



Vol. 5  
Spring 2024

Research Paper

Received:  
8 January 2024  
Revised:  
14 February 2024  
Accepted:  
14 February 2024  
Published:  
13 April 2024  
P.P: 103-130

ISSN: 2717-1809  
E-ISSN: 2717-199x



## Budget and Finance Strategic Research

### The Factors Affecting People's Intention to Get Wealth with Emphasis on Psychological and Social Aspects

Mohammad Nazaripour<sup>1</sup> | Babak Zakizadeh<sup>2</sup>

#### Abstract

People's perception of the wealth and the rich plays a key role in their efforts to work, earn and become rich. In this regard, we are attempting to investigate the factors affecting on people's intention to get wealth with emphasis on psychological and social aspects. In terms of the method, this study is descriptive-correlation and structural equation modeling. The population of this study is adults over 18 in Tehran and the statistical sample size is 385 people. The required data was collected through a closed questionnaire in the form of a five-point Likert scale. Research data has been analyzed using structural modelling. According to the research findings, the variables of explicit perception of the rich and implicit perceptions of the rich have a significant positive effect on the three variables of perceptions of wealth, individual behavioral control and intention to make money. Moreover, the two variables of perceptions of wealth and behavioral control positively affect the intention to make money. Finally, the variable of motivation to build wealth has a moderating effect on the relationship between four variables (explicit perception of the rich, implicit perception of the rich, perception of wealth and individual behavioral control) with the intention to make. In general, the findings showed that the wealth and income of citizens can play a vital role in the economic and social development of the country.

**Keywords:** Motivation of Wealth Intention to Make Money Perception of Wealth Perception of the Rich Individual Behavioral Control.

DOR: 20.1001.1.27171809.1403.5.1.5.2

1. Corresponding Author, Assistant Professor, Department of Accounting, Hazrat Masoumeh University, Qom, Iran. [m.nazaripour@hmu.ac.ir](mailto:m.nazaripour@hmu.ac.ir)
2. Studied Business Administration, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran.

This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the

Creative Commons Attribution Non-Commercial (CC-BY-NC) license.



## تحلیل عوامل مؤثر بر قصد افراد در کسب ثروت با تأکید بر جنبه های روان شناختی و اجتماعی

محمد نظری پور<sup>۱</sup> | بابک زکی زاده<sup>۲</sup>

۱

سال پنجم  
بهار ۱۴۰۳

### مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۲/۱۰/۱۸

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۲/۱۱/۲۵

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۱۱/۲۵

تاریخ انتشار:

۱۴۰۳/۰۱/۲۵

صص: ۱۳۰-۱۰۳

شابا چاپی: ۲۷۱۷-۱۸۰۹  
الکترونیکی: x: ۲۷۱۷-۱۹۹



DOR: 20.1001.1.27171809.1403.5.1.5.2

۱. نویسنده مسئول: استادیار گروه حسابداری، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران.

m.nazaripour@hmu.ac.ir

۲. دانش آموخته مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران.

این مقاله یک مقاله با دسترسی آزاد است که تحت شرایط و ضوابط مجوز Creative Commons Attribution Non-Commercial (CC BY-NC) توزیع شده است.



توزیع شده است.

### چکیده

ادراک افراد از ثروت و ثروتمندان نقش مهمی در تلاش آنان برای یافتن شغل، کسب درآمد و ثروتمند شدن دارد. در همین راستا، این پژوهش تلاش دارد عوامل مؤثر بر قصد افراد در کسب ثروت با تأکید بر جنبه های روان شناختی و اجتماعی را مورد مطالعه قرار دهد. به لحاظ روش، پژوهش حاضر توصیفی - همبستگی و از نوع مدل یابی معادلات ساختاری است. جامعه آماری پژوهش حاضر افراد بالای ۱۸ سال شهر تهران بود و حجم نمونه آماری نیز ۳۸۵ نفر تعیین شد. داده های مورد نیاز از طریق پرسشنامه بسته و در قالب طیف لیکرت پنج گزینه ای گردآوری شده است. تجزیه و تحلیل داده های پژوهش با استفاده از مدل یابی معادلات ساختاری انجام شده است. بنابر یافته های این پژوهش متغیرهای ادراک صریح و ضمنی نسبت به اشخاص ثروتمند بر سه متغیر ادراک از ثروت، کنترل رفتاری و قصد کسب درآمد اثر مثبت و معناداری دارند. همچنین دو متغیر ادراک از ثروت و کنترل رفتاری بر قصد کسب درآمد اثر مثبت و معناداری دارند. در نهایت متغیر انگیزه کسب ثروت بر رابطه بین چهار متغیر (ادراک صریح افراد نسبت به اشخاص ثروتمند، ادراک ضمنی افراد نسبت به اشخاص ثروتمند، ادراک از ثروت و کنترل رفتاری) با متغیر قصد کسب درآمد دارای اثر تعدیلی است. درکل، یافته ها نشان دادند که ثروت و درآمد شهروندان می تواند نقش مهمی در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور داشته باشد. کلیدواژه ها: انگیزه کسب ثروت، قصد کسب درآمد، ادراک از ثروت، ادراک از ثروتمندان، کنترل.

## مقدمه و بیان مسئله

ثروت بر تمامی شئون زندگی از جمله کیفیت زندگی و رفاه اجتماعی اثرگذار است (لوبوریک و فابریس<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷). ثروت انتخاب‌های بیشتری را در اختیار افراد قرار داده و از آنان در برابر ریسک‌ها و شوک‌های غیرمنتظره محافظت می‌کند. در سطح ملی، ثروت یک تضمین مناسب برای سرمایه‌گذاری در امورات زیربنایی همچون آموزش، بهداشت و امنیت است (سازمان همکاری اقتصادی و توسعه<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱). درک و شناخت دیدگاه‌های مردم نسبت به ثروت می‌تواند به سیاست‌گذاران در تدوین و ترویج رفتارهای صحیح درآمدزایی در سطح جامعه کمک کند. ثروت بیانگر سطحی از منابع مالی است (تالی و شارما<sup>۳</sup>، ۲۰۲۲). مقیاس اندازه‌گیری "عشق به پول" که از سوی تانگ (۲۰۲۰) ارائه شد، بیانگر دیدگاه افراد نسبت به اهمیت و ارزش ثروت است. این مقیاس کاربرد گسترده‌ای در ارزیابی ادراک افراد از ثروت داشته و بر ذهنیت شهروندان نسبت به ثروت و نقش آن در زندگی اثرگذار است. مایملک افراد به‌عنوان نمادی از ثروت افراد می‌تواند بیانگر دو دیدگاه زیر باشد: (۱) نگرش نسبت به سایر ثروتمندان، مانند "پول خوب است" و (۲) نگرش مثبت نسبت به برکات و اثرات ثروت، مانند "پول باعث می‌شود تا دیگران به انسان احترام بگذارند". هر دو دیدگاه نشان‌دهنده نوعی برداشت بوده که ممکن است متفاوت از یکدیگر باشند. لذا این دو دیدگاه می‌توانند قصد افراد از کسب درآمد را به‌طور متفاوت متأثر سازند (چی و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۲۳).

بنا بر یافته‌های یورداکول و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۲۲) استانداردهای زندگی (همچون شاخص استاندارد زندگی<sup>۶</sup> و درآمد) در کشورهای درحال توسعه پایین‌تر از کشورهای توسعه‌یافته است. در بسیاری از کشورهای درحال توسعه تلاش‌های فراوانی در زمینه کاهش فقر و نابرابری درآمدها صورت گرفته است. اما نرخ فقر و نابرابری درآمد در این قبیل کشورها همچنان بالا است (خان و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۲۲)؛ بنابراین کاهش فقر و نابرابری درآمدها یکی از چالش‌های جدی کشورهای

1. Luburić & Fabris

2. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)

3. Tully & Sharma

4. Chi et al.

5. Yurdakul et al.

6. Human Development Index (HDI)

7. Khan et al.

در حال توسعه است (آندرسون<sup>۱</sup>، ۲۰۲۲). انگیزه کسب ثروت و درآمد می تواند به عنوان یک راهکار مؤثر برای رشد و توسعه اقتصادی کشورهای در حال توسعه مدنظر قرار گیرد.

در پژوهش های قبلی برخی از عوامل مؤثر بر قصد افراد در کسب درآمد و ثروت مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. برای مثال در پژوهش داینان و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۴) عامل پس انداز، در پژوهش سونین<sup>۳</sup> (۲۰۰۳) عامل حقوق مالکیت، و در پژوهش گلمن<sup>۴</sup> (۲۰۱۳) عوامل اجتماعی و شکاف درآمدی مطالعه شده اند. باین حال پژوهش های انجام شده در خصوص انگیزه افراد برای کسب درآمد به ویژه در کشورهای در حال توسعه همچنان ناچیز است.

به علاوه یافته های پژوهش های قبلی، طبق تئوری رفتار برنامه ریزی شده<sup>۵</sup> ادراک (به اصطلاح نگرش)، هنجارهای اجتماعی و کنترل رفتار ادراک شده از جمله عوامل مؤثر بر قصد رفتاری افراد محسوب می شوند (فیش بین و آجزن<sup>۶</sup>، ۱۹۹۱). از آنجائی که تأثیر ادراک و نگرش ضمنی بر قصد رفتار به روشنی قابل تشخیص نیست، لذا این تئوری عمدتاً بر ادراک و نگرش صریح تأکید دارد (آجزن و فیش بین، ۲۰۰۵). ادراکات ضمنی در مواقعی که قرار است موضوعات حساسی همچون پول مورد بحث قرار گیرد، بسیار مهم است (مانز - جیمز<sup>۷</sup>، ۲۰۱۵). این نوع ادراکات در برابر اطلاعات جدید مقاوم است. زیرا اغلب این قبیل ادراکات از طریق قرار گرفتن در معرض اطلاعات مثبت و یا منفی مرتبط با یک موضوع و بر اساس تعاملات اجتماعی و یا تجربه شخصی شکل می گیرد (هورویتز و دوویدو<sup>۸</sup>، ۲۰۱۵). در این پژوهش بر اساس تئوری رفتار برنامه ریزی شده دو عامل مؤثر بر کسب درآمد؛ یعنی ادراکات صریح و ضمنی مطالعه و بررسی شده اند.

