



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.

*Corresponding author: Seyed Ehsan Alavi, se.alavi@hsu.ac.ir



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.