

Research Paper

Identification and Analysis of Key Factors Shaping Entrepreneurial Spirit in Generation Z Students

Payam Paslari¹, Aref Hashemzahi^{2*}

1. Department of Educational Management, Faculty of Educational Sciences, Bandar Abbas Branch, Islamic Azad University, Bandar Abbas, Iran

2. Ph.D. Candidate, Department of Educational Management, Faculty of Educational Sciences, Bandar Abbas Branch, Islamic Azad University, Bandar Abbas, Iran

Received: 21/12/2024

Accepted: 17/03/2025

PP:23-36

Keywords:

Entrepreneurship, Training Methods, Requirements and Infrastructure, Mechanisms, Generation Z

Abstract

Introduction and Objective: Generation Z has grown up in recent decades in a technology-driven environment characterized by rapid changes in communication and information technology. Given the importance of entrepreneurship in economic and social development, identifying the factors influencing the enhancement of entrepreneurial spirit among students of this generation is essential. The objective of this research is to identify and prioritize these factors in Generation Z students.

Research Methodology: This study is applied in terms of its objective and descriptive-survey in terms of data collection method. Data were collected using a questionnaire whose content validity was confirmed by experts and scholars, and its reliability was assessed through inconsistency rate analysis. The statistical population consisted of 30 experts and specialists in the education sector of Sistan and Baluchestan province, with a minimum of 5 years of managerial experience. Data analysis was conducted using the one-sample t-test and the hierarchical analysis method, employing SPSS and Expert Choice software.

Findings: The results revealed that three main factors—"infrastructure and requirements," "training methods," and "mechanisms"—have the most significant impact on fostering the entrepreneurial spirit in Generation Z students. Among these, infrastructure and requirements held the highest importance with a weight of 0.250. Training methods and mechanisms followed with weights of 0.184 and 0.090, respectively.

Discussion and Conclusion: The findings indicate that establishing proper infrastructure, implementing effective training methods in education, and designing supportive mechanisms can play a crucial role in strengthening the entrepreneurial spirit among Generation Z students. These results can serve as a guide for policymakers and educational managers in planning and implementing strategies for entrepreneurial development.

Citation: Paslari, P., Hashemzadeh, A.(2025). Identification and Analysis of Key Factors Shaping Entrepreneurial Spirit in Generation Z Students. Journal of Ahsan Education, Vol 1, No 2, pp 23-36

Corresponding author: Aref Hashemzahi

Address: Sistan and Baluchestan Province, Taftan County, Nokabad City, Khatam Al-Anbia Street, Next to the Seminary, Private Residence of Aref Hashemzahi.

Email: aref.hashemzahi2024@gmail.com

شناسایی و تحلیل عوامل کلیدی شکل‌دهنده به روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان نسل زد

پیام پاسلاری^۱، عارف هاشم زهی^{۲*}

۱. گروه مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران
۲. دانشجوی دکتری گروه مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران

چکیده

مقدمه و هدف: نسل زد در دهه‌های اخیر در محیطی مبتنی بر فناوری و تغییرات سریع در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات رشد یافته است. با توجه به اهمیت کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اجتماعی، شناسایی عوامل مؤثر بر تقویت روحیه کارآفرینی در میان دانش‌آموزان این نسل ضروری است. هدف پژوهش حاضر شناسایی و اولویت‌بندی این عوامل در دانش‌آموزان نسل زد است.

روش‌شناسی پژوهش: این مطالعه از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی است. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه‌ای که روایی محتوایی آن توسط اساتید و خبرگان تأیید شده و پایایی آن با نرخ ناسازگاری بررسی شد، جمع‌آوری گردید. جامعه آماری شامل ۳۰ نفر از خبرگان و کارشناسان حوزه آموزش و پرورش استان سیستان و بلوچستان با حداقل ۵ سال سابقه مدیریتی بود. تحلیل داده‌ها با آزمون تی تک‌نمونه‌ای و روش تحلیل سلسله‌مراتبی، با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و Expert Choice انجام شد.

یافته‌ها: نتایج پژوهش نشان داد که سه عامل اصلی "زیرساخت‌ها و الزامات"، "روش‌های پرورش" و "سازوکارها" بیشترین تأثیر را بر تقویت روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان نسل زد دارند. از میان این عوامل، زیرساخت‌ها و الزامات با ضریب ۰٫۲۵۰، بیشترین اهمیت را به خود اختصاص دادند. روش‌های پرورش و سازوکارها نیز به ترتیب با ضرایب ۰٫۱۸۴ و ۰٫۰۹۰ در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند.

بحث و نتیجه‌گیری: یافته‌ها نشان می‌دهد که ایجاد زیرساخت‌های مناسب، به‌کارگیری روش‌های اثربخش در آموزش و پرورش، و طراحی سازوکارهای حمایتی می‌تواند نقش مهمی در تقویت روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان نسل زد ایفا کند. این نتایج می‌تواند راهنمایی برای سیاست‌گذاران و مدیران آموزشی در برنامه‌ریزی و اجرای استراتژی‌های توسعه کارآفرینی باشد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۲۷

شماره صفحات: ۲۳-۳۶

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، روش‌های پرورش، الزامات و زیرساخت‌ها، سازوکارها، نسل زد

استناد: پاسلاری، پیام، هاشم زهی، عارف. (۱۴۰۳). شناسایی و تحلیل عوامل کلیدی شکل‌دهنده به روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان نسل زد. فصلنامه تعلیم و تربیت احسن، دوره اول، شماره دو، شماره صفحات ۲۳-۳۶

* نویسنده مسئول: عارف هاشم زهی

نشانی: استان سیستان و بلوچستان شهرستان تفتان شهر نوک آباد خیابان خاتم الانبیا جنب حوزه علمیه منزل شخصی عارف هاشم زهی
پست الکترونیکی: aref.hashemzahi2024@gmail.com

مقدمه

امروزه کارآفرینی به عنوان یک مساله مهم مورد توجه قرار گرفته است. به صورتی که توجه به ارتقا سطح کیفی و کمی کارآفرینی به عنوان یک دغدغه جدی مورد توجه می‌باشد (Potro et al., 2022). توسعه کارآفرینی فرآیند افزایش مهارت‌ها و دانش کارآفرینانه از طریق آموزش ساختاریافته و برنامه‌های عملیاتی است. هدف آن گسترش پایگاه کارآفرینان برای سرعت بخشیدن به سرعت ایجاد سرمایه‌گذاری‌های جدید است (Aparicio et al., 2019). کارآفرینان برای اقتصادهای بازار مهم هستند زیرا می‌توانند به عنوان چرخ‌های رشد اقتصادی کشور عمل کنند. آنها با ایجاد محصولات و خدمات جدید، اشتغال جدید را تحریک می‌کنند که در نهایت منجر به تسریع توسعه اقتصادی می‌شود (Flenhofer, 2019). میزان فعالیت‌های کارآفرینانه در ایران طی پنج سال گذشته تقریباً ۱۰ درصد بوده است (Kordnaji et al., 2013); بنابراین برای دستیابی به رشد اقتصادی و کاهش میزان بیکاری، تشویق افراد به کارآفرینی و آموزش نسل جدید کارآفرینان ضروری است (Nambisan, 2017). چرا که صاحب‌نظران علوم اقتصادی، اجتماعی و مدیریت بر این اعتقادند که در شرایط کنونی، اصلی‌ترین منبع برای تأمین پایدار اشتغال و رفع واقعی بیکاری، وجود نیروی انسانی مستعد و خلاق است که با ترسیم دورنمای جدیدی از زندگی، ترکیب نوینی از منابع محدود را در اختیار بگذارد. وجود چنین منابع انسانی خلاق آینده‌امیدبخشی را نوید می‌دهد و به این ترتیب فرهنگ خطرپذیری، رقابت و نواندیشی را ترویج می‌نماید (Nicole Cocrel, 2022).

