

رابطه هوش هیجانی کارکنان با سطح کیفیت خدمات به مراجعان در وزارت رفاه و تأمین اجتماعی

سیدعلی اکبر احمدی*، یوسف خانی**، آیلاز هوشیار***

مقدمه: ارائه خدمات با کیفیت و جلب رضایت مخاطبان از اهداف مهم سازمان‌ها است. پژوهش حاضر با هدف مطالعه رابطه سطح هوش هیجانی کارکنان و کیفیت خدمات ارائه شده توسط آنان در وزارت رفاه و تأمین اجتماعی، طراحی و اجرا شده است. **روش:** پژوهش از نوع توصیفی - پیمایشی و جامعه آماری آن شامل کارکنان رسمی و پیمانی وزارت رفاه و تأمین اجتماعی است و با توجه به محدود بودن جامعه آماری نمونه‌ای متشکل از دویست نفر به صورت سرشماری، برگزیده شدند. به منظور سنجش هوش هیجانی، از پرسش‌نامه هوش هیجانی گلمن و برای سنجش کیفیت خدمات، از پرسش‌نامه استاندارد سروکوال استفاده شد که روایی آن در تحقیقات پیشین به تأیید رسیده است. داده‌های نهایی نیز با آزمون‌های همبستگی و رگرسیون خطی تحلیل شد. **یافته‌ها:** براساس یافته‌ها، بین هوش هیجانی کارکنان با سطح کیفیت خدمات آن‌ها در وزارت رفاه و تأمین اجتماعی، رابطه معنی‌داری وجود داشت. رابطه تمام ابعاد چهارگانه هوش هیجانی با سطح کیفیت خدمات در سطح ۰/۹۹ اطمینان آماری تأیید شد. افزون بر آن از بین چهار متغیر خودآگاهی کارکنان، خودمدیریتی کارکنان، آگاهی اجتماعی کارکنان و مدیریت رابطه کارکنان، متغیر خودمدیریتی کارکنان با $R^2: 0/34$ بیشترین تأثیر و خودآگاهی کارکنان با $R^2: 0/09$ کمترین تأثیر را بر سطح کیفیت خدمات کارکنان داشته است. **بحث:** با تقویت هوش هیجانی می‌توان تا حدودی کیفیت خدمات کارکنان را بهبود بخشیده و شرایط برنده - برنده را در محیط کار ایجاد کرد که هم کارکنان و هم مراجعان از آن بهره‌مند شوند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد کیفیت خدمات ممکن است از عوامل غیرمادی، نظیر هوش هیجانی نیز متأثر شود.

کلیدواژه‌ها: آگاهی اجتماعی، خودمدیریتی، کیفیت خدمات، مدیریت رابطه،

هوش هیجانی

تاریخ دریافت: ۸۹/۰۲/۲۴ تاریخ پذیرش: ۹۲/۰۲/۳۱

*** دکتر مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور.

** کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور. <y_khani18@yahoo.com> (نویسنده مسئول).

*** کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز.

مقدمه

امروزه، افراد در محیطی زندگی می‌کنند که به سوی اقتصاد مبتنی بر خدمات پیش می‌رود. در حال حاضر، خدمات، به عنوان قلب ارزش‌آفرینی در اقتصاد مطرح است. در واقع، طیف وسیعی از کالاها برای داشتن مزیت رقابت بر فعالیت‌های مبتنی بر خدمت تکیه داشته و به ارائه خدمات باکیفیت در صنایع خدماتی نظیر خدمات بیمه‌ای و بانکی و ... تمایل دارند و نقش مهمی در آن ایفا می‌کنند (سیدجوادی و کیماسی، ۱۳۸۴). سازمان‌ها و شرکت‌های بسیاری با صرف هزینه برای افزایش کیفیت خدمات، چندین برابر آن، سود خود را افزایش داده‌اند. کیفیت را نمی‌توان به کالاها تزریق یا به آن اضافه کرد و همین موضوع درباره خدمات نیز صدق می‌کند. یکی از راه‌های ارائه خدمات باکیفیت، تمرکز بر افراد و مهارت‌های میان فردی آن‌هاست (کارونا^۱، ۲۰۰۲).

در همین راستا، مطالعه هوش هیجانی به موضوعی جالب توجه در تحقیقات مدیریتی تبدیل شده است؛ برای مثال، از پرسش‌های اساسی در این حوزه این است: آیا هوش هیجانی را می‌توان به عنوان عامل مهم و تأثیرگذار در زمینه رفتار و فعالیت‌ها و ارزش‌های رهبران و کارکنان قلمداد کرد یا خیر؟ بسیاری از مطالعات به آثار مثبت هوش هیجانی بر اثربخشی رهبری و برون‌دادهای سازمانی دیگر اشاره می‌کند (ویویان تانگ^۲ و همکاران، ۲۰۱۰). کارکنانی که هوش هیجانی بالایی دارند، در ارائه خدمات باکیفیت‌تر موفق‌ترند. هوش هیجانی از مهم‌ترین ویژگی‌هایی است که می‌تواند به کارکنان در دستیابی به اهدافشان کمک کند. قابلیت هوش هیجانی با کمک به فرد در شناسایی و تفسیر جایگاه هیجان‌ها و احساسات در توانمندی‌ها و شایستگی‌های او تعریف می‌شود (ریچارد^۳، ۲۰۰۸).

