

## مطالعه‌ی رابطه‌ی هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی با در نظر گرفتن نقش واسطه‌ای فرهنگ سازمانی

(مورد مطالعه سازمان فرهنگ و ارشاد اسلامی شهرستان کرمانشاه)

سعیده نیک فرجام<sup>۱</sup> - عبد الحمید پاپزن<sup>۲</sup>

### چکیده

**زمینه و هدف:** یکی از راه‌های جذب نیروی خلاق و ایجاد کارآفرینی سازمانی وجود بستر فرهنگی مناسب می‌باشد. از طرف دیگر با توجه به اینکه یکی از ارکان کارآفرینی، خلاقیت است. همچنین دانشمندان معتقدند که تفکر خلاق، نمایش بالاترین درجه‌ی سلامت عاطفی می‌باشد، در این تحقیق به مطالعه رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی با در نظر گرفتن نقش واسطه‌ای فرهنگ سازمانی می‌پردازیم.

**روش پژوهش:** این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد و جامعه آماری آن تمام کارکنان اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی کرمانشاه (۳۶) است، در تحقیق حاضر از تمام شماری استفاده نمودیم، به منظور جمع آوری داده‌ها از سه پرسشنامه استاندارد هوش هیجانی، فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی که به ترتیب با ضریب آلفای ۰،۹۰، ۰،۹۰۳ و ۰،۸۷۴ مورد تایید قرار گرفت، استفاده شد، همچنین روایی صوری پرسشنامه‌ها از نظر اساتید مورد تایید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده از آزمون‌های کلوموگروف اسمیرنوف، همبستگی اسپیرمن، رگرسیون و تحلیل مسیر استفاده شده است

**یافته‌ها:** با آزمون هر یک از فرضیه‌ها در سطح اطمینان ۹۹ درصد فرضیه‌ی اصلی مبنی بر وجود رابطه‌ی مثبت و معنی دار بین هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی با در نظر گرفتن نقش واسطه‌ای فرهنگ سازمانی تایید می‌شود. بر اساس نتایج تحقیق مبنی بر وجود رابطه‌ی مثبت و معنی دار بین هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی، هوش هیجانی و فرهنگ سازمانی و فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی و نتایج آزمون تحلیل مسیر ما وجود این رابطه را تایید کردیم و به این نتیجه رسیدیم که وجود فرهنگی که در سازمان مورد بررسی ما قرار دارد این رابطه را تشدید می‌کند، چون بر طبق نتایج تاثیر مستقیم هوش هیجانی بر کارآفرینی سازمانی ۰/۱۴ و تاثیر غیر مستقیم آن با واسطه‌ی فرهنگ سازمانی ۰/۴۰ است و این به وضوح نشان دهنده‌ی افزایش تاثیر می‌باشد.

**نتیجه گیری:** نتایج تحقیق حاکی از آن است که، فرهنگ مشوق کارآفرینی در سازمان موجود سبب ایجاد بستری مناسب برای پرورش روحیه کارآفرینی و حس خلاقیت در سازمان شده است.

**واژگان کلیدی:** کارآفرینی، هوش هیجانی، فرهنگ سازمانی، مدیریت عواطف، خلاقیت و نوآوری

<sup>۱</sup> کارشناس ارشد، مدیریت کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. (مسئول مکاتبات)

[mansoorstar.ofsky@gmail.com](mailto:mansoorstar.ofsky@gmail.com)

<sup>۲</sup> استاد گروه کشاورزی و مدیریت دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران [papzan@gmail.com](mailto:papzan@gmail.com)

## مقدمه

به طور کلی گرایش به سمت کارآفرینی در جهانی که سرشار از تغییر و دگرگونی می‌باشد به شدت احساس می‌شود و برای تمامی کشورها امری حیاتی به نظر می‌رسد. اگر این امر در کشور ما به فعلیت برسد، بسیاری از مشکلات اقتصادی ما نظیر بیکاری در آینده ای نه چندان دور حل خواهد شد (انضباطی و ولی پور، ۱۳۸۹، ۱۸؛ هادی زاده مقدم، رامین مهر و حسینی، ۱۳۹، ۱۳۸۸). توسعه ی کارآفرینی یکی از نیازهای جدی اقتصاد راکد ایران است و به نظر می‌رسد که توسعه ی کارآفرینی یک ضرورت جدی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی است (فیض بخش و تقی یاری، ۱۰، ۱۳۸۹). مهم ترین دستاوردهای کارآفرینی در توسعه ی کشورها، ایجاد اشتغال، رفاه، ثروت و شناخت فرصت های شغلی مناسب است. اهمیت توسعه ی کارآفرینی به حدی است که: مطابق با برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، دولت موظف است، توجه ویژه ای به بحث کارآفرینی و حمایت از طرح های خود اشتغالی بنماید و با توجه به بند ح ماده ی ۲۷ این قانون، دولت می‌بایست تدابیر لازم به منظور اصلاح نظام آموزش کشور جهت ارتقای توانایی، خلاقیت، مهارت، نوآوری، خطر پذیری و کارآفرینی را اتخاذ نمایند. شواهد جدید این نکته را بیان می‌دارند که شخصیت و هوش هیجانی در ایجاد کارآفرینی نقش مهمی را ایفا می‌کنند، اما تاکنون تلاش های اندکی برای اثبات این موضوع انجام شده است (کمالیان و فاضل، ۱۲۷، ۱۳۹۰). با توجه به اهمیت موضوع کارآفرینی و مزایایی که در نتیجه وجود آن حاصل می‌شود در این پژوهش به مطالعه ی نقش هوش هیجانی در رابطه با کارآفرینی سازمانی با در نظر گرفتن نقش واسطه ای فرهنگ سازمانی خواهیم پرداخت.

## مبانی نظری و پیشینه تحقیق

هوش هیجانی بخشی از هوش اجتماعی است که شامل توانایی مشاهده خود و دیگر احساسات می‌باشد (رضایی و سمیعی، ۲۰۱۵، ۳۰). در دورانی که مفهوم کلی شغل به سرعت جای خود را به مهارت های قابل حمل می‌دهد، این ویژگی ها صفات اولیه ای هستند که ما را واجد شرایط استخدام شدن می‌کنند. دهها سال است که این موضوع تحت عناوین گوناگون نظیر منش، شخصیت، مهارت های نرم و صلاحیت به طور مبهم مطرح شده اند، اما امروز شناخت دقیق تر این استعداد های بشری نام جدیدی یافته است: هوش هیجانی (پارسا، ۱۳۹۱). طبق تعریف فین لی هوش هیجانی، توانایی اداره کردن احساسات و هیجان ها خود و دیگران (نوری امام زاده ای، نصیری، ۱۳۸۳، ۲۸؛ پور کیانی، امیری و آذر پور، ۱۳۹۲، ۲۱۵؛ کمالیان و فاضل، ۱۲۹، ۱۳۹۰) تمایز میان آنها و به کار بردن این اطلاعات برای راهنمایی فکر و عمل بیان شده است (پور کیانی، امیری و آذر پور، ۱۳۹۲، ۲۱۴). هوش هیجانی به عنوان توانایی تشخیص، استفاده، درک و مدیریت احساسات شناخته شده است (ترزا، وفا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۵، ۲). همچنین هوش هیجانی ریشه در هوش اجتماعی دارد و هم هوش درون فردی و هم بین فردی را شامل می‌شود (هادیا، هالا<sup>۳</sup>، ۲۰۱۵، ۲)، همچنین دو رویکرد در رابطه با هوش هیجانی وجود دارد: الف- رویکرد توانایی شناخته شده، هوش هیجانی مجموعه ای از توانایی های ذهنی عمده در قلمرو پردازش فعال اطلاعات هیجانی است و چهار بعد ادراک حسی و ابراز عواطف، تسهیل عاطفی تفکر، درک و تحلیل اطلاعات عاطفی و به کار گیری دانش عاطفی و در نهایت مدیریت عواطف را شامل است. ب- رویکرد خصیصه یا شخصیت، هوش هیجانی آمیزه ای از سازه های مختلف انگیزش و هیجان است و بر مبنای مجموعه ای از ویژگی های شخصیتی و توانایی های غیر شناختی تعریف می‌شود (صبری، البرزی و بهرامی، ۱۳۹۱، ۳۶-۳۷).

تعریف کارآفرینی آنچنان واضح نمی‌باشد و چالش آفرین است (احمت آگلو، لاتر و پرمازیک<sup>۴</sup>، ۲۰۱۱، ۱)، کارآفرینی را می‌توان فرآیند تجدید نظر سازمانی و یک وسیله برای پیشرفت اقتصادی تعریف کرد (سیفری و تندنویس ۱۳۹۰، ۱۰۷؛ بوگان و داریتی<sup>۵</sup>، ۲۰۰۸، ۲). کارآفرینی سازمانی ترکیبی از فعالیت‌های رسمی و غیر رسمی با هدف ایجاد سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای جدید و دیگر فعالیت‌ها برای گسترش فعالیت‌های شرکت در زمینه‌های غیر مرتبط یا کم ارتباط با دامنه فعلی از شایستگی‌های موجود می‌باشد (بلاسوگیلی، باسو<sup>۶</sup>، ۲۰۰۹، ۳)، همچنین می‌توان گفت: کارآفرینی سازمانی اقدام و عمل در زمینه‌ی مشکلات، نیازها و یا تغییرات آینده است (هازن، میدل، لاسن<sup>۷</sup>، ۲۰۰۸، ۸۲۸) و کارآفرینان

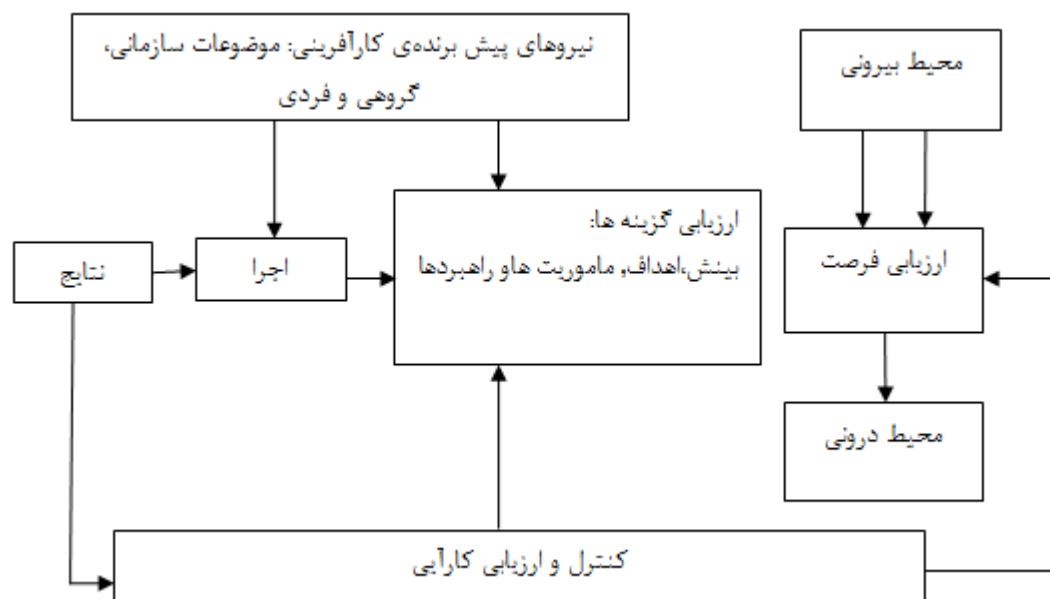
سازمانی نمی‌توانند به راحتی از کنار مسائل و مشکلاتی که می‌بینند، بگذرند (حیدری، پاپ زن و دارابخانی ۱۳۹۱، ۱۴۶)، همچنین این کارآفرینی و سرمایه‌گذاری برای نوآوری در سازمان‌های کوچک از طریق جذب منابع خارجی و در شرکت‌های بزرگ با استفاده از منابع داخلی انجام می‌پذیرد (ماریتز، ریک و استراید<sup>۸</sup>، ۲۰۰۸، ۸۲۸).

جدول ۱: تعاریف کارآفرینی

تعریف	نظریه پرداز
	کارآفرینی سازمانی
فرایند ایجاد کسب و کار جدید در داخل شرکت‌های تاسیسی شده به منظور بهبود سودآوری سازمانی و بهبود موقعیت رقابتی یک شرکت	کریر <sup>۹</sup> (۱۳۹۹)
گسترش دامنه‌ی شایستگی شرکت و مجموعه‌ای از فرصت‌های مربوطه از طریق ترکیب منابع داخلی تولید جدید	کوبین و سلویین <sup>۱۰</sup> (۱۹۹۱)
	کارآفرینی درون سازمانی
فرآیندی که در شرکت موجود است که بدون در نظر گرفتن اندازه‌ی آن، نه تنها به سرمایه‌گذاری کسب و کار جدید منجر می‌شود، بلکه به دیگر فعالیت‌های نوآورانه و جهت‌گیری‌هایی مانند توسعه‌ی محصولات جدید، خدمات فناوری، روش‌های اداری، راهبردها و وضعیت‌های رقابتی نیز منجر می‌شود.	آنتونیک و هیسریچ <sup>۱۱</sup> (۲۰۰۱)
معرفی و پیاده‌سازی یک نوآوری مهم برای شرکت توسط یک یا چند کارمند مشغول به کار در سازمان تاسیس شده است.	کریر <sup>۱۲</sup> (۱۹۹۶)

منبع: مقیمی، وکیلی و اکبری، ۳۰۶، ۱۳۹۲

مدل کارآفرینی سازمانی کورنوال و پرلمن بر مبنای رویکرد مدیریت راهبردی است. اطلاعات حاصل از محیط درونی و بیرونی سازمان سرآغاز فرآیند کارآفرینی سازمانی هستند. این اطلاعات داده‌های حاصل از ارزیابی گزینه‌های راهبردی هستند و هنگامی که یک طرح کاربردی تعیین شد، باید اجرا شود. عوامل فردی، گروهی و سازمانی که برای یک سازمان کارآفرین الزامی هستند، باید موضوع ارزیابی و اجرای یک طرح راهبردی قرار گیرند و نتایج طرح راهبردی، برای کنترل و ارزیابی استفاده می‌شود. تغییر در این طرح را می‌توان در هر مرحله از این فرآیند و برای افزایش عملکرد و کارایی انجام داد (مقیمی، وکیلی و اکبری، ۳۰۷، ۱۳۹۲)

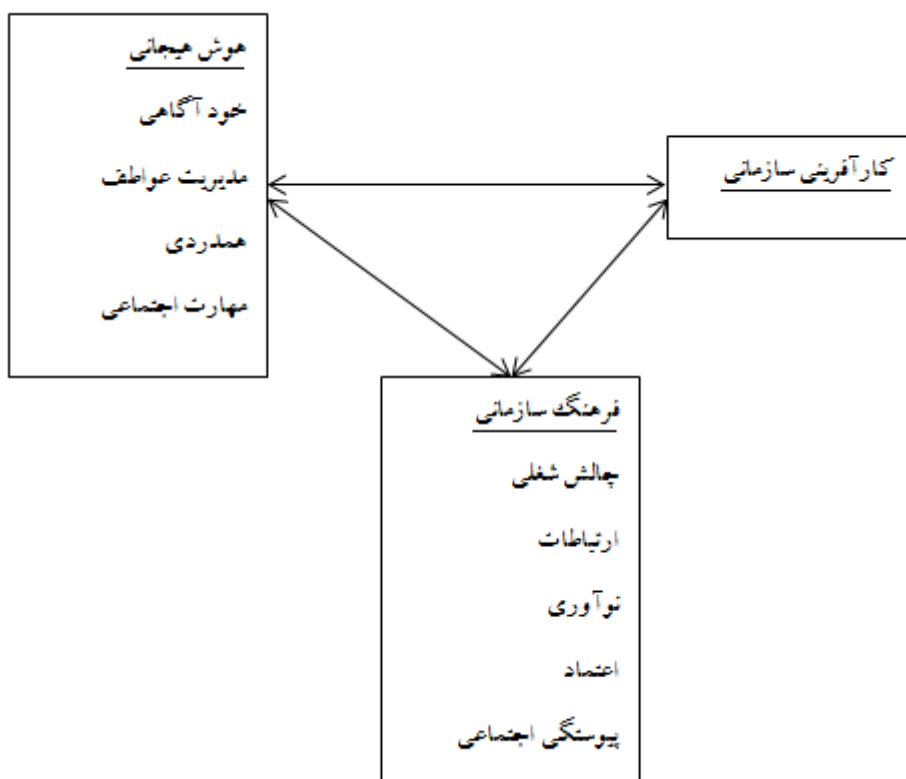


شکل ۱: مدل کارآفرینی سازمانی کورنوال و پرلمن

منبع: مقیمی، وکیلی و اکبری، ۳۰۷، ۱۳۹۲

فرهنگ سازمانی یک فرایند جدید یا نوآورانه است که افراد درون سازمان با تکرار گزینه‌ها (انتخاب‌ها) آن را یاد می‌گیرند (جی، ۲۵۳، ۲۰۰۷). می‌تون گفت که فرهنگ برای سازمان در واقع چیزی است که به افراد آن سازمان شخصیت و هویت می‌بخشد، به طور خاص تر یک سری از خصوصیات خاص یکسان است که بخشی را از دیگر بخش‌ها متمایز می‌کند (ستیسو، گبر واستفانسکو<sup>۱۳</sup>، ۵۵۳، ۲۰۱۲) همچنین، فرهنگ به معنای چیزی که یک سازمان دارد نیست، بلکه علت وجودی سازمان است و یا در واقع چیزی است که سازمان بر اساس آن بنا شده است (تسیو، جوشا و کاترین<sup>۱۴</sup>، ۱۱۴، ۲۰۰۶).

فرهنگ سازمانی از دیدگاه فیزیشامل این موارد می‌باشد: فرهنگ مبتنی بر وظیفه، فرهنگ مبتنی بر موفقیت، فرهنگ مبتنی بر قدرت، فرهنگ مبتنی بر حمایت (فیزی<sup>۱۵</sup>، ۶۷، ۱۹۹۶) در کل فرهنگ مبتنی بر قدرت، قدرت مانور را از افراد می‌گیرد و آنها را در حصار ناشی از اطاعت از دستورات مافوق محصور کرده، همچنین فرهنگ مبتنی بر قدرت به افراد اجازه‌ی دخالت در تصمیم‌گیری‌ها و حل مسائل را نمی‌دهد و وجود این دو نوع فرهنگ در سازمان روح کارآفرینی و خلاقیت را از افراد می‌گیرد، اما فرهنگ مبتنی بر موفقیت افراد را وادار به تلاش و فرهنگ حمایتی به دلیل برقراری رابطه‌ی خوب مدیر و کارمندان و عدم تنبیه افراد به خاطر شکست ایده‌هایشان زمینه‌ی مساعدی را برای کارآفرینی سازمانی فراهم می‌کند.



شکل ۱: مدل مفهومی

#### فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی: رابطه‌ی هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی با در نظر گرفتن نقش واسطه‌ای فرهنگ سازمانی معنادار می‌باشد.

#### فرضیه‌های فرعی:

- رابطه‌ی هوش هیجانی با فرهنگ سازمانی معنادار می‌باشد.
- رابطه‌ی فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی معنادار می‌باشد.
- رابطه‌ی هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی معنادار می‌باشد.

#### روش پژوهش

تحقیق حاضر، از نوع تحقیق همبستگی است که یکی از روش‌های تحقیق توصیفی (غیرآزمایشی) می‌باشد و رابطه میان متغیرها را براساس هدف تحقیق بررسی می‌کند، از جنبه هدف کاربردی است. جامعه آماری (N=36) مورد مطالعه در این تحقیق شامل کلیه کارکنان شاغل در سازمان فرهنگ و ارشاد اسلامی شهرستان کرمانشاه می‌باشد، در نتیجه از تمام شماری استفاده شده است.

در این تحقیق از سه پرسشنامه‌ی هوش هیجانی، فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی استفاده کرده ایم.

پرسشنامه‌ی هوش هیجانی (مقیمی، رمضان، ۱۳۹۰، ۱۵۴-۱۱۵۳) استخراج شده است و شامل ۲۵ سوال می‌باشد. سوالات موجود در این پرسشنامه به بررسی ابعاد پنج گانه‌ی هوش هیجانی شامل: خودآگاهی، مدیریت عواطف، همدردی و مهارت اجتماعی می‌پردازد.

پرسشنامه‌ی فرهنگ سازمانی (مقیمی، رمضان ۱۳۹۰: ۱۷۰-۱۱۶۹) استخراج شده است و شامل ۱۸ سوال می‌باشد. سوالات موجود در این پرسشنامه به بررسی ابعاد مختلف فرهنگ سازمانی شامل: چالش‌های شغلی، ارتباطات، نوآوری، اعتماد و پیوستگی اجتماعی می‌پردازد.

پرسشنامه‌ی کارآفرینی درون سازمانیاز و شامل ۱۵ سوال می‌باشد. سوالات موجود در این پرسشنامه به وسیله‌ی کورنوال و پرلمن<sup>۱۶</sup> طراحی شده است که پاسخ به سوالات آن به شناسایی میزان استفاده از کارآفرینی درون سازمانی در سازمان کمک خواهد کرد (مقیمی، رمضان، ۱۳۹۰: ۱۹۸-۱۹۷).

روایی پرسشنامه‌های مورد استفاده در این پژوهش با استفاده از نظرات اساتید دانشکده‌ی کشاورزی (گروه آموزش و ترویج) و اساتید دانشکده‌ی علوم اجتماعی (کارآفرینی) از نظر صوری مورد تایید قرار گرفت. برای تعیین پایایی پرسشنامه‌های مورد استفاده در این پژوهش تعداد ۳۰ پرسشنامه (در سازمان‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی شهرستان‌های صحنه، کنگاور و استان کرمانشاه) پخش و برای پرسشنامه‌های هوش هیجانی، فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی به ترتیب آلفاهای ۰/۹۰، ۰/۹۰۳ و ۰/۸۷۴ به دست آمد و با توجه به اینکه این اعداد بیشتر از ۰/۶۰ است پایایی پرسشنامه مورد تایید قرار گرفت.

در تحلیل داده‌ها از نرم افزار spss استفاده شد و در زمینه‌ی آمار استنباطی برای تجزیه و تحلیل داده از آزمون‌های کلوموگروف اسمیرنوف، همبستگی اسپیرمن، رگرسیون و تحلیل مسیر استفاده شده است، همچنین برای تحلیل مشخصات شخصی کارکنان با استفاده از روش‌های آمار توصیفی، آماره‌هایی همچون درصد، فراوانی، فراوانی تجمعی و میانگین داده‌ها را اندازه گرفته ایم.

### یافته‌های توصیفی

نتایج آمار جمعیت شناختی پاسخ دهندگان در زمینه‌ی جنسیت نشان داد: ۲۷/۳ درصد پاسخ دهندگان زن و ۷۲/۷ درصد مرد بودند، میانگین رتبه‌های کارآفرینی سازمانی زنان شاغل برابر با ۱۴/۰۶ و مردان ۱۸/۱ می‌باشد که این اختلاف چندان مشهود نمی‌باشد. باید به این نکته توجه داشت، از آنجا که تعداد افراد تشکیل دهنده‌ی نمونه‌ی مورد بررسی ما مقدارش از ۲۰ بیشتر می‌باشد باید به نمره‌ی Z توجه شود و از آنجا که این مقدار برابر ۱/۰۷۳- (قدر مطلق آن کمتر از ۱/۹۶ می‌باشد) و سطح معناداری حاصل مطلوب نیست ( $S=0.283$ ) تفاوت معناداری بین نمره‌های دو گروه وجود ندارد.

در زمینه‌ی تحصیلات ۸/۳ درصد دارای مدرک دیپلم، ۶۳/۹ در صد دارای مدرک کارشناسی و ۲۷/۸ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد بودند، میانگین رتبه‌های کارآفرینی سازمانی پاسخگویان دیپلم ۱۹/۳۳، لیسانس ۱۸/۷۶ و فوق لیسانس ۱۷/۶۵ می‌باشد که این اختلاف چندان مشهود نمی‌باشد. مقدارخی دو ۰/۹۸ و سطح معناداری حاصل مطلوب نیست ( $S=0.283$ ) در نتیجه تفاوت معناداری بین نمره‌های دو گروه وجود ندارد و در واقع سطح تحصیلات تاثیر چندان زیادی بر کارآفرینی سازمانی ندارد.

### یافته‌های استنباطی

**فرضیه اول:** با انجام آزمون مربوطه در سطح اطمینان ۹۹ درصد، مقدار  $\text{sig}=0$  به دست آمد. از آنجا که این مقدار کمتر از ۰/۰۱ می‌باشد، لذا فرض صفر را رد کرده و از آنجا که ضریب همبستگی اسپیرمن ۰/۵۹۰ می‌باشد رابطه‌ی بین دو متغیر مستقیم است. بدین ترتیب فرضیه‌ی فرعی اول تحقیق در سطح اطمینان ۹۹ درصد تایید می‌گردد.

**فرضیه دوم:** با انجام آزمون مربوطه در سطح اطمینان ۹۹ درصد، مقدار  $\text{sig}=0$  به دست آمد. از آنجا که این مقدار کمتر از ۰/۰۱ می‌باشد، لذا فرض صفر را رد کرده و از آنجا که ضریب همبستگی اسپیرمن ۰/۷۷۴ می‌باشد رابطه‌ی بین دو متغیر مستقیم است. بدین ترتیب فرضیه‌ی فرعی دوم تحقیق در سطح اطمینان ۹۹ درصد تایید می‌گردد.

**فرضیه سوم:** با انجام آزمون مربوطه در سطح اطمینان ۹۹ درصد، مقدار  $\text{sig}=0.006$  به دست آمد. از آنجا که این مقدار کمتر از ۰/۰۱ می‌باشد، لذا فرض صفر را رد کرده و از آنجا که ضریب همبستگی اسپیرمن ۰/۴۵۰ می‌باشد رابطه‌ی بین دو متغیر مستقیم است. بدین ترتیب فرضیه‌ی فرعی سوم تحقیق نیز در سطح اطمینان ۹۹ درصد تایید می‌گردد.

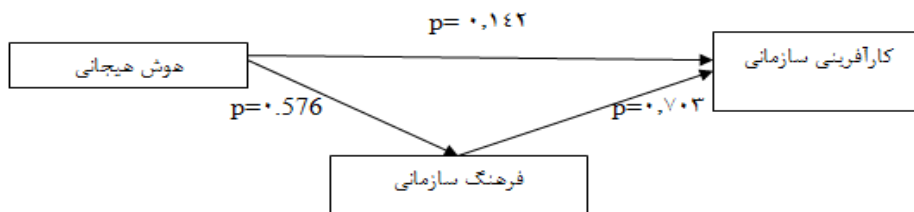
از آنجا که بر اساس تحقیق ما بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد و از طرف دیگر بین هوش هیجانی و فرهنگ سازمانی نیز رابطه‌ای این چنینی برقرار است، می‌توان استنتاج کرد که بین هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی با در نظر گرفتن نقش واسطه‌ای فرهنگ رابطه‌ای مثبت و معنی دار وجود دارد، لذا فرض اصلی تحقیق ما نیز مورد تایید واقع می‌شود.

جدول ۴: نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن برای متغیرهای مورد پژوهش

متغیرها	فرهنگ سازمانی	هوش هیجانی
فرض ۱: رابطه‌ی هوش هیجانی با فرهنگ سازمانی معنادار می‌باشد.		
هوش هیجانی	.590**	1.000
فرهنگ سازمانی	1.000	.590**
فرض ۲: رابطه‌ی فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی معنادار می‌باشد.		
کارآفرینی سازمانی	.774**	1.000
فرهنگ سازمانی	1.000	.774**
فرض ۳: رابطه‌ی هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی معنادار می‌باشد.		
کارآفرینی سازمانی	.450**	1.000
هوش هیجانی	1.000	.450**

### تحلیل مسیر

فرضیه اصلی: رابطه‌ی هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی با در نظر گرفتن نقش واسطه‌ای فرهنگ سازمانی معنادار می‌باشد.



شکل ۱: مدل تحلیلی عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی

بر اساس تحلیل انجام شده مشخص می‌شود که تاثیر متغیر هوش هیجانی بر روی کارآفرینی سازمانی به صورت مستقیم ۱۴٪ و تاثیر آن به صورت غیر مستقیم ۴۰٪ می‌باشد و جمع تاثیر مستقیم و غیر مستقیم ۵۴٪ است و این امر نشان می‌دهد که فرهنگ سازمانی باعث افزایش شدت تاثیر شده است.

نتایج حاصل از آزمون تحلیل رگرسیون در جدول زیر نتایج حاصل از آزمون تحلیل رگرسیون در جدول زیر ضریب رگرسیون هوش هیجانی ۰،۱۳۰ و فرهنگ سازمانی ۰،۵۹۵ می‌باشد و ضریب رگرسیون استاندارد شده به ترتیب ۰،۱۲۰ و ۰،۱۱۱ می‌باشد، از طرفی ضریب تعیین ۰،۶۳ می‌باشد و این به این معنا است که، متغیرهای وارد شده به معادله توانسته اند ۶۳٪ از واریانس تغییرات مربوط به متغیر وابسته را تبیین نمایند، همچنین ضریب تعیین تعدیل یافته ۰،۶۰۷ می‌باشد، که این مقدار نسبت به ضریب تعیین حقیقی تر است، زیرا الزاما با افزایش تعداد متغیرهای مستقل تغییر نمی‌یابد. به صورت خلاصه بیان شده است به صورت خلاصه بیان شده است.

جدول ۶: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون

روش ورود متغیرها همزمان (اجباری)	
0.794	ضریب همبستگی چندگانه
0.63	ضریب تعیین
0.607	ضریب تعیین تعدیل یافته
6.88	خطای معیار
27.214	تحلیل واریانس
0.00	سطح معناداری

جدول ۷: ضرایب آزمون تحلیل رگرسیون

متغیرهای مستقل	ضریب رگرسیون	ضریب رگرسیون استاندارد شده	خطای معیار	t	سطح معناداری
مقدار ثابت	-۶،۲۵۴		۹،۶۳۰	-۰،۶۴۹	۰،۵۲۱
هوش هیجانی	۰،۱۳۰	۰،۱۲۰	۰،۱۴۲	۱،۰۸۲	۰،۲۸۸
فرهنگ سازمانی	۰،۵۹۵	۰،۱۱۱	۰،۷۰۳	۵،۳۴۵	۰،۰۰

با توجه به نتایج حاصل می‌توان معادلات رگرسیونی استاندارد و غیر استاندارد را به صورت زیر نوشت:

معادله رگرسیون غیر استاندارد:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_kx_k$$

(فرهنگ سازمانی) (۰،۵۹۵) + (هوش) (۰،۱۳۰) + کارآفرینی = - ۶/۲۵۴

معادله رگرسیون استاندارد:

$$ZY = B_1Z_1 + B_2Z_2 + \dots + B_kZ_k$$

(فرهنگ سازمانی) (۰،۱۱۱) + (هوش هیجانی) (۰،۱۲۰) = کارآفرینی



## بحث و نتیجه‌گیری

به طور کلی با توجه به نتایج تجزیه و تحلیل آماری، هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی رابطه‌ی مستقیم و معنی‌دار دارد و بین کارآفرینی و فرهنگ سازمانی نیز یک رابطه معنادار وجود دارد. با آزمون هر یک از فرضیه‌ها در سطح اطمینان ۹۹ درصد فرضیه‌ی اصلی مبنی بر وجود رابطه‌ی مثبت و معنی‌دار بین هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی با در نظر گرفتن نقش واسطه‌ای فرهنگ سازمانی تایید می‌شود. بر اساس نتایج تحقیق و نتایج آزمون تحلیل مسیر حتی به این نتیجه رسیده ایم که وجود فرهنگی که در سازمان مورد بررسی ما قرار دارد این رابطه را تشدید می‌کند، چون بر طبق نتایج تاثیر مستقیم هوش هیجانی بر کارآفرینی سازمانی ۱۴٪ و تاثیر غیر مستقیم آن با واسطه‌ی فرهنگ سازمانی ۴٪ است و این به وضوح نشان دهنده‌ی افزایش تاثیر می‌باشد، این نتایج در راستای نتایج حاصل از، تحقیق کمالیان و فاضل (۱۳۹۰) در زمینه‌ی رابطه‌ی هوش هیجانی و کارآفرینی دانشجویان می‌باشد که نشان داد بین هوش هیجانی و کارآفرینی رابطه‌ی همبستگی مثبت وجود دارد. همچنین در تحقیق پور کیانی، امیری و آذر پور که در سال ۱۳۹۱ به بررسی رابطه‌ی هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی کرمان پرداختند از سه مؤلفه‌ی کارآفرینی سازمانی که شامل ریسک‌پذیری، پیشگامی و نوآوری است، دو مؤلفه‌ی اول با هوش هیجانی کارکنان دارای ارتباط معنی‌داری بود، اما بین نوآوری با هوش هیجانی کارکنان رابطه معناداری وجود نداشت ولی در کل می‌توان استنتاج کرد که یک رابطه‌ی معنی‌دار بین هوش هیجانی و کارآفرینی در این تحقیق به دست آمده و این نیز در کل همراستا با نتیجه‌ی تحقیق ما می‌باشد اما نظر ما در مورد اینکه در این تحقیق بین نوآوری و هوش هیجانی رابطه‌ی معنی‌داری به دست نیامده این است که احتمالاً سوالات پرسشنامه‌ی مورد استفاده در این تحقیق در قسمت مولفه‌ی نوآوری وضوح لازم را نداشته زیرا بر طبق نتایج ما بین این مولفه و هوش هیجانی نیز رابطه‌ی معنی‌دار وجود دارد. در تحقیقی با عنوان رابطه‌ی تفاوت‌های فردی در هوش هیجانی و کارآفرینی که توسط احمد آگلو، لاتنر و پرمازیگ در سال ۲۰۱۱ انجام شد، هوش هیجانی با رفتار کارآفرینانه و موفقیت کارآفرینی رابطه داشتند و این تاثیر به ویژگی افراد مثل خود سنجی، متغیرهای جمعیتی و تفاوت‌های فردی در شخصیت کارآفرینان بستگی دارد. این تحقیق پیشنهاد می‌کند که تفاوت‌های فردی بین کارآفرینان نتیجه‌ی تفاوت آنها در هوش هیجانی است و تقریباً در این سه تحقیق هم مولفه‌ی هایشان (ریسک‌پذیری، کنترل درونی و مدیریت ارتباطات) با تحقیق ما همسان بوده و هم در سازمان صورت گرفته است این می‌تواند دلیل هم‌راستایی نتایجمان باشد. کلاته سیف‌ری و تند نویس در تحقیقی با عنوان رابطه‌ی فرهنگ سازمانی با کارآفرینی در سال ۱۳۹۰ به این نتیجه رسیدند که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی ارتباط مثبت معنی‌داری وجود دارد ( $p < 0.05$ ,  $r = 0.331$ )، حیدری، پاپ‌زن و دارابخانی (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان بررسی رابطه‌ی فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی بیان کردند که بین متغیر فرهنگ سازمانی و مؤلفه‌ی های کارآفرینی سازمانی ارتباط مثبت معناداری وجود دارد. می‌توان گفت تشابه نتایج حاصل از این تحقیقات و تحقیق ما مانند موارد ذکر شده در بالا در مورد دو متغیر اول، به دلیل تشابه تقریبی مولفه‌های متغیر فرهنگ و کارآفرینی حاضر در پرسشنامه‌ها و علاوه بر آن، هم به دلیل وجود فرهنگی مشابه در سازمان‌های مورد بررسی می‌باشد زیرا این سازمان‌ها اکثراً دولتی بوده و شباهت‌های زیادی از نظر فرهنگی به هم دارند و هم به دلیل بررسی سازمان‌های مورد مطالعه در ایران این تشابه دو چندان می‌شود. در تحقیق صورت گرفته توسط بوگان و داریتی در سال ۲۰۰۶ با نام فرهنگ و کارآفرینی؟ تاثیر فرهنگ نهادینه شده در افراد و افزایش کارآفرینی آنها مورد تایید قرار گرفت.

از آنجا که بین متغیرهای مورد بررسی رابطه‌ی همبستگی بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی از همه بیشتر بوده پیشنهاد می‌شود که در نهادینه کردن هرچه بیشتر این فرهنگ در بین اعضای سازمان کوشش شود، همچنین پیشنهاد می‌شود که مدیریت این سازمان به واحد پژوهش این فرصت را بدهد تا نوع فرهنگ این سازمان را مشخص کرده و اگر رگه‌هایی از فرهنگ بروکراتیک در سازمان مشاهده می‌شود (از آنجا که طی تحقیقات این فرهنگ مانع از کارآفرینی است) در صدد حذف آن برآید تا فرهنگ این سازمان هرچه بیشتر بستر لازم برای کارآفرینی در این سازمان را فراهم کند. همچنین زمینه‌های زیر را برای تحقیق به پژوهشگران پیشنهاد می‌کنیم: از آنجا که در بین متغیرهای تحقیق شدت رابطه‌ی فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی از همه بیشتر بود، لذا پیشنهاد می‌شود که دیگر محققان به بررسی رابطه‌ی انواع مختلف فرهنگ با کارآفرینی سازمانی در این اداره و دیگر اداره‌ها پرداخته و بهترین نوع آن را برای ترویج بین سازمان‌ها انتخاب کنند. همچنین تک تک مولفه‌های هوش هیجانی و نحوه‌ی ارتباط آنها با فرهنگ و کارآفرینی را بررسی کرده تا متوجه شوند کدام مولفه‌ها تاثیر بیشتری بر کارآفرینی داشته و برای افزایش کارآفرینی در سازمان‌های مورد بررسیشان به مدیر برای تقویت آن مولفه‌ها کمک کنند و نیز تعیین نیازهای آموزشی جهت افزایش میزان هوش هیجانی کارکنان که بر افزایش کارآفرینی سازمانی تاثیر مستقیم و غیر مستقیم دارد برای پیشرفت هرچه بیشتر سازمان.

#### فهرست منابع

- انضباطی و ولی پور (۱۳۸۹). بررسی تأثیر رابطه‌ی بین آموزش کار و کارآفرینی و نقش آن در نگرش جوانان در خود اشتغالی. ص: ۱۸.
- صبری، مصطفی؛ البرزی، محبوبه؛ بهرامی، محمود (۱۳۹۲). رابطه الگوی ارتباطی خانواده، هوش هیجانی و خلاقیت هیجانی در دانش آموزان دبیرستانی. انتشارات: اندیشه نوین تربیتی. صص: ۳۷-۳۶.
- کمالیان، امیر رضا؛ فاضل، امیر (۱۳۹۰). بررسی رابطه‌ی هوش هیجانی و میزان کارآفرینی دانشجویان. مجله علمی - پژوهشی توسعه کارآفرینی. سال سوم. شماره یازدهم. صص: ۱۲۷-۱۲۹.
- پارسا، نسرین. (۱۳۹۱). کاربرد هوش هیجانی در محیط کار. انتشارات: رشد
- رابرت دی، هیستریچ و مایکل پی، پیترز (۲۰۰۲). کارآفرینی (چاپ چهارم). ترجمه ی: سید علی رضا فیض بخش و حمید رضا تقی یاری (۱۳۸۹). تهران: دانشگاه صنعتی شریف، موسسه ی انتشارات علمی. صص: ۱۰
- مقیمی، محمد؛ وکیلی، یوسف؛ اکبری، مرتضی (۱۳۹۲). نظریه‌های کارآفرینی (چاپ دوم). انتشارات دانشگاه تهران، صص: ۳۰۶-۳۰۷.
- سیاروچی، ژوزف؛ گاس، ژوزف فور؛ مایر، جان (۱۹۵۳). هوش عاطفی در زندگی روزمره (چاپ اول). ترجمه‌ی: نوری امام زاده ای، اصغر؛ نصیری، حبیب الله (۱۳۸۳). انتشارات: فرشته، صص: ۲۸.
- حیدری، حسین؛ پاپ زن، عبدالحمید؛ کرمی داریخانی، رویا (۱۳۹۰). بررسی رابطه میان فرهنگ سازمانی و مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی، صص: ۱۴۶
- مقیمی، محمد؛ رمضان، مجید (۱۳۹۲). پژوهشنامه‌ی مدیریت ۱۱ مدیریت استراتژیک و کارآفرینی (چاپ دوم). ناشر: سازمان مدیریت صنعتی، صص: ۱۹۸-۱۹۷، ۱۶۹-۱۷۰؛ ۱۵۳-۱۵۴.
- کلاته سیفری، معصومه؛ تندنویس، فریدون (۱۳۹۰). دو فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در اداره تربیت بدنی تهران، صص: ۱۰۷.

- Gorkan ,a;franziska ,l;tomasChamorro;p (2011) .Understanding the relationship between individual differencesin Trait Emotional Intelligence and entrepreneurship.p1.
- Seearochee, J;gass, J;maeer, G. (1953), Emotional intelligence in everyday life,translation:noreiamamzadeh, A;naserei, HA .Publications: Angel ,P.89.
- vicki, b;William, d (2008) Culture and entrepreneurship? African American and immigrant self-employment in the United States.p2.
- Belousova, olga; Gailly, Benoit; Basso, Olivier (2009). An integrative model of corporate entrepreneurial behavior. Working paper ,p3.
- Geenhuizen, aurits van; Middel, Rick & Lassen, Astrid Heidemann (2008) .corporate entrepreneurship in smes during the search for discontinuous innovations. P828.
- Rezaei, F;samiee. R. (2015). The relationship between emotional intelligence and cultural organization given the role of mediator leader style and organizational culture , Publications: international journal of sciences and research ,pp30-34
- Torres,T;msallem, W. (2015), the role of emotional intelligence in entrepreneurial networking, publications: ibima publishing, gournal of entrepreneurship research and practice, p2.
- hadia ,F;hala, H. (2015), the effect of emotional intelligence on the new venture creation of necessity and opportunity- driven egyptian entrepreneurs, publications:thebritish university in Egypt, p2.
- Conti, Liacodrina , gobar, Manuela rozalia and stefanescu, Daniela (2012) . Hofsted .cultural dimension andstudents, ability to develop an entrepreneurial spirit, p553.
- Geenhuizen, aurits van; Middel, Rick & Lassen, Astrid Heidemann (2008) .corporate entrepreneurship in smes during the search for discontinuous innovations. P832.
- Pheyeseey.CDiana (1996) .OrganizationalBehavior:Concepts, Controversies and Application, Englwood v cliffs,Prince Hall. P67.
- Tsui, anne s, zhi-xue, zhang.wang, hui.xin, Katherine r and wu, Joshua b (2006). unpacking the relationship between CEO leadership behavior and organizational culture. p114.
- Wolcott, Robert mnbv; Lippitz, Michael J (2007). The Four Models of Corporate Entrepreneurship. PP76-80.
- wood ,matthew s (2011) .a process model of academic entrepreneurship. p153.

یادداشت‌ها

- 1 Rezaee,samiee
- 2 Teresa,wafa
- 3 hadia,hala
- 4 Ahmetoglu,Leutner,Premuzic
- 5 Bogan,Darity
- 6 Belousov Gailly,Basso
- 7 huizen, Middel, Lassen
- 8 Maurits ,Rick and Astrid
- 9 carear
- 10 Cevin and sleevin
- 11 Antonik and heesrich
- 12 carear
- 13 cantio, gaber andestefanscoo
- 14 Teseoo,gosha,katherine
- 15 fizee
- 16 cormwall and perlman

