

بررسی رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی کرمان

مسعود پورکیانی^۱، افلاطون امیری^۱، فاطمه آذرپور^۲

چکیده

مقدمه: در سازمان‌های بزرگ حمایت از کارآفرینی در همه سطوح سلسله مراتبی، برای رشد عملکرد و افزایش رقابت، موضوعی حیاتی است. هدف اصلی این پژوهش، بررسی رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم پزشکی کرمان بود. **روش‌ها:** این مطالعه یک مطالعه توصیفی تحلیلی است، که به روش مقطعی در سال ۱۳۹۱ انجام شد. برای دستیابی به هدف مطالعه میزان هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی ۲۸۵ نفر از کارکنان ستادی دانشگاه علوم پزشکی کرمان با استفاده از پرسشنامه‌ی استاندارد Shring برای سنجش هوش هیجانی و پرسشنامه نقابی و بهادری برای سنجش کارآفرینی سازمانی اندازه‌گیری شد. نتایج با استفاده از آزمون اسپیرمن در SPSS نسخه ۱۸ تجزیه و تحلیل شد.

نتایج: 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. همچنین بین هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی کارکنان در بین زنان و مردان، در گروه‌های سنی، سابقه خدمت و تحصیلات مختلف، در همه موارد به جز در سطح لیسانس و بالاتر تفاوت معنی‌داری وجود نداشت.

بحث و نتیجه‌گیری: با توجه به این که بین کارآفرینی سازمانی با هوش هیجانی کارکنان، ارتباط وجود دارد، شاید بتوان از ارتباط موجود بین این دو استفاده‌های آموزشی و تربیتی نمود. مثلاً با توجه به اکتسابی بودن هوش هیجانی، شاید بتوان با پرورش و ارتقای هوش هیجانی میزان کارآفرینی را تقویت و پرورش داد.

واژگان کلیدی: هوش، هوش هیجانی، کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی

مقدمه

صورت فرصتی سودآور برای سازمان استفاده کرد. یکی از این قابلیت‌ها را می‌توان هوش هیجانی در افراد سازمان دانست (۱). امروزه هوش هیجانی به سرعت مورد توجه شرکت‌ها و سازمان‌ها قرار گرفته است. دلیل این امر آن است که هوش هیجانی بیانگر توانایی اداره مطلوب خلق و خو و وضع روانی و کنترل تنش‌هاست و عاملی است که به هنگام ناکامی

امروزه همه‌ی سازمان‌ها تحت تأثیر آشوب‌های محیطی قرار دارند. با توجه به این که این عدم قطعیت بر سازمان و کارکنان تأثیر می‌گذارد، بنابراین قابلیت‌هایی لازم است تا در عین مقاومت در برابر این آشوب‌ها، بتوان بدون از دست دادن انگیزه ادامه راه، تصمیم مناسب گرفته و از این آشوب‌ها به

۱- استادیار، گروه مدیریت، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان، کرمان، ایران.

۲- کارشناس ارشد مدیریت دولتی، گروه مدیریت، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان، کرمان، ایران.

نویسنده مسئول: فاطمه آذرپور

آدرس: کرمان، بلوار جمهوری اسلامی، دانشگاه علوم پزشکی کرمان، معاونت درمان

E-mail: fazarpur@yahoo.com

فکس: ۰۳۴۱-۲۱۱۳۱۷۰

تلفن: ۰۳۴۱-۲۱۰۵۶۴۴

در دستیابی به هدف در شخص ایجاد انگیزه و امید می‌کند (۲). بهره هوشی نمی‌تواند به خوبی از عهده توضیح سرنوشت متفاوت افرادی برآید که فرصت‌ها، شرایط تحصیلی و چشم اندازهای مشابهی دارند. شواهد بسیاری ثابت می‌کند که افرادی که مهارت هیجانی دارند در هر حیطه از زندگی متمایزند، خواه در روابط عاطفی و صمیمانه باشد و خواه در فهم قواعد ناگفته‌هایی که در خط‌مشی سازمانی به پیشرفت می‌انجامد (۱). نه تحصیلات، نه تجربه، نه معلومات و نه هوش هیچ‌کدام به تنهایی نمی‌توانند تعیین کنند، چرا یک نفر موفق می‌شود و فرد دیگر موفق نمی‌شود. چیز دیگری وجود دارد که ظاهراً جامعه برای آن هیچ توضیحی ندارد. پاسخ این سؤال تقریباً همیشه به مفهومی به نام هوش هیجانی بر می‌گردد (۳).

