

تحلیل نقش آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه با تأکید بر میانجی نگرش

کارآفرینی و خود اثربخشی کارآفرینی

(مطالعه موردی: آموزش فنی و حرفه‌ای استان کرمانشاه)

علی اکبر آقاجانی افروزی^۱

پیمان اکبری^۲

امیر سعیدی پور^۳

چکیده

هدف از این پژوهش، تحلیل نقش آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه با تأکید بر میانجی نگرش کارآفرینی و خود اثربخشی کارآفرینی می‌باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت روش، توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش را تعداد ۱۲۶۷ نفر از کارآموزان اداره آموزش فنی و حرفه‌ای استان کرمانشاه را شامل می‌شود. که با استفاده از فرمول کوکران ۲۹۵ نفر به‌عنوان نمونه برای نیمه اول سال ۱۴۰۱ انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه بود که از روایی و پایایی خوبی نیز برخوردار بودند. نتایج فرضیات حاکی از آن بود که آموزش کارآفرینی بر خود اثربخشی کارآفرینی تأثیر متوسط، مستقیم و معنی‌دار و بر نگرش کارآفرینی و ذهنیت کارآفرینانه تأثیر متوسط و ضعیف، مستقیم و غیرمستقیم، و معنی‌دار دارد، خود اثربخشی کارآفرینی بر نگرش کارآفرینی تأثیر قوی، مستقیم و معنی‌دار و بر ذهنیت کارآفرینانه تأثیر متوسط، مستقیم و غیرمستقیم و معنی‌دار و همچنین نگرش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه تأثیر متوسط، مستقیم و معنی‌دار در نهایت خود اثربخشی کارآفرینی و نگرش کارآفرینی می‌تواند نقش میانجی‌گری را ایفا کنند. با وجود مدل طراحی می‌توان انتظار داشت که آموزش فنی و حرفه‌ای استان کرمانشاه بتواند به منظور افزایش ذهنیت کارآفرینانه کارآموزانش به افزایش سطح آموزش کارآفرینی بپردازد و اگر بخواهد تأثیرگذاری بیشتری بر ذهنیت کارآفرینانه داشته باشد بایستی بتواند به متغیرهای نگرش کارآفرینی و خود اثربخشی کارآفرینی که نقش متغیرهای میانجی‌گر را دارند، توجه زیادی شود.

واژگان کلیدی: آموزش کارآفرینی، ذهنیت کارآفرینانه، نگرش کارآفرینی، خود اثربخشی کارآفرینی.

۱. استادیار مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران ایران aghajani@pnu.ac.ir

۲. استادیار مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران ایران peymanakbari3537@pnu.ac.ir

۳. کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

مقدمه

گفته شده که ذهنیت کارآفرینانه، عامل موفقیت و شکست در بین کارآفرینان است (بلوسوا و همکاران، ۲۰۲۰). طوری که در بیشتر پژوهش‌ها، از ذهنیت کارآفرینانه به‌عنوان یک متغیر قابل‌توجه در مطالعات کارآفرینی، بحث شده است (آلن، ۲۰۲۰؛ آژور و علیکوری، ۲۰۲۰؛ کوآکو و همکاران، ۲۰۱۹؛ شفر و مینلو، ۲۰۱۹). کوی و همکاران (۲۰۱۹) خاطرنشان کردند که ذهنیت کارآفرینانه با پدیده‌های شناختی عمیق‌تری، مرتبط است، که نشان دهنده اشتراک منحصربه‌فرد فعالیت‌های کارآفرینانه است. علاوه بر این، شالوده قصد کارآفرینی به سازگاری شناختی تکیه دارد (هاینی و همکاران، ۲۰۱۰). که نقش مهمی را در دستیابی به نتایج مطلوب پس از اقدام کارآفرینانه، ایفا می‌کند. در برخی از کشورهای درحال‌توسعه، عدم موفقیت در اداره یک کسب‌وکار را می‌توان با ذهنیت کارآفرینانه توضیح داد (سیهوتانگ و همکاران، ۲۰۱۹). بنابراین، برای تقویت ذهنیت کسب‌وکارهای نوپا، چندین بعد حمایتی همچون آموزش کارآفرینی (لیندبرگ و همکاران، ۲۰۱۷)، نگرش‌های نسبت به کارآفرینی (سومیا و همکاران، ۲۰۱۰) و خوداثربخشی (ایما و همکاران، ۲۰۲۰) وجود دارد. نظریه شناخت اجتماعی توسط بندورا (۲۰۱۲) نشان داد که آموزش کارآفرینی، خود اثربخشی فردی را افزایش می‌دهد. آموزش کارآفرینی به کارآموزان این امکان را می‌دهد تا در امور کارآفرینی مانند تجزیه و تحلیل امکان‌سنجی کسب‌وکار، نوشتن برنامه کسب‌وکار، انجام برنامه کسب‌وکار خود، فرصتی داشته باشند. بوتساریس و وامباکا (۲۰۱۷) علاوه بر این، آموزش کارآفرینی یک جبر اجتماعی از طریق واکنش از سوی همسالان در بحث‌های کلاسی و عملکرد در تکالیف دوره را

^۱Belousova et al^۲Allen^۳Ajor and Alikor^۴Kouakou et al^۵Schaefer and Minello^۶Haynie et al.^۷Sihotang et al^۸Lindberg et al^۹Sowmya et al^{۱۰}Aima et al^{۱۱}Bandura^{۱۲}Botsaris and Vamvaka

ارائه می‌دهد. ماهاندرا و همکاران^۱ (۲۰۱۷) در آشنایی با مطالعه کارآفرینی، نگرش کارآفرینی در بین محققان به‌عنوان یک متغیر تعیین‌کننده شناخته شده است. اصطلاح نگرش کارآفرینانه به‌عنوان پاسخ فردی به اطلاعات، رویدادها و منتقدان نسبت به فرصت‌های موجود تعریف شده است. آجنزن^۲ (۲۰۰۲) چندین دسته از نگرش کارآفرینانه را شامل نیاز به دستیابی، کنترل رفتار شخصی، نوآوری و خودباوری، ارائه داد. علاوه بر این، محققان دیگری، هر نگرش کارآفرینانه را از جنبه‌های مختلف، از جمله (احساسات و عواطف)، شناخت (افکار و باورها) و کوشش (اعمال و رفتارها) بررسی کردند. بنابراین، یکی از مؤلفه‌های مهم آموزش کارآفرینی حول محور نگرش‌های شناختی، عاطفی، روانی-حرکتی است (آیال و زلکه^۳، ۲۰۱۸).

برخی محققان بر این موضوع اجماع دارند که فرآیند شناختی، نقش بسیار مهمی در تحقیقات کارآفرینی دارد (بندورا، ۲۰۰۱). به‌عنوان مثال، کروگر^۴ (۲۰۰۳) استدلال کرد که درک کارآفرینی، به‌ویژه درک بر پایه چگونگی راه‌اندازی، مدیریت و توسعه کسب‌وکار مهم است. علاوه بر این، برخی از محققان معتقدند که درک خود اثربخشی بر پایه رفتار و نگرش افراد، منجر به شناخت بیشتر می‌شود (دیویس و همکاران^۵، ۲۰۱۶). بندورا (۱۹۸۶) اشاره کرد که خود اثربخشی به‌عنوان یک فرآیند اجتماعی-شناختی می‌تواند رابطه علیت آگاهی و افراد را در قالب نگرش کارآفرینانه توضیح دهد. ذهنیت و نگرش کارآفرینانه در مورد کارآفرینی، دارای متغیرهای دوگانه همچون زمینه و محیط شخصی است.

جبین و همکاران^۶ (۲۰۱۷) یک علیت دوگانه بین نگرش و ذهنیت کارآفرینانه را بیان کردند. که رابطه این دو را به‌عنوان نمادی کارآفرینانه متصور شدند. مدل پیشنهادی این مطالعه نیز، نگرش کارآفرینانه نسبت به ذهنیت کارآفرین را اندازه‌گیری می‌کند، تا نماد کارآفرینی که تنها با تفسیر این دو متغیر شکل می‌گیرد، ایجاد شود. هنگامی که پاسخ دهندگان آماده‌اند فرصت‌های کارآفرینی را که عموماً مناسب و مطلوب تلقی می-

^۱Mahendra et al

^۲Ajzen

^۳Ayalew and Zeleke

^۴Krueger

^۵Davis et al

^۶Jabeen et al

شوند، کنار بگذارند، این احساس به وجود می‌آید که نمادی مثبت از کارآفرینی به دست آمده است، بر همین اساس، کارآموزان موظفند ذهنیت خود را به منظور ادامه حیات کاری‌شان توسعه و رشد دهند. پنج مفهوم ذهنیت که برای کارآفرین بودن باید در نظر گرفته شود عبارتند از جسارت ریسک کردن، جستجوی فرصت‌های جدید، یادگیری عمل‌گرا و مستمر، و بصیرت گسترده است (بوتساریس و وامواکا، ۲۰۱۶). این مطالعه می‌تواند سه دستاورد داشته باشد اولاً، بر خلاف مطالعات قلبی پژوهشگران در این پژوهش با مطرح کردن نگرش کارآفرینانه و ذهنیت کارآفرینانه، بینشی را در متن پژوهش موجود، در مورد مطالعه کارآفرینی ارائه دادند. با وجود افزایش مطالعات در زمینه کارآفرینی، با این حال، کمبود مطالعه در مورد ذهنیت کارآفرینانه اخیراً مورد توجه قرار گرفته است (کوی و همکاران، ۲۰۱۹). دوماً، مطالعه آموزش کارآفرینی، خود اثربخشی و ذهنیت کارآفرینانه در زمینه‌های مختلف در جهان مثلاً مالزی (پیهی و باقری، ۲۰۱۳) و آفریقا پانی و همکاران، ۲۰۱۸)، هند (جنا، ۲۰۲۰)، مورد بررسی قرار گرفته است، در حالی که فقط اندکی از محققان در ایران به این موضوع توجه داشته‌اند، و آن نیز بر روی کارکنان متمرکز بوده‌اند. از آنجا که نظریه اولیه خوداثربخشی توسط بندورا (۱۹۷۷) ارائه شد، این متغیر به طور گسترده در تحقیقات روانشناختی اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است. برخی از محققین، در تحقیقات‌شان به نقش واسطه‌ای خوداثربخشی توجه کرده‌اند. به عنوان مثال، ژائو و همکاران (۲۰۰۵) اولین محققینی بود که زنجیره علیت را با تمرکز بر خوداثربخشی کارآفرینانه مورد بررسی قرار دادند و در مورد اثر میانجی خوداثربخشی و ذهنیت کارآفرینی بحث کردند. به همین دلیل، آخرین سهم از این پژوهش، بررسی نقش حیاتی نگرش و خوداثربخشی کارآفرینانه در تبیین ذهنیت کارآفرینانه کارآفرینان است که در نهایت منجر به ایجاد سرمایه‌گذاری‌های جدید توسط کارآموزان می‌شود.

در نهایت، با توجه به تحلیل تأثیر آموزش کارآفرینی و ذهنیت کارآفرینانه با تأکید بر نقش میانجی نگرش کارآفرینی و خود اثربخشی کارآفرینی می‌باشد، سؤال اصلی که محققین در این پژوهش با آن روبرو هستند،

^۱Cui et al

^۲Pihie and Bagheri

^۳Puni et al

^۴Jena

آن است که آیا تحلیل تأثیر آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه تأثیر دارد و این تأثیرات با توجه به نقش میانجی نگرش کارآفرینی و خود اثربخشی کارآفرینی چگونه است؟

ادبیات نظری و پیشینه پژوهش‌ها

آموزش کارآفرینی

آموزش کارآفرینی یک فعالیت یادگیری است که در مورد افزایش دانش، مهارت‌ها، نگرش‌ها و شخصیت فردی مربوط به کارآفرینی بحث می‌کند (حسین و نورشیده، ۲۰۱۵). در واقع، این موضوع توسط کرکوود و همکاران (۲۰۱۴) نیز به‌عنوان توانایی بازتاب اقدامات فرد در حمایت از یادگیری شرح داده شد. کارآفرینی، مانند سایر رشته‌ها، قابل یادگیری و توسعه است، و در چارچوب فعالیت‌هایی که درباره کارآفرینی بحث می‌کنند و آن را می‌آموزند، دانش پیشرفت، مهارت‌ها، نگرش‌ها و شخصیت‌هایی که باعث موفقیت کارآموزان می‌شوند، انتشار می‌یابد. بیان جهت‌دار رویکرد آموزشی، کارکنان را قادر می‌سازد تا تفکر انتقادی خود را درباره کارآفرینی تقویت کنند (کامارموند، ۲۰۱۷). کارآموزان همچنین می‌توانند پس از گذراندن دوره‌های کارآفرینی، از جمله ارائه یک روش تجاری، بازدید از یک شرکت، مصاحبه با یک کارآفرین موفق، رویکرد اصلی آموزشی اولیه را تشخیص دهند. این تکنیک آموزشی، که از یادگیری زمینه‌ای استفاده می‌کند و به‌جای اینکه یک نظریه را ارائه دهد، تجربه‌ای واقعی را ارائه می‌دهد، که در تقویت کارآفرینی و مهارت‌های کارآفرینانه آن‌ها ضروری‌ترین مورد است (پاتیشوک و کراتزر، ۲۰۱۷). آموزش کارآفرینی در سطح سازمان، حتماً باید با روش تدریس مناسبی همراه باشد، تا به کارآموزان اجازه دهد همراه با تمرین، تجربه مستقیمی را در مورد تجارت کسب کنند. این رویکرد کارآفرینانه می‌تواند ذهنیت کارآفرینانه کارکنان را بهبود بخشد (کی و همکاران، ۲۰۱۹). در ادامه با

^۱Hussain and Norashidah

^۲Kirkwood et al

^۳Commarmond

^۴Potishuk and Kratzer

ارائه این نظریه‌ها، بسیاری از محققان قبلی در مورد ارتباط بین آموزش کارآفرینی، درک خود اثربخشی و نگرش کارآفرینانه پیشنهادهایی را مطرح کرده‌اند (آباهو، ۲۰۱۷؛ هاسی، ۲۰۱۶؛ لاکوس، ۲۰۱۴؛ لیندبرگ و همکاران، ۲۰۱۷؛ پیفر و همکاران، ۲۰۱۶؛ پیپرپولوس و دیمو، ۲۰۱۵؛ دنانیون و همکاران، ۲۰۱۵). لذا انتظار داریم:

فرضیه ۱: آموزش کارآفرینی بر خود اثربخشی کارآفرینی تأثیر دارد.

فرضیه ۲: آموزش کارآفرینی بر نگرش کارآفرینی تأثیر دارد.

فرضیه ۳: آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه تأثیر دارد.

خود اثربخشی کارآفرینانه

از آنجا که مطالعات در مورد اهمیت شناخت افزایش یافته است، برخی از محققان به نقش خود اثربخشی، به‌عنوان متغیری که بر رفتار افراد تأثیر می‌گذارد توجه کرده‌اند. مفهوم خود اثربخشی، از نظریه اجتماعی-شناختی که توسط بندورا (۱۹۷۷) مطرح شد، به وجود آمد و توسط خود بندورا نیز در سال (۲۰۱۲) توسعه داده شد، که نشان می‌دهد رفتار فردی توسط فعالیت‌هایی مانند تعامل بین فردی، مشارکت افراد و شرایط ایجاد می‌شود. اشتراک‌های بین این موضوعات می‌تواند باور فرد را در مورد داشتن توانایی انجام رفتارهای خاص در شرایط خاص و انتظارات آن‌ها از پیامدهای رفتاری شکل دهد (پیپی و باقری، ۲۰۱۳). نکته این است که خود اثربخشی که به‌عنوان یک فرایند اجتماعی-شناختی تعیین می‌شود، می‌تواند تأثیر دانش و عملکرد افراد را در قالب نگرش نسبت به کارآفرینی توضیح دهد. خود اثربخشی بدون در نظر گرفتن وجود گزینه‌های

^۱Abaho

^۲Hassi

^۳Lackeus

^۴Pfeifer et al

^۵Piperopoulos and Dimov

^۶Denanyoh et al

جایگزین، میزان تلاش آن‌ها برای انجام عمل، پشتکار آن‌ها در مواجهه با موانع و فرصت‌های انجام اقدام، بر انتخاب اقدامات انسانی تأثیر زیادی می‌گذارد (شین، ۲۰۰۴). به‌طور مشابه، بندورا (۲۰۱۲) استدلال کرد که خود اثربخشی یک عامل اساسی است که بر رفتار از طریق فرایند، تعیین هدف، انتظارات نتیجه و چالش‌ها در شرایط، تأثیر می‌گذارد. تأثیر اساسی خود اثربخشی کارآفرینانه بر رفتار افراد، محققان را به بررسی مفهوم موضوع کارآفرینی سوق داده است (پیروپلوس و دیموف، ۲۰۱۵؛ ژائو و همکاران، ۲۰۰۵). لذا انتظار داریم:

فرضیه ۴: خود اثربخشی کارآفرینی بر نگرش کارآفرینی تأثیر دارد.

فرضیه ۵: نگرش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه تأثیر دارد.

فرضیه ۶: خود اثربخشی کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه تأثیر دارد.

نقش واسطه‌ای نگرش کارآفرینانه و خود اثربخشی

مفهوم ذهنیت از حوزه روانشناسی شناختی سرچشمه می‌گیرد. این ذهنیت، تحت تأثیر دانش افرادی است که با محیط کنونی تعامل دارند، و به‌واسطه آن دانش مورد مطالعه قرار گرفته است (ماتیسن و آرنولف، ۲۰۱۲). ریتا و همکاران (۲۰۰۰) اظهار داشتند که ذهنیت کارآفرین، استعداد او برای احساس، عمل و انگیزه با وجود شرایط بسیار نامشخص است. تقویت ذهنیت‌ها به‌واسطه آشنایی با آموزش کارآفرینی صورت می‌گیرد که از فرضیه پیشنهادی پشتیبانی می‌کند. مطالعات قبلی نقش واسطه‌ای خود اثربخشی را نشان داده است (لوتانس و ابرایوا، ۲۰۰۶). به‌علاوه ژائو و همکاران (۲۰۰۵) جزو اولین محققانی بودند که زنجیره خود اثربخشی کارآفرینانه را ارائه کردند و یک بحث را درباره نقش واسطه‌ای خود اثربخشی در جهت ذهنیت کارآفرینانه مطرح نمودند. علاوه بر این، یک مطالعه که مربوط به گذشته است، معتقد است که خود اثربخشی کارآفرینانه می-

^۱Shane

^۲Rita et al

^۳Luthans and Ibrayeva

تواند رابطه بین آموزش رسمی درک شده، تجربه کارآفرینانه و ذهنیت کارآفرینانه را توضیح دهد (برنت و همکاران، ۲۰۲۰).

فرضیه ۷: خود اثربخشی کارآفرینی در تأثیرگذاری آموزش کارآفرینی بر نگرش کارآفرینی نقش میانجی دارد.

فرضیه ۸: خود اثربخشی کارآفرینی در تأثیرگذاری آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه نقش میانجی دارد.

فرضیه ۹: نگرش کارآفرینی در تأثیرگذاری آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه نقش میانجی دارد.

فرضیه ۱۰: نگرش کارآفرینی در تأثیرگذاری خود اثربخشی کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه نقش میانجی دارد.

مروری بر پیشینه پژوهشی

قاسم‌زاده (۱۴۰۰) و کامل رستگار قوی (۱۴۰۰) نشان داد که آموزش کارآفرینی بر خودکارآمدی کارآفرینی و ذهنیت کارآفرینی و نگرش کارآفرینی اثر مثبت و معنادار دارد. همچنین نگرش کارآفرینی و خودکارآمدی نقش میانجی را ایفا می‌کند. کریم آبادی زاده (۱۴۰۰) نشان داد که آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه و خودکارآمدی تأثیر دارد و خودکارآمدی می‌تواند نقش میانجی نیز داشته باشد. مردعلی (۱۳۹۹) دریافت که آموزش کارآفرینانه بر خودکارآمدی کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری دارد. علاوه بر این خودکارآمدی کارآفرینانه بر خلاقیت در کارآفرینی، تمایل به کارآفرینی، نگرش نسبت به کارآفرینی و اشتیاق نسبت به کارآفرینی، تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین مشخص شد آموزش کارآفرینانه تعدیل‌گر تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر تمایل به کارآفرینی و تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر نگرش نسبت به کارآفرینی

می‌باشد. در این مطالعه شواهدی مبنی بر تاثیر معنادار آموزش کارآفرینانه بر اشتیاق نسبت به کارآفرینی و تعدیلگری معنادار آموزش کارآفرینانه در زمینه تاثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر خلاقیت در کارآفرینی مشاهده نشد. اکبری سیاهکلی (۱۳۹۹). دریافت که اختلاف معناداری میان دانشجویان دارای آموزش کارآفرینی و غیر کارآفرینی به لحاظ سطح خودکارآمدی، نگرش کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه به چشم می‌خورد. همچنین نتایج مربوط به نقش میانجی متغیر خودکارآمدی نشان داد که این متغیر نقش میانجی جزئی در رابطه میان آموزش کارآفرینی با قصد و نگرش کارآفرینانه ایفا می‌کند. بدین ترتیب، می‌توان گفت که هرچند آموزش می‌تواند باعث حرکت رو به جلوی افراد به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه شود، روحیه خودکارآمدی و اعتماد به توانمندی‌های خود در گرایش افراد به سمت اینگونه فعالیت‌ها نیز بدون تاثیر نیست. از نتایج تحقیق حاضر می‌توان به منظور بالا بردن توجه به آموزش کارآفرینی برای تمامی دانشجویان در کنار تقویت روحیه کارآفرینی در تمامی دانشجویان استفاده نمود. آگوال و همکاران^۱ (۲۰۲۲) نشان دادند که آموزش کارآفرینی نقش مهمی در توسعه نگرش کارآفرینی جامعه جوان به سمت کارآفرینی داشته است. جیاتونگ و همکاران^۲ (۲۰۲۱) دریافتند که آموزش کارآفرینی، ذهنیت کارآفرینی و خلاقیت تاثیر مثبت و معناداری بر قصد کارآفرینی دارد. علاوه بر این، نتایج نشان داد که خودکارآمدی کارآفرینی تا حدی در رابطه بین آموزش کارآفرینی، ذهنیت کارآفرینی و خلاقیت بر قصد کارآفرینی واسطه است. واردنا و همکاران^۳ (۲۰۲۰) نشان دادند که آموزش کارآفرینی به طور موفقیت آمیزی بر خودکارآمدی کارآفرینی، نگرش کارآفرینانه و طرز فکر کارآفرینی تاثیر می‌گذارد.

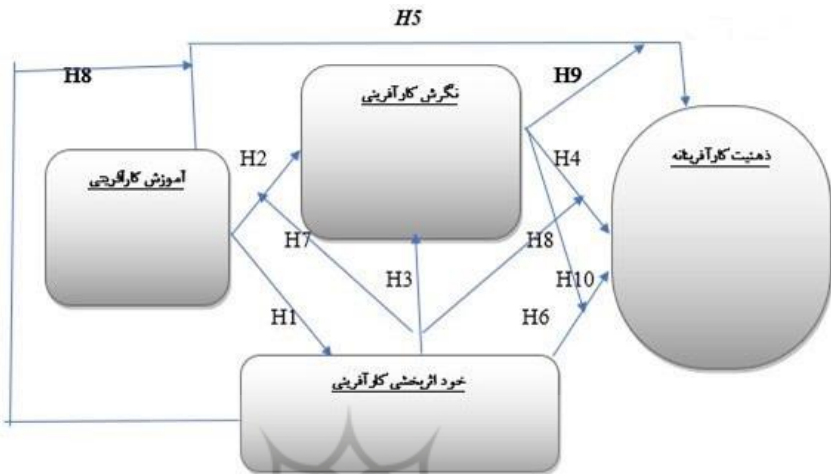
^۱Agarwal et al

^۲Jiatong

^۳Wardana et al

الگوی مفهومی پژوهش

با توجه به فرضیات مطرح شده، مدل مفهومی پژوهش به شرح شکل (۱) می‌باشد:



نمودار ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش از نظر هدف "کاربردی" و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، "توصیفی-پیمایشی" از نوع همبستگی است. جامعه آماری (۱۲۶۷) کارآموزان دوره کارآفرینی، آموزش فنی و حرفه‌ای استان کرمانشاه بودند که ۲۹۵ نفر با فرمول کوکران به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. از پرسش‌نامه آموزش کارآفرینی دنایو و همکاران (۲۰۱۵) که مشتمل بر ۳ سؤال، نگرش کارآفرینی لاینان و چن (۲۰۰۹) که مشتمل بر ۴ سؤال، خود اثربخشی کارآفرینی ژائو و همکاران (۲۰۰۵) که مشتمل بر ۳ سؤال، در نهایت ذهنیت کارآفرینانه ماسیسن و ارنوف (۲۰۱۳) که مشتمل بر ۴ سؤال بودند، به‌عنوان ابزار گردآوری داده‌ها، استفاده شدند، مبنای مقیاس اندازه‌گیری سوالات طیف پنج

^۱Linan and Chen

^۲Zhao et al

^۳Mathisen and Arnulf

گزینه‌های لیکرت بود. برای تأیید روایی ۱ از سه نوع روایی "محتوایی، روایی همگرا^۳ و روایی واگرایی^۴ و برای تأیید پایایی از سه معیار (بارهای عاملی، ضریب آلفای کرونباخ^۵ و ضریب پایایی مرکب^۶) استفاده شد. در جدول ۱ و ۲ نتایج پایایی و روایی ابزار سنجش به‌طور کامل آورده شده است.

جدول ۱. روایی همگرا و پایایی ابزار اندازه‌گیری

ضریب پایایی آلفای کرونباخ	ضریب پایایی مرکب	بارهای عاملی		ضریب میانگین واریانس استخراج شده (AVE)	متغیرهای پژوهش
		آزمون t	ضریب مسیر		
۰/۷۰	۰/۸۰	-	-	۰/۵۸	آموزش کارآفرینی
-	-	۱۲/۷۰۴	۰/۷۳۳	-	سوال ۱
-	-	۳۱/۰۱۳	۰/۷۰۱	-	سوال ۲
-	-	۳۳/۸۷۵	۰/۸۳۹	-	سوال ۳
۰/۸۵	۰/۹۰	-	-	۰/۷۰	نگرش کارآفرینی
-	-	۱۸/۵۹۷	۰/۸۹۷	-	سوال ۴
-	-	۱۴/۶۱۹	۰/۸۰۳	-	سوال ۵
-	-	۱۵/۸۷۴	۰/۷۹۰	-	سوال ۶
-	-	۲۴/۶۵۴	۰/۸۴۵	-	سوال ۷
۰/۷۴	۰/۸۵	-	-	۰/۶۶	خود اثربخشی کارآفرینی
-	-	۵/۳۶۹	۰/۸۶۹	-	سوال ۸
-	-	۳۳/۴۰۰	۰/۷۰۱	-	سوال ۹
-	-	۵/۹۹۵	۰/۸۵۳	-	سوال ۱۰
۰/۸۲	۰/۸۸	-	-	۰/۶۵	ذهنیت کارآفرینانه
-	-	۲۰/۰۵۰	۰/۸۶۵	-	سوال ۱۱
-	-	۱۷/۷۳۰	۰/۸۱۰	-	سوال ۱۲
-	-	۲۵/۸۸۱	۰/۷۹۲	-	سوال ۱۳
-	-	۶/۵۱۲	۰/۷۵۶	-	سوال ۱۴

^۱Validity^۲Content Validity^۳Convergent Validity^۴Divergent Validity^۵Coefficient of Cronbach's alpha^۶Coefficient of Composite Reliability

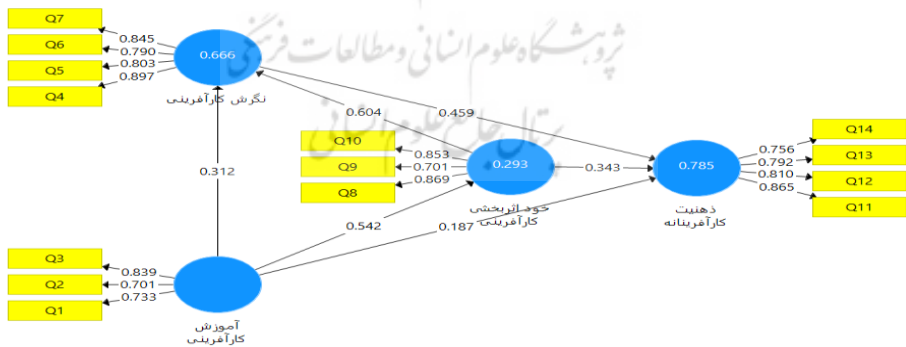
جدول ۲. ماتریس همبستگی و بررسی روایی واگرا

متغیر	آموزش کارآفرینی	خود اثربخشی کارآفرینی	ذهنیت کارآفرینانه	نگرش کارآفرینی	جذر (AVE)
آموزش کارآفرینی	۰/۷۶۰				۰/۷۱
خود اثربخشی کارآفرینی	۰/۵۴۲	۰/۸۱۱			۰/۸۱
ذهنیت کارآفرینانه	۰/۶۶۶	۰/۷۹۸	۰/۸۰۷		۰/۸۱
نگرش کارآفرینی	۰/۶۳۹	۰/۷۷۳	۰/۸۴۳	۰/۸۳۵	۰/۸۴

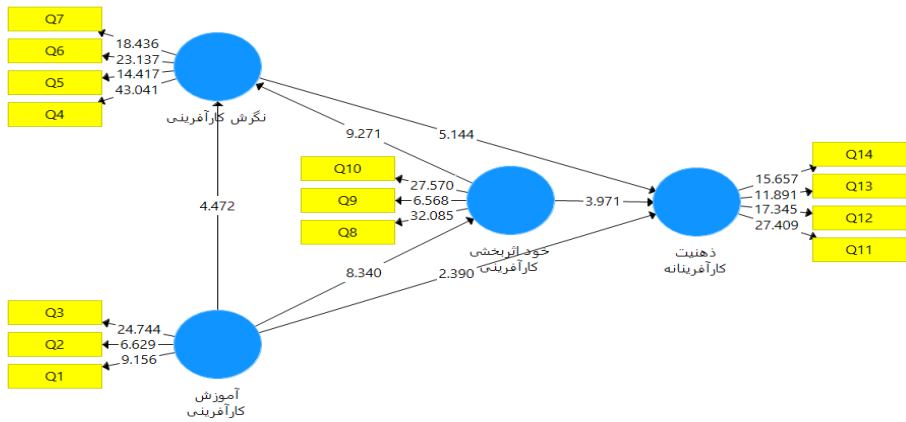
جداول ۱ و ۲ نشان دهنده آن است که، ابزار اندازه‌گیری از روایی و پایایی، مناسبی برخوردارند.

یافته‌ها

در این پژوهش از روش حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. در واقع، این روش ترکیبی است از تحلیل مؤلفه‌های اصلی، است که شاخص‌ها را به متغیرهای نهفته مرتبط می‌کند، و تحلیل مسیر، که امکان ایجاد سیستمی از متغیرهای نهفته را فراهم می‌سازد. نرم‌افزار مورد استفاده در این پژوهش SMART-PLS است. در ادامه خروجی‌های حاصل از نرم‌افزار و تحلیل آنها آورده شده است.



نمودار ۲. ضرایب مسیر مدل



نمودار ۳. نتایج آزمون t

ارزش t معنی دار بودن اثر متغیرها را بر هم نشان می‌دهند. بیشتر بودنش از $1/96$ به معنای آن است که اثر مثبت و معنی دار است. اما اگر بین $+1/96$ تا $-1/96$ باشد اثر معناداری ندارد و در نهایت اگر کوچکتر از $1/96$ - باشد اثر معنادار و منفی است. همچنین ضرایب مسیر β ، اگر بالای $0/6$ باشد ارتباطی قوی، اگر بین $0/3$ تا $0/6$ ارتباط متوسط و اگر زیر $0/3$ باشند ارتباط ضعیفی بین متغیرها وجود دارد (چین، ۲۰۰۳). در ادامه خلاصه نتایج فرضیه‌های پژوهش به طور مختصر در جدول شماره (۳) آورده شده است.

جدول ۳: خلاصه نتایج حاصل از آزمون فرضیات

متغیرها	ضریب مسیر	ارزش آزمون T	سطح معناداری	میزان تأثیر
آموزش کارآفرینی ← خود اثربخشی کارآفرینی	۰/۵۴۲	۸/۳۴۰	معنادار	متوسط
آموزش کارآفرینی ← نگرش کارآفرینی	۰/۳۱۲	۴/۴۷۲	معنادار	متوسط
آموزش کارآفرینی ← ذهنیت کارآفرینانه	۰/۱۸۷	۲/۳۹۰	معنادار	ضعیف
خود اثربخشی کارآفرینی ← نگرش کارآفرینی	۰/۶۰۴	۹/۲۷۱	معنادار	قوی
نگرش کارآفرینی ← ذهنیت کارآفرینانه	۰/۴۵۹	۵/۱۴۴	معنادار	متوسط
خود اثربخشی کارآفرینی ← ذهنیت کارآفرینانه	۰/۳۴۳	۳/۹۷۱	معنادار	متوسط

طبق جدول فوق نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها، متغیرها بر هم تاثیر دارند. در ادامه لازم است تا اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم بررسی شوند (جدول ۴).

جدول ۴. تفکیک اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم

اثرات کل	اثرات غیرمستقیم ویژه	اثرات غیرمستقیم	اثرات مستقیم	روابط
۰/۵۴۲	----	----	۰/۵۴۲	آموزش کارآفرینی ← خود اثربخشی کارآفرینی
۰/۶۳۹	----	۰/۳۴۷	۰/۳۱۲	آموزش کارآفرینی ← نگرش کارآفرینی
۰/۶۶۶	----	۰/۴۷۹	۰/۱۸۷	آموزش کارآفرینی ← ذهنیت کارآفرینانه
۰/۶۰۴	----	----	۰/۶۰۴	خود اثربخشی کل کارآفرینی ← نگرش کارآفرینی
۰/۴۵۹	----	----	۰/۴۵۹	نگرش کارآفرینی ← ذهنیت کارآفرینانه
۰/۶۱۹	----	۰/۲۷۷	۰/۳۴۳	خود اثربخشی کارآفرینی ← ذهنیت کارآفرینانه
۰/۳۲۷	۰/۳۲۷	----	----	خود اثربخشی کارآفرینی در تأثیرگذاری آموزش کارآفرینی بر نگرش کارآفرینی
۰/۱۸۶	۰/۱۸۶	----	----	خود اثربخشی کارآفرینی در تأثیرگذاری آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه
۰/۱۴۳	۰/۱۴۳	----	----	نگرش کارآفرینی در تأثیرگذاری آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه
۰/۲۷۷	۰/۲۷۷	----	----	نگرش کارآفرینی در تأثیرگذاری خود اثربخشی کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه

همان‌طور که جدول فوق آورده شده، نتایج نشان دهنده بیش بینی متغیرهای وابسته توسط متغیرهای مستقل است طبق جدول (۵) آزمون سوبل متغیر نیز تایید شد، داوری و رضازاده، (۱۳۹۶) اگر تست سوبل از ۱،۹۶، بیشتر باشد به احتمال ۰/۹۵ نقش میانجی تایید خواهد شد. مرادی و میرالماسی، (۱۳۹۶) طبق ارزیابی شمول واریانس امتغیر میانجی دارای اثر جزئی است چرا که بین $0.20 \leq X \leq 0.80$ می‌باشد.

^۱ فرمول واریانس در حقیقت نسبت اثر غیرمستقیم بر اثر کل است. یعنی

$$VAF = (a \times b) / (a \times b) + c$$

جدول ۵. مقادیر Z-value حاصل از آزمون سویل

ردیف	نام متغیر میانجی	انحراف معیار استاندارد	Z-value	VAF	اثر میانجی
۱	خود اثربخشی کارآفرینی در تأثیرگذاری آموزش کارآفرینی بر نگرش کارآفرینی	۰/۰۶۵، ۰/۰۶۵	۵,۷۴	۰,۵۱	جزئی
۲	خود اثربخشی کارآفرینی در تأثیرگذاری آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه	۰,۰۶۷، ۰/۰۶۵	۴,۱۱	۰,۵۰	
۳	نگرش کارآفرینی در تأثیرگذاری آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه	۰,۰۸۹، ۰/۰۵۳	۳,۸۴	۰,۴۳	
۴	نگرش کارآفرینی در تأثیرگذاری خود اثربخشی کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه	۰,۰۸۹، ۰/۰۶۵	۴,۴۹	۰,۴۵	

Tenenhaus et al, (2004) برازش کلی مدل از طریق معیار GOF نشانگر برازش قوی مدل پژوهش است چرا که وی سه مقدار ۰,۰۱، ۰,۲۵ و ۰,۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی کرده‌اند.

جدول ۵. نتایج برازش کلی مدل با معیار GOF

متغیرهای درون‌زا	R ²	Communality	GOF
خود اثربخشی کارآفرینی	۰/۲۹۳	۰/۳۳۴	GOF = $\sqrt{0.58 * 0.41} = 0.49$
نگرش کارآفرینی	۰/۶۶۶	۰/۴۸۴	
ذهنیت کارآفرینانه	۰/۷۸۵	۰/۴۱۲	

بحث و نتیجه‌گیری

همان‌طور که گفته شد هدف از این پژوهش، تحلیل نقش آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه با تأکید بر میانجی نگرش کارآفرینی و خود اثربخشی کارآفرینی (مطالعه موردی: آموزش فنی و حرفه‌ای استان کرمانشاه) بود. نتایج حاضر، حاکی از تایید فرضیه اول "آموزش کارآفرینی بر خود اثربخشی کارآفرینی تأثیر دارد" بود. این یافته با نتایج پژوهش‌های رستگار قوی (۱۴۰۰)، قاسم‌زاده (۱۴۰۰)، کریم‌آبادی زاده (۱۴۰۰)، مردعلی (۱۳۹۹)، اکبری سیاهکلی (۱۳۹۹)، آگوال و همکاران

(۲۰۲۰)، جیاتونگ و همکاران (۲۰۲۱)، واردنا و همکاران (۲۰۲۰)، همسویی دارد. با این اوصاف، اداره آموزش فنی و حرفه‌ای استان کرمانشاه باید بتواند، دانشی کارآفرینی را طوری در بین کارآموزان گسترش دهد که آنها نیز قادر باشند در حوزه کسب و کار توانا و متخصص شوند. یکی از راه‌هایی که مدیران آموزش فنی و حرفه‌ای می‌توانند به کار ببرند تا کارآموزان بهتر بتوانند آینده شغلی خود را در بازار کسب و کار راه‌اندازی کنند، برگزاری دوره‌های کارآفرینی با مدرسان مجرب می‌باشد چرا که اطلاعات کامل را در این زمینه به آنها منتقل می‌کند. چنین شرایطی جو کارآفرینی را در آموزش فنی و حرفه‌ای ایجاد کرده و منجر به تاثیرگذاری بر خوداثربخشی/خودکارآمدی کارآفرینی می‌شود. در چنین شرایطی افزایش دانش کارآفرینی منجر به افزایش توانایی کارآموزان در شناسایی فرصت‌های کسب و کار خواهد شد. آنها همچنین در این دوره‌ها خواهند توانست، خلاقانه‌تر فکر کنند و ایده‌های جدید را در قالب توسعه محصول/خدمات کسب و کار بیاموزند. در نهایت، با استفاده از فضای اینترنت و کسب آموزش‌های اینترنتی در قالب شبکه‌های تجارت الکترونیک، خودکارآمدی کارآفرینی، کارآموزان را می‌توان افزایش داد.

نتایج فرضیه دوم حاکی از آن است، که آموزش کارآفرینی بر نگرش کارآفرینی تأثیر دارد. که این یافته با نتایج به دست آمده از پژوهش‌های کامل رستگار قوی (۱۴۰۰)، قاسم‌زاده (۱۴۰۰)، مردعلی (۱۳۹۹)، اکبری سیاهکلی (۱۳۹۹)، آگاوآل و همکاران (۲۰۲۰)، واردنا و همکاران (۲۰۲۰)، کاجیانو و همکاران (۲۰۱۶)، مشابهت دارد. با این اوصاف، اداره آموزش فنی و حرفه‌ای استان کرمانشاه بایستی بتواند در توسعه تخصص کارآموزان در زمینه کارآفرینی، حمایت لازم را داشته باشد. چرا که این حمایت می‌تواند ذهنیت، نگرش و رفتار کارآفرینی کارآموزان را به تصویر بکشد و آنان را به سمت انتخاب شغل‌های که کارآفرینی هستند، سوق دهند. علاوه بر این، آموزش کارآفرینی به کارآموزان این امکان را می‌دهد که هم تئوری کارآفرینی را یاد بگیرند و هم نگرش‌ها،

رفتارها و طرز فکر کارآفرین بودن را یاد بگیرند. این سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی برای آماده-سازی کارآموزانی که به دنبال شروع یک کسب و کار جدید در آینده از هست، ضروری به نظر می‌رسد.

نتایج فرضیه سوم حاکی از آن است، که آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه تأثیر دارد. که یافته با نتایج پژوهش‌های کامل رستگار قوی (۱۴۰۰)، قاسمزاده (۱۴۰۰)، کریم آبادی زاده (۱۴۰۰)، جیاتونگ و همکاران (۲۰۲۱)، واردنا و همکاران (۲۰۲۰)، مشابهت دارد. با انجام آموزش کارآفرینی در اداره آموزش فنی و حرفه‌ای استان کرمانشاه می‌توان شرطی‌سازی دوره‌های کارآفرینی که به صورت مقدماتی، کامل و تکمیلی برای یادگیری اعمال شده است، را عملیاتی کرد. در حال حاضر، آموزش فنی و حرفه‌ای می‌تواند ایده‌های خلاقانه و توسعه دانش را در مورد کارآفرینی توسعه دهد. این امر تأثیر مثبتی بر ذهنیت کارآفرینی کارآموزان دارد که در حال حاضر توانسته‌اند جنبه‌های مثبت و منفی فعالیت‌های کسب و کار را در نظر بگیرند. چنین کارآموزانی به دلیل داشتن زمان در دسترس برای فعالیت‌های کارآفرینی که از طریق کارکنان آموزش و پرورش یاد گرفته‌اند، تجارت را انتخاب می‌کنند. مدرسان می‌توانند با اطلاع رسانی به کارآموزان به آنها گوشزد کنند می‌توانند از فناوری اطلاعات در روند کسب و کار استفاده کنند و از این طریق بهتر مزایا و معایب کسب و کار خود اطلاع می‌یابند.

نتایج فرضیه چهارم حاکی از آن است، که خود اثربخشی کارآفرینی بر نگرش کارآفرینی تأثیر دارد. که یافته با نتایج پژوهش‌های کامل رستگار قوی (۱۴۰۰)، قاسمزاده (۱۴۰۰)، مردعلی (۱۳۹۹)، اکبری سیاهکلی (۱۳۹۹)، جیاتونگ و همکاران (۲۰۲۱)، واردنا و همکاران (۲۰۲۰) مشابهت دارد. اداره آموزش فنی و حرفه‌ای استان کرمانشاه می‌تواند، کارآموزان خود را در محیط کسب و کار مجازی درگیر کرده تا بتواند شایستگی‌های آنها را، در زمینه کارآفرینی محک بزند. در چنین شرایطی آنان قادر هستند که خلاقانه فکر کنند و و یاد می‌گیرند چطور از توانایی خود برای

تجاری سازی ایده‌های جدید و اصلاح محصولات/خدمات که در حال حاضر روند دارند، افزایش دهند و فرصت‌های خوبی در بازار هدف را ایجاد کنند. چرا که کارآموزان اگر خوب در این زمینه تربیت شوند قادر هستند تا انتخاب‌های متعددی، در زمینه اخذ مشاغل کارآفرینی داشته باشند. و با ورد به این مشاغل، رضایت بیشتری را کسب کنند.

نتایج فرضیه پنجم حاکی از آن است، که نگرش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه تأثیر دارد. که یافته با نتایج پژوهش‌های کامل رستگار قوی (۱۴۰۰)، قاسم‌زاده (۱۴۰۰)، واردنا و همکاران (۲۰۲۰) مشابهت دارد. کارآموزان اگر بتوانند آموزش کارآفرینی را خوب یاد بگیرند، می‌تواند کارآفرین شدن را به عنوان اولین شغل خود در زندگی انتخاب کنند، و احساس خوشحالی می‌کنند. چرا که زمانی کارآفرینی را یاد می‌گرفتند اما الان می‌توانند آن را به صورت عملی محقق سازند. این نشان می‌دهد که ذهنیت کارآفرینی فعلی کارآموزان جنبه‌های مثبت و منفی مشارکت در کارآفرینی را در نظر گرفته است. این توجه به این دلیل است که آنها هنوز زمان کمتری برای انجام فعالیت‌های کارآفرینی دارند. با توانایی بهتر آنان در زمینه فناوری اطلاعات و دانش، و حضور آنها در دوره‌های کارآفرینی به راحتی می‌توانند اطلاعاتی در مورد مزایا و معایب انجام شغل‌شان را پیدا کنند.

نتایج فرضیه ششم حاکی از آن است، که خود اثربخشی کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینانه تأثیر دارد. که یافته با نتایج پژوهش‌های کامل رستگار قوی (۱۴۰۰)، قاسم‌زاده (۱۴۰۰)، کریم آبادی زاده (۱۴۰۰)، جیاتونگ و همکاران (۲۰۲۱)، واردنا و همکاران (۲۰۲۰) مشابهت دارد. آموزش فنی و حرفه‌ای بایستی بتواند کارآموزان خود را بهتر آموزش دهد تا آنان نیز بهتر بتوانند در زمینه کسب و کار موفق عمل کنند زیرا گر قرار باشد کسب و کاری راه‌اندازی کنند باید آگاه شوند تا بتوانند محصولات جدید اصلی را جایگزین محصولات فعلی کنند، و به آنها باید گوشه‌تزد که برای این کار، منابع مالی خود را چطور کنترل و بدست آورند و ایده‌های خود را چطور عملیاتی کنند. با

چنین شرایطی آنها هنوز یک ذهنیت کارآفرینی دارند که باید با ارائه آموزش‌های جامع‌تر توسعه یابد.

نتایج فرضیه هفتم الی دهم حکایت از آن داشت که خوداثربخشی کارآفرینی و نگرش کارآفرینی می‌تواند به عنوان نقش میانجی عمل کنند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که اولاً، اداره آموزش فنی و حرفه‌ای استان کرمانشاه باید ضمن ارائه برنامه‌های درسی دوره‌های کارآفرینی توسط معلمان مجرب و کارآموده، باید بتواند این برنامه‌ها را در چارچوب میدانی آن نیز عملیاتی کند. دوم، اداره مذکور می‌تواند با تسهیل فعالیت حمایتی، از جمله دادن سرمایه تجاری به کارآموزان در تولید محصولات جدید به آنها کمک کند. طوری که نیاز نگرشی نسبت به کارآموزان کارآفرین در کسب و کار خود، را با ایجاد کارایی در چندین جنبه تولید و در عین حال تولید با بهترین کیفیت، شرایط مالی کسب و کار سودآورتری را ایجاد کنند. در نهایت، آموزش و پرورش فنی و حرفه‌ای باید بتواند در شکل‌گیری ذهنیت کارآفرینی حمایت خود را نیز داشته باشد.

در پایان و با عنایت به نتایج حاصل از مدل معادلات ساختاری می‌توان گفت که مدل مفهومی پژوهش، را می‌توان به‌عنوان مدل تجربی که می‌تواند راهنما و مبنایی برای پژوهش‌های علمی و عملی آینده قرار گیرد، در نظر گرفت.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

منابع

- رضازاده، آ؛ داوری، ع. (۱۳۹۲). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم افزار PLS. تهران: انتشارات سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی
- مرادی، م؛ میرالماسی، آ. (۱۳۹۸). روش پژوهش عملگرا. (مدرسه پژوهش کمی و کیفی). چاپ (اول). تهران
- Abaho, E., 2017. How can teachers' entrepreneurial competences be developed? A collaborative learning perspective. *Educ þ Train* 57 (8/9), 908–923.
- Aima, M.H., Wijaya, S.A., Carawangsa, L., Ying, M., 2020. Effect of global mindset and entrepreneurial motivation to entrepreneurial self-efficacy and implication to entrepreneurial intention. *Dinasti Int. J. Digital Business Manag.* 1 (2), 302–314.
- Ajor, L., Alikor, L.O., 2020. Innovative mindset and organizational sustainability of small and medium enterprises in rivers state, Nigeria. *British J. Manag. Market. Stud.* 3 (1), 20–36.
- Ajzen, I., 2002. Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *J. Appl. Soc. Psychol.* 32 (4), 665–683.
- Allen, S.J., 2020. On the cutting edge or the chopping block? Fostering a digital mindset and tech literacy in business management education. *J. Manag. Educ.*
- Agarwal, S, Ramadani, V, Gërguri Rashiti, S, & Agarwal, V., (2020). Inclusivity of entrepreneurship education on entrepreneurial attitude among young community: evidence from India. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy.* 14(2), pages 299-319
- Ayalew, M.M., Zeleke, S.A., 2018. Modeling the impact of entrepreneurial attitude on self-employment intention among engineering students in Ethiopia. *J. Innovat. Entrepreneurship* 7 (1), 1–27.
- Bandura, A., 1977. Social learning theory. In: Prentice Hall, Englewood Cliffs. Bandura, A., 1986. *Social Foundations of Thought and Action.* Englewood Cliffs. Englewood Cliffs.
- Bandura, A., 2001. Social cognitive theory: an agentic perspective. *Annu. Rev. Psychol.* 52, 1–36.
- Bandura, A., 2012. On the functional properties of perceived self-efficacy revisited. *J. Manag.* 38 (1), 9–44.
- Belousova, O., Hattenberg, D.Y., B, G., 2020. Corporate entrepreneurship: from structures to mindset. *Studies on Entrepreneurship, Structural Change and Industrial Dynamics.* Springer, p. 2020.
- Botsaris, C., Vamvaka, V., 2016. Attitude toward entrepreneurship: structure, prediction from behavioral beliefs, and relation to entrepreneurial intention. *J. Knowledge Econom.* 7 (2), 433–460.
- Burnette, J.L., Pollack, J.M., Forsyth, R.B., Hoyt, C.L., Babij, A.D., Thomas, F.N., Coy, A.E., 2020. A growth mindset intervention: enhancing students' entrepreneurial self-efficacy and career development. *Enterpren. Theor. Pract.* 44 (5), 878–908.
- Chin, W. W. (2003). Issues and opinions on structural equation modeling. *MIS*, 22(1), 7-16.
- Commarmond, I., 2017. In pursuit of a better understanding of and measure for entrepreneurial mindset contents. September, 34. retrieved from. www.allangray.orbis.org.

- Cui, J., Sun, J., Bell, R., 2019. *The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: the mediating role of inspiration and the role of educational attributes*. *Int. J. Manag. Educ.* 100296.
- Davis, M., Hall, J., Mayer, P., 2016. *Measuring the Entrepreneurial Mindset: the Development of the Entrepreneurial Mindset Profile (EMP)*. 727, pp. 1–22. <https://www.emindsetprofile.com/wp-content/uploads/2015/10/EMP-White-Paper-Measuring-the-Entrepreneurial-Mindset.pdf>.
- Denanyoh, R., Adjei, K., Nyemekye, G.E., 2015. *Factors that impact on entrepreneurial intention of tertiary students in Ghana*. *Int. J. Bus. Soc. Res.* 5 (3), 19–29.
- Hassi, A., 2016. *Effectiveness of early entrepreneurship education at the primary school level: evidence from a field research in Morocco*. *Citizenship, Soc. Economics Edu.* 15 (2), 83–103.
- Haynie, J.M., Shepherd, D., Mosakowski, E., Earley, P.C., 2010. *A situated metacognitive model of the entrepreneurial mindset*. *J. Bus. Ventur.* 25 (2), 217–229.
- Hussain, A., Norashidah, D., 2015. *Impact of entrepreneurial education on entrepreneurial intentions of Pakistani students*. *J. Enterpren. Bus. Innovat.* 2 (1), 43.
- Jabeen, F., Faisal, M.N., Katsioloudes, M.I., 2017. *Entrepreneurial mindset and the role of universities as strategic drivers of entrepreneurship: evidence from the United Arab Emirates*. *J. Small Bus. Enterprise Dev.* 24 (1), 136–157.
- Jena, R.K., 2020. *Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: a case study*. *Comput. Hum. Behav.* 107.
- Jiatong, W, Murad, M, Bajun, F, Tufail, M.S, Mirza, F, and Muhammad Rafiq, M. (2021). *Impact of Entrepreneurial Education, Mindset, and Creativity on Entrepreneurial Intention: Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy*, *Sec. Educational Psychology Front. Psychol.*, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.724440>
- Kawulur, A.F., Rumagit, M.C.N., Tumiwa, R.A.F., 2019. *Entrepreneurship conceptual model based on local economic potentials in coastal likupang beach North Minahasa district, Indonesia*. *Adv. Econom. Business Manag. Res.* 65, 737–741 (Icebef 2018).
- Kirkwood, J., Dwyer, K., Gray, B., 2014. *Students' reflections on the value of an entrepreneurship education*. *Int. J. Manag. Educ.* 12 (3), 307–316.
- Kouakou, K.K.E., Li, C., Akolgo, I.G., Tchamekwen, A.M., 2019. *Evolution view of entrepreneurial mindset theory*. *Int. J. Bus. Soc. Sci.* 10 (6).
- Krueger, N.F., 2003. *The cognitive psychology of entrepreneurship*. In: Acs, Z.J., Audretsch, D.B. (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research: an Interdisciplinary Survey and Introduction* (New York). Springer, New York.
- Lackeus, M., 2014. *An emotion based approach to assessing entrepreneurial education*. *Int. J. Manag. Educ.* 12 (3), 374–396.
- Lindberg, E., Bohman, H., Hulten, P., 2017. *Methods to enhance students' entrepreneurial mindset: a Swedish example*. *Eur. J. Training Dev.* 41 (5), 450–466.
- Lin-an, F., Chen, Y., 2009. *Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions*. *Enterpren.Theor. Pract.* 33 (3), 593

- Luthans, F., Ibrayeva, E.S., 2006. *Entrepreneurial self-efficacy in Central Asian transition economies: quantitative and qualitative analyses*. *J. Int. Bus. Stud.* 37 (1), 92–110.
- Mahendra, A.M., Djatmika, E.T., Hermawan, A., 2017. *The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention mediated by motivation and attitude among management students, state university of Malang, Indonesia*. *Int. Educ. Stud.* 10 (9), 61.
- Mathisen, J., Arnulf, J.K., 2013. *Competing mindsets in entrepreneurship : the cost of doubt*. *Int. J. Manag. Educ.* 11, 132–141.
- Mathisen, J.E., Arnulf, J.K., 2012. *Entrepreneurial mindsets: theoretical foundations and empirical properties of a mindset scale*. *Acad. Manag. Proc.* 2012 (1), 13739.
- Pfeifer, S., Sarlija, N., Zekic Susac, M., 2016. *Shaping the entrepreneurial mindset: entrepreneurial intentions of business students in Croatia*. *J. Small Bus. Manag.* 54 (1), 102–117.
- Pihie, Z.A.L., Bagheri, A., 2013. *Self-efficacy and entrepreneurial intention: the mediation effect of self-regulation*. *Vocations and Learning* 6 (3), 385–401.
- Piperopoulos, P., Dimov, D., 2015. *Burst bubbles or build steam? Entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intentions*. *J. Small Bus. Manag.* 53 (4), 970–985.
- Potishuk, V., Kratzer, J., 2017. *Factors affecting entrepreneurial intentions and entrepreneurial attitudes in higher education*. *J. Enterpren. Educ.* 20 (1), 25–44.
- Puni, A., Anlesinya, A., Korsorku, P.D.A., 2018. *Entrepreneurial education, self-efficacy and intentions in Sub-Saharan Africa*. *Afr. J. Economic Manag. Stud.* 9 (4), 492–511.
- Rita, B., Mcgrath, G., Macmillan, I.C., Mcgrath, R.G., 2000. *The Entrepreneurial Mindset*. Harvard Business Press, pp. 1–6.
- Schaefer, R., Minello, I.F., 2019. *Entrepreneurial education: entrepreneurial mindset and behavior in undergraduate students and professors*. *Revista de Negocios* 24 (2), 61.
- Shane, S., 2004. *Planning for the market : business planning before marketing and the continuation of organizing efforts*. *J. Bus. Ventur.* 19, 767–785.
- Sihotang, J., Puspokusumo, R.A.A.W., Sun, Y., Munandar, D., 2020. *Core competencies of women entrepreneur in building superior online business performance in Indonesia*. *Manag. Sci. Lett.* 10 (7), 1607–1612.
- Sowmya, D.V., Majumdar, S., Gallant, M., 2010. *Relevance of education for potential entrepreneurs: an international investigation*. *J. Small Bus. Enterprise Dev.* 17 (4), 626–640.
- Wardana, L.W., Narmaditya, B.S., Wibowo, A., Mahendra, A.M., Wibowo, N.A., Harwida, G., & Rohman, A.N. (2020). *The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial*
- Zhao, H., Hills, G.E., Seibert, S.E., 2005. *The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions*. *J. Appl. Psychol.* 90 (6), 1265–1272.