

بررسی تاثیر هوش عاطفی بر روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاه سیستان و

بلوچستان

رضا حسین بر^۱، مهران رجبی^۲، عبدالمجید ایمانی^۳

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی گرایش توسعه منابع انسانی دانشگاه سیستان و بلوچستان (نویسنده مسئول)

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد رشته علوم اقتصادی گرایش اقتصاد فرهنگ و هنر دانشگاه سیستان و بلوچستان

^۳ استادیار گروه مدیریت دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

چکیده

هدف تحقیق حاضر، بررسی رابطه بین هوش هیجانی و روحیه کارآفرینی دانشجویان بود. تحقیق، توصیفی از نوع همبستگی و از لحاظ هدف، کاربردی بود که به صورت میدانی اجرا شد. جامعه آماری، دانشجویان دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه سیستان و بلوچستان (n=850) بودند. تعداد نمونه آماری براساس فرمول کوکران ۲۶۵ نفر به دست آمد. نحوه نمونه گیری به صورت تصادفی ساده بود. ابزار گردآوری داده ها شامل پرسشنامه هوش هیجانی بار - آن (۲۰۰۶) و پرسشنامه هوشمندان مقدم و همکاران (۱۳۹۰) بود. پایایی درونی هر دو پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ، به ترتیب ۷۸٪ و ۸۸٪ بود. برای تحلیل داده ها از آمار توصیفی (فراوانی، درصد فراوانی، میانگین و انحراف معیار) و آمار استنباطی (کولموگروف - اسمیرنف، ضریب همبستگی اسپیرمن و رگرسیون چندگانه گام به گام) استفاده شد. نتایج آزمون همبستگی نشان داد که بین هوش هیجانی و روحیه کارآفرینی دانشجویان، همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد (r=0/537). همچنین بین چهار مولفه مهارت های درون فردی (r=0/471)، مهارت های بین فردی (r=0/718)، قابلیت انطباق (r=0/508) و خلق عمومی (r=0/528) با روحیه کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه گام به گام نشان داد که از بین پنج مولفه هوش هیجانی، مولفه های مهارت های درون فردی (R=0/840)، مهارت های بین فردی (R=0/821)، قابلیت انطباق (R=0/853) و خلق عمومی (R=0/921) پیش بینی روحیه کارآفرینی را دارند. به نظر میرسد از طریق آموزش های لازم، می توان هوش هیجانی و در نتیجه آن روحیه کارآفرینی دانشجویان را ارتقا بخشید.

واژه های کلیدی: هوش هیجانی، روحیه کارآفرینی، دانشجو

۱. مقدمه

کارآفرینی منبع اصلی اشتغال، رشد اقتصادی، نوآوری ارتقای کیفیت محصولات و خدمات، رقابت و انعطاف پذیری اقتصاد امروزی است (هیسریچ، لانگان و فاکس و گران، ۲۰۰۷). کارآفرینی مفهومی چند بعدی است که در زمینه های مختلف (اقتصادی، فناوری، مدیریتی و کارگری) و در انواع سازمان ها رخ میدهد. (آندریامورتانا و همکاران، ۲۰۱۴). چل (۲۰۰۷) کارآفرینی را به عنوان « فرایند شناخت و پیگیری فرصت ها با توجه به منابع غیر قابل تفکیک و غیر قابل انفصال که در حال حاضر با هدف خلق ارزش کنترل می شود» تعریف کرد. کارآفرینی درباره افراد، انتخاب ها و اقدامات آنها در راه اندازی، تصدی و یا اداره یک کسب و کار یا مشارکت آنها در تصمیم گیری استراتژیک یک شرکت مرتبط است. (آندریامورتانا و همکاران، ۲۰۱۴). محیط کار امروز دستخوش تغییرات بسیار بزرگ و پیچیده ای است که عمدتاً به دلیل عوامل مختلف اجتماعی - اقتصادی و روانی اجتماعی است که بازار کار را به سمت فعالیت های دانش محور سوق میدهد. بازار کار از طریق حذف موانع و از طریق شناخت و هماهنگی متقابل در حال تکامل است. اینها به فرصت هایی برای ابتکارات جدید کارآفرینی به ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی کمک می کند، بهره وری و فشار رقابتی را افزایش میدهد و شرکت ها را وادار می کند تا بهبود کارایی و معرفی نوآوری واکنش نشان دهند. علاوه بر این، پتانسیل شخصی را باز می کند، زیرا کار فقط برای پول نیست. خودشکوفایی، رضایت و ذوق استقلال نیز انگیزه های مهمی هستند (کمیسون اروپا، ۲۰۰۳). بر این اساس، کارآفرینی نقش مثبتی در ارائه ثروت، مشاغل، تنوع انتخاب ها و خودکارآمدی دارد. موضوع مهمی که سبب توجه و اهمیت کارآفرینی شده، معضل بیکاری است که کشور که کشور ایران نیز با آن مواجه است. بیکاری در جمعیت دانشگاهیان و عدم خود اشتغالی در ایران، به نظر میرسد باید توجه بیشتری به کارآفرینی و توسعه آنان صورت گیرد و پرورش افراد کارآفرین و تفکر خوداشتغالی به عنوان راه حل های مقتضی از طرف سیاست گذاران و مدیران اقتصادی مورد توجه قرار گیرد (بدری و همکاران، ۱۳۸۵). در کشورهای مختلف آموزش عالی وظیفه مهم تربیت نیروی انسانی متخصص مورد نیاز بخش های مختلف را برای تأمین خودکفایی در علوم و فنون، صنعت، کشاورزی و ... بر عهده دار است. این نیروی انسانی باید مهارت های لازم را برای ایفای نقش مثبت در جامعه داشته باشد. بنابراین با توجه به اهمیت کارآفرینی، ایجاد و روحیه کارآفرینی در میان دانشجویان ضروری به نظر میرسد (نعیمی، صلاحی مقدم، نجفلو، ۱۳۹۵). در توسعه کارآفرینی عوامل متعددی تاثیر دارند یکی از عواملی که می تواند نقش بسزایی در توسعه روحیه کارآفرینی افراد داشته باشد توجه به هوش هیجانی افراد و بهره گیری از آن است، هوش هیجانی به توانایی شناسایی و تشخیص مفاهیم و معانی هیجان ها، روابط بین آنها، استدلال کردن و حل مسئله اشاره دارد (رستمی و همکاران، ۱۳۸۹). این هوش توانایی ها را برای تنظیم تفکرمان به گونه ای بررسی می کند که وظایف شناختی از اطلاعات عاطفی استفاده مناسبی داشته باشد (بورن، ۲۰۱۰). این بدان معناست که هوش هیجانی راه های نوآورانه ای برای درک و ارزیابی رفتار انسان ارائه می کند (ایکستریماوری، ۲۰۱۶). طبق گفته زیدنر و همکاران (۲۰۰۹) هوش هیجانی به درک از ما از تفاوت های فردی مربوط بخ احساسات کمک می کند. در ارتباط با اهمیت موضوع هوش هیجانی، شواهدی در دست است که نشان میدهد هوش هیجانی در ایجاد و بروز کارآفرینی نقش دارد (هرمان و همکاران، ۲۰۰۷). بطور کلی هوش هیجانی بر رفتار کارآفرینانه اثر گذار است. اول اینکه هوش هیجانی خودارزیاب اثر گذاری های عاطفی بوده و افرادی که در بعد خودارزیابی هوش هیجانی، ضریب بالایی دارند، تحمل بالایی در برابر فشارهای محیطی دارند، (نیکولاو و تساوس، ۲۰۰۵) احساس های ناامیدانه را بهتر شناسایی و سپس احساس خود را برای کاهش فشار تنظیم و در نتیجه سطوح رفتارهای کارآفرینانه خود را افزایش میدهند. دوم آن که، هوش هیجانی فرایندی ادراکی است، افرادی دارای هوش هیجانی بالا، به داشتن حالت عاطفی بالا، خلاقیت و پیش گامی در امور گرایش دارند و بنابراین رفتار کارآفرینانه را تسهیل می کنند (زامپتاکس و همکاران، ۲۰۰۹). کارآفرین چنانچه از لحاظ خودآگاهی هیجانی تنومند نباشد، قابلیت شناسایی منابع اشتیاق و عجز و ناکامی را ندارد و در نهایت در رسیدن به موفقیت با مشکل مواجه می شود. (مشبکی و همکاران، ۱۳۹۱) ولی اگر از لحاظ خودآگاهی هیجانی قوی باشد، می تواند ساختار علمی بازار را شناسایی و هوش هیجانی را هم به آن تزریق کند و شگفتی بیافریند (کمالیان و فاضل، ۱۳۹۰) از سویی دیگر، چون شناخت روحیه کارآفرینی دانشجویان اهمیت زیادی در مدیریت آموزشی و به تبع آن تهیه و

