

تحلیل تأثیر هوش هیجانی بر روحیه کارآفرینی دانشجویان تحصیلات  
تکمیلی دانشگاه تربیت مدرس

Analysis Effect of Emotional Intelligence on Entrepreneurial  
Spirit of Agricultural Students in Tarbiat Modares University

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۵/۱۱/۲۴

تاریخ دریافت مقاله: ۹۵/۰۸/۰۳

AmirNaeimi  
Nafiseh Salahi Moghaddam  
ParisaNajafloo

امیر نعیمی \*  
نفیسه صلاحی مقدم \*\*\*  
پریسا نجفلو \*\*\*

**Abstract:** The main purpose of this descriptive-correlative study was an analysis of the effect of emotional intelligence on entrepreneurial spirit among agricultural students in Tarbiat Modares University. The population of this research consisted of graduate students in agricultural faculty of Tarbiat Modares University (N=764). Sample size was determined by Krejcie and Morgan table (n=280). Sampling method was stratified random sampling. (n=256). Research instrument was questionnaire. Face and content validity verified by faculty members of agricultural extension and education in Tarbiat Modares University. For determining reliability of instrument, pilot test is done then mean of Chronbach's alpha calculated for emotional intelligence 0.72 and entrepreneurial spirit 0.85. Discriminant validity and the composite reliability of the research instrument were tested by estimating the measurement model and they were satisfied after making necessary corrections. For analysis of data, variance and covariance technique is used by structural equation modeling. The results of structural equation modeling showed that the emotional intelligence had a positive and significant effect on entrepreneurial spirit of students. Thus, this explained about 55 percent of the variations of entrepreneurial spirit among students. Based on the findings, it can be concluded that reinforcing the emotional intelligence directly results in improvement of entrepreneurship students of Tarbiat Modares University.

**Keyword:** Emotional Intelligence, Entrepreneurship, Entrepreneurial spirit, Tarbiat Modares University

**چکیده:** هدف این تحقیق توصیفی-همبستگی بررسی تأثیر هوش هیجانی بر روحیه کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته‌های کشاورزی در دانشگاه تربیت مدرس است. جامعه آماری تحقیق شامل ۷۶۴ نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس بود که با توجه به جدول کرجسی و مورگان، تعداد ۲۵۶ نفر از آنان با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استاندارد استفاده شد. روایی ظاهری و محتوایی پرسشنامه با نظر پانلی از متخصصان ترویج و آموزش کشاورزی در دانشگاه تربیت مدرس، تأیید شد. برای تعیین پایایی ابزار تحقیق آزمون مقدماتی انجام شد و میانگین مقادیر آلفای کرونباخ برای بخش هوش هیجانی ۰/۷۲ و برای بخش روحیه کارآفرینی ۰/۸۵ محاسبه شد. همچنین روایی تشخیصی و پایایی ترکیبی ابزار تحقیق نیز از طریق برآورد مدل اندازه‌گیری و پس از انجام اصلاحات لازم تعیین شد. برای پردازش داده‌ها از روش تحلیل واریانس - کوواریانس در دستگاه معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری تحقیق نشان داد که هوش هیجانی بر روحیه کارآفرینی دانشجویان تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد به طوری که این متغیر در حدود ۵۵ درصد از واریانس روحیه کارآفرینی را تبیین کرد.

**واژگان کلیدی:** هوش هیجانی، کارآفرینی، روحیه کارآفرینی، دانشگاه تربیت مدرس.

\* استادیار گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی دانشگاه زنجان (نویسنده مسئول): a.naeimi@znu.ac.ir

\*\* دانشجوی مقطع دکتری ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه زنجان  
\*\*\* دانشجوی مقطع دکتری ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه زنجان

## مقدمه

امروزه کارآفرینی نقش مهمی در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها دارد. در فضای کنونی که دائم در حال تغییر است و پیوسته فناوری‌های جدید، کالا و خدمات جدید به بازار عرضه می‌شود، کارآفرینی الگویی برای تطابق با این تغییرات و سازگاری با شرایط پویای محیطی است (احمدی کاشفانی و ناظمی، ۱۳۹۳، ۴۲۲؛ صفا و منگلی، ۱۳۹۴، ۴). اما موضوع دیگری که لزوم توجه به کارآفرینی را سبب شده، معضل بیکاری است که کشور با آن مواجه است (بدری و همکاران، ۱۳۸۵، ۷۴). به طوری که در حال حاضر بر اساس آمارهای اخیر مرکز آمار ایران نرخ بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی بیش از ۱۸ درصد گزارش شده است (آذر، ۱۳۹۵). دانش‌آموختگان بخش کشاورزی نیز از این قاعده مستثنا نبوده و فقط یک سوم دانش‌آموختگان بخش کشاورزی مشغول به کار هستند و بقیه از بیکاران جامعه به‌شمار می‌آیند (حسینی و همکاران، ۱۳۸۹، ۱۰۲). با توجه به بالا بودن نرخ بیکاری در ایران به‌ویژه در جمعیت دانش‌آموخته دانشگاهی و پایین بودن میزان خوداشتغالی در آنان، به نظر می‌رسد باید توجه بیشتری به کارآفرینی و توسعه آنان صورت گیرد و پرورش افراد کارآفرین و تفکر خوداشتغالی به‌عنوان راه‌حل‌های مقتضی از طرف سیاست‌گذاران و مدیران اقتصادی مورد توجه قرار گیرد (بدری و همکاران، ۱۳۸۵، ۷۴). در کشورهای مختلف آموزش عالی وظیفه مهم تربیت نیروی انسانی متخصص مورد نیاز بخش‌های مختلف را برای تأمین خودکفایی در علوم و فنون، صنعت، کشاورزی و غیره بر عهده دارد. این نیروی انسانی باید مهارت‌های لازم برای ایفای نقش مثبت در جامعه داشته باشند. بنابراین با توجه به اهمیت کارآفرینی، ایجاد روحیه کارآفرینی در میان دانشجویان ضروری به نظر می‌رسد. در توسعه کارآفرینی عوامل متعددی تأثیر دارند یکی از عواملی که می‌تواند نقش بسزایی در توسعه روحیه کارآفرینی افراد داشته باشد توجه به هوش هیجانی افراد و بهره‌گیری از آن است هوش هیجانی به توانایی شناسایی و تشخیص مفاهیم و معانی هیجان‌ها، روابط بین آنها، استدلال کردن و حل مسئله اشاره دارد (رستمی و همکاران، ۱۳۸۹، ۴۷).

