



دانشگاه پیام نور

بخش حسابداری اقتصاد و مدیریت

پایان نامه

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد

رشته مدیریت دولتی (گرایش مالی)

عنوان پایان نامه

بررسی نقش هوش هیجانی بر ویژگیهای کارآفرینانه دانشجویان

تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور تهران غرب

پژوهشگر:

سمیرا خضرپور

استاد راهنما:

جناب آقای دکتر امیر حسین امیرخانی

استاد مشاور:

جناب آقای دکتر حسن الوداری

اردیبهشت ۱۳۹۳

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

چکیده:

براساس قانون برنامه چهارم توسعه، طرحی تحت عنوان « طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه های کشور » که به اختصار « کاراد » نام گرفته است، در دستور کار قرار گرفت. شایان ذکر است در محور چهارم سند چشم انداز ۲۰ ساله کشور نیز یکی از عناوین اصلی، به توسعه کارآفرینی در نظام آموزش عالی اختصاص یافته است. این امر حاکی از جایگاه ارزشمند و تأثیرگذار کارآفرینی در عرصه‌ی آموزش عالی است. بنابراین با توجه به جایگاه و اهمیت کارآفرینی، هدف این تحقیق بررسی نقش هوش هیجانی بر ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور غرب تهران است. جامعه آماری پژوهش را کلیه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه پیام‌نور تهران غرب تشکیل می‌دهند. در این تحقیق از تحلیل‌های توصیفی و استنباطی استفاده شده است. برای توصیف داده‌های تحقیق از نرم افزار SPSS18 استفاده شده و برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع آوری شده از طریق پرسشنامه از روش‌های، رگرسیون و تحلیل مسیر معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Lisrel 8.54 استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد که خودآگاهی، خودتنظیمی، خودانگیزی و مهارت‌های ارتباطی بر ویژگی‌های کارآفرینانه تأثیر دارند و هوشیاری اجتماعی تأثیری ندارد. همچنین هوش هیجانی بر ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور تهران غرب به میزان ۹۶ درصد تأثیر دارد.

واژگان کلیدی: هوش، هوش هیجانی، ویژگی‌های کارآفرینانه

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	فصل اول: کلیات پژوهش
۱	۱-۱ مقدمه
۲	۲-۱ بیان مسئله
۴	۳-۱ اهمیت و ضرورت تحقیق
۵	۴-۱ فرضیه های تحقیق
۶	۵-۱ هدف های تحقیق
۷	۶-۱ جامعه آماری و حجم نمونه
۷	۷-۱ ابزار تحقیق
۸	۸-۱ روش تحقیق و تجزیه و تحلیلی اطلاعات
۸	۹-۱ تعریف عملیاتی واژگان کلیدی تحقیق
	فصل دوم: ادبیات و پیشینه تحقیق
۱۱	۲-۱ مقدمه
۱۲	۲-۲ بخش اول: هوش هیجانی
۱۲	۲-۲-۱ هوش
۱۶	۲-۲-۲ هیجان
۱۹	۳-۲-۲ تاریخچه هوش هیجانی
۲۱	۴-۲-۲ هوش هیجانی و بهره هوشی
۲۴	۵-۲-۲ هوش هیجانی
۲۵	۶-۲-۲ تعاریف هوش هیجانی
۲۸	۷-۲-۲ مدل های هوش هیجانی
۲۹	۱-۷-۲-۲ مدل توانایی ها، ارائه شده توسط سالووی و مایر
۳۰	۲-۷-۲-۲ مدل غیر شناختی یا عوامل انسانی، توسط بار-آن
۳۲	۳-۷-۲-۲ مدل دانیل گلمن
۳۲	۱-۳-۷-۲-۲ ابعاد چهارگانه هوش هیجانی
۳۴	۲-۳-۷-۲-۲ ابعاد پنج گانه هوش هیجانی
۳۵	۳-۲ بخش دوم: کارآفرینی