تنظیم برنامه های آموزشی و درسی دارد. بنابراین یکی دیگر از دلایل انجام این تحقیق، آن است که این مهم نیز شناخته شود. در این تحقیق قصد بر این است که رابطه هوش هیجانی بر روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه سیستان و بلوچستان بررسی شود. از این رو، پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که آیا رابطه ای بین هوش هیجانی و مولفه های مختلف آن با روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشکده اقتصاد و مدیریت در دانشگاه سیستان و بلوچستان وجود دارد یا خیر؟

۲. مبانی نظری

هوش هیجانی: در سال های اخیر، هوش هیجانی به موضوع اصلی مورد توجه محافل علمی و همچنین عموم مردم تبدیل شده است (بارون، ۲۰۰۶). اصطلاح هوش هیجانی (EI) به فرآیندهای ذهنی مربوط به شناخت، استفاده، درک و مدیریت حالات عاطفی خود و دیگران برای حل مشکلات و تنظیم رفتار اشاره دارد (مایر و سالوی، ۱۹۹۷). در ادبیات روانشناسی علمی هوش هیجانی توسط سالوی و مایر در سال ۱۹۹۰ معرفی شد و توسط گولمن (۱۹۹۵) با کتاب پر فروش خود "هوش عاطفی" رایج شد. در طول سال ها، چندین محقق تعاریفی از هوش هیجانی ارائه کرده اند. بهترین تعریف در جهان دانشگاهی توسط سالوی و مایر (۱۹۹۰) ارائه شده است. در سال ۱۹۹۰ آنها برای اولین بار هوش هیجانی را به عنوان نوعی از هوش اجتماعی و شخصی که شامل " توانایی نظارت بر احساسات و عواطف خود و دیگران، تمایز قائل شدن بین آنها و استفاده از این اطلاعات برای هدایت افکار و اعمال خود" است، تعریف کردند. هوش هیجانی اغلب با پیامدهای مهم زندگی، مانند بهزیستی روانشناختی بهتر (شوت و همکاران ۱۹۹۸)، روابط اجتماعی با کیفیت بالا (لوپس و همکاران، ۲۰۰۴)، و افزایش شغل مرتبط است. اخیراً برخی از نویسندگان استدلال می کنند که هوش هیجانی می تواند نقش مهمی در پیش بینی کارآفرینی داشته باشد (احمد اوغلو و همکاران، ۲۰۱۱). در حال حاضر سه مدل تحقیق در مورد هوش هیجانی وجود دارد: مدل توانایی که توسط مایر و سالوی ارائه شده است، مدل ترکیبی که توسط بارون ارائه شده است و مدل ویژگی که توسط پتریدس ارائه شده است. بارون تعریف زیر را ارائه کرد: «هوش هیجانی مجموعه ای از توانایی ها و مهارت های غیرشناختی است که بر موفقیت فرد در مقابله با نیازهای محیطی و استرس تأثیر می گذارد. طبق گفته پتریدس و همکاران (۲۰۱۶)، هوش هیجانی به شناخت فرد از توانایی عاطفی شخصی اشاره دارد که به توانایی فردی برای درک، تنظیم و بیان احساسات برای انطباق با محیط و حفظ سلامت اشاره دارد. (پتریدس و همکاران، ۲۰۱۶). والتر، همفری و کول (۲۰۱۲) خاطرنشان کردند که توافق کمی در مورد معنای واقعی هوش هیجانی وجود دارد که ناشی از پیچیدگی ساختار است و هیچ دیدگاه کلی در مورد کاربرد آن وجود ندارد. علاوه بر این، هوش هیجانی برای سنجش چیزی بیش از هوش و شخصیت مورد انتقاد قرار گرفته است (آملنگ و اشتاین مایر، ۲۰۰۶). با این حال، پتریدس و فورنهام (۲۰۰۱) معتقدند که دلیلی وجود ندارد که هوش هیجانی را به عنوان یک توانایی یا یک ویژگی در نظر بگیریم زیرا هر دو می توانند همزمان وجود داشته باشند. ضروری است رویکردی را که به هوش هیجانی به عنوان یک توانایی می نگریم در مقایسه با رویکرد ویژگی از نظری مناسب تر در نظر بگیریم (بویل و همکاران، ۲۰۱۵). با این وجود، والتر و همکاران (۲۰۱۲) پیشنهاد کردند که هوش هیجانی نباید جایگزین پیش بینی کننده های شناخته شده رهبری و عملکرد شود. بلکه باید مکمل آنها باشد و به همین دلیل مستحق توجه است. با این درک، آنها پیشنهاد می کنند که هوش هیجانی باید جایگاه مشروعی در انتخاب، ارتقاء و توسعه رهبری داشته باشد.

