

# **Influential Article Review - Demonstrating the Influence of Entrepreneurial Attitude on Self-Employment Intention among Engineering Students in Ethiopia**

**Ethel Mcguire**

**Penny Nunez**

**Alfredo Rodriquez**

*This paper examines entrepreneurship. We present insights from a highly influential paper. Here are the highlights from this paper: Entrepreneurship is a worldwide phenomenon with economic growth across the globe that is rendered by the emergence of new and innovative business start-ups. Thus, the main objective of this research was to model the impact of entrepreneurial attitudes on self-employment intention among final year engineering students in Bahir Dar Institute of Technology, Debre Markos University and University of Gondar, Ethiopia, in 2017. To achieve the objective of the study, a survey research approach was employed. Questionnaire and interview were the instruments used, and stratified sampling technique was adopted to select 921 respondents from a population of 4327 final year undergraduate engineering students in the 2016/2017 academic session. To analyze the data, descriptive statistics, chi-square test, principal component factor analysis, and binary logistic regression analysis were employed. The descriptive result revealed that about 57.4% of the students had an intention to be self-employed while 42.6% do not have an intention. The principal component factor analysis was used to reduce the set of variables by grouping variables with similar characteristics together and generating new variables (factors). These methods help the researchers to transform the number of correlated variables into a smaller number of uncorrelated variables. The logistic regression analysis was performed to investigate the effect of the predictor variables on self-employment intention status of students. The results showed that entrepreneurial education/training and entrepreneurial attitudes significantly predicts students' self-employment intention. Accordingly, information and opportunity seeking, creativity and problem solving skills, achievement and instrumental readiness, self-confidence and self-esteem, goal setting, entrepreneurship education/training, business-owned family background, prior business experience with family, access to finance/capitals for startup, and networking and professional contacts were found to be significant predictors at 5% level of significance. These factors had a positive relationship with self-employment intention at 5% level of significance. In the meanwhile, demographic factors (such as age, gender, and marital status) and socio-economic factors (such as parents' occupation, colleagues' business background, means of finance, discouragement by external environment, and clear future business idea) are not significant predictors at 5% level of significance. The study recommends that the government as well as the universities should design programs that facilitate entrepreneurship to change the mindset, attitude, and intention of those students who do not have knowhow about entrepreneurship as a future*

*career. For our overseas readers, we then present the insights from this paper in Spanish, French, Portuguese, and German.*

*Keywords : Entrepreneurial attitude , Self-employment intention , Principal component analysis , Binary logit model, Student*

## **SUMMARY**

- As mentioned previously, this study involved 921 final year undergraduate university students who enrolled in various engineering programs. The descriptive result revealed that about 57.4% of the students have an intention to be self-employed while 42.6% do not have. From the sample of respondents, 76.7% were female and 23.3% were male. In terms of age, 1.1% were in the age category below 20 years, 77.1% of the respondents were in the age category between 20 and 24 years, and 21.5% were in the age category above 24 years.
- Factor analysis and reliability analysis. Since the research data contains many correlated variables, exploratory factor analysis was performed separately on the dimensions of students' self-employment intention and entrepreneurial attitudes . The extraction method used for exploring factors is principal component analysis with rotated component matrix using varimax normalization and only take components when eigenvalues are greater than one. This method helps to reduce the number of variables by grouping variables with similar characteristics together and generates new variables that are uncorrelated with one another and capable of explaining the observed variance in the large number of variables . Finally, these reduced factors are employed for regression analysis.
- Firstly, factor analysis was conducted to confirm the validity of self-employment intention. Self-employment intention of students has been measured with 9 statements with 5 Likert-scale. The statements used to measure self-employment intention of students are listed in the Appendix .
- To apply PCA method, firstly it is mandatory to check the adequacy of the data. It was checked by The Kaiser-Mayer-Olkin and Bartlett's Test of Sphericity statistics. The Kaiser-Mayer-Olkin measure of sampling adequacy for the dimension of self-employment intention was 0.885 which indicates that the sample is adequate. A KMO value greater or equal to 0.70 is considered as adequate . Bartlett's Test of Sphericity was also significant at 5% level. This value of KMO and Bartlett's Test of Sphericity statistic shows us the appropriateness to apply exploratory factor analysis for 9 questions of dependent variable.
- Test of association between variables. Before we go to model the self-employment intention of students, first we assess the association between self-employment intention with the student's demographic and socio-economic characteristics. Using chi-square test, any variable having a significant relationship from self-employment intention is considered as a candidate for logistic regression analysis. The results are summarized as follows.
- In Table 5, we assessed the association between self-employment intention with demographic and socio-economic characteristics using chi-square test.
- Parameter estimation of the binary logistic model. Firstly, we fit an empty model without any predictor variables and we obtain the initial log-likelihood . The initial  $-2LL$  value is 1182.137 at step 0, before any variables have been added to the model.

## **HIGHLY INFLUENTIAL ARTICLE**

We used the following article as a basis of our evaluation:

Ayalew, M. M., & Zeleke, S. A. (2018). Modeling the impact of entrepreneurial attitude on self-employment intention among engineering students in Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 7(1), 1–27.

This is the link to the publisher's website:

<https://innovation-entrepreneurship.springeropen.com/articles/10.1186/s13731-018-0088-1>

## INTRODUCTION

Entrepreneurship is a worldwide phenomenon with economic growth across the globe that is rendered by the emergence of new and innovative business start-ups. This new and innovative business idea is developed by entrepreneurs. In addition to developing new and innovative business idea, entrepreneurs have also developed certain skills, attitudes, and behavior which enable them to perform their roles in the society (Inegbenobor, 2006). These new businesses play a significant role in job creation, influencing politicians to recognize and support entrepreneurial start-up activity due to its positive contribution to the economy. Therefore, entrepreneurship is a key factor for economic growth (McStay, 2008).

For entrepreneurship, growth drives towards economic growth, public, private, and nongovernmental organizations are taking various measures to promote entrepreneurship in different countries. Universities and colleges have implemented various postgraduate, undergraduate, and diploma courses on small business management and entrepreneurship (Plant and Ren, 2010; Nishantha, 2008). In developing countries, the role of entrepreneurship for development is more important than developed countries as far as the creation of self-employment opportunities and reduction of unemployment situations are concerned (Nishantha, 2008). Currently, the rate of unemployment among high schools and university graduates remains proportionally higher than the rate for less educated workers. Then, providing employment opportunities for all graduates is a crucial issue (Ummah, 2009). One of the ways to solve the problem of unemployment is bringing further graduate entrepreneurship. Graduate entrepreneurship is a process taken by a graduate to start a business in terms of an individual career orientation (Olufunso, 2010). The world needs graduates who are innovative, dynamic, smart, daring, efficient, determined, modern, and employable or, in one word, entrepreneurial.

Higher Learning Institutes in Ethiopia are producing an increasing number of graduates every year. However, the average duration of the unemployment period in urban Ethiopia was found to be more than 1 year (Serneels, 2004). The graduate oversupply has contributed to the imbalance of the number of graduates in relation to the job opportunities available in the market. The government has come out with micro-credit loan schemes to help young and inexperienced graduates to start a business. For instance, the government approved a 10-billion birr (Ethiopian currency) revolving fund for Ethiopian youth in 2017/2018. The revolving fund was designed to provide financial assistance for youth to help them to employ their capabilities by creating jobs. This fund was administered by the commercial bank of Ethiopia (CBE) and paid to the youth via micro-financial institutions for the purpose of job creation. The access to credit facilities helps to encourage economic growth. The Government of Ethiopia has initiated numerous interventions to encourage entrepreneurship; however, enough progress has not been made up to date. This can be attributed to the lack of understanding of the attitudes and perceptions among the youth towards entrepreneurship. These interventions mainly focus on dealing with the most common obstacles such as the financial support and regulation, while ignoring to foster the correct attitude towards entrepreneurship as a career choice.

Students may have different attitudes and can react differently to the expected self-employment behavior. Perhaps they can exhibit positive or negative attitudes towards self-employment depending on their background and other traits. If the students have positive attitudes towards self-employment, it is likely that after graduation, they will start their own business. Conversely, if they form a negative attitude, likely they will not become self-employed. In general, individuals desiring more income, more independence, and more net perquisites have a high tendency to engage in entrepreneurship (Fitzsimmons and Douglass, 2005). Likewise, an individual with higher tolerance for risk and less aversion to work effort should be expected to be more likely to engage in entrepreneurial behavior (Douglas and Shepherd, 2002).

As mentioned above, entrepreneurship is positively affected by the emergence of new and innovative business start-ups. These new small businesses play a significant role in job creation, influencing politicians

to recognize and support entrepreneurial start-up activity due to its positive contribution to economic growth. Studies on the entrepreneurial intention of undergraduates have focused mainly on developed countries. However, developing countries have not been yet focused properly (Olufunso, 2010). Using descriptive research design/framework, different scholars examine the impact/influence of entrepreneurial attitude on self-employment intention. But none of these previous studies model the impact of entrepreneurial attitude of self-employment and examine the extent of the variation in entrepreneurial motivation on self-employment within and between students, departments, and universities. The approaches they stated are suffering from some problems that made them inappropriate to measure the entrepreneurs' attitude and characteristics. Therefore, this research aims to fill the aforementioned gaps of the previous research works not only by using descriptive research designs but also by using inferential research designs. Doing this has the following contributions. Firstly, this study aims to model the impact of entrepreneurial attitude and perception on self-employment intention among final year engineering students in Bahir Dar Institute of Technology, Debre Markos University and University of Gondar in Ethiopia in the 2016/2017 academic session. So, this estimated model has a significant contribution for policy makers to predict the probability of students being self-employed in their future career. Secondly, the study quantifies the extent of variation of students on self-employment. Thirdly, it has also a contribution to ascertain whether or not there is a significant difference between the students placed in different departments and universities in their attitudes and perception towards self-employment. Such understanding or finding, in turn, becomes an input to government officials, educators, potential entrepreneurs, and policy makers to improve graduate entrepreneurship and hence reduce graduate unemployment.

## **Literature review**

### *Theoretical background*

Self-employment intention has been defined in different ways: as the intention to start a new business (Zhao, Hills, and Seibert, 2005), the intention to own a business (Crant, 1996), or the intention to be self-employed (Douglas and Shepherd, 2002). Making graduates more employable is a global challenge, and universities around the world are becoming more entrepreneurial to overcome the challenge. Higher teaching-learning institutions have provided incentives which encourage students to start their own business, informing entrepreneurs when they express a desire to create their own business (Moreno, Castillo, and Triguero, 2012). Entrepreneurship education improves motivation towards being entrepreneurial by inspiring students' personal attraction towards entrepreneurship and perceived behavioral control (Dugassa, 2012).

The decision for an individual to become self-employed or to remain as an employee depends on some factors. Many studies pointed out how these factors play an important role in motivating and restraining people to become self-employed. The motivating factors make self-employment attractive. For instance, an existing opportunity for profit making may attract young people to start-up their own business. Similarly, low wage or dissatisfied conditions of work would make paid employment less attractive. Analyzing factors that influence individuals' decision to become self-employed and why people choose paid employment rather than launch their own business will provide an important guide for policy makers. The reasons why people become self-employed or choose to be employed have been discussed in entrepreneurship literature. Self-employment is being considered synonymous with entrepreneurship. In fact, many studies used self-employment as a proxy for measuring entrepreneurship (Bjuggren, Johansson, and Stenkula, 2012; Rietveld, Hessels, and Zwan, 2014).

Innovation is the tool of entrepreneurship. Innovation is defined as adding something new to an existing product or process. Therefore, people with an innovative mindset are more likely to initiate business and sustain it through continuous improvement (Okpara, 2007). In the entrepreneurial development process, entrepreneurs who learn and develop their self-management and self-monitoring skills have more opportunities to enhance entrepreneurial knowledge and experiences (Tseng, 2013). High achievements on creativity and prior entrepreneurial experiences have a direct relationship with entrepreneurial preferences, whereas perception of failure has an indirect influence (Hamidi, Wennberg, and Berglund, 2008). However, diversity of educational background based on department offers plausible explanations on the difference of entrepreneurial perception of university undergraduate students (Wu and

Wu, 2008). Students are more likely to formulate the choice of starting their own business, when they successfully feel, recognize, and evaluate their own and others' interest (Zampetakis, Kafetsios, Bouranta, Dewett, and Moustakis, 2009). If the surrounding environment empowers the students and while learning is really based on personal interest, it creates a strong internal motivation (Tautila, 2010). Some scholars pointed out that the higher experience or skill in entrepreneurship, the higher interest for self-employment and the perceived feasibility of self-employment (Davey, Plewa, and Struwig, 2011).

Social factors have an encouraging or impending effect on the intention of individuals for entrepreneurial careers. Family background, education, previous work experience, risk attitude, over-optimism, preference for independence, and the norms and values of a society influence the choice of individual's life careers, i.e., entrepreneurship or salaried employment (Sanditov and Verspagen, 2011). The educational system has a capacity to generate and disseminate knowledge, transform to practices and sources of alternative career choices, and broaden the horizon of individuals in fulfilling economic and social needs. In Africa, for educated people, entrepreneurship is a necessity rather than an opportunity. They established their own business while finding wage employment is highly competitive and full of corruption (Schaumburg-Müller, Jeppesen, and Langevang, 2010).

Different scholars have assessed the attitude of individuals on self-employment using entrepreneurial attitude orientation (EAO) model. For instance, Shariff and Saud (2008) conducted a research using the EAO model on final year business management undergraduates. Their results show that there is a significant difference between undergraduates minored in entrepreneurship courses and non-entrepreneur undergraduates in terms of self-esteem and personal control, with the mean for the entrepreneur undergraduates group being higher in personal control. Hence, there is no significant difference in terms of innovation and achievement. Zain, Akram, and Ghani (2010) also did a survey among business students and found out that there was a significant relationship between personal traits factor or attitude towards the behavior and the self-employment intention. However, they examine these personal traits or factors in general as the way an individual thinks and behaves without focusing on achievement in business, innovation in business, perceived personal control of business outcomes, and perceived self-esteem in business (EAO model). Moreover, Ismail, Jaffar, and Hooi (2013) conducted a research using entrepreneurial attitude orientation (EAO) model to predict the self-employment intentions among the public and private universities' undergraduates in Malaysia. The result of the research shows that personal control, self-esteem, and innovation were found to have significant and positive relationships with self-employment intention. Meanwhile, achievement in business was found to have no significant relationship with self-employment intention.

Nguyen (2017) also studied entrepreneurial intention among international business students in Viet Nam. He used exploratory factor analysis and multiple regressions to examine the responses from 372 final year students. The result of his study confirms that attitude towards entrepreneurship and perceived behavior control is positively related to entrepreneurial intention. On the contrary, the subjective norm fails to generate a significant impact on entrepreneurial intention. In related study, other scholars also confirmed that subjective norm, perceived behavioral control, and family business background significantly predicts students' interest in entrepreneurship (Osakede, Lawanson, and Sobowale, 2017). In addition to this, they came to a conclusion that students' interest in entrepreneurship is commonly seen among males than female students. Meanwhile, their findings showed that students' engagement in business activities has no significant effect on academic performance.

The need of students on self-employment can be achieved through effective communication whereby information is captured properly and feedback is provided. Therefore, access to information is also an important element for the intention to establish a new business (Kristiansen and Indarti, 2004). Having access to business information is the availability of information on the environment about establishing a new venture and how to run a business. In addition, availability of finance/capital is also regarded as one of the common obstacles to establishing a new business (Kristiansen and Indarti, 2004). Access to finance is the ability of the individuals to find financial support to establish a business since most of the investors and banks are not willing to make investments in new ventures.

There are many research articles on self-employment intentions around the world that focus on attitude towards entrepreneurial behaviors. However, developing countries have not been yet focused properly (Olufunso, 2010). Gemechis (2007) studied a research entitled The Attitude of College Students towards Entrepreneurship on the Case of Addis Ababa University and Rift Valley University College. The findings of his research shows that access to finance for start-up, lack of appropriate education/training, business counseling, and low level of understanding towards entrepreneurship are considered as some of the important factors that act as barriers to start a business by the young people. Furthermore, Robson (2015) also studied the determinants of entrepreneurial motivation of undergraduate students in Ethiopian higher learning institutions particularly on Haramaya University. The result of the study shows that the majority of the respondents' family was hired in different companies. However, unlike their family, they would like to become self-employed and plan to operate their own business after graduation. Perceived opportunities of need for independence and higher social position have motivated them to be an entrepreneur. He also pointed out the fact that respondents from business-owned family had high interest in self-employment as compared to respondents from non-business-owned family.

Most studies on entrepreneur attitudes emphasized at a great deal on personality and demographic approaches. The approaches they stated are suffering from some problems that made them inappropriate to measure the entrepreneurs' characteristics. Robinson, Stimpson, Heufner, and Hunt (1991) have developed Entrepreneurial Attitude Orientation (EAO) scale that helps to measure and describes entrepreneur's attitude. They have tested the model and found to be high in validity and reliability.

