

The Relationship Between Emotional Intelligence And Organizational Commitment With Creativity And Innovative Behavior of Experts In Agriculture Jihad Organization of Hamedan Province

SAEID KARIMI^{1*}, FARZANEH AHMADI MALEK², AHMAD YAGHOUBI FARANI³

1, Associate professor, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran

2, Master student, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran

3, Associate professor, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran

(Received: Dec. 1, 2020- Accepted: Oct. 10, 2021)

ABSTRACT

The main objective of this study was to examine the relationship of emotional intelligence and organizational commitment with agriculture experts' creativity and innovative behavior. The statistical population included all experts in Agriculture Jihad Organization of Hamedan Province (N=400). Totally 187 agriculture experts were selected as sample using proportional stratified sampling method. Data were collected through a questionnaire. The content and face validity of the questionnaire was confirmed by a panel of experts and its reliability was confirmed and evaluating measurement model and using Cronbach's alpha. The results of structural equation modelling indicated that emotional intelligence and organizational commitment were directly and positively related to experts' creativity and innovative behavior. The mediation analysis revealed that emotional intelligence was also indirectly related to experts' creativity and innovative behavior through organizational commitment. In sum, the research model was able to explain about 36% and 30% of the variance in employees' creativity and innovative behavior, respectively. Totally, the results of this research showed that attention to experts' emotional intelligence and organizational commitment can influence their creativity and innovative behavior, and therefore their improvement should be considered by managers.

Keywords: Creativity, Innovative behavior, Emotional intelligence, Organizational commitment, Agriculture Jihad Organization

Extended abstract

Objectives

Today, creativity and innovation are vital for the survival and success of organizations. Due to this, research on employees' creativity and innovation has gained popularity in the areas of organizational Behaviour and psychology. Numerous individual and organizational factors affect employees' creativity and innovation. The main objective of this study was to examine the relationship of emotional intelligence and organizational commitment with agriculture experts' creativity and innovative behavior.

Methods

In terms of purpose, the present study was an applied research and was conducted through descriptive-survey method. The statistical population included all experts in Agriculture Jihad Organization of Hamedan Province (N=400). Data were collected through a questionnaire from 178 agriculture experts. Employees' emotional intelligence was measured using the scale of Wong and Law (2002). Four items adopted from Chang and Choi (2007) were used to measure organizational commitment. Employees' creativity was measured using six items from the scale developed by Zhou

and George (2001). Finally, seven items obtained from Scott and Bruce, (1994) were used to test innovative behavior. All items are measured on a 5-point Likert scale (1 =strongly disagree to 5= strongly agree). The content and face validity of the questionnaire was confirmed by a panel of experts and its reliability was confirmed and evaluating measurement model and using Cronbach's alpha coefficient ($0.76 < \alpha < 0.91$). Data were then analyzed using partial least squares structural equation modelling with SmartPLS 3.0 software.

Results

The measurement and structural models were evaluated through PLS-SEM. The measurement model exhibited adequate model fit. The results of structural equation modelling indicated that emotional intelligence and organizational commitment were directly and positively related to experts' creativity ($\beta_{EI} = 0.28, p < 0.05$; $\beta_{OC} = 0.46, p < 0.05$) and innovative behavior ($\beta_{EI} = 0.35, p < 0.01$; $\beta_{OC} = 0.31, p < 0.05$). The mediation analysis revealed that emotional intelligence was also indirectly related to experts' creativity ($\beta = 0.11, p < 0.05$) and innovative behavior ($\beta = 0.12, p < 0.05$) through organizational commitment. In sum, the research model was able to explain about 36% and 30% of the variance in employees' creativity and innovative behavior, respectively.

Discussion

Employees' creativity and innovation have received much attention in recent years from governments, organizations and researchers. Creativity and innovation help to improve performance and competitiveness of organizations. Therefore, organizations must take the necessary measures to promote and stimulate their employees creative and innovative behaviors. However, creativity and innovation are very complex phenomena that are influenced by different individual and environmental factors. The aim of this study was to investigate the relationship between emotional intelligence, organizational commitment and creativity and innovation of agriculture experts in Agriculture Jihad Organization of Hamedan Province. The results showed that there is a positive and significant relationship between emotional intelligence and creativity and innovation of experts. This finding means that employees with higher emotional intelligence are likely to have higher creative and innovative performance. These results are consistent with the results of previous research. In addition, the results indicated that organizational commitment has a positive and significant effect on experts' creative and innovative performance. The results are consistent with previous studies in the literature. Based on the results, people with higher emotional intelligence have a significant capacity for commitment, acceptance of responsibility and an ethical framework. They want to achieve results that are needed not only for themselves but also for others and the organization. The results of this study suggested that managers should consider taking measures to increase employees' emotional intelligence and organizational commitment, so as to enhance their creativity and innovative behavior. To do so, managers can implement training programs aimed at increasing employees' emotional intelligence or help them practice emotion regulation strategies such as situation selection or cognitive reappraisal (changing how one thinks about a situation in order to change how one feels). Also, it is suggested that managers pay more attention to organizational commitment and by adopting strategies such as creating appropriate and fair systems of encouragement and punishment, respect and attention to individuals and their participation in decisions help improve employees' organizational commitment.

رابطه ی هوش هیجانی و تعهد سازمانی با خلاقیت و رفتار نوآورانه ی کارشناسان در سازمان جهاد کشاورزی استان همدان

سعید کریمی^{۱*}، فرزانه احمدی ملک^۲، احمد یعقوبی فرانی^۳

۱، دانشیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

۲، دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

۳، دانشیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۹/۱۱ - تاریخ تصویب: ۱۴۰۰/۷/۱۸)

چکیده

امروزه در سازمان ها خلاقیت و نوآوری اهمیت زیادی پیدا کرده است. عوامل فردی و سازمانی متعددی بر خلاقیت و نوآوری کارکنان تاثیر دارد. هدف اصلی این پژوهش، بررسی رابطه هوش هیجانی و تعهد سازمانی با خلاقیت و نوآوری کارشناسان در سازمان جهاد کشاورزی استان همدان بود. جامعه آماری این پژوهش را کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان همدان و ادارات وابسته ی آن تشکیل می دادند ($N=400$) که از این میان تعداد ۱۷۸ تن با بهره گیری از روش نمونه گیری طبقه ای با انتساب متناسب به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. داده های پژوهش با استفاده از پرسشنامه گردآوری شد. روایی ظاهری و محتوایی پرسشنامه با نظر متخصصان و پایایی آن نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ارزیابی و تایید شد. نتایج مدل یابی معادلات ساختاری نشان داد که هوش هیجانی و تعهد سازمانی با خلاقیت و رفتار نوآورانه کارشناسان رابطه مثبت و مستقیم دارند. به علاوه، تحلیل میانجی نشان داد که هوش هیجانی از طریق تعهد سازمانی، به طور غیرمستقیم با خلاقیت و رفتار نوآورانه کارشناسان رابطه دارد. مدل تحقیق توانست حدود ۳۶ درصد واریانس در خلاقیت و حدود ۳۰ درصد واریانس در رفتار نوآورانه کارشناسان را تبیین کند. به طور کلی، نتایج این پژوهش نشان داد که توجه به هوش هیجانی و تعهد سازمانی کارشناسان می تواند بر افزایش خلاقیت و رفتار نوآورانه ی آنها تاثیرگذار باشد و بنابراین بهبود آنها باید مد نظر مدیران سازمان قرار گیرد.

واژه های کلیدی: خلاقیت، رفتار نوآورانه، هوش هیجانی، تعهد سازمانی، سازمان جهاد کشاورزی

مقدمه

رشد و توسعه سازمان ها در محیط پیچیده، رقابتی و متغیر کنونی بستگی به توانایی کارکنان به تولید ایده های ناب و انتخاب و اجرای بهترین آنها دارد. به عبارت دیگر، خلاقیت (یا تولید ایده) و نوآوری (یا اجرای ایده) برای توسعه و موفقیت سازمانی ضروری هستند (Anderson et al., 2014) و تاثیر مهمی بر بهبود عملکرد سازمانی

دارند (Wang & Dass, 2017; Gilson, 2008). به همین دلیل، در چند دهه گذشته، تحقیقات سازمانی به منظور شناخت نحوه ی بهبود و ارتقای خلاقیت و نوآوری در محیط کار، بر شناسایی پیشایندهای این سازه ها تمرکز کرده اند (Zhou & Hoever, 2014; Lee et al., 2020; Anderson et al., 2014; Chen et al., 2013; Li et al., 2017; Tang et al., 2019). علی رغم این که مطالعات

سازمان‌های دولتی در کشور ما از جمله سازمان جهاد کشاورزی به دلایلی چند، همپا و به موازات سیستم‌های پیشرفته روز دنیا نبوده است و باید بپذیریم که متأسفانه از این حیث، فاصله بزرگی با آن پیدا نموده‌ایم که ضروری است هرچه سریع‌تر نسبت به همگام شدن با تحولات روز و مدرن و کم کردن فاصله مذکور با افزایش سطح رفتارهای نوآورانه و ایجاد محیط خلاقانه در بین کارکنان، اقدام نماییم (Movahedi et al., 2017). یکی از پیش-نیازهای سازمان پیشرو و نوآور، داشتن کارکنان خلاق و نوآور است. تاکنون پژوهش‌های بسیاری برای بررسی عوامل مؤثر بر خلاقیت و نوآوری افراد و گروه‌های مختلف در داخل و خارج از کشور انجام شده است؛ اما در حوزه کارکنان و کارشناسان کشاورزی به این موضوع کمتر پرداخته شده است. در این راستا، غفلت از مقولاتی همچون خلاقیت فردی، رفتار نوآورانه، هوش هیجانی و تعهد سازمانی می‌تواند در عدم تحول و تحقق توسعه پایدار و تربیت نیروهای انسانی کارآمد و به‌کارگیری صحیح توانمندی‌های بالقوه آنها در سازمان‌های مختلف، به‌ویژه سازمان‌های جهاد کشاورزی نقش مؤثری داشته باشد. بدین سبب مدیران باید توجه خاصی به پرورش کارکنان خلاق، نوآور، متعهد و دارای هوش هیجانی بالا داشته باشند چرا که داشتن چنین نیروی انسانی می‌تواند منافع بسیار زیادی را برای موفقیت و پیشرفت سازمان به‌دنبال داشته باشد. انجام پژوهش‌های بیشتر در خصوص شناسایی عوامل مؤثر بر خلاقیت و نوآوری کارشناسان، می‌تواند به سازمان و مدیران کمک می‌کند تا برای توسعه خلاقیت و رفتار نوآورانه کارشناسان کشاورزی راهبردها و برنامه‌های آموزشی مناسب و کارآمدی را تدوین و ارایه نمایند و بدین طریق زمینه مناسبی برای موفقیت، اثربخشی و بهبود عملکرد سازمان را فراهم آورند. پژوهش حاضر با پاسخ دادن به فراخوان‌های موجود برای انجام تحقیقات بیشتر درباره عوامل مؤثر بر خلاقیت و رفتار نوآورانه کارکنان (Li & Hsu, 2016)، به گسترش ادبیات تحقیق در این زمینه کمک می‌کند. هرچند که بعضی از روابط مفروض در مدل پژوهش حاضر در پژوهش‌های پیشین در کشورهای دیگر مورد بحث و بررسی قرار گرفته است، اما همه این روابط در درون یک مدل پژوهش به

