

تأثیر ذهنیت فلسفی بر گرایش‌های کارآفرینی مورد مطالعه: مدیران کسب‌وکارهای کوچک و متوسط

حجت‌الله مرادی پردنجانی*^۱، ستار صادقی^۲، پریش جعفری^۳

۱. مربی گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرکرد و دانشجوی دکتری

۲. استادیار دانشگاه کاشان

۳. استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۸/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۰/۱۱

چکیده

این مقاله به بررسی تأثیر ذهنیت فلسفی بر گرایش‌های کارآفرینی مدیران کسب‌وکارهای کوچک و متوسط پرداخته است. طرح آن از نوع توصیفی است که به روش همبستگی انجام گرفته است. جامعه تحقیق را همه مدیران کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ایران تشکیل می‌دهند. از میان آن‌ها تعداد ۳۶۱ نفر به روش چندمرحله‌ای و از ۹ استان انتخاب شدند و اطلاعات مورد نیاز نیز از طریق ۲ پرسشنامه گردآوری شد. داده‌های به‌دست آمده با استفاده از تحلیل مسیر و مدل معادلات تجزیه و تحلیل شد و نتایج زیر به دست آمد: ذهنیت فلسفی بر پیشرفت طلبی، استقلال طلبی، خلاقیت، ریسک‌پذیری و مرکز کنترل آن‌ها تأثیر معنی‌داری دارد. سابقه مدیریتی مدیران نیز که تعدیل‌کننده گرایش‌های کارآفرینی آن‌هاست، تأثیر معنی‌داری دارد؛ در ضمن مدل ارائه شده برای بیان تأثیر ذهنیت فلسفی بر گرایش‌های کارآفرینی مدیران، مدل مناسبی است و با داده‌های به‌دست آمده برازش دارد، پس با تقویت ابعاد ذهنیت فلسفی مدیران می‌توان گرایش‌های کارآفرینی آن‌ها را ارتقا داد.

واژه‌های کلیدی: ذهنیت فلسفی، کسب‌وکار کوچک و متوسط، گرایش‌های کارآفرینی، مدیران.

مقدمه

ارزش هر انسان در نیکو اندیشیدن اوست. تفکر و مهارت درست اندیشیدن از مسائلی است که از دیرباز ذهن اندیشمندان را به خود مشغول کرده است. ضرورت تفکر تا این حد است که هر

انسانی در جریانات روزمره زندگی با مسائلی روبه‌روست که برای آن به تصمیم‌گیری منطقی نیاز دارد (طالب‌پور و همکاران، ۱۳۸۴، ص ۱۱۰). پس مسئله اساسی برای هر فردی تفکر است (Smith, 1990) که برای پرورش آن ابزارهایی لازم است. یکی از این ابزارها داشتن ذهن فلسفی^۱ است که فرد را در تفکر منطقی کمک می‌کند. در باب ویژگی‌های ذهن فلسفی مطالب چندانی به رشته تحریر در نیامده است. اصطلاح ذهن فلسفی، که آن را تفکر فلسفی نیز نام نهاده‌اند، (شرفی، ۱۳۸۱) را اولین بار فیلیپ جان اسمیت (۱۹۹۰) مطرح کرد. او برای ذهن فلسفی سه بعد و چند نشانه به شرح ذیل قائل شده است:

۱. جامعیت^۲: در این بعد، مدیر موارد خاص را در زمینه‌ای وسیع مرتبط می‌سازد و سعی می‌کند تصویر بزرگ را ببیند؛ همچنین در برخورد با مسائل سعی می‌کند رابطه آن‌ها را با هدف‌های اساسی یا آرمان‌هایی که تحقق آن‌ها در آینده امکان دارد در نظر گیرد. ذهنی که جامعیت دارد برای ارائه نظریه‌های قابل تعمیم تلاش می‌کند؛ اما چنین نظریاتی را از مطالعه همه جزئیات و جمع‌آوری خصوصیات مشترک آن‌ها استخراج نمی‌کند، بلکه از طریق بررسی چند مورد، قاعده‌ای کلی درست می‌کند که به طور وسیع همه جنبه‌های این امور را بیان کند و در نهایت اینکه در مقابل افکار مختلف سعی صدر نشان می‌دهد.

۲. تعمق^۳: مدیری که ذهن فلسفی دارد، درباره اموری که برای دیگران مسلم فرض می‌شود پرسش می‌کند و از راه ژرف‌اندیشی جنبه اساسی مسائل را تشخیص می‌دهد و در برخورد با هر نظریه، اصول و مبانی آن‌ها را مشخص می‌کند؛ در ضمن از آنچه می‌بیند چیزهای نامحسوس را استخراج می‌کند و به رابطه امور حساس است. او در اجرای تعمق از روش فرضیه‌ای-قیاسی به جای روش استقرایی استفاده می‌کند. بدین گونه که فرد ضمن برخورد با یک یا چند مورد به تدوین فرضیه می‌پردازد و در شرایط خاصی فرضیه را امر کلی می‌داند و به موارد مشابه تعمیم می‌دهد.

۳. انعطاف‌پذیری^۴: نشانه‌های این جنبه از ذهن فلسفی عبارتند از اینکه مدیر دچار جمود

1. Philosophical Mindset
 2. Comprehensiveness
 3. Penetration
 4. Flexibility

روان‌شناختی نشود، عقاید را بدون اینکه تحت تأثیر منابع آن‌ها قرار بگیرد ارزیابی کند، مسائل را از جهات متعدد بررسی کند و میان امور متضاد و متناقض فرق بگذارد. در قضاوت‌ها جنبه احتیاط را رعایت کند و از قطعی کردن عقاید پرهیزد. به طور کلی، مدیر دارای ذهنیت فلسفی، تمامی اعمال و رفتارهای خود را با شاخص‌های فوق محک می‌زند.

شرفی (۱۳۸۱) معتقد است ذهن فلسفی سه کارکرد دارد:

۱. نظری: فرد چهارچوبی برای اندیشه‌های خود می‌یابد و به آن‌ها نظام خاصی می‌بخشد؛
۲. تحلیلی: فرد مفاهیم و واژه‌ها را تفسیر مجدد می‌کند؛
۳. دستوری: فرد برای بایدها و نبایدها معیارهای ارزش‌گذاری مناسبی ایجاد می‌کند (شرفی، ۱۳۸۱).

شریعتمداری (۱۳۸۷) ذهنیت فلسفی مدیر را همان با بینش فلسفی به مسائل اندیشیدن، طرز فکر، یا نحوه برخورد ایشان با مسائل و گرایش‌ها و خصوصیات فکری او می‌داند که در جنبه‌های مختلف رفتارشان به چشم می‌خورد (شریعتمداری، ۱۳۸۷).

