



**Article Type: Original**

**Modeling the Relationship Between Entrepreneurship Education and Start-up Readiness among Sport Sciences Students: The Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy**

**Marziyeh Khalifeh Soltani** <sup>1\*</sup> 

1. Assistant Professor in Sport Management, Department of Sport Sciences, Faculty of Educational Sciences and Psychology, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran.

**Received:** 23/05/2025, **Revised:** 25/07/2025, **Accepted:** 05/09/2025

\* Corresponding Author: Marziyeh Khalifeh Soltani, E-mail: [mkh\\_sport@ped.usb.ac.ir](mailto:mkh_sport@ped.usb.ac.ir)

**How to Cite:** Khalifeh Soltani M. Modeling the Relationship Between Entrepreneurship Education and Start-up Readiness among Sport Sciences Students: The Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy. Sport Psychology Studies, 15(58),61-78. In Persian

**Extended Abstract**

**Background and Purpose**

Universities play a pivotal role in developing entrepreneurial human capital. However, the persistent gap between theoretical education and labor market requirements limits many graduates' readiness to enter the business world. In the field of sport sciences, the effective utilization of entrepreneurial opportunities necessitates both entrepreneurship education and the development of individual competencies—particularly entrepreneurial self-efficacy, which refers to an individual's belief in their capability to successfully perform entrepreneurial activities. Accordingly, entrepreneurship education is regarded as an effective educational intervention for

strengthening students' intentions to start a business. Nevertheless, entrepreneurial intentions do not necessarily translate into actual entrepreneurial behavior. Despite this limitation, entrepreneurial intention is widely recognized as a critical precursor to entrepreneurial behavior and is strongly influenced by cognitive factors, particularly self-efficacy.

Entrepreneurial self-efficacy is an important psychological construct that plays a central role in explaining entrepreneurial behavior and directing individuals' motivation toward entrepreneurial activities. It is defined as an individual's belief in his or her ability to successfully perform entrepreneurial tasks and cope with entrepreneurial challenges. Rooted



**Copyright:** © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

in Bandura's (1977) theory of self-efficacy, entrepreneurial self-efficacy reflects the extent to which individuals believe they can identify opportunities, make effective decisions, manage resources, and successfully lead the venture creation process. Previous studies have demonstrated that entrepreneurial self-efficacy plays a pivotal role in shaping entrepreneurial intention and facilitating its translation into entrepreneurial behavior. Furthermore, it enhances the effectiveness of entrepreneurship education and learning environments in improving individuals' readiness to engage in entrepreneurial activities.

Start-up readiness is considered a psychological construct that reflects an individual's cognitive, motivational, and perceptual preparedness to engage in the process of creating a new venture. It represents an individual's willingness and capability to transform entrepreneurial opportunities into concrete entrepreneurial action. Recent studies conceptualize start-up readiness as a combination of cognitive capabilities, personal attitudes, and behavioral preparedness that develops through educational environments and learning experiences. In this regard, entrepreneurship education is regarded as one of the key antecedents of start-up readiness, equipping students with the knowledge, skills, and attitudes necessary to successfully address the challenges associated with venture creation and business management.

Despite these recognized advantages, empirical evidence suggests that entrepreneurship education alone does not necessarily result in entrepreneurial behavior

or start-up readiness. A considerable gap remains between entrepreneurship education and entrepreneurial action among university students—particularly sport sciences students—highlighting the need to examine the psychological mechanisms underlying this relationship. Accordingly, the present study seeks to answer the following research question: Does entrepreneurial self-efficacy mediate the relationship between entrepreneurship education and start-up readiness among sport sciences students?

## Materials and Methods

**Research Design and Participants:** The research method was descriptive-correlational. The statistical population consisted of all sport sciences students in Sistan and Baluchestan Province, from whom 300 participants were selected through cluster sampling.

**Instruments:** Data were collected using three validated instruments: the Entrepreneurial Self-Efficacy Questionnaire (Ghi & Van, 2025), the Entrepreneurship Education Questionnaire (Puni et al., 2018), and the Start-up Readiness Questionnaire (Adeniyi, 2023). Face and content validity were employed to assess the validity of the questionnaires, while the overall reliability of the instruments was examined using Cronbach's alpha coefficient.

**Data Analysis:** Data were analyzed through Structural Equation Modeling (SEM) using AMOS software.

## Findings

The demographic characteristics of the participants indicated that, of the total 300 participants, 155 were female (51.7%) and 145

were male (48.3%). Furthermore, 187 respondents (62.33%) were between 18 and 21 years of age. In terms of educational level, 175 participants (58.33%) were studying at the undergraduate level.

The results revealed a direct and significant effect of entrepreneurship education on entrepreneurial self-efficacy ( $\beta = 0.78$ ,  $t = 10.771$ ). Similarly, entrepreneurship education had a direct and significant effect on start-up readiness ( $\beta = 0.50$ ,  $t = 4.736$ ), and entrepreneurial self-efficacy demonstrated a direct and significant effect on start-up readiness ( $\beta = 0.42$ ,  $t = 4.008$ ). Furthermore, the indirect effect of entrepreneurship education on start-up readiness through the mediating role of entrepreneurial self-efficacy was confirmed among sport sciences students ( $\beta = 0.349$ ,  $p = 0.003$ ).

### Conclusion

Based on the findings of the study, it can be concluded that entrepreneurship education and entrepreneurial self-efficacy are among the most important factors influencing start-up readiness among sport sciences students. On the one hand, entrepreneurship education, as an effective platform for transferring entrepreneurial knowledge, skills, and attitudes, provides students with the necessary foundation for identifying career opportunities, enhancing creativity, improving decision-making abilities, and preparing them to enter economic activities. On the other hand, entrepreneurial self-efficacy, as an internal psychological factor, strengthens students' beliefs in their own abilities to cope with business challenges and encourages them

to accept responsibility, take risks, and pursue entrepreneurial goals.

In fact, students with higher levels of entrepreneurial self-efficacy can more confidently transform their innovative ideas into real business opportunities and reduce their dependence on traditional employment pathways. Accordingly, universities and higher education institutions—particularly in the field of sport sciences—should focus not only on developing students' specialized knowledge but also on strengthening practical entrepreneurial skills and enhancing their self-efficacy. This can be achieved through designing experiential learning-based educational programs, organizing skill-development workshops, establishing innovation and business incubators, facilitating interaction with successful entrepreneurs, and assigning practical responsibilities to students.

Through such an approach, students can become creative, self-confident, and capable individuals who are able to create innovative employment opportunities within the sports industry and contribute to its economic and social development. Therefore, considering that university education is an effective tool for students' professional and personal development, educational policymakers and university administrators should adopt targeted strategies to foster an entrepreneurial culture, strengthen entrepreneurial self-efficacy, and prepare the next generation of sports entrepreneurs.

**Keywords:** Entrepreneurial Self-Efficacy, Entrepreneurship Education, Business Start-up, Entrepreneurial Readiness.

**Funding**

This study received no funding from public, commercial, or nonprofit organizations.

**Authors' Contributions**

All authors have participated in designing, implementing and writing all parts of the present study.

**Conflicts of Interest**

The author declared no conflict of interest.

**Acknowledgement**

We sincerely thank all the students who collaborated in this research.



نوع مقاله: پژوهشی اصیل

## مدل‌سازی ارتباط آموزش کارآفرینی و آمادگی راه‌اندازی کسب و کار در دانشجویان علوم ورزشی: نقش میانجی گر خودکارآمدی کارآفرینانه

مرضیه خلیفه سلطانی<sup>۱</sup> \*

۱. استادیار مدیریت ورزشی، گروه علوم ورزشی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۰۲، تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۵/۰۳، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۱۵

\* Corresponding Author: Marziyeh Khalifeh Soltani, E-mail: [mkh\\_sport@ped.usb.ac.ir](mailto:mkh_sport@ped.usb.ac.ir)

**How to Cite:** Khalifeh Soltani M. Modeling the Relationship Between Entrepreneurship Education and Start-up Readiness among Sport Sciences Students: The Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy. Sport Psychology Studies, 15(56),61-78. In Persian

### چکیده

**هدف:** هدف پژوهش حاضر، مدل‌سازی ارتباط آموزش کارآفرینی و آمادگی راه‌اندازی کسب و کار در بین دانشجویان علوم ورزشی و بررسی نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینانه بود.

**روش‌ها:** روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی بود و جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان علوم ورزشی استان سیستان و بلوچستان بودند که تعداد ۳۰۰ نفر به عنوان نمونه آماری از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها شامل پرسشنامه‌های خودکارآمدی کارآفرینانه گی و وان (۲۰۲۵)، آموزش کارآفرینی پونی و همکاران (۲۰۱۸) و آمادگی راه‌اندازی کسب و کار آدینی (۲۰۲۳) بود. داده‌ها از طریق روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار آموس تحلیل شد.

**یافته‌ها:** نتایج حاکی از اثر مستقیم و معنی‌دار آموزش کارآفرینی بر خودکارآمدی کارآفرینانه ( $\beta = ۰/۷۸, t = ۱۰/۷۷۱$ )، اثر مستقیم و معنی‌دار آموزش کارآفرینی بر آمادگی راه‌اندازی کسب و کار ( $\beta = ۰/۵۰, t = ۴/۷۳۶$ ) و اثر مستقیم و معنی‌دار خودکارآمدی کارآفرینانه بر آمادگی راه‌اندازی کسب و کار ( $\beta = ۰/۴۲, t = ۴/۰۰۸$ ) بود. همچنین اثر غیر مستقیم آموزش کارآفرینی از طریق نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینانه بر آمادگی راه‌اندازی کسب و کار ( $\beta = ۰/۳۴۹, p = ۰/۰۰۳$ ) دانشجویان علوم ورزشی تایید شد.

