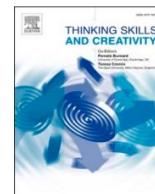


Liste de conținut disponibile la [ScienceDirect](https://www.sciencedirect.com)

Abilități de gândire și creativitate

pagina de pornire a jurnalului: www.elsevier.com/locate/tsc

Explorarea rolurilor stilului cognitiv și ale rețelelor guanxi în creativitate, leadership și antreprenariat

Yang Wang ^{*}

Școala de Științe Educaționale, Universitatea Normală Nanjing, Districtul comunitar Chayuan Qixia, Nanjing, Jiangsu 210046, China

INFORMATII ARTICOL

Cuvinte cheie:

Stilul cognitiv

Rețele Guanxi

Creativitate

Conducere

Antreprenariat

ABSTRACT

Stilul cognitiv și rețelele guanxi sunt doi indicatori esențiali care determină succesul antreprenariatului. Cu toate acestea, încă nu se știe de ce cele două elemente influențează antreprenariatul unui individ. Relațiile dintre stilul cognitiv, rețelele guanxi, creativitatea, conducerea și antreprenariatul pot explica rolurile stilului cognitiv și rețelelor guanxi în antreprenariat. Pentru a dezvălui rolurile stilului cognitiv și ale rețelelor guanxi în antreprenariat, am efectuat un chestionar online în rândul a 178 de studenți. Datele au fost analizate utilizând modelarea ecuațiilor structurale cu cele mai mici pătrate parțiale (PLS-SEM). Rezultatele indică faptul că stilul cognitiv este un factor cheie care influențează creativitatea și leadershipul. Rețelele Guanxi sunt factorul principal de influență al antreprenariatului. În plus, creativitatea are un efect pozitiv asupra spiritului antreprenorial. Descoperirile au luminat rolul stilului cognitiv și al rețelelor guanxi în antreprenariat, care poate oferi, de asemenea, implicații pentru educația antreprenorială.

1. Introducere

Antreprenariatul este un aspect decisiv al dezvoltării economice într-o țară (Beresford, 2020). Există o corelație directă între antreprenariat și creșterea economică (Grandy & Hiatt, 2020). Antreprenariatul și creativitatea sunt strâns legate între ele (Kalar, 2020). Pentru studenți, capacitatea de a gândi creativ este crucială în confruntarea cu probleme economice complexe, în special în cea de-a patra eră industrială (Arbia și colab., 2020; Astuti și colab., 2020). Ei trebuie să continue să inoveze pentru a răspunde cerințelor de a trăi și de a lucra în această lume în schimbare rapidă. Prin urmare, antreprenariatul și creativitatea sunt de o importanță vitală atât pentru dezvoltarea economică națională, cât și pentru dezvoltarea studenților (Khedhaouria et al., 2015). Cu toate acestea, capacitatea studenților de a propune idei noi este încă de îmbunătățit.

Având în vedere că studenții sunt coloana vertebrală a societății, creșterea creativității și antreprenariatului lor a devenit o preocupare în domeniul educației și economiei. Stilul cognitiv și rețelele guanxi sunt cheia creativității și antreprenariatului studenților (Chen et al., 2018). Stilul cognitiv înseamnă modul în care indivizii gândesc, percep și își amintesc informațiile (Yilmaz, 2021). Rețelele Guanxi se referă la o agregare a legăturilor guanxi deținute de un individ (Liu et al., 2018). În plus, se susține că creativitatea a avut o relație pozitivă cu leadershipul (Du et al., 2021). Explorarea relațiilor dintre stilul cognitiv, rețelele guanxi, creativitatea, conducerea și antreprenariatul sunt utile pentru a oferi implicații pentru educația antreprenorială (Wang et al., 2022). Deși educația antreprenorială a evoluat în ultimele decenii (Weng et al., 2018), cercetările privind factorii care influențează dezvoltarea creativității și antreprenariatului rămân limitate și împrăștiate în diverse domenii (Edwards-Schachter et al., 2015; Morris et al., 2013;

* Adresă de e-mail: wangyang@nnu.edu.cn.

* Yang Wang este profesor asociat la Școala de Științe Educaționale de la Universitatea Normală Nanjing și un savant invitat la Ohio State University (OSU). Interesele ei de cercetare includ prezența instructorului și analiza învățării.

<https://doi.org/10.1016/j.tsc.2023.101398> Primit

28 martie 2023; Primit în formă revizuită 2 august 2023; Acceptat la 29 august 2023 Disponibil online la 1 septembrie 2023

1871-1871/© 2023 Elsevier Ltd. Toate drepturile rezervate.

Sorokin și Chernenko, 2022). Subiectele și competențele luate în considerare în educația pentru creativitate și antreprenariat variază foarte mult între școli, cu contexte teoretice slabe (Graciano et al., 2023; Hisrich et al., 2007). Mulți cercetători au descoperit că o viziune restrânsă asupra antreprenariatului subliniază prea mult trăsăturile izolate și dezvoltarea abilităților, mai degrabă decât o viziune holistică a competențelor (Radcliffe, 2005; Edwards-Schachter et al., 2015). Dincolo de discursul general despre creativitate și antreprenariat, înțelegerea noastră despre creativitate și antreprenariat și factorii care le influențează rămâne neclară (Edwards-Schachter et al., 2015).

Rețelele Guanxi ar putea facilita interacțiunea studenților și pot spori creativitatea studenților (Wu et al., 2014; Zhang, 2006). În ceea ce privește modul în care guanxi influențează creativitatea și antreprenariatul studenților, rămâne încă de explorat. Astfel, acest studiu a explorat relațiile interne dintre stilul cognitiv, rețelele guanxi, creativitatea, leadershipul și antreprenariatul prin investigarea studenților chinezi. Deși cuvântul „guanxi” provine din China, există multe țări care au cuvinte care sunt sinonime cu „Guanxi”, cum ar fi relații, legături, conexiuni. Prin urmare, acest studiu are și implicații teoretice și practice importante pentru practicienii internaționali. Principala inovație a acestui studiu este construirea unui model de înțelegere a relațiilor dintre stilul cognitiv, rețelele guanxi, creativitatea, leadershipul și antreprenariatul și găsirea rolului pozitiv al guanxi în creativitatea studenților. Este util să se furnizeze dovezi pentru studiile existente. Mai mult, oferă o nouă perspectivă asupra leadership-ului și dezvoltării antreprenariatului în educație și a oferit implicații practice pentru îmbunătățirea leadershipului și antreprenariatului studenților.

2. Studiul literaturii

2.1. Stilul cognitiv

Stilul cognitiv se referă la modurile preferate și obișnuite ale unui individ de a organiza, procesa și reprezenta informația. Este o diferență individuală care se poate reflecta în percepție, învățare, gândire, decizie, rezolvare de probleme și relații cu ceilalți (Yilmaz, 2021). Stilul cognitiv a fost interpretat cu dimensiuni diferite în diferite studii (Riding & Cheema, 1991; Cools & Van den Broeck, 2007). Concret, Riding și Cheema (1991) au propus că stilul cognitiv ar putea fi împărțit în două dimensiuni - dimensiunea verbal-imaginară (o preferință pentru procesarea informațiilor cu imagini sau cuvinte) și dimensiunea holistic-analitică (o preferință pentru procesarea informațiilor pentru a înțelege. Întregul concept sau detaliile). Cools și Van den Broeck (2007) au propus că stilul cognitiv ar putea fi împărțit în stil de cunoaștere, stil de creare și stil de planificare. Acest studiu a adoptat indicatorii tridimensionali ai stilului cognitiv individual propuși de Cools și Van den Broeck (2007).

Stilul cognitiv joacă un rol critic în determinarea creativității (Kozhevnikov și colab., 2021; Yilmaz, 2021). Ea influențează procesele informaționale, cum ar fi recunoașterea problemelor, căutarea și interpretarea informațiilor și generarea de idei. În mod similar, Saha și Sharma (2020) au descoperit că un lider cu scoruri ridicate la stilul cognitiv este mai predispus să contribuie la creativitate. A susținut că stilul cognitiv afectează creativitatea. Cu toate acestea, unele studii au arătat că stilul cognitiv definește atributele psihologice ale unei persoane, care pot promova sau împiedica participarea acesteia la procesul creativ (Giancola et al., 2022; Gu et al., 2022). S-a subliniat că stilul cognitiv creativ al antreprenorilor are un impact pozitiv asupra creativității lor, dar stilul lor cognitiv de planificare dăunează creativității (Chen et al., 2018). Adică, stilurile cognitive diferite au efecte diferite asupra creativității.

Stilul cognitiv are și un impact asupra leadership-ului. Efectele cumulate ale proceselor tranzitorii, cum ar fi emoțiile, gândirea, reacțiile și cognițiile specifice au fost trecute cu vederea în cercetarea în domeniul leadershipului, dar acești factori pot afecta radical dezvoltarea leadershipului (Day & Sin, 2011).

În plus, Mefoh și colab. (2017) au descoperit că persoanele cu stiluri cognitive diferite demonstrează stiluri sau comportamente diferite de comunicare interpersonală. Rețelele Guanxi sunt definite ca relații interpersonale speciale care decurg din încredere reciprocă, obligații și beneficii reciproce (Guo & Miller, 2010), ceea ce implică faptul că rețelele guanxi sunt o formă de comunicare interpersonală. Indică faptul că diferite stiluri cognitive pot influența rețelele guanxi.

Deși studiile au susținut că stilul cognitiv este esențial pentru creativitatea, conducerea și rețelele guanxi ale elevilor, în ceea ce privește rolul specific al stilului cognitiv în creativitatea și conducerea elevilor în contextul rețelelor guanxi trebuie explorat. Prin urmare, acest studiu a discutat în continuare relațiile dintre ei.

2.2. Rețele Guanxi

În societatea chineză, rețelele guanxi constau din patru tipuri: relații familiale, relații de afaceri, relații cu comunitatea și relații guvernamentale, care au fost acceptate pe scară largă de către antreprenori (Guo & Miller 2010; Park & Luo 2001). Rețelele guanxi de afaceri încep cu legăturile de familie. Pe măsură ce afacerea crește, rețelele guanxi se extind la relațiile de afaceri, relațiile cu comunitatea și relațiile guvernamentale. În acest proces, caracteristicile rețelelor guanxi trec treptat de la a fi bazate pe rudenie la concentrarea pe reguli reciproce și obligații sociale (Park & Luo, 2001). Peng și Luo (2000) au considerat că rețelele antreprenorilor au contribuit la creșterea și supraviețuirea noilor întreprinderi. Rețelele Guanxi ajută startup-urile să-și atingă obiectivele de expansiune oferind avantaje politice, sprijin financiar și resurse necesare (Luo et al., 2012). Pentru a spori competitivitatea afacerilor, majoritatea antreprenorilor folosesc rețelele guanxi pentru a îmbunătăți eficacitatea operațiunilor lor de afaceri (Luo et al., 2012). Aceste studii au arătat că rețelele guanxi pot îmbunătăți succesul întreprinderilor.

Studiile au arătat că rețelele guanxi ar putea obține o varietate de resurse sociale, ceea ce conduce la stimularea creativității antreprenorilor și a conștientizării oportunităților antreprenoriale (Chen et al., 2018). Majoritatea cunoștințelor avansate și a informațiilor diversificate de piață sunt furnizate de rețelele guanxi, care oferă antreprenorilor condițiile de a genera idei creative (Guo și Miller, 2010). După cum a afirmat Chen (2009), o condiție prealabilă pentru creativitatea individuală și organizațională este captarea informațiilor și cunoștințelor care sunt strâns legate de domeniu.

Studiile au susținut valoarea rețelelor guanxi pentru succesul în afaceri. De exemplu, [Luo et al. \(2012\)](#) au susținut că rețelele guanxi ajută startup-urile să-și atingă obiectivele de expansiune oferind avantaje politice, sprijin financiar și resursele necesare.

Mai mult, [Chen et al. \(2018\)](#) au descoperit că relațiile între familia, afacerile și guvernele întreprinzătorilor în rețelele guanxi au un efect pozitiv asupra creativității, în timp ce legăturile comunitare nu sunt direct legate de creativitate.

În plus, rețelele guanxi stimulează sensibilitatea față de oportunitățile antreprenoriale ([Chen et al., 2018](#)), ceea ce poate stimula antreprenoriatul. Rețelele Guanxi sprijină dezvoltarea afacerilor prin informații și resurse. Cu toate acestea, în domeniul întreprinderilor creative în care riscurile și recompensele coexistă, întreprinderile fără antreprenoriat sunt dificil de a utiliza informațiile și resursele pentru a evita riscurile. Studiile existente s-au concentrat în principal pe rolul rețelelor guanxi ale antreprenorilor în succesul lor. În ceea ce privește rolul rețelelor guanxi ale studenților în creativitatea, leadershipul și antreprenoriatul studenților, este încă de explorat.

2.3. Creativitate

Creativitatea joacă un rol decisiv în procesarea informațiilor. Oamenii creativi sunt adesea capabili să genereze idei noi prin recombinația și potrivirea informațiilor și cunoștințelor existente ([Weng et al., 2018](#)). Creativitatea a fost esențială activității antreprenoriale și rolul ei în domeniul antreprenorial nu poate fi trecut cu vederea. Este unul dintre cele mai importante atribute și resurse ale antreprenorilor ([Mehmood et al., 2020](#); [Khedhaouria et al., 2015](#)). [Chen și colab. \(2015\)](#) au propus că creativitatea antreprenorială reflectă talentele personale și inteligența fondatorului companiei. Liderii foarte creativi își pot folosi gândirea creativă pentru a-și conduce membrii să descopere tehnologii avansate, piețe noi și cunoștințe noi pentru a face față provocărilor generate de dezvoltarea socială ([Du et al., 2021](#)).

Studiile au susținut că creativitatea este esențială pentru antreprenoriat și leadership. De exemplu, [Edwards-Schachter et al. \(2015\)](#) au descoperit că creativitatea era strâns legată de antreprenoriat. [Wang și colab. \(2022\)](#) au investigat studenții și au descoperit că creativitatea a avut un impact pozitiv asupra antreprenoriatului. Ideile noi și utile au fost fundamentale pentru antreprenoriat ([Durnali et al., 2023](#)). Mai mult, [Du et al. \(2021\)](#) au descoperit că creativitatea personală a avut un efect pozitiv asupra leadership-ului. Un nivel ridicat de creativitate ar putea oferi noi avantaje conducerei ([Li et al., 2020](#)). Antreprenorii cu niveluri ridicate de creativitate ar putea folosi pe deplin cunoașterea creativă și gândirea creativă pentru a analiza și a lua decizii cu privire la momentul investițiilor pentru a asigura progresul cu succes a antreprenoriatului creativ ([Chen et al., 2015](#)). Cu toate acestea, este încă de explorat relațiile dintre creativitate, antreprenoriat și leadership ([Kim & Lee, 2015](#)).

2.4. Conducere

Leadership-ul este definit ca cunoștințele, valorile, abilitățile și comportamentele care îi ajută pe indivizi să participe cu succes la un rol sau sarcină ([Moore, 2021](#)). Leadership-ul este o sarcină complexă care poate avea loc într-un mediu social dinamic și implică atât cogniția, cât și comportamentul ([Day, 2000](#)). Este considerată parte integrantă a studiului antreprenoriatului ([Simsek et al., 2015](#)). Multe studii au arătat că leadershipul nu este doar un factor important de influență în procesul de inovare, ci și este foarte legat de creativitate și antreprenoriat ([Gerlach și colab., 2020](#); [Hughes și colab., 2018](#); [Junni și colab., 2015](#); [Meng, & Zhao, 2018](#)). A apărut o dezbatere despre relația dintre leadership și antreprenoriat. [Reid și colab. \(2018\)](#) au insistat că antreprenoriatul este o formă de leadership într-un anumit context. [Kuratko \(2007\)](#) consideră leadership-ul ca o formă de antreprenoriat. Acest punct de vedere susține că liderii trebuie să fie antreprenori pentru a-și îndeplini conducerea în medii provocatoare. [Hossain și Asheq \(2020\)](#) au sugerat că există interconexiuni între leadership și antreprenoriat, cu teme care se suprapun, cum ar fi viziunea, influența, creativitatea și planificarea.

Acest studiu și-a propus să exploreze în continuare relația dintre leadership și antreprenoriat în contextul mai multor factori.

2.5. Antreprenoriat

Antreprenoriatul este definit ca procesul de găsire a oportunităților într-un individ sau organizație. Mai exact, antreprenoriatul este o inovație activă care creează valoare prin introducerea și dezvoltarea de noi procese și aventurându-se în noi afaceri ([Grandy & Hiatt, 2020](#)). [Aparicio și colab. \(2021\)](#) au susținut că antreprenoriatul ar putea îmbunătăți performanța organizațiilor existente. [van Gelderen și colab. \(2021\)](#) au propus că antreprenoriatul este un factor cheie în îmbunătățirea competitivității afacerilor și a rentabilității financiare. În mod similar, [Fis și Cetindamar \(2021\)](#) au susținut că implicarea în activități antreprenoriale ar putea îmbunătăți performanța financiară a unei firme. Pe scurt, antreprenoriatul este procesul prin care o persoană sau o organizație introduce o nouă afacere care oferă companiei un avantaj competitiv și un randament financiar. Conform analizei literaturii de specialitate, antreprenoriatul nu numai că se corelează cu creativitatea, ci și cu leadershipul ([Edwards-Schachter et al., 2015](#); [Ghasemi et al., 2011](#)). Cu toate acestea, relația dintre ei este încă de explorat.

Studiile existente s-au concentrat în principal pe analize generale ale stilului cognitiv, rețelei guanxi, creativității, leadershipului și antreprenoriatului. Rămâne deschis să exploreze relația dintre creativitatea, leadershipul și antreprenoriatul studenților, situându-i într-un context de stiluri cognitive și rețele guanxi. Acest studiu a încercat să umple acest gol și să sape în relațiile interne dintre ei.