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<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷، ۲۲۷). به‌طورکلی هوش هیجانی بر رفتار کارآفرینانه توسط دو فرایند کلیدی اثرگذار است. نخست آنکه هوش هیجانی خود ارزیاب اثرگذاری‌های عاطفی بوده و

<sup>۱</sup>.Hermann et al

افرادی که در بعد خودارزیابی هوش هیجانی، بهره بالایی دارند، تحمل بالایی در برابر فشارهای محیطی دارند، احساس‌های ناامیدانه را بهتر شناسایی می‌کنند و سپس احساس خود را برای کاهش فشار تنظیم می‌کنند و در نتیجه سطوح رفتارهای کارآفرینانه خود را افزایش می‌دهند (کمالیان و فاضل، ۱۳۹۰، ۱۳۴). دوم آنکه، هوش هیجانی فرایندی ادراکی است افرادی که هوش هیجانی بالایی دارند، به داشتن حالت عاطفی بالا، خلاقیت و پیش‌گامی در امور گرایش دارند و بنابراین رفتار کارآفرینانه را آسان می‌کنند (زامپتاکس و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹، ۱۶۸).

هوش هیجانی می‌تواند در هر یک از مراحل کارآفرینی جهت‌دهنده کارآفرینان باشد. کارآفرین در طول فرایند کارآفرینی با تضادهای هیجانی فراوانی روبرو می‌شود، از یک سو اشتیاق و از سوی دیگر عجز و ناکامی و اضطراب. کارآفرین چنانچه از لحاظ خودآگاهی هیجانی قوی نباشد، نمی‌تواند منابع اشتیاق و یا عجز و ناکامی را شناسایی کند و در نتیجه احتمال موفقیت او بسیار کم می‌شود (مشبکی و همکاران، ۱۳۹۱، ۸) ولی اگر از لحاظ خودآگاهی هیجانی قوی باشد، می‌تواند ساختار علمی بازار را شناسایی و هوش هیجانی را هم به آن تزریق کند و شگفتی بیافریند (کمالیان و فاضل، ۱۳۹۰، ۱۳۴). از سویی دیگر، چون شناخت روحیه کارآفرینی دانشجویان اهمیت زیادی در مدیریت آموزشی و به تبع آن تهیه و تنظیم برنامه‌های آموزشی و درسی دارد؛ بنابراین یکی دیگر از دلایل انجام این تحقیق، آن است که این مهم نیز شناخته شود. بنابراین در تحقیق قصد بر این است که رابطه هوش هیجانی بر روحیه کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تربیت مدرس بررسی شود. از این رو، پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که آیا رابطه‌ای بین هوش هیجانی و مؤلفه‌های مختلف آن با روحیه کارآفرینی دانشجویان رشته‌های کشاورزی در دانشگاه تربیت مدرس وجود دارد یا خیر؟

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

**کارآفرینی:** به‌رغم موج کنونی تمایل به کارآفرینی، این حوزه دچار آفت کمبود تعریف و توافق عام بر سر کارآفرینی است (الوانی و همکاران، ۱۳۹۰، ۳۶). به کارآفرینی می‌توان به‌عنوان اقدامی پویا توجه کرد که محصول محیط خود است و مشخصات زمانی و مکانی را منعکس می‌سازد که کارآفرینان در آن زندگی می‌کنند (مدهوشی و بخشی، ۱۳۸۲، ۱۶۳). هم‌چنین کارآفرینی را می‌توان مهارتی برای کشف و

<sup>۱</sup>. Zampetakis et al

شناسایی فرصت‌ها از جایی که دیگران صرفاً بی‌نظمی و کاستی‌های آن را دیده‌اند، تعریف کرد. کارآفرینی زمانی اتفاق می‌افتد که افراد راه‌های معمولی و همیشگی تفکر و عمل را کنار گذاشته و با نگاهی نو و متفاوت، راه‌ها و ایده‌های جدید را به‌کارگیرند که می‌تواند پاسخگوی نیازهای مشتری و بازار باشد (جمشیدی‌فر و همکاران، ۱۳۸۹، ۵۵). در مجموع، بهترین تعریفی که می‌توان از کارآفرینی ارائه کرد این است که کارآفرینی عبارت است از: فرایند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی که البته با انگیزه کسب سود مالی، توفیق‌طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت می‌پذیرد (ثریایی و همکاران، ۱۳۹۱، ۲۳). بر این اساس، برخی از ویژگی‌ها و قابلیت‌های مهم کارآفرینان عبارت‌اند از: ریسک‌پذیری، نوآوری و خلاقیت، مسئولیت‌پذیری، عزت و اعتمادبه‌نفس، عمل‌گرایی، توان برقراری ارتباط قوی با دیگران، واقع‌گرایی، توفیق‌طلبی (احمدی، ۱۳۸۷، ۳۴).

بر اساس مرور ادبیات، در این پژوهش بر پنج قابلیت و مشخصه مهم کارآفرینان از جمله انگیزه پیشرفت، کنترل درونی، ریسک‌پذیری، استقلال‌طلبی و خلاقیت تمرکز شده که در ادامه به‌طور مختصر توضیح داده می‌شود.

۱. **انگیزه پیشرفت:** بیانگر تمایل به ارزیابی عملکرد با تأکید بر استانداردهای متعالی، تلاش به‌منظور بهبود عملکرد و برخورداری از لذتی که با پیشرفت در کار همراه است (نعمتی، ۱۳۹۲، ۵۴)؛

۲. **کنترل درونی:** عقیده فرد به اینکه وی تحت کنترل وقایع خارجی یا داخلی هست را مرکز کنترل می‌نامند. بیشتر کارآفرینان را دارای مرکز کنترل درونی توصیف کرده‌اند، به‌طوری‌که این افراد به خود ایمان داشته و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال و نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند (احمدی، ۱۳۸۷، ۹)؛

۳. **ریسک‌پذیری:** مشتمل بر ویژگی است که فرد برای انجام کاری یا پذیرش مسئولیتی اعلام آمادگی می‌کند که احتمال شکست در آن وجود دارد. کارآفرینان اعتدال در خطرپذیری را ترجیح می‌دهند و اموری را دنبال می‌کنند که علاوه بر چالش‌انگیز بودن، نه خیلی سهل‌الوصول و نه غیرممکن باشد (نعمتی، ۱۳۹۲، ۵۴)؛

۴. **خلاقیت:** خلاقیت همان تمایل به ذوق و ایجاد تعریف شده است که در همه افراد و در همه سنین به‌طور بالقوه وجود دارد و با محیط اجتماعی و فرهنگی پیوستگی مستقیم و نزدیکی دارد. بر اساس این قابلیت، فرد توانایی ایجاد و ارائه تعداد زیادی ایده با حداکثر سرعت دارد (احمدی، ۱۳۸۷، ۹)؛

۵. استقلال‌طلبی: عموماً کارآفرینان افرادی هستند که می‌خواهند کار را به شیوه خود انجام دهند و کار کردن برای دیگران برایشان دشوار است (نعمتی، ۱۳۹۲، ۵۴).

**هوش هیجانی:** گرچه ریشه‌های علمی هوش هیجانی را در نظریه هوش اجتماعی ثراندایک (۱۹۲۰) و یا در ایده‌های وکسلر<sup>۱</sup> به هنگام تبیین جنبه‌های غیرشناختی هوش عمومی (۱۹۴۱) می‌توان یافت، ولی اصطلاح هوش هیجانی به صورت جدی در چندین مقاله که در دهه ۱۹۹۰ توسط جان مایر و پیتر سالووی منتشر شد، مطرح شد (میرس و میرس<sup>۲</sup>، ۲۰۰۳، ۲۲۴). از آن زمان تاکنون، مفهوم هوش هیجانی توجه بسیاری را به خود جلب کرده و پژوهش‌های زیادی را به دنبال داشته است (سلگی و علیپور، ۱۳۹۱، ۱۰۵). نخستین تعریف از هوش هیجانی، این واژه را مجموعه‌ای از توانایی‌ها برای پردازش هیجانی مطرح می‌کند. بر این اساس هوش هیجانی، توانایی تشخیص، ارزیابی و بیان هیجان به شیوه صحیح و سازش یافته است. بر مبنای ارائه مفاهیم متفاوت از هوش هیجانی، تعریف آن نیز تغییر کرد. افرادی مثل گلمن<sup>۳</sup> (۱۹۹۵) و بار-آن<sup>۴</sup> (۱۹۹۷) توانایی فهم و پردازش هیجان را با برخی ویژگی‌های دیگر درآمیختند و آن را آرایه‌ای از قابلیت‌ها، شایستگی‌ها و مهارت‌های غیر شناختی تعریف کردند که می‌تواند با توفیق، در کنار آمدن با اضطراب‌ها و فشارهای محیطی، بر توانایی شخص تأثیر بگذارد (نوفرستی و معین‌الغربائی، ۱۳۸۹، ۱۷۶). در نهایت دو روان‌شناس آمریکایی به نام‌های سالوی و مایر در دهه ۱۹۹۰، نظریه رسمی هوش هیجانی، اولین نشریه در این زمینه و کاربردی‌ترین تعریف هوش هیجانی را ارائه دادند (انصاری و قنبری، ۱۳۹۱، ۳). آنان هوش هیجانی را مجموعه‌ای از توانایی‌هایی تعریف کردند که به فرد کمک می‌کند تا احساسات خود و دیگران را بشناسد، درک کند و بر اساس آن بتواند احساسات و هیجان‌ات خود را اداره کند (نوروزی و همکاران، ۱۳۹۲، ۴۲). صرف‌نظر از تعابیر گوناگون، در کل به نظر می‌رسد که هوش هیجانی از هوش عمومی متمایز است و تفکر را در مورد زندگی شخصی بهبود می‌بخشد.

در سال‌های گذشته مدل‌های مختلفی برای تبیین مؤلفه‌های هوش هیجانی ارائه شده است که از مهم‌ترین آنها می‌توان به مدل بار-آن (۲۰۰۶) اشاره کرد. از آنجا که این مدل بر مبنای نتایج واقعی متمرکز است (صمدی و کیوان، ۱۳۷، ۱۳۹۲)، از این

---

1. Wechsler  
 2. Meyers & Meyers  
 3. Goleman  
 4. Bar-on

مدل در این پژوهش استفاده شده است. بر مبنای مدل بار-آن (۲۰۰۶) هوش هیجانی دارای پنج بعد شامل شاخص‌های درون‌فردی، میان‌فردی، قابلیت انطباق، مدیریت استرس و خلق و خوی عمومی است (مشبکی و همکاران، ۱۳۹۱، ۸؛ نوروزی و همکاران، ۱۳۹۲، ۴۶؛ گابل و همکاران، ۲۰۰۵، ۳۸۱).

۱. **بعد درون‌فردی:** به توانایی تشخیص و درک احساسات، عقاید و افکار و دفاع از حقوق فردی به روشی غیر مخرب و رها بودن از وابستگی هیجانی اطلاق می‌شود و توانایی اشخاص را در آگاهی از هیجان‌ها و کنترل آن‌ها مشخص می‌کند؛

۲. **بعد میان‌فردی:** به معنی توانایی همدلی یعنی آگاهی، درک و ارزیابی احساسات دیگران است؛

۳. **بعد سازگاری یا انطباق شامل حل مسئله، آزمون واقعیت و انعطاف‌پذیری است؛**

۴. **بعد مدیریت استرس:** توان تحمل حوادث ناخوشایند و شرایط اضطراب‌آور و نیز مقاومت در برابر تنش‌ها را مشخص می‌کند؛

۵. **بعد خلق و خوی عمومی** نیز به معنای توانایی رضایت از زندگی، شاد بودن و خوش‌بینی است.

در ادامه برخی از مطالعات انجام گرفته در داخل و خارج از کشور مرور می‌شود. پور اسفدن و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان شناخت و مطالعه رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی مدیران صنایع لاستیک و پلاستیک شهر تهران، نشان دادند که رابطه معنی‌دار میان دو متغیر کارآفرینی و هوش هیجانی وجود دارد. کمالیان و فاضل (۱۳۹۰) در بررسی رابطه هوش هیجانی و میزان کارآفرینی دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان، نتایج تحقیق نشان دادند که رابطه مثبت و معنی‌دار بین کارآفرینی با هوش هیجانی وجود دارد. پوکیانی و همکاران (۱۳۹۲) نیز در پژوهشی که در میان کارکنان دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی کرمان انجام داده بودند، نشان دادند که بین کارآفرینی با هوش هیجانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. در پژوهش دیگری که بر روی دانشجویان کارشناسی تربیت بدنی دانشگاه تهران انجام شده بود، نتایج تحقیق نشان داد که بین هوش هیجانی و قصد کارآفرینانه دانشجویان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد (احمدی کاشفانی و ناظمی، ۱۳۹۳).

