

تأثیر شایستگی‌های فردی و اجتماعی بر شخصیت کارآفرینانه (مطالعه موردی: کارکنان بانک توسعه صادرات)

طیبه نیک‌رفتار^{۱*}

۱. دکتری مدیریت دولتی دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۰/۶/۲۲، تاریخ تصویب: ۱۳۹۰/۸/۱)

چکیده

این پژوهش به منظور بررسی اثر شایستگی‌های فردی (توانایی خودمدیریتی، توانایی خودانگیزی، توانایی خودآگاهی) و شایستگی‌های اجتماعی (آگاهی اجتماعی، مهارت‌های اجتماعی) بر روی شخصیت کارآفرینانه‌ی کارکنان بانک توسعه صادرات انجام شده است. روش پژوهش توصیفی و از نوع پیمایشی است. به همین منظور نمونه‌ی آماری ۲۴۰ نفری از بین کارکنان ستاد و ۱۸ شعبه‌ی بانک توسعه صادرات با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شد. ابزار پژوهش پرسش‌نامه‌ی شامل ۲۹ گویه در مقیاس طیف لیکرت ۷ تایی بود که با توجه به شاخص‌های شایستگی‌های فردی و اجتماعی و شخصیت کارآفرینانه تدوین شد. روایی پرسش‌نامه با استفاده از نظر صاحب‌نظران و تحلیل گویه‌ها و پایایی آن با آلفای کرونباخ تعیین گردید. برای تحلیل الگوی معادلات ساختاری از تحلیل عاملی تاییدی و تحلیل مسیر استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که توانایی خودانگیزی و مهارت‌های اجتماعی هر دو تأثیر معنی‌دار و مثبتی بر روی شخصیت کارآفرینانه‌ی کارکنان دارد. اما میزان تأثیر مهارت‌های اجتماعی بر روی شخصیت کارآفرینانه بسیار بیش‌تر از توانایی خودانگیزی است. از این‌رو این دو سازه در الگو باقی ماندند و سایر متغیرهای مستقل از الگو حذف شدند.

واژه‌های کلیدی: هوش عاطفی، شایستگی شخصی، شایستگی اجتماعی، ویژگی کارآفرینی

مقدمه

از نظر بسیاری از کارشناسان اقتصادی، کارآفرینی به عنوان موتور محرک اقتصادی، نقش‌های فراوان و متفاوتی را در جامعه ایفا می‌کند و مبنای تمامی تحولات و پیشرفت‌های بشری به‌شمار می‌آید. کارآفرینان با بهره‌گیری از نیروهای مولدی که در خود برای حل خلاقانه‌ی مساله سراغ دارند با خطرپذیری و تحمل قابل توجه، می‌توانند با زیرکی و ظرافت و سرعت هرچه تمام‌تر تهدیدها و تنگناهای محیطی را در جامعه به فرصت تبدیل کنند (بهشتی، خیرآور و قزوینیان، ۱۳۸۸، ص ۱۵۸). امروزه کارآفرینی سازمانی به دلیل اینکه یک اندیشه‌ی حمایت‌کننده‌ی توسعه‌ی فردی و درون سازمانی را به وجود می‌آورد می‌تواند برای سازمان ارزش افزوده ایجاد کند و منجر به افزایش کارایی سازمان و افزایش رضایت شغلی کارکنان شود (هزارجریبی و ابراهیمی، ۱۳۸۹، ص ۲). اما تعداد کارآفرینان واقعی در سازمان‌های بزرگ بسیار اندک است و به‌طور معمول در مرحله‌ی استخدام، کارآفرینان جذب این گونه سازمان‌ها نمی‌شوند (مقیم، ۱۳۸۴، ص ۱۲۶).

از سوی دیگر پژوهش‌ها نشان می‌دهد افرادی که در محیط کار عملکرد بهتری دارند هوش عاطفی بالاتری دارند (Robbins, 2002, p. 232) که برخلاف بهره‌ی هوشی قابل یادگیری نیز است (Goleman, 1998, p. 95). متخصصان معتقدند که بهره‌ی هوشی در بهترین حالت خود تنها عامل ۲۰ درصد از موفقیت‌های زندگی می‌باشد. ۸۰ درصد از موفقیت‌ها به عوامل مرتبط با هوش عاطفی بستگی دارد و سرنوشت افراد در بسیاری از موارد در گرو مهارت‌هایی است که هوش عاطفی را تشکیل می‌دهد. مک‌کله‌ند^۱ در سال ۱۹۹۶ در بررسی‌های خود در شرکت‌های تولیدی نتیجه گرفت که وقتی مدیران ارشد از هوش عاطفی برخوردارند، سود قسمت تحت مدیریت آنها، ۲۰ درصد بالاتر از اهداف پیش‌بینی شده است. سیمسن و اسکات^۲ در مقاله‌ی خود نتیجه گرفتند که هوش عاطفی اثر مثبتی بر نتایج کار سازمان، کارگروهی، ارتباطات مناسب بین کارمندان و مدیران و تعهد سازمانی آنها دارد (مشبکی و دوستار، ۱۳۸۶، ص ص ۲۱۳-۲۱۴).

1. McClelland
2. Simson & Scott

در مورد رابطه‌ی بین هوش عاطفی و شخصیت کارآفرینانه پژوهش‌های زیادی انجام شده است (Zakarevicius & Zuperka, 2010, p. 864). در این پژوهش نیز سعی بر این است که با طراحی الگوی اولیه، همبستگی بین شایستگی‌های عاطفی (مبتنی بر هوش عاطفی) در محیط کار و شخصیت کارآفرینانه آزمون شود.

