



بررسی رابطه بین هوش هیجانی و استراتژی رقابتی؛ مطالعه موردی: شرکت بیمه تهران

مجتبی رسولی^۱، عباس باهوش^۲

۱. کارشناسی ارشد کسب و کار بین المللی mojtaba.rasooli@yahoo.com

۲. دانشکده علوم انسانی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی اهواز، اهواز، ایران.

چکیده

هدف از پژوهش حاضر شناخت رابطه بین هوش هیجانی مدیران و استراتژی رقابتی در بیمه های خصوصی و دولتی در استان تهران است. جامعه آماری شامل تمام مدیران و کارکنان در چهار بیمه دولتی رده بالا و دو بیمه خصوصی رده بالا در سطح دفاتر مرکزی است. این مطالعه از نوع همبستگی توصیفی است. ابزار جمع آوری اطلاعات استراتژی رقابتی به همراه آلفا 0.86 و هوش هیجانی Wisinger (1998) بوده است که بر اساس مولفه گلن با قابلیت اطمینان (0.82) طراحی شده و در میان پاسخ دهندگان توزیع شده بود. نتایج این تحلیل پسرقت برای رسم یک مدل متناسب از استراتژی رقابتی بر اساس هوش هیجانی، با ضریب ۰.۷۲ تعیین شد که نشان می داد. در این مدل، سه متغیر مهارت های اجتماعی، همدردی و خودآگاهی تغییرات ۰.۷۲ را در سبک رهبری تکاملی مدیران، نشان دادند. در این مدل، ۵۱ درصد از تغییرات استراتژی های رقابتی، تحت تاثیر همدلی به طور مستقیم و به شکل مثبت بوده است. نتایج به دست آمده از مدل رگرسیون (پسرقت) چند متغیره جهت طراحی مدل مناسبی از استراتژی رقابتی بر اساس هوش هیجانی با عامل تعیین ۰.۱۱ نشان داد که، ۳۵ درصد از تغییرات در استراتژی رقابتی به شکل مستقیم و به طور مثبت از همدلی تاثیر گرفته اند.

کلمات کلیدی: هوش هیجانی، استراتژی رقابتی، شرکت بیمه.



مقدمه

هوش هیجانی توانایی درک صحیح، ارزیابی بیان و احساس، موفقیت و یا توسعه احساسات است که باعث تسهیل افکار، توانایی درک احساسات و درک عاطفی می‌شود و در نتیجه سبب افزایش رشد عاطفی و فکری خواهد شد. این مفهوم توسط Mayer و Salovi معرفی شد و توسط Chavoz (2001) عمومی و گسترده شد. مدیران کسب و کار که هوش هیجانی بالا دارند، به عنوان مثال کسانی که احساسات را شناسایی و هدایت می‌کنند و احساسات مردم دیگر را نیز درک و با آنان همدردی می‌کنند، در بازار افراد ممتازی شناخته می‌شوند. این افراد در زندگی شخصی کارآمد و راضی هستند و توانایی تبدیل شدن به افراد مولد را دارند. (Farner, 1994). هوش هیجانی به عنوان یک پدیده مهم، نه تنها شامل جنبه روانی نظری است، بلکه در عمل، با بهبود آن می‌توانیم برای بسیاری از مشکلات پنهان زندگی راه حل پیدا کنیم. امروزه، مقالات، کتاب‌ها و کارگاه‌های آموزشی بسیاری در رابطه با EQ تنظیم شده‌اند که همگی سعی در نشان دادن راه حل‌های جدید برای مقابله با مشکلات فردی و درون فردی در جوامع پیچیده دارند که جوانان بخشی از آن هستند و توجه به آنها از مسائل مهم در آموزش و پرورش تلقی می‌شود (Barbuto, et.al, 2010). در نتیجه، با در نظر گرفتن موارد ذکر شده در بالا، هدف اصلی این تحقیق به صورت زیر بیان می‌شود:

آیا رابطه‌ای بین هوش هیجانی و استراتژی رقابتی وجود دارد؟

هدف اصلی

شناسایی رابطه بین هوش عاطفی مدیران و استراتژی رقابتی در بیمه‌های خصوصی و دولتی در استان تهران.