3. Model de cercetare și ipoteze

Modelul de cercetare explorează rolurile stilului cognitiv și ale rețelelor guanxi în creativitate, leadership și antreprenoriat (după cum se arată în [Fig. 1](#)). Stilul cognitiv cuprinde stilul de cunoaștere, stilul de planificare și stilul de creare. Rețelele Guanxi se referă la legăturile de familie și legăturile școlare. Creativitatea este capacitatea de a genera idei noi, de a descoperi și de a crea lucruri noi și se măsoară ca un set de

trăsături de personalitate, inclusiv interese largi, moderat aventuros și idei creative. Leadership-ul este o sarcină complexă care va fi măsurată prin comportamente de conducere. Deși studiile au indicat existența unei dezbateri despre relația dintre leadership și antreprenoriat, multe studii au propus că leadershipul are un impact asupra antreprenoriatului (Aparisi, et al., 2023; Chen et al., 2022; Saeed & Amin, 2023). Antreprenoriatul este măsurat prin contribuțiile la afacere care includ viziune, pasiune, idei creative și acțiuni practice. Pe baza studiilor existente se propun următoarele ipoteze.

- H1: Stilul cognitiv are o relație pozitivă cu rețelele guanxi.
- H2: Stilul cognitiv are o relație pozitivă cu conducerea.
- H3: Stilul cognitiv are o relație pozitivă cu creativitatea.
- H4: Rețelele Guanxi au o relație pozitivă cu creativitatea.
- H5: Rețelele Guanxi au o relație pozitivă cu antreprenoriatul.
- H6: Creativitatea are o relație pozitivă cu conducerea.
- H7: Creativitatea are o relație pozitivă cu antreprenoriatul.
- H8: Leadership-ul are o relație pozitivă cu antreprenoriatul.

4. Metodologie

4.1. Probă

Participanții la acest studiu au fost studenți de la o universitate din estul Chinei. Erau formați din studenți de licență și absolvenți cu vârsta cuprinsă între 17 și 25 de ani. Ei studiau diferite specializări, dar aveau acces la cursuri și concursuri de antreprenoriat. Prin urmare, ei au acumulat cunoștințe corespunzătoare în antreprenoriat. Din mai 2021 până în septembrie 2021, chestionarul a fost administrat studenților prin QQ și WeChat online (<https://www.wjx.cn/vm/mBH3Dv1.aspx>). Scopul, durata și anonimatul sondajului au fost explicate în introducerea chestionarului. Participanților li s-a spus să răspundă la întrebări în funcție de experiența lor. În final, au fost colectate 179 de chestionare. Un chestionar nevalid a fost exclus din analiză deoarece a existat un conflict în răspunsurile la întrebări. Prin urmare, am obținut 178 de chestionare valide. Datele demografice ale participanților sunt prezentate în Tabelul 1.

4.2. Instrumente

Chestionarul original utilizat în acest studiu a constatat din 54 de itemi: 5 itemi pentru informații demografice, 9 itemi pentru stilul cognitiv, 7 itemi pentru rețeaua guanxi, 5 itemi pentru creativitate, 21 itemi pentru leadership și 7 itemi pentru antreprenoriat. Toți itemii au fost scalați cu o scală Likert de 5 puncte, care variază de la 1- „total dezacord” la 5- „total de acord”. Cu cât scorul este mai mare, cu atât mai mare este abilitatea demonstrată în această dimensiune.

4.2.1. Stilul cognitiv

Stilul cognitiv reflectă o diferență individuală în percepție, învățare, gândire, luarea deciziilor, rezolvarea problemelor și relațiile cu ceilalți (Witkin și colab., 1977). Elementele despre stilul cognitiv au fost adaptate din Cools și Van den Broeck (2007). Constă din următoarele trei dimensiuni: stil de cunoaștere, stil de creare și stil de planificare ($\alpha=.81$, $.64$ și, respectiv, $.69$), cu trei elemente pentru fiecare dimensiune. Elementele din acest instrument de măsurare includ: „Aș dori să găsesc faptele care sunt cele mai relevante pentru problemă” (stil de cunoaștere), „Aș dori să explorez problemele în profunzime și să analizez toate aspectele acestora” (stil de planificare), și „Aș dori să-mi folosesc imaginația pentru a genera multe idei” (crearea stilului).

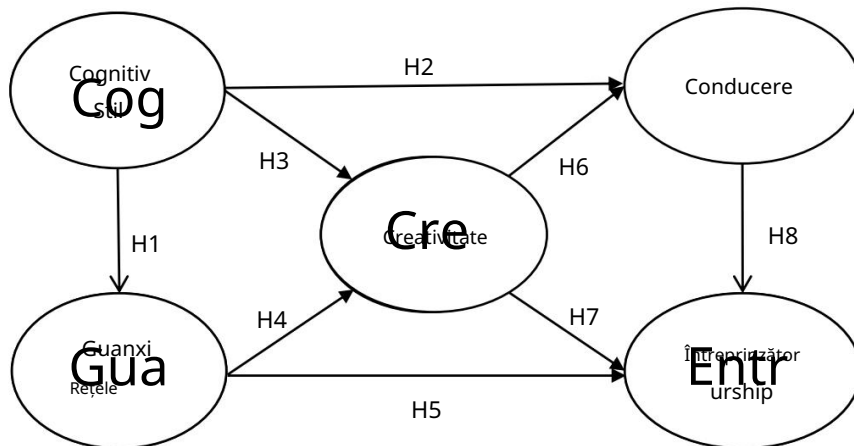


Fig. 1. Model de cercetare și ipoteze.

Notă. H1–H8 sunt ipoteze de cercetare privind relațiile dintre indicatori.

Tabelul
1 Demografia studenților (N = 178).

Demografie	Nu.	Procent
Gen		
Masculin	29	16,29%
Femeie	149	83,71%
Trecut educational		
Burlac	88	49,44%
Absolvent și mai sus	90	50,56%
Major		
Tehnologie educațională	129	72,47%
Alte	49	27,53%
Cheltuieli lunare de trai		
<2.000 de yuani	141	79,21%
2.000 de yuani	37	20,79%

4.2.2. Rețele Guanxi

Rețelele Guanxi constau din relații de familie, afaceri, comunitate și guvern (Park & Luo, 2001). Scala utilizată pentru măsurarea rețelelor guanxi a fost dezvoltată de Peng și Luo (2000). Participanții la acest studiu sunt studenți, care rareori obțin legături de afaceri și legături guvernamentale. Prin urmare, acest studiu examinează legăturile de familie și legăturile școlare. Legăturile școlare au fost adaptate din legăturile comunitare.

După analiza modelului de măsurare, au existat 3 itemi pentru rețelele guanxi (adică, „Când mi-am început afacerea, am primit sfaturi de la familie și prieteni” (legături de familie) și „Particip activ la echipa antreprenorială a școlii sau la competiția antreprenorială” (legături școlare)). Coeficienții alfa ai lui Cronbach ai legăturilor de familie și ai legăturilor școlare sunt .93 și, respectiv, .80.

4.2.3. Creativitate

Creativitatea include creativitatea individuală și creativitatea fermă. Având în vedere că participanții sunt studenți, creativitatea din acest studiu se referă la creativitatea individuală. Pentru a măsura creativitatea individuală a studenților, scala a fost adaptată după Zhou și Shipton (2016). După analiza modelului de măsurare, au existat 3 itemi pentru creativitate. Este examinat ca fiind de încredere pentru că coeficientul alfa de creativitate al lui Cronbach este .80. Un exemplu de itemi este „Propun adesea noi perspective asupra problemelor”.

4.2.4. Leadership

Leadership-ul este o sarcină complexă care poate avea loc într-un mediu social dinamic și implică atât cogniția, cât și comportamentul (Day, 2000). Scala de conducere a fost adaptată după Bass și Avolio (1992). Este format din 7 dimensiuni cu 3 articole pentru fiecare dimensiune.

După analiza modelului de măsurare, au existat 14 itemi pentru conducere. Coeficientul alfa de conducere al lui Cronbach este .87. Au fost incluse elemente precum „Îi fac pe alții să se simtă bine să fie în preajma mea” și „Îi ajut pe alții să se dezvolte”.

4.2.5. Antreprenoriat

Antreprenoriatul este procesul de identificare cu acuratețe, evaluare rațională și exploatare cu pricepere a oportunităților de a crea bunurile și serviciile necesare pentru viitor (Zhu et al., 2023). Scala antreprenoriatului a fost adaptată de la Renko et al. (2015). După analiza modelului de măsurare au fost luate cinci itemi. Coeficientul alfa al lui Cronbach pentru antreprenoriat este .92. Exemplele de articole includ „Sunt pasionat de munca mea” și „Prefer întotdeauna să acționez mai creativ”.

4.3. Analiza datelor

Potrivit lui Dash și Paul (2021), PLS-SEM și CB-SEM sunt la fel de eficiente pentru dezvoltarea și analiza relației structurale. CB-SEM solicită mult de la date, în timp ce PLS-SEM este destul de indulgent. Metodele CB-SEM și PLS-SEM oferă rezultate aproape similare. PLS-SEM a fost folosit pentru ca acesta să poată explora modelul de cercetare fără cerințe stricte de scale de măsurare, dimensiunea eșantionului și distribuții reziduale ca SEM. Este potrivit pentru analiza modelului cu indicatori multipli (Barrett et al., 2021; Ringle et al., 2012). Este alcătuit din două submodele: modelul extern de măsurare și modelul structural intern. Adică, ar putea examina modelul de măsurare și ar putea explora ipotezele de cercetare din acest studiu. Mai exact, SmartPLS 3.0 a fost folosit pentru a examina modelul de cercetare și ipotezele.

