

ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان

دکتر فرخ قوچانی*
موزان همت**

چکیده

امروزه کار آفرینی به عنوان موتور رشد و توسعه سازمان‌ها و جوامع شناخته می‌شود و اهمیت کارآفرینان و نقش کلیدی آنان بر کسی پوشیده نیست. در این تحقیق از مجموع عوامل موثر بر کار آفرینی، صرفاً به ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان پرداخته می‌شود. شناخت ویژگی‌های کارآفرینان، گام مهمی در جهت بهتر شدن وضعیت کارآفرینی در جامعه است. در اینجا با مروری بر مباحث کارآفرینی و هوش عاطفی، به دنبال بررسی رابطه بین آن دو مفهوم هستیم. فرض اصلی تحقیق حاضر بر این امر استوار است که بین دارا بودن ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و هوش عاطفی کارآفرینان رابطه وجود دارد. در این تحقیق ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان با توجه به نظریه‌های اندیشمندان به شش ویژگی: توفیق طلبی، مخاطره یا خطرپذیری، تحمل ابهام، خلاقیت، استقلال طلبی و داشتن مرکز کنترل درونی تقسیم شده است. برای اندازه‌گیری هوش عاطفی کارآفرینان مدل هوش عاطفی گلمن به کار گرفته شد و برای سنجش هر یک از متغیرها پرسشنامه‌های جداگانه طراحی گردید. جامعه آماری تحقیق حاضر را کارآفرینان مستقل استان تهران تشکیل می‌دهند. برای نمونه‌گیری از مرکز کارآفرینی دانشگاه شهید بهشتی، مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران و انجمن ملی زنان کارآفرین کمک گرفته شد. پس از توزیع پرسشنامه‌ها بین کارآفرینان، تعداد ۵۵ پرسشنامه تکمیل و بازگردانیده شد. پرسشنامه‌های جمع‌آوری شده نمره‌گذاری و شاخص‌های توصیفی محاسبه شد. برای آزمون فرضیات با کمک نرم افزار SPSS از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها، نتایج بدست آمده نشان داد که بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان رابطه معنادار وجود دارد. بدین معنا که کارآفرینان هوش عاطفی بالاتری دارند. همچنین بر اساس فرضیه‌های فرعی، رابطه بین نیاز به توفیق طلبی، مخاطره‌پذیری، میزان تحمل ابهام، خلاقیت و استقلال طلبی با سطح هوش عاطفی کارآفرینان تأیید شد و بین دارا بودن مرکز کنترل درونی و سطح هوش عاطفی کارآفرینان در این پژوهش رابطه معناداری به دست نیامد. در پایان پیشنهادهایی مبنی بر ضرورت آشنایی کارآفرینان با مقوله هوش عاطفی و آموزش آن‌ها در ارتباط با مهارت‌های هوش عاطفی ارائه گردید.

واژه‌های کلیدی: کارآفرین - هوش عاطفی - نیاز به توفیق یا توفیق طلبی - مخاطره یا خطرپذیری - تحمل ابهام - خلاقیت - استقلال طلبی - مرکز کنترل درونی

* عضو هیات علمی دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی
** کارشناس ارشد مدیریت دولتی

مقدمه

کارآفرینی مقوله بسیار مهمی است که بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه به آن توجه جدی مبذول داشته‌اند. جوامع امروزی نمی‌توانند تنها با رفع نیازهای تشخیص داده شده به وسیله سازمان‌های موجود دولتی و غیردولتی به رشد و بقا برسند. شرایط محیطی و قوائد بازی رقابت به حدی پیچیده، پویا و نامطمئن گردیده است که سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند با تغییرات سطحی بقای بلند مدت خود را تضمین کنند، بلکه باید شرایطی را به وجود آورند تا افرادی که توانایی تشخیص صحیح نیازهای جامعه، توانایی شناخت محیط و رقابت فعلی و آتی و حتی ایجاد نیازهای جدید را دارند، در داخل سازمان‌های فعلی و یا با به وجود آوردن نهادها، سازمان‌ها و موسسات جدید در توسعه و بقای جامعه موثر باشند. این افراد همان کارآفرینان هستند که تصور می‌شود، دارای خصایصی متفاوت با دیگران باشند. کارآفرین کسی است که فرصت‌ها را می‌بیند، با زیرکی و ظرافت تهدیدات و تنگناهای محیطی را به فرصت تبدیل می‌کند، آن‌ها را ارزیابی می‌کند، منابع لازم را جمع‌آوری و از آن‌ها بهره‌برداری می‌نماید و عملیات مناسبی را برای رسیدن به موفقیت پی‌ریزی می‌کند. اقتصاد دانان و بسیاری از سیاستمداران معتقدند کارآفرینی تاثیر مستقیمی بر توسعه اقتصادی و اجتماعی مردم دارد و هرچه جامعه بیشتر در فعالیتهای کارآفرینانه شرکت کند، سریعتر به توسعه اقتصادی و اجتماعی دست می‌یابد. از این رو، شناسایی مهارت‌ها و ابتکارهای کارآفرینی و پرورش و آموزش کارآفرینان باید در اولویت برنامه‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی دولت قرار داده شود.

همراه با پررنگ تر شدن نقش کارآفرینان در توسعه اقتصادی، اندیشمندان با هدف ارائه نظریه‌هایی مبتنی بر ویژگی‌های شخصی و همچنین تفاوت قائل شدن بین کارآفرینان و غیرکارآفرینان، به بررسی ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینی پرداختند. در این تحقیق از مجموع عوامل موثر بر کارآفرینی، صرفاً به ویژگی‌های شخصی کارآفرینان پرداخته می‌شود. شناخت ویژگی‌های کارآفرینان، گام مهمی در جهت بهتر شدن وضعیت کارآفرینی در جامعه است. یکی از این ویژگی‌های متفاوت کارآفرینان می‌تواند هوش عاطفی آنان باشد. با بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصی کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان و نیز مولفه‌های هوش عاطفی و ارتباط نزدیکی که با مهارت‌های مرتبط با کارآفرینی دارند، می‌توان افرادی را که دارای نقش کارآفرینی هستند، در پایگاه کارآفرینی قرار داد. به عبارت دیگر نیروهای بالقوه برای کارآفرینی شناسایی و با آموزش و حمایت‌های لازم به کارآفرینان بالفعل تبدیل شوند. چنانچه رابطه معنا دار بین ویژگی‌های شخصی کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آن‌ها اثبات شود، با افزایش مهارت‌های هوش عاطفی و هدایت آن در جهات مختلف شاید بتوان امکان تربیت نیروی کارآفرین را فراهم کرد و با دادن امکانات لازم به آنان کارآفرینی را در جامعه افزایش داد تا کشور سریعتر به رشد و توسعه دست یابد.