اهداف فرعی

- تعیین ارتباط بین خودآگاهی مدیران و استراتژی رقابتی
- تعیین رابطه بین مدیریت-فردی و استراتژی رقابتی
- تعیین رابطه بین انگیزه-فردی و استراتژی رقابتی
- تعیین رابطه بین همدلی مدیران و استراتژی رقابتی
- تعیین رابطه بین مهارت‌های اجتماعی و استراتژی رقابتی

هوش هیجانی

- در این مطالعه، تعریف هوش هیجانی بر اساس تعریف و شاخص‌های Daniel Goleman است: او معتقد است که هوش هیجانی توانایی تشخیص احساسات و عواطف خود و دیگران، به منظور استفاده از آنها در محل کار برای برقراری ارتباط موثر با دیگران است. (Schieman, 2008).

استراتژی رقابتی:

استراتژی رقابتی استراتژی کسب و کار است که نیروهای اصلی و اساسی را که در وضعیت رقابتی موثر هستند را تعریف می‌کند. استراتژی‌های کسب و کار در رسیدن به اهداف و استراتژی‌های پیشرفت کمک‌کننده هستند (Farner, 1994).



پیشینه تحقیق

Slaski و (2002) Cartwright، در تحقیقی با بررسی ۲۲۰ مدیر مدرسه به این نتیجه رسیدند که، هوش هیجانی باعث افزایش عملکرد در حوزه های مختلف مدیریت و کار گروهی می شود. آنها این حوزه ها را به عنوان مدیریت اعتراض، مدیریت استرس، مدیریت بحران و مدیریت زمان شناسایی کردند و به این نتیجه رسیدند که رابطه ای مثبت میان هوش هیجانی و این حوزه های مدیریتی وجود دارد.

در تحقیقی دیگر، Palmer et.al (2001) رابطه میان هوش هیجانی و رهبری موثر را بررسی کردند و نتوانستند هیچ گونه رابطه ای را میان هوش هیجانی بالاتر و رهبری تکاملی بیابند، اگرچه هیچ ارتباطی بین جوانب مختلف اجزای هوش هیجانی و رهبری موثر وجود نداشت. آنها همچنین تأثیرات مورد نظر و یا آگاهی عاطفی ارتباطی را نشان دادند و همچنین رابطه ای بین هیجان الهام بخش و توجه به افراد با آگاهی عاطفی و مدیریت عاطفی وجود داشت. اما بین تحریک ذهنی با شاخص های EI همبستگی معنی داری نداشت. بنابراین، می توان گفت که EI رابطه ای با سه شاخص رهبری تکاملی دارد (به نقل از: Ansari Rennani & Arasto, 2006: 6).

Burbach (2003) در تحقیقی با عنوان " بررسی رابطه بین هوش هیجانی و رهبری تکاملی به عنوان سبک ذهنی و مفهوم خود-مدیریتی"، اثر هوش هیجانی در زنجیره چند رهبری را مورد مطالعه قرار داد. اطلاعات از 146 رهبر و ۶۴۹ پیرو گردآوری شده بودند. آنها نشان دادند ارتباط موثری میان هوش هیجانی و رهبری تکاملی وجود دارد و نتایج به سبک رهبری از نقطه نظر پیروان مربوط می باشد.

Schult (2003) تحقیق نتایج دیگری را نشان داد. او رهبری تکاملی و سه شاخص از هوش هیجانی، شخصیت و توانایی های شناختی را با استفاده از پرسشنامه استاندارد برای هر یک از عوامل مورد مطالعه مورد بررسی قرار داد و نتیجه گرفت که هوش هیجانی با در نظر گرفتن شناخت کامل و شخصیت قابل پیش بینی است؛ اما به پیش بینی رهبری تکاملی کمک نمی کند. او معتقد بود که هوش هیجانی نتیجه دانش قبلی در مورد شخصیت و توانایی شناختی انسان است و به عنوان یک مساله جدید مطرح نمی شود.

