

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر صفات اجتماعی و شناختی بر قصد کارآفرینی با توجه به نقش تعدیلگر وضعیت کلان اقتصادی

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی تحقیقات بین رشته ای در مدیریت، حسابداری و اقتصاد در ایران (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

مهدی شریعت - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی غیر دولتی- غیرانتفاعی سمگان، آمل-ایران

محمد غفاری - استادیار عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس

خلاصه مقاله:

ادبیات نظری نشان میدهد که انگیزه و پیشرفت عملکرد توسط چندین شناختی اجتماعی کنترل میشود. با این رویکرد، هدف از این پژوهش بررسی تاثیر صفات اجتماعی و شناختی بر قصد کارآفرینی با توجه به نقش تعدیلگر وضعیت کلان اقتصادی است. جامعه آماری تحقیق شامل کارآفرینان استان شهرستان تهران است که با توزیع و دریافت ۲۰۸ پرسشنامه کامل و غیرمخدوش، به بررسی شش فرضیه تحقیق پرداخته شده است. روش پژوهش پیمایشی و برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه اس-تفاده شده است که جهت تعیین روایی آن از نظرات خبرگان استفاده شده است. همچنین، پایایی ابزار پژوهش با روش آلفای کرونباخ مورد بررسی و تایید قرار گرفته است. نتایج پژوهش نشان داده است که هر سه ویژگی روانشناختی خودکارآمدی، هوشیاری نسبت به فرصت ها و ترس از شکست تاثیر معناداری بر قصد کارآفرینی دارند. در عین حال، نتایج نشان داد که در هر سه مورد، متغیر وضعیت کلان اقتصادی که از تورم به عنوان نماد استفاده شده است، اثر تعدیلگر معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

قصد کارآفرینی، خودکارآمدی، هوشیاری نسبت به فرصت ها، ترس از شکست، وضعیت کلان اقتصادی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1157837>