بروندین و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) در بررسی تأثیر هوش هیجانی مدیران بر گرایش کارآفرینانه کارکنان نشان دادند که هوش هیجانی از متغیرهای اصلی پیش‌بینی‌کننده گرایش کارآفرینانه است. آوواد و علی<sup>۲</sup> (۲۰۱۲) در تحقیق خود نشان دادند که رابطه مثبت و معنی‌داری بین هوش هیجانی و گرایش به کارآفرینی وجود دارد و کارکنانی که از هوش هیجانی بالاتری برخوردار بودند، گرایش بیشتری به کارآفرینی داشتند. نقابی و بهادری<sup>۳</sup> (۲۰۱۲) نیز بر اساس نتایج تحقیق، اذعان داشتند که کارکنان برخوردار از سطوح بالای هوش هیجانی، تمایل بیشتری دارند که احساساتشان را بهتر تنظیم و کنترل کنند. خلیفی و نسیمی‌فر<sup>۴</sup> (۲۰۱۴) در بررسی مؤلفه‌های هوش هیجانی به‌عنوان متغیرهای پیش‌بین شایستگی کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران نشان دادند که بین هوش هیجانی دانشجویان و شایستگی‌های کارآفرینی آنان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. سه مؤلفه خوش‌بین بودن، توانایی حل مسئله و همدلی به ترتیب دارای بیشترین نقش در پیش‌بینی تغییرات متغیر شایستگی‌های کارآفرینی بودند.

با توجه به مطالب اشاره شده در بخش‌های پیشین و در قالب هدف اصلی پژوهش شامل بررسی رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی در دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تربیت مدرس و بر اساس مرور ادبیات، در این بخش مدل مفهومی پژوهش ترسیم شده است (شکل ۱). بر اساس مدل مفهومی پژوهش، فرضیه این تحقیق به صورت ذیل قابل طرح است:

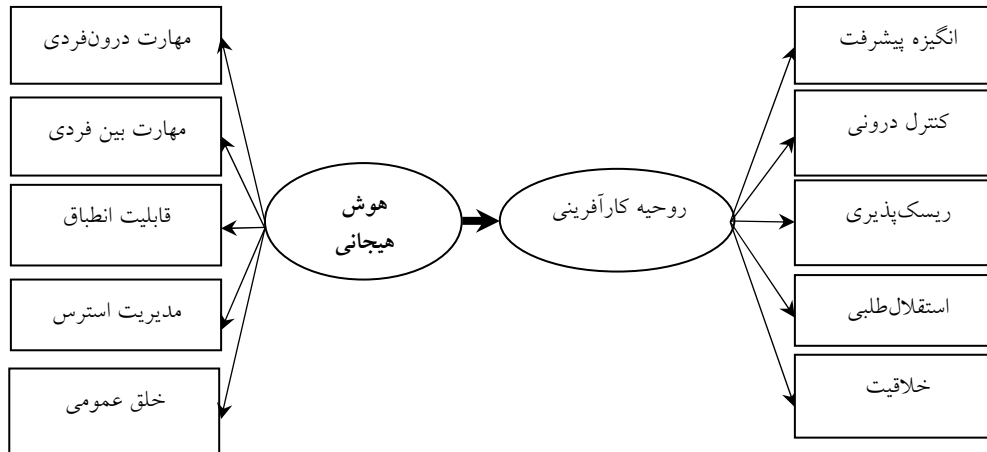
---

1. Brundin et al

2. Awwad & Ali

3. Neqabi & Bahadori

4. Khalifi & Nasimifar



شکل (۱) مدل مفهومی تحقیق

- بنابراین با توجه به مدل مفهومی تحقیق، سؤال‌های زیر قابل طرح است:
- آیا مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده هوش هیجانی، قابلیت اعتماد و اعتبار لازم برای سنجش این سازه را دارند؟
  - آیا مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده روحیه کارآفرینی از روایی و پایایی لازم برخوردارند؟
  - آیا بین هوش هیجانی و روحیه کارآفرینی رابطه وجود دارد؟

### روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ نحوه گردآوری اطلاعات، توصیفی و از نوع همبستگی و به‌طور مشخص مبتنی بر مدل معادلات ساختاری بود. جامعه آماری این تحقیق را تمامی دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته‌های کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس در سال تحصیلی ۹۲-۹۳ تشکیل می‌دادند که تعداد آنها ۷۶۴ نفر بود. تعیین حجم نمونه با توجه به جدول کرجسی و مورگان بود که تعداد ۲۵۶ نفر با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای بر اساس فراوانی دانشجویان در هر رشته تحصیلی برای انجام پژوهش مورد مطالعه قرار گرفتند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه استاندارد بود که از سه بخش مشخصه‌های فردی و حرفه‌ای پاسخگویان و پرسش‌های مرتبط با سنجش کارآفرینی دانشجویان و مؤلفه‌های هوش هیجانی تشکیل شده بود (جدول ۱). برای سنجش مؤلفه‌های هوش هیجانی از پرسشنامه استاندارد (EQ-i) بار-آن (۲۰۰۶) و سنجش روحیه کارآفرینی از مقیاس‌های توسعه داده شده در مطالعات مختلف به‌ویژه مرادی و فمی (۱۳۸۹) استفاده شد. روایی ظاهری و



محتوایی پرسشنامه با نظر پنج نفر از متخصصان ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس در زمینه موضوع مورد پژوهش، تأیید شد. برای تعیین روایی تشخیصی از روش میانگین واریانس استخراج شده استفاده شد که مقادیر به دست آمده برای همه متغیرها بالای ۰/۵۰ بود. برای تعیین پایایی پرسشنامه از دو روش آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شد. برای محاسبه آلفای کرونباخ آزمون مقدماتی بین ۳۰ نفر از دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه زنجان (خارج از نمونه اصلی) انجام شد، سپس مقادیر آلفای کرونباخ برای قسمت‌های مختلف پرسشنامه محاسبه شد (جدول ۳). البته در این مرحله مقدار ضریب آلفای کرونباخ در سه مکنون مهارت بین فردی، سازگاری و خلق عمومی کمتر از ۰/۷ بود.

