

## Investigating the effect of personality features on the formation of entrepreneurial intention in young people: the mediating role of entrepreneurial mindset

Sanaz Arab 

Faculty of Management and Accounting, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Islamic Republic of Iran. [Email: sanaz.arab.ut@gmail.com](mailto:sanaz.arab.ut@gmail.com)

### Article Info

**Article type:**  
Research Article

**Article history :**  
Received 05 January 2023  
Received in revised form  
21 January 2023  
Accepted 16 April 2023  
Published online 20 September  
2024

**Keywords:**  
*entrepreneurial intention,  
entrepreneurial mindset,  
personality features, self-  
efficacy, self-esteem*

### ABSTRACT

**Objective:** For years, policymakers have been seeking solutions to reduce the issue of unemployment in societies. Entrepreneurship is a solution that not only creates jobs but also reduces poverty, fosters innovation, and promotes social and economic development. Entrepreneurship is defined as the process of discovering or creating opportunities and exploiting them without considering resource constraints. Studies indicate that individuals who choose entrepreneurship as a career have different personality traits compared to those who choose employment. Self-efficacy and self-esteem have been identified as two important psychological traits that influence the likelihood of opportunity discovery by individuals and are both necessary for the development of entrepreneurial behavior in individuals. Since entrepreneurial intention is the first step towards creating an entrepreneurial business and shaping entrepreneurial behavior, and considering the limited scope of research conducted on these factors, in order to expand and promote the factors influencing young people's inclination towards entrepreneurship and the necessary planning by managers and policymakers in this field, this study examines the impact of self-efficacy and self-esteem on the formation of entrepreneurial intention with the mediating role of entrepreneurial mindset.

**Method:** According to the stated objectives, the statistical population of this research was considered to be university-educated young people in Iran, and according to the scope of the target population, 437 people were available as a statistical sample with non-probability sampling method, in undergraduate and graduate levels. Masters and Ph.D. were selected. Due to the communication limitations of the Corona era, an (electronic) questionnaire tool was used to collect data, which was provided to the participants through messengers and social networks. The statistical data obtained in the descriptive statistics section with Excel software and in the inferential statistics section with smart pls 3 software have been experimented and analyzed.

**Results:** The study shows that self-efficacy and self-esteem significantly influence the entrepreneurial mindset, which in turn impacts entrepreneurial intention. However, there is no direct positive relationship between self-esteem and entrepreneurial intention, nor between self-efficacy and entrepreneurial intention. The entrepreneurial mindset acts as a mediator, linking self-efficacy and self-esteem to entrepreneurial intention. Therefore, self-efficacy and self-esteem indirectly affect entrepreneurial intention through their impact on the entrepreneurial mindset. These findings suggest that policymakers should consider the role of self-efficacy and self-esteem in promoting an entrepreneurial mindset to foster entrepreneurial culture in Iran.

**Conclusion:** Based on the findings of this research, it is evident that the role of self-efficacy and self-esteem in fostering entrepreneurial mindset should be considered by policymakers in the field of entrepreneurship development and promotion of entrepreneurial culture in Iran.

**Cite this article:** Arab, S. (2024). Investigating the effect of personality features on the formation of entrepreneurial intention in young people: the mediating role of entrepreneurial mindset. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Research*, 3 (2), 98-117. Doi: <https://doi.org/10.22034/eir.2024.450709.1068>



© The Author (s).

**Publisher:** Scientific Association of Entrepreneurship & Innovation in IRAN.

## بررسی تاثیر ویژگی های شخصیتی بر شکل گیری قصد کارآفرینی در جوانان: نقش میانجی ذهنیت کارآفرینانه

ساناز عرب id

کارشناس ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدهگان فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران. رایانامه: [sanaz.arab.ut@gmail.com](mailto:sanaz.arab.ut@gmail.com)

اطلاعات مقاله	چکیده
<p><b>نوع مقاله:</b> مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۱۵ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۱۱/۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱/۲۸ تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۳/۳۰</p> <p><b>کلیدواژه ها:</b> خودکارآمدی، ذهنیت کارآفرینانه، عزت نفس، قصد کارآفرینی، ویژگی های شخصیتی</p>	<p><b>هدف:</b> مطالعات نشان می دهند افرادی که کارآفرینی را به عنوان یک شغل انتخاب می کنند، ویژگی های شخصیتی متفاوتی با افرادی که کارمندی را انتخاب می کنند، دارند. بر اساس تحقیقات پیشین خودکارآمدی و عزت نفس دو ویژگی مهم خود ارزیابی در روانشناسی هستند که بر احتمال کشف فرصت توسط افراد اثر می گذارند و از ویژگی های مورد نیاز برای توسعه رفتار کارآفرینانه در فرد هستند. با توجه به محدود بودن دامنه تحقیقات صورت گرفته پیرامون این عوامل، در این پژوهش تاثیر خودکارآمدی و عزت نفس بر شکل گیری قصد کارآفرینی با میانجیگری ذهنیت کارآفرینانه مورد بررسی قرار گرفته است.</p> <p><b>روش:</b> با توجه به اهداف بیان شده، جامعه آماری این پژوهش جوانان دارای تحصیلات دانشگاهی کشور ایران در نظر گرفته شد و برحسب گسترده‌گی جامعه هدف، ۴۳۷ نفر به عنوان نمونه آماری با روش نمونه‌گیری غیر احتمالی در دسترس انتخاب و برای جمع‌آوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه (الکترونیکی) استفاده شده است. داده‌های آماری بدست آمده با نرم افزار <b>smart pls 3</b> مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.</p> <p><b>یافته‌ها:</b> این مطالعه نشان می دهد که خودکارآمدی و عزت نفس تأثیر قابل توجهی بر ذهنیت کارآفرینانه دارند که به نوبه خود قصد کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می دهد. با این حال، هیچ رابطه مستقیم مثبتی بین عزت نفس و قصد کارآفرینی و همچنین بین خودکارآمدی و قصد کارآفرینی یافت نشد. ذهنیت کارآفرینانه به عنوان یک متغیر میانجی عمل می کند که خودکارآمدی و عزت نفس را به قصد کارآفرینی مرتبط می کند. بنابراین، خودکارآمدی و عزت نفس به طور غیرمستقیم از طریق تأثیرگذاری بر ذهنیت کارآفرینانه، بر قصد کارآفرینی تأثیر می گذارند. این یافته‌ها نشان می دهند که سیاست‌گذاران باید به نقش خودکارآمدی و عزت نفس در ترویج ذهنیت کارآفرینانه توجه کنند تا فرهنگ کارآفرینی در ایران را تقویت کنند.</p> <p><b>نتیجه گیری:</b> برحسب نتایج بدست آمده، خودکارآمدی و عزت نفس تأثیر مثبت و معناداری بر ذهنیت کارآفرینانه دارند. ذهنیت کارآفرینانه نیز تأثیر مثبت و معناداری بر شکل گیری قصد کارآفرینی دارد. با این حال تأثیر مثبت و معناداری میان خودکارآمدی و عزت نفس با قصد کارآفرینی مشاهده نشد. با توجه به یافته‌های این پژوهش، توجه به نقش خودکارآمدی و عزت نفس، در سیاست‌گذاری‌های آتی در حوزه کارآفرینی توصیه می گردد.</p>

**استناد:** عرب، ساناز. (۱۴۰۳). بررسی تاثیر ویژگی های شخصیتی بر شکل گیری قصد کارآفرینی در جوانان: نقش میانجی ذهنیت کارآفرینانه. پژوهش های کارآفرینی و نوآوری. ۳ (۲)، ۹۸-۱۰۰. <https://doi.org/10.22034/eir.2024.450709.1068>

ناشر: انجمن علمی کارآفرینی و نوآوری ایران.

© نویسندگان.





## ۱. مقدمه

کارآفرینی یک پدیده جهانی است که با ظهور کسب و کارهای نوپا و نوآورانه، منجر به رشد اقتصادی در سراسر جهان می‌شود. این کسب و کارهای جدید نقش مهمی در ایجاد شغل ایفا می‌کنند و به دلیل تاثیر مثبت آنها در اقتصاد، سیاستمداران را ترغیب به شناسایی و حمایت از فعالیت‌های راه‌اندازی کارآفرینی می‌کند (مک استی، ۲۰۰۸). کارآفرینی فرآیند شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها با هدف راه‌اندازی شرکت یا رشد کسب و کار است (شین و ونکاترمان، ۲۰۰۰). این فرآیند با شناسایی فرصت آغاز می‌شود که می‌تواند به‌عنوان توانایی شناسایی ایده خوب و تبدیل آن به یک مفهوم تجاری به منظور ارزش‌آفرینی برای مشتریان یا جامعه و ایجاد درآمد برای کارآفرین، تعریف شود (لیچتن استین و لامپکین ۲۰۰۵).

نقش کارآفرینی در توسعه یافتگی کشورهای در حال توسعه مهمتر از کشورهای توسعه یافته است، تا آنجا که ایجاد فرصت‌های خود اشتغالی و کاهش میزان بیکاری مورد بررسی قرار گرفته است (نیشانتا، ۲۰۰۹). در تحقیقات پیشین بیان شده است عدم موفقیت در راه‌اندازی کسب و کار در برخی از کشورهای در حال توسعه، به دلیل نداشتن ذهنیت کارآفرینانه است (کامینگ و همکاران، ۲۰۱۹). چرا که ذهنیت کارآفرینانه ارتباط نزدیکی با شناخت فرصت دارد که آن هم هسته اصلی فرآیند کارآفرینی است و میزان موفقیت کارآفرین را تعیین می‌کند (کوی و همکاران، ۲۰۲۱). بنا بر عقیده ایرلند، هیت و سیمون (۲۰۰۳)، ذهنیت کارآفرینانه توانایی واکنش سریع، اقدام و بسیج منابع و تصمیم‌گیری در شرایط عدم اطمینان نسبت به فرصت‌های احتمالی به‌منظور کسب سود است، بر تصمیم دانشجویان برای انتخاب کارآفرینی به‌عنوان شغل، تاثیرگذار است (کریم و ونکاتایا، ۲۰۱۶). در طی دهه‌های گذشته، سیاست‌گذاران و توسعه دهندگان اقتصادی در سراسر جهان به دنبال این جواب هستند که چگونه می‌توانند کارآفرینان بیشتر و اشتغال بیشتری ایجاد کنند؟ (ریداوت و گری، ۲۰۱۳).

همانطور که توضیح داده شد، کارآفرینی یک فرآیند چند مرحله‌ای است که می‌تواند منجر به فعالیت‌هایی مانند ایجاد کسب و کار جدید شود (ماهفود و همکاران، ۲۰۲۰) و قصد کارآفرینی اولین مرحله در این فرآیند است (ماهفود و همکاران، ۲۰۲۰؛ منیر و همکاران، ۲۰۱۹؛ تامی و پارده، ۲۰۲۰). فهمیدن قصد کارآفرینی در تحلیل مفهوم کارآفرینی بسیار مهم است (کریمی و همکاران، ۲۰۱۶). قصد کارآفرینی برای توسعه کارآفرینی میان افراد ضروری است، زیرا به عنوان یکی از بهترین پیش‌بینی‌کنندگان رفتار کارآفرینی به شمار می‌رود (اکینوال، اباتین، الارایی، ۲۰۱۹؛ هئسو اربال، فیگوروا و لینان، ۲۰۲۱). در ادبیات کارآفرینی، قصد کارآفرینی را یک حالت ذهنی تعریف کرده‌اند که توجه، تجربه، اقدامات، تعیین اهداف، تعهد، ارتباطات، سازماندهی و دیگر کارها را به سمت بروز رفتار کارآفرینانه در افراد هدایت می‌کند (فینی و همکاران، ۲۰۱۲). طبق گفته ال غزالی و همکاران (۲۰۲۲) ویژگی‌های فردی در تصمیم‌گیری کارآفرینانه بسیار حیاتی هستند.

مطالعات نشان می‌دهند، افرادی که کارآفرینی را به‌عنوان یک شغل انتخاب می‌کنند، ویژگی‌های شخصیتی متفاوتی با افرادی که کارمندی را انتخاب می‌کنند، دارند (کولورید، ۱۹۹۶). بر اساس تحقیقات پیشین، خودکارآمدی و عزت‌نفس هر دو از ویژگی‌های مورد نیاز برای توسعه رفتار کارآفرینانه در فرد هستند. با داشتن خودکارآمدی و عزت‌نفس خوب، فرد اعتمادبه‌نفس بیشتری دارد و قادر است خود را به فعلیت برساند که بعداً باعث افزایش موفقیت در رفتار کارآفرینی می‌شوند (پائوتینا و همکاران، ۲۰۱۸). مارکمن، بالکین و بارون (۲۰۰۲) در تحقیقاتشان یافته‌اند که افراد با سطح خودکارآمدی بالاتر، راه‌اندازی کسب و کار شخصی را انتخاب می‌کنند در حالیکه که افراد با سطح خودکارآمدی پایین‌تر، کارکردن در شرکت‌هایی که دیگران تاسیس کرده‌اند، را انتخاب می‌کنند. ولز و وایت (۱۹۸۱) عزت‌نفس را به‌عنوان ویژگی‌های شخصیتی مشترک میان کارآفرینان می‌دانند. نتایج بدست آمده از تحقیقات فریدریش و ویسر (۲۰۰۶) نشان می‌دهد، دانشجویانی که گرایش کارآفرینانه بیشتری دارند، عزت‌نفس بالاتری دارند (فریدریش و ویسر، ۲۰۰۶). پائوتینا، پولوچالوا و جیبران (۲۰۱۸)، بیان می‌کنند که عزت‌نفس یکی از ویژگی‌های مورد نیاز شخص برای توسعه علاقه خود به کارآفرینی با هدف کارآفرین شدن است.

بررسی ادبیات نشان می‌دهد که رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و قصد کارآفرینی یکی از موضوعاتی است که در دهه‌های اخیر بسیار مورد مطالعه قرار گرفته است (احمد، ختاک و انوار، ۲۰۲۲؛ انتونیک و همکاران، ۲۰۱۵؛ ژائو و سایبرت ۲۰۰۶). در این تحقیق به توسعه مدل قصد کارآفرینی به‌عنوان اولین مرحله در جهت خلق کسب و کار کارآفرینانه، با ترکیبی متفاوت از متغیرهای ذهنیت کارآفرینانه (گران و مک میلان، ۲۰۰۰)، خودکارآمدی (باندورا، ۱۹۹۴)، عزت‌نفس (روزنبرگ، ۱۹۶۵) در جهت بررسی تاثیر این متغیرها بر شکل‌گیری قصد کارآفرینی میان قشر تحصیل کرده کشور ایران پرداخته شده که تاکنون در ادبیات به طور گسترده مورد بررسی قرار نگرفته است و از ذهنیت کارآفرینانه به‌عنوان متغیر میانجی استفاده شده است. در نهایت نتایج بدست‌آمده از این تحقیق پیامدهایی را برای سیاست‌گذاران در حوزه کارآفرینی در جهت ترویج و توسعه فرهنگ کارآفرینی جامعه، در بر خواهد داشت. ساختار این مقاله در ادامه به شرح زیر تهیه شده است: ادبیات موضوع در بخش دوم در قالب یک مدل نظری و در بخش سوم توسعه فرضیات مورد بررسی قرار گرفته است. بخش چهارم به جمع‌آوری داده‌ها، روش تحقیق، اندازه‌گیری متغیرها، پایایی، روایی پرداخته است. یافته‌ها در بخش پنجم نشان داده شده‌اند و در بخش آخر پیرو یافته‌های بدست آمده بحث و نتیجه‌گیری، محدودیت‌ها و پیشنهادات بر مبنای نتایج حاصله از پژوهش، آورده شده است.

## ۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

### ۱.۲. قصد کارآفرینی

آجرن (۲۰۱۱) قصد را نشانه آمادگی فرد برای انجام یک رفتار تعریف کرده است. محققان، قصد کارآفرینی را به‌عنوان تمایل افراد به شروع کسب و کار جدید یا اندیشه مداوم برای انجام آن در آینده تعریف کرده‌اند (ریدا و همکاران، ۲۰۱۷). قصد کارآفرینانه بطور کلی به عنوان قصد افراد در راه اندازی کسب و کار جدید یا خلق ارزشی تازه برای کسب و کاری که از قبلا راه‌اندازی شده، تعریف شده است (پاک، ۲۰۱۷). قصد کارآفرینی یکی از مهمترین الزامات در فعالیت کارآفرینانه است، و به عنوان پل کوتاهی برای رفتار کارآفرینانه در نظر گرفته می‌شود (کروگر و همکاران، ۲۰۰۰). قصد کارآفرینی از این جهت مهم است که اولین مرحله در فرآیند کشف، خلق و بهره‌برداری از فرصت‌هاست (گارتنر و همکاران، ۱۹۹۴). قصد کارآفرینی، مولفه‌ای است که فرد را در جهت خوداشتغالی یا بنا نمودن شرکت خود، راهنمایی می‌کند (پرز، تورس، سنچز، ۲۰۲۱). دیویدسون (۱۹۹۵)، الف وینگ، بران بک و کاسرود (۲۰۰۹) عوامل تاثیرگذار بر قصد کارآفرینی را به سه دسته تقسیم کرده‌اند: عوامل فردی - روانی، پیشینه خانوادگی، عوامل محیطی - اجتماعی.

بسیاری از محققان تاثیر جنسیت را بر قصد کارآفرینی افراد بررسی کرده‌اند. برخی از محققان دریافته‌اند که مردان قصد کارآفرینی بیشتری نسبت به زنان دارند (متیوس و موسر، ۱۹۹۵). محققان همچنین ارتباط مثبتی میان ویژگی‌های شخصیتی و قصد کارآفرینی را پیدا کرده‌اند (ژائو و سایبرت، ۲۰۰۶). برخی محققان ویژگی‌های شخصیتی را به‌عنوان یک عامل مهم در نظر گرفته‌اند. در مقایسه با سایر افراد کارآفرینان برخی از ویژگی‌های شخصیتی مانند نیاز به موفقیت، کنترل فردی، ریسک‌پذیری، پشتکار و هوش بالاتری را نشان می‌دهند (شاور، ۱۹۹۵). تحقیقات زیادی تاثیر پیشینه خانوادگی به روی قصد کارآفرینی افراد را مورد بررسی قرار داده‌اند. برخی از تحقیقات بیان می‌کنند که خانواده‌ها از لحاظ الگو بودن دیدگاه و باور والدین، نقش مهمی در اشتغال کارآفرینانه فرزندان به عهده دارند با این وجود برخی دیگر از محققان رفتار والدین را بروی قصد کارآفرینی فرزندان موثر نمی‌دانند (چرچیل و همکاران، ۱۹۸۷). محققان فاکتورهای محیطی اجتماعی را شامل؛ قوانین حقوقی و حمایت‌های دولت می‌دانند که نقش مهمی در کارآفرین شدن افراد دارند (استفان و همکاران، ۲۰۰۵). با این حال می‌توان ادعا کرد که یکی از عوامل کم توجهی دانشجویان به کارآفرینی مربوط به عدم آشنایی با عوامل تاثیرگذار بر قصد کارآفرینی است (کریمی و ولی‌زاده، ۲۰۲۰).

## ۲.۲. ذهنیت کارآفرینانه

نخستین بار ذهنیت کارآفرینانه را توانایی شناسایی فرصت، عمل و اقدام در شرایط عدم اطمینان تعریف کرده‌اند (مک گراس و مک میلان، ۲۰۰۰). دیگر محققان آن را روش فکر کردن در مورد کسب و کاری سودآور در شرایط عدم اطمینان (ایرلند و همکاران، ۲۰۰۳)، توانایی درک سریع، عمل و اقدام به صورت تصمیم‌گیری شهودی در شرایط نامطمئن به منظور کسب سود (هاینی و همکاران، ۲۰۱۰) و همچنین فکر کردن، تعقل، تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی به گونه‌ای منحصر به فرد در جهت رسیدن به اهداف، تعریف کرده‌اند (بارون، ۲۰۱۴). محققانی از جمله داویس، هال و مایر (۲۰۱۶)؛ هاینی، شپرد و پاتزلت (۲۰۱۲)، ذهنیت کارآفرینانه را مجموعه‌ای از انگیزه‌ها، مهارت‌ها و فرآیندهای فکری می‌دانند که کارآفرینان را از غیرکارآفرینان متمایز می‌کند. مک مولان و کایر (۲۰۱۶) ذهنیت کارآفرینانه را توانایی شناسایی و استخراج فرصت‌ها بدون توجه به منابع جاری تحت کنترل تعریف کرده‌اند، به این معنی که فعالیت‌های کارآفرینی تا حدی با ریسک همراه است. ذهنیت کارآفرینانه ویژگی فردی است که با قصد کارآفرینی در ارتباط است، اما معمولاً نادیده گرفته می‌شود (ال غزالی همکاران، ۲۰۲۲؛ کوی و بل، ۲۰۲۲؛ هندیاتی و همکاران، ۲۰۲۰؛ جیانگتونگ و همکاران ۲۰۲۰) و مرتبط با شناسایی فرصت‌هایی است که قلب فرآیند کارآفرینی را تشکیل می‌دهند و میزان موفقیت کارآفرین را تعیین می‌کنند (کوی و همکاران، ۲۰۲۱).

داسپیت و همکاران (۲۰۲۱)، تعریف یکپارچه‌ای از ذهنیت کارآفرینانه را به شرح زیر ارائه داده‌اند. ذهنیت کارآفرینانه به عنوان یک دیدگاه شناختی تعریف می‌شود که فرد را قادر می‌سازد تا به وسیله شناسایی فرصت‌ها و بهره‌برداری از آنها، با اطلاعات محدود تصمیم‌گیری و با سازگاری و مداومت در شرایط نامعلوم و پیچیده، خلق ارزش کنند. نکته‌ای که در تمام تعاریف ذهنیت کارآفرینانه مشترک است، این است که ذهنیت کارآفرینانه روش فکر کردن و تشخیص فرصت‌ها در شرایط عدم اطمینان است (اشمیت و فورد، ۲۰۰۳). چهار ویژگی شناختی (ریسک‌پذیری، تحمل ابهام، خوش‌بینی و هوشیاری نسبت به فرصت‌ها) مولفه‌های تشکیل‌دهنده ذهنیت کارآفرینانه هستند و ارتباط تنگاتنگی با فعالیت‌ها و فرآیند کارآفرینی دارند (بارون، ۲۰۰۶؛ کوی و همکاران، ۲۰۲۱؛ شین و ونکاترامان، ۲۰۰۰؛ واردانا و همکاران ۲۰۲۰). محققان موفقیت استراتژی‌های آینده در جهت افزایش گرایش دانش‌آموزان به کارآفرینی را در گرو ذهنیت کارآفرینانه می‌دانند که توانایی درک سریع، عمل و بسیج منابع در شرایط نامشخص است (کوی و همکاران، ۲۰۲۱). ذهنیت کارآفرینانه تاییدکننده موفقیت و شکست میان کارآفرینان است (ایما و همکاران، ۲۰۲۰). محققان بیان می‌کنند که ذهنیت کارآفرینانه عامل مهمی در موفقیت کسب و کارهای کوچک است که بدون آن تجارشان شکست خواهد خورد (دهلیاهو و ون وارن، ۲۰۰۷).

## ۳.۲. خودکارآمدی

خودکارآمدی به باور فرد به توانایی شخصی خود برای انجام یک کار یا مجموعه خاصی از وظایف اشاره دارد (بندورا، ۱۹۷۷). خودکارآمدی، مفهومی مفید برای توضیح رفتار انسان است، زیرا تحقیقات نشان می‌دهد که نقش مؤثری در تعیین انتخاب، سطح تلاش و پشتکار فرد دارد (چن و همکاران، ۲۰۰۴). به بیان ساده، تمایل افراد با خودکارآمدی بالا برای دنبال کردن یک کار خاص، نسبت به افراد با خودکارآمدی پایین، بیشتر است و سپس در انجام آن کار مداومت می‌کنند (بندورا، ۱۹۷۷). خودکارآمدی بر انتخاب فعالیت توسط انسان بدون توجه به وجود گزینه‌ها، میزان تلاشی که برای انجام عمل صرف می‌کنند، پشتکار آنها در مواجهه با موانع و فرصت‌های انجام عمل تأثیر زیادی می‌گذارد (باقری و لاپیهی، ۲۰۱۳). از آنجا که خودکارآمدی پیش‌نیاز مهم در بروز رفتار است، بر نگرش و رفتار افراد در زمینه انتخاب شغل و توسعه آن تأثیر می‌گذارد (پینکوآرت و همکاران، ۲۰۰۳). با توجه به گفته تامی و پاررد (۲۰۲۰)، افراد با خودکارآمدی بالا نسبت به افراد با خودکارآمدی پایین به توانایی‌های خود بیشتر اعتماد دارند. بنابراین، افرادی که خودکارآمدی بالایی دارند، ترجیح می‌دهند وظایف دشوار را انجام دهند و در مواجهه با چالش‌ها و موانع نسبت به افرادی که خودکارآمدی پایینی دارند، موفق‌ترند (النادی و غیس، ۲۰۲۱؛ لیو و همکاران، ۲۰۱۹؛ ممون، سومرو و شاه، ۲۰۱۹). بنابراین، خودکارآمدی با اندیشه فرد در مورد اینکه آیا او می‌تواند نقش‌ها و وظایف مختلف مربوط به کارآفرینی را انجام دهد یا خیر، ارتباط دارد (نومن و همکاران، ۲۰۱۹؛ تامی و پاررد، ۲۰۲۰). مطالعات نشان می‌دهند خودکارآمدی به‌طور قابل توجهی با رفتار کارآفرینانه، ایجاد و موفقیت کسب و کار در ارتباط است (راوچ و فرس، ۲۰۰۷). محققان معتقدند قضاوت افراد در مورد امکان پذیرگی

راه‌اندازی کسب و کار، از قضاوت آنها در مورد خودکارآمدی‌شان برای پیاده‌سازی و برنامه‌ریزی رفتار کارآفرینانه ناشی می‌شود. خودکارآمدی کارآفرینانه یکی از پیش‌نیازهای کارآفرینان بالقوه است؛ چرا که افراد با سطح خودکارآمدی بالا، محیط کسب و کار را پر از فرصت ارزیابی می‌کنند، اما افراد با سطح خودکارآمدی پایین، همان محیط را پر از موانع می‌دانند (کروگر و همکاران، ۲۰۰۰). بنا بر گفته مک‌جی و پیترسون (۲۰۰۹)، سطح بالای خودکارآمدی منجر به بروز رفتار کارآفرینانه و در نهایت فعالیت کارآفرینانه می‌شود.

### ۴,۲. عزت نفس

روزنبرگ (۱۹۶۵)، عزت‌نفس را به‌عنوان احساس مطلوب یا نامطلوب نسبت به خود تعریف کرده است و به دیدگاه ارزشمندی خود بر اساس یک ارزیابی کلی از خود اشاره دارد (آباسی و ستا، ۲۰۱۹؛ واشیشتا، ۲۰۲۱). عزت‌نفس به معنای واقعی کلمه به میزان ارزشی که افراد برای خودشان قائلند، تعریف می‌شود (جانسون و همکاران، ۲۰۲۰). مولفه‌ای در ارزیابی خودشناسی است (ارزیابی مثبت و منفی از خود) که اغلب به عنوان ویژگی‌های شخصیتی پایدار و ماندگار از آن یاد می‌شود که بر افکار، احساسات، خواسته‌ها، ارزشها و اهداف ما تاثیر می‌گذارد و در مواجهه با چالش‌های جدید و اداره کردن بحران‌ها به ما کمک می‌کند. عزت‌نفس یعنی اینکه خودتان را چقدر دوست دارید. تصویر ذهنی شما را مشخص می‌کند، آن شکلی است که خودتان را می‌بینید و در مورد خود فکر می‌کنید، یکی از پایه‌های اساسی شخصیت آدمی و باعث رسیدن انسان به افتخار و سربلندی است. به‌طور کلی عزت‌نفس ویژگی شخصیتی ماندگاری است که در اثر تجربیات ما در طول زندگی شکل می‌گیرد (دهقانی و گلاباش، ۱۳۹۵).

عزت‌نفس به عنوان یک ویژگی فردی، رفتار انسان را تعیین می‌کند و بر روی رشد و توسعه شخصی تاثیر می‌گذارد (آباسی و ستا، ۲۰۱۹؛ برونل، لایبولت و رادو-لفبر، ۲۰۱۷؛ جرمسیتی‌پارزرت و کومسوپروم، ۲۰۲۱). فرد با عزت‌نفس اندک از ناشناخته‌ها و ناآشناها می‌هراسد و از چالشها اجتناب می‌کند در صورتی که فرد با عزت‌نفس زیاد مترصد مرزهای تازه است و از چالشها استقبال می‌کند (براندن، ۱۹۶۹). عزت‌نفس کم مانع از دنبال کردن اهداف فردی می‌شود در حالیکه افراد با عزت‌نفس بالا، آمادگی بیشتری برای گرایش به سمت اهداف و فرصت‌های موجود در محیط دارند (هایمپل و همکاران، ۲۰۰۶)، آنها همچنین آماده‌اند که ریسک فعالیت‌هایشان را بپذیرند در حالیکه افراد با سطح عزت‌نفس پایین از انجام وظایف همراه با ریسک اجتناب می‌کنند (کمپبل و لوالی، ۱۹۹۳). همانطور که قبلاً اشاره شد، افراد با عزت‌نفس بالا تمایل به ریسک‌پذیری بیشتری نسبت به افراد با عزت‌نفس پایین دارند. همچنین، افرادی که عزت‌نفس بالایی دارند، تحمل بالاتری نسبت به ابهام دارند (کوی و همکاران، ۲۰۲۱؛ جرمسیتی‌پارزرت و کومسوپروم، ۲۰۲۱). بنابراین دارا بودن سطحی از عزت‌نفس، پیش‌نیاز انتخاب کارآفرینی به‌عنوان یک شغل است (جرمسیتی‌پارزرت و کومسوپروم، ۲۰۲۱). تاثیر عزت‌نفس بر کارآفرینی توسط «نظریه خود‌پایداری» کورمان (۱۹۷۷) شرح داده شده است. در این نظریه بیان شده است که افرادی که خودشان را ارزشمند می‌دانند، احتمال موفقیتشان در کارها بیشتر از افرادی است که احساس می‌کنند در کارشان از شایستگی لازم برخوردار نیستند.

### ۳. توسعه فرضیات و چارچوب پژوهش

#### ۳, ۱. عزت نفس، خودکارآمدی و قصد کارآفرینی

مطالعات پیشین تاثیر شکست در کارآفرینی بر قصد کارآفرینی افراد با عزت‌نفس پایین و عزت‌نفس بالا را مورد بررسی قرار داده است. نتایج نشان می‌دهند در افراد با عزت‌نفس بالا گرایش به کارآفرینی در مواجهه با شکست در کارآفرینی، کاهش نمی‌یابد (اسمیت و پتی، ۱۹۹۵). افراد با عزت‌نفس بالا ترسی از ریسک کردن ندارند (لاندو و گرینبرگ، ۲۰۰۶) و مشاهده یک شکست در کارآفرینی حتی ممکن است، تمایل آنها را به کارآفرینی افزایش دهد. در مقابل، افراد با عزت‌نفس پایین زمانی در معرض یک شکست کارآفرینی قرار می‌گیرند، تصمیمات شغلی آنها ممکن است به راحتی تحت تاثیر جنبه منفی شکست قرار گیرد (مارینگلد و همکاران، ۲۰۱۴). علاوه بر این، افراد با عزت‌نفس پایین به‌طور مزمّن انگیزه دارند تا از نتایج منفی اجتناب کنند و در نتیجه فرصت‌های پاداش

را از دست می‌دهند و از آنجایی که آنها برای ریسک کردن تردید دارند، مشاهده یک شکست کارآفرینی ممکن است اشتیاق آنها را برای تبدیل شدن به یک کارآفرین کاهش دهد (هایمپل و همکاران، ۲۰۰۶).

لاگونا (۲۰۱۳)، رابطه میان عزت‌نفس و گرایش کارآفرینی افرادی را که برای مدت یکسال بیکار بوده‌اند را مورد بررسی قرار داده است. نتایج نشان می‌دهد که افراد با قصد کارآفرینی، از سطح بالاتری عزت‌نفس نسبت به افراد بدون قصد راه اندازی کسب و کار، برخوردارند. عبدالرحیم قیاسی (۲۰۱۶) در تحقیقی تاثیر خودکارآمدی و عزت‌نفس را به روی گرایش کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اندازه گرفت. نتایج بدست آمده نشان داد که رابطه مثبت و چشمگیری میان خودکارآمدی و عزت‌نفس با قصد کارآفرینی دانشجویان وجود دارد. این بدان معنی است دانشجویانی که خودکارآمدی و عزت‌نفس بالاتری داشتند، گرایش به کارآفرینی بیشتری نیز داشتند، در حالیکه آنان که خودکارآمدی و عزت‌نفس پایین‌تری داشتند، گرایش به کارآفرینی کمتری را نشان دادند.

محققان در تحقیقاتشان بیان کرده‌اند که خودکارآمدی تاثیر بسیار زیادی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دارد (چان‌می و همکاران، ۲۰۱۱). تحقیقات انجام شده تاکنون به این نکته اشاره دارند که رابطه مثبتی میان خودکارآمدی کارآفرینانه و احتمال کارآفرین شدن افراد وجود دارد (حیدری و همکاران، ۲۰۱۳). مطالعات بیان می‌کنند که مردان از قصد کارآفرینی بیشتری نسبت به زنان برخوردارند (متیوس و موسر ۱۹۹۵). برخی محققان معتقدند پایین بودن قصد کارآفرینی زنان به دلیل پایین بودن سطح خودکارآمدی است (فیلدن و همکاران، ۲۰۰۳). چن، جین گرین و کریک (۱۹۹۸)، با انتخاب نمونه‌ای از میان دانشجویان بازرگانی و روان‌شناسی، رابطه مثبتی میان خودکارآمدی کارآفرینانه و مقاصد کارآفرینانه دریافت کردند. یافته‌های تحقیق ویلسون، کیکول و مارلینو (۲۰۰۷)، نتایج تحقیقات قبلی در مورد رابطه بین خودکارآمدی و مقاصد شغلی کارآفرینی را تأیید کرد. همچنین مطالعات نشان می‌دهد که خودکارآمدی یک عامل تأثیرگذار در تبیین قصد و رفتار کارآفرینانه فردی است (شومتز و همکاران، ۲۰۱۹).

بنا بر مطالب بیان شده، فرضیات زیر شکل گرفت :

فرضیه اول: عزت‌نفس تاثیر مثبتی بر شکل‌گیری قصد کارآفرینی دارد.

فرضیه دوم: خودکارآمدی تاثیر مثبتی بر شکل‌گیری قصد کارآفرینی دارد.

### ۲.۳. عزت‌نفس، خودکارآمدی و ذهنیت کارآفرینانه

با بررسی اکثر مطالعات تجربی گذشته، استنباط می‌شود که خودکارآمدی اثر معناداری بر ذهنیت افراد نسبت به کارآفرینی دارد. سارای و همکاران (۲۰۱۷) تاثیر خودکارآمدی بر ذهنیت کارآفرینی دانشجویان مهندسی را بررسی کردند. این مطالعه تاثیر مثبت و معناداری خودکارآمدی را بر ذهنیت کارآفرینانه نشان داد. در تحقیقاتی که توسط کازم و آسمیران (۲۰۱۶)؛ رکبر، ایسیکسل و کک (۲۰۱۷) انجام شده است، رابطه میان ذهنیت کارآفرینانه با خودکارآمدی تایید شده است. عبدالله و جابور (۲۰۱۵) در تحقیقی رابطه میان ذهنیت کارآفرینانه و خودکارآمدی دانش‌آموزان را مورد بررسی قرار دادند. نتایج بدست آمده تاثیر چشمگیر خودکارآمدی بر ذهنیت کارآفرینانه نمایان کرد. شاری و همکاران (۲۰۱۵) دیگر محققانی بودند که رابطه میان خودکارآمدی دانشجویان بازرگانی و فنی را با ذهنیت کارآفرینانه مورد بررسی قرار دادند، نتایج این تحقیق نیز همبستگی میان خودکارآمدی افراد با ذهنیت کارآفرینانه را تایید کرد. اگیونادایو ریچل (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان خودکارآمدی و ذهنیت کارآفرینانه در جهت مهندسی مجدد بیان می‌کنند که خودکارآمدی تاثیر مثبتی بر روی ذهنیت کارآفرینانه دانشجویان دارد.

فرضیه سوم: عزت‌نفس تاثیر مثبتی بر ذهنیت کارآفرینانه دارد.

فرضیه چهارم: خودکارآمدی تاثیر مثبتی بر ذهنیت کارآفرینانه دارد.

### ۳.۳. نقش میانجی ذهنیت کارآفرینانه

هاینی و همکاران (۲۰۱۰) بر لزوم در نظر گرفتن ذهنیت کارآفرینانه به عنوان یک قابلیت فراشناختی تاکید کردند. با توجه به تحقیقات فلاول (۱۹۸۷)، قابلیت‌های فراشناختی فرد را قادر می‌سازد تا بتواند درک شناختی از افراد، وظایف و استراتژی داشته باشد. به این ترتیب، اگر یک ذهنیت کارآفرینانه به عنوان یک قابلیت فراشناختی در نظر گرفته شود، تعجب‌آور نیست و به گفته ماور

و همکاران (۲۰۱۷) خودکارآمدی کارآفرینانه، منجر به ایجاد ذهنیت کارآفرینانه می‌شود. بر مبنای این واقعیت که خودکارآمدی کارآفرینانه، ذهنیت کارآفرینانه را ایجاد می‌کند که منجر به پیگیری فرصت‌های کارآفرینی تا مرحله اجرا می‌شود، نشان از نقش میانجی‌ذهنیت کارآفرینی در رابطه میان خودکارآمدی کارآفرینانه و عملکرد می‌دهد (هاینی و همکاران، ۲۰۱۰؛ ایرلند و همکاران، ۲۰۰۳). با مطالعات متعدد ننه‌براون هیلدرنک (۲۰۱۵)؛ ایرلند، هیت و سیمون (۲۰۰۳) نقش ذهنیت کارآفرینانه در کارآفرینی محوری تلقی شده است که نشان از افزایش موفقیت و عملکرد کسب و کارها را می‌دهد.

ننه‌براون هیلدرنک (۲۰۱۵) در تحقیقی با عنوان خودکارآمدی کارآفرینانه و عملکرد کسب و کارهای کوچک با نقش میانجی‌ذهنیت کارآفرینانه و تجربیات کسب شده به بررسی ارتباط میان این متغیرها پرداخته است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که ذهنیت کارآفرینانه و تجربیات کسب شده، هر دو نقش میانجی‌در ارتباط میان خودکارآمدی کارآفرینانه و عملکرد کسب و کارهای کوچک دارند و رابطه مثبت و معناداری میان خودکارآمدی کارآفرینانه و عملکرد کسب و کارهای کوچک وجود دارد. ایانا و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیقی بیان می‌کنند خودکارآمدی تاثیر مثبت چشمگیری بر عزت‌نفس دانشجویان کارآفرین دانشگاه ایرلانگا دارد و همچنین عزت‌نفس تاثیر مثبت چشمگیری روی موفقیت کارآفرینانه دانشجویان کارآفرین دانشگاه ایرلانگا دارد.

فرضیه پنجم: ذهنیت کارآفرینانه نقش میانجی‌در رابطه با تاثیر عزت‌نفس بر شکل‌گیری قصد کارآفرینی دارد.

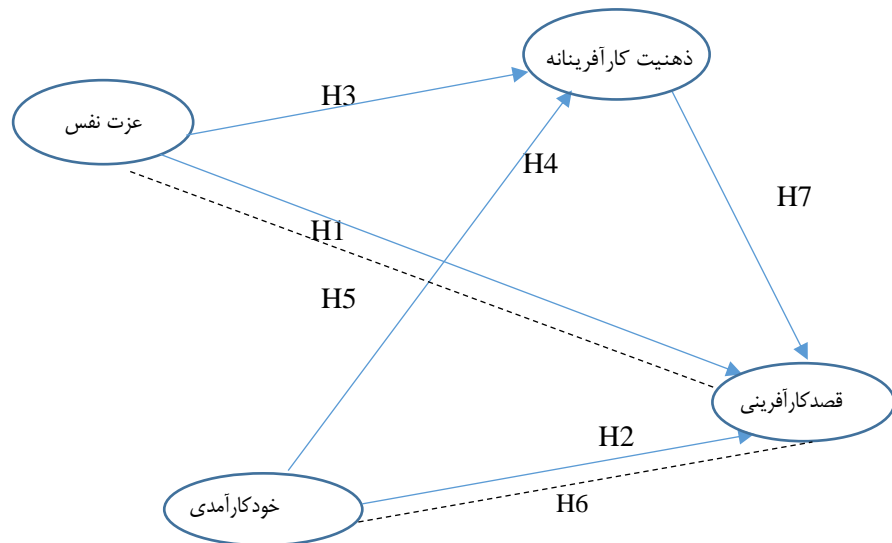
فرضیه ششم: ذهنیت کارآفرینانه نقش میانجی‌در رابطه با تاثیر خودکارآمدی بر شکل‌گیری قصد کارآفرینی دارد.

#### ۴.۳. ذهنیت کارآفرینانه و قصد کارآفرینی

ذهن کارآفرین داشتن به فردی اطلاق می‌شود که توانایی شناسایی فرصت‌ها، توسعه ایده‌های جدید و کشف راه‌های جدید برای نگاه کردن به فرصت‌ها و مشکلات و راه‌های خلاقانه برای حل آنها را دارد (بندیکت و ونتر، ۲۰۱۰). بنابراین، افراد دارای ذهنیت کارآفرینانه مثبت، انگیزه و توانایی مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینانه را دارند (فسلا، ۲۰۱۷) و در جایی که دیگران موقعیت را به‌عنوان یک چالش یا خطر در نظر می‌گیرند، فرصت‌های بیشتری را شناسایی می‌کنند، اهداف چالش برانگیزتر تعیین می‌کنند، تلاش و پشتکار بیشتری برای دستیابی به چشم‌انداز خود و مقابله با چالش‌ها و بحران‌های مرتبط با کارآفرینی به‌کار می‌گیرند (ژایی و همکاران، ۲۰۱۸).

مطالعات پیشین بیان می‌کنند که ذهنیت کارآفرینانه رابطه مثبتی با قصد کارآفرینی دارد (کوی و همکاران، ۲۰۲۱). هندایاتی و همکاران (۲۰۲۰)، مطالعه‌ای بر روی ذهنیت کارآفرینی دانشجویان فنی‌در اندونزی انجام داد و دریافت که ذهنیت کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر قصد کارآفرینی دارد. علاوه بر این، واردانا و همکاران (۲۰۲۰)، مطالعه‌ای را در مورد ذهنیت کارآفرینانه و قصد کارآفرینی با استفاده از نمونه آماری ۳۹۰ دانشجوی دانشگاه بررسی کردند و دریافتند که ذهنیت کارآفرینانه به‌طور مثبت و معناداری با قصد کارآفرینی ارتباط دارد. مطالعات وانگ جیاتونگ و همکاران (۲۰۲۱) نیز نشان می‌دهند که ذهنیت کارآفرینانه رابطه مثبتی با قصد کارآفرینی دارد.

فرضیه هفتم: ذهنیت کارآفرینانه تاثیر مثبتی بر شکل‌گیری قصد کارآفرینی دارد.



شکل شماره ۱. مدل مفهومی پژوهش

#### ۴. روش شناسی

##### ۴.۱. نمونه ها، مواد و جمع آوری داده ها

برای به دست آوردن داده های تجربی مورد نیاز برای اعتبارسنجی چارچوب پیشنهادی و آزمون فرضیه های مطالعه ما، ۴۳۷ پرسشنامه از افراد تحصیل کرده کشور ایران دریافت شد که این افراد با روش نمونه گیری غیر احتمالی در دسترس انتخاب شده بودند. پرسشنامه الکترونیکی به وسیله شبکه های اجتماعی و پیام رسانها، در اختیار آنها قرار داده شد. از میان پاسخ های جمع آوری شده، ۴۱۳ عدد به عنوان پاسخ نامه صحیح مورد بررسی قرار گرفت که از این تعداد ۲۱۱ نفر (۵۱ درصد) زن و ۲۰۲ نفر (۴۹ درصد) مرد و در محدوده سنی ۱۸ تا ۴۵ سال قرار داشتند. شرکت کنندگان این پژوهش از نظر میزان تحصیلات به صورت دانشجوی یا فارغ التحصیل در سه گروه دانشجوی یا فارغ التحصیل کارشناسی با (۳۹ درصد)، دانشجوی یا فارغ التحصیل کارشناسی ارشد با (۵۶ درصد) و دانشجوی یا فارغ التحصیل دکتری با (۵ درصد) بودند که اکثر آنها از پنج دانشگاه تهران، دانشگاه رازی کرمانشاه، دانشگاه تربیت مدرس، دانشگاه صنعتی نوشیروانی بابل و دانشگاه الزهراء، فارغ التحصیل و یا در حال تحصیل بودند.

##### ۴.۲. اندازه گیری

پرسشنامه استفاده شده شامل ۳ سوال در بخش سوالات عمومی به منظور کسب اطلاعات جمعیت شناختی و سایر اطلاعات کیفی (جنسیت، میزان تحصیلات، سن) و ۴۶ سوال در بخش سوالات تخصصی می باشد. سوالات بخش عمومی پرسشنامه از نوع باز بوده و تجزیه و تحلیل داده ها در بخش آمار توصیفی به وسیله نرم افزار اکسل ۲۰۱۶، انجام شد. سوالات تخصصی طبق طیف پنج تایی لیکرت از کاملاً مخالفم (۱)، مخالفم (۲)، نظری ندارم (۳)، موافقم (۴) و کاملاً موافقم (۵) طراحی شده است و پردازش داده ها در بخش آمار استنباطی به وسیله نرم افزار smart pls 3 انجام گرفته است. همانطور که قبلاً عنوان شد، این پژوهش به بررسی روابط بین متغیرهای قصد کارآفرینی، ذهنیت کارآفرینانه، خودکارآمدی و عزت نفس پرداخته است و به منظور اندازه گیری متغیر قصد کارآفرینی از پرسشنامه استاندارد آجرن (۲۰۰۷) شامل چهار سوال، برای اندازه گیری متغیر ذهنیت کارآفرینانه بر طبق چهار مولفه ذهنیت کارآفرینانه (هوشیاری به فرصت ها - ریسک پذیری - تحمل ابهام - خوش بینی ذاتی)، به ترتیب از پرسشنامه تانگ، کاکمار، بوزنیتز<sup>۱</sup> (۲۰۱۲) شامل شش سوال - هانگ و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۲) شامل پنج سوال - گلر و همکاران<sup>۳</sup> (۱۹۹۳) شامل

<sup>1</sup> Tang, Kacmar, and Busenitz, 2012

<sup>2</sup> Hung et al, 2012

<sup>3</sup> Geller et al, 1993

پنج سوال - کرین<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) شامل شش سوال، استفاده شده و برای اندازه‌گیری متغیر خودکارآمدی از پرسشنامه رالف شوارترز و ماتیس اورشلیم<sup>۲</sup> (۱۹۹۵) شامل ۱۰ سوال و برای اندازه‌گیری متغیر عزت‌نفس از پرسشنامه روزنبرگ<sup>۳</sup> (۱۹۶۵) شامل ۱۰ سوال، استفاده شده است. ضمناً ضریب پایایی کلیه پرسشنامه‌های بکار گرفته شده در محدوده (۰/۹۰۲ - ۰/۷۰۰) قرار دارند که  $\geq 0.7$  نشان از مناسب بودن پایایی پرسشنامه مورد استفاده دارد.

#### ۴، ۳. برازش مدل اندازه‌گیری

برای ارزیابی خوب بودن برازش مدل اندازه‌گیری از تحلیل عامل تاییدی استفاده می‌شود که مقادیر آن (SRMR < 0.10)، (NFI > 0.80)، (RMS\_Theta < 0.12)، در نظر گرفته شده است. (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017; Henseler et al., 2014). خروجی نرم افزار smart pls 3، داده‌های زیر را به ما نمایش می‌دهند.  
(SRMR = 0/83, NFI = 0/75, RMS\_Theta = 0/127)

در مدل معادلات ساختاری، برازش مدل اندازه‌گیری با استفاده از معیارهای پایایی، روایی بررسی می‌گردد. برای بررسی میزان پایایی از دو معیار آلفای کرونباخ ( $\alpha$ ) و پایایی ترکیبی (CR) استفاده شده است. باید خاطر نشان کرد مقدار این دو معیار می‌بایست  $\leq 0.7$  باشد تا پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری قابل قبول باشد. همچنین، روایی مدل نیز توسط دو معیار روایی همگرا و روایی واگرا بررسی شد. برای ارزیابی روایی همگرا از معیار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) استفاده می‌شود که مقدار قابل قبول برای آن می‌بایست  $\leq 0.5$  باشد. همچنین برای سنجش روایی واگرا از آزمون فورنل ولارکر استفاده شده است. بر اساس گفته هایر و همکاران (۲۰۱۳) اگر ضریب تورم واریانس (VIF) کمتر از ۵ باشد، بنابراین هیچ هم خطی برای این ساختار وجود ندارد و تمامی شاخص‌های سازه‌های آزمایش شده معتبر هستند. نتایج بدست آمده نشان می‌دهند که ضریب تورم واریانس همه سازه‌ها در محدوده (۴/۶۶۸ - ۱/۲۹۰) و کمتر از ۵ می‌باشند. (جدول شماره ۱)

جدول شماره ۱. بار عاملی، VIF، آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، روایی همگرا

روایی ه مگرا (AVE)	پایایی ت رکیبی (CR)	آلفای کرونباخ ( $\alpha$ )	VIF	t- value	Factor loading	
۰/۸۰۸	۰/۹۴۴	۰/۹۲۰				<b>قصد کارآفرینی</b>
			۳/۸۶۹	۸۲/۹۴۰	۰/۹۱۹	۱. قصد دارم در آینده کسب‌وکار شخصی خودم را راه‌اندازی کنم
			۲/۵۴۸	۳۹/۷۹۶	۰/۸۵۸	۲. احتمال می‌دهم در آینده، کسب‌وکار شخصی خودم را راه‌اندازی کنم
			۴/۶۶۸	۱۲۲/۰۹۹	۰/۹۳۸	۳. برنامه من این است که در آینده کسب‌وکار شخصی راه‌اندازی کنم
			۲/۶۴۳	۵۷/۲۱۹	۰/۸۷۹	۴. هر تلاشی را برای راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی خود در آینده انجام خواهیم داد
۰/۳۴۶	۰/۸۴۰	۰/۷۸۹				<b>ذهنیت کارآفرینانه</b>
			۱/۶۲۲	۲۲/۶۱۸	۰/۶۸۰	۱. برای کسب اطلاعات جدید مدام با دیگران در ارتباط هستم
			۱/۵۰۶	۱۵/۶۲۶	۰/۶۰۳	۲. مشتاق جستجوی اطلاعات هستم

<sup>1</sup> Crane, 2014

<sup>2</sup> Schwarzer, R., & Jerusalem, M. (1995).

<sup>3</sup> Rosenberg, 1965

			۱/۳۶۵	۱۳/۰۷۸	۰/۵۷۰	۳. می توانم پیوندهایی را بین اطلاعات به ظاهر نامرتبط، تشخیص دهم
			۱/۲۸۱	۱۳/۹۸۳	۰/۵۷۶	۵. می توانم فرق بین فرصت های سودآور و فرصت های غیر سودآور را تشخیص دهم
			۱/۹۳۰	۱۵/۱۵۶	۰/۶۵۱	۷. دوست دارم ریسک کنم، هر چند ممکن است شکست بخورم
			۱/۶۳۶	۱۱/۲۹۰	۰/۵۵۵	۹. برای بدست آوردن پاداش بیشتر، مایلم ریسک بیشتری را بپذیرم
			۱/۷۳۳	۱۳/۰۲۸	۰/۵۸۸	۱۱. به دنبال تجربیات جدید هستم، حتی اگر ممکن باشد نتایج آنها خطرناک باشد
			۱/۲۹۰	۱۳/۸۸۱	۰/۵۸۴	۱۴. می توانم شرایط مبهم و نتایج غیرقابل پیش بینی را تحمل کنم
			۱/۴۷۳	۱۳/۴۵۲	۰/۶۰۱	۱۹. همیشه در مورد آینده ام، خوش بین هستم
			۱/۳۳۵	۸/۳۷۶	۰/۴۴۶	۲۲. به طور کلی من انتظار دارم که بیشتر اتفاقات خوب برایم رخ دهد تا اتفاقات بد
						<b>خودکارآمدی</b>
			۱/۷۱۵	۱۶/۷۷۱	۰/۶۰۸	۱. اگر به اندازه کافی تلاش کنم، همیشه می توانم مشکلات پیچیده را حل کنم
			۱/۶۷۷	۲۱/۲۹۷	۰/۶۹۶	۲. وقتی کسی با من مخالفت می کند، می توانم راه چاره ای برای دستیابی به چیزی که می خواهم، پیدا کنم
			۱/۸۷۹	۲۶/۳۹۶	۰/۷۳۰	۳. برای من آسان است به اهداف پایبند باشم و به اهدافم دست یابم
			۲/۰۴۱	۲۹/۲۰۵	۰/۷۶۵	۴. مطمئن هستم که می توانم به طور موثر با حوادث غیره منتظره کنار بیایم
			۲/۰۸۷	۳۳/۵۱۵	۰/۷۷۰	۵. با کمک تدبیرم، می دانم چگونه شرایط پیش بینی نشده را اداره کنم
			۱/۹۸۶	۲۶/۵۵۰	۰/۷۱۳	۶. اگر به اندازه کافی تلاش کنم، می توانم بیشتر مشکلات را حل کنم
			۲/۲۸۳	۳۶/۲۱۴	۰/۷۹۰	۷. در مواجهه با مشکلات آرامشم را حفظ می کنم، زیرا می توانم روی توانایی هایم تکیه کنم
			۲/۲۱۰	۲۵/۷۱۲	۰/۷۵۴	۸. وقتی با مشکلی روبرو می شوم، معمولاً می توانم چندین راه حل برای آن پیدا کنم
			۲/۶۶۷	۲۸/۶۹۳	۰/۷۷۶	۹. اگر مشکلی برایم پیش آید، معمولاً می توانم راه چاره ای بیاندیشم
			۲/۲۱۸	۳۳/۵۵۵	۰/۷۷۹	۱۰. معمولاً می توانم هر چیزی که برایم پیش می آید، را مدیریت کنم
						<b>عزت نفس</b>
			۳/۵۲۴	۴۳/۹۱۵	۰/۸۵۳	۱. احساس می کنم انسان با ارزشی هستم
			۲/۸۲۸	۲۵/۷۳۹	۰/۷۹۱	۲. احساس می کنم چند ویژگی خوب دارم
			۱/۸۹۱	۲۳/۱۴۲	۰/۷۵۰	۳. می توانم به خوبی اکثر مردم، کارها را انجام دهم
			۳/۹۵۹	۶۵/۹۶۵	۰/۸۸۴	۴. نسبت به خودم نگرش مثبت دارم
			۲/۷۵۵	۴۲/۶۲۷	۰/۸۲۷	۵. به طور کلی، از خودم راضی هستم
			۲/۱۲۵	۱۵/۹۶۴	۰/۷۱۰	۶. احساس می کنم چیز زیادی ندارم که به آن افتخار کنم
			۲/۵۹۸	۱۹/۳۴۹	۰/۷۲۵	۷. با در نظر گرفتن همه چیزها، معمولاً فکر می کنم شکست خورده ام
			۱/۵۴۵	۱۰/۶۵۲	۰/۵۴۲	۸. ای کاش می توانستم احترام بیشتری به خودم قائل می شدم

		۳/۳۴۰	۲۴/۲۶۲	۰/۷۶۹	۹. گاهی احساس می‌کنم بی‌فایده هستم
		۲/۶۷۷	۱۷/۱۰۶	۰/۶۹۹	۱۰. گاهی فکر می‌کنم، اصلا نمی‌توانم کاری انجام دهم

اطلاعات مرتبط با برازش مدل اندازه‌گیری در جدول شماره ۱ آورده شده است. همانطور که در نتایج بدست آمده مشاهده می‌شود، مقدار ضریب آلفای کرونباخ همه متغیرهای عزت نفس، خودکارآمدی، ذهنیت کارآفرینانه و قصد کارآفرینی در محدوده (۰/۹۲۰ - ۰/۷۸۹) و مقدار پایایی ترکیبی (CR) در محدوده (۰/۹۴۴ - ۰/۸۴۰) می‌باشد، بیان‌کننده این است که مدل از پایایی خوبی برخوردار است. همچنین مشاهده می‌شود مقدار روایی همگرا (AVE) کلیه متغیرها به جز ذهنیت کارآفرینانه،  $\leq 0/5$  و مدل از روایی همگرایی نسبتاً خوبی برخوردار است. همانطور که در جدول بالا مشاهده می‌شود، تنها سوالاتی که بار عاملی بیشتر از ۰/۴ داشتند، مورد پردازش قرار گرفته‌اند و بار عاملی سوالات پردازش شده در محدوده (۰/۹۳۸ - ۰/۴۴۶) قرار دارد. داده‌های مرتبط با میانگین، انحراف معیار و همبستگی میان سازه‌ها (سنجش روایی و اگر با آزمون فورنل و لارکر) در جدول شماره ۲ آورده شده است و همانطور که مشاهده می‌شود تمامی سازه‌های این تحقیق از همبستگی خوبی برخوردار هستند.

جدول شماره ۲: میانگین، انحراف معیار و همبستگی سازه‌ها

عزت نفس	خودکارآمدی	ذهنیت کارآفرینانه	قصد کارآفرینی	انحراف معیار	میانگین	
			۰/۸۹۹	۱/۱۸۹	۳/۹۶۷	قصد کارآفرینی
		۰/۵۸۸	۰/۵۱۱	۰/۹۹۳	۳/۷۵۶	ذهنیت کارآفرینانه
	۰/۷۴۰	۰/۶۸۰	۰/۳۶۶	۰/۸۹۱	۳/۹۰۱	خودکارآمدی
۰/۷۶۱	۰/۵۹۹	۰/۴۹۸	۰/۲۷۹	۱/۰۸۴	۴/۰۰۵	عزت نفس

#### ۴. یافته‌ها

برآورد ضرایب مسیر و معناداری معیاری برای تایید یا رد فرضیات پژوهش است که از طریق مقدار آماره  $t$  محاسبه می‌شود. اگر مقدار آماره  $t$ ،  $\geq 1/96$  باشد به معنی پذیرش فرضیه و در غیر اینصورت به معنی عدم پذیرش فرضیه مورد نظر است.  $p$ -value معیار دیگری برای معناداری روابط میان متغیرهاست که برای روابط کمتر از ۰/۰۵ معنادار می‌باشد. اطلاعات بدست‌آمده از معناداری روابط در جدول زیر آورده شده است.

با توجه به یافته‌های بدست آمده بر اساس تجزیه و تحلیل آماری بدست آمده از نرم افزار smart pls، عزت‌نفس تاثیر مثبت و معناداری بر شکل‌گیری قصد کارآفرینی ندارد ( $t = 0/062$ ,  $\beta = 0/005$ ). همچنین تاثیر مثبت و معنادار خودکارآمدی بر شکل‌گیری قصد کارآفرینی مورد تایید نمی‌باشد ( $t = 0/291$ ,  $\beta = 0/021$ ). همانطور که در جدول شماره ۳ بیان شده، بنا بر فرضیه سوم، عزت‌نفس مثبت و معناداری بر ذهنیت کارآفرینانه دارد ( $t = 3/163$ ,  $\beta = 0/193$ ) و همچنین در فرضیه چهارم نیز، تاثیر مثبت خودکارآمدی بر ذهنیت کارآفرینانه، مورد تایید است ( $t = 12/366$ ,  $\beta = 0/588$ ). در سایر فرضیات پنجم و ششم، نقش میانجی ذهنیت کارآفرینانه در رابطه میان عزت‌نفس با شکل‌گیری قصد کارآفرینی ( $t = 3/122$ ,  $\beta = 0/094$ ) و همچنین نقش میانجی ذهنیت کارآفرینانه در رابطه میان خودکارآمدی با شکل‌گیری قصد کارآفرینی مورد تایید است ( $t = 8/178$ ,  $\beta = 0/488$ ). فرضیه هفتم نیز با به تاثیر مثبت و معنادار ذهنیت کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی ( $t = 6/392$ ,  $\beta = 0/488$ ) مورد تایید است.

جدول شماره ۳. یافته های آماری

فرضیات	اثر مستقیم		اثر غیر مستقیم		اثر کلی		نتیجه
	p	t	p	t	p	t	
H1 عزت نفس ← قصد کارآفرینی	۰/۰۶۲	۰/۹۵۱			۰/۱۷۳	۱/۳۶۵	عدم تایید
H2 خودکارآمدی ← قصد کارآفرینی	۰/۲۹۱	۰/۷۷۲			۰/۰۰۰	۵/۰۰۵	عدم تایید
H3 عزت نفس ← ذهنیت کارآفرینانه	۳/۱۶۳	۰/۰۰۲			۰/۰۰۲	۳/۱۶۳	تایید
H4 خودکارآمدی ← ذهنیت کارآفرینانه	۱۲/۳۶۶	۰/۰۰۰			۰/۰۰۰	۱۲/۳۶۶	تایید
H5 عزت نفس ← ذهنیت کارآفرینانه ← قصد کارآفرینی			۳/۱۲۲	۰/۰۰۲	۳/۱۲۲	۰/۰۰۲	تایید
H6 خودکارآمدی ← ذهنیت کارآفرینانه ← قصد کارآفرینی			۶/۳۹۲	۰/۰۰۰	۶/۳۹۲	۰/۰۰۰	تایید
H7 ذهنیت کارآفرینانه ← قصد کارآفرینی	۸/۱۷۸	۰/۰۰۰			۰/۰۰۰	۸/۱۷۸	تایید

## ۵. بحث و نتیجه گیری

نتایج تحقیقات حیدری، مدنی و رستمی (۲۰۱۳) که رابطه مستقیمی میان عزت نفس با شکل گیری قصد کارآفرینی وجود ندارد و اعظم مرادی و رضویان (۲۰۱۳) بیان می کنند عزت نفس هیچ تاثیر مستقیمی روی رفتار کارآفرینانه زنان جوان ناتوان جسمی ندارد و با یافته های بدست آمده بر اساس تجزیه و تحلیل آماری در این پژوهش مبنی بر اینکه عزت نفس تاثیر مثبتی بر شکل گیری قصد کارآفرینی ندارد، همسو می باشند. با این حال نتایج بدست آمده از پژوهش های، فریدریش و ویسر (۲۰۰۶) بیان می کنند، دانشجویانی که عزت نفس بالاتری دارند، گرایش کارآفرینانه بیشتری دارند و تحقیقات ماریولا لاگونا (۲۰۱۳)، عزت نفس رابطه مثبتی با قصد راه اندازی کسب و کار دارد. همچنین نینگ چن، گیفنگ دینگب و ولی لیب (۲۰۱۶)، عزت نفس بر قصد فرد برای کارآفرین شدن تاثیر دارد.

بر اساس یافته های این پژوهش، خودکارآمدی نیز تاثیر مثبتی بر شکل گیری قصد کارآفرینی ندارد که نتیجه بدست آمده با نتایج تحقیقات چن و همکاران (۱۹۹۸) که بیان می کنند رابطه مثبت و معناداری میان خودکارآمدی و کارآفرین شدن وجود دارد و تحقیقات چون، شن و هسیائو (۲۰۱۱)، خودکارآمدی تاثیر بسیار زیادی بر قصد کارآفرینی دانشجویان دارد و همچنین مسعود یزدان پناه، طاهره زبیدی (۲۰۱۷) بیان می کنند افرادی که دارای خودکارآمدی بالایی بودند، مهارت و توان ایجاد کسب و کار و کارآفرینی را در بخش کشاورزی در خود بالا می دیدند، قصد کارآفرینی بیشتری داشتند و عبدالرحیم قیاسی (۲۰۱۶) که بیان می کند دانشجویانی که خودکارآمدی و عزت نفس بالاتری داشتند، گرایش به کارآفرینی بیشتری نیز داشتند، در حالیکه دانشجویانی که خودکارآمدی و عزت نفس پایین تری داشتند، گرایش به کارآفرینی کمتری را نشان دادند، همسو نمی باشد.

در تحقیقاتی که توسط کازم و آسمیران (۲۰۱۶)؛ رکیب و همکاران (۲۰۱۷) انجام شده است، رابطه میان ذهنیت کارآفرینانه با خودکارآمدی تایید شده است و همچنین مطالعات کار و همکاران (۲۰۱۷) بیان می کنند خودکارآمدی تاثیر مثبتی بر ذهنیت دانشجویان در جهت کارآفرینی دارد و تحقیقات اگبوناددایو ریچل (۲۰۲۰) نشان می دهد خودکارآمدی تاثیر مثبتی روی ذهنیت کارآفرینانه دانشجویان در جهت مهندسی مجدد جامعه دارد، لذا در این پژوهش نیز تاثیر مثبت عزت نفس بر ذهنیت کارآفرینانه و همچنین تاثیر مثبت خودکارآمدی بر ذهنیت کارآفرینانه، مورد تایید است.

مطالعات پیشین ننه براون هیلدرنک (۲۰۱۵) بیان می کنند ذهنیت کارآفرینانه نقش میانجی در رابطه میان خودکارآمدی و عملکرد کسب و کارها دارد، که باتوجه به نتایج بدست آمده، نقش میانجی ذهنیت کارآفرینانه در رابطه با تاثیر عزت نفس بر شکل گیری قصد کارآفرینی و همچنین نقش میانجی ذهنیت کارآفرینانه در رابطه با تاثیر خودکارآمدی بر شکل گیری قصد کارآفرینی مورد تایید است،

لذا خودکارآمدی و عزت‌نفس به طور غیر مستقیم از طریق تاثیرگذاری بر ذهنیت کارآفرینانه، می‌توانند بر شکل‌گیری قصد کارآفرینی تاثیر گذارند.

در فرضیه هفتم نیز تاثیر مثبت ذهنیت کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی مورد تایید است و با تحقیقات پیشین کوی و همکاران (۲۰۲۱) که بیان‌کننده رابطه مثبتی میان ذهنیت کارآفرینانه و قصد کارآفرینی و نتایج تحقیقات پوجی هندیاتی و همکاران (۲۰۲۰) بیان می‌کنند رابطه قوی بین ذهنیت کارآفرینی و قصد کارآفرینی وجود دارد و همچنین مطالعات وانگ جیاتونگ و همکاران (۲۰۲۱) که ذهنیت کارآفرینانه رابطه مثبتی با قصد کارآفرینی دارد، همسو می‌باشد.

سالهاست که سیاست‌گذاران به دنبال راه‌حلی برای کاهش معضل بیکاری در جوامع هستند. کارآفرینی راه‌حلی است که علاوه بر ایجاد شغل، سبب کاهش فقر، نوآوری و توسعه اجتماعی و اقتصادی می‌شود. قصد کارآفرینی یکی از مهمترین الزامات در فعالیت کارآفرینانه است تا آنجا که زفان (۲۰۱۲) به وضوح بیان کرده است که احتمال راه اندازی کسب و کار توسط افرادی که قصد کارآفرینی بالایی دارند، بیشتر از افرادی است که قصد کارآفرینی کمی دارند. مطالعات بیان می‌کنند که ویژگی‌های شخصیتی (عامل روانی/ فردی) به عنوان شاخص قوی به روی قصد کارآفرینی اثر می‌گذارد (ژائو و سایبرت، ۲۰۰۶). در این میان از خودکارآمدی به عنوان پیش‌زمینه حیاتی برای قصد و رفتار کارآفرینانه (بوید و ویزیکس، ۱۹۹۴) و عزت‌نفس به عنوان عاملی که رابطه مثبتی با گرایش دانشجویان به کارآفرینی دارد، یاد شده است (فردریش و ویسر، ۲۰۰۶). با این حال پژوهش‌های اندکی پیرامون تاثیر این دو عامل بر قصد کارآفرینی شکل گرفته است. بنا بر مطالب ذکر شده این تحقیق با هدف بررسی تاثیر خودکارآمدی و عزت‌نفس بر شکل‌گیری قصد کارآفرینی با میانجیگری ذهنیت کارآفرینانه صورت پذیرفت.

بررسی جداول آماری نشان می‌دهند در حال حاضر، نرخ بیکاری میان فارغ التحصیلان دانشگاهها و موسسات عالی نسبتا بالاتر از نرخ بیکاری کارگران بدون تحصیلات عالی است، بنابراین افراد تحصیل کرده کشور به عنوان جامعه هدف در نظر گرفته شده است. همانطور که از یافته‌های پژوهش استنباط می‌شود، دو متغیر مستقل خودکارآمدی و عزت‌نفس تاثیر مثبتی بر متغیر وابسته قصد کارآفرینی ندارد، بلکه خودکارآمدی و عزت‌نفس تاثیر مثبتی بر متغیر میانجی ذهنیت کارآفرینانه دارند و همچنین ذهنیت کارآفرینانه تاثیر مثبتی بر شکل‌گیری قصد کارآفرینی دارد. در نتیجه خودکارآمدی و عزت‌نفس به طور غیر مستقیم از طریق تاثیرگذاری بر ذهنیت کارآفرینانه، می‌توانند بر شکل‌گیری قصد کارآفرینی در جوانان تاثیر گذار باشند.

این پژوهش مطابق با سایر مطالعات دارای محدودیت‌هایی است که نیاز به بررسی دارد. اول اینکه جامعه آماری این پژوهش، محدود به جمعیت فعال تحصیل کرده کشور می‌باشد و افراد بسیاری خارج از این محدوده قرار دارند، بنابراین نمی‌توان به طور قطع یافته‌های این پژوهش را به همه جمعیت جوان فعال کشور تعمیم داد. دوم با توجه به تاثیر مثبت ویژگی‌های شخصیتی بر قصد کارآفرینی، در این پژوهش تنها به بررسی تاثیر خودکارآمدی و عزت‌نفس بر قصد کارآفرینی اکتفا شده است.

## پیشنهادها:

بر اساس نتایج بدست آمده در این پژوهش، می‌توان بیان کرد هر دو ویژگی خودکارآمدی و عزت‌نفس به واسطه تاثیرگذاری بر ذهنیت کارآفرینانه، می‌توانند بر شکل‌گیری قصد کارآفرینی تاثیر گذار و برای توسعه رفتار کارآفرینانه در فرد ضروری هستند. از آنجا که عزت‌نفس و خودکارآمدی جزء ویژگی‌های اکتسابی هستند که در طول دوران زندگی فرد شکل می‌گیرند، لذا سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان در حوزه ترویج فرهنگ کارآفرینی می‌بایست به منظور رشد و تقویت عزت‌نفس و خودکارآمدی در جامعه در هر سه حوزه خانواده، مدرسه و دانشگاه توجه خاص مبذول نمایند. همچنین توصیه می‌شود در پژوهش‌های آینده تاثیر سایر ویژگی‌های شخصیتی نیز بر قصد کارآفرینی مورد بررسی قرار گیرد و سرانجام اگر از پرسشنامه‌های دیگری برای اندازه‌گیری هر کدام از متغیرهای خودکارآمدی، عزت‌نفس و ذهنیت کارآفرینانه استفاده شود، ممکن است نتایج متفاوتی حاصل شود.

## منابع

یزدانیپناه، م.؛ زبیدی، ط. (۱۳۶۹). تاثیر ویژگی های کارآفرینی بر نیت کارآفرینانه در دانشگاه رامین خوزستان. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، ۲، ۱۱۵-۱۳۱

دهقانی، ز؛ گلاباش، م. (۱۳۹۵). راهکار و اصول افزایش عزت نفس. گروه علمی، پژوهشی، آموزشی و مشاوره ای علم ما

## References

- Abbassi, R., & Sta, N. (2019). The Effect of self-esteem, entrepreneurship education, and entrepreneurial tradition of the family on the entrepreneurial intention among students. *Journal of Business and Management Research*, 12, 235–245.
- Ahmed, M. A., Khattak, M. S., & Anwar, M. (2022). Personality traits and entrepreneurial intention: The mediating role of risk aversion. *Journal of Public Affairs*, 22 (1), e2275.
- Aima, M. H., Wijaya, suta A., Carawangsa, L., & Ying, M. (2020). Effect of global mindset and entrepreneurial motivation to entrepreneurial self-efficacy and implication to entrepreneurial intention. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1 (2), 302–314. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v1i2.160>
- Akinwale, Y. O., Ababtain, A. K., & Alaraifi, A. A. (2019). Structural equation model analysis of factors influencing entrepreneurial interest among university students in Saudi Arabia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22 (4), 1–14.
- Al-Ghazali, B. M., Shah, S. H. A., & Sohail, M. S. (2022). The role of five big personality traits and entrepreneurial mindset on entrepreneurial intentions among university students in Saudi Arabia. *Frontiers in Psychology*, 13.
- Antoncic, B., Bratkovic Kregar, T., Singh, G., & DeNoble, A. F. (2015). The big five personality–entrepreneurship relationship: Evidence from Slovenia. *Journal of Small Business Management*, 53 (3), 819–841.
- Bagheri, A., & Lope Pihie, Z. A. (2013). Role of University Entrepreneurship Programs in Developing Students' Entrepreneurial Leadership Competencies: Perspectives From Malaysian Undergraduate Students. *Journal of Education for Business*, 88 (1), 51–61. <https://doi.org/10.1080/08832323.2011.638681>
- Bandura, A. (1977). *Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change*. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
- Baron, R. A. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs “connect the dots” to identify new business opportunities. *Academy of Management Perspectives*, 20 (1), 104–119. <https://doi.org/10.5465/AMP.2006.19873412>
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (4), 63–77. <https://doi.org/10.1177/104225879401800404>
- Brunel, O., Laviolette, E. M., & Radu-Lefebvre, M. (2017). Role Models and Entrepreneurial Intention: The Moderating Effects of Experience, Locus of Control and Self-Esteem. *Journal of Enterprising Culture*, 25 (02), 149–177. <https://doi.org/10.1142/s0218495817500066>
- Campbell, J. D., & Lavalley, L. F. (1993). Who am I? The Role of Self-Concept Confusion in Understanding the Behavior of People with Low Self-Esteem. *Self-Esteem*, 3–20. [https://doi.org/10.1007/978-1-4684-8956-9\\_1](https://doi.org/10.1007/978-1-4684-8956-9_1)
- CHEN, C. C., GENE GREENE, P., & CRICK, A. (1998). DOES ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY DISTINGUISH ENTREPRENEURS FROM MANAGERS. In *Proceedings, Sixth IAGOD Symposium*.
- Chen, G., Gully, S. M., & Eden, D. (2004). General self-efficacy and self-esteem: Toward theoretical and empirical distinction between correlated self-evaluations. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 25 (3), 375–395.
- Chen, N., Ding, G., & Li, W. (2016). Do Negative Role Models Increase Entrepreneurial Intentions? The

- Moderating Role of Self-Esteem. In *Basic and Applied Social Psychology* (Vol. 38, Issue 6, pp. 337–350). <https://doi.org/10.1080/01973533.2016.1217223>
- Chun-mei, C., Chien-hua, S., & Hsi-chi, H. (2011). The influence of entrepreneurial self-efficacy on entrepreneurial learning behavior - using Entrepreneurial intention as the mediator variable. *CSCanada International Business and Management*, 3 (2), 7–11. <https://doi.org/10.3968/j.ibm.1923842820110302.4Z0145>
- Churchill, N. C., Carsrud, A. L., Gaglio, C. M., & Olm, K. W. (1987). Contributing Editor ' s Feature Entrepreneurs — IVentors , Networks , and Successful New Venture Development : An Exploratory Study. In *Personnel Psychology*. <https://doi.org/10.1177/104225878701200201>
- Cui, J., & Bell, R. (2022). Behavioural entrepreneurial mindset: How entrepreneurial education activity impacts entrepreneurial intention and behaviour. *The International Journal of Management Education*, 20 (2), 100639.
- Cui, J., Sun, J., & Bell, R. (2021). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: The mediating role of inspiration and the role of educational attributes. *The International Journal of Management Education*, 19 (1), 100296.
- Cummings, S., Seferiadis, A. A., & Haan, Leah de. (2019). *Getting down to business? Critical discourse analysis of perspectives on the private sector in sustainable development*. <https://doi.org/10.1002/sd.2026>
- Daspit, J. J., Fox, C. J., & Findley, S. K. (2021). Entrepreneurial mindset: An integrated definition, a review of current insights, and directions for future research. *Journal of Small Business Management*, 1–33.
- Davidsson, P. (1995). DETERMINANTS OF ENTREPRENEURIAL INTENTIONS. *Jiliang Xuebao/Acta Metrologica Sinica*, 31.
- Davis, M. H., Hall, J. A., & Mayer, P. S. (2016). Developing a new measure of entrepreneurial mindset: Reliability, validity, and implications for practitioners. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 68 (1), 21. <https://doi.org/10.1037/cpb0000045>
- Dhliwayo, S., & Van Vuuren, J. J. (2007). The strategic entrepreneurial thinking imperative. *Acta Commercii*, 7 (1), 123–134. <https://doi.org/10.4102/ac.v7i1.20>
- Elfving, J., Brannback, M., & Carsrud, A. (2009). *Toward A Contextual Model of Entrepreneurial.pdf* (pp. 23–33).
- Eliyana, A., Musta'in, A. R. S., Sridadi, A. R., Widiyana, E. U., Musta'In, Sridadi, A. R., & Widiyana, E. U. (2020). The role of self-efficacy on self-esteem and entrepreneurs achievement. *Syst. Rev. Pharm*, 11 (8), 314–319. <https://doi.org/10.31838/srp.2020.8.48>
- Elnadi, M., & Gheith, M. H. (2021). Entrepreneurial ecosystem, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intention in higher education: Evidence from Saudi Arabia. *The International Journal of Management Education*, 19 (1), 100458.
- Fasla, N. P. (2017). A Study on entrepreneurship attitude among college students. *International Journal of Research Science & Management*, 4 (4), 53–59. [http://ijrsm.com/issues\\_pdf\\_file/Archive-2017/April-2017/11.pdf](http://ijrsm.com/issues_pdf_file/Archive-2017/April-2017/11.pdf)
- Fielden, S. L., Davidson, M. J., Dawe, A. J., & Makin, P. J. (2003). Factors inhibiting the economic growth of female owned small businesses in North West England. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10 (2), 152–166. <https://doi.org/10.1108/14626000310473184>
- Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G. L., & Sobrero, M. (2012). The Determinants of Corporate Entrepreneurial Intention Within Small and Newly Established Firms. In *Entrepreneurship: Theory and Practice* (Vol. 36, Issue 2, pp. 387–414). <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00411.x>
- Flavell, J. H. (1987). Speculations about the nature and development of metacognition. *Metacognition, Motivation and Understanding*.
- Friedrich, C., & Visser, K. (2006). Building human capital in difficult environments: An empirical study of

- entrepreneurship education, self-esteem, and achievement in South Africa. In *Developmental entrepreneurship: Adversity, risk, and isolation* (Vol. 5, pp. 355–378). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1016/S1074-7877\(06\)05018-5](https://doi.org/10.1016/S1074-7877(06)05018-5)
- Gartner, W. B., Shaver, Kelly G., Gatewood, E., & Katz, J. A. (1994). *Finding the Entrepreneur in Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1177/104225879401800301>
- Gheyassi, A. (2016). the Effect of Self-Efficacy and Self-Esteem on Tendency for Entrepreneurship Among University Students. In *Malaysian Online Journal of Educational Management* (Vol. 4, Issue 3, pp. 1–12). <https://doi.org/10.22452/mojem.vol4no3.1>
- Handayati, P., Wulandari, D., Soetjipto, B. E., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2020). Does entrepreneurship education promote vocational students' entrepreneurial mindset? *Heliyon*, 6 (11), e05426. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05426>
- Haynie, J. M., Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2012). Cognitive adaptability and an entrepreneurial task: The role of metacognitive ability and feedback. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36 (2), 237–265. <https://doi.org/10.4337/9781783479801.00030>
- Haynie, J. M., Shepherd, D., Mosakowski, E., & Earley, P. C. (2010). A situated metacognitive model of the entrepreneurial mindset. *Journal of Business Venturing*, 25 (2), 217–229. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.10.001>
- Heimpel, S. A., Elliot, A. J., & Wood, J. V. (2006). Basic personality dispositions, self-esteem, and personal goals: An approach-avoidance analysis. In *Journal of Personality* (Vol. 74, Issue 5, pp. 1293–1320). <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2006.00410.x>
- Heydari, H., Madani, D., & Rostami, M. (2013). The Study of the Relationships Between Achievement Motive, Innovation, Ambiguity Tolerance, Self-Efficacy, Self-Esteem, and Self- Actualization, with the Orientation of Entrepreneurship in the Islamic Azad University of Khomein Students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 84, 820–826. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.06.654>
- Hueso, J. A., Jaén, I., & Liñán, F. (2021). From personal values to entrepreneurial intention: a systematic literature review. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 27 (1), 205–230. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2020-0383>
- Ireland, R. D., Hitt, M. A., & Sirmon, D. G. (2003). A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of Management*, 29 (6), 963–989. [https://doi.org/10.1016/S0149-2063\(03\)00086-2](https://doi.org/10.1016/S0149-2063(03)00086-2)
- Jermstipparsert, K., & Kumsuprom, S. (2021). ELDERLY PERSONALITY TRAITS EFFECT ON EMPLOYEES' DECISION TO CHOOSE EMPLOYMENT OF ENTREPRENEURS IN THAILAND. *International Journal of Entrepreneurship*, 25 (4), 1–11.
- Jiatong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M. S., Mirza, F., & Rafiq, M. (2021). Impact of entrepreneurial education, mindset, and creativity on entrepreneurial intention: mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 12, 3366. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.724440>
- Johnson, A. R., Jayappa, R., James, M., Kulnu, A., Kovayil, R., & Joseph, B. (2020). Do low self-esteem and high stress lead to burnout among health-care workers? Evidence from a tertiary hospital in Bangalore, India. *Safety and Health at Work*, 11 (3), 347–352. <https://doi.org/10.1016/j.shaw.2020.05.009>
- Kar, B., Subudhi, R. N., & Padhy, R. (2017). Impact of self-efficacy and contextual variables on entrepreneurial intention. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 25 (3), 1121–1138.
- Karim, S., & Venkataiah, D. C. (2016). A COMPARATIVE STUDY ON ATTITUDE TOWARDS ENTREPRENEURSHIP AMONG MBA AND OTHER STUDENTS (pp. 1–13). *International Journal of Technology and Management*.
- Karimi, H., & Valizadeh, N. (2020). Analysis of the relationship between self-directed learning skills and entrepreneurial intention among agriculture and natural resources students of University of Zabol. *Journal of Entrepreneurship and Agriculture*, 7 (13), 97–105.
- Karimi, S., Biemans, H. J. A. A., Lans, T., Aazami, M., & Mulder, M. (2016). Fostering students' competence in identifying business opportunities in entrepreneurship education. *Innovations in Education and Teaching*

- International*, 53 (2), 215–229. <https://doi.org/10.1080/14703297.2014.993419>
- Kazeem, A. A., & Asimiran, S. (2016). Factors Affecting Entrepreneurial Self-efficacy of Engineering Students. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6 (11). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v6-i11/2423>
- Kolvereid, L. (1996). Organizational employment versus self-employment: Reasons for career choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20 (3), 23–31. <https://doi.org/10.1177/104225879602000302>
- Korman, A. K. (1977). Personnel attitudes and motivation. *Annual Review of Psychology*, Vol. 28, 175–196. <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.26.020175.002325>
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Entrepreneurial intentions: A competing models approach. *Journal of Business Venturing*, 15 (5/6), 411–432.
- Laguna, M. (2013). Self-efficacy, self-esteem, and entrepreneurship among the unemployed. *Journal of Applied Social Psychology*, 43 (2), 253–262. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2012.00994.x>
- Landau, M. J., & Greenberg, J. (2006). Play it safe or go for the gold? A terror management perspective on self-enhancement and self-protective motives in risky decision making. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 32 (12), 1633–1645. <https://doi.org/10.1177/0146167206292017>
- Lichtenstein, B. B., & Lumpkin, G. T. (2005). The role of organizational learning in the opportunity recognition process. In *Entrepreneurial Learning: Conceptual Frameworks and Applications* (pp. 451–472). <https://doi.org/10.4324/9780203931929>
- Liu, X., Lin, C., Zhao, G., & Zhao, D. (2019). Research on the effects of entrepreneurial education and entrepreneurial self-efficacy on college students' entrepreneurial intention. *Frontiers in Psychology*, 10, 869.
- Mahfud, T., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mulyani, Y. (2020). The influence of social capital and entrepreneurial attitude orientation on entrepreneurial intentions: the mediating role of psychological capital. *European Research on Management and Business Economics*, 26 (1), 33–39.
- Marigold, D. C., Holmes, J. G., Wood, J. V., & Cavallo, J. V. (2014). You can't always give what you want: The challenge of providing social support to low self-Esteem individuals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 107 (1), 56–80. <https://doi.org/10.1037/a0036554>
- Markman, G. D., Balkin, D. B., & Baron, R. A. (2002). Inventors and new venture formation: The effects of general self-efficacy and regretful thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27 (2), 149–165.
- Matthews, C. H., & Moser, S. B. (1995). Family background and gender: Implications for interest in small firm ownership. *Entrepreneurship and Regional Development*, 7 (4), 365–377. <https://doi.org/10.1080/08985629500000023>
- Mauer, R., Neergaard, H., & Linstad, A. K. (2017). *Self-Efficacy: Conditioning the Entrepreneurial Mindset*. 293–317. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-45544-0\\_19](https://doi.org/10.1007/978-3-319-45544-0_19)
- Mcgee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33 (4), 965–988. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00304.x>
- McGrath, R. G., & MacMillan, I. C. (2000). Assessing technology projects using real options reasoning. *Research-Technology Management*, 43 (4), 35–49. <https://doi.org/10.1080/08956308.2000.11671367>
- McMullen, J. S., & Kier, A. S. (2016). Trapped by the entrepreneurial mindset: Opportunity seeking and escalation of commitment in the Mount Everest disaster. *Journal of Business Venturing*, 31 (6), 663–686. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.09.003>
- McStay, D. (2008). *An investigation of undergraduate student self-employment intention and the impact of entrepreneurship education and previous entrepreneurial experience*. Bond university.
- Memon, M., Soomro, B. A., & Shah, N. (2019). Enablers of entrepreneurial self-efficacy in a developing country. *Education+ Training*.

- Moradi, A., & Razaviyayn, M. (2013). Share of Achievement Motivation, Self-Efficacy and Self-Esteem in Predicting Isfahanian Female's Entrepreneurial Behavior. *Advances in Environmental Biology*, 4 (9), 2837–2846.
- Munir, H., Jianfeng, C., & Ramzan, S. (2019). Personality traits and theory of planned behavior comparison of entrepreneurial intentions between an emerging economy and a developing country. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 403–419.
- Ngek, N. B. (2015). Entrepreneurial self-efficacy and small business performance: The mediating effect of entrepreneurial mindset and openness to experience. *Problems and Perspectives in Management*, 13 (4), 271–280.
- Nishantha, B. (2009). *Influence of Personality Traits and Socio-demographic Background of Undergraduate Students on Motivation for Entrepreneurial Career*.
- Park, C. (2017). A study on effect of entrepreneurship on entrepreneurial intention. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11 (2), 159–170. <https://doi.org/10.1108/apjie-08-2017-024>
- Pautina, M. R., Puluhalawa, M., & Djibran, M. R. (2018). The Correlation Between Interest In Entrepreneurship And Students' Self-Esteem. *Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship*, 2 (2), 62–67. <https://doi.org/10.21009/jobbe.002.2.02>
- Pérez-Pérez, C., González-Torres, T., & Nájera-Sánchez, J.-J. (2021). Boosting entrepreneurial intention of university students: Is a serious business game the key? *The International Journal of Management Education*, 19 (3), 100506.
- Pinquart, M., Juang, L. P., & Silbereisen, R. K. (2003). Self-efficacy and successful school-to-work transition: A longitudinal study. *Journal of Vocational Behavior*, 63 (3), 329–346. [https://doi.org/10.1016/S0001-8791\(02\)00031-3](https://doi.org/10.1016/S0001-8791(02)00031-3)
- Racheal, A. A., Obarinu, A. R., Adedayo Racheal, A., & Rasheed Obarinu, A. (2020). Self-Efficacy and Entrepreneurial Mindset: Towards Societal Re-Engineering. *International Journal of Business, Economics and Management*, 7 (5), 261–273. <https://doi.org/10.18488/journal.62.2020.75.261.273>
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16 (4), 353–385. <https://doi.org/10.1080/13594320701595438>
- Recber, S., Isiksal, M., & Koc, Y. (2017). Investigating Self-Efficacy, Anxiety, Attitudes and Mathematics Achievement Regarding Gender and School Type. *Anales de Psicología*, 34 (1), 41. <https://doi.org/10.6018/analesps.34.1.229571>
- Rideout, E. C., & Gray, D. O. (2013). Does entrepreneurship education really work? A review and methodological critique of the empirical literature on the effects of university-based entrepreneurship education. In *Journal of Small Business Management* (Vol. 51, Issue 3, pp. 329–351). <https://doi.org/10.1111/jsbm.12021>
- Ridha, R. novanda, Burhanuddin, & Wahyu, B. priyatna. (2017). *Entrepreneurship intention in agricultural sector of young generation in Indonesia*. <https://doi.org/10.1108/APJIE-04-2017-022>
- Rosenberg, M. (1965). ROSENBERG SELF-ESTEEM SCALE. *Society and the Adolescent Self-Image*. <https://doi.org/10.2307/2575639>
- Saraih, U. N., Aris, A. Z. Z., Mutalib, S. A., Ahmad, T. S. T., & Amlus, M. H. (2017). Examining the influence of self-efficacy on mindset towards entrepreneurship among engineering students. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, 2 (4), 1–6.
- Schmidt, A. M., & Ford, J. K. (2003). Learning within a learner control training environment: The interactive effects of goal orientation and metacognitive instruction on learning outcomes. *Personnel Psychology*, 56 (2), 405–429. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2003.tb00156.x>
- Schmutzler, J., Andonova, V., & Diaz-Serrano, L. (2019). How Context Shapes Entrepreneurial Self-Efficacy as

- a Driver of Entrepreneurial Intentions: A Multilevel Approach. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 43 (5), 880–920. <https://doi.org/10.1177/1042258717753142>
- Shaari, Z. H., Amar, A., Harun, A. B., & Zainol, M. R. (2015). Technical and Business Undergraduates' Self-Efficacy in Entrepreneurship. *Journal of Economics, Business and Management*, 3 (4), 417–420. <https://doi.org/10.7763/joebm.2015.v3.220>
- Shane, S., & Venkatraman, S. (2000). THE PROMISE OF ENTREPRENEURSHIP AS A . FIELD OF RESEARCH. In *Environmental Technology (United Kingdom)* (Vol. 18, Issue 5). <https://doi.org/10.1080/09593331808616569>
- Shaver, K. G. (1995). The entrepreneurial personality myth. *Business and Economic Review*, 41 (3), 20–23.
- Smith, S. M., & Petty, R. E. (1995). Personality Moderators of Mood Congruency Effects on Cognition: The Role of Self-Esteem and Negative Mood Regulation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68 (6), 1092–1107. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.68.6.1092>
- Stephen, F. H., Urbano, D., & Van Hemmen, S. (2005). The impact of institutions on entrepreneurial activity. *Managerial and Decision Economics*, 26 (7), 413–419. <https://doi.org/10.1002/mde.1254>
- Tomy, S., & Pardede, E. (2020). An entrepreneurial intention model focussing on higher education. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Mahendra, A. M., Wibowo, N. A., Harwida, G., & Rohman, A. N. (2020). The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: the mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, 6 (9), e04922. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04922>
- Welsh, J. A., & White, J. E. (1981). *Converging on characteristic of entrepreneurs: Wellesley Mass: Babason Center for Entrepreneurial Studies*.
- Wilson, F., Kickul, J., Marlino, D., Kickul, G., & Marlino, D. (2007). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (3), 387–406. <https://doi.org/10.1002/ccd.1810100203>
- Zeffane, R. (2012). Gender and Youth Entrepreneurial Potential: Evidence from the United Arab Emirates. *International Journal of Business and Management*, 8 (1), 60–72. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n1p60>
- Zhai, Y.-M. M., Sun, W.-Q. Q., Tsai, S.-B. B., Wang, Z., Zhao, Y., & Chen, Q. (2018). An empirical study on entrepreneurial orientation, absorptive capacity, and SMEs' innovation performance: A sustainable perspective. *Sustainability*, 10 (2), 314. <https://doi.org/10.3390/su10020314>
- Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: a meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91 (2), 259. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.2.259>