

طراحی مدل معادلات ساختاری هوش هیجانی و هیجانات کاری کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمان

مهدی دهقانی سلطانی^۱، اردشیر شیری^{۲*}، اعظم سلطانی بناوندی^۳، شکوفه کریمی^۴

تاریخ تصویب: ۹۵/۱۲/۰۳

تاریخ دریافت: ۹۵/۴/۲۷

چکیده

هدف از این پژوهش، طراحی مدل معادلات ساختاری هوش هیجانی و هیجانات کاری در ادارات ورزش و جوانان استان کرمان می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمان بوده و حجم نمونه ۱۵۸ نفر می‌باشد که برای به‌دست آوردن حجم نمونه از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد بوده که برای تأیید روایی آن از روایی سازه و تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم و همچنین برای پایایی آن از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع توصیفی-پیمایشی می‌باشد. مدل مورد مطالعه با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار لیزرل مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که تمام ابعاد هوش هیجانی (خودآگاهی، خودمدیریتی، مهارت اجتماعی و همدلی) تأثیر مثبت معناداری بر فعالیت سطحی و فعالیت عمقی (ابعاد هیجان کاری) دارد.

کلید واژه‌ها: هیجان کاری، هوش هیجانی، مدل معادلات ساختاری، سازمان‌های ورزشی

Email: ma.dehghani22@yahoo.com

Email: shiri_ardeshir@yahoo.com

Email: s.soltani42@yahoo.com

Email: shokoufekarimi90@gmail.com

۱. دانشجوی دکتری دانشگاه سمنان

۲. استادیار دانشگاه ایلام*

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی باختر ایلام

۴. دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

مقدمه

تا همین اواخر، تحقیقات نقش هیجان‌ات کارکنان در چرخه‌ی حیات سازمانی را نادیده می‌گرفتند. به لحاظ سنتی، عملکرد هیجانی به منزله‌ی عدم وجود عقلانیت بود که در نتیجه، سبب در نظر گرفتن هیجان‌ات به‌عنوان مانعی بر عملکرد سازمانی بود. با این وجود در طول ۲۵ سال گذشته محققان سازمانی اهمیت هیجان‌ات کاری و نقش روزافزون آن را در القای رفتار سازمانی درک نموده‌اند (رابینز و جاج، ۲۰۱۳: ۷۸). آشفورد و هامپه‌ری^۲ (۱۹۹۵) بر این باورند که عاطفی بودن و عقلانیت دو مفهوم در هم تنیده‌اند و هیجان‌ات کاری اغلب برای سازمان کارساز خواهد بود. آنها از ادبیات رهبری تحول برای نشان دادن ارتباط عاطفه با انگیزه و گروه‌بندی افراد پر انرژی استفاده کردند، آنها بر این باورند که رهبران تحول‌گرا بر عقلانیت تأکید کمتر و در عوض بر سمبل‌ها، عضویت در جمع و ارزش‌های سازمانی به‌منظور استفاده از هیجان‌ات کاری برای دنبال نمودن اهداف سازمانی تأکید بیشتری دارند (آشفورد و هامپه‌ری، ۱۹۹۵). در تحقیقی که توسط مان^۳ (۲۰۰۲) در بریتانیا بر روی کارمندان دفتری انجام شد، سطح متوسطی از هیجان کاری^۴ در حدود دو سوم از تمام ارتباطات شرکتی به چشم می‌خورد و تفاوتی مابین کارمندان خط اول با کارمندان غیر خط اول از این لحاظ وجود نداشت (مان، ۲۰۰۲).

بنابراین، یکی از جنبه‌های مهم کار انجام شده توسط کارمندان در نظرگرفتن هیجان‌ات و عواطف آنها نسبت به دیگران است. عواطف روابط بین فردی کارمند- ارباب رجوع می‌تواند بر ارزیابی ارباب رجوع از کیفیت خدمات و ارزیابی کلی وی از کل سازمان تأثیرگذار باشد. بنابراین، سازمان‌ها به‌طور فزاینده‌ای به دنبال اعمال کنترل بر نحوه‌ی نمایش هیجان‌ات کارمندان به دیگران هستند (لی و اوکی، ۲۰۱۲). هاس چایلد^۵ (۲۰۱۰) به تلاش کارکنان در مدیریت هیجان‌ات اشاره می‌کند که به‌عنوان یک نقش کاری، همانند هیجان کاری به‌شمار می‌رود. از آنجا که مطالعه اصلی هاس چایلد بر روی تأثیرات هیجان کاری در مسوولین هواپیمایی متمرکز بود، بسیاری از محققان بیشتر به جزئیات مدیریت هیجان‌ات در محل کار پرداخته‌اند. با وجود آنکه پژوهش‌ها در زمینه هیجان کاری در سال‌های اخیر رو به شکوفایی بوده است، اما هنوز هم تمام محققان با هم بر سر تعریف هیجان کاری اتفاق نظر ندارند. هیجان کاری تعریف مثبت هیجان‌ات مرتبط با وظایف در شرایطی که نیاز به یک واکنش هیجانی وجود داشته باشد، است (گرندی، ۲۰۰۰)؛ در حالی که هوش هیجانی، توانایی عمومی فهم احساسات و عواطف دیگران و تجربه و بیان عواطف مناسب است (مایر و همکاران، ۲۰۰۲: ۸۲). به‌طور کلی محققان بر این باورند که هیجان کاری به معنی هیجان‌ات و احساسات مدیریت شده در زمان کار است؛ هاس چایلد بر این باور است که محل کار به منزله‌ی صحنه‌ای است که کارمندان در آن به ایفای نقش برای مخاطبان می‌پردازند. لذا نقش آفرینی کارمندان شامل مدیریت هیجان‌ات به‌منظور رسیدن به اهداف سازمانی می‌شود. هاس چایلد همچنین معتقد است که بازیگران قادرند هیجان‌ات خود را از طریق فعالیت سطحی یا عمقی مدیریت کنند. فعالیت سطحی شامل اصلاح و کنترل حالات احساسی و فعالیت عمقی شامل مدیریت آگاهانه هیجان‌ات در نتیجه تغییر نحوه‌ی ارائه عواطف به‌منظور نشان دادن حس مطلوب است (چو و مورمان، ۲۰۰۶). به‌طور معین، فعالیت عمیق نیازمند تلاش بیشتری برای تجربه هنجارهای بیان شده در شرایط اعمال هیجان کاری بوده و به‌نوعی، گونه‌ای از هیجان کاری را بیان می‌کند که از سوی آن دسته از افرادی که از درجات بالای هوش هیجانی برخوردارند، بسیار بهتر به نمایش گذاشته می‌شود. فعالیت سطحی، به کنترل و بیان تصنعی عواطف برای دستیابی به هنجارهای بیان شده‌ی مورد نیاز سازمان‌ها بدون وجود احساس واقعی عواطف اشاره دارد (اشفورد و هامپه‌ری، ۱۹۹۳). آشفورد و هامپه‌ری (۱۹۸۳)

1. Robbins & Judge
2. Ahforth & Humphrey
3. Mann
4. Working Emotion
5. Lee & Ok
6. Hochschild
7. Grandey
8. Mayer et al
9. Chu & Murrmann
10. Ashforth & Humphrey

هیجان کاری را با استفاده از یک شیوه‌ی بسیار رفتاری‌تر، تعریف نمودند. آنها بر این باورند که هیجان کاری نمایش یک احساس مناسب است، بنابراین آنها به جای تمرکز بر احساسات یا حالات عاطفی درونی بر رفتارهای قابل مشاهده متمرکز شده و تجربه‌ی یک احساس خاص را از نمایش آن احساس جدا ساختند. موریس و فلدمن^۱ (۱۹۹۶) نیز مفهوم دیگری از ساختار هیجان کاری را ارائه می‌کنند که خود آن را تلاش، برنامه‌ریزی و کنترل مورد نیاز برای نمایش عواطف مطلوب سازمانی در طول تعاملات بین فردی تعریف می‌کنند. به‌طور کلی، مدل موریس و فلدمن از هیجان کاری بیشتر شرایط کاری را در نظر می‌گیرد تا تعریف هیجان کاری در یک ماهیت دوگانه. مدل آنها همچنین هیجان کاری را به مثابه‌ی یک حالت داخلی از استرس نشان می‌دهد. گرندی^۲ (۲۰۰۰) متوجه دو موضوع مشترک در اکثر تعاریف هیجان کاری گردید:

۱- افرادی که قادرند تا احساسات خود را در محیط کار مدیریت کنند.

۲- فعالیت سطحی و عمقی اغلب به‌عنوان روش‌هایی برای انجام هیجان کاری در نظر گرفته می‌شوند. بنابراین وی هیجان کاری را روند مدیریت هیجان، عواطف و نحوه بیان آنها برای اهداف سازمانی تعریف نمود. به‌طور خاص وی بر این باور است که هیجان کاری باید به‌عنوان فعالیت سطحی (مدیریت نمایش احساسی) و فعالیت عمقی (مدیریت احساسات و هیجان‌ات واقعی) در نظر گرفته شود. بنابراین ارتباط میان هوش هیجانی و هیجان کاری چه می‌تواند باشد؟ مطالعات کمی به بررسی رابطه میان هوش هیجانی و هیجان کاری پرداختند و نقطه نظرهای متفاوتی در این زمینه وجود دارد (جدول ۱). کریم و ویس^۳ (۲۰۱۰)، لی و اوکی^۴ (۲۰۱۲) و پرتیس و همکارانش^۵ (۲۰۱۳) نشان دادند که هوش هیجانی کارمندان ارتباط مثبتی با هیجان کاری دارند. بادریج^۶ (۲۰۰۶) و رامچاندران و همکارانش^۷ دریافتند که هوش هیجانی تأثیر مثبتی بر فعالیت عمیق ناشی از هیجان کاری دارد.

از سوی دیگر، هر چند سابقه‌ی مطالعه‌ی هوش هیجانی در مباحث هوش اجتماعی به ۸۰ سال قبل برمی‌گردد، ولی این مفهوم تنها در دهه‌های اخیر توسعه یافته است (هادیزاده و همکاران، ۱۳۸۸). در میان کسانی که برای اولین بار اصطلاح هوش هیجانی را به کار برده‌اند، دانیل گلن کسی است که بیشتر از همه نامش با موضوع هوش هیجانی گره خورده است. وی در تعریف خود، هوش هیجانی را ظرفیت و توانایی سازماندهی احساسات و عواطف خود و دیگران و کنترل مؤثر احساسات و استفاده از آنها در روابط با دیگران می‌داند (گلن، ۱۳۹۰: ۶۴). مدلی که گلن از هوش هیجانی ارائه کرد، بیست و پنج شایستگی را در پنج خوشه جای داده یا به عبارت دیگر، مدل هوش هیجانی گلن دارای پنج حوزه است:

۱- خودآگاهی^۸: شامل آگاهی هیجانی، اعتماد به نفس؛

۲- سازماندهی احساسات^۹: شامل قابلیت اعتماد، وجدان، انطباق‌پذیری، نوآوری؛

۳- انگیزش^{۱۰}: شامل گام برداشتن به سوی هدف، پیشگام بودن؛

۴- همدلی^{۱۱}: شامل درک دیگران، آگاهی سیاسی؛

1. Morris & Feldman
2. Grandey
3. Karim & Weisz
4. Lee & Ok
5. Prentice et al
6. Brotheridge
7. Ramachandran et al
8. Self - Awareness
9. Regulating Feelings
10. Motivation
11. Empathy

۵- مهارت‌های اجتماعی^۱: شامل تأثیرگذاری، ارتباطات، مدیریت تعارض، سرعت دادن به تغییر، برقراری پیوند، همکاری و تعاون (رضایی و همکاران، ۱۳۹۰).

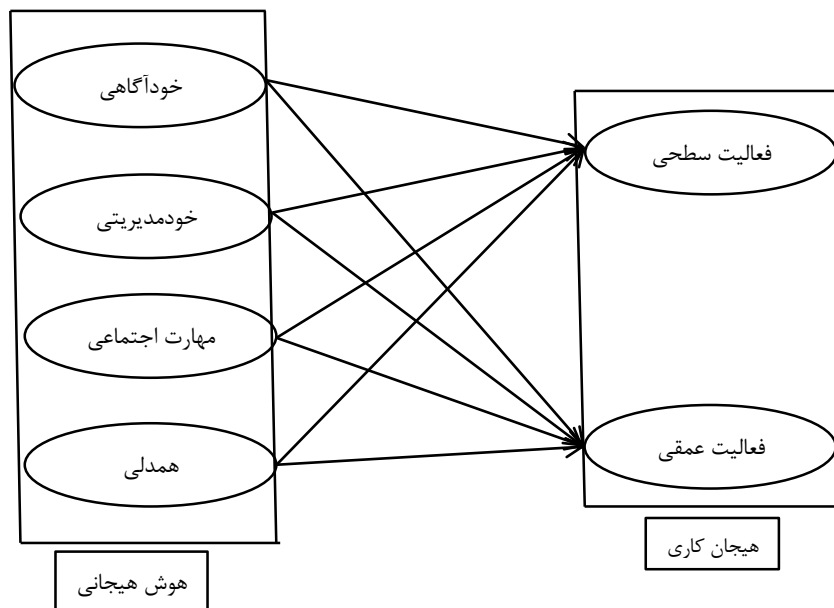
هوش هیجانی عبارت است از توانایی تشخیص احساسات افراد، برای درک سلسله امور هیجانی و استفاده از عواطف و هیجانات در انجام وظایف شناختی. هوش هیجانی برای موفقیت در کار و زندگی نقش حیاتی دارد (رمزی و همکاران^۲، ۲۰۱۱). لی و همکارانش^۳ (۲۰۱۰) و کین و همکارانش^۴ (۲۰۱۲) عنوان کردند که هوش هیجانی تأثیر مثبتی بر فعالیت عمیق و تأثیر منفی بر فعالیت سطحی دارد. آستین و همکارانش^۵ (۲۰۰۸) و پیلوپاناجیونی و همکارانش^۶ (۲۰۱۲) نشان دادند که هوش هیجانی کارمندان تنها بر روی فعالیت سطحی تأثیر منفی دارد. همچنین، تاتردل و هولمن^۷ (۲۰۰۳) و جانسون و اسپکتر^۸ (۲۰۰۷) بر این باورند که هیچ ارتباط معناداری میان هوش هیجانی و هیجان کاری وجود ندارد. بدین ترتیب، نتایج متناقض متنوعی در مورد ارتباط میان هوش هیجانی و هیجان کاری وجود دارد. کارمندان باهوش هیجانی عالی از هیجان کاری مؤثرتری در شرایط کاری برخوردارند. این امر به دلیل کنترل مؤثر در عواطف خود یا عواطف دیگران و توانایی عالی در مدیریت یا به‌کارگیری احساساتی است که حتی قادرند منجر به هیجان کاری بسیار مؤثر در جنبه‌های درونی و همچنین در جنبه‌های ظاهری شوند. همچنین می‌توان گوناگونی کارمندان در سازمان‌ها را به تنوع سطح ظاهری و تنوع سطح باطنی تقسیم‌بندی نمود (رابینز و جاج، ۲۰۱۳). بنابراین، تنوع کارمندان باید به‌منظور بهبود بهره‌وری سازمان‌ها به خوبی مدیریت شود (گریب^۹، ۲۰۱۳). بنابراین منابع انسانی و مسائل مربوط به آنها از اساسی‌ترین چالش مدیران بوده و آنان را کاملاً به خود مشغول کرده است، مطالعه انسان‌ها و رفتار آنها به انسان‌ها و پژوهشگران کمک می‌کند تا شیوه‌های مدیریت خود را با توجه به کارکنان خود تغییر دهند و یا بهبود بخشند. در نتیجه، هدف از این پژوهش طراحی مدل معادلات ساختاری هوش هیجانی و هیجانات کاری در ادارات ورزش و جوانان استان کرمان می‌باشد.

