



# پیش بینی رفتارهای کار آفرینانه بر اساس هوش هیجانی

(بخش پایانی)

نویسندگان؛ زهرا جانقربانیان - منوچهر کامکار - حسین سماواتیان



حداقل و حداکثر نمره هر فرد در این آزمون به ترتیب ۸ و ۴۰ می باشد.

بعضی از سؤالات این پرسشنامه عبارتند از: "ارزش های سازمان به بهزیستی و رفاه هم کمک می نمایند"، "سازمان به خشنودی کلی و خشنودی شغلی من اهمیت می دهد".

زمپتاکیس و همکاران (۲۰۰۹) ضریب پایایی آلفای کرونباخ این پرسشنامه را ۰/۸۰ محاسبه نموده اند، که در حد قابل قبولی بوده است. در این پژوهش، ضرایب آلفای کرونباخ، ضرایب اسپیرمن - براون، گاتمن در جدول ۳ گزارش شده اند.

ب- پرسشنامه حمایت سازمانی ادراک شده:

برای سنجش حمایت سازمانی ادراک شده از پرسشنامه ای ۸ سؤالی که توسط ازنبرگر و همکاران (۱۹۸۶) ساخته شده است، استفاده خواهد شد.

پژوهش های قبلی (رودز و ازنبرگر، ۲۰۰۲) شواهد پایایی این پرسشنامه را فراهم نموده اند. نحوه پاسخ گویی به سؤالات به این ترتیب است که آزمودنی پاسخ مورد نظر خود را از میان گزینه های مختلف یک طیف پنج درجه ای از نوع مقیاس لیکرت (از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) انتخاب می کند. نمره گذاری این آزمون به صورت ۱،۲،۳،۴،۵ می باشد و

### جدول ۳- آلفای کرونباخ و ضرایب تنصیف پرسشنامه حمایت سازمانی ادراک شده در مطالعه حاضر

ردیف	مقیاس	آلفای کرونباخ	ضریب اسپیرمن- براون	ضریب گاتمن
۱	حمایت سازمانی ادراک شده	۰/۸۰۸	۰/۷۸۳	۰/۷۷۷

می کند. نمره گذاری این آزمون به صورت ۱،۲،۳،۴،۵ می باشد و حداقل و حداکثر نمره هر فرد در این آزمون به ترتیب ۶ و ۳۰ می باشد.

برخی از سؤالات این پرسشنامه عبارتند از: به کسب مهارت های جدید علاقمند هستم و برای کسب آن ها شور و ذوق نشان می دهم، برای چالش انگیز نمودن شغلم در بخش خود جو کار گروهی ایجاد می نمایم. پژوهش های 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 است. در این پژوهش، ضرایب آلفای کرونباخ، ضرایب اسپیرمن- براون، گاتمن در جدول ۴ گزارش شده اند.

چنانکه در جدول ۳ مشاهده می شود، آلفای کرونباخ پرسشنامه حمایت سازمانی ادراک شده برابر با ۰/۸۰۸ است. ضریب تنصیف اسپیرمن- براون این پرسشنامه ۰/۷۸۳ و ضریب تنصیف گاتمن برابر با ۰/۷۷۷ بوده است. شواهد ارائه شده در جدول ۳ پایایی مبنی بر همسانی درونی پرسشنامه حمایت سازمانی ادراک شده را مورد تأیید قرار می دهد.

#### ج- پرسشنامه رفتارهای کار آفرینانه:

این سازه به وسیله پرسشنامه ای ۶ سؤالی که توسط پیرس، کرامر و رابینز (۱۹۹۷) ساخته شده است و رفتارهای کار آفرینانه را می سنجد، اندازه گیری خواهد شد. نحوه پاسخ گویی به سؤالات این پرسشنامه به این ترتیب است که آزمودنی پاسخ مورد نظر خود را از میان گزینه های مختلف یک طیف پنج درجه ای از نوع مقیاس لیکرت (از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) انتخاب

### جدول ۴- آلفای کرونباخ و ضرایب تنصیف پرسشنامه رفتارهای کار آفرینانه در مطالعه حاضر

ردیف	مقیاس	آلفای کرونباخ	ضریب اسپیرمن- براون	ضریب گاتمن
۱	رفتارهای کار آفرینانه	۰/۷۳۴	۰/۷۲۹	۰/۷۲۸