بدیهی است عوامل بسیاری با کیفیت خدمات ارائه شده به وسیله کارکنان مرتبط است که در تحقیق حاضر، رابطه هوش هیجانی کارکنان با کیفیت خدمات ارائه شده در وزارت رفاه و تأمین اجتماعی بررسی شد. وزارت رفاه و تأمین اجتماعی نهادی سیاست‌گذار و

1. Caruana

2. Vivian Tang

3. Reichard

خدماتی است؛ لذا با توجه به نوع وظایف واگذار شده، بخشی از کارکنان آن به طور مستقیم با ارباب رجوع در تعامل هستند. بر این اساس، ارائه خدمات با کیفیت و درنهایت، رضایت مراجعان و ذی‌نفعان از اهداف و رسالت‌های این وزارتخانه است. هوش هیجانی براساس نظریه دانیل گلمن در چهار بُعد خودآگاهی، خودمدیریتی، آگاهی اجتماعی و مدیریت رابطه تعریف شده است و از طریق آن، رابطه هوش هیجانی کارکنان و ابعاد مختلف آن، با کیفیت خدمات ارائه شده در وزارت رفاه و تأمین اجتماعی بررسی شد. بنابراین، تحقیق حاضر در پی پاسخ‌گویی به این پرسش‌ها است: آیا هوش هیجانی را می‌توان به عنوان عاملی مهم و تأثیرگذار در زمینه رفتار و فعالیت‌ها و ارزش‌های مدیران و کارکنان (و مشخصاً در وزارت رفاه و تأمین اجتماعی) در نظر گرفت؟ بین ابعاد هوش هیجانی و کیفیت خدمات کارکنان چه رابطه‌ای برقرار است؟

ادبیات و مبانی نظری

هرچه موجودات از تکامل بیشتری بهره‌مند باشند، از نظر هوشی نیز پیشرفته‌تر هستند و به همان اندازه، از پیچیدگی بیشتری نیز برخوردارند. واژه هوش تحت عنوان عقل و خرد از دیرباز در مباحث فلسفی و ادیان مختلف به کار رفته؛ اما مطالعه آن به شکل علمی، از اوایل قرن بیستم آغاز شده است. برخی هوش را «توانایی سازگاری با محیط» می‌دانند و برخی دیگر، آن را «درک رابطه علت و معلولی» معرفی می‌کنند. عده‌ای معتقدند که هوش یعنی «توانایی حل مشکلات» و عده‌ای دیگر آن را «قدرت تشخیص خوب و بد» می‌دانند (آکگون و همکاران، ۲۰۰۶).

نتایج به دست آمده از تحقیقات، وجود برخی تفاوت‌ها در هوش انسان‌ها و حیوانات دیگر را نشان می‌دهد؛ اما نکته‌ای که دانشمندان آن را تاکنون کمتر در نظر می‌گرفتند، موضوع احساس و ارزش‌های انسانی است که انسان را از مخلوقات دیگر متمایز می‌کند. رویکرد جدید، سعی در تشریح و تفسیر جایگاه هیجان‌ها و احساسات و توانمندی‌های انسان دارد.

هوش هیجانی دو بخش و طیف گسترده دارد. طیف اول، روان‌شناسی است که هوش هیجانی را به عنوان ویژگی شخصیتی به حساب می‌آورد و طیف دیگر، پژوهش‌های تجربی است که به صورت دقیق و جامع آن را مطالعه و روش‌های ارزیابی معتبری را برای سنجش آن ارائه می‌کند (حسن‌زاده، ۱۳۸۶). مفهوم هوش اجتماعی را تراندایک^۱ (۱۹۲۰) شناسایی و به عنوان یکی از مبانی اساسی هوش هیجانی معرفی کرد. هوش هیجانی از آخرین مباحث متخصصان در خصوص درک تمایز بین منطقی و هیجان بوده است.

هیجان‌ات دربردارنده داده‌هایی درباره انسان و جهان اطراف است. هیجان‌ات به طور تصادفی شکل نمی‌گیرند؛ آن‌ها رویدادی نامنظم هستند که در فرایند تفکر مداخله می‌کنند. هیجان زمانی رخ می‌دهد که بعضی عوامل موجود در اطراف ما، برایمان مهم و حیاتی باشد. هیجان‌ات در انگیزش و راهنمایی برای موفقیت در کارهایمان نقشی اساسی ایفا می‌کند (کاروسو و سالووی، ۲۰۰۴).

واژه «Emotion» به معنی حرکت و جنبش از فعل لاتین «moere» ریشه گرفته است. در فرهنگ لغت، «Emotion» به معنی هیجان و برانگیختگی و عاطفه است. هیجان در اینجا، نوعی واکنش شدید و کوتاه‌ارگانیسم به موقعیت غیرمنتظره‌ای است که همراه با نوعی حالت عاطفی خوشایند یا ناخوشایند است. در فارسی، معادل واژه «Emotion» را هیجان و عاطفه آورده‌اند (سبحانی‌نژاد و یوزباشی، ۱۳۸۷). تعریف اولیه هوش هیجانی اولین بار، در سال ۱۹۹۰، توسط پیتر سالووی مطرح شد. این تعریف تابع ره‌آوردی دو بخشی بود. بخش اول، پردازش کلی اطلاعات عمومی و بخش دوم، اختصاصی کردن مهارت‌هایی بود که در چنین پردازشی به کار گرفته می‌شوند.

هوش هیجانی را این‌طور هم تعریف کرده‌اند: «نوعی پردازش اطلاعات عاطفی که شامل ارزیابی صحیح عواطف در خود و دیگران و بیان مناسب عواطف و تنظیم سازگارانۀ عواطف است و به بهبود جریان زندگی منجر می‌شود.» هوش هیجانی ریشه در مفهوم

1. Thorndike

هوش اجتماعی دارد که نخستین بار، ثراندایک در سال ۱۹۲۰، آن را شناسایی کرد. سالوی و میر نیز اصطلاح هوش هیجانی را به کار بردند که به توانایی افراد برای غلبه بر هیجانات مختلف و مدیریت آن اشاره دارد (هسو و دیگران، ۲۰۱۰).

سیر تکاملی مفهوم هوش هیجانی در جدول ۱ مشاهده می‌شود:

جدول ۱. سیر تکاملی مفهوم هوش هیجانی.

سال	صاحب نظران	مفاهیم و نظریات ارائه شده
۱۸۳۷	چارلز داروین	مطرح کردن موضوع هوش هیجانی برای اولین بار
۱۸۷۲	چارلز داروین	با انتشار اولین اثر خود، جایگاه هیجان را در معادلات رفتار ذهنی باز کرد
۱۹۲۰	ثراندایک	مفهوم هوش هیجانی را مطرح کرد
۱۹۲۷	ثراندایک	طبقه‌بندی انواع هوش به هوش عمومی و هوش تجسمی و هوش اجتماعی
۱۹۴۰	دیوید وچلر	توجه به عوامل غیرعقلانی
۱۹۵۰	استاگدیل	مطالعات رهبری اوهایو
۱۹۸۳	گاردنر	انتشار مطالبی درباره هوش چندگانه
۱۹۸۵	دانشجوی دکتری در رشته هنر	اولین استفاده علمی و آکادمیک از واژه هوش هیجانی
۱۹۹۰	سالوی و مایر	تعریف علمی هوش هیجانی برای اولین بار
۱۹۹۵	دانیل گلمن	انتشار کتاب پرفروش هوش هیجانی
۱۹۹۷	ریون بار - آن	توجه به مهارت‌ها و قابلیت‌های غیرشناختی و معرفی پنج بخش وسیع از مهارت‌ها
۱۹۹۸	دانیل گلمن	ارائه مدل پنج‌بعدی از هوش هیجانی
۲۰۰۱	دانیل گلمن	ارائه مدل چهار بعدی هوش هیجانی با همکاری ریچارد بویاتزیس
تا ۲۰۰۹		انتشار مقالات متعدد درباره مفاهیم هوش هیجانی

امروزه، انواع متفاوتی از هوش در تحقیقات مختلف شناسایی و بررسی شده‌اند که به برخی از آن‌ها اشاره کوتاهی می‌شود:

هوش طبیعی: عامل مهم متمایز کننده انسان از حیوانات دیگر، توان انسان در همراه کردن چیزهای متفاوت با یکدیگر برای به خاطر سپردن آن‌ها و استفاده از استعاره و قیاس (مشابهت) است. هوش طبیعی انسان توان منحصر به فردی برای تحمیل دستگاه ادراکی، به دنیای اطرافش دارد. انسان‌ها مفاهیم کلانی نظیر علت و معلول و زمان و مفاهیم خرد را بر محیط اطرافشان تحمیل کرده‌اند. از ویژگی‌های محوری رفتار هوشمندانه انسان، اندیشه و عمل براساس این مفاهیم است (نیسن‌فلد^۱، ۱۹۸۹).

هوش مصنوعی: عبارت است از به‌کارگیری رایانه برای انجام دادن کارهایی که اگر همان کارها را انسان انجام می‌داد، هوشمندانه نامیده می‌شد. هوش مصنوعی تلاشی برای ایجاد سیستم‌های مبتنی بر رایانه است، هم سخت‌افزار و هم نرم‌افزار که مانند انسان رفتار کنند.

هوش سازمانی: منظور از هوش سازمانی، ظرفیت و توانایی جمع‌آوری اطلاعات به وسیله سازمان به عنوان یک کل برای نوآوری و تولید دانش و عمل مؤثر براساس دانش ایجاد شده است. ویلنسکی^۲ (۱۹۶۷) هوش سازمانی را جمع‌آوری، پردازش، تفسیر و انتقال اطلاعات لازم در فرایند تصمیم‌گیری تعریف می‌کند.

هوش اجتماعی: در واقع، مهارت‌های اجتماعی با ایجاد زمینه‌های مناسب، بستری را برای ایجاد هوش اجتماعی فراهم می‌کند. هوش اجتماعی را اولین بار روان‌شناسی به نام ادوارد ثرنایک (۱۹۲۰) و بعداً گیلفورد^۳ (۱۹۶۸) در مدل «هوش رفتاری» بررسی کردند؛ اما اخیراً گلمن و آلبرجت^۴ (۲۰۰۶) باعث شدند شناخته شود. تعریف هوش اجتماعی توانایی دریافت و درک حالات درونی و انگیزه‌ها و رفتارهای دیگران و انجام دادن اقدامات بهینه و مطلوب در برابر آن‌ها بر پایه اطلاعات مزبور است.

کیفیت خدمات

خدمت، فعالیت یا منفعتی است که طرفی به طرف دیگر عرضه می‌کند و اساساً نامحسوس بوده و همراه با مالکیت چیزی نیست. نتیجه ممکن است، محصول فیزیکی یا

1. Nisenfeld

2. Vilensci

3. Guilford

4. Albrecht

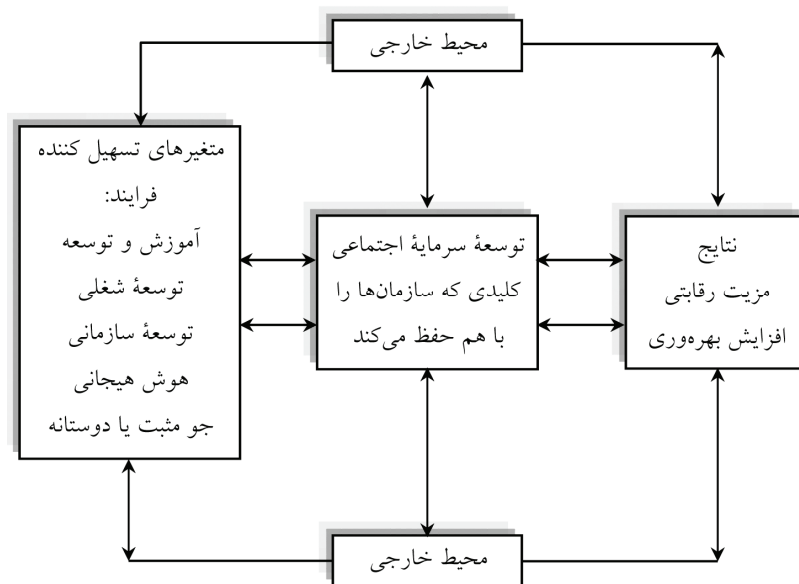
غیرمادی باشد. تعاریف بسیاری برای خدمات ارائه شده است؛ اما همه آنها وجوه مشترکی چون ناملموس بودن خدمات و مصرف آنی را دربرمیگیرند (ارمسترومی^۱ و کتler^۲، ۲۰۰۰).

