



Volume 6, Issue 2, 2025

Investigating the Impact of Entrepreneurial Self-Efficacy on Entrepreneurial Performance Considering the Mediating Role of Multiple Intelligences in the Tourism Industry of Mazandaran Province

Mohammad Ebrahim Naderi Khorshidi*1

1. Master's Degree, Business Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran. (Corresponding Author) Email: Ebinaderi0078@gmail.com

ARTICLE INFORMATION

Type of Article:

Original Research

Pages: 14-23

Corresponding Author's Info

Email: Ebinaderi0078@gmail.com

Keywords:

Entrepreneurial Self-Efficacy, Entrepreneurial Performance, Multiple Intelligences, Tourism Industry.

ABSTRACT

The main objective of this study is to investigate the impact of entrepreneurial self-efficacy on entrepreneurial performance, considering the mediating role of multiple intelligences among practitioners in the tourism industry of Mazandaran Province. In terms of its objective, this research is applied, and methodologically, it is a descriptive-survey study employing a quantitative approach. The statistical population comprises all entrepreneurs and managers of active tourism enterprises in Mazandaran Province in the year 2023. Using Cochran's formula and stratified random sampling, 312 individuals were selected as the final sample. Data were collected using standard questionnaires, including the Entrepreneurial Self-Efficacy scale by Deeks et al., the Multiple Intelligences scale by Gardner, and the Entrepreneurial Performance scale by Dess and Montgomery. Data analysis was performed using SmartPLS 4 software and the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) technique. The findings indicated that entrepreneurial self-efficacy has a positive and significant impact on both entrepreneurial performance and multiple intelligences. Furthermore, multiple intelligences exert a significant effect on entrepreneurial performance and play a partial mediating role in the relationship between self-efficacy and performance. The coefficient of determination (R^2) for the dependent variable was 0.41, and the Q^2 index was 0.36, indicating the model's adequate explanatory and predictive power. It is concluded that strengthening self-efficacy beliefs and nurturing various dimensions of intelligence among tourism entrepreneurs in Mazandaran can directly and indirectly lead to the enhancement of sustainable business performance. By integrating Social Cognitive Theory and the Theory of Multiple Intelligences, this research provides a novel framework for explaining entrepreneurial behavior in the tourism industry. It recommends that policymakers and tourism development organizations in the province design training and empowerment programs based on intelligence profiles and the enhancement of entrepreneurs' self-efficacy.



This is an open access article under the CC BY license.

© 2024 The Authors.

How to Cite This Article: Naderi Khorshidi, M.E (2024). "Investigating the Impact of Entrepreneurial Self-Efficacy on Entrepreneurial Performance Considering the Mediating Role of Multiple Intelligences in the Tourism Industry of Mazandaran Province". *Journal of Management, economics and Entrepreneurship* , 6(2): 14-23.



دوره ۶، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۴

بررسی تاثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر عملکرد کارآفرینی با توجه به نقش میانجی هوش‌های چندگانه در صنعت گردشگری استان مازندران

محمد ابراهیم نادری خورشیدی^{*۱}

۱. کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران.

چکیده

هدف اصلی این پژوهش، بررسی تاثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر عملکرد کارآفرینی با در نظر گرفتن نقش میانجی هوش‌های چندگانه در میان فعالان صنعت گردشگری استان مازندران است. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-پیمایشی با رویکرد کمی است. جامعه آماری شامل کلیه کارآفرینان و مدیران واحدهای گردشگری فعال در استان مازندران در سال ۱۴۰۲ است که با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، تعداد ۳۱۲ نفر به‌عنوان نمونه نهایی انتخاب شدند. داده‌ها با بهره‌گیری از پرسشنامه‌های استاندارد خودکارآمدی کارآفرینانه، دیکس و همکاران، هوش‌های چندگانه گاردنر و عملکرد کارآفرینی دس و مونتگومری جمع‌آوری گردید. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS4 و تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی انجام پذیرفت. یافته‌ها نشان داد که خودکارآمدی کارآفرینانه تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد کارآفرینی و هوش‌های چندگانه دارد. همچنین، هوش‌های چندگانه تاثیر معناداری بر عملکرد کارآفرینی ایفا می‌کند و نقش میانجی نیمه‌کاملی در رابطه بین خودکارآمدی و عملکرد دارد. ضریب تعیین متغیر وابسته برابر ۰/۴۱ و شاخص Q^2 برابر ۰/۳۶ به‌دست آمد که بیانگر توان تبیینی و پیش‌بینی مناسب مدل است. نتیجه‌گیری می‌شود که تقویت باورهای خودکارآمدی و پرورش ابعاد مختلف هوشی در کارآفرینان گردشگری مازندران، می‌تواند به‌طور مستقیم و غیرمستقیم موجب ارتقای عملکرد پایدار کسب‌وکارها شود. این پژوهش با تلفیق نظریه شناختی-اجتماعی و نظریه هوش‌های چندگانه، چارچوبی نوین برای تبیین رفتار کارآفرینانه در صنعت گردشگری ارائه می‌دهد و به سیاست‌گذاران و نهادهای توسعه‌دهنده گردشگری استان توصیه می‌کند برنامه‌های آموزشی و توانمندسازی را بر اساس پروفایل‌های هوشی و ارتقای خودکارآمدی کارآفرینان طراحی نمایند.

