

فرا تحلیل همبسته‌های نگرش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه

Meta-Analysis of Entrepreneurial Attitude correlations in High School Students

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۵/۲۹، تاریخ دریافت نسخه نهایی: ۱۴۰۱/۱۱/۱۵، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۱۲/۲۴

نوع مقاله: علمی - پژوهشی

M. Farhadi., (Ph.D student), H. Abdolahi., (Ph. D), M. Azizi., (Ph. D), & M. Taheri., (Ph. D)

محدثه فرهادی<sup>۱</sup>، حسین عبداللهی<sup>۲</sup>، محمد عزیزی<sup>۳</sup> و مرتضی طاهری<sup>۴</sup>

چکیده

Abstract

**Aim:** Present study aimed to Meta analyzes Entrepreneurial Attitude correlations in High School Students. **Method:** method was Meta-analysis. The keywords of Entrepreneurial Attitude, mindset and thinking from 2010 to 2020 searched in internal databases such as Iran doc, SID and Noor by Google Scholar. Research sample were 59 papers that met include criteria. Research tool was a meta-analysis checklist. Data were analyzed using effect size model (Fisher's Z) for fixed effect model and meta- analysis software.

**Results:** the mean in present study for fixed effect model was 0.496 and for random effect model was 0.512, that they were significant ( $P < 0.01$ ). The mean of effect size (0.496) interpreted as an effect size medium to high. **Conclusion:** The traits of personality, the components of flexibility, risk ability, self- efficacy and the factors of social. Educational, family effect Entrepreneurial Attitude in Students. Therefore, it was suggested to expertise of Entrepreneurial that they develop the packages of educational and counseling for improving the effective components in Entrepreneurship and was used in schools.

**Keywords:** Meta-Analysis, Entrepreneurial Attitude, High School Students

**هدف:** پژوهش حاضر با هدف فراتحلیل همبسته‌های نگرش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه انجام شد. روش: روش پژوهش حاضر فراتحلیل بود. کلیدواژه‌های نگرش کارآفرینی، ذهنیت کارآفرینی و تفکر کارآفرینی در فاصله سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۹ در پایگاه‌های علمی داخلی؛ پژوهشگاه علوم و فناوری، پایگاه علمی جهاد دانشگاهی و پایگاه اطلاعات علمی نور با استفاده از موتور جستجوگر گوگل اسکولار جستجو شدند. نمونه پژوهش ۲۱ مقاله دارای ملاک‌های ورود به پژوهش بود. ابزار پژوهش چک لیست فراتحلیل بود. تحلیل داده‌ها با استفاده از روش اندازه اثر ضریب همبستگی پیرسون (Z فیشر) برای مدل اثرهای ثابت و نرم افزار جامع فراتحلیل انجام شد. یافته‌ها: میانگین اندازه اثر کلی در مطالعه حاضر برای مدل اثرات ثابت ۰/۴۹۶ و برای اثرات تصادفی ۰/۵۱۲ که هر دو معنادار بودند ( $p < 0/01$ )، میانگین اندازه اثر ۰/۴۹۶ به عنوان اندازه اثر متوسط تا زیاد تفسیر شد. نتیجه‌گیری: ویژگی‌های شخصیتی، مولفه‌های شناختی، معنوی، انعطاف‌پذیری، مخاطره‌پذیری و خودکارآمدی، عوامل اجتماعی، آموزشی و خانوادگی در نگرش کارآفرینی دانش‌آموزان تاثیر دارند. بنابراین به متخصصان حوزه توسعه کارآفرینی پیشنهاد می‌شود به منظور بهبود و تقویت مولفه‌های تاثیرگذار در نگرش کارآفرینی، برنامه‌های آموزشی و مشاوره‌ای مناسب تدوین شوند و زمینه بکارگیری این برنامه‌ها در مدارس فراهم شود.

**کلیدواژه‌ها:** فراتحلیل، نگرش کارآفرینی، دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه

۱. نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری علوم تربیتی، گرایش مدیریت آموزشی، دانشگاه علامه طباطبایی.

Mfrhady08@gmail.com

۲. دانشیار گروه مدیریت آموزشی، دانشکده روان شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبایی.

۳. دانشیار گروه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران.

۴. دانشیار گروه مدیریت آموزشی، دانشکده روان شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبایی.

## مقدمه

دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه گروه بسیار مهمی از دانش‌آموزان هستند که آخرین دوره تحصیلات عمومی را طی می‌کنند. تصمیم‌گیری برای ورود به دانشگاه یا ورود به بازار کار دغدغه بسیار اساسی برای این گروه از دانش‌آموزان است که ممکن است موفقیت در آینده شغلی آنان را به طور جدی تحت‌تاثیر قرار دهد (میرزائیان، ۱۴۰۱). بر این اساس مطالعه کارآفرینی درباره دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه که ارتباط نزدیکی با آینده شغلی آنان دارد بسیار مهم به نظر می‌رسد. برای اولین بار اصطلاح کارآفرینی<sup>۱</sup> در نظریه‌های اقتصاد و سپس در مدارس مطرح شد (مرتضوی و بهرامی، ۲۰۱۲). از نظر حکمت‌اندیش (۱۳۹۳) کارآفرینی، فرآیند خلق چیز جدید و ارزشمندی است که با اختصاص زمان و تلاش لازم و در نظر گرفتن مخاطرات مالی، روانی و اجتماعی و با ارضای نیازهای فردی و مالی توأم با استقلال تحقق می‌یابد. بر اساس نتایج مطالعه پترونیت و البیناتی<sup>۲</sup> (۲۰۱۹) می‌توان به چنین واقعیتی اذعان داشت که کارآفرینی به عنوان یک زمینه پژوهشی پویا به سرعت در حال رشد است و دارای این سنت فکری دیرینه است که کارآفرینی با نوآوری، تحول اقتصادی، خطرپذیری و ابهام‌پذیری همراه است.

لذا درباره شکاف بین توانایی‌های عملی و مهارت‌های کارآفرینی دانش‌آموزان، توجه به این نکته ضروری است که فرد به صرف گذراندن دوره‌های آموزشی کارآفرینی، مهارت‌های کارآفرینی را کسب نخواهد کرد و یک کارآفرین نخواهد شد، بلکه باید نگرش مثبتی نیز به کارآفرینی و کسب و کار داشته باشد. نگرش کارآفرینی، دیدگاهی است که بر پایه آن، فرد به بروز رفتار کارآفرینانه در یک کسب و کار مستقل یا سازمانی گرایش دارد. هر اندازه افراد نگرش مثبت‌تری نسبت به فعالیت‌های کارآفرینانه و خوداشتغالی داشته باشند بدون تردید کارآفرینی را به عنوان امری شدنی و امکان‌پذیر درک کرده و احتمال موفقیت آنان بیشتر می‌شود (کار و سکواپرا<sup>۳</sup>، ۲۰۰۷). از طرفی دیگر، کارآفرینی یک طرز تفکر است و با توجه به اینکه نگرش کارآفرینی در سنین پایین شکل می‌گیرد، آموزش و پرورش باید به پرورش ذهنیت کارآفرینی در دانش‌آموزان کمک کند (شیوول<sup>۴</sup>، ۲۰۱۴).

آموزش کارآفرینی در ایران از اوایل دهه ۱۳۷۰ برای رشته‌های کاردانش اجرا شد (عزیزی و احمدپور، ۱۳۹۲) و از سال ۱۳۹۶ آموزش درس کارآفرینی برای همه دانش‌آموزان دوره نظری مطرح شد (عزیزی و مختاری، ۱۳۹۶). علیرغم اهمیتی که آموزش کارآفرینی در دوره‌های

- 
1. Entrepreneurship
  2. Petronyte & Ulbinaite
  3. Carr & Sequeira
  4. Sjøvoll

فرا تحلیل همبسته‌های نگرش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه

آموزش عمومی در جهت ارتقای کارآفرینی دارد، در حال حاضر بار اصلی آموزش کارآفرینی بر دوش دانشگاه‌ها است و به غیر از هنرستان‌های کاردانش، در سایر مراکز آموزشی برای آموزش کارآفرینی اقدام هدفمندی انجام نمی‌گیرد. لذا تغییر مکان آموزش کارآفرینی از دانشگاه‌ها به مدارس یک تغییر اساسی در راستای تقویت آموزش کارآفرینی است که باید مورد توجه قرار گیرد. با وجود قابلیت‌های مختلف برای توسعه کارآفرینی، همچنان افراد در انجام کارآفرینی و شروع کسب و کار موفق نیستند و مشکلات نگرشی، از مهم‌ترین موانع پیش‌روی افراد در توسعه کارآفرینی در بین جامعه جوان ایرانی است. در بیشتر کشورهای دنیا کارآفرینی بر جوانان تمرکز می‌کند؛ زیرا، نسل جوان قرن ۲۱ به مراتب بیشتر از جوانان قرون گذشته کارآفرین هستند. موارد یادشده بر اهمیت جایگاه جوانان و از جمله قشر مستعد دانش‌آموز و دانشجو در کارآفرینی و توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها تأکید دارند و بیانگر لزوم توجه به عوامل مؤثر بر توسعه قصد کارآفرینانه، مانند توجه به عوامل نگرشی و اعتقادی است (صفری جعفرلو، قربانی و زارعیان، ۱۳۹۶). آموزش کارآفرینی فرآیند آماده‌سازی دانش‌آموزان برای کارآفرینی بوسیله توانایی شناخت فرصت‌های تجاری، عزت نفس، انگیزه، دانش، مهارت و بینش است به این منظور که نگرش کارآفرینانه آنان در محیط‌های مختلف را تقویت شود (اولوگبولا، ۲۰۱۷). امروزه آموزش کارآفرینی در سطح جهانی به عنوان نوعی ابتکار عمل جمعی در دانشگاه‌ها، دانشکده‌ها، مدارس فنی و حرفه‌ای، دبیرستان‌ها و مدارس ابتدایی توصیف می‌شود که همگی جهت توسعه ظرفیت کارآفرینانه دانش‌آموزان هدف‌گذاری می‌شوند (جونز، ۲۰۱۹). یک الگوی آموزشی دیگری درباره توسعه کارآفرینی در دانش‌آموزان نشان داد که ویژگی‌های ارتباطات، خودباوری، اعتماد به نفس، خلاقیت، ابتکار و مرکز کنترل درونی از ویژگی‌های شخصیتی برجسته افراد کارآفرین هستند (عسکری فرد، ابراهیمی و علوی، ۱۳۹۷).

برماس، مهربابی‌رزوه و حسینی‌صلی، (۱۳۹۰) در پژوهشی درباره تغییر نگرش کارآفرینی و افزایش رفتار کارآفرینانه به این نتیجه رسیدند که نگرش فرد بر رفتار کارآفرینانه تأثیر دارد و به نظر می‌رسد با تغییر نگرش‌ها بتوان رفتار کارآفرینانه را تغییر داد. همچنین فینی، گریمالدی، مارزوکچی و سوبرو<sup>۳</sup> (۲۰۱۲) نشان دادند که نگرش کارآفرینی می‌تواند در رابطه بین متغیرهای حوزه کارآفرینی از جمله مهارت‌های فردی و مهارت‌های کارآفرینی با قصد کارآفرینی میانجی‌گری کند و لعلی‌سرابی، دارائی و رجیبی (۱۳۹۳) در پژوهشی دریافتند که ایجاد نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی در افراد امکان‌پذیر است و این امر می‌تواند بر تقویت رفتار کارآفرینانه آنان موثر باشد. از

- 
1. Olugbola
  2. Jones
  3. Fini, Grimaldi, Marzocchi, Sobrero

نظر رحیمی و مودنی (۱۳۹۵) نگرش کارآفرینی دارای ابعاد عزت نفس، انگیزش پیشرفت، خلاقیت و نوآوری، کنترل شخصی و تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌ها است. عزت نفس مقوله‌ای است که در دوره کودکی به شکل ارضای نیازهای اولیه و اساسی، در خردسالان به شکل انجام فعالیت‌ها بدون کمک بزرگ‌ترها و در جوانان به صورت بروز توقع از خویش برای انجام کارها به شیوه‌ای عالی ظهور می‌کند (استریچ<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷، به نقل از عسگری قدس و صالحی، ۱۳۹۱). انگیزش پیشرفت به عنوان یکی از ابعاد نگرش کارآفرینی، گرایش شخصیتی فرد است که با توجه مداوم به ایجاد استانداردهایی برای موفق بودن و دستیابی به همین استانداردها همراه است (سیمن<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸، به نقل از عسگری قدس و صالحی، ۱۳۹۱)، و تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌ها چهار مرحله دارد: احساس یا درک نیاز، تشخیص یا کشف یک تناسب بین نیازها، ایجاد و خلق یک تناسب جدید بین نیازها و استفاده از فرصت‌ها (آردیچویل، کاردوزو و ری<sup>۳</sup>، ۲۰۰۳). نتایج پژوهش داوری، رضایی کلیدبری، محمدی‌آلمانی و پورناصرانی (۱۳۹۲) نشان داد که نگرش فردی، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری ادراک شده، مرکز کنترل درونی، خطرپذیری، عزت‌نفس، نیاز به کسب موفقیت، تحمل ابهام و همچنین دارا بودن قوه نوآوری، عوامل مؤثر بر قصد و نگرش کارآفرینانه به شمار می‌روند. طبق نتایج مطالعه ندوفایرپی<sup>۴</sup> (۲۰۲۰) نگرش کارآفرینی مستقیماً بر اهداف کلی کارآفرینی و دیگر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین تأثیر دارد. عزیزی و طاهری (۱۳۹۲) در پژوهشی بر روی دانش‌آموختگان دریافتند که ویژگی‌های شخصیتی و تجربه بر نگرش کارآفرینانه افراد تأثیر دارند. نتایج پژوهش ماهفید، تریونو، سادیرا و مولیانی<sup>۵</sup> (۲۰۲۰) نشان داد که سرمایه اجتماعی و سرمایه روان‌شناختی بر نگرش کارآفرینی تأثیر دارد. از طرفی دیگر، نتایج پژوهش غیائی (۱۳۹۵) نشان داد که نگرش کارآفرینی می‌تواند در رابطه بین خودکارآمدی و قصد کارآفرینی میانجیگری کند و طبق نتایج پژوهش کونگ، ژائو و تسای<sup>۶</sup> (۲۰۲۰) الگوی شغلی، نگرش کارآفرینی دانش‌آموختگان را تقویت می‌کند. نگرش کارآفرینی بیشتر از ویژگی‌های درونی افراد نشأت می‌گیرد و عوامل محیطی کمتر روی آن تأثیر می‌گذارند. در همین راستا حشمتی‌فر، لیاقتدار و عابدی (۱۴۰۰) در پژوهشی دریافتند که ابعاد انگیزشی و رفتاری بر کارآفرینی تأثیر دارند و تقویت ابعاد روان‌شناختی می‌تواند تأثیرات بالقوه‌ای بر کارآفرینی و عملکرد کاری داشته باشد.

1. Oesterriech
2. Seeman
3. Ardichvil, Cardozo, Ray
4. N dofirapi
5. Mahfud, T., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mulyani,
6. Kong F, Zhao L and Tsai

فرا تحلیل همبسته‌های نگرش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه

افزون بر این، نتایج مطالعات مونیاردزی ندوفایرپی<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) بر روی دانش‌آموزان نشان داد که ویژگی‌های شخصیتی دانش‌آموزان در نگرش کارآفرینی آنان نقش بسزایی دارد و شیوه تدریس و تناسب محتوای درس‌ها با نیازهای دانش‌آموزان در توسعه نگرش کارآفرینی تاثیر دارند. آموفاح و سالادریگیوز<sup>۲</sup> (۲۰۲۲) در پژوهشی دریافتند که آموزش نگرش کارآفرینی در قصد کارآفرینی تاثیر دارد و بین کنترل رفتار ادراک شده و کارآفرینی و خوداشتغالی رابطه وجود دارد. کائو، اسد، وانگ، ناز و الماشرف<sup>۳</sup> (۲۰۲۲) در پژوهشی بر روی کارآفرینان جوان دریافتند که ویژگی‌های شخصیتی ثبات، نظم، منبع کنترل و خطرپذیری و تحمل در تمایل به کارآفرینی نقش دارند و این ویژگی‌ها می‌توانند قصد کارآفرینی را در کارآفرینان جوان پیش‌بینی کنند. باررا- ورداگو و ویلارول- ویلارول<sup>۴</sup> (۲۰۲۲) در پژوهشی درباره ادراکات و نگرش‌های کارآفرینی، به این نتیجه رسیدند که استفاده از رسانه‌های اجتماعی با ادراک نسبت به کارآفرینی و نگرش کارآفرینی رابطه دارد. هر چه قدر استفاده دانشجویان از رسانه‌های اجتماعی بیشتر باشد ادراک مثبت‌تر و نگرش کارآمدتری به کارآفرینی دارند. همچنین ماهشواری، خا و آروکیاسامی<sup>۵</sup> (۲۰۲۲) در پژوهشی بر روی دانش‌آموزان دریافتند که عوامل شناختی، شخصیتی، محیطی، اجتماعی، آموزشی، زمینه‌ای و جمعیت‌شناختی به عنوان تعیین‌کننده‌های قصد و نگرش کارآفرینی هستند و می‌توانند نگرش کارآفرینی را در دانش‌آموزان ارتقاء دهند.

امروزه در بیشتر کشورها به کارآفرینی توجه ویژه‌ای می‌شود. تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه کارآفرینی از ابزارهای پیشرفت اقتصادی کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه است. فعالیت‌های کارآفرینانه با اثربخشی بالا به توسعه اقتصادی از جمله ایجاد اشتغال، نوآوری در فعالیت‌ها و رقابت‌پذیری منجر می‌شود (اودرتسچ<sup>۶</sup>، ۲۰۱۴). از آن جایی که نگرش کارآفرینی به طور مستقیم و غیرمستقیم بر رفتار کارآفرینی تاثیر دارد، مطالعه همبسته‌های نگرش کارآفرینی اهمیت زیادی دارد. بررسی پیشینه‌های مرتبط با کارآفرینی نشان می‌دهد که مطالعات زیادی درباره نگرش کارآفرینی انجام شده است، تا رابطه بین عوامل و مولفه‌های گوناگون روان‌شناختی، آموزشی، محیطی و اجتماعی را با نگرش کارآفرینی نشان دهند. اما خلاء پژوهشی موجود در زمینه همبسته‌های متعدد نگرش کارآفرینی، پراکندگی و ابهاماتی ایجاد می‌کند که موجب می‌شود دانش‌آموزان و سایر علاقمندان به حوزه کارآفرینی نتوانند دیدگاه

- 
1. Munyaradzi Ndofirepi
  2. Amofah, K., & Salarigues
  3. Cao, Y., Asad, M. M., Wang, L., Naz, A., & Almusharraf
  4. Barrera- Verdugo, G., & Villarroel- Villarroel
  5. Maheshwari, G., Kha
  6. Audretsch

علمی منسجمی در خصوص عوامل تاثیرگذار در نگرش کارآفرینی بدست آورند و ممکن است این سر درگمی، به ناامیدی و تضعیف انگیزه کارآفرینی در دانش‌آموزان منجر شود. از طرفی دیگر، خلاء مربوط به پراکندگی همبسته‌های نگرش کارآفرینی، موجب ایجاد محدودیت در استفاده مطلوب از نتایج پژوهش‌ها بوسیله متخصصان حوزه کارآفرینی می‌شود و توسعه نگرش کارآفرینی که از اهداف متعالی آموزش و پرورش است، به لحاظ پشتوانه نظری بسیار ضعیف باقی می‌ماند. افزون بر این طبق آمار سرشماری سال ۱۳۹۸ تعداد ۲۳/۷ درصد افراد بیکار در رده سنی ۱۵ تا ۲۹ سال در جامعه وجود دارد که تعداد زیادی از آنان دانش‌آموختگان دوره دوم متوسطه هستند. از آن جایی که این افراد تمایلی برای ورود به دانشگاه ندارند و نگرش کارآفرینی هم ندارند نمی‌توانند کسب و کار راه بیندازند و در نتیجه با پدیده بیکاری مواجه می‌شوند. بنابراین انجام این مطالعه که می‌تواند دیدگاهی یکپارچه درباره همبسته‌های نگرش کارآفرینی ارائه کند، ضروری به نظر می‌رسد. علاوه بر این، آن چه که در پژوهش حاضر اهمیت دارد، بررسی فراتحلیل درباره همبسته‌های نگرش کارآفرینی است تا ضمن بازنگری مطالعات پیشین، نتایج آنها را با هم ترکیب کند و به نتایج دقیق‌تر و انسجام‌یافته‌ای دست یابد. ترکیب نتایج پژوهش‌های پیشین به عنوان واحد تحلیل برای دست یافتن به یک تصویر کلی و روشن درباره نگرش کارآفرینی می‌تواند یک چشم‌انداز منسجمی درباره همبسته‌های نگرش کارآفرینی ارائه کند که می‌تواند پاسخگوی خلاء پژوهشی موجود و تکمیل‌کننده پشتوانه علمی حوزه کارآفرینی باشد. همچنین نتایج این پژوهش می‌تواند پاسخگوی بخشی از نیازهای متخصصان آموزش و پرورش در حوزه توسعه نگرش کارآفرینی باشد. از این رو پژوهش حاضر با هدف بررسی فراتحلیل پژوهش‌های داخلی درباره نگرش کارآفرینی و ترکیب نتایج آنها به منظور تعیین میانگین اندازه اثر کلی متغیرهای همبسته با نگرش کارآفرینی انجام شد.

## روش

روش پژوهش فراتحلیل بود. در این پژوهش کلیدواژه‌های نگرش کارآفرینی، ذهنیت کارآفرینی، تفکر کارآفرینی و دیدگاه کارآفرینی در پایگاه‌های اطلاعات علمی داخلی جستجو شدند. بوسیله موتورهای جستجوگر گوناگون جهت یافتن مقاله‌های علمی - پژوهشی فارسی منتشر شده، اقدام شد. این مقالات به بررسی نگرش کارآفرینی و موضوعات مرتبط مانند تفکر و ذهنیت کارآفرینی پرداخته بودند. ابتدا کلیدواژه نگرش کارآفرینی جستجو شد. در ادامه برای یافتن مقاله‌های مرتبط، کلیدواژه‌های ذهنیت کارآفرینی، تفکر کارآفرینی و دیدگاه کارآفرینی هم جستجو شدند. در هنگام جستجو، به منظور یافتن مقاله‌های مرتبط، رابطه نگرش کارآفرینی به همراه حروف

فرا تحلیل همبسته‌های نگرش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه

"با" و "و" استفاده شد. به منظور افزایش کیفیت جستجوی مقالات، از یک متخصص کتابداری که اطلاعات تخصصی کافی در زمینه جستجوی منابع علمی داشت، کمک گرفته شد. به این روش تمام مقاله‌های منتشر شده در فاصله سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۹ با استفاده از پایگاه‌های پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات، پایگاه علمی جهاد دانشگاهی و پایگاه علمی نور در حوزه کارآفرینی و بوسیله موتور جستجوگر گوگل اسکولار جمع‌آوری شدند. پس از جمع‌آوری مقالات، برای وارد مقاله در پژوهش حاضر این ملاک‌ها مدنظر بودند: ۱. مقاله باید درباره عوامل و مولفه‌های موثر در نگرش کارآفرینی باشد، ۲. مقاله باید در مجلات علمی-پژوهشی فارسی منتشر شده باشد، ۳. مقاله باید به لحاظ روش‌شناسی پژوهش با استفاده از روش همبستگی انجام شده باشد، ۴. مقاله باید مقدار ضریب همبستگی و اطلاعات لازم را برای محاسبه اندازه اثر گزارش کرده باشد. برای انتخاب و استخراج اطلاعات پژوهش‌های گوناگون یک فهرست وارسی تهیه شد. تعداد ۱۰۵ مقاله با کلیدواژه‌های مرتبط با نگرش کارآفرینی پیدا شد اما با توجه به هدف پژوهش حاضر که همبسته‌های نگرش کارآفرینی بود، مقاله‌های فاقد ملاک‌های ورود به پژوهش حذف شدند. بر این اساس ۲۱ مقاله دارای ملاک‌های ورود به پژوهش انتخاب و مورد تحلیل قرار گرفتند. تحلیل داده‌ها بر اساس ضریب همبستگی پیرسون (هومن، ۱۳۸۷) برای مدل اثرهای ثابت و نرم افزار جامع فراتحلیل انجام شد.

**چک لیست تحلیل محتوا:** این چک لیست برای انتخاب مقاله‌ها و پایان‌نامه‌های دارای ملاک‌های ورود به پژوهش استخراج اطلاعات لازم برای انجام فراتحلیل استفاده شد که ۲۱ مطالعه و ۵۹ همبسته برای نگرش کارآفرینی در تحلیل وارد شدند.

جدول ۱. اطلاعات توصیفی پژوهش‌های مورد استفاده در پژوهش

کد	نام و نام خانوادگی	سال	عنوان پژوهش	حجم نمونه
۱	حسینی نسب، خدیوی و موسوی‌زاده	۱۳۸۹	بررسی رابطه مولفه‌های سازمان‌یادگیرنده با نگرش کارآفرینی دانشجویان	۳۵۰
۲	احمدی، باباشاهی و خداشناس	۱۳۹۰	بررسی رابطه بین عوامل شخصیتی و کارآفرینی	۱۳۸
۳	الهیاری	۱۳۹۳	بررسی نقش نوآوری و خودشکوفایی در پیش‌بینی کارآفرینی دانشجویان	۴۰۰
۴	آرمان	۱۳۹۴	بررسی اثر هوش هیجانی بر عملکرد کارآفرینی از طریق نقش واسطه‌ای نگرش نسبت به کارآفرینی و ویژگی‌های شخصیتی	۸۸

کد	نام و نام خانوادگی	سال	عنوان پژوهش	حجم نمونه
۵	عریضی، براتی، دری و قاسمی	۱۳۹۴	الگوی تحلیل مسیر بین سلسله مراتب نیازها، عدالت توزیعی، نگرش نسبت به کار، ویژگی های کار با تعهد به تغییر و آمادگی برای تغییر	۵۰۴
۶	غیائی	۱۳۹۴	بررسی رابطه سبک‌های حل مساله و تمایل به کارآفرینی دانشجویان	۲۱۰
۷	علوی کیا، نصرالهی وسطی و گلابی	۱۳۹۴	تاثیر سرمایه اجتماعی بر ریسک پذیری دانشجویان کارآفرینی	۲۵۲
۸	نائیچی و اسفندیاری	۱۳۹۴	تاثیر اعتماد به نفس بیش از حد و خوش بینی بر تصمیم به شروع فعالیت‌های نوآورانه: نقش میانجی ادراک از خطر	۴۰۵
۹	غیائی	۱۳۹۵	تاثیر باور به خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی با قصد کارآفرینی	۱۴۵
۱۰	صفری جعفرلو، قربانی و زارعیان	۱۳۹۶	مدل‌یابی تاثیر هوش معنوی و نگرش به کارآفرینی، بر قصدکارآفرینی در دانشجویان علوم ورزشی	۲۲۰
۱۱	یزدان پناه و زبیدی	۱۳۹۶	تاثیر ویژگی های کارآفرینی بر نیت کارآفرینانه	۱۲۳
۱۲	مهدوی درواری و چرمچیان لنگرودی	۱۳۹۶	عوامل‌های موثر بر مهارت‌های کارآفرینی آموزشگران کشاورزی آموزشکده‌های فنی و کشاورزی ساری	۲۳۰
۱۳	عبداللهی، آقامحمدی، عباس پور و دلاور	۱۳۹۶	تحلیل ویژگی های شخصیتی کارآفرینی در بین دانش آموزان	۳۶۴
۱۴	نصیری ولیک بنی و مرادی سفر	۱۳۹۷	بررسی رابطه صلاحیت‌های حرفه‌ای معلمان با روحیه و انگیزه کارآفرینی دانش‌آموزان	۲۶۰
۱۵	عسکری فرد، ابراهیمی، علوی	۱۳۹۷	ارائه الگوی آموزشی توسعه توانمندی‌های کارآفرینانه در دانش‌آموزان با میانجی‌گری ویژگی‌های شخصیتی	۶۳
۱۶	شهرکی و باقرپور	۱۳۹۸	رابطه کیفیت زندگی مدرسه با توسعه قابلیت های کارآفرینی و اهداف پیشرفت دانش‌آموزان	۱۲۳
۱۷	اوتادی و صفری	۱۳۹۸	بررسی تاثیر ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری در تبیین قصد کارآفرینانه دانشجویان	۴۴۳
۱۸	امامی	۱۳۹۸	علل تاثیرگذار در انتقال قصد به عمل در خلق ارزش کارآفرینانه	۲۱۳
۱۹	مجیدی دیزج و خسروی	۱۳۹۸	بررسی تاثیر عوامل شخصیتی و تسهیل‌گری	۲۵۰



کد	نام و نام خانوادگی	سال	عنوان پژوهش	حجم نمونه
			محیطی بر انگیزه‌های کارآفرینی	
۲۰	محمودی، حسین زاده نباتی و ادیب	۱۳۹۹	رابطه نگرش به درس کار و فناوری با مولفه‌های نگرش کارآفرینی دانش‌آموزان مقطع متوسطه ناحیه یک تبریز	۴۰۲
۲۱	بهاروند و گوران	۱۳۹۹	تبیین مدل ارتباط بین هوش معنوی و نگرش به کسب و کار	۲۱۷

در جدول ۱، چک لیست تحلیل محتوا گزارش شده است که شامل عنوان پژوهش، مشخصات کامل پژوهشگران، سال اجرای پژوهش و حجم نمونه است. در این پژوهش، ۲۱ مطالعه مرتبط با نگرش کارآفرینی و ۵۹ همبسته‌های نگرش کارآفرینی استخراج شد که خلاصه آنها در جدول ۲ گزارش شده است.

جدول ۲. داده‌های فرا تحلیل متغیرهای همبسته با نگرش کارآفرینی

ردیف	کد	سال	r	Z فیشر	SE	ردیف	کد	سال	r	Z فیشر	SE
۱	۱	۱۳۸۹	۰/۲۳	۰/۲۳۴	۰/۰۹۶	۳۱	۱۳	۱۳۹۶	۰/۶۶	۰/۷۹۳	۰/۰۷۲
۲	۱	۱۳۸۹	۰/۲۴	۰/۲۴۵	۰/۰۹۶	۳۲	۱۳	۱۳۹۶	۰/۷۰	۰/۸۶۷	۰/۰۶۳
۳	۱	۱۳۸۹	۰/۲۵	۰/۲۵۵	۰/۰۹۶	۳۳	۱۳	۱۳۹۶	۰/۴۱	۰/۴۳۶	۰/۰۲۳
۴	۲	۱۳۹۰	۰/۴۰	۰/۴۲۴	۰/۰۵۲	۳۴	۱۴	۱۳۹۷	۰/۵۳	۰/۵۹۰	۰/۰۲۹
۵	۲	۱۳۹۰	۰/۳۷	۰/۳۱۳	۰/۰۵۲	۳۵	۱۴	۱۳۹۷	۰/۶۰	۰/۶۹۳	۰/۰۴۱
۶	۲	۱۳۹۰	۰/۴۹	۰/۵۳۶	۰/۰۵۲	۳۶	۱۴	۱۳۹۷	۰/۳۴	۰/۳۵۴	۰/۰۲۸
۷	۳	۱۳۹۳	۰/۴۳	۰/۴۶۰	۰/۰۵۰	۳۷	۱۵	۱۳۹۷	۰/۵۴	۰/۶۰۴	۰/۰۴۲
۸	۳	۱۳۹۳	۰/۵۲	۰/۵۷۶	۰/۰۵۰	۳۸	۱۵	۱۳۹۷	۰/۳۸	۰/۴۰۰	۰/۰۳۱
۹	۴	۱۳۹۴	۰/۹۷	۲/۰۹۲	۰/۰۸۱	۳۹	۱۵	۱۳۹۷	۰/۲۹	۰/۲۹۹	۰/۰۲۴
۱۰	۵	۱۳۹۴	۰/۴۲	۰/۴۴۸	۰/۰۴۵	۴۰	۱۵	۱۳۹۷	۰/۵۰	۰/۵۴۹	۰/۰۲۴
۱۱	۵	۱۳۹۴	۰/۳۹	۰/۵۷۵	۰/۰۴۵	۴۱	۱۶	۱۳۹۸	۰/۴۱	۰/۴۳۶	۰/۰۲۲
۱۲	۵	۱۳۹۴	۰/۵۸	۰/۶۶۲	۰/۰۴۵	۴۲	۱۶	۱۳۹۸	۰/۳۲	۰/۳۳۲	۰/۰۲۹
۱۳	۵	۱۳۹۴	۰/۲۱	۰/۲۱۳	۰/۰۴۵	۴۳	۱۶	۱۳۹۸	۰/۲۲	۰/۲۲۴	۰/۰۳۱
۱۴	۶	۱۳۹۴	۰/۵۷	۰/۶۴۸	۰/۰۶۱	۴۴	۱۶	۱۳۹۸	۰/۸۶	۱/۲۹۳	۰/۰۸۱
۱۵	۶	۱۳۹۴	۰/۵۱	۰/۵۶۳	۰/۰۶۱	۴۵	۱۶	۱۳۹۸	۰/۸۱	۱/۱۲۷	۰/۰۸۸
۱۶	۶	۱۳۹۴	۰/۳۸	۰/۴۰۰	۰/۰۶۱	۴۶	۱۶	۱۳۹۸	۰/۳۴	۰/۳۵۴	۰/۰۲۴
۱۷	۶	۱۳۹۴	۰/۴۳	۰/۴۶۰	۰/۰۶۱	۴۷	۱۶	۱۳۹۸	۰/۳۷	۰/۳۸۸	۰/۰۲۱
۱۸	۷	۱۳۹۴	۰/۸۷	۱/۲۳	۰/۰۸۶	۴۸	۱۷	۱۳۹۸	۰/۲۹	۰/۲۹۹	۰/۰۵۳
۱۹	۸	۱۳۹۴	۰/۵۷	۰/۶۴۸	۰/۰۵۶	۴۹	۱۷	۱۳۹۸	۰/۴۰	۰/۴۲۴	۰/۰۲۸
۲۰	۸	۱۳۹۴	۰/۲۸	۰/۲۸۸	۰/۰۵۶	۵۰	۱۷	۱۳۹۸	۰/۶۲	۰/۷۲۵	۰/۰۴۵
۲۱	۹	۱۳۹۵	۰/۳۹	۰/۵۷۵	۰/۰۴۱	۵۱	۱۸	۱۳۹۸	۰/۴۸	۰/۵۲۳	۰/۰۴۱

ردیف	کد	سال	r	Z	فیشر	SE	ردیف	کد	سال	r	Z	فیشر	SE
۲۲	۱۰	۱۳۹۶	۰/۳۷	۰/۳۸۸	۰/۰۳۲	۰/۰۲۷	۵۲	۱۸	۱۳۹۸	۰/۲۳	۰/۲۳۴	۰/۰۲۷	۰/۰۲۷
۲۳	۱۰	۱۳۹۶	۰/۴۸	۰/۵۲۳	۰/۰۳۲	۰/۰۶۷	۵۳	۱۹	۱۳۹۸	۰/۲۴	۰/۹۵۰	۰/۰۶۷	۰/۰۶۷
۲۴	۱۱	۱۳۹۶	۰/۹۰	۱/۴۷۲	۰/۰۹۲	۰/۰۲۹	۵۴	۲۰	۱۳۹۹	۰/۳۱	۰/۳۲۱	۰/۰۲۹	۰/۰۲۹
۲۵	۱۲	۱۳۹۶	۰/۴۳	۰/۴۶۰	۰/۰۶۳	۰/۰۵۱	۵۵	۲۰	۱۳۹۹	۰/۵۴	۰/۶۳۳	۰/۰۵۱	۰/۰۵۱
۲۶	۱۳	۱۳۹۶	۰/۵۸	۰/۶۶۲	۰/۰۵۸	۰/۰۲۳	۵۶	۲۰	۱۳۹۹	۰/۳۰	۰/۳۱۰	۰/۰۲۳	۰/۰۲۳
۲۷	۱۳	۱۳۹۶	۰/۳۵	۰/۳۶۵	۰/۰۳۰	۰/۰۵۱	۵۷	۲۰	۱۳۹۹	۰/۴۴	۰/۴۷۲	۰/۰۵۱	۰/۰۵۱
۲۸	۱۳	۱۳۹۶	۰/۷۷	۱/۰۲۰	۰/۰۸۹	۰/۰۲۶	۵۸	۲۰	۱۳۹۹	۰/۳۱	۰/۳۲۱	۰/۰۲۶	۰/۰۲۶
۲۹	۱۳	۱۳۹۶	۰/۶۹	۰/۸۴۸	۰/۰۸۱	۰/۰۸۳	۵۹	۲۱	۱۳۹۹	۰/۶۷	۰/۸۱۱	۰/۰۸۳	۰/۰۸۳
۳۰	۱۳	۱۳۹۶	۰/۳۱	۰/۳۲۱	۰/۰۲۸								

نتایج جدول ۲. ضریب همبستگی، خطای استاندارد، مقدار Z فیشر و سال انجام پژوهش‌های بررسی شده را نشان می‌دهد.

### یافته‌های پژوهش

فرا تحلیل مطالعات نگرش کارآفرینی بر اساس ۲۱ مطالعه و ۵۹ همبسته برای نگرش کارآفرینی انجام شد. میانگین اندازه اثر کلی مطالعات انجام شده در زمینه نگرش کارآفرینی برای مدل اثرات ثابت ۰/۴۹۶ و برای اثرات تصادفی ۰/۵۱۲ است که هر دو در سطح ۰/۰۱ معنادار هستند ( $p < ۰/۰۱$ ). لذا بر این اساس فرض مبنی بر این که متوسط کلی اندازه اثر رابطه ندارد، رد می‌شود. بر اساس ملاک‌های کوهن (۱۹۸۸؛ به نقل از هومن، ۱۳۸۹) برای تفسیر معناداری عملی اندازه اثر، ارزش‌های d بالا نشانگر میزان اندازه اثر زیاد هستند. بنابراین میانگین اندازه اثر پژوهش حاضر (۰/۴۹۶) را می‌توان به عنوان اثر متوسط رو به زیاد برای متغیرهای همبسته با نگرش کارآفرینی تفسیر کرد.

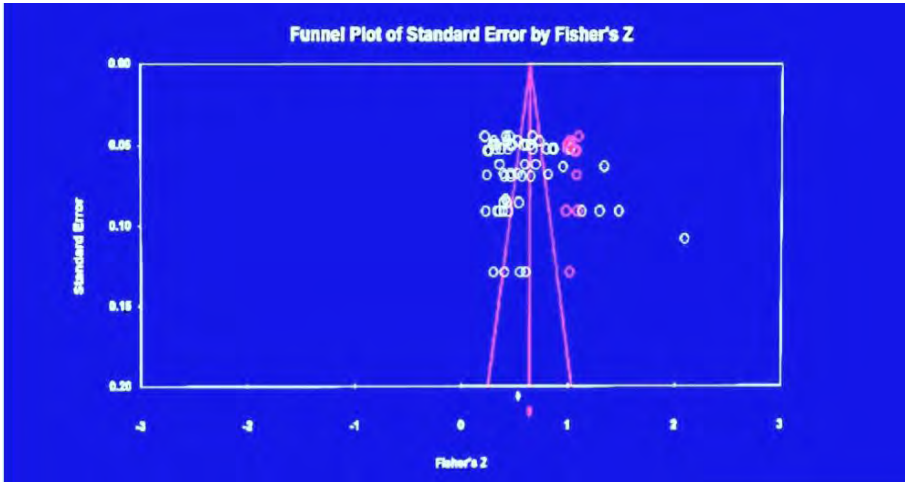
نمودار ۱ فاصله اطمینان اندازه اثر ۲۱ مطالعه با ۵۹ همبسته با نگرش کارآفرینی را نشان می‌دهد. بر اساس نمودار ۱، اندازه اثر همه مطالعات مورد بررسی در سطح ۰/۹۵ تا ۰/۹۹ درصد معنادار هستند و میانگین اندازه اثر در ۵۹ همبسته در مدل ثابت در سطح ۰/۰۱ معنادار است. بالاترین اندازه اثر در مطالعات مورد بررسی به ترتیب مربوط به مطالعات شماره ۹ (۲/۰۹۲)، ۲۴ (۱/۴۷۲)، ۱۸ (۱/۳۳)، ۴۴ (۱/۲۹۳) و ۴۵ (۱/۱۲۷) است.

Model	Study name	Statistics for each study					Correlation and 95% CI				
		Correlation	Lower limit	Upper limit	Z-Value	p-Value	-2.00	-1.00	0.00	1.00	2.00
29 000		0.690	0.632	0.740	16.111	0.000					
30 000		0.310	0.214	0.409	6.090	0.000					
31 000		0.660	0.590	0.714	15.063	0.000					
32 000		0.700	0.644	0.749	16.479	0.000					
33 000		0.410	0.321	0.492	8.277	0.000					
34 000		0.530	0.436	0.612	9.461	0.000					
35 000		0.600	0.516	0.673	11.112	0.000					
36 000		0.340	0.229	0.443	5.677	0.000					
37 000		0.540	0.337	0.695	4.600	0.000					
38 000		0.380	0.146	0.574	3.099	0.002					
39 000		0.290	0.046	0.502	2.313	0.021					
40 000		0.500	0.298	0.665	4.295	0.000					
41 000		0.410	0.251	0.547	4.772	0.000					
42 000		0.320	0.152	0.470	3.633	0.000					
43 000		0.220	0.045	0.392	2.450	0.014					
44 000		0.860	0.806	0.900	14.168	0.000					
45 000		0.810	0.739	0.863	12.346	0.000					
46 000		0.340	0.173	0.498	3.879	0.000					
47 000		0.370	0.206	0.513	4.299	0.000					
48 000		0.290	0.202	0.373	6.263	0.000					
49 000		0.400	0.319	0.475	8.887	0.000					
50 000		0.620	0.559	0.674	15.208	0.000					
51 000		0.480	0.405	0.549	10.970	0.000					
52 000		0.230	0.099	0.354	3.394	0.001					
53 000		0.740	0.678	0.791	14.938	0.000					
54 000		0.310	0.219	0.396	6.403	0.000					
55 000		0.540	0.467	0.606	12.068	0.000					
56 000		0.300	0.208	0.386	6.183	0.000					
57 000		0.440	0.358	0.516	9.433	0.000					
58 000		0.310	0.219	0.396	6.403	0.000					
59 000		0.670	0.589	0.737	11.860	0.000					
Fixed		0.486	0.474	0.498	67.744	0.000					
Random		0.512	0.457	0.563	15.407	0.000					

نمودار ۱. فاصله اطمینان اندازه اثر همبسته‌های با نگرش کارآفرینی

برای بررسی ناهمگونی مطالعات از شاخص کیو استفاده شد. شاخص کیو برای ۵۹ مطالعه با درجه آزادی ۵۸ برابر ۱۲۴۲/۷۷ محاسبه شد که در سطح ۰/۰۱ معنادار است. بنابراین فرضیه صفر تایید شد و نتیجه گرفته شد که مطالعات مورد بررسی نامتجانس و ناهمگون هستند. علیرغم این که تعداد مطالعات کم نیست، با این حال آماره  $I^2$  محاسبه شد که برابر ۹۵/۳۳ است که باز هم ناهمگونی زیاد مطالعات مورد بررسی را نشان می‌دهد. بنابراین مطالعات مورد بررسی در یک اندازه اثر حقیقی مشترک هستند و تفاوت‌های اندازه اثر ناشی از خطای نمونه‌گیری است. علاوه بر این محاسبه‌های مربوط به اثر تصادفی نیز معنادار بودند و ناهمگونی مطالعات ناشی از روش آماری نیست. بر این اساس از مدل اثرهای ثابت استفاده و نسبت به جستجوی متغیرهای تعدیل کننده اقدام شد. هر فراتحلیلی به دلیل ملاک‌های انتخاب و حذف مطالعات، مقداری سوگیری دارد که در مطالعه حاضر به منظور بررسی تورش انتشار<sup>۱</sup>، نمودار کیفی بوسیله نرم افزار جامع فراتحلیل ترسیم شد.

## 1. Publication bias



نمودار ۲. نمودار کیفی مطالعات همبسته با نگرش کارآفرینی بر اساس خطای استاندارد Z فیشر همان طوری که نمودار فانل (کیفی) نشان می‌دهد مطالعات در بالای نمودار جمع شده‌اند بنابراین بر عدم وجود سوگیری انتشار دلالت دارد.

### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف مطالعه فراتحلیل متغیرهای همبسته با نگرش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه انجام شد که نتایج نشان داد میانگین اندازه اثر کلی مطالعات انجام شده درباره نگرش کارآفرینی برای مدل اثرات ثابت ۰/۴۹۶ و اثرات تصادفی ۰/۵۱۲ است که هر دو سطح ۰/۰۰۱ معنادار هستند. بنابراین در پژوهش حاضر میانگین اندازه اثر ۰/۴۹۶ را می‌توان به عنوان اندازه اثر متوسط تا زیاد نگرش کارآفرینی تفسیر کرد. بالاترین اندازه اثر ۲/۰۹۲ مربوط به مطالعه آرمان (۱۳۹۴) و پایین‌ترین اندازه اثر ۰/۲۱۳ در مطالعات احمدی و همکاران (۱۳۹۰) و عریضی و همکاران (۱۳۹۴) مشاهده شد.

نتایج این پژوهش نشان داد که بین مولفه‌های سازمان یادگیرنده (حسینی نسب و همکاران، ۱۳۸۹)، عوامل شخصیتی (احمدی و همکاران، ۱۳۹۰)، نوآوری و خودشکوفایی (الهیاری، ۱۳۹۳)، هوش هیجانی (آرمان، ۱۳۹۴)، نیازها و آمادگی برای تغییر (عریضی و همکاران، ۱۳۹۴)، حل مساله (غیائی، ۱۳۹۴)، سرمایه اجتماعی (علوی کیا و همکاران، ۱۳۹۴)، اعتماد به نفس، خوش بینی و ادراک از خطر (غیائی، ۱۳۹۵)، هوش معنوی (صفری جعفرلو و همکاران، ۱۳۹۶)، ویژگی‌های کارآفرینان (یزدان پناه و زبیدی، ۱۳۹۶)، شخصیت و روحیه کارآفرینی

فرا تحلیل همبسته‌های نگرش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه

(مهدوی لنگرودی و چرمچیان لنگرودی، ۱۳۹۶)، ویژگی‌های شخصییتی (عبدالهی و همکاران، ۱۳۹۶)، صلاحیت‌های حرفه‌ای معلمان (نصیری ولیک بنی و مرادی سفر ۱۳۹۷)، ویژگی‌های شخصییتی (عسکری فرد و همکاران، ۱۳۹۷)، کیفیت زندگی مدرسه (شهرکی و باقرپور، ۱۳۹۸)، ویژگی‌های شخصییتی و رفتاری (اوتادی و صفری، ۱۳۹۸)، قصد به عمل (امامی، ۱۳۹۸)، عوامل شخصییتی و تسهیل‌گری محیطی (مجیدی دیزج و خسروی، ۱۳۹۸)، نگرش به درس کار و فناوری (محمودی و همکاران، ۱۳۹۹)، هوش معنوی (بهاروند و گوران، ۱۳۹۹) با نگرش کارآفرینی اندازه اثر معنادار وجود دارد. به طور کلی در این پژوهش نتیجه گرفته شد که مولفه‌های شخصییت، معلمان کارآفرینی، کیفیت آموزش، خوش‌بینی و خطرپذیری، تمایل به تغییر و نوآوری، سرمایه اجتماعی، هوش معنوی و هیجانی در نگرش کارآفرینی دانش‌آموزان رشته‌های نظری دوره دوم متوسطه تاثیر معناداری دارند. این نتیجه با نتایج عریضی و همکاران (۱۳۹۴)، صفری جعفرلو و همکاران (۱۳۹۶) و کونگ و همکاران (۲۰۲۰) همسو بود. از آن جایی که شکل‌گیری نگرش کارآفرینی از دوران کودکی و نوجوانی شروع می‌شود، دوره متوسطه دوم بهترین سن شروع برای پرورش نگرش کارآفرینی در دانش‌آموزان است (امینی شلمزاری و صادقی، ۱۴۰۰). محتوای آموزش، ویژگی خطرپذیری و شخصییت در نگرش کارآفرینی نقش دارند. (کونگ و همکاران، ۲۰۲۰). سطح نیازهای فرد طبق سلسله مراتب نیازهای مزلو در نگرش افراد نسبت به کار تفاوت ایجاد می‌کند. افرادی که نیاز به خودشکوفایی دارند، آمادگی بیشتری برای تغییر دارند. سازمان باید شرایط را طوری برای ارضای نیاز به خودشکوفایی در افراد مهیا سازد که آنان بتوانند تمایل به تغییر را در خود بروز دهند و نگرش به کار در آنان برانگیخته شود (عریضی و همکاران، ۱۳۹۴).

مولفه هوش معنوی بر شناخت و جهان‌بینی فرد از دنیای مادی اطراف خود و دنیای معنوی و ماورای خود تأکید دارد. این شناخت به شناخت بهتر فرد از خود، توانایی‌های خود و هدف از خلقت انسان منجر می‌گردد و فرد را قادر می‌سازد در ذهنش تصویری کمال‌گرایانه از خود و انسان سعادت‌مند و موفق خلق کند و این تصویر ذهنی به نوبه خود موجب ایجاد نگرش مثبت در راستای کارآفرینی و رشد و توسعه فردی می‌شود (صفری جعفرلو و همکاران، ۱۳۹۶). هوش معنوی نگرش مثبت ذهنی را برای کارآفرینی در فرد فراهم می‌کند و آمادگی ذهنی و روانی لازم را در فرد به وجود می‌آورد که در نهایت، این آمادگی ذهنی و نگرش می‌تواند به قصد کارآفرینی در فرد منجر شود. آگاهی به معنای توانایی شناسایی جنبه‌های متعالی خویشتن، دیگران و جهان با استفاده از هوشیاری است. به عبارت دیگر، هر چقدر از طریق آموزش و تقویت تفکر فردی بتوان در فرد شرایطی را فراهم کرد که قدرت تبیین و تحلیل جنبه‌ها و ابعاد مختلف جهان و پدیده‌های اطراف خود را بهتر درک کند، این شرایط به نوبه خود به ایجاد هوش معنوی بالاتری

در فرد منجر می‌شود و این هوش معنوی به نگرش مثبت به کارآفرینی در فرد منجر می‌شود که در نهایت، احتمال گرایش فرد به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه بیشتر می‌شود (لوناوات، ۲۰۱۵). در راستای ایجاد نگرش مثبت برای کارآفرینی، فرد، ادراک‌ها و استنباط‌های شخصی او بیش از عواملی که مربوط به محیط، اطرافیان، ابزارها و وسایل است، مهم هستند. در این راستا، ایجاد شرایط مناسبی که موجب می‌شوند فرد کارآفرینی را اقدام مفیدی تلقی کند و از کارآفرینی لذت ببرد و شناخت فرصت‌ها، مخاطره‌پذیری و انعطاف‌پذیری را در خود توسعه دهد، می‌تواند به شکل‌گیری نگرشی ایده‌آل در کارآفرینی دانشجویان منجر شود (صفری جعفرلو و همکاران، ۱۳۹۶).

همچنین داشتن ویژگی‌های شخصیتی ثابت، نظم، منبع کنترل، خطرپذیری و تحمل ابهام می‌توانند تمایل و قصد کارآفرینی را در کارآفرینان جوان پیش‌بینی کنند (کائو و همکاران، ۲۰۲۲). باور به خودکارآمدی بالاتر به طور غیرمستقیم و با بهبود نگرش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تاثیر دارد. اگر دانش‌آموخته‌ای درباره کارآمد بودن خود در هنگام آغاز یک کسب و کار جدید باور مطلوبی داشته باشد این باور به خودکارآمدی موجب به وجود آمدن احساس مطلوبی نسبت به کارآفرینی می‌شود. این احساس، نگرش فرد را نسبت به کارآفرینی کارآمد و مطلوب می‌سازد (غیائی، ۱۳۹۵). داشتن انگیزه پیشرفت بالا، تحمل ابهام بالا، خطرپذیری بالا، گشودگی به تجربه، خودآغازگر بودن، اهل شبکه‌سازی و یادگیری فعال، منبع کنترل درونی و ثبات هیجانی بالا و درک فعال اشتباهات خود از ویژگی‌های شخصیتی افراد کارآفرین هستند (یوسفزاده، عابدی و نیلفروشان، ۱۴۰۱). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که ویژگی‌های شخصیتی انعطاف‌پذیری، مخاطره‌پذیری و خودکارآمدی در پیش‌بینی نگرش کارآفرینی نقش دارند.

بین کیفیت زندگی مدرسه با توسعه قابلیت کارآفرینی و اهداف پیشرفت در دانش‌آموزان رابطه وجود دارد. منظور از کیفیت زندگی مدرسه، بهزیستی و رضایت کلی دانش‌آموزان نسبت به تجارب مثبت و منفی است که در فعالیت‌های درون مدرسه‌ای بدست می‌آیند (شهرکی و باقری، ۱۳۹۶). نقش کیفیت زندگی مدرسه با مولفه‌های رضایت عمومی از مدرسه، ماجراجویی، رابطه با معلم، پیشرفت، فرصت، انسجام اجتماعی در ارتباط با توسعه قابلیت‌های کارآفرینی به این موضوع بر می‌گردد که برقرار کردن روابط عاطفی با دانش‌آموزان و رفتار محبت‌آمیز به جا و به موقع به عنوان اصول تعلیم و تربیت صحیح، این مهارت‌ها و توانمندی‌ها را در دانش‌آموزان ایجاد می‌کند که بر احساسات خود غلبه کنند و به شیوه صحیح، ابراز عواطف کنند، دانش‌آموزان از طریق مدرسه و به وسیله معلم، اجتماعی شدن را یاد می‌گیرند و با کسب مهارت‌های اجتماعی

فرا تحلیل همبسته‌های نگرش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه

مورد نیاز جامعه، موجب رشد، موفقیت و پیشرفت خود و جامعه می‌شوند. در این عرصه، چنانچه معلمان تعهد و تخصص داشته باشند، در تمامی سطوح علمی، عاطفی، تربیتی و اجتماعی، روابط موفق‌تری را می‌توانند برقرار کنند که نتایج درخشانده‌تری را نیز در پی خواهد داشت (قرایی‌مقدم و کرمانی‌پور، ۱۳۹۷). همچنین عوامل شناختی، شخصیتی، محیطی، اجتماعی، آموزشی، زمینه‌ای و جمعیت‌شناختی هم به عنوان تعیین‌کننده‌های قصد و نگرش کارآفرینی در دانش‌آموزان هستند و می‌توانند نگرش کارآفرینی را در دانش‌آموزان رشد دهند (ماهسواری و همکاران، ۲۰۲۲). درباره نقش شخصیت در نگرش کارآفرینی می‌توان گفت افرادی که دارای ویژگی‌های وظیفه‌شناسی هستند، مسئولیت‌پذیری بالاتری دارند و منبع کنترل درونی بالاتری دارند. این افراد در انجام عملکردشان فعال‌تر هستند، فعالانه برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری می‌کنند، دورنمای خوبی دارند، راهبردهای مشخصی دارند و به دنبال فرصت‌ها هستند، ضمن آنکه به خوبی شبکه‌سازی می‌کنند، به دنبال بازخورد از دیگران هستند، در قبال اشتباهات منفعلانه عمل نمی‌کنند بلکه می‌کوشند فعالانه از آنها بیاموزند. اراده و انرژی بالایی دارند، خلاق هستند و توانایی حل‌مساله بالایی دارند. اشتیاق درونی برای کار و فعالیت دارند که ناشی از خودپنداره کارآفرینانه آنها است. بر این اساس زمانی که اهداف و محتوای آموزشی براساس نیازهای محیط و ماهیت قابلیت‌های موردنیاز کارآفرینان (دانش، مهارت و نگرش) تدوین گردند و معلمان در استفاده از روش‌های فعال توانمند باشند در دانش‌آموزان نیاز به انگیزه‌های بالا در میل به کارآفرینی محقق می‌شود و دانش‌آموزان نسبت به ویژگی‌ها و آفت‌های برنامه‌های موجود و نیز افق‌های کارآفرینی و ایجاد کسب و کار به خوبی توجه می‌شوند (مهرابی، ۱۳۹۶). طبق نتایج پژوهش باررا- ورداگو و ویلارول- ویلارول (۲۰۲۲) ادراکات فراگیران نسبت به آموزش، محیط اجتماعی و زندگی و ادراک نسبت به خود در توسعه نگرش کارآفرینی نقش دارند. همچنین هر چه قدر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بوسیله فراگیران بیشتر باشد ادراک مثبت‌تر و نگرش کارآمدتری به کارآفرینی دارند.

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که مولفه‌های گوناگونی از قبیل ویژگی‌های شناختی، معنوی، انعطاف‌پذیری، مخاطره‌پذیری و خودکارآمدی، عوامل اجتماعی، آموزشی و خانوادگی در نگرش کارآفرینی دانش‌آموزان تاثیر دارند که با آموزش، تغییر و اصلاح و تقویت این مولفه‌ها می‌توان به ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینی در دانش‌آموزان امیدوار بود. از آن جایی که در این پژوهش همبسته‌های نگرش کارآفرینی مطالعه شدند در برخی از پژوهش‌ها به لحاظ عدم گزارش اندازه اثر، روش‌شناسی پژوهش و روش‌های آماری محدودیت‌هایی وجود داشت که امکان استفاده از آنها در پژوهش حاضر میسر نبود. بر اساس نتایج پژوهش حاضر به متخصصان حوزه توسعه کارآفرینی پیشنهاد می‌شود به منظور بهبود و تقویت مولفه‌های تاثیرگذار در نگرش کارآفرینی

دانش‌آموزان، برنامه‌های آموزشی و مشاوره‌ای مناسبی تدوین شوند و زمینه بکارگیری این برنامه‌ها در مدارس فراهم شود. همچنین با توجه به نقش مولفه‌های گوناگون تاثیرگذار در نگرش کارآفرینی و به منظور کارآمدسازی این مولفه‌ها، پیشنهاد می‌شود بر اساس این مولفه‌ها مدل یکپارچه‌ای برای توسعه نگرش کارآفرینی در دانش‌آموزان ارائه شود.

## سیاسگزاری

مقاله حاضر مستخرج از رساله دکتری نویسنده اول در دانشگاه علامه طباطبایی و بدون حمایت مالی انجام شده است. گروه پژوهش بر خود لازم می‌داند از همه کسانی که در انجام پژوهش همکاری داشته‌اند، قدردانی کند.

## تضاد منافع

هیچ گونه تعارضی در منافع و فرآیند ارزیابی مقاله از طرف نویسندگان گزارش نشده است.

## منابع

- احمدی، پرویز؛ باباشاهی، جبار؛ و خداشناس، لیلاسادات. (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین عوامل شخصیتی و کارآفرینی. *پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی*، ۱(۳): ۲۱-۱.
- آرمان، مهدی. (۱۳۹۴). *بررسی اثر هوش هیجانی بر عملکرد کارآفرینی از طریق نقش واسط نگرش نسبت به کارآفرینی و ویژگی‌های شخصیتی (مطالعه موردی: کارآفرینان شرکت‌های مستقر در مرکز رشد دانشگاه فردوسی مشهد)*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد گروه مدیریت، گرایش مدیریت اجرایی دانشگاه فردوسی مشهد.
- امامی، امیر. (۱۳۹۸). *علل تاثیرگذار در انتقال قصد به عمل در خلق ارزش کارآفرینانه*. توسعه کارآفرینی، ۱۲(۳): ۳۳۹-۳۲۱.
- امینی شلمزاری، راضیه؛ و صادقی، احمد. (۱۴۰۰). مسیر تولد کارآفرینی تحصیلی: تحلیل زمینه‌ای، کشف فرآیندها و مکانیزم‌ها در شرکت‌های دانش بنیان اصفهان. *فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی*، ۱۳(۴۸): ۹۰-۶۹.
- اوتادی، محمد؛ و صفری، سعید. (۱۳۹۸). *بررسی تاثیر ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری در تبیین قصد کارآفرینانه دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه شاهد)*. *مجله توسعه کارآفرینی*، ۱۲(۴): ۵۲۰-۵۰۰.
- برماس، حامد؛ مهربانی‌روزه، فاطمه؛ و حسینی‌اصلی، فاطمه. (۱۳۹۰). *بررسی تاثیر مشاوره شغلی بر*



فرا تحلیل همبسته‌های نگرش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه

تغییر نگرش و افزایش رفتار کارآفرینانه و اشتغال‌زایی دانشجویان. *فصلنامه تازه‌های روان‌شناسی صنعتی سازمانی*، ۲(۷): ۸۵-۹۵.

بهاروند، فتانه؛ و گوران، میلاد. (۱۳۹۹). تبیین مدل ارتباط بین هوش معنوی و نگرش به کسب و کار. *فصلنامه مدیریت کسب و کار*، ۴۵: ۲۹۳-۲۷۲.

حسینی‌نسب، سید داوود؛ خدیوی، اسدالله؛ و موسی‌زاده، عبدالله. (۱۳۸۹). بررسی رابطه مولفه‌های سازمان‌یادگیرنده با نگرش کارآفرینی دانشجویان. *علوم تربیتی*، ۳(۱۲): ۴۶-۲۹.

حشمتی‌فر، لیلیا؛ لیاقتدار، محمدجواد؛ و عابدی، احمد. (۱۴۰۰). فرا تحلیل همبسته‌های روان‌شناختی کارآفرینی در ایران. *فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی*، ۱۳(۴۶): ۷۰-۵۵. حکمت‌اندیش، علی. (۱۳۹۳). *مبانی کارآفرینی*. انتشارات هشت کتاب، قم.

داوری، علی؛ رضایی کلیدبری، حمیدرضا؛ محمدی آلمانی، امین؛ و پورناصرانی، امیر. (۱۳۹۲). عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه مهارت‌آموزان آموزش‌دیده در مراکز فنی و حرفه‌ای، مطالعه موردی: مرکز آموزش مهارت‌های پیشرفته گیلان. آموزش فنی و حرفه‌ای و اشتغال در چشم‌انداز پژوهش آموزش فنی و حرفه‌ای و کارآفرینی جلد پنجم. همایش بین‌المللی مهارت‌آموزی و اشتغال: تهران.

رحیمی، موگویی؛ موذنی، فرزاد؛ و موذنی، حسین. (۱۳۹۵). *ارزیابی و تحلیل نگرش به کسب و کار در دانشجویان دانشکده فنی و مهندسی گلپایگان، اولین کنفرانس بین‌المللی کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری*، شیراز، موسسه عالی علوم و فناوری خوارزمی.

شهرکی، فاطمه؛ و باقرپور، معصومه. (۱۳۹۸). رابطه کیفیت زندگی مدرسه با توسعه قابلیت‌های کارآفرینی و اهداف پیشرفت دانش‌آموزان. *فصلنامه علمی مهارت‌آموزشی*، ۷(۲۸): ۲۶-۸.

صفری جعفرلو، حمیدرضا؛ قربانی، محمدحسین؛ و زارعیان، حسین. (۱۳۹۶). مدل یابی تأثیر هوش معنوی و نگرش به کارآفرینی، بر قصد کارآفرینی در دانشجویان علوم ورزشی. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۴۶: ۲۳۰-۲۱۳.

عبداللهی، حسین؛ آقامحمدی، جواد؛ عباس‌پور، عباس؛ و دلاور، علی. (۱۳۹۶). تحلیل ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی در بین دانش‌آموزان. *فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۷(۱): ۷۰-۴۹.

عریضی، حمیدرضا؛ براتی، هاجر؛ دری، بهروز؛ و قاسمی، وحید. (۱۳۹۴). الگوی تحلیل مسیر بین سلسله‌مراتب نیازها، عدالت توزیعی، نگرش نسبت به کار، ویژگی‌های کار با تعهد به تغییر و آمادگی برای تغییر. *چشم‌انداز مدیریت دولتی*، ۲۲: ۸۲-۶۱.

عزیزی، محمد؛ و طاهری، مرتضی. (۱۳۹۳). تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد و ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان. *مجله نوآوری و ارزش‌آفرینی*، ۴: ۷۱-۸۲.

عزیزی، محمد؛ و مختاری، نگار. (۱۳۹۶). آموزش کارآفرینی برای دانستن، انجام دادن و بودن در دوره ابتدایی با رویکرد تلفیقی. توسعه کارآفرینی، ۱۰(۴): ۶۵۴-۶۳۵.

عسگری فرد، کاظم؛ ابراهیمی، ابوالقاسم؛ علوی، سیدمسلم. (۱۳۹۷). ارائه الگوی آموزشی توسعه توانمندی‌های کارآفرینانه در دانش آموزان با میانجی‌گری ویژگی‌های شخصیتی. توسعه کارآفرینی، ۱۱(۱): ۱۲۰-۱۰۱.

عسگری قدس، محمد و صالحی، سمیه. (۱۳۹۱). نگرش کارآفرینانه. چاپ یکم، نشر میانکوشک.

عسگری پور گلوبک، حسین، بخشنده، قاسم؛ و شهرکی، طاهره. (۱۳۹۲). بررسی تاثیر نگرش به کسب و کار بر مهارت‌های کارآفرینانه دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه های غیر پزشکی شهرستان چابهار). دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی. قم: دانشگاه پیام‌نور.

علوی کیا، سیدسیامک؛ نصرالهی وسطی، لیلا؛ و گلابی، فاطمه. (۱۳۹۴). تاثیر سرمایه اجتماعی بر ریسک‌پذیری دانشجویان کارآفرینی. فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۲۵: ۱۹۲-۱۶۶.

غیاثی، عبدالرحیم. (۱۳۹۴). بررسی رابطه سبک‌های حل‌مساله و تمایل به کارآفرینی دانشجویان. توسعه کارآفرینی، ۸(۱): ۱۵۸-۱۳۹.

غیاثی، عبدالرحیم. (۱۳۹۵). تاثیر باور به خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی با قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه زابل. فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۳(۳۹): ۳-۱۵.

قرایی‌مقدم، امان‌الله؛ و کرمانی پور، محسن. (۱۳۹۷). جامعه‌شناسی و آموزش و پرورش. تهران: نشر ابجد.

علی‌سرابی، امیرعلی؛ دارائی، محمدرضا؛ و رجبی، اعظم. (۱۳۹۳). بررسی تاثیر نگرش کل‌گرای بر عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی، اولین همایش علمی پژوهشی علوم مدیریت و برنامه‌ریزی، آموزش و استناد/دسازی ایران، تهران، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین.

مجیدی‌دیزج، حسن؛ و خسروس، کیانوش. (۱۳۹۸). بررسی تاثیر عوامل شخصیتی و تسهیل‌گری محیطی بر انگیزه‌های کارآفرینی. مجله مدیریت بازاریابی، ۴۲: ۱۱۶-۱۰۲.

محمودی، فیروز؛ حسین‌زاده نباتی، مریم؛ و ادیب، یوسف. (۱۳۹۹). رابطه نگرش به درس کار و فناوری با مولفه‌های نگرش کارآفرینی دانش آموزان مقطع متوسطه ناحیه یک تبریز. توسعه کارآفرینی، ۱۳(۱): ۱۱۸-۱۰۱.

مهدودی درواری، سیدحسین؛ و چرمچیان لنگرودی، مهدی. (۱۳۹۶). عامل‌های مؤثر بر

فرا تحلیل همبسته‌های نگرش کارآفرینی در دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه

مهارت‌های کارآفرینی آموزشگران کشاورزی آموزشکده‌های فنی و کشاورزی ساری. فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۴۰: ۸۴-۹۵.

مهرابی، ا. (۱۳۹۶). کارآفرینی در مدارس. مجله رشد معلم، ۱(۳): ۲۸-۳۰.

میرزائیان آرانی، الهام. (۱۴۰۱). رابطه سبک‌های دلبستگی و تمایز یافتگی خود با انگیزش پیشرفت با نقش میانجی تحول مثبت نوجوانی در دانش‌آموزان دوره متوسطه دوم. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه کاشان.

نائیجی، محمدجواد؛ و اسفندیاری، زینب. (۱۳۹۴). تاثیر اعتماد به نفس بیش از حد و خوش‌بینی بر تصمیم به شروع فعالیت‌های نوآورانه: نقش میانجی ادراک از خطر. توسعه کارآفرینی، ۳(۸): ۵۳۱-۵۵۰.

نصیری ولیک بنی، فخرالسادات؛ و مرادی‌سفر، اکرم. (۱۳۹۷). بررسی رابطه صلاحیت‌های حرفه ای معلمان با روحیه و انگیزه کارآفرینی دانش‌آموزان. فصلنامه توسعه حرفه ای معلم، ۳(۱): ۱۰۵-۱۱۹.

هومن، حیدرعلی. (۱۳۸۷). شناخت روش علمی در علوم رفتاری. تهران: سمت.

الهیاری، عباسعلی. (۱۳۹۳). بررسی نقش نوآوری و خودشکوفایی در پیش‌بینی کارآفرینی دانشجویان. پژوهش در نظام‌های آموزشی، ۱۴۷-۱۳۸.

یزدان‌پناه، مسعود؛ و زبیدی، طاهره. (۱۳۹۶). تاثیر ویژگی‌های کارآفرینی بر نیت کارآفرینانه در دانشگاه رامین خوزستان. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۲۳(۲): ۱۳۱-۱۱۵.

یوسف‌زاده، ایمان؛ عابدی، محمدرضا؛ و نیلفروشان، پریرسا. (۱۴۰۱). جهت‌گیری روان‌شناختی و عملکردی افراد کارآفرین. فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی، ۱۴(۵۲): ۳۷-۵۶.

Amofah, K., & Salarigues, R. (2022). Impact of attitude towards entrepreneurship education and role models on entrepreneurial intention. *Journal of innovation and entrepreneurship*, 11(36): 2-30.

Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business venturing*, 18(1), 105-123.

Audretsch, D. B. (2014). From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society. *Journal of Technology Transfer*, 39(3), 313.

Barrera- Verdugo, G., & Villarroel- Villarroel, A. (2022). Evaluating the relationship between social media use frequency and entrepreneurial perceptions and attitudes among students. *Hellyon*, 8: e09214.

Cao, Y., Asad, M. M., Wang, L., Naz, A., & Almusharraf, N. (2022). Role of personality traits for entrepreneurial intentions of young entrepreneurs: A Case study of higher education institution. *Frontiers in Psychology*, 13: 1010412, 1-11.

- Carr, J. C. & Sequeira, J. M. (2007). Prior family business exposure as international influence and entrepreneurial intent: a theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*, 60, 1090-1098.
- Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G. L., & Sobrero, M. (2012). The determinants of corporate entrepreneurial intention within small and newly established firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(2): 387-414
- Jones, L. (2019). *Entrepreneurship: Its essential role in combating unemployment*. Available [www.abeuk.com](http://www.abeuk.com)
- Kong F, Zhao L and Tsai C-H. (2020). The Relationship Between Entrepreneurial Intention and Action: The Effects of Fear of Failure and Role Model. *Front. Psychol.* 11:229. doi: 10.3389/fpsyg.2020.00229
- Lunavath, N. (2015). A study on the entrepreneurial intention among student. *American Research Journal of Business and Management*, 1(1), 1-6.
- Maheshwari, G., Kha, K. L, Arokiasamy, A. R. A. (2022). Factors effecting students' entrepreneurial intentions: a systematic review (2005–2022) for future directions in theory and practice. *Management Review Quarterly*, <https://doi.org/10.1007/s11301-022-00289-2>
- Mahfud, T., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mulyani, Y. (2020). The influence of social capital and entrepreneurial attitude orientation on entrepreneurial intentions: the mediating role of psychological capital. *European Research on Management and Business Economics*.
- Mortazavi, S. H., & Bahrami, M. (2012). Integrated Approach to *Entrepreneurship-knowledge based Economy: A conceptual Model*. *Proceda- social and behavioral Sciences*, 41: 281-287. DOI:10.1016/j.sbspro.2012.04.032
- Ndofirepi, M. T. (2020). Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial goal intentions: psychological traits as mediators. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 9(2):1-20. doi.org/10.1186/s13731-020-0115-x
- Olugbola, S. A. (2017). Exploring entrepreneurial readiness of youth and startup success components: Entrepreneurship training as a moderator. *Journal of Innovation & Knowledge*, 2(3): 155-171.
- Petronyte, A., & Ulbinaite, A. (2019). Evaluation of the relationship between youth entrepreneurship and emigration intentions: theoretical-methodological aspects. *Paper presented at the Contemporary issues in business, management and economics engineering: international scientific conference*, May 9-10, 2019, Vilnius.
- Sjovoll, J. (2014). Entrepreneurial mindsets in entrepreneurial schools. *European Scientific Journal*, ESJ, 10(10).