الف) کارآفرینی

واژه کارآفرینی ابتدا در زبان فرانسه ابداع شد. (کرباسی و دیگران، ۱۳۸۱: ۲۷) این واژه از کلمه فرانسوی *Entreprendre* به معنای «واسطه و دلال» و یا اصطلاح انگلیسی *undertake* به معنای «متعهد شدن» اقتباس شده است. (احمدپور داریانی، ۱۳۸۳: ۴) و در سال ۱۸۴۸ توسط جان استوارت میل^۲ به کارآفرینی *Entrepreneurship* در زبان انگلیسی ترجمه شد (Brockhaus & Horwitz, 1986). پیتر دراگر معتقد است که امروزه در تعریف کاملی از کارآفرینی آشفتگی زیادی وجود دارد (صمد آقایی، ۱۳۷۸: ۱۲). لذا نمی‌توان تعریف استاندارد و جامعی که به طور کامل مورد قبول باشد، ارائه داد. علت این امر در طبیعت بین رشته‌یی کارآفرینی نهفته است (احمد پور داریانی، ۱۳۷۹: ۳).

رابرت هیسریچ (۱۹۸۵)، فرآیند کارآفرینی را خلق چیزی نو می‌داند که با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای بدست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال توأم است (Hisrich & Peters, 1992).

² John Stewart Mill

15).

کارآفرینی را می توان فرایند شکار فرصت‌ها به وسیله افراد، به طور انفرادی (کارآفرینی مستقل) یا در سازمان‌ها (کارآفرینی سازمانی) بدون در نظر گرفتن منابع موجود تعریف کرد (رضائیان، ۱۳۸۰: ۲۸). مک کله لند (۱۹۶۱)، کارآفرینی را فراتر از شغل و حرفه و به یک شیوه زندگی تعبیر می‌نماید، به طوری که خلاقیت و نوآوری، عشق به کار و تلاش مستمر، پویایی، مخاطره‌پذیری، آینده‌نگری، ارزش آفرینی، آرمان‌گرایی، اغتنام فرصت، نیاز به پیشرفت و مثبت‌اندیشی را زیربنا و اساس زندگی کارآفرینانه می‌داند (صمد آقایی، ۱۳۸۲: ۱۸).

همچنین می‌توان کارآفرین را فردی دارای فکر و نظری نو دانست که از طریق فرآیند تأسیس و ایجاد یک کسب و کار و قبول مخاطره، محصول یا خدمات جدیدی را به جامعه خود معرفی می‌کند (احمد پورداریانی، ۱۳۷۹). پیتر دراکر معتقد است، کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌کند. کارآفرین ارزش‌ها را تغییر می‌دهد و ماهیت آن‌ها را دچار تحول می‌کند همچنین مخاطره پذیر است و به درستی تصمیم‌گیری می‌نماید. برای فعالیت خود به سرمایه نیاز دارد ولی هیچگاه سرمایه‌گذار نیست. کارآفرین همواره به دنبال تغییر است و به آن پاسخ می‌دهد و فرصت‌ها را شناسایی می‌کند (Drucker, 1993).

رویکردهای کارآفرینی

به طور کلی از چهار جنبه مختلف، متغیرهای مربوط به کارآفرین و کارآفرینی مورد مطالعه قرار گرفت. دسته اول این متغیرها که در حوزه توجه روان‌شناس‌ها قرار دارد، متغیرهای شخصیتی و روان‌شناختی بود. روان‌شناس‌ها در اواسط قرن بیستم میلادی توجه خود را به تجزیه و تحلیل فرد معطوف داشتند و اکثر آن‌ها به دنبال کشف پاسخ این سؤال بودند که کدام ویژگی‌های فردی کارآفرین وی را از غیر کارآفرین متمایز می‌سازد. هدف روان‌شناس‌ها در واقع کشف چگونگی ایجاد این ویژگی‌های متمایزکننده است. از اینرو از تحقیقات این دانشمندان به عنوان رویکرد شخصیتی یا ویژگی‌های کارآفرینی نام برده می‌شود. از اوایل دهه ۱۹۶۰ میلادی و به دنبال عدم موفقیت روان‌شناسان در دستیابی به ویژگی‌های مشترک بین کارآفرینان، توجه جامعه‌شناسان و روان‌شناسان به دسته دیگری از متغیرهای جمعیت‌شناختی معطوف گردید که از مطالعات آن‌ها تحت عنوان رویکرد رفتاری یاد می‌شود. در واقع در این رویکرد به فعالیت کارآفرین، دلایل و چگونگی تشکیل یک کسب و کار و یا فرایندی که طی آن شرکت‌های جدید پا به عرصه وجود می‌گذارند، توجه می‌شود (کولر می‌یر، ۱۹۹۲: ۱۸). از اواخر دهه ۱۹۷۰ میلادی به بعد دو دسته دیگر از متغیرهای سازمانی و محیطی (اقتصادی - سیاسی) نیز مورد توجه قرار گرفتند (احمد پورداریانی، ۱۳۷۹: ۷۶).

همان‌طور که گفته شد، تحقیقات زیادی در خصوص ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان انجام گرفته است. از زمانی که شومپیتر در سال ۱۹۴۲ کارآفرینان را به عنوان نیروی پیش‌برنده بازار مورد شناسایی قرار داد، پژوهشگران تلاش نمودند تا ویژگی‌های کارآفرینان و عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینانه را مشخص کنند (مقیمی، ۱۳۸۳: ۷۹).

تعداد بسیار زیادی از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان توسط محققان ارائه شده است. در این تحقیق، طبق نظر بروکهاوس و هورویتز (۱۹۸۵)، چهار ویژگی را به عنوان ویژگی‌های شخصیتی اصلی کارآفرینان در نظر می‌گیریم که عبارتند از توفیق‌طلبی، مرکز کنترل درونی، تمایل به مخاطره یا خطرپذیری و تحمل ابهام (Amit et al, 1993: 821). علاوه بر آن‌ها، ویژگی خلاقیت و استقلال‌طلبی نیز به دلیل اتفاق نظر اکثر محققان، مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

نیاز به توفیق یا توفیق‌طلبی^۳

این نیاز نخستین بار توسط دیوید مک کله لند در سال ۱۹۶۳ مورد شناسایی قرار گرفت. نیاز به توفیق به معنای

³ Need for Achievement

تمایل به انجام کار در استانداردهای عالی جهت موفقیت در موقعیت های رقابتی است. افراد با نیاز توفیق بالا مایل هستند تا همواره در چالش باشند و در راه رسیدن به اهداف قابل دسترس نسبت به عملکرد خود بازخور مکرر و منظم زمانی دریافت کنند (احمد پورداریانی، ۱۳۷۹: ۸۲-۸۱). این افراد برای رسیدن به پیشرفت و ارضای نیاز خود ترجیح می دهند که مسئولیت حل مشکلات، تعیین اهداف و دستیابی به آنها را از طریق تلاش شخصی خود به عهده گیرند و در این راستا مخاطرات معقول و معتدل را می پذیرند و نسبت به نتایج عملکرد و تصمیمات خود حساس هستند و از مشاهده تأثیر اندیشه، محصول و یا خدمات خود بر اجتماع لذت می برند. یک میل درونی قوی برای رقابت، اعتلا در برابر استانداردهای خود ساخته و دنبال کردن اهداف دشوار آنها را به جلو می راند (سعیدی کیا، ۱۳۸۵: ۳۳).

تمایل به مخاطره یا خطرپذیری^۴: تمایل به مخاطره یا خطرپذیری عبارت از پذیرش مخاطره های معتدل است که می توان آنها را با تلاش های شخصی مهار کرد. هنگام در نظر گرفتن هرگونه مخاطره، دو عنصر در ایجاد این مفهوم نقش دارند، یکی سطح درک فرد کارآفرین از مخاطره در آغاز هر فعالیت مخاطره آمیز و دیگری احتمال شکست در صورت ناموفق بودن آن فعالیت است (Brockhaus, 1994). لایلز و بروکهاوس معتقد بودند که تمایل به پذیرش مخاطره های معتدل از ویژگی های بارز کارآفرینان است.

تحمل ابهام^۵: قدرت تحمل ابهام عبارت از پذیرفتن عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه حیات با دانشی ناقص درباره محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل است بی آنکه شخص بداند آیا موفق خواهد شد یا خیر؟ (احمد پورداریانی، ۱۳۷۹: ۸۹). سر و کار داشتن با ابهام و عدم قطعیت از ویژگی های مهم کارآفرین است (مردیث و همکاران، ۱۳۷۱: ۴۵). به نظر می رسد کارآفرینان به مراتب بیشتر از افراد دیگر تحمل ابهام را داشته باشند (احمد پورداریانی و عزیز، ۱۳۸۳: ۵۰).

خلاقیت^۶: مطابق با دایره المعارف علوم اجتماعی، برخی خلاقیت را توانایی هستی بخشیدن به پدیده ای جدید تعریف نموده اند و عده ای دیگر آن را نه به عنوان توانایی بلکه به عنوان فرایند روان شناختی یا فرایندهایی تعریف کرده اند که از طریق آنها محصولات جدید و ارزشمند خلق می شوند (احمد پورداریانی، ۱۳۷۹: ۸۸). خلاقیت، به کارگیری توانایی های ذهنی برای ایجاد یک فکر و یا مفهوم جدید است. از این تعریف می توان چنین استنباط کرد که خلاقیت در هر نوع فعالیتی صورت می گیرد و تنها محدود به نوع خاصی از آن نیست (رضائیان، ۱۳۷۴: ۳۱). خلاقیت جوهره کارآفرینی است. تاروپود فرهنگ کارآفرینی از جنس خلاقیت، نوآوری و سخت کوشی بافته شده است. فرهنگ کارآفرینی بر بهادادن به خلاقیت و نوآوری استوار است (مقیمی، ۱۳۸۳). اساساً کارآفرینی یک فعالیت خلاق برای بدست آوردن ارزش از طریق ایجاد یک شرکت یا سازمان است (احمد پورداریانی، ۱۳۷۷).

نیاز به استقلال: نیاز به استقلال از ویژگی هایی است که به عنوان یک نیروی بسیار برانگیزاننده مورد تأکید واقع شده است. نیاز به استقلال را می توان به صورت عبارتی نظیر «کنترل داشتن برسرنوشت خویش»، «کاری را برای خود انجام دادن» و «آقای خود بودن» تعریف کرد (McKeran & Flannigan, 1996: 12). تمایل به استقلال، یک نیروی انگیزشی برای کارآفرینان معاصر است. نیاز به استقلال عاملی است که سبب می شود کارآفرینان به اهداف و رویاهای خود دست یابند.

مرکز کنترل درونی: عقیده فرد نسبت به اینکه عاقبت و سرانجام وی تحت کنترل وقایع خارجی و یا داخلی است، مرکز کنترل نامیده می شود (احمد پورداریانی و عزیز، ۱۳۸۳: ۴۸). به عبارت دیگر، مرکز کنترل بر باور فرد نسبت به اینکه رفتار

⁴ Risk – Taking Propensity

⁵ Ambiguity Tolerance

⁶ Creativity

او تا چه اندازه اثر مستقیم بر پیامدهای همان رفتار دارد، دلالت می کند (Herron & Robinson, 2003). روتر^۷ تعریف دقیقی در خصوص مرکز کنترل ارائه داده است: هرگاه شخصی بازخوردی را مشاهده کند که به طور کامل از عملکرد وی ناشی نشود، پیامد آن را به بخت یا اقبال نسبت داده و آن را تحت کنترل دیگران می داند و یا اصولاً به علت پیچیدگی فراوان نیروهای محیطی آن را غیرقابل پیش بینی تصور می کند. هرگاه فرد رویدادی را به این صورت تحلیل نماید. به کنترل بیرونی اعتقاد دارد و چنانچه شخصی آن رخداد را پیامد رفتار و یا ویژگی های دائمی خود بداند، به کنترل درونی اعتقاد دارد (Jennings & Zeithaml, 1983: 141). تحقیقات حاکی از آن است که فعالیت های یک کارآفرین بیشتر به کنترل های درونی است. کارآفرینان موفق به خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال و یا نیروهای مشابه نسبت نمی دهند.

ب) هوش عاطفی

واژه های هوش عاطفی^۸ و بهره عاطفی^۹ به عنوان پرکاربردترین لغات و مفاهیم جدید در سال ۱۹۹۵ میلادی از سوی جامعه دیالکت آمریکا انتخاب گردید و از آن پس تا کنون نیز تحقیقات در مورد هوش عاطفی رو به افزایش است (اکبرزاده، ۱۳۸۳: ۵۶).

مفهوم هوش عاطفی، چیز جدیدی نیست، بلکه استفاده از این اصطلاح در نوع خود جدید است. شاید ارسطو اولین کسی بود که به اهمیت احساسات در تعاملات انسانی توجه نمود. وی می گوید: عصبانی شدن آسان است اما عصبانی شدن در مقابل شخص صحیح و به میزان صحیح آسان نیست (گلمن، ۱۳۸۲: ۱۵). ریشه هوش عاطفی از مفهوم هوش اجتماعی نشأت می گیرد که اولین بار در سال ۱۹۲۰ توسط ثراندیک مطرح شد (الهوردی حبیب پور، ۱۳۸۳: ۴). با بررسی سوابق مطالعات هوش عاطفی می توان آن ها را به صورت دو مدل کلی تقسیم بندی کرد:

۱- مدل توانایی هوش عاطفی^{۱۰}

۲- مدل مختلط هوش عاطفی^{۱۱}

مدل توانایی هوش عاطفی، مدلی است که توسط مایر و سالووی ارائه شد. آن دو هوش عاطفی را به صورت زیر تعریف کرده اند:

«زیرمجموعه ای از هوش اجتماعی شامل توانایی درک عواطف و احساسات خود و دیگران، تمایز قائل شدن بین آن ها و استفاده از این اطلاعات برای هدایت تفکر و اعمال.»

مایر و سالووی سپس الگوی اولیه خود را اصلاح کردند و هوش عاطفی را به دو حیطه تجربی و استراتژیک تقسیم کردند.

از جمله مدل های مختلط هوش عاطفی می توان مدل هوش بار-آن و مدل ابعاد پنج گانه هوش عاطفی گلمن را مطرح کرد.

⁷ J. B. Rotter

⁸ Emotional Intelligence (EI)

⁹ Emotional Quotient (EQ)

¹⁰ Ability Model of Emotional Intelligence

¹¹ Mixed Model of Emotional Intelligence

هوش عاطفی از دیدگاه بار- آن: یکی دیگر از نظریه پردازان مدل مختلط هوش عاطفی، بار- آن است. مدل بار- آن، مهارت ها، تسهیل کننده ها و شایستگی های اجتماعی و هیجانی به هم مرتبط را که بر رفتار هوشمندانه تأثیر دارند به صورت چند بخشی بیان می کند. بار- آن در سال ۱۹۹۷ مدلی از توانش های عاطفی را ارائه داده است. این مدل ۵ حیطه گسترده از مهارت ها و توانایی ها را در برمی گیرد و دارای ۱۵ خرده مقیاس است (Bar-On, 2005).

ابعاد پنج گانه هوش عاطفی گلمن: گلمن، هوش عاطفی را، قابلیت تشخیص احساسات و عواطف خود و دیگران، برای برانگیختن خود و دیگران و مدیریت صحیح عواطف در روابط تعریف می کند. مدل ارائه شده توسط گلمن ۵ شاخه دارد و ۲۵ شایستگی را در آن شاخه ها جای داده است (Goleman, 1995).

الف) خودآگاهی^{۱۲}: شامل: خودآگاهی عاطفی، خود ارزیابی صحیح و اعتماد به نفس است (سیا روجی و دیگران، ۱۳۸۳: ۲۶۴).

ب) خودتنظیمی^{۱۳}: شامل خود کنترلی^{۱۴}، قابل اعتماد بودن^{۱۵}، وجدان^{۱۶}، انطباق پذیری^{۱۷} و نوآوری^{۱۸} است.

ج) انگیزش^{۱۹}: شامل توفیق^{۲۰}، تعهد^{۲۱}، ابتکار^{۲۲} و خوش بینی است.

د) همدلی^{۲۳}: شامل درک دیگران^{۲۴}، کمک به رشد دیگران^{۲۵}، تنوع و گوناگونی^{۲۶} و آگاهی سیاسی^{۲۷} است.

ه) مهارت های اجتماعی^{۲۸}: شامل نفوذ^{۲۹}، برقراری ارتباط^{۳۰}، مدیریت تعارض^{۳۱}، رهبری^{۳۲}، سازماندهی تغییر^{۳۳}، محدودسازی^{۳۴}، مشارکت/ تعاون و ظرفیت های کارگروهی است.

ضرورت توجه به هوش عاطفی در فرآیند کارآفرینی: هوش عاطفی داستانی نگفته در پس پدیده کارآفرینی است (Cross & Travaglione, 2003).

کارآفرین در طول فرآیند کارآفرینی با تعارض های عاطفی فراوانی روبه رو است. چنانچه فرد از لحاظ خودآگاهی عاطفی قوی نباشد، نمی تواند منابع اشتیاق و یا عجز و ناکامی را شناسایی نماید و در نتیجه احتمال موفقیت او بسیار کم می شود. فردی که خودآگاهی عاطفی بالایی داشته باشد، با شناسایی منابع اشتیاق و تجزیه و تحلیل عواملش، آن را همانند یک نیروی جلوبرنده به خدمت می گیرد و منابع اضطراب و ناکامی را از قبل شناسایی و با برنامه ریزی نقش این عوامل را کاهش می دهد (مقصودی، ۱۳۸۴: ۱۸۷). همان طور که گفته شد، یکی از ویژگی های کار آفرینان توانایی خطرپذیری است. در فعالیت کار آفرینانه مصادیق خطرپذیری بیشتر است. مخاطره از ویژگی های «هوش عاطفی» به شمار می رود. هوش شناختی یا منطقی به قدرت استدلال افراد کمک می کند. اما توانایی پیش بینی پیامدهای تصمیم،

-
- 12 Self-awareness
 - 13 Self-Regulation
 - 14 Self-control
 - 15 Trustworthiness
 - 16 Conscientiousness
 - 17 Adaptability
 - 18 Innovation
 - 19 Motivation
 - 20 Achievement
 - 21 Commitment
 - 22 Initiative
 - 23 Empathy
 - 24 Understanding others
 - 25 Developing others
 - 26 Diversity
 - 27 Political Awareness
 - 28 Social skills
 - 29 Influence
 - 30 Communication
 - 31 Conflict Management
 - 32 leadership
 - 33 Change catalyst
 - 34 Building Bonds

تنها از هوش عاطفی برمی‌آید (کوپر، ۱۳۷۷: ۷۱).

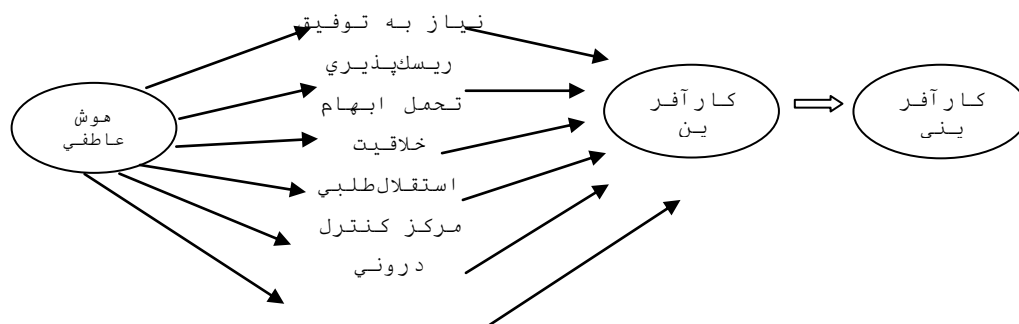
یکی دیگر از ویژگی‌های کارآفرینان، استقلال طلبی است. عموماً کارآفرینان افرادی هستند که می‌خواهند کار را به شیوه خودشان انجام دهند و کارکردن برای دیگران برایشان دشوار است (هیسریچ و پیترز، ۱۳۸۳: ۹۰). استقلال یکی از خرده مقیاس‌های هوش عاطفی از دیدگاه بار - آن است. براین اساس می‌توان گفت افرادی که دارای نمره بالایی در این خرده مقیاس هوش عاطفی باشند، توانایی اتکای به خود و رهایی از وابستگی به دیگران را دارا هستند. خلاقیت، جان مایه کارآفرینی است. تار و پود کار آفرینی از جنس خلاقیت و نوآوری بافته شده است. قسمت اعظم دانش خلاق و شهودی هر فرد بر مبنای هوش عاطفی وی قرار دارد (کوپر، ۱۳۷۷: ۱۱۲). عواطف باعث خلاقیت، مشارکت و ابتکار عمل می‌شوند (همان منبع: ۹۹).

از دیگر ویژگی‌های کارآفرینی، رهبری است و یکی از ویژگی‌های مهم یک رهبر موفق داشتن هوش عاطفی بالا است. مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که در موقعیت‌های رهبری تقریباً ۹۰٪ از کفایت‌ها و قابلیت‌های ضرور برای موفقیت ماهیتی هیجانی و اجتماعی دارند. کسی که دیگران را رهبری کند ابتدا باید خودآگاه باشد (Cross & Travaglione, 2003: 266).

یکی از ویژگی‌های افراد خلاق و کارآفرین، توانایی شهودی است. شهود در فلسفه عبارت از شکلی از شناخت و دانش است که مستقل از تجربه و دلیل باشد. شهود یک نوع توان پیش بینی غیر استدلالی است و ریشه در ناخودآگاه دارد. فرد برخوردار از خودآگاهی مناسب توان پذیرش شهود بیشتر را دارد، اما اگر خودآگاهی فرد ضعیف باشد، شهود او به حداقل می‌رسد. به عقیده سوراکین، از بزرگترین روان‌شناسان و فلسفه‌دانان، شهود همان منبع اصلی دانش فردی است. توانایی تصمیم‌گیری بر پایه شهود و بصیرت ارزشمندترین دارایی کارآفرینانه است. هر چه محیط پیرامون متغیرتر باشد، قضاوت و تصمیم‌گیری بیشتری براساس شهود و بصیرت لازم می‌شود. شهود ارتباط نزدیکی با شعور عاطفی دارد و می‌تواند برای موفقیت فردی و شغلی ارزش به‌سزایی داشته باشد (کوپر، ۱۳۷۷: ۱۱۳).

مدل مفهومی تحقیق

قصد پژوهشگر آن است که وجود رابطه بین ۶ مؤلفه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان را با مقیاس هوش عاطفی کل از دیدگاه گلمن آزمون کند و در واقع مشخص خواهد شد که میزان دارا بودن ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه تا چه حد با میزان هوش عاطفی کلی در کارآفرینان رابطه دارد (شکل ۱).



شکل ۱ - مدل مفهومی تحقیق

روش‌شناسی

جامعه آماری: جامعه آماری این پژوهش، شامل کلیه کارآفرینان استان تهران است. منظور از کارآفرین کسی است که ایجاد مؤسسه جدید را تعهد می‌کند، آن را سازمان می‌دهد، سرمایه را جمع‌آوری می‌کند و تمام یا بخش عمده

خطرات آن را می‌پذیرد (Burch, 1986: 12). از آنجا که جامعه کارآفرینان، هنوز به طور کامل شناسایی نشده است و سازمان‌های مختلف تعدادی از این افراد را به طور مستقل شناسایی نموده‌اند، در این تحقیق از افراد شناخته شده توسط سازمان‌هایی نظیر مرکز کارآفرینی دانشگاه شهید بهشتی، مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران و انجمن ملی زنان کارآفرین استفاده شده است.

روش نمونه‌گیری و تعداد نمونه: در این تحقیق از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. تعداد کارآفرین‌های در دسترس ۶۷ نفر بود. دو نوع پرسشنامه که به هم پیوست شده بود بین کارآفرینان توزیع گردید. اما متأسفانه تعدادی از پرسشنامه‌ها تکمیل و برگردانده نشد. تعداد پرسشنامه‌های به دست آمده ۵۵ عدد بود.

ابزار جمع‌آوری داده‌ها: در تحقیق حاضر، قسمت عمده داده‌ها به کمک پرسشنامه به دست آمده است. در این تحقیق دو نوع پرسشنامه تدوین گردیده است.

الف) پرسشنامه بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان

ب) پرسشنامه استاندارد سنجش هوش عاطفی شرینگ

فرضیه تحقیق: تحقیق حاضر، شامل یک فرضیه اصلی و ۶ فرضیه فرعی به شرح زیر است:

فرضیه اصلی: بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیات فرعی:

- بین نیاز به توفیق کارآفرینان و سطح هوش فرعی آنان رابطه معناداری وجود دارد.
- بین میزان خطرپذیری کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان رابطه معناداری وجود دارد.
- بین میزان تحمل ابهام کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان رابطه معناداری وجود دارد.
- بین خلاقیت کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان رابطه معناداری وجود دارد.
- بین استقلال‌طلبی کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان رابطه معناداری وجود دارد.
- بین داشتن مرکز کنترل درونی کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان رابطه معناداری وجود دارد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش به دو صورت است:

روش توصیفی: برای توصیف داده‌های این تحقیق با استفاده از روش‌های آمار توصیفی اعم از جدول توزیع فراوانی، درصد فراوانی و رسم نمودارها، هر یک از سوالات و یا موضوعات مورد بررسی در پرسشنامه به طور جداگانه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

روش تحلیلی و استنباطی: در این قسمت پس از نمره‌گذاری پرسشنامه‌ها و محاسبه شاخص‌های توصیفی برای آزمودن فرضیات و تعمیم نتایج به جامعه تحقیق، با استفاده از نرم افزار spss تحلیل آماری انجام شد.

برای بررسی تک تک مؤلفه‌های متغیرهای مستقل و وابسته از آزمون t استیودنت و برای بررسی معناداری رابطه بین متغیر مستقل (کارآفرینی) و متغیر وابسته (هوش عاطفی) و همچنین رابطه بین مؤلفه‌های این متغیرها (که فرضیات فرعی تحقیق را شامل می‌شوند) از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است.

خلاصه نتایج حاصل از آزمون t استیودنت برای تک تک مؤلفه‌های متغیرهای مستقل و وابسته با استفاده از فرض H_0 و H_1 که به صورت زیر است که در جدول (۱) نشان داده شده است.

(۱) فرض $H_0: \mu \geq 3$

(۲) فرض $H_1: \mu < 3$

جدول ۱ - نتایج آزمون مؤلفه‌های مدل تحقیق

فاصله اطمینان		تفاوت معناداری	خطای به دست آمده (دو دامنه)	درجه آزادی df	t به دست آمده	مؤلفه‌های متغیر کارآفرینان
حد بالا	حد پایین					
۴/۰۵۷۱	۳/۸۲۶۶	۳/۹۴۱۸	۰/۰۰۰	۵۴	۶۸/۵۷۳	نیاز به توفیق
۴/۰۱۲۱۹	۳/۹۱۴۵	۴/۰۱۸۲	۰/۰۰۰	۵۴	۷۷/۷۰۵	مخاطره و خطرپذیری
۴/۱۳۷۰	۳/۸۷۵۱	۴/۰۰۶۱	۰/۰۰۰	۵۴	۶۱/۳۴۸	تحمل ابهام
۴/۱۱۰۰	۳/۸۹۰۰	۴/۰۰۰۰	۰/۰۰۰	۵۴	۷۲/۸۹۸	خلاقیت
۴/۱۱۹۱	۳/۹۳۱۸	۴/۰۲۵۵	۰/۰۰۰	۵۴	۸۶/۱۵۱	استقلال طلبی
۳/۹۷۴۲	۳/۶۸۴۱	۳/۸۲۹۲	۰/۰۰۰	۵۴	۵۲/۹۲۷	داشتن مرکز کنترل درونی
۴/۰۵۵۲	۳/۹۰۹۰	۳/۹۸۱۶	۰/۰۰۰	۵۴	۱۰۹/۹۹۸	ویژگی‌های شخصیتی
۴/۰۳۸۷	۳/۹۲۶۱	۳/۹۸۲۴	۰/۰۰۰	۵۴	۱۴۱/۸۴۶	سطح هوش عاطفی

همان گونه که جدول (۱) نشان می‌دهد، مقدار آماره t بدست آمده برای کلیه متغیرها، در سطح خطای ۰/۰۱ معنادار است. به عبارت دیگر مقادیر ستون Sig. از سطح خطای مفروض (۰/۰۱) کوچکتر است. بنابراین فرض H_0 رد شده و فرض مخالف را می‌پذیریم. نتیجه به دست آمده بیانگر این امر است که از دیدگاه پرسش شونده‌گان متغیرها از سطح معناداری بالایی برخوردارند.

در مرحله بعد، برای سنجش رابطه بین مؤلفه‌های این متغیرها از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده که خلاصه ای از نتایج به دست آمده از آن به همراه میانگین و انحراف معیار متغیرها به صورت جداگانه برای هر یک از فرضیات در جدول (۲) آورده می‌شود. همانگونه که مشاهده می‌شود تنها فرضیه فرعی ششم که وجود رابطه بین مرکز کنترل درونی کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان را می‌سنجد، تایید نمی‌شود و فاقد همبستگی لازم میان متغیرهاست.

جدول ۲ - آماره‌های فرضیه‌ها و متغیرها

فرضیه	متغیرها	میانگین	انحراف معیار	ضریب همبستگی پیرسون	p-value
فرضیه اصلی	ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان هوش عاطفی	۳/۸۱۶۹ ۳/۹۸۲۴	۰/۲۶۸۴۵ ۰/۲۰۸۲۱	**۰/۵۶۳	۰/۰۰۰
فرضیه فرعی اول	نیاز به توفیق کارآفرینان هوش عاطفی	۳/۴۱۸۹ ۳/۹۸۲۴	۰/۴۲۶۳۱ ۰/۲۰۸۲۱	**۰/۴۵۵	۰/۰۰۰
فرضیه فرعی دوم	مخاطره پذیری کارآفرینان هوش عاطفی	۴/۰۱۸۲ ۳/۹۸۲۴	۰/۳۸۳۵۰ ۰/۲۰۸۲۱	**۰/۳۶۰	۰/۰۰۷

۰/۰۰۰	**۰/۴۸۴	۰/۴۸۴۲۸ ۰/۲۰۸۲۱	۴/۰۰۶۱ ۳/۹۸۲۴	تحمل ابهام کارآفرینان هوش عاطفی	فرضیه فرعی سوم
۰/۰۰۱	**۰/۴۲۶	۰/۴۰۶۹۴ ۰/۲۰۸۲۱	۴/۰۰۱ ۳/۹۸۲۴	خلاقیت کارآفرینان هوش عاطفی	فرضیه فرعی چهارم
۰/۰۳۸	*۰/۲۸۰	۰/۳۴۶۵۳ ۰/۲۰۸۲۱	۴/۰۲۵۵ ۳/۹۸۲۴	استقلال طلبی کارآفرینان هوش عاطفی	فرضیه فرعی پنجم
۰/۰۹۹	۰/۲۲۵	۰/۵۳۶۵۵ ۰/۲۰۸۲۱	۳/۸۲۹۲ ۳/۹۸۲۴	مرکز کنترل درونی کارآفرینان هوش عاطفی	فرضیه فرعی ششم

نتیجه‌گیری

در ارتباط با سؤال اصلی پژوهش که در جستجوی رابطه معنادار میان ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان بود، نتایج به دست آمده حاکی از وجود رابطه معنادار میان این دو متغیر است. یعنی $(r = ۰/۵۶۳)$ از این رو می‌توان نتیجه گرفت، که کارآفرینانی که هوش عاطفی بالایی دارند تا حد زیادی از ویژگی‌های شخصیتی مرتبط با کارآفرینی برخوردارند.

فرضیه فرعی اول: بین نیاز به توفیق یا توفیق طلبی کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان رابطه معنادار وجود دارد. در ارتباط با فرضیه فرعی اول نتایج پژوهش نشان داد که میان دو متغیر توفیق طلبی کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان رابطه وجود دارد و $(r = ۰/۴۵۵)$ است، به عبارت دیگر، نیاز به توفیق کارآفرینان و هوش عاطفی آنان ارتباط مثبت و معناداری با هم دارند. بدین ترتیب، می‌توان نتیجه گرفت که با افزایش هوش عاطفی و آموزش مهارت‌های آن می‌توان یکی از ویژگی‌های کارآفرینان را که انگیزه توفیق طلبی است، بالا برد.

فرضیه فرعی دوم پژوهش: بین خطرپذیری کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان رابطه معنادار وجود دارد. در ارتباط با فرضیه فرعی دوم پژوهش، ضریب همبستگی برابر با $۰/۳۶۰$ بود. این امر حاکی از وجود رابطه مثبت و معنی‌دار بین دو متغیر خطرپذیری کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان است و بدین ترتیب می‌توان نتیجه گرفت که افرادی که هوش عاطفی بالاتری دارند، روحیه مخاطره بالاتری دارند. با تایید این فرض، می‌توان با استفاده از آموزش مهارت‌های هوش عاطفی، کارآفرینان را در جهت پذیرش مخاطره‌های معتدل هدایت کرد. زیرا که برای شروع هر نوع فعالیت اقتصادی تا حدودی پذیرش ریسک لازم است و هوش عاطفی به توانایی پیش‌بینی پیامدهای تصمیم کمک می‌کند.

فرضیه فرعی سوم: بین میزان تحمل ابهام کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان رابطه معنادار وجود دارد. در این فرضیه ضریب همبستگی برابر با $۰/۴۸۴$ است که نشان دهنده رابطه مثبت و معنی‌دار بین این دو متغیر است. بدین ترتیب می‌توان نتیجه گرفت که افرادی که هوش عاطفی بالاتری دارند، تحمل ابهامشان نیز زیاد است، زیرا یکی از نمودهای هوش عاطفی توانایی شهودی افراد است. شهود یک نوع توان پیش‌بینی غیر استدلالی است و ریشه در ناخودآگاه دارد. اگر فرد از خودآگاهی مناسبی برخوردار باشد، پذیرش شهود او خیلی بیشتر است. همچنین افرادی که هوش عاطفی بالایی دارند، معمولاً از پیچیدگی شناختی بیشتری برخوردارند، به اطلاعات بیشتر توجه می‌کنند و اشارات را تعبیر و تفسیر می‌نمایند. نتیجه تحقیقات مشابه نیز بیانگر این امر است که افراد با پیچیدگی شناختی و تحمل ابهام بالا، به ویژگی‌های درونی دیگران حساس هستند و رفتار انعطافی و تطابقی بیشتری دارند.

فرضیه فرعی چهارم: بین خلاقیت کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان ارتباط معناداری وجود دارد. در بررسی این فرضیه ضریب همبستگی معادل $0/426$ بدست آمد که این امر نیز بیانگر وجود رابطه معنادار بین خلاقیت و سطح هوش عاطفی کارآفرینان است. افرادی که هوش عاطفی بالاتری دارند، خلاق ترند. سایر مطالعات نشان می‌دهد که هوش عاطفی به خلق ایده‌های جدید، نگاه به مسائل از زوایای مختلف، نوآوری و یافتن راه حل‌های تازه کمک می‌کند.

فرضیه فرعی پنجم: بین استقلال طلبی کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان رابطه معناداری وجود دارد. نتایج آماری نشان می‌دهد که رابطه بین دو متغیر استقلال طلبی و سطح هوش عاطفی کارآفرینان مثبت و معنادار است ($r=0/280$). از این رومی توان نتیجه گرفت کارآفرینانی که هوش عاطفی بالاتری دارند، روحیه استقلال طلبی بیشتری نیز دارند. استقلال طلبی یکی از مولفه‌های هوش عاطفی از دیدگاه بار-آن است.

فرضیه فرعی ششم: بین مرکز کنترل درونی کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان رابطه معنی‌داری وجود دارد. با توجه به ضریب همبستگی بدست آمده ($r=0/225$)، بین ویژگی دارا بودن مرکز کنترل درونی کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان رابطه معناداری یافت نشد. بدین معنی که نمی‌توان نتیجه گرفت کارآفرینانی که هوش عاطفی بالاتری دارند، دارای مرکز کنترل درونی هستند.

پیشنهادها

با توجه به جمعیت جوان کشور، ترویج فرهنگ کارآفرینی جهت افزایش عرضه افراد کارآفرین به جامعه کاری بیش از پیش ضرورت دارد. بدین منظور آموزش، آگاهی و تشویق فرد چه از طریق خانواده، معلمان و مدارس و دانشگاه‌ها امری ضرور است. با توجه به ویژگی‌های شخصیتی، امکان شناسایی افرادی که توانایی بالقوه‌ای برای کارآفرین شدن دارند، تسهیل می‌شود. همچنین از طریق آموزش و افزایش مهارت‌های هوش عاطفی می‌توان به کارآفرینانی که فعالیت خود را آغاز کرده‌اند، در جهت ادامه فعالیت و هدایت آن‌ها در مسیر صحیح کمک کرد.

همچنین از آنجا که این پژوهش بررسی رابطه بین دو متغیر است، از طریق افزایش مهارت‌های هوش عاطفی می‌توان برخی ویژگی‌های لازم جهت کارآفرینی را در افراد تقویت کرد. مهارت‌های هوش عاطفی تا حد بسیار زیادی از طریق آموزش قابل یادگیری و افزایش است. لذا بر ضرورت برگزاری دوره‌های آموزشی هوش عاطفی بخصوص در مراکز آموزشی کارآفرینی در اینجا تأکید می‌شود. مؤسسات آموزش کارآفرین می‌توانند آموزش‌های لازم را به افراد بدهند تا در زمان حل تعارضات و تصمیم‌گیری از این توانمندی‌ها استفاده نمایند و بهترین گزینه را از بین راه‌ها برگزینند.

منابع:

- ۱- احمد پور داریانی، محمود (۱۳۷۹). کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها، تهران، انتشارات پردیس.
- ۲- احمد پور داریانی، محمود و محمد عزیزی (۱۳۸۳). کارآفرینی، تهران، موسسه فرهنگی و انتشاراتی محراب قلم.
- ۳- اکبر زاده، نسرين (۱۳۸۳). هوش هیجانی؛ دیدگاه سالووی و دیگران، تهران، انتشارات فارابی.
- ۴- حبیب پور، اله‌ویردی (۱۳۸۳). «هوش عاطفی و اثر بخشی سازمانی»، تهران، فصلنامه مدیریت و توسعه، شماره ۲۱.
- ۵- گلمن، دانیل (۱۳۸۲). هوش هیجانی، ترجمه نسرين پارسا، تهران، انتشارات رشد.
- ۶- رضائیان، علی (۱۳۸۰). مبانی سازمان و مدیریت، تهران، انتشارات سمت.
- ۷- رضائیان، علی (۱۳۷۴). اصول مدیریت، تهران، انتشارات سمت.
- ۸- سعیدی کیا، مهدی (۱۳۸۵). اصول و مبانی کارآفرینی، تهران، انتشارات کیا.
- ۹- سیاروچی، ژوزف، جان مایر، ژوزف فورگاس (۱۳۸۳). هوش عاطفی در زندگی روزمره، ترجمه اصغر نوری و حبیب‌الله نصیری، تهران، انتشارات نوشته..
- ۱۰- صمدآقایی، جلیل (۱۳۸۲). سازمان های کارآفرین، تهران، موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.
- ۱۱- کرباسی، علی و همکاران (۱۳۸۱). «مروری بر ادبیات کارآفرینی»، فصلنامه صنایع، شماره ۳۳.
- ۱۲- کوپر، رابرت (۱۳۷۷). مدیریت عشق و عاطفه، ترجمه علیرضا عزیزی، تهران، انتشارات موسسه فرهنگی آموزشی توفیق.
- ۱۳- گلمن، دانیل (۱۳۸۲). هوش هیجانی، ترجمه نسرين پارسا، تهران، انتشارات رشد.
- ۱۴- مردیث، جفری و همکاران (۱۳۷۱). کارآفرینی، مترجم محمد صادقی نبی‌ئیان، مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، تهران، انتشارات دفتر بین‌المللی کار..
- ۱۵- مقصودی، جعفر (۱۳۸۴). «بررسی و مقایسه ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی کارآفرینان تهرانی با افراد عادی»، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته مشاوره شغلی، دانشگاه علامه طباطبایی.
- ۱۶- مقیمی، سید محمد، (۱۳۸۳). کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم.
- ۱۷- میر، جرالد و ژوزف استیگ لیتز (۱۳۸۴). پیشگامان توسعه اقتصادی، ترجمه غلامرضا آزاد، تهران، نشر نی.
- ۱۸- هیسریچ، رابرت دی و مایکل پیترز (۱۳۸۳). کارآفرینی، ترجمه سید علیرضا فیض بخش و حمیدرضا تقی یاری، تهران، انتشارات موسسه علمی دانشگاه شریف.

- 19- Amit. R., Gloston. L. Muller E. (1993). "Challenging to Theory Development in Entrepreneurship Research", Journal of Management Studies, No.3.
- 20- Bar-on, R. (2005). "The Bar-on Model of Emotional-Social Intelligence (ESI)", Issue in Emotional Intelligence, 1(4).
- 21- Brockhaus, R. and Horwitz, P. (1986). "The Psychology of the Entrepreneur, in d. Sexton & R. Smilor (eds)". The Art and Science of Entrepreneurship Cambridge, Mass: Ballinger.
- 22- Brockhaus, R. (1994). "Family Business: A Blessing or a Curse?" Keynote Address, Proceedings of the Small Enterprise Association of Australia and New Zealand Conference, Auckland, NZ, 25-27 September.
- 23- Burch, G.J.(1986). "Profiling the Entrepreneur, Business Horizons", September.
- 24- Cross Bernadette, Travaglione Anthony (2003). "The Untold Story: Is the Entrepreneur of the 21st Century Defined by Emotional Intelligence?" International Journal of Organizational Analysis. Bowling Green, Vol. 11, Issue 3.
- 25- Drucker, Peter, (1993). Innovation and Entrepreneurship-Practice and Principles, New York: Harper Business.
- 26- Golman,D.(1995).Emotional Intelligence:Why it can matter more than IQ,New York:Bantam Books
- 27- Hisrich, R. D and Peters P.M. (1998), Entrepreneurship, (fourth ed.), McGraw-Hill.
- 28- Herron ,L.A. ,Robinson Jr. , R.B.(2003).A Structural Model of the Effects of Entrepreneurial

Characteristics on Venture performance. *Journal of Business Venturing*, No. 8.
29- Jennings, D. and Zetihaml, C. (1983). Locus of Control: A Review and Directions for Entrepreneurial Research, National Academy of Management Proceedings.