



Original Article (Quantified)

The mediating role of entrepreneurial attitude with entrepreneurial education and self-efficacy on students' entrepreneurial mindset

Davoud Tahmasebzadeh Sheikhlar¹ , Mahdiye Ruhi² , Amin Parvari³

1- Department of Educational Sciences, Faculty of Educational Sciences and Psychology, university of Tabriz, Tabriz, Iran

2- PhD student, Department of Educational Sciences, Faculty of Educational Sciences and Psychology, University of Tabriz, Tabriz, Iran

3- PhD graduate, Department of Educational Sciences, Faculty of Educational Sciences and Psychology, University of Isfahan, Isfahan, Iran

Receive:

15 January 2024

Revise:

15 June 2024

Accept:

19 September 2024

Keywords:

Entrepreneurship education,
Entrepreneurial mindset,
Entrepreneurial attitude,
Entrepreneurial self-efficacy

Abstract

The aim of this research was to examine the mediating role of entrepreneurial attitude, education, and self-efficacy on students' entrepreneurial mindset. The study employed a descriptive-correlational research design and surveyed 273 students from the Faculty of Economic Sciences at Tabriz University, selected through available random sampling from a population of 997 students. The research utilized questionnaires on entrepreneurship education (Denaniveh et al., 2015), entrepreneurial self-efficacy (Zhao et al., 2005), entrepreneurial attitude (Chen & Linan, 2009), and understanding of entrepreneurial mindset (Arnolf & Matthiessen, 2013). Structural equation modeling using the partial least squares method and SmartPLS3 software was employed to test the hypotheses. Results showed that entrepreneurship education significantly influenced entrepreneurial self-efficacy (69%), entrepreneurial mindset (24%), and self-efficacy to entrepreneurial attitude (58%). Additionally, entrepreneurial self-efficacy mediated the relationship between entrepreneurial attitude and entrepreneurial mindset (37%). However, entrepreneurship education did not have a significant impact on entrepreneurial attitude or entrepreneurial mindset through the mediation of entrepreneurial attitude and self-efficacy.

Please cite this article as (APA): Tahmasebzadeh Sheikhlar, D., Ruhi, M. and Parvari, A. (2025). The mediating role of entrepreneurial attitude and self- efficiency in the relationship between education and students' entrepreneurial mindset. *Management and Educational Perspective*, 6(4), 135-164.

Publisher: Research Center of Resources Management Studies and knowledge-based Business

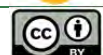
Corresponding Author: Davoud Tahmasebzadeh Sheikhlar

<https://doi.org/10.22034/jmep.2024.427194.1312>



Email: d.tahmaseb@yahoo.com

Creative Commons: CC BY 4.0



Extended abstract

Introduction

Entrepreneurship plays a crucial role in stabilizing economic activities and fostering competition in every country (Ratten, 2019; Ilonen et al., 2018). Higher education institutions, particularly those in knowledge-based societies, are vital in promoting entrepreneurship education (Siivonen et al., 2020). Effective entrepreneurship education programs can enhance students' entrepreneurial attitude, mindset (Wardana et al., 2020), skills, and motivation (Oosterbeek et al., 2010), ultimately improving their entrepreneurial mentality (Cui et al., 2021). Entrepreneurial mindset, the core of entrepreneurship, refers to the ability of budding entrepreneurs to successfully develop their ventures (Neck & Corbett, 2018). To strengthen the entrepreneurial mindset, several dimensions, including entrepreneurship education (Lindberg et al., 2017), attitude towards entrepreneurship (Ayalew & Zeleke, 2018), and self-efficacy (Aima et al., 2020), must be considered. Given the lack of research on entrepreneurial attitude and mindset, as well as the recent emphasis on the need for further investigation of entrepreneurial mindset (Cui et al., 2019), this study aimed to explore the mediating role of entrepreneurial attitude, education, and self-efficacy on students' entrepreneurial mentality.

Theoretical Framework:

Entrepreneurship encompasses the ability to create something from nothing, combining risk-taking, creativity, personal success, and innovation. It also involves planning, transforming raw ideas into economic outcomes (Nasiri et al., 2022). Ajzen (1991) conceptualized attitude as the degree to which an individual has a positive or negative evaluation of a desired behavior. Entrepreneurial attitude refers to a learner's thoughts and feelings about entrepreneurship. Behavioral attitudes can be categorized as affective (whether a person finds the behavior pleasurable or not) and instrumental (the beneficial or harmful behavior) (Amofah & Saladrigues, 2022). Entrepreneurship training can influence individuals' attitudes and behavioral goals towards entrepreneurship, as well as enhance their management skills (Korir & Kisubi, 2021). The purpose of entrepreneurship education is to help individuals develop entrepreneurial ability, a combination of diverse information, attitudes, and skills (Ndofirepi et al., 2020). Entrepreneurial self-efficacy is a crucial factor in the entrepreneurial process, as it requires individuals to accept the uncertainty of the business environment, which necessitates preparation, hard work, and tenacity (Bandura, 2006). Entrepreneurial mindset refers to a holistic perception of generating new ideas, assessing opportunities and risks, or starting and running a business, where a person internally evaluates their perceptions based on holistic rather than functional characteristics (Asenge, 2018). Research findings have shown that entrepreneurship training positively and significantly impacts self-confidence, mindset, and attitude (emotional, cognitive, and behavioral), as well as entrepreneurial intention (Darini et al., 2022). Azizi et al. (2021) concluded that there is a positive and significant relationship between a supportive atmosphere and self-efficacy with attitude towards entrepreneurship. Entrepreneurship education significantly increased students' entrepreneurial inspiration, which, in turn, promoted the formation of students' entrepreneurial mindset (Jiatong et al., 2021). The results also showed that entrepreneurial self-efficacy partially mediates the relationship between entrepreneurship education, entrepreneurial mindset, and creativity on entrepreneurial intention.

Methodology:

This study used a quantitative research method to gain a detailed understanding of how entrepreneurship education affects entrepreneurial mindset as well as to understand the



mediating role of entrepreneurial attitude and entrepreneurial self-efficacy. The statistical population studied was 997 students of the Faculty of Economic Sciences of Tabriz University, and 273 people were selected as the sample size according to the Karjesi and Morgan table using the available random sampling method. The research tool includes a questionnaire on students' understanding of entrepreneurship education with three items from Denanyoh et al (2015); Entrepreneurial self-efficacy questionnaire with three items from Zhao et al (2005); Entrepreneurial attitude with four items from Liñán & Chen (2009) and perception of entrepreneurial mindset with four items from Mathisen & Arnulf (2013). Participants were asked to answer the items using a 5-point Likert scale from 1 indicating "strongly disagree" to 5 indicating "strongly agree". The analysis data of this research is in two parts, descriptive and inferential, using SPSS26 software, and in order to test the hypotheses, structural equation modeling using partial least squares method is used using SmartPLS software.

Research findings

The results revealed that the average scores for entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial attitude, and entrepreneurial mentality were 9.87, 11.11, 16.72, and 15.86, respectively. The path coefficient for the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial self-efficacy was 0.687, indicating that a one-unit increase in entrepreneurship education leads to a 0.687-unit increase in entrepreneurial self-efficacy. The path coefficient for the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial mindset was 0.236, indicating that a one-unit increase in entrepreneurship education results in a 0.236-unit increase in entrepreneurial mindset. The path coefficient for the relationship between entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial attitude was 0.582, indicating that a one-unit increase in entrepreneurial self-efficacy leads to a 0.582-unit increase in entrepreneurial attitude. The path coefficient for the relationship between entrepreneurial attitude and entrepreneurial mindset was 0.633, indicating that a one-unit increase in entrepreneurial attitude results in a 0.633-unit increase in entrepreneurial mindset. Furthermore, the results demonstrated that entrepreneurial self-efficacy plays a mediating role in the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial mindset, with a mediation effect of 0.368. The research findings support the proposed theoretical framework and highlight the importance of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial attitude in fostering an entrepreneurial mindset among students.

Conclusion:

The results indicated a significant relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial self-efficacy. This finding aligns with the research findings of Wardana et al. (2020) and Darini et al. (2022). To explain these results, it can be argued that universities provide knowledge about entrepreneurship that enables students to become proficient and skilled in business (Jena, 2020), as well as enhances their ability to identify new business opportunities or investments. Furthermore, they can think more creatively and commercialize new ideas in the form of product development (Mahendra et al., 2017). However, the findings revealed that entrepreneurship education does not have a significant impact on entrepreneurial attitude. This result contradicts the research findings of Kusumojanto et al. (2021); Newman et al. (2019); Darini et al. (2022); Naderi & Amiri (2019); and Mohseni et al. (2023). Additionally, the results demonstrated a significant relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial mindset. This finding is consistent with the research results of Jiatong et al. (2021); Cui et al. (2021); Wardana et al. (2020); Handayati et al. (2020); Nowiński et al. (2019); Saptono et al. (2020); and Darini et al. (2022). The role of

entrepreneurial self-efficacy in entrepreneurial attitude was also significant. This result aligns with the research findings of Azizi et al. (2021) and Bandura (2012). Bandura (2012) argued that self-efficacy is a fundamental factor that influences behavior through processes, goal setting, outcome expectations, and challenges in situations. The role of entrepreneurial attitude in entrepreneurial mindset was significant. The result of the present research aligns with the findings of Darini et al. (2022); Kawulur et al. (2019); and Cui et al. (2021). Contrary to the findings of Wardana et al. (2020), entrepreneurial self-efficacy did not have a significant impact on entrepreneurial mindset. This result contradicts the findings of Kawulur et al. (2019); McMullen & Kier (2016); and Bandura (2012). The role of entrepreneurship education in entrepreneurial mindset, both with the mediation of entrepreneurial attitude and entrepreneurial self-efficacy, was not significant. These results contradict the findings of Wardana et al. (2020) and Kawulur et al. (2019).

Based on the obtained results, the following suggestions can be made:

Change educational approaches to focus on increasing self-efficacy in entrepreneurship. Design entrepreneurship education programs that not only provide technical skills but also help students gain confidence and self-belief. Introduce successful entrepreneurs to students through group meetings, entrepreneurial reports, and project collaborations with the entrepreneurial environment.

Utilize new technologies, such as virtual education, virtual reality, and social platforms, to enhance the speed and quality of entrepreneurship education. Encourage students to engage in entrepreneurial activities and share their experiences through these platforms.

Foster collaboration between universities and educational institutions with successful entrepreneurs. This can be achieved through specialized meetings, entrepreneurial reports, and project collaborations between students and the entrepreneurial environment.

Promote a culture that values entrepreneurship as a solution for success and economic growth at the university and society level. This can be done through competitions, rewards, and financial incentives, which can encourage students to engage in entrepreneurial activities.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

نقش واسطه‌ای نگرش کارآفرینی با آموزش و خودکارآمدی کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی دانشجویان

داود طهماسب زاده شیخلار^۱ ID، مهدیه روحی^۲ ID، امین پروری^۳ ID

- ۱- گروه آموزشی علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه تبریز، تبریز ایران
- ۲- دانشجوی دکتری، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.
- ۳- دانش آموخته دکتری، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

چکیده

هدف پژوهش بررسی نقش واسطه‌ای نگرش کارآفرینی با آموزش و خودکارآمدی کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی دانشجویان بود. روش پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی، از لحاظ ماهیت، توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری مورد مطالعه دانشجویان دانشکده علوم اقتصادی دانشگاه تبریز به تعداد ۹۹۷ نفر بود که با توجه به جدول کرجسی و مورگان ۲۷۳ نفر به عنوان حجم نمونه با روش نمونه‌گیری تصادفی در دسترس انتخاب شد. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه درک آموزش کارآفرینی دانشجویان با سه گویه از دنانیوه و همکاران (۲۰۱۵)؛ پرسشنامه خودکارآمدی کارآفرینی با سه گویه از ژائو و همکاران (۲۰۰۵)؛ نگرش کارآفرینانه با چهار گویه از چن و لینان (۲۰۰۹) و درک ذهنیت کارآفرینی با چهار گویه از آرنولف و متیسن (۲۰۱۳) بود. به منظور آزمون فرضیات از مدل سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی با استفاده از نرم افزار SmartPLS3 استفاده شد. نتایج نشان داد که آموزش کارآفرینی به میزان ۶۹ درصد در خودکارآمدی کارآفرینی، به میزان ۲۴ درصد در ذهنیت کارآفرینی، خودکارآمدی به میزان ۵۸ درصد در نگرش کارآفرینی نقش دارند. همچنین نتایج نشان داد که خودکارآمدی کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی با واسطه‌گری نگرش کارآفرینی به میزان ۳۷ درصد نقش دارد. همچنین نتایج نشان داد که آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینی و خودکارآمدی کارآفرینی در ذهنیت کارآفرینی نقش معناداری ندارند و آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی با واسطه‌گری نگرش و خودکارآمدی کارآفرینی نقش ندارد.

تاریخ دریافت: ۲۵ دی ۱۴۰۲
تاریخ بازنگری: ۲۶ خرداد ۱۴۰۳
تاریخ پذیرش: ۲۹ شهریور ۱۴۰۳

کلید واژه‌ها:

آموزش کارآفرینی،
ذهنیت کارآفرینی،
نگرش کارآفرینی،
خودکارآمدی کارآفرینی.

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): طهماسب زاده شیخلار، داود، روحی، مهدیه و پروری، امین. (۱۴۰۳). نقش واسطه‌ای نگرش کارآفرینی با آموزش و خودکارآمدی کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی دانشجویان. فصلنامه مدیریت و چشم انداز آموزش. ۱۶۴-۱۳۵.

ناشر: مرکز پژوهشی مطالعات مدیریت منابع و کسب و کار دانش محور



<https://doi.org/10.22034/jmep.2024.427194.1312>

نویسنده مسئول: داود طهماسب زاده شیخلار



Creative Commons: CC BY 4.0

ایمیل: d.tahmaseb@yahoo.com

مقدمه

کارآفرینی نقش مهمی در تثبیت فعالیت‌ها و رقابتهای اقتصادی در هر کشور ایفا می‌کند (Ratten, 2019؛ Ilonen et al, 2018) و مؤسسات آموزش عالی^۱ به منظور تضمین رقابت اقتصادی در جوامع دانش‌محور به مکان‌های حیاتی برای ترویج و آموزش کارآفرینی تبدیل شده‌اند (Siivonen et al, 2020). آموزش کارآفرینی مداخله کلیدی است که برای ترویج، تحقق و نهادینه‌سازی کارآفرینی در مؤسسات آموزش عالی استفاده می‌شود (Farny et al, 2016)، همچنین یکی از سریع‌ترین حوزه‌های موضوعی در حال رشد در جهان است که به دلیل توانایی آن در پیوند دادن شیوه‌های تجاری کنونی با مبانی نظری، توجه بیشتری را به خود جلب کرده است (Ratten & Usmanij, 2021). آموزش کارآفرینی در سطح دانشگاه باید رویکرد آموزشی مناسب را در نظر بگیرد، که به دانشجویان اجازه دهد تا تجربیات دست اول در مورد تجارت را همراه با تمرین کسب کنند (Ndou et al, 2018). آموزش کارآفرینی دانشگاه‌ها را تشویق می‌کند تا توانایی‌ها، مهارت‌ها و ذهنیت کارآفرینی را ایجاد کنند (Setiawan, 2013). مطالعات گذشته نیز تاکید کرده‌اند که یک برنامه آموزش کارآفرینی مؤثر می‌تواند به دانشجویان در افزایش نگرش کارآفرینی، ذهنیت کارآفرینی (Wardana et al, 2020) و مهارت و انگیزه کارآفرینی (Oosterbeek et al, 2010) و حتی بهبود عملکرد تجاری کمک کند. این رویکرد کارآفرینانه می‌تواند ذهنیت کارآفرینی دانشجویان را بهبود بخشد (Cui et al, 2021). ذهنیت کارآفرینی هسته اصلی کارآفرینی است و به این موضوع اشاره دارد که چگونه می‌توانیم به کارآفرینان نوپا کمک کنیم تا سرمایه-گذاری‌های خود را با موفقیت توسعه دهند (Neck & Corbett, 2018). ذهنیت کارآفرینی در دستیابی به موفقیت یا شکست در میان کارآفرینان در مطالعات مختلف تأیید شده است (Belousova et al, 2020؛ Aima et al, 2020). محققان ذهنیت کارآفرینی را به عنوان متغیر قابل توجهی در مطالعات کارآفرینی قلمداد کرده‌اند (Allen, 2020؛ Ajor & Alikor, 2020). به طور خاص، Cui et al (2021) اشاره می‌کنند که ذهنیت کارآفرینی با پدیده‌های شناختی عمیق‌تری مرتبط است که نشان‌دهنده مشارکت منحصربه‌فرد در فعالیت‌های کارآفرینانه است (Haynie et al, 2010)، که نقش مهمی در دستیابی به نتایج مطلوب پس از اقدام کارآفرینانه دارد (Wardana et al, 2020) پنج مفهوم ذهنیتی که برای کارآفرینی باید وجود داشته باشد عبارتند از: جرأت ریسک کردن، جست و جوی فرصت‌های جدید، عمل-مداری، یادگیری مستمر و چشم‌انداز بزرگ (Botsaris & Vamvaka, 2016). در برخی از کشورهای در حال توسعه، عدم موفقیت در اداره یک کسب و کار را می‌توان با ذهنیت کارآفرینی توضیح داد (Cummings et al, 2020؛ Sihotang et al, 2020). بنابراین، برای تقویت ذهنیت برای راه‌اندازی کسب و کار، چندین بعد حمایتی وجود دارد که شامل آموزش کارآفرینی (Lindberg et al, 2017)، نگرش نسبت به کارآفرینی (Ayalew & Zeleke, 2018) و خودکارآمدی (Aima et al, 2020) است.

Bandura et al (1999) با این حال، تأکید کرد که خودکارآمدی کارآفرینی نیز نقش مهمی در زمینه کارآفرینی، به ویژه در فعالیت‌های کارآفرینانه ایفا می‌کند (Javadian et al, 2018)، زیرا راه‌اندازی یک کسب‌وکار با ابهامات و عدم قطعیت‌های زیادی همراه است: از جمله رد شدن، نوسانات در شرایط بازار و تغییر در سیاست‌های تجاری. فردی با خودکارآمدی بالا قادر خواهد بود بر همه عدم قطعیت‌ها و مشکلاتی که می‌تواند بر عملکرد کسب و کار او تأثیر منفی

¹. higher education institutions (HEIs)

بگذارد غلبه کند (Corbett & Hmieleski, 2008) زیرا خودکارآمدی بسیار با رفتار خلاق، ایده‌های خلاقانه و فعالیت‌های بدیع (Gong et al, 2009) مرتبط است. برای غلبه بر شرایط نامطمئن و متنوع بازار مهم است. به طور خلاصه، خودکارآمدی کارآفرینی به فرد قدرت و پشتکار می‌دهد تا برای غلبه بر شرایط مبهم تلاش کند (Bandura, 1997). خودکارآمدی کارآفرینانه از طریق یادگیری، تجربه (Newman et al, 2019)، آمادگی ابزاری، تمایل به ریسک و دانش کارآفرینی (Memon et al, 2019) ایجاد می‌شود. انگیزه درونی بالا در فعالیت کارآفرینانه به خودکارآمدی کارآفرینانه بستگی دارد (Miranda et al, 2017). همچنین نظریه شناخت اجتماعی (Bandura (2012) نشان داد که آموزش کارآفرینی باعث افزایش خودکارآمدی فردی می‌شود و به فراگیران این امکان را می‌دهد که در وظایف کارآفرینی مانند تجزیه و تحلیل، امکان‌سنجی کسب‌وکار، نوشتن طرح کسب‌وکار، اجرای طرح کسب‌وکار خود فرصتی داشته باشند. Bandura (1986) خاطرنشان کرد که خودکارآمدی به عنوان یک فرآیند اجتماعی-شناختی می‌تواند علیت بین شناختی و افراد را در قالب نگرش کارآفرینانه تبیین کند.

از سوی دیگر در مطالعات مربوط به کارآفرینی، نگرش کارآفرینانه در بین محققین به عنوان متغیر تعیین کننده مطرح شده است. اصطلاح نگرش کارآفرینانه به عنوان پاسخ فردی به رویدادها و منتقدان نسبت به فرصت‌های موجود تعریف می‌شود. (Ajzen (2002) چندین دسته از نگرش کارآفرینانه را ارائه کرده است: نیاز به دستیابی، کنترل رفتار شخصی، نوآوری و عزت نفس. علاوه بر این، محققان هر نگرش کارآفرینی را در چندین جنبه از جمله (احساسات و عواطف)، شناخت (افکار و باورها) و همبستگی (اعمال و رفتار) می‌سنجند، بنابراین، مؤلفه‌های نگرشی قابل توجه در آموزش کارآفرینی، شناختی، عاطفی، روانی حرکتی هستند (Jena, 2020). (Davis et al (2016) و (Jabeen et al (2017) یک رابطه علیت دوگانه بین نگرش و ذهنیت کارآفرینی را بیان کردند. رابطه بین این متغیرها به عنوان یک تصویر کارآفرینی نمادین است (Ndou et al, 2019؛ Commarmond, 2017).

با توجه به اینکه بررسی نگرش کارآفرینانه و ذهنیت کارآفرینی، در مطالعات قبلی وجود ندارد و فقدان مطالعه در مورد ذهنیت کارآفرینی نیز اخیراً برجسته شده است (Cui et al, 2019). همچنین توجه به این نکته که آموزش کارآفرینی توأم با خودکارآمدی دانشجویان می‌تواند تأثیر بسزایی در ذهنیت آنها نسبت به کارآفرین ایجاد کند، پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سؤال است که

آیا نگرش کارآفرینی با آموزش و خودکارآمدی کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی دانشجویان نقش واسطه‌ای دارند؟

در این راستا فرضیه‌های زیر در این ارتباط مورد بررسی قرار خواهند گرفت: آموزش کارآفرینی به طور مثبت بر خودکارآمدی نقش دارد؛ آموزش کارآفرینی به طور مثبت بر نگرش کارآفرینی نقش دارد؛ آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی نقش دارد؛ خودکارآمدی کارآفرینی به طور مثبت بر نگرش کارآفرینی نقش دارد؛ نگرش کارآفرینانه به طور مثبت بر ذهنیت کارآفرینی نقش دارد؛ خودکارآمدی کارآفرینانه به طور مثبت بر ذهنیت کارآفرینی نقش دارد؛ آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی با میانجی‌گری نگرش کارآفرینی نقش دارد؛ آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی با میانجی‌گری نگرش کارآفرینی نقش دارد و خودکارآمدی کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی با میانجی‌گری نگرش کارآفرینی نقش دارد.

مبانی نظری پژوهش

کارآفرینی

کارآفرینی توانایی خلق از هیچ و ترکیبی از ریسک پذیری، خلاقیت، موفقیت شخصی و نوآوری است. علاوه بر اینها کارآفرینی مستلزم برنامه ریزی است تا در آن ایده های خام به گونه ای مدیریت شوند که به پیامدهای اقتصادی منجر گردند (Nasiri et al, 2022).

کارآفرینی یکی از جنبه های اصلی توسعه اقتصادی-اجتماعی است (Coulibaly et al. 2018). کارآفرینان به دلیل مشارکت فوق العاده ای که در رشد اقتصادی دارند، نقش اساسی در توسعه اقتصادی ایفا می کنند. بنابراین، جای تعجب نیست که حوزه آموزش، به ویژه آموزش حرفه ای، برای آماده سازی منابع انسانی کارآفرین بالغ و رقابت پذیر سرمایه گذاری شود (Mahfud & et al, 2020).

نگرش کارآفرینی

Ajzen (1991) نگرش را به عنوان میزانی که یک فرد ارزیابی مثبت یا منفی از رفتار مورد نظر دارد، مفهوم سازی کرد. نگرش کارآفرینی به چگونگی تفکر و احساس یک فراگیر در مورد کارآفرینی اشاره دارد. نگرش های رفتاری ممکن است به عاطفی و ابزاری تقسیم شوند. نگرش عاطفی به این اشاره دارد که آیا فرد رفتار را لذت بخش می داند یا خیر. از سوی دیگر نگرش ابزاری به سودمند یا مضر بودن رفتار اشاره دارد (Amofah & Saladrignes, 2022).

آموزش کارآفرینی

کارآفرینی فرایندی است که لازمه آن برنامه ریزی در نظام آموزشی بوده و اجرای برنامه های آن از سطح خانواده، مدرسه تا دانشگاه و سازمانها گسترده شده است. فراهم آوردن شرایطی برای آموزش کارآفرینی به افراد چنانکه منجر به ایجاد قابلیت های کارآفرینانه در آنها شود، علاوه بر اینکه موجب بهبود توسعه فردی، خلاقیت، اعتماد به نفس، نوآوری و مهارت های اجتماعی آنها می شود، پاسخی به دنیای پیچیده، نامطمئن و در حال تغییر است، همچنین تأثیر محسوسی بر رشد اقتصادی و رشد و راهبردهای مدیریت یک کشور دارد (Nasiri et al, 2022).

کارآفرینی فرد از آموزش کارآفرینی الهام گرفته می شود (Chuah et al., 2015). آموزش کارآفرینی می تواند بر نگرش افراد و اهداف رفتاری نسبت به آن تأثیر بگذارد و همچنین مهارت های مدیریتی آنها را ارتقا بخشد (Kisubi)&Korir. هدف از آموزش کارآفرینی کمک به افراد در دستیابی به توانایی کارآفرینی، مجموعه ای از اطلاعات، نگرش و مهارت های متنوعی است (Ndofirepi et al., 2020). تحقیقات اخیر از این مفهوم پشتیبانی می کند که آموزش کارآفرینی به طور فعال قصد کارآفرینی را تشویق می کند و توانایی کارآفرینی را تقویت می کند (Vodă et al., 2019). آموزش کارآفرینی عامل اصلی مؤثر در بهبود توسعه توانایی کارآفرینی است و می تواند بر شایستگی کارآفرینی تأثیر بگذارد و آن را افزایش دهد (Stenholm et al., 2021).

آموزش در کارآفرینی رفتار کارآفرینی را شکل می دهد و یک محرک مهم در گسترش بخش کارآفرینی طی یک دهه گذشته بوده است (Bae et al, 2014). آموزش کارآفرینی قادر به تقویت تمایل روانشناختی مناسب از جمله گنجاندن

هنجارهای ذهنی است که بر رفتار کارآفرینی تأثیر دارد (Ndofirepi et al., 2022). خصوصیات فردی، تعامل خانواده و آموزش کارآفرینی ممکن است همه تأثیر خوبی و قابل توجهی در تمایل دانش آموزان برای کارآفرینی داشته باشد. طبق یافته‌های دانشجویانی که در یک برنامه آموزش کارآفرینی شرکت کرده‌اند، تمایل بیشتری به کار خود برای خود در هنگام فارغ التحصیلی دارند. به گفته Ismail et al (2017)، بین تحصیلات در زمینه کارآفرینی و احساس خودکارآمدی خود در افراد، ارتباط مثبت بالاتری وجود دارد.

خودکارآمدی کارآفرینی

فردی با خودکارآمدی بالا که توانایی فرد برای بسیج منابع شناختی و برنامه‌ریزی اقدامات لازم برای یک نتیجه موفقیت آمیز است (Yousaf et al., 2021)، تمایل بیشتری به یادگیری در مورد روش‌ها و تکنیک‌های کارآفرینی دارد. علاوه بر این، افرادی که خود گرا، مستقل هستند و به توانایی خود در پذیرش ریسک‌های خاص اعتقاد دارند، بیشتر علاقه مند به یادگیری در مورد مکانیسم‌های کارآفرینی و تکنیک‌های عملیاتی بالقوه هستند (Charoensukmongkol, 2020). (Vaitoonkiat &

هدف آموزش کارآفرینی پرورش مجموعه‌ای از استراتژی‌های مناسب برای راه اندازی کسب و کارهای مستقل است (Hassan et al., 2021a)، اما راهبردهای یادگیری کارآفرینانه بر عوامل مختلفی تکیه دارند که در این میان، خودکارآمدی افراد یک مقدمه مهم است (Hoang et al., 2020). افرادی که انگیزه بالایی برای برنامه ریزی منابع و اقدامات خود دارند، تمایل بیشتری به یادگیری پارادایم‌های جدید کارآفرینی دارند. ادبیات کارآفرینی دیدگاه‌های مختلفی را در مورد چگونگی ایجاد خودکارآمدی کارآفرینی نشان می‌دهد (Kamal & Daoud, 2020). یکی از مکتب‌های فکری معتقد است که خودکارآمدی کارآفرینی یک ویژگی ذاتی و ذاتی کارآفرینان است که نمی‌توان آن را با آموزش به دست آورد یا تقویت کرد (Cope, 2005). دیگری معتقد است که خودکارآمدی کارآفرینی به تدریج از طریق آموزش به دست می‌آید و به طور قابل توجهی درجه و محتوای جاه طلبی‌ها، اهداف و تصمیمات افراد را افزایش می‌دهد (Bandura et al., 2001). یک مطالعه گذشته رابطه بین آموزش کارآفرینی و خودکارآمدی را بررسی کرد (Yousaf et al., 2021)، با این ادعا که می‌توان تصمیمات رفتاری یک فرد را بر اساس خودکارآمدی، پشتکار و اثربخشی او پیش بینی کرد.

خودکارآمدی کارآفرینی یک محرک کلیدی در فرآیند کارآفرینی است زیرا از افراد می‌خواهد که عدم اطمینان محیط کسب‌وکار را که مستلزم آمادگی، کار سخت و سرسختی است بپذیرند (Bandura, 2006). افراد با حس قوی خودکارآمدی کارآفرینی انگیزه داخلی بیشتری برای اقدامات و علایق کارآفرینی دارند. فردی با خودکارآمدی کارآفرینی بالا احتمالاً تلاش قابل توجهی را برای مدت طولانی‌تری به خرج می‌دهد، در مقابل شکست‌ها پافشاری می‌کند و برنامه‌ها و استراتژی‌های مؤثرتری برای کار ایجاد می‌کند و مسیر موفقیت را در کار انتخابی خود هموار می‌کند (Hassan et al., 2020a).

ذهنیت کارآفرینی

با توجه به ماهیت چند رشته‌ای کارآفرینی، تعاریف مختلفی از ذهنیت کارآفرینی وجود دارد و تعیین معنای دقیق ذهنیت کارآفرینی کار دشواری است. در یک تعریف ساده، ذهنیت کارآفرینی به عنوان احساسات و باور یک توانایی خاص برای فکر کردن خارج از چارچوب تعریف می‌شود (Lackéus, 2016). محققان ذهنیت کارآفرینی را به عنوان توانایی شروع مکرر ایده‌های محصول یا خدمات جدید، تبدیل مجدد همه منابع به استفاده‌های جدید، آوردن ایده‌های جدید از منابع متعدد توصیف کرده‌اند. ایده‌ها باید تولید شوند، منابع جمع آوری شوند، محصول یا خدمات جدید تولید و به کاربران ارائه شود (Lackéus & Williams, 2015). ذهنیت کارآفرینی یک ادراک کل‌نگر از تولید ایده‌های جدید، ارزیابی فرصت‌ها و ریسک‌ها، یا راه‌اندازی و اجرای یک کسب‌وکار در نظر گرفته می‌شود که به موجب آن یک فرد به طور درونی ادراکات خود را بر اساس ویژگی‌های کل‌نگر و نه عملکردی ارزیابی می‌کند (Asenge, 2018). به گفته Senges (2007)، ذهنیت کارآفرینی جستجوی نوآورانه و پرنرزی برای فرصت‌ها را به تصویر می‌کشد و اقداماتی را با هدف بهره‌برداری از فرصت‌ها تسهیل می‌کند.

پیشینه پژوهش

(Zare Davijani et al, 2023) در پژوهشی با عنوان «شناسایی عوامل مؤثر بر تضعیف کارآفرینی در دانش‌آموختگان دانشگاه‌های پیام نور استان تهران» چنین نتیجه گرفتند که تاکید بر تقویت چهار متغیر به ترتیب شامل توانمندی‌های فردی و شخصی و صلاحیت‌های دانش‌آموختگان، تقویت ارکان آموزشی مرتبط با توسعه کارآفرینی در دانشگاه، تقویت شرایط حمایتی دولت (تسهیلگری، حمایتی و تشویقی) و در نهایت مداخله‌گری در محیط‌های شش‌گانه مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی دارد. (Darini et al, 2022) در پژوهشی با عنوان «بررسی نقش آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی دانشجویان با نقش میانجی خودباوری، نگرش و ذهنیت (مورد مطالعه دانشجویان استان مازندران)» چنین نتیجه گرفتند آموزش کارآفرینی بر خودباوری، ذهنیت و نگرش (عاطفی، شناختی و رفتاری) و قصد کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری داشته است و خودباوری بر ذهنیت و نگرش (عاطفی، شناختی و رفتاری) و قصد کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری داشته است و همین‌طور بعد عاطفی، رفتاری نگرش بر قصد کارآفرینی تأثیر داشت اما بعد شناختی بر قصد کارآفرینی تأثیر نداشته است. چراکه، آموزش می‌تواند بسترساز رشد مهارت‌ها و توانمندی‌های افراد کارآفرینی بوده است و این عامل با تأثیری که بر نگرش افراد در زمینه قابلیت‌های خود می‌گذارد، احساس خودکارآمدی آنان را افزایش می‌دهد و ذهنیت مثبتی نسبت به کارآفرینی در آنان ایجاد کرده و قصد کارآفرینی آنان را تقویت می‌کند. (Azizi et al, 2021) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه بین جو مراقبانه و خودکارآمدی با نگرش به کارآفرینی کارکنان بیمارستان» چنین نتیجه گرفتند رابطه مثبت و معنی‌داری بین جو مراقبانه و خودکارآمدی با نگرش به کارآفرینی است. حمایت از کارکنان و جو اخلاقی مناسب به بروز رفتارهای کارآفرینانه درون سازمان منجر خواهد شد و تقویت روحیه خودکارآمدی توانایی رویارویی با موقعیت‌های ناشناخته در فرد بالا می‌رود و کارکنان به کارآفرینی نگرشی مثبتی خواهند یافت. (Cui et al, 2021) در پژوهشی با عنوان «تأثیر آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی دانشجویان در چین: نقش واسطه‌ای الهام‌بخشی و نقش ویژگی‌های آموزشی» چنین نتیجه گرفتند که تأثیر آموزش کارآفرینی بر ذهنیت

کارآفرینی پیچیده است. آموزش کارآفرینی به طور قابل توجهی الهامبخشی کارآفرینی دانش آموزان را افزایش داد، که به نوبه خود، شکل گیری ذهنیت کارآفرینی دانش آموزان را ارتقا داد. (Jiatong et al, 2021) در پژوهشی با عنوان «تأثیر آموزش، طرز فکر و خلاقیت کارآفرینی بر قصد کارآفرینی: نقش واسطه‌ای خودکارآمدی کارآفرینی» چنین نتیجه گرفتند که آموزش کارآفرینی، ذهنیت کارآفرینی و خلاقیت تأثیر 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. (Kusumojanto et al, 2021) در پژوهشی با عنوان «آیا آموزش کارآفرینی و محیط، قصد کارآفرینی دانش آموزان را ارتقا می‌دهد؟ نقش نگرش کارآفرینی» چنین نتیجه گرفتند که محیط دانش آموزان می‌تواند قصد و نگرش دانشجویان را نسبت به کارآفرینی توضیح دهد. (Saptono et al, 2020) در پژوهشی با عنوان «آیا آموزش کارآفرینی برای آمادگی کارآفرینی دانشجویان اندونزیایی اهمیت دارد: نقش میانجی ذهنیت و دانش کارآفرینی» چنین نتیجه گرفتند که آموزش کارآفرینی نقش اساسی در تعیین دانش و ذهنیت کارآفرینانه دارد که منجر به آمادگی کارآفرینی دانشجویان می‌شود. (Wardana et al, 2020) در پژوهشی با عنوان «تأثیر آموزش کارآفرینی و ذهنیت کارآفرینی دانشجویان: نقش میانجی نگرش و خودکارآمدی» چنین نتیجه گرفتند آموزش کارآفرینی به طور موفقیت آمیزی بر خودکارآمدی کارآفرینی، نگرش کارآفرینانه و ذهنیت کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. از سوی دیگر، خودکارآمدی کارآفرینی، نگرش کارآفرینانه را به جای ذهنیت کارآفرینانه ارتقا می‌دهد. علاوه بر این، نگرش کارآفرینانه نقش اساسی در میانجیگری آموزش کارآفرینی و خودکارآمدی نسبت به ذهنیت کارآفرینی دانشجویان دارد. (Handayati et al, 2020) در پژوهشی با عنوان «آیا آموزش کارآفرینی باعث ارتقای ذهنیت کارآفرینی دانش آموزان حرفه‌ای می‌شود؟» چنین نتیجه گرفتند آموزش کارآفرینی به طور مثبت هم بر نیت کارآفرینی دانشجویان و هم بر ذهنیت کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. (Kawulur et al, 2019) در پژوهشی با عنوان «مدل مفهومی کارآفرینی بر اساس پتانسیل‌های اقتصادی محلی در ساحل ساحلی لیکوپاننگ ناحیه شمالی میناهاسا، اندونزی» چنین نتیجه گرفتند که منابع انسانی (دانش، تجربه، صداقت و احساس تعلق)، فرهنگ کمک متقابل، پتانسیل منابع طبیعی (پتانسیل دریایی، ساحلی، کشاورزی و گردشگری)، نوآوری (محصول و بازاریابی آنلاین) و تنوع کسب و کارها در مدل مفهومی کارآفرینی گنجانده شده است. (Naderi & amiri, 2019) در پژوهشی با عنوان «تأثیر آموزش کارآفرینی بر نگرش هنرجویان به کسب و کار در هنرستان‌های کاردانش شهرستان کرمانشاه» چنین نتیجه گرفتند که آموزش کارآفرینی نقش کلیدی در توسعه نگرش کارآفرینانه دارد. (Newman et al, 2019) در پژوهشی با عنوان «خودکارآمدی کارآفرینی: مروری نظام‌مند از ادبیات مبانی نظری، اندازه‌گیری، سوابق و نتایج آن، و دستور کار تحقیقات آتی» چنین نتیجه گرفتند خودکارآمدی کارآفرینی تأثیر زیادی در افزایش کارآفرینی دارد. (Nowiński et al, 2019) در پژوهشی با عنوان «تأثیر آموزش کارآفرینی، خودکارآمدی کارآفرینی و جنسیت بر نیت کارآفرینی دانشجویان کشورهای ویسگراد» چنین نتیجه گرفتند که آموزش و خودکارآمدی کارآفرینی در اهداف کارآفرینانه نقش دارند. (McMullen & Kier, 2016) در پژوهشی با عنوان «گرفتار ذهنیت کارآفرینی: فرصت طلبی و تشدید تعهد در فاجعه کوه اورست» چنین نتیجه گرفتند که ذهنیت کارآفرینی در فرصت طلبی برای کارآفرینی نقش دارد.

روش‌شناسی پژوهش

این مطالعه از روش تحقیق کمی برای به دست آوردن درک دقیقی از چگونگی تأثیر آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی و همچنین درک نقش میانجی نگرش کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه استفاده کرد. جامعه آماری مورد مطالعه دانشجویان دانشکده علوم اقتصادی دانشگاه تبریز به تعداد ۹۹۷ نفر بود که با توجه به جدول کرجسی و مورگان ۲۷۳ نفر به عنوان حجم نمونه با روش نمونه‌گیری تصادفی در دسترس انتخاب شد. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه درک آموزش کارآفرینی دانشجویان با سه گویه از (Denanyoh et al (2015)؛ پرسشنامه خودکارآمدی کارآفرینی با سه گویه از (Zhao et al (2005)؛ نگرش کارآفرینانه با چهار گویه از (Liñán & Chen (2009) و درک ذهنیت کارآفرینی با چهار گویه از (Mathisen & Arnulf (2013) بود. از شرکت کنندگان خواسته شد با استفاده از یک مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای از ۱ که نشان‌دهنده «کاملاً مخالفم» تا ۵ نشان‌دهنده «کاملاً موافقم» به گویه‌ها پاسخ دهند. داده‌های تحلیل این پژوهش در دو بخش توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS26 و به منظور آزمون فرضیات از مدل سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی با استفاده از نرم افزار SmartPLS استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی متغیرها و همچنین آزمون کولموگروف-اسمیرنف مربوط به توزیع نرمال بودن متغیرها در قالب جدول (۱) ارائه شد. نتایج نشان می‌دهد متغیر رهبری دارای بیشترین فراوانی و انحراف معیار بوده‌اند.

جدول ۱. بخش‌بندی سؤالات، ضریب آلفای کرونباخ، آزمون کولموگروف-اسمیرنف و آمار توصیفی متغیرها

متغیر	نماد	تعداد گویه	آلفای کرونباخ	KM	سطح معناداری	وضعیت	میانگین	انحراف معیار
خودآگاهی	SA	۵	۰/۷۶	۱/۱۰۳	۰/۱۵۶	نرمال	۳/۱۴	۰/۳۷
خودمدیریتی	ST	۶	۰/۷۹	۱/۲۱۸	۰/۱۳۱	نرمال	۳/۳۱	۰/۴۱
آگاهی اجتماعی	SAW	۴	۰/۸۲	۱/۱۴۳	۰/۱۴۶	نرمال	۳/۲۷	۰/۶۵
مدیریت روابط	RM	۵	۰/۸۱	۱/۰۸۴	۰/۱۴۲	نرمال	۳/۴۱	۰/۶۷
هوش عاطفی	EI	۲۰	۰/۷۹	۱/۱۳۲	۰/۱۲۸	نرمال	۳/۱۸	۰/۷۱
رفتاری	BE	۵	۰/۷۷	۱/۱۷۴	۰/۱۵۴	نرمال	۳/۱۹	۰/۱۵
پاداش	RE	۵	۰/۷۳	۱/۰۱۷	۰/۱۵۸	نرمال	۳/۵۵	۰/۳۲
الگوی سازنده	CP	۵	۰/۷۹	۱/۱۱۴	۰/۱۶۲	نرمال	۳/۵۸	۰/۳۷
خودمدیریتی	SEM	۱۵	۰/۷۶	۱/۱۱۷	۰/۱۴۱	نرمال	۳/۷۲	۰/۲۶
محیطی	EN	۵	۰/۸۰	۱/۱۴۱	۰/۱۹۹	نرمال	۳/۱۷	۰/۲۸
رهبری	LE	۳	۰/۸۵	۱/۱۱۹	۰/۰۶۷	نرمال	۳/۹۶	۰/۸۹
فردی	IN	۶	۰/۸۲	۱/۱۱۲	۰/۱۶۶	نرمال	۳/۴۸	۰/۶۶
محیط-بازخورد	EF	۶	۰/۷۶	۱/۱۲۶	۰/۱۰۳	نرمال	۳/۲۵	۰/۶۹

۰/۴۵	۳/۳۱	نرمال	۰/۱۱۵	۱/۱۲۸	۰/۷۸	۴	IF	فرد-بازخورد
۰/۸۳	۳/۲۶	نرمال	۰/۱۶۹	۱/۱۳۱	۰/۸۰	۲۴	INN	نوآوری

جدول ۳. بارهای عاملی متغیرهای پژوهش

ضریب آلفای کرونباخ	ضریب پایایی	پایایی ترکیبی	میانگین	آماره تی	بار عاملی	سازه‌ها
۰/۹۳۳	۰/۹۲۲	۰/۹۰۴	۰/۶۵۱	۳۸/۹۹۲	۰/۹۱۲	خودآگاهی
	۰/۹۳۱	۰/۹۱۸	۰/۶۸۸	۸/۳۱۶	۰/۹۶۶	خودمدیریتی
	۰/۹۷۶	۰/۹۲۶	۰/۶۱۵	۳/۶۹۸	۰/۹۸۴	آگاهی اجتماعی
	۰/۹۱۷	۰/۹۷۵	۰/۶۱۹	۸/۰۶۴	۰/۸۸۸	مدیریت روابط
۰/۹۵۱	۰/۹۲۶	۰/۹۴۱	۰/۷۸۱	۱۵۳/۹۱۸	۰/۹۷۸	رفتاری
	۰/۹۱۷	۰/۹۵۲	۰/۶۰۹	۲۸۳/۷۰۸	۰/۹۸۹	پاداش
	۰/۹۴۲	۰/۹۲۱	۰/۷۱۱	۱۹۲/۷۸۴	۰/۹۸۶	الگوی سازنده
	۰/۹۳۰	۰/۹۰۶	۰/۷۴۴	۷۰/۹۴۴	۰/۹۳۰	محیطی
۰/۹۶۹	۰/۹۴۹	۰/۹۵۵	۰/۸۱۶	۶/۴۱۸	۰/۸۳۵	رهبری
	۰/۹۴۹	۰/۹۷۰	۰/۷۴۰	۵/۱۸۴	۰/۹۸۸	فردی
	۰/۹۸۴	۰/۹۶۱	۰/۷۱۳	۵۳/۸۸۷	۰/۹۲۴	محیط-بازخورد
	۰/۹۲۹	۰/۹۵۴	۰/۷۱۹	۶۸/۲۲۰	۰/۹۲۸	فرد-بازخورد

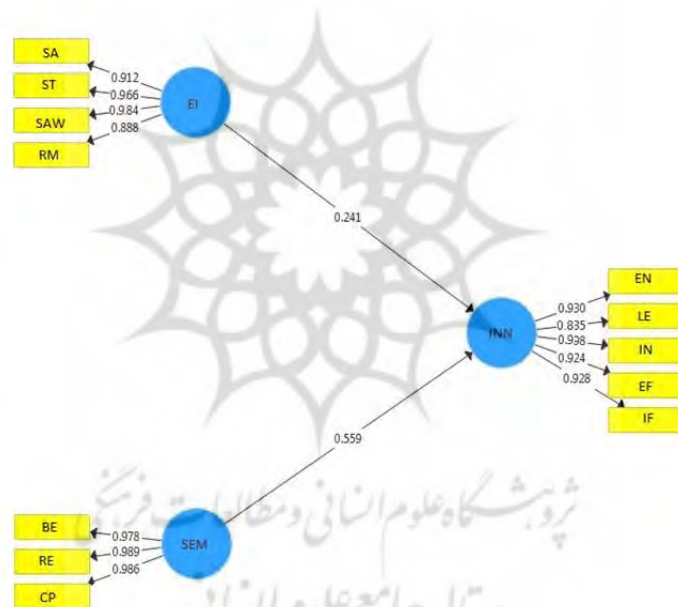
همان‌طور که در جدول (۳) مشاهده می‌شود که همه بارهای عاملی در جدول حداقل در سطح ۰/۴ هستند. بنابراین روایی همگرایی داده‌ها در این قسمت به طور کامل مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین مقدار آماره‌ی تی که در ستون سمت چپ ذکر شده، نشان‌دهنده این است که آیا این متغیر برای سازه متناظر خود، متغیر تأثیرگذاری بوده یا خیر. چنانچه مقادیر این متغیرها بیشتر یا مساوی ۱/۹۶ باشد حاکی از آن است که آن متغیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد، برای سازه موردنظر مناسب بوده و در غیر این صورت متغیر تأثیرگذاری نبوده است. همان‌گونه که مشاهده می‌گردد تمامی متغیرها مقادیر بیش از ۱/۹۶ را دارا می‌باشند، که بیان‌کننده تأثیرگذار بودن آن‌ها بر سازه متناظر می‌باشد.

جدول ۴. ضرایب تعیین مدل پژوهش

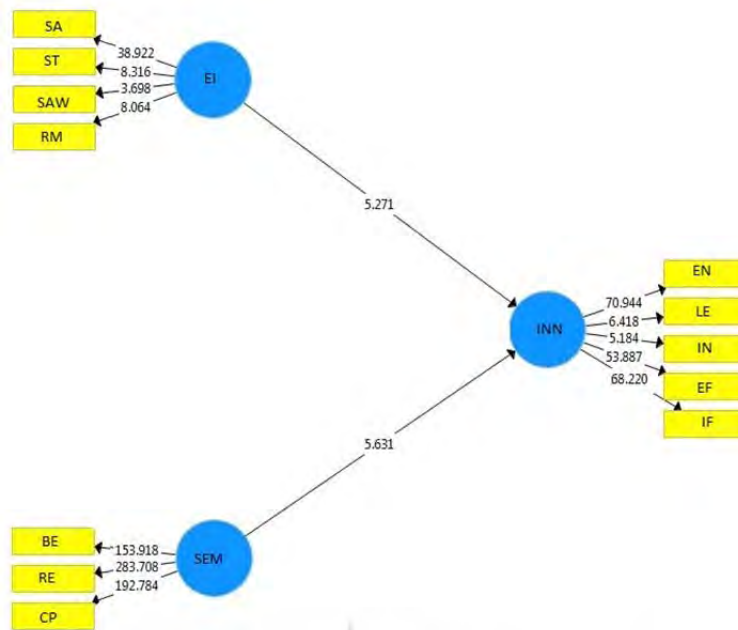
CV.Com	CV.Red	ضریب تعیین (R^2)	سازه‌ها
۰/۴۴۱	خودآگاهی
۰/۴۳۴	خودمدیریتی
۰/۵۳۱	آگاهی اجتماعی
۰/۵۰۲	مدیریت روابط
۰/۴۱۷	رفتاری

۰/۳۴۴	پاداش
۰/۳۹۲	الگوی سازنده
۰/۵۱۶	۰/۲۱۳	۰/۸۶۱	نوآوری

همان طور که در جدول (۴) مشاهده می‌گردد مقادیر ضرایب تعیین برای متغیرهای مکنون مدل، بیان کننده میزان تأثیرپذیری متغیر وابسته از متغیر مستقل است. در حقیقت از مقادیر جدول (۴) استنباط می‌شود که ۸۶ درصد از تغییرات سازه نوآوری به وسیله سازه‌های مربوط به متغیرهای هوش عاطفی و خودمدیریتی تبیین می‌شود. بررسی مقادیر Q^2 در جدول (۴) نشان می‌دهد که هیچ یک از مقادیر Q^2 منفی نبوده و حداقل مقادیر لازم برای پیش‌بینی، برآورده شده است. مدل معادلات ساختاری نهایی برای بررسی تبیین رابطه هوش عاطفی و خودمدیریتی با نوآوری سازمانی استفاده شده است. مدل نهایی در شکل‌های (۲) و (۳) ارائه شده است. این مدل با اقتباس از برونداد نرم‌افزار SMART PLS2 ترسیم شده است.



شکل ۲. نتایج تأیید مدل معادلات ساختاری فرضیات تحقیق



شکل ۳. آماره معناداری نتایج تأیید مدل معادلات ساختاری فرضیات تحقیق

ضریب مسیر قدرت رابطه هوش عاطفی با نوآوری سازمانی (۰/۲۴۱) است. آماره تی برای این ضریب نیز (۵/۲۷۱) است و مقدار آن بیشتر از آستانه معنی داری یعنی (۱/۹۶) بدست آمده است. لذا فرضیه اول مبتنی بر رابطه هوش عاطفی با نوآوری سازمانی تأیید می شود. ضریب مسیر قدرت رابطه خودمدیریتی با نوآوری سازمانی (۰/۵۵۹) است. آماره تی برای این ضریب نیز (۵/۶۳۱) است و مقدار آن بیشتر از آستانه معنی داری یعنی (۱/۹۶) بدست آمده است. لذا فرضیه دوم مبتنی بر رابطه خودمدیریتی با نوآوری سازمانی تأیید می شود. در این بخش به آمار توصیفی متغیرهای مورد مطالعه پرداخته شده است. جدول شماره (۱) نتایج آمار توصیفی را نشان می دهد.

جدول ۱: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	حد اقل	حداکثر	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس	چولگی	کشیدگی
آموزش کار آفرینی	۳	۱۵	۹/۸۷	۲/۹۹	۸/۹۴	-۰/۴۵	-۰/۱۳
خودکارآمدی کار آفرینی	۶	۱۵	۱۱/۱۱	۲/۲۱	۴/۸۷	-۰/۴	-۰/۴۷
نگرش کار آفرینی	۱۰	۲۰	۱۶/۷۲	۲/۹۴	۸/۶۳	-۰/۸۵	-۰/۳۱
ذهنیت کار آفرینی	۹	۲۰	۱۵/۸۶	۲/۷۷	۷/۶۶	-۰/۵۷	-۰/۱۱

نتایج نشانگر آن بود که میانگین آموزش کار آفرینی برابر با ۹/۸۷؛ میانگین خودکارآمدی کار آفرینی برابر با ۱۱/۱۱؛ میانگین نگرش کار آفرینی برابر با ۱۶/۷۲ و میانگین ذهنیت کار آفرینی برابر با ۱۵/۸۶ می باشد.

در ادامه برای پاسخ به فرضیه‌های پژوهش از مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شد. جدول (۲) بارهای عاملی گویه‌های مربوط به مولفه‌های مورد بررسی در پژوهش حاضر را نشان می‌دهد.

جدول (۲). بارهای عاملی گویه‌های مربوط به هر پرسشنامه

بار عاملی	گویه	R	سازه
۰/۷۷۲	انتخاب شغل به عنوان یک کارآفرین برای من جالب است (ea1).	۱	نگرش کارآفرینی
۰/۸۰۹	در میان انتخاب‌های متعدد شغلی، ترجیح می‌دهم کارآفرین باشم (ea2).	۲	
۰/۸۹۲	کارآفرین بودن رضایت فوق‌العاده‌ای به من می‌دهد (ea3).	۳	
۰/۸۸۹	اگر فرصت‌ها و منابعی داشته باشم، دوست دارم یک کسب و کار راه‌اندازی کنم (ea4).	۵	ذهنیت کارآفرینی
۰/۸۸۷	فکر می‌کنم که آیا زمانی برای مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینی وجود دارد یا خیر؟ (em1).	۶	
۰/۸۶۰	به دنبال اطلاعاتی در مورد مزایا و معایب مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینی هستم (em2).	۷	
۰/۸۵۶	دیدگاه‌های مثبت و منفی مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینی را در نظر می‌گیرم (em3).	۸	
۰/۸۵۲	فکر می‌کنم که آیا می‌خواهم در فعالیت‌های کارآفرینی شرکت کنم یا خیر؟ (em4).	۱۳	
۰/۸۳۵	من توانایی تفکر خلاقانه دارم (es1).	۱۴	خودکارآمدی کارآفرینی
۰/۹۲۱	من توانایی تجاری‌سازی ایده‌های جدید را دارم (es2).	۱۷	
۰/۷۹۰	من توانایی شناسایی فرصت‌های تجاری را دارم (es3).	۱۸	
۰/۸۹۰	دانشگاه مهارت‌های کارآفرینی را توسعه می‌دهد (ee1).	۱۹	آموزش کارآفرینی
۰/۸۷۴	دانشگاه دانش قابل توجهی در مورد کارآفرینی ارائه می‌دهد (ee2).	۲۱	
۰/۹۰۸	رویکرد یادگیری و برنامه‌های درسی دانشگاه، من را به ارائه ایده‌های خلاقانه برای کارآفرینی ارتقا می‌دهد (ee3).	۲۲	

نتایج جداول بارهای عاملی نشانگر آن بود که تمام گویه‌های مربوط به مولفه‌های (سازه) مورد مطالعه در حد قابل قبول و خوب تعریف شده هستند و بین ۰/۴۸۰ و ۰/۹۲۲ در نوسان بودند که بیشتر از ۰/۴ می‌باشند.

جدول (۳) مقدار آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی ۲ و واریانس استخراج شده ۳ سازه‌های مورد مطالعه را نشان می‌دهد.

¹. Cronbachs Alpha

². Composite Reliability

³. Average variance extracted (AVE)

جدول (۳). مقدار روایی همگرایی، آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا سازه‌های مورد مطالعه

متغیرها	میانگین واریانس استخراج شده	پایایی ترکیبی	ضریب آلفای کرونباخ
آموزش کارآفرینی	۰/۷۹۴	۰/۹۲۰	۰/۸۷۰
خودکارآمدی کارآفرینی	۰/۷۲۳	۰/۸۸۷	۰/۸۰۷
ذهنیت کارآفرینی	۰/۷۴۶	۰/۹۲۱	۰/۸۸۶
نگرش کارآفرینی	۰/۷۰۹	۰/۹۰۶	۰/۸۶۲

آلفای کرونباخ پرسشنامه آموزش کارآفرینی ۰/۸۷۰؛ خودکارآمدی کارآفرینی ۰/۸۰۷؛ ذهنیت کارآفرینی ۰/۸۰۶ و نگرش کارآفرینی ۰/۸۶۲ بود. هر چه اعداد از ۰/۷ بزرگ‌تر باشند نشان دهنده پایایی بسیار بالای ابزار اندازه‌گیری و خرده مولفه‌ها می‌باشد (Cronbach, 1951; Cronbach & Shavelson 2004)، لذا در پژوهش حاضر میزان پایایی برای همه مولفه‌ها در حد مطلوب و بالاتر از ۰/۷ می‌باشد.

برای بررسی پایایی ترکیبی هر یک از سازه‌ها از ضریب دیلون - گلداشترین (pc) استفاده شد (Nunnally, 1978). از آنجایی که PLS بر خلاف رگرسیون معمولی از نمرات عاملی آزمودنی‌ها برای تحلیل استفاده می‌کند، در نظر گرفتن بار عاملی هر یک از گویه‌ها در محاسبه شاخص اعتبار ضروری است، و مقادیر قابل پذیرش pc باید ۰/۷ یا بیشتر باشند (Dijkstra & Henseler, 2015). نتیجه جدول پایایی ترکیبی نشان می‌دهد که تمام مؤلفه‌ها دارای مقدار قابل پذیرش بالای ۰/۷ هستند.

برای بررسی روایی همگرا از میانگین واریانس استخراج شده استفاده می‌شود ((Fornell & Larcker, 1981). Fornell & Larcker (1981) مقادیر AVE ۰/۵ و بیشتر را توصیه می‌کنند و این امر به معنای آن است که سازه مورد نظر حدود ۵۰ درصد و یا بیشتر واریانس نشانگرهای خود را تبیین می‌کند. سومین معیار بررسی برازش مدل اندازه‌گیری است برای بررسی روایی و اگر سازه‌ها، (Fornell & Larcker, 1981). توصیه می‌کنند که جذر AVE یک سازه باید بیشتر از همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر باشد. برای تعیین روایی و اگر از ماتریس فورنل لارکر استفاده شد. این روایی نشانگر آن است که همبستگی آن سازه با نشانگرهای خود بیشتر از همبستگی‌اش با سازه‌های دیگر است.

جدول (۳). ماتریس همبستگی و بررسی روایی متغیرهای پژوهش بر اساس معیار Fornell-Larcker

متغیر	آموزش	خودکارآمدی	ذهنیت	نگرش
	کارآفرینی	کارآفرینی	کارآفرینی	کارآفرینی
آموزش کارآفرینی	۰/۸۹۱			
خودکارآمدی کارآفرینی	۰/۶۸۷	۰/۸۵۱		
ذهنیت کارآفرینی	۰/۵۰۹	۰/۵۵۳	۰/۸۶۳	
نگرش کارآفرینی	۰/۴۱۴	۰/۵۹۱	۰/۷۴۰	۰/۸۴۲

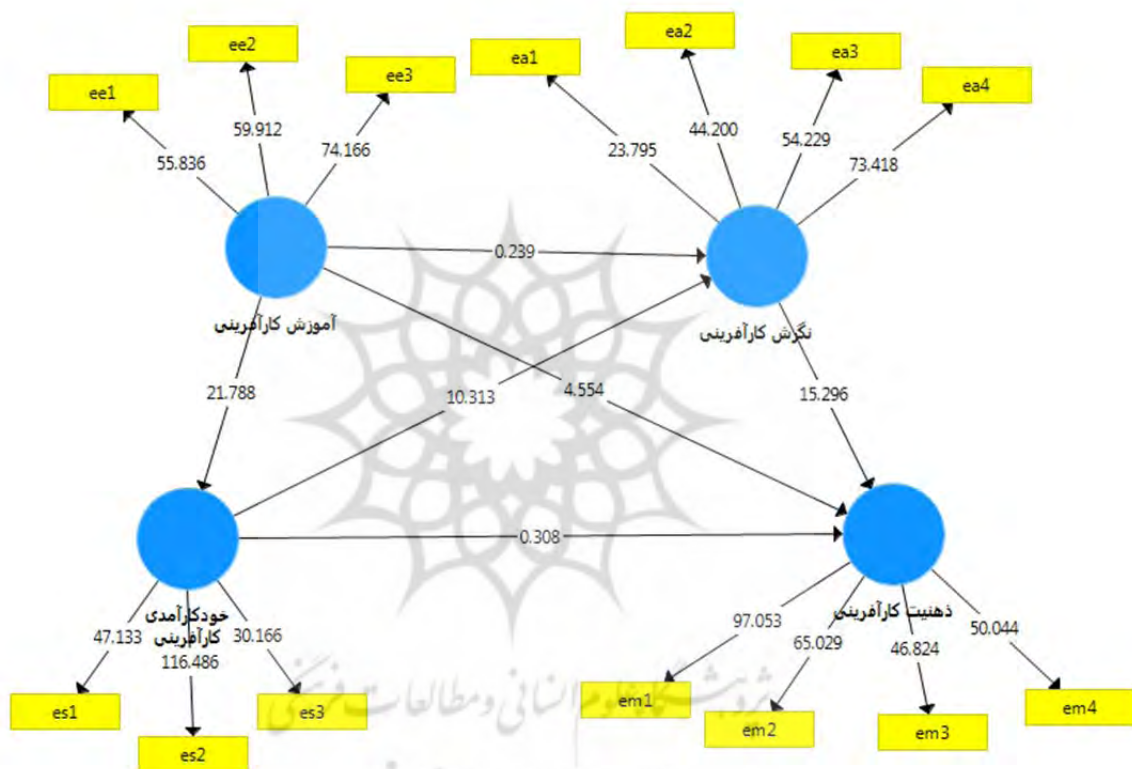
در جدول (۳) نتایج مربوط به این ملاک ارائه شده‌اند، که نشانگر روایی مناسب سازه‌ها هستند. اعداد روی قطر ماتریس همبستگی جذر میانگین واریانس می‌باشند.

آزمون الگوی ساختاری

در بررسی آزمون الگوی ساختاری، ضرایب معناداری گویه‌ها (مقدار t)، معیارهای R^2 ، Q^2 محاسبه و تفسیر می‌شوند.

ضرایب معناداری t

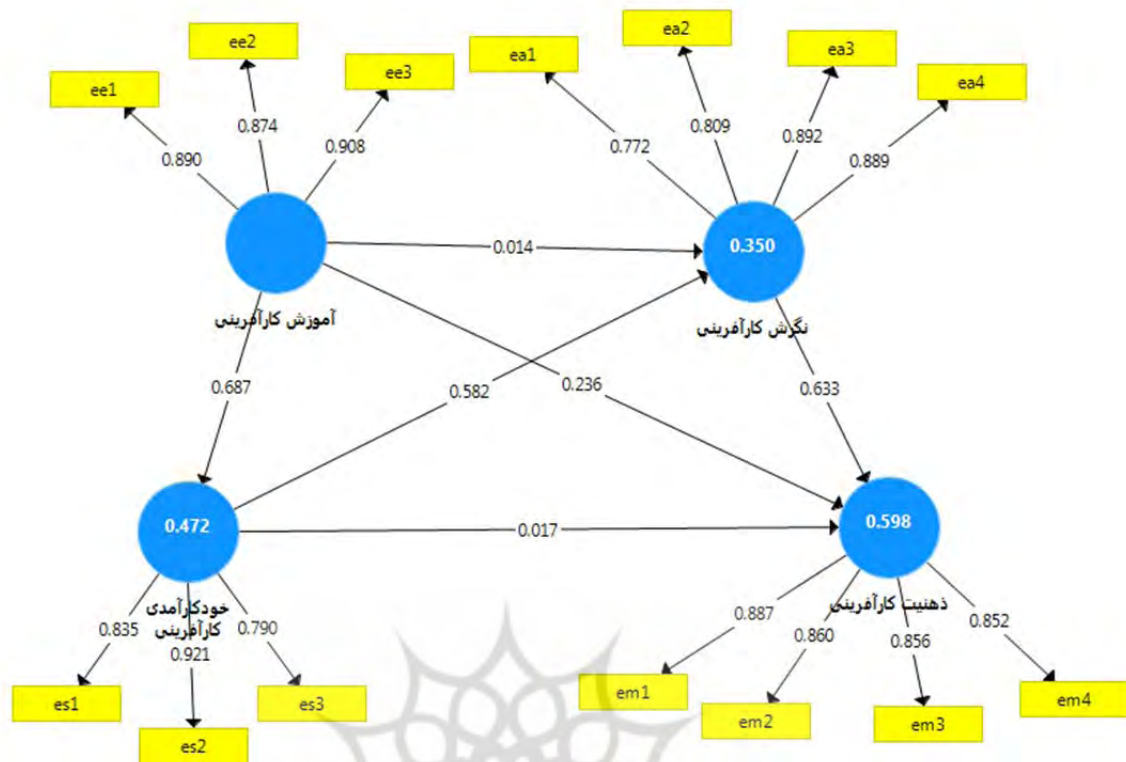
معیار اول برازش الگوی ساختاری ضرایب معناداری t است که نتیجه آن در نمودار زیر ارائه شده است. اغلب ضرایب معناداری t از ۱/۹۶ بیشتر هستند، یعنی بیشتر روابط میان متغیرها در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنادار هستند.



نمودار (۱). ضرایب معناداری t

معیار R^2

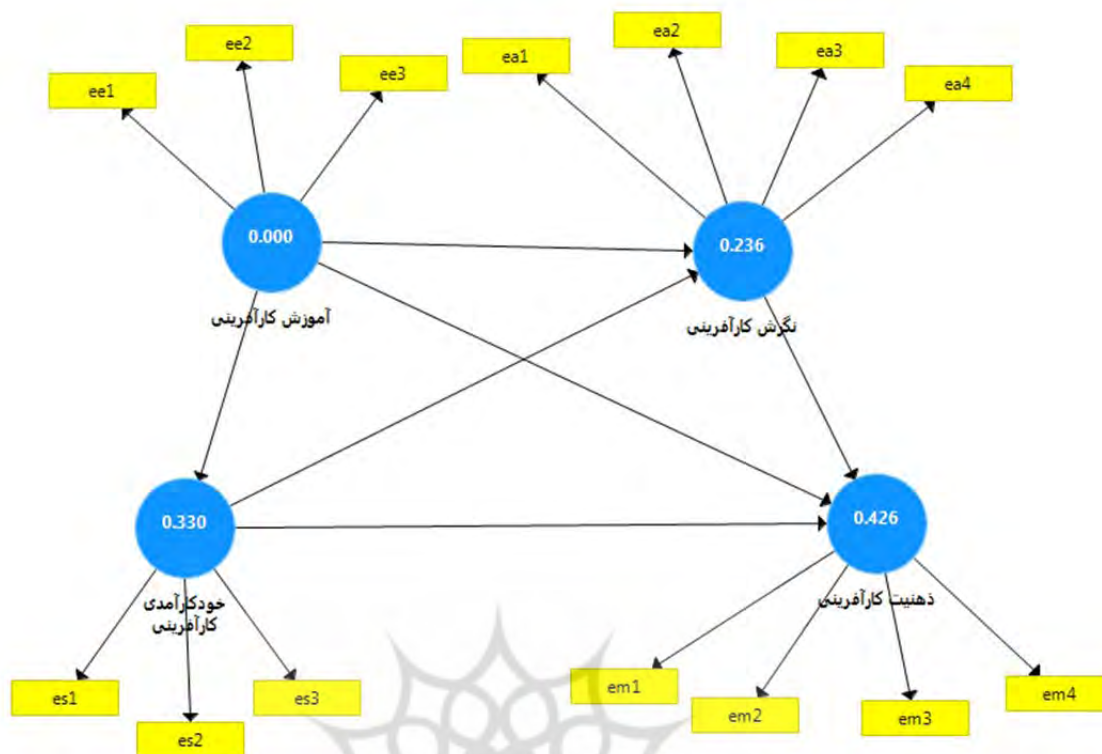
معیار دوم الگوی ساختاری معیار R^2 می‌باشد. R^2 مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای (وابسته) الگو است. R^2 معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد و سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط، و قوی تفسیر می‌شود (Davari & Rezazadeh, 2013: 146). طبق نظر Henseler et al (2009) اگر در یک مدل فقط یک متغیر برون‌زا، سازه‌ها را تحت تأثیر قرار دهد مقدار R^2 ۰/۳۳ به بالا نشان از قدرت رابطه دارد.



نمودار (۲). معیار R2

معیار Q2

معیار چهارم الگوی ساختاری معیار Q2 می باشد. ضریب Stone - Giesser Q2 برای بررسی توانایی پیش بینی متغیرهای وابسته از روی متغیرهای مستقل استفاده می شود. مقادیر مثبت این ضریب نشانگر توانایی پیش بینی است (Vinzi et al, 2010). Henseler et al (2009) در مورد شدت توانایی پیش بینی الگو در مورد سازه های درونزا مقادیر ۰/۱۵، ۰/۰۲ و ۰/۳۵ به ترتیب ضعیف، متوسط و قوی را تعیین نمودند که در پژوهش حاضر توانایی پیش بینی برابر با ۰/۴۲۶ و در سطح قوی است.



نمودار (۳). معیار Q2

جدول (۴). توصیف مقادیر عددی R2، Q2

مؤلفه‌ها	R2	*قدرت رابطه	Q2	*توانایی پیش بینی
آموزش کارآفرینی	۰/۲۳۶	رابطه متوسط	۰/۴۲۶	توانایی پیش بینی قوی
خودکارآمدی کارآفرینی	۰/۰۱۷	رابطه ضعیف		
نگرش کارآفرینی	۰/۶۳۳	رابطه قوی		

طبق نظر Henseler et al (2009) مقدار R2 ۰/۳۳ به بالا نشان از قدرت رابطه دارد که در پژوهش حاضر ۰/۷۶۷ به دست آمده است. Henseler et al (2009) در مورد شدت توانایی پیش بینی الگو در مورد سازه‌های درون‌زا مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ به ترتیب ضعیف، متوسط و قوی را تعیین نمودند که در پژوهش حاضر در متغیر نگرش کارآفرینی بالاتر از ۰/۳۵، و در آموزش و خودکارآمدی کارآفرینی کمتر از ۰/۳۵ است. نتیجه بررسی فرضیه‌های تحقیق در جدول ذیل نشان داده شده است.

جدول (۵). بررسی فرضیه‌های تحقیق

فرضیه	ضریب تأثیر	آماره تی	سطح معناداری	نتیجه
۱- آموزش کارآفرینی در خودکارآمدی کارآفرینی نقش دارد.	۰/۶۸۷	۲۲/۹۶۲	۰/۰۰۰	تأیید
۲- آموزش کارآفرینی در ذهنیت کارآفرینی نقش دارد.	۰/۲۳۶	۴/۵۰۷	۰/۰۰۰	تأیید
۳- آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینی نقش دارد.	۰/۰۱۴	۰/۲۲۳	۰/۸۲۴	رد
۴- خودکارآمدی کارآفرینی در ذهنیت کارآفرینی نقش دارد.	۰/۰۱۷	۰/۳۰۸	۰/۷۵۹	رد
۵- خودکارآمدی کارآفرینی در نگرش کارآفرینی نقش دارد.	۰/۵۸۲	۱۰/۲۸۲	۰/۰۰۰	تأیید
۶- نگرش کارآفرینی در ذهنیت کارآفرینی نقش دارد.	۰/۶۳۳	۱۵/۲۴۸	۰/۰۰۰	تأیید
۷- آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی با واسطه‌ای نگرش کارآفرینی نقش دارد.	۰/۰۰۹	۰/۲۲۲	۰/۸۲۴	رد
۸- آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی با واسطه‌ای خودکارآمدی کارآفرینی نقش دارد.	۰/۰۱۲	۰/۳۰۹	۰/۷۵۷	رد
۹- خودکارآمدی کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی با واسطه‌ای نگرش کارآفرینی نقش دارد.	۰/۳۶۸	۸/۴۵۳	۰/۰۰۰	تأیید

همانطور که جدول فوق نشان می‌دهد آماره‌های تی در فرضیه‌های اول، دوم، پنجم، ششم و نهم بزرگتر از ۱/۹۶ است و نتیجه می‌گیریم که آماره آزمون در ناحیه بحرانی قرار گرفته است و در نتیجه این فرضیه‌های تحقیق در سطح معنی داری پنج صدم مورد پذیرش قرار می‌گیرند. ضریب مسیر بدست آمده برای نقش آموزش کارآفرینی در خودکارآمدی کارآفرینی برابر ۰/۶۸۷ است، که بدین معنی است، آموزش کارآفرینی به اندازه یک واحد افزایش یابد در نتیجه، خودکارآمدی کارآفرینی به اندازه ۰/۶۸۷ واحد افزایش می‌یابد. ضریب مسیر بدست آمده برای نقش آموزش کارآفرینی در ذهنیت کارآفرینی برابر ۰/۲۳۶ است، که بدین معنی است، آموزش کارآفرینی به اندازه یک واحد افزایش یابد در نتیجه، ذهنیت کارآفرینی به اندازه ۰/۲۳۶ واحد افزایش می‌یابد. ضریب مسیر بدست آمده برای نقش خودکارآمدی کارآفرینی در نگرش کارآفرینی برابر ۰/۵۸۲ است، که بدین معنی است، خودکارآمدی کارآفرینی به اندازه یک واحد افزایش یابد در نتیجه، ذهنیت کارآفرینی به اندازه ۰/۵۸۲ واحد افزایش می‌یابد. ضریب مسیر بدست آمده برای نقش نگرش کارآفرینی در ذهنیت کارآفرینی برابر ۰/۵۸۲ است، که بدین معنی است، نگرش کارآفرینی به اندازه یک واحد افزایش یابد در نتیجه، ذهنیت کارآفرینی به اندازه ۰/۶۳۳ واحد افزایش می‌یابد. همچنین نتایج نشان داد که خودکارآمدی کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی با میانجی‌گری نگرش کارآفرینی به میزان ۰/۳۶۸ نقش دارد.

بحث و نتیجه گیری

در جهان امروز، توسعه اقتصادی به طور قابل توجهی به توسعه کارآفرینی وابسته است. دانشجویان به عنوان آینده کارآفرینی و اقتصاد هر کشوری، نیاز به تشویق و آمادگی برای ورود به عرصه کارآفرینی دارند. بدین ترتیب، نگرش کارآفرینی، یعنی طرز تفکر و نگاه به فرصت‌های کارآفرینی، می‌تواند تأثیر کلی بر رفتار و فعالیت‌های کارآفرینی فرد داشته باشد. همچنین آموزش کارآفرینی می‌تواند به دانشجویان مهارت‌های لازم برای موفقیت در عرصه کارآفرینی را بدهد. ضمناً خودکارآمدی کارآفرینی، یعنی اعتقاد فرد به توانایی خود در انجام فعالیت‌های کارآفرینی، از عوامل کلیدی در موفقیت کارآفرینی است. در این راستا هدف پژوهش بررسی نقش واسطه‌ای نگرش کارآفرینی با آموزش و خودکارآمدی کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی دانشجویان بود. نتایج نشان داد که بین آموزش کارآفرینی و خودکارآمدی کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد. این نتیجه با یافته‌های پژوهش‌های (Wardana et al, 2020) و (Darini et al (2022) همسویی دارد. در تبیین این یافته‌ها می‌توان گفت که دانشگاه‌ها دانشی را در مورد کارآفرینی ارائه می‌دهند که دانشجویان را در موضوع کسب و کار توانا و متخصص می‌کند (Jena, 2020)، همچنین باعث افزایش توانایی دانشجویان در شناسایی فرصت‌های تجاری یا سرمایه گذاری‌های جدید می‌شود. از طرفی می‌توانند خلاقانه‌تر فکر کنند و ایده‌های جدید را در قالب توسعه محصول تجاری سازی کنند (Mahendra et al, 2017) همچنین یافته‌ها حاکی از این بود که آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینی نقش معنادار ندارد. این یافته با نتایج پژوهش‌های (Kusumojanto et al (2021)؛ Newman et al (2019)؛ Darini et al (2022)؛ Naderi & amiri (2019)؛ Mohseni et al (2023) و (Robinson & et al (2007) همسویی دارد. در تبیین این یافته می‌توان گفت که بر اساس نظریه نگرش کارآفرینی (2007) نگرش متشکل از چهار بعد میل به موفقیت، عزت نفس، مرکز کنترل و نوآوری است و دارای سه جنبه شناختی، هنجاری و عاطفی است که این ابعاد بیشتر درونی می‌باشند و آموزش نمی‌تواند به طور کامل نگرش کارآفرینانه را تحت تأثیر قرار دهد (Bahmani et al, 2018). همچنین نتایج نشان داد که آموزش کارآفرینی در ذهنیت کارآفرینی نقش معنادار دارد. این نتیجه با نتایج پژوهش‌های (Jiatong et al (2021)؛ Cui et al (2021)؛ Wardana et al (2020)؛ Handayati et al (2020) و (Nowiński et al (2019)؛ Saptono et al (2020) و (Darini et al (2022) همسویی دارد. در تبیین این نتیجه می‌توان گفت که آموزش کارآفرینی دانش پایه‌ای از کارآفرینی را ارائه می‌دهد که دانشجویان را در فرآیند راه‌اندازی کسب و کار جدید توانا و متخصص می‌کند، همچنین بینش جدیدی را در مورد کارآفرینی ارائه می‌کند که به دانشجویان کمک کند تا دانش و تجربه در مورد نحوه شروع و مدیریت یک کسب و کار جدید را به دست آورند (Jiatong et al, 2021). ضمناً آموزش کارآفرینی دانشجویان را قادر می‌سازد که چگونه فرصت‌های کارآفرینی را در بازار شناسایی و از آنها بهره‌برداری کنند. علاوه بر این آموزش کارآفرینی باعث می‌شود تا ذهنیت افراد در راستای افزایش اطلاعات، دانش، مهارت‌ها و برای تبدیل شدن به کارآفرین تغییر پیدا کند (Yuan et al, 2021). با تغییر ذهنیت کارآفرینی، دانشجویان قادر خواهند بود تا درک بهتری از نتایج متعددی داشته باشند که با ایده‌های کارآفرینانه فراهم می‌شود و آنها را به سمت انتخاب شغلی خوب هدایت می‌کند همچنین با ارائه آموزش‌های کارآفرینی، افراد به تجربه‌های موفق و ناموفق کارآفرینان دسترسی دارند و می‌توانند از آنها برای تصمیم‌گیری‌های خود استفاده کنند (Yuan & Wu, 2020). همچنین، آموزش کارآفرینی به افراد کمک می‌کند تا مهارت‌های ارتباطی،

نوآوری، تفکر خلاق و حل مسئله را تقویت کنند که همگی مهم برای موفقیت در کسب و کار هستند (Green et al, 2020؛ Rodriguez & Lieber, 2020؛ Saptono et al, 2020). به این ترتیب، آموزش کارآفرینی می‌تواند به عنوان یک ابزار قدرتمند برای تحول ذهنیت کارآفرینی افراد و ایجاد فرهنگ کارآفرینی در جامعه مورد استفاده قرار گیرد (Günzel-Jensen et al, 2017). نقش خودکارآمدی کارآفرینی در نگرش کارآفرینی نیز معنی‌دار بود. این نتیجه با نتایج پژوهش‌های (Azizi et al (2021) و Bandura (2012) همسویی دارد. Bandura (2012) استدلال کرد که خودکارآمدی عامل اساسی است که بر رفتار از طریق فرآیند، تعیین هدف، انتظارات نتیجه و چالش‌ها در شرایط تأثیر می‌گذارد. (Karimi (2015 بیان داشته که باورهای افراد منجر به شکلگیری نگرش می‌شود. با توجه به اینکه نگرش می‌تواند منفی یا مثبت باشد؛ لذا افزایش یا کاهش باور به خودکارآمدی موجب می‌شود که دانشجویان نگرشی مثبت یا منفی نسبت به کارآفرینی داشته باشند. ارتقای خودکارآمدی دانشجویان موجب می‌شود تا آنان نگرش مثبتی نسبت به کارآفرینی داشته باشند (Yousaf et al, 2021). نقش نگرش کارآفرینانه در ذهنیت کارآفرینی معنادار بود. نتیجه پژوهش حاضر با نتایج پژوهش‌های (Darini et al (2022؛ Kawulur et al (2019) و (Cui et al (2021 همسویی دارد. خودکارآمدی کارآفرینانه با ذهنیت کارآفرینی نقش معنادار نبود که این نتیجه با یافته پژوهش (Wardana et al (2020 همسو است ولی با یافته‌های پژوهش‌های (Kawulur et al (2019؛ McMullen & Kier (2016) و Bandura (2012) ناهمسو است. در تبیین این یافته می‌توان چنین گفت که نگرش به کارآفرینی به دیدگاه و رویکرد فرد نسبت به کارآفرینی اشاره دارد و شامل اعتقادات، ارزش‌ها، فرضیات و تصورات فرد در مورد کارآفرینی است که می‌تواند تأثیر مستقیمی بر روی ذهنیت کارآفرینی داشته باشد و نگرش مثبت به کارآفرینی، فرد را به سمت شروع و مدیریت یک کسب و کار موفق سوق می‌دهد (Handayati et al, 2020؛ Hu & Ye, 2017). این نگرش می‌تواند به دلیل تجربیات موفق که دیگران در کارآفرینی داشته‌اند، فرهنگ کارآفرینی در جامعه، یا شرایط اقتصادی و اجتماعی جامعه شکل گرفته باشد (Kawulur et al, 2019). به علاوه، نگرش مثبت به کارآفرینی می‌تواند به توسعه مهارت‌های کارآفرینی در فرد کمک کند. با داشتن نگرش مثبت به کارآفرینی، فرد به احتمال زیاد خودکارآمدی بالاتری در کارآفرینی دارد و می‌تواند با تلاش و تمرکز بیشتر به توسعه مهارت‌های کارآفرینی پرداخته و در شروع و مدیریت یک کسب و کار موفق موفقیت آمیز باشد، بنابراین، نگرش به کارآفرینی می‌تواند بر ذهنیت کارآفرینی تأثیر داشته باشد و با داشتن نگرش مثبت به کارآفرینی، فرد به سمت شروع و مدیریت یک کسب و کار موفق سوق می‌دهد و مهارت‌های کارآفرینی خود را افزایش می‌دهد (Magdaraog Jr, 2015). نقش آموزش کارآفرینی در ذهنیت کارآفرینی با میانجی‌گری نگرش کارآفرینی معنادار نبود. که این نتیجه با نتایج پژوهش (Wardana et al (2020 ناهمسو است. در تبیین این یافته می‌توان چنین گفت که هر چند آموزش کارآفرینی می‌تواند ذهنیت و رفتار کارآفرین بودن دانشجویان را به چالش بکشد ولی با میانجی‌گری نگرش نمی‌تواند ذهنیت را تحت تأثیر قرار دهد، چرا که آماده سازی دانشجویان برای شروع یک تجارت جدید از طریق یکپارچه‌سازی تجربه، پیشرفت مهارت‌ها و دانش است که برای توسعه و گسترش یک تجارت ضروری است و صرفاً نگرش نمی‌تواند نقش معناداری داشته باشد (Kusumojanto et al, 2021). نقش آموزش کارآفرینی در ذهنیت کارآفرینی با میانجی‌گری خودکارآمدی کارآفرینی معنادار نبود. این نتیجه با یافته‌های (Wardana et al (2020) و (Kawulur et al (2019) ناهمسو است. خودکارآمدی کارآفرینانه به باور فرد

