

Analysis of Factors Influencing the Development of Entrepreneurial Passion from the Self-Efficacy Perspective among Entrepreneurship Students

Fazeleh Rigi ¹ | Mehdi Zivdar ² | Mostafa Keikhaye Farzaneh ³

1. Master Of Entrepreneurship, Faculty of Economics and Administrative Sciences, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran.E-mail: Fazelehrigi77@gmail.com
2. Assistant Professor, Faculty of Economics and Administrative Sciences, University of Sistan and Baluchestan. Zahedan, Iran.E-mail: mehdizivdar@entp.usb.ac.ir
3. Assistant Professor, Faculty of Economics and Administrative Sciences, University of Sistan and Baluchestan. Zahedan, Iran.E-mail: Mostafa.farzaneh@entp.usb.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article Article history: Received:21 April 2024 Received in revised form: 15 September 2024 Accepted:20 May 2026 Published online: 30 May 2026 Keywords: Self-efficacy, Entrepreneurial passion, Fuzzy Delphi, Entrepreneurship education.	Purpose: The present study aimed to identify and prioritize the factors influencing the development of entrepreneurial passion among entrepreneurship students—emphasizing the role of self-efficacy—at the Faculty of Management and Economics of the University of Sistan and Baluchestan. Method:This applied and exploratory research was conducted using a mixed-methods (qualitative–quantitative) approach during 2024–2025. In the qualitative phase, influential factors were extracted through a review of the literature and interviews with experts. In the quantitative phase, the identified factors were refined and categorized using expert evaluation and the Fuzzy Delphi method. Subsequently, the factors were prioritized through pairwise comparison questionnaires and the application of fuzzy multi-criteria decision-making techniques. Findings:The results revealed that the factors influencing students’ entrepreneurial passion fall into four categories: educational, individual, social, and environmental. Among these, academic training emerged as the most important educational factor; entrepreneurial mindset was identified as the most significant individual factor; recognition of environmental opportunities and supporting infrastructure had the greatest impact among environmental factors; and cultural beliefs and cultural infrastructure were the most influential social factors. Conclusion:The findings indicate that strengthening entrepreneurial passion among students requires attention to a coherent set of educational, individual, social, and environmental variables. These results offer valuable insights for educational policymakers and university planners seeking to enhance entrepreneurial passion and promote innovative and economic activities within academic environments.

Cite this article: Rigi, F., Zivdar, M., & Keikhaye Farzaneh, M. (2026). Analysis of Factors Influencing the Development of Entrepreneurial Passion from the Self-Efficacy Perspective among Entrepreneurship Students. *Journal of Educational Psychology Studies*, 23 (61), 37-46. DOI: 10.22111/jeps.2026.54936.6239



© The Author(s).

Publisher: University of Sistan and Baluchestan

DOI: 10.22111/jeps.2026.54936.6239

تحلیل عوامل موثر بر توسعه اشتیاق به کارآفرینی از دیدگاه خودکارآمدی در دانشجویان کارآفرینی

فاضله ریگی¹ | مهدی زیودار² | مصطفی کیخای فرزانه³

1. کارشناسی ارشد کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و علوم اداری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران. رایانامه:

Fazelehri77@gmail.com

2. استادیار، دانشکده اقتصاد و علوم اداری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران. رایانامه: mehdezivdar@entp.usb.ac.ir

3. استادیار، دانشکده اقتصاد و علوم اداری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران. رایانامه:

Mostafa.farzaneh@entp.usb.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف: هدف: پژوهش حاضر با هدف شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر توسعه اشتیاق به کارآفرینی در میان دانشجویان رشته کارآفرینی با تأکید بر دیدگاه خودکارآمدی در دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه سیستان و بلوچستان انجام شد.
تاریخ دریافت: 1403/2/2	روش: این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت اکتشافی بود که با رویکرد آمیخته (کیفی-کمی) در سال‌های ۱۴۰۳-۱۴۰۴ انجام شد. در مرحله نخست، عوامل موثر بر اشتیاق به کارآفرینی از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه با خبرگان شناسایی شدند. در مرحله دوم، عوامل استخراج‌شده با استفاده از نظرخواهی خبرگان و به‌کارگیری روش دلفی فازی پالایش و دسته‌بندی شدند. در مرحله سوم، اولویت‌بندی عوامل از طریق پرسشنامه‌های مقایسه زوجی و با استفاده از تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره فازی انجام گرفت.
تاریخ ویرایش: 1403/6/25	یافته‌ها: نتایج پژوهش نشان داد عوامل موثر بر اشتیاق به کارآفرینی دانشجویان در چهار دسته عوامل آموزشی، فردی، اجتماعی و محیطی قابل طبقه‌بندی هستند. در بعد آموزشی، آموزش‌های آکادمیک بیشترین اهمیت را داشت؛ در بعد فردی، روحیه کارآفرینی به‌عنوان مهم‌ترین عامل شناسایی شد؛ در بعد محیطی، شناخت فرصت‌های محیطی و زیرساخت‌ها بیشترین تأثیر را داشتند؛ و در بعد اجتماعی، باورها و زیرساخت‌های فرهنگی به‌عنوان اثرگذارترین عوامل معرفی شدند.
تاریخ پذیرش: 1405/2/30	نتیجه‌گیری: یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد توسعه اشتیاق به کارآفرینی در میان دانشجویان مستلزم توجه همزمان به ابعاد آموزشی، فردی، اجتماعی و محیطی است. نتایج می‌تواند مبنایی مناسب برای تصمیم‌گیری سیاست‌گذاران آموزشی و برنامه‌ریزان دانشگاهی در راستای تقویت اشتیاق به کارآفرینی و توسعه فعالیت‌های نوآورانه در دانشگاه‌ها فراهم آورد.
تاریخ انتشار: 1405/3/9	

واژگان کلیدی:

خودکارآمدی،

اشتیاق کارآفرینانه،

دلفی فازی،

آموزش کارآفرینی.

استناد: ریگی، فاضله؛ زیودار، مهدی؛ و کیخای فرزانه، مصطفی (1405). تحلیل عوامل موثر بر توسعه اشتیاق به کارآفرینی از دیدگاه خودکارآمدی در دانشجویان کارآفرینی. *مطالعات روانشناسی تربیتی*، 23 (61)، 37-64.



DOI: 10.22111/jeps.2026.54936.6239

© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه سیستان و بلوچستان

مقدمه

در اقتصاد دانش‌بنیان و رقابتی عصر حاضر، کارآفرینی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین محرک‌های رشد اقتصادی، نوآوری، اشتغال‌زایی و توسعه پایدار شناخته می‌شود. بسیاری از کشورها برای مواجهه با چالش‌هایی نظیر بیکاری، رکود اقتصادی و رقابت جهانی، توسعه کارآفرینی و تقویت فرهنگ کارآفرینانه را در دستور کار سیاست‌های اقتصادی و آموزشی خود قرار داده‌اند. پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهد که کارآفرینی نقش مهمی در افزایش بهره‌وری، ایجاد فرصت‌های شغلی و ارتقای ظرفیت‌های نوآوری در جوامع ایفا می‌کند و به‌عنوان یکی از پیشران‌های اصلی توسعه اقتصادی مطرح است (اودرتش و بلیتسکی¹، ۲۰۲۳). در چنین شرایطی، توسعه نگرش‌ها و گرایش‌های کارآفرینانه در میان نسل جوان و به‌ویژه دانشجویان، به‌عنوان سرمایه انسانی آینده اقتصاد، اهمیت فزاینده‌ای یافته است.

دانشگاه‌ها در سال‌های اخیر به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای توسعه کارآفرینی شناخته می‌شوند و نقش آن‌ها از آموزش صرف به سمت پرورش قابلیت‌های کارآفرینانه، خلاقیت و نوآوری در دانشجویان تغییر یافته است. آموزش کارآفرینی می‌تواند از طریق تقویت مهارت‌های شناختی، افزایش اعتمادبه‌نفس و ایجاد نگرش مثبت نسبت به فرصت‌های کسب‌وکار، زمینه شکل‌گیری رفتارهای کارآفرینانه را فراهم کند (نبی² و همکاران، ۲۰۲۳). با این حال، صرف ارائه آموزش‌های نظری برای ایجاد رفتارهای کارآفرینانه کافی نیست و عوامل روان‌شناختی و فردی نیز نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری اشتیاق و تمایل به کارآفرینی دارند.

یکی از مهم‌ترین سازه‌های روان‌شناختی مؤثر بر رفتارهای کارآفرینانه، مفهوم خودکارآمدی است. خودکارآمدی که ریشه در نظریه شناخت اجتماعی دارد، به باور افراد درباره توانایی‌های خود برای انجام موفقیت‌آمیز یک فعالیت اشاره دارد. پژوهش‌ها نشان می‌دهد افرادی که از سطح بالاتری از خودکارآمدی برخوردارند، در مواجهه با چالش‌ها و عدم قطعیت‌های محیطی عملکرد مؤثرتری داشته و احتمال بیشتری دارد که فعالیت‌های کارآفرینانه را آغاز کنند (نیومن³ و همکاران، ۲۰۲۳). در واقع، خودکارآمدی کارآفرینانه می‌تواند از طریق تقویت اعتمادبه‌نفس، افزایش انگیزه و بهبود توانایی تصمیم‌گیری، نقش مهمی در شکل‌گیری قصد و اشتیاق کارآفرینی ایفا کند.

در سال‌های اخیر، توجه پژوهشگران به مفهوم «اشتیاق کارآفرینانه» نیز افزایش یافته است. اشتیاق کارآفرینانه به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی در آغاز و تداوم فعالیت‌های کارآفرینانه شناخته می‌شود و می‌تواند انگیزه لازم برای پیگیری فرصت‌های کارآفرینانه و غلبه بر موانع موجود را فراهم کند (کاردون⁴ و همکاران، ۲۰۲۴). با این حال، مطالعات نشان می‌دهد که در بسیاری از کشورها شکاف قابل توجهی میان تمایل یا قصد کارآفرینی و اقدام عملی برای راه‌اندازی کسب‌وکار وجود دارد و این مسئله نشان‌دهنده اهمیت شناسایی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری اشتیاق و انگیزه کارآفرینانه است (بوسما⁵ و همکاران، ۲۰۲۴).

در ایران نیز توسعه کارآفرینی به‌عنوان یکی از راهبردهای مهم برای کاهش بیکاری دانش‌آموختگان و تقویت اقتصاد دانش‌بنیان مورد توجه قرار گرفته است. با این حال، شواهد نشان می‌دهد که باوجود گسترش آموزش‌های دانشگاهی در حوزه کارآفرینی، بسیاری از دانشجویان پس از فارغ‌التحصیلی همچنان تمایل یا اشتیاق کافی برای ورود به فعالیت‌های کارآفرینانه ندارند و اغلب ترجیح می‌دهند در جست‌وجوی مشاغل دولتی یا استخدام در

¹ Audretsch & Belitsk

² Nabi

³ Newman

⁴ Cardon

⁵ Bosma

سازمان‌های بزرگ باشند. پژوهش‌های داخلی نشان داده‌اند که عواملی نظیر کیفیت و محتوای آموزش‌های کارآفرینی، ویژگی‌های فردی (نظیر انگیزش درونی، ریسک‌پذیری و پشتکار)، محیط اجتماعی (حمایت خانواده، نگرش جامعه نسبت به شکست)، و زیرساخت‌های نهادی (نظام حمایتی، قوانین و سیاست‌های تسهیل‌گر) می‌توانند بر نگرش و رفتار کارآفرینانه دانشجویان تأثیرگذار باشند (مختاری بایع کلایی و کهن قاضیانی، 1402؛ شرفی، 1404).

علاوه بر این، یافته‌های برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهد که صرف ارائه واحدهای درسی کارآفرینی، بدون توجه به تجربه‌های عملی، یادگیری مبتنی بر پروژه و مواجهه واقعی با فضای کسب‌وکار، نمی‌تواند به‌تنهایی منجر به شکل‌گیری اشتیاق پایدار برای فعالیت‌های کارآفرینانه شود و در بسیاری از موارد، آموزش‌ها در سطح آشنایی نظری باقی می‌ماند (سیستانی‌فر و همکاران، 1403؛ رمضان، 1402). در چنین شرایطی، سازه‌های روان‌شناختی از جمله خودکارآمدی کارآفرینانه، هویت کارآفرینانه و احساس شایستگی نقش تعیین‌کننده‌ای در تبدیل دانش کارآفرینی به نیت و رفتار واقعی ایفا می‌کنند. نتایج برخی مطالعات داخلی نشان می‌دهد که تقویت خودکارآمدی و اعتمادبنفس در دانشجویان، به‌ویژه از طریق تجربه‌های موفق کارآفرینانه در محیط دانشگاه، مشارکت در رویدادهای استارت‌آپی و تعامل با منتورهای حرفه‌ای، می‌تواند نقش مهمی در افزایش تمایل آنان به فعالیت‌های کارآفرینانه داشته باشد (سنائی و همکاران، 1404).

همچنین پژوهش‌های اخیر نشان داده‌اند که برنامه‌های جامع توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها، زمانی بیشترین اثربخشی را دارند که علاوه بر انتقال دانش و مهارت‌های فنی، بر تقویت باور به توانمندی‌های فردی، مدیریت ترس از شکست، حمایت اجتماعی ادراک‌شده و دسترسی به شبکه‌های حرفه‌ای نیز متمرکز شوند (نورمحمدی، 1400). بر این اساس، می‌توان استدلال کرد که یکی از چالش‌های اساسی نظام آموزش عالی ایران، گذار از رویکرد صرفاً آموزشی به رویکرد «توانمندسازی کارآفرینانه» است؛ رویکردی که در آن خودکارآمدی کارآفرینانه و تجربه زیسته دانشجو در مرکز طراحی دوره‌ها و سیاست‌های دانشگاهی قرار می‌گیرد.

با وجود انجام مطالعات مختلف در حوزه آموزش کارآفرینی، هنوز خلأهای پژوهشی مهمی در زمینه شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه اشتیاق کارآفرینی در دانشجویان وجود دارد. بسیاری از پژوهش‌ها به بررسی قصد کارآفرینی پرداخته‌اند، در حالی که مفهوم اشتیاق کارآفرینانه و ارتباط آن با خودکارآمدی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. علاوه بر این، در اغلب مطالعات، عوامل مؤثر بر کارآفرینی به‌صورت جداگانه بررسی شده‌اند و تحلیل جامع و نظام‌مند این عوامل با استفاده از روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره کمتر انجام شده است.

از این رو، نوآوری اصلی پژوهش حاضر در آن است که با رویکردی ترکیبی و بهره‌گیری از روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره فازی، به شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه اشتیاق به کارآفرینی از دیدگاه خودکارآمدی در میان دانشجویان رشته کارآفرینی می‌پردازد. این پژوهش با تمرکز بر دانشجویان رشته کارآفرینی در دانشگاه سیستان و بلوچستان تلاش می‌کند تصویری جامع از عوامل آموزشی، فردی، اجتماعی و محیطی مؤثر بر اشتیاق کارآفرینی ارائه دهد. نتایج این پژوهش می‌تواند برای سیاست‌گذاران آموزشی، مدیران دانشگاهی و برنامه‌ریزان حوزه کارآفرینی در طراحی برنامه‌های آموزشی مؤثر و تقویت فرهنگ کارآفرینی در میان دانشجویان مورد استفاده قرار گیرد.

بر این اساس، پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که عوامل مؤثر بر توسعه اشتیاق به کارآفرینی از دیدگاه خودکارآمدی در میان دانشجویان رشته کارآفرینی دانشگاه سیستان و بلوچستان کدام‌اند و هر یک از این عوامل از چه میزان اهمیتی برخوردارند؟

روش پژوهش

این پژوهش از منظر جهت‌گیری، کاربردی و از حیث هدف، اکتشافی بود و با هدف شناسایی و کشف عوامل مؤثر بر توسعه اشتیاق به کارآفرینی در میان دانشجویان انجام شد. از نظر ماهیت داده‌ها، پژوهش حاضر در زمره تحقیقات آمیخته (کیفی-کمی) قرار داشت. فرایند پژوهش در سه مرحله اصلی انجام شد. در مرحله نخست که ماهیتی کیفی داشت، عوامل مؤثر از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه با خبرگان شناسایی شدند. سپس، در مرحله دوم، عوامل شناسایی‌شده با استفاده از نظرخواهی از خبرگان در قالب دسته‌های کلی‌تر سازمان‌دهی شدند. در مرحله سوم که جنبه کمی داشت، با بهره‌گیری از پرسشنامه‌های مقایسه زوجی و به‌کارگیری تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره در فضای فازی، شامل دیمتل فازی و تحلیل سلسه مراتبی فازی، عوامل شناسایی‌شده اولویت‌بندی شدند.

جامعه آماری پژوهش در مرحله مطالعات کتابخانه‌ای شامل کلیه مقالات علمی داخلی و خارجی مرتبط با حوزه کارآفرینی بود که به روش نمونه‌گیری هدفمند و بر اساس میزان ارتباط محتوایی انتخاب شدند. در مرحله مصاحبه و اجرای دلفی فازی، جامعه آماری شامل متخصصان و خبرگان حوزه کارآفرینی بود که ۱۵ نفر از آنان به روش نمونه‌گیری هدفمند و با در نظر گرفتن معیارهایی نظیر تخصص، تجربه و در دسترس بودن انتخاب شدند. همین گروه از خبرگان در مراحل دسته‌بندی و اولویت‌بندی عوامل نیز مورد استفاده قرار گرفتند.

در مرحله شناسایی عوامل، داده‌ها از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و پرسشنامه‌های باز دلفی فازی گردآوری شدند. پرسشنامه‌ها پس از بررسی روایی محتوایی توسط اساتید و متخصصان حوزه و در شرایط مناسب از نظر زمان و آمادگی پاسخ‌دهندگان تکمیل شدند. در مرحله دسته‌بندی عوامل، از نظرسنجی خبرگان برای تأیید و اصلاح دسته‌بندی‌ها استفاده شد. در مرحله اولویت‌بندی، دو دسته پرسشنامه مقایسه زوجی مبتنی بر تکنیک‌های دیمتل فازی و سلسه مراتبی فازی میان خبرگان توزیع شد و داده‌های کمی مورد نیاز جمع‌آوری گردید.

تحلیل داده‌ها متناسب با ماهیت آن‌ها و در سه مرحله انجام شد. در مرحله شناسایی، یافته‌های حاصل از مطالعات کتابخانه‌ای به‌صورت توصیفی و استنباطی تحلیل شدند و داده‌های حاصل از دلفی فازی نیز با استفاده از حد آستانه (Threshold) بررسی شدند؛ به‌گونه‌ای که عوامل دارای اهمیت پایین حذف گردیدند. در مرحله دسته‌بندی، تأییدات خبرگان مبنای شکل‌گیری طبقه‌بندی نهایی عوامل قرار گرفت. در مرحله اولویت‌بندی، ابتدا با استفاده از تکنیک دیمتل فازی، روابط علی میان عوامل و میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری آن‌ها در شبکه عوامل شناسایی شد و سپس با بهره‌گیری از تکنیک AHP فازی مبتنی بر رویکرد آنالیز توسعه چانگ، وزن‌دهی و اولویت‌بندی عوامل انجام گرفت. در این فرایند، ابتدا عوامل هر دسته به‌صورت مجزا و در ادامه دسته‌های کلی با یکدیگر مقایسه و رتبه‌بندی شدند.

روایی ابزارهای گردآوری داده‌ها از طریق روایی محتوایی و با استفاده از نظرات متخصصان و بررسی پرسشنامه‌های مشابه تأیید شد. پایایی پرسشنامه دلفی با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی پرسشنامه‌های مقایسه زوجی از طریق نرخ ناسازگاری، که مقدار آن کمتر از 0/1 بود، مورد سنجش و تأیید قرار گرفت.

یافته‌ها

در این پژوهش از روش دلفی فازی برای شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر توسعه اشتیاق به کارآفرینی استفاده شد. نمونه پژوهش شامل 15 نفر از خبرگان دانشگاهی و صنعتی بود که 80 درصد آنان مرد و 20 درصد زن بودند. از نظر تحصیلات، 67 درصد خبرگان دارای مدرک دکتری و 33 درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد بودند. تمامی خبرگان شرکت‌کننده دارای بیش از 10 سال سابقه فعالیت در حوزه کارآفرینی بودند که نشان‌دهنده صلاحیت و تجربه کافی آنان در این زمینه است.

جدول 1. نتایج نهایی دلفی فازی و شناسایی عوامل موثر بر اشتیاق به کارآفرینی

ردیف	عامل شناسایی شده	دسته‌بندی	مقدار دلفی فازی	درصد اجماع	وضعیت
۱	آموزش‌های اکادمیک	آموزشی	4/57	66/7	تایید
۲	کارگاه‌های آموزشی	آموزشی	4/66	83/3	تایید
۳	برگزاری اردوها و ورکشاپ‌ها	آموزشی	4/57	66/7	تایید
۴	کنفرانس‌های بین‌المللی	آموزشی	4/53	66	تایید
۵	اعتماد به نفس	فردی	4/57	66/7	تایید
۶	عوامل روحی	فردی	4/49	50	تایید
۷	عوامل فیزیکی	فردی	4/57	66/7	تایید
۸	توانایی جسمی	فردی	4/76	66/7	تایید
۹	توانایی ذهنی	فردی	3/15	66/7	تایید
۱۰	تخصص	فردی	3/15	66/7	تایید
۱۱	روحیه کارآفرینی	فردی	3/27	50	تایید
۱۲	مهارت ارتباطی	فردی	3/27	50	تایید
۱۳	ریسک‌پذیری	فردی	3/60	50	تایید
۱۴	باورهای فرهنگی	اجتماعی	4/66	83/3	تایید
۱۵	بازخورد دیگران	اجتماعی	4/57	66/7	تایید
۱۶	شبکه‌های اجتماعی	اجتماعی	4/76	66/7	تایید
۱۷	حمایت عاطفی	اجتماعی	3/15	66/7	تایید
۱۸	جایگاه اجتماعی	اجتماعی	4/57	66/7	تایید
۱۹	شناخت فرصت‌های محیطی	محیطی	3/15	66/7	تایید
۲۰	شناخت تهدیدات محیطی	محیطی	3/27	50	تایید
۲۱	میزان شناخت رقبا	محیطی	4/57	66/7	تایید
۲۲	شکوفایی پارک‌های علم و فناوری	محیطی	4/76	66/7	تایید

اولویت‌بندی عوامل با روش AHP فازی

پس از شناسایی عوامل، از روش تحلیل سلسله مراتبی فازی (Fuzzy AHP) برای اولویت‌بندی آنها استفاده شد. نتایج این تحلیل در چهار دسته عوامل آموزشی، فردی، اجتماعی و محیطی به شرح زیر است:

جدول 2. اولویت‌بندی عوامل آموزشی موثر بر اشتیاق به کارآفرینی

رتبه	عامل	وزن نهایی
۱	آموزش‌های اکادمیک	۰/۳۵
۲	برگزاری اردوها و ورکشاپ‌های آموزشی	۰/۲۵

۰/۲۳	برگزاری کنفرانس‌های بین‌المللی	۳
۰/۱۷	کارگاه‌های آموزشی	۴

نتایج نشان می‌دهد که آموزش‌های اکادمیک با وزن 0/35 مهم‌ترین عامل آموزشی در توسعه اشتیاق به کارآفرینی است.

جدول 3. اولویت‌بندی عوامل فردی موثر بر اشتیاق به کارآفرینی

رتبه	عامل	وزن نهایی
۱	روحیه کارآفرینی	۰/۲۱
۲	مهارت ارتباطی	۰/۱۸
۳	ریسک‌پذیری	۰/۱۲
۴	تخصص	۰/۱۳
۵	اعتماد به نفس	۰/۱۱
۵	توانایی ذهنی	۰/۱۱
۶	عوامل روحی	۰/۰۸
۷	عوامل فیزیکی	۰/۰۳
۷	توانایی جسمی	۰/۰۳

در میان عوامل فردی، روحیه کارآفرینی (0/21) و مهارت ارتباطی (0/18) دو عامل اصلی شناسایی شدند.

جدول 4. اولویت‌بندی عوامل اجتماعی موثر بر اشتیاق به کارآفرینی

رتبه	عامل	وزن نهایی
۱	باورهای فرهنگی	۰/۴۰
۲	بازخورد دیگران	۰/۲۰
۳	حمایت عاطفی از فرد در اجتماع	۰/۱۹
۴	محیط شبکه‌های اجتماعی	۰/۱۱
۵	جایگاه اجتماعی	۰/۱۰

باورهای فرهنگی با وزن 0/4 به عنوان مهم‌ترین عامل اجتماعی شناسایی شد که نشان‌دهنده تأثیر عمیق فرهنگ بر اشتیاق به کارآفرینی است.

جدول 5. اولویت‌بندی عوامل محیطی موثر بر اشتیاق به کارآفرینی

رتبه	عامل	وزن نهایی
۱	شناخت فرصت‌های محیطی	۰/۴۰
۲	شناخت تهدیدات محیطی	۰/۲۰
۳	شکوفایی پارک‌های علم و فناوری	۰/۱۹
۴	میزان شناخت رقبا	۰/۱۱
۵	زیرساخت‌های فیزیکی	۰/۱۰

شناخت فرصت‌های محیطی با وزن 0/4 مهم‌ترین عامل محیطی در توسعه اشتیاق به کارآفرینی دانشجویان شناخته شد.

یافته‌های این پژوهش نشان داد که توسعه اشتیاق به کارآفرینی در دانشجویان تحت تأثیر 22 عامل در چهار دسته آموزشی، فردی، اجتماعی و محیطی است. در میان عوامل آموزشی، آموزش‌های اکادمیک؛ در عوامل فردی، روحیه کارآفرینی؛ در عوامل اجتماعی، باورهای فرهنگی؛ و در عوامل محیطی، شناخت فرصت‌های محیطی بیشترین اهمیت را دارند. این یافته‌ها می‌تواند مبنایی برای طراحی برنامه‌های آموزشی و سیاست‌گذاری‌های مؤثر در حوزه آموزش کارآفرینی قرار گیرد.

بحث و نتیجه‌گیری

کارآفرینی در عصر حاضر، نه تنها به‌عنوان یک راهکار، بلکه به‌مثابه محور اصلی پیشرفت و توسعه جوامع مطرح است. این پدیده، فراتر از ایجاد صرف کسب‌وکار، شامل فرایندی چندوجهی است که به نوآوری، اشتغال‌زایی، ارتقای سطح فناوری و توزیع عادلانه‌تر درآمد منجر می‌شود (اودرتش و بلیتسکی، ۲۰۲۳). تحولات شتابان اقتصادی و رقابتی جهانی، اهمیت کارآفرینی را بیش از پیش آشکار ساخته و سازمان‌ها را بیش از هر زمان دیگری نیازمند نوآوری و تفکر کارآفرینانه برای سازگاری با شرایط متغیر کرده است. در چنین بستری، دانشگاه‌ها به‌عنوان کانون‌های تولید دانش و پرورش نیروی انسانی آینده، نقش محوری در توسعه نگرش‌ها و گرایش‌های کارآفرینانه در میان دانشجویان ایفا می‌کنند. با این حال، این نقش فراتر از آموزش صرف است و نیازمند پرورش قابلیت‌های کارآفرینانه، خلاقیت و نوآوری است (نبی و همکاران، ۲۰۲۳).

یافته‌های این پژوهش نشان داد که توسعه کارآفرینی دانشجویی نیازمند توجه همزمان به چهار دسته عوامل کلیدی است: فردی، آموزشی، محیطی و فرهنگی. این ابعاد به‌صورت مکمل در شکل‌گیری نگرش و رفتار کارآفرینانه نقش دارند. عوامل فردی، به‌عنوان بنیادی‌ترین رکن، تعیین‌کننده استعداد و آمادگی اولیه فرد برای ورود به عرصه کارآفرینی است؛ عواملی مانند خودکارآمدی که در پژوهش‌های اخیر نیز بر نقش کلیدی آن در آغاز و تداوم فعالیت‌های کارآفرینانه تأکید شده است (نیومن و همکاران، ۲۰۲۳). عوامل آموزشی، از طریق انتقال دانش، مهارت و تجربیات جهانی، زمینه‌بaldنگی این استعدادها را فراهم می‌آورد. عوامل محیطی، با فراهم‌سازی زیرساخت‌ها، شناسایی فرصت‌ها و مدیریت تهدیدها، بستر عملی برای تحقق ایده‌های کارآفرینانه را می‌سازد و عوامل فرهنگی نیز با ایجاد فضای حمایتی و تشویقی، انگیزه و پشتوانه اجتماعی لازم را برای کارآفرینان فراهم می‌کند.

این یافته‌ها با مطالعات پیشین در حوزه کارآفرینی همسویی دارد. نتایج پژوهش حاضر مبنی بر اهمیت عوامل فردی (مانند خودکارآمدی) با مطالعاتی چون نیومن و همکاران (2023) و نقش حمایت اجتماعی و شبکه‌های حرفه‌ای (اودرتش و بلیتسکی، ۲۰۲۳؛ نبی و همکاران، ۲۰۲۳) مطابقت دارد. همچنین، تأکید بر لزوم تجربیات عملی و مواجهه با فضای کسب‌وکار به جای آموزش‌های صرفاً نظری (سیستانی‌فر و همکاران، 1403؛ رضانی، 1402) در این پژوهش مورد تأیید قرار گرفت. در ایران نیز، همانطور که در مقدمه اشاره شد، باوجود گسترش آموزش‌های کارآفرینی، بسیاری از دانشجویان تمایل کافی برای ورود به این حوزه ندارند که این امر بر اهمیت توجه به سازه‌های روان‌شناختی مانند خودکارآمدی و همچنین عوامل محیطی و فرهنگی تأکید می‌کند (مختاری بایع کلایی و کهن قاضیانی، 1402؛ شرفی، 1404؛ سنائی و همکاران، 1404).

بر این اساس، توسعه کارآفرینی دانشجویی نیازمند یک رویکرد جامع‌نگر و یکپارچه است. دانشگاه‌ها باید با طراحی برنامه‌های آموزشی هدفمند که شامل تجربیات عملی، یادگیری مبتنی بر پروژه و تقویت خودکارآمدی باشد،

نقش محوری خود را ایفا کنند. همچنین، ایجاد شبکه‌های ارتباطی بین‌المللی، فراهم‌سازی زیرساخت‌های لازم (مانند مراکز نوآوری و شتاب‌دهنده‌ها) و ترویج فرهنگ کارآفرینی در سطح جامعه و دانشگاه ضروری است. این پژوهش نیز همانند بسیاری از مطالعات علمی با محدودیت‌هایی همراه بود که در تفسیر و تعمیم نتایج باید مورد توجه قرار گیرند. نخست، ماهیت پیچیده و چندبعدی پدیده کارآفرینی سبب می‌شود که تمامی ابعاد آن به‌طور کامل در چارچوب روش‌های کمی قابل تبیین نباشد و برخی از جنبه‌های روان‌شناختی و تجربی آن نیازمند بررسی‌های عمیق‌تر کیفی باشد. دوم، قلمرو زمانی و مکانی پژوهش که در دانشگاه سیستان و بلوچستان و در بازه زمانی مشخصی انجام شد، ممکن است تعمیم نتایج به سایر دانشگاه‌ها و محیط‌های آموزشی را با محدودیت‌هایی مواجه سازد. سوم، محدود بودن حجم نمونه در برخی مراحل پژوهش نیز می‌تواند بر میزان تعمیم‌پذیری و قدرت استنباط آماری نتایج اثرگذار باشد.

با وجود این محدودیت‌ها، یافته‌های پژوهش می‌تواند مبنایی برای ارائه برخی پیشنهادها کاربردی و پژوهشی فراهم آورد. بر این اساس، پیشنهاد می‌شود دانشگاه‌ها و سیاست‌گذاران حوزه آموزش عالی با طراحی و اجرای برنامه‌های جامع توسعه کارآفرینی، به تقویت همزمان عوامل فردی، آموزشی، محیطی و فرهنگی موثر بر اشتیاق کارآفرینانه دانشجویان توجه کنند. در این راستا، تمرکز بر تقویت خودکارآمدی، مهارت‌های حل مسئله و تصمیم‌گیری در دانشجویان، گسترش آموزش‌های مبتنی بر تجربه و پروژه، بهره‌گیری از نظام منتورینگ و مشاوره کارآفرینی، ایجاد بسترهای مناسب برای شبکه‌سازی و تعامل با کارآفرینان و همچنین ترویج فرهنگ نوآوری، خلاقیت و ریسک‌پذیری در محیط دانشگاهی می‌تواند نقش مؤثری در توسعه گرایش‌های کارآفرینانه ایفا کند.

از سوی دیگر، دانشجویان نیز می‌توانند با مشارکت فعال در رویدادها، کارگاه‌ها و برنامه‌های آموزشی مرتبط با کارآفرینی، تلاش برای کسب تجربیات عملی در حوزه کسب‌وکار و همچنین تشکیل گروه‌های همیار و شبکه‌های دانشجویی برای تبادل ایده‌ها و تجربیات، زمینه تقویت خودکارآمدی و آمادگی کارآفرینانه خود را فراهم سازند. در نهایت، برای پژوهش‌های آینده پیشنهاد می‌شود مطالعاتی عمیق‌تر با رویکردهای کیفی یا ترکیبی به منظور درک بهتر ابعاد روان‌شناختی و تجربیات زیسته کارآفرینان جوان انجام شود. همچنین اجرای پژوهش‌های طولی برای بررسی روند تحول اشتیاق و رفتار کارآفرینانه در طول زمان، انجام مطالعات مقایسه‌ای میان دانشگاه‌ها و زمینه‌های فرهنگی مختلف و نیز ارزیابی اثربخشی برنامه‌ها و مداخلات آموزشی ویژه در تقویت عوامل مؤثر بر اشتیاق کارآفرینانه می‌تواند به غنای ادبیات این حوزه و ارائه راهکارهای کاربردی‌تر برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی کمک کند.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود؛ مقیمی، محمد. (1403). مبانی کارآفرینی. تهران: انتشارات فراندیش.
- مختاری بایع کلایی، مهران؛ کهن قاضیانی، سارا. (1402). بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه با نقش میانجی ذهنیت کارآفرینانه (مورد مطالعه: دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس). آموزش و مدیریت کارآفرینی، 2(2)، 96-101. doi: 10.22126/eme.2023.8790.101579-96
- شرقی، وحید. (1404). بررسی تأثیر دانش بازاریابی بر تمایل دانشجویان به راه‌اندازی کسب‌وکار: نقش میانجی هویت کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه. آموزش و مدیریت کارآفرینی، 2(2)، 1190-1237. doi: 10.22126/eme.2025.12378.1190

سیستانی فر، حمیده؛ مقبلی دامنه، فاطمه و غلامحسینی زاده، اصغر، (1403) نقش آموزش در تقویت مهارت های کارآفرینی، اولین همایش ملی نگرش های نوین در مسائل آموزش و پرورش، رامشیر، <https://civilica.com/doc/2243133>،
 رمضانی، مسعود (1402). تأثیر رشته تحصیلی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی استان اصفهان. مجله پژوهش های کارآفرینی، 2 (3)، 39-52.

سنائی، محمد؛ شیر، نعمت اله؛ صدرایی، راضیه و مهدیزاده، حسین (1404). تأثیر آموزش های کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه با نقش میانجی هوشیاری کارآفرینانه: مطالعه ای در بین دانشجویان آموزش عالی ایران. فصلنامه مطالعات زیست بوم اقتصاد نوآوری، 5 (2)، 35-58. [doi: 10.22111/innoeco.2025.51819.118458](https://doi.org/10.22111/innoeco.2025.51819.118458)
 نورمحمدی، نورالدین، (1400)، تأثیر دانشگاه ها و مراکز علمی در توسعه کار آفرینی، دوازدهمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و توسعه، <https://civilica.com/doc/1446049>

References

- Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2023). The role of entrepreneurship in economic growth and innovation. *Research Policy*, 52(4), 104693. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2022.104693>
- Bosma, N., Hill, S., & Kelley, D. (2024). Global entrepreneurship monitor: Entrepreneurship and economic development. *Technological Forecasting and Social Change*, 198, 122046. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.122046>
- Cardon, M. S., Glauser, M., & Murnieks, C. Y. (2024). Entrepreneurial passion: Advances in theory and research. *Academy of Management Annals*, 18(1), 233–267. <https://doi.org/10.5465/annals.2022.0123>
- Newman, A., Obschonka, M., & Block, J. (2023). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review and research agenda. *Journal of Vocational Behavior*, 141, 103792. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2023.103792>
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2023). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and future research agenda. *Journal of Business Venturing*, 38(2), 106302. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2023.106302>
- Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2023). Entrepreneurial cognition and decision making under uncertainty. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47(5), 1231–1250. <https://doi.org/10.1177/10422587221140472>
- Obschonka, M., Silbereisen, R. K., & Cantner, U. (2024). Entrepreneurship as a driver of innovation and economic transformation. *Small Business Economics*, 62(2), 617–634. <https://doi.org/10.1007/s11187-023-00745-3>
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2023). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: A systematic review and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 19(3), 789–811. <https://doi.org/10.1007/s11365-022-00827-7>