

بررسی رابطه خودپنداره شغلی، باورهای انگیزشی و فراشناخت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام
نور استان آذربایجان غربی

Investigating the Relationship of Variables of Occupational Self-Concept, Motivational Beliefs and Metacognition with Entrepreneurship among the Students of Payame Noor University of Western Azerbaijan

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۲/۲، تاریخ دریافت نسخه نهایی: ۱۳۹۳/۴/۲۲، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۳/۷/۲۸

T. Mahboobi., (Ph.D)

Abstract: Investigating the Relationship of Variables of occupational self-concept, Motivational beliefs and metacognition with entrepreneurship among the students of Payame Noor University of Western Azerbaijan in the academic year 93-94. The present Research has been deducted from a Provincial Research Project which aims at determining the relationship of variables of Variables of occupational self-concept, I Motivational beliefs and Metacognition with entrepreneurship among the students of Payame Noor University of Western Azerbaijan. The volume of the samples was 1187 students (628 female and 550 male students). The research methodology is statistical and has been conducted according to correlation method. The means of research were Occupational self-concept Questionnaire (ShafiAbadi and Rezai, 1376), Motivational beliefs Questionnaire (Pintrich, and DeGroot, 1990). Meta Cognition Questionnaire-30 (Walesand.Cartwright- Hatton, 2004) and Entrepreneurship Questionnaire of (Robinson and etal, 1991). The results show that correlation of occupational self-concept with Entrepreneurship is meaningful at the level of 0.01. In addition the correlations of Motivational beliefs and metacognitive with Entrepreneurship is meaningful at the level of 0.01. The result of analyzing Regression shows predicting Entrepreneurship is meaningful according to the variables of occupational self-concept Motivational beliefs and Metacognitive.

Key words: Entrepreneurship, occupational self-concept, Motivational beliefs, Metacognition, and Payame Noor University

طاہر محبوبی^۱

چکیده: هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه متغیرهای خودپنداره شغلی، باورهای انگیزشی و فراشناخت با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه پیام نور استان آذربایجان غربی است. روش پژوهش حاضر از نوع کاربردی و کتبی است که روش متناسب با آن با توجه به موضوع و اهداف پژوهش، روش توصیفی-تحلیلی است که با بهره‌گیری از آزمون همبستگی در سال تحصیلی ۹۳-۹۴ انجام شده است. جامعه آماری، کلیه دانشجویان مراکز دانشگاه پیام نور استان آذربایجان غربی ۱۱۷۸۴ نفر (شامل ۵۴۳۴ مرد و ۶۳۵۰ زن) است. تعداد نمونه ۱۱۷۸ نفر (۵۵۰ مرد و ۶۲۸ زن) است که با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای - تصادفی انتخاب شده‌اند. ابزارهای پژوهش شامل: پرسش‌نامه خودپنداره شغلی (شفیع آبادی، ۱۳۸۱)، پرسش‌نامه راهبردهای انگیزشی (پینتری چوددیگروت، ۱۹۹۰)، پرسش‌نامه فراشناخت- ۳۰ (ولز و کارترایت- هاتون، ۲۰۰۴)، کارآفرینی روبینسون و همکاران (۱۹۹۱) است. برای تحلیل داده‌ها در دو سطح توصیفی (نمودار، میانگین و ...) و تحلیلی (ضریب همبستگی و رگرسیون چندگانه) برای آزمون فرضیه‌ها استفاده شد. یافته‌های پژوهش ضریب همبستگی خودپنداره شغلی با کارآفرینی کل آزمودنی‌ها و در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است. ضریب همبستگی باورهای انگیزشی نیز با کارآفرینی کل آزمودنی‌ها در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار بود. هم‌چنین ضریب همبستگی فراشناخت با کارآفرینی کل آزمودنی‌ها در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار بود. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه متغیرهای پیش‌بین خودپنداره شغلی، باورهای انگیزشی و فراشناخت با کارآفرینی کل آزمودنی‌ها در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است. نتایج نشان داد هرچه ویژگی‌های خودپنداره شغلی و فراشناخت دانشجویان بیشتر باشد، خلاقیت آن‌ها بیشتر است و کارآفرین‌تر هستند.

کلید واژه‌ها: کارآفرینی، خودپنداره شغلی، باورهای انگیزشی، فراشناخت، دانشگاه پیام نور

مقدمه

از نظر مفهومی کارآفرینی به صورت‌های مختلف تعریف شده است، مثلاً برخی کارآفرینی را تلاشی برای ایجاد ارزش از طریق شناخت فرصت‌های شغلی، مدیریت مخاطره‌پذیری مناسب با آن فرصت‌ها و از طریق مهارت‌های مدیریتی و ارتباطی به‌منظور بسیج نمودن منابع انسانی، مالی و جنسی که برای به ثمر رسیدن و پژوهش یک پروژه لازم است، تعریف کرده‌اند (کریم‌زاده، ۱۳۸۰). همچنین در تعریفی دیگر کارآفرینی فرایندی فرض می‌شود که منجر به ایجاد رضایت-مندی و یا تقاضاهای جدید می‌گردد. کارآفرینی عبارت است از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه‌ی منحصر به فردی از منابع به‌منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها (احمد پورداریانی، ۱۳۸۰). کارآفرینی از جمله راه‌هایی است که شایسته است به‌عنوان اقدامی پایدار در جهت اشتغال‌زایی در اولویت قرار گیرد. به‌گونه‌ای که مردم به‌ویژه جوانان را چنان تربیت کند که توانایی اقدام و عمل مناسب همراه با انعطاف‌پذیری و پذیرش موقعیت‌های شغلی ناامن و پیچیده را در بازار کار داشته باشند و بتوانند مشاغل تازه‌ای همراه با نوآوری و خطرپذیری شایسته ایجاد کنند (جهانیان، ۱۳۸۵). اهمیت کارآفرینی از نظر ایجاد اشتغال باعث شده تا طی دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ میلادی به‌تدریج وفاق عمومی در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه ایجاد گردد مبنی بر این‌که بحران بیکاری جز از طریق کارآفرینی و دمیدن روح نوآوری در کالبد اجتماعی امکان‌پذیر نیست (جهانیان، ۱۳۸۵). از متغیرهای موثر بر کارآفرینی خودپنداره شغلی است که خودپنداره مفهومی روان‌شناختی است که احساس‌ها، ارزیابی‌ها، نگرش‌ها و نیز مقوله‌های توصیفی ما را از خودمان دربرمی‌گیرد. خودپنداره در بیرون، ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری و در درون چگونگی احساس ما را درباره خودمان و جهان اطرافمان نشان می‌دهد (به‌نقل از کوبال و موسک، ۱۹۹۹). منظور از باورهای انگیزشی دسته‌ای از معیارهای شخصی و اجتماعی است که افراد برای انجام دادن یا پرهیزکردن از یک عمل به آن‌ها مراجعه می‌کنند. این معیارهای انگیزشی به‌دنبال تأیید و عدم تأیید رفتار فرد به‌وسیله اشخاص مهم زندگی شکل می‌گیرد. البته معیارهای درونی ممکن است به‌صورت‌های مختلفی مانند همانندسازی، الگوسازی، آموزش مستقیم، تجربه شخصی، تشویق و تنبیه و از این قبیل، نیز شکل بگیرند (به‌نقل از موسوی‌نژاد، ۱۳۷۶). فلاول (۱۹۷۹) می‌گوید: «فراشناخت دانش فرد درباره جریان‌ها یا فرایندهای شناختی خود است و عملیاتی نظیر صورت‌دادن، منظم کردن و هماهنگی فرایندهای شناختی را در برمی‌گیرد». پیترریچ و دی‌گروت (۱۹۹۰) نیز فراشناخت را اولین مؤلفه‌ی مهم در یادگیری خودگردان دانسته و آن‌را شامل راهبردهای برنامه‌ریزی، بازبینی و اصلاح شناخت‌ها معرفی کرده‌اند. به‌طور کلی، فراشناخت دربرگیرنده: الف) آگاهی فرد به دانش، توانایی درک، بازبینی و

دست‌ورزی فرایندهای شناختی. ب) دانش دیرپا و راستین درباره راه‌کارهای شناختی، راهبردها، شرایط معمول حافظه فعال و احساسات خودآگاه مربوط به فرایندهای شناختی می‌باشد.

