دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی

نقش مؤلفه‌های هوش هیجانی در بهره‌برداری از فرصت‌های کسب و کار کارآفرینانه روستایی: مورد مطالعه استان فارس

مرتضی نوری[۱] و مریم شریف‌زاده[۲]

۱- دانشجوی دکتری گروه مدیریت توسعه روستایی، دانشگاه یاسوج
۲- دانشیار گروه مدیریت توسعه روستایی، دانشگاه یاسوج، (نویسنده مسوول: m.sharifzadeh@yu.ac.ir)
تاریخ دریافت: ۹۷/۱۱/۶ تاریخ پذیرش: ۹۸/۲/۱۸
صفحه ۱ تا ۹

چکیده

در حالی‌که کارآفرینی به‌عنوان ظرفیت کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های سودآور، کانون و مرکز ثقل کار و تلاش و توسعه در عصر حاضر می‌باشد، برخی افراد ضمن برخورداری از توان و ظرفیت شناسایی این فرصت‌ها، از آن بهره‌برداری نمی‌کنند. بر این اساس، پژوهش پیمایشی حاضر با هدف مطالعه‌ی تأثیر هوش هیجانی بر میزان کارآفرینی روستاییان انجام شده است. برای این منظور، از ابزار پرسشنامه استاندارد هوش هیجانی بار- آن و کارآفرینی اسکاربوروف و زیمرر برای گردآوری داده‌ها بهره گرفته شد. اعضای نمونه ۳٦۲ روستایی بخش گله‌دار، شهرستان مُهر استان فارس بودند. پس از تأیید روایی ابزار پژوهش توسط کارشناسان، جهت بررسی پایایی آن مطالعه‌ی پیش‌آهنگی انجام و ضریب آلفای کرونباخ از ۰/۷٦ تا ۰/۹۱ برآورد گردید. یافته‌های پژوهش حاکی از رابطه مثبت و معنی‌دار هوش هیجانی بر کارآفرینی روستاییان بود. بنابراین، افرادی که در شناسایی، کنترل و اداره‌ی مطلوب احساسات و هیجانات خود و دیگران توانایی بیشتری دارند از گرایش بیشتری نسبت به کارآفرینی نیز برخوردار هستند. همچنین، نتایج تحلیل رگرسیونی روشن ساخت که مؤلفه‌های روابط درون‌فردی، روابط بین‌فردی، سازگاری و خلق عمومی توانایی تبیین ۱۸/٤ درصد از تغییرات متغیر وابسته کارآفرینی روستاییان را دارا می‌باشند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی روستایی، هوش هیجانی، روابط درون‌فردی، خُلق عمومی

مقدمه

رشد و توسعه نواحی روستایی نقش به‌سزایی در فرآیند توسعه ملی دارد و مهم‌ترین سازوکار و ابزار تحقق آن کارآفرینی است (۳۳). اهمیت کارآفرینی در توسعه روستایی از آنجا ناشی می‌شود که کارآفرینی روستایی می‌تواند از طریق ایجاد اشتغال، توزیع مناسب درآمد، کاهش فقر (۱۳)، بهبود کیفیت زندگی، بهره‌برداری بهینه از منابع، سرمایه‌گذاری و در نتیجه افزایش رفاه روستایی، فراهم‌کردن مشاغل جایگزین برای جلوگیری از مهاجرت روستایی و مدیریت بازار (۴۱،۲۲) نقش مهمی در توسعه‌ی روستایی داشته باشد.

بدیهی است همه افراد، برای دستیابی به شرایط کارآفرینی و تشخیص فرصت‌های سودآور، موقعیت مساوی ندارند (۴۱،۱۲). همچنین، انتخاب و ورود به فعالیت کارآفرینی به‌صورت تصادفی نبوده و تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار دارد (۲۴). بنابراین، پرسش کلیدی این است که چرا در شرایط برابر افرادی قادر به شناسایی و بهره‌گیری از فرصت‌ها بوده درحالی که برخی دیگر از این توانایی محروم می‌باشند (۴۱،۴۰،۲۵). برخی از محققان از هوش هیجانی به‌عنوان حلقه‌ی مفقوده درک و فهم موقعیت کارآفرینانه یاد نمودند (۳۱،۱۰). هوش هیجانی بیانگر نوعی هوش اجتماعی و دربردارنده توانایی‌های شناسایی، کنترل و اداره مطلوب احساسات و هیجانات خود و دیگران است (۳۶،۱۷) و مهارت‌ها و شایستگی‌هایی را شامل می‌شود که بر توانایی افراد برای مواجهه موفقیت‌آمیز با تقاضاها و فشارهای محیطی تأثیرگذار است (۵). بنا به اعتقاد پرادهان و ناث (۳۲) بین هوش هیجانی و گرایش کارآفرینانه پیوند مفهومی وجود داشته و این سازه چندبُعدی، (که در برگیرنده تعامل بین هیجان و شناخت است)، در نوآوری، خلاقیت، کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها توسط افراد و شکل‌گیری شخصیت کارآفرینانه در آنان نقش دارد. همچنین، رفتار کارآفرینانه تاحدودی به توانایی‌های شناختی و مهارت‌های اجتماعی افراد بستگی دارد (۷).

هادی‌زاده مقدم و همکاران (۱۹) به بررسی ارتباط هوش هیجانی با گرایش کارآفرینانه در سازمان‌های وابسته به شرکت نفت پرداختند. بر مبنای نتایج سه متغیر خودتنظیمی، خودآگاهی و انگیزش، تبیین‌کننده تغییرات گرایش کارآفرینانه بودند. محققان در پژوهش‌های مختلف دیگر دریافتند که افراد با هوش هیجانی بالاتر، تمایل و گرایش کارآفرینی بیشتری دارند (۴۳،۳۴،۳۹).

بادسار و همکاران (۴) با بررسی تأثیر مؤلفه‌های هوش هیجانی بر شایستگی‌های کارآفرینانه (توفیق‌طلبی، ریسک‌پذیری، سلامت فکری، عمل‌گرایی و کنترل درونی) دانشجویان رشته‌های کشاورزی دانشگاه زنجان نشان دادند که هوش هیجانی و مؤلفه‌های آن تبیین‌کننده تغییرات شایستگی‌های کارآفرینانه بوده است. نقابی و بهادری (۲۸) نشان دادند که رابطه مثبت و معنی‌داری بین رفتار کارآفرینانه کارکنان و مؤلفه‌های هوش هیجانی یعنی ارزیابی و بیان هیجان خود، ارزیابی و شناخت هیجان در دیگران، ساماندهی هیجان خود و بهره‌گیری از هیجان برای تسهیل عملکرد وجود دارد. اواد و کاداعلی (۳) نیز در مطالعه خود بر روی

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.10.2.8]
[DOI: 10.29252/jea.5.10.1]

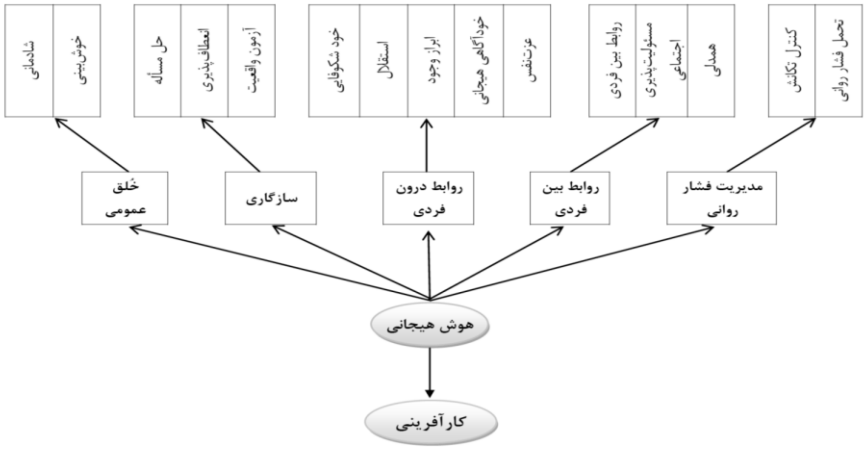
کسب و کارهای خرد و متوسط مقیاس در اردن به اثرگذاری مستقیم و مثبت هوش هیجانی مدیران بر گرایش کارآفرینانه اشاره داشتند. قربانی و همکاران (۱۶) در مطالعه‌ای نشان دادند که از بین پنج مؤلفه هوش هیجانی بار–آن، رابطه مهارت‌های درون‌فردی، بین‌فردی و خلق عمومی با کارآفرینی معنی‌دار بوده است در حالی‌که رابطه معنی‌داری بین دو مؤلفه مدیریت استرس و سازگاری با متغیر وابسته وجود نداشته است. همچنین، کریمی و مبارکی (۲۳) در پژوهشی با بهره‌گیری از دو پرسشنامه استاندارد هوش هیجانی بار–آن و ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی به بررسی تأثیر هوش هیجانی بر رفتار کارآفرینانه آموزگاران سازمان فنی حرفه‌ای کشور پرداختند و به معنی‌داری رابطه هوش هیجانی و ویژگی‌های کارآفرینانه (از جمله تشخیص فرصت، نوآوری و خلاقیت) اشاره داشتند و از آن به‌عنوان عاملی مؤثر در ایجاد و توسعه کارآفرینی یاد نمودند.

نخعی و همکاران (۲۷) نیز با بررسی رابطه بین ابعاد هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی در میان مدیران و کارشناسان وزارت ورزش و جوانان نشان دادند که در میان ابعاد پنجگانه هوش هیجانی، خودمدیریتی، آگاهی اجتماعی، مهارت‌های مدیریتی و خودآگاهی بالاترین همبستگی را با کارآفرینی سازمانی داشته و تنها مؤلفه خودانگیزشی با متغیر وابسته همبسته نبوده است. همچنین، براساس نتایج رگرسیون گام به گام، مهارت‌های فردی (خودآگاهی و خودمدیریتی) پیش‌بینی کننده‌های بهتری برای کارآفرینی بودند. پژوهش چین و همکاران (۹) روشن ساخت که کارآفرینان موفق از هوش هیجانی بالایی برخوردار بوده و دو مؤلفه هوش هیجانی یعنی شناخت مستقیم هیجانات و مدیریت هیجانی بر موفقیت کارآفرینان تأثیرگذار بوده است. نتایج پژوهش نجفی و همکاران (۲۶) نیز مشخص نمود که در میان مؤلفه‌های هوش هیجانی، رابطه بین سه بُعد خودآگاهی، انگیزش و همدلی با شایستگی کارآفرینی مثبت و معنی‌دار بوده است درحالی که هیچ رابطه معنی‌داری بین ابعاد خودتنظیمی و مهارت‌های اجتماعی با کارآفرینی وجود ندارد.

ایبایشوا و آبگ (۲۱) در پژوهشی پس‌رویدادی نشان دادند که مؤلفه‌های هوش هیجانی (ارزیابی و بیان هیجان، تنظیم هیجان و بهره‌برداری از هیجان) در کنار ویژگی‌های شخصیتی (از جمله برون‌گرایی، باوجدان بودن و گشودگی)، پیش‌بینی‌کننده گرایش کارآفرینانه جوانان ۱۸ تا ۲۸ ساله بوده است. سالاری و همکاران (۳۵) با تبیین رابطه بین مؤلفه‌های هوش هیجانی (خودآگاهی، خودمدیریتی، آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط) و شخصیت کارآفرینانه در میان مدیران حمل و نقل هوایی استان تهران در رده‌های ارشد و عملیاتی نشان دادند با افزایش این مؤلفه‌ها در بین مدیران، شخصیت کارآفرینانه آنان نیز ارتقا می‌یابد. همچنین، درودی (۱۱) در پژوهش خود رابطه مثبت و معنی‌دار ویژگی‌های شخصیتی (توفیق‌طلبی، ریسک‌پذیری، تحمل ابهام، خلاقیت، استقلال و کنترل درونی) کارآفرینان مشاغل کوچک مقیاس با هوش هیجانی آنان را گزارش داده است.

پژوهش انگاه و صالح (۲۹) نشان داد هوش هیجانی با ارتقای سطح نوآوری افراد، به موفقیت کارآفرینان کمک می‌کند. حمیدیان‌پور و همکاران (۲۰) نیز موفق به اثبات تأثیر هوش هیجانی و جو سازمانی بر خلاقیت و گرایش کارآفرینانه مدیران کسب و کارهای خرد و متوسط مقیاس در بوشهر شدند. عطایی زنجانی‌نژاد و همکاران (۲) در پژوهشی بیان داشتند که همه مؤلفه‌های هوش هیجانی (مهارت‌های بین فردی، درون فردی، سازگاری، خلق عمومی و مدیریت استرس) کارآموزان سازمان فنی و حرفه‌ای، رابطه‌ی مستقیم و مثبتی با کارآفرینی دارد.

در مجموع براساس مطالعات نظری و تجربی، چارچوب مفهومی پژوهش حاضر را می‌توان تدوین نمود که در شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱– چارچوب مفهومی پژوهش
Figure 1. Conceptual framework of the research

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.10.2.8]
[DOI: 10.29252/jea.5.10.1]

بخش گله‌دار در شهرستان مهر استان فارس به‌دلیل ویژگی‌هایی چون نزدیکی به قطب اقتصادی پارس جنوبی و خلیج فارس، وجود زمین‌های حاصلخیز کشاورزی و منابع طبیعی غنی، از ظرفیت بالقوه مناسبی برای توسعه کارآفرینی در سطح محلی و منطقه‌ای برخوردار است. از این رو، این مطالعه با هدف کلی واکاوی اثرات هوش هیجانی بر میزان کارآفرینی در بین روستاییان بخش گله‌دار و اهداف اختصاصی سنجش میزان کارآفرینی روستاییان، برآورد میزان هوش هیجانی و مؤلفه‌های آن در بین روستاییان، تعیین سهم هریک از مؤلفه‌های هوش هیجانی در پیش‌بینی میزان کارآفرینی روستاییان و در نهایت مقایسه افراد کارآفرین و غیرکارآفرین از لحاظ مؤلفه‌های هوش هیجانی انجام شد.

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر گردآوری داده‌ها، پیمایشی و از لحاظ شیوه‌ی تحلیل داده‌ها از نوع توصیفی-همبستگی است که در سال ۱۳۹۴ انجام شد. جامعه‌ی آماری شامل جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر ساکن مناطق روستایی بخش گله‌دار (N=۶۰۸۰) بوده است (۱۵). بخش گله‌دار از توابع شهرستان مُهر و در حدود ۳۰۰ کیلومتری جنوب مرکز استان فارس واقع شده است. این بخش از طرف مشرق به بخش اسیر، از طرف مغرب به مرکز شهرستان مُهر و از طرف شمال به علامرودشت شهرستان لامرد و از طرف جنوب به منطقه‌ی عسلویه محدود می‌شود (۱۴).

حجم نمونه با استفاده از جدول نمونه‌گیری بارتلت و همکاران (۸) معادل ۳۶۲ نفر به‌دست آمد که به‌شیوه‌ی تصادفی طبقه‌ای متناسب در بین روستاها و نمونه‌گیری تصادفی ساده در داخل روستاها انتخاب گردیدند. به‌منظور گردآوری اطلاعات، پرسشنامه‌ای در سه بخش ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای (سن، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات، وضعیت اشتغال و غیره)، نیمرخ کارآفرینی روستاییان (شامل ۹ گویه طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای) و هوش هیجانی (شامل ۹۰ گویه طیف لیکرت پنج گزینه‌ای) را مورد سنجش قرار داد. برای سنجش روایی محتوایی، دیدگاه‌های کارشناسان مربوطه پرسیده شد و براساس اظهارات آنان، اصلاحات لازم به عمل آمد.

جهت سنجش هوش هیجانی از پرسشنامه ۹۰ ماده‌ای استاندارد بار-آن استفاده شد. این ابزار متشکل از عباراتی است که احساس، طرز تفکر و نحوه‌ی رفتار را در موقعیت‌های گوناگون توصیف می‌کند و دارای پنج مقیاس و ۱۵ خرده مقیاس است. هرکدام از خرده مقیاس‌ها با شش گویه سنجیده شده است. پاسخ‌های آزمون نیز در روی یک مقیاس پنج درجه‌ای طیف لیکرت (کاملاً موافقم، موافقم، تا حدودی، مخالفم و کاملاً مخالفم) تنظیم شده است. پنج حیطه و زیرمقیاس‌های این پرسشنامه شامل (۱۳): الف) روابط درون‌فردی مشتمل بر خودآگاهی، ابراز وجود، عزت نفس، خودشکوفایی، و استقلال؛ ب) روابط بین‌فردی در برگیرنده همدلی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و روابط بین‌فردی؛ ج) سازگاری یا مدیریت تغییر شامل حل مسأله، واقع‌گرایی و انعطاف‌پذیری؛ د) مدیریت فشار روانی یا تنظیم و مدیریت هیجان شامل تحمل فشار روانی و کنترل تکانش؛ و ه) خلق عمومی یا خودانگیزشی مشتمل بر خوش‌بینی و شادمانی بود.

برای سنجش میزان کارآفرینی روستاییان از پرسشنامه استاندارد اسکاربوروف و زیمرر (۳۸) استفاده شد. نسخه اصلی این پرسشنامه شامل ۱۰ سؤال است که بر اساس موضوع و جامعه آماری پژوهش، تغییرات جزئی و اصلاحاتی نگارشی بر آن اعمال شد و در نهایت ۹ سؤال انتخاب گردید. براساس نمرات کسب‌شده، پاسخگویان به چهار گروه فاقد کارآفرینی (نمرات کمتر از ۴۰)، بالقوه کارآفرین (نمرات ۴۰ تا ۶۴)، مستعد کارآفرینی (نمرات ۶۵ تا ۸۴)، و کارآفرین (نمرات بالاتر از ۸۴) تقسیم‌بندی شد. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. همچنین، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آماره‌های توصیفی نظیر فراوانی، درصد و میانگین و آماره‌های استنباطی نظیر ضریب همبستگی، آنالیز واریانس و تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شد.

نتایج و بحث

یافته‌های حاصل از تحلیل توصیفی ویژگی‌های فردی آزمودنی‌ها نشان داد که ۹۰ نفر از نمونه‌های مورد پژوهش (۲۴/۹ درصد) زن و بقیه مرد بودند. میانگین سن پاسخگویان ۳۱/۴ سال با کمینه ۱۷ و بیشینه‌ی ۶۷ سال بوده است. میزان تحصیلات پاسخگویان بالغ بر ۱۲ کلاس با انحراف معیار ۳/۹ کلاس بوده است. افزون بر این، نزدیک به ۶۳ درصد (۲۲۸ نفر) از افراد مورد بررسی شاغل بوده و مابقی بدون شغل بودند. در میان شاغلین، تعداد ۱۲۳ نفر معادل ۵۴ درصد در بخش خدمات، ۸۴ نفر در بخش کشاورزی و ۲۱ نفر در بخش‌های صنعتی مشغول به فعالیت بودند. یافته‌ها بیانگر آن است که میانگین امتیاز کارآفرینی پاسخگویان، معادل ۶۳/۱۵ از ۹۰ امتیاز با انحراف معیار ۱۷/۶۵ بوده است. همچنین، میانگین هوش هیجانی نمونه‌های مورد پژوهش، برابر با۳/۵۸ از ۵ امتیاز با انحراف معیار ۰/۳۵ بوده است (جدول ۱). افزون بر این، در بین پنج مؤلفه هوش هیجانی، مقیاس سازگاری دارای بالاترین میانگین بوده است. میانگین مقیاس‌های روابط درون‌فردی، بین‌فردی، مدیریت فشار روانی و خلق عمومی پاسخگویان، به‌ترتیب ۳/۳۰، ۳/۴۲، ۳/۶۷ و ۳/۷۱ بوده است. در میان ۱۵ خرده مقیاس هوش هیجانی، مقیاس ابراز وجود از بالاترین میانگین و مقیاس استقلال از کمترین میانگین برخوردار بود.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.10.2.8]
[DOI: 10.29252/jea.5.10.1]

جدول ۱- توصیف و همبستگی مؤلفه‌های هوش هیجانی با میزان کارآفرینی
Table 1. Description and correlation of emotional intelligence components and entrepreneurship

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	ضریب همبستگی پیرسون (r)	سطح معنی‌داری (p)
الف) مقیاس روابط درون‌فردی	۳/۳۰	۰/۴۹	۰/۳۳۳**	۰/۰۰۱
۱) خودآگاهی	۲/۵۳	۱/۱۳	۰/۰۸۰	۰/۱۳۰
۲) ابراز وجود	۴/۰۸	۰/۷۶	۰/۱۵۶**	۰/۰۰۳
۳) عزت نفس	۳/۹۴	۰/۷۵	۰/۵۴۰**	۰/۰۰۱
۴) خودشکوفایی	۳/۴۱	۰/۹۶	۰/۲۱۶**	۰/۰۰۱
۵) استقلال	۲/۵۲	۰/۹۹	۰/۰۰۵	۰/۹۲۱
ب) مقیاس روابط بین‌فردی	۳/۴۲	۰/۵۲	۰/۳۵۳**	۰/۰۰۱
۶) همدلی	۲/۹۱	۰/۷۴	۰/۰۵۶	۰/۲۹۰
۷) روابط بین‌فردی	۳/۷۵	۰/۷۷	۰/۳۶۳**	۰/۰۰۱
۸) مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۳/۵۸	۰/۷۱	۰/۳۴۴**	۰/۰۰۱
ج) مقیاس سازگاری	۳/۷۹	۰/۵۰	۰/۲۵۵**	۰/۰۰۱
۹) حل مسأله	۳/۶۷	۰/۸۷	۰/۰۴۷	۰/۳۷۵
۱۰) واقعیت‌گرایی	۳/۹۳	۰/۶۴	۰/۵۵۱**	۰/۰۰۱
۱۱) انعطاف‌پذیری	۳/۷۸	۰/۷۹	-۰/۰۱۴	۰/۷۸۸
د) مقیاس مدیریت فشار روانی	۳/۶۷	۰/۵۴	۰/۱۲۱*	۰/۰۲۱
۱۲) تحمل فشار روانی	۳/۵۷	۰/۶۹	۰/۱۷۷**	۰/۰۰۱
۱۳) کنترل تکانش	۳/۷۷	۰/۶۰	۰/۰۱۲	۰/۸۲۳
ه) مقیاس خلق عمومی	۳/۷۱	۰/۵۵	۰/۳۲۶**	۰/۰۰۱
۱۴) خوش‌بینی	۳/۵۹	۰/۷۶	۰/۲۵۱**	۰/۰۰۱
۱۵) شادمانی	۳/۸۳	۰/۶۴	۰/۲۶۰**	۰/۰۰۱
مجموع هوش هیجانی	۳/۵۸	۰/۳۵	۰/۴۰۶**	۰/۰۰۱
میزان کارآفرینی	۶۳/۱۵	۱۷/۶۵	۱	-

دامنه‌ی میانگین متغیر هوش هیجانی و مؤلفه‌های آن، از ۱ تا ۵ و دامنه‌ی میانگین کارآفرینی از ۰ تا ۹۰ می‌باشد.
**: معنی‌دار در سطح ۱ درصد؛ *: معنی‌دار در سطح ۵ درصد

از سوی دیگر، جهت بررسی رابطه‌ی بین متغیرهای مورد مطالعه، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. بررسی ضریب همبستگی پیرسون (جدول ۱) نشان می‌دهد که ارتباط کارآفرینی باهوش هیجانی و پنج مؤلفه اصلی آن مثبت و معنی‌دار می‌باشد. در میان این مؤلفه‌ها، مقیاس روابط بین‌فردی دارای بالاترین همبستگی با کارآفرینی روستاییان بوده است (r=۰/۳۵۳ و p =۰/۰۰۰). همچنین، در میان خرده مقیاس‌ها، همبستگی مؤلفه‌های خودآگاهی (r=۰/۰۸۰ و p=۰/۱۳۰)، استقلال (r=۰/۰۰۵ و p=۰/۹۲۱)، همدلی (r=۰/۰۵۶ و p=۰/۲۹۰)، حل مسأله (r=۰/۰۴۷ و p=۰/۳۷۵)، انعطاف‌پذیری (r= -۰/۰۱۴ و p=۰/۷۸۸) و کنترل تکانش (r=۰/۰۱۲ و p=۰/۸۲۳)، با متغیر وابسته کارآفرینی معنی‌دار نبوده است.

براساس نمرات کارآفرینی، پاسخگویان به چهار گروه تقسیم‌بندی شدند (جدول ۲). یافته‌های آزمون تحلیل واریانس بیانگر تفاوت بین چهار گروه پاسخگویان از منظر نمره کارآفرینی آنها می‌باشد. جهت مقایسه میزان هوش هیجانی و مؤلفه‌های آن در بین گروه‌های چهارگانه کارآفرینی نیز از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه استفاده شد (جدول ۳). نتایج حاصل از این آزمون حاکی از آن است که بین میانگین هوش هیجانی پاسخگویان و همه مؤلفه‌های اصلی آن (به استثنای مدیریت فشار روانی) درگروه‌های مورد بررسی از لحاظ آماری تفاوت معنی‌داری وجود دارد. بنابراین، برای تشخیص تفاوت در بین گروه‌های مختلف، از آزمون تعقیبی LSD استفاده شد.

قابل ذکر است که میانگین گروه‌های چهارگانه کارآفرینی از لحاظ زیرمقیاس‌های خودآگاهی (F=۲/۰۳۰ و P= ۰/۱۰۹)، ابراز وجود (F=۱/۷۳۰ و P=۰/۱۶۰)، استقلال (F=۰/۱۴۶ و P= ۰/۹۳۲)، همدلی (F=۱/۲۱۷ و P= ۰/۳۰۳)، حل مسأله (F=۲/۵۹۱ و P=۰/۰۵۳)، انعطاف‌پذیری (F=۰/۹۱۴ و P=۰/۴۳۴)، تحمل فشار روانی (F=۲/۴۹۲ و P=۰/۰۶۰) و کنترل تکانش (F=۰/۶۱۲ و P=۰/۶۰۸) تفاوت معنی‌داری با یکدیگر نداشته است و برای آن‌ها آزمون تعقیبی انجام نشد.

همانگونه که در جدول ۳ ملاحظه می‌شود، هوش هیجانی گروه کارآفرین بالاتر از حد میانگین است. در مقابل، پاسخگویانی که در گروه فاقد کارآفرینی قرار دارند دارای کمترین میانگین از لحاظ هوش هیجانی و پنج مؤلفه اصلی آن هستند. از طرفی، نتایج آزمون تعقیبی نیز نشان می‌دهد که هوش هیجانی در دو گروه کارآفرین و مستعد کارآفرینی، تفاوت معنی‌داری با یکدیگر ندارند. اما، تفاوت میانگین هوش هیجانی در گروه فاقد کارآفرینی، با سه گروه دیگر از لحاظ آماری معنی‌دار بوده است. همچنین، پاسخگویان بالقوه کارآفرین نیز هوش معنایی متفاوتی با افراد گروه‌های دیگر مورد مطالعه داشتند. افزون بر این، گروه کارآفرین، از لحاظ روابط درون فردی نسبت به سه گروه دیگر، دارای میانگین بالاتری بوده و اختلاف میانگین آن‌ها با یکدیگر معنی‌دار است. همچنین، میانگین مؤلفه‌های روابط بین‌فردی، سازگاری و خلق عمومی در بین دو گروه کارآفرین و مستعد کارآفرینی تفاوت معنی‌داری با یکدیگر نداشت.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.10.2.8]
[DOI: 10.29252/jea.5.10.1]

جدول ۲- مقایسه‌ی میانگین وضعیت کارآفرینی و مؤلفه‌های آن در بین پاسخگویان

Table 2. Comparison of means of entrepreneurial status and its components among respondents

متغیرها	میانگین (انحراف معیار) گروه‌ها				F	P
	فاقد کارآفرینی	بالقوه کارآفرین	مستعد کارآفرینی	کارآفرین		
عملکرد آموزشی	۴/۳۲(۳/۵۸)^{d}	۷/۳۹(۲/۷۵)^{b}	۸/۰۸(۲/۱۲)^{b}	۹/۲۲(۱/۶۰)^{a}	۲۹/۹۷	۰/۰۰۱
هدفمندی در ایجاد کسب و کار	۵/۱۱(۳/۳۷)^{d}	۶/۹۰(۳/۳۳)^{c}	۸/۴۸(۲/۷۵)^{b}	۹/۸۴(۰/۵۴)^{a}	۲۶/۰۲	۰/۰۰۱
پشتکار	۴/۴۲(۳/۱۲)^{d}	۶/۷۱(۴/۱۴)^{c}	۸/۲۳(۳/۵۷)^{b}	۱۰/۰۰(۰/۱۰)^{a}	۳۸/۰۴	۰/۰۰۱
مهارت در سازماندهی فعالیت‌های شغلی	۴/۸۴(۱/۵۱)^{d}	۶/۳۷(۲/۴۶)^{c}	۸/۲۸(۲/۵۰)^{b}	۹/۴۵(۱/۳۹)^{a}	۴۶/۰۷	۰/۰۰۱
آینده‌نگری	۳/۸۹(۲/۱۲)^{d}	۵/۱۲(۴/۰۶)^{c}	۷/۹۲(۳/۵۴)^{b}	۱۰/۰۰(۰/۱۰)^{a}	۵۵/۹۱	۰/۰۰۱
جدیت در کسب نتیجه	۳/۷۲(۲/۲۶)^{d}	۳/۴۰(۲/۷۵)^{c}	۸/۴۲(۳/۶۶)^{b}	۱۰/۰۰(۰/۱۰)^{a}	۸۳/۵۵	۰/۰۰۱
توفیق‌طلبی	۴/۵۸(۴/۱۰)^{c}	۷/۶۷(۳/۲۲)^{b}	۹/۲۲(۲/۰۷)^{a}	۹/۸۰ (۰/۶۰)^{a}	۳۴/۷۰	۰/۰۰۱
نگرش نسبت به ناکامی	۴/۶۳(۳/۲۹)^{d}	۶/۱۲(۳/۶۱)^{c}	۷/۵۷(۳/۵۰)^{b}	۹/۷۶ (۰/۶۵)^{a}	۲۳/۴۶	۰/۰۰۱
کنترل درونی	۲/۰۵(۱/۴۳)^{d}	۴/۶۳(۳/۹۵)^{c}	۷/۴۰(۳/۸۵)^{b}	۱۰/۰۰(۰/۶۰)^{a}	۵۴/۶۰	۰/۰۰۱
میزان کارآفرینی*	۳۴/۲۱(۷/۷۰)^{d}	۵۴/۳۱(۷/۵۲) ^{c}	۷۳/۶۰(۵/۶۷) ^{b}	۸۸/۰۷(۱/۸۷) ^{a}	۷۸۶/۰۴۳	۰/۰۰۱

*: دامنه‌ی میانگین کارآفرینی از ۰ تا ۹۰ می‌باشد و حروف انگلیسی مشترک نشان‌دهنده عدم وجود تفاوت معنی‌دار بین گروه‌ها می‌باشد.

جدول ۳- مقایسه‌ی میانگین مؤلفه‌های هوش هیجانی

Table 3. Comparison of means of emotional intelligence components

متغیرها	میانگین (انحراف معیار) گروه‌ها				F	P
	کارآفرین	مستعد کارآفرینی	بالقوه کارآفرین	فاقد کارآفرینی		
الف) مقیاس روابط درون‌فردی	۳/۵۵(۰/۵۳)^{a}	۳/۳۸(۰/۴۴)^{b}	۳/۲۱(۰/۴۸)^{c}	۳/۰۶(۰/۵۰)^{c}	۱۰/۴۰۲	۰/۰۰۱
۱) خودآگاهی	۲/۵۴(۱/۱۴)	۲/۵۰(۱/۱۳)	۲/۴۴(۱/۱۱)	۲/۵۲(۱/۳۴)	۲/۰۳۰	۰/۱۰۹
۲) ابراز وجود	۴/۲۷(۰/۶۸)	۴/۱۱(۰/۷۵)	۴/۰۵(۰/۷۴)	۳/۹۲(۰/۹۵)	۱/۷۳۰	۰/۱۶۰
۳) عزت‌نفس	۳/۹۴(۰/۷۴)^{a}	۴/۳۷(۰/۴۸)^{a}	۴/۲۴(۰/۶۰)^{b}	۳/۷۸(۰/۷۰)^{c}	۳۹/۲۳۴	۰/۰۰۱
۴) خودشکوفایی	۳/۷۴(۰/۹۸)^{a}	۳/۴۹(۰/۹۹)^{ab}	۳/۲۹(۰/۹۵)^{b}	۳/۱۷(۰/۷۶)^{b}	۳/۹۰۸	۰/۰۰۹
۵) استقلال	۲/۴۷(۱/۲۱)	۲/۵۴(۰/۹۶)	۲/۵۰(۰/۹۹)	۲/۵۹(۰/۷۵)	۰/۱۴۶	۰/۹۳۲
ب) مقیاس روابط بین‌فردی	۳/۵۹(۰/۵۴)^{a}	۳/۵۲(۰/۴۵)^{a}	۳/۳۸(۰/۵۰)^{b}	۳/۰۱(۰/۵۶)^{c}	۱۲/۴۱۶	۰/۰۰۱
۶) همدلی	۳/۰۳(۰/۶۷)	۲/۸۵(۰/۷۶)	۲/۹۵(۰/۷۶)	۲/۷۹(۰/۶۵)	۱/۲۱۷	۰/۳۰۳
۷) روابط بین‌فردی	۳/۹۵(۰/۷۸)^{a}	۳/۹۷(۰/۶۹)^{a}	۳/۶۷(۰/۷۱)^{b}	۳/۱۵(۰/۸۵)^{c}	۱۳/۸۲۵	۰/۰۰۱
۸) مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۳/۸۰(۰/۷۱)^{a}	۳/۷۵(۰/۶۴)^{a}	۳/۵۱(۰/۶۹)^{b}	۳/۰۳(۰/۶۷)^{c}	۱۲/۷۶۶	۰/۰۰۱
ج) مقیاس سازگاری	۳/۸۵(۰/۵۱)^{ac}	۳/۹۰(۰/۴۸)^{ab}	۳/۷۸(۰/۴۸)^{c}	۳/۴۶(۰/۴۲)^{d}	۸/۱۶۰	۰/۰۰۱
۹) حل مسأله	۳/۶۲(۰/۸۴)	۳/۶۷(۰/۹۳)	۳/۷۷(۰/۸۴)	۳/۳۴(۰/۸۱)	۲/۵۹۱	۰/۰۵۳
۱۰) واقعیت‌گرایی	۴/۲۷(۰/۴۹)^{a}	۴/۱۹(۰/۵۳)^{a}	۳/۸۱(۰/۵۳)^{b}	۳/۱۱(۰/۶۹)^{c}	۴۶/۴۴۵	۰/۰۰۱
۱۱) انعطاف‌پذیری	۳/۶۸(۰/۹۲)	۳/۸۳(۰/۷۷)	۳/۷۵(۰/۷۸)	۳/۹۲(۰/۶۵)	۰/۹۱۴	۰/۴۳۴
د) مقیاس مدیریت فشار روانی	۳/۷۱(۰/۴۶)	۳/۷۱(۰/۶۰)	۳/۶۶(۰/۵۱)	۳/۵۳(۰/۴۹)	۱/۱۴۵	۰/۳۳۱
۱۲) تحمل فشار روانی	۳/۷۲(۰/۶۵)	۳/۶۳(۰/۷۰)	۳/۵۲(۰/۶۹)	۳/۳۶(۰/۶۸)	۲/۴۹۲	۰/۰۶۰
۱۳) کنترل تکانش	۳/۶۹(۰/۵۵)	۳/۷۹(۰/۷۰)	۳/۸۰(۰/۵۶)	۳/۷۰(۰/۴۸)	۰/۶۱۲	۰/۶۰۸
ه) مقیاس خلق عمومی	۳/۹۲(۰/۴۵)^{a}	۳/۸۲(۰/۵۷)^{a}	۳/۶۳(۰/۵۰)^{b}	۳/۳۹(۰/۵۸)^{c}	۱۰/۰۳۷	۰/۰۰۱
۱۴) خوش بینی	۳/۸۰(۰/۸۱)^{a}	۳/۷۰(۰/۷۸)^{a}	۳/۵۱(۰/۷۱)^{b}	۳/۲۴(۰/۶۹)^{c}	۵/۳۸۰	۰/۰۰۱
۱۵) شادمانی	۴/۰۴(۰/۴۳)^{a}	۳/۹۳(۰/۶۲)^{a}	۳/۷۵(۰/۶۲)^{b}	۳/۵۳(۰/۸۵)^{b}	۶/۷۴۷	۰/۰۰۱
هوش هیجانی	۳/۷۲(۰/۳۱)^{a}	۳/۶۶(۰/۳۲)^{a}	۳/۵۳(۰/۳۵)^{b}	۳/۲۹(۰/۳۲)^{c}	۱۶/۰۴۳	۰/۰۰۱

حروف انگلیسی مشترک نشان‌دهنده عدم وجود تفاوت معنی‌دار بین گروه‌ها می‌باشد.

در نهایت، به‌منظور پیش‌بینی تأثیر مؤلفه‌های هوش هیجانی بر میزان کارآفرینی از تحلیل رگرسیون چندگانه به روش همزمان استفاده شد. نتایج این آزمون نشان داد که تحلیل رگرسیونی معنی‌دار می‌باشد (F=۱۷/۲۹۴ و P =۰/۰۰۰) و مقادیر تلرانس و عامل تورم واریانس (VIF) نیز بیانگر عدم وجود همخطی چندگانه بین متغیرهای مستقل می‌باشد. همچنین، براساس مقدار آماره t برای متغیرهای مستقل و سطح معنی‌داری آن‌ها، چهار مؤلفه روابط درون‌فردی، روابط بین‌فردی، سازگاری و خلق عمومی بر میزان کارآفرینی روستاییان تأثیرگذار می‌باشد. این متغیرها توانایی تبیین ۱۸/۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته کارآفرینی را دارا می‌باشد ($\overline{R^2}$=۰/۱۸۴). در این میان، سهم و نقش مؤلفه‌ی روابط بین‌فردی در پیش‌بینی میزان کارآفرینی پاسخگویان بیشتر از سایر مؤلفه‌ها بوده است (β=۰/۲۱۹). به عبارت دیگر، یک واحد تغییر در انحراف معیار روابط بین فردی روستاییان، کارآفرینی آنان را به‌میزان ۰/۲۱۹ تغییر خواهد داد. هرچند بر مبنای ماتریس ضرایب همبستگی بین برخی متغیرهای مستقل ۵ گانه همبستگی وجود داشت، لکن بر مبنای ضریب تالرنس تمامی این متغیرها، حائز شرایط ورود به تحلیل رگرسیون بودند. در مجموع، مقادیر مثبت بتا نشان می‌دهد که با افزایش میزان متغیرهای روابط درون‌فردی، روابط بین‌فردی، سازگاری و خلق عمومی، احتمال کارآفرینی روستاییان افزایش خواهد یافت (جدول ۴). این یافته با نتایج مطالعات کراس و تراواگلیون (۱۰)، ری و وایت (۳۴)، زامپتاکیس و همکاران (۴۴)، نقابی و بهادری (۲۸)، نجفی و همکاران (۲۶) و ایبایشوا و آبگ (۲۱) همسو می‌باشد که هوش هیجانی پیش‌بینی کننده رفتار و گرایش کارآفرینانه بوده و نقش مؤثری در بروز این رفتار داشته است. همچنین، روستاییان برخوردار از سطوح بالای هوش هیجانی، در گروه کارآفرین و مستعد کارآفرینی قرار گرفتند. این یافته با نتایج

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.10.2.8]
[DOI: 10.29252/jea.5.10.1]

مطالعات نقابی و بهادری (۲۸)، کراس و تراواگلیون (۱۰)، ایبایشوا و آبگ (۲۱)، نجفی و همکاران (۲۶)، ری و وایت (۳۴)، و زامپتاکیس و همکاران (۴۴) همسو می‌باشد. در این مطالعات نیز عنوان شده است که هوش هیجانی پیش‌بینی‌کننده رفتار و گرایش کارآفرینانه بوده و نقش مؤثری در بروز این رفتار داشته است.

جدول ۴- نتایج تحلیل رگرسیونی مربوط به متغیرهای پیش‌بین میزان کارآفرینی روستاییان

Table 4. Results of regression analysis regarding determinants of rural entrepreneurship

متغیرهای پیش‌بین	B	خطای استاندارد	β	T	P	تلرانس	VIF
عدد ثابت	-۵/۳۸۵	۸/۶۰۲	-	-۰/۶۲۳	۰/۵۳۴	-	-
روابط درون فردی	۵/۹۵۱	۲/۰۳۵	۰/۱۶۸	۲/۹۲۴	۰/۰۰۴	۰/۶۸۴	۱/۴۶۲
روابط بین فردی	۷/۳۳۶	۱/۸۳۲	۰/۲۱۹	۴/۰۰۵	۰/۰۰۱	۰/۷۵۶	۱/۳۲۳
سازگاری	۳/۹۳۷	۱/۸۷۶	۰/۱۱۲	۲/۰۹۸	۰/۰۳۷	۰/۷۹۶	۱/۲۵۶
مدیریت فشار روانی	-۱/۵۰۵	۱/۶۸۷	-۰/۰۴۶	-۰/۸۹۲	۰/۳۷۳	۰/۸۴۷	۱/۱۸۰
خلق عمومی	۳/۸۶۱	۱/۸۶۸	۰/۱۲۱	۲/۰۶۷	۰/۰۳۹	۰/۶۶۱	۱/۵۱۲
		$\overline{R^2}$=۰/۱۸۴		R^2 =۰/۱۹۵	R=۰/۴۴۲	P=۰/۰۰۱	F=۱۷/۲۹۴

- متغیر وابسته: میزان کارآفرینی روستاییان

در میان مؤلفه‌های هوش هیجانی، روابط بین فردی (با زیر مقیاس‌های همدلی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و روابط بین افراد) دارای بیشترین اثر بر میزان کارآفرینی پاسخگویان بوده است. این یافته با پژوهش‌های کراس و تراواگلیون (۱۰)، زامپتاکیس (۴۴)، قربانی و همکاران (۱۶) و نجفی و همکاران (۲۶) مطابقت دارد. آنها در پژوهش خود از همدلی یا تشخیص هیجانات دیگران به‌عنوان یک عامل مؤثر بر ارتباطات و جلب همکاری دیگران جهت مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینی یاد کرد. بادسار و همکاران (۴) نیز از تأثیر متغیر مهارت بین فردی بر شایستگی‌های کارآفرینانه یاد نموده است. در همین راستا، گلمن (۱۸) بیان داشته است که افراد برخوردار از هوش هیجانی رشدیافته، قادر خواهند بود که بهتر ارتباط برقرار کنند و در کارهای گروهی نیز همراهان خوبی خواهند بود. بار-آن (۶) نیز افراد با هوش هیجانی بالا را دارای مهارت‌های اجتماعی بالاتری می‌داند که مثبت‌نگر و مبتکر هستند، امکان دسترسی به شبکه‌های حمایت اجتماعی بیشتری داشته و از توانایی سازگاری بیشتری با تغییرات برخوردارند.

افزون بر این، بخشی دیگر از یافته‌ها نشان داد که روابط درون‌فردی (مشتمل بر خودآگاهی هیجانی، ابراز وجود، عزت‌نفس، خودشکوفایی و استقلال) به‌عنوان یکی از پیش‌بینی کننده‌های کارآفرینی مطرح است. زامپتاکیس و همکاران (۴۴)، کراس و تراواگلیون (۱۰)، نجفی و همکاران (۲۶) نیز بیان داشتند که رابطه بین خودآگاهی و کارآفرینی مستقیم و معنی‌دار بوده است. مؤلفه‌ی سازگاری (شامل حل مسأله، واقع‌گرایی و انعطاف‌پذیری) نیز رابطه مثبت و معنی‌داری با کارآفرینی داشته و یکی از متغیرهای پیش‌بین کارآفرینی نمونه‌های مورد پژوهش بوده است. این یافته‌ی پژوهش با یافته‌های بادسار و همکاران (۴) مطابقت دارد. به راستی، افراد برخوردار از هوش هیجانی بالا، واقع‌بین بوده و قدرت سازگاری با شرایط و موقعیت‌های جدید را به‌خوبی دارند. همچنین، این افراد توانایی زیادی در حل مسأله دارند و می‌توانند در موقعیت‌های مختلف، مسائل و مشکلات پیش روی خود را به‌خوبی مدیریت و برطرف نمایند. در نتیجه، تقویت هوش هیجانی می‌تواند منجر به بهبود شایستگی‌های کارآفرینانه به‌ویژه عمل‌گرایی و ریسک‌پذیری شود (۴). تأثیرگذاری مؤلفه خلق و خوی عمومی بر میزان کارآفرینی روستاییان مثبت و معنی‌دار بوده است. آمابیل و همکاران (۱) نیز در پژوهش خود عنوان کردند که ویژگی‌های مثبت حالت‌های هیجانی از جمله خوش‌بینی و مثبت‌اندیشی، منجر به خلاقیت بیشتر، پیشگامی در امور و افزایش احتمال بروز رفتارهای کارآفرینانه می‌شود. نظریه‌پردازان هوش هیجانی نیز بر این باورند که افراد دارای هوش هیجانی بالاتر، قدرت بیشتری برای مقابله با موقعیت‌های مخاطره‌آمیز دارند (۳۷). به‌عبارت دیگر، کارآفرینان برخوردار از ویژگی‌های خوش‌بینی، شادمانی و شادکامی (و به‌طور کلی خلق و خوی عمومی پسندیده) قادر خواهند بود در مسیر و فضای کسب و کار آرامش خود را حفظ نموده، و با اجتناب از تفکرات منفی به عملکرد بهتری دست یابند.

بدون تردید تضمین و تداوم حیات و بقای روستا نیازمند یافتن راهکارها و روش‌های جدید مقابله با مشکلات می‌باشد. یکی از این راهکارها تقویت کارآفرینی است که به نوآوری، خلاقیت، تولید محصولات، فرآیندها و روش‌ها و بازارهای جدید بستگی زیادی دارد. یکی از ویژگی‌های اصلی کارآفرینان برخورداری از شایستگی‌ها و قابلیت‌هایی است که ضمن بهبود و ارتقای کارآمدی، قادر به شناسایی و بهره‌گیری بهتر از فرصت‌های موجود و سازگاری بیشتر با محیط پیرامونشان می‌گردند. اولین گام در این مسیر، شناخت خود، احساسات، عواطف و هیجانات خویش است. تا زمانی که افراد از خویشتن خویش آگاهی کامل نداشته باشند نمی‌توانند با مسائل به‌صورت درست و منطقی و با تمرکز کامل روبرو شوند. در چنین شرایطی، احتمال اتخاذ تصمیمات نادرست افزایش می‌یابد. انگیزه‌هایی که یک فرد را به‌سوی رفتار کارآفرینانه سوق می‌دهد، بیشتر هیجانی است. از این رو، چنانچه فرد از نظر هیجانی به مرحله پختگی نرسیده باشد، احتمال شکست و ناامیدی وی در مواجهه با چالش‌ها بیشتر است. در مقابل، احتمال نیل به کارآفرینی با ارتقاء هوش هیجانی افزایش می‌یابد. شاید بتوان گفت از مهم‌ترین تأثیرات هوش هیجانی بر کارآفرینی، امکان ایجاد ارتباط مؤثر و گسترده بین افراد، مسئولیت‌پذیری اجتماعی آنان و توانایی حل مسأله می‌باشد که این ویژگی‌ها آن‌ها را از دیگران متمایز می‌سازد.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.10.2.8]
[DOI: 10.29252/jea.5.10.1]

مطالعه حاضر به بررسی رابطه هوش هیجانی و میزان کارآفرینی روستاییان بخش گله‌دار پرداخته است. یافته‌های پژوهش نشان داد که همه مؤلفه‌های اصلی هوش هیجانی (به استثنای مدیریت فشار روانی) پیش‌بینی‌کننده میزان کارآفرینی در بین روستاییان بوده و رابطه‌ی معنی‌داری بین هوش هیجانی و کارآفرینی وجود دارد. همچنین، روستاییان برخوردار از سطوح بالای هوش هیجانی، در گروه کارآفرین و مستعد کارآفرینی قرار گرفتند. با این وجود، می‌توان عنوان کرد که افرادی که تمایل و گرایش بیشتری نسبت به کارآفرینی دارند، از هوش هیجانی بالاتری نیز برخوردار بوده و به‌طور موفقیت‌آمیزی توانایی درک و شناخت هیجانات دیگران و سپس تنظیم، کنترل و ارزیابی آن هیجانات را در عمل دارند.

نتایج پژوهش همچنین روشن ساخت که در میان مؤلفه‌های هوش هیجانی، روابط بین‌فردی دارای بیشترین اثر بر میزان کارآفرینی روستاییان بوده است. از این رو، می‌توان گفت کارآفرینان، توانایی شناسایی و درک احساسات و هیجانات افراد دیگر را دارند، از روحیه کار تیمی و گروهی بالایی برخوردارند و می‌توانند با دیگران برای پیشبرد اهداف خود به شکل اثربخشی تعامل داشته باشند و کار کنند. افزون بر این، بر مبنای تعیین‌کننده‌بودن روابط درون فردی برای بروز کارآفرینی روستایی، می‌توان عنوان کرد که کارآفرینان در کسب و کار خود با تعارضات هیجانی متعدد (از قبیل اشتیاق، استرس و اضطراب) و مسائل و شرایط مختلفی مواجه هستند و در صورتی که از روابط درون‌فردی نیرومندی برخوردار نباشند و نتوانند بین تضادهای احساسی تعادل برقرار سازند، در دستیابی به هدف توفیق چندانی نخواهند داشت چراکه هیجانات منفی بر ارزشیابی فرصت‌ها و نیز استفاده از موقعیت‌ها به‌صورت منفی تأثیر می‌گذارند. با این وجود، افراد دارای اعتماد و عزت نفس بالا و توانمند در ادراک و دریافت احساسات برای ارزیابی خود، به خلاقیت و نوآوری تمایل زیادی داشته و با قبول مخاطرات و چالش‌ها، مسئولیت‌ها را با روی باز می‌پذیرند.

مؤلفه سازگاری نیز یکی از متغیرهای تعیین‌کننده کارآفرینی روستاییان بوده است. به هر حال، جامعه امروزین به نیروی انسانی نیاز دارد که علاوه بر داشتن مهارت و تخصص لازم، با دارا بودن روحیه‌ای انعطاف‌پذیر و واقع‌گرا، در شناسایی فرصت‌های سودآور ناشناخته در جامعه سهیم باشند. به‌عبارت دیگر، کارآفرینان برخوردار از ویژگی‌های خوش‌بینی، شادمانی و شادکامی (و به‌طور کلی خلق و خوی عمومی پسندیده) قادر خواهند بود در مسیر و فضای کسب و کار آرامش خود را حفظ نموده، و با اجتناب از تفکرات منفی به عملکرد بهتری دست یابند.

در نهایت، در این پژوهش تأثیر پنج متغیر مستقل روانشناختی "روابط درون‌فردی، روابط بین‌فردی، سازگاری، مدیریت فشار روانی و خلق عمومی" بر متغیر وابسته کارآفرینی بررسی گردید. بدیهی است تدوین چارچوب نظری با متغیرهایی جامع‌تر از صرف متغیرهای روانشناختی در ارتقاء ضریب تبیین مدل تأثیر به‌سزایی خواهد داشت.

منابع

1. Amabile, T., S. Barsade, J. Mueller and B. Staw. 2005. Affect and creativity at work. Administrative Science Quarterly, 5(50): 367- 403.
2. Ataei ZanjaniNezhad, H., M.R. Marjani and A. Najafi. 2015. A study on relationship between emotional intelligence and entrepreneurship of trainees in vocational and technical organization. Management Science Letters, 5: 501-506.
3. Awad, M.S. and H. Kada Ali. 2012. Emotional intelligence and entrepreneurial orientation: The moderating role of organizational climate and employees' creativity. Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship, 146: 115-136.
4. Badsar, M., R. Rezaei and N. Salahi Moghadam. 2014. The Effect of emotional intelligence on students' entrepreneurship competencies in agricultural majors (Case Study: University of Zanjan). Journal of Entrepreneurship Development, 7(3): 407-425.
5. Bar-On, R. 2004. Bar-On emotional quotient inventory: A measure of emotional intelligence technical manual. North Tonawanda, New York: Multi-Health Systems.
6. Bar-On, R. 2006. The Bar-On model of emotional-social intelligence (ESI). Psicothema, 18(l): 13- 25.
7. Baron, R.A. 2008. The role of affect in the entrepreneurial process. Academy of Management Review (AMR), 33: 328-340.
8. Bartlett, J.E., J.W. Kotrlik and C.C. Higgins. 2001. Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research. Information Technology, Learning, and Performance Journal, 19(1): 43-50.
9. Chin, S.T.S., K. Raman, J.A. Yeow and U.C. Eze. 2014. The contributing roles of emotional intelligence and spiritual intelligence in entrepreneurial innovation and creativity. World Journal of Management, 5(2): 66- 77.
10. Cross, B. and A. Travaglione. 2003. The untold story: Is the entrepreneur of the 21st century defined by emotional intelligence? The International Journal of Organizational Analysis, 11(3): 221-228.
11. Droudi, H. 2014. An investigation on the relation between personal characteristics and emotional intelligence among small business entrepreneurs in the Zanjan province, Iran. Research Journal of Recent Sciences, 3(7): 103-107.
12. Farahani, H., Z. Rasouli Nia and Z. Asdqy Sraskanrvd. 2014. The Factors of effective on growth of entrepreneurship in rural areas Case: Jaber Ansar District Abdanan. Journal of Space Economy & Rural Development, 3(9): 1-16.
13. Faraji Sabokbar1, H., S.A. Badri1, H. Sojasi Qidari, T. Sadeghloo and A. Shahdadi Khaje Asgar. 2011. Entrepreneurship Development Ranking (Gradation) in Rural Area by Using of PROMETEE Technique. Human Geography Research, 75: 53-68
14. Fars Province Governorate Portal. 2015. Fars Province statistics. Retrieved from www.fars.ir.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.10.2.8]
[DOI: 10.29252/jea.5.10.1]

15. Fars Province Statistics. 2013. Shiraz statistics. Fars Province Governorate Department of Planning and Employment publications.
16. Ghorbani, M., S. Johari and A. Abassi Moghadam. 2012. Analysis of the relationship between emotional intelligence and entrepreneurship. Middle East Journal of Scientific Research, 11(5): 679-689.
17. Goleman, D. 1995. Emotional Intelligence. Bantam Books.
18. Goleman, D. 1998. Working with Emotional Intelligence. Bantam Books.
19. Hadizadeh Moghadam, A., H. Raminmenhr and S.S. Hosseini. 2009. Relationship between emotional intelligence and entrepreneurial orientation among the employees of oil company–affiliated organizations. Journal of Entrepreneurship Development, 1(4): 139-162.
20. Hamidianpour, F., M. Esmaeilpour, M. Saadat Alizadeh and A. Dorgoee. 2015. The influence of emotional intelligence and organizational climate on creativity and entrepreneurial orientation of small to medium-sized enterprises. European Online Journal of Natural and Social Sciences, Special Issue on New Dimensions in Economics, Accounting and Management, 4(1): 20-30.
21. Ibaishwa, R.L. and T. Abege. 2014. Personality traits and emotional intelligence and as predictors of entrepreneurial behaviour among students of Benue state university. International Journal of Education and Research, 2(7): 587-598.
22. Kalpana, P.N. 2011. Role of rural entrepreneurship in rural development. International Referred Research Journal, 2(26): 11-14.
23. Karimi, A. and M.H. Mobaraki. 2012. The significance of emotional intelligence on entrepreneurial behavior of instructors (case study: Iran technical and vocational training organization (TVTO)'s instructors). International Journal of Business and Social Research (IJBSR), 2(5): 20-34.
24. Krueger, N.F. 2007. What lies beneath? The experiential essence of entrepreneurial thinking. Entrepreneurship: Theory and Practice, 31(1):123-138.
25. Mair, J. 2005. Entrepreneurial Behavior in a Large Traditional Firm: Exploring Key Drivers. In: Elfring, T. (Ed.), Series on International Studies in Entrepreneurship Research: Corperate Entrepreneurship and Venturing, Springer, New York pp: 49-72.
26. Najafi, M., Z. Naderi Ghahfarokhi, Z. Shafiei and A. Naghi Raedi. 2014. Investigating the relationship between emotional intelligence and entrepreneurship competencies of third year high school students in the city of Langarod. Journal of Education and Practice, 5(14): 24-30.
27. Nakhaei, A., F. Hadavi, M. Talebpour, A. Farahani and E. Abbasnejad. 2013. The relationship between emotional intelligence and its dimensions with organizational entrepreneurship. Advances in Environmental Biology, 7(8): 1356-1365.
28. Neqabi S. and M. Bahadori. 2012. Relationship between emotional intelligence and entrepreneurial behavior. Journal of Military Medicine, 14(2): 123-128.
29. Ngah R. and Z. Salleh. 2015. Emotional intelligence and entrepreneurs' innovativeness towards entrepreneurial success: A preliminary study. American Journal of Economics, 5(2): 285-290.
30. Petrides, K.V., P.A. Vernon, J.A. Schermer, L. Ligthart, D.I. Boomsma and L. Veselka. 2010. Relationships between trait emotional intelligence and the Big Five in the Netherlands. Personality and Individual Differences, 48: 906-910.
31. Piperopoulos, P. 2010. Tacit knowledge and emotional intelligence: The 'intangible' values of SMEs. Strategic Change, 19: 125-139.
32. Pradhan, R.K. and P. Nath. 2012. Perception of entrepreneurial orientation and emotional intelligence: A study on India's future techno-managers. Global Business Review, 13(1): 89-108.
33. Rezvani, M.R. and M. Najarzadeh. 2009. Study and analysis of villagers' background knowledge on entrepreneurship in the process of rural development case study: South Baraan Distrcit (Isfahan County). Journal of Entrepreneurship Development, 1(2): 161-182.
34. Rhee, K.S. and R.J. White. 2007. The emotional intelligence of entrepreneurs. Journal of Small Business and Entrepreneurship, 20(4): 409-425.
35. Salari, A., M. Zamahani and R. Rasouli. 2014. Study the relationship between emotional intelligence of the managers and their entrepreneurial personality in air-handling units and industrial diffusers manufacturers with using artificial neural network. International Journal of Scientific & Technology Research, 3(2): 158-164.
36. Salovey, P. and J.D. Mayer. 1989. Emotional intelligence. Imagination, Cognition and Personality, 9(3): 185-211.
37. Salovey, P., L.R. Stroud, A. Woolery and E.S. Epel. 2002. Perceived emotional intelligence, stress, reactivity, and symptom reports: Further exploration using trait Meta Mood Scale. Psychology and Health, 17: 611-627.
38. Scarborough, N.M. and T.W. Zimmerer. 1990. Effective small business management. Columbus: Merrill.
39. Suliman, A. and F. Al-Shaikh. 2007. Emotional intelligence at work: links to conflict and innovation. Jordan Employee Relations, 29(2): 208-20.
40. Venkataraman, S. 1997. The distinctive domain of entrepreneurship research. Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth, 3: 119-138.
41. Yadollahi Farsi, J., Gh. Hosseininia and M. Asadollahi Shad. 2014. The survey of effective criteria on evaluating entrepreneurial opportunities in the organic food industry. Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 1(1): 15-24.
42. Yadollahi Farsi, J., M. Mohammadi Saleh and A. Aghajani Afrouzi. 2015. Investigation of the selected financing strategy of individual entrepreneurs in Mazandaran Province (Agriculture Sector). Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 2(4): 29-37.
43. Yaghoubi, N.M. and M. Naroei. 2011. Affecting factors on entrepreneurial orientation in the industry. Chinese Business Review, 10(10): 889-894.
44. Zampetakis, L.A., K. Kafetsios, N. Bouranta, T. Dewettand and V.S. Moustakis. 2009. On the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial attitudes and intentions. International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, 15: 595-618.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.10.2.8]
[DOI: 10.29252/jea.5.10.1]

An Analysis of the Influence of Emotional Intelligence Components on Rural Entrepreneurial Opportunities: The Case of Fars Province

Morteza Noori[1] and Maryam Sharifzadeh[2]

1- PhD Student, Department of Rural Development Management, Yasouj University
2- Associate Professor, Department of Rural Development Management, Yasouj University,
(Corresponding author: m.sharifzadeh@yu.ac.ir)
Received: January 26, 2019 Accepted: May 5, 2019

Abstract

Entrepreneurship as the capacity of exploring and exploitation of profitable opportunities is the center of gravity of the work and development in the present era. This study sought to answer the question of why, when, and how some people recognize and exploit opportunities, while others do not have this ability. Accordingly, this survey study was conducted to study the effects of emotional intelligence on rural entrepreneurship. For this purpose, two standardized questionnaires (Bar-on's Emotional Quotient Inventory (EQ-i) and Scarborough and Zimmerer's Entrepreneurship Questionnaire) were used to collect data from 362 rural residents of Gallehdar district, Fars province. After confirming the validity of research tool by experts, to assess its reliability the pilot study was conducted and Cronbach's alpha coefficient was estimated from 0.76 to 0.91. The results showed that there was a significant positive correlation between emotional intelligence and entrepreneurship among participants. So, people who were better and more able to identify, control and appropriately manage self and others' emotions were more likely shown entrepreneurial tendency in comparison to others. Also, regression analysis revealed that the components of intrapersonal relationships, interpersonal relationships, adaptability and the general mood were able to predict 18.4% of the variance of the rural entrepreneurship.

Keywords: Emotional Intelligence, Intrapersonal Relationships, General Mood, Rural Entrepreneurship

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.10.2.8]

[DOI: 10.29252/jea.5.10.1]