دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی

"مقاله پژوهشی"

بررسی اثر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و هوش عاطفی بر روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری

محمدتقی خورند[1] و علی ثقه‌الاسلامی[2]

۱- استادیار دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، (نویسنده مسوول: mtkhorand@yahoo.com)
۲- دانشیار دانشگاه بیرجند

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۲۶
صفحه: ۱۲۶ تا ۱۳۵

چکیده مبسوط

مقدمه و هدف: امروزه اهمیت کارآفرینی و نقش کلیدی آن بر کسی پوشیده نیست. هدف از تحقیق، بررسی تاثیرگذاری مسئولیت‌پذیری اجتماعی و هوش عاطفی بر روحیه کارآفرینی دانشجویان بود.

مواد و روش‌ها: این پژوهش، توصیفی تحلیلی، مدل اجرا، میدانی و از نظر هدف، کاربردی است. جامعه آماری این تحقیق را دانشجویان دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، در نیمسال اول تحصیلی ۱۴۰۰ -۱۳۹۹ را تشکیل می‌دادند که با توجه به حجم جامعه، تعداد نمونه آماری با استفاده از جدول کریسی مورگان، ۸۶ نفر است. ابزار پژوهش، سه پرسشنامه: مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارول (۱۹۹۱)، روحیه کارآفرینی هوشمندان‌مقدم (۱۳۹۰) و هوش عاطفی سیبریا شرینگ (۱۹۹۶)، بوده و برای تحلیل یافته‌ها از رگرسیون ساده و همزمان استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج پژوهش بیانگر این امر بود که چهار مولفه مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مسئولیت‌پذیری اقتصادی، مسئولیت‌پذیری قانونی و مسئولیت‌پذیری اخلاقی، واریانس مسئولیت‌پذیری را تبیین می‌کنند، که به‌ترتیب مولفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اقتصادی بیشترین مقدار واریانس مسئولیت‌پذیری اجتماعی را به خود اختصاص داده بودند و همچنین این ۴ مولفه قادر به پیش‌بینی روحیه کارآفرینی دانشجویان بودند ($p\leq0.01$). هوش عاطفی پیش‌بینی کننده مناسبی برای روحیه کارآفرینی دانشجویان در سطح $p\leq0.01$ می‌باشد و از میان زیر مولفه‌های هوش عاطفی، همدلی، خودکارآمدی، خودآگاهی و مهارت‌های اجتماعی، قابلیت پیش‌بینی روحیه کارآفرینی را داشتند ($p\leq0.01$).

نتیجه‌گیری: نتایج نشان می‌دهد که توجه به متغیرهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و هوش عاطفی می‌تواند به گرایش بیشتر کارآفرینی بیانجامد و تلاش برنامه‌ریزان برای ارتقاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تقویت هوش عاطفی، از ضروریات امر به‌نظر می‌رسد. امروزه اهمیت کارآفرینی در رشد جوامع، آشکار و نقش دانشگاه‌ها و دانشجویان، تاثیرگذار است. لذا پیشنهاد می‌گردد که دستگاه‌ها و سازمان‌های مرتبط بایستی در جهت رشد و توسعه نظام آموزشی کارآفرین محور برنامه‌ریزی و تدوین اهداف نمایند.

واژه‌های کلیدی: دانشگاه، کارآفرینی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مهارت اجتماعی، هوش هیجانی

مقدمه

بی‌شک منابع انسانی مهمترین بخش توسعه و تحول جوامع بشری در طی دهه‌های اخیر، محسوب می‌شود. رسیدن به قله تعالی و توسعه پایدار جز در سایه ارتقاء منابع انسانی مقدور نخواهد بود. لذا با توجه به نقش تاثیرگذار نیروی انسانی در دستیابی به این امر مهم، به توسعه پایدار سازمانی از منظر منابع انسانی نگریسته شده است (۱۹).

جمینی و همکاران بر این باور بودند که، دستیابی به توسعه و در عین حال توسعه پایدار به عنوان هدف اصلی جوامع، زمانی تحقق می‌یابد که از تمامی عوامل، امکانات و منابع تولیدی به نحوی مطلوب، استفاده گردد. از جمله این عوامل تولید، نیروی انسانی است. جمعیت فعال هر جامعه، نقش بسزایی در فرآیند تولید دارد و به عنوان پدیدآورنده اصلی ثروت و محرک مستقیم اقتصاد، محسوب می‌شود و میزان تولید ملی هر کشور نیز به دانش و آگاهی فنی و ظرفیت فعال تولید جمعیت، بستگی دارد (۱۸). با معرفی شاخص‌های توسعه پایدار توسط سازمان ملل، علاوه بر اهمیت دادن به متغیرهای کمی اقتصادی، به جنبه‌های کیفی زندگی انسان، همچون آموزش و اشتغال، تاکید شده و به عبارتی تقویت توانایی‌ها، مهارت‌ها و قابلیت‌های انسانی، خطر بیکاری را کاهش داده و در نتیجه وضعیت اقتصادی و اجتماعی به سمت توسعه پایدار، حرکت می‌نماید (۳۱).

سیلیک و تاتار، معتقدند بکارگیری مطلوب نیروی انسانی، به فراهم آوردن زمینه‌های اشتغال برای اقشار جامعه، نیاز دارد که برنامه‌ریزان باید به طرق مختلف، به دنبال تدارک زمینه‌های اشتغال برای نیروی انسانی، باشند، زیرا نیروی کار منشاء موفقیت است و اگر از نیروی کار به درستی استفاده نشود، به جای سوددهی، زیان به همراه خواهد داشت؛ تا جایی که اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، برای فرار از بیکاری، با بهره‌گیری نیروی کارآفرین، حیات دوباره یافته و این امر مهم موجب توجه کشورهای مختلف به موضوع کارآفرینی[1] شده است (۴). به اعتقاد ویس، در جوامع امروزی نارضایتی و ناامیدی از فرصت‌های شغلی در شرکت‌ها و صنایع، باعث تشویق افراد بالاخص دانشجویان به خوداشتغالی، گردید. به همین دلیل علاقه‌مندی زیادی در محققان دانشگاه‌های جهان در حوزه مطالعه کارآفرینی، شکل گرفته و نیز رغبت سیاستگزاران برای تقویت کارآفرینی در کشورشان، زیاد شده است (۳۳). روبرت و همکاران بیان داشتند، کارآفرینی یک موضوع جذاب در میان اهالی حوزه کسب و کار و دانش‌پژوهان بوده و ترکیب آن با منابع انسانی در میان محققان و دانشمندان مدیریت، از موضوعات مورد علاقه می‌باشد. بسیاری از دولت‌ها در سراسر جهان اعتقاد دارند که کارآفرینی زیربنای توسعه اقتصادی بوده و لذا بیشتر دولت‌ها به ارائه برنامه‌های توسعه کارآفرینی روی آورده‌اند (۲۹). به‌نظر چانگ و سانگ، با توجه به مشکل بیکاری در کشورها، گسترش روحیه کارآفرینی، اقتصاد را تقویت نموده و باعث افزایش اشتغال هم می‌شود و در عین حال، در زمان رکود اقتصادی، توسعه پایدار اقتصاد ملی را تسهیل می‌کند (۶).

1- Entrepreneurship

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.12.2]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.126]

امروزه کارآفرینی به عنوان محرک رشد و توسعه سازمان‌ها و جوامع شناخته می‌شود. کارآفرینی به عنوان پدیده‌ای نوین، نقش موثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها، ایفا می‌نماید. کارآفرینی در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار، دارای نقش کلیدی است. به عبارت دیگر، در یک اقتصاد پویا، ایده‌ها، محصولات و خدمات همواره در حال تغییر و تحول می‌باشند و در این میان سازمان‌های کارآفرین، الگویی برای مقابله و سازگاری با شرایط جدید را به ارمغان می‌آورند (۳۶).

در دنیای امروز، ایجاد تحرک و پویایی در کسب و کار فقط با وجود سرمایه و نیروی کاری متخصص، میسر نمی‌شود. «کارآفرین» بازیگر جدیدی است که در اقتصاد پیچیده امروز نقش ایجاد پویایی لازم برای فعالیت‌های اقتصادی را ایفاء می‌کند. این بازیگر با ویژگی‌های رفتاری چون خلاقیت، نوآوری، پیشگامی و خطرپذیری از سایر بازیگران عرصه اقتصاد، متمایز می‌شود. به گونه‌ای که کارآفرینی در مفهوم جدید آن، «قبول مسئولیت، دنبال‌کردن فرصت‌ها، برآوردن نیازها و خواسته‌ها از طریق نوآوری»، تعریف می‌شود. کارآفرینی با این تعریف، در ایران سابقه چندانی ندارد و فقط با پایان جنگ هشت ساله، آغاز طرح‌های توسعه و به تبع آن گرایش به کاهش تصدی‌گری دولت و افزایش نقش بخش خصوصی در اجرای طرح‌ها، در دستور کار قرار گرفت که به عنوان یکی دیگر از عوامل نقش‌آفرین در توسعه کشور، در برنامه‌های مدارس و دانشگاه‌ها بدان توجه شد (۳۵).

اواخر دهه پنجاه میلادی، اولین کشوری که در این زمینه خیلی با برنامه و کلاسیک کار کرد و ترویج فرهنگ کارآفرینی و آموزش آن را از سطح دبیرستان شروع کرد، کشور ژاپن بود، که حتی مسئله کارآفرینی به سطح دانشگاه‌ها هم کشیده شد. بین سال‌های ۱۹۷۰ تا ۱۹۹۲ میلادی بیش از ۹۶٪ نوآوری صنعتی که توسط کارآفرینان صورت گرفت، توانست موقعیت ژاپن را در اقتصاد جهانی به یک موقعیت برجسته و برتر تبدیل کند (۱۷). آموزش کارآفرینی سیاستی است که به‌طور مستقیم در کمیت و کیفیت عرضه کارآفرین در یک جامعه اثر می‌گذارد. به همین دلیل در بسیاری از کشورها به‌ویژه کشورهای پیشرفته که تا حد امکان موانع و مشکلاتشان برطرف شده است، دولت‌ها به شکوفا نمودن توان بالقوه مردم پرداخته‌اند. آموزش به تولیدکنندگان کوچک بسیار اهمیت دارد. با اجرای این سیاست همواره می‌توان اهداف گوناگونی از جمله: شناخت فرصت‌ها و چگونگی بهره‌برداری از آنها، آشنایی با تکنولوژی و دانش فنی جدید و چگونگی بکارگیری آنها، روش‌های جدید علمی مدیریتی و بازرگانی را جامه عمل پوشاند. آموزش می‌تواند دوره‌های بلندمدت (مانند آموزش از دوره دبیرستان به بعد) و یا کوتاه‌مدت (مانند سخنرانی‌های ادواری)، باشد (۱۷).

در ایران، به دلیل ساختار اقتصادی در دوره‌های گوناگون، بیکاری به‌عنوان یک معضل مطرح بوده و در سیاستگذاری‌های کلان کشور، اشتغال‌زایی به‌عنوان راهبردی برای دولتمردان و بر مبنای افزایش اشتغال در بخش‌های گوناگون اقتصادی استوار بوده است (۲).

اگر می‌خواهیم بحث کارآفرینی را در کشور جدی بگیریم باید در بین فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها ایجاد رغبت نموده تا به تفکر خلاق بپردازند. تاسیس مراکز آموزش کارآفرینی و کانون‌های آموزش سبک زندگی در شرایط دشواری اقتصادی، برای رفع موانع موجود و کسب مهارت‌های لازم، از جمله فعالیت‌هایی است که باید بدان توجه شود. دولت‌ها نیز اگر مقداری فضای لازم را ایجاد کنند، توانایی‌های بالقوه مردم، شناسایی خواهد شد و می‌توان بسترهای زیربنایی برای آموزش، ایجاد کرد تا حرکت به سوی کارآفرینی سرعت بیشتری به خود بگیرد (۱۷).

موسوی بازرگانی (۲۵)، طی پژوهشی عنوان نمود که، در چند دهه گذشته، دولت‌ها به طوری جدی به تشویق کارآفرینی پرداخته‌اند. بسیاری از کشورها به نقش و اثرات فردی و اجتماعی کارآفرینی پی برده‌اند که اثرات فردی شامل افزایش درآمد و سود، بهبود کیفیت زندگی، خروج از انفعال، آزاد شدن انرژی فکری، بهره‌وری منابع، ارضاء نیاز به پیشرفت و توفیق، علاقه به آزادی و استقلال و تامین شغلی، نقش بسیار زیادی در تکامل شخصیتی و رفتاری فرد و جامعه ایفا می‌نماید که برای توسعه این امور، بسترهای لازم را فراهم آورده‌اند. تاثیرات کارآفرینی در اجتماع عبارت است از: اشتغال‌زایی، انتقال فناوری، ترغیب سرمایه‌گذاری سالم، بهره‌وری منابع، تعامل اقتصادی، نوآوری، تغییر و تحول، تشویق رقابت سالم، رقابتی شدن بازار، عدالت اجتماعی و اقتصادی، تغییر مثبت شیوه تفکر و سبک زندگی، پویایی اقتصادی و فعالیت‌های اجتماعی و ... (۲۵).به اعتقاد هوشمندان مقدم‌فرد و همکاران (۱۵)، روحیه کارآفرینی مجموعه‌ای از خصوصیات روان‌شناختی از جمله: نیاز به استقلال و پیشرفت، نوآوری، ریسک‌پذیری، کنترل درونی و تحمل و ایستادگی است. افراد دارای این خصوصیات، این توانایی را دارند که برای خود کسب و کاری مستقل ایجاد نموده و در واقع تبدیل به یک کارآفرین شوند (۱۵).

عطار (۴)، در پژوهشی دریافت که ایجاد فرهنگ کارآفرینانه سازمانی، تأثیر مثبت و معناداری بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی مدیران داشته و منجر به توسعه کارآفرینی، اشتغال زایی و افزایش توان در دنیای پر از رقابت و در حال تغییر سازمان‌ها، می‌شود (۴). هوارد (۲۶)، در تحقیقی دریافت که میان پرورش ویژگی‌های استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری، انگیزه پیشرفت، کنترل درونی، اعتماد به نفس، جسارت و خلاقیت دانش‌آموزان با توسعه قابلیت‌ها و توانایی کارآفرینی، رابطه مستقیمی وجود دارد. کرد نائیج و همکاران (۲۶)، در تحقیقی پنج ویژگی از جمله: کانون کنترل درونی، انگیزه پیشرفت بیشتر، خلاقیت زیاد، ریسک‌پذیری متعادل و تحمل بالای ابهام را به عنوان ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه، شناسایی کردند (۲۶). توسعه کارآفرینی به عوامل متعددی وابسته است که از آن جمله می‌توان به مسئولیت‌پذیری اجتماعی[1] اشاره نمود. استوارت و سالمون (۱۴)، مسئولیت اجتماعی را این گونه تعریف می‌کنند: سبکی از مدیریت که طبق آن سازمان‌ها فعالیت‌هایی را انجام می‌دهند که اثر مثبتی بر جامعه و رفع نیازهای عمومی داشته باشد (۱۴).استیون و همکاران (۳۲)، معتقدند که طی سالیان اخیر با توجه به رشد تحقیقات در کسب و کارهای خانوادگی، پژوهش‌هایی درحیطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی کسب و کارها نیز، به‌صورت موازی افزایش پیدا کرده و یک موضوع مهم تحقیقاتی در زمینه کسب و کارهای کارآفرینانه محسوب

1- Social Responsibility

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.12.2]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.126]

می‌شود. مسئولیت‌پذیری اجتماعی به‌عنوان یک واکنش و پاسخ به سیر نزولی و کاهش دخالت دولت‌ها در اقتصاد و اجتماع، مورد مطالعه قرار گرفته است (۳۲).

یک سازمان، زمانی به تعهد اجتماعی خود وفادار است که به مسئولیت‌های قانونی و اقتصادی خود عمل کند. به عبارت دیگر، به حداقل مسئولیتی که قانون از او خواسته، عمل می‌کند. اگر سازمانی، به دستیابی هدف اجتماعی ترغیب شود، تنها به‌منظور رسیدن به اهداف اقتصادی، می‌باشد. وقتی که یک سازمان یا شرکت به گونه‌ای رفتار کند که گویی از روی وجدان عمل می‌نماید، بر این باوریم که با احساس مسئولیت اجتماعی عمل می‌کند؛ در واقع بعضی‌ها معتقدند که یک شرکت می‌تواند دارای وجدان باشد. در نهایت مقصود از مسئولیت اجتماعی این است که چون شرکت‌ها تاثیر عمده‌ای بر سیستم اجتماعی دارند، لذا فعالیتشان باید به گونه‌ای باشد که زیانی به جامعه نرسد و در صورت زیان‌دهی، شرکت‌های مربوطه بایستی ملزم به جبران باشند. به عبارت ساده‌تر شرکت‌ها باید به عنوان جزیی مرتبط با نظام بزرگ‌تر که در آن قرار دارند یعنی جامعه عمل کنند، چرا که یک نظام فرعی از کل نظام اجتماعی را تشکیل می‌دهند (۲۷).تمامی کسانی که در سازمان و شرکت‌های مختلف استخدام شده و فعالیت می‌کنند، فارغ از اینکه حیطه مسئولیتشان چیست و در چه حوزه‌ای فعال هستند، باید وظایفشان را به درستی انجام داده و به‌خوبی از عهده مسئولیت‌هایشان بر آیند. در ابتدای فرآیند استخدام، قوانین و اصول کاری در سازمان برای کارمندان به خوبی توضیح داده می‌شود و از آنان خواسته می‌شود که به خوبی به وظایفشان عمل کنند. در این راستا نظارت و ارزیابی کار و فعالیت کارمندان از وظایف مدیران می‌باشد.

در فرآیند مسئولیت‌پذیری چندین نکته مهم وجود دارد که در صورت عدم رعایت، ممکن است مشکلاتی متوجه سازمان و کارمندانش شود. کارمندان یک سازمان، باید از داشتن هرگونه رابطه منفی و توام با بحث و جدل پرهیز کرده و رابطه‌ای مثبت در فضایی سازنده داشته باشند. به عبارت دیگر کارمندان درون یک سازمان بایستی مسئولیت‌پذیر باشند و با وجدان کاری و اولویت قراردادن اهداف، در جهت رشد و پیشرفت سازمان، تلاش کنند و منافع سازمان و محیطی که در آن کار می‌کنند را در نظر گرفته و همچنین قصد ارتقا و بهبود جامعه‌ای را داشته باشند، که به نوعی بیانگر مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌باشد.

علاوه بر تمامی موارد ذکر شده در بالا، فرد باید توجه به منافع سازمان را در اولویت کاری خود قرار دهد و خلاف قانون و مقررات سازمان، کاری انجام ندهد. اگر همه این موارد به درستی رعایت شود و افراد استخدام شده در سازمان‌ها، پایبند و متعهد به رعایت این نکات باشند، می‌توان ارتقا و بهبود کار سازمانی را به خوبی مشاهده نمود و تا حد زیادی می‌توان گفت که موفقیت برای این افراد امکان‌پذیرتر خواهد بود (۱۶).

کارول، نظریه هرم مسئولیت اجتماعی را در سال ۱۹۹۱ ارائه کرد و از آن زمان این هرم به ابزاری بسیار پرکاربرد تبدیل شده است. او مدعی است که مسئولیت اجتماعی سازمان CSR[1] تنها زمانی می‌تواند تبدیل به یک واقعیت شود که رهبران به جای اینکه رفتار غیراخلاقی داشته باشند، اخلاقی عمل کنند. این هرم، سلسله مراتبی از مسئولیت‌ها را نشان می‌دهد که در نهایت مسئولیت اجتماعی را می‌سازد.

مسئولیت اقتصادی، پایین‌ترین سطح هرم را می‌سازد و مربوط به سودآوری کسب وکار است. بخشی از مسئولیت در یک شرکت این است که هزینه‌ها را در پایین‌ترین سطح نگه داشته و سود را به بیشترین حد ممکن برسانید، برای توسعه کسب و کار سرمایه‌گذاری نموده و برای صاحبان و سهامداران شرکت بازگشت سرمایه داشته باشید. اینکه از نظر اقتصادی مسئولیت‌پذیر باشید معنایش این است که می‌توانید در اجتماع شغل‌های پایدار ایجاد کرده و خدمات و محصولات بی‌ضرر برای جامعه تولید کنید. همه افرادی که در یک سازمان کار می‌کنند، از رئیس گرفته تا زیردستان می‌توانند با انجام کارشان به بهترین شکل در این مسئولیت سهیم باشند و خود را با رویکردهای نوآورانه برای حل مسئله تطبیق دهند.

مفهوم مسئولیت قانونی، کاملا روشن است، حداقل الزام یک کسب و کار پیروی از قانون است. در بسیاری از کشورها به این معنی است که در باره محصولات و خدماتی که عرضه می‌کنید، صادق باشید، ایمنی کارمندان و مشتری‌ها را تامین کنید، محیط زیست را تخریب نکنید و مالیات را پرداخت کنید. حداقل این که سازمان‌تان را از پیگرد و جریمه، در امان نگه دارید. چرا که روی سود و اعتبارتان تأثیر منفی می‌گذارد و حتی می‌تواند منجر به تعطیلی کسب و کارتان شود. برای مثال به عنوان یک مدیر می‌توانید با اطمینان از اینکه اعضای تیم‌تان ابزار و لباس مناسب دارند و آموزش‌های لازم را دیده‌اند، نسبت به رعایت قوانین ایمنی اطمینان حاصل کنید. همچنین کارمندان نیز با استفاده از اطلاعات دقیق و مطمئن می‌توانند از شرکت و مشتری‌هایشان مراقبت کنند (۳۰).

مسئولیت اخلاقی، بخش دیگری از هرم هست، که فرد را موظف می‌کند کار درست و منصفانه‌ای را انجام دهد، حتی اگر قانون چنین چیزی را نخواسته باشد. برای انجام این مسئولیت به چشم‌انداز اخلاقی که کارول معرفی می‌کند نیاز دارید. برای مثال شما می‌توانید سازمان‌تان را طوری شکل دهید که مالیات کمی بپردازد یا اصلا نپردازد، اما وظیفه اخلاقی شما این است که از این کار خودداری کنید، حتی اگر قانون به شما این اجازه را بدهد. یا در مقیاسی کوچک‌تر برای اعضای تیم‌تان شرایط کار انعطاف‌پذیری ایجاد کنید که آنها بتوانند همراه با کارشان مسئولیت‌های مراقبتی را نیز لحاظ نمایند. بعضی از مسائل اخلاقی بزرگتر از آن هست که با تغییرات کوچک بتوان درست‌شان کرد. برای مثال شما می‌توانید محصولی ایمن و کارا تولید کنید، با قیمتی مناسب، به فروش برسانید و با افرادتان به خوبی رفتار کنید. مسئولیت اجتماعی انسان‌دوستانه، بالاترین سطحی است که مورد انتظار می‌باشد، که از شما می‌خواهد یک شهروند خوب باشید و برای بهبود جهان اطراف‌تان تلاش کنید. مثالی از این نوع رفتار می‌تواند اعضای تیمی باشد که در هنگام کار در برنامه‌های داوطلبانه شرکت می‌کنند، حاضرند برای ابتکارات جامعه پول خرج کنند، مشاوره‌های حرفه‌ای رایگان بدهند و یا مانند شرکت یونیلور با فقر جهانی مبارزه کنند. گورل و آتسون بر این باورند که، بر اساس ویژگی‌های کارآفرینان، آنها همیشه در جستجوی فرصت‌ها می‌باشند و

1- Organizational Social Responsibility

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.12.2]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.126]

نوآوری ابزار مهم کارآفرینی آنهاست (۱۳). که این ویژگی‌ها به شخصیت افراد نیز وابسته است و از عوامل مهم شخصیتی در بین افراد، هوش آنهاست که انواع مختلفی را در بر می‌گیرد؛ که از جمله، هوش عاطفی است (۲۳). به اعتقاد گلمن، هوش عاطفی به عنوان یکی از مولفه‌های غیرقابل اجتناب و تاثیرگذار در تعاملات اجتماعی از جمله روابط میان فردی و ارتباطات اجتماعی محسوب می‌شود که نه تنها بر روی سلامت فیزیکی و ذهنی افراد، بلکه بر روی دستاوردها و موفقیت‌های کاری کارکنان هم، تاثیرگذار است. هوش عاطفی ابعاد مختلفی دارد؛ ابعاد هوش عاطفی از نظر گلمن عبارتست از: خودآگاهی عاطفی درونی، خود نظم‌دهی، انگیزش، همدلی و مهارت‌های اجتماعی (۱۲). امروزه کارآفرینی به عنوان محرک رشد و توسعه سازمان‌ها و جوامع شناخته می‌شود و اهمیت کارآفرینان و نقش کلیدی آنان بر کسی پوشیده نیست. در این تحقیق از مجموع عوامل موثر بر کارآفرینی، صرفا به ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان پرداخته می‌شود شناخت ویژگی‌ها، گام مهمی در جهت بهترشدن وضعیت کارآفرینی در جامعه است (۱۱).

گلمن، هوش عاطفی را به عنوان یک توانایی که افراد را قادر می‌سازد تا بتوانند به خود انگیزه داده و در شرایط سخت و ناامیدی مصمم باشند، غرایز خود را مدیریت نموده و ارضایش را به تاخیر بیندازند، حالات روحی خود را کنترل کرده و مانع از آثار ناگوار پریشانی در تفکر شوند و امیدوار بمانند، تعریف کرد. همچنین گلمن ادعا داشت که هوش عاطفی بالا، متشکل از تلاش و سرسختی، مهارت‌های بین فردی قوی و خود مدیریتی می‌باشد که این سه عامل می‌توانند در نیل فرد به موفقیت مؤثر باشند (۱۲). بنا به‌نظر مورتانا، هوش عاطفی به طور کلی به ظرفیت افراد برای تشخیص، درک و تنظیم هیجانات اشاره دارد و در سال‌های اخیر محور اصلی توجه بسیاری از محققان مجامع علمی و نیز افراد عادی جامعه بوده است (۲۴).

هوش عاطفی به عنوان عاملی مهم برای موفقیت کاری شناخته شده است. کارشناسان اذعان دارند که هشتاد درصد موفقیت فرد به عامل هوش عاطفی و تنها بیست درصد آن به بهره هوشی بستگی دارد. هوش عاطفی می‌تواند به اندازه بهره هوشی قدرتمند باشد و حتی قوی‌تر از آن عمل کند. هوش عاطفی و روحیه کارآفرینی با شخصیت و سبک تفکر افراد مرتبط است. ارسطو، اولین فردی است که دو نوع سبک تفکر استقرایی و قیاسی را معرفی کرد و دانشمندان دیگر مانند اسپیرمن و تورستن، بر اساس مدل ارسطو، سبک‌های تفکر همگرا و واگرا را ارائه کردند (۱۲).

مصطفایی، تحقیقی با عنوان بررسی رابطه هوش عاطفی با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور سردشت، انجام داد. نتایج تحقیق نشان‌دهنده وجود رابطه مثبت و معنی‌داری بین هوش عاطفی و میزان کارآفرینی دانشجویان بود. همچنین بین هوش عاطفی دختر و پسر تفاوت معناداری وجود داشت، در حالی که تفاوت بین میزان کارآفرینی، معنی‌دار نبود (۲۱). پاچولیا، تحقیقی با عنوان رابطه بین هوش عاطفی و گرایش کارآفرینانه انجام داد. نتایج تحقیق نشان داد که بین هوش عاطفی مدیران بنگاه‌های کوچک و متوسط با ابعاد گرایش کارآفرینی ابتکار، ریسک‌پذیری، پیشگامی، استقلال‌طلبی و رقابت تهاجمی، رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. پرادهن، مطالعه‌ای با عنوان گرایش کارآفرینانه و هوش عاطفی (مطالعه موردی: مدیران فناوری در هند) انجام داد. نتایج بیانگر این امر بود که هوش عاطفی یکی از متغیرهای اصلی پیش‌بینی‌کننده گرایش کارآفرینانه است (۲۸). ایرین، تحقیقی با عنوان کسب و کارهای عاطفی و نقش هوش عاطفی در موفقیت کارآفرینی انجام داد. بر این اساس، بین چهار مولفه هوش عاطفی شامل خودتنظیمی، خودآگاهی، همدلی و مهارت‌های ارتباطی با موفقیت کارآفرینان رابطه معنی‌دار وجود داشت، در حالی که رابطه بین مولفه خودانگیزشی با متغیر وابسته معنی‌دار نبود (۷).

از جمله مسائل مبتلا به دانش‌آموختگان دانشگاهی، فقدان فرصت‌های لازم برای اشتغال و در نتیجه بیکاری پس از دانش‌آموختگی است که عوامل و دلایل بسیاری نظیر ضعف مهارتی، عدم توانایی در راه‌اندازی واحدهای اشتغال‌زا، نبود یا کمبود فرصت‌های شغلی و...، بر این امر دامن زده است. با این حال، می‌توان اذعان نمود که فرهنگ‌سازی کارآفرینی که همانا توسعه و تقویت روحیه کارآفرینی و آموزش آن در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی می‌باشد، به‌عنوان راه حلی برای این معضل مطرح می‌شود (۳۴).

با توجه به اهمیت کارآفرینی و عوامل موثر در موفقیت افراد و با علم به اینکه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و هوش عاطفی در رفتار سازمانی مورد توجه واقع شده، لازم است پژوهش‌هایی در جهت یافتن تاثیرات آن بر عملکرد کارکنان و ارتقا کیفیت عملکرد سازمان‌ها انجام گیرد. توجه به این دو مقوله که بیشتر در ارتباط با روابط اجتماعی و میان فردی می‌باشد از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است که این موضوع خود مستلزم توجه به سبک‌های فکری، میزان تعهدپذیری افراد و چگونگی استفاده از آنهاست. تحقیق به دنبال پاسخ به این سوال می‌باشد، که آیا مسئولیت‌پذیری اجتماعی و هوش عاطفی قابلیت تاثیرگذاری بر روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری را دارند؟

روش‌شناسی

این پژوهش از نوع، توصیفی تحلیلی، مدل اجرا، میدانی و از نظر هدف، کاربردی بود. جامعه آماری دسترس تحقیق را بخشی از دانشجویان دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری در نیمسال اول تحصیلی ۱۴۰۰ –۱۳۹۹ با توجه به شیوع ویروس کرونا به تعداد ۱۱۰ نفر، تشکیل می‌دادند که تعداد نمونه با استفاده از جدول کریسی مورگان- و همچنین فرمول کوکران ۸۶ نفر شد. که برای تعیین حجم نمونه، از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای یک مرحله‌ای و بر اساس تنوع کمی و کیفی دانشکده و همچنین رشته‌ها، استفاده شد. ابزار پژوهش سه پرسشنامه، مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان کارول (۱۹۹۱) که شامل ۴ مولفه مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مسئولیت‌پذیری اقتصادی، مسئولیت‌پذیری قانونی و مسئولیت‌پذیری اخلاقی، پرسشنامه روحیه کارآفرینی هوشمندان‌مقدم (۱۳۹۰) شامل ۳۳ گویه و ۶ مولفه (تحمل ابهام، استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری، نوآوری، موفقیت‌طلبی و مرکز کنترل درونی) (۱۴) و پرسشنامه هوش عاطفی سیبریا شرینگ (۱۹۹۶) ۳۳ گویه و ۵ بعد (خودآگاهی، خودتنظیمی، خودانگیزشی، همدلی و مهارت‌های اجتماعی)،

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.12.2]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.126]

بوده و برای تحلیل یافته‌ها از رگرسیون ساده و همزمان استفاده شد. روایی پرسشنامه‌ها با استفاده از نظرات اساتید و صاحب‌نظران دانشگاه و پایایی آنها از طریق ضریب آلفای کرونباخ (مسئولیت‌پذیری اجتماعی: ۰/۸۰ مسئولیت‌پذیری اقتصادی: ۰/۷۸، مسئولیت‌پذیری قانونی: ۰/۸۶ و مسئولیت‌پذیری اخلاقی: ۰/۸۹، روحیه کارآفرینی: ۰/۷۱ و هوش عاطفی: ۰/۸۴) مورد بررسی و تایید قرار گرفت.

به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه‌ها بین دانشجویان توزیع شد، که تعداد ۸۶ پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از روش‌های آماری توصیفی برای طبقه‌بندی نمرات خام و محاسبه شاخص‌های پراکندگی (میانگین و انحراف استاندارد و ...) استفاده شد و از آمار استنباطی جهت نیل به اهداف تحقیق (به‌منظور بررسی نقش تبیین‌کنندگی مسئولیت‌پذیری اجتماعی و هوش عاطفی بر روحیه کارآفرینی از رگرسیون ساده و همزمان) استفاده شد. کلیه عملیات آماری با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۲ انجام شد.

نتایج و بحث

نمونه‌ها به لحاظ ویژگی‌های تقویمی دامنه سنی ۱۹ تا ۳۰ سال و تمامی مقاطع را دربر گرفته و همان گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، از بین ۸۶ نفر نمونه توازنی حدودی با وجود کووید ۱۹، شرکت‌کننده‌ها در پژوهش ۲۲ نفر، ۱۲ نفر زن و ۱۰ نفر مرد، (۲۵/۶٪) در دانشکده مهندسی زراعی، ۱۹ نفر، ۱۰ نفر زن و ۹ نفر مرد، (۲۲/۱٪) در دانشکده علوم زراعی، ۲۳ نفر، ۱۲ نفر زن و ۱۱ نفر مرد، (۲۶/۷٪) در دانشکده علوم دامی و شیلات و ۲۲ نفر، ۱۱ زن و ۱۱ مرد، (۲۵/۶٪) در دانشکده منابع طبیعی، مشغول به تحصیل بودند.

جدول ۱- توزیع و درصد فراوانی نمونه‌های مورد مطالعه به تفکیک دانشکده‌ها
Table 1. Distribution and frequency percentage of studied samples by faculties

شاخص آماری دانشکده	فراوانی	درصد
مهندسی زراعی	۲۲	۲۵/۶
علوم زراعی	۱۹	۲۲/۱
علوم دامی و شیلات	۲۳	۲۶/۷
منابع طبیعی	۲۲	۲۵/۶
جمع کل	۸۶	۱۰۰

با توجه به جدول ۲، بیشترین میزان میانگین مربوط به متغیر کارآفرینی، ۴/۲۵۳ و کمترین، ۴/۲۱۴ هست که هوش عاطفی می‌باشد.

جدول ۲- میانگین و انحراف معیار متغیرهای مورد مطالعه
Table 2. Mean and standard deviation of the studied variables

متغیر	میانگین	انحراف معیار
کارآفرینی	۴/۲۵۳	۰/۷۴۱
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۴/۲۱۵	۰/۷۵۹
هوش عاطفی	۴/۲۱۴	۰/۸۰۱

در جدول ۳، نتایج تحلیل واریانس برای معنی‌داری مدل پیش‌بین بر اساس رگرسیون همزمان نشان داده شده است. با توجه به معنی‌داری مقدار آزمون F می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیون برای پیش‌بینی متغیر وابسته (روحیه کارآفرینی) بر اساس متغیرهای مستقل هوش عاطفی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مدل خوبی بوده است.

جدول ۳- نتایج آزمون رگرسیون همزمان برای پیش‌بینی روحیه کارآفرینی بر اساس مولفه‌های هوش عاطفی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی
Table 3. The results of the simultaneous regression test to predict the entrepreneurial spirit based on the components of emotional intelligence and social responsibility

منبع تغییرات	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	مقدار F	سطح معنی‌داری
رگرسیون	۴/۷۶۳	۲	۲/۳۸۲	۱۳/۱۳۴	۰/۰۰۰
خطا	۱۵/۰۴۹	۸۳	۰/۱۸۱		
کل	۱۹/۸۱۳	۸۵			

در جدول ۴، ضرایب استاندارد شده و استاندارد نشده، مقدار آماره t و سطح معنی‌داری متغیرهای هوش عاطفی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای پیش‌بینی روحیه کارآفرینی ارائه شده است.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.12.2]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.126]

جدول ۴- ضرایب استاندارد شده و استاندارد نشده مولفه‌های هوش عاطفی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای پیش‌بینی روحیه کارآفرینی
Table 4. Standardized and unstandardized coefficients of emotional intelligence and social responsibility components for predicting entrepreneurial spirit

	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد بتا	آماره t	سطح معنی‌داری
	B	بتا			
مقدار ثابت	۲/۱۲	۰/۴۱۹		۵/۰۵۶	۰/۰۰۰
هوش عاطفی	۰/۴۹۶	۰/۳۲۸	۰/۴۸۱	۱/۵۱	۰/۱۳۵
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۰۱	۰/۳۱۹	۰/۰۱	۰/۰۳۲	۰/۹۷۵

در جدول ۵، نتایج تحلیل واریانس برای معنی‌داری مدل‌های پیش‌بین نشان داده شده است. با توجه به معنی‌داری مقدار آزمون F می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیون برای پیش‌بینی متغیر وابسته (روحیه کارآفرینی) مدل خوبی بوده است.

جدول ۵- تحلیل واریانس برای مولفه‌های هوش عاطفی معنی‌دار پیش‌بین
Table 5. Analysis of variance for significant emotional intelligence components of the predictor

متغیر	منبع تغییرات	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	مقدار F	سطح معنی‌داری
همدلی	رگرسیون	۱۳۴۸۳/۸۳۲	۱	۱۳۴۸۳/۸۳۲	۵۸/۹۴۲	۰/۰۰۰۱
	خطا	۱۹۲۱۶/۱۵۷	۸۴	۲۲۸/۷۶۳		
	کل	۳۲۶۹۹/۹۸۹	۸۵			
خودکارآمدی	رگرسیون	۲۴۰۳۵/۲۵۵	۲	۱۲۰۱۷/۶۲۷	۷۲/۹۲۷	۰/۰۰۰۱
	خطا	۱۳۶۷۷/۵۶۲	۸۳	۱۶۴/۷۸۹		
	کل	۳۷۷۱۲/۸۱۷	۸۵			
خودآگاهی	رگرسیون	۲۵۰۹۷/۳۰۷	۳	۸۳۶۵/۷۶۹	۵۴/۳۷۷	۰/۰۰۰۱
	خطا	۱۲۶۱۵/۵۱۰	۸۲	۱۵۳/۸۴۷		
	کل	۳۷۷۱۲/۸۱۷	۸۵			
مهارت اجتماعی	رگرسیون	۱۶۸۵۴/۰۷۰	۴	۴۲۱۳/۵۱۷	۲۱/۵۳۸	۰/۰۰۰۱
	خطا	۱۵۸۴۵/۹۱۹	۸۱	۱۹۵/۶۲۸		
	کل	۳۲۶۹۹/۹۸۹	۸۵			

در جدول ۶، ضرایب استاندارد شده و استاندارد نشده، مقدار آماره t و سطح معنی‌داری متغیرهای پیش‌بین برای پیش‌بینی روحیه کارآفرینی ارائه شده است. ضرایب استاندارد هر چهار بعد پیش بینی در سطح$p\leq0.01$معنادار است.

جدول ۶- ضرایب استاندارد شده و استاندارد نشده مولفه‌های هوش عاطفی برای پیش‌بینی روحیه کارآفرینی
Table 6. Standardized and unstandardized coefficient of emotional intelligence components to predict entrepreneurial spirit

	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد بتا	آماره t	سطح معنی‌داری
	B	خطای برآورد			
مقدار ثابت	۰/۵۴۱	۰/۱۰۱		۳۵۳/۵	۰/۰۰۰۱
همدلی	۰/۲۶۰	۰/۰۳۱	۰/۲۷۲	۲۵۸/۸	۰/۰۰۰۱
خودکارآمدی	۰/۱۵۳	۰/۰۳۱	۰/۱۸۰	۸۵۱/۴	۰/۰۰۰۱
خودآگاهی	۰/۲۰۵	۰/۰۲۶	۰/۲۵۸	۸۳۹/۷	۰/۰۰۰۱
مهارت اجتماعی	۰/۱۵۷	۰/۰۲۸	۰/۱۹۰	۵۶۲/۵	۰/۰۰۰۱

می‌توان رابطه خطی زیر را بر اساس تحلیل رگرسیون گام به گام بیان کرد:
مهارت اجتماعی ×۰/۱۵۷+ خودآگاهی ×۰/۲۰۵+ خودکارآمدی ×۰/۱۵۳+همدلی×۰/۲۶۰ +۰/۵۴۱=روحیه کارآفرینی
رابطه فوق به این معنی است که به عنوان مثال اگر فقط مولفه همدلی به اندازه یک واحد افزایش یا کاهش داشته باشد، روحیه کارآفرینی به اندازه ۰/۲۶۰ واحد افزایش یا کاهش خواهد داشت. همچنین اگر تمام مولفه‌های هوش عاطفی به اندازه یک واحد افزایش یا کاهش داشته باشد روحیه کارآفرینی دانشجویان به اندازه ۰/۷۷۵=۰/۱۵۷+۰/۲۰۵+۰/۱۵۳+۰/۲۶۰ واحد افزایش یا کاهش خواهد داشت. چنانچه در جدول ۷ مشاهده می‌شود، در گام اول مولفه تعهدات اقتصادی وارد معادله پیش‌بینی شده و به تنهایی۵۳٪ از تغییرات کارآفرینی را تبیین می‌کند که این مقدار با توجه به جدول ۷ در سطح $p\leq0.01$ معنادار است. در گام دوم مولفه تعهدات قانونی وارد معادله رگرسیون شده است که با واردشدن این متغیر میزان ضریب تعیین به ۵۸٪ افزایش‌یافته است. ضرایب استاندارد هر دو متغیر پیش‌بین با توجه به جدول ۷ در سطح $p\leq0.01$ معنادار است. در گام سوم تعهدات اخلاقی وارد معادله پیش‌بینی شده است که با واردشدن این متغیر میزان ضریب تعیین به ۶۱٪ افزایش یافته است. ضرایب استاندارد هر سه بعد پیش بین با توجه به جدول ۷ در سطح $p\leq0.01$ معنادار است. در گام چهارم تعهدات اجتماعی وارد معادله پیش‌بینی شده است که با واردشدن این متغیر میزان ضریب تعیین به ۶۳٪ افزایش یافته است.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.12.2]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.126]

جدول ۷- تحلیل واریانس برای مولفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی معنادار پیش‌بین
Table 7. Analysis of variance for the significant social responsibility components of the predictor

متغیر	منبع تغییرات	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	مقدار F	سطح معنی‌داری	R^2
تعهدات اقتصادی	رگرسیون	۱۷۴۸۳/۸	۱	۱۷۴۸۳/۸	۷۹/۷۴۷	۰/۰۰۰۱	۰/۵۲۹
	خطا	۱۸۴۱۶/۱	۸۴	۲۱۹/۲۳۹			
	کل	۳۴۷۹۹/۹	۸۵				
تعهدات قانونی	رگرسیون	۲۶۲۳۵/۲	۲	۱۳۱۱۷/۶	۸۹/۴۰۸	۰/۰۰۰۱	۰/۵۷۹
	خطا	۱۲۱۷۷/۵	۸۳	۱۴۶/۷۱۶			
	کل	۳۵۲۹۹/۹	۸۵				
تعهدات اخلاقی	رگرسیون	۲۷۳۴۹/۳	۳	۹۱۱۶/۴۳۳	۵۶/۹۹۷	۰/۰۰۰۱	۰/۶۰۹
	خطا	۱۳۱۱۵/۵	۸۲	۱۵۹/۹۴۵			
	کل	۳۵۲۹۹/۹	۸۵				
تعهدات اجتماعی	رگرسیون	۱۶۸۷۲/۷	۴	۴۲۱۸/۱۷۵	۱۹/۸۲۱	۰/۰۰۰۱	۰/۶۳۳
	خطا	۱۷۲۳۷/۹	۸۱	۲۱۲/۸۱۳			
	کل	۳۵۲۹۹/۹	۸۵				

در جدول ۷، نتایج تحلیل واریانس معنی‌داری در مدل‌های پیش‌بین مولفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی نشان داده شده است. با توجه به معنی‌داری مقدار آزمون F می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیون برای پیش‌بینی متغیر وابسته (روحیه کارآفرینی) مدل مناسبی بوده است.

در جدول ۸، ضرایب همبستگی استاندارد شده و ضرایب همبستگی استاندارد نشده، مقدار آماره t و سطح معنی‌داری مولفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای پیش‌بینی روحیه کارآفرینی ارائه شده است.

جدول ۸- ضرایب همبستگی استاندارد شده و استاندارد نشده مولفههای مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای پیش‌بینی روحیه کارآفرینی
Table 8. Standardized and unstandardized correlation coefficient of social responsibility components to predict entrepreneurial spirit

	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد بتا	آماره t	سطح معنی‌داری
	B	خطای برآورد			
مقدار ثابت	۱/۲۶۴	۰/۲۴۱		۵۱۳/۲	۰/۰۰۰۱
تعهدات اقتصادی	۰/۴۷۱	۰/۰۴۲	۰/۳۰۶	۴۱۲/۳	۰/۰۰۰۱
تعهدات قانونی	۰/۱۰۴	۰/۰۲۷	۰/۱۷۶	۶۲۳/۵	۰/۰۰۰۱
تعهدات اخلاقی	۰/۳۷۹	۰/۰۲۰	۰/۲۸۵	۵۶۲/۷	۰/۰۰۰۱
تعهدات اجتماعی	۰/۱۱۴	۰/۰۱۹	۰/۱۹۲	۵۹۷/۱	۰/۰۰۰۱

می‌توان رابطه خطی زیر را بر اساس تحلیل رگرسیون گام به گام بیان کرد:

تعهدات اجتماعی×۰/۱۱۴+تعهدات اخلاقی×۰/۳۷۹+تعهدات قانونی×۰/۱۰۴+تعهدات اقتصادی×۰/۴۷۱ +۰/۲۶۴+۱=روحیه کارآفرینی

رابطه فوق به این معنی است که به عنوان مثال اگر فقط مولفه تعهدات اقتصادی به اندازه یک واحد افزایش یا کاهش داشته باشد، روحیه کارآفرینی به اندازه ۰/۴۷۱ واحد افزایش یا کاهش خواهد داشت. همچنین اگر تمام مولفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی به اندازه یک واحد افزایش یا کاهش داشته باشند، روحیه کارآفرینی دانشجویان به اندازه ۰/۹۵۹ واحد افزایش یا کاهش خواهد داشت. بدین ترتیب می‌توان عنوان نمود، نوسان مولفه‌ها در روحیه دانشجویان اثرگذار می‌باشد.

نتیجه‌گیری کلی

قابلیت کارآفرینی نیروی انسانی در جوامع به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی پیشرفت اجتماعی، مورد مطالعه جامعه‌شناسان و اقتصاددانان قرار گرفته است (۱). لذا با توجه به اهمیت موضوع کارآفرینی و نظر به اینکه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و هوش عاطفی در رفتار سازمانی مورد توجه واقع شده است. لذا تحقیق حاضر به دنبال پاسخ به این سوال بود؛ که آیا مسئولیت‌پذیری اجتماعی و هوش عاطفی، قابلیت تاثیرگذاری بر روحیه کارآفرینی دانشجویان را داشته است؟ به‌طور کلی نتایج بیانگر این امر بود که میزان تعهدپذیری، التزام به قانون، رعایت اصل حق تقدم و دغدغه خلق فرصت‌های کاری و شغلی و همچنین هوش عاطفی و هوش شغلی، به‌عنوان عواملی تاثیرگذار بر کارآفرینی و توسعه و ارتقاء سطح کمی و کیفی تولید و خودکفایی، مورد بررسی می‌باشند.

قاعده هرم مولفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مسئولیت‌پذیری اقتصادی بوده و راس هرم، مسئولیت‌پذیری بشردوستانه است. به عبارتی دیگر می‌توان گفت مسئولیت‌پذیری اقتصادی و قانونی از بعد اجتماعی ضروری هستند، هر یک از ابعاد مسئولیت‌پذیری یک جزء اساسی، مسئولیت اجتماعی هستند. البته، ابعاد مسئولیت‌پذیری شاید در طول زمان تغییر یابد که این به عملکرد راهبردی مسئولیت‌پذیری بستگی دارد. مدل مفهومی کارول مفید و پیشرفت قابل ملاحظه‌ای در مسئولیت اجتماعی ایجاد نمود (۱۴). بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی با کارآفرینی در بین دانشجویان رابطه معنادار وجود دارد. همچنین نتایج مولفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مسئولیت‌پذیری اقتصادی، مسئولیت‌پذیری حقوقی (قانونی)، مسئولیت‌پذیری اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی بشردوستانه با کارآفرینی دانشجویان رابطه معنادار برقرار نموده است و همچنین بین اخلاق در کسب و کار با کارآفرینی دانشجویان رابطه معنادار وجود دارد و دو

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.12.2]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.126]

متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اخلاق کسب و کار در پیش بینی کنندگی کارآفرینی نقش خوبی را ایفا می‌کنند. به عبارتی مولفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی پیش‌بین روحیه کارآفرینی به‌ترتیب: تعهدات اقتصادی، تعهدات قانونی، تعهدات اخلاقی و تعهدات اجتماعی می‌باشد. افراد دارای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالا، افرادی با نگاه و بینش اقتصادی، مسلط به قوانین مربوط به حوزه کارآفرینی و فعالیت‌های اقتصادی، آگاه به مسائل و بازخوردهای اخلاقی و اجتماعی هستند. لذا تاثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر توسعه روحیه کارآفرینی گزارش شده و ضرورت پرداختن بیشتر به مولفه‌ها را گوشزد می‌نماید. این نتیجه با یافته‌های خسروانی و همکاران (۲۱)، سجاسی قیداری و همکاران (۳۰)، فخرانی و همکاران (۸)، فراهانی عزیزآبادی و همکاران (۹)، غیاثی و همکاران (۱۰)، هاشمی و همکاران (۱۴) و هوشمندان مقدم‌فرد و همکاران (۱۵)، که به فراخور به موضوع تحقیق اشاره داشتند، همسو و دارای منافع مشترک می‌باشد.

هوش عاطفی و تسلط، پیش‌بینی کننده مناسبی برای روحیه کارآفرینی دانشجویان می‌باشد. همچنین با توجه به مولفه‌های هوش عاطفی پیش‌بین، روحیه کارآفرینی به‌ترتیب عبارت از: همدلی، خودکارآمدی، خودآگاهی و مهارت‌های اجتماعی. افراد دارای هوش عاطفی بالا، نوآور، پیشگام و مخاطره‌پذیر هستند. افرادی که احساسات خود را به خوبی می‌شناسند، توانایی کنترل و تنظیم احساسات را دارند، خود برانگیخته هستند و افراد با توان برقراری ارتباط مؤثر که استقلال عمل دارند، پیشگام و نوآور هستند و روحیه رقابت تهاجمی دارند. به عبارت دیگر، افرادی هستند که گرایش کارآفرینانه دارند. به‌طورکلی می‌توان گفت ویژگی اصلی دانشجویان دارای روحیه کارآفرینی این است که مجهز به قابلیت‌هایی هستند که ضمن ارتقای کارآمدی، قادر به بهره‌گیری بهتر از فرصت‌های موجود بوده و انطباق‌پذیری بیشتری را با محیط پیرامونشان دارند. اولین مرحله در مسیر موفقیت، شناخت خود، احساسات و عواطف خویش می‌باشد. تا زمانی که دانشجویان از خویشتن خویش آگاهی کامل نداشته باشند نمی‌توانند با مسائل به صورت درست، منطقی و با تمرکز بالا روبرو شوند. در چنین شرایطی احتمال تصمیم‌گیری اشتباه افزایش می‌یابد. انگیزه‌هایی که یک فرد را وادار به فعالیت کارآفرینانه می‌کند، بیشتر عاطفی است و چنانچه فرد از نظر عاطفی به مرحله پختگی نرسیده باشد و به نوعی از نظر عاطفی هوشمند نباشد، احتمال شکستش خیلی بیشتر است، در حالی که احتمال موفقیت فردی با هوش عاطفی بالا بیشتر خواهد بود. شاید بتوان گفت یکی از مهمترین تأثیرات هوش عاطفی بر موفقیت افراد کارآفرین، امکان برقراری ارتباط موثر و گسترده با محیط پیرامونی است، که این ویژگی وجه تمایز این دانشجویان با دیگران محسوب می‌شود. این یافته با نتایج تحقیقات مصطفایی، مقدم‌زاده، نقابی و مقصودی (۲۴) و پاچولیا، پرادهن، ایرین و خلیفی (۲۰) که بر این عقیده بودند هوش عاطفی با کارآفرینی رابطه دارد، همسو می‌باشد.

یکی از کاربردهای مهم این پژوهش در حوزه فعالیت‌های منابع انسانی نمود پیدا می‌کند. به طور کلی، توجه به متغیر هوش عاطفی در فرآیندهای منابع انسانی تجزیه و تحلیل شغل، جذب، استخدام، آموزش، نگهداری و ...، می‌تواند به نتایجی مفید در ارتباط با گرایش کارآفرینانه بیانجامد.

امروزه اهمیت کارآفرینی در رشد و توسعه جوامع، آشکار و نقش دانشگاه‌ها در این زمینه تاثیرگذار است (۲۲). یافته‌های پژوهش نشان داد که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و هوش عاطفی و توسعه روحیه کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. اگر دانشجویان در درک احساسات خود و دیگران توانمند باشند و بتوانند از آن برای برقراری ارتباط با خود و دیگران بهره ببرند، احتمالا روحیه مهارت کارآفرینی آنها توسعه و افزایش یافته و میزان مسئولیت‌پذیری، تعهد و التزام اجتماعی هم موجبات رشد در روحیه کارآفرینی را فراهم می‌آورد.

منابع

1. Alizadeh Aghdam, M.B., M. Abbaszadeh and S. Hayati. 2016. Investigating the relationship between social intelligence and entrepreneurial ability of graduate students of Tabriz University, Social Studies and Research in Iran, 5(3): 345-368 (In Persian).
2. Amirnejad, H., M.M. Mardanshahi and M. Asadpour Kordi. 2015. Effects of Agricultural Value Added and Employment in the Agriculture Sector Investment in Long-Term and Short-Term. Journal of Entrepreneurship and Agriculture. Spring and Summer, 2(3): 27-34 (In Persian).
3. Attar, H. 2009. The Impact of Entrepreneurial Organizational Culture on Entrepreneurial Personality Traits of Managers of Iranian Automotive Companies. M.Sc. Thesis, Mazandaran University, Babolsar, Islamic Republic of Iran, 113 pp (In Persian).
4. Azam Azadeh, M. 2006. Women's Employment; Tendency to work and Theories of Job Satisfaction, Shiite Women, No. 9 (In Persian).
5. Celik, M. and M. Tatar. 2011. Employment-unemployment Issues and Solution Suggestions Adiyaman Example, Interdisciplinary. Journal of Contemporary Research in Business, 2: 1211-1226.
6. Chang, J.C. and H.Y. Sung. 2009. Planning and implementation of entrepreneurship Education-Taking the National Taipei University of Technology for an example. International Journal of Vocational and Technical Education, 1(2): 025-031.
7. Erin, M. 2012. An emotional business: The role of emotional intelligence in entrepreneurial success. Ph.D. Dissertation, Department of Management, University of North Texas.
8. Fakhrani, A., M. Hamidi and M. Jalali Farahani. 2015. A Study of the Relationship between Emotional Intelligence and Entrepreneurial Skills of Physical Education Students, Sports Management (Movement). February and March, 7(6): 935-950 (In Persian).
9. Farahani Azizabadi, A., H. Ghasemi and N. Mohammadi. 2013. Study of environmental factors affecting the entrepreneurial spirit of graduates in physical education, applied research in sports management, winter. 2(3.7): 61-74 (In Persian).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.12.2]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.126]

10. Ghiasi, A.R., M. Tayari and H. Sabouri. 2015. The Relationship between Emotional Intelligence and Entrepreneurship Tendency of Agricultural and Natural Resources Students, Zabol University, Agricultural Education Management Research, Winter. 7(35): 82-93 (In Persian).
11. Ghouchani, F. and M. Hemmat. 2009. Entrepreneurship personality traits and their level of emotional intelligence, Business Management Quarterl, 1(2) (In Persian).
12. Goleman, D. 1995. Emotional Intelligence, New York: Bantam Books.
13. Gurol, Y. and N. Atsan. 2006. Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. Education+Training, 48(1): 25-38.
14. Hashemi, S.A. and M. Hamrahi. 2016. Social Responsibility, 3rd International Conference on New Research in Accounting and Economic Management March 16, Istanbul (In Persian).
15. Houshmandan Moghaddamfard, Z., A. Rezvanfar, H. Movahhed Mohammadi and A. Shams. 2011. Assessing the entrepreneurial spirit of students in agricultural vocational schools in Zanjan province. Journal of Agricultural Extension and Education Sciences, (2): 114-105 (In Persian).
16. Https://ekeshoo.ir/carroll-organization-social-responsibility. (Carol's Social Responsibility Questionnaire) (In Persian).
17. Https://vista.ir/m/a/d9hue. (Yeganeh Deljoo, F. 2010. The Role of Universities in Entrepreneurship, Andisheh Club, and Understanding Newspaper) (In Persian).
18. Jamini, D., A.R. Jamshidi, H. Komasi and A. Houshangi. 2015. Analysis of Barriers to Women's Entrepreneurship Development in Rural Areas Case: Villages of Chardavol County, Quarterly Journal of Space Economics and Rural Development, Fifth Year, (4): 63-45 (In Persian).
19. Kargar, G.R. 2009. Optimization of Human Resources, Strategies for Sustainable Development of the Organization: Analytical Review of Factors and Strategies, Human Development of Police. February and March, 6(27): 65-83 (In Persian).
20. Khalifi, A. and H. Nasimifar. 2014. A study of emotional intelligence components as predictors of entrepreneurship in students of Shahid Chamran University. Journal of Novel Applied Sciences, 3(1): 1-4 (In Persian).
21. Khosravani, F.A., G. Naeemi, R. Pezeshki Rad, H. Farhadian and F. Azizpourfard. 2016. Analysis of Social Capital Components among Agricultural Students with Emphasis on Entrepreneurship, Economic Research and Agricultural Development of Iran (Agricultural Sciences), (2): 391-401 (In Persian).
22. Mardanshahi, M.M., A. Tajik Ismaili and M.H. Mobaraki. 2014. Study of Entrepreneurial Talent in Incoming and Outgoing Students of Public Universities (Case Study: Mazandaran State Universities), Entrepreneurship Development, Winter, 7(4): 755-771 (In Persian).
23. May, C. and P. May. 2002. Spotlight on Learning: The HBDI and the Learning to Learn Project –Yale College, Herman international, 6(3): 296-310.
24. Mortana, R.A., P. Ripolla, C. Carvalhob and M.C. Bernala. 2014. Effects of emotional intelligence o entrepreneurial intention and self-efficacy. Journal of Work and Organizational Psychology. 30: 97-104.
25. Mousavi Bazargani., S.J. 2007. Entrepreneurship Components, Tehran, Jahad Daneshgahi Information and Communication Technology Development Center, Tehran Jahad Daneshgahi Publishing Organization (In Persian).
26. Nemati, M.A. 2013. Investigating the Entrepreneurial Personality Traits of Tehran State University Students, Two Quarterly Journal of Innovation and Value Creation, First Year. (3): 64-47 (In Persian).
27. Omidvar, A. 2005. Government Policy in Promoting Corporate Social Responsibility in Iran. Master Thesis, Faculty of Law and Political Science, Department of Public Policy, University of Tehran (In Persian).
28. Pradhan, R. 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 pp.
29. Robert, F.H., N. Albert and L, Link. 2007. A History of Entrepreneurship Canada International Journal of Business and Social Science 2(7).
30. Sajasi Gheidari, H., H. Shayan and A. Vaez Tabasi. 2020. Assessing the social responsibility of agricultural entrepreneurship companies in rural areas (Case study: Kashmar, Bardaskan and Khalilabad counties), Rural Research, summer. (2) (In Persian).
31. Sepehrdost, H., and M. Barouti. 2019. Analysis of the Relationship between Manpower Employment and Regional Sustainable Development Strategy, Welfare Planning and Social Development, spring. 10(34): 35-62 (In Persian).
32. Steven, H.R, K. Appelbaum, L. Francis and Q. Kim. 2015. Employee empowerment: factors affecting the consequent success or failure (Part II)". Industrial and Commercial Training, 47(1): 23-30.
33. Weiss, P. 2015. Entrepreneurial Intentions among Dutch and Indonesian university students (MSc. Thesis, Tilburg University). Retrieve from http://www.franssedafoundation.com/wpcontent/ uploads/2015/11/Weiss_Thesis.pdf.
34. Zamani, G.H. and M. Sharifzadeh. 2006. Entrepreneurship Spirit in Agricultural Students: A Case Study of Shiraz University, Iranian Agricultural Sciences, Special Economics and Agricultural Development, 2-27(1): 107-115 (In Persian).
35. Zardar, Z. and A. Alizadeh. 2017. Evolution of Entrepreneurial Characteristics in TV Series, Entrepreneurship Development, 8(4): 689-708 (In Persian).
36. Zare Zaidi, A.R. and R. Dianti. 2018. The Role of Human Resource Management in Strengthening Organizational Entrepreneurship, Applied Studies in Management and Development Sciences, (4)6 (In Persian).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.12.2]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.126]

Investigating the Effect of Social Responsibility and Emotional Intelligence on Entrepreneurial Spirit Students of Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University

Mohammad Taghi Khorand[1] and Ali Seghatoleslami[2]

1- Assistant Professor of Sari University of Agricultural Sciences and Natural Resources
(Corresponding author: mtkhorand@yahoo.com)
2- Associate Professor University of Birjand
Received: 12 January, 2022 Accepted: 16 January, 2023

Extended Abstract

Introduction and Objective: Nowadays, the importance of entrepreneurship and its key role are not hidden from anyone. The objective of this research was to investigate the impact of social responsibility and emotional intelligence on the entrepreneurial spirit of students.

Material and Methods: This research is descriptive, analytical, implementation model, field and practical in terms of purpose. The statistical population of this research consisted of the students of Sari University of Agricultural Sciences and Natural Resources in the first semester of 1399-1400, which according to the size of the population, the number of statistical sample using Chrissy Morgan's table is 86 people. The research tools were three questionnaires: Carroll's social responsibility (1991), the entrepreneurial spirit of Houshmandan-Moghadam (2013) and the emotional intelligence of Siberia Shirring (1996), and simple and simultaneous regression was used to analyze the findings.

Results: The results of the research indicated that the four components of social responsibility, Economic responsibility, legal responsibility and moral responsibility explain the variance of responsibility. Which accounted for the highest variance of social responsibility according to the components of social and economic responsibility, and also these 4 components were able to predict the entrepreneurial spirit of students ($p\leq0.01$). Emotional intelligence is a suitable predictor for students' entrepreneurial spirit at the level of $p\leq0.01$, and among the sub-components of emotional intelligence, empathy, self-efficacy, self-awareness and social skills, had the ability to predict entrepreneurial spirit ($p\leq0.01$).

Conclusion: The results show that paying attention to the variables of social responsibility and emotional intelligence can lead to more entrepreneurial tendencies and the efforts of planners to promote social responsibility and strengthen emotional intelligence seem to be essential. At the present time, the importance of entrepreneurship in the growth of societies is obvious and the role of universities and students is influential. Therefore, it is suggested that related institutions and organizations should plan and formulate goals for the growth and development of the entrepreneur-oriented educational system.

Keywords: Emotional Intelligence, Entrepreneurs University, Social Responsibility, Social Skill

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

[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.12.2]

[DOI: 10.52547/jea.9.18.126]