5. Rezultate

PLS-SEM a fost folosit pentru a explora relațiile dintre variabile. Valabilitatea modelului de măsurare și a celui intern modelul structural a fost analizat și raportat.

5.1. Evaluarea modelului de măsurare

Urmând ideea abordării modelării în două etape descrisă în secțiunea anterioară, am evaluat mai întâi modelul de măsurare pentru a confirma fiabilitatea și validitatea modelului de măsurare. Inițial, toți indicatorii, excluzând elementele demografice (49 de articole) ale

modelul de măsurare a fost testat. Am îmbunătățit modelul pe baza liniilor directe ale lui [Comrey și Lee \(1992\)](#) prin eliminarea indicatorilor a căror încărcare a fost mai mică de 0,4. Au fost șterse cincisprezece articole a căror încărcare factorială a fost mai mică de 0,4. Patru dintre aceste articole șterse sunt în rețelele guanxi, două articole despre creativitate, șapte articole despre leadership și două articole despre antreprenariat. În cele din urmă, au mai rămas 34 de itemi pentru analiza pasului următor: 9 itemi despre stilul cognitiv, 3 itemi pentru rețeaua guanxi, 3 itemi pentru creativitate, 14 itemi pentru leadership și 5 itemi pentru antreprenariat. [Tabelul 2](#) a demonstrat că toate încărcările factorilor au depășit valoarea sugerată de 0,4. În plus, alfa lui Cronbach, varianța medie extrasă (AVE) și fiabilitatea compozită (CR) a tuturor constructelor prezentate în ultimele trei coloane din [Tabelul 2](#) au egalat sau depășit valorile recomandate de 0,7, 0,4 și, respectiv, 0,7 ([Nunnally, 1978](#); [Fornell și Larcker, 1981](#); [Hair și colab., 2014](#)). SRMR (Standardized Root Mean Square Residual) al modelului de cale este de 0,068 pentru modelul saturat și 0,072 pentru modelul estimat, indicând că potrivirea modelului este acceptabilă (<0,08). Prin urmare, validitatea și fiabilitatea modelului de măsurare au fost verificate.

Fiabilitatea compusă (CR) este un indicator important care reflectă dacă toate întrebările din fiecare variabilă latentă explică în mod constant variabila latentă. Când valoarea este mai mare de 0,70, variabila latentă are o bună fiabilitate compozită ([Hair et al., 2014](#)). Valorile CR din acest studiu au fost mai mari de 0,7, variind de la 0,805 la 0,927. Totodată, pentru a garanta validitatea modelului de măsurare, a fost analizată valoarea variației medii de extracție (AVE). O valoare AVE peste 0,4 indică o validitate convergentă acceptabilă ([Fornell & Larcker, 1981](#)). După cum se arată în [Tabelul 2](#), toate dimensiunile au îndeplinit criteriul CR și AVE. Acesta a sugerat că modelul construit în acest studiu este de încredere.

Pe lângă verificarea validității convergente a scalei, a fost luată în considerare și validitatea discriminantă a modelului care indică independența itemilor. Criteriul Fronell-Larcker a fost folosit mai întâi pentru a măsura validitatea discriminantă. Logica metodei Fronell-Larcker se bazează pe ideea că un construct are mai multă varianță cu indicatorii săi asociați decât cu orice alt construct. Deoarece toți coeficienții de corelație au fost mai mici decât rădăcina pătrată a AVE a celor două constructe (după cum se arată în [Tabelul 3](#)), s-a ajuns la concluzia că validitatea discriminantă a fost adecvată ([Fornell & Larcker, 1981](#)).

Rezultatul analizei heterotrait-monotrait (HTMT) (așa cum se arată în [tabelul 4](#)) a susținut, de asemenea, validitatea discriminantă a modelului ([Hair et al., 2017](#)).

5.2. Evaluarea modelului structural

PLS-SEM evaluează un model structural prin indicatorii: (1) valorilor coeficientului de determinare (R^2) ale constructelor endogene pentru

Tabelul

2 Valabilitatea și fiabilitatea măsurilor de construcție.

Construi	Măsura articol	Factor Se încarcă	CR	AVE	alfa lui Cronbach
Stilul cognitiv (Cog)	Cog1	0,769	0,887	0,471	0,844
	Cog2	0,839			
	Cog3	0,702			
	Cog4	0,693			
	Cog5	0,784			
	Cog6	0,522			
	Cog7	0,664			
	Cog8	0,494			
	Cog9	0,632			
Creativitate (Cre)	Cre1	0,872	0,805	0,583	0,789
	Cre2	0,748			
	Cre3	0,654			
Rețeaua Guanxi (Gua)	Gua1	0,849	0,927	0,809	0,926
	Gua2	0,922			
	Gua3	0,926			
Leadership (Lea)	Lea1	0,64	0,900	0,497	0,886
	Lea2	0,72			
	Lea3	0,667			
	Lea4	0,595			
	Lea5	0,743			
	Lea6	0,607			
	Lea7	0,642			
	Lea8	0,712			
	Lea9	0,622			
	Lea10	0,694			
	Lea11	0,581			
	Lea12	0,449			
	Lea13	0,619			
	Lea14	0,446			
Antreprenariat (Ent)	Ent1	0,775	0,893	0,629	0,893
	Ent2	0,616			
	Ent3	0,878			
	Ent4	0,898			
	Ent5	0,765			

Tabelul

3 Metoda Fornell-Larcker pentru validitatea discriminantă.

	M±SE	Antreprenoriat	Rețeaua Guanxi	Conducere	Creativitate	Stilul cognitiv
Antreprenoriat	3,00±0,57	0,79				
Rețeaua Guanxi	2,90±0,65	0,74**	0,90			
Conducere	3,42±0,35	0,64**	0,49**	0,70		
Creativitate	3,40±0,48	0,66**	0,43**	0,64**	0,76	
Stilul cognitiv	3,64±0,38	0,64**	0,42**	0,55**	0,75**	0,69

Valorile de pe linia diagonală sunt rădăcini pătrate ale AVE, iar cele de pe linia diagonală sunt corelații între construcții.
** p<0,01.

Tabelul

4 Metoda raportului Heterotrait-Monotrait (HTMT) pentru validitatea discriminantă (Criteriu: < 0,85).

	Antreprenoriat	Rețeaua Guanxi	Conducere	Creativitate	Stilul cognitiv
Antreprenoriat					
Rețeaua Guanxi	0,73				
Conducere	0,66	0,5			
Creativitate	0,72	0,44	0,74		
Stilul cognitiv	0,65	0,4	0,75	0,84	

măsoară puterea predictivă a unui model în eșantion; (2) f^2 Efect de schimbare R-pătrat; (3) Valoarea Q2 (Stone, 1974) pentru predicția constructelor putere.

R2 măsoară puterea predictivă a unui model prin reprezentarea efectelor combinate ale variabilelor latente exogene asupra unei variabile latente endogene. Hair et al. (2017) au susținut că valorile R2 de 0,25, 0,50 sau 0,75 pot fi descrise ca slabe, moderate și, respectiv, substanțiale. R2 pentru antreprenoriat, creativitate și leadership sunt, respectiv, 0,727, 0,742 și, respectiv, 0,619, care sunt substanțiale, în timp ce R2 pentru rețelele Guanxi este 0,268. Rezultatul R2 indică faptul că puterea predictivă a modelului în eșantion este acceptabilă. indică

Având în vedere că valorile R2 nu oferă o înțelegere completă a puterii predictive a modelului, f^2 a fost de asemenea analizat. f^2 modificarea valorii R2 atunci când un construct exogen specificat este omis din model. f^2 valorile de 0,02, 0,15 și 0,35 indică mici, efectele medii și, respectiv, mari ale unui construct exogen asupra unei structuri endogene (Hair et al., 2017). Rezultatele indică faptul că efectul predictiv al variabilelor exogene rețeaua guanxi, creativitatea și stilul cognitiv asupra constructelor endogene a fost pronunțat (după cum se arată în Tabelul 5).

O procedură de legare la ochi (D=7) a fost scuzată pentru a obține valoarea Q2. Valorile Q2 pentru antreprenoriat, rețeaua guanxi, creativitate și leadership sunt 0,394, 0,108, 0,344 și 0,177, care sunt mai mari decât 0, indicând faptul că aceste constructe exogene au avut relevanță predictivă pentru constructul endogen.

