

تدوین مدل ساختاری نگرش کارآفرینی بر اساس ادراک حمایت خانواده و رقابت جویی

ثریا مهریزی زاده^۱، شکوفه متقی^{۲*}، محمدحسین سربی^۳

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر بررسی نقش میانجی‌گری رقابت جویی در رابطه بین ادراک حمایت خانواده و نگرش کارآفرینی در دانش‌آموزان دبیرستانی بود.

روش: این پژوهش از نوع توصیفی-همبستگی به روش مدل‌یابی معادلات ساختاری بود. جامعه آماری پژوهش دربرگیرنده تمامی دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه شهر یزد بود که به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای، ۴۱۵ نفر از آنان انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های رقابت جویی فرانکن و همکاران (۱۹۹۵)، نگرش کارآفرینی دلججه (۱۳۹۶)، ادراک از حمایت خانواده پروسیدانو و هلر (۱۹۸۳) استفاده شد و داده‌های حاصل در دو سطح آمار توصیفی (توصیف چگونگی پراکندگی داده‌ها) و استنباطی (آزمون فرضیه‌های پژوهش و برآزش مدل اندازه‌گیری) تجزیه و تحلیل شدند.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد بین ادراک از حمایت خانواده و رقابت جویی و نیز بین رقابت جویی و نگرش کارآفرینی اثر معنادار مستقیم وجود دارد ($P < 0/01$). از سوی دیگر، ادراک از حمایت خانواده می‌تواند از طریق نقش واسطه رقابت جویی بر نگرش کارآفرینی اثر معنادار غیرمستقیم داشته باشد که میزان اثر آن برابر با ۲۰٪ بود.

نتیجه‌گیری: با تقویت روحیه رقابت جویی مثبت و افزایش حمایت خانواده، می‌توان نگرش کارآفرینی را در دانش‌آموزان بالا برد.

کلیدواژه‌ها: ادراک از حمایت خانواده، نگرش کارآفرینی، رقابت جویی، دانش‌آموزان.

۱. کارشناسی ارشد مشاوره مدرسه، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه اردکان، اردکان، ایران. s.mehrizzadeh@gmail.com
۲. استادیار گروه روانشناسی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه اردکان، اردکان، ایران. (نویسنده مسئول): mottaghi@ardakan.ac.ir
۳. دکتری روانشناسی عمومی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران. sorbih@gmail.com

پیشگفتار

امروزه، همزمان با افزایش ارتباطات ملی و بین‌المللی و تحولات پُرشتاب و فزاینده، رقابت‌های بسیاری در سطح جهانی مشاهده می‌شود که به تبع آن، نیاز به تطبیق و سازگاری دائمی با تحولات فناوری، اهمیت و ضرورت می‌یابد. این مسائل، کشورهای مختلف جهان را بر آن داشته تا نسبت به تحول خود در ابعاد مختلف علمی اقدام نموده و در سایه این تحولات، در جهت رشد و ارتقای جوامع خود، کوشش کنند. به همین سبب تمرکز بر داشتن نگرش نوآورانه و به دنبال آن، ابداع و تولیدات جدید با فرآیندها و شیوه‌های نوین بیش از پیش ضرورت می‌یابد (لی و همکاران^۱، ۲۰۱۱؛ به نقل از ابراهیم‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۸). در اینجاست که ارزش نیروی انسانی با نگرش کارآفرین، خلاق، مبتکر و ریسک‌پذیر برجسته می‌شود؛ زیرا مهارت‌های کارآفرینی عنصر کلیدی در مسیر توسعه پایدار هستند و رشد و پرورش آن‌ها در افراد به‌ویژه نوجوانان باید فراتر از آموزش، برای تولید کسب‌وکار در نظر گرفته شود و به‌عنوان پدیده‌ای پیچیده درک شود و بتواند توسعه فردی را با نگرش دگرگون‌کننده و چشم‌اندازی نوآورانه ادغام کند. لذا نوجوانان زمانی می‌توانند با مهارت‌های لازم وارد بازار کار شوند و فعالانه در جامعه شرکت کنند که دست به یک ابتکار، خوداشتغالی با توانایی تشخیص فرصت‌ها و به‌کارگیری مهارت‌های خویش، به‌عنوان راهی برای رشد و ارتقای جامعه بزنند (کامپو-ترنرا و همکاران^۲، ۲۰۲۲). با این حال، در جهان امروز، این قشر با معضل بیکاری روبه‌رو است (رازقی و همکاران، ۱۴۰۰). بسیاری از پژوهشگران، از کارآفرینی به‌عنوان یک راه‌حل نام می‌برند (رنجیا^۳، ۲۰۱۳) و معتقدند کارآفرینی در شرایط رقابتی، نقش مهمی در توسعه و گسترش فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی ایفاء می‌کند (جانسون و همکاران^۴، ۲۰۰۶). کارآفرینی^۵ به فرآیندی اطلاق می‌شود

1. Lee et al.
 2. Campo-Tenera et al.
 3. Rengiah
 4. Johnson et al.
 5. entrepreneurship

که در طی آن، شخص کارآفرین با استفاده مفید از فرصت‌ها، ایده‌های نو و خلاق خویش، به فعالیت جدیدی مبادرت می‌ورزد و هر اندازه نگرش مثبت‌تری به اقدامات کارآفرینانه داشته باشد، احتمال موفقیت وی بیشتر می‌شود (کار و سکویرا^۱، ۲۰۰۷). در واقع، جنبه‌های مختلف کارآفرینی به‌عنوان موضوعی میان رشته‌ای، به‌وسیله روان‌شناسان، جامعه‌شناسان، مردم‌شناسان و مدیران سازمان‌ها بررسی شده است. روان‌شناسان به بررسی صفات و ویژگی‌های کارآفرینان پرداخته‌اند و کارآفرینی را به‌عنوان مهارتی که مرتبط با موفقیت در آینده شغلی است؛ می‌دانند (باربا-سانچز و اتینزا-ساوکیویلو^۲، ۲۰۱۸). همچنین، سیاست‌گذاران و مربیان حوزه آموزش و پرورش، کارآفرینی را به‌عنوان ابزار اصلی اشتغال و کنترل فرد بر آینده شغلی خویش می‌دانند (بروتن و همکاران^۳، ۲۰۱۸)؛ و به‌طور ویژه‌ای، به گسترش و توسعه مؤسسات آموزشی در جهت ترویج و آموزش تفکرات کارآفرینانه علاقمند هستند (ابسونکه^۴، ۲۰۱۷).

بر اساس پژوهش‌های انجام شده، در نظام آموزشی، صرفاً آموزش کارآفرینی، افراد را به سمت انجام اعمال کارآفرینانه سوق نمی‌دهد و اکثر فارغ‌التحصیلان، صرفاً با یک واحد آموزشی، تمایل و رغبتی به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه از خود، نشان نمی‌دهند (ضیاء و وقارموسوی، ۱۳۹۴). گرچه به عقیده برخی از پژوهشگران، کارآفرینی با برخی از عوامل ژنتیکی خاص در ارتباط است و به اعتقاد برخی دیگر، فرآیندی اکتسابی است که بر جنبه‌های شخصیتی افراد کارآفرین تمرکز می‌کند که در این بین، آنچه بسیار مهم است، نگرش فرد نسبت به کارآفرینی است که به آن نگرش کارآفرینی گویند. یکی از نظریات مطرح در این زمینه، نظریه نگرش کارآفرینی رابینسون و همکاران^۵ (۱۹۹۱) است که در جهت پیش-بینی فعالیت‌های کارآفرینانه ارائه شده است و نگرش کارآفرینی را ترکیبی از سه جنبه

1. Carr & Sequeira
 2. Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo
 3. Bruton et al.
 4. Obschonka
 5. Robinson et al

شناختی، عاطفی و رفتاری به موضوعی کارآفرینانه می‌داند (نقل از حسین‌زاده و همکاران، ۱۴۰۰). همچنین، عوامل مؤثر بر نگرش کارآفرینی به دو دسته تقسیم می‌شوند: دسته اول، شامل عوامل شخصیتی کارآفرینان از جمله ویژگی‌های شخصیتی آنان است و دسته دوم، دربرگیرنده عوامل بیرونی مانند دوستان، خانواده و... است (چن و لای^۱، ۲۰۱۰).

در این میان، برخی از مطالعات همچون پژوهش بوز و ارگنلی^۲ (۲۰۱۴) نشان داده‌اند که برخی از متغیرهای فردی مانند جنسیت، سن و تجربه کاری، برخی از فاکتورهای محیطی مانند خانواده و دوستان و برخی از ویژگی‌های شخصیتی همچون خودکارآمدی، منبع کنترل، اعتماد به نفس و ریسک‌پذیری بر نگرش به کارآفرینی تأثیرگذار هستند. بر این اساس، نقش خانواده به‌عنوان اولین و مهمترین واحد اجتماعی در پرورش و تقویت روحیه خلق ایده‌های نوآورانه در افراد انکارناپذیر است که بر این مبنا، می‌توان مهم‌ترین منشأ و نقطه آغاز نگرش کارآفرینی را به محیط خانواده نسبت داد (علی‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۸). لذا، عوامل خانوادگی تأثیر به‌سزایی در رشد حرفه‌ای فرزندان خویش دارند و هر چه فرد از سبک دلبستگی ایمن برخوردار باشد؛ به مراتب بیش از دیگران، رغبت و تمایل به درگیر شدن در فعالیت‌های جدید و کشف محیط پیرامون خود دارد و علاوه بر اینکه بسیار کنجکاو است، توانایی بالایی را نیز در برقراری روابط مثبت با دیگران دارد. در واقع، والدین حمایت‌کننده و پشتیبان، به پرورش و تربیت فرزندان خواهند پرداخت که درجات بالایی از ثبات عاطفی، برونگرایی، معاشرت و همدلی در آنان به چشم می‌خورد (پالوس و دربوت^۳، ۲۰۱۰). بر این اساس، حمایت خانواده، به کمک، تشویق و مراقبت عملی از سوی خانواده که به واسطه فرد دریافت یا ادراک می‌شود، اشاره دارد و منجر به تقویت رفتارهای مثبت و سازنده در فرزندان می‌شود و آنان را برای مقابله مؤثر با مشکلات و مسائل خویش در آینده آماده می‌کند (قمری و همکاران، ۱۴۰۰).

1. Chen & Lai
2. Boz & Ergeneli
3. Palos & Drobot

لذا، اعتقاد و احساس فرد از حمایت خانواده می‌تواند در ادراک از حمایت خانواده^۱، نقش اساسی داشته باشد. به عبارت دیگر، سطح درک فرد از میزان ارزشمندی وی و مورد محبت قرار گرفتن در خانواده و همچنین، درک وی از داشتن پشتیبانی مناسب در مواقع ضروری می‌تواند ادراک وی از حمایت خانواده تحت تأثیر خود قرار دهد (فریدلندر و همکاران^۲، ۲۰۰۷؛ به نقل از باپتیستا و همکاران^۳، ۲۰۲۰). بر این اساس، به گفته گیدتی و مارتینلی^۴ (۲۰۱۷)، محیط خانواده باید ثبات عاطفی را ایجاد کند و لازم است کودک حمایت ارائه شده توسط خانواده را درک کند، زیرا این ادراک می‌تواند بر روابط خانوادگی و اجتماعی، رشد شخصیت و زمینه یادگیری آنها تأثیر بگذارد. علاوه بر این، ادراک حمایت خانواده عاملی است که می‌تواند به‌طور مثبت بر استقلال، خودپنداره فرزندان تأثیر گذارد و باعث کاهش رفتارهای منفی در موقعیت‌های استرس‌زا شود (مکالی و همکاران^۵، ۲۰۲۱). درحقیقت، به واسطه ادراک افراد از حمایت‌های اجتماعی به ویژه از سوی والدین، باورهای خودکارآمدی آنان تقویت می‌شود که تقویت این باورها منجر به مواجهه اثربخش و موفقیت‌آمیز آنان با شرایط چالش‌برانگیز خواهد شد. به عبارتی، در خانواده‌ای که نوجوانان از حمایت عاطفی والدین برخوردارند و والدین آنان به احساسات و مشکلاتشان توجه ویژه‌ای دارند، این نوجوانان از جهت‌گیری هوشمندانه‌تری به فعالیت‌هایشان برخوردار خواهند بود (اوساریو و همکاران^۶، ۲۰۱۷). به عبارتی، حمایت والدین و الگوی تعاملی مناسب آنان می‌تواند بر سطح رقابت‌جویی و خودکارآمدی نوجوانانشان در مسیرهای شغلی و تحصیلی تأثیرگذار باشد (زاکاریا و حلیم^۷، ۲۰۱۴؛ نئونسچاوند و هافمن^۸،

1. perception of family support
2. Friedlander et al.
3. Baptista et al.
4. Guidetti & Martinelli
5. Macalli et al.
6. Osorio
7. Zakaria & Halim
8. Neuenschwander & Hofmann

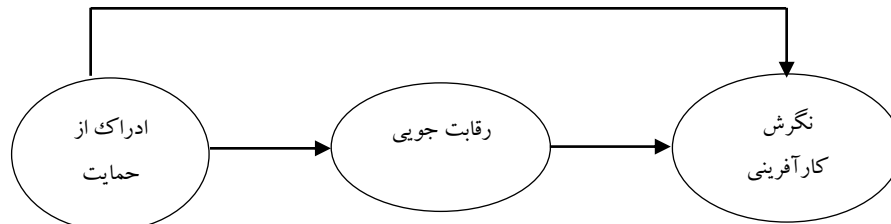
(۲۰۲۱)؛ و باعث ایجاد قصد کارآفرینی در فرزندان می‌شود (ایکسو و همکاران^۱، ۲۰۲۰). همچنین، ادراک از حمایت خانواده می‌تواند به واسطه ویژگی‌های شخصیتی مثبت همچون سازگاری، خوشبینی، عزت نفس، رقابت جویی و... بر قصد و اقدام کارآفرینانه تأثیر داشته باشد (انوشا و همکاران^۲، ۲۰۱۵).

با این حال علاوه بر حمایت خانواده، رقابت جویی^۳ نیز می‌تواند به عنوان یکی از صفات و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، بر توفیق طلبی و برتری طلبی نوجوانان اثرگذار باشد. درحقیقت، رقابت جویی خصیصه‌ای غیرژنتیکی و انگیزشی است که دربرگیرنده ویژگی‌های انگیزشی مثبت است و می‌تواند منجر به خلاقیت و نوآوری شود (آبرا^۴، ۱۹۹۳؛ به نقل از سالازار-آیالا و همکاران^۵، ۲۰۲۱). در واقع، رقابت پذیری، به عنوان یک احساس قوی از میل به پیروزی در موقعیت های بین فردی و همچنین بهتر بودن از دیگران توصیف می‌شود و می‌تواند بر تعامل اجتماعی در زندگی شخصی و حرفه‌ای تأثیر گذارد (موکا و همکاران^۶، ۲۰۱۸). بر این اساس، نوجوانانی که نیاز به توفیق طلبی و پیشرفت بالایی را در خود احساس می‌کنند، رغبت و تمایل بالایی را به انجام دادن فعالیت‌ها در بالاترین سطح خویش دارند که این تمایل، تلاش آنان برای رقابت و برتری جویی بیشتری را دربرمی‌گیرد که منجر به در نظرگرفتن عملکرد خویش، درجهت اطمینان از پیشی گرفتن از همسالانشان می‌شود (مینسینی و همکاران^۷، ۲۰۱۸). لذا، اغلب کارآفرینان، برای برآورده‌سازی این نیاز، به رقابت و چالش دست می‌زنند (رستمی و همکاران، ۱۳۹۸). بنابراین، کارآفرینی به عنوان عامل تحریک و تشویق حس رقابت جویی می‌تواند در صورت مدیریت مناسب آن، باعث انگیزش فرد برای انجام فعالیت‌های خلاقانه می‌شود؛ ولی اگر این حس رقابت جویی به درستی

1. Xu et al.
2. Anusha et al.
3. competition
4. Abra
5. Salazar-Ayala et al.
6. Moke et al.
7. Menesini et al.

مدیریت نشود، منجر به شکست افراد در انجام فعالیت‌ها می‌شود. بر این اساس، نوع الگوگیری نوجوانان از خانواده خویش، یکی از مهمترین عوامل اثرگذار بر تقویت و پرورش این خصیصه است که می‌تواند در دوران بزرگسالی، به شکل رقابت شغلی نمایان شود (کینگ و همکاران^۱، ۲۰۱۲). بنابراین، احساس رقابت‌جویی در بین نوجوانان می‌تواند منجر به اشتیاق، کوشش و ماجراجویی شود (مرادی‌حقیقت و همکاران، ۱۴۰۰). با این حال، پژوهش‌های محدودی، در زمینه بررسی رقابت‌جویی دانش‌آموزان انجام شده است و صرفاً پژوهش صادقی (۱۳۹۳) به بررسی ارتباط بین رقابت‌جویی با کارایی و پیشرفت تحصیلی پرداخته است.

از این رو، با توجه به مطالعات انجام شده، تاکنون پژوهشی، در قالب روابط ساختاری، نقش ادراک از خانواده را با توجه به نقش میانجی رقابت‌جویی، در ارتباط با کارآفرینی در دانش‌آموزان، بررسی نکرده است؛ لذا پژوهش حاضر قصد دارد تا نقش میانجی‌گری رقابت‌جویی در رابطه ادراک از حمایت خانواده و کارآفرینی در دانش‌آموزان دبیرستانی را بررسی کند. بنابراین با توجه به موارد مطرح شده، پژوهشگر به دنبال بررسی نقش میانجی-گری رقابت‌جویی در رابطه بین ادراک حمایت خانواده و نگرش کارآفرینی در دانش‌آموزان دبیرستانی بود.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

1. King et al.

روش پژوهش

پژوهش حاضر، یک پژوهش توصیفی-همبستگی به روش مدل‌یابی معادلات ساختاری بوده است. جامعه آماری پژوهش، دربرگیرنده تمامی دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه در شهر یزد بود که در ۵۱ مدرسه دولتی شامل (۲۲ مدرسه پسرانه و ۲۹ مدرسه دخترانه) در سال تحصیلی ۱۳۹۷-۱۳۹۸ مشغول به تحصیل بودند. جهت انتخاب نمونه، از بین دو ناحیه شهر یزد به‌طور تصادفی، ناحیه ۲ انتخاب و لیستی از مدارس این ناحیه تهیه شد و به‌طور تصادفی، جهت انجام پژوهش، ۳ مدرسه پسرانه و ۳ مدرسه دخترانه انتخاب شده شد و از هر مدرسه، ۳-به صورت تصادفی، کلاس درس جهت جمع‌آوری داده‌های پژوهش انتخاب شدند و با در توجه به عدم تکمیل یا مخدوش بودن برخی پرسشنامه‌ها از سوی شرکت‌کنندگان، به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای، ۴۷۰ پرسشنامه در اختیار آنان قرار گرفت که اطلاعات ۴۱۵ پرسشنامه شامل ۲۵۲ دانش‌آموز پسر (۶۰/۷٪) و ۱۶۳ دانش‌آموز دختر (۳۹/۳٪) وارد تحلیل شدند. ابزار گردآوری داده‌های پژوهش به شرح زیر بوده است:

الف) پرسشنامه ادراک از حمایت خانواده: این پرسشنامه که توسط پروسیدانو و هلر^۱ (۱۹۸۳) ساخته شده است، یک ابزار خودگزارشی ۲۰ سؤالی بوده که میزان ادراک فرد از حمایت، توجه و همراهی اعضای خانواده را می‌سنجد. نحوه نمره‌گذاری این پرسشنامه به صورت (بله=نمره ۱)، (خیر=نمره ۰) و (نمی‌دانم=نمره ۰) است که در پنج سؤال آن (۳، ۴، ۱۶، ۱۹ و ۲۰) نمره‌گذاری به صورت معکوس است و به گزینه خیر نمره ۱ تعلق می‌گیرد و دامنه نمرات کسب شده بین ۰ تا ۲۰ است و نمره بالا به منزله ادراک از حمایت خانواده بیشتر است. پروسیدانو و هلر (۱۹۸۳) پایایی آن را با روش ضریب آلفای کرونباخ، ۰/۹۰ گزارش کرده و روایی همزمان این پرسشنامه را با مقیاس‌های درماندگی روانی و کارآمد اجتماعی، تأیید کردند. همچنین لوپز و کوپر (۲۰۱۱) با بررسی همبستگی این پرسشنامه با مقیاس‌های شخصیت سنج کالیرفرنیا و وابستگی بین اشخاص، روایی سازه و روایی ملاکی این مقیاس را

1. Procidano & Heller

مورد تأیید کرده‌اند. سیاح‌سیاری و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهش خود پایایی این مقیاس را با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۰ گزارش کردند و پژوهش شناور و همکاران (۱۳۹۳) میزان پایایی را ۰/۸۳ به دست آوردند. در پژوهش آقامیرلی و همکاران (۱۳۹۸) روایی پرسشنامه موردنظر با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی و اکتشافی سنجیده شده و نتایج تحلیل عاملی اکتشافی با روش مؤلفه‌های اصلی، ۵ عامل (حمایت، مراقبت، کمک، اطلاعات و بازخورد) را تأیید کرده و نتایج تحلیل عاملی تأییدی نیز مؤید این بوده است که ساختار آن، از برازش قابل قبولی برخوردار بوده و پایایی آن با آلفای کرونباخ به ترتیب در خرده‌مقیاس‌های آن بین ۰/۸۷ تا ۰/۸۸ به دست آمده است. در این پژوهش نیز، روایی سازه با استفاده از چرخش واریماکس و تحلیل اکتشافی مورد بررسی قرار گرفت و نتایج تحلیل اکتشافی نشان داد که چهار عامل (گفتگوی صمیمانه، کمک‌رسانی، حمایت ذهنی-عاطفی، حمایت عاطفی-اجتماعی) می‌توانند ۴۵ درصد از واریانس ادراک از حمایت خانواده را تبیین کنند. همچنین نتایج تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم، حاکی از تأیید ساختار عاملی این پرسشنامه بوده و پایایی آن با استفاده از روش آلفای کرونباخ، ۰/۸۶ به دست آمد.

ب- پرسشنامه رقابت‌جویی: این پرسشنامه که توسط فرانکن^۱ (۱۹۹۵) ساخته شده است شامل ۱۹ سؤال است که نمره‌گذاری آن به صورت طیف لیکرت از کاملاً موافقم = نمره ۵ تا کاملاً مخالفم = نمره ۱، بوده و سؤالات ۱۷ و ۱۸ آن به صورت معکوس نمره‌گذاری می‌شود و دامنه نمران حاصل، بین ۱۹ تا ۹۵ است. فرانکن^۲ (۱۹۹۵) به منظور بررسی روایی این مقیاس با روش تحلیل عاملی اکتشافی به استخراج ۵ عامل مجزا (اشتیاق به برنده شدن، رضایت - خاطر ناشی از حصول بهبود در عملکرد، انگیزش در جهت کوشش در شرایط و موقعیت‌های رقابت‌آمیز، ترجیح تکالیف دشوار به تکالیف ساده، رضایت خاطر ناشی از انجام کارها به نحو احسن) پرداخته و نشان داده است که این مقیاس از روایی و اعتبار مناسبی برخوردار

1. Franken
2. Franken

بوده و پایایی آن با روش آلفای کرونباخ برای پنج عامل استخراج شده، به ترتیب ۰/۴۸، ۰/۸۳، ۰/۷۹، ۰/۶۸، ۰/۵۵. به دست آمده است. آبابی و همکاران (۱۳۹۴) پایایی بازآزمون این مقیاس را ۰/۸۹ گزارش کرده‌اند. در پژوهش کلانتری و بیراک (۱۳۹۸) روایی این پرسشنامه با روش تحلیل عاملی اکتشافی با استخراج ۴ عامل (ترجیح دادن تکالیف دشوار، انگیزش برای تلاش کردن در شرایط رقابت‌آمیز، رضایت خاطر از انجام فعالیت‌ها به نحو احسن و مناسب، اشتیاق به برنده شدن) تأیید شده است و نتایج تحلیل عاملی تأییدی نیز مؤید برازش قابل قبول ساختار پرسشنامه با داده‌ها بوده و پایایی پرسشنامه نیز، ۰/۷۲ گزارش شده است. در این پژوهش، روایی سازه با استفاده از تحلیل اکتشافی و چرخش واریماکس بررسی شد و نتایج نشان داد که ۵ عامل (تمایل به برنده شدن، رضایت از انجام کارها به درستی، تلاش در موقعیت‌های رقابت‌برانگیز، رضایت از بهبود عملکرد خود و ترجیح تکالیف دشوار) می‌توانند ۵۸ درصد از واریانس رقابت‌جویی را تبیین کنند. علاوه بر این، تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم نیز نشان‌دهنده تأیید ساختار عاملی این مقیاس بوده است و پایایی آن با آلفای کرونباخ، ۰/۸۰ به دست آمد.

ج) پرسشنامه نگرش کارآفرینی: این پرسشنامه توسط دلججه (۱۳۹۶) مطرح شده است و دارای ۳۹ سؤال بوده که ۳۰ سؤال اول آن، به نگرش کارآفرینانه اشاره دارد و شامل سه بُعد عاطفی، شناختی و رفتاری است و ۹ سؤال بعدی آن مربوط به راهکارهای پیشنهادی برای تقویت نگرش افراد به فعالیت‌های کارآفرینانه است. نمره‌گذاری این مقیاس، به صورت طیف لیکرت از کاملاً موافقم = نمره ۵ تا کاملاً مخالفم = نمره ۱ است که سؤال ۱۴ آن، به صورت معکوس نمره‌گذاری می‌شود. در پژوهش دلججه (۱۳۹۶) روایی صوری و محتوایی آن مورد تأیید متخصصان قرار گرفته و مقدار شاخص نسبت روایی محتوایی (CVR) آن برابر با ۰/۷۹ گزارش شده که قابلیت اعتماد و روایی قابل قبول آن را نشان می‌دهد و پایایی آن با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۷ به دست آمده است. در این پژوهش، روایی سازه با استفاده از تحلیل اکتشافی و چرخش واریماکس بررسی شد و نتایج نشان داد که شش عامل (بُعد

شناختی، بُعد عاطفی، بُعد رفتاری، ریسک‌پذیری، راهبرد نگرش کارآفرینی و برنامه‌ریزی) می‌توانند ۴۵ درصد از واریانس نگرش کارآفرین را تبیین کنند و علاوه بر این، تحلیل عامل تأییدی مرتبه دوم نیز نشان‌دهنده تأیید ساختار عاملی این پرسشنامه بوده و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ، ۰/۸۸ به دست آمد.

برای بررسی مدل اندازه‌گیری متغیر برونزا (ادراک از حمایت خانواده) و متغیرهای درونزا (نگرش کارآفرینی، رقابت‌جویی) و بررسی روابط بین متغیرها، از رویکرد تحلیل عاملی تأییدی با روش تحلیل مسیر (مدلیابی معادلات ساختاری) و به منظور بررسی فرض نقش میانجی متغیر رقابت‌جویی، از آزمون سوبل استفاده شده است که به جهت سهولت و دقت در نتایج به دست آمده، از نرم‌افزارهای آماری SPSS-21 و LISREL-8.72 کمک گرفته شده است که در ادامه، به تفصیل، نتایج پژوهش ارائه می‌شود.

یافته‌های پژوهش

نتایج توصیفی پژوهش نشان داد که از ۴۱۵ دانش‌آموز مقطع متوسطه، ۶۰/۷ درصد از افراد پژوهش را پسران (تعداد ۲۵۲) و ۳۹/۳ درصد را دختران (تعداد ۱۶۳) تشکیل می‌دهند و ۳۷/۳ درصد در کلاس یازدهم، ۳۳/۳ درصد در کلاس دهم و ۲۹/۲ درصد در کلاس دوازدهم مشغول به تحصیل بودند. در جدول ۱، نمرات میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای پژوهش، به همراه ماتریس همبستگی بین آنان، آورده شده است.

جدول ۱. ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش

متغیرها	میانگین (انحراف استاندارد)	۱	۲	۳
۱. ادراک از حمایت خانواده	۱۱/۵۵ (۴/۷۹)	-		
۲. رقابت‌جویی	۵۶/۸۵ (۶/۹۱)	۰/۱۹*	-	
۳. نگرش کارآفرینی	۹۵/۷۲ (۱۱/۸۸)	۰/۲۳*	۰/۴۳*	-
* معناداری در سطح ۰/۰۱				

همان‌گونه که در جدول (۱) مشاهده می‌شود، بین سه متغیر ادراک از حمایت خانواده، رقابت‌جویی و نگرش کارآفرینی همبستگی قابل قبولی وجود دارد ($P < 0/01$)؛ بنابراین این سه متغیر در مدل، نگهداری می‌شوند.

مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

لازم است قبل از وارد شدن به مرحله آزمون فرضیه‌ها و مدل پیشنهادی، از صحت مدل اندازه‌گیری، اطمینان حاصل شود که از این رو، مدل‌های اندازه‌گیری متغیرها در جدول (۲)، ارائه شده است. هر معادله شامل ضریب مسیر بین متغیر مشاهده شده و متغیر مکنون، خطای اندازه‌گیری متغیر مشاهده شده همراه با آزمون معناداری آن بر پایه آماره t و مقدار R^2 (ضریب تعیین یا نسبت واریانس تبیین شده به وسیله متغیر مکنون) است.

همان‌گونه که در جدول (۲) مشاهده می‌شود، تمامی متغیرها دارای آماره t بزرگتر از $1/96$ هستند و مقدار ضریب تعیین به دست آمده مناسب است که بر این اساس، هیچ یک از آیتم‌ها (گویه‌ها) از مدل حذف نشدند و به ادامه تحلیل پرداخته شد.

جدول ۲. نتایج تحلیل عاملی تأییدی برای متغیرها

متغیرهای مکنون	متغیرهای مشاهده شده	ضریب استاندارد	آماره t	ضریب تعیین	خطا
ادراک از حمایت خانواده	گفتگوی صمیمانه	۰/۳۵	۶/۱۱	۰/۱۳	۰/۰۲
	حمایت عاطفی-ذهنی	۰/۵۶	۹/۸۲	۰/۳۱	۰/۰۳
	کمک‌رسانی	۰/۶۱	۱۰/۷۱	۰/۳۸	۰/۰۳
	روابط اجتماعی	۰/۶۸	۱۱/۷۳	۰/۴۶	۰/۰۳
رقابت‌جویی	کوشش در موقعیت‌ها	۰/۴۲	-	۰/۱۸	-
	رضایت از انجام کار	۰/۵۳	۵/۳۶	۰/۲۸	۰/۱۸
	ترجیح دادن تکالیف دشوار	۰/۵۲	۵/۳۴	۰/۲۷	۰/۱۷
	راهبرد کارآفرینی	۰/۶۹	-	۰/۴۷	-
نگرش کارآفرینی	برنامه‌ریزی	۰/۵۱	۹/۰۷	۰/۲۶	۰/۹۱
	عاطفی	۰/۷۸	۱۲/۷۰	۰/۶۱	۰/۲۷
	شناختی	۰/۵۰	۸/۹۳	۰/۲۵	۰/۲۲
	رفتاری	۰/۷۱	۱۲/۰۲	۰/۵۱	۰/۱۸

تأیید مدل اندازه‌گیری

همان‌گونه که در جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود، مقدار $X^2=168/57$ و $df=51$ است، بنابراین نسبت خبی دو بر درجه آزادی (X^2/df) برابر با $3/30$ و کوچک‌تر از ۵ است که مقدار قابل‌قبولی است. پایین بودن میزان این شاخص، نشان‌دهنده تفاوت کم میان مدل مفهومی پژوهش با داده‌های مشاهده شده پژوهش است. همچنین، مقدار RMSEA برابر با $0/075$ و کوچکتر از $0/08$ است. علاوه بر X^2 ، هرچه میزان شاخص RMSEA کمتر باشد، مدل از برازش مناسبتری برخوردار است. لازم به ذکر است که شاخص‌های متعددی برای سنجش برازش مدل‌ها وجود دارد. از آنجا که، بر سر اعتبار این شاخص‌ها توافق نظر وجود ندارد، پاره‌ای از کاربرترین آنان، برای ارزیابی برازش الگوی پیشنهادی این پژوهش استفاده شد که در جدول ۳، این شاخص‌ها و ملاک لازم برای برازش مناسب الگو با داده‌ها، نشان داده شده و در سطر آخر این جدول، به شاخص‌های به دست آمده در این پژوهش، اشاره شده است.

جدول ۳. شاخص، ملاک برازش و آماره محاسبه شده در پژوهش

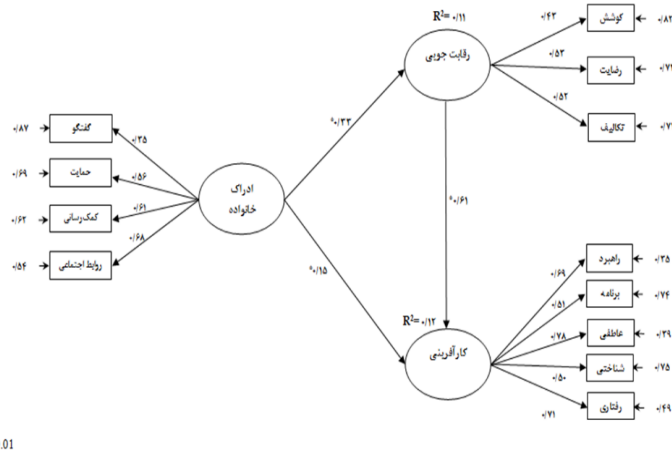
شاخص	χ^2/df	GFI	AGFI	IFI	CFI	NFI	NNFI	SRMR	RMSEA
ملاک	< 5	$> 0/90$	$> 0/90$	$> 0/90$	$> 0/90$	$> 0/90$	$> 0/90$	$< 0/08$	$< 0/08$
برازش									
آماره پژوهش	۳/۳۱	۰/۹۴	۰/۹۰	۰/۹۲	۰/۹۲	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۰۵۷	۰/۰۷۵

* شاخصی که از مدل حاصل می‌شود.

به‌طور کلی، تمامی شاخص‌های AGFI-GFI-NFI-NNFI-IFI-CFI، مساوی و یا بزرگتر از مقدار $9/0$ است؛ بنابراین مدل، برازش مطلوبی را نشان داده و مورد تأیید است.

مدل ساختاری (تحلیل مسیر) پژوهش

پس از انجام تحلیل عاملی تأییدی، با انجام تحلیل‌های ساختاری به بررسی روابط متغیرهای پژوهش پرداخته شده، که نتایج در شکل شماره ۲، نشان داده شده است.



شکل ۲. مدل ساختاری نگرش کارآفرینی براساس ادراک حمایت خانواده و رقابت جویی

جدول ۴. خلاصه ضرایب استاندارد، ضرایب تعیین، آماره t و نتیجه

مسیرها	ضریب استاندارد	آماره t	ضریب تعیین	نتیجه
ادراک از حمایت خانواده ← رقابت جویی	۰/۳۳	۳/۷۸	۰/۱۱	تأیید
ادراک از حمایت خانواده ← نگرش کارآفرینی	۰/۱۵	۳/۱۲		تأیید
رقابت جویی ← نگرش کارآفرینی	۰/۶۱	۴/۴۸	۰/۱۲	تأیید

جدول ۴، به ضرایب مسیر و آماره به دست آمده از مدل ساختاری نهایی می پردازد. نتایج به طور کلی نشان می دهد که ضریب تعیین برای متغیر رقابت جویی مقدار ۰/۱۱ برآورد شده و نشان دهنده این است که ادراک از حمایت خانواده توانسته است، ۱۱٪ از تغییرات رقابت-جویی را توضیح دهد. با توجه به مقدار ضریب استاندارد و آماره t می توان گفت که میزان این تأثیر معنادار بوده است. از طرف دیگر، می توان گفت که ۱۲٪ از تغییرات نگرش کارآفرینی به وسیله متغیر ادراک از حمایت خانواده و رقابت جویی تبیین می شود. این بدین معنا است که ادراک از حمایت خانواده و رقابت جویی روی هم رفته توانسته اند، ۱۲٪ از تغییرات نگرش کارآفرینی را توضیح دهند. با توجه به مقدار ضریب استاندارد و آماره t می

توان گفت، تأثیر هر دو متغیر ادراک از حمایت خانواده و رقابت‌جویی بر روی نگرش کارآفرینی معنادار بوده است ($P < 0/01$). پس از بررسی و تأیید مدل، نقش میانجی متغیر با استفاده از آزمون سوبل مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول ۵. سنجش نقش میانجی متغیر رقابت‌جویی با آزمون سوبل

مسیرها	آماره آزمون t	خطای انحراف معیار	سطح معناداری	اثر غیرمستقیم استاندارد
رقابت‌جویی بین ادراک از حمایت خانواده و نگرش کارآفرینی	۳/۴۲	۰/۰۶	*۰/۰۰۱	۰/۲۰۱

* معناداری در سطح ۰/۰۱



با توجه به نتایج حاصل از آزمون سوبل در جدول شماره ۵، می‌توان گفت که ادراک از حمایت خانواده، می‌تواند از طریق برانگیختگی رقابت‌جویی بر نگرش کارآفرینی تأثیر معنادار داشته باشد که میزان اثر غیرمستقیم آن، برابر با ۲۰٪ است.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش، با هدف، بررسی نقش میانجی‌گری رقابت‌جویی در رابطه بین ادراک حمایت خانواده و نگرش کارآفرینی دانش‌آموزان دبیرستانی انجام شد. نتایج نشان داد ضریب مسیر ادراک از حمایت خانواده و نگرش کارآفرینی با $\beta = 0/15$ و $T = 3/12$ معنادار بوده و بین این دو متغیر، رابطه علی مستقیم (با ضریب مثبت)، برقرار است. این یافته با نتایج پژوهش‌های ایکسو و همکاران (۲۰۲۰)، علی‌آبادی و همکاران (۱۳۹۸) همسو است و در این پژوهش‌ها نیز، تأثیر ادراک حمایت خانواده بر نگرش کارآفرینی افراد تأیید شده است. در تبیین این یافته می‌توان گفت ادراک حمایت خانواده عاملی است که می‌تواند به‌طور مثبت بر استقلال

و خودپنداره فرزندان تأثیر بگذارند (مکالی و همکاران، ۲۰۲۱) و در این میان، اگر فرزندان از حمایت اعضای خانواده، آگاه باشند، علاوه بر اینکه، نگرش و احساس مثبت تری را نسبت به چالش‌ها و مشکلات پیش‌روی خود خواهند داشت، با قدرت بیشتری به سمت خوداشتغالی، خواهند رفت. همچنین، از آن‌جایی که حمایت خانواده بر خود کارآمدی نوجوانان در مسیر شغلی تأثیر مثبت دارد (نئونسیچاوند و هافمن، ۲۰۲۱)، می‌تواند موجب ایجاد احساس امنیت در فرد شود و به وی کمک کند تا به هنگام تصمیم‌گیری برای خوداشتغالی و کارآفرینی، با اضطراب و استرس کمتری مواجه شود. از جنبه دیگر، اکثر کارآفرینان، به سبب داشتن این ادراک که از سوی اعضای خانواده و افراد مهم زندگیشان، حمایت می‌شوند، با مشکلات رو به رو خواهند شد. به عبارتی، این افراد یقین دارند که به هنگام نیاز، کسی هست از آن‌ها حمایت کند و این احساس دلگرم‌کننده و مثبتی که دریافت می‌کنند، باعث می‌شود که به هنگام مواجهه با چالش‌ها و فشارهای پیش‌رو، عملکرد مناسبی داشته باشند. ضمن اینکه، این احساس دلگرم‌کننده حمایت از سوی خانواده می‌تواند به همراه نگرش مثبت به کارآفرینی، به قصد انجام فعالیت‌های کارآفرینانه منتهی شود.

همچنین ضریب مسیر بین ادراک از حمایت خانواده و رقابت‌جویی با $\beta=0/33$ و $T=3/78$ معنادار بوده و بین این دو متغیر، رابطه‌ی علی مستقیم (با ضریب مثبت)، برقرار است. این یافته با نتایج پژوهش‌های انوشا و همکاران (۲۰۱۵)، گیدتی و مارتینلی (۲۰۱۷)، زاکاریا و حلیم (۲۰۱۴) همسو است. به عبارتی، در این پژوهش‌ها نیز، نتایج نشان داده است که داشتن ویژگی شخصیتی رقابت‌جویی، نگرش نسبت به کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در تبیین یافته پژوهش حاضر می‌توان گفت که حمایت خانواده می‌تواند نقش تسهیل‌گر یا مانع را در پرورش استعدادها، توانایی‌ها و گسترش توانمندی‌ها داشته باشد. هنگامی که فرد احساس ارزشمندی می‌کند و در کنار آن از یک منبع حمایتی برخوردار است، اهداف اثربخش تری را انتخاب نموده و از انگیزه بالاتری به‌منظور دستیابی به اهداف و ادامه مسیر برخوردار است و بدین ترتیب می‌توان گفت روحیه رقابت‌جویی بیشتری را از خود نشان

می‌دهد (وحید دستجردی و نیلفروشان، ۱۳۹۴). به بیان دیگر، رفتارهای حمایت‌گراانه از جانب والدین می‌تواند با ارضای نیازهای روانشناختی فرزندان، شرایط لازم را در جهت ترقی و پیشرفت هر چه بیشتر آنان فراهم سازد و به این سبب، باعث افزایش حس رقابت‌پذیری سالم و پیشرفت تحصیلی آنان شود. به عبارتی، هر چه والدین حامی استقلال فرزندان باشند، آنان را بی‌قید و شرط بپذیرند، با آنان روابط گرم، دوستانه، صمیمانه و استواری برقرار کنند، به آنان اجازه دهند که در تصمیم‌گیری‌های مربوط به خودشان شرکت داشته باشند و بتوانند مشکلاتش را به صورت مستقیم با ارائه راه‌حل‌های مناسب حل کنند؛ می‌توانند ادراک مثبتی از تعامل با دیگران، خود کارآفرینی و استقلال در آنان به وجود آورده و موجب افزایش رقابت‌پذیری سالم، ادراک شایستگی، انگیزش تحصیلی و در پی آن، پیشرفت تحصیلی شوند (مکالی و همکاران، ۲۰۲۱). از جنبه دیگر، نبود رفتارهای حمایت‌گراانه از جانب والدین و اعضای خانواده، باعث کاهش ادراک شایستگی در فرزندان می‌شود که احساس رقابت‌پذیری را کاهش می‌دهد و می‌تواند نگرش کارآفرینانه آنان را به شکل منفی تحت تأثیر قرار دهد (والرند، ۱۹۷۷؛ به نقل از زاکاریا و حلیم، ۲۰۱۶).

همچنین نتایج نشان داد که ادراک از حمایت خانواده از طریق برانگیختگی رقابت‌جویی می‌تواند بر نگرش کارآفرینی تأثیر معنادار داشته باشد و میزان تأثیر غیرمستقیم آن برابر با ۲۰ درصد است. براساس بررسی‌های انجام شده در این زمینه، پژوهشی که به بررسی نقش میانجی رقابت‌جویی پرداخته باشد؛ یافت نشد؛ با این وجود؛ یافته حاضر با پژوهش انوشا و همکاران (۲۰۱۵) به صورت غیرمستقیم همسو است. در این پژوهش نیز، نتایج نشان داده است که داشتن ویژگی شخصیتی رقابت‌جویی و حمایت خانواده به عنوان عوامل اثرگذار، گرایش به کارآفرینی را افزایش می‌دهند. در تبیین این یافته می‌توان چنین عنوان کرد که با توجه به این مسئله که، اولین شبکه اجتماعی که فرزندان در آن قرار دارند، خانواده است و رفتار آنان، از نظر تعامل مداوم و متقابل، تحت تأثیر عوامل شناختی، رفتاری و محیطی قرار دارد؛ بدون شک، ادراک حمایت خانواده می‌تواند یکی از مهمترین عوامل محیطی اثرگذار

بر نگرش کارآفرینی فرزندان به واسطه یکی از ویژگی‌های شخصیتی افراد خلاق (رقابت-جویی) باشد و از بین اعضای خانواده، پدر و مادر به‌عنوان اولین افراد تأثیرگذار بر نحوه شکل‌گیری رفتارها و نگرش‌های فرزندان شناخته می‌شوند و فرزندان از آنان، بسیاری از رفتارها و ویژگی‌ها را می‌آموزند. بر این اساس، در دوران جامعه‌پذیری فرزندان، ارزش‌هایی که آنان در نهاد خانواده درونی می‌سازند، مهمترین و اساسی‌ترین ارزش‌های شکل‌دهنده شخصیت آنان خواهد شد. بنابراین، در شکل‌گیری نگرش کارآفرینی فرزندان، نوع نگرش و ارزش‌هایی که والدین براساس آنها تفکر و عمل می‌کنند، تأثیر به‌سزایی دارد (علی‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۸). با این حال، اگرچه رقابت ذاتی امری است؛ اما رغبت به برتری‌جویی، در نهاد خانواده، آموخته و تقویت می‌شود (شفیع‌آبادی، ۱۳۹۸)؛ و معمولاً کودکانی که در خانواده‌های آزاد و دموکراتیک بزرگ شده‌اند، در مقایسه با کودکان خانواده‌های اقتدارطلب، برون‌گراتر هستند و دارای انگیزه رقابت‌جویی بالایی می‌باشند که این انگیزه به پیشرفت هرچه بیشتر آنان کمک می‌کند (مرادی حقیقت و همکاران، ۱۴۰۰). همچنین، فرزندان دارای والدین حمایت‌کننده، رغبت بالایی نسبت به کمال‌گرایی از خود نشان می‌دهند و از تلاش و رقابت در جهت برتری‌جویی لذت می‌برند (طاهری و همکاران، ۱۳۹۷). بر این اساس، هنگامی که فرزندان بدانند که والدینشان در فعالیت‌ها به‌عنوان حامی و پشتیبان، در کنار آنها هستند، می‌توانند برای دستیابی به مقاصد بالاتر تلاش بیشتری کنند. از سوی دیگر، با توجه به اینکه کارآفرینی، فرآیندی همراه با ریسک و ابهام است و ادراک حمایت خانواده موجب می‌شود که این مسیر پُر ابهام و همراه با ریسک، به راحتی طی شود؛ لذا نقش حمایت والدین از فرزندانشان، پُررنگ‌تر از عوامل دیگر خواهد بود. همچنین، حمایت خانواده تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینی فرزندان دارد (ایکسو و همکاران، ۲۰۲۰). در حقیقت، حمایت اجتماعی با احساس امنیتی که به افراد می‌دهد، به آنان کمک می‌کند تا به هنگام تصمیم‌گیری برای کارآفرینی و خوداشتغالی، با اضطراب و استرس کمتری روبه‌رو شوند. بنابراین، افراد کارآفرین با نظر داشتن اینکه از حمایت خانواده‌هایشان برخوردار هستند و از

دردسترس بودن حامیان خود اطمینان دارند، به هنگام مواجهه با مشکلات یقین دارند که می-توانند از حمایت و یاری حامیان خود بهرمنند شوند و به همین سبب به رقابت جویی بیشتری تشویق خواهند شد (علی آبادی و همکاران، ۱۳۹۸). از این رو، یکی از اساسی ترین ویژگی-های شخصیتی افراد در کارآفرین شدن، میزان رقابت جویی آنان در جهت نیاز به پیشرفت و توفیق طلبی است. به بیان دیگر، داشتن احساس رقابت جویی، یکی از صفات شخصیتی افراد دارای قدرت آفرینندگی و خلاقیت، عنوان شده است که می تواند بر انتخاب رشته تحصیلی، انتخاب شغل در آینده و سطح درآمد افراد تأثیرگذار باشد (هالکو و ساکسوری، ۲۰۱۷). با این حال، رقابت جویی مطمئناً در خوداشتغالی و کارآفرینی که با خلاقیت، ریسک و نوآوری همراه است؛ نقش اساسی دارد؛ اما برخی از پژوهش های حوزه تربیتی، همکاری را در فرآیند کارآفرینی مفیدتر از ویژگی رقابت جویی می دانند. در این میان، بسیاری از پژوهشگران معتقدند که رقابت جویی از سالیان نخستین مدرسه شروع می شود و در مقاطع بالاتر همچون دبیرستان، با انتخاب رشته و با توجه به مسئله پُر رقابت کنکور، رشد می یابد. لذا، از بین دانش آموزان رقابت جویی که تمایل بیشتری به انجام تکالیف دشوار دارند و در این راه، تلاش و انگیزه بیشتری را نیز از خود نشان می دهند و به رقابت تنگاتنگی با همکلاسی هایشان می پردازند، کسانی، در این مسیر به موفقیت خواهند رسید که از حمایت خانواده خود برخوردار باشند و والدینشان، نقش حامیان مادی و معنوی را برای آنان، ایفا کنند (مرادی حقیقت و همکاران، ۱۴۰۰). علاوه بر این، بنا به پژوهش کامپو-ترنرا و همکاران (۲۰۲۲) که نشان داده اند ظرفیت کارآفرینی بالقوه در نوجوانان با تأثیر مستقیم ویژگی های شخصیتی همچون رقابت جویی و پشتکار و حمایت های دریافت شده از همسالان و خانواده تعیین می شود؛ می توان چنین اظهار کرد که در دوران نوجوانی، به هنگامی که فرد هنوز، مهارت و تجربه لازم و کافی را کسب نکرده است؛ برای دستیابی به اهداف شغلی و تحصیلی خود، بیشتر، به رقابت با دیگران می پردازد و با توجه به این که نهاد خانواده، اولین منبع حمایتی محسوب می شود، ادراک از حمایت والدین و نوع دیدگاه و نگرش آنان به کارآفرینی می-

تواند بر پیشرفت تحصیلی، آرزوهای شغلی، نوع نگرش به موفقیت‌های شغلی و به‌طور کلی، آینده شغلی و تحصیلی فرزندان تأثیرگذار باشد (نئونسچاوند و هافمن، ۲۰۲۱). درنهایت، محیط گرم و صمیمانه خانواده و احترام به اختلاف بین دیدگاه و نظر والدین با فرزندان و همچنین توجه به استقلال آنان، به‌عنوان عوامل تسهیل‌کننده پیشرفت تحصیلی- شغلی فرزندان به شمار می‌آیند و به هر میزان، ادراک دانش‌آموزان از حمایت خانواده‌هایشان بیشتر باشد، در آنان، نگرش مثبت‌تری نسبت به اعمال کارآفرینانه به وجود خواهد آمد که می‌تواند فرآیند انجام فعالیت‌های کارآفرینانه را تسهیل نماید و احتمال موفقیت آنان را افزایش دهد (اوساریو و همکاران، ۲۰۱۷).

درنهایت می‌توان چنین استنباط کرد که والدین با پشتیبانی و حمایت‌های خود می‌توانند موجبات رشد و توسعه مهارت‌های خلاقانه را در دانش‌آموزان فراهم سازند و برای شروع کسب استقلال، خوداشتغالی و انجام فعالیت‌های کارآفرینانه توسط فرزندان، نقش یک پناهگاه امن را داشته باشند. به بیان دیگر، دانش‌آموزی که در فعالیت‌های کارآفرینانه به دنبال رقابت‌جویی است، با حمایتی که از خانواده خویش دریافت می‌کند، به موفقیت دست خواهد یافت و به هنگامی که با شکست مواجه شود، با حمایت والدینش می‌تواند مجدداً اقدام نماید. از این‌رو، خانواده‌ها می‌توانند با نشان دادن نگرش مثبت به فعالیت‌های کارآفرینانه از یک سو و حمایت و مدیریت صحیح احساس رقابت‌جویی در فرزندان از سوی دیگر، نقش به‌سزایی در ایجاد نگرش مثبت به کارآفرینی در فرزندان داشته باشند.

ازجمله محدودیت‌های پژوهش، می‌توان به کنترل نکردن متغیرهای مداخله‌گر همچون میزان تحصیلات والدین، شغل والدین و ترتیب تولد فرزندان اشاره نمود که ممکن است تعمیم نتایج پژوهش حاضر را با محدودیت روبه‌رو سازد. لذا پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های دیگری جهت کنترل متغیرهای مداخله‌گر انجام شود و همچنین پیشنهاد می‌شود با استفاده از برنامه‌ریزی فعالیت‌های فوق برنامه، روش صحیح رقابت‌جویی و تقویت حس رقابت‌پذیری مثبت به دانش‌آموزان آموزش داده شود و در ادامه به مشاورین مدارس، پیشنهاد می‌شود با

تدوین بسته‌های آموزشی، نحوه صحیح حمایت والدین از فرزندان و تقویت روحیه رقابت-جویی را افزایش دهند.

سپاسگزاری: این پژوهش برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد نویسنده اول پژوهش در دانشگاه اردکان است. نویسندگان این پژوهش بر خود لازم می‌دانند که از مساعدت تمامی دانش‌آموزان و همه عزیزانی که در انجام این پژوهش همکاری نمودند، تشکر و سپاسگزاری نمایند.

منابع و مأخذ

- آبایی، الناز؛ کلاترکوشه، سیدمحمد و فرحبخش، کیومرث. (۱۳۹۴). مطالعه همبستگی رقابت‌جویی و احساس شکست در بین کارمندان دانشگاهی ایران. *دومین کنفرانس بین‌المللی روان‌شناسی، علوم تربیتی و سبک زندگی، تهران*.
- آقامیرلی، مرضیه؛ کدیور، پروین و امامی‌پور، سوزان. (۱۳۹۸). "شاخص‌های روان‌سنجی پرسشنامه حمایت اجتماعی همسالان پرسیدانو و هلر". *پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی، ۸(۳۶)، ۳۹-۵۴*.
- ابراهیم آبادی، ریحانه؛ طاهرپور، فاطمه و عسگری، علی. (۱۳۹۸). "نقش حمایت خانواده و دانشگاه در خلاقیت و ریسک‌پذیری دانشجویان ارشد و دکتری دانشگاه بیرجند با میانجی‌گری امید". *ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۹(۲)، ۱۰۳-۱۳۲*.
- حسین‌زاده نباتی، مریم؛ محمودی، فیروز و ادیب، یوسف. (۱۴۰۰). "رابطه نگرش به درس کار و فناوری با نگرش فناورانه و کارآفرینی دانش‌آموزان مقطع متوسطه ناحیه یک تبریز". *فناوری آموزش، ۱۵(۲)، ۳۰۵-۳۱۹*.
- دلپچه، رحیمه. (۱۳۹۶). راهکارهای ایجاد و تقویت نگرش کارآفرینی در دانش‌آموزان دختر متوسطه اول شهرستان آق‌قلا. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته برنامه‌ریزی آموزشی. دانشگاه علامه طباطبائی.

رازقی، حجیه بی‌بی؛ مندگاری، ملیحه؛ میری، راضیه و کارگر، محمدرضا. (۱۴۰۰). "فهم جامعه-شناختی علل بیکاری جوانان شهر کرمانشاه براساس نظریه زمینه‌ای". *دوفصلنامه جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی*، ۱(۱۷)، ۴۷-۸۲.

ربانی جهرمی، فرزانه. (۱۳۸۹). رابطه بین حمایت اجتماعی و باورهای مذهبی با سلامت روانی در بیماران دیالیزی شهر جهرم. پایان‌نامه کارشناسی ارشد روانشناسی عمومی. دانشگاه آزاد اسلامی.

رستمی، نسرين؛ محمدی، محسن و مظهری، رضا. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر رقابت‌پذیری بر سطح فعالیت‌های کارآفرینانه. *اقتصاد و تجارت نوین*، ۱۴(۱)، ۱-۳۸.

سیاح‌سیاری، نیمتاج؛ حسین‌شاهی، حمیدرضا و رنجگر، بایرام‌علی. (۱۳۸۹). رابطه هویت و حمایت اجتماعی والدین در میان نوجوانان. *اندیشه و رفتار*، ۴(۱۶)، ۶۷-۷۴.

شفیع‌آبادی، عبدالله. (۱۳۹۸). *مبانی روان‌شناسی رشد*. تهران: شرکت سهامی چهر. شناور، فضل‌الله؛ بشلیده، کیومرث؛ هاشمی، سیداسماعیل و نعیمی، عبدالزهره. (۱۳۹۳). بررسی نقش میانجی‌گری تعارض کار-خانواده در رابطه استرس و حمایت اجتماعی با خشنودی شغلی و خانوادگی. *دستاوردهای روان‌شناختی*، ۴(۱)، ۱۱۱-۱۳۲.

صادقی، احمد. (۱۳۹۳). بررسی رابطه حمایت خانواده، خودکارآمدی مسیر شغلی و عزت‌نفس با خودکارآمدی تصمیم‌گیری مسیر شغلی دانش‌آموزان. *دستاوردهای روان‌شناختی*، ۴(۱)، ۲۲۷-۲۴۴.

صفاری‌نیا، محمد و هزاره‌ای، داوود. (۱۳۸۷). بررسی و مقایسه سازگاری تحصیلی دانشجویان سال اول تا چهارم دانشگاه و رابطه آن با حمایت اجتماعی خانواده و دوستان. *روانشناسی تربیتی*، ۴(۱۳)، ۱۵-۱.

ضیاء، بابک و وقارموسوی، مجید. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر آموزش‌های رسمی کارآفرینی بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه. *توسعه کارآفرینی*، ۹(۱)، ۹۹-۱۱۷.

طاهری، نوراله؛ شیرزادگان، راضیه؛ الهامی، سعیده؛ محمودی، ناهید؛ بان، مریم و سروندیان، سارا. (۱۳۹۷). سبک‌های فرزندپروری والدین با کمال‌گرایی در دانشجویان خانواده‌های تک فرزند و

چند فرزند. *پرستاری، مامایی و پیراپزشکی*، ۳(۲)، ۷۳-۵۸.

- علی آبادی، خدیجه؛ معدن‌دار، سیروس؛ محمد کاظمی، رضا؛ عباس‌پور، عباس و میناوند، محمد. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر برنامه‌های تلویزیونی کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه با میانجی‌گری حمایت خانواده. *خانواده و پژوهش*، ۱۶(۳)، ۲۹-۵۲.
- قمری، لیلا؛ صادقی، نرگس و آذربرزین، مهرداد. (۱۴۰۰). "ارتباط بین ادراک حمایت از جانب دوستان و سازگاری روانی-اجتماعی با بیماری در نوجوانان". *مجله پرستاری و مامایی*، ۱۹(۱)، ۸۶-۷۷.
- کلانتری، مهدی و بیراک، فاطمه. (۱۳۹۸). هنجاریابی و اعتباریابی آزمون رقابت‌جویی دانش‌آموزان دخترانه مقطع دبیرستان حکمت‌نیاوران. *روان‌سنجی*، ۷(۲۸)، ۷-۲۲.
- مرادی حقیقت، رضوان؛ صفری، اکرم و صبوری، فاطمه. (۱۴۰۰). تأثیر سبک یادگیری رفاقتی و رقابتی در پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان. *پویش در آموزش علوم انسانی*، ۷(۲۵)، ۶۱-۷۸.
- وحید دستجردی، لیلا و نیلفروشان، پریسا. (۱۳۹۴). امید شغلی: نقش عوامل شخصی، اجتماعی و حمایت خانواده. *پژوهش‌نامه روانشناسی مثبت*، ۱(۴)، ۱۵-۲۸.

- Abra, J. C. (1993). *Competition: Creativity's vilified motive*. Genetic, social, and general psychology monographs.
- Anusha, K., Vijayalakshmi, K. V. L., & Vijayan, N. (2015). A study on factors that influence decision to pursue entrepreneurship. *International Journal of Social & Interdisciplinary Research*, 24(3), 60-72.
- Baptista, M.N., de Oliveira, K.L., Inácio, A.L.M., das Neves Burgos, M., & Peixoto, E.M. (2020). Children's Version of the Perceived Family Support Inventory (IPSF-IJ). *Psychological Assessment: Interamerican Journal of Psychological Assessment*, 19(4), 441-450.
- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1), 53-61.
- Blanchflower, D. G., & Oswald, A. J. (2007). *What makes a young entrepreneur?* IZA Discussion Paper 3139.

- Boz, A., & Ergeneli, A. (2014). Women entrepreneurs' personality characteristics and parents' parenting style profile in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 109, 92-97.
- Bruton, G., Zahra, S., & Cai, L. (2018). Examining entrepreneurship through indigenous lenses. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 42(3), 351-361.
- Campo-Terrena, L., Amar-Sepúlveda, P., & Olivero-Vega, E. (2022). Interaction of potential and effective entrepreneurial capabilities in adolescents: modeling youth entrepreneurship structure using structural equation modeling. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 1-17.
- Chen, Y., & Lai, M. (2010). Factors influencing the entrepreneurial attitude of Taiwanese tertiary-level business students. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 38(1), 1-12.
- Franken, R., & Brown, D. (1995). Why do people like competition? The motivation for winning, putting forth effort, improving one's performance, performing well, being instrumental, and expressing forceful/aggressive behavior. *Personality and individual differences*, 19(2), 175-184.
- Friedlander, L. J., Reid, G. J., Shupak, N., & Cribbie, R. (2007). Social support, self-esteem, and stress as predictors of adjustment to university among first-year undergraduates. *Journal of college student development*, 48(3), 259-274.
- Guidetti, A. A., & Martinelli, S. C. (2017). Children's perceptions: Relationships between school motivation and family support. *Psycho-USF*, 22(3), 515-525.
- Halko, M. L., & Sääksvuori, L. (2017). Competitive behavior, stress, and gender. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 141, 96-109.
- Johnson, D., Craig, J. B., & Hildebrand, R. (2006). Entrepreneurship education: towards a discipline-based framework. *Journal of Management development*, 25(1), 40-54.
- King, R. B., McInerney, D., & Watkins, D. (2012). Competitiveness is not that bad... at least in the East: Testing the hierarchical model of achievement motivation in the Asian setting. *International journal of intercultural relations*, 36(3), 446-457.

- Lee, L., Wong, P. K., Der Foo, M., & Leung, A. (2011). Entrepreneurial intentions: The influence of organizational and individual factors. *Journal of business venturing*, 26(1), 124-136.
- Lopez, M. L., & Cooper, L. (2011). Social support measures review. *National center for Latino child & family research*, 81-85.
- Macalli, M., Côté, S., & Tzourio, C. (2020). Perceived parental support in childhood and adolescence as a tool for mental health screening in students: a longitudinal study in thei-Share cohort. *Journal of Affective Disorders*, 266, 512-519.
- Menesini, E., Tassi, F., & Nocentini, A. (2018). The competitive attitude scale (CAS): A multidimensional measure of competitiveness in adolescence. *J. Psychol. Clin. Psychiatry*, 9(3), 240-244.
- Moke, K., Chang, C., Prihadi, K., & Goh, C. L. (2018). Mediation Effect of Resilience on the Relationship between Self-Efficacy and Competitiveness among University Students. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 7(4), 279-284.
- Neuenschwander, M. P., & Hofmann, J. (2021). Career decision, work adjustment, and person–job fit of adolescents: Moderating effects of parental support. *Journal of Career Development*, 0894845321995960.
- Obschonka, M. (2017). The quest for the entrepreneurial culture: psychological big data in entrepreneurship research. *Current opinion in behavioral sciences*, 18, 69-74.
- Osorio, A. E., Settles, A., & Shen, T. (2017). Does family support matter? The influence of support factors on entrepreneurial attitudes and intentions of college students. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 23(1), 24-43.
- Paloş, R., & Drobot, L. (2010). The impact of family influence on the career choice of adolescents. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 3407-3411.
- Procidano, M. E., & Heller, K. (1983). Measures of perceived social support from friends and from family: Three validation studies. *American journal of community psychology*, 11(1), 1-24.

- Rengiah, P. (2013). *Effectiveness of entrepreneurship education in developing entrepreneurial intentions among Malaysian university students*. Southern Cross University.
- Robinson, P. B., Stimpson, D., Huefner, J. C., & Hunt, H. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 15(4), 13-32.
- Salazar-Ayala, C. M., Gastélum-Cuadras, G., Huéscar Hernández, E., Núñez Enríquez, O., Barrón Luján, J. C., & Moreno-Murcia, J. A. (2021). Individualism, competitiveness, and fear of negative evaluation in pre-adolescents: Does the teacher's controlling style matter?. *Frontiers in Psychology*, 12, 1276-1289.
- Xu, F., Kellermanns, F. W., Jin, L., & Xi, J. (2020). Family support as social exchange in entrepreneurship: It's moderating impact on entrepreneurial stressors-well-being relationships. *Journal of business research*, 120, 59-73.
- Zakaria, Z., & Halim, M. A. (2016). *The mediating effect of family support in influencing business competitiveness of SME*. In Proceedings of the ASEAN Entrepreneurship Conference 2014 (pp. 29-37). Springer, Singapore.

