

The Relationship between Emotional Intelligence and Entrepreneurship among MA Students

بررسی رابطه مؤلفه های هوش هیجانی و کارآفرینی در بین دانشجویان (مطالعه موردی: دانشجویان کارشناسی ارشد مدیریت- دانشگاه آزاد اسلامی استان مازندران)

Asghar Moshabbaki¹
Mohammadi Mehdi Alitabarbaee²
Zahra Shayganfard³

دکتر اصغر مشبکی^۱
مهدی محمدعلی تباربائی^۲
زهرا شایگان فرد^۳

تاریخ دریافت: ۹۰/۵/۱۳ تاریخ پذیرش: ۹۱/۲/۲۶

Abstract:

The aim of this study is verifying the relationship between emotional intelligence and entrepreneurship among MA students of management in Islamic Azad University Mazandaran. Based on Krejcie & Morgan's sampling size table, we selected 66 out of 80 students as sample group which finally ended up with 60 due to the missing data collected. In this study, we used Bar-On Emotional Intelligence questionnaire and Scarborough & Zimmerer's entrepreneurship questionnaire. The results indicated that there was a significant positive relationship between any one of the four components of emotional intelligence and entrepreneurship. The coefficients of correlation are respectively $r=0.359$ $r=0.374$ $r=0.333$ $r=0.389$ with $p<0.01$.

چکیده:

این پژوهش با هدف بررسی رابطه ۴ مؤلفه هوش هیجانی (روابط بین فردی، واقع گرایی، تحمل فشار روانی، خوش بینی) با کارآفرینی در بین دانشجویان رشته مدیریت در مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی مازندران (ورودی مهر ماه ۱۳۸۸) به مرحله اجرا درآمده است. به منظور دستیابی به هدف پژوهش از بین ۸۰ دانشجو ۶۶ نفر به عنوان جامعه نمونه به شیوه جدول مورگان انتخاب شدند که در نهایت به دلیل ناقص بودن و عدم برگشت به ۶۰ نفر کاهش یافت. این پژوهش به روش میدانی بوده و ابزارهای مورد استفاده جهت جمع آوری داده ها، پرسش نامه هوش هیجانی بار-آن و پرسش نامه کارآفرینی اسکار برف و زیمرر بوده است. نتیجه به دست آمده حاکی از آن بود که بین هر چهار مؤلفه انتخابی از هوش هیجانی با کارآفرینی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد (که ضریب همبستگی آنها به ترتیب $r=0.359$ ، $r=0.374$ ، $r=0.333$ ، $r=0.389$ در سطح $p<0.01$ رابطه ی مثبت و مستقیم دارد.)

Keywords: emotional intelligence, entrepreneurship, university

کلیدواژه ها: هوش هیجانی، کارآفرینی، دانشجویان، دانشگاه آزاد اسلامی، استان مازندران.

1- Assistant Professor, Tarbiat Modares University (E-mail: moshabak@modares.ac.ir)
2- Member of Young Researchers' Club, Islamic Azad University South Tehran Branch (E-mail: mehdi_tabar21@yahoo.com)
3- Islamic Azad University, Roudehen Branch (E-mail: z.shayegan@yahoo.com)

۱- عضو هیأت علمی دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. moshabak@modares.ac.ir
۲- عضو باشگاه پژوهشگران جوان دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، تهران، ایران. mehdi_tabar21@yahoo.com
۳- کارشناس ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، رودهن، ایران. z.shayegan@yahoo.com

مقدمه

هوش هیجانی شامل توانایی ادراک، ابراز، فهم و کنترل هیجانات خود و دیگران است (اکبرزاده، ۱۳۸۳). این مفهوم ژرفای تازه‌ای به هوش انسان بخشیده و آن را به توانایی ارزیابی هوش عمومی فرد از خود گسترش داده است. هوش هیجانی توانایی شناخت معانی هیجانات و روابط آنها و حل مساله بر مبنای آنها می باشد (مایر و همکاران^۱، ۲۰۰۴). هوش هیجانی با شناخت فرد از خودش و دیگران، ارتباط با دیگران و سازگاری و انطباق با محیط پیرامون که برای موفق شدن در برآوردن خواسته های اجتماعی لازم است، مرتبط است (سالووی و همکاران^۲، ۱۹۹۹). محققان آن را توانایی، استعداد، مهارت شناسایی، ارزیابی و اداره احساسات خود فرد با دیگران و گروه ها تعریف می کنند (برادبری و همکاران^۳، ۲۰۰۹). اصطلاح هوش هیجانی برای نخستین مرتبه در مجموعه مقالات آموزشی جان دی مایر و پیتر سالووی (۱۹۹۰) دیده شده، آنها هوش هیجانی را شامل توانایی تنظیم و تمایز قائل شدن بین احساسات خود و دیگران و استفاده از اطلاعات حاصله برای کنترل اعمال و افکار خود تعریف نمودند. در اواخر قرن بیستم بود که سالووی (پالمر و همکاران^۴، ۲۰۰۲) عنوان کرد که هوش انسان متشکل از مجموعه محدودی از قابلیت های شناختی نیست، بلکه جنبه ای هیجانی نیز می تواند در آن مطرح باشد و این دیدگاه نسبتاً جدیدی از هوش بوده که در عرصه روان شناسی مطرح گردید. اویستن و همکاران^۵ (۲۰۰۷)، هوش هیجانی ترکیبی از ظرفیت های درون فردی و بین فردی است که این امر برای افراد دارای هوش هیجانی بالا سودمند است. باید گفت به باور بسیاری، هوش هیجانی یکی از جدیدترین تحولات و ابداعات بشری در درک رابطه بین تفکر و هیجان است (ونگ و لاو^۶، ۲۰۰۲). مطابق با نظر بار-آن هوش هیجانی از ۵ مؤلفه تشکیل می شود: ۱- درون فردی (شامل: خودشکوفایی؛ استقلال و خودآگاهی هیجانی)؛ ۲- بین

فردی (شامل: همدلی و مسئولیت پذیری اجتماعی)؛ ۳- انطباق پذیری (شامل: توانایی حل مسائل و آگاهی به واقعیت و انعطاف پذیری)؛ ۴- مدیریت استرس (شامل: کنترل تکانه ها و تحمل فشارها)؛ ۵- خلق کلی (شامل: شادکامی و خوش بینی) (بار-آن^۷، ۲۰۰۲).

از آنجایی که کارآفرینی موتور محرک اصلی در توسعه اقتصادی کشورها است (احمدپور، ۱۳۸۱)، در حال حاضر یکی از مسائل بسیار مهم اشتغال زایی در کشور بحث کارآفرینی است، برای کارآفرینی که فعالیت اقتصادی منحصر به فرد خود را آغاز می کند، این تجربه مملو از اشتیاق، عجز و ناکامی، اضطراب و کار سخت است. کارآفرین در طول فرآیند کارآفرینی با تضادهای هیجانی فراوانی روبرو می شود؛ از یک سو اشتیاق و از سوی دیگر عجز و ناکامی و اضطراب. چنان چه از لحاظ خودآگاهی هیجانی قوی نباشد، نمی تواند منابع اشتیاق و یا عجز ناکامی را شناسایی نماید و در نتیجه، احتمال موفقیت او بسیار کم می شود. از سوی دیگر، فردی که از خودآگاهی هیجانی بالایی برخوردار باشد، با شناسایی منابع اشتیاق و تجزیه و تحلیل عوامل، از این نیرو همانند عاملی جلو برنده استفاده می کند، منابع اضطراب و ناکامی را از قبیل شناسایی و با برنامه ریزی نقش این عوامل را کاهش می دهد، به همین دلیل است که کارآفرینی منبع تضاد هیجانی است (احمدپور، ۱۳۸۱).

تجربه های هیجانی برای افراد، اطلاعاتی درباره خود و محیط شان فراهم می کند، به صورتی که با آن تعامل پیدا کرده و انطباق می یابند. همه اشکال تجربه هیجانی، از عواطف خالص و اساسی تا هیجان های متمرکز بر احساسات پیچیده، حاصل معانی ذهنی هستند (کندی و همکاران^۸، ۱۹۹۹).

خصوصیاتی همچون جستجو به دنبال فرصت ها، به جان خریدن خطرات، و اصرار در تحقق ایده ها در مجموع دیدگاه خاصی را تشکیل می دهند که کارآفرینان را به تصویر می کشد. در این دیدگاه،

همچنین لانگلی^{۱۸} (۲۰۰۰)، هوش هیجانی را ابزار جدید ارزشیابی برای بهبود مدیریت می داند و لنگورن^{۱۹} (۲۰۰۴)، از طریق پژوهشی در میان مدیران رستورانها در انگلستان پی برد که رابطه معناداری بین عملکرد مدیران و هوش هیجانی آنها وجود دارد. فکس و اسپکتور^{۲۰} (۲۰۰۰) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که سه مؤلفه هوش هیجانی- همدلی، تنظیم خلق و ابراز وجود به علاوه صفات عاطفی (عاطفه مثبت و منفی) و هوش- هیجانی کلی با موفقیت شغلی ارتباط دارند.

تحقیقات پرلینی و هالورسون^{۲۱} (۲۰۰۶) نیز نشان می دهد افرادی که هوش هیجانی بالاتری نسبت به سایرین دارند، در روابط بین فردی، مدیریت استرس، خود آگاهی، مدیریت هیجان و تحمل استرس، موفق تر از سایرین هستند.

هم چنین عنوان شده است که افراد دارای هوش هیجانی بالا می توانند با مشکلات و چالش های زندگی بهتر سازگار شوند و بدین ترتیب موجب بهبود و افزایش بهداشت روانی گردند. هوش هیجانی در سلامت افراد اثر مهمی دارد و از استرس موجود به هنگام مواجهه با وضعیت های دشوار نظیر بیماری های سخت، اضطراب و نگرانی می کاهد (برادبری و همکاران، ۲۰۰۹).

تحقیقات نشان می دهد که در حقیقت موفقیت فردی، در کار ۸۰ درصد به هوش هیجانی و فقط ۲۰ درصد به هوش شناختی بستگی دارد (مارتینز^{۲۲}، ۱۹۹۷) و هم چنین تحقیقاتی که گلن^{۲۳} (۱۹۹۸) انجام داده نشان داده IQ فقط برای بین ۴ تا ۲۵ درصد از موفقیت شغلی یک فرد نقش دارد.

جانسون و ایندريک^{۲۴} (۱۹۹۹) نیز در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که وقتی هوش هیجانی وجود دارد تشریک مساعی کارمندان، انگیزش آنان، بهره وری و درآمدهایشان افزایش می یابد. برخی از محققان کشور ما نیز در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که هوش هیجانی به عنوان کلید موفقیت و اثربخشی رهبر و مدیران در یک سازمان می باشد (مختاری پور و همکاران، ۱۳۸۵؛ بابایی و مؤمنی، ۱۳۸۴).

باتوجه به آنچه گفته شد و از آنجا که هیچ تحقیقی به صورت مستقیم ارتباط مؤلفه های هوش هیجانی (بار- آن، ۲۰۰۲) را با کارآفرینی مورد بررسی قرار نداده،

کارآفرینان عبارتند از: افرادی که مهارت های عاطفی شان به خوبی رشد یافته، از زندگی خویش خرسندند، کارآمد هستند و عادات فکری شان از آنها افرادی مولد و کارآمد ساخته، افرادی که نمی توانند بر زندگی عاطفی تسلط داشته باشند و درگیری شان در کشمکش های درونی، مانع تمرکز و تفکر روشن در کار می شود (مایر و جبر^۹، ۱۹۹۶).

آنچه که ذکر گردید، اهمیت هوش هیجانی را در رابطه با کارآفرینی مورد تأکید قرار می دهد. در این زمینه تحقیقی به آن صورت انجام نگرفته، اما سایر پژوهش های مرتبط با هوش هیجانی نشان داده است که هوش هیجانی با سلامت روانی (اسکات و همکاران^{۱۰}، ۲۰۰۷)، مهارت های روانی ورزشکاران (لن و همکاران^{۱۱}، ۲۰۰۹) شناسایی محتوای هیجان ها و توان همدلی با دیگران (مایر و همکاران، ۱۹۹۰)، سازش اجتماعی و هیجانی (سالووی و همکاران، ۲۰۰۲) همبستگی مثبت و با آشفتنگی روان شناختی (زالاسکی و کارترایت^{۱۲}، ۲۰۰۲)، افسردگی (تیلور و همکاران^{۱۳}، ۱۹۹۹) مصرف سیگار و الکل (ترینیداد و جانسون^{۱۴}، ۲۰۰۲) و اختلالهای روان شناختی (لین و اسپوارتز^{۱۵}، ۱۹۸۷) همبستگی منفی دارد.

به عقیده کوپر^{۱۶} (۱۹۹۷)، توجه به عواطف و هیجانات در زمان، صرفه جویی می کند، فرصت ها را گسترش می دهد و انرژی را برای نتایج بهتر متمرکز می کند، از طرفی ونیپرن^{۱۷} (۲۰۰۳) نشان داده که گرایش های هیجانی و عاطفی مثبت، عملکرد افراد را بهبود می بخشد. به علاوه، در زمینه تأثیر هوش هیجانی و پیشرفت شغلی این نتیجه به دست آمد که کاربرد هوش هیجانی موجب پیشرفت و بهبود فرآیند تصمیم گیری شغلی می شود و هوش هیجانی نیز تأثیر مستقیمی بر میزان فروش کالا دارد و افراد دارای هوش هیجانی بالا در شغل های نیازمند تخصص فنی، کارایی بهتری دارند (ساجدی و همکاران، ۱۳۸۶).

نظر تأهل باید گفت که از مجموع اعضای نمونه آماری، تعداد ۳۳ نفر مجرد و ۲۷ نفر متأهل می باشند.

ابزار پژوهش

در این پژوهش، از پرسش نامه سنجش کارآفرینی (مقیمی، ۱۳۸۵) و پرسش نامه هوش هیجانی بار-آن استفاده شده است. پرسش نامه کارآفرینی توسط اسکاربورف و زیمرر ابداع شده که شامل ۱۰ سؤال بوده و روایی آن کاملاً اثبات شده و استاندارد است. پایایی آزمون حاصل از این پرسش نامه با استفاده از روش آلفای کرانباخ ۰.۷۹ است. پرسش نامه هوش هیجانی بار- آن در سال ۱۹۸۰ ساخته و استانداردسازی و استفاده شده است. پاسخ های این آزمون بر روی طیف ۵ درجه ای (کاملاً موافقم، موافقم، تا اندازه ای، مخالفم و کاملاً مخالفم) پاسخ داده می شود. مقیاس های آزمون به ترتیب شامل: ۱- خود آگاهی هیجانی؛ ۲- خودآبرازی؛ ۳- عزت نفس؛ ۴- خود شکوفایی؛ ۵- استقلال؛ ۶- همدلی؛ ۷- مسئولیت پذیری اجتماعی؛ ۸- روابط بین فردی؛ ۹- واقع گرایی؛ ۱۰- انعطاف پذیری؛ ۱۱- حل مسأله؛ ۱۲- تحمل فشار روانی؛ ۱۳- کنترل تکانش؛ ۱۴- خوش بینی و ۱۵- شادمانی می باشد.

این پرسش نامه را سموعی و همکاران (روان تجهیز سینا، ۱۳۸۰) ترجمه و آماده کرده اند که پس از انجام برخی تغییرات، پرسش نامه ۹۰ سؤالی را تنظیم و طرح نموده اند. با توجه به موضوع پژوهش، از میان ۱۵ مقیاس و مؤلفه فوق، چهار مقیاس (روابط بین فردی، واقع گرایی، تحمل فشار روانی، خوش بینی در قالب ۲۴ سؤال) انتخاب و رابطه آن با کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفت. پایایی آزمون حاصل از این پرسش نامه با استفاده از روش آلفای کرانباخ ۰.۸۲ است.

نکته: در این پژوهش به منظور جمع آوری داده ها، از روش های آمار توصیفی از جمله سن، جنسیت، تأهل و هم چنین برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش آمار استنباطی چون ضریب همبستگی، آزمون t و آزمون فریدمن استفاده شده است.

در این پژوهش ابتدا نرمال بودن داده ها بوسیله آزمون KS مشخص و تأیید شد و سپس به منظور تحلیل داده های حاصل از ابزارهای پژوهش، از ضریب همبستگی پیرسون (برای بررسی رابطه بین مولفه های انتخاب شده

پژوهشگران درصد بررسی رابطه مؤلفه های هوش هیجانی با کارآفرینی در بین دانشجویان مدیریت می باشند یا به عبارتی آیا هوش هیجانی با توجه به مؤلفه های انتخابی با میزان کارآفرینی دانشجویان مدیریت ارتباط دارد؟ بدین منظور صحت فرضیه های زیر را مورد آزمون قرار می گیرد.

فرضیه های این تحقیق عبارتند از:

- ۱- بین مؤلفه تحمل فشار روانی و کارآفرینی رابطه معنادار وجود دارد.
- ۲- بین مؤلفه واقع گرایی و کارآفرینی رابطه معنادار وجود دارد.
- ۳- بین مؤلفه روابط بین فردی و کارآفرینی رابطه معنادار وجود دارد.
- ۴- بین مؤلفه خوش بینی و کارآفرینی رابطه معنادار وجود دارد.
- ۵- بین مؤلفه هوش هیجانی و کارآفرینی رابطه معنادار وجود دارد.

روش

این پژوهش به روش میدانی بوده و برای جمع آوری داده ها از ابزار پرسش نامه استفاده شده است. هم چنین در جمع آوری اطلاعات و ادبیات موضوعی از روش کتابخانه ای و اینترنت نیز استفاده شده است.

جامعه آماری، نمونه و روش نمونه گیری

جامعه آماری پژوهش حاضر مشتمل بر کلیه دانشجویان زن و مرد دانشگاه های آزاد اسلامی استان مازندران در مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت بهره وری مهرماه ۱۳۸۸ بود که مشغول به تحصیل و گذراندن واحدهای درسی خود بودند. تعداد دانشجویان زن و مرد ۸۰ نفر بود که تعداد ۶۶ نفر براساس جدول مورگان، به عنوان نمونه انتخاب شدند و پرسش نامه ها بین آنها توزیع گردید که ۳ تا از این پرسش نامه ها ناقص و ۳ تای آنها برگشت داده نشده است. بنابراین جامعه نمونه تعداد ۶۰ نفر انتخاب شده که تعداد ۳۳ نفر مرد و ۲۷ نفر زن می باشند. به عبارت دیگر می توان بیان کرد که از مجموع اعضای نمونه آماری، ۵۵ درصد مرد و ۴۵ درصد زن می باشند. همچنین از این تعداد، ۴۳ نفر ۳۵-۲۵ سال (۷۰.۵ درصد)، ۱۵ نفر ۴۵-۳۵ سال (۲۴.۰۶ درصد) و ۲ نفر ۴۵ سال به بالا (۳.۳ درصد) می باشند. هم چنین از

از هوش هیجانی با کارآفرینی)، آزمون t و آزمون فریدمن استفاده شده است که این محاسبات از طریق نرم افزار SPSS صورت پذیرفته است.

یافته ها

پس از نمره گذاری پرسش نامه ها و استخراج نتایج، یافته های زیر ارائه گردیده است.

جدول ۱- میانگین و انحراف استاندارد هوش هیجانی و مؤلفه های آن

| متغیرها | تعداد | میانگین | انحراف استاندارد |
|-----------------|-------|---------|------------------|
| تحمل فشار روانی | ۶۰ | ۲/۷۹۱ | ۰/۷۱۵ |
| واقع گرایی | ۶۰ | ۲/۷۲۲ | ۰/۷۲۴ |
| روابط بین فردی | ۶۰ | ۲/۷۲۲ | ۰/۷۳۳ |
| خوش بینی | ۶۰ | ۲/۷۲۷ | ۰/۷۳۱ |
| هوش هیجانی | ۶۰ | ۲/۷۳۵ | ۰/۷۱۰ |

جدول ۲- میانگین و انحراف استاندارد کار آفرینی

| متغیر | تعداد | میانگین | انحراف استاندارد |
|------------|-------|---------|------------------|
| کار آفرینی | ۶۰ | ۶/۰۳۱ | ۱/۳۵۸ |

جدول ۳- نتایج آزمون t برای مقایسه دانشجویان دختر و پسر

| شاخص مقیاس | دانشجویان دختر | | دانشجویان پسر | | نتایج آزمون t-test | | گروه |
|-----------------|----------------|--------------|---------------|--------------|--------------------|--------|-------|
| | میانگین | انحراف معیار | میانگین | انحراف معیار | درجه آزادی | t | |
| تحمل فشار روانی | ۲/۵۹ | ۰/۸۳۲۴ | ۲/۹۵ | ۰/۵۶۵۶ | ۵۸ | -۰/۶۸۶ | ۰/۳۹۰ |
| واقع گرایی | ۲/۵۳ | ۰/۸۱۴۳ | ۲/۹۶ | ۰/۵۸۷۴ | ۵۸ | ۲/۰۳۹ | ۰/۶۰۸ |
| روابط بین فردی | ۲/۵۰ | ۰/۸۱۵۱ | ۲/۹۲ | ۰/۵۹۳۸ | ۵۸ | -۰/۴۵۳ | ۰/۷۶۶ |
| خوش بینی | ۲/۵۵ | ۰/۸۳۰۷ | ۲/۸۶ | ۰/۶۱۶۲ | ۵۸ | ۰/۵۲۶ | ۰/۵۹۴ |
| هوش هیجانی | ۲/۵۴ | ۰/۸۱۰۲ | ۲/۹۲ | ۰/۵۷۲۲ | ۵۸ | ۰/۷۵۸ | ۰/۵۳۸ |

نتایج آزمون t برای مقایسه دانشجویان دختر و پسر در مورد مؤلفه هوش هیجانی و زیر مقیاس های آن نشان می دهد که به دلیل اینکه $p > 0/01$ است.

بنابراین دانشجویان پسر و دختر در هیچ یک از متغیرهای یاد شده با هم تفاوت معناداری ندارند.

جدول ۴- ضریب همبستگی پیرسون بین هوش هیجانی و مؤلفه های آن با کارآفرینی

| متغیرها | تعداد | ضریب همبستگی پیرسون | سطح معناداری | ضریب تعیین | خطای معیار برآورد | ضریب رگرسیون | ثابت رگرسیون |
|------------------------------|-------|---------------------|--------------|------------|-------------------|--------------|--------------|
| تحمل فشار روانی بر کارآفرینی | ۶۰ | ۰/۳۳۳ | ۰/۰۰۹ | ۰/۱۱۱ | ۱/۲۹۱ | ۰/۶۳۲ | ۴/۲۶۸ |
| واقع گرایی بر کارآفرینی | ۶۰ | ۰/۳۷۴ | ۰/۰۰۳ | ۰/۱۴۰ | ۱/۲۷۰ | ۰/۷۱ | ۴/۰۹۰ |
| روابط بین فردی بر کارآفرینی | ۶۰ | ۰/۳۵۹ | ۰/۰۰۵ | ۰/۱۲۹ | ۱/۲۷۸ | ۰/۶۶۵ | ۴/۲۲۱ |
| خوش بینی بر کارآفرینی | ۶۰ | ۰/۳۸۹ | ۰/۰۰۲ | ۰/۱۵۲ | ۱/۲۶۱ | ۰/۷۲۳ | ۴/۰۵۹ |
| هوش هیجانی بر کارآفرینی | ۶۰ | ۰/۳۶۸ | ۰/۰۰۴ | ۰/۱۳۶ | ۱/۲۷۳ | ۰/۷۰۵ | ۴/۰۸۹ |

فرضیه اول: بررسی رابطه تحمل فشار روانی بر کارآفرینی ضریب همبستگی بین دو متغیر برابر با ۰/۳۳۳ می- باشد که از نظر آماری در سطح $p < 0/01$ معنادار می- باشد. یعنی تحمل فشار روانی می تواند ۰/۶۶۷ واریانس کارآفرینی را تبیین کند، لذا فرضیه اول تأیید می-گردد یعنی بین تحمل فشار روانی و کارآفرینی رابطه مستقیم وجود دارد. معادله رگرسیون به شرح ذیل است:

فرضیه دوم: بررسی رابطه واقع گرایی بر کارآفرینی ضریب همبستگی بین دو متغیر برابر با ۰/۳۷۴ می- باشد که از نظر آماری در سطح $p < 0/01$ معنادار می- باشد. یعنی واقع گرایی می تواند ۰/۲۶۲ واریانس کارآفرینی را تبیین کند. لذا فرضیه دوم تأیید می-گردد یعنی بین واقع گرایی و کارآفرینی رابطه مستقیم وجود دارد. با معادله رگرسیون برای پیش بینی نمره کارآفرینی به صورت زیر ارائه می-گردد.

$$y = 0/632x + 4/268$$

فرضیه سوم: بررسی روابط بین فردی بر کارآفرینی ضریب همبستگی بین دو متغیر برابر با ۰/۳۵۹ می- باشد که از نظر آماری در سطح $p < 0/01$ معنادار می- باشد. یعنی روابط بین فردی می تواند ۰/۶۴۱ واریانس کارآفرینی را تبیین کند. لذا فرضیه سوم تأیید می-گردد یعنی بین روابط بین فردی و کارآفرینی رابطه مستقیم وجود دارد. معادله رگرسیون برای پیش بینی نمره کارآفرینی به صورت زیر ارائه می-گردد.

$$y = -0/701x + 4/090$$

فرضیه چهارم: بررسی رابطه بین خوش بینی بر کارآفرینی ضریب همبستگی بین دو متغیر برابر با ۰/۳۸۹ می- باشد که از نظر آماری در سطح $p < 0/01$ معنادار می- باشد. یعنی خوش بینی می تواند ۰/۶۱۱ واریانس کارآفرینی را تبیین کند. لذا فرضیه چهارم تأیید می-گردد یعنی بین خوش بینی و کارآفرینی رابطه مستقیمی وجود دارد. معادله رگرسیون به صورت زیر ارائه می-گردد.

$$y = 0/665x + 4/221$$

فرضیه پنجم: بررسی رابطه بین هوش هیجانی بر کارآفرینی ضریب همبستگی بین دو متغیر برابر با ۰/۳۶۸ می- باشد که از نظر آماری در سطح $p < 0/01$ معنادار می-باشد. لذا فرضیه اصلی تأییدی می-گردد یعنی بین هوش هیجانی و کارآفرینی رابطه مستقیم وجود دارد. معادله رگرسیون برای پیش بینی نمره کارآفرینی به صورت زیر ارائه می-گردد.

$$y = 0/723x + 4/059$$

جهت رتبه بندی هر یک از مولفه های هوش هیجانی از نظر پاسخ دهنده ها از آزمون فریدمن استفاده گردیده است. در این آزمون، ۲ جدول ارائه می-گردد: در جدول نخست میانگین رتبه های هر مولفه ارائه شده و در جدول دوم نیز مشخصات آماری و آماره های χ^2 (خی دو) ارائه گردیده است.

$$Y = 0/705x + 4/089$$

- آزمون فریدمن

جهت رتبه بندی هر یک از مولفه های هوش هیجانی از نظر پاسخ دهنده ها از آزمون فریدمن استفاده گردیده است. در این آزمون، ۲ جدول ارائه می-گردد: در جدول نخست میانگین رتبه های هر مولفه ارائه شده و در جدول دوم نیز مشخصات آماری و آماره های χ^2 (خی دو) ارائه گردیده است.

Test Statistics^a

| | |
|----------------|-------|
| تعداد | ۶۰ |
| مربع کای | ۹/۳۱۶ |
| درجه آزادی | ۳ |
| سطح معنی داری. | ۰/۰۲۵ |

Ranks

| | Mean Rank |
|-----------------|-----------|
| تحمل فشار روانی | ۲/۶۱ |
| واقع گرایی | ۲/۵۸ |
| روابط بین فردی | ۲/۳۵ |
| خوش بینی | ۲/۴۷ |

متقابل (روابط بین فردی) و توانایی بالای زیرکانه نگاه- کردن به زندگی و تقویت نگرش های مثبت، حتی در صورت بروز احساسات منفی (خوش بینی) و مقاومت کردن در برابر رویدادها و موقعیت های فشارآور (تحمل فشار روانی) باشد تا بتوان فرد کارآفرین تری محسوب شود.

فرضیه اول: بین مولفه تحمل فشار روانی و کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.

ممکن است فرد کارآفرین از ابتدای راه با آن مواجه شود و اگر نتواند این خصلت را در خود تقویت کند دچار افسردگی و اضطراب می شود. از بارزترین عواملی که فرد کارآفرین را تحت فشار روانی قرار می دهد می توان به تغییرات محیطی (جنگ، زلزله، ...)، تغییرات در زندگی شخصی (ازدواج، بیمار شدن و ...) و گرفتاری های روزمره (ترافیک، برخوردهای تحقیرآمیز و ...) نام برد.

نتایج تحلیل همبستگی بیانگر رابطه مثبت و معنادار بین مولفه تحمل فشار روانی و کارآفرینی دانشجویان مدیریت می باشد. نتایج نشان می دهد که متغیر تحمل فشار روانی، با ضریب همبستگی $r=0/333$ در سطح $p<0/01$ با کارآفرینی رابطه معناداری دارد. بنابراین فرضیه اول پژوهش تأیید می گردد. نتایج حاصل از پژوهش با یافته های پژوهش زالاسکی و کارترایت (۲۰۰۲)، تیلور و همکاران (۱۹۹۶)، ترینیداد و جانسون (۲۰۰۲)، لین و استخوارتز (۱۹۸۷)، پرلینی و هالورسون (۲۰۰۶) همخوان می باشد.

فرضیه دوم: بین مولفه واقع گرایی و کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.

واقع گرایی موجب می گردد فرد کارآفرین بدنبال این باشد که همواره نقش اول را بازی کند تا بتواند از

در این آزمون چون $p<0/05$ می باشد ملاحظه می شود که بین مولفه ها اختلاف وجود داشته و تأثیر این مولفه ها به ترتیب شامل: تحمل فشار روانی، واقع- گرایی، خوش بینی و روابط بین فردی می باشد. بنابراین، باید به ترتیب الویت های اشاره شده توجه بیشتری می- شود.

بحث و نتیجه گیری

در این قسمت از پژوهش به تبیین یافته های پژوهشی و مقایسه آن با یافته های به دست آمده از پژوهش های قبلی پرداخته خواهد شد. در این پژوهش پنج فرضیه مطرح شده است که به ترتیب مورد بحث و نتیجه گیری قرار خواهند گرفت.

هدف کلی از پژوهش حاضر همان گونه که در متن مقاله آمده است، بررسی رابطه مولفه های هوش هیجانی با میزان کارآفرینی دانشجویان مدیریت دانشگاه های آزاد اسلامی استان مازندران در مقطع کارشناسی ارشد بوده است. در پاسخ به مسئله بیان شده این پژوهش، همان طور که در یافته های پژوهشی اشاره شده است. از بین چهار مولفه انتخابی برای هوش هیجانی (تحمل فشار روانی، واقع گرایی، روابط فردی، خوش بینی)، تمامی شان با کارآفرینی رابطه معناداری دارند. یعنی از آنجائی که کارآفرینی یک شیوه جدید زندگی تعبیر می شود که با مخاطره پذیری های زیادی مواجه است و از نظر فرد کارآفرین شکست در اجرا و عملی کردن ایده و فکر جدید و خلاق مفهومی ندارد، باید وی دارای توانایی بالایی برای سنجش هماهنگی بین چیزی که به طور هیجانی تجربه شده و چیزی که به طور واقعی وجود دارد (واقع گرایی) و ایجاد و حفظ روابط رضایت بخش

سختی‌های موجود بر سر راه افکار و ایده‌هایش، معتقد باشد اوضاع سر و سامان می‌گیرد و همه چیز به خوبی می‌انجامد. خوش‌بینی به افراد کارآفرین انرژی می‌دهد و استعداد‌های پنهان آنها را فرا می‌خواند و آگاهی آنها را از فرصت‌ها افزایش می‌دهد. فرد مثبت‌اندیش و خوش‌بین، حوادث را از زاویه دید امید تفسیر و مزیت‌های آن را کشف می‌کند.

نتایج تحلیل همبستگی بیانگر رابطه مثبت و معنادار بین مؤلفه خوش‌بینی و کارآفرینی دانشجویان مدیریت می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که متغیر خوش‌بینی، با ضریب همبستگی $r=0/389$ در سطح $p<0/01$ با کارآفرینی رابطه معناداری دارد. بنابراین فرضیه چهارم پژوهش تأیید می‌گردد. نتایج حاصل از پژوهش با یافته‌های پژوهش، ونیپرن (۲۰۰۳)، لنگوران (۲۰۰۴) می‌باشد.

فرضیه پنجم: بین هوش هیجانی و کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.

امروزه کارآفرینی فرآیند خلاق و پویای است که با کار و سرمایه و تجارت سر و کار دارد و به عنوان عاملی بسیار مهم در توسعه اقتصادی هر کشوری مطرح می‌شود. بنابراین کارآفرینان برخوردار از هوش هیجانی، افراد موفق و اثربخشی محسوب می‌شوند که اهداف را با هماهنگی هیجانات و حفظ روابط رضایت‌بخش بین افراد و نگاه مثبت‌گرا و فرصت‌طلبانه به موقعیت‌ها محقق می‌سازند و باید گفت در چنین زمانی است که این افراد در زمینه شناخت هیجانات خود و دیگران و کنترل این هیجانات، در سطح بالایی قرار خواهند گرفت. از آنجایی که بر طبق پژوهش‌های انجام شده، موفقیت فردی این افراد در کارشان، ۸۰ درصد به هوش هیجانی و فقط ۲۰ درصد به هوش شناختی بستگی دارد.

نتایج تحلیل همبستگی بیانگر رابطه مثبت و معنادار بین هوش هیجانی و کارآفرینی دانشجویان مدیریت می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که متغیر هوش هیجانی، با ضریب همبستگی $r=0/368$ در سطح $p<0/01$ با کارآفرینی رابطه معناداری دارد. بنابراین فرضیه پنجم پژوهش تأیید می‌گردد.

از بین چهار مؤلفه انتخابی از هوش هیجانی در این پژوهش، از نظر پاسخ دهندگان، اهمیت این مولفه‌ها به

موقعیت‌ها به نحو عالی استفاده کند و همین مساله موجب می‌شود که در ارتباط با مردم تلاش کند تا بر آنها نفوذ و سیطره داشته باشد.

نتایج تحلیل همبستگی بیانگر رابطه مثبت و معنادار بین مؤلفه واقع‌گرایی و کارآفرینی دانشجویان مدیریت می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که متغیر واقع‌گرایی، با ضریب همبستگی $r=0/374$ در سطح $p<0/01$ با کارآفرینی رابطه معناداری دارد. بنابراین فرضیه دوم پژوهش تأیید می‌گردد. نتایج حاصل از پژوهش با یافته‌های پژوهش، مایر و همکاران (۱۹۹۰) و لنگوران (۲۰۰۴) همخوان می‌باشد.

فرضیه سوم: بین مؤلفه روابط بین فردی و کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.

اهمیت روابط بین فردی برای فرد کارآفرین بدین جهت مهم است که می‌تواند اثر مستقیمی بر روی سلامت روانی وی داشته باشد و رشد شخصیتی، هویت‌یابی، بهره‌وری شغلی و موفقیت او را افزایش می‌دهد و متعاقب آن موجب افزایش کیفیت زندگی، سازگاری فرد، مقابله سازنده با استرس و خودشکوفایی می‌شود. از مهم‌ترین مهارت‌هایی که فرد کارآفرین برای تقویت این مؤلفه (روابط بین فردی) باید فراگیرد شامل: اعتماد کردن به یکدیگر، برقراری ارتباط روشن و عاری از ابهام، پذیرش حمایت از یکدیگر و حل تعارض‌ها و مشکلات موجود می‌باشد.

نتایج تحلیل همبستگی بیانگر رابطه مثبت و معنادار بین مؤلفه روابط بین فردی و کارآفرینی دانشجویان مدیریت می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که متغیر روابط بین فردی، با ضریب همبستگی $r=0/359$ در سطح $p<0/01$ با کارآفرینی رابطه معناداری دارد. بنابراین فرضیه سوم پژوهش تأیید می‌گردد. نتایج حاصل از پژوهش با یافته‌های پژوهش، اسکات و همکاران (۲۰۰۷)، سالوی و همکاران (۲۰۰۲)، لن و همکاران (۲۰۰۹)، ونیپرن (۲۰۰۳)، جانسون و ایندردیک (۱۹۹۹)، پرلینی و هالورسون (۲۰۰۶) همخوان می‌باشد.

فرضیه چهارم: بین مؤلفه خوش‌بینی و کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.

خوش‌بینی مؤلفه دیگری است که کارآفرین باید به آن توجه خاصی داشته باشد و علیرغم مشکلات و

- 7) Bar-On
- 8) Kennedy & Watson
- 9) Geber
- 10) Schotte & et al
- 11) lane & et al
- 12) Salaski & Cartwright
- 13) Taylor & et al
- 14) Trinidad & Johnson
- 15) Lane & Schwartz
- 16) Cooper
- 17) Vanyperen
- 18) Langley
- 19) Langhoran
- 20- Fax & Spector
- 21) Perlini & Halverson
- 22) Martines
- 23) Goleman
- 24) Jahnson & Indrik

منابع

- احمدپورداریانی، م. (۱۳۸۱). کارآفرینی تعاریف، نظریات، الگوها، تهران: انتشارات پردیس.
- اکبرزاده، ش. (۱۳۸۳). هوش هیجانی (بر مبنای دیدگاه سالوی و همکاران)، تهران: انتشارات فارابی.
- بابایی، م. ع. و مؤمنی، ن. (۱۳۸۴). تأثیر هوش عاطفی بر اثربخشی مدیران، تدبیر، شماره ۱۶۶، ص. ۳۶ تا ۳۹.
- روان تجهیز سینا، (۱۳۸۰). آزمون هوش هیجانی بار-آن، ترجمه و هنجاریابی: راحله سموعی و همکاران، مؤسسه تحقیقات علوم رفتاری سینا، تهران.
- ساجدی، س. و آتش پور، ح. و شیرانی، ص. و لندران اصفهانی، س. (۱۳۸۶). ارتباط هوش هیجانی با انگیزش شغلی کارکنان شرکت نگرهبانی گاز استان اصفهان، پژوهش های تربیتی، شماره ۱۲، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد.
- مختاری پور، م. و سیادت، ع. و امیری، ش. (۱۳۸۵). بررسی رابین تئوری های هوش هیجانی و تئوری های رهبری، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، سال ششم، شماره ۲۱، ص: ۳۹ تا ۵۶.
- مقیمی، م. (۱۳۸۵)، سازمان و مدیریت رویکردی پژوهشی، تهران، انتشارات ترمه.

ترتیب شامل: تحمل فشار روانی، واقع گرایی، روابط بین فردی و خوش بینی بوده که ملزم می دارد که به آموزش و اهمیت این مؤلفه ها از نگاه دانشجویان توجه خاصی شود. باید گفت امروزه در محیط و بازار جهانی، هوش هیجانی، اهرم مورد نیاز رهبران و مدیران و حتی کارآفرینان تلقی می شود سازمان و مدیران و سایر افراد که ارزش استراتژیک هوش هیجانی را درک کنند، می توانند از تفاوت و تنوع احساسات و هیجان جهت کسب مهارت اجتماعی (ارتباطات، مذاکره، کار گروهی، تصمیم گیری و حل مسئله) و ایجاد مزیت رقابتی و برتری در بازارهای جهانی استفاده کنند.

از آنجائی که دانشجویان، حساس ترین قشرهای جامعه هستند که در آینده همه چرخ های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اداری آن را بر عهده خواهند گرفت، ضرورت دارد که آنها از قدرت کارآمدی عمومی، تحصیلی و سلامت روانی بالاتر برخوردار باشند تا بتوانند از پس چالشهای جدی کارآفرینی برآیند. لذا بر دولت و مسئولین دانشگاه است که با توجه به اهمیت امر مهم کارآفرینی که نقش مهمی در توسعه ملی کشور دارد، نگاه عمیق به هوش هیجانی و آموزش مهارت آن در عرصه دانشگاه و بالاخص دانشجویان داشته باشند و چنین نگاهی را در برنامه های آتی بگنجانند. بدین ترتیب با توجه به یافته های تحقیق حاضر و تحقیقات مشابه دیگر، به سایر محققین که علاقمند به مقوله هوش هیجانی می باشند، پیشنهاد می شود که به بررسی رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی در سایر رشته های تحصیلی بپردازند و رابطه سایر مؤلفه های هوش هیجانی و کارآفرینی را مورد بررسی قرار داده تا مشخص گردد آیا این مؤلفه ها با میزان کارآفرینی افراد ارتباط معناداری دارد یا خیر، و یا به طور کل آیا افراد کارآفرین با توجه به کلیه ی مؤلفه های هوش هیجانی، دارای هوش هیجانی بالایی هستند یا خیر؟

یادداشت ها:

Austin, E. J., Farrelly, D., Black, K. and Moore, H. (2007). *Emotional Intelligence, Machiavellianism, and Emotional Manipulation, Personality and Individual Differences*, 43, 173-179.

- 1) Mayer & et al
- 2) Salovey & et al
- 3) Bradberry & et al
- 4) Palmer & et al
- 5) Austin & et al
- 6) Wong & Law

- Mayer, J. D., and Geber, G. (1996).** *Emotional intelligence and the identification of emotion.* Vol. 22, 89-113.
- Mayer, J. D., Salovey, P. and Caruso, D. R. (2004).** *A further consideration of Issues of Emotional Intelligence.* Psychological Inquiry, Vol.15, 3, 249-255.
- Palmer, B., Donaldson, C., and Stough, C. (2002).** *Emotional Intelligence and life satisfaction.* Personality and individual Differences. Vol. 33, 91- 100.
- Perlini, A., & Halverson, T. (2006).** *Emotional intelligence in the National Hockey league.* Canadian Journal of behavioral science 16, 337-347.
- Salovey, P. and Mayer, J. D. (1990).** *Emotional intelligence. Imagination, cognition and personality,* Vol.9 (3), 185-211.
- Salovey, P., Mayer, D. j. and Carouso, D. R. (1999).** *Emotional intelligence meet Traditional standard for Intelligence.* <http://eq.org/Full.html>.
- Salovey, P. (2002).** *Emotions current issues and future directions.* New York and London: Guil for press.
- Salovey, P., Mayer, J. D., and Caruso, D. (2002).** *The positive psychology of emotional Intelligence.* Inc. R. Snyder, and S.J. Lopez (Eds). Handbook of positive (pp: 159-171). Oxford university press.
- Schotte, N. S., Malouff, J. M., Thorsteinsson, E. B., Bhullar, and Rooke, S. E. (2007).** *A Meta-analytic Investigation of Relation between Emotional Intelligence and Health.* Personality and Individual Differences, 42, 921-933.
- Slaski, M., and Cartwright, S. (2002).** *Health, performance, and emotional Intelligence: An exploratory study of retail managers.* Stress and Health 18, 63- 68.
- Taylor, G. J. Parker, J. D. A., and Bagby, R. M. (1999).** *Emotional Intelligence and the emotional brain: points of convergence and implications for psychoanalysis.* Journal of the American Academy of psychoanalysis, Vol.27, 239,354.
- Trinidad, D. R., and Johnson, C. A. (2002).** *The association between emotional Intelligence and early adolescent tobacco and alcohol use.* Personality and individual differences, Vol.32,95-105.
- Bar-on, R. (2002).** *Bar-on Emotional Quotient Inventory (EQI), Technical manual.* Toronto, Canada: Multi-Health Systems.
- Bradberry, T. & Greaves, J. (2009).** *Emotional intelligence appraisal.* Ganji M. (Persian translator). 1st ed. Tehran; Sawalan publication; 17-28.
- Cooper, R. (1997).** *Applying emotional intelligence in the workplace, Training and Development,* Vol. 51, 31-35.
- Fax, S. and Spector, P. (2000).** *Relations of Emotional intelligence, practical intelligence, General Intelligence and Trait affectivity with Book.*
- Goleman, D. (1998).** *What is your EI? An inventory on Emotional Abilities.* Retrieved at 18/9/2006. from: <http://inst.santafe.ccl.fl.us/mwehr/ljoEmo.html>.
- Johnson, P. R., and Indrik, J. (1999).** *Organizational benefits of having emotionally intelligent managers and employees,* Journal of Work place Learning, Vol.11, p 84.
- Kennedy, M., Eileen, j., and Watson, C. (1999).** *Expressing emotion.* New York and London: Guilford Press.
- Lane, R. D., and Schwartz, G. E. (1987).** *Levels of emotional awareness; a cognitive-developmental theory and its application to psychopathology.* American Journal of Psychiatry Vol.144.133-143.
- Lane, A. Thelwell, R. Lowther, J., & Davonport, T. J. (2009).** *Emotional Intelligence. and Psychological skills use among athletes.* Social behavior and personality: an international Journal volume 37, Number 2, pp 195-201(7).
- Langley, A. (2000).** *Emotional intelligence: A new Evaluation for management Development?* Career Development international, Vol. 5, No.3, 177-183.
- Langhorn, S. (2004).** *How emotional intelligence can improve management performance,* International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 16. No.4, 220- 230.
- Martines, M. (1997).** *The smarts that count.* HR Magazine, Vol. 42, No.11, 72-80.
- Mayer, J. D., Dipaolo, M. T., and Salovey, P. (1990).** *Perceiving affective content in ambiguous ritual stimuli: A component of emotional intelligence.* Journal of Personality Assessment, 54, 772-775.

Vanyperen, N. W. (2003). *On the link between different combinations of negative affectivity and positive affectivity and job performance.* Personality and individual differences, Vol. 38, 689-700.

Wong, C, S., and Law, K. S. (2002). *The effect of leader and follower emotional Intelligence of performance and attitude: An exploratory study.* The leadership Quarterly, Vol.13, 243- 274.