

بررسی تأثیر هوش هیجانی بر بهبود کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: شرکت های دانش بنیان شهر تهران)

حمید کاکائی^۱

رضا صفری^۲

مرجان دامن کشیده^۳

غلامرضا عباسی^{۴*}

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۱۷ تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۱۲/۱۸

چکیده

در عصر دانش بنیان حاضر توجه به هوش هیجانی در بین شرکت های دانش بنیان می تواند منشا فعالیت های نوآورانه و کارآفرینانه باشد. تحقیق حاضر با توجه به اهمیت موضوع به بررسی تأثیر هوش هیجانی بر بهبود کارآفرینی سازمانی می پردازد. تحقیق حاضر از نظر ماهیت گردآوری داده ها توصیفی پیمایشی و بر اساس هدف، کاربردی است. جامعه آماری تحقیق شامل ۲۱۰ نفر از کارکنان شاغل در شرکت های دانش بنیان شهر تهران است که به صورت تصادفی انتخاب شده اند. گردآوری داده ها با استفاده از پرسشنامه های استاندارد انجام شده است. تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از آزمون های ضرایب معناداری و ضرایب مسیر در نرم افزار PLS نشان داد که هوش هیجانی می تواند منجر به بهبود کارآفرینی سازمانی گردد. همچنین نتیجه گرفته شد که مولفه های هوش هیجانی از قبیل خود آگاهی، خودتنظیمی، برانگیختگی، همدلی و مهارت اجتماعی بر بهبود کارآفرینی سازمانی تأثیرگذار می باشند. همچنین پیشنهاد گردید که برای بالا بردن کارآفرینی سازمانی و فعالیت های کارآفرینانه به مولفه های مطرح شده در این متغیر توجه شود تا بتوان جو خلاقانه ای در شرکت ایجاد کرد تا خلاقیت و ایده یابی و فرآیند تفکر حل مسئله تقویت گردد.

واژگان کلیدی

هوش هیجانی، کارآفرینی سازمانی، همدلی، مهارت اجتماعی.

۱. دانشجوی دکتری اقتصاد سنجی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

(hamidkakaei306@yahoo.com)

۲. کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، دانشگاه ایوانکی، سمنان، ایران. (M.rezasafari@ymail.com)

۳. استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران. (Mar.Daman_Keshideh@iauctb.ac.ir)

۴. استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول: gabbasi955@gmail.com)

مقدمه

امروزه کشور با مشکلات زیادی مواجه می‌باشد. وجود تحریم‌های فراوان از یکسو و عدم توسعه اقتصادی، بیکاری و به روز نبودن فناوری‌ها از سوی دیگر باعث شده است تا کشور دچار چالش‌های زیادی در این زمینه باشد. بنابر گزارش‌های موجود برخی از این چالش‌ها را می‌توان با توجه به نقش شرکت‌های دانش‌بنیان در توسعه اقتصادی کشور رفع کرد. اهمیت شرکت‌های دانش‌بنیان به خاطر نقشی است که در جوامع صنعتی و اقتصادی کشور ایفا کرده و اشتغال که یکی از معضلات اساسی کشورها است را رفع می‌کند (پنکو و همکاران^۱، ۲۰۲۰). در شرایط کنونی شرکت‌هایی می‌توانند قدرت رقابت داشته باشند که با برعهده گرفتن نقشی فعال و تأثیرگذار از کارآفرینی سازمانی که بعنوان عامل تحریک و تقویت رقابت، نوآوری و روان‌کننده تغییر و عامل تعادل در اقتصاد پویا یاد می‌شود، پشتیبانی نمایند (فارسی و همکاران^۲، ۲۰۱۳). کارآفرینی سازمانی اشاره به فرآیندی دارد که طی آن شرکت به بررسی دانش جدید می‌پردازد و با استفاده از دانش موجود به دنبال کسب و کار می‌رود. از آنجا که کارآفرینی سازمانی دارای جهت‌گیری استراتژیک است، آن شامل ارزیابی مستمر از محصولات، فرآورده‌ها، خدمات و استراتژی‌های سازمان است که تحت تأثیر نگرش کارکنان است (امین‌بیدختی و همکاران، ۱۳۹۵).

عوامل مختلفی بر بهبود کارآفرینی سازمانی تأثیرگذار هستند که یکی از این عوامل که توجه زیادی را در تحقیقات مختلف به خود جلب کرده است، هوش هیجانی است. هوش هیجانی ترکیبی از مهارت‌ها است که این مهارت‌ها به توانایی فرد در اداره و نظارت بر احساسات خودش و همچنین در سنجش دقیق حالت‌های احساسی دیگران و نفوذ بر نظرات دیگران کمک می‌کند (ایزدی و همکاران، ۱۳۹۶). هوش هیجانی به عنوان توانایی شناختی از نوع مشابه توانایی کلامی یا توانایی کمی، با دامنه محتوا به جای احساسات و نه کلمات یا اعداد، مفهوم سازی شده است (مک‌کان و همکاران، ۲۰۲۰). هوش هیجانی یک قابلیت فردی است که فرد را قادر می‌سازد بر احساسات و عواطف خود و دیگران نظارت داشته باشد و از این اطلاعات برای درک و تنظیم احساسات و رفتار خود استفاده کنند که امکان مدیریت مؤثرتر را فراهم می‌کند. افراد با ضریب هوش هیجانی بالا نسبت به افراد با ضریب هوشی پایین، خودآگاه‌تر هستند، می‌توانند احساسات خود را بهتر تنظیم کنند و موفقیت شغلی و سازمانی بیشتری را به دست آورند (آلن و همکاران^۳، ۲۰۲۱).

با توجه به پژوهش‌های صورت گرفته شده در دهه‌های اخیر در دنیا و توجه روزافزون به بررسی هوش هیجانی در عرصه‌های گوناگون و نیز بررسی کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های دانش‌بنیان، تحقیقات تجربی اندکی در مورد این موضوع در شرکت‌های دانش‌بنیان با توجه به اهمیت آن‌ها انجام شده است. از اینرو تحقیق حاضر به دنبال تشریح متغیرها و مولفه‌های آن بوده و همچنین به بررسی چگونگی تأثیرگذاری متغیرها بر یکدیگر می‌پردازد. از اینرو سوال اصلی تحقیق حاضر این است که آیا هوش هیجانی بر بهبود کارآفرینی سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان شهر تهران تأثیر دارد یا خیر؟

¹ Penco et al

² Farsi et al

³ Allen et al

مروری بر ادبیات تحقیق

- هوش هیجانی

محققین بر نیاز سازمان در محیط کار به هوش هیجانی تاکید کرده و معتقدند که نه تنها مدیران و روسای شرکت‌ها نیازمند هوش هیجانی هستند، بلکه هر کسی که در سازمان کار می‌کند، نیازمند هوش هیجانی است. هر چه در سطح سازمان به سطوح بالاتر برویم، اهمیت هوش هیجانی در مقایسه با هوش عقلی افزایش می‌یابد به همین علت هوش هیجانی از اهمیت زیادی برای مدیران برخوردار است (حجازی و نظری‌پور، ۱۳۹۹).

هوش هیجانی اشاره به توانایی شناختی دارد که شامل ویژگی‌ها و مهارت‌های اجتماعی برای درک احساسات دیگران است و همچنین به تصمیم‌گیری‌های شخصی و سازمانی کمک می‌کند. افرادی که از هوش هیجانی بالایی برخوردار هستند می‌توانند به طور موثرتری با مشکلات سازمانی کنار بیایند (عثمان و همکاران^۱، ۲۰۱۷). در تعریفی دیگر، هوش هیجانی اشاره به توانایی‌های غیرشناختی، قابلیت‌ها و مهارت‌ها دارد که بر توانایی افراد اثر می‌گذارد به گونه‌ای که آنان را قادر ساخته تا بر فشارهای محیطی غلبه کنند. در تعریفی دیگر، هوش هیجانی را توانایی آگاهی از احساس خود و دیگران جهت تشخیص هر احساس و استفاده از این داده‌ها جهت هدایت تفکر و عملکرد خود می‌دانند و آن را به چهار عامل شناسایی هیجانات، استفاده از هیجانات، درک و فهم هیجانات و مدیریت هیجانی تقسیم می‌کنند. هوش هیجانی علاوه بر اینکه منبع مهم انگیزش و خلاقیت است، در روند توسعه سازمان نیز نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا کرده و موجب افزایش وفاداری و تعلق سازمانی فرد، سازگاری بهتر با تغییرات سازمانی و پیشرفت‌های فنی می‌شود (سلحشوری و همکاران، ۱۳۹۵).

از دیدگاه گلمن^۲ (۱۹۹۸)، هوش هیجانی مهارتی است که دارنده آن می‌تواند از طریق خودآگاهی، روحیات خود را کنترل کند؛ از طریق خودمدیریتی، آن را بهبود بخشد؛ از طریق همدلی، تأثیر آن‌ها را درک کند؛ و از طریق مدیریت روابط، به شیوه‌ای رفتار کند که روحیه خود و دیگران را بالا ببرد (عیدی حوریلر و همکاران، ۱۳۹۹).

- **خودآگاهی:** مبنای هوش هیجانی، خودآگاهی است و به عنوان سنگ بنای هوش هیجانی به حساب می‌آید. خودآگاهی ارزش و اهمیت شناخت احساسات خود و نحوه تأثیر آن بر عملکرد شخصی را منعکس می‌سازد.

- **خودتنظیمی:** خودتنظیمی که شبیه یک مکالمه درونی جاری است، یک عنصر هوش هیجانی است که ما را از بند احساساتمان رها می‌کند و در توسعه شناخت فردی و مهارتی از اهمیت بالایی برخوردار است.

- **برانگیختگی:** برانگیختگی به معنای مولد، اثربخش و خلاق بودن در زمینه کاری است. انگیزش توانایی انرژی دادن به دیگران و هدایت رفتار آنان برخلاف داشتن روحیه ضعیف را دارد. از دیدگاه هوش هیجانی، امیدوار بودن به این

¹ Osman et al

² Goleman

معناست که فرد درمقابل اضطراب فشارآور، نگرشی حاکی از شکست یا افسردگی در رویارویی با چالش ها یا موانع دشوار، تسلیم نخواهد شد.

- **همدلی:** توانایی همدردی کردن با احساسات دیگران و شناخت دیدگاه آن ها را همدلی می نامند. همدلی به درک و حساسیت فرد به احساسات، ادراک و شرایط دیگران دلالت دارد و دارای دو مولفه شناختی و احساسی است.

- **مهارت اجتماعی:** توانایی شناخت احساسات دیگران و عمل کردن به طریقی که به آن احساسات بیشتر شکل دهیم، همان مهارت اجتماعی است (حجازی و نظری پور، ۱۳۹۹).

- کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی اشاره به فرآیندی دارد که هدف آن درون سازمان فقط به کسب و کار پرمخاطره مربوط نمی شود بلکه گرایش ها و فعالیت های نوآورانه نظیر توسعه محصولات و خدمات جدید، فناوری های جدید، تکنیک های مدیریت جدید، استراتژی ها و وضعیت رقابتی جدید را نیز شامل می شود (پورکیانی و همکاران، ۱۳۹۲). کارآفرینی سازمانی عبارتست از فرآیند شناسایی فرصت ها در بازار و دنبال آن فراهم کردن منابع مورد نیاز و سرمایه گذاری روی منابع برای بهره برداری از فرصت ها در طولانی مدت. همچنین، این فرآیند شامل تصویرسازی، سازماندهی، تولید ایده، نوآوری، تحمل ریسک، تصمیم گیری، برنامه ریزی و غیره است. کارآفرینی سازمانی به عنوان دریچه ای شناخته می شود که باعث کشف فرصت های کارآفرینانه در سازمان در جهت بهره برداری از مزایای رقابتی ماندگار، نوآوری و پیشگامی برای سازمان ها می شود. می توان بیان کرد کارآفرینی سازمانی می تواند منجر به توسعه عملکرد بالاتر در سازمان ها شده و تحقق اهداف سازمانی را هموار می سازد (لینارس و فرناندز^۱، ۲۰۲۰).

کارآفرینی سازمانی در ابعادی از قبیل نوآوری، ریسک پذیری و پیشگامی مطرح شده است. ریسک پذیری شامل آمادگی سازمان برای بکارگیری منابع جهت بهره برداری از فرصت ها و شروع پروژه ها بدون اطلاع از نتایج و بازگشت سرمایه است. نوآوری اشاره به تغییر و اصلاح ماموریت سازمانی، سازماندهی مجدد منابع و ایجاد تغییرات وسیع در نظام سازمانی دارد. پیشگامی نیز اشاره به پیش بینی و رفتار مناسب برای رفع نیازهای آتی از طریق جستجو و به کارگیری فرصت ها است که بر توسعه محصولات دلالت دارد (تاج پور و حسینی^۲، ۲۰۲۰).

به دلیل اهمیت موضوع در این زمینه تا کنون تحقیقات مختلفی انجام شده است.

ساستی^۳ (۲۰۲۱)، در تحقیقی به بررسی ارتباط بین هوش هیجانی و کارآفرینی پرداخته و این نتیجه را به دست آورده است که هوش هیجانی به عنوان یکی از هفت عامل هوش نقش مهم و تاثیرگذاری در خلاقیت و نوآوری و رفتارهای کارآفرینانه کارکنان می تواند داشته باشد.

¹ Linares & Fernandez

² Tajpour & Hosseini

³ Sassetti

آلن و همکاران (۲۰۲۱)، در تحقیقی به بررسی موفقیت کارآفرینانه پرداخته و با استفاده از یک بررسی فراتحلیل نتیجه گرفته است که عامل هوش هیجانی به عنوان عامل موثر در موفقیت کارآفرینانه سازمانی شناخته می شود.

یودیمال و همکاران^۱ (۲۰۱۹)، در تحقیقی به بررسی نقش مدیریت دانش، فعالیت کارآفرینانه، هوش هیجانی و عملکرد در بین شرکت های کشاورزی کشور چین پرداخته و نتیجه گرفته اند که بین هوش هیجانی و فعالیت های کارآفرینانه درون سازمان ارتباط وجود دارد و آن ها متقابلاً عملکرد را بهبود خواهند داد.

چطوخوشوی (۱۳۹۸)، در تحقیقی به بررسی رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی درون سازمانی کارکنان شعب سرپرستی بانک صادرات اصفهان پرداخته و نتیجه گرفته است که هوش هیجانی رابطه معناداری با کارآفرینی درون سازمانی دارد. همچنین نتایج نشان داد که مولفه های هوش هیجانی شامل: تنظیم هیجان، ارزیابی و بیان هیجان و بهره برداری از هیجان نیز با کارآفرینی درون سازمانی رابطه معناداری دارند.

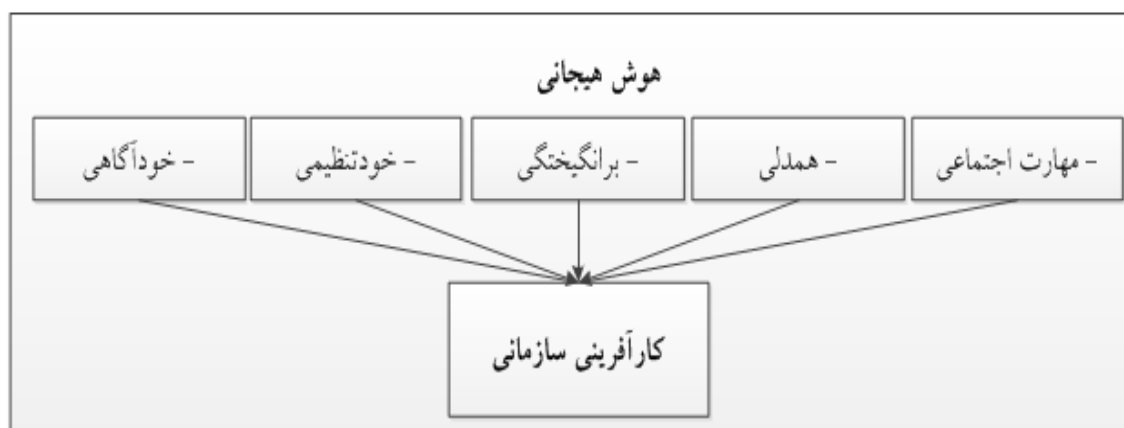
ایزدی و همکاران (۱۳۹۶)، در تحقیقی به بررسی رابطه هوش هیجانی و کیفیت زندگی کاری با خودکارآمدی کارکنان فرماندهی انتظامی استان فارس پرداخته و نتیجه گرفتند که بین هوش هیجانی و مؤلفه های آن با خودکارآمدی رابطه معناداری وجود دارد.

پورکیانی و همکاران (۱۳۹۲)، در تحقیقی به بررسی رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی کرمان پرداخته و نتیجه گرفتند که هوش هیجانی عامل مهمی در بهبود فعالیت های کارآفرینانه سازمانی شناخته می شود.

با توجه به ادبیات و پیشینه های مطرح شده فرضیات زیر شکل گرفتند که مطابق با مدل مفهومی تحقیق (شکل ۱) به شرح زیر ارائه گردیدند:

- فرضیه ۱: هوش هیجانی بر کارآفرینی سازمانی شرکت های دانش بنیان شهر تهران تاثیر دارد.
- فرضیه ۲: خودآگاهی بر کارآفرینی سازمانی شرکت های دانش بنیان شهر تهران تاثیر دارد.
- فرضیه ۳: خودتنظیمی بر کارآفرینی سازمانی شرکت های دانش بنیان شهر تهران تاثیر دارد.
- فرضیه ۴: برانگیختگی بر کارآفرینی سازمانی شرکت های دانش بنیان شهر تهران تاثیر دارد.
- فرضیه ۵: همدلی بر کارآفرینی سازمانی شرکت های دانش بنیان شهر تهران تاثیر دارد.
- فرضیه ۶: مهارت اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی شرکت های دانش بنیان شهر تهران تاثیر دارد.

¹ Udimal et al



شکل (۱): مدل مفهومی تحقیق

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر توصیفی و از نوع پیمایشی و از نظر نوع تحقیق در زمره تحقیقات کاربردی است. جامعه آماری تحقیق شامل ۲۱۰ نفر از کارکنان شاغل در شرکت‌های دانش‌بنیان شهر تهران است که به صورت تصادفی انتخاب شده‌اند. روش‌های ابزار گردآوری داده‌های پژوهش با استفاده از پرسشنامه‌های استاندارد صورت گرفته شده است:

- **پرسشنامه هوش هیجانی:** این پرسشنامه توسط عبیدی حوریلر و همکاران (۱۳۹۹) طراحی شده است و دارای ۵ بعد (خودآگاهی، خودتنظیمی، برانگیختگی، همدلی و مهارت اجتماعی) و ۱۸ سوال است که با طیف ۵ تایی لیکرت ساخته شده است.

- **پرسشنامه کارآفرینی سازمانی:** این پرسشنامه توسط پورکیانی و همکاران (۱۳۹۲) طراحی شده است و دارای ۳ بعد (نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی) و ۱۸ سوال است که با طیف ۵ تایی لیکرت ساخته شده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش PLS که یکی از رویکردهای مدل‌سازی معادلات ساختاری است، استفاده شد. برازش مدل پژوهش با استفاده از معیارهای پایایی و روایی همگرا بررسی شد. برای بررسی میزان پایایی از معیار آلفای کرونباخ استفاده گردید. اگر مقدار این معیار برابر و یا بیشتر از مقدار ۰,۷ شود، موید این مطلب است که پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری قابل قبول است. نتایج جدول شماره (۱) حاکی از پایایی مناسب است.

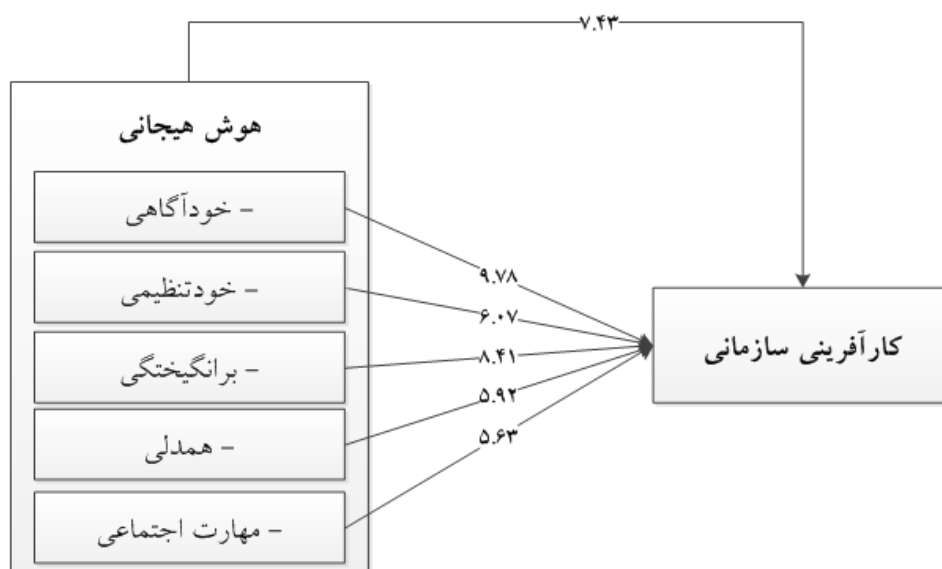
از سوی دیگر، روایی پرسشنامه نیز توسط روایی همگرا و با استفاده از روش PLS بررسی گشت. برای ارزیابی روایی همگرا از معیار AVE (میانگین واریانس استخراج‌شده) استفاده شد که نتایج این معیار برای متغیرها و ابعاد آن نیز در جدول ۱ نشان داده شده است:

جدول (۱). نتایج معیارهای بررسی پایایی، روایی همگرا و همگرا

متغیرها	خودآگاهی	خودتنظیمی	برانگیختگی	همدلی	مهارت اجتماعی	کارآفرینی سازمانی
آلفا	۰,۸۲	۰,۸۶	۰,۸۹	۰,۹۰	۰,۸۸	۰,۹۳
AVE	۰,۷۲	۰,۵۶	۰,۶۷	۰,۵۵	۰,۶۱	۰,۶۳
خودآگاهی	۰,۸۴					
خودتنظیمی	۰,۴۷	۰,۷۴				
برانگیختگی	۰,۳۸	۰,۲۱	۰,۸۱			
همدلی	۰,۳۴	۰,۴۹	۰,۲۶	۰,۷۴		
مهارت اجتماعی	۰,۶۱	۰,۳۷	۰,۴۷	۰,۳۹	۰,۷۸	
کارآفرینی سازمانی	۰,۶۷	۰,۵۵	۰,۴۴	۰,۳۸	۰,۳۳	۰,۷۹

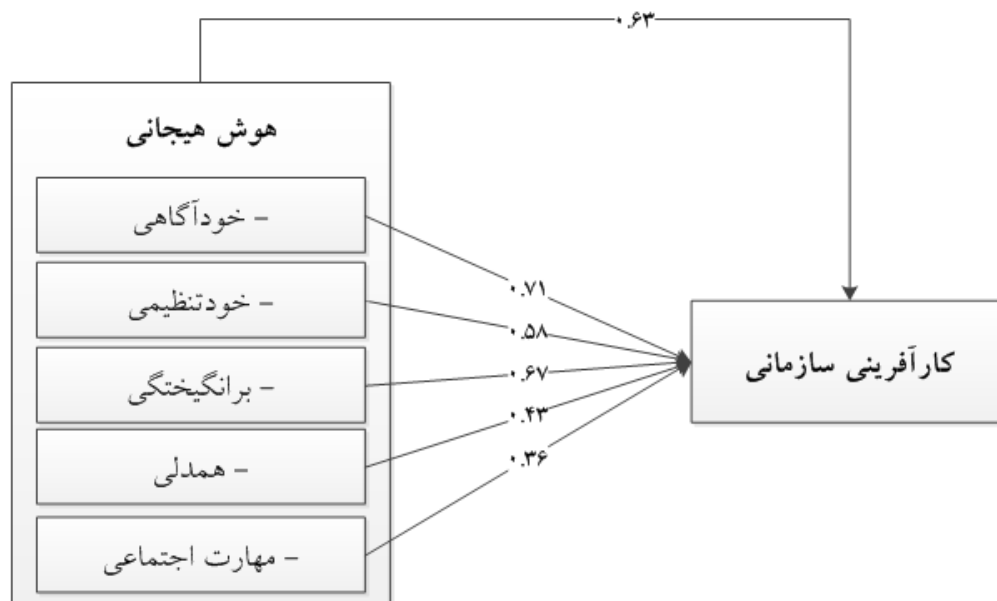
مقدار ملاک برای سطح قبولی AVE، ۰,۵ می باشد. همانگونه که از جدول بالا مشخص است، تمامی مقادیر AVE مربوط به سازه ها از مقدار ۰,۵ بیشتر بوده و این مطلب موید این است که روایی همگرایی مدل تحقیق حاضر در حد قابل قبول است.

برای دستیابی به فرضیه های تحقیق، در مرحله بعدی روابط میان متغیرها با استفاده از مدل ساختاری بررسی شد که در دو حالت اعداد معناداری و تخمین استاندارد نتایج درج شد. ابتدا ضرایب t معناداری محاسبه گردیده است. وقتی مقادیر t بیشتر از ۱,۹۶ باشد، بیانگر معنادار بودن رابطه میان متغیرها است. نتایج در شکل زیر نشان داده شده است:



شکل (۲): اعداد معناداری برای آزمودن فرضیات

در مرحله بعدی بعد از اینکه ضرایب معناداری مورد بررسی قرار گرفت، رابطه علت و معلولی بین متغیرها با استفاده از ضرایب مسیر بررسی می‌شود. نتایج به دست آمده از ضرایب مسیر در نرم‌افزار در شکل زیر قابل مشاهده است:



شکل (۳): ضرایب مسیر برای آزمودن فرضیات

نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که در سطح اطمینان ۹۹ درصد:

- هوش هیجانی بر کارآفرینی سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان شهر تهران به میزان ۶۳ درصد تاثیر دارد.
- خودآگاهی بر کارآفرینی سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان شهر تهران به میزان ۷۱ درصد تاثیر دارد.
- خودتنظیمی بر کارآفرینی سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان شهر تهران به میزان ۵۸ درصد تاثیر دارد.
- برانگیختگی بر کارآفرینی سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان شهر تهران به میزان ۶۷ درصد تاثیر دارد.
- همدلی بر کارآفرینی سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان شهر تهران تاثیر به میزان ۴۳ درصد دارد.
- مهارت اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان شهر تهران به میزان ۳۶ درصد تاثیر دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به ادبیات مطرح شده و نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل اطلاعات می‌توان بیان کرد که امروزه وجود کارآفرینی برای هر شرکتی مورد نیاز است و شرکت‌ها در این زمینه باید بسترهای لازم را بوجود آورند تا محیط کار را برای کارکنان جذاب نمایند. بطور کلی شرکت‌ها می‌توانند در جهت بهبود عملکرد خودشان مرتب به دنبال کشف فرصت‌های سودآور باشند و به توسعه خلاقیت و نوآوری و همچنین فعالیت‌های کارآفرینان کمک نمایند. هر چقدر شرکتی دارای کارکنان با عملکرد بهتر بوده و انگیزه‌هایی که باعث می‌شود تا کارکنان کارآفرینانه عمل کنند، در آن شرکت وجود داشته باشد، موفقیت بیشتری نیز عاید آن شرکت خواهد شد.

نتایج به دست آمده از فرضیات تحقیق نشان داد که هوش هیجانی می تواند به عنوان عاملی شناخته شود که کارآفرینی سازمانی را تحت تاثیر قرار دهد. مهارت ها و توانایی های هیجانی و اجتماعی که به عنوان هوش هیجانی شناخته می شوند از جمله عوامل اصلی محسوب می شوند که بر کارآفرینی تاثیرگذار هستند. می توان نتایج به دست آمده از فرضیات تحقیق را اینگونه بیان کرد که کارکنانی که قدرت تنظیم و آگاهی هیجانات بالاتری دارند، در رویارویی با چالش ها و مشکلات کاری با انگیزه تر هستند. نتایج تحقیقات آلن و همکاران (۲۰۲۱)، مک کان و همکاران (۲۰۲۰)، ایزدی و همکاران (۱۳۹۶) و پورکیانی و همکاران (۱۳۹۲) که نتیجه گرفتند شرکت هایی که دارای کارکنان با هوش هیجانی بالاتری هستند، انتظار بهبود فعالیت های کارآفرینی سازمانی از آن ها می رود و آن می تواند موفقیت را برای سازمان به ارمغان آورد، تاییدی بر یافته های تحقیق حاضر می باشند.

در این راستا پیشنهاد می گردد تا مدیران شرکت های دانش بنیان به هوش هیجانی و مولفه های آن به خصوص شناخت خود آگاهی کارکنان توجه ویژه ای داشته باشند و با برگزاری کارگاه های آموزشی در این رابطه به آن ها کمک نمایند تا توانایی کنترل بر احساسات و هیجانات خود را افزایش دهند. همچنین پیشنهاد می شود تا برای بالا بردن کارآفرینی سازمانی و فعالیت های کارآفرینانه به مولفه های مطرح شده در این متغیر توجه داشته تا بتوان جو خلاقانه ای در شرکت ایجاد کرد تا خلاقیت و ایده یابی و فرآیند تفکر حل مسئله را پرورش دهند.

منابع

امین بیدختی، علی اکبر؛ محمدی حسینی، سید احمد؛ حسین پور، عذرا (۱۳۹۵). رابطه کارآفرینی سازمانی با چابکی سازمانی: آزمون نقش میانجی تعهد سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه سمنان)، نامه آموزش عالی، دوره ۹، شماره ۳۵، صص: ۱۵۵-۱۳۵.

ایزدی، احمد؛ برزگر، مجید؛ جاویدی، حجت اله (۱۳۹۶). بررسی رابطه هوش هیجانی و کیفیت زندگی کاری با خود کارآمدی کارکنان، مدیریت منابع در نیروی انتظامی، دوره ۵، شماره ۳، صص: ۱۷۷-۱۴۵.

پورکیانی، مسعود؛ امیری، افلاطون؛ آذریپور، فاطمه (۱۳۹۲). بررسی رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی کرمان، بهداشت و توسعه، دوره ۲، شماره ۳، صص: ۲۲۲-۲۱۴.

چطوخوشوی، محمد (۱۳۹۸). بررسی رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی درون سازمانی (مطالعه موردی: کارکنان شعب سرپرستی بانک صادرات اصفهان)، پنجمین کنفرانس ملی علوم انسانی و مطالعات مدیریت.

حجازی، اسد؛ نظری پور، امیر هوشنگ (۱۳۹۹). بررسی تاثیر ابعاد هوش عاطفی بر رهبری هوشمند در سازمان های عصر دانش (مورد مطالعه: دانشگاه فرهنگیان)، رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، شماره ۴، صص: ۲۶۸-۲۴۹.

سلحشوری، روح اله؛ باغبانی، مهرداد؛ روح الهی، زهرا؛ پورعجم، علیرضا (۱۳۹۵). بررسی هوش تجاری و هوش هیجانی بر عملکرد سازمانی، نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی.

عیبدی حوریلر، لایلا؛ پابویان، وارتوچی؛ آوانسیان، هرنند (۱۳۹۹). رابطه بین هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی با شایستگی حرفه‌ای: مطالعه اعضای هیات علمی دانشگاه‌ها، پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی، شماره ۳۹، صص: ۱-۲۲.

Allen, J. S., Stevenson, R. M., O'Boyle, E. H., & Seibert, S. (2021). What matters more for entrepreneurship success? A meta-analysis comparing general mental ability and emotional intelligence in entrepreneurial settings. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 15(3), 352-376.

Farsi, J. Y., Rezazadeh, A., & Najmabadi, A. D. (2013). Social Capital And Organizational Innovation: The Mediating Effect Of Entrepreneurial Orientation. *Journal of Community Positive Practices*, 13(2).

Linares, R. H., & Fernandez, M. C. L. (2020). Entrepreneurial orientation, learning orientation, market orientation, and organizational performance: Family firms versus non-family firms. *European Journal of Family Business*, 10(1), 6-19.

MacCann, C., Jiang, Y., Brown, L. E., Double, K. S., Bucich, M., & Minbashian, A. (2020). Emotional intelligence predicts academic performance: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 146(2), 150.

Osman, Z. H. H. (2017). The effect of Emotional Intelligence level on Quality of work life among Nursing Teachers. *Egyptian Journal of Health Care*, 8(5), 258-269.

Penco, L., Ivaldi, E., Bruzzi, C., & Musso, E. (2020). Knowledge-based urban environments and entrepreneurship: Inside EU cities. *Cities*, 96, 102443.

Sassetti, S. (2021). Unveiling the Connection between Emotional Intelligence and Entrepreneurship. In *Entrepreneurship and Emotions: Insights on Venture Performance*. Emerald Publishing Limited.

Tajpour, M., & Hosseini, E. (2020). The effect of intelligence and organizational culture on corporate entrepreneurship in Shiraz Gas Compa. *Strategic Studies in Petroleum and energy Industry*, 12(45), 335-354.

Udimal, T. B., Jincai, Z., & Gumah, I. A. (2019). Dynamics in rural entrepreneurship—the role of knowledge acquisition, entrepreneurial orientation, and emotional intelligence in network reliance and performance relationship. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*.

Investigating the effect of emotional intelligence on improving organizational entrepreneurship (Case study: Knowledge-based companies in Tehran)

Hamid Kakai 1

Reza Safari 2

Marjan Damankeshideh 3

Gholamreza Abbasi *4

Date of Receipt: 2022/02/07 Date of Issue: 2022/03/09

Abstract

In the current age of knowledge-based, paying attention to emotional intelligence among knowledge-based companies can be the source of innovative and entrepreneurial activities. The present study examines the effect of emotional intelligence on improving organizational entrepreneurship due to the importance of the subject. The present study is descriptive survey in terms of the nature of data collection and is applied based on the purpose. The statistical population of the study includes 210 employees working in knowledge-based companies in Tehran who were randomly selected. Data collection was performed using standard questionnaires. Data analysis using tests of significance coefficients and path coefficients in PLS software showed that emotional intelligence can lead to improved organizational entrepreneurship. It was also concluded that components of emotional intelligence such as self-awareness, self-regulation, arousal, empathy and social skills are effective in improving organizational entrepreneurship. It was also suggested that in order to enhance organizational entrepreneurship and entrepreneurial activities, the components of this variable should be considered in order to create a creative atmosphere in the company to strengthen creativity and ideation and the problem-solving thinking process.

Keyword

Emotional intelligence, organizational entrepreneurship, empathy, social skills.

1. PhD student in Econometrics, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran. (hamidkakaiei306@yahoo.com)
2. Master of Industrial Engineering, Ivanki University, Semnan, Iran. (M.rezasafari@ymail.com)
3. Assistant Professor, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran. (Mar.Daman_Keshideh@iauctb.ac.ir)
4. Assistant Professor, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran. Responsible author: (gabbasi955@gmail.com)