

شناسایی و تبیین مؤلفه‌های هوش هیجانی به عنوان پیش‌بین‌های ایجاد کسب و کارهای بین‌المللی

نصرت ا... مالکی *

دکترای مدیریت اجرایی دانشکده دلاسال (آرانتای قدیم) دانشگاه فیلیپین

nasr1357@yahoo.com

هادی زارع

دانش آموخته‌ی کارشناسی‌ارشد کارآفرینی دانشگاه تهران

زهرا زارع

دانشجوی کارشناسی‌ارشد مهندسی صنایع دانشگاه آزاد واحد تهران جنوب

Archive of SID

شناسایی و تبیین مؤلفه‌های هوش هیجانی به عنوان پیش‌بین‌های ایجاد کسب و کارهای بین‌المللی

چکیده

هوش هیجانی به بررسی تأثیر تناسب اعمال در روابط اجتماعی و ارتباطات روانی و عاطفی در شرایط خاص می‌پردازد. یعنی اینکه فرد در شرایط مختلف بتواند به بهبود شرایط و ارتقای وضعیت اجتماعی و روانی خود بپردازد. پژوهش حاضر، مؤلفه‌های هوش هیجانی را به عنوان پیش‌بین‌های کسب و کارهای بین‌المللی مورد بررسی قرار داده است. جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر دانشجویان کارشناسی دانشگاه تهران در نظر گرفته شدند که با استفاده از روش نمونه‌برداری خوشه‌ای تعداد 364 دانشجو دانشگاه تهران انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات پژوهش پرسش‌نامه هوش هیجانی استاندارد بار- آن و پرسش‌نامه‌ی سنجش ایجاد کسب و کارهای بین‌المللی MET استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از روش تحلیل ممیز و در بخش اعتباریابی از همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج به دست آمده فرضیه‌ی پژوهش را تأیید کرد. به بیان دیگر، از روی متغیرهای هوش هیجانی می‌توان در ابتدا وضعیت کارآفرینی و نرخ تشکیل کسب و کارهای بین‌المللی را اندازه‌گیری نمود، سپس به بررسی و پیش‌بینی ایجاد کسب و کارهای بین‌المللی پرداخت.

کلیدواژه‌ها: هوش هیجانی، کسب و کارهای بین‌المللی، دانشگاه تهران

Archive of SID

مقدمه

کارآفرینی به عنوان یکی از حوزه‌های پژوهشی در میان اقتصاددانان و دانشمندان علوم مختلف برای مدت‌های طولانی از احترام قابل توجه‌ای برخوردار بوده است و این احترام از عوامل گوناگونی نشئت می‌گیرد که دو عامل از مهم‌ترین این عوامل به شمار می‌آید. در وهله‌ی اول، کارآفرینی در کشورهای پیشرفته یک ابزار برای تجدید حیات اقتصاد راکد و درگیر با مشکل بیکاری است که فرصت‌های کاری جدیدی را برای دانش‌آموختگان و علاقه‌مندان فراهم می‌سازد و افزون بر این، به عنوان یک «عامل شتاب دهنده»^۱ برای توسعه و پیشرفت فناوری، تولید و ایجاد نوآوری محسوب می‌شود و در وهله‌ی دوم، یک نقش حیاتی برای شکوفایی اقتصاد کشورهای در حال توسعه بازی می‌کند که بی‌شک کارآفرینی به عنوان موتور توسعه‌ی اقتصادی، با ایجاد ثروت و عدالت اجتماعی در قرن حاضر عاملی انکارناپذیر برای رشد بنگاه‌های کوچک و متوسط^۲ بوده که در نهایت منجر به شکوفایی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی این کشورها خواهد شد (گورول و اتسان، 2006).

اهمیت و ضرورت حضور کارآفرینان در بخش‌های صنعت، تجارت و خدمات چه در سازمان‌های دولتی و چه در شرکت‌های خصوصی، به حدی جدی و حیاتی تشخیص داده شده است که حتی درس کارآفرینی در مقاطع دبیرستان نیز تدریس می‌شود. به طوری که در سه دهه‌ی گذشته یعنی از سال 1978 تا 1990 تعداد دانشگاه‌های که رشته‌ی تحصیلی کارآفرینی با گرایش‌های مختلف را راه‌اندازی کرده‌اند از 130 به 500 دانشگاه افزایش یافته است (صمد آقایی، 1378). کشورهای مختلف چون هند، استرالیا، انگلستان، چین، کانادا و آمریکا توسعه‌ی کارآفرینی را در نظام آموزشی به عنوان راه حلی برای عبور از رکودهای متوالی در اقتصادشان مورد توجه قرار داده‌اند و در این میان دو کشور پرجمعیت چین و هند با جمعیت بی‌شمار به این مسئله توجه جدی کرده‌اند، به طوری که چین با جمعیتی با بیش از یک میلیارد نفر امروزه با ایجاد بنگاه‌های کوچک و متوسط به یکی از قدرت‌های برتر در جهان تبدیل شده است (فرانک و همکاران، 2005).

در چند سال اخیر توجه به معضل بیکاری جوانان و بویژه دانش‌آموختگان، موجب شد تا کارآفرینی در سیاست‌های علمی و اقتصادی جایی داشته باشد و از کارآفرینی به عنوان یکی از اهرم‌های دستیابی به اهداف توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی یاد شود و با توجه به تغییرات و تحولاتی که اخیراً در سطح جهانی شکل گرفته، از جمله کوچک‌سازی شرکت‌ها^۳، خصوصی‌سازی^۴، توجه به منابع انسانی به عنوان مزیتی بی‌بدیل و اهمیت خلاقیت و نوآوری، تنها راهی که می‌تواند ما را به شکوفایی برساند، توجه به کارآفرینی در نظام آموزشی می‌باشد زیرا دانش‌آموزان و دانشجویان به اعتقاد متخصصان آمادگی قابل توجهی را برای کارآفرینی به خاطر حضور در یک محیط آموزشی دارند (همان).

مرور پیشینه‌ی مبحث کارآفرینی نشان می‌دهد که حجم بسیاری از پژوهش‌ها در مورد ویژگی‌های روان‌شناختی دخیل در کارآفرینی انجام گرفته است و تعدادی از ویژگی‌های مؤثر در کارآفرینی، شناسایی شده‌اند. اما نکته‌ی ضعیفی که در پژوهش‌ها به چشم می‌خورد، این است که اولاً تعداد محدودی از ویژگی‌ها مورد بررسی قرار گرفته‌اند، ثانیاً وزن تشخیصی هر کدام از ویژگی‌ها مد نظر قرار نگرفته است. بنابراین، این ضرورت احساس می‌شود تا متغیرهای بیشتری از طریق روش‌های آماری مناسب برای رفع این نقیصه به کار گرفته شود.

آیا با کاربرد روش آماری تحلیل ممیز می‌توان از روی مؤلفه‌های هوش هیجانی، کارآفرین بودن را در افراد پیش

بینی کرد؟

مروری بر ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق

بیش از یکصد سال بهره‌ی هوشی یا هوش بهر (IQ) به‌عنوان معیاری برای سنجش هوش فردی محسوب می‌شد. آزمون بهره‌ی

۱ - Catalyst

۲ - Small and Medium Enterprises

۳ - Downsizing

۴ - Privatization

هوشی تنها شاخصی بود که نشان‌دهنده‌ی توانایی یادگیری شخص محسوب می‌شد که در سال‌های اخیر مورد بحث و چالش محافل علمی قرار گرفت. بسیاری از افراد در آزمون‌های ورودی دانشگاه یا مؤسسات از نظر بهره‌ی هوشی نمره‌ی بالایی کسب می‌کردند، اما همین افراد در محیط کار و خانواده چندان موفق نبودند و بر عکس افرادی با بهره‌ی هوشی پایین وجود داشتند که در محیط کار افرادی موفق و سازگار به شمار می‌رفتند این امر می‌تواند با سطح هوش هیجانی (EI) یا توانایی هدایت هیجان‌های شخصی در تعاملات فردی ارتباط پیدا کند (اکبرزاده، 1384).

هوش هیجانی بیانگر آن است که در روابط اجتماعی و در ارتباطات روانی و عاطفی در شرایط خاص چه عملی مناسب و چه عملی نامناسب است. یعنی اینکه فرد در شرایط مختلف بتواند امید را در خود همیشه زنده نگه دارد، با دیگران همدلی نماید، احساسات دیگران را بشنود، برای به دست آوردن پاداش بزرگ‌تر، پاداش‌های کوچک را نادیده انگارد، نگذارد نگرانی قدرت تفکر و استدلال او را مختل کند، در برابر مشکلات پایداری نماید و در همه حال انگیزه‌ی خود را حفظ کند (برادبری¹، 1384).

