Journal of Counseling Research
Iranian Counseling Association
Vol. 24, No. 93 Spring 2025
Research Article

e-issn:4018-2717 p-issn:400-2717X

DOI:10.18502/qjcr.v24i93.19067

The Effectiveness of an Intervention Based on the Social Cognitive Career Self-Management Model on Academic Entrepreneurial Intention and Identity among University Students

Razieh Amini Shalamzary[1], Ahmad Sadeghi[2], Parisa Nilforooshan[3]

1. Ph.D. in Counseling, Department of Counseling, Faculty of Education & Psychology, University of Isfahan, Isfahan, Iran. raziehamini123@gmail.com
2. (Corresponding Author), Ph.D. in Career Counseling, Associate Professor, Department of Counseling, Faculty of Education & Psychology, University of Isfahan, Isfahan, Iran. a.sadeghi@edu.ui.ac.ir
3. Ph.D. in Counseling, Associate Professor, Department of Counseling, Faculty of Education & Psychology, University of Isfahan, Isfahan, Iran. p.nilforooshan@edu.ui.ac.ir

ABSTRACT

The article is taken from a doctoral thesis

Received: 11/01/2024 - Accepted: 24/04/2025

Aim: The present study aimed to examine the effectiveness of an intervention based on the Social Cognitive Career Self-Management Model on academic entrepreneurial intention and identity among postgraduate students at the University of Isfahan. **Methods:** This was a quasi-experimental study using a pretest-posttest control group design with random assignment. The statistical population included all postgraduate students at the University of Isfahan during the 2021–2022 academic year. Using convenience sampling, 30 participants were selected and randomly assigned to either an experimental or a control group (15 per group). Data were collected using the Academic Entrepreneurial Intention Scale (Goethner et al., 2012) and the Academic Entrepreneurial Identity Scale (Guo et al., 2019). The experimental group received the intervention in ten 90-minute sessions. Data were analyzed using multivariate analysis of covariance (MANCOVA). **Findings:** The results indicated that the intervention significantly increased academic entrepreneurial intention ($F = 25.62$, $p < .01$) and identity ($F = 19.28$, $p < .01$) among postgraduate students. **Conclusion:** The intervention, by enhancing process and coping self-efficacy, fostering adaptive career behaviors, encouraging career exploration and planning, and facilitating contextual and environmental influences, helped students to develop a stronger intention toward academic entrepreneurship and build their entrepreneurial identity.

Keywords: Social Cognitive Career Theory; Social Cognitive Career Self-Management Model; Academic Entrepreneurial Intention; Academic Entrepreneurial Identity

فصلنامه علمی پژوهشهای مشاوره
انجمن مشاوره ایران
جلد ۲۴، شماره ۹۳، بهار ۱۴۰۴
مقاله پژوهشی

e-issn: 4018-2717 p-issn: 400-2717X

DOI: 10.18502/qjcr.v24i93.19067

اثر بخشی مداخله‌ی مبتنی بر مدل خود مدیریتی شناختی ـ اجتماعی مسیر شغلی بر تمایل و هویت کارآفرینی تحصیلی در دانشجویان

راضیه امینی شلمزاری[۱]، احمد صادقی[۲]، پریسا نیلفروشان[۳]

۱. دکتری مشاوره، گروه مشاوره، دانشکده دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.
raziehamini123@gmail.com
۲. (نویسنده مسئول)، دکتری مشاوره شغلی، دانشیار، گروه مشاوره، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران. a.sadeghi@edu.ui.ac.ir
۳. دکتری مشاوره، دانشیار، گروه مشاوره، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.
p.nilforooshan@edu.ui.ac.ir

(صفحات ۴-۲۹)

چکیده

مقاله مستخرج از پایان‌نامه دکتری می‌باشد.

هدف: هدف پژوهش حاضر بررسی اثر بخشی مداخله‌ی مبتنی بر مدل خود مدیریتی شناختی ـ اجتماعی مسیر شغلی بر تمایل و هویت کارآفرینی تحصیلی در دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه اصفهان بود.

روش: پژوهش حاضر، نیمه آزمایشی با طرح پیش‌آزمون ـ پس‌آزمون با گروه گواه و گمارش تصادفی بود. جامعه آماری شامل تمامی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه اصفهان (سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱) بود که با روش نمونه گیری در دسترس ۳۰ نفر انتخاب شدند و به طور تصادفی در دو گروه آزمایش و گواه (۱۵ نفر) گمارده شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از مقیاس‌تمایل و هویت کارآفرینی تحصیلی استفاده شد. برای گروه آزمایش، مداخله‌ی مبتنی بر مدل خود مدیریتی شناختی ـ اجتماعی مسیر شغلی در ده جلسه‌ی ۹۰ دقیقه‌ای اجرا شد و داده‌ها با استفاده از تحلیل کواریانس چند متغیره، تجزیه و تحلیل شد.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که این مداخله، منجر به افزایش تمایل($p < ۰/۰۱$، F=۲۵/۶۲) و هویت کارآفرینی تحصیلی($p < ۰/۰۱$، F=۱۹/۲۸) در دانشجویان تحصیلات تکمیلی شده است.

نتیجه‌گیری: مداخله‌ی مبتنی بر مدل خود مدیریتی شناختی ـ اجتماعی مسیر شغلی، از طریق افزایش خودکارآمدی مقابله‌ای و فرآیندی، رشد رفتارهای مسیر شغلی انطباقی، تمرکز بر فعالیت‌های اکتشاف و طرح‌ریزی مسیر شغلی و تسهیل تاثیرات بافتی و محیطی، سبب می‌شود تا دانشجویان تمایل بیشتری به مسیر شغلی کارآفرینی تحصیلی داشته باشند و اقدام به ساخت و رشد هویت کارآفرینی تحصیلی کنند.

واژه‌های کلیدی: نظریه‌ی شناختی ـ اجتماعی مسیر شغلی، مدل خود مدیریتی شناختی ـ اجتماعی مسیر شغلی، تمایل کارآفرینی تحصیلی، هویت کارآفرینی تحصیلی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۲۱ ـ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۰۴

مقدمه

امروزه بیکاری دانشجویان یکی از مشکلات اصلی کشور ماست و اشتغال دانش آموختگان دانشگاهی در وضعیت نامناسبی است(موحدی و همکاران، ۱۳۹۲). به گونه‌ای که ۴۰/۳ درصد از کل جمعیت بیکار کشور را فارغ التحصیلان بیکار تشکیل می‌دهند (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۰). که دانشجویان به عنوان افراد متخصص، می‌توانند نقش موثری در پیشرفت کشور ایفا کنند، اما بیکار مانده‌اند، یا به مشاغل کاذب و اشتغال در زمینه‌های غیر تخصصی روی آورده‌اند. علت این امر نبود ظرفیت‌های مناسب برای جذب دانشجویان است (موحدی و همکاران، ۱۳۹۲). این بحران، در فارغ‌التحصیلان تحصیلات تکمیلی بیشتر است، زیرا با وجود افزایش سطح تخصص و دانش فنی آنها، هنوز جامعه فرصت‌های استخدامی متناسب با این سطح تخصص را فراهم نکرده و یا میزان آن بسیار اندک است (نیلسون[1]، ۲۰۱۹).