توجه به ویژگی‌های منابع انسانی بانک توسعه صادرات، نشان می‌دهد که میانگین سنی کارکنان بانک پایین و حدود ۳۴ سال است که خود نشان‌دهنده‌ی جوان بودن کارکنان بانک و در نتیجه تفاوت آشکار نیازها و علاقه‌مندی‌های آنان در مقایسه با کارکنان سایر سازمان‌ها می‌باشد، مدرک تحصیلی بیش از ۷۰ درصد از کارکنان لیسانس و بالاتر است (مرکز مطالعات و بهره‌وری ایران، ۱۳۸۹، ص ۷). از این رو با توجه به نیروی جوانی که در بانک وجود دارد، انتظار می‌رود کارکنان از ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی بیش‌تری نسبت به سایر بانک‌ها برخوردار باشند. در این پژوهش بعد از مرور ادبیات، الگویی از رابطه‌ی بین شایستگی‌های عاطفی در محیط کار و شخصیت کارآفرینانه ترسیم شد و این سوال مطرح است که آیا بین شاخص‌های ویژگی‌های عاطفی (شایستگی‌های فردی و اجتماعی) و شخصیت کارآفرینانه‌ی کارکنان رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد؟

مروری بر ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق

هوش عاطفی و شایستگی عاطفی^۱ در محیط کار

در سال ۱۹۹۰ سالووی و می‌یر^۲ با آگاهی از کارهای انجام شده در زمینه‌ی جنبه‌های غیرشناختی هوش، اصطلاح هوش عاطفی را به کار بردند (Poon Teng Fatt, 2002, p.58). البته لازم به بیان است گلمن^۳ کسی است که نامش بیش‌تر از همه‌ی کسانی که برای اولین بار اصطلاح هوش عاطفی را به کار بردند، با عنوان هوش عاطفی پیوند خورده است. او در سال ۱۹۹۵ کتابی با عنوان «هوش عاطفی» منتشر کرد. وی در کتاب خود اطلاعات جالبی در ارتباط مغز با عواطف و رفتارهای آدمی ارائه می‌دهد (Hein, 2004, p. 1).

1 - Emotional Competence

2 -Salovey & Mayer

3 -Goleman

گلمن هوش عاطفی را «ظرفیت یا توانایی سازماندهی احساسات و عواطف خود و دیگران، برانگیختن خود و کنترل اثرگذار احساسات خود و استفاده از آنها در روابط با دیگران» تعریف می‌کند. به عقیده‌ی وی هوش عاطفی در محیط کار از چند بُعد زیر تشکیل شده است (Rahim & Minors, 2003, p. 150).

۱- خودآگاهی^۱، ۲- خودکنترلی^۲، ۳- انگیزش^۳، ۴- هم‌دلی^۴ و ۵- مهارت‌های اجتماعی^۵.

در واقع هوش عاطفی که ریشه‌هایش در هوش اجتماعی است، علم توانایی درک و مدیریت افراد می‌باشد. هوش عاطفی مدیریت عواطف خود و دیگران است (Heffernan, O'Neill, Travaglione & Droulers, 2008, p. 184). شایستگی عاطفی توانایی فراگرفته شده بر مبنای هوش عاطفی است که منجر به بهبود عملکرد در محیط کار می‌شود. شایستگی عاطفی بر مبنای پنج عنصر هوش عاطفی فراگرفته می‌شود که عبارتند از: توانایی خودآگاهی، توانایی خودمدیریتی، انگیزه‌ی موفقیت، هم‌دردی و مهارت‌های اجتماعی. شایستگی عاطفی منجر به کسب موفقیت‌های متعددی در محیط کار می‌شود. این شایستگی در خدمات‌رسانی به مشتری، اداره و هدایت نیروی کاری، تشخیص رفتار دیگران، توسعه و موفقیت در کارهای گروهی اثرگذار است. چارچوب مندرج در جدول شماره (۱) شایستگی‌های عاطفی و اجزای هر کدام را نشان می‌دهد. شایستگی عاطفی مدنظر به دو بخش تقسیم می‌شود. شایستگی فردی و شایستگی اجتماعی (Goleman, 1998, p. 96).

الف) شایستگی فردی^۶: این شایستگی تعیین می‌کند که چقدر ما خودمان را می‌شناسیم و می‌توانیم خودمان را مدیریت کنیم.

-
- 1 - Self-Awareness
 - 2- Self-Regulation
 - 3 - Motivation
 - 4- Empathy
 - 5 - Social Skills
 - 6 -Personal Competence

ب) شایستگی اجتماعی^۱: این شایستگی تعیین می‌کند که چقدر ما می‌توانیم روابط را با دیگران مدیریت کنیم.

در این مطالعه ما از عناصر شایستگی عاطفی به‌عنوان نقطه‌ی تلاقی احساسات، عواطف و شناخت برای بررسی ویژگی‌های کارآفرینی استفاده کرده‌ایم.

ویژگی‌های کارآفرین

شاید هیچ جنبه‌ای از کارآفرینی بیش از ویژگی‌های فردی کارآفرین مطالعه نشده باشد. در مورد ویژگی‌های کارآفرین تعاریف زیادی ارائه شده است که در این نوشتار به چند نمونه آن اشاره می‌شود.

عابدی (۱۳۸۱) بیان می‌کند که براساس مکتب ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینی، نیازها، انگیزه‌ها، احساسات و نگرش‌های افراد مبنای رفتار اولیه‌ی آنهاست و ارزش‌های غالب، افراد را وادار به رفتار ویژه‌ای می‌کنند.

مقیمی (۱۳۸۰) با اشاره به مکتب کارآفرینی انسانی می‌گوید که این مکتب ویژگی‌هایی را برای کارآفرینان موفق بر می‌شمارد که برخی از آنها عبارتند از: نیاز زیاد به موفقیت شخصی، نیاز کم به کنترل فعالیت‌های خودتنظیمی، باور به خود و کنترل نتایج زندگی، خطرپذیری، تحمل ابهام زیاد، عزت نفس زیاد و عدم انطباق‌پذیری.

جان بورچ^۲ (۲۰۰۷) ویژگی‌های کارآفرینان را چنین بر می‌شمارد:

- ۱- خوش‌آیندی موفقیت، ۲- فشار برای غلبه بر مشکلات، ۳- سخت‌کوشی،
- ۴- خوش‌آیندی کار، ۵- پرورش کیفیت، ۶- پذیرش مسئولیت، ۷- پاداش‌مداری،
- ۸- خوش‌بینی، ۹- تعالی‌مداری، ۱۰- سودمداری.

کارلند^۳ بر ویژگی‌های زیر در کارآفرینان تاکید می‌کنند:

- ۱- نیاز به توفیق، ۲- مرکز کنترل درونی، ۳- تمایل به مخاطره‌پذیری، ۴- نیاز به استقلال، ۵- خلاقیت (علوی، ۱۳۸۲).

1 - Social Competence

2. John Burch

3. Carland

جدول ۱. ابعاد و شاخص‌های شایستگی‌های فردی و اجتماعی (Goleman, 1998: P.96)

شایستگی اجتماعی	شایستگی فردی
<p>۴) آگاهی اجتماعی آگاهی از احساسات، نیازها و علایق دیگران و درک آنها ۱-۴) هم‌دلی: درک احساسات و اولویت‌ها و اهداف دیگران ۲-۴) توسعه‌ی دیگران: درک نیازهای توسعه‌ی دیگران و حمایت از توانایی‌هایشان ۳-۴) خدمت-محوری: پیش‌بینی، تشخیص و تأمین نیازهای مشتریان (دیگران) ۴-۴) توانایی نفوذ: بهره‌مندی از شیوه‌های اثرگذار برای ترغیب دیگران ۵-۴) آگاهی سیاسی: توانایی توسعه‌ی عواطف و شناسایی روابط قدرت</p>	<p>۱) توانایی خود-آگاهی آگاهی از حالات، اولویت‌ها، توانایی‌ها و احساسات خود ۱-۱) خود-آگاهی عاطفی: توانایی تشخیص عواطف و نقش آن در محیط کار ۲-۱) خود-ارزیابی دقیق: شناخت نقاط قوت و ضعف خود ۳-۱) اعتماد به نفس: داشتن احساس قوی از ارزش‌ها و توانایی‌های خود</p>
<p>۵) مهارت‌های اجتماعی شایستگی در ارائه و واکنش‌های مطلوب در برابر دیگران ۱-۵) ارتباطات: گوش سپردن باز و ارسال پیام‌های متقاعدکننده برای دیگران ۲-۵) مدیریت تعارض: گفت‌وگو کردن و حل و فصل تعارض‌ها ۳-۵) رهبری: الهام‌بخشی و راهنمایی دیگران و گروه‌ها ۴-۵) تحول‌گرا: آغازکننده و مدیریت تغییر ۵-۵) توسعه‌ی پیوندها: توسعه و حمایت از روابط سودمند ۶-۵) همکاری: کار کردن با دیگران در جهت اهداف مشترک ۷-۵) قابلیت‌های گروهی: ایجاد هم‌افزایی در ترغیب اهداف جمعی ۸-۵) ایجاد تعهد: ایجاد تعهد در محیط کار</p>	<p>۲) توانایی خود-مدیریتی مدیریت حالات درونی، محرک‌ها و توانایی‌ها و احساسات خود ۱-۲) خود-نظارتی: جلوگیری از بروز حالات و محرک‌های مخمل ۲-۲) قابلیت اعتماد: حفظ استانداردهای صداقت و راستگویی ۳-۲) وظیفه‌شناس: پذیرش مسئولیت برای عملکرد شخصی ۴-۲) توانایی تطبیق: انعطاف‌پذیری در بررسی فعالیت‌ها ۵-۲) نوآوری: توانایی ارائه‌ی نظرها، راه‌کارها و اطلاعات جدید</p>
	<p>۳) خود-انگیزشی توسعه‌ی تمایل و انگیزه‌ی لازم برای دست‌یابی به اهداف آینده ۱-۳) انگیزه‌ی موفقیت: تلاش برای بهبود و یا دست‌یابی به استانداردهای عالی ۲-۳) تعهد: هم‌سو شدن با اهداف گروه یا سازمان ۳-۳) ابتکار عمل: آمادگی به‌منظور اقدام براساس فرصت‌ها ۴-۳) خوش‌بینی: پافشاری در تعقیب اهداف به‌رغم موانع و مشکلات</p>

در این پژوهش ویژگی‌هایی که کارلند به آن اشاره کرده است مبنای ویژگی‌های کارآفرینان در الگوی اولیه‌ی پژوهش می‌باشد که در ادامه تعریفی از این ویژگی‌ها ارائه می‌شود.

- ۱- نیاز به توفیق: انتظار فرد از انجام کار سریع‌تر و بهتر از دیگران، یا دست‌یابی به دستاوردهایی بهتر از دیگر افراد (McClelland, 1961, p.219).
- ۲- مرکز کنترل درونی: عقیده‌ی فرد نسبت به این‌که رفتارهای او تحت تاثیر پاداش‌های (انگیزاننده‌های) بیرونی قرار ندارد و رفتارشان متاثر از انگیزاننده‌های درونی است (Rotter, 1966, p. 20).

۳- تمایل به مخاطره‌پذیری: ریسک‌پلی است بین شناسایی فرصتی که استطاعت مالی در آن وجود ندارد و بهره‌برداری از آن. به عبارت دیگر، ریسک‌پلی است بین جایی که مدیران هستند و جایی که می‌خواهند باشند (Rumball, 1989, p.32).

۴- نیاز به استقلال: از نظر مک کران و فلائیگان^۱ (۱۹۹۶) استقلال، نیروی برانگیزاننده‌ای است که فرد با این ویژگی احساس می‌کند بر سرنوشت خود کنترل دارد، کاری را برای خود انجام می‌دهد و آقای خودش می‌باشد. استقلال‌طلبی (یا به عبارت دیگر، بی‌علاقگی به کار کردن برای دیگران) همانند نیرویی است که باعث می‌شود کارآفرین تمام مخاطره‌ها و ساعت‌های طولانی کار خسته‌کننده را برای ایجاد فعالیت کارآفرینانه‌ی نوپا به جان بخرد (فیضی، ۱۳۸۵، ص ۹۱).

۵- خلاقیت: تورنس^۲ (۱۹۸۰) فرایند «حساس شدن به مسائل، نقص‌ها، پیدا کردن نقاط مبهم در معلومات، مشخص کردن مشکل، جست‌وجو برای راه‌حل، حدس زدن و صورت‌بندی فرضیه‌ها درباره‌ی نواقص، آزمون فرضیه‌ها، تغییر در فرضیه‌ها و آزمودن مجدد آنها و درنهایت اتصال عناصر مختلف به یک‌دیگر» را خلاقیت می‌شمارد.

ارتباط بین شایستگی‌های فردی و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه

در مورد شایستگی‌های فردی و اثر آن بر شخصیت کارآفرینانه پژوهش‌های زیادی انجام شده است. به عنوان مثال لاکی و مینایی^۳ (۲۰۱۱) بیان می‌کنند که خودمدیریتی یکی از عناصر مهم و تاثیرگذار بر موفقیت کارآفرینان می‌باشد. کارآفرینی که بر ویژگی خودمدیریتی تاکید دارد موفقیت‌های بسیاری کسب خواهد کرد.

اسپنسر^۴ (۱۹۹۳) به این نتیجه رسید که ویژگی‌هایی مانند ابتکار عمل، اقدام به موقع در مورد فرصت‌ها، اعتماد به نفس و پشتکار، کارآفرینان با عملکرد عالی را از کارآفرینان عادی متمایز می‌کند (Rhee, White, 2007).

1 - Mckeran and Flannigan

2 -Torrance

3 -Lucky and Minai

4 -Spencer

زامپیتاکیس^۱ و دیگران (۲۰۰۹) به بررسی الگوی اثر عناصر هوش عاطفی بر نگرش کارآفرینی پرداختند و دریافتند که اثر معنادار و مثبتی بین این دو وجود دارد. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که ویژگی خودکفایتی^۲ اثر زیادی بر خطرپذیری فرد دارد (Health, Tversky, 1991, p. 8) مک کله لند (۱۹۶۱) بیان می‌کند که ویژگی‌های هوش عاطفی افراد بر نیاز به موفقیت و تمایل به خطرپذیری آنها تاثیر دارد و چگونگی این تاثیر نیاز به مطالعه دارد. عابدی جعفری و دیگران (۱۳۸۹) به بررسی رابطه‌ی بین شیوه‌ی رهبری تحول‌آفرین و هوش عاطفی (خودآگاهی، خودمدیریتی، انگیزش، هم‌دلی و مهارت‌های اجتماعی) پرداختند. نتایج نشان داد که رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری بین شیوه‌ی رهبری تحول‌آفرین و هوش عاطفی وجود دارد.

از این رو فرضیه‌های پژوهش با توجه به موارد اشاره شده برای شایستگی‌های فردی شامل موارد زیر است:

- ۱- توانایی خودآگاهی کارکنان بر روی شخصیت کارآفرینانه‌ی آنها تاثیر معنی‌داری دارد.
- ۲- توانایی خودمدیریتی کارکنان بر روی شخصیت کارآفرینانه‌ی آنها تاثیر معنی‌داری دارد.
- ۳- توانایی خودانگیزشی کارکنان بر روی شخصیت کارآفرینانه‌ی آنها تاثیر معنی‌داری دارد.

ارتباط بین شایستگی‌های اجتماعی و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه

پژوهشی که توسط کاولو و بریزنا^۳ بر روی ۳۵۸ مدیرانجام شد نشان می‌دهد که رابطه‌ای قوی بین ابعاد هوش عاطفی این افراد (خودآگاهی، خودمدیریتی، آگاهی اجتماعی و مهارت‌های اجتماعی) و عملکرد بالای آنها وجود دارد (Carmeli, 2003, p.796).

1 -Zampetakis

2 -Self Efficacy

3 -Cavallo and Brienza

صمد^۱ (۲۰۰۹) نشان داد که همه‌ی ابعاد هوش عاطفی رابطه‌ی معنی‌داری با رهبری اثرگذار دارند افزون بر این مهارت‌های اجتماعی عامل اثرگذار در رهبری اثربخش است. زاکاریویشس و زوپرکا^۲ (۲۰۱۰) نشان دادند که ابعاد هوش عاطفی شامل خودآگاهی، خودمدیریتی، آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط بر جنبه‌های شخصیتی مانند نیاز به موفقیت و کنترل درونی اثر معنی‌داری دارد.

(Khalafi, Razavi & Behzadian (2011) نیز پژوهشی را در مورد ارتباط بین هوش عاطفی مدیران در سطوح مختلف و شخصیت کارآفرینانه انجام دادند، نتایج پژوهش نشان داد که بین عناصر هوش عاطفی (خودمدیریتی، خودآگاهی، آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط) و شخصیت کارآفرینانه رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

ترابی (۱۳۸۲) به بررسی رابطه‌ی هوش عاطفی و عملکرد مدیران میانی گروه هتل‌های "هما" پرداخت، نتایج به دست آمده از این پژوهش نشان‌دهنده‌ی رابطه معنی‌دار میان هوش عاطفی و عملکرد مدیران است. هم‌چنین بین شاخص‌های خودآگاهی، خودانگیزی و مهارت‌های اجتماعی با عملکرد مدیران، رابطه‌ی معنی‌داری یافت شد. از این رو با توجه به مواردی که اشاره شد می‌توان رابطه‌ی بین شایستگی‌های اجتماعی (مهارت‌های اجتماعی و آگاهی اجتماعی) و ویژگی کارآفرینانه را به صورت زیر فرض کرد:

۴- آگاهی اجتماعی کارکنان بر روی شخصیت کارآفرینانه‌ی آنها تاثیر معنی‌داری دارد.

۵- مهارت‌های اجتماعی کارکنان بر روی شخصیت کارآفرینانه‌ی آنها تاثیر معنی‌داری دارد.

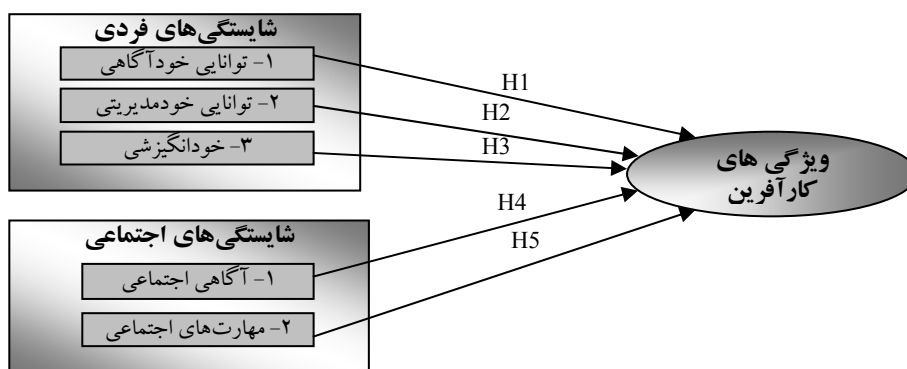
الگوی تاثیرگذاری شایستگی عاطفی در محیط کار بر شخصیت کارآفرینانه‌ی کارکنان
شاید هیچ جنبه‌ای از کارآفرینی بیش از ویژگی‌های فردی کارآفرین، مطالعه نشده باشد (مقیمی، ۱۳۸۴، ص ۲۴۵). عواملی مانند گرایش به خطرپذیری، نیاز به توفیق، نیاز به استقلال، تمایل به کار بیش از حد معمول و تمایل به تفویض اختیار به دیگران، به‌وسیله‌ی

1. Samad

2. Zakarevicius & Zuperka

پژوهشگران زیادی مطالعه شده است (Collins, 2007, Singh & Denoble, 2003, Wyk Boshof & Bester, 2003).

مطالعه‌ی کارآفرینی در روان‌شناسی بر درک این نکته که چگونه صفات افراد با انگیزش و عملکرد کارآفرینانه ارتباط دارد، متمرکز است (احمدپور داریانی و مقیمی، ۱۳۸۵). یکی از اثرات هوش عاطفی از نظر سالووی و می‌یر این است که کمک می‌کند به صورت خلاقانه‌تری بیندیشیم و از عواطف و احساسات خود برای حل مشکلات استفاده کنیم (Poon Teng Fatt, 2002, p.58). از این‌رو در حوزه‌ی هوش عاطفی، تاکنون چندین بار رابطه‌ی بین هوش عاطفی و ویژگی کارآفرین مطالعه شده است. با توجه به موارد اشاره شده، در الگویی که برای این پژوهش طراحی شده است، فرض کرده‌ایم که شایستگی‌های عاطفی بر ویژگی‌های کارآفرینی تاثیر دارد (شکل شماره ۱). در این الگو دو متغیر مستقل شایستگی‌های فردی و شایستگی‌های اجتماعی و یک متغیر وابسته‌ی ویژگی‌های کارآفرینی در نظر گرفته شده است. شایستگی شخصی دارای سه شاخص خودمدیریتی، خودآگاهی و خودانگیزی می‌باشد و شایستگی‌های اجتماعی از دو شاخص آگاهی اجتماعی و مهارت‌های اجتماعی تشکیل شده است.



شکل ۱. الگوی تاثیرگذاری شایستگی عاطفی در محیط کار بر شخصیت کارآفرین کارکنان

برای سنجش ویژگی‌های کارآفرینی از شاخص‌های استقلال، خودکنترلی، خطرپذیری، توفیق‌طلبی و خلاقیت استفاده شده است. این الگو براساس فرضیه‌های پژوهش آزمون شد.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نظر روش تحقیقی توصیفی-پیمایشی است. جامعه‌ی آماری این پژوهش تمامی کارکنان ستاد و ۱۸ شعبه بانک توسعه صادرات در سال ۱۳۹۰ است که تعداد آنها حدود ۷۰۰ نفر است.

جدول ۲. ابعاد، شاخص‌ها و گویه‌های پرسش‌نامه

بُعد	شاخص	گویه
شایستگی‌های شخصی	۱- توانایی خودآگاهی	۱-۱) در زندگی شغلی خود می‌توانم نقش عواطف در محیط کار را درک کنم ۲-۱) از نقاط قوت و ضعف خود در انجام مسئولیت‌های کاری‌ام آگاهم ۳-۱) به توانایی‌های خود در انجام فعالیت‌های شغلی‌ام اعتماد کامل دارم
	۲- توانایی خودمدیریتی	۱-۲) توانایی جلوگیری از رفتارها و حالات مخل را در محیط کار دارم ۲-۲) با دیگران صادق هستم ۳-۲) در شغل خود فرد مسئولیت‌پذیری هستم ۴-۲) توانایی آن را دارم که با شرایط مختلف در محیط کار، خود را سازگار کنم ۵-۲) توانایی ارایه نظر و راهکارهای جدید برای انجام موفق‌تر کار را دارم
	۳- خود انگیزشی	۱-۳) در زندگی تلاش می‌کنم که به موفقیت‌های بزرگی دست پیدا کنم ۲-۳) سعی می‌کنم که فعالیت‌هایم را هم‌سو با اهداف سازمان انجام دهم ۳-۳) از فرصت‌هایی که برایم پیش می‌آید بیش‌ترین استفاده را می‌کنم ۴-۳) به‌رغم موانع و مشکلاتی که وجود دارد سعی می‌کنم اهدافم را دنبال کنم
شایستگی‌های اجتماعی	۴- آگاهی اجتماعی	۱-۴) سعی در شناخت اهداف و اولویت‌های دیگران در زندگی دارم ۲-۴) به دیگران کمک می‌کنم که توانایی لازم برای انجام فعالیت‌هایشان را به‌دست آورند ۳-۴) سعی در پیش‌بینی، تشخیص و تأمین نیازهای دیگران دارم ۴-۴) از تاکتیک‌های موثری برای ترغیب دیگران استفاده می‌کنم ۵-۴) توانایی شناخت روابط قدرت را در سازمان دارم
	۵- مهارت‌های اجتماعی	۱-۵) توانایی گوش سپردن به دیگران و متقاعد کردن آنها را دارم ۲-۵) توانایی مذاکره و حل و فصل تعارض‌ها در محیط کار را دارم ۳-۵) می‌توانم نقش رهبر را در گروه‌هایی که عضو هستم داشته باشم ۴-۵) می‌توانم آغازگر تغییرات مهم باشم و آن تغییرات را مدیریت کنم ۵-۵) می‌توانم باعث ایجاد روابط حمایتی و سودمند در محیط کار باشم ۶-۵) به همکاری با دیگران برای رسیدن به اهداف مشترک می‌پردازم ۷-۵) به فعالیت‌های تیمی برای رسیدن به اهداف جمعی می‌پردازم
ویژگی‌های کارآفرینی		۱- سعی می‌کنم کارم را مطابق با استانداردهای عالی برای موفقیت انجام دهم ۲- موفقیت و شکست من در انجام کارهایم تحت کنترل خودم است ۳- در انجام وظایفم ایده‌های نو و خلاقانه دارم ۴- در محیط کارم در صدد شناسایی فرصت‌ها و بهره‌برداری از آنها برای بهبود انجام عملکردهای خود هستم (خطرپذیر هستم) ۵- می‌توانم به راحتی برخی از تصمیمات را در حیطه اختیاراتی که به من واگذار شده بگیرم

نمونه‌ی آماری تعداد ۲۴۰ نفر از کارکنان بانک است که با استفاده از شیوه‌ی نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شده‌اند. در این پژوهش بعد از مرور ادبیات تحقیق الگوی پژوهش استخراج شد. برای سنجش این الگو پرسش‌نامه‌ای با ۲۹ گویه طراحی شد (جدول شماره ۲). این پرسش‌نامه در مقیاس طیف لیکرت هفت‌گزینه‌ای میزان موافقت و مخالفت مشارکت‌کنندگان با هر کدام از گویه‌ها را سنجش کرد. برای مشخص کردن روایی

محتوایی پرسش نامه از نظر صاحب نظران و متخصصان موضوع استفاده شد. برای سنجش اعتبار عاملی پرسش نامه از تحلیل عاملی استفاده شد. با توجه به عدد KMO (بزرگ تر از $0/8$) و عدد معناداری آزمون بارتلت ($sig < 0.05$) می توان گفت که داده ها برای اجرای تحلیل عاملی مناسب هستند.

برای بررسی وضعیت عامل ها از آزمون میانگین یک جامعه^۱ آماری استفاده شد. که با توجه به اعداد معناداری این آزمون می توان گفت که سازه ها در وضعیت مناسبی قرار دارد (جدول شماره ۳).

در جدول شماره (۳) اعداد واریانس کل تبیین شده نشان دهنده ی روایی سئوالات در هر یک از سازه ها است. برای محاسبه ی پایایی پرسش نامه از آلفای کرونباخ و برای محاسبه ی آلفای کرونباخ نیز از نرم افزار SPSS استفاده شد.

جدول ۳. خلاصه ی آزمون پایایی و تحلیل عاملی

متغیر پنهان	آلفای کرونباخ	کایزر-میر-اولکین	درصد کل واریانس تبیین شده	عدد معناداری آزمون یک جامعه
۱- توانایی خود آگاهی	۰/۷۵	۰/۸۱	۶۷	A1, A2, A3=0
۲- توانایی خودمدیریتی	۰/۸۸	۰/۸۲	۶۸	B1, B2, B3, B4, B5=0
۳- خودانگیزش	۰/۷۹	۰/۸	۶۲	C1, C2, C3, C4=0
۴- آگاهی اجتماعی	۰/۸۷	۰/۸	۶۷	D1, D2, D3, D4, D5=0
۵- مهارت های اجتماعی	۰/۹۱	۰/۸۵	۶۶	E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7=0
۶- ویژگی کارآفرین	۰/۸۵	۰/۸۴	۶۴	G1, G2, G3, G4, G5=0

مقدار شاخص کایزر-میر-اولکین (KMO) بیانگر کفایت نمونه و متغیرهای انتخاب شده برای انجام تحلیل عاملی است.

یافته ها

در این پژوهش ۶۹ درصد مشارکت کنندگان را آقایان تشکیل دادند و ۳۱ درصد از میان خانم ها بودند. از نظر سنی، بیش ترین تعداد پاسخ دهندگان به پرسش نامه ی این تحقیق در گروه های سنی ۲۰ تا ۳۰ و ۳۰ تا ۴۰ سال بودند که ۸۴ درصد مشارکت کنندگان را تشکیل دادند. پس از آن ۱۰ درصد در گروه سنی بین ۴۰ تا ۵۰ سال و ۶ درصد بالای ۵۰ سال بودند. از نظر تحصیلات ۵۲ درصد مشارکت کنندگان تحصیلات کارشناسی، ۳۲ درصد کارشناسی ارشد و ۱۰ درصد دیپلم و کاردانی و ۳ درصد تحصیلات دکتری داشته یا

دانشجوی دکتری بودند. از نظر جنسیتی آقایان و از نظر سنی افراد جوان‌تر تمایل بیش‌تری برای شرکت در این تحقیق داشتند.

برای برآورد الگوی اندازه‌گیری بهتر است بر روی تحلیل عاملی تاییدی که بخشی از الگوهای اندازه‌گیری می‌باشد تمرکز کنیم. این الگو در مورد نحوه‌ی سنجش متغیرهای پنهان توسط متغیرهای مشاهده شده بحث می‌کند. در واقع ساختار عاملی، فرضیه‌ای است که برای بیان همبستگی مشاهده شده به کار می‌رود. نتایج الگوی اندازه‌گیری شایستگی‌های فردی و اجتماعی و ویژگی کارآفرین در تایید تحلیل عاملی انجام شده در جدول شماره (۴) نشان داده شده است.

جدول ۴. خلاصه تحلیل عاملی تاییدی و شاخص‌های خوبی برازش

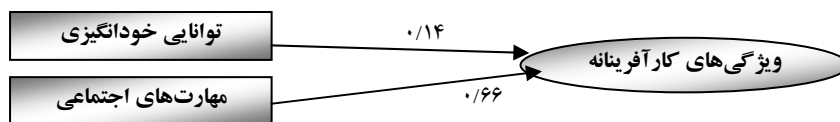
RMSEA	AGFI	GFI	χ^2	
۰/۰	۰/۹۱	۰/۹۵	۲۴	۱- توانایی خودآگاهی
۰/۰۸۹	۰/۷۹	۰/۸۱	۶۹	۲- توانایی خودمدیریتی
۰/۰۱۷	۰/۸۹	۰/۹۲	۳۶	۳- خودانگیزش
۰/۰۷۵	۰/۸۵	۰/۸۵	۶۰	۴- آگاهی اجتماعی
۰/۰۸۵	۰/۸	۰/۷۹	۶۸	۵- مهارت‌های اجتماعی
۰/۰۶	۰/۷۷	۰/۹	۵۴	۶- ویژگی کارآفرینانه

نتایج بیانگر برازش خوب و معنی‌دار بودن ضرایب الگوها است. در ادامه باید الگوی ساختاری برآورد شود، منظور از الگوی ساختاری روابط علی بین متغیرهای پنهان است. به عبارت دیگر تحلیل مسیر الگوی تحقیق می‌باشد. در جدول شماره (۵) ضرایب و مقادیر t برای الگوی ساختاری برآورد شده است. در مورد توانایی خودانگیزی و مهارت‌های اجتماعی مانند قدر مطلق آماره‌ی t بزرگ‌تر از $۱/۹۶$ می‌باشد، با اطمینان ۹۵ درصد نتیجه می‌گیریم این دو سازه بر ویژگی کارآفرینانه اثر مثبت و معنی‌دار دارند. و سایر سازه‌ها اثر مثبت و معنی‌داری بر ویژگی کارآفرینانه ندارد.

جدول ۵. نتایج تحلیل مسیر الگوی ساختاری

تی مسیر	ضریب مسیر	مسیر از..... به.....
۱/۵۶	۰/۰۷۶	توانایی خودآگاهی به ویژگی کارآفرینانه
۱/۴۸	۰/۰۹۱	توانایی خودمدیریتی به ویژگی کارآفرینانه
۲/۴۵	۰/۱۴۳	توانایی خودانگیزی به ویژگی کارآفرینانه
۰/۷۶	۰/۰۳	آگاهی اجتماعی به ویژگی کارآفرینانه
۱۴/۹	۰/۶۶۱	مهارت‌های اجتماعی به ویژگی کارآفرینانه

بررسی تاثیر معنی دار متغیرها بر روی یکدیگر در الگو، با استفاده از ضرایب مسیر در شکل شماره (۲) نمایش داده شده است.



شکل ۲. بررسی ضرایب مسیر در الگوی نهایی پژوهش

بحث و نتیجه

شاخص‌های برازش بیانگر برازش مناسب سازه‌های پژوهش است. با توجه به نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها می‌توان دریافت که ارتباط معنی دار و مثبتی بین توانایی خودانگیزی و مهارت‌های اجتماعی با شخصیت کارآفرینانه وجود دارد. و این دو متغیر مستقل در الگو باقی می‌مانند. از سوی دیگر ضرایب مسیر نشان می‌دهد که همبستگی قابل توجهی بین مهارت‌های اجتماعی و شخصیت کارآفرینانه وجود دارد و میزان آن تقریباً پنج برابر ضریب مسیر بین خودانگیزی و شخصیت کارآفرینانه است. هم‌چنین این پژوهش یافته‌های پژوهش‌های گذشته که در بخش مروری بر ادبیات به آنها اشاره شد مبنی بر اینکه سایر عناصر هوش عاطفی مانند توانایی خودآگاهی، خودمدیریتی، و آگاهی اجتماعی اثر مثبت و معنی‌داری بر ویژگی کارآفرینانه دارد را رد می‌کند. از این رو به نظر می‌رسد که توسعه مهارت‌های اجتماعی کارکنان از گام‌های ضروری برای تقویت کارآفرینی سازمانی می‌باشد، بدین منظور نیاز است که ارتباطات و همکاری‌های سودمند و مشترک را در سازمان ایجاد و تقویت کرد. هیل و هاواک^۱ (۱۹۷۲) نیز در پژوهش‌های خود نشان دادند که فعالیت‌های مدیریت منابع انسانی مانند استفاده از گروه‌های مستقل و چندرشته‌ای با اعضای بسیار متعهد و مشارکتی که در خطرها و سودها شریک می‌شوند در پرورش نوآوری و کارآفرینی اثرگذار هستند. هم‌چنین سودر^۲ (۱۹۸۱) نشان داد که شبکه‌های غیررسمی و روابط غیررسمی عامل مهمی در موفقیت کارآفرینان

1 - Hill & Hlavacek

2 - Souder

سازمانی به‌شمار می‌آید. مور^۱ (۱۹۹۷) اشاره می‌کند که سازمان‌های دولتی با توجه به شرایط خاصی که دارند نیامند کارکنان و مدیرانی هستند که افزون بر مهارت‌های انسانی، ادراکی و فنی از مهارت‌های سیاسی در ایجاد تعامل با ذینفعان مختلف مانند سیاستمداران، قانونگذاران، رسانه‌ها و غیره برخوردار باشند. از این رو یافته‌های این پژوهش به نوعی نتایج سایر پژوهش‌ها را مبنی بر اینکه مهارت‌ها و آگاهی‌های اجتماعی موجب تقویت ویژگی‌های کارآفرین در فرد نظیر مخاطره‌پذیری می‌شود را تایید می‌کند اما نکته‌ی جدیدی که این پژوهش به ادبیات موجود می‌افزاید این است که مهارت‌های اجتماعی در تقویت شایستگی‌های کارآفرینی اثر بیش‌تری دارد. و شخصیت کارآفرینانه به‌طور عمده در تعاملات اجتماعی است که شکوفا می‌شود.

پیشنهادها

با توجه به نتایج این پژوهش و این موضوع که سازمان‌ها به‌خودی خود خلاق، نوآور و کارآفرین نخواهند شد مگر اینکه افراد خلاق و نوآور، با ویژگی‌های خاص خود پیکره‌ی سازمان را تشکیل دهند، پیشنهاد می‌شود که بانک توسعه صادرات برای تقویت روحیه‌ی کارآفرینی در بین کارکنان خود اقدامات زیر را انجام دهد:

۱. یکی از روش‌های پاداش دادن به کارآفرینان و ایجاد خودانگیزی در آنها، ایجاد تغییرات ساختاری در سازمان است به‌گونه‌ای که فرهنگ کارآفرینانه را تشویق کند. از این رو پیشنهاد می‌شود ساختار به‌گونه‌ای تغییر یابد که تعریف فعالیت‌ها و پروژه‌های مشترک و انجام فعالیت‌های گروهی بین‌رشته‌ای در قسمت‌های مختلف بانک را افزایش دهد. این امر مهارت‌های ارتباطی بین کارکنان و به تبع آن یادگیری سازمانی را تقویت می‌کند.

۲. استقرار نظام پاداش دهی به فعالیت‌های گروهی. نظام پاداش‌های پولی نیز می‌تواند به شکل جایزه و یا سهمی از سود طرح‌ها باشد. جایزه و سهم سود، صورت‌هایی از پاداش‌ها هستند که از جدول حقوق معمولی بالاتر هستند. در مورد اول، به کارآفرین

1 -Moore

- سازمانی جایزه دوره‌ای به‌عنوان پاداش برای نوآوری سازمانی داده می‌شود و در حالت سهم سود، کارآفرینان سازمانی به‌طور غیرمستقیم از مزایای نوآوری، بهره‌مند می‌شوند (مقیم، ۱۳۸۴، ص ۱۵۰).
۳. طراحی نظام تصمیم‌گیری به نحوی که ارتباط و هم‌اندیشی با صاحب‌نظران بانک را افزایش دهد و این افراد به‌راحتی ایده‌های خود را منتقل کنند.
 ۴. تقویت روابط غیررسمی با ایجاد فرصت برای کارکنان برای عضویت در تشکلهای و گروه‌های سازمانی و هم‌سو کردن اهداف آن با اهداف سازمان.
 ۵. ایجاد کانال‌های ارتباطی غیررسمی با برگزاری جلسات و نشست‌ها و یا استفاده از امکانات موجود در پورتال بانک مانند تالارهای گفت‌وگو که از طریق آن‌ها دانش و اطلاعات در سراسر سازمان جریان یافته و ارتباط افراد با یک‌دیگر تقویت شود.
 ۶. از آنجا که داده‌های این پژوهش از میان کارکنان بانک جمع‌آوری شده‌اند، ممکن است نتایج آن قابل بسط به سایر سازمان‌های دولتی نباشد. از این‌رو پژوهش‌های آتی می‌تواند از الگویی جامع‌تر که سایر متغیرهای شایستگی‌های اجتماعی و شخصی را در نظر گرفته کمک بگیرد و الگو را در سایر سازمان‌ها آزمون کند.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود، مقیمی، سید محمد. (۱۳۸۵). *مبانی کارآفرینی*، تهران: نشر فراندیش.
- بهشتی، محمدباقر، خیرآور، محمدحسن، قزوینیان، محمد حسن. (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین کارآفرینی و یکاری در بخش صنعت ایران. *فراسوی مدیریت*، شماره ۱۱، صص. ۱۵۷-۱۸۳
- ترابی، منوچهر. (۱۳۸۲). *بررسی رابطه بین هوش هیجانی و عملکرد مدیران میانی گروه هتل‌های هما*، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده‌ی روان شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبایی.
- عابدی جعفری، حسن، تسلیمی، محمدسعید، مرادی، محمد، پورابراهیم، سهراب. (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین سبک رهبری تحول آفرین با هوش عاطفی و بهره هوشی، *پژوهشگر*، شماره ۲۰، صص. ۶۲-۷۵.
- عابدی، رحیم. (۱۳۸۱). *مروری بر مکاتب کارآفرینی*. *مجله علوم انسانی*، شماره ۲۳، صص. ۱۵۵-۱۷۲.
- علوی، سید ابوالفضل. (۱۳۸۲). *کارآفرینی و رسالت دانشگاه*. *رهیافت*، شماره ۲۹، صص. ۲۷-۳۲.
- فیضی، کامران. (۱۳۸۵). *تجزیه و تحلیل آمادگی شرکتی برای ارتقا به سازمان کارآفرین*. *فصلنامه علوم مدیریت ایران*، دوره اول، شماره ۲، صص. ۸۹-۱۰۸.
- مقیمی، سید محمد. (۱۳۸۰). *سازمان و مدیریت رویکردی پژوهشی*. تهران: انتشارات ترمه.
- مقیمی، سید محمد. (۱۳۸۴). *کارآفرینی در سازمان‌های دولتی*. تهران: انتشارات رواندیش.
- مرکز مطالعات و بهره وری ایران. (۱۳۸۹). *گزارش برنامه راهبردی بانک توسعه صادرات ایران*.
- مشبکی، اصغر، دوستار، محمد. (۱۳۸۶). *تیین مدل تاثیرگذار هوش عاطفی مدیران بر تعهد سازمانی کارکنان با توجه به نقش سبک‌های رهبری*. *فصلنامه مدرس علوم انسانی*.
- هزارجریبی، جعفر، ابراهیمی، مریم. (۱۳۸۹). *بررسی و مقایسه ویژگی‌های کارآفرینی شاغلین سازمان و رضایت شغلی*. *جامعه شناسی کاربردی*، شماره ۴، صص ۱-۱۸.
- Burch John G. (2007). Entrepreneur Wikipedia – The Free encyclopedia .
- Carmeli, Abraham. (2003). the Relationship between Emotional Intelligence and Work Attitudes, Behavior and Outcomes. *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 18, No. 8, PP. 788-813.
- Collins, Toniay (2007). Gender differences in entrepreneurship: A Study of Entrepreneurship in Two Midwestern Counties, *Capella University*, Available at <http://proquest.umi.com/pqdlink>.
- Goleman, D. (1998). What Makes a leader?. *Harvard Business Review*, Vol. 76, No. 6, PP. 93-102.

- Health C., Tversky L.R. (1991). Preference and Belief: Ambiguity and Competence in Choice under Uncertainty. *Journal of Risk and Uncertainty*. No. 4. PP. 5-28.
- Heffernan, Troy, O'Neill, Grant, Travaglione ,Tony, Droulers, Marcelle, (2008). Relationship marketing the impact of emotional intelligence and trust on bank performance. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 26. No. 3, PP. 183-199.
- Hein, S. (2004). Short definition of emotional intelligence. *Emotional Intelligence Homepage*.
- Hill, R. M., Hlavacek, J. D. (1972). The Venture Team: A New Concept in Marketing Organization. *Journal of Marketing*, Vol.36, PP.44–50.
- Khalafi, Sepideh Razavi, H. Reza, Behzadian, Majid,. (2011). Study the Relationship between Emotional Intelligence of the Levels of Managers and their Entrepreneurial Personality in Pharmaceutical Companies *European Journal of Scientific Research*, Vol.58, No.3, PP.362-371.
- Lucky, Esuh Ossai-Igwe, Minai, Mohd Sobri . (2011). *Entrepreneur and Self Management*. College of Business, Universiti Utara Malaysia, Malaysia.
- McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. New York, NY: D. Van Nostrand & Co.
- Moore, M. (1997). *Creating public Value: Strategic Management in Government*. USA: Harvard Business Press.
- Poon Teng Fatt, J. (2002), Emotional Intelligence for Human Resource Managers. *Management Research News*, Vol. 25, No. 11, PP.57-74.
- Rahim, M.A. , Minors, P. (2003). Effects of Emotional Intelligence on Concern for Quality and Problem-Solving. *Managerial Auditing Journal*, Vol.18, No.2.
- Rhee, Kenneth S.White, Rebecca J. (2007). The Emotional Intelligence of Entrepreneurs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*. Vol.20 Issue: 4.
- Robbins, S. P. (2002). *Organizational Behavior*. 9th ed. Prentice –Hall, Inc.
- Rotter, J. (1966). Generalized Expectancies for Internal Versus External Control of Reinforcement, *Psychological Monographs: General and Applied*, Vol. 80, PP. 609.
- Rumball, Donald. (1989). *The Entrepreneurial Edge: Canada's Top Entrepreneurs Reveal the Secrets of their Success*, Toronto: Key Porter Books.
- Samad, S. (2009).The influence of Emotional Intelligence on Effective leadership among Managers in Malaysian Business Organizations.*The Business Review*.Vol.13, No.1.
- Singh, Gangaram, Denoble, Aley. (2003). Views on Self- Employment and Personality: An Exploratory Study. *Journal of Development Entrepreneurship*.

- Souder, W.E. (1981). Encouraging entrepreneurship in large corporations, *Research Management*, Vol.3, No.1, sPP.18–22.
- Torrance, E. P. (1980). Growing Up Creatively Gifted: The 22-Year Longitudinal Study. *The Creative Child and Adult Quarterly*, Vol. 3, PP. 148-158.
- Wyk, Boshoff , Bester. (2003). Entrepreneurial attitudes: What are their Sources?. *SA JBMS NS*. Vol. 6.
- Zakarevičius, Povilas , Župerka Aurimas. (2010). Expression Of Emotional Intelligence In Development Of Students' ntrepreneurship. *Economics and Management*, Vol.15, PP.865-873.
- Zampetakis, L. A., Kafetsios, K., Bouranta, N., Dewett, T., Moustakis, V.S. (2009). On the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial attitudes and intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 15, No.6, PP. 595-618.