Due to the needs to encourage universities' undergraduates to explore entrepreneurship, it is essential to understand how to develop and nurture potential entrepreneurs. The research question is whether or not the universities' undergraduates' attitudes towards entrepreneurship have significant relationship with their self-employment intentions. Therefore, this study was conducted to predict the self-employment intention among universities' undergraduates in Ethiopia by adopting the binary logistic regression model.

### **Conceptual framework and hypothesis development**

Scholars confirm that attitude is the most significant predictors of entrepreneurial and self-employment intention. In contrast, Zhang, Wang, and Owen (2015) confirm a surprise result that attitude fails to generate a significant impact on entrepreneurial intention. It is clear to see that there are differences in the results of the impact of attitude towards self-employment. Hence, based on the review of literature, the following conceptual framework is developed (Fig. 1).

The hypotheses of this study are stated as:

1. H1: higher level of attitudes towards entrepreneurship is associated with higher level of self-employment intention.
2. H2: entrepreneurial education/training is positively related to self-employment intention.
3. H3: demographic factors such as gender, age, and marital status are associated with self-employment intentions.
4. H4: socio-economic factors such as parents' occupation, means of finance, colleague business background, discouragement by external environments, and clear future business idea are positively associated with self-employment intention.

### **CONCLUSION**

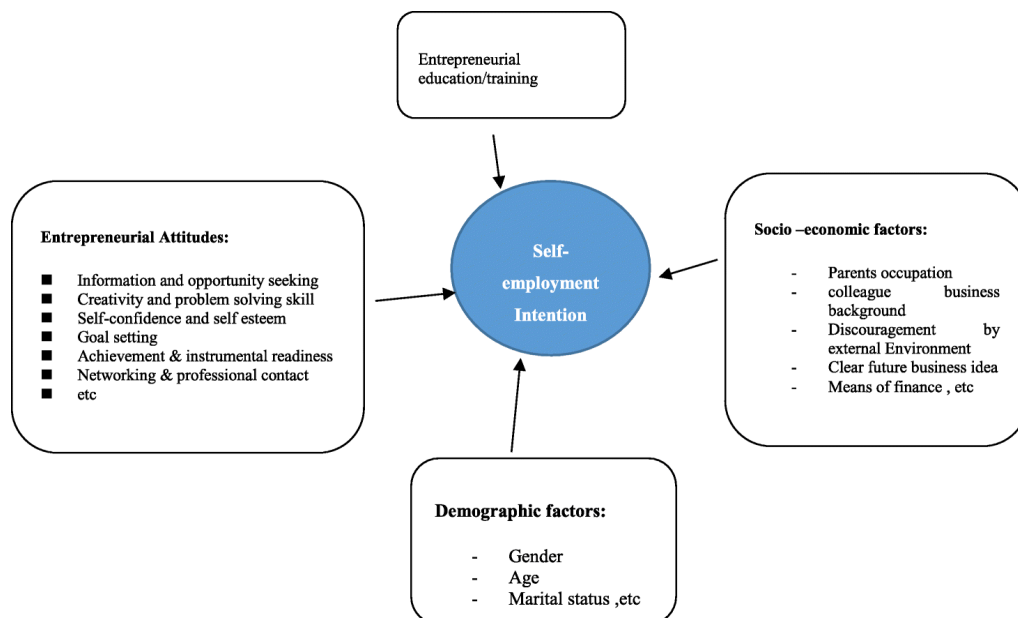
The study found that entrepreneurial attitudes do have significant impact on students' self-employment intention. The results have conformed to the literatures. Choosing a career path can be one of the most important decisions people make in their lives. Doing what they enjoy and having a job they like will have a positive effect on their lives, and it will ensure success (Gibson, Harris, Mick, and Burkhalter, 2011). In the research, it has been shown that being an entrepreneur requires a certain attitude, commitment, and positive thinking. It also requires faith in personal abilities and skills. Based on the collected data, it seems that in general, regardless of respondents' sex, age, and field of study, this research has arrived a conclusion that students who sought information and opportunity, took entrepreneurship education/training, set future goals, developed ability and skills on creativity and problem solving have a positive attitude towards self-

employment. In line to this, the government as well as the universities should design programs that facilitate entrepreneurship to change the mindset, attitude, and intention of those students who do not have an idea about entrepreneurship as a future career. Government should also build students' confidence to consider self-employment as their future career. Moreover, access to finance, professional contacts and networking with entrepreneurs, prior business experience, family background, and achievement and instrumental readiness also significantly predict the intention of self-employment. So, it is important to maintain and strengthen the cooperation and contacts between students, fund raisers, and entrepreneurs. In conclusion, the results of the research showed that entrepreneurial attitudes and entrepreneurship education/trainings significantly predict self-employment intention of students at 5% level of significance. On the contrary, demographic factors and socio-economic factors are not significant predictors of students' self-employment intention. Therefore, H1 and H2 of the research hypothesis are supported while H3 and H4 are not.

Although a lot has been done to achieve the research objectives, there were some limitations and shortcomings. First of all, this research was conducted to investigate the cross-sectional effect of entrepreneurial attitudes on students' self-employment intention. The research does not include the longitudinal effect of entrepreneurial attitudes on self-employment. But the perception and attitude of students may be changed through time. Therefore, future research should be conducted to investigate not only the cross-sectional effect of entrepreneurial attitudes but also the longitudinal effect of entrepreneurial attitudes on self-employment intention of students. Secondly, this research was not used as a comparative research design. Therefore, future research should be used this research design to see the difference of self-employment intention between students placed in private and public universities and engineering students with business students. Secondly, the research covers only students from three universities in Ethiopia. Thus, the selected students from these universities are not enough to generalize students' self-employment intention in Ethiopia in general. Since there are so many universities in Ethiopia, future research should be considered other more university students.

## APPENDIX

**FIGURE 1  
RESEARCH MODEL TO EXPLORE**



**TABLE 1**  
**LIST OF INDEPENDENT VARIABLES (COVARIATES)**

S. no.	Name of variable	Description of predictor variables	Code/level of categories
1	IOS	Information and opportunity seeking factor score	None
2	CPS	Creativity and problem solving skill factor score	None
3	AIR	Achievement and instrumental readiness factor score	None
4	DEE	Discouragement by external environment factor score	None
5	SCSE	Self-confidence and self-esteem factor score	None
6	GS	Goal setting factor score	None
7	SP	Systematic planning factor score	None
8	PO	Parents occupation	1 = agriculture, 2 = gov't employee, 3 = private business owned, 4 = others
9	EE	Entrepreneurship education/training	1 = yes, 2 = no
10	NE	Networking with entrepreneurs	1 = yes, 2 = no
11	NERK	Number of entrepreneurs respondents know	1 = not at all, 2 = less than 2, 3 = 2 up to 4, 4 = above 4
12	BOF	Business-owned family	1 = yes, 2 = no
13	PBE	Prior business experience with family	1 = yes, 2 = no
14	BOC	Business-owned colleague	1 = yes, 2 = no
15	AF	Access to finance/capitals	1 = yes, 2 = no
16	MFSB	Means of finance for starting business	1 = family, 2 = colleague, 3 = micro-finance, 4 = inheritance, 5 = others
17	IG	Information gathering	1 = yes, 2 = no
18	CFBI	Clear future business ideas	1 = yes, 2 = no
19	RTC	Risk taking commitment for a career decision	1 = yes, 2 = no

**TABLE 2**  
**TOTAL VARIANCE EXPLAINED**

Statements	Initial eigenvalues			Extraction sums of squared loadings		
	Total	% of variance	Cumulative %	Total	% of variance	Cumulative %
1	3.920	43.556	43.556	3.920	43.556	43.556
2	.925	10.277	53.833			
3:	.809:	8.984:	62.817:			
9	.408	4.530	100.000			

**TABLE 3**  
**TOTAL VARIANCE EXPLAINED FOR THE FORTY-ONE STATEMENTS**

Statement	Initial eigenvalues			Extraction sums of squared loadings			Rotation sums of squared loadings		
	Total	% of variance	Cumulative %	Total	% of variance	Cumulative %	Total	% of variance	Cumulative %
1	11.190	27.294	27.294	11.190	27.294	27.294	7.790	19.000	19.000
2	3.297	8.040	35.334	3.297	8.040	35.334	4.167	10.164	29.165
3	2.123	5.177	40.511	2.123	5.177	40.511	2.735	6.670	35.834
4	1.480	3.609	44.120	1.480	3.609	44.120	2.346	5.721	41.555
5	1.164	2.839	46.960	1.164	2.839	46.960	1.549	3.777	45.332
6	1.105	2.696	49.656	1.105	2.696	49.656	1.466	3.575	48.908
7	1.036	2.528	52.184	1.036	2.528	52.184	1.343	3.276	52.184
8:	.961	2.343	54.527						
41	.303	.738	100.000						



**TABLE 4**  
**ROTATED COMPONENT MATRIX**

Statements	Component						
	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	Factor 7
To start a business project, I will gather information beforehand	.748	.062	.092	-.073	.010	-.005	.027
If I am involved in any business project, I believe I can perform very well	.721	.082	.254	-.048	.006	.042	-.209
I like to think about the future	.702	.087	.170	-.033	-.029	-.094	-.067
To succeed in business it is important to work with others	.628	.087	.186	-.079	.202	.140	.002
At the time of work, I will seek the advice of people	.628	.050	.053	.046	.151	.124	.197
I think that there is always a better way of doing things	.614	.146	.089	.006	.194	.079	-.131
If one way of solving problem doesn't work, I'll look for another approach	.601	.083	.026	.090	.149	.070	.140
I like challenges and new opportunities	.594	.140	.162	.096	.055	.079	.068
I feel confident that I can succeed in any business activities	.591	.131	.122	.294	-.028	-.022	-.163
If I know well what I want to do, I will achieve it well	.583	.143	.198	.119	.105	.023	.137
I will look for a new business that no one has done	.570	.063	.082	.209	.119	.031	.121
I try to take in to consideration all the problems that may crop up	.565	.160	.210	.162	.027	.055	.389
I will do what I have to do before circumstances force me to do	.561	.141	.199	.202	.114	.089	.211
When I deal with successful businessperson, I am being inspired to start business	.560	.107	.313	-.013	.156	.138	-.090
I deal with problems when they arise, rather than wasting time	.546	.076	.026	.132	-.006	.162	.301
I can persuade people to change their opinion through discussion	.531	.138	.219	.122	.089	.029	.165
Before doing something, I carefully weight the chances of success& failure	.515	.137	.153	.165	.062	-.009	.507
When I am doing something difficult, I feel confident that I will succeed	.468	.076	.141	.419	-.043	-.126	-.021
I prefer doing things that I do easily and with which I feel comfort	.426	.065	.144	.218	.329	.082	.134
I am mentally mature to start my own business	.379	.087	.363	.228	-.010	.179	-.324
I will engaged in the development of new products and services	.047	.802	.060	.057	-.021	.021	.074
I prefer to implement new ideas than existing ones	.122	.787	.076	.008	-.049	.016	.129
I have a capacity to create new ideas	.132	.781	.040	.099	.036	.054	-.031
I will make networking & professional contacts before starting business	.103	.777	.046	.037	-.044	.094	.087
I have strong leadership and communication skills	.092	.764	.110	-.048	.015	-.006	.087
I will make every efforts to solve problem	.162	.702	.125	.020	.133	.015	-.080
I have a satisfactory level of opportunity recognition	.208	.465	.056	.079	.194	-.003	-.142
I will do very well in difficult tasks relating to my job	.314	.124	.358	-.030	.136	-.007	.255
I have an access to capital to start to be an entrepreneur	.204	.230	.940	.223	-.042	.148	-.037
I have good social relation with others to be an entrepreneur	.323	.122	.631	.154	-.108	.063	-.122
I will try hard to improve on past work performance	.354	.077	.980	-.056	.229	.033	.209
I will accept additional responsibilities in job assigned to me	.386	.025	.900	-.032	.218	.020	.112
I think it is a waste of time to worry about what I should do with my life	.060	-.015	-.070	.697	.028	.162	.094
I will change my way of thinking if others oppose my point of view	.095	.078	.139	.654	.163	-.070	-.030
I think it is a waste of time to worry about what I should do with my life	.125	.031	.026	.642	.113	.161	.126
It bothers me when business activities do not go in the right manner	-.172	.115	.297	.990	.059	.382	-.163
I shall feel uncomfortable if I am not sure of the goal of my future business	.162	.098	.111	.077	.748	.130	.027
I feel confident that I can succeed in any business activities.	.288	-.006	.020	.276	.641	-.027	.038
I would rather found a company than to be a manager of an existing one	.181	.144	.034	.063	.101	.724	-.016
I can only make a lot of money if I am self-employed	.120	-.034	.094	.118	.010	.699	.084
I will plan a large task by breaking it down into smaller activities	.359	.147	.231	.292	.134	.128	.433

**TABLE 5**  
**TEST OF ASSOCIATION B/N SELF-EMPLOYMENT INTENTION WITH DEMOGRAPHIC AND SOCIO-ECONOMIC CHARACTERISTICS OF RESPONDENTS**

S. no.	Characteristics	Pearson $\chi^2$ —value	df	Asymp. sig (two-sided)
1.	Clear future business ideas	14.814	1	0.000*
2.	Information gathering	25.826	1	0.000*
3.	Business-owned colleague/relatives	10.153	1	0.001*
4.	Risk taking commitment	11.448	1	0.001*
5.	Means of finance	17.231	3	0.001*
6.	Parents occupation	10.271	3	0.016*
7.	No. of entrepreneurs in which students know	9.971	3	0.019*
8.	Networking with entrepreneurs	14.580	1	0.000*
9.	Prior business experience with family	14.432	1	0.000*
10.	Parents education	6.773	3	0.080
11.	Place of study	9.005	2	0.110
12.	Entrepreneurship education/training	12.556	1	0.001*
13.	Place of birth	1.924	1	0.165
14.	Business-owned family	15.68	1	0.000*
15.	Age	3.415	2	0.181
16.	Marital status	3.348	2	0.187
17.	Ethnicity	9.557	3	0.230
18.	Access to finance/capitals	11.405	1	0.001*
19.	Economic status of household	1.535	2	0.464
20.	Field of study	2.226	3	0.527
21.	Religion	2.048	3	0.562
22.	Gender	0.306	1	0.580

\*Significant at 5%

**TABLE 6**  
**OMNIBUS TESTS OF MODEL COEFFICIENTS**

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	371.302	25	.000
	Block	371.302	25	.000
	Model	371.302	25	.000

**TABLE 7**  
**MODEL SUMMARY**

Step	- 2 log-likelihood	Cox and snell $R^2$	Nagelkerke $R^2$
1	810.835 <sup>a</sup>	.349	.469

