

نشریه علمی

پژوهش در
نظام‌های آموزشی

دوره ۱۶، شماره ۵۶،
ص ۱۳۱-۱۴۵
بهار ۱۴۰۱

شاپا (چاپی): ۱۳۲۴-۲۳۸۳

شاپا (الکترونیکی): ۲۳۴۱-۲۷۸۳

نمایه در ISC

www.jiera.ir



پژوهش در نظام‌های آموزشی تحت قانون
بین‌المللی کپی‌رایت Creative
Commons: BY-NC می‌باشد.

نوع مقاله:

مقاله اصیل پژوهشی

✉ نویسنده مسئول:

aghajani3@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۰۸

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۰/۰۹/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۳۰

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۰۱/۰۱

استناد به این مقاله: درینی، م.، افجاجانی افروزی،

ع. و طهماسبی روشن، ن. (۱۴۰۱). نقش آموزش

کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان با نقش

میانجی خودکارآمدی، نگرش به کارآفرینی و ذهنیت

کارآفرینی (مطالعه موردی). پژوهش در نظام‌های

آموزشی، ۱۶(۵۶)، ۱۳۱-۱۴۵.

doi: 20.1001.1.23831324.1401.16.56.10.7

نقش آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان با نقش میانجی خودکارآمدی، نگرش به کارآفرینی و ذهنیت کارآفرینی (مطالعه موردی) *

محمد درینی

استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور

✉ علی اکبر افجاجانی افروزی

استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور

ندا طهماسبی روشن

استادیار، گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی غیردولتی راه دانش بابل

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی با نقش میانجی خودکارآمدی، نگرش به کارآفرینی و ذهنیت کارآفرینی بود. روش پژوهش مطالعه حاضر توصیفی از نوع همبستگی و بر اساس مدل یابی معادلات ساختاری بود. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه دانشجویان دانشگاه‌های استان مازندران شامل دانشگاه دولتی، مؤسسات آموزش عالی آزاد و غیرانتفاعی، پیام نور، آزاد اسلامی و علمی کاربردی استان مازندران در سال تحصیلی ۱۳۹۹-۱۴۰۰ بود که نمونه ایی به تعداد ۴۸۲ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، انتخاب شدند. ابزارهای این پژوهش شامل مقیاس‌های سنجش آموزش کارآفرینی (Handayatiet al., 2020)، نگرش به کارآفرینی (Jena, 2020) و احساس خودکارآمدی، ذهنیت نسبت به کارآفرینی و قصد کارآفرینی (Wardana et al., 2020) بود. داده‌ها با استفاده از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری تحلیل شدند. یافته‌ها نشان داد که متغیر آموزش کارآفرینی بر متغیرهای خودکارآمدی، ذهنیت کارآفرینی و متغیر نگرش به کارآفرینی (عاطفی، شناختی و رفتاری) بر متغیر مقصد کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری داشته است همچنین متغیر خودکارآمدی بر متغیر ذهنیت کارآفرینی و متغیر نگرش به کارآفرینی (عاطفی، شناختی و رفتاری) بر متغیر مقصد کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری داشت اما بعد شناختی متغیر نگرش به کارآفرینی بر متغیر قصد کارآفرینی تأثیر به لحاظ آماری معناداری نداشته است. آموزش می‌تواند بستر ساز رشد مهارت‌ها و توانمندی‌های افراد کارآفرینی بوده است و این عامل با تأثیری که بر نگرش افراد در زمینه‌ی 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 آموزش کارآفرینی طرز فکر، نگرش و رفتار دانش‌آموزان را به‌عنوان یک کارآفرین شکل می‌دهد و آن‌ها را برای انتخاب شغل به‌عنوان یک کارآفرین ترغیب می‌کند

واژه‌های کلیدی:

آموزش، خودکارآمدی، کارآفرینی، ذهنیت کارآفرینی، نگرش به کارآفرین

* مقاله حاضر به صورت پژوهشی مستقل انجام شده است.

مقدمه

با توجه به محدودیت‌های دولت و جامعه برای ایجاد شرایط شغلی برای افراد، جهان به سوی ایجاد خوداشتغالی و کارآفرینی حرکت کرده است، برای مثال کشور هند برای کاهش نرخ بیکاری با وجود جمعیت بسیار زیاد برنامه‌های جهت آموزش کارآفرینی را در نظام آموزشی خود قرار داده است (Jena, 2020). اکثر مؤسسات عالی برتر تجارت در جهان به آموزش کارآفرینی^۱ روی آورده‌اند دانشگاه MIT به عنوان یک دانشگاه پژوهش محور موفق، نخستین دانشگاهی بود که با پذیرش دست به ایجاد فرهنگ کارآفرینانه و رویکردهای جدید انتقال فن‌آوری زده و به عنوان دانشگاه کارآفرین شناخته شد. پس از ام. آی. تی، دانشگاه استنفورد به این تحول پیوست مدل دانشگاه کارآفرین را که در حال نفوذ به تمامی دانشگاه‌هایی که توانایی بقا و رقابت در شرایط کنونی را دارند، به ویژه دانشگاه‌های کشورهای در حال توسعه، نخستین اولویت خود قرار داده‌اند (اردبیلی و همکاران، ۱۳۹۸). بنابراین مبحث کارآفرینی به عنوان تلاش در جهت افزایش رفاه اقتصادی کشور به یک موضوع مهم در کشورهای توسعه یافته و در حال ظهور تبدیل شده است (Jena, 2020). چراکه افزایش تعداد کارآفرینان می‌تواند با ایجاد اشتغال و کاهش بیکاری به اقتصاد کشور کمک کند (Lv et al., 2021) و موجب رفاه جامعه و کاهش فقر خواهد شد.

طبق تعاریف کارآفرینی چیزی فراتر از ایجاد صرف یک کسب و کار است. بسیاری از کشورها به طور فزاینده‌ای کارآفرینی را به عنوان ابزاری مؤثر برای ایجاد شغل؛ افزایش بهره‌وری و رقابت؛ و بهبود کیفیت زندگی و دستیابی به اهداف جامعه می‌دانند (Wardana et al., 2020). Hass (2016) اظهار داشت که از دو طریق می‌توان کارآفرینی را اندازه‌گیری نمود: اول، کارآفرینی واقعی که دلالت بر افرادی دارد که به طور واقعی کسب و کاری را آغاز کرده‌اند و دوم، کارآفرینی پنهان و یا همان قصد کارآفرینانه که دلالت بر افرادی دارد که قصد آغاز کسب و کاری را دارند. کارآفرینی فرآیندی ارادی و از روی قصد است که بخش زیادی از آن نیت، حداقل یک سال قبل از ایجاد سرمایه‌گذاری جدید، شکل گرفته‌اند

(Handayatiet al., 2020). این تعریف بر وجود رابطه بین کارآفرینی و قصد کارآفرینی اذعان دارد. می‌توان گفت کارآفرینی به عنوان رفتاری تعریف شده است که مبتنی بر قصد و اراده‌ی آگاهانه باشد؛ به عبارت دیگر، پیش از آنکه فرد اقدام به رفتار (عمل) کارآفرینانه نماید، باید قصد اقدام داشته باشد (Jena, 2020).

از سویی وقتی دانشجویان درباره کارآفرینی اطلاعات کمی دارند، دوره‌های کارآفرینی تأثیر قابل توجهی بر قصد کارآفرینی آن‌ها دارد؛ یک مطالعه تصادفی بر روی ۳۷۷۵ دانشجوی فارغ التحصیل از ۱۹۸۵ تا ۲۰۰۹ نشان داد که گذراندن دو یا چند دوره کارآفرینی تأثیر مثبتی بر اهداف کارآفرینی دانشجویان و توانایی آن‌ها برای کارآفرین شدن واقعی، داشته است (Lv et al., 2021). آموزش کارآفرینی^۲ دانش بنیادی را در اختیار افراد قرار می‌دهد و تفکر کارآفرینانه را تحریک می‌کند. اگرچه کارآفرینی فعالیتی با ریسک بالا و عدم قطعیت بالا است، آموزش کارآفرینی می‌تواند دانش و توانایی کارآفرینان بالقوه را بهبود بخشد، خودکارآمدی کارآفرینی آن‌ها را افزایش داده و در نتیجه قصد کارآفرینی آن‌ها را ارتقا دهد (Lv et al., 2021). آموزش کارآفرینی در بیشتر کشورهای پیشرفته و حتی در کشورهای در حال توسعه به عنوان یک ضرورت مطرح شد و این تفکر که کارآفرینان دارای ویژگی ذاتی هستند، رد شده است (Akbari, 2005). Lv و همکاران (2021)، Çera و همکاران (2021) و Bian و همکاران (2021) نیز تأکید داشتند، آموزش کارآفرینی تأثیر قابل توجهی بر قصد کارآفرینی دارد، همچنین یافته‌های پژوهش Handayatiet و همکاران (2020) نشان داده است که آموزش کارآفرینی هم بر روی اهداف کارآفرینی دانشجویان و هم بر طرز فکر کارآفرینی تأثیر می‌گذارد.

با نادیده گرفتن بحث و جدال در مورد اینکه آیا می‌توان کارآفرینی را آموزش داد یا خیر؟ ایجاد ذهنیت کارآفرینی در بین دانشجویان از طریق آموزش صحیح کارآفرینی، نیاز اساسی جامعه امروز است و می‌تواند به عنوان یک عادت ذهنی در نظر گرفته شود که نیاز به یادگیری شکل گیری دارد. Haynie و همکاران (2010) ذهنیت کارآفرینی را به عنوان "توانایی و تمایل افراد برای احساس سریع، اقدام و تحرک در

شخصیت شخصی و اعتماد به نفس بر قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. همچنین Travis and Freeman (2018) و Baidi and Suyatno (2018) افزودند که خودکارآمدی تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینی دارد. از طرفی دیگر در پژوهش Bian و همکاران (2021) مشخص شد که خودکارآمدی کارآفرینی تأثیر واسطه‌ای بر آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی دارد. از سویی دیگر خودکارآمدی موجب بهبود ذهنیت افراد می‌شود و نگرش آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Zhang & Cain, 2017). در ادبیات کارآفرینی، نگرش به کارآفرینی به درجه‌ی ارزش‌گذاری مثبت یا منفی یک فرد به کارآفرین بودن اشاره دارد (Linan & Chen, 2009). نگرش کارآفرینی را در سه بعد شامل عاطفی (احساس و عواطف)، شناخت (فکر و اعتقاد) و مفهوم (عمل و رفتار) اندازه‌گیری کردند و ترکیبی از همه این ابعاد است که نگرش عمومی افراد نسبت به رفتار کارآفرینی را می‌سازد (Jena, 2020). Moriano و همکاران (2012) پژوهشی میان فرهنگی در شش کشور مختلف از جمله ایران انجام دادند که نتیجه‌ی آن بیانگر رابطه‌ی مستقیم نگرش و قصد کارآفرینی است. در این راستا نتیجه‌ی بررسی‌های ایکوولوا (Ho and Sho, 2011)، Do and Dadvari (2017) و Anjum و همکاران (2021) نیز رابطه‌ی این متغیرها را تأیید می‌کنند. Jena (2020) نشان داده‌اند که ابعاد نگرش کارآفرینی بر روی قصد کارآفرینی دانشجویان تأثیر می‌گذارد. اما نتایج بررسی رحمانیان کوشکی و همکاران (۱۳۹۱) رابطه‌ی این دو متغیر را در دانشجویان کشاورزی دانشگاه ایلام تأیید نکردند.

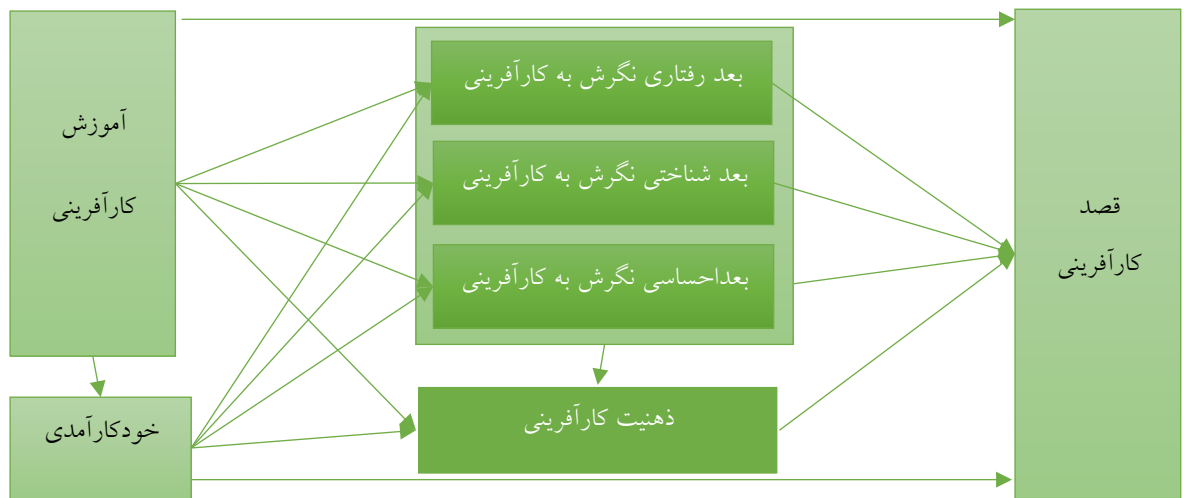
در نتیجه با توجه به مطالب بیان‌شده، آموزش کارآفرینی باید به صورت ویژه‌ای مورد توجه قرار بگیرد. بر این اساس هدف پژوهش حاضر بررسی نقش آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی با نقش میانجی خودکارآمدی، نگرش به آموزش کارآفرینی، ذهنیت نسبت به کارآفرینی است. لذا مدل مفهومی تحقیق در قالب شکل ۱ ارائه شده است.

پاسخ به تصمیم قضاوت تحت عدم اطمینان از یک فرصت احتمالی برای کسب سود" تعریف نموده‌اند و از این دیدگاه پشتیبانی می‌کنند که ذهنیت کارآفرینانه بینش‌های احتمالی در مورد برخی از نتایج مورد نیاز برای مطالعات کارآفرینی را ممکن می‌سازد. علاوه بر این، برخی از مطالعات معتقدند که آموزش کارآفرینی می‌تواند ذهنیت دانشجویان را در مورد کارآفرینی تحریک کند (Daniel, 2016؛ Solesvik et al., 2013؛ Zhang et al., 2020). در نتیجه آموزش کارآفرینی در سطح دانشگاه باید از رویکرد تدریس مناسب برخوردار باشد که به دانشجویان اجازه دهد تجربیات اولیه کسب‌وکار را همراه با تجربه کسب کنند؛ این رویکرد می‌تواند ذهنیت کارآفرینانه دانشجویان و حس خودکارآمدی^۱ را بهبود بخشد (Ndou et al., 2018).

تأثیر اساسی خودکارآمدی کارآفرینی بر رفتار افراد، محققان را بر آن داشته است تا این مفهوم را در موضوع کارآفرینی بررسی کنند (Wardana et al., 2020). چراکه افرادی که سطح بالایی از خودکارآمدی دارند می‌توانند موانعی را پیش بینی کنند که ممکن است مانع رسیدن به اهداف آن‌ها شود (Kazdin, 2000). خودکارآمدی کارآفرینانه به‌عنوان اعتقاد فرد به توانایی‌ها و مهارت‌های خود برای انجام مجموعه خاصی از وظایف و انجام یک کار تعریف شده است (Shahab et al., 2019). احساس قوی خودکارآمدی موجب بهبود دیدگاه‌های مثبت فردی و مشارکت بهتر فرد در انجام فعالیت‌ها، تنظیم هدف‌ها و تعهد کاری می‌شود (مهنا و همکاران، ۱۳۹۹). یافته‌های تجربی Kubberød and Pettersen (2017) نشان می‌دهد که، با افزایش درک دانش‌آموزان از طریق مشاهده و مشارکت مشترک، آن‌ها موفق شدند استراتژی‌ها و روش‌های جدیدی را برای مقابله با محیط جدید تطبیق داده و توسعه دهند و در نهایت، خودکارآمدی کارآفرینی خود را توسعه دادند. نتایج پژوهش Garaika و همکاران (2019) نشان می‌دهد که آموزش و الگوها بر خودکارآمدی تأثیر می‌گذارد. از طرفی خودکارآمدی،

شکل ۱.

مدل مفهومی اولیه



شرکت کرده‌اند می‌باشد. از آنجایی که تعداد افراد جامعه آماری بیشتر از ۱۰۰۰ نفر می‌باشد شرط جامعه نامحدود را تأمین کرده است. در نتیجه طبق فرمول کوکران حداقل حجم نمونه ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شده است. روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای می‌باشد که درصد و تعداد دانشجویان هر طبقه در جدول (۱) نشان داده شده است فرایند جمع‌آوری داده‌ها بدین صورت بوده است که ابتدا دانشگاه‌ها به دانشگاه دولتی، مؤسسات آموزش عالی آزاد و غیرانتفاعی، پیام نور، آزاد اسلامی و علمی کاربردی تقسیم شدند پرسش‌نامه به صورت الکترونیک تهیه‌شده و لینک پرسش‌نامه جهت پاسخگویی از طریق ناظران کلاس، نمایندگان یا اساتید درگروه‌های مجازی (به دلیل شیوع بیماری کرونا کلاس‌ها به صورت مجازی بوده است) قرار داده‌شده است.

روش

هدف تحقیق حاضر از نوع کاربردی و روش اجرای آن توصیفی از نوع همبستگی و مبتنی بر مدل یابی معادلات ساختاری (SEM) بود. مدلسازی معادلات ساختاری، می‌تواند روابط علی مستقیم، روابط غیرمستقیم و روابط کلی بین متغیرها و میزان واریانس تبیین شده در کل مدل را مورد بررسی قرار دهد.

جامعه آماری تحقیق شامل کلیه دانشجویان دانشگاه‌های استان مازندران شامل دانشگاه دولتی، مؤسسات آموزش عالی آزاد و غیرانتفاعی، پیام نور، آزاد اسلامی و علمی کاربردی استان مازندران در سال تحصیلی ۱۳۹۹-۱۴۰۰ است که دارای یکی از دو شرط دانشجوی مدیریت بازرگانی، کسب‌وکار یا کارآفرینی بوده و یا در دوره‌های آزاد کارآفرینی یا کسب‌وکار

جدول ۱.

مشخصات جامعه آماری تحقیق

ردیف	نام گروه	تعداد فراوانی در هر طبقه	درصد نسبی هر طبقه
۱	علمی کاربردی	۱۹۸۵	۰,۱۵۸۹
۲	غیر انتفاعی	۲۶۵۷	۰,۲۱۳
۳	پیام نور	۱۷۲۳	۰,۱۳۸
۴	مؤسسات آموزش عالی آزاد	۱۸۰۶	۰,۱۴۴
۵	دولتی	۴۳۲۰	۰,۳۴۵
جمع		۱۲۴۹۱	۰,۱۰۰

کاردانی ۲۴۵ نفر کارشناسی ۱۷۸ نفر کارشناسی ارشد و ۷ نفر دکتری مشغول به تحصیل بوده‌اند و از این تعداد ۲۵۴ نفر تحصیلات دانشگاهی مرتبط با مدیریت و کارآفرینی و کسب‌وکار داشته‌اند و ۲۶۸ نفر در دوره‌های متفرقه مانند دوره‌های رشد و علم و فناوری شرکت کرده‌اند و تعداد ۴۰ نفر علاوه بر تحصیلات دانشگاهی در دوره‌های متفرقه نیز شرکت کرده بودند. همچنین ۱۵۰ نفر از دانشجویان در رشته‌های علوم مهندسی ۴۰ نفر علوم پایه مشغول به تحصیل بوده‌اند و ۲۹۲ نفر در رشته‌های علوم انسانی مشغول به تحصیل می‌باشند.

قبل از ورود به مرحله آزمون فرضیات و مدل مفهومی تحقیق، ابتدا لازم است از صحت مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری اطمینان حاصل گردد.

برازش مدل‌های اندازه‌گیری شامل بررسی پایایی و روایی (همگرا و واگرا) سازه‌های پژوهش است. در نرم‌افزار پی‌آل اس جهت سنجش پایایی از ۳ معیار آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و بارهای عاملی استفاده می‌شود. به‌طور کلی و عمومی اگر مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بالاتر از ۰/۷ باشد و بارهای عاملی بالاتر از ۰/۴ باشد پایایی در مورد آن مدل پذیرفته می‌شود.

جهت بررسی روایی همگرایی مدل از معیار متوسط واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شد. که میزان مطلوب آن مساوی و بالاتر از ۰/۵ است.

با توجه به اعداد نشان داده‌شده در جدول ۲ و شکل ۱ تمامی متغیرهای تحقیق دارای پایایی و روایی همگرایی قابل قبول می‌باشند در نتیجه مدل اندازه‌گیری پژوهش دارای برازش قابل قبول است.

به منظور بررسی روایی واگرایی مدل اندازه‌گیری، از دو ماتریس روایی همبستگی متغیر لاتنت و معیار فرونل لاکر استفاده شد. در این پژوهش مشخص می‌شود که همبستگی هر سازه با خودش بیشتر از همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها است. در نتیجه روایی واگرایی مدل، تأیید می‌شود.

در نهایت ۴۸۲ پرسش‌نامه جمع‌آوری شد. لازم به ذکر است ۳۸۴ نفر تعداد حداقل نمونه می‌باشد که تعداد بیشتر پاسخ‌دهنده سطح اطمینان پذیرش فرضیه یا رد را افزایش می‌دهد بنابراین با وجود برآورد شدن حجم نمونه پرسش‌نامه بیشتر جهت تحلیل استفاده شده است.

ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد Jena (2020)، Handayatiet (2020)، و Wardana و همکاران (2020) شامل متغیر آموزش کارآفرینی (۶ سؤال)، نگرش دانشجویان نسبت به آموزش کارآفرینی بعد رفتاری (۷ سؤال)، شناختی (۹ سؤال) و عاطفی (۳ سؤال)، قصد کارآفرینی (۴ سؤال)، ذهنیت (۶ سؤال)، خودکارآمدی (۳ سؤال) بر اساس مقیاس ۵ ماده‌ای بود. پرسشنامه بعد از ترجمه برای ۱۰ استاد رشته مدیریت با گرایش‌های آموزشی، بازرگانی، کسب و کار و کارآفرینی ارسال شد در فرایند رفت و برگشت اصلاحات مدنظر اساتید انجام شده و در نهایت روایی صوری از نظر اساتید تأیید شد. سپس پرسش‌نامه میان ۵۰ نفر از اعضای جامعه آماری تحقیق توزیع و پایایی پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ محاسبه شد ($\alpha=0.83$). سپس بعد از تأیید روایی و پایایی، پرسشنامه‌ها در میان اعضای جامعه آماری توزیع شد.

پس از جمع‌آوری داده‌ها مدل مفهومی تحقیق با روش مدل‌یابی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزار PLS ب مورد آزمون قرار گرفت. قابل بیان است نرم‌افزار PLS بر خلاف سایر نرم‌افزارهای معادلات ساختاری به حجم نمونه و تعداد پاسخ‌دهنده حساس نمی‌باشد.

یافته‌ها

در این قسمت مهم‌ترین یافته‌های تحقیق ارائه می‌گردد. تعداد پاسخ‌دهندگان ۴۸۲ نفر بودند که از این تعداد ۳۲۱ نفر خانم و ۱۶۱ نفر آقا بوده است. ۷۷ نفر در دانشگاه علمی کاربردی و ۱۶۶ نفر در دانشگاه سراسر ۶۷ نفر در دانشگاه پیام نور و ۶۹ نفر در دانشگاه آزاد ۱۰۳ نفر در دانشگاه غیرانتفاعی مشغول به تحصیل بوده‌اند. همچنین ۵۲ نفر از این دانشجویان در مقطع

جدول ۲.

شاخص‌های برازش مدل (اندازه‌گیری و ساختاری)

متغیر / شاخص‌ها	آموزش کارآفرینی	خودکارآمدی	بعد رفتاری نگرش به کارآفرینی	بعد عاطفی نگرش به کارآفرینی	بعد شناختی نگرش به کارآفرینی	ذهنیت کارآفرینی	قصد کارآفرینی
Q2	...	۰/۶۸	۰/۷۱	۰/۸۱	۰/۷۱	۰/۷۳	۰/۷۶
R2	...	۰/۷۹	۰/۹۴	۰/۸۷	۰/۹۱	۰/۹۴	۰/۹۸
AVE	۰/۷۰	۰/۷۰	۰/۶۴	۰/۸۴	۰/۷۳	۰/۷۳	۰/۷۶
آلفای کربناخ	۰/۸۳	۰/۷۷	۰/۸۶	۰/۷۳	۰/۸۴	۰/۸۹	۰/۷۳
پایایی ترکیبی (CR)	۰/۸۲	۰/۷۵	۰/۸۳	۰/۷۱	۰/۸۲	۰/۸۷	۰/۷۱

(منبع یافته‌های پژوهش)

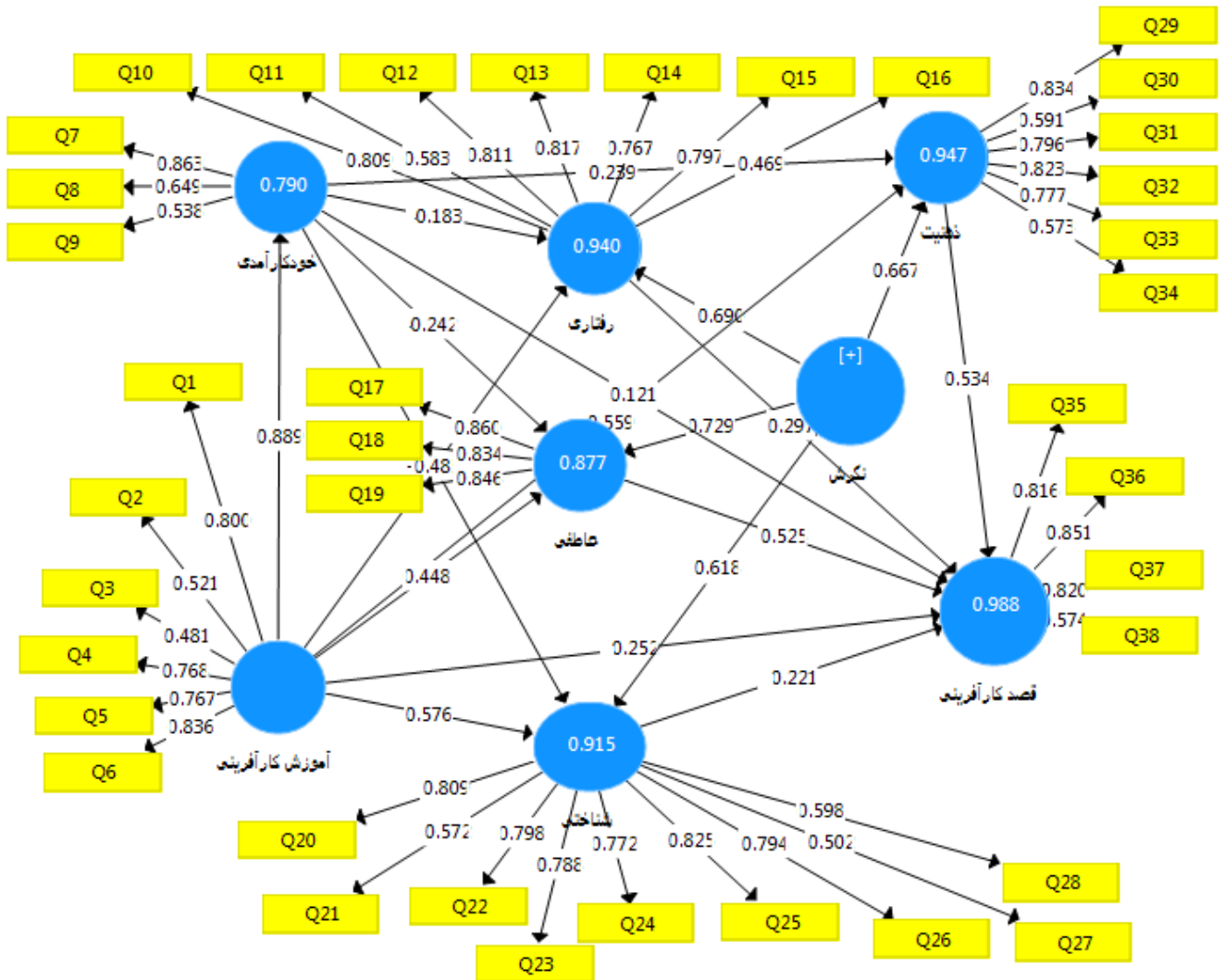
مدل را مشخص می‌سازد که با توجه به اعداد ارائه‌شده در جدول ۲ قدرت پیشبینی سازه‌ها (مقدار Q2) دارای شدت بزرگتر از ۰,۱۵ است.

در انتها ارزیابی برازش کلی مدل با استفاده از شاخص نیکویی برازش GOF انجام پذیرفت. GOF می‌تواند با سه مقدار ۰/۱, ۰/۳۶ و ۰/۲۵ در سه سطح قوی، متوسط و ضعیف تقسیم بندی شوند. با توجه به آنکه معیار نامبرده برابر ۰,۶۴ است بنابراین برازش کلی مدل در حد "بسیار قوی" تأیید می‌شود.

با استفاده از معیارهای ضریب معناداری (T-values)، ضریب تعیین (R2) و ضریب قدرت پیش بینی (Q2) برازش مدل ساختاری مورد ارزیابی قرار گرفت. ضریب تعیین (R2) برای اندازه‌گیری واریانس ساختار وابسته که تحت تأثیر ساختار مستقل است، مورد استفاده قرار می‌گیرد. مقادیر ۰,۷۵، ۰,۵۰ یا ۰,۲۵ نشان‌دهنده مقدار قوی، متوسط و ضعیف دقت پیش‌بینی هست؛ که با توجه به اعداد ارائه‌شده در جدول ۲ مدل ساختاری دارای دقت پیش‌بینی خوبی است و برازش مدل ساختاری در حد قوی تأیید می‌شود. Q2 قدرت پیشبینی

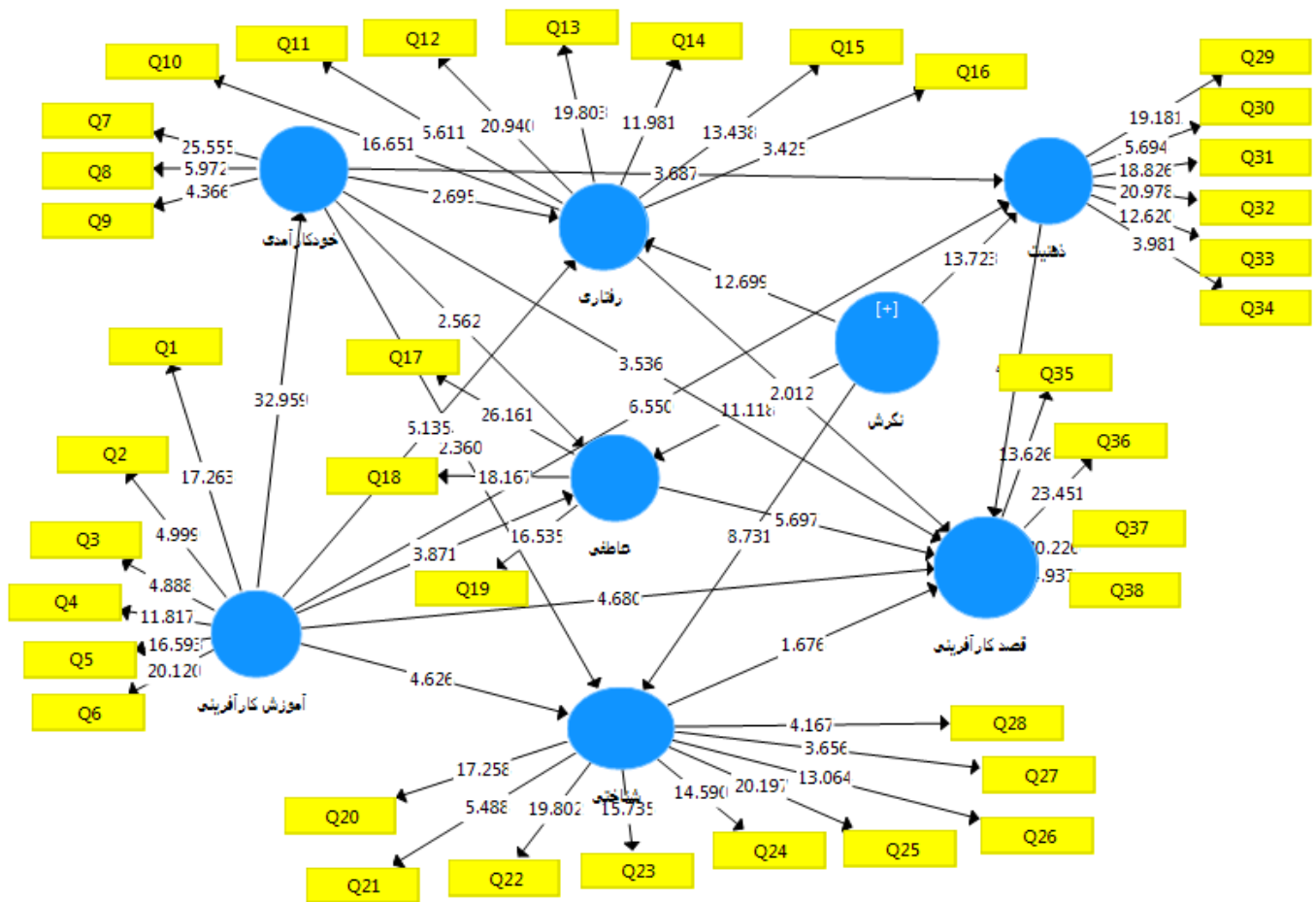
شکل ۱

ضرایب بارهای عاملی



شکل ۲.

ضرایب معناداری



از ۱/۹۶- باشد، یعنی اثر منفی ولی معنادار است. با توجه به اعداد ارائه شده در جدول ۳ تمامی فرضیه‌ها به غیر از فرضیه ۱۲ به دلیل آن که ضریب معناداری بیشتر از ۱/۹۶ است تأیید می‌شود و تنها فرضیه ۱۲ که ضریب معناداری این مسیر ۱/۰۶۸ است و از مقدار ۱/۹۶ کمتر است، که تأیید نخواهد

با توجه به شکل‌های (۱) و (۲) می‌توان فرضیه‌های پژوهش را تحلیل کرد. در نرم‌افزار اسمارت پی آل اس ارزش t ، معنادار بودن اثر متغیرها را بر هم نشان می‌دهد. اگر مقدار t بیشتر از ۱/۹۶ باشد، یعنی اثر مثبت بوده و معنادار است. اگر بین ۱/۹۶+ تا ۱/۹۶- باشد، اثر معنادار نیست و اگر کوچک‌تر

جدول ۳.

خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌ها

فرضیه	روابط علی بین متغیرهای پژوهش	ضریب مسیر	ضریب معناداری	سطح معناداری	نتایج
اول	آموزش کارآفرینی ← خودکارآمدی	۰/۸۹	۳۲/۹۶	۰,۰۰۰	تأیید
دوم	آموزش کارآفرینی ← نگرش رفتاری	۰/۴۸	۵/۱۴	۰,۰۰۰	تأیید
سوم	آموزش کارآفرینی ← نگرش عاطفی	۰/۴۵	۳/۸۷	۰,۰۰۰	تأیید
چهارم	آموزش کارآفرینی ← نگرش شناختی	۰/۵۸	۴/۳۶	۰,۰۰۰	تأیید
پنجم	آموزش کارآفرینی ← ذهنیت کارآفرینی	۰/۵۶	۶/۵۵	۰,۰۰۰	تأیید

فرضیه	روابط علی بین متغیرهای پژوهش	ضریب مسیر	ضریب معناداری	سطح معناداری	نتایج
ششم	خودکارآمدی ← نگرش رفتاری	۰/۱۸	۱۵/۰۶۹	۰,۰۰۰	تأیید
هفتم	خودکارآمدی ← نگرش عاطفی	۰/۲۴	۲/۵۶	۰,۰۰۰	تأیید
هشتم	خودکارآمدی ← نگرش شناختی	۰/۲۲	۲/۳۶	۰,۰۰۰	رد
نهم	تأثیر خودکارآمدی ← ذهنیت نسبت به کارآفرینی	۰/۲۴	۳/۶۹	۰,۰۰۰	تأیید
دهم	بعد رفتاری نگرش به کارآفرینی ← قصد کارآفرینی	۰/۳	۲/۰۱	۰,۰۰۰	تأیید
یازدهم	بعد عاطفی نگرش به کارآفرینی ← قصد کارآفرینی	۰/۵۲	۵/۷۰	۰,۰۰۰	تأیید
دوازدهم	بعد شناختی نگرش به کارآفرینی ← قصد کارآفرینی	۰/۲۲	۱/۰۶۸	۰,۲۳	رد
سیزدهم	نگرش کارآفرینی ← ذهنیت نسبت به کارآفرینی	۰/۵۶	۶/۵۵	۰,۰۰۰	تأیید
چهاردهم	ذهنیت نسبت به کارآفرینی ← قصد کارآفرینی	۰/۵۳	۴/۴۲	۰,۰۰۰	تأیید
پانزدهم	آموزش کارآفرینی ← قصد کارآفرینی	۰/۲۵	۴/۶۸	۰,۰۰۰	تأیید
شانزدهم	خودکارآمدی ← قصد کارآفرینی	۰/۱۲	۳/۵۴	۰,۰۰۰	تأیید

(منبع یافته‌های پژوهش)

بحث و نتیجه‌گیری

مقدار ۱/۹۶ رابطه معناداری دارد. بنابراین می‌توان این‌گونه بیان کرد آموزش کارآفرینی بر بعد عاطفی، رفتاری و شناختی نگرش به کارآفرینی تأثیر دارد. نتایج حاصل با نتایج پژوهش‌های Newman و همکاران (2019)؛ Liu و همکاران (2019) و Jena (2020) همخوانی دارد.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که آموزش کارآفرینی بر ذهنیت دانشجویان نسبت به کارآفرینی با ضریب مسیر ۶/۵۵ و بیشتر از مقدار ۱/۹۶ تأثیر معناداری دارد و میزان این تأثیر ۵۴ درصد است. نتایج حاصل با نتایج پژوهش‌های Kawulur و همکاران (2019)، کواکر و همکاران (۲۰۱۹) و Wardana و همکاران (2020) همسو شده است. با آموزش کارآفرینی که به‌طور تئوری و عملی اعمال شده است، موجب می‌شود ایده‌های خلاقانه و توسعه دانش در مورد کارآفرینی برای بهبود مهارت‌های کارآفرینی ایجاد شود (کواکر و همکاران، ۲۰۱۹). این تأثیر مثبتی بر ذهنیت کارآفرینی دانشجویان دارد چراکه توانسته‌اند جنبه‌های مثبت و منفی فعالیت‌های تجاری را در نظر بگیرند و ذهنیت روشنی از کارآفرینی در این افراد ایجاد شود (Wardana et al., 2020).

از طرفی دیگر بررسی‌ها نشان داده است که خودکارآمدی بر بعد رفتاری نگرش به کارآفرینی دانشجویان ۱۸ درصد و خودکارآمدی بر بعد عاطفی نگرش به کارآفرینی دانشجویان ۲۴ درصد و خودکارآمدی بر بعد شناختی نگرش به کارآفرینی

هدف از پژوهش حاضر هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی با نقش میانجی خودکارآمدی، نگرش به کارآفرینی و ذهنیت کارآفرینی بود. بر این اساس نتایج پژوهش حاضر نشان داد آموزش کارآفرینی بر خودکارآمدی دانشجویان ۸۹ درصد تأثیر داشته که با نتایج پژوهش‌های Mahendra و همکاران (2017)؛ Gadvin و همکاران (2016) هم‌راستا شده است. نتایج حاصل Jena (2020) بیان می‌کند دانشگاه و مؤسسات دانش موردنیاز کارآفرینی را فراهم می‌کنند و دانشجویان را قادر می‌سازد و افراد متخصص در حوزه تجارت شوند. آموزش کارآفرینی منجر به افزایش توانایی دانش‌آموزان در شناسایی فرصت‌های شغلی یا موضوعات جدید می‌شود (Mahendra et al., 2017). آن‌ها همچنین می‌توانند با خلاقیت بیشتری فکر کنند و قادرند ایده‌های جدید را در قالب توسعه محصول تجاری کنند (کوییم و همکاران، ۲۰۱۴). این امر موجب ایجاد حس خودکارآمدی در دانشجویان می‌شود.

آموزش کارآفرینی بر بعد رفتاری نگرش به کارآفرینی ۴۸ درصد تأثیر داشته، همچنین آموزش کارآفرینی بر بعد عاطفی نگرش به کارآفرینی با ضریب مسیر ۳/۸۷ و بیشتر از مقدار ۱/۹۶ است، تأیید شد. تأثیر آموزش کارآفرینی بر بعد شناختی نگرش به کارآفرینی با توجه به ضریب مسیر ۴/۶۳ و بیشتر از

این پژوهش هم نشان داده شد از طریق تأثیر بر ذهنیت و خودکارآمدی بر قصد کارآفرینی تأثیر گذاشته است.

تأثیر نگرش به آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی ۵۶ درصد است. همچنین ذهنیت نسبت به کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان ۵۳ درصد تأثیر داشته است و می‌توان این‌گونه گفت با بهبود ذهنیت نسبت به کارآفرینی قصد کارآفرینی دانشجویان افزایش می‌یابد که نتایج حاصل از این دو فرضیه یا نتایج پژوهش‌های Mathisen و همکاران (2013)، Kawulur و همکاران (2019)، کواکو و همکاران (2019) همسو است. Kawulur و همکاران (2019) بیان می‌کنند دانشجویان با نگرش مثبت به کارآفرینی به جنبه‌های مثبت و منفی کارآفرینی فکر می‌کنند، همه جنبه‌های کارآفرینی را در نظر می‌گیرند، ذهنیت درستی از کارآفرینی در ایشان ایجاد می‌شود، از آنجایی کارآفرینی در این افراد رضایت ایجاد می‌کند آن را به‌عنوان اولین گزینه شغلی انتخاب می‌کنند.

آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان ۲۵ درصد تأثیر داشته است و می‌توان این‌گونه گفت با افزایش آموزش کارآفرینی قصد کارآفرینی دانشجویان افزایش می‌یابد که نتایج حاصل با نتایج پژوهش‌های Piperopoulos (2015)، Newman و همکاران (2019)، Liu و همکاران (2019) و Jena (2020) همسو است. آموزش کارآفرینی به دانشجویان کمک می‌کند توانایی شناسایی فرصت‌های تجاری را داشته باشند. با پیروی از این شرایط، خلاقانه‌تر فکر کنند علاوه بر آن آنان می‌آموزند که توانایی خود را برای تجاری‌سازی ایده‌های جدید و اصلاح محصولات فعلی افزایش دهند و از فرصت‌های خوب بازار برخوردار شوند. از طرفی دانشجویان به دلیل مختلف مانند استقلال، حس مفید بودن بیشتر و غیره، علاقه‌مند به کارآفرینی هستند. این منطقی است زیرا دانشجویان از اینکه توانسته‌اند بدون اتکا به شرکتی که فقط کارمند باشند استقلال داشته باشند، رضایت بیشتری دارند و این خود قصد کارآفرینی را در دانشجویان تقویت می‌کند.

و در آخر مشخص شد که خودکارآمدی بر قصد کارآفرینی دانشجویان ۱۲ درصد تأثیر داشته است و می‌توان این‌گونه گفت با بهبود خودکارآمدی قصد کارآفرینی دانشجویان افزایش

دانشجویان ۲۲ درصد تأثیر داشته است. می‌توان این‌گونه گفت که با افزایش خودکارآمدی بعد شناختی، عاطفی و رفتاری نگرش به کارآفرینی بهبود می‌یابد که نتایج حاصل با نتایج پژوهش‌های Bendora (2012) و Wardana و همکاران (2020) هم‌راستا شده است.

خودکارآمدی بر ذهنیت نسبت به کارآفرینی دانشجویان ۲۴ درصد تأثیر داشته است، با افزایش خودکارآمدی ذهنیت نسبت به کارآفرینی بهبود می‌یابد. نتایج حاصل با نتایج پژوهش‌های Mahendra و همکاران (2017) و Gadvin و همکاران (2016) همسو است. Mahendra و همکاران (2017) بیان می‌کنند خودکارآمدی نوعی احساس اعتماد به خود است و هنگامی که افراد احساس خودکارآمدی بالاتری دارند نگرششان (بعد عاطفی، شناختی، رفتاری) به مسائل چالشی مانند کارآفرینی مثبت‌تر است. این افراد استرس کمتری داشته در نتیجه به‌صورت بهتری در خصوص مسائل تفکر کرده و جنبه‌های مثبت و منفی را در مورد مسئله مورد نظر بهتر در نظر می‌گیرند (Wardana et al., 2020).

بعد رفتاری نگرش به کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان ۳۰ درصد، بعد عاطفی نگرش به کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان ۵۲ درصد تأثیر داشته است، می‌توان این‌گونه گفت با بهبود بعد عاطفی و رفتاری نگرش به کارآفرینی قصد کارآفرینی دانشجویان افزایش می‌یابد. بنابراین با نتایج پژوهش‌های Newman و همکاران (2019)؛ Liu و همکاران (2019) و Jena (2020) همسو شده است.

از طرفی نتایج پژوهش حاضر نشان داده است که بعد شناختی نگرش به کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر نداشته است و با نتایج پژوهش‌های Lindberg و همکاران (2017)، Newman و همکاران (2019)؛ Liu و همکاران (2019) و Jena (2020) در تضاد است؛ که دلیل رد این فرضیه را می‌توان این‌گونه بیان کرد که بعد شناختی نگرش مربوط به عقیده‌های گوناگون و آگاهانه افراد نسبت به یک موضوع است در خصوص کارآفرینی آگاهی از شرایط کسب‌وکار مانند قوانین و مقررات، منابع مالی موردنیاز و ... می‌تواند تأثیر آن بر قصد کارآفرینی را به‌صورت مستقیم از بین ببرد. همین‌طور که در

کسب‌وکار جدید از طریق ادغام تجربه، مهارت‌ها و دانش است که برای توسعه و گسترش یک کسب‌وکار ضروری است (Wardana et al., 2020). آموزش کارآفرینی بر خودکارآمدی کارآفرینی، نگرش کارآفرینی و طرز فکر کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. خودکارآمدی کارآفرینی باعث بهبود نگرش کارآفرینی می‌شود، هنگامی که دانشجویان این باور را داشته باشند که این گونه افراد و گروه‌ها، رفتار کارآفرینانه آنان را حمایت می‌کنند، نگرش مثبتی درباره فعالیت کارآفرینانه در آنان پدید می‌آید و این نگرش مثبت در نهایت منجر به آغاز فعالیت‌های کارآفرینانه و در نتیجه قصد پایدارتری برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در آنان خواهد شد. از این رو، می‌توان بیان داشت که رابطه بین هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک شده با قصد کارآفرینانه یک رابطه ساده نبوده، بلکه یک رابطه شرطی و وابسته به دیگر متغیرها است که در این زمینه، متغیر نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه دارای اهمیت شایان پذیرشی است. در واقع، نگرش مساعد نسبت به فعالیت‌های کارآفرینانه در دانشجویان، زمینه لازم برای کارآفرینی را فراهم کرده و قصد پایدارتری را در دانشجویان جهت راه اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه ایجاد می‌کند

این مطالعه دارای چندین محدودیت است. به دلیل ماهیت مقطعی مطالعه، در مورد جهت علیت نمی‌توان مطمئن بود. جامعه پژوهش محدود به یک استان و ۲ رشته تحصیلی بود که امکان تعمیم دقیق نتایج را با مشکل مواجه می‌کند. پیشنهاد می‌شود برای تعمیم دقیق نتایج، پژوهش در شهرها و رشته‌های دیگر نیز اجرا شود تا قدرت تعمیم نتایج را افزایش دهد. همچنین از آنجا که پرسشنامه‌ها خودگزارشی بودند و توسط خود دانشجویان تکمیل شدند، احتمال عدم صداقت و یا سوگیری در گزارشات وجود دارد، لذا بهتر است در پژوهش‌های آتی، برای اطمینان بیشتر از صحت نتایج، از روش‌های دیگر جمع‌آوری اطلاعات همچون مصاحبه استفاده گردد. همچنین با توجه به شرایط روحی و روانی افراد و شیوع

می‌یابد که نتایج حاصل با نتایج پژوهش‌های Newman و همکاران (2019)، Liu و همکاران (2019) و Jena (2020) همسو شده است. خودکارآمدی بر احساس تفکر و رفتار افراد مؤثر بوده و تعیین‌کننده فعالیت‌هایی است که فرد انتخاب می‌کند تلاشی که انجام می‌دهد درکی که از فعالیت‌ها دارد (Jena, 2020). همچنین میزان پافشاری و تلاشی است، که در رویارویی با چالش‌های پیش رو از خود نشان می‌دهد.

همچنین یافته‌های پژوهش Mukhtar و همکاران (2021) نشان می‌دهد که ذهنیت کارآفرینانه، قصد کارآفرینی دانشجویان را افزایش داده است. همچنین آموزش کارآفرینی با ذهنیت کارآفرینانه دانشجویان ارتباط قوی دارد. واردنا و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهش خود نشان داده‌اند که آموزش کارآفرینی بر خودکارآمدی کارآفرینی، نگرش کارآفرینی و طرز فکر کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. خودکارآمدی کارآفرینی باعث بهبود نگرش کارآفرینی می‌شود اما بر ذهنیت کارآفرینی تأثیری نداشته است. Anwar و همکاران (2021) با مطالعات ساختاری با ۶۶۳ دانشجو (۳۶۸ مرد و ۲۹۵ زن) از سه دانشگاه مختلف در هند، نشان دادند ویژگی‌های کارآفرینی به طور قابل توجهی بر نگرش کارآفرینانه و خودکارآمدی تأثیر می‌گذارد در حالی که با واسطه نگرش کارآفرینانه و خودکارآمدی رابطه مستقیم و رابطه غیرمستقیمی با قصد کارآفرینانه دارد.

در تبیین مدل می‌توان گفت: آموزش کارآفرینی طرز فکر، نگرش و رفتار دانش آموزان را به‌عنوان یک کارآفرین شکل می‌دهد و آن‌ها را برای انتخاب شغل به‌عنوان یک کارآفرین ترغیب می‌کند (Jena, 2020). از طرفی Liñán و همکاران (2011) تأکید می‌کنند که آموزش کارآفرینی یک ابزار کلیدی برای افزایش نگرش‌های کارآفرینانه کارآفرینان بالقوه و نوپا در نظر گرفته شده است. نتایج پژوهش Valencia-Arias و همکاران (2021) نشان می‌دهد دانشجویان هرچه بیشتر آموزش ببینند، نگرش کارآفرینانه بیشتری نیز خواهد داشت. آموزش کارآفرینی به دانشجویان اجازه می‌دهد تا هم مبانی نظری در مورد مفهوم کارآفرینی و هم نگرش، رفتارها و طرز فکر یک کارآفرین داشته باشند. این یک سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی برای آماده‌سازی دانشجویان برای شروع یک

- Anjum, T., Farrukh, M., Heidler, P., & Díaz Tautiva, J. A. (2021). Entrepreneurial Intention: Creativity, Entrepreneurship, and University Support. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 11.
- Anwar, I., Jamal, M. T., Saleem, I., & Thoudam, P. (2021). Traits and entrepreneurial intention: testing the mediating role of entrepreneurial attitude and self-efficacy. *Journal for International Business and Entrepreneurship Development*, 13(1), 40-60.
- Baidi, B., & Suyatno, B. (2018). Effect of entrepreneurship education, self-efficacy and need for achievement toward students' entrepreneurship intention: Case study in Febi, Iain Surakarta, Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(2), 1-16.
- Bandura, C. (2012). On the functional properties of perceived self-efficacy revisited. *J. Manag.* 38 (1), pp. 9-44
- Bian, F., Wu, C. H., Meng, L., & Tsai, S. B. (2021). A study on the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intention. *International Journal of Technology, Policy and Management*, 21(1), 1-19.
- Bian, F., Wu, C. H., Meng, L., & Tsai, S. B. (2021). A study on the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intention. *International Journal of Technology, Policy and Management*, 21(1), 1-19.
- Çera, E., Çera, G., & Skreli, E. (2021). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intention: evidence from a transition country. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 43(4), 548-569.
- Çera, E., Çera, G., & Skreli, E. (2021). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intention: evidence from a transition country. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 43(4), 548-569.
- Daniel, A. D. (2016). Fostering an entrepreneurial mindset by using a design thinking approach in entrepreneurship education. *Industry and Higher Education*, 30(3), 215-223.
- Do, B. R., & Dadvari, A. (2017). The influence of the dark triad on the relationship between entrepreneurial attitude orientation and entrepreneurial intention: A study among students in Taiwan University. *Asia Pacific Management Review*, 22(4), 185-191.
- Ferreira, N.R. Reis, R. Miranda. (2015). Thirty years of entrepreneurship research published in top journals: analysis of citations, co-citations and themes. *J. Global Entrepreneurship Res.* 5 (1), pp. 1-22
- Garaika, G., Margahana, H. M., & Negara, S. T. (2019). Self efficacy, self personality and self confidence on entrepreneurial intention: study on young enterprises. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(1), 1-12.
- 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.
- Hassi. P. (2016). Effectiveness of early entrepreneurship education at the primary school level: evidence from a field research in Morocco. *Citizenship, Soc. Economics Edu.* 15 (2), pp. 83-103

بیماری کرونا فرایند نمونه گیری و تکمیل پرسشنامه با دشواری انجام گردید.

بر اساس نتایج پیشنهاد می‌شود؛ آموزش کارآفرینی به منظور بهبود تصویر کارآفرینی به عنوان یک گزینه قابل قبول شغلی در برنامه‌های درسی دانشجویان قرار بگیرد چراکه می‌تواند بر اهداف دانشجویان نسبت به کارآفرینی تأثیر بگذارد. پیشنهاد می‌شود دانشگاه‌ها از طریق درگیر کردن الگوهای تجاری، کارآفرینی را ارتقا دهند تا تصویری مثبت از کارآفرینی برای دانشجویان ایجاد شود. در بعضی مواقع آموزش به تنهایی نمی‌تواند کافی باشد با توجه به اهمیت خودکارآمدی باید این ویژگی دانشجویان نیز تقویت شود. با توجه به متفاوت بودن روش و سرفصل تدریس در دانشگاه‌های مختلف و مؤسسات دیگر پژوهشی به منظور بررسی تأثیرگذارترین شیوه آموزش انجام شود. با توجه به تأثیر متغیرهای جمعیت شناختی و فرهنگی در قصد کارآفرینی تحقیق در جامعه مختلفی انجام شود. با توجه به اهمیت آموزش کارآفرینی در سنین پایین تحقیقی در مدارس انجام شود.

منابع

- شعاع اردبیلی، ف. رحمانی، ج. ویسی، غ. (۱۳۹۸). طراحی و ارائه چارچوب مفهومی و مدل دانشگاه کارآفرین بر اساس نظریه داده بنیاد سیستماتیک. *نشریه پژوهش در نظام‌های آموزشی*، ۱۵۷-۱۳۲، ۱۳۲(۴۷).
- مهنا، س. طالع پسند، س و رستمی، ش. (۱۳۹۹). هویت تحصیلی، انگیزش درونی و خودکارآمدی به عنوان پیش‌بینی‌کننده‌های درگیری شناختی عمیق. *نشریه پژوهش در نظام‌های آموزشی*، ۱۴(۴۸)، ۷-۲۲.
- موسوی، ا. رجوعی، م و غیورباغبانی، م. (۱۳۹۸). تأثیر گرایش کارآفرینی و یادگیری و خودکارآمدی کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کار: مطالعه موردی. *فصلنامه مدیریت سلامت*. ۲۲ (۴): ۷۲-۸۵

References

- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioural control, self-efficacy, locus of control and the theory of planned behaviour. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 665-683.

- self-efficacy, and entrepreneurial intentions J. Small Bus. Manag. 53 (4), pp. 970-985
- Shahab, Y., Chengang, Y., Arbizu, A. D., & Haider, M. J. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention: do entrepreneurial creativity and education matter?. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Smith, S. Hamilton, M. & Fabian, K.. (2019). Entrepreneurial drivers, barriers and enablers of computing students: Gendered perspectives from an Australian and UK university. *Studies in Higher Education*, 28, 1-14.
- Solesvik, M. Z., Westhead, P., Matlay, H., & Parsyak, V. N. (2013). Entrepreneurial assets and mindsets: benefit from university entrepreneurship education investment. *Education+ Training*.
- Travis, J., & Freeman, E. (2017). Predicting entrepreneurial intentions: incremental validity of proactive personality and entrepreneurial self-efficacy as a moderator. *Journal of Entrepreneurship Education*, 20(1).
- Valencia-Arias, A., Arango-Botero, D., & Sánchez-Torres, J. A. (2021). Promoting entrepreneurship based on university students' perceptions of entrepreneurial attitude, university environment, entrepreneurial culture and entrepreneurial training. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*.
- 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)
- 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.
- Wen Wu, S. (2010). Linking Bayesian networks and PLS path modeling for causal analysis. *Expert Systems with Applications*, 37, 134-139.
- Wiklund, B. Nikolaev, N. Shir, M.D. Foo, S. Bradley. (2019). Entrepreneurship and well-being: past, present, and future. *J. Bus. Ventur.* 34 (4), pp. 579-588
- Xingjian, W. Liu, X. & Jian, S. (2019). How does the entrepreneurship education influence the students' innovation? Testing on the multiple mediation model. *Frontiers in Psychology*, 10.
- Z.A.L. Pihie, A. Bagheri. (2010). Entrepreneurial attitude and entrepreneurial efficacy of technical secondary school students. *J. Vocat. Educ. Train.*, 62 (3), pp. 351-366
- Z.E. Zeng, B. Honig. (2016). How should entrepreneurship be taught to students with diverse experience? A set of conceptual models of entrepreneurship education *Models of Start-Up Thinking and Action: Theoretical, Empirical and Pedagogical Approaches*, Emerald Group Publishing Limited
- Zhang, P. & Cain, K. W. (2017). Reassessing the link between risk aversion and entrepreneurial intention: The mediating role of the determinants of planned behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(5), 793-811.
- Haynie, J. M., Shepherd, D., Mosakowski, E., Earley, P. C. (2010). A situated metacognitive model of the entrepreneurial mindset: *Journal of Business Venturing* 25 (2010) 217-229.
- Jena. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: a case study *Comput. Hum. Behav.* 107
- Kawulur, M.C.N. Rumagit, R.A.F. (2019). Tumiwa, Entrepreneurship conceptual model based on local economic potentials in coastal likupang beach North Minahasa district, Indonesia. *Adv. Econom. Business Manag. Res.* 65, pp. 737-741
- Kazdin, A. E. (2000). *Encyclopedia of psychology* (Vol. 8, p. 4128). American Psychological Association (Ed.). Washington, DC: American Psychological Association.
- Kubberød, E. & Pettersen, I. B. (2017). Exploring situated ambiguity in students' entrepreneurial learning. *Education and Training*, 59(3), 265-279
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International entrepreneurship and management Journal*, 7(2), 195-218.
- Lindberg, H. Bohman, P. Hultén. (2017). Methods to enhance students' entrepreneurial mindset: a Swedish example. *Eur. J. Training Dev.* 41 (5), pp. 450-466
- Liu, X. Lin, C. Zhao, G. & Zhao, D. (2019). Research on the effects of entrepreneurial education and entrepreneurial self-efficacy on college students' entrepreneurial intention. *Frontiers in Psychology*, 10, 869.
- Lv, Y., Chen, Y., Sha, Y., Wang, J., An, L., Chen, T., ... & Huang, L. (2021). How Entrepreneurship Education at Universities Influences Entrepreneurial Intention: Mediating Effect Based on Entrepreneurial Competence. *Frontiers in Psychology*, 12.
- Mahendra, E.T. Djatmika, A. Hermawan. (2017). The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention mediated by motivation and attitude among management students, state university of Malang, Indonesia *Int. Educ. Stud.* 10 (9), p. 61
- Mathisen, J.K. Arnulf. (2013). Competing mindsets in entrepreneurship: the cost of doubt *Int. J. Manag. Educ.*, 11, pp. 132-141
- Mukhtar, S., Wardana, L. W., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2021). Does entrepreneurship education and culture promote students' entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial mindset. *Cogent Education*, 8(1), 1918849.
- Ndou, G. Mele, P. Del. Vecchio, Leisure. (2018). sport & tourism education entrepreneurship education in tourism: an investigation among European universities *J. Hospit. Leisure Sports Tourism Educ*, pp. 1-11
- Newman, A. Martin, O. 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.
- Piperopoulos, D. Dimov. (2015). Burst bubbles or build steam? Entrepreneurship education, entrepreneurial

Zhang, S. N., Li, Y. Q., Liu, C. H., & Ruan, W. Q. (2020). Critical factors identification and prediction of tourism and hospitality students' entrepreneurial intention. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 26, 100234.

Zhang, P., & Cain, K. W. (2017). Reassessing the link between risk aversion and entrepreneurial intention: The mediating role of the determinants of planned behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(5), 793–811.