴	نگرش کارآفرینانه				+						
۵	ایجاد فضا جهت به‌کارگیری فرصت‌های کارآفرینانه							+			
۶	خودکارآمدی کارآفرینانه								+		
۷	تاب آوری									+	
۸	کنترل درونی										+
۹	انگیزه										+
۱۰	اعتماد به نفس										+
۱۱	نیاز به موفقیت										+
۱۲	آینده نگری										+
۱۳	ریسک‌پذیری										+
۱۴	تمایل به آزادی عمل										+
۱۵	الهام بخشی										+
۱۶	آموزش کارآفرینی										+

مقایسه شدند و خبرگان با استفاده از نمادهای V, A, O, X بر اساس جدول ۳ به تعیین روابط بین متغیرها پرداختند.

نتایج حاصل از جدول ۲ نشان می‌دهد که مؤلفه‌ها توسط مصاحبه شونده‌گان حداقل سه بار و حداکثر تا بافت بار مورد اشاره و تاکید قرار گرفتند. در این مرحله متغیرهای مسأله به صورت زوجی با هم

جدول ۳- علائم مورد استفاده در طراحی مدل ساختاری تفسیری

O	X	A	V
عدم وجود رابطه	رابطه دوسویه	متغیر Z بر I تاثیر دارد	متغیر I بر Z تاثیر دارد

بعد از نظرخواهی از خبرگان، ماتریس خود تعاملی ساختاری طبق جدول ۴ به دست آمده است.

جدول ۴- ماتریس خود تعاملی ساختاری

ردیف	مولفه‌ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶
۱	شناسایی فرصت‌های ناشی از تغییرات فناوری	۱	X	A	A	X	V	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
۲	توانایی استفاده از فرصت‌های بالقوه	۱	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
۳	توانایی ارائه ایده‌های جدید	۱	A	X	A	X	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
۴	نگرش کارآفرینانه	۱	A	A	X	A	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
۵	ایجاد فضا جهت به‌کارگیری فرصت‌های کارآفرینانه	۱	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
۶	خودکارآمدی کارآفرینانه	۱	A	A	X	V	A	X	V	V	A	V	۱	۱	۱	۱	۱
۷	تاب آوری	۱	A	A	A	A	A	A	V	V	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۸	کنترل درونی	۱	A	X	O	X	A	A	A	V	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۹	انگیزه	۱	A	X	A	A	A	A	X	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۰	اعتماد به نفس	۱	A	A	A	V	A	A	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۱	نیاز به موفقیت	۱	O	O	O	V	V	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۲	آینده نگری	۱	A	O	O	A	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۳	ریسک‌پذیری	۱	A	A	A	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۴	تمایل به آزادی عمل	۱	O	A	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۵	الهام بخشی	۱	O	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۶	آموزش کارآفرینی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱

جدول ۵- ماتریس دسترسی اولیه

ردیف	مولفه‌ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶
۱	شناسایی فرصت‌های ناشی از تغییرات فناوری	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲	توانایی استفاده از فرصت‌های بالقوه	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۳	توانایی ارائه ایده‌های جدید	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۴	نگرش کارآفرینانه	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۵	ایجاد فضا جهت به‌کارگیری فرصت‌های کارآفرینانه	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۶	خودکارآمدی کارآفرینانه	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۷	تاب آوری	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۸	کنترل درونی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۹	انگیزه	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۰	اعتماد به نفس	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۱	نیاز به موفقیت	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۲	آینده نگری	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۳	ریسک‌پذیری	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۴	تمایل به آزادی عمل	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۵	الهام بخشی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۶	آموزش کارآفرینی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱

پس از تشکیل ماتریس دسترسی اولیه با دخیل نمودن انتقال‌پذیری در روابط متغیرها، در جدول ۶ ماتریس دسترسی نهایی تشکیل شده است. در اینجا برای اطمینان باید روابط ثانویه کنترل شود. انتقال‌پذیری به معنای آن است که اگر متغیر A بر B تاثیر داشته باشد و B بر C تاثیر داشته باشد در این صورت باید A نیز بر C تاثیر داشته باشد (جدول ۶).

در این مرحله، ماتریس خود تعاملی ساختاری به یک ماتریس دودویی تبدیل شده است و از این طریق، ماتریس دسترسی اولیه به دست آمده است. همان طور که در جدول شماره ۵ مشاهده می‌شود از طریق تبدیل نمادهای V, A, O, X به صفر و یک برای هر متغیر ماتریس خود تعاملی ساختاری به یک ماتریس دودویی تبدیل شده است که به عبارتی ماتریس دسترسی اولیه خوانده می‌شود (جدول ۵).

جدول ۶- ماتریس دسترسی نهایی

ردیف	مولفه‌ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶
۱	شناسایی فرصت‌های ناشی از تغییرات فناوری	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲	توانایی استفاده از فرصت‌های بالقوه	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۳	توانایی ارائه ایده‌های جدید	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۴	نگرش کارآفرینانه	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۵	ایجاد فضا جهت به‌کارگیری فرصت‌های کارآفرینانه	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۶	خودکارآمدی کارآفرینانه	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۷	تاب آوری	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۸	کنترل درونی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۹	انگیزه	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۰	اعتماد به نفس	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۱	نیاز به موفقیت	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۲	آینده نگری	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۳	ریسک‌پذیری	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۴	تمایل به آزادی عمل	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۵	الهام بخشی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۶	آموزش کارآفرینی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱

مولفه‌ها تعیین شده است و از این طریق، مجموعه اشتراک برای هر مولفه به دست آمده است. مولفه‌هایی که مجموعه خروجی و اشتراک آن‌ها کاملاً مشابه بوده‌اند، در بالاترین سطح از سلسله مراتب مدل ساختاری تفسیری قرار گرفتند. به منظور یافتن اجزای تشکیل‌دهنده سطح بعدی سیستم، اجزای بالاترین سطح آن در محاسبات ریاضی جدول مربوط حذف شدند و عملیات مربوط به تعیین اجزای سطح بعدی

بر اساس نتایج جدول ۷، برای تعیین سطوح، مجموعه خروجی‌ها و مجموعه ورودی‌ها برای هر مولفه از ماتریس دریافتی استخراج شده است. مجموعه خروجی‌ها شامل خود مولفه و مولفه‌هایی است که از آن تاثیر می‌پذیرند. مجموعه ورودی‌ها شامل خود مولفه و مولفه‌هایی است که بر آن تاثیر می‌گذارند. پس از تعیین مجموعه‌های ورودی و خروجی، اشتراک این مجموعه‌ها برای هر یک از

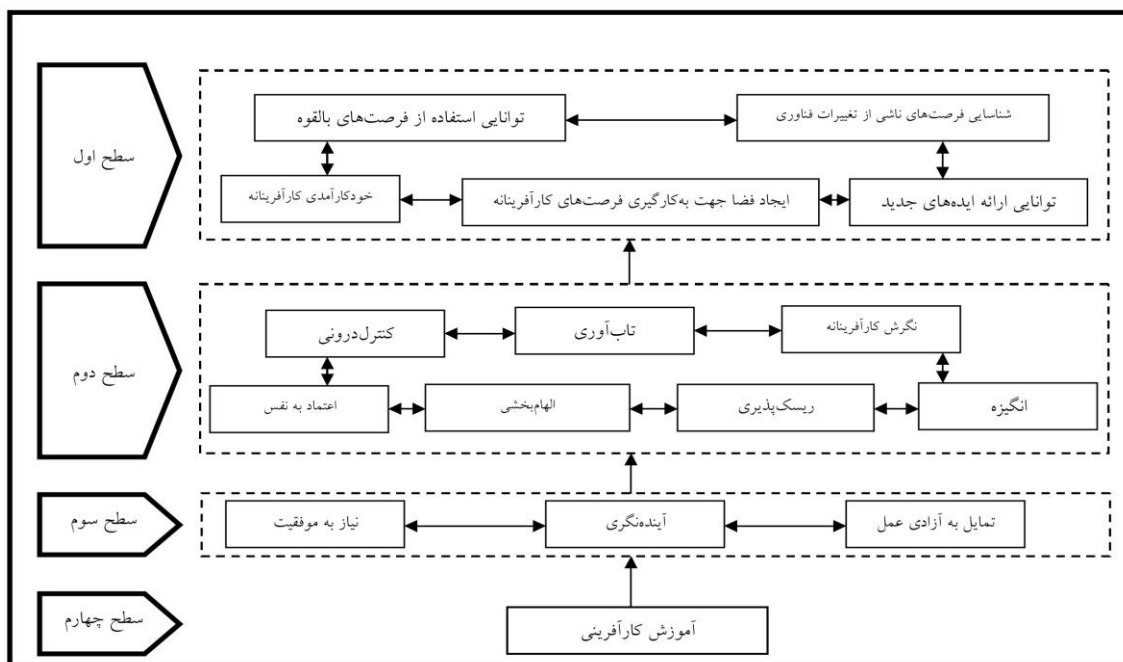
مانند روش تعیین اجزای بالاترین سطح انجام شده تشکیل دهنده کلیه سطوح سیستم مشخص شدند است. این عملیات تا آنجا تکرار شد که اجزای (جدول ۷).

جدول ۷- تعیین سطوح مولفه‌های ذهنیت کارآفرینانه

سطح	اشتراک	ستون‌ها مجموعه ورودی (اثرپذیری)	سطرها مجموعه خروجی (اثرگذاری)	مولفه
اول	۱-۲-۳-۵-۶-۷-۹-۱۰-۱۱-۱۳- ۱۴	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱- ۱۲-۱۳-۱۴-۱۵-۱۶	۱-۲-۳-۵-۶-۷-۹-۱۰-۱۱-۱۳- ۱۴	۱
اول	۱-۲-۳-۵-۶	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱- ۱۲-۱۳-۱۴-۱۵-۱۶	۱-۲-۳-۵-۶	۲
اول	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱- ۱۲-۱۳-۱۴-۱۵	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱- ۱۲-۱۳-۱۴-۱۵-۱۶	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱- ۱۲-۱۳-۱۴-۱۵	۳
دوم	۴-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴- ۱۵	۴-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴- ۱۵-۱۶	۴-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴- ۱۵	۴
اول	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۹-۱۰-۱۱- ۱۳-۱۴-۱۵	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱- ۱۲-۱۳-۱۴-۱۵-۱۶	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۹-۱۰-۱۱- ۱۳-۱۴-۱۵	۵
اول	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱- ۱۲-۱۳-۱۴-۱۵	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱- ۱۲-۱۳-۱۴-۱۵-۱۶	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱- ۱۲-۱۳-۱۴-۱۵	۶
دوم	۴-۷-۸-۹-۱۰-۱۳-۱۵	۴-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴- ۱۵-۱۶	۴-۷-۸-۹-۱۰-۱۳-۱۵	۷
دوم	۴-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴- ۱۵	۴-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴- ۱۵-۱۶	۴-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴- ۱۵	۸
دوم	۴-۷-۹-۱۳-۱۴	۴-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴- ۱۵-۱۶	۴-۷-۹-۱۳-۱۴	۹
دوم	۴-۷-۸-۱۰-۱۲-۱۳-۱۵	۴-۷-۸-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴-۱۵- ۱۶	۴-۷-۸-۱۰-۱۲-۱۳-۱۵	۱۰
سوم	۱۱-۱۲-۱۴	۱۱-۱۲-۱۴-۱۶	۱۱-۱۲-۱۴	۱۱
سوم	۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴-۱۵	۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴-۱۵-۱۶	۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴-۱۵	۱۲
دوم	۴-۷-۸-۹-۱۰-۱۲-۱۳-۱۵	۴-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴- ۱۵-۱۶	۴-۷-۸-۹-۱۰-۱۲-۱۳-۱۵	۱۳
سوم	۴-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴-۱۵	۴-۱۱-۱۲-۱۴-۱۵-۱۶	۴-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴-۱۵	۱۴
دوم	۴-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴- ۱۵	۴-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴- ۱۵-۱۶	۴-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴- ۱۵	۱۵
چهارم	۱۶	۱۶	۱۶	۱۶

تنظیم و با استفاده از سطح‌بندی انجام شده، الگوی ذهنیت کارآفرینانه ترسیم شد (شکل ۲).

پس از تعیین سطوح مولفه‌ها، آن‌ها به شکل الگویی بر اساس شکل ۲ ترسیم شدند. به همین منظور ابتدا مولفه‌ها برحسب سطح آنها از بالا به پایین



شکل ۲- الگوی ذهنیت کارآفرینانه دانش‌آموختگان با رویکرد ساختاری تفسیری

بر اساس شکل ۲، می‌توان گفت زیربنای الگوی ذهنیت کارآفرینانه، مولفه آموزش کارآفرینی می‌باشد.

جدول ۸- میزان نفوذ - وابستگی مولفه‌ها

مولفه‌ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶
میزان نفوذ	۱۱	۵	۱۵	۱۵	۱۲	۱۵	۱۲	۱۵	۱۲	۱۳	۱۵	۱۵	۱۳	۱۵	۱۵	۱۶
میزان وابستگی	۱۶	۱۶	۱۶	۱۴	۱۶	۱۶	۱۵	۱۳	۱۵	۱۴	۱۱	۱۲	۱۵	۱۲	۱۲	۱

می‌شود ابعاد به چهار خوشه تقسیم شده‌اند. خوشه اول شامل مولفه‌هایی است که دارای میزان نفوذ و وابستگی ضعیف بوده‌اند. مولفه‌های وابسته در خوشه دوم قرار گرفته‌اند که میزان نفوذ ضعیف اما میزان وابستگی بالایی داشته‌اند. این مولفه‌ها به طور عمده نتیجه الگو بوده‌اند و به این معنی است که تغییر در سایر عناصر تشکیل دهنده الگو سبب تغییر در این مولفه‌ها شده است. در خوشه سوم مولفه‌های پیوندی قرار گرفته‌اند که میزان نفوذ و وابستگی قوی دارند. خوشه چهارم شامل مولفه‌های مستقل بوده است که میزان نفوذ بالایی به همراه میزان وابستگی پایینی داشته‌اند.

در جدول ۸، مولفه‌ها بر اساس میزان نفوذ و وابستگی، اولویت‌بندی شده‌اند یعنی هر مولفه‌ای که دارای میزان نفوذ بالاتر و میزان وابستگی کمتری نسبت به سایر مولفه‌ها است، دارای اولویت بوده است، بنابراین اولویت‌بندی به این صورت بوده است: آموزش کارآفرینی، تمایل به آزادی عمل، الهام‌بخشی، آینده‌نگری، نیاز به موفقیت، کنترل‌درونی، نگرش کارآفرینانه، توانایی ارائه ایده‌های جدید، ایجاد فضا جهت به‌کارگیری فرصت‌های کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه، اعتماد به نفس، ریسک‌پذیری، تاب‌آوری، انگیزه، شناسایی فرصت‌های ناشی از تغییرات فناوری، توانایی استفاده از فرصت‌های بالقوه. همان‌طور که در شکل ۳ مشاهده

پیشین انجام شده در زمینه ذهنیت کارآفرینانه هم مورد اشاره قرار گرفته است.

در گام بعدی به منظور طراحی الگوی ذهنیت کارآفرینانه دانش‌آموختگان از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری استفاده شد. نتایج نشان داد الگوی ذهنیت کارآفرینانه دانش‌آموختگان دارای ۴ سطح است که مولفه‌های شناسایی فرصت‌های ناشی از تغییرات فناوری، توانایی استفاده از فرصت‌های بالقوه، توانایی ارائه ایده‌های جدید، ایجاد فضا جهت به‌کارگیری فرصت‌های کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه در سطح اول و مولفه‌های نگرش کارآفرینانه، تاب‌آوری، کنترل‌درونی، انگیزه، اعتمادبه‌نفس، ریسک‌پذیری، الهام‌بخشی در سطح دوم و مولفه‌های نیاز به موفقیت، آینده‌نگری، تمایل به آزادی عمل در سطح سوم و مولفه آموزش کارآفرینی در سطح چهارم قرار دارند.

همچنین تحلیل MICMAC نشان داد مولفه آموزش کارآفرینی در خوشه مستقل، مولفه توانایی استفاده از فرصت‌های بالقوه در خوشه وابسته و مولفه‌های (شناسایی فرصت‌های ناشی از تغییرات فناوری، توانایی ارائه ایده‌های جدید، نگرش کارآفرینانه، ایجاد فضا جهت به‌کارگیری فرصت‌های کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه، تاب‌آوری، کنترل‌درونی، انگیزه، اعتماد به نفس، نیاز به موفقیت، آینده‌نگری، ریسک‌پذیری، تمایل به آزادی عمل، الهام‌بخشی) در خوشه پیوندی قرار گرفتند. لذا می‌توان گفت زیربنای الگوی ذهنیت کارآفرینانه دانش‌آموختگان، مولفه آموزش کارآفرینی می‌باشد.

با توجه به یافته‌ها و با تأکید بر برخی مؤلفه‌های این تحقیق، پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

- بر اساس مولفه شناسایی فرصت‌های ناشی از تغییرات فناوری، پیشنهاد می‌شود مسئولین دانشگاه‌ها بازدیدهای میدانی از مؤسسات

خصوصی و مراکز مرتبط با کارآفرینی در طول ترم تحصیلی دانشگاه‌ها فراهم کنند.

- بر اساس مولفه توانایی استفاده از فرصت‌های بالقوه، پیشنهاد می‌شود مسئولین دانشگاه‌ها با توسعه شرکت‌های دانشگاهی و دانش‌بنیان از طریق ایجاد ارتباط دانشگاه با صنعت و تجاری‌سازی تحقیقات، توانایی استفاده از فرصت‌های بالقوه را در دانشجویان افزایش داده و سبب شکل‌گیری ذهنیت کارآفرینانه در آن‌ها شوند.

- بر اساس مولفه توانایی ارائه ایده‌های جدید، پیشنهاد می‌شود، مسئولین دانشگاه‌ها شرایط حضور دانشجویان در نمایشگاه‌های ملی و بین‌المللی کسب‌وکارهای مختلف را فراهم نمایند تا توانایی ارائه ایده‌های جدید را در آن‌ها افزایش دهند و ذهنیت کارآفرینانه در آن‌ها بهتر شکل بگیرد.

- بر اساس مولفه خودکارآمدی کارآفرینانه، پیشنهاد می‌شود مسئولین دانشگاه‌ها با ایجاد زمینه‌های مناسب در سرفصل درس کارآفرینی برای انجام دادن پروژه‌های مستقل همراه با ایفای نقش تسهیل‌گری اساتید، دانشجویان را به این باور برسانند که آن‌ها توانایی موفقیت در موقعیت‌های چالش‌زا را دارند و بدین طریق خودکارآمدی کارآفرینانه آنان افزایش می‌یابد و سبب بهبود ذهنیت کارآفرینانه آنها می‌شود.

- بر اساس مولفه انگیزه، پیشنهاد می‌شود مسئولین دانشگاه‌ها با معرفی کارآفرینان موفق داخلی و خارجی و فراهم کردن زمینه حضور بعضی از این افراد در دانشگاه‌ها و کلاس‌های آموزشی، باعث ایجاد انگیزه در دانشجویان و به تبع آن افزایش ذهنیت کارآفرینانه آن‌ها شوند.

- بر اساس مولفه آینده‌نگری، پیشنهاد می‌شود مسئولین دانشگاه‌ها با برگزاری دوره‌های آموزشی آینده‌پژوهی، زمینه کسب مهارت‌های جدید

- بر اساس مولفه آموزش کارآفرینی، پیشنهاد می‌شود در کنار آموزش به صورت تئوریک، آموزش به شکلی کاملاً کاربردی انجام شود به طوری که افراد پس از فارغ‌التحصیل شدن به سراغ کارآفرینی رفته و خود به یک کارآفرین تبدیل شوند.
- دانشجویان را نسبت به کارآفرینی در آینده فراهم سازند.
- بر اساس مولفه الهام‌بخشی، پیشنهاد می‌شود مسئولین با شناسایی و حمایت از دانشجویان کارآفرین و تشویق آنها، سبب الهام‌بخشی سایر دانشجویان و گسترش ذهنیت کارآفرینانه در بین دانشجویان در آینده شوند.

منابع

۱. آگهی، ح.، قربانی پیرعلی‌دهی، ف.، و صی محمدی، س. ۱۳۹۵. بررسی نگرش دانشجویان تحصیلات تکمیلی نسبت به خوداشتغالی در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی کرمانشاه، رفاه اجتماعی، ۱۶(۶۳): ۲۸۱-۳۱۳.
۲. بارانی، ش.، زرافشانی، ک.، دل‌انگیزان، س.، و حسینی لرگانی، م. ۱۳۸۹. تاثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه پیام نور کرمانشاه: رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری. پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۱۶(۳): ۱۰۵-۸۵.
۳. درینی، م.، آقاجانی افروزی، ع.، و طهماسبی روشن، ن. ۱۴۰۱. بررسی نقش آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی دانشجویان با نقش میانجی خودباوری، نگرش و ذهنیت (مورد مطالعه دانشجویان استان مازندران). پژوهش در نظام‌های آموزشی، ۱۶(۵۶): ۱۱-۲۲.
۴. زاده‌گرگان، م. ۱۴۰۰. بررسی تاثیر یادگیری کارآفرینی، الهام بخشی کارآفرینی و منابع آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی و رفتار کارآفرینی با توجه به نقش میانجی نگرش، هنجار و کنترل درک شده برای کارآفرین بودن (شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه شیراز). نهمین کنفرانس بین‌المللی ترفندهای مدرن مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری با رویکرد رشد کسب‌وکارها. شرکت همایش آروین البرز، وین، اتریش، ۳۰ خرداد.
۵. فاتحی، ع.، فرخی‌زاده، ا.، دشتی‌نژادپور، ن.، و موسوی، ز. ۱۳۹۹. نقش ذهنیت کارآفرینانه در توفیق کارآفرینان. نهمین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی در ایران، موسسه پژوهشی مدیریت مدبر، تهران، ۲۰ اسفند.
۶. کریم‌آبادی، ف. ۱۴۰۰. تاثیر آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه دانشجویان؛ نقش میانجی خودکارآمدی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه فنی حرفه‌ای چمران شهر کرمان). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزش عالی رسالت کرمان.
۷. محسنی، ع.، موسوی، ح.، و جمالی، م. ۱۳۹۲. نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان. پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۱۹(۶۹): ۸۰-۶۳.
8. Atitsogbe, K.A., Mama, N.P., Sovet, L., Pari, P., and Rossier, J. 2019. Perceived employability and entrepreneurial intentions across university students and job seekers in Togo: The effect of career adaptability and self-efficacy. *Frontiers in psychology*, 10(1): 1-14.
9. Baum, J.R., and Locke, E.A. 2004. The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89(4): 587-598.
10. Bosman, L., and Fernhaber, S. 2018. Applying authentic learning through cultivation of the entrepreneurial mindset in the engineering classroom. *Education Sciences*, 9(1): 7-15.
11. Brorstrom, B. 2002. The world's richest municipality: The importance of institutions for municipal development. *Journal of Economic Issues*: 36, 55-78.

22. Jury, J.J. 1999. Focus: Sweden—Venture capitalists flock to Swedish high-tech. *European Venture Capital Journal*, 1: 34–38.
23. Kirzner, I. 1973. *Competition and Entrepreneurship*. Chicago – London: The University of Chicago Press.
24. Klingebiel, R., and Adner, R. 2014. Real options logic revisited: The performance effects of alternative resource allocation regimes. *Academy of Management Journal*, 58: 221–241.
25. Kuratko, D.F. 2020. *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*. (11th ed.). Cengage.
26. Kuratko, D.F., Fisher, G., and Audretsch, D.B. 2021. Unraveling the entrepreneurial mindset. *Small Business Economics*, 57(4): 1681-1691.
27. Liao, Y.K., Nguyen, V.H.A., Chi, H.K., and Nguyen, H.H. 2022. Unraveling the direct and indirect effects of entrepreneurial education and mindset on entrepreneurial intention: The moderating role of entrepreneurial passion. *Global Business and Organizational Excellence*, 41(3): 23-40.
28. Lincoln, Y., and Guba, E. 1982. Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry. *Educational Technology Research and Development*, 30: 233-252.
29. Lundmark, E., Krzeminska, A., and Shepherd, D.A. 2019. Images of entrepreneurship: Exploring root metaphors and expanding upon them. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1): 138-170.
30. Lv, Y., Chen, Y., Sha, Y., Wang, J., An, L., Chen, T., and Huang, L. 2021. How entrepreneurship education at universities influences entrepreneurial intention: mediating effect based on entrepreneurial competence. *Frontiers in Psychology*, 12, 655868.
31. McGrath, R., and MacMillan, I. 2000. *The entrepreneurial mindset: Strategies for continuously creating opportunity in an age of uncertainty*. Cambridge: Harvard Business School Press.
32. McMullen, J.S., and Kier, A.S. 2016. Trapped by the entrepreneurial mindset: Opportunity seeking and escalation of commitment in the Mount Everest disaster. *Journal of Business Venturing*, 31(6): 663-686.
33. Naumann, C. 2017. Entrepreneurial mindset: A synthetic literature review. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 5(3): 149-172.
12. Covin, J.G., and Slevin, D.P. 2017. The entrepreneurial imperatives of strategic leadership. in Hitt, M. Ireland, D, Camp, M. and Sexton, D. (Eds), *Strategic Entrepreneurship: Creating a New Mindset*, Wiley, Hoboken, NJ, pp.307-327.
13. Cromie, S. 2000. Assessing entrepreneurial inclinations: Some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1): 7-30.
14. Cui, J., Sun, J., and Bell, R. 2021. The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: The mediating role of inspiration and the role of educational attributes. *The International Journal of Management Education*, 19(1): 100296.
15. Daspit, J.J., Fox, C.J., and Findley, S.K. 2021. Entrepreneurial mindset: An integrated definition, a review of current insights, and directions for future research. *Journal of Small Business Management*, 33: 1-33.
16. Davis, M.H., Hall, J.A., and Mayer, P.S. (2016). Developing a new measure of entrepreneurial mindset: Reliability, validity, and implications for practitioners. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 68(1): 21-48.
17. Elkaim, Y. 2000. What most successful entrepreneurs have in common—And how to be one. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2020/02/25/whatmost-successful-entrepreneurs-have-in-common-and-how-to-be-one/#6c2188c91ad3>.
18. Haynie, J.M., Shepherd, D., Mosakowski, E. and Earley, P.C. 2010. A situated meta cognitive model of the entrepreneurial mindset. *Journal of Business Venturing*, 25(1): 217–229.
19. Ireland, R.D., Hitt, M.A., and Sirmon, D.G. 2003. A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of Management*, 29(6): 963-989.
20. Jabeen, F., Faisal, M.N., and Katsioloudes, M.I. 2017. Entrepreneurial mindset and the role of universities as strategic drivers of entrepreneurship. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(1):136-157.
21. Jiatong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M.S., Mirza, F., and Rafiq, M. 2021. Impact of entrepreneurial education, mindset, and creativity on entrepreneurial intention: mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 12(1): 3366.

- On the differences between entrepreneurs and managers in East Germany. *Journal of Small Business Management*, 37(3): 31-42.
37. Wright, M., Hoskisson, R.E., and Busenitz, L.W. 2001. Firm rebirth: Buyouts as facilitators of strategic growth and entrepreneurship. *Academy of Management Perspectives*, 15(1): 111-125.
38. Zupan, B., Cankar, F., and Setnikar Cankar, S. 2018. The development of an entrepreneurial mindset in primary education. *European Journal of Education*, 53(3): 427-439.
34. Shane, S., and Venkataraman, S. 2000. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, 217-236.
35. Shepherd, D.A., Patzelt, H., and Haynie, J. M. 2010. Entrepreneurial spirals: Deviation amplifying loops of an entrepreneurial mindset and organizational culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(1): 59-82.
36. Utsch, A., Rauch, A., Rothfuss, R., and Frese, M. 1999. Who becomes a small scale entrepreneur in a post-socialist environment: