

بررسی تأثیر مشاوره شغلی به سبک کوچینگ در تغییر نگرش نسبت به بازار کار و افزایش مهارت‌های کاریابی در فارغ التحصیلان دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه علامه طباطبایی لیدا احمدی^۱، دکتر عبدالله شفیع آبادی^۲

چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تأثیر مشاوره شغلی به سبک کوچینگ بر تغییر نگرش نسبت به بازار کار و افزایش مهارت‌های کاریابی فارغ التحصیلان دانشکده روانشناسی دانشگاه علامه طباطبایی بوده است. بدین منظور ابتدا طی فراخوانی از کلیه دانشجویان ترم آخر که واحدهای درسی خود را به پایان رسانده و بیکار بودند، برای ترم بعد که فارغ التحصیل به حساب می آمدند، دعوت به عمل آمد. بعد از مصاحبه گزینشی (به علت استفاده از سبک کوچینگ) حدود ۶۰ نفر از فارغ التحصیلان کارشناسی انتخاب شده که از بین آنها ۳۰ نفر (۱۷ دختر و ۱۳ پسر) که حجم نمونه بودند، به صورت تصادفی منظم انتخاب و در دو گروه آزمایش و گروه گواه هر کدام ۱۵ نفر جایگزین شدند.

فارغ التحصیلان مورد پژوهش به سؤال‌های پرسشنامه‌های نگرش نسبت به بازار کار و مهارت‌های کاریابی پاسخ دادند. روش آماری استفاده شده آزمون t مستقل است که از طریق محاسبه میانگین تفاضل نمرات پیش آزمون و پس آزمون در دو گروه آزمایش و گواه انجام شده است. داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS تحلیل گردید و نتایج بدست آمده نشان داد که آزمودنی‌ها پس از مشاوره شغلی به سبک کوچینگ در نگرش نسبت به بازار کار و مهارت‌های کاریابی تفاوت معناداری را نشان دادند.

واژگان کلیدی: مشاوره شغلی، سبک کوچینگ، مهارت‌های کاریابی، نگرش نسبت به بازار کار

۱. کارشناس ارشد مشاوره شغلی

۲. عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی

مقدمه

تصمیم‌گیری درباره انتخاب شغل و حرفه یکی از مهمترین و سرنوشت‌سازترین موضوعات در زندگی هر فرد به حساب می‌آید. امروزه پیچیدگی و دگرگونی دنیای کار، سرعت فزاینده رشد تکنولوژی، تقاضاهای روز افزون برای ورود به برخی مشاغل و نیاز به کسب دانش و مهارت‌ها با توجه به تفاوت‌های فردی، موجب به هم خوردن تعادل بازار کار شده و جامعه را با چالشی جدی مواجه ساخته است (حسینیان و یزدی، ۱۳۸۳).

تازه‌واردین بازار کار، تجربه کافی برای درک روابط پیچیده جهان کار را نداشته و در صورت فقدان کمک‌های مناسب، از عهده اشتغال برنمی‌آیند. راهنمایی و مشاوره شغلی یکی از مهمترین روش‌های یاری افراد در جهت بهبود درک شرایط کاری خود و شرایط بازار کار است. درحقیقت هر فرد برای ارزیابی خود و کاوش در بازار کار نیازمند برنامه ریزی شغلی در سراسر زندگی کاری خود می‌باشد. راهنمایی و مشاوره شغلی می‌تواند بخش مهمی از برنامه ریزی شغلی باشد (ارده و ابراهیمیان، ۱۳۸۳).

طبق تعاریف متعددی که درباره راهنمایی و مشاوره شغلی ارائه داده شده است، مشاوره شغلی کمک به فرد است در انتخاب شغلی متناسب با استعداد، علایق و تجربیات خود بطوریکه نیازهای او را ارضاء کند و موجب بهبود وضع جامعه گردد (شفیع آبادی، ۱۳۷۸).

از طریق راهنمایی شغلی، اطلاعات شغلی یعنی خودشناسی و آگاه شدن از نیازهای شغلی جامعه در دسترس تمام کارجویان قرار می‌گیرد و امکان تصمیم‌گیری مناسب فراهم می‌آید. علاوه بر این از طریق راهنمایی و مشاوره شغلی می‌توان بازار مشاغل را شناخته و کمبود یا فراوانی نیروی انسانی در بخش معینی از مشاغل را مشخص کرد، تعدیل نیروی انسانی در بازار مشاغل به عمل آورد، بین دانشگاه و جامعه ارتباط متقابل و صمیمی برقرار و بر رضایت شغلی و در نهایت بر رضامندی از زندگی افزود، خودکفایی صنعتی و اقتصادی مملکت را تأمین کرد، انسان‌ها را به مشاغلی که برای آنان مناسب است گمارد، اطلاعات معین و موثقی درباره مشاغل به دست آورد و افراد را به اشتغال در ایام فراغت تشویق کرد (شفیع آبادی، ۱۳۸۴).

از سوی دیگر باید پذیرفت با توجه به پدیده جهانی شدن در دنیا، همه چیز در حال تغییر است. از جمله تنوع و تکثر در اشتغال و راه‌های دستیابی به شغل و ایجاد شغل‌های جدید

آنچنان رو به افزایش است که اگر با روش و برنامه ریزی صحیح تابع شرایط جدید شغلی نگردیم، محکوم به فروپاشی هستیم. مواجه شدن با چالش جهانی امروز حکم می کند که بحث اشتغال از حوزه محدود فعلی فراتر رفته و با روش‌های جدید افراد را آماده سازیم که همراه با دگرگونی‌ها و تحولات جهانی به کار بپردازند (عالی، ۱۳۸۳).

لذا برای رشد و نمو در این ساختارهای جدید و ارتقا توانمندی‌ها و شایستگی‌های افراد، روش‌های مؤثر و الگوهای تعریف شده‌ای متناسب با شرایط روز، نیاز داریم. مشاوره تخصصی و حرفه‌ای، آموزش ضمن کار، کلوپ شغلی^۱، ارشادگری^۲ و کوچینگ روش‌های علمی و شناخته شده‌ای هستند که هر کدام دارای مزایا، ویژگی‌ها و کاربردهای متفاوتی هستند. دو روش اخیر یعنی ارشادگری و کوچینگ در کشورهای توسعه یافته از مقبولیت بیشتر و نتایج بهتری بهره مند بوده‌اند ولی سبک کوچینگ به عنوان رویکردی نوین در راهنمایی و مشاوره شغلی، برای عصر حاضر ایده آل شناخته شده است.

کوچینگ نوعی رابطه حمایتی و تشویقی است که متعهد به موفقیت مراجع است و زمینه‌ای را فراهم می کند تا وی بتواند مشکلات خود را حل کند و به پیش رود و به نتایج غیر قابل تصویری دست یابد.

کوچینگ رهیافتی عمل‌گرا است که بر مشتری و اهداف او تمرکز می کند. سرمایه‌گذاری مشتری در امر کوچینگ به او کمک می کند تا ضمن تعریف و مشخص ساختن اهداف خود، برای دستیابی به آنها تشویق شود و تأثیر آنی آنها را در زندگی خود احساس کند.

کچ^۳ راهنمای‌ها و فعالیت‌های مورد نیاز جهت توسعه مهارت‌ها و قابلیت‌های فردی اشخاص را به بهترین شیوه در اختیار آنها قرار می دهد و ضمن راهنمایی و انگیزه دادن به مشتری جهت رسیدن به اهدافش به او برنامه و طرح عمل می دهد. بنابراین کوچینگ حرفه مؤثری است که تمام ابعاد زندگی مشتری از قبیل کار و حرفه، روابط اجتماعی، پیشرفت فردی و... را در بر می گیرد و به او امکان می دهد تا با توسعه مهارت‌ها و افزایش کیفیت ارتباطات خود در نهایت به رشد خود برسد (والس^۴، ۲۰۰۲).

- 1 . Job Club
- 2 . mentoring
- 3 . coach
- 4 . wales

اهمیت کوچینگ کسب و کار برای فارغ التحصیلان دانشگاه

اکنون رقابت فارغ التحصیلان برای دستیابی به مشاغل دشوارتر شده است و به نظر می رسد که این رقابت در آینده نیز شدیدتر هم شود. یک دانشجوی با اتمام دوران تحصیل خود ناچار است که به دنیای واقعی قدم بگذارد و حال آن که بیشتر دانشجویان تا قبل از ورود به دنیای کسب و کار علایق و قابلیت‌های اصلی خود را شناسایی نکرده اند، نمی دانند که چگونه باید به شغلی دست پیدا کنند، شرکت‌ها و سازمان‌ها به دنبال چه مهارت‌هایی هستند، آنها نمی دانند چگونه باید به آنچه که می خواهند برسند. مثلاً فردی که به تازگی از دانشگاه در رشته فیزیک و یا شیمی فارغ التحصیل شده و می خواهد در زمینه نانو تکنولوژی کار کند. او بسیار علاقمند است که به چنین هدفی دست پیدا کند ولی نمی داند که چگونه باید به این هدف خود برسد و مهم تر اینکه او نمی داند چگونه باید خود را به بازار کار معرفی کند. مسلماً چنین فردی به یک دوره کوچینگ نیاز دارد تا بتواند علایق و توانایی‌های خود را مورد شناسایی قرار دهد (میر و گری، ۲۰۰۶).

به طور کلی مهم ترین اهداف برنامه ها و دوره های کوچینگ کسب و کار برای دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاه عبارتند از:

- ♣ دستیابی به درک بهتری از توانایی‌ها، مهارت‌ها و قابلیت‌های خود (خودشناسی شغلی)
- ♣ تدوین و طراحی اهداف خاص کوتاه مدت و بلند مدت
- ♣ تدوین طرح و برنامه عمل برای دستیابی به اهداف
- ♣ شناسایی مهارت‌ها و هنرهایی که کارفرمایان به دنبال آنها هستند
- ♣ دستیابی به مهارت‌هایی برای جستجوی شغل مورد نظر، تهیه رزومه، توانایی مصاحبه
- ♣ افزایش توانایی خود در زمینه اتخاذ تصمیمات شغلی و چگونگی معرفی خود به بازار کار
- ♣ افزایش توانایی در زمینه کسب اطلاعات بازار کار
- ♣ چگونگی گذر از زندگی دانشگاهی به زندگی شغلی و حرفه ای
- ♣ افزایش مهارت‌هایی در زمینه برقراری ارتباطات مؤثر، مدیریت زمان و مدیریت کسب و

کار

از آن جایی که در سبک کوچینگ راهنمایی‌ها و فعالیت‌های مورد نیاز جهت توسعه مهارت‌ها و دانش فردی اشخاص به بهترین شیوه و روشی در اختیار آنها قرار می‌گیرد، به مشتری امکان داده می‌شود تا چشم اندازهای پیچیده را درک کرده و با مشکلات، باورها و اعتقادات منفی کنار بیاید و برای چالش‌های پیش روی خود راه حل‌هایی بیابد. با توجه به اینکه در زمینه تأثیر نگرش‌ها و باورها بر جستجوی شغل افراد نیز تحقیقات زیادی انجام گرفته است، نتایج بدست آمده حاکی از این بوده که در نگرش‌ها می‌توان با آموزش و یادگیری تغییراتی ایجاد نمود. بنابراین با توجه به مطالب بیان شده در مورد سبک کوچینگ و با در نظر گرفتن قابلیت تغییر نگرش‌ها، انتظار می‌رود استفاده از این شیوه نوین در مشاوره شغلی نیز در تغییر نگرش دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاهی نسبت به بازار کار مؤثر و مفید واقع شود.

نگرش و تأثیر آن در برنامه جستجوی شغلی

یکی از مسائلی که متعهد ماندن به یک برنامه جستجوی شغلی^۱ منسجم راتحت تأثیر قرار می‌دهد نگرش‌هایی است که افراد درباره شغل و کار دارند و گاهی اوقات در فرایند کاریابی آنها مداخله می‌کند. برخی از این نگرش‌ها ریشه در عقاید و ارزش‌های اولیه آنها دارد و ممکن است تغییر آنها زمان زیادی به طول انجامد و یا حتی غیرممکن باشد. در این میان آنچه مسلم است این است که برنامه ریزی شغلی در خلاء اتفاق نمی‌افتد. موقعیت زندگی هر فردی بر تصمیماتی که اتخاذ می‌کند و هم چنین بر نحوه تصمیم‌گیری‌ها تأثیر دارد. اجتماعی که در آن بزرگ می‌شود، پیام‌هایی که خانواده درباره کار می‌فرستند، پیام‌هایی که از دوستانش دریافت می‌کند، احساسی که نسبت به خود دارد، همگی در طول مراحل رشد بر باورهای کاری و تصمیم‌گیری‌های شغلی آنها تأثیر می‌گذارد (سوکلی نیک و همکاران، ۱۳۸۳).

