



Original Research

Investigating the Relationship between Emotional Intelligence and Entrepreneurial Organizational Culture in Employees of Sports Departments

Javad Fesanghari^{1*}, Ali Akbar Khoshnevis Zarch², Neda Moayad³

1. Ph.D. sport management at Tarbiat Modares University, Tehran, Iran
2. Ph.D. student of sport management, University of Tehran, Tehran, Iran
3. Master of Sport Management, Hakim Sabzevari University, Sabzevar, Iran

ARTICLE INFO

Received: 2021/03/05
Reviewed: 2021/04/17
Revised: 2021/04/25
Accepted: 2021/04/30

Keyword:

Self-awareness
Entrepreneurial culture
Self-regulation
Handball

ABSTRACT

Introduction & Purpose: The current study aimed to investigate the relationship between the components of emotional intelligence and entrepreneurial organizational culture in employees of Sports Departments.

Methodology: The research method is applied descriptive-correlational in a field form. The statistical population consisted of all employees of the Handball Federation. One hundred forty-eight questionnaires were collected by random sampling method. The data were collected by emotional intelligence questionnaire and entrepreneurial attitude questionnaire. Structural equation modeling with PLS was used to analyze the data at the level of $p < 0.05$.

Results: The results of this study showed that among the components of emotional intelligence, social skills, self-awareness, and self-regulation have the most relationship with entrepreneurial organizational culture, respectively.

Conclusion: The results of this research also showed that components of emotional intelligence have a significant relationship with entrepreneurial organizational culture. According to the results, it can be concluded that the relationship between the components of emotional intelligence and entrepreneurial organizational culture reflects the organizational movement towards continuous development, coherence and innovation, more cooperation, communication, leadership and risk-taking and providing more favorable entrepreneurial designs.

* **Corresponding Author:** Javad Fesanghari. Ph.D. sport management at Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

Email: j.fesanghary68@gmail.com



بررسی رابطه هوش عاطفی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کارکنان ادارات ورزشی

جواد فسنتقري*^۱، علی اکبر خوشنویس زارچ^۲، ندا موید^۳

۱. دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران
۲. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران
۳. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه حکیم سبزواری، سبزوار، خراسان رضوی، ایران

چکیده

اطلاعات مقاله

مقدمه و هدف: هدف از تحقیق حاضر بررسی رابطه مؤلفه‌های هوش عاطفی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کارکنان ادارات ورزشی بود.

دریافت مقاله: ۹۹/۱۲/۱۵

تاریخ داوری: ۱۴۰۰/۰۱/۲۸

روش شناسی: روش تحقیق توصیفی- همبستگی از نوع کاربردی بوده و به شکل میدانی انجام گرفته است. جامعه آماری شامل تمامی کارکنان فدراسیون هندبال است که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ۱۴۸ پرسشنامه جمع آوری گردید. ابزار جمع‌آوری داده‌ها شامل پرسشنامه هوش عاطفی و پرسشنامه سنجش نگرش کارآفرینانه می‌شد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS در سطح $p < 0.05$ استفاده شد.

بازنگری مقاله: ۱۴۰۰/۰۲/۰۵

پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۲/۱۰

نتایج: نتایج این تحقیق نشان داد که از بین مؤلفه‌های هوش عاطفی، مهارت‌های اجتماعی و خود آگاهی و خود تنظیمی به ترتیب از بیش‌ترین ارتباط با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه برخوردار هستند. نتایج حاصل از مدل این تحقیق هم‌چنین نشان داد که مؤلفه‌های هوش عاطفی نیز ارتباط معناداری با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه دارند.

کلید واژگان

خودآگاهی

فرهنگ کارآفرینانه

خودتنظیمی

هندبال

نتیجه‌گیری: با توجه به نتایج می‌توان اینگونه استنباط کرد که ارتباط مؤلفه‌های هوش عاطفی با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نشان دهنده حرکت سازمان به سمت توسعه مستمر، انسجام و نوآوری و همکاری، ارتباطات، پیشگامی و ریسک‌پذیری بیشتر و ارائه طرح‌های کارآفرینانه مطلوب تر خواهد بود.

پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

تحول در نحوه ارتباطات جهانی موج تازه‌ای از تغییرات بنیادین را در همه‌ی زمینه‌ها به ارمغان آورده است و بر اثر این تحولات، زندگی در ابعاد بسیار عمیق‌تری از گذشته به دانش متکی شده است. یکی از این زمینه‌های جدید کارآفرینی است که در اواخر قرن بیستم مورد توجه محافل آموزشی کشورهای جهان قرار گرفته است. در واقع دانشمندان در طول تاریخ کارآفرینی را به توسعه‌ی کشورها گره زده‌اند (سولمون و همکاران^۱، ۲۰۲۱). انسان محوری‌ترین عنصر در حوزه مدیریت است و همواره از گذشته‌های دور تاکنون توجه خاص دانشمندان علم مدیریت را به خود جلب کرده است. بنابراین مفاهیم مدیریت و سازمان بدون شناخت نقش و جایگاه انسان قابل درک و تجزیه و تحلیل نخواهد بود. در دو دهه اخیر با پیگیری مباحثی مانند فرهنگ سازمانی و هوش عاطفی که هر دو در حوزه نظریه‌های مدیریت رفتار مطرح شده‌اند؛ تلاش وسیعی برای تبیین و تشریح نقش و جایگاه انسان در مدیریت و سازمان انجام گرفته است؛ چرا که میزان توانایی و ظرفیت افراد در سازماندهی احساسات و عواطف (هوش عاطفی) نقش اساسی در زندگی فردی و سازمانی افراد ایفا می‌کند. در مباحث سازمانی هوش عاطفی از اهمیت بالایی برخوردار است، چراکه به کارآفرینان کمک می‌کند تا الگوها و روندهایی شناسایی و از طریق آن‌ها فرصت‌های کارآفرینی را تعیین کنند (آلتینای و همکاران^۲، ۲۰۲۰). یکی از مباحثی که در روان‌شناسی بسیار مطرح است هوش عاطفی می‌باشد. هوش عاطفی یک مهارت اجتماعی است و شامل درک احساسات خود برای تصمیم‌گیری مناسب در زندگی و توانایی کنترل حالت‌های اضطراب‌آور و کنترل واکنش‌ها می‌شود (فخرالدین^۳، ۲۰۱۷). شواهد بسیاری نشان می‌دهد که هوش به تنهایی نشان‌دهنده موفقیت در زندگی و محیط کار نیست و عواطف نقش کلیدی در موفقیت سازمانی به عهده دارند. افراد هوشمند از نظر هیجانی می‌توانند باعث اثربخشی در تمام سطح سازمان شوند (الیا و همکاران^۴، ۲۰۲۰). هوش عاطفی عبارت است از توانایی فرد برای دریافت احساسات، ارزیابی و بیان آن‌ها و توانایی بیان ابراز احساساتی که فکر تجویز می‌کند (وینبرگر^۵، ۲۰۱۳). مهارت‌های هوش عاطفی ذاتی نبوده و می‌توان آن‌ها را آموخت (اریکسون^۶، ۲۰۰۲). از این رو سنجش این توانایی‌ها و قابلیت‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و از این طریق می‌توان افرادی که مشکل‌شان ناشی از فقدان این توانایی است را شناسایی کرد و مهارت‌های لازم را به آنها آموزش داد تا به افراد کارآفرین در حوزه‌ی خودشان تبدیل شوند (دانگ^۷، ۲۰۱۹). هوش عاطفی یکی از عوامل موفقیت هر فرد چه در زندگی کاری و چه در زندگی شخصی است. امروزه سازمان‌ها