جدول (۱) بخش‌های مختلف پرسشنامه به همراه تعداد گویه‌ها و مقدار آلفای کرونباخ

مقدار آلفای کرونباخ	تعداد گویه‌ها	متغیر	
-	۵	سن، جنس و تحصیلات و ...	ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای
۰/۹۱۵	۹	انگیزه پیشرفت	مؤلفه‌های روحیه کارآفرینی
۰/۸۷۸	۹	ریسک‌پذیری	
۰/۸۶۴	۹	خلاقیت	
۰/۷۸۱	۹	استقلال‌طلبی	
۰/۸۲۶	۹	کنترل درونی	
۰/۷۰۴	۳۰	مهارت‌های درون فردی	مؤلفه‌های هوش هیجانی
۰/۷۳۸	۱۸	مهارت‌های بین فردی	
۰/۷۰۶	۱۸	سازگاری	
۰/۷۴۲	۱۲	مدیریت استرس	
۰/۷۲۳	۱۲	خلق عمومی	

#### یافته‌های پژوهش

چه رابطه‌ای بین هوش هیجانی و روحیه کارآفرینی دانشجویان مورد مطالعه وجود دارد؟

به منظور آزمون همبستگی بین متغیرهای هوش هیجانی با روحیه کارآفرینی از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. در همین راستا، پیش از طراحی مدل ساختاری تحقیق، ابتدا برای تأیید و آزمون مناسب بودن پرسشنامه‌های مورد استفاده برای اندازه‌گیری دو متغیر مکنون اشاره شده، دو مدل اندازه‌گیری شامل همه نشانگرهای مرتبط با ابعاد مختلف هر دو مکنون، به صورت جداگانه برآورد شد. نتایج ارزیابی این دو مدل بر اساس شاخص‌های مختلف برازندگی نشان داد که مدل‌های اندازه‌گیری پس از حذف تعداد کمی از نشانگرها ۳ متغیر از ۴۵ متغیر مربوط به روحیه کارآفرینی و ۱۵ متغیر از ۹۰ متغیر مربوط به هوش هیجانی، از برازش نیکویی مناسبی برخوردار شدند (جدول ۲).

جدول (۲) ارزیابی شاخص‌های برازش نیکویی در مدل‌های اندازه‌گیری

شاخص	$\frac{x^2}{df}$	IFI	RMR	CFI	GFI	RMSEA
معیار استاندارد	$\leq 3$	$0/90 \leq$	$\leq 0/08$	$0/90 \leq$	$0/90 \leq$	$\leq 0/08$
مقادیر مدل اندازه‌گیری روحیه کارآفرینی	۲/۶۰۹	۰/۹۰۷	۰/۰۴۴	۰/۹۰۵	۰/۸۵۲	۰/۰۸۷
مقادیر مدل اندازه‌گیری هوش هیجانی	۲/۱۷۰	۰/۹۱۷	۰/۰۵۵	۰/۹۱۵	۰/۸۹۲	۰/۰۷۴

منبع: یافته‌های تحقیق

همچنین، نتایج مربوط به مقادیر میانگین واریانس استخراج شده نشان داد که مقدار این شاخص برای تمامی مکنون‌های مورد مطالعه بیشتر از ۰/۵ بود، بنابراین روایی تشخیصی پرسشنامه، تأیید شد (جدول ۳). افزون بر این، نتایج تحقیق حاکی از آن بود که مقادیر پایایی ترکیبی محاسبه شده برای مکنون‌های اشاره شده در قالب دو مدل اندازه‌گیری مورد مطالعه، بزرگ‌تر از ۰/۷ بودند (جدول ۳). در مجموع، با توجه به نتایج به دست آمده بر اساس معیارهای اشاره شده، می‌توان گفت که ابزار تحقیق از روایی همگرایی مناسبی برخوردار بود. در مورد روایی منطقی نیز با توجه به نتایج مندرج در جدول (۳) ضرایب همبستگی بین تمامی مکنون‌های مورد مطالعه در قالب مدل‌های اندازه‌گیری معنی‌دار شده و در نتیجه ابزار تحقیق دارای روایی منطقی بود.

جدول (۳) خلاصه نتایج به دست آمده از مدل‌های اندازه‌گیری پژوهش

بخش‌های اصلی	مؤلفه‌های مرتبط	میانگین واریانس استخراج شده	پایایی ترکیبی	ضرایب همبستگی بین مکنون‌ها			
				انگیزه پیشرفت	ریسک‌پذیری	خلاقیت	استقلال طلبی
روحیه کارآفرینی	انگیزه پیشرفت	۰/۶۴۶	۰/۸۴۴	۱	--	--	--
	ریسک‌پذیری	۰/۴۶۵	۰/۷۷۶	۰/۸۷۶*	۱	--	--
	خلاقیت	۰/۵۸۲	۰/۸۴۶	۰/۷۹۸*	۰/۹۶۱*	۱	--
	استقلال طلبی	۰/۵۳۰	۰/۸۲۰	۰/۷۳۴*	۰/۹۰۰*	۰/۹۴۵*	۱
	کنترل درونی	۰/۵۰۰	۰/۷۹۹	۰/۸۵۱*	۰/۹۷۱*	۰/۹۶۳*	۰/۹۳۰*
ضرایب همبستگی بین مکنون‌ها							
هوش هیجانی	مهارت درون فردی	۰/۵۵۲	۰/۸۳۱	۱	--	--	--
	مهارت بین فردی	۰/۵۶۰	۰/۷۱۳	۰/۴۳۹*	۱	--	--
	سازگاری	۰/۴۲۰	۰/۶۷۸	۰/۶۶۶*	۰/۷۰۰*	۱	--
	مدیریت استرس	۰/۴۶۲	۰/۷۶۸	۰/۵۹۶*	۰/۴۹۰*	۰/۸۴۹*	۱
	خلق عمومی	۰/۴۸۶	۰/۶۵۰	۰/۸۳۳*	۰/۷۳۳*	۰/۸۷۰*	۰/۸۶۳*

