

Нілаваті Фернанінгсі, Пуджі Херіджанто, Анна Відаяні, Маскур, Діана Ека Поернамаваті

Як зростає підприємницька поведінка малих та середніх підприємств (МСП) в Індонезії?

Підприємницька пристрасність – це основа для ведення бізнесу. Менеджери малих та середніх підприємств (МСП) мають пристрасно визначати свої можливості та підвищувати свою самоефективність, самоврядність та власні підприємницькі наміри. Метою цього дослідження є оцінювання того, чи посилює підприємницька пристрасність підприємницькі наміри, підкріплені самоефективністю та самоврядністю в МСП. Цільовою аудиторією є 191 312 суб'єктів малого та середнього бізнесу Східної Яви, Індонезія; остаточною вибіркою містить 334 суб'єктів МСП, визначених за формулою Словіна. Дані проаналізовані з допомогою програмного забезпечення SmartPLS та підходу SEM. Результати тестування показують, що підприємницький дух позитивно впливає на самоефективність, зі значенням t-статистики 60,267. Крім того, підприємницька пристрасність позитивно впливає на підприємницькі наміри, зі значенням t-статистики 29,806. Підприємницька пристрасність позитивно впливає на самоврядність зі значенням t-статистики 7,502. Крім того, самоефективність позитивно впливає на підприємницькі наміри зі значенням t-статистики 3,438. Нарешті, самоврядність позитивно впливає на підприємницькі наміри зі значенням t-статистики 2,295. На закінчення, ця стаття доповнює відповідну літературу про вплив підприємницької пристрасності, самоефективності та самоврядності на підприємницькі наміри.

Ключові слова: підприємницька пристрасність, самоефективність, самоврядність, підприємницький намір, МСП

Класифікація JEL: L20, L26, O15



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.