Nazem and Qaed (2007) مطالعه ای را با عنوان " رابطه بین هوش هیجانی و مدیریت زمان مدیران دانشگاه آزاد اسلامی به منظور ارائه یک الگوی مدیریت زمان با توجه به هوش هیجانی آنان" را بر ۴۴۵ مدیر دانشگاه آزاد اسلامی انجام دادند. با استفاده از رگرسیون چند متغیره خطی، آنان به این نتیجه رسیدند که یک رابطه بین هوش هیجانی و مدیریت زمان بر اساس هوش هیجانی مدیران به شرح زیر وجود دارد: خود تحریک (0.017) + خود آگاهی (0.26) + 1.017 مدیریت زمان.

Druskat, (2001) در مقاله خود " بررسی رابطه هوش هیجانی و مدیریت زمان با استرس شغلی معلمان مقطع متوسطه شهرستان یزد " رابطه بین هوش هیجانی و مدیریت زمان با فرسودگی شغلی را مورد مطالعه قرار داد. نتایج نشان داد که هوش هیجانی و زمان مدیریت می تواند استرس شغلی معلمان را پیش بینی کند. (Druskat, 2001).

Kim, et.al (2008) در مقاله خود با عنوان "مطالعه تطبیقی هوش هیجانی مدیران و ارتباط آن با توسعه هر استان" نشان دادند که هوش این مدیران به همراه اعضای سازمان نقش مهمی ایفا می کند. جامعه آماری این پژوهش، مدیران ارشد سازمان دولتی و صنعتی از ۲ استان بود. در این مطالعه، با جمع آوری اطلاعات مربوط به هوش هیجانی مدیران از طریق پرسشنامه و تعیین شاخص توسعه هر استان، داده ها تحلیل شدند. نتایج یک تفاوت جزئی بین هوش هیجانی مدیران دو استان را نشان داد و هیچ ارتباطی بین هوش هیجانی مدیران و توسعه وجود نداشت.



اکنون با جمع آوری نتایج و یافته های مطالعات انجام شده، ما می توانیم مدل نظری خود از مطالعه حاضر را ارائه دهیم. چارچوب نظری تحقیق یک الگوی مفهومی بر اساس رابطه نظری بین عوامل و متغیرهای مؤثر بر موضوع مورد مطالعه برگرفته شده از پیشینه تحقیقات، از جمله: استراتژی رقابتی و هوش هیجانی است. با استنباط از نتایج مطالعات و تحقیقات صورت گرفته توسط متخصصان مدیریت زمان، می توان گفت هوش هیجانی بر اساس مدل Golmans هوش هیجانی دارای پنج جزء خودشناسی، خود مدیریتی، خود انگیزش، همدلی و مهارت های اجتماعی و استراتژی های رقابتی است، می باشد.

روش تحقیق

این مطالعه از نظر گردآوری اطلاعات از هدف و همبستگی توصیفی استفاده کرده است. مطالعه همبستگی از زیر مجموعه های مطالعات توصیفی برای پیدا کردن رابطه بین متغیرها است.

روش و ابزار گردآوری اطلاعات

برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز، روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. ابزار اصلی برای جمع آوری داده‌ها پرسشنامه است.

جامعه آماری

جامعه آماری شامل مدیران و کارفرمایان از چهار بیمه دولتی رده بالا و دو بیمه خصوصی تهران هستند و به دلیل نامحدود بودن جامعه آماری، از نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شد.

اعتبار ابزار پژوهش

اعتبار ابزار اندازه گیری به سوالات مربوط می باشد. اگر سوالات پرسشنامه ویژگی ها و مهارت های خاصی را جهت سنجش محققان نشان دهند، تست معتبر است. در این مطالعه، ما برای تعیین اعتبار از نظرات متخصصان استفاده کرده ایم، هر چند پرسشنامه ها استاندارد بودند و نیازی به اعتبار سنجی نداشتند.