در سطح بین فردی، باهوش بودن از نظر هیجانی و اجتماعی شامل داشتن توانایی آگاه بودن از هیجان‌ها، احساسات و نیازهای دیگران و توانایی ایجاد و حفظ روابط ارضانکننده‌ی متقابل سازنده و مشارکتی است. نهایتاً، باهوش بودن به لحاظ هیجانی و اجتماعی به معنای مدیریت مؤثر تغییرات شخصی، محیطی و اجتماعی از طریق مواجهه‌ی واقع‌بینانه و منعطف با موقعیت‌های بلافاصله، حل مشکلات و تصمیم‌گیری در هر زمانی که لازم شود، می‌باشد. برای انجام چنین کاری ما نیاز به مدیریت هیجان‌ها داریم به طوری که آن‌ها برای ما کار کنند و نه بر علیه ما و همچنین نیاز داریم به اندازه‌ی کافی خوش بین، مثبت و خودانگیخته باشیم (بار - آن، 2002).

مطالعات نشان می‌دهد کسانی که از هوش هیجانی بالاتری برخوردارند، به جای آنکه به موقعیت‌ها و دیگران صفت یا برچسبی بزنند، به دنبال شناخت نوع احساسات خود هستند. این افراد از قدرت خلاقیت بالاتری نسبت به دیگران برخوردارند چرا که علاوه بر تفکر همگرا تلاش می‌کنند از تفکر واگرا نیز بهره گرفته و بنابراین راحت‌تر از عهده‌ی مشکلات برمی‌آیند. چنین افرادی در کار، رهبری و مدیریت، شایستگی‌های فراوانی دارند. در اهمیت هوش هیجانی تحقیقات نشان می‌دهد، کسانی که از نظر هوش هیجانی بالاتر هستند، از ویژگی‌های ذیل برخوردار خواهند بود: با انگیزه و علاقه بهتری می‌آموزند، مشکلات رفتاری کمتری دارند، احساسات خوبی راجع به خود دارند، از قدرت همدلی بیشتری برخوردار هستند و مسایل را راحت‌تر حل می‌کنند، امید بیشتری دارند و از نشاط بیشتری برخوردار هستند. خودآگاهی، خودنظم‌دهی، انگیزه‌سازی، همدلی و مهارت در روابط اجتماعی از موضوع‌های مهم مورد بحث در مفهوم هوش هیجانی است (گلمن²، 1995).

بدون شک مدیران برای کارآفرین شدن و به نمایش گذاردن رفتارهای کارآفرینانه، همچنین برای داشتن عملکرد عالی و موفقیت در زندگی شخصی و حرفه‌ای، نیازمند کسب مهارت‌های هیجانی خاص هستند. سؤالی که در طی سال‌ها ذهن علما و محققان روانشناسی را به خود مشغول کرده است، شناسایی این مهارت‌ها و بررسی رابطه و یا تأثیر برخی از صفات و ویژگی‌ها بر رفتار است؛ یا به عبارتی صفات و ویژگی‌ها به چه میزان قدرت پیش‌بینی رفتار را در آینده دارند؟ تحقیقات تاکنون تعداد کمی از این مهارت‌ها را شناسایی کرده است. برای مثال، در پژوهشی احمدپور داریانی (1380)، به این نتیجه رسید که بین کارآفرینان و غیرکارآفرینان در ویژگی‌ها نیاز به توفیق، استقلال، خلاقیت، ریسک‌پذیری، عزم و اراده، شرایط کودکی، الگوی نقش، تحصیلات و قرار نگرفتن در پایگاه اجتماعی مناسب تفاوت معنی‌دار وجود دارد. در این پژوهش برای تأیید دو فرضیه‌ی تجربیه‌ی کاری و نارضایتی از شغل قبلی دلایل کافی به دست نیامد.

۱ - Bradberry

۲ - Golemann

در پژوهشی دیگر گورول و اتسان (2006) به این نتیجه رسیدند که دانشجویانی که دارای نگرش کارآفرینانه هستند، در ویژگی‌های انگیزه‌ی پیشرفت، کانون کنترل درونی، نوآوری، اعتماد به نفس، تحمل ابهام و تمایل به خطرپذیری، بهتر از دانشجویانی بودند که نگرش کارآفرینانه نداشتند.

نتایج پژوهش کوه (1996) نشان داد که تفاوت معنی‌داری در مورد ویژگی‌های تمایل به خطرپذیری، نوآوری، تحمل ابهام و اعتماد به نفس، در بین دو گروه آزمودنی وجود دارد و بین ویژگی‌های انگیزه‌ی پیشرفت و کانون کنترل درونی تفاوت معنی‌داری یافت نشد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر یک پژوهش همبستگی از نوع پیش‌بینی است. در پژوهش حاضر، جامعه‌ی آماری شامل کلیه‌ی دانشجویان دانشگاه تهران بود که در سال تحصیلی 90-91 در مقطع کارشناسی به تحصیل اشتغال داشتند و از این تعداد 380 نفر (تعداد 190 پسر و 190 دختر) با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به عنوان نمونه‌ی تحقیق انتخاب شدند. بدین صورت که با تهیه‌ی فهرست اسامی تمامی دانشجویان مقطع کارشناسی و دادن شماره به هر دانشجو، با استفاده از جدول اعداد تصادفی، تعداد نمونه‌های مورد نظر انتخاب شدند. پس از گرفتن فهرست اسامی دانشجویان از مرکز رایانه‌ی دانشگاه، پرسش‌نامه‌های مربوط به این پژوهش جهت جمع‌آوری داده‌ها در بین اعضای نمونه‌ی توزیع و اطلاعات لازم در مورد نحوه‌ی پاسخگویی داده شد. لازم به ذکر است که از بین تعداد 380 پرسش‌نامه‌ی توزیع شده، تعداد 340 پرسش‌نامه جهت تجزیه و تحلیل برگردانده شد. در این پژوهش از چند ابزار اندازه‌گیری برای گردآوری اطلاعات استفاده شده است، که عبارتند از: پرسش‌نامه‌ی هوش هیجانی بار - آن و پرسش‌نامه‌ی سنجش صفات کارآفرینی شما (MET) است که اعتبار و پایایی آن‌ها مکرراً در ایران بررسی شده است. در ادامه هر کدام از این ابزارها توضیح داده می‌شوند.

الف) پرسش‌نامه‌ی هوش هیجانی بار - آن، که دارای 117 ماده و 15 مقیاس می‌باشد که برای سنجش هوش هیجانی با طیف لیکرت پنج درجه‌ای توسط بار - آن (1997) تهیه شده است. سموعی و همکاران (1381) پس از انجام برخی تغییرات در متن اصلی پرسش‌نامه، حذف یا تغییر بعضی ماده‌ها و تنظیم مجدد ماده‌های هر مقیاس، این پرسش‌نامه به 90 ماده تقلیل یافت. پایایی این آزمون از طریق محاسبه روش آلفای کرونباخ برای دانشجویان پسر 0/74، برای دانشجویان دختر 0/68 و برای کل آزمودنی‌ها 0/93 محاسبه گردید. از طریق تحلیل عاملی تأییدی، اعتبار سازه‌ی این پرسش‌نامه توسط سموعی و همکاران (1381) مورد تأیید قرار گرفت. در پژوهش حاضر، فرم 90 ماده‌ای این پرسش‌نامه، مورد استفاده قرار گرفت و جهت تعیین پایایی آن از روش آلفای کرونباخ و تنصیف استفاده شده است که به ترتیب برابرند با 0/85 و 0/74 که بیانگر ضرایب پایایی مطلوب پرسش‌نامه‌ی یاد شده می‌باشد.

ب) پرسش‌نامه‌ی سنجش صفات کارآفرینی شما (MET)، دارای 125 ماده است که با یک طیف لیکرت ده درجه‌ای توسط آلن، آر، کین یون¹ (1999) طراحی شده و برای نخستین بار در دانشکده‌ی علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز توسط برومند نسب و همکاران (1381) ترجمه و تنظیم شده است. شکل اصلی این آزمون به صورت یک برنامه‌ی رایانه‌ای است. طریقه‌ی کار در شکل اصلی به این صورت است که بعد از نصب برنامه بر روی رایانه، آزمودنی هر یک از 125 ماده را بر روی نمایشگر ملاحظه می‌کند و بر طبق دستورالعمل هر یک از اعداد 1 تا 10 را انتخاب می‌کند. در پژوهش حاضر این آزمون به صورت پرسش‌نامه‌ی نوشتاری اجرا شده است. طبق دستورالعمل انتخاب اعداد 1، 2 و 3 توسط آزمودنی نشانه‌ی این است که گویه‌ی مورد نظر آزمودنی را به خوبی توصیف نمی‌کند، انتخاب اعداد 4، 5، 6 و 7 نشانه‌ی این است که گویه‌ی توصیف متوسطی از آزمودنی است و اعداد 8، 9 و 10 نشانه‌ی این هستند که گویه‌ی مورد نظر توصیف بسیار

¹ -Alan, R, Kenyon

خوبی از آزمودنی است. برومند نسب و همکاران (1382) برای تعیین روایی این پرسش‌نامه از روش روایی‌یابی سازه^۱ به صورت همزمان^۲ استفاده کردند. برای این منظور دو ملاک مختلف به کار برد. در روش اول به این صورت عمل شد که با استفاده از تعاریف مختلفی که از صفات و ویژگی‌های افراد کارآفرین شده است و همچنین با توجه به صفات و ویژگی‌هایی که در این آزمون آمده است و با استفاده از آزمون‌های کوتاهی که برای سنجش کارآفرینی در برخی از مطالعات پیشنهاد شده بود، 10 گویه انتخاب شد که به طور همزمان در اختیار آزمودنی‌ها قرار گرفت. سپس ضریب همبستگی بین نمره‌های آزمون MET و سؤالات ملاک برای آزمودنی‌های دختر، پسر و کل آزمودنی‌ها محاسبه گردید. ضریب محاسبه شده برای آزمودنی‌های دختر 0/64، برای آزمودنی‌های پسر 0/62 و برای کل آزمودنی‌ها 0/59 بود که کاملاً رضایتبخش است. همچنین در این پژوهش ضریب پایایی به دست آمده با استفاده از روش آلفای کرونباخ برای آزمودنی‌های دختر 0/97، برای آزمودنی‌های پسر 0/98 و برای کل آزمودنی‌ها 0/97 گزارش شد. در پژوهش حاضر برای تعیین روایی این پرسش‌نامه از روش همزمان استفاده شد. بدین صورت که آزمون خلاقیت کاغذ - مدادی عابدی، به صورت همزمان با این پرسش‌نامه بر روی 100 نفر از افراد نمونه اجرا شد. ضریب همبستگی محاسبه شده بین این دو آزمون برای کل نمونه 0/61 به دست آمد که از لحاظ آماری معنی‌دار است. همچنین برای تعیین پایایی این پرسش‌نامه از دو روش آلفای کرونباخ و تنصیف استفاده شد که به ترتیب برابرند با 0/96 و 0/92 که بیانگر ضرایب پایایی مطلوب این پرسش‌نامه می‌باشد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها (یافته‌های پژوهش)

در این بخش، ابتدا یافته‌های توصیفی و سپس یافته‌های مربوط به فرضیه‌های پژوهش ارائه می‌گردند. اطلاعات مربوط به یافته‌های توصیفی در جدول 1 ارائه شده‌اند. این جدول، اطلاعات مربوط به میانگین و انحراف معیار متغیرهای پیش‌بین را برای دو گروه افراد کارآفرین و غیر کارآفرین نشان می‌دهد.

جدول ۱: میانگین و انحراف معیار نمره‌های دو گروه افراد کارآفرین و غیر کارآفرین در متغیرهای پیش‌بین

غیر کارآفرین		کارآفرین		متغیرهای پیش‌بین
انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	
3/05	20/50	3/45	21/91	خود آگاهی
3/21	21/17	3/33	23/52	عزت نفس
3/52	18/32	3/74	19/11	جرات‌ورزی
3/42	19/80	4/22	21/74	استقلال
3/22	20/90	3/74	22/50	خودشکوفایی
3/15	22/77	3/03	25/04	همدلی
3/29	23/20	3/31	25/10	مسئولیت‌پذیری اجتماعی
3/33	22/24	3/36	24/16	روابط بین فردی
2/90	18/53	3/85	18/66	آزمون واقعیت
3/18	18/13	3/59	19/10	انعطاف‌پذیری
2/47	21/49	2/65	23/75	حل مسئله

۱ -Construct Validity
۲ -Concurrent Validity

3/36	18/20	4/33	19/62	تحمل استرس
4/16	17/69	5/20	17/75	کنترل تکانه
2/73	21/06	3/02	23/95	خوش‌بینی
3/73	21/60	4/09	23/08	شادی

همان‌طور که در جدول 1 ملاحظه می‌شود، میانگین نمره‌های افراد کارآفرین در مؤلفه‌های هوش هیجانی، بین 17/75 تا 25/10 و در افراد غیرکارآفرین بین 17/69 تا 23/20 و انحراف معیار نمره‌های افراد کارآفرین در مؤلفه‌های مذکور بین 2/65 تا 5/20 و در افراد غیرکارآفرین بین 2/47 تا 4/16 است و در کلیه مؤلفه‌های هوش هیجانی (خودآگاهی، عزت نفس، جرأت‌ورزی، استقلال، خودشکوفایی، همدلی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، روابط بین فردی، آزمون واقعیت، انعطاف‌پذیری، حل مسئله، تحمل استرس، کنترل تکانه، خوش‌بینی، شادی) میانگین افراد کارآفرین، بیشتر از افراد غیرکارآفرین است.

فرضیه تحقیق بیانگر این است که ترکیب متغیرهای مقیاس ترکیبی روابط درون فردی، مقیاس ترکیبی روابط میان فردی، مقیاس ترکیبی قابلیت‌سازی، مقیاس ترکیبی مدیریت استرس، مقیاس ترکیبی خلق کلی، کارآفرینی را در افراد پیش‌بینی می‌کند.

داده‌های جدول 2 به طور مستقیم و داده‌های جدول 3 و 4 به طور غیرمستقیم به فرضیه‌ی تحقیق مربوط اند. برای بررسی فرضیه ترکیبی از روش‌های تحلیل همزمان و گام به گام استفاده شد.

جدول 2: خلاصه یافته‌های تابع ممیز متعارف به روش تحلیل همزمان (15 متغیر پیش‌بین) و گام به گام (5 متغیر پیش‌بین)

اطلاعات مهم مربوط به تابع ممیز	تحلیل ممیز به روش همزمان	تحلیل ممیز به روش گام به گام
تعداد تابع	1	1
مقدار ویژه	0/534	0/488
درصد واریانس	100	100
درصد تراکمی	100	100
همبستگی متعارف	0/590	0/573
مجذور اتا	0/348	0/328
لامبدای ویلکز	0/652	0/672
مجذور کای	115/760	109/443
درجه‌ی آزادی	15	5
معنی‌داری تابع ممیز	0/0001	0/0001
مرکز‌واره‌ی داده‌ها برای گروه کارآفرین	0/728	0/696
مرکز‌واره‌ی داده‌ها برای گروه غیرکارآفرین	-0/728	-0/696
پیش‌بینی عضویت گروهی	%79/6	%79/6

همان‌گونه که در جدول 2 آمده است (هم در تحلیل ممیز به روش همزمان که ترکیب پانزده متغیر با هم وارد تحلیل شدند و هم در تحلیل ممیز به روش گام به گام که پس از ارائه همه‌ی متغیرها 5 متغیر باقی ماندند و وارد تحلیل شدند) با توجه به مقدار لامبدای کوچک و مقدار مجذور کای بالا و سطح معنی‌داری $p < 0/0001$ ، تابع ممیز به دست آمده از قدرت تشخیصی خوبی برای تبیین واریانس متغیر وابسته یعنی عضویت گروهی (در دو سطح گروه افراد کارآفرین و غیرکارآفرین) برخوردار است. بنابراین، فرضیه‌ی پژوهش تأیید می‌گردد. برای فهم بهتر اطلاعات مربوط به تابع ممیز جدول 2 توضیحات زیر ارائه می‌شود. برای آگاهی از 5 متغیری که با روش تحلیل ممیز گام به گام باقی ماندند و وارد تحلیل شدند، جدول 3 و 4 ارائه شده‌اند.

1. **تعداد تابع.** عدد 1 حاکی از تنها تابع ممیزی است که با دو سطح از متغیر ملاک به دست آمده است. تعداد تابع ممیز برای یک تحلیل Ng گروه و p متغیر عبارت است از تعداد گروه‌ها منهای یک یا تعداد متغیرها هر کدام که کوچک‌تر باشد. در اینجا برای تحلیل ممیز به روش همزمان $p = 15$ و برای تحلیل ممیز گام به گام $p = 5$ و برای هر دو تحلیل $Ng = 2$ است که از بین دو ارزش $Ng - 1 = 2 - 1 = 1$ و $p = 17$ (یا $p = 5$) ارزش $(Ng - 1)$ انتخاب می‌شود.
2. **مقدار ویژه.** عبارت است از نسبت مجموع مجذورات بین گروهی به مجموع مجذورات درون گروهی. با نگاهی به جدول 2 مقدار ویژه تنها تابع ممیز 0/534 (به روش همزمان) و 0/488 (به روش گام به گام) است. کوچک‌تر بودن مقدار ویژه به روش گام به گام با توجه به درجه‌ی آزادی 5 (5 متغیر پیش‌بین وارد شده به معادله‌ی ممیز) قابل توجیه است. به طور کلی هر چه مقدار ویژه‌ی تابع بیشتر باشد، تابع از قدرت تشخیصی بیشتری برخوردار است. در پژوهش‌هایی که از چند تابع ممیز (2 به بالا) تشکیل شده باشند، می‌توان گفت که تابعی ارزش بیشتری دارد که مقدار ویژه‌ی آن بیشتر است.
3. **درصد واریانس.** بیانگر درصد واریانسی است که توسط تابع ممیز تبیین شده است. بدیهی است که چون یک تابع ممیز وجود دارد، مقدار واریانس 100 است. در مواردی که چند تابع ممیز وجود داشته باشند، آن تابعی بیشتر ارزش دارد که مقدار درصد واریانس آن بیشتر است.
4. **همبستگی متعارف و مجذور آن (مجذور اتا).** همبستگی متعارف، همبستگی بین نمره‌های متغیرهای پیش‌بین و سطوح متغیر وابسته است. مطابق با اطلاعات مندرج در جدول 2 این مقدار در تابع ممیز به روش تحلیل همزمان 0/590 و به روش تحلیل گام به گام 0/573 است. با محاسبه‌ی مجذور همبستگی متعارف برای تنها تابع ممیز، مجذور اتا به دست می‌آید. مجذور اتا برای تحلیل ممیز به روش همزمان 0/348 و به روش گام به گام 0/328 است.
5. **لامبدای ویلکز.** نسبت مجموع مجذورات درون گروهی به مجموع مجذورات کل است. مطابق جدول 2، آزمون لامبدای ویلکز وجود تفاوت میان گروه‌ها را با توجه به 15 متغیر پیش‌بین به روش همزمان و 5 متغیر پیش‌بین به روش گام به گام در جامعه نشان می‌دهد. هر چه لامبدای تابع ممیز کمتر باشد آن تابع قدرت تشخیصی بیشتری دارد. طبق جدول 2، این مقدار برای تابع ممیز به روش همزمان 0/652 و برای تابع ممیز به روش گام به گام 0/672 است که هر دو مقدار در سطح $p < 0/0001$ معنی دارند. لازم به توضیح است که برای مواردی که چند تابع وجود دارد آن تابع قدرت تشخیصی بیشتری دارد که لامبدای آن کمتر باشد.
6. **مجذور کای.** آماره‌ای است که معنی‌داری تفاوت بین دو سطح از متغیر وابسته را براساس تابع ممیز نشان می‌دهد. هر چه مقدار مجذور کای بیشتر باشد، ارزش تابع بیشتر است. همان طور که در جدول 2 آمده است این مقدار برای تنها تابع ممیز به روش همزمان 115/760 و به روش گام به گام 109/443 است. بنابراین، می‌توان گفت که تابع ممیز به دست آمده به طور معنی‌داری از قدرت تشخیصی قابل توجهی برای دو سطح از متغیر ملاک برخوردار است.

لازم به یادآوری است که در مواردی که بیش از یک تابع وجود داشته باشد، آن تابع قدرت تشخیصی بیشتری دارد که مقدار مجذور کای آن بیشتر است.

7. **مرکز واره‌ی داده‌ها.** مرکز واره‌ی داده‌های هر گروه همان میانگین نمره‌های پیش‌بین آن گروه است. به عبارت دیگر، مرکز واره‌ی داده‌های هر گروه با قرار دادن میانگین متغیرهای پیش‌بین برای هر گروه در تابع ممیز به دست می‌آید. همان‌گونه که در جدول 2 آمده است، مرکز واره‌ی داده‌ها برای تنها تابع ممیز به روش تحلیل همزمان 0/728 برای افراد کارآفرین و 0/728- برای افراد غیرکارآفرین و به روش تحلیل گام به گام 0/696 برای افراد کارآفرین و 0/696- برای افراد غیرکارآفرین است. این بدان معناست که نقطه برش کارآفرین بودن و کارآفرین نبودن برای تابع ممیز به دست آمده صفر است و تابع ممیز به دست آمده، تابع تشخیص بسیار مناسبی در متمایز نمودن گروه کارآفرین و غیر کارآفرین است. بدین ترتیب، اگر نمره‌های یک فرد در معادله‌ی ممیز به دست آمده گذاشته شود و نمره‌ی ممیز به دست آمده مثبت باشد، پیش‌بینی می‌شود که آن فرد کارآفرین و اگر منفی باشد، پیش‌بینی می‌شود که آن فرد غیرکارآفرین خواهد بود. لازم به یادآوری است که منفی یا مثبت بودن نمره‌های ممیز به خودی خود مفهومی ندارد بلکه روابط میان متغیرهای پیش‌بین با متغیر ملاک در منفی یا مثبت بودن نمره‌های ممیز اثر می‌گذارد.

با دقت در ردیف پیش‌بین عضویت گروهی جدول 2 آشکار می‌شود که تابع ممیز به دست آمده با روش همزمان (15 متغیر پیش‌بین) به طور کلی 79/6% افراد و با روش گام به گام (5 متغیر پیش‌بین) 79/6% افراد به درستی دسته‌بندی شده‌اند. به عبارت دیگر، در تابع ممیز همزمان از 140 فرد کارآفرین تقریباً 111 نفر به درستی در گروه کارآفرین و 29 نفر به اشتباه در گروه غیر کارآفرین و از 140 فرد غیرکارآفرین 111 نفر به درستی در گروه غیرکارآفرین و 29 نفر به اشتباه در گروه کارآفرین قرار گرفتند. به طور کلی، با استفاده از تابع ممیز به روش همزمان از 280 نفر معادل 79/6% افراد به درستی طبقه‌بندی شدند. بنابراین، می‌توان گفت که قدرت پیش‌بینی این تابع (معادله) 79/6% است. در تابع ممیز به روش گام به گام نیز، به طور کلی، از 280 نفر معادل 79/6% افراد به درستی طبقه‌بندی شده‌اند. بنابراین می‌توان گفت که قدرت پیش‌بینی این تابع (معادله) 79/6% است. همان‌طور که در بالا توضیح داده شد، با اجرای تحلیل ممیز به روش گام به گام و ارائه‌ی 15 متغیر پیش‌بین، 5 متغیر باقی ماندند و وارد تحلیل شدند. اطلاعات مربوط به این 5 متغیر پیش‌بین در جدول 3 ارائه شده‌اند.

جدول 3. خلاصه یافته‌های تحلیل ممیز گام به گام همراه با لامبدای ویلکز 5 متغیر پیش‌بین

مرحله	وارد شده	تعداد متغیرها	لامبدای ویلکز	درجه آزادی 1	درجه آزادی 2	درجه آزادی 3	F دقیق		
							آماره	درجه آزادی 1	درجه آزادی 2
1	خوش‌بینی	1	0/798	1	1	278	70/504	1	278
2	حل مسئله	2	0/745	2	1	278	47/503	2	277
3	همدلی	3	0/717	3	1	278	36/334	3	276
4	آزمون واقعیت	4	0/696	4	1	278	30/088	4	275
5	استقلال	5	0/672	5	1	278	26/728	5	274

تحلیل ممیز به روش گام به گام بر روی 15 متغیر پیش‌بین، برای پیش‌بینی کارآفرینی در افراد صورت گرفت و نتایج آن در جدول 3 آمده است. مطابق این جدول، پس از ارائه 15 متغیر، 5 متغیر جواز ورود به معادله رگرسیون را پیدا کردند. در گام اول، متغیر خوشبینی، در گام دوم متغیر حل مسئله، در گام سوم متغیر همدلی، در گام چهارم متغیر آزمون واقعیت و در گام پنجم متغیر استقلال وارد تحلیل شدند که F برای هر یک از پنج متغیر در سطح $p < 0/0001$ معنی‌دار است. از مجموعه متغیرهای روابط درون فردی؛ متغیر استقلال، از متغیرهای روابط میان فردی؛ عامل همدلی، از متغیرهای قابلیت سازگاری؛ عامل آزمون واقعیت و حل مسأله و از متغیرهای خلق کلی؛ عامل خوش‌بینی در پیش‌بینی عضویت گروهی مشارکت داشتند و هیچ‌کدام از متغیرهای مدیریت استرس در پیش‌بینی عضویت گروهی مشارکت نداشتند.

جدول 4 ضرایب استاندارد، غیر استاندارد و ساختاری، متغیرهای پژوهش با روش‌های ورود و همزمان را نشان می‌دهد. همان‌طور که از اطلاعات مندرج در جدول 4 روشن است، برای تنها تابع ممیز، با دو روش تحلیل، چهار دسته ضرایب استاندارد، غیر استاندارد، ضرایب ساختاری و ضرایب طبقه‌بندی تابع ممیز ارائه شده‌اند. با استفاده از ضرایب غیر استاندارد که در جدول 4 آمده است، معادله تابع ممیز را می‌توان به دست آورد.

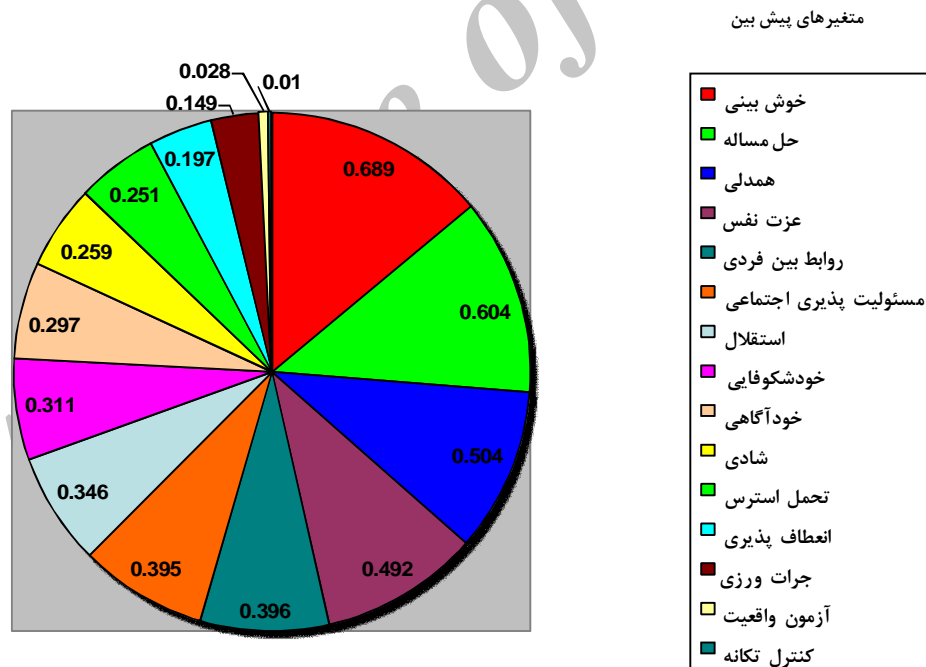
جدول 4. جدول ضرایب استاندارد، غیر استاندارد، و ضرایب ساختاری و ضرایب طبقه‌بندی تابع ممیز به روش همزمان و گام به گام

پیش‌بین‌ها		به روش همزمان			به روش گام به گام	
کد	متغیر	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد	ضرایب ساختاری	ضرایب غیر استاندارد	ضرایب ساختاری
		تابع ممیز	تابع ممیز	تابع ممیز	تابع ممیز	تابع ممیز
X_1	خود آگاهی	0/038	0/012	0/297	-	-
X_2	عزت نفس	-0/042	0/013	0/492	-	-
X_3	جرأت ورزی	0/158	0/044	0/149	-	-
X_4	استقلال	0/383	0/099	0/346	0/104	0/362
X5	خود شکوفایی	-0/091	-0/026	0/311	-	-
X6	همدلی	0/323	0/104	0/504	0/128	0/527
X7	مسئولیت پذیری اجتماعی	0/062	0/019	0/395	-	-
X8	روابط بین فردی	0/154	0/046	0/396	-	-
X9	آزمون واقعیت	0/527	-0/154	0/028	-0/152	0/029
X10	انعطاف پذیری	0/101	0/030	0/197	-	-

0/633	0/176	0/452	0/604	0/189	0/486	حل مسئله	X11
-	-	-	0/251	0/003	0/010	تحمل استرس	X12
-	-	-	0/010	-0/047	-0/221	کنترل تکانه	X13
0/721	0/181	0/521	0/689	0/173	0/497	خوش بینی	X ₁₄
-	-	-	0/259	-0/008	-0/031	شادی	X ₁₅
	-10/445			-11/193		عدد ثابت	

نمودار 1؛ توان تفکیکی متغیرهای پیش‌بین (خوش‌بینی، حل مسئله، همدلی، عزت نفس، روابط بین فردی، مسئولیت پذیری اجتماعی، استقلال، خودشکوفایی، خودآگاهی، شادی، تحمل استرس، انعطاف پذیری، جرأت و رزی، آزمون واقعیت، کنترل تکانه) در تفکیک عضویت گروهی افراد را در متغیر ملاک (گروه افراد کارآفرین و گروه افراد غیر کارآفرین) نشان می‌دهد.

نمودار 1: توان تفکیکی متغیرهای پیش‌بین در تفکیک عضویت گروهی متغیر ملاک



واریانس متغیر ملاک

با قرار دادن نمره‌ی هر فرد در متغیرهای مربوط در تابع، نمره‌ی فرد به دست می‌آید. با توجه به مرکز واره‌ی داده‌های گروه کارآفرین و غیر کارآفرین جدول 2، چنانچه نمره‌ی ممیز به دست آمده مثبت باشد، پیش‌بینی می‌شود که آن فرد کارآفرین

است و اگر منفی باشد پیش‌بینی می‌شود آن فرد به گروه افراد غیرکارآفرین تعلق دارد. با توجه به ستون ضرایب غیراستاندارد و عدد ثابت تابع ممیز به روش همزمان، معادله‌ی پیش‌بین زیر به دست آمد.

$$\begin{aligned} =D \ y' = & -11/193 + 0/012 (X_1) + 0/013 (X_2) + 0/044 (X_3) \\ & + 0/099 (X_4) - 0/026 (X_5) + 0/104 (X_6) + \\ & 0/019 (X_7) + 0/046 (X_8) - 0/154 (X_9) \\ & + 0/030 (X_{10}) + 0/189 (X_{11}) + 0/003 (X_{12}) \\ & - 0/047 (X_{13}) + 0/173 (X_{14}) - 0/008 (X_{15}) \end{aligned}$$

با توجه به ستون ضرایب غیراستاندارد و عدد ثابت تابع ممیز به روش گام به گام معادله پیش‌بین زیر به دست می‌آید.

$$\begin{aligned} = y' = D \quad & -10/445 + 0/104 (X_4) + 0/128 (X_6) - 0/152 (X_9) \\ & + 0/176 (X_{11}) + 0/181 (X_{14}) \end{aligned}$$

ضرایب ساختاری تابع ممیز، ماتریس ضرایب همبستگی هر متغیر با تابع (نمره‌ی پیش‌بینی شده‌ی گروهی یا نمره‌ی ممیز) است. این همبستگی‌ها به عنوان همبستگی‌های متغیر متعارف یا بارهای ممیز نامیده می‌شوند. این بارها از نظر مفهومی مشابه بارهای عاملی در تحلیل عوامل هستند، بنابراین، در تفسیر تفاوت‌های گروهی به کار می‌روند. ضرایب ساختار کمک می‌کنند تا سهم متغیرها در تفاوت‌های گروهی مشخص گردد.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش حاضر را می‌توان به قرار ذیل خلاصه کرد. دامنه‌ی همبستگی‌های مقیاس ترکیبی روابط درون فردی هوش هیجانی با کارآفرینی بین 0/11 تا 0/34 بود که همگی از لحاظ آماری معنی‌دار بودند. بیشترین همبستگی و کمترین همبستگی با کارآفرینی به ترتیب متعلق به عزت نفس و جرأت‌ورزی بود. رابطه‌ی دسته‌ی دیگری از روابط درون فردی هوش هیجانی از جمله خودآگاهی، استقلال و خودشکوفایی با کارآفرینی بین 0/21 تا 0/24 بود که بیشترین همبستگی مربوط به استقلال و کمترین همبستگی مربوط به خودآگاهی بود که همگی از لحاظ آماری معنی‌دار بود. نتایج این پژوهش در رابطه با عزت نفس با یافته‌های پژوهشی گلمن (2001)، مایر، سالوی، کارسو (2004)، بار - آن (1999)، بویاتزیس¹، گلمن و هی² (2003)، کرن (1996)، کوه (1996)، پامپلین (2005)، اسدالله پور، زارعان و بخشی‌پور (1385) همخوان می‌باشد. در تبیین این یافته باید گفت که یکی از ویژگی‌های افراد کارآفرین توانایی دوست داشتن خویشان است. این توانایی، پایه‌ی خودآگاهی و محور هوش عاطفی است که سبب می‌شود فرد کارآفرین با بهره‌گیری از آن به موفقیت، پیشرفت، خشنودی و سلامت جسم و روان دست یابد.

یافته‌های این پژوهش در رابطه با جرأت‌ورزی با نتایج پژوهش‌های گلمن (2006)، مایر، سالوی، کارسو (2004)، بار - آن (2002)، مک مانوس (2001)، کوهن (1991؛ به نقل از مکتبی، 1387)، مک کله‌لند (1961)، فلیچر (2004)، کوه (1996)، احمدپور داریانی (1380) و شادمرادلو (1383)، همخوانی دارد.

۱. Boyatzis
۲. Hay

در تبیین این یافته باید گفت که افراد کارآفرین در پیگیری کار تا حصول نتیجه نهایی از کار دست نمی‌کشند. از دید مردم عادی، کارآفرینان، ریسک‌پذیرند، در حالی که تحقیقات نشان می‌دهد کارآفرینان نوعاً این‌گونه نیستند. کارآفرین شخصی است میانه رو که مخاطره‌ی حساب‌شده را می‌پذیرد. آن‌ها لزوماً در پی فعالیت‌ی نیستند که مخاطره‌ی آن بالا باشد بلکه تمایل دارند مقدار متوسطی از مخاطره را که برای شروع فعالیت اقتصادی «معمولی» تلقی می‌شود، بپذیرند (لانک تکر، مور و پتی، 1997، به نقل از احمدپور داریانی، 1380).

نتایج پژوهش حاضر در رابطه با خودآگاهی با یافته‌های پژوهش‌های گلمن (1995)، مایر، سالوی، کارسو (2004) و بویاتزیس، گلمن و هی (2003) همخوانی دارد.

در تبیین این یافته می‌توان این چنین بیان کرد که کارآفرین در طول فرآیند کارآفرینی با تضادهای هیجانی فراوانی روبه‌رو می‌شود، از یک سو اشتیاق و از سوی دیگر عجز و ناکامی و اضطراب، پس چنانچه از لحاظ خودآگاهی هیجانی قوی نباشد، نمی‌تواند منابع اشتیاق یا عجز و ناکامی را شناسایی نماید و در نتیجه احتمال موفقیت او بسیار کم می‌شود. از سوی دیگر، فردی که از خودآگاهی هیجانی بالایی برخوردار باشد با شناسایی منابع اشتیاق و تجزیه و تحلیل عوامل، از این نیرو همانند یک عامل جلو برنده استفاده کرده، منابع اضطراب و ناکامی را از قبل شناسایی می‌کند و با برنامه‌ریزی، نقش این عوامل را کاهش می‌دهد.

نتایج این پژوهش در مورد استقلال با یافته‌های پژوهش‌های بار-ان (2002)، فلیچر (2004)، هیسریچ و همکاران (2008) و سبحانی (1386) همخوانی می‌باشد.

در تبیین این یافته‌ی متناقض باید گفت که کارآفرین از یک سو نیاز به استقلال داشته و از سوی دیگر، جلب حمایت دیگران برایش حیاتی است این هیجان‌ات می‌تواند با هم تداخل پیدا کرده و باعث ایجاد تضاد عاطفی گردد. از این رو کارآفرین باید توانایی بالایی در مدیریت عواطف داشته باشد تا بتواند بین میل به استقلال و نیاز به حمایت دیگران تعادل برقرار کند. پختگی و کمال همراه با احساس وسیع بودن خود و توانایی برقراری رابطه‌ی گرم و صمیمانه با دیگران، کارآفرین را قادر می‌سازد از حمایت‌های سایر افراد برای پیشبرد اهداف خود نهایت استفاده را ببرد و در عین حال خود را در مرکز تصمیم‌گیری نگه دارد.

نتایج این پژوهش در رابطه با خودشکوفایی، با یافته‌های پژوهش‌های بار-ان (1999)، کوپر (2006)، گلمن (1998)، پیترایدز¹ و همکارانش (2004)، کیمبرلی² (2003)، پارکر³ و همکاران (2004)، پول⁴ (1997)؛ به نقل از حدادی کوهسار، (1383)، آماندا استوارت⁵ (1997)؛ به نقل از خداوندی، (1383)، بویاتزیس، گلمن و هی (2001)، شادمرادلو (1383) و سبحانی (1386) همخوانی دارد.

در تبیین این یافته باید گفت که کارآفرین باید از توانایی خود انگیزی بالایی برخوردار باشد. زیرا کارآفرین در مسیری قدم می‌گذارد که مشوق‌های بیرونی بسیار اندکی خواهد داشت لذا انگیزه‌ای که بتواند عوامل تأثیرگذار را در کنار هم قرار داده و برآیند حاصل را به سوی هدف متمرکز نماید، باید از درون خود کارآفرین بجوشد. بیشتر مدیران و رهبران دریافته‌اند که داشتن انگیزه‌ی درونی قوی، ضروری‌تر از دانش یا مهارت‌های فنی است (کوپر، 2006).

از سوی دیگر، دامنه‌ی همبستگی‌های مقیاس ترکیبی روابط میان فردی هوش هیجانی با کارآفرینی بین 0/28 تا 0/34 بود که همگی از لحاظ آماری معنی‌دار بودند. بیشترین همبستگی و کمترین همبستگی با کارآفرینی به ترتیب متعلق به همدلی و روابط بین فردی بود.

۱- Petrides
۲- Kimberly
۳- Parker
۴- Pool
۵- Stewart

نتایج این پژوهش در مورد همدلی با یافته‌های پژوهشی بار-ان (1999)، گلمن (2002)، کووی (1989)؛ به نقل از مکتبی (1387)، بویاتزیس، گلمن و هی (2001)، خسرو جاوید (1381) و شادمرادلو (1383) همخوان می‌باشد. این یافته را این طور می‌توان تبیین کرد که شاهراه جلب حمایت دیگران عواطف است و از کانال عواطف است که می‌توان نظر دیگران را با رضایت خاطر به همکاری جلب نمود، این امر مستلزم درک و همدلی بالا است.

نتایج این پژوهش در رابطه با روابط بین فردی با یافته‌های پژوهش‌های بار-ان (1997)، گلمن (1995)، اوستین¹ (2004)، فراری² و همکاران (1999)، بویاتزیس، گلمن و هی (2001)، استیس و براون (2004)، رایس³ (1999)، پارکر، سامرفیلد⁴ (2004)، سبحانی (1386)، همخوانی دارد.

در تبیین این مورد می‌توان اشاره کرد که افراد کارآفرین با دارا بودن مهارت قوی‌تر به راحتی می‌توانند مسیر فکری و رفتاری دیگران را در سمتی که می‌خواهند، هدایت کنند، خواه با توافق او برای ایجاد رفتار جدیدی باشد، خواه برانگیختن او برای ایجاد رفتار و عملکرد جدید باشد. این افراد، همیشه چرخه‌ی وسیعی از اطلاعات را فراهم می‌کنند و خیلی سریع جنبه‌های مشترک افراد را شناسایی و بعد از آن یک رابطه‌ی مؤثر برقرار می‌کنند و این عمل حاکی از آن است که اعمال چنین افرادی براساس فرضیات حساب شده و دقیق می‌باشد. افراد کارآفرین در اولین فرصت در محیط کاری یک شبکه‌ی ارتباطی غیر رسمی قوی برقرار کرده و از آن در جهت پیشبرد اهداف خود بهره می‌گیرند.

نتایج این پژوهش در مورد مسئولیت‌پذیری با نتایج پژوهش‌های: بار-ان (1997)، گلمن (2003)، به نقل از شادمرادلو، (1383)، استیس و براون، (2004)، ژائو و سیبرت (2005)، مک کری و کاستا (1987)، کوپر (2006)، احمدپور داریانی (1380) و سبحانی (1386)، همخوانی دارد.

در تبیین این یافته می‌توان گفت که فرد کارآفرین، مسئولیت پذیر است و حس پابندی به مسئولیت از قلب او نشئت می‌گیرد و منشأ خارجی ندارد. اصولاً پای‌بندی به تعهد ندای وجدان است که می‌توان آن را درونی‌ترین صدای شهود دانست (کوپر، 2006).

از سوی دیگر، دامنه‌ی همبستگی‌های مقیاس ترکیبی قابلیت سازگاری هوش هیجانی با کارآفرینی بین 0/02 تا 0/40 بود که بیشترین همبستگی و کمترین همبستگی با کارآفرینی به ترتیب متعلق به حل مسئله و آزمون واقعیت بود. نتایج این پژوهش در مورد حل مسئله با یافته‌های پژوهش‌های بار-ان (2002)، مایر و سالووی (1993)، به نقل از شادمرادلو، (1383) و سبحانی (1386) همخوانی دارد.

در تبیین این نکته می‌توان گفت افراد کارآفرین یک قطب‌نمای درونی برای زندگی و کار دارند که آن‌ها را در پیشامدهای غیرمترقبه به راه‌حل‌های موفقیت‌آمیز رهنمون می‌کند. این واکنش قلبی، نبوغ خلاق و شهود را شعله‌ور می‌سازد، فرد را با خود صادق می‌گرداند، روابط اطمینان بخش برقرار می‌کند، تصمیمات مهم را مشخص می‌کند و به حل مسائل منجر می‌شود. توانایی تصمیم‌گیری بر پایه‌ی شم و بصیرت و استدلال و منطق، ارزشمندترین دارایی کارآفرینان و حاصل سال‌ها تجربه‌ی آنان در زمینه‌های مختلف می‌باشد که راه‌گشای آنان در موقعیت‌های بسیار پیچیده تصمیم‌گیری است. کارآفرین (مذکر یا مونث) از خلاقیت برای حل مسائل بدیع استفاده می‌کند و برای محصولات، الگوهای کسب و کار یا راهبردها یک رویکرد نوآورانه را اتخاذ می‌کند. به عبارت دیگر، مدیران، برای انسجام فعالیت و حفظ بهره‌وری موجود روی پیامدهای نقش‌ها و روش‌های رسمی تأکید ویژه دارند (وبر، 1947).

نتایج این پژوهش در رابطه با آزمون واقعیت با یافته‌های پژوهش‌های کوپر (2006)، همخوان می‌باشد ولی با پژوهش بار-ان (2002) و سبحانی (1386) تا حدودی ناهمخوان است.

۱- Austin, E.J
۲- Ferari, J
۳- Rice
۴- Summerfeld

در تبیین این یافته‌ی متناقض، می‌توان این گونه استدلال کرد که کارآفرین در پی خلاقیت و نوآوری و خلق پدیده‌های نو و جدید می‌باشد و این کار مستلزم نگاه به آینده، نگاه به افق‌های نامکشوف و گاهاً ناملموس می‌باشد. کارآفرین در این موارد منتظر یک راهنما و یا یک نقشه از پیش ترسیم شده نمی‌ماند چون مسیر، یک مسیر نو و روش‌ها گاهاً روش‌هایی ابتکاری هستند که به دلیل نبود مصداق قبلی نیاز به آزمون و خطا در آن‌ها و برای تثبیت آن‌ها وجود دارد. کارآفرین به آزمون واقعیت نمی‌پردازد و خود مستقیماً به مانند یک خط شکن عمل نموده و با بهره‌گیری از توان خلاقه‌ی خود و اعتماد به احساس و شهود خود برای دستیابی به اهداف خود گام در راه ناشناخته می‌گذارد و در واقع کارآفرین بیش از آن که متکی به واقعیت‌ها ی عینی باشد خود را از دنیای خارج جدا می‌کند و به رویابافی و پرواز در عرصه‌ی خیالات می‌پردازد (کوپر، 2006).

نتایج این پژوهش در رابطه با انعطاف پذیری با یافته‌های پژوهش‌های بار-ان (2002)، فلدمن (1999)، به نقل از سبحانی، (1386) همخوانی دارد.

این یافته را می‌توان این طور تبیین کرد که فرد کارآفرین به مدد انعطاف‌پذیری که یکی از ویژگی‌های مهم آن‌ها محسوب می‌شود، همواره در مواجهه با مسائل به دنبال خلاقیت بوده و از همه‌ی راه‌حل‌ها و نظرات استقبال می‌کند و در این راه ابتدا به تحقیق و بررسی درباره‌ی مسائل پرداخته و سپس از عقل و منطق در برخورد با مسایل استفاده می‌کند و در عین حال اعتدال عاطفی و عقلی را برقرار می‌سازد که همان انعطاف در تصمیم و عمل است.

از سوی دیگر، دامنه‌ی همبستگی‌های مقیاس ترکیبی مدیریت استرس هوش هیجانی با کارآفرینی بین 0/007 تا 0/18 بود. بیشترین همبستگی و کمترین همبستگی با کارآفرینی به ترتیب متعلق به تحمل استرس و کنترل تکانه بود که همبستگی به دست آمده در مورد متغیر اخیر معنی‌دار نبود.

نتایج این پژوهش در رابطه با تحمل استرس با یافته‌های پژوهش‌های بار-ان (2002)، پریس¹ (2000)، لوری جای² (2003)، تیرگری (1383)، پارکر و همکاران³ (2006) و سبحانی (1386) همخوانی دارد.

پذیرش شکست، قد خم نکردن در مقابل آن، سر پا ایستادن و ادامه‌ی فعالیت جهت رسیدن به موفقیت ولو با سبک و شیوه‌ای دیگر از ویژگی‌ها و توانایی‌های افراد کارآفرین است. افرادی که ظرفیت توسعه یافته‌ی خوبی برای تحمل استرس دارند، به جای اینکه تسلیم احساس درماندگی و ناامیدی شوند، تمایل به مواجهه با مشکلات و بحران‌ها را دارند. اضطراب غالباً وقتی حاصل می‌شود که این مولفه هوش هیجانی اجتماعی به طور بسنده‌ای عمل نکند (سبحانی، 1386).

نتایج این پژوهش در رابطه با کنترل تکانه با یافته‌های پژوهش‌های بار-ان (2002)، کوپر (2006)، لوری جای⁴ (2003)، خسرو جاوید (1381) و شادمرادلو (1383) ناهمخوانی دارد.

در تبیین این ناهمخوانی می‌توان این چنین استدلال کرد که در ظرفیت بالای کنترل تکانشی، به صورت وحدت اعداد ظاهر می‌شود (تورنس، 1980) و این نوع ناهماهنگی احساسی در ظاهر آن‌ها و در اعمال و رفتار آن‌ها منعکس می‌شود. می‌توان گفت این افراد نمی‌توانند از لذتی که از پیشرفت و کشف ناشناخته‌های مسیر و حل مسائل می‌برند، چشم‌پوشی کنند و نوعی اعتیاد به کار و سخت‌کوشی دارند که آن‌ها را از رسیدگی به سایر امور زندگی باز می‌دارد. چنانچه در بیشتر موارد خانواده‌های این افراد همواره از نحوه‌ی زندگی آنان گله‌مند هستند و حتی در بسیاری از مواقع، اعمال و رفتار آنان را غیر مسئولانه ارزیابی و تلقی می‌کنند. مورد دیگر که در این تحقیق به نظر می‌رسد تأثیرگذار بوده باشد ترکیب سنی افراد آزمایش شونده است. این افراد بیشتر از گروه سنی جوان و رده‌های سنی سال‌های آغازین دهه‌ی بیست سالگی می‌باشند و به طور طبیعی افراد در این سنین هنوز پختگی لازم برای کنترل تکانه‌ها را نیافته‌اند و این مطلب از کمبود تجارب ناب زندگی از یک

۱- Priss, L

۲- Loree, Jay, E

۳- Parker & Marjorie

۴- Loree, Jay, E

سو و از سوی دیگر از عدم دستیابی کامل این افراد به خودآگاهی که لازمه‌ی شناسایی و کنترل عواطف و تکانه‌ها است، ناشی شده است و دلیل دیگر که به نظر توجیه‌کننده‌ی این عدم معنی‌داری است، می‌تواند این نکته باشد که افراد تحت آزمایش، افراد کارآفرین مطلق نیستند که انتظار یک نمره‌ی مطلق برای آن‌ها داشته باشیم. از سوی دیگر، دامنه‌ی همبستگی‌های مقیاس ترکیبی خلق کلی هوش هیجانی با کارآفرینی بین 0/18 تا 0/45 بود که همگی از لحاظ آماری معنی‌دار بودند. بیشترین همبستگی و کمترین همبستگی با کارآفرینی به ترتیب متعلق به خوش‌بینی و شادی بود.

نتایج پژوهش حاضر در خصوص ارتباط میان خوش‌بینی با کارآفرینی با یافته‌های پژوهش‌های بار-ان (2002)، کوپر (2006)، سبحانی (1386) و شادمرادلو (1383) همخوانی دارد.

یکی دیگر از ویژگی‌های کارآفرینان، خوش‌بینی است. خوش‌بینی به معنای امید و اطمینان قوی و پایدار داشتن به این است که در کار و زندگی همه چیز با وجود شکست‌ها، زیان‌ها، سختی‌ها و ناکامی‌ها به خوبی پیش خواهد رفت (کوپر، 2006). از دیدگاه هوش هیجانی، خوش‌بینی نگرشی است که افراد را در رویارویی با رویدادهای دشوار در مقابل افتادن در گرداب بی‌تفاوتی، ناامیدی و افسردگی مقاوم می‌سازد. افرادی که خوش‌بین هستند، شکست را چیزی می‌بینند که می‌توانند آن را تغییر داده و در نوبت بعدی به موفقیت مبدل سازند؛ در حالی که افراد بدبین، به خاطر شکست خود را سرزنش کرده و آن را به خصیصه‌ای دیر پا در وجود خود نسبت می‌دهند که قادر به تغییر آن نیستند (گلمن، 1382).

نتایج پژوهش حاضر در خصوص ارتباط میان شادی با کارآفرینی با پژوهش‌های بار-ان (1997)، گلمن (1995)، فورنهم¹ (2004) و حسین‌علیان (1384) همخوانی دارد.

در تبیین این یافته باید گفت که افراد شاد، دارای اهدافی بلندپروازانه و عالی می‌باشند، انتظار موفقیت بیشتری دارند و بیشتر برنامه‌ها و راهبردهایی را مورد استفاده قرار می‌دهند که حکایت از خوش‌بینی، خلاقیت و انسجام شخصیتی بیشتر آنان نسبت به دیگران دارد. جالب‌تر اینکه یافته‌ها نشان می‌دهد برخورداری از خلق مثبت واقعاً به افراد کمک می‌کند تا بهتر عمل نمایند، موفقیت بیشتری کسب نمایند و نتایج درخشان‌تری به دست آورند (سیاروچی و همکاران، 1383).

با توجه به یافته‌ی کلی پژوهش حاضر مبنی بر این که از روی متغیرهای هوش هیجانی می‌توان کارآفرین بودن و کارآفرین نبودن افراد را پیش‌بینی نمود؛ لذا نیاز به یک سرمایه‌گذاری همه‌جانبه در همه‌ی ابعاد و حیطه‌های هوش هیجانی به عنوان یک فاکتور قابل آموزش ضروری به نظر می‌رسد. بنابراین، لازم است که سازمان‌ها و نهادهای مختلف علمی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی، اقدامات عملی و کارشناسانه در این خصوص انجام دهند.

منابع

- احمد پورداریانی، محمود (1380)، "کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها"، تهران، شرکت پردیس.
- اکبرزاده، نسرين (1384)، "هوش هیجانی"، تهران، انتشارات فارابی.
- برادبری، تراویس (1384)، "هوش هیجانی"، ترجمه‌ی مهدی گنجی، تهران، نشر ساوالان.
- تورنس، ای پال (1980)، "استعدادها و مهارت‌های خلاقیت و راه‌های آزمون و پرورش آن‌ها"، ترجمه‌ی حسن قاسم زاده (1381)، چاپ سوم، تهران، انتشارات دنیای نو.
- تیرگری، عبدالحکیم (1383)، "رابطه‌ی ساختاری هوش هیجانی با سازگاری زناشویی و تدوین و کاربرد برنامه‌ی مداخله تقویت هوش هیجانی جهت کاهش ناسازگاری زناشویی"، پایان‌نامه‌ی دکتری تخصص روانشناسی بالینی، انستیتو روان‌پزشکی تهران، دانشگاه علوم پزشکی ایران.
- حدادی کوهسار، علی اکبر (1383)، "بررسی مقایسه‌ای هوش هیجانی با سلامت روان و پیشرفت تحصیلی در دانشجویان شاهد و غیر شاهد دانشگاه تهران"، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد روان‌شناسی بالینی دانشگاه شاهد.
- حسین علیان، محسن (1384)، "مقایسه‌ی هوش هیجانی قهرمانان و ورزشکاران رشته‌های گروهی - انفرادی با افراد غیرورزشکار"، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی.
- خداوندی راهدانه، شهین (1383)، "بررسی هوش هیجانی بر میزان رضایت از زندگی زناشویی و رابطه‌ی آن با نظام ارزش همسران"، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد روان‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی.
- خسرو جاوید، مهناز (1381)، "بررسی اعتبار و روایی عامل هوش هیجانی شات در میان نوجوانان".
- سبحانی صراطی، سجاد (1386)، "بررسی رابطه‌ی ساده و چندگانه‌ی بین هوش هیجانی با مهارت‌های اجتماعی مدیران شرکت جهاد نصر اصفهان و نگرش‌های شغلی زیردستان"، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، روان‌شناسی صنعتی و سازمانی، دانشگاه شهید چمران اهواز.
- شادمردلو، مهران (1383)، "مقایسه‌ی نقش هوش هیجانی و هوش شناختی در پیش‌بینی پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان پیش دانشگاهی شهر تهران"، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد روان‌شناسی تربیتی دانشگاه شهید بهشتی تهران.
- صمد آقایی، جلیل (1377)، "از کارآفرینی تا جان آفرینی"، مجله‌ی تدبیر، شماره‌ی 87.
- گلمن، دانیل (1995)، "هوش هیجانی، توانایی محبت کردن و محبت دیدن"، ترجمه‌ی نسرين پارسا (1380)، تهران، انتشارات رشد.
- مکتبی، غلامحسین (1387) "تأثیر آموزش هوش هیجانی بر سازگاری اجتماعی، اضطراب اجتماعی و هوش هیجانی در دانشجویان"، پایان‌نامه‌ی دکتری روان‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز.

Austin, E. J. (۲۰۰۴), "An investigation of the relationship between trait emotional intelligence and emotional task performance, Personality and Individual Differences", ۳۶, ۱۸۵۵-۱۸۶۴.

Bar-on, R. (۱۹۹۷), "Emotional Quotient Inventory (EQ-i): Technical manual", Toronto, Canada : Multi-Health systems.

_____ (۲۰۰۲), "Emotional Quotient Inventory (EQ-i) :Technical manual", Toronto, Canada: Multi-Health systems.

Boyatzis, R. E., Goleman, D., & Hay Group. (۲۰۰۱). The Emotional Competence Inventory (ECI) . Boston :Hay Group.

Cooper, D. R. (۲۰۰۶), "Marketing Research", Boston :McGraw-Hill.

Ferrari, J.R., Harriott, J.S. & Zimmerman, M. (۱۹۹۹), "The Social Support Networks of Procrastinators-Friends or Family in times of Trouble. Personality and Individual Differences", ۲۶, ۳۲۱-۳۳۱.

Fletcher, D (۲۰۰۴), "Entrepreneurship organizational (re)emergence and International development in a second-generation family firm", International Journal of entrepreneurial behavior & Research, ۱۰(۱/۲).

Frank, H. (۲۰۰۵), "Entrepreneurial orientation and education in Austrian secondary school", Journal of small business and Enterprise Development, ۱۲(۲).

Goleman, D. (۱۹۹۵), "Emotional intelligence", New York :bantam book.

_____ (۱۹۹۸), "Working with emotional intelligence", New Yourk :Bantam.

Guroi, Y., Atsan, N. (۲۰۰۶), "Entrepreneurial characteristics amongst university students", Education Training, ۴۸(۱).

Hisrich, R. D.; Peters, M.; Shepherd, D. (۲۰۰۸), "Entrepreneurship, (Seventh Ed)Mc Graw-Hill"

Kimberly, A. (۲۰۰۳), "Dose emotional intelligence assist in the prediction of academic success? Educational and Psychological Measurement", ۶۳(۵), ۸۴۰-۸۵۸.

Koh, H. (۱۹۹۶), "Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics", journal of Managerial psychology, ۱۱(۳).

Looree J. E. (۲۰۰۳), "Social support and well-being of the elderly M.S.state university", Long been . www.prequest.com.

Mayer, J. D., Salovey, P., Caruso, D. (۲۰۰۴), "Emotional intelligence :Theory, findings, and implications", Psychological Inquiry .۱۵, ۱۹۷-۲۱۵.

Mc Clland, D. C. (۱۹۸۰), "Motive disposition :The merits of operant and respondent Measure", In L. Wheeler (Ed) Review of Personality and Social Psychology. Beverly Hills, CA :Sage .

McCrae, R. R. , & Costa, P. T. (۱۹۸۷), "Creativity, divergent thinking, and openness to experience", Journal of Parsonality and Social psychology, ۵۲, ۱۲۵۸-۱۲۶۵.

Mc Manus, M. (۲۰۰۱), "A comprehensive literature review and critique on emotional intelligence as a conceptual framework for school counselors".

Parker, A. James, A. D. Larura, J & summerfeldt, M. (۲۰۰۴), "emotional intelligence and academic success Personality and Individual Differences" .۳۶ (۱), January ۲۰۰۴, Pages ۱۶۳-۱۷۲

Petrides, K. V., Frederickson, N., & Furnham, A. (۲۰۰۴), "The role of trait emotional intelligence in academic performance and deviant behavior at school"

Priss, B. (۲۰۰۰), "dependence, self criticism, social contex and distress", ۲۸ .۵۱۵-۵۲۵.

Rice, C. L. (۱۹۹۹), "Aquantitative study of emotional intelligence and its impact on team performance", pepperdine university.

Zhao, H., Seibert, S. E. (۲۰۰۵), "The mediating role of self-essicacy in the development of entrepreneurial intentions", Journal of Applied psychology .۹۰(۶), ۱۲۶۵-۱۲۷۲.

کتاب‌شناسی

سیاروچی، ژوزف، فورگاس، ژوزف و مایر، جان (1383)، "هوش عاطفی در زندگی روزمره"، مترجمان: اصغر نوری و حبیب الله نصیری، تاریخ نشر به زبان اصلی: (2001). اصفهان، نشر نوشته.

هیسریچ، رابرت دی و پیترز، مایکل پی (2002)، "کارآفرینی"، مترجمان: سیدعلیرضا فیض بخش و حمیدرضا تقی یاری. تاریخ نشر به زبان اصلی: (1383)، تهران، موسسه انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف.