

تاثیر هوش هیجانی مدیران بر کارآفرینی سازمانی: نقش سبک رهبری و فرهنگ سازمانی (مورد مطالعه: شرکت گاز استان اصفهان)

علی صفری¹ - بهنام گلشاهی^{2*}

1. استادیار گروه مدیریت دانشگاه اصفهان

2. کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی

(تاریخ دریافت مقاله: 1392/8/11، تاریخ تصویب: 1392/9/30)

چکیده

امروزه کارآفرینی سازمانی به سرعت در حال تبدیل شدن به یک سلاح قدرتمند برای بسیاری از سازمان‌ها به منظور ایجاد مزیت رقابتی می‌باشد. در همین راستا، این پژوهش با هدف بررسی تاثیر هوش هیجانی مدیران بر کارآفرینی سازمانی با اثر میانجی‌گری سبک رهبری و فرهنگ در شرکت گاز اصفهان انجام شده است. این تحقیق از نوع، توصیفی - همبستگی می‌باشد. جامعه آماری شامل مدیران و کارکنان شرکت گاز به تعداد 829 نفر و حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان به تعداد 260 نفر محاسبه شده و نمونه‌گیری به روش طبقه‌ای متناسب با حجم جامعه بوده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسش‌نامه‌ی 60 سوالی محقق ساخته بوده که روایی آن به دو روش صوری و سازه و پایایی پرسش‌نامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ تایید شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار Amos 22 و به روش الگوسازی معادلات ساختاری انجام شده است. نتایج تحقیق نشان داد که هوش هیجانی مدیران به صورت غیرمستقیم و از طریق اثر میانجی‌گری سبک رهبری و فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی شرکت تاثیر دارد. همچنین هوش هیجانی مدیران در حد متوسط و سبک رهبری آنها از نوع مبادله‌ای می‌باشد. شرکت گاز از نوع سازمان‌های بالقوه‌ی کارآفرین بوده و فرهنگ سازمانی آن دربرگیرنده‌ی ویژگی‌های اخلاقی و نوآوری و خطرپذیری کم و نتیجه‌محوری بالا است.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی سازمانی، هوش هیجانی، سبک رهبری، فرهنگ سازمانی

مقدمه

تحولات و دگرگونی‌های نظام اجتماعی و اقتصادی عصر حاضر ناشی از پیشرفت‌های شگرف علمی و فناورانه می‌باشد که به نوبه‌ی خود باعث ایجاد دیدگاه‌ها، ضرورت‌ها و نیازهای جدیدی شده است. از این‌رو تضمین و تداوم حیات و بقای جوامع نیازمند استفاده‌ی بهینه از نیروی کار فعال به‌ویژه نیروی نخبه و کارآفرین می‌باشد. در همین راستا امروزه کارآفرینی سازمانی¹ به‌سرعت در حال تبدیل شدن به یک سلاح قدرتمند برای بسیاری از سازمان‌ها است (میرغفوری و همکاران، 1387). به‌طور کلی می‌توان گفت که ویژگی‌های منحصر به فرد سازمان‌های کارآفرین، این سازمان‌ها را مجهز به قابلیت‌هایی می‌کند که ضمن ارتقای کارآمدی بتوانند از فرصت‌های موجود و انطباق‌پذیری بیشتر با محیط پیرامون خود بهره‌گیری بهتری داشته باشند (Zampetakis et al, 2009).

علوم جدید ثابت کرده‌اند که زیربنای بسیاری از تصمیمات مهم فعال‌ترین سازمان‌ها، رضایت بخش‌ترین و موفق‌ترین زندگی‌ها، هوش عاطفی یا هیجانی² است نه هوش منطقی یا قدرت مغزی (Trinidad, 2002). پژوهش‌های بار آن³ (2005) و بریک⁴ (2002) نشان داد که هوش هیجانی بر عملکرد شغلی کارکنان و شکل‌گیری تصمیم‌های کارآفرینانه و ارتقای کیفی تصمیم‌های نوآورانه و کارآفرینانه تاثیر مثبت و معناداری داشته است. افزون بر این، فرهنگ سازمانی⁵ به‌عنوان بستر ایجاد تغییرات سازمانی، نقشی کلیدی در موفقیت سازمان‌ها بازی می‌کند. بدون داشتن یک فرهنگ سازمانی اثربخش نمی‌توان انتظار فعالیت‌های کارآفرینانه داشت (حیدری و همکاران، 1390). از طرفی، تحقیق کاظمی و همکاران (1390) نشان داد که مدیران با سبک رهبری⁶ مشارکتی، با فراهم آوردن محیط

1 Organization Entrepreneurship

2 Emotional Intelligence

3 Bar-on

4 Berice

5 Organizational culture

6 Leadership style

لازم به منظور کارآفرینان سازمانی و حاکم کردن فرهنگ مناسب در سازمان و همچنین انجام حمایت بر ایجاد کارآفرینی سازمانی اثرگذار می باشد. سبک رهبری های مادی و معنوی، نقش اثرگذاری در افزایش میزان کارآفرینی سازمانی ایفا می کنند. پژوهش های دینسر و همکاران¹ (2011)، زمپتکیس (2009)، عباس پور و همکاران (1390)، امیری (1389) و کمالیان و همکاران (1388) رابطه ی هر یک از متغیرهای بیان شده با افزایش کارآفرینی سازمانی را تایید کرده اند.

این مسأله نویسندگان را بر آن داشت که به بررسی رابطه ی بین هوش هیجانی مدیران و کارآفرینی سازمانی با در نظر گرفتن اثر میانجی گری سبک رهبری و فرهنگ سازمانی که در پژوهش های کمتری به آن توجه شده است، بپردازند. بنابراین تحقیق با این سؤال آغاز می شود که آیا هوش هیجانی مدیران بر کارآفرینی سازمانی تاثیر دارد؟ و آیا فرهنگ سازمانی و سبک رهبری در این رابطه اثر میانجی گری دارند؟

مبانی نظری و پیشینه ی تحقیق

کارآفرینی سازمانی

به عقیده ی هینونن² (2005) کارآفرینی سازمانی عبارت است از شناسایی و بهره برداری از یک فرصت و اطمینان از اینکه بهره برداری از آن فرصت با یک روش جدید، انحراف از روش قبلی بوده و به تحقق اهداف منجر خواهد شد. کارآفرینی سازمانی روشی برای مقابله با تغییرهای محیطی و داخلی سازمان می باشد که در صورت عدم تحقق کارآفرینی، حیات و بقای سازمان در بلندمدت با مشکل مواجه خواهد شد (Hornsby et al, 2002). کارآفرینی سازمانی نوعی رفتار سازمانی است که تابعی از عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه ای می باشد (پرتونیا، 1391). سازمان ها، کارآفرینی را در پاسخ به سه نیازی که بر آنها تحمیل شده، به کار می گیرند که عبارتند از: افزایش سریع رقابتی جدید، ایجاد حس بی

1 Dincer et al

2 Heinonen

اعتمادی نسبت به شیوه‌های مدیریت سنتی و خروج بهترین نیروهای کار از سازمان‌ها و اقدام آنان برای کارآفرینی مستقل (احمد پور، 1390).

آنتونیک و هیسریچ¹ (2003) هشت بُعد را برای کارآفرینی درون سازمانی برشمرده‌اند که عبارتند از: واحدها و کسب و کارهای جدید، نوآوری در فرایند و محصولات/خدمات، تغییر شکل سازمان، ریسک‌پذیری، پیشگامی و رقابت تهاجمی. کراتکو و هودگس² (2001) بعد از تحلیل عاملی عوامل پنجگانه‌ی کارآفرینی، ابزار سنجش کارآفرینی سازمانی را در سه گروه تقسیم‌بندی کردند: حمایت مدیریت، ساختار سازمانی و وجود منابع. همچنین یانگوی و ایگساو³ (2008) خود با تحلیل عاملی تأییدی، ارتباط مثبت بین کارآفرینی سازمانی را با چهار بُعد ریسک‌پذیری تجارت جدید، نوآوری⁴، خود بهبودی⁵ و پیش دستی نشان دادند. در این پژوهش به منظور ارزیابی کارآفرینی سازمانی از چهار شاخص نوآوری، ریسک‌پذیری، پیشگامی و رقابت تهاجمی استفاده شده است.

هوش هیجانی

هوش هیجانی توانایی مهار کردن تمایلات عاطفی و هیجانی خود، درک خصوصی ترین احساسات دیگران، خویشتن داری، شور، اشتیاق است (Bar-on, 2005). هوش عاطفی مجموعه‌ای از مهارت‌های عاطفی و اجتماعی بوده و بر توانایی فرد در مقابله با فشارهای محیطی تأثیر می‌گذارد (Jordan et al, 2002). هوش عاطفی، مشتمل بر شناخت احساسات و استفاده از آن برای اتخاذ تصمیم‌های مناسب است (Golman, 2004).

جدول 1. الگوهای ارایه شده هوش هیجانی

نام الگو	سال	ابعاد هوش هیجانی
الگوی توانایی سالووی و مایر ⁶	2000	دریافت/ استفاده/ درک/ اداره و مدیریت احساسات

1 Antonic & Hisrich

2 Kuratko & Hodgets

3 Yongui & Xiao

4 Innovation

5 Self development

6 Salovey & Mayer

الگوی غیرشناختی بار آن	2005	درون فردی/ میان فردی/ سازگاری/ مدیریت استرس/ خوش بینی
الگوی شایستگی گلمن	2004	خود آگاهی/ خود تنظیمی/ خود انگیزی/ هم دلی/ مهارت اجتماعی
الگوی برادبری و گریوز ¹	2004	خود آگاهی/ خودمدیریتی/ مهارت اجتماعی/ مدیریت رابطه

در این تحقیق از الگوی گلمن (2004) به دلیل جامع بودن و استفاده‌ی بیشتر در پژوهش‌های گذشته برای سنجش هوش هیجانی مدیران شرکت مورد مطالعه استفاده شد.

جدول 2. ابعاد هوش هیجانی گلمن (2004)

ابعاد هوش عاطفی	شاخص‌ها
خود آگاهی	آگاهی هیجانی/ خود ارزیابی صحیح/ خود باوری
خود تنظیمی	خود کنترلی/ وظیفه شناسی/ قابلیت اعتماد/ انطباق پذیری
خود انگیزی	رشد گرایی/ تعهد/ ابتکار/ خوش بینی
هم دلی	شناخت یا درک دیگران/ بالندگی دیگران/ خدمت مداری/ هدایت تنوع
مهارت‌های اجتماعی	نفوذ گذاری/ ارتباطات/ مدیریت تضاد/ رهبری/ تشریک مساعی و مشارکت

منبع: (آقایار و شریفی، 1386).

پژوهش‌های انجام شده توسط گرکان و همکاران² (2011)، زمپتکیس و همکاران (2009) و برون‌دین و همکاران³ (2007)، بار آن (2005) و بریک (2002)، عباس‌پور و همکاران (1390)، امیری (1389)، کمالیان (1388) و هادی‌زاده مقدم و همکاران (1388) نشان داده است که هوش هیجانی بر شکل‌گیری تصمیم‌های کارآفرینانه و ارتقای کیفی تصمیم‌های نوآورانه تأثیر مثبت و معناداری داشته و همچنین این پژوهش‌ها نشان داد که مدیریت احساسات، به‌طور مفید و اثرگذار موجب افزایش اعتماد متقابل، وفاداری و تعهد کارکنان خواهد شد و بهره‌وری سازمانی، خلاقیت، نوآوری بهبود می‌یابد. با توجه به مبانی نظری و پژوهش‌های انجام شده فرضیه‌ی اول پژوهش به‌صورت زیر تدوین می‌شود.

فرضیه 1. هوش هیجانی مدیران بر کارآفرینی سازمانی تأثیر دارد.

سبک رهبری

بحث رهبری و تأثیر آن بر اثربخشی سازمان سابقه‌ی طولانی دارد. ویژگی نظریه‌های

1 Beradber & Gerioz

2 Gorkan et al

3 Brundin et al

اخیر رهبری این است که آنها به دنبال لحاظ کردن عواملی هستند که به طور درونی اشخاص را بر می‌انگیزاند تا به گونه‌هایی اثربخش عمل کنند (گلشنی، 1390). سه نوع سبک رهبری که در پژوهش‌ها بیشتر تایید شده است، رهبری تحول آفرین، مبادله‌ای و عدم مداخله را شامل می‌شود. رهبری تحول‌بخش، بخشی از پارادایم جدید رهبری بوده و بیانگر فرایندی است که افراد را متحول و متغیر می‌کند و با ارزش‌ها، خصیصه‌های اخلاقی و اهداف بلندمدت ارتباط دارد (Doherty, 2007). رهبران تحول‌بخش، بینشی را به پیروان القا می‌کنند که پیروان را الهام می‌بخشد و آنها را بر می‌انگیزد تا به چیزهایی فوق‌العاده یا فراتر از انتظار دست پیدا کنند (Bass et al, 2005).

طبق نظر برنز¹ (2002)، لازمی رهبری مبادله‌ای، رابطه‌ی رهبر با زیرمجموعه است که در آن زیرمجموعه، پاداش مرتبط با عملکرد خود را در ازای انتظارات اعلام شده به وسیله‌ی رهبر دریافت می‌کند (رابینز، 1381). نوع مرادده‌ی این رهبران با پاداش‌های اقتضایی و مدیریت بر مبنای استثناء نسبت به زیرمجموعه انجام می‌شود. منظور از رهبری عدم مداخله، آزاد گذاشتن پیروان در زمان نبودن رهبر یا اجتناب از رهبری کردن می‌باشد که در واقع در طیف رهبری، غیرفعال‌ترین نوع رهبری به‌شمار می‌آید. در این حالت رهبر از تصمیم‌گیری خودداری و مسئولیت‌ها را واگذار می‌کند (Moughili, 2007).

این مسأله سال‌ها فکر محققان را به خود مشغول کرده که چه چیزی باعث می‌شود افرادی خاص سبک رهبری تحول‌بخش را انتخاب کنند و چه چیزی باعث می‌شود برخی رهبران اثرگذارتر از دیگران باشند (Mumford et al, 2000؛ Judge, 2000). پژوهش‌های پایمر² (2001)، گنورگی³ (2000) و مرتضوی و همکاران (1389) نشان می‌دهد که هوش عاطفی ممکن است یک پیش‌بینی‌کننده‌ی اثرگذار برای سبک رهبری تحول‌بخش و فرهمند باشد. با توجه به مبانی نظری و پژوهش‌های انجام شده که به برخی از آنها اشاره

1 Burns

2 Paimer

3 George

شد، فرضیه‌ی دوم پژوهش به صورت زیر تدوین می‌شود.

فرضیه 2. هوش هیجانی مدیران بر سبک رهبری آنها تأثیر دارد.

فرهنگ سازمانی

فرهنگ سازمانی عبارت است از مفروضات و باورهای بنیادی ویژه‌ای که بین اعضای سازمان مشترک بوده و به کمک آنها کارها و فعالیت‌های روزمره‌ی سازمان انجام می‌شود (شهرکی پور و همکاران، 1389). بسیاری از صاحب‌نظران بیان کرده‌اند که ارزش‌های مشترک برگرفته از فرهنگ سازمانی، بر ایجاد جوی برای تلاش بیشتر کارکنان بسیار مفید واقع شده و همچنین فرهنگ سازمان بدون توجه به زمینه‌های کاری آن اثری مثبت بر کارآمدی سازمان خواهد داشت (Hisrich et al, 2007).

جدول 3. الگوهای ارائه شده برای فرهنگ سازمانی

پژوهشگر	سال	شاخص	طبقه بندی فرهنگ سازمان
دنیل دنیسون 1	2003	محیط / استراتژی و فرهنگ	انعطاف پذیر / ماموریتی / مشارکتی / سلسله‌مراتبی
فیزی 2	2002	-----	مبتنی بر وظیفه / موفقیت / قدرت و حمایت
فرن هام و گانتز 3	2003	سنجه هنجارهای عملیاتی	انسانی محور / ارتباط نزدیک / موافقتی / سنتی / دستوری / اجتنابی / تقابل / قدرتی / رقابتی
کوئین 4	2004	تحقق اهداف سازمان	عقلایی / فناورانه / توافقی / سلسله‌مراتبی
چارلز هندی 5	2000	نماد اساطیر یونان	باشگاهی / ایفای نقش / وظیفه‌گرایی / اصالت
کامرون و کوئین 6	2005	ارزش‌های رقابتی	قبیله ای / ادهوکرایی / مشارکتی / سلسله‌مراتبی

با توجه به دیدگاه‌های بیان شده توسط هیسریچ و همکاران (2007)، کامرون و کوئین (2005)، کوئین (2004)، دنیسون (2003)، محقق در این تحقیق به منظور بررسی فرهنگ سازمانی در شرکت مورد مطالعه، از پنج شاخص آن شامل؛ خلاقیت و نوآوری،

1 Daniel Denison

2 Pheysey Cdiana

3 Furnham & Gunter

4 Quinn

5 Chars Hendi

6 Kameron & Quinn

خطرپذیری، نتیجه محوری، توجه به اعضای سازمان و تیم محوری استفاده کرده است. همچنین پژوهش‌های رضایی و همکاران (1390) و شهرکی‌پور و همکاران (1389) نشان می‌دهد که مدیران با هوش هیجانی بالا به دلیل کنترل احساسات خود و هم‌سو کردن احساسات عاطفی کارکنان با خود، تمایل بیشتری در ایجاد فرهنگ سازمانی مشارکتی و بازاری دارند. با توجه به مبانی نظری بیان شده که به برخی از آنها اشاره شد، فرضیه سوم به صورت زیر تدوین می‌شود.

فرضیه 3. هوش هیجانی مدیران بر فرهنگ سازمانی تاثیر دارد.

سازمان‌ها بایستی شرایطی را به وجود بیاورند که همه‌ی کارکنان روحیه‌ی کارآفرینی پیدا کرده و بتواند به راحتی به صورت فردی یا گروهی فعالیت کارآفرینانه‌ی خود را اجرا کنند (آقایی، 1388). بستر فرهنگی به عنوان عامل زیربنایی و اساس سایر بسترهای لازم برای کارآفرینی سازمانی، مستلزم تحولات عمیق و در شناخت باورها، حقوق، آداب، رسوم و اخلاق یک ملت است (شهرکی‌پور و همکاران، 1389). بررسی پژوهش‌های حیدری و همکاران (1390)، شهرکی‌پور و همکاران (1389) نشان می‌دهد که صاحب نظران، نظرات متفاوتی در رابطه‌ی بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی داشته‌اند و بیشتر آنها بر این نکته تأکید کرده‌اند که فرهنگ سازمانی می‌تواند بستر مناسبی برای بروز قابلیت‌های کارآفرینانه در اعضای سازمان‌ها فراهم کرده و در ایجاد فرایندهای کارآفرینانه اثرگذار باشد. با توجه به مبانی نظری گفته شده فرضیه‌ی چهارم پژوهش به صورت زیر تدوین می‌شود.

فرضیه 4. فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر دارد.

رهبران سازمانی به دلیل نقش گسترده‌ی خود در ایجاد و توسعه‌ی بسترهای سازمانی از جمله؛ فرهنگ، ساختار، راهبرد و غیره اثرگذاری زیادی در ارتقای سطح عملکرد و اثربخشی سازمانی دارند. به نظر می‌رسد نوع سبک رهبری مدیران در سازمان به عنوان یک شاخص بسیار مهم می‌تواند در ایجاد سازمانی کارآفرین و پویا بسیار اثرگذار باشد. پژوهش‌های بیک‌زاد و همکاران (1390)، سید حسینی (1387) نشان داد که حمایت مدیریت، فرهنگ و ساختار می‌تواند بر میزان کارآفرینی سازمانی، اثرگذار باشند. مبانی

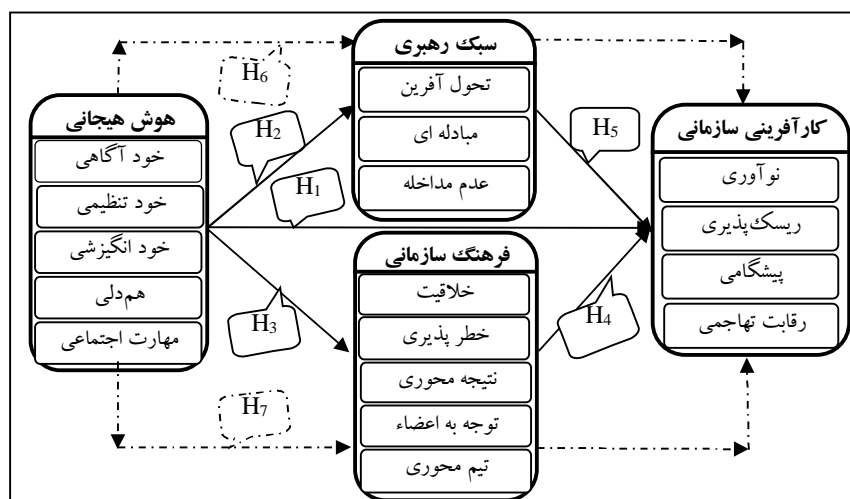
موجود، مبنای مطرح شدن فرضیه‌ی پنجم به صورت زیر شد.

فرضیه 5. سبک رهبری بر کارآفرینی سازمانی تاثیر دارد.

پژوهش‌های پایمر (2001)، گنورگی (2000) و مرتضوی و همکاران (1389) نشان داده است که هوش هیجانی امکان دارد یک پیش‌بینی کننده‌ی اثرگذار برای سبک رهبری تحول‌بخش و فرهمند باشد. همچنین پژوهش‌های بیگ‌زاد و همکاران (1390) و سید حسینی (1387) نشان داد که سبک حمایتی مدیریت از روش‌ها و رویکردهای نوآورانه و کارآفرینانه در سازمان و توجه به ایده‌پردازی و خلاقیت می‌تواند میزان کارآفرینی سازمانی را افزایش دهد. با توجه به پژوهش‌های انجام شده به نظر می‌رسد که هوش هیجانی مدیران به صورت غیرمستقیم و از طریق اثر میانجی‌گری سبک رهبری بر کارآفرینی سازمانی تاثیر داشته باشد. بنابراین فرضیه‌ی ششم به صورت زیر قابل تصور است.

فرضیه 6. هوش هیجانی مدیران از طریق اثر میانجی‌گری سبک رهبری بر کارآفرینی سازمانی تاثیر دارد.

پژوهش‌های انجام شده توسط هیسریچ و همکاران (2007)، رضایی و همکاران (1390) و شهرکی‌پور و همکاران (1389) نشان داد که ویژگی‌های شخصیتی مدیران بر نوع فرهنگ سازمانی تاثیر دارد. همچنین بررسی پژوهش‌های حیدری و همکاران (1390)، شهرکی‌پور و همکاران (1389) نشان می‌دهد که فرهنگ سازمانی می‌تواند بستر مناسبی را برای بروز خلاقیت در اعضای سازمان فراهم کرده و در ایجاد فرایندهای کارآفرینانه اثرگذار باشد. با توجه به پژوهش‌های انجام شده به نظر می‌رسد که هوش هیجانی مدیران به صورت غیرمستقیم و از طریق اثر میانجی‌گری فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر داشته باشد. بنابراین فرضیه‌ی هفتم به صورت زیر قابل تصور است.



نمودار 1. الگوی مفهومی پژوهش

فرضیه 7. هوش هیجانی مدیران از طریق اثر میانجی‌گری فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر دارد.

با توجه به مبانی نظری بیان‌شده، الگوی مفهومی پژوهش در نمودار شماره (1) ارائه شده است. براساس مدل مفهومی ارائه شده به منظور ارزیابی و سنجش هوش هیجانی مدیران در شرکت گاز استان اصفهان از پنج شاخص مدل گلמן (2004) شامل 15 گویه، برای سنجش شیوه‌ی رهبری از سه روش رهبری مدل دهرتی (2007) شامل 15 گویه، برای سنجش فرهنگ سازمانی از پنج شاخص مدل‌های کامرون و کوئین (2005) و دنیسون (2003) شامل 15 گویه و برای سنجش کارآفرینی سازمانی از چهار شاخص مدل آکتنان و بلوت (2008) و آنتونیک و هیسریچ (2003) و در سه سطح تقسیم‌بندی سازمان‌ها شامل؛ سازمان‌های کارآفرین، بالقوه‌ی کارآفرین و عدم کارآفرینی در 15 گویه استفاده شده است.

جدول 4. ضرایب، نسبت‌های بحرانی و سطح معناداری مدل‌های مربوط به چهار متغیر پژوهش

رابطه متغیرها		تخمین غیراستاندارد	خطای استاندارد	عدد معناداری	سطح معناداری	ضریب استاندارد
هوش هیجانی	<---	074/1	097/0	036/13	***	732/0
هوش هیجانی	<---	940/0	098/0	884/12	***	685/0
هوش هیجانی	<---	915/0	090/0	212/12	***	675/0
هوش هیجانی	<---	930/0	094/0	866/12	***	681/0
هوش هیجانی	<---	888/0	095/0	742/12	***	664/0
سیک رهبری	<---	074/1	097/0	036/15	***	732/0
سیک رهبری	<---	940/0	098/0	604/14	***	685/0
سیک رهبری	<---	915/0	090/0	212/12	***	675/0
فرهنگ سازمانی	<---	699/0	097/0	036/11	***	573/0
فرهنگ سازمانی	<---	247/1	098/0	884/14	***	780/0
فرهنگ سازمانی	<---	805/0	090/0	212/12	***	627/0
فرهنگ سازمانی	<---	158/1	094/0	866/14	***	757/0
فرهنگ سازمانی	<---	125/1	095/0	742/13	***	748/0
کارآفرینی سازمانی	<---	943/0	053/0	651/17	***	817/0
کارآفرینی سازمانی	<---	821/0	050/0	256/16	***	871/0

کارآفرینی سازمانی	<---	پیشگامی	797/0	051/0	593/15	***	827/0
کارآفرینی سازمانی	<---	رقابت تهاجمی	790/0	057/0	979/13	***	805/0

*** بیانگر عدد 0,000 که کمتر از 0,05 بوده و به مفهوم معنادار بودن رابطه همبستگی است.

روش‌شناسی

این پژوهش از حیث هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه‌ی آماری پژوهش 829 نفر از مدیران و کارکنان رسمی شرکت گناز استان اصفهان را شامل می‌شود. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان به تعداد 260 نفر محاسبه شده و نمونه‌گیری به روش طبقه‌ای متناسب با حجم جامعه‌ی آماری بوده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسش‌نامه‌ی 60 سؤالی محقق ساخته می‌باشد. روایی پرسش‌نامه به دو روش صوری با تأیید متخصصان و روش سازه با استفاده از الگوی معادلات ساختاری تأیید شد. نتایج جدول شماره (4) مربوط به تحلیل سازه‌ی متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد که بارهای عاملی به دست آمده در رابطه با تمامی شاخص‌های چهار متغیر، معنادار بوده و همبستگی بین هریک از شاخص‌ها با متغیر خود تأیید می‌شود.

همچنین با توجه به اینکه بیشتر شاخص‌های برازش به دست آمده در جدول شماره (5) برای چهار مدل متغیرها در دامنه‌ی مطلوب هستند بنابراین در کل، برازش مدل‌ها مناسب است.

جدول 5. شاخص‌های برازش برای تحلیل عاملی چهار متغیر پژوهش

AGFI	GFI	RFI	IFI	CFI	NFI	RMSEA	X2/df	متغیر تحقیق
91/0	93/0	92/0	90/0	91/0	89/0	03/0	30/1	مقادیر متغیر هوش هیجانی
92/0	89/0	93/0	89/0	91/0	90/0	037/0	61/1	مقادیر متغیر سبک رهبری
90/0	89/0	89/0	89/0	92/0	90/0	04/0	86/1	مقادیر متغیر فرهنگ سازمانی
91/0	89/0	90/0	90/0	91/0	88/0	038/0	74/1	مقادیر متغیر کارآفرینی سازمانی

جدول 6. ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش

ردیف	نام متغیر	ضریب آلفای کرونباخ
1	هوش هیجانی	887/0
2	سبک رهبری	891/0
3	فرهنگ سازمانی	828/0
4	کارآفرینی سازمانی	830/0

پایایی پرسش‌نامه به روش آلفای کرونباخ تعیین شد که میزان آن برای هریک از

متغیرهای پژوهش در جدول شماره (6) آورده شده است که نشان از پایایی بالای پرسش نامه دارد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار Amos 22 و به روش الگوسازی معادلات ساختاری انجام شد. به این منظور پس از تدوین مدل، با استفاده از نرم‌افزار Amos 22 مدل طراحی شده آزمون شد و شاخص‌های برازش شده‌ی مدل و ضرایب تایید و سطح معناداری برای هر یک از رابطه‌های تعریف شده در مدل به دست آمد.

یافته‌ها

یافته‌های جمعیت شناختی

نمونه‌ی آماری 260 نفره‌ی پژوهش از تعداد 25 نفر مدیران و 235 نفر کارکنان شرکت گاز تشکیل که شامل 160 نفر مرد (61,5 درصد) و 100 نفر زن (38,5 درصد) است. همچنین بیشتر کارکنان در بازه سنی 30 تا 40 سال (45 درصد) و دارای مقطع تحصیلی کارشناسی (53,5 درصد) و عنوان شغلی کارمند عادی (43,1 درصد) بوده‌اند.

آزمون نرمال بودن داده‌ها

نتایج آزمون نرمال بودن داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار Amos 22 که در جدول شماره (7) آمده است نشان می‌دهد با توجه به اینکه نسبت بحرانی تمامی متغیرها کمتر از مقدار قدر مطلق 2,58 می‌باشد بنابراین فرض نرمال بودن توزیع داده‌ها تأیید می‌شود.

جدول 7. نتایج آزمون نرمال بودن توزیع داده‌ها

متغیر	حد اقل	حد اکثر	چولگی	نسبت بحرانی	کشیدگی	نسبت بحرانی
هوش هیجانی	250/1	000/5	015/0-	075/0-	634/0-	638/1-
سیک رهبری	221/1	011/5	012/0-	079/0-	644/0-	528/1-
فرهنگ سازمانی	115/1	000/5	075/0	385/0	158/0-	395/0-
کارآفرینی سازمانی	233/1	000/5	069/0	352/0	138/0-	392/0-
چند متغیره					558/2	667/1

آزمون فرضیه‌های پژوهش

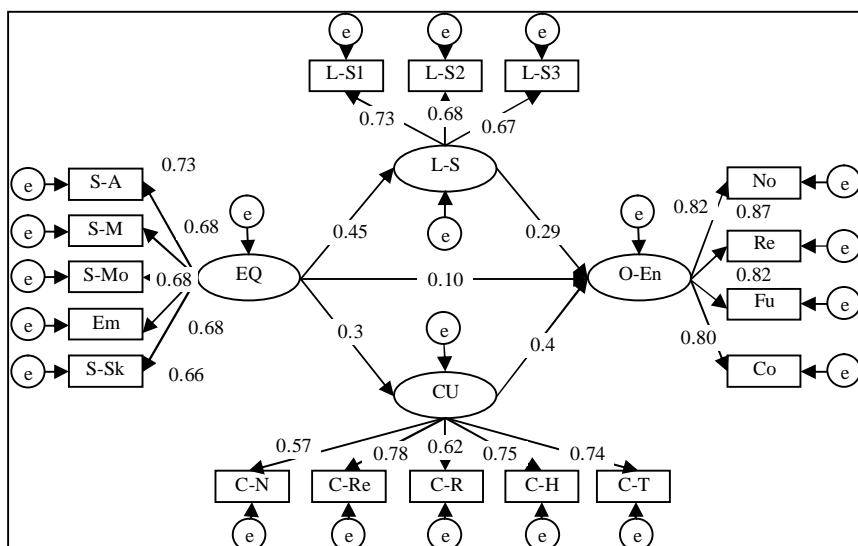
برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد که با استفاده از نرم‌افزار Amos 22 مدل طراحی شده، مورد آزمون قرار گرفت. نتایج آزمون

در نمودار شماره (2) نشان داده شده است.

همچنین با توجه به شاخص‌های برازش شده‌ی مدل در جدول شماره (8) می‌توان نتیجه گرفت که مدل معادلات ساختاری برازش مناسب دارد.

جدول 8. شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری

AGFI	GFI	RFI	IFI	CFI	NFI	RMSEA	X2/df	مدل معادلات ساختاری
>0/9	>0/9	>0/9	>0/9	>0/9	>0/9	<0/07	<3	میزان قابل قبول
91/0	89/0	91/0	91/0	90/0	89/0	05/0	54/1	مقادیر محاسبه شده



نمودار 2. مدل معادلات ساختاری در حالت استاندارد

در ادامه با توجه به اینکه مدل معادلات ساختاری الگوی پژوهش تأیید شده است، به بررسی فرضیه‌های پژوهش با استفاده از ضرایب تأیید، مقادیر بحرانی و سطح معناداری هریک از ضرایب تأیید در قالب جدول شماره (9) پرداخته می‌شود.

جدول 9. بررسی فرضیه‌های پژوهش

نتیجه	خطای استاندارد	عدد معناداری	سطح معناداری	ضریب استاندارد	فرضیه‌ها
فرضیه رد می‌شود	097/0	354/1	176/0	100/0	هوش هیجانی ---> کارآفرینی سازمانی
فرضیه تأیید می‌شود	105/0	834/4	***	454/0	هوش هیجانی ---> سبک رهبری
فرضیه تأیید می‌شود	075/0	209/5	***	365/0	هوش هیجانی ---> فرهنگ سازمانی

فرضیه تأیید می‌شود	077/0	545/7	***	473/0	فرهنگ سازمانی --- کارآفرینی سازمانی
فرضیه تأیید می‌شود	091/0	701/3	***	288/0	سبک رهبری --- کارآفرینی سازمانی
فرضیه تأیید می‌شود	089/0	212/4	***	303/0	هوش هیجانی --- سبک رهبری --- کارآفرینی سازمانی
فرضیه تأیید می‌شود	089/0	212/4	***	303/0	هوش هیجانی --- فرهنگ --- کارآفرینی سازمانی

بحث و نتیجه

بررسی یافته‌های تحقیق درباره‌ی فرضیه‌ی اول نشان می‌دهد، هوش هیجانی مدیران شرکت گاز به صورت مستقیم تاثیر معناداری بر کارآفرینی سازمانی ندارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد که میزان هوش هیجانی مدیران شرکت در حد متوسط بوده که در بین ابعاد آن، خودآگاهی مدیران از احساسات خود و خودتنظیمی آنها، قوی‌ترین و مهارت اجتماعی و هم‌دلی، ضعیف‌ترین بُعد هوش هیجانی مدیران بوده و میزان کارآفرینی سازمانی شرکت در سطح بالقوه‌ی کارآفرین می‌باشد. یافته‌های این بخش با نتایج پژوهش‌های گرکان و همکاران (2011)، زمپتکیس و همکاران (2009) و برون‌دین و همکاران (2007)، بار آن (2005)، عباس‌پور و همکاران (1390) هم‌سو نیست.

بررسی یافته‌های تحقیق درباره‌ی فرضیه‌ی دوم نشان می‌دهد، هوش هیجانی مدیران شرکت گاز به صورت مستقیم بر سبک رهبری آنها تاثیر معناداری دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد که مدیران شرکت از سبک رهبری مبادله‌ای در حوزه‌ی مدیریتی خود استفاده می‌کنند. به نظر می‌رسد که ضعف مدیران در برقراری روابط اجتماعی و عدم هم‌دلی با کارکنان باعث شده که مدیران شرکت توانایی الهام‌بخشی و ایجاد انگیزه در پرسنل به منظور تحقق اهداف سازمانی را نداشته و تلاش می‌کنند با سبک رهبری مبادله‌ای کارکنان را در مسیر تحقق اهداف سازمانی هدایت کنند. یافته‌های این بخش با نتایج پژوهش‌های پایمر (2001)، گنورگی (2000) و مرتضوی و همکاران (1389) سازگاری دارد.

بررسی یافته‌های تحقیق درباره‌ی فرضیه‌ی سوم نشان می‌دهد، هوش هیجانی مدیران شرکت گاز به صورت مستقیم بر فرهنگ سازمانی تاثیر معناداری دارد. همچنین شاخص‌های فرهنگ سازمانی غالب شرکت شامل؛ خلاقیت و نوآوری متوسط،

خطرپذیری متوسط، توجه به اعضا در حد متوسط، تیم محوری در سطح پایین و نتیجه محوری در سطح بالا می‌باشد. با توجه به نتایج، به نظر می‌رسد که ضعف مدیران در برقراری روابط اجتماعی و میزان خودانگیزی کم مدیران منجر به کاهش میزان خلاقیت و نوآوری، خطرپذیری، توجه به اعضا و تیم محوری شده است. یافته‌های این بخش با نتایج پژوهش‌های هیسریچ و همکاران (2007)، رضایی و همکاران (1390) و شهرکی‌پور و همکاران (1389) سازگاری دارد.

بررسی یافته‌های تحقیق درباره‌ی فرضیه‌ی چهارم نشان می‌دهد، فرهنگ سازمانی شرکت گاز به صورت مستقیم بر کارآفرینی سازمانی تاثیر معناداری دارد. با توجه به نتایج به دست آمده، به نظر می‌رسد وجود فرهنگ غالب با ویژگی‌های؛ خلاقیت و نوآوری، خطرپذیری و توجه به اعضا در حد متوسط، تیم محوری در سطح پایین و نتیجه محوری در سطح بالا باعث شده که مدیران و کارکنان شرکت تمایل چندانی به ایده‌پردازی و خلاقیت در سازمان نداشته و نسبت به کارآفرینی در سطح سازمان اقدام نکنند. یافته‌های این بخش با نتایج پژوهش‌های حیدری و همکاران (1390) و شهرکی‌پور و همکاران (1389) سازگاری دارد.

بررسی نتایج تحقیق درباره‌ی فرضیه‌ی پنجم نشان می‌دهد، سبک رهبری در شرکت گاز بر کارآفرینی سازمانی تاثیر معناداری دارد. با توجه به نتایج، به نظر می‌رسد که به دلیل استفاده نکردن از سبک رهبری تحول‌آفرین در شرکت، مدیران توانایی ایجاد انگیزه در کارکنان و الهام بخشی و ترغیب آنها در جهت کارآفرینی در سازمان را نداشته‌اند و با توجه به سبک مبادله‌ای استفاده شده توسط بیشتر مدیران، کارکنان تنها در حد وظایف خود و اینکه نیاز به پاسخ‌گویی در قبال عملکرد خود نداشته باشند، فعالیت می‌کنند. یافته‌های این بخش با نتایج پژوهش‌های بیک زاد و همکاران (1390) و سید حسینی (1387) سازگاری دارد.

بررسی نتایج تحقیق درباره‌ی فرضیه‌های ششم و هفتم نشان می‌دهد، هوش هیجانی مدیران در شرکت گاز به صورت غیرمستقیم و از طریق اثر میانجی‌گری سبک رهبری و فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر معناداری دارد. با توجه به نتایج به دست آمده

به نظر می‌رسد که ضعف مدیران در برقراری روابط اجتماعی قوی و عدم هم‌دلی با کارکنان شرکت و خود انگیزشی پایین آنها باعث شده که از یک سو مدیران شرکت قادر به الهام بخشی و ایجاد انگیزه در کارکنان به منظور تحقق اهداف شرکت نبوده و تلاش می‌کنند از سبک رهبری مبادله‌ای استفاده کنند و از سوی دیگر این ضعف مدیران باعث شده که فرهنگ سازمانی حاکم بر شرکت از نظر میزان خلاقیت و نوآوری، خطرپذیری، توجه به اعضا و تیم محوری در حد متوسط به پایین باشد. وجود سبک رهبری و فرهنگ سازمانی نامناسب با ویژگی‌های بیان شده در نهایت منجر به عدم کارآفرینی کارکنان شرکت گاز در سطح سازمان شده است.

پیشنهادها

بر اساس نتایج به دست آمده پیشنهادهای اجرایی زیر برای مدیران آن شرکت بیان می‌شود:

1. مدیران شرکت با کسب مهارت‌های اجتماعی بالا و برقراری ارتباط قوی با کارکنان خود و همچنین ایجاد حس هم‌دلی بیشتر بین خود و کارکنان تحت امر، در راستای افزایش میزان هوش هیجانی خود اقدام کنند.
2. مدیران شرکت گاز اصفهان می‌توانند با افزایش میزان هوش هیجانی خود از طریق پیشنهاد ارایه شده در بند اول، نسبت به استفاده از سبک رهبری تحول‌آفرین در حوزه‌ی مدیریتی خود اقدام کرده تا از این طریق بتوانند با ایجاد انگیزه‌ی بیشتر در کارکنان تحت امر و الهام‌بخشی به آنها، کارکنان را ترغیب به کارآفرینی در سطح سازمان کرده و در راستای تحقق اهداف بیش از انتظار شرکت قدم بردارند.
3. مدیران شرکت می‌توانند با افزایش میزان هوش هیجانی خود از طریق پیشنهاد ارایه شده در بند اول، نسبت به ایجاد فرهنگ سازمانی با ویژگی‌های خلاقیت و نوآوری، خطرپذیری، تیم‌محوری و توجه به کارکنان در سطح بالا در شرکت خود اقدام کنند تا از این طریق شرایط لازم برای کارآفرینی در سازمان را به وجود آورده و کارکنان را ترغیب به ایجاد تیم‌های مستقل و خلاق کنند تا به کارآفرینی در سطح سازمان بپردازند.

منابع

- ابراهیم پور، ح. و صالحی صدقیانی، ج. و خلیلی، ح. (1390). بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی و عملکرد تجاری شرکت پتروشیمی تبریز. فصلنامه پژوهش‌های مدیریت عمومی، 4(13)، صص 121-138.
- احمدپورداریانی، م. (1390). کارآفرینی (تعاریف و الگوها)، تهران: نشر پردیس، چاپ دهم.
- آقایار، س. و شریفی درآمدی، پ. (1386). هوش هیجانی سازمانی. اصفهان: انتشارات سپاهان.
- آقای، ص. (1388). سازمان‌های کارآفرین. تهران: مدیریت دولتی، چاپ پنجم.
- امیری، ی. (1389). بررسی رابطه بین هوش هیجانی و کارآفرینی کارکنان دستگاه‌های اجرایی شهر شیراز. اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی، (27 و 28 بهمن).
- بیگ‌زاد، ج. و صدقی، ر. و رنجبران، ه. (1390). بررسی تاثیر سبک‌های رهبری تحول‌آفرین، عدم مداخله و تبادل مدیریت بر میزان کارآفرینی سازمانی. فصلنامه علوم مدیریت ایران، 2(8)، صص 31-73.
- پرتونیا، س. (1391). اهمیت و جایگاه کارآفرینی در سازمان‌ها. پایگاه مقالات علمی مدیریت، قابل دسترسی از سایت: www.SYSTEM.parsiblog.com.
- حیدری، ح. و پاپ‌زن، ع. و دارابخانی، ر. (1390). رابطه بین فرهنگ سازمانی و ابعاد کارآفرینی سازمانی. فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، 1(3)، صص 146-166.
- سیدحسینی، م. (1387). شناسایی عوامل و شاخص‌های اولویت‌دار جهت دستیابی به سازمان‌های کارآفرین در کشور. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علم و صنعت تهران.
- شهرکی پور، ح. و ندری، خ. و شیرمحمدی، ر. (1389). بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه لرستان. فصلنامه علمی پژوهشی

تحقیقات مدیریت آموزشی، 2(4)، صص 110-121.

عباس پور، ق. و چراغعلی، م. و رحمانی، م. (1390). مطالعه رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی مدیران صنایع لاستیک و پلاستیک شهر تهران. اس آی دی، 1(2)، صص 27-34.

کاظمی، ر. و قاسمی، ح. و رستم بخش، م. (1390). شناسایی و تحلیل موانع رفتاری کارآفرینی سازمانی در سازمان تربیت بدنی (وزارت ورزش) کشور. پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی، 1(2)، صص 89-99.

کمالیان، ا. و فاضل، ا. و احمدی، ر. (1388). بررسی رابطه ی هوش هیجانی و میزان کارآفرینی دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان. توسعه کارآفرینی، 3(11)، صص 127-146.

گلشنی، ج. (1390). رابطه بین سبک‌های رهبری تحولی، تبادلی و تکلیف‌گرایی مدیران با تعهد سازمانی کارکنان اداره تربیت بدنی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی.

رابینز، ا. (2000). رفتار سازمانی. ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی (1381)، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

رضایی، م. (1389). تبیین ابعاد فرهنگ سازمانی اثربخش با توجه به رسالت‌های نوین آموزش عالی به منظور ارائه یک مدل مناسب برای دانشگاه آزاد اسلامی. رساله دکتری واحد علوم و تحقیقات تهران.

رضایی، م. و صابری، ب. و دهقانی، ا. (1390). رابطه هوش هیجانی و فرهنگ و فرسودگی شغلی دانشگاه آزاد اسلامی شیراز واحد داراب. پیام مدیریت، 3(34)، صص 123-135.

مرتضوی، س. و ناظمی، ش. و فخرآباد، ص. (1389). بررسی رابطه بین هوش عاطفی و سبک رهبری. فصلنامه مدرس علوم انسانی ویژه نامه مدیریت، 3(7)، صص 98-110.

میرغفوری، ح. و تورانلو صیادی، ح. و فهیمی، س. (1387). شناسایی موانع موثر بر فعالیت‌های زنان کارآفرین استان یزد. مجله علمی پژوهشی مطالعات زنان، 1(2)، صص 67-79.

هادی زاده مقدم، ا. و فرجیان، م. و مرتضوی، ر. (1388). بررسی تأثیر گذاری هوش عاطفی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان با لحاظ کردن نقش تعهد عاطفی. پیام مدیریت، 3(28)، صص 103-112.

- Aktan, B. & Bulut, C.(2008). Financial Performance Impacts of Corporate Entrepreneurship in Emerging Markets: A Case of Turkey. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, Vol. 12, pp. 69-79.
- Antonic, B. & Hisrich, R.D.(2003). Clarifying the entrepreneurship concept. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol.10.No.1, pp. 7-24.
- Bar-On, R.(2005). *The Bar-On model of emotional-social intelligence*. *Psicothema*, Vol. 18 No. 1, pp. 13-25.
- Bass, B.M., Juny, D.I.(2005). Re-examining the components of transformational and transactional leadership using the multifactor leadership questionnaire. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*; No.72.
- Brundin, E. & et al.(2007). Managers' emotional displays and 42. employees' willingness to act entrepreneurially. *Journal of Business Venturing*, doi:10,1016.
- Brice, J.(2002). The Role of Personality Dimensions and Occupational Preferences on the formation of Entrepreneurial Intentions. *Mississippi: The Mississippi State University Press*.
- Dincer, H. & Gencer, G. & Orhan, N.(2011). The Significance of Emotional Intelligence on the Innovative Work Behavior of Managers as Strategic Decision-Makers. *Procedia Social and Behavioral Sciences* ,p: 909–919.
- Dimitratos, P. et al.(2004). The relationship between entrepreneurship and international performance: the importance of domestic environment. *International Business Review*, Vol. 13, pp. 19-41.
- Doherty, A.Y.(2007). Transformational and transactional leadership in interuniversity athletics management. *Journal of Sport Management*; No.10.
- Gorkan, A. & Franziska, L. & Tomas, C.P.(2011). Personality and Individual Differences 51 Department of Psychology. *Goldsmiths, University of London, London, UK Department of Psychology, UCL, UK1028–1033*.
- Golman, D. (2004). *What makes a leader?*. Harvard Business Review. www.shu.ac.uk/research.integralexcellence
- George, J.(2000). Emotions and leadership: The role of emotional intelligence. *Human Relations*, No.53.
- Jordan, P. J. & Ashkanasy, N.M. & Hartel, C. E. J.(2002). Emotional

- Intelligence as a Moderator of Emotional and Behavioral Reactions to Job Insecurity. *Academy of Management Review*, Vol. 27, pp: 361-72.
- Judge, T.A.(2000). Five-factor model of personality and transformational leadership. *Journal of Applied Psychology*; No.85.
- Heinonen, J. (2005). Entrepreneurship– An opportunity for academics, A case study of a training programme for bioscience researchers. *Paper presented in the RENT XIX Conference in Naples, Italy, November 17–18, 2005*.
- Hornsby, J.S. & Kuratko, D.F. & Zahra, S.(2002). Middle managers, perception of the internal environment for corporate Entrepreneurship: assessing a measurement scale. *Journal of business venturing*. Vol 32, pp: 210-221.
- Hisrich, R.D. & Langan-Fox, J. & Grant, S.L.(2007). Entrepreneurship research and practice: A call to action for psychology. *American Psychologist*, pp: 575-589.
- Kuratko, D.F. & Hodgetts, R.M.(2001). *Entrepreneurship: a contemporary approach(5th ed)*. Fort worth: harcourt coll.
- Moughli, E.(2007). Design transformative leadership pattern in administrative organizations in Iran. *Allameh Tabatabai University, faculty of Accounting & Management, PhD thesis*.
- Mumford, M.D. & Zaccaro, S.J. & Johnson, J.F.(2000). Threlfall K.V. Patterns of leader characteristics: Implications for performance and development. *Leadership Quarterly*; No.11.
- Paimier, B.(2001). Emotional intelligence and effective leadership. *Leadership and Organizational Development Journal*, Vol.22, No.1.
- Salovey, P. & Mayer, J.D.(2000). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition, and Personality*, Vol. 9 No. 3, pp. 185-211.
- Trinidad, D. R.(2002). The association between emotional intelligence and early adolescent tobacco and alcohol use. *Personality and Individual Differences*, 32, 95-105.
- Yonggui, W. & Xiao, Z.(2008). Operationalization of corporate entrepreneurship and its performance implications in China: An empirical study. *International Conference Technology Management and Innovation in China: Challenges and Opportunities in the 21st Century*, October.
- Zampetakis, A. & Leonidas, A. & Moustakis, B.(2009). Panagiotis Beldekos a, Vassilis S. Moustakis, entrepreneurship within organisations: The role of trait Emotional Intelligence and Perceived Organisational. *Support European Management Journal: 27, 165– 175*.