

## پیش‌بینی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان بر اساس مؤلفه‌های هوش اجتماعی

راضیه رضایی<sup>۱</sup>، مجتبی سلم آبادی<sup>۲</sup>، هادی براتی<sup>۳</sup>، طیبه تنها<sup>۴</sup>

### چکیده

پژوهش حاضر به دنبال پیش‌بینی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه بر اساس مؤلفه‌های هوش اجتماعی در دانشجویان دانشگاه فرهنگیان استان خراسان جنوبی بوده است. پژوهش حاضر از جمله پژوهش‌های توصیفی از نوع همبستگی بوده است. روش نمونه‌گیری طبقه‌ای شامل ۳۰۲ نفر (۱۴۸ دختر و ۱۵۴ پسر) از دانشجویان استان انتخاب و مقیاس هوش اجتماعی ترومسو، مقیاس ویژگی‌های شخصیتی ننده ابزار مورد استفاده در پژوهش حاضر هستند. سپس از روش‌های آمار توصیفی مانند محاسبه میانگین، انحراف معیار و نیز از شاخص‌های آمار استنباطی رگرسیون خطی چندگانه استفاده شد. نتایج نشان داد که بین هوش اجتماعی با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه رابطه ( $R=0/36$ ) وجود دارد و مؤلفه‌های هوش اجتماعی ۰/۲۱ واریانس ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه را پیش‌بینی می‌کنند؛ و از بین مؤلفه‌های هوش اجتماعی، تنها مؤلفه‌های پردازش اطلاعات و مهارت‌های اجتماعی توانایی پیش‌بینی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه را دارند. در نتیجه برای اعتلای کارآفرینی در دانشجویان و مراکز آموزشی، پرورش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و هوش اجتماعی ضرورت دارد.

### کلیدواژه‌ها: هوش اجتماعی، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه، دانشجویان

پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۴/۹

دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۱۰/۱۴

۱- دانشجوی کارشناسی علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، پردیس امام سجاد بیرجند، ایران،

razie.rezaei92@yahoo.com

۲- کارشناس ارشد مشاوره خانواده دانشگاه علامه طباطبایی تهران، مربی دانشگاه فرهنگیان، پردیس شهید باهنر بیرجند، ایران.

salmabady68.counseling@gmail.com (نویسنده مسئول)

۳- دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی دانشگاه علامه طباطبایی تهران counselin91@gmail.com

۴- فرهنگی شاغل در آموزش و پرورش ناحیه ۲ شهر ری

## مقدمه

کارآفرینی<sup>۱</sup> موضوعی است که از اواخر قرن بیستم مورد توجه محافل آموزشی کشورهای جهان قرار گرفته است، زیرا در حال حاضر در عرصه‌ی جهانی افراد خلاق و مبتکر به‌عنوان کارآفرینان، منشأ تحولات بزرگی در زمینه صنعتی، تربیتی و خدماتی شده‌اند (رعدی افسوران، ۱۳۸۸). واژه کارآفرینی ابتدا در زبان فرانسه ابداع شد و برای اولین بار توسط کانتیلیون در قرن شانزدهم تعریف شده است (کرباسی، ولدخانی، شرافت، عظیم زادگان، ۱۳۸۱). علی‌رغم اینکه تعاریف زیادی از کارآفرینی شده است در بین صاحب‌نظران در خصوص تعریف آن اتفاق نظر کامل وجود ندارد، اما توافق بسیاری وجود دارد که کارآفرینی با ابتکار<sup>۲</sup>، خلاقیت<sup>۳</sup>، ریسک‌پذیری<sup>۴</sup> و تمایل به تصمیم‌گیری مبتکرانه ارتباط دارد (زرب<sup>۵</sup>، ۲۰۰۸).

برای مطالعه کارآفرینی پژوهشگران رویکردهای متفاوتی به کار برده‌اند. کارآفرینی از جنبه‌های متعددی مانند تمایلات، زمینه‌ها، ویژگی‌های شخصیتی، عوامل اقتصادی، جنسیت و موقعیت جغرافیایی مطالعه شده است (میر آقایی و میرزایی، ۱۳۹۱). یکی از رویکردهای مهم در توسعه کارآفرینی، رویکرد ویژگی‌های شخصیتی<sup>۶</sup> است که با این فرض شکل گرفته که برای پرورش و افزایش کارآفرینان در جامعه باید شماری از ویژگی‌های شخصیتی را در افراد تقویت کرد. در این رویکرد باور بر این است که برای گسترش کارآفرینی در جامعه یا افرادی را که ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی<sup>۷</sup> دارند در جامعه جستجو کرد یا اینکه با آموزش و مشاوره ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی را در افراد پرورش داد (حیدری، ۱۳۸۸). ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مشخصه‌های پایدار و پیش‌بینی رفتار فرد است که تفاوت اقدامات فرد را در موقعیت‌های مشابه توضیح می‌دهند. ویژگی‌هایی از جمله خلاقیت، سخت‌کوشی، انگیزه موفقیت، مخاطره‌پذیری و تحمل ابهام (احمدپورداریانی، ۱۳۸۷).