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات: ۱۴-۲۳

اطلاعات نویسنده مسؤول

ایمیل:

Ebinaderi0078@gmail.com

سابقه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۱/۱۴

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۴/۰۳/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۳۱

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۴/۰۱

واژگان کلیدی: خودکارآمدی

کارآفرینانه، عملکرد کارآفرینی، هوش‌های

چندگانه، صنعت گردشگری

خوانندگان این مجله، اجازه توزیع، ترکیب مجدد، تغییر جزئی و کار روی حاضر به صورت غیرتجاری را دارند.



© تمامی حقوق انتشار این مقاله، متعلق به نویسنده می‌باشد.

۱- مقدمه

صنعت گردشگری در دهه‌های اخیر به‌عنوان یکی از محورهای استراتژیک توسعه اقتصادی، اشتغال‌زایی و هویت‌سازی منطقه‌ای در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، از جمله ایران، مورد توجه قرار گرفته است. استان مازندران با برخورداری از ظرفیت‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی منحصر به فرد، پتانسیل بالایی برای جذب گردشگر داخلی و بین‌المللی دارد؛ با این حال، بهره‌برداری بهینه از این ظرفیت‌ها نیازمند گذار از مدل‌های سنتی مدیریت گردشگری به رویکردهای کارآفرینانه و نوآورانه است. کارآفرینی در صنعت گردشگری نه تنها به معنای ایجاد کسب‌وکارهای جدید، بلکه به عنوان فرآیندی پویا برای شناسایی فرصت‌ها، ترکیب منابع و خلق ارزش پایدار تعریف می‌شود که تحت تأثیر عوامل فردی، سازمانی و محیطی قرار دارد. در این میان، ویژگی‌های روان‌شناختی و شناختی کارآفرینان نقش تعیین‌کننده‌ای در موفقیت یا شکست طرح‌های گردشگری ایفا می‌کند. (رحیمی و صادقی، ۱۴۰۱)

یکی از مهم‌ترین سازه‌های روان‌شناختی مرتبط با موفقیت کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه است که ریشه در نظریه شناختی-اجتماعی بندورا دارد و به باور فرد نسبت به توانایی‌هایش برای سازماندهی و اجرای اقدامات لازم جهت دستیابی به اهداف کارآفرینانه اشاره می‌کند. پژوهش‌های متعدد نشان داده‌اند که کارآفرینانی با سطح خودکارآمدی بالاتر، ریسک‌پذیری منطقی‌تر، پایداری بیشتر در برابر موانع و تمایل بیشتری به نوآوری از خود نشان می‌دهند. در صنعت گردشگری که با عدم قطعیت‌های فصلی، تغییرات سلیقه گردشگران و نوسانات اقتصادی مواجه است، خودکارآمدی به عنوان یک سرمایه روان‌شناختی، تاب‌آوری و چابکی کسب‌وکارها را افزایش می‌دهد. با وجود اهمیت این سازه، مکانیسم‌های زیربنایی تبدیل خودکارآمدی به عملکرد عینی کارآفرینانه

همچنان نیازمند واکاوی عمیق‌تری است. (نوروزی و همکاران، ۱۴۰۰)

در ادبیات مدیریت کارآفرینی، عملکرد کارآفرینی معمولاً با شاخص‌هایی نظیر رشد مالی، نوآوری در خدمات، توسعه بازار و رضایت ذی‌نفعان سنجیده می‌شود. اگرچه خودکارآمدی پیش‌بینی‌کننده قوی برای عملکرد است، اما شواهد تجربی نشان می‌دهد که این رابطه مستقیم نیست و تحت تأثیر متغیرهای میانجی شناختی، مهارتی و محیطی قرار دارد. یکی از این متغیرهای کلیدی، هوش‌های چندگانه است که نخستین بار توسط گاردنر مطرح شد و تأکید می‌کند که توانایی‌های انسانی تک‌بعدی نبوده و شامل ابعاد زبانی، منطقی-ریاضی، فضایی، بدنی-جنبشی، موسیقایی، بین‌فردی، درون‌فردی و طبیعت‌گرایانه است. در محیط‌های پویای گردشگری، کارآفرینان موفق معمولاً ترکیبی از این هوش‌ها را به کار می‌گیرند؛ به عنوان مثال، هوش بین‌فردی برای تعامل با گردشگران، هوش فضایی برای طراحی تجربه‌های گردشگری و هوش طبیعت‌گرایانه برای بهره‌برداری پایدار از منابع محیطی. (کریمی و عباسی، ۱۳۹۹)

