

◇ فصلنامه علمی پژوهشی زن و فرهنگ

سال پنجم، شماره هفدهم، پاییز ۱۳۹۲

صفحات: ۵۳ - ۴۱

تاریخ وصول: ۱۳۹۲/۳/۸ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۸/۴

رابطه فرهنگ سازمانی و هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی در کارکنان زن

فاطمه سادات مرعشیان*

فرح نادری**

علیرضا حیدرئی***

میرصلاح الدین عنایتی**

پرویز عسگری***

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی در کارکنان زن سازمان آب و برق خوزستان بود. نمونه شامل ۱۵۵ نفر از جامعه مذکور بود که به روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای انتخاب شدند. جهت گردآوری داده ها از پرسشنامه های فرهنگ سازمانی گلسر، هوش هیجانی شات و رفتار کارآفرینانه استفاده شد. پژوهش حاضر از نوع همبستگی بوده و تحلیل داده ها به روش همبستگی و رگرسیون چند متغیره نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی رابطه معنی دار وجود دارد و از بین متغیرهای پیش بین، هوش هیجانی از قدرت بیشتری برای پیش بینی کارآفرینی برخوردار است.

کلید واژگان: فرهنگ سازمانی، هوش هیجانی، کارآفرینی سازمانی.

* گروه روان شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات خوزستان، اهواز، ایران. (دانشجوی دوره دکتری روان

شناسی) (نویسنده مسئول، fmarashy63@gmail.com)

** دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات خوزستان، استادیار گروه روان شناسی، اهواز، ایران.

*** دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز، استادیار گروه روان شناسی، اهواز، ایران.

این مقاله برگرفته از رساله دکتری خانم فاطمه سادات مرعشیان می باشد.

از عمده ترین جریان های حاکم بر حیات بشری در آغاز هزاره سوم میلادی فرایند کارآفرینی^{۱۷} و خلاقیت است که اساس و بستر ساز تغییر و تحول و دگرگونی است. افراد، سازمانها و جوامعی که نتوانند خود را با این تحولات پر شتاب همگام کنند دچار توقف، سکون و اضمحلال می شوند (طاهری؛ شایان جهرمی و ترابی، ۱۳۸۹). بر طبق دیدگاه شاپ و ونکاتارامان^{۱۸} (۲۰۰۰، نقل از پتراکیس^{۱۹}، ۲۰۰۵)، کارآفرینی فرآیندی است که در آن فرصت‌ها برای تولید محصولات و خدمات آینده کشف، ارزیابی و مورد بهره برداری قرار می‌گیرند. از طرف دیگر کارآفرینی یک سبک مدیریتی است که شامل تعقیب فرصت‌ها بدون توجه به منابعی است که هم اکنون در کنترل هستند (سیلیگ^{۲۰}، ۲۰۰۳). به نظر بسیاری از صاحب نظران، کارآفرینی نیروی محرکه تغییرات اقتصادی و اجتماعی می‌باشد و در عصر حاضر کارآفرینان سنگ بنا و شالوده سیستم اقتصادی هر کشور به شمار می‌روند (علوی و حداد سبزواری، ۱۳۸۰).

وقتی بحث از اشتغال و کارآفرینی زنان به میان می‌آید، تعداد زنان کارمند به ذهن متبادر می‌شود، در حالی که بالاترین میزان اشتغال به زنان روستایی و خوداشتغال و کارآفرین شهری اختصاص دارد. بنابراین یکی از مهم‌ترین معیارها جهت سنجش درجه توسعه یافتگی یک کشور، میزان اهمیت و اعتباری است که زنان در آن کشور دارا می‌باشند. با توجه به این که دو سوم ساعات کار انجام شده توسط زنان صورت می‌پذیرد، تنها یک دهم درآمد جهان و فقط یک صدم مالکیت اموال و دارایی‌های جهان به زنان اختصاص یافته است. عدم مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی می‌تواند مشکلی بر سر راه توسعه‌ی کشور تلقی گردد. ضرورت کارآفرینی زنان را باید با افزایش و گسترش فرصت‌های شغلی بر مبنای خلاقیت که بار فرهنگی-ارزشی آن قابل کنترل است، پاسخ مثبت داد و از آنجا که زنان دارای طبع لطیف و مادرانه ای هستند باید شغلی را انتخاب نمایند که برای آن از هر حیث آمادگی داشته باشند. خانواده، کانونی است که در شکل‌گیری ویژگی‌های کارآفرینی، می‌تواند نقش حیاتی ایفا کند. در جوامع سنتی که مردان نقش «نان‌آوری» و زنان نقش «خانه‌داری و تربیت فرزندان» را برعهده داشتند، انتقال ایده‌ی کسب و کار بیشتر از طرف مرد صورت می‌گرفت؛ ساختار جدید خانواده در جامعه‌ی امروز و به تبع آن خروج زن از خانه، ظهور جلوه‌های تازه‌ای از بروز خلاقیت و نوآوری را در هر دو جنس زن و مرد باعث شد (نظری، ۱۳۸۷). از جمله عوامل و شاخصه‌های تاثیر گذار بر عملکرد، فرآیندی است که بتواند با استفاده از خلاقیت، عنصر

¹⁷. Entrepreneurship

¹⁸. Shanp & Venkataraman

¹⁹. Petrakis

²⁰. Seelig

جدیدی را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به کارگیری دیگر عوامل، به وجود آورده، و آن چیزی جز کارآفرینی سازمانی^۱ نیست (هورتیز و براک هوس^۲، ۲۰۰۹). در واقع کارآفرینان و شرکت های کارآفرین، همگام با تغییرات گام برمی دارند و می کوشند فرصتهای ایجاد شده در جریان این تغییرات را کشف و از آنها بهره برداری مفید نمایند (بارآن و جفری^۳، ۲۰۱۰) به عبارت دیگر، شرکت ها یا باید به نوآوری بپردازند یا محکوم به فنا هستند و همانطور که مطرح شد دستیابی به نوآوری نیز مستلزم وجود کارآفرینان سازمانی در شرکت ها است (هادیزاده و رحیمی فیل آبادی، ۱۳۸۴). زنان در کشورهای رو به توسعه، امید اول برای ارتقای خانواده ها و رشد و توسعهی کشورهای خود محسوب می شوند. موفقیت زنان کارآفرین در جوامع نه تنها سبب سودهای اقتصادی می شود، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی هم ایجاد می نمایند (سیمور^۴، ۲۰۰۱). از جمله عواملی که با کارآفرینی و فعالیتهای نوآورانه در سازمان ارتباط دارد فرهنگ سازمانی^۵ است. فرهنگ سازمانی در تعاریف مختلف چهار جنبه را در بر می گیرد که شامل فرضیات، ارزش ها، اعتقادات و هنجارهای رفتاری می شود. این تقسیم بندی ارزش ها، باورها و هنجارها مستقیماً تحت تأثیر چگونگی سهیم شدن در تعاملات و انجام وظایف سازمانی است (چینوت^۶، ۲۰۰۷). همچنین فرهنگ را می توان به عنوان انگیزه ها، ارزش ها، اعتقادات، هویت ها و تفاسیر یا معانی مشترک از وقایع و اتفاقات مهم که حاصل تجربیات مشترک اعضای می باشد تعریف کرد (جوی و کلب^۷، ۲۰۰۹). فرهنگ سازمانی که به موجب آن هویت یک سازمان شناخته می شود به عنوان راهنمای عمل برای یک آینده موفق به کار می رود (راثو^۸، ۲۰۰۹). بدون شک مدیران، چه زن و چه مرد، برای کارآفرین شدن و به نمایش گذاردن رفتارهای کارآفرینانه، همچنین برای داشتن عملکرد عالی و موفقیت در زندگی شخصی و حرفه ای، نیازمند کسب مهارت های هیجانی خاص هستند. که در این رابطه گفته می شود در بسیاری از مواقع بسیاری از کارکنان زن در خواندن احساسات از چهره ی دیگران و کشف رمز و رازهای حرکات دیگران و پی بردن به منظور طرف از لحن صدا بسیار ماهرتر از کارکنان مرد هستند (مدرسی سریزدی، ۱۳۸۸). بطور کل هوش هیجانی^۹ به یکی

^۱ organizational entrepreneurship

^۲ Horwitz & Brockhaus

^۳ Baron & Jeffrey

^۴ Seymour

^۵ organizational culture

^۶ Chenot

^۷ Joy & Kolb

^۸ Rao

^۹ emotional intelligenc

یکی از مفاهیم جدید در مدیریت تبدیل شده است و به نظر می رسد بخش گم شده ای است که مدیریت متوسط را از مدیریت با عملکرد عالی جدا می سازد (توننی^۱ و همکاران، ۲۰۰۷). بار-آن^۲ (۱۹۹۷) هوش هیجانی را مجموعه ای از توانایی های غیرشناختی، توانش ها و مهارت هایی تعریف کرده است که بر توانایی رویارویی موفقیت آمیز با خواسته ها، مقتضیات و فشارهای محیطی تأثیر می گذارد (نسیمی فر، ۱۳۸۸). بسیاری از پژوهشگران بر این باورند که هوش هیجانی می تواند در دستیابی فرد به موفقیت در عرصه های مختلف به مراتب نقش مهمتری از هوش شناختی داشته باشد (رایت^۳، ۲۰۰۶؛ نقل از سجادی پور، ۱۳۹۰). هوش هیجانی از جمله متغیرهای پیش بین کارآفرینی است. این خصیصه از آن جهت در پیش بینی کارآفرینی مهم است که توسعه سازمانی و رشد کارکنان به طور فزاینده ای با هوش هیجانی ارتباط دارد. هوش هیجانی راه جدیدی برای درک، شناخت و ارزیابی رفتار، روش مدیریت، نگرش ها، مهارت های بین فردی، توان و انرژی افراد فراهم می سازد (ویرجنیا^۴، ۲۰۰۷). در این رابطه زنان کارمند به دلیل بهره گیری مناسب از توانمندی های هیجانی خود و برقراری همین ارتباطها برای توسعه ی کسب و کار خود به بهترین وجه بهره می برند و در نتیجه در بلندمدت سوددهی آنها بسیار بالاتر از مردان بوده و سودی که ایجاد می کنند پایاتر است. که همه این ها نشان دهنده هوش هیجانی بالا در کارکنان زن است (کنتورپال^۵، ۲۰۰۲).