<sup>۱</sup>. Entrepreneurship

<sup>۲</sup>. Initiative

<sup>۳</sup>. Creativity

<sup>۴</sup>. risk taking

<sup>۵</sup>. Szerb

<sup>۶</sup>. Personality characteristics

<sup>۷</sup>. Entrepreneurial Personality characteristics

در مطالعات کارآفرینی محققان عوامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه را به سه دسته عوامل اجتماعی، محیطی و فردی تقسیم کرده‌اند. مدل عوامل اجتماعی<sup>۱</sup>؛ عواملی چون سابقه شخصی، سابقه فامیلی، طبقه شغلی، تجربیات اخیر زندگی، محیط رشد و... را مهم می‌داند. درحالی‌که مدل عوامل محیطی<sup>۲</sup> به عوامل زمینه‌ای از قبیل ارزش پول، کاهش مالیات و مزایای غیرمستقیم، زمان‌بندی فرصت در فرآیند مسیر شغلی و تأثیر شرایط بازار، تحول اجتماعی، حمایت اجتماعی و فرهنگ اقتصادی توجه دارد. از سوی دیگر مدل عوامل فردی<sup>۳</sup> که به‌طور گسترده به‌عنوان مدل ویژگی‌ها شناخته می‌شود بر روی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه تمرکز می‌کند (گارول و آتسن<sup>۴</sup>، ۲۰۰۶؛ به نقل از پورقاز و محمدی، ۱۳۹۰)، در همین راستا از مهم‌ترین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه به موارد زیر می‌توان اشاره نمود.

۱- نیاز به موفقیت<sup>۵</sup>: عبارت است از تمایل به انجام کار در سطح استانداردهای عالی به‌قصد موفقیت در موقعیت‌های رقابتی. درواقع نیاز به موفقیت بیانگر تمایل فرد به دستیابی به هدف بر اساس مجموعه‌ای از عالی‌ترین معیارهاست (ماتیوس<sup>۶</sup>، ۲۰۱۰). ۲- مرکز کنترل درونی<sup>۷</sup>: عبارت است از عقیده فرد نسبت به اینکه رویدادها و وقایع زندگی‌اش، نتیجه مهارت‌ها، مهارت‌ها، ویژگی‌ها و رفتارهای خودش و نه عوامل محیطی همچون شانس و تقدیر است (ارسلان، دیماس و هامارا<sup>۸</sup>، ۲۰۰۹). ۳- رهبری<sup>۹</sup>: رهبری کارآفرینی به معنای خلق چشم‌انداز و انگیزه‌های کارآفرینی در یک گروه می‌دانند که به انجام عملکرد و سرعت‌بالا در شرایط نامشخص منجر می‌گردد (گرین برگ و بارون<sup>۱۰</sup>، ۲۰۰۰). ۴- تعهد، عزم و اراده<sup>۱۱</sup>: وقتی که کارآفرینان تصمیم می‌گیرند کاری را انجام دهند، بلافاصله و در اولین فرصت ممکن آن را انجام می‌دهند. نتایج پژوهش‌ها نشان داده است که رابطه مثبتی بین عمل کارآفرینانه و اهل عمل

1. social factors

2. Environmental factors

3. Individual factors

4. curol & Atsan

5. Need for Achievement

6. Matthews

7. Internal control center

8. Arslan, Dilmac, Hamarta

9. Leadership

10. Greenberg & Baarron

11. Commitment and Determination

بودن فرد وجود دارد (اپلیگیت و کولارا<sup>۱</sup>، ۲۰۰۰). ۵- تمایل به خطرپذیری (ریسک‌پذیری)<sup>۲</sup>: عبارت است از پذیرش مخاطره‌های معتدل که می‌توانند از طریق تلاش‌های شخصی مهار شوند اشاره دارد (احمدپورداریانی و عرفانیان، ۱۳۸۶). ۶- تحمل ابهام وعدم قطعیت<sup>۳</sup>: توانایی واکنش مثبت به موقعیت‌های مبهم و تصمیم‌گیری تحت شرایط مبهم و اطلاعات ناکافی است (گارول و آتسن، ۲۰۰۶). ۷- اعتمادبه‌نفس<sup>۴</sup>: اعتمادبه‌نفس یک ویژگی کلیدی یک کارآفرین است، کارآفرینان را قادر می‌سازد که به خود ایمان بیاورند و از این توانایی برای رسیدن به اهداف و مقاصد اعلام شده خود استفاده کنند (هو و کو<sup>۵</sup>، ۱۹۹۲). ۸- خلاقیت، اتکا به خود، توانایی انطباق<sup>۶</sup>: هم شامل سلاست (توانایی خلق ایده‌ها) و هم ابتکار (پاسخ‌های جدید و غیرعادی) می‌باشد (فارنهام و بچیار<sup>۷</sup>، ۲۰۰۸). ۹- نوآوری<sup>۸</sup>: در واقع نوآوری عملی ساختن ایده‌ناشی از خلاقیت را امکان‌پذیر می‌سازد و آن را به صورت یک محصول جدید یا خدمت تازه ارائه می‌دهد. پس خلاقیت اشاره به قدرت ایجاد اندیشه‌های نو دارد و نوآوری به معنای کاربردی ساختن آن افکار نو و تازه است (احمدپورداریانی و عرفانیان، ۱۳۸۶). ۱۰- فرصت‌طلبی<sup>۹</sup>: اشاره به شدت و شور و شوق یک کارآفرین به دنبال رسیدن به رؤیاهای وی دارد (گارول و آتسن، ۲۰۰۶). ۱۱- انگیزه برای برتری داشتن<sup>۱۰</sup>: عبارت است از میل برای انجام کارهای سخت، سرآمد و بدتر بودن و بهتر عمل کردن نسبت به سایرین به منظور دستیابی به یک احساس پیشرفت شخصی (کولز و بروک<sup>۱۱</sup>، ۲۰۰۸).

یافته‌های پژوهش احمدی، بابا شاهی و خداشناس (۱۳۹۰) با عنوان بررسی رابطه بین عوامل شخصیتی و کارآفرینی نشان داد که ابعاد و ویژگی‌های شخصیتی با کارآفرینی همبستگی دارند. همچنین محمدی، احمدی و شایان جهرمی (۱۳۹۰) در پژوهشی نشان دادند که بین ویژگی‌های

1. Applegate & Collura

2. Risk-taking

3. Tolerance of ambiguity and uncertainty

4. self confidence

5. Ho & Koh

6. Creativity, self-reliance and ability to adapt

7. Furnham, Bachtiar

8. Innovativeness

9. Opportunity obsession

10. Motivation to excel

11. Cools, Broeck

شخصیتی با تمایل به کارآفرینی زنان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. در همین راستا درودیان، احمد مظفری، تندنویس و کاظم نژاد لیلی (۱۳۹۱) در پژوهش خود نشان دادند که بین ویژگی‌های شخصیتی، مهارت‌های فردی و سبک رهبری با عملکرد کسب‌وکار کارآفرینان ورزشی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

ازجمله متغیرهایی که در پژوهش حاضر به بررسی ارتباط آن با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه پرداخته می‌شود، هوش اجتماعی<sup>۱</sup> است. مطالعات و تحقیقات متعدد در زمینه هوش اجتماعی بیانگر این است که این پژوهش‌ها همواره با مشکلاتی همراه بوده‌اند. یکی از مشکلات اصلی در مطالعات هوش اجتماعی این واقعیت است که پژوهشگران این سازه را در طول سال‌ها به شیوه‌های متفاوتی تعریف کرده‌اند. برخی از این تعاریف بر مؤلفه‌های شناختی یا به عبارت دیگر بر توانایی درک و فهم افراد دیگر تأکید می‌کنند و برخی دیگر بر مؤلفه‌های رفتاری نظیر توانایی تعامل موفق با افراد دیگر و برخی بر بنیادهای روان‌سنجی تأکید می‌کنند و هوش اجتماعی را در راستای توانایی عمل کردن خوب در آزمون‌هایی که مهارت‌های اجتماعی را اندازه‌گیری می‌کند، قرار می‌دهند (رضایی، ۱۳۸۹)

هوش اجتماعی در ابتدا فقط به عنوان یک مفهوم منفرد معرفی شد، اما بعدها آن را به دو نوع هوش فردی تعریف کرده‌اند که به دو جنبه هوش فردی<sup>۲</sup> و هوش بین فردی<sup>۳</sup> می‌پردازد که شامل دانش و آگاهی در مورد خود و دیگران می‌باشد (صفاری نیا، سلگی، توکلی، ۱۳۹۰). هوش اجتماعی شامل توانایی به سر بردن تا دیگران و توانایی تشویق آن‌ها به ارتباط و همکاری است (سابزی، ۲۰۱۲). نیجهولت، استاک و نیشیدا<sup>۴</sup> (۲۰۰۹) هوش اجتماعی را به عنوان مجموعه‌ای از توانایی‌ها توصیف می‌کند که عبارت‌اند از درک مردم و مهارت‌هایی که برای تعامل موفق لازم است که مؤلفه‌های آن عبارت‌اند از: پردازش اطلاعات اجتماعی<sup>۵</sup>؛ یعنی توانایی درک و فهم و پیش‌بینی رفتار و احساسات دیگران. آگاهی اجتماعی<sup>۶</sup>؛ درک مناسب از نگرانی‌ها و احساسات سایرین از ارکان موفقیت در فعالیت‌های اجتماعی و مهارت‌های

<sup>۱</sup>. social intelligence

<sup>۲</sup>. Individual intelligence

<sup>۳</sup>. Interpersonal intelligence

<sup>۴</sup>. Nijholt, Stock & Nishida

<sup>۵</sup>. social Information Processing

<sup>۶</sup>. Social Awareness

اجتماعی<sup>۱</sup>: یعنی حساسیت به دیگران، برای کسب عملکرد شغلی برتر، توانایی شناخت نیازهای دیگران و درنهایت توانایی شناسایی نگرانی‌های دیگران.

پژوهشی که به‌طور مستقیم به ارتباط هوش اجتماعی و مؤلفه‌های آن با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه بپردازد تا آنجا که پژوهشگر بررسی نموده است، یافت نشد اما پژوهش‌های مشابه و نزدیک از ارتباط هوش اجتماعی و کارآفرینی حکایت دارند، به‌طور مثال آقا محمدی، حلیمی و کیادلیری (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان بررسی رابطه هوش اجتماعی بامهارت کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد چالوس نشان دادند که رابطه هوش اجتماعی بامهارت کارآفرینی معنی‌دار است و همچنین رابطه هر یک از مؤلفه‌های هوش اجتماعی (پردازش اطلاعات اجتماعی، آگاهی اجتماعی و مهارت‌های اجتماعی) بامهارت‌های کارآفرینی معنی‌دار می‌باشد و هوش اجتماعی و مؤلفه‌های آن توان پیش‌بینی مهارت‌های کارآفرینی را دارند. بوم و باربارا<sup>۲</sup> (۲۰۱۰) در پژوهش خود تحت عنوان هوش اجتماعی بالا و رشد کارآفرینان در ارتباط با رشد سرمایه‌گذاری‌های جدید نشان دادند که هوش اجتماعی بالا تأثیر زیادی بر رشد کارآفرینی دارد. همچنین گورکان، فرانزیکا و توماس<sup>۳</sup> (۲۰۱۱) نشان دادند که بین هوش اجتماعی و فرآیند کارآفرینی ارتباط معنی‌داری وجود دارد و بین زنان و مردان در فرآیند کارآفرینی بر اساس هوش اجتماعی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