در ارتباط با مباحث نگرش نسبت به بازار کار، در مورد دانشجویان دانشگاه باید گفت آنچه که در واقعیت ما با آن رو به رو هستیم نگرش به آینده شغلی و بازار کار رشته تحصیلی فرد است. لذا شناسایی نحوه تأثیر عوامل فردی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مانند انتظارات شغلی از

1. Job search program

2. Sukiennik & et al

جمله انتظارات مادی و انتظارات معنوی، پیشرفت تحصیلی، مقاطع تحصیلی، رشته تحصیلی، پایگاه اجتماعی و اقتصادی دانشجویان و نگرش به واقعیت‌های کلان اقتصادی و اجتماعی و نگرش به بازار عرضه و تقاضای نیروی انسانی در کشور از جمله موارد قابل تامل در این مقوله هستند.

پس از انقلاب صنعتی و وابسته شدن هر چه بیشتر جهان به علم و دانش، نظریات علمی در زندگی روزمره کاربرد بیشتری پیدا کرد و این امر به صورتی درآمد که دیگر تحصیل علم فقط جهت ارضای نیازهای معنوی نبود، بلکه راهی به سوی کسب درآمد بیشتر بود. معمولاً هرچه تحصیلات فرد افزایش پیدا کند وی گامی به سوی تخصصی شدن حرفه خود و کاربرد آن در جامعه برداشته است. اما تحصیل اضافی یعنی از دست دادن هزینه و تأخیر در ورود به بازار کار.

بدین لحاظ در اکثر مواقع فردی که اقدام به انتخاب رشته در دوره تحصیلات عالی می کند به جایگاه اقتصادی و مسأله سهولت دستیابی به کار و جایگزینی شغلی مناسب، به جای تحصیلات نیز توجه می کند تا از این طریق هزینه فرصت از دست رفته^۱ را جبران نماید (سهرابی و همکاران، ۱۳۷۶). مطالعه انجام شده توسط فریمن^۲ حاکی از آن بود که جذب دانشجویان به رشته های خاص تابعی از شرایط دستمزدها و بازار کار در سالهای قبل می باشد. یافته های مؤسسه بین المللی برنامه ریزی آموزشی نشان می دهد که تمایل به احراز صلاحیت حرفه ای، یکی از دلایل بارزی است که دانشجویان در کشورهای مختلف برای ادامه تحصیلات خود در آموزش عالی آورده اند (سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۷۸).

جمیل سلمی^۳ می گوید: بعضی از دانشجویان زمانی که قصد انتخاب رشته خویش را دارند به حرفه های موفق در بازار کار رجوع می کنند و با توجه به حرفه مورد علاقه خویش دست به انتخاب رشته می زنند. البته باید به این موضوع توجه داشت که هر دانشجو با توجه به عوامل مختلف تصویری خاص از رشته مورد علاقه خود دارد، اینکه فردی نیاز به یادگیری و علاقه به ادامه تحصیل را در خود احساس می کند امری است که در فطرت انسان نهفته است، اما این عامل می تواند در مقابل عوامل دیگری هم چون تحصیل مادی و کسب وجهه اجتماعی همراه گردد (سهرابی و همکاران، ۱۳۷۶). به عبارت دیگر دانشجویان بعد از فارغ التحصیلی به منظور

- 1 . Opportunity cost
- 2 . Freeman
- 3 . Salmi

استفاده از دانشهای آموخته شده باید عهده‌دار انجام کار و مسؤولیتی شوند. انجام کار و فعالیت در مفهوم شغل معنا پیدا می‌کند، شغلی که ضمن عهده دار شدن تأمین نیازهای مادی و معنوی دانشجویان در جهت تأمین نیازهای جامعه بزرگتر و خرده نظام‌های آن ایفای نقش نماید. لذا وجود یا عدم وجود شغل مناسب برای دانشجویان پس از فراغت از تحصیل تأثیرات فراوانی بر حوزه زندگی فردی، شخصیتی، روانی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی آنان بر جای می‌گذارد.

نگرش نسبت به بازار کار و به تعبیر دقیقتر نگرش به آینده شغلی در حوزه مطالعات اجتماعی و روان‌شناسی اجتماعی و در ارتباط با دیگر حوزه‌های مطالعاتی علوم اجتماعی تأثیرات فراوانی بر حوزه‌های ادراکی، عاطفی و رفتاری دانشجویان در زمان حال و آینده دارد و منشأ تأثیرات و پیامدها و عوارض گوناگونی خواهد بود که هم برای قشر دانشجو از همه ابعاد اهمیت دارد و هم برای جامعه و نظام سیاسی، اقتصادی و فرهنگی تأثیرگذار و دارای اهمیت است. لذا کمیت قابل توجه دانشجویان و نقشی که آنان به عنوان نیروهای تحصیل کرده، روشنفکر و متخصص در بخش‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی جامعه ایفا خواهند کرد، از جمله دلایل ضرورت انجام پژوهش در این زمینه است که با شناسایی نگرش دانشجویان به آینده شغلی خود به عنوان بخشی از نگرش شغلی کلی آنان و شناسایی تأثیرگذاری عوامل مؤثر بر آن بتوانیم با اعمال برنامه‌ریزی‌های لازم انطباق و هماهنگی بیشتری بین دانشجویان و ویژگی‌های چندگانه آنان به عنوان محصولات و فرآورده‌های دانشگاهی و واقعیت‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی موجود در سطح جامعه برقرار نماییم (رضی، ۱۳۸۲).

پس به طور کلی می‌توان گفت نتایج بدست آمده در این زمینه، امکان ارائه راهکارهایی را فراهم می‌کند که حاصل آن شناسایی هر چه بیشتر و کاملتر بخشی از نیروی بالقوه فعال جامعه در ارتباط با اشتغال آنان در زمان حال و به‌ویژه در آینده، پس از فراغت از تحصیل است. لذا برنامه‌ریزان جامعه می‌توانند با وارد کردن برخی از متغیرها، نگرش دانشجویان را نسبت به بازار کار در جهت مثبت هدایت نمایند و از طرف دیگر با جابه‌جایی، محدود نمودن و حذف بعضی از متغیرها نگرش منفی دانشجویان را کاهش داده، آن را در جهت مثبت هدایت نمایند.