کیفیت خدمات موضوع نسبتاً جدیدی است و حدود دو دهه از تحقیق در این زمینه میگذرد. این واژه برای افراد مختلف معانی متفاوتی دارد؛ بنابراین در اولین گام از بهبود خدمات، باید درک روشنی از مفهوم کیفیت داشت. تعریف کیفیت نه تنها از جهت معنایی مهم است؛ بلکه مهمتر از آن، هدایت کننده تلاش‌های کارکنان در جهت رسیدن به خدمات باکیفیت‌تر خواهد بود. محصول، زمانی با کیفیت است که با خواسته‌ها و نیازهای مشتری انطباق داشته باشد؛ یعنی کیفیت باید براساس انطباق محصول با نیازهای مشتری تعریف شود. در بخش خدماتی، ارزیابی کیفیت حین فرایند ارائه خدمات انجام می‌شود. هر تماس مشتری به عنوان لحظه‌ای برای اعتماد و فرصتی برای راضی یا ناراضی کردن به شمار می‌رود. رضایت مشتری از خدمت، از طریق مقایسه انتظارات او از خدمات یا برداشت او از خدمات ارائه شده تعریف می‌شود. اگر خدمات ارائه شده از حد انتظارات فراتر باشد، آن خدمات فرح‌بخش و فوق‌العاده قلمداد می‌شود. وقتی انتظارات مشتری از خدمات با برداشت‌های او از خدمات ارائه شده منطبق شود، کیفیت خدمات رضایت‌بخش است (فیتز سیمونز، ۱۳۸۷).

اهمیت هوش هیجانی و رابطه آن با دیگر متغیرهای سازمانی مهم: برخی عوامل، فرایند توسعه سرمایه اجتماعی را تسهیل می‌کند. این ورودی‌ها شامل توابع و فرایندهای توسعه منابع انسانی، از جمله عوامل فردی، توسعه شغل، توسعه سازمانی و نیز ضرورت فهم نیازهای هیجانی افراد در سازمان‌ها و در نتیجه، نیازمند تحقیق بر هوش هیجانی (شکل ۱) است.

1. Armestromy

2. kotler



شکل ۱. مدل ادغامی هوش هیجانی، سرمایه اجتماعی، توسعه منابع انسانی و بهره‌وری سازمانی (نافاخو، ۲۰۰۶).

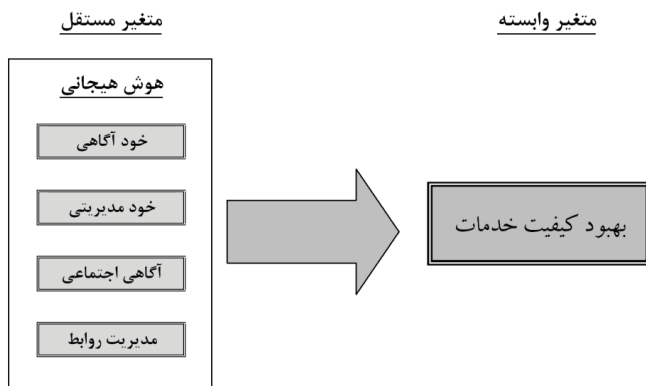
دانش روشن و صریح و سطح مطلوب هوش هیجانی کارکنان در ایجاد محیطی سازمانی که به توسعه و تقویت سرمایه اجتماعی گرایش دارد، در رسیدن به مزیت رقابتی پایدار کمک خواهد کرد. توجه به توسعه هوش هیجانی مدیران و کارکنان در سازمان‌ها، سبب ایجاد جو همکاری و صمیمیت و باعث تقویت سرمایه‌های اجتماعی که همان نحوه مرادفات افراد در سازمان است، می‌شود؛ لذا متغیرهای تسهیل کننده، توسعه سرمایه اجتماعی را تحت تأثیر قرار داده و آن را تقویت می‌کند.

سرمایه اجتماعی ممکن است فرایندی لمس‌نشده (نامشهود) در نظر گرفته شود که مزیت رقابتی و بهره‌وری را هنگام ارتباط با متغیرهای تسهیل کننده دیگر مانند هوش هیجانی افراد، دانش، رفتار و مهارت‌های آن‌ها از طریق برنامه‌های توسعه منابع انسانی

افزایش می‌دهد. محیط داخلی و خارجی در هر صورت، سازمان را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد (بروکس^۱ و نافاوخو^۲، ۲۰۰۶).

تیلور و همکاران معتقدند، باور بیشتر مدیران این است که رفتارهای مربوط به هوش هیجانی از جمله ویژگی‌های رهبران اثربخش است و برای موفقیت آینده رهبران الهام‌بخش حیاتی خواهد بود (هس و باسیگالوپو، ۲۰۱۰). به عقیده پژوهشگران، هوش هیجانی تأثیر مثبتی بر عملکرد شغلی خواهد داشت و نقش مهم و تعیین‌کننده آن در سازمان‌های عصر آینده، بیش‌ازپیش برای همه مدیران و کارکنان خود را نشان می‌دهد (شی و سوسانتو، ۲۰۱۰). یکی از این موارد مهم، نقش مستقیم و غیرمستقیم هوش هیجانی در بهبود و ارتقای سطح کیفیت خدمات و در نتیجه، افزایش رضایت و وفاداری مشتریان است که در این پژوهش، به طور خاص بررسی شد.

مدل نظری تحقیق حاضر، براساس چارچوب هوشی هیجانی دانیل گلמן است که شامل چهار حوزه و بیست قابلیت است. شکل ۲ مدل مفهومی و متغیرهای مستقل و وابسته را نشان می‌دهد.



شکل ۲. مدل مفهومی تحقیق (دانیل گلמן، ۱۹۹۸)

1. Brooks

2. Nafukho

گلמן در سال ۱۹۹۸، مدل هوش هیجانی خود را در ۵ بُعد که شامل ۲۵ مؤلفه می‌شد، طبق جدول ۲ ارائه داد. همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود، این مدل از ۵ بُعد خودآگاهی، خودتنظیمی، انگیزش، همدلی و مهارت‌های اجتماعی تشکیل شده است. ۳ بُعد اول، توصیف‌کننده شایستگی‌های فردی و نشان‌دهنده آگاهی و مدیریت عواطف فردی است و ۲ بُعد دیگر، توصیف‌کننده شایستگی‌های اجتماعی و نشان‌دهنده آگاهی و مدیریت عواطف دیگران است.

جدول ۲. مؤلفه‌های هوش هیجانی از دیدگاه گلמן.

<p>الف. خودآگاهی: ۱. خودآگاهی عاطفی؛ ۲. خودارزیابی دقیق؛ ۳. اعتماد به نفس.</p>	<p>شایستگی‌های فردی</p>
<p>ب. خودتنظیمی: ۱. خود کنترل؛ ۲. قابلیت اعتماد؛ ۳. وظیفه‌شناسی؛ ۴. سازگاری؛ ۵. نوآوری.</p>	
<p>ج. انگیزش: ۱. پیشرفت؛ ۲. تعهد؛ ۳. پیشگامی؛ ۴. خوش بینی.</p>	
<p>د. همدلی: ۱. همدلی؛ ۲. خدمت‌محوری؛ ۳. کمک به رشد و توسعه دیگران؛ ۴. ایجاد تنوع؛ ۵. آگاهی سیاسی.</p>	<p>شایستگی‌های اجتماعی</p>
<p>و. مهارت‌های اجتماعی: ۱. نفوذ؛ ۲. ارتباطات؛ ۳. رهبری؛ ۴. ایجاد تغییر؛ ۵. مدیریت تعارض؛ ۶. همکاری و مشارکت؛ ۷. اشاعه روابط صحیح؛ ۸. کار تیمی و همیاری.</p>	

مدل اخیر گلמן حاصل تجزیه و تحلیل‌های آماری وی و بویاتزیس، متشکل از چهار بُعد خودآگاهی، خودمدیریتی، آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط و بیست مؤلفه مرتبط با آن‌هاست. این مدل، نسخه بازنگری شده مدل قبلی او در سال ۱۹۹۸ است. آن‌ها با استفاده از هر یک از مؤلفه‌ها، پرسش‌نامه‌ای را تهیه کردند و بر ششصد تن از مدیران شرکت‌ها، استادان، مهندسان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها اجرا کردند.

براساس مدل ذکر شده، پرسش اصلی هدایتگر این تحقیق به صورت زیر طراحی شد: آیا هوش هیجانی را می‌توان عاملی مهم و تأثیرگذار در زمینه رفتار و فعالیت‌ها و ارزش‌های مدیران و کارکنان در کیفیت خدمات ارائه شده به مردم، (و مشخصاً اینجا در وزارت رفاه و تأمین اجتماعی) قلمداد کرد یا خیر؟ و آیا بین خودآگاهی هوش هیجانی، خود مدیریتی هوش هیجانی، آگاهی اجتماعی هوش هیجانی و مدیریت رابطه هوش هیجانی کارکنان و سطح کیفیت خدمات در وزارت رفاه و تأمین اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

روش

پژوهش پیمایشی حاضر با جامعه آماری شامل تمامی کارکنان رسمی و پیمانی شاغل در وزارتخانه رفاه و تأمین اجتماعی (۲۰۰ نفر) انجام شد. روش نمونه‌گیری با توجه به محدود بودن حجم جامعه آماری و برای افزایش دقت تحقیق به صورت سرشماری انجام شد. روش گردآوری اطلاعات اولیه و مبانی نظری، به صورت کتابخانه‌ای و میدانی بوده است که طی آن با مراجعه به کتابخانه و مراکز اطلاع‌رسانی دیگر، کتب، مقالات فارسی و لاتین، اطلاعات مدنظر جمع‌آوری و استفاده شد.

ابزارهای اصلی گردآوری داده‌های میدانی پرسش‌نامه بوده که در مجموع از ۳۰ پرسش تشکیل می‌شد. قسمت اول پرسش‌نامه، که ویژگی‌های جمعیت شناختی پرسش‌شوندگان را ثبت می‌کرد و قسمت دوم مشتمل بر ۲ بخش بود که بخش اول آن پرسش‌نامه کیفیت خدمات (۸ پرسش) و بخش دوم پرسش‌نامه هوش هیجانی (۲۲ پرسش) بود. شایان ذکر است عامل هوش هیجانی براساس زیرمقیاس‌های خودآگاهی (۴ پرسش)، خودمدیریتی (۴ پرسش)، آگاهی اجتماعی (۵ پرسش)، مدیریت روابط (۵ پرسش) سنجیده شد. مقدار آلفای کرونباخ به دست آمده از توزیع آزمایشی هر دو پرسش‌نامه بین یک نمونه محدود نزدیک به ۰/۸۹ بود که نشان می‌دهد از پایایی نسبی برخوردار است (نونالی، ۱۹۷۸ و

دولیس، ۱۹۹۱). روایی پرسش‌نامه هوش هیجانی توسط گلمن و پرسش‌نامه کیفیت خدمات توسط محققان مختلف از جمله پارسورامان و زیتهمل مورد تأیید واقع شده است. شایان ذکر است که ابزار اندازه‌گیری کیفیت خدمات در این تحقیق پرسش‌نامه استاندارد سروکوال^۱ می‌باشد (خاناباشی و شریف‌زاده، ۱۳۸۷). سپس، داده‌ها جمع‌آوری شده و از طریق نرم‌افزار SPSS بررسی شد. از آزمون‌های هم‌بستگی و تحلیل رگرسیون خطی، برای بررسی روابط میان هر یک از متغیرهای مستقل با متغیر وابسته برای آزمون فرضیه‌های تحقیق استفاده شد.

یافته‌ها

مهم‌ترین اطلاعات توصیفی نمونه آماری در جدول ۳ آمده است.

جدول ۳. اطلاعات جمعیت‌شناختی نمونه

مجرد	متاهل	پیمانی	رسمی	
۲۲	۴۷	۳۸	۳۱	زن
۲۴	۱۰۷	۴۵	۸۶	مرد
۴۶	۱۵۴	۸۳	۱۱۷	جمع

وجود رابطه معنی‌دار بین کیفیت خدمات با خودآگاهی کارکنان، خودمدیریتی کارکنان، آگاهی اجتماعی کارکنان و مدیریت روابط کارکنان و متغیر مستقل اصلی هوش هیجانی ($P < 0/005$) مشخص است. با توجه به ضریب تشخیص R^2 ، به ترتیب، ۰/۰۹۱ درصد، ۰/۳۴۵ درصد، ۰/۲۴۵ درصد، ۰/۲۰۶ درصد و ۰/۴۷۹ درصد تغییرات کیفیت خدمات به وسیله تغییرات در متغیرهای مستقل مذکور توجیه می‌شود. ضریب هم‌بستگی حدود ۰/۸۰ نیز نشان دهنده هم‌بستگی قوی بین متغیر مستقل (هوش هیجانی) و متغیر وابسته (کیفیت خدمات) است.

1. Serve Qual

جدول ۳. تحلیل پراکنش فرضیه‌های تحقیق با توجه به مدل رگرسیونی

متغیرها	منبع تغییرات	درجه آزادی	مجموع مربعات	F	مقدار p	R	R ²
خودآگاهی	رگرسیون	۱	۰/۹۶۵	۴/۷۸۴	۰/۰۳۴	۰/۳۰۱	۰/۰۹۱
خودمدیریتی	رگرسیون	۱	۳/۶۷۲	۲۵/۲۸۴	۰/۰۰۱	۰/۵۸۷	۰/۳۴۵
آگاهی اجتماعی	رگرسیون	۱	۲/۶۰۷	۱۵/۵۷۲	۰/۰۰۱	۰/۴۹۵	۰/۲۴۵
مدیریت رابطه	رگرسیون	۱	۲/۱۹۲	۱۲/۴۵۴	۰/۰۰۱	۰/۴۵۴	۰/۲۰۶
هوش هیجانی	رگرسیون	۴	۵/۱	۱۰/۳۵۲	۰/۰۰۱	۰/۶۹۲	۰/۴۷۹
کل		۴۹	۱۰/۶۴۲	-	-	-	-

متغیر مستقل هوش هیجانی کارکنان، با متغیر وابسته یعنی سطح کیفیت خدمات، رابطه مثبت کاملاً قوی (۰/۷۰+) داشت. حدود ۴۸ درصد تغییرات سطح کیفیت خدمات وابسته به هوش هیجانی کارکنان است.

بحث

هوش هیجانی در تقویت سرمایه اجتماعی در سازمان مؤثر است و رسیدن به مزیت رقابتی پایدار را تسهیل می‌کند. ارتقای هوش هیجانی مدیران و کارکنان در سازمان‌ها سبب ایجاد جو همکاری و صمیمیت شده و نحوه مراودات افراد را بهبود می‌بخشد. از سوی دیگر، به عنوان فرایندی مؤثر و لمس نشدنی (نامشهود) در ارتقای مزیت رقابتی و بهره‌وری، مهارت‌های رفتاری و شغلی افراد و روش عملکرد آنان را تحت تأثیر قرار دهد. محیط داخلی و خارجی سازمان به طور مستقیم و غیرمستقیم، متأثر از سطح هوش هیجانی منابع انسانی سازمان است (بروکس و نفاخو، ۲۰۰۶).

در این تحقیق، رابطه مثبت میان هوش هیجانی و کیفیت خدمات به عنوان نوعی عملکرد پرسنلی تأیید شد. نتایج پژوهش هم‌راستا با مبانی نظری و ادبیات تحقیق و نیز یافته‌های به دست آمده توسط پژوهشگران پیشین است.

انجام دادن چنین آموزش‌هایی در راستای بهبود و تقویت هوش هیجانی و ابعاد آن جنبه تخصصی دارد و نیازمند زمان است و باید متخصصان زبده و باتجربه آن را انجام دهند. اختصاص دادن زمان برای یافتن این افراد، بردباری برای بروز نتایج و از همه مهم‌تر، اقناع مدیران ارشد به مفید بودن این دوره‌ها و کمک به تأمین مالی آن‌ها از چالش‌های پیش روی مسئولان آموزشی دستگاه است. تلاش برای فراهم کردن این آموزش‌ها و افزایش سطح هوش هیجانی مدیران و کارکنان از آن جهت ارزشمند است که مهم‌ترین و اساسی‌ترین عوامل پیشرفت و تعالی هر سازمانی، وجود کارکنان با انگیزه و مفید و مراجعه‌کنندگان رضایتمند و وفادار است.

در میان چهار متغیر مستقل فرعی شامل خودآگاهی کارکنان، خودمدیریتی کارکنان، آگاهی اجتماعی کارکنان و مدیریت رابطه کارکنان، متغیر خودمدیریتی افراد بیشترین تأثیر و خودآگاهی کارکنان، کمترین تأثیر را بر متغیر وابسته یعنی سطح کیفیت خدمات داشته است. به عبارت دیگر، برای بهبود نسبی کیفیت خدمات لازم است بیشترین توجه به مؤلفه خودمدیریتی مبذول شود؛ یعنی تا حد ممکن، باید توانایی کارکنان در آگاهی از هیجان‌های درونی و سپس، ایجاد انعطاف و تنظیم این هیجان‌ها بهبود یابد و توانایی هدایت کردن رفتارها توسط آنان افزون شود. کارکنان باید یاد بگیرند چه‌طور هیجان‌ها خود را کنترل کنند و برای رسیدن به اهداف مطلوب از خودانگیزی استفاده کرده و برای رسیدن به وضعیت متعالی طرح عملیاتی دقیقی را تدوین کنند. صرف آگاهی داشتن از هیجان‌ها، کافی به نظر نمی‌رسد؛ بلکه اقدام عملی برای مدیریت و کنترل هیجان‌ها درونی اهمیت نسبی بیشتری دارد.

نکته مهم دیگر آن است که مطالعات گذشته، بیشتر به سنجش کیفیت خدمات در بخش خصوصی و عمومی پرداخته‌اند و کمتر عواملی نظیر هوش هیجانی را به عنوان عاملی مؤثر احتمالی بر کیفیت خدمات لحاظ کرده‌اند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد کیفیت خدمات علاوه بر معیارهای مادی و پولی (سودآوری)، ممکن است بر عوامل

غیرمادی نظیر هوش هیجانی نیز استوار شود. با توجه به ماهیت خاص بخش دولتی، این نتیجه جالب توجه بوده و می‌توان آن را در آینده در بخش خصوصی نیز بررسی کرد. با توجه به این که وزارت رفاه و تأمین اجتماعی نهادی عمومی به شمار می‌رود، بیشتر تحقیقات صورت گرفته در بخش کیفیت خدمات، در حوزه‌های کسب و کار، بازرگانی، صنعتی، خدماتی و خصوصی و درباره مشتریان آنان مصداق دارد؛ لذا انجام دادن چنین تحقیقاتی در بخش دولتی سبب می‌شود که بیش از پیش، به اعتلای خدمت‌رسانی در دستگاه‌های عمومی و دولتی و حقوق مردم و مراجعان توجه شود. به عبارت بهتر، نبود عنصر سودآوری در رابطه میان مراجعان و کارمندان که در بخش دولتی مشهود است، نباید سبب شود بحث ارزیابی کیفیت خدمات ارائه شده به مردم در مقایسه با بخش خصوصی، در حاشیه قرار گیرد. این موضوع از نکات شایان توجه در تحقیق حاضر است.

پیشنهادها

در پایان، راهکارهایی برای بهبود هوش هیجانی کارکنان در وزارت رفاه و تأمین اجتماعی پیشنهاد می‌شود:

۱. افزایش میزان خودآگاهی کارکنان: با توجه به نتایج، تحقیق حاضر که بیانگر رابطه معنی‌دار بین خودآگاهی و سطح کیفیت خدمات است و باید برای افزایش میزان خودآگاهی کارکنان، ایده‌های نو و جدیدی ارائه شود و توانایی آنان در شناسایی خودآگاهی از هیجان‌های درونی واقعی بهبود یابد. برای تقویت خودآگاهی، کارکنان سازمان باید شیوه رفتار خود را تحلیل کرده و درباره انتقادات، دیدگاهی واضح و آشکار داشته باشند و درباره بازخوردهای منفی عملکرد خود، تدبیر کرده و از همکاران خود بخواهند در زمینه رفتار مثبت و منفی آن‌ها قضاوت کنند و در جهت توجیه آن، استدلال‌هایی ارائه کنند.
۲. بهبود خودمدیریتی در کارکنان: با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق حاضر که بیانگر رابطه معنی‌دار بین خودمدیریتی و سطح کیفیت خدمات است، باید توانایی

آگاهی از هیجان‌ها به منظور انعطاف‌پذیر ماندن افزایش یابد و توانایی مثبت هدایت کردن رفتارها به وجود آید. کارکنان باید یاد بگیرند چه‌طور هیجانات خود را کنترل کنند و برای رسیدن به اهداف مطلوب، از خودانگیزی استفاده کرده و برای رسیدن به وضعیت مناسب، طرح عملیاتی تدوین کنند. از همکاران درباره نحوه عملکرد خود، بازخورد هفتگی بخواهند. حداقل یک ساعت از فعالیت روزانه را به ثبت و ضبط رفتار خود در دفتر رویدادها و وقایع اختصاص دهند و یکی از همکاران معتمد را مشاور و راهنمای غیررسمی خود قرار دهند.

۳. بهبود مدیریت رابطه در مدیران: با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق حاضر که بیانگر رابطه معنی‌دار بین مدیریت رابطه و سطح کیفیت خدمات است، باید توانایی آگاهی از هیجان‌های دیگران به منظور موفقیت در کنترل و مدیریت تعاملات تقویت شود. کارکنان باید قدرت برقراری و تداوم ارتباط هیجانی با همکاران را داشته باشند و از مهارت‌هایی چون برقراری ارتباط چشمی، بی‌تفاوتی در مقابل بعضی از موقعیت‌ها، نحوه شروع و ختم بحث و مذاکره برای پرورش هوش هیجانی کمک بگیرند.

۴. ایجاد باورهای مثبت در کارکنان با آموزش هوش هیجانی: متأسفانه، برخی افراد همچنان به افزایش هوش هیجانی تردید دارند. پس این باور باید در یادگیرندگان تقویت شود که هوش هیجانی می‌تواند افزایش یابد. افرادی که اطمینان داشته باشند شرکت در کلاس‌های آموزشی ثمربخش خواهد بود، انگیزش بیشتری به دست می‌آورند و مهارت‌های بیشتری را در فرایند آموزش هوش هیجانی کسب خواهند کرد. کارکنان باید سعی کنند از عواطف منفی خود، ارزش‌های مثبت به دست آورند؛ مثلاً وقتی غمگین هستند از خود بپرسند که چه احساسی دارند و چه چیزی می‌تواند به آن‌ها کمک کند تا احساس بهتری داشته باشند. همچنین، کاملاً به‌جا است که درباره عواطفشان، این پرسش را از دیگران نیز بپرسند و به آن توجه کنند.

References

منابع و مأخذ

- آقايار، س و شريفی درآمدی، پ. (۱۳۸۶)، هوش هیجانی، تهران: انتشارات سپاهان.
- بابائی، م. ع و مومنی، م. (اسفند ۱۳۸۴)، تأثیر هوش هیجانی بر اثربخشی مدیران، ماهنامه تدبیر، (۱۶۶): صص ۳۶ تا ۴۰.
- خاکی، غ. م. (۱۳۷۹)، روش تحقیق در مدیریت، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، مرکز انتشارات علمی.
- خانباشی، م و شریف زاده، ف. (۱۳۸۷)، تجزیه و تحلیل تفاوت ادراک سازمان و مشتریان از کیفیت خدمات (مورد مطالعه: شرکت بیمه ملت)، فصلنامه صنعت بیمه، (۹۰-۸۹): صص ۱۲۳ تا ۱۵۵.
- خداداد حسینی، ح و عزیزی، ش. (۱۳۸۵)، مدیریت و برنامه‌ریزی استراتژیک، تهران: انتشارات صفار.
- سبحانی نژاد، م. و یوزباشی، ع. ر (۱۳۸۷)، هوش و مدیریت در سازمان‌ها، تهران: انتشارات یسپرون.
- سیدجوادین، ر. و کاماسی، م. (۱۳۸۴)، مدیریت کیفیت خدمات، تهران: نگاه دانش.
- فخیم کریم‌زاده، س. (۱۳۸۷)، بررسی رابطه هوش هیجانی با اثربخشی سازمان در سازمان‌های دولتی استان آذربایجان شرقی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب.
- فیتز سیمونز، ج. و فیتز سیمونز، م. (۱۳۸۷)، مدیریت کیفیت خدمات، تهران، نشر نگاه دانش.
- گلמן، د. و مک‌کی، آ. (۱۳۸۵)، هوش هیجانی در مدیریت و رهبری سازمان‌ها (ترجمه بهمن امیری)، تهران، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
- نوبری، ل. (۱۳۸۷)، بررسی رابطه هوش هیجانی با توانمندسازی کارکنان سازمان بازرگانی استان آذربایجان شرقی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب.
- وزیري، ع. (۱۳۸۷)، بررسی عوامل مؤثر بر رضایتمندی کاربران کارت الکترونیکی بانک ملی با استفاده از روش طراحی آزمایش‌ها (DOE)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، استاد راهنما: جعفر بیگزاده.

- Akgun, A. and et al. (2007), organizational Intelligence: a structuration view, *journal of organizational management*, volar 20, change.
- Bi-Fen, H. & et al. (2010), Explaining Supervisory Support to Work – family conflict the perspectives of guanxi, LMX, and emotional intelligence, *journal of Technology management*, vol. 5.
- Brooks, K. & Nafukho, F. M. (2006), Human resource development, social capital, emotional intelligence, *journal of Eropcean Industrial training*, vol 30, NO 2.
- Caruana, A. (2002), service loyalty: The effects of service quality and the mediating of customer satisfaction, *European journal of marketing*.
- Caruso, David. R Salovey, P. (2004), *emotional intelligente Mannager, san Francisco*, Jcyssey-Bass.
- Earley, p.c petrson (2003), "redefing, inteaction, acvoss cultural organizations, moving forward with cultural intelligence, *research in organizations behavior*" vol 24.
- Earley, p.c petrson (2004), The clusive cultural chameleon: cultural intelligence us a new approach to intercultural training for the global manager, *Academy of management Learning and Education*.
- Goleman, D. (1998), Working with emotional intelligence, A Banatam Book.
- Goleman, et al (2001), *the emotional intelligence workplace*, sanfrancisco, jossey. Bass.
- Grasby, phihip, B. (1984), quality without tears: *the art of hassle free management*, mcgvaw hill, newyork.
- Hsi-An Shih & Ely Susanto (2010), conflict management Styles, emotional intelligence, and job performance in public organizations, *International journal of conflict management*, vol. 21 .
- Hui-wen Vivian Tang, et al (2010), The relationship between emotional intelligence and leadership practices, *journal of managerial psychology*, vol. 25 .
- James D. & Arnold C. Bacigalupo (2010) The emotionally intelligent leader, the dynamics of knowledge-based organizations and the role of emotional intelligence in organizational deveopment" *on the Horizon* vol. 18 no. 3, 2010.
- Kotler P. & Gary Armestromy, (2000), marketing manageme, rentice Hall, usa.
- Nisenfeld, A. E. (1989), Artificial intelligence, Handbook: principle, *Imtrment Society of America*.
- Riggo, R.E. Reichad, J. (2008), The emotional and intelligences of effective leadership, *journal of managerial psychology*, vol 23 .