

## Research Paper

## Analysis of Psychological Dimensions Affecting the Success of Tourism Entrepreneurs in Mazandaran Province(Motivation and Self-efficacy)

Mehdi Ramezanzadeh lasboyee<sup>1\*</sup>, Roghayeh Ghanbari Ghadikolaei<sup>2</sup>

1. Associate professor of Tourism Department, - University of Mazandaran, Babolsar, Iran.
2. PhD student of tourism, Allameh Tabatabaei University, Tehran, Iran

**Received:**2020/08/08

**Accepted:** 2021/07/21

**PP:** 73-86

Use your device to scan and  
read the article online



### Keywords:

Tourism, Mazandaran,  
Entrepreneurship,  
Motivation, Self-Efficacy,  
Success

### Abstract

Entrepreneurs need high psychological characteristics in addition to financial ability to succeed in their business in order to be successful in the face of challenges. Therefore, the purpose of this study is to investigate the factors affecting the success of tourism entrepreneurs in Mazandaran province. By examining library resources, two components of self-efficacy and motivation were selected due to their great impact on the job satisfaction and success of entrepreneurs. The research method is descriptive-analytical and field method. Therefore, by collecting questionnaires from entrepreneurs in different sectors of tourism in 2019, this issue was studied in the field. The collected data were processed based on SPSS and Smart pls software. In this model, the effect of self-efficacy and motivation variables through the mediating variable of job satisfaction on the success of entrepreneurs was investigated. The results show that the variables of motivation and self-efficacy can explain 53.8% of the variance of the variable of job satisfaction. The job satisfaction variable also explains 34.6% of the success variable. Also, the challenge of activity from the variable of motivation, satisfaction with the income from entrepreneurship from the variable of job satisfaction, and belief in the abilities of individuals from the variable of self-efficacy, encouraging others for entrepreneurial activities from the variable of success, It is one of the items that has the most factor load. Finally, it can be concluded that psychological characteristics are very influential in the success of entrepreneurs and these components should be given serious attention in nurturing talented young people.

**Citation:** Ramezanzadeh lasboyee, M; Ghanbari Ghadikolaei, R(2023). **Analysis of Psychological Dimensions Affecting the Success of Tourism Entrepreneurs in Mazandaran Province(Motivation and Self-efficacy)**, Journal of Regional Planning, Vol 13, No 49, PP: 73-86.

**DOI:** 10.30495/JZPM.2021.25667.3708

**DOR:**

\* **Corresponding author:** Mehdi Ramezanzadeh lasboyee

**Address:** Associate professor of Tourism Department, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

**Tell:** +989126343108

**Email:** m.ramezanzadeh@umz.ac.ir

## Extended Abstract

### Introduction

The role of tourism and hospitality entrepreneurship is crucial for employment and economic development in developing and industrialized countries. Tourism entrepreneurship typically leads to new investment, employment and income. In addition, it understands the value of unique resources such as local products as well as the economic and social dynamics that lead to the creation of new uses for old products. Finally, it revitalizes local communities by creating local networks, strengthening local trade, and increasing the social capital necessary for the survival of rural communities. Entrepreneurs' career success is a positive psychological or work-related outcome. Motivation as one of the psychological components includes a set of internal and external active forces that shape behavior. Self-efficacy is the motivating pole of the individual. Accordingly, the main purpose of this study is the effect of two components of motivation and self-efficacy on the success of tourism entrepreneurs in Mazandaran province. Also, job satisfaction variable was used as a mediator in this study. In fact, the research seeks to answer the question to what extent the psychological dimensions (motivation and self-efficacy) affect the success of tourism entrepreneurs in Mazandaran province? For this purpose, the following two hypotheses were presented.

Hypothesis 1: Motivation through job satisfaction has a significant effect on the success of entrepreneurs.

Hypothesis 2: Self-efficacy through job satisfaction has a significant effect on the success of entrepreneurs

### Methodology

The research method is descriptive-analytical and the method is data collection. The statistical population of this study includes tourism entrepreneurs in Mazandaran province. Snowball method was used to collect a questionnaire. Finally, 50 tourism entrepreneurs of Mazandaran province were selected. Smart pls software and the data using Spss statistical software were used to analyze and also to investigate the effect of motivation and self-efficacy on success. Regression test was used to evaluate the effect of the independent variable on success. After completing the questionnaire, the items related to each of the variables were examined using Cronbach's alpha test.

### Results and Discussion

Structural equation modeling was used to determine the effectiveness and significance of the relationship between variables. In this conceptual model, there are 4 variables, each of which includes 4 components. The variables of motivation, self-efficacy as an independent variable and satisfaction of the mediating variable and success are also dependent variables, respectively. Findings show that among the motivational components, challenging work with 83% has the highest factor load. In the self-efficacy variable, believing in one's abilities with a factor load of 91% ranks first among the components. The mediating variable of job satisfaction, satisfaction with income with a factor load of 85% has the highest priority. Also, for the hair variable, I encourage others to be entrepreneurs with a regression coefficient of 0.74, which has the highest value. The study of regression coefficients of the conceptual model shows that motivation with a coefficient of 0.52 has a positive effect on job satisfaction of entrepreneurs. Also, the relationship between self-efficacy and job satisfaction with a coefficient of 0.32 is direct and strong relationship. The study of self-efficacy and motivation of entrepreneurs in the tourism sector of Mazandaran province shows that 53.8% of the variance explains the variable job satisfaction. Overall, job satisfaction explains 34.6% of the dependent variable of success. Therefore, self-efficacy and motivation through the mediating variable of job satisfaction have a positive effect on success.

### Conclusion

The first hypothesis examined the effect of motivation variable on the success of entrepreneurs through the mediating variable of job satisfaction. Research results show; Motivational components such as

challenging profession, sense of success in a business, as well as increasing physical and mental strength have the greatest impact on motivating entrepreneurs. In the second hypothesis, the effect of self-efficacy on the success of entrepreneurs through the mediating variable of job satisfaction was investigated. Among the components of self-efficacy, ensuring a person's ability to achieve goals, learning new skills, and the ability to transform the environment are the most important factors. Due to the glass nature of this field, entrepreneurs in the tourism sector need more than other jobs the mental abilities to overcome problems. Various crises and the unstable nature of tourism expose these people to unforeseen events. Therefore, having faith in your ability and a strong motivation to stay in this field is very important