در کشورهای پیشرفته مراکز مشاوره شغلی در تمامی دانشگاه‌ها وجود دارد و دانشجویان را از شروع تحصیل کمک می‌کند تا در پایان دوره تحصیلی شغل مورد نظر خود را بیابند. حاصل این

کار انطباق و هماهنگی مناسب بین نیروی کار آموزش‌دیده و متخصص دانشگاهی با باورداشته‌های ذهنی و روان‌شناختی و شرایط اقتصادی و اجتماعی به منظور بالابردن بهره‌وری و بازده اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی است. بنابراین می‌توان این استنباط را کرد که با کمک راهنمایی و مشاوره شغلی و ارائه آموزشهای خاص بتوان در نگرش دانشجویان نسبت به مهارت‌های جستجوی کار تغییراتی ایجاد نمود و با یاد دادن یک سری مهارت‌های تکمیلی جهت کاربردی کردن دانسته‌های علمی، راهیابی آنها به بازار کار را سریعتر کرد. از آنچه تاکنون گفته شد می‌توان به این نتیجه رسید که یادگیری یک سری مهارت‌های تکمیلی جهت کاربردی کردن دانسته‌های علمی و راهیابی به بازار کار برای دانشجویان ضروری به نظر می‌رسد. در یک تقسیم بندی کلی مهارت‌های مورد نیاز فارغ التحصیلان را می‌توان در مهارت‌های تخصصی و مهارت‌های عمومی خلاصه کرد که از مهارت‌های عمومی به عنوان «آگاهی‌های شغلی^۱» یا مهارت‌های جنبی دانشجویان نیز یاد می‌شود.

مهارت‌های عمومی و یا مهارت‌های جستجوی شغل، مهارت‌هایی هستند که هدف از آنها دستیابی به درک بهتری از توانایی‌ها و قابلیت‌های خود، شناسایی مهارت‌های که کارفرمایان به دنبال آنها هستند، چگونگی تهیه رزومه و آمادگی برای مصاحبه، چگونگی معرفی خود به بازار کار و کسب اطلاعات بازار کار و در نهایت گذر از زندگی دانشگاهی به زندگی حرفه‌ای است.

روش پژوهش

جامعه آماری، نمونه، روش نمونه‌گیری

جامعه آماری این پژوهش را کلیه دانشجویان دوره کارشناسی دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه علامه طباطبایی که در سال تحصیلی ۸۵-۸۴ به عنوان فارغ التحصیل شناخته شده و به دنبال کار بودند، تشکیل داده‌اند. دانشجویان از رشته‌های مختلف تحصیلی در حوزه‌های روانشناسی و علوم تربیتی در این پژوهش شرکت کردند.

روش نمونه‌گیری و حجم نمونه: در مرحله اول کلیه فارغ التحصیلان بیکار مشخص شدند. از آنجا که سبک کوچینگ با افراد نرمال به بالا از لحاظ هوش، انگیزه و هدف سروکار دارد، ابتدا مصاحبه‌گزینشی به عمل آمد و در حدود ۶۰ نفر انتخاب شدند و بعد از بین آنها ۳۰ نفر (۱۷)

دختر و ۱۳ پسر) که حجم نمونه بودند، به صورت تصادفی منظم انتخاب شدند و ۱۵ نفر در گروه گواه و ۱۵ نفر دیگر در گروه آزمایش قرار گرفتند که در مورد گروه آزمایش، مهارت‌های کاریابی به سبک کوچینگ طی هشت جلسه آموزش داده شد و در مورد گروه گواه هیچ آموزشی داده نشد.

در جلسه اول گروه آزمایش بعد از معارفه و آشنایی با قوانین جلسات گروهی، با اهداف کلی طرح، تعداد و فرمت جلسات آشنا شدند در جلسه دوم در مورد خودشناسی شغلی کار شد تا فرد به درک بهتری از توانایی‌ها و قابلیت‌های خود برسد، جلسه سوم دانشجویان با زمینه‌های شغلی رشته تحصیلی خود بیشتر آشنا شدند، جلسه چهارم اهداف کوتاه مدت و بلند مدت شغلی خود را تدوین و طراحی کردند، جلسه پنجم برای دستیابی به اهداف شغلی خود طرح و برنامه عمل تدوین کردند، در جلسه ششم با مهارت‌های مورد نیاز کارفرمایان آشنا شدند، جلسه هفتم در مورد روش کسب اطلاعات بازار کار و چگونگی معرفی خود به بازار کار اطلاعاتی کسب کردند و در جلسه هشتم رزومه نویسی و آمادگی برای مصاحبه شغلی را یاد گرفتند و در نهایت مجدداً آزمون‌ها اجرا شد. گروه گواه هم که در لیست انتظار بودند مورد آزمون مجدد بدون آموزش قرار گرفتند، سپس نتایج هر دو گروه قبل و بعد از آموزش مورد بررسی قرار گرفت.

پژوهش حاضر از نظر اهداف یک تحقیق کاربردی و از نظر روش تحقیق یک تحقیق نیمه تجربی با استفاده از طرح پیش آزمون - پس آزمون با گروه کنترل تصادفی است که به منظور افزایش مهارت‌های کاریابی و ایجاد نگرش مثبت نسبت به بازار کار در دانش آموخته گان جویای کار، از مشاوره شغلی به سبک کوچینگ استفاده شد.

ابزارهای سنجش

پرسشنامه نگرش نسبت به بازار کار:

این پرسشنامه توسط شفیع آبادی و اکبری در ۱۳۸۴ تدوین و نرم شده و نگرش‌های افراد نسبت به بازار کار را با توجه به عوامل تأثیرگذار در انتخاب شغل (عوامل فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، فردی و میزان شناخت از بازار کار) اندازه می‌گیرد. شامل ۲۴ سؤال چهار گزینه‌ای با مقیاس لیکرت است و گزینه‌های آن کاملاً مخالف، مخالف، موافق و کاملاً موافق است. لازم به ذکر است نمره گذاری این پرسشنامه برعکس است یعنی فردی که با هر سؤال، کاملاً مخالف

باشد نمره ۴ می گیرد و اگر کاملاً موافق باشد نمره ۱ به وی تعلق می گیرد. حداقل نمره کل این پرسشنامه ۲۴ و حداکثر ۹۶ است. اعتبار این پرسشنامه نیز توسط شفیع آبادی و کرمی تأیید شده و پایایی آن از طریق محاسبه آلفای کرونباخ معادل $0/87$ بدست آمده است (اکبری، ۱۳۸۴).

پرسشنامه مهارت‌های کاریابی:

این پرسشنامه توسط فرحبخش در سال ۱۳۸۳ تدوین و نرم شده و سؤال‌های آن با توجه به کتاب زونکر، ۱۹۹۴ تهیه و تنظیم شده است. این پرسشنامه اطلاعات زیر را در مورد افراد جمع آوری می کند: (کسب خودشناسی لازم برای انتخاب شغل، آگاهی از زمینه‌های شغلی مرتبط با رشته تحصیلی خود، آگاهی از منابع و ابزار کسب اطلاعات بازار کار، آگاهی از مهارت‌های مورد نیاز کارفرمایان، نحوه طرح ریزی شغلی، نحوه تنظیم و نوشتن رزومه، نحوه شرکت در مصاحبه استخدامی).

اعتبار این پرسشنامه توسط شفیع آبادی تأیید شده و پایایی آن از طریق محاسبه آلفای کرونباخ $0/78$ بدست آمده است. این پرسشنامه شامل ۳۰ سؤال چهار گزینه‌ای با مقیاس لیکرت است و گزینه‌های آن خیلی زیاد، زیاد، کم و خیلی کم است که به گزینه کاملاً مخالف نمره ۱ و به گزینه کاملاً موافق نمره ۴ تعلق می گیرد. ضمناً حداکثر نمره کل ۱۲۰ و حداقل نمره آن ۳۰ می باشد (شفیع آبادی، فرحبخش، ۱۳۸۳).

یافته‌های پژوهش

فرضیه اول پژوهشی: مشاوره شغلی به سبک کوچینگ بر تغییر نگرش نسبت به بازار کار فارغ التحصیلان دانشگاهی مؤثر است.

برای آزمون فرضیه اول پژوهشی از آزمون آماری t دو گروه مستقل استفاده شد. برای این منظور آزمون آماری مذکور بین نمرات بدست آمده از تفاضل پیش آزمون و پس آزمون تغییر نگرش نسبت به بازار کار آزمودنی‌ها در دو گروه آزمایش و گواه محاسبه شد که نتایج این محاسبات در جداول شماره های ۱ و ۲ ارائه شده است.

جدول شماره ۱ آمار توصیفی شامل تعداد، میانگین، انحراف استاندارد و میانگین خطای استاندارد تفاضل نمرات تغییر نگرش نسبت به بازار کار در دو گروه آزمایش و گواه را نشان

می‌دهد. میانگین تفاضل نمرات تغییر نگرش نسبت به بازار کار در گروه آزمایش (۲۲/۶) بیشتر از میانگین تفاضل نمرات تغییر نگرش در گروه گواه (۰/۹۳۳۳) است. آیا این تفاوت معنی دار است؟ برای پاسخ به این سؤال از نتایج جدول ۲ استفاده می‌شود.

جدول ۱. آمار توصیفی میانگین و انحراف استاندارد تفاوت نمرات پیش آزمون و پس آزمون تغییر نگرش نسبت به بازار کار گروه آزمایش و گواه

انحراف استاندارد	میانگین تفاضل نمرات	تعداد	شاخص‌های آماری	
			تغییر نگرش	نسبت به بازار کار
۳/۷۵۶۹۰	۲۲/۶۰۰۰	۱۵	آزمایش	
۱/۳۳۴۵۲	۰/۹۳۳۳	۱۵	گواه	

جدول شماره ۲ نتایج آزمون آماری (t-test) را نشان می‌دهد. مقدار t بدست آمده (t= ۵/۲۱) با درجه آزادی ۲۸ در سطح آلفای ۰/۰۱ از مقدار t جدول ۲/۴۶ بزرگتر است. همچنانکه مقدار معنی دار بدست آمده (sig= ۰/۰۰۰) نیز از سطح آلفای ۰/۰۱ کمتر است.

جدول ۲. نتایج آماری t-test

مقدار	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین تفاوت‌ها	شاخص‌های آماری متغیر وابسته
۵/۲۱	۲۸	۰/۰۰	۲۱/۶۷	نگرش نسبت به بازار کار

بررسی و تحلیل‌های آماری نشان می‌دهد که فرضیه پژوهشی اول با ۹۹٪ درصد اطمینان مورد تأیید است. تأیید فرضیه اول پژوهشی به این معنی است که شرکت کنندگان پس از حضور در این جلسات به احتمال ۹۹٪ درصد نگرش آنها به بازار کار بهبود یافته و عقاید و باورهای ناکارآمد آنها نسبت به بازار کار تغییر اساسی پیدا کرده است. یعنی مشاوره شغلی به سبک کوچینگ با احتمال ۹۹٪ درصد در افزایش تغییر نگرش نسبت به بازار کار مؤثر بوده است.

فرضیه دوم پژوهشی: مشاوره شغلی به سبک کوچینگ بر افزایش مهارت‌های کاریابی فارغ التحصیلان دانشگاهی مؤثر است.

برای آزمون فرضیه دوم پژوهشی نیز از آزمون آماری t دو گروه مستقل (t -test) استفاده شد. برای این منظور آزمون آماری مذکور بین نمرات بدست آمده از تفاضل پیش آزمون و پس آزمون مهارت‌های کاریابی در گروه آزمایش و گواه محاسبه شد، که نتایج این محاسبات در خروجی جداول شماره های ۳ و ۴ ارائه شده است.

جدول شماره ۳ آمار توصیفی شامل تعداد، میانگین، انحراف استاندارد و میانگین خطای استاندارد تفاضل نمرات مهارت‌های کاریابی دو گروه آزمایش و گواه را نشان می دهد. میانگین تفاضل نمرات مهارت‌های کاریابی گروه آزمایش (۴۳/۸) از میانگین تفاضل نمرات مهارت‌های کاریابی گروه گواه (۰/۶۶) بیشتر است. آیا این تفاوت معنی دار است؟ برای پاسخ به این سؤال از نتایج جدول ۴ استفاده می شود.

جدول ۳. آمار توصیفی میانگین و انحراف استاندارد تفاوت نمرات پیش آزمون و پس آزمون مهارت‌های کاریابی دو گروه آزمایش و گواه

انحراف استاندارد تفاوت‌ها	میانگین تفاوت‌ها	تعداد	آمارها	
			مهارت‌های کاریابی	گروه
۴/۸۸۲۴۳	۴۳/۸۶۶۷	۱۵	آزمایش	مهارت‌های کاریابی
۱/۰۴۶۵۴	۰/۱۶۶۶۷	۱۵	گواه	مهارت‌های کاریابی

جدول شماره ۴ نتایج آزمون آماری (t -test) را نشان می دهد. مقدار t بدست آمده با $t = ۳۳/۵۰۷$

درجه آزادی ۲۸ در سطح آلفای ۰/۰۰۱ از مقدار t ۲/۷۶ بیشتر است. همچنانکه مقدار معنی داری بدست آمده ($\text{sig} = ۰/۰۰۰$) نیز از سطح آلفای ۰/۰۱ کمتر است.

جدول ۴. نتایج آزمون آماری t-test

t-test برای مقایسه میانگین تفاوت‌ها				متغیر وابسته	آزمون آماری
میانگین تفاوت‌ها	سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار		
۴۳/۲۰۰۰۰	۰/۰۰۰	۲۸	۳۳/۵۰۷		مهارت‌های کاربردی

تحلیل آماری نشان می‌دهد که این فرضیه نیز در سطح آلفای ۰/۰۰۱ با احتمال ۹۹/۹٪ درصد مورد تأیید واقع شده است. تأیید فرضیه دوم پژوهشی به این معناست که افراد شرکت کننده در این پژوهش که در طی ۸ جلسه مشاوره شغلی به سبک کوچینگ، مهارت‌های جستجوی شغل را دریافت کرده‌اند در مقایسه با افراد گروه گواه که عملاً در آموزش‌ها شرکت نداشته‌اند با احتمال ۹۹/۹٪ درصد مهارت‌های جستجوی شغل آنها ارتقا پیدا کرده است.

بحث و نتیجه گیری

انتخاب شغل یکی از سرنوشت سازترین تصمیم‌گیری‌های یک فرد در طول زندگی است که از طریق آن آینده، سبک زندگی و میزان سلامت روانی و مقید یا غیر مقید بودن خود را رقم می‌زند. شغل در دوره بزرگسالی مهمترین و اساسی‌ترین عمل تأمین نیازهای مادی و روانی انسان است. هویت، استحکام شخصیت و سلامت روانی هر شخصی بعد از ۲۵ سالگی به شغل او بستگی دارد (شفیع آبادی، ۱۳۸۱ و اردبیلی، ۱۳۷۸).

فارغ التحصیلان دانشگاهی و مسأله اشتغال آنها در حال حاضر یکی از بزرگترین دغدغه‌های مسئولین کشور به شمار می‌رود، در این پژوهش فرض بر این شده که اگر فارغ التحصیلان دانشگاهی به سبک کوچینگ مشاوره شغلی شوند، شناخت آنها از خود شغلی‌شان تقویت شده، نگرش‌های ناکارآمد آنها نسبت به بازار کار تغییر پیدا کرده و همچنین مهارت‌های جستجوی شغل را سریعتر فرا می‌گیرند در نتیجه در مدت زمان کمتری می‌توانند شغل مورد نظر و متناسب با رشته تحصیلی و علایق و شخصیت خود را پیدا کنند. بررسی یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که فرضیه‌های پژوهشی هر دو مورد با ۹۹٪ و ۹۹/۹٪ درصد اطمینان تأیید شده است.

❁ فرضیه پژوهشی اول: مشاوره شغلی به سبک کوچینگ بر تغییر نگرش نسبت به بازار کار فارغ التحصیلان دانشگاهی مؤثر است.

باتوجه به نتایج حاصل از تحلیل داده ها این فرضیه تائید شد، یعنی مشاوره شغلی به سبک کوچینگ در تغییر نگرش افراد نسبت به بازار کار مؤثر بوده است. نتایج این فرضیه با پژوهش‌های رضی ۱۳۸۲، اکبری ۱۳۸۴، (اسپکن و الیور ۱۹۸۳، آدمیت و همکاران ۱۹۹۳، لئونگ ۱۹۹۴ به نقل از اکبری، ۱۳۸۴) والس ۲۰۰۲ که هر کدام به نحوی در زمینه نگرش افراد نسبت به بازار کار مطالعات و تحقیقاتی داشته اند، همسو بوده است.

نگرش نسبت به بازار کار و به تعبیر دقیقتر نگرش به آینده شغلی تأثیرات فراوانی بر حوزه‌های ادراکی، عاطفی و رفتاری دانشجویان در زمان حال و آینده دارد و منشأ تأثیرات و پیامدها و عوارض گوناگونی خواهد بود که هم برای قشر دانشجو و هم برای جامعه و نظام سیاسی، اقتصادی و فرهنگی تأثیرگذار و دارای اهمیت است (رضی، ۱۳۸۲). تحقیق اکبری (۱۳۸۴) حاکی از آن است که آموزش مهارت‌های کاریابی به روش کلپ شغلی می‌تواند بر تغییر نگرش نسبت به بازار کار و خودپنداره شغلی فارغ التحصیلان دانشگاهی تأثیر گذار باشد.

اسپکن و الیور (۱۹۸۳) با استفاده از فراتحلیل، نتایج پژوهش‌های مشاوره حرفه ای را ارزشیابی کردند و گزارش دادند مراجعانی که از خدمات مشاوره حرفه ای استفاده کرده بودند بعد از آن در تصمیم گیری‌های حرفه ای مناسب تر عمل کردند تا افرادی که از این خدمات استفاده نکرده بودند.

بر اساس پژوهش آدمیت و همکاران در سال ۱۹۹۳ که از طریق مصاحبه با دانشجویان به عمل آمد دریافتند آنان در انتخاب شغل دارای ویژگی‌هایی همچون حساسیت بالا نسبت به نظر دیگران و کمال گرایی هستند. لئونگ، ۱۹۹۴ دریافت اکثر دانشجویان با استعداد، مشاغلی را برای خود جستجو می‌کنند که از موقعیت اجتماعی بالایی برخوردار باشد. نتایج حاصل از پژوهش والس، ۲۰۰۲ که در مورد تأثیرات کوچینگ در توسعه مدیریت انجام داده بود، حاکی از این بود که اجرای یک دوره کوچینگ در نگرش افراد می‌تواند تغییراتی ایجاد کند و باعث رشد درونی و بیرونی آنها می‌شود.

بررسی و تحلیل‌های آماری نشان می‌دهد که فرضیه پژوهشی اول با ۹۹٪ درصد اطمینان مورد تائید است. تائید فرضیه اول پژوهشی به این معنی است که شرکت کنندگان پس از حضور در این جلسات به احتمال ۹۹٪ درصد نگرش آنها به بازار کار بهبود یافته و عقاید و باورهای

ناکارآمد آنها نسبت به بازار کار تغییر اساسی پیدا کرده است. یعنی مشاوره شغلی به سبک کوچینگ با احتمال ۹۹٪ درصد در افزایش تغییر نگرش نسبت به بازار کار مؤثر بوده است.

*** فرضیه دوم پژوهشی: مشاوره شغلی به سبک کوچینگ بر افزایش مهارت‌های جستجوی شغل فارغ التحصیلان دانشگاهی مؤثر است.**

این فرضیه نیز در مرحله پس آزمون تأیید شد. نتایج این فرضیه با پژوهش‌های هاشمی (۱۳۸۳، شفیع آبادی و فرحبخش ۱۳۸۳، (بری فیلد ۱۹۴۸، آمندسان، بورگن و هیج ۱۹۹۰ به نقل از اکبری، ۱۳۸۴) و ژوسی انیسا ۱۹۹۸ هم جهت می باشد.

طی پژوهشی که هاشمی (۱۳۸۳) انجام داد به این نتیجه رسید که تمرکز بر روی دانش، مهارت و ویژگی های فردی برای ورود به عرصه اشتغال و کسب و کار لازم و ضروری است اما کافی نیست. برگزاری جلسات راهنمایی و مشاوره، ارشادگری و کوچینگ به منظور ارتقا شایستگی های کانونی دانشجویان در کنار سایر اقدامات همچون دوره های آموزش کارآفرینی، مهارت‌های جستجوی شغل، آموزش فنی حرفه ای و اطلاع رسانی می تواند نتایج مؤثر و بهتری ارائه دهد.

در پژوهش دیگری که توسط شفیع آبادی و فرحبخش (۱۳۸۳) انجام شده است به بررسی مسائل و مشکلات انتخاب شغل در گروهی از دانشجویان دانشگاه‌های شهر اصفهان و ضرورت ارائه خدمات مشاوره شغلی از نظر آنها پرداخته شده است. نتایج این پژوهش نشان داده است که ۸۹٪ دانشجویان اظهار داشته اند که نیاز به مراکز یا کسانی دارند که بتواند آنها را در فرایند کاریابی آموزش بدهند. همچنین ۷۰٪ انتخاب شغل را خارج از توان و اراده خودشان دانسته اند و ۷۵٪ از نوع اقداماتی که باید انجام دهند تا پس از فراغت از تحصیل که به شغل مورد نظر خودشان دست یابند، هیچ آگاهی ندارند.

بری فیلد (۱۹۴۸) ضمن تحقیق و مطالعه ای که به عمل آورد به این نتیجه رسید افرادی که قبل از انتخاب شغل درباره مشاغل اطلاعات وسیعی داشتند، در مقایسه با کسانی که فاقد چنین اطلاعاتی بودند، مشاغل مناسبتری انتخاب کرده اند. آمندسان، بورگن و هیج (۱۹۹۰) تحقیقی را بر روی ۱۲ فارغ التحصیل (۵ مرد و ۷ زن) انجام دادند. آنان برای افزایش مهارت‌های کاریابی و بررسی مصاحبه های بی رهنمود دریافتند که فارغ التحصیلان نیاز به شناخت بیشتر نسبت به خود و بدست آوردن اطلاعات جامع تری در مورد مشاغل موجود در جامعه دارند. امیت و

جودیت (۱۹۹۳) معتقدند تصمیم گیری برای انتخاب شغل در دنیای امروز و برای نسل جوان یک امر بسیار پیچیده ای است که نیاز به مهارت دارد.

به عقیده انیسا (۱۹۹۸) ارائه آموزش های تکمیلی در کنار آموزش های دانشگاهی امری ضروری است تا فرد بتواند بر اساس آن تصمیم بگیرد و کار مورد نظر و متناسب با استعداد خود را جستجو کند و با آن سازگار گردد یا بر حسب نیازها و پیشرفت های تازه شغل یا مشاغلی جدید ایجاد کند.

تحلیل آماری نشان می دهد که این فرضیه نیز در سطح آلفای $0/001$ با احتمال $99/9\%$ درصد مورد تأیید واقع شده است. تأیید فرضیه دوم پژوهشی به این معناست که افراد شرکت کننده در این پژوهش که در طی ۸ جلسه مشاوره شغلی به سبک کوچینگ، مهارت های جستجوی شغل را دریافت کرده اند در مقایسه با افراد گروه گواه که عملاً در آموزش ها شرکت نداشته اند با احتمال $99/9\%$ درصد مهارت های جستجوی شغل آنها ارتقا پیدا کرده است.

در ارتباط با مشاوره شغلی به سبک کوچینگ در تأثیر گذاری بر نگرش نسبت به بازار کار و مهارت های جستجوی شغل و با توجه به نتایج بدست آمده در خصوص تأیید هر دو فرضیه می توان اینگونه نتیجه گرفت که با توجه به تأکید این سبک بر ادراکات و شناخت افراد نسبت به خود در زمینه توانائی ها، استعدادها و قابلیت های خود و با توجه به اینکه راهنمایی ها و فعالیت های مورد نیاز جهت توسعه مهارت ها و دانش فردی اشخاص به بهترین شیوه و روشی در اختیار آنها قرار می گیرد و به آنها امکان داده می شود تا چشم اندازهای پیچیده را درک کرده و با مشکلات، باورها و اعتقادات منفی کنار بیاید برای چالش های پیش روی خود راه حل هایی بیابد، بنابراین با توجه به مطالب بیان شده در مورد سبک مطرح شده، انتظار می رود با استفاده از این شیوه نوین در مشاوره شغلی در نگرش دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاهی نسبت به بازار کار تغییرات مثبتی ایجاد کرده و در یادگیری مهارت های جستجوی شغل آنها مداخلاتی ایجاد نمود.