Potrivirea modelului este compararea diferenței dintre modelul ipotetic și datele reale care reflectă relația dintre variabile, care se realizează prin matricea de covarianță corespunzătoare a variabilelor. În acest studiu, raportăm atât bunătatea de potrivire a modelului de măsurare, cât și a modelului structural. Pentru a măsura potrivirea modelului, acest studiu s-a referit la metrici care sunt larg acceptate de cercetători. Kline (2011) a considerat valoarea cardinalității (X^2) ca un indicator important al potrivirii, care a fost raportat în studiul nostru. În plus, acest studiu a raportat și valoarea cardinalității și raportul gradului de libertate (X^2/df), care ar trebui să fie mai mic de 3 (Schreiber și colab., 2008). Conform numeroaselor rapoarte de cercetare, indicii de fitness comparativ (CFI), indicii de bunătate a potrivirii (GFI), indicii de fitness ajustat (AGFI) (Foster et al., 2006) și eroarea pătratică medie de aproximare (RMSEA) sunt adesea raportate ca măsoară potrivirea modelului. Doar atunci când toți indicii de potrivire sunt într-un anumit interval, se poate dovedi că modelul are un grad de potrivire bun. Conform lui Foster et al. (2006), indicii de potrivire bună (GFI) variază de la 0,9 la 1,0. Conform Hair et al. (1995), indicii de potrivire comparativă (CFI) ar trebui să fie mai mare de 0,9. Potrivit lui Dillon et al. (1988), eroarea pătratică medie de aproximare (RMSEA) ar trebui să fie mai mică de 0,08. După cum se arată în Tabelul 6, X^2/df , RMSEA și CFI ale acestui studiu sunt în limite acceptabile. Cu excepția GFI și AGFI, care nu au îndeplinit criteriile de 0,9 sau mai mare, ele încă au îndeplinit nivelul de 0,8 sau mai mare sugerat de cercetători (Baumgartner și Homburg, 1996). Prin urmare, modelul utilizat în acest studiu este adecvat.

Tabelul 5

 f^2 valorile modelului structural.

	Antreprenoriat	Rețeaua Guanxi	Conducere	Creativitate	Stilul cognitiv
Antreprenoriat					
Rețeaua Guanxi	0,644			0,037	
Conducere	0,022				
Creativitate	0,249		0,123		
Stilul cognitiv		0,202	0,112	2,125	

Tabelul 6

Rezumatul indicilor de potrivire a modelului.

Test de model	X ²	df	X ² / df	CFI	GFI	AGFI	RMSEA
Model de măsurare	276.457	142	1.947	0,940	0,866	0,821	0,072
Model structural	285.564	144	1.983	0,937	0,862	0,818	0,075
Nivel recomandat	Cu cât este mai mic, cu atât mai bine	Cu cât mai mare cu atât mai bine	<5	>0,9	>0,8	>0,8	<0,08

5.3. Testarea ipotezelor

Rezultatele analizei traseului dintre variabile au fost obținute în acest studiu (după cum se arată în Tabelul 7). Șase dintre cele opt ipoteze au fost susținute de date. Fig. 2 prezintă modelul structural general cu coeficienți de traseu standardizați. Coeficienții de cale standard sunt utilizați pentru a evalua contribuția variabilelor de rezultat la variabilele predictoare.

H1, H2, H3, H5, H6 și H7 au fost acceptate. Acesta a indicat că stilul cognitiv al elevilor a fost legat pozitiv de rețelele guanxi ($\beta = .436, p < .001$), leadershipul ($\beta = .420, p = .02$) și creativitatea ($\beta = .815, p < .001$). Rețeaua guanxi a studenților a fost legată pozitiv de antreprenoriatul lor ($\beta = .523, p < .001$). Creativitatea lor este legată pozitiv de conducerea lor ($\beta = .391, p = .03$) și antreprenoriatul ($\beta = .360, p < .001$).

H4 și H8 nu au fost acceptate. Acesta a sugerat că rețelele guanxi ale studenților nu au fost legate pozitiv de creativitatea lor ($\beta = .097, p = .16$). Conducerea lor nu a fost legată pozitiv de antreprenoriatul lor ($\beta = .122, p = .20$).

Rezultatul efectelor indirecte specifice este raportat pentru a explora efectul de mediere al rețelelor guanxi, creativitate, leadership (așa cum se arată în Tabelul 8). Rezultatul indică faptul că leadershipul are un efect de mediere între creativitate și antreprenoriat și între stilul cognitiv și antreprenoriat. Creativitatea joacă un rol de mediere între stilul cognitiv și antreprenoriat și între Guanxi și antreprenoriat, precum și între stilul cognitiv și leadership. Guanxi are un efect de mediere între stilul cognitiv și antreprenoriat. Creativitatea și leadershipul au un efect de mediere între stilul cognitiv și antreprenoriat.

6. Discuție

În acest studiu, am explorat relația dintre stilul cognitiv al studenților și rețelele guanxi cu privire la creativitatea, conducerea și antreprenoriatul studenților, ceea ce poate ajuta la înțelegerea importanței stilului cognitiv și a rețelelor guanxi pentru succesul în afaceri și poate oferi, de asemenea, sugestii specifice privind cum să îmbunătățim conducerea și antreprenoriatul studenților în educația antreprenorială. Mai exact, se constată că stilul cognitiv are o corelație pozitivă cu rețeaua guanxi, leadershipul și creativitatea elevilor.

Rețeaua Guanxi a demonstrat o corelație pozitivă cu creativitatea și antreprenoriatul studenților. Creativitatea are o corelație pozitivă cu leadership-ul și antreprenoriatul studenților. Trei sferturi din ipoteze au fost susținute, ceea ce indică faptul că, în mare măsură, datele au oferit un suport bun pentru modelul teoretic.

Rezultatele acestui studiu au descoperit că stilul cognitiv a avut un efect pozitiv asupra creativității elevilor, ceea ce este în concordanță cu Kozhev-nikov și colab. (2021) care au concluzionat că stilul cognitiv afectează procesele intelectuale care sunt în mare măsură legate de creativitate. Conform lui Chen et al. (2018), stilul cognitiv creativ are un impact pozitiv asupra creativității antreprenorilor, dar stilul cognitiv de planificare a acestora dăunează creativității. Indică faptul că este necesar să se cultive stilul cognitiv creativ al elevilor.

În schimb, rețelele guanxi nu au avut un impact asupra creativității, ceea ce este în contradicție cu studiile existente (Guo & Miller, 2010; Chen, 2009). Aceste studii au susținut că rețelele guanxi sunt o sursă de acces la cunoștințe avansate și informații de piață diverse, care sunt premise pentru creativitate. Prin urmare, rețelele guanxi pot influența creativitatea. Cu toate acestea, rezultatele acestui studiu au arătat că rețelele guanxi nu au influențat creativitatea. Această diferență poate rezulta din faptul că rețelele guanxi din studiul actual sunt legăturile de familie și școală ale elevilor. Aceste două legături nu oferă studenților la fel de multe informații despre piață precum afacerile și legăturile guvernamentale care fac parte din rețelele guanxi din Guo și Miller (2010) și Chen (2009). Indică faptul că rețelele guanxi constând din legături familiale și școlare nu au influențat creativitatea elevilor. Adică, rețelele guanxi dincolo de legăturile familiale și școlare (adică, relațiile de afaceri și guvernamentale) pot ajuta elevii să obțină mai multe informații și, astfel, să-și promoveze creativitatea.

În ceea ce privește leadershipul, rezultatele au sugerat că stilul cognitiv a avut un efect pozitiv asupra leadershipului, ceea ce confirmă

Tabelul 7

Rezultatele analizei coeficientului de cale.

Ipoteză	Factori cauzali	Estima	SE	CR	p
H1	Gua Con	0,659	0,127	5.187	***
H2	Lea Con	0,32	0,134	2.392	0,017
H3	Cre Con	0,767	0,105	7.316	***
H4	Cre Gua	0,06	0,043	1.404	0,16
H5	Ent Gua	0,49	0,061	8.001	***
H6	Lea Cre	0,317	0,144	2.205	0,027
H7	Ent Cre	0,542	0,163	3.329	***
H8	Ent Lea	0,228	0,179	1.272	0,204

Notă.
*** p<0,001.

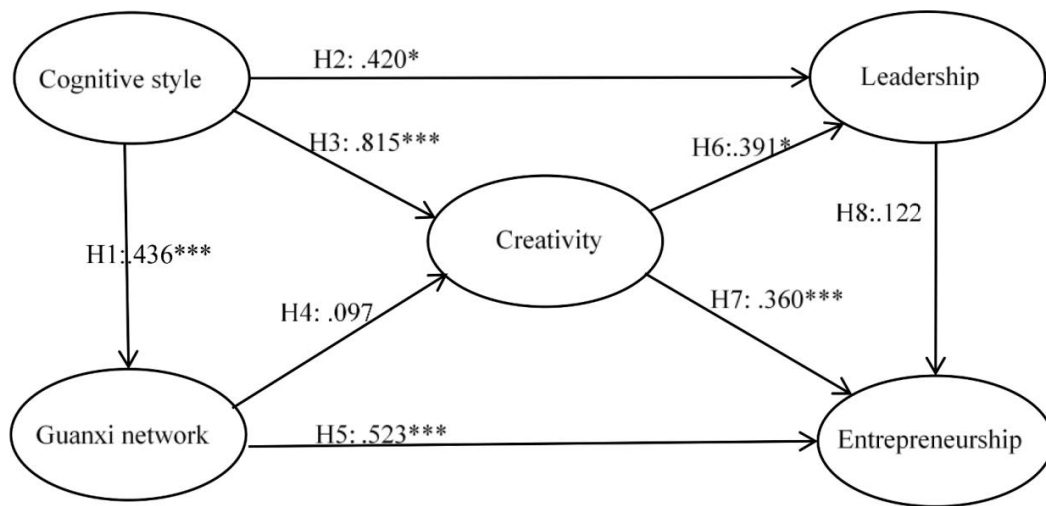


Fig. 2. Modelul ecuației structurale.

Notă. H1-H8 sunt ipoteze de cercetare privind relațiile dintre indicatori. N = 178, *p < 0,05, **p < 0,01, ***p < 0,001.

Tabelul

8 Efecte indirecte specifice (Media, STDEV, valori T, valori p).

	Probă originală (O)	Media eșantionului (M)	Abaterea standard (STDEV)	Statistici T (O /STDEV)	valorile P
Cre -> Lea -> Ent	0,071	0,073	0,029	2.466	0,014*
Con -> Lea -> Ent	0,085	0,091	0,038	2.226	0,026*
Gua -> Cre -> Lea	0,048	0,048	0,025	1.918	0,055
Con -> Gua -> Cre	0,051	0,051	0,026	1.935	0,053
Con -> Gua -> Cre -> Lea -> Ent	0,004	0,004	0,003	1.283	0,2
Con -> Cre -> Ent	0,198	0,198	0,055	3.577	0***
Gua -> Cre -> Ent	0,042	0,04	0,019	2.14	0,032*
Con -> Gua -> Cre -> Ent	0,015	0,015	0,008	1.886	0,059
Con -> Gua -> Ent	0,168	0,17	0,044	3.783	0***
Con -> Cre -> Lea	0,23	0,23	0,053	4.327	0***
Con -> Gua -> Cre -> Lea	0,018	0,018	0,011	1.656	0,098
Gua -> Cre -> Lea -> Ent	0,01	0,01	0,007	1.44	0,15
Con -> Cre -> Lea -> Ent	0,047	0,048	0,019	2.482	0,013*

Notă.

* p < 0,05.

*** p < 0,001.

efectul cunoașterii în leadership prezis de Day și Sin (2011). În plus, rezultatele au sugerat că creativitatea a avut și un efect pozitiv asupra leadership-ului, ceea ce a fost în concordanță cu Du et al. (2021). Liderii de afaceri își folosesc creativitatea pentru a motiva și angaja angajații, iar creativitatea se reflectă prin managementul și conducerea eficientă a liderilor față de angajații lor, ceea ce asigură, în cele din urmă, buna desfășurare a unei afaceri. Rezultatele au susținut, de asemenea, că stilul cognitiv a avut un impact mai mare asupra leadership-ului decât creativitatea. Unul dintre motive poate fi faptul că efectele stilului cognitiv asupra leadershipului cuprind nu numai influența directă a stilului cognitiv asupra leadershipului, ci și influența indirectă a stilului cognitiv asupra leadershipului prin creativitate.

În ceea ce privește antreprenoriatul, s-a constatat că leadershipul nu a avut un efect asupra antreprenoriatului, ceea ce este diferit de Hossain și Asheq (2020) care au descoperit că orientarea către leadership are un impact semnificativ asupra intenției de a deveni antreprenor social. Această diferență poate proveni din diferența dintre participanți. Participanții la acest studiu sunt în principal studenți chinezi cu specializare în tehnologie educațională. Participanții la Hossain și Asheq (2020) sunt studenți universitari din Bangladesh, cu specializare în afaceri, a căror conducere și antreprenoriat raportate sunt relativ mai mari decât cele raportate de studenții care nu fac afaceri în studiul actual. Ea demonstrează că conducerea studenților care nu fac parte din business nu le influențează antreprenoriatul. Este necesar să se exploreze relațiile dintre stilul cognitiv, creativitate, leadership și antreprenoriat la studenții cu medii diferite.

Creativitatea are un efect pozitiv asupra antreprenoriatului, ceea ce este în concordanță cu Weng și colab. (2018) care au descoperit că creativitatea este un factor important care influențează antreprenoriatul. În mod surprinzător, rețelele guanxi afectează pozitiv antreprenoriatul într-o măsură mai mare decât creativitatea. Acest rezultat se poate datora faptului că efectele dintre rețelele guanxi și antreprenoriat constau nu numai din efectele directe ale rețelelor guanxi asupra antreprenoriatului, ci și din efectele indirecte ale rețelelor guanxi prin creativitate asupra antreprenoriatului.

Teoria cognitivă socială subliniază faptul că învățarea are loc într-un context social. Din această perspectivă, oamenii sunt agenți activi care pot influența și sunt influențați de mediul lor. Indică faptul că rețelele guanxi ar putea influența competențele elevilor. Este, de asemenea

susținută de concluziile studiului actual. Adică, rețelele guanxi constând din legături familiale și școlare joacă un rol în antreprenoriatul elevilor. Dar nu are efecte semnificative asupra creativității elevilor. Rețelele Guanxi dincolo de legăturile familiale și școlare (adică, relațiile de afaceri și guvernamentale) pot ajuta elevii să obțină mai multe informații și astfel să-și promoveze creativitatea. Mai presus de toate, studiul actual a explorat relațiile dintre stilul cognitiv al studenților non-business, rețelele guanxi, creativitatea, leadershipul și antreprenoriatul. Aceasta aprofundează și mai mult teoria cognitivă socială și ar putea oferi implicații pentru educația antreprenorială în învățământul superior.

7. Concluzii

7.1. Contribuții și implicații

Industria creativă a devenit una dintre cele mai dinamice industrii din economia mondială în secolul XXI. Ca coloană vertebrală a societății, studenții joacă un rol important în dezvoltarea economică și progresul social cu conștiința lor inovatoare și capacitatea lor practică. Prin urmare, sporirea creativității și antreprenoriatul studenților a devenit o preocupare comună în domeniul educației și economiei. Stilul cognitiv și rețelele guanxi sunt cheia creativității și antreprenoriatului studenților. În plus, leadershipul este o competență importantă cerută de studenți, iar leadershipul este strâns legat de creativitate și antreprenoriat.

Prin urmare, pentru a spori creativitatea, conducerea și antreprenoriatul studenților, acest studiu a explorat relațiile dintre stilul cognitiv, rețelele guanxi, creativitatea, leadershipul și antreprenoriatul printr-un sondaj efectuat de studenți. Constatările oferă practicienilor câteva implicații. De exemplu, pentru a spori spiritul antreprenorial al studenților, cultivarea rețelelor Guanxi și a creativității sunt utile. În ceea ce privește rețelele Guanxi, încurajarea studenților să construiască legături de afaceri și guvernamentale este utilă pentru a le spori creativitatea.

În plus, dezvoltarea stilului cognitiv creativ al elevilor este, de asemenea, o modalitate utilă de a le îmbunătăți creativitatea. Pentru a spori conducerea studenților, stilul cognitiv și creativitatea sunt esențiale. Pentru a îmbunătăți stilul cognitiv creativ și creativitatea elevilor, este esențial să încurajăm creativitatea în predare și învățare.

Acest studiu aduce următoarele contribuții. În primul rând, pe baza studiilor anterioare, acest studiu sortează factorii importanți care au impact asupra antreprenoriatului studenților. În al doilea rând, acest studiu confirmă raționalitatea modelului de ipoteză prin PLS-SEM și îmbogățește literatura de specialitate în domeniul antreprenoriatului. În al treilea rând, acest studiu explorează rolul stilului cognitiv al studenților și al rețelelor guanxi în creativitate, leadership și antreprenoriat, care oferă sugestii practice pentru o educație antreprenorială eficientă în învățământul superior. Mai exact, în ceea ce privește cultivarea creativității, stilul cognitiv joacă un rol esențial. Stilul cognitiv al unui individ afectează identificarea problemelor, căutarea informațiilor, interpretarea și generarea de idei, ceea ce poate avea un impact semnificativ asupra creativității. În dezvoltarea leadershipului, stilul cognitiv este mai important decât creativitatea. Stilul cognitiv schimbă managementul și luarea deciziilor unui lider, iar aceste decizii contribuie la un leadership eficient. Rețelele Guanxi sunt mai importante decât creativitatea în dezvoltarea antreprenoriatului. Studenții cu o rețea largă de relații înseamnă să aibă o sursă largă de cunoștințe și informații care sunt utile pentru dezvoltarea antreprenoriatului. Prin urmare, acest studiu este de mare valoare atât la nivel teoretic, cât și la nivel practic.

7.2. Limitări și cercetări viitoare

Trebuie să recunoaștem că acest studiu are unele limitări. În primul rând, toți participanții erau de la o singură universitate. Pentru a crește gradul de generalizare a rezultatelor, studiile viitoare ar putea fi efectuate în universități mai selectate aleatoriu. În al doilea rând, dimensiunea eșantionului acestui studiu a fost limitată și ar putea fi extinsă în studiile viitoare. În al treilea rând, doar un număr limitat de variabile au fost incluse în studiu.

Pot exista și alte variabile importante care afectează conducerea și antreprenoriatul studenților. În al patrulea rând, creativitatea, conducerea și antreprenoriatul studenților sunt un proces de dezvoltare și schimbare. Este valoros să se efectueze un studiu pe termen lung în viitor pentru a optimiza modelul de relație. În plus, părținirea care apare din sondajul online auto-administrat este o limitare a studiului. În viitorul studiu, ar putea fi adoptate mai multe metode de colectare a datelor pentru a compensa această limitare.

Declarația autorului

Autorul a contribuit la conceptualizare, curatarea și analiza datelor, redactarea și editarea proiectelor.

Declarație de interese concurente

Autorii declară că cercetarea a fost efectuată în absența oricăror relații comerciale sau financiare care ar putea exista interpretat ca un potențial conflict de interese.

Disponibilitatea datelor

Datele vor fi puse la dispoziție la cerere.