قابلیت اطمینان

به منظور ارزیابی قابلیت اطمینان پژوهش، از کرونباخ آلفا استفاده شد. روش کرونباخ برای محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه گیری مانند پرسشنامه یا آزمون هایی مورد استفاده قرار می گیرد که ویژگی های مختلف را اندازه گیری می کنند. چرا که تمام مقادیر کرونباخ آلفا، بزرگتر از ۰/۷ هستند. کرونباخ آلفای محاسبه شده برای بخش های مختلف از پرسشنامه نشان می دهد که این ابزار دارای قابلیت اطمینان بالا است یا به عبارت دیگر، قابلیت اطمینان لازم را دارا می باشد.



آزمون استنباطی

جدول ۱. فرضیه عادی سازی داده ها با استفاده از آزمون کولموگروف اسمیرنوف (K-S)

نتیجه گیری	فرضیه تایید کننده	خطا	محدوده معنی دار	عامل
عادی	فرضیه صفر	۰/۰۵	۰/۱۰۹	هوش کسب و کار
عادی	فرضیه صفر	۰/۰۵	۰/۵۲۱	خودشناسی
عادی	فرضیه صفر	۰/۰۵	۰/۶۱۴	مدیریت فردی
عادی	فرضیه صفر	۰/۰۵	۰/۲۸۱	انگیزه فردی
عادی	فرضیه صفر	۰/۰۵	۰/۰۸۷	همدلی
عادی	فرضیه صفر	۰/۰۵	۰/۳۲۸	مهارت های اجتماعی

با توجه به نتایج جدول فوق، از آنجایی که سطح معنی دار برای تمام اجزاء بزرگتر از 0.05 است، در نتیجه، این متغیرها توزیع نرمال دارند. لازم به ذکر است، آزمون پارامتریک برای آزمون فرضیه استفاده شده است.

فرضیه های تحقیق

فرضیه اصلی: بین هوش هیجانی و استراتژی رقابتی رابطه وجود دارد.

جدول ۲. نتایج ضریب همبستگی پیرسون بین هوش هیجانی و استراتژی رقابتی

هوش هیجانی	استراتژی رقابتی	
	همبستگی پیرسون	0.777
	Sig	0.000
	N	250

با توجه به نتایج جدول فوق، از آنجایی که سطح معنی دار کمتر از ۰.۰۵ می باشد، نتیجه این است که فرضیه H1 رد شده و فرضیه H0 پذیرفته شده است. همانطور که شما می توانید در سطح ۹۵ مشاهده کنید، بین هوش هیجانی و استراتژی های رقابتی و ضریب همبستگی، رابطه معنادار و مستقیمی به اندازه 0/777 وجود دارد.

فرضیه فرعی

(۱) بین خودشناسی مدیران استراتژی رقابتی رابطه ای وجود دارد.

جدول ۳. نتیجه همبستگی پیرسون بین خودشناسی مدیران و استراتژی رقابتی

خودشناسی مدیران	استراتژی رقابتی	
	همبستگی پیرسون	0.900
	Sig	0.000
	N	250

(۲) یک رابطه بین مدیریت فردی مدیران و استراتژی رقابتی وجود دارد.



جدول ۴. نتیجه ضریب همبستگی پیرسون بین مدیریت فردی مدیران و استراتژی رقابتی

مدیریت فردی مدیران	استراتژی رقابتی	
	همبستگی پیرسون	0.767
	Sig	0.000
	N	250

(۳) یک رابطه بین انگیزه فردی و استراتژی رقابتی وجود دارد.

جدول ۵. نتایج ضریب همبستگی پیرسون میان انگیزه فردی و استراتژی رقابتی

انگیزه فردی مدیران	استراتژی رقابتی	
	همبستگی پیرسون	0.901
	Sig	0.000
	N	149

(۴) رابطه ای بین همدلی مدیران و استراتژی رقابتی وجود دارد.

جدول ۶. نتایج ضریب همبستگی پیرسون میان همدلی مدیران و استراتژی رقابتی

همدلی مدیران	استراتژی رقابتی	
	همبستگی پیرسون	0.821
	Sig	0.000
	N	149

(۵) رابطه ای میان مهارت های اجتماعی مدیران و استراتژی رقابتی وجود دارد.