منابع

- آذربایجانی، م. و همکاران. (۱۳۸۲). *روان شناسی اجتماعی با نگرش به منابع انسانی*. تهران: انتشارات سمت.
- اردبیلی، ی. (۱۳۷۸). *راهنمایی و مشاوره حرفه ای و روش های کسب و کاربرد اطلاعات شغلی*. تهران: انتشارات ویرایش.
- اردهه، ج. و ابراهیمیان، ش. (۱۳۸۳). نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در راهنمایی و مشاوره شغلی. *مجموعه مقالات اولین همایش نقش راهنمایی و مشاوره شغلی در بازار کار*. تهران: انتشارات استاد ملیولی.
- اکبری، ج. (۱۳۸۴). *بررسی اثر بخشی آموزش مهارت های کارایی به روش کلوب شغلی بر نگرش نسبت به بازار کار و خودپنداره شغلی فارغ التحصیلان دانشگاهی مرد مراجعه کننده به مراکز کارایی وزارت کار*. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
- ان، ماری. روش ب. و، ادویل، ی. (۱۳۷۱). *مقدمه ای بر نظریه ها آئین ها در روان شناسی اجتماعی*. ترجمه س.م. دادگران. تهران: انتشارات مروید.
- بختیاری، ص. (۱۳۸۲). *تحلیلی از وضعیت اشتغال و بیکاری فارغ التحصیلان نظام آموزش عالی*. *مجموعه مقالات برگزیده اولین همایش اشتغال و نظام آموزش عالی کشور*. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، جهاد دانشگاهی واحد تربیت مدرس.
- جواهری، ف. و سراج زاده، س.ج. (۱۳۸۲). *بررسی گرایش های دانشجویان دانشگاه های دولتی (غیر پزشکی) ایران*. *مجموعه مقالات برگزیده اولین همایش اشتغال و نظام آموزش عالی کشور*. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، جهاد دانشگاهی واحد تربیت مدرس.
- حسینیان، س. و یزدی، س.م. (۱۳۸۲). *کاربرد پذیری نظریه تصمیم گیری شغلی هالند در مدارس، دانشگاه ها و بازار کار ایران*. *مجموعه مقالات اولین همایش نقش راهنمایی و مشاوره شغلی در بازار کار*. تهران: انتشارات استاد ملیولی.
- رحمانی، ر. و نظری کتولی، ع. (۱۳۸۲). *چالش های نظام آموزش عالی در ارتباط با اشتغال فارغ التحصیلان*. *مجموعه مقالات برگزیده اولین همایش اشتغال و نظام آموزش عالی کشور*. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، جهاد دانشگاهی واحد تربیت مدرس.
- رضی، د. (۱۳۸۲). *سنجش نگرش دانشجویان به آینده شغلی خود با توجه به عوامل اجتماعی و اقتصادی مؤثر بر آن در دانشگاه مازندران*.
- سوکی نیک، بندات، رافمن. (۱۳۸۳). *برنامه آمادگی شغلی*. ترجمه م. فرجی. تهران: انتشارات رشد.
- شفیع آبادی، ع. (۱۳۷۸). *راهنمایی تحصیلی و شغلی*. تهران: پیام نور.
- شفیع آبادی، ع. و فرحبخش، ک. (۱۳۸۳). *بررسی مسائل و انتخاب شغل در گروهی از دانشجویان دانشگاه های شهر اصفهان و ضرورت ارائه خدمات مشاوره شغلی از نظر آنها*. *مجموعه مقالات اولین همایش نقش راهنمایی و مشاوره شغلی در بازار کار*. تهران: انتشارات استاد ملیولی.
- شفیع آبادی، ع. (۱۳۸۴). *راهنمایی و مشاوره شغلی و حرفه ای و نظریه های انتخاب شغل*. تهران: انتشارات رشد.

- شفیع آبادی، ع. (۱۳۸۴). راهنمایی شغلی و بهره‌وری. مجموعه مقالات اولین سمینار انجمن مشاوره ایران. صص: ۲۷-۲۶. تهران: انتشارات محمد امین.
- عالی، ش. (۱۳۸۳). نقش رسانه‌ها در روند راهنمایی و مشاوره شغلی. مجموعه مقالات اولین همایش نقش راهنمایی و مشاوره شغلی در بازار کار. تهران: انتشارات استاد ملبولی.
- کانیه، ر.م. (۱۳۶۸). شرایط یادگیری. ترجمه ج. نجفی زند. تهران: انتشارات رشد.
- کریمی، ی. (۱۳۷۵). نظریه‌های شخصیت. تهران: انتشارات ارسباران.
- لوک بدار، ژوزه دزیل ولوک لامارش (۱۳۸۰). روان‌شناسی اجتماعی. ترجمه ح. گنجی. تهران: انتشارات ساوالان.
- مهرابی، ف. (۱۳۸۵). بررسی تأثیر مشاوره شغلی به سبک نظریه یادگیری اجتماعی و انتخاب شغل کرامبولتز بر تغییر نگرش و افزایش رفتار کارآفرینانه کارجویان اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
- هاشمی، ح. (۱۳۸۳). رویکردهای نوین در راهنمایی و مشاوره شغلی. مجموعه مقالات اولین همایش نقش راهنمایی و مشاوره شغلی در بازار کار. تهران: انتشارات استاد ملبولی.

Center for Coaching and Mentoring. (2004) <http://www.Coachingandmentoring.com>.

Emmett & Judith D. (1993). *Career Decision- Making Factors In Gifted Young*.

Kennedy & Company. (2006). *Coaching Leader Ship & Development presentations*.

Onnismaa, J. (1998). *Career Guidance Training: Dealing With Uncertainty*.

The Coach Mentoring Group. (2003). <http://www.coachmentoring.com>.

Wales, S. (2002). Why coaching? Henry Stewart Publications. *Journal of Change Management*.

<http://www.mscoaching.com/eng/wipcoaching.php>

<http://www.DreemJobCoach.SHTML>

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی