

شناخت و مطالعه رابطه‌ی هوش هیجانی و کارآفرینی مدیران صنایع لاستیک و پلاستیک شهر تهران

دکتر قنبر عباس پور اسفدن^۱؛ دکتر محمدحسن چراغعلی^۲؛ محمد رحمانی^{۳*}

دریافت: ۸۹/۶/۱۴ ، پذیرش: ۸۹/۸/۱

چکیده

هوش بهر را نمی‌توان ضامن موفقیت مدیران کارآفرین به‌عنوان گردانندگان چرخ اقتصاد دانست، بلکه توانایی درک و کنترل عواطف و هیجانات نیز، نقش بسزایی در این مهم ایفا می‌کند. مدیران کارآفرین با شناخت و اداره‌ی هیجانات خود کشمکش‌های درونی خود را کاهش می‌دهند و با درک عواطف دیگران ارتباطات مؤثرتری ایجاد می‌کنند و با ارتباط مناسب‌تر و شناخت کامل‌تر از محیط اطراف خود، راحت‌تر به نوآوری می‌پردازند. بنابراین، در تحقیق پیش‌رو، با توجه به اهمیت هیجانات، به بررسی تأثیر آن بر موفقیت مدیران کارآفرین در صنعت لاستیک و پلاستیک پرداخته و با استفاده از پرسشنامه‌ی شرینگ، میزان هوش هیجانی و پرسشنامه‌ی کارآفرینی، میزان کارآفرینی مدیران سنجیده شده است. این پژوهش بر اساس ماهیت از نوع پژوهش‌های توصیفی و روش انجام آن به صورت زمینه‌یابی (پیمایشی) است. به منظور بررسی همبستگی میان متغیرها از ضریب همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن و برای بررسی تأثیر ابعاد پنج‌گانه هوش عاطفی بر کارآفرینی از رگرسیون چندگانه گام به گام استفاده شده است. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها به وسیله‌ی نرم‌افزار SPSS نشان از وجود رابطه‌ی معنادار میان دو متغیر کارآفرینی و هوش هیجانی داشته است. در واقع یافته‌های پژوهش تأیید می‌کنند، مدیران کارآفرین که از هوش هیجانی بالایی برخوردارند و شناخت کاملی از عواطف و احساسات خود دارند، می‌توانند تضاد موجود میان عواطفی همچون استقلال‌طلبی و جلب مشارکت دیگران را درک و با آن برخورد مناسب نمایند و احتمال موفقیت کاری خود را افزایش دهند.

واژگان کلیدی: هوش هیجانی، کارآفرینی، صنعت لاستیک و پلاستیک

Cognition and Study of Relationship between Emotional Intelligence and Entrepreneurship of Industrial Managers (Case study: Rubber and plastic Industry in Tehran)

Gh. Abbaspour Esfeden, Ph.D.; M. H. Cheraghali, Ph. D.; M. Rahmani, M. Sc.

Abstract

The intelligence is not the main factor to gain achievement for the entrepreneurial managers as basic operators of the economic world. But ability to understand and control of emotions plays very important role on it. Entrepreneurial managers can decrease their personal conflict by recognition and handling of their emotions and also they can make effective relationships by recognition about others emotions and eventually they are more creative managers than other ones, by building better relations and more useful recognition of their environments. So, because of important of emotions, the influence of emotions in success of entrepreneurial managers in Rubber and Plastic Industries has been studied, in this research. The emotional intelligence was measured by Shrink Questionnaire and entrepreneurship was measured by entrepreneurship questionnaire. This research is the cross-sectional research and its research's method is the survey. To study of correlation of variables has been used Spearman Correlation Coefficient and for influence of five dimensions of the emotional intelligence on entrepreneurship has been used Stepwise Multiple Regression. Results of analysis by SPSS software have showed that there are the significant relationship between the emotional intelligence and the entrepreneur-

^۱ استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، دانشکده مدیریت و حسابداری

^۲ کارشناس ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، دانشکده مدیریت و حسابداری

^۳ بیست الکترونیکی نویسنده اصلی. S.mohamad_rahmani@yahoo.com

ship. Results also have showed that the entrepreneurial managers with high grade for the emotional intelligence can understand emotional conflicts, like the conflict between independence and encourage others to participate. So this kind of managers can have good deal with these conflicts, hence they can be more successful than other managers.

Keywords: *Emotional Intelligence, Entrepreneurship, Rubber and Plastic Industry*

مقدمه

مجموعه این عوامل و خصایص را با عنوان هوش هیجانی بیان کرده است (شریفی درآمدی، ۱۳۸۶). از سوی دیگر، کارآفرینی فرآیندی است که در آن فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید، برای ایجاد کسب و کار و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور اقدام می‌کند که این فعالیت با پذیرش مخاطره و ریسک همراه است و منجر به معرفی محصول و یا خدمت جدیدی به جامعه می‌شود. همان‌طور که از تعریف کارآفرینی بر می‌آید یکی از ویژگی‌های مهم مدیران کارآفرین، خلاقیت و نوآوری است. یکی از خصوصیات مهم مدیران کارآفرین موفق این است که در بدترین شرایط دست به نوآوری می‌زنند و بهترین تصمیمات را می‌گیرند. در واقع یک مدیر کارآفرین باید از موقعیت‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها آگاهی کامل داشته باشد و با شناخت احساسات خویش و دیگران و کنترل آنها با حفظ آرامش درونی خویش دست به نوآوری بزند. در واقع هوش هیجانی به مدیران کارآفرین کمک می‌کند تا عادات فکری خود را تصحیح کنند و بر زندگی عاطفی خود تسلط یابند، از کشمکش‌های درونی خود بکاهند تا با تدبیر و درایت، خطمشی و استراتژی‌های سازمان خود را تدوین و آن را هدایت نمایند. هوش هیجانی به مدیران این امکان را می‌دهد تا با شناخت و آگاهی از احساسات دیگران بتوانند روابط سالم مؤثرتری ایجاد کنند و این امر باعث می‌شود مدیر به آسانی بتواند وظایف برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت، رهبری و کنترل را به کارکنان انتقال دهد و آن‌ها را به اجرا در بیاورد.

