

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر خوش بینی بر اشتیاق کارآفرینانه با نقش تعدیل گری هیجان های مثبت (مورد مطالعه: کارآفرینان مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران)

## محل انتشار:

فصلنامه کارافن، دوره 17، شماره 5 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

آذرچهر صحت - دکتری، گروه علوم اداری، دانشکده فنی دکترا شریعتی، دانشگاه فنی و حرفه ای استان تهران، ایران.

الهام هادی زاده - دکتری، گروه کسب و کار، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

علی عبدی جمایران - دکتری، گروه علوم اداری، آموزشکده شهید بهشتی پسران کرج، دانشگاه فنی و حرفه ای استان البرز، ایران.

## خلاصه مقاله:

خوش بینی، از عواملی است که بر اشتیاق کارآفرینانه افراد تاثیر می گذارد. ایجاد خوش بینی، هم افزایی های مثبت را بین فرد و کسب و کار به دنبال دارد و در نهایت ارتقای اشتیاق کارآفرینانه افراد را به همراه می آورد. خوش بینی، یکی از ویژگی های درونی تمام انسان هاست که در روانشناسی مثبت بر آن تکیه می شود. روانشناسی مثبت، در عین حال که به توانمندی های افراد می پردازد به گرایش ها و چگونگی تاثیرگذاری تمایلات آنها بر کارایی و موثر بودن نیز توجه دارد. پژوهش حاضر، با هدف بررسی تاثیر خوش بینی بر اشتیاق کارآفرینانه کارآفرینان انجام شده است. روش تحقیق در این پژوهش، توصیفی از نوع همبستگی است و جامعه آماری شامل کلیه کارآفرینان مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران که با محاسبه فرمول کوکران تعداد ۱۲۰ نفر با ابزار پرسشنامه محقق ساخته با روش نمونه گیری تصادفی ساده به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار PLS بهره برداری شد. نتایج پژوهش نشان می دهد خوش بینی بر اشتیاق کارآفرینانه، تاثیر مثبت می گذارد و از بین ابعاد خوش بینی که شامل تداوم، فراگیر بودن و شخصی سازی می باشد؛ شخصی سازی، بیشترین تاثیرگذاری را بر اشتیاق کارآفرینانه دارد. روانشناسی مثبت در عین حال که به توانمندی های افراد می پردازد به گرایش ها و چگونگی تاثیرگذاری تمایلات آنها بر کارایی و موثر بودن نیز توجه دارد. سلیگمن، خوش بینی را یک حالت شناختی می داند که به تفکر افراد درباره علت ها برمی گردد.

## کلمات کلیدی:

اشتیاق کارآفرینانه، خوش بینی، تداوم، فراگیر بودن، شخصی سازی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1225786>