Finanțarea

Această lucrare a fost susținută de Proiectul Fundației Naționale de Științe Naturale din China (nr. 62107023), de Științe Umaniste și

Programul de Științe Sociale al Ministerului Educației (nr. 21YJC880076), proiectul de cercetare în Filosofie și Științe Sociale al învățământului superior din Jiangsu (nr. 2021SJA0247) și proiectul de cercetare în științe naturale al instituției de învățământ superior din Jiangsu (nr. 21KJB120012).

Referințe

- Aparicio, S., Audretsch, D. și Urbano, D. (2021). Contează antreprenoriul pentru o creștere incluzivă? Rolul orientării spre progresul social. *Cercetarea antreprenoriului* Jurnal, 11(4), 1–29. <https://doi.org/10.1515/erj-2019-0308>
- Aparisi, TS, Ribes, GG și Chaves, VJ-C. (2023). Cum influențează factorii de leadership diferitele faze ale antreprenoriului: O analiză cu PLS-Sem. *Jurnalul de afaceri Economics & Management*, 24(1), 136–154. <https://doi.org/10.3846/jbem.2023.18599>
- Arbia, SM, Maasawet, ET și Masruhim, MA (2020). Dezvoltarea instrumentelor de învățare a orientat revoluția industrială 4.0 pentru a îmbunătăți gândirea creativă a elevilor aptitudini. *Jurnalul Internațional de Științe: Cercetare de bază și aplicată (IJSBAR)*, 51(2), 117–131.
- Astuti, A., Waluya, SB și Asikin, M. (2020). Importanța capacității de gândire creativă la elevii de școală elementară pentru era 4.0. *Jurnalul Internațional de Educație Management and Innovation*, 1(1), 91–98. <https://doi.org/10.12928/jemi.v1i1.1512>
- Barrett, AJ, Pack, A. și Quaid, ED (2021). Înțelegerea acceptării cursanților cu privire la sistemele de realitate virtuală cu imersiune ridicată: perspective din confirmarea și analiză exploratorie PLS-SEM. *Computers & Education*, 169. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104214> Bass, BM, & Avolio, BJ (1992). *Chestionar de conducere multifactorială – forma scurtă 65*. Binghamton, NY: Centrul pentru Studii de Leadership.
- Baumgartner și Homburg. (1996). Aplicații ale modelării ecuațiilor structurale în marketing și cercetarea consumatorilor: o revizuire. *Jurnalul Internațional de Cercetare în Marketing*, 13(2), 139–161. [https://doi.org/10.1016/0167-8116\(95\)00038-0](https://doi.org/10.1016/0167-8116(95)00038-0) Beresford, M. (2020).
- Antreprenoriul ca clădire moștenire: Reimaginarea economiei în Africa de Sud post-apartheid. *Antropologia economică*, 7(1), 65–79. <https://doi.org/10.1002/sea2.12170>
- Chen, MH, Chang, YY și Lo, YH (2015). Creativitate stil cognitiv, conflict și succes în carieră pentru antreprenorii creativi. *Journal of Business Research*, 68, 906–910. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.050>
- Chen, M.-H., Chang, Y.-Y., & Lin, Y.-C. (2018). Explorarea fericii antreprenorilor creativi: stil cognitiv, guanxi și creativitate. *Antreprenoriul internațional și Management Journal*, 14(4), 1089–1110. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0490-3>
- Chen, M.-H. (2009). Rețeaua Guanxi și creativitate în echipele de proiect din Taiwan. *Creativity & Innovation Management*, 18(4), 269–277. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2009.00542.x>
- Chen, Y., Lin, Y. și Lai, Y. (2022). Factorii determinanți ai antreprenoriului verde: perspectivele leadershipului, culturii și creativității. *Strategia de afaceri și Environment*, 1. <https://doi.org/10.1002/bse.3309> Comrey, AL, & Lee, HB (1992). *Un prim curs de analiză factorială (ed. a II-a)*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Cools, E. și Van den Broeck, H (2007). Dezvoltarea și validarea indicatorului de stil cognitiv. *The Journal of Psychology*, 141(4), 359–387. <https://doi.org/10.3200/JRPL.141.4.359-388>
- Dash, G. și Paul, J. (2021). Metode CB-SEM vs PLS-SEM pentru cercetarea în științe sociale și vizionarea tehnologiei. *Prognostica tehnologică și schimbarea socială*, 173, Articolul 121092. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121092>
- Day, DV (2000). Dezvoltarea leadershipului: o revizuire în context. *The Leadership Quarterly*, 11(4), 581. [https://doi.org/10.1016/S1048-9843\(00\)00061-8](https://doi.org/10.1016/S1048-9843(00)00061-8) Day, DV și Sin, HP (2011). Teste longitudinale ale unui model integrativ de dezvoltare a liderilor: diagramarea și înțelegerea traiectoriilor de dezvoltare. *The Leadership Quarterly*, 22, 545–560. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2011.04.011>
- Dillon, A., McKnight, C., & Richardson, J. (1988). Citirea de pe hârtie versus citirea de pe ecran. *The Computer Journal*, 31, 457–464. <https://doi.org/10.1093/comjnl/31.5.457>
- Du, X., Zhang, H., Zhang, S., Zhang, A. și Chen, B. (2021). Creativitate și leadership în industria creativă: Un studiu din perspectiva normelor sociale. *Frontiers in Psychology*, 12, Articolul 651817. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.651817> Durnali, M., Orakci, S., & Khalili, T. (2023).
- Promovarea abilităților de gândire creativă pentru a sparge efectul inteligenței emoționale asupra abilităților antreprenoriale. *Abilități de gândire și creativitate*, 47. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2022.101200> Edwards-Schachter, M., García-Granero, A., Sanchez-Barrilouengo, M., Quesada-Pineda, H., & Amara, N. (2015). Dezlegerea competențelor: interrelații privind creativitatea, inovația și antreprenoriul. *Abilități de gândire și creativitate*, 16, 27–39. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2014.11.006>
- Fis, AM și Cetindamar, D. (2021). Deblocarea relației dintre antreprenoriul corporativ și performanța firmei. *Revista de cercetare antreprenorială*, 11(1), 1–22. <https://doi.org/10.1515/erj-2018-0213>
- Fornell, C. și Larcker, DF (1981). Modele de ecuații structurale cu variabile neobservabile și erori de măsurare: Algebră și statistică. *Jurnalul de Marketing Cercetare*, 18, 382–388. <https://doi.org/10.2307/3150980> Foster, J., Barkus, E., & Y avorsky, C. (2006). *Înțelegerea și utilizarea statisticilor avansate (pp. 1029–1038)*. Londra: Sage Publications Ltd.
- Gerlach, F., Hundeling, M. și Rosing, K. (2020). Leadership ambidextru și performanță de inovare: Un studiu longitudinal. *Leadership și dezvoltare organizațională* Jurnal, 41(3), 383–398. <https://doi.org/10.1108/loj07-2019-0321>
- Ghasemi, F., Rastegar, A., Jahromi, RG și Marvdashti, RR (2011). Relația dintre creativitate și motivația de realizare cu elevii de liceu antreprenoriat. *Procedia - Științe sociale și comportamentale*, 30, 1291–1296. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.10.250>
- Giancola, M., Palmiero, M. și D'Amico, S (2022). Explorarea interacțiunii dintre inteligența fluidă și creativitate: rolul de mediere al dependenței de câmp stil cognitiv independent. *Thinking Skills and Creativity*, 45. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2022.101047> Graciano, P., Lermen, F., Reichert, F., & Padula, A. (2023). Impactul asumării riscurilor și stimulilor creativității în educație spre inovare: o revizuire sistematică și agenda de cercetare. *Abilități de gândire și creativitate*, 47, articolul 101220.
- Grandy, JB și Hiatt, SR (2020). Discreția agenției de stat și spiritul antreprenorial pe piețele reglementate. *Administrative Science Quarterly*, 65(4), 1092–1131. <https://doi.org/10.1177/0001839220911022> Gu, X., Tan, Y., Wu, X., Cai, Z., Lai, Q., Cheng, M. și Zhao, Q. (2022). Strategie activă versus pasivă în formarea online a creativității: Cum să promovăm cel mai bine creativitatea elevi cu stiluri cognitive diferite? *Abilități de gândire și creativitate*, 44. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2022.101021> Guo, C. și Miller, JK (2010). Dinamica Guanxi și crearea și dezvoltarea firmelor antreprenoriale în China. *Management and Organization Review*, 6(2), 267–291. <https://doi.org/10.1111/j.1740-8784.2010.00180.x>
- Hair, JF, Anderson, RE, Tatham, RL și Black, WC (1995). *Analiza multivariată a datelor: cu citiri (ed. a 4-a)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Hair, JF, Black, WC, Babin, BJ și Anderson, RE (2014). *Analiza multivariată a datelor (ed. a 7-a)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Hair, JF, Hult, GTM, Ringle, CM și Sarstedt, M. (2017). Un primer pentru modelarea ecuațiilor structurale cu cele mai mici pătrate parțiale (PLS-SEM). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hisrich, R., Langan-Fox, J., & Grant, S. (2007). Cercetarea și practica antreprenoriului: un apel la acțiune pentru psihologie. *American Psychologist*, 62(6), 575.
- Hossain, MU și Asheq, A. A (2020). Orientarea către leadership și personalitatea proactivă influențează intenția antreprenorială socială. *Jurnalul Internațional al Management and Enterprise*, 19(2), 109. <https://doi.org/10.1504/JMED.2020.107396>
- Hughes, DJ, Lee, A., Tian, AW, Newman, A. și Legood, A. (2018). Leadership, creativitate și inovație: o revizuire critică și recomandări practice. *The Leadership Quarterly*, 29(5), 549–569. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2018.03.001>
- Junni, P., Sarala, RM, Tarba, SY, Liu, Y., & Cooper, CL (2015). Introducerea editorilor invitați: Rolul resurselor umane și al factorilor organizaționali în ambidexteritate. *Managementul resurselor umane*, 54(1), 1–28. <https://doi.org/10.1002/hrm.21772>
- Kalar, B. (2020). Rolul creativității în contextul antreprenoriului academic. *Creativity & Innovation Management*, 29(2), 254–267. <https://doi.org/10.1111/caim.12352>
- Khedhaouria, A., Gurau, C., & Torr'es, O. (2015). Creativitatea, autoeficacitatea și performanța întreprinderilor mici: rolul de mediere al orientării antreprenoriale. *Small Business Economics*, 44, 485–504. <https://doi.org/10.1007/s11187-014-9608-y>

- Kim, T. și Lee, J. (2015). Un studiu empiric asupra modelelor individuale de creativitate necesare pentru a cultiva antreprenoriatul. *Journal of Entrepreneurial Research*, 10(4), 13–25.
- Kline, RB (2011). *Principii și practici de modelare a ecuațiilor structurale*. New York: Guilford Press.
- Kozhevnikov, M., Ho, S. și Koh, E. (2021). Rolul abilităților vizuale și al stilului cognitiv în creativitatea artistică și științifică a elevilor de liceu din Singapore. *Jurnalul Comportamentului Creativ*. <https://doi.org/10.1002/jobc.522>
- Kuratko, DF (2007). Leadership antreprenorial în secolul 21: perspectiva editorului invitat. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 1–11. <https://doi.org/10.1177/10717919070130040201>
- Li, W., Bhutto, TA, Xuhui, W., Maitlo, Q., Zafar, AU și Ahmed Bhutto, N. (2020). Deblocarea creativității ecologice a angajaților: efectele transformării ecologice leadership, motivație verde intrinsecă și extrinsecă. *Journal of Cleaner Production*, 255. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120229>
- Liu, J., Nandhakumar, J. și Zachariadis, M. (2018). Când guanxi întâlnește găuri structurale: explorarea rețelelor guanxi ale antreprenorilor chinezi pe platformele digitale. *The Journal of Strategic Information Systems*, 27(4), 311–334.
- Luo, Y., Huang, Y și Wang, SL (2012). Guanxi și performanța organizațională: o meta-analiză. *Management and Organization Review*, 8(1), 139–172. <https://doi.org/10.1111/j.1740-8784.2011.00273.x>
- Mefoh, PC, Nwoke, MB, Chukwuorji, JC și Chijioko, AO (2017). Efectul stilului cognitiv și al genului asupra capacității de rezolvare a problemelor adolescenților. *Abilități de gândire și Creativitate*, 25, 47–52. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2017.03.002>
- Mehmood, MS, Jian, Z. și Akram, U. (2020). Fii atât de creativ încât nu te pot ignora! Cum poate liderul antreprenorial să sporească creativitatea angajatului? *Capacități de gândire și creativitate*, 38. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2020.100721>
- Meng, Y. și Zhao, C. (2018). Conducerea supraveghetorului academic și mecanismul său de influență asupra creativității postuniversitare în China. *Abilități de gândire și creativitate*, 29, 32–44. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2018.05.006>
- Moore, DA (2021). Conducere perfect încrezătoare. *California Management Review*, 63(3), 58–69. <https://doi.org/10.1177/0008125621992173> Morris, MH, Webb, JW, Singhal, J. și Fu, S. (2013). O perspectivă bazată pe competențe asupra educației antreprenoriale: perspective conceptuale și empirice. *Jurnalul de Small Business Management*, 51(3), 352–369.
- Nunnally, J. (1978). *Metode psiometrice*. McGraw-Hill.
- Park, SH și Luo, Y. (2001). Guanxi și dinamica organizațională: rețele organizaționale în firmele chineze. *Strategic Management Journal*, 22(5), 455–477. <https://doi.org/10.1002/smj.167>
- Peng, MW, & Luo, Y. (2000). Legăturile manageriale și performanța firmei într-o economie în tranziție: natura unei legături micro-macro. *Academy of Management Journal*, 43 (3), 486–501. <https://doi.org/10.2307/1556406>
- Radcliffe, DF (2005). Inovația ca atribut meta pentru inginerii absolvenți. *International Journal of Engineering Education*, 21(2), 194–199.
- Reid, SW, Anglin, AH, Baur, JE, Short, JC și Buckley, MR (2018). Căi noi strălucitoare sau oportunitate pierdută? Evaluarea cercetării la intersecția leadership-ului și antreprenoriului. *The Leadership Quarterly*, 29(1), 150–164. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2017.11.005>
- Renko, M., El Tarabishi, A., Carsrud, AL, & Brannan, M. (2015). Înțelegerea și măsurarea stilului de conducere antreprenorial. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 54–74. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12086>
- Riding, R., & Cheema, I. (1991). Stiluri cognitive — O privire de ansamblu și integrare. *Psihologie educațională*, 11, 193–215.
- Ringle, CM, Sarstedt, M. și Straub, DW (2012). O privire critică asupra utilizării PLS-SEM în MIS trimestrial. *MIS Quarterly*, 36(1). iiv-8.
- Saeed, E. și Amin, W. (2023). Studii asupra impactului leadershipului transformasional asupra antreprenoriului organizațional. *Rihan Journal for Science Publishing*, 31, 25–39.
- Saha, S. și Sharma, RKK (2020). Impactul stilului cognitiv și al creativității liderilor asupra rezolvării problemelor organizaționale. *Benchmarking: An International Journal*, 27 (8), 2261–2281. <https://doi.org/10.1108/BIJ-09-2019-0398>
- Schreiber, JB (2008). Practici de raportare de bază în modelarea ecuațiilor structurale. *Farmacia Administrativă*, 4, 83–97. <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2007.04.003> Simsek, Z., Jansen, JJ, Minichilli, A., & Escriba-Esteve, A. (2015). Leadership strategic și lideri în contexte antreprenoriale: un nexus pentru inovație și impact ratat? *Journal of Management Studies*, 52(4), 463–478. <https://doi.org/10.1111/joms.12134>
- Sorokin, PS și Chernenko, SE (2022). Abilități ca rezultate ale învățării declarate ale formării antreprenoriale în instituțiile de învățământ superior din întreaga lume: Clasificare și analiză cu accent pe abilitățile de gândire. *Abilități de gândire și creativitate*, 46, articolul 101177.
- Stone, M (1974). Alegerea și evaluarea prin validare încrucișată a predicțiilor statistice. *Journal of the Royal Statistical Society*, 36, 111–147. van Gelderen, M., Wiklund, J. și McMullen, JS (2021). Antreprenoriul în viitor: un studiu Delphi asupra membrilor comitetului editorial al ETP și JBV. *Antreprenoriul: Teorie și practică*, 45(5), 1239–1275. <https://doi.org/10.1177/10422587211010503>
- Wang, C., Mundorf, N., & Salzarulo-McGuigan, A. (2022). Educația antreprenorială sporește creativitatea antreprenorială: Rolul de mediere al antreprenoriului inspirație. *International Journal of Management Education (Elsevier Science)*, (2), 20. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100570>
- Weng, X., Chiu, T. și Tsang, C. (2018). Promovarea creativității studenților și a antreprenoriului prin educația reală a creatorilor de probleme bazată pe probleme. *Thinking Skills and Creativity*, 45, Articolul 101046. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2022.101046> Witkin, HA, Moore, CA, Goodenough, DR și Cox, PW (1977). Stiluri cognitive dependente de câmp și independente de domeniu și implicațiile lor educaționale. *Review of Educational Research*, 47(1), 1–64.
- Wu, HY, Wu, HS, Chen, IS și Chen, HC (2014). Explorarea factorilor critici influenți ai creativității pentru studenții: luarea deciziilor cu mai multe criterii abordare. *Abilități de gândire și creativitate*, 11, 1–21. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2013.09.004>
- Yilmaz, O. (2021). Stiluri cognitive și religie. *Opinie curentă în psihologie*, 40, 150–154. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.09.014> Zhang, L. (2006). Stiluri de predare și moduri de gândire preferate în rândul studenților din China continentală. *Abilități de gândire și creativitate*, 1(2), 95–107. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2006.06.002> Zhou,
- Q. și Shipton, H (2016). Fă din creativitate o opțiune atractivă. În H. Shipton, P. Budhwar, P. Sparrow și A. Brown (eds.), *Managementul resurselor umane, inovație și performanță*. Londra: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137465191_20.
- Zhu, R., Liu, Z., Zhao, G. și Huang, Z. (2023). Impactul managementului instituțional asupra competenței antreprenoriale ale profesorilor: rolul de mediere al comportamentului antreprenorial. *The International Journal of Management Education*, 21(2), articolul 100794. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100794>