

رابطه هوش هیجانی و رفتار کارآفرینانه

سعید نقابی^۱ MSc، محمدکریم بهادری* PhD

*مرکز تحقیقات مدیریت سلامت، دانشگاه علوم پزشکی بقیه...^(ع)، تهران، ایران
^۱مرکز تحقیقات مدیریت سلامت، دانشگاه علوم پزشکی بقیه...^(ع)، تهران، ایران

چکیده

اهداف: در سازمان‌های بزرگ، حمایت از رفتارهای کارآفرینانه در همه سطوح سلسله-مراتبی، برای رشد عملکرد و افزایش مزیت رقابتی، موضوعی حیاتی است. هدف اصلی این مقاله، بررسی رابطه هوش هیجانی و رفتار کارآفرینانه کارکنان در یکی از دانشگاه‌های علوم پزشکی بود.

روش‌ها: این مطالعه یک مطالعه توصیفی است که به روش مقطعی در سال ۱۳۹۰ انجام شده است. برای دستیابی به هدف مطالعه، میزان هوش هیجانی و رفتار کارآفرینانه ۹۶ نفر از کارکنان در یکی از دانشگاه‌های علوم پزشکی در ایران با استفاده از پرسش‌نامه‌های استاندارد ونگ و لا سنجیده شده است. روش نمونه‌گیری این پژوهش به صورت تصادفی و روش آماری مورد استفاده، ماتریس همبستگی اسپیرمن، آزمون من‌ویتنی و آزمون کروسکال والیس با استفاده از نرم‌افزار SPSS 17 بوده است.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که مولفه‌های هوش هیجانی شامل ارزیابی احساسی خود، ارزیابی احساسات دیگران، به‌کارگیری احساسات و تنظیم احساسات رابطه معنی‌داری با رفتار کارآفرینانه کارکنان دارند ($p < 0.01$). همچنین نتایج رگرسیون نشان داد که به‌ترتیب بُعد ارزیابی احساسی دیگران، تنظیم احساسات و به‌کارگیری احساسات، بیشترین اثرگذاری را در رفتار کارآفرینانه کارکنان دارند. علاوه بر این نتایج نشان داد که رفتار کارآفرینانه در بین زنان و مردان تفاوت معنی‌داری ندارد ($p > 0.05$).

نتیجه‌گیری: در عصر حاضر رفتار کارآفرینانه را در سازمان‌ها نمی‌توان نادیده گرفت. کارکنان برخوردار از سطوح بالای خصیصه هوش هیجانی، تمایل بیشتری دارند که احساساتشان را بهتر تنظیم و کنترل کنند. بنابراین رفتار بهتری در محیط کار را تجربه می‌کنند که در نتیجه، آنان را قادر می‌سازد که کارآفرینانه عمل کنند.

کلیدواژه‌ها: رفتار کارآفرینانه، کارآفرینی سازمانی، هوش هیجانی

Relationship between emotional intelligence and entrepreneurial behavior

Neqabi S.¹ MSc, Bahadori M.* PhD

*Health Management Research Center, Baqiyatallah University of Medical Sciences, Tehran, Iran

¹Health Management Research Center, Baqiyatallah University of Medical Sciences, Tehran, Iran

Abstract

Aims: In large organizations, supporting entrepreneurial behavior at all hierarchal levels for growth and increasing competitive advantages, is necessary. The aim of this research was to study of relationship between emotional intelligence and entrepreneurial behavior in a medical sciences university.

Methods: This study is a descriptive and cross-sectional study conducted in the second half of 2011 in a medical sciences university. Sampling included 96 people. Standard questionnaire of Wong & Law has used for gathering data regarding emotional intelligence and entrepreneurial behavior. Samples selected randomly and used spearman correlation and Mann-Whitney tests to examine statistical significance by SPSS 17.

Results: Findings showed that there is a significant relation between all dimensions of emotional intelligence including self-emotional appraisal, others' emotional appraisal, and regulation of emotion and use of emotion and entrepreneurial behavior ($p < 0.01$). Analyses demonstrated that other's emotional appraisal, regulation of emotion and also uses of emotion have high effects on entrepreneurial behavior. Furthermore findings indicated that there is no significant difference among men and women ($p > 0.05$).

Conclusion: Nowadays, entrepreneurial behavior in organizations can't be ignored. Employees that have high level of emotional intelligence can control their feelings. Therefore they can experience better behavior in the workplace that enables them to act entrepreneurial.

Keywords: Entrepreneurial Behavior, Corporate Entrepreneurship, Emotional Intelligence

مقدمه

تحقیقات نشان می‌دهد کارآفرینی در سطح سازمان و رفتار کارآفرینانه می‌تواند به‌عنوان مزیت رقابتی جدید تلقی شود [۱]. رفتار کارآفرینانه در سازمان، به همه فعالیت‌های مرتبط با کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه اطلاق می‌شود که توسط اعضای سازمان انجام می‌گیرد [۲، ۳]. موسسات دولتی در فرآیند توسعه بسیاری از کشورها به‌ویژه کشورهای در حال توسعه، نقش برجسته‌ای دارند. اما به‌علل مختلفی این سازمان‌ها در کشورهای جهان سوم به‌مرور زمان، کارایی خود را در پاسخگویی به نیازهای متنوع و روبه‌رشد از دست می‌دهند. بسیاری از نویسندگان و پیشگامان تغییرات در سازمان و خدمات مدیریت دولتی، کارآفرینی را به‌عنوان محور مدیریت دولتی در مواجهه با چالش‌های فرارو، اثربخش‌تر و پاسخگوتر می‌دانند. همچنین برخی از پژوهشگران معتقد هستند که رفتار کارآفرینانه نیازی فراگیر و ضروری برای تمام سطوح سازمان اعم از دولتی، خصوصی و غیره است [۴]. در سازمان‌های بزرگ، این موضوع حیاتی است که برای رشد عملکرد و افزایش مزیت رقابتی، از رفتارهای کارآفرینانه در همه سطوح سلسله مراتبی حمایت کنند. به‌طور کلی، کارآفرینی درون سازمان‌ها به افزایش سود و رشد سازمان‌ها، تجدید استراتژی، تغییر سازمانی و خدمات ارزش افزوده مشتریان مربوط است [۵]. پی‌اژه دریافت‌شده بود که هیجان‌ها بر افکار تاثیر می‌گذارد و در واقع بارها متذکر شده بود که هیچ‌گاه در نظر گرفتن شناخت، بدون هیجان‌ها ممکن نیست [۶]. وینر که کار خود را با موفقیت و شکست تحصیلی آغاز کرده بود، در نظریه اسنادی خود بیان می‌دارد که واکنش‌های هیجانی نه‌تنها با تجربه موفقیت و شکست، بلکه با اسناد دادن یا توصیفی که شخص از موفقیت یا شکست می‌کند، در ارتباط است [۵].

یکی از مولفه‌های کارآفرینی سازمانی، هوش هیجانی بالای کارکنان است. هوش هیجانی نقش بارزی در عملکرد مطلوب افراد نسبت به سایر قابلیت‌ها از قبیل مهارت‌های ذهنی یا فنی ایفا می‌کند و با پرورش هوش هیجانی و قابلیت‌های آن، هم سازمان و هم کارکنان می‌توانند از مزایای آن بهره‌مند شوند. برخی از دانشمندان بر این عقیده‌اند که به‌منظور عملکرد بهتر در سازمان، انسان‌ها بایستی علاوه بر بهره‌مندی، دارای هوش هیجانی بالایی نیز باشند [۷]. هوش هیجانی توانایی درک، توصیف، دریافت و کنترل هیجان‌ها است [۸]. وقایع زندگی ممکن است مثبت یا منفی باشد؛ از وقایع بسیار ناگوار همچون مرگ یک شخص بسیار نزدیک یا ازدست‌دادن یک شغل خوب تا وقایع مثبت همچون ازدواج و ملاقات یک دوست قدیمی. در این حال، نحوه برخورد انسان با این وقایع است که نتایج زندگی را شکل می‌دهد. این نحوه برخورد با وقایع ریز و درشت زندگی است که هوش هیجانی خواننده می‌شود. به‌طوری‌که می‌توان انتظار داشت اشخاص با هوش هیجانی پایین، قدرت سازگاری کمتری با وقایع تنش‌زای زندگی داشته باشند و دچار ناامیدی و افسردگی بیشتر شوند. در مقابل، افرادی که هوش هیجانی بالایی دارند پاسخ‌های

سازگارانه‌تر به وقایع منفی زندگی می‌دهند. گذشته از این، اصولاً افرادی که هوش هیجانی بالایی دارند به زندگی خود نظم و ثبات می‌بخشند، به‌طوری‌که وقایع منفی کمتری در زندگی تجربه می‌کنند [۹].

شواهدی در دست است که نشان می‌دهد شخصیت در ایجاد و بروز کارآفرینی نقش دارد [۱۰]. در مرحله نظری، هوش هیجانی حدی است که فرد تمایل دارد براساس اطلاعات ذاتاً عاطفی، به‌طرز فراشخصی و درون‌شخصی، تفکر، پردازش و عمل کند. هوش هیجانی به مجموعه تمایلات رفتاری و ادراکات شخصی مرتبط با توانایی شخص در تشخیص فرآیند و به‌کاربردن اطلاعات دارای بار عاطفی اشاره دارد و بیشتر یک نوع ویژگی شخصیتی در نظر گرفته می‌شود تا یک توانایی تشخیصی آگاهانه [۱۱].

در مساله پیش‌بینی رفتار کارآفرینانه فردی در محیط سازمان، هوش هیجانی نسبت به معیار توانایی دارای مزیتی کلیدی است. تاکنون تلاش‌های اندکی برای تعیین این که آیا خصیصه هوش هیجانی، نقشی در فرآیند کارآفرینانه بازی می‌کند یا خیر، انجام شده است. یافته‌های تحقیقات جدید نشان می‌دهد که عواطف مدیران که توسط کارکنانشان درک شده باشد، بر تمایل کارکنان به کارآفرینانه عمل کردن اثر می‌گذارد [۱۲]. کارکنان برخوردار از سطوح بالای خصیصه هوش هیجانی، تمایل دارند که احساساتشان را بیشتر کنترل کنند و بنابراین، اطمینان بیشتر و کنترل بهتر بر نیازهای محیط کار را تجربه می‌کنند که در نتیجه، آنان را قادر می‌سازد که کارآفرینانه عمل کنند [۱۳]. میر در این مورد مطالبی بیان کرده و به‌صورت تجربی نیز نشان داده که توانایی یک مدیر در کنترل احساسات و افکارش، اثر مثبتی بر رفتار کارآفرینانه به‌وجودآمده در متن سازمان دارد [۱۴].

خصیصه هوش هیجانی از طریق دو فرآیند کلیدی، بر رفتار کارآفرینانه اثر می‌گذارد. اولین و اصلی‌ترین آنها، خوارزبایی درجه سودمندی عاطفی است. کارکنان برخوردار از هوش هیجانی درک‌شده بالا، احتمالاً تحمل بالایی در برابر استرس و عوامل استرس‌زای محیطی از خود نشان می‌دهند [۱۵، ۱۶]. بنابراین آنان در ارزیابی و کنترل عواطف شخصی‌شان، تواناترند. به‌عنوان مثال، احساسات مربوط به ناامیدی را تشخیص داده و سپس آن احساسات را در جهت کاهش استرس کنترل می‌کنند؛ بدین طریق، میزان رفتار کارآفرینانه‌شان افزایش می‌یابد. مسیر دوم، تشخیصی است؛ افراد دارای هوش هیجانی درک شده بالا، تمایل دارند اثرگذاری بالاتری داشته باشند، فعالانه و خلاقانه ظاهر شوند و ارتباط برقرار کنند و بدین طریق رفتار کارآفرینانه را تسهیل می‌کنند. به‌عنوان مثال، شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد اثرگذاری اختصاصی مثبت، احتمالاً منجر به خلاقانه‌تر عمل کردن و واکنش به‌موقع می‌شود [۱۷]. کارهای تحقیقاتی اخیر، ارزش فزاینده خصیصه هوش هیجانی را در برابر شخصیت و دیگر ساختارهای روانی، در متغیرهای تاثیرگذار قابل پیش‌بینی نشان می‌دهند [۱۸]. در مطالعه‌ای که/حمتموگلو و همکاران انجام دادند به

جدول ۱) نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف با سطح اطمینان ۰/۹۹ (n=۹۶)

| متغیر و مولفه‌ها | Z کولموگروف-اسمیرنوف | سطح معنی‌داری |
|-----------------------|----------------------|---------------|
| رفتار کارآفرینانه | ۲/۹۷۱ | ۰/۰۰۰۱ |
| هوش هیجانی | ۱/۹۰۷ | ۰/۰۰۱ |
| ارزیابی احساسی خود | ۲/۴۶۸ | ۰/۰۰۰۱ |
| ارزیابی احساسی دیگران | ۳/۴۷۰ | ۰/۰۰۰۱ |
| به‌کارگیری احساسات | ۲/۱۵۰ | ۰/۰۰۰۱ |
| تنظیم احساسات | ۲/۹۴۹ | ۰/۰۰۰۱ |

نتایج

۸۰ نفر (۷۵٪) از افراد مورد مطالعه، مرد بودند. میانگین سنی افراد ۳۷±۳۴ سال بود که کمترین آن ۲۹ و بیشترین آن ۵۴ سال بود. از نظر سابقه کاری، ۶۲ نفر (۶۴/۶٪) بیش از ۲۰ سال، ۳۱ نفر (۳۲/۳٪) بین ۱۰ تا ۲۰ سال، ۳ نفر (۳/۱٪) بین ۵ تا ۱۰ سال سابقه کار داشتند. از نظر تحصیلات، ۸ نفر (۸/۴٪) دیپلم و فوق‌دیپلم، ۳۱ نفر (۳۲/۶٪) لیسانس، ۴۴ نفر (۴۶/۳٪) فوق‌لیسانس، ۱ نفر (۱/۱٪) دکترای حرفه‌ای و ۱۱ نفر (۱۱/۶٪) دارای مدرک دکترای تخصصی بودند. از نظر فراوانی هر درجه، ۳ نفر (۳/۲٪) دارای درجه ۱۲، ۵ نفر (۵/۴٪) دارای درجه ۱۳، ۲۴ نفر (۲۵/۸٪) دارای درجه ۱۴، ۹ نفر (۹/۷٪) دارای درجه ۱۵، ۳۵ نفر (۳۷/۶٪) دارای درجه ۱۶، ۱۷ نفر (۱۸/۳٪) دارای درجه ۱۷ بودند.

بالاترین جایگاه افراد مورد مطالعه در پُست سازمانی، جایگاه ۱۸ و کمترین جایگاه افراد، جایگاه ۱۲ بود. همچنین بیشترین درصد فراوانی مربوط به جایگاه ۱۷ با فراوانی ۴۶/۶٪ و کمترین جایگاه مربوط به جایگاه ۱۲ با فراوانی ۱/۱٪ بود.

میانگین و انحراف معیار متغیر رفتار کارآفرینانه، هوش هیجانی و ابعاد آن در جدول ۲ آورده شده است.

جدول ۲) میانگین و انحراف معیار متغیر رفتار کارآفرینانه، هوش هیجانی و ابعاد آن (n=۹۶)

| متغیر و مولفه‌ها | میانگین | انحراف معیار |
|-----------------------|---------|--------------|
| رفتار کارآفرینانه | ۴/۲۷ | ۰/۳۳۷ |
| هوش هیجانی | ۴/۱۰ | ۰/۳۰۲ |
| ارزیابی احساسی خود | ۴/۰۸ | ۰/۳۴۵ |
| ارزیابی احساسی دیگران | ۴/۱۷ | ۰/۴۰۱ |
| به‌کارگیری احساسات | ۴/۱۷ | ۰/۴۰۱ |
| تنظیم احساسات | ۴/۱۶ | ۰/۳۴۰ |

هوش هیجانی و ابعاد آن شامل ارزیابی احساسی خود، ارزیابی احساسی دیگران، تنظیم احساسات و به‌کارگیری احساسات با رفتار کارآفرینانه، ارتباط معنی‌دار داشت (جدول ۳).

این نتیجه رسیدند که تفاوت‌های فردی در هوش هیجانی منجر به تفاوت در رفتار کارآفرینانه شده است [۱۹]. نتایج مطالعه‌ای که به‌صورت متاآنالیز انجام شده است، نشان داد که بین هوش هیجانی و عملکرد شغلی رابطه مثبت وجود دارد [۲۰]. همچنین براساس یک بررسی، هوش هیجانی مدیران نمی‌تواند برای هدایت کارآفرینی مورد استفاده قرار گیرد [۲۱]. اثر خصیصه هوش هیجانی بر رضایت شغلی نیز به‌عنوان واسطه‌ای موثر نشان داده شده است [۲۲]. کارکنان با سطح هوش هیجانی بالا، عموماً رضایت شغلی بالاتری دارند، چراکه در مقایسه با کارکنان با سطح هوش هیجانی پایین‌تر، نسبت به تنظیم عواطف شخصی خود تواناترند [۲۳].

بر این اساس، هدف اصلی این مطالعه بررسی رابطه بین هوش هیجانی و رفتار کارآفرینانه کارکنان در یکی از دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران بود.

روش‌ها

این مطالعه توصیفی به‌صورت مقطعی در سال ۱۳۹۰ انجام شد. جامعه آماری پژوهش، کارکنان یکی از دانشگاه‌های علوم پزشکی در ایران بودند. حداقل حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۹۶ نفر تعیین شد که با توجه به احتمال اُفت آزمودنی‌ها بر اثر عواملی همچون تحویل‌ندادن پرسش‌نامه یا عدم تمایل به پاسخگویی به سئوالات، حجم بیشتری از کارکنان در نمونه‌گیری شرکت داده شدند و در نهایت ۹۶ پرسش‌نامه بازگردانده شد. روش نمونه‌گیری نیز از نوع خوشه‌ای و به‌صورت تصادفی بود.

داده‌های مورد نظر به‌کمک ابزار پرسش‌نامه جمع‌آوری شدند. برای سنجش هوش هیجانی از پرسش‌نامه استاندارد ونگ و لا و برای سنجش رفتار کارآفرینانه از پرسش‌نامه استاندارد بیرس استفاده شد [۱۱، ۲۰]. پرسش‌نامه مورد استفاده شامل ۱۶ سؤال مربوط به هوش هیجانی و ۶ سؤال مربوط به رفتار کارآفرینانه بود. پاسخ‌ها به‌صورت مقیاس لیکرت پنج‌قسمتی تنظیم شده بود. علی‌رغم استانداردبودن پرسش‌نامه، برای حصول اطمینان، روایی پرسش‌نامه توسط خبرگان و پایایی آن با روش آلفای کرونباخ به‌میزان ۰/۸۸۸ مورد تایید قرار گرفت.

تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS 17، شاخص‌های توصیفی درصد فراوانی و میانگین و انحراف معیار و آزمون‌های ضریب همبستگی اسپیرمن، رگرسیون گام‌به‌گام و آزمون من‌ویتنی و ویل‌کاکسون انجام شد. لازم به ذکر است که در ابتدا از آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای کمی استفاده شد که توزیع همه متغیرها از نوع غیرنرمال بود (جدول ۱). از آزمون همبستگی اسپیرمن برای بررسی ارتباط بین هوش هیجانی و ابعاد آن با رفتار کارآفرینانه و از آزمون من‌ویتنی و ویل‌کاکسون برای بررسی رفتار کارآفرینانه در دو گروه زنان و مردان استفاده شد.

جدول ۳) ماتریس همبستگی هوش هیجانی و مولفه‌های آن با رفتار کارآفرینانه

| متغیر و مولفه‌ها | ۱ | ۲ | ۳ | ۴ | ۵ |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ۱ ارزشیابی احساسی خود | - | | | | |
| ۲ ارزشیابی احساسی دیگران | ۰/۴۹۴ | - | | | |
| ۳ تنظیم احساسات | ۰/۵۴۵ | ۰/۵۰۱ | - | | |
| ۴ به‌کارگیری احساسات | ۰/۴۹۳ | ۰/۴۹۶ | ۰/۴۹۳ | - | |
| ۵ هوش هیجانی | ۰/۷۶۲ | ۰/۷۲۰ | ۰/۷۳۴ | ۰/۷۹۳ | - |
| ۶ رفتار کارآفرینانه | ۰/۴۷۸ | ۰/۵۴۲ | ۰/۵۳۷ | ۰/۴۲۴ | ۰/۵۶۷ |

۰/۹۹ ≤ p با سطح اطمینان

همچنین بُعد ارزشیابی احساسی دیگران، تنظیم احساسات و به‌کارگیری احساسات، به‌ترتیب بیشترین اثرگذاری و توان پیش‌بینی را در رفتار کارآفرینانه کارکنان داشتند (جدول ۴ و ۵).

جدول ۴) تجزیه و تحلیل رگرسیون چندمتغیره در مورد مولفه‌های پیش‌بینی‌کننده هوش هیجانی برای پیش‌بینی رفتار کارآفرینانه

| مدل | ضریب همبستگی چندگانه | ضریب تعیین | ضریب تعیین تعدیل‌شده | خطای استاندارد |
|------|----------------------|------------|----------------------|----------------|
| *۱ | ۶۰۰ | ۳۶۰ | ۳۵۴ | ۲۷۱ |
| **۲ | ۶۶۶ | ۴۴۴ | ۴۳۳ | ۲۵۴ |
| ***۳ | ۶۸۹ | ۴۷۴ | ۴۵۹ | ۲۴۸ |

*متغیر پیش‌بین: ارزشیابی احساسی دیگران
 **متغیرهای پیش‌بین: ارزشیابی احساسی دیگران، تنظیم احساسات
 ***متغیرهای پیش‌بین: ارزشیابی احساسی دیگران، تنظیم احساسات، به‌کارگیری احساسات

جدول ۵) ضرایب استاندارد و غیراستاندارد برای پیش‌بینی رفتار کارآفرینانه

| متغیرها | ضریب غیراستاندارد | | سطح معنی‌داری |
|------------------------|-------------------|----------------|---------------|
| | بتا | خطای استاندارد | |
| مقدار ثابت | ۱/۲۳۹ | ۰/۳۲۳ | ۰/۰۰۱ |
| ارزشیابی احساسی دیگران | ۰/۲۸۱ | ۰/۰۷۷ | ۰/۰۰۱ |
| تنظیم احساسات | ۰/۲۶۳ | ۰/۰۸۷ | ۰/۰۰۳ |
| به‌کارگیری احساسات | ۰/۱۹۲ | ۰/۰۷۹ | ۰/۰۱۷ |

جدول ۶) نتایج آزمون من‌ویتنی و ویل‌کاکسون برای بررسی رفتار کارآفرینانه در دو گروه زنان و مردان با سطح اطمینان ۰/۹۵

| جنسیت | تعداد | رتبه | میانگین مجموع رتبه‌ها | آزمون من‌ویتنی | آزمون ویل | z معنی‌داری |
|-------|-------|-------|-----------------------|----------------|-----------|-------------|
| مرد | ۷۳ | ۵۶/۲۹ | ۰/۴۷۱ | ۸۷۳/۰۰۰ | ۱۲۵۱/۰۰۰ | ۰/۱۲۸ |
| زن | ۲۳ | ۴۶/۳۳ | ۰/۳۲۷ | | | ۱/۵۲۴ |

بین میانگین رفتار کارآفرینانه زنان و مردان نیز تفاوت آماری

معنی‌داری وجود نداشت (جدول ۶).

بحث

در عصر حاضر، با توجه به تغییر و تحولات سازمان‌ها، نیروی انسانی مولفه‌ای مهم و راهبردی در افزایش اثربخشی و کارایی در سازمان به‌حساب می‌آید. دارا بودن نیروی انسانی متعهد به اهداف سازمانی و دارای رفتار کارآفرینانه نه‌تنها می‌تواند عامل برتری به‌شمار آید، بلکه به‌عنوان مزیتی رقابتی در سازمان نسبت به سازمان‌های دیگر در نظر گرفته می‌شود. یکی از مواردی که در حوزه سازمانی مطرح می‌شود، هوش هیجانی کارکنان و مدیران سازمان است. اخیراً هوش هیجانی بیش از پیش مورد توجه دانشمندان قرار گرفته است و نتایج حاصل از تحقیقات نشانگر آن است که در موفقیت افراد و کارایی سازمان‌ها، هوش هیجانی دست‌کم به اندازه ضریب هوشی افراد موثر است و می‌توان گفت با وجود این که نیروی محرکه در تغییر و تحولات قرن بیستم بهره هوشی بوده است، اما شواهد جدید نشان‌دهنده این موضوع است که در آغاز قرن بیست و یکم، هوش هیجانی موجب تحولات خواهد بود [۸، ۲۴].

کارآفرینی درون‌سازمانی به‌عنوان فرآیند کارآفرینی درون سازمان‌های موجود بدون در نظر گرفتن وسعت و مقیاس آن تعریف می‌شود و نه‌تنها به ایجاد مشاغل جدید منجر شده بلکه دیگر فعالیت‌های نوآورانه و اموری نظیر توسعه تولیدات، خدمات، تکنولوژی، فنون مدیریتی و استراتژی‌ها یا موقعیت رقابتی جدید را شامل می‌شود [۲۵]. به‌طور کلی می‌توان گفت ویژگی اصلی سازمان‌های کارآفرین این است که این سازمان‌ها مجهز به قابلیت‌هایی هستند که ضمن ارتقای کارآمدی، قادر به بهره‌گیری بهتر از فرصت‌های موجود و انطباق‌پذیری بیشتر با محیط پیرامونشان می‌شوند.

نتیجه این پژوهش نشان داد که بین ارزشیابی احساسی خود، ارزشیابی احساسی دیگران، تنظیم احساسات، به‌کارگیری احساسات و رفتار کارآفرینانه کارکنان رابطه معنی‌داری وجود دارد. افراد با توانمندی بالا در ارزشیابی احساسی خود، می‌توانند احساسات آنی و هیجانات آزاردهنده خود را حتی در لحظات پُر تنش کاری به‌طور مناسب مدیریت کرده و همواره آرام باقی بمانند [۲۶]. همچنین میر در پژوهش خود نشان داد مدیرانی که توانایی خودارزیابی بالاتری دارند با احتمال بیشتری کارآفرینانه عمل خواهند کرد [۱۴]. مطالعه زامپتاکیس و کراس نیز این یافته را تایید می‌کند [۲۷، ۲۸].

در مورد مولفه ارزشیابی احساسی دیگران، مدیران و کارکنان باید سعی کنند احساسات و عواطف همکاران و دیگر کارکنان را شناسایی کنند و در این مورد کنجکاو باشند. جانتفریانیان در این مورد بیان کرده است که درک احساسی دیگران و روابط بین‌فردی مطلوب، باعث به‌وجود آمدن روحیه همکاری و تشریک مساعی در سازمان می‌شود که بدین ترتیب کارکنان به‌جای رقابت با یکدیگر با همکاری و همفکری

براساس جواب‌های حاصله برای ارتقا و جانشینی افراد به مدیران عالی پیشنهاد شود.

- اغلب مطالعات هوش هیجانی به صورت کمی صورت گرفته است. با توجه به این که مفهوم کارآفرینی یک مفهوم میان‌رشته‌ای است، برای درک بهتر رابطه هوش هیجانی با رفتار کارآفرینانه توصیه می‌شود از تحقیقات کیفی استفاده شود. بررسی رابطه هوش هیجانی با رفتار کارآفرینانه از زوایای دیگر ممکن است کمک بیشتری به تحقیقات در این زمینه بکند.

- اغلب پرسش‌نامه‌های سنجش هوش هیجانی، مفهوم هوش هیجانی را به صورت کلی و عمومی مورد بررسی قرار می‌دهند. پیشنهاد می‌شود پرسش‌نامه‌های دقیق‌تر که متناسب با مفاهیم مربوط به مدیریت و کارآفرینی است، ساخته و در تحقیقات آینده استفاده شود. همچنین می‌توان از روش‌های تحلیلی همچون متآنالیز و غیره استفاده کرد و مدل تحقیق را با استفاده از روش‌های معادلات ساختاری سنجید.

از محدودیت‌های این تحقیق می‌توان به عدم همکاری برخی از کارکنان دانشگاه، استفاده از پرسش‌نامه خودارزیاب که ممکن است روی داده‌ها اثر بگذارد و همچنین مشکلات و محدودیت‌های تهیه مجوزهای لازم برای انجام تحقیق به علت نظامی بودن سازمان اشاره کرد.

نتیجه‌گیری

بین هوش هیجانی و رفتار کارآفرینانه کارکنان در دانشگاه علوم پزشکی مورد مطالعه، رابطه معنی‌داری وجود دارد. به این صورت که کارکنان برخوردار از سطوح بالای خصیصه هوش هیجانی، تمایل بیشتری دارند که احساساتشان را بهتر تنظیم و کنترل کنند. در نتیجه، رفتار بهتری را در محیط کار تجربه می‌کنند که آنان را قادر می‌سازد تا کارآفرینانه عمل کنند. بنابراین می‌توان از ارتباط موجود بین هوش هیجانی و رفتار کارآفرینانه کارکنان استفاده‌های آموزشی و تربیتی نمود.

منابع

- 1- Covin JG, Miles MP. Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage. *Entrep Theory Pract.* 1999;23(3):47-64.
- 2- Kuratko DF, Ireland RD, Covin JG, Hornsby JS. A model of middle-level managers' entrepreneurial behavior. *Entrep Theory Pract.* 2005;29(6):699-716.
- 3- Cornwall JR, Perlman B. *Organizational entrepreneurship.* Illinois: Irwin Homewood, IL; 1990.
- 4- Thompson JL. A strategic perspective of entrepreneurship. *Int J Entrep Behav Res.* 1999;5(6):279-96.
- 5- Weiner B. An attributional approach for educational psychology. *Rev Res Dduc.* 1976;9(4):179-209.
- 6- Ginsburg HP, Opper S. *Piaget's theory of intellectual development.* New Jersey: Prentice-Hall, Inc; 1988.
- 7- Gholipoor A. *Organizational behavior.* Tehran: Samt

یکدیگر، خواهند توانست از فرصت‌های موجود به بهترین نحو بهره‌برداری نموده و میزان رفتار کارآفرینانه در سازمان را افزایش دهند [۲۹]. مطالعه کراس نیز این یافته را تایید می‌کند [۲۸].

در تنظیم احساسات، مدیران و کارکنان نه تنها باید روابط دوستانه با یکدیگر برقرار کنند، بلکه باید این روابط کاملاً هدفدار و تنظیم‌شده باشد. بدین منظور مدیران باید شبکه گسترده‌ای از ارتباطات را در سازمان توسعه دهند. همچنین هنگامی که کارکنان هوش هیجانی بالایی داشته باشند و توانایی کنترل، تنظیم و درک احساس خود و دیگران را داشته باشند با احتمال بیشتری رفتار کارآفرینانه انجام می‌دهند [۲۷].

در مولفه به‌کارگیری احساسات، مدیران و کارکنانی که بتوانند به‌خوبی احساسات خود را به‌کار بگیرند، می‌توانند روابط و تعاملات بهتری با یکدیگر داشته باشند و در نتیجه در محیط کار خود کارآفرینانه رفتار می‌کنند. به‌کارگیری احساسات در جهت حل مشکلات و عملکردهای روزانه در کارآفرینان، امری مهم است [۸]. مطالعات *جانقریبانیان* و *زامپتاکیس* نیز این نتیجه را تایید می‌کند [۲۷، ۲۹].

به‌طور کلی، نتیجه پژوهش حاکی از آن است که بین هوش هیجانی و رفتار کارآفرینانه کارکنان، رابطه معنی‌داری وجود دارد. نتیجه این پژوهش، نظریات و تحقیقات قبلی نظیر پژوهش *جانقریبانیان*، *هادی‌زاده*، *ناصری*، *بورن*، *فرتالا*، *زامپتاکیس*، *رهی* و *کراس* را در مورد تاثیر هوش هیجانی و مولفه‌های آن بر کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه مورد تایید قرار می‌دهد [۲۶، ۲۷، ۲۸، ۲۹، ۳۰، ۳۱، ۳۲، ۳۳].

نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون گام‌به‌گام نشان داد که به‌ترتیب، بُد ارزیابی احساسی دیگران، تنظیم احساسات و به‌کارگیری احساسات، بیشترین اثرگذاری را در رفتار کارآفرینانه کارکنان دارند. به‌عبارت دیگر، افرادی که در درک و فهم احساسات اشخاص دیگر توانمندترند و می‌توانند از احساسات و هیجانات خود در ارتباط با دیگران بهتر استفاده کنند و همچنین بر اضطراب و پریشان‌خاطری سریع‌تر فایق آیند، رفتار کارآفرینانه بیشتری از خود بروز می‌دهند. طبق نتایج این پژوهش می‌توان از ارتباط موجود بین هوش هیجانی و رفتار کارآفرینانه کارکنان، استفاده‌های آموزشی و تربیتی کرد؛ به این ترتیب که با ایجاد یا تقویت هوش هیجانی، رفتار کارآفرینانه را تقویت نمود. براساس نتایج این پژوهش، پیشنهادات ذیل برای تحقیقات آینده ارائه می‌شود:

- استفاده از تابلونوشته در ساختمان‌های سازمان و نوشتن جملات کوتاه روی تابلوی اعلانات که افراد را تشویق به برخورد مناسب با احساسات و عواطف خود و دیگران کند.

- با توجه به این که احتمال بروز رفتارهای کارآفرینانه در افراد دارای هوش هیجانی بالا، بیشتر است، پیشنهاد می‌شود که سازمان از هوش هیجانی به‌عنوان شاخصی برای طرح‌های ارتقا و جانشینی استفاده کند. از افراد سازمان، آزمون‌های متفاوتی همچون آزمون هوش هیجانی چه به صورت کتبی چه به صورت مصاحبه گرفته شود، سپس

- Story PA. The relation between emotional intelligence and job performance: A meta-analysis. *J Organ Behav.* 2011;32(5):788.
- 21- Pachulia G, Henderson L. The relationship between emotional intelligence and entrepreneurial orient. *J Entrep Dev.* 2009;1(4):139-62.
- 22- Kafetsios K, Zampetakis LA. Emotional intelligence and job satisfaction: Testing the mediatory role of positive and negative affect at work. *Individ Differ Res.* 2008;44(3):712-22.
- 23- Pearce JA, Kramer TR, Robbins DK. Effects of managers' entrepreneurial behavior on subordinates. *J Bus Venturing.* 1997;12(2):147-60.
- 24- Langley A. Emotional intelligence: A new evaluation for management development? *Career Dev Int.* 2000;5(3):177-83.
- 25- Yadolahi J. Corporate entrepreneurship in governmental organization. *Entrep Dev.* 2007;3:11-9. [Persian]
- 26- Naseri A. The effect of emotional intelligence on organizational successfulness. Tehran; First International Conference of Entrepreneurship, Creativity and Future Organization, 2006. [Persian]
- 27- Zampetakis LA, Beldekos P, Moustakis VS. "Day-to-day" entrepreneurship within organizations: The role of trait emotional intelligence and perceived organizational support. *Eur Manag J.* 2009;27(3):165-75.
- 28- Cross B, Travaglione A. The untold story: Is the entrepreneur of the 21st century defined by emotional intelligence? *Int J Organ Anal.* 2003;11(3):221-8.
- 29- Janghorabani A. Forecast entrepreneurial behavior base on organizational support and emotional intelligence. *Indust Entrep.* 2009;4:3-9. [Persian]
- 30- Hadizadeh M. The relationship of emotional intelligence and entrepreneurial attitude. *Entrep Dev.* 2008;1(2):11-5. [Persian]
- 31- Boren AE. Emotional intelligence: The secret of successful entrepreneurship. Lincoln: University of Nebraska; 2010.
- 32- Fertala N. Is emotional intelligence the most intoxicating factoring in the entrepreneurial success equation? *Front Entrep Res.* 2009;29(18):3.
- 33- Rhee K, White R. The emotional intelligence of entrepreneurs. *J Bus Entrep.* 2007;20(4):409.
- Publication; 2006. [Persian]
- 8- Goleman D. Emotional intelligence. New York: Bantam Books; 1995.
- 9- Bar-On RE, Parker JDA. The handbook of emotional intelligence: Theory, development, assessment and application at home, school and in the workplace. New York: Jossey-Bass; 2000.
- 10- Frank H, Lueger M, Korunka C. The significance of personality in business start-up intentions, start-up realization and business success. *Entrep Reg Dev.* 2007;19(3):227-51.
- 11- Wong CS, Law KS. The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study. *Leadersh Q.* 2002;13(3):243-74.
- 12- Marcus B, Goffin RD, Johnston NG, Rothstein MG. Personality and cognitive ability as predictors of typical and maximum managerial performance. *Human Perform.* 2007;20(3):275-85.
- 13- Brundin E, Patzelt H, Shepherd DA. Managers' emotional displays and employees' willingness to act entrepreneurially. *J Bus Venturing.* 2008;23(2):221-43.
- 14- Mair J. Entrepreneurial behavior in a large traditional firm: Exploring key drivers. *Int Stud Entrep.* 2005;10:49-72.
- 15- Nikolaou I, Tsaousis I. Emotional intelligence in the workplace: Exploring its effects on occupational stress and organizational commitment. *Int J Organ Anal.* 2002;10(4):327-42.
- 16- Tsaousis I, Nikolaou I. Exploring the relationship of emotional intelligence with physical and psychological health functioning. *Stress Health.* 2005;21(2):77-86.
- 17- Amabile TM, Barsade SG, Mueller JS, Staw BM. Affect and creativity at work. *Adm Sci Q.* 2005;50(3):367.
- 18- Ramos NS, Fernandez-Berrocá P, Extremera N. Perceived emotional intelligence facilitates cognitive-emotional processes of adaptation to an acute stressor. *Cogn Emot.* 2007;21(4):758-72.
- 19- Ahmetoglu G, Leutner F, Chamorro-Premuzic T. EQ-nomics: Understanding the relationship between individual differences in trait emotional intelligence and entrepreneurship. *Individ Differ Res.* 2011;51(8):1028-33.
- 20- O'Boyle EH, Humphrey RH, Pollack JM, Hawver TH,