

۱۵۸۱۹۲ - ۲۰۳۸۳۸۵



دانشگاه سیستان و بلوچستان
تحصیلات تکمیلی

پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت دولتی (گرایش منابع انسانی)

عنوان:

مطالعه نقش هوش هیجانی بر کارآفرینی سازمانی

استاد راهنما:

دکتر امین رضا کمالیان

استاد مشاور:

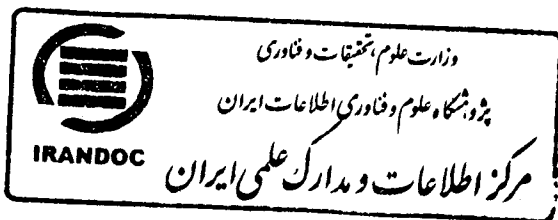
دکتر نورمحمد یعقوبی

تحقیق و نگارش:

ماهیم پوری

(این پایان نامه از حمایت مالی معاونت پژوهشی دانشگاه سیستان و بلوچستان بهره مند شده است)

اسفند ۱۳۸۹



۱۵۸۱۶۲

۱۳۹۰/۳/۸



بسمه تعالی

این پایان نامه با عنوان مطالعه نقش هوش هیجانی بر کارافرینی سازمانی قسمتی از برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد مدیریت گرایش منابع انسانی توسط دانشجو خانم ماهم پوری با راهنمایی استاد پایان نامه دکتر امین رضا کمالیان تهیه شده است. استفاده از مطالب آن به منظور اهداف آموزشی با ذکر مرجع و اطلاع کتبی به حوزه تحصیلات تکمیلی دانشگاه سیستان و بلوچستان مجاز می باشد.

ماهم پوری

این پایان نامه ۹۰۰۰ واحد درسی شناخته می شود و در تاریخ ۱۳۹۷/۱۲/۱۷ توسط هیئت داوران بررسی و درجه عالی به آن تعلق گرفت.

تاریخ

امضاء

نام و نام خانوادگی

دکتر امین رضا کمالیان

استاد راهنما:

استاد راهنما:

دکتر نورمحمد یعقوبی

استاد مشاور:

دکتر حبیب الله سالارزهی

داور ۱:

دکتر پور قاز

داور ۲:

نماینده تحصیلات تکمیلی: آقای ارش گودرزی

۱۳۹۰/۱۲/۱۷

۱۳۹۷/۱۲/۱۷



دانشگاه سیستان و بلوچستان

تعهدنامه اصالت اثر

اینجانب ماهر پوری تأیید می‌کنم که مطالب مندرج در این پایان‌نامه حاصل کار پژوهشی اینجانب است و به دستاوردهای پژوهشی دیگران که در این نوشته از آن استفاده شده است مطابق مقررات ارجاع گردیده است. این پایان‌نامه پیش از این برای احراز هیچ مدرک هم سطح یا بالاتر ارائه نشده است.

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به دانشگاه سیستان و بلوچستان می‌باشد.

نام و نام خانوادگی دانشجو: ماهر پوری

امضاء

تقدیم به:

پدر و مادر عزیز و همسر مهربانم

سپاسگزارى

شكر و سپاس بى قياس پروردگارى را كه زمين گسترده با همه ي رازهاى بيشمار نهفته در دل خاكش، ذره اى است در دريائى آفرينش او. مهربان پروردگارى كه تا او نخواهد، پرده ي گل نشكافد و باد گيسوى شمشاد نجنباند و بى حكم او دامن لاله پر از ژاله نگردهد. لطفش را سپاس گزارم كه براين بنده ي بى مقدار، مهر بسيار ارزاني داشته مدد نمود تا در رداى آسمانى دانش پژوهى رازى از بيشمار راز نهفته ي زمين مهربانش را جستجو كنم و گامى ديگر بردارم در شناخت نيكوترش، كه بى شك تحمل سختى هاى مسير آموختن بى لطف او برايم امكان پذير نبود. پس تو را شكر بسيار مى نمايم به خاطر تمام مهربانيهايت و اين كمينه ي ناچيز پيشكشى است به درگاه باشكوهت.

از استاد بزرگوارم جناب آقاى دكتر كماليان كه كمك هاى بيدريغى در راه هر چه بهتر به اتمام رساندن اين پايان نامه نمودند، سپاسگذارم و همچنين از جناب آقاى دكتر يعقوبى به خاطر زحماتى كه در اين را براى من كشيدند، كمال تشكر را دارم. اميدوارم كه با اتمام اين پايان نامه، گوشه اى از زحمات اين بزرگواران را جبران كرده باشم.

از سعيد، همسر مهربان و صبورم

پدرم و مادرم

و تمام اعضاى خانواده ام

و در نهايت از تمامى دوستانى كه مرا در اين را يارى رساندند از صميم قلب سپاس مى گزارم.

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی نقش هوش هیجانی کارکنان و ابعاد آن بر میزان گرایش کارآفرینانه آنها در درون سازمان می باشد. جامعه مورد بررسی در این پژوهش کارکنان بانک های واقع در منطقه آق قلا (استان گلستان) می باشد. با توجه به جدول مورگان، نمونه ۷۰ نفری از میان آنها تعیین گردید. داده های مربوط به هوش هیجانی، با استفاده از پرسشنامه هوش هیجانی گلمن جمع آوری گردیده است و همچنین پس از مطالعه پژوهش های مختلف صورت گرفته در ارتباط با این موضوع، پرسشنامه ای جهت جمع آوری داده های مربوط به گرایش کارآفرینانه تنظیم گردید. بررسی داده های گردآوری شده توسط نرم افزار علوم اجتماعی انجام پذیرفت و برای تحلیل داده ها از آزمون همبستگی اسپیرمن و رگرسیون استفاده گردید. نتایج حاصل از تحلیل اطلاعات حاکی از آن است که در جامعه مورد بررسی بین هوش هیجانی و گرایش کارآفرینانه کارکنان رابطه معناداری برقرار است و از میان ابعاد هوش هیجانی، بعد همدلی و خودانگیزی نسبت به سایر ابعاد بیشترین تأثیر را در گرایش کارآفرینانه کارکنان دارد. یافته های این مطالعه نشان داد که خودانگیزی و خودآگاهی بیشترین تأثیر را روی بعد نوآوری از گرایش کارآفرینانه دارد. خودتنظیمی بیشترین تأثیر را روی ریسک پذیری و بعد همدلی بیشترین تأثیر را روی بعد پیشگامی دارد.

کلمات کلیدی: کارآفرینی سازمانی، هوش هیجانی، گرایش کارآفرینانه، خودآگاهی، خودتنظیمی، خودانگیزی،

همدلی، مهارت اجتماعی

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول: کلیات
۲	۱-۱- مقدمه
۵	۱-۲- بیان مسأله
۸	۱-۳- اهمیت تحقیق
۹	۱-۴- اهداف تحقیق
۱۰	۱-۵- سؤالات تحقیق
۱۰	۱-۶- تعاریف نظری تحقیق
۱۲	۱-۷- قلمرو تحقیق
۱۲	۱-۷-۱- قلمرو موضوعی تحقیق
۱۲	۱-۷-۲- قلمرو مکانی تحقیق
۱۲	۱-۷-۳- قلمرو زمانی تحقیق
۱۳	فصل دوم: ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق
۱۵	۲-۱- بخش اول: هوش هیجانی
۱۵	۲-۱-۱- مقدمه
۱۶	۲-۱-۲- هیجان
۱۷	۲-۱-۳- هوش
۱۸	۲-۱-۴- هوش چندگانه
۱۹	۲-۱-۵- چگونگی شکل گیری حوزه هوش هیجانی
۲۱	۲-۱-۶- هوش هیجانی
۲۷	۲-۱-۷- ویژگی های افراد با هوش هیجانی بالا
۲۹	۲-۱-۸- هوش هیجانی در محیط کار و سازمان
۳۰	۲-۱-۹- تقویت هوش هیجانی
۳۲	۲-۱-۱۰- رویکردهای هوش هیجانی
۳۲	۲-۱-۱۰-۱- رویکرد توانایی هوش هیجانی
۳۲	۲-۱-۱۰-۱-۱- تحقیق سالووی و مایر
۳۴	۲-۱-۱۰-۲- رویکرد ترکیبی هوش هیجانی
۳۴	۲-۱-۱۰-۲-۱- تحقیق بار-آن
۳۶	۲-۱-۱۰-۲-۲- مدل شایستگی گلمن
۳۸	۲-۲- بخش دوم: کارآفرینی سازمانی
۳۸	۲-۲-۱- مقدمه

۳۸ ریشه های کارآفرینی.....
۳۹ تعریف کارآفرینی.....
۴۰ انواع کارآفرینی.....
۴۳ تفاوت های کارآفرینی فردی و سازمانی.....
۴۶ تاریخچه کارآفرینی سازمانی.....
۴۹ تعریف کارآفرینی سازمانی.....
۵۲ دلیل اهمیت کارآفرینی سازمانی.....
۵۴ گرایش کارآفرینانه.....
۵۵ الگوهای کارآفرینی سازمانی.....
۵۵ ۱-۲-۱۰-مدل دو بعدی زهرا شاکر.....
۵۵ ۲-۲-۱۰-مدل هیسریچ.....
۵۷ ۱۱-۲-۲-هوش هیجانی و گرایش کارآفرینانه.....
۶۰ فصل سوم: روش تحقیق.....
۶۲ ۱-۳-مقدمه.....
۶۳ ۲-۳-روش تحقیق.....
۶۳ ۳-۳-جامعه و نمونه آماری و روش تعیین حجم نمونه.....
۶۳ ۴-۳-ابزارهای جمع آوری داده ها.....
۶۴ ۵-۳-روایی تحقیق.....
۶۴ ۶-۳-پایایی تحقیق.....
۶۵ ۷-۳-چارچوب مفهومی تحقیق.....
۶۶ ۸-۳-فرضیه های تحقیق.....
۶۸ ۹-۳-تکنیک های تجزیه و تحلیل.....
۶۸ فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها.....
۶۹ ۱-۴-مقدمه.....
۷۰ ۲-۴-تجزیه و تحلیل داده های تحقیق.....
۷۰ ۱-۴-۲-۱-تحلیل های توصیفی.....
۷۰ ۲-۴-۲-آزمون های آماری.....
۷۲ ۱-۴-۲-۲-آزمون فرضیه اول.....
۷۳ ۱-۴-۲-۲-الف) آزمون همبستگی.....
۷۴ ۲-۴-۲-۲-ب) آزمون رگرسیون فرضیه اول.....
۷۴ ۲-۴-۲-۲-آزمون فرضیه دوم.....
۷۴ ۳-۴-۲-۲-آزمون فرضیه سوم.....
۷۶ ۴-۴-۲-۲-آزمون فرضیه چهارم.....
۷۷ ۵-۴-۲-۲-آزمون فرضیه پنجم.....
۷۹ فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات.....
۸۱ ۱-۵-مقدمه.....
۸۲ ۲-۵-نتایج حاصل از تحلیل آماری مربوط به فرضیه اول تحقیق.....

۸۲۵-۳- نتایج حاصل از تحلیل آماری مربوط به فرضیه دوم تحقیق
۸۳۵-۴- نتایج حاصل از تحلیل آماری مربوط به فرضیه سوم تحقیق
۸۳۵-۵- نتایج حاصل از تحلیل آماری مربوط به فرضیه چهارم تحقیق
۸۴۵-۶- نتایج حاصل از تحلیل آماری مربوط به فرضیه پنجم تحقیق
۸۴۵-۷- پیشنهادات بر اساس نتایج تحقیق
۸۴۵-۸- پیشنهادات برای محققین آتی
۸۵۵-۹- محدودیت های تحقیق
۸۶منابع و مأخذ
۸۷پیوست ها
۹۴	

فهرست جدول ها

صفحه	عنوان جدول
۴۸	جدول ۱-۲. مقایسه کارآفرینان فردی و سازمانی.....
۶۶	جدول ۱-۳. ابعاد پرسشنامه.....
۷۰	جدول ۱-۴. توزیع فراوانی سن پاسخ دهندگان.....
۷۱	جدول ۲-۴. توزیع فراوانی مقطع تحصیلی پاسخ دهندگان.....
۷۱	جدول ۳-۴. توزیع فراوانی سابقه خدمت پاسخ دهندگان.....
۷۲	جدول ۴-۴. توزیع فراوانی جنسیت پاسخ دهندگان.....
۷۳	جدول ۵-۴. آزمون همبستگی اسپیرمن بین دو متغیر هوش هیجانی و گرایش کارآفرینانه.....
۷۴	جدول ۶-۴. نتایج رگرسیون مربوط به فرضیه اصلی تحقیق.....
۷۵	جدول ۷-۴. ضریب همبستگی میان ابعاد هوش هیجانی با گرایش کارآفرینانه.....
۷۵	جدول ۸-۴. نتایج رگرسیون مربوط به ابعاد هوش هیجانی با گرایش کارآفرینانه.....
۷۶	جدول ۹-۴. ضریب همبستگی میان ابعاد هوش هیجانی با ریسک پذیری.....
۷۶	جدول ۱۰-۴. نتایج رگرسیون میان ابعاد هوش هیجانی با ریسک پذیری.....
۷۸	جدول ۱۱-۴. ضریب همبستگی میان ابعاد هوش هیجانی با نوآوری.....
۷۸	جدول ۱۲-۴. نتایج رگرسیون ابعاد هوش هیجانی و بعد نوآوری.....
۷۹	جدول ۱۳-۴. ضریب همبستگی میان ابعاد هوش هیجانی با پیشگامی.....
۸۰	جدول ۱۴-۴. نتایج رگرسیون ابعاد هوش هیجانی با پیشگامی.....

فهرست نمودارها

صفحه	عنوان نمودار
۵۶	نمودار ۱-۲. مدل دو بعدی کارآفرینی سازمانی.....
۵۹	نمودار ۲-۲. الگوی گرایش کارآفرینی هیسریج.....
	نمودار ۱-۳. چارچوب مفهومی تحقیق.....



دانشگاه بلوچستان
تحصیلات تکمیلی

پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت دولتی (گرایش منابع انسانی)

عنوان:

مطالعه نقش هوش هیجانی بر کارآفرینی سازمانی

استاد راهنما:

دکتر امین رضا کمالیان

استاد مشاور:

دکتر نورمحمد یعقوبی

تحقیق و نگارش:

ماهم پوری

(این پایان نامه از حمایت مالی معونت پژوهشی دانشگاه سیستان و بلوچستان بهره مند شده است)

اسفند ۱۳۸۶

فصل اول

کلیات طرح تحقیق

امروزه همه سازمان ها تحت تأثیر آشوب های محیطی قرار دارند. با توجه به اینکه این عدم قطعیت بر سازمان و کارکنان تأثیر می گذارد، بنابراین قابلیت هایی لازم است که در عین حال که در برابر این آشوب ها بتوان مقاومت کرد بلکه بتوان بدون از دست دادن انگیزه ادامه راه، تصمیم مناسب گرفته و از این آشوب ها به صورت فرصتی سودآور برای سازمان استفاده کرد. یکی از این قابلیت ها را می توان وجود هوش هیجانی در افراد سازمانی دانست.

در واقعیت امر می توان بیان کرد که انسان دو ذهن دارد. یکی که فکر میکند و دیگری که احساس می کند. این دو راه متفاوت شناخت در کنش متقابل، حیات روانی ما را می سازند. ذهن خرد گرا همان مقام درک و فهم است که به مدد آن قادر به تفکر و تعمق است. ولی در کنار آن نظام دیگری نیز وجود دارد. نظام تکانشی و قدرتمند و گهگاهی غیر منطقی، یعنی ذهن هیجانی. تقسیم ذهن به دو بخش هیجانی و خرد گرا تقریباً مانند تمایزی است که میان قلب و سر قائلیم. این دو ذهن در اکثر مواقع بسیار هماهنگ عمل می کنند. احساس لازمه ی فکر و فکر لازمه احساس است و اما زمانی که هیجان ها به غلیان درآیند، این تعادل بر هم می خورد. در این موارد، ذهن هیجانی در مکان برتر قرار می گیرد و بر ذهن خرد گرا مسلط می شود (گلمن^۱، ۱۳۸۷: ۳۲-۳۳). بارساد^۲ (۲۰۰۰) از دانشگاه ییل در مطالعه ای که راجع به شناخت هیجانی انجام داد، دریافت که گسترش هیجان های مثبت در داخل گروه ها، همکاری و مشارکت اعضای گروه را تسهیل کرده، تعارض را کاهش داده و میزان کارایی اعضای گروه را بهبود می بخشد. امروزه هوش هیجانی^۳ به سرعت مورد توجه شرکت ها و سازمان ها قرار گرفته است و اهمیت آن از توانایی های شناختی و دانش تکنیکی بیشتر شده است. دلیل این امر آن است که مدیران دریافته اند که پیوستگی درونی و تعامل شخصی و سازمانی افزایش پیدا خواهد کرد. هوش هیجان نوعی از هوش است که مشتمل بر شناخت احساسات خویشتن و استفاده از آن برای اتخاذ تصمیم های مناسب در زندگی است. به عبارت دیگر بیانگر توانایی اداره مطلوب

^۱ - Goleman

^۲ - Barsade

^۳ - Emotional Intelligence

خلق و خو و وضع روانی و کنترل تنش هاست و در واقع عاملی است که به هنگام ناکامی در دستیابی به هدف در شخص ایجاد انگیزه و امید می کند (سید جوادین و حسین پور، ۲۰۰۷: ۷-۸).

بهره هوشی^۱ نمیتواند به خوبی از عهده توضیح سرنوشت متفاوت افرادی برآید که فرصت ها، شرایط تحصیلی و چشم اندازهای مشابهی دارند. شواهد بسیاری ثابت می کند افرادی که مهارت هیجانی دارند- یعنی کسانی که احساسات خود را به خوبی می شناسند و هدایت می کنند و احساسات دیگران را نیز درک و به طرز اثر بخشی با آن برخورد می کنند- در هر حیطة ای از زندگی ممتازند، خواه در روابط عاطفی و صمیمانه باشند خواه در فهم قواعد ناگفته ای که در خط مشی سازمانی به پیشرفت می انجامد (گلمن، ۱۳۸۷: ۶۳-۶۵).

گلمن بیان می کند که هوش هیجانی وقتی وجود دارد که یک شخص بالنفسه دارای ویژگی های شایسته ای چون، خودآگاهی^۲، خود تنظیمی^۳، انگیزش^۴، همدلی^۵ و مهارت اجتماعی^۶ می باشد. اما بحث جدیدی که در تحقیقات مربوط به مدیریت و سازمان ها مطرح است، رابطه بین هوش هیجانی و کارآفرینی می باشد. کراس^۷ و تراواگلیون^۸ (۲۰۰۴) پیشنهاد می کنند که هوش هیجانی کارآفرین، حلقه مفقوده درک و فهم موفقیت کارآفرینانه است (هورست^۹، مک دوگال^{۱۰} و پلهام^{۱۱}، ۲۰۰۸: ۳۷۰).

توسعه محصولات و خدمات جدید یک اصل اساسی برای حفظ مزیت رقابتی بلند مدت سازمان است. بسیاری از صاحب نظران و محققان از دنیای امروز به عنوان عصر عدم تداوم یاد می کنند. عصر عدم تداوم به این معناست که دیگر تجارب و راه حل های گذشته برای مسائل جاری در آینده سازمان کارگشا نیستند و باید به شیوه های دیگر با کیفیت برتر متناسب با نیازها و سلیقه های مشتری تولید کرد (صالحی امیری و همکاران، ۱۳۸۷: ۷).

۱- Intelligence Quotient

۲- Self- awareness

۳- Self- regulation

۴- Motivation

۵- Empathy

۶- Social skills

۷- Cross

۸- Travaglion

۹- Hurst

۱۰- Macdougall

۱۱- Pelham

کارآفرینی یک نگرش است، یک روش فکر کردن و رفتار کردن، یک حالتی از ذهن است و یک طرز تفکر هوشمندانه و ماهرانه و روشی برای بهره‌برداری از فرصت‌ها می‌باشد (مالین^۱ و فینکل^۲، ۲۰۰۷: ۶۸). استیونسون^۳ کارآفرینی را به عنوان رویکرد مدیریتی تلقی می‌کند که فرصت‌ها بدون توجه به منابعی که فعلاً در کنترل هستند، تحقیق و پیگیری می‌شود. در مورد کارآفرینی ابتدا تأکید سنتی بر تلاش‌هایی بود که یک فرد، یک بینش را به یک کسب و کار موفق تبدیل می‌کند. اما اخیراً کارآفرینی به عنوان فرایندی که می‌تواند در سازمان‌ها با هر نوع و اندازه‌ای رخ دهد، که افراد نیز جزئی از آن هستند، مفهوم پردازش شده است. فرایند کارآفرینانه دارای عناصر، نگرش و رفتاری است که از نگرش به تمایل یک فرد یا یک سازمان برای استفاده از فرصت‌های جدید و حس مسئولیت برای تغییر خلاقانه اشاره دارد که این تمایلات را گرایش کارآفرینانه می‌گویند. در واقع، کارآفرینی سازمانی به معنای توسعه شایستگی‌ها و فرصت‌ها در درون سازمان از طریق ترکیبات مختلف منابع جدید است. به عقیده شامپیتر کارآفرینی سازمانی واژه‌ای است که از درون دنیای کسب و کار برخاسته و توانایی استفاده از منابع با روش‌های جدید است که منجر به خلق محصولات و خدمات جدید در محیط سازمانی می‌شود. (مقیمی، ۱۳۸۳: ۳۰-۳۱). کارآفرینی سازمانی^۴ ابزاری برای سازمان‌ها جهت افزایش توانایی‌های کارآفرینی کارکنان و موفقیت سازمان است (پیکارچو و علی اصغری، ۱۳۸۷: ۷۴). استیونسون و جاریلو^۵ معتقدند که کارآفرینی تنها به فعالیت‌های مخاطره‌آمیز مستقل منحصر نمی‌شود، بلکه علاوه بر آن شامل سازمان کارآفرینانه و مجموعه‌های سازمانی نیز می‌شود. میلر کارآفرینی سازمانی را پدیده‌ای چند بعدی تلقی می‌کند که شامل گرایش به نوآوری^۶، پیشگامی^۷ و ریسک‌پذیری^۸ در توسعه محصولات و تکنولوژی است. نوآوری، ظرفیت اجرای محصولات یا خدماتی است که جدیداً طراحی شده‌اند. درجه‌ای از نوآورانه بودن (مقیمی، ۱۳۸۳: ۸۳-۸۴).

۱- Mallin

۲- Finkle

۳- Stevenson

۴- Corporate Entrepreneurship

۵- Jarillo

۶- Innovation

۷- Proactiveness

۸- Risk-taking

با توجه به مطالب بیان شده، هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه ای است که بین هوش هیجانی و گرایش کارآفرینانه^۱ کارکنان بانک ها وجود دارد. در واقع تأثیری که هوش هیجانی در افراد سازمانی می گذارد تا در آنها رفتار کارآفرینانه بروز کند که در نهایت منجر به کارآفرینی سازمانی شود.

۲-۱- بیان مسأله

از اوایل دهه ی ۱۹۸۰، سازمان ها به منظور تسریع تغییرات، توجه زیادی به خلاقیت و نوآوری نشان دادند. امروزه سازمان ها باید نوآوری داشته باشند تا زنده بمانند؛ بنابراین بهترین روش تشویق افراد خلاق است تا در ساختار سازمان به یک کارآفرین تبدیل شوند. سازمان های جدید با تحولات و تهدیدهای گسترده ی بین المللی رو برو هستند؛ از این رو تضمین و تداوم حیات و بقای آن ها در گرو یافتن راه حل ها و روش های جدید مقابله با مشکلات است. این امر به نوآوری، ابداع، خلق محصولات، فرآیندها و روش های جدید بستگی زیادی دارد.

بر طبق نظر شامپیتر کارآفرین نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی است و نقش وی عبارت است از نوآوری یا ایجاد ترکیب های تازه از مواد. به نظر ساویر (۱۹۵۸) که یکی از دیدگاههای مدیریتی است، کارآفرین را می توان در دامنه وسیعی از وظایف مشاهده کرد. این وظایف می توانند شامل نوآوری محض تا کارهای معمولی باشند. و کارآفرینی را نه تنها به طور فردی و مستقل بلکه در تمام سازمانهایی که در آنها تصمیم گیری متهورانه اتخاذ می گردد و بر ترکیب و تخصیص منابع در شرایط بی ثبات تأثیر می گذارد می توان یافت. فیول (۱۹۹۵) استدلال می کند که سازمانها می توانند محیطی مساعد را برای فعالیتهای کارآفرینی ایجاد نمایند زیرا آنها در بر گیرنده تضادهای لازم برای تفکرات و اعمال خلاقانه هستند. بنابراین، کارآفرینی سازمانی از طریق تبادل ایده های افراد در قالب یک عمل جمعی و از طریق مدیریت ابهامات یعنی مصالحه میان تضادها، تکامل می یابد. کارآفرینی هم می تواند وقتی که یک فرد یا گروهی از افراد یک فعالیت جدید اقتصادی را آغاز می کنند اتفاق افتد و هم می تواند در داخل یک سازمان در حال فعالیت رخ دهد. که نوع اخیر آن را کارآفرینی سازمانی می گویند. جان تامپسون^۲، معتقد است که رفتار کارآفرینانه نیازی فراگیر و

^۱ - Entrepreneurial Orientation

^۲ - Tompson

ضروری برای تمامی سازمانها (دولتی، خصوصی، داوطلبانه و غیره) با هر اندازه (بزرگ، متوسط و کوچک) است. به عقیده کوراتکو^۱ (۲۰۰۵) گرایش کارآفرینانه همه عملیاتی را که بوسیله اعضای سازمان انجام می شود در بر می گیرد که مربوط به کشف و ارزیابی و استفاده از فرصت های کارآفرینانه است. مفهوم سازی های متفاوت از گرایش کارآفرینانه اغلب وابسته به وقایع کارآفرینانه جدا از هم نظیر ایجاد سازمان جدید، شریک جدید یا توسعه محصول جدید است. اما در مفهوم سازی مایر^۲ که پژوهش حاضر نیز در این راستا است، رفتار کارآفرینانه شامل طیفی از فعالیت هایی که از رفتار مستقل به رفتار مشارکتی تغییر یافته است، می باشد. که روش های کارآفرینانه انجام کارها را در نظر دارد. با نگاه عمیق تر، می توان بیان کرد که این فعالیت ها و عملیات فردی جهت ایجاد ارزش برای سازمان مشارکت می کنند که از وقایع کارآفرینانه جدا از هم و بزرگ متفاوت است (زامپتاکیس^۳، بلدکاس^۴ و موستاکیس^۴، ۲۰۰۹: ۱۶۷-۱۶۹).

نتایج تحقیقات نشان داده است که شخصیت در اساس کارآفرینی نقش مهمی بازی میکند. بررسی تحقیقات نشان می دهد که هیجانات مدیر توسط کارکنان او دریافت می شود و روی میل کارکنان به فعالیت کارآفرینانه تأثیر دارد. در سالهای اخیر توجه به هیجانات، هوش هیجانی و تأثیر آن بر کسب موفقیت های سازمانی رشد چشم گیری داشته است. هوش هیجانی بعد عاطفی، احساسی و به عبارتی هیجانی انسان را مورد بررسی قرار می دهد (سید جوادین و دیگران، ۲۰۰۶: ۶). قابل قبول ترین تعریف علمی از مفهوم هوش هیجانی بوسیله مایر^۵ و سالوی^۶ پیشنهاد شده است که طبق این تعریف هوش هیجانی عبارت است از توانایی کنترل احساسات خود و دیگران، تمایز میان آنها و استفاده از این اطلاعات برای فکر و عمل شخص (گادوت^۷ و میسلر^۸، ۲۰۱۰: ۷۳).

در سال ۱۹۹۶ دانیل گلمن با انتشار کتاب مشهور خود، نقش قابل توجهی در عمومیت بخشیدن به این مفهوم ایفا کرد. وی در سال ۱۹۹۸ با توجه به یافته های محققین، هوش عاطفی را چنین تعریف کرد. هوش عاطفی نوع دیگری از هوش، مشتمل بر شناخت احساسات خویشتن و استفاده از آن برای اتخاذ تصمیم های

۱- Kuratko
۲- Zampetakis
۳- Beldekos
۴- Moustakis
۵- Mayer
۶- Salovey
۷- Gadot
۸- Meisler

مناسب در زندگی است. به عبارت دیگر هوش عاطفی بیانگر توانایی اداره مطلوب خلق و خو و وضع روانی و کنترل تنش هاست و در واقع عاملی است که به هنگام ناکامی در دستیابی به هدف، در شخص ایجاد انگیزه و امید می کند (سید جوادین و همکاران، ۲۰۰۶: ۶-۷).

مطابق با مایر، روبرت و بارساد (۲۰۰۸)، هوش هیجانی می تواند به عنوان توانایی استدلال کردن در مورد هیجانات تعریف شود. و می تواند شامل مجموعه ای از ویژگی ها نظیر کسب انگیزش، انعطاف پذیری، شادکامی و عزت نفس باشد. بعلاوه توافقی بر سر این موضوع وجود دارد که هوش هیجانی مربوط به توانایی به کار بستن استدلال صحیح و دقیق در مورد هیجانات، توانایی استفاده از احساسات، هیجانات و دانش هیجانی برای ارتقاء تفکر اندیشه، می شود. در واقع هوش هیجانی ترکیبی از هوش عقلی و هیجانی برای ارتقاء تفکر است. و در بر گیرنده توانایی شناسایی دقیق احساسات و هیجانات است (گادوت و میسلر، ۲۰۱۰: ۷۳).

کارکنان با هوش هیجانی بالا گرایش به تطبیق بیشتر برای تعدیل هیجانات خود و بنابراین کسب اطمینان بیشتر و کنترل کردن تحت نیازمندی های محیط کار دارند که آنها را قادر به عمل کارآفرینانه میکنند. مایر پیشنهاد کرد و بر اساس مشاهدات ثابت کرد که توانایی مدیر برای کنترل احساسات و افکار خود، تأثیر مثبتی روی رفتار کارآفرینی درون سازمان دارد. هوش هیجانی صفت رفتار کارآفرینی را از طریق دو فرایند کلیدی متأثر می کند. اولین و مهمترین فرایند، خودارزیابی های هیجانی است. کارکنانی که هوش هیجانی خود ادراکی آنها بالاست، ممکن است میزان تغییرات بالایی را در استرس و فشارهای محیطی نشان دهند. آنها در ارزیابی و کنترل هیجانات خودشان ماهرتر هستند. برای مثال، کارکنانی با هوش هیجانی بالا تحمل پذیری بالایی را در برابر فشارهای محیطی از خود نشان می دهند. شناسایی احساسات نا امیدی و متعاقباً کنترل آن احساسات برای کاهش استرس و در نتیجه سطوح رفتار کارآفرینانه را در آنها افزایش می دهد. فرایند کلیدی دوم شناختی است، افراد با هوش هیجانی خود ادراکی بالا، هیجان پذیری بالاتری دارند، علایق ایجاد می کنند و بنابراین رفتار کارآفرینانه را تسهیل می کنند. برای مثال: هیجان پذیری مثبت ممکن است منجر به واکنش پذیری و خلاقیت بالاتری شود. تحقیقات اخیر ارزش افزوده هوش هیجانی را بیش از شخصیت و سازه های شناختی دیگر در پیش بینی متغیر های عاطفی نشان می دهد (زامپتاکیس و همکاران، ۲۰۰۹: ۱۶۸). با توجه به مطالب بیان شده، مسأله ای که توجه محقق را به خود جلب کرده و به انجام این