

ارتباط شیوه‌های شناختی گریگوریک با ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور

محمدجواد حضوری*^۱ - احمد علی پور^۲ - سپیده دیداب^۳

۱. استادیار گروه مدیریت دانشگاه پیام نور

۲. استاد گروه روانشناسی دانشگاه پیام نور

۳. کارشناس ارشد مدیریت دولتی دانشگاه پیام نور تهران

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۸/۹/۹، تاریخ تصویب: ۱۳۹۰/۶/۲۷)

چکیده

هدف این پژوهش بررسی رابطه‌ی شیوه‌های شناختی با ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور در مرکز تهران است. این تحقیق از نوع توصیفی و هم‌بستگی بوده و مبتنی بر داده‌های جمع‌آوری شده از روش میدانی می‌باشد. جامعه‌ی آماری این تحقیق شامل ۵۹۶۲ دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور مرکز تهران است. حجم نمونه با روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی تصادفی، ۳۶۱ نفر تعیین شد. پس از جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها، الگوهای تحلیل مسیر توسط نرم‌افزار لیزرل برای بررسی رابطه‌ی شیوه‌های شناختی گریگوریک با کارآفرینی و با شاخص‌های کارآفرینی ترسیم شد. آزمون فرضیه‌ها نشان داد که، شیوه‌های شناختی با ویژگی‌های کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و معناداری دارد و از بین متغیرهای شیوه‌ی شناختی بیش‌ترین تا کم‌ترین تأثیر به ترتیب به شاخص‌های شیوه‌ی عینی - متوالی، شیوه‌ی انتزاعی - تصادفی، شیوه‌ی عینی - تصادفی و در نهایت انتزاعی - متوالی مربوط بوده است.

واژه‌های کلیدی: شیوه‌های شناختی، ویژگی‌های کارآفرینی، شیوه‌ی عینی - متوالی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

شیوه‌های شناختی از مهم‌ترین بحث‌ها در شاخه‌های مختلف روان‌شناسی است (امامی پور و شمس اسفندآباد، ۱۳۸۶). بسیاری از نظریه پردازان شیوه‌ی شناختی معتقدند که ما هر روزه در زندگی آگاهانه‌ی خویش تحت تاثیر دایم محرک‌های محیطی هستیم اما فقط به بخش کوچکی از این محرک‌ها توجه می‌کنیم و با رمزگردانی به معنای آن‌ها پی می‌بریم (حسینی نسب، روئین، سلطان القرائی، ۱۳۸۵، ۷۹-۸۰). شیوه‌های شناختی به‌عنوان خصوصیت افراد و رویکرد پایدار آن‌ها برای سازمان‌دهی و پردازش و بازنمایی اطلاعات و دانش به این‌که چگونه مغز انسان راه‌های دریافت، ادراک و بازنمایی دنیای پیرامونش را سازمان‌دهی می‌کند، اشاره دارند. این شیوه‌ها بر شیوه‌های مدیریت اثر گذاشته و به چگونگی تصمیم‌گیری فرد، و نوع واکنش وی به محرک‌های محیطی توجه می‌کند (رایدینگ^۱، ۱۳۸۴).

از طرفی مبنای کارآفرینی فردی بر استفاده از فرصت‌های محیطی و اخذ تصمیم، با توجه به شرایط محیطی و زمینه‌های شناختی استوار است. از این‌ نظر کارآفرینان براساس شیوه‌ی شناختی خود واقعیت‌های محیط را تجزیه و تحلیل کرده و اقدام به تصمیم کارآفرینانه می‌کنند. بر این اساس امروزه توجه قابل ملاحظه‌ای به شناخت و آموزش کارآفرینان شده و پژوهش‌های متعددی بر الگوها و اندازه‌گیری‌های شیوه‌ی شناختی آن‌ها متمرکز شده است (سریواستاوا، ۱۳۸۲: ۷). هر چند پژوهش‌های متعددی در سال‌های اخیر بر درک ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان و نحوه‌ی برخورد و تصمیم‌گیری و حل مساله توسط آن‌ها متمرکز شده است، اما، پژوهش‌های اندکی در زمینه‌ی شیوه‌های شناختی افراد و به‌دست آوردن ارتباط‌شان با ویژگی‌های کارآفرینی در جهت‌دهی نظام‌های آموزشی، انجام شده است. از این‌ رو ضرورت دارد تا با انجام پژوهش‌هایی، شیوه‌های یادگیری افراد شناسایی و به فراگیران در این مورد کمک شود، تا با آگاهی از نوع شیوه‌ی خود، بتوانند

1 - Riding

راهبردهایی را یاد بگیرند که به کمک آن‌ها از حداکثر نقاط قوت و مزیت شیوه‌ی خود برای یادگیری (از جمله برای یادگیری مهارت‌های کارآفرینی) بهره‌جویند و ضعف‌ها را به حداقل رسانند (رایدینگ، ۱۳۸۴). از طرف دیگر به نظر می‌رسد می‌توان با شناخت اثرگذاری شیوه‌ی شناختی بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، شیوه‌های آموزش کارآفرینی را در افرادی که به‌طور بالقوه ویژگی‌های کارآفرینی را دارند، بهبود داد. از سوی دیگر شیوه‌ی آموزش در دانشگاه‌های باز از جمله دانشگاه پیام نور مبتنی بر آموزش‌های نیمه‌حضور است. در این روش محور آموزش از استاد به دانشجو و ابزارهای ارتباطی نهاده می‌شود و دانشجویان به‌جز ساعت‌های محدودی، ضرورتی برای حضور در کلاس‌های درس ندارند و از این نظر فراغت لازم برای راه‌اندازی کسب‌وکار (کارآفرینی) هم‌زمان با تحصیل را دارند. بر این اساس به نظر می‌رسد نوع آموزش دانشگاه احتمالاً موجب تقویت خوداتکایی و تاکید بر شیوه‌ی خاص شناختی شده و روش‌های تصمیم‌گیری کارآفرینانه را تسهیل می‌کند. همین‌طور در میان دانشجویان دانشگاه پیام نور که تقریباً یک سوم کل جمعیت دانشجویی را تشکیل می‌دهند، دانشجوین کارشناسی ارشد با توجه به سن بالاتر و گذر از دوران تحصیل در سطح کارشناسی شرایط مناسب‌تری برای اطلاق کارآفرین را دارا هستند. لذا این تحقیق در نظر دارد تا با بررسی ارتباط شیوه‌های شناختی با ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور زمینه را برای شناخت متغیرهای پیش‌بین ویژگی‌های کارآفرینی آن‌ها و کاربرد این شناخت در استفاده‌های عملی را فراهم کند.

مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق

انسان‌ها پس از تولد و آشنایی با جهان پیرامون به تمایز بین خود و محیط پی برده و روشی را برای شناخت پدیده‌ها جست‌وجو می‌کنند. این روش به مرور به صورت الگویی از شخصیت و به‌عنوان شیوه‌ی شناختی افراد تعریف می‌شود. سرآغاز پژوهش در شیوه‌های

شناختی نتیجه‌ی کارهای آلپورت و رنون (۱۹۳۲) در زمینه‌ی حرکت^۱ بوده است. بعدها مسیک^۲ و همکاران نوزده شیوه‌ی یادگیری و اسمیت به هفده شیوه‌ی یادگیری اشاره می‌کنند. اسکوریز با بررسی انواع شیوه‌های شناختی، اعلام می‌دارد که همه‌ی انواع شیوه‌های شناختی دو قطبی هستند و در دو قطب مخالف ارائه می‌شوند (Tennant, 1988). شیوه‌های شناختی ارائه شده توسط ویتکین، کرتون، رای‌دینگ، کلب و گریگوریک بر همین مبنا انجام و مورد توجه قرار گرفت.

مهم‌ترین نظریه‌ی شناختی به روش انرژیک، شیوه‌های گریگوریک می‌باشد. الگوی انرژیک برپایه دو عامل اساسی زمان و فضا تنظیم شده است. در این الگو، فضا به مفهوم طبقه‌بندی‌های ادراکی برای کسب و بیان اطلاعات اشاره دارد و به عینی^۳ (فیزیکی) و انتزاعی^۴ (استعاری)^۵ تقسیم می‌شود. زمان نیز با اشاره بر نوع و روش‌های متفاوت نظم‌بخشی به حقایق و رخدادها، بر دو نوع متوالی (مرحله به مرحله) و تصادفی (مارپیچ) تقسیم می‌شود.

یادگیرنده ترجیح می‌دهد در ادراک عینی جنبه‌های فیزیکی، اطلاعات را با حواس پردازش کند، اما در ادراک انتزاعی به پردازش اطلاعات با استدلال و شهود که به‌طور معمول قابل مشاهده نیستند، گرایش دارد. هم‌چنین در روش متوالی، یادگیرنده ترجیح می‌دهد اطلاعات را به‌صورت خطی و مرحله به مرحله سازمان‌دهی کند، در حالی که در روش تصادفی ترجیح می‌دهد اطلاعات را در یک شبکه سازمان‌دهی و داده‌ها را با روش‌های مختلف به هم مربوط کند (Pham, 2000). تقاطع پیوستار این دو بُعد، چهار نوع شیوه‌ی شناختی را به‌صورت زیر ایجاد می‌کند:

الف) افراد عینی-متوالی^۶؛ ب) افراد انتزاعی-متوالی^۷؛ ج) افراد انتزاعی-تصادفی^۸؛

1. Expressive Movement
2. Messik
3. Concrete
4. Abstract
5. Metaphorical
6. Concrete Sequential (CS)
7. Abstract Sequential (AS)
8. Abstract Random (AR)

(د) افراد عینی - تصادفی^۱.

در جدول شماره (۱) مشخصات شناختی هر یک از طبقه‌ها تلخیص شده است.

جدول ۱. توصیف شیوه‌های مختلف گریگوریک (Grigorenko & Sternberg, 1995)

تعاریف	شیوه‌ها
اشاره به نظم، تمرین و ثبات دارد. افراد عینی - متوالی تمایل به تمرکز بر واقعیات عینی و اشیای فیزیکی دارند و عقاید را با حواس ارزش‌یابی می‌کنند.	عینی - متوالی
اشاره به تحریک‌های ذهنی محیط دارد. افراد انتزاعی - متوالی تمایل به تمرکز بر جهان عقلانی و تفکر ترکیبی منطقی دارند و اطلاعات را با قاعده‌ی شخصی ارزش‌یابی می‌کنند.	انتزاعی - متوالی
اشاره به آزادی فیزیکی و هیجانی دارد. افراد انتزاعی - تصادفی تمایل به تمرکز بر جهان، احساس‌ها و هیجان‌ها دارند و عقیده‌ها را با راهنمایی درونی ارزش‌یابی می‌کنند.	انتزاعی - تصادفی
اشاره به محرک‌های محیطی آزاد دارد. افراد عینی - تصادفی تمایل به تفکر شهودی و غریزی دارند و برای ارزش‌یابی عقیده‌ها به دلایل شخصی و غیر بیرونی متکی هستند.	عینی - تصادفی

مرور نوشته‌های مرتبط با ویژگی‌های افراد کارآفرین نشان می‌دهد، عامل‌های متعددی به‌عنوان مشخصه‌ی کارآفرینی در افراد پیدا می‌شود که می‌توان آن‌را به گونه‌ای توصیف و شاخص‌های آن‌را در پژوهش‌های کارآفرینی به کار گرفت. از این رو، بررسی پیوسته‌ی ویژگی‌های کارآفرینان به افزایش درک کارآفرینی کمک می‌کند (کوراتکو و هاجتس، ۱۳۸۳: ۱۳۱). در زیر تعدادی از ویژگی‌های افراد کارآفرین که در این تحقیق سنجش

1 - Concrete Random (CR)

شده‌اند، بیان شده است.

- توفیق طلبی: انگیزه برای موفق شدن و توانایی تدوین اهداف و ساختارهای مناسب برای تحقق آن‌ها.
 - مرکز کنترل درونی: پذیرش مسئولیت‌های فردی در قبال عملکرد کاری به جای توجیه موفقیت‌ها یا شکست‌ها به وسیله عامل‌های بیرونی مانند شانس یا تصادف.
 - خطرپذیری: به معنای پذیرش و استقلال از خطرهای حساب شده در کسب و کار.
 - تحمل ابهام^۱: عبارت است از پذیرفتن عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه‌ی حیات با دانشی ناقص درباره‌ی محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل بی‌آن‌که شخص بداند آیا موفق خواهد شد یا خیر.
 - نیاز به استقلال^۲: مستقل بودن و در عین حال توانایی پذیرش راهنمایی‌ها و انتقادهای دیگران.
 - خلاقیت: همانا توانایی خلق ایده‌های جدید است که این ایده‌ها امکان دارد به محصولات یا خدمات‌های جدید نیز منجر شوند (سعیدی کیا، ۱۳۸۲، ۲۸).
- در سال‌های اخیر اسچنکل، فورد و متوز^۳ (۲۰۰۳) در پژوهشی با عنوان "نقش شیوه‌ی شناختی در میان کارآفرینان نوظهور" اثر انگیزه‌های شناختی بر روشی که افراد تمایل دارند تا به فرایندهای ایجاد فعالیت اقتصادی جدید اقدام کنند تمرکز کرده و دریافته‌اند که نیاز به تکمیل^۴ عموماً تصمیم‌گیری را برای اقدام به فعالیت کارآفرینانه تقویت می‌کند که به گونه‌ای خاص تحت تاثیر شیوه‌ی شناختی انطباقی است. دینگک مینگک لی، ونگک یانگک فنگک، ژائو ژائو (۲۰۰۷) در پژوهشی درک عمیقی از ساختار و فرایند شناخت کارآفرین که همان گسترش شناخت با استفاده از فرایندهای تصمیم‌گیری و یادگیری در مرحله‌ی کارآفرینی شرکت می‌باشد، مطرح کرده است.

1. Tolerance of ambiguity
 2. Need for Independence
 3. Schenkel & Matthews & Ford
 4. Need for Closure

دویل و همکاران در تحقیق‌شان بر روی ۱۱۷ نفر از کارآفرینان در بخش تولیدی در نووا اسکوتیا^۱، دریافتند که افراد با تمایلات در حد بالای کارآفرینانه، بیش‌تر از شیوه‌ی شناختی شهودگرا نسبت به تحلیل‌گرا استفاده می‌کنند و بین مردان و زنان کارآفرین نیز برحسب شیوه‌ی شناختی و گرایش کارآفرینانه، تفاوتی نیست (Doyle, Fisher, Young, 2007).

الدباغ و العبیدی نیز دریافتند که سطح خلاقیت برای بیش‌تر اعضای نمونه‌شان که همان مدیران سازمان‌های خدماتی اُردن بودند، در حد متوسط بوده و شیوه‌ی شناختی آن‌ها نیز مشابه است و هیچ‌گونه رابطه‌ی آماری بین سطح خلاقیت و شیوه‌ی شناختی آن‌ها نیافتند (Al-Dabbagh & Al-Obidy, 2007).

متغیر مستقل تحقیق، شیوه‌های چهارگانه‌ی شناختی مبتنی بر الگوی گریگوریک و متغیر وابسته، ویژگی‌های شش‌گانه‌ی شخصیتی کارآفرینی است.

روش‌شناسی

این تحقیق از نظر هدف از نوع پژوهش‌های بنیادی و از نظر روش نیز یک تحقیق توصیفی، هم‌بستگی است.

فرضیه‌های تحقیق

۱. بین شیوه‌ی شناختی عینی-متوالی و ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور مرکز تهران رابطه‌ی معناداری وجود دارد.
۲. بین شیوه‌ی شناختی انتزاعی-متوالی و ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور مرکز تهران رابطه‌ی معناداری وجود دارد.
۳. بین شیوه‌ی شناختی انتزاعی-تصادفی و ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور مرکز تهران رابطه‌ی معناداری وجود دارد.
۴. بین شیوه‌ی شناختی عینی-تصادفی و ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان کارشناسی

ارشد دانشگاه پیام نور مرکز تهران رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

جامعه‌ی آماری این پژوهش را دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور مرکز تهران تشکیل داده‌اند که در زمان تحقیق در مجموع ۵۹۶۲ نفر بوده‌اند. روش نمونه‌گیری احتمالی طبقه‌بندی شده و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۶۱ نفر به دست آمد، که پس از توزیع ۴۰۰ پرسش‌نامه، در نهایت آزمون‌ها با استفاده از اطلاعات ۳۶۹ پرسش‌نامه سنجش شد.

در این پژوهش از پرسش‌نامه‌ی استاندارد ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی و پرسش‌نامه‌ی شیوه‌های شناختی گریگوریک استفاده شده است.

سؤال‌های تحقیق به سه دسته سؤال‌های عمومی (جمعیت شناختی)، سؤال‌های کارآفرینی و سؤال‌های شیوه تقسیم شد.

ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی توسط پرسش‌نامه‌ی اسدالله کرد نائج و همکاران (۱۳۸۶) سنجیده شده است. آلفای کرونباخ پرسش‌نامه برابر با ۰٫۹۲ گزارش شده، که نشان‌دهنده‌ی اعتبار بالای آن می‌باشد (زالی و کردنائج و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۳۱).

پایایی و روایی پرسش‌نامه‌ی شیوه‌های شناختی گریگوریک را دیل و او رورکه^۱ محاسبه کردند. پایایی آزمون با استفاده از روش محاسبه‌ی آلفا ۰٫۸۹ تا ۰٫۹۳ و با استفاده از روش بازآزمایی ۰٫۸۵ تا ۰٫۸۸ برای هر چهار شیوه بوده است. روایی سازه و روایی پیش‌بینی با محاسبه‌ی هم‌بستگی بین نمره‌های آزمون اسناد از ۰٫۵۵ تا ۰٫۷۶ برای هر چهار شیوه به دست آمد (امامی پور و شمس اسفندآباد، ۱۳۸۶: ۹۴).

یافته‌ها

الف) تحلیل توصیفی

در جدول شماره (۲) نتایج توصیفی شیوه‌ی شناختی ترجیحی دانشجویان رشته‌های مختلف نشان داده شده است.

1 - Dale & O'Rourke

جدول ۲. آمار توصیفی جدول توافقی رشته‌های تحصیلی کارشناسی ارشد بر حسب شیوه‌های شناختی

رشته تحصیلی کارشناسی ارشد	شیوهی عینی- متوالی			شیوهی انتزاعی- متوالی			شیوهی عینی- تصادفی			شیوهی انتزاعی- تصادفی			جمع کل	
	تعداد	درصد	یک کلیه رشته	تعداد	درصد	یک کلیه رشته	تعداد	درصد	یک کلیه رشته	تعداد	درصد	یک کلیه رشته		
علوم انسانی	۱۲۹	۴۹/۰	۷۰/۵	۱۰۴	۳۹/۵	۷۰/۷	۲۳	۸/۷	۷۶/۷	۷	۲/۷	۷۷/۸	۲۶۳	۷۱/۳
فنی مهندسی	۲۱	۵۱/۲	۱۱/۵	۱۶	۳۹/۰	۱۰/۹	۳	۷/۳	۱۰	۱	۲/۴	۱۱/۱	۴۱	۱۱/۱
علوم پایه	۲۱	۴۵/۷	۱۱/۵	۲۱	۴۵/۷	۱۴/۳	۴	۸/۷	۱۳/۳	۰	۰/۰	۰/۰	۴۶	۱۲/۵
زبان	۱۲	۶۳/۲	۶/۵	۶	۳۱/۶	۴/۱	۰	۰/۰	۰/۰	۱	۵/۳	۱۱/۱	۱۹	۵/۱
جمع کل	۱۸۳	۴۹/۶	۱۰۰	۱۴۷	۳۹/۸	۱۰۰	۳۰	۸/۱	۱۰۰	۹	۲/۴	۱۰۰	۳۶۹	۱۰۰

نتایج توصیفی به دست آمده از جدول شماره (۴) نشان می‌دهد که شیوهی ترجیحی دانشجویان رشته‌های مختلف؛ شیوهی عینی- متوالی است. تنها تفاوت در دانشجویان علوم پایه می‌باشد که دو شیوهی عینی- متوالی و انتزاعی- متوالی را به یک میزان ترجیح می‌دهند. آزمون استنباطی کای مربع با درجه‌ی آزادی ۹ و سطح معنی داری ۰/۸۲۳ نیز نشان می‌دهد که تفاوت معنی داری بین رشته‌های متفاوت در مورد شیوهی ترجیحی یادگیری وجود ندارد.

ب) تحلیل استنباطی

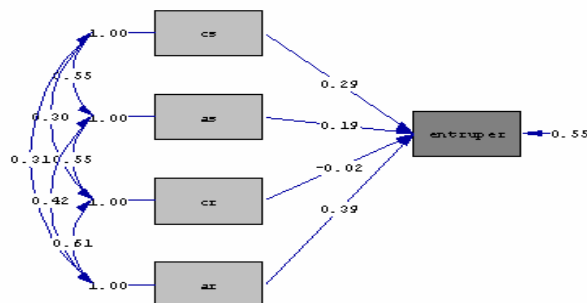
تحلیل مسیر شاخص کارآفرینی

قبل از اجرای آزمون تحلیل مسیر، فرض‌های آزمون بررسی شد. هم‌چنین با تحلیل عاملی تجزیه‌ی شاخص‌های اصلی^۱ شاخص‌های در نظر گرفته شده برای کارآفرینی، سنجش شد. نتایج نشان داد که غیر از متغیر تحمل ابهام که تنها ۰/۳ درصد واریانس آن توسط سایر شاخص‌ها تبیین می‌شود، سایر شاخص‌ها میزان اشتراک به نسبت بالایی دارند، بدین منظور این شاخص از میان شاخص‌های کارآفرینی حذف شد.

به منظور بررسی رابطه‌ی شیوه‌های شناختی با شاخص کارآفرینی از آزمون تحلیل مسیر

1 - Principle Component Analysis

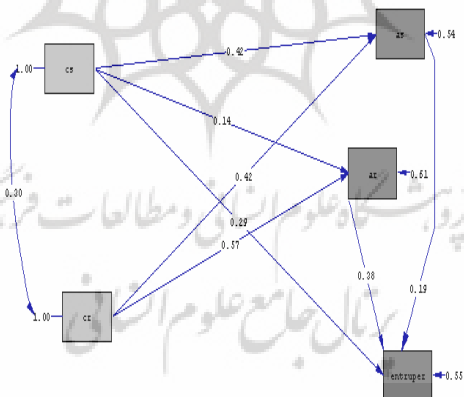
استفاده شد. در ابتدا رابطه‌ی تمام متغیرهای بیرونی به صورت مستقیم بررسی شد تا متغیرهایی که با کارآفرینی رابطه دارند مشخص شوند.



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

نمودار ۱. الگوی اولیه‌ی مسیر مقادیر استاندارد شده برای رابطه‌ی مستقیم متغیرهای بیرونی

با توجه به این که به جز شیوه‌ی عینی - تصادفی (CI) بقیه‌ی شیوه‌ها با ضرایب متفاوت به صورت مستقیم و مثبت با کارآفرینی رابطه دارند، در مرحله‌ی بعد متغیرهای ar و as و cs را به عنوان متغیرهای درونی واسطه‌ای در نظر گرفته تا روابط غیرمستقیم احتمالی متغیر بیرونی CI با کارآفرینی بررسی شود. نمودار شماره (۲) به عنوان الگوی نهایی تحقیق، به دست آمده است.



Chi-square = 1.32 , df = 2 , p-value = 0.51738 , RMSEA = 0.000

نمودار ۲. الگوی مسیر نهایی مقادیر استاندارد شده برای بررسی روابط غیرمستقیم متغیرهای بیرونی با کارآفرینی

متغیرهای شیوه‌ی شناختی انتزاعی - تصادفی (ar)، شیوه‌ی شناختی انتزاعی - متوالی (as) و شیوه‌ی شناختی عینی - متوالی (cs) به صورت مثبت و مستقیم با کارآفرینی در ارتباط هستند. با توجه به این که مقدار استاندارد شده، شدت رابطه‌ی این شیوه‌ها را با کارآفرینی می‌سنجد، شیوه‌ی انتزاعی - تصادفی با مقدار استاندارد شده‌ی (۰/۳۸) نسبت به دو شیوه‌ی دیگر بیش‌ترین رابطه‌ی مستقیم و مثبت را با شاخص‌های کارآفرینی دارد، بدین معنی که افراد با شیوه‌ی شناختی انتزاعی - تصادفی، نسبت به دو شیوه‌ی انتزاعی - متوالی و عینی - متوالی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی بالاتری دارند. همچنین متغیرهای شیوه‌ی شناختی عینی - متوالی و شیوه‌ی شناختی عینی - تصادفی با استفاده از دو شیوه‌ی شناختی انتزاعی - متوالی و انتزاعی - تصادفی با کارآفرینی ارتباط مثبت برقرار می‌کنند.

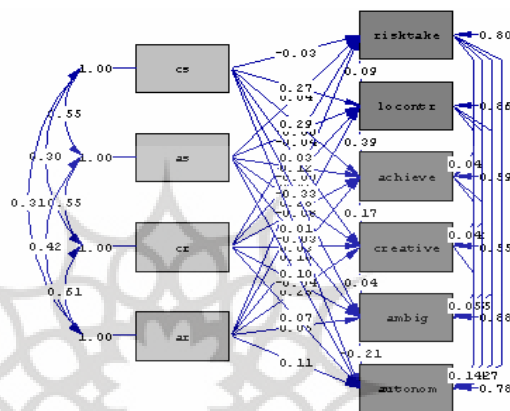
آزمون فرضیه

همان‌طور که نتایج آماری نشان می‌دهد، متغیرهای ar، as ارتباط مستقیم و متغیر cr به صورت غیرمستقیم و cs هم به صورت مستقیم و هم به صورت غیرمستقیم با شاخص کارآفرینی ارتباط دارند. وضعیت کلی فرضیه‌ها در جدول شماره (۳) نشان داده شده است.

جدول ۳. وضعیت کلی فرضیه‌های تحقیق

نتیجه	مقدار t	سطح معناداری	مقدار استاندارد شده	جهت رابطه		فرضیه
				مستقیم	غیرمستقیم	
تأیید	۹/۷۵	$P < ۰/۰۱$	۰/۴۲	*	*	۱. رابطه‌ی معناداری بین شیوه‌ی شناختی عینی - متوالی و ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان وجود دارد.
تأیید	۳/۸۶	$P < ۰/۰۵$	۰/۱۹	*	*	۲. رابطه‌ی معناداری بین شیوه‌ی شناختی انتزاعی - متوالی و ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان وجود دارد.
تأیید	۸/۸۹	$P < ۰/۰۱$	۰/۳۸	*	*	۳. رابطه‌ی معناداری بین شیوه‌ی شناختی انتزاعی - تصادفی و ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان وجود دارد.
تأیید	۹/۰۶	$P < ۰/۰۱$	۰/۲۹	*	*	۴. رابطه‌ی معناداری بین شیوه‌ی شناختی عینی - تصادفی و ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان وجود دارد.

با توجه به نتایج یادشده در جدول شماره (۳) به نظر می‌رسد که می‌توان رابطه‌ی جزئی‌تری را بین شیوه‌های متفاوت شناختی با شاخص‌های جزئی کارآفرینی نشان داد. از این‌رو آزمون تحلیل مسیر مجدد با شاخص‌های کارآفرینی مورد عمل واقع شد. در این حالت شاخص‌های کارآفرینی؛ خطرپذیری، کانون کنترل، توفیق‌طلبی، خلاقیت و نوآوری، تحمل ابهام و استقلال به‌عنوان متغیرهای درونی و شیوه‌های شناختی عینی-متوالی، انتزاعی-متوالی، عینی-تصادفی، انتزاعی-تصادفی به‌عنوان متغیرهای بیرونی در نظر گرفته شد. نمودار شماره (۳) الگوی اولیه‌ی ناشی از آزمون را نشان می‌دهد.



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

نمودار ۳. الگوی اولیه‌ی مسیر مقادیر استاندارد شده برای بررسی رابطه‌ی مستقیم متغیرهای بیرونی

در این الگو نیز، متغیرهای شیوه‌ی شناختی عینی-متوالی (CS)، شیوه‌ی شناختی انتزاعی-متوالی (AS) و شیوه‌ی شناختی انتزاعی-تصادفی (AR) به‌صورت مستقیم با شاخص‌های کارآفرینی رابطه دارند اما متغیر شیوه‌ی شناختی عینی-تصادفی (CR) به‌صورت مستقیم رابطه‌ی معنی‌داری با هیچ‌یک از شاخص‌های کارآفرینی ندارد ($t < 2$, $P > 0.05$). بر این اساس ضمن حذف تمام روابط غیرمعنی‌دار، متغیرهای AS و AR و CS به‌عنوان متغیرهای درونی واسطه‌ای در نظر گرفته شد تا روابط غیرمستقیم احتمالی متغیر بیرونی CR با شاخص‌های کارآفرینی مشخص شود. نمودار شماره (۴) به‌عنوان الگوی نهایی به‌دست آمد.

شناختی عینی - متوالی و ویژگی‌های کارآفرینی، هم به صورت مستقیم و هم غیرمستقیم رابطه‌ی مثبت وجود دارد. هم‌بنطور نتایج نشان می‌دهد که شیوه‌ی شناختی عینی - متوالی در میان تمامی شیوه‌های دیگر از بیش‌ترین رابطه با ویژگی‌های کارآفرینی برخوردار است و به غیر از تحمل ابهام، تمامی روابط به صورت مثبت هستند، افزون بر آن شیوه‌ی عینی - متوالی بر روی شاخص‌های توفیق‌طلبی، کانون کنترل، خلاقیت و نوآوری، تحمل ابهام، استقلال و خطرپذیری به ترتیب بیش‌ترین تا کم‌ترین تأثیر را دارد. با توجه به مطالعه‌های نظری، افراد عینی - متوالی افرادی کمال‌گرا هستند و وجود بیش‌ترین رابطه بین شیوه‌ی عینی - متوالی و شاخص توفیق‌طلبی منطقی به نظر می‌رسد. هم‌چنین با توجه به این‌که این افراد به طور معمول محیط‌های آرام و ساختارمند و با ثبات را ترجیح می‌دهند، منطقی به نظر می‌رسد که این شیوه با شاخص تحمل ابهام می‌بایست رابطه‌ی منفی را نشان دهد، اما با توجه به این‌که این یادگیرندگان از تغییرات اجتناب می‌کنند و موافق رسوم هستند، این‌گونه تصور می‌شود که شاخص خطرپذیری، می‌بایست تأثیر کم‌تری بر روی شیوه‌ی عینی - متوالی داشته باشد که نتایج به دست آمده این موضوع را تأیید می‌کند.

هم‌چنین بین شیوه‌ی شناختی انتزاعی - متوالی و ویژگی‌های کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و مستقیم وجود دارد و این شیوه در میان تمامی شیوه‌های دیگر از کم‌ترین رابطه با ویژگی‌های کارآفرینی برخوردار است. شیوه‌ی شناختی انتزاعی - متوالی تنها با دو شاخص خلاقیت و نوآوری و استقلال رابطه دارد که تأثیر خلاقیت و نوآوری از استقلال بیش‌تر است و این مورد نیز با ادبیات نظری که این دسته از یادگیرندگان را اغلب احساسی و تخیلی (تصویر پردازند) و هم‌چنین افرادی که می‌توانند کارها را به تنهایی انجام دهند، هم‌خوانی دارد.

هم‌چنین بین شیوه‌ی شناختی انتزاعی - تصادفی و ویژگی‌های کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و مستقیم وجود دارد و این شیوه پس از شیوه‌ی عینی - متوالی که بیش‌ترین تأثیر کلی را بر شاخص کارآفرینی دارد، قرار می‌گیرد. هم‌چنین این شیوه با تمامی شاخص‌های کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و بر روی شاخص‌های خطرپذیری، خلاقیت و نوآوری، کانون کنترل، استقلال، تحمل ابهام و توفیق‌طلبی به ترتیب بیش‌ترین تا کم‌ترین تأثیر را دارد. با

توجه به مطالعه‌های نظری، افراد انتزاعی- تصادفی افرادی هستند که محیط‌های سازمان نیافته را ترجیح می‌دهند، که نتایج، عکس این مطلب را نشان داده و با توجه به این که افراد انتزاعی برای تخیل و نوآوری ارزش قایل هستند میزان اثرگذاری این شیوه بر روی خلاقیت و نوآوری منطقی به نظر می‌رسد و با توجه به این که این افراد تمایل به تمرکز بر جهان احساس‌ها و هیجان‌ها دارند و عقیده‌ها را با راهنمایی درونی ارزش‌یابی می‌کنند، وجود رابطه‌ی نسبتاً بالا با کانون کنترل، طبیعی به نظر می‌رسد.

هم‌چنین بین شیوه‌ی شناختی عینی- تصادفی و ویژگی‌های کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و غیرمستقیم وجود دارد. این شیوه پس از شیوه‌ی انتزاعی- تصادفی بیش‌ترین اثرگذاری کلی را بر روی شاخص کارآفرینی دارد. این شیوه به‌غیر از تحمل ابهام با تمامی شاخص‌های کارآفرینی رابطه‌ی معنادار و مثبتی دارد و بر روی شاخص‌های خلاقیت و نوآوری، خطرپذیری، استقلال، کانون کنترل، توفیق‌طلبی به ترتیب بیش‌ترین تا کم‌ترین اثرگذاری را دارد. با توجه به ادبیات نظری، واقعیت این است که فرهنگ ملی بر پیدایش کارآفرینی در کشور تأثیر دارد، از پژوهش‌های بسیار جامعی که در این زمینه انجام شده، پژوهشی بین‌المللی است که هافستد در ۵۳ کشور جهان اجرا کرد. براساس الگوی هافستد، هر فرهنگ دارای پنج بُعد: فاصله‌ی قدرت- فردگرایی در برابر جمع‌گرایی- مردسالاری در برابر زن‌سالاری- اجتناب از ابهام- گرایش به زمان. همه‌ی ابعاد فرهنگ ملی به‌ویژه بُعد چهارم یعنی اجتناب از ابهام، ارتباط بسیار نزدیکی با مقوله‌ی کارآفرینی دارد. به‌طور مثال، بُعد اجتناب از ابهام در کشورهای ایالات متحده، آلمان، فرانسه، انگلیس، چین و ژاپن، عربستان و ایران بسیار متفاوت است. تحمل ابهام در ایالات متحده و آلمان به ترتیب ۵۴ و ۳۵ است، در حالی که در پاکستان و ایران به ترتیب برابر ۳۰ و ۴۱ است.

به نظر هافستد، امتیاز بالای اجتناب از ابهام (که برابر ۵۹ است) بیانگر سطح پایین تحمل ابهام در جامعه‌ی ایرانی است (هافستد، ۲۰۰۵). اجتناب از ابهام معیاری است که سطح اضطراب جامعه را در رابطه با حوادث آینده نشان می‌دهد، که این یافته با نتیجه‌ی به‌دست آمده از این تحقیق مبنی بر پایین بودن میانگین تحمل ابهام نیز هم‌خوانی دارد. هم‌چنین در کشورهایی که اجتناب از ابهام زیاد است، گرایش مردم به سوی سازمان‌های رسمی و

بزرگ، اتکا به قوانین و مقررات و رویه‌ها، وفاداری زیاد به کارفرما، ترجیح تصمیم‌گیری گروهی، مقاومت در برابر تغییر، در نتیجه‌ی اجتناب کلی از خطرپذیری و اشتیاق کم‌تر به شروع فعالیت‌های کارآفرینانه است (هافستد، ۲۰۰۵).

پیشنهادها

باتوجه به نتایج این تحقیق می‌توان پیشنهادهای زیر را مطرح کرد:

۱. تشکیل کمیته‌هایی متشکل از متخصصان آموزش و پرورش، دانشگاه‌ها و مراکز علمی و پژوهشی کشور به منظور طراحی، اجرا، ارزیابی نظام جامع آموزش کارآفرینی.
۲. با توجه به شیوه‌های شناختی، اساتید در آموزش از راه دور نوع روش‌های آموزشی خود را براساس شیوه‌های شناختی دانشجویان تنظیم کنند، که این خود موجب افزایش اعتماد به نفس، پیشرفت و نگرش مثبت در مورد یادگیری می‌شود و لذت یادگیری را در آنان می‌افزاید.
۳. آگاه کردن دانشجویان از شیوه‌های شناختی شان می‌تواند به آن‌ها کمک کند تا از نقاط قوت و ضعف شیوه‌ی خود آگاه و ضعف‌های خود را به حداقل رسانند.
۴. آموزش‌های کارآفرینی با استفاده از شیوه‌های شناختی و با توجه به نتایج به‌دست آمده از الگوی تحقیق شیوه‌ی عینی- متوالی که بیش‌ترین رابطه را با کارآفرینی دارد، با استفاده از پرسش‌نامه، شیوه‌های شناختی دانشجویان شناسایی شده و سپس آموزش‌های کارآفرینی را مخصوص دانشجویانی که قابلیت‌های بیش‌تری برای کارآفرین شدن دارند، انجام دهند.
۵. با توجه به ضرورت کارآفرینی به‌عنوان موتور محرک اقتصادی، لازم است تا نظریه‌ها، مفاهیم، روش‌ها و اصول کارآفرینی در قالب انواع فرصت‌های آموزشی کوتاه‌مدت با روش‌های منعطف و متنوع، در اختیار دیگر دانشجویان با قابلیت کم‌تر برای کارآفرین شدن نیز، قرار گیرد.
۶. با توجه به نتایج به‌دست آمده از فرضیه‌ی اول، شیوه‌ی شناختی عینی- متوالی بیش‌ترین اثرگذاری را بر روی شاخص توفیق‌طلبی دارد، از این‌رو با تقویت این شیوه توسط

- متخصصان مختلف و متولیان امر می‌توان توفیق‌طلبی را در افراد تقویت کرد.
۷. با توجه به نتایج به‌دست آمده از فرضیه‌ی دوم و چهارم، شیوه‌های شناختی انتزاعی-متوالی و عینی-تصادفی بیش‌ترین تأثیر را بر روی شاخص خلاقیت داشته، البته شایان ذکر است که میزان اثرگذاری شیوه‌ی شناختی عینی-تصادفی نسبت به شیوه‌ی شناختی انتزاعی-متوالی بر روی این ویژگی بیش‌تر است، از این‌رو با تقویت این شیوه‌ها، به‌ویژه شیوه‌ی عینی-تصادفی می‌توان افراد را هرچه بیش‌تر خلاق و نوآور کرد.
۸. با توجه به نتایج به‌دست آمده از فرضیه‌ی سوم، شیوه‌ی شناختی انتزاعی-تصادفی بیش‌ترین اثرگذاری را بر روی شاخص خطرپذیری دارد. از این‌رو با تقویت این شیوه توسط متخصصان مختلف می‌توان افرادی که دارای سطح بسیار پایینی از خطرپذیری هستند را مخاطره‌جو و خطرپذیر کرد.



منابع

- امامی پور، سوزان و شمس اسفند آباد، حسن (۱۳۸۶)، سبک‌های یادگیری و شناختی: نظریه‌ها و آزمون‌ها، تهران: انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، چاپ اول.
- حسینی نسب، سید داود، روئین، حسین و سلطان القرایی، خلیل (۱۳۸۵) بررسی رابطه سبک‌های شناختی (شیوه‌های یادگیری) با عوامل شخصیتی دانشجویان کارشناسی دانشگاه تبریز، فصلنامه علمی - پژوهشی روان‌شناسی دانشگاه تبریز، سال اول، شماره ۲ و ۳، صفحه ۱۱۳ - ۷۷.
- رایدینگ، ریچارد (۱۳۸۴) آموختن و سبک شناختی (ترجمه حسن اسدزاده)، تهران: انتشارات عابد، چاپ اول.
- زالی، محمد رضا، شمس، شهاب الدین، کردنائیج، اسدالله، هومن، حیدرعلی، ۱۳۸۶، ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی، تهران: انتشارات دانشگاه تربیت مدرس.
- سریواستاوا، پریاموادا (۱۳۸۲) سبک‌های شناختی از دیدگاه تعلیم و تربیت، تهران: انتشارات امیر، چاپ اول.
- سعیدی کیا، مهدی (۱۳۸۲) آشنایی با کارآفرینی، نشر سپاس.
- کوراتکو، داند اف و هاجتس ریچارد ام (۱۳۸۳). نگرشی معاصر بر کارآفرینی، ترجمه ابراهیم عامل محرابی، مشهد: موسسه انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد، جلد اول، چاپ اول.
- Al - Dabbagh, Jamal & Al - Obidy, Mahmood (2007). Effects of cognitive style on the creativity level of manager, Journal of king Saud University, Administrative sciences , 19 (2) , 167 - 222 .
- Baron, R.A(2004).The cognitive perspective: a valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions Journal of Business Venturing, 19, 2, 221-239
- Brigham, Keith H. & De Castro, Julio & Sorenson, Ritch L. (2004). Matching owner-managers' cognitive style and organizational demands in family firms , IE working paper , 1 - 20.

- Doyle, Wendy & Fisher, Randall & Young, Jeffrey D. (2007). Entrepreneurs: relationships between cognitive style and entrepreneurial drive, Journal of small business and entrepreneurship. [http:// www. Jsbe. Com](http://www.Jsbe.Com).
- Frese, M. and Rauch A. (2001) Psychology of Entrepreneurship, International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences Pages 4552-4556.
- Ford , Mathew W. & Matthews , Charles , H. & Schenkel , Mark T. (2003).The entrepreneurial journey begins : The role of cognitive styles among nascent entrepreneurs , Proceedings of the 4th USASBE/SBI Joint Conference, Tucson, Arizona , p. 159 .
- Gregorc, A.F. (1979). 'Learning/Teaching Styles: potent forces behind them', Educational Leadership Vol. 36 No.4, 1979, p. 234
- Grigorenko, E.L. & Sternberg, R.J. (1995).Thinking styles. In D.H. Saklofske & M. Zeidner (Eds.), International Handbook Of Personality and Intelligence (PP. 205 – 229), New York: Plenum Press.
- Hisrich,R.; Langan-Fox,J.& Sharon,G(2007).Entrepreneurship Research and Practice: A Call to Action for Psychology
- This article is not included in your organization's subscription. However, you may be able to access this article under your organization's agreement with Elsevier. American Psychologist, 62, 6, , Pages 575-589
- Hofstede, Geert (2005).Cultural Dimensions, [www.Greet.hofstede. Com](http://www.Greet.hofstede.Com).
- Ming Lei, Ding & Yung Feng, Wang & Zhao, Zhao (2007). Cognition – Based perspective on entrepreneurial decision and learning processes in firm decision making: s entrepreneurial stage, ([http:// ieeexplore. ieee.org/ xpi / Recent con.jsp? punumber = 4339774](http://ieeexplore.ieee.org/xpi/RecentCon.jsp?punumber=4339774)), 4201 – 4204.
- Pham, N.P. (2000). Learning styles, (Available at: [http://payson. tulan. edu / ppham /learning /styles .htm](http://payson.tulan.edu/ppham/learning/styles.htm)).
- Tennant , M. (1988), Psychology and Adult Learning. Routledge.



پښتونستان د علومو او انساني مطالعاتو فریښی
پرتال جامع علوم انسانی