#### روش تجزیه و تحلیل داده ها:

به منظور تحلیل داده های حاصل از ابزارهای پژوهش، از ضریب همبستگی پیرسون (برای بررسی رابطه ساده بین مؤلفه های هوش هیجانی و حمایت سازمانی ادراک شده رفتارهای کار آفرینانه) و از تحلیل رگرسیون گام به گام (برای پیش بینی رفتارهای کار آفرینانه به عنوان متغیر ملاک از طریق مؤلفه های هوش هیجانی) استفاده شده است. تحلیل رگرسیون گام به گام به این دلیل مورد استفاده قرار گرفته است که ترتیب اهمیت متغیرهای پیش بینی در پیش بینی متغیر ملاک (رفتارهای کار آفرینانه) مطرح بوده است. محاسبات مربوط به ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون گام به گام از طریق SPSS ۱۳ انجام شده است.

چنانکه در جدول ۴ مشاهده می شود، آلفای کرونباخ پرسشنامه رفتارهای کار آفرینانه برابر با ۰/۷۳۴ است. ضریب تنصیف اسپیرمن- براون این پرسشنامه ۰/۷۲۹ و ضریب تنصیف گاتمن برابر با ۰/۷۲۸ بوده است. شواهد ارائه شده در جدول ۴ پایایی مبنی بر همسانی درونی پرسشنامه رفتارهای کار آفرینانه را مورد تأیید قرار می دهد.

#### روش اجرا:

سه پرسشنامه اصلی به همراه پرسشنامه مربوط به اطلاعات جمعیت شناختی در این پژوهش به صورت خود گزارش دهی به مرحله اجرا در آمد. بدین ترتیب که از هر یک از شرکت کنندگان خواسته شد تا با دقت به سؤالات پاسخ دهند.

در جدول ۵ ضرایب همبستگی بین مؤلفه های هوش هیجانی و حمایت سازمانی ادراک شده با رفتارهای کارآفرینانه ارائه شده اند.

جدول ۵- ضرایب همبستگی بین مؤلفه های هوش هیجانی و حمایت سازمانی ادراک شده با رفتارهای کارآفرینانه

ردیف	مقیاس ها و زیر مقیاس ها	رفتارهای کارآفرینانه	
		ضریب همبستگی	معناداری
۱	حل مسئله	۰/۳۸۶	۰/۰۰۱
۲	شادمانی	۰/۲۸۷	۰/۰۰۱
۳	استقلال	۰/۱۱۰	۰/۱۳۹
۴	تحمل فشار روانی	۰/۰۴۹	۰/۵۱۰
۵	خودشکوفایی	۰/۲۳۰	۰/۰۰۲
۶	خودآگاهی هیجانی	۰/۱۵۵	۰/۰۳۷
۷	واقع گرایی	۰/۱۴۱	۰/۰۵۸
۸	روابط بین فردی	۰/۴۶۴	۰/۰۰۱
۹	خوش بینی	۰/۴۳۱	۰/۰۰۱
۱۰	عزت نفس	۰/۴۲۸	۰/۰۰۱
۱۱	کنترل تکانش	۰/۰۶۰	۰/۴۲۱
۱۲	انعطاف پذیری	۰/۲۶۲	۰/۰۰۱
۱۳	مسئولیت پذیری اجتماعی	۰/۳۰۸	۰/۰۰۱
۱۴	همدلی	۰/۳۳۸	۰/۰۰۱
۱۵	خودپرازی	۰/۰۶۸	۰/۳۶۰
۱۶	حمایت سازمانی ادراک شده	۰/۱۹۸	۰/۰۰۷