میکالاجزاک و همکارانش^{۱۰} (۲۰۰۷) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که هوش هیجانی تأثیر مثبت معناداری بر هیجانات کاری دارد و افراد با هوش هیجانی بالاتر هماهنگی مثبت‌تری را تجربه کرده و تلاش عاطفی کمتری نسبت به افراد با نمرات هوش هیجانی کمتر بر حسب فعالیت سطحی و فعالیت عمقی انجام می‌دهند. کریم و ولیس^{۱۱} (۲۰۱۰) در تحقیقی به بررسی تأثیر هوش عاطفی بر هیجانات کاری پرداختند که نتایج حاکی از وجود رابطه مثبت بین دو متغیر مورد بررسی بود. همچنین نتایج تحقیق آنان نشان داد هوش هیجانی تأثیر مثبت معناداری بر فعالیت عمقی دارد. لی و اوکی^{۱۲} (۲۰۱۲) در پژوهش خود که در ۳۱۰ هتل انجام شد، به این نتیجه رسیدند که هوش هیجانی تأثیر مثبت معناداری بر هیجانات کاری دارد. همچنین هوش هیجانی تأثیر منفی بر ناهماهنگی احساسی دارد، در حالی که تأثیر مثبتی بر تلاش احساسی داشته و نشان می‌دهد که هوش هیجانی با بیان مثبت عواطف در ارتباط است. پرنیتیس و همکاران^{۱۳} (۲۰۱۳) در تحقیقی به بررسی ارتباط هوش هیجانی و هیجانات کاری پرداختند که نتایج نشان‌دهنده ارتباط مثبت میان هوش هیجانی و هیجانات کاری دارد و تأثیر فعالیت سطحی و فعالیت عمقی بر فرسودگی شغلی در عالی‌ترین حالت هوش هیجانی کاهش می‌یابد. برودریج^{۱۴} (۲۰۰۶) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافت که هر چه امتیاز هوش هیجانی فردی بالاتر باشد، احتمال فعالیت عمقی بیشتر است. با

1. Social skills
2. Ramsey et al
3. Lee et al
4. Kim et al
5. Austin et al
6. Psilopanagioti et al
7. Totterdell & Holman
8. Johnson & Spector
9. Garib
10. Mikolajczak
11. Karim & Weisz
12. Lee & Ok
13. Prentice et al
14. Brotheridge

اعمال اینکه هوش هیجانی ارتباط مثبتی با فعالیت عمقی در هیجانات کاری دارد. رامچاندران و همکاران^۱ (۲۰۱۱) در تحقیق خود به بررسی تأثیر هوش هیجانی بر هیجانات کاری پرداخت که نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که هوش هیجانی ارتباط مثبت معناداری با فعالیت عمقی دارد. اما ارتباطی با فعالیت سطحی ندارد. لی و همکارانش^۲ (۲۰۱۰) در پژوهش به بررسی رابطه بین هوش هیجانی و هیجانات کاری پرداختند. نشان داده شده که هوش هیجانی تأثیر مثبتی بر فعالیت عمقی دارد؛ اما تأثیر منفی بر فعالیت سطحی در تحقیق کمپانی‌های بزرگ مانند الکترونیک، صنایع سنگین، خرده فروشی، امور مالی، تولید، گردشگاه و امنیت دارد. کیم و همکارانش^۳ (۲۰۱۲) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که هوش هیجانی به طرز متفاوتی با فعالیت سطحی و فعالیت عمقی مرتبط است. هوش هیجانی در کارمندان پذیرش هتل به نحو مثبتی با فعالیت عمقی و نحو منفی با فعالیت سطحی مرتبط است. آستین و همکارانش^۴ (۲۰۰۸) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که هوش هیجانی و فعالیت عمقی هیچ ارتباط معناداری نداشته و هوش هیجانی تأثیر منفی قابل توجهی تنها بر روی فعالیت سطحی دارد. وسیلوپاناگیوتی^۵ (۲۰۱۲) در تحقیقی به مطالعه و بررسی رابطه هوش هیجانی و هیجانات کاری در میان ۱۳۰ پزشک پرداختند. نتایج نشان داد که هوش هیجانی و فعالیت سطحی همبستگی منفی داشته و در توانایی ارزیابی احساسات خود بزرگترین اثر را دارند. تادردل و هولمن^۶ (۲۰۰۳) و جانسون و اسپکتر^۷ (۲۰۰۷) در تحقیقات خود به وجود ارتباطی بین هوش هیجانی و هیجانات کاری دست نیافتند.

در الگوی مفهومی پژوهش حاضر، از مدل جانگ و یون^۸ (۲۰۱۲) و کیم و همکاران^۹ (۲۰۱۲) به عنوان مدل پایه استفاده شده است و با توجه به بررسی‌های انجام شده، نظر اساتید و خبرگان در زمینه رفتار سازمانی و همچنین، بر اساس مبانی نظری تحقیق الگوی مفهومی پژوهش به صورت زیر طراحی و تدوین شده است.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

1. Ramachandran et al
2. Lee et al
3. Kim et al
4. Austin et al
5. Psilopanagioti et al
6. Totterdell & Holman
7. Johnson & Spector
8. Jung & Yoon
8. Kim et al

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر اساس هدف یک تحقیق کاربردی و همچنین بر اساس چگونگی به‌دست آوردن داده‌های مورد نیاز، از نوع پژوهش‌های توصیفی و همبستگی می‌باشد. جامعه آماری در این پژوهش کلیه کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمان است و تعداد آنها تقریباً ۲۶۸ نفر در نظر گرفته شد.

برای به‌دست آوردن حجم نمونه، با توجه به اینکه جامعه محدود می‌باشد، از فرمول کوکران استفاده شده است (سرمد و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۸۶) و حجم نمونه با برآوردی از جامعه آماری و با استفاده از فرمول کوکران به تعداد ۱۵۸ به صورت تصادفی ساده انتخاب گردید. بدین ترتیب، با مشخص شدن حجم نمونه تعداد ۲۰۰ پرسشنامه به صورت تصادفی در میان کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمان توزیع که از این تعداد ۱۸۶ پرسشنامه جمع‌آوری و در نهایت ۱۶۷ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

$$n = \frac{(268) \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(268-1) \times (0.05)^2 + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5} = 158$$

به منظور جمع‌آوری اطلاعات مورد نظر و سنجش متغیرهای تحقیق، از پرسشنامه‌ی استاندارد که روایی آن با استفاده از روایی محتوا و روایی سازه و همچنین پایایی آن با آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت (سرمد و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۹۳) که در ادامه به توضیح آنها پرداخته شده است. ابزار اندازه‌گیری متغیر هیجانات کاری شامل پرسشنامه ۶ گویه‌ای کیم و همکاران (۲۰۱۲) بود که در برگیرنده مؤلفه‌های فعالیت سطحی و فعالیت عمقی بود که هر کدام از ابعاد با ۳ سؤال مشخص شده‌اند. از طرفی این پرسشنامه بر اساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت تنظیم و نمره‌گذاری شده بود. همچنین، ابزار اندازه‌گیری متغیر هوش هیجانی پرسشنامه‌ی ۱۳ گویه‌ای ساخته جانگ و یون (۲۰۱۲) بوده است که شامل مؤلفه‌های خودآگاهی، خودمدیریتی، مهارت اجتماعی و همدلی بود.

برای سنجش روایی سؤالات در این پژوهش، روایی محتوا و روایی سازه مدنظر قرار گرفت، که روایی محتوا توسط جمعی از صاحب‌نظران دانشگاهی مورد تأیید قرار گرفت و روایی سازه نیز با استفاده از نرم‌افزار لیزرل و از طریق تکنیک تحلیل عاملی تأییدی انجام شد. نتایج اعتبار سازه با استفاده از تحلیل عاملی در جدول ۲ گزارش شده است که نشان‌دهنده‌ی روایی (سازه) مناسب ابزار تحقیق بود.

برای اطمینان از پایایی پرسشنامه در یک مطالعه‌ی مقدماتی ابتدا پرسشنامه‌ها بین ۳۰ نفر از جامعه آماری توزیع و پس از تکمیل جمع‌آوری شد و در مرحله بعد و به فاصله ۱۵ روز، بار دیگر پرسشنامه‌ها در اختیار همان پاسخگویان قرار گرفت و ضریب بازآزمایی آنها برای پرسشنامه هوش هیجانی ۰/۸۷ و پرسشنامه هیجانات کاری ۰/۸۸ به‌دست آمد. همچنین، برای محاسبه‌ی پایایی درونی از آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج آن در جدول ۱ آمده است. لذا با توجه به اینکه مقدار آلفاها از ۰/۷۰ درصد بیشتر بود، به پایا بودن پرسشنامه‌ها می‌توان اتکا کرد.

جدول ۱: منابع سؤالات پرسشنامه‌ی پژوهش

متغیر	سؤالات	ضریب آلفای کرونباخ	محقق
هیجان کاری	۶ تا ۱	۰/۸۸	کیم و همکاران (۲۰۱۲)
هوش هیجانی	۱۹ تا ۷	۰/۸۹	جانگ و یون (۲۰۱۲)

تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

در این قسمت، با انجام تحلیل مناسب به آزمون فرضیات تحقیق خواهیم پرداخت. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش و روایی متغیرهای پژوهش از مدل معادلات ساختاری با بهره‌گیری از نرم‌افزار LISREL استفاده شده است. برای آزمون فرضیات اصلی تحقیق از مدل مفهومی پژوهش و در حالت ضرایب معناداری استفاده شده است. در این حالت در صورتی که مقدار T-Value از ۱/۹۶ بیشتر و یا از ۱/۹۶- کمتر باشد، فرضیه‌ی صفر رد و فرضیه یک تأیید می‌گردد (دهقانی سلطانی و همکاران، ۱۳۹۲). برای بررسی همبستگی متغیرها نیز از آزمون همبستگی و نرم‌افزار SPSS استفاده شده است.

در تحلیل عاملی تأییدی، پژوهشگر به دنبال دریافت این مطلب است که آیا سؤال‌های پژوهش قابلیت سنجش متغیر مورد نظر را دارا هستند؛ از سویی با توجه به اینکه متغیرهای پژوهش حاضر دارای ابعادی هستند که برای هر یک از ابعاد سؤال‌هایی طراحی شده، لازم است تحلیل عاملی تأییدی در دو مرتبه اول و دوم صورت پذیرد (حمیدی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۱). در جدول ۲ بار عاملی مقدار عددی است که میزان شدت رابطه میان یک متغیر پنهان و متغیر آشکار مربوطه را طی فرآیند تحلیل مسیر مشخص می‌کند. هر چه مقدار بار عاملی یک شاخص در رابطه با یک سازه مشخص بیشتر باشد، آن شاخص سهم بیشتری در تبیین آن سازه ایفا می‌کند. اگر بار عاملی یک شاخص منفی باشد، نشان دهنده‌ی تأثیر منفی آن در تبیین سازه‌ی مربوطه است (طبرسا و همکاران، ۱۳۹۲). همچنین، در این جدول سؤالات نشان‌دهنده‌ی این است که هر متغیر توسط چند گویه سنجیده می‌شود.

جدول ۲: تحلیل عاملی تأییدی مرتبه‌ی اول و دوم متغیرهای پژوهش

متغیر	ابعاد	ضریب استاندارد	عدد معناداری	سؤال‌ها	ضریب استاندارد	عدد معناداری
هیجان کاری	فعالیت سطحی	۱/۰۰	۱۳/۵۴	سؤال ۱	۰/۷۳	-
				سؤال ۲	۰/۸۷	۱۳/۱۶
				سؤال ۳	۰/۵۸	۹/۲۱
				سؤال ۴	۰/۷۹	۱۲/۴۸
فعالیت عمقی	فعالیت عمقی	۰/۳۵	۵/۰۸	سؤال ۱	۰/۷۷	-
				سؤال ۲	۰/۸۸	۱۴/۴۳
				سؤال ۳	۰/۶۳	۱۰/۳۵
				سؤال ۴	۰/۷۹	۱۳/۳۵
هوش هیجانی	خودآگاهی	۰/۶۲	۸/۷۴	سؤال ۱	۰/۸۶	-
				سؤال ۲	۰/۸۶	۱۷/۷۵
				سؤال ۳	۰/۸۳	۱۷/۰۷
				سؤال ۴	۰/۶۹	۱۲/۹۹
				سؤال ۵	۰/۶۶	۱۲/۲۵
خودمدیریتی	خودمدیریتی	۰/۶۶	۸/۷۷	سؤال ۱	۰/۷۷	-
				سؤال ۲	۰/۷۹	۱۳/۸۵
				سؤال ۳	۰/۸۰	۱۴/۲۱
				سؤال ۴	۰/۸۴	۱۴/۹۴
				سؤال ۵	۰/۷۵	۱۳/۰۰
				سؤال ۶	۰/۸۱	۱۴/۲۹



سؤال ۱	۰/۶۴	-	۷/۹۰	۰/۵۷	مهارت اجتماعی
سؤال ۲	۰/۷۸	۹/۲۱			
سؤال ۳	۰/۶۹	۸/۷۲			
سؤال ۴	۰/۶۳	۸/۲۲			
سؤال ۱	۰/۵۶	-	۶/۹۱	۰/۹۱	همدلی
سؤال ۲	۰/۸۱	۷/۶۷			
سؤال ۳	۰/۸۴	۷/۷۶			
سؤال ۴	۰/۷۳	۷/۳۶			
سؤال ۵	۰/۷۳	۷/۳۸			

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، بارهای عاملی برای تمامی متغیرهای پژوهش از ۰/۵ بیشتر است که این نشان‌دهنده این است که ابزار پژوهش از روایی لازم برخوردار است. برای تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری چند متغیره و مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. به این منظور، ابتدا باید یکی از اصلی‌ترین شرایط اجرای این آزمون یعنی عدم هم‌خطی چندگانه و نرمال بودن متغیرها است که برای انجام آنها از آزمون‌های مربوطه استفاده گردید که در ادامه به توضیح آنها پرداخته شده است. در جدول ۳ همبستگی اسپیرمن بین متغیرهای پژوهش ارائه شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، بین تمام متغیرهای پژوهش همبستگی مثبت و معنادار در سطح اطمینان ۹۵ درصد وجود دارد. خودآگاهی و خودمدیریتی بیشترین همبستگی را با مدیریت روابط دارد. در این آزمون، ضرایب همبستگی بین هر یک از جفت‌های متغیرهای وابسته از ۰/۹۰ نباید بیشتر باشد (مسعود و همکاران، ۱۳۹۱). با توجه به این پیش فرض نتایج جدول ۳ حاکی از عدم هم‌خطی چندگانه بین متغیرهای وابسته است.

جدول ۳: همبستگی بین متغیرهای پژوهش

همدلی	مهارت اجتماعی	خودمدیریتی	خودآگاهی	فعالیت عمقی	فعالیت سطحی	تفاوت معیار	پایداری	
۰/۳۲۱*	۰/۲۷۹*	۰/۲۰۹*	۰/۴۶۴*	۰/۳۲۵*	۱	۰/۶۵	۴/۲۶	فعالیت سطحی
۰/۳۵۶*	۰/۴۰۰*	۰/۲۳۵*	۰/۳۲۱*	۱	-	۰/۵۶	۳/۴۵	فعالیت عمقی
۰/۴۹۶*	۰/۳۳۰*	۰/۳۸۶*	۱	-	-	۰/۶۸	۴/۳۶	خودآگاهی
۰/۵۶۰*	۰/۳۳۲*	۱	-	-	-	۰/۷۴	۵/۲۱	خودمدیریتی
۰/۲۹۳*	۱	-	-	-	-	۰/۷۰	۴/۵۷	مهارت اجتماعی
۱	-	-	-	-	-	۰/۷۲	۴/۶۵	همدلی

*در خطای ۰/۰۵ معنادار است.

در بررسی آزمون هم‌خطی چندگانه برای متغیرهای پژوهش نیز از آزمون هم‌خطی چندگانه استفاده شد که نتایج آن در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴: آزمون هم‌خطی چندگانه

نتیجه	مقدارهای اغماض (Tolerance)		آماره عامل تورم واریانس (VIF)		متغیر
	حد مطلوب	مقدار به‌دست آمده	حد مطلوب	مقدار به‌دست آمده	
قابل قبول	$0.01 <$	۰/۷۳۱	$3/3 <$	۱/۳۶۸	خودآگاهی
قابل قبول	$0.01 <$	۰/۶۷۱	$3/3 <$	۱/۴۹۰	خودمدیریتی
قابل قبول	$0.01 <$	۰/۹۸۴	$3/3 <$	۱/۰۱۷	مهارت اجتماعی
قابل قبول	$0.01 <$	۰/۵۸۶	$3/3 <$	۱/۷۰۵	همدلی

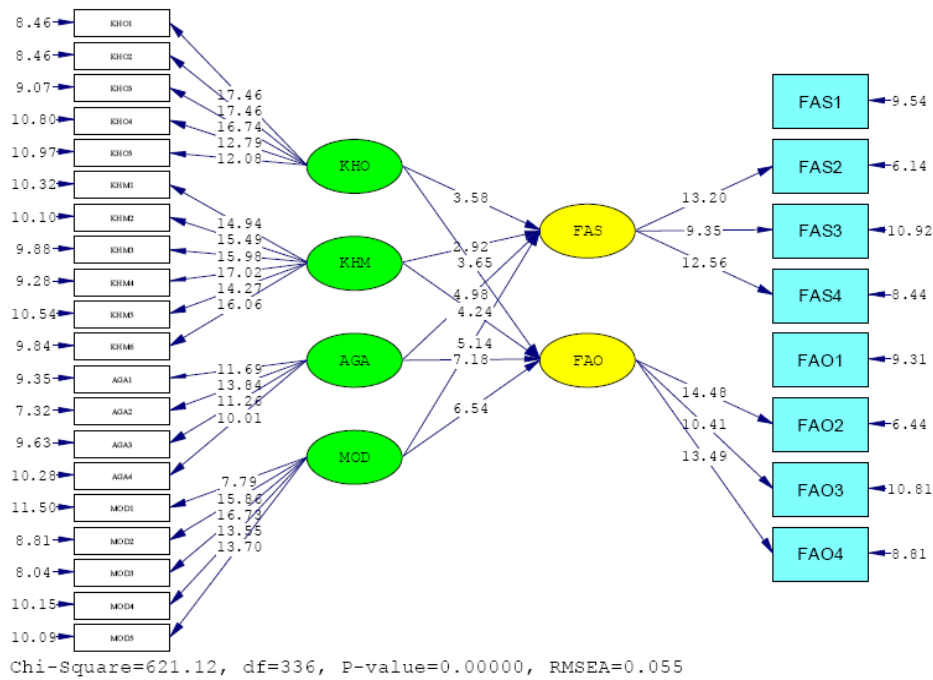
با توجه به نتایج به‌دست آمده از جدول ۴، فرض هم‌خطی بودن بین متغیرهای مستقل پژوهش رد می‌شود. جهت بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون کولموگراف-اسمیرنوف^۱ استفاده شده است. در این آزمون اگر سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ باشد فرض صفر رد می‌شود و اگر سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ باشد فرض یک پذیرفته می‌شود. نتایج مربوط به آزمون نرمال بودن عامل‌ها در جدول ۵ آورده شده است.

جدول ۵: نتایج مربوط به نرمال بودن عامل‌ها

همدلی	مهارت اجتماعی	خودمدیریتی	خودآگاهی	فعالیت عمقی	فعالیت سطحی	
۱۶۷	۱۶۷	۱۶۷	۱۶۷	۱۶۷	۱۶۷	تعداد
۲/۲۶۰	۱/۴۵۹	۲/۳۸۷	۲/۷۹۵	۱/۳۴۴	۱/۳۴۹	آزمون K S
۰/۰۸۶	۱/۲۳۴	۰/۰۷۸	۰/۰۸۹	۰/۱۵۴	۰/۱۵۳	سطح معناداری

نتایج به‌دست آمده از آزمون نرمال بودن متغیرها نشان می‌دهد که متغیرهای پژوهش نرمال می‌باشد. در نتیجه، می‌توان با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری به بررسی فرضیه‌های پژوهش پرداخت. خروجی مدل آزمون شده پژوهش در شکل ۲ ارائه شده است. شاخص RMSEA در این مدل ۰/۰۵۵ و شاخص NFI معادل ۰/۹۳ محاسبه شد. چون مقدار RMSEA کم و مقدار NFI نیز بالای ۰/۹۰ است، اعتبار و برازندگی مناسب مدل تأیید می‌شود. نسبت کای دو به درجه آزادی در این پژوهش ۱/۸۴ محاسبه شده است که پایین‌تر از ۳ بودن آن نشان از برازندگی بالای مدل است. بنابراین، می‌توان به نتایج تحلیل مسیر اتکا کرد.

1. Kolmogorov-Smirnov test



شکل ۲: آزمون تحلیل مسیر برای فرضیه‌های پژوهش

همچنین شاخص‌های CR و AVE برای مدل محاسبه گردید که مقادیر محاسبه شده در جدول ۶ آورده شده است.

جدول ۶: مقادیر CR و AVE محاسبه شده

ردیف	معیارهای برازش مدل	شاخص	بعد	حد مطلوب	نتیجه
۱	پایایی ترکیبی	CR	۰/۷۶	۰/۷ <	قابل قبول
۲	روایی همگرا	AVR	۰/۶۸	۰/۵ <	قابل قبول

در جدول ۷ ضریب مسیر به همراه مقادیر معناداری (t) گزارش شده است. با استفاده از نتایج جدول ۷ می‌توان به بررسی فرضیه‌های پژوهش پرداخت که در ادامه آورده شده است.

جدول ۷: ضرایب مسیر و مقادیر معنادار مربوط به آن

فرضیه	مسیر	ضریب مسیر	t	سطح معناداری	نتیجه
۱	خودآگاهی --- <	۰/۵۰	۳/۵۸	۰/۰۰۰	تأیید
۲	خودآگاهی --- <	۰/۵۱	۳/۶۵	۰/۰۰۰	تأیید
۳	خودمدیریتی --- <	۰/۴۸	۲/۹۲	۰/۰۰۰	تأیید
۴	خودمدیریتی --- <	۰/۵۴	۴/۲۴	۰/۰۰۰	تأیید
۵	مهارت اجتماعی --- <	۰/۵۷	۴/۹۸	۰/۰۰۰	تأیید
۶	مهارت اجتماعی --- <	۰/۶۸	۷/۱۸	۰/۰۰۰	تأیید
۷	همدلی --- <	۰/۵۹	۵/۱۴	۰/۰۰۰	تأیید
۸	همدلی --- <	۰/۶۵	۶/۵۴	۰/۰۰۰	تأیید

در آزمون فرضیه‌های مورد نظر با استفاده از مدل معادلات ساختاری، ضرایب به‌دست آمده زمانی معنادار می‌باشند که مقدار آزمون معناداری آنها از عدد ۱/۹۶ بزرگتر و از عدد ۱/۹۶- کوچکتر باشد (ملکی‌مین‌باش رزگاه و همکاران، ۱۳۹۴). همان‌طور که مشاهده می‌شود، ضریب معناداری برای تمامی فرضیه‌های پژوهش از عدد ۱/۹۶ بزرگتر می‌باشد:

- ضریب معناداری میان خودآگاهی و فعالیت سطحی برابر با ۳/۵۸ می‌باشد. بنابراین، خودآگاهی تأثیر معناداری روی فعالیت سطحی دارد. بدین ترتیب فرضیه اول پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد.

- ضریب معناداری میان خودآگاهی و فعالیت عمقی برابر با ۳/۶۵ می‌باشد. بنابراین، خودآگاهی تأثیر معناداری روی فعالیت عمقی دارد. بدین ترتیب فرضیه دوم پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد.

- ضریب معناداری میان خودمدیریتی و فعالیت سطحی برابر با ۲/۹۲ می‌باشد. بنابراین، خودمدیریتی تأثیر معناداری روی فعالیت سطحی دارد. بدین ترتیب فرضیه سوم پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد.

- ضریب معناداری میان خودمدیریتی و فعالیت عمقی برابر با ۴/۲۴ می‌باشد. بنابراین، خودمدیریتی تأثیر معناداری روی فعالیت عمقی دارد. بدین ترتیب فرضیه چهارم پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد.

- ضریب معناداری میان مهارت اجتماعی و فعالیت سطحی برابر با ۴/۹۸ می‌باشد. بنابراین، مهارت اجتماعی تأثیر معناداری روی فعالیت سطحی دارد. بدین ترتیب فرضیه پنجم پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد.

- ضریب معناداری میان مهارت اجتماعی و فعالیت عمقی برابر با ۷/۱۸ می‌باشد. بنابراین، مهارت اجتماعی تأثیر معناداری روی فعالیت عمقی دارد. بدین ترتیب فرضیه ششم پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد.

- ضریب معناداری میان همدلی و فعالیت سطحی برابر با ۵/۱۴ می‌باشد. بنابراین، همدلی تأثیر معناداری روی فعالیت سطحی دارد. بدین ترتیب فرضیه هفتم پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد.

- ضریب معناداری میان همدلی و فعالیت عمقی برابر با ۶/۵۴ می‌باشد. بنابراین، همدلی تأثیر معناداری روی فعالیت عمقی دارد. بدین ترتیب فرضیه هشتم پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد.

بحث و نتیجه‌گیری

در سه دهه‌ی گذشته، محققان سازمانی اهمیت هیجانات و نقش حیاتی‌ای را که در منابع سازمانی و رفتار سازمانی دارد، مهم شمرده‌اند. هیجانات کاری، مجموعه‌ای از رفتارها و ادراکات تنظیمی از سوی کارکنان در محیط کار است که در پاسخ به اختلاف‌های میان هیجانات درک شده و ادراک‌های مورد انتظار هیجانی صورت می‌گیرد (گرنیدی و همکاران^۱، ۲۰۰۷). هدف از این پژوهش مطالعه و بررسی تأثیر هوش هیجانی کارمندان ادارات ورزش و جوانان استان کرمان بر کار هیجانات کاری می‌باشد. این تحقیق نشان می‌دهد تمام ابعاد هوش هیجانی تأثیر مثبتی بر فعالیت سطحی و فعالیت عمقی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمان دارد. بدین معنا که کارمندانی با هوش هیجانی بالا فعالیت‌های سطحی را به دلیل به‌کارگیری هیجانات و احساسات خود، بهتر انجام می‌دهند و توانایی فوق‌العاده‌ای در فهم هیجانات و احساسات خویش و تلاش برای تجربه عواطف از خود نشان می‌دهند. نتایج بررسی هر یک از رابطه‌ها به شرح زیر می‌باشد:

نتایج به‌دست آمده از تأثیر خودآگاهی بر فعالیت سطحی نشان می‌دهد که خودآگاهی به صورت مثبت معناداری بر فعالیت سطحی تأثیر دارد. تحقیقات پیشین انجام شده از جمله تحقیق میکالاجزاک و همکارانش^۲ (۲۰۰۷)، کریم و ولیس^۳ (۲۰۱۰)، لی و اوکی^۴ (۲۰۱۲) و پرنیتیس و همکاران^۵ (۲۰۱۳) نیز به نوعی ارتباط مذکور را مورد تأیید قرار دادند. هوش هیجانی دارای مزایای اجتماعی و شناختی زیادی می‌باشد. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که افراد با هوش هیجانی بالا، سطوح پایین‌تری از هورمون‌های

1. Grandey et al
2. Mikolajczak
3. Karim & Weisz
4. Lee & Ok
5. Prentice et al

استرس و دیگر نشانگرهای برانگیختگی هیجانی را دارا هستند (سلطانی فر، ۱۳۸۶). کارکنان با کفایت هیجانی بهتر، توانایی بیشتری برای تمرکز بر مشکل و استفاده از مهارت حل مسئله دارند که موجب افزایش توانایی‌های شناختی آنها خواهد شد. در نتیجه کارکنان دارای آگاهی هیجانی و اعتماد به نفس بالا به نحو بهتری در فعالیتهای سطحی خود موفق هستند. نتایج به دست آمده از پژوهش نشان می‌دهد که خودآگاهی بر فعالیت سطحی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمان تأثیر مثبت معناداری دارد. این نتیجه در مقابل با نتیجه به دست آمده از پژوهش‌های آستین و همکارانش^۱ (۲۰۰۸) و وسیلوپاناجیونی^۲ (۲۰۱۲) که اظهار داشتند هوش هیجانی تأثیر منفی معناداری بر فعالیت سطحی دارد، قرار دارد. شاید این به این علت است که کارکنان دارای آگاهی هیجانی و اعتماد به نفس بالا در نمایش هیجانات خود در ادارات ورزش و جوانان استان کرمان بهتر عمل می‌نمایند. یافته‌ها حاکی از آن است که خودمدیریتی تأثیر مثبت معناداری بر فعالیت سطحی دارد در حالی که لی و همکارانش^۳ (۲۰۱۰)، کیم و همکارانش^۴ (۲۰۱۲)، آستین و همکارانش (۲۰۰۸) و وسیلوپاناجیونی (۲۰۱۲) در تحقیقات خود نشان دادند که هوش هیجانی تأثیر منفی معناداری بر فعالیت سطحی دارد؛ اما رامچاندرا و همکاران^۵ (۲۰۱۱)، تادردل و هولمن^۶ (۲۰۰۳) و جانسون و اسپکتر^۷ (۲۰۰۷) در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که هوش هیجانی تأثیر معناداری بر فعالیت سطحی ندارد. بنابراین، می‌توان چنین استنباط کرد که با بالا رفتن قابلیت اعتماد و انطباق‌پذیری، کارکنان در نمایش هیجانات و احساسات خود در ادارات ورزش و جوانان استان کرمان به صورت موفق‌تری ظاهر می‌شوند.

نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که خودمدیریتی تأثیر مثبت معناداری بر فعالیت عمقی دارد که با نتایج پژوهش‌های برودریج^۸ (۲۰۰۶)، رامچاندرا و همکاران (۲۰۱۱)، لی و همکارانش (۲۰۱۰) و کیم و همکارانش (۲۰۱۲) هماهنگ است. یافته‌های حاصل از پژوهش حاکی از آن است که مهارت‌های اجتماعی و همدلی تأثیر مثبت معناداری بر فعالیت عمقی دارد. تحقیقات پیشین انجام شده از جمله برودریج (۲۰۰۶)، رامچاندرا و همکاران (۲۰۱۱)، لی و همکارانش (۲۰۱۰) و کیم و همکارانش (۲۰۱۲) نیز به نوعی ارتباط مذکور را تأیید می‌کنند. در نهایت نتایج پژوهش نشان می‌دهد که مهارت اجتماعی و همدلی تأثیر مثبت معناداری بر فعالیت سطحی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمان دارد؛ این در حالی است که آستین و همکارانش (۲۰۰۸) و وسیلوپاناجیونی (۲۰۱۲) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که مهارت اجتماعی و همدلی تأثیر منفی معناداری بر بازیگری سطحی دارد. این امر می‌تواند به این علت باشد که کارکنان ادارات ورزش و جوانان در استان کرمان از مهارت‌های اجتماعی بالایی چون تأثیرگذاری، ارتباطات، سرعت دادن به تغییر و برقراری پیوند با سایرین و همچنین درک دیگران و آگاهی سیاسی برخوردار هستند که توانسته‌اند در نمایش هیجانات خود به خوبی عمل نمایند.

این پژوهش تلاش اولیه‌ای در بررسی روابط معمول میان هوش هیجانی در کارمندان مشغول در ادارات ورزش و جوانان استان کرمان است. هوش هیجانی و هیجان کاری توانایی ضروری برای آن دسته از کارمندی هستند که در موقعیت تماس مستقیم با مراجعان هستند. این پژوهش نشان می‌دهد که کارمندان ادارات ورزش و جوانان استان کرمان که از هوش عاطفی بالایی برخوردارند قادر به انجام فعالیت سطحی با درجه بالا در طول هیجان کاری هستند. بنابراین، نتایج حاصل از این تحقیق را از آن جهت که ارتباط مثبتی میان دو متغیر نشان می‌دهد، حائز اهمیت است. این مسأله بدین دلیل است که، با وجود آنکه هوش هیجانی در کاربرد و مدیریت احساسات و هیجانات خود فرد در کنار درک و فهم احساسات و هیجانات دیگران اهمیت دارد، هیجان کاری می‌تواند به‌طور مؤثر پس از درک و فهم تنها احساسات و هیجانات خود فرد انجام شود. همچنین، تنوع در هوش عاطفی کارمندان را باید در مدیریت آنها در سطح سازمان در نظر گرفت. با دانستن این مسأله که کارکنانی که توانایی

1. Austin et al
2. Psilopanagiotti et al
3. Lee et al
4. Kim et al
5. Ramachandran et al
6. Totterdell & Holman
7. Johnson & Spector
8. Brotheridge

بهتری در درک احساسات و هیجانات دیگران نسبت به سایرین داشته و به مدیریت و تغییر عواطف حساس‌ترند در نتیجه عملکرد سطحی آنها نیز بهتر است. توانایی خوب موقعیت تماس مستقیم با مراجعان در مدیریت عواطف همان‌طور که نشان داده شده با توانایی رده‌ی عمقی بسیار خوب بیان عواطف، در ارتباط است. در عوض، موقعیت‌های تماس غیرمستقیم با مراجعان که ارتباط مستقیمی با مراجعه‌کننده ندارند، از توانایی نسبتاً کمتری برای مدیریت عواطف خود برخوردارند. اما هیجان کاری رده‌ی عمقی آنها در راستای توانایی مدیریت احساسات و هیجانات بهبود می‌یابد.

به‌طور معین، باید برای مدیریت هوش عاطفی کارمندان و هیجان کاری آنها از طریق آموزش و تمرین، استراتژی‌هایی را پایه‌گذاری کرده و روش‌هایی برای پاسخگویی منطقی و کارآمد هنگامی که احساسات و هیجانات تجربه شده توسط کارمندان و هیجانات و احساسات بیان شده در نقاط ارائه خدمات به خوبی همسان نیست، ایجاد نمود. همچنین، باید برنامه‌هایی به منظور آموزش کارمندان برای درک نقطه نظر مراجعان به منظور بهبود توانایی آنها در بیان عواطف برگزار کرد. به علاوه این واقعیت از کارمندان باهوش عاطفی بالا که هیجانات کاری را مؤثرتر انجام می‌دهند، باید بر روند استخدام انعکاس یابد.

منابع

- حمیدی‌زاده، محمدرضا؛ یزدانی، ناصر؛ عالم‌تبریز، اکبر و خورشیدی، غلامحسین (۱۳۹۱). طراحی و اعتبارسنجی مدل تبلیغات الکترونیک. مجله چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۱۱: ۹۹-۸۱.
- دهقانی سلطانی، مهدی؛ محمدی، اسفندیار؛ پوراشرف، یاسان‌اله و سایه‌میری، کورش (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر بر ارزیابی نگرش مصرف‌کنندگان از توسعه برند، مجله مدیریت بازرگانی، سال پنجم، شماره ۱: ۸۵-۱۰۴.
- رضایی، منیره؛ طباطبایی، سیدمحمود و ساکی، رضا (۱۳۹۰). بررسی رابطه هوش هیجانی و رهبری تحول‌آفرین مدیران دبیرستان‌های شهرستان ورامین. فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، سال پنجم، شماره ۴: ۸۲-۶۷.
- سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس و حجازی، الهه (۱۳۹۳). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران: آگاه.
- سلطانی‌فر، عاطفه (۱۳۸۶). هوش هیجانی، فصلنامه اصول بهداشت روانی، سال نهم، شماره ۳: ۸۴-۸۳.
- طبرسا، غلامعلی؛ یدالهی‌فارس، جهانگیر و نائیجی، محمدجواد (۱۳۹۲). الگوی کارآفرینی راهبردی با رویکرد مدیریت منابع انسانی: نقش واسط تبادل دانش. مجله چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۱۵: ۱۸۰-۱۶۵.
- گلمن، دانیل (۱۳۹۰). هوش هیجانی، ترجمه نسرين پارسا، تهران: انتشارات رشد.
- محمودزاده، سیدمجتبی و صداقت، مریم (۱۳۹۲). رابطه مدیریت دانش و عملکرد سازمانی در صنعت هتلداری، فصلنامه مطالعات گردشگری، سال هشتم، شماره ۲۴: ۱۱۹-۸۹.
- مسعود، حمیدرضا؛ ضرغام حاجبی، مجید و خرم‌آبادی، یداله (۱۳۹۱). بررسی اثر زایگارتیک بر زمان واکنش و میزان توجه در متقاضیان گواهی نامه رانندگی، مجله مطالعات پژوهشی راهور، سال اول، شماره ۳: ۷۴-۵۱.
- ملکی‌مین‌باش‌رزگاه، مرتضی؛ دهقانی سلطانی، مهدی؛ فارسی‌زاده، حسین و باغانی، علی (۱۳۹۴). بررسی تأثیر ابعاد برند خدمات بر وفاداری به برند در صنعت بانکداری. فصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین، ۵(۴): ۱۳۸-۱۱۹.
- هادی‌زاده، اکرم؛ رامین‌مهر، حمید و حسینی، سیدسجاد (۱۳۸۸). بررسی ارتباط هوش هیجانی با گرایش کارآفرینانه، مجله توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره ۴: ۱۶۲-۱۳۹.
- Ashforth, B.E. & Humphrey, R.H. (1993). Emotional labor in service roles: the influence of identity. *Academy of Management*. 18(1): 88-115.
- Ashforth, B. E., & Humphrey, R. H. (1995). Emotion in the workplace: A reappraisal. *Human Relations*, 48: 97-125.
- Austin, E.J., Dore, T.C.P. & O'Donovan, K.M. (2008). Associations of personality and emotional intelligence with display rule perceptions and emotional labor. *Personality and Individual Difference*. 44(3): 679-688
- Brotheridge, C.M. (2006). The role of emotional intelligence and other individual difference variables in predicting emotional labor relative to situational demands. *Psicothema* 18(1): 139-144

- Chu, K.H.L. & Murrmann, S.K. (2006). Development and validation of the hospitality emotional labor scale. *Tourism Management*. 27(6): 1181–1191.
- Garib, G. (2013). Leisure managers' perceptions of employee diversity and impact of employee diversity. *International Journal of Hospitality Management*. 32: 254–260.
- Grandey, A. (2000). Emotion regulation in the workplace: a new way to conceptualize emotional labor. *Journal of Occupational Health Psychology*. 5(1): 95–110.
- Grandey, A. A., Fisk, G. M., Mattila, A. S., Jansen, K. J., & Sideman, L. A. (2005). I service with a smile" enough? Authenticity of positive displays during service encounters. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 96(1): 38-55.
- Hochschild, A. R. (2010). *The managed heart: The commercialization of feeling*. Berkeley: University of California Press.
- Jackson, S.E., Joshi, A. & Erhardt, N.L. (2003). Recent research on team and organizational diversity: SWOT analysis and implication. *Journal of Management*. 29(6): 801–830.
- Johnson, H.A.M. & Spector, P.E. (2007). Service with a smile: do emotional intelligence, gender, and autonomy moderate the emotional labor process?, *Journal of Occup Health Psychology*. 12(4): 319–333.
- Jung, H.S. & Yoon, H.H. (2012). The effects of employees' emotional intelligence on counterproductive behavior and organizational citizenship behavior. *International Journal of Hospitality Management*. 31(2): 369–378.
- Karim, J. & Weisz, R. (2010). Emotional labor, emotional intelligence, and psychological distress. *Journal of the Indian Academy Applied Psychology*. 36(2): 187–196.
- Kim, T., Yoo, J.J.E., Lee, G. & Kim, J. (2012). Emotional intelligence and emotionallabor acting strategies among front-line hotel employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 24(7): 1029–1046
- Lee, H.U., Lee, H. & Kim, J.H. (2010). The effects of emotional intelligence and emo-tional labor on department store salespersons customer orientation and sales performance. *Korea Research Academy Diatribe of Management*. 13(4): 97–117.
- Lee, J.H. & Ok, C.H. (2012). Reducing burnout and enhancing job satisfaction: critical role of hotel employees' emotional intelligence and emotional labor. *International Journal of Hospitality Management*. 31(4): 1101–1112.
- Mann, S. (2002). Emotion at work: To what extent are we expressing, suppressing, or faking it?, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 8: 347-369.
- Mayer, J.D., Salovey, P. & Caruso, D.R. (2002). *MSCEIT User's Manual*. Multi-Health Systems, Toronto.
- Mikolajczak, M., Menil, C. & Luminet, O. (2007). Explaining the protective effect of trait emotional intelligence regarding occupational stress: exploration of emotionallabour processes. *Journal of Research Personality*. 41(5): 1107–1117.
- Morris, J. A., & Feldman, D. C. (1996). The dimensions, antecedents, and consequences of emotional labor. *Academy of Management Review*, 21: 986-1010.
- Petrides, K.V. & Furnham, A. (2000). Gender differences in measured and self-estimated trait emotional intelligence. *Sex Roles*, 42(5/6): 449–461.
- Prentice, C., Chen, P.J. & King, B. (2013). Employee performance outcomes and burnoutfollowing the presentation-of-self in customer-service contexts. *International Journal of Hospitality Management*. 35(1): 225–236.
- Psilopanagioti, A., Anagnostopoulos, F., Mourtou, E. & Niakas, D. (2012). Emotionalintelligence, emotional labor, and job satisfaction among physicians in Greece. *BMC Health Service Research*. 12(463): 1–12.
- Ramachandran, Y., Jordan, P.J., Troth, A.C. & Lawrence, S.A. (2011). Emotional intel-ligence, emotional labour and organisational citizenship behaviour in service environments. *International Journal Work Organ Emotion*. 4(2): 136–157.
- Ramsey, J., Nasssif, J., Zoccal, G. & Rafael, P. (2011). Cultural intelligence in fluence an international business travelers stress. *Cross Cultural Management: an International Journal*, 18(10): 21-37.
- Robbins, S.P. & Judge, T.A. (2013). *Organizational Behavior*, fifteenth ed. Pearson, England.
- Sourouklis, C. & Tsgadis, D. (2013). Workforce diversity and hotel performance: a sys-tematic review and synthesis of the international empirical evidence. *International Journal of Hospitality Management*. 34: 394–403.
- Tamres, L.K., Janicki, D. & Helgeson, V.S. (2002). Sex differences in coping behavior: ameta-analytic review and examination of relative coping. *Personality and Social Psychology Review*. 6(1): 2–30.
- Totterdell, P. & Holman, D. (2003). Emotion regulation in customer service roles: testing model of emotional labor. *Journal of Occup Health Psychology*. 8(1): 55–73.

- Wharton, A. S. (1993). The affective consequences of service work: Managing emotions on the job. *Work and Occupations*, 20: 205-232.

به این مقاله این گونه استناد کنید:

دهقانی سلطانی، مهدی؛ شیرینی، اردشیر؛ سلطانی بناوندی، اعظم؛ کریمی، شکوفه (۱۳۹۵). «طراحی مدل معادلات ساختاری هوش هیجانی و هیجانات کاری کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمان»، پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی، ۶ (۱۲)، ۵۷-۷۱.