

SID



ابزارهای
پژوهش



سرویس ترجمه
تخصصی



کارگاه های
آموزشی



بلاگ
مرکز اطلاعات علمی



سامانه ویراستاری
STES



فیلم های
آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی



آموزش مهارت های کاربردی در تدوین و چاپ مقالات ISI

آموزش مهارت های کاربردی
در تدوین و چاپ مقالات ISI



روش تحقیق کمی

روش تحقیق کمی



آموزش نرم افزار Word برای پژوهشگران

آموزش نرم افزار Word
برای پژوهشگران

بررسی رابطه هوش عاطفی و میزان کارآفرینی مدیران ستادی وزارت ورزش و جوانان

۱. مسعود فریدونی - ۲. جعفر گنج خوانلو - ۳. ارمین فعال - ۴. سعید فرمانی

۱،۳،۴. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه تهران

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور

مقدمه

عنوان هوش عاطفی به صورت علمی برای نخستین بار در رساله ای علمی در مقطع دکتری رشته روانشناسی مطرح شد (بار - آن، ۱۹۸۵). از آن زمان تا کنون پژوهشگران مختلف در حوزه های گوناگون به پژوهش در این رابطه پرداخته اند. اولین نظریه پردازی که تعریف علمی از هوش عاطفی بیان کرد پیتر سالوی (۱۹۹۰) است که آنرا نوعی از پردازش اطلاعات عاطفی (هیجانی) می داند که شامل ارزیابی درست هیجان و احساس در خود و دیگران، بیان صحیح احساس، و تنظیم انطباقی احساسات است به شیوه های که سطح زندگی بهبود یابد. در سال ۱۹۹۹ مایر و همکاران او این تعریف را بهبود بخشیدند. مایر و همکاران هوش عاطفی را توانایی می دانند که به شناخت مفهوم عواطف و روابط آنها، و استدلال و حل مسائل بر مبنای آنها می پردازد. هوش عاطفی شامل ظرفیت درک عواطف، تلفیق احساسات مربوط به عواطف، درک اطلاعات این عواطف و مدیریت آنها، می باشد (۳) هوش عاطفی شکلی از هوش است که به تفاوت های افراد در شناخت احساسات، انگیزش و کنترل هیجانات هم در زمینه فردی و هم در روابط اجتماعی اشاره دارد [۱] [باین حال هرچه در سطوح سازمانی بالاتر برویم، اهمیت هوش عاطفی افزایش می یابد، به همین دلیل هوش عاطفی برای یک رهبر از اهمیت زیادی برخوردار است] [۲] گولمن در سال ۲۰۰۱ با مطالعه ۶۰۰ مدیر، متخصص مسایل سازمانی و دانشجویان دوره های ارشد، مدل خود را در قالب چهار عنصر زیر معرفی می کند:

خود آگاهی: آیا مدیر می تواند بطور صحیح احساسات خود را هر زمان که بروزی کند تشخیص دهد

خود مدیریتی: آیا مدیر می تواند احساسات خود را به سمت نتایج مثبت مدیریت کند؟ همانند، خود کنترلی عاطفی، وظیفه شناسی یا وجدان کاری، سازگاری، انگیزه توفیق طلبی، ابتکار عمل.

آگاهی اجتماعی: آیا مدیر می تواند بطور صحیح احساسات دیگران را هنگام رودرویی با آنها یا در حین کار با آنها تشخیص دهد؟

مدیریت روابط: آیا مدیر می تواند ارتباطات خود با دیگران را مدیریت روابط (مهارت های اجتماعی) بطور موثر و سازندهای مدیریت کند و به سمت نتایج مثبت هدایت کند؟ [۴] متغیر دیگر مورد بررسی در این پژوهش کارآفرینی می باشد. کارآفرینی در عمل توانایی خلق یک چیز از هیچ است [۵]. به عبارتی هر نوع کوشش در ایجاد کسب و کار جدید یا فعالیت های جدید مخاطره آمیز هم چون خوداشتغالی، ایجاد یک سازمان جدید و یا توسعه ی سازمانی، با استفاده از یک فرد، یک گروه و یا سازمانی که از قبل تاسیس شده، کارآفرینی نامیده می شود [۶] مطابق با نظر Hisrich و Antonic کارآفرینی سازمانی اشاره به فرآیندی دارد که هدف آن درون سازمان فقط به کسب و کار پر مخاطره مربوط نمی شود، بلکه گرایش ها و فعالیت های نوآورانه نظیر توسعه محصولات و خدمات جدید، تکنولوژی جدید، تکنیک های مدیریتی جدید، استراتژی ها و وضعیت رقابتی جدید را نیز شامل می شود [۷] پژوهشگران بسیاری در تحقیقات خود به بررسی عوامل و یا موانع موثر بر کارآفرینی در شرکت ها و سازمان های بزرگ پرداخته اند. خانکا (۲۰۰۳) بیان می دارد عوامل سازمانی شامل ساختار، مدیریت منابع انسانی، فرهنگ سازمانی و کنترل بر کارآفرینی سازمانی تأثیر دارند [۸] همچنین هایتون (۲۰۰۵) بیان می دارد عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی با تاکید بر نقش مدیریت منابع انسانی عبارتند از: طراحی مشاغل، اجتماعی سازی و آموزش کار تیمی، ارزیابی عملکرد و تشویق ریسک پذیری، سرمایه اجتماعی، اعتماد و رفتار شهروندی سازمانی، حمایت سازمانی، ساختار تیمی

و ارتباطات درون و بیرون سازمانی [۹]

در تبیین بیان مسئله اینگونه باید توضیح داد که با توجه به تحقیقات انجام شده توسط محققان و نتایج به دست آمده مبنی بر اینکه متغیرهایی همچون هوش هیجانی، هوش سازمانی، فرهنگ سازمانی، خلاقیت و... با کارآفرینی در ارتباط است لذا اینگونه به نظر می رسد که هوش عاطفی نیز با کارآفرینی در ارتباط باشد به طوری که در ایجاد رفتارهای کارآفرینانه ایفای نقش می کند. همچنین با توجه به اینکه وزارت ورزش و جوانان به عنوان متولی ورزش در کشور و مدیران ستادی که وظیفه برنامه ریزی در حوزه کلان ورزش را بر عهده دارند بایستی از سطوح قابل قبولی از نظر بروز رفتارهای کارآفرینانه برخوردار باشند و تاکنون پژوهشی با این عنوان در سطوح مدیریتی ورزش مشاهده نشده است لذا این پژوهش در صدد بررسی ارتباط بین هوش عاطفی و میزان کارآفرینی کارکنان ستادی وزارت ورزش و جوانان می باشد.

روش شناسی پژوهش

روش انجام تحقیق توصیفی - همبستگی است که از نظر روش اجرا پیمایشی بود. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران ستادی وزارت ورزش و جوانان، به تعداد ۴۲ نفر بودند. که کلیه آنها به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه استاندارد سنجش هوش عاطفی پترایدز و فارنهام (۲۰۰۱) که ابعاد هوش هیجانی را اندازه گیری می کند. پرسشنامه دوم پرسشنامه استاندارد دیگری است که برای سنجش میزان کارآفرینی افراد توسط اسکاربورو و وزیمرر (۱۹۹۰) طراحی شده و از ۱۰ سوال چند گزینه ای تشکیل شده است. شامل ابعاد فوق العاده کارآفرین، کارآفرین، بالقوه کارآفرین و عدم کارآفرین می باشد. که روایی هر دو پرسشنامه توسط اساتید و متخصصان دانشگاهی نیز مورد تأیید قرار گرفت و پایایی پرسشنامه ها به وسیله الفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفت که عدد ۰/۸۵ برای هوش هیجانی ۰/۸۸ برای پرسشنامه سنجش میزان کارآفرینی به دست آمد. تجزیه و تحلیل داده ها در دو سطح امار توصیفی و استنباطی صورت گرفته است. در سطح امار استنباطی از ضریب همبستگی پیرسون جهت بررسی ارتباط بین هوش هیجانی و میزان کارآفرینی، و از تحلیل واریانس یکطرفه برای بررسی تفاوت بین سطوح میزان کارآفرینی و هوش هیجانی و ابعاد آن استفاده شده است.

یافته های پژوهش

بررسی اجمالی میانگین های هوش عاطفی و میزان کارآفرینی مدیران در راستای پاسخ گویی به سوال اول پژوهش، اول نشانگر هوش عاطفی بالای متوسط است. دوم هرچه در نردبان میزان کارآفرینی بالاتر می رویم، مدیران از هوش عاطفی بالاتری برخوردار هستند. این تفاوت در ابعاد هوش هیجانی نیز به خوبی قابل ملاحظه است (جدول ۱)

جدول ۱: مقایسه میانگین هوش عاطفی مدیران و ابعاد آن به تفکیک میزان کارآفرینی

میزان کارآفرینی	هوش عاطفی	خودآگاهی	خودمدیریتی	آگاهی اجتماعی	مدیریت روابط
فوق العاده کارآفرین	۹۸.۳	۰۸.۳	۲۵.۳	۰۵.۳	۸۲.۳
کارآفرین	۲۷.۳	۲۷.۳	۵۴.۳	۵۴.۳	۷۱.۳
بالقوه کارآفرین	۲۴.۳	۹۷.۳	۳۳.۳	۷۳.۳ ۲۱.۳	
عدم کارآفرین	۵۲.۳	۶۲۶.۳	۰۰.۳	۷۱.۲	۱۰.۳

این موضوع بیان گر این نکته است که هرچه میزان کارآفرینی مدیران بیش تر می شود، از هوش عاطفی

بالا تری برخوردار هستند. برای اثبات این موضوع، از تحلیل آماری ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده، که مقدار ضریب همبستگی $r = 0.57$ و در سطح معناداری ($P = 0.00 \leq 0.05$) بیانگر رابطه‌ی معنی‌دار و مثبت میان میزان کارآفرینی و هوش عاطفی مدیران است. یعنی هرچه مدیران از هوش عاطفی بیش‌تری برخوردار باشند، میزان کارآفرینی نیز در آنها بیش‌تر خواهد بود. برای پاسخ به این سوال پژوهش، یعنی آن‌که آیا بین سطوح چهارگانه‌ی میزان کارآفرینی و هوش عاطفی و نیز ابعاد آن، تفاوت وجود دارد یا نه؟ از تحلیل واریانس یک‌طرفه استفاده شده است. بر اساس یافته‌های پژوهش با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت: بین سطوح میزان کارآفرینی از نظر هوش عاطفی تفاوت معناداری وجود دارد. البته سطح معناداری مشاهده شده نشان دهنده‌ی آن است که تنها در رابطه با بعد آگاهی اجتماعی تفاوت معناداری نیست. به طور کلی می‌توان نتیجه گرفت که مدیران در سطوح چهارگانه‌ی کارآفرینی، از نظر هوش عاطفی در یک سطح قرار ندارند و به اندازه‌ی یکسانی از قابلیت هوش هیجانی بهره نمی‌برند.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که بین هوش عاطفی و میزان کارآفرینی رابطه‌ی مستقیم و مثبت وجود دارد، و هرچه که مدیران از نظر کارآفرینی در وضعیت بهتری قرار داشته باشند، از هوش عاطفی بالاتری نیز برخوردار هستند. یعنی در صورتی که مدیران بتوانند احساسات خود را در زمان‌های مناسبی بروز دهند و آنها را به سمت نتایج مثبت هدایت کنند و احساسات دیگران را نیز به درستی تشخیص دهند و بتوانند روابط عمومی و نحوه ارتباطات خود را بهبود بخشند از نظر میزان کارآفرینی در جایگاه قابل قبولی قرار می‌گیرند. از این رو نتیجه‌ی این تحقیق با محدود نتایج تحقیق‌های انجام شده در این زمینه، یعنی تحقیق‌های هادی زاده مقدم و همکاران (۱۳۸۸)، ری (۲۰۰۷) و زامپتیکس و همکاران (۲۰۰۹)، براندین و همکاران (۲۰۰۸) هم‌سو است. همچنین در پژوهش صورت گرفته توسط ری شهری (۱۳۹۱) با عنوان بررسی رابطه بین هوش عاطفی و کارآفرینی کارکنان شرکت ایران خودرو به این نتیجه رسید که هوش عاطفی و همه ابعاد آن، بر اساس آخرین مدل گلمن (۲۰۰۱) شامل: خودآگاهی، خودمدیریتی، آگاهی اجتماعی، مدیریت روابط، با کارآفرینی همبستگی مثبت دارد. یافته‌ها این نکته را نیز آشکار کردند که تفاوت‌های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان با میزان کارآفرینی آن‌ها معنادار نیست و همچنین مولفه مدیریت روابط، بیشترین سهم را در تبیین کارآفرینی داشته و مولفه‌های دیگر را تحت تاثیر قرار می‌دهد. در نهایت آن‌که با توجه به اکتسابی بودن هوش عاطفی، می‌توان این نوید را داد که با پرورش و ارتقای هوش عاطفی میزان کارآفرینی را تقویت و افزایش داد. به ویژه در سازمان‌های ورزشی که برای بقا و افزایش توان رقابتی خود و کسب منابع جدید باید به این موضوع توجه بیش‌تری کرد و با استفاده از آموزه‌ها و آموزش‌های مناسب، هوش عاطفی افراد را افزایش داد تا بدین وسیله کارآفرینی را تقویت کرد. در هر صورت به نظر می‌رسد که برای ایجاد مدیران و کارآفرینانی موفق‌تر در سازمان‌های ورزشی سیاست‌گذاری‌ها باید به سمتی پیش روند که سازمان‌ها از حالت محافظه‌کاری دور شوند و مقداری ریسک را بپذیرند.

منابع

- Petrides, K. V. & Furnham, A. (2001). Trait emotional intelligence: Psychometric investigation with reference to established trait taxonomies. *European Journal of Personality*, 15, 425-448.
- Goleman, D. (2001). Emotional Intelligence at work: How to Select for, Measure Improve Emotional Intelligence in Individual, Group and Organizations, *Harvard Business Review*, Boston
- Ciarrochi, J, Forgas, J & Mayer, J. D. (2001). Emotional intelligence in every day's life, Philadelphia, PA: Psychology press.
- Greaves, J & Brad, B. (2003). Team emotional intelligence, available at www.talentsmart.com.

SID



ابزارهای
پژوهش



سرویس ترجمه
تخصصی



کارگاه های
آموزشی



بلاگ
مرکز اطلاعات علمی



سامانه ویراستاری
STES



فیلم های
آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی



تازه های آموزش
آموزش مهارت های کاربردی در تدوین و چاپ مقالات ISI

آموزش مهارت های کاربردی
در تدوین و چاپ مقالات ISI



تازه های آموزش
روش تحقیق کمی

روش تحقیق کمی



تازه های آموزش
آموزش نرم افزار Word برای پژوهشگران

آموزش نرم افزار Word
برای پژوهشگران