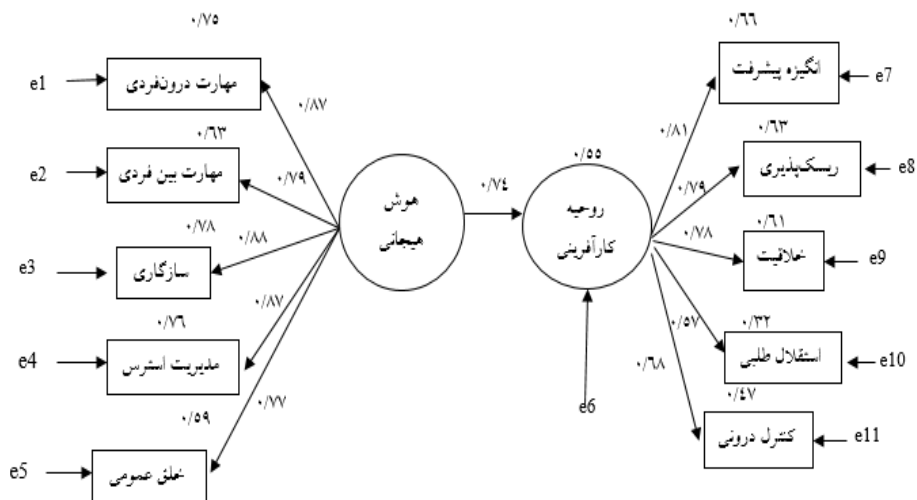
\*: معنی‌داری در سطح ۱ درصد و \*\*: معنی‌داری در سطح ۵ درصد

پس از برآورد مدل‌های اندازه‌گیری، مدل ساختاری تحقیق اجرا شد. در این تحقیق نیز مدل ساختاری بیانگر رابطه مستقیم متغیر مستقل هوش هیجانی با کارآفرینی (به‌عنوان متغیر وابسته) بود (شکل ۲). در مورد برازش نیکویی مدل ساختاری، یافته-

های تحقیق نشان داد که مدل برآورد شده از برازش نیکویی قابل قبولی برخوردار است (جدول ۴). در این خصوص، ذکر این نکته ضروری است که با توجه به اصلاحات انجام گرفته در مدل‌های اندازه‌گیری، مدل ساختاری برآورده شده در همان مرحله اول (اولین مدل اشباع شده) از برازش مناسبی برخوردار بوده و نیاز به اصلاح نداشت.

جدول (۴) ارزیابی شاخص‌های برازش نیکویی در مدل ساختاری تحقیق

شاخص	$\frac{\chi^2}{df}$	IFI	CFI	GFI	RMSEA
معیار استاندارد	$\leq 3$	$\geq 0.90$	$\geq 0.90$	$\geq 0.90$	$\leq 0.08$
مقدار گزارش شده	۲/۲۶۳	۰/۹۶۸	۰/۹۶۸	۰/۹۳۵	۰/۰۷۷



شکل (۲) مدل ساختاری تحقیق

همان‌طور که شکل (۲) نشان می‌دهد متغیر هوش هیجانی توانسته است ۵۵ درصد از واریانس متغیر روحیه کارآفرینی دانشجویان رشته‌های کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس را تبیین کند. افزون بر نتایج اشاره شده در بالا، خلاصه نتایج به‌دست آمده در خصوص آزمون فرضیه تحقیق در جدول (۵) ارائه شده است. همان‌طور که

از نتایج پیداست فرضیه اصلی تحقیق تأیید شده و متغیر هوش هیجانی از اثر مثبت و معنی داری بر روحیه کارآفرینی برخوردار است.

جدول (۵) نتایج و ضرایب رگرسیونی بر اساس مدل ساختاری

سطح معنی داری	مقدار t	ضرایب رگرسیونی استاندارد	خطای استاندارد	مقادیر غیراستاندارد	فرضیه تحقیق	
					هوش هیجانی	روحیه کارآفرینی
$p \leq 0/001$	۹/۴۳۰	۰/۷۴۴	۰/۰۳۳	۰/۳۰۷	←	

### بحث و نتیجه گیری

یافته‌های تحقیق نشان داد که بر اساس مقادیر شاخص‌های مختلف برازش، ساختار کلی مدل تحقیق به تفکیک متغیرهای هوش هیجانی (مهارت درون‌فردی، مهارت بین فردی، مدیریت استرس، سازگاری و خلق عمومی) و روحیه کارآفرینی (انگیزه پیشرفت، ریسک‌پذیری، خلاقیت، استقلال‌طلبی، کنترل درونی) مورد تأیید است. همچنین، با توجه به نتایج مدل ساختاری مشخص شد که فرضیه تحقیق مورد پذیرش قرار گرفته و متغیر هوش هیجانی از اثر مثبت و معنی‌داری بر متغیر وابسته برخوردار بود، به نحوی که در مجموع ۵۵ درصد از واریانس کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته‌های کشاورزی در دانشگاه تربیت مدرس را تبیین کرد. این یافته با نتایج مطالعات و پژوهش‌های متعددی همچون احمدی کاشفانی و ناظمی (۱۳۹۳)، کمالیان و فاضل (۱۳۹۰)، مشبکی و همکاران (۱۳۹۱)، نقابی و بهادری (۲۰۱۲)، خلیفی و نسیمی‌فر (۲۰۱۴)، بوندین و همکاران (۲۰۰۸) و آوواد و علی (۲۰۱۲) همخوانی داشت. در این زمینه، نقابی و بهادری (۲۰۱۲) تأکید دارند که افراد برخوردار از سطوح بالای هوش هیجانی، تمایل دارند که احساساتشان را بیشتر کنترل کنند و بنابراین، اطمینان بیشتر و کنترل بهتر بر نیازهای محیط اطراف خود را تجربه می‌کنند که در نتیجه آنان را قادر می‌سازد که کارآفرینانه عمل کنند. به همین منوال، بارون (۲۰۰۶) معتقد است که افراد با هوش هیجانی بالا مهارت‌های اجتماعی بالاتری دارند، واقع‌بین هستند و قدرت سازگاری با شرایط و موقعیت‌های جدید را به خوبی دارند. در همین خصوص، برون‌دین و همکاران (۲۰۰۸) بر این نکته تأکید دارند که هوش هیجانی از

متغیرهای اصلی پیش‌بینی کننده گرایش کارآفرینانه است، به طوری که ابراز اطمینان، اعتقاد و رضایت در مورد پروژه‌های کارآفرینانه تمایل افراد را به عمل کارآفرینانه افزایش می‌دهد، در حالی که ابزار ناامیدی، نگرانی و سردرگمی، تمایل به کارآفرینی را کاهش می‌دهد.

در خصوص سازوکار و نحوه تأثیرپذیری کارآفرینی از مؤلفه‌های هوش هیجانی، مرور نتایج مطالعات و پژوهش‌های مختلف نشان می‌دهد که افرادی با مهارت درون فردی بیشتر، می‌توانند با ترسیم تصور صحیح از خود، تشخیص و درک هیجانات و احساسات خود، ابراز هیجانات خود به صورت مؤثر، از این احساسات و عواطف به عنوان یک عامل برانگیزنده مثبت و نیروی پیش‌برنده برای نوآوری و بروز رفتارهای کارآفرینانه استفاده کنند. به بیان دیگر افرادی که می‌توانند خود را کنترل کنند، سریع‌تر قبول مسئولیت کرده و ایده‌ها و رویکردهای جدید را با آغوش باز می‌پذیرند و در نهایت افرادی نوآور، وظیفه‌شناس و انعطاف‌پذیر هستند و به کارآفرینی تمایل بیشتری دارند (نوروزی و همکاران، ۱۳۹۲، ۶۱).

ارتباط بین مؤلفه سازگاری و کارآفرینی را می‌توان این‌گونه توجیه کرد که افراد برخوردار از هوش هیجانی بالا، افرادی واقع‌بین بوده و قدرت سازگاری با شرایط و موقعیت‌های جدید را به خوبی دارند. افزون بر این، توانایی بالایی در حل مشکلات داشته و می‌توانند در موقعیت‌های مختلف مسائل و مشکلات پیش روی خود را به خوبی مدیریت و رفع کنند (کمالیان و فاضل، ۱۳۹۰، ۱۴۱).

مؤلفه بین فردی از دیگر متغیرهای تأثیرگذار بر کارآفرینی است. اهمیت روابط بین فردی برای فرد کارآفرین به این جهت مهم است که اثر مستقیم بر سلامت روانی وی دارد، رشد شخصیت، هویت‌یابی و موفقیت او را افزایش می‌دهد و متعاقب آن موجب افزایش کیفیت زندگی می‌شود. از مهم‌ترین مهارت‌هایی که فرد کارآفرین برای تقویت این مؤلفه (روابط بین فردی) باید فراگیرد، اعتماد کردن به دیگران، برقراری ارتباط روشن و عاری از ابهام، پذیرش حمایت از دیگران و حل مشکلات است (مشبکی و همکاران، ۱۳۹۱، ۱۴).

در ارتباط با مؤلفه مدیریت استرس باید گفت که کارآفرین در طول فرایند کارآفرینی با تضادهای هیجانی فراوانی مواجه می‌شود، از یک سو اشتیاق و از سوی دیگر ناکامی و اضطراب. در چنین شرایطی چنانچه فرد، توانایی مدیریت استرس نداشته باشد، نمی‌تواند منابع اشتیاق و یا ناکامی را شناسایی کرده و در نتیجه سطوح رفتارهای کارآفرینانه خود را افزایش دهد (کمالیان و فاضل، ۱۳۹۰، ۱۴۱).

خلق و خوی عمومی که به معنای توانایی رضایت از زندگی، شاد بودن و خوش بینی است، مؤلفه 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، معتقد باشد که اوضاع سروسامان می گیرد و همه چیز به خوبی انجام می شود. خوش بینی به افراد کارآفرین انرژی می دهد و استعدادهای پنهان آنها را فرامی خواند و آگاهی آنها را از فرصت ها افزایش می دهد (مشبکی و همکاران، ۱۳۹۱، ۱۴). با در نظر گرفتن یافته های اصلی کسب شده از پژوهش، پیشنهادهای زیر ارائه می شود:

۱- با توجه به اینکه هوش هیجانی، قابل آموزش و بهبود و ارتقا است، لذا توصیه می شود دانشگاه ها برای آموزش و تقویت هوش هیجانی دانشجویان خود دوره های آموزشی برگزار کنند. به بیان دیگر با توجه به نقش آینده دانشجویان در توسعه همه جانبه کشور، ضروری به نظر می رسد که آنها از قدرت کارآمدی عمومی، تحصیلی و سلامت روانی بالاتر برخوردار باشند تا بتوانند از پس چالش های جدی کارآفرینی برآیند. لذا به طور جد توصیه می شود که دانشگاه ها نگاه عمیقی به هوش هیجانی و آموزش مهارت آن در عرصه دانشگاه و به ویژه دانشجویان داشته باشند.

۲- پیشنهاد می شود که دانشگاه ها با فراهم کردن محیط مناسب، آموزش و ایجاد انگیزش، زمینه را برای ارائه ایده های جدید، کنجکاوی، آزمایش و تجربه دانشجویان فراهم کرده و نگرش مثبت به کارآفرینی را در دانشجویان رواج دهند.

۳- همچنین توصیه می شود که سایر پژوهشگران، رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی در سایر رشته های تحصیلی را بررسی کنند. رابطه سایر مؤلفه های هوش هیجانی و کارآفرینی را نیز بررسی کنند تا مشخص شود آیا این مؤلفه ها با میزان کارآفرینی افراد ارتباط معنی داری دارد یا خیر.