این پژوهش از طریق ارائه چارچوبی نظام اند قصد دارد اثرات عواملی همچون "ثروت ادراک شده"، "ادراک از ثروتمندان"، "انگیزه کسب ثروت" و "کنترل رفتار فردی" بر قصد کسب درآمد را مورد مطالعه و بررسی قرار دهد. از آنجایی که میانگین نرخ رشد اقتصادی ایران در سال های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ پایین بوده است (سالانه ۱/۴ درصدی) (حاتم راد و همکاران، ۱۴۰۲)، لذا

1. Anderson
2. Dynan et al.
3. Sonin
4. Goleman
5. Theory of Planned Behavior
6. Fishbein & Ajzen
7. Manns-James
8. Horwitz & Dovidio

انتظار می‌رود این پژوهش از طریق تغییر ادراک مردم از ثروتمندان، بتواند به رشد اقتصادی و کاهش نابرابری اجتماعی در جامعه ایران کمک کند. با توجه به این که کسب درآمد جزء لاینفک زندگی هر فردی است، لذا درک و شناخت ادراک افراد از درآمد و ثروت می‌تواند به دولت-مردان و سیاست‌گذاران در تدوین سیاست‌های اقتصادی مناسب کمک کند (ترای و هوا<sup>۱</sup>، ۲۰۲۲). با توجه به این که ثروت نقش مهمی در کاهش فقر، آسایش و آرامش افراد، و توسعه اقتصادی جامعه دارد، لذا هدف پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر قصد افراد برای کسب ثروت آن‌هم از طریق ارائه یک مدل رفتاری است.

## مبانی نظری پژوهش

در این بخش مبانی نظری هر یک از متغیرهای پژوهش مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرند.

### ثروت ادراک شده

به اعتقاد تالی و شارما (۲۰۲۲) ثروت به معنای خالص منابع مالی یک فرد و همچنین ادراک ذهنی وی از منابع مالی است. از دید این محققان ثروت به دو دسته ذهنی و عینی تقسیم می‌شود. ثروت عینی شامل وضعیت مالی فرد از منظر درآمد، دارایی و بدهی است. ثروت ذهنی را می‌توان از طریق مواردی همچون مصارف تجملی، سرگرمی‌های گران قیمت، خریدهای ترفندی و رفتارهای ثروتمندگرایانه اندازه‌گیری کرد (رین و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۲)، که به نوعی حاکی از ثروتمند بودن فرد است (نظری پور و نوری امجد، ۱۴۰۱).

ادراک افراد از ثروت متفاوت است (همیلتون و هپ‌بورن<sup>۳</sup>، ۲۰۱۷). به اعتقاد گاسیوروسکا<sup>۴</sup> (۲۰۱۴) ثروت ادراک شده نوعی نگرش نسبت به پول است. بنا بر یافته‌های پژوهش تانگ و لیو (۲۰۱۲) افرادی که پول برایشان مهم است، علاقه چندانی به انجام رفتارهای خیرخواهانه و اخلاقی ندارند. عشق زیاد به پول باعث می‌شود تا افراد به راحتی با خصوصیات منفی محیط کار کنار آیند (تان و وحید<sup>۵</sup>، ۲۰۱۱). ثروت ادراک شده شامل سه بعد فردگرایانه، تقدیرگرایانه (اجتناب‌ناپذیر)

1. Tri & Hoa  
2. Rinn et al.  
3. Hamilton & Hepburn  
4. Gasiorowska  
5. Tan & Waheed

و ساختار گرایانه (تمرکز بر روابط) است (فی جین<sup>۱</sup>، ۱۹۷۲). در این پژوهش ثروت ادراک شده به معنای آگاهی افراد از پول است.

### ادراک از ثروتمندان

ادراک از ثروتمندان بیانگر نگرش افراد نسبت به اشخاص ثروتمند است. بدین معنی که اگر فردی شخص ثروتمندی را تحسین و محترم شمارد، احتمالاً انتظار دارد در صورت ثروتمند شدن، دیگران نیز وی را احترام و تحسین کنند (کرایدل<sup>۲</sup>، ۲۰۰۰). این نگرش می تواند صریح یا ضمنی باشد. به اعتقاد وو و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۸) تعداد دفعات اختصاص هم زمان دو ویژگی شایستگی (توانایی و اعتماد به نفس) و روابط نزدیک / گرمی (قابلیت اعتماد و صمیمیت) به افراد ثروتمند به - عنوان نگرش صریح و سرعت اختصاص هم زمان این دو ویژگی به عنوان نگرش ضمنی محسوب می شوند (ژانگ و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۸).

نگرش صریح زمانی شکل می گیرد و یا تغییر می کند که شرایط یادگیری و یا دسترسی به اطلاعات تغییر کند (هورویتز و دوویدیو، ۲۰۱۵). ادراک صریح افراد از ثروتمندان را می توان از طریق مقیاس عشق به پول<sup>۵</sup> که از سوی تانگ و چن<sup>۶</sup> (۲۰۰۸) مطرح شد، اندازه گیری کرد. این مقیاس شامل گویه هایی همچون پول خوب است، پول مهم است، پول با ارزش است، پول نماد موفقیت است بوده که همگی بیانگر ادراک افراد از ثروت است.

نگرش ضمنی نوعی آگاهی ناخواسته (غیرارادی) است که می تواند از طریق قرار گرفتن در معرض اطلاعات مثبت و یا منفی در خصوص یک موضوع شکل گیرد. در این فرایند، تعاملات اجتماعی و یا تجربه شخصی نقش بسزایی دارد. نگرش های ضمنی گاهی اوقات بیانگر نوعی مقاومت در برابر اطلاعات جدید است (هورویتز و دوویدیو، ۲۰۱۵). ادراکات ضمنی از طریق قرار گرفتن مکرر افراد در معرض اطلاعات مثبت و یا منفی مرتبط با یک موضوع و بر اساس تعاملات اجتماعی و یا تجربه شخصی شکل می گیرد. ایجاد تغییر در افراد به واسطه اطلاعات جدید می تواند چالش برانگیز باشد (هورویتز و دوویدیو، ۲۰۱۵). اندازه گیری ادراکات ضمنی در مواقعی

1. Feagin
2. Kreidl
3. Wu et al
4. Zhang et al.
5. Love of Money Scale (LOMS)
6. Tang & Chen

که قرار است موضوعات اجتماعی حساسی همچون ثروتمندان و کسب درآمد مطالعه شود، می‌تواند مفید باشد (مانز - جیمز، ۲۰۱۵).

یافته‌های پژوهش‌های قبلی همچون خزائیان و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۲)، جاوید و همکاران (۲۰۲۲)، و ساجد و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۲) نشان می‌دهند دانش و شناخت افراد نسبت به یک موضوع خاص بر کنترل رفتار آنان در خصوص آن موضوع اثرگذار است. همچنین بنابر یافته‌های پژوهش‌هایی همچون (عرفات و محمدابراهیم<sup>۳</sup>، ۲۰۱۸) و (آجزن و فیش‌بین، ۲۰۱۸) ادراک نه تنها بر کنترل رفتار بلکه بر قصد رفتاری افراد نیز اثرگذار است. طبق تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده<sup>۴</sup> (آجزن، ۱۹۹۱) نگرش/ادراک افراد بر قصد رفتاری اثرگذار است. باورهای رفتاری (نگرش) بیانگر ایده‌هایی در خصوص نتایج احتمالی یک رفتار انجام شده است. هرچه نگرش افراد نسبت به پیامدهای احتمالی رفتاری مثبت‌تر باشد، قصد آنان نسبت به انجام آن رفتار بیشتر خواهد بود (عرفات و محمدابراهیم<sup>۵</sup>، ۲۰۱۸).

### کنترل رفتاری ادراک شده

کنترل رفتار بیانگر باور فرد در خصوص توانایی‌هایش است. این عامل به همراه انگیزش، احتمال موفقیت رفتاری را افزایش می‌دهد (آجزن، ۱۹۹۱). در خصوص کنترل رفتاری پژوهش‌های متعددی انجام شده است. برای مثال به اعتقاد روتر<sup>۶</sup> (۱۹۶۶) کنترل نسبت به پیامد یا نتیجه می‌تواند درونی (ناشی از توانمندی‌ها و اقدامات فرد) و یا بیرونی (ناشی از رفتار دیگران، سرنوشت، شانس، فرصت‌ها و موقعیت) باشد. افراد با درجه کنترل درونی بالا، از ویژگی‌هایی همچون توجه، دقت و آگاهی برخوردار بوده که به آنان در انجام هرچه بهتر امورات مختلف زندگی کمک می‌کند. در مقایسه با افراد با درجه بالاتری از منبع کنترل خارجی، افراد با درجه بالاتری از منبع کنترل درونی دارای عملکرد بهتری هستند (سندرز و همکاران<sup>۷</sup>، ۱۹۷۳).

1. Khazaieian et al.
2. Sajid et al.
3. Arafat & Mohamed Ibrahim
4. Theory of Planned Behavior (TPB)
5. Arafat & Mohamed Ibrahim
6. Rotter
7. Sanders et al.

سازه کنترل رفتاری ادراک شده دربرگیرنده انواع مختلف ادراک و باورهای شخصی است. این سازه باهدف بهبود، به تئوری عمل منطقی اضافه شد (آجزن، ۲۰۰۵). از تئوری جدید، تحت عنوان تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده یاد می‌شود. این تئوری بیانگر یک چارچوب مفهومی برای ارزیابی تأثیر کنترل رفتاری ادراک شده بر قصد انجام یک رفتار خاص است. کنترل رفتاری ادراک شده و نگرش نسبت به هنجارهای ذهنی نقش بسزایی در پیش‌بینی قصد رفتاری و همچنین رفتار واقعی افراد دارند (دلایلا و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰). اثرات کنترل رفتاری ادراک شده بر رفتار واقعی افراد در بخش‌های مختلف اقتصادی همچون سلامت، آموزش، مصرف حمل‌ونقل و تکنولوژی مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است (چی، ۲۰۲۱). بااین‌وجود پژوهش‌های معدودی در خصوص اثرات کنترل رفتاری ادراک شده بر قصد افراد در حوزه مدیریت مالی انجام شده است. عمده‌ترین این پژوهش‌ها عبارت‌اند از: (چترجی و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱)، (فارل و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۶)، و (تانگ، ۲۰۱۶). چترجی و همکاران (۲۰۱۱) تأثیر خودکارآمدی بر رفتار مالی خانوارهای آمریکایی را بررسی کردند و دریافتند که اعتماد فردی از طریق افزایش احتمال موفقیت، می‌تواند باعث افزایش ثروت خانوار و در نتیجه مشارکت بیشتر آنان در بازارهای مالی شود. فارل و همکاران (۲۰۱۶) نشان دادند هر چه اعتماد به نفس زنان استرالیایی در مدیریت مالی افزایش می‌یابد، آنان با دقت بیشتری محصولات سرمایه‌گذاری و پس‌انداز را انتخاب کرده و در نتیجه احتمال موفقیتشان افزایش می‌یابد. بنا بر یافته‌های تانگ (۲۰۱۶) با افزایش توانمندی و خودکارآمدی بزرگ‌سالان آمریکایی، عملکرد اقتصادی آنان نیز بهبود می‌یابد. بااین‌حال اطلاعات چندانی در خصوص ارتباط بین کنترل رفتاری ادراک شده، ادراک از ثروت و همچنین قصد کسب درآمد به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه همچون ایران وجود ندارد.

### انگیزه کسب ثروت

بنا بر ادبیات رفتار مصرف‌کننده، انگیزه محرک اصلی برای اقدام و عمل است (دیزا<sup>۴</sup>، ۲۰۲۳). همچنین به اعتقاد آیزنک و همکاران<sup>۵</sup> (۱۹۸۵) انگیزه بیانگر تصمیم آگاهانه و یا ناآگاهانه فرد در

1. Dalila et al.
2. Chatterjee et al.
3. Farrell et al.
4. Diaz
5. Eysenck et al.



خصوص چگونگی، زمان و چرایی انجام یک فعالیت خاص است. به‌علاوه مایکل‌سن و آس<sup>۱</sup> (۲۰۲۳) معتقد است انگیزه عامل اصلی و مهم در تبیین علل وقوع رفتارهای افراد است. انگیزه فرایندی است که محرک و انگیزه لازم را در اختیار افراد قرار می‌دهد. برای تبیین انگیزه‌های متنوع می‌توان از مدل رانشی - کششی<sup>۲</sup> استفاده کرد (مارتینز - کاناس و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۲۳). عوامل رانشی بیانگر محرک‌های روان‌شناختی رفتار (وو و پیرس<sup>۴</sup>، ۲۰۱۴) و عوامل کششی بیانگر انگیزه‌های شناختی، موقعیتی و بیرونی است (دیویسا و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۰). در این پژوهش انگیزه کسب ثروت، عامل کششی محسوب شده و شامل انگیزه‌های بیرونی حاصل از شبکه‌های اجتماعی، مشوق‌ها و حمایت‌های دولتی مرتبط با تلاش‌های افراد جهت کسب درآمد است.

### اثر تعدیلی انگیزش ثروت

یافته‌های پژوهش‌هایی همچون باترا و ری<sup>۶</sup> (۱۹۸۶)، فرنت و همکاران<sup>۷</sup> (۲۰۱۰)، چی (۲۰۲۱)، آو و همکاران<sup>۸</sup> (۲۰۲۲)، لئو و همکاران<sup>۹</sup> (۲۰۲۲) نشان می‌دهند انگیزه می‌تواند باعث تقویت قصد رفتاری افراد در حوزه‌های مختلف شود. در خصوص ادراک افراد از ثروت و همچنین اشخاص ثروتمند، مطالعات معدودی در رابطه با تأثیر انگیزه بر قصد کسب درآمد انجام شده است. برای مثال نوانکو و همکاران<sup>۱۰</sup> (۲۰۱۴) در پژوهش خود دریافتند انگیزه خرید کالاهای لوکس به مقدار زیادی متأثر از ثروت و درآمد است. در پژوهشی ریزنیکا و استفانوس کای‌هاتو<sup>۱۱</sup> (۲۰۲۱) نشان دادند بین انگیزه مباشرت، ثروت اجتماعی - عاطفی و قصد کسب درآمد در مشاغل آزاد همبستگی معناداری وجود دارد. به‌علاوه، انگیزه اعتماد به خود (اعتماد به نفس) افراد را به تلاش بیشتر برای کسب سود از مشاغل فردی سوق می‌دهد (محمدی و الهی، ۱۴۰۰). انگیزه، رشد و محرک اصلی کسب ثروت، اشتغال به کار و توسعه اقتصادی است (ننه و وانزیل<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۴).

1. Michaelsen & Esch
2. Push-Pull Model
3. Martínez-Cañas et al.
4. Wu & Pearce
5. Devesa et al.
6. Batra & Ray
7. Fernet et al.
8. Oh et al.
9. Leo et al.
10. Nwankwo et al.
11. Riznika & Stefanus Kaihatu
12. Neneh & Vanzyl

به اعتقاد تانگ (۲۰۱۶) تلاش برای کسب درآمد بر ادراک افراد از ثروتمندان، انگیزه موفقیت و بودجه اثرگذار است. بنابراین بین ادراک از ثروتمندان، انگیزه و قصد کسب درآمد رابطه معناداری وجود دارد. افرادی که ثروتمندان را الگوی خود قرار می دهند، تلاش بیشتری را برای کسب درآمد انجام می دهند (تانگ و لیو، ۲۰۱۲). زیرا این قبیل افراد، ثروتمند شدن را دوست دارند و لذا فکر و ذکرشان پول و ثروت است (گل تکین<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸). بنابر یافته های پژوهش وو و همکاران (۲۰۱۸) اشتیاق افراد به ثروتمند شدن با تمایلات اجتماعی آنان نسبت به افراد ثروتمند رابطه معناداری دارد. دیدگاه افراد نسبت به گروه های مختلف ثروتمندان متفاوت است. زیرا این گروه ها تاثیر متفاوت و بسزائی بر رفتار آنان در کسب درآمد دارند (سو و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۱). همچنانکه ادراک صریح افراد از اشخاص ثروتمند تمایل آنان برای کار سخت تر را افزایش می دهد، انگیزه کسب ثروت نیز باعث می شود تا تلاش افراد برای کسب درآمد دوچندان شود (وو و همکاران، ۲۰۱۸).

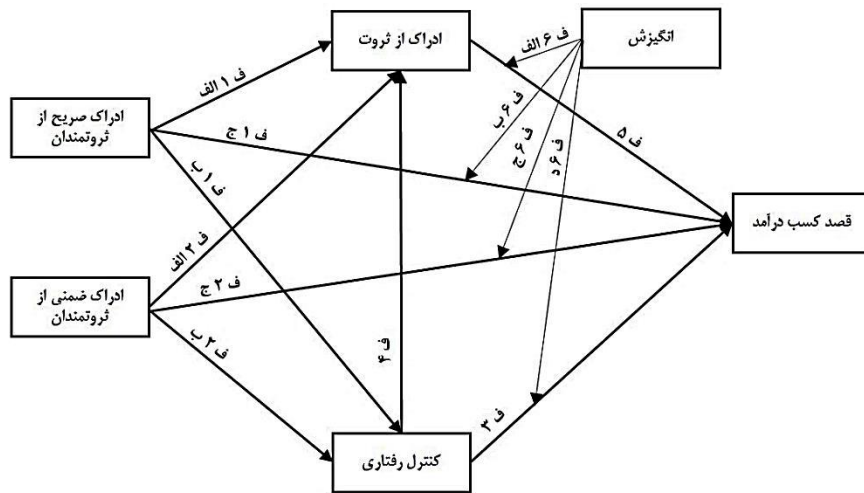
بنا بر یافته های پژوهش های کاراکایا و آوگین<sup>۳</sup> (۲۰۱۶) و چری<sup>۴</sup> (۲۰۱۸) کنترل رفتاری یک عامل اساسی در تبیین قصد کسب درآمد است. بر اساس تئوری رفتار برنامه ریزی شده، کنترل رفتاری ادراک شده نقش مهمی در شکل دهی به رفتارها دارد (فیش بین و آجزن، ۱۹۹۱). انگیزه کنترل رفتار به معنای توانایی تغییر وزن نسبی فرایندهای خودکار و کنترل شده مرتبط با یک رفتار خاص است (فریز و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۰۸). کنترل های فردی زمانی بر قصد رفتاری مؤثر واقع می شوند که علاوه بر ایجاد انگیزه، بتواند محرک بروز تلاش از سوی افراد در فرایند کنترل شده نیز شود (فیشر و کارل<sup>۶</sup>، ۲۰۲۲). اگر فردی از انگیزه لازم برخوردار نباشد، به سختی می توان شاهد تبدیل کنترل رفتاری به قصد اجرا در او بود (هاگر و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۲۲). فرض بر این است در صورت وجود انگیزه برای کسب ثروت، کنترل رفتاری می تواند منجر به کسب درآمد شود.

