



Determining the Relative Contribution of Effective Influence of Emotional Intelligence among Physical Education Managers in Isfahan Province

Bahareh Abbasi¹ , Alireza Babaei Mazreno^{2*}

1- Sport Management Department, Mobarakeh Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

2- Department of Sports Physiology, Khorasgan Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

Abstract

Background and aim: Today, in the business world, emotional intelligence is introduced as a tool to measure the success of the organization and employees. Therefore, the purpose of this research was to investigate the relationship between emotional intelligence and the effective influence of physical education managers in Isfahan province.

Methods: In a correlative-descriptive survey, 60 general managers and 120 physical education managers of Isfahan province were selected using stratified random sampling. The data collection tools were two standard questionnaires: Bar-Ann emotional intelligence questionnaire (90 questions) contained components to measure intrapersonal, interpersonal, pressure management, adaptation, and general mood; and Rogers Peter and Arnold's effective influence questionnaire (96 questions) to survey components of influencing techniques, usage of tactics, proficiency in tactic usages, effectiveness of the methods, individual and organizational power. Cronbach's alpha coefficient for both questionnaires was 0.95 and 0.92 in order. Finally, the obtained data were analyzed using the 18th edition of SPSS software.

Results: The findings of the research showed that there was a significant relationship between emotional intelligence and the effective influence of managers ($r=0.473$) ($p>0.01$). Based on the regression model, with the increase in emotional intelligence, the amount of effective influence also increases. This positive and meaningful correlation was manifested in all dimensions of emotional intelligence.

Conclusion: According to the results of this research, the higher the emotional intelligence of the managers, the greater their influence on the employees.

Please cite as: Abbasi B, Babaei Mazreno A. "Determining the Relative Contribution of Effective Influence of Emotional Intelligence among Physical Education Managers in Isfahan Province". SOREN Journal 2022;3(2):41-45 [In Persian].

Article history:

Received
2022/06/01
Accepted
2022/07/28

Keywords:

- Emotional Intelligence
- Effective Influence
- Physical Education Managers

Corresponding Author

Name: Alireza Babaei Mazreno

Email Address: alireza.babaei.m@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-6159-5536



تعیین سهم نسبی نفوذ موثر از هوش عاطفی در بین مدیران تربیت بدنی استان اصفهان

بهاره عباسی^۱، علیرضا بابایی مزرعه نو^{۲*}

۱- مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد مبارکه، اصفهان، ایران.

۲- فیزیولوژی ورزشی، دانشگاه آزاد خوراسگان، اصفهان، ایران.

چکیده

تاریخچه مقاله

دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۱۱

پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۰۶

واژگان کلیدی

هوش عاطفی،
نفوذ موثر،
مدیران تربیت بدنی.

سابقه و هدف: امروزه در دنیای کسب و کار، هوش عاطفی به عنوان ابزاری برای سنجش موفقیت سازمان و کارکنان معرفی می‌شود؛ لذا هدف از این تحقیق بررسی رابطه‌ی بین هوش عاطفی با نفوذ مؤثر مدیران تربیت بدنی استان اصفهان بود.

روش کار: در یک پیمایشی همبستگی-توصیفی، ۶۰ نفر از مدیران کل و ۱۲۰ نفر از مدیران تربیت بدنی استان اصفهان با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها دو پرسشنامه استاندارد بود: پرسشنامه هوش هیجانی بار-آن (۹۰ سوال) شامل مؤلفه‌هایی برای سنجش درون فردی، بین فردی، مدیریت فشار، سازگاری و خلق عمومی بود و پرسشنامه تأثیر مؤثر راجرز پیتر و آرنولد (۹۶ سؤال) برای بررسی مؤلفه‌های تکنیک‌های تأثیرگذاری، استفاده از تاکتیک‌ها، مهارت در کاربردهای تاکتیکی، اثربخشی روش‌ها، قدرت فردی و سازمانی. ضریب آلفای کرونباخ برای هر دو پرسشنامه به ترتیب ۰/۹۵ و ۰/۹۲ بود. در نهایت، داده‌های بدست آمده با استفاده از ویرایش هجدهم نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته‌ها: یافته‌های تحقیق نشان داد که بین هوش عاطفی و نفوذ مؤثر مدیران رابطه معناداری مشاهده گردید ($r=0/473$) و ($p<0/01$). این تحقیق بر اساس مدل رگرسیون نشان داد با افزایش هوش عاطفی میزان نفوذ مؤثر نیز افزایش می‌یابد. این همبستگی مثبت و معنی‌دار، در تمام ابعاد هوش عاطفی نمود داشت.