## منابع

- آذر، عادل (۱۳۹۵). گزارش نرخ بیکاری در کشور. خبرگزاری تسنیم. ۲۰ فروردین ۱۳۹۵. شناسه خبر: ۱۰۴۲۳۹۸.
- احمدی کافشانی، عبدالله و ناظمی علی (۱۳۹۳). بررسی ارتباط هوش هیجانی با قصد کارآفرینانه مورد مطالعه: دانشجویان کارشناسی تربیت بدنی دانشگاه تهران. نشریه مدیریت ورزشی، ۳، ۴۲۱-۴۴۱.
- احمدی، روح‌اله (۱۳۸۷). تبیین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان اینترنتی در شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
- الوانی، سید مهدی، بودلایی حسن و قریب گرکانی مونا (۱۳۹۰). چالش‌ها و پیشنهادها (راهکارها) در توسعه مفهومی کارآفرینی. رشد فناوری، ۲۹، ۳۵-۴۶.
- انصاری، اسماعیل و قنبری، پریا (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی مورد مطالعه اداره کل آموزش و پرورش استان لرستان، مجموعه مقالات کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش‌بنیان، بابلسر، شرکت پژوهشی طرود شمال.
- بدری، احسان؛ لیاقت‌دار، محمدجواد؛ عابدی، محمدرضا و جعفری، ابراهیم (۱۳۸۵). بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۱۲ (۲)، ۷۳-۹۰.
- پوراسفدن، عباس؛ چراغعلی، محمدحسن و رحمانی، محمد (۱۳۸۹). شناخت و مطالعه رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی مدیران صنایع لاستیک و پلاستیک شهر تهران. فصلنامه اقتصاد و کسب و کار، ۱ (۲)، ۲۷-۳۴.
- پورکیانی، مسعود؛ امیری، افلاطون و آذرپور، فاطمه (۱۳۹۲). بررسی رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی کرمان. فصلنامه بهداشت و توسعه، ۲ (۳)، ۲۱۴-۲۲۲.
- ثریایی، علی؛ پاکدین امیری، علیرضا و پاکدین امیری، مجتبی (۱۳۹۱). بررسی عوامل مؤثر بر موانع کارآفرینی سازمانی در وزارت کشور. فصلنامه مدیریت، ۹ (۲۷)، ۲۱-۳۴.
- جمشیدی‌فر، مصطفی؛ خرمی، شهروز و راحل، حسین (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشکده کشاورزی تبریز. مجله پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، ۵۳، ۱۱-۶۵.
- حسینی، سیدمحمود؛ فرج‌اله حسینی، سیدجمال و سلیمانپور، محمدرضا (۱۳۸۹). شناسایی و تحلیل موانع کارآفرینی در آموزش عالی کشاورزی از دیدگاه



- دانشجویان کارشناسی ارشد استان تهران. تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۳، ۳۵۹-۳۶۸.
- رستمی، رضا؛ شاه‌محمدی خدیجه؛ قائدی، غلامحسین؛ بشارت، محمدعلی؛ اکبری زردخانه، سعید و نصرت‌آبادی، مسعود (۱۳۸۹). رابطه خودکارآمدی با هوش هیجانی و حمایت اجتماعی ادراک شده در دانشجویان دانشگاه تهران. فصلنامه دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی گناباد، ۱۶ (۳)، ۵۴-۴۶.
- سلگی، زهرا و علی‌پور، احمد (۱۳۹۱). مقایسه هوش اجتماعی و هوش هیجانی دانشجویان با توجه به دست برتری آنها. فصلنامه روان‌شناسی کاربردی، ۶ (۴)، ۱۱۹-۱۰۳.
- صفا، لیلا و منگلی، نسرین (۱۳۹۴). تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه زنجان. فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۳۳ (۳-۱۵).
- صمدی، عباس و کیوان، نادیا (۱۳۹۲). بررسی نقش هوش هیجانی مدیران در برقراری ارتباطات اثربخش (مورد مطالعه: مدیران شعب بانک ملت در شهر تهران). فصلنامه مدیریت دولتی، ۵ (۱)، ۱۲۹-۱۴۸.
- کمالیان، امین‌رضا و فاضل، امیر (۱۳۹۰). بررسی رابطه هوش هیجانی و میزان کارآفرینی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه سیستان و بلوچستان). نشریه توسعه کارآفرینی، ۴ (۱۱)، ۱۲۷-۱۴۶.
- مدهوشی، مهرداد و بخشی، غلامرضا (۱۳۸۲). بررسی موانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مازندران. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۹ (۱)، ۱۵۷-۲۱۳.
- مشبکی، اصغر؛ تباربانی، مهدی و شایگان‌فرد، زهرا (۱۳۹۱). بررسی رابطه مؤلفه‌های هوش هیجانی و کارآفرینی در بین دانشجویان (مطالعه موردی: دانشجویان کارشناسی ارشد مدیریت- دانشگاه آزاد اسلامی استان مازندران). فصلنامه اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی، ۷ (۲)، ۱۷-۷.
- نعمتی، محمدعلی (۱۳۹۲). بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه‌های دولتی تهران. فصلنامه نوآوری و ارزش‌آفرینی، ۱ (۳)، ۴۷-۶۴.
- نوروزی، حسین؛ مشبکی، اصغر؛ حسینی، حمید و کردنائیج، اسداله (۱۳۹۲). بررسی ارتباط قابلیت‌های هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: صنعت خودروسازی). فصلنامه مدیریت نوآوری، ۱ (۲)، ۳۹-۶۴.

نوفرستی، اعظم و معین‌الغربائی، فاطمه (۱۳۸۹). هوش هیجانی و خلاقیت در دانشجویان. فصلنامه روان‌شناسی تحولی، ۷ (۲۶)، ۱۷۵-۱۸۹.

- Awwad, M. S. & Ali, H. K. (2012). Emotional intelligence and entrepreneurial orientation: The moderating role of organizational climate and employees' creativity. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 14 (1), 115 -136.
- Bar-On, R. (2006). The Bar-On model of emotional-social intelligence (ESI). *Psicothema*, 18 (1), 13- 25.
- Brundin, E.; Patzelt, H. & Shepherd, D. A. (2008). Managers' Emotional Displays and Employees' Willingness to act entrepreneurially. *Journal of Business Venturing*, 23 (2). 221-243.
- Gabel, R., Dolan, S. and Cardin, J. (2005). Emotional intelligence as predictor of cultural adjustment for success in global assignments. *International Journal of Career Management*. 10 (5), 375-395.
- Hermann, F.; Manfred, L. & Christian, K. (2007). The Significance of Personality in Business Start-up Intentions, Start-up Realization and Business Success. *International Journal of Entrepreneurship & Regional Development*. 19 (3), 227-251.
- Khalifi, A. & Nasimifar, H. (2014). A study of emotional intelligence components as predictors of entrepreneurship in students of Shahid Chamran University. *Journal of Novel Applied Sciences*, 3 (1), 1- 4.
- Meyers, J. & Meyers, B. (2003). Bi-directional influences between positive psychology and primary prevention. *School Psychology Quarterly*. 18 (2), 222-229.
- Neqabi, S. & Bahadori, M. (2012). Relational between Emotional Intelligence and entrepreneurial behavior. *Iranian Journal of Military Medicine*. 14 (2), 123-128.
- Zampetakis, L.; Beldekos, P. & Moustakis, V. (2009). Day- to -day" Entrepreneurship within Organizational: The Role of Trait Emotional Intelligence and perceived Organizational Support. *European Management Journal*. 27 (3), 165-175.