



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 مسؤول: m.sharifzadeh@yu.ac.ir)
تاریخ دریافت: ۹۷/۱۱/۶ تاریخ پذیرش: ۹۸/۲/۱۸
صفحه ۱ تا ۹

چکیده

در حالی که کارآفرینی به عنوان 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 اسکاربورف و زیمرر برای گردآوری داده‌ها بهره گرفته شد. اعضای نمونه ۳۶۲ روستایی بخش گله‌دار، شهرستان مهر استان فارس بودند. پس از تأیید روایی ابزار پژوهش توسط کارشناسان، جهت بررسی پایایی آن مطالعه‌ی پیش‌آهنگی انجام و ضریب آلفای کرونباخ از ۰/۷۶ 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 ۱۸/۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته کارآفرینی روستاییان را دارا می‌باشند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی روستایی، هوش هیجانی، روابط درون‌فردی، خلق 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، فراهم کردن 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 به صورت 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 به عنوان 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 برگزیده 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

هیچ رابطه معنی‌داری بین ابعاد خودتنظیمی و مهارت‌های اجتماعی با کارآفرینی وجود ندارد.

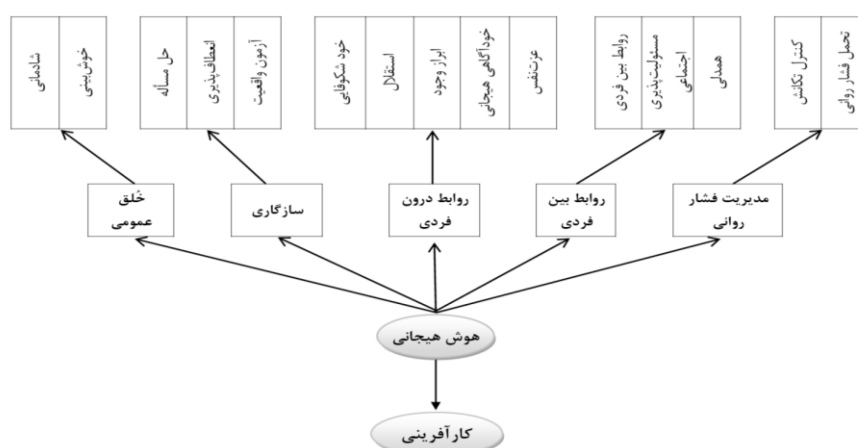
ایبایشوا و آبگ (۲۱) در پژوهشی پس‌رویدادی نشان دادند که مؤلفه‌های هوش هیجانی (ارزیابی و بیان هیجان، تنظیم هیجان و بهره‌برداری از هیجان) در کنار ویژگی‌های شخصیتی (از جمله برون‌گرایی، باوجدان بودن و گشودگی)، پیش‌بینی‌کننده گرایش کارآفرینانه جوانان ۱۸ تا ۲۸ ساله بوده است. سالاری و همکاران (۳۵) با تبیین رابطه 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.

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 حالی که 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.

نخمی 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 مدیریت و خودآگاهی بالاترین همبستگی را با کارآفرینی سازمانی داشته و تنها مؤلفه خودانگیزی با متغیر وابسته همبسته نبوده است. همچنین، براساس نتایج رگرسیون گام به گام، مهارت‌های فردی (خودآگاهی و خودمدیریتی) پیش‌بینی‌کننده‌های 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 در حالی که



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

درون فردی مشتمل بر خودآگاهی، ابراز وجود، عزت نفس، خودشکوفایی، و استقلال؛ ب) روابط بین فردی در برگیرنده همدلی، مسئولیت پذیری اجتماعی و روابط بین فردی؛ ج) سازگاری یا مدیریت تغییر شامل حل مسأله، واقع گرایی و انعطاف پذیری؛ د) مدیریت فشار روانی یا تنظیم و مدیریت هیجان شامل تحمل فشار روانی و کنترل تکانش؛ و ه) خلق عمومی یا خودانگیزی مشتمل بر خوش بینی و شادمانی بود. برای سنجش میزان کارآفرینی روستاییان از پرسشنامه استاندارد اسکاربوروف و زیمر (۳۸) استفاده شد. نسخه اصلی این پرسشنامه شامل ۱۰ سؤال است که بر اساس موضوع و جامعه آماری پژوهش، تغییرات جزئی و اصلاحاتی نگاشتی بر آن اعمال شد و در نهایت ۹ سؤال انتخاب گردید. براساس نمرات کسب شده، 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) تقسیم بندی شد. داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. همچنین، برای تجزیه و تحلیل داده ها از آماره های توصیفی نظیر فراوانی، درصد و میانگین و آماره های استنباطی نظیر ضریب همبستگی، آنالیز واریانس و تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شد.

نتایج و بحث

یافته های حاصل از تحلیل توصیفی ویژگی های فردی آزمودنی ها نشان داد که ۹۰ نفر از نمونه های مورد پژوهش (۲۴/۹ درصد) زن و بقیه مرد بودند. میانگین سن پاسخگویان ۳۱/۴ سال با کمینه ۱۷ و بیشینه 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 بخش های صنعتی مشغول به فعالیت بودند. یافته ها 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 نمونه های مورد پژوهش، برابر با ۳/۵۸ 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 مقیاس های روابط درون فردی، بین فردی، مدیریت فشار روانی و خلق عمومی پاسخگویان، به ترتیب 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.

بخش گله دار در شهرستان مهر استان فارس به دلیل ویژگی هایی چون نزدیکی به قطب اقتصادی پارس جنوبی و خلیج فارس، وجود زمین های حاصلخیز کشاورزی و منابع طبیعی غنی، از ظرفیت بالقوه مناسبی برای توسعه کارآفرینی در سطح محلی و منطقه ای برخوردار است. از این رو، این مطالعه با هدف کلی واکاوی اثرات هوش هیجانی بر میزان کارآفرینی در بین روستاییان بخش گله دار و اهداف اختصاصی سنجش میزان کارآفرینی روستاییان، برآورد میزان هوش هیجانی و مؤلفه های آن در بین روستاییان، تعیین سهم هریک از مؤلفه های هوش هیجانی در پیش بینی میزان کارآفرینی روستاییان و در نهایت مقایسه افراد کارآفرین و غیر کارآفرین از لحاظ مؤلفه های هوش هیجانی انجام شد.

مواد و روش ها

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر گردآوری داده ها، پیمایشی و از لحاظ شیوهی تحلیل داده ها از نوع توصیفی-همبستگی است که در سال ۱۳۹۴ انجام شد. جامعه ی آماری شامل جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر ساکن مناطق روستایی بخش گله دار ($N=6080$) بوده است (۱۵). بخش گله دار از توابع شهرستان مهر 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 مهر و از طرف شمال به علامرودشت شهرستان لامرد و از طرف جنوب به منطقه ی عسلویه محدود می شود (۱۴).

حجم نمونه با استفاده از جدول نمونه گیری بارتلت و همکاران (۸) معادل ۳۶۲ نفر به دست آمد که به شیوه ی تصادفی طبقه ای متناسب در بین روستاها و نمونه گیری تصادفی ساده در داخل روستاها انتخاب گردیدند. به منظور گردآوری اطلاعات، پرسشنامه ای در سه بخش ویژگی های فردی و حرفه ای (سن، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات، وضعیت اشتغال و غیره)، نیمرخ کارآفرینی روستاییان (شامل ۹ گویه طیف لیکرت ۵ گزینه ای) و هوش هیجانی (شامل ۹۰ گویه طیف لیکرت پنج گزینه ای) را مورد سنجش قرار داد. برای سنجش روایی محتوایی، دیدگاه های کارشناسان مربوطه پرسیده شد و براساس اظهارات آنان، اصلاحات لازم به عمل آمد.

جهت سنجش هوش هیجانی از پرسشنامه ۹۰ ماده ای استاندارد بار-آن استفاده شد. این ابزار متشکل از عباراتی است که احساس، طرز تفکر و نحوه ی رفتار را در موقعیت های گوناگون توصیف می کند و دارای پنج مقیاس و ۱۵ خرده مقیاس است. هر کدام از خرده مقیاس ها با شش گویه سنجیده شده است. پاسخ های آزمون نیز در روی یک مقیاس پنج درجه ای طیف لیکرت (کاملاً موافقم، موافقم، تا حدودی، مخالفم و کاملاً مخالفم) تنظیم شده است. پنج حیطه و زیرمقیاس های این پرسشنامه شامل (۱۳): الف) روابط

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 درون فردی	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 بین فردی	۳/۴۲	۰/۵۲	۰/۳۵۳**	۰/۰۰۱
۶) همدلی	۲/۹۱	۰/۷۴	۰/۰۵۶	۰/۲۹۰
۷) روابط بین فردی	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	۰/۳۳۶**	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.

قابل ذکر است که میانگین گروه‌های چهارگانه کارآفرینی از لحاظ زیرمقیاس‌های خودآگاهی ($F=2/030$ و $P=0/109$)، ابراز وجود ($F=1/730$ و $P=0/160$)، استقلال ($F=0/146$) و همدلی ($F=1/217$ و $P=0/932$)، انعطاف‌پذیری ($F=2/591$ و $P=0/053$)، تحمل فشار روانی ($F=2/492$ و $P=0/060$) و کنترل تکانش ($F=0/612$ و $P=0/608$) 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 بین فردی، سازگاری و خلق عمومی در بین دو گروه کارآفرین و مستعد کارآفرینی تفاوت معنی‌داری با یکدیگر نداشت.

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 با هوش هیجانی و پنج مؤلفه اصلی آن مثبت و معنی‌دار می‌باشد. در میان این مؤلفه‌ها، مقیاس روابط بین فردی دارای بالاترین همبستگی با کارآفرینی روستاییان بوده است ($r=0/353$ و $p=0/000$). همچنین، در میان خرده مقیاس‌ها، همبستگی مؤلفه‌های خودآگاهی ($r=0/080$) و خودآگاهی ($p=0/130$)، استقلال ($r=0/005$ و $p=0/921$)، همدلی ($r=0/056$ و $p=0/290$)، حل مسأله ($r=0/047$ و $p=0/375$)، انعطاف‌پذیری ($r=-0/014$ و $p=0/788$) و کنترل تکانش ($r=0/012$ و $p=0/823$)، 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) در گروه‌های مورد بررسی از لحاظ آماری تفاوت معنی‌داری وجود دارد. بنابراین، برای تشخیص تفاوت در بین گروه‌های مختلف، از آزمون تعقیبی LSD استفاده شد.

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

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

*: 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

P	F	میانگین (انحراف معیار) گروه‌ها				متغیرها
		فاقد کارآفرینی	بالقوه کارآفرین	مستعد کارآفرینی	کارآفرین	
۰/۰۰۱	۱۰/۴۰۲	۳/۰۶(۰/۵۰) ^c	۳/۲۱(۰/۴۸) ^c	۳/۲۸(۰/۴۴) ^d	۳/۵۵(۰/۵۳) ^d	الف) مقیاس روابط درون فردی
۰/۱۰۹	۲/۰۳۰	۲/۵۲(۱/۷۴)	۲/۴۴(۱/۱۱)	۲/۵۰(۱/۱۳)	۲/۵۴(۱/۱۴)	۱) خودآگاهی
۰/۱۶۰	۱/۷۳۰	۳/۹۲(۰/۹۵)	۴/۰۵(۰/۷۴)	۴/۱۱(۰/۷۵)	۴/۲۷(۰/۶۸)	۲) ابراز وجود
۰/۰۰۱	۳۹/۲۳۴	۳/۷۸(۰/۷۰) ^c	۴/۲۴(۰/۶۰) ^d	۴/۳۷(۰/۴۸) ^d	۳/۹۴(۰/۷۴) ^d	۳) عزت‌نفس
۰/۰۰۹	۳/۹۰۸	۳/۱۷(۰/۷۶) ^d	۳/۲۹(۰/۹۵) ^d	۳/۴۹(۰/۹۹) ^{ad}	۳/۷۴(۰/۹۸) ^a	۴) خودشناسایی
۰/۹۳۲	۰/۱۴۶	۲/۵۹(۰/۷۵)	۲/۵۰(۰/۹۹)	۲/۵۴(۰/۹۶)	۲/۴۷(۱/۲۱)	۵) استقلال
۰/۰۰۱	۱۲/۴۱۶	۳/۱۰(۰/۵۶) ^c	۳/۳۸(۰/۵۰) ^d	۳/۵۲(۰/۴۵) ^d	۳/۵۹(۰/۵۴) ^d	ب) مقیاس روابط بین فردی
۰/۳۰۳	۱/۲۱۷	۲/۷۹(۰/۶۵)	۲/۹۵(۰/۷۶)	۲/۸۵(۰/۷۶)	۳/۰۳(۰/۶۷)	۶) همدلی
۰/۰۰۱	۱۳/۸۲۵	۳/۱۵(۰/۸۵) ^c	۳/۶۷(۰/۷۱) ^d	۳/۹۷(۰/۶۹) ^d	۳/۹۵(۰/۷۸) ^d	۷) روابط بین فردی
۰/۰۰۱	۱۲/۷۶۶	۳/۰۳(۰/۶۷) ^c	۳/۵۱(۰/۶۹) ^d	۳/۷۵(۰/۶۳) ^d	۳/۸۰(۰/۷۱) ^d	۸) مسئولیت‌پذیری اجتماعی
۰/۰۰۱	۱۰/۱۶۰	۳/۴۶(۰/۴۲) ^d	۳/۷۸(۰/۴۸) ^c	۳/۹۰(۰/۴۸) ^{ad}	۳/۸۵(۰/۵۱) ^{ac}	ج) مقیاس سازگاری
۰/۰۵۳	۲/۵۹۱	۳/۳۴(۰/۸۱)	۳/۷۷(۰/۸۴)	۳/۶۷(۰/۹۳)	۳/۶۲(۰/۸۴)	۹) حل مسأله
۰/۰۰۱	۴۶/۴۴۵	۳/۱۱(۰/۶۹) ^c	۳/۸۱(۰/۵۳) ^d	۴/۱۹(۰/۵۲) ^d	۴/۲۷(۰/۴۹) ^d	۱۰) واقعیت‌گرایی
۰/۴۳۴	۰/۹۱۴	۳/۹۲(۰/۶۵)	۳/۷۵(۰/۷۸)	۳/۸۳(۰/۷۷)	۳/۶۸(۰/۹۲)	۱۱) انعطاف‌پذیری
۰/۳۳۱	۱/۱۴۵	۳/۵۳(۰/۴۹)	۳/۶۶(۰/۵۱)	۳/۷۱(۰/۶۰)	۳/۷۱(۰/۴۶)	د) مقیاس مدیریت فشار روانی
۰/۰۶۰	۲/۴۹۲	۳/۳۶(۰/۶۸)	۳/۵۲(۰/۶۹)	۳/۶۳(۰/۷۰)	۳/۷۲(۰/۶۵)	۱۲) تحمل فشار روانی
۰/۶۰۸	۰/۶۱۲	۳/۷۰(۰/۴۸)	۳/۸۰(۰/۵۶)	۳/۷۹(۰/۷۰)	۳/۶۹(۰/۵۵)	۱۳) کنترل تکانش
۰/۰۰۱	۱۰/۰۳۷	۳/۳۹(۰/۵۸) ^c	۳/۶۳(۰/۵۰) ^d	۳/۸۲(۰/۵۷) ^d	۳/۹۲(۰/۴۵) ^d	ه) مقیاس خلق عمومی
۰/۰۰۱	۵/۳۸۰	۳/۲۴(۰/۶۹) ^c	۳/۵۱(۰/۷۱) ^d	۳/۷۰(۰/۷۸) ^d	۳/۸۰(۰/۸۱) ^d	۱۴) خوش بینی
۰/۰۰۱	۶/۷۴۷	۳/۵۳(۰/۸۵) ^d	۳/۷۵(۰/۶۲) ^d	۳/۹۳(۰/۶۲) ^d	۴/۰۴(۰/۴۳) ^d	۱۵) شادمانی
۰/۰۰۱	۱۶/۰۴۳	۳/۲۹(۰/۳۲) ^c	۳/۵۳(۰/۳۵) ^d	۳/۶۶(۰/۳۳) ^d	۳/۷۲(۰/۳۱) ^d	هوش هیجانی

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

فردی روستاییان، کارآفرینی آنان را به میزان 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 درون فردی، روابط بین فردی، 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

در نهایت، به منظور 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 ($F=17/294$) و $P=0/000$ 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 درون فردی، روابط بین فردی، 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 ($R^2=0/184$). در این میان، سهم و نقش مؤلفه‌ی روابط بین فردی در پیش‌بینی میزان کارآفرینی پاسخگویان بیشتر از سایر مؤلفه‌ها بوده است ($\beta=0/219$). به عبارت دیگر، یک واحد تغییر در انحراف معیار روابط بین

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

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	تولانس	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	۱/۳۳۳
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
		$R^2=۰/۱۸۴$		$R^2=۰/۱۹۵$	$R=۰/۴۴۲$	$P=۰/۰۰۱$	$F=۱۷/۲۹۴$

- متغیر وابسته: میزان کارآفرینی روستاییان

روستاییان مثبت و معنی‌دار بوده است. آمایل 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). به عبارت 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.

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، گلن (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 درون فردی (مشمول 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

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. به عبارت 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.

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

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*, 14(6): 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(1): 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 Srasikanrvd. 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.

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. Esmailpour, M. Saadat Alizadeh and A. Dorgoe. 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: Corporate 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 Langard. *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 District (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.

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

Morteza Noori¹ and Maryam Sharifzadeh²

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