کارآفرینی: تعاریف زیادی از کارآفرینی وجود دارد، برخی از آنها کارآفرینی را فرایندی از سازماندهی موفق می دانند و برخی دیگر کارآفرینی را به عنوان ایجاد ذهنیت و مهارت تعریف می کنند. با این حال، مقصد نهایی تعریف کارآفرینی ایجاد فرصت های شغلی و منجر به توسعه اقتصادی است (باروت، ۲۰۱۵ و هسل و ناند، ۲۰۱۹). کارآفرینی کلید موفقیت است و هر

فردی که سازمان جدیدی از کسب و کار را ایجاد کند، وارد پارادایم جدیدی از کارآفرینی می شود (باروت، ۲۰۱۵). انواع کارآفرینی از نظر بالستروس - رویز و همکاران (۲۰۱۹) عبارتند از: ۱. کارآفرینی سنتی در پروژه های (شرکت ها) کوچک و متوسط، این گونه مشاغل محصولات و خدمات خود را که کوچک است در بازارهای محلی ارائه می دهند و همچنین این خدمات در مکان هایی صورت می گیرد که خود مالک، خانواده اش یا شرکا می توانند آنجا را کنترل کنند. تأمین مالی، در این نوع سرمایه گذاری از طریق بانک ها یا سرمایه گذاران بدست می آید که ریسک و عدم رسیدن به یک سطح قابل قبول از کسب و کار در آن صنعت یا بخش در نظر گرفته و ارزیابی می شود. ۲. مقیاس پذیربودن پروژه ها (شرکت ها) مبتنی بر فناوری (معروف به استارتاپ ها) این نوع کارآفرینی به دنبال جهانی شدن و بدست آوردن بازارهای جهانی توسط فناوری است. مالکیت شرکت در اختیار سهامداران، یا سرمایه گذاران متعدد است. ۳. کارآفرینی اجتماعی، آنها به دنبال پیدا کردن یک مشکل اجتماعی و ایج د راه حل تجاری برای آن هستند، در این نوع شرکت ها کنترل و مالکیت ها چندگانه دارند و مالکیت دارای یکسری گزینه های انتخابی است. ۴. کارآفرینی هایی درون شرکت ها بزرگ شکل می گیرند که در آن شرکت های بزرگ استراتژی توسعه پروژه ها، محصولات، خدمات یا فرصت های تجاری جدیدی را ایجاد می کنند و کارکنان فعال داخل شرکت که نگرش یکسانی نسبت به فرصت ها، ریسک ها و عدم قطعیت هایی کارآفرینان دارند، شرکت جدیدی به وجود می آورند که کارآفرینی می کند. ۵. کارآفرینی از طریق کسب دارایی، کارآفرینی تنها به استارتاپ ها محدود نمی شود. به عنوان یک کارآفرین می توانید شرکت شخص دیگری را خریداری کرده و آن را اداره کنید. شما می توانید یک کسب و کار موجود را بدست آورید و بهینه سازی برای موتورهای جستجو را روی آن انجام دهید. در این موقعیت شما فروش را افزایش داده و سود بیشتری کسب می کنید، همچنین ممکن است با خریدهای اضافی به صورت غیر طبیعی رشد کنید و بزرگتر و موفق تر شوید (بالستروس - رویز و همکاران، ۲۰۱۹). به زعم موج کنونی تمایل به کارآفرینی، این حوزه دچار آفت کمبود تعریف و توافق عام بر سر کارآفرینی است (الوانی و همکاران، ۱۳۹۰). به کارآفرینی می توان بعنوان اقدامی پویا توجه کرد که محصول محیط خود است و مشخصات زمانی و مکانی را منعکس می سازد که کارآفرینان در آن زندگی می کنند (مدهوشی و بخشی، ۱۳۸۲). همچنین کارآفرینی را می توان مهارتی برای کشف و شناسایی فرصت ها از جایی که دیگران صرفاً بی نظمی و کاستی های آن را دیده اند، تعریف کرد. کارآفرینی زمانی اتفاق می افتد که افراد راه های معمولی و همیشگی تفکر و عمل را کنار گذاشته و با نگاهی نو و متفاوت، راه ها و ایده های جدید را به کار گیرند که می تواند پاسخگوی نیازهای مشتری و بازار باشد (جمشیدی فر و همکاران، ۱۳۸۹). مناسب ترین تعریفی که از کارآفرینی می توان ارائه کرد این است که کارآفرینی عبارت است: فرایند ابتکار و استفاده از وقت با کوشش زیاد و همیشه با قبول ریسک های پولی، روحی و جمعی که با هدف کسب سود، پیروزی و استقلال صورت می پذیرد. (گورول و آتسان، ۲۰۰۶). مک کلند (۱۹۶۲) ویژگی ها و قابلیت های مهم کارآفرینان را: انگیزه پیشرفت، ریسک پذیری، کنترل درونی و خلاقیت و استقلال پذیری می داند (بدری و همکاران، ۱۳۸۵).