**TABLE 8**

## VARIABLES IN THE EQUATION

Variables	B	S. E.	Wald	df	Sig.	Exp (B)	95% CI for EXP (B)	
							Lower	Upper
IOS	1.338	.120	124.665	1	.000*	3.813	3.015	4.823
CPS	.351	.095	13.767	1	.000*	1.421	1.180	1.710
AIR	.842	.098	73.207	1	.000*	2.320	1.913	2.813
DEE	.062	.096	.424	1	.515	1.064	.882	1.284
SCSE	.416	.093	19.956	1	.000*	1.516	1.263	1.819
GS	.588	.094	39.172	1	.000*	1.800	1.497	2.163
SP	.030	.087	.119	1	.730	1.031	.868	1.223
PO			1.782	3	.619			
Agriculture	-.258	.332	.603	1	.438	.773	.403	1.482
Gove'tal employee	-.013	.365	.001	1	.971	.987	.482	2.020
Private business owned	-.007	.365	.000	1	.984	.993	.486	2.030
Other (ref)	-	-	-	-	-	-	-	-
EE								
Yes	1.703	.172	97.64	1	.000*	5.493	3.918	7.700
No (ref)	-	-	-	-	-	-	-	-
NE								
Yes	.408	.049	68.44	1	.000*	1.503	1.365	1.655
No (ref)	-	-	-	-	-	-	-	-
NERK			5.136	3	.162			
Not at All	-.340	.268	1.610	1	.204	.712	.421	1.203
Less than 2	.175	.298	.345	1	.557	1.191	.664	2.136
2 up to 4	-.291	.273	1.141	1	.285	.747	.438	1.275
Above 4 (ref)	-	-	-	-	-	-	-	-
BOF								
Yes	.226	.056	16.479	1	.000*	1.254	1.124	1.399
No (ref)	-	-	-	-	-	-	-	-
PBE								
Yes	.372	.060	37.919	1	.000*	1.451	1.289	1.634
No (ref)	-	-	-	-	-	-	-	-
BOC								
Yes	.043	.200	.046	1	.831	1.044	.705	1.545
No (ref)	-	-	-	-	-	-	-	-
AF								
Yes	.0747	.055	186.432	1	.000*	2.110	1.896	2.349
No (ref)	-	-	-	-	-	-	-	-
MFSB			10.992	3	.612			
Family	1.200	.414	8.406	1	.004	3.322	1.475	7.478
Colleague	-.258	.923	.078	1	.780	.773	.127	4.718
Micro-finance	.805	.309	6.793	1	.009	2.237	1.221	4.100
Others (ref)	-	-	-	-	-	-	-	-
IG								
Yes	.461	.237	3.778	1	.052	1.586	.996	2.526
No (ref)	-	-	-	-	-	-	-	-
CFBI								
Yes	.336	.199	2.847	1	.092	1.399	.947	2.066
No (ref)	-	-	-	-	-	-	-	-
RTC								
Yes	.212	.237	.797	1	.372	1.236	.776	1.967
No (ref)	-	-	-	-	-	-	-	-
Constant	-1.191	.563	4.474	1	.034	.304		

ref. reference category

\*Significant at 5% level of significance

## REFERENCES

- Agresti, M (2007). *An introduction to categorical data analysis*, (2nd ed., ). New York: Wiley-Interscience.
- Bjuggren, CM, Johansson, D, Stenkula, M. (2012). Using self-employment as proxy for entrepreneurship: some empirical caveats. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 17(3), 290–303.
- Cochran, WG (1979). *Sampling techniques*, (3rd ed., ). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Crant, JM. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42–49.
- Davey, T, Plewa, C, Struwig, M. (2011). Entrepreneurship perceptions and career intentions of international student. *Journal of Education and Training*, 53(3), 335–352.
- Dohse, D., & Walter, S, (2012). Knowledge Context and Entrepreneurial Intentions among Students. *Journal of Small Business Economics*, Springer, 39(4), 877–895.
- Douglas, EJ, & Shepherd, AD. (2002). Self-employment as a career choice: attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 81–90.
- Dugassa, T. (2012). Impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students in Ethiopia. *African Journal of Economic and Management studies*, 3(2), 258–277.
- Fitzsimmons, JR, & Douglass, EJ (2005). Entrepreneurial attitude and entrepreneurial intention: a cross-cultural study of potential entrepreneurs in India, China, Thailand and Australia. Wellesley: Babson-Kauffman Entrepreneurs Research Conference.
- Gemechis, T. (2007). Attitude of students for entrepreneurship in Addis Ababa University and Reft Vally University. *European Journal of Business and Management*, 6(4), 350–363.
- Gibson, SG, Harris, ML, Mick, TD, Burkhalter, TM. (2011). Comparing the entrepreneurial attitudes of university and community college students. *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 11(2), 1-8
- Hamidi, D, Wennberg, D, Berglund, H. (2008). Creativity in entrepreneurship education. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 304–320.
- Hilbe, S (2009). *Logistic regression model*. New York: Chapman and hall/ CRC.
- Hosmer, A, & Lemeshow, M (2000). *Applied logistic regression*, (2nd ed., ). Chicago: Wilry publisher.
- Inegbenbor, U. (2006). Equity investment in small scale businesses. *Journal of Business and Management*, 15(4), 345–356.
- Ismail, N, Jaffar, N, Hooi, TS. (2013). Using EAO model to predict the self-employment intentions among the universities' undergraduates in Malaysia. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 4(5), 90–97.
- Kristiansen, S, & Indarti, N. (2004). Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. *Journal of Enterprising Culture*, 12(1), 55–78.
- McStay, D (2008). *An investigation of undergraduate student self-employment intention and the impact of entrepreneurship education and previous entrepreneurial experience: school of business*. Australia: Bond University.
- Meyers, LS, Gamst, G, Guarino, AJ (2006). *Applied multivariate research: design and interpretation*. Thousands: Sage.
- Moreno, J, Castillo, L, Triguero, M. (2012). The effect of business and economics education programs on students' entrepreneurial intention. *European Journal of Training and Development*, 36(4), 409–425.
- Nguyen, C. (2017). Entrepreneurial intention of international business students in Viet Nam: a survey of the country joining the Trans-Pacific. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 6(7), 1-13
- Nishantha, B (2008). Influence of personality traits and socio-demographic background of undergraduate students on motivation for entrepreneurial career: the case of Sri Lanka. Kyoto: Doshisha Business School.

- Okpara, FO. (2007). The value of creativity and innovation in entrepreneurship. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 3(2), 1-14
- Olufunso, OF. (2010). Graduate entrepreneurial intention in South Africa: motivation and obstacles. *International Journal of Business and Management*, 5(9), 87–98.
- Osakede,UA, Lawanson, AO, Sobowale, DA. (2017) Entrepreneurial interest and academic performance in Nigeria: evidence from undergraduate students in the University of Ibadan. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 6 (19), 1-15.
- Plant, R, & Ren, J. (2010). A comparative study of motivation and entrepreneurial intentionality: Chinese and American perspectives. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(2), 187–204.
- Rietveld, CA, Hessels, J, Zwan, P. (2014). The stature of the self-employed and its premium. *Tinbergen Institute Discussion Paper* , 11(109), 1-18.
- Robinson, BP, Stimpson, DV, Heufner, JS, Hunt, K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 13–31.
- Robson, M. (2015). Determining entrepreneurial motivation of undergraduate student in Ethiopia higher learning institutions: the case of Haramaya University. *Middle Eastern & African Journal of Educational Research*, 14(4), 214–225.
- Sanditov, B, & Verspagen, B. (2011). Multilevel analysis of the determinants of innovative entrepreneurship across Europe. Maastricht University. Paper presented at the Final DIME Conference, 4(2), 6-8.
- Schaumburg-Müller H., Jeppesen, S. & Langevang, T. (2010). Entrepreneurship development in Africa: report from a workshop. Working Paper Series.
- Serneels, P. (2004). The nature of unemployment in urban Ethiopia. The working paper Centre for the Study of African Economics (CSAE).
- Shariff, MN, Saud, MB. (2008). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship on students at institution of higher learning in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 4(4), 129–135.
- Taatila, V. (2010). Learning entrepreneurship higher education. *Journal of education and Training*, 5 (2), 48–61.
- Tseng, C. (2013). Connecting self-directed learning with entrepreneurial learning to entrepreneurial performance. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 19(4), 425–446.
- Turkina, E, Assche, AE, Kali, R. (2016). Structure and evolution of global cluster networks: evidence from the aerospace industry. *Journal of Economic Geography*, 16(6), 1211–1234.
- Ummah, S. (2009). Entrepreneurial motivation and self-employment intention: an empirical study on management undergraduates in Sri Lanka. *Journal of Management*, 5(1), 87–96.
- Wu, S, & Wu, L. (2008). The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(4), 752–774.
- Yamane, T (1967). *Statistics: an introductory analysis*, (2nd ed., ). New York: Harper and Row.
- Zain, MZ, Akram, MA, Ghani, EK. (2010). Entrepreneurship intention among Malaysian business students. *Canadian Social Science*, 6(3), 34–44.
- Zampetakis, L, Kafetsios, K, Bouranta, N, Dewett, T, Moustakis, V. (2009). On the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial attitudes and intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 15(6), 595–618.
- Zhang, P, Wang, DD, Owen, CL. (2015). A study of entrepreneurial intention of university students. *Entrepreneurship Research Journal*, 5(1), 61–82.
- Zhao, H, Hills, GE, Seibert, S. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272.

## **TRANSLATED VERSION: SPANISH**

Below is a rough translation of the insights presented above. This was done to give a general understanding of the ideas presented in the paper. Please excuse any grammatical mistakes and do not hold the original authors responsible for these mistakes.

## **VERSION TRADUCIDA: ESPAÑOL**

A continuación se muestra una traducción aproximada de las ideas presentadas anteriormente. Esto se hizo para dar una comprensión general de las ideas presentadas en el documento. Por favor, disculpe cualquier error gramatical y no responsabilite a los autores originales de estos errores.

## **INTRODUCCIÓN**

El emprendimiento es un fenómeno mundial con crecimiento económico en todo el mundo que se ve representado por el surgimiento de nuevas e innovadoras empresas emergentes. Esta nueva e innovadora idea de negocio es desarrollada por emprendedores. Además de desarrollar una idea de negocio nueva e innovadora, los emprendedores también han desarrollado ciertas habilidades, actitudes y comportamientos que les permiten desempeñar sus funciones en la sociedad (Inegbenobor, 2006). Estas nuevas empresas desempeñan un papel importante en la creación de empleo, influyendo en los políticos para que reconozcan y apoyen la actividad empresarial de creación de empresas debido a su contribución positiva a la economía. Por lo tanto, el emprendimiento es un factor clave para el crecimiento económico (mcstay, 2008).

Para el emprendimiento, el crecimiento impulsa hacia el crecimiento económico, las organizaciones públicas, privadas y no gubernamentales están tomando diversas medidas para promover el emprendimiento en diferentes países. Universidades y colegios han implementado varios cursos de posgrado, pregrado y diplomado sobre gestión de pequeñas empresas y emprendimiento (Plant and Ren, 2010; Nishantha, 2008). En los países en desarrollo, el papel del emprendimiento para el desarrollo es más importante que los países desarrollados en lo que respecta a la creación de oportunidades de autoempleo y la reducción de las situaciones de desempleo (Nishantha, 2008). Actualmente, la tasa de desempleo entre las escuelas secundarias y los graduados universitarios sigue siendo proporcionalmente superior a la tasa de trabajadores menos educados. Entonces, proporcionar oportunidades de empleo para todos los graduados es una cuestión crucial (Ummah, 2009). Una de las maneras de resolver el problema del desempleo es trayendo más emprendimiento de posgrado. El emprendimiento graduado es un proceso tomado por un graduado para iniciar un negocio en términos de una orientación profesional individual (Olufunso, 2010). El mundo necesita graduados innovadores, dinámicos, inteligentes, atrevidos, eficientes, decididos, modernos y empleables o, en una palabra, emprendedores.

Los Institutos de Enseñanza Superior en Etiopía están produciendo un número cada vez mayor de graduados cada año. Sin embargo, se constató que la duración media del período de desempleo en Etiopía urbana era superior a 1 año (Serneels, 2004). El exceso de oferta de graduados ha contribuido al desequilibrio del número de graduados en relación con las oportunidades de empleo disponibles en el mercado. El gobierno ha salido con esquemas de préstamos de microcrédito para ayudar a los graduados jóvenes e inexpertos a iniciar un negocio. Por ejemplo, el gobierno aprueba 10 mil millones de birr (moneda etíope) fondo rotatorio para los jóvenes etíopes en 2017/2018. El fondo rotatorio fue diseñado para proporcionar asistencia financiera a los jóvenes para ayudarles a emplear sus capacidades mediante la creación de puestos de trabajo. Este fondo fue administrado por el Banco Comercial de Etiopía (CBE) y pagado a los jóvenes a través de una institución microfinanciera con el fin de crear empleo. El acceso a las facilidades de crédito ayuda a fomentar el crecimiento económico. El Gobierno de Etiopía ha iniciado numerosas intervenciones para fomentar el espíritu empresarial; sin embargo, no se han hecho suficientes progresos actualizados. Esto puede atribuirse a la falta de comprensión de las actitudes y percepciones entre los jóvenes hacia el emprendimiento. Estas intervenciones se centran principalmente en hacer frente a los

obstáculos más comunes, como el apoyo financiero y la regulación, al tiempo que ignoran fomentar la actitud correcta hacia el emprendimiento como opción de carrera.

Los estudiantes pueden tener una actitud diferente y pueden reaccionar de manera diferente en el comportamiento esperado de autoempleo. Tal vez puedan mostrar una actitud positiva o negativa hacia el autoempleo dependiendo de sus antecedentes y otros rasgos. Si los estudiantes tienen actitudes positivas hacia el autoempleo, es probable que después de la graduación, comiencen su propio negocio. Por el contrario, si forman una actitud negativa, es probable que no se conviertan en trabajadores por cuenta propia. En general, los individuos que desean más ingresos, más independencia y más requisitos netos tienen una alta tendencia a participar en el emprendimiento (Fitzsimmons y Douglass, 2005). Del mismo modo, se debe esperar que una persona con mayor tolerancia al riesgo y menos aversión al esfuerzo de trabajo sea más propensa a participar en el comportamiento empresarial (Douglas y Shepherd, 2002).

Como se mencionó anteriormente, el emprendimiento se ve afectado positivamente por el surgimiento de nuevas e innovadoras empresas emergentes. Estas nuevas pequeñas empresas desempeñan un papel importante en la creación de empleo, influyendo en los políticos para que reconozcan y apoyen la actividad empresarial de creación de empresas debido a su contribución positiva al crecimiento de la economía. Los estudios sobre la intención empresarial de los estudiantes universitarios se han centrado principalmente en los países desarrollados. Sin embargo, los países en desarrollo aún no se han centrado adecuadamente (Olufunso, 2010). Utilizando el diseño/marco de investigación descriptivo, diferentes académicos examinan el impacto/influencia de la actitud empresarial en la intención del autoempleo. Pero ninguno de estos estudios anteriores modela el impacto de la actitud emprendedora del autoempleo y examina el alcance de la variación de la motivación empresarial en el autoempleo dentro y entre estudiantes, departamentos y universidades. Los enfoques que afirmaron están sufriendo algunos problemas que los hicieron inadecuados para medir la actitud y las características de los empresarios. Por lo tanto, esta investigación tiene como objetivo llenar las lagunas antes mencionadas de los trabajos de investigación anteriores no sólo mediante el uso de diseños de investigación descriptivos, sino también mediante el uso de diseños de investigación inferenciales. Hacer esto tiene las siguientes contribuciones. En primer lugar, este estudio tiene como objetivo modelar el impacto de la actitud empresarial y la percepción en la intención de autoempleo entre los estudiantes de ingeniería de último año en el Instituto Tecnológico Bahir Dar, la Universidad Debre Markos y la Universidad de Gondar en Etiopía en la sesión académica 2016/2017. Por lo tanto, este modelo estimado tiene una contribución significativa para los responsables políticos para predecir la probabilidad de que los estudiantes sean autónomos en su futura carrera. En segundo lugar, el estudio cuantifica el alcance de la variación de los estudiantes en el autoempleo. En tercer lugar, también tiene una contribución para determinar si existe o no una diferencia significativa entre los estudiantes colocados en diferentes departamentos y universidades en sus actitudes y percepción hacia el autoempleo. Tal comprensión o hallazgo, a su vez, se convierte en un aporte para funcionarios gubernamentales, educadores, empresarios potenciales y responsables políticos para mejorar el emprendimiento graduado y, por lo tanto, reducir el desempleo de posgrado.

## **Revisión de la literatura**

### *Antecedentes teóricos*

La intención del autoempleo se ha definido de diferentes maneras: como la intención de iniciar un nuevo negocio (Zhao, Hills, y Seibert, 2005), la intención de poseer un negocio (Crant, 1996), o la intención de ser autónomo (Douglas y Shepherd, 2002). Hacer que los graduados sean más empleables es un desafío global, y las universidades de todo el mundo se están volviendo más emprendedoras para superar el desafío. Las instituciones de enseñanza y aprendizaje superior han proporcionado incentivos que animan a los estudiantes a iniciar su propio negocio, informando a los emprendedores cuando expresan su deseo de crear su propio negocio (Moreno, Castillo y Triguero, 2012). La educación para el emprendimiento mejora la motivación hacia ser emprendedor al inspirar la atracción personal de los estudiantes hacia el emprendimiento y el control conductual percibido (Dugassa, 2012).

La decisión de que una persona se convierta en un trabajador por cuenta propia o permanezca como empleado depende de algunos factores. Muchos estudios señalaron cómo estos factores desempeñan un papel importante en la motivación y la restricción de las personas para que se conviertan en trabajadores

por cuenta propia. Los factores motivadores hacen que el autoempleo sea atractivo. Por ejemplo, una oportunidad existente para obtener beneficios puede atraer a los jóvenes a poner en marcha su propio negocio. Del mismo modo, los bajos salarios o las condiciones insatisfechas del trabajo harían menos atractivo el empleo remunerado. Analizar los factores que influyen en la decisión de las personas de convertirse en trabajadores por cuenta propia y por qué las personas eligen un empleo remunerado en lugar de lanzar su propio negocio proporcionará una guía importante para los responsables políticos. Las razones por las que las personas se convierten en autónomos o eligen ser empleadas han sido discutidas en la literatura de emprendimiento. El autoempleo se considera sinónimo de emprendimiento. De hecho, muchos estudios utilizaron el autoempleo como apoderado para medir el emprendimiento (Bjuggren, Johansson y Stenkula, 2012; Rietveld, Hessels y Zwan, 2014).

La innovación es la herramienta del emprendimiento. La innovación se define como añadir algo nuevo a un producto o proceso existente. Por lo tanto, las personas con mentalidad innovadora son más propensas a iniciar negocios y sostenerlo a través de la mejora continua (Okpara, 2007). En el proceso de desarrollo empresarial, los emprendedores que aprenden y desarrollan sus habilidades de autogestión y autocontrol tienen más oportunidades para mejorar el conocimiento y las experiencias empresariales (Tseng, 2013). Los altos logros en creatividad y experiencias empresariales previas tienen una relación directa con las preferencias empresariales, mientras que la percepción del fracaso tiene una influencia indirecta (Hamidi, Wennberg y Berglund, 2008). Sin embargo, la diversidad de antecedentes educativos basados en el departamento ofrece explicaciones plausibles sobre la diferencia de la percepción empresarial de los estudiantes universitarios de pregrado (Wu y Wu, 2008). Los estudiantes son más propensos a formular la opción de iniciar su propio negocio, cuando sienten, reconocen y evalúan con éxito su propio interés y el de los demás (Zampetakis, Kafetsios, Bouranta, Dewett y Moustakis, 2009). Si el entorno circundante empodera a los estudiantes y mientras que el aprendizaje se basa realmente en el interés personal, crea una fuerte motivación interna (Tautila, 2010). Algunos estudiosos señalaron que la mayor experiencia o habilidad en emprendimiento, el mayor interés por el trabajo por cuenta propia y la viabilidad percibida del autoempleo (Davey, Plewa y Struwig, 2011).

Los factores sociales tienen un efecto alentador o obstaculizador en la intención de los individuos para la carrera empresarial. Los antecedentes familiares, la educación, la experiencia laboral previa, la actitud de riesgo, el exceso de optimismo, la preferencia por la independencia y las normas y valores de una sociedad influyen en la elección de las carreras de vida de las personas, es decir, el emprendimiento o el empleo asalariado (Sanditov y Verspagen, 2011). El sistema educativo tiene la capacidad de generar y difundir conocimientos, transformarse en prácticas y fuentes de opciones profesionales alternativas, y ampliar el horizonte de las personas en el cumplimiento de las necesidades económicas y sociales. En Africa, para las personas educadas, el emprendimiento es una necesidad más que una oportunidad. Establecieron su propio negocio mientras que encontrar empleo asalariado es altamente competitivo y lleno de corrupción (Schaumburg-Méller, Jeppesen y Langevang, 2010).

Diferentes académicos han evaluado la actitud de las personas sobre el autoempleo utilizando el modelo de orientación de actitud de los emprendedores (EAO). Por ejemplo, Shariff y Saud (2008) llevaron a cabo una investigación utilizando el modelo de la EAO sobre los estudiantes de gestión empresarial de último año. Sus resultados muestran que hay una diferencia significativa entre los estudiantes de grado menores de estudios en cursos de emprendimiento y los estudiantes no emprendedores en términos de autoestima y control personal, siendo la media para el grupo de emprendedores universitarios más alto en control personal. Por lo tanto, no hay ninguna diferencia significativa en términos de innovación y logro. Zain, Akram y Ghani (2010) también hicieron una encuesta entre estudiantes de negocios y descubrieron que había una relación significativa entre el factor de rasgos personales o la actitud hacia el comportamiento y la intención de autoempleo. Sin embargo, examinan estos rasgos o factores personales en general como la forma en que un individuo piensa y se comporta sin centrarse en el logro en los negocios, la innovación en los negocios, el control personal percibido de los resultados empresariales y la autoestima percibida en los negocios (modelo EAO). Además, Ismail, Jaffar y Hooi (2013) llevaron a cabo una investigación utilizando el modelo de orientación de actitud de los emprendedores (EAO) para predecir las intenciones de autoempleo entre los estudiantes de universidades públicas y privadas en Malasia. El resultado de la



investigación muestra que se encontró que el control personal, la autoestima y la innovación tenían relaciones significativas y positivas con la intención del autoempleo. Mientras tanto, se encontró que los logros en los negocios no tenían una relación significativa con la intención del autoempleo.

Nguyen (2017) también estudió intención empresarial entre los estudiantes de negocios internacionales en Viet Nam. Utilizó el análisis de factores exploratorios y múltiples regresiones para examinar las respuestas de 372 estudiantes de último año. El resultado de su estudio confirma que la actitud hacia el emprendimiento y el control del comportamiento percibido está positivamente relacionada con la intención empresarial. Por el contrario, la norma subjetiva no genera un impacto significativo en la intención empresarial. En estudios relacionados, otros eruditos también confirmaron que la norma subjetiva, el control del comportamiento percibido y los antecedentes de negocios familiares predicen significativamente el interés de los estudiantes en el emprendimiento (Osakede, Lawanson y Sobowale, 2017). Además de esto, llegaron a la conclusión de que el interés de los estudiantes por el emprendimiento se ve comúnmente entre los hombres que entre las alumnas. Mientras tanto, sus hallazgos mostraron que la participación de los estudiantes en las actividades comerciales no tiene un efecto significativo en el rendimiento académico.

La necesidad de los estudiantes sobre el autoempleo se puede lograr a través de una comunicación eficaz mediante la cual la información se captura adecuadamente y se proporciona retroalimentación. Por lo tanto, el acceso a la información es también un elemento importante para la intención de establecer un nuevo negocio (Kristiansen e Indarti, 2004). Tener acceso a la información empresarial es la disponibilidad de información sobre el entorno sobre el establecimiento de una nueva empresa y cómo dirigir un negocio. Además, la disponibilidad de capital/financiación también se considera uno de los obstáculos comunes para establecer un nuevo negocio (Kristiansen e Indarti, 2004). El acceso a la financiación es la capacidad de los individuos para encontrar apoyo financiero para establecer un negocio, ya que la mayoría de los inversores y bancos no están dispuestos a hacer inversiones en nuevas empresas.

Hay muchos artículos de investigación sobre intenciones de autoempleo en todo el mundo que se centran en la actitud hacia los comportamientos empresariales. Sin embargo, los países en desarrollo aún no se han centrado adecuadamente (Olufunso, 2010). Gemechis (2007) estudió una investigación titulada *The Attitude of College Students towards Entrepreneurship on the Case of Addis Abeba University y Rift Valley University College*. Los resultados de su investigación muestran que el acceso a la financiación para la puesta en marcha, la falta de educación/formación adecuada, el asesoramiento empresarial y el bajo nivel de comprensión hacia el emprendimiento se consideran algunos de los factores importantes que actúan como barreras para iniciar un negocio por parte de los jóvenes. Además, Robson (2015) también estudió los determinantes de la motivación empresarial de los estudiantes de pregrado en instituciones de enseñanza superior etíopes particularmente en la Universidad Haramaya. El resultado del estudio muestra que la mayoría de la familia de los encuestados fue contratada en diferentes empresas. Sin embargo, a diferencia de su familia, les gustaría convertirse en trabajadores por cuenta propia y planean operar su propio negocio después de la graduación. Las oportunidades percibidas de necesidad de independencia y de mayor posición social los han motivado a ser un empresario. También señaló el hecho de que los declarantes de familias propiedad de empresas tenían un alto interés en el trabajo por cuenta propia en comparación con los encuestados de familias no empresariales.

La mayoría de los estudios sobre las actitudes de los emprendedores enfatizaron mucho en la personalidad y los enfoques demográficos. Los enfoques que afirmaron están sufriendo algunos problemas que los hacían inadecuados para medir las características de los empresarios. Robinson, Stimpson, Heufner y Hunt (1991) han desarrollado una escala de orientación de actitud empresarial (EAO) que ayuda a medir y describe la actitud del emprendedor. Han probado el modelo y han encontrado una alta validez y fiabilidad.

Debido a las necesidades de alentar a los estudiantes universitarios a explorar el emprendimiento, es esencial entender cómo desarrollar y nutrir a los emprendedores potenciales. La pregunta de la investigación es si las actitudes de las universidades con respecto al emprendimiento tienen o no una relación significativa con sus intenciones de autoempleo. Por lo tanto, este estudio se llevó a cabo para predecir la intención de

autoempleo entre los estudiantes de universidades en Etiopía mediante la adopción del modelo de regresión logística binaria.

### **Marco conceptual y desarrollo de hipótesis**

Los estudiosos confirman que la actitud es el predictor más significativo de la intención empresarial y de autoempleo. En contraste, Zhang, Wang y Owen (2015) confirman un resultado sorpresa de que la actitud no genera un impacto significativo en la intención empresarial. Es evidente que hay diferencias en los resultados del impacto de la actitud hacia el autoempleo. Por lo tanto, sobre la base de la revisión de la literatura, se desarrolla el siguiente marco conceptual (Fig. 1).

Las hipótesis de este estudio se indican como:

1. H1: un mayor nivel de actitudes hacia el emprendimiento se asocia con un mayor nivel de intención de autoempleo.
2. H2: la educación empresarial/formación está positivamente relacionada con la intención del autoempleo.
3. H3: los factores demográficos como el género, la edad y el estado civil están asociados con las intenciones de autoempleo.
4. H4: factores socioeconómicos como la ocupación de los padres, los medios de financiación, los antecedentes empresariales de los colegas, el desánimo por entornos externos y la clara idea de negocio de futuro se asocian positivamente con la intención del autoempleo.

### **CONCLUSIÓN**

El estudio encontró que las actitudes emprendedoras tienen un impacto significativo en la intención de autoempleo de los estudiantes. Los resultados se han conformado a las literaturas. Elegir una trayectoria profesional puede ser una de las decisiones más importantes que las personas toman en sus vidas. Hacer lo que les gusta y tener un trabajo que les gusta tendrá un efecto positivo en sus vidas, y asegurará el éxito (Gibson, Harris, Mick y Burkhalter, 2011). En la investigación, se ha demostrado que ser emprendedor requiere cierta actitud, compromiso y pensamiento positivo. También requiere fe en habilidades y habilidades personales. Sobre la base de los datos recopilados, parece que en general, independientemente del sexo, la edad y el campo de estudio de los encuestados, esta investigación ha llegado a la conclusión de que los estudiantes que buscaron información y oportunidades, tomaron educación/formación en emprendimiento, establecieron metas futuras, desarrollaron habilidades y habilidades en creatividad y resolución de problemas tienen una actitud positiva hacia el autoempleo. En línea con esto, el gobierno, así como las universidades deben diseñar programas que faciliten el emprendimiento para cambiar la mentalidad, la actitud y la intención de aquellos estudiantes que no tienen una idea sobre el emprendimiento como una carrera futura. El gobierno también debe construir la confianza de los estudiantes para considerar el autoempleo como su futura carrera. Además, el acceso a la financiación, los contactos profesionales y el trabajo en red con los empresarios, la experiencia empresarial previa, la formación familiar y la preparación para los logros y los logros instrumentales también predicen significativamente la intención del autoempleo. Por lo tanto, es importante mantener y fortalecer la cooperación y los contactos entre estudiantes, recaudadores de fondos y emprendedores. En conclusión, los resultados de la investigación mostraron que las actitudes emprendedoras y la educación/formación en emprendimiento predicen significativamente la intención de autoempleo de los estudiantes con un nivel de significación del 5%. Por el contrario, los factores demográficos y los factores socioeconómicos no son predictores significativos de la intención de autoempleo de los estudiantes. Por lo tanto, H1 y H2 de la hipótesis de investigación se soportan mientras que H3 y H4 no lo son.

Aunque se ha hecho mucho para lograr los objetivos de investigación, hubo algunas limitaciones y deficiencias. En primer lugar, esta investigación se llevó a cabo para investigar el efecto transversal de las actitudes empresariales en la intención de autoempleo de los estudiantes. La investigación no incluye el efecto longitudinal de las actitudes empresariales sobre el autoempleo. Pero la percepción y la actitud de los estudiantes pueden cambiar con el tiempo. Por lo tanto, se deben llevar a cabo investigaciones futuras

para investigar no sólo el efecto transversal de las actitudes empresariales, sino también el efecto longitudinal de las actitudes empresariales en la intención del autoempleo de los estudiantes. En segundo lugar, esta investigación no se utilizó como un diseño de investigación comparativa. Por lo tanto, la investigación futura debe ser utilizada este diseño de investigación para ver la diferencia de la intención de autoempleo entre los estudiantes colocados en universidades privadas y públicas y estudiantes de ingeniería con estudiantes de negocios. En segundo lugar, la investigación abarca sólo a estudiantes de tres universidades de Etiopía. Por lo tanto, los estudiantes seleccionados de estas universidades no son suficientes para generalizar la intención de autoempleo de los estudiantes en Etiopía en general. Dado que hay tantas universidades en Etiopía, la investigación futura debe ser considerado otros estudiantes más universitarios.

## **TRANSLATED VERSION: FRENCH**

Below is a rough translation of the insights presented above. This was done to give a general understanding of the ideas presented in the paper. Please excuse any grammatical mistakes and do not hold the original authors responsible for these mistakes.

## **VERSION TRADUITE: FRANÇAIS**

Voici une traduction approximative des idées présentées ci-dessus. Cela a été fait pour donner une compréhension générale des idées présentées dans le document. Veuillez excuser toutes les erreurs grammaticales et ne pas tenir les auteurs originaux responsables de ces erreurs.

## **INTRODUCTION**

L'entrepreneuriat est un phénomène mondial avec la croissance économique à travers le monde qui se fait par l'émergence de nouvelles entreprises innovantes en démarrage. Cette idée d'entreprise nouvelle et innovante est développée par des entrepreneurs. En plus de développer des idées d'entreprise nouvelles et innovantes, les entrepreneurs ont également développé certaines compétences, attitudes et comportements qui leur permettent d'exercer leur rôle dans la société (Inegbenobor, 2006). Ces nouvelles entreprises jouent un rôle important dans la création d'emplois, ce qui influence les politiciens à reconnaître et à soutenir l'activité de démarrage d'entreprises en raison de sa contribution positive à l'économie. Par conséquent, l'entrepreneuriat est un facteur clé de la croissance économique (mcstay, 2008).

Pour l'entrepreneuriat, la croissance est à l'origine de la croissance économique, les organisations publiques, privées et non gouvernementales prennent diverses mesures pour promouvoir l'entrepreneuriat dans différents pays. Les universités et les collèges ont mis en place divers cours de troisième cycle, de premier cycle et de diplôme sur la gestion des petites entreprises et l'entrepreneuriat (Plant et Ren, 2010; Nishantha, 2008). Dans les pays en développement, le rôle de l'entrepreneuriat pour le développement est plus important que celui des pays développés en ce qui concerne la création d'emplois indépendants et la réduction des situations de chômage (Nishantha, 2008). À l'heure actuelle, le taux de chômage des diplômés des écoles secondaires et des universités demeure proportionnellement plus élevé que celui des travailleurs moins instruits. Ensuite, offrir des possibilités d'emploi à tous les diplômés est une question cruciale (Ummah, 2009). L'une des façons de résoudre le problème du chômage est d'amener davantage l'entrepreneuriat des diplômés. L'entrepreneuriat diplômé est un processus pris par un diplômé pour démarrer une entreprise en termes d'orientation professionnelle individuelle (Olufunso, 2010). Le monde a besoin de diplômés innovateurs, dynamiques, intelligents, audacieux, efficaces, déterminés, modernes et employables ou, en un mot, entrepreneurs.

Les instituts d'enseignement supérieur en Éthiopie produisent un nombre croissant de diplômés chaque année. Toutefois, la durée moyenne de la période de chômage en Éthiopie urbaine s'est avérée supérieure à 1 an (Serneels, 2004). L'offre excédentaire des diplômés a contribué au déséquilibre du nombre de diplômés par rapport aux possibilités d'emploi disponibles sur le marché. Le gouvernement a sorti des

programmes de prêts de microcrédit pour aider les jeunes diplômés inexpérimentés à démarrer une entreprise. Par exemple, le gouvernement approuve un fonds renouvelable de 10 milliards de birr (monnaie éthiopienne) pour les jeunes Éthiopiens en 2017/2018. Le fonds renouvelable a été conçu pour fournir une aide financière aux jeunes afin de les aider à utiliser leurs capacités en créant des emplois. Ce fonds a été administré par la banque commerciale d'Éthiopie (CBE) et versé aux jeunes par l'intermédiaire d'institutions micro-financières aux fins de la création d'emplois. L'accès aux facilités de crédit contribue à encourager la croissance économique. Le Gouvernement éthiopien a lancé de nombreuses interventions pour encourager l'entrepreneuriat; toutefois, des progrès suffisants n'ont pas été réalisés à ce jour. Cela peut être attribué au manque de compréhension des attitudes et des perceptions des jeunes à l'égard de l'entrepreneuriat. Ces interventions visent principalement à faire face aux obstacles les plus courants tels que le soutien financier et la réglementation, tout en ignorant de favoriser l'attitude correcte envers l'entrepreneuriat comme un choix de carrière.

Les élèves peuvent avoir une attitude différente et réagir différemment sur le comportement de travail indépendant attendu. Peut-être peuvent-ils faire preuve d'une attitude positive ou négative à l'égard du travail indépendant en fonction de leurs antécédents et d'autres traits. Si les étudiants ont des attitudes positives à l'égard du travail indépendant, il est probable qu'après l'obtention de leur diplôme, ils lanceront leur propre entreprise. Inversement, s'ils ont une attitude négative, ils risquent de ne pas devenir travailleurs autonomes. En général, les individus qui souhaitent plus de revenus, plus d'indépendance et plus de perquisites nets ont une forte tendance à s'engager dans l'entrepreneuriat (Fitzsimmons et Douglass, 2005). De même, on devrait s'attendre à ce qu'une personne ayant une plus grande tolérance au risque et moins d'aversion pour l'effort de travail soit plus susceptible de s'engager dans un comportement entrepreneurial (Douglas et Shepherd, 2002).