## مقاله پژوهشی

## تحلیل اثرات مؤلفه‌های انگیزه و خودکارآمدی بر موفقیت کارآفرینان گردشگری در استان

## مازندران

مهدی رمضان زاده لسبویی<sup>۱</sup>، رقیه قنبری قادیکلایی<sup>۲</sup>

۱. دانشیار گروه جهانگردی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

۲. دانشجوی دکتری گردشگری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

## چکیده

با آغاز جهانی شدن و شروع پارادایم‌های نوین، تغییراتی در کسب و کارها بوجود آمد. اکنون مشاغل از شکل صنعتی و بزرگ مقیاس به سمت کارآفرینی تغییر کرده‌اند. کارآفرینان برای موفقیت در کسب و کار خود علاوه بر توانایی مالی نیاز به ویژگی‌های روانشناختی بالایی دارند تا در برابر چالش‌ها موفق باشند. بنابراین هدف از انجام این تحقیق بررسی عوامل روانشناختی موثر بر موفقیت کارآفرینان گردشگری در استان مازندران می‌باشد. با بررسی منابع کتابخانه‌ای دو مؤلفه خودکارآمدی و انگیزه از میان عوامل روانشناختی برای بررسی بیشتر انتخاب شدند. تحقیق حاضر از لحاظ روش، توصیفی-تحلیلی و به شیوه پیمایشی است. جهت گردآوری داده‌ها از طریق جمع‌آوری پرسشنامه از کارآفرینان بخش‌های مختلف گردشگری در سال ۱۳۹۸ به بررسی میدانی این موضوع پرداخته شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Spss و Smart pls انجام شد. در این مدل تاثیر متغیر خودکارآمدی و انگیزه از طریق متغیر میانجی رضایت شغلی بر موفقیت کارآفرینان بررسی گشت. نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که متغیر انگیزه و خودکارآمدی می‌تواند ۵۳/۸ درصد از واریانس متغیر رضایت شغلی را تبیین کنند؛ و همچنین متغیر رضایت شغلی ۳۴/۶ درصد از متغیر موفقیت را تبیین می‌کند. از میان گویه‌ها، چالش برانگیز بودن فعالیت از متغیر انگیزه، رضایت از درآمد حاصل از کارآفرینی از متغیر رضایت شغلی، و ایمان به توانایی‌های فردی از متغیر خودکارآمدی، تشویق دیگران برای فعالیتهای کارآفرینی از متغیر موفقیت، بیشترین بار عاملی را داشتند. در نهایت می‌توان به این نتیجه رسید که ویژگی‌های روانشناختی در موفقیت کارآفرینان بسیار تاثیر گذارند.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۵/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۲۹

شماره صفحات: ۷۳-۸۶

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



## واژه‌های کلیدی:

گردشگری، کارآفرینی، انگیزه، خودکارآمدی، موفقیت، مازندران.

استناد: رمضان زاده لسبویی، مهدی؛ قنبری قادیکلایی، رقیه (۱۴۰۲) تحلیل اثرات مؤلفه‌های انگیزه و خودکارآمدی بر موفقیت

کارآفرینان گردشگری در استان مازندران فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۱۳، شماره ۴۹، مردودت: صص ۷۳-۸۶

DOI: 10.30495/JZPM.2021.25667.3708

DOR:

نویسنده مسئول: مهدی رمضان زاده لسبویی

نشانی: دانشیار گروه جهانگردی دانشگاه مازندران، بابلسر

تلفن: ۰۹۱۲۶۳۳۳۱۰۸

پست الکترونیکی: m.ramezanzadeh@umz.ac.ir

## مقدمه

با توجه به شیوع بیماری کرونا و تأثیر آن بر صنعت گردشگری، کارآفرینی می‌تواند راهی برای بازسازی گردشگری در تمام ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی در توسعه پایدار باشد (Walmley & Mass, 2021). آنچه سبب موفقیت کارآفرینان می‌شود همواره مورد توجه پژوهشگران بوده است (McKenzie & Sansone, 2019: 1). بخشی از موفقیت شغلی کارآفرینان ناشی از نتایج مثبت عوامل روان‌شناختی است (Chang & Chen, 2019: 7). انگیزه به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های روان‌شناختی شامل مجموعه نیروهای فعال درونی و بیرونی است که از شروع یک رفتار تا تثبیت یک رفتار را شامل می‌شود (Murnieks et al, 2019:1). انگیزه کارآفرینی در گردشگری بر اساس شغل یا سبک زندگی فرد است. در سبک زندگی لذت بردن از زیبایی‌های طبیعت یا شیوه زندگی راحت به‌عنوان انگیزه‌ای برای فرد است. ولی در شغل رسیدن به موفقیت تجاری انگیزه برای یک فرد است. از میان این دو انگیزه برای زندگی، بیشتر بر گردشگری حاکم هستند (Wang et al, 2019: 78). یکی دیگر از مؤلفه‌های کلیدی تأثیرگذار بر موفقیت کارآفرینان، خودکارآمدی است که بر رفتار نوآورانه کارآفرین تأثیر می‌گذارد (Wei et al, 2020:1). خودکارآمدی قطب انگیزشی فرد است. وقتی خودکارآمدی در چهارچوب نظریه هدف قرار گیرد، بر تعیین هدف، تلاش در جهت هدف و رسیدن به هدف تأثیر می‌گذارد (Schjoedt & Shaver, 2019: 2). خودکارآمدی تأثیر مستقیم یا غیر مستقیم بر قصد کارآفرینی دارد (Doanh & Bernat, 2019: 2449). خودکارآمدی می‌تواند از طریق رضایت شغلی بر موفقیت تأثیر بگذارد. بخش زیادی از زندگی افراد صرف کار می‌شود. و رضایت یا نارضایتی از شغل منجر به کاهش یا افزایش سطح رفاه آن‌ها می‌شود. و همچنین رضایت شغلی در نهایت منجر به موفقیت افراد در شغلشان می‌گردد (Laffineur et al, 2019: 1).

نرخ بالای بیکاری تأثیر مثبتی بر ایجاد کارآفرینی دارد (Sadeghi, 2020: 3). نقش گردشگری و کارآفرینی در مهمان‌نوازی برای اشتغال و توسعه اقتصادی در کشورهای درحال توسعه و صنعتی بسیار مهم است (Li et al, 2020: 1). گردشگری فرصتی مناسب برای ایجاد مشاغل خانوادگی و کوچک‌مقیاس است (Wang et al, 2019: 78). کارآفرینی در گردشگری به‌طور معمول سبب سرمایه‌گذاری جدید، ایجاد اشتغال و درآمدزایی می‌شود. و در کنار این موارد موجب درک ارزش منابع درون‌زای منحصربه‌فرد (مانند محصولات محلی)، پویایی اقتصادی، اجتماعی، احیای مجدد جوامع محلی با ایجاد شبکه‌های محلی و تقویت تجارت محلی و افزایش سرمایه اجتماعی می‌شود (Cunha et al, 2020: 215). با توجه به چشم‌انداز ۱۴۰۴ ایران، گردشگری نقش اساسی در ایجاد اشتغال در کشور دارد. و در این بین جوامع محلی و روستاها می‌توانند محیط مناسبی برای فعالیت‌های گردشگری باشند (Mahmodzadeh & Arjmandian, 2017:132). حدود ۲۸/۵ درصد جمعیت روستایی ایران طبق سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰ در روستاها ساکن هستند (Heydari, 2015: 165). شواهد نشان می‌دهد جوانان روستایی در ایران به دلیل بیکاری و فقر خانوادگی کمبود آب و زمین کشاورزی، خدمات آموزشی ضعیف و مراکز بهداشتی باکیفیت پایین و عدم تعادل بین امکانات شهر و روستا به شهرها مهاجرت می‌کنند. کارآفرینی در روستاها می‌تواند موتور اقتصادی برای جوانان روستایی باشد (Ataei et al, 2020: 2). با تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی روستاها با فعالیت‌های کارآفرینانه می‌توان جلوی بیکاری و مهاجرت روستاییان را گرفت (Roknodin Eftekhari, 2014: 88). علاوه بر این گردشگری می‌تواند به حل چالش‌های روستا کمک کند از قبیل برنامه‌ریزی، تعادل روستا-شهر، دسترسی به فرصت‌های اشتغال و درآمد (Mohamadi et al, 2016: 195). استان مازندران با وجود موهبت‌های طبیعی و میراث قومی و فرهنگی می‌تواند از گردشگری در کنار فعالیت‌های کشاورزی و دامپروری و صنایع دستی استفاده کند (Heydari et al, 2016: 9). از گردشگری می‌توان به‌عنوان مکمل کشاورزی بهره برد (Aligholizadeh, 2019: 112). هم‌اکنون این استان با تنوع‌بخشی اقتصادی، افزایش فعالیت‌های گردشگری، ایجاد اقامتگاه‌های بومگردی، تولید و فروش محصولات کشاورزی و دامپروری سبب ایجاد فعالیت‌های موفق کارآفرینی در کشور شده است.

بر این اساس هدف اصلی در این پژوهش تأثیر دو مؤلفه انگیزه و خودکارآمدی بر موفقیت کارآفرینان گردشگری استان مازندران با توجه به متغیر میانجی رضایت شغلی است. در واقع پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که ابعاد روان‌شناختی (انگیزه و خودکارآمدی) تا چه اندازه بر موفقیت کارآفرینان گردشگری استان مازندران مؤثر است؟ برای این منظور دو فرضیه زیر ارائه شد:

فرضیه ۱: انگیزه از طریق رضایت شغلی تأثیر معنی‌داری بر موفقیت کارآفرینان دارد.

فرضیه ۲: خودکارآمدی از طریق رضایت شغلی تأثیر معنی‌داری بر موفقیت کارآفرینان دارد.

## پیشینه تحقیق و مبانی نظری

کارآفرینی از قدرت اقتصادی و اجتماعی عظیمی برخوردار است (Xu et al, 2021). غالباً ابزاری اساسی برای مقابله با فقر در جامعه روستایی در کشورهای درحال توسعه است (Soluk et al, 2021). این مفهوم از دهه سوم قرن بیستم در آثار نایت ۱۹۲۱ و شومپیتر ۱۹۳۴ مورد توجه قرار گرفت. از نظر نایت کارآفرین کسی است که قادر به تحمل شرایط نامطمئن بازار است و از طرفی شومپیتر، کارآفرین فردی نوآور است (Kakouris et al, 2016: 8). موفقیت کارآفرینان در سه دسته طبقه‌بندی می‌شود. دسته اول ناشی از موفقیت‌های مالی و رشد اقتصادی است. دسته دوم نشان‌دهنده تصویر کارآفرینان در دید سایر افراد است که نشئت‌گرفته از پشت سر گذاشتن موفقیت‌آمیز موانع است. دسته سوم در خوشبختی و رضایت کاری است (Lundberg. & Fredman, 2012: 651). رضایت شغلی مساله مهمی است زیرا افرادی که از شغل خود راضی هستند به دیگران نیز کمک خواهند کرد (Marshall et al, 2020: 203). ۴ تئوری اصلی برای بیان رضایت شغلی وجود دارد. نظریه دامنه تأثیر لاک، نظریه دوعاملی هرز برگ، نظریه وضع، و الگوی ویژگی‌های شغلی؛ در تئوری دامنه تأثیر، رضایت شغلی به انتظارات ما از شغل مربوط است، هر چه انتظارات به نتایج درک شده نزدیک‌تر باشد فرد راضی‌تر است (Cabelkova et al, 2015: 450). نظریه وضع بیان می‌دارد که ویژگی‌های شخصیت فرد، مانند خودکارآمدی، خوش‌بینی، شخصیت پیشگویی، استرس اخلاقی تعیین‌کننده رضایت شغلی است (Cabelkova et al, 2015).

بسیاری از متخصصان علوم رفتاری جنبه‌های روان‌شناختی موفقیت کارآفرینان را مورد بررسی قرار دادند (Kazemi rad & Papzan, 2011: 18). مدل‌های اجتماعی- روان‌شناختی کارآفرینی به دو سطح تقسیم می‌شود. نظریه سطح فردی که در ارتباط با خودکارآمدی، رویداد کارآفرینی و نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده که مرتبط با مسائل روان‌شناختی است؛ و نظریه مشروعیت اجتماعی که به روابط اجتماعی مرتبط است (Turkina & Thai, 2013). یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های روان‌شناختی خودکارآمدی است و در این پژوهش به بررسی این ویژگی پرداخته می‌شود. خودکارآمدی خلاق منجر به توسعه اهداف کارآفرینی می‌شود (Tantawy et al, 2021). خودکارآمدی سبب افزایش انگیزه، اثربخشی رهبری و زندگی بهتر می‌شود (Simarasl et al, 2019). مفهوم خودکارآمدی برگرفته از نظریه شناختی باندورا ۱۹۷۷ است؛ که نشان می‌دهد رفتار فرد در اثر فعالیت‌هایی مانند تعامل درون فردی، تعاملات بین فردی و شرایط محیط ساخته می‌شود. (Wardana et al, 2021:2). درنوسک و همکاران خودکارآمدی را از دو بعد باورهای هدف و باورهای کنترل‌کننده بررسی کرده‌اند. باورهای هدف یک کارآفرین ارزیابی توانایی‌های فرد در انجام فعالیت‌هایی است که منجر به موفقیت‌آمیز بودن کار یا نتیجه‌گیری در هنگام راه‌اندازی کسب‌وکار می‌شود. باورهای کنترل، باورهای یک کارآفرین در مورد توانایی‌های خود در کنترل افکار منفی و تقویت افکار مثبت در هنگام پیگیری هدف است (Drnovsek et al, 2010).

پژوهشگران نظریه‌های مختلفی در ارتباط نقش انگیزه در موفقیت کارآفرینان ارائه داده‌اند. در این بخش به بررسی چند مورد از آنها می‌پردازیم. نظریه عملی کارآفرینی بیان می‌دارد ویژگی‌های شخصی کارآفرینان به‌طور مستقیم منجر به موفقیت آنها نمی‌شود. بلکه آنها به‌طور غیرمستقیم از طریق میانجیگری پیش‌رانه‌های انگیزشی و ویژگی‌های کنشی تأثیر می‌گذارند (Yang et al, 2020:4). مدل انتظار وروم بیان می‌دارد که فرد بهترین انتخاب را از طریق رفتاری انجام می‌دهد که منجر به مطلوب‌ترین نتیجه شود. عوامل اساسی که بر رفتار تأثیر می‌گذارند عوامل انگیزشی هستند (Soon,2020: 1002). طی تحقیقات که در ارتباط با انگیزه کارآفرینان صورت گرفته در نهایت دودسته عامل اصلی ایجاد انگیزه در این افراد است. دسته اول سبک زندگی و دسته دوم کسب سود است. کارآفرینان سبک زندگی مشتاق‌اند تا تعادل بین خانواده و کسب‌وکار برقرار کنند و همچنین یک برنامه کاری انعطاف‌پذیر داشته باشند و کارآفرینان سودمحور که به دنبال رشد هستند و به ایجاد ارزش از طریق تجارت مشغول‌اند (Crawford, 2018: 4). مدل شاپرو از رویداد کارآفرینی و تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده بیان می‌کند که قصد انجام یک کار تجاری نه‌تنها از درک امکان‌سنجی رفتار بلکه از درک مطلوبیت آن نیز ناشی می‌شود. اگر مطلوبیت کارآفرینی یا تمایل برای انجام آن وجود نداشته باشد، حتی در صورت امکان اقدام کارآفرینی، کارآفرینی انجام نمی‌شود (Turkina & Thai, 2013). تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده<sup>۳</sup> TPB نشان‌دهنده تمایل فرد برای انجام یک رفتار خاص است. TPB<sup>۳</sup> توسط سه متغیر نگرش شخصی<sup>۴</sup> (PC)، کنترل رفتاری درک شده<sup>۵</sup> (PBC)، هنجارهای اجتماعی<sup>۶</sup> (SN) درک می‌شود (Sitaridis & Kitsios, 2019).

<sup>3</sup> Theory of Planned Behavior

<sup>4</sup> Personal Attitude

<sup>5</sup> Perceived Behavioral

Control

<sup>6</sup> Social Norms

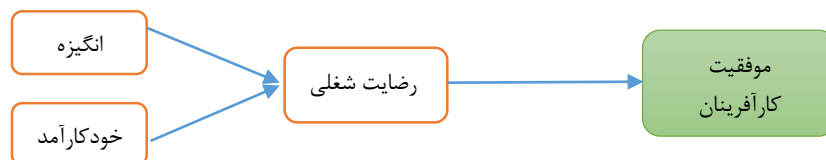


جدول ۱: پیشینه مطالعات مربوط به میزان تأثیر انگیزه و خودکارآمدی بر موفقیت کارآفرینان گردشگری

نویسنده	عنوان	شرح
نسترن سیمار اصل، مرجان فیاضی، آرین قلی پور (۱۳۸۹).	تبیین پیامدهای مثبت روان‌شناختی در عوامل سازمان خودکارآمدی، امیدواری، تاب‌آوری، خوش‌بینی است.	هدف از پژوهش حاضر، بررسی پیامدهای روان‌شناختی مثبت اجزای عوامل آن)
Drnovsek and et all(2010)	خودکارآمدی کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکار: ایجاد یک تعریف چندبعدی	خودکارآمدی کارآفرینی به‌عنوان یک ساختار چندبعدی که از باورهای هدف و کنترل تشکیل شده است، بهتر دیده می‌شود و گزاره‌هایی درباره اینکه این دو بعد مختلف چگونه در مراحل راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید نقش دارند.
Estay and et all (2013)	کارآفرینی: از انگیزه تا استارت آپ	هدف این مقاله کشف منشأ انگیزه کارآفرینی و شناسایی منطق عمل (پروژه‌های کارآفرینی) مرتبط با هر بعد از این نگرش است
Alleah Crawford, (2018)	یک مطالعه اکتشافی از خودارزیابی اصلی و انگیزه کارآفرینی	این تحقیق به رابطه بین خودارزیابی اصلی، رضایت شغلی و فرسودگی در ادبیات متمرکز شده است. به‌طور خاص، این مطالعه میانجیگری بالقوه این رابطه را با انگیزه کارآفرینی بررسی کرده است.
Wang, sh., Hung, k. Huang, w. j.(2019)	انگیزه‌های کارآفرینی در بخش گردشگری و میهمان‌نوازی: چشم‌انداز تئوری شناخت اجتماعی	این مطالعه با تمرکز بر یک نوع مشاغل کوچک، مهمانسراها، باهدف بررسی انگیزه‌های کارآفرینان از یک منظر پویا و کشف ماهیت عوامل شخصی و محیطی، انگیزه‌های مؤثر برای کارآفرینی است.
Wardana and et all(2020)	تأثیر آموزش کارآفرینی و ذهنیت کارآفرینی دانشجویان: نقش میانجی نگرش و خودکارآمدی	یافته‌های این مطالعه حاضر نشان می‌دهد که آموزش کارآفرینی با موفقیت بر خودکارآمدی کارآفرینی، نگرش کارآفرینی و ذهنیت کارآفرینی تأثیر می‌گذارد

منبع: منابع کتابخانه‌ای

شکل ۱ مدل مفهومی این پژوهش را نشان می‌دهد انگیزه و خودکارآمدی به‌عنوان متغیر مستقل بر متغیر میانجی رضایت شغلی تأثیر می‌گذارد و رضایت شغلی بر موفقیت کارآفرینان به‌عنوان متغیر وابسته تأثیر گذار است.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش (Doanh & Bernat, 2019) & (Chatterjee et al, 2015)

روش تحقیق توصیفی تحلیلی و روش گردآوری اطلاعات میدانی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کارآفرینان گردشگری استان مازندران که شاغل در بخش‌های مختلف مثل اقامتگاه، آژانس‌های گردشگری، گروه‌های موفق طبیعت‌گردی و اکو کمپ‌های جنگلی هستند، و به دلیل اینکه واحد مورد مطالعه به راحتی قابل شناسایی نیست از روش گلوله برفی برای جمع‌آوری پرسشنامه استفاده شد. در نهایت ۵۰ نفر از کارآفرینان گردشگری استان مازندران انتخاب شدند. در این پژوهش، در طراحی و تنظیم پرسشنامه برای اعتبار آن، شاخص‌های مربوط به متغیرها از میان تحقیقات داخلی و خارجی استخراج شد و با نظر اساتید گردشگری استان مازندران مورد سنجش قرار گرفت و تغییرات لازم در آنها انجام شد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS و همچنین برای بررسی تأثیر انگیزه و خودکارآمدی بر موفقیت از نرم‌افزار Smart pls استفاده شد. آزمون‌های آماری بر اساس ماهیت داده‌ها و هدف پژوهش در دو بخش یافته‌های توصیفی و تحلیلی تنظیم شده‌اند. دریافته‌های توصیفی اطلاعات فردی پاسخ‌دهندگان بررسی شد. برای بررسی تأثیرگذاری متغیر مستقل بر موفقیت از آزمون رگرسیون استفاده شد. پس از تکمیل پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ گویه‌های مربوط به هریک از متغیرها مورد بررسی قرار گرفت.

## مواد و روش تحقیق

روش تحقیق توصیفی تحلیلی و روش گردآوری اطلاعات میدانی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کارآفرین‌های گردشگری استان مازندران که شاغل در بخش‌های مختلف مثل اقامتگاه، آژانس‌های گردشگری، گروه‌های موفق طبیعت‌گردی و اکو کمپ‌های جنگلی هستند. و به دلیل اینکه واحد مورد مطالعه به راحتی قابل شناسایی نیست از روش گلوله برفی برای جمع‌آوری پرسشنامه استفاده شد. در نهایت ۵۰ نفر از کارآفرینان گردشگری استان مازندران انتخاب شدند. در این پژوهش، در طراحی و تنظیم پرسشنامه برای اعتبار آن، شاخص‌های مربوط به متغیرها از میان تحقیقات داخلی و خارجی استخراج شد و با نظر اساتید گردشگری استان مازندران مورد سنجش قرار گرفت و تغییرات لازم در آن‌ها انجام شد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS و همچنین برای بررسی تأثیر انگیزه و خودکارآمدی بر موفقیت از نرم‌افزار Smart pls استفاده شد. آزمون‌های آماری بر اساس ماهیت داده‌ها و هدف پژوهش در دو بخش یافته‌های توصیفی و تحلیلی تنظیم شده‌اند. دریافت‌های توصیفی اطلاعات فردی پاسخ‌دهندگان بررسی شد. برای بررسی تأثیرگذاری متغیر مستقل بر موفقیت از آزمون رگرسیون استفاده شد. پس از تکمیل پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ گویه‌های مربوط به هریک از متغیرها مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۲: متغیرهای پژوهش

نام متغیر	متغیر	تعداد	نام مؤلف
انگیزه	مستقل	۴	محمد مهدی مردان‌شاهی، سید اسماعیل نظام زاده (۱۳۹۶)، استی جین و لیل (۲۰۱۴)، صفوی و بوذری (۲۰۱۹)، کرافورد (۲۰۱۸)
خودکارآمدی	مستقل	۴	ژانگ و همکاران (۲۰۲۰)، صفوی و بوذری (۲۰۱۹)
رضایت	میانجی	۴	نصیری فرد و اللهیاری (۱۳۹۲)، کرافورد (۲۰۱۸)، جیوتی و همکاران (۲۰۱۱)
موفقیت	وابسته	۴	کرافورد (۲۰۱۸)، جیوتی و همکاران (۲۰۱۱)

منبع: اسناد کتابخانه‌ای

## محدوده مورد مطالعه

استان مازندران با مساحت ۲۳۷۵۶ کیلومتر مربع ۱/۴۶ درصد مساحت ایران را تشکیل می‌دهد. و با داشتن جمعیت ۳۰۷۳۹۴۳ نفر تقریباً ۴/۱ درصد جمعیت ایران را شامل می‌شود. این استان دارای ۲۳ شهرستان، ۱۲۹ دهستان، ۳۶۹۷ آبادی است (Nazmfar et al, 2019). مناطق روستایی بی‌شماری در این استان قرار دارد بنابراین از گردشگری و کشاورزی می‌توان به صورت همگرا برای کارآفرینی در این استان استفاده کرد.

## بحث و یافته‌های تحقیق

نتایج مستخرج از پرسشنامه بیان می‌کند که ۴۴ درصد شرکت‌کنندگان را مردان و ۵۶ درصد را زنان تشکیل می‌دهند. میانگین سنی شرکت‌کنندگان ۳۴ سال است. از بررسی وضعیت تأهل و تحصیلات معین گردید. که ۵۴ درصد شرکت‌کنندگان مجرد و بیشتر شرکت‌کنندگان دارای مدرک لیسانس و کارشناسی ارشد هستند. و ۲۲ درصد دارای اقامتگاه، ۲۴ درصد آژانس مسافرتی، ۵۲ درصد لیدر، ۲ درصد مجتمع تفریحی هستند. و ۹۰ درصد از افراد از کارآفرینی خود راضی هستند.

## یافته‌های تحلیلی

در این قسمت به بررسی روایی و پایایی تحقیق می‌پردازیم. جهت روایی همگرا باید میانگین واریانس استخراجی (AVE) و CR برای هر متغیر بررسی شود. و مقدار AVE برای هر متغیر باید بالاتر از ۰/۵ باشد تا شرط مربوط به آن برقرار باشد. و همچنین مقداری CR باید از AVE بیشتر باشد. و همین‌طور برای بررسی پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده می‌شود. مقدار این ضریب باید بین صفر و یک باشد و هرچه به یک نزدیک‌تر باشد پایایی کامل‌تر خواهد بود. نتایج این آزمون‌ها در جدول ۳ آمده است.



جدول ۳: مقایسه مقادیر AVE, CR و آلفای کرونباخ

ردیف	متغیر	CA	CR	Ave	آلفای کرونباخ
۱	انگیزه	۰/۷۳	۰/۸۳	۰/۵۵	۰/۷۳
۲	خودکارآمدی	۰/۸۸	۰/۹۱	۰/۷۳	۰/۸۸
۳	رضایت	۰/۷۲	۰/۸۲	۰/۵۴	۰/۷۲
۴	موفقیت	۰/۷۰	۰/۸۱	۰/۵۲	۰/۷۰

منبع: یافته‌های پژوهش ۱۳۹۸

همان‌طور که از جدول ۳ مشاهده می‌شود مقدار AVE متغیرهای تحقیق بالای ۰/۵ و دارای روایی همگراست. و مقایسه Ave و CR تمامی متغیرها نشان می‌دهد که  $CR > Ave$  است پس رابطه برقرار است. میزان پایایی پرسشنامه بیانگر آن است که پرسشنامه‌ها از پایایی نسبتاً بالایی برخوردار هستند.

**بررسی روایی واگرا آزمون فورنل و الکر:** آزمون فورنل و الکر از آزمون قبلی اعتبار کمتری دارد؛ ولی مؤلفه به مؤلفه را باهم مقایسه می‌کند که دو مجموعه باهم همگرا نباشد، مکمل آزمون قبلی است. یک جدول همبستگی را مورد تغییر قرار می‌دهد بدین صورت که یک‌های روی قطر اصلی با جذر AVE جایگزین می‌شود. نتایج آزمون در جدول ۴ نمایش گذاشته شد.

جدول ۴: جدول فورنل و لاکر

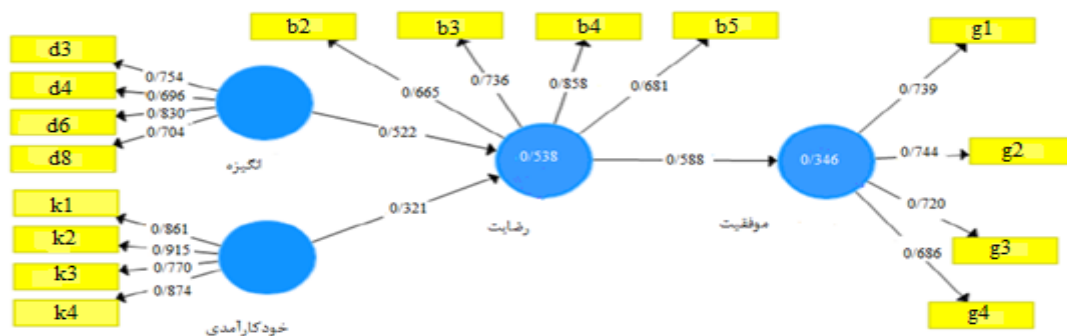
	انگیزه	خودکارآمدی	رضایت	موفقیت
انگیزه	۰/۷۴۸			
خودکارآمدی	۰/۴۸۳	۰/۸۵۷		
رضایت	۰/۶۷۷	۰/۵۷۳	۰/۷۳۹	
موفقیت	۰/۶۴۵	۰/۴۹۸	۰/۵۸۸	۰/۷۲۳

منبع: یافته‌های پژوهش ۱۳۹۸

حال باید مقدار جذر AVE هر متغیر از تمامی ضرایب همبستگی آن متغیر با متغیرهای دیگر بیشتر باشد. مجموع شروط روایی همگرا و مجموع شروط روایی واگرا، نشان از وجود روایی سازه در مدل دارد.

### تحلیل تأثیر انگیزه و خودکارآمدی بر موفقیت

برای تشخیص میزان اثرگذاری و معنادار بودن ارتباط متغیرها با یکدیگر از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. با این روش می‌توان میزان همبستگی و شدت اثرگذاری هر یک از متغیرها را بر دیگری مورد تجزیه و تحلیل قرارداد. مدل معادلات ساختاری علاوه بر روابط علی میان سازه‌ها قدرت تبیین آن‌ها را نیز نشان می‌دهد. شکل ۲ مدل نهایی تبیین انگیزه و خودکارآمدی بر موفقیت کارآفرینان گردشگری را نشان می‌دهد.



شکل ۲- نمودار تحلیل مسیر برای درک میزان اثرگذاری مؤلفه‌های خودکارآمدی و انگیزه بر موفقیت - (منبع: یافته‌های پژوهش ۱۳۹۸)

نتایج مستخرج از آزمون تحلیل مسیر نشان می‌دهد که برخی گویه‌ها در وضعیت مطلوب و برخی دیگر در وضعیت نامطلوب قرار دارند. برای معناداری معادله گویه‌های با بار عاملی کمتر از ۰/۵ حذف گردیدند. در این مدل مفهومی ۴ متغیر وجود دارد که هر کدام شامل ۴ مؤلفه

می‌باشند. به ترتیب متغیر انگیزه، خودکارآمدی به‌عنوان متغیر مستقل و رضایت متغیر میانجی و موفقیت نیز متغیر وابسته به شمار می‌آیند. یافته‌های به‌دست‌آمده نشان می‌دهند از بین مؤلفه‌های انگیزه، چالش‌برانگیز بودن کار با ۸۳ درصد بیشترین بار عاملی رادار است. عموماً کارآفرینان به دنبال نوآوری هستند و انجام کارهای جدید چالش‌برانگیز است و مطمئناً یکی از دلایلی که این افراد را به سمت کارآفرینی جذب می‌کند همین چالش‌برانگیز بودن کارها است. و همچنین ایجاد فعالیت جسمی و روحی از طریق کارآفرینی با ۶۹ درصد کمترین اولویت رادار است. در متغیر خودکارآمدی اعتقاد داشتن به توانایی‌های خود با بار عاملی ۹۱ درصد جایگاه اول در بین مؤلفه‌ها رادار است. حتی در ادبیات نظری این مؤلفه به‌عنوان تعریف از خودکارآمدی بیان شده. یعنی فرد با داشتن اعتمادبه‌نفس بالا که در خودکارآمدی نمود پیدا می‌کند می‌تواند در فعالیت‌های خود موفق باشد. و توانایی انطباق با محیط پیرامون خود رتبه ۴ رادار است زیرا این مؤلفه برای همه افراد کار آسانی نیست و نیاز به حد بالای توانایی‌های ذهنی و روحی دارد. در متغیر میانجی رضایت شغلی، رضایت از درآمد با بار عاملی ۸۵ درصد بالاترین اولویت رادار است. و دلایل مادی نسبت به دلایل روحی اولویت بالاتری برخوردار است. همین‌طور برای متغیر موفقیت، دیگران را به کارآفرینی تشویق می‌کنم با ضریب رگرسیون ۰/۷۴ بیشترین مقدار رادار است قطعاً این مؤلفه به‌خوبی گویای موفقیت این افراد در کار خویش هست زیرا تا موفقیتی صورت نپذیرد دلیلی برای تشویق دیگران به این کار وجود نخواهد داشت. بررسی ضرایب رگرسیون مدل مفهومی نشان می‌دهد که انگیزه با ضریب ۰/۵۲ تأثیر مثبتی بر رضایت شغلی کارآفرینان دارد. و همین‌طور رابطه خودکارآمدی و رضایت شغلی با ضریب ۰/۳۲ مستقیم و قوی است. بررسی خودکارآمدی و انگیزه کارآفرینان بخش گردشگری استان مازندران نشان می‌دهد ۵۳/۸ درصد از واریانس متغیر رضایت شغلی را تبیین می‌کند. در مجموع رضایت شغلی ۳۴/۶ درصد از متغیر وابسته موفقیت را تبیین می‌کند. از شاخص تی جهت تبیین معناداری این ضرایب مسیر استفاده می‌شود. اعداد معناداری یا همان T-value که در شکل ۲ نمایش داده شده است میزان معنادار بودن هر یک از پارامترها را نشان می‌دهد و چنانچه مقدار آن بزرگ‌تر از قدر مطلق عدد ۱/۹۶ باشد، پارامترهای مدل معنادار هستند.

در این قسمت از پژوهش به بررسی فرضیه‌های پژوهش و آزمون مدل پژوهش پرداخته است. از شاخص‌های برازندگی برای تعیین برازندگی و اعتبار مدل‌های طراحی شده، استفاده می‌شود. این جدول شاخص‌های تناسب پیش‌بین، ضریب تعیین، و میانگین واریانس استخراج شده را نشان می‌دهد. همان‌طور که نتایج برازش نشان می‌دهد تمامی شاخص‌ها به‌خوبی متغیرهای پژوهش را برازش داده‌اند. در جدول ۵ شاخص‌های برازش مدل با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی ال اس نشان داده شده است، نتایج نشان می‌دهد مدل موردنظر از برازش مناسبی برخوردار است.

جدول ۵: شاخص‌های برازش مدل

نام شاخص	مقدار استاندارد شاخص	مقدار شاخص در الگوی موردنظر	نتیجه
تناسب پیش‌بین Q2	سه مقدار ۰/۰۲ ۰/۱۵ ۰/۳۵	انگیزه	۰/۲۶۸
		خودکارآمدی	۰/۵۲۱
		رضایت	۰/۲۲۶
		موفقیت	۰/۲۰۶
ضریب تعیین	سه مقدار ۰/۱۹ ۰/۳۳ ۰/۶۷	رضایت	۰/۵۳۸
		بازدید مجدد	۰/۳۴۶
میانگین واریانس استخراج شده	بالاتر از ۰/۵	انگیزه	۰/۵۵
		خودکارآمدی	۰/۷۳
		رضایت	۰/۵۴
		موفقیت	۰/۵۲

منبع: یافته‌های پژوهش ۱۳۹۸

فرضیه ۱: انگیزه از طریق رضایت تأثیر معنی‌داری بر موفقیت کارآفرینان دارد.

محرک اولیه برای شرکت در هر فعالیتی انگیزه است. اما انگیزه در کسب‌وکارهای گردشگری با مشاغل دیگر اندکی متفاوت است زیرا اولاً گردشگری چند رشته‌ای است و در هیچ ظرفی جا نمی‌شود بنابراین انگیزه‌های ایجاد این کسب‌وکارها با وجود چالش‌های زیادی که ناشی از شیشه‌ای بودن این رشته هست، فراوان است و بسیار تحت تأثیر انگیزه سبک زندگی است. نتایج حاصل از ضریب معناداری نیز نشان می‌دهد که فرضیه مورد تأیید است. و همان‌طور که دریافته‌های تحقیق نشان می‌دهد انگیزه از طریق تأثیر بر رضایت شغلی بر موفقیت کارآفرینان نقش اساسی دارد.

فرضیه ۲: خودکارآمدی از طریق رضایت تأثیر معنی‌داری بر موفقیت کارآفرینان دارد.

متغیر خودکارآمدی که نشان از باور داشتن توانایی‌های فرد برای انجام کارهاست؛ نشئت‌گرفته از روحیات درونی فرد از جمله اعتمادبه‌نفس بالاست که بسیار در موفقیت افراد تأثیرگذار است. نتایج نشان می‌دهد ضریب معناداری در سطح قابل قبولی است پس فرضیه تأیید می‌شود. و یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد هر چه فرد بیشتر به توانایی‌های خود اعتماد داشته باشد در موفقیت کار بیشتر تأثیر مثبت خواهد گذاشت.

جدول ۶: جدول بررسی معناداری فرضیه‌ها

سطح معناداری	آماره t	
۰/۰۰	۳/۶۰۳	انگیزه-رضایت
۰/۰۰	۴/۹۵	رضایت-موفقیت
۰/۰۱۴	۲/۴۱۸	خودکارآمدی-رضایت
۰/۰۰	۴/۹۵	رضایت-موفقیت

منبع: یافته‌های پژوهش ۱۳۹۸

نتایج جدول ۶ نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری آزمون کمتر از ۵ درصد هست. یعنی با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان ادعا کرد انگیزه و خودکارآمدی تأثیر مثبتی بر رضایت شغلی کارآفرینان و همچنین رضایت شغلی نیز تأثیر مثبتی بر موفقیت دارد. بنابراین خودکارآمدی و انگیزه از طریق متغیر میانجی رضایت تأثیر مثبتی بر موفقیت دارند.

## نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

پژوهش حاضر درصدد بررسی مؤلفه‌های انگیزه و خودکارآمدی بر موفقیت کارآفرینان گردشگری استان مازندران با نقش میانجی‌گری رضایت شغلی است. به این منظور پیمایش میدانی با حضور ۵۰ نفر از کارآفرینان استان مازندران در سال ۱۳۹۸ که در بخش گردشگری مشغول به فعالیت هستند انجام شد. تحقیقات پیشین نشان می‌دهد مؤلفه‌های بسیاری بر رضایت شغلی و موفقیت کارآفرینان تأثیرگذار است که خودکارآمدی و انگیزه جزء مؤثرترین مؤلفه‌ها هستند. در فرضیه اول به بررسی تأثیر متغیر انگیزه بر موفقیت کارآفرینان از طریق متغیر میانجی رضایت شغلی پرداخته شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد؛ مؤلفه‌های انگیزه مانند چالش‌برانگیز بودن حرفه، حس موفقیت در یک کسب‌وکار، و همین‌طور افزایش توان جسمی و روحی بیشترین تأثیر در ایجاد انگیزه کارآفرینان دارند. که مطابق با تحقیقات سیتاریدیس و کیتیریوس ۲۰۱۹ و همین‌طور ایستای ۲۰۱۳ است. در فرضیه دوم به بررسی تأثیر خودکارآمدی بر موفقیت کارآفرینان از طریق متغیر میانجی رضایت شغلی پرداخته شد. در بین مؤلفه‌های خودکارآمدی اطمینان از توانایی شخص برای تحقق اهداف، یادگیری مهارت‌های جدید، توانایی تغییر شکل محیط مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر موفقیت کارآفرینان هستند. که مطابق با تحقیقات درنوسک و همکاران ۲۰۱۰، چترجی و همکاران ۲۰۱۵ و بالکو و همکاران ۲۰۱۶ است. با ورود به پارادایم‌های جدید در قرن حاضر تغییرات اساسی در مشاغل به وجود آمده است. همان‌طور که با انقلاب صنعتی جهان به سمت تولید انبوه پیش رفت در این دوره نیز با گسترش جهانی شدن مشاغل به سمت کسب‌وکارهای کوچک‌مقیاس و افزایش توانایی فردی پیش می‌رود. قطعاً در چنین شرایطی نیاز به افزایش مهارت‌های فردی کارآفرینان است. بنابراین رشد ویژگی‌های روان‌شناختی نقش بسزایی در موفقیت این افراد دارد. بحران‌های مختلف و ذات ناپایدار گردشگری این افراد را با حوادث پیش‌بینی‌نشده‌ای مواجه می‌کند. بنابراین داشتن ایمان به توانایی خود و انگیزه قوی برای ماندن در این رشته بسیار حائز اهمیت است.

در این بخش توصیه‌هایی برای موفقیت در کسب‌وکارهای گردشگری ارائه می‌شود. اولاً افراد برای ورود به این رشته در ابتدا باید شرایط و ویژگی‌های این رشته را کامل موردسنجش قرار دهند تا با چالش‌های موجود در این رشته آشنا شوند و توانایی خود برای مواجهه شدن با آن

را بسنجند. دوما افزایش مهارت‌های روان‌شناختی برای این افراد ضروری است به‌طور مثال در سال ۹۸ و ۹۹ گردشگری با انواع بحران‌های مختلف از جمله بیماری کرونا، وقوع سیل، افزایش قیمت بنزین و غیره مواجه بود کارآفرین شاغل در این بخش باید از عواقبی که به دنبال این حوادث به وقوع می‌پیوندد آگاه باشد. و این حوادث از انگیزه‌های آن‌ها برای موفقیت نکاهد. سووما در دوران بحران‌ها باید به پرورش روحیه شکست‌ناپذیر خود بپردازد تا بتواند بعد از گذر از طوفان حوادث، بیشترین برداشت را از وضعیت موجود داشته باشد. چهارم باید در سطح دانشگاه‌ها و مؤسسات گردشگری علاوه بر مهارت‌های علمی به آموزش و تقویت مهارت‌های روان‌شناختی نیز پرداخته شود یا حداقل در رویکرد تدریس اساتید به آن توجه شود. پنجم از آنجایی که اکثر کشورها به سمت ایجاد کارآفرینی و استارت‌آپ‌ها گرایش پیدا کردند باید دولت هزینه‌هایی برای آموزش جوانان در نظر بگیرد. و آن‌ها را برای ورود به مشاغل آماده کند زیرا کارآفرینی رویکرد جدید عصر حاضر است. ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان موارد فراوانی را شامل می‌شود پیشنهاد می‌شود پژوهش‌هایی درباره سایر ویژگی‌ها انجام شود و همچنین ویژگی‌های جامعه شناختی کارآفرینان نیز نیاز به پژوهش‌های دیگر دارد. پیشنهاد می‌شود از روش مصاحبه نیز در جهت بررسی چالش‌های پیش روی کارآفرینان در مقالات آتی استفاده گردد.

### ملاحظات اخلاقی:

**پیروی از اصول اخلاق پژوهش:** در مطالعه حاضر برگه‌های رضایت‌نامه آگاهانه توسط تمامی آزمودنی‌ها تکمیل شد.

**حامی مالی:** هزینه‌های مطالعه حاضر توسط نویسندگان مقاله تأمین شد.

**تعارض منافع:** برابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر هرگونه تعارض منافع بوده است.

## References

1. Aligholizadeh Firozjaei, N. (2019). Effects of Rural Tourism Development on the Agricultural Sector (Case Study: Plain Villages of Mianband Village of Noor city). *Journal of Tourism Planning and Development*, 8(3).
2. Ataeia, A.; Karimi, H.; Ghadermarzic, H.; & Norouzi, A. (2020). A Conceptual Model of Entrepreneurial Competencies and their Impacts on Rural Youth's Intention to Launch SMEs. *Journal of Rural Studies*
3. Baluku, M.M.; Kikooma, J.F.; & Kibanja, G. M. (2016). Psychological Capital and the Startup Capital-Entrepreneurial Success Relationship. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, DOI: 10.1080/08276331.2015.1132512
4. Cabelková, I.; Abrham, J.; & Strielkowski, W. (2015). Factors Influencing Job Satisfaction in Post-Transition Economies: the case of the Czech Republic. *International Journal of Occupational Safety and Ergonomics*, 21:4, 448-456, DOI: 10.1080/10803548.2015.1073007
5. Chatterjee, N.; (2015). Key Psychological Factors as Predictors of Entrepreneurial Success: a Conceptual Framework. *Academy of Entrepreneurship Journal*,
6. Chang, Y. Y.; Chen, M. H. (2020). Creative Entrepreneurs' Creativity, Opportunity Recognition, and Career Success: Is Resource Availability a Double-Edged Sword?. *European Management Journal*.
7. Crawford, A. (2018). An Exploratory Study of Core Self-Evaluation and Entrepreneurial Motivation. *Anatolia*, DOI: 10.1080/13032917.2018.1517266
8. Cunha, C.; Kastenholz, E.; & Carneiro, M.J. (2020). Entrepreneurs in Rural Tourism: Do Lifestyle Motivations Contribute to Management Practices that Enhance Sustainable Entrepreneurial Ecosystems?. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44 (2020) 215-226, <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.007>
9. Drnovsek, M.; Wincent, J.; & Cardon, M. S. (2010). Entrepreneurial Self-Efficacy and Business Start-up: Developing a Multi-Dimensional Definition, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 16 pp. 329-348, DOI 10.1108/13552551011054516
10. Doanh, D. C. & Bernat, T. (2019). Entrepreneurial Self-Efficacy and Intention among Vietnamese Students: a Meta-Analytic Path Analysis Based on the Theory of Planned Behavior, *Procedia Computer Science* 159 (2019) 2447-2460
11. Estay, C.H.; Durrieu, F.; & Akhter, M. (2013). Entrepreneurship: From Motivation to Start-up. *Springer Science*, DOI 10.1007/s10843-013-0109-x
12. Jyoti, J.; Sharma, J.; & Kumari, A. (2011). Factors Affecting Orientation and Satisfaction of Women Entrepreneurs in Rural India. *Annals of Innovation & Entrepreneurship*, 2:1, 5813