مختلفی در این زمینه انجام پذیرفته، صاحب‌نظران همچنان معتقدند که این موضوع نیازمند بررسی و مطالعه بیشتر است (Anderson et al., 2014). محققان بر این باورند یکی از مهم‌ترین پیشایندهای خلاقیت و نوآوری کارکنان، هوش هیجانی می‌باشد (Furnham, 2016; da Costa et al., 2015). هیجان‌ها بر نظام شناختی فرد تأثیر می‌گذارند و آن را تغییر می‌دهند. این تغییرات نظام شناختی را وادار می‌کند تا مسائل را از جنبه‌های مختلف بررسی کند و در مورد آن عمیق‌تر و خلاقانه‌تر بیاندیشد (Mayer et al., 1999). به عبارت دیگر، رفتار خلاقانه و نوآورانه یک فرایند نظام‌مند تولید، توسعه و اجرای ایده‌هاست (Tu & Lu, 2013) که مملو از پیچیدگی و عدم قطعیت است؛ به همین دلیل، یک سرمایه‌گذاری مخاطره-آمیز برای سازمان‌ها می‌باشد. بنابراین، خودانگیزش، تطبیق و کنترل در موقعیت‌های دشوار و دیگر توانایی‌های مدیریت هیجان، هنگام اجرای رفتارهای خلاقانه و نوآورانه ضروری هستند (Lassk & Shepherd, 2013). یکی دیگر از عوامل تأثیرگذار بر خلاقیت و نوآوری کارکنان، میزان تعهد آنها به سازمان و شغل‌شان است؛ بنابراین، توجه به تعهد نیروی انسانی، چه در بخش دولتی چه در بخش خصوصی اهمیت زیادی دارد. تعهد سازمانی دیدگاهی است که میزان تطابق و تعلق فرد را به سازمان منعکس می‌نماید (Griffin, 1999). کارکنانی که دارای احساس تعهد سازمانی هستند، با اهداف و ارزش‌های سازمانی موافق هستند و تمایل بیشتری دارند تا رفتارهای فرا نقشی از خود بروز دهند (Tang et al., 2019). رفتار خلاقانه و نوآورانه هم نوعی رفتار فراتر از نقش محسوب می‌شود (Mathieu & Zajac, 1990). با توجه به آنچه بیان شد، هدف پژوهش حاضر آن است که رابطه بین هوش هیجانی و تعهد سازمانی با خلاقیت و نوآوری کارشناسان کشاورزی را در سازمان جهاد کشاورزی استان همدان بررسی کند. لازم به ذکر است که سازمان‌های دولتی فعال در بخش کشاورزی به‌ویژه سازمان جهاد کشاورزی بنا به دلایل مختلف وضعیت مناسبی نداشته و عملکرد آنها پایین‌تر از اهداف کمی مندرج در برنامه توسعه است (Karimi & Shadousti, 2018a; Rezaei et al., 2016). ناگفته پیداست که رشد و گسترش و پیشرفت

پیشایندهایی را پیدا کرد که بر هر دو سازه تاثیرگذار باشند، بسیار ارزشمند خواهد بود (Lee et al., 2020). یکی از تئوری‌های معروف در این زمینه، تئوری مولفه‌ای خلاقیت می‌باشد (Amabile & Pratt, 2016). مطابق با این تئوری، خلاقیت فردی منتج از تعامل بین فرد و محیط او می‌باشد. عوامل درون فردی مانند شخصیت و عوامل محیطی مانند عوامل سازمانی از جمله مولفه‌های مهم و موثر بر خلاقیت و نوآوری هستند. هر چند که تا کنون عوامل مختلف فردی و سازمانی (مانند ویژگی‌های شخصیتی، انگیزه درونی و جو سازمانی) موثر بر رفتار خلاقانه و نوآورانه کارکنان مورد بررسی قرار گرفته است، اما دو عامل مورد بررسی در این پژوهش یعنی هوش هیجانی و تعهد سازمانی کمتر مورد توجه محققان قرار گرفته است (Jafri, 2018). بنابر اهمیت هوش هیجانی، تاکنون مدل‌های گوناگونی از آن ارائه گردیده است (Cabello & Fernández-Berrocal, 2015; Costa & Faria, 2020). یکی از مدل‌هایی که در بررسی‌های بسیاری و از جمله در پژوهش حاضر از آن استفاده شده، مدل هوش هیجانی Wong & Law (2002) است. بر پایه‌ی این مدل، هوش هیجانی دربردارنده مؤلفه‌های ارزیابی خود ادراکی، ارزیابی احساسات دیگران، استفاده از احساسات و تنظیم احساسات است. ارزیابی خود ادراکی یعنی این که فرد درک مناسبی از احساسات شخصی خود دارد. ارزیابی احساسات دیگران یعنی فرد احساسات و ادراکات دیگران در محیط اطراف را به خوبی می‌شناسد و استفاده از احساسات یعنی فرد در شرایط مختلف حاضر است، عواطف و احساسات در محیط کاری خود را به کار گیرد و تنظیم احساسات نیز دربردارنده کنترل احساسات در شرایط زمانی مختلف برای توسعه‌ی روابط با افراد است. Wong & Law (2002) بیان می‌کنند افرادی که سطح بالایی از هوش هیجانی دارند، احتمال بیشتری دارد که از نظر روحی مثبت باشند و این امر منجر به علاقه، دلبستگی و تعهد بیشتر آنها نسبت به سازمان‌شان می‌شود.

هوش هیجانی موضوعی نسبتاً جدید برای پژوهشگران مختلف در حیطه‌های آموزشی، مدیریتی، روانشناسی و پزشکی می‌باشد. احتمالاً سالووی و مایر اولین افرادی بودند که مفهوم هوش هیجانی را ارائه دادند (Salovey

صورت همزمان و با لحاظ کردن روابط میانجی تاکنون بررسی و گزارش نشده است. یافته‌های این پژوهش از این لحاظ هم می‌تواند به ادبیات موجود کمک نماید. به طور ویژه، رابطه بین هوش هیجانی و خلاقیت و نوآوری کارکنان به قدر کافی بررسی نشده است (Hou et al., 2018). هرچند مطالعات پیشین نشان می‌دهند مدیرانی که سطح بالایی از هوش هیجانی دارند، سطح بالاتری از رفتار نوآورانه دارند (Dincer et al., 2011; Shojaei et al., 2014) و همچنین قادر هستند رفتار نوآورانه در کارکنان خود را برانگیزانند (Akgün et al., 2007; Castro et al., 2012). ولیکن شواهد اندکی در این باره وجود دارد که سطح بالای هوش هیجانی خود کارکنان چه نقشی در رفتارهای نوآورانه و خلاقانه آنان دارد. به علاوه، در ادبیات موجود اطلاعات و توضیحات اندکی درباره چگونگی و ساز و کار تاثیر هوش بر بهبود خلاقیت و رفتار نوآورانه کارکنان وجود دارد (Hou et al., 2020). بنابراین، هدف پژوهش حاضر این است که با بررسی نقش میانجی تعهد سازمانی در رابطه‌ی هوش هیجانی با خلاقیت و رفتار نوآورانه‌ی کارکنان به پر کردن خلاهای مذکور در ادبیات پژوهش کمک کند.

بر اساس یک مرور نظاممند و انتقادی که اخیراً از تعاریف موجود در ادبیات تحقیق انجام گرفته، خلاقیت و نوآوری را اینگونه تعریف کرده‌اند: "خلاقیت در محیط کار درباره فرایندهای شناختی و رفتاری به کار رفته هنگام تلاش برای تولید ایده‌های جدید و ناب می‌باشد. نوآوری در محیط کار درباره فرایندهای به کار رفته هنگام تلاش برای اجرای ایده‌های جدید می‌باشد." (Hughes et al., 2018, p. 30). بر اساس این تعریف مشخص است که خلاقیت و نوآوری دو سازه مجزا اما مرتبط هستند. خلاقیت عمده‌تاً یک فعالیت درون فردی مربوط به تولید ایده‌های جدید و مفید می‌باشد، در حالی که نوآوری عمده‌تاً یک فعالیت میان فردی مربوط به معرفی ایده‌های جدیدی (که می‌توانند از هر کسی و از هر جایی گرفته شده باشند) است که با محیط و زمینه تناسب دارند، حمایت دیگران را کسب می‌کنند و در نهایت، آن ایده‌های جدید اجرا می‌شوند. با توجه به این که خلاقیت و نوآوری اساساً با هم تفاوت دارند و تحت تاثیر پیشایندهای متفاوتی قرار دارند (Lee et al., 2020; Hughes et al., 2018)، اگر بتوان

براساس این رابطه، نوعی ثبات روانشناختی و حس همکاری و کمک به سازمان در کارمند ایجاد می‌شود و در نتیجه، کارمند را به اجرای اقداماتی، ملتزم و متعهد می‌کند که به تحقق اهداف سازمان، منجر می‌گردد (Bentein et al., 2005). تعهد سازمانی عامل مهمی برای درک رفتار کاری کارکنان می‌باشد، زیرا شامل نگرش یا گرایش نسبت به سازمان است که فرد را به سازمان پیوند می‌دهد. بنابراین، تعهد سازمانی می‌تواند به‌عنوان یک رفتار یا مجموعه‌ای از نگرش و قصد رفتاری دیده شود که میزان تاثیر مشخصی بر پیامدهای رفتاری اعضای سازمان دارد (Goulet & Frank, 2002). برای مثال، بر اساس نتایج مطالعه Karimi & Shahdoosti (2018b) در بین کارکنان جهاد کشاورزی، تعهد سازمانی نقش مثبتی در بهبود عملکرد شغلی کارکنان دارد.

به گفته Bar-On (2000) هوش هیجانی، ابزاری است که به تسریع و شکل‌گیری خلاقیت در افراد می‌انجامد. خلاقیت و نوآوری رابطه قوی با احساسات و عواطف و تجارب شخصی و اجتماعی دارد (Vygotsky, 2004). صاحب‌نظران معتقدند که خلاقیت به وسیله احساسات تولید می‌شود (Boren, 2010). بر اساس پژوهش‌های انجام شده، کارکنانی که دارای هوش هیجانی بالاتری هستند با همکاران خود رابطه بهتری دارند (Wong & Law 2002). این امر به نوبه‌ی خود منجر به تبادل بیشتر اطلاعات در بین کارکنان می‌شود که آنها را قادر می‌سازد ایده‌هایی برای مسایل مشکل تولید کنند و راه‌حل‌های نوینی برای مشکلات کاری تدوین نمایند (Al-Omari, 2017). به علاوه، کارکنانی که هوش هیجانی بالاتری دارند از آرامش روحی بیشتر و زندگی پایداری برخوردار هستند و تمرکز بیشتری دارند (Abu Bakar & Al-Sheikh 2007) و این امر به آنها کمک می‌کند تا کاربرد ایده‌های نوآورانه را ارزیابی کنند، ایده‌های نوآورانه را در محل کار به صورت سیستماتیک معرفی کرده و ایده‌های نوآورانه را به برنامه‌ای مفید تبدیل کنند (Al-Omari, 2017). همچنین، کارکنان با هوش هیجانی بالاتر مثبت‌اندیش‌تر هستند و این باعث می‌شود آنها همکاران خود را برای پذیرش ایده‌های بدیع ترغیب کنند. با مثبت‌اندیشی، کارمندان به احتمال زیاد طرز فکر و

(Mayer, 1990) آنها هوش هیجانی را زیرمجموعه‌ای از هوش اجتماعی تعریف کردند که دربرگیرنده توانایی فرد در کنترل هیجانات و احساسات خود و دیگران، توانایی تشخیص و تفکیک احساسات خود و دیگران و استفاده از این اطلاعات برای هدایت و راهنمایی افکار و رفتار خود می‌باشد. به عبارت دیگر، هوش هیجانی اشاره به فرآیندهای ذهنی دارد که در شناسایی، کاربرد، درک و مدیریت حالات هیجانی خود و دیگران برای حل مسایل و کنترل و تنظیم رفتار دخالت دارند (Mayer & Salovey, 1997). Goleman (2005) و بسیاری از محققان دیگر بر این باور هستند که نقش هوش هیجانی در موفقیت افراد بسیار بیشتر و مهم‌تر از بهره هوشی آنهاست. Nelson & Low (2003) هوش هیجانی را مهمترین عامل موفقیت در زندگی شغلی دانسته‌اند. Joyaux (2001) باور دارد که هوش هیجانی بیشتر از بهره‌ی هوشی و تجربه بر عملکرد فرد تأثیرگذار است. Lovely (2004) نیز هوش هیجانی را از ضرورت‌های هر شغلی می‌داند.

در عصر رقابتی فزاینده امروز و با توجه به محدودیت منابع، تلاش‌ها برای افزایش تعهد نیروی کار به سازمان یکی از چالش‌های کلیدی است که مدیریت یک سازمان دولتی باید به آن توجه کند (Estiningtyas & Darmanto, 2018). بنابراین یکی از مسائل مهمی که همواره سازمان‌های دولتی بر آن تاکید دارند میزان تعهد کارکنان در قبال سازمان و مسئولیت‌های کاری آنها است. تعهد سازمانی کارکنان سازمان‌های دولتی به لحاظ ویژگی‌های منحصر به فرد این سازمان‌ها، از عوامل استراتژیک در عملکرد و خدمت‌رسانی آنها به‌شمار می‌آید. بر اساس نظریه تحلیلی Meyer & Allen (1991)، تعهد سازمانی به ابعاد سه‌گانه‌ی تعهد عاطفی (بیانگر وابستگی احساسی فرد به سازمان)، تعهد مستمر (بیانگر هزینه‌های ناشی از ترک سازمان و لذا اجبار به باقی ماندن در سازمان) و تعهد هنجاری (بیانگر احساس تکلیف و دین و الزام به باقی ماندن در سازمان) تقسیم و تعریف شده است. به عبارت دیگر، تعهد سازمانی نوعی نگرش است که میزان علاقه و دلبستگی و وفاداری کارکنان نسبت به سازمان و تمایل آنان به ماندن در سازمان را نشان می‌دهد که

موجود یا پذیرفتن ریسک برای ایجاد تغییرات. افراد متعهد هم دارای یک کنجکاوی فعال هستند، علاقمند به یادگیری هستند، خواهان به چالش کشیدن وضع موجود هستند و مشتاق آزمایش روش‌ها و راهبردهای جدید هستند و این باعث می‌شود آنها تمایل بیشتری برای انجام رفتارهای نوآورانه داشته باشند (Frank, 1993). تعهد سازمانی تاثیر مثبتی بر رفتارهای نوآورانه دارد زیرا کارکنان متعهد عملکرد بهتری دارند و همیشه برای بهبود تلاش می‌کنند و تمایل بیشتری برای رفتار خلاقانه دارند (Choi et al., 2018). تعهد سازمانی به کارکنان کمک می‌کند تا کارایی یادگیری و شغلی خود را بهبود دهند و از خلاقیت و نوآوری خود استفاده کاملی کنند. به عبارتی دیگر، تعهد مثبت افراد پیش نیاز مهمی برای رفتار خلاقانه و نوآورانه افراد است (Tao Youmei et al., 2012). براساس ادبیات تحقیق، رابطه مثبتی بین تعهد سازمانی و خلاقیت و نوآوری کارکنان وجود دارد (Jafri, 2010; Tang et al., 2019; Wu & Chen, 2018). مثال، نتایج مطالعه Wu & Chen (2018) در بین کارکنان ۵۲ هتل در تایوان نشان می‌دهد که تعهد سازمانی کارکنان با خلاقیت آنها رابطه مثبتی دارد. مطالعه تانگ و همکاران (Tang et al., 2019) در بین کارکنان سازمان‌های صنعتی مختلف در کشور چین نشان داد که تعهد سازمانی کارکنان با رفتار نوآورانه آنها رابطه مثبتی دارد و نقش میانجی بین رضایت شغلی و رفتار نوآورانه ایفا می‌کند. نتایج تحقیق Hajiagha et al. (2018) در بین کارشناسان ترویج کشاورزی سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان نشان داد که تعهد سازمانی با خلاقیت فردی و سازمانی کارشناسان رابطه مثبت و معنی‌داری دارد. بنابراین، فرضیه‌های زیر ارایه می‌شود:

فرضیه ۳: تعهد سازمانی با خلاقیت کارشناسان رابطه مثبتی دارد.

فرضیه ۴: تعهد سازمانی با نوآوری کارشناسان رابطه مثبتی دارد.

با توجه به اهمیت تعهد سازمانی، محققان پیشایندهای مختلف آن را بررسی کرده‌اند که یکی از آنها هوش هیجانی می‌باشد. رابطه هوش هیجانی با تعهد سازمانی به طور گسترده‌ای در ادبیات تحقیق آورده شده است (Masrek et al., 2015; Alsughayir, 2021).

انعطاف‌پذیری گسترده‌ای از خود نشان می‌دهند. این به نوبه خود توانایی آنها را برای کسب حمایت از ایده‌های نوآورانه و تایید آنها تقویت می‌کند (Ivcevic et al., 2007).

مطالعات انجام شده بیانگر رابطه مثبت هوش هیجانی و خلاقیت است (Paek et al., 2020; Geher et al., 2017; Tu et al., 2020). مطالعه فراتحلیل da Costa et al. (2015) و همچنین، فراتحلیل Xu et al. (2019) نشان دادند که بین هوش هیجانی و خلاقیت رابطه مثبتی وجود دارد. نتایج تحقیق Darvishmotevali et al. (2018) در بین کارکنان هتل‌ها در ترکیه نشان داد که هوش هیجانی تاثیر مثبتی بر عملکرد خلاقانه کارکنان دارد. نتایج مطالعات Jafri (2018) نشان داد که هوش هیجانی کارکنان با خلاقیت آنان رابطه مثبتی دارد. نتایج تحقیقات بیانگر رابطه هوش هیجانی و نوآوری است (Yang et al., 2021). برای مثال، Li et al. (2017) در تحقیق خود گزارش کردند که ابعاد مختلف هوش هیجانی با رفتار نوآورانه کارکنان رابطه مثبتی دارد. Abubakr & Al-Shaikh (2007) با انجام یک مطالعه در بین ۵۰۰ کارمند از ۱۹ سازمان در امارات متحده عربی گزارش کردند که رابطه مثبتی بین هوش هیجانی و رفتار کاری نوآورانه کارکنان وجود دارد. Orhan & Dinçer (2012) هم رابطه مثبتی بین هوش هیجانی و رفتار کاری نوآورانه در بین کارکنان بانک‌های ترکیه‌ای گزارش کردند. مطالعه Shojaei & Emadi Siuki (2014) در بین مدیران بانک‌های خصوصی در تهران نشان داد که بین هوش هیجانی و عملکرد نوآورانه مدیران رابطه مثبتی وجود دارد. مطالعه Ghorbabi et al. (2016) در بین مدیران دانشگاه‌ها نشان داد که هوش هیجانی بر رفتار نوآورانه آنها تاثیر مثبتی دارد. بنابراین، فرضیه‌های زیر ارایه می‌شود:

فرضیه ۱: هوش هیجانی با خلاقیت کارشناسان رابطه مثبتی دارد.

فرضیه ۲: هوش هیجانی با رفتار نوآورانه کارشناسان رابطه مثبتی دارد.

عمل و اقدام متعهدانه با فرایند خلاقیت و نوآوری بسیار هم‌راستا و همسان می‌باشد. هر نوآوری نیازمند نوع جدیدی از اقدام و عمل می‌باشد: جستجوی یک روش بهتر، یادگیری از دیگران، به چالش کشیدن وضعیت

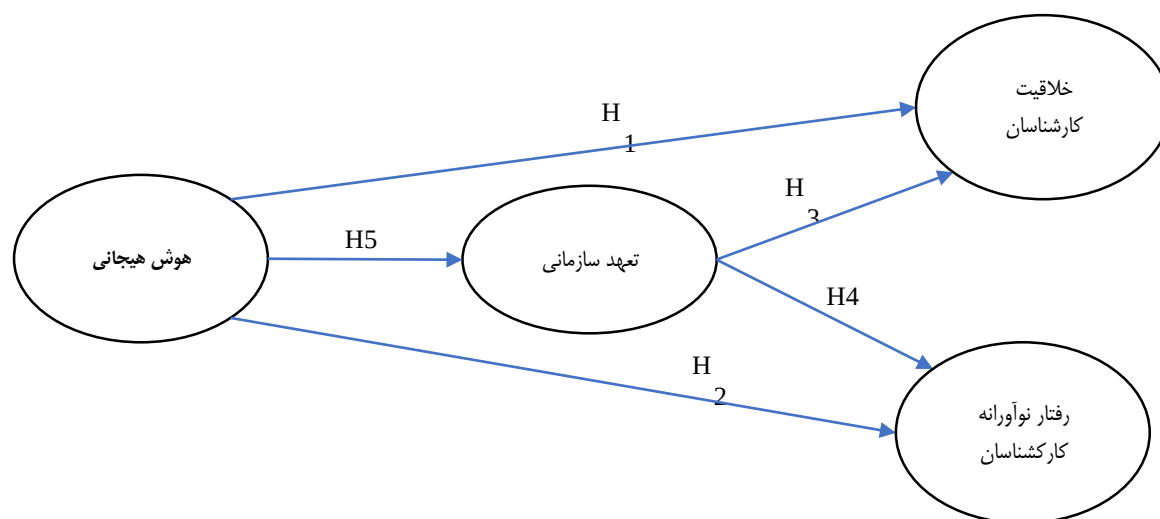
براساس چارچوب تئوریکی و فرضیات پژوهش، یک فرضیه میانجی پیشنهاد می‌شود که در آن انتظار می‌رود تعهد سازمانی رابطه بین هوش هیجانی و خلاقیت و رفتار نوآورانه را میانجی‌گری کند. به عبارت دیگر، هوش هیجانی سطح تعهد سازمانی کارشناسان را افزایش می‌دهد، سپس تعهد سازمانی خلاقیت و رفتار نوآورانه‌ی آنها را بهبود می‌دهد. هرچند این فرضیه میانجی در پژوهش‌های پیشین بررسی نشده است اما نقش میانجی تعهد سازمانی در رابطه بین متغیرهای فردی و خلاقیت و نوآوری در مطالعات مختلف بررسی شده است (Choi et al., 2018; Hajiagha et al., 2018; Tang et al., 2019). بنابراین، آخرین فرضیه به صورت زیر ارائه می‌شود:

فرضیه ۶: هوش هیجانی به طور غیرمستقیم از طریق تعهد سازمانی با (الف) خلاقیت و (ب) رفتار نوآورانه کارشناسان رابطه مثبتی دارد

با توجه به مطالب اشاره شده در بخش‌های پیشین، هدف اصلی این پژوهش بررسی رابطه هوش هیجانی و تعهد سازمانی با خلاقیت و رفتار نوآورانه کارشناسان در سازمان جهاد کشاورزی استان همدان بود. بر اساس هدف اصلی پژوهش، مرور ادبیات نظری و تجربی و فرضیات، مدل مفهومی پژوهش در قالب نگاره (۱) ترسیم شد.

Taboli (2013) بیان می‌کند کارکنانی که نمی‌توانند احساسات خود را ارزیابی و کنترل کنند، تعهد سازمانی کمتری هم دارند. هوش هیجانی با رضایت شغلی بیشتر، توانایی بالاتر کنترل استرس، گرایش بهتر نسبت به تغییر و تعهد سازمانی بالاتر رابطه دارد (Silva & Coelho, 2019; Abraham, 2000). بر این باور است که هوش هیجانی با توانایی فرد برای همکاری با دیگران رابطه قوی دارد و این رفتار تعامل اجتماعی درون سازمان را افزایش می‌دهد که در نتیجه آن تعهد سازمانی افزایش می‌یابد. نتایج تحقیق Silva & Coelho (2019) در بین کارکنان پرتغالی و نتایج مطالعه Mahanta & Goswam (2020) در بین کارکنان هندی نشان می‌دهند که هوش هیجانی تاثیر مثبتی بر تعهد سازمانی کارکنان دارد. پژوهش Bazvand et al. (2014) نشان داد که هوش هیجانی با تعهد سازمانی کارکنان اداره کل تربیت بدنی استان لرستان رابطه مثبتی دارد. تحقیق Naderi Anari (2012) در بین معلمان شهر کرمان بیانگر رابطه مثبت هوش هیجانی و تعهد سازمانی بود. بنابراین، فرضیه زیر ارائه می‌شود:

فرضیه ۵: هوش هیجانی با تعهد سازمانی رابطه مثبتی دارد.



نگاره ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و برحسب نحوه‌ی گردآوری داده‌ها از نوع توصیفی-پیمایشی و مبتنی بر مدل معادلات ساختاری با روش حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه کارشناسان ستادی کشاورزی سازمان جهاد کشاورزی استان همدان و ادارات وابسته (اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری، مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی، سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، شرکت پشتیبانی امور دام) در سال ۱۳۹۹ می‌شد ($N=400$). در PLS-SEM رایج‌ترین و سخت‌گیرترین معیار برای تعیین حداقل اندازه نمونه آماری قانون سرانگشتی ۱۰ برابر می‌باشد. مطابق با این قانون نمونه باید ۱۰ برابر بزرگتر از حداکثر روابط دریافت شده توسط هر سازه باشد (Peng & Lai, 2012). در پژوهش حاضر سازه‌ای که بیشترین روابط را دریافت کرده، به عبارت دیگر، بیشترین تعداد گویه برای سنجش آن به کار رفته، هوش هیجانی با ۱۶ گویه می‌باشد که نشان می‌دهد حداقل اندازه نمونه باید ۱۶۰ تن باشد. برای دستیابی به نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب استفاده شد. برای این امر، ابتدا سازمان جهاد کشاورزی، اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری، مرکز تحقیقات و

آموزش کشاورزی و منابع طبیعی، سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، شرکت پشتیبانی امور دام در مرکز استان همدان به عنوان طبقات هدف در نظر گرفته شده و حجم نمونه انتخابی در هر طبقه متناسب با تعداد کل کارشناسان ستادی در آن طبقه مشخص گردید. سپس، افراد به صورت تصادفی بر اساس تعداد کارشناسان ستادی در هر طبقه مورد مطالعه قرار گرفتند. به منظور افزایش دقت داده‌ها و جلوگیری از افت پرسشنامه‌ها، تعداد ۲۲۰ پرسشنامه بین کارشناسان توزیع شد که تعداد ۲۰۰ پرسشنامه گردآوری شد و در نهایت با حذف پرسشنامه‌های ناقص، تعداد ۱۷۸ پرسشنامه مبنای تجزیه و تحلیل‌های آماری قرار گرفتند. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش، پرسشنامه بود که از دو بخش ویژگی‌های فردی و جمعیت شناختی پاسخگویان و گویه‌های مربوط به هوش هیجانی، تعهد سازمانی، خلاقیت و نوآوری کارکنان تشکیل شده بود. برای سنجش متغیرهای تحقیق، از مقیاس‌های مطالعات پیشین استفاده شد (جدول ۱). همه‌ی گویه‌ها بر مبنای طیف لیکرت پنج سطحی (از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) مورد سنجش قرار گرفتند. لازم به ذکر است که روایی ظاهری و محتوایی پرسشنامه با نظر استادان و متخصصان در زمینه‌ی موضوع مورد پژوهش مورد تأیید قرار گرفت.

جدول ۱- مقیاس‌های مورد استفاده در پژوهش و پایایی آنها

مقیاس	تعداد گویه	گویه‌های نمونه	منبع	ضریب آلفا کرونباخ
رفتار نوآورانه	۷	"در محل کار، من همیشه ایده‌های جدید به دیگران ارائه می‌دهم."؛ "من فرد نوآوری هستم"	Scott & Bruce (1994)	۰/۸۷
خلاقیت	۶	"من سرشار از ایده‌های خلاقانه هستم"؛ "اگر به من فرصت داده شود، در شغل خلاقیت نشان می‌دهم"	Zhou & George (2001)	۰/۹۱
هوش هیجانی	۱۶	چهار بعد: ارزیابی احساسات خود "من درک و شناخت خوبی از احساسات خود دارم."، ارزیابی احساسات دیگران "من عواطف و احساسات دیگران را به خوبی درک می‌کنم."، کاربرد احساسات "من همیشه به خودم می‌گویم که فرد لایق و شایسته‌ای هستم" و تنظیم احساسات "من کنترل خوبی بر احساسات و هیجانات خودم دارم."	Salovey & Mayer, (1990)	۰/۷۶
تعهد سازمانی	۴	"من با دیگران با افتخار درباره این سازمان صحبت می‌کنم."؛ "من نسبت به این سازمان احساس تعلق خاطر دارم."	Chang & Choi (2007)	۰/۸۲

ندارد. در پیش‌بینی و پشتیبانی از مدل‌های پیچیده که شامل روابط مستقیم و غیرمستقیم هستند، توانایی خوبی دارد (Hair et al., 2017).

یافته‌ها

یافته‌های پژوهش نشان داد سن پاسخگویان بین ۳۰ سال تا ۶۷ سال قرار داشت و میانگین سنی آنها ۴۳ سال بود. از ۱۷۸ شرکت کننده، ۱۲۳ نفر (۶۹ درصد) مرد بودند و ۵۵ نفر (۳۱ درصد) زن بودند. از نظر سطح تحصیلات، حدود ۴ درصد کاردانی، ۳۴ درصد کارشناسی، ۴۳ درصد کارشناسی ارشد و ۱۹ درصد دکتری داشتند. سابقه شغلی آنها بین ۱ تا ۳۴ سال متغیر بود و میانگین سابقه شغلی آنها ۱۸ سال بود (جدول ۱).

در این پژوهش، از تکنیک آماری مدل‌سازی معادلات ساختاری با روش حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) و با کمک نرم افزار آماری Smart PLS 3.2.8 که یکی از پر کاربردترین نرم‌افزارهای مدل‌سازی معادلات ساختاری است، استفاده شد (Ringle et al., 2017). این روش در دو مرحله انجام می‌شود: مرحله اول مربوط به ارزیابی مدل اندازه‌گیری به منظور تعیین روایی و پایایی متغیرهای مدل می‌باشد و مرحله دوم مربوط به ارزیابی مدل ساختاری، یعنی آزمون فرضیه‌ها، واریانس تبیین شده متغیرهای درونزا و قدرت پیش‌بینی متغیرهای مختلف می‌باشد (Hair et al., 2017). لازم به ذکر است که از این روش آماری به این دلیل استفاده شد که توانایی کار با نمونه‌های کوچک را دارد و نسبت به نرمال بودن داده‌ها حساسیت

جدول ۱- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب ویژگی‌های فردی و شغلی

ویژگی‌های فردی و شغلی	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۱۲۳
	مرد	۵۵
سن	۳۰ سال و کمتر	۱۱
	۳۱-۴۰	۵۷
	۴۱-۵۰	۷۲
	بیشتر از ۵۰ سال	۳۴
سطح تحصیلات	گزارش نشده	۴
	فوق دیپلم	۷
	لیسانس	۵۹
	فوق لیسانس	۷۷
	دکتری	۳۴
	پیشینه خدمت	۱۹
وضعیت استخدامی	۵ سال و کمتر	۱۹
	۶-۱۵ سال	۴۰
	بیشتر از ۱۵ سال	۱۰۱
	گزارش نشده	۱۸
	رسمی	۱۱۳
	قراردادی	۱۸
	پیمانی	۴۲

می‌شود بین متغیرهای اصلی پژوهش همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۲ میانگین، انحراف معیار و ضرایب همبستگی بین متغیرها را نشان می‌دهد. همچنان که ملاحظه

جدول ۲- میانگین، انحراف معیار و همبستگی میان متغیرهای پژوهش

متغیر	M	SD	۱	۲	۳	۴
۱- خلاقیت	۳/۷۱	۰/۷۸	(۰/۹۵)			
۲- نوآوری	۳/۶۰	۰/۸۰	۰/۷۳*	(۰/۹۳)		
۳- تعهد سازمانی	۳/۷۹	۰/۷۴	۰/۵۶*	۰/۴۶*	(۰/۹۱)	
۴- هوش هیجانی	۳/۴۴	۰/۹۳	۰/۴۰*	۰/۴۰*	۰/۳۴*	(۰/۸۷)

* $p \leq 0.05$, ** $p \leq 0.01$: نکته: مجذور واریانس استخراج شده به صورت پرننگ در قطر جدول داخل پراتز آورده شده است؛ ۰/۰۱

فراوانی تعهد سازمانی در سطح متوسط (۳۷/۱ درصد) و کمترین آن هم در سطح ضعیف (۱۶/۹ درصد) بود. میانگین تعهد سازمانی کارشناسان کشاورزی کمی بیشتر از سطح متوسط (میانگین=۳/۷۹) بود. سطح خلاقیت کارشناسان کشاورزی هم در محدوده متوسط بود و بیشترین فراوانی در سطح خوب (۴۱ درصد) و کمترین هم در سطح عالی (۱۵/۲ درصد) قرار داشت. در نهایت، نتایج نشان داد که میانگین رفتار نوآورانه کارشناسان کمی بیشتر از حد متوسط (میانگین=۳/۶۰) و بیشترین فراوانی در سطح خوب (۳۸/۸ درصد) و کمترین فراوانی هم در سطح ضعیف (۱۳/۵ درصد) قرار داشت.

در این بخش برای توصیف و دسته‌بندی سطح هر یک از سازه‌های پژوهش، از فرمول انحراف معیار از میانگین استفاده شد و در چهار سطح به شرح زیر بررسی شد:

A: ضعیف $\text{Min} \leq A < \text{Mean} - \text{SD}$

B: متوسط $\text{Mean} - \text{SD} \leq B < \text{Mean}$

C: خوب $\text{Mean} \leq C < \text{Mean} + \text{SD}$

D: عالی $\text{Mean} + \text{SD} \leq D < \text{Max}$

همانطور که در جدول ۳ دیده می‌شود سطح هوش هیجانی اکثر پاسخگویان در حد متوسط و خوب بوده، در حالی که سطح هوش هیجانی ۲۱/۹ درصد آنها ضعیف و ۱۵/۲ درصد آنها عالی بوده است. میانگین هوش هیجانی در حدود متوسط بود (میانگین=۳/۴۴). بیشترین توزیع

جدول ۳- توزیع فراوانی سطح سازه‌های پژوهش در بین کارشناسان کشاورزی

سازه‌های پژوهش	ضعیف	متوسط	خوب	عالی
	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد
هوش هیجانی	۳۹	۲۱/۹	۵۲	۲۹/۲
تعهد سازمانی	۳۰	۱۶/۹	۶۶	۳۷/۱
خلاقیت	۲۹	۱۶/۳	۴۹	۲۷/۵
رفتار نوآورانه	۲۴	۱۳/۵	۵۶	۳۱/۵

کرونباخ بالاتر از ارزش پیشنهاد شده ۰/۷ می‌باشد و مقدار AVE هم برای همه‌ی سازه‌ها بیشتر از ارزش پیشنهاد شده ۰/۵ می‌باشد که بیانگر پایایی و روایی همگرای مناسب مدل اندازه‌گیری می‌باشد (Hair et al., 2017). بر اساس روش Fornell & Larcker (1981)، برای بررسی روایی واگرا، جذر مقادیر AVE با همبستگی سازه‌ها مقایسه می‌شود. همانگونه که در جدول ۲ ملاحظه می‌شود، مقدار جذر AVE تمام سازه‌ها (مقادیری که به صورت پرننگ در قطر جدول داخل پراتز آورده شده

به‌منظور ارزیابی مدل اندازه‌گیری، نخست پایایی و روایی مدل اندازه‌گیری بررسی شد. جهت بررسی پایایی و روایی سازه‌ها از شاخص‌های پایایی ترکیبی (CR) و آلفای کرونباخ (CA) استفاده شد. برای بررسی روایی همگرا، از شاخص واریانس استخراج شده (AVE) و روایی واگرا از روش Fornell & Larcker (1981) و شاخص جدید نسبت چند خصیصه به یک خصیصه (HTMT) (Henseler et al., 2015) استفاده شد. همانطور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود مقدار پایایی ترکیبی و آلفای

۱۶٪ واریانس خلاقیت، رفتار نوآورانه و تعهد سازمانی کارکنان را تبیین کند. به علاوه نتایج آزمون استون-گیسر ثابت می‌کند که مدل قدرت پیش‌بینی مناسبی دارد؛ زیرا مقادیر Q^2 در همه‌ی متغیرهای پنهان مثبت است. برای بررسی برازش مدل کلی از معیار GoF استفاده می‌شود که سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GoF معرفی شده است (Tenenhaus et al., 2005). این معیار از طریق فرمول ذیل محاسبه می‌گردد:

$$GOF = \sqrt{R^2 * Communality}$$

مقدار GoF برابر ۰/۴۱ می‌باشد که بیانگر برازش قوی مدل کلی می‌باشد.

نتایج تحلیل بوت استرپینگ بیانگر معنی‌دار بودن روابط بین هوش هیجانی و خلاقیت ($\beta=0/46$; $p < 0.01$)، هوش هیجانی و رفتار نوآورانه ($\beta=0/35$; $p < 0.01$) می‌باشد. بنابراین، فرضیه‌های اول و دوم حمایت می‌شوند. اندازه اثر برای فرضیه اول ($f^2=0/28$) و فرضیه دوم ($f^2=0/15$) متوسط بود. نتایج نشان داد که رابطه بین تعهد سازمانی و خلاقیت ($\beta=0/28$; $p < 0.01$) و تعهد سازمانی با رفتار نوآورانه ($\beta=0/31$; $p < 0.01$) مثبت و معنی‌دار می‌باشد، بنابراین، فرضیه‌های سوم و چهارم تایید می‌شوند. اندازه اثر برای فرضیه سوم ($f^2=0/10$) و برای فرضیه چهارم ($f^2=0/11$) کم بود. نتایج نشان داد که رابطه بین هوش هیجانی و تعهد سازمانی ($\beta=0/28$; $p < 0.01$) مثبت و معنی‌دار است. بنابراین، فرضیه پنجم تایید می‌شود. اندازه اثر برای فرضیه پنجم ($f^2=0/19$) متوسط بود (جدول ۶).

بر اساس نتایج به‌دست آمده (جدول ۶)، هوش هیجانی علاوه بر رابطه مستقیم با خلاقیت و رفتار نوآورانه کارشناسان، با میانجی‌گری تعهد سازمانی، به طور غیرمستقیم هم با این سازه‌ها رابطه معنی‌داری دارد. البته با توجه به این که تأثیر مستقیم هوش هیجانی بر خلاقیت و نوآوری معنی‌دار بود، تأثیر میانجی به صورت جزئی صورت می‌گیرد. بنابراین، فرضیه ششم هم تایید می‌شود.

است) از مقدار همبستگی میان آن سازه و سازه‌های دیگر بیشتر است. همچنین بر اساس نتایج جدول ۵، شاخص HTMT هم برای هر یک از سازه‌ها کمتر از مقدار مورد قبول ۰/۹۰ است (Henseler et al., 2016). بنابراین، نتایج بیانگر روایی و اگرایی مناسب مدل اندازه‌گیری هستند.

جدول ۴- مقادیر آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، AVE، R^2 و Q^2 متغیرهای پنهان پژوهش

سازه	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE	R^2	Q^2
۱- خلاقیت	۰/۹۱	۰/۹۳	۰/۶۵	۰/۳۶	۰/۲۲
۲- رفتار نوآورانه	۰/۸۷	۰/۹۱	۰/۶۱	۰/۳۰	۰/۱۷
۳- تعهد سازمانی	۰/۸۲	۰/۸۷	۰/۶۰	۰/۱۶	۰/۰۹
۴- هوش هیجانی	۰/۷۶	۰/۸۵	۰/۵۹	-	-

جدول ۵- نتایج بررسی روایی و اگرایی بر اساس شاخص HTMT

سازه	۱	۲	۳
۱- خلاقیت	-		
۲- رفتار نوآورانه	۰/۸۹	-	
۳- تعهد سازمانی	۰/۴۸	۰/۴۹	-
۴- هوش هیجانی	۰/۶۷	۰/۵۷	۰/۴۸

پس از آزمون مدل اندازه‌گیری و تایید روایی و پایایی آن، مدل ساختاری پژوهش ارزیابی می‌شود. با استفاده از مدل ساختاری می‌توان به بررسی فرضیه‌های پژوهش پرداخت. از معیارهای آماره t ، ضریب اثر (f^2)، ضریب تعیین (R^2) و ضریب مسیر (β) برای ارزیابی مدل استفاده می‌شود. طبق نظر کوهن مقادیر ۰/۰۲ و ۰/۱۵ و ۰/۳۵ برای f^2 به ترتیب بیانگر اثر کوچک، متوسط و بزرگ است. R^2 معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد و سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته می‌شود. مقادیر R^2 در جدول ۲ نشان می‌دهند که مدل قادر است به ترتیب ۳۶٪، ۳۰٪ و

جدول ۶- اثرات مستقیم، غیرمستقیم و کلی

مسیر	ضریب مسیر (β)	فاصله اطمینان CI	f^2	نتیجه آزمون
اثرات مستقیم				
هوش هیجانی $\leftarrow$ خلاقیت	۰/۴۶*	۰/۳۲-۰/۵۶	۰/۲۸	فرضیه ۱ حمایت می-شود
هوش هیجانی $\leftarrow$ نوآوری	۰/۳۵*	۰/۲۰-۰/۴۷	۰/۱۵	فرضیه ۲ حمایت می-شود
تعهد سازمانی $\leftarrow$ خلاقیت	۰/۲۸*	۰/۱۵-۰/۳۸	۰/۱۰	فرضیه ۳ حمایت می-شود
تعهد سازمانی $\leftarrow$ نوآوری	۰/۳۱*	۰/۱۸-۰/۴۱	۰/۱۱	فرضیه ۴ حمایت می-شود
هوش هیجانی $\leftarrow$ تعهد سازمانی	۰/۴۰*	۰/۲۴-۰/۵۴	۰/۱۹	فرضیه ۵ حمایت می-شود
اثرات غیرمستقیم				
هوش هیجانی $\leftarrow$ تعهد سازمانی $\leftarrow$ خلاقیت	۰/۱۱*	۰/۰۶-۰/۱۸		فرضیه ۶ الف حمایت می-شود
هوش هیجانی $\leftarrow$ تعهد سازمانی $\leftarrow$ نوآوری	۰/۱۲*	۰/۰۶-۰/۱۹		فرضیه ۶ ب حمایت می-شود
اثرات کلی				
هوش هیجانی $\leftarrow$ خلاقیت	۰/۵۷	۰/۴۳-۰/۶۶		
هوش هیجانی $\leftarrow$ نوآوری	۰/۴۷	۰/۳۳-۰/۵۸		
تعهد سازمانی $\leftarrow$ خلاقیت	۰/۲۸	۰/۱۵-۰/۳۸		
تعهد سازمانی $\leftarrow$ نوآوری	۰/۳۱	۰/۱۸-۰/۴۱		

* $p \leq ۰/۰۱$

بحث و نتیجه گیری

خلاقیت و نوآوری کارکنان در سال های اخیر بسیار مورد توجه دولت ها، سازمان ها و محققان، قرار گرفته اند. خلاقیت و نوآوری به بهبود عملکرد سازمانی و رقابت پذیری سازمان ها کمک می کنند. بنابراین، سازمان ها باید برای ارتقا و برانگیختن رفتارهای خلاقانه و نوآورانه کارکنان اقدامات لازم را انجام دهند. ولیکن، خلاقیت و نوآوری پدیده های بسیار پیچیده ای هستند که عوامل فردی و زمینه ای مختلفی بر آنها تاثیر می گذارند. هدف این پژوهش بررسی رابطه بین هوش هیجانی، تعهد سازمانی و خلاقیت و نوآوری کارشناسان در سازمان جهاد کشاورزی استان همدان بود.

نتایج نشان داد که بین هوش هیجانی و خلاقیت و نوآوری کارشناسان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. این یافته به معنای آن است کارکنانی که هوش هیجانی بالاتری دارند، احتمالاً عملکرد خلاقانه و نوآورانه بالاتری خواهند داشت. به عبارت دیگر، کارکنان با هوش هیجانی

با خلق ایده های جدید یا شیوه های جدید انجام کارها، ترویج چنین ایده هایی در سازمان و در نهایت اجرای آنها برای کسب مزایا، انرژی هیجانی خود را به سمت دستیابی به خلاقیت و نوآوری در محل کار هدایت می کنند (Malik, 2021). یک دلیل برای این ارتباط می تواند آن باشد که کارکنان در حالت های هیجانی در یک موقعیت بهتر برای استفاده از هوش شان قرار دارند و مساله و مشکل را به طریقی خلاقانه حل می کنند. هوش هیجانی مجموعه ای از توانایی های شناختی است که مبتنی بر مفهوم هوش و هیجان هستند که هر دو در هم تنیده و تلفیق شده اند. افراد با هوش هیجانی بالا هوش واگرا و انعطاف پذیر و فرایندهای شناختی مرتبط (مانند استدلال، تصمیم گیری و حل مساله) بهتری دارند که تولید ایده های مفید و ناب را تسهیل می کنند (Jafri et al., 2016). مطابق با تئوری هوش هیجانی، تفاوت های فردی در هوش هیجانی بر هر مرحله از تجربه احساسی تاثیر می گذارد که در نهایت بر خلاقیت تاثیر می گذارد (Parke et al.,

غیرمرتبط و همین امر تولید ایده‌های بدیع را تسهیل می‌کند (Sousa & Coelho, 2011). علاوه بر این، برای خلاق بودن، کارکنان باید زمان و علاقه کافی را برای رسیدگی به مسایل یا مشکلات سازمان اختصاص دهند (Oldham & Cummings, 1996) و این امر از عهده‌ی کارکنان متعهد برمی‌آید زیرا آنها از هیچ کوششی برای حل مسایل و مشکلات سازمان دریغ نمی‌ورزند.

نتایج نشان داد که بین هوش هیجانی و تعهد سازمانی کارکنان رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد. این یافته به این معنی است کارکنانی که هوش هیجانی بالاتری دارند، احتمالاً تعهد بیشتری به سازمان خود خواهند داشت. نتایج این تحقیق با نتایج پژوهش‌های پیشین (Mahanta & Goswami, 2020; Masrek et al., 2015; Naderi Anari, 2012; Silva & Coelho, 2019; Alsughayir, 2021) همخوانی دارد. افرادی که دارای هوش هیجانی بالاتری هستند، دارای ظرفیت چشم‌گیری برای تعهد، پذیرش مسئولیت و قبول چارچوب اخلاقی دارند. آنها خواهان دستیابی به نتایجی هستند که نه تنها برای خودشان، بلکه برای دیگران و سازمان نیز مورد نیاز می‌باشد. کارکنانی که نمی‌توانند هیجانات و احساسات خود را ارزیابی و کنترل کنند، تعهد سازمانی کمتری دارند (Taboli, 2013). هوش هیجانی با توانایی کارکنان برای همکاری با دیگران رابطه تنگاتنگی دارد و این رفتار روابط اجتماعی درون سازمان را افزایش می‌دهد که آن هم به نوبه‌ی خود تعهد سازمانی کارکنان را افزایش می‌دهد (Abraham, 2000). یکی از نتایج مهم این پژوهش آن بود که سازوکار میانجی تاثیر هوش هیجانی بر رفتار نوآورانه کارشناسان کشاورزی را نشان داد. تحلیل میانجی نشان داد که تاثیر هوش هیجانی بر خلاقیت و رفتار نوآورانه از طریق تعهد سازمانی به صورت جزئی میانجی‌گری می‌شود. هرچند که این فرضیه در پیشینه تحقیق هنوز مورد بررسی قرار نگرفته‌است، اما دلیل احتمالی این تاثیر می‌تواند آن باشد که تعهد سازمانی به کارشناسان کمک می‌کند تا انگیزه کافی برای اجرای فرایندهای خلاقانه و نوآورانه را به دست آورند. بنابراین، مزایا و منافع هوش هیجانی در صورتی می‌تواند بر رفتار نوآورانه کارشناسان تاثیر قابل ملاحظه‌ای داشته باشد که آنها دارای سطح بالایی از تعهد سازمانی باشند.

(2015). این نتایج با نتایج تحقیقات پیشین (Darvishmotevali et al., 2018; Jafri et al., 2016; Vratskikh et al., 2016; Da Costa et al., 2015) همخوانی دارد و تایید می‌کند که شناخت و استفاده از هیجانات و احساسات نقش مهمی در تفکر و پردازش اطلاعات دارد (Mayer & Salovey, 1997). کارکنانی که از نظر هیجانی و احساسی با هوش هستند توانایی بیشتری برای درک و مدیریت هیجانات و احساسات خود دارند، که این امر آنها را قادر می‌سازد علل و دلایل مشکلات و اختلافات ایجاد شده با ارباب رجوع و مشتریان را بفهمند و راهبردهای حل مساله برای ارتقای تعاملات مثبت و عملکرد بهتر در سازمان تدوین نمایند (Kim et al., 2012). صاحب نظران معتقدند که افراد با هوش هیجانی بالا هنگام مواجهه با یک معضل، احساسات خود را سازماندهی می‌کنند و از دیدگاه‌های چندگانه استفاده می‌کنند که این امر منجر به بهبود خلاقیت آنها می‌شود (Caruso & Salovey, 2004; Jafri et al., 2016).

بر اساس نتایج تعهد سازمانی دارای اثر مثبت و معناداری بر خلاقیت و نوآوری کارشناسان است. نتایج حاصل از تایید این فرضیه‌ها با نتایج پژوهش‌های (2011) Sousa & Coelho, Hou et al. (2011)، (2018) Tang et al. و (2018) Wu & Chen, Hajiagha et al. (2019) همخوانی دارد. این نتایج نشان می‌دهند که یک فرد متعهد در سازمان خود کسی است که به دنبال نوآوری، برآوردن نیازهای مشتری و به دنبال راه‌های بهبود عملیات کار است که از مهم‌ترین اهداف یک سازمان است. بنابراین مدیران و مسئولان با در نظر گرفتن این تأثیر معنادار و مثبت می‌توانند با فراهم کردن زمینه‌هایی برای افزایش تعهد سازمانی کارکنان خود، خلاقیت و نوآوری آنان را افزایش دهند. برای افزایش تعهد کارکنان نیز پیشنهاد می‌شود که سازمان با شناخت مسائل و مشکلات آنان، این احساس را در آنان ایجاد کند که سازمان نیز به اهمیت نقش آنها افتخار می‌کند (Hajiagha et al., 2018). کارکنان متعهد از نظر احساسی به سازمان وابسته هستند و به اهداف و ارزش‌های آن باور دارند و تلاش مضاعفی برای تحقق اهداف سازمان انجام می‌دهند (Mowday et al., 1979). این بدان معناست که این کارکنان سعی می‌کنند ذهن خود را بر مسایل مربوط به وظیفه و کار خود متمرکز کنند و نه بر عوامل جانبی و

استفاده بهتر از توانایی‌های شناختی خود فکر کنند (Darvishmotevali et al., 2018).

پیشنهاد می‌شود مدیران سازمان جهاد کشاورزی به ویژه در سطح وزارت جهاد کشاورزی که مسئولیت استخدام و به کارگیری نیروی انسانی را برعهده دارند، هنگام استخدام و به کارگیری منابع انسانی، در کنار سایر شرایط و ویژگی‌های شخصیتی، هوش هیجانی آنها را هم مد نظر و ملاک عمل قرار دهند، زیرا استخدام و انتخاب افرادی با هوش هیجانی بالا به بهبود تعهد سازمانی، خلاقیت و نوآوری در سازمان کمک می‌کند. چون آزمون-های هوش هیجانی وجود دارند (MacCann & Roberts, 2003; Mayer et al., 2008)، سازمان‌ها می‌توانند به منظور غربالگری و انتخاب نیروی انسانی شایسته، این توانایی را همراه با سایر ویژگی‌های شخصیتی آزمون و بررسی نمایند. به علاوه، سازمان‌ها با پذیرش روش‌ها، قوانین و هنجارهایی که جو مثبت و احساسات مثبت در بین کارکنان را تقویت می‌کنند می‌توانند به بهبود خلاقیت و نوآوری کمک نمایند. لازم به ذکر است که هوش هیجانی را می‌توان از طریق برنامه‌های آموزشی هم تقویت نمود (Karimi, 2016). نتایج مطالعه Padilla-Meléndez et al. (2014) نشان می‌دهند که می‌توان هوش هیجانی را با استفاده از روش‌های یادگیری تجربی مانند آموزش در فضای باز افزایش داد. نتایج تحقیقات نشان می‌دهند که هوش هیجانی نه تنها قابل یادگیری است (Herpertz et al., 2016; Goleman, 2005; Wagstaff et al., 2012; Mayer et al., 2008)، بلکه تحقیقات آزمایشگاهی و مطالعات میدانی اولیه نشان می‌دهند که مداخلات باز ارزیابی شناختی می‌توانند در تغییر دادن تجارب احساسی و هیجانی موثر باشند (Gross, 1998; Magen & Gross, 2007; Thory, 2013). بنابراین، مدیران می‌توانند برنامه‌های آموزشی با هدف افزایش هوش هیجانی کارکنان اجرا کنند یا به آنها کمک کنند تا راهبردهای تنظیم هیجان مانند انتخاب موقعیت یا باز ارزیابی شناختی را تمرین کنند (Parke et al., 2015). این امر در نهایت باعث تقویت تعهد سازمانی، خلاقیت و نوآوری کارکنان خواهد شد. همچنین، با توجه به نقش مهم تعهد سازمانی در فرایند مورد پژوهش،

از دیدگاه تئوریک، پژوهش حاضر به ادبیات موجود در زمینه خلاقیت و نوآوری کارکنان به‌ویژه در سازمان‌های دولتی کمک می‌کند. تا به امروز، تحقیقات تجربی اندکی درباره عملکرد خلاقانه و نوآورانه کارکنان سازمان‌های دولتی به ویژه کارشناسان کشاورزی سازمان‌های کشاورزی، عوامل موثر بر آن و ساز و کارهای آن انجام شده است. برای پر کردن این خلاء، پژوهش حاضر نقش هوش هیجانی و تعهد سازمانی را در شکل‌دهی و بهبود خلاقیت و نوآوری کارشناسان کشاورزی بررسی کرد. نتایج به‌دست آمده به شناخت اهمیت هوش هیجانی و تعهد سازمانی در خلاقیت و نوآوری کارشناسان کشاورزی کمک می‌کند. نتایج نشان داد که تعهد سازمانی می‌تواند نقش میانجی در رابطه بین تعهد سازمانی و خلاقیت و نوآوری بازی کند. بنابراین، کاربرد مهم پژوهش حاضر آن است که ساز و کار رابطه‌ی مثبت بین هوش هیجانی و خلاقیت و نوآوری کارکنان را شناسایی می‌کند و نشان می‌دهد که کارکنان با هوش هیجانی بالا به علت تعهد نسبت به سازمان خود فعالانه در رفتارهای خلاقانه و نوآورانه مشارکت می‌کنند.

از دیدگاه کاربردی هم این پژوهش به حوزه مدیریت سازمان کشاورزی کمک می‌کند. خلاقیت و نوآوری یکی از نگرانی‌های اصلی سازمان‌های امروزی است، زیرا رابطه مستقیمی بین خلاقیت و نوآوری کارکنان و عملکرد سازمانی وجود دارد. به عبارت دیگر، خلاقیت پیش‌نیاز نوآوری سازمانی است و نوآوری هم می‌تواند با اجرای روش‌ها و خدمات نوین، عملکرد سازمانی را بهبود دهد (Paek et al., 2020). با توجه به نتایج این پژوهش، خلاقیت و نوآوری کارکنان به‌طور مستقیم و غیرمستقیم تحت تاثیر هوش هیجانی می‌باشند و این متغیر نقش پررنگی در شکل‌گیری و توسعه خلاقیت و نوآوری کارکنان ایفا می‌کند. در محیط پویا و چالش برانگیز کنونی، هوش هیجانی بالا یک ضرورت حیاتی است، زیرا پیشایند مهم خلاقیت و نوآوری است و برای مدیریت اثربخش چالش‌ها در محیط‌های کاری ضروری است. هوش هیجانی بالا مهارت‌های ارتباطی را تقویت می‌کند و به کارکنان کمک می‌کند تا به‌طور خلاقانه‌تری درباره

پیشنهاد می‌شود مدیران به این مقوله توجه بیشتری داشته باشند و با در پیش گرفتن راهبردهایی مانند ایجاد سیستم‌های مناسب و عادلانه تشویق و تنبیه، احترام و توجه به افراد و مشارکت آنها در تصمیم‌گیری‌ها از طریق توجه هر چه بیشتر به نظرات آنان و ایجاد و تشکیل واحد ارتباطات بین کارمندان و مدیران جهت انعکاس نظرها به صورت متقابل، به بهبود تعهد سازمانی کارکنان کمک کنند.

با وجود اهمیت یافته‌ها، پژوهش حاضر دارای محدودیت‌هایی هم است. در این پژوهش همه‌ی مقیاس‌ها حاضر خود-ابراز بودند که ممکن است به علت واریانس روش مشترک^۱ یا گرایش به دادن پاسخ‌های موافق و یکسان به گویه‌ها، همبستگی بین متغیرهای تحقیق بیش از اندازه واقعی شده باشد (Podsakoff et al., 2003). پژوهش‌های آتی می‌توانند برای سنجش متغیرها به ویژه خلاقیت و نوآوری کارکنان، از مدیران و همکاران بخواهند این سازه‌ها را ارزیابی کنند و یا از روش‌های عینی برای

سنجش سازه‌ها استفاده کنند. این پژوهش بر دو متغیر فردی به عنوان پیشایندهای خلاقیت و نوآوری کارکنان تمرکز داشت. پژوهش‌های آینده می‌توانند سایر عوامل شخصیتی و سازمانی که می‌توانند خلاقیت و نوآوری کارکنان را ارتقا دهند، را مدنظر قرار دهند و نقش میانجی یا تعدیل‌گر آنها را بررسی کنند. محدودیت بعدی مربوط به تعمیم‌پذیری نتایج تحقیق است. به دلیل این که داده‌ها از کارشناسان کشاورزی سازمان جهاد کشاورزی گردآوری شد، لذا، نتایج آن قابل تعمیم به همین جامعه است. بنابراین، مطالعات آینده باید بر دیگر سازمان‌های دولتی در کشور تمرکز کنند. پژوهش حاضر از نوع مقطعی بود و داده‌ها یکبار در طول زمان گردآوری شد، بنابراین، استفاده از الگویابی معادلات ساختاری علیت را به اثبات نمی‌رساند. پژوهش‌های بعدی می‌توانند با انجام مطالعات طولی یا تجربی فرصت بیشتری را برای بررسی علیت فراهم آورند.

REFERENCES

1. Abraham, R. (2000). The role of job control in emotional dissonance and emotional- intelligence outcome relationships. *The Journal of Psychology*, 134, 169-184.
2. Akgün, A. E., Keskin, H., Byrne, J. C., & Aren, S. (2007). Emotional and learning capability and their impact on product innovativeness and firm performance. *Technovation*, 27(9), 501-513.
3. Al-Omari, M. (2017). Engineers innovative work behavior: the role of emotional intelligence. *European Journal of Business and Management*, 9(21), 8-18.
4. Abubakr, M. S., & Al-Shaikh, F. N. (2007). Emotional intelligence at work: Links to conflict and innovation. *Employee Relations*, 29(2), 208-220.
5. Alsughayir, A. (2021). The effect of emotional intelligence on organizational commitment: Understanding the mediating role of job satisfaction. *Management Science Letters*, 11(4), 1309-1316.
6. Amabile, T. M., & Pratt, M. G. (2016). The dynamic componential model of creativity and innovation in organizations: Making progress, making meaning. *Research in organizational behavior*, 36, 157-183.
7. Anari, N. N. (2012). Teachers: emotional intelligence, job satisfaction, and organizational commitment. *Journal of workplace Learning*.
8. Anderson, N., Potočnik, K., & Zhou, J. (2014). Innovation and creativity in organizations: A state-of-the-science review, prospective commentary, and guiding framework. *Journal of management*, 40(5), 1297-1333.
9. Bäckström, I., & Bengtsson, L. (2019). A mapping study of employee innovation: proposing a research agenda. *European Journal of Innovation Management*, 22(3), 468-492.
10. Bar-On, R. (2000). Handbook of emotional intelligence. San Francisco: Jossey Bass.
11. Bazvand, K., Kashef, M., & Esmaeli, M. (2014). The Relationship between Emotional Intelligence, Organizational Commitment and Job Satisfaction of Employees in Physical Education General Department of Lorestan Province. *Journal of Sport Management*, 5(4), 125-143. (In Farsi).
12. Cabello, R., & Fernández-Berrocá, P. (2015). Implicit theories and ability emotional intelligence. *Frontiers in Psychology*, 6, 700.
13. Castro, F., Gomes, J., & de Sousa, F. C. (2012). Do intelligent leaders make a difference? The effect of a leader's emotional intelligence on followers' creativity. *Creativity and Innovation Management*, 21(2), 171-182.

14. Chang, J. Y., & Choi, J. N. (2007). The dynamic relation between organizational and professional commitment of highly educated research and development (R&D) professionals. *The Journal of Social Psychology*, 147, 299–315
15. Chen, G., Farh, J. L., Campbell-Bush, E. M., Wu, Z., & Wu, X. (2013). Teams as innovative systems: multilevel motivational antecedents of innovation in R&D teams. *Journal of Applied Psychology*, 98, 1018–1027.
16. Chizari, M., Abbasi, A., & Rahmanian Koushkaki, M. (2013). Relationship between perceived organizational support and emotional intelligence with employee's entrepreneurial behavior of Jihad-e Keshavarzi organization of Fars province. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development*, 44 (1), 55-65. (In Farsi).
17. Choi, S. B., Cundiff, N., Kim, K., & Akhatib, S. N. (2018). The Effect of Work-Family Conflict and Job Insecurity on Innovative Behaviour of Korean Workers: The Mediating Role of Organizational Commitment and Job Satisfaction. *International Journal of Innovation Management*, 22(1), 1–29.
18. Costa, A., & Faria, L. (2020). Implicit Theories of Emotional Intelligence, Ability and Trait-Emotional Intelligence and Academic Achievement. *Psychological Topics*, 29(1), 43-61.
19. Da Costa, S., Páez, D., Sánchez, F., Garaigordobil, M., & Gondim, S. (2015). Personal factors of creativity: A second order meta-analysis. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 31(3), 165-173.
20. Darvishmotevali, M., Altinay, L., & De Vita, G. (2018). Emotional intelligence and creative performance: Looking through the lens of environmental uncertainty and cultural intelligence. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 44-54.
21. Dincer, H., Gencer, G., Orhan, N., & Sahinbas, K. (2011). The significance of emotional intelligence on the innovative work behavior of managers as strategic decision-makers. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 909-919.
22. Estiningtyas, E.S., & Darmanto, S. (2018). Mediating role of organizational commitment in developing employee performance- (Study in regional Secretariat of Blora Region, Central Java, Indonesia). *International Journal of Research*, 6 (2), 283-291.
23. Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
24. Frank, W. (1993). No Commitment no R&D success. *R&D Innovator*, 2(7), 11-15.
25. Furnham, A. (2016). The relationship between cognitive ability, emotional intelligence and creativity. *Psychology*, 7(02), 193-197
26. Geher, G., Betancourt, K., & Jewell, O. (2017). The link between emotional intelligence and creativity. *Imagination, Cognition and Personality: Consciousness in Theory, Research, and Clinical Practice*, 37(1), 5–22.
27. Ghorbani, Z., Malekzadeh, M., & Khorakian, A. (2016). Investigating the Mediating Role of Rational and Intuitive Decision-Making Styles of Managers on the Relationship between Emotional Intelligence and Innovative Behaviors. *Journal of Organizational Behavior Studies Quarterly*, 5(18), 51-84. (In Farsi).
28. Gilson, L. L. (2008). Why be creative: A review of the practical outcomes associated with creativity at the individual, group and organizational level. In J. Zhou & C. E. Shalley (Eds.), *Handbook of organizational creativity* (pp. 303–322). New York, NY: Erlbaum.
29. Goleman, D. (2005). *Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ*. New York: Bantam Dell.
30. Goulet, L. R., & Frank, M. L. (2002). Organizational commitment across three sectors: Public, non-profit, and for-profit. *Public Personnel Management*, 31(2), 201-210.
31. Griffin, M. (1999). The influence of organizational climate on detention officers' readiness to use force in a county jail. *Criminal Justice Review*, 24, 1-26.
32. Gross, J. J. (1998). Antecedent-and response-focused emotion regulation: Divergent consequences for experience, expression, and physiology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(1), 224–237.
33. Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2017). *Advanced issues in partial least squares structural equation modeling*. Thousand Oaks, CA: Sage.
34. Hajiagha, P., Alambaigi, A., Pishbin, S., & Jalilian, S. (2018). Providing a model for the development of individual and organizational creativity Based on the role of social network tie and organizational commitment of agricultural extension experts in Isfahan province. *Quarterly Journal of Innovation and Creativity in Human Sciences*, 8(2), 113-146. (In Farsi).
35. Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115–135.
36. Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial management & data systems*, 116(1), 2-20.

37. Herpertz, S., Schütz, A., & Nezlek, J. (2016). Enhancing emotion perception, a fundamental component of emotional intelligence: Using multiple-group SEM to evaluate a training program. *Personality and Individual Differences*, 95, 11-19.
38. Hou, X., Li, W., & Yuan, Q. (2018). Frontline disruptive leadership and new generation employees' innovative behaviour in China: The moderating role of emotional intelligence. *Asia Pacific Business Review*, 24(4), 459-471.
39. Hou, X., Yuan, Q., Hu, K., Huang, R., & Liu, Y. (2020). Employees' emotional intelligence and innovative behavior in China: Organizational political climate as a moderator. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 48(11), 1-11.
40. Hou Y., GAO G., Wang F., Li T., & Yu Z. (2011). Organizational Commitment and Creativity: the Influence of Thinking Styles. *Annals of Economics and Finance*, 12-2, 411-431.
41. Hughes, D. J., Lee, A., Tian, A. W., Newman, A., & Legood, A. (2018). Leadership, creativity, and innovation: A critical review and practical recommendations. *The Leadership Quarterly*, 29(5), 549-569.
42. Ivcevic, Z., Brackett, M. A., & Mayer, J. D. (2007). Emotional intelligence and emotional creativity. *Journal of Personality*, 75(2), 199-236
43. Jafri, M. H. (2010). Organizational commitment and employee's innovative behavior: A study in retail sector. *Journal of Management Research*, 10(1), 62-68.
44. Jafri, M. H. (2018). Moderating role of job autonomy and supervisor support in trait emotional intelligence and employee creativity relationship. *Vision*, 22(3), 253-263.
45. Joyaux, S. P. (2001). *Strategic Fund Development: Building Profitable Relationships that Last*: Aspen Publishers
46. Karimi, S. (2016). Studying the role of emotional intelligence in developing entrepreneurial intentions of agricultural students (case study: Bu-Ali Sina, Razi, Kordestan and Lorestan universities). *Iranian Agricultural Extension and Education Journal*, 12(1), 71-84 (In Farsi)
47. Karimi, S. & Shahdousti, M. (2018a). Studying the relationships between individual entrepreneurial orientation, individual learning, creativity with job performance in the Agriculture Jihad Organization of Hamedan Province. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 49(2), 263-277. (In Farsi)
48. Karimi, S. & Shahdousti, M. (2018b). Studying the Mediating Role of Organizational Commitment in The Relationships Among Social Capital, Job Motivation and Job Performance in Agriculture Jihad Organization of Hamedan Province. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 49(4), 703-717. (In Farsi)
49. Lask, F. G., & Shepherd, C. D. (2013). Exploring the relationship between emotional intelligence and salesperson creativity. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 33(1), 25-37.
50. Lee, A., Legood, A., Hughes, D., Tian, A. W., Newman, A., & Knight, C. (2020). Leadership, creativity and innovation: A meta-analytic review. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 29(1), 1-35.
51. Lee, A., Legood, A., Hughes, D., Tian, A. W., Newman, A., & Knight, C. (2020). Leadership, creativity and innovation: A meta-analytic review. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 29(1), 1-35.
52. Li, M., Liu, Y., Liu, L., & Wang, Z. (2017). Proactive personality and innovative work behavior: The mediating effects of affective states and creative self-efficacy in teachers. *Current Psychology*, 36(4), 697-706.
53. Li, Z., Guo, J., & Zhang, T. (2017). Staff Emotional Intelligence, Internal Social and Innovation. *Journal of Shandong University (Philosophy and Social Sciences)*, 6, 103-111.
54. Li, M., & Hsu, C. H. (2016). A review of employee innovative behavior in services. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(12), 2820-2841.
55. Lovely, S. (2004). *Staffing the Principals: Finding, Coaching, and Mentoring School Leaders*. Association for Supervision and Curriculum Development.
56. MacCann, C., & Roberts, R. D. (2008). New paradigms for assessing emotional intelligence: theory and data. *Emotion*, 8(4), 540-551.
57. Magen, E., & Gross, J. J. (2007). Harnessing the need for immediate gratification: Cognitive reconstrual modulates the reward value of temptations. *Emotion*, 7, 415-428.
58. Mahanta, M., & Goswami, K. (2020). Exploring the role of ethics in the emotional intelligence-organizational commitment relationship. *Asian Journal of Business Ethics*, 9(2), 275-303.
59. Malik, S. (2021). Emotional intelligence and innovative work behaviour in knowledge-intensive organizations: how tacit knowledge sharing acts as a mediator?. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, In press.

60. Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human resource management review*, 1(1), 61-89.
61. Masrek, M. N., Osman, M. A. F., Ibrahim, Z., & Mansor, A. N. (2015). Malaysian computer professional: assessment of emotional intelligence and organizational commitment. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 172, 238-245.
62. Mathieu, J. E., & Zajac, D. (1990). A review and meta-analysis of the antecedents, correlates, and consequences of organizational commitment. *Psychology Bulletin*, 108(2), 171-194.
63. Mayer, J. D., Caruso, D. R., & Salovey, P. (1999). Emotional intelligence meets traditional standards for an intelligence. *Intelligence*, 27, 267-298.
64. Mayer, J. D., Roberts, R. D., & Barsade, S. G. (2008). Human abilities: Emotional intelligence. *Annual Review of Psychology*, 59, 507-536.
65. Mayer, J. D., Salovey, P., Caruso, D. R., & Sitarenios, G. (2003). Measuring emotional intelligence with the MSCEIT V2.0. *Emotion*, 3, 97-105.
66. Mayer, J.D., Salovey, P., 1997. What is emotional intelligence? In: Salovey, P., Sluyter, D. (Eds.), *Emotional Development and Emotional Intelligence: Implications for Educators*. Basic Books, New York, pp. 3-31.
67. Movahedi, R., Samian, M. & Mohammadi-Mehr, S. (2017). The Effect of Intellectual Capital on Innovative Behaviors of Jihad-Agriculture Organization Personnel, Kermanshah, Iran. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 48(1), 123-136. (In Farsi)
68. Mowday, R. T., Steers, R. M., & Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of vocational behavior*, 14(2), 224-247.
69. Nelson, D. B., and Low, G. R. (2003). *Emotional Intelligence: Achieving Academic and Career Excellence*: Prentice Hall.
70. Oldham, G. R., & Cummings, A. (1996). Employee creativity: Personal and contextual factors at work. *Academy of management journal*, 39(3), 607-634.
71. Orhan, N., & Dinçer, H. (2012). Relationship between emotional intelligence and innovative work behaviors in Turkish banking sector. *International Journal of Finance & Banking Studies*, 1(1), 21-28.
72. Padilla-Meléndez, A., Fernández-Gámez, M. A., & Molina-Gómez, J. (2014). Feeling the risks: effects of the development of emotional competences with outdoor training on the entrepreneurial intent of university students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 1-24.
73. Paek, B., Martyn, J., Oja, B. D., Kim, M., & Larkins, R. J. (2020). Searching for sport employee creativity: a mixed-methods exploration. *European Sport Management Quarterly*, In press.
74. Parke, M. R., Seo, M. G., & Sherf, E. N. (2015). Regulating and facilitating: The role of emotional intelligence in maintaining and using positive affect for creativity. *Journal of Applied Psychology*, 100(3), 917.
75. Peng, D. X., & Lai, F. (2012). Using partial least squares in operations management research: A practical guideline and summary of past research. *Journal of Operations Management*, 30(6), 467-480.
76. Podsakoff, P. M., & MacKenzie, S. B. (2003). An examination of the psychometric properties and homological validity of some revised and reduced substitutes for leadership scales. *Journal of Applied Psychology*, 79(5), 702-713.
77. Rezaei, R., Badsar, M., & Aminfank, S. (2016). The Effect of Entrepreneurial Orientation on Organizational Performance of the Jihad-e- Agriculture Organization in West Azerbaijan Province. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 47(4), 865-877 (In Farsi)
78. Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J. M. (2018). SmartPLS 3.2.8. Boenningstedt: SmartPLS GmbH. Available at: <http://www.smartpls.com> (accessed August 12, 2019).
79. Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9, 185-211.
80. Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of management journal*, 37(3), 580-607.
81. Shojaei, M., & Siuki, M. (2014). A study of relationship between emotional intelligence and innovative work behavior of managers. *Management Science Letters*, 4(7), 1449-1454.
82. Silva, D., & Coelho, A. (2019). The impact of emotional intelligence on creativity, the mediating role of worker attitudes and the moderating effects of individual success. *Journal of Management & Organization*, 25(2), 284-302.
83. Sousa, C. M., & Coelho, F. (2011). From personal values to creativity: evidence from frontline service employees. *European journal of marketing*, 45(7/8), 1029-1050.
84. Taboli, H. (2013). Job satisfaction as a mediator in relationship between emotional intelligence, organizational commitment in employees' Kerman universities. *Life Science Journal*, 10(1), 1-8.

85. Tang, Y., Shao, Y. F., & Chen, Y. J. (2019). Assessing the mediation mechanism of job satisfaction and organizational commitment on innovative behavior: The perspective of psychological capital. *Frontiers in Psychology*, 10.
86. Tao, Y.M. and Kang, Y. (2012) The Relationship Study Based on the Organizational Commitment between Organizational Innovation Climate and Individual Innovation Behavior. *Industrial Technology and Economy*, 6, 145-150.
87. Tenenhaus, M., Esposito Vinzi, V., Chatelin, Y. M., & Lauro, C. (2005). PLS Path Modeling. *Computational Statistics & Data Analysis*, 48 (1), 159-205.
88. Thory, K. (2013). Teaching managers to regulate their emotions better: Insights from emotional intelligence training and work-based application. *Human Resource Development International*, 16, 4-21.
89. Tu, C., Guo, J., Hatcher, R. C., & Kaufman, J. C. (2020). The relationship between emotional intelligence and domain-specific and domain-general creativity. *The Journal of Creative Behavior*, 54(2), 337-349.
90. Tu, Y., & Lu, X. (2013). How ethical leadership influence employees' innovative work behavior: A perspective of intrinsic motivation. *Journal of Business Ethics*, 116(2), 441-455.
91. Vygotsky, L. S. (2004). Imagination and creativity in childhood. *Journal of Russian and East European Psychology*, 42 (1), 7-97.
92. Wagstaff, C. R., Fletcher, D., & Hanton, S. (2012). Exploring emotion abilities and regulation strategies in sport organizations. *Sport, Exercise, and Performance Psychology*, 1(4), 268-282.
93. Wang, X., & Dass, M. (2017). Building innovation capability: The role of top management innovativeness and relative-exploration orientation. *Journal of Business Research*, 76, 127-135.
94. Wong, C. S., & Law, K. S. (2002). The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study. *Leadership Quarterly*, 13, 243-274.
95. Wu, C. M., & Chen, T. J. (2018). Collective psychological capital: Linking shared leadership, organizational commitment, and creativity. *International Journal of Hospitality Management*, 74, 75-84.
96. Xu, X., Liu, W., & Pang, W. (2019). Are Emotionally Intelligent People More Creative? A Meta-Analysis of the Emotional Intelligence-Creativity Link. *Sustainability*, 11(21), 6123.
97. Zhou, J., & George, J. M. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice. *Academy of Management journal*, 44(4), 682-696.
98. Zhou, J., & Hoever, I. J. (2014). Research on workplace creativity: A review and redirection. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1(1), 333-359.