

بررسی نقش هوش هیجانی در ارتقای اثربخشی سازمانی (مورد مطالعه: بانک صادرات شهر تهران)

عباس منوریان^۱، حامد امیری^۲، سپیده ذاکری^{۳*}

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۲/۲۱ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۲/۱۰)

چکیده

نقش عامل انسانی در کیفیت خدمت‌رسانی در سازمان‌های خدماتی باعث می‌شود هوش هیجانی بر عملکرد افراد در این سازمان‌ها تأثیر داشته باشد. از این رو پژوهش حاضر به بررسی رابطه هوش هیجانی با اثربخشی سازمانی در بانک صادرات شهر تهران پرداخته است. این پژوهش از نگاه هدف کاربردی، از نظر روش توصیفی-پیمایشی و از نظر داده‌ها کمی است. جامعه آماری پژوهش را مدیران و کارکنان بانک صادرات شهر تهران منطقه دوازده حوزه یک تشکیل می‌دهند، برای نمونه‌گیری نیز از روش تصادفی طبقه‌ای استفاده شده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه استاندارد هوش هیجانی و اثربخشی سازمانی بوده است. داده‌ها با استفاده از آزمون‌های پیرسون و هم‌بستگی رگرسیون خطی تجزیه و تحلیل شدند. نتایج نشان می‌دهد بین ابعاد هوش هیجانی و اثربخشی سازمان رابطه معناداری وجود دارد. از این رو ارتقای هوش هیجانی کارکنان این بانک می‌تواند به ارتقای اثربخشی سازمانی آن مساعدت کند.

واژگان کلیدی: هوش هیجانی، خود آگاهی، خود مدیریتی، آگاهی اجتماعی، مدیریت روابط، اثربخشی سازمانی

۱- دانشیار گروه مدیریت دولتی دانشگاه تهران. تهران، ایران.

۲- کارشناس ارشد مهندسی انرژی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران.

۳- کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، پردیس البرز دانشگاه تهران، تهران، ایران.

* پست الکترونیک نویسنده پاسخگو: S.Zakeri@yahoo.com

مقدمه

هوش هیجانی بیانگر آن است که در روابط اجتماعی و در بده-بستان‌های روانی و عاطفی در شرایط خاص چه عملی مناسب یا نامناسب است. همچنین اینکه فرد در شرایط مختلف بتواند امید را در خود همیشه زنده نگه دارد، با دیگران همدلی کند، احساسات دیگران را بشنود، برای به دست آوردن پاداش بزرگ‌تر، پاداش‌های کوچک را نادیده انگارد، نگذارد نگرانی قدرت تفکر و استدلال او را مختل کند، در برابر مشکلات پایداری کند و در همه حال انگیزه خود را حفظ کند. هوش هیجانی نوعی استعداد عاطفی است که تعیین می‌کند از مهارت‌های خود چگونه به بهترین نحو ممکن استفاده کنیم و حتی کمک می‌کند خرد را در مسیری درست به کار گیریم. بیشتر مدیران در یک نقطه اشتراک دارند و آن این است که آن‌ها به لحاظ داشتن هوش عاطفی یک سرو گردن بالاتر از دیگران قرار می‌گیرند و این به آن معنی نیست که ضریب هوشی و داشتن سایر مهارت‌ها اهمیت چندانی ندارند، بلکه این توانایی‌ها نقطه ورود به دنیای مدیریت به شمار می‌روند. تحقیقات اخیر روانشناسان نشان می‌دهد بنیان موفقیت مدیریت در هوش عاطفی خلاصه می‌شود؛ بدون آن ممکن است مدیر دارای ایده‌های بزرگ و ذهنی انتقادگر باشد ولی باز هم با مدیر موفق فاصله دارد (صابری دهکردی، ۱۳۸۴:۲۲).

یکی از مباحث مدیریتی که ممکن است برای عموم مدیران هم جالب باشد و هم کاربردی بحث «اثربخشی و کارایی» سازمان است. بدیهی است مدیران متعهد و مسئول مایلند بدانند سازمانشان در چه وضعیتی قرار دارد و برای دستیابی به اهداف سازمانی باید چه معیارهایی را برای سنجش عملکرد واحد یا سازمان خود در نظر داشته باشند (نجف بیگی، ۱۳۸۹:۹۷). به زبان ساده اثربخشی یعنی انجام دادن " کارهای درست " (علاقه بند، ۱۳۷۶:۱۶).

در دنیای بسیار رقابتی صنعت بانکداری امروزی توجه به میزان اثربخشی در سیستم و سنجش آن و همزمان ارزیابی بازخوردها مدیران را متوجه این مسئله می‌سازد که چه عواملی می‌تواند بر افزایش اثربخشی سازمان خود اثرگذار باشد. نقش بسیار مهم عامل انسانی در کیفیت خدمات‌رسانی در سازمان‌های خدماتی از جمله بانک‌ها باعث می‌شود اثربخشی این گونه سازمان‌ها تا حدود زیادی به چگونگی عملکرد افراد در سازمان بستگی داشته باشد. افزون بر این ضرورت وجود تعامل موثر در ارائه خدمت به مشتری در بانک برخورداری کارکنان و مدیران این گونه سازمان‌ها را از هوش هیجانی

ضروری می‌سازد. ضعف در برخورداری از هوش هیجانی باعث ضعف کارآیی، ضعف در قضاوت، تصمیم‌گیری غلط، جذب کارکنان نامناسب، از دست دادن کارکنان لایق، بی‌انگیزگی کارکنان، فقدان کار گروهی و نداشتن خودمدیریتی می‌شود (پارسا، ۱۳۸۳).

از این رو پژوهش حاضر به این مسئله می‌پردازد که هوش هیجانی و هر یک از ابعاد آن چگونه و تا چه میزان با اثربخشی سازمانی در بانک صادرات شهر تهران رابطه دارند؟ چگونه می‌توان با تبیین این رابطه با ارتقای اثربخشی سازمانی در این بانک مساعدت نمود.

مروری بر مبانی نظری

واژه هوش عاطفی به عنوان پرکاربردترین لغت و مفهوم جدید در سال ۱۹۹۵ از سوی جامعه دیالکت آمریکا انتخاب گردید. از آن پس تا کنون نیز تحقیقات در مورد هوش عاطفی رو به افزایش می‌باشد. پنج سال گذشته، هوش عاطفی عنوان بسیاری از کتاب‌ها و مجلات پر فروش و مقاله‌های روزنامه‌های مشهور و پر خواننده را به خود اختصاص داده و در مورد آن پژوهش‌های گوناگونی صورت پذیرفته است. از زمانی که مجلات معتبر علمی در این زمینه مقاله‌هایی به چاپ رساندند تا به امروز مجله‌ها و مقاله‌های پژوهشی، فعالیت‌های مربوط به این حوزه را گزارش می‌کنند. علاقه شدید به این حوزه منجر به ارائه تعاریف متعددی از هوش عاطفی شده و ادعاهای فراوانی مبنی بر اهمیت هوش عاطفی را هم به دنبال داشته است. سالوی و مایر ۱۹۹۰ هوش عاطفی را توانایی درک احساسات در خود و دیگران و همچنین استفاده از این احساسات به عنوان راهنمای اطلاعاتی برای تفکر و عمل، توانایی درک، ارزیابی و بیان صحیح هیجانات، توانایی دستیابی و تولید احساسات برای تسهیل فعالیت‌های شناختی، توانایی درک مفاهیم مربوط به هیجانات و کاربرد زبان مربوط به هیجانات، توانایی کنترل و تنظیم هیجانات خود و دیگران برای رسیدن به رشد و ارتباطات اجتماعی موثر تعریف می‌کنند (اکبرزاده، ۱۳۸۳: ۲۳).

جک بلاک به جای هوش عاطفی "اصطلاح من منفعت" را به کار می‌برد که مؤلفه‌های اصلی آن عبارتند از تنظیم هیجانات خود، کنترل تکانه به صورتی سازگار کننده، احساس کفایت شخصی و هوش اجتماعی (پارسا، ۱۳۸۳: ۷۵).

گلمن "۱۹۹۵" هوش عاطفی را توانایی درک و فهم هیجانات و عواطف به منظور تعمیم آن به عنوان حامی اندیشه، شناخت هیجانات و دانش هیجانی تا بتوانیم آن‌ها را نظم داده تا موجبات رشد عقلی، عاطفی و هیجانی فراهم گردد (سیاروچی و دیگران، ترجمه فارسی، ۱۹۰:۱۳۸۴).

هوش عاطفی مجموعه‌ای از توانایی‌های غیرشناختی، توانش‌ها و مهارت‌هایی که بر توانایی رویارویی موفقیت آمیز با خواسته‌ها، مقتضیات و فشارهای محیطی تأثیر می‌گذارد (بارون، ۱۹۹۷). توانایی جهت شناسایی و واکنش نشان دادن به هیجانات و احساسات دیگران؛ داشتن چنین مهارت‌هایی کمک می‌کند که افراد هیجان‌ناشان را اداره کنند (اسمیت، ۲:۱۹۹۷).

بارون "۱۹۹۷" هوش عاطفی را به عنوان نوعی آرایش قابلیت‌های شخصی هیجانی، عاطفی و اجتماعی و همچنین مهارت‌هایی که بر توانایی انسان‌ها برای موفقیت در غلبه بر فشارها و مقتضیات محیطی اثر می‌گذارد و مستقیماً بر آسایش روان شناختی کلی انسان اثر می‌گذارد، تعریف می‌نماید (آقایار و شریفی در آمدی، ۶۵:۱۳۸۵).

هوش عاطفی شامل آگاهی داشتن نسبت به عواطف و چگونگی ارتباط و تعامل این عواطف با بهره هوشی می‌باشد، یعنی فردی که می‌خواهد در زندگی خود موفق بوده و جزء بهترین افراد باشد، باید از عواطف و احساسات خود و دیگران آگاه بوده و از عواطف استفاده منطقی ببرد (کی یراسته، ۱:۱۹۹۹).

نقش هوش هیجانی در سازمان‌ها

در گذشته، به کارکنان گفته می‌شد که عواطف و احساسات خود را در خانه رها کرده و به سر کار بیایند، کارکنان نیز اجباراً از این رویه تبعیت می‌کردند، ولی این رویه زمان زیادی به طول نینجامید، چرا که انسان‌ها در هر سازمان یا گروهی مشغول به کار بوده و با انسان‌های دیگری سر و کار داشته باشند محتاج تعاملات عاطفی با دیگران هستند (جانسون و ایندريک^۱، ۸۴:۱۹۹۹).

احساسات و عواطف بر هر چیزی که ما انجام می‌دهیم تأثیر دارد. به ویژه در محیط سازمانی، عواطف منجر به رفاقت و صمیمیت در بین اعضاء تیم شده و بهره وری سازمان را افزایش می‌دهد. البته نباید فراموش کرد که همین عواطف چنان چه درست از آن‌ها استفاده نشود، می‌تواند ویرانگر و

نابود کننده نیز باشد. پس می‌توان گفت که هوش عاطفی به روابط بین فردی شکل می‌دهد. البته با وجود این، هنوز هم بسیاری از مدیران هستند که تمایل به کنارگذاری عواطف و احساسات دارند و دوست دارند فقط با منطق کار کنند، اما تحقیقات فراوانی نشان‌دهنده این مطلب است که چنانچه عواطف به طور مفید و موثری اداره شوند، موجب افزایش اعتماد متقابل، وفاداری و تعهد کارکنان خواهند شد و بهره‌وری سازمان افزایش خواهد یافت (جانسون و ایندریک، ۱۹۹۹: ۸۵).

از دیدگاه گلمن، استفاده از مهارت‌های عاطفی در محیط کار و داشتن کارکنانی با هوش عاطفی برتر از دو جهت برای سازمان‌ها سودمند است، بدین ترتیب که اولاً افراد بر خودشان می‌توانند کنترل داشته و خود را اداره کنند و ثانیاً روابط اجتماعی بین افراد نیز بهبود خواهد یافت که موجب برقراری ارتباط موثر در بین کارکنان خواهد شد (کی پراستد، ۱۹۹۹: ۳).

در نتیجه تحقیق جانسون و ایندویک^۱، مشخص شد که مدیران و کارکنان هر دو باید در درون سازمان مورد مطالعه قرار گیرند، کارکنان به منظور برقراری ارتباطات اثربخش با دیگران، به هوش عاطفی نیاز دارند و مدیران نیز چنانچه دارای مهارت‌های عاطفی بالایی باشند می‌توانند موجب عملکرد فراتر از انتظار کارکنان شوند. هوش عاطفی و داشتن مهارت‌های عاطفی در درون سازمان‌ها هم برای مدیران و هم برای کارکنان مفید است چرا که مدیران دارای کارکنانی هستند که دارای شور و اشتیاق فراوان برای کار هستند و کارکنان نیز مدیرانی خواهند داشت که آن‌ها را درک می‌کنند و به مشکلات و نیازهایشان رسیدگی می‌کنند (جانسون و ایندریک، ۱۹۹۹: ۸۷).

یکی از دلایل ترک شغل کارکنان به نوع ارتباط میان کارمند و مدیر مافوقش بر می‌گردد. ریچارد لیدر^۲ می‌گوید: افراد سازمان‌های خود را ترک نمی‌کنند بلکه آن‌ها رهبران را ترک می‌کنند. حال سوال این است که چه چیزی منجر به حفظ و بقاء این رابطه می‌شود؟ بر اساس تحقیقی که موسسه تحقیقاتی هی‌گروپ^۳ بر روی ۲ میلیون کارمند آمریکایی انجام داد به این نتیجه رسید که همه چیز به احساسات بر می‌گردد. این موسسه سه عامل اصلی را که تا حدود ۵۰٪ میزان وابستگی کارکنان به شغلشان را افزایش می‌دهد شناسایی کرد، این سه عامل عبارت بودند از:

۱- اهمیت دادن مدیران به احساسات کارکنان

1 -Johnson , R. and Indvik

2- Lider ,R

3 -Hay Group

۲- دریافت تأییدیه یا تشویق از سوی مدیران

۳- اعتقاد مدیران به اینکه کارمندان به پیشرفت سازمانشان علاقمند می‌باشند (اورت و فریدمن^۱، ۲۰۰۴: ۹).

ویژگی‌های هوش هیجانی

• **قابلیت هیجانی:** متشکل از ظرفیت واکنش یا پاسخ به محرک‌های هیجانی در شرایط مختلف، داشتن حس خوش بینی و اعتماد به نفس بالا، کنترل هیجانات ناگوار مانند ناکامی، تعارض‌ها، عقده‌های پیچیده، هیجانات شادی بخش، توانایی برقراری ارتباط با دیگران و... می‌شود. قابلیت هیجانی را می‌توان آموخت و نتایج آن را در عملکرد شغلی مشاهده نمود. دانیل گلمن می‌گوید قابلیت هیجانی نشان می‌دهد چقدر از توان بالقوه ما می‌تواند به توانایی‌های ضمن کار تبدیل شود (آقاپار و شریفی درآمدی، ۱۳۸۵: ۴۰).

• **بلوغ هیجانی:** متشکل از ارزیابی هیجانات خودمان و دیگران، شناسایی و ابراز احساسات، تعادل میان عقل و دل یا به عبارتی منطق و عاطفه، انعطاف و تطبیق پذیری، پذیرش و تحسین عقاید دیگران، به تأخیر انداختن رضایت‌های روانی آنی یا به عبارتی از واکنش‌هایی که حاکی از رضایت‌مندی سریع روانی است جلوگیری می‌کند (آقاپار و شریفی درآمدی، ۱۳۸۵: ۴۰).

• **حساسیت هیجانی:** متشکل از شناخت ایجاد آستانه برانگیختگی هیجانی و مدیریت بی واسطه محیط، حفظ تفاهم با دیگران، آرامش دادن به مدیران که زمینه ساز روابط نزدیک عاطفی و احساسی در سازمان می‌شود (آقاپار و شریفی درآمدی، ۱۳۸۵: ۴۰).

• **هوش عاطفی و هوش عقلی:** سالها بود که بهره هوشی به عنوان مهم‌ترین پیش بینی کننده موفقیت آتی افراد در زندگی مطرح بود و تصور بر این بود، افرادی که دارای میزان ضریب هوشی بالاتری باشند، نسبت به دیگران موفق‌تر عمل می‌کنند. در نتیجه این گونه تصورات، حتی در مدارس نیز سعی بر این بود که آگاهی و دانش بچه‌ها را تا حد ممکن افزایش دهند و به آموزش بهای زیادی داده می‌شد. اما تحقیقات جدید نشان می‌دهد که بهره هوشی به تنهایی نمی‌تواند بیان کننده علل موفقیت افراد در سر کار یا زندگی باشد، چرا که می‌توان افرادی را مشاهده کرد که دارای ضریب

هوشی بالایی هستند و در تحصیل موفق بوده‌اند اما در زندگی به عنوان یک فرد موفق مطرح نمی‌باشند (پون تنگ فات^۱، ۲۰۰۲: ۵۸).

ابعاد هوش هیجانی

خودآگاهی: شناخت احساسات و عواطف، خود تشکیل یک مجموعه واژگان برای بیان آن‌ها و مشاهده حلقه‌های ارتباط میان اندیشه‌ها، احساسات و واکنش‌های ما، مشاهده پیامد انتخاب‌های مختلف و به کاربردن این بصیرت‌ها برای تصمیم‌گیری. خودآگاهی، همچنین به معنی شناخت نقاط قوت و ضعف و مشاهده خویشتن از دیدگاهی مثبت و واقعی می‌باشد (بار-ون، ۱۹۹۷).

خود مدیریتی: توانایی کنترل و اداره کردن عواطف و هیجان‌ها، توانایی حفظ آرامش در شرایط بحرانی و استرس‌زا، توانایی خودانگیزی و ابراز منویات درونی است، به عبارتی خود مدیریتی توانایی کنترل عواطف و هیجان‌ها و رفتارهای صادقانه و درست است. افراد با مهارت خود مدیریتی اجازه نمی‌دهند بدخلقی‌ها در طول روز از آن‌ها سر بزند و می‌دانند منشأ بدخلقی‌ها کجاست و ممکن است چقدر طول بکشد (بار-ون، ۱۹۹۷).

آگاهی اجتماعی: توانایی در حدس زدن دقیق هیجان‌های دیگران و فهمیدن اینکه واقعاً آن‌ها چه احساسی دارند، به این معنا که متوجه شویم دیگران چه فکر می‌کنند و چه احساسی دارند. حتی اگر خودمان مثل آن‌ها فکر و احساس نکنیم (بار-ون، ۱۹۹۷).

مدیریت روابط: توانایی به کارگیری هیجان‌ها خود و نیز استفاده از هیجان‌ها دیگران برای مدیریت کردن تعامل‌ها. این کار باعث می‌شود تا تبادل اطلاعات شفاف و مشخص باشد و به طور موثر بتواند از عهده‌ی تعارض‌ها و برخوردها برآید. مدیریت رابطه پیوندی است که در طول زمان با دیگران بوجود می‌آید (بارون، ۱۹۹۷).

اثربخشی سازمانی

اثربخشی سازمانی عبارت از میزانی است که یک سازمان با استفاده از منابع خاص و بدون هدر دادن منابع خود و بدون فرسوده کردن غیر ضروری اعضا و جامعه خود، اهدافش را برآورده می‌کند. در واقع

اثربخشی سازمانی، درجه نزدیکی یک سازمان به هدف‌هایش را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر اندازه‌ای است که یک سازمان به اهدافش تحقق می‌بخشد (بار-ون، ۱۹۹۷).

دیدگاه‌های اثربخشی

سه دیدگاه در مورد اثربخشی شناسایی و مشخص شده است اساسی‌ترین سطح، «اثربخشی فردی» است. اثربخشی فردی بر عملکرد وظیفه‌ای کارمند یا اعضای خاص یک سازمان تاکید می‌کند. مدیران به طور روزانه اثربخشی فردی را از طریق فرآیندهای ارزشیابی عملکرد که مبنایی برای افزایش حقوق، ترفیعات و سایر پاداش‌های قابل دسترس در سازمان هستند، ارزیابی می‌کنند. افراد به ندرت وقتی از دیگران جدا می‌شوند کار می‌کنند. کارمندان اغلب در گروه‌ها کار می‌کنند و این دیدگاه دیگری در زمینه اثربخشی ایجاد می‌کند. این دیدگاه، «اثربخشی گروهی» است.

سومین دیدگاه، «اثربخشی سازمانی» است. از آنجا که سازمان‌ها افراد و گروه‌ها را در بر می‌گیرند؛ بنابراین اثربخشی سازمانی شامل اثربخشی فردی و گروهی است. اثربخشی سازمانی از مجموع اثربخشی فردی و گروهی بیشتر است. این امر به دلیل اثرات هم‌نیروایی می‌باشد که سازمان‌ها سطوح بالایی از عملکرد نسبت به مجموع عملکرد اجزایشان به دست می‌آورند.

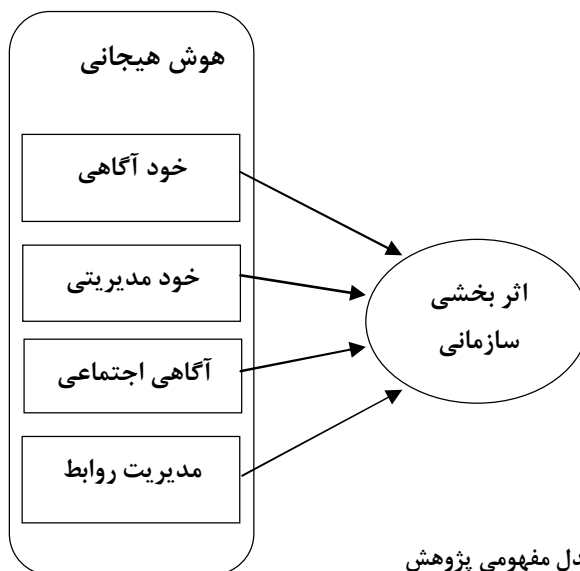
رابطه بین هوش هیجانی با اثربخشی مدیران

بسیاری از مدیران امروزی ارتباطات ضعیفی برقرار می‌کنند و تمایل به سخت‌گیری دارند. آن‌ها قادر نیستند در محیط کسب و کار، فرهنگ سازمانی، فرآیند کاری و فن‌آوری تغییر ایجاد کنند. بسیاری از مدیران قادر نیستند بازخورد دریافت کنند و به بازخوردها پاسخ درست بدهند. به افرادی که با آن‌ها کار می‌کنند اعتماد ندارند، به تندی انتقاد می‌کنند، بیش از حد از آن‌ها کار می‌کشند و این مدیران به طور آشکاری نشان می‌دهند که مدیرانی که از لحاظ فنی خوب تربیت شده‌اند نمی‌توانند مدیران موفق باشند (میلر^۱، ۱۹۹۹: ۱).

مدیران موفق و اثربخش تقریباً در تمام جنبه‌ها با این مدیران متفاوت هستند. آنان نقش رهبر را ایفا می‌کنند، بنا به نظر گلمن رهبر قوی و موثر، کسی است که الهام بخش است انگیزه ایجاد می‌کند و تعهد به وجود می‌آورد، قابلیت‌های هوش عاطفی خود را به طور مداوم تقویت می‌کند و با توجه به

نیاز، سبک‌های رهبری خود را تغییر می‌دهد (دوگان و هرنون^۱، ۲۰۰۲: ۱). مدیران موفق برانگیزاننده های خوبی هستند مدیران موفق تاکید بر ارتقاء هوش عاطفی و پرورش قابلیت‌های عاطفی دارند (میلر، ۱۹۹۹: ۲).

در واقع تفاوت مدیران اثربخش و ناموفق در ارتباطات آن‌ها تجلی می‌یابد. مدیران اثربخش با هوش عاطفی بالای خود در ارتباطات بسیار موفق‌تر از دیگران عمل می‌کنند و این امر را به خوبی به اثبات می‌رسانند که مدیری که صرفاً هوش عقلی بالایی دارد نمی‌تواند تنها با اتکا بر هوش عقلی خوب خود رهبری نماید بلکه مدیری اثربخش است که شنونده و سخنگوی خوبی باشد، ارتباطات پایدار و مثبت با دیگران برقرار کند احساسات خود و دیگران را به خوبی درک نماید و در ارتباطات خود به درستی عکس‌العمل نشان دهد. بنابراین می‌توان این مهم را چنین بیان کرد که مدیر اثربخش قابلیت عاطفی بالایی دارد و تاکید فراوان بر عناصر عاطفی در تصمیم‌گیری و رهبری دارد و به خوبی می‌داند مدیر زمانی رهبری اثربخش است که به کارکنان خود به عنوان یک انسان توجه نماید و همواره در رشد و پرورش آن‌ها تلاش نماید (وٹوقی کیا، ۱۳۸۳: ۲).



نمودار ۱_ مدل مفهومی پژوهش

بر اساس مدل مفهومی ارائه شده در راستای اهداف و سوالات مورد نظر پژوهش فرضیه‌های اصلی و فرعی به شرح زیر است:

فرضیه اصلی: بین هوش هیجانی با اثربخشی سازمانی در بانک صادرات شهر تهران رابطه وجود دارد.
فرضیات فرعی

۱. بین خودآگاهی با اثربخشی سازمانی در بانک صادرات شهر تهران رابطه‌ای معنادار و مثبت وجود دارد.

۲. بین خود مدیریتی با اثربخشی سازمانی در بانک صادرات شهر تهران رابطه‌ای معنادار و مثبت وجود دارد.

۳. بین آگاهی اجتماعی با اثربخشی سازمانی در بانک صادرات شهر تهران رابطه‌ای معنادار و مثبت وجود دارد.

۴. بین مدیریت روابط با اثربخشی سازمانی در بانک صادرات شهر تهران رابطه‌ای معنادار و مثبت وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نگاه هدف، کاربردی است؛ زیرا از نتایج یافته‌های آن برای حل مشکلات خاص درون سازمان استفاده می‌شود. از نگاه چگونگی گردآوری داده‌ها، پژوهشی توصیفی-پیمایشی به شمار می‌رود؛ زیرا تلاش می‌کند با استفاده از پرسشنامه اطلاعات مورد نیاز از وضع موجود نمونه آماری به دست آورد. همچنین از جنبه زمانی، مقطعی و از نگاه نوع داده‌ها، پژوهشی کمی به شمار می‌رود. جامعه آماری پژوهش حاضر کارکنان بانک صادرات شهر تهران منطقه دوازده حوزه یک به تعداد ۱۶۰ نفر است. برای نمونه‌گیری نیز از روش تصادفی ساده استفاده شده است. تعداد نمونه بر اساس فرمول نمونه‌گیری از جامعه محدود شامل ۱۱۳ نفر است. برای اطمینان از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها به تعداد مناسب، تعداد ۱۵۰ پرسشنامه بین مدیران و کارکنان توزیع و در نهایت هر ۱۲۰ پرسشنامه بطور صحیح و کامل جمع‌آوری و ۷ پرسشنامه به دلیل کامل نبودن کنار گذاشته شد.

ابزار جمع‌آوری داده‌های اولیه میدانی دو پرسشنامه استاندارد هوش هیجانی و اثربخشی سازمانی که هر یک شامل ۲۸ سوال و بر اساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت طراحی شده است. روایی پرسشنامه این تحقیق بر اساس پرسشنامه استاندارد استفاده شده است که مشابه این پرسشنامه در

تحقیقات قبلی انجام شده از روایی و اعتبار لازم برخوردار بوده است. برای اطمینان از پایایی پرسشنامه‌ها پس از لحاظ کردن نظرها از روش بازآزمایی استفاده شد و ضریب بازآزمایی برای پرسشنامه اثربخشی سازمانی ۰/۹۳۲ و پرسشنامه هوش هیجانی ۰/۸۹ به دست آمد.

یافته‌های پژوهش

تجزیه و تحلیل اطلاعات از اصلی‌ترین و مهم‌ترین بخش‌های تحقیق محسوب می‌شود. در این مرحله داده‌های خام با استفاده از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی و با کمک نرم‌افزار آماری اس. پی. اس. مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. در این نمونه آماری مورد بررسی ۶۱/۹ درصد (۷۰ نفر) کارکنان را مرد و ۳۸/۱ در صد (۴۳ نفر) را خانم‌ها تشکیل می‌دهند و از نظر سابقه خدمت ۱/۸ درصد از پاسخ دهندگان کمتر از ۵ سال، ۲/۷ درصد بین ۶ تا ۱۰، ۳۸/۹ درصد دارای سابقه کاری بالاتر از ۱۱ سال و ۵۶/۶ درصد دارای سابقه کار بیش از ۲۰ سال هستند. همچنین ۸ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای سن کمتر از ۳۰، ۶۵/۲ درصد بین ۳۱ تا ۴۰، ۲۶/۸ درصد دارای سن بالاتر از ۴۱ بوده‌اند. از نظر تحصیلات نیز ۱۷/۷ درصد از پاسخ دهندگان دارای تحصیلات دیپلم و فوق دیپلم، ۳۱ درصد دارای تحصیلات دانشگاهی لیسانس، حدود ۴۰/۰ درصد تحصیلات فوق لیسانس و ۱۱/۵ درصد دارای مدرک دکترا بوده‌اند.

به منظور بررسی فرضیه‌های تحقیق از آزمون‌های نیکویی برازش کولموگروف- اسمیرنوف و ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است.

جدول ۱- آزمون کولموگوروف- اسمیرنوف برای همه متغیرهای تحقیق

اثربخشی سازمانی	هوش هیجانی		
۱۱۳	۱۱۳	تعداد نمونه	
۲/۷۹	۲/۳۲	میانگین	پارامترهای نرمال
۰/۸۵۵۷۸	۰/۷۳۳۵۳	انحراف معیار	
۰/۰۶۱	۰/۰۸۴	مطلق	بیشترین تفاوت
۰/۰۷۷	۰/۰۹۲	مثبت	
-۰/۰۵۷	-۰/۰۸۱	منفی	
۰/۶۳۲	۰/۸۶۷	Z کولموگوروف اسمیرنوف	
۰/۸۱۵	۰/۲۱۸	عدد معنی داری	

عدد معناداری مربوط به همه متغیرهای تحقیق بزرگتر از سطح خطا (۰/۰۵) است در نتیجه می‌توان گفت توزیع داده‌ها نرمال بوده است. با توجه به نرمال بودن توزیع داده‌ها برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از همبستگی پیرسون استفاده شده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های این بخش در جدول ۲ بیان شده است.

جدول ۲- آزمون همبستگی پیرسون برای هوش هیجان اثربخشی سازمان

رابطه	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
هوش هیجانی و اثربخشی سازمانی	۰/۲۷۹	۰/۰۰۳
خودآگاهی و اثربخشی سازمانی	۰/۳۲۸	۰/۰۳۱
خودمدیریتی و اثربخشی سازمانی	۰/۳۶۹	۰/۰۰۰
آگاهی اجتماعی و اثربخشی سازمانی	۰/۲۱۹	۰/۰۲۰
مدیریت روابط و اثربخشی سازمانی	۰/۲۸۳	۰/۰۰۲

با توجه به این که سطح معناداری به دست آمده برای هر ۵ فرضیه کمتر از سطح معناداری مورد نظر (۰/۰۵) است. معنادار بودن رابطه فرض شده بین متغیرهای پژوهش قابل تایید است و است و از آنجا که ضریب همبستگی به دست آمده برای همه رابط بررسی شده مثبت بوده‌اند، رابطه بین متغیرهای مورد نظر در فرضیه‌ها مثبت بوده است. بر اساس این نتایج می‌توان گفت رابطه مثبت و معنادار هوش هیجانی و هر چهار بعد آن با اثربخشی سازمانی در بانک مورد بررسی قابل تایید است. این نتایج به آن معناست که بهبود هوش هیجانی مدیران و کارکنان این بانک می‌تواند اثر مثبتی بر ارتقای اثربخشی سازمانی آن داشته باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش بررسی رابطه بین هوش هیجانی و اثربخشی سازمانی در بانک صادرات شهر تهران بوده است. زمانیکه با کارکنان به صورت عادلانه و مثبت رفتار شود آن‌ها برای نشان دادن نگرش مثبت تشویق می‌شوند و این امر باعث اعتماد آن‌ها به سازمان می‌شود. محیط متعالی برای کار جایی است که کارکنان به مدیریت سازمان اعتماد دارند، به کاری که انجام می‌دهند افتخار می‌کنند و از رابطه با همکاران خود لذت می‌برند و در واقع احساس کارکنان نسبت به محیط کار خود بازخورد

مستقیمی از نحوه رفتار و احساسات مدیر به شمار می‌رود. هوش هیجانی به عنوان یک توانایی ذهنی که به احساسات توجه دارد بیانگر قابلیت‌های عاطفی، اجتماعی فرد است که می‌تواند توجیه کننده بروز توانایی‌هایی مانند برقراری ارتباط، شناخت نقاط قوت و ضعف خود و دیگران باشد. هوش هیجانی با تاکید بر ویژگی‌هایی مانند خودآگاهی، خودمدیریتی، آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط قابلیت تأثیرگذار برای هدایت افراد و ارتقای رضایت و عملکرد آنان داشته باشد.

در فرضیه اصلی پژوهش حاضر رابطه معنادار و مثبت هوش هیجانی و اثربخشی سازمانی در بانک صادرات شهر تهران بررسی و تایید شد. بر این اساس می‌توان گفت از آنجا که اثربخشی بیش از هر عامل با تعیین اهداف درست و دستیابی به آنها مربوط می‌شود، برخورداری از هوش هیجانی می‌تواند در این زمینه موثر باشد؛ این به دلیل نقش بسیار تعیین‌کننده افراد در ارتقای اثربخشی سازمانی و همچنین تأثیر هوش هیجانی بر رفتار و عملکرد افراد در سازمان است. این نتیجه با نتایج پژوهش‌های ابراهام (۱۹۹۹)، چان لام (۲۰۰۰) و جاسمن (۲۰۰۲) در خارج از کشور و اکبری روشن و ذاکری (۱۳۹۳)، مهدی نژاد (۱۳۹۳)، مرتضوی (۱۳۸۴) و جعفری (۱۳۹۳) سازگار بوده است.

از تایید رابطه معنادار و مثبت خودآگاهی و اثربخشی سازمانی در این بانک نیز می‌توان نتیجه گرفت مدیرانی که از این مؤلفه هوش هیجانی به میزان مطلوبی برخوردار باشند می‌توانند با شناخت ضعف‌ها و قوت‌ها، حالات روحی و روانی و ویژگی‌هایی همچون اعتماد به نفس خود نقش مؤثرتری در ایفای نقش هدایتی افراد در سازمان داشته باشند. مدیران که خودآگاهی زیادی دارند می‌دانند که هستند، به کجا می‌خواهند بروند و چرا؟ آن‌ها شناخت عمیقی نسبت به هیجانات، عواطف، نقاط قوت و ضعف و نیازهایشان دارند و با خودشان رفتاری صادقانه دارند و تصمیماتی می‌گیرند که منطبق با ارزش‌ها و باورهای آنهاست آن‌ها اهداف بلند مدت و کوتاه مدتی را بر می‌گزینند که ناشی از این تفکر است «او کیست و به کجا می‌خواهد برود. این نتیجه با تحقیقات یغمایی و همکاران (۱۳۸۹) و کارگر (۱۳۸۰) و ورمزیار (۱۳۷۷) سازگار بوده است

در دومین فرضیه فرعی پژوهش به بررسی رابطه خودمدیریتی و اثربخشی سازمانی در بانک صادرات پرداخته شد و نتایج حاصل از آزمون این فرضیه آن را تایید کرد. مدیرانی که از این جنبه هوش هیجانی برخوردارند بر حالات هیجانی و روحی و روانی خود کنترل دارند، تلاش می‌کنند ضعف‌های خود را برطرف و قوت‌های خود را تقویت کنند. توسعه ویژگی‌هایی همچون اعتماد به

نفس، وظیفه‌شناسی، خوش‌بینی، هدفمندی، امید و بردباری می‌توانند سعه صدر مدیر را ارتقا دهند و بدین ترتیب مدیر و کارکنان خواهند توانست نقش‌ها و وظایف شغلی خود را مؤثرتر انجام دهند. نتیجه حاصل با تحقیق صابری جهرمی (۱۳۸۵)، مهمان دوست (۱۳۸۹) و کارگر (۱۳۸۰) و ورمزیار (۱۳۷۷) همسویی دارد.

در سومین فرضیه پژوهش نیز رابطه بین آگاهی اجتماعی و اثربخشی سازمانی بررسی و تایید شد. بر این اساس می‌توان گفت مدیرانی که از این مهارت در وجود خود بهره می‌برند می‌دانند گفتار و کردارشان بر دیگران تأثیر می‌گذارد و اگر تأثیر رفتارشان منفی باشد، آن را تغییر می‌دهند. مدیر با آگاهی اجتماعی بالا از نظر سیاسی با زیرکی و درایت کامل عمل می‌کند، چنین مدیری می‌تواند شبکه‌های اجتماعی موجود در سازمان و خارج سازمان را بشناسد. همچنین این افراد می‌توانند شناخت و درک درستی از ویژگی‌ها، حساسیت‌ها، اولویت‌ها و خواسته‌های دیگر افراد داشته باشند و در صورت نیاز به گونه‌ای موثر با آنها همدلی و همدردی کنند. نتیجه حاصل با تحقیق صابری جهرمی (۱۳۸۵)، مهمان دوست (۱۳۸۹)، کارگر (۱۳۸۰) و ورمزیار (۱۳۷۷) همسویی دارد.

بر اساس تایید رابطه مثبت و معنادار مدیریت روابط و اثربخشی سازمان در فرضیه چهارم پژوهش نیز می‌توان گفت برخورداری از این جنبه از هوش هیجانی موجب می‌شود مدیران و کارکنان سازمان بتوانند شنونده و سخنگوی خوبی باشند و با درک احساسات خود و دیگران، در بیان و انتقال احساسات به خوبی عمل کنند و بتوانند محیطی با نشاط ایجاد کنند که افراد در آن رشد یابند. همچنین توانایی جهت مدیریت تعارض‌های موجب تقویت این روابط میان‌فردی، ارتقای هماهنگی و انسجام و در نهایت بهبود عملکرد، رضایت شغلی و اثربخشی سازمانی خواهد شد. نتیجه حاصل با تحقیق صابری جهرمی (۱۳۸۵)، مهمان دوست (۱۳۸۹)، کارگر (۱۳۸۰) و ورمزیار (۱۳۷۷) همسویی دارد.

منابع

- آقایار، سیروس و شریفی درآمدی، پرویز. (۱۳۸۶). هوش عاطفی. اصفهان: انتشارات سپاهان، چاپ دوم.
- احمدی مهربانی، محمدرضا. مدیریت اثر بخش فناوری اطلاعات، ضرورت بقای سازمانی در قرن بیست و یکم. (۱۳۸۰). مجله روش. شماره ۶۸.
- اکبر زاده، نسرين. (۱۳۸۳). هوش عاطفی دیدگاه سالوی و دیگران. تهران: انتشارات فارابی، چاپ اول.
- اکبری، ولی الله و ذاکری، سپیده، جعفری، نیما، رحیمی نژاد، مطهره. (۱۳۹۳). بررسی هوش هیجانی (EQ) و رابطه آن با اثربخشی سازمانی در هزاره سوم (مطالعات موردی: بانک صادرات شمال شهر تهران). کنفرانس ملی مدیریت و حسابداری، شیراز.
- سیاروچی، ژوزف و فورگاس، ژوزف و دیگران. (۱۳۸۴). هوش عاطفی در زندگی روزمره (ترجمه اصغر نوری زاده‌ای و حبیب الله نصیری). اصفهان: نشر نوشته، چاپ دوم.
- صابری دهکردی، علی نقی. (۱۳۸۴). مدیریت تعاملی و هوش عاطفی. ماهنامه بانک ملی ایران، شماره ۱۱۵، ص ۲۱-۲۵.
- گلمن، دانیل (۱۳۷۹). هوش عاطفی (ترجمه حمیدرضا بلوچ). تهران: انتشارات جیحون، چاپ دوم.
- گلمن، دانیال و بویاتزیس، ریچارد و دیگران (۱۳۸۵). هوش عاطفی در مدیریت و رهبری (ترجمه بهمن ابراهیمی). تهران: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، چاپ اول.
- گلمن، دانیال (۱۳۸۳). هوش عاطفی (ترجمه نسرين پارسا). تهران: انتشارات رشد، چاپ سوم.
- گلمن، دانیال (۱۳۷۹). هوش عاطفی (ترجمه حمیدرضا بلوچ). تهران: انتشارات جیحون، چاپ دوم.
- Bar-on , reuven. (2006). The bar-on model of emotional-social intelligence (ESI). saved from: www.findartides.com
- Barsade, stephone. (2000). Theripple effect emotional contagion in groups. Saved from: www.amazoon.com
- Boyatzis, Richard. (1999) -the emotional competence framework www.eiconsoitium.org
- Byham , Rahim. and pesuric , Benjamin. (1996). Emotional intelligence about case study. Saved from: www.google.com
- Golman , Daniel , and boyatzis , Richard (2001) -“primal leadership” the hidden driver of great performance Harvard business review.
- Golman , Daniel. (1999) what makes a leader ? saved from: www.google.com
- Johnson, Rahim and indrik , john (1999). Organizational benefits of having emotionally intelligent managers and employess. journal of work place learning. vo.11, no.3:84-88
- Kierstead , jousha (1999). Human resource management trends and issues: emotional intelligence in the work place. research directorate-pc.
- Martz, W. A. (2008). Evaluating organizational effectiveness. ProQuest.
- Henri, J. F. (2004). Performance measurement and organizational effectiveness: Bridging the gap. Managerial Finance, 30 (6), 93-123.
- Millar , mike. (1999). emotional intelligence helps succeed , credit union magazine. Saved from: www.findarticles.com

- Mein , sara (2004). Short definition of emotional intelligence. saved from: www.google.com
- Yoder , marie (2007). Organizational climate and emotional intelliynce , community college journal of research and practice pages 45-62
- Yuchtman, E., & Seashore, S. E. (1967). A system resource approach to organizational effectiveness. American sociological review, 891-903.
- Zheng, W., Yang, B., & McLean, G. N. (2010). Linking organizational culture, structure, strategy, and organizational effectiveness: Mediating role of knowledge management. Journal of Business Research, 63 (7), 763-77