**نتیجه‌گیری:** بنابراین، آموزش کارآفرینی زمانی می‌تواند آمادگی راه‌اندازی کسب‌وکار را در دانشجویان علوم ورزشی ارتقا دهد که با تقویت خودکارآمدی کارآفرینانه، باور آنان نسبت به توانایی‌های فردی را افزایش دهد. ازاین‌رو، اثربخشی این آموزش‌ها علاوه بر انتقال دانش و مهارت، به ایجاد احساس شایستگی و اعتمادبه‌نفس لازم برای ورود به عرصه کارآفرینی نیز وابسته است.

**کلیدواژه‌ها:** خودکارآمدی کارآفرینانه، آموزش کارآفرینی، راه‌اندازی کسب و کار، آمادگی کارآفرینانه.



## مقدمه

پس از بحران اقتصادی و مالی سال ۲۰۰۸، کارآفرینی به عنوان یکی از راهکارهای کلیدی در احیای اقتصادی، توسعه اشتغال و ارتقای نوآوری در سطح جهانی مورد توجه قرار گرفت. این تحول موجب شکل‌گیری اجماع بین‌المللی درباره نقش بنیادین کارآفرینی در تحولات اقتصادی و اجتماعی شد (راپوزو و همکاران،<sup>۱</sup> ۲۰۱۴). در پی این تغییر رویکرد، دانشگاه‌ها وارد مرحله‌ای جدید شدند که در آن، از آن‌ها انتظار می‌رود در کنار مأموریت‌های سنتی خود یعنی آموزش و پژوهش، کارآفرینی را به عنوان «مأموریت سوم» در دستور کار قرار دهند؛ به این معنا که دانشگاه‌ها باید نقش فعال‌تری در حمایت از نوآوری، تجاری‌سازی ایده‌ها و تسهیل راه‌اندازی کسب و کارهای جدید ایفا کنند (فینی و همکاران،<sup>۲</sup> ۲۰۱۱، گونزاس-سرانو و همکاران،<sup>۳</sup> ۲۰۲۱).

بدون تردید دانشگاه‌ها در این میان نقش اساسی در تربیت نیروی انسانی توانمند برای خلق فرصت‌های نوآورانه و راه‌اندازی کسب و کار دارند. با این حال، بخش قابل‌توجهی از فارغ‌التحصیلان، به‌ویژه در رشته‌های کاربردی، با شکاف میان آموزش‌های نظری و مهارت‌های موردنیاز بازار کار مواجه‌اند که می‌تواند توانایی آنان را در ورود به عرصه فعالیت‌های اقتصادی محدود کند (فینی و همکاران، ۲۰۱۱). در حوزه علوم ورزشی نیز ظرفیت‌های متنوعی در زمینه‌هایی مانند مدیریت ورزشی، فناوری‌های نوین و خدمات سلامت‌محور وجود دارد. بهره‌گیری از این ظرفیت‌ها نیازمند آموزش‌های کارآفرینانه<sup>۴</sup> و تقویت شایستگی‌های فردی است. در این میان، خودکارآمدی کارآفرینانه<sup>۵</sup> به عنوان باور فرد به توانایی انجام فعالیت‌های کارآفرینانه، از عوامل مهم در آمادگی ورود به کسب و کار

محسوب می‌شود (گونزاس-سرانو و همکاران، ۲۰۲۱، پوتری و ویدیانتی،<sup>۶</sup> ۲۰۲۲).

کارآفرینی به عنوان فرایندی پویا و فرصت‌محور تعریف می‌شود که در آن فرد با تکیه بر خلاقیت، نوآوری و پذیرش ریسک، فرصت‌های جدید را شناسایی کرده و از طریق سازمان‌دهی منابع و تبدیل ایده‌ها به عمل، به خلق ارزش اقتصادی و اجتماعی در قالب محصولات و خدمات جدید می‌پردازد (پوتری و ویدیانتی، ۲۰۲۲). در ادبیات مدیریت، کارآفرینی همچنین به عنوان هنر تبدیل ایده‌ها به فعالیت‌های اقتصادی و درآمدزا توصیف شده است (بارینگر و ایرلند،<sup>۷</sup> ۲۰۲۱). به طور کلی، آموزش کارآفرینی به فرایند انتقال دانش، مهارت و نگرش‌های لازم برای ایجاد و مدیریت کسب و کار، با هدف ایجاد انگیزه و علاقه در فراگیران برای راه‌اندازی کسب و کارهای مستقل و نوآورانه اطلاق می‌شود (دی تین و چاندلر،<sup>۸</sup> ۲۰۰۴). این نوع آموزش نه تنها بر جنبه‌های نظری کارآفرینی تمرکز دارد، بلکه از طریق شیوه‌های کاربردی و تجربی، دانشجویان را برای ورود به دنیای واقعی کارآفرینی آماده می‌سازد (پونی و همکاران،<sup>۹</sup> ۲۰۱۸). به گفته پرایتونو همکاران<sup>۱۰</sup> (۲۰۲۳) هرچه تمایل و گرایش افراد به مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینانه قوی‌تر باشد، احتمال موفقیت آنان در راه‌اندازی و تداوم کسب و کارهای جدید افزایش می‌یابد. از این رو، نهادینه‌سازی ارزش‌ها و نگرش‌های کارآفرینانه در میان نسل جوان می‌تواند به عنوان یکی از راهبردهای مؤثر در کاهش نرخ بیکاری مورد توجه قرار گیرد. این دیدگاه با اصول اساسی «نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده»<sup>۱۱</sup> همسو است. این نظریه که توسط آجزن<sup>۱۲</sup> در حوزه روانشناسی اجتماعی ارائه شده است، یکی از چارچوب‌های نظری مهم در تبیین قصد و آمادگی رفتارهای انسانی، از جمله رفتارهای

<sup>7</sup> Barringer & Ireland

<sup>8</sup> DeTienne & Chandler

<sup>9</sup> Puni et al.

<sup>10</sup> Prayitno et al.

<sup>11</sup> Theory of Planned Behaviour (TPB)

<sup>12</sup> Ajzen

<sup>1</sup> Raposo et al.

<sup>2</sup> Fini et al.

<sup>3</sup> González-Serrano et al.

<sup>4</sup> Entrepreneurship Education

<sup>5</sup> Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE)

<sup>6</sup> Putri & Widiyanti

خودکارآمدی کارآفرینانه ریشه در نظریه خودکارآمدی بندورا دارد و نشان می‌دهد افراد تا چه اندازه به توانایی خود در شناسایی فرصت‌ها، تصمیم‌گیری، مدیریت منابع و هدایت فرایند ایجاد کسب‌وکار اعتماد دارند (ردیتایانی و سوهاردی، ۲۰۲۵<sup>۳</sup>). در حوزه کارآفرینی، این سازه نقش مهمی در افزایش انگیزه، پایداری تلاش و جهت‌دهی به رفتارهای هدفمند مرتبط با راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار ایفا می‌کند. در همین راستا، محققین در مطالعات پیشین نشان دادند که خودکارآمدی کارآفرینانه نقش محوری در شکل‌گیری قصد کارآفرینانه و تبدیل آن به رفتار واقعی ایفا می‌کند و می‌تواند اثرات آموزش کارآفرینی و محیط‌های یادگیری را در ارتقای آمادگی افراد برای ورود به فعالیت‌های کسب و کار تقویت کند (الماری و همکاران، ۲۰۲۵<sup>۴</sup>، آدنی، ۲۰۲۳<sup>۵</sup>).

علاوه‌براین، آمادگی راه‌اندازی کسب و کار<sup>۶</sup> نیز یک سازه روانشناختی تلقی می‌شود که بیانگر سطح آمادگی ذهنی، انگیزشی و ادراکی فرد برای ورود به فرایند ایجاد کسب و کار جدید است. این سازه نشان‌دهنده میزان تمایل و توانمندی فرد در تبدیل فرصت‌های کارآفرینانه به اقدام عملی است. پژوهش‌های اخیر، آمادگی راه‌اندازی کسب و کار را ترکیبی از قابلیت‌های شناختی، نگرش‌های فردی و آمادگی رفتاری می‌دانند که در تعامل با محیط آموزشی و تجربه‌های یادگیری شکل می‌گیرد (کودوراس و همکاران، ۲۰۱۶<sup>۷</sup>، کارتیکا و همکاران، ۲۰۲۵<sup>۸</sup>). در واقع، این سازه نه تنها بیانگر داشتن دانش یا مهارت، بلکه نشان‌دهنده آمادگی روانی برای اقدام و ورود به مسیر کارآفرینی است. در این زمینه محققین اظهار می‌کنند که در عصر جهانی‌سازی، آمادگی کارآفرینی دانشجویان اهمیت ویژه‌ای یافته است، زیرا می‌تواند زمینه‌ساز تقویت نوآوری، خلاقیت، مسئولیت‌پذیری، انضباط و استقلال در آنان شود و در

کارآفرینانه، محسوب می‌شود. بر اساس این نظریه، قصد رفتاری افراد تحت تأثیر سه سازه اصلی شامل نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری ادراک‌شده شکل می‌گیرد. نگرش به ارزیابی مثبت یا منفی فرد نسبت به انجام یک رفتار خاص، مانند راه‌اندازی کسب و کار، اشاره دارد؛ به‌گونه‌ای که هرچه فرد پیامدهای رفتار را مطلوب‌تر ارزیابی کند، احتمال بروز آن رفتار افزایش می‌یابد (انوار و همکاران، ۲۰۲۲<sup>۱</sup>). هنجارهای ذهنی نیز بیانگر فشارها و انتظارات اجتماعی ادراک‌شده از سوی افراد مهم مانند خانواده، دوستان و جامعه نسبت به انجام رفتارهای کارآفرینانه است (آجزن و همکاران، ۲۰۲۰<sup>۲</sup>). در نهایت، کنترل رفتاری ادراک‌شده به میزان باور فرد نسبت به توانایی‌ها، مهارت‌ها و منابع در دسترس برای انجام موفقیت‌آمیز رفتار کارآفرینانه اشاره دارد (اورگانی و لاکال، ۲۰۲۴<sup>۲</sup>).

بر این اساس دوره‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها به‌عنوان یکی از مداخلات آموزشی مؤثر، می‌توانند در شکل‌گیری و تقویت قصد راه‌اندازی کسب و کار در میان دانشجویان نقش‌آفرین باشند. با این وجود، تمامی قصدهای کارآفرینانه لزوماً به رفتار و اقدام واقعی منجر نمی‌شوند؛ با این حال، در ادبیات کارآفرینی توافق گسترده‌ای وجود دارد که قصد کارآفرینی، یکی از مراحل کلیدی در شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه محسوب می‌شود و تحت تأثیر سازوکارهای شناختی از جمله خودکارآمدی شکل می‌گیرد (آجزن و همکاران، ۲۰۲۰<sup>۲</sup>).

در این میان، خودکارآمدی کارآفرینانه به‌عنوان یک سازه روانشناختی مهم، نقش محوری در تبیین رفتارهای کارآفرینانه و جهت‌دهی به انگیزش فرد برای ورود به فعالیت‌های کسب و کار دارد. خودکارآمدی به‌عنوان باور فرد نسبت به توانایی‌ها و شایستگی‌های خود در انجام موفقیت‌آمیز وظایف و مواجهه با چالش‌ها تعریف می‌شود (پوتری و ویدیانتی، ۲۰۲۲<sup>۳</sup>).

<sup>5</sup> Adeniyi

<sup>6</sup> Start-up Readiness

<sup>7</sup> Coduras et al.

<sup>8</sup> Kartika et al.

<sup>1</sup> Anwar et al.

<sup>2</sup> Ouragini & Lakhal

<sup>3</sup> Reditayani & Suhardi

<sup>4</sup> Al-Mamary et al.

به تقویت قصد کارآفرینانه منجر شود که از طریق آن، سطح اعتماد به توانایی‌های فردی و ادراک شایستگی در انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در فراگیران ارتقا یابد. همچنین سایر مطالعات پیشین نشان داده‌اند که خودکارآمدی کارآفرینانه می‌تواند نقش میانجی معناداری در رابطه میان آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینانه ایفا کند. این یافته‌ها بیانگر آن است که آموزش کارآفرینی از طریق تقویت باور فرد نسبت به توانایی‌های خود، می‌تواند زمینه‌ساز افزایش تمایل به فعالیت‌های کارآفرینانه شود (یانگ، ۲۰۲۰، ماهشواری و خا،<sup>۳</sup> ۲۰۲۲).

با توجه به مطالب مطرح شده و پیشینه پژوهش می‌توان گفت که، در سال‌های اخیر، آموزش کارآفرینی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای توسعه سرمایه انسانی و افزایش اشتغال‌پذیری دانشجویان مورد توجه نظام‌های آموزش عالی قرار گرفته است. با این حال، شواهد پژوهشی نشان می‌دهد که صرف ارائه آموزش‌های کارآفرینانه لزوماً به شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه و آمادگی برای راه‌اندازی کسب‌وکار منجر نمی‌شود. در این میان، شکاف مهمی میان آموزش کارآفرینانه و اقدام کارآفرینانه در میان دانشجویان، به‌ویژه دانشجویان علوم ورزشی، مشاهده می‌شود که ضرورت بررسی سازوکارهای روانشناختی مؤثر بر این رابطه را برجسته می‌سازد. افزون بر این، با وجود توجه پژوهش‌های متعدد به هر یک از این متغیرها، به نظر می‌رسد بررسی هم‌زمان نقش آموزش کارآفرینی و خودکارآمدی کارآفرینانه در تبیین آمادگی راه‌اندازی کسب و کار، به‌ویژه در قالب یک مدل میانجی و در بافت دانشجویان علوم ورزشی، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. همچنین، چگونگی نقش خودکارآمدی کارآفرینانه در تبیین مسیر اثرگذاری آموزش کارآفرینی بر آمادگی راه‌اندازی کسب و کار و نحوه تعامل این سازه‌ها در فرآیند تبدیل یادگیری آموزشی به آمادگی رفتاری، نیازمند بررسی‌های تجربی دقیق‌تر در میان گروه‌های مختلف

نهایت به رشد اقتصادی و سازگاری با تحولات محیطی کمک کند. در این میان، آموزش کارآفرینی به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی شکل‌دهنده این آمادگی مطرح است؛ به‌گونه‌ای که دانشجویان را با دانش، مهارت‌ها و نگرش‌های لازم برای مواجهه موفق با چالش‌های راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار مجهز می‌سازد (راکب و همکاران،<sup>۱</sup> ۲۰۲۵، پوجیاستوتی و همکاران،<sup>۲</sup> ۲۰۲۴). همچنین با توجه به اهمیت کارآفرینی در ایجاد اشتغال و توسعه اقتصادی، شناخت عوامل مؤثر بر شکل‌گیری رفتارهای کارآفرینانه ضروری است. در این راستا بارانی و همکاران (۲۰۱۰) در پژوهشی اظهار می‌کنند که با توجه به اینکه راه‌اندازی یک کسب و کار جدید نیازمند زمان، برنامه‌ریزی و تفکر است، تصمیم کارآفرینانه را می‌توان بخشی از رفتار برنامه‌ریزی‌شده دانست که پیش‌بینی آن از طریق مدل‌های مبتنی بر نیت امکان‌پذیر است. در ادامه و در تبیین عوامل اثرگذار بر کارآفرینی دانش‌آموختگان تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، پژوهش‌های پیشین بر نقش ساختارهای مدیریتی و سیاست‌گذاری‌های کلان تأکید داشته‌اند. در این راستا سبزه‌پرور و همکاران (۲۰۲۴) در پژوهش خود نشان دادند که در سطح کلان با اصلاح ظرفیت‌های اکوسیستم کارآفرینی و اشتغال ورزش کشور و اتخاذ سیاست‌های هدفمند در حوزه توانمندسازی، می‌توان زمینه توسعه کارآفرینی و اشتغال در ورزش را فراهم کرد. تقویت شایستگی‌های کارآفرینانه و ایجاد هماهنگی میان نهادهای مرتبط نقش مهمی در فعال‌سازی ظرفیت‌های موجود و آماده‌سازی دانش‌آموختگان تربیت‌بدنی و علوم ورزشی برای ورود موفق به عرصه کسب‌وکار دارد. از سوی دیگر، در سطح فردی، پونی و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی دریافتند که خودکارآمدی کارآفرینانه به‌عنوان یک سازوکار روانشناختی کلیدی، نقش واسطه‌ای مهمی در فرایند اثرگذاری آموزش کارآفرینی بر پیامدهای کارآفرینانه ایفا می‌کند. در این چارچوب، اظهار می‌کنند که آموزش کارآفرینی زمانی می‌تواند

<sup>3</sup> Maheshwari & Kha

<sup>1</sup> Rakib et al.

<sup>2</sup> Pudjiastuti et al.

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه دانشجویان علوم ورزشی دانشگاه‌های استان سیستان و بلوچستان بودند که طبق آخرین استعلام اخذ شده از معاونت آموزشی دانشگاه‌های استان، تعداد آنها حدود (۱۳۶۶ نفر) در سال تحصیلی ۱۴۰۵-۱۴۰۴ بود. نمونه آماری براساس فرمول کوکران، ۳۰۰ نفر برآورد شد که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شدند.

### معیارهای ورود به پژوهش و معیارهای خروج:

معیارهای ورود به پژوهش شامل دانشجویان رشته علوم ورزشی مشغول به تحصیل در زمان اجرای پژوهش بود که با آگاهی از اهداف پژوهش، رضایت آگاهانه خود را برای مشارکت در مطالعه اعلام کردند و پرسشنامه‌های پژوهش را به‌طور کامل تکمیل نمودند. همچنین، معیارهای خروج از پژوهش شامل عدم تمایل یا عدم ارائه رضایت آگاهانه برای شرکت در پژوهش و نیز تکمیل نکردن تمامی سؤالات پرسشنامه‌ها بود.

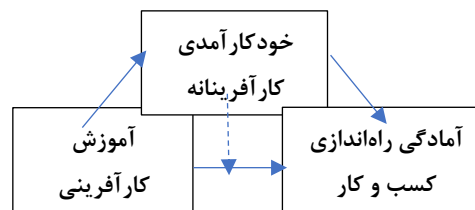
### ابزار گردآوری داده‌ها

پرسشنامه خودکارآمدی کارآفرینانه گی و وان: این پرسشنامه توسط گی و وان (۲۰۲۵) ساخته و اعتباریابی شده است و دارای ۴ گویه در درمقیاس پنج ارزشی لیکرت (کاملاً مخالفم = ۱ تا کاملاً موافقم = ۵) بود. در مطالعه توسط گی و وان (۲۰۲۵) ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۸ به دست آمد. ضریب آلفای کرونباخ این پرسشنامه در این پژوهش ۰/۷۹ به دست آمد.

پرسشنامه آموزش کارآفرینی پونی و همکاران: این پرسشنامه توسط پونی و همکاران (۲۰۱۸) ساخته و اعتباریابی شده است و دارای ۱۰ گویه در دو بعد (تشخیص فرصت ۴ گویه و کسب دانش کارآفرینی ۶ گویه) درمقیاس پنج‌ارزشی لیکرت (کاملاً مخالفم = ۱ تا

دانشجویی است. بر این اساس، مطالعه حاضر در پی آن است تا تصویری روشن‌تر از روابط میان این متغیرها در حوزه آموزش کارآفرینی در علوم ورزشی ارائه دهد و به غنای ادبیات موجود در این زمینه کمک نماید.

از منظر کاربردی، نتایج این پژوهش می‌تواند برای برنامه‌ریزان آموزشی و مدیران گروه‌های علوم ورزشی در جهت بهبود محتوای دروس کارآفرینی و طراحی روش‌های آموزشی مبتنی بر تقویت مهارت‌ها و باورهای فردی مورد استفاده قرار گیرد. همچنین این مطالعه می‌تواند به سیاست‌گذاران حوزه آموزش عالی در راستای ارتقای کیفیت آموزش کارآفرینی و توسعه برنامه‌هایی که به افزایش آمادگی دانشجویان برای ورود به فعالیت‌های کسب و کار منجر می‌شود، کمک کند. با توجه به چارچوب مفهومی پژوهش که در شکل ۱ ارائه گردیده است، پژوهش حاضر به دنبال این سوال است که، آیا خودکارآمدی کارآفرینانه می‌تواند نقش میانجی گر در رابطه آموزش کارآفرینی و آمادگی راه‌اندازی کسب و کار در دانشجویان علوم ورزشی داشته باشد؟



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

### روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ نحوه گردآوری اطلاعات، توصیفی از نوع همبستگی بود.

### نمونه‌های پژوهش

### روش پردازش داده‌ها

به‌منظور تحلیل داده‌ها، از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. در بخش آمار توصیفی، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان و شاخص‌های توصیفی شامل میانگین و انحراف معیار محاسبه و گزارش شد. در بخش آمار استنباطی، پس از محاسبه ضریب همبستگی پیرسون و بررسی پیش‌فرض‌های مدل‌سازی معادلات ساختاری، برازش مدل ساختاری با استفاده از شاخص‌های برازش مورد ارزیابی قرار گرفت. جهت انجام آمار توصیفی از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۱ و در بخش آمار استنباطی از نرم‌افزار AMOS نسخه ۲۳ استفاده گردید.

### ملاحظات اخلاقی

در پژوهش حاضر ملاحظات اخلاقی پژوهش شامل اخذ رضایت آگاهانه، تضمین حریم خصوصی و رازداری رعایت شد.

### یافته‌ها

نتایج بخش ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نشان داد که از مجموع ۳۰۰ نفر شرکت‌کننده، ۱۵۵ نفر دختر (۵۱/۷ درصد) و ۱۴۵ نفر پسر (۴۸/۳ درصد) پسر بودند. همچنین ۱۸۷ نفر از پاسخ‌دهندگان (۶۲/۳۳ درصد) در بازه سنی ۱۸ تا ۲۱ سال قرار داشتند. علاوه بر این، یافته‌ها نشان داد که ۱۷۵ نفر از افراد نمونه (۵۸/۳۳ درصد) در مقطع کارشناسی مشغول به تحصیل بودند. به منظور استفاده از روش تحلیل مسیر ابتدا مفروضه‌های استفاده از آن بررسی گردید. قبل از بحث در مورد تحلیل فرضیه‌ها با استفاده از مدل ساختاری، ابتدا نرمال بودن متغیرها مورد بررسی قرار گرفته که در جدول ۱ ارائه شده است.

کاملاً موافقم=۵) بود. در مطالعه توسط پونی و همکاران (۲۰۱۸) ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۷ برای بعد تشخیص فرصت و ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۰ برای کسب دانش کارآفرینی به دست آمد. ضریب آلفای کرونباخ این پرسشنامه در این پژوهش برای بعد تشخیص فرصت ۰/۸۱ و برای بعد کسب دانش کارآفرینی ۰/۸۵ به دست آمد.

### پرسشنامه آمادگی راه‌اندازی کسب و کار آدینی

(۲۰۲۳): این پرسشنامه توسط آدینی (۲۰۲۳) ساخته و اعتباریابی شده است و دارای ۷ گویه در درمقیاس پنج ارزشی لیکرت (کاملاً مخالفم= ۱ تا کاملاً موافقم=۵) بود. در مطالعه توسط آدینی (۲۰۲۳) ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۰ به دست آمد. ضریب آلفای کرونباخ این پرسشنامه در این پژوهش ۰/۸۹ به دست آمد.

### روش اجرا

به‌منظور گردآوری داده‌ها، ابتدا نمونه‌های واجد شرایط پژوهش شناسایی شدند. پس از اخذ رضایت‌نامه کتبی از شرکت‌کنندگان، نمونه‌ها به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شدند. سپس پرسشنامه‌های آموزش کارآفرینی، خودکارآمدی کارآفرینانه و آمادگی راه‌اندازی کسب‌وکار در اختیار دانشجویان قرار گرفت تا آن‌ها را به‌صورت خودگزارشی تکمیل کرده و پاسخ‌های خود را بر اساس مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت ارائه دهند. پس از جمع‌آوری داده‌ها، اطلاعات گردآوری‌شده با استفاده از نرم‌افزارهای آماری تحلیل شد.

جدول ۱. کجی و کشیدگی برای متغیرهای پژوهش

| متغیر                       | کجی     | خطای استاندارد کجی | کشیدگی  | خطای استاندارد کشیدگی |
|-----------------------------|---------|--------------------|---------|-----------------------|
| آموزش کارآفرینی             | ۰/۰۰۵   | ۰/۱۴۱              | - ۱/۰۶۰ | ۰/۲۸۱                 |
| خودکارآمدی کارآفرینانه      | ۰/۰۳۲   | ۰/۱۴۱              | - ۱/۱۲۳ | ۰/۲۸۱                 |
| آمادگی راه‌اندازی کسب و کار | - ۰/۰۲۴ | ۰/۱۴۱              | - ۱/۰۶۹ | ۰/۲۸۱                 |

جدول ۲. ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

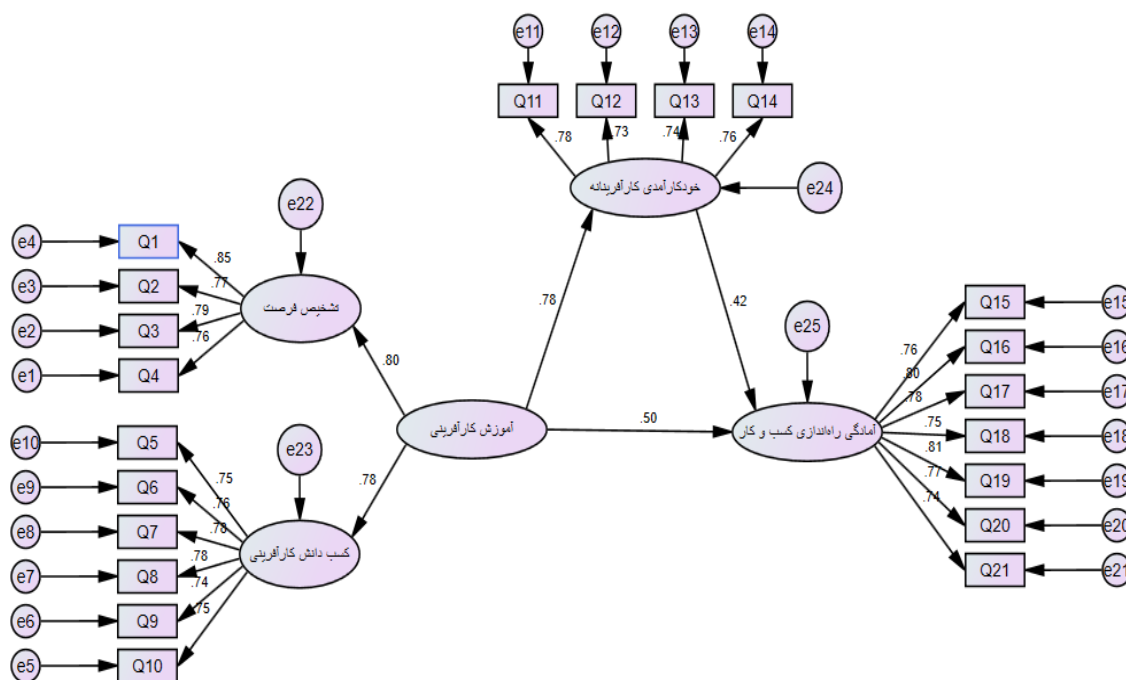
| متغیرها                        | ۱     | ۲     | ۳ |
|--------------------------------|-------|-------|---|
| ۱. آموزش کارآفرینی             | ۱     |       |   |
| ۲. خودکارآمدی کارآفرینانه      | ۰/۵۹۵ | ۱     |   |
| ۳. آمادگی راه‌اندازی کسب و کار | ۰/۶۶۶ | ۰/۷۰۷ | ۱ |

شاخص‌ها از جمله (RFI, GFI, IFI, CFI) نتایج عدد بالاتر از ۰/۹۰ را نشان می‌دهد که حاکی از برازش مطلوب مدل است. در ادامه، نمودار مسیر مدل ساختاری آمادگی راه‌اندازی کسب و کار دانشجویان علوم ورزشی همراه با پارامترهای برآورد شده (ضرایب استاندارد) در شکل ۲ ارائه شده است.

با توجه به جدول ۲، همبستگی معناداری در سطح ۰/۰۱ بین متغیرهای مکنون موجود در مدل مشاهده می‌شود. در جدول ۳ شاخص‌های برازش مدل ارائه شده است. بر اساس نتایج به دست آمده و با توجه به اینکه مقدار (RMSEA= ۰/۰۱۴) است، می‌توان برازش مدل را مطلوب دانست. همچنین در سایر

جدول ۳. شاخص‌های برازش مدل

| شاخص         | CMIN                 | DF  | CMIN/DF | RMSEA          | GFI           | AGFI          | CFI           | RFI           | IFI           |
|--------------|----------------------|-----|---------|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| مقدار محاسبه | ۱۹۴/۹۷۶              | ۱۸۴ | ۱/۰۶۰   | ۰/۰۱۴          | ۰/۹۴۱         | ۰/۹۲۶         | ۰/۹۹۷         | ۰/۹۴۱         | ۰/۹۹۷         |
| حد قابل قبول | برابر یا کوچکتر از ۳ |     |         | کوچکتر از ۰/۰۸ | بزرگتر از ۰/۹ | بزرگتر از ۰/۹ | بزرگتر از ۰/۹ | بزرگتر از ۰/۹ | بزرگتر از ۰/۹ |



شکل ۲. مدل ساختاری پژوهش

مدل فرضی براساس پیشینه نظری و تجربی طراحی شد. برای ارزیابی مدل فرضی، با استفاده از روش پیشینه احتمال به برآورد پارامترها پرداخته شد. در ادامه، طبق شکل ۲ و جدول ۴ و جدول ۵ اثرات مستقیم و غیر مستقیم ارائه شده است.

به منظور بررسی اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای پژوهش بر آمادگی راهاندازی کسب و کار دانشجویان علوم ورزشی، یک

جدول ۴ اثر مستقیم مسیر بین متغیرهای پنهان در مدل ساختاری و معنی داری آن

| مسیر                                                           | ضریب<br>شده ( $\beta$ ) | استاندارد | انحراف معیار | t-value | p-value | نتیجه   |
|----------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------|--------------|---------|---------|---------|
| آموزش کارآفرینی $\leftarrow$ خودکارآمدی کارآفرینانه            | ۰/۷۸                    |           | ۰/۰۸۰        | ۱۰/۷۷۱  | ۰/۰۰۱   | معنادار |
| آموزش کارآفرینی $\leftarrow$ آمادگی راهاندازی کسب و کار        | ۰/۵۰                    |           | ۰/۱۱۴        | ۴/۷۳۶   | ۰/۰۰۱   | معنادار |
| خودکارآمدی کارآفرینانه $\leftarrow$ آمادگی راهاندازی کسب و کار | ۰/۴۲                    |           | ۰/۱۰۲        | ۴/۰۰۸   | ۰/۰۰۱   | معنادار |

آموزش کارآفرینی بر خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان علوم ورزشی با توجه به مقدار ( $t=10.771, \beta=0.78$ )، معنی دار و مثبت است. اثر مستقیم آموزش کارآفرینی بر آمادگی راهاندازی کسب و کار دانشجویان علوم ورزشی با توجه به مقدار ( $4.736$ )

با توجه به اطلاعات مندرج در (جدول ۴) مقدار آماره تی به دست آمده، مشخص می شود که تمامی مقادیر تی از مقدار بحرانی ( $1.96$ ) بزرگتر هستند؛ بنابراین معناداری تمامی مسیرهای الگو تأیید می شود. با توجه به جدول ۴ اثر مستقیم

برابر با ۰/۰۰۳ بوده که کمتر از سطح معناداری ۰/۰۵ است و نشان‌دهنده معنادار بودن این اثر غیرمستقیم می‌باشد. از سوی دیگر، بررسی فاصله اطمینان بوت استرپ نشان می‌دهد که کران پایین (۰/۱۸۱) و کران بالا (۰/۵۵۲) هر دو مثبت بوده و صفر را در بر نمی‌گیرند؛ بنابراین می‌توان با اطمینان آماری نتیجه گرفت که خودکارآمدی کارآفرینانه نقش میانجی معناداری در رابطه آموزش کارآفرینی و آمادگی راه‌اندازی کسب و کار ایفا می‌کند. این یافته تأیید می‌کند که آموزش کارآفرینی نه تنها به‌طور مستقیم، بلکه از طریق خودکارآمدی کارآفرینانه نیز می‌تواند به بهبود آمادگی راه‌اندازی کسب و کار دانشجویان علوم ورزشی منجر شود.

$t=0.50, \beta=0$ ، معنی‌دار و مثبت است. اثر مستقیم خودکارآمدی کارآفرینانه بر آمادگی راه‌اندازی کسب و کار دانشجویان علوم ورزشی باتوجه به مقدار  $t=4.008, \beta=0.42$ ، معنی‌دار و مثبت است.

به‌منظور بررسی اثر غیرمستقیم آموزش کارآفرینی بر آمادگی راه‌اندازی کسب و کار با نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینانه، از روش بوت استرپ استفاده شد که نتایج آن در جدول (۵) ارائه شده است. بر اساس یافته‌های جدول، ضریب مسیر غیرمستقیم آموزش کارآفرینی به آمادگی راه‌اندازی کسب و کار از طریق خودکارآمدی کارآفرینانه برابر با ۰/۳۴۹ به دست آمد که بیانگر شدت و جهت مثبت این اثر است. همچنین مقدار p-value

جدول ۵. اثر غیر مستقیم (بوت استرپ) مسیر بین متغیر پنهان در مدل ساختاری و معنی‌داری آن

| مسیر                                                                   | ضریب مسیر | انحراف معیار | کران پایین | کران بالا | p-value |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------|------------|-----------|---------|
| آموزش کارآفرینی ← خودکارآمدی کارآفرینانه ← آمادگی راه‌اندازی کسب و کار | ۰/۳۴۹     | ۰/۰۹۴        | ۰/۱۸۱      | ۰/۵۵۲     | ۰/۰۰۳   |

## بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر مدل‌سازی تأثیر نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینانه در ارتباط بین آموزش کارآفرینی و آمادگی راه‌اندازی کسب و کار در بین دانشجویان علوم ورزشی بود. نتایج آزمون تحلیل معادلات ساختاری بر روی مدل پیشنهادی پژوهش نشان داد که مدل از برازش بسیار مطلوب و قابل قبولی برخوردار است و تمامی مسیرها با اطمینان بالا تأیید شدند. یافته‌های حاصل از پژوهش نشان داد که آموزش کارآفرینی بر خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان علوم ورزشی اثر مستقیم، مثبت و معناداری دارد. با توجه به مثبت بودن رابطه، با افزایش آموزش کارآفرینی، بر خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان علوم ورزشی نیز افزایش می‌یابد. در این راستا اوتاچه و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۴) در پژوهشی دریافتند که آموزش کارآفرینی به‌طور معناداری سطح خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان را

افزایش می‌دهد و توانایی آنان را در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه و تصمیم‌گیری مستقل ارتقا می‌بخشد. بر این اساس مؤسسات آموزشی باید برنامه‌های درسی خود را از آموزش‌های صرفاً نظری به سمت یادگیری تجربی، شبیه‌سازی کسب و کار و حل مسائل واقعی سوق دهند تا دانشجویان باور بیشتری نسبت به توانایی‌های خود پیدا کنند. در این زمینه نیز، ان وایب و اوگبانیا<sup>۲</sup> (۲۰۲۴) نشان دادند که آموزش کارآفرینی زمانی اثربخش‌تر است که بر تقویت خودباوری، استقلال در تصمیم‌گیری و مسئولیت‌پذیری دانشجویان تأکید داشته باشد. همچنین، فراهم کردن فرصت تجربه عملی، حل مسئله و یادگیری از خطا، از طریق ارتقای خودباوری و ادراک شایستگی، به تقویت خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان منجر می‌شود. همچنین، گائو و لو (۲۰۲۴) دریافتند که اثربخشی آموزش کارآفرینی در تقویت خودکارآمدی کارآفرینانه، علاوه بر آموزش

<sup>1</sup> Otache et al.

<sup>2</sup> Nwibe & Ogbuanya

دانش و مهارت‌های کارآفرینانه، نگرش مثبت نسبت به خوداشتغالی و آمادگی حرفه‌ای دانشجویان را تقویت می‌کند. همچنین، نتایج مطالعات پیشین نشان داده‌اند که دانشجویان مشارکت‌کننده در برنامه‌های آموزش کارآفرینی، در مقایسه با افرادی که از این آموزش‌ها بهره‌مند نشده‌اند، از آمادگی کارآفرینانه بیشتری برخوردارند. این آموزش‌ها علاوه بر ارتقای دانش نظری، زمینه تقویت اعتمادبه‌نفس، افزایش تمایل به ریسک‌پذیری، بهبود توانایی تصمیم‌گیری را فراهم کرده و دانشجویان را برای رویارویی مؤثر با چالش‌ها و فرصت‌های محیط واقعی کسب‌وکار آماده می‌سازند (ویشنو و همکاران،<sup>۲</sup> ۲۰۲۰، ژانتوپولو،<sup>۳</sup> ۲۰۲۵). نتایج این بخش از پژوهش با یافته‌های کودوراس و همکاران (۲۰۱۶)، راکیب و همکاران (۲۰۲۲) و کارتیکا و همکاران (۲۰۲۵) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان بیان کرد که آموزش کارآفرینی از طریق فراهم‌سازی فرصت‌های یادگیری عملی و قرار دادن دانشجویان در معرض تجربه‌های واقعی و الگوهای موفق، موجب تقویت باور آنان به توانایی‌های فردی در راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار می‌شود و در نهایت آمادگی آنان را برای ورود به عرصه کارآفرینی افزایش می‌دهد. در رشته علوم ورزشی نیز این موضوع از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا دانشجویان می‌توانند با بهره‌گیری هم‌زمان از دانش تخصصی ورزشی و مهارت‌های کارآفرینانه، زمینه ایجاد کسب و کارهای نوآورانه را فراهم کرده و وابستگی خود به بازار کار سنتی را کاهش دهند. یافته سوم پژوهش نشان داد که خودکارآمدی کارآفرینی بر راه‌اندازی کسب و کار در بین دانشجویان علوم ورزشی اثر مستقیم مثبت و معناداری دارد. در

در این راستا، رحمتیکا و سورانو (۲۰۲۴) دریافتند که دانشجویانی که از سطح بالاتری از خودکارآمدی کارآفرینانه برخوردارند، باور بیشتری نسبت به توانایی خود در شناسایی فرصت‌ها، اتخاذ تصمیم‌های کارآفرینانه و انجام موفقیت‌آمیز فعالیت‌های مرتبط

دانش و مهارت، به عوامل روان‌شناختی و حمایت خانواده نیز وابسته است. آنان تأکید کردند که بهره‌گیری از خدمات مشاوره روان‌شناختی، معرفی الگوهای موفق کارآفرینی و جلب مشارکت خانواده، می‌تواند با افزایش خودباوری و کاهش نگرش‌های بازدارنده، خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان را ارتقا دهد. نتایج این بخش از پژوهش با یافته‌های پونی و همکاران (۲۰۱۸)، پوتری و وایدیانتی و همکاران (۲۰۲۲) و گونزالس سرانو و همکاران (۲۰۲۱) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان بیان کرد که آموزش کارآفرینی از طریق ایجاد فرصت‌های یادگیری عملی، مواجهه با چالش‌های واقعی، مشاهده الگوهای موفق و دریافت بازخوردهای سازنده، موجب ارتقای خودکارآمدی کارآفرینانه می‌شود. بر اساس نظریه شناخت اجتماعی بندورا، تجربه موفق و ادراک شایستگی فردی از مهم‌ترین منابع شکل‌گیری خودکارآمدی هستند. بنابراین، هرچه دانشجویان علوم ورزشی بیشتر در معرض آموزش‌های کاربردی، پروژه‌محور و مهارت‌محور قرار گیرند، باور آنان نسبت به توانایی راه‌اندازی و مدیریت کسب و کارهای ورزشی تقویت شده و آمادگی بیشتری برای ورود موفق به عرصه کارآفرینی خواهند داشت.

یافته دوم پژوهش نشان داد که آموزش کارآفرینی بر آمادگی راه‌اندازی کسب و کار در بین دانشجویان علوم ورزشی اثر مستقیم مثبت و معناداری دارد. در این راستا ایستوکماه و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۲) در پژوهشی دریافتند که آموزش کارآفرینی می‌تواند به‌طور مؤثر نگرش‌ها و رفتارهای دانشجویان را تغییر دهد و آنان را تشویق کند تا در موقعیت‌های غیرمنتظره از فرصت‌های موجود بهره‌برداری کنند و کارآفرینی را به‌عنوان یک مسیر شغلی قابل قبول و مطلوب در نظر بگیرند. در این زمینه، گازی و همکاران (۲۰۲۴) نشان دادند که آموزش کارآفرینی با ارتقای قابلیت اشتغال‌پذیری و افزایش گرایش دانشجویان به راه‌اندازی کسب‌وکار، آنان را برای ورود به محیط‌های واقعی کسب‌وکار آماده می‌سازد. همچنین، این آموزش از طریق توسعه

<sup>3</sup> Xanthopoulou

<sup>1</sup> Istiqomah et al.

<sup>2</sup> Wishnu et al.

کسب و کار دارد. هرچه دانشجویان اعتماد بیشتری به توانایی‌های خود در شناسایی فرصت‌ها، تصمیم‌گیری و مدیریت چالش‌های کسب و کار داشته باشند، با اطمینان و انگیزه بیشتری وارد مسیر کارآفرینی می‌شوند. در این شرایط، ترس از شکست کاهش یافته و تمایل به تبدیل ایده‌های ورزشی به فرصت‌های اقتصادی افزایش می‌یابد. در نتیجه، ارتقای خودکارآمدی کارآفرینانه می‌تواند به‌طور مستقیم زمینه‌ساز افزایش آمادگی دانشجویان برای ورود موفق به عرصه کارآفرینی شود.

یافته آخر پژوهش نیز نشان داد که آموزش کارآفرینی با میانجی‌گری خودکارآمدی کارآفرینانه بر راه‌اندازی کسب و کار در بین دانشجویان علوم ورزشی اثر غیرمستقیم مثبت و معناداری دارد. با توجه به مثبت بودن رابطه، با افزایش آموزش کارآفرینی، به‌طور غیرمستقیم، راه‌اندازی کسب و کار در بین دانشجویان علوم ورزشی، برحسب خودکارآمدی کارآفرینانه، افزایش می‌یابد. بنابراین پژوهش حاضر به روشنی نشان داد که خودکارآمدی کارآفرینانه یک متغیر میانجی بسیار مناسبی برای رابطه علی بین آموزش کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار در بین دانشجویان علوم ورزشی است. در این راستا، آل‌ماری و همکاران (۲۰۲۵) نشان دادند که خودکارآمدی کارآفرینانه نقش میانجی معناداری در ارتباط بین فرهنگ فناوری اطلاعات و گرایش فناورانه با نیت کارآفرینی ایفا می‌کند. یافته‌ها بیانگر آن است که خودکارآمدی کارآفرینانه به‌عنوان یک عامل درونی و روان‌شناختی، از طریق تقویت باور افراد نسبت به توانایی‌های خود، نقش مهمی در شکل‌گیری نیت و آمادگی کارآفرینانه دارد. همچنین، نتایج نشان داد که حمایت اجتماعی به‌عنوان یک عامل بیرونی، نقش تعیین‌کننده‌ای در این فرآیند ایفا نمی‌کند؛ ازاین‌رو، عوامل درونی مانند باور به شایستگی‌های فردی و اعتماد به توانایی‌های شخصی، اهمیت بیشتری در شکل‌گیری رفتارهای کارآفرینانه دارند. بر این اساس، تقویت خودکارآمدی

با راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکار دارند؛ ازاین‌رو، آمادگی و تمایل بیشتری برای ورود به فعالیت‌های کارآفرینانه نشان می‌دهند. بر این اساس، دانشگاه‌ها می‌توانند با ایجاد محیط‌های حمایتی، توسعه مراکز رشد، فراهم‌سازی دسترسی به مربیان متخصص و تقویت شبکه‌های کارآفرینی، زمینه ارتقای توانمندی‌ها و اعتمادبه‌نفس دانشجویان برای آغاز فعالیت‌های کارآفرینانه را فراهم سازند. همچنین، کارتی‌کا و همکاران (۲۰۲۴) در پژوهشی نشان دادند که خودکارآمدی کارآفرینانه به‌عنوان یک عامل درونی، نقش مهمی در تقویت قصد کارآفرینی و شناسایی فرصت‌ها در دانش‌آموزان دارد. این باور، دانش‌آموزان را به تعیین اهداف چالش‌برانگیز، پیگیری مستمر اهداف و سازگاری با شرایط مختلف در فرآیند فعالیت‌های کارآفرینانه ترغیب می‌کند. بر این اساس، توجه به پرورش خودکارآمدی از سنین پایین و تقویت آن در برنامه‌های آموزش کارآفرینی می‌تواند به شکل‌گیری ذهنیت کارآفرینانه و افزایش آمادگی افراد برای ورود به عرصه کسب‌وکار کمک کند. همچنین سایر مطالعات پیشین نشان داده‌اند که تقویت خودکارآمدی در برنامه‌های آموزشی می‌تواند با افزایش اعتمادبه‌نفس، بهبود توانایی تصمیم‌گیری و ارتقای مهارت‌های مواجهه با چالش‌های کسب‌وکار، زمینه توسعه شایستگی‌های کارآفرینانه را فراهم سازد. در نتیجه، فارغ‌التحصیلان مدارس و دانشگاه‌ها با اتکا به توانمندی‌های فردی و مهارت‌های کسب‌شده، آمادگی بیشتری برای شناسایی و ایجاد فرصت‌های کسب‌وکار مستقل خواهند داشت و می‌توانند وابستگی خود به الگوهای سنتی اشتغال رسمی را کاهش دهند (یونیتا، ۲۰۲۰، گوپرون و همکاران، ۲۰۲۳)<sup>۱</sup>. نتایج این بخش از پژوهش با یافته‌های پوتری و وایدانتی و همکاران (۲۰۲۲)، آدینی (۲۰۲۳) و ردیاتیانی و شاردی (۲۰۲۵) همسو است. در تفسیر این یافته می‌توان بیان کرد که خودکارآمدی کارآفرینانه به‌عنوان یک عامل روان‌شناختی درونی، نقش اساسی در شکل‌گیری آمادگی دانشجویان علوم ورزشی برای راه‌اندازی

<sup>1</sup> Gupron et al.