اهمیت ذهنیت فلسفی برای مدیران از این جهت است که مدیریت هر روز متحول می‌شود و ابعاد تازه‌ای به خود می‌گیرد و صاحب‌نظران همواره در تلاش هستند اصولی را کشف کنند تا مبانی مدیریت بر پایه این اصول استوار باشد. لازمه مدیریت تفکر صحیح است تا بتواند اصول و مبانی را راهنمای اعمال خود کند.

شاید بتوان گفت که نقش یک مدیر مانند نقش یک کارگردان است که هنگام به‌تصویر کشیدن اثر خود به طور جامع و عمیق همه جوانب کار را نگاه می‌کند و به همه اجزای صحنه به صورت یک کل توجه می‌کند. مدیر کسب‌وکار نیز هنگام برنامه‌ریزی برای کسب‌وکارش ابتدا باید تمام عناصر سازمانی کسب‌وکار را شناسایی و اهداف کلی را مشخص کند و در راستای آن هدف‌های خاص را هماهنگ و مرتبط سازد تا تحقق هدف کلی سست نشود. از آنجا که مدیران نقش اساسی در پرورش ذهنیت فلسفی کارکنان و مشتریان دارند، باید خود دارای این ویژگی باشند. در واقع ذهنیت فلسفی مدیر یاری‌کننده او در تفکرانش است (سیف‌هاشمی، ۱۳۸۲).

میرکمالی (۱۳۷۹) تفکر منطقی را اساس کار مدیریت می‌داند و معتقد است مدیر باید با

تفکر منطقی از شناسایی مسئله تا پیدا کردن راه حل به کار گیرد و این کار امکان‌پذیر نیست، مگر اینکه از تفکر منطقی برخوردار باشد (میر کمالی، ۱۳۷۹).

اسمیت (۱۹۹۰، ص ۱۰۱) معتقد است مدیری که در تفکر خود جامع، عمیق و انعطاف‌پذیر باشد در اعمال خود نسبت به مدیران دیگر رفتار متفاوتی دارد. جامع‌نگری، تعمق‌پذیری و انعطاف‌پذیری مدیران را قادر می‌سازد تا در برخورد با مشکلات از خودمحوری و جمود فکری مصون بمانند و آن‌ها را در شناخت صحیح و اصولی کسب‌وکار توانمند می‌سازد و به مدیران توانایی می‌دهد که با ارائه راهکارهای جدید بتوانند بر مشکلات پیش رو فائق آیند و جهت را در مسیر صحیح خود هدایت کنند (زکی، ۱۳۷۸، ص ۹۲).

امروزه، شواهد جدید این نکته را بیان می‌کند که مدیرانی که ذهن فلسفی بالایی دارند خلاقیت و ریسک‌پذیری بیشتری دارند (جاویدی و ابوترابی، ۱۳۷۸). افزایش قابلیت‌های فکری مدیران در بهره‌وری کسب‌وکار نقش زیادی دارد. توانایی فکری مدیران را می‌توان به تفکر فلسفی بالا و خلاقیت، ریسک‌پذیری و کنترل درونی را می‌توان منوط به داشتن گرایش‌های کارآفرینی دانست (درانی و مرادی پردنجانی، ۱۳۸۸).

هریک از این عوامل (ذهنیت و تفکر فلسفی و گرایش‌های کارآفرینانه) در بهبود کیفیت کاری مدیران تأثیر بسزایی دارند. اگر مدیران با تفکر منطقی آشنا باشند، بهتر می‌توانند تفکر کارکنانشان را درک کنند و این امر آن‌ها را برای برقراری ارتباط، پیش‌بینی رفتار و تحت تأثیر قراردادن آن‌ها توانا تر می‌کند و به آن‌ها این امکان را می‌دهد تا ایده‌های خلاقانه‌ای ارائه دهند (هاشمی، ۱۳۷۲).

در مقاله حاضر، پرسش اصلی این است که تا چه میزان ویژگی‌های ذهن فلسفی مدیران کسب‌وکارهای کوچک و متوسط - که یکی از ملزومات تفکر منطقی آن‌هاست - با گرایش‌های کارآفرینانه آن‌ها رابطه و بر آن تأثیر دارد؟

مروری بر ادبیات موضوع

در پژوهش‌های متعدد، تأثیر تفکر و ذهنیت مدیران بر عملکرد آن‌ها بررسی شده است. میر (۲۰۰۵، ص ۶۷-۶۸) تشریح کرد که توانایی مدیران در نظارت بر احساس و افکار خود اثر مثبتی بر گرایش‌های کارآفرینی مدیران ایجاد می‌کند. تورنبری (۲۰۰۶) نشان داد که در کارآفرینی مدیران علاوه بر ویژگی‌های شخصیتی مدیران ذهنیت و فلسفه فکری آن‌ها نقش تعیین‌کننده‌ای دارد.

هرمان و همکاران (۲۰۰۷، ص ۲۲۷) نشان دادند که شیوه تفکر مدیران نقش مهمی در فعالیت‌های کارآفرینی آن‌ها دارد. بندلی‌زاده (۱۳۷۶) به این نتایج دست یافت که بین ذهن فلسفی و کارایی رابطه وجود دارد. گل شکوه و همکاران (۱۳۸۹، ص ۱۰۵) نشان دادند که سبک تفکر افراد یکی از پیش‌بینی‌کننده‌های قوی برای کارآفرینی است. کمالیان و فاضل (۱۳۹۰) نشان دادند که بین هوش و برخی از ابعاد آن همچون خودآگاهی، حساس بودن به امور و تعمیم‌پذیری با کارآفرینی رابطه معنی‌داری وجود دارد. پورقاز و همکاران (۱۳۹۰، ص ۶۷) نشان دادند که شیوه تفکر مدیران بر گرایش‌های کارآفرینی آن‌ها تأثیر معنی‌داری دارد. نعمتی و همکاران (۱۳۹۱، ص ۱) نشان دادند که رابطه ذهنیت فلسفی با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مدیران معنا دار است و فقط رابطه ذهنیت فلسفی با استقلال‌طلبی مدیران معنی‌دار نشده است.

