

بررسی رابطه بین هوش عاطفی و کارآفرینی کارکنان شرکت ایران خودرو

علی پولادی ری شهری،* زیبا برقی ایرانی**

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۳/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۵/۳

چکیده

در این پژوهش رابطه هوش عاطفی و کارآفرینی مطالعه شده است. شرکت کارخانجات ایران خودرو که یک شرکت تولیدی ایرانی است به عنوان جامعه آماری در نظر گرفته شده و یک نمونه ۱۳۳ نفری از این جامعه که به روش تصادفی ساده انتخاب شدند، پرسشنامه هوش عاطفی گریوز و برادبری (۲۰۰۳) و پرسشنامه محقق ساخته کارآفرینی با ضریب آلفای ۰/۸۶۱ را تکمیل کردند. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل شدند. مطالعه نشان داد که هوش عاطفی و همه ابعاد آن، بر اساس آخرین مدل گلمن (۲۰۰۱) شامل: خودآگاهی، خودمدیریتی، آگاهی اجتماعی، مدیریت روابط، با کارآفرینی همبستگی مثبت دارد. یافته‌ها این نکته را نیز آشکار کردند که تفاوت‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان با میزان کارآفرینی آن‌ها معنادار نیست و همچنین مولفه مدیریت روابط، بیشترین سهم را در تبیین کارآفرینی داشته و مؤلفه‌های دیگر را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، کارکنان، هوش عاطفی.

مقدمه

هوش عاطفی (emotional intelligence) از موضوعات جالبی است که در سال‌های اخیر به عنوان عاملی که به طور بالقوه در درک و پیش‌بینی عملکرد فرد مفید است، به طور گسترده مورد توجه پژوهشگران سازمانی قرار گرفته است. هوش عاطفی به عنوان عاملی مهم برای موفقیت در محل کار شناخته شده است. نویسندگان و کارشناسان ادعا دارند که هشتاد درصد موفقیت فرد به عامل هوش عاطفی و تنها بیست درصد آن به بهره هوشی افراد بستگی دارد (کریس (Kierstead)، ۱۹۹۹). دانیل گلمن (Goleman) (۱۹۹۵)، بر این باور است که هوش عاطفی می‌تواند به اندازه بهره هوشی قدرتمندتر باشد و حتی قدرتمندتر از آن عمل کند. از آنجایی که مهارت‌های هوش عاطفی جنبه اکتسابی دارد، این مهارت‌ها نه فقط برای مقطعی خاص بلکه برای همه عمر مفید هستند.

کارآفرینان و مدیران کارآفرین مهم‌ترین، کمیاب‌ترین و استراتژیک‌ترین سرمایه یک سازمان و جامعه محسوب می‌شوند و از طرف دیگر افرادی که مهارت‌های عاطفی‌شان به خوبی رشد یافته است در زندگی خویش، آفرینند و کارآفرینند، عادات فکری در اختیار دارند که موجب می‌گردد آن‌ها افرادی مولد و کارآمد باشند. افرادی که نمی‌توانند بر زندگی عاطفی خود تسلط داشته باشند درگیر کشمکش‌های درونی‌ای هستند که از توانایی آنان برای کار متمرکز و تفکر روشن می‌کاهد، در نتیجه مانع شکل‌گیری ایده‌های خلاق - که از اصول کارآفرینی است - می‌شود. لذا به نظر می‌رسد هوش عاطفی می‌تواند در شکل‌گیری ایده‌های خلاق و تحقق فرایند کارآفرینی نقش برجسته‌ای ایفا کند (گلمن، بی تا؛ ترجمه پارسا، ۱۳۸۲).

با وجود منتشر شدن کتاب‌های گوناگون و پژوهش‌های متعددی که در زمینه کارآفرینی صورت گرفته است توجه به هوش عاطفی در کارآفرینی موضوع جدیدی است. در مورد ارتباط یا تأثیرگذاری متغیر هوش عاطفی بر کارآفرینی پژوهشی انجام نشده است. پژوهش

* استادیار گروه روان‌شناسی دانشگاه پیام نور رایانامه: poladi@yahoo.com

** مربی گروه روان‌شناسی دانشگاه پیام نور رایانامه: kimia2010@gmail.com

حاضر سعی دارد با بررسی رابطهٔ هوش عاطفی کارکنان و کارآفرینی آن‌ها در شرکت کارخانجات مخابرات ایران، گام کوچکی در جهت شناسایی و بهره‌گیری از مزایای فراوان این مفهوم در سازمان‌ها برداشته باشد.

در حوزهٔ روان‌شناسی ریشه‌های تئوری هوش عاطفی به‌آغاز نهضت هوش اجتماعی باز می‌گردد. ای . ال. ثورندایک (Thorndike, ۱۹۲۰) از اولین کسانی بود که جنبه‌هایی از هوش عاطفی را تحت عنوان هوش اجتماعی مطرح کرد. در سال ۱۹۲۰ او هوش اجتماعی را شامل مؤلفه‌های وسیع و گسترده‌ای می‌دانست که هریک به‌توانایی‌های مختلفی در زمینهٔ هوش و ابعاد مختلف آن اشاره می‌کردند. از نظر ثورندایک، هوش اجتماعی شامل "توانایی درک و مدیریت مردان، زنان، پسران و دختران و خردمندانه رفتار کردن در حوزه‌های اجتماعی" است (فاطمی، ۱۳۸۶، ص ۱۶۲).

همچنین سالوی و مایر عقیده دارند که در مورد مفهوم هوش عاطفی دو مرجع قبل از تئوری آن‌ها وجود دارد. اول، ماورر که در سال ۱۹۶۰ نتیجه‌گیری معروف خود را ارائه داد: "هیجان‌ها را نباید به‌هیچ عنوان در مقابل هوش قرار داد. به‌نظر می‌رسد آن‌ها خود یکی از مراتب بالای هوش می‌باشند". دوم (پاینی (Payne)، ۱۹۸۵) یک دانشجوی آمریکایی که برای اولین بار اصطلاح هوش عاطفی را در رسالهٔ دکترای خود که به‌چاپ نرسیده است به‌کار برد (اکبرزاده، ۱۳۸۳).

موضوع هوش عاطفی در سال ۱۹۹۰ توسط سالوی و مایر معرفی شد و با انتشار کتاب پرتیراژ "هوش عاطفی" گلמן در سال ۱۹۹۵ به‌جهان شناسانده شد. بار-آن (Bar-An) نیز برای اولین بار مقیاس سنجش هوش عاطفی را در سال ۱۹۹۷ طراحی کرد.

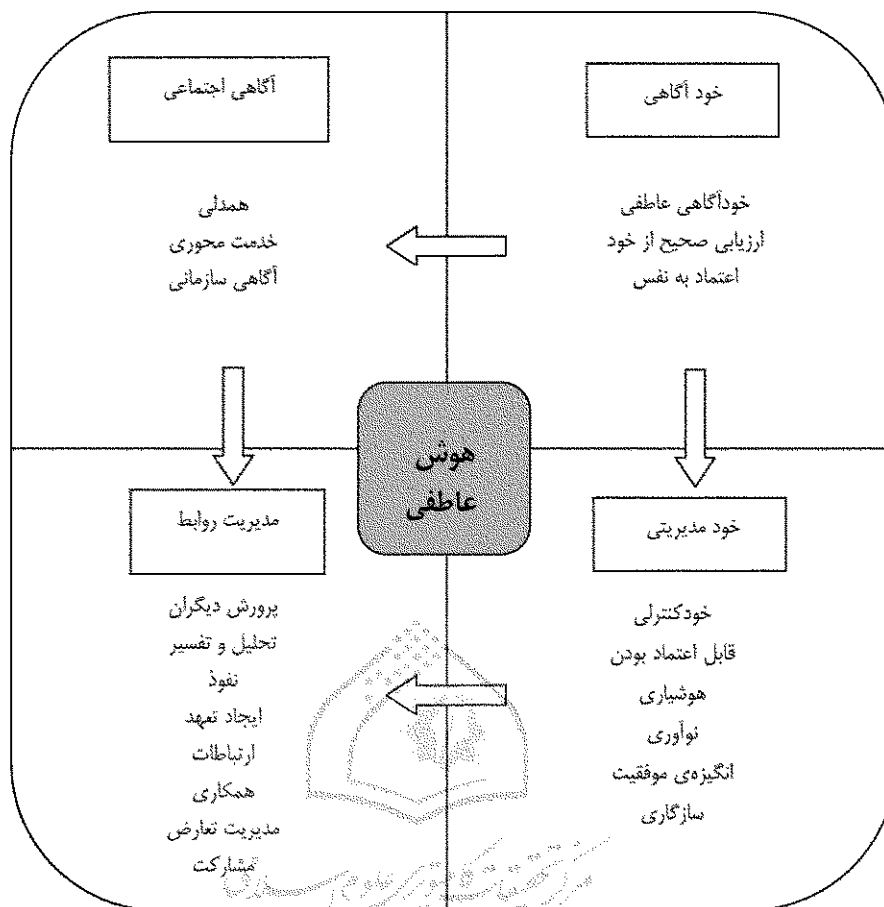
سالووی و مایر (۱۹۹۰)، هوش عاطفی را به‌عنوان "زیر مجموعه‌ای از هوش اجتماعی که شامل توانایی ارزیابی عواطف و احساسات خود و دیگران برای تفاوت قابل شدن بین آن‌ها و استفاده از آن‌ها برای هدایت افکار و اعمال دیگران" تعریف می‌کنند که شاید پذیرفته‌شده‌ترین تعریف علمی از هوش عاطفی است (زیندر (Zeidner)، مینوش (Matthews) و روبرت (Roberts)، ۲۰۰۴، ص ۲۶۵).

در دههٔ اخیر پژوهشگران، پژوهش‌های بسیاری در مورد تأثیر هوش عاطفی بر ساز و کارهای سازمانی انجام داده‌اند و به بررسی مسائلی از جمله رابطهٔ این هوش با رضایت و تعهد سازمانی (گولربوز (guleryuz) و دیگران، ۲۰۰۸)، رهبری تحول آفرین: (مردیت (Meredith)، ۲۰۰۷)، عملکرد کارکنان: (آبراهام (Abraham)، ۲۰۰۰)، (سی ترام (Sy, T., S, Tram) و دیگران، ۲۰۰۶)، اثربخشی رهبری: (بارلینگ (Barling) و دیگران، ۲۰۰۰)، بالمر (Palmer) و دیگران، ۲۰۰۰)، اثربخشی مدیریت: (دونی (Downey) و دیگران، ۲۰۰۶)، گاردنر و استاو (Gardner, L. and C. stough)، ۲۰۰۱)، عملکرد گروه‌ها و تیم‌های کاری: (دروسکات و وولف (Druskat, U. V. and S. Wolff)، ۲۰۰۱)، ولج (Welch)، ۲۰۰۳، هرکنهوف (Herkenhoff)، ۲۰۰۴)، کیفیت خدمات: (باردزیل و اسلاسکی (Herkenhoff)، ۲۰۰۳) پرداخته‌اند.

از میان نظریه‌پردازان، مایر و سالووی، کاروسو، گلמן و بار-آن معروف‌ترین پژوهشگرانی هستند که به‌مطالعهٔ هوش عاطفی پرداخته‌اند. این نظریه‌پردازان ابعاد مختلفی در مورد هوش عاطفی معرفی کرده‌اند. اما در این پژوهش از مدل گلמן استفاده شده است. آخرین مدل گلמן (۲۰۰۱) تحت عنوان شبکهٔ شایستگی‌های عاطفی، دارای چهار بُعد (خودآگاهی، خودمدیریتی، آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط) و ۲۰ مؤلفه است (شکل ۱).

- ۱. خودآگاهی:** به‌این معنی است که افراد نسبت به‌عواطف خود و تأثیر آن‌ها، آگاهی و شناخت کافی دارند. آیا فرد می‌تواند به‌طور صحیح احساسات خود را هر زمان که بروز می‌کند تشخیص دهد؟ مثل خودآگاهی عاطفی، خودآرزیابی صحیح، اعتماد به‌خود.
- ۲. خودمدیریتی:** آیا فرد می‌تواند احساسات خود را به‌سمت مثبت هدایت کند؟ همانند خودکنترلی عاطفی، وظیفه‌شناسی یا وجدان کاری، سازگاری، انگیزهٔ توفیق‌طلبی و ابتکار عمل.
- ۳. آگاهی اجتماعی:** آیا فرد می‌تواند به‌طور صحیح احساسات دیگران را هنگام رو در رویی با آن‌ها یا در حین کار با آن‌ها تشخیص دهد؟ عینیت آن به‌صورت همدلی، خدمت محوری و آگاهی سازمانی است.

۴. **مدیریت روابط:** آیا فرد می‌تواند ارتباطات خود با دیگران را به‌طور مؤثر و سازنده‌ای مدیریت کند و به‌سمت نتایج مثبت هدایت کند؟ همانند: پرورش دیگران، نفوذ، ارتباطات، مدیریت تعارض، تحلیل و تغییر، همکاری و کار تیمی (گریوس (Greaves) و بردینی (Bradberry)، ۲۰۰۳).



بنابراین فرضیه اصلی پژوهش این است: "بین هوش عاطفی کارکنان و کارآفرینی آن‌ها در شرکت ITMC ارتباط معناداری وجود دارد."

برای سنجش هوش عاطفی از پرسشنامه گریوز و برادبری استفاده شد است که این پرسشنامه بر اساس مدل شبکه شایستگی‌های عاطفی گلمن (۲۰۰۱) طراحی شده و چهار بُعد هوش عاطفی شامل: خودآگاهی، خودمدیریتی، آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط را مورد سنجش قرار می‌دهد.

به این ترتیب فرضیه‌های فرعی پژوهش عبارتند از:

۱. فرضیه فرعی اول: بین خود آگاهی کارکنان و کارآفرینی آن‌ها در شرکت ایران خودرو رابطه معناداری وجود دارد.
۲. فرضیه فرعی دوم: بین خود مدیریتی کارکنان و کارآفرینی آن‌ها در شرکت ایران خودرو رابطه معناداری وجود دارد.
۳. فرضیه فرعی سوم: بین آگاهی اجتماعی کارکنان و کارآفرینی آن‌ها در شرکت ایران خودرو رابطه معناداری وجود دارد.
۴. فرضیه فرعی چهارم: بین مدیریت روابط کارکنان و کارآفرینی آن‌ها در شرکت ایران خودرو رابطه معناداری وجود دارد.

در این پژوهش علاوه بر آزمون فرضیه‌های فوق سه سؤال نیز مطرح می‌شود که در بخش تحلیل آماری مورد آزمون قرار خواهد گرفت:

۱. آیا تفاوت در ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان با کارآفرینی آن‌ها مرتبط است؟
۲. سهم هریک از ابعاد هوش عاطفی در تبیین کارآفرینی به‌چه میزان است؟
۳. مدل تحلیل مسیر برای تبیین کارآفرینی به‌وسیله متغیرهای پیش‌بین چگونه است؟

روش

این پژوهش از نوع کاربردی است که به‌شیوهٔ توصیفی همبستگی در شهر تهران انجام شده است. جامعهٔ آماری این پژوهش کلیهٔ کارکنان شرکت ایران خودرو در نظر گرفته شد. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه گردآوری شدند. مقیاس سنجش هوش عاطفی، پرسشنامهٔ ۲۸ گویه‌ای گریوز و برادبری (۲۰۰۳) بوده و برای سنجش کارآفرینی از پرسشنامهٔ ۲۸ گویه‌ای محقق ساخته استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ در پیش نمونه برای پرسشنامهٔ هوش عاطفی، ۰/۸۳۳ و برای پرسشنامهٔ کارآفرینی، ۰/۸۶۱ به‌دست آمد. داده‌های خام از نمونهٔ ۱۳۳ نفری از کارکنان شرکت ایران خودرو که به‌روش تصادفی ساده انتخاب شدند، گردآوری شد و با استفاده از نرم‌افزار Spss تجزیه تحلیل شد. جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش نیز از روش‌های آماری همبستگی پیرسون، تحلیل رگرسیون، تحلیل واریانس و برای بررسی رابطهٔ ویژگی‌های جمعیت‌شناختی با کارآفرینی از آزمون‌های تحلیل واریانس یک راهه، آزمون t گروه‌های مستقل و همچنین برای تحلیل مسیر و ارائهٔ مدل نهایی از آزمون رگرسیون چندگانه به‌روش Enter استفاده شده است.

پژوهشگران به‌دنبال کنکاش بیشتر عوامل مؤثر و مرتبط با کارآفرینی هستند و بدین منظور، هوش عاطفی را به‌عنوان متغیر پیش‌بین و کارآفرینی را به‌عنوان متغیر ملاک در نظر گرفته و رابطهٔ آن‌ها مورد بررسی قرار گرفته است. متغیر ملاک در این پژوهش هوش عاطفی است. گلن در تعریف هوش عاطفی می‌گوید: "مهارتی است که دارندهٔ آن می‌تواند از طریق خودآگاهی، روحیات خود را کنترل کند، از طریق خودمدیریتی آن را بهبود بخشد، از طریق همدلی، تأثیر آن‌ها را درک کند و از طریق مدیریت روابط به‌شیوه‌ای رفتار کند که روحی خود و دیگران را بالا ببرد (گلن، ۲۰۰۱).

متغیر پیش‌بین در این پژوهش کارآفرینی است. "کارآفرینی فرآیندی است که تمام وظایف، فعالیت‌ها و عملیاتی را که با درک فرصت و ایجاد یک سازمان به منظور پی‌گیری آن فرصت‌ها ارتباط می‌یابد، در بر می‌گیرد (بیگرو (Bygrave)، ۱۹۹۴).

یافته‌ها

فرضیهٔ اصلی پژوهش عبارت بود از: بین هوش عاطفی کارکنان و کارآفرینی آن‌ها در شرکت ITMC رابطهٔ معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون نشان داد مقدار ضریب همبستگی (r) برابر با ۰/۶۵۴ است و مقدار Sig کمتر از ۰/۰۱ است. بنابراین با ۹۹٪ اطمینان می‌توان بیان کرد هوش عاطفی با کارآفرینی همبستگی معنی‌داری دارد.

در مدل رگرسیونی حاصل از آزمون تحلیل واریانس رگرسیونی بین متغیرهای هوش عاطفی و کارآفرینی نشان می‌دهد که این رگرسیون بسیار معنی‌دار بوده ($p < ۰/۰۱$ و $F = ۹۱/۸۴۹$) است. بنابراین با ۹۹٪ اطمینان می‌توان بیان کرد که واقعاً یک رابطهٔ خطی بین هوش عاطفی و کارآفرینی برقرار است. یعنی با افزایش نمرهٔ هوش عاطفی کارآفرینی افزایش می‌یابد.

تحلیل فرضیه‌های فرعی پژوهش: نتایج حاصل از آزمون‌های همبستگی پیرسون و تحلیل واریانس رگرسیونی برای تحلیل فرضیه‌های فرعی نشان داد که با ۹۹٪ اطمینان همهٔ فرضیه‌های فرعی تأیید می‌شوند (جدول ۱). یعنی یک رابطهٔ خطی مثبت و معنی‌دار بین همهٔ ابعاد هوش عاطفی (خودآگاهی، خودمدیریتی، آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط) با کارآفرینی وجود دارد. به این معنی که با افزایش نمرهٔ هریک از ابعاد هوش عاطفی میزان کارآفرینی افزایش می‌یابد.

جدول ۱: نتایج آزمون همبستگی و تحلیل واریانس برای ابعاد هوش عاطفی

تحلیل واریانس رگرسیونی		آزمون همبستگی پیرسون	
Sig	F	Sig	r
۰/۰۰۰	۲۸/۶۵۷	۰/۰۰۰	-۰/۴۳۵
۰/۰۰۰	۲۶/۸۲۲	۰/۰۰۰	-۰/۴۲۳
۰/۰۰۰	۵۲/۳۱۶	۰/۰۰۰	-۰/۵۴۶
۰/۰۰۰	۷۴/۵۴۶	۰/۰۰۰	-۰/۶۱۴
			مؤلفه‌ها
			خودآگاهی
			خودمدیریتی
			آگاهی اجتماعی
			مدیریت روابط

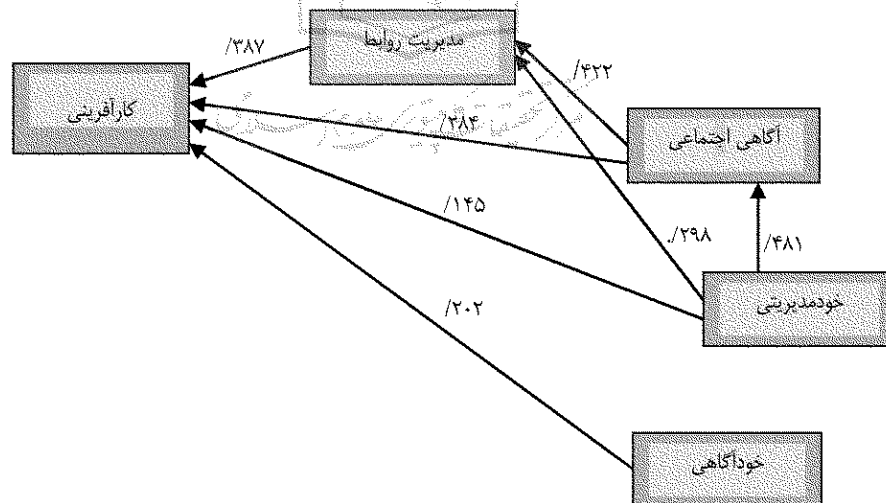
تحلیل سؤال اول پژوهش: آیا ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان با میزان کارآفرینی آن‌ها معنادار است؟ در بررسی تفاوت در ویژگی‌های جمعیت‌شناختی با کارآفرینی با استفاده از آزمون تحلیل واریانس یک راهه، تفاوت معنی‌داری در میانگین گروه‌ها مشاهده نشد. آزمون‌های تعقیبی نیز این نکته را تأیید کردند. بنابراین تفاوت در گروه‌های جنسیت، سن، سابقه کار و سطح تحصیلات پاسخ‌دهندگان با میزان کارآفرینی آن‌ها معنادار نیست.

تحلیل سؤال دوم پژوهش: سهم هریک از ابعاد هوش عاطفی در تبیین کارآفرینی به‌چه میزان است؟ نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون به‌روش enter برای بررسی سهم هریک از ابعاد در تبیین کارآفرینی نشان داد ۶۱٪ از تغییرات موجود در کارآفرینی به‌وسیله ابعاد هوش عاطفی تبیین می‌شود که بعد مدیریت روابط بیشترین سهم (۰/۳۸۷) و خودمدیریتی کمترین سهم (۰/۱۴۵) را دارند. سهم هریک از ابعاد هوش عاطفی در تبیین کارآفرینی عبارت است از: مدیریت روابط (۰/۳۸۷)، آگاهی اجتماعی (۰/۲۴۸)، خودآگاهی (۰/۲۰۲)، خودمدیریتی (۰/۱۴۵).

نتایج تحلیل رگرسیون گام به‌گام نشان داد که هر چهار متغیر خودآگاهی، خودمدیریتی، آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط به‌عنوان متغیرهای پیش‌بین معیار ورود به‌معادله نهایی رگرسیون برای توضیح تغییرات کارآفرینی (متغیر ملاک) را دارا هستند. بنابراین مدل رگرسیونی نهایی مؤلفه‌های هوش عاطفی در ارتباط با کارآفرینی عبارت است از:

$$\text{خودمدیریتی}(۰/۳۵۲) + \text{خودآگاهی}(۰/۶۶۵) + \text{آگاهی اجتماعی}(۰/۸۵۱) + \text{مدیریت روابط}(۰/۸۰۴) + ۱۸/۷۹۶ = \text{کارآفرینی}$$

تحلیل سؤال دوم پژوهش: مدل تحلیل مسیر برای تبیین کارآفرینی به‌وسیله متغیرهای پیش‌بین چگونه است؟ نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون به‌روش enter و گام به‌گام برای ارائه مدل تحلیل مسیر برای تبیین متغیر ملاک به‌وسیله متغیرهای پیش‌بین نشان داد که بعد مدیریت روابط، بیشترین سهم را در تبیین کارآفرینی داشته و ابعاد دیگر را تحت تأثیر قرار می‌دهد (نمودار ۲).



نمودار ۲: مدل تحلیل مسیر برای تبیین متغیر ملاک به‌وسیله متغیرهای پیش‌بین

بحث و نتیجه‌گیری

مطالعه نشان داد هوش عاطفی کارکنان رابطه مثبت و معناداری با کارآفرینی دارد. اگرچه در مورد ارتباط هوش عاطفی و کارآفرینی پژوهشی انجام نشده است، اما در این باره می‌توان گفت افرادی که از هوش عاطفی بالایی برخوردارند می‌توانند از تمام ظرفیت‌های وجودی خود استفاده کنند و لحظات شاد و حالت‌های خوب توأم با خوش‌بینی را در زندگی خود ایجاد کنند. مطالعات نیز نشان داده‌اند

حال خوب نقش مهمی در خلق ایده‌های نو دارد. در همین راستا گلمن و همکاران (۲۰۰۲) عقیده دارند حالات سرزنده و احساس خوب باعث می‌شوند که افراد دیگران یا وقایع را در پرتویی مثبت‌تر بنگرند. این به‌نوبهٔ خود به افراد کمک می‌کند تا نسبت به توانایی خود در جهت نیل به یک هدف، خوش‌بین‌تر باشند، که این امر خلاقیت و مهارت‌های تصمیم‌گیری را افزایش می‌دهد و افراد را در جهت مفید واقع شدن آماده می‌سازد.

گلمن (۱۹۹۵) در مدل اولیهٔ خود، انگیزش را یکی از مؤلفه‌های هوش عاطفی معرفی کرده است. طبق این مدل افرادی که هوش عاطفی بالایی داشته باشند از سطح بالایی از انگیزش و در نتیجه از میل به توفیق‌طلبی بالایی برخوردار خواهند بود. مایر و سالوی نیز معتقدند که هوش عاطفی امکان تفکر با خلاقیت بیشتر و استفاده از احساسات و عواطف برای حل مشکلات را فراهم می‌سازد.

چون میل به توفیق‌طلبی بالا و خلاقیت از ویژگی‌های اساسی کارآفرینی می‌باشد، بنابراین می‌توان گفت افراد باهوش از نظر عاطفی در مقایسه با افرادی که از هوش عاطفی پایین‌تری برخوردارند، احتمال بیشتری دارد که با انگیزهٔ توفیق‌طلبی بالا و همچنین با خلاقیت و مهارت‌های تصمیم‌گیری بیشتر که در نتیجهٔ ایجاد حالات خوب و سرزنده حاصل می‌شود سطح بالاتری از کارآفرینی را از خود بروز دهند.

یکی دیگر از یافته‌های پژوهش وجود رابطهٔ مثبت معنادار بین بُعد خودآگاهی و کارآفرینی است. طبق تعریف گلمن (۱۹۹۵) خودآگاهی یعنی داشتن درکی عمیق از عواطف، نقاط قوت، نقاط ضعف، نیازها و انگیزه‌های خود. افرادی که از مهارت خودآگاهی بالایی برخوردارند، نه بیش از حد نقاد و نه غیر واقع‌امیدوارند. بنابراین آن‌ها موفقیت را در گرو تلاش و سخت‌کوشی خود می‌دانند و در نتیجه از کنترل درونی بالایی برخوردارند.

بنابر گفتهٔ گلمن (۲۰۰۱) این افراد با اعتماد به نفسی که دارند علی‌رغم وجود فشارها و شرایط عدم اطمینان، با اراده عمل نموده و توانایی این را دارند که تصمیمات درست و منطقی اتخاذ کنند. همچنین این توانایی را دارند که ایده‌های جدید ارائه دهند و بر صحت آن‌چه را که تشخیص می‌دهند اصرار بورزند.

بنابراین افرادی که از مهارت خودآگاهی بالایی برخوردارند افرادی ایده‌پرداز و سخت‌کوش هستند و از اعتماد به نفس و کنترل درونی بالاتری برخوردارند. از آن‌جا که این ویژگی‌ها از صفات مشخصهٔ افراد کارآفرین می‌باشد، می‌توان گفت: افراد با خودآگاهی بالا در مقایسه با افراد با خودآگاهی پایین احتمال بیشتری دارد که به فعالیت‌های کارآفرینانه بپردازند.

بین بُعد خودمدیریتی و کارآفرینی نیز یک رابطهٔ خطی مثبت و معنادار یافته شد. خودمدیریتی یعنی توانایی هدایت احساسات در جهت مثبت. بنابر گلمن (۲۰۰۱) افراد با مهارت خودمدیریتی بالا می‌توانند احساسات نسنجیدهٔ خود را کنترل و در شرایط بحرانی تمرکز خود را حفظ کنند.

از آنجایی که کارآفرین همواره در طی فعالیت کارآفرینانه در معرض ریسک، خطر و شرایط استرس‌زا قرار دارد که باید این شرایط درک، کنترل و در جهت مثبت هدایت شوند، بنابراین می‌توان گفت: افراد با مهارت خودمدیریتی بیشتر توانایی بالایی در کنترل احساسات نسنجیده در شرایط بحرانی و استرس‌زا دارند و در نتیجه با استقلال و خوداتکایی بیشتری که از این توانایی حاصل می‌شود، با احتمال بیشتری نسبت به کسانی که از خودمدیریتی پایین‌تری برخوردارند به فعالیت‌های کارآفرینانه خواهند پرداخت.

بُعد آگاهی اجتماعی نیز با کارآفرینی رابطهٔ مثبت و معناداری داشت. آگاهی اجتماعی یعنی توانایی تشخیص احساسات دیگران هنگام رودررویی با آن‌ها یا در حین کار با آن‌ها. افراد با مهارت آگاهی اجتماعی بالا توانایی فهم احساسات عاطفی دیگران که به زبان جاری نمی‌شود را دارند. این توانایی باعث می‌شود آن‌ها با حس همدلی که دارند به ادراکات و نیازهای دیگران توجه داشته و به حل مسائل و مشکلات آن‌ها بپردازند. همچنین با ویژگی خدمت‌گرایی که دارند از دیدگاه مشتریان درک درستی داشته، نیازهای مشتریان را شناسایی می‌کنند و خدمات و محصولات خود را با آن نیازها تطبیق می‌دهند. به علاوه با آگاهی سازمانی بالا می‌توانند حقایق و

موقعیت‌های درون و بیرون سازمانی را درک کرده و نیروهایی را که دیدگاه‌ها و فعالیت‌های مشتریان و رقبا را تشکیل می‌دهد شناسایی کنند. بنابراین افراد با آگاهی اجتماعی بالا با درک و دید وسیعی که از نیازها و موقعیت‌ها دارند نسبت به افرادی که آگاهی اجتماعی پایین‌تری دارند در موقعیت برتری برای کارآفرین شدن قرار دارند.

از یافته‌های دیگر پژوهش وجود همبستگی مثبت و معنادار بین بُعد مدیریت روابط و کارآفرینی است. "افرادی که از مهارت مدیریت روابط بالایی برخوردارند می‌توانند عواطف دیگران را قبضه کرده و به‌طور موثر آن را اداره کنند" گلمن (۲۰۰۱، ص ۷۳). این افراد چون توانایی تشخیص نیاز به‌تغییر را دارند لذا می‌توانند فرصت‌های جدید را برای کارآفرینی کشف کنند. با حس همکاری که دارند می‌توانند جو همکاری و دوستانه را توسعه دهند و از منافع این همکاری در جهت پیگیری ابتکارات جدید استفاده کنند. در نتیجه این افراد در مقایسه با افرادی که مهارت مدیریت روابط پایین‌تری دارند، در عملی کردن ایده‌های کارآفرینی موفق‌تر خواهند بود.

از آن‌جا نتایج پژوهش حاضر وجود یک رابطه خطی مثبت بین هوش عاطفی کارکنان و کارآفرینی آن‌ها را مورد تأیید قرار می‌دهد، به مدیران منابع انسانی پیشنهاد می‌شود در مراحل استخدام و گزینش، میزان هوش عاطفی افراد را به‌عنوان یکی از معیارهای استخدام در نظر بگیرند.

از آن‌جا که مهارت‌های هوش عاطفی جنبه اکتسابی داشته و قابل آموزش می‌باشد، برنامه آموزش هوش عاطفی در سیاست‌های نظام مدیریت منابع انسانی گنجانده شود. اهتمام مدیریت عالی در جهت ایجاد محیطی سالم و شاداب که باعث می‌شود افراد از نظر هوش عاطفی باهوش‌تر شده و در نهایت منجر به افزایش کارآفرینی می‌شود.

همان‌گونه که در نتایج تحلیل مسیر ملاحظه شد، مولفه "مدیریت روابط" بیشترین سهم را در تبیین کارآفرینی داشت. دانیل گلمن اظهار می‌دارد ارتباطات به افراد کمک می‌کند از نظر هوش عاطفی باهوش‌تر شوند. لذا پیشنهاد می‌شود راهکارهایی جهت تسهیل ارتباطات رسمی و غیررسمی در سازمان اتخاذ شود.

از آن‌جا که بنا به گفته گلمن (۲۰۰۱) هوش عاطفی در تمامی رده‌های سازمانی کاربرد زیادی دارد اما در رده‌های مدیریتی اهمیتی حیاتی می‌یابد لذا پیشنهاد می‌شود در انتخاب مدیران میانی، میزان هوش عاطفی آن‌ها به‌عنوان یکی از معیارهای اساسی، مورد توجه قرار گیرد.

میانگین هوش عاطفی کارکنان در نمونه مورد بررسی، ۷۷ برآورد شد که با توجه به کلید امتیازات پرسشنامه گریوز و برادبری این میزان در سطح متوسط می‌باشد. جهت افزایش هوش عاطفی کارکنان نکاتی به‌مسئولین پیشنهاد می‌شود:

- شناساندن هوش عاطفی و توانایی بالقوه آن در موفقیت افراد در زندگی و محیط کار.
- آموزش مدیریت و رهبری با هوش عاطفی.
- ایجاد انگیزه قوی در کارکنان برای یادگیری و تغییر.
- برنامه‌ریزی برای آموزش هوش عاطفی کارکنان در جهت اهداف شرکت.

تقدیر و تشکر

در انتها از کلیه مدیران و کارکنان شرکت ایران خودرو که در انجام پژوهش حاضر با صبر و حوصله به پژوهشگر در تکمیل پرسشنامه‌ها و گردآوری اطلاعات یاری رساندند کمال تشکر و سپاسگزاری را می‌نمایم.

منابع

منابع فارسی

- اکبرزاده، نسرين (۱۳۸۳). هوش هیجانی دیدگاه سالووی و دیگران. (چاپ اول)، تهران: انتشارات فارابی.
- گلمن، دانیل (بی‌تا). هوش هیجانی. ترجمه نسرين پارسا (۱۳۸۲)، تهران: انتشارات دانش بهار.
- گلمن، دانیل؛ ریچارد بویاتزیس و آنی مک کی (۲۰۰۲). هوش هیجانی در مدیریت و رهبری سازمانی، ترجمه بهمن ابراهیمی (۱۳۸۵)، چاپ اول، تهران: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
- فاطمی، سید محمدمحسن (۱۳۸۶). هوش هیجانی. چاپ دوم، انتشارات سارگل.
- شاه‌حسینی، علی (۱۳۸۳). کارآفرینی. (چاپ اول)، انتشارات آیین.

منابع انگلیسی

- Kierstead, J (1999). "Emotional Intelligence in the workplace". Available at: www.Emerald.fulltext.com.
- Goleman, D (1995). Emotional Intelligence, New York: Bantam Books, p.42-44.
- Thorndike, E. L. (1920). Intelligence and its uses. *Havpers Magasing*, 14, pp. 227-235
- Payne, W. L. (1985) A study of emotion: developing emotional intelligence; self integration; relation to fear, pain and desire (theory, structure of reality, problem-solving, contraction/expansion, and tuning in/coming out/letting go). Ph.D. dissertation, The Union for Experimenting Colleges and Universities, United States, Ohio. Retrieved November 15, 2007, from ProQuest DigitalDissertations. (Publication No. AAT 8605928).
- Zeidner, M, Matthews, G, Roberts, R (2004). Emotional intelligence in the workplace": a critical review. *Appl. Psychol.* 53 (3), pp.371-399.
- guleryuz, Guldal, Semra Guney, Eren miski aydin, oznur asan, (2008). "The mediating of job satisfaction between emotional intelligence and organizational commitment of nurses": A questionnaire survey, available at: www.Sciencedirect.com
- Meredith. Cheryl L. (2007). The Relationship of emotional intelligence and transformational leadership behavior in Non-Profit executive leaders, Capella University, A Dissertation for the degree doctor of philosophy.
- Abraham, R (2000). The role of job control as a moderate of emotional dissonance and emotional intelligence-outcome relationship. *J Psychol* 134 (2), 169-184.
- Sy, T., S, Tram, and L.A. O'Hara. (2006). Relationship of employee and manager emotional intelligence to job satisfaction and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 68, 461-473.
- Barling, J., F. Slater, and E.K. Kelloway. (2000). Transformational leadership and emotional intelligence: An exploratory study. *Leadership and Organization Development*, 21(3), 157-161.
- Palmer, B, M. Walls, Z.S. Burgess, and C. Stough. (2001). Emotional intelligence and effective leadership. *Leadership and Organization Development Journal*, 22(1), pp. 5-10.
- Downey, L.A, V. Papagorgiou, and C. Stough. (2006). Examining the relationship between leadership, emotional intelligence and intuition in senior female managers". *Leadership and Organization Development Journal*, 4 (2), 250-264.
- Gardner, L. and C. Stough. (2002). Examining the relationship between leadership and emotional intelligence in senior level managers. *Leadership and organization development journal*, 23 (2), 68-78.
- Druskat, U. V. and S. Wolff. (2001). Building the emotional intelligence of groups. *Harvard Business Review*, 79(3), 81-90.
- Welch, J. (2003). The best teams are emotionally literate. *Industrial and Commercial Training*, 35 (4), 168-170.
- Herkenhoff, L. (2004). Culturally turned emotional intelligence: An effective change management tool? *Strategic Change*, 13, 73-81
- Bardzil, P. and M. Slaski. (2003). Emotional intelligence: Fundamental competencies for enhanced service provision. *Managing Service Quality*, 13 (2), 97-104.
- Greaves, Jean & Bradberry. T (2003). Team Emotional Intelligence, available at: www.Talentsmart.Com.
- Goleman, D. (2001). Emotional Intelligence: Issue in paradigm building, in C.
- Bygrave William (1994). The Entrepreneurial Process In William Baygrave in the protable MBA in entrepreneurship, New York: Joh wiley & sons.
- Bar-on, R. (1997) Emotional quotient (EQ-I): Technical Manual, Toronto: Multi-Health System.
- Goleman, Danil (2001). An EI- Based Theory of performance, available at: www.Eiconsortium.Org
- Cochran, T (1968). Entrepreneurship, In. D. L. sills (ed). International Encyclopedia of the social sciences, New work: Free press.
- Hisrich, R. D. & Peters, M.P. (2002). Entrepreneurship (Fifth Edition), Mc Grow- Hill.
- Salovay, p. & Mayer, J.D. (1990). Emotional intelligence. *Cognition & personality*. 19, 185-211.