

بررسی تأثیر هوش هیجانی بر تفکر استراتژیک در مدیران ارشد شرکت های خصوصی

(مطالعه موردی: مدیران ارشد شرکت های فعال در شهرک صنعتی نقره ده آستانه اشرافیه)

اسدالله مهرآرا^۱، سعید صادقی لفوت^۲، مرتضی رضانی دستک^۳

^۱ استادیار مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائمشهر

^۲ دانشجوی دکتری مدیریت دولتی دانشگاه آزاد واحد قائم شهر

^۳ دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور

چکیده:

امروزه بر اساس شواهد موجود در دنیای جدید، تفکر استراتژیک به عنوان یکی از عناصر مهم و ارزشمند در نظر مدیریت های کلان در سازمان هاست محسوب می گردد. مدیرانی که به این قابلیت مجهز می گردند، سایر کارکنان را با یافتن راهکارهای خلاقانه برای موفقیت سازمان ترغیب می کنند. از طرفی تغییرات عمده در سازمان ها که متأثر از پویایی های محیط دستخوش تغییر است، نیازمند کارکنان و مدیرانی است که انطباق پذیر بوده و با تغییرها به خوبی سازگار شوند. بررسی ها نشان می دهند گویی رقابت آینده را مدیرانی پیروز خواهند شد که بتوانند بطور اثربخش و نتیجه بخش با منابع انسانی خود ارتباط برقرار کنند. در این زمینه هوش هیجانی یکی از مولفه هایی است که می تواند به میزان زیادی در روابط مدیران با اعضای سازمان نقش مهمی را ایفا کند. هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیر هوش هیجانی بر تفکر استراتژیک در مدیران ارشد شرکت های خصوصی می باشد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت جزء تحقیقات توصیفی – علی است و بصورت پیمایشی صورت پذیرفته است. جامعه آماری پژوهش شامل ۴۰ تن از مدیران ارشد شرکت های فعال در شهرک صنعتی نقره ده شهرستان آستانه اشرافیه است که ۳۶ مورد از آن ها با استفاده از فرمول کوکران به عنوان نمونه آماری پژوهش در نظر گرفته شدند. برای انتخاب اعضای نمونه نیز از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شد. به منظور مطالعه ادبیات و پیشینه پژوهش و مباحث مفهومی مربوط به هوش هیجانی و تفکر استراتژیک از مطالعات کتابخانه ای و جهت تحقق هدف پژوهش از تحقیقات میدانی و روش پرسشنامه استفاده



www.spcnf.ir

هشتمین کنفرانس ملی مطالعات مدیریت و اقتصاد در علوم انسانی

8th National Conference on
Management Studies and Economics in the Humanities

شده است. جهت بررسی روایی پرسشنامه های مذکور از روایی محتوا و نظر خبرگان استفاده شده است و خبرگان بر روایی بالای این پرسشنامه ها صحه گذاشتند. به منظور سنجش پایایی پرسشنامه ها از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی و از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ نحوه ی اجرا پیمایشی باشد. تمامی محاسبات با استفاده از نرم افزار SPSS ۲۲ و LISREL ۸.۸ صورت پذیرفته است. نتایج به دست آمده از آزمون رگرسیون نشان داد که تمامی ضرایب آلفا بالاتر از ضریب قابل قبول ۰/۷ هستند و حاکی از تایید تاثیر هوش هیجانی بر تفکر استراتژیک می باشد.

کلیدواژه: هوش هیجانی، هوش عاطفی، آینده بینی، تصمیم گیری خلاق، تفکر استراتژیک

مقدمه:

در دنیای امروز که شاهد رشد روزافزون علوم هستیم، قدرت ذهن انسان بیش از پیش خودنمایی می کند. ذهن ما دارای پتانسیل‌های کشف نشده بسیار زیادی هست که دانشمندان با پژوهش بر روی آن در حال به روزرسانی این موتور محرک انسان می باشند. یکی از موضوعاتی که توجه دانشمندان را در نیمه دوم قرن گذشته به خود جلب نموده و آن‌ها را محسور تاثیرگذاری آن نموده است، قدرت نفوذ هیجان‌های ذهنی انسان است. امروزه نقش هیجان و احساسات در فعالیت‌ها، رفتارها، حرکت‌ها و شخصیت انسان‌ها کاملاً محرز و اثبات شده است. در حوزه‌ی مطالعه‌ی هیجانات نیز سیر مطالعه‌ها از هوش منطقی (که بر پایه‌ی شناخت استوار است) به سمت هوش هیجانی حرکت می کند. هوش هیجانی سعی در تشریح و تفسیر جایگاه هیجان‌ها و احساس‌ها در توانمندی‌های انسانی دارد (مختاری‌پور و همکاران، ۱۳۸۵).

هوش هیجانی تلفیق هوشیارانه احساس، افکار و عمل در ایجاد نتایج بهینه در روابط با خودتان و دیگران است. می توان گفت هوش هیجانی را هوش به‌کارگیری عاطفه و احساس در جهت هدایت رفتار، ارتباط موثر با همکاران، سرپرستان، مشتریان و یا استفاده از زمان و چگونگی انجام دادن کارها برای ارتقای نتایج نامید (وانامیکر^۱، ۲۰۰۵).

هوش هیجانی با شناخت فرد از خود و دیگران، ارتباط با دیگران، سازگاری و انطباق با محیط پیرامون که برای موفق شدن در برآوردن خواسته‌های اجتماعی لازم است ارتباط دارد و یک توانمندی تاکتیکی در عملکرد فردی محسوب می شود که پیش بینی موفقیت را ممکن می سازد، زیرا نشان می دهد که چگونه فرد بلافاصله دانش خود را در موقعیت‌های مختلف به کار می گیرد. به عبارت دیگر هوش هیجانی به تفاوت‌های افراد در ادراک، پردازش، تنظیم و به‌کارگیری اطلاعات هیجانی اشاره دارد (توکلی و لاونتون^۲، ۲۰۰۵).

^۱ Wannamaker
^۲ Lawton

عامل هایی متعدد کارایی افراد را در سازمان تحت تأثیر قرار میدهند. یکی از عامل هایی که رفتار سازمانی هر فرد را به شدت تحت تأثیر قرار میدهد هوش هیجانی است. به اعتقاد مایر و سالووی، هوش هیجانی نوعی پردازش اطلاعات عاطفی است که شامل ارزیابی صحیح عواطف در خود و دیگران، ابراز مناسب عواطف و تنظیم سازگارانه عواطف است (به نقل از امیر قدسی و بنیادی نائینی، ۱۳۹۷).

مهم ترین نکته درباره هوش هیجانی این است که قابل یادگیری است. اگر انسان ها درباره احساسات و عواطف خود با هم بحث و گفتگو کنند، این امر به نوعی موجب یادگیری عاطفی آن ها خواهد شد. نتیجه این یادگیری در تعامل با افراد و در فعالیت های گروهی نمایان خواهد شد (اعیانی و همکاران، ۱۴۰۱).

