

تبیین ارتباط میان هوش هیجانی و خلاقیت کارکنان

مرتضی عسگرانی^۱، معراج مرآتی^۲، فریدون عزیزی^۳

^۱ دکترای مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران.

^۲ کارشناس مدیریت خانواده، دانشگاه علمی کاربردی، واحد جهاد دانشگاهی ۱.

^۳ کارشناس مدیریت فرهنگی، دانشگاه علمی کاربردی، واحد ۳۴.

نام نویسنده مسئول:

مرتضی عسگرانی

چکیده

این پژوهش با هدف تبیین ارتباط میان هوش هیجانی و ابعاد آن (حل مسأله، احساس خوشبختی، استقلال، تحمل فشار روانی، خود شکوفایی، خودآگاهی، واقع گرایی، روابط میان فردی، خوش بینی، عزت نفس، کنترل تکانه ها، انعطاف پذیری، مسئولیت پذیری، همدلی و خودابرازی) با خلاقیت کارکنان شرکت کاریزان خودرو شهر صنعتی کاوه در سال ۱۳۹۱ صورت گرفته است. جامعه آماری تحقیق شامل ۲۶۰ نفر از کارکنان بود که از این میان با استفاده از جدول جسی و مورگان و روش نمونه گیری تصادفی ساده ۱۵۲ نفر به عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شد. روش جمع آوری داده ها بر اساس پرسشنامه انجام گرفت. پایایی پرسشنامه ها با استفاده از روش آلفای کرونباخ برای پرسشنامه هوش هیجانی بار آن، ۰/۸۹ و برای پرسشنامه استاندارد خلاقیت رندسیپ ۰/۹۲ بدست آمد و همین طور از روایی محتوا به منظور آزمون روایی پرسشنامه استفاده شد که بدین منظور پرسشنامه ها مورد تأیید متخصصین مربوطه قرار گرفت. تجزیه و تحلیل اطلاعات بدست آمده از اجرای پرسشنامه ها از طریق نرم افزار SPSS در دو بخش توصیفی (فراوانی، فراوانی درصدی، میانگین، انحراف استاندارد) و استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون، آزمون رتبه ای فریدمن و آزمون شاپیرو-ویلک) انجام پذیرفت. نتایج تحقیق نشان داد که ارتباط معناداری بین هوش هیجانی و ابعاد آن با خلاقیت کارکنان وجود دارد. همچنین ابعاد هوش هیجانی در شرکت کاریزان خودرو بوسیله آزمون رتبه ای فریدمن، رتبه بندی شد و مشخص شد که بالاترین رتبه مربوط به استقلال می باشد.

واژگان کلیدی: خلاقیت، هوش هیجانی، حل مسأله، استقلال، عزت نفس.

مقدمه

همه سازمان ها برای بقاء نیازمند اندیشه های نو و نظرات بدیع و تازه اند. افکار و نظرات جدید همچون روحی در کالبد سازمان دمیده می شود و آن را از فنا، نجات می دهد. برای آنکه بتوان در دنیای متلاطم و متغییر امروز به حیات ادامه داد باید به نوآوری و خلاقیت روی آورد و ضمن شناخت تغییرات محیط برای رویارویی با آنها پاسخ های بدیع و تازه تدارک دید و همراه تاثیر پذیری از این تحولات، بر آنها تاثیر گذاشت و بدانها شکل دلخواه داد (پور کیانی و بلال زاده، ۱۳۸۷).

امروزه خلاقیت قسمت مهم زندگی سازمانی را تشکیل می دهد زیرا تغییرات سریع همه جانبه جهانی آنچنان محیط فعالیت سازمانها را دگرگون کرده است که سازمانها و مدیران آنها برای سازگاری با تغییرات و تحولات جهانی مجبورند راههای نویی برای اقدامات خود بیابند. اما رقابتهای فشرده و سخت، سلیقه و خواست مشتریان موجب پیش بینی ناپذیری امور سازمانها شده است.

در چنین شرایطی برای حفظ ارتباط سازمان با مشتریان، از دست ندادن سهم بازار، تأمین نیاز و سلیقه مشتریان، دست یافتن به سهم مناسبی از بازار جهانی، توفیق در مبارزه با مشتریان و مانند آنها باید به اندیشه های نو و راههای نو دست یافت (فیضی، ۱۳۸۵).

دنیای امروز پر از پیچیدگی هایی است که سازمان ها را در زمینه رشد و تعالی با مشکلات عدیده ای روبه رو ساخته و مدیران را بعنوان برنامه ریزان، سازمان دهندگان و رهبران قافله بشریت با چالش های فراوان رو به رو کرده است. در جامعه ما بدلیل مشکلات و محدودیت های خاص، این مشکل نمایان تر است. صنعت کنونی ما نشان دهنده بضاعت کم سازمانها در مقابله با مسائل و مشکلات سازمانی می باشد. در این بین نقش هوش هیجانی و خلاقیت، بعنوان دو عامل مهم تاثیر گذار بر بهره وری و اثر بخشی حائز اهمیت بوده و بر بالندگی سازمان، افزایش کیفیت تولیدات و خدمات، موفقیت در رقابت، افزایش انگیزش کارکنان، رضایت شغلی، کاهش هزینه ها، ضایعات و اتلاف منابع، تنوع تولیدات، کاهش بوروکراسی اداری و پشت میز نشینی اثر داشته و مشوق عمل گرایی است و نیازمند بررسی و مطالعه بیشتری است (صابونچی، ۱۳۸۶).

یکی از ویژگی های ممتاز تفکر آدمی، آفرینندگی یا خلاقیت ۹ است. توانایی تفکر خلاق به طور فطری در انسان به ودیعه نهاده شده است، اما ظهور آن مستلزم پرورش آن است. تورنس معتقد است انسان نیازمند است که برای بقاء، قدرت خلاق افراد را توسعه و مورد استفاده قرار دهد. خلاقیت بشر مهم ترین اسلحه اوست و با آن می تواند فشارهای روحی ناشی از زندگی روزانه را از میان ببرد (حسینی، ۱۳۸۵). دانشمندان، خلاقیت را با تعابیر متعدد و متنوعی تعریف کرده اند؛ به طوری که گاهی هر تعریف فقط بیانگر یک بعد از ابعاد مهم فراگرد خلاقیت است؛ برای مثال، هربرت فوکس معتقد است که "فراگرد خلاقیت عبارت است از هر نوع فراگرد تفکری که مسئله ای را به طور مفید و بدیع حل کند". همچنین به اعتقاد جرج سیدل، "توانایی ربط دادن و وصل کردن موضوعات، صرف نظر از اینکه در چه حوزه یا زمینه ای انجام گیرد، از مبانی بهره گیری خلاق از ذهن است". اریک فروم نیز معتقد است که خلاقیت توانایی دیدن (آگاه شدن) و پاسخ دادن است ("پیر خاکی، ۱۳۸۴).

هوش هیجانی توانایی مهار کردن تمایلات عاطفی و هیجانی خود، درک خصوصی ترین احساسات دیگران، رفتار آرام و سنجیده در روابط انسانی با دیگران، خویشتنداری، شور، اشتیاق و پشتکار است. از زمان ظهور موضوع هوش هیجانی، این مساله در حیطه های مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است. در واقع محققان همواره سعی داشتند رابطه این عامل را با عوامل مهم و مؤثر در موفقیت شغلی و سازمانی به دست آورند (باران، ۲۰۰۵).

علوم جدید ثابت کرده اند که زیر بنای بسیاری از تصمیمات مهم، فعالترین سازمانها، رضایتبخش ترین و موفق ترین زندگی ها، هوش عاطفی است نه هوش منطقی یا قدرت مغزی (ترینیداد و جانسون، ۲۰۰۲). تحقیقات متعددی نشان داده است که هوش هیجانی عملکرد شغلی را بهبود می بخشد (باران، ۲۰۰۲). همچنین مشخص گردیده است که نقش ویژگیهای شخصیتی در شکلگیری تصمیمات کارآفرینانه و ارتقای کیفی تصمیمات نوآورانه و کارآفرینانه قابل توجه است (برایس، ۲۰۰۲).

تحقیقات صورت گرفته در رابطه با تأثیرگذاری هوش هیجانی بر نتایج سازمانی نشان میدهد که افرادی که از هوش هیجانی بالاتری برخوردار باشند تمایل دارند سطح عملکرد شغلی بالاتری را نشان دهند (ابراهام، ۱۹۹۹). هم چنین اظهار می شود که هوش هیجانی کلیدی برای عملکرد اثربخش و موفقیت هنگام تغییرات سازمانی است. بر این اساس در سازمانها وجود برنامه های آموزش هوش هیجانی به کارکنان کمک می کند تا بهتر هماهنگ شوند و انگیزه بیشتری برای عملکرد مطلوب به دست آورند که این خود بر بهره وری و سودآوری سازمان نیز تاثیر بسزایی خواهد داشت (دیجینز، ۲۰۰۴). طرفداران هوش هیجانی بر این باورند که برای پیش بینی عملکرد فردی، هوش هیجانی نسبت به هوش عمومی توان بیشتری دارد (سالوی و مایر، ۱۹۹۰). هم چنین گلن معتقد است که هوش هیجانی بالا کیفیت عمومی زندگی و موفقیت شخصی و اجتماعی افراد را ارتقا دهد (گلن، ۱۹۹۸).

تئوری هوش هیجانی دیدگاه جدیدی درباره پیش بینی عوامل مؤثر بر موفقیت فراهم می کند. در واقع هوش هیجانی عدم موفقیت افراد با ضریب هوش بالا و همچنین موفقیت غیرمنتظره افراد دارای هوش متوسط را تعیین می کند. یعنی افرادی با داشتن هوش عمومی متوسط

و هوش هیجانی بالا خیلی موفق تر از کسانی هستند که هوش عمومی بالا و هوش هیجانی پایین دارند. پس هوش هیجانی پیش بینی کننده موفقیت افراد در زندگی و نحوه برخورد مناسب با استرس است. هوش هیجانی بنا به نظر بار-آن، متشکل از ۵ بعد اصلی و ۱۵ عامل است. هرچه افراد تعداد بیشتری از این مولفه ها را در خود بیابند از هوش هیجانی بالاتری برخوردارند (رستمی، ۱۳۸۳).

۵ بعد اصلی هوش هیجانی از نظر بار-آن عبارت است از بعد درون فردی، بعد سازگاری، بعد خلق و خوی عمومی، بعد میان فردی و بعد کنترل تنش ها. بعد درون فردی توانایی های شخص را در آگاهی از هیجان ها و کنترل آن مشخص می کند. بعد سازگاری بر انعطاف پذیری و حل مساله و واقع گرایی فرد، بعد خلق و خوی عمومی بر نشاط و خوش بینی فرد، بعد میان فردی بر توان شخص برای سازگاری با دیگران و مهارت های اجتماعی و در نهایت بعد کنترل تنش ها بر توانایی تحمل تنش و کنترل تکانه متمرکز است (تورانلو و همکاران، ۱۳۸۶). با توجه به اینکه در این پژوهش از مدل ۱۵ عاملی بار-آن استفاده شده است در ادامه به توضیح مختصر هر یک از این عوامل پرداخته می شود (جلالی، ۱۳۸۰).

حل مساله: توانایی تشخیص و تعریف مشکلات و ایجاد و بکارگیری راه حل های موثر.

خوشبختی: توانایی احساس رضایت از زندگی، خود و دیگران.

استقلال: توانایی خود رهبری، خویشنداری فکری و عملی و رهایی از وابستگی های هیجانی.

تحمل فشار روانی: توان تحمل فرد در برابر رویدادهای ناخوشایند و شرایط تنش زا و هیجان شدید.

خودشکوفایی: توانایی تشخیص استعدادهای ذاتی و استعداد کارهایی که فرد می تواند، می خواهد و از انجام آن لذت می برد.

خودآگاهی: میزان آگاهی فرد از احساسات خویش و درک و فهم این احساسات.

واقع گرایی: توان ارزیابی رابطه تجربه عاطفی و عینیت های موجود.

روابط میان فردی: توانایی ایجاد و حفظ روابط رضایتبخش متقابل.

خوش بینی: توانایی توجه به جنبه های روشنتر زندگی و حفظ نگرش مثبت حتی در هنگام وجود احساسات.

عزت نفس: توان خود آگاهی، درک و پذیرش خویش و احترام به خود.

کنترل تکانه ها: توانایی مقاومت فرد در مقابل تنش ها یا وسوسه ها و کنترل هیجان های خویش.

انعطاف پذیری: توانایی کنار آمدن با هیجان ها، افکار و رفتارهای فرد در شرایط و موقعیت های مختلف.

مسئولیت پذیری: توانایی فرد در معرفی خود به عنوان عضوی مفید و سازنده و دارای حس همکاری در گروه اجتماعی.

همدلی: توان آگاهی از احساسات دیگران و درک و تحسین آن احساسات.

خودابرازی: ابزار احساسات، باورها، افکار و دفاع منطقی و مطلوب از حق و حقوق خویش.

البته پژوهش هایی در ارتباط با این پژوهش صورت گرفته است، که بیشتر مرتبط با ویژگی های شخصیتی و عوامل موفقیت کارآفرینان می باشد، و از آنجا که خلاقیت زیر مجموعه کارآفرینی است این پیشینه ها به ما کمک می کند که در جدول ۱ به چند مورد از آن ها اشاره می شود:

امیری، (۱۳۸۹)، در مقاله ای تحت عنوان "بررسی ارتباط بین هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: کارکنان دستگاههای اجرایی شیراز)" نشان داد که بین هوش هیجانی و ابعاد مختلف آن (حل مساله، خوشبختی، استقلال، تحمل فشار روانی، خودشکوفایی، خودآگاهی هیجانی، واقعگرایی، روابط بین فردی، خوشبینی، عزت نفس، کنترل تکانش، انعطافپذیری، مسئولیتپذیری، همدلی و خودابرازی) و کارآفرینی سازمانی همبستگی مثبت و معنیداری مشاهده گردیده است (امیری، ۱۳۸۹). ایرانی و همکاران، (۱۳۸۹)، در مقاله ای تحت عنوان "رابطه باور های هوشی، عزت نفس و انگیزه پیشرفت با توانایی کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه پیام نور استان تهران" نشان دادند که بین باور های هوشی، عزت نفس و انگیزه پیشرفت با توانایی کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه پیام نور استان تهران رابطه مثبت وجود دارد (ایرانی و همکاران، ۱۳۸۹).

جدول ۱: پیشینه تحقیق در زمینه رابطه بین ویژگیهای شخصیتی و کارآفرینی

منبع	ویژگی های شخصیتی
(هادجت و کوراتکو، ۱۹۹۲)	انگیزه موفقیت، پیشرفت و خودشکوفایی
(دریسن و زارت، ۱۹۹۷)	اعتماد بنفس
(شارما و کریسمن، ۱۹۹۹)	احساس خوشبختی و رضایتمندی
(میلر و فریسن، ۱۹۸۲)	مرکز کنترل
(شرمر هورن، ۲۰۰۵)	تحمل ابهام

ریسک پذیری	(داس و بینگ، ۱۹۹۷)
تحمل و مقاومت	(پاچکو، ۱۹۹۸)
رعایت اخلاقیات، همدلی و جلب اعتماد	(میگر و لاورنس، ۲۰۰۴)
مسئولیت پذیری	(مزیاس و کوپرمن، ۲۰۰۱)
نوع دوستی	(سوئد برگ، ۲۰۰۰)
خوشبینی	(لاندستروم، ۲۰۰۵)
استقلال طلبی	(تورنبال و همکاران، ۲۰۰۱)
عزت نفس	(یانگ، ۱۹۸۶)
واقع گرایی	(بلوندل، ۱۹۹۵)
روابط بین فردی	(گارتنر، ۱۹۸۸)

همانگونه که از جدول ۱ مشخص است بسیاری از ویژگی های شخصیتی موثر بر موفقیت کارآفرینان در مجموعه عوامل هوش هیجانی (مدل ۱۵ عاملی بار-آن) قرار دارد.

بنابراین از آنجایی که برای گرایش به کارآفرینی در سازمانها بسترهای مناسب مورد نیاز است، مسأله اصلی در این پژوهش این است که آیا بین هوش هیجانی با خلاقیت کارکنان شرکت کاریزان خودرو ارتباط معنی داری وجود دارد؟، که سؤالات فرعی این تحقیق در راستای بررسی سؤال اصلی، شامل موارد زیر می باشد:

- سؤال اول: آیا بین حل مسأله با خلاقیت کارکنان شرکت کاریزان خودرو ساوه ارتباط وجود دارد؟
- سؤال دوم: آیا بین میزان احساس خوشبختی با خلاقیت کارکنان شرکت کاریزان خودرو ساوه رابطه وجود دارد؟
- سؤال سوم: آیا بین میزان استقلال با خلاقیت کارکنان شرکت کاریزان خودرو ساوه رابطه وجود دارد؟
- سؤال چهارم: آیا بین میزان تحمل فشار روانی با خلاقیت کارکنان شرکت کاریزان خودرو ساوه رابطه وجود دارد؟
- سؤال پنجم: آیا بین میزان خود شکوفایی با خلاقیت کارکنان شرکت کاریزان خودرو ساوه رابطه وجود دارد؟
- سؤال ششم: آیا بین میزان خودآگاهی با خلاقیت کارکنان شرکت کاریزان خودرو ساوه رابطه وجود دارد؟
- سؤال هفتم: آیا بین میزان واقع گرایی با خلاقیت کارکنان شرکت کاریزان خودرو ساوه رابطه وجود دارد؟
- سؤال هشتم: آیا بین میزان روابط میان فردی با خلاقیت کارکنان شرکت کاریزان خودرو ساوه رابطه وجود دارد؟
- سؤال نهم: آیا بین میزان خوش بینی با خلاقیت کارکنان شرکت کاریزان خودرو ساوه رابطه وجود دارد؟
- سؤال دهم: آیا بین میزان عزت نفس با خلاقیت کارکنان شرکت کاریزان خودرو ساوه رابطه وجود دارد؟
- سؤال یازدهم: آیا بین میزان کنترل تکانه ها با خلاقیت کارکنان شرکت کاریزان خودرو ساوه رابطه وجود دارد؟
- سؤال دوازدهم: آیا بین میزان انعطاف پذیری با خلاقیت کارکنان شرکت کاریزان خودرو ساوه رابطه وجود دارد؟
- سؤال سیزدهم: آیا بین میزان مسئولیت پذیری با خلاقیت کارکنان شرکت کاریزان خودرو ساوه رابطه وجود دارد؟
- سؤال چهاردهم: آیا بین میزان همدلی با خلاقیت کارکنان شرکت کاریزان خودرو ساوه رابطه وجود دارد؟
- سؤال پانزدهم: آیا بین میزان خودابرازی با خلاقیت کارکنان شرکت کاریزان خودرو ساوه رابطه وجود دارد؟
- سؤال شانزدهم: آیا میان ابعاد هوش هیجانی در شرکت کاریزان خودرو تفاوت معنی داری وجود دارد؟

مدل مفهومی تحقیق مطابق شکل ۱ می باشد:



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق (محقق ساخته)

۱- روش شناسی تحقیق

جامعه آماری تحقیق، ۲۶۰ نفر از کارکنان شرکت کاریزان خودرو می باشد که کلیه پرسنل اعم از پرسنل ستادی و صفی را در بر می گیرد. این شرکت نخستین شرکت خصوصی سازنده کامیون در ایران می باشد که با ارائه مدل های مختلفی از کامیون های سبک و سنگین پیشگام عرضه خودروهای ارزان قیمت با کیفیت مطلوب است. این شرکت فعالیت خود را از سال ۱۳۸۴ در کارخانه شماره یک کاریزان خودرو واقع در شهرک صنعتی البرز قزوین آغاز نموده و هم اکنون کارخانه شماره دو کاریزان خودرو واقع در شهرک صنعتی کاوه در ۱۰ کیلومتری شهر ساوه به فعالیت در عرصه صنعت کشور می پردازد.

بنابر این با استفاده از جدول جسی و مورگان برای جامعه ۲۶۰ نفری حجم نمونه ای معادل ۱۵۲ نفر با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی محاسبه گردید. البته ۱۶۰ پرسشنامه در این شرکت توزیع گردید که به دلیل ناقص بودن ۱۰ پرسشنامه نهایتاً ۱۵۰ پرسشنامه جمع آوری گردید و نمونه به ۱۵۰ نفر کاهش یافت. روش مورد استفاده در این پژوهش بر حسب هدف از نوع کاربردی و از نظر گردآوری داده ها توصیفی-همبستگی می باشد.

متغیرهای مورد بررسی در این تحقیق که برگرفته از ادبیات تحقیق است، عبارتند از: هوش هیجانی و خلاقیت کارکنان. در این تحقیق از ابعاد هوش هیجانی به بررسی حل مساله، احساس خوشبختی، استقلال، تحمل فشار روانی، خود شکوفایی، خودآگاهی، واقع گرایی، روابط میان فردی، خوش بینی، عزت نفس، کنترل تکانه ها، انعطاف پذیری، مسئولیت پذیری، همدلی و خوددلبازی می پردازیم. برای جمع آوری اطلاعات هوش هیجانی از پرسشنامه ۹۰ سوالی در قالب ۱۵ بعد بر اساس مدل بار-آن (بار-آن، ۱۹۹۹) استفاده شد که طیف پاسخی مورد استفاده در آن، مقیاس پنج درجه ای لیکرت می باشد (شامل خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم، خیلی کم می باشد).

همچنین به منظور سنجش خلاقیت کارکنان از پرسشنامه خلاقیت رندسیپ استفاده شد که در سال ۱۹۷۹ به چاپ رسیده است. این پرسشنامه شامل ۵۰ پرسش می باشد و مقیاس اندازه گیری آن طیف ۵ درجه ای لیکرت می باشد (شامل خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم، خیلی کم می باشد).

به منظور اندازه گیری پایایی، یک نمونه اولیه شامل ۴۰ پرسشنامه از هر کدام از پرسشنامه های کارآفرینی سازمانی و خلاقیت کارکنان پیش آزمون گردید و سپس با استفاده از داده های بدست آمده از آن پرسشنامه ها و به کمک نرم افزار آماری SPSS میزان پایایی با روش آلفای کرونباخ محاسبه گردید که عدد ۰/۸۹٪ برای پرسشنامه خلاقیت رندسیپ بدست آمد، که این اعداد نشان دهنده آن است که پرسشنامه های مورد استفاده، از پایایی لازم برخوردار می باشد. به منظور سنجش روایی سوالات پرسشنامه ها از اعتبار محتوا (روایی صوری) استفاده شد، که بر این اساس پرسشنامه ها به رؤیت و تأیید کارشناسان و متخصصان مربوطه رسید.

۲- یافته های پژوهش

۲-۱: یافته های حاصل از ویژگی های دموگرافیک

یافته های حاصل از جدول توزیع فراوانی نشان داد که ۸۶/۴ درصد از نمونه انتخابی را کارکنان مرد و ۱۳/۶ درصد افراد را کارکنان زن تشکیل می دهند که ۶۵ درصد از آنان مجرد هستند، و این در حالی است که تنها ۳۵ درصد از آنها متأهل می باشند. بیشترین گروه نمونه را کارکنانی تشکیل می دهند که دارای تحصیلات فوق دیپلم می باشند (یعنی ۵۸/۳ درصد)، در حالی که تحصیلات تنها ۲۶ درصد از آنها لیسانس است. می رسد. این رقم در مورد کارکنان با سطح تحصیلات دیپلم و زیر دیپلم به ۱۵/۷ درصد می رسد. گستره سن آزمودنی ها بین ۲۴ تا ۴۷ سال قرار دارد که بیشترین فراوانی مربوط به کارکنانی است که سن آنها ۳۴ سال می باشد. توزیع سنی افراد دارای میانگین ۳۶/۱۶ سال و انحراف استاندارد ۴/۱۷ می باشد. همچنین ۶۲/۷ درصد از کارکنان دارای سابقه کاری بین ۱۰ تا ۲۰ سال می باشد.

۲-۲: بررسی نرمال بودن متغیرها

جدول ۲: خلاصه آزمون شاپیرو-ویلک (n=150)

متغیرها	آماره ی آزمون	سطح معنی داری
حل مساله	۰/۹۷۶	۰/۳۹
احساس خوشبختی	۰/۹۷۴	۰/۳۶
استقلال	۰/۹۷۱	۰/۲۹
تحمل فشار روانی	۰/۹۶۸	۰/۲۲
خودشکوفایی	۰/۹۸۳	۰/۲۷
خودآگاهی	۰/۹۸۵	۰/۳۱
واقع گرایی	۰/۹۸۲	۰/۲۴
روابط میان فردی	۰/۹۶۳	۰/۲۸
خوش بینی	۰/۹۶۶	۰/۳۲
عزت نفس	۰/۹۷۶	۰/۳۹
کنترل تکانه ها	۰/۹۸۰	۰/۴۷
انعطاف پذیری	۰/۹۶۹	۰/۴۴
مسئولیت پذیری	۰/۹۷۷	۰/۲۰
همدلی	۰/۹۸۳	۰/۱۷
خودابرازی	۰/۹۶۴	۰/۳۹
خلاقیت کارکنان	۰/۹۷۱	۰/۲۱

جهت بررسی نرمال بودن شکل متغیرهای پژوهش، از آزمون شاپیرو-ویلک استفاده شد. چنان که در جدول بالا ملاحظه می شود، سطح معنی داری آزمون در همه نوزیع ها بزرگتر از ۰/۰۵ است، بعبارت دیگر نمرات افراد در همه متغیرها از توزیع نرمال پیروی می کند.

۳-۲: آزمون فرضیه ها

فرضیه اول تا شانزدهم: همان طور که در جدول ۳ مشاهده می کنید، فرضیه اول تا شانزدهم که به بررسی رابطه میان هوش هیجانی و ابعاد آن (حل مساله، احساس خوشبختی، استقلال، تحمل فشار روانی، خود شکوفایی، خود آگاهی، واقع گرایی، روابط میان فردی، خوش بینی، عزت نفس، کنترل تکانه ها، انعطاف پذیری، مسئولیت پذیری، همدلی و خودابرازی) با خلاقیت کارکنان می پرداخت، نشان داد که در سطح اطمینان ۹۹٪ بین هوش هیجانی و ابعاد آن با خلاقیت کارکنان رابطه وجود دارد، که میزان همبستگی در جدول زیر قابل مشاهده است.

جدول ۳- آزمون همبستگی بین هوش هیجانی و ابعاد آن با خلاقیت کارکنان

نام متغیر	ضریب همبستگی	عدد معنی داری	رابطه معنی داری
هوش هیجانی	۰/۵۷۶	۰/۰۰۷	وجود دارد
حل مساله	۰/۵۶۱	۰/۰۰۳	وجود دارد
احساس خوشبختی	۰/۵۴۶	۰/۰۰۶	وجود دارد
استقلال	۰/۵۸۸	۰/۰۰۷	وجود دارد
تحمل فشار روانی	۰/۵۸۶	۰/۰۰۵	وجود دارد
خود شکوفایی	۰/۵۳۸	۰/۰۰۵	وجود دارد
خود آگاهی	۰/۵۶۷	۰/۰۰۸	وجود دارد
واقع گرایی	۰/۵۶۱	۰/۰۰۲	وجود دارد
روابط میان فردی	۰/۵۱۹	۰/۰۰۷	وجود دارد
خوش بینی	۰/۵۶۱	۰/۰۰۶	وجود دارد
عزت نفس	۰/۵۲۵	۰/۰۰۴	وجود دارد
کنترل تکانه ها	۰/۵۴۴	۰/۰۰۳	وجود دارد
انعطاف پذیری	۰/۵۶۸	۰/۰۰۴	وجود دارد
مسئولیت پذیری	۰/۵۷۶	۰/۰۰۲	وجود دارد
همدلی	۰/۵۶۵	۰/۰۰۶	وجود دارد
خود ابرازی	۰/۵۵۰	۰/۰۰۱	وجود دارد

فرضیه هفدهم: برای بررسی فرضیه هفدهم تحت عنوان "میان ابعاد هوش هیجانی در شرکت کاریزان خودرو تفاوت معنی داری وجود دارد"، به جدول ۴ رجوع می کنیم.

جدول ۴- میانگین رتبه ای ابعاد هوش هیجانی

ردیف	ابعاد فرهنگ سازمانی	میانگین رتبه ها
۱	استقلال	۵/۹
۲	احساس خوشبختی	۵/۷
۳	مسئولیت پذیری	۵/۵
۴	عزت نفس	۵/۳
۵	انعطاف پذیری	۵/۰
۶	حل مساله	۴/۷
۷	خوش بینی	۴/۵
۸	تحمل فشار روانی	۴/۲
۹	خود آگاهی	۴/۰
۱۰	همدلی	۳/۷

۳/۶	خود ابرازی	۱۱
۵/۶	خود شکوفایی	۱۲

نتایج حاصل از آزمون فریدمن نشان داد که میان ابعاد هوش هیجانی تفاوت معنی داری وجود دارد. همانطوری که در جدول شماره ۴ مشاهده می گردد، بالاترین رتبه مربوط به استقلال و پایین ترین رتبه مربوط به روابط میان فردی می باشد.

بحث و نتیجه گیری

تداوم حیات سازمان ها به قدرت بازسازی آنها بستگی دارد؛ این بازسازی از طریق هماهنگ کردن اهداف با وضعیت روز، و اصلاح و بهبود روش های تحقق این اهداف انجام می شود. تحولات پرشتاب جهانی در علم و تکنولوژی، صنعت، مدیریت و به طور کلی ارزش ها و معیارها، بسیاری از سازمان ها و شرکت های موفق جهان را بر آن داشته که اهداف، گرایش و علایق خود را در جهت به کارگیری خلاقیت 9 و نوآوری ها 0 هدایت کنند. در واقع قرن بیستم و بویژه دو دهه اخیر را می توان سال های پر شتاب گسترش خلاقیت و نوآوری دانست و سازمان ها و شرکت ها در چنین برهه ای از زمان که تحت عناوین مختلف از جمله "عصر دانش"، "عصر تغییر"، "عصر عدم تداوم" و "عصر خلاقیت" مطرح شده است، باید خود را در جهت مدیریت تغییرات شتابان و دگرگونی های ژرف جهانی آماده ساخته و به خلاقیت و نوآوری روی آورند.

نتایج حاصل از این پژوهش نشان می دهد که بین هوش هیجانی به عنوان یکی از مهمترین ویژگی های شخصیتی افراد با خلاقیت کارکنان ارتباط مستقیم و معناداری برقرار است و این بدان معناست که هر چه افراد از هوش هیجانی بیشتری برخوردار باشند، خلاقیت آن ها بیشتر است. یافته های تحقیق حاکی از آن است که بین ابعاد ۱۵ گانه هوش هیجانی (حل مساله، خوشبختی، استقلال، تحمل فشار روانی، خودشکوفایی، خودآگاهی، واقع گرایی، روابط بین فردی، خوشبینی، عزت نفس، کنترل تکانش، انعطاف پذیری، مسئولیت پذیری، همدلی و خودابرازی) با خلاقیت کارکنان ارتباط مستقیمی وجود دارد.

در این مقاله سعی گردید تا ارتباط بین هوش هیجانی و ابعاد آن با خلاقیت کارکنان شرکت کاریزان خودرو ساوه بررسی گردد. بدین منظور داده های حاصل از اجرای پرسشنامه ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت تا رابطه بین این عوامل مورد بررسی قرار گیرد. با توجه به فرضیه اول دریافتیم که میان هوش هیجانی با خلاقیت کارکنان رابطه مثبت، مستقیم و معنادار وجود دارد که میزان این همبستگی به دست آمد. همچنین فرضیه های دوم تا شانزدهم که عنوان می داشتند میان ابعاد هوش هیجانی شامل حل مساله، احساس خوشبختی، استقلال، تحمل فشار روانی، خود شکوفایی، خودآگاهی، واقع گرایی، روابط میان فردی، خوش بینی، عزت نفس، کنترل تکانه ها، انعطاف پذیری، مسئولیت پذیری، همدلی و خودابرازی با خلاقیت کارکنان رابطه وجود دارد همگی تأیید شدند که بالاترین میزان همبستگی مربوط به استقلال با کارآفرینی سازمانی با ضریب همبستگی ۰/۵۸۸ بود. همچنین نتایج حاصل از آزمون فریدمن در فرضیه هفدهم نشان داد که میان ابعاد هوش هیجانی تفاوت معنی داری وجود دارد. همانطور که در جدول شماره ۴ مشاهده گردید،

بالاترین رتبه مربوط به استقلال و دومین رتبه مربوط به احساس خوشبختی می باشد، و بعد از آن ترتیب اولویت بندی شامل خود شکوفایی، مسئولیت پذیری، عزت نفس، انعطاف پذیری، حل مساله، خوش بینی، تحمل فشار روانی، خودآگاهی، همدلی، خودابرازی، واقع گرایی، کنترل تکانه ها و روابط میان فردی می باشد. البته نتایج این پژوهش با یافته های ایرانی و همکاران (۱۳۸۹)، امیری (۱۳۸۹)، شارما و کریسمن (۱۹۹۹)، گارتز (۱۹۸۸)، پاچکو، (۱۹۹۸)، هادجت و کوراتکو، (۱۹۹۲)، مزیاس و کوپرم، (۲۰۰۱)، لاندستروم، (۲۰۰۵)، تورنبال و همکاران، (۲۰۰۱)، یانگ، (۱۹۸۶)، بلوندل، (۱۹۹۵) همخوانی دارد.

پیشنهادهای بر اساس یافته های پژوهش

در شرکت کاریزان خودرو با توجه به نتایجی که از این پژوهش به دست آمده پیشنهادات زیر ارائه می گردد:

* با عنایت به اینکه هوش عاطفی، اکتسابی است به طوری که قسمتی از هوش عاطفی از طریق تجربه، تمرین و کوشش تکامل می یابد می توان آن را از طریق آموزش و یادگیری در افراد افزایش داد. بنابراین برگزاری دوره های آموزشی جهت آشنایی کارکنان با مفهوم هوش هیجانی و تاثیر آن بر زندگی افراد پیشنهاد می شود.

* از آنجا که هوش عاطفی در افراد ثابت نیست و می توان از طریق آموزش آن را بهبود داد، با تأکید بر توانمندی های خود مدیریتی و مدیریت روابط در راستای بهرهمندی از حداکثر توانایی افراد، برگزاری دوره ها و کارگاه های آموزشی بهبود توانمندی های فردی و

اجتماعی، توسعه کنترل های عاطفی، تمرین یکدلی و توسعه مهارت شود مؤثر و ارزیابی احساسات دیگران پیشنهاد می گردد.

* با شناسایی افراد با سطح بالایی از روابط بین فردی، از آنها در کارهای پروژه های و فعالیتهای گروهی که کاربرد توانمندی های فردی و اجتماعی در آن بیشتر است استفاده گردد تا تاثیر هوش هیجانی بر موفقیت افراد برای سایرین مشهود شود و از این طریق انگیزه ای برای افزایش و توسعه مهارت ها و قابلیت های خودآگاهی و خود مدیریتی ایجاد گردد.

* با توجه به تأیید رابطه بین حل مسأله و خلاقیت کارکنان پیشنهاد می شود سازمانها در جهت آموزش روش های حل مسأله بهه کارکنان اقدام کنند و روش های حل مسأله به صورت شهودی و منطقی به آن ها آموزش داده شود.

* سازمان تسهیلاتی را برای کارکنان تهیه کنند که کارکنان احساس رضایت از زندگی داشته باشند.

* کارکنان به سمت خود رهبری و خود کنترلی سوق داده شوند و در تصمیم گیری ها استقلال رأی داشته باشند.

* شناسایی عوامل تاثیر گذار در رشد خلاقیت کارکنان و حذف یا تقویت آنها توسط مدیران.

* برگزاری دوره های آموزشی شناخت روشهای پرورش خلاقیت.

* پیشنهاد می شود مدیران از طریق ایجاد نظام پیشنهادات و اتاق های فکر، ایده ها، تجربه های موفق یا ناموفق، راهکارها و نوآوری ها

و استراتژی های جدید در این حوزه را جمع آوری و مورد بررسی قرار دهند.

* پیشنهاد می شود که به افزایش خلاقیت و نوآوری با استفاده از رویکردهای زیر پرداخته شود.

استفاده از تکنیک های افزایش خلاقیت و نوآوری از قبیل : پایش (تحرك) مغزی، ارتباط اجباری، گردش تخیلی، سوالات ایده بر

انگیز، تکنیک ، الگو برداری از طبیعت، تفکر موازی؛ ایجاد هسته ی پژوهشی و نوآوری در سازمان

منابع و مراجع

- [۱] امیری، یاسر، (۱۳۸۹)، مقاله "بررسی ارتباط بین هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: کارکنان دستگاههای اجرایی شیراز)"،
- [۲] کنفرانس بین المللی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی (۲۷ بهمن ۸۹ - شیراز).
- [۳] ایرانی، زیبا برفی و بیات، شهره و علیبازی، هوشنگ (۱۳۸۹)، مقاله "رابطه باورهای هوشی، عزت نفس و انگیزه پیشرفت با توانایی کارآفرینی در
- [۴] دانشجویان دانشگاه پیام نور استان تهران"، اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی 01 (و 08 بهمن 81 - شیراز).
- [۵] پیرخایفی، علیرضا (۱۳۸۴). "خلاقیات: مبانی و روش های پژوهش". تهران، هزاره ققنوس، ۳۲
- [۶] پورکیانی مسعود، بلال زاده مسعود، (۱۳۸۷)، نقش توانمندسازی کارکنان در خلاقیات و نوآوری، اولین کنفرانس ملی خلاقیات شناسی، TRIZ و مهندسی و مدیریت نوآوری ایران.
- [۷] تورانلو صیادی، حسین، جمالی، رضا و حبیبالله میرغفوری (۱۳۸۶)، بررسی رابطه اعتقاد به آموزه های مذهبی و هوش هیجانی دانشجویان،
- [۸] فصلنامه اندیشه نوین دینی، سال سوم، شماره ۱۱، صص ۱۴۵-۱۷۲.
- [۹] جلالی، سیداحمد (۱۳۸۰)، هوش هیجانی، ویژه نامه ارزشیابی تحصیلی، فصلنامه تعلیم و تربیت، شماره 61
- [۱۰] حسینی، افضل السادات، (۱۳۸۵)، مدیریت خلاقیات و خلاقیات در مدیریت، نشریه رهیافت، شماره ۲۶
- [۱۱] رستمی، نادیا (۱۳۸۳)، بررسی رابطه وضعیت مذهبی با هوش هیجانی در دانش آموزان مقطع پیش دانشگاهی شهر تهران در سال تحصیلی ۸۳-۸۴
- [۱۲] فصلنامه نوآوری های آموزشی، شماره ۱۰، سال سوم
- [۱۳] صابونچی، رضا (۱۳۸۶-۱۳۸۷)، "ارتباط فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی در سازمان تربیت بدنی"، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی، علوم تحقیقات.
- [۱۴] انتشارات دانشگاه پیام نور. « . سازمان و مدیریت (۱۳۸۵)، مبانی فیضی، طاهره
- [15] Abraham, R. (1999), "Emotional Intelligence In Organizations: A Conceptualization", Genetic, Social, and General Psychology Monographs, Vol. 125, No. 2, pp: 209-24.
- [16] Blondel, D. (1995), Efficiency criteria for intermediaries involved in the innovation process. International Journal of Technology Management 10 (4-6), 478-488.
- [17] Bar-On, R. (2005), "The Bar-On model of emotional-social intelligence", Psicothema, Vol. 18 No. 1, pp. 13-25.
- [18] Bar-On, R. (2002). Bar-On EQ-i:S technical manual. Toronto: Multi-Health Systems.
- [19] Brice J. (2002), The Role of Personality Dimensions and Occupational Preferences on the formation of Entrepreneurial Intentions. Mississippi: The Mississippi State University Press.
- [20] Bar-on, R. (1999), The Emotional Quotient Inventory (EQ-I): A test of emotional intelligence, Toronto, Canada, Multi-Health
- [21] Das, K. & Bing-sheng, T. (1997). Time and Entrepreneurial Risk Behavior Entrepreneurship Theory and Practice
- [22] Diggins, C. (2004), "Emotional Intelligence: The Key to Effective Performance and to Staying Ahead of the
- [23] Pack at Times of Organizational Change", Human Resource Management International Digest, Vol. 12, No. 1, pp:33-5.
- [24] Driessen, M. P. & Zwart, P. S. (1997). The Role of the Entrepreneur in Small Business Success: The Entrepreneurship Scan.
- [25] Gartner, William B. (1988). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question." American Journal of Small Business, 12:4, 11-31.
- [26] Goleman, D. (1998). Working with emotional intelligence. New York: Banta Goleman, D. (2001), "An EI-based Theory of Performance", in cherniss, C. and Goleman, D. (Eds). "The Emotionally Intelligent Workplace: How to select for, Measure, and Improve

- Emotional Intelligence in Individuals, Groups", and Organizations Francisco, San, Jossey-Bass, San, pp: .27-44.
- [27] Hodgetts, R. M. & Kuratko, D. F. (1992). *Effective Small Business Management*, 4th ed, Harcourt Brace Jovanovich, San Diego, FL. <http://www.geocities.com>
- [28] Leonidas A. Zampetakis, Panagiotis B, Vassilis S. Moustakis. (2009). "Day-to-day" entrepreneurship within organisations: The role of trait Emotional Intelligence and Perceived Organisational Support. *European Management Journal*, 27, 165– 175
- [29] Landstrom, H. (2005), *Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research* New York: Springer Turnbull, A., Williams. S. Paddison, A., & Fahad, G. (2001). Entrepreneurship Education, Does it Work? In Anderson, A.R., Jack, S.L. (Eds), *Enterprise and Organizational Environments*. *Adm. Sci. Q.* 31
- [30] Maguire, S., Hardy, C., & Lawrence, T. B. (2004). Institutional entrepreneurship in emerging fields: HIV/AIDS treatment advocacy in Canada. *Academy of Management Journal*, 47(5), 657–679.
- [31] Miller, D. & Friesen, P.H. (1982). Innovation in conservative and entrepreneurial firms: two models of strategic momentum, *Strategic Management Journal*, 1: 1-25.
- [32] Mezas, S. J., & Kuperman, J. C. (2001). The community dynamics of entrepreneurship: The birth of the American film industry, 1895–1929. *Journal of Business Venturing*, 16(3), 209–233.
- [33] Pacheco, C. D. (1998). *Enterprise and Education*, Leeds Business School, Leeds, BA Business Administration Dissertation.
- [34] Sharma, P., & Chrisman, J. J. (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 11– 27.
- [35] Schermerhorn, John. *Management*, 8th editions, New York: John Willy and sons, Inc, 2005.
- [36] Swedberg, R. (2000). The social science view of entrepreneurship: Introduction and practical applications. In R.
- [37] Swedberg (Ed.), *Entrepreneurship: The social science view* (pp. 7–44). Oxford, New York: Oxford University Press.
- [38] Salovey, P. and Mayer, J.D. (1990), "Emotional intelligence", *Imagination, Cognition, and Personality*, Vol. 9 No. 3, pp. 185-211.
- [39] Thilam, L., & Kirby, S. (2002). Is emotional intelligence advantage? *The Journal of Social Psychology*, 142 (1), 133-145.
- [40] Trinidad, D. R., & Johnson, C. A. (2002). The association between emotional intelligence and early adolescent tobacco and alcohol use. *Personality and Individual Differences*, 32, 95-105.
- [41] Young, Dennis R. (1986). "Entrepreneurship and the Behavior of Nonprofit Organizations: Elements of a Theory." in S. Rose-Ackerman, *The Economics of Nonprofit Institutions: Studies in Structure and Policy*, New York: Oxford University Press.____