

مدیریت ورزشی \_ بهمن و اسفند ۱۳۹۴  
 دوره ۷، شماره ۶، ص: ۹۳۵-۹۵۰  
 تاریخ دریافت: ۹۳/۰۲/۲۹  
 تاریخ پذیرش: ۹۳/۱۱/۰۴

## بررسی رابطه بین هوش هیجانی و مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان تربیت بدنی

عباس فخرانی<sup>۱\*</sup> - مهرزاد حمیدی<sup>۲</sup> - مجید جلالی فراهانی<sup>۳</sup>

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۲ و ۳. دانشیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

### چکیده

هدف تحقیق حاضر، بررسی رابطه بین هوش هیجانی و مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان تربیت بدنی بود. روش تحقیق، توصیفی از نوع همبستگی و از لحاظ هدف، کاربردی بود که به صورت میدانی اجرا شد. جامعه آماری، دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه تهران ( $n=843$ ) بودند. تعداد نمونه آماری براساس فرمول کوکران ۲۶۵ نفر به دست آمد. نحوه نمونه‌گیری به صورت طبقه‌ای تصادفی بود. ابزار گردآوری داده‌ها شامل پرسشنامه هوش هیجانی نوکاه و آهیازو (۲۰۰۹) و پرسشنامه مهارت‌های کارآفرینی بیچ (۲۰۰۷) بود. روایی پرسشنامه‌ها را یازده نفر از متخصصان مدیریت ورزشی تأیید کردند. پایایی درونی هر دو پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ، به ترتیب ۰/۸۲۱ و ۰/۷۹۴ به دست آمد. برای تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی (فراوانی، درصد فراوانی، میانگین و انحراف معیار) و آمار استنباطی (آزمون K-S، ضریب همبستگی اسپیرمن، رگرسیون چندگانه گام‌به‌گام) استفاده شد. نتایج آزمون همبستگی نشان داد که بین هوش هیجانی و مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان، همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد ( $r=0/508$ ). همچنین بین سه مؤلفه خودمدیریتی ( $r=0/471$ )، مدیریت روابط ( $r=0/528$ ) و آگاهی اجتماعی ( $r=0/718$ ) با مهارت‌های کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه گام‌به‌گام نشان داد که از بین چهار مؤلفه هوش هیجانی، مؤلفه‌های خودمدیریتی با ضریب همبستگی چندگانه ( $R=0/721$ )، آگاهی اجتماعی ( $R=0/821$ ) و مدیریت روابط ( $R=0/853$ ) توانایی پیش‌بینی مهارت‌های کارآفرینی را دارند. به نظر می‌رسد از طریق آموزش‌های لازم، می‌توان هوش هیجانی و در نتیجه آن مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان را ارتقا بخشید.

### واژه‌های کلیدی

تربیت بدنی، کارآفرینی، مهارت کارآفرینی، هوش، هوش هیجانی.

## مقدمه

امروزه علم به قدرت و نفوذ هیجان‌های ذهنی انسان پی برده و در حال کشف و تبیین جایگاه هیجان‌ها و احساس‌ها در فعالیت‌ها، رفتارها، حرکت‌ها و شخصیت انسانی است. در حوزه مطالعه هوش نیز سیر مطالعه‌ها از هوش منطقی (که بر پایه شناخت استوار است) به سمت هوش هیجانی حرکت می‌کند (۲۳). هوش هیجانی<sup>۱</sup> سعی در تشریح و تفسیر جایگاه هیجان‌ها و احساس‌ها در توانمندی‌های انسانی دارد (۲۶، ۲). تحقیقات مختلف نشان می‌دهد هوش هیجانی می‌تواند موجب افزایش سلامت، رفاه و آسایش عمومی، ثروت، و موفقیت در فرد شود و کلید موفقیت و اثربخشی در بسیاری از امور مانند کارآفرینی است (۲۴، ۲۲، ۱۰).

با توجه به ابعاد گسترده تربیت بدنی و ورزش می‌توان آن را در زمره سریع‌ترین بخش‌های رشد و مرتبط با بخش‌های اصلی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در جهان مطرح کرد (۹، ۸). دستاوردها و فرصت‌های شغلی در خیل عظیمی از رویدادهای ورزشی وجود دارد؛ به عبارتی افزایش فرایندهای و مهارت‌های کارآفرینی در ورزش و رویدادها در حال ایجاد تنوعی از فرصت‌های جدید است (۱۶، ۱۴). به همین منظور در دانشکده‌ها و گروه‌های مستقل تربیت بدنی برای پرورش دانشجویان و مدیرانی کارآفرین، اولین قدم، آگاه کردن مدیران در زمینه موضوع کارآفرینی و اهمیت آن در فضای رقابتی کنونی جهان است (۱۷).

بسیاری از نویسندگان در مورد هوش هیجانی و آثار آن بر زندگی عادی و روزمره انسان قلم‌فرسایی کرده‌اند، که موجب شده این باور قدیمی که ماهیت انسان را در تعارض مداوم بین قلب و مغز می‌داند، به چالش کشیده شود و در مورد درستی آن ابهام به‌وجود آید؛ اما به‌دلیل نوظهور بودن مباحث مرتبط با هوش هیجانی در مورد این ادعاها باید ارزیابی‌های دقیق و علمی انجام گیرد تا صحت آنها مشخص شود. تاکنون درباره سنجش هوش هیجانی و ارتباط آن با دیگر متغیرها و همچنین ارتباط کارآفرینی با دیگر متغیرها تحقیقات زیادی انجام گرفته است. برای مثال رابطه عملکرد مدیران و هوش هیجانی، هوش هیجانی در سلامت روانی، هوش هیجانی و اختلال شخصیتی مرزی، هوش هیجانی و رضایت و ... بررسی شده است. اما درباره رابطه آنها با هم (مهارت‌های کارآفرینی و رابطه یا تفکیک آن از هوش هیجانی) که عرصه مطالعاتی جدید و موضوعی نوین (چه از نظر هوش هیجانی و چه از دیدگاه

