



رابطه هوش فرهنگی، هوش هیجانی و خودکارآمدی شغلی با میزان کارآفرینی سازمانی

معلمان آموزش و پرورش شهرستان سرپل ذهاب

آرش محمدی میولی^۱، دکتر کاظم حسنی^۲، دکتر سوسن لایبی^۳

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد علوم تربیتی گرایش برنامه ریزی آموزشی (عهده دار مکاتبات) arashmohammadi1920@gmail.com

^۲ استادیار، گروه علوم تربیتی، دانشگاه پیام نور، (نویسنده مسئول) k.hasanipnu.ac@gmail.com

^۳ استادیار، گروه مدیریت آموزشی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران susanlaei@gmail.com

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه هوش فرهنگی، هوش هیجانی و خودکارآمدی شغلی با میزان کارآفرینی سازمانی معلمان آموزش و پرورش شهرستان سرپل ذهاب بود. روش این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی بود. جامعه آماری این پژوهش کلیه جامعه آماری کلیه معلمان آموزش و پرورش شهرستان سرپل ذهاب در سال تحصیلی ۹۶-۱۳۹۵ می باشند که تعداد آنها حدود ۱۴۰۰ نفر بودند. نمونه آماری ۳۰۰ نفر از معلمان آموزش و پرورش شهرستان سرپل ذهاب مذکور بر اساس نمونه گیری تصادفی و از طریق فرمول کوکران انتخاب شدند. ابزارهای مورد استفاده در این پژوهش پرسشنامه هوش فرهنگی آنگ و همکارانش (۲۰۰۷)، آزمون هوش هیجانی برادبری و گریوز (۱۹۹۹)، خودکارآمدی شغلی اترخت (۲۰۰۲) و رفتار کارآفرینانه در سازمان مقیمی (۱۳۹۰) می باشد. یافته‌ها با استفاده از روش ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه نشان داد که بین هوش فرهنگی با میزان کارآفرینی سازمانی معلمان رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد ($p = 0.032$ و $r = 0.41$). بین هوش هیجانی با میزان کارآفرینی سازمانی معلمان رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد ($p = 0.032$ و $r = 0.36$). بین خودکارآمدی شغلی با میزان کارآفرینی سازمانی معلمان رابطه مثبت و معنی داری مشاهده می شود ($p = 0.0001$ و $r = 0.63$). متغیرهای خودکارآمدی شغلی، هوش فرهنگی و هوش هیجانی به ترتیب پیش بینی کننده کارآفرینی سازمانی معلمان می باشند.

واژه‌های کلیدی: هوش فرهنگی، هوش هیجانی

، خودکارآمدی شغلی ، کارآفرینی سازمانی

مقدمه

پیش بینی و توضیح اثربخشی تعاملات بین فرهنگی، یک سابقه و پیشینه ی قوی در رشته ها و شاخه های مختلف از جمله در ارتباطات بین فرهنگی، روان شناسی بین فرهنگی و مدیریت بین الملل دارد. مطالعات زیادی به این تاییدیه اشاره کرده اند که بعضی افراد شاید ویژگیهایی داشته باشند که به آنها اجازه می دهد درآموریت‌های برون مرزی یا خیلی کلی تر در تعاملات میان فرهنگی کارتر و مؤثرتر باشند. مفهوم هوش فرهنگی که در ادبیات تجارت بین المللی ارائه شده است، یک طرح و ایده می باشد که زمانش فرا رسیده است. مفاهیمی که این ایده رامنعکس می کنند عادات فکری جهانی (ذهنیت جهانی) یا شایستگی بین فرهنگی، برای مدتهای طولانی وجود داشته اند (توماس^۱، ۲۰۰۵).

هوش فرهنگی به ساختاری برای بیان این سؤال مشترک در بین تعداد زیادی از مدیران منابع انسانی بین المللی، ایجاد شده است: چرا بعضی افراد که گاهی اوقات به نظر می رسد فاقد مهارتهای اجتماعی در فرهنگ خودشان هستند، به آسانی و با سرعت و به صورتی کامل با فرهنگهای جدید منطبق می شوند، در صورتیکه دیگر افراد، حتی آنهایی که مهارتهای بین فردی بالایی در داخل فرهنگهای خودشان دارند، اینگونه نیستند؟ در پاسخ به نیاز درک تفاوت‌های فردی در تطبیق پذیری فرهنگی، ارلی^۲ (۲۰۰۳)، هوش فرهنگی را به عنوان یک ویژگی و خصیصه فردی و نویدبخش ارائه کردند. هوش فرهنگی مفاهیم مختلفی دارد که می تواند به عنوان تکمیل کننده ی یکدیگر

¹ Thomas

² Early

این مقاله برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد می

باشد