البته مشکل بیکاری دانشجویان بیشتر بدین علت است که نگرش‌های مربوط به مسیرهای شغلی جدید را کسب نکرده‌اند و منتظر شغل ثابت و رسمی‌اند (انوما[2]، ۲۰۱۶). این در حالی است که در سالهای اخیر، ساختارهای سنتی سازمانی و محیط کار تغییرات زیادی داشته و به سمت مسیرهای شغلی جدید گرایش پیدا کرده است (سالیوان و باروچ[3]، ۲۰۰۹). در این تغییرات، کارآفرینی[4]، انتخاب مسیرشغلی رایج در بین نسل جوان است و به عنوان یکی از انواع مسیرهای شغلی جدید در نظر گرفته می‌شود (بورتون و همکاران[5]، ۲۰۱۶). یکی از انواع مسیرهای شغلی کارآفرینانه، مسیر شغلی کارآفرینی تحصیلی[6] است. در سالهای اخیر با رشد حمایت‌های سازمانی، تحصیل

1. Nilsson
2. Onuma
3. Sullivan, & Baruch
4. entrepreneurship
5. Burton, & et al
6. academic entrepreneurship pathway

ارتباط مستقیم‌تری با صنعت و تجارت پیدا کرده است (گو و همکاران[1]، ۲۰۱۹) و تعداد زیادی از رشته‌های تحصیلی از تمرکز صرف بر آموزش و پژوهش، عبور کرده‌اند و به دنبال تجاری‌سازی فعالیت‌های پژوهشی و تحصیلی‌اند (لام[2]، ۲۰۱۱). این نوع فعالیت‌های تجاری نشأت گرفته از پژوهش، کارآفرینی تحصیلی[3] نامیده می‌شود (گو و همکاران، ۲۰۱۹). این مفهوم نخستین بار توسط رابرتز[4] در سال۱۹۹۱ ارائه شد. وی کارآفرینی تحصیلی را فرآیند پیوند دانش با صنعت می‌داند که در نتیجه فرد یا گروه از طریق کار به دانشگاه یا مرکز پژوهشی متصل می‌شود و با استفاده از خلاقیت در دانش، کسب‌وکار مخاطره‌آمیزی را راه‌اندازی می‌کند (میراندا و همکاران[5]، ۲۰۱۷).

مسیرشغلی کارآفرینی تحصیلی راه مناسبی برای انتقال دانش آکادمیک به خدمات و تولیدات تجاری است. اما با این وجود تعداد اندکی از دانشجویان و پژوهشگران تمایل به کسب‌وکار کارآفرینانه دارند و بیشتر مایل‌اند تا درگیر انتخاب‌های سنتی مسیر شغلی (پژوهش تمام وقت یا اخذ گواهی ثبت اختراع بدون تجاری‌سازی) شوند (آدلوو و سورج لال[6]، ۲۰۲۰). لازمه‌ی حل این مشکل، ایجاد تمایلات و هویت کارآفرینی تحصیلی در دانشجویان است. یکی از مهمترین پیش‌بینی‌کننده‌های رفتار کارآفرینی تحصیلی، تمایلات کارآفرینانه است (آزگل و کندی[7]، ۲۰۱۶) که به معنای گرایش افراد برای ایجاد کسب‌وکار کارآفرینانه‌ی جدید به جای استخدام شدن است (وارد و همکاران[8]، ۲۰۱۹).

لازم به ذکر است که هویت دانشجویان، نیز نقش مهمی در ایجاد تمایل به

1. Guo, & et al
2. Lam
3. academic entrepreneurship
4. Roberts
5. Miranda, & et al
6. Adelowo, & Surujlal
7. Ozgul, & Kunday
8. Ward, & et al

فعالیت‌های کارآفرینانه دارد (اوربان و چانستون[1]، ۲۰۱۹). هویت کارآفرینانه، سبب افزایش تمایل به فعالیت‌های کارآفرینی (وانگ و همکاران[2]، ۲۰۲۱)، شناسایی فرصت‌ها، سازماندهی منابع و در نهایت راه‌اندازی کسب‌وکار جدید می‌شود (اوکانی و همکاران[3]، ۲۰۱۹). بنابراین لازم است که دانشجویان در کنار هویت علمی و پژوهشی، به هویت کارآفرینانه دست پیدا کنند. منظور از هویت کارآفرینی تحصیلی، زمینه‌ای است که دانشجو یا محصل خودش را با نقش کارآفرین تعریف می‌کند (هکمن و همکاران[4]، ۲۰۰۹).

اکثر پژوهش‌ها به فهم مفهوم کارآفرینی تحصیلی و بررسی متغیرهای موثر در آن پرداخته‌اند و پژوهشی که به اثربخشی رویکردهای مداخله‌ای پرداخته باشد، یافت نشد. اما در الگوهای کارآفرینی غیرتحصیلی، اثربخشی رویکردهای مختلف بررسی شده است که یکی از این رویکردها، نظریه‌ی شناختی ـ اجتماعی مسیرشغلی[5] (لنت و همکاران[6]، ۱۹۹۴، ۲۰۰۰) است (لینان و فایول[7]، ۲۰۱۵؛ لیگوری و همکاران[8]، ۲۰۱۸). مدل شناختی ـ اجتماعی خودمدیریتی مسیرشغلی[9] (لنت و براون، ۲۰۱۳) به دنبال بررسی این موضوع است که تاثیرات بافتی، فردی و شناختی چگونه سبب رشد مسیرشغلی می‌شود، در شرایط اقتصادی بی‌ثبات، افراد چگونه می‌توانند گذار موفقیت‌آمیزی از دانشگاه به کار داشته باشند، مهارت‌های انطباق‌پذیر کسب کنند و در مواجهه با سختی‌ها تاب‌آور شوند (مورفی و همکاران[10]، ۲۰۱۰). بنابراین تاکید این مدل بر رشد و رفتارهای انطباقی[11]،

1. Urban, & Chantson
2. Wang, & et al
3. O'Kane, & et al
4. Hekman, & et al
5. career social cognitive counseling
6. Lent, & et al
7. Liñán, & Fayolle
8. Liguori, & et al
9. social cognitive career model of self-management
10. Murphy, & et al
11. adaptive behaviors

منابع، صلاحیت‌ها[1] و رفتارهای تقویت خودتنظیمی[2] افراد در مدیریت مسیرشغلی (تولنتیو و همکاران[3]، ۲۰۱۴) و عاملیت فردی (وندلینگ و ساگاس[4]، ۲۰۲۰) است.

طبق این مدل، رفتارهای انطباقی مانند پرداختن به اکتشاف مسیرشغلی یا فعالیت های کاریابی از خودکارآمدی، پیامدهای مورد انتظار، اهداف، حمایت‌ها و موانع محیطی تاثیر می‌پذیرد. عوامل فردی ـ شناختی (خودکارآمدی مقابله‌ای و فرآیندی، پیامدهای مورد انتظار و اهداف)، و عوامل شخصیتی و بافتی (تاثیرات بافتی، موانع و حمایت‌های محیطی و ویژگی‌های شخصیتی) بر روی رفتارهای مسیرشغلی انطباقی و پیامدهای آن تاثیر می‌گذارد (لنت و همکاران، ۲۰۱۶). بر اساس این مدل، تمایلات و اهداف، خودکارآمدی و سوابق کارآفرینانه‌ی قبلی افراد، بر فرآیند انتخاب مسیرشغلی کارآفرینانه تاثیر می‌گذارد (پرز ـ لوپز و همکاران[5]، ۲۰۱۹)، وظایف رشدی با رفتارهای کارآفرینانه‌ی در حال رشد (اقداماتی که افراد قبل از راه‌اندازی کسب‌وکار انجام می دهند) ارتباط دارد (فارمر و همکاران[6]، ۲۰۱۱) و رفتارهای اکتشافی نیز به رشد مفهومی و هویتی ایده‌ی کارآفرینانه اشاره دارد (دیویدسون[7]، ۲۰۰۶). دسته‌ی دوم رفتارهای انطباقی خودمدیریتی، شامل فرآیندها و مهارت‌های مقابله‌ای و رفتارهای مقابله‌ای تاب‌آور سبب تسهیل تصمیم‌گیری برای کارآفرین شدن می‌شود (برناد و باربوسا[8]، ۲۰۱۶).

با توجه به توانایی بالای مدل خود مدیریتی در تبیین رفتارهای کارآفرینانه، به نظر می‌رسد که طراحی مداخله مبتنی بر این مدل بتواند نقش موثری در ارتقا تمایلات و هویت کارآفرینی تحصیلی داشته باشد. نظر به این امر و با توجه به اینکه نرخ بیکاری در

1. competence
2. self-regulation
3. Tolentino, & et al
4. Wendling, & Sagas
5. Pérez-López, & et al
6. Farmer, & et al
7. Davidsson
8. Bernard, & Barbosa

کشـور ایـران افـزایش زیـادی داشـته اسـت (مرکـز ملـی آمـار، ۱۴۰۱) و بحـران بیکـاری دانشجویان، تبدیل به یکی از معضلات اصلی کشور ما شده است (موحدی و همکاران، ۱۳۹۲)، لازم است برای حل مشکلات شغلی دانشجویان، راه‌حل‌هایی در نظر گرفته شود. یکی از اقدامات موثر در این زمینه سوق دادن افراد به سمت مسیر شغلی کارآفرینی تحصیلی است. علارغم اینکه مفهوم کارآفرینی تحصیلی در پژوهش‌های خارجی به میزان زیادی مورد بحث و بررسی قرار گرفته است (گو و همکاران، ۲۰۱۹؛ کالار و آنتونیک[1]، ۲۰۱۵؛ دیانز-گونزالز و کاملو ـ ارداز[2]، ۲۰۱۹)، پژوهشی که این مفهوم را در حیطه مشاوره مسیر شغلی بررسی کرده باشد یافت نشد.

باید توجه داشت که حل مشکلات گذار دانشگاه به کار در دانشجویان تحصیلات تکمیلی نیازمند این امر است که ذهنیت مسیر شغلی سنتی در آنها تغییر کند و با ایجاد تمایل و هویت کارآفرینی تحصیلی به آنها کمک شود بر مسیرهای شغلی کارآفرینانه و فعالیت‌های شغلی نشات گرفته از کارآفرینی تحصیلی تمرکز کنند و به دنبال شناسایی و خلق فرصت‌های شغلی باشند، تا از این طریق، مشکلات گذار دانشگاه به کار را حل و فصل نمایند. لذا ضرورت دارد مشاوران حوزه‌ی مسیرشغلی به منظور حل مشکلات شغلی و شناسایی و شکوفا کردن توانمندی‌های بالقوه دانشجویان تحصیلات تکمیلی، به دنبال چگونگی پرورش و افزایش تمایلات و هویت کارآفرینی تحصیلی در آنها باشند. با توجه به اهمیت، حساسیت و خلاء پژوهشی موجود در این زمینه، نیاز به طراحی مداخله برای کمک به دانشجویان در مسیر اشتغال و پاسخی برای مسأله گذار دانشگاه به کار است. بنابراین، سوال اصلی پژوهش حاضر این است که آیا مداخله‌ی مبتنی بر مدل خود مدیریتی شناختی ـ اجتماعی مسیر شغلی بر تمایل و هویت کارآفرینی تحصیلی دانشجویان تاثیر دارد؟

1. Kalar, & Antoncic
2. Diánez-González, & Camelo-Ordaz

روش پژوهش

روش پژوهش، جامعه آماری و نمونه: روش پژوهش حاضر، نیمه آزمایشی با طرح پیش آزمون ـ پس‌آزمون با گروه گواه و گمارش تصادفی بود. جامعه آماری شامل دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه اصفهان بود که در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ مشغول به تحصیل بودند. روش نمونه‌گیری به صورت در دسترس بود. بدین صورت که پس از اعلام فراخوان از طریق مرکز بالندگی مسیر شغلی دانشجویان (CDC) دانشگاه اصفهان، از دانشجویان تحصیلات تکمیلی برای شرکت در این کارگاه دعوت شد. ملاک‌های ورود به این پژوهش عبارت بود از: رضایت شرکت‌کنندگان، دانشجوی کارشناسی ارشد یا دکتری بودن، نداشتن اختلالات شخصیتی و روانی بر اساس مصاحبه بالینی مبتنی بر DSM-5 (فرست و همکاران[1]، ۲۰۱۷). ملاک‌های خروج از نمونه نیز عبارت بود از: شرکت در سایر مداخلات مشاوره‌ای به طور همزمان یا طی یک ماه گذشته، غیبت بیش از دو جلسه، عدم همکاری در انجام تکالیف و تمرین‌ها. پس از تکمیل ثبت نام، با در نظر گرفتن احتمال ریزش و حجم ذکر شده برای پژوهش‌های تجربی در منابع (گال و همکاران، ۲۰۰۶، ترجمه نصر و همکاران، ۱۳۸۴) حجم نمونه‌ی ۱۵ نفری برای هر گروه در نظر گرفته شد و کفایت حجم نمونه بر اساس توان آماری(۰/۹۹) بدست آمده در تحلیل داده‌ها تایید گردید.

پس از تعیین حجم نمونه، دانشجویان به طور تصادفی در دو گروه آزمایش و گواه، جایگذاری شدند. هر دو گروه پیش از شروع مداخله، ابتدا افراد فرم رضایت آگاهانه را تکمیل کردند و به آنها این اطمینان داده شد که هر زمانی مایل بودند می‌توانند از ادامه شرکت در جلسات انصراف بدهند. جلسات برای گروه آزمایش بر اساس متون نظری و مدل خود مدیریتی شناختی ـ اجتماعی مسیر شغلی که توسط لنت و براون (۲۰۱۳، ۲۰۱۹) ارائه شده است، تهیه شد. ابتدا محتوای مداخله به شش نفر از متخصصان

1. First, & et al

مشاوره شغلی ارائه شد و نظرات آنها در محتوای جلسات اعمال شد و در نهایت به تایید آنها رسید.

برای بررسی روایی محتوایی به شکل کمی از روش لاوشه و فرمول ضریب نسبی روایی محتوایی[1] (CVR) استفاده شد (لاوشه[2]، ۱۹۷۵). بر این اساس به ده نفر از متخصصان مشاوره شغلی، پرسشنامه‌ای با گزینه‌های ضروری است، مفید است اما ضروری نیست، ضرورتی ندارد، ارائه شد. در نهایت تمام جلسات تایید گردید و ۱۰جلسه با ضریب روایی قابل قبول در مداخله قرار داده شد (ضریب روایی جلسات اول تا سوم: ۱، جلسات چهارم تا ششم: ۰/۸۰، جلسات هفتم و هشتم: ۱، جلسه نهم: ۰/۸۰ و جلسه دهم: ۱ به دست آمد). مداخله به صورت هفتگی و در ده جلسه‌ی ۹۰ دقیقه‌ای برگزار شد. در طی این مدت گروه گواه، مداخله‌ای دریافت نکرد. به منظور رعایت اخلاق با افراد گروه گواه هماهنگ شد تا بعد از پایان پژوهش، جلسات مشاوره فردی برای آنها برگزار خواهد شد. پس از پایان مداخله، از هر دو گروه پس‌آزمون گرفته شد. داده‌ها با استفاده از روش تحلیل کواریانس چند متغیره و نرم‌افزار SPSSتحلیل شد. محتوای مداخله‌ی مبتنی بر مدل خود مدیریتی شناختی ـ اجتماعی مسیر شغلی در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. خلاصه محتوای جلسات مداخله‌ی مبتنی بر مدل خود مدیریتی شناختی ـ اجتماعی مسیر شغلی (لنت و براون، ۲۰۱۳)

موضوع جلسات	محتوای جلسات
جلسه‌ی اول: مصاحبه‌ی ورودی و آشنایی اولیه	معرفی اعضاء، کسب اطلاعات زمینه‌ای، تصریح اهداف، انتظارات و تعهدات، سنجش وضعیت افراد در خصوص سوابق و پیامدهای تصمیم گیری مسیرشغلی، بررسی وضعیت خودکارآمدی، موانع و حمایت‌های واقعی و حمایت‌های ادراکی موجود در زندگی افراد از طریق سوالات مناسب و باز پاسخ، ارائه تکلیف(تحلیل سه موقعیت تصمیم‌گیری) و بازخورد

1. content validity ratio (CVR)
2. Lawshe

موضوع جلسات	محتوای جلسات
جلسات دوم و سوم: افزایش خودکارآمدی فرآیندی و مقابله‌ای	بیان تجارب موفق خودکارآمدی مقابله‌ای، نوشتن نامه تشکر به خویش در خصوص خودکارآمدی‌های مقابله‌ای، شناخت الگوهای موفق در زمینه‌ی خودکارامدی مقابله‌ای و فرآیندی، ایجاد تجربیات موفق بسنده و تهیه لیست مشکلات و موانع، ارائه تکلیف(تکمیل پرسشنامه خودکارآمدی) و بازخورد
جلسات چهارم و پنجم: آموزش مهارت‌های مقابله‌ای	ارائه اطلاعات در خصوص سبک‌های تبیینی خوش‌بینانه و بدبینانه، خصوصیات افراد خوش‌بین و بدبین و تاثیرات آن بر زندگی، آموزش و تمرین تکنیک A-B-C (شناسایی و ارزیابی افکار، احساسات و حوادث ناگوار)، آموزش مهارت مناظره با خود، ارائه تکلیف(تکمیل فرم تحلیل افکار) و بازخورد
جلسه‌ی ششم: هدف گزینی و تعریف رفتار	تنظیم اهداف مسیرشغلی، توضیح چرخه‌ی زندگی-مسیرشغلی، ویژگی‌ها و وظایف مربوط به مراحل آن، تعیین اهداف مسیر شغلی یکساله، پنج ساله و ده ساله با توجه به این چرخه، ارزیابی پیامدهای مورد انتظار، تعیین گام‌های رفتاری مبتنی بر هدف‌های تعیین شده، ارائه تکلیف(تکنیک انتشار خبر) و بازخورد
جلسه‌ی هفتم: طرح‌ریزی مسیرشغلی	تمرکز بر تصمیمات مهم زندگی با استفاده از تکنیک ترسیم خط زندگی، استفاده از تکلیف برنامه‌های آینده، تکنیک کنترل حوادث ناشی از شانس و مدیریت مسیر شغلی، شناسایی آموزش‌های مورد نیاز، ارائه تکلیف(تحلیل رویدادهای خط زندگی) و بازخورد
جلسه‌ی هشتم: تاثیرات بافتی	شناسایی حمایت‌های مهم در زندگی، ترسیم نقشه‌ی منابع حمایتی، آموزش مهارت شبکه‌سازی، شناسایی تاثیرات شبکه‌سازی بر طرح مسیرشغلی آینده، شناسایی حلقه‌های ارتباطی مختلف زندگی و ترسیم مجدد نقشه‌ی منابع حمایتی با تمرکز بر چشم‌انداز آینده نگر، شناسایی و دسته‌بندی موانع، ارائه تکلیف (تمرین مهارتهای شبکه سازی)و بازخورد
جلسه‌ی نهم: آموزش مهارت‌های خودتنظیمی	توضیح مفهوم خودتنظیمی و اثرات آن بر مسیرشغلی، آموزش مهارت‌های مدیریت زمان از طریق تعیین الویت‌های چهارگانه، قضاوت و ارزیابی راهبردهای اجرایی خویش و میزان دستیابی به اهداف برنامه‌ریزی شده، ارائه تکلیف(تکنیک مصاحبه خبری) و بازخورد

موضوع جلسات	محتوای جلسات
جلسه‌ی دهم: اختتام و ارزیابی نتایج	سنجش کلی بازخورد اعضا از جلسات، رفع مشکلات باقی مانده از جلسات قبل، ارزیابی توانایی مراجع درهدف گزینی، تعریف رفتار، خودمدیریتی مسیرشغلی و رشد رفتارهای انطباقی، اجرای پس آزمون

ابزار

مقیاس تمایل کارآفرینی تحصیلی (AEI): گوتنر و همکاران[1] (۲۰۱۲)، با استفاده از مقیاس سه گویه‌ای کرونگر و همکاران[2] (۲۰۰۰) به طراحی مقیاس تمایل کارآفرینی تحصیلی[3] پرداختند که نگرش‌های محققان به تجاری‌سازی نتایج پژوهش و راه‌اندازی کسب‌وکار را می‌سنجد. پاسخگویی به گویه‌های این مقیاس با استفاده از طیف پنج درجه‌ای لیکرت صورت می‌گیرد (از شدیدا موافقم: ۵، تا شدیدا مخالفم:۱). حداکثر نمره در این مقیاس ۱۵ و حداقل نمره، ۳ است (گوتنر و همکاران، ۲۰۱۲). در پژوهش امینی شلمزاری (۱۴۰۱) روایی همگرایی این مقیاس با نمره‌ی مقیاس هویت کارآفرینی تحصیلی ۰/۶۱ ($p < ۰/۰۱$). و ضریب پایایی از طریق برآورد ضریب آلفای کرونباخ[4] ۰/۸۵ به دست آمد. در پژوهش گوتنر و همکاران (۲۰۱۲) نمره پایایی ۰/۸۶ و در پژوهش فرناندز-پرلز و همکاران[5] (۲۰۱۴) ۰/۷۶ گزارش شده است.

مقیاس هویت کارآفرینی تحصیلی (EIA): مقیاس هویت کارآفرینی تحصیلی[6] توسط گو و همکاران (۲۰۱۹) طراحی شد و به زمینه‌ای اشاره دارد که یک محصل حس یکانگی و انسجام با نقش‌اش را به عنوان یک کارآفرین تحصیلی تجربه می‌کند. این مقیاس شش گویه‌ای، با اقتباس از مقیاس هکمن و همکاران(۲۰۰۹) طراحی شده است. پاسخگویی

1. Goethner, & et al
2. Krueger, & et al
3. academic entrepreneurial intentions
4. Cronbach α
5. Fernández-Pérez, & et al
6. entrepreneur identification of academics

به این مقیاس یر اساس طیف لیکرت ۵ درجه‌ای انجام می‌شود (از شدیدا موافقم: ۵، تا شدیدا مخالفم: ۱). حداکثر نمره ۳۰ و حداقل نمره ۶ است (گو و همکاران، ۲۰۰۹). گو و همکاران (۲۰۱۹) ضریب پایایی این مقیاس را از طریق برآورد ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۱ و زو و همکاران[1] (۲۰۱۹) مقدار این ضریب را ۰/۸۷ گزارش کرده‌اند. در پژوهش امینی شلمزاری (۱۴۰۱) نیز ضریب پایایی این مقیاس ۰/۸۲ به دست آمد و با بررسی ساختار عاملی، مشخص شد که مدل تک عاملی مرتبه اول در مقیاس هویت کارآفرینی تحصیلی مورد تایید است.

یافته‌ها

در این پژوهش ۳۰ نفر از دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه اصفهان از رشته های مختلف (مهندسی پزشکی، ژنتیک، میکروبیولوژی، حسابداری، روان‌شناسی، شیمی، مهندسی برق، زیست، مهندسی شیمی، ژنتیک، مشاوره) شرکت کردند. ۱۵ نفر از آنها در گروه آزمایش (۱۱ زن و ۴ مرد) به طور تصادفی جایگذاری شدند. که از این میان ۹ نفر دانشجوی کارشناسی ارشد و ۶ نفر دانشجوی دکتری بودند. ۱۵ نفر نیز به طور تصادفی در گروه گواه (۱۲ زن و ۳ مرد) جایگذاری شدند که از این میان ۱۰ نفر دانشجوی کارشناسی ارشد و ۵ نفر دانشجوی دکتری بودند. میانگین سنی گروه آزمایش ۲۷/۸ و گروه گواه ۲۵/۷ بود. یافته های توصیفی، شامل میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای پژوهش به تفکیک گروه‌ها در پیش‌آزمون و پس‌آزمون در جدول ۲ گزارش شده است.

جدول ۲. میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای پژوهش به تفکیک گروه‌ها در پیش‌آزمون و پس‌آزمون

متغیرگروه	مرحله	گروه	میانگین	انحراف استاندارد
تمایل کارآفرینی تحصیلی	پیش آزمون	آزمایش	۹/۸۰	۱/۴۷
		گواه	۹/۱۰	۲/۳۳
	پس آزمون	آزمایش	۱۳	۱/۳۳

1. Zou, & et al

متغیرگروه	مرحله	گروه	میانگین	انحراف استاندارد
		گواه	۹/۹۰	۲/۳۷
هویت کارآفرینی تحصیلی	پیش آزمون	آزمایش	۱۷/۷۰	۱/۵۶
		گواه	۱۸/۹۰	۳/۳۴
	پس آزمون	آزمایش	۲۳/۹۰	۱/۸۵
		گواه	۲۰	۳/۸۳

بر اساس نتایج، مقادیر آزمون کولموگروف ـ اسمیرنوف برای متغیرهای وابسته، در هیچ یک از مراحل پیش آزمون و پس آزمون در گروه‌های مداخله و گواه معنادار نبود ($p >$ ۰/۰۵). که این مطلب موید فرض صفر مبتنی بر نرمال بودن توزیع نمرات در متغیرهای تمایل و هویت کارآفرینی تحصیلی در گروههای مداخله و گواه است. به منظور استفاده از آزمون‌های پارامتریک برای بررسی تساوی واریانس از آزمون لوین استفاده شد. که موید فرض صفر مبتنی بر برابری واریانس‌های خطا در دو گروه پژوهشی است($p >$ ۰/۰۵، F=۲۷). جهت بررسی وجود رابطه خطی بین متغیر همپراش و وابسته، مقدار F در دو متغیر بررسی شد که این مقدار برای متغیر تمایل کارآفرینی تحصیلی($p >$ ۰/۰۵، F=۶/۳۹) و برای هویت کارآفرینی تحصیلی($p >$ ۰/۰۵، F=۴/۰۲) به دست آمد. با توجه به اینکه احتمال مقدار F در عامل خطی بودن، از ۰/۰۵ بیشتر نشده است، بین متغیرها رابطه خطی وجود دارد. مقدار همبستگی پیرسون بین متغیرهای همپراش از ۰/۸۰ کمتر و نشان دهنده‌ی وجود همبستگی بین متغیرهای همپراش است ($p >$ ۰/۰۵، r=۰/۲۸۱). نتیجه آزمون ام باکس(F = ۲/۱۰ و $p >$ ۰/۰۵) بیانگر برابری ماتریس‌های کوواریانس مشاهده شده متغیرهای وابسته در بین گروه‌های مختلف است. در ادامه نتایج آزمون‌های چهارگانه تحلیل کوواریانس چند متغیری در جدول ۴ گزارش شده است.

جدول ۴. نتایج آزمون‌های چهارگانه تحلیل کوواریانس چندمتغیری

نام آزمون	مقدار	F	df فرضیه	df خطا	سطح معناداری	توان آزمون
اثر پیلایی	۰/۶۶۷	۱۳/۰۴	۲	۱۳	۰/۰۰۱	۰/۹۸۶
لامبدای ویلکز	۰/۳۳۳	۱۳/۰۴	۲	۱۳	۰/۰۰۱	۰/۹۸۶
اثر هتلینگ	۲/۰۰۷	۱۳/۰۴	۲	۱۳	۰/۰۰۱	۰/۹۸۶
بزرگترین ریشه روی	۲/۰۰۷	۱۳/۰۴	۲	۱۳	۰/۰۰۱	۰/۹۸۶

نتایج آزمون‌های چهارگانه تحلیل کوواریانس چند متغیری نشان داد که مقادیر آزمون‌های اثر پیلایی (۰/۶۶۷)، لامبدای ویلکز (۰/۳۳۳)، اثر هتلینگ (۲/۰۰۷)، و بزرگترین ریشه روی (۲/۰۰۷) معنادار است (p < ۰/۰۵). معناداری این آزمون‌ها نشان می دهد حداقل در یکی از متغیرهای تمایل و هویت کارآفرینی تحصیلی، بین میانگین‌های نمرات پس آزمون گروه آزمایش و گروه گواه تفاوت وجود دارد. برای بررسی بیشتر، نتایج تحلیل جزیی‌تر تحلیل کوواریانس در جدول ۳ ارایه گردیده است.

جدول ۳. نتایج تحلیل کوواریانس چندمتغیری مداخله مبتنی بر مدل خود مدیریتی شناختی ـ اجتماعی مسیر شغلی بر میزان نمرات متغیرهای پژوهش

منبع تغییر	متغیر وابسته	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معناداری	مجذور اتا	توان آزمون
اثر پیش آزمون	تمایل به کارآفرینی تحصیلی	۳۵/۶۱	۱	۳۵/۶۱	۲۶/۹۰	۰/۰۰۱	–	۰/۹۹۸
	هویت کارآفرینی تحصیلی	۵۵/۰۲	۱	۵۵/۰۲	۷/۴۸	۰/۰۱۶	–	۰/۷۲۱
اثر مداخله	تمایل به کارآفرینی تحصیلی	۳۳/۷۹	۱	۳۳/۷۹	۲۵/۵۲	۰/۰۰۱	۰/۶۴	۰/۹۹۷
	هویت کارآفرینی تحصیلی	۹۵/۷۱	۱	۹۵/۷۱	۱۳/۰۲	۰/۰۰۳	۰/۴۸	۰/۹۱۸

نتایج تحلیل کوواریانس چند متغیره نشان داد پس از کنترل تاثیرات نمرات پیش آزمون، مقدار آزمون برای مقایسه بین دو گروه مداخله‌ی مسیر تولد کارآفرینی و گواه در تمایل به کارآفرینی تحصیلی($p < ۰/۰۱$، F=۲۵/۶۲) و هویت کارآفرینی تحصیلی($p < ۰/۰۱$، F=۱۹/۲۸) (F= ۱۹/۲۸) به لحاظ آماری معنادار است. معناداری آزمون تحلیل کوواریانس و میانگین نمرات پس آزمون‌های تمایل و هویت کارآفرینی تحصیلی برای گروه مداخله و گواه، نشان می‌دهد که مداخله‌ی مبتنی بر مدل خود مدیریتی شناختی ـ اجتماعی مسیر شغلی تاثیر معناداری بر متغیرهای وابسته داشته و باعث افزایش میانگین نمرات در پس آزمون گردیده است.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش بررسی اثربخشی مداخله‌ی مبتنی بر مدل خود مدیریتی شناختی ـ اجتماعی مسیر شغلی بر هویت و تمایل کارآفرینی تحصیلی در دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه اصفهان بود. نتایج نشان داد که این مداخله بر افزایش تمایل و هویت کارآفرینی تحصیلی دانشجویان تحصیلات تکمیلی تاثیر معنادار داشته است. علارغم عدم انجام پژوهش‌های تجربی در زمینه طراحی مداخله تربیت کارآفرین پژوهش‌های متعدد همبستگی نشان داده‌اند که بین نظریه‌ی شناختی ـ اجتماعی و مدل خود مدیریتی شناختی ـ اجتماعی مسیر شغلی با متغیرهای موثر بر تمایل کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد. از جمله می‌توان به ایپ و همکاران[1]، (۲۰۲۱)؛ بلچیور و لیونز[2]، (۲۰۲۱)؛ پرز-لوپز و همکاران، (۲۰۱۹)؛ تران و وان‌کورفلش[3]، (۲۰۱۶)؛ لوک[4]، (۲۰۲۰)؛ لیکزنرسکا و زییماناسکی[5]، (۲۰۲۲) و هو[6]، (۲۰۲۰) اشاره کرد که معتقدند مداخله‌ی

1. Ip, & et al
2. Belchior, & Lyons
3. Tran, & Von Korflesch
4. Luc
5. Licznerska, & Ziemianski
6. Ho

مبتنی بر مدل خودمدیریتی شناختی ـ اجتماعی مسیر شغلی، با تاکید بر مولفه‌هایی چون خودکارآمدی فرآیندی و مقابله‌ای، رفتارهای مسیرشغلی انطباقی (از جمله فرآیندها، مهارت‌های مقابله‌ای و مهارت‌های خود تنظیمی)، هدف‌گذاری و فعالیت های اکتشاف مسیر شغلی، تمرکز بر فرآیند و طرح‌ریزی مسیر شغلی، تاثیرات بافتی و حمایت‌های محیطی، با تمایلات و هویت کارآفرینی تحصیلی در دانشجویان رابطه دارد.

در ادامه به تبیین ارتباط بین تمایل و هویت کارآفرینی و مولفه‌های مدل خود مدیریتی شناختی ـ اجتماعی پرداخته می‌شود. نتایج پژوهش‌ها نشان داده است که بین خودکارآمدی و تمایلات کارآفرینانه، ارتباط مثبتی وجود دارد (شوک و براتیانو[1]، ۲۰۱۰؛ مک گی و همکاران[2]، ۲۰۰۹، رضاپور میرصالح و همکاران،۱۳۹۹). تقویت خودکارآمدی فرآیندی که بخشی از مدل خود مدیریتی شناختی ـ اجتماعی مسیر شغلی است سبب می‌شود تا افراد میزان توانایی خویش برای ورود به مسیرهای شغلی جدید را در سطح بالاتری تخمین بزنند و تقویت خودکارآمدی مقابله‌ای نیز سبب می‌شود تا توانایی فرد برای عبور از موانع خاص افزایش پیدا کند (لنت و براون، ۲۰۱۳). بنابراین افراد مطمئن می شوند که اگر در مسیر شغلی کارآفرینی تحصیلی با مانعی روبه‌رو شدند، قادر خواهند بود تا از آن عبور کنند. همچنین این دو نوع خودکارآمدی از طریق انگیزه بخشی به خویشتن، نقش موثری در شکل‌دهی به هویت کارآفرینانه دارند. زیرا به افراد کمک می‌کنند تا به خودآگاهی، خود پایشی[3] و کشف علایق درونی دست پیدا کنند (بیبر[4]، ۲۰۲۰).

از سویی دیگر، این مدل با پرداختن به رفتارهای مسیر شغلی انطباقی (مهارت‌های مقابله‌ای و خود تنظیمی) نقش موثری در ارتقا تمایلات و هویت کارآفرینانه ایفا می‌کند. این رفتارهای مسیر شغلی انطباقی به افراد اجازه می‌دهد تا با موفقیت، گذارهای

1. Shook, & Bratianu
2. McGee, & et al
3. self-monitoring
4. Biber

مسیرشغلی[1] را پشت سربگذارند و از موقعیت‌های دشوار و چالش برانگیز عبور کنند (پرز-لوپز و همکاران، ۲۰۱۹). یکی از اجزای اصلی مداخلات مهارت‌های مقابله‌ای، مداخلات روانشناختی مثبت‌نگر[2] است. نتایج پژوهش‌ها نشان داده‌اند که بین مهارت مقابله‌ای خوش‌بینی و تمایلات و هویت کارآفرینانه ارتباط مثبتی وجود دارد (بالوکو و همکاران[3]، ۲۰۱۹؛ گارسیا و همکاران[4]، ۲۰۱۷؛ رضاپور میرصالح و همکاران،۱۳۹۹). زیرا افراد اهداف مسیر شغلی بالاتری را برای خویش در نظر می‌گیرند و با ایده‌آل‌های بالاتری به طرح‌ریزی و اکتشاف مسیر شغلی بپردازند و تمایل بیشتری به ساخت هویت و تصمیم‌گیری کارآفرینانه نشان می‌دهند (دیپرتو و همکاران[5]، ۲۰۰۷).

از دیگر رفتارهای مسیر شغلی انطباقی، مهارت‌های خود تنظیمی است. در واقع خودتنظیمی جز رفتارهای کنشی[6] و از جمله وظایف رشدی[7] افراد محسوب می‌شود (لنت و براون، ۲۰۱۳). یادگیری مهارت‌های خود تنظیمی، سبب فراهم شدن تمایلات و انگیزه‌ی لازم برای رسیدن به اهداف و افزایش خودکنترلی در حیطه‌های هویتی از طریق رفتارهای هدفمند و ارزش‌محور می‌شود (برکمن و همکاران[8]، ۲۰۱۷). نتایج پژوهشها نشان داده است که بین مهارت‌های خودتنظیمی و تمایلات و هویت کارآفرینی ارتباط مثبتی وجود دارد (برکمن و همکاران، ۲۰۱۷؛ برزونسکی و پاپینی[9]، ۲۰۱۴). بنابراین ظرفیت ها و مهارت‌های خود تنظیمی این امکان را برای افراد فراهم می‌کنند، که مکانیزم‌های لازم برای ساخت هویت کارآفرینانه را کسب کنند (فارمر و همکاران، ۲۰۱۱).

همچنین این مداخله با تمرکز بر فرآیند مسیر شغلی (هدف‌گذاری و طرح‌ریزی

1. career transition
2. psychology interventions
3. Baluku, & et al
4. García, & et al
5. DiPietro, & et al
6. proactive
7. developmental task
8. Berkman, & et al
9. Berzonsky, & Papini

مسیر شغلی)، به پیشرفت شغلی و تحصیلی افراد کمک می‌کند. طرح‌ریزی مسیرشغلی، از جمله صلاحیت‌های[1] موثر در رشد مسیرشغلی دانشجویان است و به خود ارزیابی و تقویت نقاط قوت و اجتناب از نقاط ضعف افراد کمک می‌کند. هدف‌گذاری و طرح ریزی به رشد فعالیت‌های اکتشاف مسیرشغلی[2] کمک می‌کند (لنت و براون، ۲۰۱۳). نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که بین هدف گذاری و طرح‌ریزی مسیرشغلی با تمایل و هویت کارآفرینی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد (گرکو و کرایمر[3]، ۲۰۲۰؛ بانرجی و همکاران[4]، ۲۰۲۰). زمانی که افراد آگاهی بیشتری از اهدافشان داشته باشند، به این معناست که خود-دانشی[5] و خودآگاهی بالاتری دارند و همین امر سبب شفافیت و تسهیل تمایلات و هویت افراد می‌شود و به دنبال آن از طریق طرح ریزی مسیر شغلی به خود ارزیابی، کشف فرصت‌ها و ساخت اهداف می‌پردازند و در نهایت بیشتر احتمال دارد که دست به انتخاب مسیر شغلی یا تغییر آن بزنند (وان‌اوجیک و وبر[6]، ۲۰۲۱).

حمایت‌های محیطی نیز نقش مهمی در افزایش تمایلات کارآفرینی تحصیلی دارند (ابوبکر و رنجینی[7]، ۲۰۲۰؛ علی و یوسف[8]، ۲۰۱۹). حمایت‌های محیطی به طور مستقیم اهداف و اقدامات را افزایش می‌دهند و سبب تقویت خودکارآمدی و نتایج مورد انتظار می‌شوند. به طور کل تاثیرات بافتی مانند عکس العمل افراد مهم و دسترسی به منابع محیطی، به طور مستقیم پیامدها و رفتارهای انطباقی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. بنابراین شناسایی، پرورش و ارتقا حمایت‌های محیطی از جمله عوامل موثر در افزایش عاملیت[9] و رفتارهای خودمدیریتی است (لنت و براون، ۲۰۱۳). زمانی که دانشجویان بتوانند شبکه

1. competencies
2. career exploration
3. Greco, & Kraimer
4. Banerjee, & et al
5. self-knowledge
6. van Ewijk, & Weber
7. Aboobaker, & Renjini
8. Ali, & Yousuf
9. agency

های ارتباطی و حمایتی موجود در محیط تحصیلی خویش را شناسایی و تقویت کنند، از منافع شبکه‌سازی در محیط تحصیلی و اجتماعی اطراف خویش بهره‌مند می‌شوند و با شناسایی فرصت‌های کارآفرینی مناسب قادر خواهند بود تا از این شبکه‌های حمایتی استفاده کنند. به طور کلی تاثیرات بافتی و حمایت‌های محیطی (از طریق شبکه‌سازی و سرمایه‌سازی انسانی و اجتماعی)، نقش مهمی در ساخت و شکل‌گیری هویت و تمایلات کارآفرینانه دارند (سردارنیا و صفی‌زاده[1]، ۲۰۱۹؛ هولم[2]، ۲۰۱۴؛ راج و همکاران[3]، ۲۰۱۷). به این ترتیب می‌توان نتیجه گرفت آنچه در جلسات مداخله مبتنی بر مدل خود مدیریتی شناختی ـ اجتماعی مسیر شغلی انجام شد می‌تواند بر تمایل و هویت کارآفرینی دانشجویان موثر است.

به طور اجتناب ناپذیری هر پژوهش با محدودیت‌هایی روبرو است و امکان کنترل تمامی عوامل تاثیرگذار بر متغیرها وجود ندارد. پژوهش حاضر نیز با محدویت‌هایی مواجهه بوده است از جمله اینکه به دلیل محدودیت زمانی پژوهش حاضر، امکان اجرای مرحله پیگیری وجود نداشت. با توجه به اینکه هویت کارآفرینی و پایداری تمایلات کارآفرینانه‌ی، امری فرآیندی و بلند مدت است، نیاز به اجرای پژوهش‌های طولی و پیگیری‌های بلند مدت است. لذا پیشنهاد می‌شود نتایج این پژوهش در مطالعات طولی بررسی شود.. از سویی دیگر، بیشتر شرکت‌کنندگان در پژوهش حاضر زن بودند و به همین دلیل امکان مقایسه نتایج به تفکیک جنسیت فراهم نبود. لذا پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های بعدی تفاوت کارآفرینان تحصیلی زن و مرد در خصوص چگونگی تاثیرات بررسی شود. همچنین لازم است به این امر پرداخته شود که در هر جنسیت چه عواملی پیشرفت در مسیر تمایل و ساخت هویت کارآفرینی تحصیلی را تسهیل، تعدیل یا محدود می‌کند. همچنین، داده‌های این پژوهش از دانشجویان تحصیلات تکمیلی

1. Sardarnia, & Safizadeh
2. Holm
3. Raj, & et al

گردآوری شده است. لذا پیشنهاد می‌شود این پژوهش در نمونه‌ی دانشجویان کارشناسی هم تکرار و نتایج آن با پژوهش حاضر مقایسه شود. با توجه به اثر بخش بودن نتایج این مداخله، پیشنهاد می‌شود که در مراکز کارآفرینی وابسته به دانشگاه، سایر مراکز کارآفرینی و مراکز مشاوره شغلی، از این مداخله به منطور رشد مسیر شغلی کارآفرینی تحصیلی استفاده شود.

ملاحظات اخلاقی: هدف پژوهش برای شرکت‌کنندگان توضیح داده شد. تمامی افراد، ابتدا فرم رضایت آگاهانه را تکمیل کردند و به آنها این اطمینان داده شد که اطلاعات کاملا محرمانه باقی می‌ماند و هر زمانی مایل بودند می‌توانند از ادامه شرکت در جلسات انصراف بدهند.

سهم نویسندگان: این مقاله برگرفته از رساله دکترای نویسنده اول مقاله است و سایر نویسندگان به عنوان استاد راهنما و مشاور، جهت حسن انجام کار، مشارکت فعال داشته‌اند.

حمایت مالی: نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ گونه حمایت مالی جهت انجام پژوهش دریافت نکرده‌اند.

تعارض منافع: یافته‌های این پژوهش، هیچ گونه تضاد با منافع شخصی یا سازمانی ندارد.

قدردانی: از تمامی مسئولین مرکز رشد بالندگی دانشگاه اصفهان و دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه اصفهان که در انجام این پژوهش ما را یاری کردند، تشکر و قدردانی می‌گردد.

منابع

امینی شلمزاری، راضیه. (۱۴۰۱). مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی: تحلیل زمینه‌ای، کشف فرآیندها در شرکت‌های دانش‌بنیان اصفهان، تدوین مدل و طراحی مداخله‌ها. پایان‌نامه دکتری مشاوره، دانشگاه اصفهان.

پاشا، شیما، حسینیان، سیمین و پردلان، نوشین. (۱۴۰۲). الگوی بومی چالش‌های گذار دانشجویان از دانشگاه به کار: یک پژوهش داده بنیاد. مجله پژوهشهای مشاوره. ۲۲(۸۶): ۱۴۲-۱۷۵.

رضاپور میرصالح .، شمالی، مهدی.، برخورداری، عاطفه.، مندگاریان، اعظم و شفیع زاده، رویا(۱۳۹۹). بررسی کیفی محتوای لازم برای دوره‌های آموزش کارآفرینی از نظر کارآفرینان. مجله پژوهشهای مشاوره. ۱۹(۷۵):۲۱۴-۲۵۱.

گال، مردیت‌دامین، بورگ، والتر، و گال، جویس. (۱۳۸۴). روش‌های تحقیق کمی وکیفی در علوم تربیتی و روان‌شناسی. جلد دوم. (ترجمه الف. نصر و همکاران). تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی. (تاریخ نشر اثر اصلی، ۲۰۰۶).

مرکز آمار ایران. (۱۴۰۱). شاخص‌های کلیدی. https://www.amar.org.ir

مرکز آمار ایران. (۱۴۰۰). چکیده نتایج طرح آمارگیری نیروی کار. دفتر جمعیت، نیروی کار و سرشماری.

موحدی، رضا، سعدی، حشمت اله، اکبری، سیما، و عزیزی، مینو. (۱۳۹۲). آسیب شناسی بیکاری دانش آموختگان کشاورزی: تحلیل کمی و کیفی. تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران (علوم کشاورزی ایران)، ۴۴(۴)، ۶۷۹-۶۹۲. https://sid.ir/paper/146200/fa

Aboobaker, N., & Renjini, D. (2020). Human capital and entrepreneurial intentions: do entrepreneurship education and training provided by universities add value. *On the Horizon*, 28(2), 73-83. https://doi.org/10.1108/OTH-11-2019-0077

Adelowo, C. M., & Surujlal, J. (2020). Academic entrepreneurship and traditional academic performance at universities: evidence from a developing country. *Polish Journal of Management Studies*, 22(1), 9-25.

Ali, A., & Yousuf, S. (2019). Social capital and entrepreneurial intention: empirical evidence from rural community of Pakistan. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1-13. https://doi.org/10.1186/s40497-019-0193-z

Baluku, M. M., Matagi, L., Musanje, K., Kikooma, J. F., & Otto, K. (2019). Entrepreneurial socialization and psychological capital: Cross-cultural and multigroup analyses of impact of mentoring, optimism, and self-efficacy on entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 2(1), 5-42. https://doi.org/10.1177/2515127418818054

Banerjee, M., Biswas, S., Roy, P., Banerjee, S., Kunamaneni, S., & Chinta, A. (2020). Does career planning drive agri-entrepreneurship intention among university students?. *Global Business Review*, 17(5), 1-17. https://doi.org/10.1177/0972150920961266

Belchior, R. F., & Lyons, R. (2021). Explaining entrepreneurial intentions, nascent entrepreneurial behavior and new business creation with social cognitive career theory–a 5-year longitudinal analysis. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(4), 1-28. https://doi.org/10.1007/s11365-021-00745-7

Berkman, E. T., Livingston, J. L., & Kahn, L. E. (2017). Finding the "self" in self-regulation: The identity-value model. *Psychological Inquiry*, 28(2-3), 77-98. https://doi.org/10.1080/1047840X.2017.1323463

Bernard, M. J., & Barbosa, S. D. (2016). Resilience and entrepreneurship: A dynamic and biographical approach to the entrepreneurial act. *M@ n@ gement*, 19(2), 89-123. https://doi.org/10.3917/mana.192.0089

Berzonsky, M. D., & Papini, D. R. (2014). Identity processing styles and value orientations: The mediational role of self-regulation and identity commitment. *Identity*, 14(2), 96-112. https://doi.org/10.1080/15283488.2013.858228

Biber, D. D. (2020). Exercise Identity, Self-Regulatory Efficacy, and Self-Compassion Prepared for Psychological Studies. *Psychological Studies*, 65(3), 261-269. https://doi.org/10.1007/s12646-020-00556-w

Burton, M. D., Sørensen, J. B., & Dobrev, S. D. (2016). A careers perspective on entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *40*(2), 237-247. https://doi.org/10.1111/etap.12230

Davidsson, P. (2006). *Nascent entrepreneurship: empirical studies and developments*. Now publishers inc. *http://dx.doi.org/10.1561/0300000005*

Diánez-González, J. P., & Camelo-Ordaz, C. (2019). The influence of the structure of social networks on academic spin-offs' entrepreneurial orientation. *Industrial Marketing Management*, *80*, 84-98. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.12.009.

DiPietro, R. B., Welsh, D. H., Raven, P. V., & Severt, D. (2007). A measure of hope in franchise systems: Assessing franchisees, top executives, and franchisors. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(3), 59-66. https://doi.org/10.1177/10717919070130030501

Farmer, S. M., Yao, X., & Kung–Mcintyre, K. (2011). The behavioral impact of entrepreneur identity aspiration and prior entrepreneurial experience. *Entrepreneurship Theory and practice*, 35(2), 245-273. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00358.x

Fernández-Pérez, V., Alonso-Galicia, P. E., del Mar Fuentes-Fuentes, M., & Rodriguez-Ariza, L. (2014). Business social networks and academics' entrepreneurial intentions. *Industrial Management & Data Systems.* 114(2), 292-320. https://doi.org/10.1108/IMDS-02-2013-0076

First, M. B., Skodol, A. E., Bender, D. S., & Oldham, J. M. (2017). *User's guide for the Structured Clinical Interview for the DSM-5® Alternative Model for Personality Disorders (SCID-5-AMPD*). American Psychiatric Pub.

García, J. C., Sánchez, B., Flórez, J., Helena, S., & Gabriel, V. (2017). Entrepreneurial potential, realism and optimism as predictor variables of entrepreneurial intention: Differences between Spain and Portugal. *Journal of Business*, 9(1), 67-82. https://doi.org/10.21678/jb.2017.824

Goethner, M., Obschonka, M., Silbereisen, R. K., & Cantner, U. (2012). Scientists' transition to academic entrepreneurship: Economic and psychological

determinants. *Journal of economic psychology*, 33(3), 628-641. https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.12.002

Greco, L. M., & Kraimer, M. L. (2020). Goal-setting in the career management process: An identity theory perspective. *Journal of Applied Psychology*, 105(1), 40-57. https://doi.org/10.1037/apl0000424

Guo, F., Restubog, S. L. D., Cui, L., Zou, B., & Choi, Y. (2019). What determines the entrepreneurial success of academics? Navigating multiple social identities in the hybrid career of academic entrepreneurs. *Journal of Vocational Behavior*, 112, 241-254. https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.03.003

Hekman, D. R., Steensma, H. K., Bigley, G. A., and Hereford, J. F. (2009). Effects of organizational and professional identification on the relationship between administrators' social influence and professional employees' adoption of new work behavior. *Journal of Applied Psychology*, 94(5), 1325-1335. https://doi.org/10.1037/a0015315

Holm, E. (2014). Social networking and identity theft in the digital society. *The International Journal on Advances in Life Sciences*, 6(3&4), 157-166. http://www.iariajournals.org/life_sciences/

Ho, M. H. R. (2020). Examining the Influence of Individual, Social Cognitive and Environmental Factors on Students' Entrepreneurial Intentions: Application of the Social Cognitive Career Theory (SCCT) Framework Within a Multidimensional Career Space. *In Entrepreneurship–Professionalism–Leadership* (pp. 295-324). Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-15-3121-7_15

Ip, C. Y., Liang, C., Lai, H. J., & Chang, Y. J. (2021). Determinants of social entrepreneurial intention: An alternative model based on social cognitive career theory. *Nonprofit Management and Leadership*, 31(4), 737-760. https://doi.org/10.1002/nml.21453

Kalar, B., & Antoncic, B. (2015). The entrepreneurial university, academic activities and technology and knowledge transfer in four European countries. *Technovation*, 36, 1-11. https://doi.org/10.1016/j.technovation.2014.11.002

Lam, A. (2011). What motivates academic scientists to engage in research commercialization:'Gold','ribbon'or 'puzzle'?. *Research policy*, 40(10), 1354-1368. https://doi.org/10.1016/j.respol.2011.09.002

Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel psychology*, 28(4), 563-575. https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1975.tb01393.x

Lent, R. W., & Brown, S. D. (2019). Social cognitive career theory at 25: Empirical status of the interest, choice, and performance models. *Journal of Vocational Behavior*, 115, 1-14. https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.06.004

Lent, R. W., & Brown, S. D. (2013). Social cognitive model of career self-management: toward a unifying view of adaptive career behavior across the life span. *Journal of counseling psychology*, 60(4), 557. https://doi.org/10.1037/a0033446

Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (2000). Contextual supports and barriers to career choice: A social cognitive analysis. *Journal of counseling psychology*, 47(1), 36-45. https://doi.org/10.1037/0022-0167.47.1.36

Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of vocational behavior*, 45(1), 79-122. https://doi.org/10.1006/jvbe.1994.1027

Lent, R. W., Ezeofor, I., Morrison, M. A., Penn, L. T., & Ireland, G. W. (2016). Applying the social cognitive model of career self-management to career exploration and decision-making. *Journal of Vocational Behavior*, 93, 47-57. https://doi.org/10.1016/j.jvb.2015.12.007

Licznerska, M., & Ziemianski, P. (2022). A breath of fresh air-social cognitive career theory in studying entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 45(2), 126-151. https://doi.org/10.1504/IJESB.2022.120976

Liguori, E. W., Bendickson, J. S., & McDowell, W. C. (2018). Revisiting entrepreneurial intentions: A social cognitive career theory approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(1), 67–78. https://doi.org/10.1007/s11365-017-0462-7

Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship Management Journal*, 11(4), 907–933. https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5

Luc, P. T. (2020). Outcome expectations and social entrepreneurial intention: Integration of planned behavior and social cognitive career theory. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(6), 399-407. https://api.semanticscholar.org/CorpusID:225671241

McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965–988. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00304.x

Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., & Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 113-122. https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.01.001

Murphy, K. A., Blustein, D. L., Bohlig, A. J., & Platt, M. G. (2010). The college-to-career transition: An exploration of emerging adulthood. *Journal of Counseling & Development*, 88(2), 174-181. https://doi.org/10.1002/j.1556-6678.2010.tb00006.x

Nilsson, B. (2019). The school-to-work transition in developing countries. *The Journal of Development Studies*, 55(5), 745-764. https://doi.org/10.1080/00220388.2018.1475649

O'Kane, C., Mangematin, V., Geoghegan, W., & Fitzgerald, C. (2015). University technology transfer ofces: The search for identity to build legitimacy. *Research Policy*, 44(2), 421–437. https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.08.003

Onuma, N. (2016). Entrepreneurship education in Nigerian tertiary institutions: A remedy to graduates unemployment. *British journal of education*, 4(5), 16-28. doi: 10.11648/j.ebm.20200606.14

Ozgul, U., & Kunday, O. (2015). Conceptual development of academic entrepreneurial intentions scale. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 881-887. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.367

Pérez-López, M. C., González-López, M. J., & Rodríguez-Ariza, L. (2019). Applying the social cognitive model of career self-management to the entrepreneurial career decision: The role of exploratory and coping adaptive behaviours. *Journal of Vocational Behavior*, 112, 255-269. https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.03.005

Raj, M., Fast, N. J., & Fisher, O. (2017). Identity and professional networking. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 43(6), 772-784. https://doi.org/10.1177/0146167217697299

Sardarnia, K., & Safizadeh, R. (2019). The internet and its potentials for networking and identity seeking: A study on ISIS. *Terrorism and Political Violence*, 31(6), 1266-1283. https://doi.org/10.1080/09546553.2017.1341877

Shook, C. L., & Bratianu, C. (2010). Entrepreneurial intent in a transitional economy: an application of the theory of planned behavior to Romanian students. *International entrepreneurship and management journal*, 6(3), 231-247. https://doi.org/10.1007/s11365-008-0091-2

Sullivan, S. E., & Baruch, Y. (2009). Advances in career theory and research: A critical review and agenda for future exploration. *Journal of management*, 35(6), 1542-1571. https://doi.org/10.1177/0149206309350082

Tolentino, L. R., Sedoglavich, V., Lu, V. N., García, P. R. J. M., & Restubog, S. L. D. (2014). The role of career adaptability in predicting entrepreneurial intentions: A moderated mediation model. *Journal of Vocational Behavior*, 85(3), 403–412. https://doi.org/10.1016/j.jvb.2014.09.002

Tran, A. T., & Von Korflesch, H. (2016). A conceptual model of social entrepreneurial intention based on the social cognitive career theory. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 17-38. https://doi.org/10.1108/APJIE-12-2016-007

van Ewijk, A. R., & Weber, W. (2021). The value of knowing what you want: goal hierarchy and entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing Insights*, 15, 1-10. https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00215

Wang, M., Soetanto, D., Cai, J., & Munir, H. (2022). Scientist or Entrepreneur? Identity centrality, university entrepreneurial mission, and academic entrepreneurial intention. *The Journal of Technology Transfer*, 47(1), 119-146. https://doi.org/10.1007/s10961-021-09845-6

Ward, A., Hernández-Sánchez, B. R., & Sánchez-García, J. C. (2019). Entrepreneurial potential and gender effects: the role of personality traits in university students' entrepreneurial intentions. *Frontiers in Psychology*, 10, 2700. doi: 10.3389/fpsyg.2019.02700

Wendling, E., & Sagas, M. (2020). An application of the social cognitive career theory model of career self-management to college athletes' career planning for life after sport. *Frontiers in psychology*, 11, 9-20. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00009

Urban, B., & Chantson, J. J. T. J. (2019). Academic entrepreneurship in South Africa: testing for entrepreneurial intentions. *The Journal of Technology Transfer*, 44, 948-980. https://doi.org/10.1007/s10961-017-9639-z

Zou, B., Li, Y., Guo, J., and Guo, F. (2019). Antecedents and outcome of entrepreneurial identification: The moderating effect of role orientation. *Science and Public Policy*, 46(4), 541-551. https://doi.org/10.1093/scipol/scz006

© 2021 Iran Counseling Association, Tehran, Iran. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license) (http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)