Golman می‌گوید قوانین انجام کار دائماً در حال تغییر هستند و ما همیشه به وسیله معیارهای جدیدی مورد قضاوت قرار می‌گیریم. مهم نیست ما چقدر هوشمندیم، چقدر آموزش دیده‌ایم یا چه تخصصی داریم، بلکه مهم این است که چطور می‌توانیم خودمان و دیگران را اداره کنیم (۴). درباره هوش هیجانی تعاریف و نظریه‌های گوناگونی توسط صاحب نظران مختلف ارائه شده است. طبق تعریف **Finley** به نقل قول از (**Mayer & Shalvey**) هوش هیجانی، توانایی اداره کردن احساسات و هیجانات خود و دیگران، تمایز میان آن‌ها و به کار بردن این اطلاعات برای راهنمایی فکر و عمل بیان شده است (۵). اما بحث جدیدی که در تحقیقات مربوط به مدیریت و سازمان مطرح است، رابطه بین هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی می‌باشد. سازمان‌ها برای بقا در عصر رقابت، به لحاظ مؤلفه‌هایی مانند نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی هم در امور پرسنلی و

منابع انسانی و هم در زمینه ساختار و فرآیندها ملزم هستند. افزایش تمایل کارکنان به عمل کارآفرینانه برای سازمان‌ها، به جهت ایجاد دانش جدید و تبدیل آن به محصولات و خدمات جدید و به منظور رقابت در جهت کسب فرصت‌های بهره‌ور ضروری است. در واقع سازمان‌ها بدون داشتن افرادی که فکر کارآفرینانه داشته باشند رو به نابودی خواهد رفت. بنابراین تحقیقات کارآفرینی باید به سمت و سوی سوق داده شود که این گرایش را در کارکنان مورد بررسی قرار دهد و عوامل تأثیرگذار بر آن مورد آزمون قرار گیرد. در این راستا از میان عوامل مختلفی که موجب تقویت یا کاهش این میل می‌شد و بر میزان گرایش کارکنان به کارآفرینی تأثیرگذار بود، هوش هیجانی می‌باشد (۶).

مطابق با نظر **Antonic** و **Hisrich** کارآفرینی سازمانی اشاره به فرآیندی دارد که هدف آن درون سازمان فقط به کسب و کار پر مخاطره مربوط نمی‌شود، بلکه گرایش‌ها و فعالیت‌های نوآورانه نظیر توسعه محصولات و خدمات جدید، تکنولوژی جدید، تکنیک‌های مدیریتی جدید، استراتژی‌ها و وضعیت رقابتی جدید را نیز شامل می‌شود (۷). فرد کارآفرین کسی است که توانایی تشخیص و ارزیابی فرصت کسب و کار را دارد و می‌تواند منابع لازم را جمع‌آوری کند و از آن‌ها بهره‌برداری نموده و عملیات مناسبی را برای رسیدن به موفقیت پی‌ریزی کند (۸). در نتیجه این فرد با این رفتار کارآفرینانه می‌تواند فعالیت‌های سازمانی را به سمت خلاقیت، نوآوری، مخاطره‌پذیری و پیشتازی سوق دهد. **Kerr** به نقل قول از **Karmeli** چارچوبی را فرض کرد که مجموعه‌ای از مهارت‌های مربوط به هیجانات و ارزیابی دقیق آن‌ها در خود و دیگران و استفاده

مواد و روش‌ها

مطالعه مقطعی حاضر در سال ۱۳۹۱ انجام گرفت و جامعه آماری آن را کارکنان ستادی (سازمان مرکزی، معاونت‌ها و دانشکده‌ها) دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی کرمان تشکیل دادند. جهت محاسبه حجم نمونه از فرمول Cochran استفاده شد (۱۴). در این فرمول در سطح اطمینان ۹۵ درصد و با احتساب جامعه آماری محدود ($N=1095$ ، $p=0/5$ ، $d=0/05$ ، $q=0/5$)، حجم نمونه ۲۸۵ نفر محاسبه گردید. برای تعیین تعداد نمونه‌ها در هر واحد از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای و برای تعیین نمونه‌ها در هر واحد از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شد.