هوش هیجانی از دو حالت شناخت و هیجان تشکیل شده است که عقل و احساس انسان را برای تصمیم گیری درگیر می کند و به عبارتی می توان گفت هوش هیجانی، استفاده از عواطف برای حل مسائل و داشتن یک زندگی خلاقانه، مفید و سازنده است (انووکا و آهیوزو، ۲۰۱۰).

پوون در نتیجه گیری از تحقیقات خود بیان می دارد که سطح هوش هیجانی به طور ژنتیکی ثابت نیست و می توان آن را بهبود بخشید و اگر ما آگاهی افراد را نسبت به مزایای هوش هیجانی افزایش بدهیم، آن ها سعی می کنند بر روی هوش هیجانی خود سرمایه گذاری کنند تا موفقیت شان در زندگی شغلی افزایش یابد. این گونه آگاهی ها بر روابط اجتماعی و کار گروهی آن ها تأثیر مثبت خواهد داشت (پوون، ۲۰۰۷).

دیوید کارسو بیان می کند که مهم است بدانید که هوش عاطفی ضد هوش نیست، به عبارتی نشانه برتری احساس (دل) بر عقل (سر) نیست؛ بلکه نقطه تلاقی احساس و عقل است (غفرانی کلیشمی، ۱۳۹۴).

به اعتقاد برادبری و گاریوز هوش هیجانی تعیین می کند چگونه رفتار خود را اداره کنیم، چگونه با مشکلات اجتماعی کنار بیاییم و چگونه تصمیماتی بگیریم که به نتایج مثبت ختم شوند (به نقل از سنجی و همکاران، ۱۳۹۵).

اگر مدیران در محیط سازمانی از عواطف و احساسات درست استفاده نمایند و آن ها را هنگام تعاملات با کارکنان، مشتریان و ... را به طور موثر و مفید اداره کنند، منجر به رفاقت و صمیمیت بیشتر در بین اعضای تیم شده و این جو مناسب در اجرای متعهدانه ماموریت ها و وظایف محوله توسط کارکنان موثر بوده و در نهایت

بهره وری در سازمان را بالا خواهد برد. مسلم است که بهبود هوش هیجانی افراد یک سازمان می تواند هوش سازمانی را در کل افزایش دهد که خود به بهبود عملکرد سازمانی منجر می شود (گلدمن، ۲۰۱۲). همه ما توانایی هایی داریم که ذاتی بوده و نمی توان آن ها را افزایش داد. همچنین بعضی از توانایی های دیگر در وجود هر فرد هستند که قابلیت های آموزش، یادگیری، بهبود و توسعه دارند. هوش هیجانی به طور ذاتی در درون هر فرد وجود دارد، ولی می توان آن را به افراد آموزش داد و دانش و آگاهی افراد را نسبت به عواطف خود و دیگران افزایش داد که در نتیجه آن هوش هیجانی نیز افزایش خواهد یافت (زارعی متین و همکاران، ۱۳۹۲). مهارت برقراری ارتباط با دیگران، همکاری با دیگران، گوش دادن موثر به سخنان دیگران، حل و فصل تعارض های بین افراد و مقابله با فشار عصبی را باید یاد داد و این ها آموختنی است (سیتوویتا^۳، ۲۰۱۱).

بررسی ها نیز نشان داده است که گوی رقابت آینده را مدیرانی خواهند برد که بتوانند به طور اثربخش با منابع انسانی خود ارتباط برقرار کنند و تعامل اجتماعی که شیوه ای شایسته و ثمربخش برای بیشتر مدیران و رهبران به عنوان عنصر کلیدی در مدیریت سازمانی است، را به کار برند. از این رو تلفیق دانش و تفکر مدیریتی همراه با توانایی های هیجانی در مدیریت می تواند در سوق دادن سازمان به سوی دستیابی به اهداف متعالی، کارساز و مفید باشد (کیسی و گلدمن، ۲۰۱۰).

برای یک مدیر، فهم فضای حاکم بر کسب و کار مهم و حیاتی است. بصیرت مدیر در فهم این فضا تنها در درک عوامل موثر بر این فضا محدود نمیشود، بلکه کشف شهودی زوایای ناشناخته این فضا و خلق ایده هایی برای بهره برداری از آن ها نیز مهم است.

تفکر استراتژیک رویکردی است که زمینه شکل گیری و توسعه این بصیرت را فراهم می سازد و مدیران را به سوی یادگیری سریع از محیط کسب و کار و بکارگیری خلاقیت برای خلق ارزش شهای جدید آماده می کند (حسینی و حاجی حسینی، ۱۳۸۷).

تفکر در مورد آینده و خلق آینده های متعدد باید حاوی بینش هایی باشد که جهان بینی و ساختارمندی

^۳ Seitovirta

ما را به چالش بکشد. در غیر اینصورت در همدان ساختارهای قدیمی محبوس خواهیم ماند و باید با پیامدهای ناگوار آن روبرو شویم.

انسان هایی که از هوش استراتژیک بهره مندند، به صورت طبیعی و همیشگی در جستجوی الگوهای نو ظهور و پایش آنها هستند چرا که معتقدند تمام گل هایی که در آینده خواهند روید در دل تخم های امروزه نهفته اند (فروغی و همکاران، ۱۳۹۵).

به تدریج با رشد مستمر اقتصادی، اوضاع قابل اطمینان محیطی از میان رفت و تغییرات و حوادث شتاب دهنده ای در جهان اتفاق افتاد. لذا با تغییرات و دگرگونی های سریع و پیچیده جامعه و تاثیر آن بر رشد و توسعه شرکت ها موجب شد که مدیران توجه خود را به محیط سازمان معطوف گردانند و مفاهیمی مانند سیستم، اقتصاد، برنامه ریزی بلند مدت و مهم تر از همه فرایند تفکر استراتژیک مورد توجه صاحب نظران مدیریت قرار گیرد. این مفاهیم و نظریات پاسخ علم مدیریت به دگرگونی و تغییرات وسیع اقتصادی و اجتماعی بود (گل محمدی و همکاران، ۱۳۹۲).

از دیدگاه کلی تفکر استراتژیک یک بصیرت و فهم از وضعیت موجود و بهره برداری از فرصت ها است. مدیرانی که مجهز به قابلیت تفکر استراتژیک هستند، قادرند سایر کارکنان را به یافتن راهکارهای خلاقانه برای موفقیت سازمان ترغیب کنند (درتاج و همکاران، ۱۳۹۷).

تفکر استراتژیک، مهارت یا فضیلت ذهنی و معماری استراتژیک یک سازمان است. (آرنولد^۴ و همکاران، ۱۳۹۲). مهمترین ویژگی تفکر استراتژیک، نگرش تمام نگر به فضای کسب و کار است. این نوع نگرش بدون اینکه سیستم کسب و کار را در یک قالب، الگوهای تحلیلی ساده شده خلاصه نماید، یک تصویر کلی از کسب و کار را در ذهن ایجاد می نماید، هرچه این تصویر کلی غیر دقیق و در برخی موارد حتی غیرقابل بیان است، ولی مفاهیم آن در قالب یک ساختار مفهومی، زیربنای تشخیص و تصمیم گیری های سازمانی قرار می گیرد و از این طریق سازمان را در مسیر صحیح هدایت می کند. ویژگی مهم دیگر تفکر استراتژیک "یادگیری دو حلقه ای" آن است. این ویژگی تفکر استراتژیک اثر بخشی آن را در تحولات عمیق محیطی حفظ می کند (غفاریان و کیانی، ۱۳۸۴).