۳. پیشینه تحقیق

کیانی و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهشی رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی را در کارکنان دانشگاه علوم پزشکی کرمان مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیق آن نشان داد که از سه مؤلفه کارآفرینی سازمانی دو مؤلفه اول با هوش هیجانی کارکنان دارای ارتباط معناداری بوده، اما میان نوآوری و هوش هیجانی کارکنان رابطه معناداری وجود نداشت. ه

مشبکی و همکاران (۱۳۹۱)، رابطه مؤلفه هوش هیجانی و کارآفرینی را در میان دانشجویان مورد بررسی قرار داده اند، نتایج تحقیق آنها نشان داد که بین همه مؤلفه های مطرح شده در حوزه کارآفرینی و مؤلفه هوش هیجانی رابطه مثبت و معناداری وجود داشته است.

رحمانی و همکاران (۱۳۸۹)، رابطه میان هوش هیجانی و کارآفرینی مدیران صنایع لاستیک و پلاستیک در شهر تهران را مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیق آنها نشان داد، مدیران کارآفرین از هوش هیجانی بالاتری برخوردارند و شناخت کامل تری از احساسات و عواطف خود دارند،

گرینچینک، اسنجا، و ولپ (۲۰۱۰)، در پژوهشی به بررسی اهمیت هیجانات و چگونگی تاثیر آن بر ارزشیابی و بهره بردای از فرصت های کارآفرینانه پرداختند. نتایج تحقیق آنها نشان داد که از یک سو هیجانات مثبت بر ارزشیابی فرصت ها به طور مثبت و از سوی دیگر به استفاده از موقعیت ها به طور منفی تاثیر می گذارد. نتایج به شکل قابل توجهی نشان داد که هیجانات منفی نه تنها بر ارزشیابی فرصت بلکه بر استفاده از موقعیت ها نیز به شکل منفی تاثیر می گذارد.

زامپتیکس، و واسلسیس (۲۰۱۰)، به بررسی رفتارهای مبتنی بر هوش هیجانی و حمایت سازمانی درک شده پرداختند. نتایج نشان داد که ارتباط منفی قابل توجهی میان تاثیر حمایت سازمانی درک شده و استخدام رسمی در سازمان درباره رفتار کارآفرینانه وجود دارد. یعنی استخدام رسمی و مادام العمر موجب کاهش رفتار کارآفرینانه گشته است. همچنین نتایج نشان داد که کارکنان بیشتر زمانی تمایل به رفتار کارآفرینانه نشان می دهند که از نظر ویژگی هوش هیجانی در سطح بالایی باشند، و باور داشته باشند که میتوانند با موفقیت هیجانات خود و دیگران را تشخیص، تنظیم، کنترل، ارزشیابی نمایند. ساستی (۲۰۲۱)، در تحقیقی به بررسی ارتباط بین هوش هیجانی و کارآفرینی پرداخته و این نتیجه را به دست آورده است که هوش هیجانی به عنوان یکی از هفت عامل هوش نقش مهم و تاثیرگذاری در خلاقیت و نوآوری و رفتارهای کارآفرینانه کارکنان می تواند داشته باشد.

آلن و همکاران (۲۰۲۱)، در تحقیقی به بررسی موفقیت کارآفرینانه پرداخته و با استفاده از یک بررسی فراتحلیل نتیجه گرفته اند که عامل هوش هیجانی به عنوان عامل موثر در موفقیت کارآفرینانه سازمانی شناخته می شود.

یودیمال و همکاران (۲۰۱۹)، در تحقیقی به بررسی نقش مدیریت دانش، فعالیت کارآفرینانه، هوش هیجانی و عملکرد در بین شرکت های کشاورزی کشور چین پرداخته و نتیجه گرفته اند که بین هوش هیجانی و فعالیت های کارآفرینانه درون سازمان ارتباط وجود دارد و آنها متقابلاً عملکرد را بهبود خواهند داد.

چطوخوشوی (۱۳۹۸)، در تحقیقی به بررسی رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی درون سازمانی کارکنان شعب سرپرستی بانک صادرات اصفهان پرداخته و نتیجه گرفته است که هوش هیجانی رابطه معناداری با کارآفرینی درون سازمانی دارد. همچنین نتایج نشان داد که مولفه های هوش هیجانی شامل: تنظیم هیجان، ارزیابی و بیان هیجان و بهره برداری از هیجان نیز با کارآفرینی درون سازمانی رابطه معناداری دارند.

