

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ



دانشگاه سیستان و بلوچستان
تحصیلات تکمیلی
دانشکده مدیریت و حسابداری

پایان نامه دوره کارشناسی ارشد مدیریت دولتی

گرایش: مدیریت منابع انسانی (HRM)

عنوان:

بررسی ارتباط بین هوش هیجانی و سازمانی با گرایش کارآفرینانه (مطالعه موردی: صنایع غذایی زاهدان)

استاد راهنما:

دکتر نورمحمد یعقوبی

استاد مشاور:

دکتر سید علیقلی روشن

تحقیق و نگارش:

مریم نارویی

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

تیر ۱۳۹۰



تعهدنامه اصالت اثر

اینجانب مریم ناروئی تعهد 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: مریم ناروئی

امضاء

تقدیم به:

حاکمیت سکوت و شکوه کلامش

پدرم

و

تقاش بهترین خاطرات زندگیم

مادرم

و

خواهران و برادرانم که در طول زندگی، از هیچ کوشش و فداکاری برایم دریغ ننموده و

همواره مدیون محبتها و مهربانی های آنها می باشم.

آنانکه دوستشان دارم

سپاسگزاری

هیچ آسان بری تو را به آسمان نزدیک نمی کند

راه را باید قدم به قدم پیمود

سپاس خداوند منان را که عنایت فرمود تا به وسع دانش و اندیشه خود گامی کوچک در گستره ی پهناور علم و معرفت بردارم و میسر گشت تا از تجربه بزرگان و نیک اندیشان خوشه چینی کرده و میوه ای از باغ علم در دامن پرورش دهم.

اکنون که به یارگاری پروردگار متعال، دوران پر خاطره تحصیل را به پایان رسانده ام، هر چند واژه ها را یارای آن نیست که لطف و محبت کلیه ی اساتید در تمام دوران تحصیلم را به تصویر بکشند، به رسم ادب و احترام بر خود واجب میدانم زحمات و ارشادات کلیه اساتید دوران تحصیلم را ارج نهاده و مراتب تشکر قلبی و باطنی خویش را از الطاف و مهربانی های آنها ابراز بدارم. به خصوص از استاد فرزانه و گرانقدر آقای دکتر نور محمد یعقوبی که با راهنمایی ها و نظرات گهربار و ارزنده شان، نقش چشمگیری در به ثمر رسیدن این تحقیق داشتند صمیمانه تشکر و قدردانی می نمایم. همچنین از استاد بزرگوار آقای دکتر سید علیقلی روشن به خاطر مساعدتهای ارزشمندشان سپاسگزاری می نمایم. بی تردید انجام این پژوهش بدون کمک فکری، همکاری و همدلی این اساتید متواضع غیرممکن می نمود و همنشینی و شاگردی آنان را که از بزرگترین افتخارات و شیرین ترین لحظات زندگی من می باشد، منت دار محبتهای کارساز مهربان هستم.

از کلیه کسانی که وی را در این امر یاری نموده؛ کارکنان محترم کتابخانه مرکزی دانشگاه سیستان و بلوچستان به خصوص خانمها، قاسمی و سمیه اوکاتی، کمال تشکر و قدردانی را دارم.

چکیده:

در عصر حاضر، کارآفرینی در سطح سازمانی و گرایش کارآفرینانه در سطح فردی می تواند به عنوان مزیت رقابتی جهان امروز تلقی شود. سازمان ها برای بقا در عرصه رقابت، به لحاظ مؤلفه هایی مانند خلاقیت، نوآوری، ریسک پذیری و پیش گامی هم در امور پرسنلی و منابع انسانی و هم در زمینه ساختار و فرایندها ملزم هستند. در این پایان نامه گرایش کارآفرینانه کارکنان (در سطح سازمانی)، به عنوان متغیر وابسته و هوش هیجانی و سازمانی، به عنوان متغیرهای مستقلی که ممکن است با گرایش کارآفرینانه ارتباط داشته باشند، در نظر گرفته شده است. به عبارت دیگر، هدف اصلی، بررسی ارتباط میان هوش هیجانی و سازمانی با میزان گرایش کارآفرینانه کارکنان صنایع غذایی است. میزان هوش هیجانی ۲۴۸ نفر از کارکنان صنایع غذایی، با استفاده از پرسش نامه هوش هیجانی گلمن، که ابعاد خودآگاهی، خود تنظیمی، خود برانگیختگی، همدلی و ارتباط اجتماعی را شامل شده است، و هوش سازمانی با استفاده از پرسش نامه آلبرشت که شامل هفت بعد (چشم انداز راهبردی، سرنوشت مشترک، روحیه، تمایل به تغییر، صف بندی و تجانس، به کارگیری دانش و فشار عملکردی) و همچنین گرایش کارآفرینانه آنان توسط پرسش نامه محقق ساخته که شامل سه بعد ریسک پذیری، نوآوری و پیش گامی است، سنجیده شد. نتایج تحقیق حاکی از آن است که بین هوش هیجانی و گرایش کارآفرینانه و همچنین هوش سازمانی و گرایش کارآفرینانه رابطه ی معناداری وجود دارد. آزمون همبستگی اسپیرمن نشان داد که بین تمامی ابعاد هوش هیجانی و سازمانی با گرایش کارآفرینانه رابطه ی معناداری وجود دارد. تحلیل عاملی تأییدی توسط لیزرل حاکی از برازش مناسب مدل ها می باشد.

کلمات کلیدی: هوش هیجانی، هوش سازمانی، گرایش کارآفرینانه، ابعاد هوش هیجانی، ابعاد هوش

سازمانی، ابعاد گرایش کارآفرینانه

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول: کلیات طرح تحقیق.....
۲	۱-۱- مقدمه
۲	۲-۱- بیان مسأله.....
۵	۳-۱- ضرورت انجام تحقیق.....
۷	۴-۱- سؤالات تحقیق.....
۷	۱-۴-۱- سؤالات اصلی تحقیق.....
۷	۲-۴-۱- سؤالات فرعی تحقیق.....
۹	۵-۱- اهداف تحقیق.....
۹	۱-۵-۱- اهداف اصلی تحقیق.....
۹	۲-۵-۱- اهداف فرعی تحقیق.....
۱۱	۶-۱- چارچوب نظری تحقیق.....
۱۱	۷-۱- فرضیه های تحقیق.....
۱۱	۱-۷-۱- فرضیه های اصلی تحقیق.....
۱۲	۲-۷-۱- فرضیه های فرعی تحقیق.....
۱۳	۸-۱- متغیرهای تحقیق.....
۱۳	۱-۸-۱- متغیرهای اصلی مستقل تحقیق.....
۱۳	۲-۸-۱- متغیرهای فرعی مستقل تحقیق.....
۱۳	۳-۸-۱- متغیر وابسته.....
۱۳	۹-۱- روش تحقیق.....
۱۴	۱-۹-۱- قلمرو تحقیق.....
۱۴	۱-۱-۹-۱- قلمرو موضوعی.....
۱۴	۲-۱-۹-۱- قلمرو مکانی.....
۱۴	۳-۹-۹-۱- قلمرو زمانی.....
۱۴	۱۰-۱- تعریف واژه های تحقیق.....
۱۴	۱-۱۰-۱- تعریف مفهومی واژه ها.....
۱۸	۲-۱۰-۱- تعریف عملیاتی واژه ها.....
۲۴	فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه تحقیق.....
۲۵	۱-۲- مقدمه.....
۲۵	۲-۲- بخش اول: هوش هیجانی.....
۲۵	۱-۲-۲- هوش چیست.....
۲۶	۲-۲-۲- تعریف هوش هیجانی.....
۲۶	۳-۲-۲- تاریخچه هوش هیجانی.....

۲۹۴-۲-۲-الگوهای هوش هیجانی.....
۲۹۱-۴-۲-۲-الگوی توانایی سالووی و مایر.....
۳۳۲-۴-۲-۲-الگوی غیر شناختی بار-آن.....
۳۹۳-۴-۲-۲-الگوی هوش هیجانی گلمن.....
۴۳۴-۴-۲-۲-الگوی شبکه شایستگی های هیجانی گلمن و بویاتزس.....
۵۲۳-۲-بخش دوم:هوش سازمانی.....
۵۲۱-۳-۲-تاریخچه هوش سازمانی.....
۵۳۲-۳-۲-تعاریف هوش سازمانی.....
۵۴۳-۳-۲-هوش سازمانی از دیدگاه نظریه پردازان.....
۵۴۱-۳-۳-۲-هوش سازمانی از دیدگاه دنیای شرق.....
۵۴۱-۱-۳-۳-۲-هوش سازمانی از دیدگاه تی ماتسودا.....
۵۶۲-۳-۳-۲-هوش سازمانی از دیدگاه دنیای غرب.....
۵۶۱-۲-۳-۳-۲-هوش سازمانی از دیدگاه مک مستر.....
۵۶۲-۲-۳-۳-۲-هوش سازمانی از دیدگاه ویلیام هلال.....
۵۷۳-۲-۳-۳-۲-هوش سازمانی از دیدگاه پیترسنج.....
۵۸۴-۳-۲-مدل تبدیل دانش به هوش سازمانی لیوویتس.....
۶۰۵-۳-۲-هوش سازمانی از دیدگاه آلبرشت.....
۶۰۱-۵-۳-۲-مدل هوش سازمانی از دیدگاه کارل آلبرشت.....
۶۴۶-۳-۲-توانگر سازان ابعاد هوش سازمانی.....
۶۷۴-۲-بخش سوم:کارآفرینی.....
۶۸۱-۴-۲-مفاهیم و ماهیت کارآفرینی.....
۷۲۲-۴-۲-ابعاد کارآفرینی.....
۷۲۳-۴-۲-انواع کارآفرینی.....
۷۴۴-۴-۲-تاریخچه کارآفرینی سازمانی.....
۷۵۵-۴-۲-تعاریف کارآفرینی شرکتی.....
۸۰۶-۴-۲-مدلها(الگوهای) کارآفرینی شرکتی.....
۸۰۱-۶-۴-۲-مدل کارآفرینی شرکت گاس و گینسبرگ.....
۸۲۲-۶-۴-۲-مدل کارآفرینی شرکت کوین و سلوین.....
۸۳۳-۶-۴-۲-مدل زهرا.....
۸۵۴-۶-۴-۲-مدل لومپیکن و دیس.....
۸۸۵-۶-۴-۲-مدل گوسن ،کونیک واسمیت.....
۸۸۶-۶-۴-۲-الگوی هیسریچ.....
۹۰۵-۲-بخش چهارم:پیشینه ی پژوهش.....
۹۰۱-۵-۲-ارتباط بین هوش هیجانی و گرایش کارآفرینانه.....
۹۰۱-۱-۵-۲-بررسی تحقیقات انجام شده در ایران.....
۹۱۲-۱-۵-۲-بررسی تحقیقات انجام شده در خارج.....
۹۲۲-۵-۲-ارتباط بین هوش سازمانی و گرایش کارآفرینانه.....

۹۲۲-۵-۲-۱- بررسی تحقیقات انجام شده در ایران.....
۹۳۲-۵-۲-۲- بررسی تحقیقات انجام شده در خارج.....
۹۶۲-۶- مروری بر فصل دوم.....
۹۷ فصل سوم: روش شناسی تحقیق
۹۸۱-۳- مقدمه.....
۹۸۲-۳- روش تحقیق.....
۹۹۳-۳- جامعه آماری پژوهش و ویژگی های آن.....
۹۹۳-۴- نمونه آماری.....
۹۹۳-۵- روش نمونه گیری.....
۱۰۰۳-۶- تعیین حجم نمونه.....
۱۰۰۳-۷- مدل تحقیق.....
۱۰۲۳-۸- ابزار گردآوری داده ها.....
۱۰۹۳-۹- مقیاس اندازه گیری.....
۱۰۹۳-۱۰- روایی و پایایی پرسشنامه.....
۱۰۹۳-۱۰-۱- روایی.....
۱۱۰۳-۱۰-۲- پایایی.....
۱۱۱۳-۱۱- مراحل انجام تحقیق.....
۱۱۳۳-۱۴- روشهای تجزیه و تحلیل داده ها.....
۱۱۴ فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها
۱۱۵۴-۱- مقدمه.....
۱۱۵۴-۲- آمار توصیفی.....
۱۱۵۴-۲-۱- جنسیت.....
۱۱۶۴-۲-۲- سن.....
۱۱۷۴-۲-۳- سطح تحصیلات.....
۱۱۸۴-۲-۴- سطح مسئولیت.....
۱۱۹۴-۳- آزمون فرضیه های فرعی.....
۱۳۰۴-۴- تحلیل عاملی تأییدی مدل های اندازه گیری.....
۱۳۰۴-۴-۱- تحلیل عاملی تأییدی مدل های اندازه گیری بعد هوش هیجانی.....
۱۳۶۴-۴-۲- تحلیل عاملی تأییدی مدل های اندازه گیری بعد هوش سازمانی.....
۱۴۳۴-۴-۳- تحلیل عاملی تأییدی مدل های اندازه گیری بعد گرایش کارآفرینانه.....
۱۴۷۴-۴-۴- آزمون فرضیه های اصلی تحقیق.....
۱۵۰ فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات
۱۵۱۵-۱- مقدمه.....
۱۵۱۵-۲- نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آماری.....
۱۵۵۵-۳- پیشنهادات مبتنی بر سؤالات و نتایج تحقیق.....
۱۵۵۵-۴- پیشنهاداتی به محققان آینده.....
۱۵۷ منابع و مأخذ

۱۵۷ منابع فارسی
۱۶۰ منابع لاتین
۱۶۶ پیوست ها
۱۶۶ پیوست (الف) - پرسشنامه ها
۱۷۲ پیوست (ب) - پایایی پرسشنامه ها

فهرست جدول ها

صفحه	عنوان جدول
۴۳	جدول ۱-۲- شبکه شایستگی های گلنم و بویاتزس.....
۷۲	جدول ۲-۲- مراحل تکامل نظریه ی کارآفرینی و واژه کارآفرین.....
۷۵	جدول ۲-۳- روند شکل گیری کارآفرینی سازمانی.....
۷۸	جدول ۲-۴- تعاریف کارآفرینی شرکتی.....
۸۷	جدول ۲-۵- الگوی لومپکین ودیس.....
۱۰۲	جدول ۳-۱- پرسشنامه هوش هیجانی.....
۱۰۴	جدول ۳-۲- پرسشنامه هوش سازمانی.....
۱۰۷	جدول ۳-۳- پرسشنامه محقق ساخته گرایش کارآفرینانه.....
۱۰۹	جدول ۳-۴- مقیاس اندازه گیری پرسشنامه ی هوش هیجانی.....
۱۰۹	جدول ۳-۵- مقیاس اندازه گیری پرسشنامه ی هوش سازمانی.....
۱۰۹	جدول ۳-۶- مقیاس اندازه گیری پرسشنامه ی گرایش کارآفرینانه.....
۱۱۶	جدول ۴-۱- توزیع فراوانی مربوط به جنسیت پاسخ دهندگان.....
۱۱۷	جدول ۴-۲- توزیع فراوانی مربوط به سن پاسخ دهندگان.....
۱۱۸	جدول ۴-۳- توزیع فراوانی مربوط به سطح تحصیلات پاسخ دهندگان.....
۱۱۹	جدول ۴-۴- توزیع فراوانی مربوط به سطح مسئولیت پاسخ دهندگان.....

فهرست شکل ها

صفحه	عنوان شکل
۱۳	شکل ۱-۱- چارچوب مفهومی تحقیق.....
۳۱	شکل ۱-۲- مدل هوش هیجانی مایر و سالووی.....
۳۴	شکل ۲-۲- مدل هوش هیجانی بار-آن.....
۵۹	شکل ۳-۲- مدل تبدیل دانش به هوش سازمانی.....
۶۴	شکل ۴-۲- شاخصهای هوش سازمانی از نظر کارل آلبرشت.....
۶۶	شکل ۵-۲- مدل اجرایی هوش سازمانی و مدیریت دانش.....
۸۱	شکل ۶-۲- مدل فرضی کارآفرینی شرکت گاس و گینسبرگ.....
۸۲	شکل ۷-۲- مدل کوین و سلوین برای رفتار کارآفرینانه شرکت.....
۸۴	شکل ۸-۲- چارچوب مفهومی زهرا از کارآفرینی سطح شرکت.....
۸۶	شکل ۹-۲- چارچوب مفهومی ارتباط گرایشات کارآفرینانه و عملکرد(لومپکین و دیس).....
۸۸	شکل ۱۰-۲- توسعه فاکتورهایی برای سنجش کارآفرینی شرکت.....
۹۰	شکل ۱۱-۲- الگوی گرایش کارآفرینانه هیسریچ.....
۱۰۱	شکل ۱-۳- مدل تحقیق.....
۱۱۲	شکل ۲-۳- مراحل انجام تحقیق.....

فهرست نمودار ها

صفحه	عنوان نمودار
۴۰	نمودار ۱-۲- الگوی هوش هیجانی گلمن.....
۷۳	نمودار ۲-۲- تقسیم بندی کورنوال و پرلمن از انواع کارآفرینی.....
۷۳	نمودار ۲-۳- انواع کارآفرینی.....
۱۱۶	نمودار ۱-۴- نمودار فراوانی مربوط به جنسیت پاسخ دهندگان.....
۱۱۷	نمودار ۲-۴- نمودار فراوانی مربوط به سن پاسخ دهندگان.....
۱۱۸	نمودار ۳-۴- نمودار فراوانی مربوط به سطح تحصیلات پاسخ دهندگان.....
۱۱۹	نمودار ۴-۴- نمودار فراوانی مربوط به سطح مسئولیت پاسخ دهندگان.....
	نمودار ۴-۵- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول بعد هوش هیجانی در حالت تخمین
۱۳۱	استاندارد.....
	نمودار ۴-۶- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول بعد هوش هیجانی در حالت معناداری
۱۳۲	پارامترها.....
	نمودار ۴-۷- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم بعد هوش هیجانی در حالت تخمین
۱۳۳	استاندارد.....
	نمودار ۴-۸- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم بعد هوش هیجانی در حالت معناداری
۱۳۵	پارامترها.....
	نمودار ۴-۹- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول بعد هوش سازمانی در حالت تخمین
۱۳۷	استاندارد.....
	نمودار ۴-۱۰- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول بعد هوش سازمانی در حالت معناداری
۱۳۹	پارامترها.....
	نمودار ۴-۱۱- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم بعد هوش سازمانی در حالت تخمین
۱۴۰	استاندارد.....

۱۴۲	پارامترها.....	نمودار ۴-۱۲- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم بعد هوش سازمانی در حالت معناداری
۱۴۴	استاندارد.....	نمودار ۴-۱۳- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول بعد گرایش کارآفرینانه در حالت تخمین
۱۴۵	پارامترها.....	نمودار ۴-۱۴- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول بعد گرایش کارآفرینانه در حالت معناداری
۱۴۶	استاندارد.....	نمودار ۴-۱۵- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم بعد گرایش کارآفرینانه در حالت تخمین
۱۴۷	پارامترها.....	نمودار ۴-۱۶- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم بعد گرایش کارآفرینانه در حالت معناداری
۱۴۸	استاندارد.....	نمودار ۴-۱۷- مدل ساختاری پژوهش برای تأیید فرضیه های اصلی در حالت تخمین
۱۴۹	پارامترها.....	نمودار ۴-۱۸- مدل ساختاری پژوهش برای تأیید فرضیه های اصلی در حالت معناداری

فهرست علائم

نشانه	علامت
تعداد سؤالات پرسشنامه یا آزمون	J
واریانس سؤال i ام	S_i^2
واریانس کلی آزمون	S^2

فصل اول

کلیات طرح تحقیق

دهکده جهانی در عصر فراصنعتی سازمان ها را به تأکید بر نوآوری، خلاقیت، ریسک پذیری و به طور کلی، انعطاف پذیری هر چه بیشتر ملزم کرده است. ابعاد رقابت در عصر فراصنعتی نسبت به عصر صنعتی با تغییراتی مواجه بوده است. سازمان های انعطاف پذیری که داری سلسله مراتب هرمی هستند به خلق ایده های نو تمایلی ندارند، ورود به بازارهای جدید را تهدید تلقی می کنند، ریسک پذیر نیستند، میلی به پیش گامی ندارند، نمی توانند ارتباطات باز و مبتنی بر اعتماد متقابل ایجاد کنند و از این رو، در رقابت با سازمانهای کارآفرین با شکست روبرو خواهند شد (هادیزاده مقدم و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۴۰).

کارآفرینی در دنیای حاضر زمینه ی بسیار مهمی برای مطالعه و تحقیق به شمار می آید، از جمله عوامل موفقیت بنگاههای اقتصادی در دنیای کنونی توجه جدی به کارآفرینان و تحلیل مسائل آنها از رویکرد کارآفرینی است، زیرا کارآفرینی سازمانی راهی برای بازآفرینی قابلیت های اقتصادی و سازمانی به شمار می رود (ایمانی پور و زیودار، ۱۳۸۷: ۱۹).

کارآفرینی سازمانی برای ارتقای نوآوری در سازمانها، توجه ویژه ای به نیروی انسانی دارد. خلاقیت پیش نیاز نوآوری بوده و برای تقویت خلاقیت در نیروی انسانی از خصوصیات مثبت دیگر الگوهای سازمانی استفاده می شود.

با توجه به اهمیت موضوع کارآفرینی و مزایایی که در نتیجه وجود آن حاصل می شود، متغیر گرایش کارآفرینانه یعنی تمایل به کارآفرینی در سطح سازمانی در این تحقیق مورد تأکید قرار گرفته است. از این رو به عواملی که می توانند گرایش کارآفرینانه را تحت تأثیر قرار دهند بسیار توجه شده است. در این میان هوش هیجانی^۱ و سازمانی^۲ توجه ما را به خود جلب کرده است.

۱-۲- بیان مسأله

مسائل امروز سازمانها با راه حل های دیروز حل شدنی نیست و پیش بینی آینده، مشکلات را حل نمی کند بلکه باید برای پیش سازی آینده اقدام کرد. امروزه سازمانها نمی توانند با تعداد اندکی افراد خلاق و کارآفرین و یا اجرای طرح کارآفرینانه بر رقبای کوچک، چابک، منعطف، نوآور، فرصت گرا و کم هزینه فائق آیند. آنها باید

^۱ -Emotional Intelligence

^۲ -Organizational Intelligence

شرایطی را فراهم کنند تا همه ی کارکنان روحیه ی کارآفرینی پیدا کرده و بتوانند به راحتی، مستمر و بطور فردی یا گروهی فعالیتهای کارآفرینانه خود را به اجرا درآورند (صمدآقایی، ۱۳۷۸: ۳).

فرض اساسی که پشت تفکر کارآفرینی سازمانی^۱ وجود دارد اینکه کارآفرینی سازمانی یک پدیده رفتاری است و تمامی شرکتها را می توان در طول یک طیف شدت و ضعف قرار داد. این طیف از بسیار محافظه کار شروع شده و با بسیار کارآفرین به پایان میرسد. شرکتهای غیرکارآفرین، خطرگریز بوده و از نوآوری بسیار اندکی برخوردارند. موقعیت یک بنگاه در این زنجیره، بیان کننده ی میزان کارآفرینی آن بنگاه است. کارآفرینی سازمانی مفهومی بسیار نزدیک به کارآفرینی شخصی بوده و به فرایندهای کارآفرینی و نوآوری مربوط می شود (یدالهی فارسی و همکاران، ۱۳۸۸: ۵۷).

نیاز شرکتها به عمل کارآفرینانه^۲ نشأت گرفته از این عامل است که آنها بطور فزاینده ای در یک محیط پویا و پیچیده عمل می کنند که دارای ویژگی های تغییرات سریع، مهم و ناپیوسته می باشند و نشان دهنده ی تمایل کارکنان به عمل کارآفرینانه است (بروندین و همکارانش^۳، ۲۰۰۸: ۲۲۳؛ هرنس بای^۴ و همکاران، ۱۹۹۳: ۳۱). تاکنون تحقیقات زیادی در رابطه با عوامل سازمانی که می تواند فعالیتهای کارآفرینانه سازمانی را ارتقا داده و یا مانع آن شوند، انجام شده است.

علاوه بر این محققان زیادی بیان کرده اند که نگرشها و رفتار کارآفرینانه برای همه ی شرکتها با هر اندازه ای نیاز است تا در محیط رقابتی رشد و پیشرفت کنند (لومپکین و دیس^۵، ۱۹۹۶؛ میلر^۶، ۱۹۸۳ و زهرا^۷، ۱۹۹۳). با توجه به اهمیت موضوع کارآفرینی و مزایایی که در نتیجه وجود آن حاصل می شود، متغیر گرایش کارآفرینانه یعنی تمایل به کارآفرینی در سطح سازمانی در این تحقیق مورد تأکید قرار گرفته است. از این رو به عواملی که می توانند گرایش کارآفرینانه را تحت تأثیر قرار دهند بسیار توجه شده است. در این میان هوش هیجانی و سازمانی توجه ما را به خود جلب کرده است.

^۱ -Corporate entrepreneurship

^۲ -Entrepreneurial action

^۳ -Brundin

^۴ -Hornsby

^۵ -Lumpkin & Dess

^۶ -Miller

^۷ -Zahra

سؤالی که ممکن است در بیشتر اذهان به وجود آید این است که چرا بعضی از کشورها با وجود داشتن منابع طبیعی فراوان و نیروی کار زیاد (همچون آفریقا) در لیست کشورهای فقیر قرار دارند، ولی در مقابل کشوری مانند ژاپن که از نظر منابع طبیعی بسیار فقیر است، در لیست کشورهای ثروتمند قرار گرفته است.

پورتر^۱ بیان می کند که مهمترین عامل برای نفوذ در رقابت جهانی، منابع انسانی ماهر و پایه علمی است. واژه هوش هیجانی چند سالی است که در ادبیات علمی مطرح شده است ابتدا در روانشناسی و سپس بصورت کاربردی در سایه علوم مطرح شد. ریشه این واژه از مفهوم هوش اجتماعی نشأت گرفته است که اولین بار بوسیله "ثراندایک" مطرح شد (گاردنر^۲، ۱۹۹۳: ۱۰۱).

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 اثربخشی با آن برخورد می کنند- در هر حیطة ای از زندگی ممتازند، خواه در روابط عاطفی و صمیمانه باشد، خواه در فهم قواعد ناگفته ای که در خط مشی سازمانی به موفقیت میانجامد (گلمن^۳، ۱۹۹۵: ۶۵).

پیشرفتهای ایجاد شده در زمینه هوش فردی^۴ تأثیر مهمی در شکل گیری مفهوم هوش سازمانی داشته است (کالکان^۵، ۲۰۰۵). اقتباس از سلاسل و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۷). به گونه ای که استوارت م. سندرسون^۶، موتور تغییر جهان را قدرت برتر ذهن در مقابل منابع فیزیکی می داند (سندرسون، ۲۰۰۷: ۹). این تغییر در این اواخر به عنوان توان پردازش اطلاعات و سازگاری با محیط جدید (سازمانی) شناخته شده است. مفهوم هوش چندگانه گاردنر و هوش هیجانی گلمن در توسعه مفهوم هوش فردی مؤثر اما ناکافی بوده اند، بر این اساس فرضیه های زیادی برای انطباق مفهوم هوش فردی با شرایط سازمانها مطرح شده اند. اولین فرضیه بر این منطبق استوار شد که توان تجزیه و تحلیل کردن اطلاعات و تفسیر آن برای رسیدن به هدف، شباهتی است که بین هوش فردی و سازمانی مطرح می باشد، بنابراین سازمان می تواند برای سازگار کردن بیشتر افراد با محیط از آن استفاده کند. از طرفی هوش سازمانی یک فرایند آزمایشی و علمی است که بر موفقیت ها و شکست های سازمان تأکید

¹ - Porter

² - Gardner

³ - Goleman

⁴ - Individual Intelligence

⁵ - Kalkan

⁶ - Stuart, M. Sanderson

دارد (گلین^۱، ۱۹۹۶: ۱۰۸۸). یعنی بطور دقیق براساس تجربیاتی است که می توانند به احتمال زیاد جهت عملکرد مؤثر سازمان به کار گرفته شوند.

در هر حال هوش سازمانی را می بایست به عنوان یک پیامد گروهی از سمبل های اجتماعی، فرهنگ سازمانی^۲، و تعاملی که اعضا با هم دارند، مدنظر قرار داد و باید توجه داشت که یک ساختار اجتماعی بدون وجود هیجان های درون آن قابل تصور نیست. به همین دلیل است که هوش هیجانی که خود پیشینه ای عظیم به دنبال دارد نیز غالباً به عنوان یکی از ابعاد هوش سازمانی در نظر گرفته شده است (سلاسل و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۸-۲۷).

اهمیت این موضوعات، انگیزه اصلی پژوهش حاضر می باشد که با هدف بررسی نقش هوش هیجانی و سازمانی بر تمایل به کارآفرینی در عرصه سازمان در صنایع غذایی استان سیستان و بلوچستان شکل گرفت. از آن جایی که صنایع غذایی این استان افراد بسیاری را مشغول به کار کرده است و از این رو نیز شهرت بسیاری کسب کرده است، محقق صنعت مذکور را برای مطالعه ارتباط بین هوش هیجانی و سازمانی با گرایش کارآفرینانه^۳ انتخاب کرده است. بنابراین این سؤال پیش می آید که :

"آیا بین هوش هیجانی و هوش سازمانی با گرایش کارآفرینانه در صنایع غذایی شهرک صنعتی کارگاهی زاهدان رابطه ی معناداری وجود دارد؟"

۱-۳- ضرورت انجام تحقیق

امروزه نظام های مختلف اجتماعی با چالش های پیچیده و فزاینده ای روبرو هستند، تغییرات با سرعت زیادی روی می دهند، افراد ارتباطات جدیدی با یکدیگر برقرار می کنند و شکل های متفاوتی از رقابت در حال پیدایش است. کارآفرینی قابلیت است که می تواند نظامهای امروزی را در این برهه حساس نجات داده و بقای آنها را تضمین کند (پرداختچی و شفیع زاده، ۱۳۸۵: ۱۱).

ضرورت کارآفرینی سازمانی بطور ناشی از ناسازگاری و عکس العمل کند سازمانهای متوسط و بزرگ نسبت به تغییرات روزافزون، سریع، پیچیده و نامطمئن محیطی بوده و سرعت عمل و نوآوری را به عنوان عوامل کلیدی و رمز حیات و بقای سازمان در صحنه ی رقابت های فشرده امروزی معرفی می کند. از این رو شناخت ویژگیهای

^۱ -Glynn

^۲ -Organizational Culture

^۳ -Entrepreneurial Orientation