

## رویکرد جنسیتی در سنجش رابطه هوش هیجانی و قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان

روح‌الله رضائی<sup>۱\*</sup>، محمد بادی‌سار<sup>۲</sup>، نفیسه صلاحی مقدم<sup>۳</sup>

### چکیده

امروزه، شواهد جدید حاکی از آن است که شخصیت و هوش هیجانی نقش مهمی در منشأ کارآفرینی ایفا می‌کند؛ هرچند، به‌رغم اهمیت موضوع، مطالعات اندکی در این زمینه، به‌ویژه با در نظر گرفتن تفاوت جنسیتی بین افراد، انجام شده است. از این‌رو، هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیر هوش هیجانی بر قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان رشته‌های کشاورزی در دانشگاه زنجان و آزمون اثر مداخله‌گری متغیر جنسیت در رابطه بین هوش هیجانی و قابلیت کارآفرینی است. جامعه آماری پژوهش شامل ۳۶۶ نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده کشاورزی دانشگاه زنجان است که با توجه به جدول کرجسی و مورگان، تعداد ۲۸۰ نفر از آن‌ها از طریق روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده و روایی محتوایی پرسشنامه با نظر اعضای هیئت علمی دانشگاه زنجان تأیید شد. به منظور تعیین قابلیت اعتماد ابزار پژوهش پیش‌آزمون انجام شد که مقدار آلفای کرونباخ محاسبه‌شده برای مقیاس‌های اصلی پرسشنامه در حد مناسب بود. داده‌های گردآوری‌شده با استفاده از تکنیک چندمتغیره مدل‌سازی معادلات ساختاری تجزیه و تحلیل شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که هوش هیجانی از اثر مثبت و معناداری بر متغیر وابسته قابلیت‌های کارآفرینی برخوردار بود و در حدود ۳۵ درصد از واریانس آن را تبیین می‌کند. همچنین، براساس نتایج تحقیق مشخص شد که متغیر جنسیت از اثر مداخله‌گری در رابطه بین هوش هیجانی و قابلیت کارآفرینی برخوردار است؛ به نحوی که این رابطه برای دانشجویان پسر غیرمعنادار، ولی برای دانشجویان دختر مثبت و معنادار بود.

### کلیدواژگان

تحلیل ساختاری چندگانه، جنسیت، قابلیت کارآفرینی، هوش هیجانی.

r\_rezaei@znu.ac.ir  
m\_badsar@yahoo.com  
n.salahi@yahoo.com

۱. استادیار دانشکده کشاورزی، دانشگاه زنجان  
۲. استادیار دانشکده کشاورزی، دانشگاه زنجان  
۳. دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه زنجان  
تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۹/۳، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۱/۹

## مقدمه

پیشرفت علم و فناوری در سال‌های گذشته تغییرات و تحولات عمده‌ای را در نظام اجتماعی-اقتصادی به وجود آورده است که خود، به تغییر علایق و ذائقه افراد و جوامع مختلف منجر شده است [۵]. بی‌تردید، سازمان‌های عصر حاضر با تحولات و تهدیدهای گسترده‌ای در سطح بین‌المللی روبه‌رو هستند. از این‌رو، تضمین بقا و تداوم حیات این سازمان‌ها نیازمند یافتن راه‌حل‌ها و روش‌های جدیدی برای مقابله با مشکلات و چالش‌های پیش‌روست که این امر تا حدود زیادی به نوآوری، ابداع، و خلق محصولات و فرایندهای جدید بستگی دارد [۱]. برای دستیابی به این مهم، پرورش ایده‌های خلاق و کارآفرین، که بتوانند پیوسته خود را با دنیای جدید هماهنگ و سازگار کنند، ضروری به نظر می‌رسد [۵]. با توجه به اهمیت موضوع، در سال‌های اخیر، نظام‌های آموزشی کشورهای مختلف رویکردهای هدفمندی را برای تلفیق کارآفرینی در برنامه‌های آموزشی خود در پیش گرفته‌اند تا از این طریق بتوانند قابلیت‌ها و شایستگی‌های مورد انتظار جامعه و بازار کار از دانش‌آموختگان را افزایش دهند و نیز کیفیت فرایندهای آموزشی را بهبود بخشند [۶]. یکی از این رویکردهای اصلی برای توسعه آموزش کارآفرینی در هر نظام آموزشی، ایجاد مهارت‌های کارآفرینی و توسعه قابلیت‌های کارآفرینانه در دانشجویان است که تحقق این امر به نوبه خود مستلزم شناسایی و توجه به عوامل تأثیرگذار در این زمینه به‌ویژه عوامل مرتبط با مشخصه‌های روان‌شناختی و متغیرهای شخصیتی دانشجویان است که می‌توانند نقش بسزایی در کارآفرین شدن افراد داشته باشند [۲۶].

از میان مؤلفه‌ها و متغیرهای شخصیتی مختلفی که بر قابلیت کارآفرینی افراد تأثیر می‌گذارد، هوش هیجانی است که بسیاری از پژوهشگران و صاحب‌نظران تأکید خاصی بر آن داشته‌اند و بر این باورند که رابطه مستقیمی بین هوش هیجانی افراد و قابلیت کارآفرینی آن‌ها وجود دارد [۱۴؛ ۲۱؛ ۲۶] و افرادی که هوش هیجانی بالاتری دارند، در تجارت و ایجاد کسب و کار جدید موفق‌ترند. به عبارت دیگر، شخصیت و هوش هیجانی نقش مهمی در منشأ کارآفرینی و ایجاد و توسعه قابلیت‌های کارآفرینی در افراد ایفا می‌کند [۲۴]. البته در خصوص هوش هیجانی، ذکر این نکته ضروری است که براساس نتایج مطالعات متعدد، توانایی ابراز هیجان و همدلی در زنان بیشتر از مردان است و زنان در روابط بین‌فردی میزان توجه بیشتری را به هیجانان و احساسات سایر افراد معطوف می‌کنند و در مجموع می‌توان گفت که هوش هیجانی زنان بالاتر از مردان است [۱۱؛ ۲۷؛ ۲۸].

با توجه به مطالب اشاره‌شده در خصوص تأثیر هوش هیجانی بر قابلیت کارآفرینی از یک‌سو و بالاتر بودن هوش هیجانی زنان از مردان از سوی دیگر، پرسش اساسی پژوهش حاضر این است که آیا رابطه بین هوش هیجانی با قابلیت کارآفرینی می‌تواند در دانشجویان دختر و پسر متفاوت باشد یا خیر؟ به عبارت دیگر، آیا متغیر جنسیت از اثر مداخله‌گری/ تعدیل‌کنندگی در

رابطه بین هوش هیجانی با قابلیت کارآفرینی دانشجویان برخوردار است یا خیر؟ براساس پرسش طرح شده، این پژوهش با هدف اصلی بررسی تأثیر جنسیت در رابطه بین هوش هیجانی و قابلیت کارآفرینی دانشجویان رشته‌های کشاورزی در دانشگاه زنجان انجام گرفت.

### پیشینه پژوهش

کمالیان و فاضل (۱۳۹۰) در مطالعه‌ای به بررسی رابطه هوش هیجانی و میزان کارآفرینی دانشجویان در دانشگاه سیستان و بلوچستان پرداخته‌اند. براساس نتایج پژوهش، بین همه مؤلفه‌های هوش هیجانی، به جز خودآگاهی و میزان کارآفرینی دانشجویان، رابطه مثبت و معناداری وجود داشت [۱۴]. در مطالعه دیگری، مقصودی و نگهداری (۱۳۹۱) در بررسی سهم هریک از مؤلفه‌های هوش هیجانی بر کارآفرینی بین دانش‌آموختگان رشته‌های مدیریت پیام نور دریافتند که بین کارآفرینی و مؤلفه‌های مختلف هوش هیجانی، به جز مؤلفه ارزیابی عواطف دیگران و تنظیم عواطف، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد [۱۵]. ارین<sup>۱</sup> (۲۰۱۲) در بررسی نقش هوش هیجانی در موفقیت کارآفرینان در ایالات متحده نشان داد که بین چهار مؤلفه هوش هیجانی شامل خودتنظیمی، خودآگاهی، همدلی، و مهارت‌های ارتباطی با متغیر وابسته میزان موفقیت کارآفرینان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ درحالی‌که رابطه بین مؤلفه خودانگیزی با متغیر وابسته معنادار نبود [۲۱]. خاتون<sup>۲</sup> (۲۰۱۳) در مطالعه خود در مناطق مختلف شهر حیدرآباد هند دریافت که قابلیت کارآفرینی افراد به شدت تحت تأثیر هوش هیجانی آن‌ها قرار دارد و افراد با هوش هیجانی بالاتر، از قابلیت و روحیه کارآفرینی بیشتری نیز برخوردارند [۲۶].

عسگری و روشنی (۱۳۹۱) در مطالعه خود به این نتیجه رسیدند که بین هوش هیجانی دانشجویان زن و مرد دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز تفاوت معناداری وجود دارد و دانشجویان زن در مقایسه با دانشجویان مرد هوش هیجانی به مراتب بالاتری دارند [۱۱]. ملایی و همکاران (۱۳۹۰) در مطالعه‌ای به بررسی تفاوت جنسیتی و هوش هیجانی بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی گلستان پرداخته‌اند. با توجه به یافته‌های پژوهش، تفاوت معناداری بین هوش هیجانی دانشجویان بر حسب جنس وجود داشت؛ به نحوی که دانشجویان دختر در مؤلفه‌های خودکنترلی، خودآگاهی، و هوشیاری نمرات بالاتری از دانشجویان پسر کسب کردند، ولی در خصوص دو مؤلفه خودانگیزی و مهارت اجتماعی، اختلاف معناداری بین دو گروه مطالعه شده وجود نداشت [۱۶]. نقوی و رزوان<sup>۳</sup> (۲۰۱۱) در بررسی رابطه بین جنسیت و هوش هیجانی در

1. Erin

2. Khatoon

3. Naghavi and Redzuan

کشور مالزی دریافتند که هوش هیجانی به‌طور معناداری به جنسیت وابسته است و تفاوت بین هوش هیجانی زنان و مردان معنادار است؛ به‌طوری‌که زنان از نظر مؤلفه‌های هوش هیجانی وضعیت مطلوب‌تری دارند [۲۷]. آل‌عمران و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) در مطالعه‌ای رابطه بین جنس، سن، پیشرفت تحصیلی، و هوش هیجانی را بین دانشجویان بحرینی بررسی کردند. نتایج پژوهش نشان داد که جنسیت با هوش هیجانی رابطه دارد و مهارت‌های بین‌فردی دختران بالاتر از پسران است [۱۸]. در مطالعه دیگری، ساکلوفسکی و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۷) در بررسی رابطه بین شخصیت، هوش هیجانی، و رفتار دانشجویان در دانشگاه‌های کانادا نشان دادند که نمرات دانشجویان دختر در مؤلفه‌های مختلف هوش هیجانی (شامل خودآگاهی، خودانگیزی، همدلی، و مهارت‌های ارتباطی) بالاتر از پسران است [۲۸].

## تعریف مفاهیم

### الف) قابلیت کارآفرینی

در پژوهش‌های حوزه کارآفرینی، سه رویکرد اساسی شامل رویکرد روان‌شناختی و بررسی قابلیت‌ها و مشخصه‌های فردی مرتبط با کارآفرینی، رویکرد اجتماعی و توجه به نقش ارتباطات و شبکه روابط اجتماعی در کارآفرینی و درنهایت رویکرد اقتصادی که به بررسی کارکردها و آثار اقتصادی کارآفرینی در جامعه می‌پردازد، وجود دارد [۴]. بر مبنای رویکرد نخست، یعنی روان‌شناختی، کارآفرینان ویژگی‌ها و قابلیت‌هایی دارند که زیربنای رفتار و موفقیت آن‌ها را شکل می‌دهد و در واقع، برخورداری از چنین قابلیت‌هایی است که سبب تفکیک بین افراد کارآفرین با افراد غیرکارآفرین می‌شود [۱۲]. بر این اساس، برخی از مشخصه‌ها و قابلیت‌های مهم کارآفرینان عبارت‌اند از: ریسک‌پذیری، نوآوری و خلاقیت، مسئولیت‌پذیری، داشتن عزت و اعتمادبه‌نفس، عمل‌گرایی، توانایی برقراری ارتباطات قوی با دیگران، واقع‌گرایی، آرزومندی، هدف‌گرایی، توفیق‌طلبی و رشدگرایی، تحمل ابهام و عدم قطعیت، قدرت‌طلبی، نوع‌دوستی، متعهدبودن، استقلال‌طلبی، تمایل به کسب مهارت و دانش فنی، و داشتن مرکز کنترل درونی [۶]. با توجه به تعدد قابلیت‌های برشمرده، براساس مرور گسترده ادبیات نظری و جمع‌بندی صورت‌گرفته، در این پژوهش بر پنج قابلیت اصلی کارآفرینان شامل کنترل درونی، توفیق‌طلبی، ریسک‌پذیری، سلاست فکری، و عمل‌گرایی تمرکز شده است [۱؛ ۲؛ ۱۳] که در ادامه، هر یک از آن‌ها شرح داده شده‌اند:

۱. کنترل درونی: نظر فرد درباره اینکه وی تحت کنترل وقایع خارجی یا داخلی باشد مرکز کنترل می‌نامند. افراد با مرکز کنترل بیرونی معتقدند که وقایع بیرونی که خارج از کنترل

1. Alumran et al  
2. Saklofscke et al

آن‌هاست، سرنوشت آن‌ها را تعیین می‌کند؛ این در حالی است که کارآفرینان با مرکز کنترل درونی، به خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال، و نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند [۱۲]؛ ۲. **سلاست فکری**: سلاست فکری در واقع بخش محوری خلاقیت به‌شمار می‌رود که بر توان گردآوری فکرها و طرح‌های متنوع و متعدد درباره یک موضوع یا مسئله خاص دلالت دارد [۱۳]؛ براساس این قابلیت، فرد توانایی ایجاد و ارائه تعداد زیادی ایده را با حداکثر سرعت دارد. ارزش این کار در آن است که با افزایش فکرها موجود، از تجزیه یا ترکیب آن‌ها می‌توان به راه‌حل‌های عملی بهتری دست یافت و در هنگام حل مسئله، کمتر دچار خطا شد [۳]؛ ۳. **عمل‌گرایی**: عمل‌گرایی دیدگاهی است که در آن مفاهیم علمی بر مبنای عملیات عینی، که برای اندازه‌گیری آن‌ها به کار می‌رود، تعریف می‌شود. بر این اساس، هنگامی که کارآفرین تصمیمی می‌گیرد، با حداکثر سرعت ممکن آن را به انجام می‌رساند [۱۵]؛ ۴. **ریسک‌پذیری**: تمایل به ریسک‌پذیری عبارت است از پذیرش ریسک‌های معتدل که می‌توانند از طریق تلاش‌های شخصی مهار شوند. در واقع، کارآفرینان لزوماً در پی فعالیت‌هایی نیستند که ریسک آن‌ها زیاد باشد، بلکه آن‌ها مایل‌اند مقدار متوسطی از ریسک را، که برای آغاز یک فعالیت اقتصادی معمولی تلقی می‌شود، بپذیرند [۱۲]؛ و ۵. **توفیق‌طلبی** (انگیزه پیشرفت): توفیق‌طلبی عبارت است از تمایل به انجام‌دادن کار در استانداردهای عالی به منظور موفقیت در موقعیت‌های رقابتی [۳]. این نیاز افراد را تحریک می‌کند تا کارآفرین شوند و در ادامه، در جهت توسعه کار خود حرکت کنند [۳]. افراد با انگیزه پیشرفت بالا همواره خود را در موقعیت‌های چالش‌برانگیز قرار بدهند و به‌طور مستمر در راه رسیدن به اهداف دسترس‌پذیر تلاش کنند [۲، ۳].

### ب) هوش هیجانی

در سال‌های گذشته، در خصوص مفهوم هوش هیجانی تعاریف متعددی از سوی محققان مختلف ارائه شده است؛ به تعبیر سالوی و مایر<sup>۱</sup> (۱۹۹۰)، هوش هیجانی به منزله پیامد یک تعامل انطباقی میان هیجان و ادراک شامل توانایی درک کردن، وفق‌دادن، فهمیدن و لمس کردن هیجان‌ات خود، و استفاده از آن برای هدایت فکر و عمل است [۲۹]. در تعریف دیگری، بار-اون<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) هوش هیجانی را به‌منزله یک‌سری ظرفیت‌ها، قابلیت‌ها، و مهارت‌های غیرشناختی می‌داند که توانایی فرد را در برخورد موفقیت‌آمیز با مقتضیات و فشارهای محیطی افزایش می‌دهد [۲۰]. گل‌من<sup>۳</sup> (۱۹۹۵) نیز هوش هیجانی را نوع دیگری از

1. Salovey and Mayer  
2. Bar-On  
3. Goleman

هوش، مشتمل بر شناخت احساسات خویشتن و استفاده از آن‌ها برای اتخاذ تصمیم‌های مناسب در زندگی تعریف کرده است [۲۲]. صرف‌نظر از تعابیر گوناگون، در کل به نظر می‌رسد که هوش هیجانی از هوش عمومی متمایز است و تفکر درباره زندگی شخصی را بهبود می‌بخشد. پژوهشگران مختلف ابراز داشته‌اند که هوش هیجانی بر سلامت حافظه، ادراک، تصمیم‌گیری مناسب، و رشد روانی - اجتماعی فرد تأثیر چشمگیر می‌گذارد [۹]. با توجه به اینکه هوش هیجانی یک حیطة چندعاملی از مجموعه مهارت‌ها و صلاحیت‌های اجتماعی گوناگون است [۸]، در سال‌های گذشته مدل‌های مختلفی برای تبیین ابعاد و مؤلفه‌های آن ارائه شده است که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به مدل باراون (۲۰۰۶) اشاره کرد. از آنجا که این مدل بسیار جامع و بر نتایج دنیای واقعی متمرکز است [۹]، در این پژوهش از آن استفاده شده است. بر مبنای مدل باراون (۲۰۰۶)، هوش هیجانی پنج مؤلفه اساسی دارد که در ادامه به شرح آن‌ها پرداخته شده است [۲۰]:

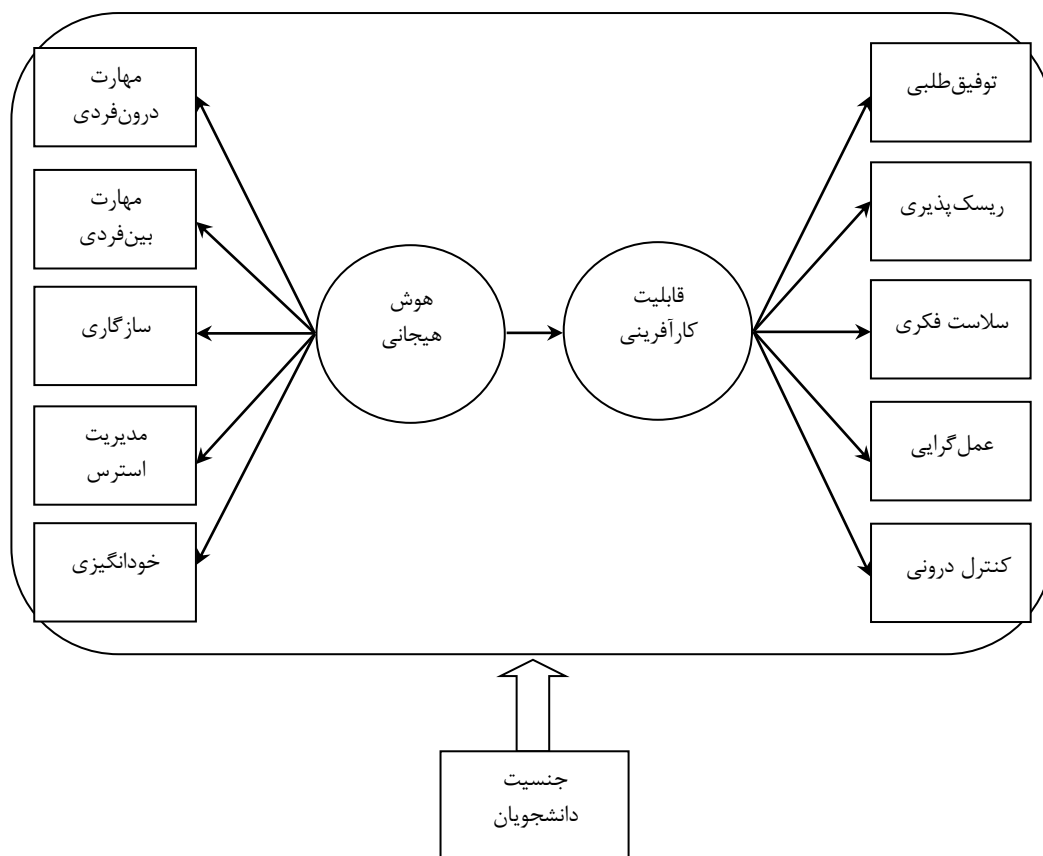
۱. مهارت‌های درون‌فردی که شامل توانایی افراد در تشخیص، کنترل، و ابراز هیجانات و احساسات در موقعیت‌های مختلف می‌شود؛
۲. مهارت‌های بین‌فردی که توانایی افراد در آگاهی از احساسات دیگران و ایجاد و حفظ روابط رضایت‌بخش با آن‌ها و معرفی خود به‌عنوان عضوی مفید در گروه اجتماعی خویش را مشخص می‌کند؛
۳. مدیریت استرس که دربرگیرنده توانایی افراد در مدیریت و کنترل هیجانات خود، پشت سر گذاشتن موقعیت‌های مشکل و مقاومت در برابر تنش‌هاست؛
۴. سازگاری که توانایی اشخاص در ارزیابی تجارب عاطفی و عینیت‌های موجود، منطبق کردن عواطف و افکار با موقعیت‌های در حال تغییر، و تشخیص مشکلات و به‌کارگیری راه‌حل‌های مؤثر را مشخص می‌کند؛ و
۵. خودانگیزی که به معنای خودانگیخته‌بودن فرد و توانایی افراد در توجه به جنبه‌های روشن زندگی و ایجاد اثر مثبت در موقعیت‌های مختلف است.

## مدل مفهومی پژوهش

با توجه به مطالب اشاره‌شده در بخش‌های پیشین، در این بخش مدل مفهومی پژوهش ترسیم شده است (شکل ۱).

براساس مدل مفهومی پژوهش، دو فرضیه اصلی این پژوهش عبارت‌اند از:

۱. هوش هیجانی بر قابلیت کارآفرینی دانشجویان رشته‌های کشاورزی اثر مثبت و معناداری دارد؛
۲. متغیر جنسیت در رابطه بین هوش هیجانی و قابلیت کارآفرینی دانشجویان رشته‌های کشاورزی اثر مداخله‌گری/ تعدیل‌کنندگی دارد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

### روش تحقیق

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ نحوه گردآوری اطلاعات، توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش شامل ۳۶۶ نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده کشاورزی دانشگاه زنجان است که با توجه به جدول کرجسی و مورگان، تعداد ۲۸۰ نفر از آنها برای نمونه انتخاب شدند. برای دستیابی به نمونه‌ها، از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب (برحسب جنس دانشجویان) بهره گرفته شد که پس از محاسبه، تعداد نمونه‌ها به شرح جدول ۱ به هریک از طبقات اختصاص یافت.

جدول ۱. تعداد کل دانشجویان مطالعه شده و نمونه‌های اختصاص یافته به هر یک از طبقات

طبقات (برحسب جنس)	تعداد کل دانشجویان	تعداد نمونه اختصاص یافته
پسر	۱۴۲	۱۰۹
دختر	۲۲۴	۱۷۱
کل	۳۶۶	۲۸۰

ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه بود که از سه بخش مشخصه‌های فردی و حرفه‌ای پاسخگویان و پرسش‌های مرتبط با سنجش قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان و مؤلفه‌های هوش هیجانی تشکیل شده بود (جدول ۲). برای سنجش مؤلفه‌های هوش هیجانی از پرسشنامه استاندارد بار-اون (۲۰۰۶) و اندازه‌گیری قابلیت‌های کارآفرینی از مقیاس‌های توسعه داده شده در مطالعات مختلف، به‌ویژه احمد پورداریانی و مقیمی (۱۳۸۵) و کردنائیج و همکاران، (۱۳۸۶) استفاده شد. اعضای هیئت علمی دانشگاه زنجان روایی محتوایی پرسشنامه را تأیید کردند. برای تعیین پایایی ابزار پژوهش پیش‌آزمون (از طریق ۳۰ نفر خارج از نمونه اصلی در دانشگاه پیام نور زنجان) انجام گرفت که مقدار آلفای کرونباخ محاسبه شده برای مقیاس‌های اصلی پرسشنامه در حد مناسب بود (جدول ۲).

جدول ۲. بخش‌های مختلف پرسشنامه به همراه تعداد گویه‌ها و مقدار آلفای کرونباخ

بخش	زیربخش	تعداد گویه‌ها	مقیاس سنجش	مقدار آلفای کرونباخ
ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای	سن، جنس، معدل، و...	۳	براساس مقیاس‌های اسمی و نسبی	-
قابلیت کارآفرینی	توفیق‌طلبی	۹	طیف لیکرت پنج‌سطحی (کاملاً مخالف = ۱ تا کاملاً موافق = ۵)	۰,۷۵۷
	ریسک‌پذیری	۷		۰,۷۰۶
	سلاست فکری	۵		۰,۸۰۶
	عمل‌گرایی	۴		۰,۷۳۳
	کنترل درونی	۱۱		۰,۸۲۳
هوش هیجانی	مهارت‌های درون فردی	۳۰	طیف لیکرت پنج‌سطحی (کاملاً مخالف = ۱ تا کاملاً موافق = ۵)	۰,۸۷۲
	مهارت‌های بین‌فردی	۱۸		۰,۷۳۶
	سازگاری	۱۸		۰,۷۴۶
	مدیریت استرس	۱۲		۰,۷۹۳
	خودانگیزی	۱۲		۰,۷۱۳

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش آمار توصیفی از نرم‌افزار SPSS<sub>win20</sub> و در بخش آمار استنباطی از نرم‌افزار AMOS<sub>20</sub> براساس روش مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد.



شایان ذکر است مدل سازی معادلات ساختاری به منزله روش کمی تلقی می شود که می توان آن را در محاسبه موارد گوناگونی همچون رگرسیون ساده، رگرسیون چندمتغیره، تجزیه و تحلیل واریانس، تجزیه و تحلیل کوواریانس، تحلیل گروه های چندگانه، و تجزیه و تحلیل مؤلفه های اصلی به کار گرفت و از طریق آن، مدل های مختلف را آزمود [۷]. در پژوهش حاضر، برای بررسی میزان تأثیر هوش هیجانی و مؤلفه های آن بر متغیر وابسته قابلیت های کارآفرینی دانشجویان از مدل رگرسیونی استفاده شد. همچنین، در بخش اصلی پژوهش، برای آزمون اثر مداخله گری (تعدیل کنندگی) متغیر جنسیت در رابطه بین هوش هیجانی و قابلیت کارآفرینی، تکنیک تحلیل گروه های چندگانه<sup>۱</sup> به کار گرفته شد. این تکنیک برخلاف روش های معمول مانند آزمون t، که فقط امکان مقایسه گروه ها را بر حسب یک متغیر خاص فراهم می کند، به پژوهشگر اجازه می دهد ضمن بررسی رابطه بین دو متغیر، برای گروه های مختلف متغیر تعدیلگر به صورت جداگانه، روابط بین متغیرها بر اساس گروه بندی های متغیر تعدیلگر را نیز مقایسه کند. در این روش، معمولاً دو مدل شامل مدل اولیه، که در آن همه پارامترها برای گروه های مختلف متفاوت در نظر گرفته می شود (مدل غیریکسان یا مغایر<sup>۲</sup>)، و مدلی که فارغ از هرگونه محدودیت و کاملاً یکسان برای هر دو گروه در نظر گرفته می شود (مدل یکسانی<sup>۳</sup>) مبنای مقایسه قرار می گیرند؛ تفاوت در مقدار کای اسکویر ( $\Delta\chi^2$ ) دو مدل، اساس اندازه گیری تفاوت در مدل های مختلف است، بدین نحو که در صورت معناداری تفاوت در کای اسکویر، نقش تعدیل کنندگی متغیر بررسی شده تأیید می شود [۲۳]. در نهایت، برای آزمون درست بودن مدل ها و برازش آن ها با داده های میدانی، از شاخص های مختلف برازش استفاده شد که در جدول ۳ به این شاخص ها و سطح قابل قبول آن ها اشاره شده است.

جدول ۳. شاخص های مختلف برازش به همراه سطح قابل قبول آنها

شاخص های مختلف برازش	نماد	سطح قابل قبول
کای اسکویر (درجه آزادی، سطح معناداری)	$\chi^2 (df, p)$	$\leq 0.05$
کای اسکویر نسبی	$\chi^2/df$	$\leq 3$
شاخص نیکویی برازش	GFI	$\leq 0.90$
شاخص برازش تطبیقی	CFI	$\leq 0.90$
شاخص توکر- لویس	TLI	$\leq 0.90$
شاخص نیکویی برازش اصلاح شده	AGFI	$\leq 0.90$
شاخص برازش فزاینده	IFI	$\leq 0.90$
شاخص ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب	RMSEA	$\leq 0.08$

1. Multiple-Group Analyses
2. Variant Model
3. Invariant Model

## یافته‌های پژوهش

### ۱. مشخصه‌های فردی- حرفه‌ای دانشجویان

براساس نتایج پژوهش، میانگین سن دانشجویان مطالعه‌شده ۲۵٫۴ سال و انحراف معیار آن ۲٫۹ سال بود. با توجه به یافته‌های پژوهش، ۶۱٫۱ درصد از پاسخگویان را دانشجویان دختر و ۳۸٫۹ درصد از آن‌ها را دانشجویان پسر تشکیل می‌دادند. از نظر وضعیت تأهل، ۷۸٫۲ درصد از دانشجویان مطالعه‌شده مجرد و ۲۱٫۸ درصد از آنان متأهل بودند. نتایج به‌دست آمده از پژوهش نشان داد که میانگین معدل پاسخگویان ۱۸٫۸ و انحراف معیار آن ۱٫۲ است. همچنین، یافته‌های پژوهش حاکی از آن بود که بیشتر دانشجویان مطالعه‌شده (یعنی ۶۷٫۵ درصد) فاقد سابقه کار کشاورزی بودند؛ درحالی‌که فقط نزدیک به یک‌سوم آن‌ها (۳۲٫۵ درصد) سابقه کار کشاورزی داشتند.

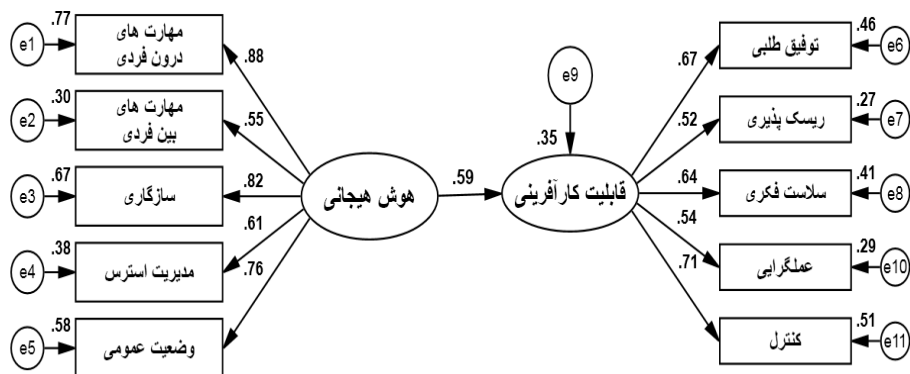
### ۲. مدل ساختاری کلی پژوهش

مدل ساختاری در واقع مدل کلی پژوهش است و روابط علی بین متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق را نشان می‌دهد. بر این اساس، در پژوهش حاضر، مدل ساختاری بیانگر رابطه مستقیم متغیر مستقل هوش هیجانی با متغیر وابسته قابلیت کارآفرینی است (شکل ۲). یافته‌های پژوهش در خصوص برازش نیکویی مدل ساختاری نشان داد که هرچند مدل برآوردشده براساس شاخص کای اسکویر از برازش نیکویی مناسبی برخوردار نیست، براساس سایر شاخص‌ها، برازش نیکویی قابل قبولی دارد (جدول ۴).

جدول ۴. ارزیابی شاخص‌های برازش نیکویی در مدل ساختاری تحقیق

شاخص‌های برازش	$\chi^2$ (df, p)	$\chi^2/df$	GFI	CFI	TLI	AGFI	IFI	RMSE A
مقادیر به دست آمده (۳۴)	۶۹٫۵۷۷ (۰٫۰۰۰)	۲٫۰۴۶	۰٫۹۵۲	۰٫۹۶۳	۰٫۹۸۳	۰٫۹۴۶	۰٫۹۶۴	۰٫۰۶۱

همان‌طور که از شکل ۲ پیداست، متغیر هوش هیجانی و پنج مؤلفه آن حدود ۳۵ درصد از واریانس متغیر وابسته قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان را تبیین کرده‌اند. همچنین، براساس نتایج کسب‌شده (جدول ۵)، فرضیه اصلی پژوهش تأیید می‌شود؛ به‌نحوی که متغیر هوش هیجانی از اثر مثبت و معناداری بر متغیر قابلیت‌های کارآفرینی برخوردار است.



شکل ۲. مدل ساختاری کلی پژوهش براساس ضرایب استاندارد

جدول ۵. نتایج و ضرایب رگرسیونی براساس مدل ساختاری

سطح معناداری	مقدار t	ضریب رگرسیونی استاندارد	خطای استاندارد	مقدار غیراستاندارد	فرضیه تحقیق
۰,۰۰۰	۷,۵۵۷	۰,۵۸۸	۰,۰۶۹	۰,۵۲۵	هوش هیجانی ← قابلیت کارآفرینی

### ۳. آزمون اثر مداخله گری (تعدیل کنندگی) متغیر جنسیت

همان گونه که قبلاً نیز اشاره شد، براساس مبانی تئوری و ادبیات پژوهش، فرضیه اصلی این پژوهش آزمون اثر مداخله گری متغیر جنسیت در رابطه بین هوش هیجانی با قابلیت کارآفرینی دانشجویان بود. در این زمینه، نتایج حاصل از تحلیل گروه های چندگانه نشان داد که مدل مبتنی بر فرض متفاوت بودن (مدل غیریکسانی) رابطه بین هوش هیجانی با قابلیت کارآفرینی برای دانشجویان دختر و پسر از برازش نیکویی بهتری در مقایسه با مدل مبتنی بر فرض یکسان بودن (مدل یکسانی) رابطه برای دو گروه برخوردار است. نتایج به دست آمده در خصوص شاخص های برازش نیکویی برای مدل های مبتنی بر یکسانی و غیریکسانی روابط در میان دو گروه مطالعه شده در جدول ۶ نشان داده شده است. بر این اساس، هرچند مقدار کای اسکویئر برای هر دو مدل معنادار است و هر دو مدل بر مبنای این شاخص برازش خوبی نداشتند، مدل مبتنی بر غیریکسان بودن روابط بین دو گروه دارای کای اسکویئر کوچک تر و براساس سایر شاخص ها از برازش بهتری برخوردار بود (جدول ۶). همچنین، با توجه به معنادار بودن تفاوت کای اسکویئر برای دو مدل به دست آمده ( $185/795 - 125/914 = 59/881$ ) با درجه آزادی ۲۱ ( $21 = 89 - 68$ ) (جدول ۷)، فرض مبتنی بر بهتر و مناسب بودن مدل غیریکسانی رابطه بین هوش

هیجانی با قابلیت کارآفرینی در میان دو گروه مطالعه شده تأیید شد. افزون بر این، کوچک بودن شاخص مقایسه مدل‌ها، یعنی معیار اطلاعات آکائیک (AIC)<sup>۱</sup>، برای مدل غیریکسانی روابط در میان دو گروه (۲۰۹/۹۱۴) در برابر مقدار این شاخص برای مدل یکسانی رابطه (۲۲۷/۷۹۵) نشان‌دهنده برآزش نیکویی بهتر مدل غیریکسانی روابط بود. با توجه به این موضوع، در ادامه روابط بین متغیرهای موجود براساس این مدل (یعنی مدل متفاوت یا غیریکسان بودن روابط) برای دو گروه دانشجویان دختر و پسر تفسیر و مقایسه می‌شود.

جدول ۶. خلاصه شاخص‌های برآزش نیکویی برای مدل‌های مبتنی بر یکسانی و غیریکسانی رابطه میان دو گروه دانشجویان دختر و پسر

مدل	$\chi^2$ (df, p)	$\chi^2/df$	IFI	GFI	TLI	AGFI	CFI	RMSEA	AIC
مدل غیریکسان بودن رابطه	۱۲۵/۹۱۴ (۶۸) (۰/۰۰۰)	۱/۸۵۲	۰/۹۴۸	۰/۹۲۴	۰/۹۶۶	۰/۹۴۲	۰/۹۴۷	۰/۰۵۵	۲۰۹/۹۱۴
مدل یکسان بودن رابطه	۱۸۵/۷۹۵ (۸۹) (۰/۰۰۰)	۲/۰۸۸	۰/۹۱۲	۰/۸۹۱	۰/۹۲۲	۰/۸۸۶	۰/۹۱۲	۰/۰۶۳	۲۲۷/۷۹۵

جدول ۷. مقایسه مدل‌ها (با فرض اصلی بهتر بودن مدل غیریکسانی رابطه برای دو گروه)

مدل	$\chi^2$	df	Sig
مدل یکسان بودن رابطه	۱۸۵/۷۹۵-۱۲۵/۹۱۴=۵۹/۸۸۱	۸۹-۶۸=۲۱	۰/۰۰۰

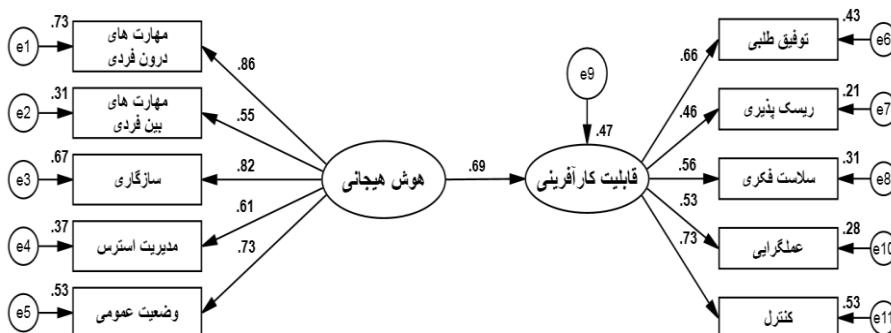
همان‌گونه که در شکل ۳ و ۴ و جدول ۸ مشاهده می‌شود، یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که برخلاف معنادار بودن رابطه بین هوش هیجانی با قابلیت کارآفرینی در مدل کلی پژوهش، پس از آزمون متفاوت بودن روابط برای دو گروه، رابطه بین این دو متغیر برای دانشجویان پسر مثبت و غیرمعنادار و برای دانشجویان دختر مثبت و معنادار است (جدول ۸). بنابراین، به‌رغم همسویی روابط (مثبت بودن)، به دلیل اینکه این رابطه برای گروه دانشجویان دختر معنادار، ولی برای گروه دانشجویان پسر غیرمعنادار است، براساس معیاری که هیر و همکاران (۲۰۱۰) پیشنهاد کردند [۲۳]، فرض اثر مداخله‌گری/ تعدیل‌کنندگی متغیر جنسیت در رابطه بین هوش هیجانی با قابلیت کارآفرینی دانشجویان در این پژوهش تأیید شد.

1. Akaike Information Criterion

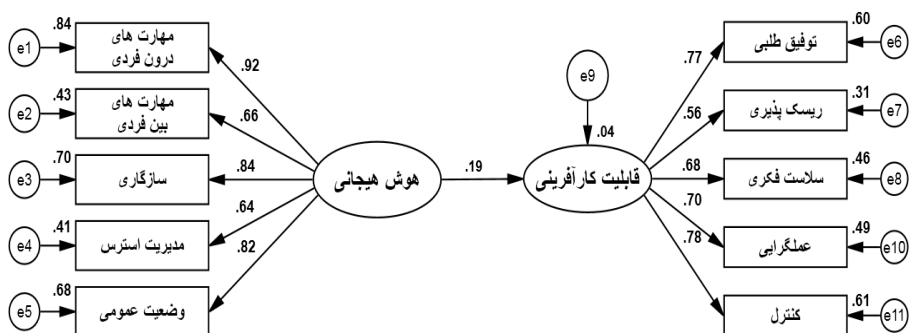
جدول ۸. خلاصه نتایج برآورد مدل‌های ساختاری غیریکسان بودن رابطه

گروه	فرضیه تحقیق	مقادیر غیراستاندارد	خطای استاندارد	ضرایب رگرسیونی استاندارد	مقدار t	سطح معناداری
دانشجویان پسر	هوش هیجانی قابلیت کارآفرینی	۰٫۱۹۰	۰٫۰۹۹	۰٫۱۹	۱٫۹۱۲	۰٫۰۵۶
دانشجویان دختر	هوش هیجانی قابلیت کارآفرینی	۰٫۶۰۵	۰٫۱۰۲	۰٫۶۹۹	۵٫۹۱۴	۰٫۰۰۰

همچنین، همان‌طور که از شکل ۳ پیداست، ۴۷ درصد از واریانس قابلیت کارآفرینی دانشجویان دختر از طریق متغیر هوش هیجانی تبیین شده است؛ این در حالی است که همان‌طور که اشاره شد این رابطه برای دانشجویان پسر معنادار نیست (شکل ۴).



شکل ۳. مدل ساختاری پژوهش براساس مدل غیریکسان رابطه برای دانشجویان دختر



شکل ۴. مدل ساختاری پژوهش براساس مدل غیریکسان رابطه برای دانشجویان پسر

## بحث و نتیجه گیری

تغییرات سریع محیطی، در سال‌های گذشته، موقعیت جدیدی را برای آموزش عالی در کشورهای مختلف ایجاد کرده که یکی از برآیندهای اصلی آن، لزوم توسعه قابلیت‌های کارآفرینی در دانشجویان به منظور ایجاد کسب و کارهای جدید، استفاده از ظرفیت‌های بالقوه و توسعه ظرفیت‌های موجود، حل مشکلات اجتماعی، و... بوده است. در این زمینه، عوامل متعددی می‌توانند فرایند توسعه قابلیت‌ها و مهارت‌های کارآفرینی در دانشجویان را تحت‌الشعاع قرار دهند که بی‌تردید، با در نظر گرفتن تأثیر متغیرهای روان‌شناختی و شخصیتی بر کارآفرینی، هوش هیجانی یکی از مهم‌ترین آن‌ها محسوب می‌شوند. از سوی دیگر، با توجه به تفاوت‌های فردی که بین مردان و زنان وجود دارد، نتایج پژوهش‌های متعدد نشان می‌دهد میزان هوش هیجانی افراد براساس جنسیت آن‌ها متفاوت است و هوش هیجانی در دختران و پسران یکسان نیست.

براساس مطالب اشاره‌شده، این پژوهش با دو هدف اصلی شامل تحلیل ساختاری اثر هوش هیجانی بر قابلیت کارآفرینی دانشجویان و بررسی اثر مداخله‌گری متغیر جنسیت در مدل تحقیق انجام گرفت. درخصوص هدف اول، یافته‌های تحقیق نشان داد که براساس شاخص‌های مختلف برازش، ساختار کلی مدل پژوهش تأیید می‌شود. همچنین، براساس نتایج مشخص شد که سازه هوش هیجانی از اثر مثبت و معناداری بر متغیر وابسته برخوردار است؛ به‌نحوی که در مجموع ۳۵ درصد از واریانس کل قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان رشته‌های کشاورزی در دانشگاه زنجان را تبیین کرد. نتیجه به‌دست‌آمده در این بخش از پژوهش با یافته‌های مطالعات متعددی همچون کمالیان و فاضل (۱۳۹۰)، مقصودی و نگهداری (۱۳۹۱)، و ارین (۲۰۱۲) همسویی دارد.

نتایج حاصل از تحلیل گروه‌های چندگانه حاکی از آن بود که فرضیه دوم پژوهش، که آزمون تأثیر جنسیت به‌منزله متغیر مداخله‌گر در مدل بود، تأیید شد. بر این اساس، می‌توان گفت رابطه بین هوش هیجانی با قابلیت کارآفرینی برای دانشجویان دختر و پسر متفاوت است؛ به‌نحوی که این رابطه برای دانشجویان پسر غیر معنادار و برای دانشجویان دختر مثبت و معنادار است و متغیر هوش هیجانی در حدود ۴۹ درصد از واریانس قابلیت کارآفرینی دانشجویان دختر را تبیین می‌کند. این میزان واریانس تبیین‌شده در مدل ساختاری برآوردشده برای دانشجویان پسر فقط در حدود چهار درصد بود که تفاوت درخور توجهی با مدل ساختاری برآوردشده برای دانشجویان دختر دارد. بر این اساس، می‌توان گفت متغیر جنسیت در مدل اثر مداخله‌گری مهمی دارد و دانشجویان دختر به دلیل داشتن هوش هیجانی بالاتر، قابلیت کارآفرینی بیشتری نیز دارند. در این زمینه، توپیا و مارش<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) بیان می‌دارند که زنان در مقایسه با مردان در ابراز و ادراک هیجانات و استفاده از مهارت‌های درون‌فردی تبحر بیشتری دارند. آن‌ها

خودآگاهی هیجانی بالاتری دارند و در تشخیص هیجان‌ها و احساسات خود بهتر عمل می‌کنند [۳۰]. از سوی دیگر، بار-اون (۲۰۰۶) بر خورداری از مهارت درون‌فردی را از مشخصه‌های اصلی کارآفرینان می‌داند که می‌تواند سبب توسعه روحیه کارآفرینی در افراد شود [۲۰]. افزون بر این، همان‌طور که براساس نتایج پژوهش مشخص شد، یکی از مؤلفه‌های هوش هیجانی که بر ایجاد و توسعه قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان تأثیر دارد، مهارت بین‌فردی شامل همدلی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، و برقراری ارتباطات اثربخش با دیگران است. در این خصوص، کاتیال و آواشتی<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) در پژوهش خود نشان دادند که در مقیاس‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی، همدلی و برقراری ارتباطات، دختران از پسران نمرات بالاتری کسب کرده‌اند [۲۵]؛ بنابراین، به دلیل داشتن چنین مهارت‌هایی، همان‌طور که براساس نتایج این پژوهش نیز مشخص شد، دختران قابلیت کارآفرینی بیشتری دارند.

به‌هرحال، با در نظر گرفتن مشخصه‌های روان‌شناختی و شخصیتی که دختران دارند، آن‌ها به شکل اثربخش‌تر و بهتری با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند و روحیه کار تیمی و گروهی بالاتری نیز دارند که این ویژگی‌ها موجب می‌شود دختران قابلیت و پتانسیل بیشتری برای کارآفرین شدن داشته باشند. البته ذکر این نکته ضروری است که به موازات عوامل شخصیتی و روان‌شناختی، بعد اجتماعی و متغیرهای مرتبط با آن نیز بسیار مهم است و نقش بسزایی در قابلیت کارآفرینی دختران دارد؛ درحقیقت، بنا به دلایل مختلفی از جمله دسترسی نداشتن زنان به مسائل رسمی و نبود قوانین حمایتی مناسب از آن‌ها در حوزه اشتغال، وجود تبعیض جنسیتی و دستمزد کمتر زنان در مقایسه با مردان، نداشتن دسترسی برابر با مردان به فرصت‌های شغلی در بخش دولتی، شیوه‌های نامناسب گزینش نیروی کار و ارجحیت مردان به زنان در بازار کار، دسترسی کمتر زنان به مشاغل مناسب و پردرآمد، و سایر موارد، ساختار اشتغال در کشور تا حدود زیادی مردانه و ورود دختران به این ساختار بسیار مشکل است.

در چنین وضعیتی، دختران تمایل بیشتری برای کارآفرین شدن دارند و تلاش می‌کنند با کارآفرینی برای خود کار ایجاد کنند. در حوزه متغیرهای روان‌شناختی و شخصیتی، علاوه بر مهارت‌های درون‌فردی و مهارت‌های بین‌فردی، که به آن‌ها اشاره شد، یکی دیگر از دلایل اصلی تأثیر بیشتر هوش هیجانی بر قابلیت کارآفرینی در مدل ساختاری دانشجویان دختر را می‌توان به بیشتر بودن توانایی و مهارت خودآنگیزی آن‌ها (شامل خودبرآنگیختگی و مثبت‌نگر بودن) نسبت داد. در این زمینه، همان‌طور که آمابیل و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۵) تأکید دارند، ویژگی‌های مثبت حالت‌های عاطفی (خوش‌بینی و مثبت‌اندیش بودن) به خلاقیت بیشتر، پیش‌گامی در امور و افزایش احتمال بروز رفتارهای کارآفرینانه منجر می‌شود [۱۹] و حتی در این زمینه، عباس‌پور

1. Katyal and Awasthi

2. Amabile et al

اسفدن و همکاران (۱۳۸۹) خودانگیزی و ایجاد و حفظ انگیزه را به همراه خوشبین بودن، پیش‌زمینه بروز خلاقیت در نظر گرفته‌اند [۱۰]. درنهایت، یکی دیگر از مؤلفه‌های هوش هیجانی، که بر قابلیت کارآفرینی افراد مؤثر است، به مؤلفه سازگاری هوش هیجانی مربوط می‌شود. در این خصوص نیز، بر مبنای نتایج پژوهش‌های مختلف همچون ملایی و همکاران (۱۳۹۰)، نقوی و رزوان (۲۰۱۱)، آل عمران و همکاران (۲۰۰۸)، و کاتیال و آواشتی (۲۰۰۵)، زنان قدرت انعطاف‌پذیری بالاتری دارند و به شکل بهتری می‌توانند خود را با وضعیت جدید و موقعیت‌های مختلف سازگار کنند. برخورداری از چنین ویژگی‌ها و مهارت‌هایی، از آنجا که به‌طور مستقیم بر قابلیت‌های مختلف کارآفرینی، به‌ویژه عمل‌گرایی و ریسک‌پذیری، تأثیر گذارند، سبب شده است تا در مدل ساختاری برآوردشده برای دانشجویان دختر، متغیر هوش هیجانی از تأثیر بیشتری بر قابلیت کارآفرینی در مقایسه با پسران برخوردار باشد. در مجموع، براساس نتایج کسب‌شده می‌توان نتیجه گرفت که هوش هیجانی تا حدود زیادی به جنسیت وابسته است و این موضوع به‌طور مستقیم قابلیت کارآفرینی دانشجویان را تحت تأثیر قرار داده است.

با در نظر گرفتن یافته‌های اصلی پژوهش، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شوند:

۱. با توجه به نتایج پژوهش، مبنی بر اثر مثبت و معنادار هوش هیجانی بر قابلیت کارآفرینی دانشجویان و با در نظر گرفتن اینکه هوش هیجانی از ماهیتی اکتسابی برخوردار است، به‌نحوی که بخشی از آن به واسطه برنامه‌ریزی، تجربه، و تمرین تکامل می‌یابد، از این‌رو، پیشنهاد می‌شود از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی برای دانشجویان، به‌ویژه پسران، در زمینه‌هایی مانند بهبود توانمندی‌های فردی و اجتماعی دانشجویان، توسعه مهارت کنترل عاطفی و مدیریت بر احساسات و هیجانات، بهبود مهارت‌های گوش‌دادن و گرفتن مشاوره از دیگران و برقراری ارتباطات اثربخش، زمینه‌های تقویت هوش هیجانی و در نتیجه افزایش قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان فراهم شود.

۲. با توجه به نتایج پژوهش مبنی بر اثر مداخله‌گری متغیر جنسیت در رابطه بین هوش هیجانی و قابلیت کارآفرینی پیشنهاد می‌شود در تدوین برنامه‌های آموزش کارآفرینانه در دانشگاه‌ها، چه در قالب برنامه‌های درسی و چه در قالب آموزش‌های فوق برنامه، به تفاوت جنسیتی بین دانشجویان دختر و پسر، به‌ویژه در رشته‌های کشاورزی، به‌طور جدی توجه شود تا این برنامه‌ها اثربخشی بیشتری داشته باشند.

## منابع

- [۱] احمدپورداریانی، محمود (۱۳۹۱). کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها، تهران: جاجرمی.
- [۲] احمدپورداریانی، محمود؛ مقیمی، محمد. (۱۳۸۵). مبانی کارآفرینی، تهران: فراندیش.
- [۳] احمدی، روح‌اله. (۱۳۸۷). «تبیین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان اینترنتی در شهر تهران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت.



- [۴] ذبیحی، محمدرضا؛ مقدسی، علیرضا (۱۳۸۸). کارآفرینی از تئوری تا عمل، چ ۲، مشهد: جهان فردا.
- [۵] سپهردوست، حمید؛ مأمی، اکرم (۱۳۸۹). «بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه، مطالعه موردی دانشگاه بوعلی سینا». مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، نوآوری، و کارآفرینی، شیراز، ۲۷ و ۲۸ بهمن ماه ۱۳۸۹، ص ۱-۱۲.
- [۶] شریف‌زاده، ابوالقاسم؛ عبدالله‌زاده، غلامحسین (۱۳۹۱). «بررسی رابطه بین سبک یادگیری و خصایص کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی»، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، س ۱۸، ش ۶۴، ص ۱۳۱-۱۵۲.
- [۷] شوماخر، رندال ای؛ لومکس، ریچارد جی. (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر مدل‌سازی معادله ساختاری، ترجمه وحید قاسمی، تهران: جامعه‌شناسان.
- [۸] صفوی، محبوبه؛ موسوی لطفی، مریم؛ لطفی، رضا (۱۳۸۸). «بررسی همبستگی بین هوش هیجانی و سازگاری عاطفی- اجتماعی دانش‌آموختگان دختر پیش‌دانشگاهی شهر تهران»، فصلنامه دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی، س ۱۴، ش ۵، ص ۲۵۵-۲۶۱.
- [۹] صمدی، عباس؛ نادیا، کیوان (۱۳۹۲). «بررسی نقش هوش هیجانی مدیران در برقراری ارتباطات اثربخش (مورد مطالعه مدیران شعب بانک ملت در شهر تهران)»، فصلنامه مدیریت دولتی، س ۵، ش ۱، ص ۱۲۹-۱۴۸.
- [۱۰] عباس‌پور اسفدن، قنبر؛ چراغعلی، محمد حسن؛ رحمانی، محمد (۱۳۸۹). «شناخت و مطالعه رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی مدیران صنایع لاستیک و پلاستیک شهر تهران»، فصلنامه اقتصاد کسب و کار، س ۱، ش ۲، ص ۲۷-۳۴.
- [۱۱] عسگری، پرویز؛ روشنی، خدیجه (۱۳۹۱). «مقایسه هوش فرهنگی، هوش هیجانی، سازگاری فردی- اجتماعی دانشجویان زن و مرد دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز»، فصلنامه زن و فرهنگ، س ۳، ش ۱۲، ص ۴۹-۶۳.
- [۱۲] غفاری، هادی؛ یونسی، علی (۱۳۸۹). «بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور اراک»، فصلنامه انجمن آموزش عالی، س ۳، ش ۳، ص ۱۱۵-۱۳۶.
- [۱۳] کردنائیج، اسداله؛ زالی، محمدرضا؛ هومن، حیدرعلی؛ شمس، شهاب‌الدین (۱۳۸۶). ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- [۱۴] کمالیان، امین‌رضا؛ فاضل، امیر (۱۳۹۰). «بررسی رابطه هوش هیجانی و میزان کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه سیستان و بلوچستان)»، فصلنامه توسعه کارآفرینی، س ۳، ش ۱۱، ص ۱۲۷-۱۴۶.
- [۱۵] مقصودی، فاطمه؛ نگهداری، سمیه (۱۳۹۱). «مطالعه‌ای درباره سهم هریک از مؤلفه‌های هوش هیجانی در رابطه با کارآفرینی در بین دانش‌آموختگان رشته‌های مدیریت پیام نور»، مجموعه مقالات اولین کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، بابلسر، ۲۳ آبان ماه ۱۳۹۱، ص ۱-۱۱.

- [۱۶] ملائی، عین‌اله؛ آسایش، حمید؛ تقوی‌کیش، بهزاد؛ قربانی، مصطفی (۱۳۹۰). «تفاوت جنسیتی و هوش هیجانی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی گلستان»، فصلنامه دانشکده پرستاری و مامایی بویه گرگان، س ۸، ش ۲، ص ۳۰-۳۴.
- [۱۷] قایی، سعید؛ بهادری، محمد کریم (۱۳۹۱). «رابطه هوش هیجانی و رفتار کارآفرینانه»، فصلنامه طب نظامی، س ۱۴، ش ۲، ص ۱۲۳-۱۲۸.
- [18] Alumran, J., Punamaki, R. and Leena, R. (2008). "Relationship between gender, age, academic achievement, emotional intelligence, and coping styles in Bahraini adolescents", *Individual Differences Research*, 2, pp104- 119.
- [19] Amabile, T., Barsade, S., Mueller, J. and Staw, B. (2005). "Affect and creativity at work", *Administrative Science Quarterly*, 50, pp367- 403.
- [20] Bar-On, R. (2006). "The Bar-On model of emotional-social intelligence (ESI)", *Psicothema*, 1, pp13- 25.
- [21] Erin, M. (2012). "An emotional business: The role of emotional intelligence in entrepreneurial success", Ph.D. Dissertation, Department of Management, University of North Texas.
- [22] Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*, New York: Bantam.
- [23] Hair, J., Black, C., Babin, J. and Anderson, E. (2010). *Multivariate data analysis*, USA: Prentice Hall.
- [24] Hermann, F., Manfred, L. and Christian, K. (2007). "The significance of Personality in Business start- up intention, start- up realization and business success", *Entrepreneurship and Regional Development*, 3, pp 227- 251.
- [25] Katyal, S. and Awasthi, E. (2005). "Gender differences in emotional intelligence among adolescents of Chandigarh", *Journal of Human Ecology*, 2, pp153-155.
- [26] Khatoun, N. (2013). "The impact of emotional intelligence on the growth of entrepreneurship", *International Journal of Business Management & Research*, 3, pp1- 8.
- [27] Naghavi, F. and Redzuan, M. (2011). "The relationship between gender and emotional intelligence", *World Applied Sciences Journal*, 4, pp555- 561.
- [28] Saklofscke, D., Austin, E., Rohr, B. and Andrews, J. (2007). "Personality, emotional intelligence and exercise", *Journal of Health Psychology*, 6, 937- 948.
- [29] Salovey, P. and Mayer, J. (1990). "Emotional intelligence", *Imagination, Cognition, and Personality*, 3, pp 185- 211.
- [30] Topia, M. and Marsh, G. (2006). "The effort of sex and grade-point average on emotional intelligence", *Psicothema*, 1, pp 108- 111.