ایزدی و همکاران (۱۳۹۶)، در تحقیقی به بررسی رابطه هوش هیجانی و کیفیت زندگی کاری با خودکارآمدی کارکنان فرماندهی انتظامی استان فارس پرداخته و نتیجه گرفتند که بین هوش هیجانی و مؤلفه های آن با خودکارآمدی رابطه معناداری وجود دارد.

۴. روش تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ روش توصیفی از نوع همبستگی است. در این نوع تحقیق هدف بررسی توزیع ویژگی های یک جامعه است و بیشتر تحقیق های مدیریت از این نوع می باشد. تحقیق حاضر با توجه به این که به بررسی وضع موجود می پردازد و هدف آن توصیف نمودن پدیده های مورد بررسی است، در قلمرو تحقیقات توصیفی قرار دارد. این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی است. هدف تحقیق کاربردی توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص است. پژوهش حاضر از آن جایی که به بررسی رابطه بین متغیرها می پردازد همبستگی است. این تحقیقات برای کسب اطلاع از وجود رابطه بین متغیرها انجام می پذیرد؛ ولی در آنها الزاماً کشف رابطه علت و معلولی مورد نظر نیست. در تحقیق همبستگی بر کشف وجود رابطه بین دو گروه از اطلاعات تأکید میشود؛ البته در سطحی بالاتر تأثیرات متغیرها را خواهد سنجید. چون که داده ها را در قالب پرسشنامه

گردآوری کرده، از نوع پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه دانشجویان دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه سیستان و بلوچستان در سال تحصیلی ۱۴۰۲ - ۱۴۰۱ به تعداد ۸۵۰ نفر تشکیل می دهند. حجم نمونه در این پژوهش با استفاده از فرمول کوکران ۲۶۵ نفر تعیین گردید. در نهایت تعداد ۲۶۵ پرسشنامه کاغذی در بین جامعه آماری به روش تصادفی ساده توزیع و براین اساس تعداد ۲۶۵ پرسشنامه سالم و کامل به محقق بازگردانده شد که مبنای آزمون فرضیات پژوهش می باشد. در این تحقیق برای تعیین داده ها علاوه بر مطالعات کتابخانه ای از روش میدانی استفاده شده است. در تدوین تحقیق از روش بررسی کتابخانه ای استفاده شده است، همچنین بررسی میدانی از طریق پرسشنامه صورت گرفته است. پرسشنامه مورد استفاده در این تحقیق در سه بخش اجرا گردیده است. بخش اول جمعیت شناختی گردآوری گشته است. در بخش دوم، سوالات بر اساس پرسشنامه استاندارد بار - آن (۲۰۰۶) جمع آوری شده است. و در آخرگویه های پرسشنامه استاندارد هوشمندان مقدم و همکاران (۱۳۹۰) مطرح گردیده است. پایایی پرسشنامه های مورد نظر از روش آلفای کرونباخ مورد بررسی و تایید قرار گرفت (جدول ۱). تجزیه و تحلیل پژوهش در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی صورت گرفته است. در سطح آمار توصیفی از فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار استفاده گردید. در سطح آمار استنباطی از کلموگروف اسمیرونوف به منظور تعیین نرمال بودن داده ها، ضریب همبستگی اسپیرمن به منظور بررسی ارتباط بین هوش هیجانی و روحیه کارآفرینی و تحلیل رگرسیون چندگانه گام به گام برای پیش بینی مهارت های کارآفرینی از روی مؤلفه های هوش هیجانی انجام گرفت. از نرم افزار SPSS 26 نیز برای تجزیه تحلیل داده ها استفاده شده است.

جدول ۱. پایایی پرسشنامه ها

متغیر	تعداد سوالات هر پرسشنامه	مأخذ	سال	ضریب آلفای کرونباخ در مطالعه حاضر
هوش هیجانی	۹۰	بار - آن	۲۰۰۶	۷۸٪
روحیه کارآفرینی	۳۳	هوشمندان مقدم و همکاران	۱۳۹۰	۸۸٪

۵. یافته ها

جدول ۲. شاخص های توصیفی مربوط به ابعاد و نمره کل هوش هیجانی

ابعاد	تعداد	میانگین	انحراف معیار
مهارت های درون فردی	۲۵۶	۳/۳۱	۷۰٪
مهارت های بین فردی	۲۵۶	۳/۲۲	۸۱٪

قابلیت انطباق	۲۵۶	۳/۰۵	۶۰٪
مدیریت استرس	۲۵۶	۳/۱۲	۷۱٪
خلق عمومی	۲۶۵	۳/۰۲	۸۵٪
هوش هیجانی	۲۶۵	۳/۱۶۵	۷۷٪

جدول ۳. شاخص های توصیفی مربوط به ابعاد و نمره کل روحیه کارآفرینی

ابعاد	تعداد	میانگین	انحراف معیار
روحیه ریسک پذیری	۲۶۵	۳/۶۵	۷۴٪
استقلال طلبی	۲۶۵	۳/۴۷	۹۰٪
موفقیت طلبی	۲۶۵	۳/۶۵	۶۴٪
نوآوری	۲۶۵	۳/۲۲	۸۱٪
کنترل پذیری	۲۶۵	۳/۲۷	۷۸٪
ابهام پذیری (تحمل ابهام)	۲۶۵	۳/۱۲	۷۱٪
روحیه کارآفرینی	۲۶۵	۳/۲	۸۵٪

جدول ۴. اطلاعات جمعیت شناسی

متغیر	گروه	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۷۷	۷۰/۹
	زن	۱۸۸	۲۹/۱

۵۳/۳	۱۴۳	کارشناسی	میزان تحصیلات
۳۶/۴	۹۸	کارشناسی ارشد	
۹/۳	۲۴	دکتری	
۹/۸	۲۶	زیر ۲۰ سال	سن
۵۵/۴	۱۴۶	۲۱ - ۲۵	
۲۸/۶	۷۶	۲۶ - ۳۰	سن
۶/۲	۱۷	۳۰ به بالا	

۶۵/۳	۱۷۳	مجرد	وضعیت تأهل
۳۴/۷	۹۲	متأهل	
۱۰۰	۲۶۵	جمع کل	

جدول ۵. نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرنوف

نتیجه	sig	انحراف معیار	میانگین	متغیرها
نرمال	۰/۵۲	۷۷٪	۳/۱۶۵	هوش هیجانی
غیرنرمال	۰/۰۴۴	۸۵٪	۳/۰۲	روحیه کارآفرینی

کل داده ها	۳/۱۸	۸۸٪	۰/۰۴۵	غیرنرمال
------------	------	-----	-------	----------

نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف نشان داد که داده ها توزیعی غیرنرمال دارند جدول (شماره ۵). بنابراین از ضریب همبستگی اسپیرمن برای بررسی ارتباط بین هوش هیجانی و روحیه کارآفرینی استفاده شد.

جدول ۶. همبستگی بین هوش هیجانی و مؤلفه های آن با روحیه کارآفرینی

متغیر پیش بین	متغیر ملاک	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معناداری (P)
هوش هیجانی	روحیه کارآفرینی	۰/۵۳۷	0/001
مهارت های درون فردی	روحیه کارآفرینی	0/471	0/002
مهارت های بین فردی	روحیه کارآفرینی	0/718	0/01
قابلیت انطباق	روحیه کارآفرینی	0/508	0/001
مدیریت استرس	روحیه کارآفرینی	0/328	0/062
خلق عمومی	روحیه کارآفرینی	0/528	0/008

همان طور که جدول ۶ نشان می دهد، نتایج آزمون همبستگی نشان داد که بین هوش هیجانی و روحیه کارآفرینی با مقدار همبستگی ۰/۵۳۷ و ارزش P برابر با ۰/۰۰۱، رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بین مؤلفه های مهارت های درون فردی و روحیه کارآفرینی با مقدار همبستگی ۰/۴۷۱ و ارزش P برابر با ۰/۰۰۲، مؤلفه مهارت های بین فردی و روحیه کارآفرینی با مقدار همبستگی ۰/۷۱۸ و ارزش P برابر با ۰/۰۱، مؤلفه قابلیت انطباق و روحیه کارآفرینی با مقدار همبستگی ۰/۵۰۸ و ارزش P برابر با ۰/۰۰۱، مؤلفه خلق عمومی و روحیه کارآفرینی با مقدار همبستگی ۰/۵۲۸ و ارزش P برابر با ۰/۰۰۸، رابطه معناداری وجود دارد. بر اساس نتایج بین مؤلفه مدیریت استرس و روحیه کارآفرینی با مقدار همبستگی ۰/۳۲۸ و ارزش P برابر با ۰/۰۶۲ رابطه معناداری وجود ندارد.

براساس جدول ۷ نتایج آزمون رگرسیون چندگانه با روش ورود گام به گام نشان داد که مولفه های مهارت های درون فردی با ضریب همبستگی ۰/۸۴۰، مهارت های بین فردی با ضریب همبستگی ۰/۸۲۱، قابلیت انطباق با ضریب همبستگی ۰/۸۵۳، خلق عمومی با ضریب همبستگی ۰/۹۲۱، به عنوان متغیرهای پیش بین، معیار ورود به معادله نهایی تحلیل رگرسیون برای توضیح تغییرات روحیه کارآفرینی (ملاک) را دارا هستند و توانایی پیش بینی روحیه کارآفرینی دانشجویان را دارند.

جدول ۷. نتایج رگرسیون گام به گام

مدل	متغیرهای وارد شده به مدل	ضریب همبستگی چند گانه	ضریب تعیین
۱	مهارت های درون فردی	۰/۸۴۰	۰/۷۰۶
۲	مهارت های بین فردی	۰/۸۲۱	۰/۶۷۵
۳	قابلیت انطباق	۰/۸۵۳	۰/۷۲۸
۴	خلق عمومی	۰/۹۲۱	۰/۸۴۸

۶. نتیجه گیری

یافته های پژوهش حاضر نشان داد که بین هوش هیجانی و روحیه کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. این یافته با نتایج تحقیقات مختلفی همچون احمدی کاشفانی و ناظمی (۱۳۹۳)، گمالیان و فاضل (۱۳۹۰)، مشبکی و همکاران (۱۳۹۱)، نقابی و بهادری (۲۰۱۲)، خلیفی و نسیمی (۲۰۱۴)، بوندین و همکاران (۲۰۰۸) و آوواد و علی (۲۰۱۲) همخوانی داشت. یافته های این پژوهش نشان داد که بین مولفه مهارت های درون فردی هوش هیجانی و روحیه کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. مرور نتایج پژوهش های مختلف حاکی از آن است که افرادی که با مهارت درون فردی بیشتر، می توانند با ترسیم تصور صحیح از خود، تشخیص و درک هیجانات و احساسات خود، ابزار هیجانات خود بصورت موثر، از این احساسات و عواطف بعنوان یک عامل برانگیزنده مثبت و نیروی پیش برنده برای نوآوری و بروز رفتارهای کارآفرینانه استفاده کنند. به بیان دیگر افرادی که می توانند خود را کنترل کنند، سریع تر قبول مسئولیت کرده و ایده ها و رویکردهای جدید را با آغوش باز می پذیرند و در نهایت افرادی نوآور، وظیفه شناس و انعطاف پذیر هستند و به کارآفرینی تمایل بیشتری دارند (نوروزی و همکاران، ۱۳۹۱). یافته ها نشان داد که بین مولفه مدیریت استرس هوش هیجانی و روحیه کارآفرینی دانشجویان رابطه معناداری وجود ندارد. در ارتباط با مولفه مدیریت استرس باید گفت که کارآفرین در طول فرایند کارآفرینی با تضادهای هیجانی فراوانی مواجه می شود، از یک سو اشتیاق و تز سوی دیگر ناکامی و اضطراب. در چنین شرایطی چنانچه فرد، توانایی مدیریت استرس نداشته باشد، نمی تواند منابع اشتیاق و یا ناکامی را شناسایی کرده و در نتیجه سطوح رفتارهای کارآفرینانه خود را افزایش میدهد (کمالیان و فاضل، ۱۳۹۰). یافته های این پژوهش نشان داد که بین مولفه مهارت های بین فردی هوش هیجانی و روحیه کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در ارتباط با مولفه مدیریت

استرس باید گفت که کارآفرین در طول فرایند کارآفرینی با تضادهای هیجانی فراوانی مواجه می شود، از یک سو اشتیاق و ترس دیگر ناکامی و اضطراب. در چنین شرایطی چنانچه فرد، توانایی مدیریت استرس نداشته باشد، نمی تواند منابع اشتیاق و یا ناکامی را شناسایی کرده و در نتیجه سطوح رفتارهای کارآفرینانه خود را افزایش میدهد (کماليان و فاضل، ۱۳۹۰). یافته ها نشان داد که بین مولفه قابلیت انطباق هوش هیجانی و روحیه کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. ارتباط بین مولفه های سازگاری و کارآفرینی را می توان این گونه توجیه کرد که افراد برخوردار از هوش هیجانی بالا، افرادی واقع بین بوده و قدرت سازگاری با شرایط و موقعیت های جدید را به خوبی دارند. افزون بر این، توانایی بالایی در حل مشکلات داشته و می توانند در موقعیت های مختلف مسائل و مشکلات پیش روی خود را به خوبی مدیریت و رفع کنند (کماليان و فاضل، ۱۳۹۰). یافته ها نشان داد که بین مولفه خلق عمومی هوش هیجانی و روحیه کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. خلق و خوی عمومی که به معنای توانایی رضایت از زندگی، شاد بودن و خوش بینی است، مولفه دیگری است که کارآفرین باید به آن توجه داشته باشد و علی رغم مشکلات و سختی های موجود بر سر راه افکار و ایده هایش، متقد باشد که اوضاع سروسامان می گیرد و همه چیز به خوبی انجام می شود. و آگاهی آنها را از فرصت ها افزایش میدهد (مشبکی و همکاران، ۱۳۹۱). همچنین در گام بعدی با استفاده از رگرسیون گام به گام میزان تاثیرپذیری هر یک از ویژگی های هوش هیجانی را از مولفه روحیه کارآفرینی مورد بررسی قرار داده شده است. نتایج تحلیل رگرسیونی نشان داد که از میان ۵ مولفه مطرح شده در تحقیق بر اساس پرسشنامه بار- آن (۲۰۰۶) مولفه های مهارت های درون فردی، مهارت های بین فردی، قابلیت انطباق، و خلق عمومی به ترتیب وارد مدل رگرسیونی گردیدند. با توجه به اهمیت تعیین کننده کارآفرینی در اجتماع و اقتصاد و سایر ابعاد زندگی انسان و با توجه به اکتسابی بودن هوش هیجانی، میتوان با پرورش و ارتقای هوش هیجانی از طریق گنجاندن برنامه ها و مواد درسی که به تقویت هوش هیجانی دانشجویان منجر شود و برگزاری کارگاه ها و نشست های علمی، مهارت های کارآفرینی دانشجویان را به صورت غیرمستقیم افزایش داد و در نتیجه از فواید بی شمار کارآفرینی در عرصه دانشگاه و همچنین در سطوح مختلف زندگی بهره برد.

۷. منابع و مراجع

1. Hisrich, R., Langan-Fox, J. and Grant, S. (2007) Entrepreneurship Research and Practice: A Call to Action for Psychology. *American Psychologist*, 62, 575-589
2. Mortan, R.A., Ripoll, P., Carvalho, C. and Bernal, M.C. (2014), "Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy", *Journal of Work and Organizational Psychology*, Vol. 30 No. 3, pp. 97-104.
3. Chell, E. (2007). Social Enterprise and Entrepreneurship: Towards a convergent theory of the entrepreneurial process. *International Small Business Journal*, 25, 5-23. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/0266242607071779>
4. European Commission (2003). Green Paper. Entrepreneurship in Europe. Retrieved from European Union Documents. http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2003/com2003_0027en01.pdf

۵. بدری، احسان، لیاقتدار، محمد جواد، عابدی، محمدرضا و جعفری، ابراهیم (۱۳۸۵). بررسی قابلیت های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان، قابل دسترسی در سایت: <http://www.jobportal.ir/Information/Inc/9-132-1.pdf>.

۶. نعیمی، امیر، صلاحی مقدم، نفیسه، نجفloo، پریسا (۱۳۹۵). تحلیل تأثیر هوش هیجانی بر روحیه کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تربیت مدرس. نامه آموزش عالی، ۹(۳۶)، ۹۷-۱۱۴.

۷. رستمی رضا، شاه محمدی خدیجه، قاندي غلامحسین، بشارت محمدعلی، اکبری زردخانه سعید، نصرت آبادی مسعود (۱۳۸۹). رابطه ی خودکارآمدی با هوش هیجانی و حمایت اجتماعی ادراک شده در دانشجویان دانشگاه تهران. طب داخلی روز ۱۳۸۹؛ ۱۶ (۳): ۴۶-۵۴.

۸. Boren, A.E. (2010). Emotional intelligence: The secret of successful entrepreneurship? Faculty Publications: Agricultural Leadership, Education & Communication Department, 55(2), 54-61.
۹. Extremera, N., & Rey, L. (2016). Ability emotional intelligence and life satisfaction: Positive and negative affect as mediators. *Personality and Individual Differences*, 102, 98-101. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.06.051>
۱۰. Hermann, F., Manfred, L., Christian, K. (2007), "The Significance of Personality in Business Start-up Intentions, Start-up Realization and Business Success", *Entrepreneurship and Regional Development*, 19 (3), 227-251
۱۱. Tsaousis, I., & Nikolaou, I. (2005). Exploring the relationship of emotional intelligence with physical and psychological health functioning. *Stress and Health: Journal of the International Society for the Investigation of Stress*, 21(2), 77-86.
۱۲. Zampetakis, L. A., Beldekos, P., & Moustakis, V. S. (2009). "Day-to-day" entrepreneurship within organisations: The role of trait Emotional Intelligence and Perceived Organisational Support. *European Management Journal*, 27(3), 165-175

۱۳. مشبکی، اصغر، تباربائی، مهدی محمدعلی، شایگان فرد، زهرا. (۱۳۹۱). بررسی رابطه مؤلفه های هوش هیجانی و کارآفرینی در بین دانشجویان (مطالعه موردی: دانشجویان کارشناسی ارشد مدیریت- دانشگاه آزاد اسلامی استان مازندران. نوآوری های مدیریت آموزشی، ۷(۲)، ۷-۱۸.

۱۴. کمالیان، امین رضا، فاضل، امیر. (۱۳۹۰). بررسی رابطه ی هوش هیجانی و میزان کارآفرینی دانشجویان (مطالعه ی موردی: دانشگاه سیستان و بلوچستان). فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۴(۱)، ۱۲۷-۱۴۶.

۱۵. Bar-On, R. (2006). The Bar-On model of emotional-social intelligence. *Psicothema*, 18, 13-25. Retrieved from <http://www.psicothema.com/pdf/3271.pdf>
۱۶. Mayer, J., & Salovey, P. (1997). What is emotional intelligence? In P. Salovey & D. Sluyter, *Emotional Development and Emotional Intelligence: Implications for Educators* (p. 3-31). New York: Basic Book.
۱۷. Schutte, N.S., Malouff, J.M., Hall, L.E., Haggerty, D.J., Cooper, J.T., & Golden, C.J. (1998). Development and validation of a measure of emotional intelligence. *Personality and Individual Differences*, 25, 167-177. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(98\)00001-4](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(98)00001-4)

۱۸. Lopes, P. N., Salovey, P., & Straus, R. (2003). Emotional intelligence, personality, and the perceived quality of social relationships. *Personality and individual Differences*, 35(3), 641-658.
۱۹. Ahmetoglu, G., Leutner, F., & Chamorro-Premuzic, T. (2011). EQ-nomics: Understanding the relationship between individual differences in trait emotional intelligence and entrepreneurship. *Personality and individual differences*, 51(8), 1028-1033.
۲۰. Petrides, K., & Furnham, A. (2001). Trait emotional intelligence: Psychometric investigation with reference to established trait taxonomies. *European Journal of Personality*, 15, 425-558. <https://doi.org/10.1002/per.416>
۲۱. Amelang, M., & Steinmayr, R. (2006). Is there a validity increment for tests of emotional intelligence in explaining the variance of performance criteria? *Intelligence*, 34, 459-468. <https://doi.org/10.1016/j.intell.2006.03.003>
۲۲. Boyle, G., Saklofske, D., & Matthews, G. (2015). Measures of personality and social psychology constructs. Cambridge: Elsevier, pp. 381-412.
۲۳. Barot, H. (2015). Entrepreneurship-A Key to Success. *The International Journal of Business and Management*, 3(1), 163-165.
۲۴. Hessels, J., & Naudé, W. (2019). The intersection of the fields of entrepreneurship and development economics: A review towards a new view. *Journal of Economic Surveys*, 33(2), ۳۸۹-۴۰۳.
۲۵. Ballesteros-Ruiz, M., Cardenas-del Castillo, F. F., & Corrales-Estrada, M. (2019). The Entrepreneur and the Types of Entrepreneurship. In *Innovation and Entrepreneurship: A New Mindset for Emerging Markets* (pp. 65-81). Emerald Publishing Limited.
۲۶. درویش، حسن، الوانی، سید مهدی، صالحی صدقیانی، جمشید، عباس زاده، حسن. (۱۳۹۰). عوامل مؤثر بر گرایش به کارآفرینی در بانک های خصوصی ایران. *مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)* ۲۱(۶۶)، ۷۹-۹۹.
۲۷. مدهوشی مهرداد، بخشی غلامرضا (۱۳۸۲). بررسی موانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مازندران. *فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی* ۱۳۸۲؛ ۹ (۱): ۲۱۳-۱۵۷.
۲۸. جمشیدی فر، م، خرمی، ش، راحلی، ح. (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشکده کشاورزی تبریز. *پژوهش های ترویج و آموزش کشاورزی*، شماره ۳، ۶۴-۵۳.
۲۹. Gürol, Y., & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education+ training*.
۳۰. احسان بدری، محمد جواد لیاقتدار، محمدرضا عابدی، ابراهیم جعفری، (۱۳۸۵). بررسی قابلیت های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان، *فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی*، ۱۲(۲)، ۷۳. magiran.com/p354174
۳۱. نوروزی، حسین، مشبکی، اصغر، خداداد حسینی، سید حمید، کردنائیچ، اسدالله. (۱۳۹۱). بررسی و مطالعه ارتباط قابلیت های هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی؛ مطالعه موردی صنعت خودروی های تجاری در ایران. *مدیریت نوآوری*، ۱(۲)، ۳۹-۶۴.