هدف از انجام این تحقیق، بررسی وجود رابطه‌ی کارآفرینی و هوش هیجانی است. بدین دلیل در پژوهش پیش‌رو، به منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌ی هوش هیجانی شرینک و پرسشنامه‌ی قابلیت‌ها و ویژگی‌های کارآفرینان - که بوسیله محقق تهیه شده است - استفاده شد. در این مقاله ابتدا توصیفی مختصر از هوش هیجانی و کارآفرینی را ارائه می‌دهیم و همچنین تحقیقات انجام شده در این حیطه را مرور می‌کنیم و سپس به بررسی وجود رابطه‌ی هوش هیجانی و کارآفرینی و تأثیر آن می‌پردازیم.

هوش هیجانی

۲۰۰۰ سال پیش افلاطون گفت: "تمام یادگیری‌ها دارای یک زیربنای هیجانی و عاطفی هستند". بر اساس گفته‌ی افلاطون از آن

هوش، مجموعه توانایی‌های شناختی است که به ما امکان می‌دهد تا نسبت به جهان اطراف آگاهی پیدا کنیم و یاد بگیریم که چگونه مسائل را حل کنیم. بیشتر افراد بر این باورند که مدیران موفق، افرادی با بهره‌ی هوشی بالا هستند. این درحالی است که به عقیده‌ی گلن، بهره‌ی هوشی در بهترین حالت حداکثر می‌تواند ۲۰٪ در پیش‌بینی موفقیت یک مدیر سهم داشته باشد، در حالی که ۸۰٪ باقیمانده به عوامل و فاکتورهای دیگری مرتبط می‌شود که گلن یکی از این عوامل مهم را با عنوان هوش هیجانی بیان می‌کند. (اسدی، ۱۳۸۲) در واقع هوش هیجانی شکلی از هوش اجتماعی است که توانایی کنترل احساسات و هیجانات خود و دیگران، تمایز میان آن‌ها و استفاده از این اطلاعات برای هدایت تفکر و عمل را شامل می‌شود. از سوی دیگر، رکود اقتصادی جهان و افزایش نمود تأثیرات آن بر اقتصاد کشورهای درحال توسعه از جمله کشورمان، مسائل روز اقتصادی را بیش از پیش مورد توجه کارشناسان و دولتمردان قرار داده است. از جمله این مسائل مهم اقتصادی، معضل اشتغال برای نیروی کار فعال جامعه است. به منظور رفع این مشکلات، نیاز به مدیران کارآفرین در صنعت روز به روز افزایش می‌یابد، تا بتوانند با استفاده از قوه‌ی خلاقیت و نوآوری خود - که لازمه‌ی یک مدیریت کارآفرین است - برای راه‌اندازی کسب و کارهای نو و نهایت ایجاد فرصت‌های شغلی جدید اقدام کنند. در این راستا پژوهش‌ها نشان می‌دهد یکی از عوامل مهم در موفقیت مدیران کارآفرین در صنعت، داشتن هوش هیجانی بالا به منظور دستیابی به حداکثر بهره‌وری است. از این رو، محقق طی انجام این پژوهش به دنبال بررسی وجود رابطه میان این دو متغیر یعنی کارآفرینی و هوش هیجانی است.

هوش هیجانی، حلقه گم‌شده‌ی کارآفرینی

جهان امروز مملو از تغییرات و دگرگونی‌هایی است که مرهون پیشرفت سریع علم و دانش است. به موجب این دگرگونی‌ها، مدیران همواره با مسائل و مشکلات جدید و متفاوت دست و پنجه نرم می‌کنند. ولی برخی از آن‌ها توانایی برخورد صحیح با چنین مسائلی را ندارند. در واقع تنها فاکتور هوش‌بهر نمی‌تواند ضامن موفقیت مدیر باشد، بلکه عوامل و خصایص دیگری نیز دخیل هستند. گلن

کارآفرینی

در قرن شانزدهم میلادی واژه‌ی فرانسوی *Entrepreneur* (کارآفرینی) اولین بار برای افرادی به کار برده شد که در مأموریت‌های نظامی خود را به خطر می‌انداختند. بعدها این واژه به کسانی اطلاق شد که مخاطره‌ی یک فعالیت اقتصادی را می‌پذیرفتند و آن را سازماندهی، تقبل و اداره می‌کردند (پورداریانی، ۱۳۸۷). پیتر دراگر بر این باور است کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌کند. کارآفرین ارزش‌ها را تغییر می‌دهد و ماهیت آن‌ها را دگرگون می‌کند. همچنین مخاطره‌پذیر است و به درستی تصمیم‌گیری می‌کند. وی کارآفرینی را یک رفتار می‌انگارد نه یک صفت خاص در شخصیت افراد. امروزه بیشتر مشاغل جدید را شرکت‌های کارآفرین خلق می‌کنند. کالاها و خدمات برتر، فن‌آوری نوین و پیشرفت همگی از مراکز کارآفرینی نشأت می‌گیرند. ریشه‌ی رشد و شکوفایی ما در شرکت‌های کوچک و کارآفرینان کوشایی است که مشتاقانه نظریات نوین خود را به اجرا در می‌آورند. برای کارآفرینی در هر جامعه‌ای، چه به صورت مستقل و چه به صورت سازمانی، منافع زیادی مترتب است که باعث شده تا کارآفرینی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار شود. (جویابا، ۱۳۸۴)

این در شرایطی است که اقتصاد کشور ما گرفتار نارسایی‌ها، کمبودها و سوء مدیریت‌هایی است که منجر به وضعیت ناهنجار بیکاری، کمبود تولید ناخالص داخلی، کاهش قدرت سرمایه‌گذاری دولت، ضعف در صادرات غیرنفتی و بیماری‌هایی از این دست شده است. نیم نگاهی به وضعیت جهانی اقتصاد، ما را به سوی این باور می‌کشانند که رشد کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینانه به شرطی که هنرمندان با فرهنگ، امکانات، توانایی‌ها و سلیقه‌ی ایرانی آمیخته شود، تنها راه بهبود بیماری امروز اقتصاد کشور و پیشگیری از وخامت حال فردا است.

پیشینه تحقیق

گرینچیک، اسمجا و ولپ، در پژوهشی به بررسی اهمیت هیجانات و چگونگی تأثیر آن بر ارزشیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه پرداختند. آن‌ها اثر هیجانات مثبت (شادی) و منفی (ترس) را بر مراحل متمایز فرآیند کارآفرینی بررسی کردند. هدف اصلی این تحقیق آزمودن اثر هیجانات مثبت و منفی بر ارزشیابی و بررسی فرصت‌های کارآفرینانه است. به طور کلی نتایج نشان می‌دهد که از یک سو هیجانات مثبت بر ارزشیابی فرصت‌ها به طور مثبت و از سوی دیگر بر استفاده از موقعیت‌ها به طور منفی تأثیر می‌گذارد. نتایج به شکل قابل توجهی نشان داد که هیجانات منفی نه تنها بر ارزشیابی

زمان تاکنون دانشمندان، پژوهشگران و فیلسوفان زیادی برای اثبات یا نفی نقش احساسات در یادگیری، مطالعات زیادی انجام داده‌اند. از دیدگاه گلن، هوش هیجانی مشتمل بر شناخت احساسات خویش و دیگران و استفاده از آن برای تصمیم‌گیری مناسب در زندگی است. به عبارتی عاملی است که به هنگام شکست در شخص ایجاد انگیزه می‌کند و به واسطه‌ی داشتن مهارت‌های اجتماعی بالا منجر به برقراری رابطه خوب با دیگران می‌شود. بر اساس نظریه‌ی مایر و سالووی (۱۹۹۳) هوش هیجانی پنج مؤلفه خود آگاهی، اداره هیجان‌ها، خودانگیزی، هم‌حسی و تنظیم روابط را به صورت زیر دارد:

۱) خود آگاهی به معنای آگاهی از خویشتن خویش، توان خود نگری و تشخیص دادن احساس‌های خود به همان گونه‌ای که وجود دارد. به عبارت دیگر، داشتن مهارت‌های مورد نیاز به منظور جلب توجه به حالت هیجانی خود و آگاهی لحظه‌ای به اینکه چه احساسی دارید. (Dattner, 2006)

۲) خود تنظیمی به معنای اداره یا کنترل هیجان‌ها، کنترل احساسات به روش مطلوب و تشخیص منشأ این احساسات و یافتن راه‌های اداره و کنترل ترس‌ها، هیجان‌ها، عصبانیت‌ها و امثال آن و توانایی تعدیل و اداره‌ی وضعیت هیجانی به وسیله‌ی خودتان است. به عبارتی به مهارت انتخاب هیجان‌هایی اطلاق می‌شود که بتواند از هیجان‌های منفی به هیجان‌های بهره‌ور و مثبت برسد. (Mackin, 2006)

۳) خود انگیزی به معنای جهت‌دادن و هدایت عواطف و هیجان‌ها به سمت و سوی هدف، خویشتن‌داری هیجانی و به تأخیر انداختن خواسته‌ها و بازداری آن‌ها، توانایی استفاده از هیجان‌ها در جهت اعمال مثبت و استمرار و جدیت در پیگیری و تحقق اهداف حتی در صورت رویارویی با مشکلات عمده و شرایط خاص است. (Dattner, 2006)

۴) هم‌حسی به معنای حساسیت نسبت به علایق و احساسات دیگران و تحمل دیدگاه‌های آنان و بها دادن به تفاوت‌های موجود میان مردم در رابطه با احساسات خود نسبت به اشیا و امور است. هم‌حسی در واقع مهارت گوش دادن مؤثر به دیگران است و معنای آن موافق بودن با دیگران نیست بلکه درک موقعیت و شرایط دیگران از نگاه آنان در جهت بهبود ارتباط، مسأله‌یابی و اعتماد است. (Dattner, 2006)

۵) تنظیم روابط به معنای اداره هیجان‌های دیگران، برخورداری از کفایت‌های اجتماعی و مهارت‌های اجتماعی و توانایی ابراز صمیمیت و توجه به دیگران است. این کار را می‌توان از طریق ادای کلمات و رفتار برای ابراز مراتب تشکر و قدردانی در مقابل تلاش‌های افراد و تشریک مساعی آنان انجام داد. (Mackin, 2006)

در دو سطح کوچک و متوسط نشان می‌دهد.

برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده می‌شود:

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N}(\frac{z^2 pq}{d^2} - 1)} = \frac{\frac{1/96^2 \times 0/5 \times 0/5}{0/5^2}}{1 + \frac{1}{483}(\frac{1/96^2 \times 0/5 \times 0/5}{0/5^2} - 1)} = 181$$

n = حجم نمونه، N = حجم جامعه

p = درصد افرادی که دارای صفت مورد مطالعه هستند

q = درصد افرادی که فاقد صفت مورد مطالعه هستند

d = تفاضل نسبت واقعی صفت با تخمین محقق

ابزار گردآوری اطلاعات

در این پژوهش به منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌ی هوش هیجانی شرینگ و پرسشنامه‌ی قابلیت‌ها و ویژگی‌های کارآفرینان به‌وسیله‌ی محقق تهیه شده است، استفاده می‌شود.

پرسشنامه شرینگ

آزمون هوش هیجانی سبیر یا شرینگ، یکی از ابزارهای مورد استفاده است که در قالب مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت تنظیم شده است. هر پرسش حاکی از یک موقعیت زندگی است. پاسخگو باید خود را در آن موقعیت قرار دهد و یکی از گزینه‌ها را که با حالات روحی او سازگاری بیشتری دارد، انتخاب کند. لازم است یادآوری شود که این آزمون به‌وسیله‌ی آقای منصوری به صورت پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، هنجاریابی شده است. پرسش‌های این آزمون مربوط به ابعاد هوش هیجانی است که نمره‌ی هرکدام از آن‌ها جداگانه محاسبه می‌شود.

جدول ۱: تعداد نمونه‌های منتخب از میان مدیران صنایع کوچک و متوسط بخش لاستیک و پلاستیک

تعداد مدیران صنایع	تعداد مدیران	تعداد نمونه
صنایع کوچک لاستیک	۷۴	۲۸
صنایع متوسط لاستیک	۳۴	۱۲
جمع صنایع لاستیک	۱۰۸	۴۰
صنایع کوچک پلاستیک	۲۹۰	۱۰۸
صنایع متوسط پلاستیک	۸۵	۳۳
جمع صنایع پلاستیک	۳۷۵	۱۴۱
جمع کل	۴۸۳	۱۸۱

فرصت‌ها بلکه بر استفاده از موقعیت‌ها نیز به صورت منفی تأثیر می‌گذارد (Welpec, 2010). در پژوهشی دیگر اکیس، بلدکس و موستاکا به بررسی نقش رفتارهای مبتنی بر هوش هیجانی و حمایت سازمانی درک‌شده پرداخته‌اند. هدف از این تحقیق درک عمیق عواملی است که رفتار کارآفرینی سازمانی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. نتایج، ارتباط منفی قابل‌توجهی را میان تأثیر حمایت سازمانی درک‌شده و استخدام رسمی در سازمان درباره‌ی رفتار کارآفرینانه نشان می‌دهد. یعنی استخدام رسمی میزان رفتار کارآفرینانه را کاهش می‌دهد. همچنین پیشنهادها مدل در تحقیق پیش‌رو، شواهدی را ارائه می‌دهند که کارمندان بیشتر زمانی تمایل به فعالیت کارآفرینانه دارند که از نظر ویژگی هوش هیجانی در سطح بالایی باشند و باور داشته باشند که می‌توانند با موفقیت هیجانات خود و دیگران را تشخیص، تنظیم، کنترل و ارزشیابی و حمایت سازمانی را بتوانند در سطح بالایی درک کنند (Leonidas et al., 2009).

مینا رحمانی‌بیگی در پژوهشی به بررسی و ارزیابی تطبیقی توانمندی‌های هوش هیجانی در ارتقای آرایه‌ی خدمات کارکنان نظام بانکداری کشور (بانک کارآفرینان و تجارت) پرداخته است. بر اساس نتایج به‌دست آمده از تجزیه و تحلیل آماری، روشن شد که هوش هیجانی زنان از هوش هیجانی مردان بیشتر است و افراد در مقطع تحصیلی لیسانس از هوش هیجانی بالاتری نسبت به افراد در مقطع تحصیلی دیپلم برخوردارند. همچنین یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که هوش هیجانی عامل مهم و تعیین‌کننده‌ای در کارایی و کارآمدی مدیران و کارمندان است (رحمانی‌حسین بیگی، ۱۳۸۵). نونا مؤمنی در تحقیقی دیگر به بررسی تأثیر هوش عاطفی بر اثربخشی مدیران با استفاده از رویکرد ۳۶۰ درجه پرداخته است. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد سبک رهبری مدیرانی که هوش هیجانی بالاتری دارند در مقایسه با مدیرانی که هوش هیجانی پایین‌تری دارند، مشارکتی‌تر است. همچنین نتایج تحقیق نشان می‌دهد که زنان بیشتر از مردان از سبک رهبری مشارکتی استفاده می‌کنند. رضایت شغلی معلمان در مدارس که مدیران از سبک رهبری مشارکتی استفاده می‌کنند نسبت به مدارس که مدیران از سبک رهبری آمرانه استفاده می‌کنند، بیشتر است. همچنین نتایج بیانگر آن بود که میان سبک رهبری مدیران و پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان ارتباط معناداری وجود ندارد و زنان در مقایسه با مردان هوش هیجانی بالاتری دارند (مؤمنی، ۱۳۸۴).

جامعه آماری

نمونه‌گیری در این تحقیق به روش طبقه‌ای نظام‌دار خواهد بود. جدول زیر تعداد مدیران صنایع لاستیک و پلاستیک استان تهران را

قابلیت‌ها و ویژگی‌های کارآفرینان به کمک نرم‌افزار spss تحلیل و به اطلاعات تبدیل شد که نتیجه به‌دست آمده از آن در جدول زیر آورده شده است.

همان‌طور که در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود، خود آگاهی با کارآفرینی در سطح معنی‌دار ۰/۰۱، رابطه‌ی مثبت و معناداری دارد. ($t=0/54$). بدین‌ترتیب فرضیه‌ی ارتباط کارآفرینی و خودآگاهی قبول می‌شود. اما میان خودتنظیمی با کارآفرینی رابطه‌ی معناداری یافت نشد. بدین‌ترتیب فرضیه‌ی ارتباط کارآفرینی و خود تنظیمی رد می‌شود. همچنین انگیزش با کارآفرینی در سطح معنی‌دار ۰/۰۱، رابطه‌ی مثبت و معناداری دارند ($t=0/44$). بدین‌ترتیب فرضیه‌ی ارتباط کارآفرینی و انگیزش پذیرفته می‌شود. همچنین متغیر همدلی با کارآفرینی در سطح معنی‌دار ۰/۰۱، رابطه‌ی مثبت و معناداری دارد ($t=0/44$). بدین‌ترتیب فرضیه‌ی ارتباط دو متغیر کارآفرینی و همدلی قابل قبول است. در نهایت دو متغیر مهارت‌های اجتماعی با کارآفرینی در سطح معنی‌دار ۰/۰۱، رابطه‌ی مثبت و معناداری دارند ($t=0/60$) و فرضیه‌ی ارتباط کارآفرینی و مهارت‌های اجتماعی نیز قابل قبول است.

برای بررسی تأثیر ابعاد پنج‌گانه هوش هیجانی بر کارآفرینی از رگرسیون چندگانه استفاده شد و روش ورود متغیرهای پیش‌بین در تحلیل رگرسیون به صورت گام به گام بود. در این روش، ترتیب ورود متغیرهای پیش‌بین در دست محقق نیست و این عمل براساس ضریب همبستگی انجام می‌شود و چنان‌چه متغیرها معیار ورود را به‌دست آوردند، در تحلیل باقی می‌مانند وگرنه حذف می‌شوند. سرانجام دو متغیر خودآگاهی و مهارت‌های اجتماعی، معیار ورود را پیدا کردند و سه متغیر انگیزش، خودتنظیمی و همدلی از معادله نهایی رگرسیون خارج شدند. در جدول ۳ قابل مشاهده است که شدت رابطه‌ی خودآگاهی با کارآفرینی، ۰/۴۸ است که این میزان با ورود متغیر مهارت‌های ۰/۶۰ افزایش یافته است، ولی ورود متغیرهای انگیزش، خودتنظیمی و همدلی باعث افزایش همبستگی نشده و از معادله نهایی کنار گذاشته شده‌اند. ستون ضریب تعیین حاکی از این است که در مدل ۲ که مدل نهایی است، ۰/۳۶ تغییرات در کارآفرینی، بوسیله دو متغیر خودآگاهی و مهارت‌های اجتماعی قابل توضیح است. نتایج به‌دست آمده از تحلیل رگرسیون گام به گام نشان داد که دو متغیر خودآگاهی و مهارت‌های اجتماعی، به عنوان متغیرهای پیش‌بینی، معیار ورود به معادله نهایی رگرسیون، برای توضیح تغییرات کارآفرینی (متغیر ملاک) را دارند. جدول ۴، ضرایب رگرسیون و آزمون t برای آزمون این ضرایب و سطح معنی‌داری هر یک را نشان می‌دهد و ستون ضریب استاندارد نیز نشانگر این است که با تغییر یک انحراف معیار در خودآگاهی، ۰/۳۸ انحراف معیار در رهبری تحول‌آفرین رخ خواهد داد.

این مؤلفه‌ها عبارتند از: خودآگاهی، خودتنظیمی، انگیزش، همدلی و مهارت‌های اجتماعی. روایی و اعتبار این پرسشنامه در تحقیقات متعددی که به‌وسیله‌ی جرابکت انجام شده، به تأیید رسیده است. در ایران نیز روایی و اعتبار پرسشنامه هوش هیجانی شریک مکرر به‌وسیله محققان و در پژوهش‌های متعدد تأیید شده است، این محققان عبارتند از: صالحی (۱۳۸۱)، خوش‌خلق (۱۳۸۳)، وفایی (۱۳۸۱) و منصوری (۱۳۸۰).

پرسشنامه محقق ساخته قابلیت‌های کارآفرینی مدیران

این پرسشنامه از پنج خرده‌مقیاس تشکیل می‌شود که این خرده‌مقیاس‌ها عبارتند از: استقلال‌طلبی، کنترل درونی، انگیزه، ریسک‌پذیری و خلاقیت. گفتنی است که پرسشنامه‌ی مذکور به‌وسیله‌ی محقق تهیه و روایی و پایایی آن نیز محاسبه شده است. هر پاسخگو شش نمره جداگانه دریافت می‌کند که پنج نمره‌ی آن مربوط به هر کدام از مؤلفه‌ها و یک نمره به صورت کل است. به منظور تعیین روایی پرسشنامه قابلیت‌های کارآفرینی مدیران صنایع لاستیک و پلاستیک از روش روایی محتوا استفاده خواهد شد. یعنی پرسشنامه پس از طراحی در اختیار استادان و صاحب‌نظران قرار گرفت تا نسبت به تأیید پرسش‌ها و روایی آن اطمینان حاصل شود. برای محاسبه ضریب قابلیت اعتماد ابزار اندازه‌گیری شیوه‌های گوناگونی به کاربرده می‌شود، مانند روش موازی، تصنیف (دو نیمه‌کردن) و روش کودر-ریچاردسون. در پژوهش پیش‌رو، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. در نتیجه ضریب آلفا برای آزمون کارآفرینی ۰/۷۸ بوده که چون این ضریب بالای ۰/۷ است، نشان از پایایی و اعتبار بالای پرسشنامه خواهد داشت.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

به منظور بررسی رابطه‌ی بین هوش عاطفی و کارآفرینی، اطلاعات و داده‌های مورد نیاز از طریق بررسی آخرین یافته‌های تحقیقاتی در این باره و با بهره‌گیری از دو نوع پرسش‌نامه، گردآوری و این داده‌ها با استفاده از تحلیل ماتریس همبستگی، تحلیل رگرسیون گام به گام بررسی شدند. همچنین با توجه به این که داده‌های گردآوری شده در پژوهش از نوع رتبه‌ای است به منظور بررسی همبستگی میان متغیرها از ضریب همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن استفاده شد. از سوی دیگر، برای بررسی تأثیر ابعاد پنج‌گانه هوش عاطفی بر کارآفرینی از رگرسیون چندگانه استفاده شده و ورود متغیرهای پیش‌بین در تحلیل رگرسیون به روش گام به گام بوده است.

بررسی وجود رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی

داده‌های حاصل از پرسشنامه هوش هیجانی شریک و پرسشنامه

جدول ۲: ماتریس همبستگی ابعاد هوش هیجانی با کارآفرینی

ابعاد	هوش هیجانی	خودآگاهی	خودتنظیمی	انگیزش	همدلی	مهارت‌های اجتماعی	کارآفرینی
هوش هیجانی	۱						
خودآگاهی	۰/۶۸۵**	۱					
خودتنظیمی	۰/۴۱۴**	۰/۰۷۷	۱				
انگیزش	۰/۵۲۸**	۰/۳۷۶**	-۰/۲۸۹	۱			
همدلی	۰/۷۳۰**	۰/۴۹۳**	۰/۴۰۲*	۰/۲۰۱	۱		
مهارت‌های اجتماعی	۰/۶۸۷**	۰/۵۶۲	۰/۰۵۲	-۰/۴۳۱**	۰/۲۶۲	۱	
کارآفرینی	۰/۷۴۹**	۰/۵۴۳**	۰/۲۶۶	-۰/۴۳۶**	۰/۴۴۲**	۰/۶۰۲**	۱

* معنی‌دار در سطح ۰/۰۵

** معنی‌دار در سطح ۰/۰۱

جدول ۳: تجزیه و تحلیل رگرسیون چند متغیره در مورد متغیرهای پیش‌بینی کننده هوش هیجانی برای پیش‌بینی کارآفرینی

مدل	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد	تغییر در ضریب تعیین
۱	۰/۴۸	۰/۲۳	۰/۲۱	۸/۷۵	-۰/۲۳
۲	۰/۶۰	۰/۳۶	۰/۳۲	۸/۰۸	-۰/۱۳

*متغیر پیش‌بینی ضریب ثابت و خودآگاهی

**متغیر پیش‌بینی ضریب ثابت خودآگاهی و مهارت‌های اجتماعی

جدول ۴: نتایج تجزیه و تحلیل رگرسیون گام به گام

شاخص‌های آماری متغیره	ضریب متغیر	خطای ضریب استاندارد	ضریب استاندارد	مقدار t	احتمال t
مقدار ثابت	۵۰/۳۳	۱۱/۳۴۹		۴۳۵/۴	۰
خودآگاهی	۰/۷۳/۱	۳۸۵/۰	۳۸۰/۰	۷۸۶/۲	۰۰/۰
مهارت‌های اجتماعی	۰/۸۳/۱	۳۹۲/۰	۲۷۶/۰	۷۶۲/۲	۰۰/۰

عواطف خویش است. کارآفرین هر چقدر از خودآگاهی هیجانی بالاتری برخوردار باشد، بهتر می‌تواند منابع اضطراب و فشارهای روحی خود را شناسایی کند و با کنترل آن، تأثیرات منفی آن‌ها را کاهش و احتمال موفقیت خود را افزایش دهد. بنابراین، خودآگاهی تأثیر بسزایی در موفقیت مدیران کارآفرین دارد (جویابه، ۱۳۸۴). تازمانی که مدیر از خویشتن خویش آگاهی کامل نداشته باشد، نمی‌تواند با مسائل به صورت درست و منطقی و با سعه‌ی صدر و تمرکز کامل رو به رو شود. در چنین شریطی احتمال تصمیم‌گیری اشتباه مدیر افزایش می‌یابد. بنابراین، مدیر ابتدا باید درک کند که در

به همین ترتیب، به ازای یک انحراف معیار در مهارت‌های اجتماعی، ۰/۲۷ انحراف معیار در کارآفرینی رخ خواهد داد. در نهایت بر اساس نتایج رگرسیون گام به گام انجام شده، معادله‌ی رگرسیون به شرح زیر است:

$$۰/۳۳ + ۵۰/۰۳۳ + ۱/۰۸۳ \text{ مهارت‌های اجتماعی} + ۱/۰۷۳ \text{ خودآگاهی} = \text{کارآفرینی}$$

نتیجه گیری

در واقع اولین مرحله در مسیر موفقیت، شناخت خود، احساسات و

صمیمانه با شبکه‌ای از افراد صاحب‌نظر است. کارهای افراد برجسته به این دلیل راحت‌تر پیش می‌رود که آنان وقت خود را برای برقراری ارتباط صحیح با افرادی صرف می‌کنند که ممکن است بتوانند در شرایط سخت به عنوان بخشی از یک گروه غیر رسمی - که به سرعت در دسترس خواهند بود - برای حل مشکل یا رفع بحران از آنها استفاده کنند (جویابا، ۱۳۸۴). شاید بتوان گفت یکی از مهم‌ترین تأثیرات هوش هیجانی بر موفقیت مدیران کارآفرین، امکان ایجاد ارتباطات مؤثر و گسترده با کارکنان است که این ویژگی، وجه تمایز این مدیران با دیگران محسوب می‌شود.

به طور خلاصه موفقیت مدیر در وهله‌ی اول به میزان توانایی وی در شناخت و درک احساسات و عواطف خویش وابسته است؛ اینکه مدیر تا چه اندازه از شرایط روحی و احساسی و تأثیرات مثبت و منفی آن آگاهی دارد. سپس مدیر باید توانایی کنترل و اداره‌ی این احساسات درک شده را داشته باشد. مدیر باید بتواند احساسات منفی را کنترل کند و تأثیرات آن را کاهش دهد، احساسات مثبت را تقویت کند و برای خویش ایجاد انگیزه نماید. در واقع انگیزه مدیر نیروی محرک وی در مقابل تمام سختی‌ها و ناملایمات است. وی هیچ‌گاه نباید دلسرد شود و با پشتکار و انرژی که از قوه‌ی خودانگیزی دریافت می‌کند، باید با تمام نیرو به راه خود ادامه دهد. در گام بعدی مدیر با توجه و حساسیتی که نسبت به عواطف و احساسات دیگران دارد، حمایت آن‌ها را جلب می‌کند زیرا که شاهراه جلب حمایت دیگران عواطف است. مدیر با شناخت عواطف دیگران و جلب حمایت‌های آن‌ها می‌تواند ارتباطات مؤثری با کارکنان ایجاد کند و وظایف خطیر خود را با کمک و رضایتمندی کامل کارکنان انجام دهد. شاید این مهم‌ترین و با اهمیت‌ترین تأثیر ابعاد هوش هیجانی بر موفقیت یک مدیر کارآفرین باشد. در نهایت نتایج به‌دست آمده حاکی از وجود رابطه‌ی معنادار میان هوش هیجانی و کارآفرینی است ($r=0.75$)، چنین به نظر می‌رسد که این پژوهش توانسته عرصه‌ای جدید را در ارتباط میان توانایی کارآفرینی مدیران با مؤلفه مهمی مانند هوش هیجانی بگستراند که تاکنون مغفول مانده بود. مؤلفه‌ای که می‌تواند تأثیرات شگرفی را در توسعه این توانمندی داشته باشد. چرا که کارآفرینی به عنوان یکی از نیازهای توسعه در هزاره سوم شناخته می‌شود که هیچ کشوری بدون پرداختن به آن نمی‌تواند در مسیر پیشرفت و خلق مشاغل جدید گام بردارد.

منابع

آقایار، سیروس؛ شریفی‌درآمدی، پرویز، ۱۳۸۶. هوش هیجانی سازمانی، کاربرد هوش هیجانی در محیط کار، یادگیری، ارتباطات، انگیزش، رهبری سازمانی و بیماری‌های روانی، تهران: سپاهان.

چه شرایط روحی و احساسی قرار دارد، که ضریب هم‌بستگی به‌دست آمده، این موضوع را تأیید می‌کند.

در میان ابعاد هوش هیجانی، تنها عامل خود تنظیمی است که رابطه‌ی معناداری با کارآفرینی ندارد. این نتیجه کمی دور از انتظار است زیرا که از جهت نظری، کارآفرین باید توانایی بالایی در مدیریت عواطف داشته باشد تا بتواند میان میل به استقلال و نیاز به حمایت دیگران تعادل برقرار کند (جویابا، ۱۳۸۴). مدیر پس از شناخت احساسات خویش باید توانایی کنترل و اداره‌ی آن‌ها را در راه رسیدن به هدف داشته باشد. زندگی مدیران، به‌ویژه زمانی که در حیطه‌ی کارآفرینی فعالیت می‌کنند، همواره همراه با تضادهای احساسی مانند حس استقلال طلبی و جلب مشارکت دیگران است. مدیر باید توانایی ایجاد تعادل میان حس استقلال طلبی خود و این که برای رسیدن هرچه سریعتر به هدف، جلب رضایت و مشارکت دیگران الزامی است، را داشته باشد تا در هنگام رویارویی با آن، راهکار مناسبی را اتخاذ نماید. بدین ترتیب موفقیت مدیر به توانایی وی در کنترل و تنظیم احساسات و عواطف درک شده خویش می‌باشد.

تأثیر خودانگیزی بر کارآفرینی از دو منظر قابل توجه است. ابتدا آنکه رونمایه کارآفرینی خلاقیت است. خلاقیت خود بنیانی انگیزشی دارد و به همین دلیل حفظ خلاقیت درگرو حفظ و ایجاد انگیزه در افراد است. به عبارتی دیگر، پیش‌زمینه بروز خلاقیت در افراد ایجاد و حفظ انگیزه است. از سوی دیگر، انگیزه‌های کارآفرینانه در بیشتر موارد ماهیت عاطفی دارند. از جمله این انگیزه‌ها عبارتند از استقلال طلبی، کسب ثروت، رضایت شغلی، توفیق، فرصت پیشرفت و ...

انگیزه‌هایی که یک فرد را وادار به فعالیت کارآفرینانه می‌کند، بیشتر هیجانی است و چنانچه فرد از نظر هیجانی به مرحله‌ی پختگی نرسیده باشد و به نوعی از نظر هیجانی هوشمند نباشد، احتمال شکستش خیلی بیشتر است، درحالی که احتمال موفقیت فردی با هوش هیجانی بالا بیشتر خواهد بود (جویابا، ۱۳۸۴).

مدیران کارآفرین با قوه‌ی همدلی بالا در ایجاد ارتباطات مؤثر و جلب مشارکت دیگران توانمند هستند. در واقع، چنین مدیرانی با اهمیت و توجه ویژه به احساسات و عواطف دیگران و درک آن با افراد برخورد متناسبی دارند و کارکنان نیز با آن‌ها احساس نزدیکی می‌کنند و با رضایت خاطر به انجام وظایف خود می‌پردازند. در واقع شاهراه جلب حمایت دیگران، عواطف است و از کانال عواطف است که می‌توان نظر دیگران را با رضایت خاطر به همکاری جلب نمود. این امر مستلزم درک و همدلی بالایی است که نتایج به‌دست آمده نیز مؤید همین موضوع است.

یکی از مهم‌ترین تأثیرات هوش هیجانی، توانایی ایجاد رابطه‌ای

Zampetakis, L. A., Vassilis, P. B., 2009, "Day-to-day" entrepreneurship within organisations: The role of trait Emotional Intelligence and Perceived Organizational Support, Moustakis European Management Journal, 27, 165–175.

اسدی، جوانشیر، ۱۳۸۲. بررسی رابطه بین هوش هیجانی، فرسودگی شغلی و سلامت روان کارکنان، پایان نامه کارشناسی ارشد روانشناسی عمومی. تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.

بنی‌هاشمیان، کوروش، ۱۳۸۵. رابطه هوش هیجانی، سبک رهبری و کارآمدی مدیران مدارس، پایان نامه کارشناسی ارشد به راهنمایی پرویز آزاد فلاح، تهران: دانشگاه تربیت مدرس دانشکده علوم انسانی.

پورداریانی، احمد، ۱۳۸۷. کارآفرینی تعاریف، نظریات و الگوها، تهران: جاجرمی.

جویبانه، منوچهر، ۱۳۸۴. مقایسه هوش هیجانی در سطوح سه گانه مدیران (عالی - میانی - پایه) در سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور و سازمان‌های تابعه آن، پایان نامه کارشناسی ارشد به راهنمایی دکتر مهدی مهدوی، تهران: موسسه عالی آموزش و پرورش مدیریت و برنامه ریزی.

رحمانی حسیم‌بیگی، مینا، ۱۳۸۵. بررسی و ارزیابی تطبیقی توانمندی‌های هوش هیجانی در ارتقا ارائه خدمات کارکنان نظام بانکداری کشور (بانک کارآفرین و بانک تجارت)، پایان نامه کارشناسی ارشد به راهنمایی دکتر احمد دوست، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.

سعیدی کیا، مهدی، ۱۳۸۸. اصول و مبانی کارآفرینی، تهران: کیا.

کوپر، ۱۳۷۷. هوش هیجانی، حلقه گم شده کارآفرینی، ترجمه عزیزی، ابوالفضل کرمی، فرامرز بهرامی، جعفر مقصودی، محل نشر، نام ناشر.

مومنی، نونا، ۱۳۸۴. بررسی تأثیر هوش عاطفی بر اثر بخشی مدیران با استفاده از رویکرد ۳۶۰ درجه، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی. به راهنمایی دکتر محمدعلی بابائی زکلیلی، تهران: دانشگاه الزهرا.

Dattner, B., 2006, *Succeeding with Emotional intelligence*, Ph.D. Dattner Consulting, LLC, www. dattner-consulting.com presentations ei

Downey, L. A.; Papageorgiou, V.; Stough, C., 2006, *Examining the relationship between leadership, emotional intelligence and intuition in senior female managers*, Leadership and Organization Development Journal, 27(4), 250-264.

Grichnika, D.; Smejab, A.; Welpec, I., 2010, *The importance of being emotional: How do emotions affect entrepreneurial opportunity evaluation and exploitation?*, Journal of Economic Behavior & Organization, doi: 10.1016/j.jebo.

Kerr, R.; Garvin, J.; Heaton, N.; Boyle, E., 2006, *Emotional intelligence and leadership effectiveness*, School of Business Organisation and Management, UK Leadership and Organization Development Journal, 27(4), 265-279.

Mackin, D., 2006, *Emotional Intelligence*, New Directions: Consulting, Inc. www.newdirectionsconsulting.com.