بهره‌گیری از کارآفرینی در تمامی عرصه‌ها از جمله آموزش و پرورش مهم و کلیدی بوده است. آموزش و پرورش، معرف نوع مهمی از سرمایه‌گذاری در منابع انسانی است که با فراهم کردن و ارتقای دانش، نگرش و مهارت‌های مورد نیاز افراد در زمینه‌های مختلف، به توسعه اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی جوامع کمک می‌نماید (Shakri Sih Kamari et al., 2016). نقشی که امروزه کارآفرینی در دنیا بازی می‌کند، نقش قدرتمندترین عامل در اقتصاد است، آموزش مهم‌ترین و کلیدی‌ترین نقش در توسعه کارآفرینی دارد (Asgari Far & et al., 2018). کارآفرینی در مرحله اول یک طرز فکر است و با توجه به اینکه نگرش در سنین پایین شکل می‌گیرد، آموزش و پرورش تا حد زیادی به پرورش ذهنیت کارآفرینی کمک می‌کند (Sowoski, 2014). از آنجا که آموزش و پرورش نقش کلیدی در تربیت و پرورش افراد جامعه دارد، لازم است تا پایه‌های فرهنگی و ارزشی کارآفرینی در مدارس ریخته شود، و مدیران و معلمان سازمان در جهت تربیت کارآفرینان آینده که دانش‌آموزان امروز هستند، سیاست‌ها و اقداماتی سازنده اتخاذ کنند (Afifi, 2018).

آموزش و پرورش باید دانش‌آموزان را هدفمند، واقع‌گرا و حلال مشکلات توسط خودشان بار بیاورد. آموزش و پرورش رسالت مهم‌تر دارد و آن پرورش افراد شجاع، متعهد و پرافتخار است. برای تحقق چنین جامعه‌ای باید سیاست‌های حمایتی از کارآفرینان توسط دولت، مجلس و سایر نهادهای مردمی ایجاد شود. باید ابتدا سیستم‌ها و فضاهای مورد نیاز برای شناسایی و پرورش فعالیت کارآفرینان شناسایی شود و متناسب با نیاز این فعالیت‌ها، سیاست‌ها و اقدامات حمایتی طرح‌ریزی گردد (Ekselson et al., 2015). در بسیاری از کشورهای پیشرفته مانند ایالات متحده آمریکا، ژاپن، آلمان و... آموزش کارآفرینی را از سطوح پایین تحصیلی آغاز کرده‌اند و به نتایج اثربخش رسیده‌اند. نظام آموزشی ما به عنوان متولی اصلی رشد و یادگیری باید افراد بالقوه کارآفرین را شناسایی و زمینه‌های لازم را برای بروز خلاقیت آنان فراهم کند (Delijeh et al., 2017). فرانک و همکارانش (۲۰۰۵) در پژوهشی که در زمینه کارآفرینی در دبیرستان‌ها انجام دادند، کارآفرینی را مهارت زندگی قلمداد کردند که باید در تمامی سطوح آموزشی از مدارس ابتدایی تا دانشگاه مورد توجه قرار گیرد (Tang Luan et al., 2021).

در این پژوهش در پی بررسی و شناسایی عوامل موثر بر روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان نسل Z هستیم. دانش‌آموزان نسل Z که بین سال‌های ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۵ متولد شده‌اند، وارد یک بازار کار ناپایدار شده‌اند. مسیرهای شغلی سنتی دیگر تضمین‌کننده اشتغال یا ثبات مالی نیستند. این امر لزوم پرورش ذهنیت کارآفرینانه را حتی در سنین پایین ضروری می‌سازد. با این حال، تحقیقات نشان می‌دهد نسل Zها در مقایسه با نسل‌های قبلی با کارآفرینی مشکل بیشتری دارند. چندین عامل اجتماعی-اقتصادی ممکن است باعث کاهش انگیزه کارآفرینی در میان جوانان امروز شود. رکودهای اقتصادی، هزینه‌های سنگین تحصیلات در برخی مدارس عالی، فقدان سرمایه، و اشباع بازار کار اغلب به عنوان موانع ذکر می‌شوند. اما عوامل روان‌شناختی و فرهنگی نیز ممکن است درگیر باشند. مطالعات به اعتماد به نفس پایین‌تر، اجتناب بیشتر از ریسک و استقلال کمتر در میان نسل Z در مقایسه با گروه‌های سنی مسن‌تر اشاره دارد. علاوه بر این، سیستم‌های آموزشی فعلی متهم به ترجیح دادن یادگیری قالبی به جای مهارت‌های حل مسئله خلاقانه هستند (Berlusconi, 2022).

با توجه به مزایای بلندمدت کارآفرینی برای رشد اقتصادی و برآورده شدن نیازهای فردی، روحیه کارآفرینی جوانان توجه بیشتری را می‌طلبد. با شناسایی عوامل کلیدی، محققان و سیاست‌گذاران می‌توانند استراتژی‌های مبتنی بر شواهد برای تحریک شور و شوق و حمایت از کسب‌وکارهای جسورانه را حتی در میان بومیان دیجیتال محتاط تدوین کنند. برای تعیین اینکه چگونه روندهای اجتماعی-اقتصادی، ویژگی‌های شخصیتی و رویکردهای آموزشی با هم تلاقی می‌کنند تا انگیزه کارآفرینی نوجوانان را کاهش دهند یا افزایش دهند، مطالعات بیشتری لازم است.

اهمیت پرداختن به این موضوع از آن جهت است که اشتغال نیز به صورت غیرقابل تصویری کاهش یافته است، یکی از دلایل عمده بیکاری عدم وجود فرهنگ کارآفرینی ذکر می‌شود (Sowoski, 2014; Shakri Sih Kamari et al., 2016; Delijeh et al., 2017). به منظور خنثی کردن این چرخه منفی، برانگیختن، پشتیبانی کردن و ترویج فرهنگ کارآفرینی از جوان‌ترین افراد تا مدیران فعلی الزامی است. از کجا بایستی به ترویج این فرهنگ پرداخت؟ مسلماً مدارس می‌توانند در ایجاد فرهنگ کارآفرینی تأثیرگذارتر از سایر سازمان‌ها باشند. پس باید دنبال عواملی باشیم که این نقص بزرگ را در آموزش و پرورش پوشش دهد. هدف ما در این تحقیق شناسایی عوامل موثر بر بهبود روحیه کارآفرینی در بین دانش‌آموزان نسل Z است. بر همین اساس سوال تحقیق حاضر این است که عوامل موثر بر روحیه کارآفرینی در بین دانش‌آموزان نسل Z استان سیستان و بلوچستان چیست؟

سوال‌ها

- عوامل موثر بر شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان نسل زد کدامند؟
- اولویت‌بندی عوامل موثر بر شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان نسل زد چگونه است؟
- چه راهکارهایی جهت شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان نسل زد ارائه می‌شود؟

چارچوب نظری و تجربی پژوهش

با توجه به هدف اصلی پژوهش که شناسایی عوامل موثر بر شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان نسل زد است، بر اساس مبانی نظری موجود و پژوهش‌های انجام گرفته، به نظر میرسد روش‌ها، زیرساخت‌ها و الزامات می‌توانند به عنوان بخش‌های اصلی مدل مد نظر تحقیق قرار گیرند (جدول ۱).

جدول ۱. چارچوب نظری پژوهش

نظریه‌ها	نظریه‌پرداز
رهیافت روان‌شناسی	Stenworth (2008), Moeini et al. (2013), Weaver & Henderson (2015)
رهیافت سازمانی	Kim (2007), Ahmadpour-Daryani (2017)
نظریه مدرسه اثربخش	Warren (2004), Schein (2016)
نظریه مدرسه خلاق	Gibson (2011)
نظریه یادگیری کارآفرینانه	Gibb (2017)
مدل پرورش کارآفرینی	Ahmadpour-Daryani (2007)
نظریه زیرساخت‌های پرورش‌دهنده کارآفرینی	Morris & Lewis (2012)
سند تحول بنیادین آموزش و پرورش	Ministry of Education of Iran (2011)

در حوزه کارآفرینی و عوامل موثر بر آن تحقیقاتی انجام شده است، شمس و همکاران (۲۰۲۳) پژوهشی با عنوان شناسایی عوامل موثر بر ترویج فرهنگ کارآفرینی در دانش‌آموزان انجام دادند. هدف این تحقیق شناسایی عوامل موثر بر ترویج فرهنگ کارآفرینی مدرسه پسرانه متوسطه اول شاهد شهرستان نوشهر بود که با روش تحقیقی کیفی تحلیل محتوا انجام شد. جامعه آماری اولیای مدرسه پسرانه متوسطه اول شاهد شهرستان بودند که به صورت هدفمند با ۱۴ نفر مصاحبه شد و از متن مصاحبه‌ها در ابتدا مفاهیم استخراج شد، و نتایج نشان داد که ۲۱ کد باز که در ۵ دسته محوری ۱-۱ صلاح محتوای آموزشی، ۲- زیرساخت‌های انسانی و فیزیکی مدرسه ۳- فعالیت‌های خارج از درس، ۴- فعالیت‌های حین درس ۵- فعالیت‌های مشاوره‌ای دسته‌بندی شدند، و این کدهای محوری در ۲ مقوله ۱- ایجاد نگرش کارآفرینانه ۲- ایجاد بسترهای لازم کارآفرینی دسته‌بندی شدند، بر ترویج فرهنگ کارآفرینی در مدرسه شاهد پسرانه متوسطه اول شهرستان نوشهر موثر است.

صفری و حیدری (۲۰۲۳) پژوهشی با عنوان خلاقیت و نوآوری در معلم و دانش‌آموز انجام دادند. ویژگی‌های شخصیتی از مهمترین عوامل موثر در رشد خلاقیت است، زیرا چنان که به بررسی خصوصیات افراد خلاق پردازیم تشابه و اشتراک‌های زیادی بین آنها دیده می‌شود. تورنس (۱۹۸۰) نیز بعد از مطالعه بیست و دو ساله‌ی خویش از کودکان و نوجوانان نتیجه گرفت که اساس شخصیت افراد خلاق عبارت است از: استقلال اندیشه، شیفتگی فراوان نسبت به مسئله یا فعالیت مورد علاقه‌شان، شجاعت، کنجکاوی، صداقت و میل به خطر کردن. به نظر او صفات مذکور از صفات بارز افراد خلاق است، لذا با پرورش هر کدام از این ویژگی‌ها در افراد، می‌توان به خلاقیت نزدیک

تر شد. انسان‌های خلاق خود را با محیط سازگار کرده، از ابزار پیرامون خود استفاده می‌کنند. این افراد از تلقین اندیشه‌های متفاوت لذت می‌برند و به همین دلیل به ابزار پیچیده‌تر گرایش بیش‌تری دارند.

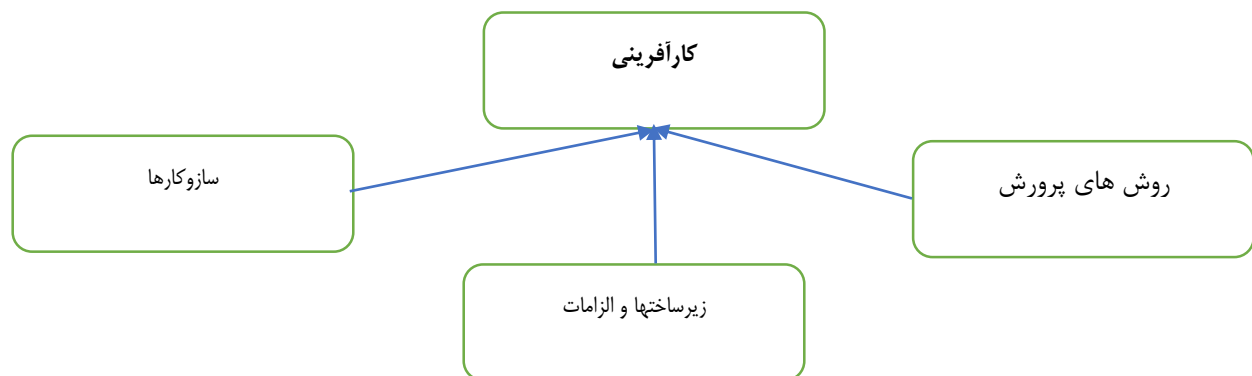
اسمیت و همکاران (۲۰۲۵) پژوهشی با عنوان "مقاصد کارآفرینی و محدودیت‌ها در دانش‌آموزان نسل Z: یک تحلیل مقایسه‌ای" انجام دادند. این تحقیق به بررسی عوامل روان‌شناختی و اجتماعی مؤثر بر مقاصد کارآفرینی در دانش‌آموزان نسل Z در محیط‌های آموزشی مختلف می‌پردازد. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که تأثیر همسالان، سواد دیجیتال و آشنایی با الگوهای کارآفرینی از عوامل کلیدی در تحریک انگیزه‌های کارآفرینانه هستند. علاوه بر این، محدودیت‌هایی همچون مشکلات مالی و کمبود راهنمایی که مانع از اقدام‌های کارآفرینانه می‌شود نیز مورد توجه قرار گرفته است.

جانسون و لی (۲۰۲۴) تحقیقی با عنوان "نقش آموزش و حمایت خانواده در شکل‌دهی به نگرش کارآفرینی در دانش‌آموزان نسل Z" انجام دادند. پژوهش آن‌ها بر روی چگونگی تأثیر برنامه‌های آموزشی و سیستم‌های حمایتی خانواده در پرورش ویژگی‌های کارآفرینانه در دانش‌آموزان جوان متمرکز است. آن‌ها دریافتند که یادگیری مبتنی بر پروژه و تشویق‌های خانوادگی از مهم‌ترین عوامل در تقویت تفکر کارآفرینانه هستند، به‌طوری‌که حمایت خانواده موجب تقویت مولفه‌های ریسک‌پذیری و نوآوری در نگرش کارآفرینی می‌شود.

لکوتله و همکاران (۲۰۲۳) پژوهشی با عنوان تأثیرات رهبری کارآفرینی بر نیت کارآفرینی جوانان پس از کووید-۱۹: مورد گوتنگ انجام دادند. مشارکت در رهبری کارآفرینی به طور مثبتی بر نیت جوانان برای تبدیل شدن به کارآفرینان تأثیرگذار بود. علاوه بر این، سیاست‌گذاران تشویق می‌شوند تا از اجرای مقرراتی که برای عملیات تجاری مفید است و مشارکت جوانان را در فعالیت‌های کارآفرینی تحریک می‌کند، اطمینان حاصل کنند. نتایج به‌دست‌آمده حاکی از آن است که نگرش نسبت به کارآفرینی و حمایت محیطی ادراک‌شده به‌ترتیب به طور کامل و جزئی رابطه بین سه متغیر مستقل (رهبری کارآفرینی، محیط درک‌شده پس از COVID-19 و آموزش کارآفرینی) و قصد کارآفرینی را میانجی‌گری می‌کند. رهبری در کارآفرینی بسیار مهم است زیرا جهت‌گیری را برای کسب و کار در دوران پس از کووید-۱۹ ایجاد می‌کند. این مطالعه تلاش می‌کند با استفاده از نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده آژن، شکاف موجود در ادبیات مربوط به تأثیر عوامل کارآفرینی بر مقاصد کارآفرینی را برطرف کند.

حسین و همکاران (۲۰۲۳) پژوهشی با عنوان مقاصد کارآفرینی دانش‌آموزان نسل Z و محدودیت‌های کارآفرینی در بنگلادش انجام دادند. این مقاله از طریق تحقیقات تجربی به درک اقداماتی کمک می‌کند که دانش‌آموزان نسل Z را از فعالیت‌های کارآفرینانه باز می‌دارد. تصمیمات تحت تأثیر ساختارهای روان‌شناختی اجتماعی است که ER را با مدل تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده (TPB) ادغام می‌کند. مدل‌های هلیکس سه‌گانه، چهارگانه و پنج‌گانه تئوری‌های حمایتی در این مطالعه برای روشن کردن مقابله با محدودیت‌ها در نظر گرفته می‌شوند. با بهترین دانش محقق، ادغام ER با ساختارهای مدل TPB یک مشارکت علمی پیشگام در زمینه دانشجویان آسیای جنوب شرقی، به ویژه دانش‌آموزان نسل Z بنگلادشی است.

پژوهشگر بر اساس چارچوب نظری و تجربی پژوهش، مدل مفهومی زیر را (شکل ۱) مبنای کار پژوهشی قرار داده است. بر این اساس روش‌های پرورش، زیرساخت‌ها و الزامات و سازوکارها به عنوان بخش‌های اصلی کارآفرینی دانش‌آموزان نسل زد استان سیستان و بلوچستان انتخاب شده‌اند.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش شناسی

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از منظر روش گردآوری توصیفی پیمایشی می‌باشد. تحقیق توصیفی آنچه را هست توصیف می‌کند و شامل توصیف، ثبت، تجزیه و تحلیل و تغییر شرایط موجود است. در تحقیق پیمایشی نیز پژوهشگر برای کشف عقاید، افکار، ادراکات و تجربیات افراد مورد نظر از پرسشنامه استفاده می‌کند. به منظور جمع‌آوری اطلاعات مورد نظر و سنجش متغیرهای تحقیق، از پرسشنامه استفاده شد که روایی محتوایی آن توسط اساتید و خبرگان تایید و پایایی آن با نرخ ناسازگاری مورد تایید قرار گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل خبرگان و کارشناسان آموزش و پرورش سیستان و بلوچستان بود که حداقل دارای ۵ سال سابقه مدیریتی باشند و برای این تحقیق ۳۰ نفر تعیین شدند. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون تی تک نمونه و روش تحلیل سلسله مراتبی بهره گرفته شده است. برای انجام موارد فوق نرم افزارهای SPSS و EXPERT CHOICE مورد استفاده قرار گرفتند.

یافته‌های تحقیق

در ابتدا به بررسی وضعیت عوامل موثر بر شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان نسل زد پرداخته می‌شود که آیا این عوامل می‌توانند در کارآفرینی اثرگذار باشند یا خیر؟ برای این منظور از آزمون تی تک نمونه ای استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۲ و ۳ ذکر شده است.

برای آزمون این فرضیه که از طریق پرسش نامه سنجیده شده است، آماره آزمون به صورت زیر می‌باشد.

$$\begin{cases} H_0: \mu \leq 3 \\ H_1: \mu > 3 \end{cases}$$

میانگین ۳ نتیجه متوسط حداقل امتیاز ۱ و حداکثر ۵ است که برای طیف لیکرت در نظر گرفته شده است.

جدول ۲. شاخص‌های توصیفی حاصل از انجام آزمون T

خطای معیار میانگین	انحراف معیار	میانگین	تعداد نمونه	مفهوم
۰,۰۵۹	۰,۴۹۸	۳,۹۸	۳۰	روش‌های پرورش
۰,۰۷۴	۰,۶۲۵	۴,۲۶	۳۰	زیرساختها و الزامات
۰,۰۹۵	۰,۷۴۸	۳,۶۸	۳۰	سازوکارها

جدول ۳. نتایج آزمون حاصل از یک نمونه ای T

فاصله اطمینان ۹۵ درصدی اختلاف	اختلاف میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	T	مفهوم	حد بالا	
						حد پایین	
۱,۳۸	۰,۹۸	۰,۰۰۰	۲۹	۲۱,۲۷	روش‌های پرورش	۱,۱۴۷	
۱,۴۵	۱,۲۶	۰,۰۰۱	۲۹	۱۲,۵۴	زیرساختها و الزامات	۱,۱۲	
۱,۸۷	۰,۶۸	۰,۰۰۰	۲۹	۱۷,۹۶	سازوکارها	۱,۲۴	

نتیجه آزمون شامل دو خروجی است. خروجی اول شاخصهای توصیفی متغیر را نشان می‌دهد که شامل تعداد پاسخ دهندگان، میانگین و انحراف معیار است. خروجی دوم نیز نتایج آزمون میانگین را نشان می‌دهد. ستون اول از سمت چپ مفهوم را نشان می‌دهد. ستون دوم آماره T، ستون سوم درجه آزادی و ستون چهارم نیز معناداری آزمون (Sig) را نشان می‌دهد. با توجه به این که مقدار sig کمتر از ۰,۰۵ است پس فرضیه تحقیق تایید می‌شود. جدول بالا نشان می‌دهد که میانگین بدست آمده از آزمون T برای روش‌های پرورش، زیرساختها و الزامات و سازوکارها به ترتیب برابر ۳,۹۸، ۴,۲۶ و ۳,۶۸ است که از ۳، بیشتر است. پس در سطح خطای ۵ درصد می‌توان گفت فرض

H. رد می‌شود. یعنی روش‌های پرورش، زیرساختها و الزامات و سازوکارها بر روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان نسل زد اثر گذار است. و اما در مورد رتبه بندی عوامل موثر بر شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان نسل زد با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی:

گام اول، تعیین و شناسایی معیارها و گزینه‌های این مدل می‌باشد براین مینا:

۱- هدف: تعیین عوامل موثر بر شکل‌گیری روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان نسل زد.

معیارها و شاخص‌ها به جهت برآورد هدف شامل: روش‌های پرورش، زیرساختها و الزامات و سازوکارها است.

۲- زیرمعیارها: برای هر یک از معیارها چند زیر معیار با توجه به پرسشنامه مقایسه زوجی وجود دارد.

گام دوم پس از تعیین معیارها و زیرمعیارهای مدل، مقایسه زوجی بین زیرمعیارهای موثر در هر یک از معیارها با توجه به نظرات صاحب‌نظران می‌باشد بنابراین:

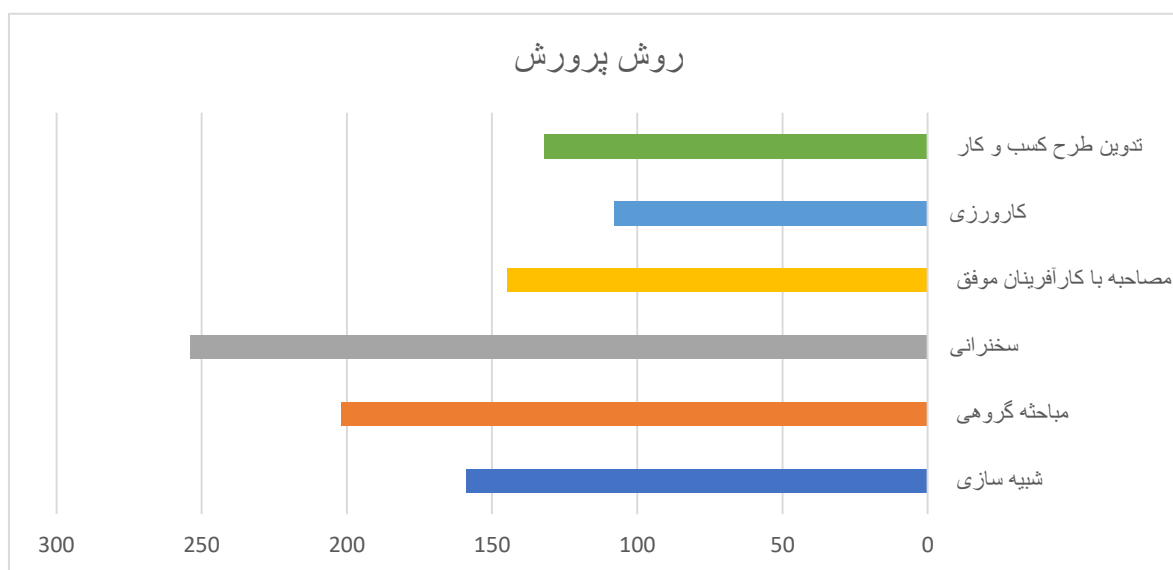
*اولویت بندی شاخص‌های روش پرورش

جهت انجام این اولویت بندی از تحلیل سلسله مراتبی (AHP) استفاده شده است که خروجی آن در جدول زیر آمده است.

جدول ۴. ماتریس محاسبه میانگین وزن نسبی گزینه‌ها از نظر عوامل روش پرورش

زیرمعیارها	میانگین وزن نسبی	نرخ ناسازگاری
شبیه سازی	۰/۱۵۹	۰,۰۸
مباحثه گروهی	۰/۲۰۲	
سخنرانی	۰/۲۵۴	
مصاحبه با کارآفرینان موفق	۰/۱۴۵	
کارورزی	۰/۱۰۸	
تدوین طرح کسب و کار	۰/۱۳۲	

در جدول فوق میانگین وزن نسبی هر یک از زیرمعیارها نسبت به معیار اول مدل یعنی عوامل روش پرورش برآورد شده است. براین مینا گزینه سخنرانی دارای بیشترین وزن نسبی (۰,۲۵۴) و گزینه کارورزی دارای کمترین وزن نسبی (۰,۱۰۸) نسبت به این معیار می‌باشند. همچنین ضریب نرخ ناسازگاری ماتریس هم معادل ۰/۰۸ حاصل شده است که این ضریب، ضریب بسیار مناسبی است. این ضریب اصولاً بیانگر میزان قابل اعتماد بودن مقایسات زوجی را نشان می‌دهد و تجربه نشان می‌دهد که مقدار آن اگر کمتر از تقریباً ۰/۱ باشد مقایسات انجام گرفته قابل قبول خواهند بود. نتایج این آزمون در نمودار ۱ نیز آمده است.



نمودار ۱. نمودار رتبه بندی شاخص‌های مربوط به عوامل روش پرورش

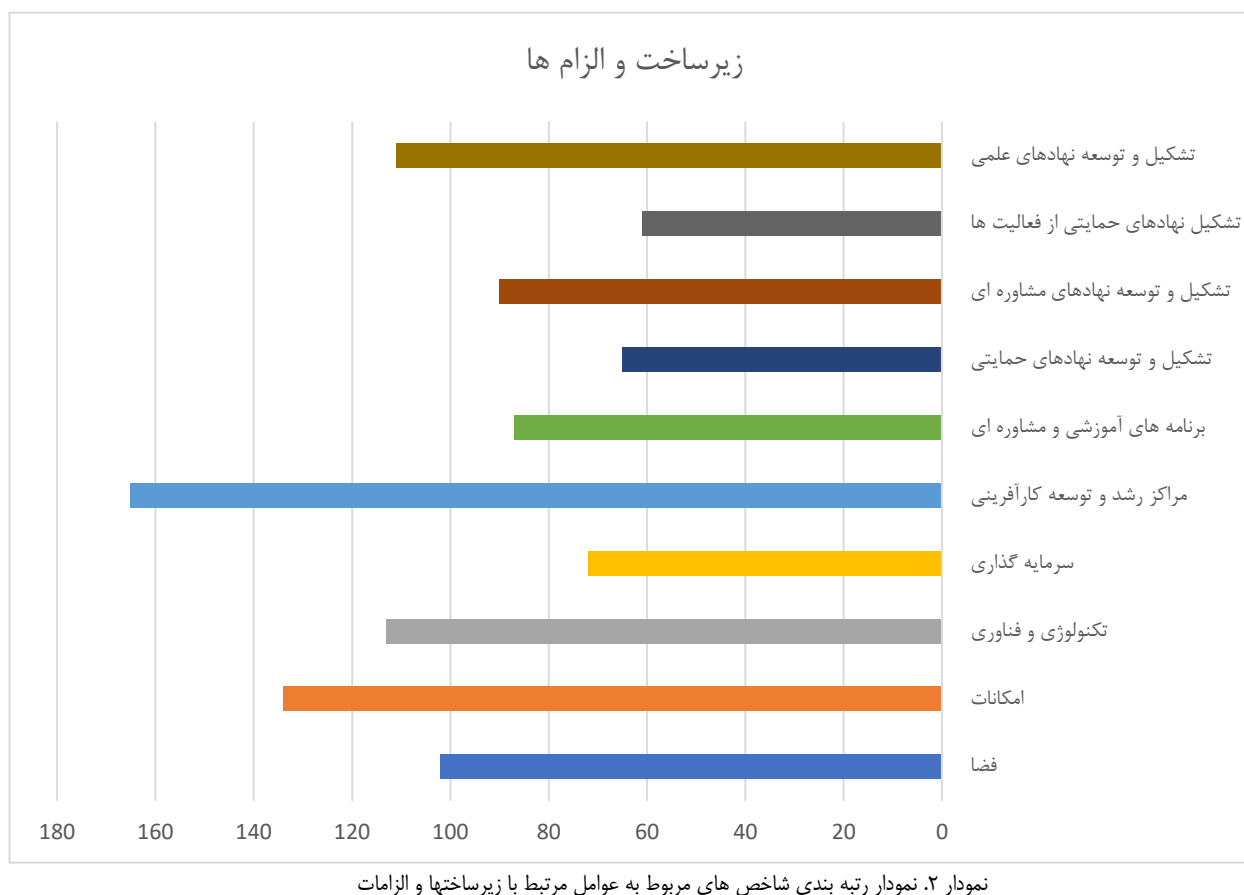
*اولویت بندی شاخص های زیرساختها و الزامات

جهت انجام این اولویت بندی از تحلیل سلسله مراتبی (AHP) استفاده شده است که خروجی آن در جدول زیر آمده است.

جدول ۵. ماتریس محاسبه میانگین وزن نسبی گزینه ها از نظر زیرساختها و الزامات

زیرمعیارها	میانگین وزن نسبی	نرخ ناسازگاری
فضا	۰/۱۰۲	۰,۰۵
امکانات	۰/۱۳۴	
تکنولوژی و فناوری	۰/۱۱۳	
سرمایه گذاری	۰/۰۷۲	
مراکز رشد و توسعه کارآفرینی	۰/۱۶۵	
برنامه های آموزشی و مشاوره ای	۰/۰۸۷	
تشکیل و توسعه نهادهای حمایتی	۰/۰۶۵	
تشکیل و توسعه نهادهای مشاوره ای	۰/۰۹۰	
تشکیل نهادهای حمایتی از فعالیت ها	۰/۰۶۱	
تشکیل و توسعه نهادهای علمی	۰/۱۱۱	

در جدول فوق میانگین وزن نسبی هر یک از زیرمعیارهای نسبت به معیار دوم مدل یعنی زیرساختها و الزامات برآورد شده است. براین مبنا گزینه مراکز رشد و توسعه کارآفرینی با ضریب وزنی نسبی ۰,۱۶۵ دارای بیشترین و گزینه تشکیل نهادهای حمایتی از فعالیت ها با ضریب وزنی نسبی ۰,۰۶۱ دارای کمترین وزن نسبی نسبت به این معیار می باشد. همچنین ضریب نرخ ناسازگاری ماتریس هم معادل با ۰/۰۵ حاصل شده است که این ضریب، ضریب بسیار مناسبی است. نتایج این آزمون در نمودار ۲ نیز آمده است.

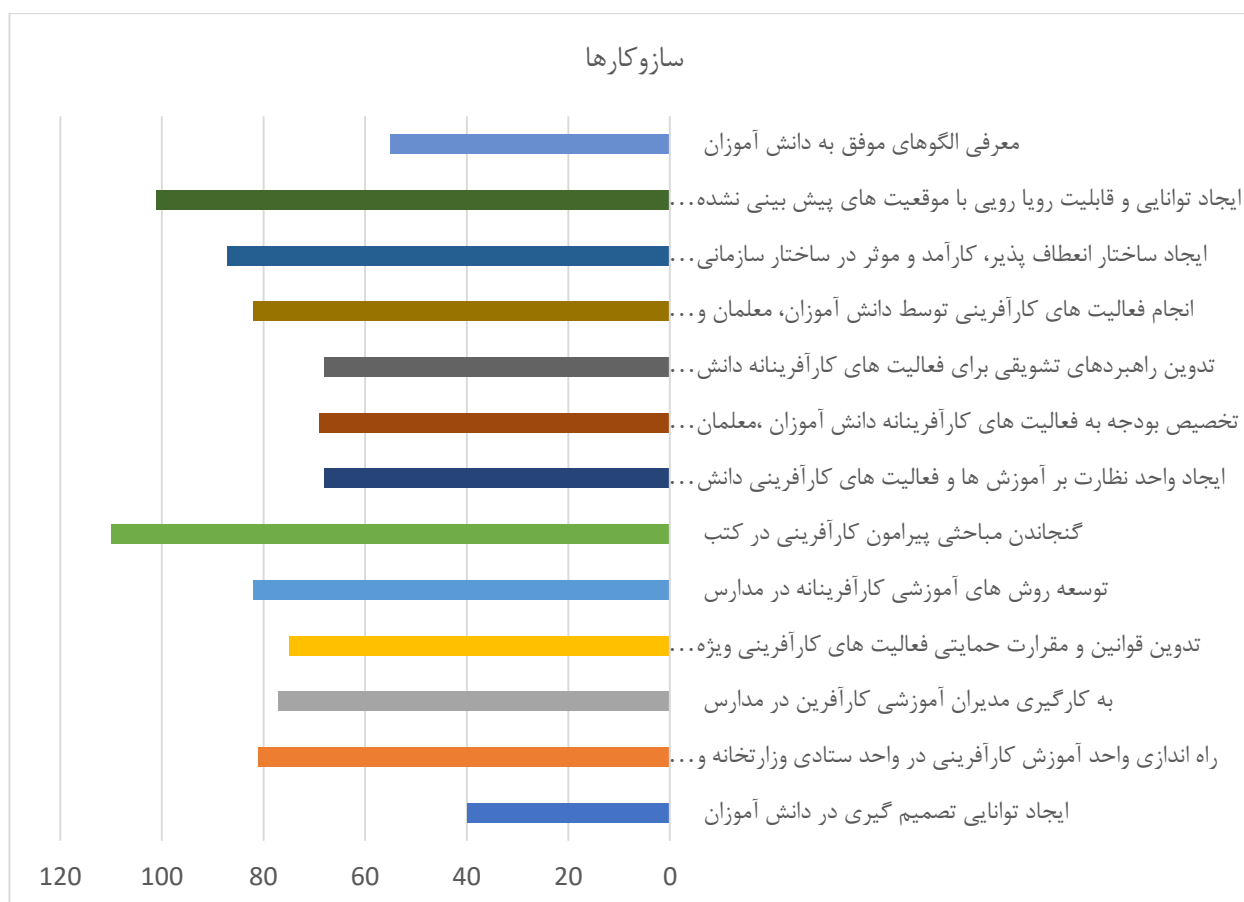


*اولویت بندی شاخص های سازوکارها

جهت انجام این اولویت بندی از تحلیل سلسله مراتبی (AHP) استفاده شده است که خروجی آن در جدول زیر آمده است.

جدول ۶. ماتریس محاسبه میانگین وزن نسبی گزینه ها از نظر سازوکارها		
زیرمعیارها	میانگین وزن نسبی	نرخ ناسازگاری
ایجاد توانایی تصمیم گیری در دانش آموزان	۰/۰۴۰	۰,۰۱
راه اندازی واحد آموزش کارآفرینی در واحد ستادی وزارتخانه و واحدهای استانی	۰/۰۸۱	
به کارگیری مدیران آموزشی کارآفرین در مدارس	۰/۰۷۷	
تدوین قوانین و مقررات حمایتی فعالیت های کارآفرینی ویژه دانش آموزان	۰/۰۷۵	
توسعه روش های آموزشی کارآفرینانه در مدارس	۰/۰۸۲	
گنجاندن مباحثی پیرامون کارآفرینی در کتب	۰/۱۱۰	
ایجاد واحد نظارت بر آموزش ها و فعالیت های کارآفرینی دانش آموزان	۰/۰۶۸	
تخصیص بودجه به فعالیت های کارآفرینانه دانش آموزان، معلمان و مدیران	۰/۰۶۹	
تدوین راهبردهای تشویقی برای فعالیت های کارآفرینانه دانش آموزان	۰/۰۶۸	
انجام فعالیت های کارآفرینی توسط دانش آموزان، معلمان و مدیران دوره ابتدائی	۰/۰۸۲	
ایجاد ساختار انعطاف پذیر، کارآمد و موثر در ساختار سازمانی معاونت آموزش	۰/۰۸۷	
ایجاد توانایی و قابلیت رویا رویی با موقعیت های پیش بینی نشده در دانش آموزان	۰/۱۰۱	
معرفی الگوهای موفق به دانش آموزان	۰/۰۵۵	

در جدول فوق میانگین وزن نسبی هر یک از زیرمعیارهای نسبت به معیار سوم مدل یعنی سازوکارها برآورد شده است. براین مبنا گزینه گنجاندن مباحثی پیرامون کارآفرینی در کتب با ضریب وزنی ۰,۱۱۰ دارای بیشترین و گزینه ایجاد توانایی تصمیم گیری در دانش آموزان با ضریب وزنی ۰,۰۴۰ دارای کمترین وزن نسبی نسبت به این معیار می باشند. همچنین ضریب نرخ ناسازگاری ماتریس هم معادل با ۰/۰۱ حاصل شده است که این ضریب، ضریب مناسبی است. نتایج این آزمون در نمودار ۳ نیز آمده است.



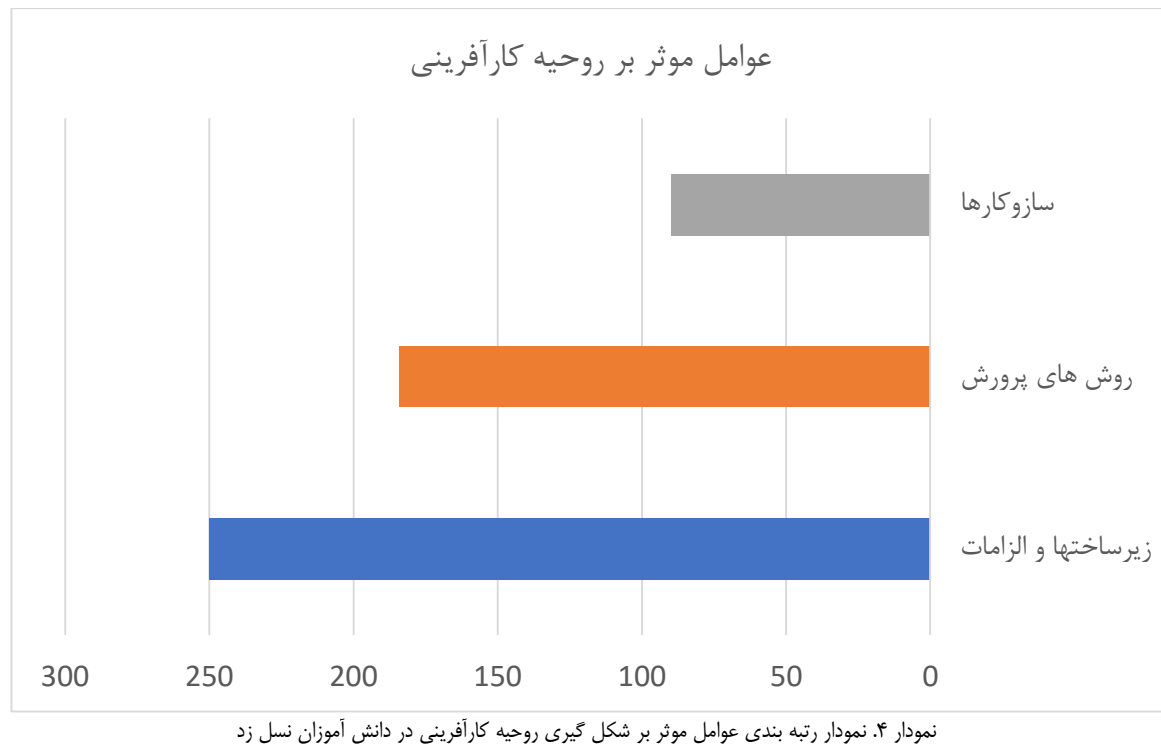
نمودار ۳. نمودار رتبه‌بندی شاخص‌های مربوط به سازوکارها

گام سوم پس از مقایسه زوجی بین زیرمعیارها در هر یک از معیارها، برآورد میزان اهمیت هر یک از معیارها نسبت به هدف است بنابراین:

جدول ۷. ماتریس محاسبه میانگین وزن نسبی اهمیت هر یک از معیارها نسبت به هدف

معیارها	میانگین وزن نسبی	نرخ ناسازگاری
زیرساختها و الزامات	۰,۲۵۰	۰,۰۵
روش‌های پرورش	۰,۱۸۴	
سازوکارها	۰,۰۹۰	

جدول فوق بیانگر میزان اهمیت هر یک از معیارها نسبت به هدف است. به عبارت دیگر میانگین وزن نسبی هر یک از معیارها نشان می‌دهد که این عوامل تا چه میزان بر روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان نسل زد موثر می‌باشند. بنابراین مهم‌ترین معیار زیرساختها و الزامات با ضریب ۰/۲۵۰ می‌باشد، سپس به ترتیب روش‌های پرورش ۰/۱۸۴ و سازوکارها ۰/۰۹۰ خواهد بود. همچنین ضریب ناسازگاری ماتریس هم معادل با ۰/۰۵ حاصل شده است که این ضریب، ضریب در حد قابل قبولی است و بیانگر قابلیت اعتماد تقریبی نتایج ماتریس است. نمودار وزنی آن هم به شرح زیر است:



نتیجه گیری

نتایج این پژوهش نشان داد که سه عامل اصلی «زیرساختها و الزامات»، «روش‌های پرورش» و «سازوکارها» بیشترین تأثیر را بر تقویت روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان نسل زد دارند. از میان این عوامل، «زیرساختها و الزامات» با وزن ۰,۲۵۰ بیشترین اهمیت را به خود اختصاص داد که نشان می‌دهد محیط‌های آموزشی، امکانات فناوری، و سیاست‌های حمایتی تأثیر مستقیمی بر انگیزه و توانایی دانش‌آموزان برای ورود به فعالیت‌های کارآفرینانه دارند. در واقع، هرچقدر بسترهای حمایتی مناسب‌تر و امکانات زیرساختی گسترده‌تر باشد، احتمال موفقیت دانش‌آموزان در مسیر کارآفرینی افزایش می‌یابد. از سوی دیگر، بدون فراهم بودن این زیرساختها، حتی وجود انگیزه و استعداد کافی در دانش‌آموزان نیز نمی‌تواند تضمین‌کننده ورود موفقیت‌آمیز آنان به عرصه کارآفرینی باشد. بنابراین، سیاست‌گذاران آموزشی باید توجه ویژه‌ای به این حوزه داشته باشند و از طریق سرمایه‌گذاری در ایجاد محیط‌های آموزشی مجهز، دسترسی دانش‌آموزان به فناوری‌های نوین و حمایت از استارت‌آپ‌های دانش‌آموزی، بسترهای لازم برای توسعه کارآفرینی را فراهم کنند.

علاوه بر آن، «روش‌های پرورش» با ضریب ۰,۱۸۴ مشخص کرد که شیوه‌های آموزشی نوین و تعاملات آموزشی مبتنی بر تجربه، مانند کارگاه‌های عملی، سخنرانی‌های الهام‌بخش و برنامه‌های شبیه‌سازی کسب‌وکار، می‌توانند تأثیر زیادی در افزایش مهارت‌های کارآفرینی دانش‌آموزان داشته باشند. در نظام آموزشی سنتی، معمولاً تمرکز اصلی بر حفظیات و دانش نظری است، اما پژوهش‌های متعدد نشان داده‌اند که روش‌های تجربی و عملی اثربخشی بیشتری در توسعه مهارت‌های کارآفرینی دارند. به همین دلیل، پیشنهاد می‌شود که مدارس و دانشگاه‌ها برنامه‌های آموزشی خود را به گونه‌ای طراحی کنند که شامل فعالیت‌های عملی، پروژه‌های تیمی و کارآموزی در محیط‌های واقعی کسب‌وکار باشد. همچنین، برگزاری مسابقات نوآوری، دعوت از کارآفرینان موفق برای سخنرانی و فراهم کردن فرصت‌های کارورزی در شرکت‌های نوپا، از جمله اقداماتی است که می‌تواند روحیه کارآفرینی را در بین دانش‌آموزان تقویت کند و آنان را برای چالش‌های دنیای واقعی آماده سازد. در مقابل، «سازوکارها» با ضریب ۰,۰۹۰ کمترین تأثیر را داشت، که نشان می‌دهد در حال حاضر سیاست‌های حمایتی و تشویقی موجود به اندازه کافی کارآمد نیستند یا به درستی اجرا نمی‌شوند. این یافته بیانگر آن است که هرچند ممکن است برنامه‌هایی برای حمایت از دانش‌آموزان کارآفرین طراحی شده باشد، اما یا به درستی اجرا نمی‌شود و یا جذابیت کافی برای دانش‌آموزان ندارد. در بسیاری از موارد، نبود قوانین حمایتی شفاف، فقدان حمایت مالی کافی، و عدم وجود سیستم‌های مشاوره‌ای تخصصی باعث شده است که دانش‌آموزان علیرغم داشتن ایده‌های خلاقانه، انگیزه‌ای برای ورود به دنیای کارآفرینی نداشته باشند. بنابراین، لازم است که دولت و نهادهای مسئول، با تدوین قوانین حمایتی مؤثر، ایجاد تسهیلات مالی، و گسترش مراکز مشاوره کارآفرینی، انگیزه دانش‌آموزان را برای ورود به فعالیت‌های کارآفرینانه افزایش دهند.

تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد که برای افزایش تأثیر زیرساخت‌های آموزشی، نیاز به سرمایه‌گذاری در ایجاد مراکز رشد و توسعه کارآفرینی در مدارس و دانشگاه‌ها ضروری است. این مراکز می‌توانند به‌عنوان بستری برای حمایت از ایده‌های نوآورانه دانش‌آموزان و فراهم کردن امکانات لازم جهت آزمایش و اجرای پروژه‌های کارآفرینانه عمل کنند. چنین مراکزی می‌توانند با ارائه خدماتی مانند آموزش مهارت‌های کسب‌وکار، مشاوره حقوقی، تأمین سرمایه اولیه، و برگزاری رویدادهای شبکه‌سازی، دانش‌آموزان را برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوآورانه توانمند سازند. همچنین، همکاری این مراکز با بخش خصوصی و نهادهای اقتصادی می‌تواند منجر به ایجاد فرصت‌های شغلی و سرمایه‌گذاری برای دانش‌آموزان شود. بدون شک، اگر چنین زیرساخت‌هایی به‌درستی توسعه یابد، می‌توان انتظار داشت که دانش‌آموزان نسل زد با انگیزه و اعتماد بیشتری وارد دنیای کارآفرینی شوند.

در زمینه روش‌های پرورش، به نظر می‌رسد که استفاده از تکنیک‌های آموزشی پویا، نظیر شبیه‌سازی‌های تجاری، مصاحبه با کارآفرینان موفق، و برگزاری کارگاه‌های عملی، می‌تواند انگیزه دانش‌آموزان را برای ورود به مسیرهای کارآفرینی افزایش دهد. اجرای چنین روش‌هایی نیازمند تغییر در سیاست‌های آموزشی و مشارکت فعال معلمان و مدیران مدارس در فرآیند آموزش کارآفرینی است. یکی از مهم‌ترین اقدامات در این راستا، توانمندسازی معلمان و مربیان برای تدریس مفاهیم کارآفرینی است، چراکه بدون آموزش صحیح معلمان، امکان انتقال این مهارت‌ها به دانش‌آموزان وجود نخواهد داشت. بنابراین، برگزاری دوره‌های آموزشی ویژه معلمان و استفاده از روش‌های یادگیری مشارکتی، می‌تواند کیفیت آموزش کارآفرینی را به میزان قابل‌توجهی بهبود بخشد.

با توجه به نتایج حاصل از بخش سازوکارها، پیشنهاد می‌شود که دولت و نهادهای آموزشی برنامه‌های حمایتی هدفمندتری برای دانش‌آموزان علاقه‌مند به کارآفرینی طراحی کنند. به‌عنوان مثال، ایجاد مشوق‌های مالی، تدوین قوانین حمایتی ویژه دانش‌آموزان کارآفرین، و توسعه برنامه‌های مشاوره‌ای و راهنمایی می‌تواند تأثیر بیشتری در افزایش تمایل آنان به کارآفرینی داشته باشد. علاوه بر این، راه‌اندازی شبکه‌های حمایت از کارآفرینان جوان، ایجاد بسترهای قانونی برای ثبت آسان شرکت‌های دانش‌آموزی، و برگزاری جشنواره‌های استعدادیابی در حوزه کارآفرینی، می‌تواند مسیر ورود دانش‌آموزان به دنیای کسب‌وکار را هموارتر کند.

همچنین، برای پرورش روحیه کارآفرینی در نسل زد، باید مهارت‌های تصمیم‌گیری، ریسک‌پذیری، و خلاقیت در آنان تقویت شود. این مهارت‌ها از طریق ایجاد فرصت‌های تجربه عملی، تشویق به حل مسائل واقعی، و ارائه چالش‌های گروهی در محیط‌های آموزشی تقویت می‌شود. دانش‌آموزانی که توانایی تحلیل موقعیت‌ها، مدیریت ریسک و اتخاذ تصمیمات درست را در محیط‌های آموزشی تمرین می‌کنند، در دنیای واقعی نیز موفق‌تر خواهند بود. بنابراین، طراحی برنامه‌های آموزشی که این مهارت‌ها را در قالب پروژه‌های عملی و چالش‌برانگیز ارائه دهد، می‌تواند تأثیر بسزایی در آماده‌سازی نسل جدید کارآفرینان داشته باشد.

در نهایت، پیشنهاد می‌شود که نهادهای آموزشی و سیاست‌گذاران با بهره‌گیری از مدل‌های موفق بین‌المللی، رویکردی جامع و یکپارچه برای توسعه کارآفرینی در دانش‌آموزان نسل زد تدوین کنند. بسیاری از کشورها با تلفیق آموزش رسمی با فعالیت‌های عملی، موفق شده‌اند نرخ کارآفرینی در میان جوانان را افزایش دهند. به همین دلیل، ایران نیز می‌تواند با بهره‌گیری از تجربیات کشورهای پیشرفته، الگوهای آموزشی مناسبی طراحی کند که علاوه بر آموزش مفاهیم نظری، بسترهای عملی و اجرایی لازم برای ورود دانش‌آموزان به دنیای کسب‌وکار را فراهم سازد. در صورت اجرای چنین برنامه‌هایی، می‌توان انتظار داشت که دانش‌آموزان نسل زد نه تنها با انگیزه و مهارت بیشتری وارد بازار کار شوند، بلکه به‌عنوان کارآفرینانی خلاق و نوآور، نقش مهمی در توسعه اقتصادی کشور ایفا کنند.

References

- Afifi, R. (2018). A study on the relationship between culture and entrepreneurship. *Journal of Cultural Management*, 39, 1-13. [In Persian]
- Ahmadpour Daryani, M. (2007). *Entrepreneurship*. Tehran: Amir Kabir Publishing. [In Persian]
- Asgari Far, K., Ebrahimi, A., & Alavi, S. M. (2018). Providing an educational model for developing entrepreneurial capabilities in students with personality traits as a mediator. *Journal of Entrepreneurial Development*, 39, 101-120. [In Persian]
- Axelsson, K., Hägglund, S., & Sandberg, A. (2015). Entrepreneurial learning in education preschool as a takeoff for the entrepreneurial self. *Journal of Education and Training*, 2(2), 40-58.
- Bahmani, N., Arasti, Z., & Hosseini, S. R. (2017). Entrepreneurship education in primary school to strengthen entrepreneurial attitudes. *Journal of Entrepreneurial Development*, 38, 555-574. [In Persian]

- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2020). The development of entrepreneurship at school: The Spanish experience. *Education + Training*, 58(7/8), 783-796.
- Cockrell, K. N. (2022). An IMC approach to entrepreneurship: How Generation Z is changing the landscape of entrepreneurship. *Honors Theses*, 2582. https://egrove.olemiss.edu/hon_thesis/2582
- Delijeh, R., Abdollahi, H., Minaei, A., & Ghiyasi Nadooshan, S. (2017). Strategies for creating and strengthening entrepreneurial attitudes in female first-year secondary school students of Aq Qala city. *Master's Thesis, Allameh Tabatabai University*. [In Persian]
- Gibb, A. A. (2011). Enterprise culture- its meaning and implications for education and training. *Journal of European Industrial Training*, 11, 2-38.
- Gibson, L. (2015). *New perspectives on humanities models*. San Francisco-London: Jossey-Bass Publishers.
- Hossain, M. I., Tabash, M. I., Siow, M. L., et al. (2023). Entrepreneurial intentions of Gen Z university students and entrepreneurial constraints in Bangladesh. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12, 12. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00279-y>
- Johnson, M., & Lee, H. (2024). The role of education and family support in shaping entrepreneurial mindset in Generation Z students. *International Journal of Educational Entrepreneurship*, 11(1), 22-37. <https://doi.org/10.1080/ijee.2024.01.0123>
- Kim, Y. H. (2007). A multidimensional model of public entrepreneurship. Retrieved from <http://proquest.umi.com/pqdweb?RQT=302&cfc=1>
- Lekutle, N. T., Ebewo, P. E., & Shambare, R. (2023). The effects of entrepreneurship leadership on youth entrepreneurial intentions post-COVID-19: The case of Gauteng. *Businesses*, 3(4), 569-584. <https://doi.org/10.3390/businesses3040035>
- Maktabi, H., & Babakhanian, M. (2022). Identification of factors affecting organizational entrepreneurship in selected Sama technical schools. *World Conference on Technology, Innovation, and Entrepreneurship*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 195, 940-947.
- Marian, F., & Dasuni, P. (2022). Factors affecting the e-entrepreneurial intention among Generation Z of Sri Lanka. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 3(9), 767-779.
- Moghim, S. M., Vakili, Y., & Akbari, M. (2013). *Theories of entrepreneurship*. Tehran: University of Tehran Publishing. [In Persian]
- Morris, A., & Lewis, K. (2012). Entrepreneurship as a significant factor in societal quality of life. *Journal of Business Research*, 23(1), 21-36.
- Nguyễn, T. L., Lê, T. G. T., Huỳnh, B. M., Võ, T. K. T., & Hà, P. H. A. (2021). *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8(12), 443-453.
- Rosique-Blasco, M., Madrid-Guijarro, A., & García-Pérez-de-Lema, D. (2016). Entrepreneurial skills and socio-cultural factors. *Education + Training*, 58(7/8), 815-831.
- Ruskovaara, E., Hamalainen, M., & Pihkala, T. (2021). Head teachers managing entrepreneurship education: Empirical evidence from general education. *Teaching and Teacher Education*, 55, 155-164.
- Safri, R., & Heydari, M. (2023). Creativity and innovation in teachers and students: The role of personality traits. *Journal of Educational Psychology and Development*, 41(3), 112-134. [In Persian]
- Shakari, S., Yarmohammadzadeh, P., & Yaraghli, B. (2018). Identifying factors affecting the promotion of entrepreneurial culture in secondary schools of Tabriz city based on Q methodology. *Master's Thesis, Tabriz University*. [In Persian]

Shams, M., Alavi, R., & Mohammadi, B. (2023). Identifying the factors influencing the promotion of entrepreneurial culture in male secondary school students in Nowshahr. *Journal of Educational Research and Development*, 39(1), 25-45. [In Persian]

Shane, S., & Venkataraman, R. (2015). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

Smith, A., Johnson, R., & Davis, K. (2025). Entrepreneurial intentions and barriers among Generation Z students: A comparative analysis. *Journal of Youth Entrepreneurship*, 19(2), 145-160. <https://doi.org/10.1016/j.jye.2023.01.004>

Solesvik, M., Westhead, P., & Matlay, H. (2014). Cultural factors and entrepreneurial intention. *Education + Training*, 56(8/9), 680-696.