با توجه به نتایج این تحقیقات، اولین فرضیه تحقیق را می‌توان به شرح زیر بیان کرد:

فرضیه اول: ذهنیت فلسفی تأثیر معناداری بر گرایش‌های کارآفرینی دارد

علاوه بر تحقیقات بالا، مطالعات دیگری نیز به بیان رابطه و تأثیر ذهنیت فلسفی بر گرایش پیشرفت‌طلبی مدیران پرداخته‌اند. نوری‌زاده (۱۳۸۸) نشان داد که بین ذهنیت فلسفی مدیران با هریک از ابعاد آن با گرایش مدیران به تغییر، پیشرفت و توسعه رابطه معنی‌داری وجود دارد؛ همچنین نعمتی و همکاران (۱۳۹۱، ص ۱) نشان دادند که بین ذهنیت فلسفی مدیران با انگیزه آن‌ها برای پیشرفت رابطه معنی‌داری وجود دارد. پس فرضیه دوم این تحقیق نیز به شرح زیر خواهد بود:

فرضیه دوم: ذهنیت فلسفی تأثیر معناداری بر پیشرفت‌طلبی دارد

علاوه بر تحقیقاتی که وجود رابطه میان ذهنیت فلسفی را با گرایش‌های کارآفرینی نشان داده‌اند، نعمتی و همکاران (۱۳۹۱، ص ۱) نشان دادند که ذهنیت فلسفی مدیران تأثیر معنی‌داری بر تمام گرایش‌های کارآفرینی به جز گرایش به استقلال‌طلبی مدیران دارد. بر این اساس فرضیه سوم این تحقیق را می‌توان به شرح زیر بیان کرد:

فرضیه سوم: ذهنیت فلسفی تأثیر معناداری بر استقلال‌طلبی ندارد

در باره تأثیر ذهنیت فلسفی بر خلاقیت نیز تحقیقات متعددی انجام شده است. مک کینون

(۱۹۶۲) دریافت که مدیران خلاق افرادی منعطف هستند. اسمیت (۱۹۹۰) نشان داد که بین ذهنیت فلسفی مدیران با روابط انسانی مطلوب و خلاقیت مدیران و حتی با روحیه کارکنان رابطه مستقیمی وجود دارد. کارکنان نیز گزارش دادند که با مدیرانی که ذهن فلسفی بالا دارند راحت تر به توافق می‌رسند. راسکین (۱۹۹۵) به این نتیجه دست یافت که مدیرانی که نمره بالایی در آزمون خلاقیت کسب کردند در قضاوت‌های خود از منابع آن‌ها متأثر نمی‌شوند و به صورت مستقل عمل می‌کنند. ابراز وجود و علاقه‌مندی به قدرت فردی نیز در آن‌ها بیشتر است.

زامپتاکیس و همکاران (۲۰۰۹، ص ۱۶۸) دریافتند افرادی که قابلیت کنترل احساس‌های خود را دارند و خود را از جمود روان‌شناختی رها می‌کنند به خلاقیت گرایش زیادی دارند. جزایری ناصری و همکاران (۲۰۱۲) در بررسی رابطه ذهنیت فلسفی با جو سازمانی مدارس دریافتند که بین ذهنیت فلسفی با جو سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جاویدی و ابوترابی (۱۳۷۸) دریافتند که مدیرانی که ذهنیت فلسفی بالایی دارند، به استفاده از سبک‌های خلاق و نوآور گرایش بیشتری دارند. سیف‌هاشمی (۱۳۸۲) دریافت که بین ذهنیت فلسفی و ابعاد آن با خلاقیت مدیران مدارس رابطه معنی‌داری وجود دارد. امین بیدختی و همکاران (۱۳۸۵) نشان دادند که رابطه مستقیمی بین ذهنیت فلسفی با خلاقیت مدیران وجود دارد. دمرچیلی و رسول‌نژاد (۱۳۸۷) نشان دادند که بین ذهن فلسفی با خلاقیت رابطه وجود دارد. شجاعی و همکاران (۱۳۸۹) دریافتند که هر اندازه مدیران ذهنیت فلسفی بالایی کسب کنند، به همان میزان کارکنان آن‌ها خلاق‌تر خواهند بود. عسگری و شهری (۱۳۹۰) نیز نتیجه‌گیری کردند که مدیرانی که تفکری جامع و ژرف‌اندیش دارند در مقایسه با سایر مدیران خلاقیت بیشتری دارند. با توجه به تحقیقات انجام گرفته، فرضیه چهارم این تحقیق را می‌توان به شرح زیر بیان کرد:

فرضیه چهارم: ذهنیت فلسفی تأثیر معنی‌داری بر خلاقیت دارد

تحقیقاتی نیز مؤید این است که ذهنیت فلسفی بر گرایش به ریسک‌پذیری تأثیر معنی‌داری دارد؛ از آن جمله جاویدی و ابوترابی (۱۳۷۸) دریافتند که مدیرانی که نمره بالایی در ذهنیت فلسفی به دست آورده‌اند بیشتر به استفاده از سبک‌های مدیریت و رهبری خلاق و ریسک‌پذیر گرایش دارند و ریسک‌پذیری بیشتری خواهند داشت. بر این اساس فرضیه پنجم این تحقیق را می‌توان به شرح زیر بیان کرد:

فرضیه پنجم: ذهنیت فلسفی تأثیر معنی‌داری بر ریسک‌پذیری دارد

تحقیقاتی نشان داده‌اند که بین ابعاد مختلف ذهنیت فلسفی با گرایش به مرکز کنترل درونی رابطه معنی‌داری وجود دارد؛ از جمله نعمتی و همکاران (۱۳۹۱، ص ۱) در بررسی رابطه ذهنیت فلسفی مدیران مدارس متوسطه با تمایل به کارآفرینی نشان دادند که رابطه ذهنیت فلسفی با تمایل به کنترل درونی مدیران معنادار است. بر این اساس فرضیه ششم این تحقیق را می‌توان به شرح زیر بیان کرد:

فرضیه ششم: ذهنیت فلسفی تأثیر معنی‌داری بر کنترل درونی دارد

با اینکه مهدوی و عذاری (۱۳۸۵)، فلاح رضوی و همکاران (۱۳۸۹) و قهرمانی و همکاران (۱۳۸۹) نشان دادند که سابقه مدیریتی مدیران بر ویژگی‌های کارآفرینانه آن‌ها تأثیر معنی‌داری ندارد، برخی دیگر همانند جنینگز و همکاران (۱۹۹۴) و همچنین احمدپور داریانی (۱۳۸۹) نشان دادند که بین تجربه کاری افراد با کارآفرینی آن‌ها همبستگی بالایی وجود دارد؛ پس به نظر می‌رسد که سابقه مدیریتی مدیران تعدیل‌کننده متغیر ذهنیت فلسفی آن‌هاست و بر گرایش‌های کارآفرینی مدیران تأثیر می‌گذارد. بر این اساس فرضیه هفتم این تحقیق را می‌توان به شرح زیر بیان کرد:

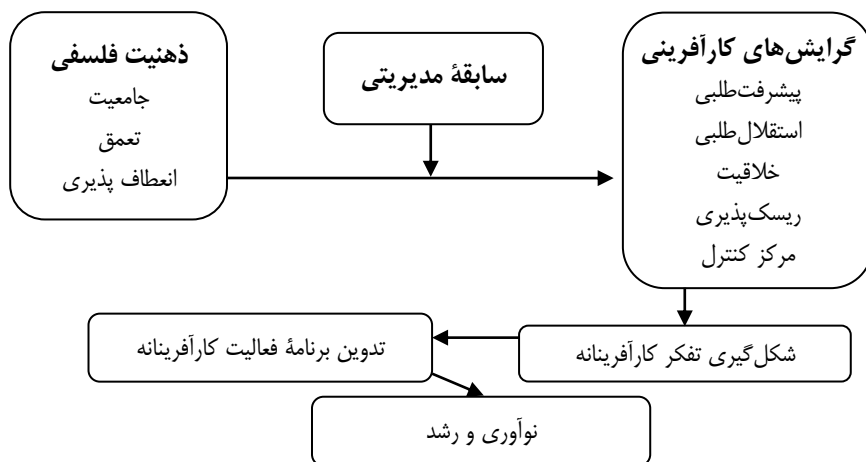
فرضیه هفتم: سابقه مدیریتی به عنوان تعدیل‌کننده متغیر ذهنیت فلسفی بر گرایش‌های کارآفرینی تأثیر معنی‌داری دارد

با توجه به ادبیات و پیشینه مطرح شده درباره موضوع در مقاله حاضر از چهارچوب مفهومی زیر برای بیان رابطه و تأثیر ذهنیت فلسفی بر گرایش‌های کارآفرینی مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط استفاده شده است:

فرضیه هشتم: مدل ارائه‌شده برای بیان رابطه و تأثیر ابعاد ذهنیت فلسفی بر گرایش‌های کارآفرینی مدیران مدل مناسبی است و با داده‌های به‌دست‌آمده برازش دارد**روش‌شناسی تحقیق**

تحقیق حاضر به لحاظ هدف از نوع کاربردی و به لحاظ طرح پژوهشی نیز در زمره طرح‌های توصیفی

به شمار می آید و از آنجا که به تحلیل و بیان رابطه میان ابعاد ذهنیت فلسفی مدیران با گرایش های کارآفرینی آنها در مقطع زمانی حاضر و به صورتی واقعی می پردازد، از نوع همبستگی است.



شکل ۱. چهارچوب مفهومی

با توجه به چهارچوب مفهومی بالا، فرضیه هشتم این تحقیق به شرح زیر است:
 جامعه آماری تحقیق را همه مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط ایران تشکیل می دهند که از میان آنها با استفاده از آماره مجذور کای گرجسی و مورگان (۱۹۷۰) ۳۶۱ نفر به روش نمونه گیری خوشه ای از استان های تهران، اصفهان، فارس، خراسان رضوی، آذربایجان شرقی، همدان، یزد، کرمانشاه و چهارمحال و بختیاری انتخاب شدند.
 برای گردآوری داده های مورد نیاز نیز از پرسشنامه ۱۵ پرسشی ذهنیت فلسفی اسمیت (۱۹۹۰) و پرسشنامه ۵۰ پرسشی گرایش های کارآفرینی، که احمدپور داریانی و مقیمی (۱۳۸۹) طراحی کرده اند، استفاده شده است. پایایی کرونباخ پرسشنامه ها در تحقیق حاضر و برای پرسش های مربوط به ذهنیت فلسفی و گرایش های کارآفرینی به ترتیب برابر ۰/۹۶ و ۰/۹۲ به دست آمده است که بر اساس منابع موجود پایایی بالایی است.

یافته ها

در این پژوهش، برای تحلیل داده ها از مدل معادلات ساختاری استفاده و تمام محاسبات نیز با استفاده از نرم افزار Lisrel انجام شده است. در زیر، نتایج مربوط به آزمون فرضیه ها و همچنین

مدل معادلات ساختاری آمده است. در جدول ۱، نتایج مربوط به آزمون فرضیه‌های ۱ تا ۷ و جدول ۷ نیز نتایج مربوط به آزمون فرضیه ۸ (مدل تحلیل مسیر) آمده است.

فرضیه اول این پژوهش تأثیر ذهنیت فلسفی (کلی) مدیران را بر گرایش‌های کارآفرینی آن‌ها آزموده است. با توجه به ضریب مسیر و آماره t می‌توان گفت ذهنیت فلسفی (کلی) در سطح اطمینان ۹۹ درصد بر گرایش‌های کارآفرینی (کلی) تأثیر مثبت می‌گذارد. ضریب مسیر (β) بیانگر آن است که اگر ذهنیت فلسفی مدیران یک واحد تغییر کند، گرایش‌های کارآفرینی آن‌ها ۷۵٪ در جهت مثبت تغییر خواهد کرد. ضریب بیان چندگانه (R^2) ۵۶۴/۵ نشان می‌دهد که متغیر ذهنیت فلسفی ۵۶/۴۰ درصد از تغییرات مربوط به گرایش‌های کارآفرینی مدیران را پیش‌بینی می‌کند و ۳۳/۶۰ درصد از تغییرات باقی‌مانده به خطای پیش‌بینی و متغیرهای دیگر مربوط است.

فرضیه دوم این پژوهش تأثیر ذهنیت فلسفی (کلی) مدیران را بر پیشرفت‌طلبی آن‌ها آزموده است. با توجه به ضریب مسیر و آماره t می‌توان گفت ذهنیت فلسفی (کلی) در سطح اطمینان ۹۹ درصد بر پیشرفت‌طلبی تأثیر مثبت می‌گذارد. ضریب مسیر (β) بیانگر آن است که اگر ذهنیت فلسفی مدیران یک واحد تغییر کند، پیشرفت‌طلبی آن‌ها ۶۸٪ در جهت مثبت تغییر خواهد کرد. ضریب بیان چندگانه (R^2) ۴۷۲/۴ نشان می‌دهد که متغیر ذهنیت فلسفی ۴۷/۲ درصد از تغییرات مربوط به گرایش پیشرفت‌طلبی مدیران را پیش‌بینی می‌کند و ۵۲/۸ درصد از تغییرات باقی‌مانده به خطای پیش‌بینی و متغیرهای دیگر مربوط است.

فرضیه سوم این پژوهش تأثیر ذهنیت فلسفی (کلی) مدیران را بر استقلال‌طلبی آن‌ها آزموده است. با توجه به ضریب مسیر و آماره t می‌توان گفت ذهنیت فلسفی (کلی) در سطح اطمینان ۹۹ درصد بر استقلال‌طلبی تأثیر مثبت می‌گذارد. ضریب مسیر (β) بیانگر آن است که اگر ذهنیت فلسفی مدیران یک واحد تغییر کند، استقلال‌طلبی آن‌ها ۶۳٪ در جهت مثبت تغییر خواهد کرد. ضریب بیان چندگانه (R^2) ۴۰/۴ نشان می‌دهد که متغیر ذهنیت فلسفی ۴۰ درصد از تغییرات مربوط به گرایش استقلال‌طلبی مدیران را پیش‌بینی می‌کند و ۶۰ درصد از تغییرات باقی‌مانده به خطای پیش‌بینی و متغیرهای دیگر مربوط است.

فرضیه چهارم این پژوهش تأثیر ذهنیت فلسفی (کلی) مدیران را بر خلاقیت آن‌ها آزموده است. با توجه به ضریب مسیر و آماره t می‌توان گفت ذهنیت فلسفی (کلی) در سطح اطمینان ۹۹

درصد بر خلاقیت تأثیر مثبت می‌گذارد. ضریب مسیر (β) بیانگر آن است که اگر ذهنیت فلسفی مدیران یک واحد تغییر کند، خلاقیت آن‌ها ۷۵٪ در جهت مثبت تغییر خواهد کرد. ضریب بیان چندگانه ۳۰۶/۳۰۶ نشان می‌دهد که ذهنیت فلسفی ۳۰/۶۰ درصد از تغییرات مربوط به خلاقیت مدیران را پیش‌بینی می‌کند و ۶۹/۴۰ درصد از تغییرات باقی‌مانده به متغیرهای دیگر مربوط است.

فرضیه پنجم این پژوهش تأثیر ذهنیت فلسفی (کلی) مدیران را بر ریسک‌پذیری آن‌ها آزموده است. با توجه به ضریب مسیر و آماره t می‌توان گفت ذهنیت فلسفی (کلی) در سطح اطمینان ۹۹ درصد بر ریسک‌پذیری تأثیر مثبت می‌گذارد. ضریب مسیر (β) بیانگر آن است که اگر ذهنیت فلسفی مدیران یک واحد تغییر کند، ریسک‌پذیری آن‌ها ۵۵٪ در جهت مثبت تغییر خواهد کرد. ضریب بیان چندگانه (R^2) ۲۶۸/۲۶۸ نشان می‌دهد که متغیر ذهنیت فلسفی ۲۶/۸۰ درصد از تغییرات مربوط به گرایش خلاقیت مدیران را پیش‌بینی می‌کند و ۷۳/۲۰ درصد از تغییرات باقی‌مانده به خطای پیش‌بینی و متغیرهای دیگر مربوط است.

فرضیه ششم این پژوهش تأثیر ذهنیت فلسفی (کلی) مدیران را بر مرکز کنترل آن‌ها آزموده است. با توجه به ضریب مسیر و آماره t می‌توان گفت ذهنیت فلسفی (کلی) در سطح اطمینان ۹۹ درصد بر مرکز کنترل تأثیر مثبت می‌گذارد. ضریب مسیر (β) بیانگر آن است که اگر ذهنیت فلسفی مدیران یک واحد تغییر کند، مرکز کنترل آن‌ها ۵۱٪ در جهت مثبت تغییر خواهد کرد. ضریب بیان چندگانه (R^2) ۷۹۴/۷۹۴ نشان می‌دهد که متغیر ذهنیت فلسفی ۷۹/۴۰ درصد از تغییرات مربوط به گرایش خلاقیت مدیران را پیش‌بینی می‌کند و ۲۰/۶۰ درصد از تغییرات باقی‌مانده به خطای پیش‌بینی و متغیرهای دیگر مربوط است.

فرضیه هفتم این پژوهش تأثیر سابقه مدیریتی مدیران را که متغیر تعدیل‌کننده تأثیر ذهنیت فلسفی بر گرایش‌های کارآفرینی آن‌هاست، آزموده است. با توجه به ضریب مسیر و آماره t می‌توان گفت سابقه مدیریتی مدیران در سطح اطمینان ۹۹ درصد بر گرایش تأثیر مثبت می‌گذارد. ضریب مسیر (β) بیانگر آن است که اگر سابقه مدیریتی مدیران یک واحد تغییر کند، متغیر ذهنیت فلسفی ۷۷٪ در جهت مثبت تغییر خواهد کرد. ضریب بیان چندگانه (R^2) ۵۹۹/۵۹۹ نشان می‌دهد که متغیر ذهنیت فلسفی ۵۹/۹۰ درصد از تغییرات مربوط به گرایش خلاقیت مدیران را پیش‌بینی می‌کند و ۴۰/۱۰ درصد از تغییرات باقی‌مانده به خطای پیش‌بینی و متغیرهای دیگر مربوط است.

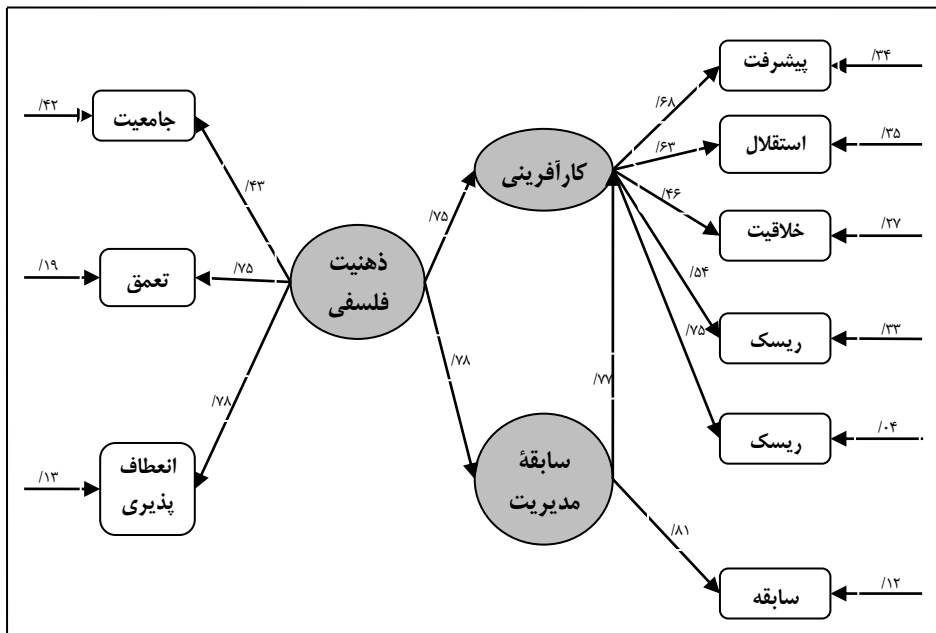
جدول ۱. نتایج آزمون فرضیه‌های ۱ تا ۷

نتیجه	(R ²) ضریب بیان	t	B (ضریب مسیر)	فرضیه
تأیید	۵۶/۴۰	۴۳/۶۷	/۷۵۱	ذهنیت فلسفی (کلی) ← گرایش‌های کارآفرینی (کلی)
تأیید	۴۷/۲۰	۱۷/۹۱	/۶۸۷	ذهنیت فلسفی (کلی) ← پیشرفت طلبی x1
رد	۴۰	۱۵/۴۷	/۶۳۲	ذهنیت فلسفی (کلی) ≠ استقلال طلبی x2
تأیید	۳۰/۶	۱۲/۵۷	/۵۵۳	ذهنیت فلسفی (کلی) ← خلاقیت x3
تأیید	۲۶/۸	۱۱/۴۵	/۵۱۷	ذهنیت فلسفی (کلی) ← ریسک‌پذیری x4
تأیید	۷۹/۴	۳۷/۱۹	/۸۹۱	ذهنیت فلسفی (کلی) ← مرکز کنترل x5
تأیید	۵۹/۹	۲۳/۱۴	/۷۷۴	سابقه مدیریت ← کارآفرینی

فرضیه هشتم این تحقیق مدلی را که برای بیان تأثیر ذهنیت فلسفی مدیران بر گرایش‌های کارآفرینی آن‌ها ارائه شده بود اندازه‌گیری کرده و برازندگی آن را آزموده است. در جریان ترسیم مدل تحلیل مسیر با استفاده از مدل معادلات ساختاری و با کمک برنامه Lisrel هریک از شاخص‌های به‌دست آمده برای مدل به‌تنهایی دلیل برازندگی مدل یا نابرازندگی آن نبودند، بلکه این شاخص‌ها در کنار یکدیگر و با هم تفسیر شده‌اند. در جریان تدوین مدل مقدرهای به‌دست آمده برای این شاخص‌ها نشان داد که مدل ارائه‌شده در جهت بیان و برازش مدل در ابتدا وضعیت مناسبی نداشت و نیاز به اصلاح داشت پس از انجام برخی اصلاحات، شاخص‌های برازش مدل وضعیت مناسبی داشت. در شکل ۲، نمودار تحلیل مسیر بیان تأثیر ذهنیت فلسفی و سابقه مدیریتی بر گرایش‌های کارآفرینی مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط آمده است. در جدول ۲ نیز شاخص‌های برازش مدل آمده است.

همان‌گونه که در جدول ۲ آمده است، شاخص کای اسکوتر و نسبت آن به آزادی ۲/۹۶ شده است که از حد مجاز ۳ پایین‌تر است. شاخص GFI، که شاخص نیکویی برازش است و مقدار واقعی واریانس را ارزیابی می‌کند، ۰/۸۳ است که متأسفانه از ۰/۹ کمتر شده است. شاخص RMSEA که شاخص خطای مجموع مجذورات میانگین است، برابر ۰/۰۸۴ شده است و برابر منابع موجود باید از ۰/۱ کمتر باشد و چنین نیز شده است؛ شاخص CFI، که شاخص برازندگی تعدیل‌یافته نام دارد و به مقایسه مدل ارائه‌شده با مدل بدون رابطه‌هایش می‌پردازد، ۰/۹۳ شده

است که از حد مجاز ۰/۹ بالاتر است و در نهایت شاخص NFI که شاخص برازندگی نرم شده یا شاخص بنتلر بونت نیز نام دارد ۰/۹۱ شده است که از حد مجاز خود نیز بالاتر است؛ بنابراین با توجه به نتایج به دست آمده از تحلیل مدل معادلات ساختاری می توان نتیجه گیری کرد که مدل ارائه شده مدل مناسبی است که با داده ها برازش دارد.



شکل ۲. مدل تحلیل مسیر (Estimate)

جدول ۲. شاخص های برازش مدل

شاخص	حد مجاز	مقدار به دست آمده
χ^2/df (نسبت کای دو بر درجه آزادی)	کمتر از ۳	۲/۹۶
GFI (نیکویی برازش)	بالاتر از ۰/۹	۰/۸۳
RMSEA (ریشه میانگین مربعات خطای برآورد)	کمتر از ۰/۱	۰/۰۸۴
CFI (برازندگی تعدیل یافته)	بالاتر از ۰/۹	۰/۹۳
NFI (برازندگی نرم شده)	بالاتر از ۰/۹	۰/۹۱

بحث و نتیجه‌گیری

در این مقاله، برای بیان رابطه و تأثیر ذهنیت فلسفی مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط بر گرایش‌های کارآفرینی آن‌ها چهارچوب نظری اسمیت (۱۹۹۰) پذیرفته شده است. از میان ویژگی‌های ذهن فلسفی، مطابق با نظر اسمیت (۱۹۹۰) ویژگی‌های جامعیت، تعمق و انعطاف‌پذیری و از میان گرایش‌های کارآفرینانه، گرایش‌های پیشرفت‌طلبی، استقلال‌طلبی، خلاقیت، ریسک‌پذیری و مرکز کنترل مطالعه شد. مدیران می‌توانند با آگاهی از میزان ذهنیت فلسفی و گرایش‌های کارآفرینی خود از حداکثر توانمندی‌های فکری برای پویا کردن کسب و کار خود بهره بگیرند و از طریق ایجاد، پرورش و کاربردی کردن خلاقیت، روحیه انتقادی، علمی و پژوهشی را در کارکنان تقویت کنند. این امر می‌تواند کسب و کار را به سازمانی کارآفرین تبدیل کند که بازنگری روال‌های گذشته و کالا و خدمات جدید از طریق تراوشات فکری کارکنان سرلوحه کار آن باشد و نوگرایی که یک ارزش نهادی است جزء باورهای مشترک کسب و کار شود.

در تجزیه و تحلیل آماری درباره رابطه و تأثیر ذهنیت فلسفی بر گرایش‌های کارآفرینی مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط هشت فرضیه مطرح شد و تمام فرضیه‌ها به جز یک فرضیه تأیید شد. در زمینه فرضیه اول نتایج نشان داد که ذهنیت فلسفی (کلی) مدیران بر گرایش‌های کارآفرینی (کلی) آن‌ها تأثیر معنی‌داری دارد. نتیجه تحقیق با نتایج مطالعات میر (۲۰۰۵)، تورن بری (۲۰۰۶)، هرمان و همکاران (۲۰۰۷)، بندلی‌زاده (۱۳۷۶)، گل شکوه و همکاران (۱۳۸۹)، کمالیان و فاضل (۱۳۹۰)، پورقاز و همکاران (۱۳۹۰) و نعمتی و همکاران (۱۳۹۱) همسو و هم‌جهت است و نتایج آن‌ها را تأیید می‌کند.

در مورد فرضیه دوم، نتایج نشان داد که ذهنیت فلسفی مدیران کسب و کارها بر پیشرفت‌طلبی آن‌ها تأثیر معنی‌داری دارد. نتیجه تحقیق با مطالعات نوری‌زاده (۱۳۸۸) و نعمتی و همکاران (۱۳۹۱) همسو و هم‌جهت است و نتایج آن‌ها را تأیید می‌کند.

در مورد فرضیه سوم، نتایج نشان داد که ذهنیت فلسفی مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط بر استقلال‌طلبی آن‌ها تأثیر معنی‌داری دارد. نتیجه تحقیق با مطالعات نعمتی و همکاران (۱۳۹۱) مخالف است و نتایج تحقیق او را تأیید نمی‌کند.

در زمینه فرضیه چهارم نتایج نشان داد که ذهنیت فلسفی مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط بر خلاقیت آن‌ها تأثیر معنی‌داری دارد. نتیجه تحقیق با مطالعات کینون (۱۹۶۲)، اسمیت (۱۹۹۰)،

راسکین (۱۹۹۵)، زامپتاکیس و همکاران (۲۰۰۹)، مک، جزایری و همکاران (۲۰۱۲)، جاویدی و ابوترابی (۱۳۷۸)، سیف هاشمی (۱۳۸۲)، امین بیدختی و همکاران (۱۳۸۵)، دمرچیلی و رسول‌نژاد (۱۳۸۷)، شجاعی و همکاران (۱۳۸۹) و عسگری و شهری (۱۳۹۰) همسو و هم‌جهت است و نتایج آن‌ها را تأیید می‌کند.

در زمینه فرضیه پنجم نتایج نشان داد که ذهنیت فلسفی مدیران بر ریسک‌پذیری آن‌ها تأثیر معنی‌داری دارد. نتیجه تحقیق با نتیجه حاصل از مطالعات جاویدی و ابوترابی (۱۳۷۸) همسو و هم‌جهت است و نتایج آن‌ها را تأیید می‌کند.

در زمینه فرضیه ششم نتایج نشان داد که ذهنیت فلسفی مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط بر مرکز کنترل آن‌ها تأثیر معنی‌داری دارد. نتیجه تحقیق با نتیجه حاصل از مطالعات نعمتی و همکاران (۱۳۹۱) همسو و هم‌جهت است و نتایج آن‌ها را تأیید می‌کند.

در مورد فرضیه هفتم نتایج نشان داد که سابقه مدیریتی مدیران که تعدیل‌کننده متغیر ذهنیت فلسفی است بر گرایش‌های کارآفرینی آن‌ها تأثیر معنی‌داری دارد. نتیجه تحقیق با نتیجه حاصل از مطالعات مهدوی و عذاری (۱۳۸۵)، فلاح رضوی و همکاران (۱۳۸۹) و قهرمانی و همکاران (۱۳۸۹) مخالف است و نتایج آن‌ها را تأیید نمی‌کند؛ اما با نتایج مطالعات جینگز و همکاران (۱۹۹۴) موافق و همسوست و نتایج ایشان را تأیید می‌کند.

در زمینه فرضیه هشتم، نتایج نشان داد که مدل ارائه‌شده برای بیان رابطه و تأثیر ذهنیت فلسفی بر گرایش‌های کارآفرینی مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط مدل مناسبی است و با داده‌های به‌دست‌آمده برآزش دارد.

پیشنهادها

برخورداری از ذهن فلسفی و گرایش‌های کارآفرینانه یک ویژگی فکری و رفتاری است که مدیران باید داشته باشند. تقویت ذهنیت فلسفی مدیران را قادر می‌سازد با تسلط بر وظایف خود، مسائل کسب و کار را با دید جامع در نظر بگیرند و ارتقای فرایندهای تجاری را تسهیل کنند. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از فرضیه‌های تحقیق و با توجه به تأثیر ذهنیت فلسفی بر گرایش‌های کارآفرینی مدیران پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱. با توجه به اینکه ذهنیت فلسفی بر کارآفرینی مدیران تأثیر مثبتی دارد، باید مدیران در موقعیت‌های هیجانی و عاطفی رفتار مناسب از خود بروز دهند و تفکر فلسفی را سرلوحه تمامی اعمال و رفتار خود قرار دهند. مسائل روزمره کسب و کار را بر اهداف

درازمدت آن منطبق کنند، در بررسی امور کسب و کار وسعت نظر داشته باشند و مسائل را از جهات متعدد بررسی کنند تا زمینه بروز کارآفرینی خود و اعضا فراهم آید.

۲. با توجه به اینکه ذهنیت فلسفی مدیران بر پیشرفت طلبی آن‌ها تأثیر معنی‌داری دارد، پیشنهاد می‌شود تا مدیران در راستای ارتقای انگیزه پیشرفت خود و همچنین پذیرش تغییر و فرصت‌جویی تلاش کنند و کارکنانشان را نیز تشویق کنند؛ همچنین از طریق ترغیب خود به انجام کار در حد عالی به بالا بردن نیاز به توفیق خود اهتمام ورزند.

۳. با توجه به اینکه ذهنیت فلسفی مدیران بر استقلال طلبی آن‌ها تأثیر معنی‌داری دارد، مدیران باید نیاز به استقلال را از طریق اعطای آزادی عمل به آن‌ها توسعه دهند.

۴. با توجه به اینکه ذهنیت فلسفی بر خلاقیت مدیران تأثیر معنی‌داری دارد، مدیران باید به ریشه و عمق قضایای کسب و کار خود پی ببرند و برای رسیدن به یک نتیجه صحیح تمام موارد را بررسی کنند و در حل مشکلات نیز نسبت به راه‌حل‌های خاصی تعصب نداشته باشند؛ همچنین باید در ارزیابی اعمال و گفتار کارکنان به طور مستقل و دور از ذهنیات خود قضاوت کنند و در موقعیت‌های مبهم قضاوتی یقینی نکنند. این رویکرد باعث تفکر بیشتر درباره مسائل می‌شود و ایده‌های جدید را بروز می‌دهد.

۵. با توجه به اینکه ذهنیت فلسفی مدیران بر ریسک‌پذیری آن‌ها تأثیر معنی‌داری دارد، مدیران باید روحیه جسارت و ریسک‌پذیری خود و کارکنان را تقویت کنند.

۶. با توجه به اینکه ذهنیت فلسفی مدیران بر مرکز کنترل آن‌ها تأثیر معنی‌داری نشان داده است، پیشنهاد می‌شود مدیران از طریق پرورش روحیه نسبت‌دادن موفقیت یا شکست‌ها به خود به تقویت مرکز کنترل خود پردازند.

علاوه بر این، با توجه به محدودیت‌هایی که در این تحقیق وجود داشت، از جمله بررسی نکردن تأثیر متغیر سن در مدل و کنترل آن و همچنین لحاظ نکردن متغیر سبک شناختی، موضوعات پژوهشی زیر در راستای این تحقیق پیشنهاد می‌شود:

۱. تحقیقی با نام "ارائه الگویی برای بیان تأثیر شیوه تفکر، سبک‌شناختی و شیوه تصمیم‌گیری مدیران بر گرایش‌های کارآفرینی آن‌ها" انجام شود.

۲. تحقیقی با نام "بیان تأثیر آموزش‌های ارتقای ذهن فلسفی بر گرایش‌های کارآفرینی مدیران" به روش آزمایشی انجام شود.

تحقیقی با همین عنوان و بر روی کارآفرینان سطح کشور انجام شود.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۹)، کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها، تهران: پردیس.
- احمدپور داریانی، محمود و مقیمی، محمد (۱۳۸۹)، مبانی کارآفرینی، تهران: دانشگاه تهران.
- امین بیدختی، علی اکبر؛ عبدالمالکی، جمال؛ محمدی کمرسخ، احمد (۱۳۸۵)، "بررسی رابطه خلاقیت و میزان ذهنیت فلسفی مدیران مدارس متوسطه"، همایش آسیب شناسی علوم انسانی در ایران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- بندلی زاده، نادر (۱۳۷۶)، تأثیر ذهنیت فلسفی بر کارآفرینی مدیران مدارس، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- پورقاز، عبدالوهاب؛ کاظمی، یحیی؛ محمدی، امین (۱۳۹۰)، "بررسی رابطه شیوه های تفکر و ویژگی های شخصیتی کارآفرینی مدیران مدارس"، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال سوم، شماره ۱۱، صص ۸۵-۶۷.
- جاویدی، طاهره و ابوترابی، رزیتا (۱۳۷۸)، بررسی تأثیر آموزش ذهنیت فلسفی مدیران بر جو سازمانی هنرستان های فنی و حرفه ای و کاردانش دخترانه مشهد، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه فردوسی مشهد.
- درانی، کمال و مرادی پردنجانی، حجت الله (۱۳۸۸)، مبانی و اصول کارآفرینی، تهران: دانشگاه هرمزگان.
- دمرچیلی، فریبا و رسول نژاد، عبدالحسین (۱۳۸۷)، "بررسی رابطه بین ذهنیت فلسفی با میزان خلاقیت اعضای هیئت علمی دانشگاه های آزاد اسلامی استان زنجان"، فصلنامه اندیشه های تازه در علوم تربیتی، سال چهارم، شماره اول، صص ۶۲-۴۵.
- زکی، محمد علی (۱۳۷۸)، "بررسی ابعاد اجتماعی ذهنیت فلسفی مدیران"، دانش مدیریت، سال یازدهم، شماره ۴۱، صص ۱۴۷-۱۵۹.
- سیف هاشمی، فخرالسادات (۱۳۸۲)، بررسی رابطه بین ذهنیت فلسفی و میزان خلاقیت مدیران مدارس متوسطه اصفهان، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه اصفهان.
- شجاعی، ناصر و همکاران (۱۳۸۹)، بررسی رابطه بین ذهنیت فلسفی مدیران و خلاقیت معلمان، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت معلم سبزوار.

- شرفی، محمدرضا (۱۳۸۱)، تفکر برتر، چاپ اول، تهران: انتشارات سروش.
- شریعتمداری، علی (۱۳۸۷)، اصول و فلسفه تعلیم و تربیت، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- طالب پور، م؛ حسین، ع؛ جباری، م؛ جباری، ه (۱۳۸۴)، "بررسی و مقایسه ذهنیت فلسفی مدیران، مربیان و سرپرستان تیم‌های ورزشی دانشگاه‌های سراسر کشور"، مجله پژوهش در علوم ورزشی، شماره هفتم، صص ۱۳۰-۱۰۹.
- عسگری، محمدهادی، شهری، معصومه (۱۳۹۰)، "رابطه بین انواع سبک‌های تفکر و خلاقیت سازمانی مدیران"، ماهنامه مهندسی مدیریت، سال پنجم، شماره ۴۶.
- فلاح رضوی، مریم، مهram، بهروز، بذرافشان، مجتبی و صالحی فدردی، جواد (۱۳۸۹)، "تأثیر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مدیران آموزشی بر یادگیرنده بودن سازمان مدارس"، فصلنامه تعلیم و تربیت، شماره ۱۰۲، صص ۱۵۱-۱۳۱.
- قهرمانی، محمد، پرداختچی، محمدحسن و حسین زاده، طاهر (۱۳۸۹)، "فرهنگ سازمانی و رابطه آن با کارآفرینی سازمانی"، فصلنامه چشم انداز مدیریت دولتی، شماره ۱، صص ۳۹-۲۵.
- کمالیان، امین رضا و فاضل، امیر (۱۳۹۰)، "بررسی رابطه میان هوش هیجانی و کارآفرینی دانشجویان"، مجله توسعه کارآفرینی، سال سوم، شماره ۱۱.
- گل شکوه، فرزانه و همکاران (۱۳۸۹)، "رابطه بین سبک‌های تفکر، انگیزه پیشرفت، خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان، مجله یافته‌های نو در روان‌شناسی"، صص ۱۲۰-۱۰۶.
- مهدوی، مهدی و عذارى، زینب (۱۳۸۵)، "بررسی میزان کارآفرینی مدیران سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور و سازمان‌های تابع، فصلنامه فرایند مدیریت و توسعه"، شماره ۶۶ و ۶۵، صص ۲۸-۱۳.
- میرکمالی، سید محمد (۱۳۷۹)، تفکر خلاق در آموزشگاه، چکیده مقالات همایش تغییر و نوآوری در سازمان و مدیریت آموزشی، چاپ سوم، تهران: انتشارات پژوهشکده تعلیم و تربیت.
- نعمتی، عبدالرزاق؛ اصلاحی، محمد؛ مهاجران، بهناز و قلعه‌ای، علیرضا (۱۳۹۱). "بررسی رابطه ذهنیت فلسفی با تمایل به کارآفرینی در مدیران مدارس متوسطه"، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان، مازندران: دانشگاه مازندران.
- نوری زاده، اکبر (۱۳۸۸)، بررسی رابطه بین ذهنیت فلسفی مدیران با میزان تغییر و نوآوری آموزشی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.

هاشمی، سید اعظم (۱۳۷۲)، بررسی تأثیر ابعاد ذهنیت فلسفی مدیران بر چگونگی انجام وظایف مدیریت، پایان‌نامه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت آموزشی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.

- Hermann F, Manfred L, Christian K (2007). "The Significance of Personality in Business Start-up Intentions, Start-up Realization and Business Success", *Entrepreneurship and Regional Development*, N: (3): 227–251.
- Jazayeri Naseri. N, Heidari, Tafreshi, Gh. N, Aminimoghadamfarouj (2012). "A Study of the Relationship between Philosophical Mindedness Managers and Organizational Climate", *European Journal of Scientific Research*, Vol. 70 No. 3, pp 450-457.
- Jennings, R., Cox, C. and Cooper (1994). *Business Elites*, London: Rout ledge.
- Krejcie, R. V. and Morgan, D. V. (1970). *Determining Sample Size for Research Activities*, National Emergency Training Center.
- Mackinnon, D. W (1962). "The Nature and Nature of Creative Talent, *Journal American psychologist*", No .13, pp. 98-120.
- Mair J (2005). "Entrepreneurial Behavior in a Large Traditional Firm: Exploring key Drivers", *Incorporate Entrepreneurship and Venturing*, Springer, pp. 49–72.
- Ruskin, R (1995). "Narcissism and Creativity", *Journal of Research and Development in Education*, vol15, No2, pp.20-30.
- Smith, Philip. G. (1990). *What is Philosophy Education?* USA: Macmillan.
- The Effect of Philosophical Mindset on Entrepreneurial Tendencies: The Case of Managers of Small and Medium Businesses
- Thornberry, Neal (2006). *Lead like an Entrepreneur*. McGraw-Hill.
- Zampetakis L, Beldekos P, Moustakis V (2009). "Day-to-day Entrepreneurship within Organizations: The Role of Trait Emotional Intelligence and Perceived Organizational Support", *European Management Journal*, N 27, pp.165– 175.