به منظور جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز، از پرسشنامه Shring در قالب مقیاس ۵ گزینه لیکرت برای سنجش هوش هیجانی که شامل مؤلفه‌های (خودآگاهی، خود تنظیمی، خود انگیزی، همدلی و مهارت‌های اجتماعی) که برای هر مؤلفه ۵ سؤال طراحی شده است و پرسشنامه کارآفرینی سازمانی نقابی و بهادری که شامل مؤلفه‌های (ریسک‌پذیری، نوآوری و پیشگامی) که برای هر مؤلفه ۶ سؤال طراحی شده است، استفاده شد. این پرسشنامه‌ها در چندین مطالعه داخلی استفاده شده و روایی و پایایی آن مورد تأیید قرار گرفته است (۱۶ و ۱۵). در این مطالعه نیز جهت بررسی پایایی درونی پرسشنامه‌ها از آزمون Cronbach's alpha استفاده شد. که مقدار آن برای متغیر هوش هیجانی برابر با ۰/۹۴ و متغیر کارآفرینی سازمانی برابر با ۰/۸۶ بود.

در مطالعه حاضر متغیرهای جمعیت‌شناسی شامل سن، جنسیت، میزان تحصیلات و سابقه کاری هم جمع‌آوری شد. همچنین جهت حفظ محرمانگی اطلاعات پاسخگویان، پرسشنامه‌ها بی‌نام بودند.

از احساسات برای انگیزش، برنامه ریزی و کسب موفقیت در زندگی خود را توصیف می‌کند (۹). شاید بتوان گفت یکی از مؤثرترین تأثیرات هوش هیجانی بر موفقیت مدیران کارآفرین، امکان ایجاد ارتباط مؤثر و گسترده با کارکنان است، که این ویژگی وجه تمایز این مدیران با دیگران محسوب می‌شود (۱۰). Hurst به نقل قول از Crust & Travagliuon پیشنهاد می‌کند که هوش هیجانی حلقه مفقوده درک و فهم موفقیت کارآفرینانه است (۱۱). زندگی کارکنان به ویژه زمانی که در حیطه کارآفرینی فعالیت می‌کنند، همواره همراه با تضادهای احساسی است. کارکنان باید توانایی ایجاد تعادل میان تضادهای احساسی و جلب رضایت و مشارکت همکاران در راه رسیدن هرچه سریع‌تر به هدف و توانایی اتخاذ راهکار مناسب را داشته باشند (۱۲). بنابراین با توجه به مطالعاتی که در این راستا صورت گرفته، از جمله مطالعه عباس پور اسفدن و همکاران در سال (۱۳۸۹) تحت عنوان شناخت و مطالعه رابطه‌ی هوش هیجانی و کارآفرینی مدیران صنایع لاستیک و پلاستیک شهر تهران، بررسی کارآفرینی افراد سازمان در کنار هوش هیجانی آن‌ها می‌تواند روزه‌ی تازه‌ای برای مطالعات کارآفرینی سازمانی و مباحث مربوط به منابع انسانی در سازمان باشد (۱۳)، لذا این مطالعه به بررسی رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم پزشکی کرمان پرداخته است. با توجه به تعریف ذکر شده در مقدمه کارآفرینی شامل توسعه محصولات و خدمات جدید و ایجاد خلاقیت و نوآوری است که شامل کارکنان نیز می‌شود. بنابراین کارکنان نیز می‌توانند در حیطه کاری خود کارآفرین باشند. جامعه آماری این تحقیق نیز کارکنان هستند.

نتایج

خصوصیات دموگرافیک افراد مورد بررسی در این مطالعه در جدول ۱ آمده است. طبق نتایج میانگین هوش هیجانی در کل جمعیت برابر با ۳/۴ از ۵ امتیاز با انحراف معیار ۰/۷۲ و میانه

جهت تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS نسخه ۱۸ (version 18, SPSS Inc, Chicago, IL) استفاده شد و سطح معنی‌داری آزمون هم $\alpha = 0/05$ بود. همچنین جهت تعیین همبستگی بین متغیرهای تحقیق از آزمون Spearman، استفاده گردید.

جدول ۱. خصوصیات افراد مورد بررسی در این مطالعه

درصد فراوانی	فراوانی		
۳۴/۰	۹۷	مرد	جنسیت
۶۶/۰	۱۸۸	زن	
۳۳/۰	۹۴	۲۰-۳۰ سال	سن
۳۱/۹	۹۱	۳۱-۴۰ سال	
۲۸/۸	۸۲	۴۱-۵۰ سال	
۴/۹	۱۴	۵۱ سال و بالاتر	
۱/۴	۴	بی پاسخ	
۲۰/۰	۵۷	دیپلم	تحصیلات
۱۶/۱	۴۶	فوق دیپلم	
۶۳/۹	۱۸۲	لیسانس و بالاتر	
۲۷/۷	۷۹	کمتر از ۵ سال	سابقه خدمت
۱۶/۸	۴۸	۶-۱۰ سال	
۱۳/۰	۳۷	۱۱-۱۵ سال	
۱۶/۱	۴۶	۱۶-۲۰ سال	
۱۵/۱	۴۳	۲۱-۲۵ سال	
۸/۱	۲۳	۲۶-۳۰ سال	
۳/۲	۹	بی پاسخ	
۱۰۰	۲۸۵		کل

جدول ۲. بررسی رابطه بین هوش هیجانی با کار آفرینی سازمانی و مؤلفه‌های آن

معنی‌داری	ضریب همبستگی Spearman	متغیر
۰/۰۰۲	۰/۱۸۲	کار آفرینی
۰/۰۱۰	۰/۱۵۲	ریسک‌پذیری
۰/۱۳۱	۰/۰۹۰	نوآوری
۰/۰۰۷	۰/۱۶۱	پیش‌گامی

آن برابر با ۳ بود. همچنین میانگین کار آفرینی سازمانی کارکنان برابر با ۳/۹۲ از ۵ امتیاز با انحراف معیار ۰/۶۶ و میانه آن برابر با ۴ بود. نرمال بودن متغیرهای تحقیق توسط آزمون Kolmogorov-Smirnov بررسی شد و فرض نرمال بودن برای دو متغیر مورد بررسی رد شد، بنابراین برای بررسی فرضیات تحقیق از همبستگی ناپارامتری Spearman استفاده شد.

سازمانی ۰/۱۸۲ و $p = ۰/۰۰۲$ بود. بنابراین می توان ادعا کرد که بین دو متغیر هوش هیجانی و کار آفرینی کارکنان دانشگاه علوم پزشکی کرمان رابطه ضعیف و مستقیم معنی داری وجود دارد.

بین هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی در دو جنس زنان و مردان و همچنین در گروه های سنی، تحصیلات و سابقه خدمت به جزء در سطح لیسانس و بالاتر رابطه معنی داری وجود نداشت (جدول ۳).

جهت بررسی رابطه بین هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی و مؤلفه های آن از آزمون Spearman استفاده گردید. طبق نتایج بین هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی و همچنین بین هوش هیجانی و مؤلفه های کارآفرینی سازمانی (ریسک پذیری، نوآوری و پیشگامی) در همه موارد به جز نوآوری رابطه معنادار مستقیمی وجود داشت (جدول ۲). ضریب همبستگی بین هوش هیجانی با کارآفرینی

جدول ۳. محاسبه ضریب همبستگی بین هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی در سطوح جنسیت، سن، میزان تحصیلات و سابقه خدمت

متغیر	سطوح متغیر	ضریب اسپیرمن	معنی داری
جنسیت	مردان	۰/۱۲۴	۰/۲۲۹
	زنان	۰/۱۴۴	۰/۰۵۰
سن	۲۰-۳۰ سال	۰/۲۴	۰/۲۰۰
	۳۱-۴۰ سال	۰/۱۴۰	۰/۱۸۹
	۴۱-۵۰ سال	۰/۰۳۵	۰/۷۵۴
	بالاتر از ۵۱ سال	۰/۹۷	۰/۷۴۱
میزان تحصیلات	دیپلم	۰/۰۵۹	۰/۶۶۴
	فوق دیپلم	۰/۱۳۰	۰/۳۹۶
	لیسانس و بالاتر	۰/۲۱۷	۰/۰۰۳*
سابقه خدمت	کمتر از ۵ سال	۰/۱۲۵	۰/۲۷۱
	۶-۱۰ سال	۰/۲۱۰	۰/۱۵۱
	۱۱-۱۵ سال	۰/۱۸۱	۰/۲۹۰
	۱۶-۲۰ سال	۰/۰۳۱	۰/۸۴۰
	۲۱-۲۵ سال	۰/۲۰۳	۰/۱۹۱
	۲۶-۳۰ سال	۰/۰۰۱	۱

بحث

مطالعه حاضر به بررسی رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی کارکنان دانشگاه علوم پزشکی کرمان پرداخته است. نتایج این مطالعه نشان داد بین هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی و بین هوش هیجانی و مؤلفه های کارآفرینی سازمانی به جز نوآوری رابطه معنادار ضعیفی وجود دارد. این نتایج با نتایج مطالعات دیگر همخوانی دارد. از جمله نتایج

مطالعه کمالیان و همکاران که در بررسی ارتباط هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی و سه مؤلفه آن (ریسک پذیری، نوآوری و پیشگامی) در بین دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه سیستان و بلوچستان نشان داد که رابطه ی همبستگی مستقیم وجود داشته است (۱۷). Grynchik و همکاران نیز در پژوهشی به بررسی اهمیت هیجانها و چگونگی تأثیر آن بر ارزشیابی و بهره برداری از فرصت های کارآفرینانه

داشته است، همخوانی داشت (۲۰، ۱۹، ۱۸). در مطالعه حاضر از بین سه مؤلفه ریسک پذیری، نوآوری و پیشگامی دو مؤلفه ریسک پذیری و پیشگامی رابطه معنی داری با هوش هیجانی داشته‌اند، اما بین هوش هیجانی و مؤلفه نوآوری رابطه معناداری وجود نداشت که این نتیجه کمی دور از انتظار است.

چنانچه کارکنان، در فرآیند فعالیت‌های جاری سازمان هر چه بیشتر اقدام به رفع به موقع موانع نوآوری و تقویت روحیه نوآوری نمایند، موجب می‌گردد که راه حل‌های اصولی‌تری را کشف نموده و نوآوری خود را به کار بیندازند و بتوانند با کشف فرصت‌های جدید و افزایش ویژگی‌های نوآوری فردی مورد نظر، سازمان خود را به صورت یک سازمان پیشرو و برتر معرفی نمایند.

در پژوهش رسولی‌نیا و همکارانش در سال ۱۳۹۰ که به بررسی رابطه بین هوش هیجانی و نوآوری کارکنان شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه لرستان پرداخته است، نویسندگان به وجود رابطه معناداری بین هوش هیجانی و نوآوری دست یافتند (۱۰). پس شاید بین هوش هیجانی و نوآوری رابطه معناداری وجود داشته باشد و این نتیجه ناهمسو در مطالعه حاضر، شاید ناشی از ابزار، جامعه آماری، شرایط کاری متفاوت و یا فرهنگ حاکم در محیط کاری باشد. در عصر حاضر، با توجه به تغییر و تحولات سازمان‌ها، نیروی انسانی مؤلفه‌ای مهم و راهبردی در افزایش اثر بخشی و کارایی در سازمان به حساب می‌آید. دارا بودن نیروی انسانی متعهد به اهداف سازمانی و دارای رفتار کارآفرینانه نه تنها می‌تواند عامل برتری به شمار آید، بلکه به عنوان مزیت رقابتی در سازمان نسبت به سازمان‌های دیگر در نظر گرفته می‌شود. یکی از مواردی که در

پرداختند، و اثر هیجانات را بر فرآیند کارآفرینی بررسی کردند. هدف اصلی آن‌ها آزمودن اثر هیجانات مثبت و منفی بر ارزشیابی فرصت‌ها و از سوی دیگر بر استفاده از موقعیت‌ها بود. نتایج نشان داد که هیجانات منفی نه تنها بر ارزشیابی فرصت‌ها بلکه بر استفاده از موقعیت‌ها به صورت منفی تأثیر می‌گذارد (۱۵).

به طور کلی می‌توان گفت ویژگی اصلی سازمان‌های کارآفرین این است که این سازمان‌ها مجهز به قابلیت‌هایی هستند که ضمن ارتقای کارآمدی قادر به بهره‌گیری بهتر از فرصت‌های موجود و انطباق پذیری بیشتر با محیط پیرامونشان می‌شوند. اولین مرحله در مسیر موفقیت، شناخت خود، احساسات و عواطف خویش است. تا زمانی که کارکنان از خویشتن خویش آگاهی کامل نداشته باشند نمی‌تواند با مسائل به صورت درست و منطقی و با تمرکز کامل روبرو شود. در چنین شرایطی احتمال تصمیم‌گیری اشتباه کارکنان افزایش می‌یابد. انگیزه‌هایی که یک فرد را وادار به فعالیت کارآفرینانه می‌کند، بیشتر هیجانی است و چنانچه فرد از نظر هیجانی به مرحله‌ی پختگی نرسیده باشد و به نوعی از نظر هیجانی هوشمند نباشد، احتمال شکستش خیلی بیشتر است، در حالی که احتمال موفقیت فردی با هوش هیجانی بالا بیشتر خواهد بود. شاید بتوان گفت یکی از مهمترین تأثیرات هوش هیجانی بر موفقیت کارکنان کارآفرین امکان ایجاد ارتباط مؤثر و گسترده با کارکنان است، که این ویژگی وجه تمایز این کارکنان با دیگران محسوب می‌شود (۱۰). این یافته‌ها با نتایج پژوهش Rhee (۲۰۰۷)، Brundin و همکاران (۲۰۰۸)، و Zampetakis و همکاران (۲۰۰۹) که بر این عقیده بودند که هوش هیجانی توانایی پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی و مؤلفه‌های آن را به طور کلی

نتیجه گیری

در این مطالعه کارکنان برخوردار از سطوح بالای خصیصه هوش هیجانی، که احساساتشان را بهتر تنظیم و کنترل می‌کردند، رفتار بهتری را در محیط کار بروز می‌دادند که آنان را قادر می‌ساخت تا کارآفرینانه‌تر عمل کنند. بنابراین شاید بتوان از ارتباط موجود بین هوش هیجانی و رفتار کارآفرینانه کارکنان استفاده‌های آموزشی و تربیتی نمود. مثلاً با توجه به اکتسابی بودن هوش هیجانی، شاید بتوان با پرورش و ارتقای هوش هیجانی میزان کار آفرینی را تقویت و پرورش داد.

تشکر و قدردانی

برخود لازم می‌دانیم از کلیه پرسنل دانشگاه علوم پزشکی کرمان که در جمع آوری اطلاعات مورد نیاز این مطالعه صمیمانه همکاری نموده‌اند، تشکر نمایم.

حوزه سازمانی مطرح می‌شود، هوش هیجانی کارکنان و مدیران سازمان است. اخیراً هوش هیجانی بیش از پیش مورد توجه دانشمندان قرار گرفته است و نتایج حاصل از تحقیقات نشانگر آن است که در موفقیت افراد و کارایی سازمان‌ها، هوش هیجانی دست کم به اندازه ضریب هوشی افراد مؤثر است و شواهد جدید نشان دهنده این موضوع است که در آغاز قرن بیست و یکم، هوش هیجانی موجب تحولات خواهد بود (۱۵).

در این تحقیق نیز مانند هر تحقیق دیگری محدودیت‌هایی وجود داشت، که از آن جمله می‌توان به بی‌دقتی پاسخ‌گویان در پاسخگویی، به دلیل عدم اطمینان آن‌ها نسبت به مؤثر واقع شدن نتایج این تحقیق اشاره کرد، که می‌تواند نتایج تحقیق را تحت تأثیر قرار دهد.

References

1. Goleman D. Working with Emotional Intelligence. Translated by Nasrin Parsa. 1 ed. Tehran: Roshd Publications; 2008.
2. Sayyed Javadin SR, Hosseinpour H. The effect of emotional intelligence on employees' performance in the Social Welfare Organization. The Third National Conference on Performance Management, Scientific Conference Center of University Jihad; Tehran. May 15-16, 2007. [In Persian].
3. Bradberry T, Greaves J. Emotional Intelligence. Translated by Mehdi Ganji. 1 ed. Tehran: Savalan Publications; 2005.
4. Aghayar S, Sharifi Daramadi P. Organizational emotional intelligence. 2 ed. Isfahan: Sepahan Publications; 2007. [In Persian].
5. Finley DC. 5 Ways to increase your emotional intelligence. *Journal of Financial Planning*. 2008; [online, cited Nov 22, 2013]; Available from: <http://connection.ebscohost.com/c/articles/35200003/5-ways-increase-your-emotional-intelligence>
6. Hadizade Moghadam A, Rahimi Philabadi F. Organizational entrepreneurship. 1 ed. Tehran: Janan Publications; 2005. [In Persian].
7. Antoncic B, Hisrich RD. Corporate entrepreneurship contingencies and organizational wealth creation. *J Manage Dev* 2004; 23(5-6): 518-50.
- 8- Zabihi M, Moghaddasi A. Entrepreneurship from theory to practice .1 ed. Tehran: Jahan farad, Nama Publications; 2005. [In Persian].
9. Carmeli A. The relationship between emotional intelligence and work attitudes, behavior and outcomes: an examination among senior managers. *J Manage Psychol* 2003; 18(7-8): 788-813.
10. Juybabe M. Emotional intelligence scale at triple levels (top, middle, base managers) in management and planning organization and its affiliated organizations. [MSc Thesis]. Tehran: Tehran University; 2005. [In Persian].
11. Cross B, Travaglione A. The untold story: is the entrepreneur of the 21st century defined by emotional Intelligence? *Int J Organ Analysis* 2003; 11(3): 221-8.
12. Fry FL. Entrepreneurship: a planning approach. Virginia: West Publishing Company; 1993.
13. Abbaspour Esfadan Q, Cheraghali M, Rahmani M. Identification and study of the relationship between emotional intelligence and entrepreneurship for the management of the rubber and plastic industry in Tehran. *Res J Business Economics* 2010; 1(2): 27-34.
14. Cochran WG. Sampling techniques. 3 ed. New York: John Wiley & Sons; 1977.
15. Neqabi S, Bahadori M. Relationship between emotional intelligence and entrepreneurial Behavior *J Mil Med* 2012; 14(2): 123-8.
16. Talebzade Nobarian M, Norouzi AA. The relationship between emotional intelligence and meta-cognitive awareness of reading strategies with the academic performance of students of education. *Quarterly J New Approach Educ Adm* 2011; 2(2): 1-21.
17. Kamalian AR, Fazel A. The Relationship between Emotional Intelligence and Students' Entrepreneurship: A case study of University of Sistan and Baluchestan. *J Entrepreneurship Development* 2011; 3(11): 127-46. [In Persian].
18. Kenneth SR, Rebecca JW. The emotional intelligence of entrepreneurs. *J Small Business & Entrepreneurship* 2007; 20(4): 409-25.
19. Brundin E, Patzelt H, Shepherd DA. Managers' emotional displays and employees' willingness to act entrepreneurially. *J Business Venturing* 2008; 23(2): 221-43.
20. Zampetakis LA, Beldekos P, Moustakis VS. "Day-to-day" entrepreneurship within organisations: the role of trait emotional intelligence and perceived organisational support. *European Manage J* 2009; 27(3): 165-75.

The Relationship between Emotional Intelligence and Organizational Entrepreneurship: a study on personnel of Kerman University of Medical Sciences

Masoud Pourkiani¹, Aflatoun Amiri¹, Fatemeh Azarpour²

Abstract

Background: Entrepreneurship support, at all hierarchy levels, is a crucial issue for increasing performance and enhancing competition in large organizations. The main objective of this study was to investigate the relationship between staff's emotional intelligence and organizational entrepreneurship in Kerman University of Medical Sciences.

Methods: This descriptive-analytic study was performed in a cross-sectional form in 2012. A total of 285 employees of Kerman University of Medical Sciences were evaluated in regard to their emotional intelligence using Shring standard questionnaire and organizational entrepreneurship using Neghabi & Bahadori questionnaire. Data were analyzed using Spearman test and through SPSS18 software package.

Results: Among three components of organizational entrepreneurship, that is risk of entrepreneurship, pioneering and innovation, the first two components showed significant relationship with emotional intelligence. There was no significant relationship between emotional intelligence and organizational entrepreneurship based on sex, age group, job experience and educational level except for bachelor and above degrees.

Conclusion: We might benefit from the relationship between emotional intelligence and organizational entrepreneurship for educational purposes; for example, by improving emotional intelligence, organizational entrepreneurship can be enhanced.

Keywords: Intelligence, Emotional intelligence, Entrepreneurship, Organizational entrepreneurship

1- Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Literature and Humanities, Islamic Azad University, Kerman Science and Research Branch, Kerman, Iran

2- Master of State Management, Department of Management, Faculty of Literature and Humanities, Islamic Azad University, Kerman Branch, Kerman, Iran

Corresponding Author: Fatemeh Azarpour

Email: fazarpor@yahoo.com

Address: Vice Chancellor for Research, Jomhoori Blvd, Kerman University of Medical Sciences, Kerman, Iran

Tel: 0341-2105644

Fax: 0341- 2113170