به منظور پیشبرد اهداف خود و برای اینکه بتوانند فرهنگ کارآفرینی را در سازمان خود برای رقابت با سازمان‌های دیگر توسعه دهند توجه ویژه‌ای را معطوف هوش عاطفی نموده‌اند. میزان هوش عاطفی می‌تواند تأثیرگذاری ویژه‌ای را در بالا بردن فرهنگ کارآفرینی ایفاء کند. بالا بردن فرهنگ کارآفرینی در سازمان‌ها می‌تواند بسیار مهم باشد؛ زیرا اگر کارآفرینی در آن‌ها و در میان کارکنان‌شان رشد و توسعه پیدا کند تأثیر عمده‌ای را از همه ابعاد بر روی جامعه خواهد گذاشت می‌کند (وینبرگر^۵، ۲۰۱۳). اینسیناس و چاکو^۸ (۲۰۲۰) با اشاره به هوش عاطفی فردی و سازمانی بیان کرده‌اند؛ سازمانی که تعداد زیادی از کارکنانش هوش عاطفی بالایی داشته باشند، به فرهنگی دست پیدا می‌کند که از فعالیت‌های کارآفرینانه حمایت می‌کند. آن هم‌چنین معتقد بوده‌اند که اگر هوش عاطفی در سازمان وجود نداشته باشد بی‌شک میزان کارآفرینی افراد آن به شدت پایین می‌آید. بدون شک یکی از عواملی که امروزه می‌تواند چهره اقتصاد و صنعت یک کشور را متحول سازد کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه می‌باشد. فرهنگ سازمانی از ادراک، تفکر، احساس کارکنان، هدف‌ها، ابزارها و روش‌های عمل تأثیر می‌پذیرد (زارعی‌مین و همکاران، ۱۳۹۲). کارآفرینی صفتی است که درباره افراد و سازمان‌ها به کارگرفته می‌شود. مفهوم فرهنگ کارآفرینانه در سطح سازمان نمایان شده و در این سطح واژه‌هایی مانند شورکارآفرینانه، گرایش کارآفرینانه و موقعیت کارآفرینانه برای تبیین فرهنگ کارآفرینانه به کارگرفته می‌شود (پاولوسینسکی و کابول^۹، ۲۰۱۸). ساکنم^{۱۰} (۲۰۱۰) با بیان تعریفی از کارآفرینی سازمانی، مؤلفه‌های فرهنگ کارآفرینی را تبیین می‌کند. او واژه شورکارآفرینانه را بکار برده است که مؤلفه‌های آن عبارت است از نوآوری، خطرپذیری و پیش‌نگری. آلتینداغ و کوژداگی^{۱۱} (۲۰۱۵) با اشاره به میزان شدت و ضعف ابعاد فوق و میزان توالی کارآفرینی آن؛ فرهنگ سازمانی را کارآفرینانه‌تر می‌داند که بسیار نوآور، پرخطر و پیش‌نگرانه باشد.

فرهنگ سازمانی کارآفرینی ابزاری برای جست‌وجو و بهره‌گیری مستمر از فرصت‌هایی است که سازمان‌ها را به سمت وضعیت جدید سوق می‌دهد. بنابراین شناسایی شاخص‌ها و ویژگی‌های چنین فرهنگی که بتواند زمینه شکوفایی و توسعه کارآفرینی را در سازمان‌ها فراهم کند، ضروری می‌باشد. سازمانی که بخواهد به این فرهنگ کارآفرینانه دست یابد باید بهره هوش عاطفی افراد خود را بسنجد تا بتواند آن‌ها را در جهت این مهم سوق دهد (همیا و همکاران^{۱۲}، ۲۰۱۶). اهمیت موضوع کارآفرینی و نقش مؤثری که می‌تواند در توسعه کشورها داشته باشد روز به روز

7. Dong

8. Encinas & Chauca

9. Pawlusinski & Kubal

10. Sackmann

11. Altındağ & Köseadağ

12. Hemmea et al

1. Solomon et al

2. Altinay et al

3. Fakhredin

4. Elia et al

5. Weinberger

6. Erickson

داشت. زارعی‌متین و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی به تحلیل رابطه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و هوش عاطفی پرداختند. نتایج این تحقیق ارتباط مؤلفه‌های هوش عاطفی با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه را تأیید می‌کند. نتایج این تحقیق نشان داد که در بین مؤلفه‌های هوش عاطفی خودآگاهی و خود انگیزی به ترتیب بیش‌ترین ارتباط را با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه دارند. مرعشیان و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیق دیگری نیز رابطه بین فرهنگ سازمانی و هوش هیجانی را با کارآفرینی در کارکنان زن ادارات آب و برق استان خوزستان مورد بررسی قرار دادند. نتایج آن‌ها نشان داد که مؤلفه‌های هوش هیجانی از قدرت پیش‌بینی بالایی برای فرهنگ سازمانی کارآفرینانه برخوردار هستند. بیهقی (۱۳۹۳) در تحقیقی تحت عنوان بررسی تأثیر ابعاد هوش هیجانی بر فرهنگ سازمانی کارآفرینانه اداره کل ورزش و جوانان خراسان رضوی به این نتیجه رسید که میان هوش هیجانی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه رابطه معنادار وجود دارد. نیکخواه (۱۳۹۴) در تحقیق با عنوان بررسی رابطه مؤلفه‌های هوش عاطفی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کارکنان آموزش و پرورش شهر داراب به این نتیجه رسید که بین مؤلفه‌های هوش عاطفی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه به جز در مؤلفه همدلی ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد. رضایی (۱۳۹۵) در تحقیقی که با موضوع رابطه هوش هیجانی و توانایی کارآفرینی دانشجویان کشاورزی انجام داد به این نتیجه رسید که بین مؤلفه‌های خودآگاهی، خودانگیزی، همدلی و مهارت‌های اجتماعی با توانایی کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. پایمرد و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقی که رابطه هوش عاطفی را با سبک رهبری تحول‌آفرین در ادارات ورزش و جوانان استان قم مورد بررسی قرار دادند؛ دریافتند که مؤلفه‌های هوش عاطفی به جز همدلی قادر به توضیح تغییرات در رهبری تحول‌آفرین هستند و می‌توانند بهره‌وری را در سازمان افزایش دهند.

در بخش تحقیقات خارجی، شیلی و فانگل^۱ (۲۰۰۸) در مطالعه‌ای با عنوان تأثیر نفوذ هوش عاطفی و جو سازمانی بر رضایت شغل برای جو سازمانی سه مؤلفه گرایش به خطر، گرایش به بیرون و گرایش به موفقیت را بررسی کرده و نتیجه حاکی از ارتباط هوش عاطفی با مؤلفه‌های جو سازمانی است. آن‌ها بر تأثیر جو سازمانی و هوش عاطفی بر رضایت شغلی تأکید کردند. گسler و همکاران (۲۰۱۰) در تحقیقی تحت عنوان تأثیر عوامل درون سازمانی بر جو کارآفرینی در دانشگاه‌های آلمان به این نتیجه رسیدند که از نظر دانشجویان کیفیت برنامه کارآفرینی درون سازمانی بیشترین تأثیر را بر جو کارآفرینانه دارد. آلتینداگ و کوزدگی (۲۰۱۵) در تحقیقی با عنوان بررسی ارتباط بین هوش عاطفی مدیران با فرهنگ سازمانی نوآورانه و عملکرد کارکنان به این نتیجه رسیدند که بین مؤلفه‌های هوش عاطفی در مدیران با فرهنگ نوآورانه و عملکرد

بر همگان روشن‌تر شده است، ولی آنچه که بیشتر اذهان را به خود مشغول کرده؛ این است که کارآفرینان چه کسانی هستند و اینکه چه عواملی می‌تواند در شناخت یا پرورش کارآفرینان تأثیرگذار باشد. افرادی که از سطوح بالای هوش عاطفی برخوردارند نسبت به سایرین میزان استرس کمتری را تجربه می‌کنند. اگر فرهنگ کارآفرینانه، هوش عاطفی را حمایت نکند ممکن است فردی که هوش بالایی دارد توبیخ و تنبیه شود (ساکمن، ۲۰۱۰). اثربخشی سازمان‌های ورزشی با میزان تحقق و دستیابی به اهداف سازمان تعیین می‌شود. علی‌رغم بیش از ۶۰ سال تحقیق و بررسی در این زمینه، هنوز موانع اساسی برای اندازه‌گیری اثربخشی سازمان‌ها وجود دارد و چندبعدی بودن و پیچیدگی ورزش نیز اندازه‌گیری آن را دشوار کرده است (عیدی و همکاران، ۱۳۹۱). محققان سازه چندبعدی بودن اثربخشی سازمانی را تأیید کردند و برای اندازه‌گیری اثربخشی سازمان‌های ورزشی از پنج رویکرد استفاده کرده‌اند که یکی از آن رویکردها فرآیند درونی سازمانی می‌باشد. رویکرد مبتنی بر فرآیندهای درونی سازمانی باعث می‌شوند پویایی کارکنان سازمان و ثبات سازمانی، مهم‌ترین معیار اثربخشی شناخته شود (چلادورای، ۱۹۸۷). که از جمله آن معیارها می‌توان به هوش عاطفی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه اشاره داشت.

