

## بررسی رابطه هوش اجتماعی با قابلیت کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز

محمدباقر علیزاده اقدام<sup>۱</sup>

محمد عباسزاده<sup>۲</sup>

صفر حیاتی<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش: ۹۵/۶/۳۱

تاریخ دریافت: ۹۴/۱۰/۲۵

### چکیده

قابلیت کارآفرینی نیروی انسانی جوامع به عنوان یکی از عوامل کلیدی پیشرفت اجتماعی مورد مطالعه جامعه‌شناسان و اقتصاددانان قرار گرفته است. تحقیق حاضر با هدف بررسی ارتباط بین هوش اجتماعی با قابلیت کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی انجام گرفته است. روش تحقیق پیمایشی بوده و جامعه آماری شامل دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز در سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۳ می‌باشد که تعداد آن‌ها ۷۱۸۷ نفر بوده که از این تعداد ۴۳۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شده‌اند. براساس نتایج تحقیق، ارتباط معنی‌داری بین هوش اجتماعی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز با قابلیت کارآفرینی آنان وجود دارد. همچنین، تفاوت میانگین قابلیت‌های کارآفرینی به تفکیک گروه‌های عمده تحصیلی معنی دار بوده است. یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌داد که میانگین قابلیت کارآفرینی و هوش اجتماعی بر حسب جنسیت دانشجویان متفاوت نمی‌باشد. از ابعاد سه‌گانه هوش اجتماعی، پردازش اطلاعات اجتماعی، مهارت‌های اجتماعی، آگاهی اجتماعی و نیز از متغیرهای شناسایی، جنسیت و وضعیت بورسیه تحصیلی، به ترتیب بیشترین تأثیر را بر میزان قابلیت کارآفرینی دانشجویان داشته‌اند.

**کلید واژه‌ها:** قابلیت کارآفرینی، هوش اجتماعی، دانشگاه تبریز، دانشجویان تحصیلات تکمیلی

۱. دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه تبریز (نویسنده مسئول)، m.alizadeh@tabrizu.ac.ir

۲. دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه تبریز، m.abbaszadeh2014@gmail.com

۳. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه دانشگاه تبریز، s.hayati90@gmail.com

## مقدمه و بیان مساله

کارآفرینی یکی از مباحث داغ چند دهه گذشته بوده است و گامی برای رسیدن به توسعه پایدار می‌باشد. تغییر و تحولات سریع علم و فن‌آوری در سال‌های اخیر، کشورهای جهان بخصوص کشورهای کمتر توسعه یافته را با چالش‌های جدیدی روبرو ساخته است که گذر از آنها نیازمند بکار گرفتن رویکردها و روش‌های خلاقانه است. در این میان، نقش کارآفرینی و وجود افراد کارآفرین می‌تواند تعیین‌کننده باشد و شاید به همین دلیل اقتصاددانان کارآفرینی را موتور رشد اقتصادی تعبیر کرده‌اند. کارآفرینی از طریق کشف فرصت‌ها و بهره‌برداری مناسب از آنها، ایجاد فرصت‌های اشتغال، تغییر در محیط زندگی و... می‌تواند به توسعه کمک کند.

برای تبیین کارآفرینی نیاز به تبیین‌های ساختاری می‌باشد. در تبیین ساختاری کارآفرینی یک فعالیت کارآفرینانه در ارتباط با شرایط ساختار اجتماعی مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این زمینه، شبکه‌های شخصی به عنوان منابع اجتماعی و با اهداف اقتصادی و حفظ و نگهداشت سرمایه عمل می‌کند (زسامبور، ۲۰۱۱: ۹). کارآفرینی از دید دانشمندان علوم اجتماعی فرایندی است که در شبکه متغیری از روابط اجتماعی واقع شده و این روابط اجتماعی می‌تواند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها، محدود یا آسان کند. کارآفرینان در می‌بایند که روش اثرگذار اداره کردن محیط ناسازگار در اقتصاد در حال گذار، از راه شبکه‌های ارتباطی فردی امکان‌پذیر است؛ چراکه اتصال‌های بین شبکه‌ها منابع و اطلاعات را فراهم می‌کند (سیدنقوی و عبدالله‌پور، ۱۳۸۹: ۱۰۴).

جهان امروز به سرعت در حال دگرگونی و تغییر است و همگام‌شدن با این تحولات نیازمند به‌کارگیری افرادی خلاق و کارآفرین است. در واقع با توجه به پیچیدگی و رقابت رو به رشد موجود در دنیای امروز که البته با تحولات سریع محیط بین‌الملل و گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و نیز تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی همراه است، از کارآفرینی به عنوان موتور محرک توسعه اقتصادی یاد می‌شود. کارآفرینی می‌تواند باعث رشد و توسعه اقتصادی کشورها، افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی شود. از آنجا که رشد اقتصادی در هر کشوری تابعی از سرمایه‌های انسانی و سطح تکنولوژی می‌باشد. بنابرین، سرمایه‌گذاری در کنش‌های کارآفرینانه‌ی عاملان اجتماعی خصوصا کنش‌گران دانشگاهی سرمایه‌گذاری در پیشرفت و توسعه‌ی پایدار می‌باشد. با گذار از دانشگاه‌های نسل اول (آموزش محور) به دانشگاه‌های نسل سوم (کارآفرین) اهمیت بررسی رابطه‌ی هوش اجتماعی و پتانسیل‌های کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه‌ها اجتماعی در راستای پرورش نیروی انسان خلاق و نوآور، تقویت ارتباط با صنعت، تجاری سازی یافته‌های علمی و تضمین امنیت شغلی دانش‌آموختگان

دانشگاهی دو چندان شده است. علی‌رغم سیر پیش‌رونده فعالیت‌های کارآفرینی در کشورهای مختلف، سابقه پرداختن به مطالعه پیرامون پدیده قابلیت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه‌های ایران بسیار کم بوده و به عوامل شخصیتی و روانی توجه کافی نشده است. بر این اساس، هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی رابطه‌ی بین هوش اجتماعی با قابلیت کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز می‌باشد. سوالات اصلی پژوهش عبارت‌اند از اولاً قابلیت کارآفرینی در دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز به چه میزان است؟ ثانیاً، آیا بین هوش اجتماعی و قابلیت کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز رابطه‌ی معنی‌دار وجود دارد؟

### ادبیات تحقیق

این ایده که کارآفرینان کلید توسعه و بهبود اقتصادی یک کشور هستند، توسط متخصصان برجسته‌ای (۱۹۳۴) استیونسون<sup>۱</sup> و جاریلو (۱۹۹۰) در این حوزه مورد تأکید قرار گرفته است (احمدیان و عنابستانی، ۱۳۹۱). کارآفرینی را می‌توان یک فرآیند پویا نامید؛ که شامل آرمان، تحول، دگرگونی و خلاقیت می‌شود. این فرآیند به کاربرد و استفاده‌ی نیرو و انگیزه‌ی افراد در جهت خلق و اجرای ایده‌های نو و هم‌چنین راه‌حل‌های کاربردی احتیاج دارد. اجزای اصلی این فرآیند شامل موارد زیر است: ۱. میل به خطرپذیری حساب شده بر اساس زمان ۲. ارزش خالص یا فرصت شغلی ۳. توانایی تشکیل یک تیم در ارتباط با انجام یک کار پرخطر ۴. داشتن مهارت خلاق در نظم بخشیدن به منابع مورد نیاز و ۵. داشتن چشم اندازی برای یافتن فرصت‌هایی که دیگران نمی‌توانند در یک موقعیت به هم ریخته و پر آشوب دریابند (علی میری، ۱۳۶: ۱۳۸۷).

کارآفرینی شامل خلق و توزیع ارزش و منافع بین افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و جامعه می‌باشد. کارآفرینان را افرادی نوآوری بل فکری متمرکز و به دنبال کسب توفیق و مایل به استفاده از میان‌برها می‌دانند که کمتر مطابق کتاب کار می‌کنند و در نظام اقتصادی، شرکت‌های نوآور، سودآور و با رشدی سریع را ایجاد می‌نمایند (طباطبایی و همکاران، ۱۳۹۴: ۸۷). در همین راستا، از مهم‌ترین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه می‌توان به موارد زیر اشاره نمود: ۱. نیاز به موفقیت، مرکز کنترل درونی، رهبری، اعهد، عزم و اراده، تمایل به خطرپذیری، تحمل ابهام و عدم قطعیت، اعتماد به نفس، خلاقیت، اتکاب خود، توانایی انطباق، نوآوری، فرصت‌طلبی و انگیزه برای برتری داشتن (رضایی و همکاران، ۱۳۹۵: ۶۹-۷۰).

در ارتباط با ریشه‌های روانی کارآفرینی، مک کلند<sup>۱</sup> روان شناس اجتماعی معاصر معتقد است که جوامعی که انگیزه پیشرفت کمی دارند، نرخ سرمایه‌گذاری و ریسک‌پذیری نیز در آنها کم است و به تبع آن توسعه نیافته هستند و در جوامعی که میزان انگیزه پیشرفت بالا است، نرخ سرمایه‌گذاری و ریسک‌پذیری نیز زیاد است. در این جوامع برخی افراد کسب و کارهای جدیدی راه‌اندازی می‌کنند، شرکت یا واحد اقتصادی را سازماندهی می‌نماید و ظرفیت تولید و بهره‌وری آن را افزایش می‌دهند. مک کله لند چنین افرادی را کارآفرین می‌نامد و عواملی چون شیوه جامعه‌پذیری، روشهای تربیتی والدین، طبقه اجتماعی والدین، ایدئولوژی حاکم، مذهب و تحرک اجتماعی را از جمله عوامل موثر بر توسعه روحیه کارفرینی می‌داند. وی در بحث کارآفرینی به فرهنگ توجه می‌کند و مناسب‌ترین شیوه جامعه‌پذیری را تقویت استقلال فردی و ایجاد اعتماد به نفس می‌داند که موجب کارآفرینی می‌شود (به نقل از ویسی و کریم زاده، ۱۳۸۹: ۱۶۶-۱۶۵).

از دیدگاه نظریه‌ی شبکه‌های اجتماعی، کارآفرینی فرآیندی است که در شبکه‌ای از روابط اجتماعی واقع شده و این روابط می‌توانند رابطه‌ی کارآفرین را با منابع و فرصت‌های محدود، آسان کنند. کارآفرینی در مناطق محروم روستایی به علت دسترسی اندک به منابع و امکانات و همچنین، توسعه نیافتن روابط نسبت به کارآفرینی در مناطق و نواحی پیشرفته مشکل‌تر بوده و بنابراین، نرخ اثرگذاری کارآفرینی در اینگونه نواحی بیشتر است. افزون بر آن این نرخ تحت تأثیر تنوع رشته‌ی تحصیلی و تخصص مالکان، ترکیب جنسی و سنی و درصد میزان سهم آنها از کسب و کار کارآفرینانه بوده و منجر به تقویت منافع فردی و اجتماعی در محیط کار آفرینی می‌شود (عربیون و همکاران، ۱۳۸۹: ۷۹-۷۸).

همچنین سرمایه اجتماعی و شایستگی اجتماعی هرچند به شکل متفاوت ولی نقش مکملی را در موفقیت کارآفرینی ایفا می‌کنند. بسیاری از شواهد نشان می‌دهد که سطح بالایی از سرمایه اجتماعی به موفقیت در کارآفرینی کمک می‌کند. به طور ویژه سطح بالایی از سرمایه اجتماعی (شبکه‌های گسترده اجتماعی، پایگاه، روابط شخصی)، دسترسی بیشتر به اطلاعات و افزایش همکاری و اعتماد به دیگران را برای کارآفرینان مهیا می‌سازد. علاوه بر این، کارآفرینانی که دارای سرمایه اجتماعی بالایی هستند، احتمال بیشتری برای دریافت سرمایه از سرمایه‌گذاران نسبت به کارآفرینانی که از سرمایه اجتماعی کمتری برخوردارند، می‌باشد (بارون و گیدن<sup>۲</sup>، ۲۰۰۳: ۴۳).

هوش اجتماعی به عنوان توانایی کنار آمدن با دیگران، آگاهی از مسائل اجتماعی و توانایی برقراری ارتباطات بین فردی و همکاری با دیگران با رفتار و فعالیت‌های کارآفرینانه ارتباط دارد (مرادی پوردنجانی و صادقی ده چشمه<sup>۱</sup>، ۲۰۱۴: ۴۳۱۵). مفهوم یاد شده به عنوان توانایی درک و مهار هیجانات و احساسات خود در جهت کمک به فعالیت‌های فکری، تصمیم‌گیری و ارتباطی دانست. براساس یافته‌های گلמן افرادی که از هوش هیجانی بالا برخوردارند می‌دانند که چگونه هیجانات و احساسات خود و دیگران را کنترل و هدایت نمایند (گلמן، ۱۹۸۸) همچنین گلמן و بویاتزیس<sup>۲</sup> هوش اجتماعی را به عنوان ساختاری مبتنی بر روابط و مجموعه‌ای از شایستگی‌های بین شخصی تعریف کرده‌اند (مارک<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳: ۳). هوش اجتماعی مجموعه‌ای از مهارت‌ها و استعداد‌های فردی است که به توانایی درک و فهم چگونگی بروز یا کنترل هیجانات و احساسات دلالت دارد، فردی که از هوش اجتماعی بالا برخوردار است در زمینه‌های شناسایی، درک و کنترل احساسات نیز از استعداد و مهارت لازم بهره‌مند می‌باشد (فیاضی و احمدی، ۱۳۸۶).

نظریه پردازان تکاملی معتقدند که هوش اجتماعی در حقیقت، مهارت و استعداد اولیه مغز انسان است که در قشر مغز بازتاب یافته و آنچه تاکنون از آن به عنوان هوش نام می‌بریم روی سیستم‌های عصبی ما سوار شده است و برای پیشبرد امور در یک گروه پیچیده مورد استفاده قرار گرفته است. در این ارتباط، گلמן، مدلی را برای هوش اجتماعی ارائه کرده و هوش اجتماعی را با هوش عاطفی تطبیق داده است. آگاهی اجتماعی را با خودآگاهی و مهارت اجتماعی را با مدیریت بر خویشتن تطبیق داده است. همچنین وی، وظایف اساسی هوش اجتماعی را هماهنگی روابط متقابل، انواع همدلی، شناخت اجتماعی، مهارت‌های همکاری متقابل، دلسوزی برای دیگران همگی مسیر و خطوط هوش اجتماعی را مشخص می‌کند (آقااحمدی و همکاران، ۱۳۹۱: ۵).

محتوای هوش اجتماعی، در دو مقوله گسترده سازمان می‌یابد: آگاهی اجتماعی، یعنی آنچه درباره دیگران حس می‌کنیم و مهارت اجتماعی، به معنی عملی که بر اساس آن آگاهی، انجام می‌دهیم.

### الف) آگاهی اجتماعی:

آگاهی اجتماعی طیف گسترده‌ای است از اولین احساس ما در باره حالت درونی طرف مقابل و درک احساسات و افکار او در موقعیت‌های پیچیده اجتماعی است. این گستره شامل موارد زیر است.

- همدلی اولیه: احساس کردن چیزی به همراه دیگران و احساس کردن علائم عاطفی غیرکلامی.

- هماهنگ سازی: گوش کردن با پذیرش کامل و هماهنگی با فرد مقابل. هماهنگی به معنای توجهی است که از همدلی لحظه‌ای فراتر می‌رود و به حضوری کامل و با ثبات تبدیل می‌شود که رابطه صمیمانه را ممکن می‌سازد. در این جا فرد تمام توجه خود را به فرد مقابل می‌دهد و با دقت به او گوش می‌کند. یعنی بیش از آن که به دنبال طرح نقطه نظر خود باشد در پی درک مخاطب است. به نظر می‌رسد گوش کردن به این نحو، قابلیت طبیعی باشد. اگر فرد به جای گوش دادن به حرف‌های دیگری، فقط برای او صحبت کند، گفتگوی او تبدیل به تک‌گویی خواهد شد.

- درک همدلانه: درک کردن افکار، احساسات و مقاصد دیگران. درک همدلانه، مهارتی بنیادی در هوش اجتماعی است. درک همدلانه براساس همدلی اولیه شکل می‌گیرد، اما درک واضحی از احساسات و افکار دیگری را نیز به این همدلی احساسی می‌افزاید.

- شناخت اجتماعی: آگاهی درباره طرز کار جامعه، چهارمین جنبه از آگاهی روابط بین فردی و دستیابی به این دانش است که دنیای اجتماعی عملاً چگونه کار می‌کند. کسانی که در این حیطه ماهر هستند، می‌دانند در بیشتر موقعیت‌های اجتماعی چه رفتاری از آنان انتظار می‌رود.

این افراد می‌توانند به دقت سیاست بازی‌های درون یک سازمان را شناسایی کنند. یکی از موقعیت‌هایی که نشان‌دهنده شناخت اجتماعی است، توانایی پیدا کردن راه‌حل برای وضعیت‌های دشوار اجتماعی است.

### ب) مهارت اجتماعی

درک احساسات دیگری یا شناخت افکار و مقاصد آن‌ها به تنهایی تضمین‌کننده یک رابطه پرثمر نیست. مهارت اجتماعی با تکیه بر آگاهی اجتماعی، امکان برقراری روابطی مؤثر و روان را پدید می‌آورد. مهارت‌های اجتماعی شامل موارد زیر می‌باشد:

- هماهنگی و انطباق: رفتارهای متقابل مناسب و روان در سطح غیرکلامی، سازگاری و انطباق، موجب از بین رفتن اصطکاک در برخوردهای بین فردی می‌گردد. این ویژگی که پایه و اساس مهارت‌های اجتماعی را تشکیل می‌دهد، سنگ‌بنای سایر جنبه‌ها نیز می‌باشد. ناتوانی در هماهنگی و انطباق، توانایی اجتماعی فرد را تضعیف می‌کند و موجب کمرنگ شدن تعاملات اجتماعی فرد می‌شود.

- ابراز وجود: معرفی خود به نحو مؤثر داشتن جذبه یکی از جنبه‌های ابراز وجود است. جذبه یک سخنران قوی و معلم یا رهبر بزرگ در این است که می‌تواند هر احساسی را که خود می‌خواهد در درون افراد پدید آورد. قابلیت «خودداری» از بروز عواطف و مهار آن، گاهی به عنوان کلید موفقیت در ابراز وجود محسوب می‌شود. افراد ماهر در این قابلیت، در تمام موقعیت‌های اجتماعی، آداب‌دانی خود را نشان می‌دهند و از اعتماد به نفس برخوردارند.

