

تحلیل رابطه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و هوش عاطفی

حسن زارعی متین^۱، سیدمحمد مقیمی^۲، هادی غفوریان یاورپناه^{۳*}

۱. استاد دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی، دانشگاه تهران

۲. استاد دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

۳. دانشجوی دکتری مهندسی مالی، دانشگاه صنعتی مالزی

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۰۲/۲۶؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۰۴/۰۸)

چکیده

هدف این پژوهش طراحی چارچوبی نظری برای درک رابطه هوش عاطفی و فرهنگ کارآفرینانه است، در این پژوهش ضمن مطالعه مبانی نظری هوش عاطفی و فرهنگ کارآفرینانه، میزان ارتباط آن‌ها بررسی شد. به این منظور پرسشنامه‌های تأییدشده (آلفای کرونباخ ۹۲ درصد) میان ۸۴ نفر از کارشناسان پردیس فارابی دانشگاه تهران (تعداد جامع برابر با ۱۵۵ نفر است) توزیع شد و داده‌های به‌دست‌آمده با اجرای آزمون‌های آماری توصیفی و استنباطی تجزیه و تحلیل شد. نتایج نشان‌دهنده ارتباط زیاد هوش عاطفی با فرهنگ کارآفرینانه است (ضریب همبستگی ۰/۷۷) و مؤلفه‌های خودآگاهی (ضریب همبستگی ۰/۸۲) و خودانگیزی (ضریب همبستگی ۰/۵۷) بیشترین ارتباط را با فرهنگ کارآفرینانه دارند، که مباحث نظری این نتایج را تأیید می‌کند.

واژگان کلیدی

خودآگاهی، خودانگیزی، فرهنگ کارآفرینانه، هوش عاطفی.

مقدمه

انسان محوری‌ترین عنصر در حوزه مدیریت است و همواره از گذشته‌های دور تا کنون توجه خاص دانشمندان علم مدیریت را به خود جلب کرده است. بی‌شک، دنیای پرتلاطم و پیچیده امروز را می‌توان دنیای سازمان‌هایی نامید که انسان ساکنان دار آن است. به عبارت دیگر، انسان‌ها در کالبد سازمان‌ها روح می‌دمند، و آن‌ها را به حرکت در می‌آورند و اداره می‌کنند؛ بنابراین، مفاهیم مدیریت و سازمان بدون شناخت نقش و جایگاه انسان قابل درک و تجزیه و تحلیل نیست. در دو سه دهه اخیر، با پیگیری مباحثی مانند فرهنگ سازمانی و هوش عاطفی، که هر دو در حوزه نظریه‌های مدیریت رفتار مطرح شده است، تلاش وسیع‌تری برای تبیین و تشریح نقش و جایگاه انسان در مدیریت و سازمان انجام گرفته است. در جریان رشد آدمی دو نیم‌کره راست (مغز عاطفی) و چپ (مغز منطقی) مغز همواره فعال است. پژوهشگران معتقدند آدمی بر اساس گزینه عمل می‌کند، سپس، سعی می‌کند برای نتایج و عواقب اعمال خود دلیل منطقی بیان کند (Chamorro, 2007, P. 36). لذا، میزان توانایی و ظرفیت افراد در سازماندهی احساسات و عواطف (هوش عاطفی)، نقش اساسی در زندگی فردی و سازمانی افراد ایفا می‌کند (Goleman, 1998).

فرهنگ سازمانی نظامی از استنباط مشترک اعضا نسبت به سازمان است (رابینز، ۱۳۷۸، ص ۱۰۵۹)؛ که بر نوع نگرش افراد مؤثر است، چرا که «فرهنگ سازمانی بر ادراک، تفکر، احساس کارکنان، هدف‌ها، ابزارها و روش‌های عمل مؤثر است و چیزی آزاد و به دور از تأثیر فرهنگ وجود ندارد» (زارعی متین، ۱۳۸۲، ص ۲۰۴).

انسان در عین سادگی، پدیده‌ای غامض و پیچیده است؛ که بسیاری از پرسش‌ها درباره او بی پاسخ مانده است. انسان با داشتن برخی اعتقادات، انتظارات، ویژگی‌ها، عواطف و توانایی‌های متعدد از محیط متأثر می‌شود، و این آثار بر رفتار و انگیزه‌های او پیامدهای غیرقابل پیش‌بینی دارد (روح‌الامینی، ۱۳۷۲، ص ۲). لذا، نحوه زندگی، شخصیت، هوش عاطفی و جز آن در اعضای سازمان یکسان نیست و بر توانایی‌های فردی، سازمانی و جو کلی سازمان، و به عبارت بهتر، بر فرهنگ سازمانی تأثیرگذار است. مشاهده‌ها و یافته‌های مختلفی بیانگر تأثیر فرهنگ سازمان بر

نحوه رفتار و کردار افراد است. به طور متقابل، رفتار، روحیات و ارزش های افراد ایجادکننده فرهنگ سازمانی است.

مطالعه هوش عاطفی، کوششی برای شناخت ویژگی های متفاوت انسانی است که در دنیای جدید که از یک سو، بسیار کوچک و یکپارچه شده، و از سوی دیگر، بسیار بزرگ و متنوع است، نقش های مهمی ایفا می کند. محققان معتقدند فرهنگ سازمانی کارآفرینانه زمینه ساز ایجاد و تقویت انسان خلاق و نوآور است، زیرا فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نه تنها، در تغییرات محیطی منفعل نیست، بلکه، فعالانه در ایجاد و تغییر سهم می شود و ابتکار، خلاقیت و خطرپذیری را که از صفات ارزشمند سازمانی است، تقدیر می کند (مقیم، ۱۳۸۵، ص ۲۵۸).

بیش از ۷۵ درصد از تلاش های بازمهندسی، مدیریت کیفیت جامع، برنامه ریزی راهبردی، ورود فناوری های جدید و کوچک سازی، به دلیل عدم درک و شناخت فرهنگ سازمانی با شکست مواجه شده است یا مشکلاتی را برای بقای سازمان ایجاد کرده است، لذا، درک فرهنگ سازمانی وظیفه ای مهم برای مدیران است (Twati et al., 2006, P.181). با توجه به اهمیت جایگاه و نقش انسان در ایجاد و تغییر فرهنگ سازمانی، در این پژوهش، با تأکید بر اهمیت هوش عاطفی انسان، به عنوان عامل مهم در مواجهه با چالش های جهان جدید، رابطه هوش عاطفی، به عنوان یک ویژگی شخصی با فرهنگ سازمانی، به عنوان یک ویژگی در سازمان ها، بررسی می شود. به این منظور، دو فرض زیر مدنظر است (Schein, 1984, P.312):

۱. فرهنگ، همیشه در فرآیند شکل گیری و تحول قرار دارد؛
 ۲. فرهنگ، همه جنبه های اعمال انسانی را در بر می گیرد.
- با توجه به مطالب یادشده، هدف این پژوهش مشارکت در توسعه دانش مدیریت با طراحی چارچوب مفهوی ارتباط سازه های هوش عاطفی و فرهنگ کارآفرینانه است.

مرور متون تحقیق

مبانی و پیشینه نظری پژوهش در سه محور اساسی بیان می شود.

مفهوم‌شناسی هوش عاطفی

هوش عاطفی مفهومی کاملاً جدید است. اگرچه پیش‌درآمدهایی در زمینه هوش عاطفی وجود داشته است، در ابتدا، سالووی و مایر^۱ مفهوم روان‌شناختی و گستره آن را توصیف کردند. آن‌ها معتقد بودند افراد در پردازش اطلاعات با ماهیتی هیجانی، و ارتباط دادن آن اطلاعات با شناخت گسترده‌تر توانایی متفاوتی دارند و توانایی خود را در رفتارهای انطباقی مشخص، بروز می‌دهند (Mayer, 2000, P.44). تحقیقات در زمینه کارکرد مغز انسان بحث سالووی و مایر را تأیید و حمایت می‌کند (Dulewicz et al., 2003, P.409). مایر و سالووی در سال‌های بعد تحقیقاتی درباره هوش عاطفی انجام و مدل خود را توسعه دادند. آن‌ها بیان می‌کنند هوش عاطفی (EI) عبارت است از توانایی فرد برای دریافت دقیق احساسات، ارزیابی و بیان آن؛ توانایی ابراز احساساتی که فکر تجویز می‌کند؛ توانایی درک احساسات و دانش احساسی؛ و توانایی انطباق احساسی و تنظیم آن برای ارتقا و رشد جنبه‌های احساسی و هوشی (Valkola et al., 2004, P.88). دانیل گلمن، که در عمومی کردن مفهوم هوش عاطفی نقش مؤثری داشت، معتقد است هوش عاطفی عبارت است از ظرفیت فهم و شناخت احساسات خود و دیگران، به منظور ایجاد انگیزه درونی برای مدیریت صحیح احساسات خود و دیگران (Goleman, 1998, P.317). بار-ان^۲ (۱۹۹۷) هوش عاطفی را در مفهوم نظریه شخصیت بیان می‌کند. او معتقد است هوش عاطفی دربرگیرنده شایستگی‌ها، استعدادها و مهارت‌های غیرشناختی است که به فرد کمک می‌کند در مواجهه با تقاضاها و فشارهای محیطی سازگاری کارآمدتری داشته باشند. از دیدگاه او، هوش عاطفی مجموعه‌ای از توانایی‌های اجتماعی، شخصی و هیجانی به هم پیوسته، که بر توانایی‌های کلی افراد، به طور مؤثر و فعال، تأثیر می‌گذارد، هرچند با فشارها و تقاضاهایی روبه‌رو است (Bar-on et al., 2000, P.158). بیان دیدگاه‌های متفاوت و رویکردهای متعدد برای کاربردی کردن سازه هوش عاطفی، به

1. Mayer
2. Bar-on

مناظره‌های علمی مهمی منجر شد. عده‌ای معتقدند عوامل هوش هیجانی، شخصی و فردی است، نه عامل توانایی؛ در مقابل، عده‌ای دیگر مفاهیم خود را بر پایه توانمندی‌ها بیان کرده‌اند (Dulewicz et al., 2003, P.407). بنابراین، دیدگاه‌های محققان در حوزه مطالعات هوش عاطفی در دو رویکرد بررسی می‌شود.

رویکرد توانایی

در این رویکرد، هوش عاطفی مجموعه‌ای از توانایی‌ها، شامل ادراک و استدلال مطلق با اطلاعاتی که از احساسات پدیدار می‌شود، در نظر گرفته می‌شود (Mandell et al., 2003, P.389). این رویکرد بر پردازش هیجانی اطلاعات و مطالعه ظرفیت‌های مربوط به این پردازش متمرکز است.

رویکرد التقاطی (ترکیبی)

در این رویکرد، هوش عاطفی توانایی توأم با رفتارها، ویژگی‌ها و شایستگی‌های اجتماعی تعریف می‌شود. در واقع، این رویکرد ترکیبی از جنبه‌های مثبت برون‌گرایی، خودآگاهی یا هوشیاری، و سطح پایینی از عصبی‌بودن است. شاید نام‌گذاری این رویکرد، به همین دلیل است. رویکرد ترکیبی یا خوداثربخشی^۱، مجموعه‌ای از حالت‌های رفتاری^۲ و خودادراکی درباره توانایی فرد در تشخیص، پردازش و به‌کارگیری اطلاعات برابر عاطفی است. این رویکرد، حالت‌های گوناگونی از ابعاد شخصیتی، مانند همدلی، اعتمادبه‌نفس و جرأت‌ورزی، هوش اجتماعی^۳ و هوش شخصی^۴ را دربرمی‌گیرد (Frederikson et al., 2004, P.78).

فراگیرشدن مفهوم هوش عاطفی و بیان دیدگاه‌های متفاوت سبب شد عده‌ای در بیان مفهوم «هوش عاطفی» اغراق کنند؛ تاجایی که محققان بیان کردند متون موجود در زمینه هوش عاطفی

-
1. Self-efficacy
 2. Behavioral Despositions

۳. ثراندایک (۱۹۲۰)

۴. گاردنر (۱۹۸۳)

نیازمند تحقیقات روان‌شناسی و آموزش محور است. متأسفانه، کاربردهای سازمانی محدود هوش عاطفی، گرایش بیش‌تری به مباحث اقتباسی و داستان‌گونه دارد (Dulewicz & Higgs, 2000, P.345). در سال‌های اخیر، علاقه فزاینده‌ای به رشد و بسط این مفهوم ایجاد شده است و محققان به دنبال درک این موضوع‌اند که آیا مفهوم جدید هوش عاطفی می‌تواند جایگزین مناسبی برای هوش یا شخصیت باشد (Vander zee et al., 2002, P.105). برای مثال، می‌توان به موضوع‌های مانند موفقیت در زندگی (Bar-on, 2001, P.97)، خشنودی از زندگی و رفاه (Palmer et al., 2002, P.91)، بهداشت جسمی و ذهنی (Silva & Fekken, 2002, P.209) و روابط بین‌فردی (Pitness, 2001, P.110) اشاره کرد.

دیدگاه‌های مطرح‌شده در زمینه هوش عاطفی

مدل توانایی‌ها^۱

از دیدگاه مایر و سالووی، هوش عاطفی عبارت است از توانایی ادراک عواطف برای دستیابی به عواطفی سازنده، که به کمک آن بتوان افکار، فهم عواطف و دانش عاطفی خود را ارزیابی و با به‌کارگیری آن موجبات پرورش احساسات و رشد هوشی خود را فراهم کرد (سیاروچی و همکاران، ۱۳۸۳، ص ۴). این رویکرد شامل مؤلفه‌هایی است، که عبارت است از ۱. ادراک احساسات؛^۲ ۲. تفکر تسهیل‌کننده؛^۳ ۳. درک کردن احساسات؛^۴ ۴. مدیریت عواطف.

داویس، استن‌گو و روبرتس هوش عاطفی را مجموعه‌ای از توانایی‌های چهارگانه معرفی کردند، که عبارت است از ارزیابی، تبیین عاطفه و احساس در خود (ارزیابی عواطف خود)^۵، ارزیابی و به رسمیت شناختن عواطف و احساسات دیگران (ارزیابی عواطف دیگران)^۶، تنظیم

-
1. Ability model
 2. Perceiving Emotions.
 3. Facilitating Thought.
 4. Understanding Emotions
 5. Self Emotional Appraisal
 6. Others Emotional Appraisal

عواطف در خود (تنظیم عواطف)^۱، و به‌کارگیری عواطف برای تسهیل عملکرد (به‌کارگیری عواطف)^۲ (Davies et al., 1998).

دیدگاه ۳۶۰ درجه هوش عاطفی^۳

دیدگاه ۳۶۰ درجه را نوک^۴ بیان کرده است. او یکی از روان‌شناسان و محققان در زمینه بازخور ۳۶۰ درجه هوش عاطفی و سلامت محیط کار است و معتقد است دیدگاه بازخور ۳۶۰ درجه هوش عاطفی، ابزار جامعی برای گزارش‌دادن توانایی‌ها و نیازهای تکاملی درباره صلاحیت‌های ارتباطی بین‌فردی و اجتماعی مهم است. ابعاد این دیدگاه عبارت است از:

- ارتباط، شامل ارتباط نوشتاری^۵، بازخور دوطرفه^۶، ارتباط شفاهی، معرفی شفاهی^۷، گوش دادن؛
- مدیریت روابط، شامل ایجاد روابط راهبردی، مدیریت تعارض (تضاد)، رهبری/نفوذ، حساسیت بین‌فردی^۸/همدلی، تیم‌سازی/حمایت بین‌فردی، همکاری؛
- خودمدیریتی، شامل پرورش نفس^۹، سازگاری/تحمل استرس، خودکنترلی، اعتماد، حل مسئله راهبردی، تمایل به موفقیت (حسینی، ۱۳۸۵، ص ۳۹).

هوش عاطفی از نظر بار-ان

او معتقد به مدل هوش غیرشناختی است، که شامل ۵ حوزه وسیع مهارت‌ها و شایستگی‌ها از حوزه شخصیت است. هر یک از این پنج حوزه، مهارت‌های تخصصی دارد که به نظر می‌رسد دستیابی به موفقیت را تسهیل می‌کند. این پنج حوزه عبارت است از:

1. Regulation of Emotion
2. Use of Emotion
3. EI Vide 360
4. Kenneth.M.N.Wack
5. Written Communication
6. Two-Way Feedback
7. Oral Presentation
8. Interpersonal Sensitivity
9. Self- Development

- مهارت‌های درون‌فردی،^۱ شامل خودآگاهی عاطفی، جرأت‌ورزی (قاطعیت و جسارت)^۲، حرمت ذات^۳ (عزت نفس)، خودشکوفایی^۴، استقلال^۵؛
- مهارت‌های میان‌فردی، شامل همدلی، روابط بین‌فردی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی^۶؛
- مهارت‌های تطابق‌پذیری^۷، شامل حل مسئله^۸، واقعیت‌آزمایی^۹، انعطاف‌پذیری^{۱۰}؛
- مدیریت استرس^{۱۱}، شامل کنترل تکانه‌ها^{۱۲}، تحمل استرس^{۱۳}؛
- خلق و خوی عمومی^{۱۴}، شامل، شادکامی^{۱۵}، خوش‌بینی^{۱۶} (Bar-On, 2001, pp. 88-92).

دیدگاه دانیل گلמן

گلמן، ابتدا در سال ۱۹۹۸، هوش عاطفی را سازه‌ای از ۵ شاخص اصلی در دو حوزه معرفی کرد، که به مدل شایستگی‌ها معروف است. او در سال ۲۰۰۰ با تحقیقات جدیدش مدل ۵ شاخه‌ای خود را تغییر داد. مدل جدید تفاوت محتوایی زیادی با مدل سال ۱۹۹۸ ندارد، ولی از نظر جایگاه نظری، ارزشمند است.

گلמן، برای طراحی مدل شایستگی‌ها (۱۹۹۸)، ابتدا هوش عاطفی را در دو حوزه شخصی و اجتماعی تجزیه و تحلیل کرده و آن را با عنوان‌های شایستگی‌های شخصی و شایستگی‌های

1. Inter Personal skills
2. Assertiveness
3. Self- regard
4. Self- actualization
5. Independence
6. Social Responsibility
7. Adaptability
8. Problem solving
9. Reality Testing
10. Flexibility
11. Stress Management
12. Impulse Control
13. Steress Tolerance
14. General Mood
15. Happiness
16. Optimism

اجتماعی بیان کرد. شایستگی‌های شخصی^۱ بیان می‌کند چگونه خود را مدیریت کنیم، و شامل سه مؤلفه است که عبارت است از خودآگاهی (خودآگاهی عاطفی و خودارزیابی دقیق اعتمادبه‌نفس)، خودتنظیمی (خودکنترلی، اعتماد، فداکاری، وظیفه‌شناسی، انطباق‌پذیری یا سازگاری و نوآوری) و خودانگیزی (اشتیاق پیشرفت، تعهد یا وفاداری، ابتکار عمل، خوش‌بینی). شایستگی‌های اجتماعی^۲ به چگونگی مدیریت ارتباطات به وسیله فرد اشاره دارد، و شامل دو مؤلفه است که عبارت است از همدلی (درک دیگران، توسعه دادن دیگران، توجه به ارائه خدمات، تنوع، آگاهی سیاسی)، مهارت‌های اجتماعی (نفوذ، ارتباطات، مدیریت تعارض، رهبری، تسریع‌کننده تغییر، تعهد، همکاری و مشارکت، استعدادهای تیم) (Goleman, 1998, P.317).

در سال ۲۰۰۲ میلادی کتابی با عنوان *هوش عاطفی در محیط کار* منتشر شد. گلمن در فصل سوم این کتاب، با اشاره به تحقیقاتش، مدل جدیدی را طراحی کرد. او بیان کرد این مدل، پالایش شده مدلی است که او در سال ۱۹۹۸ طراحی کرده است. در این مدل شایستگی‌ها، چارچوب هوش عاطفی گلمن از ۲۵ شاخص به ۲۰ شاخص، و از پنج حوزه به چهار حوزه کاهش یافته است (Cherniss & Goleman, 2002, P.2).

شایستگی‌های شخصی، خودآگاهی (خودآگاهی عاطفی، خودارزیابی دقیق، اعتمادبه‌نفس) و خودمدیریتی (خودکنترلی، قابل اعتمادبودن، وظیفه‌شناسی، انطباق‌پذیری، بهینه‌سازی، ابتکار و خلاقیت)، و شایستگی‌های اجتماعی، آگاهی اجتماعی (همدلی، آگاهی سازمانی، خدمت‌گرایی) و مدیریت روابط (رشد دیگران، نفوذ، ارتباطات، مدیریت تعارض، رهبری، تأثیرپذیری از تغییرات، تعهدسازی، کار دسته‌جمعی و همکاری) را شامل می‌شود (Cherniss & Goleman, 2002, P.4).

فرهنگ سازمانی کارآفرینانه

با توجه به توسعه مباحث نظری کارآفرینی در ابعاد گوناگون، حوزه فرهنگ کارآفرینانه نیازمند

1. Personal Competence
2. Social Competence

تلاش علمی بیش‌تری است. محققان بسیاری در حوزه مطالعاتی مدیریت و سازمان تلاش کرده‌اند فرهنگ سازمانی را به‌عنوان عنصری مشهود تعریف کنند، بیشتر مدل‌های فرهنگ سازمانی، فرهنگ را مجموعه متمایزکننده سازمان‌ها، شامل سطوحی از ارزش‌های بنیادین، هنجارها، اعتقادات، رفتارها و نمادها تشریح می‌کنند (Balzarova et al., 2006, P.91).

تحقیقات زیادی درباره فرهنگ سازمانی انجام گرفته، اما بیش‌تر به نمودهای فرهنگ سازمانی توجه شده و به ماهیت اساسی و متغیرهای عمیق فرهنگ سازمانی توجه کمتری شده است. همان‌طور که بیان شد، کارآفرینی صفتی است که درباره افراد، سازمان‌ها و کشورها به‌کار گرفته می‌شود. مفهوم فرهنگ کارآفرینانه در سطح سازمان نمایان می‌شود. در این سطح، واژه‌هایی مانند شور کارآفرینانه، گرایش کارآفرینانه و موقعیت کارآفرینانه برای تبیین فرهنگ کارآفرینانه به‌کار گرفته شده است.

هیسریچ و همکاران دو فرهنگ سنتی و کارآفرینانه را تفکیک کردند. آن‌ها معتقدند این دو نوع فرهنگ کاملاً متفاوتند. از دیدگاه آنان، مؤلفه‌های فرهنگ سنتی عبارت است از پایبندی به دستورها، اشتباه نکردن، عدم پذیرش شکست، نفی ابتکاری انجام گرفتن کارها و منتظر دستورالعمل بودن و در محدوده کاری خود حرکت کردن. این محیط محدودکننده و مانع خلاقیت، انعطاف‌پذیری، استقلال و خطرپذیری و مغایر با اصول کارآفرینی است. در مقابل، فرهنگ کارآفرینانه تسهیل‌کننده محیطی است که در آن ابتکار عمل، طرح پیشنهاد، آزمایش و تجربه، ایجاد و توسعه، مسئولیت و مالکیت تشویق می‌شود. فرهنگ کارآفرینانه بر خلاف فرهنگ سنتی، که دارای ساختاری سلسله‌مراتبی، خط‌مشی از پیش تعیین‌شده، نظام گزارش‌دهی، سازوکارهای نظارت و کنترل است، ساختاری مسطح با شبکه‌ای از تیم‌ها، حمایت‌کننده‌ها و مشاوران، رابطه کاری نزدیک، اعتماد و وظایف مورد علاقه دارد (Hisrich & Michael, 2005).

مایکل موریس با بیان تعریفی از کارآفرینی سازمانی، مؤلفه‌های فرهنگ کارآفرینی را تبیین می‌کند. او واژه شور کارآفرینانه را به‌کار برده است که مؤلفه‌های آن عبارت است از نوآوری، خطرپذیری و پیش‌نگری. موریس با اشاره به میزان شدت و ضعف ابعاد فوق و میزان توالی

کارآفرینی، ماتریسی ترسیم می‌کند که آن را شبکه کارآفرینانه می‌نامد. بنابراین، فرهنگ سازمانی کارآفرینانه‌تر است که بسیار نوآور، پرخطر و پیش‌نگرانه باشد (مقیمی، ۱۳۸۷، ص ۳۲۸). سیلوا و همکاران برای شناسایی فرهنگ کارآفرینانه به هشت عامل اشاره می‌کنند و بیان می‌کنند اگر این عوامل به طور همیشگی، بهبود یابد، فرهنگ سازمانی به سطح کارآفرینانه ارتقا می‌یابد، و در این فرهنگ، کارکنان به دنبال ابداع مستمر به شیوه‌ای پایدارند. این عوامل عبارت است از ارتباطات، فرایند تصمیم‌گیری، انگیزش، پاداش، استقلال عمل، رهبری، تیم و ارزیابی (Silva et al., 2006, P.9).

ارتباط هوش عاطفی و فرهنگ کارآفرینانه

با وجود مطالعات و تحقیقات زیاد در زمینه هوش عاطفی و فرهنگ سازمانی، پژوهشی تجربی که به طور مستقیم رابطه این دو مؤلفه را بررسی کند، مشاهده نشده است، با وجود این، تحقیقات بسیاری نشان‌دهنده تأثیر مؤلفه هوش عاطفی بر نمودها و شاخص‌های فرهنگ کارآفرینی است. هاگز و بولویز با اشاره به هوش عاطفی فردی و سازمانی، معتقدند سازمانی که تعداد زیادی از کارکنانش هوش عاطفی بالایی دارند، فرهنگی دارد که حامی و پشتیبان هوش عاطفی است. اگر فرهنگ سازمانی هوش عاطفی را حمایت نکند، ممکن است فردی که هوش عاطفی بالایی دارد، تویخ و تنبیه شود. بنابراین، سازمانی که تمایل فرهنگی کارآفرینانه دارد، با سطوح بالاتری از هوش عاطفی افراد مرتبط است (Higgs & Mc Guire, 2006, P.29).

هاگز و مک‌گایر در مطالعه‌ای با به‌کارگیری مبانی نظری ادعا می‌کنند هوش عاطفی با فرهنگ سازمانی رابطه معناداری دارد. آن‌ها با اشاره به چهار عنصر اساسی فرهنگ از دیدگاه هندی، که عبارت است از قدرت^۱، نقش^۲، وظیفه^۳ و کارکنان^۴، بیان می‌کنند در این چارچوب ارتباط دوسویه

-
1. Power
 2. Role
 3. Task
 4. People

کارکنان و وظایف مشخص، یعنی، ارتباطات و تیم‌های کاری، بیانگر ارتباط مفهومی هوش عاطفی و فرهنگ سازمانی است. آن‌ها با به‌کارگیری مدل فرهنگ سازمانی کافه^۱ و جونز^۲ (۱۹۹۸)، که در قالب چهار فرهنگ شبکه‌ای^۳، ارتباطی^۴، نظامی^۵ و غیریکپارچه^۶ طراحی شده است، و مؤلفه‌های هوش عاطفی، نمونه‌گیری از ۸ شرکت مختلف انجام می‌دهند. نتایج بررسی این نمونه بیانگر ارتباط هوش عاطفی، که توسط خود افراد تخمین زده شده با عناصر فرهنگ سازمانی، که هوش عاطفی افراد را تقویت و حمایت می‌کند، است. در نهایت، نتایج تحقیق آن‌ها نشان می‌دهد هوش عاطفی با فرهنگ سازمانی ارتباط دارد (Higgs & McGuire, 2007, P.9).

کارملی^۷ در مطالعه خود ارتباط هوش عاطفی و رفتار و گرایش‌های کارکنان را بررسی می‌کند. او هوش عاطفی، به عنوان متغیر تعدیل‌کننده، در بعد رفتار کاری و نگرش‌های کاری را با رضایت شغلی بررسی کرده است. نتایج بررسی او ارتباط هوش عاطفی و رفتار کاری و گرایش‌های کاری را تأیید می‌کند. این مطالعه که با هدف بررسی حدود تأثیر هوش عاطفی، به عنوان مؤلفه‌ای مهم فردی، بر افزایش گرایش‌ها و رفتار کارآفرینانه انجام گرفته است، نشان‌دهنده اهمیت هوش عاطفی در ایجاد گرایش‌ها و رفتارهای مثبت کاری است. نتایج این مطالعه، ارتباط هوش عاطفی، رفتار و گرایش‌های کارآفرینانه را تأیید می‌کند (Carmeli, 2003, pp.690-800).

چی لی و فانگ لی در مطالعه‌ای با عنوان تأثیر نفوذ هوش عاطفی و جو سازمانی بر رضایت شغلی، برای جو سازمانی سه مؤلفه گرایش به خطر، گرایش به بیرون و گرایش به موفقیت را بررسی کرده و نتایج حاکی از ارتباط هوش عاطفی با مؤلفه‌های جو سازمانی است. آن‌ها بر تأثیر جو سازمانی و هوش عاطفی بر رضایت شغلی نیز تأکید کردند (Chi Lee & Fang Lee, 2008, P.7).

-
1. Coffee
 2. Jones
 3. Networked
 4. Csommunal
 5. Mercenary
 6. Fragmented
 7. Carmali

جدول ۱. نمایه‌سازی پژوهش‌های فرهنگ کارآفرینانه و هوش عاطفی

پژوهشگران	متغیرهای تحقیق	نموده‌های فرهنگ کارآفرینانه	نتایج
هاگز و مک‌گایر (۲۰۰۷)	مؤلفه‌های هوش عاطفی (متغیر مستقل) انواع فرهنگ‌های شبکه‌ای، ارتباطی، نظامی و غیریکپارچه متغیر وابسته	محیط کارآفرینانه و ویژگی‌های سطح فرهنگ کارآفرینانه	هوش عاطفی با فرهنگ سازمانی ارتباط معناداری دارد؛ محیطی که هوش عاطفی را تأیید کند، باعث رشد آن می‌شود.
کارملی (۲۰۰۳)	مؤلفه‌های هوش عاطفی (متغیر تعدیل‌کننده) مؤلفه‌های رفتار کاری و نگرش کاری (متغیرهای وابسته)، مؤلفه‌های رضایت، شغل (متغیر مستقل)	رفتار کارآفرینانه و نگرش کارآفرینانه عوامل مهم در ایجاد فرهنگ کارآفرینانه	هر چه هوش عاطفی بالاتر باشد، رفتار و گرایش‌های مثبت و کارآفرینانه تقویت می‌شود.
بازدزیل و اس‌لاسکی (۲۰۰۳)	هوش عاطفی و محیط سازمانی	محیط کارآفرینانه	- هوش عاطفی می‌تواند گسترش یابد. - سطح بالاتری از هوش عاطفی شرایط مناسب ایجاد محیطی مثبت برای ارائه خدمات را تسهیل می‌کند.
سیواناتا و فیکن (۲۰۰۱)	هوش عاطفی و سبک رهبری	ویژگی‌های کارآفرینان	رهبرانی که سبک تحول‌آفرین دارند، هوش عاطفی بالاتری دارند.
بالمر و همکاران (۲۰۰۱)	هوش عاطفی و رهبری پویا و خلاق	ویژگی‌های کارآفرین	هوش عاطفی با رهبری پویا و خلاق رابطه معنادار دارد.
چمورو و همکاران (۲۰۰۷)	هوش عاطفی، ویژگی‌های شخصیتی و شخصیت شاد	ویژگی‌های فردی و شخصیتی کارآفرینانه	- مؤلفه‌های شخصیتی ثبات، بیرون‌گرایی، وظیفه‌شناسی و سازگاری با هوش عاطفی افراد همبستگی مثبت دارد. - هوش عاطفی در تسهیل ویژگی شخصیتی سازگاری و افراد شاد تأثیر زیاد دارد.
چی لی و فانگ لی (۲۰۰۷)	هوش عاطفی و جو سازمانی و رضایت شغلی	ویژگی‌های جو و فرهنگ کارآفرینانه	- هوش عاطفی در جو سازمانی تأثیرگذار است. - هوش عاطفی و جو سازمانی بر رضایت شغلی کارکنان مؤثر است.
هیسریچ (۲۰۰۵)	ابتکار عمل، ارائه پیشنهاد و طرح ایجاد و توسعه مشروعیت و مالکیت	مؤلفه‌های فرهنگ کارآفرینانه	فرهنگ کارآفرینانه تسهیل‌کننده محیط برای خلاقیت و نوآوری است.
سیلرا و همکاران (۲۰۰۶)	ارتباطات، فرآیند تصمیم‌گیری، انگیزش، پاداش، استقلال عمل، رهبری تیم، ارزیابی	مؤلفه‌های فرهنگ کارآفرینانه	بهبود دایم مؤلفه‌های ۸ گانه موجب ارتقا سطح فرهنگ سازمانی به فرهنگ کارآفرینانه می‌شود.

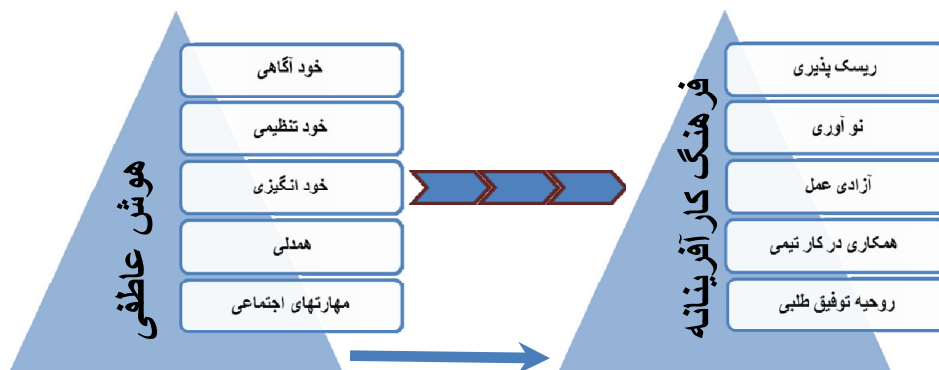
نتایج پژوهشی نشان داد رهبرانی که سبک رهبری تحول‌آفرین و کارآفرین دارند، هوش عاطفی بالاتری دارند (Sivanathan & Fekken, 2001, P.200). همچنین، نتایج پژوهش پالمرو و همکاران نشان داد هوش عاطفی با رهبری پویا و خلاق رابطه معنادار دارد (Palmer et al., 2001, P.9). داکت^۱ و مک‌فارلین^۲ نیز، موضوع هوش عاطفی را در بین خرده‌فروشی‌ها ارزیابی کردند و نتایج مشابه به دست آوردند (Duckett & Macfarlane, 2003, P.315).

باردزیل^۳ و اسلاسکی^۴ تحقیقی به منظور شناسایی رابطه هوش عاطفی و چگونگی عرضه خدمات انجام دادند. آن‌ها بر نقش احساسات افراد درون سازمان با توجه به محیط سازمانی متمرکز شدند و مفهوم هوش عاطفی را به عنوان شایستگی‌های کلیدی مطرح کردند که در ایجاد و حفظ محیطی مثبت و کارآفرینانه برای ارائه خدمات نقش مؤثری دارد. نتایج مطالعات نشان می‌دهد اولاً، هوش عاطفی می‌تواند گسترش یابد و ثانیاً، سطوح بالاتری از هوش عاطفی در سازمان‌ها شرایط مناسب ایجاد محیطی مثبت برای عرضه خدمات را تسهیل می‌کند (Bardzil & Slaski, 2003, pp. 97-98).

مطالعه‌ای که به منظور شناسایی نقش هوش عاطفی در ویژگی‌های شخصیتی و توسعه شخصیت شاد انجام گرفته است، وجود همبستگی مثبت بین چهار مؤلفه شخصیتی ثبات^۵، بیرون‌گرایی^۶، وظیفه‌شناسی^۷ و سازگاری^۸ با هوش عاطفی افراد را نشان می‌دهد. نتایج این مطالعه بیانگر تأثیر زیاد هوش عاطفی در تسهیل ویژگی شخصیتی سازگاری در افراد شاد دارد. این پژوهش به گونه‌ای تلویحی رابطه مثبت هوش عاطفی و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان را مشخص می‌کند (Chamorro et al., 2007, pp. 1633-1639).

-
1. H. Duckett
 2. E. Mac farlane
 3. Bardzil
 4. Slaski
 5. Stability
 6. Extraversion
 7. Conscientiousness
 8. Agreeableness

بررسی مبانی نظری هوش عاطفی و فرهنگ کارآفرینانه نشان‌دهنده تأثیر مؤلفه‌های هوش عاطفی بر شاخص‌های فرهنگ کارآفرینانه است، لذا با توجه به مبانی نظری هوش عاطفی و بر اساس رویکرد ترکیبی پنج سازه، شامل خودآگاهی، خودتنظیمی، خودانگیزی، همدلی و مهارت‌های اجتماعی که مدل جامع و مقبول صاحب‌نظران است، به عنوان مؤلفه‌های هوش عاطفی انتخاب شد و براساس متون فرهنگ کارآفرینانه شاخص‌های نوآوری، حط‌پذیری، آزادی عمل، همکاری در کار تیمی و روحیه توفیق‌طلبی به عنوان شاخص‌های فرهنگ کارآفرینانه (با نظر خبرگان) انتخاب شد و با توجه به آن، مدل مفهومی پیشنهادی تحقیق طراحی شد.



شکل ۱. مدل پیشنهادی مبتنی بر مبانی نظری تحقیق

با توجه به هدف پژوهش، پیشینه نظری و مدل پیشنهادی، فرضیه‌های پژوهشی مطرح می‌شود:

فرضیه اول: هوش عاطفی با فرهنگ کارآفرینانه رابطه معنادار دارد؛

فرضیه دوم: خودآگاهی با فرهنگ کارآفرینانه رابطه معنادار دارد؛

فرضیه سوم: خود تنظیمی با فرهنگ کارآفرینانه رابطه معنادار دارد؛

فرضیه چهارم: خودانگیزی با فرهنگ کارآفرینانه رابطه معنادار دارد؛

فرضیه پنجم: همدلی با فرهنگ کارآفرینانه رابطه معنادار دارد؛

فرضیه ششم: مهارت‌های اجتماعی با فرهنگ کارآفرینانه رابطه معنادار دارد.

روش پژوهش

با توجه به فرضیه‌های پژوهش، فرهنگ کارآفرینانه، متغیر وابسته و هوش عاطفی، متغیر مستقل پژوهش است. هدف این پژوهش مشارکت در توسعه دانش کاربردی در زمینه فرهنگ کارآفرینانه و هوش عاطفی بل طراحی چارچوب مفهوی ارتباط بین سازه‌های هوش عاطفی و فرهنگ کارآفرینانه است، لذا پژوهش، کاربردی است.

این پژوهش از نظر نحوه جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی^۱ است؛ زیرا هدف پژوهشگر جمع‌آوری داده‌های عینی، واقعی و منظم بوده است. و از آن جهت که پژوهشگر نمونه‌گیری کرده و به روش میدانی پراکندگی و مشخصات دیگر نمونه را بررسی و مطالعه کرده است، روش، پیمایشی^۲ است. به منظور اندازه‌گیری متغیرها، دو پرسشنامه هوش عاطفی و فرهنگ کارآفرینانه تلفیق شده است. پرسشنامه خودسنجی «سیبر یا شریک» از ابزارهای معتبر سنجش هوش عاطفی است که در قالب مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت تنظیم شده است. صورت اولیه این پرسشنامه ۷۰ سؤال دارد منسوری در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود این پرسشنامه را هنجاریابی کرده و تعداد سؤال‌های آن به ۳۳ کاهش یافته است. لذا، با مشورت استادان مدیریت، فقط با اندکی اصلاح در برخی گویه‌ها، پرسشنامه به کار گرفته شد و بین تعدادی از خبرگان توزیع و نظر آن‌ها جمع‌آوری و روایی آن تأیید شد. سؤال‌ها و شاخص‌های پرسشنامه فرهنگ کارآفرینانه نیز، ارزیابی شد و با اعمال نظر خبرگان روایی آن تأیید شد، سپس، روایی پرسشنامه تلفیقی بررسی شد و نتیجه آزمون، اعتبار پرسشنامه را با آلفای کرونباخ ۹۲ درصد تأیید کرد.

جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه کارکنان، کارشناسان و مدیران (مدیران غیرهیئت علمی) پردیس فارابی دانشگاه تهران است که ۴ واحد سازمانی دارد. برای تعیین حجم نمونه، چون جامعه آماری محدود و متغیرهای تحقیق از نوع کیفی است، فرمول زیر به کار گرفته شد.

1. Descriptive Method
2. Survery Reserch Method

$$n = \frac{N \cdot Z \frac{\alpha}{2} \cdot p \cdot q}{\varepsilon^2 (N - 1) + Z \frac{\alpha}{2} \cdot p \cdot q}$$

حجم جامعه ۱۱۵ نفر است که تعداد ۸۴ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده انتخاب شدند. در نهایت، ۸۲ آزمودنی به پرسش‌ها پاسخ دادند. در این پژوهش، برای بررسی ارتباط متغیرهای وابسته و مستقل، ضریب همبستگی اسپیرمن به کار گرفته شد و برای توصیف متغیرهای جمعیت‌شناختی و وضعیت آن روش‌های مختلف آمار توصیفی به کار گرفته شد.

جدول ۲. مؤلفه‌های ابزار پژوهش

ردیف	مفاهیم	ابعاد	مشخصه‌ها	منبع اصلی	تعداد سؤال-ابزارها
۱	هوش عاطفی	خودآگاهی	خود ارزیابی، اعتماد به نفس، شناخت قوت‌ها، احساس قوی به استعداد های خود	دانیل گلمن (۱۹۹۸)، سالووی و مایر (۲۰۰۰)	۸
		خودتنظیمی	کنترل خود، قابل اعتماد بودن، سازگاری، نوآوری		۷
		خودانگیزی	شوق پیشرفت تعهد، ابتکار عمل، خوش بینی		۷
		همدلی	درک دیگران، پرورش دیگران، تنوع در شیوه‌های نفوذ		۶
		مهارت‌های اجتماعی	ارتباطات، مدیریت تعارض، ایجاد پیوندهای همکاری و مشارکت		۶
۲	فرهنگ سازمانی	فرهنگ کارآفرینانه	خطرپذیری، خلاقیت، آزادی عمل، تنوع طلبی	دینسون (۱۹۹۰) هیسریچ و همکاران (۲۰۰۵) سیلوا (۲۰۰۶)	۶

نتایج

ابتدا با به‌کارگیری آمار توصیفی وضعیت جمعیت‌شناختی متغیرها و مؤلفه‌های پنجگانه هوش

عاطفی و فرهنگ کارآفرینانه در قالب جدول بیان می‌شود و وضعیت جامعه مورد مطالعه تبیین می‌شود. سپس، فرضیه‌های تحقیق با اجرای آزمون آماری تجزیه و تحلیل می‌شود.

جدول ۳. وضعیت متغیرهای جمعیت‌شناختی

ردیف	متغیر	شاخصه	فراوانی	درصد	وضعیت متغیر وابسته و مستقل	میانگین	انحراف معیار	
۱	جنسیت	زن	۶۰	۷۳٫۲	هوش عاطفی	۳٫۳۵	٪۳۴	
			۲۲	۲۶٫۸	فرهنگ کارآفرینانه	۲٫۷۲	٪۷۰	
		مرد	۲۲	۲۶٫۸	هوش عاطفی	۳٫۳۰	٪۴۰	
			۲۲	۲۶٫۸	فرهنگ کارآفرینانه	۲٫۷۷	٪۷۷	
۲	وضعیت ناهل	مجرد	۱۶	۱۹٫۵	هوش عاطفی	۳٫۱۵	٪۵۲	
			۱۶	۱۹٫۵	فرهنگ کارآفرینانه	۲٫۴۶	٪۷۷	
		متاهل	۶۵	۷۹٫۳	هوش عاطفی	۳٫۴۵	٪۳۲	
			۱۰	۱۲٫۲	فرهنگ کارآفرینانه	۲٫۸۴	٪۲۴٫۶	
				نامشخص	۱۰	۱۲٫۲		
۳	وضعیت تحصیلی	زیر دیپلم	۶	۷٫۳	هوش عاطفی	۳٫۴۰	٪۴۴	
		دیپلم	۱۹	۲۳٫۲	فرهنگ کارآفرینانه	۲٫۷۴	٪۶۴	
		فوق دیپلم و لیسانس	۵۰	۶۱	هوش عاطفی	۳٫۳۸	٪۳۶	
		فوق لیسانس	۷	۸٫۵	فرهنگ کارآفرینانه	۲٫۷۷	٪۷۹	
۴	سن	۲۰ تا ۲۹ سال	۲۸	۳۴٫۱	هوش عاطفی	۳٫۴۱	٪۴۰	
			۲۸	۳۴٫۱	فرهنگ کارآفرینانه	۲٫۷۵	٪۶۳	
		۳۰ تا ۳۹ سال	۳۵	۴۲٫۷	هوش عاطفی	۳٫۳۹	٪۳۶	
			۱۳	۱۵٫۹	فرهنگ کارآفرینانه	۲٫۸۲	٪۸۱	
		نامشخص	۶	۷٫۳				
۵	سابقه کاری	کمتر از ۵ سال	۳۲	۳۹	هوش عاطفی	۳٫۳۸	٪۴۰	
			۳۲	۳۹	فرهنگ کارآفرینانه	۲٫۷۷	٪۶۷	
		۵ تا ۹ سال	۳۳	۴۰٫۲	هوش عاطفی	۳٫۳۹	٪۳۷	
			۱۷	۲۰٫۷	فرهنگ کارآفرینانه	۲٫۷۵	٪۸۰	
۶	وضعیت استخدامی	رسمی	۲۳	۲۸	هوش عاطفی	۳٫۳۵	٪۳۸	
			۱۶	۱۹٫۵	فرهنگ کارآفرینانه	۲٫۷۴	٪۷۵	
		قراردادی	۴۳	۵۲٫۴	هوش عاطفی	۳٫۴۲	٪۳۸	
			۴۳	۵۲٫۴	فرهنگ کارآفرینانه	۲٫۷۸	٪۷۵	

جدول ۴. وضعیت متغیرهای وابسته و مستقل

ردیف	عنوان	مؤلفه	میانگین	میانه	انحراف معیار	نتیجه
۱	فرهنگ سازمانی	خودآگاهی	۳٫۲۳	۳٫۱۳	۰٫۶۱۳	کمی بالاتر از متوسط
۲		خودتنظیمی	۳٫۳۷	۳٫۴۳	۰٫۵۶	متوسط تا زیاد
۳		خودانگیزی	۳٫۳۴	۳٫۴۳	۰٫۵۶	بین متوسط تا زیاد
۴		همدلی	۳٫۶۶	۳٫۶۷	۰٫۵۰	نزدیک متمایل به زیاد
۵		مهارت‌های اجتماعی	۳٫۳۳	۳٫۴۰	۰٫۵۷	متوسط تا زیاد
۶		هوش عاطفی	۳٫۳۹	۳٫۴۴	۰٫۳۸	متوسط تا زیاد
۷		فرهنگ کارآفرینی	۲٫۷۶	۲٫۷۵	۰٫۷۵	نزدیک تا متوسط

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، هر یک از مؤلفه‌های هوش عاطفی وضعیت متوسط به بالا دارند. همچنین، نگرش کارکنان به فرهنگ کارآفرینانه چندان مناسب نیست. برای بررسی شدت رابطه دو متغیر رتبه‌ای، ضریب همبستگی اسپیرمن محاسبه شد. این ضریب میزان ارتباط خطی متغیرهای کمی در نمونه را نشان می‌دهد. به همین سبب، در نمودار پراکنش داده‌ها، که پراکندگی دو متغیر نسبت به هم را نمایش می‌دهد، هر قدر نقاط ایجادشده پیرامون یک خط مستقیم باشد، نشان‌دهنده رابطه قوی‌تر دو متغیر است و هر قدر این حالت کمتر باشد، این رابطه ضعیف‌تر است. مقدار ضریب همبستگی بین ۱- و ۱ است، که علامت منفی نشان‌دهنده همبستگی در جهت عکس و علامت مثبت آن نشان‌دهنده ارتباط مستقیم دو متغیر است. هر چه میزان قدر مطلق ضریب همبستگی به ۱ نزدیک‌تر باشد، شدت همبستگی بیش‌تر است و هر اندازه قدر مطلق آن به صفر نزدیک‌تر باشد، بیانگر همبستگی ضعیف است. هم‌زمان با تعیین میزان همبستگی، معنادار بودن آن نیز آزمون می‌شود. یعنی فرض صفر مبنی بر استقلال دو متغیر در برابر فرض یک که همبسته بودن دو متغیر را بیان می‌کند؛ در سطح خطای α آزمون می‌شود.

$$\begin{cases} H_0 : \rho = 0 \\ H_1 : \rho \neq 0 \end{cases}$$

اگر شاخص P-value کمتر از سطح خطای آزمون باشد، فرض صفر رد می‌شود؛ و اگر از سطح

خطای آزمون بیشتر باشد، فرض صفر تأیید می‌شود. سطح خطای آزمون در این بررسی ۰/۰۵ در نظر گرفته شد.

جدول ۵. نتایج آزمون فرضیه‌ها

فرضیه	متغیر مستقل	متغیر وابسته	میزان خطا	فراوانی	ضریب همبستگی اسپیرمن	نتیجه	
						P-value	تأیید رد
۱	هوش عاطفی	فرهنگ کارآفرینانه	۰/۰۵	۸۱	۰/۷۷	۰/۰۰۰	*
۲	خودآگاهی	فرهنگ کارآفرینانه	۰/۰۵	۸۱	۰/۸۲	۰/۰۰	*
۳	خودتنظیمی	فرهنگ کارآفرینانه	۰/۰۵	۸۱	۰/۲۵	۰/۰۲۶	*
۴	خودانگیزی	فرهنگ کارآفرینانه	۰/۰۵	۸۱	۰/۵۷	۰/۰۰۰	*
۵	همدلی	فرهنگ کارآفرینانه	۰/۰۵	۸۱	۰/۲۵	۰/۰۲۴	*
۶	مهارت‌های اجتماعی	فرهنگ کارآفرینانه	۰/۰۵	۸۱	۰/۲۰۱	۰/۰۷۱	*

با توجه به جدول ۵، نتایج آزمون همبستگی برای بررسی فرضیه‌های تحقیق با این شرح است:
 الف) ضریب همبستگی اسپیرمن معنادار است و به طور تصادفی به دست نیامده است؛
 ب) علامت همه ضرایب مثبت است، لذا، همبستگی همه متغیرها مستقیم است؛
 ج) با توجه به الف و ب، فرضیه‌های پژوهش، به جز فرضیه ۶ تأیید شد.

نتیجه

برای بررسی ارتباط بالقوه هوش عاطفی و فرهنگ، ابتدا باید آنچه درباره فرهنگ به طور کلی شناخته شده است، بیان شود. صاحب‌نظران این رشته توافق دارند که این موضوع سخت و پیچیده است.^۱ با این حال، همگان بر اهمیت آن تأکید کرده‌اند (Higgs & McGuire, 2007, P.9). این پژوهش با هدف بررسی میزان تأثیر مؤلفه هوش عاطفی بر فرهنگ سازمانی انجام گرفته

۱. از جمله تحقیقات کندی (۱۹۹۹)؛ کافه و جونز (۱۹۹۶) و اسکین (۱۹۸۵) را می‌توان نام برد.

است. همچنین، مبانی نظری و متون فرهنگ کارآفرینانه را از طریق نشان دادن اهمیت هوش عاطفی برای ایجاد و ارتقای سطح فرهنگ کارآفرینانه افزایش می‌دهد. محققان در زمینه تغییر فرهنگ سازمانی معتقدند محیط درون‌سازمانی و برون‌سازمانی بر فرهنگ سازمان تأثیر می‌گذارد (زارعی متین، ۱۳۸۸، ص ۳۰۴). نتایج نشان می‌دهد که عامل درون‌سازمانی (هوش عاطفی افراد) بر فرهنگ سازمان تأثیرگذار است. با توجه به یافته‌ها، سازمان‌ها در عصر اطلاعات باید شرایط سازمانی را به گونه‌ای فراهم کنند که بیشترین استفاده را از منابع انسانی و مادی داشته باشند. این امر مهم در شکل‌گیری فرهنگ کارآفرینانه قابل تصور است. برای تحقق این شرایط، سازمان‌ها باید کارکنان خود را متقاعد کنند فراتر از چارچوب‌های سنتی و الزامات تعیین‌شده سازمانی برای سازمان کار کنند. به عبارت دیگر، در سازمانی که تعداد بیش‌تری از کارکنان هوش عاطفی بالا دارند، سطح فرهنگ سازمانی از سنتی (پای‌بندی به مقررات، عدم خطرپذیری، نبود اعتمادبه‌نفس و جز آن)، به سمت فرهنگ کارآفرینانه حرکت خواهد کرد. از آنجایی که هوش عاطفی متغیری مهم برای توسعه و عملکرد سازمانی است (Higgs, 2004)، اهمیت کنترل و ارتقای این ظرفیت در سازمان، عامل متمایزکننده سازمان برای ارتقای سطح فرهنگ کارآفرینانه در دست‌یابی به مزیت رقابتی پایدار در عصر جهانی‌شدن است (Higgs & McGuire, 2007, P.28).

در این پژوهش ارتباط دو مقوله مهم رفتاری، که در سازمان‌های کارآمد امروزی اهمیت دارد، بررسی شد. نتایج بررسی‌های آمار توصیفی و تحلیلی بیان‌گر ارتباط قوی هوش عاطفی و فرهنگ کارآفرینی است. بنابراین، با توجه به نتایج تجزیه و تحلیل‌ها، پیشنهادهای زیر مطرح می‌شود:

۱. توانایی افراد در پردازش اطلاعات با ماهیت هیجانی و توانایی در ارتباط دادن آن‌ها با شناختی گسترده‌تر متفاوت‌اند و این توانایی را در رفتارهای انطباقی مشخص، بروز می‌دهند (Mayer et al., 2000, P.44). اگر مدیران سازمان‌های کارآفرین در شناخت و تشویق رفتارهای انطباقی کارکنان توانا باشند، در ایجاد و رشد فرهنگ کارآفرینانه موفق خواهند بود.
۲. از میان مؤلفه‌های هوش عاطفی؛ مؤلفه خودآگاهی قوی‌ترین ارتباط را با فرهنگ کارآفرینانه دارد. بنابراین، سازمان‌ها برای نیل به فرهنگ کارآفرینانه، باید حس خودآگاهی کارکنان را تقویت

کنند و سازوکارهایی را برای درک عمیق‌تر کارکنان از عواطف، نقاط قوت، نقاط ضعف، نیازها و انگیزه‌های خود طراحی کنند. در این صورت، مرکز کنترل درونی افراد (نسبت دادن شکست‌ها و موفقیت‌ها به خود)، احساس قوی به استعدادها و ارزش‌های خود و انتقال آن به افراد تقویت می‌شود، به گونه‌ای که کارکنان احساس می‌کنند سازمان بخشی از هویت آن‌هاست.

۳. مؤلفه خودانگیزی که از مؤلفه‌های هوش عاطفی است، ارتباط قوی با فرهنگ کارآفرینانه دارد، بسیاری از محققان فرهنگ کارآفرینانه؛ خودانگیزی را از ویژگی‌های کارآفرینان مطرح کرده‌اند، یافته‌های پژوهش دیدگاه‌های پژوهشگران پیشین را تأیید می‌کند. به این ترتیب، سازمان‌ها باید با ایجاد خودانگیزی، از طریق تشویق شاخص‌های مشوق پیشرفت، تعهد، ابتکار عمل و خوش‌بینی، از نظر عاطفی افراد را برای کسب اهداف متمایل کنند.

۴. ابتکار عمل و تعهد کاری، دو ویژگی فردی است که در هوش عاطفی نمود می‌یابد. این دو ویژگی، یعنی خلاقیت و نوآوری و تعهد سازمانی، در قالب فرهنگ کارآفرینانه آشکار می‌شود. مدیران علاقه‌مند به فرهنگ کارآفرینانه می‌توانند کارکنان را به تلاش بی‌وقفه در انجام‌دادن وظایف شغلی و کارهای چالشی تشویق کنند تا تعهد در آن‌ها تقویت شود؛ همچنین، با برگزاری جلسات به منظور شرکت فعالانه کارکنان و تشویق آن‌ها به طرح پیشنهادهای سازنده و بیان تجربه‌های موفق خود، عملیات سازمانی را بهبود دهند.

۵. به طور کلی، مؤلفه‌های هوش عاطفی به دو بُعد شایستگی‌های شخصی (خودآگاهی، خودتنظیمی، خودانگیزی) و شایستگی‌های اجتماعی (همدلی و مهارت‌های اجتماعی) تقسیم می‌شود (Goleman, 1998). براساس نتایج مطالعه، نقش و تأثیر مؤلفه‌های شایستگی‌های شخصی ارتباط قوی‌تری با فرهنگ کارآفرینانه دارد. بنابراین، سازمان‌های کارآفرین باید به ابعاد درون‌فردی و شخصیت افراد بیشتر توجه کنند. طراحی و تدوین برنامه‌های مفرح و شاد در ایجاد و شکل‌گیری مؤلفه‌های شخصیتی و وظیفه‌شناسی و سازگاری مؤثر است.

۶. براساس یافته‌های تحقیق، مؤلفه همدلی، یکی از شایستگی‌های اجتماعی، ارتباط معنی‌داری با فرهنگ کارآفرینانه دارد. از سوی دیگر، هماهنگی در کار تیمی و دوستی و صمیمیت نیز از

مؤلفه‌های فرهنگ کارآفرینانه است. لذا، مدیران کارآفرین باید با نهادینه‌سازی پذیرش دیدگاه‌های مخالف، ارتقای درک احساسی افراد نسبت به دیگران، تقویت حس پرورش دیگران و ایجاد هماهنگی متقابل شخصی و نوع‌دوستی، تمایل افراد به هماهنگی و برقراری ارتباط با همکاران را افزایش دهند.

۷. نتایج تحقیق نشان می‌دهد خودتنظیمی به عنوان یکی از شایستگی‌های هوش عاطفی، رابطه نزدیکی با فرهنگ کارآفرینی دارد. بنابراین، تلاش برای ارتقای شاخص‌های خودکنترلی، اعتماد، وجدان کاری و سازگاری به خودمدیریتی افراد در مقابل تنش درونی و ایجاد عزت نفس کمک خواهد کرد. بهبود شایستگی خودتنظیمی به افراد کمک می‌کند با ارزیابی خود، اصلاح درونی کنند و این امر باعث بالابردن روحیه فردی و تقویت مؤلفه‌های مهم فرهنگ کارآفرینانه، مانند وجدان کاری، اعتماد و سازگاری سازمانی می‌شود.

۸. نتایج این تحقیق ارتباط مؤلفه مهارت‌های اجتماعی و فرهنگ کارآفرینانه را نفی می‌کند. به نظر می‌رسد، نوع سازمان و محدودیت جامعه آماری در این پژوهش در نبود ارتباط این دو مؤلفه تأثیرگذار است، لذا، به پژوهشگران توصیه می‌شود، در مطالعات آینده درباره ارتباط معنادار مؤلفه مهارت‌های اجتماعی و هوش عاطفی بیشتر بررسی کنند.

منابع و مأخذ

۱. رایبیز، استیفن (۱۳۷۸). *تئوری سازمان*. ترجمه سیدمهدی الوانی و حسن دانایی‌فرد، تهران، انتشارات صفار، چاپ دوم.
۲. روح‌الامینی، محمود (۱۳۷۲). *زمینه فرهنگ‌شناسی*. تهران، انتشارات تابش، چاپ سوم.
۳. زارعی‌متین، حسن (۱۳۸۲). *مبانی سازمان و مدیریت: رویکرد اقتضایی*. تهران، مؤسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم.
۴. _____ (۱۳۸۸). *مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته*. تهران، آگاه.
۵. سیاروچی، ژوزف هورگاس؛ مایر، جان ژوزف (۱۳۸۴). *هوش عاطفی در زندگی روزمره*. ترجمه اصغر نوری امام‌زاده‌ای و حبیب‌الله نصیری، اصفهان نشر نوشته.
۶. مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۵). «بررسی ارتباط رفتار شهروندی سازمانی و فرهنگ کارآفرینی در سازمان‌های دولتی». *فرهنگ مدیریت*، سال چهارم، شماره ۱۳، صفحات ۱۹۲-۱۷۱.
۷. _____ (۱۳۸۵). *کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی*. تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
8. Balzarova, M. A.; Castka, P.; Bamber, C. J. & Sharp, J. M. (2006). "How organisational culture impacts on the implementation of ISO 14001: 1996—a UK multiple-case view". *Journal of Manufacturing Technology Management*, 17 (1), 89-103.
9. Bardzil, P. & Slaski, M. (2003). "Emotional intelligence: fundamental competencies for enhanced service provision". *Managing Service Quality*, 13 (2), 97-104.
10. Bar-On, R. (2001). *Emotional intelligence and self-actualization*. Philadelphia, Psychology press.
11. Bar-On, R.; Brown, J. M.; Kirkcaldy, B. D. & Thome, E. P. (2000). "Emotional expression and implications for occupational stress; an application of the emotional quotient inventory (EQ-i)". *Personality and individual differences*, 28, 1107-1118.
12. Brooks, K., Nafukho, F. (2006). "Human resource development, social capital, emotional intelligence: Any link to productivity?". *European Industrial Training*, 30 (2), 117-128.
13. Brown, F. W.; Bryant, S. E. & Reilly, M. D. (2006). "Does emotional intelligence -as measured by the EQI- influence transformational leadership and/ or desirable outcomes?". *Leadership & Organization Development Journal*, 27 (5), 330-351.
14. Carmeli, A. (2003). "The relationship between emotional intelligence and work attitudes, behavior and outcomes: An examination among senior managers". *Journal of Managerial Psychology*, 18 (8), 788-813.

15. Carmeli, A. (2003). "The relationship between emotional intelligence and work attitudes, behavior and outcomes". *Journal of Managerial Psychology*, 18 (8), 788-813.
16. Chamorro-Premuzic, T.; Bennett, E. & Furnham, A. (2007). The happy personality: Mediatooonal role of trait emotional intelligence. *Personality and individual differences*, 42, 1633-1639.
17. Cherniss. C. & Goleman, D. (2002). *The Emotionally Intelligent Workplace*. CHAPTER THREE: Now Available from Amazon.com.
18. Chi Lee, M. & Fang Lee, S. (2008). "The Influence of Emotional Intelligence and organizational Climate for Nurse Job". *Satisfaction*, 4 (1), 1-10.
19. Cote, S. I.; Lopes, P. N. & salovey, P. (2002). *The divengent and Predictive validity of emotmal in telligence in a group context*. Toronto: Unpublished data, University of Toronto.
20. Davies, M.; Stankov, L. & Roberts, R. D. (1998). "Emotional intelligence: In search of an elusive construct". *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 989-1015.
21. Deshpande, S. P. & Joseph Jacob, S. X. (2005). "The impact of emotional intelligence on counterproductive behaviour in China". *Management Research News*, 28 (5), 75-85.
22. Duckett, H. & Macfarlane, E. (2003). "Emotional intelligence and transformational leadership in retailing". *Leadership & Organization Developmen,t* 24 (6), 309-317.
23. Dulewicz, V. & Higgs, M. (2000). "Emotional intelligence: A review and evaluation stud". *Journal of Managerial Psychology*, 15 (4), 341-372.
24. Dulewicz, V.; Higgs, M. & Slaski, M. (2003). "Measuring emotional intelligence: content, construct and criterion-related validity". *Journal of Managerial Psychology*, 18 (5), 405-420.
25. Dulewicz, V. & Higgs, M. (1998). "Emotional intelligence can it be measured reliably and validly using competency data?". *Competencyjournal*, 6(2) .56-62.
26. Frederikson, N.; Petrides, K. V. & Furnham, A. (2004). "The role of trait EI in academic performance and deviant behavior at school". *Personality And Individual Difference*, 45 (3), 74-88.
27. Shmueli-Gabel, R.; Dolan, S. L. & Cerdin, J. L. (2005). "Emotional intelligence as predictor of cultural adjustment for success in global assignments". *Career Development International*, 10 (5), 375-395.
28. Gardner, L. & Stough, C. (2002). "Examining the relationship between leadership and emotional intelligence in senior level managers". *Leadership & Organization Development Journal*, 23 (2), 68-78.
29. Goleman, D. (1998). *Working with Emotional Intelligence*. New York , Random House LLC.
30. Hellriege, J. & Woodman (1989). *Organizational behavior*. (4th Ed.), NewYork: west publishing.
31. Henriques, G. (2003). "The tree of knowledge system and the theoretical unification of psychology". *Review of General Psychology*, 7, 150-182.
32. Higgs, M. (2004). "A study of the relationship between emotional intelligence and performance in UK call centres". *Journal of Managerial Psychology*, 19 (4), 442-454.

33. Higgs, M., & McGuire (2000). *Emotional Intelligence and culture: an Exploration of Relationship Between Individual Emotional Intelligence and Organisational Culture*. Greenlands: Henley management college.
34. Hisrich, R., & Michael, P. (2005). *Entrepreneurship*. New York: McGraw-Hill Irwin.
35. Holian, R. (2006). "Management decision making: ethical issues and emotional intelligence". *Management Decision*, 44 (8), 1122-1138.
36. Horsted, G. (1994). *Cultures and organization*. New York, McGraw-Hill.
37. Austin, E. J.; Farrelly, D.; Black, C. & Moore, H. (2007). "Emotional intelligence, Machiavellianism and emotional manipulation: Does EI have a dark side?". *Personality and individual differences*, 43, 179-189.
38. Jordan, P. J.; Ashkanasy, N. M. & Hartel, C. E. (2002). "Emotional intelligence as a moderator of emotional and behavioral reactions to job insecurity". *Academy of Management review*, 27, 361-372.
39. Kernbach, S. & Schutte, N. S. (2005). "The impact of service provider emotional intelligence on customer satisfaction". *Journal of Services Marketing*, 19 (7), 438-444.
40. Langhorn, S. (2004). "How emotional intelligence can improve management performance". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16 (4), 220-230.
41. Langley, A. (2000). "Emotional intelligence: a new evaluation for management development?". *Career Development International*, 5 (3), 177-183.
42. Mandell, B. & Pherwani, S. H. (2003). "Relationship between emotional intelligence and transformational leadership style". *Journal Of Business And Psychology*, 10 (6), 385-399.
43. Mayer, J. D. (2005). "A Tale Of Two Visions: can a new view of personality help integrate psychology?". *American Psychologist*, 60 (4), 294-307.
44. Mayer, J. D.; Caruso, D. R. & Salovey, P. (2000). "Emotional intelligence meets traditional standards for an intelligence". *Intelligence*, 27, 267-298.
45. Mcshane, S. L. & Anne Von, M. (2003). *Organizational Behavior*. Boston, McGraw-Hill.
46. Nelson, B. & Campelliguich, J. (1997). *Organizational behavior*. St Paul, Wests publishing company.
47. Nikollaou, L. & Tsaousis. I. (2002). "Emotional intelligence in the workplace: exploring its effects on occupational stress and organizational commitment". *The international journal of organizational analysis*, 10, 327-342.
48. Palmer, B.; Donaldson, C. & Stough, C. (2002). "Emotional intelligence and life satisfaction". *Personality and individual differences*, 33, 1091-1100.
49. Palmer, W. M.; Burgess, Z. & Stough, C. (2000). "Emotional intelligence and effective leadership". *Leadership and organization development journal*, 22, 5-11.
50. Prati, L. M.; Douglas, C.; Ferris, G. R.; Ammeter, A. P. & Buckley, M. R. (2003). "Emotional intelligence, leadership effectiveness and team outcomes". *The international journal of organizational analysis*, 11, 21-40.
51. Salovey, P. & Mayer, J. D. (1990). "Emotional intelligence". *Imagination, cognition and personality*, 9, 185-211.

52. Shmueli Gabel, R; Dolan, L. & Cerdin, J. L. (2005). "Emotional intelligence as predictor of cultural adjustment for success in global assignments". *Career Development International*, 10 (5), 375-395.
53. Silva, F.; Hartman, A., & Reis, D. (2006). *The Relationship between the: nt a preneurial culture and the degree of technological innovation in the productive organizations*. Third international Conference on production research.
54. Sivanathan, N & Fekken, G. C. (2002). "Emotional intelligence, moral reasoning and transformational leadership". *Leadership & Organization Development Journal*, 23 (4), 198-204.
55. Suliman, A. M. & Al-Shaikh, F. N. (2007). "Emotional intelligence at work: links to conflict and innovation". *Employee Relations*, 29 (2), 208-220.
56. Sy, T. & Côté, S. (2004). "Emotional intelligence: A key ability to succeed in the matrix organization". *Journal of Management Development*, 23 (5), 437-455.
57. Vakola, M.; Tsaousis, I. & Nikolaou, I. (2004). "The role of emotional intelligence and personality variables on attitudes toward organisational change". *Journal of Managerial Psychology*, 19 (2), 88-110.
58. Wati, J. M. & Gammack, J. G. (2006). "The impact of organizational culture innovation on the adoption of IS/IT: the case of Libya". *Journal of Enterprise Information Management*, 19 (2), 175-191.
59. Zcelik, H. & Langton, N. (2000). *Does positive climate matter? A Look at Reveue Strategic And Outcome*. Columbia: Growth University of British.