این پژوهش سعی دارد با مطالعه هوش عاطفی؛ راهکارهایی را در جهت افزایش فرهنگ سازمانی کارآفرینانه ارائه دهد. یکی از راهکارهای مشخص کردن میزان این رابطه انجام تحقیقات بیشتر و بررسی عوامل مؤثر بر این مسأله است. لذا مسأله این پژوهش مشارکت در توسعه دانش مدیریت با طراحی چهارچوب مفهومی ارتباط مؤلفه‌های هوش عاطفی با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در میان کارکنان فدراسیون هندبال به‌عنوان یکی از فدراسیون‌های منتخب می‌باشد. با توجه به اینکه هوش عاطفی یکی از عوامل تأثیرگذار در رشد فرهنگ کارآفرینانه است و می‌توان با مشخص کردن میزان آن در بدو ورود کارکنان به سازمان؛ برای بالا بردن سطح فرهنگ کارآفرینی در آینده اقدام کرد، لذا این پژوهش با پرداختن به میزان رابطه مؤلفه‌های هوش عاطفی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در پی رسیدن به چنین هدفی در فدراسیون هندبال هستند. با توجه به مبانی نظری هوش عاطفی و بر اساس رویکرد ترکیبی پنج سازه، خودآگاهی، خودتنظیمی، خودانگیزی، همدلی و مهارت‌های اجتماعی که مدل جامع و معقول صاحب نظران است، در این تحقیق سعی خواهد شد که رابطه بین هوش عاطفی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در بین کارکنان فدراسیون هندبال جمهوری اسلامی ایران مورد بررسی قرار گیرد؛ زیرا به نظر می‌رسد این موضوعی است که در ایران توجه کمی به آن شده است، درحالی که اگر به رابطه این دو مؤلفه توجه شود شاید به پویایی این فدراسیون و سایر فدراسیون‌ها کمک شود. در رابطه با مؤلفه‌های موردنظر در بخش تحقیقات داخلی می‌توان به این تحقیقات اشاره

اهمیت هوش عاطفی در کم‌تر کردن این نزاع‌ها و اهمیت فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در توسعه و پیشرفت سازمان‌ها و همچنین اثربخشی بیش‌تر آن‌ها، محققان این پژوهش که خود از بازیکنان سابق تیم ملی و تیم دانشجویان ایران محسوب می‌شوند به دنبال این هستند تا رابطه بین مؤلفه‌های هوش عاطفی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه را در کارکنان فدراسیون هندبال مورد بررسی قرار دهند تا با انجام این پژوهش و قرار دادن نتایج آن در اختیار فدراسیون هندبال به ایجاد شرایط مناسب‌تر در فدراسیون و هندبال ایران کمک کنند.

روش شناسی

پژوهش حاضر با توجه به ماهیت داده‌ها و اهداف مورد بررسی، توصیفی - همبستگی و از نوع کاربردی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان فدراسیون هندبال جمهوری اسلامی ایران (۱۸ نفر، بصورت تمام وقت و پاره وقت)، هیئت‌های استان‌ها (۳۱ استان، بطور میانگین هر هیئت با ۵ کارمند) و هیئت شهرستان‌های فعال در زمینه هندبال می‌شد. داده‌های موردنظر این تحقیق در سه مرحله به روش تصادفی از بین تمامی کارکنان فدراسیون هندبال، هیئت‌های تمام استان‌ها و هیئت‌های فعال شهرستان‌ها جمع‌آوری شد. با توجه به اهمیت دسترسی به نتایج جامع‌تر و دسترسی به تعداد بیش‌تری از افراد جامعه موردنظر، محققان این پژوهش داده‌های موردنظر را در سه مرحله جمع‌آوری کردند. به این صورت که در مرحله اول داده‌های مربوطه از میان کارکنان شاغل در محل فدراسیون هندبال جمع‌آوری شد. در مرحله دوم داده‌های مربوط به رؤسای هیئت‌های هندبال استانی جمع‌آوری شد و سپس با کمک رؤسای هیئت‌های استانی در مرحله سوم داده‌های مربوط به رؤسای هیئت‌های شهرستانی فعال در زمینه ورزش هندبال جمع‌آوری شد و در نهایت از سه مرحله ۱۴۸ پرسشنامه قابل استفاده جمع‌آوری گردید.

در این پژوهش برای گردآوری داده‌های میدانی از پرسشنامه استفاده شده است که شامل دو پرسشنامه استاندارد هوش عاطفی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه می‌شد. برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به هوش عاطفی از پرسشنامه هوش عاطفی پترایدز و فارنهایم^۷ که در سال ۲۰۰۲ طراحی شده و پنج مؤلفه هوش عاطفی؛ خودآگاهی، خودتنظیمی، خودانگیزی، همدلی و مهارت‌های اجتماعی را با طیف پنج‌گزینه‌ای (خیلی کم، کم، تاحدودی، زیاد، خیلی زیاد) مورد سنجش قرار می‌داد استفاده شد. برای بررسی فرهنگ سازمانی کارآفرینانه از پرسشنامه مک‌گیور^۸ (۲۰۰۳) استفاده شد. این پرسشنامه شامل هفت مؤلفه‌ی آموزش مستمر و حمایت از توسعه، ریسک‌پذیری، نوآوری، ارتباطات، انسجام، پیشگامی و اشتیاق

کارکنان رابطه مثبت معناداری وجود دارد. محققان بر اساس نتایج این تحقیق معتقد بودند که برای افزایش کارایی کارکنان؛ مدیران باید دارای سطح بالایی از هوش هیجانی باشند. آرفرا و سامانتا^۱ (۲۰۱۶) در تحقیق دیگری با موضوع تأثیر هوش عاطفی بر بهبود کار تیمی در مراکز دولتی به این نتیجه رسیدند که هوش عاطفی از طریق تأثیرگذاری بر روی همکاری تیمی و ایجاد اعتماد بین اعضای تیم باعث بهبود کار تیمی از نظر عملکرد، کارآفرینی و زمانبندی کارها می‌شود. انگاه و همکاران^۲ (۲۰۱۶) نیز در تحقیقی که هوش عاطفی و جهت‌گیری کارآفرینی را در دانشجویان مالزی و اندونزی مورد بررسی قرار دادند وجود رابطه مثبت را بین این دو مؤلفه تأیید کردند. کاشیف و همکاران^۳ (۲۰۱۶)، در تحقیقی با عنوان هوش عاطفی و کارآفرینی یک نمونه ۳۰۰ نفری را مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیق آن‌ها نشان داد که بین مؤلفه‌های هوش عاطفی و کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد. جفرینیو و همکاران^۴ (۲۰۱۷)، در تحقیق خودشان با موضوع رابطه کارآفرینی، فرهنگ سازمانی، هوش عاطفی و تأثیر آن‌ها بر روی تعهد سازمانی ۲۱۷ معلم در استان جامبی اندونزی را مورد بررسی قرار دادند. نتیجه تحقیق آن‌ها رابطه بین فرهنگ کارآفرینی و هوش عاطفی و تأثیر آن‌ها بر روی تعهد سازمانی را تأیید کرد. میائو و همکاران^۵ (۲۰۱۸)، نیز در تحقیق خودشان با عنوان تحلیل اثرات مؤلفه‌های هوش عاطفی بر روی رفتار و عملکرد سازمانی کارکنان به این نتیجه رسیدند که بین مؤلفه‌های هوش عاطفی و پیشرفت عملکرد سازمانی کارکنان ارتباط معناداری وجود دارد آلتینای و همکاران^۶ (۲۰۲۰) در تحقیقی در زمینه‌ی هوش فرهنگی و عاطفی و خلاقیت شخصی کارآفرینان به این نتیجه رسیدند که افرادی که سطح بالاتری از هوش عاطفی و فراسناختی را از خود نشان می‌دهند، دارای احساسات بالاتری هستند که این به نوبه خود تأثیر مثبتی بر قوه‌ی خلاقیت و کارآفرینی آن‌ها دارد.

در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت که ایران از ظرفیت بالایی در ورزش هندبال برخوردار است. حضور موفق بازیکن‌های متعدد در لیگ‌های معتبر اروپایی و چندین حضور موفق در بازی‌های آسیایی و المپیک آسیایی گواه این امر است که چنانچه فدراسیون هندبال ایران نگاه جدی‌تری به موضوعات هوش عاطفی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه داشته باشد در آن صورت با توجه استعدادهای هندبالی موجود در کشور می‌تواند به موفقیت‌های بیش‌تری دست پیدا کند. در سال‌های اخیر به دلیل مشکلات بین فدراسیون و بازیکنان تیم ملی چندین بار شاهد عدم حضور بازیکنان کلیدی تیم ملی هندبال ایران در مسابقات رسمی و مهم بوده‌ایم؛ که از جمله دلایل آن می‌توان به عدم درک احساسات و خواسته‌های بازیکنان، عدم توانایی کنترل شرایط اضطراب‌آور و عدم کنترل واکنش‌های بازیکنان توسط فدراسیون اشاره کرد. لذا با توجه به

5. Miao et al
6. Altinay et al
7. Petrides & Furnham
8. Mc Guire

1. Arfarara & Samanta
2. Ngah et al
3. Kashif et al
4. Jufriyono et al

آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار و درصد فراوانی) برای توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و ارائه نگرش پاسخ‌دهندگان از نرم افزار SPSS و به منظور ارائه مدل تحقیق، از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم افزار PLS استفاده شد.

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ

متغیرها	ضریب آلفای کرونباخ
هوش عاطفی	۰/۷۹
فرهنگ سازمانی کارآفرینانه	۰/۸۱

یافته‌ها

در این قسمت به توصیف داده‌های مربوط به ویژگی‌های عمومی پاسخ‌دهندگان مانند جنسیت، مدرک تحصیلی، وضعیت تأهل، سن و سابقه کار پرداخته می‌شود و برای هر مورد وضعیت پاسخ‌دهندگان شامل فراوانی و درصد فراوانی، درصد و درصد تجمعی آن بیان می‌شود. در پایان آمار استنباطی مربوط به ارتباط متغیرها و تحلیل مدل نیز ارائه می‌شود.

جدول ۲. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

متغیر	فراوانی	درصد فراوانی	انحراف معیار	میانگین
جنسیت	مرد	۱۱۹	۸۰/۴	۳/۵۶
	زن	۲۹	۱۹/۶	۳/۷۵
سن	۲۰-۳۰ سال	۲۸	۱۳/۸	۳/۸۰
	۳۱-۴۰ سال	۳۹	۲۹/۵	۳/۶۵
	۴۱-۵۰ سال	۶۲	۴۵/۹	۴/۱۱
	بالتر از ۵۰ سال	۱۹	۱۰/۸	۳/۷۰
تأهل	مجرد	۳۱	۲۰/۶	۳/۵۳
	متأهل	۱۱۷	۷۹/۴	۳/۷۸
مدرک تحصیلی	فوق دیپلم	۱۸	۱۱/۵	۳/۵۰
	کارشناسی	۷۲	۴۷/۵	۴/۱۳
	کارشناسی ارشد	۴۰	۲۹/۵	۳/۷۹
	دکتری	۱۸	۱۱/۵	۳/۴۱
سابقه خدمت	کمتر از ۵ سال	۱۹	۹/۲	۳/۹۰
	۶-۱۵	۵۵	۴۱/۲	۳/۵۵
	۱۶-۲۵	۴۹	۳۹/۲	۳/۴۲
	۲۶-۳۰	۲۵	۱۰/۴	۳/۷۳

زیر ارائه می‌شود: ۱- مدل اندازه‌گیری، ۲- مدل ساختاری، ۳- مطلوبیت مدل.

برای بررسی مدل اندازه‌گیری که در واقع تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه نیز هست، از متوسط واریانس استخراج شده برای بررسی روایی همگرا استفاده شد. با توجه به اینکه مقدار AVE برای تمام متغیرهای تحقیق بزرگتر از ۰/۴ است، روایی همگرا تأیید شد. هم‌چنین ضریب آلفای کرونباخ و پایایی

سازمانی می‌شد که از طیف نمرات ۱ تا ۵ (خیلی کم، کم، تاحدودی، زیاد، خیلی زیاد) برخوردار بود.

روایی صوری و محتوایی پرسشنامه به تأیید ۹ نفر از اساتید متخصص در حوزه مدیریت ورزشی رسید. هم‌چنین به منظور تعیین روایی سازه پرسشنامه از تحلیل عاملی استفاده شد و نتایج نشان داد که بار عاملی سوالات در مؤلفه‌ها مناسب بوده و ساختار سوالات پرسشنامه مورد تأیید است. نتایج کامل تحلیل عاملی تأییدی به دلیل رعایت اختصار، در مقاله نیامده است. هم‌چنین محققان به منظور اطمینان از پایایی پرسشنامه‌ها در جامعه آماری موردنظر، اقدام به تعیین پایایی پرسشنامه با استفاده از روش ضریب آلفای کرونباخ نمودند که نتایج نشان‌دهنده آن می‌باشد که پایایی پرسشنامه‌های موردنظر در حد قابل قبول بوده است (جدول ۱). در تحقیق حاضر محققان هم‌چنین قبل از توزیع نهایی پرسشنامه به منظور تأیید پایایی پرسشنامه در یک مطالعه مقدماتی پرسشنامه تحقیق را بین ۴۰ نفر از جامعه موردنظر توزیع کردند که نتایج آن نشان داد پایایی در حد قابل قبول است (جدول ۳). در این تحقیق از

در این تحقیق، مدل مفهومی تحقیق با استفاده از معادلات ساختاری به روش PLS مورد ارزیابی قرار گرفت. در مرحله اول نمرات مربوط به هر یک از مؤلفه‌های هوش عاطفی و فرهنگ کارآفرینانه در مرحله تحلیل عاملی تأییدی محاسبه شد. در مرحله بعد و برای ارائه مدل، از مؤلفه‌ها به عنوان متغیر مشاهده‌شده و از متغیر هوش عاطفی و فرهنگ کارآفرینانه به عنوان متغیر مکنون استفاده شد. نتایج بررسی در سه بخش

تأیید می‌کند.

ترکیبی تمام متغیرها بالای ۰/۷ بود که پایایی پرسشنامه را

جدول ۳. بررسی مدل اندازه‌گیری تحقیق

متغیرها	ضریب آلفای کرونباخ	میانگین واریانس استخراجی (AVE)	پایایی ترکیبی (CR)
هوش عاطفی	۰/۸۲	۰/۷۶	۰/۸۴
فرهنگ سازمانی کارآفرینانه	۰/۸۶	۰/۸۷	۰/۸۷

اعداد معناداری (تی) همه متغیرها از ۱/۹۶ بیشتر بود. می‌توان گفت در سطح اطمینان ۰/۹۵ تأثیر متغیرها معنادار است و می‌توان گفت در فرضیه‌های پژوهش بین متغیرهای تحقیق در کارکنان فدراسیون هندبال جمهوری اسلامی ایران رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۵. بررسی ضرایب مسیر مدل ساختاری

مسیر ساختاری	ضریب مسیر	اعداد معناداری (t)
هوش عاطفی به فرهنگ سازمانی کارآفرینانه	۰/۸۰	۱۷/۸۱

با توجه به جدول شماره ۶ و بر اساس مقدار ضریب تعیین بدست آمده که بزرگتر ۰/۳۳ می‌باشد، می‌توان گفت که مدل پیش‌بینی شده برای این مؤلفه مناسب است.

جدول ۶. ضریب تعیین متغیرهای درون‌زای تحقیق

متغیر	فرهنگ سازمانی کارآفرینانه
ضریب تعیین (R^2)	۰/۶۴

در ادامه روایی واگرایی پرسشنامه نیز بررسی شد تا بررسی مدل اندازه‌گیری تکمیل شود. به اعتقاد فورنل و لارکر، روایی واگرا وقتی در سطوح قابل قبول است که میزان جذر AVE برای هر متغیر بیش‌تر از ضرایب همبستگی میان آن متغیر و سایر متغیرها در مدل باشد. همان‌گونه که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، تمامی مقادیر AVE هر سازه از ضرایب همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر بیش‌تر شده است. در نتیجه روایی واگرا ابزار اندازه‌گیری تأیید می‌شود.

جدول ۴. بررسی روایی واگرایی سازه‌های پژوهش

سازه	هوش عاطفی	فرهنگ سازمانی کارآفرینانه
هوش عاطفی	۰/۸۹	
فرهنگ سازمانی کارآفرینانه	۰/۸۰	۰/۹۳

برای ارزیابی مدل درونی یا مدل ساختاری، شاخص‌های متعددی وجود دارد که از جمله می‌توان به ضرایب مسیر و ضریب تعیین (R^2) اشاره کرد. طبق نتایج جدول شماره ۵،



شکل ۱. در حالت ضرایب استاندارد

قوی و مستقیمی وجود دارد که مؤید این است در بین مؤلفه‌های هوش عاطفی مهارت اجتماعی بعنوان یک عامل درون سازمانی مهم از بیش‌ترین ارتباط با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه برخوردار است و با بالا رفتن میزان مهارت اجتماعی کارکنان، میزان فرهنگ سازمانی کارآفرینانه آن‌ها نیز افزایش می‌یابد. هم‌چنین نتایج حاصل از این تحقیق با نتایج مرعشیان و همکاران (۱۳۹۲)، بیهقی (۱۳۹۳)، نیک

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام این پژوهش بررسی رابطه مؤلفه‌های هوش عاطفی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کارکنان ادارات ورزشی بود. نتایج نشان داد بین هوش عاطفی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($p < 0.05$). هم‌چنین نتایج نشان می‌دهد که بین دو متغیر مهارت اجتماعی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه رابطه

همکاران (۲۰۱۶)، جفرینیو و همکاران (۲۰۱۷) و میائو و همکاران (۲۰۱۸)، همخوانی دارد. در تبیین این نتیجه باید بیان کرد خودآگاهی هسته تمام مهارت‌های مربوط به هوش عاطفی است. خودآگاهی بالا افراد را قادر می‌سازد تا خودشان را در نظر بگیرند و در عمل خودشان را مشاهده کنند (گلمن، ۱۹۹۸). خود آگاهی بیش‌تر اشاره به احساسات و آگاهی فرد از خودش دارد. خودآگاهی توانایی شناخت خود و آگاهی از خصوصیات، نقاط ضعف و قوت، خواسته‌ها، ترس‌ها و انزجارهاست. برای اکثر ما توصیف ویژگی‌های اخلاقی و رفتاری خود برای دیگران، کار سخت و دشواری می‌باشد. در رابطه با مؤلفه خودآگاهی چنانچه کارکنان ادارات ورزشی بتوانند از احساسات و هیجانات خودآگاهی داشته و آن‌ها را کنترل کنند، بطوریکه بتوانند یک چشم انداز روشنی از زندگی‌شان داشته و از آن احساس لذت کنند در آن صورت می‌توانند ایجاد این حس مثبت را از زندگی خود به محیط شغلی انتقال داده و با یک ذهن قابل کنترل و باز به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه حرکت کنند. در ارتباط با مؤلفه خودآگاهی این تحقیق در راستا با نتایج تحقیقات پیشین نشان می‌دهد که سازمان‌ها برای نیل به فرهنگ کارآفرینانه، باید حس خودآگاهی کارکنان را تقویت کنند و سازوکارهایی را برای درک عمیق‌تر کارکنان از عواطف، نقاط قوت، نقاط ضعف، نیازها و انگیزه‌های خود طراحی کنند. در این صورت مرکز کنترل درونی افراد (نسبت دادن موفقیت‌ها و شکست‌ها به خود)، احساس قوی به استعدادها و ارزش‌های خود و انتقال آن به افراد تقویت می‌شود، به گونه‌ای که کارکنان احساس می‌کنند سازمان بخشی از هویت آن‌هاست.

از دیگر نتایج این تحقیق آن بود که بین دو متغیر خودتنظیمی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($p < 0.05$). این نتیجه نشان می‌دهد در بین مؤلفه‌های هوش عاطفی خود تنظیمی نیز همانند مهارت اجتماعی و خود آگاهی از ارتباط قوی با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه برخوردار است و با بالا رفتن میزان آن در کارکنان، میزان فرهنگ سازمانی کارآفرینانه آن‌ها نیز افزایش می‌یابد. نتایج حاصل از این تحقیق با نتایج زارعی متین و همکاران (۱۳۹۲)، مرعشیان و همکاران (۱۳۹۲)، بیهقی (۱۳۹۳)، نیک خواه (۱۳۹۴)، رضایی (۱۳۹۵)، پایمزد و همکاران (۱۳۹۶)، چی لی و فانگ لی (۲۰۰۸)، گسler و همکاران (۲۰۱۰)، آلتینداگ و کوزدگی (۲۰۱۵)، آرفرا و سامانتا (۲۰۱۶) و انگاه و همکاران (۲۰۱۶)، کاشیف و همکاران (۲۰۱۶)، جفرینیو و همکاران (۲۰۱۷) و میائو و همکاران (۲۰۱۸)، مبنی بر ارتباط مؤلفه خودتنظیمی بعنوان یکی از مؤلفه‌های هوش عاطفی با فرهنگ سازمانی

خواه (۱۳۹۴)، رضایی (۱۳۹۵)، پایمزد و همکاران (۱۳۹۶)، چی لی و فانگ لی (۲۰۰۸)، گسler و همکاران (۲۰۱۰)، آلتینداگ و کوزدگی (۲۰۱۵)، آرفرا و سامانتا (۲۰۱۶) و انگاه و همکاران (۲۰۱۶)، کاشیف و همکاران (۲۰۱۶)، جفرینیو و همکاران (۲۰۱۷) و میائو و همکاران (۲۰۱۸) مبنی بر ارتباط مؤلفه‌های مهارت‌های اجتماعی بعنوان یکی از مؤلفه‌های هوش عاطفی با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه هم-سو بود. در تبیین این نتیجه باید به این نکته پرداخت که مهارت اجتماعی بعنوان "برقراری ارتباط مفید با دیگران، تسهیم ایده‌ها، افکار و احساسات" تعریف می‌شود (گلمن، ۱۹۹۸). از این رو کارکنان ادارات ورزشی چنانچه بتوانند در اولین گام رابطه مؤثرتری را با اطرافیان خود برقرار کرده و به گونه‌ای احساسات درونی خودشان را به راحتی بیان و میزان شکایت اطرافیان از خودشان را به حداقل برسانند در آن صورت می‌توانند مهارت‌های اجتماعی خودشان را تقویت کرده و سپس می‌توانند از طریق نفوذ بر روی دیگران و کمک گرفتن از آن‌ها و حل مشکلات موجود زمینه را برای رضایت-مندی خود، دیگران و سازمان مربوطه فراهم کرده به سمت فرهنگ سازمانی کارآفرینانه حرکت کنند. نتایج این تحقیق با نتایج زارعی متین و همکاران (۱۳۹۲) ناهمسو بود؛ چرا که در تحقیق نامبرده از بین مؤلفه‌های هوش عاطفی، خودآگاهی و خودانگیزی از بیش‌ترین ارتباط با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه برخوردار بودند ولی در تحقیق حاضر مهارت‌های اجتماعی بعنوان مهم‌ترین مؤلفه شناسایی شد. علت این ناهمسوایی را می‌توان در تفاوت‌های بین سازمان‌های مورد مطالعه، نوع و تعداد جامعه آماری و هم-چنین تفاوت بین نوع پرسشنامه مورد استفاده در این دو تحقیق دانست که برخی سؤالات مورد استفاده در آن دو مؤلفه با مؤلفه مهارت اجتماعی تحقیق حاضر هم‌پوشانی داشته‌اند.

همچنین نتایج نشان داد بین دو متغیر خودآگاهی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($p < 0.05$). به عبارت دیگر در بین مؤلفه‌های هوش عاطفی خودآگاهی نیز همانند مهارت اجتماعی از ارتباط قوی با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه برخوردار است و با بالا رفتن میزان آن در کارکنان، میزان فرهنگ سازمانی کارآفرینانه آن‌ها نیز افزایش می‌یابد. این نتایج تحقیق با نتایج زارعی متین و همکاران (۱۳۹۲)، مرعشیان و همکاران (۱۳۹۲)، بیهقی (۱۳۹۳)، نیک خواه (۱۳۹۴)، رضایی (۱۳۹۵)، پایمزد و همکاران (۱۳۹۶)، چی لی و فانگ لی (۲۰۰۸)، گسler و همکاران (۲۰۱۰)، آلتینداگ و کوزدگی (۲۰۱۵)، آرفرا و سامانتا (۲۰۱۶) و انگاه و همکاران (۲۰۱۶)، کاشیف و

خواسته‌ها و توان فرار گرفتن در یک وضعیت روانی مطلوب‌تر. بر اساس نتایج حاصل از این تحقیق چنانچه ادارات ورزشی بتواند امکان آموزش این مهارت را همراه با آموزش سایر مهارت‌ها برای کارکنان فراهم کند در آن صورت می‌تواند زمینه‌ی مناسب‌تری برای افزایش و تقویت فرهنگ کارآفرینانه فراهم کند. در ارتباط با مؤلفه خودانگیزی بطور خلاصه نتایج این تحقیق در راستا با نتایج تحقیقات پیشین نشان می‌دهد که سازمان‌ها باید با ایجاد خودانگیزی از طریق شاخص‌های مشوق پیشرفت، تعهد، ابتکار عمل و خوش‌بینی از نظر عاطفی افراد را برای کسب اهداف متمایل کنند. در واقع ادارات ورزشی باید بدانند خودانگیزی اگر بدون قرارگیری در موقعیت‌ها کاربردی و عملی باشد، نمی‌تواند تأثیر چندانی در افزایش عملکرد کارآفرینانه کارکنانش داشته باشد.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین دو متغیر همدلی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه ۰/۶۰ است. لذا بین دو متغیر مذکور همبستگی قوی و مستقیمی وجود دارد که نشان می‌دهد در بین مؤلفه‌های هوش عاطفی همدلی نیز همانند مؤلفه‌های دیگر از ارتباط قوی با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه برخوردار است و با بالا رفتن میزان آن در کارکنان، میزان فرهنگ سازمانی کارآفرینانه آن‌ها نیز می‌تواند افزایش یابد. نتایج حاصل از این تحقیق با نتایج مرعشیان و همکاران (۱۳۹۲)، بیهقی (۱۳۹۳)، نیک‌خواه (۱۳۹۴)، رضایی (۱۳۹۵)، پایمزد و همکاران (۱۳۹۶)، چی لی و فانگ لی (۲۰۰۸)، گسler و همکاران (۲۰۱۰)، آلتینداگ و کوزدگی (۲۰۱۵)، آرفرا و سامانتا (۲۰۱۶) و انگاه و همکاران (۲۰۱۶)، کاشیف و همکاران (۲۰۱۶)، جفرینیو و همکاران (۲۰۱۷) و میائو و همکاران (۲۰۱۸)، مینی بر ارتباط مؤلفه همدلی بعنوان یکی از مؤلفه‌های هوش عاطفی با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه هم‌سو بود. هم‌چنین با نتایج زارعی متین و همکاران (۱۳۹۲)، مینی بر ارتباط ضعیف‌تر این مؤلفه با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نسبت به سایر مؤلفه‌های هوش عاطفی نیز ناهم‌سو بود. چرا که در تحقیق نامبرده از بین مؤلفه‌های هوش عاطفی، خودآگاهی و خودانگیزی از بیش‌ترین ارتباط با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه برخوردار بودند ولی در تحقیق حاضر مهارت‌های اجتماعی بعنوان مهم‌ترین مؤلفه شناسایی شد. علت این ناهم‌سویی را می‌توان در تفاوت‌های بین سازمان‌های مورد مطالعه، نوع و تعداد جامعه آماری و هم‌چنین تفاوت بین نوع پرسشنامه مورد استفاده در این دو تحقیق دانست که برخی سؤالات مورد استفاده در آن دو مؤلفه با مؤلفه مهارت اجتماعی تحقیق حاضر هم‌پوشانی داشته‌اند. بر اساس نتایج حاصل از گویه‌های این تحقیق همدلی اشاره به نوعی احساسات در افراد دارد که باعث می‌شود آن‌ها بتوانند به خوبی مشکلات سایر افراد رو به خوبی درک کرده و خود را

کارآفرینانه هم‌سو بود. در تبیین این نتیجه باید اشاره شود خودتنظیمی به این معنا است که هیجانات درک‌شده و در راستای تغییر موقعیت‌ها به نفع فرد و سازمان مورد استفاده قرار بگیرد (گلمن، ۱۹۹۸). خودتنظیمی بیش‌از هر چیزی اشاره به افراد آرام و خون‌سردی دارد که به راحتی می‌توانند خود را محیط‌های جدید بعد از تغییر تطبیق دهند و سپس بعد از مقابله با استرس‌های موجود در آن می‌توانند مناسب‌ترین تصمیمات را اتخاذ کنند. بر اساس نتایج این تحقیق چنانچه کارکنان ادارات ورزشی بتوانند با تقویت این ویژگی در خود در کنار سایر مؤلفه‌ها هوش عاطفی خود را تقویت کنند در آن صورت خواهند توانست از طریق تطبیق پذیری خود با موقعیت‌های کاری جدید به سمت فعالیت کارآفرینانه در فدراسیون حرکت کنند. در ارتباط با مؤلفه خودتنظیمی بطور خلاصه نتایج این تحقیق در راستا با نتایج تحقیقات پیشین نشان می‌دهد که تلاش برای ارتقاء شاخص‌های خودتنظیمی، اعتماد، وجدان کاری و سازگاری؛ به خودمدیریتی افراد در مقابل تنش درونی و ایجاد عزت نفس کمک خواهد کرد. بهبود شایستگی خودتنظیمی به افراد کمک می‌کند با ارزیابی خود، اصلاح درونی کنند و این امر باعث بالا بردن روحیه فردی و تقویت فرهنگ کارآفرینانه و سازگاری سازمانی می‌شود

نتایج نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین دو متغیر خودانگیزی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه ۰/۶۳ است. لذا بین دو متغیر مذکور همبستگی قوی و مستقیمی وجود دارد که نشان می‌دهد در بین مؤلفه‌های هوش عاطفی خودانگیزی نیز همانند مؤلفه‌های دیگر از ارتباط قوی با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه برخوردار است و با بالا رفتن میزان آن در کارکنان، میزان فرهنگ سازمانی کارآفرینانه آن‌ها نیز می‌تواند افزایش یابد. نتایج حاصل از این تحقیق با نتایج زارعی متین و همکاران (۱۳۹۲)، مرعشیان و همکاران (۱۳۹۲)، بیهقی (۱۳۹۳)، نیک‌خواه (۱۳۹۴)، رضایی (۱۳۹۵)، پایمزد و همکاران (۱۳۹۶)، چی لی و فانگ لی (۲۰۰۸)، گسler و همکاران (۲۰۱۰)، آلتینداگ و کوزدگی (۲۰۱۵)، آرفرا و سامانتا (۲۰۱۶) و انگاه و همکاران (۲۰۱۶)، کاشیف و همکاران (۲۰۱۶)، جفرینیو و همکاران (۲۰۱۷) و میائو و همکاران (۲۰۱۸)، مینی بر ارتباط مؤلفه خودانگیزی بعنوان یکی از مؤلفه‌های هوش عاطفی با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه هم‌سو بود. بسیاری از محققان فرهنگ کارآفرینانه، خودانگیزی را از ویژگی‌های کارآفرینان مطرح کرده‌اند. یافته‌های پژوهش دیدگاه‌های پژوهشگران پیشین را تأیید می‌کند. خودانگیزی یعنی جهت دادن و هدایت عواطف و هیجان‌ها به سمت و سوی هدف، خویشتن‌داری و به تأخیر انداختن خواسته‌های نابجا و لذت‌های آنی. خودانگیزی یعنی کنترل هیجان‌ها، تأخیر در ارضای

می‌تواند زمینه را برای تقویت کارآفرینی در ادارات ورزشی فراهم کند نوآوری و انسجام می‌باشد. در رابطه با وجود روحیه نوآوری در بین کارکنان ادارات ورزشی می‌توان گفت که وقتی کارآفرینی بتواند زمینه را برای تقویت نوآوری فراهم کند در آنصورت کارکنان وقت بیشتری از زمان روزانه‌ی خود را صرف پیدا کردن راه‌حل‌های جدیدتری و توسعه‌ی فرصت‌های جدیدتر برای ادارات ورزشی می‌کنند و از کشف روش‌های دیگری که دیگران به توجه‌ای به آن‌ها نداشته‌اند احساس لذت می‌کنند و این لذت آن‌ها را برای پیگیری فرصت‌های شغلی بهتر برانگیخته می‌کند. در واقع وجود روحیه نوآوری در کارکنان ادارات ورزشی باعث می‌شود تا آن‌ها به این باور برسند که جست‌جوی راه‌های جدید برای انجام کارهای شغلی مفید است که همین موضوع بصورت متقابل خود نیز باعث تقویت روحیه کارآفرینی آن‌ها برای ادارات می‌شود. در ارتباط با انسجام و نگرش سیستمی و کارآفرینی می‌توان به این موضوع اشاره داشت که وجود این مولفه در کارکنان ادارات ورزشی باعث می‌شود که آن‌ها در انتخاب همکاران خود بیشتر به قابلیت‌های آن‌ها توجه داشته باشند و از طریق آن به خلق موقعیت‌های شغلی بیشتر اقدام کنند. در واقع وقتی انسجام در بین کارکنان از درجه‌ی بالاتری برخوردار باشد در آنصورت آن‌ها زمان قابل ملاحظه‌ای از فعالیت‌های خود را صرف تجزیه و تحلیل نیازهای آینده شغلی خود می‌کنند و در این راه از طریق بدست آوردن اطلاعاتی از گذشته سازمان سعی در آینده نگری و پیش‌بینی آینده شغلی و برنامه‌های خود و اداره مربوطه می‌کنند که این می‌تواند در کنار سایر عوامل زمینه را برای کارآفرینی بیشتر کارکنان در ادارات ورزشی فراهم کند. بر اساس نتایج حاصل از مدل تحقیق در شکل ۲ از دیگر فاکتورهای مرتبط با فرهنگ کارآفرینانه سازمان همکاری و ارتباطات برون سازمانی می‌باشد. براساس نتایج حاصل از این تحقیق در زمینه ارتباط این مؤلفه با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه می‌توان گفت که وجود آن در کارکنان ادارات ورزشی باعث می‌شود تا وجود روحیه کارگروهي در آن‌ها تقویت شود. در واقع وجود این روحیه در کارکنان در ارتباط با کارآفرینی باعث می‌شود تا آن‌ها همیشه در جست‌جوی همکاری باشند که می‌توانند انجام کارهای جدید را به آن‌ها بیاموزند. در واقع آن‌ها برای دوستی با افرادی برای کارهای شغلی‌شان مفید هستند تلاش کرده و به دنبال این هستند از افراد پویا و نوآور در زمینه کارآفرینی بهتر سازمان بهره ببرند. بر اساس مدل حاصل از تحقیق حاضر آخرین فاکتور مرتبط فرهنگ کارآفرینانه در ادارات ورزشی ریسک‌پذیری کارکنان می‌باشد. وجود روحیه ریسک‌پذیری در کارکنان ادارات ورزشی باعث می‌شود که آن‌ها از کار کردن بر اساس برنامه‌های از پیش تعیین‌شده احساس خوبی

در جای آن‌ها قرار داده و دنیا رو از دید آن‌ها نگاه کرده و احساسات آن‌ها را نیز تجربه کنند. در ارتباط با مؤلفه همدلی بطور خلاصه نتایج این تحقیق در راستا با نتایج تحقیقات پیشین نشان می‌دهد برای اینکه راهبردها (پژوهش‌های کارآفرینانه) به خوبی بتوانند ایفای نقش نمایند، لازم است در یک زمینه مناسب که شامل ساختار کارآفرینانه و یک جو ارتباطی که سرشار از ارتباطات خوب و همدلی می‌شود به کارگرفته شود.

در نهایت نتایج حاصل مدل تحقیق بین مؤلفه هوش عاطفی با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کارکنان ادارات ورزشی با ضریب استاندارد ۰/۸۰ رابطه معناداری مشاهده شد. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد که تقویت فرهنگ کارآفرینانه در ادارات ورزشی می‌تواند قبل از هر چیزی باعث توسعه مستمر شود، چرا که در این وضعیت کارکنان تجزیه و تحلیل نقاط قوت و ضعف خود را ضروری دانسته و از طریق ایجاد تغییرات در سازمان سعی در فرار از یکنواختی کرده و سازمان را به سمت کارآفرینی پیش‌تر می‌برند؛ چرا که به این موضوع اعتقاد پیدا می‌کنند هر سازمانی می‌تواند از طریق به کارگیری قابلیت‌های کارکنان خود به موفقیت برسد. براساس نتایج این تحقیق در صورت ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در ادارات ورزشی بعد از توسعه مستمر، ادارات به سمت پیشگام شدن حرکت کرده و شور و اشتیاق کارکنان آن برای کارآفرینی افزایش پیدا می‌کند. در شرایط پیشگامی ناشی از فرهنگ سازمانی کارآفرینانه کارکنان تلاش می‌کنند تا در انجام کارهای خود بهترین باشند و بی‌کفایتی را از کار خود حذف کنند. در این وضعیت کارکنان ادارات ورزشی برای حل مشکلات به تخصص‌های خود اتکاء کرده و برای انجام کارهای مشخص و برنامه‌ریزی شده تلاش کرده و سعی می‌کنند از طریق احاطه کامل بر روی امور کاری خود تمامی عوامل تأثیرگذار بر روی شغل خود را کنترل کرده و ادارات ورزشی را بیشتر به سمت کارآفرینی ببرند؛ بطوریکه وقتی به نتایج کار خود نگاه می‌کنند نسبت به آن احساس افتخار کنند. بر اساس نتایج حاصل از مدل این تحقیق زمانی که فرهنگ کارآفرینی در ادارات ورزشی تقویت شود در آنصورت شور و اشتیاق کارکنان برای استفاده از تخصص‌هایشان افزایش می‌یابد. در این وضعیت کارکنان از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی بهتر برای خود احساس هیجانی بیشتری می‌کنند. آن‌ها در این وضعیت طرح‌های اولیه کارهای خود را تهیه کرده و از طریق انجام کارهای مفید در پروژه‌های شغلی خود احساس غرور کرده و سعی می‌کنند از هر فرصتی برای کسب مزیت‌های شغلی‌شان بهره ببرند و پاسخگوی نهایی کارهای خود بر اساس تخصص‌شان باشند. همان‌طور که مدل تحقیق در شکل ۲ نشان می‌دهد از جمله مهم‌ترین فاکتورهایی که

ادارات ورزشی می‌تواند زمینه را برای تقویت فرهنگ سازمانی کارآفرینانه فراهم کند. در واقع ادارات ورزشی ایران در صورتی که بتواند با توجه به این مؤلفه‌های هوش عاطفی، فرهنگ سازمانی کارآفرینانه را در کارکنان‌شان ایجاد کنند، در آن صورت می‌توانند از مزایای زیاد آن بهره برده؛ چرا که ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در ادارات ورزشی باعث می‌شود تا کارکنان با ایجاد روحیه پیشگامی، شور و اشتیاق، نوآوری، علاقه به توسعه مستمر، انسجام و نگرش سیستمی، علاقه‌مندی به همکاری و ارتباطات برون سازمانی و ریسک‌پذیری، ادارات ورزشی را به سمت پیشرفت بیش‌تر سوق دهند و با برنامه‌ریزی مناسب زمینه را برای موفقیت تیم‌های ورزشی در سطح شهرستان‌ها، استان‌ها و تیم ملی فراهم و در میدان‌های بین‌المللی بدرخشند.

نداشته باشند و حتی برای کارآفرینی بیش‌تر ادارات ورزشی بطور همزمان روی چندین ایده نو بطور سخت کار کنند. کارکنانی که دارای روحیه ریسک‌پذیری هستند برای اینکه بتوانند به کارآفرینی سازمان‌شان کمک کنند بیش‌تر تمایل به انجام کارهایی دارند که شاید در نگاه اول غیرمعمول به نظر می‌رسند. در واقع آن‌ها بر روی موقعیت‌های مبهم کنترل بیش‌تری داشته و برای رسیدن به یک نتیجه خوب داشتن قوانین خاص را ضروری نمی‌دانند و تنها به انجام کارها به شیوه‌های نو برای رسیدن به کارآفرینی باور دارند. نتایج این بخش از تحقیق نیز با نتیجه‌ی تحقیق آلتینای و همکاران (۲۰۲۰) مبنی بر اینکه داشتن سطح بالاتر هوش عاطفی تأثیر مثبتی بر قوه‌ی خلاقیت و کارآفرینی می‌گذارد همسو بود. در یک جمع‌بندی کلی از نتایج حاصل از این تحقیق می‌توان گفت که توجه بیش‌تر به مؤلفه‌های هوش عاطفی در

منابع

- Altinay, L., Madanoglu, G. K., Kromidha, E., Nurmagambetova, A., & Madanoglu, M. (2020). Mental aspects of cultural intelligence and self-creativity of nascent entrepreneurs: The mediating role of emotionality. *Journal of Business Research*, Available online 29 October 2020.
- Altındağ, E., & Köseadağ, Y. (2015) "The Relationship between Emotional Intelligence of Managers, Innovative Corporate Culture and Employee Performance", 4th International Conference on Leadership, Technology, Innovation and Business Management, 10, 270-282.
- Arfaraa C., Samanta A. (2016) "The impact of emotional intelligence on improving team-working: the case of Public Sector (National Centre for Public Administration and Local Government-N.C.P.A.L.G.)", 3rd International Conference on New Challenges in Management and Organization: Organization and Leadership, 2 May 2016, Dubai, UAE, 167-175.
- Bayhaqi, M. (2014). "The effect of emotional intelligence on aspects of organizational culture of entrepreneurial General Administration of Sport and Youth Khorasan", Master Thesis, University of Imam Reza (AS), Faculty of Physical Education and Sport Sciences, 10-1. (Persian)
- Chelladurai P. (1987) Multidimensional and multiple perspectives of organizational effectiveness. *Journal of Sport Management*, 1(9), 37-47.
- Chi Lee M., & Fang Le S. (2008) "The influence of emotional intelligence and organizational climate for nurse Job.satisfaction", *The Journal of Technology Transfer*, 4(1), 188-224.
- Dong, J. Q. (2019). Moving a mountain with a teaspoon: Toward a theory of digital entrepreneurship in the regulatory environment. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 923-930.
- Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 119791.
- Encinas, J. J., & Chauca. M. (2020). Emotional intelligence can make a difference in Engineering Students under the Competency-based Education Model. *Procedia Computer Science*, 172, 960-964.
- Erikson, T. (2002) "The promis of Entrepreneurship as a field of Research", *Academy of Management Review*, 26(1), 24-80.
- Eydi, H, Ramzaninezhad, R, Yousefi, B., & Sajjadi, S. N. (2013). Study of Organizational Effectiveness in Selective Sporting Federations. *Research in Sport Management and Motor Behavior journal*, 2(4), 119-134. (Persian)
- FakhrEldin, H. (2017). The relationship between the emotional intelligence of entrepreneurs and the new venture creation: The role of age, gender and motive. *Arab Economic and Business Journal*, 12(2), 99-108.
- Gessler, H., Bratianu, C., & Stanciu, S. (2010) "organizational facrios and organizational climate", *Managment & Marketing*, 5(2), 117-254.
- Goleman D. (1998) "Aganizatoinal behavior", New York, West Publishing, 25-26.
- Jufriyono., Tunas B., & Retnowati R. (2017) "Entrepreneurship, Organizational Culture and Emotional Intelligence in Determining Organizational Commitment", *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*, 5,(6), 29-35.
- Kashif, M., Kashif, Khurshid, M., & Zahid, I. (2016) "Relationship between Emotional Intelligence and Entrepreneurship", *Research on Humanities and Social Sciences*, 6(5), 20-16.
- Marashian, F. S., Naderi, F., Heidari, A., Enayati, M. S., & Asgari, P. (2013). *Scientific Research Quarterly of Woman and Culture*, 5(17), 41-53. (Persian)
- Miao, C., Humphrey, R., & Qian, S. (2018) "A cross-cultural meta-analysis of how leader emotional intelligence influences subordinate task performance and organizational citizenship behavior", *Journal of World Business*, 53,(4), 463-474.
- Nikkhah, S. (2015). Investigating the Relationship between Emotional Intelligence Components and Entrepreneurial Organizational Culture in Darab

- Education Staff. Master Thesis, University of Isfahan, Faculty of Educational Sciences and Psychology, 10-1. (Persian)
- Ngah, R. W., Salleh Z., & Sarmidy, R. (2016). Comparative Study of Emotional Intelligence and Entrepreneurial Orientation Between Malaysian and Indonesian University Students. *Procedia Economics and Finance*, 37, 100-107.
- Pawlusinski, R., & Kubal, M. (2018). A new take on an old structure? Creative and slow tourism in Krakow (Poland). *Journal of Tourism and Cultural Change*, 16(3), 265-285.
- Paimozd, M., Seyed Ameri, M., & noori, A. (2017). The Relationship between Emotional Intelligence and Transformational Leadership Style in Managers of Sport and Youth Offices of Qom Province. *Journal of Sport Management*, 9(2), 243-258. (Persian)
- Rezaei, M. (2017). Relationship between Emotional Intelligence and Entrepreneurial Capacity of Agricultural Students. *Journal of Agricultural Education Administration Research*, 8(39), 28-40. (Persian)
- Sackmann, A. S. (2010) "Culture and performance, In: Ashkanasy, M.N., Peterson, M.F., Wilderom, C.P.M. (Eds.).
- Solomon, S. J., Bendickson, J. S., Marvel, M. R., McDowell, W.G., & Mahto, R. (2021). Agency theory and entrepreneurship: A cross-country analysis. *Journal of Business Research*, 122, 466-476.
- Weinberger, L. A. (2013) "Emotional intelligence, leadership, and style perceived leadership effectiveness", *Advances in Developing Human Resources*, 11(6), 747-772.
- Zarei Matin, H., Moghimi, S., & Ghafoorian, H. (2014). Analysis of Relationship Between Entrepreneurial Culture and Emotional Intelligence. *Organizational Culture Management*, 11(4), 5-31. (Persian)

ارجاع: فسنگری جواد، خوشنویس زارچ علی اکبر، موید ندا، بررسی رابطه هوش عاطفی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کارکنان ادارات ورزشی،

مجله علوم حرکتی و رفتاری، دوره ۴، شماره ۱، بهار ۱۴۰۰، صفحات ۹-۲۰.