13. Heydari Sarban, V. (2015). Investigating the Effects of Tourism on Improving the Social and Psychological Capabilities of Villagers (Case Study of Meshginshahr City). *Journal of Tourism Planning and Development*, 4(12),
14. Heydari, Z.; Badri, S.A.; & Salmani, M. (2016). Local Community Attitude Towards Perceived Risks of Agricultural Tourism Development (Case Study: Tonekabon City). *Journal of Tourism Planning and Development*, 5(18),
15. Kakouris, A.; Dermatis, Z.; & Liargovas, P. (2016). Educating potential Entrepreneurs under the Perspective of Europe 2020 plan. *Business & Entrepreneurship Journal*, vol. 5, 7-24,
16. Kazemi rad, Z.; Papzan, A. (2011). Predicting the Success Rate of Rural Entrepreneurs in Kermanshah City Using Artificial Network Analysis(ANN). *Journal of Planning Management*, 1(1), 17-25
17. Laffineura, C.; Barbosa, S.D.; Fayolle, A.; & Montmartin, B. (2019). The Unshackled Entrepreneur: Occupational Determinants of Entrepreneurial Effort. *Journal of Business Venturing*.
18. Li, Y.; Huang, S.; & Songc, L. (2020). Opportunity and Necessity Entrepreneurship in the Hospitality Sector: Examining the Institutional Environment Influences. *Tourism Management Perspectives*.
19. Lundberg, CH.; & Fredman, P. (2012). Success Factors and Constraints among Nature-Based Tourism Entrepreneurs. *Current Issues in Tourism*, 15:7, 649-671, DOI: 10.1080/13683500.2011.630458
20. Marshall, D. R.; Meek, W.R.; Swab, R. G.; & Markin, E. (2020). Access to Resources and Entrepreneurial Well-Being: A Self-efficacy Approach. *Journal of Business Research* 120, 203–212, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.015>
21. Mardanshahi, M.M.; & Nezamzadeh, S, E. (2017). Factors Affecting the Intention to Create Managers of Active and Top Rural Cooperatives of Neka City. *Journal of Cooperatives and Agriculture*, 6(23)
22. Mahmoodzadeh, S. M.; & Arjmandian, S. (2017). Identify and Rank Entrepreneurial Opportunities in Rural Tourism (Case Study: Ab-e-Ask village), 6(20)
23. McKenzie, D.; Sanson, D. (2019). Predicting Entrepreneurial Success is Hard: Evidence from a Business Plan Competition in Nigeria. *Journal of Development Economics*
24. Murnieks, CH.; Klotz, A.; C.; & Shepherd, D.; A.; (2019). Entrepreneurial Motivation: A Review of the Literature and an Agenda for Future research. *The Job Annual Review*, DOI: 10.1002/job.2374
25. Mohamadi, B.; Einali, J.; Bigdeli, A. (2016). The Role of Entrepreneurship in Rural Development with Emphasis on Tourism (Case: Hesar Valiasr village, Avaj city), *Journal Regional Planning*, 6(21).
26. Nazmfar, H.; Amanolahpour, A.; Salmani jlodar, H.; & Karimi, B. (2019). Survey of Public Services in Urban Areas (Case Study: Cities of Mazandaran Province). *Journal of Regional Planning*, 9(35), 13-26.
27. Nasirifard, E.; & ALahyari, M. S. (2013). Investigating the Relationship between Job Satisfaction and Entrepreneurial Spirit Among Managers of Rural Cooperatives in Gilan Pprovince. *Cooperation and Agriculture*, 2
28. Pasha Safavi, H.P.; & Bouzar, I, M. (2019). The Association of Psychological Capital, Career Adaptability and Career Competency among Htel Frontline Employees. *Tourism Management Perspectives*. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.02.00>
29. Roknodin Eftekhari, A.; Portaheri, M.; & Fazli, N. (2014). Analysis of Effective Factors in the Development of Rural Tourism Entrepreneurship. *Journal of Tourism Planning and Development*, 3(8),
30. Safari Aliakbari, M.; & Sadeghi, H. (2017). Analysis of The Underlying Factors of Creation and Growth of Rural Entrepreneurship Case: Dehzar Section in Izeh Ccity. *Quarterly Journal of Space Economics and Rural Development*, 6(2)
31. Simar Asl, N.; Fayazi, M.; & Gholipour, A. (2010). Explain the Consequences of Positive Psychological Factors in the Organization. *Iranian Journal of Management Sciences*, 5(17).
32. Sadeghi, V.J. (2020). The Motivational Factors of Business Venturing: Opportunity Versus Necessity? A Gendered Perspective on European Countries. *Journal of Business Research*
33. Schjoedt, L.; & Shaver, K.G. (2019). Entrepreneurs' Motivation: a Conceptual Process Theory. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, DOI: 10.1080/08276331.2019.1596398

34. Soluk J.; Kammerlander N.; & Darwin, S., (2021). Digital Entrepreneurship in Developing Countries: The role of Institutional Voids. *Technological Forecasting and Social Change*, Volume 170, 120876, <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120876>
35. Shojaeifars, A. (2019). Empowerment and Creation of Rural Entrepreneurship in Small business Environments (Case: Aysin village - Bandar Abbas city). *Journal of Regional Planning*, 9(36)
36. Soon, N.(2020). Entrepreneurial Motivation and Entrepreneurship Career Intention: Case at a Malaysian Public University. *Crafting Global Competitive Economies: 2020 Vision Strategic Planning & Smart Implementation*
37. St-Jean, E.; & LeBel, L. (2014) The Influence of Start-up Motivations on Forest Entrepreneurs' Performance, *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 27:4, 392-405, DOI: 10.1080/08276331.2015.1088299
38. Sitaridis, L.; & Kitsios, F. (2019). Entrepreneurship as a Career Option for Information Technology Students: Critical Barriers and the Role of Motivation, *Springer*. <https://doi.org/10.1007/s13132-018-0519-z>
39. Tantawy, M.; Herbert, K.; McNally, J.J; Mengel, T.; Piperopoulos,P.; & Foord, D. (2021). Bringing Creativity back to Entrepreneurship Education: Creative Self-efficacy, Creative Process Engagement, and Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing Insights*, Volume 15, e00239,
40. Turkina. E.; & Thai, M.T.T. (2013). Socio Psychological Determinants of Opportunity Entrepreneurship, *Springer*, DOI 10.1007/s11365-013-0288-x.