^۴ Arnold

باتوجه به مطالب ذکر شده و اهمیت وجود رهبران و کارکنانی شایسته با مهارت تفکر استراتژیک و هوش هیجانی برای گذر سازمان از چالش های پیش رو، نویسندگان مقاله را بر آن داشت که تاثیر هوش هیجانی را بر روی تفکر استراتژیک در مدیران ارشد شرکت های خصوصی " در استان گیلان بررسی نمائیم.

لذا هدف پژوهش حاضر "بررسی تاثیر هوش هیجانی بر روی تفکر استراتژیک در مدیران ارشد شرکت های خصوصی" است. لذا پیشنهادهای و راهکارهایی که این پژوهش ارائه می دهد می تواند به مدیران در راستای ایجاد فضایی بهتر، بمنظور افزایش ظرفیت بهره مندی از هوش هیجانی و تاثیر آن در ایجاد تفکر استراتژیک در سازمان و چونگی ایجاد تعالی در سازمان کمک نماید.

اهمیت و ضرورت پژوهش:

امروزه تفکر استراتژیک به عنوان یک عنصر بسیار مهم و ارزشمند در مدیریت های کلان در سازمان ها و سیستم های کسب و کار مطرح می باشد. در تفکر استراتژیک مهم است که نگاه شما بلند مدت باشد، یعنی آنچه که می خواهید در آینده برای شما رخ دهد را از اکنون تعیین کرده اید. این موضوع می طلبد که همواره رو به جلو نگاه کرده و برای خود اهدافی معین نموده باشید.

در ۲۵ سال گذشته، مطالعات ضعف تفکر استراتژیک را در میان مدیران عالی به عنوان یک عامل عمده در عملکرد سازمان شناسایی کردند (گلدمن، ۲۰۱۲).

برای یک مدیر، فهم فضای حاکم بر کسب و کار مهم و حیاتی است. بصیرت مدیر در فهم این فضا تنها در درک عوامل موثر بر این فضا محدود نمی شود، بلکه کشف شهودی زوایای ناشناخته این فضا و خلق ایده هایی برای بهره برداری از آن ها نیز مهم است. تفکر استراتژیک رویکردی است که زمینه شکل گیری و توسعه این بصیرت را فراهم می سازد و مدیران را به سوی یادگیری سریع از محیط کسب و کار و بکارگیری خلاقیت برای خلق ارزشهای جدید آماده می کند (حسینی و حاجی حسینی، ۱۳۸۷).

برای رهبرانی که می خواهند آینده خود و محیطشان را تغییر دهند، تسلط بر تفکر استراتژیک بسیار مهم است. تفکر استراتژیک، نقطه آغازین ایجاد چشم انداز است. رهبران موفق به گونه ای عمل می کنند که گویی اکنون در

آینده هستند. بنابراین تفکراستراتژیک فرصت های خلاقیت را برای آنها نمایان ساخته و به این صورت آنها می توانند بر آینده اثرگذار باشند (نکوئی زاده و همکاران، ۱۳۹۳).

داشتن مدیرانی با قدرت تفکراستراتژیک امروزه از نیازهای اساسی سازمان هایی است که در میدان رقابت در تلاش برای متمایز ماندن و پیشرفت هستند. همین نیاز ما را به سمتی سوق می دهد که از خود پرسیم چگونه می توان چنین مدیران مناسبی را که دارای ذهنی باز و واگرا و دارای مهارت تفکراستراتژیک هستند، را شناسایی کرد و در رأس امور گذاشت تا سازمان ها را در قرار گرفتن در مسیری درست و روبه رشد و همراه با موفقیت یاری رسانند (ایران زاده و صادقی، ۱۳۸۷).

از طرفی، مدیرانی که دارای بهره هوشی بالایی هستند، لزوماً مدیران موفق نیستند. هر چند بهره هوشی بالا یکی از عوامل موثر در مدیریت کارآمد و اثربخش محسوب می شود، اما عوامل دیگر نیز تاثیرگذار هستند که " هوش هیجانی " یکی از آن هاست. هوش هیجانی مدل رفتاری جدیدی است، زیرا اصول آن راه جدیدی را برای شناخت و ارزیابی رفتار افراد، سبک مدیریت، گرایش ها و مهارت های بین فردی پیش پای ما می گذارد (رهنورد و جویبار، ۱۳۸۷).

در زمینه ارتباط بین هوش هیجانی و تفکر استراتژیک می توان چنین بیان کرد که داشتن مدیرانی با قدرت تفکراستراتژیک امروزه از نیازهای اساسی سازمانهایی است که در میدان رقابت در تلاش برای متمایز ماندن و پیشرفت هستند. در این میان تعامل اجتماعی به شیوه ای شایسته و ثمربخش برای بیشتر مدیران و رهبران به عنوان عنصر کلیدی در مدیریت تغییرات سازمانی اهمیت فزاینده ای دارد. بررسیها نشان داده است که گوی رقابت آینده را مدیرانی خواهند برد که بتوانند به طور اثربخش و نتیجه بخش با منابع انسانی خود ارتباط برقرار کنند در این زمینه هوش هیجانی یکی از مولفه هایی است که می تواند به میزان زیادی در روابط مدیران با اعضای سازمان نقش مهمی ایفا کند (بیات مختاری و همکاران، ۱۳۹۱).

هوش هیجانی شامل توانایی هایی چون حفظ انگیزه، استقامت در برابر مشکلات، کنترل خود در شرایط بحرانی و تکانه ها، حفظ خونسردی، به تاخیر انداختن کامیابی، همدلی با دیگران و امیدوار بودن است. بطور کلی هوش هیجانی، توانایی برخورد موثر با احساسات تعریف شده است (مکنرو^۵ و همکاران، ۲۰۰۹).

هوش هیجانی، نقش ضروری را در موقعیت ارتباط بین فردی و در نتیجه در تشکیل روابط بین فردی از جمله فعالیت مدیریت به عنوان رهبر بازی می کند؛ به همین دلیل می توان ۸۰ درصد دلایل موفقیت ها را به هوش هیجانی نسبت داد (گلدمن^۶، ۲۰۱۲).

بسیاری از نظریه های رهبری، بر اهمیت هوش هیجانی و اجتماعی برای رهبران و مدیران تاکید کرده اند، چرا که پیچیدگی های رفتاری و شناختی و همچنین انعطاف پذیری از ویژگی های مهم رهبران شایسته است (رضائیان و کشته گر، ۱۳۸۷).

همچنین تحقیقات نشان می دهد اهمیت هوش هیجانی در جهت پیشرفت موقعیت سازمان ها در حال افزایش است. با کمک بهره هوشی می توان پیش بینی کرد، چه شغلی مناسب چه فردی است. در حالی که هوش هیجانی می تواند مسیر پیشرفت، شکست یا درجا زدن کارکنان را پیش بینی کند. در سطوح رهبری سازمان ۸۵ درصد قابلیت ها برای کسب موفقیت به هوش هیجانی بستگی دارد تا به توانایی های فنی و هوش کارگزاران با هوش هیجانی بالا که در زمینه ارائه خدمات بیمه ای (بیمه عمر، حوادث، درمانی، اتوموبیل و ...) فعالیت می کنند در مقایسه با همکاران خود که از هوش هیجانی کمتری برخوردارند به طور میانگین دو برابر درآمد کسب می کنند، به عبارتی دو برابر مشتری جذب می کنند. مدیران باهوش هیجانی بالا، تنها ۱۵ الی ۲۰ درصد اهدافشان محقق نمی شود. همچنین برنامه های آموزشی بر مبنای هوش هیجانی در مقایسه با برنامه های آموزشی فاقد آن تقریباً ۸ برابر بازگشت سرمایه دارند (میزان سودآوری آن ها ۸ برابر است) (ملک محمدی و همکاران، ۱۳۹۴).

^۵ Macenrue
^۶ Goldman

طی سال های اخیر در خصوص هوش هیجانی ابعاد و الگوهای مختلفی توسط پژوهشگرانی نظیر، سالووی و مایر، بار-آن، گلمن و... ارائه گردیده است. لذا در این پژوهش از مدل بار-آن که نسبت به دیگران اعتبار بیشتری دارد، استفاده گردیده است.

پیشینه پژوهش:

در سال های گذشته، دانشمندان متعددی به بررسی ضعف تفکر استراتژیک در میان مدیران عالی پرداخته و آن را به عنوان یک عامل موثر در شناخت عملکرد سازمان معرفی کردند. لئونل^۷ اولین بار مفهوم هوش هیجانی (هوش عاطفی) را به زبان آلمانی در سال ۱۹۶۶ به کار برد. با این وجود در زمینه تاثیر هوش هیجانی بر تفکر استراتژیک مطالعات کمی صورت گرفته است. در ادامه برخی از پژوهش هایی که در زمینه متغیرهای پژوهش صورت گرفته است را مورد بررسی قرار می دهیم.

جدول (۲): پیشینه پژوهش

شماره	عنوان تحقیق	محقق / محققین	سال پژوهش	روش	یافته های پژوهش
۱	بررسی سوابق و نتایج تفکر استراتژیک	پوونگ	۲۰۱۳	آمیخته	با بررسی عوامل موثر بر تفکر استراتژیک در سطح سازمانی در زمینه های گوناگون مدیریت از جمله استراتژی بازاریابی، مدیریت استراتژیک و مدیریت منابع انسانی نشان دادند که نتیجه آشفتهگی بازار و تلاطم فن آوری، ترویج تفکر استراتژیک در سطح سازمانی است و یک رابطه مثبت بین تفکر استراتژیک و عملکرد بازاریابی وجود دارد.
۲	ارتباط میان هوش هیجانی و استراتژیهای مدیریت بحران در کارشناسان تربیت بدنی	هریس	۲۰۱۱	کمی / مدل سازی معادلات	نتایج تحقیق نشان داد که یک رابطه مثبت معناداری میان این دو مؤلفه هوش هیجانی و استراتژیهای مدیریت بحران وجود دارد.

^۷ Leonel

۳	دانشگاه تهران	گرز	۲۰۰۲	کمی / مدل سازی معادلات ساختاری	نتایج نشان داد که بین تفکر استراتژیک و هوش هیجانی رابطه مثبتی وجود دارد.
۴	دانشگاه تهران	رضانی و همکاران	۱۳۹۳	کمی / مدل سازی معادلات ساختاری	نتایج نشان داد که بین هوش هیجانی و استراتژی مدیریت بحران رابطه معناداری وجود دارد.
۵	دانشگاه تهران	نکوئی زاده و همکاران	۱۳۹۳	کمی / مدل سازی معادلات ساختاری	بین تفکر استراتژیک و هوش هیجانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
۶	دانشگاه تهران	محمدی و همکاران	۱۳۹۲	کمی / مدل سازی معادلات ساختاری	نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر، نشان دهنده تعدیلگری تفکر استراتژیک بر ارتباط میان متغیرهای هوش هیجانی و تعهد می باشد.
۷	دانشگاه تهران	جهانیان	۱۳۹۰	کمی / مدل سازی معادلات ساختاری	نتایج به دست آمده نشان داد که بین هوش هیجانی و مدیریت تعارض مدیران رابطه معناداری وجود دارد.
۸	دانشگاه تهران	کرامتی و همکاران	۱۳۸۸	کمی / مدل سازی معادلات ساختاری	هوش هیجانی همبستگی مثبت و معناداری با استراتژی راه حل گرایی دارد.

چارچوب نظری الگویی مفهومی بوده و بر روابط نظری میان تعدادی از عوامل که در مورد مساله ی پژوهش با اهمیت تشخیص داده شده اند، تا کید دارد. این چارچوب درباره ی پیوندهایی درونی میان متغیرهایی که در پویایی موقعیت بررسی شده نقش دارند، بحث می کند. پدید آوردن چنین چارچوب ی مفهومی به پژوهش گر کمک می کند که روابط خاصی را در نظر بگیرد، آن ها را بیازماید و درک خود را در زمینه های پویاییهای

موقعیتی که قرار است پژوهش در آن انجام شود، بهبود بخشد (سکاران^۸، ۱۳۸۱). در این پژوهش از الگوی هوش هیجانی بار - ان که توسط امیری نیا (۲۰۱۵) بومی سازی گردیده و تفکر استراتژیک حسینی و همکاران (۱۳۹۱) استفاده گردیده است. در شکل شماره ۱ چارچوب نظری پژوهش نشان داده می شود.



شکل (۱): چارچوب نظری پژوهش

روش شناسی:

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت جزء تحقیقات توصیفی - علی است و بصورت پیمایشی صورت پذیرفته است. جامعه آماری پژوهش شامل ۴۰ شرکت مستقر در شهرک صنعتی نقره ده شهرستان آستانه اشرفیه است که ۳۶ شرکت با استفاده از فرمول کوکران به عنوان نمونه آماری پژوهش در نظر گرفته شدند؛ برای انتخاب اعضای نمونه نیز از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شد. در تحقیق حاضر هم از تحقیقات کتابخانه ای و هم از تحقیقات میدانی استفاده گردیده است. به منظور مطالعه ادبیات و پیشینه پژوهش و مباحث مفهومی مربوط به هوش هیجانی و تفکر استراتژیک از مطالعات کتابخانه ای و جهت تحقق هدف پژوهش از تحقیقات میدانی و روش پرسشنامه استفاده شده است. به منظور اندازه گیری مفهوم هوش هیجانی از پرسشنامه بار-ان استفاده شده است که امیری نیا (۲۰۱۵) آن را در مقاله خود بومی سازی کرد. این پرسشنامه دارای ۱۵ بعد می باشد و هر یک از ابعاد شامل ۶ گویه است. همچنین برای اندازه گیری مفهوم تفکر استراتژیک و هر یک از ابعاد آن، پرسشنامه محقق ساخته حسینی و همکاران (۱۳۹۱) مورد استفاده قرار گرفته است. پرسشنامه مذکور دارای ۵ بعد می باشد که برای اندازه گیری بعد اول یعنی آینده بینی، گویه های ۱-۸، بعد دوم یعنی فرصت جویی، گویه های ۹-۱۵، بعد سوم یعنی موقعیت شناسی گویه های ۱۶-۱۹، بعد چهارم یعنی تصمیم گیری خلاق، گویه های ۲۰-۲۸ و بعد پنجم یعنی قابلیت ایجاد زیرساخت ها، گویه های ۲۹-۴۰ مورد استفاده قرار گرفته است. برای اندازه گیری هر یک از ابعاد متغیرها از طیف ۵ گزینه ای لیکرت استفاده شده است. جهت بررسی روایی پرسشنامه های مذکور از روایی محتوا و نظر خبرگان استفاده شده است و خبرگان بر روایی بالای این پرسشنامه ها صحه گذاشتند. به منظور سنجش پایایی پرسشنامه ها از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج آن در جدول (۱) مشهود است؛ همان طور که ماحظه می شود، تمامی ضرایب آلفا ها بالاتر از ضریب قابل قبول ۰/۷ هستند. تمامی محاسبات با استفاده از نرم افزار SPSS ۲۲ و LISREL ۸.۸ صورت پذیرفته است.

جدول (۲): ضریب پایایی متغیرهای تحقیق

ضرایب آلفا	تعداد سوالات	نام ابعاد	متغیرهای اصلی پژوهش
۰.۷۳۶	۶	حل مسئله	هوش هیجانی
۰.۷۰۹	۶	شادمانی	
۰.۷۹۲	۶	استقلال	
۰.۸۲۳	۶	تحمل فشار روانی	
۰.۸۵۴	۶	خودشکوفایی	
۰.۹۱	۶	خود آگاهی هیجانی	
۰.۷۰۴	۶	واقع گرایی	
۰.۸۶۸	۶	روابط بین فردی	
۰.۹۰۸	۶	خوش بینی	
۰.۸۴۷	۶	احترام به خود	
۰.۸۳۱	۶	خویشتن داری	
۰.۷۵۹	۶	انعطاف پذیری	
۰.۸۳۵	۶	مسئولیت پذیری اجتماعی	
۰.۸	۶	همدلی	
۰.۹۷۳	۶	خودابرازی	
۰.۷۱۶	۸	آینده بینی	تفکر استراتژیک
۰.۷۳۸	۷	فرصت جویی	
۰.۷۹۹	۴	موقعیت شناسی	
۰.۸۶	۹	تصمیم گیری خلاق	
۰.۷۴۶	۱۲	قابلیت ایجاد زیرساخت ها	
۰.۹۰۱	۱۳۰	پایایی کل پرسشنامه	



هشتمین کنفرانس ملی آمار استنباطی، مدیریت و اقتصاد در علوم انسانی

8th National Conference on

Management Studies and Economics in the Humanities

به منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق از طریق همبستگی پیرسون (چون داده‌ها نرمال بودند) و مدل یابی

معادلات ساختاری (SEM) استفاده شده است. جدول (۴) همبستگی های دو به دو متغیرهای تحقیق را نشان

می دهد. (جدول ذیل)



www.spconf.ir

هشتمین کنفرانس ملی مطالعات مدیریت و اقتصاد در علوم انسانی

8th National Conference on Management Studies and Economics in the Humanities



حاصل شده	مستقل	تحمیل فشار	خودشکوفایی	خود آگاهی	واقع گرایی	روابط بین	خوش بینی	احترام به	خوبشمن داری	انعطاف پذیری	مسئولیت	همدلی	خود آبرازی	آینده بینی	فرصت جویی	موقعیت	تصمیم گیری	قابلیت ایجاد
حل مسئله	۱																	
شادمانی	۰.۳۲۱																	
استقلال	۰.۴۶۲	۰.۳۳۳																
تحمیل فشار روانی	۰.۴۵۵	۰.۳۴۵	۰.۳۴۴															
خودشکوفایی	۰.۳۳۳	۰.۵۲۲	۰.۴۴۸	۰.۲۲۲														
خود آگاهی هیجانی	۰.۰۵۶	۰.۴۳۱	۰.۴۴۱	۰.۴۶۴	۰.۳۴۴													
واقع گرایی	۰.۰۵۴۱	۰.۱۲۳	۰.۴۶۲	۰.۷۲۱	۰.۴۴۲	۰.۶۷۱												
روابط بین فردی	۰.۳۳۲	۰.۱۰۴	۰.۳۶۲	۰.۳۲۲	۰.۵۲۱	۰.۶۳۲	۰.۳۹۹											
خوش بینی	۰.۰۶۰۴	۰.۲۳۱	۰.۳۶۱	۰.۴۴۱	۰.۳۲۴	۰.۶۶۴	۰.۴۴۱	۰.۰۰۲										
احترام به خود	۰.۳۶۴	۰.۴۶۸	۰.۶۷۴	۰.۴۴۸	۰.۳۳۱	۰.۴۴۶	۰.۱۰۶	۰.۴۴۲	۰.۱۲۳									
خوبشمن داری	۰.۲۹۸	۰.۳۹۱	۰.۳۷۹	۰.۱۲۴	۰.۳۷۲	۰.۳۳۲	۰.۴۶۸	۰.۱۴۴	۰.۱۲۴	۰.۳۲۱								
انعطاف پذیری	۰.۱۸۷	۰.۵۰۲	۰.۴۴۲	۰.۲۲۲	۰.۴۴۱	۰.۶۰۲	۰.۱۴۶	۰.۳۲۲	۰.۳۲۸	۰.۲۲۸								
مسئولیت پذیری اجتماعی	۰.۱۴۷	۰.۵۳۱	۰.۳۳۲	۰.۴۴۲	۰.۳۲۱	۰.۵۶۱	۰.۲۲۱	۰.۳۲۲	۰.۴۴۱	۰.۳۲۲	۰.۱۴۱							
همدلی	۰.۱۰۴	۰.۴۴۲	۰.۳۲۲	۰.۳۲۲	۰.۳۹۷	۰.۴۶۵	۰.۲۲۲	۰.۵۶۲	۰.۳۳۳	۰.۳۳۳	۰.۱۹۸							
خودآبرازی	۰.۵۰۴	۰.۴۸۲	۰.۲۲۲	۰.۵۶۲	۰.۳۵۴	۰.۳۶۸	۰.۳۳۱	۰.۶۳۱	۰.۳۳۱	۰.۳۳۱	۰.۱۷۴	۰.۴۶۱						
آینده بینی	۰.۰۷۴۹	۰.۸۴۱	۰.۸۸۳	۰.۷۸۴	۰.۶۹۶	۰.۸۶۳	۰.۹۰۶	۰.۷۸۴	۰.۹۱۵	۰.۷۶۹	۰.۹۱۴	۰.۷۶۲	۰.۹۲۱					
فرصت جویی	۰.۰۸۲۳	۰.۷۹۴	۰.۷۸۲	۰.۹۳۴	۰.۸۹۷	۰.۷۱۳	۰.۸	۰.۷۵	۰.۸۴	۰.۸۷۳	۰.۸۷۴	۰.۷۴۶	۰.۷۴۱	۰.۵۳۴				
موقعیت شناسی	۰.۶۲۳	۰.۷۱۲	۰.۸۵۳	۰.۷۹۶	۰.۹۰۲	۰.۶۸۷	۰.۷۸۴	۰.۶۷۴	۰.۷۰۴	۰.۹۲۳	۰.۹۱۳	۰.۷۲۸	۰.۷۸۴	۰.۵۵۴	۰.۴۹۱			
تصمیم گیری خلاق	۰.۰۹۴۱	۰.۸۵۳	۰.۸۶۱	۰.۸۷۶	۰.۷۸۵	۰.۸۲۹	۰.۶۴۵	۰.۶۸۷	۰.۸۵۳	۰.۶۸۷	۰.۶۹۹	۰.۷۵۶	۰.۸۴۱	۰.۳۳۱	۰.۶۵۷	۰.۴۱۲		
قابلیت ایجاد زیرساخت ها	۰.۰۷۳۱	۰.۰۹۳	۰.۷۱۵	۰.۸۷۴	۰.۶۵۴	۰.۷۲۶	۰.۷۹۸	۰.۸۶۳	۰.۷۴۱	۰.۷۵۱	۰.۸۴۳	۰.۷۸۳	۰.۸۱۸	۰.۹۰۱	۰.۳۲۲	۰.۳۱	۰.۱۴۷	

* در سطح ۹۵ درصد معنی دار است.

** در سطح ۹۹ درصد معنی دار است.



www.spcnf.ir

هشتمین کنفرانس ملی مطالعات مدیریت و اقتصاد در علوم انسانی

8th National Conference on
Management Studies and Economics in the Humanities

جدول (۴): ماتریس همبستگی متغیرهای تحقیق

بر اساس جدول (۴) بیشترین ضریب همبستگی مربوط به رابطه بین متغیر حل مسئله با متغیر تصمیم گیری خلاق است و کمترین ضریب همبستگی مربوط به رابطه بین متغیر واقع گرایی با متغیر خوشبینی است. همچنین، تقریباً تمامی فرضیه های فرعی ناشی از همبستگی اصلی بین هوش هیجانی و تفکر استراتژیک در سطح معنی داری ۹۵ درصد و یا ۹۹ درصد مورد تایید قرار گرفتند.

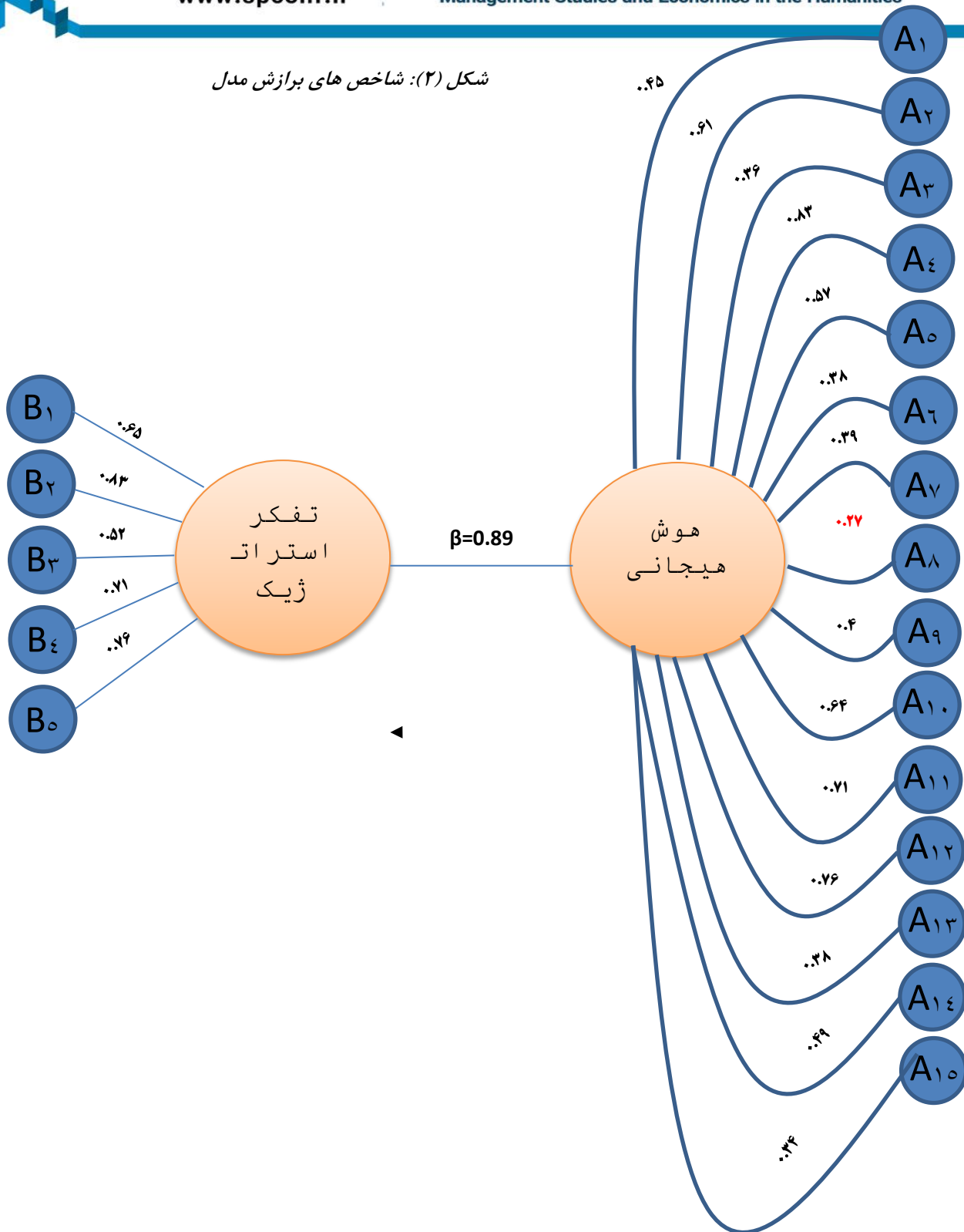
به منظور آزمون فرضیه اصلی تحقیق یعنی بررسی تاثیر هوش هیجانی بر تفکر استراتژیک از تکنیک مدل یابی معادلات ساختاری (SEM) استفاده شده است. مدل یابی معادلات ساختاری ذروشی است که توانمندی آزمون چند متغیر مستقل و چند متغیر وابسته را دارد. همان طور که در بخش های قبلی پژوهش حاضر بیان شد، متغیر مستقل یعنی هوش هیجانی دارای ۱۵ بعد و متغیر وابسته یعنی تفکر استراتژیک دارای ۵ بعد است. بنابراین استفاده از تکنیک مدل یابی معادلات ساختاری الزامی است. مدل یابی معادلات ساختاری از دو بخش تحلیل مسیر و تحلیل عاملی تأییدی تشکیل شده است که به منظور اطمینان از برازش مناسب مدل معادلات ساختاری باید شاخص های برازش مدل مورد بررسی قرار گیرند تا در صورت مناسب بودن شاخص های برازش، مدل معادلات ساختاری ارائه شود؛ بنابراین شاخص های برازش مدل توسط نرم افزار LISREL ۸.۸ محاسبه شده و در جدول (۵) قابل مشاهده است.

جدول (۵): شاخص های برازش مدل

شاخص های برازش	χ^2/df	RMSEA	AGFI	NFI	NNFI	CFI	IFI	GFI	RMR	SRMR
مقادیر پژوهش	۲.۰۲	۰.۰۷۷	۰.۹۵	۰.۹۶	۰.۹۸	۰.۹۷	۰.۹۹	۰.۹۸	۰.۰۵۸	۰.۰۵۸
مقادیر مطلوب	≤ 3	≤ 0.08	≥ 0.90	≥ 0.95	≥ 0.95	≥ 0.95	≥ 0.95	≥ 0.96	≥ 0.05	≥ 0.05

همان گونه که در جدول فوق مشاهده می شود تمامی شاخص های برازش مدل در وضعیت بسیار مطلوبی قرار دارند. بنابراین می توان مدل معادلات ساختاری را به صورت شکل (۲) ارائه داد.

شکل (۲): شاخص های برازش مدل



با توجه به جدول فوق تمامی آماره ها در وضعیت مطلوبی به سر می برند. همان گونه که ملاحظه می شود، تمامی بارهای عاملی به جزء یکی از آنها بالاتر از قدر مطلق ۰.۳ هستند. همچنین آزمون معنی داری یا t-test هر یک از مسیرهای ۲۱ گانه فوق، نشان می دهد که آماره t آنها خارج از محدوده ± 1.96 است؛ بنابراین همه ی این مسیرها معنادار هستند و همه رابطه های مربوط به تحلیل مسیر و تحلیل عاملی تأییدی، تأیید می شوند. آزمون فرضیه مربوط به مدل معادلات ساختاری پژوهش حاضر در جدول زیر مشاهده می شود.

جدول (۶): آزمون فرضیه تحقیق

نتیجه	t-value	ضریب مسیر (β)	فرضیه
تأیید	۱۱.۲۶	۰.۸۹	هوش هیجانی ← تفکر استراتژیک
			H_1

همان طور که در جدول فوق مشاهده می شود، فرضیه اصلی تحقیق مبنی بر رابطه ساختاری بین هوش هیجانی و تفکر استراتژیک با ضریب مسیر $\beta = 0.89$ و $t = 11.26$ مورد تأیید قرار گرفت.

بحث و نتیجه گیری:

یافته های این تحقیق نشان می دهد با توجه به مقدار معناداری ($t = 11.26$) بین هوش هیجانی و تفکر استراتژیک رابطه وجود دارد یا به عبارت دیگر فرضیه اصلی تحقیق تأیید می شود. البته با توجه به ضریب تاثیر ($\beta = 0.89$) بین این دو متغیر مطروحه رابطه مستقیم و مثبت با شدت قوی وجود دارد. با عبارت دیگر به ازای یک واحد تغییر در هوش هیجانی مدیران ارشد، 0.83 واحد در تفکر استراتژیک آنان تغییر به وجود می آید. در چنین شرکت هایی مدیران راحت تر با مسائل و مشکلات برخورد کرده و راه حل های بهتری ارائه خواهند داد و همین طور در تصمیم گیری های خود بهتر عمل می کنند. می توان گفت هرچه که مدیران شرکت ها از بتوانند مهارت های هوش هیجانی را در سبک مدیریتی خودشان تقویت نموده و از این منظر در وضعیت بهتری قرار داشته باشند، از تفکر استراتژیک بالاتری نیز برخوردار هستند. از این رو نتیجه ی این تحقیق با یافته های (ایران

زاده و صادقی، ۱۳۸۷؛ یعقوبی و همکاران، ۱۳۹۱؛ رحمانی و اصغر زاده، ۱۹۲؛ محمدی و همکاران، ۱۳۹۲؛ نکوئی زاده و همکاران، ۱۳۹۳؛ حسن زاده و کلامی، ۱۳۹۳؛ گرتز، ۲۰۰۲؛ استین و همکاران، ۲۰۰۵؛ هریس، ۲۰۱۱) همسو است.

نتیجه بدست آمده که بیانگر تائید فرضیه پژوهش می باشد می تواند به مدیران بخش خصوصی توصیه نماید که در سبک رهبری مجموعه خودشان نسبت به ارتقاء هوش هیجانی در کارکنان کوشا باشند.

مدیران و کارکنان، مفهوم کلی و یکپارچه ای از شرکت را در نظر داشته باشند و آن را بصورت جزئی از یک سیستم بزرگتر مانند بازار، صنعت و ... در نظر بگیرند. همچنین نقاط قوت، شایستگی ها، فرصت ها و تهدیدات را مد نظر داشته و رابطه بین آنها را ترسیم کنند تا بتوانند تاثیر فعالیت ها و تصمیمات خود بر دیگر بخش ها را بهتر درک کرده و هم افزایی بین آنها ایجاد کنند.

اما به دلیل محدودیت های تحقیق چه از بعد هوش هیجانی و چه از دیدگاه تفکر استراتژیک، به نظر ضروری می رسد تا چنین تحقیق هایی در بین افراد و نهادهای دیگر نیز بررسی شود، تا بتوان حکم کلی را در این زمینه بیان کرد. البته به طور کل می توان گفت که وجود چنین تفاوتی در بین افراد دیگر نیز دور از تصور نخواهد بود.

پیشنهادات کاربردی:

- ۱- از آن جا که نتایج تحقیق نشان داد، هوش هیجانی در ایجاد تفکر استراتژیک در مدیران ارشد موثر است و با توجه به اکتسابی بودن هوش هیجانی، از این رو پیشنهاد می شود که به افزایش و ارتقای هوش هیجانی در افراد و قشرهای مختلف جامعه پرداخته شود.
- ۲- به مدیران پیشنهاد می گردد که توجه بیشتری به این امر داشته باشند و با آموزش و برگزاری دوره های مرتبط توانمندی های هیجانی را در شرکت افزایش داده و در هنگام ارتقاء شغلی و استخدام توانایی هوش هیجانی داوطلبان را در نظر بگیرند. همچنین جلسات شرکت ها از مدیران و کارکنان سطوح مختلف تشکیل شود و از نظرات و ایده های آنها استقبال شود.
- ۳- با عنایت به تفاوت برخی مقوله های مدیریتی در شرکت های خصوصی و دولتی، پیشنهاد می گردد این موضوع در مدیران سازمان های دولتی نیز پژوهش و بررسی گردد.