همان طور که در جدول ۵ مشاهده می شود، بین حل مسئله ( $r= ۰/۳۸۶$ )، شادمانی ( $r= ۰/۲۸۷$ )، خودشکوفایی ( $r= ۰/۲۳۰$ )، خودآگاهی هیجانی ( $r= ۰/۱۵۵$ )، روابط بین فردی ( $r= ۰/۴۶۴$ )، خوش بینی ( $r= ۰/۴۳۱$ )، عزت نفس ( $r= ۰/۴۲۸$ )، انعطاف پذیری ( $r= ۰/۲۶۲$ )، مسئولیت پذیری اجتماعی ( $r= ۰/۳۰۸$ )، همدلی ( $r= ۰/۳۳۸$ ) و حمایت سازمانی ادراک شده ( $r= ۰/۱۹۸$ ) با رفتارهای کارآفرینانه رابطه مثبت و معنادار وجود داشته است. از بین ضرایب بالا، ضریب همبستگی روابط بین فردی با رفتارهای کارآفرینانه در بالاترین حد ( $r= ۰/۴۶۴$ ) و ضریب همبستگی تحمل فشار روانی با رفتارهای کارآفرینانه در پایین ترین حد ( $r= ۰/۰۴۹$ ) بوده است. واریانس مشترک بین مؤلفه های هوش هیجانی و رفتارهای کارآفرینانه به ترتیب برای حل مسئله ۱۴/۹ درصد، شادمانی ۸/۲ درصد، خودشکوفایی ۵/۳ درصد، خودآگاهی هیجانی ۲/۴ درصد، روابط بین فردی ۲۱/۵ درصد، خوش بینی ۱۸/۶ درصد، عزت نفس ۱۸/۳ درصد، انعطاف پذیری ۶/۸ درصد، مسئولیت پذیری اجتماعی ۹/۵ درصد، همدلی ۱۱/۴ درصد و حمایت اجتماعی ادراک شده ۳/۹ درصد بوده است.

یافته های مربوط به تحلیل رگرسیون چندگانه مؤلفه های هوش هیجانی با رفتارهای کارآفرینانه در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول ۶- ضرایب همبستگی چندگانه، مجذور ضریب همبستگی چندگانه، ضریب همبستگی تعدیل شده و خطای استاندارد برآورد برای رفتارهای کارآفرینانه

خطای استاندارد برآورد شده	ضریب همبستگی تعدیل شده	مجذور ضریب همبستگی چندگانه	ضریب همبستگی چندگانه	شاخص های آماری متغیر پیش بین
۲/۸۷۶	۰/۲۱۱	۰/۲۱۶	۰/۴۶۴	روابط بین فردی
۲/۸۲۶	۰/۲۳۹	۰/۲۴۷	۰/۴۹۷	عزت نفس
۲/۷۹۷	۰/۲۵۴	۰/۲۶۷	۰/۵۱۶	استقلال

چنانچه در جدول ۶ دیده می شود، در تحلیل رگرسیون گام به گام در مجموع طی سه گام، سه مؤلفه روابط بین فردی، عزت نفس و استقلال با رفتارهای کارآفرینانه دارای همبستگی چندگانه بوده اند. براساس ترتیب اهمیت متغیرهای پیش بین در تحلیل رگرسیون گام به گام، در اولین گام روابط بین فردی با رفتارهای کارآفرینانه دارای ضریب همبستگی چندگانه ۰/۴۶۴ بوده است. در گام دوم با افزوده شدن متغیر عزت نفس ضریب همبستگی چندگانه به ۰/۴۹۷ رسیده است. میزان ضریب همبستگی چندگانه افزوده شده برای عزت نفس ۰/۰۳۳ بوده است. در نهایت در گام سوم با افزوده شدن متغیر استقلال ضریب همبستگی چندگانه به ۰/۵۱۶ رسیده است. میزان ضریب همبستگی افزوده شده برای استقلال ۰/۰۱۹ بوده است. در مجموع این سه متغیر قادر به تبیین ۲۶/۷ درصد واریانس رفتارهای کارآفرینانه بوده اند که ۲۱/۶ درصد مربوط به روابط بین فردی، ۳/۱ درصد مربوط به عزت نفس و ۱/۹ درصد مربوط به استقلال بوده است.

جدول ۷- تحلیل واریانس رگرسیون چندگانه گام به گام برای پیش بینی رفتارهای کارآفرینانه

منبع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	نسبت F	معناداری
رگرسیون	۵۰۳/۱۵۸	۳	۱۶۷/۷۱۹	۲۱/۴۴۱	۰/۰۰۱
باقی مانده	۱۳۸۴/۵۸۸	۱۷۷	۷/۸۲۳	---	---
کل	۱۸۸۷/۷۴۶	۱۸۰	---	---	---

همان طور که در جدول ۷ مشاهده می شود، تحلیل واریانس، اعتبار تحلیل رگرسیون گام به گام را در پیش بینی رفتارهای کارآفرینانه مورد تأیید ( $P < ۰/۰۰۱$  و  $F = ۲۱/۴۴۱$ ) قرار می دهد.

جدول ۸- ضرایب رگرسیون استاندارد و غیراستاندارد برای رفتارهای کارآفرینانه

معناداری	مقدار t	ضرایب استاندارد بتا	خطای استاندارد	ضرایب غیر استاندارد بتا	شاخص های آماری متغیرها
۰/۰۰۱	۹/۵۳۹	---	۱/۴۸۴	۱۴/۱۵۴	مقدار ثابت
۰/۰۰۱	۴/۰۱۰	۰/۳۳۰	۰/۰۷۲	۰/۲۸۸	روابط بین فردی
۰/۰۰۱	۳/۴۰۴	۰/۳۰۷	۰/۰۷۷	۰/۲۶۳	عزت نفس
۰/۰۳۲	-۲/۱۶۵	۰/۱۶۳	۰/۰۶۴	-۰/۱۳۹	استقلال

همان طور که در جدول ۸ مشاهده می شود، در تحلیل رگرسیون گام به گام طی گام نهایی سه متغیر روابط بین فردی، عزت نفس و استقلال برای پیش بینی رفتارهای کارآفرینانه وارد معادله رگرسیون شده اند. به ترتیب روابط بین فردی با ضریب استاندارد بتا ۰/۳۳۰، عزت نفس ۰/۳۰۷ و استقلال با ضریب بتا ۰/۱۶۳ توان پیش بینی معناداری برای رفتارهای کارآفرینانه داشته اند ( $P < ۰/۰۰۱$ ). این ضرایب استاندارد بتا بدین معنی است که به ازای یک واحد تغییر در روابط بین فردی، عزت نفس و استقلال به تفکیک، ۰/۳۳۰ واحد برای روابط بین فردی، ۰/۳۰۷ واحد تغییر برای عزت نفس و ۰/۱۶۳ واحد تغییر برای استقلال در رفتارهای کارآفرینانه به وقوع می پیوندد. بر اساس جدول ۸ معادله رگرسیون نهایی برای رفتارهای کارآفرینانه به شرح زیر است:

$$(استقلال) - ۰/۱۳۹ - (عزت نفس) ۰/۲۶۳ + (روابط بین فردی) ۰/۲۸۸ + \\ = ۱۴/۱۵۴ \text{ رفتارهای کارآفرینانه}$$

### بحث و نتیجه گیری:

در این قسمت با توجه به مسئله پژوهش سعی شده است یافته های پژوهش مورد بحث و تعبیر و تفسیر قرار گرفته و تبیین شوند. نتایج تحلیل همبستگی بین مؤلفه های هوش هیجانی با رفتارهای کارآفرینانه بدین شرح است:

مؤلفه های حل مسئله، شادمانی، خودشکوفایی، خودآگاهی هیجانی، روابط بین فردی، خوش بینی، عزت نفس، انعطاف پذیری، مسئولیت پذیری اجتماعی و همدلی با رفتارهای کارآفرینانه رابطه مثبت و معنی دار دارند. گرچه از طریق ضرایب همبستگی ساده (مانند ضریب همبستگی پیرسون) امکان تعیین نوع رابطه وجود ندارد، به عبارتی با توجه به ضرایب همبستگی نمی توان بیان نمود که آیا این افراد کارآفرین هستند که در بعد روابط بین فردی در سطح بالایی قرار دارند یا روابط بین فردی مطلوب است که کارآفرینی را تحریک می نماید، ولی می توان گفت که روابط بین فردی در کارآفرینی دارای اهمیت می باشد، برای سایر مؤلفه های هوش هیجانی نیز مسئله به همین صورت است. در یک مفهوم گسترده، رفتار کارآفرینانه همه اعمالی را که اعضای یک سازمان انجام می دهند و با اکتشاف، ارزیابی و بهره برداری از فرصت های کارآفرینی مرتبط می باشد، را در بر می گیرد (کارتکو و همکاران، ۲۰۰۵). کارآفرینی فردی در بافت سازمان ها با اعمال و نیت افراد در همه سطوح سازمان نسبت به ارزش های معین در سازمان رابطه دارد (کارتکو، ۲۰۰۷). امروزه اهمیت رفتارهای کارآفرینانه در پیشرفت سازمان ها را نمی توان نادیده گرفت. یکی از دیدگاه های پژوهشی در رابطه با رفتارهای کارآفرینانه در سازمان بیشتر در رابطه با تفاوت های فردی مرتبط با حالات هیجانی افراد می باشد. فراتحلیلی که اخیراً انجام شده است، پیشنهاد نموده است که متغیرهای شخصیتی نقش مهمی را در فرآیندهای کارآفرینی

بازی می کنند (زها و سایبرت، ۲۰۰۶). یکی از حالات هیجانی مرتبط با تفاوت های فردی هوش هیجانی یا خودکارآمدی هیجانی می باشد (پترایدز و فارنهام، ۲۰۰۱). گرچه، پژوهش های اندکی به صورت مستقیم کشف نموده اند که چگونه تفاوت های فردی در ویژگی هوش هیجانی با رفتارهای کارآفرینانه در سازمان رابطه دارند. علاقه فزاینده علمی و تجاری به ویژگی هوش هیجانی به عنوان شاخص اصلی خودکارآمدی هیجانی بررسی هوش هیجانی در زمینه کارآفرینی را تحریک نموده است. بنابراین، با توجه به پیشینه پژوهشی و هم چنین نتایج حاصل از پژوهش حاضر باید اذعان داشت که رابطه بین مؤلفه های هوش هیجانی و رفتارهای کارآفرینانه را نمی توان از نظر دور داشت. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که با افزایش هر یک از مؤلفه های حل مسئله، شادمانی، خودشکوفایی، خودآگاهی هیجانی، روابط بین فردی، خوش بینی، عزت نفس، انعطاف پذیری، مسئولیت پذیری اجتماعی و همدلی رفتارهای کارآفرینانه در سازمان افزایش می یابند.

بنابراین، به طور ضمنی و با در نظر گرفتن محدودیت های پژوهش می توان چنین نتیجه گیری نمود که مؤلفه های هوش هیجانی قادر به اثرگذاری بر رفتارهای کارآفرینانه در محیط کار می باشند. در این صورت، یافته های پژوهش با نظریات مطرح در باب تأثیرگذاری و مهم تلقی نمودن هوش هیجانی و مؤلفه های آن بر رفتارها در محیط های اجتماعی و کاری نظیر و زینگر (۱۹۹۸)، بول و واتهد (۱۹۹۲)، مام فورد و همکاران (۲۰۰۰)، دی (۲۰۰۰) و گروس (۱۹۹۸) همسویی نسبی نشان می دهد. بر اساس نظریات مطرح در مورد رابطه بین هوش هیجانی با رفتارهای کاری و شغلی، هیجان ها نه به عنوان نقطه مقابل شناخت، تفکر و استدلال، بلکه به عنوان امری در آمیخته با آن ها و حتی به عنوان یکی از متغیرهایی که می تواند در بسیاری از شرایط فرایندهای شناختی را تسهیل نماید (بر اساس یافته ها و نظریات گلمن، ۱۹۹۵) در بسیاری از رفتارهای کاری نظیر رفتارهای کارآفرینانه به صورت تشریح مساعی معطوف به عملکرد بهینه تر وارد عمل میشود.

بر اساس اطلاعات ارائه شده در جدول ۵ مؤلفه های روابط بین فردی، خوش بینی، عزت نفس، حل مسئله، همدلی و مسئولیت پذیری دارای رابطه به نسبت بالاتری با رفتارهای کارآفرینانه نسبت به دیگر مؤلفه های هوش هیجانی بودند. تفسیر و نتیجه گیری احتمالی در این حوزه آن است که روابط بین فردی مطلوب باعث وجود روحیه همکاری و تشریح مساعی در سازمان می گردد که بدین ترتیب کارکنان به جای رقابت با یکدیگر با همکاری و همفکری همدیگر بهتر خواهند توانست از فرصت های موجود به بهترین نحو بهره برداری نموده و میزان رفتارهای کارآفرینانه در سازمان را افزایش دهند.

Perceived (۱۹۹۸). Armeli, S., Eisenberger, R., Fasolo, P., & Lynch, P. organizational support and police performance. The moderating influence of socio emotional needs. *Journal of Applied Psychology* ۸۳, ۲۸۸-۲۹۷.

A critiqued and extension of the stratified (۱۹۹۲). Boal, K.B., Whitehead, C.J systems theory perspective. In R.L. Phillips, & J.G. Hunt (Eds), *Strategic Westport, CT: Quorum* leadership: A multi organizational level perspective (pp ۲۳۷-۲۵۵).

Defining the field of research in (۲۰۰۰). Bruyat, C., & Julien, P. *Journal of Business Venturing* ۱۶(۱), ۱۶۵-۱۸۰.

A conceptual model of entrepreneurship as (۱۹۹۱). Covin, J.G., & Slevin, D.P. *Entrepreneurship: Theory & Practice* ۱۶(۱), ۷-۲۵.

Leadership development: A review in context. The (۲۰۰۰) Day, D.V. *Leadership Quarterly* Yearly Review of Leadership (۴), ۵۸۱-۶۱۴.

Perceived (۱۹۸۶). Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. organizational support. *Journal of Applied Psychology* ۷۱(۳), ۵۰۷-۵۰۰.

Emotional intelligence. New York: Bantam Book (۱۹۹۵). Goleman, D.

The emerging field of emotion regulation: An integrated (۱۹۹۸). Gross, J.J. *Journal of Personality and Social Psychology* ۷۱(۳), ۲۷۱-۲۹۹.

Middle managers' (۲۰۰۲). Hornsby, J. S., Kuratko, D. F., & Zahra, S. A perception of the internal environment for corporate entrepreneurship: Assessing a measurement scale. *Journal Business Venturing* ۱۷(۲), ۲۵۲-۲۷۳.

A model of (۲۰۰۵). Kuratko, D. F., Ireland, R. D., Covin, J. G., & Hornsby, J. S. middle level managers' entrepreneurial behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice* ۳۱(۱), ۶۹۹-۷۱۶.

۲۱st century: Guest Entrepreneurial leadership in the (۲۰۰۷). Kuratko, D. F. editor's perspective. *Journal of Leadership and Organizational Studies* ۱۱(۱), ۱-۱۱.

New HRM practices, complementarities, and (۲۰۰۳). Laursen, K., & Foss, N. J. the impact on innovative performance. *Cambridge Journal of Economics* ۲۷(۲), ۲۴۳-۲۶۳.

The Achieving Society, NJ: Nostrand (۱۹۶۱). McClelland, D.C.

Creating public value: strategic management in (۱۹۹۷) Moore, M government. USA: Harvard Business Press

Mumford, M.D., Zaccaro, S.J., Harding, F.D., Jacobs, T.O., & Fleishman, E.A. (۲۰۰۰). *Leadership skills for a changing worked: Solving complex social problems*. The leadership Quarterly ۱۲(۱), ۲-۳۵.

Effects of managers' (۱۹۹۷). Pearce, J. A., Kramer, T. R., & Robbins, K. D. entrepreneurial behavior on subordinates. *Journal of Business Venturing* ۱۲(۱), ۱۴۷-۱۶۰.

Entrepreneurship. Fifth Edition, USA: (۲۰۰۲). Peters, M.P., & Hisrich, R.D. McGraw-Hill

Trait emotional intelligence. (۲۰۰۱). Petrides, K. V., & Furnham, A. Psychometric investigation with reference to established trait taxonomies. *European Journal of Personality* ۱۵, ۴۲۵-۴۴۸.

Social entrepreneurial leadership. *Career Development* (۱۹۹۹). Prabhu, G. ۴(۳), ۳۱۱-۳۲۵.

Perceived Organizational Support: A (۲۰۰۲). Rhoades, L., & Eisenberger, R. review of the literature. *Journal of Applied Psychology* ۸۷(۴), ۶۹۸-۷۱۴.

New business (۱۹۸۵). Stevenson, H.H., Roberts, M.J., & Grousbek, H.I. ventures and the entrepreneur. Homewood: Irwin Management. New York: (۱۹۹۵) Stoner, J., Freeman, E., & Gilbert, D. Prentice-Hall Publishers

Emotional intelligence at work: the untapped ego for (۱۹۹۸). Weisinger, H success. San Francisco: Jossey-Bass

The effect of leader and follower emotional (۲۰۰۲). Wong, C., & Law, K. S. intelligence on performance and attitude: An exploratory study. The *Leadership Quarterly* ۱۳(۳), ۲۴۳-۲۷۴.

Contextual influences on the corporate (۱۹۹۵). Zahra, S.A., & Covin, J.G. entrepreneurship-performance relationship: a longitudinal analysis. *Journal of Business Venturing* ۱۰(۱), ۴۳-۵۸.

Entrepreneurial behavior in the (۲۰۰۷). Zampetakis, L. A., & Moustakis, V. Greek public sector. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research* ۱۳(۱), ۱۹-۳۸.

Day-to-day" (۲۰۰۹). Zampetakis, L. A., Beldekos, P., & Moustakis, V.S. entrepreneurship within organizations: The role of trait Emotional Intelligence and Perceived Organizational Support. *European Management Journal* ۲۷(۱), ۱۶۵-۱۷۵.

The Big Five personality dimensions (۲۰۰۶). Zhao, H., & Seibert, S. E. and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology* ۹۱, ۲۵۹-۲۷۱.

خوش بینی باعث دیدگاه های مثبت تری از سوی فرد به خود و جهان اطراف می گردد و باعث می گردد که فرد با اطمینان خاطر و خوش بینی شرایط را ارزیابی نماید که این مطلب خود باعث بهره برداری بهینه از شرایط و افزایش کارآفرینی خواهد شد. عزت نفس نیز به صورت ایده تصویری فرد نسبت به اطمینان به خود بروز می یابد، و به همراه توانایی حل مسئله به فرد کمک می کند تا اطمینان داشته باشد که می تواند به بهترین نحو ممکن مسائل مربوط را حل نماید که این خود باعث افزایش رفتارهای کارآفرینانه در سازمان خواهد شد. افراد مسئولیت پذیر نیز دارای توانایی همدلی همراه با شادمانی بوده و بهتر قادر به بهره گیری از فرصت های کارآفرینی می باشند. درعین حال، خودشکوفایی نیز بر مبنای تلاش و کوشش فرد برای تعالی بخشی به استعدادهای بالقوه می تواند باعث شود تا فرد برای بهره گیری از فرصت های بهینه برای کارآفرینی آمادگی بیشتری داشته باشد. لذا با توجه به همه این موارد و نتایج حاصله از پژوهش می توان بیان نمود در این بین هوش هیجانی و رفتارهای کارآفرینانه در سازمان رابطه وجود دارد، تردیدی نیست، پس می توان با اطمینان بیان نمود که افرادی که در ویژگی هوش هیجانی در سطح بالاتری قرار دارند نسبت به آن هایی که در سطح پایین تری هستند از کارآفرینی بیشتری برخوردار هستند. در این پژوهش علاوه بر هوش هیجانی حمایت سازمانی ادراک شده نیز به عنوان متغیر پیش بین مدنظر بوده است که رابطه آن با رفتارهای کارآفرینانه مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج جدول ۵ حاکی از آن است که بین حمایت سازمانی ادراک شده و رفتارهای کارآفرینانه رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد. این نتیجه با نتایج پژوهش های زهرا و کوین (۱۹۹۵)، از نبرگر (۲۰۰۲)، لارسن و فس (۲۰۰۳)، کارتکو و همکاران (۲۰۰۵)، زمپتاکیس و موستاکیس (۲۰۰۷) و زمپتاکیس و همکاران (۲۰۰۹) هماهنگ می باشد. نظریه حمایت سازمانی به عنوان چارچوب نظری مفیدی برای رفتارهای کارآفرینانه فردی در سازمان معرفی شده است. بر اساس این چارچوب، کارکنان هنگامی که سازمان به بهزیستی و ارزش های مشترک آن ها توجه داشته باشد، سطوح بالایی از حمایت سازمانی ادراک شده را احساس می نمایند. نظریه حمایت سازمانی، تصریح می نماید که کارکنان با سطوح بالای حمایت سازمانی ادراک شده، تعهد بیشتری به سازمان دارند، برای آن تلاش می نمایند و احساس خشنودی شغلی بیشتری دارند. بنابراین، هنگامی که کارکنان احساس نمایند که سازمان از آنان در هر شرایطی حمایت می نماید، برای پیشبرد اهداف سازمانی از هیچ گونه تلاشی فروگذار نمی نمایند که یکی از نتایج آن افزایش رفتارهای کارآفرینانه در سازمان است.

منابع:

روان تجهیز سینا (۱۳۸۰). آزمون هوش هیجانی باراون، ترجمه و هنجاریابی راحله سموعی و همکاران، چاپ مؤسسه تحقیقات علوم رفتاری سینا (روان تجهیز).