نتیجه‌گیری: با توجه به نتایج این تحقیق هر چه مدیران از هوش عاطفی بالاتری برخوردار باشند، میزان نفوذ آنان بر کارکنان بیشتر است.

مقدمه

از جمله چالش‌هایی که مدیران را به مبارزه می‌طلبند، تفاوت‌های فردی افراد تحت سرپرستی آنهاست که با افزایش پیچیدگی شغلی، تفاوت‌های فردی بطور شگفت‌انگیزی افزایش می‌یابد (۴). این تفاوت‌ها مدیران را بر آن می‌دارد هر چه بیشتر مهارت‌های خود را در زمینه شناخت دیگران و چگونگی برخورد با آنان تقویت نمایند. یکی از مهارت‌هایی که به مدیران کمک می‌کند تا بتوانند نیازهای عاطفی کارکنان را شناخته و با تجزیه تحلیل رفتار آنان مسایل و مشکلاتشان را درک کرده و به بهترین روش با آنان برخورد نمایند، هوش عاطفی است (۵). به کارگیری این هوش بدان معناست که مدیر باید بداند که چه رفتاری را به کار ببرد و چه فرایند رفتاری را در مدیریت خود اعمال کند. از سویی کارکنان دارای روحیات و احساسات مختص به خود میباشند که این مسایل و احساسات رفتار آنان را شکل می‌دهد. در حقیقت

مدیریت، توانایی کار کردن با و به وسیله دیگران است که از طریق ارتباطات صورت گرفته، و نیازمند ادراک قوی و قوه‌ی تشخیص می‌باشد. امروزه مدیران تلاش می‌کنند از طریق تعامل اجتماعی و منابع قدرت با استفاده از استراتژی‌های رفتاری، رفتار دیگران را تحت تأثیر قرار دهند تا به اهداف نفوذی خود دست یابند (۱). اگر چه ایجاد و توسعه‌ی این تکنیک‌ها در پرتو شایستگی‌های عاطفی و اجتماعی فرد مدیر محقق می‌گردد. بر این اساس، به نظر می‌رسد در مدیریت توانایی رفتار کردن با مردم بیشتر از هر نوع توانایی دیگر از قبیل داشتن آرزو برای مدیریت، توانایی در برقراری ارتباط با دیگران و حس همدردی با آن‌ها، صداقت و درستی اهمیت دارد (۲-۳).

می‌گردد، مقیاس اندازه‌گیری در سطح فاصله‌ای در نظر گرفته می‌شود. این پرسشنامه هوش عاطفی را در ۵ بعد میان فردی (۳۰ سوال)، بین فردی (۱۸ سوال)، مدیریت فشار (۱۲ سوال)، انطباق‌پذیری (۱۸ سوال) و خلق‌وخوی عمومی (۱۲ سوال) مورد پرسش و اندازه‌گیری قرار می‌دهد. در ضمن برخی از سؤالات منفی است که به هنگام تجزیه و تحلیل معکوس می‌گردد (۱۳). بنابراین تجزیه و تحلیل داده‌های این پرسشنامه مطابق با دستورالعمل استخراج داده‌ها و با توجه به مقیاس‌های تعریف شده انجام گردیده است. برای تعیین پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که پایایی کل پرسشنامه هوش عاطفی ۰/۹۵ گزارش گردید.

دومین ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه نفوذ مؤثر راجرز پیترو و آرنولد با ۹۶ سوال بود. پرسشنامه نفوذ مؤثر به بررسی مولفه‌های روش‌های نفوذ، به کارگیری تاکتیک‌ها، مهارت در به کارگیری تاکتیک‌ها، اثربخشی روش‌های نفوذ و قدرت فردی و سازمانی پرداخت. پایایی کل این پرسشنامه با استفاده از فرمول آلفای کرونباخ ۰/۹۲ گزارش گردید. تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق حاضر در دو سطح توصیفی و استنباطی صورت پذیرفت. در سطح توصیفی از شاخص‌های مرکزی و پراکندگی (فراوانی، میانگین، انحراف معیار) استفاده گردید و پس از تعیین طبیعی بودن توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کالموگراف اسمیرنوف و تجزیه و تحلیل واریانسها با استفاده از نرم‌افزار آماري SPSS ویرایش ۱۸ تحلیل گردید. سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ در نظر گرفته شد.

نتایج

همانطور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود میزان همبستگی بین هوش عاطفی روش‌های نفوذ ۰/۶۵ و ضریب تعیین ۰/۴۲۲، میزان همبستگی بین هوش عاطفی و به کارگیری تاکتیک‌ها ۰/۶۳۸ و ضریب تعیین ۰/۴۰ درصد، میزان همبستگی بین هوش عاطفی و مهارت در به کارگیری تاکتیک‌ها ۰/۵۰۹ و ضریب تعیین ۰/۲۵۹، میزان همبستگی بین هوش عاطفی و اثربخشی روش‌های نفوذ ۰/۴۳۵ و ضریب تعیین ۰/۱۸۹، میزان همبستگی بین هوش عاطفی و اقتدار ۰/۵۱۱ و ضریب تعیین ۰/۲۶۱ و میزان همبستگی بین هوش عاطفی و کل نفوذ مؤثر ۰/۷۵۹ و ضریب تعیین ۰/۵۷۶ بوده که همگی در سطح تشخیص $P = 0/01$ معنی‌دار است. بنابراین ۴۲/۲ درصد از واریانس نمرات مربوط به روش‌های نفوذ، ۴۰ درصد از واریانس نمرات مربوط به به کارگیری تاکتیک‌ها، ۲۵/۹ درصد از واریانس نمرات مربوط به مهارت در به کارگیری تاکتیک‌ها، ۱۸/۹ درصد از واریانس نمرات مربوط به اثربخشی روش‌های نفوذ، ۲۶/۱ درصد از واریانس نمرات مربوط به اقتدار و ۵۷/۶ درصد از واریانس نمرات کل نفوذ مؤثر به وسیله‌ی نمرات هوش عاطفی، قابل توصیف، توضیح و تبیین است.

بحث

نتایج تحقیق حاضر بیانگر وجود رابطه مثبت و معنادار بین مولفه‌های هوش عاطفی و نفوذ مؤثر مدیران است ($P > 0/01$). بنابراین ۴۲/۲ درصد از واریانس نمرات مربوط به روش‌های نفوذ، ۴۰ درصد از واریانس نمرات مربوط به به کارگیری تاکتیک‌ها، ۲۵/۹ درصد از واریانس

مدیران می‌توانند با ادراک صحیح از دیگران و برخورد مناسب با آنان، رفتار کارکنان را در جهت دستیابی به اهداف سازمانی هدایت کنند، چرا که مدیران با ادراک بالای خود از کارکنان به مسایل و مشکلات موجود آنان پی برده، با آنان گفتگو و همدردی نموده و سعی در برداشتن موانع می‌نمایند که این امر زمینه را برای نفوذ مؤثر در کارکنان ایجاد می‌نماید (۶).

سیاروچی (Ciarrochi) معتقد است کسانی که نمی‌توانند با هیجان‌های خود به خوبی کنار بیایند، دارای روابط بین فردی مطلوبی نیستند (۶)، بنابراین از سلامت روانی کمتری برخوردارند و موفقیت‌های شغلی کمتری را تجربه می‌نمایند (۶). همچنین، تحقیق‌های صورت گرفته در این زمینه حاکی از آن است که سازمان‌های دارای هوش عاطفی پائین، دارای سیستم ایمنی ضعیفی هستند و در مقابل سازمان‌های دارای هوش عاطفی بالا از امتیاز سلامتی و رشد برخوردارند. بنابراین سازمان‌هایی که از توانایی خود آگاهی، خودتنظیمی، انگیزه، همدلی و روابط باز برخوردارند، بدون توجه به اینکه در آینده چه می‌شود، ظرفیت بهبودپذیری بیشتری دارند (۷). در واقع هوش عاطفی به عنوان یک متغیر میانجی نقش اساسی در اثربخشی و کارایی سازمان‌ها دارد. این توانایی‌ها قابل یادگیری و توسعه هستند (۸). تحقیقات متعددی در زمینه هوش عاطفی انجام شده که می‌توان به تحقیقات سرینواسان (Serin Vasan) و همکاران (۲۰۰۷)، نورمان و جوزف (Norman & Jozeph) (۲۰۱۰)، لیو و لا (Lio & Lah) (۲۰۰۴) نام برد (۹-۱۲) ولی اکثر نتایج این تحقیقات با یکدیگر تناقض داشته و با توجه به نقش هوش عاطفی به عنوان ابزاری برای سنجش موفقیت سازمان و کارکنان، صاحب‌نظران و محققان تلاش می‌کنند تا اثرات مثبت هوش عاطفی را بر بهبود بهره‌وری و عملکرد کارکنان در مدیریت فرایند کسب و کار بررسی و سپس راهبرد منابع انسانی مؤثری را به منظور رویارویی با تغییرات سازمانی، طراحی و پیاده‌سازی نمایند. در چنین فرایندی سازمان می‌تواند تغییرات را با سهولت بیشتر و در شرایط مناسب‌تر اعمال کرده، از این طریق فرهنگ سازمانی را سازش پذیرتر نماید. لذا محقق در این پژوهش بر آن است تا به بررسی رابطه‌ی هوش عاطفی مدیران تربیت بدنی استان اصفهان که زمینه‌ساز نفوذ شخصی و رفتارهای عاطفی و هیجانی است بر میزان نفوذ مؤثر مدیران بپردازد.

مواد و روش‌ها

در این تحقیق توصیفی-همبستگی است که با توجه به هدف پژوهش از نوع کاربردی است. تعداد ۶۰ نفر از مدیرعاملان و ۱۲۰ نفر از مدیران تربیت بدنی استان اصفهان به روش طبقه‌ای تصادفی، با توجه به محل خدمت انتخاب آنها بر اساس فرمول تعیین حجم نمونه فرمول کوکران محاسبه گردید، انتخاب شدند. تعداد ۱۸۰ پرسشنامه بین آنها پخش و تمام پرسشنامه‌ها عودت داده شد. پرسشنامه‌هایی که به صورت ناقص تکمیل شده بود، از مطالعه خارج شدند.

برای اندازه‌گیری هوش عاطفی از پرسشنامه‌ی تعدیل شده بار-آن در سال ۱۹۹۲ استفاده گردید. این پرسشنامه دارای ۹۰ سؤال است که بر روی طیف ۵ درجه‌ای لیکرت که از کاملاً موافقم، موافقم، تاحدودی، مخالفم و کاملاً مخالفم مدرج گردیده و میزان هوش عاطفی افراد را اندازه‌گیری می‌نماید. با توجه به اینکه این طیف از ۱ تا ۵ نمره‌گذاری

جدول ۱. شاخص‌های مربوط به رابطه هوش عاطفی با هر کدام از مؤلفه‌های نفوذ مؤثر

شاخصها	N (تعداد)	R (همبستگی)	R ² (ضریب تعیین)	df	P
هوش عاطفی و روش‌های نفوذ	۶۰	۰/۶۵	۰/۴۲۲	۵۸	۰/۰۰۰
هوش عاطفی و به کارگیری تاکتیک‌ها	۶۰	۰/۶۳۸	۰/۴۰	۵۸	۰/۰۰۰
هوش عاطفی و مهارت در به کارگیری تاکتیک‌ها	۶۰	۰/۵۰۹	۰/۲۵۹	۵۸	۰/۰۰۰
هوش عاطفی و اثربخشی روش‌های نفوذ	۶۰	۰/۴۳۵	۰/۱۸۹	۵۸	۰/۰۰۱
هوش عاطفی و اقتدار	۶۰	۰/۵۱۱	۰/۲۶۱	۵۸	۰/۰۰۰
هوش عاطفی و کل نفوذ مؤثر	۶۰	۰/۷۵۹	۰/۵۷۶	۵۸	۰/۰۰۰

فاضل (۱۴)، هادی زاده (۱۵)، سواف و کوپر (Swof & Copper) (Y) و ویرجینیا (Virginia) (۱۸) همسو می‌باشد. هوش هیجانی دارای مزایای اجتماعی، شناختی و زیست شناختی می‌باشد. پژوهش‌ها نشان داده‌اند افراد با هوش هیجانی بالا، از قدرت بیان بالاتر، تحمل ابهام بیشتر و سطوح پایین تری از هورمون‌های استرس و دیگر نشان‌های برانگیختگی هیجانی را دارا هستند (۱۹).

در این تحقیق همچنین مشخص شد که از بین مولفه‌های نفوذ مؤثر، بالاترین میانگین مربوط به مهارت در به کارگیری تاکتیک‌ها و کمترین آن مربوط به به کارگیری تاکتیک‌ها بوده است. اگر چه میانگین کل نفوذ مؤثر مدیران نیز بالاتر از حد متوسط بوده است. نتایج این تحقیق با یافته‌های حاصل از تحقیق عروف زاده همسویی دارد.

این تحقیق نشان داد که مؤلفه‌های هوش هیجانی پیشگوی مناسبی برای پیش‌بینی میزان نفوذ مؤثر مدیران تربیت بدنی استان اصفهان است. همبستگی چندگانه بین مؤلفه‌های هوش هیجانی و نفوذ مؤثر ۰/۷۲ و ضریب تعیین ۵۳ درصد بدست آمد. این ضریب نشان می‌دهد که ۵۳ درصد از تغییرات و واریانس مربوط به نفوذ مؤثر مدیران تربیت بدنی استان اصفهان به وسیله مؤلفه‌های پنج‌گانه هوش هیجانی یعنی روابط میان فردی، روابط بین فردی، انطباق‌پذیری، مدیریت فشار و خلق و خوی عمومی قابل تبیین است. همچنین بر اساس داده‌های حاصل در این تحقیق مشخص شد که مؤلفه‌های هوش هیجانی یعنی روابط بین فردی، روابط میان فردی و مدیریت فشار به طور جداگانه نیز با نفوذ مؤثر رابطه‌ی معنی‌دار داشته‌اند، در حالی که مؤلفه‌ی انطباق‌پذیری و خلق و خوی عمومی به صورت جداگانه با نفوذ مؤثر رابطه‌ی معنی‌داری نداشته است.

نتیجه‌گیری

بطور کلی نتایج این تحقیق نشان داد که نمرات هوش عاطفی مدیران تربیت بدنی استان اصفهان بالاتر از متوسط است که می‌تواند بر نفوذ مؤثر مدیران تأثیرگذار باشد. به نظر می‌رسد استراتژی‌های منابع انسانی اثر بالنسبه زیادی بر عملکرد سازمانی دارند ولی در پذیرفتن اثر زیاد باید جانب احتیاط را رعایت نمود. به عبارت دیگر، اگر مدیری بخواهد مهارت‌های رفتاری خود را ارتقاء دهد، در کنار سایر مهارت‌ها بایستی مهارت هوش عاطفی را که اثر بالنسبه زیادی دارد نیز استفاده کند.

تعارض منافع

نمرات مربوط به مهارت در به کارگیری تاکتیک‌ها، ۱۸/۹ درصد از واریانس نمرات مربوط به اثربخشی روش‌های نفوذ، ۲۶/۱ درصد از واریانس نمرات مربوط به اقتدار و ۵۷/۶ درصد از واریانس نمرات کل نفوذ مؤثر به وسیله نمرات هوش هیجانی، قابل توصیف، توضیح و تبیین است. نتایج این تحقیق با یافته‌های تحقیق‌های گذشته از قبیل کمالیان و فاضل (۱۴)، هادی‌زاده و همکاران (۱۵)، چالانباتر (Chulunbatar) و لاح (۱۶) و بایرن (Byrne) (۱۷) همسو می‌باشد. لازم به تذکر است که در تحقیق کمالیان و فاضل ابعاد خودتنظیمی (خودکنترلی) با میزان کار آفرینی با هم تفاوت معنی ندارند. همان گونه که در پژوهش حاضر بین خودکنترلی و نفوذ مؤثر تفاوت معنی‌داری وجود نداشت. این موضوع بدان معناست که مدیران مختلف در مواردی مانند جلوگیری از بروز اختلاف‌های هیجانی و تنش‌های موجود، در قبال عملکرد فردی، سازگاری در مواجه شدن با ایده‌های جدید و انعطاف‌پذیری در مسائل مختلف، با توجه به اطلاعات در بعد خودکنترلی متفاوت هستند (۱۷).

همچنین یافته‌های این تحقیق نشان داد بین هوش عاطفی و نفوذ مؤثر مدیران رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. به نظر می‌رسد، هر چه مدیران از هوش هیجانی بالاتری برخوردار باشند، میزان نفوذ آنان برکارکنان بیشتر است. از این رو نتایج این تحقیق با محدود نتایج تحقیقات گذشته در این زمینه یعنی تحقیق‌های کمالیان و فاضل (۱۴)، هادی‌زاده و همکاران (۱۵)، چالانباتار (۱۶) و بایرن (۱۷) همسو می‌باشد. مطالعات انجام شده در سایر سازمان‌ها نشان می‌دهد حدود دو سوم از افراد با عملکرد عالی، دارای ویژگی‌های شخصیتی خاص می‌باشند. این تحقیق نیز تا حدودی صحت این موضوع را تأیید کرد و نشان داد افراد با هوش عاطفی بالا از نظر تأثیرگذاری بر دیگران از موقعیت بهتری برخوردارند. برای مدیران با نفوذ مؤثر روابط اجتماعی اثرگذارتر منجر می‌شود که فعالیت آن‌ها به صورت میان بر به نتیجه برسد (۱۴). اما به دلیل محدودیت‌های تحقیق و نو ظهور بودن مسئله چه از بعد هوش هیجانی و چه از بعد نفوذ مؤثر، به نظر می‌رسد چنین تحقیق‌هایی در سایر سطوح مدیریتی و در سازمان‌های مختلف مورد بررسی قرار گیرد. تا با در نظر گرفتن سایر احتمالات نتیجه‌ای مشابه در این زمینه اعلام کرد.

از طرف دیگر، بر اساس یافته‌های تحقیق حاضر، میانگین نمرات هوش هیجانی، روابط میان فردی، روابط بین فردی، انطباق‌پذیری، مدیریت فشار و خلق‌وخوی عمومی مدیران کارخانجات استان اصفهان بالاتر از حد متوسط بود. یافته‌های این تحقیق با تحقیقات کمالیان و

نویسندگان اعلام می‌کنند هیچ تعارض منافی وجود ندارد.

منابع

11. Chulunbbatar E, Luh B. Entrepreneurship start-up process. The role of emotional intelligence. International Conference on Kansei Entrepreneurship And Emotinal Research. Paris. 2010;2-5.
12. Lio Z, Zhao H, Seibent SE. The big five personality dimensions and entrepreneurship status: A meta- analytical review. Journal of Applied Psychology 2007;91:254-271.
13. Saatchi M. Addressing emotional intelligence among the three levels of management (top, middle, base) Management and Planning Organization and its affiliated organizations. Master's thesis, Institute for Higher Education Management Planning. 1380. [In Persian]
14. Kamalian I, Fazel A. Investigate the relationship between emotional intelligence and student entrepreneurship rate (Case Study: Sistan and Baluchestan University). Journal of Entrepreneurial Development 2011;11:146-127.
15. Hadizade R, Raminmehr A, Hosseiny S. Investigated the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial trends and case studies. Organizations affiliated to the oil companies. Journal of Entrepreneurial Development 2013;3:162-139.
16. Chulunbbatar E, Luh B. Entrepreneurship start-up process. The role of emotional intelligence. International Conference on Kansei Entrepreneurship and Emotinal Research. Paris 2010;2-5.
17. Byrne E. Emotional Intelligence. The secret of successful entrepreneurship. M. Sc. Thesis University of Nebraska- Lincol 2010.
18. Virginia DB. EQ or IQ: Why smart people fail? Available from: <http://www.Delphi.Louisville.Edu> 2007.
19. McDafy G. Social Innovation Through Entrepreneurial Activity Canadian Center for Social Entrepreneurship, CCSE Report 1995.
1. Avens R. 2001. Toward a theory of entrepreneurship state. International Journal of Social Economics. 2001;28:752-670.
2. Rockefeller U. 'I am the best' effects of influence tactics and power Bases on powerholders' self-evaluation and target evaluation. Group Processes & Inter group Relations 2009;12:619-637.
3. Hainz B, Ehrhart MG, Mayer DM, Saltz JL, Niles-Jolly K. Understanding organization-customer links in service settings. Academy of Management Journal 2005;48:1017-1032.
4. Seligman H. A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management, strategic. Management Journal 1995;15:521-536 .
5. Hay Group. The Manager Competency Model, Hay Acquisition Company- Lionel J. Beaulieu, 1992, Communication Process and Leadership, University of Florida Cooperative Extensive Service 2001.
6. Ciarrochi J, Chan A. Measuring emotional intelligence in adolescents. Personality and Individual Differences 2001;31:56-5.
7. Copper M, Swof F. Emotional intelligence moderates the relationship stress and mental health. Personality and Individual Differences 2008;39:201-212 .
8. Goleman D. Emotional intelligence. Nrwyork: Bantan books Inaginationan personality 1996;9:185-211.
9. Serrinvasan A, Zampetakis LA, Moustakis V. Entrepreneurship behavior. Journal of Entrepreneurial Behavior and Research 2007;8:19-38 .
10. Jozeph F, Norman BL. Unpacking positive emotion; Investigating the seeds of human flourishing. Specialissue; Pasitive emotion 2010;1:57-59.