پیرامون ظرفیت و توانایی ایفای موفقیت آمیز وظایف و نقش های یک کارآفرین دلالت دارد. باور اینکه فرد توانایی انجام وظیفه ای را دارد و باور فرد به اینکه می تواند به طور مفید از این مهارت ها برای دستیابی به هدف مورد نظر استفاده کند (Pfeifer et al, 2016). از آنجایی که خودکارآمدی یک مقوله فردی است که جز یکی از ویژگی های ذاتی افراد کارآفرین می باشد، لذا توأم شدن آن با آموزش نتوانسته است، ذهنیت کارآفرینی را تحت تأثیر قرار دهد، چرا که تغییر ذهنیت کارآفرینی افرادی میسر است که خودکارآمدی نداشته باشند (Neneh, 2022). نقش خودکارآمدی کارآفرینی در ذهنیت کارآفرینی از طریق نگرش کارآفرینی به طور غیر مستقیم معنادار است. در تبیین این یافته می توان چنین گفت که خودکارآمدی کارآفرینی و نگرش کارآفرینی دو مفهوم مرتبط با یکدیگر هستند و می توانند بر ذهنیت کارآفرینی تأثیر گذار باشند. خودکارآمدی کارآفرینی به معنای اعتماد به نفس و اطمینان از توانایی های فرد در شروع و مدیریت یک کسب و کار است، در حالی که نگرش کارآفرینی به دیدگاه و رویکرد فرد نسبت به کارآفرینی اشاره دارد (Hershmann et al, 2023). نگرش کارآفرینی می تواند به عنوان میانجی گری برای تأثیر خودکارآمدی کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی عمل کند. با داشتن نگرش کارآفرینی مثبت، شخص به احتمال زیاد خودکارآمدی بالاتری در کارآفرینی دارد. به عبارت دیگر، اگر فرد نگرش مثبتی نسبت به کارآفرینی داشته باشد، او به احتمال زیاد برای شروع و مدیریت یک کسب و کار موفق تمایل دارد و به خودکارآمدی بیشتری دست می یابد.

با توجه به نتایج به دست آمده می توان چنین پیشنهاد داد که: رویکردهای آموزشی را به سمت افزایش خودکارآمدی کارآفرینی تغییر داد و آموزش کارآفرینی به طوری طراحی شود که علاوه بر مهارت های فنی، به افزایش اعتماد و خودباوری دانشجویان نیز کمک کند، از طریق جلسات گروهی، موفقیت های کارآفرین های موفق را به دانشجویان معرفی کرد و آنها را تشویق به تفکر مثبت کرد. از طریق فعالیت های تمرینی، پروژه های کوچک، و بازخورد مثبت، خودکارآمدی دانشجویان را افزایش داد. از فن آوری های نوین، مانند آموزش مجازی، واقعیت مجازی، و پلتفرم های اجتماعی، برای افزایش سرعت و کیفیت آموزش کارآفرینی استفاده کرد تا از طریق این پلتفرم ها، دانشجویان را به فعالیت های کارآفرینی و همچنین به اشتراک گذاشتن تجربیات خود تشویق کرد. همچنین لازم است که دانشگاه ها و مؤسسات آموزشی همکاری های بیشتری با کارآفرین های موفق داشته باشند تا دانشجویان بتوانند از تجارب زنده آنان بیاموزند که این امر می تواند از طریق گردهمایی های تخصصی، گزارش های کارآفرینی، و همکاری های پروژه ای، دانشجویان را محیط کارآفرینی انجام شود. ضمناً باید در سطح دانشگاه و جامعه، فرهنگی را ترویج داد که کارآفرینی را به عنوان یک راهکار برای موفقیت و رشد اقتصادی ارزش داند که این کار می تواند از طریق انجام مسابقات، پاداش ها و تشویق های مالی، دانشجویان را به سمت فعالیت های کارآفرینی سوق دهد.

References

- 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 International Journal of Digital Business Management*, 1(2), 302-314. DOI:<https://doi.org/10.31933/dijdbm.v1i2.160>
- Ajor, L., & Alikor, L. O. (2020). Innovative mindset and organizational sustainability of small and medium enterprises in rivers state, Nigeria. *British Journal of Management and Marketing Studies*, 3(1), 20-36. <https://abjournals.org/bjmms/papers/volume-3/issue-1/innovative-mindset-and-organizational-sustainability-of-small-and-medium-enterprises-in-rivers-state-nigeria/>



- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior 1. *Journal of applied social psychology*, 32(4), 665-683. 10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x.
- Allen, S. J. (2020). On the cutting edge or the chopping block? Fostering a digital mindset and tech literacy in business management education. *Journal of Management Education*, 44(3), 362-393. <https://doi.org/10.1177/1052562920903077>.
- Amofah, K., & Saladrighes, R. (2022). Impact of attitude towards entrepreneurship education and role models on entrepreneurial intention. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 1-30. <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00197-5>
- Asenge, E. L., Diaka, H. S., & Soom, A. T. (2018). Entrepreneurial mindset and performance of small and medium scale enterprises in Makurdi Metropolis, Benue State-Nigeria. *International journal of Innovation*, 6(2), 124-146. DOI:10.5585/IJI.V6I2.223.
- Ayalew, M. M., & Zeleke, S. A. (2018). Modeling the impact of entrepreneurial attitude on self-employment intention among engineering students in Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 7(1), 1-27. <https://doi.org/10.1186/s13731-018-0088-1>.
- Azizi, K; Hosseinpour, M and Rezaei, B. (2021). Investigating the relationship between caring atmosphere and self-efficacy with attitude towards entrepreneurship of hospital employees. *Iranian Journal of Psychology and Behavioral Sciences*, 6(28), 12-22. (In Persian) <https://civilica.com/doc/1541106/>
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., and Fiet, J. O. (2014). The Relationship between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review.. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38, 217-254. doi: 10.1111/etap.12095. <https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Bahmani, N., Arasti, Z., & Hoseini, S. R. (2018). Entrepreneurship education in elementary schools in order to improve entrepreneurial attitude. *Journal of Entrepreneurship Development*, 10(4), 555-574. doi: 10.22059/jed.2018.214252.651935. (In Persian)
- Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action. *Englewood Cliffs, NJ*, 1986(23-28). <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1536371>
- Bandura, A. (2006). Guide for constructing self-efficacy scales. *Self-Efficacy Beliefs of Adolescents*, 5, 307-337.
- Bandura, A. (2012). On the functional properties of perceived self-efficacy revisited. *Journal of management*, 38(1), 9-44. <https://doi.org/10.1177/0149206311410606>.
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy for Changing Society*, 6th ed.; Cambridge University Press: Cambridge, UK.
- Bandura, A., Barbaranelli, C., Caprara, G.V. and Pastorelli, C. (2001). Self efficacy beliefs as shapers of children's aspirations and career trajectories. *Child Development*, 72 (1), 187-206. DOI: 10.1111/1467-8624.00273 .
- Bandura, A.; Freeman, W.H.; Lightsey, R. (1999). Self-efficacy: The exercise of control. *J. Cogn. Psychother.* 13, 158-166. DOI:10.1891/0889-8391.13.2.158.
- Belousova, O., Hattenberg, D. Y., & Gailly, B. (2020). *Corporate entrepreneurship: from structures to mindset* (pp. 211-233). Springer International Publishing. DOI:10.1007/978-3-030-36951-4_10
- Botsaris, C., & Vamvaka, V. (2016). Attitude toward entrepreneurship: Structure, prediction from behavioral beliefs, and relation to entrepreneurial intention. *Journal of the knowledge Economy*, 7, 433-460. DOI:10.1007/s13132-014-0227-2.
- Chuah, F., Ting, H., Syed Ridhwan, A., and Cheah, J. H. (2015). Factors Affecting Entrepreneurial Intention of Malaysian University Students. In Conference on Business Management Research II (CBMR 2015). https://www.researchgate.net/publication/290433959_Factors_Affecting_Entrepreneurial_Intention_of_Malaysian_University_Students
- Commarmond, I. (2017). In pursuit of a better understanding of and measure for entrepreneurial mindset. *The Allan Gray Orbis Foundation*. <https://www.semanticscholar.org/paper/Commarmond-In-Pursuit-of-a-Better-Understanding-of/>

- Cope, J. (2005). Toward a dynamic learning perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 373-397. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00090.x>
- Coulibaly, S. K., Erbao, C., & Mekongcho, T. M. (2018). Economic globalization, entrepreneurship, and development. *Technological Forecasting and Social Change*, 127, 271-280. DOI: 10.1016/j.techfore.2017.09.028
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *psychometrika*, 16(3), 297-334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Cronbach, L. J., & Shavelson, R. J. (2004). My current thoughts on coefficient alpha and successor procedures. *Educational and psychological measurement*, 64(3), 391-418. <https://doi.org/10.1177/0013164404266386>
- Cui, J., Sun, J., & Bell, R. (2021). 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. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100296. DOI:10.1016/j.ijme.2019.04.001
- Cummings, S., Seferiadis, A. A., & de Haan, L. (2020). Getting down to business? Critical discourse analysis of perspectives on the private sector in sustainable development. *Sustainable Development*, 28(4), 759-771. DOI:10.1002/sd.2026.
- Darini, M., Aghajaniafrozi, A., & Tahmasbiroshan, N. (2022). Examine the role Entrepreneurship Education and Entrepreneurship Intention of Students with the Mediating Role of Self-Confidence, Attitude and Mentality (Case Study of Students in Mazandaran Province). *Journal of Research in Educational Systems*, 16(56), 131-145. (In Persian) 20.1001.1.23831324.1401.16.56.10.7
- Davari, A., & Rezazadeh, A. (2013). *Structural equation modeling with PLS*. Academic Jihad Publications. (In Persian)
- Davis, M. H., Hall, J. A., & Mayer, P. S. (2016). Developing a new measure of entrepreneurial mindset: Reliability, validity, and implications for practitioners. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 68(1), 1-28. DOI:10.1037/cpb0000045
- Denanyoh, R., Adjei, K., & Nyemekye, G. E. (2015). Factors that impact on entrepreneurial intention of tertiary students in Ghana. *International journal of business and social research*, 5(3), 19-29. DOI:<https://doi.org/10.18533/ijbsr.v5i3.693>
- Dijkstra, T. K., & Henseler, J. (2015). Consistent partial least squares path modeling. *MIS quarterly*, 39(2), 297-316. <https://www.jstor.org/stable/26628355>
- Farny, S., Frederiksen, S. H., Hannibal, M., & Jones, S. (2016). A CULTure of entrepreneurship education. *Entrepreneurship & Regional Development*, 28(7-8), 514-535. DOI:10.1080/08985626.2016.1221228.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. <https://www.jstor.org/stable/3150980>
- Gong, Y.; Huang, J.-C.; Farh, J.-L. (2009). Employee Learning Orientation, Transformational Leadership, and Employee Creativity: The Mediating Role of Employee Creative Self-Efficacy. *Acad. Manag. J.* 52, 765-778. <https://doi.org/10.5465/AMJ.2009.43670890>
- Green, D., Taylor, G., & Ford, V. (2020). Cultivating the entrepreneurial mindset in today's small liberal colleges and universities. *Journal of Entrepreneurship*, 4(1), 14-26. https://www.researchgate.net/publication/342109320_CULTIVATING_THE_ENTREPRENEURIAL_MINDSET_IN_TODAY%27S_SMALL_LIBERAL_COLLEGES_UNIVERSITIES
- Günzel-Jensen, F., Moberg, K., Mauer, R., & Neergaard, H. (2017). Self-efficacy and the entrepreneurial mindset revisited. *Revisiting the Entrepreneurial Mind: Inside the Black Box: An Expanded Edition*, 319-335. 10.1007/978-3-319-45544-0_20.
- Handayati, P., Wulandari, D., Soetjipto, B. E., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2020). Does entrepreneurship education promote vocational students' entrepreneurial mindset?. *Heliyon*, 6(11), e05426. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05426>
- Hassan, A., Anwar, I., Saleem, I., Islam, K.B. and Hussain, S.A.J.I. (2021b). Individual entrepreneurial orientation, entrepreneurship education and entrepreneurial intention: the mediating role of entrepreneurial motivations. *Industry and Higher Education*, 35(4), 403-418. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1304288>

- Hassan, A., Saleem, I., Anwar, I. and Hussain, S.A. (2020a). Entrepreneurial intention of Indian university students: the role of opportunity recognition and entrepreneurship education. *Education + Training*, 62(7/8), 843-861. DOI: 10.1108/ET-02-2020-0033
- Haynie, J. M., Shepherd, D., Mosakowski, E., & Earley, P. C. (2010). A situated metacognitive model of the entrepreneurial mindset. *Journal of business venturing*, 25(2), 217-229. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.10.001>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. In *New challenges to international marketing* (Vol. 20, pp. 277-319). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)
- Hershmann, T. E., Yuan, J., Follmer, J., Kale, U., & White, C. (2023). The Impacts of a Blended Entrepreneurship Course on Secondary Students' Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 6(2), 359-379. <https://doi.org/10.1177/25151274221108433>
- Hmieleski, K.; Corbett, A.C. (2008). The contrasting interaction effects of improvisational behavior with entrepreneurial self-efficacy on new venture performance and entrepreneur work satisfaction. *J. Bus. Ventur.* 23, 482-496. DOI:10.1016/j.jbusvent.2007.04.002
- Hoang, G., Le, T.T.T., Tran, A.K.T. and Du, T. (2020). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of university students in Vietnam: the mediating roles of self-efficacy and learning orientation. *Education + Training*, 63(1), 115-133. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1279573>
- Hu, R., & Ye, Y. (2017). Do entrepreneurial alertness and self-efficacy predict Chinese sports major students' entrepreneurial intention?. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 45(7), 1187-1196. DOI: <https://doi.org/10.2224/sbp.6356>
- Ilonen, S., Heinonen, J., & Stenholm, P. (2018). Identifying and understanding entrepreneurial decision-making logics in entrepreneurship education. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(1), 59-80. DOI:10.1108/IJEBR-05-2017-0163
- Ismail, A., Tolba, A., Barakat, S., Meshreki, H., and Ghalwash, S. (2017). Global Entrepreneurship Monitor. *Egypt National Report*, 2018. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=j8kM54sAAAAJ&citation_for_view=j8kM54sAAAAJ:WF5omc3nYNoC
- Jabeen, F., Faisal, M. N., & I. Katsioloudes, M. (2017). Entrepreneurial mindset and the role of universities as strategic drivers of entrepreneurship: Evidence from the United Arab Emirates. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(1), 136-157. DOI:10.1108/JSBED-07-2016-0117
- Javadian, G.; Opie, T.R.; Parise, S. (2018). The influence of emotional carrying capacity and network ethnic diversity on entrepreneurial self-efficacy. *N. Engl. J. Entrep.* 21, 101-122. <https://doi.org/10.1108/NEJE-08-2018-0016>
- Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107, 106275. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106275>
- Jiatong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M. S., Mirza, F., & Rafiq, M. (2021). Impact of entrepreneurial education, mindset, and creativity on entrepreneurial intention: mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 12, 724440. doi: 10.3389/fpsyg.2021.724440
- Kamal, S. and Daoud, Y. (2018). Explaining the gender gap in entrepreneurial propensity. in *Entrepreneurship Ecosystem in the Middle East and North Africa (MENA)*, Springer: Cham. DOI:10.1007/978-3-319-75913-5_11
- Karimi, S. (2015). Studying the direct, indirect and moderating effects of institutional environment on entrepreneurial intentions of agricultural students. *Journal of Entrepreneurship Development*, 8(2), 371-390. doi: 10.22059/jed.2015.55985. (In Persian).
- Kawulur, A. F., Rumagit, M. C. N., & Tumiwa, R. A. F. (2019, May). Entrepreneurship conceptual model based on local economic potentials in coastal likupang beach North Minahasa district, Indonesia. In *1st International Conference on Economics, Business, Entrepreneurship, and Finance (ICEBEF 2018)* (pp. 737-741). Atlantis Press. 10.2991/icebef-18.2019.155.

- Kisubi, M. K., and Korir, M. (2021). Entrepreneurial training and entrepreneurial intentions. *SEISENSE J. Manag.* DOI: <https://doi.org/10.33215/sjom.v4i3.638>
- Kusumojanto, D. D., Wibowo, A., Kustiandi, J., & Narmaditya, B. S. (2021). Do entrepreneurship education and environment promote students' entrepreneurial intention? the role of entrepreneurial attitude. *Cogent Education*, 8(1), 1948660. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2021.1948660>
- Lackéus, M. & Williams, M. K. (2015). Venture Creation Programs Bridging Entrepreneurship Education and Technology Transfer. *Education + Training*, 57 (1), 48-73. <https://doi.org/10.1108/ET-02-2013-0013>
- Lackéus, M. (2016). A Value and Economics Grounded Analysis of Six Value Creation Based Entrepreneurial Education Initiatives. Conference paper for 3E ECSB Entrepreneurship Education Conference (1-13 May 2016). <https://vcplist.com/2016/03/20/a-value-and-economics-grounded-analysis-of-six-value-creation-based-entrepreneurial-education-initiatives/>
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Lindberg, E., Bohman, H., & Hultén, P. (2017). Methods to enhance students' entrepreneurial mindset: A Swedish example. *European Journal of Training and Development*. 41(5), 450-466.
- Magdaraog Jr, G. A. (2015). Setting a global mindset for future entrepreneurs: the share of bulacan state university as an academic institution. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 176, 483-488. DOI:10.1016/j.sbspro.2015.01.500.
- 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. *International Education Studies*, 10(9), 61-69. DOI:10.5539/ies.v10n9p61
- 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*, 26(1), 33-39. DOI:10.1016/j.iedeen.2019.12.005
- Mathisen, J. E., & Arnulf, J. K. (2013). Competing mindsets in entrepreneurship: The cost of doubt. *The International Journal of Management Education*, 11(3), 132-141. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2013.03.003>.
- McMullen, J. S., & Kier, A. S. (2016). Trapped by the entrepreneurial mindset: Opportunity seeking and escalation of commitment in the Mount Everest disaster. *Journal of Business Venturing*, 31(6), 663-686. DOI: 10.1016/j.jbusvent.2016.09.003
- Memon, M.; Soomro, B.A.; Shah, N. (2019). Enablers of entrepreneurial self-efficacy in a developing country. *Educ. Train.* 61, 684-699. DOI:10.1108/ET-10-2018-0226
- Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., & Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European research on management and business economics*, 23(2), 113-122. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.01.001>
- Mohseni, A., Mousavi, S. H., & Jamali, M. (2023). The role of entrepreneurship training on students' entrepreneurial attitude and general self-efficiency beliefs. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 19(3), 63-80. (In Persian).
- Naderi, N., & amiri, S. (2019). Impact of entrepreneurship education on Students' attitude towards business in Kar-Danesh Schools of Kermanshah City. *Journal of Agricultural Education Administration Research*, 10(47), 108-127. doi: 10.22092/jaeer.2018.123467.1552. (In Persian).
- Nasiri, R., abbasian, H., abdollahi, B., & zeinabadi, H. (2022). Designing and validating a model for creating an entrepreneur school. *Management and Educational Perspective*, 4(3), 18-47. doi: 10.22034/jmep.2022.354581.1131
- Ndofirepi, T. M. (2022). The Effect of Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Self-Identity on Entrepreneurial Goal Intentions of Female and Male College Students in Zimbabwe. *Adm. Sci.* 12, 180. <https://doi.org/10.3390/admsci12040180>
- Ndou, V., Mele, G., & Del Vecchio, P. (2019). Entrepreneurship education in tourism: An investigation among European Universities. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 25, 100175. DOI:10.1016/j.jhlste.2018.10.003



- Neck, H. M., & Corbett, A. C. (2018). The scholarship of teaching and learning entrepreneurship. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(1), 8-41. <https://doi.org/10.1177/2515127417737286>
- Neneh, B. N. (2022). Entrepreneurial passion and entrepreneurial intention: the role of social support and entrepreneurial self-efficacy. *Studies in Higher Education*, 47(3), 587-603. DOI:10.1080/03075079.2020.1770716
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of vocational behavior*, 110, 403-419. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>
- Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Lančarič, D., Egerová, D., & Czeglédi, C. (2019). The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Studies in Higher Education*, 44(2), 361-379. DOI:10.1080/03075079.2017.1365359
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. (3rd ed.). New York, NY: McGraw-Hill. <https://www.amazon.com/Psychometric-Theory-Jum-C-Nunnally/dp/007047849X>
- Oosterbeek, H., Van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European economic review*, 54(3), 442-454. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2009.08.002>
- Pfeifer, S., Šarlija, N., & Zekić Sušac, M. (2016). Shaping the entrepreneurial mindset: Entrepreneurial intentions of business students in Croatia. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 102-117. DOI:10.1111/jsbm.12133
- Ratten, V. (2019). Older entrepreneurship: a literature review and research agenda. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 13(1/2), 178-195. <https://doi.org/10.1108/JEC-08-2018-0054>
- Ratten, V., & Usmanij, P. (2021). Entrepreneurship education: Time for a change in research direction?. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100367. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100367>
- Robinson, J., Blockson, L., & Robinson, S. (2007). Exploring stratification and entrepreneurship: African American women entrepreneurs redefine success in growth ventures. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 613(1), 131-154. <https://doi.org/10.1177/0002716207303586>
- Rodriguez, S., & Lieber, H. (2020). Relationship between entrepreneurship education, entrepreneurial mindset, and career readiness in secondary students. *Journal of Experiential Education*, 43(3), 277-298. <https://doi.org/10.1177/1053825920919462>
- Saptono, A., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Karyaningsih, R. P. D., & Yanto, H. (2020). Does entrepreneurial education matter for Indonesian students' entrepreneurial preparation: The mediating role of entrepreneurial mindset and knowledge. *Cogent Education*, 7(1), 1836728. DOI: 10.1080/2331186X.2020.1836728
- Senges, M. (2007). Knowledge entrepreneurship in universities: practice and strategy of Internet based innovation appropriation. [WWWdocument]. URL <http://knowledgeentrepreneur.com>.
- Setiawan, J. L. (2013). Examining entrepreneurial social support among undergraduates. International Conference of Organizational Innovation (2013 ICOI)-2-4 July 2013-Hilton Hua Hin Resort and Spa 3 Naresdamri Road, Hua Hin, 77110, Thailand. <http://hdl.handle.net/123456789/459>
- 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. *Management Science Letters*, 10(7), 1607-1612. DOI:10.5267/j.msl.2019.12.006
- Siivonen, P. T., Peura, K., Hytti, U., Kasanen, K., & Komulainen, K. (2020). The construction and regulation of collective entrepreneurial identity in student entrepreneurship societies. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(3), 521-538. DOI:10.1108/IJEBR-09-2018-0615
- Stenholm, P., Ramström, J., Franzén, R., and Nieminen, L. (2021). Unintentional teaching of entrepreneurial competences. *Ind. High. Educ.* 35, 505-517. <https://doi.org/10.1177/09504222211018068>

- Vaitoonkiat, E., & Charoensukmongkol, P. (2020). Interaction effect of entrepreneurial orientation and stakeholder orientation on the business performance of firms in the steel fabrication industry in Thailand. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(4), 453-473. DOI:10.1108/JEEE-05-2019-0072
- Vinzi, V. E., Trinchera, L., & Amato, S. (2010). PLS path modeling: from foundations to recent developments and open issues for model assessment and improvement. *Handbook of partial least squares: Concepts, methods and applications*, 47-82. DOI:10.1007/978-3-540-32827-8_3.
- Vodă, A. I., Covatariu, D., and Ghiuță, O. A. (2019). Student's entrepreneurial intentions: role of entrepreneurial education and risk taken ability. *Environ. Eng. Manag. J.* 18, 1527-1534. DOI:10.30638/eemj.2019.143
- 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 mindset: the mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, 6(9), e04922. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04922>
- Yousaf, U., Ali, S. A., Ahmed, M., Usman, B., & Sameer, I. (2021). From entrepreneurial education to entrepreneurial intention: a sequential mediation of self-efficacy and entrepreneurial attitude. *International Journal of Innovation Science*.1-17. <https://doi.org/10.1108/IJIS-09-2020-0133>.
- Yuan, C. H., & Wu, Y. J. (2020). Mobile instant messaging or face-to-face? Group interactions in cooperative simulations. *Computers in Human Behavior*, 113, 106508. DOI:10.1016/j.chb.2020.106508
- Yuan, C.-H., Wu, C.-H., Wang, D., Yao, S., and Feng, Y. (2021). Review of Consumer-to-Consumer E-Commerce Research Collaboration. *J. Organ. End User Comput.* 33, 167-184. DOI:10.4018/JOEUC.20210701.0a8
- Zare davijani, A., Khanzadi, K., Navehebrahim, A., & Soleimani, N. (2023). Identifying factors affecting the weakening of entrepreneurship in graduates of Payam Noor universities in Tehran province. *Management and Educational Perspective*, 5(2), 168-194. doi:10.22034/jmep.2023.396987.1191
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of applied psychology*, 90(6), 1265. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی