

مدیریت ورزشی - پاییز ۱۳۹۳
دوره ۶، شماره ۳، ص: ۴۲۱ - ۴۴۱
تاریخ دریافت: ۹۲ / ۰۱ / ۲۷
تاریخ پذیرش: ۹۲ / ۰۲ / ۲۱

بررسی ارتباط هوش هیجانی با قصد کارآفرینانه مورد مطالعه: دانشجویان کارشناسی تربیت بدنی دانشگاه تهران

عبداله احمدی کاشانی*، علی ناظمی^۲

۱. دانشجوی دکتری، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۲. کارشناس ارشد، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

چکیده

با توجه به اهمیت روزافزون کارآفرینی و نقش مهم آن در اشتغال دانشجویان، در تحقیق حاضر تأثیر هوش هیجانی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان بررسی می‌شود. بر این اساس مدل طراحی شد و از طریق مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM) در میان دانشجویان مقطع لیسانس دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران مورد سنجش قرار گرفت. براساس یافته‌های این تحقیق هوش هیجانی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان تأثیر دارد. از این رو از آنجا که هوش هیجانی قابل آموزش و پرورش است، می‌توان از آن به‌منظور پرورش قصد کارآفرینانه دانشجویان و در نتیجه افزایش نرخ کارآفرینی در میان آنان استفاده کرد.

واژه‌های کلیدی

قصد کارآفرینانه، کارآفرینی، مدل‌یابی معادلات ساختاری، نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده، هوش هیجانی.

مقدمه

امروزه کارآفرینی نقش مهمی در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها دارد. در فضایی که دائم در حال تغییر است و پیوسته فناوری‌های جدید، کالا و خدمات جدید به بازار عرضه می‌شود، کارآفرینی الگویی برای تطابق با این تغییرات و سازگاری با شرایط پویای محیطی است. از آنجا که کارآفرینی سهم زیادی در ایجاد اشتغال دارد، از طرف دولت‌ها، سازمان‌ها و نهادها به‌عنوان راهی کارآمد برای کاهش میزان فشار بیکاری و افزایش خوداشتغالی مورد توجه قرار گرفته است. در این راستا تلاش‌های زیادی برای توصیف کارآفرینی و تعیین عوامل مؤثر بر آن صورت گرفته است که هر کدام سعی کرده‌اند این مفهوم را تجزیه و تحلیل کنند.

در کشور ایران بیکاری یکی از بزرگ‌ترین معضلات جامعه است که آثار زاینبار فراوانی دارد و به ایجاد مشکلات عدیده‌ای برای جامعه منجر می‌شود. براساس آمارهای سال ۱۳۸۵ نرخ عمومی بیکاری دانش‌آموختگان ۱۱/۳ درصد گزارش شده است. با توجه به بالا بودن نرخ بیکاری در ایران و به‌ویژه در بین جمعیت دانش‌آموخته دانشگاهی و پایین بودن میزان خوداشتغالی در بین آنان، به‌نظر می‌رسد که باید توجه بیشتری به کارآفرینی و توسعه آن صورت گیرد. یکی از زمینه‌های مهم کارآفرینی که می‌تواند فرصت‌های زیادی را ایجاد کند، ورزش است. با توجه به علاقه و توجه روزافزون مردم و دولتمردان به مقوله ورزش و همچنین گسترده‌تر شدن مداوم مباحث تجاری و درآمدزایی در آن، این رشته قابلیت فراوانی برای کارآفرینی دارد و می‌تواند فرصت‌های زیادی برای علاقه‌مندان به فعالیت فراهم کند. بنابراین دانشجویان این رشته فرصت بسیار مناسبی دارند که با تقویت مهارت‌های علمی خود و همچنین کسب مهارت‌های کسب‌وکار، کسب‌وکاری جدید ایجاد کنند و به‌عنوان یک کارآفرین مطرح شوند.

قصد کارآفرینانه^۱ اولین مرحله در فرایند کارآفرینی است (۳۵)؛ از این‌رو بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه اولین قدم در فرایند کارآفرینی است. هوش هیجانی شامل توانایی دریافت هیجانات، هماهنگ ساختن هیجانات و احساسات مرتبط، درک و فهم اطلاعات مربوط به هیجانات و نیز مدیریت هیجانات است (۴۵). هوش هیجانی توانایی فرد را در برقراری و حفظ ارتباط با دیگران، شناخت احساسات و عواطف دیگران و استفاده از هیجانات و عواطف در راستای تحقق اهداف فردی و سازمانی ارزیابی می‌کند (۴). بنابراین به‌نظر می‌رسد هوش هیجانی می‌تواند بر قصد کارآفرینانه دانشجویان تأثیر بگذارد؛ از این‌رو در این تحقیق تأثیر هوش هیجانی بر قصد کارآفرینانه بررسی می‌شود.

1. Entrepreneurial intention

تاریخ قصدها و قصدمندی^۱ به زمان سقراط بر می‌گردد. همیشه تا حدودی این باور وجود داشته است که قصدمندی در مرکز عامل انسانی وجود دارد. مدت‌هاست رفتار انسان را پاسخ-تحریک یا برنامه‌ریزی‌شده در نظر می‌گیرند. در پاسخ-تحریک، رفتار اساساً واکنشی خودکار به پیام ویژه یا مجموعه‌ای از پیام‌هاست. در واقع انسان به پیام‌ها و محرک‌ها پاسخ می‌دهد. اما در رفتار برنامه‌ریزی‌شده فرایندهای شناختی آگاهانه زیادی دخیلند (۳۹). در واقع می‌توان گفت که در پاسخ-تحریک، رفتار انسان واکنشی به محرک‌های وارده است، اما در برنامه‌ریزی‌شده، عنصر ارادی در میان است و در واقع فرایندی آگاهانه در جریان است. بنابراین رفتار کارآفرینانه و اینکه یک نفر تصمیم می‌گیرد کسب‌وکار جدیدی ایجاد کرده و به کنش کارآفرینانه اقدام کند، اهمیت می‌یابد. قصدها نشان‌دهنده باوری است که ما یک رفتار معین را انجام خواهیم داد، باور به اینکه عمل خواهیم کرد. بنابراین قصدها مقدم بر عمل هستند (۳۸). قصد کارآفرینانه اولین مرحله در فرایند کارآفرینی است (۳۵). قصدمندی محور رفتار کارآفرینانه و یکی از جنبه‌های مهم تأسیس و نچر جدید است (۴۲، ۴۱، ۴۰، ۳۸، ۳۷، ۳۶، ۳۳، ۳۰، ۲۷).

در روان‌شناسی، قصدها بهترین پیش‌بینی‌کننده رفتار هستند، به‌ویژه هنگامی که رفتار مورد نظر نادر باشد و مشاهده آن مشکل باشد یا شامل تأخیر زمانی پیش‌بینی‌نشده باشد. کسب‌وکارهای جدید در طول زمان پدیدار می‌شوند و شامل برنامه‌ریزی شایان توجهی هستند. بنابراین کارآفرینی از نوع رفتار برنامه‌ریزی‌شده است که مدل‌های قصدی برای تبیین آنها مناسب است (۴۲). قصد رفتاری فرایندی لازم قبل از هر کنشی است. این تصمیم آغاز رفتار است. قصد کارآفرینانه وضعیتی ذهنی است که فرد قصد و نیت دارد تا شرکتی جدید یا ارزشی جدید در سازمان موجود ایجاد کند. این قصد و نیت نیروی محرکه برای فعالیت کارآفرینی است (۳۳). همراه با رشد اهمیت روان‌شناسی اجتماعی در تحقیقات کارآفرینی، مفهوم قصدمندی هم اهمیت یافت. باربارا برد^۲ ادعا کرد قصدمندی محور رفتار کارآفرینانه است (۱۹۸۸، ۱۹۸۹). در واقع کارآفرینان مثال‌های بارزی از قصدمندی بودند. در همان زمان کاتز و گارتنر (۱۹۸۸) قصدمندی را یکی از چهار جنبه مهم یک ونچر جدید در حال ظهور دانستند (۳۹، ۳۶). برای قصد کارآفرینانه مدل‌های مختلفی ارائه شده است که قصد و رفتار کارآفرینانه را تبیین می‌کنند؛ مهم‌ترین این مدل‌ها مدل‌های رخداده کارآفرینانه^۳ شاپیرو (۱۹۸۲)، نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده^۴ آیزن

-
1. intentionality
 2. Barbara Bird
 3. The Entrepreneurial Event Model
 4. The Theory of Planned Behavior

(۱۹۹۱)، گرایش نگرش کارآفرینانه^۱ (۱۹۹۱)، مدل مینایی قصدی^۲ (۱۹۹۳)، مدل پتانسیل کارآفرینانه^۳ (۱۹۹۲) و مدل دیویدسون (۱۹۹۵) هستند (۴۸، ۴۷، ۴۱، ۴۰، ۳۳، ۲۹، ۲۵).

آیزن نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده را در سال ۱۹۹۱ ارائه کرد. نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده مدل مبتنی بر قصد است که می‌تواند برای پیش‌بینی قصد کارآفرینانه به کار رود. این نظریه برای پیش‌بینی و تبیین رفتار انسان در زمینه‌های ویژه طراحی شده است، با این فرض که هر رفتاری نیازمند مقدار معینی برنامه‌ریزی است و این با قصد فرد برای اتخاذ کنش پیش‌بینی می‌شود. خود قصد دارای مقدمه‌هایی است که به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده‌های آن به کار می‌روند. سه عامل مستقل تعیین‌کننده قصد بدین صورت است (۲۵):

- نگرش‌ها به رفتار^۴ که بیانگر ارزیابی مطلوب یا نامطلوب فرد نسبت به رفتار است؛
 - عامل اجتماعی که هنجار ذهنی^۵ نامیده می‌شود و به فشار اجتماعی ادراک‌شده برای انجام یا عدم انجام رفتار اشاره دارد؛
 - کنترل رفتاری ادراک‌شده^۶ که به آسان یا مشکل بودن ادراک‌شده از انجام رفتار اشاره دارد و فرض می‌شود که منعکس‌کننده تجارب گذشته و همچنین موانع پیش‌بینی‌شده است.
- در پایه‌ترین سطح تبیین، رفتار تابعی از اطلاعات برجسته^۷ یا باورهای^۸ مربوط به رفتار است. افراد می‌توانند باورهای زیادی در مورد هر رفتار مشخصی داشته باشند، اما فقط می‌توانند به تعداد نسبتاً کوچکی در هر لحظه توجه داشته باشند. این باورهای برجسته‌اند که قصدها و اعمال فرد را تعیین می‌کنند. سه نوع از باورهای برجسته تشخیص داده شده است: باورهای رفتاری که نگرش‌های فرد نسبت به رفتار را تحت تأثیر قرار می‌دهند. هر باوری رفتار را به خروجی معین یا ویژگی‌های^۹ دیگر مانند هزینه‌ای که از انجام رفتار متحمل می‌شویم، پیوند می‌دهد؛ باورهای هنجاری که زیربنای هنجارهای ذهنی‌اند. باورهای هنجاری بیانگر تصدیق یا عدم تصدیق رفتار توسط افراد یا گروه‌های مرجع

1. Entrepreneurial Attitude Orientation
2. Intentional Basic Model
3. Entrepreneurial Potential Model
4. Attitudes toward the behavior
5. Subjective norm
6. Perceived behavioral control
7. Salient
8. Belief
9. Attribute

مهم مانند خانواده، دوستان و ... است؛ باورهای کنترلی که مبنای کنترل رفتاری است. باورهای کنترلی به وجود یا نبود منابع و فرصت‌های مورد نیاز مربوط می‌شود (۲۵).

به گفته گلمن (۱۳۸۳:۳۶)، ثرندیک^۱ در ۱۹۲۰، استاد دانشگاه کلمبیا، اولین کسی بود که از مهارت‌های هوش هیجانی استفاده کرد. وی از اصطلاح هوش اجتماعی^۲ استفاده کرد که نشان‌دهنده مهارت افراد در کنار آمدن مؤثر با مردم است. دیوید مک کلند در سال ۱۹۷۳ در مقاله‌ای با عنوان "آزمون لیاقت و شایستگی برتر از آزمون هوش" ادعا کرد که استعداد‌های آکادمیک سنتی، نمره‌های مدرسه و هوش شناختی بالاتر پیش‌بینی‌کننده اینک افراد به چه میزان عملکرد کاری خواهند داشت یا چقدر در زندگی موفق خواهند بود است، در عوض وی مجموعه‌ای از شایستگی‌ها مانند همدلی، خودنظم‌دهی و خودآغازگری را برای تمایز موفق‌ترین افراد از افراد متوسط تشخیص داد (۲۰).

در سال ۱۹۹۰ مفهوم هوش هیجانی در قالب پژوهش‌های مایر و سالوی شکل گرفت و در سال ۱۹۹۵ با انتشار کتاب پرتیراژ دنیل گلمن به نام هوش هیجانی، این مفهوم به زبانی ساده و قابل فهم برای مردم عادی، افراد متخصص و مجامع علمی مطرح شد. هوش هیجانی به توانایی درک دقیق احساسات، دریافت و ایجاد هیجانات، مدیریت و تنظیم آنها به نحوی که رشد عقلی و هیجانی را تسهیل کند (۴۵). به نظر دنیل گلمن (۱۳۸۳) هوش هیجانی مهارتی است که دارنده آن می‌تواند از طریق خودآگاهی، روحیات خود را کنترل کند، از طریق خودمدیریتی آن را بهبود بخشد و با همدلی تأثیر آنها را درک کرده و از طریق مدیریت روابط به شیوه‌ای رفتار کند که روحیه خود و دیگران را بهبود بخشد (۲۰). هوش هیجانی به ظرفیت شناخت احساسات خود و دیگران، در راستای ایجاد انگیزه و مدیریت مناسب هیجان‌ها و احساسات در خود و ایجاد روابط بهتر با دیگران اشاره دارد. هوش هیجانی به معنی رهایی لجام‌گسیخته احساسات نیست. بلکه به معنی اداره کردن احساسات به گونه‌ای مؤثر است. از زمان طرح هوش هیجانی یافته‌های مختلفی در مورد آن گزارش شده است. دامنه این پژوهش‌ها خیلی وسیع است. ماحصل یافته‌ها آن است که هوش هیجانی عامل اصلی یا حداقل مهم در رسیدن به رضایت، هدف‌ها، ارتباط رضایتمندانه، بهداشت روانی، رهبری، پیشرفت، خودشکوفایی، هیجانات مثبت، رضایت شغلی، پیشرفت تحصیلی، سلامت و خودشکوفایی است. گلمن در سال ۱۹۹۸ بیان کرد که هوش شناختی تنها ۲۰ درصد به موفقیت در زندگی کمک می‌کند و مابقی نتیجه هوش هیجانی است (۲۲).

-
1. Thorndike
 2. Social intelligence

هوش هیجانی در رشته‌ها و زمینه‌های مختلف به کار گرفته شده و تحقیقات زیادی در مورد آن انجام گرفته است. برخی محققان آن را در پیشرفت شغلی و رضایت شغلی مؤثر دانسته‌اند (۵۱، ۱۹، ۸). برخی مانند سینگ (۲۰۰۴) و به نقل از مختاری‌پور و همکاران (۱۳۸۵) محققانی همانند باس (۱۹۸۵)، بلیس (۲۰۰۵)، کارمیشل و سایچ (۲۰۰۵)، دی، نیوزوم و کاتانو (۲۰۰۲) آن را در یادگیری سازمانی مؤثر دانسته‌اند (۴۹، ۲۲). برکتین و همکاران (۱۳۸۷) و علی‌پور (۱۳۸۴) آن را در پیشگیری از جرایم و آسیب‌های اجتماعی مؤثر دانسته‌اند (۱۶، ۵). شامرادلو (۱۳۸۳)، میری، اکبری پوررنگ (۱۳۸۶)، رضویان شاد (۱۳۸۴) و رستمی (۱۳۸۳) نیز هوش هیجانی را در پیشرفت تحصیلی و سلامت روانی دانش‌آموزان مؤثر دانسته‌اند (۲۴، ۱۴، ۱۲، ۱۱). محققانی مانند تیرگری (۱۳۸۳)، خداوندی راهدانه (۱۳۸۳)، خویشتن‌دار (۱۳۸۵) و امینی‌ها (۱۳۸۴) هوش هیجانی را در زندگی زناشویی سالم‌تر و رضایت‌بخش‌تر مؤثر دانسته‌اند (۱۰، ۹، ۷، ۳). زارعان و همکاران (۱۳۸۶) و اسماعیلی و همکاران (۱۳۸۶)، دریافتند که هوش هیجانی رابطه مستقیمی با سلامت عمومی دارد، از این‌رو با آموزش آن می‌توان سلامت عمومی جامعه را بهبود بخشید (۱۳، ۲). غنائی و همکاران (۱۳۸۳) ادعا می‌کنند که هوش هیجانی افراد در عملکرد حل مسئله آنها تأثیر می‌گذارد و هرچه سطح هوش هیجانی بالاتر باشد، قدرت حل مسئله فرد بیشتر است (۱۷). قنبری چیرکاشانی (۱۳۸۵) در تحقیقی دریافت که بین هوش هیجانی و احساس غربت رابطه منفی وجود دارد (۱۸).

از آنجا که هوش هیجانی قابل آموزش است و از طریق تمرین می‌توان آن را افزایش داد، در صورت تأثیرگذار بودن هوش هیجانی بر قصد کارآفرینانه می‌توان از طریق آموزش هوش هیجانی به دانشجویان و افزایش قابلیت‌های هیجانی آنان، بر قصد کارآفرینانه آنها تأثیر گذاشت و از این طریق رفتار و فعالیت کارآفرینانه دانشجویان را افزایش داد که می‌تواند سبب افزایش خوداشتغالی و کاهش میزان بیکاری آنان شود. بنابراین در تدوین راهبردها، سیاست‌ها و برنامه‌های آموزشی و کاربردی برای افزایش روحیه و رفتار کارآفرینانه در بین دانشجویان و دانش‌آموزان، می‌توان هوش هیجانی را به‌عنوان عاملی مؤثر در نظر گرفت.

گلمن برای هوش هیجانی ابعاد خودآگاهی، خودتنظیمی، خودانگیزی، همدلی و مهارت‌های اجتماعی را در نظر می‌گیرد. خودآگاهی: احساسات خود را در هر لحظه خاص تشخیص دهیم و بهترین آنها را در تصمیم‌های خود به کار گیریم و با ارزیابی دقیق توانایی‌های خود، حس اعتماد به نفس را در خویش ایجاد کنیم. خودکنترلی: احساسات خود را تحت نظر قرار داده و با استفاده درست از آنها، کارهای خویش را آسان‌تر انجام دهیم و در ضمن به جای تلاش برای ارضای امیال، در راستای اهداف خود

حرکت کنیم. انگیزش: برای دستیابی به اهداف خود، عمیق‌ترین ارزش‌ها و علایق خود را مخاطب قرار دهیم و از آنها استفاده کنیم تا عملکردمان را بهبود بخشیم و در برابر مشکلات مقاوم باشیم. همدلی: توانایی حس کردن آنچه دیگران احساس می‌کنند و اینکه قادر باشیم دیدگاه آنها را بفهمیم و روابط خود را با دیگران گسترش دهیم و با تعداد بیشتری از مردم روابط دوستانه برقرار کنیم. مهارت‌های اجتماعی: احساسات خود را کنترل کنیم و متناسب با هر موقعیت پیش‌آمده بتوانیم به راحتی با دیگران ارتباط برقرار کنیم و هنگام شرکت در کارهای گروهی با دیگران به مذاکره بپردازیم و با همکاری آنها به نتایج بهتری دست یابیم (۱۵). بنابراین همان‌گونه که گفته شد، قصد کارآفرینانه به‌عنوان اولین مرحله در فرایند کارآفرینی اهمیت زیادی دارد. هوش هیجانی توانایی فرد را در برقراری و حفظ ارتباط با دیگران، شناخت احساسات و عواطف دیگران و استفاده از هیجانات و عواطف در راستای تحقق اهداف فردی و سازمانی ارزیابی می‌کند. بنابراین ارتباط نزدیکی میان این دو می‌تواند وجود داشته باشد و به‌نظر می‌رسد هوش هیجانی بر قصد کارآفرینانه تأثیر دارد؛ از این‌رو از آنجا که تاکنون این رابطه بررسی نشده است، در این تحقیق به بررسی تأثیر هوش هیجانی بر قصد کارآفرینانه خواهیم پرداخت.

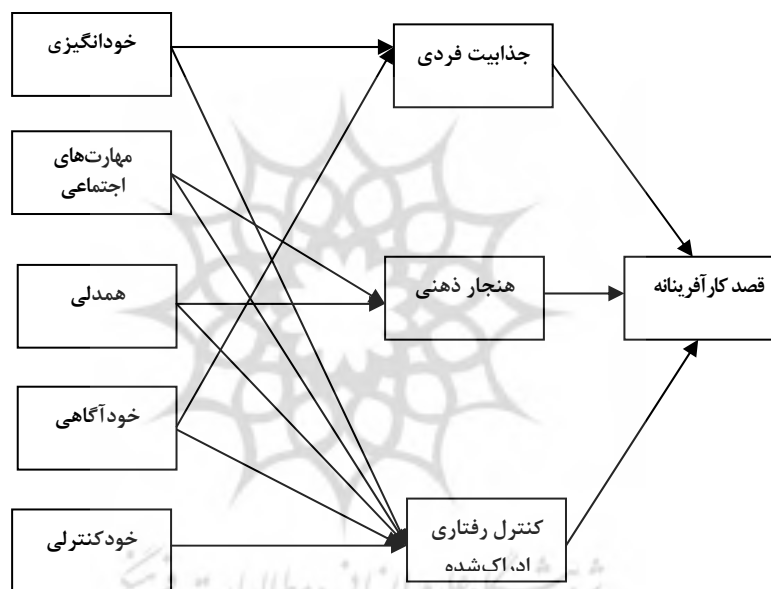
روش تحقیق

روش این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ گردآوری داده‌ها توصیفی همبستگی است و به شکل میدانی صورت گرفته است. جامعه آماری تحقیق دانشجویان مقطع کارشناسی دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران است که در سال تحصیلی ۱۳۹۰-۱۳۸۹ براساس استعلام ۴۰۰ نفر بودند. برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. براساس فرمول کوکران و با در نظر گرفتن حجم جامعه آماری ($N=400$)، مقدار خطای مجاز ($d=0/05$)، مقدار متغیر نرمال واحد استاندارد، که در سطح اطمینان ۹۵ درصد برابر ۱/۹۶ است ($Z=1/96$)، و در نظر گرفتن $p=q=0/5$ آنگاه حجم نمونه معادل ۱۹۶ نفر محاسبه شد. برای رسیدن به نتیجه مطلوب ۲۵۰ پرسشنامه توزیع شد و در نهایت ۲۰۰ پرسشنامه برای تحلیل مناسب تشخیص داده شد و در مرحله بعدی اطلاعات این ۲۰۰ نمونه تجزیه و تحلیل شد.

ابزار تحقیق

برای ارزیابی قصد کارآفرینانه از مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده و پرسشنامه لینان و چن (۲۰۰۸) استفاده شد. این پرسشنامه دارای ۲۰ سؤال است؛ پنج سؤال برای جذابیت فردی، سه سؤال برای هنجار

اجتماعی، شش سؤال برای کنترل رفتاری ادراک شده و شش سؤال برای قصد کارآفرینانه. در این پرسشنامه از طیف پنج‌ارزشی لیکرت برای پاسخگویی استفاده شد (۴۳). برای ارزیابی هوش هیجانی از آزمون هوش هیجانی سیبر یا شرینگ در قالب طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت استفاده شد. این آزمون ۳۳ سؤال دارد و به صورت پایان‌نامه کارشناسی ارشد هنجاریابی شده است (۲۳). توزیع سؤالات آن بدین صورت است: خودانگیزی هفت سؤال، مهارت‌های اجتماعی پنج سؤال، همدلی شش سؤال، خودآگاهی هشت سؤال و خودکنترلی هفت سؤال. در این پرسشنامه نیز از طیف پنج‌ارزشی لیکرت برای پاسخگویی استفاده شد. با توجه به متغیرهای تحقیق مدل به صورت شکل ۱ ترسیم و فرضیه‌های زیر در نظر گرفته شد:



شکل ۱. مدل تحقیق و فرضیات

برای بررسی پایایی ابزار تحقیق، پرسشنامه در مطالعه مقدماتی روی ۳۰ نفر از افراد جامعه آماری تحقیق انجام گرفت و آلفای کرونباخ آن ۰/۸۲ به دست آمد که بیانگر پایایی مناسب آن است. برای آزمون صحت مدل نظری تحقیق و محاسبه ضرایب تأثیر از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM) به وسیله نرم‌افزار لیزرل استفاده شد. مدل‌یابی معادلات ساختاری روش تحلیل چندمتغیری بسیار کلی و نیرومند از خانواده رگرسیون چندمتغیری و به بیان دقیق‌تر بسط "مدل خطی کلی" است که به

پژوهشگر امکان می دهد مجموعه ای از معادلات رگرسیون را همزمان مورد آزمون قرار دهد. مدل یابی معادله ساختاری رویکردی جامع برای آزمون فرضیه هایی درباره روابط متغیرهای مشاهده شده و پنهان است؛ از این رو برای پاسخ به پرسش اصلی این تحقیق، از روش معادلات ساختاری از نرم افزار LISREL 8.8 استفاده شد.

یافته های تحقیق

در جدول ۱ آمار توصیفی پاسخگویان آمده است. معادلات ساختاری به دو روش یک مرحله ای و دومرحله ای انجام می گیرد. در روش یک مرحله ای، برازش مدل اندازه گیری و مدل علی به صورت یکجا انجام می گیرد، اما در روش دومرحله ای هر کدام به صورت مجزا صورت می پذیرد. بسیاری از محققان روش دومرحله ای را ترجیح می دهند، زیرا در این شیوه هم از سردرگمی در تفسیر اجتناب می شود (۲۸) و هم از تصریح ۱ نادرست مدل جلوگیری به عمل می آورد (۳۱). در این تحقیق از روش دومرحله ای استفاده شد. در مرحله اول، مدل اندازه گیری آزمون شده و سپس مدل علی برازش می شود.

مدل اندازه گیری

برای آزمون برازش و محاسبه بار عاملی گویه ها در شاخص های ساخته شده از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. در این تحقیق تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از نه متغیر پنهان و گویه های متناظر انجام گرفت. با توجه به بار عاملی متغیرها و شاخص تغییر، ۸ گویه از مدل حذف شدند. شاخص نسبت مجذور خی بر درجه آزادی برای مدل اندازه گیری نهایی ۲/۳۴ به دست آمد که برازش بالای مدل را نشان می دهد. شاخص های CFI، NFI و NNFI به ترتیب برابر با ۰/۹۶، ۰/۹۵ و ۰/۹۵ هستند که برازش مطلوب و مناسب مدل را نشان می دهند. شاخص های RMSEA و SRMR به ترتیب برابر با ۰/۰۶۴، ۰/۰۷۵ برازش مطلوب و مناسب مدل برآورد شده را تأیید می کنند.

جدول ۱. آمار توصیفی پاسخگویان

آیتم	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت مرد	۱۱۷	۵۸.۵
زن	۸۳	۴۱.۵
وضعیت تأهل	۱۶۰	۹۲
متاهل	۱۴	۸
شاغل	۲۶	۱۳.۳
بیکار	۱۶۹	۸۶.۷

1. Misspecification

پایایی سازه برای مدل اندازه‌گیری تحقیق را می‌توان براساس روایی مرکب^۱ (CR) و مقدار واریانس استخراج‌شده (AVE) محاسبه کرد. شاخص مذکور به‌همراه آلفای کرونباخ در جدول ۲ آمده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، مقدار پایایی مرکب برای تمامی متغیرهای پنهان بیشتر از آستانه معناداری یعنی ۰/۶ است. از طرفی مقدار AVE نشان می‌دهد چه مقدار از واریانس مجموعه متغیرهای مشاهده‌شده از طریق متغیر پنهان ساخته‌شده تبیین می‌شود. آستانه مورد قبول برای این شاخص نیز ۰/۵ است. بنابراین با توجه به جدول ۱ می‌توان نتیجه گرفت این مقدار برای همه متغیرهای پنهان ساخته‌شده بزرگ‌تر از آستانه معناداری است. بنابراین مدل از پایایی مناسبی برخوردار است.

جدول ۲. جدول پایایی سازه

متغیر و گویه‌ها	بار عاملی استاندارد	معناداری	CR	AVE
جذابیت فردی	PT1	۰/۹۵	۰/۹۶	۰/۸۳
	PT2	۰/۹۲		
	PT3	۰/۹۱		
	PT4	۰/۸۹		
	PT5	۰/۹۰		
هنجار ذهنی	SN1	۰/۸۶	۰/۹۲	۰/۸۷
	SN2	۰/۸۹		
	SN3	۰/۹۱		
کنترل رفتاری ادراک شده	PBC1	۰/۶۱	۰/۹۲	۰/۸۸
	PBC2	۰/۸۸		
	PBC3	۰/۸۷		
	PBC4	۰/۸۸		
	PBC5	۰/۸۸		
قصد کار آفرینانه	EI1	۰/۹۱	۰/۹۳	۰/۸۸
	EI2	۰/۹۱		
	EI3	۰/۸۷		
	EI4	۰/۸۲		
	EI5	۰/۷۳		
خودانگیزی	SM1	۰/۹۶	۰/۹۷	۰/۹۰
	SM2	۰/۹۵		
	SM3	۰/۹۴		
	SM4	۰/۹۶		

1. Composite reliability

ادامه جدول ۲. جدول پایایی سازه

متغیر و گویه‌ها	بار عاملی استاندارد	معناداری	CR	AVE
مهارت‌های اجتماعی	SS2	۰/۷۰	۰/۸۴	۰/۵۸
	SS3	۰/۷۶		
	SS4	۰/۸۲		
	SS5	۰/۷۵		
		۰/۰۰۰		
همدلی	EM2	۰/۹۷	۰/۹۷	۰/۹۰
	EM3	۰/۹۶		
	EM4	۰/۹۳		
	EM5	۰/۹۴		
	EM6	۰/۹۵		
		۰/۰۰۰		
خودآگاهی	SA1	۰/۹۶	۰/۸۸	۰/۶۴
	SA2	۰/۹۷		
	SA3	۰/۸۱		
	SA4	۰/۸۵		
	SA5	۰/۸۴		
	SA6	۰/۸۶		
	SA7	۰/۷۴		
	SA8	۰/۷۷		
خودکنترلی	SR2	۰/۸۱	۰/۹۴	۰/۷۴
	SR3	۰/۹۴		
	SR4	۰/۷۶		
	SR5	۰/۹۵		
	SR6	۰/۸۷		
	SR7	۰/۸۶		
		۰/۰۰۰		
	۰/۹۲			

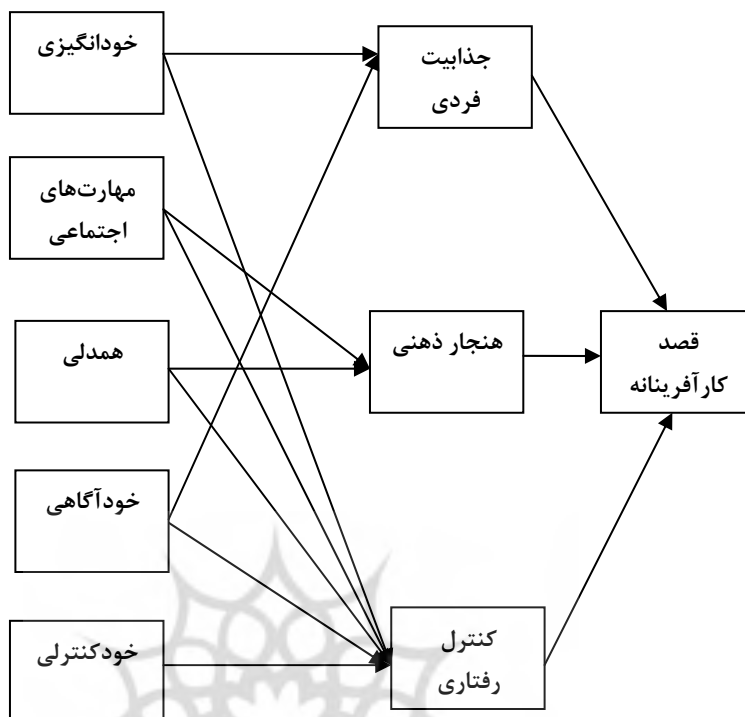
روایی مدل نیز به دو صورت بررسی می‌شود؛ روایی همگرا و روایی تمایز. روایی همگرا با بررسی بار عاملی گویه‌ها انجام می‌گیرد. همان‌طور که در جدول ۲ مشخص است، مقدار بار عاملی برای همه گویه‌ها

بیشتر از ۰/۶ است و همه ضرایب معنادارند. برای سنجش روایی تمایز از مقدار واریانس استخراج شده استفاده شد. براساس این روش اگر مقدار واریانس استخراج شده هر متغیر ساخته شده از مجذور همبستگی آن متغیر با سایر متغیرها بیشتر باشد، این نتیجه حاصل می شود که آن مفهوم از روایی تمایز برخوردار است. در جدول ۳ در خانه های مربوط به هر مفهوم مقدار واریانس استخراج شده آمده است. در زیر این مقدار، مجذور همبستگی آن مفهوم با سایر مفاهیم آمده است. همان طور که جدول ۲ نشان می دهد، مقدار مجذور همبستگی برای همه موارد از مقدار واریانس استخراج شده کمتر است. بنابراین روایی تمایز برای هر کدام از متغیرهای ساخته شده در این تحقیق وجود دارد.

جدول ۳. واریانس استخراج شده و مجذور همبستگی متغیرها

خودکنترلی	خودآگاهی	همدلی	مهارت های اجتماعی	خودانگیزی	قصد کارآفرینانه	کنترل رفتاری ادراک شده	هنجار ذهنی	جذابیت فردی
								۰/۸۳
							۰/۷۹	۰/۲۵
						۰/۶۹	۰/۰۰	۰/۰۶
					۰/۷۲	۰/۰۹	۰/۲۵	۰/۲۲
				۰/۹۰	۰/۱۶	۰/۱۹	۰/۲۶	۰/۱۹
			۰/۵۸	۰/۲۶	۰/۱۷	۰/۱۴	۰/۲۲	۰/۲۹
		۰/۹۰	۰/۱۹	۰/۲۹	۰/۲۰	۰/۰۴	۰/۱۷	۰/۲۷
	۰/۶۴	۰/۲۶	۰/۲۲	۰/۱۶	۰/۲۴	۰/۱۸	۰/۲۹	۰/۲۶
۰/۷۴	۰/۲۲	۰/۲۱	۰/۲۳	۰/۲۸	۰/۱۶	۰/۳۰	۰/۲۴	۰/۱۸

با توجه به مدل اندازه گیری به دست آمده در بخش قبل، در این قسمت مدل نظری تحقیق برای آزمون فرضیات تحقیق بررسی می شود. براساس روش مدل یابی معادلات ساختاری، مدل نظری تحقیق توسط نرم افزار لیزرل برازش شده و نتیجه آن در شکل ۲ آمده است. در این مدل صرفاً روابط بین متغیرها مورد توجه قرار گرفته و ضرایب مسیر برای روابط به دست آمده است. خلاصه نتایج برازش مدل در جدول ۴ آمده است.



شکل ۲. مدل نهایی تحقیق با ضرایب استاندارد

جدول ۴. ضرایب مسیر در مدل ساختاری

نتیجه آزمون	معناداری	آماره تی	ضریب مسیر	مسیر
قبول	$P < 0.01$	۳/۰۶	۰/۲۵	خودانگیزی - جذابیت فردی
قبول	$P < 0.01$	۳/۲۷	۰/۲۷	خودانگیزی - کنترل رفتاری ادراک شده
قبول	$P < 0.01$	۴/۰۱	۰/۳۶	مهارت‌های اجتماعی - هنجار ذهنی
قبول	$P < 0.01$	۳/۵۴	۰/۳۲	مهارت‌های اجتماعی - کنترل رفتاری ادراک شده
قبول	$P < 0.01$	۳/۵۱	۰/۳۱	همدلی - هنجار ذهنی
رد	$P > 0.05$	۰/۶۳	۰/۰۵	همدلی - کنترل رفتاری ادراک شده
قبول	$P < 0.01$	۲/۷۱	۰/۲۱	خودآگاهی - جذابیت فردی
قبول	$P < 0.01$	۲/۱۳	۰/۲۶	خودآگاهی - کنترل رفتاری ادراک شده
قبول	$P < 0.01$	۲/۸۹	۰/۲۳	خودکنترلی - کنترل رفتاری ادراک شده
قبول	$P < 0.01$	۳/۱۲	۰/۲۶	جذابیت فردی - قصد کارآفرینانه
قبول	$P < 0.01$	۳/۸۸	۰/۳۴	هنجار - قصد کارآفرینانه
قبول	$P < 0.01$	۳/۰۱	۰/۲۴	کنترل رفتاری ادراک شده - قصد کارآفرینانه

همان طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، ضرایب مسیر برای ۱۱ رابطه در سطح ۰/۰۵ (t بزرگ‌تر از ۱/۹۶) معنادار به دست آمده است. یک رابطه نیز غیرمعنادار است (همدلی بر کنترل رفتاری ادراک‌شده تأثیر ندارد).

بحث و نتیجه‌گیری

براساس یافته‌های محققان مختلف هوش هیجانی در موفقیت مدیران تأثیر دارد و مدیران برخوردار از هوش هیجانی رهبران مؤثرتر و موفق‌تری هستند (۴۴، ۴۶، ۳۲، ۲۲، ۲۱، ۱). همچنین گل‌من (۱۳۸۴:۳۲) ادعا می‌کند در پیمایش ملی در مورد اینکه کارفرمایان در میان کارکنان تازه‌کار به دنبال چه معیارهایی هستند، مشخص شد که مهارت‌های تکنیکی نسبت به توانایی‌های هوش هیجانی اهمیت کمتری دارند (۲۰). سرمایه اجتماعی بر قصد کارآفرینان دانشجویان تأثیر دارد (۴۴). قصد کارآفرینان در دانشجویان بیش فعال^۱ (کسانی که به صورت فعال به دنبال اطلاعات هستند و آن را پردازش می‌کنند و تصمیم به ارتقای شرایط موجود یا خلق شرایط جدید می‌گیرند) و دانشجویان خلاق (آنهايي که ایده‌های جدید و مفید تولید می‌کنند) از سایر دانشجویان بیشتر است (۵۲). همچنین هوش هیجانی با موفقیت ورزشی در ورزش‌های گروهی و فردی رابطه مثبتی دارد، اما این متغیر فقط در ورزش‌های گروهی می‌تواند موفقیت ورزشی را پیش‌بینی کند. هوش هیجانی از طریق خصیصه‌های ادراک هیجانی، آسان‌سازی هیجان، شناخت هیجان‌ها و مدیریت هیجان‌ها و با سازوکارهای پیش‌بینی، پیشگیری، افزایش قدرت کنترل و تقویت راهبردهای مقابله کارآمد به فرد کمک می‌کند که عملکرد ورزشی خود را بهبود بخشد و موجب افزایش احتمال موفقیت ورزشی می‌شود (۶).

براساس نتایج این تحقیق، خودانگیزی بر جذابیت فردی و کنترل رفتاری ادراک‌شده تأثیر دارد. از آنجا که انگیزش در راستای دستیابی به اهداف خود، عمیق‌ترین ارزش‌ها و علایق را مورد خطاب قرار می‌دهد و از آن بهره می‌گیرد، بر جذابیت فردی تأثیرگذار است، زیرا جذابیت فردی بیانگر ارزیابی مطلوب یا نامطلوب فرد نسبت به رفتار است. خودانگیزی همچنین کمک می‌کند تا در برابر مشکلات مقاوم باشیم و کنترل رفتاری ادراک‌شده فرد نسبت به رفتار مورد نظر (که به آسانی یا مشکل بودن ادراک‌شده از انجام رفتار اشاره دارد) افزایش یابد. مهارت‌های اجتماعی کمک می‌کند تا فرد احساسات خود را کنترل کرده و متناسب با موقعیت پیش‌آمده به راحتی با دیگران ارتباط برقرار کند و هنگام

شرکت در کارهای گروهی با دیگران به مذاکره بپردازد و با همکاری آنها به نتایج بهتری دست یابد. بنابراین بر هنجار ذهنی که به فشار اجتماعی ادراک شده برای انجام یا عدم انجام رفتار اشاره دارد و کنترل رفتاری ادراک شده تأثیر دارد. همدلی توانایی حس کردن آنچه دیگران احساس می‌کنند است و اینکه فرد قادر باشد دیدگاه آنها را بفهمد و روابط خود را با دیگران گسترش دهد و با افراد بیشتری روابط دوستانه برقرار کند. بنابراین تقویت این عامل کمک می‌کند تا هنجار ذهنی افزایش یابد. خودآگاهی بر جذابیت فردی و کنترل رفتاری ادراک شده تأثیر دارد، زیرا فرد احساسات خود را در هر لحظه خاص تشخیص می‌دهد و بهترین آنها را در تصمیم‌هایش به کار می‌گیرد و با ارزیابی دقیق توانایی‌های خود، حس اعتماد به نفس را در خویش ایجاد می‌کند و این بر ارزیابی مطلوب یا نامطلوب فرد نسبت به رفتار مورد نظر تأثیرگذار است. خودکنترلی نشان می‌دهد که فرد احساسات خود را تحت نظر قرار داده و با استفاده درست از آنها، کارهای خویش را آسان‌تر انجام می‌دهد، بنابراین بر کنترل رفتاری ادراک شده تأثیر دارد.

نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد هوش هیجانی بر قصد کارآفرینانه تأثیر دارد و هوش هیجانی را می‌توان به‌عنوان متغیری در پیش‌بینی قصد کارآفرینانه به کار برد. بنابراین از آن می‌توان به‌عنوان عاملی در پیش‌بینی کارآفرین بودن افراد استفاده کرد. همچنین از آنجا که برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر نگرش‌ها و نیت کارآفرینی دانشجویان تأثیر دارد (۵۰) و معلمان می‌توانند با پرورش نگرش نوآوری، خودباوری و پیشرفت در دانشجویان، برداشت و احساس دانشجویان از کارآفرینی را تغییر دهند (۲۶)؛ با توجه به یافته‌های این تحقیق توصیه می‌شود که برنامه‌های آموزش هوش هیجانی به‌عنوان عاملی مؤثر در برنامه‌های آموزش کارآفرینی گنجانده شود و می‌توان با پرورش هوش هیجانی دانشجویان در کنار سایر مهارت‌های کارآفرینی، احتمال اقدام کارآفرینانه را در آنها افزایش داد.

از آنجا که ورزش اهمیت روزافزونی در زندگی امروزه پیدا کرده و گسترش آن زمینه و فرصت‌های مناسبی را برای اشتغال و کارآفرینی ایجاد کرده، نیازمند این است که در آموزش دانشجویان تربیت بدنی به این مسئله توجه شود و آنها به سمت بهره‌گیری از این فرصت‌ها سوق داده شوند. براساس نتایج این تحقیق هوش هیجانی بر قصد کارآفرینانه تأثیر دارد. بنابراین دانشکده‌ها و گروه‌های تربیت بدنی که درصددند کارآفرینی را در میان دانشجویان و دانش‌آموختگان خود پرورش و گسترش دهند، می‌توانند از هوش هیجانی به‌عنوان عاملی که می‌تواند در کارآفرین شدن افراد تأثیرگذار باشد، بهره ببرند و در

برنامه‌های آموزشی خود آن را مدنظر قرار دهند و سعی کنند دوره‌های خود را مبتنی بر تقویت هوش هیجانی دانشجویان طراحی کنند.

منابع و مآخذ

۱. آقاییار، سیروس (۱۳۸۴). "هوش هیجانی و رهبری سازمانی". تدبیر، شماره ۱۵۶.
۲. اسماعیلی، معصومه؛ احدی، حسن؛ دلاور، علی و شفیع‌آبادی، عبدالله. (۱۳۸۶). "تأثیر آموزش مؤلفه‌های هوش هیجانی بر سلامت روان". روان‌پزشکی و روان‌شناسی بالینی ایران، شماره ۲. صص ۱۵۸-۱۶۵.
۳. امینی‌ها، آزاده. (۱۳۸۴). "رابطه بین هوش هیجانی و سازگاری زناشویی". پایان‌نامه کارشناسی ارشد مشاوره، دانشگاه الزهرا.
۴. باقرزاده، داوود؛ عیوضی، زهرا (۱۳۸۷). "هوش هیجانی: ابزاری برای مدیران". دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال پنجم، شماره ۱۷، صص ۸۹-۱۰۳.
۵. برکتین، مجید؛ توکلی، ماهگل؛ طاهر نشاط‌دوست، حمید. (۱۳۸۷). "هوش هیجانی در زنانی که به روش مسمومیت اقدام به خودکشی کردند". روان‌پزشکی و روان‌شناسی بالینی ایران، سال چهاردهم، شماره ۲. صص ۱۶۵-۱۷۹.
۶. بشارت، محمدعلی؛ عباسی، غلامرضا؛ میرزاکمسفیری، رضا. (۱۳۸۴). "تبیین موفقیت ورزشی در ورزش‌های گروهی و فردی بر حسب هوش هیجانی". فصلنامه المپیک، شماره ۴. صص ۸۷-۹۶.
۷. تیرگری، عبدالکریم. (۱۳۸۳). "هوش هیجانی و سلامت روان: رویکردها، راهبردها و برنامه‌های پیشگیری در بهسازی زناشویی". فصلنامه پژوهشی رفاه اجتماعی، سال ۴، شماره ۱۴. صص ۹۷-۱۱۴.

۸. حسن خویی، سیما. (۱۳۸۵). " بررسی رابطه هوش هیجانی و مهار شغلی با رضایت شغلی مدیران مدارس شهر بیرجند در سال ۱۳۸۴-۸۵". پایان‌نامه کارشناسی ارشد روان‌شناسی، دانشگاه الزهرا. چکیده.
۹. خداوندی راهدانه، شهین. (۱۳۸۴). " بررسی تأثیر هوش هیجانی بر میزان رضایت از زندگی زنانوشویی و رابطه آن با نظام ارزشی همسران". پایان‌نامه کارشناسی ارشد روان‌شناسی تربیتی، دانشگاه شهید بهشتی. چکیده.
۱۰. خویشتن‌دار، پرویز. (۱۳۸۵). " رابطه هوش هیجانی و حمایت اجتماعی با رضایت از زندگی در دانش‌آموزان دبیرستانی شهرستان بوئین‌زهرا". پایان‌نامه کارشناسی ارشد روان‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی. چکیده.
۱۱. رستمی، نادیا. (۱۳۸۳). " بررسی رابطه وضعیت مذهبی با هوش هیجانی در دانش‌آموزان مقطع پیش‌دانشگاهی شهر تهران در سال تحصیلی ۸۳-۸۴". فصلنامه نوآوری‌های آموزشی، شماره ۱۰، صص ۱۱۶-۱۲۸.
۱۲. رضویان شاد، مرتضی. (۱۳۸۴). " رابطه هوش هیجانی با سازگاری اجتماعی و پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان پایه سوم راهنمایی شهر تبریز در سال تحصیلی ۱۳۸۳-۸۴". پایان‌نامه کارشناسی ارشد روان‌شناسی تربیتی، دانشگاه تبریز. چکیده.
۱۳. زارعان، مصطفی؛ اسدالله‌پور، امین؛ بخشی‌پور رودسری، عباس. (۱۳۸۶). " رابطه هوش هیجانی و سبک‌های حل مسئله با سلامت عمومی". روان‌پزشکی و روان‌شناسی ایران، سال سیزدهم، شماره ۲، صص ۱۶۶-۱۷۲.
۱۴. شامردلو، مهران. (۱۳۸۳). " مقایسه نقش هوش هیجانی و هوش شناختی در پیش‌بینی پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی تهران". پایان‌نامه کارشناسی ارشد روان‌شناسی تربیتی، دانشگاه شهید بهشتی. چکیده.

۱۵. عابدی جعفری، حسن. مرادی، محمد. (۱۳۸۴). "بررسی رابطه هوش عاطفی و رهبر تحول آفرین". دانش مدیریت، شماره ۷۰، صص ۶۳-۸۰.
۱۶. علی پور، مهران. (۱۳۸۴). "بررسی هوش هیجانی مجرمان زندانی و افراد عادی و رابطه آن با سلامت روان". پایان نامه کارشناسی ارشد روان شناسی، دانشگاه شهید گیلان. صص. ۲۰-۵۵.
۱۷. غنائی، زیبا؛ فراهانی، محمدنقی؛ عبدالهی، محمدحسین؛ شکری، امید. (۱۳۸۳). "اثر خستگی شناختی و هوش هیجانی بر حل مسائل شناختی". تازه های علوم شناختی، سال ۶ شماره ۲۳ و ۲۴. صص ۶۳-۷۴.
۱۸. قنبری پیر کاشانی، نیکزاد. (۱۳۸۵). "رابطه بین هوش هیجانی و سبک های دلبستگی با احساس غربت". پایان نامه کارشناسی ارشد روان شناسی، دانشگاه تربیت مدرس. صص ۱۲۰-۱۵۵.
۱۹. گل پرور، محسن؛ آقایی، اصغر؛ خاکسار، فخری. (۱۳۸۴). "رابطه بین هوش هیجانی و مؤلفه های آن با پیشرفت گزائی شغلی در بین کارگران کارخانجات و صنایع". دانش و پژوهش در روان شناسی، شماره ۲۵، صص ۷۵-۱۰۶.
۲۰. گلمن، دنیل. (۱۳۸۳). "هوش هیجانی در کار"، ترجمه بهمن ابراهیمی و محسن جوینده، تهران، انتشارات بهین دانش، چاپ اول. صص. ۲۰-۴۵.
۲۱. گلمن، دنیل؛ بویاتزیس، ریچارد؛ مک کی، آنی. (۱۳۸۵). "هوش هیجانی در مدیریت و رهبری سازمانی". ترجمه بهمن ابراهیمی، تهران، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، چاپ اول. صص ۳۴-۵۶.
۲۲. مختاری پور، مرضیه؛ سیادت، سید علی و امیری، شعله. (۱۳۸۵). "بررسی رابطه بین هوش هیجانی و تئوری های رهبری". پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، شماره ۲۱. صص ۳۹-۵۶.

۲۳. منصور، بهزاد. (۱۳۸۰). "هنجاریابی هوش هیجانی سیبر یا شرینک". پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه علامه طباطبائی. چکیده.
۲۴. میری، محمدرضا؛ اکبری بوررنگ، محمد. (۱۳۸۶). "رابطه بین هوش هیجانی و اضطراب آموزشی در دانش‌آموزان دبیرستانی استان خراسان جنوبی". مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی بیرجند، دوره ۱۴، شماره ۱. صص ۵۴-۶۰.

25. Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behavior". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, pp: 179-211.
26. Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Parker, G. G., and Hay, M. (2001). "Entrepreneurial Intent among Students in Scandinavia and in the USA". *Enterprise and Innovation Management Studies*, Vol. 2, No. 2, pp: 145-160.
27. Bird, B. (1988). "Implementing entrepreneurial ideas: The cas for intentions". *Academy of Management Review*. 13(3), pp:442-454.
28. Burt, R. S. (1976). "Interpretational Confounding of Unobserved Variables in Structural Equation Models". *Sociological Methods and Research*, 5(1), pp: 3-52.
29. Davidsson, P. (1995). "Culture, structure and regional levels of entrepreneurship". *Entrepreneurship and Regional Development*, 7(1), pp:41-62.
30. Fayolle, A. and Gailly, B. (2005). "Using the Theory of Planned Behaviour to Assess Entrepreneurship Teaching Programs". Center for Research in Change, Innovation and Strategy of Louvain School of Management, Working Paper.
31. Gallagher, D., Ting, L., and Palmer, A. (2008). "A Journey into the Unknown: Taking the Fear out of Structural Equation Modeling with AMOS for the First-Timer User". *The Marketing Review*, 8(3), pp:255-275.
32. Gardner, I. and Stough, C. (2002). "Examining the relationship between leadership and emotional intelligence in senior level managers". *Leadership and organizational development journal*. 23(2), pp:66-78.

33. Guerrero, M., Rialp, J., and Urbano, D. (2008). "The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model". *Int Entrep Manag J*, 4, pp:35-50.
34. Hangoran, A., sceoggins, W. A., and Rozell, E. J. (2007). "managerial perspective on emotional intelligence, Difference Between India & the united states: The development of research properties". *International Journal of management*. 24(3), pp:35-45.
35. Heinonen, J., Poikkijoki, S-A. And Vento-Vierikko, I. (2007). "Entrepreneurship for bioscience researchers: A case study of an entrepreneurship programme". *Industry and Higher Education*, Volume 21, Number 1, February 2007, pp. 21-30(10).
36. Katz, J., and Gartner, W. (1988). "Properties of emerging organizations". *Academy of Management Review*. 13(3), pp: 429-441.
37. Kolvereid, L. (1996). "Prediction of employment status choice intentions". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47-57.
38. Krueger, N. (2000). "The Cognitive Infrastructure of Opportunity". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(3), pp:5-23.
39. Krueger, N. (2009). "Entrepreneurial Intentions are Dead: Long Live Entrepreneurial Intentions". In A. L. Carsrud, & M. (. Brännback, *Understanding the Entrepreneurial Mind, International Studies in Entrepreneurship Series*, Vol. 24 (pp. 51-72). springer.
40. Krueger, N., and Brazeal, D. (1994). "Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), pp:5-21.
41. Krueger, N., and Carsrud, A. (1993). "Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior". *Entrepreneurship and Regional Development*, 5(4), pp: 315-330.
42. Krueger, N., REILLY, M., and CARSRUD, A. L. (2000). "Competing Models Of Entrepreneurial Intentions". *Journal of Business Venturing*, 15, pp:411-432.
43. Liñán, F. (2008). "Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions?". *Int Entrep Manag J* 4, pp:257-272.

44. Liñán, F. and Santos, F.J. (2007). **“Does Social Capital Affect Entrepreneurial Intentions”**. Int Adv Econ Res, 13 ,pp: 443-453.
45. Mayer, J.D, Salovey, P. and Caruso, D.R. (2004) **"emotional intelligence: theory, finding and implications"**. Psychological inquiry, 15, pp:197-215.
46. Palmer, B., walls, M., and burgess, z. (2001). **“emotional intelligence and effective leadership”**. Leadership and organizational development journal. 22/1 , pp:5-10.
47. Robinson, P., Stimpson, D., Huefner, J., and Hunt, H. (1991). **“An attitude approach to the prediction of entrepreneurship”**. Entrepreneurship Theory and Practice, 15(4) ,pp: 13-31.
48. Shapero, A. (1982). **“Social dimensions of entrepreneurship”**. In C. e. al.(Eds.), The encyclopedia of entrepreneurship Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. (pp:72–89).
49. Singh, S.K. (2004). **"Role of emotional intelligence in organizational learning: an empirical study"**. Singapore management review, volume 29, no 2. pp:76-87.
50. Souitaris, V., Zerbini, S., and Al-Laham, A. (2007). **“Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources”**. Journal of Business Venturing, 22 , pp:566- 591.
51. Sy, T., Tram, S. and A.o'hara, L. (2006). **"Relation of employee and manager emotional intelligence to job satisfaction and performance"**. Journal of vocational behavior, 68, pp:461-473
52. Zampetakis, L.A. (2008). **“The role of creativity and proactivity on perceived entrepreneurial desirability”**. Thinking Skills and Creativity, 3 , pp:154-162.