



The relationship between moral intelligence and social intelligence with entrepreneurial self-efficacy

Seyed Ehsan Alavi^{1*}, Masoumeh Ahmadi Shahwah²

1. Assistance Professor of Economics, Hakim Sabzevari university, Iran
2. Researcher and M.Sc. in Counseling, Iran

Abstract

The main purpose of this study is to investigate the relationship between moral and social intelligence with entrepreneurial self-efficacy. The statistical population of the study includes all male and female students of psychology in non-profit institutions of Khorasan Razavi province, 257 of whom were selected using random sampling method. The type of research method is correlation analysis and regression analysis. The collected information includes a 40-item questionnaire of moral intelligence, a questionnaire of social intelligence with 45 questions and questionnaire of entrepreneurial self-efficacy with 29 questions and a form of personal information of individuals whose data were analyzed by correlation analysis and regression. Findings show that there is a positive and significant relationship between moral intelligence and entrepreneurial efficiency and between social intelligence and entrepreneurial efficiency. Also, considering the significant regression of simultaneous study of entrepreneurial self-efficacy (as a dependent variable) with social and moral intelligence (as independent variables), at least part of entrepreneurial self-efficacy can be explained using emotional and moral intelligence. According to the research results and the role of moral and social intelligence in entrepreneurial efficiency, the higher the moral intelligence and the stronger the social connections, the higher the entrepreneurial efficiency.

Keywords: Social intelligence, moral intelligence, entrepreneurial self-efficacy.



بررسی رابطه هوش اخلاقی و هوش اجتماعی با خودکارآمدی کارآفرینی

سید احسان علوی*
معصومه احمدی شهوه
عضو هیأت علمی دانشگاه حکیم سبزواری، ایران
پژوهشگر و کارشناس ارشد مشاوره، ایران

چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی رابطه‌ی هوش اخلاقی و هوش اجتماعی با خودکارآمدی کارآفرینی است. جامعه‌ی آماری پژوهش شامل کلیه‌ی دانشجویان دختر و پسر مؤسسات غیر انتفاعی رشته‌ی روانشناسی در استان خراسان رضوی می‌باشد که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ۲۵۷ نفر از آنها انتخاب شده‌اند. نوع روش تحقیق از نوع بررسی همبستگی و تحلیل رگرسیونی می‌باشد. اطلاعات جمع‌آوری شده شامل پرسشنامه‌ی ۴۰ سؤالی هوش اخلاقی، پرسشنامه‌ی هوش اجتماعی با ۴۵ سؤال و پرسشنامه‌ی خودکارآمدی کارآفرینی با ۲۹ سؤال و فرم اطلاعات شخصی افراد است که داده‌های به دست آمده با تحلیل همبستگی و رگرسیون تجزیه و تحلیل شده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد بین هوش اخلاقی و کارآمدی کارآفرینی و همچنین بین هوش اجتماعی با کارآمدی کارآفرینی، رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. همچنین با توجه به معنی‌داری رگرسیون همزمان بررسی خودکارآمدی کارآفرینی (به عنوان متغیر وابسته) با هوش اجتماعی و هوش اخلاقی (به عنوان متغیرهای مستقل) می‌توان قسمتی از خودکارآمدی کارآفرینی را با استفاده از هوش هیجانی و هوش اخلاقی توضیح داد. با توجه به نتایج پژوهش و نقش هوش اخلاقی و هوش اجتماعی در کارآمدی کارآفرینی، هر چه فرد از هوش اخلاقی بالاتری برخوردار بوده و دارای ارتباطات اجتماعی قوی‌تری باشد، بازدهی کارآفرینی بالاتری خواهد داشت.

واژگان کلیدی: هوش اجتماعی، هوش اخلاقی، خودکارآمدی کارآفرینی.

۱. مقدمه و بیان مسئله

کارآفرینی موتور محرکه توسعه اقتصادی کشورهاست و کارآفرینان موفق، قهرمانان ملی و سازندگان دنیاهای جدید خوانده می‌شوند (لوکا و کازن، ۲۰۱۱). کارآفرینی اصطلاحی است که در سطح فردی، گروهی و سازمانی به کار برده می‌شود (لومپکین و دس، ۱۹۹۶). تعاریف گوناگونی از کارآفرینی وجود دارد، اما به صورت خلاصه می‌توان کارآفرینی را شناسایی و بهره برداری از فرصت‌ها تعریف کرد (تابع جماعت، موسیخانی، الوانی، داوری، ۱۳۹۶). به زعم ساندین (۲۰۱۱)، کارآفرینی عبارت است از کشف و بهره برداری از فرصت‌های تجاری مناسب برای خلق ثروت شخصی و ارزش اجتماعی. بنابراین، آموزش کارآفرینی افراد را با مهارت‌ها، دانش و نگرش و شایستگی‌های کارآفرینی به منظور کشف فرصت‌های کسب و کار در محیط پویا و تبدیل شدن به یک کارآفرین مجهز می‌کند (اوکویه، ۲۰۱۷).

خودکارآمدی نیز به باورها و قضاوت‌های افراد از مهارت خود در انجام وظایف و مسئولیت‌ها اشاره دارد که انتظار می‌رود موجبات بهبود در تصمیم‌گیری، عملکرد و قضاوت افراد را در پی داشته باشد (بندورا، ۱۹۹۷). یعنی اعتقادات افراد نسبت به توانایی‌های آنها برای انجام کاری، آن‌ها را به دنبال یافتن یا اجتناب از کار می‌اندازد که از آن تحت عنوان مفهوم خودکارآمدی یاد می‌گردد. افرادی که از سطح بالاتری از خودکارآمدی برخوردارند، اصرار بیشتری بر تلاش خود برای دستیابی به اهداف تعیین شده دارند، حتی زمانی که با وضعیت دشوار و چالش‌انگیز (تضاد) مواجه باشند. به همین ترتیب افرادی که خودکارآمدی کمتری دارند، در مواجهه با مشکلات ممکن است از تلاش خود برای نیل به اهداف تعیین شده، دست بکشند. (بندورا، ۱۹۸۶). در واقع خودکارآمدی شخصیت و الگوی تفکر فرد برای انجام کاری را تحت تأثیر قرار می‌دهد (اسلام زاده، رشیدی و فکریان، ۱۳۹۵؛ مصطفی و همکاران، ۲۰۱۰).

در نوع شناسی هوش، به انواع متنوع و مختلفی اشاره شده است که برخی از آنها هوش را شامل هوش طبیعی، هوش معنوی، هوش ذهنی، هوش هیجانی، هوش اخلاقی و غیره می‌دانند. یکی از این هوش‌ها که به اشتباه معادل با هوش عاطفی و هیجانی قلمداد می‌کنند و به جای هم استفاده می‌کنند، هوش اجتماعی است. در حالی که هوش اجتماعی علیرغم شباهت با دیگر هوش‌ها، اخص‌تر از هوش عاطفی یا هیجانی بوده و دارای ویژگی‌ها و شاخص‌های منحصر به فرد است. ریشه‌ی نظریه‌ی هوش اجتماعی به دوره‌ی آغاز حرکت‌های مربوط به بررسی و مطالعه هوش انسان مرتبط است.

هوش اجتماعی در واقع هنری است که در سایه آن می‌توان با دیگران ارتباط برقرار کرد و در غم‌ها و شادی‌های آن‌ها شریک شد. کسانی که از نظر هوش اجتماعی قدرتمندند، می‌توانند کاملاً راحت با افراد ارتباط برقرار کنند و واکنش‌ها و احساسات آن‌ها را به سرعت دریابند، دیگران را رهبری کنند و سازمان دهند و به مشاجراتی که می‌تواند در هر فعالیت بشری شعله ور شود، خاتمه دهند (کروون، ۲۰۰۹). سالوی و مایر (۱۹۹۰) هوش اجتماعی را توانایی بازشناسی معنای عواطف و ارتباط برشمردند که فرد را قادر می‌سازد تا مشکلاتش را حل کند.

ثرندایک استاد روان‌شناسی دانشگاه کلمبیا یکی از اولین کسانی است که هوش هیجانی را شناخت و آن را هوش اجتماعی نامید. او هوش اجتماعی را توانایی درک و مدیریت کردن مردان و زنان، پسران و دختران برای تعامل و ایجاد روابط انسانی برشمرد. هوش اجتماعی اصطلاحی است که به توانایی درک دیگران، عمل و رفتار هوشمندانه و زیرکانه در روابط با دیگران و به کارگیری آن در تعاملات اجتماعی سازگارانه اشاره می‌کند (صفاری نیا، سلگی و توکلی، ۱۳۹۰).

براساس یافته‌های گلמן افرادی که از هوش اجتماعی بالا برخوردارند می‌دانند که چگونه هیجان‌ها و احساسات خود و دیگران را کنترل و هدایت کنند (گلמן، ۲۰۱۰؛ به نقل از طباطبایی، ۱۳۹۴). هوش اجتماعی یک توانایی ضروری برای افراد به منظور ارتباط، درک و تعامل مؤثر با دیگران است (نیجهولت، استاک و نیشیدا، ۲۰۰۹). هوش اجتماعی مبین ویژگی‌هایی است که فرد بر اساس آنها روابط بین خود و دیگران را مدیریت می‌کند. هوش اجتماعی شامل چهار بعد پردازش اطلاعات اجتماعی (یعنی توانایی درک و فهم و پیش بینی رفتار و احساسات دیگران)، آگاهی اجتماعی (درک مناسب از نگرانی‌ها و احساسات سایرین از ارکان موفقیت در فعالیت‌های اجتماعی)، مهارت‌های اجتماعی (حساسیت به دیگران، برای کسب عملکرد شغلی برتر، توانایی شناخت نیازهای دیگران و در نهایت توانایی شناسایی نگرانی‌های دیگران) و مطلوبیت اجتماعی (چگونگی تعامل با افراد در موقعیت‌های هیجانی) است (آریستو، ۲۰۰۸).

افراد با هوش اجتماعی بالا قادر به تولید رفتار کافی برای به دست آوردن و رسیدن به اهداف اجتماعی خواستنی خود هستند. به عنوان مثال، در موقعیت‌های متضاد، هوش اجتماعی در دستیابی به یک راه حل مسالمت آمیز به عنوان یک عنصر مفید و با ارزش است که آیا فرد پرخاشگری را انتخاب می‌کند یا آرام بودن را. انتخاب بین این دو نوع از رفتارهای متضاد برای افراد با هوش از نظر اجتماعی، اختیاری است (بژور کوئیست و استرمن، ۲۰۰۰).

هوش اخلاقی نیز توانایی تشخیص درست از اشتباه است که با اصول اخلاقی سازگار باشد. دو صاحب نظر هوش اخلاقی را به عنوان "توانایی کاربرد اصول اخلاق جهانی در اخلاقیات، اهداف و مراودات یک فرد از روی قاعده" تعریف می‌کنند. یکی دیگر از صاحب نظران هفت اصل اساسی برای هوش اخلاقی را شامل همدردی، هوشیاری، خودکنترلی، توجه و احترام، مهربانی، صبر و بردباری و انصاف می‌داند (دیویس، ۲۰۱۰). یکی از اندیشمندان، هوش اخلاقی را ظرفیت و توانایی درک درست از خلاف، داشتن اعتقادات اخلاقی قوی و عمل به آن‌ها و رفتار در جهت صحیح و درست تعریف می‌کند (تالمن، ۲۰۰۳).

چهار اصل از هوش اخلاقی برای موفقیت مداوم سازمانی و شخصی ضروری است: درستکاری یعنی ایجاد هماهنگی بین آنچه که به آن معتقدیم و آنچه که به آن عمل می‌کنیم. انجام آنچه که می‌دانیم درست است و گفتن حرف راست در تمام زمان‌ها؛ مسئولیت‌پذیری یعنی کسی که هوش اخلاقی بالایی دارد، مسئولیت اعمال خود و پیامدهای آن اعمال، هم چنین اشتباهات و شکست‌های خود را نیز می‌پذیرد؛ دلسوزی توجه به دیگران که دارای تأثیر متقابل است. اگر نسبت به دیگران مهربان و دلسوز باشیم، آنان نیز موقع نیاز با ما همدردی می‌کنند؛ بخشش آگاهی از عیوب و اشتباهات خود و دیگران و بخشیدن خود و دیگران می‌باشد (بربا، ۲۰۰۰).

تقویت هوش اخلاقی کودکان بهترین فرصت برای قرار دادن فرزندانشان در مسیر درست است تا آنها بتوانند علاوه بر درست فکر کردن درست هم عمل کنند. علاوه بر این، پرورش ویژگی‌های شخصیتی استوار نیز در گروه تقویت هوش اخلاقی است. به عقیده‌ی صاحب نظران در سازمان‌هایی که هوش اخلاقی در حد مطلوبی قرار دارد و ارزش‌های اخلاقی رعایت شده، کارکنان متعهدترند، اعمال و رفتارها در سازمان با ارزش و عقاید همسو هستند و همیشه با اصول اخلاقی پیوند خورده‌اند (اسکندری، ۲۰۱۲).

با توجه بر مطالعات انجام شده و مطالب گفته شده و اهمیت نظری تأثیر هوش اخلاقی و هوش اجتماعی بر خودکارآمدی کارآفرینی مطالعه حاضر با هدف بررسی رابطه‌ی همزمان هوش اخلاقی و هوش اجتماعی با خودکارآمدی کارآفرینی

دانشجویان انجام شده است. جهت دستیابی به این هدف دو فرضیه فرعی یعنی رابطه مثبت و معنی دار هوش اخلاقی با خودکارآمدی و رابطه مثبت و معنی دار هوش اجتماعی با خودکارآمدی کارآفرینی و همچنین یک فرضیه اصلی یعنی قابلیت توضیح قسمتی از این خودکارآمدی توسط هوش اخلاقی و هوش هیجانی طراحی شده است. به عبارت دیگر این تحقیق بر آن است تا با بررسی میزان تأثیر گذاری هوش اخلاقی و تأثیر گذاری هوش اجتماعی بر خودکارآمدی کارآفرینی بر غنی فکری این حوزه بیفزاید.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

طبق نظر موریانو و گرجیوسکی قصد کارآفرینانه پیش درآمد و عامل مؤثر بر رفتار کارآفرینی است، لذا می توان چنین استنباط نمود که فرد با باور به خودکارآمدی بالا، با نیت بیشتر و مصمم تر برای راه اندازی یک کسب و کار جدید پیش قدم خواهد شد. خودکارآمدی موفقیت در کسب و کار را پیش بینی می کند و مبتکرانی را که می توانند حوزه های جدید کسب و کار را آغاز نمایند مشخص می نماید. خودکارآمدی یک ساختار انگیزشی است که به تدریج با تجربیات فرد اندوخته می شود. به علاوه خودکارآمدی می تواند موفقیت ها، اهداف، دوام فرد را تحت تأثیر قرار دهد. خودکارآمدی در حقیقت دیدگاه افراد پیرامون شانس آن ها برای موفقیت در انجام وظایفشان می باشد یکی از جنبه های مهم در خودکارآمدی دامنه وظایف فرد است (گارسیا و مورنو، ۲۰۲۰). یک فرد ممکن است در یک حوزه خودکارآمدی بالایی داشته باشد اما در حوزه های دیگر اینگونه نباشد. باورها در خودکارآمدی فرد، میزان انرژی فرد در انجام وظایف و مدت زمان مقاومت فرد در برابر مشکلات و موانع را تعیین می کند. افرادی که باورهای قوی تری به ظرفیت های خود دارند در مواجهه با چالش ها و موانع مقاوم تر هستند. خودکارآمدی در عملکرد افراد نقش اساسی دارد چرا که عمل افراد بر پایه آن چیزی است که افراد باور دارند بنابراین شاید بتوان گفت خودکارآمدی پیش بینی کننده فعالیت های کارآفرینانه است. در واقع می توان گفت که، خودکارآمدی پایه ای برای موفقیت در راه اندازی کسب و کار محسوب می شود (فیتزسیمونس و داگلاس، ۲۰۲۱).

در طی دو دهه اخیر مبحث هوش اجتماعی یکی از مهمترین مباحث علوم اجتماعی و علوم انسانی از جمله در حوزه مدیریتی، سازمانی و آموزشی مورد توجه قرار گرفته است و همواره کاربردها و توانایی های آن در مقایسه با دیگر هوشها مورد بحث بوده است. به طور کلی دو مکتب مجزا به هوش اجتماعی می پردازند، نخست مکتب روان شناسی است که هوش اجتماعی را یک توانمندی می داند و دومین مکتب آن را از حوزه اختصاصی روان شناسی خارج کرده و وارد حوزه علوم اجتماعی و سازمانی کرده است (گورکان و همکاران، ۲۰۲۱).

هوش اجتماعی برای موفقیت بسیار مهم تر از هوش آکادمیک است. ما انسان ها دارای ۱۰ هوش متفاوت هستیم که هوش اجتماعی مربوط به روابط ما می شود. این نوع هوش به میزان توانایی ما برای ارتباط با اطرافیان و جهان اطراف ما گفته می شود که خود شامل ۱۳ مهارت است. مهارت هایی مانند برقراری ارتباط مؤثر، حفظ روابط و گسترش آن ها است. هوش انسان یا IQ با او متولد می شود و قابل تغییر نیست اما هوش اجتماعی با آموزش و یادگیری تقویت می شود. هوش اجتماعی هم مانند هوش هیجانی قابل تقویت شدن است. یعنی می توان آن را با آموزش تقویت کرد اما نکته قابل توجه در تقویت آن این است که قبل از تقویت آن بهتر است هوش هیجانی افراد تقویت شود. دلیل این امر این است که

بسیاری از افراد ممکن است اطلاعات زیادی درباره چگونگی برقراری یا حفظ روابط را داشته باشند، اما نمی‌توانند به این دانسته‌ها عمل کنند. بنابراین، در اینجا پای هوش هیجانی برای از بین بردن فاصله میان دانش و عمل به میان می‌آید. بسیاری از افراد مشکلات درونی عدیده‌ای برای برقراری روابط دارند که این مشکلات را می‌توان به مدد تقویت هوش هیجانی رفع کرد (استفان و همکاران، ۲۰۱۹).

هوش اخلاقی نیز دارای سه سطح «اخلاق پیش‌قراردادی، اخلاق قراردادی و اخلاق فوق‌قراردادی» است. در سطح اول، رفتار افراد بر اساس فرار از تنبیه و کسب پاداش تبیین می‌شود. در این سطح، اخلاق هنوز درونی نشده و معیارهای اخلاقی به‌طور واقعی وجود ندارد. در سطح دوم، احترام به قانون وجود دارد؛ البته نه برای هماهنگی با معیارهای فردی و وجدانی، بلکه برای حفظ نظم اجتماعی و جلوگیری از هرج و مرج. در سطح سوم، اخلاق بر اساس اصول انسانی و برتر از قراردادهای اجتماعی وجود دارد و رفتار اخلاقی دیگر به اجازه یا نهی دیگران بستگی ندارد. در این حالت، سرپیچی از اصول اخلاقی موجب احساس گناه در فرد می‌شود (هبرت، ۲۰۲۰).

از آنجا که مهم‌ترین و حیاتی‌ترین زمان برای آموزش هوش اخلاقی از کودکی تا نوجوانی است، والدین، معلمان و مسئولان آموزش و پرورش باید به خوبی با مفهوم هوش اخلاقی آشنا بوده و در جهت رشد و تقویت آن تلاش کنند. پژوهشگران حوزه تعلیم و تربیت اثبات کرده‌اند که کودکانی که به هر دلیل هوش اخلاقی کسب نکرده‌اند، در معرض خطرهای جدی قرار دارند. این کودکان به دلیل وجدان متزلزل، ضعف در مهار کردن امیال، رشدنیافتگی حساسیت‌های اخلاقی و باورهایی که به گونه‌ای نادرست هدایت شده، تا حد زیادی به عقب افتادگی اخلاقی و اجتماعی دچار و در بزرگسالی به شخصیت‌های نابهنجار و ناموفق تبدیل می‌شوند (جانگ و جانگ، ۲۰۱۷).

با بررسی تحقیقات انجام شده می‌توان نتیجه گرفت که طبق تحقیقات انجام شده هوش اخلاقی، رابطه‌ی مثبت و معناداری با خودکارآمدی دارند (ولی‌الله و اصغری ابراهیم اباد، ۱۳۹۶). همچنین از تحقیقاتی که بین هوش چندگانه کارآفرینان و میزان عملکرد فردی آنها انجام شده می‌توان نتیجه گرفت که رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد، یعنی کارآفرینان زمانی می‌توانند در حوزه‌ی کاری خود موفق باشند و بتوانند در این جهان متغییر دوام آورند نیازمند این هستند که درک کاملی از عوامل بیرونی، اقتصادی، فناوری، سیاسی و غیره داشته باشند تا بتوانند عملکرد فردی بهتری داشته باشند و در تصمیم‌گیری‌های خود کمترین خطا را داشته باشند (حسین پور و همکاران، ۱۳۹۹). هوش اخلاقی و اخلاقیات افراد در جهت ارتقای خودکارآمدی می‌تواند زمینه‌ساز ارتقای بهزیستی روان‌شناختی افراد گردد (شهودی و میر قاسمی، ۱۳۹۵). تحقیقات انجام شده نشان داده بین هوش اجتماعی با مهارت‌های کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد، هوش اجتماعی قدرت پیش‌بینی معناداری برای مهارت‌های کارآفرینی و خلاقیت دارند (طباطبایی و همکاران، ۱۳۹۴). به‌طور کلی طبق تحقیقات انجام شده می‌توان نتیجه گرفت که هر چه هوش اخلاقی و هوش اجتماعی افراد بالاتر باشد به همان میزان خودکارآمدی کارآفرینی افراد بالاتر خواهد بود.

۳. روش پژوهش

روش مورد استفاده در این پژوهش، استفاده از آزمون‌های همبستگی و همچنین رگرسیون می‌باشد که از داده‌های بدست آمده از پرسشنامه‌های تحقیق استفاده می‌کند. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه دانشجویان رشته

روانشناسی دانشگاه‌های غیر انتفاعی استان خراسان رضوی در سال ۱۴۰۰ است. تعداد نمونه مورد مطالعه در این طرح پژوهشی ۲۵۰ نفر است، روش نمونه‌گیری در این پژوهش به صورت نمونه‌گیری در دسترس بوده است به این صورت که ابتدا دانشجویان رشته روانشناسی دانشگاه‌های غیرانتفاعی استان خراسان رضوی به صورت تصادفی انتخاب شدند و سپس پرسشنامه‌های هوش اخلاقی، هوش اجتماعی و خودکارآمدی کارآفرینی انتخاب شده را پاسخ داده‌اند. در این تحقیق برای تجزیه تحلیل داده‌های به دست آمده از روش آمار توصیفی و آمار استنباطی (ضریب همبستگی و رگرسیون) استفاده شده است. جهت تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS نسخه ۲۰ استفاده شده است.

پرسشنامه هوش اخلاقی توسط لینک و کیل در سال ۲۰۰۵ ساخته شده است. این پرسشنامه شامل ۴۰ عبارت بوده که روش نمره گذاری آن بر اساس طیف لیکرت بدون شرح است که به گزینه هرگز نمره ۱، به گزینه به ندرت نمره ۲، به گزینه بعضی اوقات نمره ۳، به گزینه در بیشتر مواقع نمره ۴ و به گزینه در همه مواقع نمره ۵ تعلق می‌گیرد. حداقل نمره در این پرسشنامه ۴۰ به معنای هوش اخلاقی پایین و حداکثر نمره آن برابر با ۲۰۰ که به معنای اخلاقی بالا می‌باشد. روایی و پایایی این پرسشنامه توسط مارتین و استین (۲۰۱۰) تأیید شده است (حسن زاده و همکاران، ۱۳۹۳).

پرسشنامه هوش اجتماعی دارای ۴۵ سؤال دو گزینه درست و نادرست می‌باشد، گاردنر و گلنن پس از تحقیقات زیادی به این نتیجه رسیدند که هوش اجتماعی دارای پنج بعد اصلی شامل: (۱) درک موقعیت (۲) شخصیت (۳) مورد اعتماد (۴) وضوح و روشنی (۵) همدلی می‌باشد. روش نمره گذاری در این پرسشنامه به این صورت است که پاسخ‌های درست، یک امتیاز و پاسخ‌های نادرست، امتیازی تعلق نمی‌گیرد (صفر) و امتیاز بیشتر نشان دهنده هوش اجتماعی بالاتر است. روایی و پایایی این پرسشنامه نیز تأیید شده است (همان).

پرسشنامه خودکارآمدی کارآفرینی شامل ۲۹ سؤال در شش حوزه مدیریت، نوآوری، ارتباطات، ریسک پذیری، و خودشناسی با گزینه‌های (به شدت مخالفم)، (مخالفم)، (تا حدودی موافقم)، (موافقم)، و (به شدت موافقم) است. نمره گذاری مقیاس خودکارآمدی کارآفرینی به این صورت است که به هر ماده از ۱ تا ۵ امتیاز تعلق می‌گیرد به این صورت که گزینه‌های (به شدت مخالفم) نمره ۱، (مخالفم) نمره ۲، (تا حدودی موافقم) نمره ۳، (موافقم) نمره ۴، (کاملاً موافقم)، نمره ۵ می‌گیرند. در این پرسشنامه حداکثر نمره ۱۴۰ و حداقل نمره ۲۹ می‌باشد. روایی و پایایی این پرسشنامه نیز توسط شمعی زاده (۱۳۸۴) تأیید شده است.

۴. یافته‌های پژوهش

قبل از این که روابط همبستگی بین متغیرهای اصلی مدل یعنی هوش اخلاقی، هوش اجتماعی و خودکارآمدی کارآفرینی را مورد بررسی قرار دهیم، نیاز است تا ابتدا یک بررسی از وضعیت آمار توصیفی داده‌های پرسشنامه‌ها داشته باشیم. جدول یک آماره‌های توصیفی مربوط به این متغیرها را نشان می‌دهد.

جدول ۱. آماره‌های توصیفی متغیرهای اصلی

تعداد	میانگین	انحراف معیار	کمترین مقدار	بیشترین مقدار
۲۵۷	۳,۲۶	۰,۷۲۵	۱,۰۰	۴,۶۶
۲۵۷	۴,۴۲	۰,۹۳۴	۱,۰۰	۴,۴۸
۲۵۷	۰,۶۶۲	۰,۱۶۸	۰,۰۰۱	۰,۰۹۸

اطلاعات جدول نشان می‌دهد در بین متغیرهای مورد بررسی در این پژوهش، متغیر هوش اخلاقی دارای میانگین ۴,۴۲ و بازه تغییرات ۱ تا ۴,۴۸، بالاترین میانگین را در بین بقیه مؤلفه‌های پژوهش داراست. در ردهای بعدی، متغیر خودکارآمدی دارای میانگین ۳,۲۶، با بازه تغییرات ۱ تا ۴,۶۶ و سپس متغیر هوش اجتماعی دارای میانگین ۰,۶۶۲ با بازه تغییرات ۰,۰۰۱ تا ۰,۰۹۸ می‌باشد.

در ادامه نیز قبل از این که با استفاده از آزمون‌های آماری مناسب به آزمون فرضیات این پژوهش پرداخته شود، لازم است تا ابتدا مفروضات لازم برای صحت استفاده از مدل‌های آماری مورد بررسی قرار بگیرد تا از صحت نتایج اطمینان حاصل شود. در ادامه نتیجه این بررسی‌ها به طور مختصر بیان می‌شود:

- **سطح داده‌های فاصله‌ای:** سطح متغیرهای پیش بین و ملاک زمانی که از SPSS برای برآورد پارامترها استفاده می‌شود باید حداقل فاصله‌ای باشد، که در این پژوهش از داده‌های فاصله‌ای استفاده شده است. همچنین متغیرهای پیش بین از نوع فاصله‌ای است.

- **آزمون مستقل بودن داده‌ها:** این آزمون با استفاده از آمار دوربین واتسون اندازه‌گیری می‌شود اگر آماره دوربین واتسون بین ۱/۵ تا ۲/۵ باشد نشان می‌دهد که این پیش فرض رعایت شده است در این پژوهش آماره دوربین واتسون ۱/۹ به دست آمد که نشان می‌دهد این پیش فرض رعایت شده است.

- **خطی بودن متغیرها:** برای بررسی این مفروضه با استفاده از نرم افزار SPSS از طریق رسم نمودار پراکنندگی، پسماندهای استاندارد رگرسیون بررسی شد و مشخص گردید که انحرافی از خطی بودن وجود ندارد و این پیش فرض رعایت شده است.

- **چند هم خطی:** جهت بررسی این پیش فرض اساسی از شاخص Tolerance و VIF استفاده شده است که نتایج آن در جدول شماره ۲ قابل مشاهده است. همان طور که نتایج بررسی هم خطی مؤلفه‌ها نشان می‌دهد از آنجایی که در همه متغیرها مقدار Tolerance کمتر از ۰/۱ نبوده و شاخص VIF نیز بیشتر از ۱۰ نبود بنابراین چند هم خطی وجود ندارد.

جدول ۲. نتایج بررسی چند هم خطی

نام متغیر	تلورانس	Vif
هوش اخلاقی	۰,۸۷۵	۱,۱۰
هوش اجتماعی	۰,۸۲۲	۱,۱۵

۱.۴. بررسی نرمال بودن متغیرها

در جامعه برای هر ارزش متغیر مستقل بایستی به صورت نرمال باشد برای بررسی این مفروضه آماره کولموگروف اسمیرنف با استفاده از SPSS مورد بررسی قرار گرفت که در این جدول ۳ ارائه شده است. هنگام بررسی نرمال بودن داده‌ها ما فرض صفر مبتنی بر اینکه توزیع داده‌ها نرمال است را در سطح خطای ۵٪ تست می‌کنیم. بنابراین اگر آماره آزمون بزرگتر مساوی ۰,۰۵ بدست آید، در این صورت دلیلی برای رد فرض صفر مبتنی بر اینکه داده نرمال است، وجود نخواهد داشت. با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون در تمام متغیرها بیشتر از ۰,۰۵ می‌باشد فرضیه نرمال بودن مشاهدات (فرض صفر) رد نمی‌شود. در نتیجه از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون به منظور بررسی فرضیات استفاده می‌شود.

جدول ۳. نتایج آزمون نرمال بودن داده‌ها

نام متغیر	تعداد	آماره آزمون	سطح معناداری
خودکارآمدی	۲۵۷	۱,۳۳	۰,۰۶۸
هوش اخلاقی	۲۵۷	۱,۸۶	۰,۰۷۹
هوش اجتماعی	۲۵۷	۱,۰۲	۰,۱۰۲

با توجه به مباحث مطرح شده، اکنون می‌توان به آزمون فرضیات تحقیق پرداخت. در اولین مرحله و قبل از بررسی انجام آزمون رگرسیون و فرضیه اصلی تحقیق نیاز است تا فرضیه‌های فرعی تحقیق یعنی رابطه همبستگی بین هوش اخلاقی و خودکارآمدی کارآفرینی و همچنین رابطه همبستگی بین هوش اجتماعی و خودکارآمدی کارآفرینی مورد بررسی قرار گیرد تا نتایج رگرسیون نیز از اعتبار بالاتری برخوردار باشد.

برای بررسی این موضوع که رابطه‌ای بین دو متغیر به لحاظ آماری معنادار است یا خیر، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. مفروضات این آزمون مانند رگرسیون می‌باشد که قبلاً بررسی شده است. جدول شماره ۴ مقدار همبستگی بین متغیرهای هوش اخلاقی و خودکارآمدی کارآفرینی را نشان می‌دهد.

جدول ۴. بررسی مقدار همبستگی بین هوش اخلاقی با خودکارآمدی کارآفرینی

ضریب همبستگی	سطح معناداری	درجه آزادی
۰,۷۷۳	۰,۰۰۱	۲۵۷

با مقایسه سطح معناداری (اگر سطح معناداری آماری "p" کمتر یا مساوی ۰,۰۵ باشد، نتیجه می‌گیریم که تفاوت‌ها معنی دار هستند) بدست آمده با ضریب خطای ۰,۰۱ (کمتر از ۰,۰۵) می‌توان نتیجه گرفت بین هوش اخلاقی با خودکارآمدی رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به این که ضریب همبستگی پیرسون بین ۱- و ۱ تغییر می‌کند و ۱ بیانگر رابطه

مستقیم کامل بین دو متغیر باشد (رابطه مستقیم یا مثبت به این معناست که اگر یکی از متغیرها افزایش (یا کاهش) یابد، دیگری نیز افزایش (یا کاهش) می‌یابد) و ضریب همبستگی در این جا معادل با ۰,۷۷۳ شده است می‌توان نتیجه گرفت که بین هوش اخلاقی با خودکارآمدی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. ضریب همبستگی بین هوش اجتماعی با خودکارآمدی نیز برای بررسی فرضیه فرعی دوم در جدول شماره ۵ نشان داده شده است.

جدول ۵. بررسی مقدار همبستگی بین هوش اجتماعی با خودکارآمدی کارآفرینی

درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب همبستگی	هوش اجتماعی - خودکارآمدی کارآفرینی
۲۵۷	۰,۰۰۱	۰,۵۳۴	

با مقایسه سطح معناداری بدست آمده با ضریب خطای ۰,۰۱ (کمتر از ۰,۰۵) می‌توان نتیجه گرفت بین هوش اجتماعی با خودکارآمدی نیز رابطه معناداری وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی ۰,۵۳۴ نیز نشان می‌دهد که این رابطه مثبت و مستقیم می‌باشد و بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که بین هوش اجتماعی با خودکارآمدی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. پس از بررسی رابطه مثبت و معنی دار بین هوش اجتماعی و هوش اخلاقی با خودکارآمدی کارآفرینی، اکنون می‌توان با تعریف خودکارآمدی کارآفرینی به عنوان متغیر وابسته و هوش اجتماعی و هوش اخلاقی به عنوان متغیرهای مستقل، توسط مدل رگرسیون بررسی نمود که چه اندازه از خودکارآمدی کارآفرینی توسط این دو نوع هوش قابل سنجش است. نتایج این مدل در جدول ۶ خلاصه شده است.

همانگونه که در جدول بالا مشاهده می‌شود با توجه به مقدار آماره F و سطح معنی داری بدست آمده می‌باشد، که اگر مقدار P -value کمتر از ۰/۰۵ باشد فرض H_0 رد می‌شود و وجود رابطه بین متغیرها پذیرفته می‌شود. آزمون‌های مربوط به هر یک از ضرایب رگرسیون یکی از آزمون‌های واقعی فرضیه‌ها درباره پارامترهای مدل برای اندازه‌گیری مناسب مدل رگرسیون مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این آزمون از آماره t برای معنی دار بودن ضرایب متغیرهای مستقل استفاده می‌کنیم. مقدار سطح معناداری مربوط به آماره F معنی داری مدل برازش داده شده را تأیید می‌کند (از ۰/۰۵ کمتر است). مقدار ضریب تعیین برابر با ۰/۶۰۰ می‌باشد که نشان می‌دهد ۶۰ درصد از تغییرات متغیر خودکارآمدی توسط متغیرهای مستقل مفروض بیان می‌شود.

جدول ۶. ضرایب حاصل از برازش مدل رگرسیون

سطح معناداری	آماره T	ضرایب استاندارد	ضرایب استاندارد نشده		مدل
			انحراف معیار	شیب خط	
۰,۰۰۱	۴,۴۴		۰,۱۴۱	۰,۶۲۶	عرض از مبدأ
۰,۰۰۱	۱۴,۱۲	۰,۸۱۶	۰,۰۴۵	۰,۶۳۴	هوش اخلاقی
۰,۰۰۷	۲,۰۲	۰,۱۵۹	۰,۲۴۹	۰,۲۵۴	هوش اجتماعی
آماره F (معنی داری) ۱۹۰,۳۷ (۰,۰۰۱)				۰,۶	ضریب تعیین R^2
				۲,۰۸	آماره دوربین - واتسون

شیب خط در حالت رگرسیون خطی ساده، نشان می‌دهد که میزان حساسیت متغیر وابسته به متغیر مستقل چقدر است. به این معنی که با افزایش یک واحد به مقدار متغیر مستقل چه میزان متغیر وابسته تغییر خواهد کرد. در بین متغیرهای پژوهش بیشترین شیب مربوط به متغیر هوش اخلاقی ۰/۶۳۴ و کمترین آن مربوط به هوش اجتماعی با مقدار ۰/۲۵۴ می‌باشد. عرض از مبدأ نیز بیانگر مقداری از متغیر وابسته است که به ازاء مقدار متغیر مستقل برابر با صفر محاسبه می‌شود. به شکل دیگر می‌توان مقدار ثابت یا عرض از مبدأ را مقدار متوسط متغیر وابسته به ازاء حذف متغیر مستقل در نظر گرفت. سطح معناداری آزمون فرضیات مورد نظر مانند آنچه در جدول فوق نشان داده شده است، محاسبه شده و با ضریب خطای مفروض (۰,۰۵) مقایسه می‌شود. به این ترتیب معناداری متغیرهای عرض از مبدأ و هوش اخلاقی و هوش اجتماعی همزمان مورد تأیید قرار می‌گیرد (سطح معناداری حاصل کمتر از ۰,۰۵ است).

۵. نتیجه‌گیری

به طور کلی اعتبار هر عمل پژوهشی به نتایج استخراج شده و قابلیت بهره‌برداری از آن بستگی دارد. در این تحقیق تلاش شده تا رابطه مهارت‌های هوش اخلاقی و هوش اجتماعی با خودکارآمدی کارآفرینی در بین دانشجویان روانشناسی مورد بررسی قرار گیرد.

همان‌طور که نتایج نشان داده است، فرضیه فرعی اول تأیید می‌شود و بین هوش اخلاقی با کارآمدی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. به این معنا فردی که هوش اخلاقی یعنی توانایی تشخیص درست از اشتباه را در سطح مناسبی دارد، از کارآمدی بالاتری در زمینه کارآفرینی برخوردار است زیرا این هوش اخلاقی باعث می‌شود که باورها و قضاوت‌های افراد از مهارت‌های خود در انجام وظایف و مسئولیت‌ها افزایش یابد. در واقع می‌توان گفت زمانی که فرد توانایی تشخیص کار درست و ارزش‌های درست را دارد می‌تواند به صورت دقیق‌تری موضوعات صحیح از غلط را تشخیص دهد و تصمیم‌گیری‌های با کیفیت‌تری را انجام دهد که این امر خود به کارآمدی بیشتر منجر می‌شود.

هوش اجتماعی نیز شامل ویژگی‌هایی است که فرد بر اساس آن می‌تواند با دیگران ارتباط برقرار کند و در احساسات دیگر افراد با آنها شریک شود و کسانی که از هوش اجتماعی بالاتری برخوردار هستند می‌توانند راحت‌تر با دیگر افراد ارتباط برقرار کنند. از طرف دیگر کسانی که خودکارآمدی کارآفرینی بالایی دارند در جهت هدف خود مصمم‌تر بوده و تلاش بیشتری برای رسیدن به اهداف خود می‌کنند، بنابراین رابطه مثبت و معنی‌دار هوش اجتماعی و خودکارآمدی کارآفرینی یعنی فردی که بتواند راحت‌تر با افرادی دیگر ارتباط برقرار کند پس می‌تواند راحت‌تر به اهداف خود دست پیدا کنند و موفق‌تر خواهد شد. در واقع فرضیه فرعی دوم نیز تأیید می‌شود.

علاوه بر این، این مطالعه تأثیر همزمان هوش اجتماعی و هوش اخلاقی را نیز بر روی خودکارآمدی کارآفرینی مورد تأیید قرار می‌دهد. یعنی می‌توان قسمتی از ویژگی‌های خودکارآمدی کارآفرینی افراد را توسط هوش اجتماعی و هوش اخلاقی آنها توضیح داد و فرضیه اصلی تحقیق نیز تأیید می‌شود. بنابراین می‌توان با انجام راهکارهای به کارگیری افزایش هوش اجتماعی و هوش اخلاقی و پرورش این نوع هوش و قابلیت در افراد، آنها را در قرار گرفتن در مسیر کارآفرینی حمایت نمود.

به عنوان پیشنهاد برای تحقیقات بعدی نیز می توان تأثیر سایر هوش های موجود از هوش های ده گانه را نیز بر روی کارآفرینی به صورت همزمان مورد بررسی قرار داد. همچنین می توان مطالعه حاضر را گسترش داد و در بین گروه های مختلف دانشجویی و رشته های مختلف آزمون کرد تا اعتبار آن تقویت شود.

References

- Ahmadpour Dariani, Mahmoud (2012). *Entrepreneurship: Definitions, Theories, Patterns*. Tehran, Jajarmi Publications. (in Persian)
- Aristu, A.L, Tello, F.P.H & Ortiz, M. A & Gandarn, M. (2008). The Structure of Bryants Empathy Index for Childern: Acroo-Validation Study, *Journal of psychology*, 11(2), 670-677.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W. H. Freeman. /Times Books/ Henry Holt & Co.
- Bjorkqvist, K. Osterman, K. Kaukiainen, A. (2000). Social Intelligence empathy = aggression? *Aggression and Violent Behavior*, 5(2), 191-200.
- Borba M. (2001). The step-by-step plan to building moral intelligence. Available from: URL: <http://www.parentingbookmark.com/pages/7virtues>. htm. Accessed: 2 Jun 2015.
- Crowne K. The relationships among social intelligence, emotional intelligence and cultural intelligence. *J Organization Management*. 2009; 6(3): 148-63.
- Davis DE, Worthington JEL, Hook JN. (2010). Humility: Review of measurement strategies and conceptualization as personality judgment. *The Journal of Positive Psychology*; 5(4): 243-252.
- Díaz-García, M. and Jiménez-Moreno, J. (2020). Entrepreneurial intention: The role of gender. *IntEntrep Manag J*, 6, 261- 283.
- Eskandari Gh, Eskandari K, Beigzad J, Kourdbacheh Sh. (2012). The effect of managers' ethical intelligence on their communication skills in social security organization. *Quarterly Journal of Productivity Management*; 6 (21): 105-128. (in Persian).
- Fitzsimmons, J. and Douglas, E. (2021). Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 26 (4), 431- 440.
- Goleman, D. (2010). *Social Intelligence, the new science of human relationships*. New York:Random House.
- Gorkan Ahmetoglu, Franziska Leutner and Tomas Chamorro. (2021). Understanding the individual differences in Socialal intelligence and entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*. 51(8), 1028–1033.
- Hasanzade, R, Farzan, S and khademlo, A. (2014) *Theories and applications of psychological testing*, Arasbaran publication. (in Persian)
- Hebert, E. B. (2020). *The relationship between emotional intelligence, transformational leadership, and effectiveness in school principals*. Georgia State University.
- Islamzadeh, b; Rashidi, H.; Fekrian, S. (2015). Determining the mediating role of general self-efficacy in relation to students' self-differentiation and social identity. *Consulting Research*, 15 (57), 57-41. (in Persian)
- Jamaat function, Mashaaleh; Musa Khani, Morteza; Alwani, Seyed Mehdi and Davari, Ali (2017). Strategic Entrepreneurship Model: A Case Study of the Ministry of Energy. *Journal of Energy Policy and Planning Research*, (7), 171-200. (in Persian)

- Jung, J. H., & Chang, D. R. (2017). Types of creativity—Fostering multiple intelligences in design convergence talents. *Thinking Skills and Creativity*, 2(3): 101-111.
- Luca, M. R., & Cazan, A. M. (2011). Involvement in Entrepreneurial Training and Personality. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 30, 1251-1256.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Nijholt, A., Stock, O., & Nishida, T. (2009). Social intelligence design in ambient intelligence, *AI & Soc*, 24, 1-3.
- Okoye, A. C. (2017). Entrepreneurship education: A panacea for graduate unemployment in Nigeria. *Online Journal of Arts, Management and Social Sciences*, 2(1), 56-63.
- Saffarinia, Majid; Solgi, Zahra; Trust, benefit. (2011). Preliminary study of the reliability and validity of the social intelligence questionnaire in university students of Kermanshah province, 2 (1), 1-14. (in Persian)
- Stephen J. Zaccaro, Janelle A. Gilbert, K and Michael D. Mumford. (2019). Effective of social intelligence on Leadership leader effectiveness. *The Leadership Quarterly*, 2(4), 317-342
- Sundin, E. (2011). Entrepreneurship and social and community care. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 5(3), 212-222.
- Tallman B. (2003). The organization leader as king, warrior, magician, and lover: How Jungian archetypes affect the way men lead organizations. *Organization Development Journal*; 23(3): 19–26.