جدول ۷. نتایج ضریب همبستگی پیرسون میان مهارت های اجتماعی مدیران و استراتژی های رقابتی

مهارت های اجتماعی	استراتژی رقابتی	
	همبستگی پیرسون	0.861
	Sig	0.000
	N	149

نتیجه گیری و پیشنهادات

نتایج فرضیه اصلی ارتباط معنی داری بین هوش کسب و کار و استراتژی رقابتی در بیمه را نشان دادند. همانطور که تجزیه و تحلیل ها نشان دادند، سطح معنی دار برای هر دو متغیر کمتر از ۰.۰۵ و همبستگی 0.699 بود؛ بنابراین، یک رابطه مستقیم و مثبت بین هوش کسب و کار و استراتژی رقابتی در بیمه وجود دارد. نتایج تحلیل مسیر با نرم افزار لیزر نشان داد: رابطه بین هوش کسب و کار و بهبود استراتژی های رقابتی در بیمه ها به میزان 0/80 پذیرفته شد. در نتیجه، می توان گفت که بهبود هوش کسب و کار در بهینه سازی استراتژی رقابتی سازمان ها موثر است. در این راستا، می توان بیان کرد که هر سازمان و شرکت با مسائل و مشکلاتی در راستای تحقق چشم انداز و مأموریت هایش و عواملی مانند رقابت، تغییرات بازار، چالش های جدید، تغییرات تکنولوژی و غیره مواجه خواهد شد، که سبب تشدید این موانع می شود. هوش کسب و کار به عنوان صلاحیت سازمان برای استفاده از توانایی های فکری و مهارت-



های سازمانی برای رسیدن به ماموریتی از سازمان تعریف شده که برای حل و فصل موانع به کار می‌رود. هنگامی که هوش کسب و کار، برای تنظیم استراتژی‌های رقابتی به کار می‌رود، به بهره‌برداری‌ها در فضای رقابتی و شرایط پیچیده محیطی رجحان می‌بخشد. لازم است که با استفاده از یک روش صحیح و کاربردی برای هوش کسب و کار، آن را به یک مزیت رقابتی در سازمان تبدیل کرد.

نظریه اول و دوم تحقیق:

یکی از نتایج این مطالعه رابطه مثبت و مستقیم بین مدیریت فردی، خودشناسی و استراتژی‌های رقابتی است. می‌توان گفت که مدیران به جای کنترل کارکنان به عنوان یک ابزار، باید یک وضعیت خود مدیریتی بین کارکنان ایجاد کنند؛ و همچنین به منظور ایجاد خود مدیریتی در سازمان، آنها باید خودشناسی را افزایش دهند. اطلاعات فردی یکی از اجزای هوش هیجانی است که به معنی دانستن هیجانات و احساس خود و ایجاد مجموعه‌ای از کلمات و استفاده از آنها برای تصمیم‌گیری و کنترل کارکنان است. با افزایش اطلاعات در رابطه با مهارت‌های اجتماعی، ما بهتر می‌توانیم پیام ارسال شده را کنترل کنیم.

پیشنهادات کاربردی بر اساس نتایج نظریه شماره ۴ مطالعه:

واریانس همدلی به عنوان فرضیه شماره چهار حداکثر اثر را در یک راه مستقیم و مثبت بر استراتژی‌های رقابتی دارد. فرمول همدلی برای شناخت. یکی از نتایج این مطالعه اثر مستقیم و مثبت بین همدلی و استراتژی‌های رقابتی است. همدلی آن است که ما باید مسائل را از نقطه نظر دیگران ببینیم، بدون اینکه در تابعیت آنان. احساسات فرد است باشیم. اولین نتیجه همدلی آن است که کارکنان ما یک حس رسمی بودن پیدا می‌کنند. آنها باید همیشه خواستار شما باید تغییرات را به عنوان یک فرصت ببینید و وضعیتی را ایجاد کنید. افزایش رضایت و وفادار به مشتریان باشند که همه مردم با فرهنگ‌های متفاوت بتوانند فعالیت داشته باشند و بنابراین می‌توان اشتباهات و فساد را متوقف کرد.

پیشنهادات فرضیه پنجم: واریانس مهارت‌های اجتماعی به عنوان نظریه پنجم، دومین واریانس موثر را در یک راه مستقیم و مثبت بر استراتژی‌های رقابتی دارد. پس ما پیشنهاد می‌دهیم که مدیران با وظایف متعدد و فراوان باید مسائل آموزشی مربوط به این فرضیه را به دقت دنبال کنند. سپس اهمیت دارد که روابط کارکنان با هم در گروه‌های رسمی و غیر رسمی را که احساسات و عواطف را افزایش می‌دهد تقویت کرد و همچنین احساسات بین آنان را افزایش داد و این موضوع حس خوبی را در مورد عضو در سازمان بوجود می‌آورد. از این دیدگاه روابط، اثر خوبی را در ایجاد یک همبستگی عاطفی بین کارکنان دارند و در نهایت حس همدلی و همکاری را تقویت می‌کنند.



-
- Buff, A., Reusser, K., & Rakoczy, K. (2011). Activating positive affective experiences in the classroom: “Nice to have” or something more? *Learning and Instruction*, 21(3), 452---466.
 - Castillo, R., Salguero, J. M., FernándezBerrocal, P., & Balluerka, N. (2013). Effects of an emotional intelligence intervention on aggression and empathy among adolescents. *Journal of Adolescence*, 36, 883-892.
 - Chan, D. (1998). Functional relations among constructs in the same content domain at different levels of analysis: A typology of composition models. *Journal of Applied Psychology*, 83, 234--246
 - Csikszentmihalyi, M., & Csikszentmihalyi, I. S. (1988). *Optimal experience: Psychological studies of flow in consciousness*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
 - Druskat, V. U., & Wolff, S. B. (2001). Building the emotional intelligence of groups. *Harvard Business Review*, 3, 81-90.
 - Streiner, D., & Norman, G. (1989). *Health Measurement Scales. A practical guide to their development and use*. Oxford, UK: Oxford University Press.
 - Sutton, R., & Wheatley, K. (2003). Teachers’ emotions and teaching: A review of the literature and directions for future research. *Educational Psychology Review*, 15, 327---358.
 - Totterdell, P., Kellet, S., Teuchmann, K., & Briner, R. B. (1998). Evidence of mood linkage in work groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 1504---1515.
 - Van Rooy, D. L., & Viswesvaran, C. (2004). Emotional intelligence: A meta-analytic investigation of predictive validity and nomological net. *Journal of Vocational Behavior*, 65, 71--95.
 - Antonioni, D. (1998). Relationship between the big five personality factors and conflict management styles. *International Journal of Conflict Management*, 9(4): 336--355.
 - Barbuto, J. E., Jr, Phipps, K. A., & Xu, Y. (2010). Testing relationships between personality, conflict styles and effectiveness. *International Journal of Conflict Management*, 21(4): 434--447.
 - Bello, D., Leung, K., Radebaugh, L., Tung, R. L., & Van Witteloostuijn, A. (2009). From the editors: student samples in international business research. *Journal of International Business Studies*, 40(3): 361--364.
 - Kim, J., & Meyers, R. (2012). Cultural differences in conflict management styles in East and West Organizations. *Journal of Intercultural Communication*, 29.
 - Kim, T. Y., Wang, C., Kondo, M., & Kim, T. H. (2007). Conflict management styles the differences among the Chinese, Japanese, and Koreans. *International Journal of Conflict Management*, 18(1): 23--41.
 - Reio, T. G. (2010). The threat of common method variance bias to theory building. *Human Resource Development Review*, 9(4): 405--411.
 - Ronen, S., & Shenkar, O. (2013). Mapping world cultures: cluster formation, sources and implications. *Journal of International Business Studies*, 44(9): 867--897.
 - Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9(3): 185--211.
 - Schieman, S., & Reid, S. (2008). Job authority and interpersonal conflict in the workplace. *Work and Occupations*, 35(3): 296--326.