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۳۵	۱-۳-۲ تعاریف و مفاهیم کارآفرینی
۳۹	۲-۳-۲ انواع کارآفرینی
۴۰	۱-۲-۳-۲ کارآفرینی مستقل
۴۰	۲-۲-۳-۲ کارآفرینی درون سازمانی
۴۱	۳-۲-۳-۲ کارآفرینی سازمانی (شرکتی)
۴۳	۳-۲-۲ رویکردهای مطالعه کارآفرینی
۴۳	۱-۴-۲-۲ رویکرد اقتصادی
۴۴	۲-۴-۲-۲ رویکرد فرهنگی - اجتماعی
۴۵	۳-۴-۲-۲ رویکرد روان شناختی یا شخصیت کارآفرینانه
۴۶	۴-۲-۲ ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان
۴۸	۶-۲-۲ شاخص‌های کارآفرینی
۴۹	۱-۶-۲-۲ کانون کنترل
۴۹	۱-۱-۶-۲-۲ انواع کانون کنترل
۵۰	۲-۱-۶-۲-۲ مقایسه ویژگی‌های افراد دارای کانون کنترل درونی و بیرونی
۵۱	۳-۱-۶-۲-۲ کانون کنترل و کارآفرینی
۵۲	۲-۶-۲-۲ انگیزش پیشرفت
۵۲	۱-۲-۶-۲-۲ ویژگی‌های افراد توفیق طلب
۵۳	۲-۲-۶-۲-۲ انگیزش پیشرفت و کارآفرینی
۵۴	۳-۶-۲-۲ چالش طلبی (تحریک ذهنی)
۵۵	۴-۶-۲-۲ تحمل ابهام
۵۶	۱-۴-۶-۲-۲ ویژگی‌های افراد دارای تحمل ابهام
۵۶	۲-۴-۶-۲-۲ تحمل ابهام و کارآفرینی
۵۷	۵-۶-۲-۲ ریسک و ریسک پذیری
۵۸	۱-۵-۶-۲-۲ انواع ریسک
۵۹	۲-۵-۶-۲-۲ ریسک پذیری و کارآفرینی
۶۰	۶-۵-۲-۲ خلاقیت
۶۱	۱-۷-۵-۲-۲ ویژگی‌های افراد خلاق

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۶۲	۲-۲-۵-۷-۲ خلافت و کارآفرینی
۶۳	۷-۲-۲ رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی
۶۴	۸-۲-۲ رابطه بین ویژگی‌های کارآفرینانه و هوش هیجانی
۶۶	۹-۲-۲ پیشینه تحقیق
فصل سوم: روش تحقیق	
۷۰	۱-۳ مقدمه
۷۰	۲-۳ روش شناسی تحقیق
۷۱	۳-۳ متغیرهای تحقیق
۷۱	۱-۳-۳ متغیرهای مستقل
۷۲	۲-۳-۳ متغیرهای وابسته
۷۲	۴-۳ جامعه آماری و نمونه تحقیق
۷۲	۵-۳ تعیین حجم نمونه
۷۳	۶-۳ روش نمونه گیری
۷۴	۷-۳ روش‌های گردآوری داده‌ها
۷۵	۱-۷-۳ ابزار سنجش تحقیق
۷۶	۱-۱-۷-۳ روایی (اعتبار)
۷۶	۲-۱-۷-۳ پایایی (اعتماد)
۷۸	۸-۳ روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
۷۸	۱-۸-۳ آمار استنباطی
۷۹	۱-۱-۸-۳ بررسی نرمال بودن داده های تحقیق
۸۱	۲-۱-۸-۳ تحلیل عاملی تأییدی
۸۳	۳-۱-۸-۳ تحلیل همبستگی
۸۴	۴-۱-۸-۳ مدل سازی معادلات ساختاری
۸۴	۵-۱-۸-۳ آزمون T دو جامعه مستقل
فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها	
۸۵	۱-۴ مقدمه
۸۶	۲-۴ آمار توصیفی

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۸۶	۴-۲-۱ جنسیت
۸۷	۴-۲-۲ تأهل
۸۸	۴-۲-۳ سن
۸۹	۴-۲-۴ وضعیت متغیرهای تحقیق
۹۰	۴-۴ آمار استنباطی
۹۱	۴-۴-۱ روایی سازه
۹۱	۴-۲-۱-۴ نتایج تحلیل عاملی هوش هیجانی
۹۴	۴-۲-۲-۴ نتایج تحلیل عاملی ویژگی‌های کارآفرینانه
۹۷	۴-۳ آزمون پیرسون
۹۸	۴-۴-۴ مدلسازی معادلات ساختاری
۹۸	۴-۴-۱ شاخص‌های برازش مدل ساختاری
۹۸	۴-۴-۱-۴ نیکویی برازش مدل
۹۹	۴-۴-۲ شاخص میانگین مجذور خطاهای مدل
۹۹	۴-۴-۳ شاخص
۹۹	۴-۴-۴ شاخص
۹۹	۴-۴-۵ شاخص
۹۹	۴-۶ آزمون فرضیه اصلی تحقیق توسط تکنیک تحلیل مسیر
۹۹	۴-۶-۱ فرضیه اصلی
۱۰۳	۴-۶-۲ آزمون فرضیات فرعی تحقیق توسط تکنیک تحلیل مسیر
۱۰۴	۴-۷ سایر یافته‌های تحقیق
۱۰۴	۴-۷-۱ آزمون T دو جامعه مستقل
فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادات	
۱۱۷	۵-۱ مقدمه
۱۱۷	۵-۲ تحلیل نتایج تحقیق
۱۱۸	۵-۲-۱ نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل توصیفی
۱۱۸	۵-۲-۵ بحث درباره‌ی نتایج حاصل از فرضیات تحقیق
۱۱۸	۵-۲-۵-۱ نتیجه‌گیری و پیشنهادات در مورد فرضیه اصلی

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱۲۰	۲-۵-۲ نتایج و پیشنهادات در مورد فرضیات فرعی
۱۲۳	۳-۵ پیشنهادها
۱۲۳	۱-۳-۵ پیشنهادهای کاربردی
۱۲۴	۲-۳-۵ ارائه پیشنهادهایی برای تحقیقات آتی
۱۲۴	۳-۳-۵ محدودیتهای تحقیق

فهرست جداول

صفحه	عنوان جدول
فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه تحقیق	
۳۲	۱-۲ ابعاد هوش هیجانی از نظر دانیل گلمن
۴۶	۲-۲ ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان
۴۷	۲-۲ ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان
۴۸	۲-۲ ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان
فصل سوم: روش تحقیق	
۷۵	۱-۳ عوامل سنجش ویژگی‌های هوش هیجانی و ابعاد آن
۷۶	۲-۳ پرسشنامه متغیر وابسته (ویژگیهای کارآفرینانه)
۷۸	۲-۲ پایایی پرسشنامه‌های تحقیق
۸۰	۳-۳ نتایج حاصل از آزمون کلموگروف اسمیرنوف در رابطه با نرمال بودن توزیع متغیرها
فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها	
۸۶	۱-۴ توزیع فراوانی اعضای نمونه آماری بر حسب جنسیت
۸۷	۲-۴ توزیع فراوانی اعضای نمونه آماری بر حسب تأهل
۸۸	۳-۴ توزیع فراوانی اعضای نمونه آماری بر حسب سن
۸۹	۴-۴ توزیع توصیفی متغیرهای تحقیق
۸۹	۴-۴ توزیع توصیفی متغیرهای تحقیق
۹۰	۵-۴ علائم اختصاری هر متغیر
۹۱	۵-۴ علائم اختصاری هر متغیر
۹۷	۶-۴ نتایج آزمون پیرسون

فهرست جداول

صفحه	عنوان جدول
۱۰۳	۷-۴ تأیید یا رد فرضیات فرعی تحقیق براساس مدل معادلات ساختاری
۱۰۵	۸-۴ آماره‌های توصیفی
۱۰۵	۹-۴ بررسی فرض برابری واریانس‌ها توسط آزمون لون
۱۰۶	۱۰-۴ بررسی آزمون تی مستقل
۱۰۷	۱۱-۴ آماره‌های توصیفی
۱۰۷	۱۲-۴ بررسی فرض برابری واریانس‌ها توسط آزمون لون
۱۰۸	۱۳-۴ بررسی آزمون تی مستقل
۱۰۸	۱۴-۴ آماره‌های توصیفی
۱۰۹	۱۵-۴ بررسی فرض برابری واریانس‌ها توسط آزمون لون
۱۰۹	۱۶-۴ بررسی آزمون تی مستقل
۱۱۰	۱۷-۴ آماره‌های توصیفی
۱۱۱	۱۸-۴ بررسی فرض برابری واریانس‌ها توسط آزمون لون
۱۱۱	۱۹-۴ بررسی آزمون تی مستقل
۱۱۲	۲۰-۴ آماره‌های توصیفی
۱۱۲	۲۱-۴ بررسی فرض برابری واریانس‌ها توسط آزمون لون
۱۱۳	۲۲-۴ بررسی آزمون تی مستقل
۱۱۳	۲۳-۴ آماره‌های توصیفی
۱۱۴	۲۴-۴ بررسی فرض برابری واریانس‌ها توسط آزمون لون
۱۱۴	۲۵-۴ بررسی آزمون تی مستقل
۱۱۵	۲۶-۴ آماره‌های توصیفی

فهرست جداول

صفحه	عنوان جدول
۱۱۶	۴-۲۷ بررسی فرض برابری واریانس‌ها توسط آزمون لون
۱۱۶	۴-۲۸ بررسی آزمون تی مستقل
	فصل پنجم: نتیجه گیری
۱۲۲	۵-۱: مطالعه تطبیقی تحقیقات داخلی با فرضیات فرعی تحقیق

فهرست نمودارها

صفحه	عنوان نمودار
	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها
۸۶	۱-۴ نمودار فراوانی اعضای نمونه آماری بر حسب جنسیت
۸۷	۲-۴ نمودار فراوانی اعضای نمونه آماری بر حسب تأهل
۸۹	۳-۴ نمودار فراوانی اعضای نمونه آماری بر حسب سن

فهرست شکلها

صفحه	عنوان شکل
۱۰	۱-۱ مدل مفهومی تحقیق
۹۲	۱-۴ تحلیل عاملی تأییدی متغیر هوش هیجانی در حالت تخمین استاندارد
۹۳	۲-۴: نتایج تحلیل عاملی تأییدی متغیر هوش هیجانی در حالت ضرائب معناداری
۹۵	۳-۴: نتایج تحلیل عاملی تأییدی متغیر ویژگیهای کارآفرینانه در حالت تخمین استاندارد
۹۶	۴-۴ نتایج تحلیل عاملی تأییدی متغیر ویژگیهای کارآفرینانه در حالت ضرائب معناداری
۱۰۱	۵-۴ مدل سازی معادلات ساختاری در حالت تخمین استاندارد
۱۰۲	۶-۴ مدل سازی معادلات ساختاری در حالت ضرائب معناداری

فصل اول

کلیات تحقیق

۱- مقدمه

امروزه علم به قدرت و نفوذ هیجانهای انسانی پی برده و در حال کشف و تبیین جایگاه هیجان ها و احساس ها در فعالیت ها، رفتارها، حرکت ها و شخصیت انسانی است. در حوزه مطالعه هوش نیز سیر مطالعه ها از هوش منطقی (که برپایه شناخت استوار است) به سمت هوش هیجانی حرکت می کند. هوش هیجانی سعی در تشریح و تفسیر جایگاه هیجان ها و احساس ها در توانمندیهای انسانی دارد (مختاری پور، ۱۳۸۴: ۴۱)

بسیاری از نویسندگان راجع به تواناییهای بالقوه هوش هیجانی و آثار آن بر زندگی عادی و روزمره ی انسان قلم فرسایی کرده اند، که به هر حال این بحث ها باعث شده این باور قدیمی که ماهیت انسان را در تعارض مداوم بین قلب و مغز می داند، به چالش کشیده شود و درمورد درستی آن ابهام بوجود آید. افزون بر آن سبب شده تا مردم به این باور برسند که هوش هیجانی می تواند باعث افزایش میزان سلامتی، رفاه و آسایش عمومی، ثروت، موفقیت، عشق و شادی در فرد شود و کلید موفقیت و اثربخشی در بسیاری از امور گروهی و سازمانی همانند مدیریت اثر بخش تر، ایجاد روحیه ی کارآفرینانه و افزایش انگیزه های کاری، هوش هیجانی است. اما به دلیل نوظهور بودن مباحث مربوط به هوش هیجانی در مورد این ادعاها لازم است تا ارزیابیهای دقیق و علمی انجام شود تا درستی و نادرستی آنها مشخص شود (رقیبی، ۱۳۸۷: ۱۱)

تاکنون درباره ی سنجش هوش هیجانی و ابعاد آن و ارتباط آن با دیگر متغیرها تحقیق های زیادی انجام شده است اما در رابطه با بررسی میزان کارآفرینی و رابطه یا تفکیک آن از هوش هیجانی، که عرصه مطالعاتی جدید و موضوعی نوین چه از منظر هوش هیجانی و چه از دیدگاه کارآفرینی است، مطالعه ها و تحقیقات اندکی انجام شده است. از این روی در این پژوهش تلاش شده تا به اکتشاف جنبه هایی از حقیقت پرداخته و این موضوع بررسی شود که آیا اصولاً بین هوش هیجانی و ویژگیهای کارآفرینانه رابطه ای وجود دارد؟ و اگر ارتباطی وجود دارد آیا

بین میزان کارآفرینی افراد در سطوح مختلف و هوش هیجانی و ابعاد آن تفاوت معناداری وجود دارد یا نه؟

۱-۲ بیان مسأله

امروزه بحث کارآفرینی در حوزه‌های مختلف سازمان‌ها وارد شده است. توجه به این موضوع در دانشگاه‌ها، که نهادهایی بسیار تأثیرگذار در توسعه جوامع هستند، ضرورتی اجتناب ناپذیر است. ورود کارآفرینی به حوزه دانشگاه با نام « کارآفرینی دانشگاهی » یکی از مباحث بسیار مهم و تقریباً جدید در تحقیقات دانشگاهی است. شتاب تغییرات و تحولات و هم‌چنین ظهور اکتشافات علمی و صنعتی و اجتماعی برای کشورهای جهان شرایط قابل تأملی را برای اکثر کشورها پدید آورده است. شرایط اقتصادی و صنعتی امروزی کشورمان به گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگناها، راه‌های جدید و متفاوتی را می‌طلبد. ترکیب جمعیتی کشور، ناتوانی بخش‌های تولیدی در جذب نیروی کار، ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی دلایلی هستند که موجب می‌شود سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان کشور جهت حل این مشکل به طور جدی به دنبال راهکار جدیدی باشند و این راهکار چیزی جز مقوله کارآفرینی نیست، چرا که کارآفرینی به عنوان موتور توسعه اقتصادی کشورها در عصر حاضر شناخته شده است ضرورت وجود استراتژی گرایش به کارآفرینی از سه نیاز اساسی یعنی افزایش رقابتی جدید، حس بی‌اعتمادی به شیوه‌های مدیریت سنتی، و خروج بهترین نیروهای کاری و اقدام آن‌ها به کارآفرینی مستقل نشأت گرفته است و در این میان، گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی پیشرفته، افزایش چشمگیری داشته است (کوراتکو و هودگتس^۱، ۲۰۰۱).

شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی کشور در سالهای اخیر موجب گردیده که در برنامه سوم و چهارم توسعه، به کارآفرینی، خصوصاً در ابعاد پژوهشی و آموزش و پرورش کارآفرینان توجه شود و اعتباراتی نیز در این راستا پیش‌بینی گردد. علاوه بر آن منابع اعتباری برای پژوهش، اشاعه فرهنگ کارآفرینی و نیز برنامه‌ریزی و حمایت از کارآفرینان توسط دستگاههای اجرایی گوناگون در نظر گرفته شده است. که « طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور » براساس قانون برنامه چهارم توسعه، طرحی تحت عنوان نام گرفته است، در دستور کار قرار گرفت. شایان ذکر است در محور چهارم سند « کاراد » به اختصار چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور نیز یکی از عناوین اصلی، به توسعه کارآفرینی در نظام

¹ Kuratko, & Hodgetts

آموزش عالی اختصاص یافته است. این امر حاکی از جایگاه ارزشمند و تأثیرگذار کارآفرینی در عرصه‌ی آموزش عالی است (ندیرخانلو، ۱۳۸۷).

کارآفرینی در عمل توانایی خلق یک چیز از هیچ است (آشومر^۱، ۲۰۰۴). به عبارتی هر نوع کوشش در ایجاد کسب و کار جدید یا فعالیت های جدید مخاطره آمیز همچون خوداشتغالی، ایجاد یک سازمان جدید و یا توسعه ی سازمانی، با استفاده از یک فرد، یک گروه و یا سازمانی که از قبل تاسیس شده، کارآفرینی نامیده می شود (سیلینگ^۲، ۲۰۰۳).

بخش اعظمی از تحقیقات انجام شده درباره کارآفرینی به مقوله ویژگیهای شخصیتی کارآفرینان اختصاص یافته است. گارتنر در طی مطالعه‌ای گسترده، ۳۲ پژوهش را در زمینه ویژگیهای شخصیتی کارآفرینان، بررسی کرد. رویکرد صفات یا ویژگیهای شخصیتی، گرچه با مفروضات نادرستی شکل گرفت، ولی کماکان در رویکردهای بعدی، مانند رویکرد رفتاری به شکل دیگری خود را نمایان ساخت. به هر حال آنچه رویکرد صفات مشخصه کارآفرینی به درستی تشخیص داد این بود که ویژگیهای شخصیتی هستند که کارآفرینان را از غیر کارآفرینان متمایز می سازند. اما باید توجه داشت که این ویژگی شخصیتی نیز مانند سایر رفتارهای کارآفرینانه، از قبیل نحوه ایجاد و راه اندازی کسب و کار، قابل آموزش و یادگیری است. از این رو، به قول پیتر دراگر، کارآفرینی رفتار است و مبتنی بر تئوری، و نه بر الهام و اشراق (زاللی و همکاران، ۱۳۸۶).

شواهدی در دست است که نشان می دهد شخصیت در ایجاد و بروز کارآفرینی نقش دارد (فرانک^۳ و همکاران، ۲۰۰۷). بسیاری از نویسندگان راجع به توانایی های بالقوه‌ی هوش هیجانی و آثار آن بر زندگی عادی و روزمره‌ی انسان قلم فرسایی کرده‌اند، که به هر حال این بحث‌ها باعث شده این باور قدیمی که ماهیت انسان را در تعارض مداوم بین قلب و مغز می داند، به چالش کشیده شود و در مورد درستی آن ابهام به وجود آید. افزون بر این سبب شده تا

¹ Ashomre

² Seeling

³ Frank

مردم به این باور برسند که هوش هیجانی می‌تواند باعث افزایش میزان سلامتی، رفاه و آسایش عمومی، ثروت، موفقیت، عشق و شادی در فرد شود و کلید موفقیت و اثربخشی در بسیاری از امور گروهی و سازمانی همانند مدیریت اثر بخش‌تر، ایجاد روحیه‌ی کارآفرینانه و افزایش انگیزه‌های کاری، هوش هیجانی است (رقیبی، ۱۳۸۷).

در مساله پیش بینی رفتار کارآفرینانه فردی در محیط سازمان، هوش هیجانی نسبت به معیار توانایی دارای مزیتی کلیدی است. تاکنون تلاش‌های اندکی برای تعیین این که آیا خصیصه هوش هیجانی، نقشی در فرآیند کارآفرینانه بازی می‌کند یا خیر، انجام شده است. یافته‌های تحقیقات جدید نشان می‌دهد که عواطف مدیران که توسط کارکنانشان درک شده باشد، بر تمایل کارکنان به کارآفرینانه عمل کردن اثر می‌گذارد (نقابی و بهادری، ۱۳۹۱).

به دلیل نوظهور بودن مباحث مرتبط با هوش هیجانی در مورد این ادعاها لازم است تا ارزیابی‌های دقیق و علمی انجام شود تا درستی و نادرستی آن‌ها مشخص شود. با توجه به نکات ذکر شده و از آنجایی که در زمینه هوش هیجانی و تأثیر آن بر ویژگی‌های کارآفرینانه تحقیقات اندکی صورت گرفته است، بنابراین ضروری بنظر می‌رسد که چگونگی تأثیر هوش هیجانی بر ویژگی‌های کارآفرینانه، نیز به بوتۀ آزمایش گذاشته شود. با توجه به مشکلاتی که کارآفرینی در محیط دانشگاهی پیام نور تهران غرب دارد و تأثیر هوش هیجانی به عنوان متغیر موثر بر این ویژگی‌ها، تحقیق حاضر به دنبال بررسی تأثیر هوش هیجانی بر بهبود ویژگی‌های کارآفرینی در بین دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور تهران غرب می‌باشد که بتواند با توجه به کاربردی بودن ماهیت تحقیق در جهت رفع آن اقدامات مطلوب را بعمل آورد.

۱-۳ سابقه و ضرورت انجام پژوهش:

منابع علمی اشاره می‌کنند که کارآفرینان دارای رفتار پیچیده هستند، در حالی که هیچ نظریه‌ای هنوز نتوانسته به طور کامل رفتار آن‌ها را تشریح کند. شاید اولین و مهمترین نظریه

مربوط به زمینه های روانی کارآفرینان، توسط دیوید مک کللند^۱ در دهه ی ۱۹۶۰ مطرح شد. مک کللند بیان می دارد کارآفرینان افرادی هستند که نیاز فراوانی به موفقیت دارند و مخاطره های بالایی را می پذیرند. به هر روی، امروزه شواهد جدید این نکته را بیان می دارند که شخصیت و هوش هیجانی نقش مهمی در منشا کارآفرینی ایفا می کنند (هرمان^۲، ۲۰۰۷). هم چنین میر^۳ در تحقیقی تجربی تشریح کرده که توانایی مدیر در نظارت بر احساس ها و افکار خود اثر مثبتی بر رفتار کارآفرینی درون سازمانی ایجاد می کند (میر، ۲۰۰۵).

به نظر می رسد یکی از مولفه های اصلی در بارور شدن کارآفرینی در میان افراد مقوله هوش هیجانی است. بنابراین تحقیق درباره هوش هیجانی و همچنین میزان اثر گذاری آن بر متغیر کارآفرینی ضرورت دارد.

۱-۴-۴ فرضیه های تحقیق

فرضیه های این تحقیق در قالب یک فرضیه اصلی و پنج فرضیه فرعی به شرح زیر تدوین می شود.

۱-۴-۱ فرضیه اصلی:

❖ هوش هیجانی بر ویژگی های کارآفرینانه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور تهران غرب تأثیر مثبت دارد.

۱-۴-۲ فرضیه فرعی:

❖ خود آگاهی بر ویژگی های کارآفرینانه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور تهران غرب تأثیر مثبت دارد.

❖ خودتنظیمی بر ویژگی های کارآفرینانه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور تهران غرب تأثیر مثبت دارد.

¹ David McClelland

² Hermann

³ Mair

❖ خودانگیزی بر ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور تهران غرب تأثیر مثبت دارد.

❖ همدلی بر ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور تهران غرب تأثیر مثبت دارد.

❖ مهارت‌های ارتباطی بر ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور تهران غرب تأثیر مثبت دارد.

۱-۵-۵ هدف‌ها:

هدف‌های این تحقیق در قالب یک هدف کلی و پنج هدف فرعی به شرح زیر تدوین می‌شود.

۱-۵-۱ هدف کلی:

❖ تعیین تأثیر هوش هیجانی بر ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور تهران غرب.

۱-۵-۲ اهداف فرعی

❖ تعیین تأثیر خود آگاهی بر ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور تهران غرب.

❖ تعیین تأثیر خودتنظیمی بر ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور تهران غرب.

❖ تعیین تأثیر خودانگیزی بر ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور تهران غرب .

❖ تعیین تأثیر همدلی بر ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور تهران غرب.

❖ تعیین تأثیر مهارت‌های ارتباطی بر ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور تهران غرب.