### 1. Emotional intelligence

کارآفرینی) است، مطالعات اندکی صورت گرفته است. از این رو تحقیق حاضر بر آن است تا تعیین کند آیا اصولاً بین هوش هیجانی و مهارت‌های کارآفرینی رابطه‌ای وجود دارد؟ و اگر ارتباطی وجود دارد بین کدام مؤلفه‌های هوش هیجانی و مهارت‌های کارآفرینی است؟ آیا مؤلفه‌های هوش هیجانی می‌توانند مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان را پیش‌بینی کنند؟

دانشمندان و نویسندگان مختلف تعابیر زیادی از هوش هیجانی، ویژگی‌ها و کارکردهای آن داشته‌اند که به مهم‌ترین آنها در ادامه اشاره می‌شود: هوش توانایی دریافت و درک حقیقت و شرایط و ارتباطات و استدلال درباره آنهاست (۲۴)؛ هوش هیجانی، توانایی شناسایی احساسات خود و دیگران به‌منظور برانگیختن و اداره احساسات و روابط خود است (۱۹ ، ۲). سابقه هوش هیجانی در مباحث هوش هیجانی به ۸۰ سال پیش برمی‌گردد؛ اما این مفهوم در دهه‌های اخیر توسعه یافته است. ثراندیک<sup>۱</sup> در سال ۱۹۲۷ با قرار دادن انواع هوش در سه طبقه کلی (هوش عمومی، هوش تجسمی و هوش اجتماعی) برای هر یک تعاریف خاصی ارائه کرد. در سال ۱۹۴۰ وکسلر<sup>۲</sup> به عوامل غیرعقلایی مانند عوامل اجتماعی، فردی و احساسی توجه نشان داد (۲۹ ، ۲۱). اما دانیل گلمن<sup>۳</sup> اولین بار نوشته‌های نویسندگان قبل از خود را جمع‌بندی کرد و در کتاب خود به نام هوش هیجانی بیان داشت و از این واژه به‌طور رسمی استفاده کرد. اندیشمندان هوش هیجانی بر این باورند که این نوع هوش از یک رشته قابلیت‌های اکتسابی ناشی می‌شود که به عملکرد موفق و اثربخش افراد و مدیران سازمان‌ها می‌انجامد. مطالعات نشان داده‌اند که برخلاف بهره هوشی (IQ) هوش هیجانی قابل یادگیری و ارتقا است (۱۳). مشهورترین الگوهای هیجانی به شرح زیرند: ۱. الگوی توانایی سالووی و می‌یر<sup>۴</sup>: براساس این الگو، هوش هیجانی توانایی نظارت بر احساسات و هیجانات خود و دیگران به‌منظور نفوذ در آنها و استفاده از این اطلاعات برای هدایت افکار و اعمال افراد است. الگوی توانایی سالووی و می‌یر چهار توانایی خاص زیر را دربرمی‌گیرد: دریافت احساسات، درک احساسات، استفاده از احساسات و اداره و مدیریت احساسات (۲۸)؛ ۲. الگوی غیرشناختی بار - آن<sup>۵</sup>: تنظیم قابلیت‌ها، صلاحیت‌ها و مهارت‌های افراد برای موفقیت در مقابله با فشارها و تقاضاهای محیطی بر توانایی افراد تأثیر می‌گذارد. این الگو شامل پنج بعد است: هوش هیجانی درون‌فردی، هوش هیجانی میان‌فردی، سازگاری، مدیریت استرس، و خلق و خوی

1. Thorandike
2. Wechesler
3. Golman
4. Salovey & Mayer
5. Bar-On

عمومی یا خوش‌بینی (۱۸)؛ ۳. الگوی شایستگی گلمن: گلمن هوش هیجانی را توانایی شناخت احساسات خود و دیگران برای برانگیختن خود و اداره احساسات خود و دیگران تعریف کرد. الگوی هوش هیجانی گلمن دارای پنج بعد است: خودآگاهی، خودتنظیمی، خودبرانگیختگی، همدلی، و ارتباطات مؤثر (۲۱، ۶). خودآگاهی: داشتن اعتماد به نفس و توانایی شناسایی یک احساس برای ارزیابی دقیق خود. خودمدیریتی: دور نگه داشتن احساسات مخرب (خودکنترلی)، حفظ استانداردهای صداقت و امانت (قابلیت اعتماد)، قبول مسئولیت عملکرد (پیروی از وجدان)، کنترل تغییر (سازگاری) و پذیرش ایده‌ها و رویکردهای جدید (خلاقیت). خودبرانگیختگی: میل به هدایت احساسات یا تسهیل دستیابی به اهداف که توفیق‌طلبی (رسیدن به استانداردهای کمال و عالی)، تعهد (تطبیق اهداف با گروه یا سازمان)، ابتکار (فعالیت بر مبنای فرصت‌ها) و خوش‌بینی (دیدن نیمه پر لیوان) را شامل می‌شود (۱۹). آگاهی اجتماعی: درک دیگران با آگاهی از نیازها، احساسات، تمایلات و درک احتیاجات آنان. مدیریت روابط: توانایی تحریک واکنش‌های مطلوب در دیگران توسط دیپلماسی مؤثر؛ تأثیر بر دیگران تا کاری را انجام دهند (نفوذ)، گوش کردن به نظرها و ارسال پیام متقاعدکننده (ارتباط)، الهام بخشیدن و هدایت گروه‌ها و افراد (رهبری)، کار کردن با دیگران در مقابل اهداف مشترک (مشارکت همکاری مبتنی بر اعتماد) (۲۳).

گلمن مفهوم هوش هیجانی را در دو بعد تفسیر کرد که مهارت‌های فردی و اجتماعی نام دارند. مهارت‌های فردی شامل خودآگاهی، خودتنظیمی و خودبرانگیختگی، و مهارت‌های اجتماعی شامل مهارت‌های همدلی و ارتباطات اجتماعی می‌شود (۳۰).

کارآفرینی<sup>۱</sup> در عمل خلق یک چیز از هیچ است (۳۱). کارآفرینی عبارت است از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصراً به فردی از منابع به‌منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها (۳۲). کارآفرین: فردی که مسئولیت اولیه‌ی جمع‌آوری منابع لازم برای شروع کسب‌وکار است یا کسی که منابع لازم برای شروع یا رشد کسب‌وکاری را بسیج می‌کند و تمرکز او بر نوآوری و توسعه فرایند، محصول یا خدمات جدید است (۲۲، ۱). مک‌کله‌لند<sup>۲</sup> می‌گوید کارآفرینان کسانی‌اند که نیاز فراوانی به موفقیت دارند و مخاطره بالایی را می‌پذیرند (۲۰).

---

1. Entrepreneurship  
2. McClelland

واژه کارآفرینی برگرفته از کلمه فرانسوی *enreprendre* به معنای «متعهد شدن» است. در اوایل سده شانزدهم میلادی، کسانی را که به هدایت مأموریت‌های نظامی می‌پرداختند، کارآفرین می‌خواندند. از حدود سال ۱۷۰۰م به بعد فرانسویان درباره پیمانکاران دولت که دست‌اندرکار ساخت جاده، پل، بندر و تأسیسات بودند به کرات از لفظ کارآفرین استفاده می‌کردند (۲۵). مشهورترین الگوهای کارآفرینی عبارت است از: ۱. الگوی دس و لومپکین<sup>۱</sup>: این الگو در سال ۱۹۹۶ ساخته شد و از کامل‌ترین الگوهای است که به بررسی ابعاد مختلف گرایش کارآفرینانه پرداخته است و شامل پنج بعد است: استقلال عمل، نوآوری، پیشگامی یا پیش‌فعالی، رقابت تهاجمی و ریسک‌پذیری (۲۹)؛ ۲. الگوی هیسریچ<sup>۲</sup>: هیسریچ به سه بعد مخاطره‌پذیری، نوآوری و پیشگامی معتقد است. از این الگو می‌توان به‌عنوان الگوی کارآفرینی سازمانی نیز استفاده کرد (۲۷).

انسان موجودی اجتماعی است و مهارت‌های کارآفرینی فرد در جامعه در قالب کسب‌وکار خود بدون جلب همراهی و رهبری موفق دیگران به ثمر نمی‌نشیند. در این زمینه، هوش هیجانی، قابلیت درک و کنترل احساس‌ها و عواطف خود و دیگران است که کار کردن با دیگران و اثربخش بودن در کارآفرینی را امکان‌پذیر می‌کند (۲۲، ۴). به‌طور کلی کارآفرینان مختلف از احساس‌ها و عواطف یکسانی برخوردار نیستند و در اداره و درک فرصت‌ها و تهدیدها و شناسایی ضعف‌ها و قوت‌ها با توجه به میزان هوش هیجانی خود، عملکردهای گوناگونی دارند. هوش هیجانی می‌تواند در تک‌تک مراحل کارآفرینی جهت‌دهنده کارآفرینان باشد (۲۴). ری و وایت<sup>۳</sup> (۲۰۰۷) در تحقیقی با عنوان «هوش هیجانی کارآفرینان» نشان دادند که عواملی مانند کار گروهی، خوداتکایی، غلبه بر استرس و اعتماد به نفس در کارآفرینان موفق به میزان بالایی وجود دارد و باید در توسعه هوش هیجانی مدنظر قرار گیرد (۳۰). بورن<sup>۴</sup> (۲۰۱۰) در تحقیقی با عنوان «هوش هیجانی، راز کارآفرینی موفق»، به این نتیجه رسید که افراد دارای هوش هیجانی بالا که شروع به کارآفرینی می‌کنند نسبت به سایر افراد موفقیت بیشتری، چه در زمینه کارآفرینی و چه در زمینه‌های مربوط به کسب‌وکار کسب خواهند داشت (۲۲). ارین و مک لافین<sup>۵</sup> (۲۰۱۲) هم در پژوهشی با عنوان «نقش هوش هیجانی در کارآفرینان موفق»، در پی یافتن رابطه بین هوش هیجانی و کارآفرینان موفق بودند که نتایج تحقیق نشان‌دهنده میزان بالای هوش هیجانی در

1. Dess & Lumpkin
2. Hisrich
3. Rhee & White
4. Boren
5. Erin & McLaughlin

میان کارآفرینان نمونه تحقیق بود (۲۴). همچنین کافتسیوس<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۸) در تحقیقی با عنوان «ارتباط بین هوش هیجانی و دیدگاه‌های کارآفرینی»، نشان دادند که بالا رفتن هوش هیجانی دانشجویان، نه تنها به یادگیری موفق دانشجویان کمک می‌کند، بلکه موجب شروع بهتر دوره کاری آنها نیز می‌شود (۲۸). مشبکی و همکاران (۱۳۹۱) به بررسی رابطه بین مؤلفه‌های هوش هیجانی و کارآفرینی دانشجویان دانشگاه مازندران پرداختند و نشان دادند بین همه مؤلفه‌های هوش هیجانی با کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. افراد برخوردار از سطوح بالای هوش هیجانی، تمایل بیشتری برای تنظیم و کنترل بهتر احساساتشان دارند. بنابراین رفتار بهتری در محیط کار و زندگی تجربه می‌کنند که در نتیجه، آنان را قادر می‌سازد کارآفرینانه عمل کنند (۱۱). فاضل و کمالیان (۱۳۹۰) به بررسی رابطه بین هوش هیجانی و میزان کارآفرینی دانشجویان سیستان و بلوچستان پرداختند. نتایج نشان داد که بین هوش هیجانی و کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد؛ هرچه دانشجویان از نظر کارآفرینی در وضعیت بهتری قرار داشته باشند، از هوش هیجانی بالاتری برخوردارند (۷). نقابی و بهادری (۱۳۹۱) به بررسی ارتباط هوش هیجانی با رفتار کارآفرینانه پرداختند و نشان دادند که مهارت‌های فردی (خودآگاهی، خودتنظیمی و انگیزش) ارتباط قوی و مثبت با رفتار کارآفرینانه دارد. به عبارت دیگر، دارندگان مهارت‌های فردی، افرادی مبتکر، خلاق، نوآور، پیش‌فعال و ریسک‌پذیرند (۱۵). مسلمی عقیلی (۱۳۹۰) به بررسی تأثیر هوش هیجانی در موفقیت کارآفرینان استان گلستان پرداخت. یافته‌های این تحقیق نشان داد که بین هوش هیجانی و موفقیت کارآفرینان رابطه معناداری وجود دارد و هوش هیجانی، در موفقیت کارآفرینان استان گلستان تأثیر داشته است. همچنین نشان داد که ابعاد هوش هیجانی تفاوت معناداری با موفقیت کارآفرینان داشته است (۱۰). زوپرکا و زاکارویسیوس<sup>۲</sup> (۲۰۱۰) در تحقیقی نشان دادند که عوامل هوش هیجانی که به دانشجویان در توسعه قدرت کارآفرینی کمک می‌کند و خصوصیات شخصی یک فرد برای توسعه قابلیت کارآفرینی بسیار مهم است (۳۳).

## روش تحقیق

این تحقیق از نوع توصیفی-همبستگی و از نظر هدف کاربردی است، که به صورت میدانی اجرا شد. ابزار اندازه‌گیری شامل موارد زیر بود: ۱. پرسشنامه هوش هیجانی که ابعاد هوش هیجانی (خودآگاهی،

1. Kafetsios

2. Zuperka & Zakarevicius

خودمدیریتی، مدیریت روابط و روابط اجتماعی) را در قالب ۲۰ گویه در مقیاس پنج‌ارزشی لیکرت اندازه‌گیری می‌کرد. این پرسشنامه را نوکاه<sup>۱</sup> و آهیازو<sup>۲</sup> (۲۰۰۹) طراحی کرده‌اند (۱۲)؛ ۲. پرسشنامه استاندارد سنجش مهارت‌های کارآفرینی که بیچ<sup>۳</sup> (۲۰۰۷) طراحی کرده است (۱۲). این پرسشنامه از ۲۲ گویه تشکیل شده که مهارت‌های کارآفرینی افراد را در مقیاس پنج‌ارزشی لیکرت اندازه‌گیری می‌کند. روایی پرسشنامه‌ها را ۱۱ نفر از متخصصان مدیریت ورزشی تأیید کردند. پایایی درونی هر دو پرسشنامه با استفاده از روش ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۲۱ و ۰/۷۹۴ محاسبه شد. جامعه آماری پژوهش، کل دانشجویان دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران (N=۸۴۳) بود. تعداد نمونه آماری پژوهش طبق فرمول کوکران ۲۶۵ نفر به دست آمد. نحوه نمونه‌گیری نیز به صورت طبقه‌ای متناسب-تصادفی بود. تجزیه و تحلیل داده‌های این تحقیق در دو سطح آمار توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار) و آمار استنباطی (آزمون کولموگروف-اسمیرنوف به منظور تعیین نرمال بودن داده‌ها، ضریب همبستگی اسپیرمن به منظور بررسی ارتباط بین هوش هیجانی و مهارت‌های کارآفرینی و تحلیل رگرسیون چندگانه گام‌به‌گام برای پیش‌بینی مهارت‌های کارآفرینی از روی مؤلفه‌های هوش هیجانی) انجام گرفت. برای بررسی تأثیر ابعاد چهارگانه هوش هیجانی بر مهارت‌های کارآفرینی از رگرسیون چندگانه استفاده شد و ورود متغیرهای پیش‌بین در تحلیل رگرسیون به روش گام‌به‌گام بود. در این روش، ترتیب ورود متغیرهای پیش‌بین در اختیار محقق نیست و براساس ضریب همبستگی صورت می‌گیرد و چنانچه متغیرها معیار ورود را کسب کنند، در تحلیل باقی می‌مانند و در غیر این صورت، حذف می‌شوند (۳). از نرم‌افزار spss برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد.

### یافته‌های تحقیق

جدول ۱ یافته‌های توصیفی جمعیت‌شناختی را نشان می‌دهد.

براساس جدول ۱ نتایج بررسی در مورد جنسیت نشان داد که ۱۸۸ نفر (۷۰) درصد کل دانشجویان مورد مطالعه مرد و ۷۷ نفر (۳۰) درصد آنها زن بودند. همچنین بررسی وضعیت سنی نشان داد از مجموع ۲۶۵ نفر نمونه تحت بررسی در دانشکده تربیت بدنی ۲۶ نفر (۹/۸ درصد) کل دانشجویان زیر ۲۰ سال، ۱۴۶ نفر از دانشجویان (۵۵/۴ درصد) کل دانشجویان بین ۲۱-۲۵ سال، ۷۶ نفر (۲۸/۶

1. Nwokah
2. Ahiauzu
3. Biech

درصد) کل دانشجویان بین ۲۶-۳۰ سال و ۱۷ نفر (۶/۲ درصد) کل دانشجویان در دامنه بالای ۳۰ سال بودند. نتایج بررسی در مورد میزان تحصیلات افراد نشان داد که از مجموع ۲۶۵ نفر نمونه تحت بررسی در دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران ۹۸ نفر از دانشجویان (۳۶/۴ درصد) کل دانشجویان در مقطع کارشناسی، ۱۴۳ نفر (۵۳/۳ درصد) در مقطع کارشناسی ارشد و ۲۴ نفر (۹/۳ درصد) در مقطع دکتری مشغول تحصیل بودند. وضعیت اشتغال اعضای نمونه نشان داد که ۵۳ نفر از دانشجویان (۲۰ درصد) شاغل و ۲۱۲ نفر (۸۰ درصد) آنها را افراد بیکار تشکیل داده است. همچنین ۴۳/۱ درصد دانشجویان کمتر از یک ساعت، ۳۱/۳ درصد ۱-۳ ساعت، ۱۹/۶ درصد ۳-۶ ساعت و شش درصد آنها بالای ۶ ساعت در شبانه‌روز مطالعه دارند. وضعیت تاهل افراد نشان داد که از مجموع ۲۶۵ نفر نمونه تحت بررسی ۳۴/۷ درصد دانشجویان متأهل و ۶۵/۳ درصد آنها مجرد بودند.

جدول ۱. یافته‌های توصیفی جمعیت‌شناختی

ویژگی	فراوانی	درصد فراوانی
وضعیت تاهل	متاهل	۳۴/۷
	مجرد	۶۵/۳
سن	زیر ۲۰ سال	۹/۸
	۲۱-۲۵ سال	۵۵/۴
	۲۶-۳۰ سال	۲۸/۶
	۳۰ سال به بالا	۶/۲
جنسیت	مرد	۷۰/۹
	زن	۲۹/۱
مقطع تحصیلی	کارشناسی	۳۶/۴
	کارشناسی ارشد	۵۳/۳
	دکتری	۹/۳
وضعیت اشتغال	شاغل	۲۰
	بیکار	۸۰
میزان مطالعه	زیر ۱ ساعت	۴۳/۱
	۱ - ۳ ساعت	۳۱/۳
	۳ - ۶ ساعت	۱۹/۶
	۶ ساعت به بالا	۶

یافته‌های توصیفی متغیرهای تحقیق در جدول ۲ آورده شده است.



جدول ۲. یافته‌های توصیفی متغیرهای تحقیق

مؤلفه‌ها	فراوانی	میانگین	انحراف معیار
هوش هیجانی	۲۶۵	۳/۱۶۵	۰/۷۷
خودآگاهی	۲۶۵	۳/۰۵	۰/۷۱
خودمدیریتی	۲۶۵	۳/۲۲	۰/۸۱
مدیریت روابط	۲۶۵	۳/۲۷	۰/۷۸
آگاهی اجتماعی	۲۶۵	۳/۱۲	۰/۷۱
مهارت‌های کارآفرینی	۲۶۵	۳/۲	۰/۸۵

همان‌طور که جدول ۲ نشان می‌دهد، میانگین هوش هیجانی دانشجویان ۳/۱۶۵ و انحراف معیار آن ۰/۷۷ بود. میانگین نمره مؤلفه خودآگاهی ۳/۰۵ و انحراف معیار ۰/۷۱، میانگین خودمدیریتی ۳/۲۲ و انحراف معیار آن ۰/۸۱، میانگین مؤلفه مدیریت روابط ۳/۲۷ و انحراف معیار ۰/۷۸ و میانگین مؤلفه آگاهی اجتماعی ۳/۱۲ و انحراف معیار ۰/۷۱ بود. در مورد میزان مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان نیز نشان داد که مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان دارای میانگین ۳/۲ و انحراف معیار ۰/۸۵ بود. جدول ۳ نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف را نشان می‌دهد.

جدول ۳. نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

متغیرها	تعداد نمونه	تعداد گویه‌ها	میانگین	انحراف معیار	Z <sub>K-S</sub>	sig	نتیجه
هوش هیجانی	۲۶۵	۲۰	۳/۱۶۵	۰/۷۷	۱/۹۹	۰/۰۴۴	غیرنرمال
مهارت‌های کارآفرینی	۲۶۵	۲۲	۳/۲	۰/۸۵	۰/۹۲	۰/۵۲	نرمال
کل داده‌ها	۲۶۵	۴۲	۳/۱۸	۰/۸۸	۲/۰۱	۰/۰۴۵	غیرنرمال

نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف نشان داد که داده‌ها توزیعی غیرنرمال دارند (جدول ۳). بنابراین از ضریب همبستگی اسپیرمن برای بررسی ارتباط بین هوش هیجانی و مهارت‌های کارآفرینی استفاده شد.

## جدول ۴. همبستگی بین هوش هیجانی و مؤلفه‌های آن با مهارت‌های کارآفرینی

سطح معناداری (P)	ضریب همبستگی اسپیرمن	فراوانی	متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین
۰/۰۰۱	۰/۵۰۸	۲۶۵	مهارت‌های کارآفرینی	هوش هیجانی
۰/۰۰۲	۰/۴۷۱	۲۶۵	مهارت‌های کارآفرینی	خودمدیریتی
۰/۰۶۲	۰/۳۲۸	۲۶۵	مهارت‌های کارآفرینی	خودآگاهی
۰/۰۱	۰/۷۱۸	۲۶۵	مهارت‌های کارآفرینی	آگاهی اجتماعی
۰/۰۰۸	۰/۵۲۸	۲۶۵	مهارت‌های کارآفرینی	مدیریت روابط

( سطح معناداری،  $\alpha < 0.05$  )

همان‌طور که جدول ۴ نشان می‌دهد، نتایج آزمون همبستگی نشان داد که بین هوش هیجانی و مهارت‌های کارآفرینی با مقدار همبستگی ۰/۵۰۸ و ارزش P برابر ۰/۰۰۱، رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بین مؤلفه‌های خودمدیریتی و مهارت‌های کارآفرینی با مقدار همبستگی ۰/۴۷۱ و ارزش P برابر ۰/۰۰۲، مؤلفه مدیریت روابط و مهارت‌های کارآفرینی با مقدار همبستگی ۰/۵۲۸ و ارزش P برابر ۰/۰۰۸، مؤلفه آگاهی اجتماعی و مهارت‌های کارآفرینی با مقدار همبستگی ۰/۷۱۸ و ارزش P برابر ۰/۰۱، رابطه معناداری وجود دارد. براساس نتایج بین مؤلفه خودآگاهی و مهارت‌های کارآفرینی با مقدار همبستگی ۰/۳۲۸ و ارزش P برابر ۰/۰۶۲، رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول ۵ نتایج رگرسیون گام‌به‌گام را نشان می‌دهد.

## جدول ۵. نتایج رگرسیون گام‌به‌گام

الگوها	ضریب همبستگی چندگانه (R)	ضریب تعیین (R <sup>2</sup> )
۱	* ۰/۷۲۳	۰/۵۲۳
۲	** ۰/۸۲۱	۰/۶۷۵
۳	*** ۰/۸۵۳	۰/۷۲۸

الگوی ۱: متغیرهای پیش‌بین: مقدار ثابت، خودمدیریتی  
 الگوی ۲: متغیرهای پیش‌بین: مقدار ثابت، خودمدیریتی، مدیریت روابط  
 الگوی ۳: متغیرهای پیش‌بین: مقدار ثابت، خودمدیریتی، مدیریت روابط، آگاهی اجتماعی

براساس جدول ۵ نتایج آزمون رگرسیون چندگانه با روش ورود گام‌به‌گام نشان داد که مؤلفه‌های خودمدیریتی با ضریب همبستگی چندگانه ۰/۷۲۳، مدیریت روابط با ضریب همبستگی ۰/۸۲۱ و آگاهی

اجتماعی با ضریب همبستگی ۰/۸۵۳، به‌عنوان متغیرهای پیش‌بین، معیار ورود به معادله نهایی تحلیل رگرسیون برای توضیح تغییرات مهارت‌های کارآفرین (متغیر ملاک) را دارا هستند و توانایی پیش‌بینی مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان را دارند.

### بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که بین هوش هیجانی و مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. این یافته به این معناست که اگر دانشجویان در درک احساسات خود و دیگران توانمند باشند و بتوانند از آن برای برقراری ارتباط با خود و دیگران بهره ببرند، احتمالاً مهارت‌های کارآفرینی آنها افزایش خواهد یافت. این یافته با نتایج تحقیقات فاضل (۱۳۹۰)، مشبکی و همکاران (۱۳۹۱)، مسلمی عقیلی (۱۳۹۰)، ارین و مک‌لافین (۲۰۱۲)، ری و همکاران (۲۰۰۷) و قربانی و همکاران (۲۰۱۳) همسوست (۳۰، ۲۵، ۲۴، ۱۱، ۱۰، ۷). برای مثال ارین و مک‌لافین (۲۰۱۲) نشان دادند که هوش هیجانی در میان کارآفرینان نمونه تحقیق به میزان زیادی بالا بوده است (۲۴). بنابراین افزایش هوش هیجانی دانشجویان نه تنها به یادگیری موفق دانشجویان کمک می‌کند، بلکه موجب می‌شود که زندگی کاری خود را بهتر شروع کنند (۲۸).

یافته‌های این پژوهش نشان داد که بین مؤلفه خودمدیریتی هوش هیجانی و مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بدین معنا که دانشجویان هرچه بیشتر بتوانند در مقابل فشارها و ضربه‌های احساسی و عاطفی بر خود تسلط داشته باشند، احتمالاً مهارت‌های کارآفرینی بیشتری نسبت به کسانی که این مؤلفه در آنها ضعیف‌تر است، دارند. این یافته با نتایج تحقیقات فاضل (۱۳۹۰)، نقابی و بهادری (۱۳۹۱)، زامپتاکیس و همکاران (۲۰۰۹)، کافتسیوس و همکاران (۲۰۰۸)، ارین و مک‌لافین (۲۰۱۲) همراستاست (۳۲، ۲۸، ۳۲، ۲۴، ۷). فاضل (۱۳۹۰) نیز در تحقیق خود به این نتیجه رسید افرادی که در شرایط مختلف می‌توانند خود را کنترل و مدیریت کنند و بر شرایط سخت روحی و عاطفی غلبه کنند، دارای میزان بالایی از هوش هیجانی‌اند (۷). در واقع دانشجویانی که در مواقع بحرانی آرامش خود را حفظ می‌کنند و از تفکرهای منفی خودداری می‌ورزند و در مدیریت برخورد بهتر عمل می‌کنند، کارآفرینی بالایی دارند.

یافته‌های این پژوهش نشان داد که بین مؤلفه مدیریت روابط هوش هیجانی و مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. یعنی دانشجویانی که بهتر می‌توانند ارتباط

خود با دیگران را تنظیم کنند و در مواقع مختلف ارتباطی صحیح با اطرافیان و اجتماع داشته باشند، احتمالاً دارای میزان بالایی از مهارت‌های کارآفرینی‌اند، که این یافته با نتایج تحقیقات فاضل (۱۳۹۰)، نقابی و بهادری (۱۳۹۱)، مشبکی و همکاران (۱۳۹۱)، مسلمی عقیلی (۱۳۹۰)، زوپرکا (۲۰۱۰) و نخعی و همکاران (۲۰۱۳) مطابقت دارد (۳۳، ۲۹، ۱۵، ۱۱، ۱۰، ۷). افرادی که در چالش‌های مختلف می‌توانند به‌خوبی با دیگران ارتباط برقرار کنند و از این ارتباط نتیجه بگیرند، نیز دارای شرایطی بالقوه برای بروز کارآفرینی هستند.

یافته‌های این پژوهش نشان داد که بین مؤلفه آگاهی اجتماعی هوش هیجانی و مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ بدین معنا که دانشجویانی که به‌خوبی می‌توانند ویژگی‌های عاطفی اطرافیان را تجزیه و تحلیل کنند و از آن در جهت برقراری ارتباطی حساب‌شده بهره ببرند، احتمالاً دارای میزان بالایی از مهارت‌های کارآفرینی‌اند. این یافته با نتایج تحقیقات رحمانی (۱۳۸۹)، مشبکی و همکاران (۱۳۹۱)، مسلمی عقیلی (۱۳۹۰)، بورن (۲۰۱۰)، کافتسیوس و همکاران (۲۰۰۸) و زوپرکا (۲۰۱۰) همسوست (۳۳، ۲۸، ۲۲، ۱۱، ۱۰، ۵). رحمانی (۱۳۸۹) نیز در تحقیقی به این نتیجه رسید که شاهره جلب حمایت دیگران عواطف و احساسات است و افرادی که به‌خوبی می‌توانند این عواطف را در دیگران شناسایی کنند و از آن در جهت اهداف خود سود ببرند، در اجتماع مشکلات کمتری خواهند داشت و این افراد احتمالاً شرایط بهتری برای بروز کارآفرینی خواهند داشت (۵) که نتایج این تحقیق نیز مؤید این است.

یافته‌ها نشان داد که بین مؤلفه خودآگاهی هوش هیجانی و مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان رابطه معناداری وجود ندارد. این بدان معناست که افرادی که به عواطف و احساسات خود در شرایط مختلف آگاهی دارند، مهارت‌های کارآفرینی زیادی ندارند، یعنی این ویژگی تأثیری بر مهارت‌های کارآفرینی ندارد. این یافته با نتایج تحقیق فاضل (۱۳۹۰) همراستاست (۷) و با نتایج تحقیقات نقابی و بهادری (۱۳۹۱)، مشبکی و همکاران (۱۳۹۱)، مسلمی عقیلی (۱۳۹۰)، زامپتاکیس و همکاران (۲۰۰۹)، ارین و مک‌لافین (۲۰۱۲) و زوپرکا (۲۰۱۰) همخوانی ندارد (۳۲، ۲۴، ۱۵، ۱۱، ۱۰). این یافته کمی تأمل‌برانگیز است و باید تحقیقات بیشتری در این زمینه صورت گیرد.

نتایج رگرسیون چندگانه گام‌به‌گام نشان داد که از بین ابعاد هوش هیجانی تنها سه مؤلفه خودمدیریتی، مدیریت روابط و آگاهی اجتماعی وارد معادله رگرسیون شدند و توانایی پیش‌بینی مهارت‌های کارآفرینی را دارند. جدول ۵ نشان می‌دهد که شدت رابطه خودمدیریتی با مهارت‌های

کارآفرینی ۰/۷۲۳ است که این میزان با ورود متغیرهای مدیریت روابط، آگاهی اجتماعی به ترتیب ۰/۸۲۱ و ۰/۸۵۳ افزایش یافته است، ولی ورود متغیر خودآگاهی افزایش همبستگی را موجب نشده و از معادله نهایی کنار گذاشته شده است. این یافته با نتایج تحقیقات نقابی و بهادری (۱۳۹۱) و فاضل و کمالیان (۱۳۹۰) همخوانی دارد (۷، ۱۵). فاضل (۱۳۹۰) نیز در مطالعه خود نشان داد که ابعاد خودمدیریتی، خودانگیزی و ارتباطات اجتماعی هوش هیجانی توانایی تبیین واریانس مربوط به کارآفرینی را دارند (۷). این یافته به این معناست که مدیریت عواطف و احساسات، تنظیم روابط با دیگران و شناخت احساسات و عواطف دیگران احتمالاً به بروز مهارت‌های کارآفرینی در دانشجویان منجر خواهد شد.

با توجه به نتایج این پژوهش و مقایسه با مطالعات صورت گرفته در زمینه هوش هیجانی و کارآفرینی این گونه برداشت می‌شود که ویژگی‌های شخصی دانشجویان نقش تعیین کننده‌ای در بالا رفتن میزان مهارت‌های کارآفرینی آنها دارد. یکی از این موارد، هوش هیجانی است که دربرگیرنده چند ویژگی مهم افراد است که در برقراری ارتباطی سالم و صحیح با خود افراد و اجتماعی که افراد در آن هستند مؤثر است. طبیعتاً هرچه افراد خودمدیریتی بیشتری داشته باشند و بتوانند ارتباطاتشان را بیشتر مدیریت کنند و بیشتر در شناسایی محیط تبحر داشته باشند، زمینه بالقوه‌ای برای بروز مهارت‌های کارآفرینی و کارآفرینی دارند (۲۵).

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 برنامه‌ها و مواد درسی که به تقویت هوش هیجانی دانشجویان تربیت بدنی منجر شود و برگزاری کارگاه‌ها و نشست‌های علمی، مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان تربیت بدنی را به صورت غیرمستقیم افزایش داد و در نتیجه از فواید بی‌شمار کارآفرینی در عرصه ورزش و همچنین در سطوح مختلف زندگی بهره برد. همچنین با تعیین مؤلفه‌های هوش هیجانی که تأثیر بیشتری در مهارت‌های کارآفرینی دارند، و سعی در پرورش آن، می‌توان با هزینه و زمان کمتری به کارآفرینی دست یافت که خود به شکوفایی شدن استعدادها و دانشجویان تربیت بدنی و به تبع آن پیشرفت ورزش کشور در زمینه‌های مختلف منجر خواهد شد.

## منابع و مأخذ

۱. احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۹). "کارآفرینی". انتشارات جاجرمی. تهران. چ نهم. ص ۱۲۵-۲۵.
۲. آقایار، سیروس؛ شریفی درآمدی، پرویز. (۱۳۸۶). "هوش هیجانی سازمانی". انتشارات سپاهان. اصفهان. چاپ سوم. ص ۸۹-۱۱.
۳. بازرگان، عباس. (۱۳۸۶). "روش‌های تحقیق در علوم رفتاری". تهران، نشر آگاه. چ دهم. ص ۲۳۵-۲۲۷.
۴. تجاری، فرشاد؛ خدایاری، عباس. (۱۳۸۵). "مطالعه آمادگی کارآفرینی در ورزش"، مجله پژوهش در علوم ورزشی، ش دهم. ص ۸۸-۷۳.
۵. رحمانی، محمد و همکاران. (۱۳۸۹). "مطالعه‌ی رابطه‌ی هوش هیجانی و کارآفرینی مدیران صنایع لاستیک و پلاستیک شهر تهران". نشریه توسعه کارآفرینی. ش دوم. زمستان ۱۳۸۹. ص ۳۴-۲۷.
۶. رهنمود، فرج الله. جویبار، منوچهر. (۱۳۸۷). "مقایسه هوش هیجانی در میان سطوح سه‌گانه مدیریت: مطالعه موردی". نشریه پیام مدیریت. ش ۲۶. ص ۱۱۸-۱۰۱.
۷. فاضل، امیر؛ کمالیان، امین‌رضا. (۱۳۹۰). "رابطه هوش هیجانی و میزان کارآفرینی دانشجویان، مطالعه موردی: دانشگاه سیستان و بلوچستان". نشریه توسعه کارآفرینی. سال سوم. ش ۱۱. بهار ۱۳۹۰. ص ۱۲۷-۱۴۶.
۸. فروغی‌پور، حمید. (۱۳۸۴). "زمینه‌های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه مدیران و متخصصان تربیت بدنی کشور و ارائه راهکار"، رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات. ص ۸۱-۱۵.
۹. کریمی، جلال. (۱۳۹۱). "ارائه مدل بهبود کیفیت تربیت نیروی انسانی مقطع کارشناسی تربیت بدنی با رویکرد قابلیت‌های شغلی". رساله دکتری. دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی. دانشگاه تهران. تهران. ایران. ص ۸۲-۴۶.
۱۰. مسلمی عقیلی، سید رضا. (۱۳۹۰). "تأثیر هوش هیجانی در موفقیت کارآفرینان استان گلستان". پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد کارآفرینی دانشگاه تهران. تهران. ایران. ص ۱۲-۱۳۵.
۱۱. مشبکی، علی‌اصغر؛ تباربانی، مهدی؛ شایگان فرد، زهرا. (۱۳۹۱). "بررسی رابطه مؤلفه‌های هوش هیجانی و کارآفرینی در بین دانشجویان کارشناسی‌ارشد مازندران". فصلنامه اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی. سال هفتم، ش ۲. ص ۱۷-۷.

۱۲. مقیمی، سید محمد؛ رمضان، مجید. (۱۳۹۰). "مدیریت استراتژیک و کارآفرینی". پژوهشنامه مدیریت. انتشارات راه‌دان. تهران. چ اول. ص ۱۵۴-۱۵۳.
۱۳. مرعشیان، فاطمه سادات؛ نادری، فرخ. (۱۳۹۲). "رابطه فرهنگ سازمانی، هوش هیجانی و سرمایه روان‌شناختی با خودکارآمدی شغلی و کارآفرینی سازمانی در کارکنان سازمان آب و برق خوزستان". فصلنامه دانش و پژوهش کاربردی در روان‌شناسی. سال چهاردهم. ش ۳. ص ۱۲۱-۱۱۲.
۱۴. مندعلیزاده، زینب؛ هنری، حبیب. (۱۳۸۹). "بررسی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی به‌عنوان حوزه میان‌رشته‌ای". فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی. دور دوم. ش دوم. بهار ۱۳۸۹. ص ۱۱۳-۱۳۶.
۱۵. نقایی، سعید. بهادری، محمدکریم. (۱۳۹۱). "رابطه هوش هیجانی و رفتار کارآفرینانه". مجله طب نظامی. دوره ۱۴، ش ۲، ص ۱۲۸-۱۲۳.
۱۶. هنری، حبیب؛ مندعلیزاده، زینب. (۱۳۹۰). "بررسی اهداف و استراتژی‌های کارآفرینی در ورزش کشور بر اساس تحلیل SWOT". مطالعات مدیریت ورزشی. ش ۱۲. زمستان ۱۳۹۰. ص ۱۲۶-۱۰۷.
۱۷. یاراحمدی، معصومه (۱۳۸۷). "مقایسه هوش هیجانی ورزشکاران تیم‌های انفرادی اجتماعی اعزامی به المپیک ۲۰۰۸ پکن". پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد. دانشگاه شمال. ص ۴۲-۱۰.
18. Bar-On, R. & Parker, J.D.A. (2000). "Handbook of Emotional Intelligence". San Francisco: Josse – Bass. Vol. 10. No. 4. PP: 10-265.
19. Bardzil, F. & Slaski, M. (2003). "Emotional intelligence fundamental competencies for enhanced service provision", managing service quality. Vol. 13. No. 2. pp:56-140.
20. Baron, R.A. (2008). "The role of affect in the entrepreneurial process". Academy of Management Review, 33(2), PP: 328 - 340.
21. Bliss, S. (2001). "The affect of emotional intelligence on a modern organizational leader's ability to make effective decisions". Bellevue University. EQI Home Page. pp:23-157.
22. Boren, Amy E. (2010), "Emotional Intelligence: The secret of successful entrepreneurship?". Faculty Publications: Agricultural Leadership, Education & Communication Department. 10(2.) PP: 55-61.
23. Bradberry, T. & Greaves, J. (2009). "Emotional intelligence appraisal". 1st ed. Tehran; Sawalan publication; Vol. 2. No. 10. PP: 17-28.
24. Erin B. McLaughlin, B.S. (2012). "An Emotional Business: The Role of Emotional Intelligence In Entrepreneurial Success". Dissertation Prepared for the Degree of PhD. M.B.A. 9(3). PP: 170-205.
25. Ghorbani, M. Johari, S & Abasi, A. (2012). "Analysis of the Relationship Between Emotional Intelligence and Entrepreneurship". Middle-East Journal of Scientific Research 11 (5): PP: 679-689.

26. Golman, D. (1999) "Emotional Intelligence". New York. Bantam Books. Vol. 14. pp: 1-223.
27. Hisrich, A. (2002). "Contextual influence on the corporate entrepreneurship-performance relationship: A longitudinal analysis". *Journal of Business Venturing* 10. pp:41-68.
28. Kafetsios, K & Zampetakis, L. A. (2008). "Emotional intelligence and job satisfaction: testing the mediatory role of positive and negative affect at work". *Personality and Individual Differences*. Vol. 44. No. 14. pp. 20-710.
29. Nakhaei, A. Hadavi, F. Talebpoor, M. Farahani, A. Abbasnejad. E. (2013) "The Relationship Between Emotional Intelligence And Its Dimensions With Organizational Entrepreneurship". *Advances in Environmental Biology*, 7(8): PP: 1356-1365.
30. Rhee, K & White, R.J. (2007). "the emotional intelligence of entrepreneurs. *Journal of small business and entrepreneurship*". No. 4. pp. 409-452.
31. Salovey, P. Mayer, J.D. . (2002). "The Dositive psychology of emotional Intelligence" . In c.r. snyder & S.I. Lopes (EDS), hand book: of positive, psychology. Oxford University Press. 9(5). pp: 157-171.
32. Zampetakis, L.A., Kafetsios, K., Bouranta, N., Dewett, T., Moustakis, V.S. (2009). "On the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial attitudes and intentions". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*". 15(6), PP: 595-618.
33. Zakarevicius, P & Zuperka, A. (2010). "expression of emotional intelligence in development of student's entrepreneurship". *Economics and management*. Vol. 14. No. 15. pp:165-201.