در عصر حاضر به دلیل پیشرفت‌های علمی و فنی بازنمایی‌های ذهنی بشر، کره زمین به دهکده جهانی مبدل شده است. از آنجا که شبکه‌های ارتباطی بازارهای گوناگون تولید و عرضه خدمات را در سطح ملی، منطقه‌ای و جهانی به یکدیگر متصل کرده است، کلید ورود به این بازارهای جهانی این است که نه تنها کشورها، بلکه کلیه نهادها و افراد دائماً قابلیت‌های رقابت‌پذیری و سازگاری خود را افزایش دهند (لیاقت دار، بدری، عابدی، جعفری، ۱۳۸۵). برای دستیابی به این امر مهم پرورش ایده‌های خلاق و کارآفرین که بتواند پیوسته خود را با دنیای جدید هماهنگ کنند، ضروری به نظر می‌رسد. موضوع دیگری که لزوم توجه به کارآفرینی را سبب شده است. افزایش نرخ بیکاری به‌ویژه در میان دانش‌آموختگان دانشگاهی است که کشور ما سخت با آن

1. Social Skills

2. Baum & Barbara

3. Gorkan, Franziska & Tomas

درگیر است. به طوری که به نظر می‌رسد پرورش افراد دارای ویژگی‌های کارآفرین و با تفکر خوداشتغالی به عنوان راه‌حل‌های مقتضی از طرف سیاست‌گذاران و مدیران آموزشی و اقتصادی کشور مورد توجه قرار گرفته است (کردنائیج و زالی، ۱۳۸۷).

امروزه سازمان‌های آموزشی از جمله مدرسه مدیرانی و معلمانی خلاق نیاز دارند، زیرا نقش سنتی مدیران و معلمان در نظام آموزشی به چالش کشیده شده است و انتظارات جامعه از دست‌اندرکاران نظام آموزشی تغییر کرده است. بدین منظور در سطح نظام آموزشی با کارگیری مدیران و معلمانی با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه، می‌توان به روند حاکم شدن روحیه کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینانه بر کل جامعه کمک کرد (مقیم، ۱۳۸۴). از دگر سو با توجه نقش مهم هوش اجتماعی در ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و عدم یافتن پژوهش در راستای ارتباط متغیرهای مذکور، خلأ پژوهشی در این زمینه احساس می‌شود، لذا پژوهش حاضر در راستای پر کردن بخشی از این خلأ پژوهشی انجام می‌شود؛ بنابراین هدف پژوهشگر تعیین سهم مؤلفه‌های هوش اجتماعی در پیش‌بینی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه فرهنگیان استان خراسان جنوبی می‌باشد.

### سوالات تحقیق

- ۱- آیا بین هوش اجتماعی با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه رابطه وجود دارد؟
- ۲- سهم مؤلفه‌های هوش اجتماعی در پیش‌بینی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه چقدر است؟

### روش

پژوهش حاضر از جمله پژوهش‌های همبستگی است. جامعه آماری پژوهش عبارت است از کلیه دانشجویان دانشگاه دختر و پسر فرهنگیان استان خراسان جنوبی (۱۴۰۴ نفر) در سال تحصیلی ۱۳۹۵-۱۳۹۴ بود که نمونه‌ای شامل ۳۰۲ نفر از دانشجویان دختر و پسر به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای از پردیس‌های شهید باهنر و امام سجاد بیرجند (۱۵۴ پسر و ۱۴۸ دختر) انتخاب شدند. جهت تحلیل داده‌ها، از روش‌های آمار توصیفی مانند جداول توزیع فراوانی، محاسبه میانگین، انحراف معیار و نیز از شاخص‌های آمار استنباطی، همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی چندگانه استفاده شد. ابزار پژوهش شامل دو پرسش‌نامه بود. ۱- **مقیاس**

**هوش اجتماعی ترومسو<sup>۱</sup>:** سیلورا، مارتین، یوسن و داهل<sup>۲</sup> (۲۰۰۱) این پرسش نامه را برای سنجش هوش اجتماعی تهیه کردند. این پرسشنامه دارای ۲۱ سؤال بوده و دارای ۳ خرده مقیاس، پردازش اطلاعات اجتماعی، آگاهی اجتماعی و مهارت های اجتماعی می باشد. طیف پاسخگویی آن از نوع لیکرت (کاملاً مخالفم=۱، کاملاً موافقم=۷) است. سیلورا و همکاران (۲۰۰۱) ضرایب پایایی برای خرده مقیاس های پردازش اطلاعات اجتماعی، مهارت های اجتماعی و آگاهی اجتماعی به ترتیب ۰/۸۱، ۰/۸۶ و ۰/۷۹ گزارش کرده اند. در پژوهش رضایی (۱۳۸۹) ضرایب پایایی برای خرده مقیاس های پردازش اطلاعات اجتماعی، مهارت های اجتماعی و آگاهی اجتماعی به ترتیب ۰/۷۳، ۰/۶۴ و ۰/۶۶ به دست آمد. در پژوهش حاضر پایایی کل به روش آلفای کرونباخ ۰/۸۴ به دست آمد. ۲- **مقیاس ویژگی های شخصیتی کارآفرینانه:** در پژوهش حاضر از مقیاس ویژگی های شخصیتی کارآفرینانه ننه<sup>۳</sup> (۲۰۱۱) استفاده شد. مقیاس مذکور دارای ۳۷ ماده در طیف لیکرت (کاملاً مخالفم: ۱، کاملاً موافقم: ۵) می باشد و شامل ۱۲ خرده مقیاس نیاز به موفقیت؛ کانون کنترل؛ رهبری؛ تعهد و عزم و اراده؛ تمایل به خطرپذیری؛ تحمل ابهام و عدم قطعیت؛ اعتماد به نفس؛ خلاقیت، اتکا به خود و توانایی انطباق؛ نوآوری؛ فرصت طلبی؛ انگیزه برای برتری داشتن می باشد. ننه (۲۰۱۱) آلفای کرونباخ این پرسش نامه را ۰/۷۹ گزارش نموده است. در پژوهش حاضر پایایی کل به روش آلفای کرونباخ ۰/۷۴ به دست آمد.

### یافته ها

یافته های جمعیت شناختی نشان می دهند که از مجموع ۳۰۲ نفر، ۱۴۸ نفر دختر (۴۹٪) و ۱۵۴ نفر پسر (۵۱٪) هستند که از این تعداد ۲۴۳ نفر مجرد (۸۰/۵٪) و ۵۹ نفر متأهل (۱۹/۵٪) بودند. در ادامه یافته های توصیفی پژوهش در جدول ۱ گزارش شده است.

<sup>۱</sup>. Tromso Social Intelligence Scale (TSIS)

<sup>۲</sup>. Silvera, Martinussen & Dahl

<sup>۳</sup>. Neneh



جدول ۱. اطلاعات توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	جنس	تعداد	میانگین + انحراف استاندارد
پردازش اطلاعات	پسر	۱۵۴	۰/۹۶+۴/۸۲
	دختر	۱۴۸	۰/۹۵+۴/۹۸
	کل	۳۰۲	۰/۹۵+۴/۹۰
آگاهی اجتماعی	پسر	۱۵۴	۱/۱۵+۴/۵۲
	دختر	۱۴۸	۱/۱۹+۴/۷۷
	کل	۳۰۲	۱/۱۷+۴/۶۴
مهارت اجتماعی	پسر	۱۵۴	۱/۱۲+۴/۹۷
	دختر	۱۴۸	۱/۱۹+۵/۵۹
	کل	۳۰۲	۱/۱۵+۵/۲۸
هوش اجتماعی	پسر	۱۵۴	۰/۶۵+۴/۳۱
	دختر	۱۴۸	۰/۷۱+۴/۵۹
	کل	۳۰۲	۰/۶۸+۴/۴۵
ویژگی‌های کارآفرینانه	پسر	۱۵۴	۰/۴۴+۳/۴۳
	دختر	۱۴۸	۰/۳۷+۳/۵۹
	کل	۳۰۲	۰/۴۰+۳/۵۱

جدول ۲. نتایج همبستگی پیرسون بین متغیرهای پژوهش

متغیر	پردازش اطلاعات	آگاهی اجتماعی	مهارت‌های اجتماعی	هوش اجتماعی	ویژگی‌های کارآفرینانه
پردازش اطلاعات	۱	۰/۰۸	۰/۳۸ <sup>**</sup>	۰/۷۲ <sup>**</sup>	۰/۴۱ <sup>**</sup>
آگاهی اجتماعی	۰/۰۸	۱	۰/۲۶ <sup>**</sup>	۰/۶۳ <sup>**</sup>	۰/۰۱ <sup>**</sup>
مهارت‌های اجتماعی	۰/۳۸ <sup>**</sup>	۰/۲۶ <sup>**</sup>	۱	۰/۷۴ <sup>**</sup>	۰/۳۴ <sup>**</sup>
هوش اجتماعی	۰/۷۲ <sup>**</sup>	۰/۶۳ <sup>**</sup>	۰/۷۴ <sup>**</sup>	۱	۰/۳۶ <sup>**</sup>
ویژگی‌های کارآفرینانه	۰/۴۱ <sup>**</sup>	۰/۰۱ <sup>**</sup>	۰/۳۴ <sup>**</sup>	۰/۳۶ <sup>**</sup>	۱

\*\* (p&lt;0/01)

همان‌طور که در جدول ۲ ملاحظه می‌گردد رابطه بین ابعاد هوش اجتماعی (پردازش اطلاعات اجتماعی، آگاهی اجتماعی و مهارت‌های اجتماعی) و هوش اجتماعی کلی با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه به ترتیب برابر با ۰/۴۱، ۰/۰۱، ۰/۳۴، ۰/۳۶ است؛ که در سطح ۰/۰۵ معنادار می‌باشد.

جدول ۳. نتایج رگرسیون عوامل هوش معنوی بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه

متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین	R	$R^2$	B	t	سطح معناداری
ویژگی‌های کارآفرینانه	هوش اجتماعی	۰/۴۶	۰/۲۱	۰/۳۲	۰/۲۲	۶/۸۴

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول ۳، تحلیل داده‌ها به روش خطی نشان می‌دهد که متغیر پیش‌بین در پیش‌بینی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه سهم دارد. مقدار بتا برای هوش اجتماعی، ۰/۳۲ می‌باشد؛ و هوش اجتماعی ۰/۲۱ و آریانس ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه را پیش‌بینی می‌کنند. بنابراین فرضیه تحقیق مورد تأیید قرار می‌گیرد. با توجه به معنادار بودن کل مدل اکنون باید بررسی کرد که کدام یکی از ضرایب صفر نیست و یا به عبارت دیگر کدام متغیر یا متغیرها تاثیر معنادار در مدل دارند. به این منظور از آزمون t استفاده می‌شود.

جدول ۴. ضرایب استاندارد، غیراستاندارد و آماره تی متغیرهای وارد شده در معادله رگرسیون

متغیر پیش‌بین	ضرایب رگرسیون		t آماره	Sig	سطح معناداری
	استاندارد نشده	استاندارد شده			
مقدار ثابت	۸۳/۷۳		۶/۱۳	۰/۰۰۱	۰/۰۵
پردازش اطلاعات	۱/۸۳	۰/۵۱	۲/۷۰	۰/۰۰۷	۰/۰۵
آگاهی اجتماعی	۰/۶۹	۰/۱	۱/۶۵	۰/۱	۰/۰۵
مهارت‌های اجتماعی	۱/۵۴	۰/۳۷	۲/۵۴	۰/۰۱۱	۰/۰۵

همان‌طور که جدول ۴ نشان می‌دهد مؤلفه‌های پردازش اطلاعات با  $\beta = 0/51$  و مهارت‌های اجتماعی با  $\beta = 0/37$  بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در سطح ۵ درصد تأثیر معنادار دارند و مثبت بودن این ضریب در واقع نشان‌دهنده این است که با افزایش این عامل، میزان ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه نیز افزایش می‌یابد.

### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به دنبال پیش‌بینی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه بر اساس مؤلفه‌های هوش اجتماعی بوده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که بین هوش اجتماعی با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. از یافته فوق این گونه استنباط می‌توان نمود که با افزایش هوش اجتماعی، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه افزایش می‌یابد؛ که یافته فوق با پژوهش‌های پیشین از جمله (آقا محمدی و همکاران، ۱۳۹۱؛ بوم و باربارا، ۲۰۱۰؛ گورکان و همکاران، ۲۰۱۱؛ نصیری و لیک بنی، احمدی و سلطان‌آبادی، ۱۳۹۲؛ استیفن، جانل، گیلبرت و میشل<sup>۱</sup>، ۲۰۱۴) همخوانی دارد.

در تأیید امر فوق نصیری و لیک بنی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود با عنوان بررسی وضعیت هوش اجتماعی و رابطه آن با رفتار شهروندی و خلاقیت سازمانی نشان دادند؛ که بین

<sup>۱</sup>. Stephen, Janelle, Gilbert & Michael

هوش اجتماعی با رفتار شهروندی و خلاقیت سازمانی ارتباط وجود دارد. از بین مؤلفه‌های هوش اجتماعی دو مؤلفه آگاهی اجتماعی و مهارت اجتماعی رابطه معنی‌داری با مهارت‌های شهروندی و خلاقیت کارکنان داشتند و پردازش اطلاعات اجتماعی با مهارت‌های شهروندی و خلاقیت رابطه‌ای نداشت. همچنین تحلیل رگرسیون چندگانه تأثیر هوش اجتماعی کارکنان بر رفتار شهروندی از روی مؤلفه‌های آگاهی اجتماعی و پردازش اطلاعات تبیین گشته و تغییرات متغیر خلاقیت سازمانی از روی مؤلفه آگاهی اجتماعی قابل پیش‌بینی است. در همین راستا استیفن و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهش خود تحت عنوان اثر هوش اجتماعی با رهبری و اثربخشی رهبری نشان دادند، هوش اجتماعی با نوع و سبک رهبری رابطه مستقیم و معنادار دارد.

هوش اجتماعی بالا سبب می‌شود افراد در جذب دانش جدید به‌طور کلی موفق عمل کنند، همچنین افرادی دارای هوش اجتماعی بالا از خرد جمعی بالایی برخوردارند. هوش اجتماعی تقویت‌کننده روابط بین فردی است و از آنجا که دانش ضمنی در تعاملات به دانش عینی تبدیل می‌شود و به دیگران انتقال می‌یابد و از این جهت که افراد در راستای توفیق در زمینه کسب کارآفرینی بایستی مهارت‌ها و اطلاعات را از منابع مختلف جهت انجام یک فرآیند با ریسک بالا کسب کنند، در صورت داشتن هوش اجتماعی بالا فرآیند برقراری ارتباط با دیگران در درون افراد نهادینه شده و به واسطه تعاملات مشترک اطلاعاتی را از محیط خود کسب می‌کنند و چنانچه این اطلاعات حول ویژگی‌ها و یا محوری مشخص در زمینه کارآفرینی باشد، بی‌شک افراد اطلاعات لازم را کسب می‌کنند و هر زمان که نسبت به فرآیند کارآفرینی اقدام کنند، آمادگی‌های لازم را در جهت کارآفرینی و پیشرفت در این زمینه رادارند (طباطبایی، اوجی نژاد و قلاتاش، ۱۳۹۴).

دیگر نتیجه پژوهش نشان داد که هوش اجتماعی، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه را پیش‌بینی می‌کنند، و از بین مؤلفه‌های هوش اجتماعی، تنها مؤلفه‌های پردازش اطلاعات و مهارت‌های اجتماعی توانایی پیش‌بینی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه رادارند. پس می‌توان گفت هوش اجتماعی در کسب ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه افراد نقش دارد که یافته فوق با پژوهش‌های مشابه پیشین من جمله (احمدی و همکاران، ۱۳۹۱؛ طباطبایی و همکاران، ۱۳۹۴؛ محمد پور، ۱۳۹۲، حدری و احمدی، ۱۳۹۲) که نشان دادند انواع مختلف هوش در ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه نقش دارند، همخوانی دارد. از دید نظریه پردازان تکاملی هوش اجتماعی،

در حقیقت مهارت و استعداد اولیه مغز انسان است که در قشر مغز بازتاب یافته و آنچه تاکنون به‌عنوان هوش نام می‌بریم روی سیستم‌های عصبی ما سوار شده است و برای پیشبرد در یک گروه پیچیده مورد استفاده قرار گرفته است (گلمن<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰؛ به نقل از طباطبایی و همکاران، ۱۳۹۴). آنچه به آن اشاره شد، توانایی هوش اجتماعی را در برخورد با مسائل پیچیده متبلور ساخت و از آنجا که کارآفرینی و کسب ویزگی‌های کارآفرینانه فرآیندی پیچیده می‌باشد و نیازمند توانایی بالا در ریسک‌پذیری، آینده‌نگری، برنامه‌ریزی و ... و بدون شک هوش اجتماعی و مؤلفه‌های این توانایی‌ها را در فرد ایجاد می‌کند تا خود را در نقش یک کارآفرین موفق به جامعه معرفی کنند. در تبیین این یافته می‌توان گفت که کسب و ایجاد ویزگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در افراد مستلزم عوامل و شرایطی است که می‌تواند گوناگون باشد. عده‌ای معتقدند در زمینه نوآوری، وجود افراد باهوش ضرورت دارد، لذا برای ایجاد و کسب ویزگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و شناسایی عواملی مثل عوامل فردی همچون هوش بالا در زمینه‌های مختلف من جمله هوش اجتماعی، داشتن انگیزه لازم و ... ضروری است (احمدی، وردی و علائی، ۱۳۸۸).

در تبیین این نتیجه می‌توان به معیارهای سنجش اطلاعات اجتماعی و مهارت‌های اجتماعی در مقیاس هوش اجتماعی اشاره کرد، این ملاک‌ها مباحث و مطالبی همچون، شناخت خلقیات افراد در مدت‌زمان کم، توانایی پیش‌بینی واکنش‌ها و رفتار دیگران، قابلیت در مکالمه و بحث و گفتگو، رعایت ادب در مباحثه با دیگران، شناخت توانایی‌های دیگران، توان بالا در همزادپنداری و شناخت خواسته‌ها و امیال دیگران، سازگاری سریع با چالش‌ها و موقعیت‌های جدید و ... را در برمی‌گیرد، نمره بالا در این مؤلفه‌ها، نمره فرد را در هوش اجتماعی را بالا می‌برد، در نتیجه افراد با استفاده از این قابلیت‌ها این توانایی را پیدا می‌کنند تا دست به کارآفرینی بپردازند و در نتیجه ویزگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در افراد پرورش می‌یابد.

### منابع

احمد پور داریانی، محمود؛ عرفانیان، امیر (۱۳۸۶). نقش و جایگاه کارآفرینی در نیل به رشد و توسعه اقتصادی،

مجله اقتصادی، شماره ۶۹ و ۷۰، ۲۲-۵.

احمد پورداریانی، محمود (۱۳۸۷). کارآفرینی، تعاریف، نظریات و الگوها، تهران: نشر پدریس

<sup>۱</sup>. Golman

احمدی، پرویز؛ باباشاهی، جبار؛ خداشناس، لیلا سادات (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین عوامل شخصیتی و کارآفرینی (پژوهشی پیرامون کارکنان شرکت داده ورزی سداد)، **پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی**، ۳(۱)، ۲۱-۱.

احمدی، غلامعلی؛ وردی علائی، طیبه (۱۳۸۸). آشنایی با خلاقیت سازمانی به عنوان ضرورت نظام آموزشی، **مدارس کارآمد**، ۳(۲)، ۶۶-۶۴.

آقااحمدی، قربان علی؛ حلیمی، صبورا؛ کیادلیری، لیلا (۱۳۹۱). بررسی رابطه ی هوش اجتماعی با مهارت کار آفرینی دانشجویان دانشگاه آزادشهرستان چالوس، **کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان**، بابلسر

پورقاز، عبدالوهاب؛ محمدی، امین (۱۳۹۰). بررسی رابطه منابع قدرت مدیران با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی کارکنان، **پژوهش‌های مدیریت عمومی**، ۴(۱۲)، ۱۳۰-۱۱۱.

حیدری، ناصر (۱۳۸۸). بررسی رابطه مولفه‌های ویژگی‌های روانشناختی با کارآفرینی، **ماهنامه کار و جامعه**، شماره ۱۰۹، ۴۷-۴۱.

خداری، نعیمه؛ یوسف احمدی (۱۳۹۲). بررسی رابطه هوش معنوی با ویژگی‌های شخصیتی یک کارآفرین از دیدگاه کارکنان یک سازمان صنعتی در شهر بندرعباس، **همایش ملی دانشگاه کارآفرین (صنعت دانش محور)**، بابلسر، دانشگاه مازندران

درودیان، علی اصغر؛ احمد مظفری، سید امیر؛ تندنویس، فریدون؛ کاظم نژاد لیلی، انوشیروان (۱۳۹۱). رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی، مهارت‌های فردی و سبک رهبری با عملکرد کسب و کار کارآفرینان ورزشی استان تهران، **توسعه کارآفرینی**، ۵(۲)، ۱۲۴-۱۰۷.

رضائی، اکبر (۱۳۸۹). مقیاس هوش اجتماعی ترومسو: ساختار عاملی و پایایی نسخه فارسی مقیاس در جامعه ی دانشجویان، **فصلنامه علمی پژوهشی روانشناسی دانشگاه تبریز**، ۵(۲۰)، ۸۲-۶۵.

رعدی افسوران، نقی (۱۳۸۸). مطالعه استعدادهای کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز، **مجموعه مقالات مدیریت کارآفرینی و توسعه منطقه‌ای**، زاهدان.

صفاری نیا، مجید؛ سلگی، زهرا؛ توکلی، سوده (۱۳۹۰). بررسی مقدماتی پایایی و روایی پرسشنامه هوش اجتماعی در دانشجویان دانشگاه‌های استان کرمانشاه، **پژوهش‌های روان شناسی اجتماعی**، ۱(۳)، ۷۰-۵۷.

طباطبایی، زهرا؛ اوجی نژاد، احمدرضا؛ قلناش، عباس (۱۳۹۴). رابطه هوش اجتماعی با مهارت‌های کارآفرینی و خلاقیت دانش آموزان هنرستان‌های شهر شیراز، **رهیافتی نو در مدیریت آموزشی**، ۶(۲۱)، ۱۰۲-۸۵.

کریاسی، علی؛ ولدخانی، محمد؛ شرافت، مهرداد؛ عظیم زادگان، حامد (۱۳۸۱). مروری بر ادبیات کارآفرینی، **فصلنامه صنایع**، شماره ۳۳، ۳۲-۲۷.

مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۴). **کارآفرینی در نهادهای مدنی**، تهران: انتشارات مرکز کار آفرینی دانشگاه تهران.

میرآقایی، علی عباس؛ میرزایی، محمد (۱۳۹۱). بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی دانشجویان فنی و مهندسی دانشگاه اصفهان، **فصلنامه آموزش مهندسی ایران**، ۱۴(۵۶)، ۱۴۷-۱۳۳.

نصیری ولیک بنی، فخرالسادات؛ احمدی، غلامعلی؛ سلطان آبادی، پروانه (۱۳۹۲). بررسی وضعیت هوش اجتماعی و رابطه آن با رفتار شهروندی و خلاقیت سازمانی در دانشگاه بوعلی سینا همدان، **رهبری و مدیریت**

**آموزشی**، ۷(۴)، ۹۱-۱۱۰.

Applegate, L. M. & Collura, M. (2000). Emerging E Business Models: Lessons from the Field: **Harvard Business School Press**.

Arslan, C. Dilmac, B. Hamarta, E. (2009). "Coping with stress and trait anxiety in terms of locus of control: a study with Turkish university students, **Social behavior and personality**, 37(6), 791-800.

Baum, Robert, J and Barbara J. Bird.(2010). High level of Social Intelligence and Growth Entrepreneurs: Links to New Venture Growth. **Journal of organizational since**. 21 (2), 397-412.

Cools, E. Broeck, H.V. (2008). "The Hunt for the heffalump continues: can trait and cognitive characteristic predict entrepreneurial orientation? **Journal of Small Business Strategy**, 18(2),pp. 23-41.

Furnham, A. Bachtiar, V. (2008). Personality and intelligence as predictors of creativity, **Personality and Individual Differences**, 45 (7), pp.613-617.

Gorkan Ahmetoglu, Franziska Leutner and Tomas Chamorro. (2011). Understanding the individual differences in Socialal intelligence and entrepreneurship. **Personality and Individual Differences**. 51(8), 1028-1033.

Greenberg, J. & Baron, R. A. (2000). Behavior in Organizations. **Prenticehall**. Inc.

Gurol, Y. Atsan, N. (2006). "Entrepreneurial characteristics amongst university students some insights for entrepreneurship education and training in Turkey", **Education & Training** 48(1), pp.25-38.

Sabzi, N. (2012). A. The pattern of personality and emotional intelligence, self-efficacy, social and communication skills. **Master's thesis**, University of Shiraz

Silvera, D.H. Martinussen, M. & Dahl, T.I. (2001). The Tromsø Social Intelligence Scale, a Self-report Measure of Social Intelligence, **Scandinavian Journal of Psychology**, 42, 313-319.

Stephen J. Zaccaro, Janelle A. Gilbert, K and Michael D. Mumford.(2014). Effective of social intelligence on Leadership leader effectiveness. **The Leadership Quarterly**, 2(4): 317-342

Szerb, L. H. (2008), Student's entrepreneurial attitudes and entrepreneurship education in 14 countries, ICELM-3, **International Conference of Economics**, Law and Management, Tîrgu Mureş, Romania, June 4-7.