با بررسی ادبیات پژوهش می توان دریافت در خصوص اثرات ادراک از ثروت و کنترل رفتاری ادراک شده بر قصد کسب درآمد و همچنین عوامل بیرونی اثرگذار (مانند شبکه های

1. Gültekin
2. Su et al.
3. Karakaya & Avgin
4. Cherry
5. Friese et al.
6. Fischer & Karl
7. Hagger et al.

■ تحلیل عوامل مؤثر بر قصد افراد در کسب ثروت با تأکید بر جنبه‌های روان‌شناختی و اجتماعی

اجتماعی، مشوق‌ها، و حمایت‌های دولتی) بر قصد کسب درآمد مطالعات چندانی انجام نشده است؛ لذا پژوهش حاضر ضمن برداشتن گام‌هایی در زمینه‌های فوق، تلاش کرده است عوامل مؤثر بر قصد افراد در کسب ثروت با تأکید بر جنبه‌های روان‌شناختی و اجتماعی را مورد مطالعه و بررسی قرار دهد. برای این منظور مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر هستند.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش برگرفته از چی و همکاران (۲۰۲۳)

### فرضیه‌های پژوهش

**فرضیه ۱ الف:** ادراک صریح افراد نسبت به اشخاص ثروتمند بر ادراک آنان نسبت به ثروت اثر معناداری دارد.

**فرضیه ۱ ب:** ادراک صریح افراد نسبت به اشخاص ثروتمند بر کنترل رفتاری اثر معناداری دارد.

**فرضیه ۱ ج:** ادراک صریح افراد نسبت به اشخاص ثروتمند بر قصد کسب درآمد اثر معناداری دارد.

**فرضیه ۲ الف:** ادراک ضمنی افراد نسبت به اشخاص ثروتمند بر ادراک از ثروت اثر معناداری دارد.

- فرضیه ۲ ب:** ادراک ضمنی افراد نسبت به اشخاص ثروتمند بر کنترل رفتاری اثر معناداری دارد.
- فرضیه ۲ ج:** ادراک ضمنی افراد نسبت به اشخاص ثروتمند بر قصد کسب درآمد اثر معناداری دارد.
- فرضیه ۳:** ادراک رفتاری ادراک شده بر قصد کسب درآمد اثر معناداری دارد.
- فرضیه ۴:** ادراک رفتاری ادراک شده بر ادراک از ثروت اثر معناداری دارد.
- فرضیه ۵:** ادراک از ثروت بر کسب درآمد اثر معناداری دارد.
- فرضیه ۶ الف:** انگیزه کسب ثروت بر رابطه بین ادراک از ثروت و قصد کسب درآمد اثر تعدیلی دارد.
- فرضیه ۶ ب:** انگیزه کسب ثروت بر رابطه بین ادراک صریح از ثروتمندان و قصد کسب درآمد اثر تعدیلی دارد.
- فرضیه ۶ ج:** انگیزه کسب ثروت بر رابطه بین ادراک ضمنی از ثروتمندان و قصد کسب درآمد اثر تعدیلی دارد.
- فرضیه ۶ د:** انگیزه کسب ثروت بر رابطه بین کنترل رفتاری افراد و قصد کسب درآمد اثر تعدیلی دارد.

## روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی؛ به لحاظ شیوه انجام، توصیفی - پیمایشی و به لحاظ زمانی، مقطعی است. در این پژوهش از ابزار پرسش‌نامه برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. پرسش‌نامه استفاده شده در این پژوهش بر اساس طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای بود. جامعه آماری پژوهش حاضر، افراد بالای ۱۸ سال شهر تهران بود. بر اساس داده‌های مرکز آمار ایران جمعیت شهر تهران در سال ۱۴۰۰ در حدود ۹ میلیون نفر برآورد شده است. همچنین طبق آمار مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۵ نسبت جمعیت بالای ۱۸ سال استان تهران نسبت به کل جمعیت این استان در حدود ۷۳/۵ درصد بود. با فرض این نسبت برای شهر تهران، جامعه آماری

## تحلیل عوامل مؤثر بر قصد افراد در کسب ثروت با تأکید بر جنبه‌های روان‌شناختی و اجتماعی

پژوهش حاضر در حدود ۶/۶ میلیون نفر خواهد بود. در این پژوهش شهر تهران به چهار بخش غرب، شرق، شمال و جنوب تقسیم شد. پرسشنامه‌ها به‌طور مساوی در هر چهار بخش توزیع شدند. در این پژوهش برای تعیین حجم نمونه از روش پیشنهادی هورنگ و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۲) استفاده شده است. در این روش سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای نمونه  $\pm 0.05$  است. بر اساس مدل مذکور تعداد حجم نمونه برابر با ۳۸۵ نفر است. دوره زمانی پژوهش حاضر نیمه اول سال ۱۴۰۲ است.

$$n = \frac{N}{N \left( \frac{2d}{z_2^\alpha} \right)^2 + 1} = \frac{6600000}{6600000 \left( \frac{2 * 0.05}{1.96} \right)^2 + 1} = 385$$

### توضیحات فرمول:

حجم نمونه	n
تعداد جامعه	N
دقت مورد نظر	D
سطح اطمینان	$Z_2^\alpha$

در نهایت تعداد ۳۸۵ پرسشنامه گردآوری و وارد تجزیه و تحلیل شد.

برای سنجش متغیرهای پنهان پژوهش، از ادبیات پژوهش که در برگیرنده برخی تعدیلات متناسب با زمینه پژوهش بود، استفاده شد. در تدوین سؤالات هر یک از متغیرهای پژوهش از منابع زیر استفاده شده است: ادراک از ثروت از پژوهش (تانگ، ۲۰۲۰)، ادراک صریح و همچنین ادراک ضمنی از اشخاص ثروتمند از پژوهش‌های کرایدل (۲۰۰۰) و وو و همکاران (۲۰۱۸)، کنترل رفتاری افراد و همچنین قصد کسب درآمد از پژوهش‌های آجزن و فیش‌بین (۲۰۰۵)، انگیزه کسب ثروت از پژوهش وو و همکاران (۲۰۱۸)، و گلنز و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۵) استفاده شده است (جدول ۱).

قبل از توزیع گسترده پرسش‌نامه اقدامات زیر انجام شد. ابتدا پرسش‌نامه از جنبه مربوط بودن سؤالات و روایی صورتی توسط برخی از کارشناسان مورد ارزیابی قرار گرفت. سپس پرسش‌نامه بین ۲۵ نفر از جامعه آماری توزیع شد. هدف این مرحله شناسایی نقاط ضعف و اصلاح جمله‌بندی

1. Horng et al.  
2. Glanz et al.

سوالات پرسشنامه بود. از ضریب آلفای کرونباخ برای ارزیابی روایی مطالعه مقدماتی استفاده شد. تجزیه و تحلیل نشان داد ضرایب سازه‌ها بالاتر از ۰/۷ بود، که این امر بیانگر تایید روایی و پایایی سوالات بود. برای اطمینان از روایی پرسشنامه از روش روایی محتوا بهره گرفته شد. در همین راستا برای اطمینان از اینکه تا چه میزان گویه‌ها قادر به سنجش همه جنبه‌های سازه‌های مورد نظر هستند از نظرات کارشناسان و خبرگان استفاده شد. پس از دریافت نظرات و دیدگاه‌های آنان اصلاحاتی در نسخه اولیه پرسشنامه اولیه صورت گرفت. پس از این مراحل نسخه نهایی پرسشنامه تکمیل و بین پاسخ‌دهندگان توزیع شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری و به روش حداقل مربعات جزئی و در قالب نرم افزارهای SPSS نسخه ۲۶ و Amos نسخه ۲۴ انجام شد.

برای بررسی پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شد. مقادیر آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش به شرح جدول ۱ است.

جدول ۱. مقایر آلفای کرونباخ متغیرها

متغیر	علامت اختصاری	تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ
ادراک از ثروت	POW	۵	۰/۸۴۵
ادراک صریح از ثروتمندان	EXPOR	۵	۰/۸۳۴
ادراک ضمنی از ثروتمندان	IXPOR	۵	۰/۸۴۰
انگیزه کسب ثروت	MOT	۵	۰/۸۲۸
کنترل رفتار	IBC	۵	۰/۸۴۳
قصد کسب درآمد	INT	۵	۰/۸۴۲

طبق جدول ۱ ضریب آلفای کرونباخ همه سازه‌ها بیشتر از مقدار آستانه (۰/۷) است (چرچیل<sup>۱</sup>، ۱۹۷۹). لذا سوالات پرسشنامه از پایایی لازم برخوردار هستند.

## یافته‌های پژوهش

قبل از تجزیه و تحلیل داده‌ها، اطمینان از نرمال بودن آنها ضروری است. به اعتقاد دمیر<sup>۲</sup> (۲۰۲۲) اگر در پژوهشی تعداد داده‌ها بیشتر از ۲۰۰ مورد باشد، بر اساس قضیه حد مرکزی دارای توزیع

1. Churchill  
2. Demir

■ تحلیل عوامل مؤثر بر قصد افراد در کسب ثروت با تأکید بر جنبه‌های روان‌شناختی و اجتماعی

نرمال هستند؛ لذا با توجه به این که حجم نمونه پژوهش حاضر ۳۸۵ مورد است، لذا داده‌ها نرمال فرض می‌شوند.

در ادامه آمار توصیفی، سپس آزمون فرضیه‌ها و سپس تحلیل یافته‌ها ارائه می‌شود.

جدول ۲. اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان

متغیر	گزینه	درصد	متغیر	گزینه	درصد	
جنسیت	مرد	۷۲/۵	وضعیت اشتغال	کمتر از ۲۵ سال	۱۰/۱	
	زن	۲۷/۵		۲۵ تا ۳۰ سال	۱۹/۵	
سن	۳۰ تا ۴۰ سال	۴۰/۰		۴۰ تا ۵۰ سال	۱۹/۵	
	بیشتر از ۵۰ سال	۱۰/۹		بیشتر از ۵۰ سال	۱۰/۹	
	تحصیلات	دیپلم و پایین‌تر		۱۵/۶	کمتر از ۱۰ مت	۱۵/۸
		فوق‌دیپلم		۶/۵	۱۰ تا ۱۵ مت	۱۸/۷
		لیسانس		۳۳/۲	۱۵ تا ۲۰ مت	۲۲/۳
فوق‌لیسانس		۳۶/۴	۲۰ تا ۲۵ مت	۲۳/۲		
وضعیت تأهل	دکتر	۸/۳	۲۵ تا ۳۰ مت	۱۱/۹		
	متاهل	۴۷/۳	بیشتر از ۳۰ مت	۸/۱		
	مجرد	۳۷/۱				
		۱۵/۶				

تکته: مت مخفف میلیون تومان است.

با توجه به جدول ۲، ۷۲/۵ درصد پاسخ‌دهندگان مرد و ۲۷/۵ درصد آنان نیز زن بودند. رده سنی بیشتر پاسخ‌دهندگان (۴۰/۰ درصد) ۳۰ تا ۴۰ سال و تحصیلات بیشتر آنان نیز (۳۶/۴ درصد) فوق-لیسانس بود. به لحاظ تأهل، بیشتر پاسخ‌دهندگان متاهل (۴۷/۳ درصد) بودند. محل اشتغال بیشتر پاسخ‌دهندگان بخش خصوصی (۲۹/۱ درصد) بود. به لحاظ درآمد ماهیانه، بیشتر پاسخ‌دهندگان در رده ۲۰ تا ۲۵ میلیون تومان (۲۳/۲ درصد) قرار داشتند.

در این پژوهش از مدل معادلات ساختاری برای شناسایی عوامل مؤثر بر قصد کسب درآمد پاسخ دهندگان استفاده شد. قبل از به کارگیری روش مدل یابی معادلات ساختاری، ضرورت دارد از برازندگی مدل پژوهش اطمینان لازم حاصل گردد. در پژوهش حاضر برای محاسبه برازش مدل از سه گروه شاخص (مطلق، تطبیقی و مقتصد) استفاده شده است.

جدول ۳. شاخص های برازش مدل

نام شاخص	معادل لاتین	مقدار مجاز	مقدار محاسبه شده	وضعیت
کای دو درجه آزادی	$X^2/df$	کمتر از ۳	۱/۴۵۸	مطلوب
ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۳۵	مطلوب
نیکویی برازش	GFI	بالاتر از ۰/۹۰	۰/۹۱۵	مطلوب
شاخص برازش مقایسه ای - تعدیل یافته	CFI	بالاتر از ۰/۹۰	۰/۹۶۶	مطلوب
شاخص برازش تعدیل یافته	AGFI	بالاتر از ۰/۹۰	۰/۸۹۶	قابل قبول
برازش نرم شده	NFI	بالاتر از ۰/۹۰	۰/۹۰۱	مطلوب
برازش نرم نشده	TLI	بالاتر از ۰/۹۰	۰/۹۶۲	مطلوب
شاخص برازش نسبی	RFI	بالاتر از ۰/۹۰	۰/۸۸۸	قابل قبول
شاخص برازش افزایشی	IFI	بالاتر از ۰/۹۰	۰/۹۶۷	مطلوب

باتوجه به این که قریب به اتفاق شاخص های محاسبه شده بیشتر از مقدار مجاز هستند، لذا مدل پژوهش از برازش لازم برخوردار است؛ بنابراین سؤالات استفاده شده برای هر سنجش هر سازه از کفایت لازم برخوردار هستند.

در پژوهش حاضر علاوه بر ضریب آلفای کرونباخ، برای سنجش پایایی ابزار اندازه گیری از دو شاخص پایایی مرکب<sup>۱</sup> و میانگین واریانس استخراج شده<sup>۲</sup> و همچنین برای سنجش روایی ابزار اندازه گیری از دو شاخص روایی همگرا<sup>۳</sup> و روایی واگرا<sup>۴</sup> استفاده شده است (جدول ۴).

1. Composite Reliability (CR)
2. Average Variance Extracted (AVE)
3. Convergent Validity
4. Divergent Validity



جدول ۴. نتایج مرتبط با پایایی و روایی مدل

EXPO R	IXPO R	MO T	INT	IBC	PO W	AS V	MS V	AV E	CR	
					۰/۷۱۵	۰/۳۰۷	۰/۴۰۶	۰/۵۱۲	۰/۸۳۹	POW
				۰/۷۳۲	۰/۵۱۶	۰/۲۳۳	۰/۳۳۱	۰/۵۳۷	۰/۸۵۲	IBC
			۰/۷۲۹	۰/۵۷۵	۰/۶۳۷	۰/۳۴۰	۰/۴۰۶	۰/۵۳۱	۰/۸۵۰	INT
		۰/۷۱۹	۰/۵۹۱	۰/۴۶۷	۰/۵۷۸	۰/۲۷۲	۰/۳۴۹	۰/۵۱۶	۰/۸۴۱	MOT
	۰/۷۲۶	۰/۳۷۶	۰/۵۰۲	۰/۴۲۲	۰/۵۰۳	۰/۱۸۳	۰/۲۵۳	۰/۵۲۷	۰/۸۴۶	IXPOR
۰/۷۱۸	۰/۳۰۱	۰/۵۶۵	۰/۶۰۲	۰/۴۱۲	۰/۵۲۴	۰/۲۴۳	۰/۳۶۲	۰/۵۱۵	۰/۸۴۱	EXPO R

نکته: محاسبات با استفاده از ماکرو طراحی شده توسط جیمز گسکین و در قالب نرم‌افزار اکسل انجام شده است.

جدول ۵. حداقل‌های مورد نیاز مرتبط با پایایی و روایی مدل

عنوان	مقادیر آستانه
شرط پایایی مدل	$CR > 0.7$
شرط روایی همگرایی مدل	$CR > AVE; AVE > 0.5$
شرط روایی واگرایی مدل	$ASV < AVE; MSV < AVE$

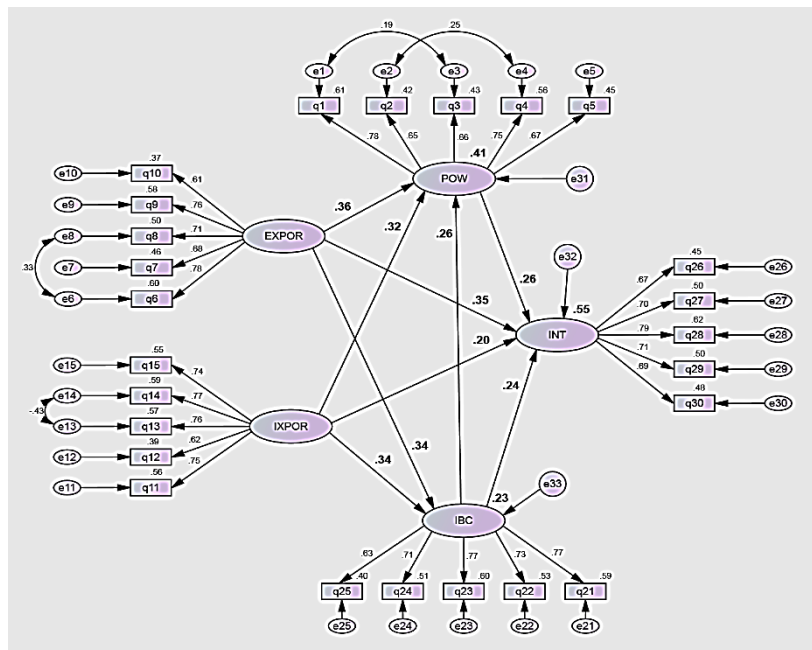
مقدار پایایی مرکب همه سازه‌ها (CR) بیشتر از ۰/۷ است. این مقادیر بیانگر پایایی سازگاری درونی همه سازه‌ها است (نونالی و برنشتاین<sup>۱</sup>، ۱۹۹۴). روایی همگرایی مدل را می‌توان با استفاده از بارهای عاملی و میانگین واریانس استخراج شده ارزیابی کرد. براساس تحلیل عاملی تاییدی (شکل ۲) بارهای عاملی همه گویه‌ها بیشتر از ۰/۶ است (هیر و همکاران، ۲۰۱۷). واریانس مشترک یا سازه با استفاده از میانگین واریانس استخراج شده (AVE) ارزیابی می‌شود. اگر این ضریب بیشتر از ۰/۵ باشد بیانگر همگرایی بودن مدل اندازه‌گیری است. همه متغیرهای پژوهش دارای میانگین واریانس استخراج شده بیشتر از ۰/۵ هستند (فورنل و لارکر<sup>۲</sup>، ۱۹۸۱). همچنین حداکثر واریانس مشترک<sup>۳</sup> و میانگین واریانس مشترک<sup>۴</sup> کوچکتر از میانگین واریانس استخراج شده هستند.

1. Nunnally & Bernstein  
2. Fornell & Larcker  
3. Maximum Shared Variance (MSV)  
4. Average Shared Variance (ASV)

جدول ۴ بیانگر جذر میانگین واریانس استخراج شده هر سازه در مقایسه با ضریب همبستگی مربوطه است. نتایج بیانگر بزرگتر بودن مجذر میانگین واریانس استخراج شده از ضریب همبستگی است. در نتیجه جدول ۴ روایی واگرا، یکتایی و منحصر بفردی را تایید می کند. پس از بررسی پایایی سازگاری درونی، روایی همگرا و روایی واگرا، می توان استنتاج کرد که مدل اندازه گیری پیشنهادی برای این پژوهش مناسب است.

پس از اطمینان از کفایت برازش مدل، نوبت به آزمون مدل معادلات ساختاری پژوهش می رسد. مدل ساختاری بیانگر رابطه بین متغیرهای وابسته و مستقل بوده (شکل ۲) که با استفاده از نرم افزار آموس نسخه ۲۴ محاسبه شده است.

در این پژوهش از مدل معادلات ساختاری برای بررسی رابطه بین سازه های ادراک صریح از ثروتمندان، ادراک ضمنی از ثروتمندان، ادراک از ثروت، انگیزه کسب ثروت، کنترل رفتار و قصد کسب درآمد استفاده شد. در این پژوهش از تکنیک مدل معادلات ساختاری مبتنی بر کوواریانس استفاده شده است.



شکل ۲. مدل معادلات ساختاری پژوهش در حالت استاندارد

جدول ۶. نتایج آزمون فرضیه‌های اصلی

فرضیه	رابطه		ضرایب	ضرایب	نسبت	سطح
	EXPOR	←	غیراستاندارد (B)	استاندارد (Beta)	بحرانی (C.R.)	معناداری (P-Value)
الف ۱	EXPOR	←	۰/۴۰۱	۰/۳۵۷	۵/۷۹۱	۰/۰۰۰
الف ۱ ب	EXPOR	←	۰/۳۲۸	۰/۳۴۲	۵/۷۵۰	۰/۰۰۰
الف ۱ ج	EXPOR	←	۰/۳۶۴	۰/۳۴۷	۵/۴۴۴	۰/۰۰۰
الف ۲	IXPOR	←	۰/۳۴۶	۰/۳۱۷	۵/۴۲۰	۰/۰۰۰
الف ۲ ب	IXPOR	←	۰/۳۱۴	۰/۳۳۷	۵/۸۶۰	۰/۰۰۰
الف ۲ ج	IXPOR	←	۰/۲۰۰	۰/۱۹۶	۳/۴۸۱	۰/۰۰۰
۳	IBC	←	۰/۲۶۰	۰/۲۳۷	۳/۹۵۴	۰/۰۰۰
۴	IBC	←	۰/۳۰۱	۰/۲۵۷	۴/۰۶۱	۰/۰۰۰
۵	POW	←	۰/۲۴۱	۰/۲۵۷	۳/۶۷۰	۰/۰۰۰

باتوجه به جدول ۶، از آنجایی که نسبت بحرانی هر نه فرضیه بیشتر از  $2/58$  می‌باشد، لذا می‌توان در سطح اطمینان ۹۹ درصد اظهار داشت تمامی فرضیه‌ها تایید شده‌اند. براساس نتایج مندرج در جدول ۶، یک واحد افزایش در متغیر ادراک صریح از ثروتمندان (EXPOR) به ترتیب باعث افزایش  $0/401$  واحد در متغیر ادراک از ثروت،  $0/328$  واحد در متغیر کنترل رفتار و  $0/364$  واحد در متغیر کسب درآمد می‌شود. همچنین یک واحد افزایش در متغیر ادراک ضمنی از ثروتمندان (IXPOR) به ترتیب باعث افزایش  $0/346$  واحد در متغیر ادراک از ثروت،  $0/314$  واحد در متغیر کنترل رفتار و  $0/200$  واحد در متغیر کسب درآمد می‌شود. به علاوه یک واحد افزایش در متغیر کنترل رفتار (IBC) به ترتیب باعث افزایش  $0/260$  واحد در متغیر قصد کسب درآمد و  $0/301$  واحد در متغیر ادراک از ثروت می‌شود. در نهایت، یک واحد افزایش در متغیر ادراک از ثروت (POW) باعث افزایش  $0/241$  واحد در متغیر قصد کسب درآمد می‌شود.

بنا بر شکل ۲، دو متغیر ادراک صریح و ضمنی از ثروتمندان توانسته‌اند ۲۳ درصد از تغییرات متغیر کنترل رفتار را تبیین کنند. همچنین ۴۱ درصد از تغییرات متغیر ادراک از ثروت توسط سه متغیر ادراک صریح و ضمنی از ثروتمندان و کنترل رفتار تبیین می‌شوند. در نهایت، چهار متغیر

ادراک صریح و ضمنی از ثروتمندان، کنترل رفتار و ادراک از ثروت توانسته‌اند ۵۵ درصد از تغییرات متغیر قصد کسب درآمد را تبیین کنند.

جدول ۶ (ستون ضرایب استاندارد) بیانگر میزان اثرگذاری هریک از متغیرهای مستقل بر قصد کسب درآمد (INT) است. براساس یافته‌ها ترتیب اثرگذاری متغیرهای مستقل عبارتند از: ادراک صریح از ثروتمندان، کنترل رفتار، ادراک از ثروت و ادراک ضمنی از ثروتمندان.

### آزمون اثرات تعدیلی

متغیر انگیزه کسب ثروت به‌عنوان متغیر تعدیلگر در این پژوهش استفاده شد. متغیر تعدیلگر متغیری است که بر رابطه علی بین دو متغیر اثرگذار بوده و آن رابطه را تقویت و یا تضعیف می‌نماید (بارون و کنی<sup>۱</sup>، ۱۹۸۶). تحلیل اثر تعدیلی این متغیر به شرح زیر است.

**اثر تعدیلی متغیر انگیزه کسب ثروت (فرضیه‌های ۶ الف، ب، ج، د):** در این بخش تلاش شده است اثرات تعدیلی متغیر انگیزه کسب ثروت بر رابطه بین چهار متغیر مستقل ادراک از ثروت، ادراک صریح از ثروتمندان، ادراک ضمنی از ثروتمندان، کنترل رفتار با متغیر قصد کسب درآمد مورد بررسی آزمون قرار گیرد. برای آزمون این اثر تعدیلی از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۶ استفاده شده است. برای این منظور ابتدا هر کدام از متغیرهای مستقل در متغیر انگیزه کسب ثروت ضرب گردید. همچنین برای رهایی از معضل همخطی بودن متغیرها، نمره استاندارد متغیرهای مستقل و متغیر تعدیلی محاسبه گردید. همچنین در محاسبه حاصل ضرب‌ها نیز از نمرات استاندارد شده، استفاده گردید (هیس و پری‌جر<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴) (جدول ۷). این روش باعث می‌شود که مقدار عامل تورم واریانس<sup>۳</sup> (VIF) به‌شدت کاهش یابد.

1. Baron & Kenny  
2. Hayes & Preacher  
3. Variance Inflation Factor (VIF)

جدول ۷. اثرات تعدیلی متغیر انگیزه کسب ثروت

فرضیه	اثر تعاملی	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد	آماره t	Sig.	آماره هم‌خطی	
		B	S.E	Beta			Tolerance	VIF
۶ الف	ZMOT * ZPOW	۰/۰۷۲	۰/۰۱۲	۰/۲۹۵	۶/۱۶۰	۰/۰۰۰	۰/۶۶۳	۱/۵۰۸
۶ ب	ZMOT * ZEXPOR	۰/۰۸۷	۰/۰۱۳	۰/۳۱۲	۶/۶۳۳	۰/۰۰۰	۰/۷۰۱	۱/۴۲۶
۶ ج	ZMOT * ZIXPOR	۰/۰۹۶	۰/۰۱۴	۰/۳۰۰	۶/۷۶۶	۰/۰۰۰	۰/۸۱۰	۱/۲۳۵
۶ د	ZMOT * ZIBC	۰/۰۸۳	۰/۰۱۲	۰/۲۹۶	۶/۷۸۸	۰/۰۰۰	۰/۸۰۴	۱/۲۴۳

جدول ۷ فقط شامل نتایج مربوط به اثر تعاملی متغیرهای مستقل با متغیر تعدیل گر [یعنی ردیف آخر جدول ضرایب (Coefficients) که توسط نرم‌افزار SPSS برای هر فرضیه محاسبه شده است]، می‌باشد. علامت Z بیانگر نمره استاندارد هر یک از متغیرها است. براساس جدول فوق سطح معناداری نشان می‌دهد متغیر انگیزه کسب ثروت رابطه بین متغیرهای مستقل (ادراک از ثروت، ادراک صریح از ثروتمندان، ادراک ضمنی از ثروتمندان، کنترل رفتار) و متغیر وابسته (قصد کسب درآمد) را تقویت می‌کند. مقادیر ستون ضرایب غیراستاندارد (B) بیانگر میزان اثر تعدیلی است.

## نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این پژوهش عوامل مؤثر بر قصد افراد از کسب درآمد مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت که نقش مهمی در توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه دارد. ثروت و درآمد شهروندان می‌تواند نقش مهمی در توسعه اقتصادی کشورها ایفا کند. کسب ثروت از جمله آرزوهای تمامی طبقات اجتماعی بوده که تحقق آن نیازمند تأکید بر مواردی همچون توانمندسازی افراد، مشارکت مدنی، ترویج مثبت‌اندیشی و خودکنترلی است. در صورت محقق شدن موارد فوق، می‌توان انتظار جامعه توسعه‌یافته و مرفه را داشت. ثروتمندی شهروندان یکی از پایه‌های مهم برای داشتن یک کشور قوی است؛ بنابراین، پژوهش حاضر تلاش کرد به سهم خود گام‌هایی را در این زمینه بردارد.

یافته‌های این پژوهش نشان داد کنترل رفتاری افراد تأثیر قابل توجهی بر قصد کسب درآمد آنان دارد. این یافته با یافته‌های پژوهش تانگ (۲۰۱۶) و فارل و همکاران (۲۰۱۶) همخوانی دارد. بدین معنی که توانمندی و ظرفیت افراد بر قصد سرمایه‌گذاری و پس‌انداز آنان اثرگذار است. بنابراین بین کنترل رفتاری و قصد افراد رابطه معناداری وجود دارد. هرچه توان و کنترل افراد در کسب درآمد بیشتر باشد و همچنین حس آنان به این فرایند مثبت‌تر باشد، آنگاه تلاش این قبیل افراد برای کسب درآمد دوچندان خواهد شد. در کل، هرچه باورهای افراد نسبت به مواردی همچون منبع کنترل داخلی، شایستگی، خودکارآمدی و کنترل ادراک شده بیشتر باشد، احتمال بروز ویژگی‌های مثبت از سوی آنان بیشتر خواهد شد.

همانند پژوهش‌های تانگ (۲۰۱۰) و تانگ و لیو (۲۰۱۲)، این پژوهش نیز بیانگر تأثیر ادراک از ثروت بر قصد کسب درآمد است. بنابراین اگر شخصی برای افراد ثروتمند احترام بگذارد، انتظار دارد هنگامی که وی نیز ثروتمند شد، دیگران هم به او احترام بگذارند. ثروت ادراک شده می‌تواند انگیزه فرد برای کسب ثروت را دوچندان کند.

همچنین یافته‌های این پژوهش بیانگر اثرگذاری ادراک از افراد ثروتمند بر قصد کسب درآمد است. به طور ویژه، ادراک صریح از ثروتمندان هم به طور مستقیم و هم به طور غیرمستقیم بر قصد کسب درآمد اثرگذار است. این یافته با یافته‌های پژوهش عرفات و محمدابراهیم (۲۰۱۸) همخوانی دارد. همچنین ادراک ضمنی به طور مستقیم با قصد کسب درآمد مرتبط است. این یافته با یافته‌های پژوهش آجزن و فیش‌بین (۲۰۱۸) همخوانی دارد. این نشان می‌دهد افرادی که درک مثبت نسبت به افراد ثروتمند دارند، احتمالاً تلاش زیادی برای کسب درآمد از خود نشان می‌دهند. اگر نسبت به افراد ثروتمند ادراک منفی وجود داشته باشد، افراد دیگر تلاش لازم برای کسب درآمد را از خود نشان نخواهند داد. برخورداری از حداقل شرایط مادی برای تداوم زندگی انسان-ها ضروری است، بنابراین مردم حق دارند کار کنند تا یک زندگی سالمی داشته باشند.

بعلاوه یافته‌های این پژوهش بیانگر اثر تعدیلی انگیزه کسب ثروت بر رابطه بین ادراک از ثروت و قصد کسب درآمد است. در یک اقتصاد در حال توسعه‌ای همچون ایران تشویق دولت و جامعه برای کسب ثروت می‌تواند انگیزه خوبی برای ثروتمند شدن افراد باشد. با این حال اثر تعدیلی انگیزه کسب ثروت بر سه رابطه (متغیرهای ادراک صریح، ادراک ضمنی و کنترل رفتاری

با قصد کسب درآمد) قابل توجه نیست. این یافته با یافته‌های پژوهش ریزنیکا و استفانوس کای‌هاتو (۲۰۲۱) همخوانی دارد. بدین معنی که جوانان برای کسب درآمد از مشاغل موردعلاقه‌شان مصمم بوده و همچنین بین انگیزه مباشرت، ثروت اجتماعی-عاطفی و قصد کسب درآمد همبستگی وجود دارد. این یافته با یافته‌های پژوهش گل‌تکین (۲۰۱۸) و فیشر و کارل (۲۰۲۲) همخوانی دارد. بدین معنی که یافته‌های پژوهش‌های مذکور نشان می‌دهند انگیزه کسب ثروت در هدایت افراد به سمت کسب درآمد مؤثر است. اگر حمایت‌ها و مشوق‌های دولتی از استحکام لازم برخوردار باشند می‌توانند باعث اثرگذاری در ادراک افراد از اشخاص ثروتمند و کنترل رفتاری آنان بر قصد کسب درآمد شوند. زیرا علاوه بر امورات مالی، افراد برای برخورداری از یک زندگی سالم به امورات معنوی، تعامل با دوستان و اجتماع، داشتن اهداف مشخص برای زندگی نیازمند هستند.

به‌علاوه در سال‌های اخیر ادراک مردم نسبت به ثروت و افراد ثروتمند مثبت‌تر شده است، زیرا آنان فهمیده‌اند که هرگونه پیشرفتی نیازمند تلاش مضاعف است. بنا بر یافته‌های این پژوهش، ادراک افراد نسبت به دو ویژگی گرمی و شایستگی افراد ثروتمند مثبت بوده و آنان گرمی و شایستگی افراد ثروتمند را تحسین می‌کنند؛ بنابراین لازمه توسعه و پیشرفت هر جامعه‌ای، مستلزم احترام به ثروت و ثروتمندان است.

توجه به جنبه‌های روان‌شناختی و اجتماعی مفهوم ثروتمندان، نقش مهمی در دستیابی به توسعه اقتصادی دارد. زیرا در گام اول باید ادراک صریح افراد از اشخاص ثروتمند افزایش یابد تا بتواند مشوق خوبی برای کسب درآمد از سوی آنان باشد. دولت باید قوانینی را در حمایت از افرادی که به طور قانونی ثروتمند می‌شوند وضع کند تا مشوقی برای سایرین جهت کسب ثروت بیشتر باشد. در گام دوم، برای افزایش کنترل و علاقه‌مندی افراد نسبت به ثروت، دولت باید سیاست‌های فقرزدایی را از طریق توسعه زیرساخت‌ها، انگیزش افراد برای کسب درآمد بیشتر و افزایش ظرفیت تولید دنبال کند. ترویج سیاست‌های کاهش فقر از طریق تشویق سیاست‌های کسب ثروت می‌تواند شکاف طبقاتی موجود در جامعه را کاهش دهد. در گام سوم، دولت باید روی سیاست‌های اجتماعی و اعتباری (اعطای تسهیلات) متمرکز شود تا انگیزه لازم در شهروندان برای کسب ثروت ایجاد شود. دولت نه تنها باید به آموزش مهارت‌های شغلی موردنیاز در مناطق کمتر توسعه‌یافته اهتمام جدی داشته باشد، بلکه باید برای کاهش فقر و دستیابی جامعه به یک توسعه اقتصادی -

اجتماعی پایدار امنیت اجتماعی لازم را نیز فراهم کند. در گام چهارم، یافته های این پژوهش نشان می دهد افرادی که به ثروت و ثروتمندان احترام می گذارند، انگیزه آنان برای کسب درآمد و پذیرش ریسک های بیشتر دوچندان می شود؛ بنابراین این یافته بیانگر نقش انگیزه در کار سخت تر است. در نتیجه، رسانه های جمعی و شبکه های اجتماعی از جمله ابزارهای مفید برای افزایش ادراک افراد از ثروت و تشویق آنان به ثروتمند شدن قانونی افراد است.

این پژوهش نشان می دهد درک صحیح قصد افراد از کسب درآمد مستلزم دانش جامع در خصوص ادراک افراد از ثروت و ثروتمندان، کنترل رفتار فردی و انگیزه کسب ثروت است؛ بنابراین قصد کسب ثروت بیانگر تلاش و جدیت افراد، توسعه اقتصادی، کاهش فقر و در نتیجه احساس خوشبختی است. این پژوهش نه تنها دربرگیرنده ثروت و زندگی مادی است، بلکه شامل جنبه های روان شناختی و اجتماعی زندگی نیز است. با توجه به توزیع نامتوازن ثروت بین گروه های مختلف اجتماعی، یافته های این پژوهش می تواند به دولتمردان و سیاست گذاران در طراحی سیاست های کارآمد باهدف توسعه برابری های اجتماعی و اقتصادی کمک کند.



## فهرست منابع

- حاتم‌راد، سامان؛ اصغرپور، حسین؛ آدرنگی، بهرام؛ حیدری، منصور (۱۴۰۲). بررسی اثرات رشد نقدینگی، تورم و نرخ رشد ارز بر رشد اقتصادی ایران: کاربرد روش MF-VAR و MIDAS. فصلنامه پژوهش‌نامه بازرگانی، شماره ۱۰۷، ۶۷-۱۰۵.
- محمدی، مهدی؛ الهی، محمد. (۱۴۰۰). بررسی مشروعیت کسب درآمد از پذیرش؛ با تأکید بر آرای شهید صدر. نشریه پژوهش‌های راهبردی بودجه و مالیه، سال دوم، شماره سوم. ۱۴۴-۱۸۱.
- نظری‌پور، محمد؛ نوری‌امجد، خلیل. (۱۴۰۱). بررسی نقش سیستم حسابداری ذهنی در اتخاذ تصمیمات مالی خانوارها. نشریه پژوهش‌های راهبردی بودجه و مالیه، سال سوم، شماره پنجم. ۱۶۱-۱۹۴.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). The influence of attitudes on behavior. **The handbook of attitudes**, 173(221), 31.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2018). The influence of attitudes on behavior. **In The Handbook of Attitudes** (pp. 173-221).
- Anderson, E. (2022). The correlates of declining income inequality among emerging and developing economies during the 2000s. **World Development**, 152, 105785.
- Arafat, Y., & Ibrahim, M. I. M. (2018). The use of measurements and health behavioral models to improve medication adherence. **In Social and administrative aspects of pharmacy in low-and middle-income countries** (pp. 53-69). Academic Press.
- Baron, R.M., & Kenny, D.A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. **Journal of Personality and Social Psychology**, 51(6), 1173-1182.
- Batra, R., & Ray, M. L. (1986). Situational effects of advertising repetition: The moderating influence of motivation, ability, and opportunity to respond. **Journal of Consumer Research**, 12(4), 432.
- Chatterjee, S., Finke, M., Harness, N., Christelis, D., Jappelli, T., & Padula, M. (2011). The impact of self-efficacy on wealth accumulation and portfolio choice. **Applied Economics Letters**, 18(7), 627-631.
- Cherry, K. (2018). Attitudes and behavior in psychology. **Verywell mind**, 4(3), 20-43.
- Chi, N. T. K. (2021). Understanding the effects of eco-label, eco-brand, and social media on green consumption intention in ecotourism destinations. **Journal of Cleaner Production**, 321, 128995.
- Chi, N. T. K., Pham, H. G., Stoffers, A., Anh, D. T. P., & Nam, V. H. (2023). Investigating individual intention to make money: can motivation of wealth be a socio-economic leverage?. **Current Psychology**, 1-19.
- Churchill, G. A. J. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. **Journal of Marketing Research**, 16(1), 64-73.

- Dalila, D., Latif, H., Jaafar, N., Aziz, I., & Afthanorhan, A. (2020). The mediating effect of personal values on the relationships between attitudes, subjective norms, perceived behavioral control and intention to use. **Management Science Letters**, 10(1), 153–162.
- Demir, S. (2022). Comparison of normality tests in terms of sample sizes under different skewness and kurtosis coefficients. **International Journal of Assessment Tools in Education**, 9(2), 397-409.
- Devesa, M., Laguna, M., & Palacios, A. (2010). The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism. **Tourism Management**, 31(4), 547–552.
- Díaz, R. (2023). Do moral beliefs motivate action?. *Ethical Theory and Moral Practice*, 1-19.
- Dynan, K. E., Skinner, J., & Zeldes, S. P. (2004). Do the rich save more? All use subject to JSTOR terms and conditions do the rich save more? Jonathan Skinner Stephen P. **Journal of Political Economy**, 112(2), 397–444.
- Eysenck, S. B. G., Eysenck, H. J., & Barrett, P. (1985). A revised version of the psychoticism scale. **Personality and Individual Differences**, 6(1), 21–29.
- Farrell, L., Fry, T. R. L., & Risse, L. (2016). The significance of financial self-efficacy in explaining women's personal finance behaviour. **Journal of Economic Psychology**, 54, 85–99.
- Feagin, J. R. (1972). Poverty: we still believe that god helps those who help themselves. **Psychology Today**, 6(6), 101–110.
- Fernet, C., Gagné, M., & Austin, S. (2010). When does quality of relationships with coworkers predict burnout over time? The moderating role of work motivation. **Journal of Organizational Behavior**, 31, 1163–1180.
- Fischer, R., & Karl, J. A. (2022). Predicting behavioral intentions to prevent or mitigate COVID-19: A cross-cultural meta-analysis of attitudes, norms, and perceived behavioral control effects. **Social Psychological and Personality Science**, 13(1), 264–276.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. **Journal of Marketing Research**, 18(1), 39–50.
- Friese, M., Hofmann, W., & Schmitt, M. (2008). When and why do implicit measures predict behaviour? Empirical evidence for the moderating role of opportunity, motivation, and process reliance. **European review of social psychology**, 19(1), 285-338.
- Gasiorowska, A. (2014). The relationship between objective and subjective wealth is moderated by financial control and mediated by money anxiety. **Journal of Economic Psychology**, 43, 64–74.
- Glanz, K., Rimer, B. K., & Viswanath, K. (Eds.). (2015). **Health behavior: Theory, research, and practice**. John Wiley & Sons.
- Goleman, D. (2013). Rich people just care less. **New York Times**, 5.
- Gültekin, B. (2018). Influence of the love of money and morality on intention to purchase counterfeit apparel. *Social Behavior and Personality*, 46(9), 1421–1436.
- Hagger, M. S., Cheung, M. W. L., Ajzen, I., & Hamilton, K. (2022). Perceived behavioral control moderating effects in the theory of planned behavior: A meta-analysis. **Health Psychology**, 41(2), 155.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). **A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)**. Sage publications.
- Hamilton, K., & Hepburn, C. (2017). **National Wealth: What is Missing, Why it Matters** (K. Hamilton & C. Hepburn (eds.)). Oxford University Press.
- Han, H. (2015). Travelers' pro-environmental behavior in a green lodging context: Converging value-belief-norm theory and the theory of planned behavior. **Tourism Management**, 47, 164–177.

- Hayes, A. F., & Preacher, K. J. (2014). Statistical mediation analysis with a multicategorical independent variable. **British journal of mathematical and statistical psychology**, 67(3), 451-470.
- Hong, J. S., Liu, C. H., Chiu, H. Y., & Tsai, C. Y. (2012). The role of international tourist perceptions of brand equity and travel intention in culinary tourism. **The Service Industries Journal**, 32(16), 2607-2621.
- Horwitz, S. R., & Dovidio, J. F. (2015). **The rich—love them or hate them? Divergent implicit and explicit attitudes toward the wealthy**. *Group Processes & Intergroup Relations*, 20, 1–29.
- Javid, M. A., Ali, N., Shah, S. A. H., & Abdullah, M. (2022). Structural equation modeling of drivers' speeding behavior in lahore: Importance of attitudes, personality traits, behavioral control, and traffic awareness. **Iranian Journal of Science and Technology, Transactions of Civil Engineering**, 2021 46:2, 46(2), 1607–1619.
- Karakaya, F., & Avgin, S. S. (2016). Effect of demographic features to middle school students' attitude towards FeTeMM (STEM). **Journal of Human Sciences**, 13(3), 4188
- Khan, I., Hou, F., Zakari, A., Irfan, M., & Ahmad, M. (2022). Links among energy intensity, non-linear financial development, and environmental sustainability: New evidence from Asia Pacific Economic Cooperation countries. **Journal of Cleaner Production**, 330, 129747.
- Khazaeian, S., Khazaeian, S., & Fathnezhad-kazemi, A. (2022). Association between awareness, perceived severity, and behavioral control of COVID -19 with self-care and anxiety in pregnancy: A cross-sectional study. **Women and Health**, 62(1), 55–67.
- Kreidl, M. (2000). Perceptions of poverty and wealth in western and post-communist countries. *Social Justice Research*, 13(2), 151–176.
- Leo, F. M., Mouratidis, A., Pulido, J. J., López-Gajardo, M. A., & Sánchez-Oliva, D. (2022). Perceived teachers' behavior and students' engagement in physical education: The mediating role of basic psychological needs and self-determined motivation. **Physical Education and Sport Pedagogy**, 27(1), 59-76.
- Luburić, R., & Fabris, N. (2017). Money and the quality of life. **Journal of Central Banking Theory and Practice**, 6(3), 17–34.
- Manns-James, L. (2015). Finding what is hidden: A method to measure implicit attitudes for nursing and health-related behaviors. **Journal of Advanced Nursing**, 71(5), 1005–1018.
- Martínez-Cañas, R., Ruiz-Palomino, P., Jiménez-Moreno, J. J., & Linuesa-Langreo, J. (2023). Push versus Pull motivations in entrepreneurial intention: The mediating effect of perceived risk and opportunity recognition. **European Research on Management and Business Economics**, 29(2), 100214.
- Michaelsen, M. M., & Esch, T. (2023). Understanding health behavior change by motivation and reward mechanisms: a review of the literature. **Frontiers in Behavioral Neuroscience**, 17, 1151918.
- Neneh, B. N., & Vanzyl, J. (2014). Growth intention and its impact on business growth amongst SMEs in South Africa. **Mediterranean Journal of Social Sciences**, 5(20), 172–183.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. McGraw-Hill

- Nwankwo, S., Hamelin, N., & Khaled, M. (2014). Consumer values, motivation and purchase intention for luxury goods. **Journal of Retailing and Consumer Services**, 21(5), 735–744.
- OECD. (2011). **How's Life? : Measuring well-being** (Vol. 7, Issue November). OECD Publishing.
- Oh, S. H., Hur, W. M., & Kim, H. (2022). Employee creativity in socially responsible companies: Moderating effects of intrinsic and prosocial motivation. **Current Psychology**, 1–19.
- Rinn, R., Ludwig, J., Fassler, P., & Deutsch, R. (2022). Cues of wealth and the subjective perception of rich people. **Current Psychology**, 1–16.
- Riznika, I., & Stefanus Kaihatu, T. (2021). Sustainability of family business: Millennial intention to stay in the family business as the result of stewardship climate, mediated by successor's trust and socio-emotional Wealth. **Jurnal Aplikasi Manajemen**, 19(1), 82–91.
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. **Psychological Monographs**, 80(1).
- Sajid, M., Zakkariya, K. A., Peethambaran, M., & George, A. (2022). Determinants of on-demand ridesharing: The role of awareness of environmental consequences. **Management of Environmental Quality: An International Journal**, 33(4), 847–863.
- Sanders, M., Halcomb, C., Fray, M., & Owens, J. (1973). Internal-external locus of control and performance on a vigilance task. **Perceptual and Motor Skills**, 42, 929–943.
- Sonin, K. (2003). Why the rich may favor poor protection of property rights. **Journal of Comparative Economics**, 31(4), 715–731.
- Su, D. N., Duong, T. H., Thanh Tran Dinh, M., Nguyen-Phuoc, D. Q., & Johnson, L. W. (2021). Behavior towards shopping at retailers practicing sustainable grocery packaging: The influences of intra-personal and retailer-based contextual factors. **Journal of Cleaner Production**, 279, 123683.
- Tan, T.-H., & Waheed, A. (2011). Herzberg's motivation-hygiene theory and job satisfaction in the Malaysian retail sector: The mediating effect of love of money. **Asian Academy of Management Journal**, 16(1), 73–94.
- Tang, T. L. (2010). Money, the meaning of money, management, spirituality, and religion. *Journal of Management*, **Spirituality and Religion**, 7(2), 173–189.
- Tang, T. L. P., & Liu, H. (2012). Love of money and unethical behavior intention: Does an authentic supervisor's personal integrity and character (ASPIRE) make a difference? **Journal of Business Ethics**, 107(3), 295–312.
- Tang, N. (2016). Self-esteem, financial knowledge and financial behavior. **Journal of Economic Psychology**, 54, 164–176.
- Tang, T. L. P., & Chen, Y. J. (2008). Intelligence vs. wisdom: The love of money, Machiavellianism, and unethical behavior across college major and gender. **Journal of Business Ethics**, 82(1), 1–26.
- Tang, T. L. P. (2020). Monetary wisdom: a measure of attitude toward money—constructs and items. **Encyclopedia of Business and Professional Ethics**, 1–7.
- Tully, S. M., & Sharma, E. (2022). Consumer wealth. *Consumer Psychology Review*, 5(1), 125–143.
- Tri, N. M., & Hoa, L. T. (2022). Strengthening moral and lifestyle education for young people: A case study in Vietnam. **Forest Chemicals Review**, 3(1), 2674–2680.
- Wu, M. Y., & Pearce, P. L. (2014). Appraising netnography: Towards insights about new markets in the digital tourist era. **Current Issues in Tourism**, 17(5), 463–474.

- Wu, S. J., Bai, X., & Fiske, S. T. (2018). Admired rich or resented rich? How two cultures vary in envy. **Journal of Cross-Cultural Psychology**, 49(7), 1114–1143.
- Yurdakul, H., Kamaşak, R., & Yazar Öztürk, T. (2022). Macroeconomic drivers of Public Private Partnership (PPP) projects in low income and developing countries: A panel data analysis. **Borsa Istanbul Review**, 22(1), 37–46.
- Zhang, F., Zhou, B., Liu, L., Liu, Y., Fung, H. H., Lin, H., & Ratti, C. (2018). Measuring human perceptions of a large-scale urban, region using machine learning. **Landscape and Urban Planning**, 180(August), 148–160.

