

DEZVOLTAREA INTERESULUI ȘI COMPETENȚELOR ANTREPRENORIALE PRINTR-UN PROGRAM DE FORMARE INTERACTIV ÎN CONDIȚIILE ÎNVĂȚĂMÂNTULUI LICEAL

DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL INTEREST AND SKILLS THROUGH AN INTERACTIVE TRAINING PROGRAM IN THE CONDITIONS OF HIGH SCHOOL EDUCATION

Alina ROBU

Universitatea Pedagogică de Stat "Ion Creangă",

Doctorand (MOLDOVA)

E-mail: robu.alina.088@gmail.com

ORCHID ID: 0000-0002-9851-6915

CZU: 373.5:33

Rezumat

Numărul de programe educaționale cu tematică antreprenorială este în creștere, dar impactul acestora este insuficient cercetat la nivel local. Acest studiu contribuie la înțelegerea efectului educației antreprenoriale asupra intențiilor antreprenoriale la nivelul elevilor de liceu. Cercetarea a inclus 147 de elevi, 16-18 ani, împărțiți în grup de control și grup experimental. Elevii din grupul experimental au luat parte la un program educațional interactiv pe parcursul a 12 întâlniri, în scopul dezvoltării cunoștințelor despre antreprenariat. A fost observat un efect de magnitudine mare a programului educațional asupra intențiilor antreprenoriale ($\eta_p^2=0.83$, Cohen's $d=3.07$) și competențelor antreprenoriale ($\eta_p^2=0.82$, Cohen's $d=2.69$). Conform rezultatelor, considerăm că formarea antreprenorială în rândul instituțiilor de educație poate spori dobândirea de abilități relevante și încrederea necesară pentru angrenarea tinerilor în desfășurarea activităților antreprenoriale independente.

***Cuvinte-cheie:** învățământ liceal, educație antreprenorială, experiment formativ, intenții antreprenoriale, competențe antreprenoriale*

Abstract

The number of educational programs with an entrepreneurial thematic is increasing, but their impact is insufficiently researched at the local level. This study contributes to the understanding of the effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions in high school students. The research included 147 students, 16-18 years old, divided into a control group and an experimental group. Students in the experimental group took part in an interactive educational program during 12 meetings in order to develop their knowledge about entrepreneurship. We observed a large effect size of the educational program on entrepreneurial intentions ($\eta_p^2=0.83$, Cohen's $d=3.07$) and entrepreneurial skills ($\eta_p^2=0.82$, Cohen's $d=2.69$). According to the results, we believe that entrepreneurship training among educational institutions can enhance the acquisition of relevant skills and the necessary confidence to engage young people in the development of independent entrepreneurial activities.

***Keywords:** high school education, entrepreneurial education, formative experience, entrepreneurial intentions, entrepreneurial skills*

Introducere

În unele țări, rolul antreprenorilor nu este clar și poate fi privit negativ, iar antreprenoriatul nu este recompensat, ci mai degrabă penalizat și privit cu dispreț. În multe părți ale lumii generațiile mai în vârstă încă privesc antreprenoriatul cu un ochi sceptic și uneori cu ostilitate, atitudine deseori regăsită în foste țări comuniste și încă activă în multe manuale educative din Europa [1] [2] [3]. Desigur, atitudinile culturale diferă și nu trebuie să generalizăm prea mult, dar este necesar ca în formularea curriculei educaționale să fim atenți la sensibilitățile locale specifice. Acestea fiind spuse, în prezent cel mai laudat și susținut comportament antreprenorial se regăsește în S.U.A., Marea Britanie și țările nordice sau Coreea de Sud, pentru a numi doar câteva exemple fruntașe în adoptarea culturii antreprenoriale puternice.

Educația antreprenorială a fost introdusă și promovată în multe țări și în multe instituții ale învățământului terțiar, dar până în acest moment se cunoaște prea puțin despre efectul acestor cursuri, impactul lor fiind mai mult teoretizat decât demonstrat empiric. În special, nu se cunoaște în ce măsură cursurile au impact asupra dorinței elevilor de a se implica în activitatea antreprenorială și ce fel de procese de învățare sunt responsabile pentru aceste efecte. Din perspectiva empirică, după cum am menționat și anterior, există multiple probleme de măsurare cu acest tip de cercetare deoarece necesită grupuri de control și studiul longitudinal pentru a-și dovedi eficacitatea [4]. Rezultatele studiilor empirice au fost relativ mixte în privința cuantificării acurate a impactului educației antreprenoriale asupra tinerilor. Cu toate acestea, acesta este un domeniu de studiu este important pentru succesul antreprenorial, dar și pentru simpla dezvoltare a forței de muncă.

1. Cadrul teoretic al educației antreprenoriale

Comportamentele planificate, care în cazul de față comportamentul de interes ar fi inițierea unei afaceri, sunt intenționate și sunt precise prin intenția față de respectivul comportament, conform principiilor generale ale teoriei psihologice comportamentale. Teoria comportamentului planificat a fost dezvoltată de psihologul social polonez Icek Ajzen [5] pentru a prezice o varietate de comportamente sociale în diferite domenii, de la comportamentul consumatorilor, la politică sau asistență medicală. Atitudinea față de comportament, concordanța cu normele subiective și percepția controlului asupra comportamentului, sunt cei mai buni predictorii ai intenției. În același timp atitudinile sunt create în baza influențelor exogene, precum cultură, societate, descriptori demografici, abilități personale sau materiale, care la rândul lor impactează indirect intențiile și manifestarea comportamentului. Cei trei factori de influență descriși mai sus se regăsesc sub termenul umbrelă de atitudini, iar aceste atitudini sunt direct responsabile de intenția comportamentală. În cadrul antreprenorial, această intenție se regăsește sub forma unei stări de spirit și mentalitate (în engleză *mindset*) care direcționează atenția și energia individului înspre desfășurarea muncii antreprenoriale independente [6].

Activitățile educaționale antreprenoriale care vor fi dezvoltate pentru elevii din școli depind în mare măsură de barierele percepute de aceștia și de sprijinul pe care îl resimt în asumarea de noi riscuri. În studiile comisionate de Uniunea Europeană asupra percepției antreprenoriatului în rândul tinerilor [7] [8] relevă că lipsa de experiență relevantă percepută și lipsa încrederii în sine sunt principalele două motive citate de studenți și absolvenți ca

motiv pentru refuzul de a se angaja în antreprenoriat după absolvire. Educația antreprenorială influențează rata inițiativelor antreprenoriale, dar are și un impact pozitiv asupra ratei de succes a respectivei firme [9], mai ales în rândul femeilor [10]. Cele mai multe bariere raportate în inițierea unei afaceri sunt lipsa de capital și lipsa de cunoștințe [7], iar educația timpurie are capacitatea de a diminua sau disipa aceste impedimente. Deseori femeilor și minorităților nu li s-au oferit aceleași oportunități educaționale pe care le-au cunoscut persoanele din diferite firme, iar astfel de programe de educație antreprenorială pot începe să ajute aceste grupuri subreprezentate în depășirea obstacolelor cu care se confruntă în inițierea și dirijarea propriilor lor afaceri [11].

Cadrul teoretic adoptat în acest studiu a inclus teoria economică asupra antreprenoriatului generată de Schumpeter, perspectiva psihologică asupra antreprenoriatului de către McClelland și abordarea sociologică a lui Hagen. Din literatura de specialitate, atât din domeniul psihologic și pedagogic dar și mai ales din perspectiva economică, s-a putut observa clar că educația antreprenorială este esențială pentru dezvoltarea unei națiuni, deoarece oferă o educație funcțională și nu doar teoretică pentru elevi, lucru le va permite să se desfășoare independent și responsabili, încrezători în sine, creativi și inovatori în identificarea oportunităților de afaceri.

1.1. Studii empirice asupra educației antreprenoriale

Cercetările asupra efectului educației antreprenoriale sunt încă în stadii incipiente și de anvergură relativ restrânsă [12] [13]. Există o diferență între semnalele pe care întreprinzătorii și angajații le primesc despre capacitatea lor antreprenorială. În funcție de cultura în care trăiesc, viitorii antreprenori pot avea informații mai încurajatoare sau nu despre aspirațiile lor, decât angajații. Într-o cultură în care antreprenoriatul nu este o caracteristică predominantă, ne putem aștepta ca educația formală să îi ajute pe studenți să-și descopere și dezvolte talente potrivite pentru a fi angajați. În schimb, o cultură care accentuează antreprenoriatul este mai puțin probabil să ofere semnale puternice și instruire pentru angajații talentați și mai multe semnale pentru aspirații antreprenoriale.

Educația în context formal și informal este necesară pentru a motiva tinerii și pentru a dezvolta potențialul antreprenorial al studenților care, în mod tradițional, pot fi mai puțin înclinați să găsească și să gestioneze firme orientate spre inovație. Chiar dacă domeniul antreprenorial este în continuă schimbare și nu va putea fi vreodată acoperit integral de educație, există totuși o responsabilitate care nu poate fi ignorată de a influența atitudinile oamenilor față de antreprenoriat și de a informa asupra fezabilității de a deveni un antreprenor de succes [14] [15].

Unele studii empirice confirmă faptul că există un impact pozitiv al cursurilor sau programelor de educație antreprenorială din universități asupra atractivității percepute și a fezabilității inițierii unui demers antreprenorial, precum studiile efectuate de Tkachev și Kolvereid [16]. Studiile lui Peterman și Kennedy [17] sau Souitaris și colaboratorii săi [18] sunt printre cele mai riguroase și remarcabile cercetări din domeniu, folosind un cadru experimental de tipul pre-test post-test împreună cu o comparație cu grupul de control. Primul studiu constată că expunerea la educația întreprinderilor afectează intențiile antreprenoriale ale elevilor de liceu. Souitaris alături de colegii săi observă că sensibilizarea printr-un program de antreprenoriat pe parcursul unui semestru duce la o intenție antreprenorială mai

puternică, chiar dacă nici unul dintre studii nu încearcă să investigheze natura proceselor de învățare care se desfășoară în programele respective. Prin urmare, acest domeniu de cercetare devine o componentă importantă care nu ar trebui trecută cu vederea de instituțiile de învățământ. S-a putut totuși observa, după cum sublinia și Bandura, că această formă de educație interactivă este benefică copiilor, ajutându-i să își conștientizeze abilitățile și să își crească nivelul de autoeficacitate.

2. Planul educațional al competențelor antreprenoriale

Intervenția formativă din cadrul acestui studiu are drept scop introducerea elevilor în sfera antreprenorială și dezvoltarea abilităților relevante demersului antreprenorial. Seria de lecții poartă numele “Antreprenorul sunt eu!” și a fost construită pe baza modelelor “Educație socială și financiară” al Institutului de științe ale educației în colaborare cu Ministerul educației al Republicii Moldova [19], “Youth Start - Provocări antreprenoriale” sub egida Uniunii Europene [20], “Entrepreneurship for Kids” proiect dezvoltat de Galit Zamler pentru școlile din Israel [21] și “Junior Achievement USA” program fondat în Colorado, Statele Unite ale Americii [22].

Planul explorării antreprenoriale este conceput pentru a dezvolta abilitățile elevilor și pentru a le deschide apetitul de a participa la activități antreprenoriale. Credem că prin educație putem crea o cultură durabilă al antreprenoriatului, încurajând elevii și schimbând atitudinile față de mediul antreprenorial. Este necesar ca planul educațional să fie adaptat la specificul economic local, care țin de anumite regiuni ale țării, cultura locală, resurse și legi [23] [24]. Fiecare școală va fi diferită precum fiecare economie va fi diferită și va avea caracteristici specifice agenților care o susțin.

Prin implementarea acestui program educațional formativ ne așteptăm ca motivația elevilor de a învăța, explora și de a se angaja în activitățile școlare să crească împreună cu dezvoltarea proactivității, gândirii creative și a atitudinii de asumare a riscurilor care le va permite să își atingă potențialul maxim [25]. Folosim o abordare orientată spre utilitate și pragmatism, centrată pe educația antreprenorială la nivelul elevilor de liceu pentru a promova atitudinile pozitive de autorealizare, cu scopul de a le îmbunătăți șansele pe piața muncii și de a le extinde perspectivele în viață.

3. Rezultatele experimentului formativ

Eșantionul a fost format din 147 de elevi, provenind din patru clase de a XI-a și două clase a XII-a. Aceștia au fost cu succes evaluați în cele două instanțe de testare. Vârsta acestora s-a modificat pe parcursul experimentului formativ, păstrându-se totuși în intervalul 16-18 ani. Experimentul formativ au fost aplicat în cadrul unei singure școli din Brașov, în primul semestru de pe parcursul anului școlar 2021/2022. Grupul experimental (GE) a fost format din elevii din trei dintre clase de a XI-a și una din clase XII, restul fiind asigurați în grupul de control (GC).

3.1. Instrumente utilizate

Chestionarul aplicat cu intenția de a evalua spiritul antreprenorial a fost preluat parțial din chestionar construit de Liñán și Chen [26]. Itemii au fost selecționați, traduși și aplicați pe

un grup restrâns de participanți cu intenția de a verifica claritatea traducerii. Chestionarul rezultat, împreună cu întrebările demografice specifice, a fost ulterior aplicat pe cei 147 de participanți la studiu în cele două etape de testare. Consistența internă a acestor scale a fost evaluată cu ajutorul valorii Alpha Cronbach care vizează corelarea inter-item cât și apropierea acestora de valoarea globală a scalei. Toate scalele prestabilite obțin valori bune (situate între 0.7 și 0.8) și foarte bune (peste 0.8, dar mai puțin de 0.9) al coeficientului alpha Cronbach. Dimensiunile de interes prezentate în această cercetare sunt subscalele *Competențe antreprenoriale* (conținând itemi precum “Cunosc detaliile practice necesare pentru a înființa o firmă” sau “Știi să dezvolt un proiect antreprenorial”) și *Intenții antreprenoriale* (conținând itemi precum “Scopul meu profesional este să devin antreprenor” sau “Voi depune orice eforturi pentru a înființa și a conduce propria mea firmă”), evaluate pe scală Likert în 7 puncte.

3.2. Evaluarea efectului educației antreprenoriale

Fundamentul de testare a eficienței intervenției pedagogice formative este bazat pe un format experimental clasic. Evaluarea experimentului formativ a fost efectuată cu ajutorul RMANOVA, [27] analiza multivariată cu măsurători repetate de forma 2 (GE și GC) x 2 (timp: pre și post-test) pentru a testa efectele intervenției educaționale formative asupra perspectivelor antreprenoriale și dezvoltarea cunoștințelor practice. Analiza de putere statistică a intervenției s-a bazat pe coeficientul parțial η^2 furnizat de SPSS pentru fiecare efect (Cohen: mărimea efectului mică - $\eta^2 = .01$; mărimea efectului medie $\eta^2 = .06$; mărime mare a efectului = $.14$) [28] [29].

3.2.1. Competențe antreprenoriale

Dimensiunea *Competențelor antreprenoriale* este variabila pentru care elevii evaluați au obținut cele mai mici scoruri. Cu o medie de 3.26 pe eșantionul total, cu mult mai jos decât punctul de mijloc la 4 (dintr-un maxim de 7), erau evidente lacunele cunoașterii procesului antreprenorial. Observăm că nu există o mare diferență între mediile GE (M=3.249, DS=0.824) și cel de control (M=3.278, DS=0.846) la timpul de pre-testare pentru variabila *Competențe antreprenoriale*. Totuși apare o modificare a mediei GE la evaluarea post-test (M=5.366, DS= 0.521), în timp ce GC menține o medie relativ apropiată cu cea din pretestare (M=3.445, DS=0.893).

Tabelul 1. Diferențele de medie pentru variabila *Competențe antreprenoriale* și analiza post-hoc a diferențelor cu ajustarea Bonferroni

	<i>Grup experimental</i>	<i>Grup de control</i>	
<i>Pretest: Inovativitate</i>	3.249	3.279	$\Delta M = -.030$, $p = .841$
<i>Post-test: Inovativitate</i>	5.366	3.446	$\Delta M = 1.921$, $p = .000$
	$\Delta M = -2.117$, $p = .000$	$\Delta M = -.167$, $p = .765$	

Rezultatele analizei multivariate cu măsurători repetate au relevat un efect principal mare al timpului de testare asupra dimensiunii *Competențe antreprenoriale*, Wilk's $\Lambda = 0.362$, $F(1) = 254.961$, $p = .000$, $\eta_p^2 = 0.637$. Aceeași analiză ne confirmă că există o diferență mare

semnificativă statistic și în funcție de grupul și momentul evaluării, Wilk's $\Lambda=0.438$, $F(1)=185.967$, $p=.000$, $\eta_p^2=0.562$.

Pentru momentele evaluării, analiza post hoc Bonferroni a demonstrat o diferență între grupul experimental și cel de control doar pentru momentul post-test, nu și pentru evaluarea inițială din pre-testare la nivelul variabilei *Competențe antreprenoriale*. Pentru prima evaluare diferențele sunt nesemnificative între cele două grupuri ($\Delta M=-0.029$, $p=0.841$, 95% CI [-0.322, 0.262]). La cea de-a doua evaluare observăm o diferență de medii de $\Delta M=1.921$ ($p=.000$) între GE ($M=5.366$, 95% CI [5.236, 5.496]) și cel de control ($M=3.445$, 95% CI [3.253, 3.637]). Cu un grad ridicat de încredere putem afirma că diferența de medie dintre cele două grupuri se află pe intervalul [1.688, 2.152].

Ajustarea Bonferroni a relevat că nivelul variabilei *Competențe antreprenoriale* a crescut semnificativ pentru GE între momentul inițial ($M=3.249$, 95% CI [3.085, 3.412]) și testarea de după intervenția educațională formativă ($M=5.366$, 95% CI [5.236, 5.496]). Cu o încredere de 95% putem afirma că această diferență ($\Delta M=2.117$, $p=.000$) manifestată prin creșterea valorilor între pretestare și posttestare se află în intervalul [1.959, 2.27]. Deloc surprinzător, pentru GC nu apar diferențe semnificative statistic ale mediilor pre și post-test ($\Delta M=0.166$, $p=0.161$, 95% CI [-0.067, 0.4]).

Cu o majorare a mediei de aproape două deviații standard, desigur că am obținut un efect principal al intervenției educaționale asupra GE statistic semnificativ și de foarte mare magnitudine: Wilk's $\Lambda=0.171$, $F(1)=700.188$, $p=.000$, $\eta_p^2=0.828$.

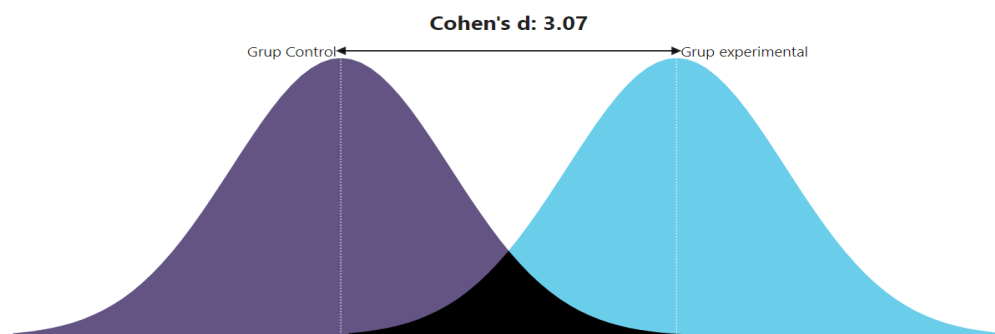


Figura 1. Représentarea grafică a distribuțiilor celor două grupuri post intervenție pentru variabila *Competențe antreprenoriale*

Magnitudinea mare a efectului se traduce într-un omega-pătratic similar cu eta, $\omega^2=0.826$, iar valoarea coeficientului Cohen este $d=3.071$. Cu o valoare Cohen d atât de mare putem fi siguri că 99,9% din GE va fi peste media GC (Cohen U_3) după intervenția formativă, 13,4% dintre cele două grupuri se vor suprapune și există o șansă de 98,3% ca o persoană aleasă la întâmplare din GE va avea un scor mai mare decât o persoană aleasă la întâmplare din GC (probabilitate de superioritate).

3.2.2. Intenții antreprenoriale

Ultima variabilă evaluată este dimensiunea *Intenții antreprenoriale*, care conține afirmații directe cu privire la înverșunarea respondentului de a deveni antreprenor precum "Am intenția fermă de a înființa o firmă într-o bună zi". La momentul inițial de testare media la nivelul întregului eșantion ($M=3.29$) era printre cele mai scăzute, alături de *Competențele*

antreprenoriale (M=3.26). Antreprenoriatul nu era un domeniu deloc atractiv pentru elevi, dar nici foarte bine înțeles. Inițial nu exista o mare diferență între mediile GE (M=3.291, DS= 0.833) și cel de control (M=3.276, DS= 0.765) la timpul de pre-testare pentru variabila *Intenții antreprenoriale*. Totuși apare o modificare a mediei GE la evaluarea post-test (M=5.284, DS= 0.633), în timp ce GC menține o medie relativ apropiată cu cea din pretestare (M=3.453, DS= 0.803).

Analiza RMANOVA a relevat un efect principal mare al timpului de testare asupra dimensiunii Intenții antreprenoriale, Wilk's $\Lambda=0.367$, $F(1)=249.547$, $p=.000$, $\eta^2=0.632$. Aceeași analiză multivariată ne confirmă că există o diferență semnificativă statistic, dar de magnitudine ușor redusă, și în funcție de grupul și momentul evaluării, Wilk's $\Lambda=0.453$, $F(1)=174.76$, $p=.000$, $\eta^2=0.546$.

Tabelul 2. Diferențele de medie pentru variabila *Intenții antreprenoriale* și analiza post-hoc a diferențelor cu ajustarea Bonferroni

	<i>Grup experimental</i>	<i>Grup de control</i>	
<i>Pretest:</i> <i>Inovativitate</i>	3.291	3.276	$\Delta M=-015$, $p=.918$
<i>Post-test:</i> <i>Inovativitate</i>	5.284	3.453	$\Delta M=1.831$, $p=.000$
	$\Delta M=-1.993$, $p=.000$	$\Delta M=-.177$ $p=.122$	

Din perspectiva momentului de evaluare a intențiilor antreprenoriale, analiza post hoc Bonferroni a demonstrat o diferență între grupul experimental și cel de control doar pentru momentul post-test, nu și pentru evaluarea inițială din pre-testare la nivelul variabilei de interes. Pentru prima evaluare diferențele sunt nesemnificative între cele două grupuri ($\Delta M=0.015$, $p=0.917$, 95% CI [-0.271, 0.301]). La cea de-a doua evaluare observăm o diferență de medii de $\Delta M=1.831$ ($p=.000$) între GE (M=5.284, 95% CI [5.148, 5.42]) și cel de control (M=3.453, 95% CI [3.252, 3.654]). Cu un grad ridicat de încredere putem afirma că diferența de medie dintre cele două grupuri se află pe intervalul [1.588, 2.073].

Analiza post-hoc cu ajustarea Bonferroni a relevat că nivelul variabilei *Intenții antreprenoriale* a crescut semnificativ pentru GE între momentul inițial (M=3.291, 95% CI [3.131, 3.451]) și testarea de după intervenția educațională formativă (M=5.284, 95% CI [5.148, 5.42]). Cu o încredere de 95% putem afirma că această diferență ($\Delta M=1.993$, $p=.000$) manifestată prin creșterea valorilor între pretestare și posttestare se află în intervalul [1.841, 2.144]. Deloc surprinzător, pentru GC nu apar diferențe semnificative statistice ale mediilor pre și post-test ($\Delta M=0.177$, $p=0.122$, 95% CI [-0.048, 0.402]).

Efectul principal al intervenției educaționale asupra GE este statistic semnificativ și de magnitudine mare: Wilk's $\Lambda=0.177$, $F(1)=672.663$, $p=.000$, $\eta_p^2=0.822$. Cu o magnitudine a efectului foarte mare, valoarea omega-pătratic ($\omega^2=0.82$) este și ea extrem de apropiată de eta pătratic parțial, asigurându-se că efectul este generalizabil.

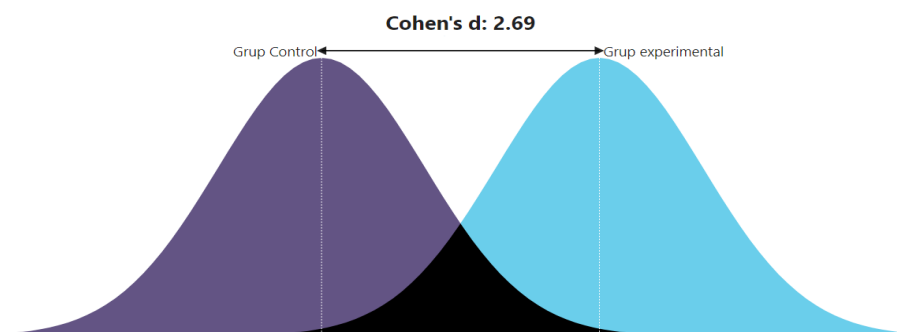


Figura 2. Reprezentarea grafică a distribuțiilor celor două grupuri post intervenție pentru variabila *Intenții antreprenoriale*

Valoarea coeficientului Cohen este $d=2.691$, putând afirma că cel puțin 99.6% dintre participanții GE vor fi peste media GC la variabila *Intenții antreprenoriale* după intervenția educațională formativă (Cohen U3), doar 17.9% din cele două grupuri se vor suprapune și există o șansă de 97% ca o persoană aleasă la întâmplare din GE va avea un scor mai mare decât o persoană aleasă la întâmplare din GC, manifestând probabilitate de superioritate.

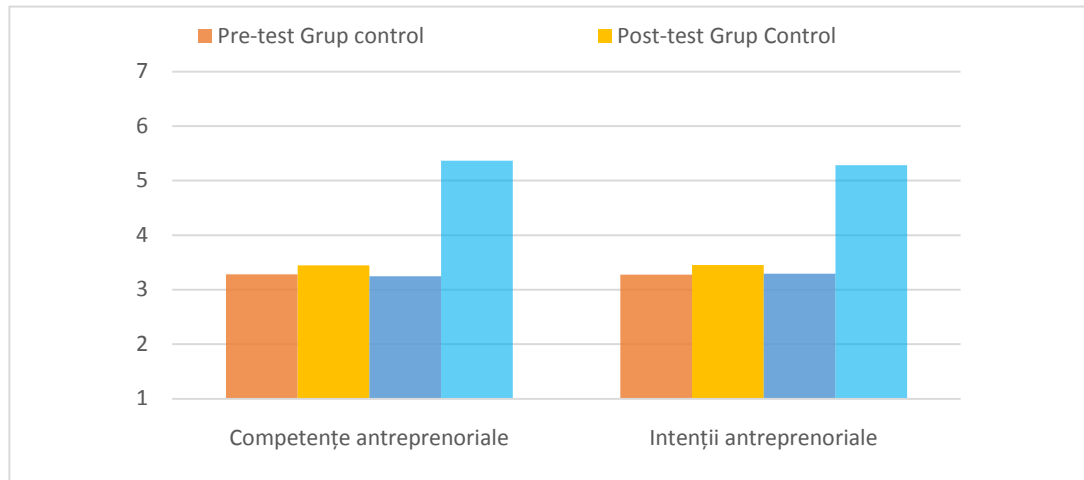
3.2.3. Concluziile analizei multivariate

În mod similar cu alte intervenții educaționale [30] dintre toate dimensiunile analizate de acesta, dimensiunile de *Intenții* și *Competențe antreprenoriale* manifestă cea mai mare și importantă modificare survenită de pe urma intervenției pedagogice formative.

Observațiile cercetării de față sunt relativ similare cu o cercetare publicată în 2019, cu format experimental similar dar un interes special oferit variabilei de gen ca moderator al efectului educației antreprenoriale [31]. Studiul a fost în rândul studenților din anul doi de facultate iar cercetătorii au raportat că cursurile interactive de antreprenoriat din Emiratele Arabe Unite au un impact pozitiv mai puternic asupra intențiilor antreprenoriale ale studenților, decât alte cursuri care acoperă doar baza teoretică. Acest lucru depinde probabil de variabile de moderare la nivel de curs, cum ar fi conținutul și maniera de implementare pedagogică. La începutul semestrului, scorul mediu pentru intenția antreprenorială al studenților a fost raportat ca fiind semnificativ mai mic decât scorul mediu al omologilor de sex masculin, indiferent dacă s-au înscris la un curs de antreprenoriat. În ciuda faptului că studenții de sex masculin s-au dovedit a mai puțin probabil să experimenteze schimbări în nivelul intențiilor antreprenoriale decât studentele, această diferență a fost minoră, cu toții obținând scoruri mult mai ridicate după cursul antreprenorial.

În alt studiu din Spania, cercetătorii au confirmat o creștere semnificativă și puternică a competențelor antreprenoriale [32]. Acestea s-au tradus ulterior într-o modificare pozitivă a percepției subiective a normei sociale, atitudinii față de antreprenoriat și asupra intențiilor antreprenoriale. Autorii au raportat și o îmbunătățire a nivelului de reziliență al participanților, aspect care nu a fost studiat în lucrarea de față dar deserveste ca inspirație pentru aprofundare ulterioară.

Figura 3. Diagrama diferențelor de medie pentru fiecare dimensiune, între grupul experimental și cel de control la nivelul celor două evaluări



Este îmbucurător că cele mai mari efecte ale intervenției au fost asupra Competențelor antreprenoriale ($\Delta M = 2.117$, Wilk's $\Lambda = 0.171$, $F(1) = 700.188$, $p = .000$, $\eta^2 = 0.84$), urmat îndeaproape de efectul asupra *Intențiilor antreprenoriale* ($\Delta M = 1.993$, Wilk's $\Lambda = 0.177$, $F(1) = 672.663$, $p = .000$, $\eta^2 = 0.822$). Evoluția grupului care a beneficiat de formarea antreprenorială poate fi mai bine înțeleasă prin reprezentarea grafică de mai sus. Rezultatele analizei RMANOVA a demonstrat un efect puternic a intervenției pedagogice formative asupra tuturor variabilelor vizate. Asigurarea efectului educativ este oferită și de formatul experimental care a inclus un GC și unul experimental alături de evaluările pre și post intervenție formativă.

CONCLUZII

Pentru ca educația antreprenorială să fie un demers de succes necesită instructori pregătiți adecvat. Acest se traduce prin selectarea, susținerea și promovarea profesorilor capabil să îi angajeze pe elevi în activitățile interactive și experiențiale necesare înțelegerii subiectului antreprenorial. Observațiile acestei lucrări sugerează că ar trebui să existe o schimbare de paradigmă de la educația generală la educația antreprenorială în realitățile actuale în scopul dezvoltării abilităților antreprenoriale, diversificării abilităților tinerilor și creării de oportunități de afaceri în special pentru absolvenții învățământului secundar superior, cu scopul ameliorării problemelor socio-economice și al șomajului pe termen lung. Prin urmare, formarea antreprenorială în rândul instituțiilor de educație și formare poate spori dobândirea de abilități relevante și încrederea necesară pentru angrenarea tinerilor în desfășurarea activităților antreprenoriale independente.

Studiul prezent recomandă dezvoltarea unui strâns parteneriat de lucru, care să reducă decalajul dintre industrie și instituțiile de învățământ prin stabilirea antreprenoriatului drept abordare strategică a șomajului în rândul tinerilor. Acest lucru poate fi realizat prin educarea și promovarea culturii antreprenoriale în rândul studenților ca remediu pentru o economie slăbită. Responsabilitatea sistemului educațional este de a pregăti elevii adecvat pentru succes în economia globală, iar educația antreprenorială este o unealtă importantă în atingerea acestor obiective. Avem o responsabilitate față de următoarele generații să oferim elevilor

pregătirea necesară în explorarea oportunităților și îndeplinirea potențialului maxim al acestora.

BIBLIOGRAFIE

2. BRANCU, L., MUNTEANU, V., GLIGOR, D. *Study on students' entrepreneurship motivation in Romania*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 2012, pp. 223-231.
3. CAZACU, E.R. *Educația financiară în spațiul românesc*. În: Analele științifice ale doctoranzilor și competitorilor, probleme actuale ale științelor umanistice. Chișinău, 2016, pp. 110-113.
4. JONES, P. *Student attitudes towards enterprise education in Poland: a positive impact*. Education + Training, 2008, pp. 597-614.
5. GATEWOOD, E. J., SHAVER, K. G. AND GARTNER, W. B. *A Longitudinal-Study of Cognitive-Factors Influencing Start-up Behaviors and Success at Venture Creation*. Journal of Business Venturing. 1995, pp. 371-391.
6. AJZEN, I. *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*. 1991. pp. 179-211.
7. AJZEN, I. Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*. 2002. pp. 665-683.
8. EUROPEAN COMMISSION, DIRECTORATE-GENERAL FOR ENTERPRISE AND INDUSTRY. *Survey of Entrepreneurship in Higher Education in Europe*. 2008.
9. EUROPEAN UNION COMMISSION. *Analysis of entrepreneurial education in all education levels in Europe*. 2003.
10. MATLAY, H. *The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial outcomes*. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 2008, pp. 382-396.
11. BIRLEY, S., MOSS, C. AND SAUNDERS, P. *Do Women Entrepreneurs Require Different Training?* *American Journal of Small Business*, 1987. pp. 27-36.
12. ROBB, A. M. *Entrepreneurial performance by women and minorities: the case of new firms*. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 2002, pp. 383-398.
13. LORZ, M., MÜLLER, S. AND VOLERY, T. *Entrepreneurship Education: A Meta-Analysis of Impact Studies and Applied Methodologies*. Zurich. 2011. Conference Paper, FGF G-Forum.
14. PITTAWAY, L. AND COPE, J. *Entrepreneurship Education: A Systematic Review of the Evidence*. *International Small Business Journal*, 2007, pp. 479-510.
15. LUCA, M. R., CAZAN, A-M. *Involvement in entrepreneurial training and personality*. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 2011, pp. 1251-1256.
16. LUCA, M. R., CAZAN, A-M., TOMULESCU, D. *To be or not to be an entrepreneur... ..* *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 2012, pp. 173-177.
17. TKACHEV, ALEXEI AND KOLVEREID, LARS. *Self-Employment Intentions among Russian Students*. *Entrepreneurship & Regional Development*, 2010, pp. 269-280.
18. PETERMAN, N. E. AND KENNEDY, J. *Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2003, pp. 129-144.

19. SOUITARIS, V., ZERBINATI, S., AL-LAHAM, A. *Do Entrepreneurship Programmes Raise Entrepreneurial Intention of Science and Engineering Students? The Effect of Learning, Inspiration and Resources*. Journal of Business Venturing, 2007, pp. 566-591.
20. CARA, A. *Educație socială și financiară, Ghid metodologic*. Chișinău: Lyceum Chișinău, 2012.
21. YOUTHSTART. YouthStart - Entrepreneurial Challenges. YouthStart. [Online] 2020. [Cited: 10 Septembrie 2020.] <http://www.youthstart.eu/en/>.
22. ZAMLER, G. Galit Zamler - hackathons and entrepreneurship education.
23. JA-USA. Economic Empowerment Through Education. Junior Achievement USA. [Online] 2019. [Cited: 19 Septembrie 2020.] <https://jausa.ja.org/>.
24. BARNA, C., VAMEȘU, A. *Incluziune financiară prin economia socială*. s.l.: Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile, Uniunea Națională a Caselor de Ajutor Reciproc din România, 2015.
25. TUDOR, C. *Abordări locale ale educației financiare*. Chișinău: Universitatea Cooperatist-Comerciala, 2013.
26. BATEMAN, T. S. AND CRANT, J. M. *The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates*. Journal of Organizational Behavior, 1993, pp. 103-118.
27. LIÑÁN, F. AND CHEN, Y. W. *Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions*. 2009, Entrepreneurship Theory and Practice, pp. 593-617.
28. RENCHER, A. C., CHRISTENSEN, W.F. *Methods of Multivariate Analysis*. Hoboken, NJ: Wile, 2012.
29. CARROLL, R. M. AND NORDHOLM, L. A. *Sampling characteristics of Kelley's e_2 and Hay's w_2* . 1975, Educational and Psychological Measurement, pp. 541–554.
30. COHEN, J. *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. 1988, Hillsdale, NJ: Lawrence Earlbaum Associates.
31. GRIGOR, I. *Formarea competențelor de incluziune socială la elevi în cadrul educației economice*. Chișinău: s.n., 2013.
32. VAN EWIJK, A. R. AND BELGHITI-MAHUT, S. *Context, gender and entrepreneurial intentions: How entrepreneurship education changes the equation*. 2019, International Journal of Gender and Entrepreneurship.
33. GONZÁLEZ-LÓPEZ, M. J., PÉREZ-LÓPEZ, M. C. AND RODRÍGUEZ-ARIZA, L. *Clearing the hurdles in the entrepreneurial race: the role of resilience in entrepreneurship education*. s.l. : Academy of Management Learning & Education, 2018.
34. AHMETOGLU, G., LEUTNER, F. AND CHAMORRO-PREMUZIC, T. *EQ-nomics: Understanding the relationship between individual differences in Trait Emotional Intelligence and entrepreneurship*. Personality and Individual Differences, 2011, pp. 1028–1033.
35. BRANDSTÄTTER, H. *Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses*. Personality and Individual Differences, 2011, pp. 222-230.
36. LUCA, M. R., CAZAN, A-M. AND TOMULESCU, D. *Entrepreneurial personality in higher education*. Procedia – Social and Behavioral Sciences, 2013, pp. 1045–1049.

37. ZHAO, H., SEIBERT, S.E. *The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review*. Journal of Applied Psychology, 2006, pp. 259-271.
38. ZHANG, M. J. ZYPHUR, J. NARAYANAN, R. D. ARVEY, S. CHATURVEDI, B. J. AVOLIO, P. LICHTENSTEIN. *The genetic basis of entrepreneurship: Effects of gender and personality*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 2009, pp. 93–107.
39. BANDURA, A. *Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change*. Psychological Review, 1977, pp. 191-215.
40. ALTINAY, M. MADANOGLUB, R. DANIELEA, C. LASHLEYA. *The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention*. International Journal of Hospitality Management, 2012, pp. 489– 499.
41. KENNEDY, D. J. P. RENFROW AND B. WATSON. *Situational factors and entrepreneurial intentions*. 16th Annual Conference of Small Enterprise Association of Australia New Zealand. 2003.
42. KRUEGER, N.F., JR, REILLY, M.D. AND CARSRUD, A.L. *Competing models of entrepreneurial intentions*. Journal of Business Venturing, 2000, pp. 411-32.
43. LASPITA, N. BREUGST, S. HEBLICH AND H. PATZELT. *Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions*. Journal of Business Venturing, 2012, pp. 414-435.
44. MATTHEWS, C., MOSER, S. *A Longitudinal Investigation of the Impact of Family Background and Gender on Interest in Small Firm Ownership*. Journal of Small Business Management, 1996.