- اثرگذاری: شکل‌دهی به نتیجه تبادلهای اجتماعی موفق‌ترین افراد در ارتباطات اجتماعی کسانی هستند که قادرند با استفاده از قابلیت اثرگذاری خود و با خویشنداری و مهارت، هر گفت‌وگویی را به نتیجه سازنده بدل کنند و دیگران را به تبعیت از خود وادار کنند.

- ابراز توجه و رسیدگی: اهمیت دادن به احتیاجات سایرین و عمل کردن بر طبق این احتیاجات. در هوش اجتماعی تنها همدلی و دلسوزی کافی نیست بلکه توجه و رسیدگی و حمایت از دیگران شرط کافی آن می‌باشد (گلمن، ۱۳۸۹).

نتایج تحقیقات مختلف موید این نکته هستند که شخصیت و هوش افراد نقش مهمی در شکل‌گیری کارآفرینی از سوی آنان ایفا می‌کنند (هرمان و همکاران، ۲۰۰۷: ۲۲۷).

هوش اجتماعی دارای مولفه‌های ادراکی، تحلیلی-شناختی و رفتاری (مهارت‌ها) می‌باشد و باهوش بودن در تجزیه و تحلیل رفتارهای اجتماعی دیگران، نقش مرکزی و دو جانبه دارند چرا که شامل توانایی شناسایی انگیزه‌ها و تله شناختی مربوط به افراد دیگر می‌باشد. به علاوه افراد با هوش اجتماعی بالا قادر به تولید رفتار کافی برای به دست آوردن و رسیدن به اهداف اجتماعی خواستنی خود هستند. هوش اجتماعی به ویژه در حل بحران‌ها سودمند است. نتایج بررسی در یک سازمان بزرگ بهداشتی در کانادا نشان داد، مشتریان کارکنانی که زیردست رهبران دارای هوش اجتماعی کم کار می‌کردند، بیش از سه برابر مشتریان کارکنانی که زیردست رهبران دارای هوش اجتماعی بالا کار می‌کردند، از نرسیدن خدمات به آنها شکایت داشته‌اند. همچنین، پرستارانی که رهبران آن‌ها دارای هوش اجتماعی بالایی بودند، از نظر عاطفی سالم‌تر بودند و توانایی آنان در پرستاری از بیماران بیشتر بود (گلمن و بویاتزیس، ۱۳۸۷: ۳۹). هوش اجتماعی دارای ساختار چندبعدی است. مارلو (۱۹۸۶)، در مدل هوش اجتماعی خود ساختار چهاربعدی را مطرح می‌کند: ۱- علاقه‌ی اجتماعی ۲- خود بسندگی اجتماعی ۳- مهارت‌های همدلی (توانایی درک دیگران به صورت شناختی و هیجانی)، و ۴- مهارت‌های عملکرد اجتماعی (رفتارهای اجتماعی

قابل مشاهده). کوزمیتزکی<sup>۱</sup> و جان<sup>۲</sup> (۱۹۹۳)، بیان کرده‌اند که هوش اجتماعی از هفت مؤلفه تشکیل شده است: الف) دیدگاه‌گیری خلق و خو و حالت‌های درونی افراد دیگر ب) توانایی کلی برای کنار آمدن با افراد دیگر ج) دانش درباره‌ی قوانین اجتماعی و زندگی اجتماعی د) بینش و حساسیت در موقعیت‌های اجتماعی پیچیده ه) استفاده از تکنیک‌های اجتماعی برای نفوذ در دیگران و) دیدگاه‌گیری و ز) سازگاری اجتماعی. سیلبرمن<sup>۳</sup> (۲۰۰۰)، هوش اجتماعی و صفات فردی که هوش اجتماعی را می‌سازند بر مبنای هشت جنبه بررسی کرده‌اند: الف) درک و فهم دیگران ب) بیان احساسات و ایده‌های شخصی ج) بیان نیازهای خود شخص، ج) ارائه و دریافت بازخورد به / از شخص مورد تماس ه) تحت تأثیر قرار دادن، برانگیختن و ترغیب دیگران و) ارائه‌ی راه‌حل‌های نوآورانه به موقعیت‌های پیچیده ز) کار کردن به صورت مشارکتی به جای انفرادی کار کردن، عضو خوب تیم بودن، و ح) اتخاذ نگرش مناسب در رویدادهایی که به بن بست می‌رسند (بوداقتی، ۱۳۹۲: ۹۱-۹۲).

افراد دارای هوش اجتماعی، بهتر می‌توانند در بین همکاران تعامل برقرار کنند و از توان اجتماعی آنان بهره‌گیرند. تقویت مهارت اجتماعی تیمی و در نتیجه ارتقای عملکرد تیم‌ها که از آثار هوش اجتماعی است زمینه را برای کارآفرینی فراهم می‌کند.

به نظر می‌رسد بین هوش اجتماعی به عنوان سازه‌ی روانی - اجتماعی و قابلیت کارآفرینی افراد رابطه وجود داشته باشد و بتوان رابطه بین میزان هوش اجتماعی افراد با میزان قابلیت کارآفرینی آنان را تبیین کرد.

اگرچنین رابطه‌ای میان متغیرهای مورد نظر در تحقیق حاضر مشاهده و تأیید گردد، می‌توان در جهت مساعد کردن زمینه‌های ایجاد و توسعه قابلیت کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی به مولفه‌های هوش اجتماعی پرداخته و با برنامه‌ریزی مناسب در محیط جامعه و خصوصاً دانشگاه (در زمینه نحوه تعامل عوامل اثرگذار بر آموزش و پژوهش در دانشگاه، تمرکز بر جنبه‌های تقویت‌کننده هوش اجتماعی در محیط آموزشی و بین اساتید و دانشجویان و ...) زمینه را برای تقویت و رشد هوش اجتماعی در افراد فراهم نموده و از این طریق یکی از زیربناها و لازمه‌های کارآفرینی در جامعه یعنی قابلیت کارآفرینی را در دانشجویان دوره‌های تحصیلات تکمیلی ایجاد کرد.

با توجه به این‌که در سال‌های اخیر تعداد دانشجویان تحصیلات تکمیلی در رشته‌ها و دانشگاه‌های مختلف کشور به سرعت افزایش یافته و همزمان با آن روز به روز بر تعداد



فارغ‌التحصیلانی که بیکار بوده و یا در شغلی مرتبط با زمینه تحصیلی خود اشتغال ندارند، افزوده می‌شود، به نظر می‌رسد با وجود بسترهای علمی و پژوهشی مناسب هم در دانشجویان و هم در دانشگاه‌های کشور، عاملی که باعث عدم بکارگیری دانش علمی فارغ‌التحصیلان در مشاغل مرتبط محسوب می‌گردد این است که در پرورش دانشجویان بر ایجاد یا ارتقاء قابلیت کارآفرینی آنان در دانشگاه توجه و تمرکز صورت نمی‌گیرد و فارغ‌التحصیلان حتی تحصیلات تکمیلی تمایل زیادی به جذب و استخدام در سازمان‌های دولتی دارند. بر این اساس سوالی که تحقیق حاضر به دنبال پاسخگویی به آن است این که: آیا بین میزان هوش اجتماعی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز و قابلیت کارآفرینی آنان رابطه‌ای وجود دارد؟

### پیشینه تحقیق

رعدی افسوران (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان مطالعه قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز و از میان نمونه ۴۰۰ نفری، نتیجه‌گیری کرده‌اند که قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان شهید چمران اهواز از حد متوسط بالا بوده و براساس متغیرهای جنسیت، سال تحصیلی، دانشکده و گروه‌های آموزشی پنجگانه (علوم انسانی، کشاورزی، مهندسی، علوم پایه و هنر) تفاوت معنی‌داری وجود نداشته است. اما بین قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان گروه‌های پنج‌گانه بالا در خرده مقیاس‌های نیاز به پیشرفت و تحمل ابهام، تفاوت معنی‌داری مشاهده شده است.

نتایج تحقیق آقااحمدی و همکاران (۱۳۹۱) که با عنوان «بررسی رابطه هوش اجتماعی با مهارت کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد شهرستان چالوس» انجام یافته نشان می‌دهد که بین هوش اجتماعی و مهارت‌های کارآفرینی رابطه وجود دارد و هوش اجتماعی و مؤلفه‌های آن توان پیش‌بینی مهارت‌های کارآفرینی را دارند.

طباطبایی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان رابطه هوش اجتماعی با مهارت‌های کارآفرینی و خلاقیت و خلاقیت دانش‌آموزان در هنرستان‌های شهر شیراز که در بین ۲۴۰ دانش‌آموز به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انجام گرفته به این نتیجه رسیدند که بین هوش اجتماعی و ابعاد آن با مهارت‌های کارآفرینی دانش‌آموزان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

مرادی پردنجانی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی تحت عنوان تأثیر هوش اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی در بین مدیران بسیج استان چهارمحال بختیاری به این نتیجه رسیدند که میزان برخورداری مدیران بسیج چهارمحال بختیاری از ابعاد و مؤلفه‌های هوش اجتماعی و کارآفرینی

اجتماعی بالاتر از میانگین می‌باشد و بین تمامی مولفه‌های هوش اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین میزان هوش اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی مدیران بسیج با توجه به متغیرهای زمینه‌ای جنسیت، گروه سنی و تحصیلات تفاوت معنی‌داری با هم ندارند. استرنبرگ<sup>۱</sup> در پژوهش خود تحت عنوان هوش به عنوان پایه‌ای برای کارآفرینی موفق در بین کارکنان در سال ۲۰۱۲ نشان داد، افراد با هوش بالا توانایی و قابلیت بیش‌تری برای کارآفرینی دارند (طباطبایی و همکاران، ۱۳۹۴: ۸۹).

بوم باربارا<sup>۲</sup> در پژوهش خود تحت عنوان هوش اجتماعی بالا و رشد کارآفرینان در ارتباط با رشد سرمایه‌گذاری‌های جدید در سال ۲۰۱۰ نشان دادند که هوش اجتماعی بالا تأثیر زیادی بر رشد کارآفرینی دارد. همچنین گورکان، فرانزیکا و توماس<sup>۳</sup> (۲۰۱۱) نشان دادند که بین هوش اجتماعی و فرآیند کارآفرینی ارتباط معنی‌داری وجود دارد و بین زنان و مردان در فرآیند کارآفرینی براساس هوش اجتماعی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد (رضایی و همکاران، ۱۳۹۵، ۷۲).

طی تحقیقی نینا آفریه و بوهنه (۲۰۱۴) به «بررسی ارتباط بین آموزش کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینی در بین دانشجویان» دانشگاه کیپ غنا پرداختند. آنها برای سنجش فرهنگ کارآفرینی از مؤلفه‌های طرز تفکر کارآفرینی، انگیزه‌های راه‌اندازی کسب و کار و گرایش به کارآفرینی با چهار بعد عملگرایی، پشتکار، نوآوری، و ریسک‌پذیری استفاده کردند. آنها با مشاهده رابطه و همبستگی قابل توجهی بین آموزش کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینی چنین استدلال نمودند که، چنین آموزش‌هایی دانشجویان را به مهارت‌هایی مجهز می‌کند، که از طریق آن دانشجویان حس اعتماد و خود اتکایی بدست خواهند آورد. نتیجه کوتاه مدت پیدایش این مهارت‌ها و نگرش‌ها در دانشجویان این خواهد بود که آنها خودشان را بعنوان آفرینندگان مشاغل و نه [بیکاران] جوینده کار باور خواهند کرد. در نهایت به نتیجه دراز مدت آن نیز کاهش نرخ بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی خواهد بود.

### فرضیه‌های تحقیق

در یک مدل تحلیلی می‌توان گفت که میزان قابلیت کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی به عنوان متغیر ملاک، تابعی از متغیرهای میزان هوش اجتماعی، شاخه تحصیلی، سن، جنسیت و وضعیت بورسیه آنان به عنوان متغیرهای پیش‌بین می‌باشد.

1. Strenberg
2. Baum & Barbara
3. Gorkan, Franziska & Tomas

- بین میزان هوش اجتماعی و میزان قابلیت کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز رابطه وجود دارد.
- بین دانشجویان زن و مرد دانشگاه تبریز از نظر میزان قابلیت کارآفرینی تفاوت وجود دارد.
- بین دانشجویان زن و مرد دانشگاه تبریز از نظر میزان هوش اجتماعی تفاوت وجود دارد.
- بین دانشجویان شاخه‌های تحصیلی مختلف دانشگاه تبریز از نظر میزان قابلیت کارآفرینی تفاوت وجود دارد.
- بین دانشجویان شاخه‌های تحصیلی مختلف دانشگاه تبریز از نظر میزان هوش اجتماعی تفاوت وجود دارد.

### روش تحقیق

روش تحقیق از حیث تکنیک گردآوری داده‌ها، پیمایشی بوده به این معنی که توزیع ویژگی‌های جامعه آماری با هدف تبیین وضعیت موجود و شناسایی رابطه بین رویدادها بوده است. همچنین به لحاظ هدف کاربردی می‌باشد به این دلیل که توسعه دانش کاربردی در زمینه یک مورد خاص (قابلیت کارآفرینی) مراد می‌باشد، همچنین این تحقیق از لحاظ بعد زمانی یک مطالعه مقطعی می‌باشد.

جامعه آماری تحقیق حاضر شامل تمامی دانشجویان شاغل به تحصیل در تمامی رشته‌های تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز در سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۳ می‌باشد که تعداد آن‌ها بر اساس اعلام معاونت آموزشی دانشگاه در اسفند ماه ۱۳۹۳ برابر با ۷۱۸۷ نفر می‌باشد. نمونه آماری که با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونه کوکران محاسبه گردیده است، ۴۳۰ نفر می‌باشد. به منظور گردآوری داده‌های مورد نیاز از نمونه‌گیری طبقه‌ای و برای تحلیل داده‌ها بعد از برآورد اعتبار از اعتبار محتوایی و برای حصول پایایی از شیوه آلفای کرونباخ استفاده شده است. جدول ۱ نتایج ضریب پایایی مربوط به متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۱ ضرایب پایایی متغیرهای قابلیت کارآفرینی و هوش اجتماعی و ابعاد آنها

متغیر	ابعاد	مقیاس‌ها	ضریب آلفای کرونباخ	ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرها
قابلیت کارآفرینی	توفیق طلبی	۰/۸۳	۰/۹۲	
	کانون کنترل درونی	۰/۸۸		
	خطرپذیری	۰/۹۳		
	تحمل ابهام	۰/۸۴		
	سلاست فکری	۰/۸۸		
	رویapردازی	۰/۷۵		
	عمل گرایی	۰/۷۱		
هوش اجتماعی	چالش طلبی	۰/۸۳	۰/۸۴	
	پردازش اطلاعات اجتماعی	۰/۸۷		
	مهارت‌های اجتماعی	۰/۸۴		
	آگاهی اجتماعی	۰/۸۲		

### تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

کارآفرین: - کارآفرین کسی است که فرصت‌ها را تشخیص می‌دهد، منابع مورد نیاز را جمع‌آوری می‌کند، طراحی و اجرای نقشه‌ای عملی را به عهده می‌گیرد، نتایج به دست آمده را به موقع و با روشی منعطف جمع‌آوری می‌کند (صمدآقایی، ۱۳۸۲، ۱۷-۱۸). استیونسون<sup>۱</sup> کارآفرینی را فرآیند خلق یک ارزش همراه با منابعی منحصر به فرد جهت بهره‌برداری از یک فرصت می‌داند (مقیم، ۱۳۸۴، ۲۴-۲۵).

پتانسیل کارآفرینی: پتانسیل کارآفرینی داشتن بستر و توانایی لازم برای کارآفرینی است که شامل تجارب قبلی در کسب و کار، تخصص‌ها و تحصیلات و یک سری خصیصه‌های شخصیتی است که به صورت بالقوه در فرد وجود دارد و در مسیر راه اندازی و رشد به صورت عامل اصلی موفقیت کارآفرین مطرح گشته و به فعلیت می‌رسد. (اخوان و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۱۹).

در تحقیق حاضر جهت سنجش میزان قابلیت کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز از پرسشنامه استاندارد سنجش قابلیت کارآفرینان ایرانی که دارای هشت خرده مقیاس ریسک‌پذیری متعادل، کانون کنترل، نیاز به موفقیت، سلاست فکری، چالش‌طلبی، تحمل ابهام، رویapردازی و عملگرایی می‌باشد، استفاده شده است.

هوش اجتماعی شامل توانایی به سر بردن با دیگران و توانایی تشویق آن‌ها به ارتباط و همکاری است. نیجهولت، استاک و نیشیدا<sup>۱</sup> هوش اجتماعی را به عنوان مجموعه‌ای از توانایی‌ها توصیف می‌کند که عبارتند از درک مردم و مهارت‌هایی که برای تعامل موفق لازم است (رضایی و همکاران، ۱۳۹۵: ۷۱). هوش اجتماعی دانشجویان عبارت است از نمره و امتیازی که آن‌ها در مقیاس سنجش این سازه که دارای ۲۱ سوال بوده و دربرگیرنده سه بعد هوش اجتماعی (پردازش اطلاعات اجتماعی، مهارت‌های اجتماعی و آگاهی اجتماعی) می‌باشد و به وسیله پرسشنامه سنجش میزان هوش اجتماعی سنجیده می‌شوند به دست می‌آورند.

### یافته‌های تحقیق

#### یافته‌های توصیفی

از ۴۳۰ نفر نمونه آماری مورد مطالعه، ۲۰۷ نفر (۴۸/۱ درصد) زن و ۲۲۳ نفر (۵۱/۹ درصد) مرد می‌باشند. شاخه‌های تحصیلی ۱۳۷ نفر از پاسخگویان (۳۱/۹ درصد) علوم انسانی، ۷۳ نفر (۱۷ درصد) علوم پایه و دانشجوی پژوهشکده‌های دانشگاه تبریز، ۹۰ نفر (۲۰/۹ درصد) فنی و مهندسی، ۵۷ نفر (۱۳/۳ درصد) دانشجوی پردیس‌های دانشگاه تبریز و ۷۳ نفر (۱۷ درصد) کشاورزی و دامپزشکی بوده است. ۲۹ نفر از پاسخگویان (۶/۷ درصد) شاغل در بخش دولتی، ۵۷ نفر از پاسخگویان (۱۳/۳ درصد) شاغل در بخش خصوصی و ۳۴۴ نفر از پاسخگویان (۸۰ درصد) غیرشاغل بوده‌اند. ۱۶ نفر از پاسخگویان (۳/۷ درصد) بورسیه دانشگاه‌ها و نهادهای علمی دیگر بوده و ۴۱۴ نفر از پاسخگویان (۹۶/۳ درصد) بورسیه نبوده‌اند.

قابلیت کارآفرینی متغیر وابسته تحقیق بوده و برای اندازه‌گیری این متغیر از ۹۵ گویه استفاده گردیده است. در این متغیر نمره ۹۵ نشان‌دهنده پایین‌ترین حد قابلیت کارآفرینی برای فرد و نمره ۳۸۰ نشان‌دهنده قابلیت کارآفرینی خیلی زیاد برای فرد می‌باشد. نمره متوسط این متغیر ۲۳۷/۵ می‌باشد. میانگین به دست آمده برای این متغیر ۲۷۵/۴۱ می‌باشد. هوش اجتماعی یکی از متغیرهای مستقل تحقیق بوده و برای اندازه‌گیری این متغیر از ۲۱ گویه استفاده گردیده است. در این متغیر نمره ۲۱ نشان‌دهنده پایین‌ترین حد هوش اجتماعی برای فرد و نمره ۱۴۷ نشان‌دهنده هوش اجتماعی خیلی زیاد برای فرد می‌باشد. نمره متوسط این متغیر ۸۴ می‌باشد. میانگین به دست آمده برای این متغیر ۹۶/۵ می‌باشد.

## نتایج استنباطی

برای سنجش رابطه بین میزان هوش اجتماعی و میزان قابلیت کارآفرینی دانشجویان از آزمون همبستگی  $r$  پیرسون استفاده شده است. نتایج آزمون مذکور در جدول شماره ۲ آورده شده است.

جدول شماره ۲ نتایج آزمون همبستگی پیرسون هوش اجتماعی با قابلیت کارآفرینی

قابلیت کارآفرینی		
۰/۳۴۶	همبستگی پیرسون	
۰/۰۰۰	سطح معنی داری	هوش اجتماعی
۴۳۰	تعداد	
۰/۳۷۹	همبستگی پیرسون	پردازش اطلاعات
۰/۰۰۰	سطح معنی داری	اجتماعی
۴۳۰	تعداد	
۰/۷۱۱	همبستگی پیرسون	آگاهی اجتماعی
۰/۰۰۰	سطح معنی داری	
۴۳۰	تعداد	
۰/۱۹۵	همبستگی پیرسون	مهارت‌های اجتماعی
۰/۰۰۰	سطح معنی داری	
۴۳۰	تعداد	

چنانچه در جدول مربوطه ملاحظه می‌گردد، سطح معنی داری آزمون همبستگی پیرسون جهت سنجش رابطه بین میزان هوش اجتماعی با متغیر میزان قابلیت کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز ۰/۰۰۰ بوده و این سطح از ۰/۰۵ که حداقل سطح معنی داری است، کوچک‌تر می‌باشد. بنابراین رابطه مستقیم، معنی دار و متوسط بین این متغیرها از نظر آماری تایید می‌گردد. و نیز نتایج مربوط به ابعاد سه‌گانه پردازش اطلاعات اجتماعی، آگاهی اجتماعی و مهارت‌های اجتماعی با متغیر قابلیت کارآفرینی حاکی از ارتباط معنی دار و مستقیم بین این متغیرها می‌باشد.

برای آزمون تفاوت میانگین قابلیت کارآفرینی دانشجویان برحسب شاخه‌های تحصیلی‌شان از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شده است. نتایج مربوط به این آزمون در جدول شماره ۳ آورده شده است.

نتایج آزمون آنالیز واریانس نشان می‌دهد که میانگین قابلیت کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی

بر حسب شاخه‌های تحصیلی شان تفاوت معنی‌داری با همدیگر دارند، بطوری که بالاترین میانگین برای دانشجویان شاخه‌های علوم انسانی با میانگین ۲۸۴/۱۳ و فنی و مهندسی با میانگین ۲۸۳/۳۹ و پایین‌ترین سطح میانگین برای دانشجویان پردیس‌های دانشگاه تبریز با میانگین ۲۵۰/۷۹ می‌باشد.

جدول شماره ۳ نتایج آزمون تحلیل و واریانس یک راهه قابلیت کارآفرینی بر اساس شاخه تحصیلی

متغیر	منابع تغییر	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	مقدار f	سطح معنی‌داری
قابلیت کارآفرینی	بین گروهی	۵۳۴۴۸/۹۵۹	۴	۱۳۳۶۲/۲۴۰		
	درون گروهی	۲۵۵۵۸۵/۱۸۳	۴۲۵	۶۰۱/۳۳۷	۲۲/۲۱۹	۰/۰۰۰
	کل	۳۰۹۰۳۴/۱۴۲	۴۲۹			
میانگین گروه‌ها	فنی و مهندسی = ۲۸۳/۳۹ علوم انسانی = ۲۸۴/۱۳ کشاورزی و دامپزشکی = ۲۶۹/۳۴			علوم پایه و پژوهشکده‌ها = ۲۷۵/۵۱		

با توجه به اینکه پاسخگویان تحقیق بر اساس متغیر شاخه تحصیلی به پنج گروه تقسیم گردیده و میزان هوش اجتماعی در سطح فاصله‌ای بوده است برای مقایسه میانگی هوش اجتماعی بر حسب شاخه تحصیلی از آزمون تحلیل واریانس یک‌راهه استفاده گردیده است. همانطوریکه نتایج مربوط به این آزمون در جدول شماره ۴ نشان داده شده است، نتایج آزمون با سطح معنی‌داری پایین‌تر از  $\text{sig} = 0/05$  حاکی از این است که تفاوت معناداری بین میانگی هوش اجتماعی بر حسب شاخه تحصیلی دانشجویان وجود دارد و آماره‌های توصیفی نشان می‌دهد که بالاترین میانگین مربوط به شاخه فنی و مهندسی با میانگین ۹۸/۱۳ و پایین‌ترین میانگین مربوط به پردیس‌های دانشگاه تبریز با میانگین ۹۱/۶۳ به دست آمده است.

جدول شماره ۴ نتایج آزمون تحلیل و واریانس یک راهه هوش اجتماعی بر اساس شاخه تحصیلی

متغیر	منابع تغییر	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	مقدار f	سطح معنی‌داری
هوش اجتماعی	بین گروهی	۱۹۳۳/۲۵۸	۴	۴۸۳/۳۱۵		
	درون گروهی	۸۱۶۸۰/۲۳۳	۴۲۵	۱۹۲/۱۸۹	۲/۵۱۵	۰/۰۴۱
	کل	۸۳۶۱۳/۴۹۱	۴۲۹			
میانگین گروه‌ها	فنی و مهندسی = ۹۸/۱۳ علوم انسانی = ۹۷/۹۰ کشاورزی و دامپزشکی = ۹۵/۵۱			علوم پایه و پژوهشکده‌ها = ۹۶/۶۸		

برای آزمون اینکه دانشجویان تحصیلات تکمیلی بر حسب دختر یا پسر بودن از نظر میزان برخورداری از قابلیت کارآفرینی تفاوت معنی داری دارند یا نه از آزمون t استفاده شده است. در جدول ۵ نتایج آزمون t برای دانشجویان بر حسب جنسیت در متغیر مذکور آورده شده است. با توجه به اینکه سطح معنی داری آزمون t برای مقایسه دانشجویان زن و مرد از نظر قابلیت کارآفرینی ۰/۰۶۳ بوده و این سطح از ۰/۰۵ که حداقل سطح معنی داری است، بزرگ تر می باشد، وجود تفاوت معنی دار بین این دو گروه در متغیر قابلیت کارآفرینی مورد تأیید قرار نمی گیرد. میانگین قابلیت کارآفرینی دانشجویان زن ۲۷۲/۹۱ بوده و میانگین دانشجویان مرد ۲۷۷/۷۳ می باشد. بنابراین می توان گفت بین دانشجویان زن و دانشجویان مرد از نظر میزان قابلیت کارآفرینی تفاوت معنی داری وجود ندارد. در ادامه تحلیل آماری این فرضیه، دانشجویان زن و مرد از نظر میزان برخورداری از ابعاد هشت گانه قابلیت کارآفرینی نیز مورد مقایسه قرار گرفته اند.

جدول شماره ۵ آزمون تفاوت میانگین کارآفرینی و ابعاد هشت گانه قابلیت کارآفرینی دانشجویان

متغیرها	گروه ها	تعداد	میانگین	مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی داری
قابلیت کارآفرینی	زن	۲۰۷	۲۷۲/۹۱	۱/۸۶۵	۴۲۸	۰/۰۶۳
	مرد	۲۲۳	۲۷۷/۷۳			
ریسک پذیری متعادل	زن	۲۰۷	۴۵/۵۶	۳/۶۷۹	۴۲۸	۰/۰۰۰
	مرد	۲۲۳	۴۸/۶۱			
کانون کنترل	زن	۲۰۷	۵۴/۶۹	۱/۱۸۰	۴۲۸	۰/۲۳۸
	مرد	۲۲۳	۵۳/۸۰			
نیاز به موفقیت	زن	۲۰۷	۴۶/۸۷	۰/۲۴۹	۴۲۸	۰/۸۰۳
	مرد	۲۲۳	۴۷/۰۳			
سلاست فکری	زن	۲۰۷	۳۵/۷۱	۱/۹۷۳	۴۲۸	۰/۰۴۹
	مرد	۲۲۳	۳۶/۹۲			
عملگرایی	زن	۲۰۷	۲۷/۹۳	۲/۵۸۶	۴۲۸	۰/۰۱۰
	مرد	۲۲۳	۲۷/۰۲			
تحمل ابهام	زن	۲۰۷	۲۴/۲۹	۱/۶۸۵	۴۲۸	۰/۰۹۳
	مرد	۲۲۳	۲۵/۱۲			
روی پر دازی	زن	۲۰۷	۲۰/۱۴	۲/۳۴۲	۴۲۸	۰/۰۲۰
	مرد	۲۲۳	۲۰/۹۲			
چالش طلبی	زن	۲۰۷	۱۷/۷۳	۱/۸۴۲	۴۲۸	۰/۰۶۶
	مرد	۲۲۳	۱۸/۳۰			



بررسی تفاوت میانگین ابعاد قابلیت کارآفرینی بر حسب جنسیت دانشجویان نشان می‌دهد که، در میان ابعاد قابلیت کارآفرینی، ابعاد ریسک‌پذیری متعادل (مردان با میانگین  $48/61$  و زنان با میانگین  $45/56$ )، سلاست فکری (مردان با میانگین  $36/92$  و زنان با میانگین  $35/71$ )، عملگرایی (مردان با میانگین  $27/02$  و زنان با میانگین  $27/93$ ) و رویاپردازی (مردان با میانگین  $20/92$  و زنان با میانگین  $20/14$ ) بر حسب قابلیت کارآفرینی دانشجویان دارای تفاوت معنی‌داری بوده است. چنانچه نتایج نشان می‌دهد در همه موارد فوق به غیر از بعد عملگرایی میانگین مردان بیشتر از زنان بوده است.

با توجه به اینکه سطح معنی‌داری آزمون  $t$  گروه‌های مستقل برای مقایسه ابعاد هشت‌گانه میزان قابلیت کارآفرینی در میان دانشجویان مجرد و متأهل، در چهار بعد ریسک‌پذیری متعادل، سلاست فکری، عملگرایی و رویاپردازی از ابعاد هشت‌گانه این متغیر از  $0/005$  که حداقل سطح معنی‌داری است کوچک‌تر می‌باشد، وجود تفاوت معنی‌دار بین دانشجویان مجرد و متأهل از نظر میزان برخورداری از ابعاد فرعی هشت‌گانه میزان قابلیت کارآفرینی از نظر آماری مورد تأیید قرار می‌گیرد. ولی در چهار بعد کانون کنترل، نیاز به موفقیت، تحمل ابهام و چالش‌طلبی از ابعاد هشت‌گانه این متغیر از  $0/005$  که حداقل سطح معنی‌داری است بزرگ‌تر می‌باشد، وجود تفاوت معنی‌دار بین دانشجویان مجرد و متأهل از نظر میزان برخورداری از ابعاد فرعی هشت‌گانه میزان قابلیت کارآفرینی از نظر آماری مورد تأیید قرار نمی‌گیرد.

در بعد ریسک‌پذیری متعادل، دانشجویان زن با میانگین  $45/56$  از اعتماد اجتماعی بین فردی بالاتری در مقایسه با دانشجویان مرد با میانگین  $48/61$  برخوردارند. در بعد سلاست فکری، دانشجویان زن با میانگین  $35/71$  از میزان تعامل اجتماعی بیشتری بین خود و اطرافیان‌شان در مقایسه با دانشجویان مرد با میانگین  $36/92$  برخوردارند. در بعد عملگرایی، دانشجویان زن با میانگین  $27/93$  از میزان مشارکت اجتماعی بیشتر و بالاتری در مقایسه با دانشجویان مرد با میانگین  $27/02$  برخوردارند. در بعد رویاپردازی، دانشجویان زن با میانگین  $20/14$  از میزان نزاع و درگیری کمتری بین خود و اطرافیان‌شان در مقایسه با دانشجویان مرد با میانگین  $20/92$  برخوردارند. در بعد کانون کنترل، دانشجویان زن با میانگین  $54/69$  از اعتماد اجتماعی نهادی بالاتری در مقایسه با دانشجویان مرد  $53/80$  برخوردارند. در بعد نیاز به موفقیت، دانشجویان زن با میانگین  $46/87$  از گرایش بیشتری نسبت به یکدیگر (انسجام اجتماعی بالاتری) در مقایسه با دانشجویان مرد با میانگین  $47/03$  برخوردارند. در بعد تحمل ابهام، دانشجویان زن با میانگین  $24/29$  از میزان نزاع و

درگیری کمتری بین خود و اطرافیان‌شان در مقایسه با دانشجویان مرد با میانگین ۲۵/۱۲ برخوردارند. در بعد چالش‌طلبی، دانشجویان زن با میانگین ۱۷/۷۳ از میزان نزاع و درگیری کمتری بین خود و اطرافیان‌شان در مقایسه با دانشجویان مرد با میانگین ۱۸/۳۰ برخوردارند.

**فرضیه پنجم:** بین دانشجویان زن و مرد دانشگاه تبریز از نظر میزان هوش اجتماعی تفاوت وجود دارد.

برای آزمون بررسی تفاوت میزان هوش اجتماعی بر حسب جنسیت دانشجویان از آزمون t با گروه‌های مستقل استفاده شده است. در جدول ۶ نتایج آزمون t برای گروه‌های مستقل، جهت مقایسه دو گروه دانشجویان زن و مرد در متغیر مذکور آورده شده است.

با توجه به اینکه سطح معنی‌داری آزمون t برای مقایسه دانشجویان زن و مرد از نظر هوش اجتماعی ۰/۰۸۳ بوده و این سطح از ۰/۰۵ که حداقل سطح معنی‌داری است، بزرگ‌تر می‌باشد، وجود تفاوت معنی‌دار بین این دو گروه در متغیر هوش اجتماعی مورد تایید قرار نمی‌گیرد. میانگین هوش اجتماعی دانشجویان زن ۹۷/۷۱ بوده و میانگین دانشجویان مرد ۹۵/۳۸ می‌باشد. بنابراین می‌توان گفت بین دانشجویان زن و دانشجویان مرد از نظر میزان هوش اجتماعی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. نتایج مربوط به بررسی ابعاد متغیر هوش اجتماعی نیز بیانگر آن است که ابعاد هوش اجتماعی بر حسب جنسیت دانشجویان تفاوت معنی‌داری ندارند.

جدول شماره ۶ آزمون تفاوت میانگین هوش اجتماعی دانشجویان زن و مرد

متغیرها	گروه‌ها	تعداد	میانگین	مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
	زن	۲۰۷	۹۷/۷۱	۱/۷۳۶	۴۲۸	۰/۰۸۳
	مرد	۲۲۳	۹۵/۳۸			
پردازش اطلاعات اجتماعی	زن	۲۰۷	۴۲/۵۷	۰/۷۷۰	۴۲۸	۰/۴۴۱
	مرد	۲۲۳	۴۲/۰۷			
آگاهی اجتماعی	زن	۲۰۷	۲۸/۱۵	۱/۷۹۱	۴۲۸	۰/۰۷۴
	مرد	۲۲۳	۲۶/۹۴			
مهارت‌های اجتماعی	زن	۲۰۷	۲۶/۴۱	۰/۶۸۲	۴۲۸	۰/۴۹۶
	مرد	۲۲۳	۲۶/۰۴			

با توجه به اینکه سطح معنی‌داری آزمون t گروه‌های مستقل برای مقایسه ابعاد چهارگانه متغیر میزان هوش اجتماعی در میان دانشجویان زن و مرد، در همه ابعاد سه‌گانه پردازش اطلاعات اجتماعی، آگاهی اجتماعی و مهارت‌های اجتماعی سطح معنی‌داری آزمون از ۰/۰۰۵ که حداقل

سطح معنی داری است بزرگ تر می باشد، وجود تفاوت معنی دار بین دانشجویان زن و مرد از نظر میزان برخورداری از ابعاد فرعی سه گانه میزان هوش اجتماعی از نظر آماری مورد تأیید قرار نمی گیرد.

در بعد پردازش اطلاعات اجتماعی، دانشجویان زن با میانگین ۴۲/۵۷ از توانایی بیشتری در پردازش اطلاعات اجتماعی در مقایسه با دانشجویان مرد با میانگین ۴۲/۰۷ برخوردارند ولی تفاوت بین دانشجویان زن و مرد از نظر آماری معنی دار نمی باشد. در بعد آگاهی اجتماعی، دانشجویان زن با میانگین ۲۸/۱۵ از توانایی آگاهی اجتماعی بالاتری در مقایسه با دانشجویان مرد با میانگین ۲۶/۹۴ برخوردارند ولی تفاوت بین دانشجویان زن و مرد از نظر آماری معنی دار نمی باشد. در بعد مهارت های اجتماعی، دانشجویان زن با میانگین ۲۶/۴۱ از مهارت اجتماعی بالاتری در مقایسه با دانشجویان مرد با میانگین ۲۶/۰۴ برخوردارند ولی تفاوت بین دانشجویان زن و مرد از نظر آماری معنی دار نمی باشد.

**رگرسیون چندمتغیری:** بر اساس آزمون رگرسیون چندمتغیری به روش هم زمان (Enter) و مطابق با داده های جدول شماره ۷ در تبیین میزان قابلیت کارآفرینی دانشجویان از روی متغیرهای مستقل موجود در فرضیه، ملاحظه می گردد که ضریب همبستگی چندگانه برابر با ۰/۴۱۶ و ضریب تبیین برابر با ۰/۱۷۳ و ضریب تبیین تعدیل شده برابر با ۰/۱۶۴ می باشند. این به معنی آن است که از روی متغیرهای مستقل وارد شده در مدل رگرسیون موجود، ۱۶/۴ درصد از واریانس میزان قابلیت کارآفرینی دانشجویان را می توان تبیین کرد.

جدول شماره ۷ تبیین میزان قابلیت کارآفرینی بر اساس متغیرهای مستقل

متغیرها	B	Beta	T	Sig	آزمون تحلیل واریانس
مقدار ثابت	۲۱۱/۲۲۷	--	۱۲/۹۱۴	۰/۰۰۰	f ۱۷/۷۷۲ sig ۰/۰۰۰
پردازش اطلاعات اجتماعی	۱/۳۱۰	۰/۳۲۷	۶/۷۸۶	۰/۰۰۰	اشتباه معیار ۲۵/۵۴۷
آگاهی اجتماعی	۳۹۰	۰/۱۰۳	۱/۹۰۰	۰/۰۵۸	ضریب تبیین ۰/۱۶۴
مهارت های اجتماعی	۰/۷۹۴	۰/۱۶۸	۳/۰۵۷	۰/۲۲۲	
جنسیت	۵/۲۱۸	۰/۰۹۷	۲/۱۸۸	۰/۰۲۹	ضریب همبستگی چندگانه ۰/۴۱۶
وضعیت بورسیه	-۴/۷۰۳	-۰/۰۳۳	-۰/۷۴۹	۰/۴۵۴	

مقدار  $f$  در جدول تحلیل واریانس رگرسیون چند متغیری مورد استفاده برابر  $17/772$  و سطح معنی داری آن  $0/000$  می باشد. بنابراین می توان گفت مدل رگرسیونی مورد استفاده خطی می باشد. چرا که مقدار آزمون  $f$  بیانگر معنی داری اثر متغیرهای مستقل وارد شده در مدل رگرسیون بر میزان قابلیت کارآفرینی دانشجویان می باشد.

معادله رگرسیونی میزان قابلیت کارآفرینی دانشجویان به صورت زیر خواهد بود:

$$(\text{جنسیت دانشجویان}) + 0/097 (\text{پردازش اطلاعات اجتماعی}) = 0/327 (\text{قابلیت کارآفرینی})$$

با توجه به تابع فوق ملاحظه می گردد که به ترتیب پردازش اطلاعات اجتماعی و جنسیت دانشجویان بیشترین تأثیر را بر میزان قابلیت کارآفرینی دانشجویان دارند.

### بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی رابطه‌ی بین هوش اجتماعی و قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز بوده است. در رابطه با کارآفرینی می توان اذعان نمود که با گذار از دانشگاه‌های آموزش محور به دانشگاه‌های پژوهش محور، اهمیت تقویت پایه‌های کارآفرینی در بین کنشگران دانشگاهی دو چندان شده است. مفهوم یاد شده اساساً بر مفاهیمی چون نوآوری، ریسک‌پذیری، مسئولیت‌پذیری و مواردی از این قبیل تأکید دارد. ارتقای ظرفیت کارآفرینی دانشگاهی مثل سایر پدیده‌ها متأثر از عوامل خرد و کلان می باشد که در این پژوهش به پیوندهای بین هوش اجتماعی و پتانسیل‌های کارآفرینی کنشگران دانشگاهی پرداخت شده است. هوش اجتماعی به معنای ظرفیت سازگاری و انطباق افراد با دیگران، آگاهی از مسائل اجتماعی و توانایی برقراری ارتباطات بین فردی و همکاری با دیگران می باشد. طبق دیدگاه اندیشمندان، کنش خلاقانه و کارآفرینانه متأثر از کم و کیف پردازش اطلاعات اجتماعی، مهارت اجتماعی و میزان آگاهی اجتماعی آنان می باشد. نتایج حاصل از توصیف متغیرهای اساسی تحقیق که نمره بالاتر از متوسط را برای متغیر میزان قابلیت کارآفرینی را نشان داد، با نتایج مطالعه مرادی پردنجانی و همکاران (۱۳۹۴) به این نتیجه رسیدند که میزان برخورداری مدیران بسیج چهارمحال بختیاری از ابعاد و مولفه‌های هوش اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی بالاتر از میانگین می باشد، مطابقت دارد. همچنین این نتیجه با یافته رعدی افسوران (۱۳۸۹) همخوانی دارد.

از نتایج اصلی این تحقیق وجود رابطه معنی دار بین هوش اجتماعی و مؤلفه‌های آن با قابلیت کارآفرینی و ابعادش می باشد. نتایج تحقیق در این زمینه با نتایج آقااحمدی و همکاران (۱۳۹۱)،

مرادی پردنجانی و همکاران (۱۳۹۴) استرنبرگ<sup>۱</sup> در سال ۲۰۱۲ و بوم باربارا<sup>۲</sup> در سال ۲۰۱۰ و گورکان، فرانزیکا و توماس<sup>۳</sup> (۲۰۱۱) همسو می‌باشد.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های تحقیق در رابطه با ارتباط بین هوش اجتماعی و میزان قابلیت کارآفرینی و نیز مقایسه میانگین قابلیت کارآفرینی و ابعاد فرعی آن در میان دانشجویان دختر و پسر، با نتایج مطالعه مرادی پردنجانی و همکاران (۱۳۹۴) که نشان می‌دهد میزان هوش اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی مدیران بسیج با توجه به متغیرهای زمینه‌ای جنسیت، گروه سنی و تحصیلات تفاوت معنی‌داری با هم ندارند همچنین با نتایج رعدی افسوران (۱۳۸۹) و نتایج گورکان، فرانزیکا و توماس<sup>۴</sup> (۲۰۱۱) که نشان دادند بین زنان و مردان در فرآیند کارآفرینی براساس هوش اجتماعی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد، همخوانی دارد.

نتایج آزمون آنالیز واریانس نشان می‌دهد که میانگین قابلیت کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی بر حسب شاخه‌های تحصیلی‌شان تفاوت معنی‌داری با همدیگر دارند، بطوری که بالاترین میانگین برای دانشجویان شاخه‌های علوم انسانی و فنی مهندسی و پایین‌ترین سطح میانگین برای دانشجویان پردیس‌های دانشگاه تبریز می‌باشد. نقی رعدی افسون و همکاران (۱۳۸۹) در تحقیقی که انجام دادند به این نتیجه رسیدند که قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان شهید چمران اهواز براساس متغیرهای دانشکده و گروه‌های آموزشی پنج‌گانه (علوم انسانی، کشاورزی، مهندسی، علوم پایه و هنر) تفاوت معنی‌داری ندارند که یافته‌های این تحقیق با آن همسو نمی‌باشد.

با توجه به مباحث نظری و نتایج حاصل از فرضیه‌های تحقیق و در راستای ارتقاء قابلیت کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز توجه به برنامه‌ریزی درسی در زمینه آموزش کارآفرینی از سوی وزارتخانه‌های آموزش و پرورش و علوم، تحقیقات و فناوری نه به عنوان ماده درسی، بلکه مجموعه دروس مرتبط با شاخه تحصیلی، مقطع تحصیلی و جنسیت دانش آموزان و دانشجویان لازم می‌باشد همچنین توجه به آموزش سلسله دروس مرتبط با کارآفرینی و مفاهیمی که ریشه در بحث‌های اجتماعی و مفاهیم مرتبط با شکل‌گیری زیرساخت‌های اجتماعی منبعث از هوش اجتماعی دارند لازم و ضروری می‌باشد. همچنین، پیشنهاد می‌شود به منظور ارتقای قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان در طی فرآیند جامعه‌پذیری خصوصاً برای دانشجویان

1. Strenberg
2. Baum & Barbara
3. Gorkan, Franziska & Tomas
4. Gorkan, Franziska & Tomas

جدید الورد کارگاه‌های آموزشی با محوریت مهارت اجتماعی، آموزش کار تیمی، آموزش نحوه راه‌اندازی کسب و کارهای نوین به صورت مستمر برگزار گردد.

## منابع

- احمدیان، الهه و عنابستانی، مینا (۱۳۹۱)، «هوش معنوی عامل ارتقاء کارآفرینی»، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، دانشگاه مازندران.
- اخوان، پیمان؛ سیدنقوی، میرعلی؛ ابراهیمی طالقانی، احمد؛ بخشا، آرش؛ زاهدی، محمدرضا (۱۳۸۹)، «بررسی عوامل مربوط به پتانسیل کارآفرینی و ارائه رویکرد چندوجهی مطالعه موردی (صنعت قطعه سازی خودرو)»، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت صنعتی، سال ششم، شماره ۱۷: ۱۰۷-۱۳۳.
- بوداچی، علی (۱۳۹۲)، بررسی میزان ظرفیت انطباق‌پذیری سازمانی کارمندان دانشگاه تبریز و عوامل مرتبط با آن، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز.
- ازکیا، مصطفی (۱۳۷۷)، جامعه‌شناسی توسعه، تهران: نشر کلمه.
- اکبری، نعمت‌الله و افخمی‌ستوده، وحید (۱۳۸۷)، بررسی سازگاری و نقش آموزه اسلامی با شاخص‌های نوین توسعه اقتصادی، همایش اقتصاد اسلامی و توسعه.
- انصاری، محمدتقی و سلمانی‌زاده، عباس (۱۳۸۸)، «نوآوری در سازمان‌ها بر مبنای کارآفرینی سازمانی»، مجله راهبرد توسعه، شماره ۱۸: ۱۶۶ تا ۱۸۵.
- ایران زاده، سلیمان و بابایی هروی، صادق (۱۳۸۹)، رهبری در سازمان‌های قرن بیست و یکم (تأثیر انواع هوش بر موفقیت رهبران)، چاپ اول، تبریز، انتشارات دانش افق.
- ایمانی جاجرمی، حسین و پور رجب میاندوآب، پیمان (۱۳۸۸)، «سنجش و تحلیل ویژگی‌های کارآفرینی دهیاران با تأکید بر عوامل زمینه‌ای مؤثر بر آن (مطالعه موردی: دهیاران روستاهای شهرستان میاندوآب)»، پژوهش‌های روستایی، سال اول، شماره اول: ۶۷-۹۷.
- آقااحمدی، قربان علی، حلیمی، صبورا و کیا دلیری، لیلا (۱۳۹۱) بررسی رابطه هوش اجتماعی با مهارت کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد شهرستان چالوس، دومین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی کشور دانشگاه مازندران.
- جمشیدی کهنساری، حمزه و قاسمی، میثم (۱۳۸۷)، «کارآفرینی، مفاهیم، نقش‌ها و مهارت‌ها»، نشریه کارآفرینی در عرصه تئوری و عمل، سال اول - شماره اول: ۵۶-۷۲.
- رضایی، راضیه، سلم آبادی، مجتبی، براتی، هادی و تنها، طیبه (۱۳۹۵)، «پیش‌بینی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان بر اساس مؤلفه‌های هوش اجتماعی»، فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار، سال دهم، شماره ۲: ۶۷-۸۰.
- رعدی افسوران، نقی (۱۳۸۹)، «مطالعه قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز»، مجله علوم تربیتی (علوم تربیتی و روانشناسی)، شماره ۱، دوره ۶: ۱۰۳-۱۲۸.

- رضایی، راضیه، سلم‌آبادی، مجتبی، براتی، هادی، تنها، طیبه (۱۳۹۵)، «پیش‌بینی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی دانشجویان بر اساس مؤلفه‌های هوش اجتماعی»، فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار، سال دهم، شماره ۲: ۶۷-۸۰.
- سالارزهی، حبیب‌الله و هاشمی، جلیل (۱۳۸۷)، «نقش ارزش‌ها و فرهنگ اسلامی در ترویج کارآفرینی و ایجاد توسعه»، همایش اقتصاد اسلامی و توسعه مشهد.
- سعیدی کیا، مهدی (۱۳۸۵)، اصول و مبانی کارآفرینی، چاپ چهاردهم، تهران: انتشارات کیا.
- سید نقوی، میرعلی، عبدالله‌پور، مونا (۱۳۸۹)، رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی، توسعه کارآفرینی، سال سوم، شماره نهم: ۱۲۹-۱۰۳.
- صمدآقایی، جلیل (۱۳۸۲)، سازمان‌های کارآفرین، چاپ دوم، تهران: انتشارات مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.
- صمد آقایی، جلیل (۱۳۸۲)، سازمان‌های کارآفرین، چاپ دوم، تهران: انتشارات مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.
- طالبیان، احمد و آذر، رضا (۱۳۸۱) کارآفرینی اجتماعی، نشریه تدبیر، شماره ۱۲۸.
- طباطبایی، زهرا، اوجی‌نژاد، احمدرضا و قلتاش، عباس (۱۳۹۴)، «رابطه هوش اجتماعی با مهارت‌های کارآفرینی و خلاقیت دانش آموزان هنرستان‌های شهر شیراز»، فصلنامه علمی- پژوهشی رهیافت نو در مدیریت آموزشی، سال ششم، شماره ۱، پیاپی ۲۱: ۸۵-۹۹.
- ظهیری، هوشنگ (۱۳۸۵)، «سنجش پتانسیل کارآفرینی جوانان تحصیل کرده تهرانی و علل اجتماعی مؤثر بر آن»، مجله کار و جامعه، شماره ۶۹ و ۷۰: ۵۷-۷۳.
- عربیون، ابوالقاسم، عبدالله‌زاده، غلامحسین، شریف‌زاده، ابوالقاسم، محسنی، احمد (۱۳۸۹)، «شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های تعیین‌کننده کارآفرینی کسب و کارها»، توسعه کارآفرینی، سال دوم، شماره هشتم: ۷۱-۱۰۶.
- گلمن، دانیل (۱۳۸۹)، هوش اجتماعی، ترجمه حمیدرضا بلوچ، تهران: نشر رخ مهتاب.
- مرادی پردنجانی، حجت‌الله، صادقی ده چشمه، ستار و بیاتی، یاسر (۱۳۹۴) تاثیر هوش اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی (مطالعه موردی: مدیران بسیج استان چهارمحال بختیاری)، فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال هیجدهم، شماره ۶۹: ۱۳۱-۱۴۹.
- میرزاصفی، اعظم، رجایی‌پور، سعید، جمشیدیان، عبدالرسول (۱۳۹۰)، «رابطه بین سواد اطلاعاتی و قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دوره‌های تحصیلات تکمیلی دانشگاه اصفهان»، فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، دوره ۱۴، شماره ۱: ۲۴۱-۲۶۸.
- علی میری، مصطفی (۱۳۸۷)، «آموزش کارآفرینی: پیدایش، توسعه، گرایش‌ها و چالش‌ها»، توسعه‌ی کارآفرینی، سال اول، شماره ۱ اول: ۱۳۳-۱۶۹.
- میرزائی، مجتبی (۱۳۹۳)، بررسی میزان پتانسیل کارآفرینی و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن (مطالعه‌ی

- موردی دانشگاه تبریز)، **پایان نامه کارشناسی ارشد**، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز.
- نصیری ولیک بنی، فخرالسادات، احمدی، غلامعلی، سلطان آبادی، پروانه (۱۳۹۲)، «بررسی وضعیت هوش اجتماعی و رابطه آن با رفتار شهروندی و اخلاقیت سازمانی در دانشگاه بوعلی سینا همدان»، **فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی**، سال هفتم، شماره ۴: ۹۱-۱۱۰.
  - نعمتی، محمدعلی (۱۳۹۲)، «بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان دانشجویان دانشگاه‌های دولتی تهران»، **فصلنامه علمی- پژوهشی نوآوری و ارزش آفرینی**، دوره اول، شماره ۳: ۴۷-۶۴.
  - نیلچیان، مژده و کسایی، مسعود (۱۳۹۱)، «راهبرد توسعه نیمرخ کارآفرینی دانش‌آموختگان آموزش عالی»، **مطالعات مدیریت راهبردی**، شماره ۱۱: ۸۹-۱۰۷.
  - ویسی، رضا، کریم زاده، پریسا (۱۳۸۹)، «توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی، عوامل و راهکارها (مطالعه‌ی موردی: دانشگاه پیام نور استان مازندران)»، **دو فصلنامه برنامه و بودجه**، شماره‌ی ۱۱۱: ۱۵۹-۱۸۳.
  - Hermann, F., Manfred, L., Christian, K. (2007), "The Significance of Personality in Business Start-up Intentions, Start-up Realization and Business Success", **Entrepreneurship and Regional Development**, 19 (3), 227° 251.
  - Afriye ,N & Boohene, R. (2014), "Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Culture among University of Cape Coast Students in Ghana", **Athens Journal of Education**, Vol. 1, No. 4: 5-16
  - Moradi Pordanjani, H., A., Sadeghi Dehcheshmeh, S. (2014), "The Relationship between Cultural, Emotional, Organizational and Social Intelligence With Entrepreneurship Attitudes (Case Study: Managers of Small And Medium Businesses In Iran)", **Magnt Research Report**, , Vol.2 (4): 4315-4323
  - Zsombor, C. (2011), the sociological aspects of entrepreneurship in transyl vanla, **summary of the doctoral dissertation**, universitya, tea babes -bolyal faculty of sociology and social work.
  - Marecki, Jennifer(2013), The Importance of Social Intelligence for Entrepreneurial Leaders, **TIBA Bachelor Thesis Conference**, Enschede, The Netherlands, University of Twente.
  - Baron , R., A., Gideon, D. M. (2003),"Beyond social capital: The role of entrepreneurs social competence in their financial success", **Journal of Business Venturing** , Vol 18: 41° 60.