منابع:

- اعیانی، معصومه؛ جعفرزاده صابری، سبأ؛ عسگری، ویدا؛ لطفی پور اسفهلان، ماهرخ؛ جعفری کلیبر، فاطمه. (۱۴۰۱). تاثیر هوش هیجانی بر یادگیری و میزان پیشرفت تحصیلی. دومین کنفرانس سراسری مطالعات و یافته های نوین در علوم تربیتی، مشاوره و روانشناسی ایران.
- امیرقدسی، سیروس، و بنیادی نایینی، علی. (۱۳۹۷). بررسی رابطه هوش هیجانی، تعهد سازمانی و رضایت شغلی با ویژگی های جمعیت شناختی کارکنان (مورد مطالعه: شرکت نفت مناطق مرکزی ایران). مطالعات راهبردی در صنعت نفت و انرژی (مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت)، ۹(۳۵)، ۱۰۵-۱۳۳.
- ایران زاده، سلیمان؛ صادقی، علی. (۱۳۸۷). تعیین رابطه مهارت تفکر راهبردی و هوش های چندگانه در بین مدیران بازرگانی و فروش. علوم مدیریت، شماره ۴، صص ۸۵-۱۱۶.
- بیات مختاری، اکرم؛ دعائی، حبیب الله؛ توزنده جانی، حسن. (۱۳۹۱). جایگاه و اهمیت هوش هیجانی در بهبود عملکرد سازمان ها. نخستین همایش علوم مدیریت نوین، گرگان.
- حسینی، سید یعقوب؛ بهجتی اردکانی، باباک؛ رحمانی، سحر. (۱۳۹۱). ارائه ی مدلی برای سنجش تفکر استراتژیک مدیران صنعت کاشی و سرامیک ایران با رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری. پژوهشنامه مدیریت اجرایی علمی - پژوهشی، سال چهارم، شماره ی ۷، نیمه ی اول ۱۳۹۱.
- حسینی، سید یعقوب؛ حاجی حسینی، عفت. (۱۳۸۷). بررسی تاثیرگذاری فرهنگ سازمانی بر تفکر راهبردی. پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت راهبردی، تهران.
- درتاج، فریبرز، عباس پور، عباس، شریعت، سارا، دلاور، علی، و سعدی پور، اسماعیل. (۱۳۹۷). طراحی مدل پرورش تفکر استراتژیک و خلاق در مدیران شرکت ملی نفت ایران بر اساس رویکرد آمیخته. ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۷(۴)، ۱۹۷-۲۱۸.
- رهنورد، فرج اله؛ جویبار، منوچهر. (۱۳۸۷). مقایسه هوش هیجانی در میان سطوح سه گانه مدیریت. پیام مدیریت، شماره ۲۶، صص ۱۰۱-۱۱۸.

- رضائیان، علی؛ کشته گر، عبدالعلی. (۱۳۸۷). بررسی رابطه بین هوش هیجانی و تعدد سازمانی. پیام مدیریت، ۱۳۸۷، شماره ۲۷، صص ۲۷-۳۹.
- زارعی متین، حسن؛ مقیمی، سید محمد؛ غفوریان یاورپناه، سید محمد. (۱۳۹۲). تحلیل رابطه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و هوش عاطفی. مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۱، شماره ۴.
- سکاران، اوما. (۱۳۸۱). روش های تحقیق در مدیریت، ترجمه محمد صائبی و محمود آقا حسینعلی شیرازی، تهران: موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی.
- سنجقی، محمد ابراهیم؛ فرهی، علی؛ امیر احمدی، فاطمه السادات. (۱۳۹۵). تأثیر هوش هیجانی و فرهنگ یادگیری در سازمان بر رابطه بین رفتار رهبر و آمادگی کارکنان برای تغییر. مطالعات رفتار سازمانی، سال پنجم، پاییز ۱۳۹۵، شماره ۳ (پیاپی ۱۹).
- غفاریان، وفا؛ کیانی، غلامرضا. (۱۳۸۴). پنج فرمان برای تفکر راهبردی. نشر فردا، تهران، چاپ چهارم.
- غفرانی کلیشمی، فاطمه. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی با فرسودگی شغلی کارکنان سازمان کمیته امداد. پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علی آباد کتول.
- فروغی، زهرا؛ خانی، ناصر؛ سلطانی، ایرج. (۱۳۹۵). بررسی رابطه هوش استراتژیک مدیران عملیاتی با اثربخشی تیم های خودگردان شرکت فولاد مبارکه. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۸ (ویژه نامه)، صص ۱۶۳-۱۷.
- گل محمدی، عماد؛ کفچه، ژروین؛ سلطان پناه، هیرش. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین رهبری تحول آفرین و تفکر استراتژیک در سطح سازمانی، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی.
- مختاری پور، مرضیه؛ سیادت، سید علی؛ امیری، شعله. (۱۳۸۵). بررسی رابطه بین هوش عاطفی با مدیریت منابع انسانی، رهبری اثر بخش گروه و پیشرفت شغلی. مجله مطالعات مدیریت بهبود و تحول، دوره ۱۳، شماره ۵۲، اسفند ۱۳۸۵، صص ۴۱-۵۶.

- ملک محمدی، محسن، نوری، حسنعلی، و ابن الشریه، میلاد. (۱۳۹۴). هوش هیجانی، ابعاد، ویژگی ها و مدل های آن. کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری.
- نکوئی زاده، مریم؛ گل محمدی، عماد؛ گل محمدی، میعاد. (۱۳۹۳). بررسی ارتباط بین تفکر استراتژیک و هوش هیجانی (مورد مطالعه: شرکت گاز استان ایلام). نشریه علمی پژوهشی مدیریت فردا، سال سیزدهم، شماره ۳۹، صص ۷۵-۸۸.

Amirinia, M. (۲۰۱۵). Ego Defensive Styles as Emotional Intelligence (Bar-On EQ i) and the Effects of Demographic Characteristics on Defensive Styles among bank employees. ۵(۳), ۸۲۹-۸۳۶, ISSN ۲۲۳۱-۲۹۳۵.

- Arnold, E. , Mahieu, B., Carlberg, M., (۲۰۱۲), Production of Strategic Intelligence, Evaluation of the Research Council of Norway. Available at <http://www.technopolies-group.com>
- Casey , A.J , Goldman, E .F ,(۲۰۱۰) , *Enhancing the ability to think strategically: A learning model ,Management Learning* , ۴۱(۲) ۱۶۷- ۱۸۵.
- Goldman, E,F.(۲۰۱۲). Leadership practices that encourage strategic thinking. Journal of Strategy and Management. Vol. ۵ No. ۱, pp. ۲۵-۴۰.
- Mcenrue, M. P, Groves S. Kevin, Shen Winny, (۲۰۰۹), “Emotional Intelligence Development: Leveraging Individual Characteristics”, *Jornal Of Management Development*, Vol. ۲۸ No. ۲, pp ۱۵۰- ۱۷۴.
- Nwokah, G. & Ahiauzu, A. (۲۰۱۰). *Marketing in governance: emotional intelligence leadership for effective corporate governance. Corporate Governance*, ۱۰(۲), ۱۵۰- ۱۶۲.
- Poon, J. (۲۰۰۸). Emotional intelligence: for human resource managers. Journal of management research news.۲۵: ۵۵-۷۸.
- Seitovirta, L C., (۲۰۱۱), The Role of Strategic Intelligence Services in Corporate Decision Making, Master's thesis.
- Tavakoli. I & Lawton .J. (۲۰۰۵). “Strategic thinking and knowledge management”. *Handbook of Business Strategy*, Vol. ۶, Iss: ۱, ۱۵۵- ۱۶۰.
- Wannamaker, C. M. (۲۰۰۵). *A study of the need for emotional intelligence in university judicial officers*. Doctoral Dissertation, Drexel University.