

بررسی تأثیر هوش هیجانی بر عملکرد کارکنان شرکت نگین گل‌فام نقش جهان، بر اساس مدل گل‌من

محمد رضا فلاح* سیامک کورنگ بهشتی** مرضیه امیری سامانی***

چکیده

نوشتار حاضر با هدف بررسی تأثیر هوش هیجانی بر عملکرد کارکنان شرکت نگین گل‌فام نقش جهان، بر اساس مدل گل‌من انجام گرفته است. چهارچوب نظری این پژوهش بر اساس مدل گل‌من ارائه شده است و در این تحقیق با استفاده از پرسش‌نامه‌ای، به بررسی یک نمونه پنجاه‌تایی از مدیران و کارکنان شرکت نگین گل‌فام پرداخته شده است. روش این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش توصیفی پیمایشی از شاخه میدانی است. روش گردآوری مباحث نظری آن کتابخانه‌ای است. داده‌های مربوط به هوش هیجانی کارکنان از پرسش‌نامه استاندارد جمع‌آوری شده است. در این تحقیق، از آزمون‌های فریدمن، تحلیل واریانس و میانگین جامعه برای بررسی فرضیه‌ها استفاده شده است. نتایج حاصل از پژوهش، بیانگر آن است که هوش هیجانی به طور کلی بر عملکرد کارکنان

تاریخ دریافت: ۹۳/۱۱/۱۵ تاریخ تأیید: ۹۴/۳/۲۵

* استادیار دانشگاه حضرت معصومه (ع) / نویسنده مسئول (mfallah@hmu.ac.ir).

** استادیار دانشگاه آزاد واحد نراق.

*** دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نراق.

سازمان تأثیر دارد و برای بهبود عملکرد کارکنان سازمان باید همه ابعاد هوش هیجانی را در کارکنان بهبود بخشید.

واژگان کلیدی: هوش، هوش هیجانی، عملکرد، شرکت نگین گلفام نقش جهان.

مقدمه

عملکرد سازمان‌ها به عنوان اصلی‌ترین مسئله‌ای است که همواره ذهن مدیران را به خود مشغول کرده است. با توجه به اینکه عملکرد نیروی انسانی مهم‌ترین منبع کسب مزیت رقابتی در هر سازمانی به شمار می‌آید، مدیران همواره می‌کوشند عملکرد کارکنان سازمان خود را ارتقا بخشند تا از این راه به اهداف خود برسند. در این جهت، ازجمله استراتژی‌هایی که در دنیای متلاطم و رقابتی امروز برای دستیابی به اهداف می‌تواند به سازمان‌ها کمک کند، بالابردن هوش هیجانی کارکنان سازمان است. نیروی انسانی کارآمد و توانا می‌تواند سازمان را کارا، سودآور و مفید به حال جامعه سازد و در مجموع، کشور را شکوفا کند و از وابستگی برهاند؛ بنابراین باید به عامل بهسازی نیروی انسانی توجه بیشتری شود. یکی از عواملی که در بهسازی نیروی انسانی تأثیری بسزایی دارد، بالا بردن هوش هیجانی کارکنان در محیط کار است (گلמן، ۱۹۹۵).

«هوش هیجانی» یک مهارت اجتماعی است و شامل درک احساسات خود برای تصمیم‌گیری مناسب در زندگی و توانایی کنترل حالت‌های اضطراب‌آور و کنترل واکنش‌هاست. این نوع هوش، از جمله عوامل بسیار مهم در موفقیت فردی محسوب می‌شود و بر فرآیند فکر، قضاوت، کنش و واکنش افراد تأثیر بسزایی دارد (گلמן، ۱۹۹۸). گلמן مؤلفه‌های هوش هیجانی را به پنج دسته خودآگاهی، مدیریت هیجانات، مدیریت عواطف، همدلی و ارتباطات اجتماعی تقسیم کرد. در این پژوهش، از هوش هیجانی به عنوان ابزاری در جهت بهبود و ارتقای عملکرد کارکنان استفاده شده است که در این باره مؤلفه‌های هوش هیجانی به عنوان متغیر مستقل بر عملکرد کارکنان، به عنوان متغیر وابسته تأثیر داده شده‌اند.

از آنجا که هوش هیجانی بر موفقیت شغلی تأثیر بسزایی دارد (بریکویتز، ۲۰۰۰)، پژوهشگر این موضوع را برای پژوهش خود در شرکت نگین گلفام نقش جهان استفاده کرده است. شرکت نگین گلفام نقش جهان بیش از ده سال است که در حوزه توزیع محصولات بهداشتی در استان اصفهان فعالیت می‌کند. با این حال، با توجه به پتانسیلی که این شرکت از نظر موقعیت جغرافیایی، حوزه کاری، توان پرسنلی و... دارد، هنوز نتوانسته است جایگاه واقعی خود را در استان بیابد. افزون بر اینکه مدیران شرکت پیش‌تر فعالیت‌های بسیاری برای حل این مشکل انجام داده‌اند و راهکارهای گوناگونی به اجرا گذاشته‌اند که البته تاکنون چندان مؤثر نبوده‌اند. در این پژوهش، تأثیر هوش هیجانی بر عملکرد کارکنان شرکت نگین گلفام نقش جهان بر اساس مدل گلמן بررسی می‌شود تا بتوان با توجه به نتایج تحقیق، راه‌های حل احتمالی را که باعث بالارفتن هوش هیجانی کارکنان این شرکت و در نتیجه بهبود عملکرد آنها می‌شود، معرفی کنیم.

پیشینه نظری

هوش هیجانی

روان‌شناسان در ابتدا بر ساختارهای شناختی همچون حافظه و حل مسئله تمرکز کردند که نخستین کوشش آنها برای نوشتن در مورد هوش است و از این زمان به بعد، پژوهشگران برای به چالش کشیدن و به رسمیت شناختن گرایش شناختی هوش هیجانی و دیگر جنبه‌های غیرشناختی آن، کار خود را آغاز کردند. انسان‌ها به دلیل تفاوت‌های شناختی که دارند، در شرایط یکسان، ممکن است رفتارهای متفاوتی از خود نشان دهند. در این باره یکی از مباحثی که در علوم انسانی، به ویژه در علم مدیریت و روان‌شناسی مطرح شده است، موضوع هوش هیجانی می‌باشد. از دیدگاه گیج و برلینر^۱ هوش، به معنای توانایی پرداختن به امور انتزاعی، توانایی حل مسئله و توانایی یادگیری است (گیج و برلینر، ۱۹۹۲).

1. Gage, N., & Berliner.

نخستین بار مایر و سالووی در سال ۱۹۹۰م با آگاهی بر جنبه غیرشناختی فعالیت‌ها، هوش هیجانی را نوعی فرایند اطلاعات هیجانی که شامل ارزیابی دقیق هیجانات خود و دیگران، بیان مناسب هیجانات و تنظیم در جهت افزایش کمی و کیفی سطح زندگی است، تعریف کردند. رتوبین بار - ان (۲۰۰۰) هوش هیجانی را به عنوان مجموعه‌ای از دانش‌ها و توانایی‌های هیجانی و اجتماعی که قابلیت کلی ما را در پاسخ به نیازهای محیطی تحت تأثیر قرار می‌دهد، تعریف کرد (بار - ان، ۲۰۰۰). هوش هیجانی به عنوان نوعی هوش که شامل درک دقیقی از احساسات خود و حالات عاطفی دیگران می‌شود، شناخته شده است. این هوش از لحاظ احساس فردی، ارزیابی می‌شود؛ بدین معنا که فرد از احساسات خود و چگونگی کنترل آنها آگاه خواهد بود (بهبهانی، ۲۰۱۱). گلמן هیجان را برای اشاره به یک احساس، افکار، حالت‌های روانی و بیولوژیکی مختص آن و دامنه‌ای از تمایلات شخص برای عمل بر اساس آن به کار می‌برد و هوش هیجانی را به عنوان استفاده هوشمندانه از احساسات افراد، در راه بهبودبخشیدن به رفتارها و افکار خود به منظور دستیابی به اهداف خود تعریف می‌کند. هوش هیجانی، توانایی درک، توصیف، دریافت و کنترل هیجانات است. هر شخصی با برخورداری از میزانی از هوش هیجانی در رویارویی با وقایع مثبت یا منفی زندگی، به موضع‌گیری پرداخته، به سازش با آنها می‌پردازد. در واقع انسان با برخورداری از هوش هیجانی، به زندگی خود نظم و ثبات می‌بخشد؛ به گونه‌ای که اصولاً با هوش هیجانی بالا، شخص وقایع منفی کمتری را در زندگی تجربه می‌کند (گلמן، ۱۹۹۵). از نظر گلמן، مؤلفه‌های هوش هیجانی در محیط کار عبارت‌اند از: «خودآگاهی»، «مدیریت هیجانات»، «مدیریت عواطف»، «همدلی» و «ارتباطات اجتماعی» که سه مؤلفه اول، درون‌فردی اند؛ یعنی برای دیگران نامرئی‌اند و در درون فرد رخ می‌دهند و دو مؤلفه دیگر، میان‌فردی‌اند و به آنچه میان ما و مردم اتفاق می‌افتد، مربوط می‌شوند و در رفتار ما قابل مشاهده‌اند (گلמן، ۱۹۹۸). سطوح بالایی از خودآگاهی همراه با هوش هیجانی، مدیران را به نشان‌دادن اعتماد به نفس بالاتر و کسب احترام بیشتر از سوی زیردستان خود قادر می‌سازد. از راه

خودکنترلی، آنها می‌توانند به طور هدفمند نیازهای کارکنان خود را درک کنند (بهبهانی، ۲۰۱۱). آگاهی از احساسات و رفتار خود، به اندازه درک دیگران از فرد می‌تواند بر فعالیت‌های وی به گونه‌ای اثر بگذارد که به نفع او عمل کند. خودآگاهی، هسته همه مهارت‌های مربوط به هوش هیجانی است (ویسینگر، ۲۰۰۰). گلمن خودآگاهی را به معنای تعمق در خود و متمرکز ساختن توجه بر تجربه شخصی خود که گاه مراقبه خوانده می‌شود، به کار برده است (گلمن، ۱۹۹۸). از خودآگاهی، «مدیریت خود» جریان می‌یابد؛ عامل مهمی که همه افراد برای رسیدن به اهدافشان بدان نیاز دارند (گلمن، ۱۳۸۵). پس از خودآگاهی و مدیریت هیجانی خویشتن، فرد به آگاهی اجتماعی یا همدلی نیاز دارد. همدلی به معنای درک موضوع‌ها یا علاقه‌هایی است که در پس پرده احساسات دیگران نهفته است. ارتباطات اجتماعی به عنوان بخش عمده‌ای از هنر برقراری ارتباط و مهارت کنترل عواطف در دیگران است. اینها توانایی‌هایی اند که محبوبیت، رهبری و اثربخشی میان‌فردی را تقویت می‌کنند. ما بدون شناخت احساسات خود، در نظم‌دهی به آنان شکست خواهیم خورد. در عوض، هیجانات ما را کنترل خواهند کرد. هوش هیجانی مدیران، آنها را قادر می‌سازد تا با زیردستان به عنوان افراد با نیازها و توانایی‌های منحصر به فرد رفتار کنند (بهبهانی، ۲۰۱۱). سالووی و مایر، هوش هیجانی را به عنوان توانایی نظارت و نظم‌دهی احساسات خود و دیگران و استفاده از احساسات برای راهنمای فکر و عمل توصیف کرده‌اند (سالووی، ۱۹۹۰). به عبارت دیگر، هوش هیجانی به فرد کمک می‌کند که چگونه از مهارت‌های خود به بهترین شکل ممکن استفاده کند. در روابط اجتماعی و شرایط خاص، فرد آگاه است که چه عملی مناسب و چه عملی نامناسب می‌باشد. نکته بسیار مهم درباره هوش هیجانی، این است که این نوع هوش بر موفقیت شغلی تأثیری بسزایی دارد (برکویتز، ۲۰۰۰). از سویی مدیران برای پردازش مناسب اطلاعات که بار هیجانی دارند و استفاده از آنها برای هدایت فعالیت‌های شناختی مانند حل مسئله و تمرکز انرژی بر رفتارهای لازم، سطح بالایی از هوش هیجانی نیاز دارند، به همین دلیل محقق این موضوع را برای

تحقیق خود استفاده کرده است؛ زیرا داشتن مدیریت زمان، انگیزه شغلی، بینش و ارتباط محیطی، از محورهای شغلی مهمی‌اند که با توانایی هوش هیجانی قابل ارتقا هستند. هوش هیجانی با کمک به ادراک و کنترل هیجانات خود و دیگران، از میزان و شدت تعارض‌ها در محیط‌های کاری می‌کاهد و کمک می‌کند بتوانیم ارتباط سالم‌تری با دیگران برقرار سازیم.

در این پژوهش، تأثیر هوش هیجانی بر عملکرد کارکنان شرکت نگین گلفام نقش جهان بر اساس مدل گلزن بررسی می‌شود تا بتوانیم با توجه به نتایج تحقیق، راه‌های احتمالی که باعث بالارفتن هوش هیجانی کارکنان این شرکت و در نتیجه، بهبود عملکرد آنها می‌شود، معرفی کنیم.

عملکرد

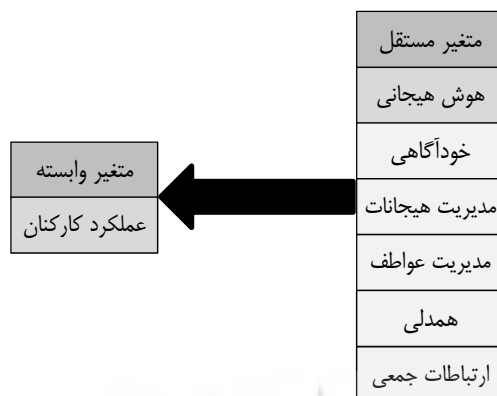
امروزه اغلب سازمان‌ها در محیطی رقابتی و پویا در حال فعالیت‌اند؛ محیطی که متغیرهای داخلی و خارجی آن همواره در حال تغییرند و امکان پیش‌بینی این تغییرات نیز بسیار سخت و مشکل است. از سوی دیگر، سازمان‌ها هزینه‌های فراوان و زمان بسیاری را صرف تهیه، تدوین و اجرای استراتژی‌هایی می‌کنند تا بتوانند به اهداف بلندمدت و چشم‌اندازهای سازمان خود دست یابند؛ بنابراین آگاهی از اینکه عملکرد سازمان تا چه اندازه در جهت رسیدن به اهداف آن بوده و موقعیت سازمان در محیط پیچیده و پویای امروز کجاست، برای مدیران و سازمان‌ها اهمیت فراوانی دارد (کاپلان و نورتن، ۱۹۹۶). «عملکرد» به درجه انجام وظایفی که شغل یک کارمند را تکمیل می‌کند، اشاره دارد و نشان می‌دهد که چگونه یک کارمند، الزامات یک شغل را به انجام می‌رساند. عملکرد اغلب با کوشش - که به صرف انرژی اشاره دارد - یکسان تلقی می‌شود؛ ولی عملکرد بر اساس نتایج فعالیت‌ها اندازه‌گیری می‌شود. به عقیده بایرز و روو، عملکرد افراد در یک موقعیت می‌تواند به عنوان نتیجه ارتباط متقابل میان کوشش، توانایی و ادراکات نقش تلقی شود (بایرز و روو، ۲۰۰۸).

رابطه هوش هیجانی و عملکرد کارکنان

تاکنون پژوهش‌های بسیاری درباره هوش هیجانی و عملکرد کارکنان انجام گرفته است و بیانگر آنند که هوش هیجانی بالا به شادمانی، زندگی کارآمدتر و عملکرد بهتر در محیط کاری منجر می‌شود. گل‌من در کتاب معروف خود به نام **هوش هیجانی**، نقش هوش هیجانی را در عرصه کار به ویژه صنعت و سازمان نشان داد و به این نتیجه رسید که با توجه به اینکه هوش هیجانی تقریباً همه جنبه‌های زندگی کاری را تحت تأثیر قرار می‌دهد، پس افرادی که از هوش هیجانی بالاتری برخوردارند، دارای عملکرد بهتری خواهند بود. از دید دولویز و هگزر (۲۰۰۰)، هوش هیجانی بر نوع عملکرد موفق و کارآمد افراد و حتی در ارزیابی این عملکرد به وسیله خود و همکاران تأثیر می‌گذارد (دولویز و هگزر، ۲۰۰۰) مایر و همکارانش اظهار داشتند که هوش هیجانی بر عملکرد کاری شغلی و تعاملات بین فردی تأثیر می‌گذارد (مایر و کاروسو، ۲۰۰۰).

گل‌پرور و همکاران در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که مؤلفه‌های هوش هیجانی با ارزیابی عملکرد شغلی در ارتباط‌اند (گل‌پرور و همکاران، ۱۳۸۹). به اعتقاد برکویتز (۲۰۰۰) افراد باهوش هیجانی بالا، سازگاری بیشتری دارند و به طور موفقیت‌آمیزی با موقعیت‌ها دست و پنجه نرم می‌کنند و می‌توانند به دیگران برای سازگاری بهتر کمک کنند (برکویتز، ۲۰۰۰)؛ بنابراین می‌توان گفت هوش هیجانی نقش مهمی در پیشرفت شغلی، محیط کار، رضایت شغلی و عملکرد فردی و سازمانی دارد.

چهارچوب مفهومی پژوهش



منبع: (به اقتباس از گلمن، ۱۹۹۸)

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌های این تحقیق را می‌توان به صورت ذیل دسته‌بندی کرد:

۱. فرضیه اصلی

میان هوش هیجانی کارکنان شرکت نگین گلفام نقش جهان و عملکرد آنها رابطه وجود دارد.

۲. فرضیه‌های فرعی

۱. میان خودآگاهی کارکنان شرکت نگین گلفام نقش جهان و عملکرد آنها رابطه وجود دارد.

۲. میان مدیریت هیجانات کارکنان شرکت نگین گلفام نقش جهان و عملکرد آنها رابطه وجود دارد.

۳. میان مدیریت عواطف کارکنان شرکت نگین گلفام نقش جهان و عملکرد آنها رابطه وجود دارد.

۴. میان همدلی کارکنان شرکت نگین گلفام نقش جهان و عملکرد آنها رابطه وجود دارد.

۵. میان ارتباطات اجتماعی کارکنان شرکت نگین گلفام نقش جهان و عملکرد آنها رابطه وجود دارد.

روش پژوهش

تحقیق حاضر از نظر نوع پژوهش، کاربردی به شمار می‌آید. روش گردآوری اطلاعات در مراحل گوناگون تحقیق متفاوت بوده است. به منظور تدوین مبانی نظری تحقیق، از مطالعات کتابخانه‌ای و منابع اینترنتی استفاده شده است. در این تحقیق، داده‌های لازم برای اثبات فرضیه‌های تحقیق و روابط میان متغیرها با استفاده از پرسش‌نامه گردآوری شده است. بر اساس آزمون کولموگروف/سمیرنوف، جامعه آماری نرمال بوده است و لازم است گفته شود برای روایی از نظر استادان دانشگاه و دانشجویان دوره دکتری، یاری گرفته شده است.

جامعه آماری، نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری این تحقیق، شرکت نگین گل‌فام نقش جهان است. در این پژوهش با توجه به اینکه تعداد جامعه آماری کمتر از پنجاه نفر است، جامعه و نمونه یکسان فرض شده است. تعداد ۴۲ پرسش‌نامه میان مدیران و کارکنان شرکت نگین گل‌فام نقش جهان توزیع شد. ابزار گردآوری داده‌ها یک پرسش‌نامه استاندارد است.

بررسی پایایی و روایی پرسش‌نامه

برای روایی از نظر استادان محترم دانشگاه و دانشجویان دوره دکتری یاری گرفته شد. پایایی نیز از راه آلفای کرونباخ ۰/۷۹ طبق جدول ۱ محاسبه شد.

جدول ۱: مقدار پایایی مؤلفه‌های تحقیق

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	واریانس	آلفای کرونباخ
خودآگاهی	۳/۵۸۳	۰/۷۱۲	۰/۵۰۸	۰/۷۸
مدیریت هیجانات	۳/۲۹۰	۰/۸۱۸	۰/۶۷۰	۰/۸۳
مدیریت عواطف	۳/۳۰۵	۰/۷۹۵	۰/۶۳۳	۰/۷۶

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	واریانس	آلفای کرونباخ
همدلی	۳/۰۷۱	۰/۶۳۴	۰/۴۰۲	۰/۷۵
ارتباطات اجتماعی	۳/۴۲۲	۰/۷۲۲	۰/۵۲۲	۰/۸۰

روش تحلیل داده‌ها

در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS، از فنون گوناگون آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. نخست با استفاده از تحلیل‌های توصیفی به بررسی جامعه آماری مورد مطالعه می‌پردازد. سپس به تجزیه و تحلیل توصیفی پرسش‌های پژوهش و متغیرهای پژوهش پرداخته شده است. در ادامه از آزمون کولموگوروف - /سمیرنوف (KS) برای بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها (جامعه آماری)، از آزمون فریدمن برای بررسی معنادار بودن تفاوت متغیرها، از آزمون میانگین جامعه، برای بررسی فرضیه‌های مورد نظر در جامعه آماری و به منظور بررسی یکسان بودن یا متفاوت بودن متغیرها در ابعاد گوناگون در جامعه مورد مطالعه و بر اساس ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان و رتبه‌بندی آنها، از آزمون تحلیل واریانس استفاده می‌شود.

یافته‌ها

در جدول شماره ۲، وضعیت نمونه آماری از لحاظ متغیرهای جمعیت‌شناختی همچون جنسیت، سن و تحصیلات ارائه شده است.

جدول شماره ۲: وضعیت نمونه آماری از لحاظ متغیرهای جمعیت‌شناختی

متغیر جمعیت‌شناختی	سطوح متغیر	تعداد	درصد
جنسیت	مرد	۷	۸۳/۳
	زن	۳۵	۱۶/۷
سن	۳۰-۲۰	۲۳	۵۴/۸
	۴۰-۳۰	۱۵	۳۵/۷
	۵۰-۴۰	۴	۹/۵
سطح تحصیلات	دیپلم	۵	۱۱/۹
	فوق دیپلم	۹	۲۱/۴
	لیسانس	۲۵	۹۵/۵
	بالا تر از لیسانس	۳	۷/۲
تجربه کاری	۵-۱	۲۶	۶۱/۹
	۱۰-۵	۱۳	۳۱/۰
	۲۰-۱۰	۳	۷/۱
	بیش از ۲۰	۰	۰

آنچه از جدول شماره ۲ برمی آید، بیانگر آن است که: بیشتر شرکت‌کنندگان در این مطالعه زنان‌اند، بیشترین میانگین سنی بیست تا سی سال است، بیشترین تحصیلات در سطح لیسانس و بیشترین تجربه کاری یک تا پنج است.

تفسیر متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق

با توجه به نرمال‌بودن توزیع، برای تبیین و تفسیر متغیرهای تحقیق، از آزمون t تک‌نمونه‌ای با مقدار آزمون برابر عدد ۳ ($\text{test value} = 3$) و فاصله اطمینان ۹۵ درصد خطای (۰/۵٪) استفاده شده است. در آزمون یادشده در صورتی که مقدار $p\text{-value}$ بزرگ‌تر از درصد باشد، متغیر مورد بررسی با مقدار آزمون - یعنی عدد ۳ - تفاوت معناداری ندارد و در نتیجه عامل مورد بررسی در حد متوسط در جامعه آماری وجود

دارد و در صورتی که مقدار p-value کمتر از ۵ درصد باشد، متغیر مورد بررسی با مقدار آزمون - یعنی عدد ۳ - تفاوت معناداری دارد. با توجه به مطالب مذکور و همان‌گونه که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، متغیرهای خودآگاهی و ارتباطات اجتماعی در بالاترین وضعیت و متغیرهای همدلی به صورت ضعیف در جامعه نمونه مورد نظر وجود دارد.

جدول شماره ۴: نتایج آزمون t تک‌نمونه‌ای برای متغیرهای تحقیق

نتیجه (تأیید یا رد)	p	درجه آزادی	T	میانگین	فرضیه اصلی
تأیید	۰/۰۰۰	۴۱	۴/۳	۳/۴	هوش هیجانی
تأیید	۰/۰۰۰	۴۱	۵/۳	۳/۵	خودآگاهی
تأیید	۰/۰۲	۴۱	۲/۲	۳/۲	مدیریت هیجانات
تأیید	۰/۰۱	۴۱	۲/۸	۳/۳	مدیریت عواطف
رد	۰/۴۷	۴۱	۰/۷۳	۳/۰۷	همدلی
تأیید	۰/۰۰۰	۴۱	۳/۷	۳/۴	ارتباطات اجتماعی

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش که با عنوان بررسی تأثیر هوش هیجانی بر عملکرد کارکنان شرکت نگین گلفام نقش جهان بر اساس مدل گلמן انجام گرفته است، هدف، ارائه الگویی برای ارتباط میان هوش هیجانی و عملکرد کارکنان می‌باشد. بدین منظور، فرضیه‌هایی تدوین شدند که به تحلیل آنها پرداخته شد. پس از جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز، با استفاده از آمار توصیفی، داده‌ها را طبقه‌بندی و تلخیص کردیم و به تحلیل آنها پرداختیم و سپس با استفاده از آمار استنباطی، به آزمون فرضیه‌های پژوهش در سطح خطای آلفای ۵٪ اقدام شد که در ذیل - طبق جدول ۴ - به تحلیل آزمون فرضیه‌ها پرداخته شده است:

فرضیه اصلی: میان هوش هیجانی کارکنان شرکت نگین گلفام نقش جهان و عملکرد

آنها رابطه وجود دارد.

مقدار ضریب همبستگی در سطح $5\% \leq P$ معنادار است، فرض H_0 رد و فرض مقابل یا H_1 تأیید می‌شود.

از این رو، هوش هیجانی کارکنان شرکت گلفام با عملکرد آنها رابطه دارد.
فرضیه اول: میان خودآگاهی کارکنان شرکت نگین گلفام نقش جهان و عملکرد آنها رابطه وجود دارد.

۹۹ مقدار ضریب همبستگی در سطح $5\% \leq P$ معنادار بوده، فرض H_0 رد و فرض مقابل یا H_1 تأیید می‌شود.

بر این اساس، خودآگاهی کارکنان شرکت گلفام با عملکرد آنها رابطه دارد.
فرضیه دوم: میان مدیریت هیجانات کارکنان شرکت نگین گلفام نقش جهان و عملکرد آنها رابطه وجود دارد.

مقدار ضریب همبستگی در سطح $5\% \leq P$ معنادار بوده، فرض H_0 رد و فرض مقابل یا H_1 تأیید می‌شود.

از این رو، مدیریت هیجانات کارکنان شرکت گلفام با عملکرد آنها رابطه دارد.
فرضیه سوم: میان مدیریت عواطف کارکنان شرکت نگین گلفام نقش جهان و عملکرد آنها رابطه وجود دارد.

مقدار ضریب همبستگی در سطح $5\% \leq P$ معنادار بوده، فرض H_0 رد و فرض مقابل یا H_1 تأیید می‌شود.

بر این اساس، مدیریت عواطف کارکنان شرکت گلفام با عملکرد آنها رابطه دارد.
فرضیه چهارم: میان همدلی کارکنان شرکت نگین گلفام نقش جهان و عملکرد آنها رابطه وجود دارد.

مقدار ضریب همبستگی در سطح $5\% \leq P$ معنادار نبوده، فرض H_0 تأیید و فرض مقابل یا H_1 رد می‌شود.

از این رو، همدلی کارکنان شرکت گلفام با عملکرد آنها رابطه ندارد.

فرضیه پنجم: میان ارتباطات اجتماعی کارکنان شرکت نگین گلفام نقش جهان و عملکرد آنها رابطه وجود دارد.

مقدار ضریب همبستگی در سطح $5\% \leq P$ معنادار بوده، فرض H_0 رد و فرض مقابل یا H_1 تأیید می‌گردد.

بر این اساس، ارتباطات اجتماعی کارکنان شرکت گلفام با عملکرد آنها رابطه دارد.

محدودیت‌های تحقیق

در این پژوهش، با اعمال تدابیری همچون پرسش‌نامه بدون ذکر نام پاسخ‌دهنده، جلب انگیزه پاسخ‌دهندگان و توضیح کافی درباره هدف پژوهش، تلاش شد خطاهای احتمالی پژوهش به کمترین حد ممکن کاهش یابد. با وجود این، به دلایل ذیل باید به نتایج این پژوهش با احتیاط نگریست:

۱. دامنه عوامل آسیب‌زا در سازمان بسیار است که با توجه به اینکه زیادبودن پرسش‌ها از کیفیت تحقیق می‌کاهد، امکان بررسی همزمان همه آنها وجود نداشت؛ ولی در حد امکان سعی شد مهم‌ترین شاخص‌ها شناسایی و مطالعه شوند.

۲. از آنجا که در این پژوهش اثر هوش هیجانی به طور مستقیم بر عملکرد بررسی شده است، این امکان وجود دارد که اثر هوش هیجانی بر عملکرد، تحت تأثیر متغیرهای واسطه قرار گرفته باشد که در این پژوهش چنین متغیرهایی بررسی نشده‌اند.

۳. محدودیت دیگر آنکه در این پژوهش فقط به یکی از مدل‌های هوش هیجانی توجه شده است، حال آنکه ممکن است استفاده از مدل‌های دیگر به کسب نتایج متفاوتی منجر شود.

۴. چنان‌که پیش‌تر اشاره شد، در این پژوهش اثر هوش هیجانی بر عملکرد کارکنان بررسی شد. مسئله‌ای که در اینجا باید بدان توجه داشت اینک عملکرد فقط تحت تأثیر هوش هیجانی نیست؛ به عبارت دیگر، مؤلفه‌ها و متغیرهای دیگری به جز هوش هیجانی نیز وجود دارند که بر عملکرد کارکنان تأثیر می‌گذارند و ممکن است بر نتیجه این تحقیق نیز تأثیر گذاشته باشند، بی‌آنکه محقق متوجه آنها شده باشد.

۵. پرسش نامه حاضر نتوانسته است به طور کامل همه ابعاد هوش هیجانی را بررسی کند و این امر نیز به عنوان یکی از محدودیت های این تحقیق محسوب می شود.

۶. برخی پاسخ دهندگان در زمان پاسخگویی، با این تفکر که پاسخ واقعی به زیان آنها تمام می شود، روش محافظه کارانه پیش می گرفتند و پاسخ های جامعه پسند ارائه می کردند؛ بنابراین ارائه نشدن دیدگاه های دقیق و صحیح که معمولاً هر اقدام پژوهشی با آن روبه رو می باشد، به عنوان یکی از محدودیت های این گونه پژوهش های میدانی محسوب شده، همین مسئله باعث ایجاد مانع در ابتدایی ترین گام پژوهش یعنی مسئله یابی می شود.

پیشنهاد

در این تحقیق تلاش شد میزان هوش هیجانی کارکنان شرکت نگین گلفام نقش جهان با استفاده از پرسش نامه ای استاندارد و نرم افزار SPSS ارزیابی شود و ارتباط و اثر آن بر عملکرد کارکنان بررسی شود؛ بنابراین برای سنجش میزان هوش هیجانی افراد و به کارگیری آن در جهت بهبود عملکرد کارکنان در سازمان، تحقیقات گسترده تری لازم است. بر این اساس، پیشنهادهایی برای ارتقای هوش هیجانی افراد سازمانی و در نتیجه بهبود عملکرد کارکنان ارائه می شود:

۱. کنترل هیجانات خود؛ تا زمانی که کارکنان نتوانند هیجان های خود را مدیریت کنند، نمی توانند با هیجان های مشتریان مواجه شوند یا وضعیتی مناسب به وجود آورند.
۲. جلسات آموزش صلاحیت هیجانی؛ این جلسات باعث می شوند فرد بفهمد چگونه هیجان ها بر او تسلط داشته اند و اگر چیزی او را آزار می دهد، درباره آن با طرف مقابل صحبت کند و به آنها بفهماند که ناراحت است و نمی خواهد وضعیت بدتر شود و قدرت پذیرش بیشتری دارد. در این صورت، شخص می فهمد که داشتن همه نوع هیجان مجاز است؛ ولی نباید اجازه داد هیجان ها بر آنها حکومت کنند.
۳. یادگیری محض مطالب، ضامن انجام آنها نیست؛ در واقع پرورش صلاحیت های هیجانی، نیازمند درک اصول بنیادی تغییر رفتار است. کارکنان باید یاد بگیرند که این

آموزش‌ها را به کار ببندند. باید با کوشش و صرف وقت، عادت‌های قدیمی را فراموش کنند و به جای آن، عادت‌های اثربخش‌تری را فراگیرند و انجام دهند. برای جایگزینی عادت کنار گذاشته شده با عادت‌های کارآمدتر، باید عادت بهتر را به اندازه کافی تمرین کرد و مانع بروز عادت ناکارآمد شد. در این صورت، مدار عصبی رفتار قدیمی در نهایت از میان می‌رود و مداربندی رفتار بهتر، با قوت بیشتری رشد می‌کند. در نهایت عادت بهتر در غالب واکنشی خودکار، در موقعیت‌های مهم، جایگزین عادت پیشین می‌شود.

۴. **نظردهی مقاوم؛** این مسئله افراد را به ایجاد تغییر مثبت، ترغیب و کمک می‌کند.

۵. **تخلیه هیجان‌ها؛** برای مقابله با تنش، هرگاه شخص احساس می‌کند هیجان‌هایش تلنبار شده است، به فعالیت‌های جسمانی مانند پیاده‌روی، کلاس‌های ورزشی و... روی بیاورد و آن هیجان‌ها را تخلیه کند.

۶. **گزینش اهداف پیشرفت؛** برای ایجاد انگیزه در افراد، از آنها بخواهیم اهداف پیشرفت‌شان را خودشان برگزینند و به آنان در طراحی برنامه خودشان برای پی‌جویی آن اهداف کمک کنیم.

۷. **انجام کارهای گروهی؛** برای تقویت روابط اجتماعی، افراد را به کارهای گروهی تشویق کنیم و پاداش را به نتیجه کل کار و میزان همکاری و هماهنگی افراد تخصیص بدهیم، نه نتیجه کار هریک از افراد.

۸. **افزایش اعتماد به نفس و اصلاح نقاط ضعف؛** برای افزایش خودآگاهی در افراد، آنها را به افزایش اعتماد به نفس و اصلاح ضعف‌هایشان تشویق کنیم. خودآگاهی که به عنوان نخستین مؤلفه هوش هیجانی در این تحقیق بررسی شد، باعث می‌شود افراد تصویر بهتری از موقعیت‌های خاص در ذهن خود ایجاد کنند و در انتخاب موقعیت‌های کاری، بهتر عمل کنند.

۹. **حدس زدن احساس درونی همکاران و مقایسه آن با احساس واقعی فرد؛** برای ایجاد همدلی در افراد، از آنها بخواهیم از روی لحن و نوع صحبت همکارشان، در مورد احساس درونی وی حدس بزنند و حدس‌های او را با احساس واقعی فرد مقایسه کنند

و نتیجه را به هر دو طرف منعکس کنیم.

۱۰. سنجش توانایی‌های افراد و ستایس نقاط قوت آنان؛ باید افراد را بسنجیم و ضمن آنکه محدودیت‌هایشان را به ایشان نشان می‌دهیم، نقاط قوت افراد را بستاییم. بیشتر اوقات به کاستی‌های افراد توجه می‌شود؛ ولی ما می‌خواهیم به افراد در تشخیص جوهره قدرتشان کمک کنیم تا مَهر تأییدی باشد بر آنچه آنان درباره خودشان ارزشمند می‌دانند؛ برای مثال، وقتی فرد باور کند واجد توانایی تغییر یافتن است، عزمش بسیار راسخ‌تر می‌شود.

۱۰۳

۱۱. توجه به همه ابعاد هوش هیجانی و ارتقای آنها به موازات یکدیگر؛ همان‌گونه که نتایج این پژوهش نشان می‌دهد، هوش هیجانی در مجموع تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد کارکنان دارد. در کنار این مسئله، دیده شد که مؤلفه‌های هوش هیجانی به طور جداگانه نمی‌توانند تأثیر معناداری بر عملکرد کارکنان داشته باشند؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود اگر شرکت نگین گلفام نقش جهان، به استفاده از ابزار هوش هیجانی در جهت بهبود عملکرد کارکنان تمایل دارد، باید همه مؤلفه‌های هوش هیجانی را در افراد به صورت همزمان ارتقا دهد.

۱۲. معرفی هوش هیجانی به کارکنان و مدیران سازمان و اهمیت آن؛ با توجه به اینکه هوش هیجانی مبحث جدیدی در علم روان‌شناسی است و هنوز در سازمان‌ها و علم مدیریت اهمیت بالایی ندارد، در جهت استفاده از این قابلیت و توانایی، ایجاد شرایطی که کارکنان و مدیران به وسیله آن بتوانند با این موضوع آشنا شوند، لازم به نظر می‌رسد. در واقع باید افزون بر معرفی هوش هیجانی به افراد سازمانی، آنان را در جریان اهمیت این مؤلفه و کمک‌هایی که این مسئله می‌تواند به آنان در زندگی کاری و شخصی ارائه دهد، قرار داد و به همین ترتیب، راه‌های ارتقای این قابلیت را به آنان آموخت. ایجاد برنامه یا کلاس‌های منظم در این باره و پیگیری رشد افراد، از این جهت نیز می‌تواند برای ارتقای هوش هیجانی افراد مفید واقع شود.

۱۳. برقراری شرایطی برای تسهیل و ایجاد امکان خودآنگیزی کارکنان؛ با توجه به

اهمیتی که «انگیزه» برای انجام کارها دارد، ایجاد شرايطی برای انگیزش افراد در مسیر کارشان نقش بسزایی در انجام درست کارها از سوی آنان دارد. خودانگیزی که به مراتب اثر بالاتری از دیگر منابع انگیزشی دارد، نقش مهمی در مسیر انجام کارها می‌تواند ایفا کند.

۱۴. **ارتقای کیفی و کمی ارتباطات افراد؛** چگونگی ارتباطات افراد با یکدیگر، نقش مهمی در انجام کارها دارد. در محیط کار با توجه به نیازی که افراد برای انجام کارهایشان به یکدیگر دارند و نیز با توجه به ذات اجتماعی افراد، نوع برقراری ارتباط آنها با یکدیگر اهمیت فراوانی دارد. با کمک و آموزش چگونگی برقراری ارتباطات بهینه به افراد، می‌توان آنها را در انجام بهتر کارهایشان یاری کرد و در نتیجه به اهداف سازمانی مورد نظر دست یافت.

۱۵. **بالا بردن آگاهی اجتماعی افراد؛** به کارکنان فرصت ارائه نظر و پیشنهاد داده شود و مسئولان از قدرت خلاقیت و ابتکار آنها استفاده کنند تا بدین وسیله آگاهی اجتماعی که یکی از مؤلفه‌های هوش هیجانی است، در کارکنان نیز بیشتر نهادینه شود.

پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده

این تحقیق با هدف روشن ساختن رابطه هوش هیجانی و عملکرد کارکنان شرکت نگین گلفام نقش جهان آغاز شد. در این تحقیق محقق توانست ارتباط این دو مؤلفه را در شرکت گلفام روشن سازد. همزمان با انجام این تحقیق، ابهام‌ها و پرسش‌های بیشتری فراروی محقق ایجاد شد که با توجه به محدودیت‌های موجود، پرداختن به آنها آسان نبود؛ بنابراین برای پژوهش محققان آینده که قصد فعالیت در این حوزه را دارند، موضوعات ذیل پیشنهاد می‌شود:

۱. در این تحقیق برای بررسی دو مؤلفه مربوط، از پرسش‌نامه‌ای استاندارد و مدل مربوط استفاده شده است؛ ولی در این باره پرسش‌نامه و مدل‌های دیگری نیز وجود دارند که برای این دو مؤلفه، فاکتورها و مؤلفه‌های دیگری را در نظر گرفته‌اند. محققانی که به انجام تحقیقاتی در این موضوع علاقمندند، می‌توانند از

مدل‌ها و پرسش‌نامه‌های دیگری استفاده کنند.

۲. همچنان که از پژوهش حاضر نتیجه گرفته شد، هوش هیجانی بر عملکرد کارکنان، اثر مثبت و معناداری دارد. در کنار این موضوع، می‌توان متغیرهای واسطه‌ای را برای این اثر ارزیابی کرد؛ برای مثال، ارتباطات می‌توانند به عنوان متغیر واسطه‌ای مناسبی در بررسی رابطه هوش هیجانی و عملکرد کارکنان مد نظر قرار گیرند.

۳. یافته‌های این پژوهش به بُعد مکانی این تحقیق محدود می‌شود؛ هرچند بُعد انسانی در این پژوهش در نظر گرفته شده است؛ ولی برای تعمیم بخشی از نتایج این پژوهش به صورت یک کل، باید تحقیقات گسترده‌تری انجام گیرد. در ضمن باید توجه داشت که این پژوهش در یکی از سازمان‌های اصفهان انجام گرفته است که در آن پاسخ‌دهندگان از نظر فرهنگی با استان‌های دیگر تفاوت دارند؛ به همین دلیل، پیش از هرگونه تعمیم‌دادن یافته‌های اخیر در دیگر استان‌ها، برای درک رابطه میان هوش هیجانی و عملکرد کارکنان، باید تحقیقات مشابهی در سازمان‌ها و استان‌های دیگر انجام شود.

۱۰۵

منابع

۱. گلמן، د.، بویاتزیس، ر. و مک لی، آ. (۱۳۸۵). هوش هیجانی در مدیریت و رهبری سازمانی، ترجمه بهمن ابراهیمی، تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
۲. گل پرور، م. و خاکسار، ف. (۱۳۸۹). رابطه بین هوش هیجانی با عملکرد شغلی کارکنان کارخانجات صنعتی اصفهان. روانشناسی بالینی و شخصیت. ۱۷ (۲)، ۳۴-۱۹.
3. Bar-On, R. (2000). Emotional and social intelligence: Insights from the emotional quotient inventory (EQ-I). In R. Bar-On, & J. D., Parker. (Eds.), The handbook of emotional intelligence, (pp. 363-388). Jossey- Bass, San Francisco.
4. Bar-on, R. and Parker, J. (2000). **The handbook of emotional intelligence**. San Francisco: Jossey-Bass.
5. Behbahani, A. A. (2011). A comparative Study of the Relation between Emotional Intelligence and Employee's Performance. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**. 30, 386 -389.
6. Berkowitz, A. D. (2000). The evolution of market integration in Russia. eBook available. <http://books.google.com/>
7. Byars, L. L. & Rue, L. W. (2008). Human Resource Management (9th ed.). New York: McGraw-Hill.
8. Dulewicz, P., & Higgs, M. (2000). Emotional intelligence; A review and evaluation study. Journal of Managerial Psychology.

15 (4), 341-372.

9. Gage, N., & Berliner, D. (1992). **Educational psychology** (5th ed.). New Jersey: Houghton Mifflin Company.
10. Goleman, D. (1995). **Emotional Intelligence: Why it can matter more than I.Q.** New York: Bantam Books.
11. Goleman, D. (1998). **Working with emotional intelligence**. New York: Bantam Books.
12. Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). **The balanced scorecard: Measures that drive performance**. Boston: Harvard Business School Press.
13. Mayer, J.D., Salovey, P., & Caruso, D. (2000). **Manual for the MSCEIT**. Toronto: MHs.
14. Mayer, J., Salovey, P., & Caruso, D. (2000). Emotional intelligence as zeitgeist, as personality, and as mental ability. In: R. Bar-On & D.A. Parker (Eds.). **The handbook of emotional intelligence** (92-117). San Francisco: Jossey-Bass.
15. Salovey, p. & Mayer, J. D.(1990). Emotional intelligence. **Imagination, Cognition and Personality**. 9, 185-211.
16. Weisinger, H. D. (2000). **Emotional Intelligence at work**. San Francisco: Jossey-Bass



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی