



Investigating the Impact of Entrepreneurial Alertness on Entrepreneurial Intention with the Moderating Role of Psychological Well-being Among Psychology Students

Mehrdad Shafiee^{✉1} | Zahra Amiri²

1. Director of Technology Incubator, Shiraz University, Shiraz, Iran.
(Corresponding Author). E-mail: shafiee.m@shirazu.ac.ir
2. Department of Psychology, Payame Noor University, Tehran, Iran.
E-mail: zahraamiri1364302@gmail.com

Article Info

ABSTRACT

Article type:

Research Article

Article history:

Received: 25 Feb 2024

Received in revised form:
25 Apr 2024

Accepted: 07 May 2024

Available online: 07 May 2024

Keywords:

Entrepreneurship
Education;
Enhancing
Entrepreneurial Culture;
Entrepreneurial Students;
The Third Generation
Universities.

In recent decades, universities have adopted the "entrepreneurial university" approach, implementing various mechanisms to support the commercialization of innovative ideas and research outcomes. In this context, fostering an entrepreneurial culture among students is paramount. Students should be the primary target of university programs and mechanisms, aiming to enhance their entrepreneurial intention and utilize them for starting new businesses. Entrepreneurial intention, recognized as a significant belief in starting a new business and making informed plans, holds special importance. Various factors can influence entrepreneurial intention, including entrepreneurial alertness and psychological well-being. Therefore, this study examines the impact of entrepreneurial alertness on entrepreneurial intention with the moderating role of psychological well-being among psychology students. This research is applied in nature and conducted using a descriptive survey method. The statistical population of this study includes all psychology students at the Fatemeh Higher Education Institute in Shiraz, from which 183 students were randomly selected. The results showed that entrepreneurial alertness and psychological well-being positively and significantly affect entrepreneurial intention. However, the moderating effect of psychological well-being on the relationship between alertness and entrepreneurial intention was not confirmed. Thus, entrepreneurial alertness can significantly influence entrepreneurial intention, and psychological well-being is also an effective factor in the emergence of entrepreneurial intention. Nonetheless, the impact of alertness on entrepreneurial intention did not vary among students with different levels of psychological well-being. It is recommended that university programs and policies that emphasize enhancing entrepreneurial alertness and promoting students' psychological well-being, particularly in psychology, be designed and implemented.

Education and Management of Entrepreneurship, 2024, Vol. 3, No. 1, pp 65-84

Cite this article: Shafiee, M., & Amiri, Z. (2024). Investigating the Impact of Entrepreneurial Alertness on Entrepreneurial Intention with the Moderating Role of Psychological Well-being Among Psychology Students. *Education and Management of Entrepreneurship*, 3 (1), 65-84. doi: 10.22126/EME.2024.10356.1093 (in Persian).



© The Author(s).

DOI: <https://doi.org/10.22126/EME.2024.10356.1093>

Publisher: Razi University

Extended Abstract

Introduction

In recent years, universities have established various mechanisms to facilitate and encourage student entrepreneurship. Aiming to become third-generation universities, they implement various approaches to promote and support entrepreneurship, ultimately fostering it as a career option for students. Thus, the output of these mechanisms and programs should be startups founded by graduates. Hence, understanding students' entrepreneurial intention as a key driver in starting businesses is crucial. Intention is a vital factor in processes related to creating a new business. Various factors can influence entrepreneurial intention, with entrepreneurial alertness among the most important. An individual intending to become an entrepreneur must be sensitive to available opportunities and utilize them. Additionally, entrepreneurial intention requires actualizing potential, which can be influenced by psychological well-being. Considering the importance of entrepreneurial intention among students, this research examines the impact of entrepreneurial alertness on entrepreneurial intention with the moderating role of psychological well-being.

Research Method

This research is applied in purpose and descriptive in method. The statistical population includes all psychology students at Fatemeh Higher Education Institute in Shiraz, totaling 350 individuals. The sample size, determined using Cochran's formula at a 5% error level, was 183. Random sampling was used to select participants, and questionnaires were distributed in person and online. Experts in the field reviewed the questionnaire to ensure content validity, and Cronbach's alpha was used to measure reliability.

Results and Discussion

Descriptive analysis of the data revealed that 61% of the sample were between 18 to 25 years old, 33% were between 25 to 35 years old, and 6% were over 35 years old, with an average age of 24. Among the respondents, 82% were single, and 18% were married. Additionally, 78% were undergraduate and 22% were graduate students. The results indicated that entrepreneurial alertness significantly impacts entrepreneurial intention, with a path coefficient of 69% and a significance level of 7%. Psychological well-being also positively impacts entrepreneurial intention, with a path coefficient of 31%. However, the moderating role of psychological well-being in the relationship between entrepreneurial alertness and entrepreneurial intention was not confirmed. This indicates that the relationship does not differ at high or low levels of the moderating variable.

Conclusion and Recommendations

An entrepreneurial university identifies societal needs correctly and nurtures innovative graduates. Therefore, understanding behaviors that can influence the entrepreneurial process is important. Entrepreneurial alertness to identify opportunities and entrepreneurial intention to start a business in a challenging market can be factors of success. Students with high alertness can recognize opportunities hidden from others and convert their talents and interests into constructive actions and upbeat performances. As such, they are more likely to engage in entrepreneurial activities, such as establishing and developing a business. Entrepreneurial alertness helps individuals to be aware of changes, shifts, opportunities, and overlooked possibilities. High psychological well-being is crucial for entrepreneurial intention, ensuring realistic life planning and purposeful realization of life concepts, including starting a business. Psychological well-being encompasses efforts for perfection and realizing students' actual potential, setting the stage for entrepreneurship. Improving entrepreneurial alertness through events, sharing successful models and experiences, collaborating with the industry, doing internships, participating in entrepreneurial projects, and presenting innovative business plans are recommended. Moreover, monitoring psychological well-being and improving students' psychological conditions can enhance their ability to recognize opportunities, develop business plans, manage businesses, and navigate the startup process.



بررسی تأثیر هوشیاری کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی با نقش تعدیلگر سلامت روان شناختی در میان دانشجویان روان‌شناسی

مهرداد شفیعی^۱ | زهرا امیری^۲

۱. مدیر مرکز رشد واحدهای فناوری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.

(نویسنده مسئول). رایانامه: shafiee.m@shirazu.ac.ir

۲. گروه روان‌شناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

رایانامه: zahraamiri1364302@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

در دهه‌های اخیر، دانشگاه‌ها با توجه به رویکرد «دانشگاه کارآفرین» سازوکارهای گوناگونی برای حمایت از تجاری‌سازی ایده‌های نوآورانه و دستاوردهای پژوهشی تدارک دیده‌اند. در این راستا، توسعه فرهنگ کارآفرینی در میان دانشجویان از اهمیت چشمگیری برخوردار است. دانشجویان باید به‌عنوان هدف اصلی برنامه‌ها و سازوکارهای دانشگاهی، قصد کارآفرینانه را در خود تقویت کرده و از آن برای راه‌اندازی کسب‌وکارها استفاده نمایند. قصد کارآفرینانه، به‌عنوان یک باور پذیرفته‌شده برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید و برنامه‌ریزی آگاهانه در آینده، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. عوامل متعددی می‌توانند قصد کارآفرینی را تحت تأثیر قرار دهند. از جمله این عوامل می‌توان به هوشیاری کارآفرینانه و سلامت روان‌شناختی اشاره نمود. از این‌رو پژوهش حاضر به بررسی تأثیر هوشیاری کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی با نقش تعدیلگر سلامت روان‌شناختی در میان دانشجویان روان‌شناسی پرداخته است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و با روش توصیفی-پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش کلیه دانشجویان رشته روان‌شناسی در مؤسسه آموزش عالی فاطمیه شیراز هستند که از بین آن‌ها ۱۸۳ نفر به‌صورت تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. نتایج نشان داد که هوشیاری کارآفرینانه و سلامت روان‌شناختی اثرات مثبت و معناداری بر قصد کارآفرینی دارند، با این وجود، اثر تعدیلگر سلامت روان‌شناختی بر رابطه بین هوشیاری و قصد کارآفرینی تأیید نشد. بنابراین، هوشیاری کارآفرینانه می‌تواند به‌شدت قصد کارآفرینی را تحت تأثیر قرار دهد و سلامت روان‌شناختی نیز عامل مؤثری در پیدایش قصد کارآفرینی است. در عین حال، تأثیر هوشیاری بر قصد کارآفرینی در میان دانشجویان با سطوح مختلف سلامت روان، تفاوتی را نشان نداد. تدوین و اجرای برنامه‌ها و سیاست‌های دانشگاهی با تأکید بر تقویت هوشیاری کارآفرینانه و ارتقاء سلامت روان‌شناختی دانشجویان، به‌ویژه در رشته روان‌شناسی پیشنهاد می‌گردد.

نوع مقاله:

مقاله علمی - پژوهشی

تاریخچه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۰۶

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۲/۰۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۲/۱۸

دسترسی آنلاین: ۱۴۰۳/۰۲/۱۸

کلیدواژه‌ها:

آموزش کارآفرینی، بهبود فرهنگ کارآفرینی، دانشجویان کارآفرین، دانشگاه‌های نسل سوم.

آموزش و مدیریت کارآفرینی، دوره ۳، شماره ۱، سال ۱۴۰۳، صفحات ۸۴-۶۵

استناد: شفیعی، مهرداد؛ امیری، زهرا (۱۴۰۳). بررسی تأثیر هوشیاری کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی با نقش تعدیلگر سلامت روان‌شناختی در میان

دانشجویان روان‌شناسی. *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۳ (۱)، ۶۵-۸۴. doi: 10.22126/EME.2024.10356.1093



© نویسندگان

DOI: <https://doi.org/10.22126/EME.2024.10356.1093>

ناشر: دانشگاه رازی

مقدمه

در سال‌های اخیر ایجاد سازوکارهای مختلف تسهیل و تشویق کارآفرینی در بین دانشجویان مانند مراکز نوآوری، مراکز رشد، شتاب‌دهنده‌ها، رویدادهای کارآفرینی و تورهای فناوری توسط دانشگاه‌ها ایجاد شده‌اند. دانشگاه‌های کشور در راستای نیل به دانشگاه نسل سوم، طیف متنوعی از این رویکردها را برای ترویج و حمایت از کارآفرینی اجرا می‌کنند، ولی در نهایت هدف همه برنامه‌ها ترویج کارآفرینی به‌عنوان یک گزینه شغلی برای دانشجویان است. گذار از دانشگاه‌های نسل اول و دوم به دانشگاه‌های نسل سوم در شرایط کنونی یک ضرورت اساسی است که بی‌توجهی به آن پیامدهای بدی به دنبال خواهد داشت. این مسئله با توجه به موضوع بیکاری قشر تحصیل کرده اهمیت دوچندان می‌یابد. بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی یک معضل اساسی برای تمام کشورها از جمله ایران است؛ چراکه نرخ بیکاری گروه سنی ۱۲ تا ۳۹ ساله در بهار ۱۴۰۱ بالا رفته است (صبا و همکاران، ۱۴۰۲).

پس خروجی این سازوکارها و برنامه‌ها باید کسب‌وکارهای نوپایی باشد که توسط دانش‌آموختگان پایه‌گذاری شده‌اند؛ بنابراین در اینجا باید به قصد کارآفرینی^۱ دانشجویان به‌عنوان یک پیش‌ران مهم در درک چگونگی اقدام به کارآفرینی و پایه‌گذاری کسب‌وکارهای نوپا توجه کرد. قصد راه‌اندازی یک کسب‌وکار در میان دانشجویان می‌تواند به‌عنوان یک گزینه شغلی و یک سبک زندگی مطرح شود. حضور در دانشگاه و فعالیت‌های دانشگاهی و دانشجویی در توسعه سطوح انگیزه و توانایی‌های دانشجویان برای فعالیت‌های کارآفرینی بسیار مهم است. با این وجود دانشجویان اغلب کارآفرینی را یک گزینه مناسب نمی‌دانند، در نتیجه خود را از کارآفرینی به‌عنوان یک شغل محروم می‌کنند.

قصد کارآفرینی را می‌توان به‌عنوان یک باور پذیرفته‌شده توسط فرد برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید و برنامه‌ریزی آگاهانه برای انجام آن در مقطعی در آینده تعریف کرد (تومی و پارده^۲، ۲۰۲۰)؛ بنابراین، قصد عامل مهمی در فرآیندهای مرتبط با ایجاد یک بنگاه جدید است. با توجه به عوامل درونی و بیرونی، محققان مدل‌های روان‌شناختی زیادی از کارآفرینی را برای تبیین قصد کارآفرینانه یک فرد پیشنهاد کرده‌اند. به‌عنوان مثال در مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده^۳ قصد به نگرش نسبت به رفتار پیش‌بینی‌شده، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک‌شده بستگی دارد (آجزن^۴، ۱۹۸۷).

مدل ویژگی‌های روان‌شناختی^۵ نیز نشان می‌دهد نیاز به موفقیت، اعتماد به نفس و نگرش شخصی بر قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارد (فریرا و همکاران^۶، ۲۰۲۰). مدل رویداد کارآفرینی^۷ نیز بر مطلوبیت درک‌شده، امکان‌پذیری درک‌شده و تمایل به عمل تمرکز دارد (تومی و پارده، ۲۰۲۰). عوامل مختلفی می‌توانند قصد کارآفرینانه را تحت تأثیر قرار دهند که هوشیاری کارآفرینانه^۸ می‌تواند یکی از مهم‌ترین آن‌ها باشد. زمانی که فردی قصد کارآفرینی دارد قاعدتاً باید بتواند نسبت به فرصت‌های موجود حساس شده و از آن‌ها استفاده کند. افراد خاص دارای هوشیاری می‌توانند تفاوت در ارزش محصولات در بخش‌های مختلف بازار را تشخیص داده و

1. Entrepreneurial Intention
2. Tomy & Pardede
3. Theory of Planned Behaviour
4. Adjzen
5. Psychological Characteristics
6. Ferreira et al.
7. Entrepreneurial Event
8. Entrepreneurial Alertness

از این دانش خود برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار بهره ببرند. هوشیاری کارآفرینی منجر به کشف فرصت می‌شود.

هوشیاری افراد را برای سازمان‌دهی، تفسیر و استفاده از اطلاعات مختلف در حوزه‌های مختلف دانشی مربوط به توسعه فرصت‌های جدید توانمند می‌کند (تانگ و همکاران^۱، ۲۰۱۲). چنانچه فرض کنیم که فرصت‌ها توسط کارآفرین کشف می‌شوند، پدید آمدن آن‌ها می‌تواند ناشی از تغییرات در محیط (مانند تغییر در فناوری، جمعیت، قوانین و ...) باشد. این تغییرات اطلاعات جدید ایجاد می‌کنند. یک فرد هوشیار با استفاده از چارچوب‌های شناختی قبلی خود که در اثر دانش و تجربه به‌دست آورده می‌تواند این تغییرات را درک کند (بارون^۲، ۲۰۰۶) از طرفی قصد کارآفرینی مستلزم تحقق توانمندی‌ها و بالفعل کردن ظرفیت‌های بالقوه است که این موضوع به‌نوبه خود می‌تواند تحت تأثیر سلامت روان شناختی قرار گیرد.

سلامت روان شناختی شامل آسایش ذهنی، احساس خودتوانمندی، خودمختاری، کفایت، ارتباط با دیگران و شناخت توانمندی‌ها در تحقق ظرفیت‌های خود است (جو و همکاران^۳، ۲۰۱۹)؛ بنابراین انتظار می‌رود هوشیاری کارآفرینانه افراد با سلامت روان شناختی متفاوت، دارای تأثیرهای متفاوتی بر قصد کارآفرینانه در این افراد باشد؛ بنابراین به نظر می‌رسد قصد کارآفرینی می‌تواند تحت تأثیر هوشیاری قرار گیرد و به عبارت دیگر هوشیاری موجب قصد کارآفرینی شود. همچنین با توجه به تفاوت سلامت روانی در افراد مختلف، این موضوع می‌تواند موجب تفاوت در قصد کارآفرینی شود. از این‌رو با توجه به اهمیت قصد کارآفرینانه در میان دانشجویان، پژوهش حاضر در صدد است به بررسی تأثیر هوشیاری کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی با نقش تعدیلگر سلامت روان شناختی بپردازد.

مبانی نظری

قصد کارآفرینانه

قصد کارآفرینانه پیش‌نیاز تحقق رفتارهای کارآفرینانه در آینده است (کروز و همکاران^۴، ۲۰۱۹). این مفهوم نشانگر فرآیندی آگاهانه و ذهنی است که می‌تواند اقدامات را به رفتارهای واقعی تبدیل کند (وودا و فلور^۵، ۲۰۱۹). قصد کارآفرینانه، فرآیندی آگاهانه و نیازمند برنامه‌ریزی است که بر عمل مقدم است و هدایت‌کننده توجه و رفتار فرد به سمت رفتار کارآفرینانه است (کروگر و همکاران^۶، ۲۰۰۰). زمینه‌سازی برای درک ارزش فرصت‌های کسب‌وکار جدید، بهره‌برداری از آن‌ها و راه‌اندازی کسب‌وکار نیز توسط قصد کارآفرینی انجام می‌شود (نابی و لیان^۷، ۲۰۱۱).

قصد کارآفرینی مهم‌ترین مؤلفه و پیش‌نیاز شکل‌گیری یک کسب‌وکار جدید در آینده است (نگوین و همکاران^۸، ۲۰۱۹). این قصد یک وضعیت ذهنی است که در نهایت فرد را به سمت پروراندن مفهوم جدید کسب‌وکار و ایجاد ارزش جدید در کارآفرینی سوق می‌دهد (چابرا و همکاران^۹، ۲۰۲۰)؛ بنابراین مهم‌ترین

1. Tang et al.
2. Baron
3. Joe et al.
4. Kruse et al.
5. Vodă & Florea
6. Kruger et al.
7. Nabi & Liñán
8. Nguyen et al.
9. Chhabra et al.

سازوکار شروع و رشد یک سرمایه‌گذاری جدید برای کارآفرینی داشتن قصد مداوم است (کونگ و همکاران^۱، ۲۰۲۰). قصد کارآفرینی یک حالت ذهنی است که توجه و تجربه شخصی فرد را روی رفتار برنامه‌ریزی شده کارآفرینی متمرکز می‌کند (دو و دادوری^۲، ۲۰۱۷).

در شاخص دفتر دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۳ که از سال ۱۹۹۹ تاکنون منتشر می‌شود قصد کارآفرینی به‌عنوان بخشی از ادراکات قرار می‌گیرد که در نهایت تبدیل به رفتار کارآفرینانه می‌شوند. هنگامی که فرد از توانایی‌های خود مطمئن بوده و درک او از توانمندی‌اش در مهارت‌های راه‌اندازی کسب‌وکار به حد رضایت‌بخشی باشد که به او جرأت رفتار کارآفرینانه را بدهد طبیعی است که فرد با امکان بیشتری ممکن است کارآفرینی کند. این شاخص درصدی از جمعیت ۱۸ تا ۶۴ سال است که درگیر هیچ مرحله‌ای از فعالیت کارآفرینانه نیستند و در واقع کارآفرینان ناپیدا و پنهانی هستند که قصد دارند تا یک کسب‌وکار را طی سه سال آینده شروع کنند. متأسفانه این شاخص طی سال‌های اخیر روندی نزولی داشته و از رتبه ۵ در سال ۱۳۹۵ به رتبه ۱۶ در سال ۱۴۰۰ در بین کشورهای با درآمد ملی متوسط رسیده است (دفتر دیده‌بان جهانی کارآفرینی، ۲۰۲۲).

قصد نشانگر یک عامل انگیزشی است که بر رفتار تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین، یک شاخص قابل اعتماد از تلاش و تمایل یک فرد برای انجام رفتار است. این قصد در حوزه کارآفرینی به قصد راه‌اندازی یک شرکت اشاره دارد (شوکلآ^۴، ۲۰۲۱). رفتار نیز همانی است که فرد را تشویق می‌کند تا دانش کسب کند، ایده‌های بدیع را ایجاد کند و برنامه‌های کارآفرینی را اجرا کند تا در نهایت به یک کارآفرین تبدیل شود (مایر و مارتی^۵، ۲۰۰۶). از دیدگاه‌های مختلف، مطالعات متعددی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی را بررسی کرده‌اند. متغیرهایی مانند سن، جنسیت، سطح تحصیلات، ویژگی‌های شخصیتی، دانش و توانایی کارآفرینی، میل به موفقیت، روحیه ماجراجویی و جهت‌گیری ارزشی، خودشیفتگی، روان‌پریشی و ماکیاولیسم، آموزش خانواده، دسترسی به بازار، جهت‌گیری کارآفرینانه، سیاست‌های تشویقی، خدمات آموزشی مرتبط و جو کارآفرینی منطقه‌ای به‌عنوان عوامل اساسی شناسایی شده‌اند (لیو و همکاران^۶، ۲۰۱۹).

قصد کارآفرینانه در یک تعریف ساده گرایش و تمایل یک فرد برای شروع یک کسب‌وکار جدید است. با توجه به آنچه گذشت قصد کارآفرینانه به‌منزله یکی از مشخصات رفتاری افراد، جزو عوامل اصلی مؤثر در شکل‌گیری و تبلور رفتار کارآفرینانه است. بخش زیادی از فعالیت کارآفرینی نتیجه مستقیم قصد افراد و فعالیت‌های بعدی آن‌ها در دوره‌های زمانی معین است. در یک برداشت نسبتاً جامع قصد کارآفرینی را می‌توان تمایل و آمادگی ذهنی افراد برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید با سرعت رشد بالا و با هدف ارزش‌افزایی و کسب سود در نظر گرفت (سویدا و ریچارد^۷، ۲۰۱۳). بر اساس تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده می‌توان قصد کارآفرینانه را شامل نگرش‌های شخصی، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک شده دانست (لینان و چن^۸، ۲۰۱۱).

1. Kong et al.
2. Do & Dadvari
3. Global Entrepreneurship Monitor (GEM)
4. Shukla
5. Mair & Martí
6. Liu et al.
7. Sweida & Reichard
8. Linan & Chen

هوشیاری کارآفرینانه

هوشیاری کارآفرینانه یک ساختار مهم برای تشخیص فرصت و بهره‌برداری از موقعیت‌ها است. هوشیاری هم برای تفکر و هم برای اقدام کارآفرینانه اهمیت دارد. افرادی که هوشیاری کارآفرینی بالاتری دارند تمایل بیشتری به مشارکت در اقدامات کارآفرینانه دارند (روندی و همکاران، ۲۰۱۸). کرزنر^۱ به‌عنوان اولین کسی که این مفهوم را مطرح کرد معتقد است هوشیاری توانایی منحصربه‌فرد کارآفرینان برای درک فرصت‌های سودآوری است که از سوی دیگران نادیده گرفته شده است (کرزنر، ۱۹۹۹). از نظر او تفاوت کارآفرین و غیر کارآفرین در همین هوشیاری است. هر نوع تشخیص فرصت توسط یک کارآفرین بر پایه نوعی هوشیاری است که توسط اطلاعات تقویت شده است.

هوشیاری کارآفرینانه حساس‌تر بودن و موفق‌تر بودن برخی از مردم در مقایسه با دیگران در شناسایی فرصت‌های کارآفرینی را توضیح می‌دهد (لنت^۲، ۲۰۱۳). هوشیاری کارآفرینانه شامل قابلیت فردی برای جمع‌آوری، انتقال و انتخاب اطلاعاتی است که به فرصت‌های بالقوه کسب‌وکار منجر می‌شوند. هوشیاری کارآفرینانه در سه بعد پویا و جستجو به معنای تلاش غیر معمول مداوم در جستجوی ایده‌های جدید و ایجاد آرایه‌ای گسترده از اطلاعات مرتبط، برقراری روابط به معنای دریافت و به‌کارگیری اطلاعات جدید، خلاقیت و ایجاد روابط منطقی و در نهایت ارزیابی و تخمین در مورد اینکه آیا یک فرصت ویژه از اطلاعات جدید ناشی می‌شود یا خیر؛ مطرح شده است (تانگ^۳، ۲۰۰۸).

هوشیاری ذهنیتی بر پایه چندین ظرفیت و فرایند همچون دانش قبلی، مهارت‌های تشخیص الگو و پردازش اطلاعات است. در بخشی دیگر از مطالعات با محوریت کارآفرینی عمل‌گرا بر این نکته تأکید می‌شود که هوشیاری فقط زمانی که دربردارنده قضاوت و حرکت به‌سوی کاربرد و اقدام باشد یک ویژگی کارآفرینانه است. در واقع بر مبنای این رویکرد، اقدام برای تعقیب و پیگیری فرصت‌های کشف‌شده، محور کارآفرینی به شمار می‌رود (مولن و همکاران^۴، ۲۰۰۷). احتمال تشخیص فرصت با افزایش هوشیاری افزایش می‌یابد و قطعاً، شناسایی فرصت جزو عوامل کلیدی موفقیت در محیط رقابتی کسب‌وکار امروز است. از این‌رو است که تأکید بر توجه به فرصت و شناسایی فرصت تا آنجا پیش رفته که شناسایی فرصت را قلب کارآفرینی نامیدند (والیر^۵، ۲۰۱۳).

هوشیاری کارآفرینانه به‌عنوان قابلیت بنگاه و افراد برای کشف مکان بازار، شناسایی نواحی نادیده گرفته شده بازار، شناسایی فرصت‌ها و تحقق فرصت‌ها بر اساس زمینه فعالیت بنگاه معرفی شده است. در این تعریف هوشیاری کارآفرینانه قابلیت است که برای درک تفاوت‌های متمایز میان کارآفرینان و مدیران نیز به‌کار می‌رود (سامبامورتی و همکاران^۶، ۲۰۰۳). بر اساس این تعریف دو بعد آینده‌نگاری راهبردی و بینش نظام‌مند برای هوشیاری در نظر گرفته شده است. آینده‌نگاری راهبردی توانمندی پیش‌بینی گسست‌ها در محیط کسب‌وکار، فضای فناوری اطلاعات، تهدیدها و فرصت‌های بازار و حرکات تخریبی احتمالی رقباست. آینده‌نگاری در پی کشف هماهنگ فرصت‌های تجاری برای پی‌ریزی فعالیت رقابتی است.

1. Kirzner
2. Lent
3. Tang
4. McMullen et al.
5. Valliere
6. Sambamurthy et al.

آینده‌نگاری اقدامی حیاتی در کارآفرینی است، چون به توانایی پیش‌بینی و تجسم کمبودها و فرصت‌های بازار برای فعالیت‌های رقابتی برمی‌گردد. بنگاه باید آینده‌نگاری راهبردی را از مسیر بینش شخصی مدیران و تجربه‌های آن‌ها و هوشیاری بنگاه نسبت به اقدامات نوآورانه رقابتی رقبا توسعه دهد. یک کسب‌وکار کارآفرینانه در محیطی متلاطم باید قابلیت آینده‌نگاری راهبردی را به‌منظور درک فرصت‌های بازار به‌صورت پیش‌دستانه داشته باشد. برای درک این مسئله که هر فرصتی برای عملیاتی شدن مناسب نیست، کارآفرین باید نه‌تنها نسبت به گزینه‌های فرصت، هوشیار باشد؛ بلکه باید بداند که کدام‌یک از این گزینه‌ها از طریق منابع و شایستگی‌هایش به بهره‌برداری می‌رسند.

بینش نظام‌مند یکی دیگر از توانمندی‌های هوشیاری کارآفرینانه است که به معنای توانایی بررسی امکان استفاده از فرصت‌ها بر اساس منابع و قابلیت‌ها و همچنین توانایی عملی‌سازی و ارتباط متقابل میان قابلیت‌های متفاوت و فرصت‌های اساسی بازار است. بینش نظام‌مند تجزیه و تحلیل بازار را با دید بررسی امکان استفاده از فرصت‌ها انجام می‌دهد. این بینش به پاسخگویی سریع به نیازهای مشتریان، بازار و توسعه راه‌حل‌های نوآورانه برای برآوردن این نیازها، انتخاب مناسب شرکا و اهرم کردن سرمایه‌های آن‌ها نیز کمک می‌کند (سامبامورتی و همکاران، ۲۰۰۳).

سلامت روان‌شناختی

سلامتی یکی از مفاهیم مهم و در عین حال پیچیده است. مفهومی که تعریف آن مشکل و اندازه‌گیری آن تقریباً محال است. بر اساس الگوی پزشکی، الگوی محیطی و الگوی کل‌نگر می‌توان سلامتی را فقدان بیماری، کیفیت‌سازش فرد با محیط و کلیت حالت شخص دانست (باباپور، ۱۳۸۵). سلامت روان‌شناختی به‌عنوان یکی از ابعاد مهم سلامت محسوب می‌شود. سلامت روان‌شناختی بر اساس تعریف سازمان بهداشت جهانی، به معنای توان تعامل هماهنگ اجتماعی فرد با دیگران، تغییر و بازسازی محیط فردی و اجتماعی است تا بتواند به‌طور منطقی به حل تعارض‌ها پرداخته و رغبت‌های فردی خود را در زندگی به‌صورت هدفمند انجام دهد (جعفری و همکاران^۱، ۲۰۲۲). افراد با سلامت روان‌شناختی بالا، مشکلات روانی، عاطفی و شخصیتی کمتری دارند و در مقایسه با افراد با سلامت روان‌شناختی پایین، شادتر هستند و راهبردهای مقابله‌ای مؤثرتری برای برخورد با چالش‌ها دارند (ندوشن و همکاران^۲، ۲۰۲۲).

سلامت روان‌شناختی بنیان توانایی‌های جمعی و فردی افراد به‌عنوان انسان‌هایی است که فکر می‌کنند، هیجان دارند، با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند، یک زندگی می‌سازند و از آن لذت می‌برند. سلامت روان، طریقی است که آدمی خود را با دنیا سازگار می‌کند. انسان‌های مؤثر، شاد و راضی؛ حالت یکنواختی خلقی، رفتار ملاحظه‌کارانه و گرایش شادی را حفظ می‌کنند. سلامت روان‌شناختی به نبود علائم ناتوان‌کننده، یکپارچگی کارکرد روان‌شناختی، سلوک مؤثر در زندگی شخصی و اجتماعی، احساسات مرتبط با بهزیستی اخلاقی و معنوی و مانند آن اشاره دارد. بر این اساس، ارتقاء، مراقبت و بازیابی سلامت روان می‌تواند به‌عنوان دغدغه مهم فردی و جامعه در سراسر دنیا باشد. این سازه به افراد در راستای تحقق یک زندگی بهتر، شادتر و جلوگیری از وقوع اختلال‌های خلقی و شخصیتی یاری می‌کند (سیمور و همکاران^۳، ۲۰۱۷).

سلامت روان‌شناختی، نشانگر چگونگی تفکر، احساس و عملکرد افراد در مواجهه با موقعیت‌های زندگی

1. Jaafari et al.
2. Nodoushan et al.
3. Seymour et al.

است و به درک فرد از خود و زندگی بستگی دارد (خدری و دباغی، ۱۳۹۳). سلامت روان شناختی به معنای توانایی فرد در لذت بردن از زندگی و ایجاد تعادل بین فعالیت‌های زندگی و کوشش برای دستیابی به تاب‌آوری روان‌شناختی است (هیورلی و همکاران^۱، ۲۰۲۰). نشانه‌های سلامت روان‌شناختی، برخوردار بودن از خصیصه‌های توانمندساز درونی یا منبع درونی قدرت است. سلامت روان عملکرد موفقیت‌آمیز کارکردهای ذهنی است که منجر به فعالیت‌های مولد، روابط رضای‌کننده با افراد دیگر و فراهم کردن توانایی انطباق با تغییرات و مقابله با مشکلات می‌شود (اسپورتی^۲، ۲۰۲۰).

اگرچه این اصطلاحات اغلب به جای هم استفاده می‌شوند، سلامت روان ضعیف و بیماری روانی یکسان نیستند. یک فرد می‌تواند سلامت روانی ضعیفی داشته باشد و بیماری روانی برای او تشخیص داده نشود. به همین ترتیب، فردی که مبتلا به یک بیماری روانی تشخیص داده می‌شود، می‌تواند دوره‌هایی از رفاه جسمی، روانی و اجتماعی را تجربه کند. برخی مطالعات نشان داده‌اند که متغیرهای مرتبط با سلامت روان می‌توانند قصد کارآفرینی را تحت تأثیر قرار دهند. به‌عنوان مثال تأیید شده است که سرمایه روان‌شناختی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر قصد کارآفرینی داشته است (تیان^۳، ۲۰۲۲؛ شواله و همکاران^۴، ۲۰۲۲؛ ژائو و همکاران^۵، ۲۰۲۰؛ کی و همکاران^۶، ۲۰۱۳). از طرف دیگر رابطه روان رنجوری و کارآفرینی در مطالعات منفی است (ژو^۷، ۲۰۱۸؛ حسین و عبدالعزیز^۸، ۲۰۱۷). ویژگی‌های سلامت روانی به‌صورت عمومی می‌توانند یکی از پیش‌بینی‌کننده‌های قصد کارآفرینی باشند (تانگامایان و همکاران^۹، ۲۰۲۳؛ هان^{۱۰}، ۲۰۲۰؛ هراندزسانچز و همکاران^{۱۱}، ۲۰۲۰).

از آنجا که قصد و هوشیاری کارآفرینانه هر دو سازه‌هایی هستند که هم در تفکر و هم در اقدام خود را نشان می‌دهند به نظر می‌رسد سلامت روان شناختی می‌تواند رابطه این دو متغیر را تا حدودی تعدیل کند.

پیشینه پژوهش

مطالعه لیو و همکاران (۲۰۱۸) به بررسی قدرت میانجیگری هوشیاری کارآفرینانه در رابطه بین شخصیت فعال و خلاقیت دانشجویان با قصد کارآفرینی می‌پردازد. این مطالعه با تکیه بر یک بررسی میدانی از ۷۳۵ دانشجوی چینی در ۲۶ دانشگاه، نشان می‌دهد هوشیاری کارآفرینی یک اثر میانجی کامل بر رابطه بین خلاقیت، شخصیت فعال و قصد کارآفرینی دارد (لیو و همکاران، ۲۰۱۹). اوربان (۲۰۱۹) در پژوهش خود با استفاده از داده‌های کارگران شاغل در کارگاه‌های کوچک آفریقای جنوبی نشان داد هوشیاری کارآفرینانه به‌طور قابل توجهی قصد کارآفرینی اجتماعی را توضیح می‌دهد، در حالی که خودکارآمدی یک اثر میانجی مثبت در این رابطه نشان داد (اوربان^{۱۲}، ۲۰۲۰). عواد و ال‌اسیر^{۱۳} (۲۰۲۰) نیز نشان دادند که وظیفه‌شناسی،

1. Hurley et al.
2. Spoorthy
3. Tian
4. Chevalier et al.
5. Zhao et al.
6. kee et al.
7. Xu
8. Hussein & Abdel Aziz
9. Thangamayan et al.
10. Hahn
11. Hernández-Sánchez et al.
12. Urban
13. Awwad & Al-Aseer

گشودگی و هوشیاری دانشجویان اردنی با قصد کارآفرینی آن‌ها مرتبط است. برونگرایی و گشودگی با هوشیاری همراه هستند، در حالی که توافق جویی و روان‌رنجورخویی با هیچ‌یک از نتایج ارتباطی نداشت. در نهایت، هوشیاری رابطه بین برون‌گرایی و گشودگی با قصد کارآفرینی را میانجیگری می‌کند (عواد و ال‌اسیر، ۲۰۲۱).

مطالعه بیسواس و ورما (۲۰۲۱) با هدف شناسایی ابعاد مختلف ویژگی‌های شخصیتی بر ابعاد مختلف قصد کارآفرینی و بررسی تأثیر عوامل شناسایی‌شده بر قصد کارآفرینی دانشجویان پنج دانشگاه برتر هند انجام شده است. سازه‌های شناسایی‌شده که به‌عنوان عوامل تعیین‌کننده قصد کارآفرینی در نظر گرفته شده‌اند عبارت‌اند از: نیاز به موفقیت، منبع کنترل، تمایل به ریسک‌پذیری، نوآوری، خودکارآمدی، فعال بودن، پشتکار، هوشیاری کارآفرینانه و نگرش کارآفرینانه (بیسواس و ورما^۱، ۲۰۲۱).

لی و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهش خود به دنبال پاسخ به این سؤال بودند که چگونه همه‌گیری کووید-۱۹ بر قصد کارآفرینی دانشجویان تأثیر گذاشته است و همچنین اینکه آیا همه‌گیری در ارتباط بین هوشیاری کارآفرینی و قصد کارآفرینی دخیل است یا خیر. داده‌ها از ۶۱۲ پاسخ‌دهنده جمع‌آوری شد و با استفاده از روش رگرسیون گام‌به‌گام، نقش تعدیل‌کننده خطر ادراک‌شده کووید-۱۹ بررسی شد. نتایج نشان می‌دهد که خطر درک دانشجویان از کووید-۱۹، قصد کارآفرینی آن‌ها را کاهش می‌دهد. علاوه بر این، خطر درک شده کووید رابطه بین هوشیاری و قصد را نیز کاهش می‌دهد. به‌طور خاص، کسانی که خطر بیشتری را درک می‌کردند، تمایل به نشان دادن قصد پایین‌تری داشتند (لی و همکاران^۲، ۲۰۲۲).

در عین حال نتایج پژوهش آرنات و همکاران (۲۰۲۱) در بوسنی نشان داد درک خطر همه‌گیری هوشیاری را افزایش می‌دهد و هوشیاری به‌نوبه خود قصد کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (آرنات و همکاران^۳، ۲۰۲۲).

ویجایا و همکاران (۲۰۲۱) با هدف مطالعه تعیین تأثیر منبع کنترل، نیاز به موفقیت، تحمل ریسک و هوشیاری کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی نمونه‌ای شامل ۱۰۰ دانشجوی دانشکده حقوق از یک دانشگاه اندونزی به‌عنوان پاسخگو فراهم کردند. نتایج نشان داد که بین تحمل ریسک و هوشیاری کارآفرینانه نسبت به قصد کارآفرینی تأثیر معنی‌داری وجود دارد، در حالی که منبع کنترل و نیاز به موفقیت بر قصد کارآفرینی تأثیر معنی‌داری نداشت (ویجایا و همکاران^۴، ۲۰۲۱).

در میان مطالعات داخلی می‌توان به پژوهش حشمتی‌فر و همکاران (۱۴۰۰) اشاره کرد. هدف این پژوهش شناخت و بررسی مؤلفه‌های همبسته روان‌شناختی کارآفرینی بود. در میان این مؤلفه‌ها نقش ویژگی‌های روان‌شناختی نیز معنی‌دار بوده است (حشمتی‌فر و همکاران، ۱۴۰۰).

یافته‌های پژوهش خالق‌خواه و همکاران نیز (۱۳۹۶) نشان دادند که بین توانمندسازی روان‌شناختی کارکنان و ابعاد آن‌ها با کارآفرینی رابطه مثبت معنی‌داری وجود دارد (خالق‌خواه و همکاران، ۱۳۹۷).

واعظی و زیودار بیان می‌کنند که هوشیاری کارآفرینی دارای سه بعد پایش، ارتباطات و ارزیابی است که هر سه بر قصد کارآفرینی دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان تأثیر مثبت معنی‌دار داشته‌اند. در اینجا متغیرهای آموزش‌های کارآفرینی، تجربه کاری قبلی و پیش‌زمینه کسب‌وکارهای قبلی به‌عنوان تعدیل‌گر وارد

1. Biswas & Verma
2. Li et al.
3. Arnaut et al.
4. Widjaya et al.

شده‌اند که تنها اثر آموزش کارآفرینی تأیید شده است (واعظی و زیودار، ۱۴۰۰).

در پژوهش غلامی و همکاران (۱۳۹۳) مشخص شد شایستگی کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنی‌داری بر سه شاخص هوشیاری کارآفرینانه شامل پویش و جست‌وجو، برقراری روابط و پیوندها و ارزشیابی و قضاوت دارد. همچنین، نتایج نشان داد در بین شاخص‌های هوشیاری کارآفرینانه، شاخص ارزشیابی و قضاوت در مقایسه با دو شاخص دیگر بیشترین تأثیرپذیری را از شایستگی‌های کارآفرینانه دارد (غلامی و همکاران، ۱۳۹۴).

نتایج تحلیل ۲۷۶ پرسش‌نامه دانشجویان دانشگاه فنی و حرفه‌ای ارومیه، در پژوهش خلیلی و حسنی (۱۴۰۱) بیانگر آن بود که خودکارآمدی کارآفرینی دانشجویان در رابطه بین هویت کارآفرینانه با قصد کارآفرینی، نقش میانجی دارد، ولی آموزش‌های کارآفرینی نتوانسته‌اند به‌طور مستقیم یا غیر مستقیم ارتباطی معنی‌دار با گسترش قصد کارآفرینانه دانشجویان داشته باشند. پژوهشگران توصیه کردند دانشگاه فنی و حرفه‌ای به‌منظور بهبود اثربخشی آموزش‌های کارآفرینی خود ارتباط این آموزش‌ها با ویژگی‌های فردی، از جمله هویت اجتماعی کارآفرینانه در دانشجویان را مد نظر قرار دهد (خلیلی و حسنی، ۱۴۰۱).

کلانتری و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش خود به شناسایی و سنجش عوامل تأثیرگذار بر قصد کارآفرینانه در دانشجویان مهندسی دانشگاه الزهراء پرداختند. برای این منظور از راهبرد پیمایش با حجم نمونه ۴۳۸ نفر استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی بین دانشجویان با نگرش به کارآفرینی در آن‌ها رابطه مثبت معنی‌دار دارد. همچنین نگرش به کارآفرینی با قصد کارآفرینانه دانشجویان رابطه مثبت معنی‌دار دارد. در عوامل زمینه‌ای، رابطه مثبت معنی‌دار بین حمایت‌های درک‌شده از کارآفرینی و قصد کارآفرینانه ملاحظه شد اما رابطه منفی معنی‌دار بین موانع درک‌شده از کارآفرینی و قصد کارآفرینانه تأیید نشد. همچنین در بین رشته‌های مختلف مهندسی، دانشجویان رشته مهندسی مکانیک و در بین سال‌های مختلف تحصیلی، دانشجویان سال اول، بیشترین قصد کارآفرینانه را دارند (کلانتری و همکاران، ۱۳۹۸).

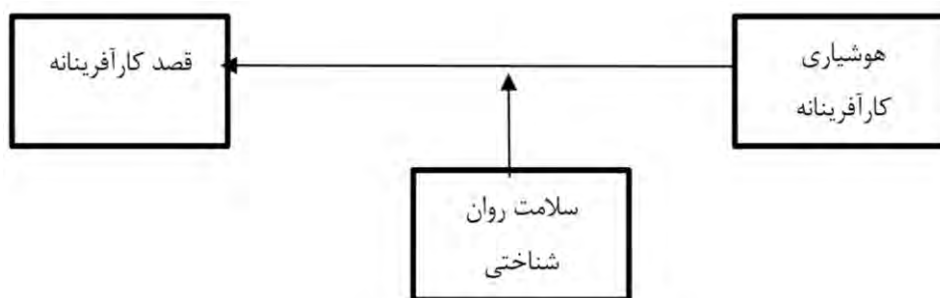
آزما و همکاران (۱۴۰۱) به دنبال ارائه الگوی کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور در دانشگاه آزاد اسلامی استان گلستان، موضوع درک و تشخیص فرصت‌های کارآفرینی را به‌عنوان یکی از ابعاد اصلی مقوله کارآفرینی دانشگاهی قابلیت‌محور معرفی کردند (آزما و همکاران، ۱۴۰۱).

پوروابی و همکاران (۱۳۹۹) در بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشجویان در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان به این نتیجه رسیدند که تفاوت معنی‌داری بین پاسخگویان از نظر قصد کارآفرینی بر حسب جنسیت، شرکت در دوره‌های آموزش کارآفرینی، تجربه کاری و دارا بودن شغل آزاد وجود دارد. نتایج آزمون همبستگی نشان داد رابطه مثبت و معنی‌داری بین درآمد خانواده و سواد مادر با قصد کارآفرینی وجود دارد. نتایج تحلیل مسیر نشان داد مؤثرترین متغیرها بر قصد کارآفرینی، به ترتیب متغیر خودکارآمدی، متغیر نگرش با اثر مستقیم و متغیر دانش کارآفرینی با اثر غیر مستقیم است (پوروابی و همکاران، ۱۳۹۹).

نتایج پژوهش‌های گذشته نشان می‌دهد اگرچه در برخی موارد به نقش هوشیاری کارآفرینانه در ایجاد قصد کارآفرینی پرداخته شده است، ولی اثر سلامت روان بر قصد کارآفرینی و همچنین نقش تعدیل‌گر این متغیر مورد بررسی قرار نگرفته است.

بر اساس آنچه در بررسی پیشینه ارائه شد؛ فرضیه‌های پژوهش به شکل زیر تدوین شدند:

۱. هوشیاری کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه تأثیر مثبت مستقیم دارد.
۲. سلامت روان شناختی رابطه هوشیاری کارآفرینی و قصد کارآفرینانه را تعدیل می‌کند. این فرضیات در قالب چارچوب زیر نمایش داده می‌شوند.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش عبارت‌اند از کلیه دانشجویان روان‌شناسی در مؤسسه آموزش عالی فاطمیه شیراز به تعداد ۳۵۰ نفر. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران در سطح خطای ۵ درصد ۱۸۳ نفر است. برای دسترسی به این تعداد از نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده و پرسش‌نامه‌ها به صورت حضوری و آنلاین در اختیار اعضای نمونه قرار داده شده است. در این پژوهش، متغیر وابسته عبارت است از قصد کارآفرینانه، متغیر مستقل عبارت است از هوشیاری کارآفرینانه و متغیر مداخله‌گر عبارت است از سلامت روان شناختی.

در این پژوهش از پرسش‌نامه استاندارد قصد کارآفرینانه لینان و همکاران (۲۰۱۱) که مشتمل بر سؤال‌هایی در زمینه قصد کارآفرینانه در بخش‌های مختلف و شامل ۶ گویه است، استفاده شد. گویه‌ها توسط طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت اندازه‌گیری می‌شوند (لینان و همکاران، ۲۰۱۱). این پرسش‌نامه در پژوهش گونزالز و همکاران (۲۰۱۹) استفاده و توسط ماهشوری و خا با روش تحلیل عاملی تأییدی اعتبارسنجی شد. آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرایی «قصد کارآفرینی» نیز به ترتیب ۰/۹۰۹، ۰/۸۳۰ و ۰/۵۵۲ گزارش شد (ماهشوری و خا، ۲۰۲۲). در ایران پوروابی و همکاران (۱۳۹۹) از این پرسش‌نامه استفاده کرده و آلفای کرونباخ آن را ۰/۹۰۳ گزارش کردند (پوروابی و همکاران، ۱۳۹۹).

برای ارزیابی هوشیاری کارآفرینانه از پرسش‌نامه استاندارد هوشیاری کارآفرینانه تانگ و همکاران که شامل ۱۳ سؤال در ۳ گویه پویش و جستجو، همکاری و ارتباطات و ارزیابی و قضاوت است؛ استفاده شد (تانگ و همکاران، ۲۰۱۲). در پژوهش‌های داخلی این پرسش‌نامه توسط صفا و همکاران (۱۳۹۵) اعتبار یابی و پایایی سنجی شده و مورد تأیید قرار گرفته است (صفا و همکاران، ۱۳۹۵).

از پرسش‌نامه استاندارد سلامت روانی کیز که از فرم بلند پیوستار سلامت روان مشتق شده و شامل ۱۴ سؤال و ۳ مؤلفه بهزیستی هیجانی، سلامت روانی و سلامت اجتماعی است که بر اساس طیف شش گزینه‌ای لیکرت به سنجش سلامت روانی می‌پردازد نیز برای سنجش سلامت روان استفاده شد (کیز و همکاران، ۲۰۰۸). این پرسش‌نامه نیز توسط یوسفی و همکاران اعتبارسنجی شده و مورد تأیید قرار گرفته است (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۹). به‌منظور تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار Smart PLS نسخه سوم استفاده شده است.

یافته‌ها

بر اساس تحلیل توصیفی داده‌ها، ۶۱ درصد از اعضا نمونه آماری بین ۱۸ تا ۲۵ سال، ۳۳ درصد بین ۲۵ تا ۳۵ سال و ۶ درصد بیش از ۳۵ سال داشته‌اند. میانگین سنی پاسخ‌دهندگان نیز حدود ۲۴ سال بود. در میان نمونه آماری ۸۲ درصد مجرد و ۱۸ درصد متأهل بوده‌اند. همچنین ۷۸ درصد پاسخ‌دهندگان در حال تحصیل در مقطع کارشناسی و ۲۲ درصد در حال تحصیل در مقطع کارشناسی ارشد بودند.

برای بررسی برازش مدل اندازه‌گیری از سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شد. پایایی از سه طریق ضریب بار عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۱. شاخص‌های روایی و پایایی

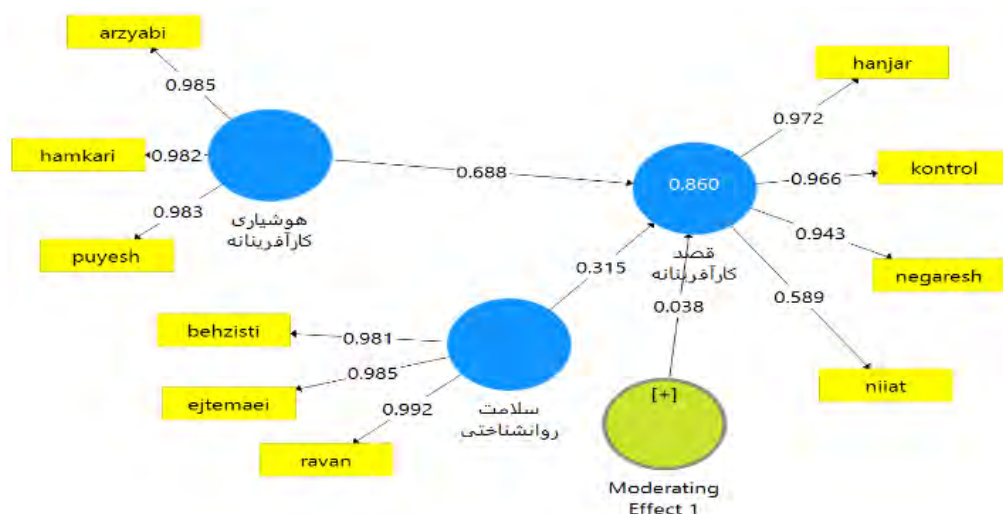
متغیر	گویه‌ها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراج‌شده
هوشیاری کارآفرینانه	A1	.۹۸	.۹۸	.۹۶
	A2			
	A3			
سلامت روان‌شناختی	S1	.۹۸	.۹۹	.۹۷
	S2			
	S3			
قصد کارآفرینانه	X1	.۸۹	.۹۳	.۷۷

از آنجایی که مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ ۰.۷، پایایی ترکیب ۰.۷ و میانگین واریانس استخراج‌شده ۰.۵ است؛ مطابق جدول بالا مشاهده می‌شود که ضریب پایایی ترکیبی، واریانس استخراج‌شده و ضریب آلفای کرونباخ بزرگ‌تر از مقدار آستانه است؛ بنابراین روایی و پایایی سؤال‌ها مورد تأیید قرار می‌گیرد. یکی دیگر از معیارهای بررسی مدل ساخته‌شده، روایی واگرا است که شامل بررسی همبستگی یک سازه با شاخص‌هایش در مقابل همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها است. همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود مقدار جذر AVE متغیرهای مکنون که در قطر اصلی قرار دارند، باید از همبستگی میان آن‌ها که در خانه‌های زیرین قرار گرفته‌اند بیشتر باشد تا روایی واگرا تأیید شود و این امر محقق گردیده و روایی واگرای مدل مورد تأیید است.

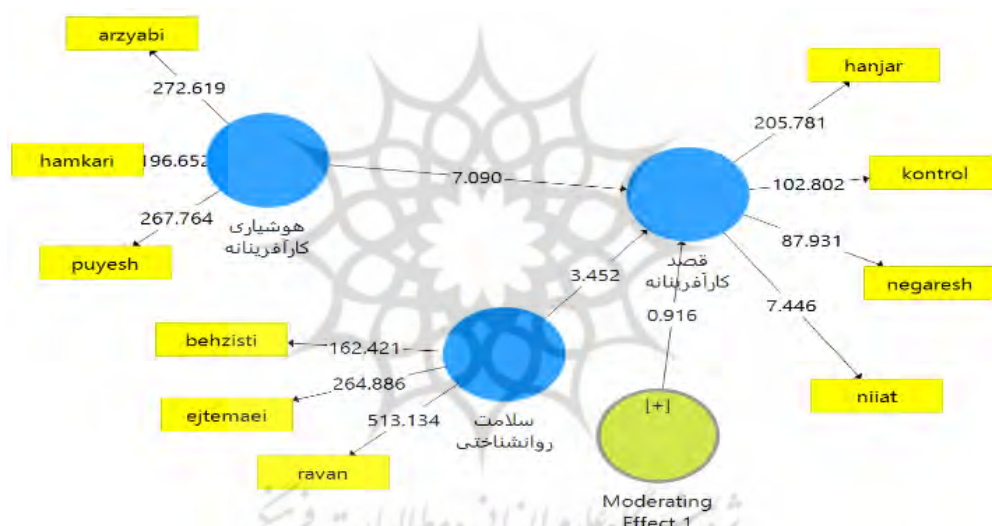
جدول ۲. روایی واگرا

هوشیاری کارآفرینانه	سلامت روان‌شناختی	قصد کارآفرینانه
۰.۶۸۸		
	۰.۶۵۵	
		۰.۶۹۸

در مورد تأیید فرضیه‌های پژوهش به مدل درونی می‌پردازیم. در اینجا ملاک تأیید این است که ضرایب مسیر مثبت و آماره تی از ۱/۹۶ بیشتر باشد. در شکل زیر ضرایب مسیر که بیانگر شدت اثرگذاری است مشخص شده است. اعداد روی مسیرها نشان‌دهنده ضریب مسیر و اعداد روی فلش‌های متغیرهای پنهان بیانگر بار عاملی است. در مدل آزمون شده ابتدا معنی‌دار بودن ضرایب مسیر و بارهای عاملی در سطح اطمینان ۹۵ درصد ارزیابی شد که مطابق شکل مشاهده می‌شود که تمام بارهای عاملی بالاتر از ۰.۴ است و مقدار آماره تی برای تأثیر مستقیم بالاتر از ۱/۹۶ و مورد تأیید هستند. ولی تأثیر مداخله‌ای و تعدیل‌کننده سلامت روان‌شناختی تأیید نمی‌شود.



شکل ۱. ضرایب مسیر و بارهای عاملی



شکل ۲. آماره t

در جدول زیر نتایج بررسی فرضیه‌ها آمده است.

جدول ۳. فرضیه‌ها

نتیجه	آماره t	ضریب مسیر (بتا)	P	مسیر
تأیید	۷/۰۹	.۶۸	.۰۰۰	تأثیر مستقیم هوشیاری بر قصد کارآفرینانه
تأیید	۳/۴۵۲	.۳۱	.۰۰۰	تأثیر مستقیم سلامت بر قصد کارآفرینانه
عدم تأیید	.۹۱۶	.۰۴	.۳۹۴	تأثیر تعدیل گر سلامت روان‌شناختی

بحث و نتیجه‌گیری

اهمیت کارآفرینی و کارآفرینان در این عصر بر کسی پوشیده نیست. دانشگاه‌های نسل سوم که از آن‌ها به‌عنوان دانشگاه کارآفرین^۱ نیز یاد می‌شود پس از آموزش و پژوهش در جستجوی ایجاد کار برای دانش‌آموختگان هستند. دانشگاه کارآفرین دانشگاهی است که با شناخت درست نیاز جامعه، دانش‌آموختگان کارآفرین و نوآور پرورش می‌دهد؛ بنابراین در این‌گونه دانشگاه‌ها، شناخت هر رفتاری که بتواند فرایند

کارآفرینی را تحت تأثیر قرار دهد نیز واجد اهمیت است. از جمله داشتن هوشیاری کارآفرینانه برای شناخت فرصت‌ها و قصد کارآفرینانه برای شروع فعالیت در محیط کسب‌وکار پر از چالش کشور می‌تواند به‌عنوان یک عامل موفقیت عمل کند. در این پژوهش در پی آن بودیم که تأثیر هوشیاری کارآفرینانه را بر متغیر قصد کارآفرینانه با تأثیر تعدیل‌گر سلامت روان‌شناختی واکاوی کنیم.

نتایج نشان داد که تأثیر هوشیاری کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه مورد تأیید است و هوشیاری کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه تأثیر مثبت مستقیم دارد. این نتیجه با پژوهش‌های پیشین که تلاش داشته‌اند ارتباط هوشیاری و قصد کارآفرینانه را تحلیل کنند، همخوانی دارد (جیاتونگ و همکاران^۱، ۲۰۲۱؛ کلانتری و همکاران، ۱۳۹۸؛ واعظی و زیودار، ۱۴۰۰؛ نداف و همکاران، ۱۴۰۱). افرادی که هوشیاری کارآفرینی بالایی دارند می‌توانند استعدادها و علاقه‌های خود را به اقدامات سازنده و عملکردهای مثبت تبدیل کنند؛ بنابراین چنین شخصی با احتمال بالاتری قصد می‌کند که فعالیتی مرتبط با کارآفرینی داشته باشد و وارد حیطه‌ای مانند تأسیس و توسعه یک کسب‌وکار شود. دانشجویان با سطح هوشیاری بالا می‌توانند فرصت‌هایی را شناسایی کنند که از چشم دیگران پنهان است. فرد هوشیار شاخک‌های تیزتری برای احساس تغییر در محیط دارد و به همین دلیل می‌تواند از این تغییرات فرصت‌هایی را بسازد. طبیعی است که چنین شخصی می‌تواند راحت‌تر وارد فعالیت کارآفرینی شود. هوشیاری فرآیند و چشم‌اندازی است که به بعضی افراد یاری می‌کند نسبت به تغییرات، جابه‌جایی‌ها، فرصت‌ها و امکان‌های نادیده گرفته شده آگاهی بیشتری داشته باشند.

نتایج این پژوهش نشان داد سلامت روان‌شناختی نیز می‌تواند با ضریب مسیر تأثیر مثبت مستقیمی بر قصد کارآفرینانه داشته باشد. این نتیجه با نتایج سایر پژوهش‌های مرتبط با مؤلفه‌های سلامت روان‌شناختی و قصد کارآفرینانه در یک راستاست (حشمتی‌فر و همکاران، ۱۳۹۸)، (عشقی عراقی و همکاران، ۱۳۹۶). با توجه به نتیجه به‌دست آمده این استنباط دور از ذهن نیست که بگوییم یکی از جنبه‌های مهم برای شروع فعالیت کارآفرینی داشتن سلامت روان‌شناختی است. این جنبه می‌تواند تأثیر مهمی بر قصد کارآفرینانه داشته باشد.

سلامت روان‌شناختی یعنی هماهنگی بین ارزش‌ها، علاقه‌ها و نگرش‌ها در حوزه عمل دانشجویان که در اینجا یک عمل کارآفرینانه است. نتیجه سلامت روانی یک دانشجو، برنامه‌ریزی واقع‌بینانه برای زندگی و تحقق هدفمند مفاهیم زندگی از جمله راه‌اندازی یک کسب‌وکار است. سلامت روان‌شناختی ظرفیت کامل زندگی کردن به شیوه‌ای است که دانشجو را قادر به درک توانمندی‌های طبیعی خود کرده و به‌جای جدا کردن وی از سایرینی که دنیا را می‌سازند، نوعی وحدت بین فرد و دیگران به وجود می‌آورد. گرچه می‌توان سلامت روان‌شناختی را مترادف با لذت دانست ولی بعضی از جنبه‌های کنش بهینه، مانند تحقق هدف‌های فردی در عرصه کاری، متضمن قانونمندی و تلاش بسیار است و این امر حتی ممکن است در تعارض با شادکامی کوتاه‌مدت باشد و این نکته‌ای است که نشان می‌دهد وجود سلامت روانی در دانشجویان که در ابتدای دوران کار و حرفه خود هستند می‌تواند باعث ایجاد قصد کارآفرینی باشد. سلامت روانی دربرگیرنده تلاش برای کمال و تحقق نیروهای بالقوه واقعی یک دانشجو است و همین موضوع زمینه را برای کارآفرینی فراهم می‌آورد.

در عین حال نقش تعدیل‌کننده سلامت روان‌شناختی بر رابطه بین هوشیاری کارآفرینانه و قصد کارآفرینانه در این پژوهش تأیید نشد؛ بنابراین، رابطه در سطوح بالا و پایین متغیر تعدیل‌گر متفاوت نیست؛ به‌طوری که پیوند میان هوشیاری و قصد کارآفرینانه تحت شرایط سلامت روان‌شناختی بالا و پایین، تفاوتی نشان نمی‌دهد.

این نتیجه با برخی یافته‌های پژوهشگران دیگر هماهنگ نیست (کلانتری و همکاران، ۱۳۹۶)، (خالق خواه و همکاران، ۱۳۹۷). در تبیین این مسئله می‌توان به ویژگی جامعه آماری پژوهش اشاره کرد. با توجه به آشنایی دانشجویان روان‌شناسی با مفاهیم مرتبط با سلامت روان‌شناختی این احتمال وجود دارد که اکثر پاسخ‌دهندگان از سطح سلامت روانی بالایی برخوردار باشند و این موضوع خود را در نتیجه‌گیری پژوهش نشان داده است. همچنین این نتیجه بیانگر آن است که شکل‌گیری قصد کارآفرینانه دانشجویان مورد مطالعه بیشتر بر ملاحظات مرتبط با درک و تشخیص فرصت‌ها مبتنی است تا ویژگی‌ها و ملاحظات مرتبط با سلامتی. همچنین می‌توان انتظار داشت که در محیط دانشجویی اطمینان فرد نسبت به فرصت‌طلبی و احساس تغییرات و درک آن‌ها و تأثیر این درک بر قصد کارآفرینی نقش تعیین‌کننده‌ای برای قصد او نسبت به کارآفرین شدن داشته باشد.

با توجه به اهمیت هوشیاری کارآفرینی و تأیید تأثیر آن بر قصد کارآفرینی پیشنهاد می‌شود در اجرای خط‌مشی‌های توسعه کارآفرینی، سازوکارهای بهبود هوشیاری از طریق رویدادها، ارائه الگوهای موفق، اشتراک‌گذاری تجربه‌ها، همکاری با صنعت و ایجاد فرصت‌های بازدید و کارآموزی به کار گرفته شود. مشارکت در پروژه‌های کارآفرینی شرکت‌ها و ارائه طرح‌های کسب‌وکار نوآورانه نیز می‌تواند مسیر ایجاد هوشیاری را تقویت کند. همچنین برگزاری سمینارهای آموزشی و علمی در حوزه درک محیط و شناخت فرصت‌ها در حوزه‌های مختلف قابل توصیه است. از آنجایی که نتایج نشان داد هوشیاری کارآفرینانه و سلامت روان‌شناختی اثر مثبت و معنی‌داری بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دارد، ضرورت دارد با توجه به ماهیت رشته روان‌شناسی و ارتباط نزدیک آن با فعالیت‌های میدانی و عملی، دانشگاه‌ها، توجه و تمرکز بیشتری بر حضور دانشجویان در عرصه‌های عملی و کسب‌وکاری به منظور افزایش مهارت تشخیص فرصت‌ها داشته باشند.

سطح اعتماد به نفس و در نتیجه ارتباطات و سلامت روان‌شناختی دانشجویان نیز از این طریق تقویت می‌شود. همچنین، یکی دیگر از راهکارهای تقویت هوشیاری، آموزش در حد تسلط و حل مسئله است. از این‌رو، برنامه‌ریزان آموزشی دانشگاه باید شرایطی را برای استادان کارآفرینی فراهم کنند که شرایط و زمان کافی برای آموزش‌هایی مانند نوشتن طرح‌های تجاری کسب‌وکار، مدیریت کسب‌وکار، فرایند راه‌اندازی کسب‌وکار، شناسایی فرصت‌ها و غیره را برای همه یا بیشتر دانشجویان فراهم کنند. با توجه به نتیجه تحقیق مبنی بر تأثیر مثبت و معنی‌دار سلامت روان‌شناختی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان، باید مسئولان دانشگاه نسبت به پایش وضعیت روان‌شناختی و بهبود شرایط سلامت روان‌شناختی دانشجویان اهتمام بیشتری داشته باشند.

تدوین مدل جامع قصد کارآفرینانه و هوشیاری کارآفرینانه دانشجویان به تفکیک رشته‌های تحصیلی، تأثیر متغیرهایی مانند انگیزه، اشتیاق، ذهنیت و آموزش‌های کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه، تأثیر عضویت در انجمن‌های علمی و انجمن‌های دانشجویی بر کارآفرینی دانشجویان، از جمله عنوان‌های پیشنهادی مرتبط با موضوع این پژوهش برای پژوهش‌های آتی هستند.

منابع

- باباپور، جلیل (۱۳۸۵). بررسی رابطه بین شیوه‌های حل تعارض ارتباطی و سلامت روان‌شناختی دانشجویان. *فصلنامه علمی پژوهشی روان‌شناسی دانشگاه تبریز*، ۱ (۴)، ۲۷-۴۶.
- پوروابی، عارفه؛ محبوبی، محمد رضا؛ شریف‌زاده، محمدشریف (۱۳۹۹). بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی

- دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان). راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۷ (۱۴)، ۱۱۵-۱۰۳.
- حشمتی فر، لیلا؛ لیاقتدار، محمدجواد؛ عابدی، احمد (۲۰۲۱). فراتحلیل همبسته‌های روان‌شناختی کارآفرینی در ایران. فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی، ۱۳ (۴۶)، ۷۰-۵۵.
- خدری، بهزاد؛ دباغی، پرویز (۱۳۹۳). اثربخشی آموزش مهارت حل مسئله بر سلامت روان سربازان. مجله علمی ابن‌سینا، ۱۶ (۱)، ۲۰-۱۵.
- صفا، لیلا؛ علم بیگی، امیر؛ غلامی، حسام‌الدین (۱۳۹۵). اعتباریابی و پایایی سنجی مقیاس سنجش هوشیاری کارآفرینانه در میان دانش‌آموختگان شرکت‌های تجاری کشاورزی استان کرمان. پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، ۹ (۱)، ۶۸-۵۷.
- یوسفی، نوراله؛ پیرخانفی، علیرضا؛ برجعلی، احمد (۱۳۹۹). بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی مقیاس فرم کوتاه سلامت روان کامل. روان‌شناسی بالینی و شخصیت، ۱۸ (۲)، ۱۴۴-۱۲۹.

References

- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits and actions: dispositional prediction of behavior in social psychology. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20 (1), 1-63. doi: 10.1016/S0065-2601(08)60411-6
- Arnaut, D., Stanić, M., & Bećirović, D. (2022). Exploring entrepreneurial alertness and entrepreneurial intention in times of the COVID-19 pandemic. *Journal of Contemporary Management*, 27 (1), 237-246. doi: 10.30924/mjcmi.27.1.13
- Awwad, M. S., & Al-Aseer, R. M. N. (2021). Big Five personality traits impact on entrepreneurial intention: the mediating role of entrepreneurial alertness. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 15 (1), 87-100. doi: 10.1108/apjie-09-2020-0136
- Babapour, J. (2007). Study of Relationship Between Communicational Conflict Resolution Styles and Psychological Well-being Among University Students. *Journal of Modern Psychological Researches*, 1 (4), 27-46 (in Persian).
- Baron, R. A. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs “connect the dots” to identify new business opportunities. *Academy of Management Perspectives*, 20 (1), 104-119. doi: 10.5465/AMP.2006.19873412
- Biswas, A., & Verma, R. K. (2021). Attitude and Alertness in Personality Traits: A Pathway to Building Entrepreneurial Intentions Among University Students. *Journal of Entrepreneurship*, 30 (2), 367-396. doi: 10.1177/09713557211025656
- Chevalier, S., Calmé, I., Coillot, H., Le Rudulier, K., & Fouquereau, E. (2022). How Can Students' Entrepreneurial Intention Be Increased? The Role of Psychological Capital, Perceived Learning From an Entrepreneurship Education Program, Emotions and Their Relationships. *Europe's Journal of Psychology*, 18 (1), 84-97. doi: 10.5964/ejop.2889
- Chhabra, S., Raghunathan, R., & Rao, N. V. M. (2020). The antecedents of entrepreneurial intention among women entrepreneurs in India. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14 (1), 76-92. doi: 10.1108/apjie-06-2019-0034
- Do, B. R., & Dadvari, A. (2017). The influence of the dark triad on the relationship between entrepreneurial attitude orientation and entrepreneurial intention: A study among students in Taiwan University. *Asia Pacific Management Review*, 22 (4), 185-191. doi: 10.1016/j.apmr.2017.07.011
- Ferreira, J., Coelho, A., & Moutinho, L. (2020). Dynamic capabilities, creativity and innovation capability and their impact on competitive advantage and firm performance: The moderating role of entrepreneurial orientation. *Technovation*, 92 (1), 102061.
- GEM. (2022). Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report Opportunity Amid Disruption. In Pureportal.Strath.Ac.Uk. <https://pureportal.strath.ac.uk/en/publications/global-entrepreneurship-monitor-20212022-global-report-opportunit>

- Hahn, D. (2020). The psychological well-being of student entrepreneurs: a social identity perspective. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16 (2), 467–499. doi: 10.1007/s11365-019-00607-3
- Heshmatifar, L., liaghatdar, M., & Abedi, A. (2021). A Meta-Analysis of Entrepreneurial Psychological Correlations in Iran. *Career and Organizational Counseling*, 13 (1), 55-70. doi: 10.48308/jcoc.2021.100600 (in Persian).
- Hernández-Sánchez, B. R., Cardella, G. M., & Sánchez-García, J. C. (2020). Psychological factors that lessen the impact of covid-19 on the self-employment intention of business administration and economics' students from latin america. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17 (15), 1–22. doi: 10.3390/ijerph17155293
- Hurley, J., Lakeman, R., Cashin, A., & Ryan, T. (2020). The remarkable (Disappearing Act of the) mental health nurse psychotherapist. *International Journal of Mental Health Nursing*, 29 (4), 652–660. doi: 10.1111/inm.12698
- Hussein, S. N. A., & Abdel Aziz, H. H. (2017). The big five personality dimensions as a predictor of entrepreneurial status in Egypt. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 32 (4), 423–443. doi: 10.1504/IJESB.2017.087830
- Jaafari, Z., Sadidi, N., Abdolahinia, Z., & Shahesmaeili, A. (2022). Prevalence of Depression among Iranian Patients with Beta-Thalassemia Major: A Systematic Review and Meta-analysis. *Iranian Journal of Medical Sciences*, 47(1), 15–24. doi: 10.30476/ijms.2020.85941.1557
- Jiatong, W., Murad, M., Li, C., Gill, S. A., & Ashraf, S. F. (2021). Linking cognitive flexibility to entrepreneurial alertness and entrepreneurial intention among medical students with the moderating role of entrepreneurial self-efficacy: A second-order moderated mediation model. *PloS one*, 16(9), e0256420.
- Joe, G. W., Lehman, W. E. K., Rowan, G. A., Knight, K., & Flynn, P. M. (2019). The role of physical and psychological health problems in the drug use treatment process. *Journal of Substance Abuse Treatment*, 102 (1), 23–32. doi: 10.1016/j.jsat.2019.03.011
- Keyes, C. L. M., Wissing, M., Potgieter, J. P., Temane, M., Kruger, A., & Van Rooy, S. (2008). Evaluation of the Mental Health Continuum–Short Form (MHC– SF) in Setswana-Speaking South Africans SUBJECTIVE WELL-BEING: SOMETHING POSITIVE. *Clinical Psychology and Psychotherapy Clin. Psychol. Psychother*, 15 (1), 181–192.
- Kirzner, I. M. (1999). Creativity and/or alertness: A reconsideration of the schumpeterian entrepreneur. *Review of Austrian Economics*, 11 (1), 5–17. doi: 10.1023/a:1007719905868
- Khedri, B., & Dabaghi, P. (2014). Effectiveness of problem-solving skills training on mental health rate of soldiers. *journal of EBNESINA*, 16 (1), 15-20. (in Persian).
- Kong, F., Zhao, L., & Tsai, C. H. (2020). The Relationship Between Entrepreneurial Intention and Action: The Effects of Fear of Failure and Role Model. *Frontiers in Psychology*, 11(1), 1–9. doi: 10.3389/fpsyg.2020.00229
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15 (5), 411–432. doi: 10.1016/S0883 -9026(98)00033-0
- Kruse, P., Wach, D., Costa, S., & Moriano, J. A. (2019). Values Matter, Don't They?– Combining Theory of Planned Behavior and Personal Values as Predictors of Social Entrepreneurial Intention. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10 (1), 55–83. doi: 10.1080/19420676.2018.1541003
- Lent, R. W. (2013). Career-life preparedness: Revisiting career planning and adjustment in the new workplace. *Career Development Quarterly*, 61 (1), 2–14. doi: 10.1002/j. 2161-0045.2013.00031.x
- Li, Z., Zhang, W., Zhou, Y., Kang, D., Feng, B., Zeng, Q., Xu, L., & Zhang, M. (2022). College Students' Entrepreneurial Intention and Alertness in the Context of the COVID-19 Pandemic. *Sustainability*, 14 (13), na-14. doi: 10.3390/su14137713
- Linan, F., & Chen, Y. (2011). Development and Cross-Cultural Application of a Specific

- Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (3), 35–39.
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7 (2), 195–218. doi: 10.1007/s11365-010-0154-z
- Liu, X., Lin, C., Zhao, G., & Zhao, D. (2019). Research on the effects of entrepreneurial education and entrepreneurial self-efficacy on college students' entrepreneurial intention. *Frontiers in Psychology*, 10 (1), 1–9. doi: 10.3389/fpsyg.2019.00869
- Maheshwari, G., & Kha, K. L. (2022). Investigating the relationship between educational support and entrepreneurial intention in Vietnam: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy in the theory of planned behavior. *The International Journal of Management Education*, 20 (2).1-14 doi: 10.1016/j.ijme.2021.100553
- Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41 (1), 36–44. doi: 10.1016/j.jwb.2005.09.002
- Shepherd, D. A., McMullen, J. S., & Jennings, P. D. (2007). The formation of opportunity beliefs: Overcoming ignorance and reducing doubt. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), 75-95.
- Nabi, G., & Liñán, F. (2011). Graduate entrepreneurship in the developing world: Intentions, education and development. *Education & Training*, 53 (5), 325–334. doi: 10.1108/004009111111147668
- Nguyen, A. T., Do, T. H. H., Vu, T. B. T., Dang, K. A., & Nguyen, H. L. (2019). Factors affecting entrepreneurial intentions among youths in Vietnam. *Children and Youth Services Review*, 99 (1), 186–193. doi: 10.1016/j.childyouth.2019.01.039
- Nodoushan, Z. J., Mirhosseini, H., Yamola, M., Bidaki, R., Hasibi, E., & Jafari, A. (2022). Effect of Neurofeedback on Anxiety , Dyslexia , and Dysgraphia in Elementary Students Afflicted with Attention Deficit Hyperactivity Disorder- a Pilot Study. *Novelty in Clinical Medicine*, 1 (2), 81–88. doi: 10.22034/ncm.2022.327848.1018
- Pourvaei, A., Mahboobi, M. R., Sharifzadeh, M. S. (2021). Investigating Factors Affecting Students' Entrepreneurial Intention, The Case of Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources. *Journal of Entrepreneurial Strategies Agric.* 7 (14), 103-115. doi:10.52547/jea.7.14.103 (in Persian)
- Roundy, P. T., Harrison, D. A., Khavul, S., Pérez-Nordtvedt, L., & McGee, J. E. (2018). Entrepreneurial alertness as a pathway to strategic decisions and organizational performance. *In Strategic Organization*, 16 (2), 192-226 doi: 10.1177/1476127017693970
- Safa, L., Alambeigi, A., Gholami, H. (2015). Validation and reliability of entrepreneurial consciousness measurement scale among graduates of agricultural commercial companies in Kerman province. *Agricultural promotion and education research*, 9 (1), 57-63 (in Persian).
- Sambamurthy, V., Bharadwaj, A., & Grover, V. (2003). Shaping agility through digital options: Reconceptualizing the role of Information technology in Contemporary firms. *Mis Quarterly*, 27 (2), 237–263. doi: 10.2307/30036530
- Seymour, M., Giallo, R., & Wood, C. E. (2017). The psychological and physical health of fathers of children with Autism Spectrum Disorder compared to fathers of children with long-term disabilities and fathers of children without disabilities. *Research in Developmental Disabilities*, 69 (1), 8–17. doi: 10.1016/j.ridd.2017.07.018
- Sharma, U. (2020). Social Entrepreneurship In India Quarter Idealism And A Pound Of Pragmatism By Dr Madhur Shukla.
- Spoorthy, M. S. (2020). Mental health problems faced by healthcare workers due to the COVID-19 pandemic—A review. *Asian Journal of Psychiatry*, 51 (1), 2018–2021. doi: 10.1016/j.ajp.2020.102119
- Sweida, G. L., & Reichard, R. J. (2013). Gender stereotyping effects on entrepreneurial self-

- efficacy and high-growth entrepreneurial intention. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20 (2), 296–313. doi: 10.1108/14626001311326743
- Tang, J. (2008). Environmental munificence for entrepreneurs: Entrepreneurial alertness and commitment. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 14 (3), 128–151. doi: 10.1108/13552550810874664
- Tang, J., Kacmar, K. M. M., & Busenitz, L. (2012). Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Journal of Business Venturing*, 27(1), 77–94. doi: 10.1016/j.jbusvent.2010.07.001
- Thangamayan, S., Vembu, N. R., Chauhan, Y., Maheswari, K., John, E. P., & Reddy, G. D. (2023). Analysing Successful Entrepreneurs Psychological Well Being , Emotional Health and Mental Disorder. *Journal for ReAttach Therapy and Developmental Diversities*, 6 (2), 136–144. <https://jrtd.com/index.php/journal/article/view/1331>
- Tian, L. (2022). The influence of work values of college students on entrepreneurial intention: The moderating role of psychological capital. *Frontiers in Education*, 7 (1), 1–9. doi: 10.3389/educ.2022.1023537
- Tomy, S., & Pardede, E. (2020). An entrepreneurial intention model focussing on higher education. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26 (7), 1423–1447. doi: 10.1108/IJEER-06-2019-0370
- Urban, B. (2020). Entrepreneurial alertness, self-efficacy and social entrepreneurship intentions. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27 (3), 489–507. doi: 10.1108/JSBED-08-2019-0285
- Valliere, D. (2013). Towards a schematic theory of entrepreneurial alertness. *Journal of Business Venturing*, 28 (3), 430–442. doi: 10.1016/j.jbusvent.2011.08.004
- Vodă, A. I., & Florea, N. (2019). Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students. *Sustainability*, 11(4), 1192.
- Widjaya, O. H., Budiono, H., Wiyanto, H., & Fortunata, F. (2021). *The effect of locus of control, need for achievement, risk tolerance, and entrepreneurial alertness on the entrepreneurial intention*. In International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021) (177-184). Atlantis Press.
- Xu, S. (2018). Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 14 (3). 279-356 <http://dx.doi.org/10.1561/0300000080>
- Yousefi, N., Pirkhaefi, A., Borjali, A. (2020). Investigating the Psychometric Properties of the Mental Health Continuum-Short Form Scale. *Journal of Clinical Psychology & Personality*, 18 (2). 129-144. <https://dx.doi.org/10.22070/cpap.2020.2945> (in Persian).
- Zhao, J., Wei, G., Chen, K. H., & Yien, J. M. (2020). Psychological Capital and University Students' Entrepreneurial Intention in China: Mediation Effect of Entrepreneurial Capitals. *Frontiers in Psychology*, 10 (1), 1–11. doi: 10.3389/fpsyg.2019.02984