خودپنداره شغلی به‌عنوان متغیر پیش‌بین می‌تواند بر متغیر ملاک کارآفرینی تأثیر داشته باشد. که در این زمینه به برخی از پژوهش‌های انجام گرفته اشاره می‌شود: کورمن (۱۹۷۷) در پژوهشی نشان داد: افرادی که عزت‌نفس بالایی دارند با احتمال بیشتر مشاغلی را انتخاب می‌کنند که در آن‌ها خود را دارای درجه‌ی بالایی از توانایی دارند، تا آن‌هایی که عزت‌نفس پایینی دارند. تمنایی فر و همکاران (۱۳۸۹) کیامنش و پوراصغر (۱۳۸۵) نیز در پژوهشی نشان دادند که بین خودپنداره با پیشرفت تحصیلی رابطه وجود دارد. هم‌چنین نتایج پژوهش شکرکن و برومندنسب (۱۳۸۱) نشان داد که بین خلاقیت، انگیزه‌ی پیشرفت و عزت‌نفس با کارآفرینی دانشجویان رابطه معنی‌دار وجود دارد. فینکلمن (۱۹۶۹) با انجام پژوهشی به این نتیجه رسید که افراد دارای عزت‌نفس بالا هنگامی که توانائی‌هایشان به چالش طلبیده شود، به احتمال بیشتر کار را با موفقیت به‌انجام می‌رسانند تا افرادی که عزت‌نفس پایینی دارند، و گرینه‌اوس و بادین (۱۹۷۴) با انجام پژوهشی نشان دادند که؛ عزت‌نفس با عملکرد رابطه معنی‌داری دارد. نتایج پژوهش دی‌بوی، زولوسکی، دیوهرست و آروری (۱۹۷۸) نیز نشان داد که رابطه‌ی بین علائق شغلی و خشنودی از آن، با عزت‌نفس معنی‌دار است. هم‌چنین تانگ و سارسفیلد- بالدوین (۱۹۹۱) در پژوهش آزمایشی خود نشان دادند که، اثرات عزت‌نفس، نوع تکلیف و پس‌خوراند عملکرد بر روی میل و علاقه به شغل و انگیزش‌درونی افراد معنی‌دار است. هورنادی و بونکر (۱۹۷۰) در پژوهشی دریافتند که؛ اعتمادبه‌نفس، خلاقیت، رهبری، انگیزه پیشرفت جزو مهم‌ترین خصوصیات افراد کارآفرین هستند. در پژوهشی دیگر، اکبری (۱۳۸۴) نشان داد که فارغ‌التحصیلان دانشگاهی دارای مهارت‌های کاریابی نسبت به فارغ‌التحصیلان دانشگاهی فاقد مهارت‌های کاریابی، خودپنداره شغلی بهتری داشتند و هم‌چنین نگرش‌های ناکارآمد آن‌ها نسبت به بازار کار تغییر کرد و در مدت زمان کمتری توانستند شغل موردنظر متناسب با رشته تحصیلی و علایق و شخصیت خود را پیدا کنند. هم‌چنین نتایج احمدی (۱۳۸۵) حاکی از آن بود که آزمودنی‌ها پس از مشاوره شغلی به سبک کوچینگ در نگرش نسبت به بازار کار و مهارت‌های کاریابی با هم تفاوت معناداری داشتند. مهربایی‌رزوه (۱۳۸۵) نیز در پژوهشی نشان داد که مشاوره شغلی به شیوه یادگیری اجتماعی بر تغییر نگرش کارجویان و رفتار کارآفرینی آن‌ها تأثیرگذار بوده است. پورمقدم (۱۳۸۶) در پژوهش خود دریافت که آزمودنی‌ها پس از دریافت آموزش برنامه‌ریزی شغلی با رویکرد هستی‌گرایانه تفاوت معناداری را در افزایش خلاقیت و رفتار کارآفرینی نشان دادند. محمدوند نیز در پژوهش خود به‌این نتیجه دست یافت که میان رغبت شغلی و تحصیلی

بررسی رابطه خودپنداره شغلی، باورهای انگیزشی و فراشناخت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه...

دانش‌آموزانی که تحت‌تأثیر آموزش برنامه‌ریزی شغلی قرار داشتند با دانش‌آموزانی که این آموزش را ندیدند تفاوت معنادار بود (نقل از پیری کامرانی، ۱۳۸۶). یافته‌های پژوهش گودرزی نشان داد که بین آفرینندگی و خودپنداره دانش‌آموزان ارتباط معنادار وجود دارد (نقل از پیری کامرانی، ۱۳۸۶). مقصودی (۱۳۸۵) نیز در پژوهش خود آشکار کرد که هوش‌هیجانی، خلاقیت، خودکارآمدی، خودپنداره و منبع‌کنترل، همگی به‌طور معناداری در افراد کارآفرین بالاتر هستند. گالوی، آندرسون، براون و ویلسون (۲۰۰۵) در پژوهشی دریافتند که آموزش کارآفرینی بر افزایش مهارت‌های دانشجویان در خلاقیت، توانایی و اعتمادبه‌نفس و هم‌چنین مهارت‌های ارتباطی و مدیریتی تأثیر داشته است (نقل از مهرابی‌رزوه، ۱۳۸۵). هم‌چنین بیر (۱۹۷۶) در پژوهشی دریافت که خودپنداره رابطه نزدیکی با رضایت‌شغلی و رضایت زندگی دارد (جالاجاس، ۱۹۸۹). دیویدز (۱۹۶۳) نیز در پژوهش خود استقلال، مسئولیت‌پذیری و اعتماد به‌نفس را از جمله مهم‌ترین ویژگی‌های افراد کارآفرین می‌داند. در پژوهشی دیگر، ولس و وایت (۱۹۸۱) از نیاز به کنترل، مسئولیت‌پذیری، هم‌اوردطلبی و عزت‌نفس به‌عنوان ویژگی‌های مشترک کارآفرینان یاد می‌شود، و تیمونز (۱۹۷۸) و هورنادی (۱۹۸۲) نیز، در پژوهش‌هایشان به‌این مطلب اشاره می‌نمایند که اعتمادبه‌نفس، جایگاه مهار درونی، خلاقیت و نوآوری، انگیزه پیشرفت و خطرپذیری متوسط از جمله ویژگی‌های کارآفرینان هستند.

در رابطه با باورهای انگیزشی پژوهش‌های مهمی صورت گرفته، باورهای دانش‌آموزان درباره توانایی‌هایشان، در پیشرفت و انگیزش تحصیلی آن‌ها مهم هستند (اسچیکداز، ۲۰۰۵). مطالعه پینتریچ و دی گروت^۲ (۱۹۹۰)، حاکی از تفاوت دو جنس در زمینه احساس خودکفایتی بود. این پژوهشگران نشان دادند، که میزان احساس خودکفایتی در پسران بیش از دختران است ولی در زمینه‌های عملکرد تحصیلی، راهبردهای شناختی و انگیزش درونی میان دختران و پسران تفاوتی وجود ندارد. هم‌چنین این نتایج حاکی از آن بود که هر قدر دانش‌آموزان برای یادگیری انگیزه بیشتری داشته باشند، از راهبردهای شناختی بیشتر استفاده می‌کنند. در پژوهش پوردی و هاتی^۳ (۲۰۰۶)، مشخص گردید که استفاده از راهبردهای شناختی می‌تواند تحت‌تأثیر متغیرهای جنس، سطح عملکرد تحصیلی و هوش باشد، لذا بررسی تأثیر هر یک از این متغیرها بر میزان استفاده از راهبردهای شناختی، فراشناختی و انگیزشی از اهمیت خاصی برخوردار است. پینتریچ و دی گروت، (۲۰۱۰)، نیز به تأثیر عامل انگیزش در پیشرفت تحصیلی اشاره می‌کنند. آن‌ها به بررسی ارتباط بین انگیزش، استفاده از راهبردهای یادگیری و پیشرفت درس هندسه پرداخته‌اند.

-
1. Schickedanz.
 2. Pintrich & Degroot
 3. Purdie & Hattie

الیوت و دووک^۱ (۲۰۰۵) نشان داده‌اند دانشجویانی که فرضیه غیرقابل انعطاف بودن هوش را قبول دارند حتی اگر دارای سطح بالایی از خودکارآمدی باشند از رویارویی با وظایف دشوار اجتناب می‌ورزند. بنابراین به‌نظر می‌رسد احساس کفایت، خود یک منبع انگیزشی مهم در استفاده مؤثر از راهبردهای یادگیری است. براتن^۲ (۲۰۰۸)، در پژوهشی در نروژ به این نتیجه رسید که فرضیه افزایشی هوش به شکل معناداری با استفاده مؤثر از راهبردهای یادگیری در ارتباط است. بندورا (۲۰۰۵)، مولفه‌های انگیزشی در رفتار کمک طلبی و عملکرد تحصیلی دانش‌آموزان مؤثر است. نتایج پژوهش هورنادی و بونکر^۳ (۲۰۰۷)، در بررسی ویژگی‌های نمونه‌ای از کارآفرینان نشان داد که؛ اعتماد به نفس، خلاقیت، رهبری، انگیزه پیشرفت جزو مهم‌ترین خصوصیات افراد کارآفرین هستند. تیمونز^۴ (۲۰۰۶)، و هورنادی^۵ (۲۰۰۷)، نیز، در پژوهش-هایشان به این مطلب اشاره می‌نمایند که اعتماد به نفس، جایگاه مهار درونی، خلاقیت و نوآوری، انگیزه پیشرفت و خطرپذیری متوسط از جمله ویژگی‌های کارآفرینانه هستند. شاور و اسکات^۶ (۲۰۰۵)، بین انگیزه پیشرفت و کارآفرینی همبستگی مثبت وجود دارد.

فراشناخت به‌عنوان متغیر پیش‌بین می‌تواند بر متغیر ملاک کارآفرینی تأثیر داشته باشد. که در این زمینه به برخی از تحقیقات انجام گرفته اشاره می‌شود: نتایج پژوهش قورچیان و همکاران (۱۳۷۸) حاکی از آن بود که به‌کارگیری راهبردهای فراشناختی در کلاس درس زمینه‌درگیری علمی، شادابی عاطفی، سازندگی، خلاقیت، پختگی و خود مسئولیت‌پذیری اجتماعی را فراهم آورده و باعث افزایش اعتماد به نفس می‌شود. واینستاین و هیوم نیز در پژوهش‌هایی ذکر کردند که معلمان می‌توانند از راه آموزش راهبردهای شناختی و فراشناختی به‌دانش‌آموزان خود کمک کنند تا یادگیرندگان موفق‌تری باشند و در سرنوشت تحصیلی خود نقش فعال‌تری را ایفا نمایند (به نقل از سیف، ۱۳۸۷). سالاری‌فر (۱۳۸۰) صمدی (۱۳۸۱)، جزایری و اسماعیلی (۱۳۸۱)، فولادچنگ و همکاران (۱۳۸۶)، ابراهیمی‌قوام (۱۳۷۷) و بشاورد (۱۳۸۰) در تحقیقات خود نشان دادند که آموزش راهبردهای فراشناختی و پردازش فراشناختی بر عملکرد حل‌مساله دانش‌آموزان تأثیرات بسزایی دارد. در همین راستا، خرازی و همکاران (۱۳۸۷) در تحقیقی به این نتیجه دست یافتند که مولفه‌های اهداف پیشرفت، خودکارآمدی و راهبردهای فراشناختی دو به دو با یکدیگر همبستگی دارند. در همین راستا نتایج پژوهش عبدالله‌پور و همکاران (۱۳۸۴) نشان داد

-
1. Dwek & Elliot
 2. Braten
 3. Hornaday & Bunker
 4. Timmins
 5. Hornaday
 6. Shave & Scott

بررسی رابطه خودپنداره شغلی، باورهای انگیزشی و فراشناخت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه...

که بین سبک‌های شناختی (وابسته به زمینه، مستقل از زمینه) و راهبردهای شناختی و فراشناختی با پیشرفت تحصیلی رابطه وجود دارد. پیرخائفی و همکاران (۱۳۸۸) نیز در پژوهش خود نشان داد که تفاوت معنی‌داری بین گروه آزمایشی و کنترل در مولفه‌های فراشناختی تفکر خلاق وجود دارد. پنینتریج و دی‌گروت (۱۹۹۰)، در تحقیقاتی دریافتند که آموزش راهبردهای فراشناختی، عملکرد یادگیری (مثلاً در درک مطلب، سرعت یادگیری، توانایی خواندن و فهمیدن، حل مسأله‌های خودشان ...) را بهبود می‌بخشد. در تحقیق لیل (۱۹۸۷) نیز رابطه‌ی مثبت بین راهبردهای خودارزیابی (از مؤلفه‌های فراحافظه) با عملکرد تحصیلی به‌دست آمد. هم‌چنین شری و لارکین (۲۰۰۰) در تحقیق خود، به این نتیجه دست یافتند که محیط اجتماعی، تمرین‌های معلم، ماهیت مسأله شناختی و حالات عاطفی فرد در رشد فراشناخت مؤثر هستند. نتایج تحقیق آوانسیان (۱۳۷۷) نیز نشان داد که دانش‌آموزان قوی در مقایسه با دانش‌آموزان ضعیف در درک کردن مطلب از سرعت یادگیری و دانش فراشناختی و پیشرفت بیشتری برخوردار بودند. هم‌چنین نتایج تحقیق موسوی‌نژاد (۱۳۷۶) حاکی از آن بود که استفاده دانش‌آموزان باهوش در راهبردهای شناختی مثل کوشش بیشتر برای حل مسأله، انتخاب اهداف و تکلیف چالش‌انگیز از دانش‌آموزان عادی بیشتر بود. عبدوس (۱۳۸۰) نیز در پژوهشی نشان داد که، آموزش راهبردهای فراشناختی موجب افزایش خلاقیت می‌شود. به‌علاوه بین خلاقیت‌ها و مهارت‌های فراشناختی نیز رابطه وجود دارد. تحقیقات برایتز و اسکاردامیلیا نشان داد که آموزش راهبردهای فراشناختی نتایج مہیجی را به‌دنبال دارد و بر عملکرد کودک مؤثر است (به نقل از ابراهیمی قوام، ۱۳۷۷). تحقیق واگنر و همکارانش نیز نشان می‌دهد که دانش فراشناختی و اسنادهای علی بیرونی، بیش‌ترین سهم واریانس در پیشرفت داشته است (به‌نقل از آوانسیان، ۱۳۷۷). ابراهیمی قوام (۱۳۹۱) در تحقیقی نشان داده که آموزش راهبردهای فراشناختی علاوه بر درک مطلب، سرعت یادگیری، دانش فراشناختی، خودپنداره یا مفهوم خود تحصیلی، برنامه‌ریزی و تنظیم وقت و حل مسأله و کارآفرینی را در دانش‌آموزان افزایش می‌دهد با توجه به این‌که سرعت تغییرات و تحولات جهانی ساختار اقتصادی و صنعتی کشورها را دگرگون ساخته است کشورها می‌بایست توسعه صنعتی و رشد اقتصادی خود را براساس نوآوری و کارآفرینی شکل دهند. امروز نسل جوان خصوصاً دانشجویان و دانش‌آموختگان نیاز به این دارند که خود را با تغییرات قوانین بازار کار سازگار کنند و خود را به ارزش‌های جدید و توانایی‌ها و شایستگی‌های متناسب دنیای متحول امروزی مجهز سازند. توجه به موارد یاد شده در این میان نقش نظام آموزشی را بیش از پیش پیچیده‌تر و قابل بررسی عمیق‌تر می‌سازد. این بررسی می‌تواند گامی در جهت شناسایی کارآفرینان هم‌چنین ارائه ابزارها و آزمون‌هایی برای تشخیص و شناسایی ویژگی‌های کارآفرینان و انطباق آن‌ها با شرایط فرهنگی و اجتماعی جامعه باشد. لذا سؤال اساسی که در دانشگاه‌ها

مطرح می‌شود آن است که خودپنداره‌ی شغلی، باورهای انگیزشی و فراشناخت تا چه اندازه پیش‌بینی‌کننده میزان کارآفرینی دانشجویان است؟ هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه خودپنداره‌ی شغلی، باورهای انگیزشی و فراشناخت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور استان آذربایجان غربی می‌باشد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کاربردی و کمی است که روش متناسب با آن با توجه به موضوع و اهداف پژوهش، روش توصیفی-تحلیلی است که با بهره‌گیری از شیوه‌ی همبستگی در سال تحصیلی ۹۴-۹۳ با هدف بررسی رابطه خودپنداره‌ی شغلی، باورهای انگیزشی و فراشناخت به‌عنوان متغیرهای پیش‌بین با کارآفرینی دانشجویان به‌عنوان متغیر ملاک انجام گردیده است. جامعه آماری در این پژوهش شامل کلیه دانشجویان مراکز دانشگاه پیام نور جنوب استان آذربایجان غربی می‌باشد. در این تحقیق، بعد از تهیه آمار دانشجویان هر مرکز (مهاباد، میاندوآب، بوکان، شاهین دژ، سردشت (به تفکیک جنس) با توجه به حجم جامعه ۱۱۷۸۴ نفر (۵۴۳۴ مرد و ۶۳۵۰ زن) ده درصد کل جامعه با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی - طبقه‌ای ۱۱۷۸ نفر (۵۵۰ مرد و ۶۲۸ زن) انتخاب شدند. با وجود این تنها ۱۰۸۰ نفر پرسش‌نامه‌های مربوطه را تکمیل کردند و بازگشت دادند. از این تعداد پرسش‌نامه تکمیل شده، ۵۰۴ مرد و ۵۷۶ زن بودند و به‌طور کلی نرخ برگشت پرسش‌نامه‌های نمونه اصلی ۰/۹۴ بود.

ابزارهای سنجش از این قرار بود:

۱- آزمون کارآفرینی: پرسش‌نامه کارآفرینی ۷۵ گویه دارد که توسط روبینسون، استیمپسون، هوفتر و هانت (۱۹۹۱) تهیه شده و برای نخستین‌بار در دانشکده علوم تربیتی روان‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز توسط شکرکن و برومندنسب (۱۳۸۱) ترجمه شده است. گویه‌های این آزمون ۳ مؤلفه کارآفرینی را اندازه‌گیری می‌کند: الف) مؤلفه عاطفه ب) مؤلفه شناخت ج) مؤلفه رفتار. در پژوهش شکرکن و برومندنسب ضریب پایایی محاسبه شده به روش آلفای کرانباخ برای آزمودنی‌های زن ۰/۹۳ برای آزمودنی‌های مرد ۰/۹۴ و برای کل آزمودنی‌ها ۰/۹۳ است. در این پژوهش آزمون کارآفرینی دارای ضریب آلفای کرانباخ برابر با ۰/۸۶۱ بوده است که برای اجرای پرسش‌نامه شواهدکافی در اختیار قرار می‌دهد روایی محتوایی این آزمون از طریق روایی سازه ۰/۴۶ محاسبه گردیده که در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار بوده است.

۲- آزمون خودپنداره شغلی (ارزش‌های شغلی سوپر)

بررسی رابطه خودپنداره شغلی، باورهای انگیزشی و فراشناخت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه...

این پرسش‌نامه توسط شفیع‌آبادی و رضایی (۱۳۷۶) تهیه شده که شامل ۱۸ پرسش در زمینه رغبت‌های شغلی می‌باشد. رضایی (۱۳۷۶) روایی صوری پرسش‌نامه را از طریق تأیید شفیع‌آبادی و دلاور تعیین کرده است و با استفاده از آلفای کرانباخ ضریب پایایی معادل ۰/۷۶ را برای آن به دست آورده است (اکبری، ۱۳۸۴). در این پژوهش آزمون خودپنداره شغلی دارای ضریب آلفای کرانباخ محاسبه شده برابر با ۰/۸۱ بوده است که برای اجرای پرسش‌نامه شواهد کافی در اختیار قرار می‌دهد.

۳- آزمون باورهای انگیزشی

پرسشنامه راهبردهای انگیزشی برای یادگیری به‌وسیله پینتریچ و دیگران ساخته شده است، این پرسشنامه شامل دومقیاس باورهای انگیزشی ۲۴ ماده و راهبردهای یادگیری خودنظم داده شده ۲۲ ماده است که با توجه به موضوع تحقیق، تنها از مقیاس اول این پرسشنامه باورهای انگیزشی استفاده می‌شود. مقیاس باورهای انگیزشی شامل سه خرده مقیاس آزمون خودکارآمدی، ارزش‌گذاری درونی و اضطراب است. پرسشنامه راهبردهای انگیزشی از نوع آزمون-های بسته پاسخ پنج گزینه‌ای است. پینتریچ و دیگران (۲۰۱۰) برای بررسی اعتبار و قابلیت اعتماد پرسشنامه راهبردهای انگیزشی برای یادگیری از روش‌های آماری تحلیل عاملی و آلفای کرونباخ استفاده کردند. این محققان با به‌کار بستن روش تحلیل عاملی، برای مقیاس باورهای انگیزشی سه عامل خودکارآمدی ($\alpha = 0/89$) ارزش‌گذاری درونی ($\alpha = 0/87$) و اضطراب (۰/۷۵) را به دست آوردند. در این پژوهش آزمون راهبردهای انگیزشی دارای ضریب آلفای کرانباخ برابر با ۰/۸۸ بوده است که برای اجرای پرسشنامه شواهد کافی در اختیار قرار می‌دهد.

۴- آزمون فراشناخت^۱ (MCQ-30)

برای سنجش باورهای فراشناختی از پرسش‌نامه (MCQ-30) بهره گرفته شده که توسط ولز و کارترایت ساخته شده و شیرین‌زاده آن را برای جمعیت ایرانی ترجمه و آماده نموده است. پرسش‌نامه دارای یک مقیاس ۳۰ گویه‌ای خودگزارشی است و باورهای افراد درباره اندیشه‌های آن‌ها را می‌سنجد. این پرسش‌نامه بر پایه الگوی S-REF ولز و میتوس (۱۹۹۴) ساخته شده و دارای پنج خرده مقیاس است: ۱- باورهای مثبت درباره نگرانی^۲، ۲- باورهای منفی درباره «کنترل‌ناپذیری و خطر»^۳، ۳- باورهایی درباره نبود اطمینان شناختی^۴، ۴- خودآگاهی شناختی^۵،

1. Meta Cognition Questionnaire-30
2. Positive beliefs about worry
3. Uncontrollability and danger
4. Cognitive confidence
5. Cognitive self-consciousness

و ۵- باورهای منفی درباره اندیشه‌های خرافی، تنبیه و مسئولیت‌پذیری^۱ (ولز و کارترایت-هاتون^۲، ۲۰۰۴). ضریب آلفای کرونباخ کل مقیاس در نمونه ایرانی ۰/۹۱ گزارش شده است و برای خرده مقیاس‌های کنترل‌ناپذیری، باورهای مثبت، وقوف‌شناختی، اطمینان شناختی و نیاز به کنترل افکار به ترتیب در نمونه‌ی ایرانی ۰/۸۷، ۰/۸۶، ۰/۸۱، ۰/۸۰ و ۰/۷۱ گزارش شده است. در این پژوهش آزمون باورهای فراشناختی دارای ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده برابر با ۸۴٪ بوده است که برای اجرای پرسش‌نامه شواهد کافی در اختیار قرار می‌دهد.

یافته‌ها

نمونه‌ی نهایی مشتمل بر ۵۷۶ نفر مرد (۵۳ درصد) و ۵۰۴ نفر زن (۴۷ درصد) بود. میانگین سنی اعضای نمونه در کل (۸/۲۴) ۲۵/۸۰ و در زنان ۲۰ سال و مردان ۲۵ سال بود.

جدول ۱. شاخص‌های توصیفی بر حسب جنس برای متغیر کارآفرینی، خودپنداره

کل			زنان			مردان			متغیر
تعداد	انحراف استاندارد	میانگین	تعداد	انحراف استاندارد	میانگین	تعداد	انحراف استاندارد	میانگین	
۱۰۰۰	۲۸/۷۸	۱۵۵/۱۹	۵۹۱	۲۴/۲۲	۱۴۲/۲۳	۴۰۹	۲۴/۱۹	۱۷۳/۹۰	کارآفرینی
۱۰۰۰	۱۱/۱۱	۶۲/۷۳	۵۹۱	۱۰/۹۹	۶۲/۳۳	۴۰۹	۱۱/۲۶	۶۳/۳۱	خودپنداره
۱۰۰۰	۱۳/۳۹	۷۹/۰۴	۵۹۱	۱۲/۱۳	۷۶/۱۲	۴۰۹	۱۳/۹۹	۸۳/۲۷	باورآنگیزشی
۱۰۰۰	۲۲/۲۷	۹۲/۳۰	۵۹۱	۱۹/۷۲	۱۰۴/۵۱	۴۰۹	۱۱/۱۲	۷۴/۶۶	فراشناخت

برای بررسی رابطه خودپنداره‌ی شغلی، باورهای انگیزشی و فراشناخت با کارآفرینی ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد که نتایج در جداول ۲، ۳ و ۴ آمده است.

1. Superstition, punishment and responsibility
2. Cartwright-Hatton

بررسی رابطه خودپنداره شغلی، باورهای انگیزشی و فراشناخت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه...

جدول ۲. نتایج تحلیل رگرسیون خودپنداره‌ی شغلی با کارآفرینی به روش ورود در کل نمونه

شاخص‌های آماری								متغیرملاک	مدل
sig	T	Beta	B	sig	F	R ²	R		
<۰.۰۱	۱/۹۶۱	۰/۵۶۶	۰/۱۶۰	<۰.۰۱	۳/۸۴	۰/۳۸۶	۰/۶۲۲	کارآفرینی	خودپنداره

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌گردد همبستگی کارآفرینی با خودپنداره‌ی شغلی دانشجویان به‌طور کلی (۰/۶۲۲) در سطح ۰/۰۱ / معنی‌دار است. هم‌چنین رگرسیون ورود نتایج نشان داد که خودپنداره‌ی شغلی به تنهایی می‌تواند ۵۷ درصد از تغییرات کارآفرینی را تبیین نموده که در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار بود.

جدول ۳. نتایج تحلیل رگرسیون باورهای انگیزشی با کارآفرینی به روش ورود در کل نمونه

شاخص‌های آماری								متغیرملاک	مدل
sig	T	Beta	B	sig	F	R ²	R		
<۰.۰۱	۱۱/۹۱	۰/۷۳۱	۴/۷۵۸	<۰.۰۱	۱۴/۹۵	۰/۵۴۷	۰/۷۴۰	کارآفرینی	باور انگیزشی

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌گردد، همبستگی کارآفرینی با باورهای انگیزشی دانشجویان به‌طور کلی (۰/۷۴۰) در سطح ۰/۰۱ / معنی‌دار است. هم‌چنین رگرسیون ورود نتایج نشان داد که باورهای انگیزشی به تنهایی می‌تواند ۷۳ درصد از تغییرات کارآفرینی را تبیین نموده که در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار بود.

جدول ۴. نتایج تحلیل رگرسیون فراشناخت با کارآفرینی به روش ورود در کل نمونه

شاخص‌های آماری								متغیرملاک	مدل
sig	T	Beta	B	sig	F	R ²	R		
<۰.۰۱	۱/۸۵	۰/۶۳۰	۲/۵۱۹	<۰.۰۱	۱۹/۰۲	۰/۴۰۸	۰/۶۳۹	کارآفرینی	فراشناخت

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌گردد همبستگی کارآفرینی با فراشناخت دانشجویان به‌طور کلی (۰/۶۳۹) در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است. هم‌چنین رگرسیون ورود نتایج نشان داد که فراشناخت به تنهایی می‌تواند ۶۳ درصد از تغییرات کارآفرینی را تبیین نموده که در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار بود.

هم‌چنین به‌منظور امکان پیش‌بینی کارآفرینی از روی متغیرهای خودپنداره‌ی شغلی، باورهای انگیزشی و فراشناخت، از رگرسیون چندگانه استفاده شد که نتایج در جداول ۳، ۴ و ۵ آمده است.

جدول ۵. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه خودپنداره‌ی شغلی، باورهای انگیزشی و فراشناخت با کارآفرینی به روش ورود مکرر

متغیرهای پیش‌بین - ضرایب رگرسیون			شاخص‌های آماری				متغیر ملاک	مدل
فراشناخت	باورهای انگیزشی	خودپنداره‌ی شغلی	سطح معنی داری	F	ضریب تعیین	R		
---	---	$\beta = 0.160$	< 0.01	3/84	0.386	0.622	کارآفرینی	خودپنداره‌ی شغلی
---	---	$T = 1.961$						
---	---	$P < 0.000$						
---	$\beta = 1.690$	$\beta = 2.12$	< 0.01	1/449	0.729	0.184	کارآفرینی	باورهای انگیزشی
---	$T = 28.457$	$T = 39.709$						
---	$P = 0.000$	$P < 0.000$						
$\beta = 0.355$	$\beta = 1.268$	$\beta = 0.576$	< 0.01	1/525	0.110	0.900	کارآفرینی	فراشناخت
$T = 21.334$	$T = 16.525$	$T = 41.51$						
$P < 0.000$	$P < 0.000$	$P < 0.000$						

جدول ۵ نتایج تحلیل رگرسیون را برای پیش‌بینی کارآفرینی از روی متغیرهای خودپنداره‌ی شغلی، باورهای انگیزشی و فراشناخت نشان می‌دهد. برای این امر در سه مرحله اقدام نمودیم: ابتدا تنها متغیر خودپنداره‌ی شغلی را به عنوان پیش‌بین برای کارآفرینی وارد معادله نمودیم. نتایج نشان داد که خودپنداره‌ی شغلی به تنهایی می‌تواند ۳۹ درصد از تغییرات کارآفرینی را

بررسی رابطه خودپنداره شغلی، باورهای انگیزشی و فراشناخت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه...

تبیین نموده و با کارآفرینی همبستگی $0/622$ داشت که در سطح $0/01$ معنی دار بود. براین اساس ضریب بتای معادله برابر $0/160$ بود که آن هم در سطح $0/01$ معنی دار بود.

در مرحله دوم ضمن وارد کردن مجدد خودپنداره‌ی شغلی، متغیر باورهای انگیزشی را نیز وارد تحلیل نمودیم. نتایج نشان داد که خودپنداره‌ی شغلی همراه با متغیر باورهای انگیزشی 72 درصد از تغییرات کارآفرینی را تبیین نموده و با کارآفرینی همبستگی چندگانه $0/854$ داشت که در سطح $0/01$ معنی دار بود. براین اساس ضریب بتای معادله برای خودپنداره شغلی برابر $2/012$ و برای باورهای انگیزشی برابر $1/690$ بود که ضریب بتای خودپنداره‌ی شغلی و باورهای انگیزشی در سطح $0/01$ معنی دار بود.

در مرحله سوم ضمن وارد کردن مجدد خودپنداره‌ی شغلی و باورهای انگیزشی، متغیر فراشناخت را نیز وارد تحلیل نمودیم. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که فراشناخت همراه با متغیر خودپنداره‌ی شغلی و باورهای انگیزشی 81 درصد از تغییرات کارآفرینی دانشجویان را تبیین نموده و مجموعاً با کارآفرینی همبستگی چندگانه $0/900$ داشت که در سطح $0/01$ معنی دار بود. براین اساس ضریب بتای معادله برای خودپنداره‌ی شغلی برابر $0/576$ و برای باورهای انگیزشی برابر $0/268$ و برای فراشناخت برابر $0/355$ بود که ضریب بتای خودپنداره‌ی شغلی، باورهای انگیزشی و فراشناخت در سطح $0/01$ معنی دار بود.

بحث و نتیجه‌گیری

همان‌طور که در بخش یافته‌های مربوط به فرضیه‌ها ملاحظه شد همبستگی بین خودپنداره‌ی شغلی و کارآفرینی مثبت و در سطح $p < 0/01$ معنی دار بود. نتایج به‌دست آمده در مورد ارتباط بین خودپنداره‌ی شغلی و کارآفرینی، ضمن تأیید نتایج پژوهش‌های انجام شده توسط پژوهشگران دیگر هم‌چون کورمن (۱۹۷۷)، تمنایی فر و همکاران (۱۳۸۹)، کیامنش و پوراصغر (۱۳۸۵)، شکرکن و برومندنسب (۱۳۸۱)، فینکلن (۱۹۶۹)، دیپ‌بوی، زولوسکی، دیوهرست و آروری (۱۹۷۸)، گرینه‌اوس و بادین (۱۹۷۴)، تانگ و سارسفیلد- بالدوین (۱۹۹۱)، هورنادی و بونکر (۱۹۷۰)، اکبری (۱۳۸۴)، احمدی (۱۳۸۵)، مهرابی‌رزوه (۱۳۸۵)، پورمقدم (۱۳۸۶)، محمدوند (به‌نقل از پیری‌کامرانی، ۱۳۸۶)، گودرزی (به‌نقل از پیری‌کامرانی، ۱۳۸۶)، مقصودی (۱۳۸۵)، گالوی، آندرسون، براون و ویلسون (به‌نقل از مهرابی‌رزوه، ۱۳۸۵)، بیر (به‌نقل از جالاجاس، ۱۹۸۹)، دیویدز (۱۹۶۳)، ولش و وایت (۱۹۸۱)، تیمونز (۱۹۷۸)، و هورنادی (۱۹۸۲) حاکی از این است که هرچه ویژگی خودپنداره شغلی دانشجویان بیشتر باشد و از عزت نفس و اعتماد به نفس بیشتری برخوردار باشند، آن‌ها کارآفرین‌تر خواهند شد.