Comme mentionné ci-dessus, l'entrepreneuriat est positivement affecté par l'émergence de nouvelles entreprises innovantes en démarrage. Ces nouvelles petites entreprises jouent un rôle important dans la création d'emplois, ce qui pousse les politiciens à reconnaître et à soutenir l'activité de démarrage d'entreprises en raison de sa contribution positive à la croissance de l'économie. Les études sur l'intention entrepreneuriale des étudiants de premier cycle se sont concentrées principalement sur les pays développés. Toutefois, les pays en développement n'ont pas encore été correctement ciblés (Olufunso, 2010). À l'aide d'une conception et d'un cadre de recherche descriptifs, différents chercheurs examinent l'impact et l'influence de l'attitude entrepreneuriale sur l'intention de travail indépendant. Mais aucune de ces études antérieures n'a modélisé l'impact de l'attitude entrepreneuriale du travail indépendant et n'examine l'ampleur de la variation de la motivation entrepreneuriale sur le travail indépendant au sein et entre les étudiants, les départements et les universités. Les approches qu'ils ont énoncées souffrent de certains problèmes qui les ont rendus inappropriés pour mesurer l'attitude et les caractéristiques des entrepreneurs. Par conséquent, cette recherche vise à combler les lacunes susmentionnées des travaux de recherche précédents non seulement en utilisant des conceptions de recherche descriptives, mais aussi en utilisant des conceptions de recherche inférentielles. Cela a les contributions suivantes. Tout d'abord, cette étude vise à modéliser l'impact de l'attitude et de la perception entrepreneuriales sur l'intention de travail indépendant parmi les étudiants en génie de dernière année de l'Institut de technologie Bahir Dar, de l'Université Debre Markos et de l'Université de Gondar en Éthiopie en session académique 2016/2017. Ainsi, ce modèle estimé a une contribution importante pour les décideurs à prédire la probabilité que les étudiants soient indépendants dans leur future carrière. Deuxièmement, l'étude quantifie l'ampleur de la variation des étudiants sur le travail indépendant. Troisièmement, il a également contribué à déterminer s'il existe ou non une différence significative entre les étudiants placés dans différents départements et universités dans leurs attitudes et leur perception à l'égard du travail indépendant. Une telle compréhension ou une telle constatation, à son tour, deviennent une contribution aux fonctionnaires du gouvernement, aux éducateurs, aux entrepreneurs potentiels et aux décideurs pour améliorer l'entrepreneuriat des diplômés et, par conséquent, réduire le chômage des diplômés.

## **Revue de littérature**

### *Contexte théorique*

L'intention de travail indépendant a été définie de différentes façons : comme l'intention de démarrer une nouvelle entreprise (Zhao, Hills et Seibert, 2005), l'intention de posséder une entreprise (Crinitz, 1996), ou l'intention d'être travailleur autonome (Douglas et Shepherd, 2002). Rendre les diplômés plus employables est un défi mondial, et les universités du monde entier sont de plus en plus entreprenantes pour surmonter le défi. Les établissements d'enseignement supérieur ont fourni des incitations qui encouragent les étudiants à démarrer leur propre entreprise, en informant les entrepreneurs lorsqu'ils expriment leur désir de créer leur propre entreprise (Moreno, Castillo et Triguero, 2012). L'éducation à l'entrepreneuriat améliore la motivation à l'esprit d'entreprise en inspirant l'attrait personnel des étudiants pour l'entrepreneuriat et le contrôle comportemental perçu (Dugassa, 2012).

La décision d'une personne de devenir travailleur autonome ou de demeurer en tant qu'employé dépend de certains facteurs. De nombreuses études ont souligné comment ces facteurs jouent un rôle important dans la motivation et la restriction des travailleurs autonomes. Les facteurs de motivation rendent le travail indépendant attrayant. Par exemple, une occasion existante de faire des profits peut attirer les jeunes à démarrer leur propre entreprise. De même, les conditions de travail à bas salaires ou insatisfaites rendraient l'emploi rémunéré moins attrayant. L'analyse des facteurs qui influencent la décision des individus de devenir travailleurs autonomes et les raisons pour lesquelles les gens choisissent un emploi rémunéré plutôt que de lancer leur propre entreprise fournira un guide important pour les décideurs. Les raisons pour lesquelles les gens deviennent travailleurs autonomes ou choisissent d'être employés ont été discutées dans la littérature sur l'entrepreneuriat. Le travail indépendant est considéré comme synonyme d'entrepreneuriat. En fait, de nombreuses études ont utilisé le travail indépendant comme indicateur de la mesure de l'entrepreneuriat (Bjuggren, Johansson et Stenkula, 2012; Rietveld, Hessels et Zwan, 2014).

L'innovation est l'outil de l'entrepreneuriat. L'innovation est définie comme l'ajout de quelque chose de nouveau à un produit ou à un processus existant. Par conséquent, les personnes ayant un esprit d'innovation sont plus susceptibles d'entreprendre des activités et de les soutenir par l'amélioration continue (Okpara, 2007). Dans le processus de développement entrepreneurial, les entrepreneurs qui apprennent et développent leurs compétences d'autogestion et d'autosurveillance ont plus d'occasions d'améliorer les connaissances et les expériences entrepreneuriales (Tseng, 2013). Les grandes réalisations en matière de créativité et d'expériences entrepreneuriales antérieures ont une relation directe avec les préférences entrepreneuriales, tandis que la perception de l'échec a une influence indirecte (Hamidi, Wennberg et Berglund, 2008). Toutefois, la diversité des antécédents scolaires fondés sur le département offre des explications plausibles sur la différence de perception entrepreneuriale des étudiants universitaires de premier cycle (Wu et Wu, 2008). Les étudiants sont plus susceptibles de formuler le choix de démarrer leur propre entreprise, lorsqu'ils ressentent, reconnaissent et évaluent avec succès leur propre intérêt et celui des autres (Zampetakis, Kafetsios, Bouranta, Dewett et Moustakis, 2009). Si l'environnement environnant donne du pouvoir aux élèves et que l'apprentissage est vraiment basé sur l'intérêt personnel, il crée une forte motivation interne (Taatila, 2010). Certains chercheurs ont souligné que plus l'expérience ou la compétence en entrepreneuriat est élevée, plus l'intérêt pour le travail indépendant et la faisabilité perçue du travail indépendant (Davey, Plewa et Struwig, 2011).

Les facteurs sociaux ont un effet encourageant ou entrave sur l'intention des individus pour la carrière entrepreneuriale. Les antécédents familiaux, l'éducation, l'expérience professionnelle antérieure, l'attitude à risque, l'optimisme excessif, la préférence pour l'indépendance et les normes et les valeurs d'une société influencent le choix des carrières de vie des individus, c'est-à-dire l'entrepreneuriat ou l'emploi salarié (Sanditov et Verspagen, 2011). Le système éducatif a la capacité de générer et de diffuser des connaissances, de se transformer en pratiques et sources de choix de carrière alternatifs, et d'élargir l'horizon des individus dans la satisfaction des besoins économiques et sociaux. En Afrique, pour les personnes instruites, l'entrepreneuriat est une nécessité plutôt qu'une opportunité. Ils ont créé leur propre entreprise tout en trouvant un emploi salarié est très compétitif et plein de corruption (Schaumburg-Müller, Jeppesen, et Langevang, 2010).

Différents chercheurs ont évalué l'attitude des individus sur le travail indépendant en utilisant l'orientation d'attitude d'entrepreneur (EAO) modèle. Par exemple, Shariff et Saud (2008) ont mené une recherche à l'aide du modèle EAO sur les étudiants de dernière année en gestion d'entreprise. Leurs résultats montrent qu'il y a une différence significative entre les étudiants de premier cycle mineurs dans les cours d'entrepreneuriat et les étudiants de premier cycle non-entrepreneurs en termes d'estime de soi et de contrôle personnel, avec la moyenne pour le groupe d'entrepreneurs de premier cycle étant plus élevée dans le contrôle personnel. Par conséquent, il n'y a pas de différence significative en termes d'innovation et de réussite. Zain, Akram et Ghani (2010) ont également mené une enquête auprès d'étudiants en affaires et ont découvert qu'il y avait une relation significative entre le facteur de traits personnels ou l'attitude envers le comportement et l'intention de travail indépendant. Toutefois, ils examinent ces traits ou facteurs personnels en général comme la façon dont une personne pense et se comporte sans se concentrer sur la réussite en affaires, l'innovation en affaires, le contrôle personnel perçu des résultats de l'entreprise, et l'estime de soi perçue dans les affaires (modèle EAO). En outre, Ismail, Jaffar et Hooi (2013) ont mené une recherche utilisant le modèle d'orientation de l'attitude des entrepreneurs (EAO) pour prédire les intentions de travail indépendant parmi les étudiants de premier cycle des universités publiques et privées en Malaisie. Le résultat de la recherche montre que le contrôle personnel, l'estime de soi et l'innovation ont des relations significatives et positives avec l'intention de travail indépendant. Pendant ce temps, il a été constaté que les réalisations en affaires n'avaient aucun lien significatif avec l'intention de travail indépendant.

Nguyen (2017) a également étudié l'intention entrepreneuriale parmi les étudiants en commerce international au Viet Nam. Il a utilisé l'analyse exploratoire des facteurs et les régressions multiples pour examiner les réponses de 372 étudiants de dernière année. Le résultat de son étude confirme que l'attitude à l'égard de l'entrepreneuriat et le contrôle du comportement perçu est positivement liée à l'intention entrepreneuriale. Au contraire, la norme subjective ne parvient pas à avoir un impact significatif sur l'intention entrepreneuriale. Dans une étude connexe, d'autres chercheurs ont également confirmé que la norme subjective, le contrôle comportemental perçu et les antécédents en affaires familiales prédisent de manière significative l'intérêt des étudiants pour l'entrepreneuriat (Osakede, Layanson, et Sobowale, 2017). En outre, ils ont conclu que l'intérêt des étudiants pour l'entrepreneuriat est généralement observé chez les hommes que chez les étudiantes. Entre-temps, leurs résultats ont montré que l'engagement des étudiants dans les activités commerciales n'a pas d'effet significatif sur le rendement scolaire.

Le besoin d'étudiant sur le travail indépendant peut être atteint par une communication efficace par lequel l'information est saisie correctement et la rétroaction est fournie. Par conséquent, l'accès à l'information est également un élément important de l'intention de créer une nouvelle entreprise (Kristiansen et Indarti, 2004). Avoir accès à l'information commerciale est la disponibilité d'informations sur l'environnement sur l'établissement d'une nouvelle entreprise et la façon de gérer une entreprise. En outre, la disponibilité des financements/capitaux est également considérée comme l'un des obstacles communs à la création d'une nouvelle entreprise (Kristiansen et Indarti, 2004). L'accès au financement est la capacité des individus de trouver un soutien financier pour établir une entreprise puisque la plupart des investisseurs et des banques ne sont pas disposés à faire des investissements dans de nouvelles entreprises.

Il existe de nombreux articles de recherche sur les intentions de travail indépendant dans le monde qui mettent l'accent sur l'attitude envers les comportements entrepreneuriaux. Toutefois, les pays en développement n'ont pas encore été correctement ciblés (Olufunso, 2010). Gemechis (2007) a étudié une recherche intitulée *The Attitude of College Students toward Entrepreneurship on the Case of Addis Ababa University and Rift Valley University College*. Les résultats de ses recherches montrent que l'accès au financement pour le démarrage, le manque d'éducation et de formation appropriées, le counseling en affaires et le faible niveau de compréhension de l'entrepreneuriat sont considérés comme certains des facteurs importants qui constituent des obstacles au démarrage d'une entreprise par les jeunes. En outre, Robson (2015) a également étudié les déterminants de la motivation entrepreneuriale des étudiants de premier cycle dans les établissements d'enseignement supérieur éthiopiens, en particulier à l'Université Haramaya. Le résultat de l'étude montre que la majorité de la famille des intimés a été embauchée dans différentes entreprises. Cependant, contrairement à leur famille, ils aimeraient devenir travailleurs autonomes et prévoient exploiter leur propre entreprise après l'obtention de leur diplôme. Les possibilités

perçues de besoin d'indépendance et de position sociale plus élevée les ont motivés à devenir entrepreneur. Il a également souligné le fait que les répondants de la famille d'entreprise avaient un intérêt élevé pour le travail indépendant par rapport aux répondants de familles non appartenant à des entreprises.

La plupart des études sur les attitudes des entrepreneurs ont beaucoup mis l'accent sur la personnalité et les approches démographiques. Les approches qu'ils ont énoncées souffrent de certains problèmes qui les ont rendus inappropriés pour mesurer les caractéristiques des entrepreneurs. Robinson, Stimpson, Heufner et Hunt (1991) ont développé une échelle d'orientation de l'attitude entrepreneuriale (EAO) qui aide à mesurer et à décrire l'attitude de l'entrepreneur. Ils ont testé le modèle et se sont avérés être élevés en validité et en fiabilité.

En raison des besoins d'encourager les étudiants de premier cycle des universités à explorer l'entrepreneuriat, il est essentiel de comprendre comment développer et nourrir les entrepreneurs potentiels. La question de recherche est de savoir si l'attitude des étudiants de premier cycle des universités à l'égard de l'entrepreneuriat a un lien important avec leurs intentions de travail indépendant. Par conséquent, cette étude a été menée pour prédire l'intention de travail indépendant parmi les étudiants de premier cycle des universités en Éthiopie en adoptant le modèle de régression logistique binaire.

### **Cadre conceptuel et élaboration d'hypothèses**

Les chercheurs confirment que l'attitude est le facteur prédictif le plus important de l'intention entrepreneuriale et du travail indépendant. En revanche, Zhang, Wang et Owen (2015) confirment un résultat surprise que l'attitude ne parvient pas à générer un impact significatif sur l'intention entrepreneuriale. Il est clair qu'il existe des différences dans les résultats de l'impact de l'attitude à l'égard du travail indépendant. Par conséquent, sur la base de l'examen de la littérature, le cadre conceptuel suivant est élaboré (fig. 1).

Les hypothèses de cette étude sont énoncées comme suit :

1. H1 : un niveau plus élevé d'attitudes à l'égard de l'entrepreneuriat est associé à un niveau plus élevé d'intentions de travail indépendant.
2. H2 : l'éducation et la formation entrepreneuriales sont positivement liées à l'intention de travail indépendant.
3. H3 : les facteurs démographiques tels que le sexe, l'âge et l'état matrimonial sont associés aux intentions de travail indépendant.
4. H4 : les facteurs socio-économiques tels que la profession des parents, les moyens de financement, les antécédents commerciaux des collègues, le découragement par des environnements externes et l'idée d'entreprise future claire sont positivement associés à l'intention de travail indépendant.

### **CONCLUSION**

L'étude a révélé que les attitudes entrepreneuriales ont un impact important sur l'intention de travail indépendant des étudiants. Les résultats se sont conformés aux littératures. Choisir un cheminement de carrière peut être l'une des décisions les plus importantes que les gens prennent dans leur vie. Faire ce qu'ils aiment et avoir un emploi qu'ils aiment aura un effet positif sur leur vie, et il assurera le succès (Gibson, Harris, Mick, et Burkhalter, 2011). Dans la recherche, il a été démontré qu'être un entrepreneur exige une certaine attitude, un certain engagement et une pensée positive. Elle exige également la foi en ses capacités et ses compétences personnelles. D'après les données recueillies, il semble qu'en général, quel que soit le sexe, l'âge et le domaine d'études des répondants, cette recherche est arrivée à la conclusion que les étudiants qui cherchaient de l'information et des possibilités, qui prenaient de l'éducation et de la formation en entrepreneuriat, se fixaient des objectifs futurs, développaient leurs capacités et leurs compétences en matière de créativité et de résolution de problèmes avaient une attitude positive à l'égard du travail indépendant. Dans cette limite, le gouvernement et les universités devraient concevoir des programmes qui facilitent l'entrepreneuriat afin de changer l'état d'esprit, l'attitude et l'intention des étudiants qui n'ont pas une idée de l'entrepreneuriat comme carrière future. Le gouvernement devrait également renforcer la confiance des étudiants pour considérer le travail indépendant comme leur future carrière. De plus, l'accès

au financement, les contacts professionnels et le réseautage avec les entrepreneurs, l'expérience antérieure en affaires, les antécédents familiaux, les réalisations et la préparation instrumentale prédisent également de façon significative l'intention du travail indépendant. Il est donc important de maintenir et de renforcer la coopération et les contacts entre les étudiants, les collecteurs de fonds et les entrepreneurs. En conclusion, les résultats de la recherche ont montré que les attitudes entrepreneuriales et l'éducation/formation en entrepreneuriat prédisent de façon significative l'intention de travail indépendant des étudiants à un niveau d'importance de 5 %. Au contraire, les facteurs démographiques et socio-économiques ne sont pas des facteurs prédictifs significatifs de l'intention de travail indépendant des étudiants. Par conséquent, H1 et H2 de l'hypothèse de recherche sont soutenus tandis que H3 et H4 ne sont pas.

Bien que beaucoup ait été fait pour atteindre les objectifs de recherche, il y avait certaines limites et lacunes. Tout d'abord, cette recherche a été menée pour étudier l'effet transversal des attitudes entrepreneuriales sur l'intention de travail indépendant des étudiants. La recherche n'inclut pas l'effet longitudinal des attitudes entrepreneuriales sur le travail indépendant. Mais la perception et l'attitude des élèves peuvent être changées au fil du temps. Par conséquent, des recherches futures devraient être menées afin d'étudier non seulement l'effet transversal des attitudes entrepreneuriales, mais aussi l'effet longitudinal des attitudes entrepreneuriales sur l'intention de travail indépendant des étudiants. Deuxièmement, cette recherche n'a pas été utilisée comme une conception comparative de la recherche. Par conséquent, la recherche future devrait être utilisée cette conception de recherche pour voir la différence d'intention de travail indépendant entre les étudiants placés dans les universités privées et publiques et les étudiants en génie avec des étudiants en commerce. Deuxièmement, la recherche ne concerne que les étudiants de trois universités éthiopiennes. Ainsi, les étudiants sélectionnés de ces universités ne suffisent pas à généraliser l'intention de travail indépendant des étudiants en Éthiopie en général. Étant donné qu'il y a tant d'universités en Éthiopie, la recherche future devrait être considérée comme d'autres étudiants universitaires.

## **TRANSLATED VERSION: GERMAN**

Below is a rough translation of the insights presented above. This was done to give a general understanding of the ideas presented in the paper. Please excuse any grammatical mistakes and do not hold the original authors responsible for these mistakes.

## **ÜBERSETZTE VERSION: DEUTSCH**

Hier ist eine ungefähre Übersetzung der oben vorgestellten Ideen. Dies wurde getan, um ein allgemeines Verständnis der in dem Dokument vorgestellten Ideen zu vermitteln. Bitte entschuldigen Sie alle grammatikalischen Fehler und machen Sie die ursprünglichen Autoren nicht für diese Fehler verantwortlich.

## **EINLEITUNG**

Unternehmertum ist ein weltweites Phänomen mit Wirtschaftswachstum auf der ganzen Welt, das durch die Entstehung neuer und innovativer Unternehmensgründungen ausgelöst wird. Diese neue und innovative Geschäftsidee wird von Unternehmern entwickelt. Neben der Entwicklung neuer und innovativer Geschäftsideen haben Unternehmer auch bestimmte Fähigkeiten, Einstellungen und Verhaltensweisen entwickelt, die es ihnen ermöglichen, ihre Rolle in der Gesellschaft zu erfüllen (Inegbenobor, 2006). Diese neuen Unternehmen spielen eine wichtige Rolle bei der Schaffung von Arbeitsplätzen und beeinflussen die Politik, aufgrund ihres positiven Beitrags zur Wirtschaft unternehmerische Gründungsaktivitäten zu erkennen und zu unterstützen. Daher ist Unternehmertum ein Schlüsselfaktor für Wirtschaftswachstum (mestay, 2008).

Für Unternehmertum ergreifen Wachstumsvortrieb in Richtung Wirtschaftswachstum, öffentliche, private und nichtstaatliche Organisationen ergreifen verschiedene Maßnahmen zur Förderung des



Unternehmertums in verschiedenen Ländern. Universitäten und Hochschulen haben verschiedene Postgraduierten-, Bachelor- und Diplomkurse zu Small Business Management und Entrepreneurship durchgeführt (Plant and Ren, 2010; Nishantha, 2008). In den Entwicklungsländern ist die Rolle des Unternehmertums für die Entwicklung wichtiger als die Industrieländer, was die Schaffung von Möglichkeiten der Selbständigkeit und den Abbau von Arbeitslosigkeit betrifft (Nishantha, 2008). Derzeit ist die Arbeitslosenquote bei Gymnasien und Hochschulabsolventen proportional höher als die der weniger gebildeten Arbeitnehmer. Dann ist die Schaffung von Beschäftigungsmöglichkeiten für alle Absolventen ein entscheidendes Thema (Ummah, 2009). Eine der Möglichkeiten, das Problem der Arbeitslosigkeit zu lösen, besteht darin, das Unternehmertum für Hochschulabsolventen weiter zu fördern. Graduate Entrepreneurship ist ein Prozess, den ein Absolvent zur Gründung eines Unternehmens im Hinblick auf eine individuelle Berufsorientierung einführt (Olufunso, 2010). Die Welt braucht Absolventen, die innovativ, dynamisch, intelligent, gewagt, effizient, zielstrebig, modern und beschäftigungsfähig oder, mit einem Wort, unternehmerisch sind.

Higher Learning Institute sinnieren jedes Jahr eine steigende Zahl von Absolventen. Die durchschnittliche Dauer der Arbeitslosigkeit im städtischen Äthiopien betrug jedoch mehr als ein Jahr (Serneels, 2004). Das Überangebot an Hochschulabsolventen hat dazu beigetragen, dass die Zahl der Hochschulabsolventen im Verhältnis zu den auf dem Markt verfügbaren Beschäftigungsmöglichkeiten unausgewogen ist. Die Regierung hat Mikrokreditprogramme eingeführt, um jungen und unerfahrenen Absolventen bei der Gründung eines Unternehmens zu helfen. So genehmigt die Regierung 2017/2018 einen revolvingierenden Fonds für die äthiopische Jugend mit 10 Milliarden Dollar (äthiopische Währung). Der revolvingierende Fonds sollte Jugendlichen finanzielle Unterstützung bieten, um ihnen zu helfen, ihre Fähigkeiten durch die Schaffung von Arbeitsplätzen zu nutzen. Dieser Fonds wurde von der Geschäftsbank Äthiopiens (CBE) verwaltet und über Mikrofinanzinstitutionen an die Jugend gezahlt. Der Zugang zu Kreditfazilitäten trägt zur Förderung des Wirtschaftswachstums bei. Die äthiopische Regierung hat zahlreiche Maßnahmen zur Förderung des Unternehmertums eingeleitet; Es wurden jedoch keine ausreichenden Fortschritte erzielt. Dies ist auf das mangelnde Verständnis der Einstellungen und Wahrnehmungen der Jugendlichen gegenüber Unternehmertum zurückzuführen. Diese Interventionen konzentrieren sich hauptsächlich auf den Umgang mit den häufigsten Hindernissen wie der finanziellen Unterstützung und Regulierung, wobei zu ignorieren ist, dass die richtige Einstellung zum Unternehmertum als Berufswahl gefördert wird.

Die Studierenden können eine andere Einstellung haben und unterschiedlich auf das erwartete Selbstständigkeitsverhalten reagieren. Vielleicht können sie je nach Herkunft und anderen Merkmalen eine positive oder negative Einstellung zur Selbständigkeit zeigen. Wenn die Studierenden eine positive Einstellung zur Selbständigkeit haben, ist es wahrscheinlich, dass sie nach dem Abschluss ihr eigenes Unternehmen gründen werden. Umgekehrt werden sie sich wahrscheinlich nicht selbständig machen, wenn sie eine negative Haltung haben. Im Allgemeinen haben Personen, die mehr Einkommen, mehr Unabhängigkeit und mehr Netto-Perquisites wollen, eine hohe Tendenz zum Unternehmertum (Fitzsimmons und Douglass, 2005). Ebenso sollte von einer Person mit einer höheren Risikotoleranz und einer geringeren Abneigung gegen Arbeitsanstrengungen erwartet werden, dass sie eher unternehmerisches Verhalten an den Tag legt (Douglas und Shepherd, 2002).

Wie bereits erwähnt, wird das Unternehmertum durch die Entstehung neuer und innovativer Unternehmensgründungen positiv beeinflusst. Diese neuen kleinen Unternehmen spielen eine wichtige Rolle bei der Schaffung von Arbeitsplätzen und beeinflussen die Politik, aufgrund ihres positiven Beitrags zum Wirtschaftswachstum unternehmerische Gründungsaktivitäten zu erkennen und zu unterstützen. Studien über die unternehmerische Absicht von Studenten haben sich hauptsächlich auf Industrieländer konzentriert. Die Entwicklungsländer sind jedoch noch nicht richtig fokussiert (Olufunso, 2010). Anhand von beschreibendem Forschungsdesign/Framework untersuchen verschiedene Wissenschaftler den Einfluss/Einfluss unternehmerischer Einstellungen auf die Selbstständigkeitsabsicht. Aber keine dieser früheren Studien modellieren die Auswirkungen der unternehmerischen Einstellung der Selbständigkeit und untersuchen das Ausmaß der Variation der unternehmerischen Motivation auf die Selbständigkeit innerhalb und zwischen Studierenden, Abteilungen und Universitäten. Die Ansätze, die sie angaben, leiden

unter einigen Problemen, die sie ungeeignet gemacht haben, die Einstellung und die Eigenschaften der Unternehmer zu messen. Daher zielt diese Forschung darauf ab, die oben genannten Lücken der bisherigen Forschungsarbeiten nicht nur durch beschreibende Forschungsdesigns, sondern auch durch die Verwendung von inferentialen Forschungsdesigns zu füllen. Dies hat folgende Beiträge. Erstens zielt diese Studie darauf ab, die Auswirkungen unternehmerischer Einstellung und Wahrnehmung auf die Selbstständigkeitsabsicht unter Abschlussjahr-Ingenieurstudenten des Bahir Dar Institute of Technology, der Debre Markos University und der University of Gondar in Äthiopien in der akademischen Sitzung 2016/2017 zu modellieren. Dieses geschätzte Modell hat also einen bedeutenden Beitrag für politische Entscheidungsträger, die Wahrscheinlichkeit vorherzusagen, dass Studenten in ihrer zukünftigen Karriere selbständig werden. Zweitens quantifiziert die Studie das Ausmaß der Unterschiede der Studierenden in der Selbständigkeit. Drittens hat sie auch einen Beitrag dazu geleistet, festzustellen, ob es einen signifikanten Unterschied zwischen den Studierenden in verschiedenen Abteilungen und Universitäten in ihrer Einstellung und Wahrnehmung zur Selbständigkeit gibt. Ein solches Verständnis oder Findung wiederum wird zu einem Beitrag für Regierungsbeamte, Pädagogen, potenzielle Unternehmer und politische Entscheidungsträger, um das Unternehmertum von Hochschulabsolventen zu verbessern und damit die Arbeitslosigkeit von Hochschulabsolventen zu verringern.

## **Literaturkritik**

### *Theoretischer Hintergrund*

Die Absicht der Selbständigkeit wurde auf unterschiedliche Weise definiert: als die Absicht, ein neues Unternehmen zu gründen (Zhao, Hills, und Seibert, 2005), die Absicht, ein Unternehmen zu besitzen (Crant, 1996), oder die Absicht, sich selbständig zu machen (Douglas und Shepherd, 2002). Absolventen beschäftigungsfähiger zu machen, ist eine globale Herausforderung, und Universitäten auf der ganzen Welt werden unternehmerischer, um die Herausforderung zu meistern. Höhere Lehr-Lerneinrichtungen haben Anreize geschaffen, die Studenten ermutigen, ein eigenes Unternehmen zu gründen, indem sie Unternehmer informieren, wenn sie den Wunsch äußern, ihr eigenes Unternehmen zu gründen (Moreno, Castillo und Triguero, 2012). Entrepreneurship Education verbessert die Motivation, unternehmerisch zu sein, indem sie die persönliche Anziehungskraft der Schüler für Unternehmertum und wahrgenommene Verhaltenskontrolle inspiriert (Dugassa, 2012).

Die Entscheidung für eine Person, sich selbständig zu machen oder als Arbeitnehmer zu bleiben, hängt von einigen Faktoren ab. In vielen Studien wurde darauf hingewiesen, dass diese Faktoren eine wichtige Rolle bei der Motivation und Zurückhaltung von Menschen zur Selbständigkeit spielen. Die motivierenden Faktoren machen die Selbständigkeit attraktiv. Beispielsweise kann eine bestehende Möglichkeit des Gewinns junge Menschen dazu bringen, ihr eigenes Unternehmen zu gründen. In ähnlicher Weise würden niedrige Löhne oder unzufriedene Arbeitsverhältnisse eine bezahlte Beschäftigung weniger attraktiv machen. Die Analyse von Faktoren, die die Entscheidung des Einzelnen beeinflussen, sich selbständig zu machen, und warum Menschen eine bezahlte Beschäftigung wählen, anstatt ihr eigenes Unternehmen zu gründen, wird einen wichtigen Leitfaden für politische Entscheidungsträger darstellen. Die Gründe, warum Menschen sich selbständig machen oder sich für eine Anstellung entscheiden, wurden in der Unternehmerliteratur diskutiert. Selbständigkeit wird als Synonym für Unternehmertum betrachtet. Tatsächlich nutzten viele Studien die Selbständigkeit als Stellvertreter für die Messung des Unternehmertums (Bjuggren, Johansson und Stenkula, 2012; Rietveld, Hessels und Zwan, 2014).

Innovation ist das Instrument des Unternehmertums. Innovation ist definiert als Hinzufügen von etwas Neuem zu einem bestehenden Produkt oder Prozess. Daher sind Menschen mit innovativer Denkweise eher bereit, Geschäfte zu initiieren und durch kontinuierliche Verbesserung zu erhalten (Okpara, 2007). Unternehmer, die ihre Fähigkeiten im Selbstmanagement und in der Selbstüberwachung erlernen und entwickeln, haben im unternehmerischen Entwicklungsprozess mehr Möglichkeiten, unternehmerisches Wissen und Erfahrungen zu verbessern (Tseng, 2013). Hohe Leistungen bei Kreativität und unternehmerischen Erfahrungen stehen in direktem Zusammenhang mit unternehmerischen Präferenzen, während die Wahrnehmung von Misserfolg einen indirekten Einfluss hat (Hamidi, Wennberg und Berglund, 2008). Die Vielfalt des Bildungshintergrunds auf der Grundlage der Abteilung bietet jedoch

plausible Erklärungen für die unterschiedliche unternehmerische Wahrnehmung von Studenten (Wu und Wu, 2008). Die Studierenden formulieren eher die Entscheidung, ein eigenes Unternehmen zu gründen, wenn sie ihr eigenes und das Interesse anderer erfolgreich spüren, erkennen und bewerten (Zampetakis, Kafetsios, Bouranta, Dewett und Moustakis, 2009). Wenn die Umgebung die Schüler stärkt und das Lernen wirklich auf persönlichem Interesse basiert, schafft dies eine starke interne Motivation (Taatila, 2010). Einige Wissenschaftler wiesen darauf hin, dass die höhere Erfahrung oder Fähigkeit im Unternehmertum, das höhere Interesse an der Selbständigkeit und die wahrgenommene Machbarkeit der Selbständigkeit (Davey, Plewa und Struwig, 2011).

Soziale Faktoren wirken sich ermutigend oder behindernd auf die Absicht des Einzelnen für eine unternehmerische Laufbahn aus. Familiärer Hintergrund, Bildung, bisherige Berufserfahrung, Risikohaltung, Überoptimismus, Unabhängigkeitspräferenz und die Normen und Werte einer Gesellschaft beeinflussen die Wahl der Lebenslaufbahn des Einzelnen, d. H. Unternehmertum oder Abhängige Beschäftigung (Sanditov und Verspagen, 2011). Das Bildungssystem ist in der Lage, Wissen zu generieren und zu verbreiten, sich in Praktiken und Quellen alternativer Berufswahl zu verwandeln und den Horizont des Einzelnen bei der Erfüllung wirtschaftlicher und sozialer Bedürfnisse zu erweitern. In Afrika ist Unternehmertum für gebildete Menschen eher eine Notwendigkeit als eine Chance. Sie gründeten ihr eigenes Unternehmen, während sie eine Lohnbeschäftigung finden, die sehr wettbewerbsfähig und voller Korruption ist (Schaumburg-Müller, Jeppesen und Langevang, 2010).

Verschiedene Wissenschaftler haben die Einstellung von Einzelpersonen zur Selbständigkeit anhand des Modells der Unternehmerorientierung (EAO) bewertet. So führten Shariff und Saud (2008) eine Untersuchung nach dem EAO-Modell für Betriebswirtschaftslehre durch. Ihre Ergebnisse zeigen, dass es einen signifikanten Unterschied zwischen Studenten, die in Entrepreneurship-Kursen verabsäumt werden, und Nicht-Unternehmer-Studenten in Bezug auf Selbstwertgefühl und persönliche Kontrolle gibt, wobei der Mittelwert für die Gruppe der Unternehmer-Studenten in der persönlichen Kontrolle höher ist. Daher gibt es keinen signifikanten Unterschied in Bezug auf Innovation und Leistung. Zain, Akram und Ghani (2010) machten auch eine Umfrage unter Wirtschaftsstudenten und fanden heraus, dass es einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Faktor persönlicher Eigenschaften oder der Einstellung zum Verhalten und der Selbständigkeitsabsicht gab. Sie untersuchen diese persönlichen Merkmale oder Faktoren im Allgemeinen jedoch als die Art und Weise, wie ein Individuum denkt und sich verhält, ohne sich auf diese in der Wirtschaft, Innovation in der Wirtschaft, wahrgenommene persönliche Kontrolle der Geschäftsergebnisse und wahrgenommenes Selbstwertgefühl in der Wirtschaft (EAO-Modell) zu konzentrieren. Darüber hinaus führten Ismail, Jaffar und Hooi (2013) eine Studie mit dem Modell der Unternehmerorientierung (EAO) durch, um die Selbständigkeitsabsichten der Studenten der öffentlichen und privaten Universitäten in Malaysia vorherzusagen. Das Ergebnis der Forschung zeigt, dass persönliche Kontrolle, Selbstwertgefühl und Innovation signifikante und positive Beziehungen mit der Absicht der Selbständigkeit haben. In der Zwischenzeit wurde festgestellt, dass die Leistungen in der Wirtschaft keinen signifikanten Bezug zur Selbständigkeitsabsicht haben.

Nguyen (2017) studierte auch unternehmerische Absicht unter internationalen Wirtschaftsstudenten in Vietnam. Er verwendete explorative Faktoranalyse und mehrere Regressionen, um die Antworten von 372 Schülern des Letzten Jahrgangs zu untersuchen. Das Ergebnis seiner Studie bestätigt, dass die Einstellung zum Unternehmertum und zur wahrgenommenen Verhaltenskontrolle positiv mit unternehmerischer Absicht zusammenhängt. Im Gegenteil, die subjektive Norm hat keinen signifikanten Einfluss auf die unternehmerische Absicht. In verwandten Studien bestätigten auch andere Wissenschaftler, dass subjektive Norm, wahrgenommene Verhaltenskontrolle und familiärer Hintergrund das Interesse der Studenten am Unternehmertum signifikant vorhersagen (Osakede, Lawanson, und Sobowale, 2017). Darüber hinaus kamen sie zu dem Schluss, dass das Interesse der Studierenden am Unternehmertum bei Männern als bei Studentinnen allgemein gesehen wird. In der Zwischenzeit zeigten ihre Ergebnisse, dass das Engagement der Studierenden in geschäftlichen Aktivitäten keinen signifikanten Einfluss auf die akademische Leistung hat.

Der Bedarf von Studenten an Selbständigkeit kann durch eine effektive Kommunikation erreicht werden, bei der Informationen ordnungsgemäß erfasst und Feedback gegeben wird. Daher ist der Zugang

zu Informationen auch ein wichtiges Element für die Absicht, ein neues Unternehmen zu gründen (Kristiansen und Indarti, 2004). Der Zugriff auf Geschäftsinformationen ist die Verfügbarkeit von Informationen über die Umgebung über die Gründung eines neuen Unternehmens und die Art und Weise, wie ein Unternehmen geführt wird. Darüber hinaus gilt die Verfügbarkeit von Finanzmitteln/Kapital auch als eines der gemeinsamen Hindernisse für die Gründung eines neuen Unternehmens (Kristiansen und Indarti, 2004). Der Zugang zu Finanzmitteln ist die Fähigkeit der Einzelpersonen, finanzielle Unterstützung zu finden, um ein Unternehmen zu gründen, da die meisten Investoren und Banken nicht bereit sind, Investitionen in neue Unternehmen zu tätigen.

Weltweit gibt es viele Forschungsartikel über Selbstständigkeitsabsichten, die sich auf die Einstellung zu unternehmerischem Verhalten konzentrieren. Die Entwicklungsländer sind jedoch noch nicht richtig fokussiert (Olufunso, 2010). Gemechis (2007) studierte eine Studie mit dem Titel *The Attitude of College Students towards Entrepreneurship on the Case of Addis Abeba University and Rift Valley University College*. Die Ergebnisse seiner Forschung zeigen, dass der Zugang zu Finanzmitteln für Start-ups, das Fehlen einer angemessenen Allgemeinen und Ausbildung, Unternehmensberatung und ein geringes Verständnis für Unternehmertum als einige der wichtigen Faktoren angesehen werden, die als Hindernisse für die Gründung eines Unternehmens durch junge Menschen wirken. Darüber hinaus untersuchte Robson (2015) auch die Determinanten der unternehmerischen Motivation von Studenten an äthiopischen Hochschulen, insbesondere an der Haramaya University. Das Ergebnis der Studie zeigt, dass die Mehrheit der Befragten in verschiedenen Unternehmen eingestellt wurde. Im Gegensatz zu ihrer Familie möchten sie sich jedoch selbständig machen und planen, nach dem Abschluss ein eigenes Unternehmen zu führen. Die wahrgenommenen Chancen der Notwendigkeit der Unabhängigkeit und der höheren sozialen Position haben sie motiviert, Unternehmer zu sein. Er wies auch darauf hin, dass die Befragten aus unternehmenseigenen Familien ein hohes Interesse an selbständiger Erwerbstätigkeit hätten, verglichen mit Befragten aus Nicht-Unternehmensfamilien.

Die meisten Studien über die Einstellung von Unternehmern betonten viel auf Persönlichkeit und demografische Ansätze. Die Ansätze, die sie angaben, leiden unter einigen Problemen, die sie ungeeignet gemacht haben, die Merkmale der Unternehmer zu messen. Robinson, Stimpson, Heufner und Hunt (1991) haben eine "Entrepreneurial Attitude Orientation" (EAO)-Skala entwickelt, die hilft, die Einstellung des Unternehmers zu messen und zu beschreiben. Sie haben das Modell getestet und festgestellt, dass sie eine hohe Gültigkeit und Zuverlässigkeit haben.

Aufgrund der Notwendigkeit, die Studenten der Universitäten zu ermutigen, das Unternehmertum zu erforschen, ist es wichtig zu verstehen, wie potenzielle Unternehmer entwickelt und gefördert werden können. Die Forschungsfrage ist, ob die Einstellung der Hochschulen zum Unternehmertum in erheblichem Zusammenhang mit ihren Selbstständigkeitsabsichten steht oder nicht. Daher wurde diese Studie durchgeführt, um die Selbstständigkeitsabsicht unter den Studenten der Universitäten in Äthiopien vorherzusagen, indem das binäre logistische Regressionsmodell übernommen wurde.

### **Konzeptionelle Rahmenbedingungen und Hypothesenentwicklung**

Wissenschaftler bestätigen, dass die Einstellung die wichtigsten Prädiktoren für unternehmerische und selbständige Absichten ist. Im Gegensatz dazu bestätigen Zhang, Wang und Owen (2015) ein überraschendes Ergebnis, dass die Haltung keinen signifikanten Einfluss auf die unternehmerische Absicht hat. Es ist klar, dass es Unterschiede in den Ergebnissen der Auswirkungen der Einstellung zur Selbstständigkeit gibt. Daher wird auf der Grundlage der Literaturrecherche der folgende konzeptionelle Rahmen entwickelt (Abb. 1).

Die Hypothesen dieser Studie werden wie:

1. H1: Ein höheres Maß an Einstellung zum Unternehmertum ist mit einem höheren Maß an Selbständigkeitverbundenheit verbunden.
2. H2: Unternehmerische Bildung/Ausbildung steht in positivem Zusammenhang mit der Selbstständigkeitsabsicht.
3. H3: demografische Faktoren wie Geschlecht, Alter und Familienstand sind mit Selbstständigkeitsabsichten verbunden.

4. H4: sozioökonomische Faktoren wie Elternberuf, Finanzierungsmittel, Kollege betriebswirtschaftlicher Hintergrund, Entmutigung durch externe Umgebungen und klare zukünftige Geschäftsidee sind positiv mit selbständiger Absicht verbunden.

## SCHLUSSFOLGERUNG

Die Studie ergab, dass unternehmerische Einstellungen erhebliche Auswirkungen auf die Selbständigkeitsabsicht der Studierenden haben. Die Ergebnisse entsprechen den Literaturen. Die Wahl eines Karrierewegs kann eine der wichtigsten Entscheidungen sein, die Menschen in ihrem Leben treffen. Das zu tun, was ihnen Spaß macht, und einen Job zu haben, den sie mögen, wird sich positiv auf ihr Leben auswirken, und es wird den Erfolg sichern (Gibson, Harris, Mick und Burkhalter, 2011). In der Forschung hat sich gezeigt, dass Unternehmersein eine gewisse Einstellung, ein bestimmtes Engagement und positives Denken erfordert. Es erfordert auch den Glauben an persönliche Fähigkeiten und Fähigkeiten. Auf der Grundlage der gesammelten Daten scheint es, dass diese Forschung im Allgemeinen unabhängig vom Geschlecht, Alter und Studienbereich der Befragten zu dem Schluss gekommen ist, dass Studenten, die Informationen und Möglichkeiten suchten, unternehmerische Bildung/Ausbildung absolvierten, zukünftige Ziele setzten, Fähigkeiten und Fähigkeiten in den Bereichen Kreativität und Problemlösung entwickeln, eine positive Einstellung zur Selbständigkeit haben. In diesem Sinne sollten sowohl die Regierung als auch die Universitäten Programme entwerfen, die das Unternehmertum erleichtern, um die Einstellung, Einstellung und Absicht jener Studenten zu ändern, die keine Vorstellung vom Unternehmertum als zukünftige Raufe haben. Die Regierung sollte auch das Vertrauen der Studenten stärken, die Selbständigkeit als ihre zukünftige Karriere zu betrachten. Darüber hinaus sind der Zugang zu Finanzmitteln, berufliche Kontakte und die Vernetzung mit Unternehmern, berufsbezogene Erfahrungen, familiärer Hintergrund sowie Leistung und instrumentelle Bereitschaft auch deutlich vorausschauende Absicht der Selbständigkeit. Daher ist es wichtig, die Zusammenarbeit und die Kontakte zwischen Studierenden, Spendensammlern und Unternehmern aufrechtzuerhalten und zu stärken. Abschließend zeigten die Ergebnisse der Studie, dass unternehmerische Einstellungen und unternehmerische Bildung/Ausbildung die Selbständigkeitsabsicht von Studierenden auf einem Bedeutungsniveau von 5 % deutlich vorhersagen. Im Gegenteil, demografische Faktoren und sozioökonomische Faktoren sind keine signifikanten Prädiktoren für die Selbständigkeitsabsicht der Studierenden. Daher werden H1 und H2 der Forschungshypothese unterstützt, während H3 und H4 nicht.

Obwohl viel getan wurde, um die Forschungsziele zu erreichen, gab es einige Einschränkungen und Mängel. Zunächst wurde diese Forschung durchgeführt, um die Querschnittswirkung unternehmerischer Einstellungen auf die Selbständigkeitsabsicht der Studierenden zu untersuchen. Die Forschung schließt die Längseinflusswirkung unternehmerischer Einstellungen auf die Selbständigkeit nicht ein. Aber die Wahrnehmung und Einstellung der Schüler kann sich im Laufe der Zeit ändern. Daher sollte in Zukunft nicht nur die Querschnittswirkung unternehmerischer Einstellungen untersucht werden, sondern auch die Längsschnittwirkung unternehmerischer Einstellungen auf die Selbständigkeitsabsicht der Studierenden. Zweitens wurde diese Forschung nicht als vergleichendes Forschungsdesign verwendet. Daher sollte in Zukunft an diesem Forschungsentwurf herangezogen werden, um den Unterschied zwischen der Selbständigkeitsabsicht zwischen Studenten an privaten und öffentlichen Universitäten und Ingenieurstudenten mit Wirtschaftsstudenten zu erkennen. Zweitens bezieht sich die Forschung nur auf Studenten von drei Universitäten in Äthiopien. So reichen die ausgewählten Studenten dieser Universitäten nicht aus, um die Selbständigkeitsabsicht der Studenten in Äthiopien im Allgemeinen zu verallgemeinern. Da es so viele Universitäten in Äthiopien gibt, sollte die zukünftige Forschung als andere Universitätsstudenten betrachtet werden.

## **TRANSLATED VERSION: PORTUGUESE**

Below is a rough translation of the insights presented above. This was done to give a general understanding of the ideas presented in the paper. Please excuse any grammatical mistakes and do not hold the original authors responsible for these mistakes.

## **VERSÃO TRADUZIDA: PORTUGUÊS**

Aqui está uma tradução aproximada das ideias acima apresentadas. Isto foi feito para dar uma compreensão geral das ideias apresentadas no documento. Por favor, desculpe todos os erros gramaticais e não responsabilize os autores originais responsáveis por estes erros.

## **INTRODUÇÃO**

O empreendedorismo é um fenómeno mundial com crescimento económico em todo o mundo que é tornado pelo surgimento de novas e inovadoras start-ups empresariais. Esta nova e inovadora ideia de negócio é desenvolvida por empreendedores. Para além do desenvolvimento de novas e inovadoras ideias de negócio, os empreendedores desenvolveram também determinadas competências, atitudes e comportamentos que lhes permitem desempenhar as suas funções na sociedade (Inegbenobor, 2006). Estas novas empresas desempenham um papel significativo na criação de emprego, influenciando os políticos a reconhecerem e apoiarem a atividade de arranque empresarial devido ao seu contributo positivo para a economia. Por conseguinte, o empreendedorismo é um factor-chave para o crescimento económico (Mcstay, 2008).

Para o empreendedorismo, as iniciativas de crescimento para o crescimento económico, as organizações públicas, privadas e não governamentais estão a tomar várias medidas para promover o empreendedorismo em diferentes países. Universidades e faculdades têm implementado vários cursos de pós-graduação, licenciatura e diploma sobre gestão de pequenas empresas e empreendedorismo (Plant e Ren, 2010; Nishantha, 2008). Nos países em desenvolvimento, o papel do empreendedorismo para o desenvolvimento é mais importante do que os países desenvolvidos no que diz respeito à criação de oportunidades de autoemprego e à redução das situações de desemprego (Nishantha, 2008). Atualmente, a taxa de desemprego entre os estudantes universitários e universitários continua a ser proporcionalmente superior à taxa para os trabalhadores menos instruídos. Depois, proporcionar oportunidades de emprego a todos os licenciados é uma questão crucial (Ummah, 2009). Uma das formas de resolver o problema do desemprego é trazer mais empreendedorismo graduado. O empreendedorismo pós-graduado é um processo levado por um licenciado a iniciar um negócio em termos de orientação individual de carreira (Olufunso, 2010). O mundo precisa de diplomados inovadores, dinâmicos, inteligentes, ousados, eficientes, determinados, modernos e empregáveis ou, numa palavra, empreendedores.

Os Institutos de Ensino Superior da Etiópia estão a produzir um número crescente de diplomados todos os anos. No entanto, verificou-se que a duração média do período de desemprego na Etiópia urbana era superior a 1 ano (Serneels, 2004). O excesso de oferta de licenciaturas contribuiu para o desequilíbrio do número de diplomados em relação às oportunidades de emprego disponíveis no mercado. O governo tem saído com esquemas de empréstimos de micro-crédito para ajudar jovens e inexperientes graduados a iniciar um negócio. Por exemplo, o governo aprova um fundo rotativo de 10 mil milhões de birr (moeda etíope) para a juventude etíope em 2017/2018. O fundo rotativo foi concebido para prestar assistência financeira aos jovens para os ajudar a empregar as suas capacidades através da criação de postos de trabalho. Este fundo foi gerido pelo banco comercial da Etiópia (CBE) e pago aos jovens através de uma instituição microfinanceira para efeitos de criação de emprego. O acesso a facilidades de crédito ajuda a incentivar o crescimento económico. O Governo da Etiópia iniciou numerosas intervenções para incentivar o empreendedorismo; no entanto, não foram feitos progressos suficientes até à data. Isto pode ser atribuído à falta de compreensão das atitudes e perceções entre os jovens em relação ao empreendedorismo. Estas intervenções centram-se principalmente na resolução dos obstáculos mais comuns, como o apoio financeiro

e a regulação, ignorando simultaneamente a atitude correta em relação ao empreendedorismo como uma escolha de carreira.

Os alunos podem ter uma atitude diferente e podem reagir de forma diferente sobre o comportamento esperado do autoemprego. Talvez possam demonstrar uma atitude positiva ou negativa em relação ao autoemprego, dependendo do seu passado e de outros traços. Se os alunos têm atitudes positivas em relação ao autoemprego, é provável que, após a graduação, comecem o seu próprio negócio. Pelo contrário, se formar uma atitude negativa, é provável que não se tornem independentes. Em geral, os indivíduos que desempenham mais rendimento, mais independência e mais perquisites líquidos têm uma alta tendência para se envolverem no empreendedorismo (Fitzsimmons e Douglass, 2005). Da mesma forma, espera-se que um indivíduo com maior tolerância ao risco e menos aversão ao esforço de trabalho seja mais propenso a praticar comportamentos empresariais (Douglas e Shepherd, 2002).

Tal como acima referido, o empreendedorismo é positivamente afetado pelo surgimento de novas e inovadoras start-ups empresariais. Estas novas pequenas empresas desempenham um papel significativo na criação de emprego, influenciando os políticos a reconhecerem e apoiarem a atividade empresarial de arranque devido ao seu contributo positivo para o crescimento da economia. Os estudos sobre a intenção empresarial dos estudantes universitários têm-se centrado principalmente nos países desenvolvidos. No entanto, os países em desenvolvimento ainda não se concentraram adequadamente (Olufunso, 2010). Utilizando o desenho/quadro de investigação descritiva, diferentes académicos examinam o impacto/influência da atitude empresarial na intenção de autoemprego. Mas nenhum destes estudos anteriores modela o impacto da atitude empresarial do autoemprego e examina a extensão da variação da motivação empresarial no autoemprego dentro e entre estudantes, departamentos e universidades. As abordagens que afirmaram sofrem de alguns problemas que os tornaram inadequados para medir a atitude e as características dos empresários. Por conseguinte, esta investigação visa colmatar as lacunas acima referidas dos trabalhos de investigação anteriores, não só utilizando desenhos de investigação descritivos, mas também utilizando desenhos de investigação inferenciais. Fazê-lo tem as seguintes contribuições. Em primeiro lugar, este estudo visa modelar o impacto da atitude e percepção empresarial na intenção de autoemprego entre os estudantes de engenharia do Último Ano do Bahir Dar Institute of Technology, da Universidade Debre Markos e da Universidade de Gondar, na Etiópia, em 2016/2017. Assim, este modelo estimado tem um contributo significativo para os decisores políticos para prever a probabilidade de os estudantes serem trabalhadores independentes na sua futura carreira. Em segundo lugar, o estudo quantifica a dimensão da variação dos estudantes sobre o trabalho por conta própria. Em terceiro lugar, contribuiu também para apurar se existe ou não uma diferença significativa entre os estudantes colocados em diferentes departamentos e universidades nas suas atitudes e percepção em relação ao autoemprego. Tal compreensão ou descoberta, por sua vez, tornam-se um contributo para funcionários do governo, educadores, potenciais empresários e decisores políticos para melhorar o empreendedorismo pós-graduado e, assim, reduzir o desemprego pós-graduado.

## **Revisão literária**

### *Fundo teórico*

A intenção de autoemprego foi definida de diferentes formas: como a intenção de iniciar um novo negócio (Zhao, Hills, e Seibert, 2005), a intenção de possuir uma empresa (Crant, 1996), ou a intenção de ser independente (Douglas e Shepherd, 2002). Tornar os licenciados mais empregáveis é um desafio global, e as universidades de todo o mundo estão a tornar-se mais empreendedoras para superar o desafio. As instituições de ensino superior têm proporcionado incentivos que incentivam os estudantes a iniciar o seu próprio negócio, informando os empresários quando expressam o desejo de criar o seu próprio negócio (Moreno, Castillo, e Triguero, 2012). A educação para o empreendedorismo melhora a motivação para ser empreendedor, inspirando a atração pessoal dos estudantes para o empreendedorismo e o controlo comportamental percebido (Dugassa, 2012).

A decisão de um indivíduo se tornar independente ou permanecer como trabalhador depende de alguns fatores. Muitos estudos apontaram como estes fatores desempenham um papel importante na motivação e na contenção das pessoas para se tornarem independentes. Os fatores motivadores tornam o autoemprego

atraente. Por exemplo, uma oportunidade existente de lucro pode atrair os jovens para iniciarem o seu próprio negócio. Do mesmo modo, os baixos salários ou as condições de trabalho insatisfeitas tornariam o emprego remunerado menos atrativo. Analisar fatores que influenciam a decisão dos indivíduos de se tornarem independentes e por que razão as pessoas escolhem emprego remunerado em vez de lançarem o seu próprio negócio constituirá um guia importante para os decisores políticos. As razões pelas quais as pessoas se tornam independentes ou optam por ser empregadas foram discutidas na literatura de empreendedorismo. O trabalho por conta própria está a ser considerado sinónimo de empreendedorismo. De facto, muitos estudos usaram o autoemprego como procuração para medir o empreendedorismo (Bjuggren, Johansson e Stenkula, 2012; Rietveld, Hessels e Zwan, 2014).

A inovação é a ferramenta do empreendedorismo. A inovação define-se como adicionar algo novo a um produto ou processo existente. Por isso, as pessoas com uma mentalidade inovadora são mais propensas a iniciar negócios e a sustentá-lo através de melhorias contínuas (Okpara, 2007). No processo de desenvolvimento empresarial, os empreendedores que aprendem e desenvolvem as suas competências de auto-gestão e auto-monitorização têm mais oportunidades para potenciar o conhecimento e experiências empresariais (Tseng, 2013). As elevadas realizações na criatividade e experiências empresariais anteriores têm uma relação direta com as preferências empresariais, enquanto a perceção do fracasso tem uma influência indireta (Hamidi, Wennberg, e Berglund, 2008). No entanto, a diversidade de formação educativa baseada no departamento oferece explicações plausíveis sobre a diferença de perceção empresarial dos estudantes universitários (Wu e Wu, 2008). Os estudantes são mais propensos a formular a escolha de iniciar o seu próprio negócio, quando sentem, reconhecem e avaliam o interesse dos seus próprios e dos outros (Zampetakis, Kafetsios, Bouranta, Dewett e Moustakis, 2009). Se o ambiente envolvente capacita os alunos e, embora a aprendizagem seja realmente baseada no interesse pessoal, cria uma forte motivação interna (Tautila, 2010). Alguns estudiosos salientaram que a maior experiência ou competência no empreendedorismo, o maior interesse pelo autoemprego e a perceção de viabilidade do autoemprego (Davey, Plewa e Struwig, 2011).

Os fatores sociais têm um efeito encorajador ou impedimento na intenção dos indivíduos para a carreira empresarial. Formação familiar, educação, experiência profissional anterior, atitude de risco, excesso de otimismo, preferência pela independência, e as normas e valores de uma sociedade influenciam a escolha das carreiras de vida dos indivíduos, ou seja, o empreendedorismo ou o emprego assalariado (Sanditov e Verspagen, 2011). O sistema educativo tem uma capacidade de gerar e divulgar conhecimento, transformar-se em práticas e fontes de escolhas de carreira alternativas, e alargar o horizonte dos indivíduos na satisfação das necessidades económicas e sociais. Em África, para pessoas educadas, o empreendedorismo é uma necessidade e não uma oportunidade. Estabeleceram o seu próprio negócio ao mesmo tempo que encontraram emprego salarial altamente competitivo e cheio de corrupção (Schaumburg-Müller, Jeppesen e Langevang, 2010).

Diferentes académicos avaliaram a atitude dos indivíduos sobre o autoemprego utilizando o modelo de orientação de atitude do empresário (EAO). Por exemplo, a Shariff e a Saud (2008) conduziram uma investigação utilizando o modelo EAO em licenciaturas em gestão de negócios do último ano. Os seus resultados mostram que existe uma diferença significativa entre os licenciados em cursos de empreendedorismo e os licenciados não-empreendedores em termos de autoestima e controlo pessoal, com a média para o grupo de estudantes de licenciatura a ser maior no controlo pessoal. Por conseguinte, não há uma diferença significativa em termos de inovação e de realização. Zain, Akram e Ghani (2010) também fizeram um inquérito entre estudantes de negócios e descobriram que havia uma relação significativa entre o fator de características pessoais ou a atitude em relação ao comportamento e a intenção de autoemprego. No entanto, examinam estes traços pessoais ou fatores em geral como a forma como um indivíduo pensa e se comporta sem se concentrar na realização nos negócios, na inovação nos negócios, no controlo pessoal dos resultados do negócio e na perceção da autoestima nos negócios (modelo EAO). Além disso, Ismail, Jaffar e Hooi (2013) realizaram uma investigação utilizando o modelo de orientação de atitude de empreendedor (EAO) para prever as intenções de autoemprego entre as licenciaturas das universidades públicas e privadas na Malásia. O resultado da investigação mostra que o controlo pessoal, a autoestima e a inovação revelaram ter relações significativas e positivas com a intenção de autoemprego. Entretanto,



verificou-se que a realização nos negócios não tem uma relação significativa com a intenção de autoemprego.

Nguyen (2017) também estudou a intenção empresarial entre estudantes internacionais de negócios no Viet Nam. Ele usou a análise de fatores exploratórios e múltiplas regressões para examinar as respostas de 372 alunos do último ano. O resultado do seu estudo confirma que a atitude em relação ao empreendedorismo e ao controlo de comportamentos percebido está positivamente relacionada com a intenção empresarial. Pelo contrário, a norma subjetiva não gera um impacto significativo na intenção empresarial. Em estudo relacionado, outros estudiosos também confirmaram que a norma subjetiva, o controlo comportamental percebido e o passado de negócios familiares prevêm significativamente o interesse dos estudantes no empreendedorismo (Osakede, Lawanson e Sobowale, 2017). Além disso, chegaram a uma conclusão de que o interesse dos estudantes pelo empreendedorismo é comumente visto entre os homens do que as alunas. Entretanto, as suas conclusões mostraram que o envolvimento dos estudantes em atividades empresariais não tem um efeito significativo no desempenho académico.

A necessidade de estudantes em trabalho independente pode ser alcançada através de uma comunicação eficaz através da qual a informação é capturada adequadamente e o feedback é fornecido. Por conseguinte, o acesso à informação é também um elemento importante para a intenção de criar um novo negócio (Kristiansen e Indarti, 2004). Ter acesso à informação empresarial é a disponibilidade de informação sobre o ambiente sobre a criação de um novo empreendimento e como gerir um negócio. Além disso, a disponibilidade de financiamento/capital é também considerada como um dos obstáculos comuns à criação de uma nova atividade (Kristiansen e Indarti, 2004). O acesso ao financiamento é a capacidade dos indivíduos de encontrarem apoio financeiro para estabelecer um negócio, uma vez que a maioria dos investidores e bancos não estão dispostos a fazer investimentos em novos empreendimentos.

Há muitos artigos de investigação sobre intenções de autoemprego em todo o mundo que se concentram na atitude em relação aos comportamentos empresariais. No entanto, os países em desenvolvimento ainda não se concentraram adequadamente (Olufunso, 2010). Gemechis (2007) estudou uma pesquisa intitulada *The Attitude of College Students towards Entrepreneurship on the Case of Addis Abeba University and Rift Valley University College*. As conclusões da sua investigação mostram que o acesso ao financiamento para o arranque, a falta de educação/formação adequada, o aconselhamento empresarial e o baixo nível de compreensão para o empreendedorismo são considerados como alguns dos fatores importantes que funcionam como barreiras ao início de um negócio por parte dos jovens. Além disso, Robson (2015) também estudou os determinantes da motivação empreendedora de estudantes universitários em instituições de ensino superior etíopes, particularmente na Universidade de Haramaya. O resultado do estudo mostra que a maioria da família dos inquiridos foi contratada em diferentes empresas. No entanto, ao contrário da sua família, gostariam de se tornar independentes e planeiam operar o seu próprio negócio após a graduação. As oportunidades de necessidade de independência e de uma posição social mais elevada motivaram-nas a serem empreendedoras. Salientou ainda o facto de os inquiridos de familiares de empresas terem um elevado interesse pelo autoemprego em comparação com os inquiridos de uma família não-empresarial.

A maioria dos estudos sobre atitudes de empreendedores enfatizaram muito sobre personalidade e abordagens demográficas. As abordagens que afirmaram sofrem de alguns problemas que os tornaram inadequados para medir as características dos empresários. Robinson, Stimpson, Heufner e Hunt (1991) desenvolveram uma escala de Orientação de Atitude Empresarial (EAO) que ajuda a medir e descreve a atitude do empresário. Testaram o modelo e revelaram-se elevados em validade e fiabilidade.

Devido às necessidades de incentivar os licenciados das universidades a explorar o empreendedorismo, é essencial compreender como desenvolver e nutrir potenciais empreendedores. A questão da investigação é se as atitudes dos estudantes universitários em relação ao empreendedorismo têm ou não uma relação significativa com as suas intenções de autoemprego. Por conseguinte, este estudo foi realizado para prever a intenção de autoemprego entre os estudantes universitários da Etiópia, adotando o modelo binário de regressão logística.

## **Enquadramento conceptual e desenvolvimento de hipóteses**

Os académicos confirmam que a atitude é o mais significativo dos preditores da intenção empresarial e auto-laboral. Em contraste, Zhang, Wang e Owen (2015) confirmam um resultado surpresa que a atitude não gera um impacto significativo na intenção empresarial. É evidente que existem diferenças nos resultados do impacto da atitude em relação ao autoemprego. Assim, com base na revisão da literatura, desenvolve-se o seguinte quadro conceptual (Fig. 1).

As hipóteses deste estudo são indicadas como:

1. H1: um nível mais elevado de atitudes em relação ao empreendedorismo está associado a um nível mais elevado de intenção de autoemprego.
2. H2: a educação/formação empresarial está positivamente relacionada com a intenção de autoemprego.
3. H3: fatores demográficos como o sexo, a idade e o estado civil estão associados às intenções de autoemprego.
4. H4: fatores socioeconómicos como a ocupação dos pais, os meios de financiamento, a formação de colegas, o desencorajamento por ambientes externos e a ideia clara do futuro do negócio estão positivamente associados à intenção de autoemprego.

## **CONCLUSÃO**

O estudo concluiu que as atitudes empresariais têm um impacto significativo na intenção de autoemprego dos estudantes. Os resultados estão em conformidade com as literaturas. Escolher um percurso profissional pode ser uma das decisões mais importantes que as pessoas tomam nas suas vidas. Fazer o que gostam e ter um trabalho de que gostam terá um efeito positivo nas suas vidas, e garantirá o sucesso (Gibson, Harris, Mick e Burkhalter, 2011). Na investigação, tem-se demonstrado que ser empreendedor requer uma certa atitude, empenho e pensamento positivo. Também requer fé nas capacidades e habilidades pessoais. Com base nos dados recolhidos, parece que, em geral, independentemente do sexo, idade e campo de estudo dos inquiridos, esta investigação chegou à conclusão de que os estudantes que procuravam informação e oportunidade, pegaram na educação/formação do empreendedorismo, definiram metas futuras, desenvolveram capacidades e competências na criatividade e na resolução de problemas têm uma atitude positiva em relação ao autoemprego. Nesse sentido, o governo e as universidades devem conceber programas que facilitem o empreendedorismo para mudar a mentalidade, a atitude e a intenção dos estudantes que não têm uma ideia sobre o empreendedorismo como uma carreira futura. O governo deve também construir a confiança dos estudantes para considerar o autoemprego como a sua futura carreira. Além disso, o acesso ao financiamento, aos contactos profissionais e à ligação em rede com empresários, a experiência empresarial anterior, o passado familiar e a realização e a prontidão instrumental também preveem significativamente a intenção de autoemprego. Por isso, é importante manter e reforçar a cooperação e os contactos entre estudantes, angariadores de fundos e empresários. Em conclusão, os resultados da investigação mostraram que as atitudes empresariais e a educação/formação de empreendedorismo preveem significativamente a intenção de autoemprego dos estudantes a um nível de 5% de importância. Pelo contrário, os fatores demográficos e os fatores socioeconómicos não são preditores significativos da intenção de autoemprego dos estudantes. Por conseguinte, H1 e H2 da hipótese de investigação são apoiados enquanto H3 e H4 não são.

Embora muito tenha sido feito para atingir os objetivos de investigação, houve algumas limitações e deficiências. Em primeiro lugar, esta investigação foi conduzida para investigar o efeito transversal das atitudes empresariais sobre a intenção de autoemprego dos estudantes. A investigação não inclui o efeito longitudinal das atitudes empresariais no que diz respeito ao autoemprego. Mas a perceção e a atitude dos alunos podem ser alteradas através do tempo. Por conseguinte, deverá ser conduzida investigação futura para investigar não só o efeito transversal das atitudes empresariais, mas também o efeito longitudinal das atitudes empresariais sobre a intenção de autoemprego dos estudantes. Em segundo lugar, esta investigação não foi utilizada como um projeto de investigação comparativa. Por conseguinte, a investigação futura deve ser utilizada neste projeto de investigação para ver a diferença de intenções de autoemprego entre estudantes

colocados em universidades privadas e públicas e estudantes de engenharia com estudantes de negócios. Em segundo lugar, a investigação abrange apenas estudantes de três universidades da Etiópia. Assim, os estudantes selecionados destas universidades não são suficientes para generalizar a intenção de autoemprego dos estudantes na Etiópia em geral. Uma vez que há tantas universidades na Etiópia, a investigação futura deve ser considerada por outros estudantes universitários.