با این وجود، خلاء پژوهشی محسوسی در زمینه تبیین نقش هوش‌های چندگانه به عنوان مکانیسم انتقالی بین خودکارآمدی و عملکرد کارآفرینی در صنعت گردشگری وجود دارد. بیشتر مطالعات پیشین بر رابطه دوگانه این متغیرها تمرکز داشته‌اند یا هوش را به صورت کلی و تک‌بعدی (هوش عمومی یا IQ) در نظر گرفته‌اند. این رویکرد کاهش گرایانه قادر به تبیین پیچیدگی‌های شناختی مورد نیاز در مدیریت کسب‌وکارهای گردشگری نیست. از سوی دیگر، استان مازندران به دلیل تنوع زیستی، بافت روستایی-شهری و گردشگری سلامت و طبیعت‌گردی، محیطی ایده‌آل برای آزمون مدل‌های کارآفرینی مبتنی بر هوش‌های چندگانه فراهم می‌کند. بنابراین، این پژوهش با هدف پر کردن این خلاء نظری و تجربی، به بررسی

فراتر از معیارهای سنتی هوش عمل می‌کند. در ادبیات مدیریت کارآفرینی، هوش بین‌فردی برای شبکه‌سازی و مذاکره، هوش درون‌فردی برای خودتنظیمی و تصمیم‌گیری استراتژیک، هوش فضایی برای طراحی محصولات گردشگری و هوش طبیعت‌گرایانه برای توسعه اکوتوریسم حیاتی هستند. مطالعات نشان می‌دهد که کارآفرینان موفق گردشگری معمولاً پروفایل هوشی متنوعی دارند و قادرند از ترکیب این ابعاد برای حل مسائل پیچیده و خلق تجربه‌های منحصر به فرد استفاده کنند. (قاسمی و نوری، ۱۴۰۱)

عملکرد کارآفرینی در این پژوهش به عنوان مجموعه‌ای از شاخص‌های کمی و کیفی تعریف می‌شود که نشان‌دهنده موفقیت کسب‌وکار در دستیابی به اهداف اقتصادی، نوآورانه و اجتماعی است. این سازه شامل رشد درآمدی، توسعه بازار، نوآوری در خدمات، پایداری محیطی و رضایت مشتری است. ادبیات موجود تأکید می‌کند که عملکرد کارآفرینی صرفاً تابع عوامل بیرونی نبوده و به شدت تحت تأثیر ویژگی‌های روان‌شناختی و شناختی بنیان‌گذاران قرار دارد. خودکارآمدی به عنوان موتور محرک درونی، و هوش‌های چندگانه به عنوان ابزارهای شناختی-عملیاتی، در کنار هم می‌توانند چرخه خلق ارزش را تسریع کنند. (علی‌زاده و شریفی، ۱۳۹۹)

بررسی پیشینه داخلی نشان می‌دهد که پژوهش‌های متعددی رابطه خودکارآمدی و عملکرد کارآفرینی را در بخش‌های مختلف صنعتی بررسی کرده‌اند، اما تمرکز بر صنعت گردشگری و به ویژه استان مازندران محدود است. به عنوان مثال، پژوهشی در سال ۱۴۰۱ نشان داد که خودکارآمدی کارآفرینانه تأثیر معناداری بر تاب‌آوری کسب‌وکارهای کوچک گردشگری دارد، اما نقش متغیرهای شناختی میانجی مورد غفلت قرار گرفت. مطالعه دیگری در سال ۱۴۰۰ به بررسی هوش هیجانی و عملکرد کارآفرینان روستایی پرداخت، اما از چارچوب هوش‌های چندگانه گاردنر استفاده نکرد. این خلأها ضرورت

تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر عملکرد کارآفرینی با توجه به نقش میانجی هوش‌های چندگانه در صنعت گردشگری استان مازندران می‌پردازد. (حسینی و میرزایی، ۱۴۰۲)

نوآوری اصلی این مطالعه در سه بعد قابل تبیین است: نخست، تلفیق نظریه شناختی-اجتماعی با نظریه هوش‌های چندگانه در چارچوب صنعت گردشگری که تاکنون کمتر مورد توجه قرار گرفته است. دوم، استفاده از رویکرد کمی پیشرفته مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار SmartPLS4 برای آزمون روابط غیرمستقیم و برآورد دقیق اثرات میانجی. سوم، تمرکز بر بافت بومی استان مازندران که امکان تعمیم‌پذیری نتایج به مناطق مشابه با ویژگی‌های گردشگری مشابه را فراهم می‌سازد. یافته‌های این پژوهش می‌تواند مبنایی برای طراحی برنامه‌های آموزشی، مشاوره کارآفرینی و سیاست‌های توسعه گردشگری پایدار در سطح استانی و ملی باشد. (موسوی و رضایی، ۱۴۰۱)

۲. چارچوب نظری و پیشینه تحقیق

خودکارآمدی کارآفرینانه به عنوان یکی از ارکان نظریه شناختی-اجتماعی، به باور فرد درباره توانایی‌هایش برای برنامه‌ریزی، اجرا و پایداری در مسیر کارآفرینی تعریف می‌شود. این سازه تحت تأثیر چهار منبع اصلی شکل می‌گیرد: تجربیات موفق پیشین، مشاهده الگوهای موفق، ترغیب کلامی و حالات فیزیولوژیکی. در محیط کارآفرینی گردشگری، این منابع به کارآفرینان کمک می‌کند تا با وجود نوسانات تقاضا و رقابت شدید، تصمیم‌گیری‌های استراتژیک بهتری اتخاذ کنند. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که خودکارآمدی نه تنها بر قصد کارآفرینانه، بلکه بر عملکرد عملیاتی، نوآوری خدمات و توانایی جذب سرمایه تأثیر مستقیم دارد. (زارع و همکاران، ۱۴۰۰)

هوش‌های چندگانه، بر اساس نظریه گاردنر، ساختاری چندبعدی از توانایی‌های شناختی و کاربردی انسان است که

انجام پژوهش حاضر را بیش از پیش آشکار می‌سازد. (محمدی و کمالی، ۱۴۰۱)

در سطح بین‌المللی، مطالعات نشان داده‌اند که خودکارآمدی کارآفرینانه پیش‌بینی‌کننده قوی برای عملکرد نوآورانه در صنایع خدماتی است. پژوهشی در سال ۲۰۲۲ در اسپانیا نشان داد که کارآفرینان گردشگری با خودکارآمدی بالا، تمایل بیشتری به دیجیتال‌سازی خدمات و توسعه پلتفرم‌های آنلاین دارند. مطالعه‌ای دیگر در سال ۲۰۲۱ در تایلند تأیید کرد که هوش‌های چندگانه به ویژه هوش بین‌فردی و طبیعت‌گرایانه، در موفقیت اکوتوریسم‌های محلی نقش کلیدی ایفا می‌کنند. با این حال، تلفیق این دو سازه در یک مدل ساختاری و آزمون تجربی آن در بافت گردشگری ایران همچنان مغفول مانده است. (احمدی و رضوی، ۱۴۰۰)

مبانی نظری این پژوهش بر سه پایه استوار است: نخست، نظریه شناختی-اجتماعی بندورا که بر نقش باورهای خودکارآمدی در تنظیم رفتار و پایداری تلاش‌ها تأکید دارد. دوم، نظریه هوش‌های چندگانه گاردنر که دیدگاه تک‌بعدی هوش را رد کرده و بر تنوع توانایی‌های شناختی در موقعیت‌های عملیاتی تأکید می‌کند. سوم، دیدگاه مبتنی بر منابع که بیان می‌کند عملکرد سازمانی حاصل ترکیب بهینه منابع انسانی، شناختی و روان‌شناختی است. تلفیق این سه نظریه، چارچوبی منسجم برای تبیین چگونگی تبدیل سرمایه روان‌شناختی به عملکرد عینی فراهم می‌سازد. (حکیمی و نیک‌پور، ۱۴۰۲)

بر اساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش، چهار فرضیه اصلی تدوین شده است: فرضیه اول: خودکارآمدی کارآفرینانه تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد کارآفرینی دارد. فرضیه دوم: خودکارآمدی کارآفرینانه تاثیر مثبت و معناداری بر هوش‌های چندگانه دارد. فرضیه سوم: هوش‌های چندگانه تاثیر مثبت و

معناداری بر عملکرد کارآفرینی دارد. فرضیه چهارم: هوش‌های چندگانه نقش میانجی در رابطه بین خودکارآمدی کارآفرینانه و عملکرد کارآفرینی ایفا می‌کند. این فرضیه‌ها در چارچوب یک مدل ساختاری با سه متغیر و چهار مسیر اصلی آزمون خواهند شد. (کریمی و جعفری، ۱۴۰۱)

۳. روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-پیمایشی با رویکرد کمی است. جامعه آماری شامل کلیه کارآفرینان، مدیران و مالکان واحدهای گردشگری فعال در استان مازندران (شامل اقامتگاه‌های بوم‌گردی، هتل‌ها، آژانس‌های مسافرتی، رستوران‌های گردشگری و مراکز تفریحی-طبیعت‌گردی) در سال ۱۴۰۲ است. بر اساس آمار رسمی اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان، تعداد جامعه آماری حدود ۱۸۵۰ واحد برآورد شد. با استفاده از فرمول کوکران برای جامعه نامحدود و با در نظر گرفتن خطای ۵ درصد و سطح اطمینان ۹۵ درصد، حجم نمونه اولیه ۳۱۵ نفر محاسبه گردید که پس از توزیع پرسشنامه‌ها و حذف موارد ناقص، تعداد ۳۱۲ پرسشنامه معتبر وارد تحلیل نهایی شد. (میرزایی و همکاران، ۱۴۰۲)

روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب بر اساس شهرستان‌های اصلی استان مازندران (ساری، بابل، آمل، نور، چالوس، رامسر و تنکابن) انجام پذیرفت. نسبت‌گیری بر اساس تعداد واحدهای گردشگری ثبت‌شده در هر شهرستان صورت گرفت تا تعریف نمونه بازتاب‌دهنده ساختار جغرافیایی و اقتصادی صنعت گردشگری استان باشد. ابزار گردآوری داده‌ها شامل سه پرسشنامه استاندارد بود: پرسشنامه خودکارآمدی کارآفرینانه دیکس و همکاران (۲۰۱۹) با ۱۲ گویه، پرسشنامه هوش‌های چندگانه گاردنر (فرم

جمعیت‌شناختی در مدل انجام شد تا از تورش روش‌شناختی جلوگیری گردد.

۴. یافته‌ها

تحلیل توصیفی داده‌ها نشان داد که از ۳۱۲ پاسخ‌دهنده، ۳/۵۸ درصد مرد و ۷/۴۱ درصد زن بودند. میانگین سنی شرکت‌کنندگان ۲/۳۷ سال و میانگین سابقه فعالیت کارآفرینانه در صنعت گردشگری ۸/۶ سال بود. از نظر تحصیلات، ۶/۴۲ درصد دارای مدرک کارشناسی، ۴/۳۱ درصد کارشناسی ارشد و ۱/۱۸ درصد دیپلم و زیر دیپلم بودند. توزیع جغرافیایی نمونه نیز متناسب با ساختار شهرستان‌های استان بود که بیشترین سهم مربوط به شهرستان‌های ساری، چالوس و نور بود. این مشخصات جمعیت‌شناختی نشان‌دهنده پوشش مناسب از فعالان جوان و تحصیل‌کرده صنعت گردشگری مازندران است. ارزیابی مدل اندازه‌گیری نشان داد که کلیه بارهای عاملی استاندارد بالاتر از ۷۲/۰ بودند که نشان‌دهنده همبستگی قوی بین گویه‌ها و سازه‌های مربوطه است. مقدار آلفای کرونباخ برای خودکارآمدی کارآفرینانه ۸۹/۰، برای هوش‌های چندگانه ۹۱/۰ و برای عملکرد کارآفرینی ۸۷/۰ به دست آمد. پایایی ترکیبی (CR) نیز به ترتیب ۹۰/۰، ۹۲/۰ و ۸۸/۰ گزارش شد که همگی بالاتر از حد آستانه ۷/۰ هستند. روایی همگرا با شاخص AVE سنجیده شد که مقادیر آن به ترتیب ۶۸/۰، ۷۱/۰ و ۶۵/۰ بود و نشان‌دهنده تبیین مناسب واریانس گویه‌ها توسط سازه‌های مربوطه است.

روایی واگرا با استفاده از شاخص HTMT و مقایسه جذر AVE با همبستگی‌های بین‌سازه‌ای بررسی شد. مقادیر HTMT برای کلیه جفت‌سازه‌ها کمتر از ۸۵/۰ بود که نشان‌دهنده تمایز مفهومی مناسب است. همچنین، جذر AVE هر سازه بالاتر از همبستگی آن با سایر سازه‌ها قرار داشت که تأییدکننده روایی واگرای مدل است. آزمون واریانس ناهمسانی

بزرگسالان) با ۲۴ گویه و پرسشنامه عملکرد کارآفرینی دس و مونتگومری (۲۰۲۰) با ۱۰ گویه. کلیه گویه‌ها بر مقیاس لیکرت پنج‌درجه‌ای (کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) تنظیم شدند.

برای اطمینان از روایی محتوایی، پرسشنامه‌ها توسط پنج نفر از اساتید مدیریت کارآفرینی و گردشگری مورد بررسی قرار گرفت و اصلاحات لازم بر اساس نظرات آنان اعمال شد. روایی سازه با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی و شاخص‌های بار عاملی، روایی همگرا (AVE) و روایی واگرا (HTMT) سنجیده شد. پایایی ابزارها نیز با محاسبه آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) مورد ارزیابی قرار گرفت. کلیه شاخص‌ها در محدوده قابل قبول (بار عاملی بالاتر از ۷/۰، AVE بالاتر از ۵/۰، CR بالاتر از ۷/۰ و آلفای کرونباخ بالاتر از ۷/۰ قرار گرفتند).

تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS4 و تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) انجام پذیرفت. این روش به دلیل عدم نیاز به توزیع نرمال داده‌ها، توانایی بالا در مدل‌های پیچیده و مناسب بودن برای پژوهش‌های کاربردی مدیریت، انتخاب شد. فرآیند تحلیل در دو مرحله انجام شد: مرحله اول، ارزیابی مدل اندازه‌گیری (بررسی پایایی و روایی سازه‌ها) و مرحله دوم، ارزیابی مدل ساختاری (آزمون فرضیه‌ها، برآورد ضرایب مسیر، آماره t ، ضریب تعیین R^2 ، اندازه اثر f^2 و شاخص پیش‌بینی Q^2 آزمون میانجی با روش بوت‌استرپینگ (۵۰۰۰ زیرنمونه) و محاسبه اثر غیرمستقیم انجام پذیرفت.

ملاحظات اخلاقی پژوهش شامل اخذ رضایت آگاهانه از شرکت‌کنندگان، تضمین محرمانگی اطلاعات، عدم استفاده از داده‌ها برای اهداف غیرپژوهشی و ارائه گزارش نهایی به نهادهای ذی‌صلاح استانی بود. همچنین، به دلیل ماهیت خوداظهاری پرسشنامه‌ها، آزمون واریانس ناهمسانی مشترک (CMV) با روش هارمن و کنترل اثرات متغیرهای

همان طور که در جدول ۱ مشاهده می شود، کلیه فرضیه های پژوهش در سطح اطمینان ۹۹ درصد تأیید شدند. خودکارآمدی کارآفرینانه تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد کارآفرینی دارد. همچنین، خودکارآمدی تاثیر معناداری بر هوش های چندگانه و هوش های چندگانه تاثیر معناداری بر عملکرد دارد. آزمون میانجی با روش بوت استرپینگ نشان داد که اثر غیرمستقیم خودکارآمدی بر عملکرد از طریق هوش های چندگانه برابر ۰/۰۹۲ است که در سطح ۰۰۱/۰ معنادار می باشد. نسبت واریانس تبیین شده (VAF) برابر ۳/۲۸ درصد به دست آمد که نشان دهنده میانجی گری نیمه کامل است.

تحلیل تکمیلی نشان داد که ابعاد هوش بین فردی و طبیعت گرایانه بیشترین سهم را در تبیین عملکرد کارآفرینی دارند که با ماهیت خدمات محور و محیط گرای صنعت گردشگری مازندران همخوانی دارد. خودکارآمدی کارآفرینانه از طریق افزایش اعتماد به نفس در مواجهه با چالش های فصلی و نوسانات بازار، موجب تقویت انگیزه برای پرورش مهارت های هوشی متعدد می شود که در نهایت به بهبود نوآوری خدمات، رضایت مشتری و پایداری مالی منجر می گردد. مدل نهایی از نظر برازش نیز دارای شاخص های قابل قبول $SRMR=0.062$ ، $NFI=0.91$ بود که تأییدکننده مناسب بودن ساختار نظری برای داده های تجربی است.

۵. بحث و نتیجه گیری

یافته های این پژوهش نشان داد که خودکارآمدی کارآفرینانه نقش محوری در ارتقای عملکرد کارآفرینی در صنعت گردشگری استان مازندران ایفا می کند. این نتیجه با یافته های پژوهش های پیشین در زمینه تاثیر باورهای خودکارآمدی بر پایداری کسب و کار و نوآوری خدمات همسو است. مکانیسم این تاثیر را می توان در چارچوب نظریه شناختی-اجتماعی تبیین

مشترک (CMV) با روش هارمن نشان داد که تنها ۴/۳۱ درصد واریانس توسط یک عامل تبیین شد که کمتر از آستانه ۵۰ درصد است و نشان دهنده عدم وجود تورش روش شناختی جدی در داده ها می باشد.

ارزیابی مدل ساختاری نشان داد که ضریب تعیین (R^2) برای متغیر میانجی هوش های چندگانه برابر ۳۸/۰ و برای متغیر وابسته عملکرد کارآفرینی برابر ۴۱/۰ به دست آمد که نشان دهنده توان تبیینی متوسط تا قوی مدل است. شاخص f^2 نشان داد که خودکارآمدی کارآفرینانه اثر بزرگی بر هوش های چندگانه (۳۱/۰) و اثر متوسطی بر عملکرد کارآفرینی (۲۳/۰) دارد. هوش های چندگانه نیز اثر متوسطی بر عملکرد (۲۶/۰) ایفا می کند. شاخص پیش بینی Q^2 با روش blindfolding برابر ۳۶/۰ به دست آمد که بالاتر از صفر است و نشان دهنده توان پیش بینی مناسب مدل برای داده های جدید می باشد.

جدول ۱: نتایج آزمون فرضیه های پژوهش در مدل ساختاری

وضعیت فرضیه	سطح معناداری (p)	آماره t	ضریب مسیر (β)	مسیر فرضیه
تأیید	۰۰۱/۰ <	۶۸/۵	۲۳۴/۰	خودکارآمدی → عملکرد
تأیید	۰۰۱/۰ <	۸۹/۶	۳۱۷/۰	خودکارآمدی → هوش های چندگانه
تأیید	۰۰۱/۰ <	۷۴/۵	۲۸۹/۰	هوش های چندگانه → عملکرد
تأیید	۰۰۱/۰ <	۲۱/۴	۰۹۲/۰	اثر غیرمستقیم (میانجی)

نشان می‌دهند. این یافته اهمیت گذار از آموزش‌های تک‌بعدی کارآفرینی به برنامه‌های توسعه شناختی-مهارتی چندبعدی را برجسته می‌سازد. (احمدی و رضوی، ۱۴۰۰)

از منظر نظری، این پژوهش با تلفیق سه چارچوب مفهومی (نظریه شناختی-اجتماعی، نظریه هوش‌های چندگانه و دیدگاه مبتنی بر منابع)، مدل یکپارچه‌ای برای تبیین رفتار کارآفرینانه در صنعت گردشگری ارائه می‌دهد. این مدل نشان می‌دهد که عملکرد کارآفرینی صرفاً تابع عوامل بیرونی یا سرمایه مالی نیست، بلکه حاصل تعامل پیچیده بین باورهای درونی، توانایی‌های شناختی و بافت محیطی است. از منظر عملی، یافته‌ها به سیاست‌گذاران گردشگری مازندران پیشنهاد می‌کند که برنامه‌های توانمندسازی کارآفرینان را بر اساس ارزیابی‌های اولیه پروفایل هوشی و مداخلات روان‌شناختی برای تقویت خودکارآمدی طراحی نمایند. آموزش‌های ترکیبی شامل کارگاه‌های تاب‌آوری روان‌شناختی، توسعه مهارت‌های بین‌فردی و طبیعت‌گردی پایدار می‌تواند بهره‌وری سرمایه انسانی در این صنعت را به طور معناداری افزایش دهد. (حکیمی و نیک‌پور، ۱۴۰۲)

با این وجود، این پژوهش با محدودیت‌هایی همراه بوده است. نخست، ماهیت مقطعی داده‌ها امکان استنتاج علیت قطعی را محدود می‌سازد و پژوهش‌های آتی می‌توانند از طراحی طولی برای ردیابی تغییرات خودکارآمدی و هوش‌های چندگانه در طول زمان استفاده کنند. دوم، استفاده از خودگزارشی ممکن است تحت تأثیر تورش مطلوبیت اجتماعی قرار گیرد؛ اگرچه آزمون CMV نشان‌دهنده کنترل مناسب این مسئله بود، اما استفاده از منابع داده چندگانه (مانند ارزیابی هم‌تایان یا داده‌های عملکردی عینی) در مطالعات آینده توصیه می‌شود. سوم، تمرکز بر استان مازندران اگرچه امکان تعمیم به مناطق مشابه را فراهم می‌کند، اما بررسی تطبیقی با سایر استان‌های گردشگری ایران یا کشورهای همسایه می‌تواند به

کرد: کارآفرینانی که به توانایی‌های خود باور دارند، در مواجهه با عدم قطعیت‌های گردشگری (مانند تغییرات فصلی، بحران‌های اقتصادی یا رقابت فزاینده) از راهبردهای حل مسئله فعال‌تر، پایداری رفتاری بیشتر و تمایل بالاتر به یادگیری تجربی استفاده می‌کنند. این ویژگی‌ها مستقیماً به بهبود شاخص‌های عملکردی نظیر رشد درآمدی، توسعه بازار و نوآوری در تجربه گردشگری منجر می‌شود. (نوروزی و همکاران، ۱۴۰۰)

نوآوری کلیدی این پژوهش، شناسایی و آزمون نقش میانجی هوش‌های چندگانه در این رابطه است. یافته‌ها نشان داد که خودکارآمدی نه تنها مستقیماً بر عملکرد تأثیر می‌گذارد، بلکه با تقویت توانایی‌های شناختی-عملیاتی چندبعدی، مسیر غیرمستقیم معناداری را نیز فعال می‌کند. این نتیجه با نظریه گاردنر و مطالعات اخیر در زمینه روان‌شناسی کارآفرینی همخوانی دارد. کارآفرینان گردشگری موفق در مازندران معمولاً ترکیبی از هوش بین‌فردی (برای تعامل مؤثر با گردشگران و شرکای تجاری)، هوش طبیعت‌گرایانه (برای بهره‌برداری پایدار از اکوسیستم‌های بومی) و هوش فضایی (برای طراحی فضاهای اقامتی و تجربه‌های بصری جذاب) را به کار می‌گیرند. خودکارآمدی به عنوان کاتالیزور درونی، انگیزه و اعتماد لازم برای پرورش و به کارگیری این ابعاد هوشی را فراهم می‌سازد. (قاسمی و نوری، ۱۴۰۱)

مقایسه یافته‌ها با مطالعات بین‌المللی نشان می‌دهد که اگرچه رابطه خودکارآمدی و عملکرد در صنایع خدماتی به طور گسترده تأیید شده است، اما نقش میانجی هوش‌های چندگانه به ویژه در بافت‌های بومی و گردشگری محور کمتر مورد توجه قرار گرفته است. پژوهش حاضر نشان داد که در محیط‌هایی مانند مازندران که گردشگری به شدت به منابع طبیعی، فرهنگ محلی و تعاملات انسانی وابسته است، کارآفرینانی با پروفایل هوشی غنی‌تر و خودکارآمدی بالاتر، عملکرد پایداری از خود

حسینی، ع.، و میرزایی، ر. (۱۴۰۲). بررسی رابطه هوش های چندگانه و نوآوری خدمات در صنعت گردشگری ایران. پژوهش های کاربردی مدیریت، ۱۱(۴)، ۸۹-۱۰۵.

رحیمی، ب.، و صادقی، ک. (۱۴۰۱). خودکارآمدی کارآفرینانه و تاب آوری سازمانی در بوم گردی های شمال ایران. فصلنامه مدیریت گردشگری، ۸(۱)، ۳۳-۵۱.

زارع، م.، کریمی، ل.، و موسوی، ن. (۱۴۰۰). پیش بینی عملکرد کارآفرینانه بر اساس سرمایه روان شناختی و سواد دیجیتال. مجله علمی پژوهش در مدیریت، ۱۴(۳)، ۷۷-۹۴.

شکوری، ج.، و محمدی، ا. (۱۴۰۲). تبیین الگوی عملکرد کارآفرینان گردشگری مبتنی بر نظریه هوش های چندگانه. نشریه مطالعات توسعه گردشگری، ۱۰(۲)، ۷۳-۵۵.

قاسمی، پ.، و نوری، ر. (۱۴۰۱). سنجش روایی و پایایی پرسشنامه هوش های چندگانه گاردنر در محیط کارآفرینی ایران. مجله روان شناسی کاربردی، ۷(۴)، ۴۱-۵۸.

کریمی، ح.، و عباسی، م. (۱۳۹۹). نقش هوش طبیعت گرایانه در توسعه اکوتوریسم پایدار: مطالعه موردی مازندران. فصلنامه جغرافیا و توسعه، ۱۸(۶۱)، ۱۲۱-۱۴۰.

کریمی، م.، و جعفری، ع. (۱۴۰۱). مدل سازی معادلات ساختاری در پژوهش های کارآفرینی: راهنمای عملی با SmartPLS انتشارات دانشگاه تهران.

موسوی، س.، و رضایی، ف. (۱۴۰۱). تاثیر خودکارآمدی بر عملکرد نوآورانه در کسب و کارهای خدماتی. مجله مدیریت صنعتی، ۱۳(۲)، ۸۸-۱۰۴.

تعمیم پذیری فرامرزی مدل کمک کند. (موسوی و رضایی، ۱۴۰۱)

پژوهش های آتی می توانند با طراحی مطالعات طولی، تغییرات پویای خودکارآمدی و هوش های چندگانه را در چرخه عمر کسب و کارهای گردشگری بررسی نمایند. همچنین، استفاده از روش های ترکیبی (کمی-کیفی) برای واکاوی عمیق تجربه زیسته کارآفرینان در پرورش ابعاد خاص هوشی و نقش آن در موفقیت طرح های بوم گردی توصیه می شود. مقایسه تطبیقی مدل حاضر در استان های با ویژگی های گردشگری متفاوت (مانند استان های کویری، کوهستانی یا جزیره ای) می تواند به شناسایی تعدیل کننده های محیطی کمک کند. از سوی دیگر، طراحی و آزمون مداخلات آموزشی مبتنی بر پرورش هوش های چندگانه و تقویت خودکارآمدی در قالب کارگاه های عملیاتی گردشگری می تواند زمینه ساز پژوهش های کاربردی تر شود. در نهایت، بررسی نقش متغیرهای تعدیل گر نظیر حمایت نهادی، دسترسی به فناوری دیجیتال و سواد اکولوژیک می تواند مدل حاضر را غنی تر و عملیاتی تر نماید.

فهرست منابع

احمدی، ف.، و رضوی، س. (۱۴۰۰). نقش خودکارآمدی و هوش هیجانی در عملکرد کارآفرینان گردشگری: مطالعه موردی استان گیلان. فصلنامه پژوهش های مدیریت گردشگری، ۹(۳)، ۴۵-۶۲.

حکیمی، م.، و نیک پور، ح. (۱۴۰۲). مدل سازی ساختاری عوامل روان شناختی مؤثر بر پایداری کسب و کارهای کوچک گردشگری. مجله توسعه کارآفرینی، ۱۵(۲)، ۱۱۲-۱۳۰.

میرزایی، ک، احمدی، س، و نوری، پ. (۱۴۰۲). ارزیابی عملکرد کارآفرینان گردشگری با رویکرد داده‌محور. نشریه پژوهش‌های اقتصادی ایران، ۲۸(۹۵)، ۱۵۵-۱۷۳.

نوروزی، ع، حسینی، م، و کریمی، ر. (۱۴۰۰). نقش میانجی انگیزه درونی در رابطه خودکارآمدی و عملکرد کارآفرینانه. فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، ۱۰(۳)، ۶۷-۸۵.

علی‌زاده، م، و شریفی، ز. (۱۳۹۹). هوش‌های چندگانه و موفقیت کارآفرینی در مناطق روستایی. مجله توسعه روستایی، ۱۲(۱)، ۴۳-۶۰.

حکیمی، م، و نیک‌پور، ح. (۱۴۰۲). مدل‌سازی ساختاری عوامل روان‌شناختی مؤثر بر پایداری کسب‌وکارهای کوچک گردشگری. مجله توسعه کارآفرینی، ۱۵(۲)، ۱۱۲-۱۳۰.

Bandura, A. (2018). Self-efficacy: The exercise of control. *Macmillan Learning*.

DeSantis, J., & Montgomery, D. (2020). Measuring entrepreneurial performance in service industries: A multidimensional scale development. *Journal of Small Business Management*, 58(4), 789-810.

Gardner, H. (2019). Frames of mind: The theory of multiple intelligences (Revised ed.). *Basic Books*.

Kreutzer, P., & Jafari, A. (2022). Entrepreneurial self-efficacy and innovation performance: The mediating role of cognitive flexibility. *Journal of Business Research*, 142, 334-345.