کارآفرینی ویژگی فردی است با عزمی راسخ که با وجود موانع بسیار در رساندن یک محصول یا ارائه خدمت جدیدی به بازار، فرایند نوآوری را با موفقیت هدایت می‌کند. مسلماً چنین فردی باید واجد یک سری ویژگی‌های خاص باشد. ویژگی‌هایی از قبیل اراده و پشتکار، خلاقیت، ریسک‌پذیری، فرصت‌طلبی و... باشد. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های افراد کارآفرین، تصور و پنداری است که در مورد توانایی‌ها، استعدادها، ارزش‌ها و نیازهای خود دارند. نیازها و ارزش‌های حاکم بر یک فرد کارآفرین با نیازها و ارزش‌های یک فرد غیرکارآفرین متفاوت است (سعیدی‌کیا، ۱۳۸۲). یکی از بخش‌های مهم خودپنداره که فرایند کارآفرینی را تسهیل می‌کند، آن بخشی است که مرتبط با شغل و حرفه است و به عبارتی خودپنداره حرفه‌ای فرد است. چنان‌چه فردی باور داشته باشد دارای کالا یا خدمات ارزشمندی برای عرضه است و نیز احساس کند که بازار بالقوه‌ای برای آن وجود دارد، احتمالاً وارد حرفه‌ای در آن زمینه خواهد شد و این جز در سایه شناخت فرد از خود و توانایی‌های حرفه‌ایش امکان‌پذیر نیست (چمنزار، ۱۳۷۸، به‌نقل از پیری کامرانی، ۱۳۸۶). هم‌چنین در پژوهشی که توسط هرمزی‌نژاد، شهنی و نجاریان (۱۳۷۹) روی نمونه‌ای از دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز انجام شد، مشاهده گردید بین عزت‌نفس و ابراز وجود رابطه مثبت وجود دارد و این ویژگی با برخی از ویژگی‌های کارآفرینان مانند جسارت و عدم محافظه‌کاری که به‌وسیله شالن برگر (به‌نقل از پورداریانی، ۱۳۸۰) مطرح شده است، هم‌خوانی دارد. از سوی دیگر، در برخی از پژوهش‌ها به این مورد اشاره شده است که افراد دارای عزت نفس پایین بیشتر احتمال دارد به احساس فشار از جانب گروه تن در دهند (آزبورن^۱، ۱۹۹۵). باقری (۱۳۷۱) نیز معتقد است که افراد دارای انگیزه پیشرفت بالا اعتماد به نفس دارند، در فعالیت‌های اجتماعی شرکت می‌کنند، در برابر فشارهای اجتماعی مقاومت زیادی نشان می‌دهند و در انجام کارها همکاری با افراد متخصص و صاحب‌نظر و در همکاری با دوستان غیرمتخصص ترجیح می‌دهند. با توجه به این دلایل به‌نظر می‌رسد که وجود رابطه مثبت بین عزت‌نفس و خود اثربخشی با کارآفرینی منطقی باشد.

همان‌طور که در بخش یافته‌های مربوط به فرضیه‌ها ملاحظه شد همبستگی بین باورهای انگیزشی و کارآفرینی مثبت و در سطح $p < 0/01$ معنی‌دار بود. نتایج به‌دست آمده در مورد ارتباط بین باورهای انگیزشی و کارآفرینی، ضمن تأیید نتایج پژوهش‌های انجام شده توسط پژوهشگران دیگر هم‌چون هپینتریچ و دی گروت^۲ (۲۰۱۰)، پوردی و هاتی^۳ (۲۰۰۶)، البوت و

1. Osborne
2. Pintrich & Degroot
3. Purdie & Hattie

بررسی رابطه خودپنداره شغلی، باورهای انگیزشی و فراشناخت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه...

دووک^۱ (۲۰۰۵)، براتن^۲ (۲۰۰۸)، بندورا (۲۰۰۵)، هورنادی و بونکر^۳ (۲۰۰۷)، تیمونز^۴ (۲۰۰۶)، و هورنادی^۵ (۲۰۰۷)، حاکی از این است که هرچه باورهای انگیزشی دانشجویان بالاتر باشد کارآفرینی در آنها بیشتر است. تحقیقات نشان داد، باورهای انگیزشی می‌تواند بر کارآفرینی تأثیر مثبت بگذارد، و بدین ترتیب نیز موجب بهبود عملکرد تحصیلی و موفقیت تحصیلی دانشجویان گردد. باور به خود و به این‌که می‌توانند کار انجام دهند، با افزایش قدرت حل مسأله، تحمل فشار روانی، احساس خودشکوفایی و افزایش عزت‌نفس می‌تواند بر باورهای انگیزشی فرد تأثیر گذاشته و آنها را بهبود بخشد.

به‌واقع با تقویت باورهای انگیزشی به واسطه هوش هیجانی، فرد با باورهای جدیدتر و بهتر می‌تواند در مسیر زندگی قدم بگذارد و موفقیت و رسیدن به زندگی بهتر و سالم‌تر را جزیی از باورهای اصلی خود محسوب کند. از مولفه‌های مهم باورهای انگیزشی «خودکارآمدی» است. خودکارآمدی شامل باورها و یا ارزیابی‌های شخص از اثربخش بودن یا مفید بودنش در انجام تکالیف یا موقعیت‌های خاص است و دارای دو مولفه اساسی است: انتظار و ارزش: فرد خودکارآمد معتقد است که می‌تواند تکالیف شناختی و تحصیلی موردنظر خود را انجام دهد و از طرف دیگر انجام این کار برای او ارزشمند است (باندورا، ۱۹۸۶).

همان‌طور که در بخش یافته‌های مربوط به فرضیه‌ها ملاحظه شد همبستگی بین فراشناخت و کارآفرینی مثبت و در سطح $p < 0.01$ معنی‌دار بود. نتایج به‌دست آمده در مورد ارتباط بین فراشناخت و کارآفرینی، ضمن تأیید نتایج پژوهش‌های انجام شده توسط پژوهشگران دیگر هم- چون قورچیان و دیگران (۱۳۷۸)، واینستاین و هیوم (به‌نقل از سیف، ۱۳۸۳)، سالاری‌فر (۱۳۸۰)، صمدی (۱۳۸۱)، جزایری و اسماعیلی (۱۳۸۱)، فولادچنگ و همکاران (۱۳۸۶)، ابراهیمی‌قوام (۱۳۷۷)، بشاورد (۱۳۸۰)، خرازی و همکاران (۱۳۸۷)، عبداله‌پور و همکاران (۱۳۸۴)، پیرخائفی و همکاران (۱۳۸۸)، لیل (۱۹۸۷)، آوانسیان (۱۳۷۷)، موسوی‌نژاد (۱۳۷۶)، عبدوس (۱۳۸۰)، شری و لارکین (۲۰۰۰)، برایترو و اسکاردامیالیا (به‌نقل از ابراهیمی‌قوام، ۱۳۷۷) پینیتریج و دی‌گروت (۱۹۹۰)، واینستاین و هیوم (به‌نقل از سیف، ۱۳۸۳). حاکی از این است که هرچه دانشجویان از راهبردهای فراشناختی بیشتری برخوردار باشند دارای خلاقیت بیشتر و کارآفرین‌تر هستند.

-
1. Dwek & Elliot
 2. Braten
 3. Hornaday & Bunker
 4. Timmins
 5. Hornaday
 6. Bandura

باندورا^۱ اظهار می‌کند که استفاده از راهبردهای مؤثر، میزان خودکارآمدی و پیشرفت واقعی، همیشه و در همه حوزه‌های مختلف تحصیلی ثابت نیستند. باورهای دانش‌آموزان درباره توانایی‌های‌شان، در پیشرفت و انگیزش تحصیلی آن‌ها مهم هستند (به نقل از اسپیکداز، ۲۰۰۱). عامل انگیزش نیز در پیشرفت تحصیلی نوجوانان مؤثر است. نوجوانانی که با گرایش درونی از تکالیف چالش‌برانگیز لذت می‌برند، بیش از نوجوانان با گرایش بیرونی برای انجام این تکالیف اصرار می‌ورزند. دانش‌آموزان با گرایش درونی از نیاز سطح بالاتری برای شناخت برخوردارند در حالی که دانش‌آموزان با گرایش بیرونی، از طریق رقابت برانگیخته می‌شوند. در فرهنگ‌های که برای پیشرفت تحصیلی سطح بالا، ارزش قائل نیستند. دانش‌آموزان برای عملکردهای بالای خود، از جانب هم‌کلاسی‌ها مورد حمایت قرار نمی‌گیرند (اسپیکداز، ۲۰۰۱).

هم‌چنین نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه نشان می‌دهد که ترکیب متغیرهای پیش‌بین با کارآفرینی کل آزمودنی‌ها در سطح $p < 0/01$ معنی‌دار است. ۸۱ درصد کارآفرینی دانشجویان به‌وسیله متغیرهای پیش‌بین قابل تبیین است. با توجه به این که مقیاس اندازه‌گیری متغیرهای مستقل و وابسته یکسان است و هم‌چنین با توجه به این که بتای خودپنداره شغلی ($\beta = 0/576$) کل آزمودنی‌ها از میان سه متغیر پیش‌بینی (خودپنداره شغلی، باورهای انگیزشی و فراشناخت) بیشتر است می‌توانیم نتیجه بگیریم خودپنداره شغلی نسبت به دو متغیر دیگر مؤثرتر، در پیش‌بینی کارآفرینی بوده است.

براساس یافته‌ها پیشنهاد می‌شود که: با توجه به این که کارآفرینی مفهومی چندبعدی است و فرهنگ کلی جامعه، خرده‌فرهنگ‌ها، خانواده‌ها، مدارس و مراکز آموزش عالی و حمایت‌های اجتماعی مناسب می‌تواند در توانایی کارآفرینی افراد مؤثر باشد، لازم است به خانواده‌ها برای به-کارگیری شیوه‌های فرزندپروری مناسب آموزش‌های موردنیاز و ضروری داده شود، تا از این طریق بذریه‌های نخستین کارآفرینی، خودپنداره شغلی، باورهای انگیزشی، اعتماد به نفس، انگیزه پیشرفت، استقلال و کنترل روی رویدادها در خانواده‌ها کاشته شود. سپس در مدارس دانش-آموزان با الگوهای کارآفرینی آشنا شوند، تا فکر داشتن شغل مستقل در دوره‌های بعدی تحصیل تداوم یابد و در نهایت در دانشگاه از دانشجویان خواسته شود برای تأسیس شرکت‌های کوچک طرح‌های مناسب را ارائه دهند و در کارگاه‌های آموزشی طرح‌های ارائه شده توسط دانشجویان مورد ارزیابی قرار گیرند. از سوی دیگر، نهادهای حمایتی مناسب مانند مؤسسات بیمه در جامعه برای حمایت از کارآفرینان و مؤسسان شرکت‌های کوچک، پیش‌بینی شود تا کارآفرینان جوان با

بررسی رابطه خودپنداره شغلی، باورهای انگیزشی و فراشناخت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه...

اطمینان خاطر بیشتری اقدام به تأسیس شرکت‌های نوپا کنند یا جرأت هر اقدام کارآفرینی دیگر را داشته باشند.

برنامه‌های آموزشی و پژوهشی دانشگاه‌ها نظیر استفاده از روش تدریس مناسب از جمله روش‌های اکتشافی- پروژه‌ای و ...، توسعه و تجهیز امکانات آموزشی، ایجاد جلسات مربوط به پرورش خلاقیت و دوره‌های آموزش کارآفرینی تدوین و طرح‌ریزی گردد تا منجر به افزایش میزان خلاقیت و توسعه تجارب ذهنی و پرورش کارآفرینی دانشجویان شود.

برای مطالعات آتی پیشنهاد می‌شود با مطالعه مشابهی با حجم نمونه بالاتر که علاوه بر دانشگاه پیام‌نور، مراکز دانشگاهی دیگر از جمله سراسری و آزاد را نیز شامل شود، انجام شود و مقایسه‌ای بین آن‌ها نیز انجام گیرد.

محدودیت‌هایی نیز وجود داشت از جمله: عدم شناخت و آگاهی بعضی از دانشجویان از اهمیت و تأثیر این‌گونه پژوهش‌ها مشکلاتی از قبیل طولانی شدن زمان تکمیل و جمع‌آوری پرسش‌نامه را به‌وجود می‌آورد. همچنین محدود بودن جامعه به دانشجویان دانشگاه پیام‌نور امکان تعمیم نتایج این پژوهش را به سایر دانشجویان در دانشگاه‌های دیگر در کشور با محدودیت مواجه می‌سازد.

سپاس‌گزاری: در خاتمه بر خود واجب می‌دانم که از کمیته محترم پژوهشی دانشگاه پیام‌نور و ریاست و دانشجویان مراکز دانشگاه پیام‌نور استان آذربایجان غربی و کلیه عزیزانی که در راستای انجام این پژوهش قبول زحمت نمودند نهایت سپاس‌گزاری و تشکر را به‌عمل آورم.

منابع

- ابراهیمی قوام، صغری (۱۳۹۱). ارائه مدلی برای عملکرد شیمی دانش‌آموزان، براساس باورهای معرفت-شناختی، ادراک از محیط یادگیری سازنده‌گرا و راهبردهای انگیزشی و شناختی سطح بالا، مجله روانشناسی تربیتی دوره جدید سال هشتم زمستان، ۱۳۹۱ شماره ۲۶.
- ابراهیمی قوام‌آبادی، صغری. (۱۳۷۷). تأثیر آموزش راهبردهای یادگیری و مطالعه بر درک مطلب، سرعت یادگیری، دانش فراشناخت، خودپنداره، مفهوم خود تحصیلی، برنامه‌ریزی و تنظیم وقت و حل مسئله. رساله دکترا، دانشگاه علامه طباطبایی.
- احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۰). ضرورت توسعه آموزش کارآفرینی. تهران: مرکز کارآفرینی دانشگاه امیرکبیر.
- احمدی، لیدا. (۱۳۸۵). تأثیر مشاوره شغلی به سبک کوچینگ در تغییر نگرش نسبت به بازار کار و افزایش مهارت‌های کاربردی در فارغ‌التحصیلان دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه علامه طباطبایی.

اکبری، حبیب الله. (۱۳۸۴). بررسی اثربخشی آموزش مهارت‌های کاریابی به‌روش کلوب شغلی بر نگرش نسبت به بازار کار و خودپنداره شغلی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی مرد مراجعه‌کننده به مراکز کاریابی وزارت کار. پایان‌نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه علامه طباطبایی.

آوانسیان، اما. (۱۳۷۷). نقش آموزش راهبردی فراشناختی بر درک مطلب و سرعت یادگیری دانش‌آموزان زن مدارس روزانه مقطع راهنمایی شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه علامه طباطبایی.

بشاورد، سیمین. (۱۳۸۰). تأثیر آموزش راهبردهای شناختی-فراشناختی بر عملکرد حل مسئله ریاضی دانش‌آموزان عقب‌مانده ذهنی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

پورمقدم، طاهره. (۱۳۸۶). تأثیر آموزش برنامه‌ریزی شغلی با رویکرد هستی‌گرایانه بر افزایش خلاقیت و کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام‌نور. پایان‌نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه علامه طباطبایی.

پیری کامرانی، مرضیه. (۱۳۸۶). مقایسه خلاقیت و خودپنداره حرفه‌ای در زنان کارآفرین و غیر کارآفرین شهر کرمانشاه. پایان‌نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه علامه طباطبایی.

پیرخانی، علیرضا و همکاران. (۱۳۸۸). تأثیر آموزش خلاقیت بر مولفه‌های فراشناختی تفکر خلاق دانشجویان. فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی تابستان، سال سوم، شماره ۲، صص ۶۱-۵۱.

تمنایی فر، محمدرضا. صدیقی ارفعی، فریبرز و سلامی محمدآبادی، فاطمه. (۱۳۸۹). رابطه هوش هیجانی، خودپنداره و عزت‌نفس با پیشرفت تحصیلی، راهبردهای آموز. پاییز، فصلنامه راهبردهای آموزشی دوره ۳، شماره ۳، صص ۱۲۶-۱۲۱.

جزایری، علیرضا و اسماعیلی معصومه. (۱۳۸۱). بررسی تأثیر آموزش راهبردهای فراشناختی بر عملکرد حل مساله. توانبخشی زمستان، شماره ۱۱، ص ۲۷.

جهانبان، مهدی. (۱۳۸۵). کارآفرینی. بابل: انتشارات علوم رایانه، چاپ دوم، صص ۲۳-۲۴.
خرازی، سیدعلی نقی، اژه‌ای، جواد، قاضی طباطبایی، سیدمحمود و کارشکی، حسین. (۱۳۸۷). بررسی رابطه اهداف پیشرفت، خودکارآمدی و راهبردهای فراشناختی: آزمون یکالگوی علی. روان‌شناسی و علوم تربیتی، ۳۸ (۳): ۶۹-۸۷.

سالاری فر محمدحسین. (۱۳۸۰). رابطه بین دانش فراشناختی و حل مساله. تازه‌های علوم شناختی، ۳(۳) پیاپی ۱۱: ۱۶-۲۷.

سیف، علی اکبر. (۱۳۸۷). روانشناسی پرورشی نوین (روانشناسی یادگیری و آموزش). ویرایش ششم، نشر دوران، تهران.

شفیع‌آبادی، عبدالله. (۱۳۸۱). راهنمایی و مشاوره شغلی و حرفه‌ای و نظریه‌های انتخاب شغل. تهران: انتشارات رشد.

شکرکن و دیگران (۱۳۸۱). بررسی رابطه ساده و چندگانه خلاقیت، انگیزه پیشرفت و عزت‌نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز.

بررسی رابطه خودپنداره شغلی، باورهای انگیزشی و فراشناخت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه...

قورچیان، نادرقلی، فتحعلی خانی، منوچهری، موسوی، سیدمختار و خالق، داوود. (۱۳۷۸). *نظریه‌های یادگیری و نظریه فراشناختی در فرایند یاددهی-یادگیری*. چاپ دوم، تهران: انتشارات تربیت. کریم‌زاده، منصوره، (۱۳۸۰). *بررسی رابطه مفهوم خود (تحصیلی و غیرتحصیلی) و خودکارآمدی با پیشرفت ریاضی در دانش‌آموزان دختر شهر تهران (گرایش‌های ریاضی فیزیک و علوم انسانی)*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، ص ۲۲. کورمن، ا. ک. (۱۹۷۷)، *روان‌شناسی صنعتی و سازمانی*. ترجمه: حسین شکرکن (۱۳۷۰). تهران: انتشارات رشد.

کیامنش علی‌رضا و پوراصغر، نصیبه. (۱۳۸۵). *نقش خودپنداره ریاضی، انگیزش یادگیری ریاضی، عملکرد قبلی ریاضی و جنس در پیشرفت ریاضی*. *مجله علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه شهید چمران اهواز، تابستان، دوره سوم، سال سیزدهم، شماره ۲، صص ۹۴-۷۷*. مقصودی، جعفر. (۱۳۸۵). *بررسی و مقایسه ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی (هوش هیجانی، خلاقیت، خودپنداره، خودکارآمدی و منبع کنترل) کارآفرینان تهرانی با افراد عادی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه علامه طباطبایی. موسوی‌نژاد، عبدالمجید، (۱۳۷۶). *بررسی رابطه باورهای انگیزشی یادگیری خودنظم داده شده با پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان سال سوم راهنمایی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد*. دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران.

مهرابی‌رزوه، فاطمه. (۱۳۸۵). *بررسی تاثیر مشاوره شغلی به سبک نظریه یادگیری اجتماعی و انتخاب شغل کرامبولتر بر تغییر نگرش و افزایش رفتار کارآفرینانه کارجویان اصفهان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه علامه طباطبایی.

نجفی، محمود و فولادچنگ، محبوبه. (۱۳۸۶). *رابطه خودکارآمدی و سلامت روان در دانش‌آموزان دبیرستانی*. *دوماهنامه علمی-پژوهشی دانش و رفتار*، شماره ۶۹، ۲ تا ۸.

- Bandura, A. (2005). *Social foundations of thought and action, A Social cognitive theory* Englewood, NJ: Prentice Hall.
- Braten, I. (2008). The relationship between motivational belief and learning strategy use among Norwegian college student, *Contemporary Educational Psychology*, 23, 182-194.
- Dipboy, R. H. Zullowski, W. H. Dewhirst H.D & Arvey, R. D. (1978). Self_esteem As a moderator of the relationship between scientific interest and the Job satisfaction Of physicists and engineers. *Journal of Psychology*, vol, 63, No.3, 289_294.
- Dwek, c.s., & Elliot, E.S. (2005). Achievement motivation. In P.H. Mussen (Ed), *Handbook of child Psychology*. Vol. 4, 643-691. New York: Wiley.
- Finkelman, J. (1969). Unpublished paper, New York University
- Flavell, j. (1979). Met cognition and cognitive monitoring. *American psychologist*. vol 34. 906-911.
- Greenhaus, J. H., Badin, I. J. (1974). Self_esteem, performance, and satisfaction, *Journal of Applied Psychology*, vol 52: No, 6.

- Hornaday, J. (1982). Research about living entrepreneurs, In C. Kent, Sexton & k. Vesper (eds). Encyclopedia of entrepreneurship Englewood Cliffs. N J: Prentice Hall Co.
- Hornaday, J. (2007). Research about living entrepreneurs, In C. Kent, Sexton & k. Vesper (eds). Encyclopedia of entrepreneurship Englewood Cliffs. N J: Prentice Hall Co.
- Hornaday, J. A & Bunker, C. S. (1970) the nature of the entrepreneur. *Personnel Psychology*, 23, 47-54.
- Hornaday, J.A & Bunker, C. S. (2007). The nature of the entrepreneur. *Personnel Psychology*. 23, 47-54.
- Jalajas, David Stewart. (1989). A self concept theory of occupational stress: Empirical results from two longitudinal field studies. Doctorate Dissertation, Stanford University.
- Leal, L. (1987). Investigation of relations between Metamemory, and university student' s examination performance. *Journal of Educational Psychology*, 12 35-40
- Pintrich, P. R. and DeGroot, E. V (1990). Motivational self-regulated learning components of classroom academic performance. *Journal of Educational psychology*, 82, 75-82
- Pintrich, P.R. and Degroot, E.v. (2010). Motivational and Self- Regulated Learning Components of classroom Academic Performance. *Journal of Educational Psychology*, 82,33-40.
- Purdie, N., and Hattie, J. (2006). Cultural Differences in the Use of Strategies fo Self-Regulated Learning. *American Educational Research Journal*, 33,845-871.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V. Huefner, J. C. and Hunt, H. K. (1991). An attitude Approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, summer, pp. 13 _ 31.
- Schickedanz. Judith .A. (2005). understandin children adolescents. (4thed) new York: springer.
- Shaver, K.G. & Scott, L.R., (2005). Person, Process, Choice:ThePsychologh of New Venture Creation, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(winter): 23-45.
- Timmins, J. A. (2006). Characteristics and role demands of entrepreneurship *American Journal of small Business* 3: 5_ 17.
- Wells. A. & Cartwright-Hatton, S. (2004). A short form of the meta cognition questionnaire: Properties of the MCQ-30, *behavior therapy*, 42, 385-396.
- Dauids, I, F (1963). Characteristics of small business founders in Texas & Georgia. Athens, Ga: Burea of Business Research, University of Georgia .
- ntrepreneurial Studies, pp. 504_ 515.
- Tang. T. L. &SarsField_Boldwin, L. (1991, Jul.). The effects of self esteem. Task label, and performance feedback on goal setting, certainty, and attribution. *Journal of Psychology*. Vol 125(4). 413_418.
- Wells. A. & Cartwright-Hatton, S. (2004). A short form of the meta cognition questionnaire: Properties of the MSQ-30, *behavior therapy*, 42,385-396.
- Welsh, J. A. and White. J. P. (1981). Conveging on characteristics of entrepreneurs. In K. H.Vesper,ed. *Frontiers of entrepreneurship research*. Wellesley, MA: Babson Center for E- -Shirey, larkin (2000). How can wediscern metacognition in year one children from interactions between students and teacher school of education. *Elementary school journal* 92-513-555p