نقش دوگانه ی زنان به عنوان کارآفرین و محور خانواده به این معناست که آنها در مقایسه با مردان وقت کمتری برای شرکت در دوره های آموزشی و حفظ رقابت پذیری خود در تجارت دارند و زنانی که در ابتدای کارآفرینی هستند، در مقایسه با مردان بسیار بیشتر توصیه ها و نصیحت ها را از دیگر زنان کارآفرین می پذیرند؛ درحالی که در بین مردان چنین وضعیتی مشاهده نمی شود (اورهان و اسکات دان^۶، ۲۰۰۱).

مشایخی (۱۳۹۱) در پژوهشی تحت عنوان طراحی و آزمون الگویی از برخی پیشایندها و پیامدهای اخلاقیت سازمانی در کارکنان شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب، نشان داد که بین سبک های مختلف رهبری مدیران و فرهنگ سازمانی با اخلاقیت سازمانی ارتباط معنادار وجود دارد. پژوهشی که توسط شرفی (۱۳۹۰) در رابطه با اثر ارتباطات سازمانی روی رضایت شغلی و تعهد سازمانی انجام شد نتایج بدست آمده نشان داد ارتباطات سازمانی، سبک مدیریتی و نوع

1. Tony

2. Bar- on

3. Wright

4. Virginia

5. Kantor Paul

6. Orhan, M, Scott Don

فرهنگ حاکم بر سازمان بر رضایت شغلی و تعهدات سازمانی و گرایشات نوآورانه کارکنان تاثیر گذار است (نقل از هادی شهینی، ۱۳۹۰). ملک محمدی در سال ۱۳۸۹ به بررسی میزان کارآفرینی در سازمان ترویج کشاورزی کشور و نیز شناسایی و تحلیل نقش عوامل سازمانی و مدیریتی در توسعه کارآفرینی سازمانی در این سازمان پرداخت. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که متغیرهای فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی، بیشترین تاثیر را بر توسعه کارآفرینی سازمانی داشته و توانایی تبیین ۵۱/۴ درصد از تغییرات متغیر میزان کارآفرینی سازمانی را دارند. قهرمانی (۱۳۸۹) پژوهشی با عنوان « بررسی فرهنگ سازمانی و رابطه آن با کارآفرینی سازمانی از دیدگاه کارکنان غیر هیئت علمی در دانشگاه شهید بهشتی تهران» انجام داد. نتایج به دست آمده نشان داد بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه شهید بهشتی رابطه معنادار وجود دارد.

تحقیقات نشان می‌دهد طی یک دهه‌ی گذشته به‌ویژه از سال ۲۰۰۰ تاکنون دو تحول عمده در تجارت و اقتصاد بین‌المللی در حال وقوع است. تحول نخست رشد چشمگیر و انفجارگونه‌ی زنان کارآفرین و تحول دوم رشد حجم تجارت بین‌المللی است. این دو تحول در کنار هم باعث ارتقای سطح اقتصادی زنان و در مجموع رشد چشمگیر اقتصادی بسیاری از کشورهای بزرگ شده است و ابعاد این دگرگونی تاحدی وسیع است که صاحب‌نظران آن را آغاز عصر جدید تجاری در جهان می‌دانند (نظری، ۱۳۸۷).

مدرسی سریزدی (۱۳۸۸) معتقد است، بسیاری از زنان کارمند در بیان احساسات خود بهتر از همتای مرد خود عمل می‌کنند و توان برقراری ارتباط موثرتری دارند که این قابلیت به توانایی آنان در استفاده از هوش هیجانی مربوط است که خود راهی به سوی توسعه کارآفرینی می‌باشد. ملوندی (۱۳۸۷) گزارش می‌کند که فرهنگ حاکم بر سازمان برای یک زن کارآفرین کاملاً شفاف و خالی از هرگونه ابهام بوده و لذا قابل انتقال به دیگران می‌باشد. همچنین معتقد است که بهره‌گیری از هوش عاطفی یکی دیگر از مشخصه‌های یک زن کارمند است.

ژنگ^۱ (۲۰۱۲) در تحقیق خود با عنوان «ارتباط فرهنگ، ساختار و استراتژی سازمانی با اثربخشی سازمانی و توسعه کارآفرینی در سازمان» از بین عوامل سازمانی و ساختار و استراتژی، فرهنگ سازمانی را عامل مهمتری برای موفقیت مدیریت دانش و بهبود عملکرد نوآورانه می‌داند. براتون^۲ و همکاران (۲۰۱۱) در پژوهشی نشان دادند که مدیران موفق از هوش هیجانی بالاتری برخوردار بودند. از دیگر نتایج این تحقیق وجود ارتباط بین هوش هیجانی و سبک رهبری مشارکتی بود. ژانگ و برانینگ^۳ (۲۰۱۱) و صمد^۱ (۲۰۰۹) نشان دادند

1. Zheng

2. Bratton

3. Zhang & Bruning

که ویژگیهای شخصیتی و همه جنبه هوش هیجانی و نیز جو سازمانی با عملکرد شغلی و کارآفرینی سازمانی ارتباط متقابل دارد. نتایج تحقیق یتشاکي و راتستين^۲ (۲۰۱۰) نشان می دهد که نه تنها هوش هیجانی مدیران بلکه سبک مدیریتی آنها در میزان کارآفرینی سازمانی نقش تعیین کننده دارد. جاسکیت^۳ (۲۰۰۴) در پژوهش خود با عنوان تحول رهبری، فرهنگ سازمانی و نوآوری در سازمانهای غیر انتفاعی نشان داد که ارتباط بین رهبری و فرهنگ سازمانی از جمله عوامل بسیار مهم برای درک چگونگی رهبری و کارآفرینی سازمانی می باشد. امروزه سازمانها برای رسیدن به هدفهای خود در محیطی چنان پیچیده، رقابتی و پویا و نامطمئن احتیاج مبرمی به نوآوریهای تکنولوژیکی و سازمانی دارند که از طریق استراتژیهای کارآفرینی قابل حصول است (سیفی، ۱۳۸۹). با توجه به اهمیت موضوع، سوال پژوهش حاضر عبارت بود از: آیا فرهنگ سازمانی و هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی در کارکنان زن سازمان آب و برق خوزستان رابطه وجود دارد؟

روش پژوهش

جامعه آماری و روش نمونه گیری

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان زن سازمان آب و برق خوزستان بود که مطابق با جدول مورگان نمونه ۱۵۵ نفری به روش تصادفی طبقه ای از بین جامعه مذکور انتخاب شدند. به این ترتیب که از طبقه مدیریت ۱۳ نفر، از طبقه معاونت حفاظت و بهره برداری از منابع ۲۷ نفر، از طبقه معاونت طرح و توسعه سد و نیروگاه ۱۵ نفر، از طبقه معاونت منابع انسانی، مالی و امور پشتیبانی ۳۷ نفر، از طبقه معاونت آبرسانی ۷ نفر، از معاونت بهره برداری سد و نیروگاه ۸ نفر، از طبقه معاونت طرح و توسعه شبکه های آبیاری و زهکشی ۲۶ نفر، از طبقه معاونت برنامه ریزی ۱۰ نفر و از طبقه معاونت مطالعات پایه و طرح های جامع منابع آب ۱۲ نفر بصورت تصادفی انتخاب شدند.

ابزار پژوهش

الف) پرسشنامه زمینه یابی فرهنگ سازمانی: پرسشنامه ای که توسط گلسر^۴ و همکاران (۱۹۸۷) تدوین گردیده، استفاده می شود. این پرسشنامه ۶ خرده مقیاس و ۳۶ ماده دارد که عبارتند از: کار تیمی (۸ ماده)، جواخلاقی (۷ ماده)، جریان اطلاعات (۴ ماده)، مشارکت (۴ ماده)، سرپرستی (۸ ماده) و جلسات (۵ ماده). هر ماده دارای یک مقیاس ۵ درجه ای از «کاملاً مخالفم»

1. Samad

2. Yitshaki & Rothstein

3. Jaskyt

4. Glaser

تا «کاملاً موافقم» می‌باشد و نمره‌گذاری آن از ۱ تا ۵ است. نعمی و تقی پور (۱۳۸۸) برای اولین بار این پرسشنامه را در ایران ترجمه و اعتباریابی کرده‌اند. رایان^۱ (۲۰۰۴) در پژوهشی پایایی هر کدام از خرده مقیاس‌ها را از روش آلفای کرونباخ محاسبه کرد. پایایی آنها در دامنه ای از ۰/۷۷ تا ۰/۹۰ به دست آمد. در پژوهش حاضر، ضرایب پایایی این پرسشنامه به دو روش آلفای کرونباخ و تنصیف محاسبه شد که به ترتیب ضرایب ۰/۹۶ و ۰/۸۷ بدست آمد.

ب) پرسشنامه هوش هیجانی شات^۲: در سال ۱۹۹۸ شات و همکاران، پرسشنامه ای را بر اساس مدل نظری سالووی^۳ و مایر^۴ (۱۹۹۰) از هوش هیجانی ساختند. هر یک از مواد این آزمون، نشان دهنده گرایش انطباقی به سوی مفهوم هوش هیجانی در چارچوب مدل نظری بود. مواد آزمون براساس ارتباط مناسب، واضح و دقیق با سازه هوش هیجانی، ارزیابی گردید و در طی آن برخی مواد انتخاب، برخی اضافه و برخی نیز حذف شدند و بدین ترتیب، نمونه مقدماتی ماده‌ها توسط پاسخ‌گرویی از آزمودنی‌ها، ارزیابی و عناصر نامشخص و مبهم آن مشخص شد (ناصری، ۱۳۸۳). این پرسشنامه، ۳۳ ماده دارد که هر سه مؤلفه هوش هیجانی را که عبارتند از: ارزیابی و ابراز هیجانی، تنظیم هیجانی و بهره‌برداری از هیجان را ارزیابی می‌کند. ارزیابی این موارد در یک مقیاس ۵ درجه ای صورت می‌گیرد. در تحقیق طبیبی (۱۳۸۹) ضرایب پایایی پرسشنامه هوش هیجانی با استفاده از روش آلفای کرونباخ و تنصیف محاسبه گردید که به ترتیب ۸۰/۰ و ۶۰/۰ بدست آمد. همچنین برای تعیین اعتبار پرسشنامه هوش هیجانی نمره آن با نمره سولات ملاک همبسته گردید و مشخص شد که رابطه مثبت معنا داری بین آنها وجود دارد. در تحقیق خیاط زاده (۱۳۹۰) برای تعیین پایایی پرسشنامه هوش هیجانی از دو روش آلفای کرونباخ و تنصیف استفاده شد که به ترتیب ضرایب ۰/۷۶ و ۰/۵۵ بدست آمد. در پژوهش حاضر، ضرایب پایایی این پرسشنامه به دو روش آلفای کرونباخ و تنصیف محاسبه شد که به ترتیب ضرایب ۰/۸۹ و ۰/۷۵ بدست آمد.

ج) پرسشنامه رفتارهای کارآفرینانه: این پرسشنامه توسط پیرس، کرامر و رابینز^۵ (۱۹۹۷) ساخته شده و دارای ۶ ماده می‌باشد. نحوه پاسخ‌گویی به سوالات این پرسشنامه به این ترتیب است که آزمودنی پاسخ مورد نظر خود را از میان گزینه‌های مختلف یک طیف پنج درجه ای از نوع مقیاس لیکرت (از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) انتخاب می‌کند. نمره‌گذاری این آزمون به صورت ۱، ۲، ۳، ۴، ۵ می‌باشد و حداقل و حداکثر نمره هر فرد در این آزمون به ترتیب

1. Rayan

2. Schutte

3. Salovey

4. Mayer

5. Pearse & Kramer and Rabinse

۶ و ۳۰ می باشد. پژوهشگران قبلی (زمپتاکیس و موستاکیس، ۲۰۰۷) شواهد مربوط به روایی و پایایی این پرسشنامه را فراهم ساخته اند. آلفای کرونباخ این پرسشنامه توسط زمپتاکیس و همکاران (۲۰۰۹) ۰/۷۱ محاسبه گردید که در سطح قابل قبولی بوده است. همچنین در پژوهش جانقربانیان (۱۳۸۸) ضریب آلفای کرونباخ این پرسشنامه برابر با ۰/۷۳ و ضریب اسپیرمن-براون برابر با ۰/۷۲ و ضریب گاتمن برابر با ۰/۷۲ بوده است. همچنین روایی محتوایی پرسشنامه مذکور با استفاده از ترجمه و بازترجمه توسط چهار تن از متخصصین مورد تایید قرار گرفته است. در پژوهش حاضر جهت تعیین پایایی این پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ و تنصیف استفاده و به ترتیب ضرایب ۰/۸۶ و ۰/۷۳ بدست آمد. همچنین جهت تعیین اعتبار این پرسشنامه آن را با نمره سوال ملاک همبسته که ضریب $r=0.42$ بدست آمد که در سطح 0.01 معنی دار است.

یافته های پژوهش یافته های توصیفی

جدول ۱. شاخص های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر n=۱۵۵	میانگین	انحراف معیار	حداقل نمره	حداکثر نمره
فرهنگ سازمانی	۹۵/۹۲	۲۱/۰۳۹	۳۶	۱۵۵
هوش هیجانی	۱۲۴/۰۰	۱۷/۹۳۴	۷۵	۱۶۴
کارآفرینی سازمانی	۲۰/۲۳	۳/۲۱۵	۶	۳۰

همانطور که در جدول شماره ۱ مشاهده می شود میانگین و انحراف معیار برای متغیر فرهنگ سازمانی به ترتیب برابر با ۹۵/۹۲ و ۲۱/۰۳، برای متغیر هوش هیجانی به ترتیب برابر با ۱۲۴ و ۱۷/۹۳۴ و برای کارآفرینی سازمانی به ترتیب برابر با ۲۰/۲۳ و ۳/۲۱۵ می باشد.

یافته های مربوط به فرضیه های پژوهش

فرضیه اول: بین هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی در کارکنان رابطه وجود دارد.
فرضیه دوم: بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در کارکنان رابطه وجود دارد.

جدول ۲: نتایج ضرایب همبستگی ساده بین متغیرهای پیش بین و کارآفرینی سازمانی

متغیر ملاک	متغیر پیش بین	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (p)	تعداد آزمودنی ها
کارآفرینی سازمانی	فرهنگ سازمانی	۰/۲۹۸	۰/۰۰۱	۱۵۵
	هوش هیجانی	۰/۳۴۶	۰/۰۰۱	۱۵۵

همانطور که در جدول شماره ۲ ارائه شده است، بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی دار وجود دارد ($r=0/298$ و $p=0/001$). بنابراین فرضیه اول تأیید می گردد. همچنین بین هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی نیز رابطه مثبت معنی دار وجود دارد ($r=0/346$ و $p=0/001$). در نتیجه فرضیه دوم پژوهش نیز تأیید می گردد. فرضیه سوم: بین فرهنگ سازمانی و هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی در کارکنان رابطه چندگانه وجود دارد.

جدول ۳: ضرایب همبستگی چندگانه فرهنگ سازمانی، هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی با روش مرحله ای (Stepwise)

شاخص آماری		نسبت F احتمال P	ضریب تعیین RS	همبستگی چندگانه MR	ضرایب رگرسیون (b) و (B)	
ملاک	پیش بین				۱	۲
کارآفرینی سازمانی	هوش هیجانی	$F=20/809$ $P<0/001$	۰/۱۲۰	۰/۳۴۶	$B=0/062$ $b=0/346$ $P=0/001$	-
	فرهنگ سازمانی	$F=22/126$ $P<0/001$	۰/۲۲۵	۰/۴۷۵	$B=0/050$ $b=0/326$ $P=0/000$	$B=0/067$ $b=0/371$ $P=0/001$

با توجه به نتایج جدول شماره ۳ ($MR=0/346$ و $RS=0/120$ با $P<0/001$) مشخص می شود که از میان فرهنگ سازمانی و هوش هیجانی بعنوان متغیرهای پیش بین، هوش هیجانی قدرت بیشتری در پیش بینی کارآفرینی سازمانی دارد.

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی در کارکنان زن سازمان آب و برق خوزستان انجام شد. بر این اساس سه فرضیه تدوین شد که به نتایج و تبیین آنها پرداخته می شود:

از جمله یافته های پژوهش حاضر وجود ارتباط بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در کارکنان بود. بر اساس نتایج حاصل از جدول شماره ۲ نشان داده شد که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در کارکنان رابطه وجود دارد. در نتیجه فرضیه اول پژوهش

مورد تأیید قرار گرفت. یافته‌های حاصل از این فرضیه با یافته‌های مشایخی (۱۳۹۱)، قهرمانی (۱۳۸۹) و ژنگ و همکاران (۲۰۱۲) همخوانی دارد. در تبیین کلی این فرضیه چنین می‌توان اظهار داشت که سازمان‌ها، درست مثل افراد، دارای شخصیت‌هایی هستند که این قالب شخصیتی فرهنگ حاکم بر آن سازمان را تشکیل می‌دهد. تاثیر فرهنگ سازمانی بر اعضای سازمان به حدی است که می‌توان با بررسی زوایای آن، نسبت به چگونگی رفتار، احساسات، دیدگاه‌ها و نگرش اعضای سازمان پی برد و واکنش احتمالی آنان را در قبال تحولات مورد نظر ارزیابی، پیش‌بینی و هدایت کرد. تأثیری که فرهنگ سازمانی بر افراد خود می‌گذارد بر روی کارمندان زن به مراتب بیشتر از هم‌تایان مرد است. با اهرم فرهنگ سازمانی، به سادگی می‌توان انجام تغییرات را تسهیل کرد و جهت‌گیری‌های جدید را در سازمان پایدار نمود. فرهنگ موجود در سازمان به کارکنان خود، هویتی سازمانی می‌بخشد. آنچه یک شرکت را برجسته می‌سازد توانایی آن در جذب، پرورش و نگهداری افراد با استعداد است. رابینز گزارش می‌کند: فرهنگ تعیین‌کننده مرز سازمانی است، یعنی سازمان‌ها را از هم تفکیک می‌کند، و نوعی احساس هویت در وجود اعضای سازمان تزریق می‌کند. در نتیجه می‌تواند به توسعه کارآفرینی و رفتارهای نوآورانه در سازمان کمک کند.

از سوی دیگر در پژوهش حاضر مشاهده شد که بین هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی در کارکنان رابطه وجود دارد. و بدین ترتیب فرضیه دوم پژوهش نیز مورد تأیید قرار گرفت. یافته‌های حاصل از این فرضیه با یافته‌های ژانگ و برانینگ (۲۰۱۱)، صمد (۲۰۰۹) و یتشاک و راتستین (۲۰۱۰) همخوانی دارد. هوش هیجانی به گونه‌ای برنامه‌ریزی شده است تا بتواند نتایج کار را بهبود بخشد اما به هیچ وجه نمی‌تواند بدون مهارت‌های شغلی، موفقیت را تضمین کند. افراد با بکارگیری هوش هیجانی خود در سازمان، با محیط اطراف خود سازگاری بیشتری کسب کرده، اعتماد به نفس بالایی نشان داده و از توانایی‌های خود آگاهی کسب نموده که همه اینها راهی به سوی توسعه کارآفرینی در سازمان می‌باشد. علاوه بر مطالب فوق، از جمله نتایج پژوهش حاضر وجود رابطه چندگانه بین فرهنگ سازمانی و هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی در کارکنان بود. اما از میان اینها هوش هیجانی از قدرت بیشتری برای پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی برخوردار می‌باشد. برای سازمان‌های امروزی نوآوری و کارآفرینی به مثابه پله‌های نردبام ترقی هستند که باید با آگاهی کامل و موفقیت‌طلبی شوند. در این راستا فرهنگ به عنوان یک عامل کنترل، موجب به وجود آمدن یا شکل دادن به نگرشها در رفتار کارکنان می‌شود. به طوری که شایستگی و تناسب فرد در سازمان؛ تناسب نگرشها و رفتار فرد با فرهنگ سازمانی، موجب می‌شود که فرد بتواند به عنوان عضوی مفید و موثر درآید. علاوه بر اینها هوش هیجانی، به معنی توانایی اداره مطلوب خلق و خو، وضع روانی و کنترل تکانه‌ها، عاملی است که هنگام شکست ناشی از دست نیافتن به هدف، در شخص

انگیزه و امید ایجاد می کند در نتیجه با بکارگیری هرچه بیشتر آن مسیر سازمان در جهت رسیدن به کارآفرینی را می توان توسعه داد.

همانطور که اشاره شد فعالیت زنان در عرصه کارآفرینی در جوامع مدرن، تحولات زیادی در کلیه فعالیت های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و غیره به وجود آورده و به عنوان مهم ترین ابزار کارآفرینی مدرن مورد توجه قرار گرفته است و همان گونه که گفته شد، زنان با داشتن دیدی خلاق و برخوردار از مهارت های بالا، به عنوان نان آور خانواده و عامل اصلی تربیت فرزندان نقش بسیار مهمی در چرخه اقتصاد خانواده و جامعه دارند و در جامعه اسلامی وجود و حضور آن ها حتی در تمامی دستاوردهای پیشرفته امروزی مانند تجارت الکترونیک، فناوری اطلاعات نباید نادیده گرفته شود و اگر کارآفرینی در خانواده ها به صورت مشترک صورت می گیرد، زوجین باید با تفاهم و تعامل در کسب و کار خود فعالیت نمایند.

بطور کلی زنان بخش قابل توجهی از جمعیت فعال اقتصادی را به خود اختصاص می دهند. با این حال، مهیا نبودن امکانات لازم برای پرورش ایده های خلاق این قشر از یک سو و فقدان زیر ساخت های فرهنگی و مدیریتی اثر بخش جهت بهره برداری از نیروهای بالقوه آنان از سوی دیگر، شرایط را برای استفاده مناسب از این ظرفیت عظیم فراهم نمی سازد. در این میان، کارآفرینی ساز و کاری است که می تواند برای برون رفت از این معضل موثر واقع شود. یکی از شاخص های اصلی کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی می باشد که بدون شک سهم چشمگیری در توفیق و تعالی سازمانها دارد. از سویی دیگر، اثرات مستقیم و مثبت گرایش به کارآفرینی سازمانی در سازمان بر رضایت شغلی نیروی انسانی به اثبات رسیده است و به نظر می رسد عنایت ویژه به توسعه مولفه های کارآفرینی و علاوه بر آن، بسط و گسترش فرهنگ کارآفرینی بتواند به شکلی متمایز، راهکار مناسبی در حل مسئله رضایت شغلی تنزل یافته زنان باشد. شرایط محیطی کشور، اعم از وضعیت سیاسی، فرهنگی و تکنولوژیکی در توسعه کارآفرینی زنان مؤثرند. عوامل فرهنگی در دو بعد رسمی و غیررسمی، طرز تلقی و نگرش هر جامعه را از فعالیتهای اقتصادی زنان، آن کشور نشان می دهد نتایج بیانگر آن است که در کشور ما فرهنگ رسمی به ویژه در بخش آموزش جامعه و آموزشهای رسمی در سالهای اخیر نقش بسزایی در توسعه کسب و کار و کارآفرینی زنان بویژه زنان کارمند داشته اند. اما فرهنگ غیر رسمی ما نه تنها امکان رشد کسب و کار را برای زنان ایرانی فراهم نمی سازد، بلکه مانع جدی برای آنان محسوب می شود. به عنوان مثال حفظ نهاد خانواده یکی از مهم ترین دغدغه های زنانکارمند ایرانی است.

منابع

- جانقربانیان، زهرا. (1388). رابطه هوش هیجانی و حمایت سازمانی ادراک شده با رفتارهای کارآفرینانه در بین ارائه کنندگان طرحهای کارآفرینی شهرک علمی-تحقیقاتی اصفهان، پایان نامه کارشناسی ارشد روان شناسی صنعتی و سازمانی.
- خیاط زاده، میترا. (1390). رابطه بین هوش هیجانی و خودکارآمدی با سبک های مقابله با استرس در کارکنان تعاونی های شهر اهواز، پایان نامه کارشناسی ارشد روان شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز.
- سجادی پور، نجمه. (1390). رابطه هوش هیجانی و عملکرد تحصیلی در دانشجویان دختر و پسر دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز، پایان نامه کارشناسی ارشد روان شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز.
- سیفی سالدھی، محمد هادی. (1389). بررسی رابطه بین ساختار کارآفرینانه و اثربخشی سازمانی در سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تربیت مدرس.
- طاهری، عبدالمحمد؛ شایان جهرمی، امین و ترابی، سهیلا. (1389). بررسی رابطه کارآفرینی با خلاقیت در سازمان فنی و حرفه ای شهرستان گچساران، فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت.
- طییبی، زهره. (1389). رابطه میان ویژگیهای شخصیتی، سبکهای دلبستگی و هوش هیجانی با بخشودگی در کارکنان شرکت ملی نفت اهواز. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی اهواز.
- علوی، سید ابوالفضل و حداد سبزواری، محسن. (1380). خلاقیت و نوآوری در دانشگاهها، (مجموعه مقالات چهل و چهارمین نشست رؤسای دانشگاهها و مراکز علمی تحقیقاتی کشور)، مؤسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی.
- قهرمانی، محمد؛ پرداختچی، محمد حسن و حسین زاده، طاهر. (1389). بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه شهید بهشتی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی. دانشگاه شهید بهشتی.
- مدرسی سریزدی، سیده جمیله، مدرسی سریزدی، سیدمحمد. (1388). کارآفرینی، انتشارات ترمه، تهران، چاپ اول.
- مشایخی، نوشین. (1391). طراحی و آزمودن الگویی از برخی پیشایندها و پیامدهای خلاقیت سازمانی در کارکنان شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب - منطقه اهواز. پایان نامه-ی کارشناسی ارشد روانشناسی صنعتی و سازمانی. دانشگاه شهید چمران اهواز.

ملک محمدی، ایرج و حجازی، یوسف. (1389). میزان کارآفرینی در سازمان ترویج کشاورزی کشور و نیز شناسایی و تحلیل نقش عوامل سازمانی و مدیریتی در توسعه کارآفرینی سازمانی، فصلنامه تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران شماره ۲، دوره-2، ص 30-38

ملوندی، محمد. (1387). کارآفرینی و پروژه، انتشارات امیدمهر، چاپ اول، ص ص 242-231
ناصری، امیر. (1383). بررسی هوش هیجانی با سازگاری اجتماعی و پیشرفت تحصیلی دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
نسیمی فر، حجت. (1388). بررسی مولفه های هوش هیجانی به عنوان پیش بین های کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید چمران اهواز.

نظری، محمدرضا. (1387). اصول و مبانی کارآفرینی، انتشارات عشق دانش، گرگان، چاپ اول.

نعامی، عبدالزهرا؛ تقی پور، آذین و نیسی عبدالکاسم. (1388). بررسی رابطه علی بین فرهنگ سازمانی با انگیزش شغلی، اشتیاق شغلی و رفتارهای نوآورانه با میانجی گری توانمندسازی روانشناختی در کارکنان شرکت ملی حفاری ایران. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی. دانشگاه شهید چمران اهواز.

هادی شهینی، افشین. (1390). ارتباط کارآفرینی سازمانی با عملکرد مدیران شرکت ساپکو، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر.

هادیزاده، اکرم و رحیمی فیل آبادی، فرج الله. (1384). کارآفرینی سازمانی، چاپ اول، تهران : نشر جانان.

Baron, P. & Jeffrey, c. (2010). organizational entrepreneurship, Journal, The Bern University, No.56.

Bratton, V., Dodd, N., & Brown, W.(2011). The impact of emotional intelligence on accuracy of self-awareness and leadership performance. Leadership & Organization Development Journal , Vol. 32 No. 2, pp. 127-149.

Chenot, D.(2007). Organizational Culture and Retention in Public Child Welfare Services Organizations, Doctor of Philosophy, Department of Social Sciences, Case Reserve University.

Horwitz, P., & Brockhaus, R.(2009). The Psychology of the Entrepreneur, In D. Sexton & R. Smilor, The Art and Science of Entrepreneurship.

Jaskyt, Kristinae.(2004). Transformational Leadership, Organizational Culture, and Innovativeness in Nonprofit Organizations, Nonprofit Management & Leadership, vol. 15, no. 2.

Joy, S. Kolb, D.(2009). Are there cultural differences in learning style?, International Journal of Intercultural Relations, 33, 69-85.

Kantor Paul .(2002). promoting women s entrepreneurship development based on good practice programs: working series on women entrepreneurship development and gender in enterprises paper WEDGE.

Orhan, M, Scott Don .(2001). why Women enter into entrepreneurship an explanatory model, women in management review, Vol. 16, PP: 232-247.

- Petrakis, P. E.(2005). Risk perception, risk propensity and entrepreneurial behavior: the Greek case. *The Journal of American Academy of Business*, vol. 7, N. 1, pp. 233-242.
- Rao P.(2009). The role of national culture on Mexican staffing practices, *Employee Relations*, 31 (3), 295-311.
- Samad, S .(2009).The Influence of Emotional Intelligence on Effective Leadership Among Managers in Malaysian Business Organizations .*The Business Review*.170-164 ,13 .
- Seelig, Tina .(2003). High Technology Entrepreneurship Education: STVP and REE, Sao Paulo: Stan ford Technology Ventures Program.
- Seymour, Nicole .(2001). women Entrepreneurs in the developing world, August, cauffman center for entrepreneurial leadership Digest number 01_04.
- Tony , Morrison .(2007). Emotional intelligence ,emotion and social work: context , characteristic, complications and contribution.
- Virginia,D.B.(2009). E.Q to IQ: why smart people fail?Available from.
- Yitshaki-Hagai, Ronit and Rothstein, Mirly.(2010). « Does entrepreneurs emotional intelligence impact performance? The mediating role of style and social capital (Interactive Paper) *Frontiers of Entrepreneurship Research*: Vol. 30: Iss. 4, Article 15.
- Zampetakis, L. A., Kafetsios, K., Bouranta, N., Dewett, T., Moustakis, V.S. (2009). On the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial attitudes and intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 15(6), pp. 595-618
- Zampetakis, L.A. & V. Moustakis .(2007). Entrepreneurial behavior in the
- Zhang, D. D & ,Bruning, E .(2011). Personal characteristics and strategic orientation: entrepreneurs in Canadian manufacturing companies .*International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* , Vol. 17No. ,1pp. .103-82
- Zheng, W & et al .(2012). “Linking organizational culture, structure, strategy, and organizational effectiveness: Mediating role of knowledge management”. *Journal of Business Research*, Vol. 63, No.7, PP: 763-771.