کارآفرینانه باید به‌عنوان یکی از محورهای اساسی برنامه‌های آموزش کارآفرینی مورد توجه قرار گیرد. در این زمینه، راکیب و همکاران (۲۰۲۵) در پژوهشی با هدف بررسی نقش آموزش کارآفرینی در ارتقای آمادگی کارآفرینی دانشجویان، به تحلیل اثرات مستقیم و غیرمستقیم آموزش کارآفرینی از طریق متغیرهای میانجی مهارت‌های کارآفرینی و خودکارآمدی کارآفرینانه پرداختند و دریافتند که خودکارآمدی کارآفرینانه، قوی‌ترین متغیر میانجی در ارتباط میان آموزش کارآفرینی و آمادگی کارآفرینی است. براین اساس استدلال می‌کنند که اثربخشی آموزش‌های کارآفرینی زمانی به بیشترین سطح خود می‌رسد که بتواند احساس شایستگی، اعتمادبه‌نفس و باور به توانایی موفقیت در فعالیت‌های کارآفرینانه را در دانشجویان تقویت کند. از این‌رو، طراحی برنامه‌های آموزش کارآفرینی نباید صرفاً بر انتقال دانش نظری متمرکز باشد، بلکه ضروری است از طریق فعالیت‌های عملی، شبیه‌سازی موقعیت‌های واقعی، اجرای پروژه‌های تیمی، حل مسئله و تجربه‌های میدانی، زمینه تقویت مهارت‌های کاربردی و ابعاد روانشناختی کارآفرینی را فراهم سازد. همچنین ردیاتیانی و شاردی (۲۰۲۵) در پژوهشی نشان دادند که خودکارآمدی کارآفرینی دارای اثر مستقیم و غیرمستقیم معناداری بر آمادگی کارآفرینی دانشجویان است و اظهار می‌کنند که آمادگی کارآفرینی دانشجویان در عصر اقتصاد دیجیتال و رقابت فزاینده بازار کار، پدیده‌ای چندبعدی است که بیش از آنکه صرفاً به دانش مالی وابسته باشد، تحت تأثیر عوامل روانشناختی قرار دارد. در این میان، خودکارآمدی کارآفرینی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و قوی‌ترین پیش‌بین‌های آمادگی کارآفرینی، نقش اساسی در شکل‌گیری تمایل و توانایی دانشجویان برای ورود به فعالیت‌های کارآفرینانه ایفا می‌کند. در مقابل، اگرچه سواد مالی از اهمیت برخوردار است، اما نقش آن بیشتر حمایتی بوده و در مقایسه با خودکارآمدی از قدرت تبیین کمتری برخوردار است. بر این اساس، پژوهشگران تأکید کردند که توسعه برنامه‌های آموزش کارآفرینی باید از تمرکز صرف بر آموزش دانش مالی فراتر رود و با تمرکز بر پرورش و تقویت خودکارآمدی، زمینه‌ای

فراهم سازد تا دانشجویان با اعتمادبه‌نفس بیشتر و توانمندی عملی بالاتر، آمادگی لازم برای ورود به مسیر کارآفرینی را کسب کنند. نتایج این بخش از پژوهش با یافته‌های پونی و همکاران (۲۰۱۸)، یانگ (۲۰۲۰)، ماهسواری و خا (۲۰۲۲) و ال کوآداسی (۲۰۲۳) همسو است. در تفسیر این یافته می‌توان بیان کرد که آموزش کارآفرینی زمانی می‌تواند آمادگی راه‌اندازی کسب و کار را در دانشجویان علوم ورزشی افزایش دهد که از طریق تقویت خودکارآمدی کارآفرینانه، باور آنان را نسبت به توانایی‌های فردی‌شان ارتقا دهد. به بیان دیگر، آموزش‌های کارآفرینی زمانی اثربخش خواهند بود که علاوه بر انتقال دانش و مهارت، احساس شایستگی و اعتمادبه‌نفس لازم برای ورود به عرصه کسب و کار را در دانشجویان تقویت کنند. در واقع، زمانی که دانشجویان از طریق تجربه‌های عملی و مواجهه با چالش‌های واقعی، باور بیشتری به توانایی‌های خود پیدا کنند، آمادگی بیشتری برای تبدیل ایده‌های ورزشی به کسب و کارهای نوآورانه خواهند داشت. بنابراین، نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینانه نشان می‌دهد که موفقیت آموزش کارآفرینی در گرو توجه هم‌زمان به ابعاد آموزشی و روانشناختی است.

در نهایت، بر اساس یافته‌های پژوهش می‌توان گفت که آموزش کارآفرینی و خودکارآمدی کارآفرینانه از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر آمادگی راه‌اندازی کسب و کار در میان دانشجویان علوم ورزشی به شمار می‌آیند. از یک سو، آموزش کارآفرینی به‌عنوان بستری مؤثر برای انتقال دانش، مهارت و نگرش‌های کارآفرینانه، زمینه لازم را برای شناخت فرصت‌های شغلی، تقویت خلاقیت و افزایش توان تصمیم‌گیری در دانشجویان فراهم می‌سازد و آنان را برای ورود به عرصه فعالیت‌های اقتصادی آماده می‌کند. از سوی دیگر، خودکارآمدی کارآفرینانه به‌عنوان یک عامل درونی و روانشناختی، موجب تقویت باور دانشجویان نسبت به توانایی‌های فردی‌شان در مواجهه با چالش‌های کسب و کار شده و آنان را به پذیرش مسئولیت، ریسک‌پذیری و تلاش برای تحقق اهداف کارآفرینانه ترغیب می‌کند. در واقع، زمانی که دانشجویان از خودکارآمدی بالاتری

بازخوردهای سازنده، مشاوره تخصصی، منتورینگ مستمر و حمایت از ایده‌های نوآورانه دانشجویان، زمینه ارتقای خودکارآمدی کارآفرینانه آنان را فراهم آورد. تقویت احساس شایستگی، اعتمادبه‌نفس و ادراک توانمندی در دانشجویان، می‌تواند آنان را برای مواجهه مؤثر با چالش‌های کارآفرینی آماده کرده و تمایل آنان را برای ورود مستقل و موفق به بازار کسب و کار افزایش دهد.

پژوهش حاضر همانند بسیاری از مطالعات علمی با محدودیت‌هایی همراه بوده است. از جمله این محدودیت‌ها می‌توان به محدود بودن جامعه آماری به دانشجویان علوم ورزشی استان سیستان و بلوچستان و استفاده از پرسشنامه‌های خودگزارشی اشاره کرد که ممکن است بر دقت پاسخ‌ها و میزان تعمیم‌پذیری یافته‌ها اثرگذار باشد. بر این اساس، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده این موضوع را در میان دانشجویان علوم ورزشی سایر استان‌ها و دانشگاه‌ها بررسی کنند تا امکان تعمیم نتایج در سطح گسترده‌تری فراهم شود. همچنین بررسی متغیرهای روانشناختی و محیطی دیگر، از جمله خلاقیت، تاب‌آوری، انگیزش پیشرفت، حمایت اجتماعی و فرهنگ کارآفرینی دانشگاهی، می‌تواند به ارائه مدل جامع‌تری از عوامل مؤثر بر آمادگی راه‌اندازی کسب و کار در میان دانشجویان کمک کند. افزون بر این، بهره‌گیری از روش‌های کیفی نظیر مصاحبه‌های عمیق و تحلیل‌های تفسیری در کنار روش‌های کمی، می‌تواند محدودیت‌های ابزارهای خودگزارشی را کاهش داده و درک دقیق‌تر و عمیق‌تری از ابعاد مختلف آمادگی کارآفرینانه فراهم سازد.

### تشکر و قدردانی

از همه دانشجویانی که در انجام این پژوهش همکاری کردند، صمیمانه سپاسگزاری می‌شود.

### تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

برخوردار باشند، با اعتمادبه‌نفس بیشتری می‌توانند ایده‌های نوآورانه خود را به فرصت‌های واقعی کسب و کار تبدیل کنند و از وابستگی به بازار کار سنتی فاصله بگیرند. بر این اساس، دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی، به‌ویژه در حوزه علوم ورزشی، باید علاوه بر توسعه دانش تخصصی دانشجویان، بر تقویت مهارت‌های عملی کارآفرینی و ارتقای خودکارآمدی آنان نیز تمرکز کنند. این امر از طریق طراحی برنامه‌های آموزشی مبتنی بر تجربه، برگزاری کارگاه‌های مهارتی، ایجاد مراکز رشد و نوآوری، تعامل با کارآفرینان موفق و واگذاری مسئولیت‌های عملی به دانشجویان محقق می‌شود. در سایه چنین رویکردی، دانشجویان به افرادی خلاق، خودباور و توانمند تبدیل خواهند شد که می‌توانند در صنعت ورزش فرصت‌های شغلی نوآورانه ایجاد کرده و در توسعه اقتصادی و اجتماعی این حوزه نقش‌آفرینی کنند. بنابراین، از آنجا که فرآیند آموزش دانشگاهی ابزاری مؤثر برای رشد حرفه‌ای و شخصیتی دانشجویان است، لازم است سیاست‌گذاران آموزشی و مدیران دانشگاهی با اتخاذ تدابیر هدفمند، زمینه توسعه فرهنگ کارآفرینی، تقویت خودکارآمدی و تربیت نسل آینده کارآفرینان ورزشی را فراهم سازند.

بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود دانشگاه‌ها و دانشکده‌های علوم ورزشی با طراحی برنامه‌های آموزشی مبتنی بر تجربه، نظیر کارگاه‌های شبیه‌سازی کسب و کار، ایفای نقش، حل مسئله و تعامل مستقیم با کارآفرینان موفق حوزه ورزش، زمینه تقویت خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان را فراهم سازند. قرار گرفتن دانشجویان در موقعیت‌های واقعی و نیمه‌واقعی تصمیم‌گیری و حل چالش‌های کارآفرینانه، می‌تواند باور آنان را نسبت به توانایی‌های فردی‌شان افزایش داده و آمادگی روانشناختی لازم برای ورود به عرصه راه‌اندازی کسب و کار را تقویت کند.

همچنین پیشنهاد می‌شود مدیران آموزشی و مشاوران دانشگاهی با ایجاد نظام‌های حمایتی روانشناختی و انگیزشی، از طریق

## References

1. Adeniyi O. (2023). The mediating effects of entrepreneurial self-efficacy in the relationship between entrepreneurship education and start-up readiness. *Humanit Soc Sci Commun.* 10(1):1-14. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02296-4>
2. Ajzen I, Schmidt P. (2020). Changing behavior using the theory of planned behavior. In: Hagger MS, Cameron LD, Hamilton K, Hankonen N, Lintunen T, editors. *The handbook of behavior change*. Cambridge: Cambridge University Press; p. 17-31. <https://doi.org/10.1017/9781108677318.002>
3. Al-Mamary YH, Abubakar AA, Jazim F. (2025). Towards sustainable digital entrepreneurship: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Sustainability.* 17(23):10499. <https://doi.org/10.3390/su172310499>
4. Al-Qadasi N, Zhang G, Al-Awlaqi MA, et al. (2023). Factors influencing entrepreneurial intention of university students in Yemen: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Front Psychol.* 14:1111934. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1111934>
5. Anwar I, Alalyani WR, Thoudam P, Khan R, Saleem I. (2022). The role of entrepreneurship education and inclination on the nexus of entrepreneurial motivation, individual entrepreneurial orientation and entrepreneurial intention: Testing the model using a moderated-mediation approach. *J Educ Bus.* 97(8):531-541. <https://doi.org/10.1080/08832323.2021.1997886>
6. Barani S, Zarafshani K, Delangizan S, Hosseini Largani SM. (2010). The influence of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior of college students in Kermanshah's Payame-Noor University: Structural equation modeling approach. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education.* 16(3):85-105. In Persian.
7. Barringer BR, Ireland RD. (2021). *Entrepreneurship: Successfully launching new ventures*. 6th ed. Harlow: Pearson Higher Education;
8. Cahyaningtyas A, Supriyanto A, Mustiningsih M. (2021). The relationship between self-efficacy and family environment with student entrepreneurship readiness. *Educ Sci J Rev Theory Pract Educ.* 6(2):93-99. <https://doi.org/10.17977/um027v6i22021p093>
9. Coduras A, Saiz-Alvarez JM, Ruiz J. (2016). Measuring readiness for entrepreneurship: An information tool proposal. *Journal of Innovation & Knowledge.* 1(2):99-108. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.02.003>
10. DeTienne DR, Chandler GN. (2004). Opportunity identification and its role in the entrepreneurial classroom: A pedagogical approach and empirical test. *Academy of Management Learning & Education;* 3(3):242-257. <https://doi.org/10.5465/amle.2004.14242185>
11. Fini R, Grimaldi R, Santoni S, Sobrero M. (2011). Complements or substitutes? The role of universities and local context in supporting the creation of academic spin-offs. *Research Policy.* 40(8):1113-1127. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2011.05.013>
12. Gao Y, Lu J. (2024). Entrepreneurship education and self-efficacy among Chinese college students: The role of parental psychological control and psychological

- support. Scientific Reports. 14:31892. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-83426-z>
13. Gazi MAI, Rahman MKH, Yusof MF, Masud MAA, Islam MA, Senathirajah ARBS, Hossain MA. (2024). Mediating role of entrepreneurial intention on the relationship between entrepreneurship education and employability: A study on university students from a developing country. Cogent Business & Management. 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2294514>
  14. González-Serrano MH, Calabuig Moreno F, Crespo Hervás J. (2021). Sport management education through an entrepreneurial perspective: Analysing its impact on Spanish sports science students. The International Journal of Management Education. 19(1):100271. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2018.11.007>
  15. Gupron G, Yandi A, Maharani A. (2023). Entrepreneurial readiness model (Literature review). Journal of Entrepreneurship and Multi Talent. 1(1):28-41. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i1.9>
  16. Istiqomah I, Suparji, Marniati. (2022). Important role of entrepreneurship readiness in education. Studies in Philosophy of Science and Education. 3(2):70-81. <https://doi.org/10.46627/sipose.v3i2.314>
  17. Kartika AA, Hidayat R, Rahayu WP, Wati AP. (2025). Building students' entrepreneurial readiness: The role of entrepreneurship education, work practices, and entrepreneurial motivation through self-efficacy. BISTIC Proceedings. <https://doi.org/10.4108/eai.30-7-2025.2360706>
  18. Maheshwari G, Kha KL. (2022). Investigating the relationship between educational support and entrepreneurial intention in Vietnam: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy in the theory of planned behavior. The International Journal of Management Education. 20(2):100553. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100553>
  19. Nwibe KJ, Ogbuanya TC. (2024). Emotional intelligence and entrepreneurial intention among university undergraduates: Exploring the mediating roles of self-efficacy domains. Journal of Innovation and Entrepreneurship. 13:13. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00367-7>
  20. Otache I, Edopkolor JE, Sani IA, Umar K. (2024). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: Do entrepreneurial self-efficacy, alertness and opportunity recognition matter? The International Journal of Management Education. 22(1):100917. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100917>
  21. Ouragini I, Lakhal L. (2024). The effect of entrepreneurial marketing education on the determinants of students' entrepreneurial intention. The International Journal of Management Education. 22(1):1-15. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100953>
  22. Prayitno RD, Rahayu WP, Wardhana LW. (2024). The influence of entrepreneurial education and entrepreneurial mindset on entrepreneurial intention through self-efficacy (study on business and marketing students in Banyuwangi). International Education Trend Issues. 2(2):237-254. <https://doi.org/10.56442/ietl.v2i2.783>
  23. Pudjiastuti FU, Wardana LW, Sumanto A. (2024). The influence of entrepreneurship education on entrepreneurial readiness mediated by entrepreneurial skills and entrepreneurial mindset. Journal of Finance and Business Digital (JFBD). 3(4):403-420. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v3i4.12421>

24. Puni A, Anlesinya A, Korsorku PDA. (2018). Entrepreneurial education, self-efficacy and intentions in Sub-Saharan Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*. 9(4):492-511. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-09-2017-0211>
25. Putri MK, Widiyanti AE. (2022). Impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intention in self-efficacy mediation. In: *Proceedings of the 5th European International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. Rome, Italy: IEOM Society International; <https://doi.org/10.46254/EU05.20220333>
26. Rahmatika AH, Suwarno HL. (2024). Role of entrepreneurship education and self-efficacy on entrepreneurial intentions among university students. In: *Proceedings of the International Symposium on Management*. 21. <https://insyma.org/proceedings/items/show/279>
27. Rakib M, Azis M, Azis F. (2022). What determines entrepreneurial readiness? The empirical study of students in Indonesia. *Multicultural Education*. 8(1):38-48. <https://eprints.unm.ac.id/23168/>
28. Rakib M, Halim N, Agus, Sanusi DA. (2025). Readiness model entrepreneurship: An investigation of the role of entrepreneurship education, entrepreneurship skills and entrepreneurial self-efficacy among students in South Sulawesi Province. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*. 10(11):1519-1530. <https://doi.org/10.38124/ijisrt/25nov903>
29. Raposo M, Rodrigues R, Dinis A, do Paço A, Ferreira JJ. (2014). The influence of competitiveness and regulations on entrepreneurial activity in emerging and advanced economies. *Innovar*. 24(1):113-128. <https://doi.org/10.15446/innovar.v24n1spe.47560>
30. Reditayani NK, Suhardi. (2025). Financial literacy, creativity, self-efficacy and resilience in student entrepreneurial readiness. *Valid: Jurnal Ilmiah*. 23(1):1-11. <https://doi.org/10.53512/valid.v23i1.608>
31. Renaningtyas DL, Wahyudin A, Khafid M. (2021). The effect of entrepreneurial knowledge, industrial work practices (internship), and family environment on entrepreneurial readiness through self-efficacy. *Journal of Economic Education*. 10(2). <https://doi.org/10.15294/jeec.v10i2.52210>
32. Sabzehparvar F, Khodayari A, Boroumand M. (2024). Entrepreneurship and employability readiness assessment model of physical education graduates. *Journal of Sport Management and Motor Behavior*. 20(40). In Persian
33. Wishnu L, Shandy B, Wibowo A, Martha A, Aris N, Harwida G, et al. (2020). The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: The mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*. 2020;6(9):e04922. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04922>
34. Xanthopoulou P. (2025). Exploring the impact of entrepreneurship education on social entrepreneurial intentions: A diary study of tourism students. *Administrative Sciences*. 2025;15(3):1-20. <https://doi.org/10.3390/admsci15030111>
35. Yang JH. (2020). A study of entrepreneurship education on entrepreneurial orientation of Korean and Chinese university students: Focused on entrepreneurial self-efficacy as mediator. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*. 15(3):233-242. [10.16972/APJBVE.15.3.202006.233](https://doi.org/10.16972/APJBVE.15.3.202006.233)

36. Yunita D. (2020). The influence of creativity, self-efficacy, and motivation on the entrepreneurial readiness of students of the Faculty of Teacher Training and Education, Jambi University. *Journal of Management Education and Social Sciences*. 1(2):451-465.  
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v1i2.284>