

Identification and Ranking of Educational-behavioral Indicators in Entrepreneurship Counseling based on Choice Theory Using Interpretive Structural Model

Ali Jafari: Ph.D. Student, Department of Entrepreneurship, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.

Roohallah Samiee*: Faculty member, Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.

Fereydoon Azma: Faculty member, Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.

MohammadReza Safarian Toosi: Faculty member, Department of Educational Sciences, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran.

Abstract: The aim of present study was to identify the behavioral-educational index of entrepreneurial counseling based on choice theory and to examine the importance and priority of each of the behavioral-educational indicators based on choice theory. The statistical population of this study included educational-behavioral entrepreneurship experts and those were familiar with the theory of selection in counseling, and also in order to collect information, a questionnaire was used to rank the indicators of entrepreneurship in counseling. In this study, 17 indicators affecting entrepreneurial counseling were identified according to studies and the research literature. Then, the most important indexes were ranked using interpretive structural modeling. According to findings of the present study, independence, self-confidence, tolerance of ambiguity, mastery, creativity, optimism, leadership, profitability, intuition, self-esteem, determination, internal control, risk-taking, Accountability, interpersonal communication skills, belonging, and the need for success were considered as important factors in entrepreneurship. The outcomes also showed that the indicators influencing the behavioral-educational dimension were Independence level (autonomy): indicators that had the least dependence and the power of influence on other indicators; Dependence level: indicators that were highly dependent on other indicators, but had little influence; Link (non-dependence): indicators that had a two-way relationship with other indicators. Therefore, the indicators of desired independence and interpersonal skills were the most important indicators affecting entrepreneurial counseling that should be considered and emphasized in the first step in the counseling services based on the choice theory.

Keywords: Behavioral-Educational Indicators of Entrepreneurship, Counseling, Interpretive Structural Modeling, Choice Theory.

***Corresponding author:** Faculty member, Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.

Email: Roohalla.samiee@gmail.com

مقدمه

کارآفرینی از منابع مهم و پایان‌ناپذیر همه جوامع بشری است. منبعی که به توان خلاقیت انسان‌ها برمی‌گردد. از یک سو ارزان و از سوی دیگر بسیار ارزشمند و پایان‌ناپذیر است. امروزه همگان دریافته‌اند که جوامع متکی به فکر در بلندمدت موفق‌تر و سرفرازتر بوده‌اند. منابع زیرزمینی در کشورهای جهان سوم علی‌رغم مزیت‌های آن، از جمله موانع توسعه یافتگی محسوب می‌شود در صورتی که نبود این منابع در بعضی از کشورها باعث شد تا آنها با استفاده نیروی فکر، خلاقیت و ابتکار و کارآفرینی، از جمله کشورهای پیشرفته در جهان کنونی شوند (پنی و همکاران 2020). چراکه عصر حاضر، عصر دانایی و خلاقیت و عصر تلفیق اندیشه‌ها و ابتکارات بوده و توجه به کارآفرینی آموزشی - رفتاری در توسعه و پیشرفت کشورها بسیار اهمیت دارد. رویکرد شخصیتی، یکی از بحث برانگیزترین رویکردها در کارآفرینی آموزشی - رفتاری است (درمپول، ترانک و سیرکا 2017). حالات رفتاری - آموزشی کارآفرینان موفق، بیشتر توسط فرضیه‌های کلاسیک رشد اقتصادی مورد بررسی قرار گرفته و در ادبیات کارآفرینی آموزشی - رفتاری در سال‌های دهه هشتاد، بسیار مورد توجه واقع شده است. با این وجود، انتقادات به این رویکرد در اواخر دهه 90 افزایش چشمگیری یافت و موجب شد بسیاری از پژوهشگران، پژوهش‌های خود را در زمینه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، متوقف کنند (هرهوا و لکو 2016). بسیاری از مستندات نظری و عملی اخیر در یک رنسانس رویکرد شخصیتی کارآفرینی نتیجه داده است (مقیمی و همکاران 1392).

یکی از مظاهر بارز تولید علم و اندیشه در جهان، مراکز علمی و دانشگاهی اند و اندیشمندان بر این باورند به اندازه‌ای که در یک کشور، تولید علم و اندیشه می‌شود، به همان اندازه، مظاهر حیات و شکوفایی و بالندگی بر آن کشور سایه انداخته و موجب رشد و توسعه آن می‌شود. چنانچه دانشگاه‌ها و سایر مراکز آموزش عالی در کشور، توجه و اهتمام اصلی خود را بر محور مبادلات علمی و مباحث آموزشی و ژرفابخشی به عملیات پژوهشی اختصاص دهند، افق روشن و درخشانی را برای کشور و جامعه ترسیم خواهند کرد

(رنجبریان، 1391). اساسی‌ترین عامل برقرار نمودن ارتباط نظام آموزش عالی با جامعه، تربیت و آماده ساختن نیروی انسانی کارآمد، شایسته و دارای مهارت، به منظور پاسخگویی به نیازهای واقعی جامعه در زمینه‌های مختلف است. همچنین تولید و ارائه دانش بومی برای حل مسائل جاری و حیاتی جوامعی که دانشگاه‌ها در آن قرار دارند از عمده‌ترین نقش‌های نظام آموزش عالی به حساب می‌آید. دانشگاه‌ها به عنوان بالاترین و آخرین مرحله نظام آموزشی یا به عبارت دیگر رأس هرم آموزش در هر کشور است. مطالعات نشان داده‌اند که اهداف و نقش دانشگاه‌ها در کشور، تربیت نیروی انسانی متخصص مورد نیاز جامعه، ترویج و ارتقای دانش، گسترش تحقیق و فراهم نمودن زمینه مساعد برای توسعه و پیشرفت کشور است (بیک زاد و رنجبریان، 1387). در راستای تحقق یک نظام کارآفرینی مداخلات بیرونی برای تفکر و رفتار کارآفرینی در افراد ضروری و مورد نیاز است، بخشی از این مداخلات و راهنمایی‌ها را مشاوران بعهد گرفته اند. مشاوره به عنوان یک نظام پویا بیشتر بر فرآیند و جریان عمل تأکید دارد تا به حالت شدن یا بودن (نظری 1394).

مشاوران به منظور ارائه خدمات مشاوره‌ای به کارآفرینان نیاز به بهره‌گیری از مدل‌هایی که بر اساس یک نظریه بنا شده باشد، دارند. نظریه انتخاب با توجه به تازگی و جدید بودن موارد مطرح شده در آن می‌تواند مبنای نظری مناسب و خوبی برای طراحی مدل مشاوره رفتاری - آموزشی کارآفرینی برای دانش‌آموختگان آموزش عالی بر مبنای نظریه انتخاب باشد. این نظریه به گروه روانشناسی‌های کنترل درونی تعلق دارد؛ یعنی منشأ رفتار آدمی را از درون می‌داند و نه از بیرون و محیط. در مقابل این رویکرد، روان‌شناسی‌های کنترل بیرونی قرار دارد که ریشه رفتار انسان‌ها را در محیط آنها جستجو می‌کند. از دیدگاه نظریه انتخاب، تمام رفتارهای فرد از درون او و برای ارضای نیازهای پنج گانه‌اش صادر می‌شود که عبارتند از: نیاز به بقا، عشق و احساس تعلق، قدرت و ارزشمندی، آزادی و اختیار، و تفریح. پس او رفتارهایش را انتخاب کرده و برای هر رفتاری که انجام می‌دهد، مسئول است (وولبدینگ 2013). نیاز به بقا

این پژوهش از نظر هدف یک پژوهش کاربردی - توسعه‌ای و از نظر روش گردآوری داده، از نوع پژوهش‌های توصیفی است. روش جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش، طراحی و توزیع پرسشنامه میان گروه خبرگان است. در این پژوهش در پرسشنامه طراحی شده از خبرگان خواسته شد تا نوع رابطه بین عوامل مورد نظر را از نظر اثرگذاری و اثرپذیری بر یکدیگر مشخص نمایند. جهت شناسایی شاخص‌های بعد رفتاری - آموزشی مشاوره کارآفرینی آموزشی - رفتاری ابتدا کلیه شاخص‌های کارآفرینی آموزشی - رفتاری فهرست و سپس با استفاده از نظر خبرگان که بر اساس اهمیت شاخص‌ها آن‌ها را نمره‌دهی و طبقه‌بندی می‌کردند، شاخص‌های نهایی مرتبط با نظریه انتخاب انتخاب شدند. همچنین بر مبنای گام‌های اجرای تکنیک ISM در پژوهش حاضر گام اول شناسایی ابعاد و شاخص‌ها بود که ابتدا با بررسی ادبیات موضوع، شاخص‌های تأثیرگذار بعد رفتاری - آموزشی مشاوره کارآفرینی آموزشی - رفتاری شناسایی شد. سپس به منظور جمع‌آوری نظر خبرگان در خصوص شناسایی روابط میان شاخص‌های استخراج شده و ارائه مدل سازی ساختاری تفسیری از این معیارها، پرسشنامه‌ای طراحی و در اختیار خبرگان قرار گرفت. در گام دوم که تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری بود، پس از تعیین شاخص‌ها، پرسشنامه ماتریسی طراحی شد و خبرگان این شاخص‌ها را به صورت زوجی مورد بررسی قرار دادند. برای سنجش و تضمین روایی پرسشنامه‌ها از روش روایی محتوا استفاده شد. به این منظور از نظر 5 نفر از افراد خبره در رابطه با ساختار پرسشنامه‌ها، مناسب بودن نحوه طراحی پرسشنامه‌ها، روشن بودن تعاریف عوامل به کار رفته و قابل فهم بودن پرسش‌ها نظرخواهی شد و نظرهای داده شده در پرسشنامه‌ها اعمال گردید. روش به کار رفته در این پژوهش برای بررسی پایایی پرسشنامه‌ها، روش موازی یا استفاده از آزمون‌های هم‌تاست. در این روش سؤال‌های یکسان به طور هم‌زمان میان دو گروه تقسیم شده و ضریب پایایی بر اساس همبستگی میان پاسخ‌های به دست آمده، محاسبه می‌شوند. نتایج حاصل از محاسبه همبستگی میان پاسخ‌ها که از طریق نرم افزار SPSS انجام شد، نشان دهنده 81٪

در فرد به بقای نوع اشاره دارد. نیازهای جسمانی ضروری شامل نیاز به آب، هوا و سرپناه و پوشاک، و نیاز به تأمین امنیت برای ادامه زندگی نیز از زیر مجموعه‌های این نیاز محسوب می‌شوند. نیاز به احساس تعلق و پیوند عاطفی داشتن با دیگر افراد، نیازی است که همه انسان‌ها به آن گرایش دارند، به ویژه آنچه از نظر گلسر به عنوان " شخصیت اجتماعی " مطرح می‌کند و در ضمن آن بر اهمیت روابط متقابل بین افراد تأکید دارد نیاز برای کسب قدرت، ثروت، تأثیرگذاری و موفقیت و نیز نیاز به کسب توانایی انجام دادن کارهاست. همچنین این نیاز بر حس موفقیت، پیشرفت، افتخار، اهمیت و خودارزشمندی دلالت دارد. آزادی نیازی است که انسان را وادار به انتخاب می‌کند، مانند انتقال یا مهاجرت از جایی به جایی دیگر برای ابراز آزادانه خویشتن یا احساس آزادی به طور درونی و باطنی. پیازه، شناخت شناس شهیر، معتقد بود که «بازی تفکر کودک است». این یک واقعیت است که بچه‌ها به واسطه تفریح یاد می‌گیرند، خیلی مهم است که درک کنیم بچه‌ها واقعاً بدون تفریح نمی‌توانند، یاد بگیرند. نیاز به تفریح البته در بزرگسالی نیز ادامه دارد. این یک نیاز ضروری است که خود را در بسیاری از کوشش‌های افراد نشان می‌دهد. دلیل عمده این که بسیاری از روابط طولانی مدت به طور خشک و خالی ادامه پیدا می‌کند، این است که تفریح، به عنوان نیازی برای یکی از طرفین به اندازه طرف مقابل درک نشده یا نادیده گرفته می‌شود (صاحبی 1390). پژوهش حاضر با هدف تدوین مدل ساختاری تفسیری با شناسایی ابعاد مشاوره رفتاری - آموزشی کارآفرینی بر مبنای نظریه انتخاب به دنبال پاسخ به دو سؤال اصلی است: ابعاد مؤثر جهت مشاوره رفتاری - آموزشی کارآفرینی بر مبنای نظریه انتخاب کدامند؟ رتبه‌بندی ابعاد رفتاری - آموزشی مشاوره کارآفرینی بر مبنای نظریه انتخاب چگونه است؟ تنوع و گوناگونی برداشت‌ها از مفهوم کارآفرینی آموزشی - رفتاری، از نکات جالب توجه آن است.

روش کار

وسيله سه زیربنای روانشناسی، اقتصاد و جامعه شناسی به وجود آمده‌اند که هر یک به دنبال پاسخ به سؤالات مختلفی بوده و نظریه های مختلفی را به کار گرفته و بر سطوح تحلیلی مختلفی تمرکز دارند (تورنتون 1999). دانشمندان مدیریت نیز سهم بسزایی در مطالعات کارآفرینی دارند.

همبستگی میان پاسخ‌ها بود که این عدد مؤید پایایی پرسشنامه است.

در جدول 1 تعریف کارآفرینی آموزشی - رفتاری از دیدگاه محققین علوم رفتاری - آموزشی جمع بندی شده است. ماهیت علمی پژوهش‌های کارآفرینی آموزشی - رفتاری به

جدول 1. فهرست شاخص‌های کارآفرینی آموزشی - رفتاری

Table 1. List of educational-behavioral entrepreneurship indicators

شاخص	منبع
ابتکار	گردستانی (1382)، آنوخین و ویلیام (2009)، احمدپورداریانی (1389)، ضیاء و تاج پور (1395)، گرومبه (2000)
استقلال طلبی	دکین و فویل (2003)، هواردز (2004)، ویلسون (2008)، اسدی و همکاران (1390)
اعتماد به نفس	بهروز آذر (1388)، آنوخین و ویلیام (2009)، گاسپارسکی و همکاران (2012)، محمودی و منجم زاده (1393)، باندورا (1997)
انرژی و پشتکار	گردستانی (1382)، احمدپورداریانی (1389)، یادگار (1390)، احمدی و درویش (1391)
انعطاف پذیری	خدمتی (1379)، هواردز (2004)، بابایی (1388)، گاسپارسکی و همکاران (2012)
بصیرت	عزیزی (1382)، پرداخنجی (1385)، احمدی و درویش (1391)، عرف نژاد و نظری (1393)
پافشاری	خدمتی (1379)، حسن مرادی (1385)، ویلسون (2008)، محمودی و منجم زاده (1393)
تحمل ابهام	گردستانی (1382)، ذبیحی (1385)، آنوخین و ویلیام (2009)، احمدی و درویش (1391)، راج و فریز (2007)
تخصص	کاووسی و چاوشی (1387)، بهشتی و همکاران (1388)، عرف نژاد و نظری (1393)
تسلط	هواردز (2004)، احمدپورداریانی (1389)، سیدنورانی و وفایی یگانه (1389)
تعهد	عزیزی (1382)، احمدی و درویش (1391)، نعمتی (1392)، ضیاء و تاج پور (1395)
خلاقیت	صالحی (1387)، آنوخین و ویلیام (2009)، احمدپورداریانی (1389)، نیکر فتار (1390)
خوش بینی	خدمتی (1379)، غلامیان (1386)، ویلسون (2008)، احمدی و درویش (1391)، محمودی و منجم زاده (1393)
دوراندیشی	کورانکو و هاتجسی (2004)، هواردز (2004)، حسینی (1384)، نیکر فتار (1390)
رهبری	دهقانپور (1381)، گردستانی (1382)، بهروز آذر (1388)، احمدی و درویش (1391)، ضیاء و تاج پور (1395)
سودگرایی	احمدپورداریانی (1389)، شاه حسینی (1386)، بهشتی و همکاران (1388)، گاسپارسکی و همکاران (2012)
شهود	خدمتی (1379)، گردستانی (1382)، آنوخین و ویلیام (2009)، هدی سادات و شفیع زاده (1391)
عزت نفس	هواردز (2004)، صمدی و شیرزادی (1385)، احمدی و درویش (1391)، عرف نژاد و نظری (1393)
عزم و اراده	صمدی و شیرزادی (1385)، ویلسون (2008)، عطار (1388)، نیکر فتار (1390)، ضیاء و تاج پور (1395)
فرصت طلبی	کاووسی و چاوشی (1387)، گردنایج (1388)، آنوخین و ویلیام (2009)، احمدی و درویش (1391)
قدرت طلبی	عزیزی (1382)، هواردز (2004)، بهشتی و همکاران (1388)، نعمتی (1392)
قدرت گرای	هواردز (2004)، ویلسون (2008)، گاسپارسکی و همکاران (2012)، محمودی و منجم زاده (1393)
کنترل درونی (مرکز کنترل)	خدمتی (1379)، صمدی و شیرزادی (1385)، احمدپورداریانی (1389)، نیکر فتار (1390)، نعمتی (1392)، لونسون (1974)
مخاطره پذیری	کاووسی و چاوشی (1387)، آنوخین و ویلیام (2009)، عرف نژاد و نظری (1393)، استیوارت و روث (2004)
مسئولیت پذیری	خدمتی (1379)، بهروز آذر (1388)، گاسپارسکی و همکاران (2012)، عرف نژاد و نظری (1393)، بریک و مونت (1991)
مهارت ارتباط بین فردی	احمدپورداریانی (1389)، نیکر فتار (1390)، نعمتی (1392)، ضیاء و تاج پور (1395)
نوآوری	عزیزی (1382)، صمدی و شیرزادی (1385)، احمدی و درویش (1391)، عرف نژاد و نظری (1393)
نیاز به تعلق	گردستانی (1382)، ویلسون (2008)، گاسپارسکی و همکاران (2012)، محمودی و منجم زاده (1393)
نیاز به توفیق	فرهنگی (1386)، بهروز آذر (1388)، گاسپارسکی و همکاران (2012)، عرف نژاد و نظری (1393)
نیاز به قدرت	دکین و فویل (2003)، هواردز (2004)، ویلسون (2008)، اسدی و همکاران (1390)
همکاری	خدمتی (1379)، غلامیان (1386)، ویلسون (2008)، احمدی و درویش (1391)، محمودی و منجم زاده (1393)
باهوش	بهروز آذر (1388)، آنوخین و ویلیام (2009)، گاسپارسکی و همکاران (2012)، محمودی و منجم زاده (1393)
کانون کنترل	هواردز (2004)، احمدپورداریانی (1389)، سیدنورانی و وفایی یگانه (1389)، ضیاء و تاج پور (1395)

آینده نگری	گردنائیج (1388)، آنوخین و ویلیام (2009)، احمدی و درویش (1391)، عرف نژاد و نظری (1393)
ریسک پذیری	دکین و فویل (2003)، هواردز (2004)، ویلسون (2008)، اسدی و همکاران (1390)، احمدی و درویش (1391)
مثبت اندیشی	کردستانی (1382)، احمدپورداریانی (1389)، یادگار (1390)، احمدی و درویش (1391)، مدرسی و داودی (1393)
موفقیت طلبی	فرهنگی (1386)، بهروز آذر (1388)، گاسپارسی و همکاران (2012)، عرف نژاد و نظری (1393)، امینی و همکاران (1394)
توانا در برخورد با مردم	عزیزی (1382)، صمدی و شیرزادی (1385)، احمدی و درویش (1391)، عرف نژاد و نظری (1393)
اشتراک مساعی	احمدپورداریانی (1389)، نیکرفتار (1390)، نعمتی (1392)، ضیاء و تاج پور (1395)
انگیزه پیشرفت	صمدی و شیرزادی (1385)، ویلسون (2008)، عطار (1388)، نیکرفتار (1390)، ضیاء و تاج پور (1395)
مصمم و راسخ	مقیم (1384)، گاوسی و جاشی (1387)، بهشتی و همکاران (1388)، عرف نژاد و نظری (1393)
با استعداد	ازوجی (1386)، گردنائیج (1388)، آنوخین و ویلیام (2009)، احمدی و درویش (1391)، عرف نژاد و نظری (1393)
ثروت طلبی	دکین و فویل (2003)، هواردز (2004)، براتلو (1386)، ویلسون (2008)، اسدی و همکاران (1390)
پرانرژی	احمدی و همکاران (1386)، آنوخین و ویلیام (2009)، گاسپارسی و همکاران (2012)، محمودی و منجم زاده (1393)، گرانت (1996)
خودباوری	احمدپورداریانی (1378)، عزیزی (1382)، صمدی و شیرزادی (1385)، احمدی و درویش (1391)، عرف نژاد و نظری (1393)
مدیر بودن	بامول (1990)، هواردز (2004)، احمدپورداریانی (1389)، سیدنورانی و وفایی یگانه (1389)، ضیاء و تاج پور (1395)
خود اتکا	بک (1983)، دکین و فویل (2003)، هواردز (2004)، ویلسون (2008)، اسدی و همکاران (1390)
داشتن چشم انداز	پالمر (1987)، کردستانی (1382)، احمدپورداریانی (1389)، یادگار (1390)، احمدی و درویش (1391)، مدرسی و داودی (1393)
آگاهی	فرهنگی (1386)، بهروز آذر (1388)، گاسپارسی و همکاران (2012)، عرف نژاد و نظری (1393)، امینی و همکاران (1394)
هدفمند	عزیزی (1382)، هواردز (2004)، بهشتی و همکاران (1388)، نعمتی (1392)
صبر	خدمتی (1379)، بهروز آذر (1388)، گاسپارسی و همکاران (2012)، عرف نژاد و نظری (1393)

علاوه بر این مقاله برگرفته موضوع رساله دکتری در دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول می باشد که دارای با کد ایران داک 1400289 مصوب شده است.

یافته ها

اطلاعات حاصله بر اساس روش مدل سازی ساختاری - تفسیری جمع بندی و با استفاده از چهار حالت روابط مفهومی تشکیل شد. منطق مدل سازی ساختاری تفسیری بر مبنای مد در فراوانی ها عمل می کند. نتایج حاصل از پرسشنامه در مورد شاخص های مورد بررسی نشان داد که استقلال طلبی (c1)، اعتماد به نفس (c2)، تحمل ابهام (c3)، تسلط (c4)، خلاقیت (c5)، خوش بینی (c6)، رهبری (c7)، سودگرایی (c8)، شهود (c9)، عزت نفس (c10)، عزم و اراده (c11)، کنترل درونی (c12)، مخاطره پذیری (c13)، مسئولیت پذیری (c14)، مهارت ارتباط بین فردی (c15)، تعلق (c16)، نیاز به توفیق (c17) به عنوان شاخص های اولیه هستند. پس از آن که ماتریس دسترسی اولیه به دست آمد، روابط ثانویه شاخص ها کنترل شد. ماتریس دسترسی نهایی طبق جدول 2 به دست آمد. خانه هایی که با علامت 1* مشخص شده اند؛ نشان می دهند که

به منظور شناسایی و رتبه بندی شاخص های مشاوره کارآفرینی آموزشی - رفتاری آموزشی - رفتاری بر مبنای نظریه انتخاب با استفاده از رویکرد ISM پرسشنامه ای تدوین و بین خبرگانی که با استفاده از تکنیک گلوله برفی (در این تحقیق 30 نفر) انتخاب شدند؛ به این صورت که پس از مصاحبه با فرد خبره اول و بررسی سؤالات و مفاهیم و شاخص های مورد مطالعه از طریق اطلاعاتی که پیرامون فرد خبره دیگری به محققان داده می شد، محققان سراغ فرد خبره دوم رفته و مجدداً روال بررسی موضوع مورد مطالعه تکرار می شد. این کار تا زمانی ادامه یافت که نمونه مورد مطالعه که 30 نفر از خبرگان بودند انتخاب و با آن ها بررسی و مطالعه موضوع تحقیق صورت گرفت. برای نحوه تعیین حجم نمونه نیز بر اساس نظر کوهن (1990) یعنی استفاده از نظرات 15 تا 30 خبره در حوزه مطالعات کیفی استفاده شد.

ملاحظات اخلاقی: از همه شرکت کنندگان رضایت نامه کتبی گرفته شد و همچنین محققان شرکت کنندگان را از محرمانه ماندن نتایج تحقیق مطمئن کردند و به آن ها اطمینان دادند که نتایج تحقیق پس از انجام برای آن ها ارسال می شود.

شاخص از جمع تعداد شاخص‌های متأثر از آن و خود شاخص، و میزان وابستگی شاخص نیز از جمع شاخص‌هایی که از آن تأثیر می‌پذیرند و خود شاخص، به دست می‌آید.

در ماتریس، دسترسی اولیه صفر بوده و پس از سازگاری عدد یک گرفته‌اند. در این ماتریس قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر شاخص نیز نشان داده شده است. قدرت نفوذ یک

جدول 2. ماتریس دسترسی اولیه

Table 2. Initial access matrix

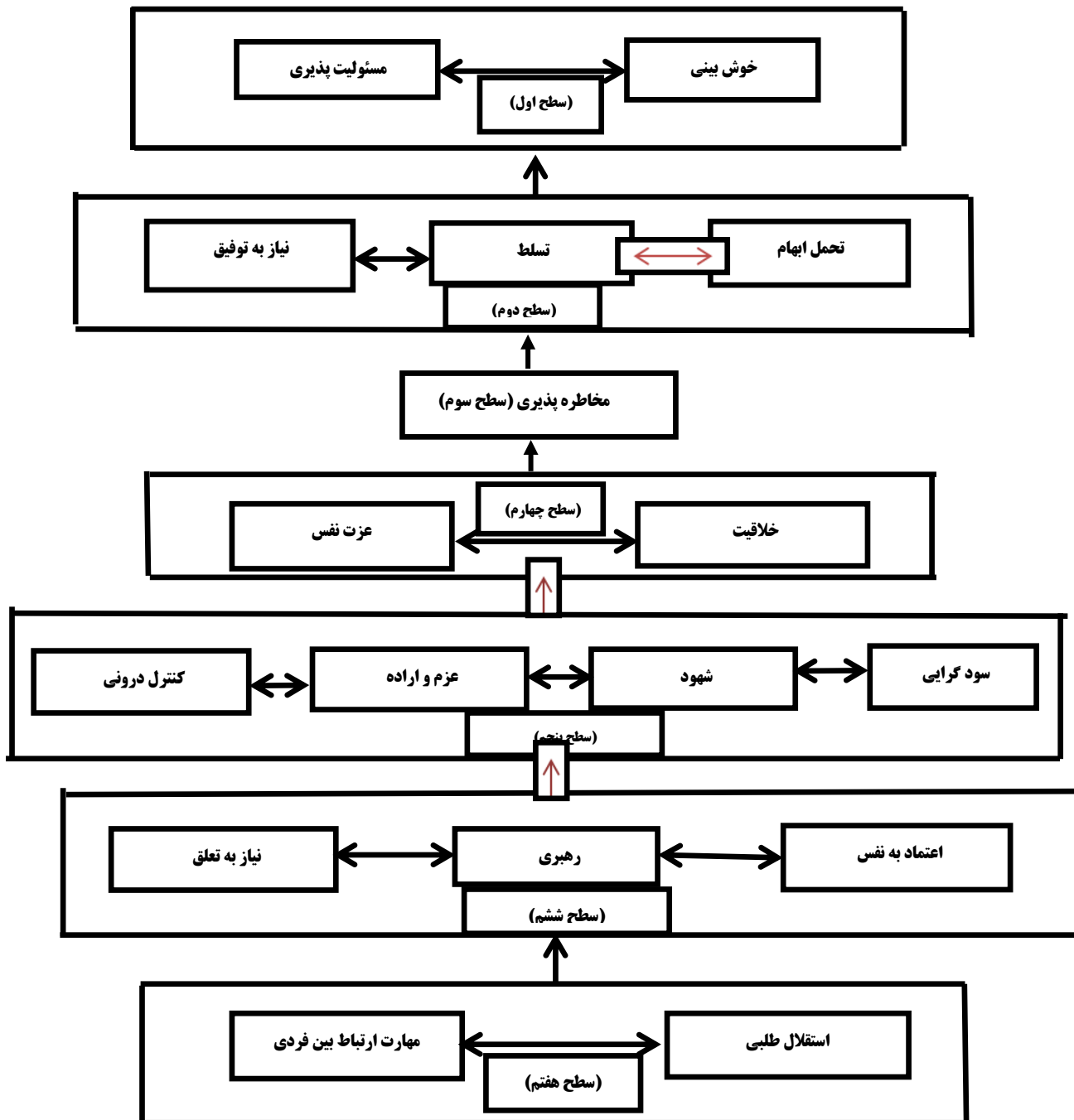
C17	C16	C15	C14	C13	C12	C11	C10	C9	C8	C7	C6	C5	C4	C3	C2	C1	
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	c1
1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	c2
0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	c3
1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	c4
1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	c5
0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	c6
1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	c7
1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	c8
1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	c9
1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	c10
0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	c11
1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	c12
1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	c13
0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	c14
1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	c15
0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	c16
1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	c17
ماتریس دسترسی نهایی																	
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	*1	*1	1	1	1	1	c1
1	1	0	*1	1	1	1	1	1	1	1	*1	1	1	1	1	0	c2
*1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	c3
1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	c4
1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	c5
0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	c6
1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	c7
1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	*1	1	1	1	0	0	c8
1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	*1	1	1	1	0	0	c9
1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	c10
*1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	c11
1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	*1	1	1	0	0	c12
1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	c13
0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	c14
1	1	1	1	*1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	c15
*1	1	0	1	1	1	*1	1	1	1	1	*1	1	1	1	1	0	c16
1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	*1	0	0	c17

که در سطح اول قرار گرفتند را کنار گذاشته شد و دوباره عملیات سطح بندی را انجام شد. در تکرار سوم سه شاخص تحمل ابهام (C3)، تسلط (C4)، نیاز به توفیق (C17) که در سطح دوم قرار گرفتند را از جدول کنار و دوباره عملیات سطح بندی انجام شد. در تکرار چهارم شاخص مخاطره پذیری (C13) که در سطح سوم قرار گرفت را کنار و دوباره عملیات سطح بندی انجام شد. در تکرار پنجم دو شاخص خلاقیت (C5)، عزت نفس (C10) که در سطح چهارم قرار گرفتند کنار گذاشته شد و دوباره عملیات سطح بندی را انجام شد. در تکرار ششم چهار شاخص سودگرایی (C5)، شهود (C10)، عزم و

در مرحله بعد با استفاده از ماتریس دسترسی نهایی، پس از تعیین مجموعه‌های ورودی و خروجی، اشتراک این مجموعه‌ها برای هر یک از شاخص‌ها به دست آمد. سپس تعداد شاخص‌ها مجموعه ورودی و مجموعه مشترک را مشخص نموده و به صورت صعودی براساس کوچکترین به بزرگترین، عمل سطح بندی انجام شد. نتایج تکرار چرخش‌ها نشان داد که در تکرار اولیه عوام به عنوان شاخص اساسی کارآفرینی آموزشی و رفتاری در نظر گرفته شدند. در تکرار دوم دو شاخص خوش بینی (C6)، مسئولیت پذیری (C14)

گرفتند کنار گذاشته شد و دوباره عملیات سطح بندی را انجام شد. در نهایت دو شاخص استقلال طلبی و مهارت ارتباط بین فردی در سطح هفتم قرار گرفتند.

اراده (c11)، کنترل درونی (c12) که در سطح پنجم قرار گرفتند کنار گذاشته شد و دوباره عملیات سطح بندی را انجام شد. در تکرار هفتم سه شاخص اعتماد به نفس (c2)، رهبری (c7)، نیاز به تعلق (c16) که در سطح ششم قرار



شکل 1. سطح بندی شاخص های بعد رفتاری - آموزشی مشاوره کارآفرینی

figure 1. Leveling of behavioral-educational indicators of entrepreneurship counseling

مطابق با نتایج به دست آمده از شکل 1 می توان گفت شاخص های استقلال طلبی و مهارت ارتباط بین فردی دارای بیشترین میزان تأثیرگذاری و شاخص های خوش

هستند.

بینی و مسئولیت‌پذیری دارای کمترین میزان تأثیرپذیری

جدول 3. قدرت نفوذ و میزان وابستگی عوامل مؤثر در کارآفرینی آموزشی

Table 3. Influence and dependence of effective factors in educational entrepreneurship

شاخص میزان تأثیر	نیاز به توفیق (c18)	نیاز به تعلق (c17)	مهارت ارتباط بین فردی (c15)	مسئولیت‌پذیری (c14)	مخاطره‌پذیری (c13)	کنترل درونی (c12)	عزم و اراده (c11)	عزت نفس (c10)	شهود (c9)	سودگرایی (c8)	رهبری (c7)	خوش بینی (c6)	خلاقیت (c5)	تسلط (c4)	تعمیل ایهام (c3)	اعتماد به نفس (c2)	استقلال طلبی (c1)
قدرت	6	15	17	2	6	12	12	8	12	12	15	1	8	6	6	15	17
وابستگی	15	5	2	17	15	9	9	11	9	9	5	17	11	15	15	5	2

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از مطالعه حاضر شناسایی و رتبه بندی شاخص‌های آموزشی- رفتاری در مشاوره کارآفرینی رفتاری بر مبنای نظریه انتخاب با استفاده از مدل ساختاری تفسیری بود. که پس از جمع‌آوری اطلاعات یافته‌های ارزشمندی حاصل شد. یافته‌های مطالعه حاضر نشان داد که استقلال طلبی، اعتماد به نفس، تحمل ایهام، تسلط، خلاقیت، خوش بینی، رهبری، سودگرایی، شهود، عزت نفس، عزم و اراده، کنترل درونی، مخاطره‌پذیری، مسئولیت‌پذیری، مهارت ارتباط بین فردی، تعلق، نیاز به توفیق به عنوان عوامل مهم در کارآفرینی هستند. یافته‌ها همچنین نشان داد که شاخص‌های تأثیرگذار بر بعد رفتاری - آموزشی عبارتند از سطح استقلال (خودمختار): شاخص‌هایی که حداقل وابستگی و قدرت نفوذ را بر دیگر شاخص‌ها دارند. سطح وابستگی: شاخص‌هایی که وابستگی زیادی بر دیگر شاخص‌ها دارند، اما نفوذ آنها اندک است. سطح پیوندی (عدم وابستگی): شاخص‌هایی که رابطه دو طرفه با دیگر شاخص‌ها دارند. در این ناحیه عناصری که بیشترین نقش آفرینی را در ساختار مدل دارند، قرار می‌گیرند. و سطح نفوذ (عدم وابستگی). یافته‌های حاصل از مطالعه حاضر با نتایج مطالعات خدمتی (1379)، غلامیان (1386)، ویلسون (2008)، احمدی و درویش (1391)، محمودی و منجم

یافته‌های جدول 3 نشان می‌دهد که شاخص‌های تأثیرگذار بر بعد رفتاری - آموزشی مشاوره کارآفرینی را می‌توان براساس قدرت نفوذ هر شاخص بر شاخص‌های دیگر و میزان وابستگی هر شاخص به شاخص‌های دیگر در چهار سطح زیر دسته بندی کرد: ناحیه 1: سطح استقلال (خودمختار): شاخص‌هایی که حداقل وابستگی و قدرت نفوذ را بر دیگر شاخص‌ها دارند. ناحیه 2: وابستگی: شاخص‌هایی که وابستگی زیادی بر دیگر شاخص‌ها دارند، اما نفوذ آنها اندک است. ناحیه 3: پیوندی (عدم وابستگی): شاخص‌هایی که رابطه دو طرفه با دیگر شاخص‌ها دارند. در این ناحیه عناصری که بیشترین نقش آفرینی را در ساختار مدل دارند، قرار می‌گیرند. ناحیه 4: نفوذ (عدم وابستگی): شاخص‌هایی که بر شاخص‌های دیگر نفوذ قابل توجه ای دارند. یافته‌ها همچنین نشان می‌دهد که نیاز به تعلق، اعتماد به نفس، رهبری، عزم و اراده، شهود، سودگرایی، کنترل درونی در ناحیه نفوذ قرار دارند، همچنین شاخص‌های خلاقیت، عزت نفس، تحمل ایهام، مخاطره‌پذیری، نیاز به توفیق، تسلط، مسئولیت‌پذیری، خوش بینی در ناحیه وابستگی قرار دارند که از قدرت نفوذ کم ولی میزان وابستگی زیاد نسبت به دیگر شاخص‌ها برخوردار می‌باشد

گیری‌ها مشارکت دارد، اظهار نظر می‌کند و بخشی از هزینه‌های تحصیل خود را پرداخت می‌کند. همچنین در آموزش عالی همواره سعی شده است که با القای فرهنگ منسجم کارآفرینی چشم انداز مشترک و ایجاد انگیزه ارتباط بین اعضای هیئت علمی، مدیران، دانشجویان و کارکنان در کلیه بخش‌ها نزدیک‌تر و همکاری و همراهی بیشتر شود (مرادی 1385).

به طور کلی در پژوهش حاضر جهت رتبه بندی و تعیین میزان اهمیت عوامل مؤثر در مشاوره کارآفرینی آموزشی - رفتاری بر مبنای نظریه انتخاب از رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری استفاده شد. با توجه به ادبیات تحقیق، 17 شاخص مؤثر بر مشاوره کارآفرینی آموزشی - رفتاری بر مبنای نظریه انتخاب شناسایی و با استفاده از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری رتبه بندی شدند. نتایج نشان داد که شاخص‌های خوش بینی و مسئولیت‌پذیری در پایین‌ترین سطح و کمترین تأثیر را در مشاوره کارآفرینی بر مبنای نظریه انتخاب دارد و استقلال طلبی و مهارت‌های بین فردی در بالاترین سطح قرار داشته و بیشترین تأثیر را بر دیگر عوامل دارد. از دلایل تبیین برای رسیدن به نتایج در این مطالعه می‌توان به این نکته اشاره کرد که در این مطالعه همسو با مطالعات قبلی از روش تحلیل کیفی و کدگذاری اطلاعات استفاده شده است و لذا همین مورد باعث شده است که خبرگان در مطالعه بر اساس سؤالاتی که پرسیده می‌شود عقاید یکسان و مشابهی را پیرامون کارآفرینی داشته باشند. بر این اساس پیشنهاد می‌شود متولیان مشاوره کارآفرینی آموزشی - رفتاری در فرآیند مشاوره خود به عواملی که بیشترین تأثیر را بر کیفیت خدمات مشاوره را دارند تأکید بیشتری داشته باشند.

از مهمترین نقاط قوت مطالعه حاضر این بود که برای اولین بار به مبحث توسعه کارآفرینی رفتاری و آموزشی پرداخته شد. از مهمترین نقاط ضعف مطالعه حاضر نیز می‌توان به این مورد اشاره کرد که برخی از خبرگان که با آن‌ها برای پژوهش هماهنگ شده بود حاضر به همکاری نشده و لذا محققان از نظرات آن‌ها محروم شدند.

زاده (1393)، هواردز (2004)، صمدی و شیرزادی (1385)، احمدی و درویش (1391) و عروف نژاد و نظری (1393) همسویی دارد.

از دلایل تبیین نتایج این مطالعه در همسویی با مطالعات قبلی می‌توان به این نکته اشاره کرد که عزت نفس و خلاقیت همواره بر کارآفرینی تأثیری مثبت و سازنده‌ای دارد و لذا به این دلیل است که نتایج این مطالعه همانند مطالعات قبلی بر عزت نفس و خلاقیت به عنوان عوامل مؤثر در کارآفرینی تأکید داشته و به این نتیجه رسیده است. از طرف دیگر می‌توان یافته‌های مطالعه حاضر را در همسویی با نتایج مطالعات ازوجی (1386)، کردنائیج (1388)، آنوخین و ویلیام (2009)، احمدی و درویش (1391) و عروف نژاد و نظری (1393) این گونه تبیین کرد که در مواجهه با آنچه کسب و کارها و بلاخص کسب و کارهای نوپا را تهدید می‌کند و همچنین با توجه به فراز و نشیب‌های فرآیند کارآفرینی آموزشی - رفتاری مشاوره به عنوان عاملی تأثیرگذار و هدایت بخش برای کارآفرینان دارای اهمیت غیر قابل انکار می‌باشد. بر این اساس کیفیت خدمات مشاوره‌ای به عنوان یکی از مهمترین مسائلی است که مورد توجه قرار گرفته است. با توجه به نیاز روزافزون به کارآفرینی آموزشی - رفتاری و از طرفی ارائه خدمات مشاوره‌ای به کارآفرینان جهت ارتقای کیفی کارآفرینان، چگونگی این خدمات دارای اهمیت است.

در خصوص اهمیت کارایی آموزش عالی نیز می‌توان گفت که در آموزش عالی همواره با تربیت فراگیران به نیازهای صنایع کوچک و کوتاه مدت و فوری کارخانجات و مراکز تولیدی و خدماتی پاسخ می‌دهند. دانشگاه‌ها در بسیاری از موارد به منابع انسانی، فنون، امکانات و تجهیزات لازم مجهزند تا بتوانند از طریق به کارگیری آنها به نیازهای جامعه پاسخ سریع نشان دهند. دانشگاه کارآفرین خودگردان است و از راه‌های متنوع به کسب درآمد می‌پردازد تا استانداردهای کیفی خود را حفظ نموده و متکی به منابع خاص باشد. در دانشگاه‌های کارآفرین دانشجو به منزله مشتری مورد توجه ویژه قرار دارد و با دقت نیازهای آموزشی وی جهت زندگی در دنیای واقعی شناسایی و تأمین می‌شود. لذا در تصمیم-

Modeling Technique in Tourism Studies (Analysis with Pathological Approach). *Journal of Tourism Planning and Development*, Vol.14 ., No.3 , Pp. 248-269[in Persian]

Karbasian M, Khoboshani A, Javanmardi M et al 2011, Application of interpretive structural modeling to level the indicators of selection of agile suppliers and ranking of suppliers using fuzzy TOPSIS-AHP method, *Scientific-Research Journal of Production and Operations Management*, Vol.21 ., No.2 , Pp. 600-620[in Persian].

Glaser W 2012, *Real Therapy*, Translation: Dr. Ali Sahebi, Sayeh Sokhan Publications, 2012

Glaser, William, 2013, *An Introduction to the Psychology of Hope Theory of Choice*. Translator: Ali Sahebi, Spokesperson, Tehran

Marvati Sh, Asadian A Ardakani F 2014, *Presenting the Health Tourism Development Model with a combined fuzzy TOPSIS approach and structural-interpretive modeling in Yazd province*, *Health Management*.

Moghimi SM, Vakili Y, Akbari M 2013, *Theories of Entrepreneurship*, Tehran, Tehran University Press,

Naqibi HA, Farsijani H, Kasaei M et al 2016, Explaining the influential components in the production structure in the world class in the automotive industry, *New Research in Decision Making*, Vol.1 ., No.4 , Pp. 74-100[in Persian]

Wobelding R 2016, *Reality Therapy for the 21st Century*, Translation: Sahebi, Ali, Zirak, Hossein, Sokhan Publications,

Hooman H 2014, *Structural Equation Modeling with Software Application of Lisrel Software*. Organization for the Study and Compilation of University Humanities Books (Samt), Sixth Edition, Tehran.

Bandura A 1997, *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman and Co.

Barrick MR, & Mount MK 1991, *The big five personality dimensions and job*

References

Azar A, Bayat K 2008, Designing a business-centric process model with interpretive structural modeling approach, *Information Technology Management Journal*, Vol.9 ., No.11 , Pp. 40-45[in Persian]

Azar A, Khosravani F, Jalali R 2013, *Soft Operations Research (Problem Structuring Approaches)*, Tehran, Industrial Management Organization, First Edition

Pourdariani A 2001, *Entrepreneurship Definitions, Theories, Patterns*. Tehran Pardis Publications, Vol.57 ., No.4 , Pp. 110-121[in Persian].

Takhira M 2015, *Investigating the effective factors in selecting suppliers based on the company's social responsibility with a structural-interpretive modeling approach*, *Northern Strategy Higher Education Institute (non-governmental-non-profit)*.

Fereydoun T, Riahi H 2014, Modeling the Effect of Behavioral-Educational Torments on Capital Market Stagnation Based on Interpretive Structural Approach, *Journal of Financial Engineering and Securities Management*, Vol.19 ., No.4 , Pp. 150-168[in Persian]

Zonker VG 2015, *Career Counseling, holistic approach*, translation: Nazari, Ali Mohammad, Mohsenzadeh, Farshad, Bostanipour, Ali Reza. Tehran: Organization for the Study and Compilation of University Humanities Books (Samt), *Humanities Research and Development Center*, Vol.6 ., No.2 , Pp. 23-28[in Persian].

Farrokhi H 2014, Designing a business ethics model evaluation model with a combined approach of interpretive structural modeling and Dimitel technique (studied: Hospitals of Khorasan province). Non-governmental and non-profit university of northern strategy, *industrial management group (production orientation)*. Vol.15 ., No.4 , Pp. 158-170[in Persian]

Firoozjaeian AA, Firoozjaeian M, Hashemipetroudi SH et al 2013, Application of Interpretive Structural

- Stewart WEL, Roth PL 2004, Data-quality affects meta-analytic conclusions: A response to Miner and Raju concerning entrepreneurial risk propensity. *Journal of Applied Psychology*, Vol.89 ., No.1 , Pp. 14-21.
- Thornton PH 1999, 'The Sociology of Entrepreneurship', Annual Review of Sociology, Vol.25 ., No.1 , Pp. 19-46 .
- Penney K, Bibikas D, Vorley T, Wapshott R 2020, When pedagogic worlds collide: Reflections on a Pan-european entrepreneurship education project. *In Experiential Learning for Entrepreneurship*, Vol.11 ., No.7 , Pp. 19-46 .
- Dermol V, Trunk A, Sirca NT 2017, Promoting Entrepreneurial Education in Schools. In Management Challenges in a Network Economy: *Proceedings of the MakeLearn and TIIM International Conference* Vol.4 ., No.1 , Pp. 29-55 .
- Hrehová D, Ilečko T. *Development and support of entrepreneurial competencies for career growth*. Vol.8 ., No.15 , Pp. 100-109 .
- performance ; A meta-analysis. Personal Psychology* Vol.44 ., No.1 , Pp. 1-26.
- Cromie S 2000, Assessing entrepreneurial intention: some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, Vol.9 ., No.1 , Pp. 7-30.
- Grant JM 1996, The Proactive Personality Scale as a Predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, Vol.34 ., No.3 , Pp. 42-49.
- Hezarjeribi J 2005, Entrepreneurship Development and Graduates »Quarterly *Journal of Research and Planning in Higher Education*, Vol.30 ., No.8 , Pp. 159-176.
- Levenson H 1974, Activism and Powerful Others: Distinctions within the concept of internal – external control. *Journal of Personality Assessment*, Vol.38 ., No.377 , Pp. 383-100.
- Rauch A, Frese M 2007, Born to be an entrepreneur: Revisiting the Personality approach to entrepreneurship. In J. R. Baum, M. Frese & R. Baron(Eds.), *The Psychology of entrepreneurship (PP.41-66)* . London: Lawrence Erlbaum Associates.

مجله‌ی توسعه‌ی آموزش جندی‌شاپور
فصلنامه‌ی مرکز مطالعات و توسعه‌ی آموزش علوم پزشکی
سال یازدهم، شماره 4، زمستان 99

شناسایی و رتبه بندی شاخص های آموزشی - رفتاری در مشاوره کارآفرینی بر مبنای نظریه انتخاب با استفاده از مدل ساختاری تفسیری

علی جعفری: دانشجوی دکترا، گروه مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران.
روح اله سمیعی*: عضو هیئت علمی، گروه مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران.
فریدون آزما: عضو هیئت علمی، گروه مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران.
محمد رضا صفاریان طوسی: عضو هیئت علمی، گروه علوم تربیتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.

چکیده: هدف پژوهش حاضر شناسایی شاخص‌های رفتاری - آموزشی مشاوره کارآفرینی بر مبنای نظریه انتخاب و بررسی میزان اهمیت و اولویت‌بندی هر یک از این شاخص‌ها بر مبنای این نظریه بود. جامعه آماری این پژوهش شامل خبرگان کارآفرینی آموزشی - رفتاری و آگاه به نظریه انتخاب در مشاوره بود و به منظور گردآوری اطلاعات از پرسشنامه جهت رتبه‌بندی و سطح‌بندی شاخص‌های کارآفرینی در مشاوره استفاده شد. در این پژوهش با توجه به مطالعه انجام شده و ادبیات تحقیق 17 شاخص مؤثر بر مشاوره کارآفرینی شناسایی شدند. سپس مهمترین شاخص‌ها با استفاده از مدل‌سازی ساختاری تفسیری سطح‌بندی شدند. یافته‌های مطالعه حاضر نشان داد که استقلال‌طلبی، اعتماد به نفس، تحمل ابهام، تسلط، خلاقیت، خوش‌بینی، رهبری، سودگرایی، شهود، عزت‌نفس، عزم و اراده، کنترل درونی، مخاطره‌پذیری، مسئولیت‌پذیری، مهارت ارتباط بین‌فردی، تعلق، نیاز به توفیق به عنوان عوامل مهم در کارآفرینی‌اند. یافته‌ها همچنین نشان داد که شاخص‌های تأثیرگذار بر بعد رفتاری - آموزشی عبارتند از: سطح استقلال (خودمختار): شاخص‌هایی که حداقل وابستگی و قدرت نفوذ را بر دیگر شاخص‌ها دارند، سطح وابستگی: شاخص‌هایی که وابستگی زیادی بر دیگر شاخص‌ها دارند، اما نفوذ آن‌ها اندک است، سطح پیوندی (عدم وابستگی): شاخص‌هایی که رابطه دو طرفه با دیگر شاخص‌ها دارند. نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که شاخص‌های استقلال-طلبی و مهارت‌های بین‌فردی اساسی‌ترین شاخص‌های مؤثر بر مشاوره کارآفرینی است که باید در وهله اول در خدمات مشاوره‌ای بر مبنای نظریه انتخاب بر آن‌ها تأکید شود.

واژگان کلیدی: شاخص‌های رفتاری - آموزشی کارآفرینی، مشاوره، مدل‌سازی ساختاری تفسیری، نظریه انتخاب.

***نویسنده مسؤول:** عضو هیئت علمی، گروه مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران.

Email: Roohalla.samiee@gmail.com