



Impact of Organizational Wisdom on Interpersonal Trust with the Mediating Role of Emotional Intelligence

Yusef Mohammadi Moghadam 

Associate Professor of Strategic Management University Iranian police, Tehran, Iran

Behzad Shoghi * 

Assistant Professor, Department of Educational Management, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran

Abstract

Aim: This study evaluates the impact of organizational wisdom on interpersonal trust with the mediating role of emotional intelligence.

Method: The method according to purpose is Practical, in terms of data collection is Descriptive correlational. The population consists of 4700 employees at Kaveh industrial. Among them, 355 employees are selected based on stratified random sampling method as the sample size. To collect the data, standard questionnaires are used. After collecting the data, they are described through the mean, standard deviation, by SPSS-21 software and data Statistical Inference is carried out through structural equation modeling with the help of LISREL-v8.80 software. Reliability and validity are confirmed the results show that the degree of appropriateness of proposed model is appropriate with regard to components research.

Finding: The results of the study indicate that organizational wisdom has significant impact on interpersonal trust with the mediating role of emotional intelligence among employees at Kaveh industrial city.

Keywords: Organizational Wisdom, Interpersonal Trust, Emotional Intelligence


* Corresponding Author: b.shoghi@srbiau.ac.ir

How to Cite: Mohammadi Moghadam, Yusef ,(2021), Impact of Organizational Wisdom on Interpersonal Trust with the Mediating Role of Emotional Intelligence, *Management Studies in Development and Evolution*, Vol.30, No.101, 67-90.




تأثیر خرد سازمانی بر اعتماد بین فردی با توجه به نقش میانجی هوش هیجانی

دانشیار گروه مدیریت راهبردی دانشگاه علوم انتظامی امین، تهران، ایران

یوسف محمدی مقدم 

استادیار گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات،

بهزاد شوقی *

تهران، ایران

چکیده

هدف: این پژوهش باهدف بررسی تأثیر خرد سازمانی بر اعتماد بین فردی با نقش میانجی هوش هیجانی انجام شده است.

روش: روش پژوهش برحسب هدف کاربردی، از نظر روش گردآوری داده‌ها توصیفی-همبستگی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق شامل ۴۷۰۰ نفر از کارکنان شاغل در صنایع فلزی شهر صنعتی کاوه است که از این میان با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبتی ۳۵۵ نفر بعنوان نمونه انتخاب شد. به منظور گردآوری داده‌ها از سه پرسشنامه استاندارد استفاده شده است. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، توصیف داده‌ها از طریق میانگین، انحراف معیار و ... با استفاده از نرم‌افزار SPSS-21 و استنباط آماری داده‌ها از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری و به کمک نرم‌افزار LISREL-۷8.80 انجام پذیرفت و روایی و پایایی مورد تأیید قرار گرفت.

یافته‌ها: نتایج نشان می‌دهد، درجه تناسب مدل ارائه شده با توجه به مؤلفه‌های پژوهش مناسب است؛ همچنین خرد سازمانی بر اعتماد بین فردی با نقش میانجی هوش هیجانی تأثیر دارد.

واژگان کلیدی: خرد سازمانی، اعتماد بین فردی، هوش هیجانی.

مقدمه

امروزه با توجه به عدم قطعیت های محیطی، سرعت و مهارت در سازمانها موجب ارتقاء و کیفیت بالای خدمات می شوند. در این بین اهمیت منابع انسانی به عنوان باارزش ترین و مهم ترین منابع سازمانی بیش از پیش پدیدار می شود که میتوانند منجر به تقویت مزیت رقابتی سازمان نسبت به سایر سازمانها شوند (روحی، ۲۰۱۷). سازمانها برای کسب این مزیت رقابتی باید به راه های هر چه توانمند کردن کارکنان بیندیشند (ماتیس، جکسون، ولنتاین و مگلیچ، ۲۰۱۷). مشارکت در بین اعضای سازمانی و وجود جو اعتماد در بین آنان، به عنوان عاملی مهم در کسب مزیت رقابتی است (محمدمقدم، بازیار و معتضدیان، ۱۳۹۵). از طرف دیگر با اطلاع یافتن از ویژگیهای شخصیت و شناخت علایق و نگرشهای کارکنان در زمینه فعالیت های گوناگون، میتوان هدایت صحیح را اعمال کرد و حداکثر رضایتمندی و اعتماد از انجام فعالیت را برای فرد به وجود آورد و علاوه بر تأمین بهداشت روانی، مانع از هدر رفتن نیروی انسانی شد (یوسف، ۲۰۱۶). یکی از عوامل مؤثری که علاوه بر ایجاد انسجام تیمی و رضایت شغلی موجب اعتماد بین فردی در کارکنان می گردد، خرد سازمانی است. خرد توانایی کاربرد صحیح دانش و قضاوت های صحیح پیرامون مسائل مربوط به زندگی و رفتار است (استنفلد ۲۰۰۳، دیویس، ۲۰۱۶). خرد، نقطه برتر توسعه فردی و ترکیبی از ویژگیهای انسانی است که امکان انجام عمل بهتر را ایجاد میکند (لو و استودینگر، ۲۰۱۶ و استاودینگر و پاسوپاتی، ۲۰۰۳). در مقیاس سازمانی، خرد سازمانی ظرفیت عملی کردن مناسب ترین رفتارها در سازمان با توجه به دانسته ها و دغدغه های درست سهامداران مختلفش است (رولی ۲۰۰۶)؛ بنابراین خرد تأثیر چشمگیری بر موفقیت در سطح مختلف فردی، سازمانی و اجتماعی دارد. ادن (۲۰۱۱) معتقد است که خرد سازمانی موجب بهبود انسجام تیمی و اعتماد بین فردی می گردد.

از طرف دیگر، هوش هیجانی به عنوان یک ویژگی روان شناختی، نقش ارزنده ای در شکل گیری محیط های کاری بهینه و کارآمد دارد. تأثیر گذاری هوش هیجانی با تحت تأثیر قرار دادن شاخص های مهم محیط کار مانند شاخص رضایت شغلی، موجب ایجاد خردمندی در بین کارکنان می شود (دودانگه، ذاکریان، دهقانی، قاضی طباطبایی و پیرمند، ۱۳۹۵). اعتماد مفهومی بسیار رایج در سازمانها است که باعث ایجاد تفاوت در سازمانها شده و معمولاً به عنوان یک پدیده اجتماعی معرفی میگردد که منفعتهای زیادی در زمینه اطلاعات،

دانش و آموختن، ایجاد ارتباطات بین افراد و یا بین سازمانها، مشارکت و تسهیل تبادل اطلاعات، دانش و فناوری با خود به همراه دارد (سیدو، ۱۹۹۸ و بک من و روگر، ۲۰۱۷). به عقیده پارسونز، اعتماد، پدیده ای است متشکل از ارزشها و هنجارها و تعهدات که در فرد درونی شده است. بر اساس مفهوم اعتماد، افراد تلاش میکنند تا ضمن درک خواسته‌ها و انتظارات طرف مقابل، مطابق آن عمل کنند (به نقل از اکو الکس و کالو، ۲۰۱۷). میسرا (۱۹۹۶)، وجود اعتماد در سازمان را گرایش یک نفر به آسیب پذیر بودن در مقابل طرف دیگر است که اساس انتظار، طرف مقابل، مطمئن، قابل اعتماد است (به نقل از جیل و تامپسون، ۲۰۱۷).

اعتماد متقابل بین فردی در نتیجه روابط مستقیم و چهره به چهره میان افراد یک سازمان به وجود می آید (فنگ، ولاچانتونی، لیو و جون، ۲۰۱۷). مک آلیستر (۱۹۹۵)، عنوان می کند که اعتماد بین فردی پدیده ای فراگیر در حیات سازمانی است و موجب اثربخشی سازمانی و فردی می گردد. این نوع اعتماد به دو صورت شناختی و عاطفی مطرح می شود (لیوس و ویگرت، ۱۹۸۵، به نقل از لو و ژانگ، ۲۰۱۶).

زارولیا، ویسبوچ و مکرائه (۲۰۱۷) معتقدند که جریان اطلاعات غیرمستقیم در سازمان تاثیر معنادار و قوی بر ایجاد اعتماد بینفردی دارد. بروگر، هسنکلور و کستن (۲۰۱۷)، در پژوهش خود عنوان میکنند خرد بر اساس اعتماد میان فردی، مشارکت درون سازمانی را بین اعضای سازمان تسهیل میکند. پلیکرد، کی و هاگان (۲۰۱۷)، افزایش خرد را در سازمان موجب نزدیک شدن اهداف فردی به اهداف سازمانی و در نتیجه رضایت شغلی می دانند. ادن (۲۰۱۱)، وجود خرد سازمانی را عامل ایجاد انسجام و مشارکت بین کارکنان و همچنین اعتماد بین فردی در سازمانها می داند.

کریستین، برلی و کسلر (۲۰۰۰) تعریف مختصری از خرد ارائه کردند: آن‌ها خرد را ظرفیت قضاوت و گزینش دانش خاص در یک زمینه خاص و برای یک کار خاص می دانند. به عقیده وایل (۲۰۰۷) خرد سازمانی، حالتی است که در آن، گروه، واحد اصلی اقدام شجاعانه و خردمندانه در امور سازمانی است. کریستین و همکاران (۲۰۰۰) تعریف مختصری از خرد سازمانی ارائه کردند: آن‌ها خرد را ظرفیت قضاوت و گزینش دانش خاص در یک زمینه خاص و برای یک کار خاص می دانند.

خرد سازمانی از دیدگاه بروان (۲۰۰۲)، دارای ۶ بعد کلی شامل خودشناسی، درک دیگران، قضاوت، دانش زندگی، مهارت‌های زندگی و تمایل به یادگیری است. درک دیگران: درک عمیق از طیف گسترده‌ای از افراد در محتواهای مختلف فردی، گروهی و سیستمی. توانایی درگیر شدن آن‌ها، قابلیت درک آن‌ها، توجه اصلی در یادگیری در مورد آن‌ها و تمایل به کمک آن‌ها؛ قضاوت: توانایی جذب، یکپارچگی و پذیرش اطلاعات زندگی فرد؛ دانش زندگی: ادراک متداول فرد، روشنفکر بودن و درک واقعیت‌های زندگی؛ مهارت‌های زندگی: تخصص در تعادل بین نقش‌های چندگانه، اداری امور روزانه، پیشینی مشکلات، غلبه کردن بر موانع، داشتن ابزارهای عملی و استراتژی‌های برخورد با محتوای چندگانه زندگی؛ تمایل به یادگیری: اعتماد به آنچه فرد میداند و باور به اینکه او به سادگی هر چیزی را نمیداند و علاقه به یادگیری.

اسپوهرر، باسانو، پیچوکچی و سیدیک، خرد رهبران را عاملی مهم در هوشمندی یک سازمان می‌دانند (اسپوهرر، باسانو، پیکوکچی و سیدیک، ۲۰۱۷).

در دهه ۸۰ میلادی، سالوی و مایر (۱۹۹۰)، راجع به ویژگی‌های کیفی انسان مانند همدلی، خودآگاهی، کنترل هیجان و عواطف انجام دادند که بعدها در دهه ۹۰ میلادی، گلمن، این مفاهیم را تحت عنوان هوش هیجانی مطرح کرد. گلمن معتقد است که در نهاد هر انسان، دو هوش مستقل وجود دارد: هوش عقلانی و هوش هیجانی. این دو هوش در عین استقلال، با یکدیگر همکاری دارند و نتیجه کنش متقابل بین آن‌ها، در واقع، تعیین کننده اعمال و رفتار افراد است. از طرف دیگر، هوش هیجانی را می‌توان مجموعه‌ای از استعدادها، غیرشناختی و مهارت‌هایی دانست که باعث افزایش توانایی فرد در سازگاری با مقتضیات محیطی و عدم قطعیتها میگردد.

سالوی و مایر (۱۹۹۰)، هوش هیجانی را شامل ابعاد آگاهی از هیجانات خود، مدیریت هیجانات خود، شناسایی هیجانات دیگران و تنظیم روابط خود با دیگران می‌دانند. سالوی و مایر (۱۹۹۰) همچنین، عنوان می‌کنند هوش هیجانی را می‌توان از چند منظر، به طور مفهومی مورد بررسی قرار داد. هوش هیجانی به معنی طرز تفکر یک دوره که در واقع، اولین و کلی ترین معنی هوش هیجانی است و شامل خصوصیات فرهنگی - معنوی یا احساسی است که یک دوره را مشخص می‌کند. هوش هیجانی به مفهوم شخصیت که بیشتر جنبه عمومی داشته و به مجموعه‌ای از خصوصیات شخصیتی که برای موفقیت در زندگی لازم است، اشاره

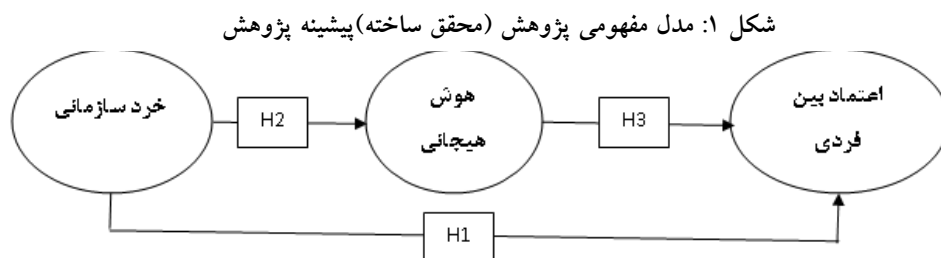
دارد. مفهوم دیگر هوش هیجانی از منظر توانایی ذهنی مورد بررسی قرار گرفته است. رویکردهای علمی، هوش هیجانی را بیشتر با عنوان توانایی‌های ذهنی تعریف می‌کنند و در آن به مجموعه‌ای از تواناییهای اشاره دارند که در پردازش اطلاعات هیجانی بکار می‌روند (مایر، ۲۰۱۶).

مایر، کاروسو و سالوی (۲۰۱۶)، در اشاره به مدل هوش هیجانی سالوی و مایر، عنوان می‌کنند که هوش هیجانی، مفهوم هوش تجربی به معنی توانایی احساس کردن، پاسخگویی و استفاده مناسب از اطلاعات هیجانی و مفهوم استراتژیک به معنی توانایی در درک و مدیریت هیجان را در بر می‌گیرد که هر کدام از این ابعاد به ترتیب دارای مؤلفه‌های احساس و ابراز هیجان، تسهیل تفکر توسط هیجان و درک هیجان و همچنین تنظیم و مدیریت هیجان هست.

بر اساس جستجوی انجام شده در کلیه پایگاه‌های داده در داخل کشور با کلید واژه خرد سازمانی، سازمان خردمند، سازمان خردگرا، خرد جمعی و سایر مفاهیم مرتبط به جرأت میتوان گفت، تنها دو مقاله پژوهشی و یک پایان‌نامه (پایان‌نامه "طراحی و تبیین مدل سازمان خردگرا، مورد مطالعه: ادارات کل استان همدان" از سایت ایران داک، مقاله "خرد سازمانی یا دانش مدیریت معکوس" از سایت سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران و مقاله "سنجش و ارزیابی خرد سازمانی و مدیریتی در سطوح مختلف سازمان‌های دولتی با نگرشی به ابعاد فلسفی" از بانک اطلاعات نشریات کشور) یافت شد که آن هم مستقیماً در ارتباط با این پژوهش نبود اما واژه‌های ذکر شده در عناوین آن‌ها یافت میشد. لذا مطالعات انجام گرفته در حوزه خرد سازمانی بسیار ناچیز است که این امر ضرورت انجام این پژوهش را از نظر موضوع میرساند که باید بیشتر به آن پرداخته شود.

یکی از اهداف مهم سازمان‌ها، علاوه بر تحول در کیفیت خدمات به جامعه و تولید دانش، ایجاد جو اعتماد بین فردی درون سازمان است که منجر به بهبود دانش رفتار سازمانی می‌گردد. ایجاد جو اعتماد بین کارکنان منجر به ایجاد وفاداری، اثربخشی و کارآیی بیشتر و در نهایت کسب مزیت رقابتی می‌گردد. در این زمینه وجود مدیران خردمند برای ایجاد جو اعتماد ضروری است، در واقع خرد سازمانی همان به کارگیری دانش برای حل مسائل سازمانی است. خرد سازمانی اعضای مدیران موجب فرایندهای ادراک، ذخیره‌سازی، یادگیری، ارتباطات و در نهایت تصمیم‌گیری مناسب می‌شود و ضمن ایجاد تعهد در بین

کارکنان و مدیران، موجب اعتماد در بین آنان می گردد. از طرف دیگر وجود هیجانانگیز مثبت در جریان کار در بین کارکنان موجب تسهیل فرایند تسهیم تجربیات و ایجاد محیطی پویا میگردد که خود موجب احساس مسئولیت بیشتر و رضایت از کاری می شود. مدیران خردمند با نگرش مثبت نسبت به کارکنان خود، همچنین با ایجاد سازو کارهای لازم موجب حس اعتماد و پویایی سایر عوامل سازمان و حتی سازمانهای دیگر می شوند. لذا با توجه به آنچه گفته شد هدف این پژوهش بررسی تأثیر خرد سازمانی بر اعتماد بین فردی با نقش میانجی هوش هیجانی در صنایع فلزی شهر صنعتی کاوه است. در نهایت مدل مفهومی پژوهش در شکل ۱ آورده شده است:



روش^۱

با توجه به اینکه تحقیق حاضر به بررسی نقش خرد سازمانی بر اعتماد بین فردی با نقش میانجی هوش هیجانی پرداخت، روش پژوهش برحسب زمان وقوع پدیده، گذشته‌نگر؛ برحسب نتیجه، تصمیم‌گرا؛ برحسب هدف، کاربردی؛ برحسب زمان اجرای پژوهش، مقطعی؛ برحسب نوع داده، کمی؛ برحسب روش گردآوری داده‌ها و یا ماهیت و روش پژوهش، توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کارکنان شاغل در شرکتهای صنایع فلزی شهرک صنعتی کاوه بود که تعداد آنها در حدود ۴۷۰۰ نفر است. شرکتهای صنایع فلزی شهرک صنعتی کاوه (۳۶ شرکت) به ۴ طبقه شرکتهای تولیدی فلزی آلومینیومی، فلزی غیر آلومینیومی، لوازم خانگی و خودرو تقسیم شدند. از طریق روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌های نسبی، ۱۲ شرکت از میان ۳۶ شرکتی که در صنایع فلزی فعالیت دارند، بعنوان نمونه انتخاب گردید. سپس با استفاده از فرمول کوکران، به تعیین حجم نمونه برای جامعه ۴۷۰۰ نفری پرداختیم. بنابراین با استفاده از فرمول کوکران، با توجه به جامعه

۴۷۰۰ نفری، تعداد ۳۵۵ نفر بعنوان حجم نمونه انتخاب گردید. در مرحله آخر نیز، با توجه به تعداد کارکنان هر شرکت و نمونه کل، تناسب گرفته شد و نمونه هر شرکت بطور جداگانه محاسبه شد. برای گردآوری اطلاعات از منابع کتابخانهای و میدانی (پرسشنامه) استفاده شد. پرسشنامه تحقیق از دو بخش تشکیل شده است. یک بخش شامل مشخصات عمومی آزمودنیها نظیر جنسیت، رشته تحصیلی، سن و سابقه کار و بخش دیگر شامل سه پرسشنامه استاندارد خرد سازمانی براون و گرین (۲۰۰۶) با هشت مؤلفه خودشناسی (۴ گویه)، مدیریت هیجان (۵ گویه)، نوع دوستی (۱۲ گویه)، الهامبخشی (۱۰ گویه)، قضاوت (۸ گویه)، دانش زندگی (۱۱ گویه)، مهارت‌های زندگی (۱۱ گویه) و تمایل به یادگیری (۵ گویه) پرسشنامه اعتماد بین فردی مک آلیستر (۱۹۹۸) با دو بعد شناختی (۶ گویه) و عاطفی (۵ گویه) و پرسشنامه هوش هیجانی مایر و سالوی (۱۹۹۵)، شامل سه مؤلفه توجه به احساسات (۱۰ گویه)، شفاف‌سازی احساسات (۱۰ گویه) و بازسازی خلق (۱۰ گویه) است. این پرسش‌نامه‌ها به ترتیب برای خرد سازمانی، اعتماد بین فردی و هوش هیجانی دارای ۶۶، ۱۱ و ۳۰ گویه با مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت (خیلی کم = ۱، کم = ۲ تا حدودی = ۳، زیاد = ۴ و خیلی زیاد = ۵) تنظیم شده است.

روایی

به منظور تعیین روایی پرسشنامه از روایی ظاهری، محتوایی و سازه استفاده شد. در روایی ظاهری، پرسشنامه‌ها قبل از توزیع توسط پژوهشگر، چند نفر از اعضای نمونه و برخی خبرگان دانشگاهی و سازمانی (مسئولین آموزش عالی) به‌دور از ایرادات ویرایشی، شکلی، املائی و ... تدوین گردید. در روایی محتوایی در قالب یک روش دلفی و با کمک فرمهای CVI و CVR و به کمک ده نفر از خبرگان شامل اعضای مصاحبه‌شونده، خبرگان دانشگاهی و سازمانی، دانشجویان دکتری متخصص در این حوزه، چند نفر از آزمودنیها و ... محتوای پرسشنامه از نظر سؤالهای اضافی و یا اصلاح سؤالها مورد بررسی قرار گرفت. فرم CVI نشان داد که همه سؤالهای متغیرهای خرد سازمانی، اعتماد بین فردی و هوش هیجانی از نقطه نظر ساده بودن، واضح بودن و مربوط بودن از وضعیت مناسبی برخوردارند (میزان این ضریب برای هر یک از سؤالها بالاتر از ۰,۷۹ بود)؛ همچنین با توجه به اینکه مقدار CVR برای همه سؤالها بالای ۰,۶۲ به دست آمد هیچ سؤالنی نیاز به حذف شدن نداشت. در مورد روایی سازه نیز از دو نوع روایی همگرا و واگرا با کمک نرم‌افزار Lisrel استفاده شد. در

بررسی روایی همگرا یافته‌ها نشان داد ضرایب معناداری تمام بارهای عاملی بزرگ‌تر از ۰,۵۸ بود یعنی تمامی بارهای عاملی با اطمینان ۹۹ درصد معنادار بود؛ ضرایب تمام بارهای عاملی بالای ۰,۵ بود؛ میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) همه مؤلفه‌ها بالای ۰,۵ بود و همینطور پایایی ترکیبی همه مؤلفه‌ها بزرگ‌تر از میانگین واریانس استخراج‌شده آن بود؛ لذا میتوان گفت که روایی همگرای سازه‌های مدل تائید میشوند. در بررسی روایی واگرا نیز از آزمون فورنل و لارکر (این آزمون روایی واگرا (تشخیصی) را در سطح متغیرهای پنهان با استفاده از ماژولی که در نرم‌افزار لیزرل تعریف شده می‌سنجد) و آزمون بار عرضی (این آزمون روایی واگرا در سطح متغیرهای مشاهده‌پذیر توسط ماژولی که در نرم‌افزار لیزرل تعریف شده می‌سنجد) استفاده شد. در آزمون فورنل و لارکر یافته‌ها نشان داد، جذر میانگین واریانس استخراج‌شده هر متغیر پنهان بیشتر از حداکثر همبستگی آن متغیر با دیگر متغیرهای پنهان مدل بود؛ همچنین نتایج آزمون بار عرضی نشان داد، بارهای عاملی هر کدام از متغیرهای پژوهش بیشتر از بارهای عاملی مشاهده‌پذیرهای دیگر مدل‌های اندازه‌گیری موجود در مدل بود و از طرف دیگر بار عاملی هر متغیر مشاهده‌پذیر بر روی متغیر پنهان متناظرش حداقل ۰,۱ بیشتر از بارهای عاملی همان متغیر مشاهده‌پذیر بر متغیرهای پنهان دیگر بود؛ بنابراین نتایج این دو آزمون بیانگر روایی واگرا بود.

پایایی

در این پژوهش پایایی از طریق ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی و با استفاده از ماژولی که در نرم‌افزار لیزرل تعریف شده، محاسبه می‌شود. مقادیر این دو ضریب برای هر سه سازه پژوهش بالای ۰/۷ به دست آمد که نشان‌دهنده پایا بودن ابزار اندازه‌گیری بود. البته شایان ذکر است که پایایی و روایی هر سه ابزار توسط پژوهش‌های پیشین تائید شده است. اطلاعات پرسشنامه، ضرایب پایایی و روایی در جدول زیر قابل مشاهده است.

جدول ۱: اطلاعات پرسشنامه و محاسبه ویژگیهای روان‌سنجی ابزار

بعد	خرد سازمانی	اعتماد بین فردی	هوش هیجانی
منبع	براون و گرین (۲۰۰۶)	مک آلیستر	مایر و سالوی (۱۹۹۵)
تعداد گویه‌ها	۶۶	۲۳	۳۰
آلفای کرونباخ	۰,۸۰۵	۰,۷۶۳	۰,۷۵۳
CR	۰,۸۱۸	۰,۸۶۷	۰,۸۶۵
AVE	۰,۵۲۲	۰,۵۲۹	۰,۵۸۵
MSV	۰,۴۴۱	۰,۱۶۹	۰,۴۴۳
ASV	۰,۳۰۵	۰,۱۱۲	۰,۲۵۹
خرد سازمانی	۰,۷۵	۰,۴۵	۰,۶
اعتماد بین فردی	---	۰,۸۶	۰,۳۸۳
هوش هیجانی	---	-----	۰,۷۴

با توجه به جدول فوق میتوان گفت: پایایی سازه‌ها مورد تأیید است زیرا آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی بالای ۰,۷ است و همچنین $AVE > 0.5$ است. روایی همگرا مورد تأیید است، زیرا $CR > 0.7$ ؛ $CR > AVE$ ؛ $AVE > 0.5$ و همینطور روایی واگرا نیز مورد تأیید است زیرا $MSV < AVE$ و $ASV < AVE$. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در بخش توصیفی از میانگین، انحراف معیار، جداول و ... با استفاده از نرم‌افزار Spss-21 و در بخش استنباطی از همبستگی پیرسون، آزمون تی تک گروهی با استفاده از نرم‌افزار Spss-21 و مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار LISREL-v8.80 استفاده شد.

یافته‌ها

در این بخش به تحلیل کمی داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و Lisrel در حوزه تجزیه و تحلیل (توصیفی و استنباطی) و تفسیر نتایج پرداخته می‌شود. در جدول زیر به توصیف اطلاعات جمعیت شناختی و همینطور توصیف متغیرهای پژوهش از منظر شاخصهای گرایش به مرکز، شاخصهای پراکندگی و شاخصهای شکل توزیع پرداخته می‌شود:

جدول ۲: اطلاعات جمعیت شناختی و متغیرهای پژوهش

جنسیت	طبقه	فراوانی	درصد	طبقه	فراوانی	درصد	
مرد	مرد	۵۴۶	۷۸	زنان	زنان	۱۵۴	
	زن	۳۰۸	۴۴		علوم انسانی و اجتماعی	۱۱ تا ۱۵ سال	۲۰۳
مرد	علوم انسانی و اجتماعی	۱۳۳	۱۹	زنان	علوم فنی و مهندسی	۱۶ تا ۲۰ سال	
	علوم پایه	۱۱۲	۱۶		علوم پایه	بالای ۲۰ سال	۶۳
	علوم پزشکی	۴۲	۶		کمتر از ۳۵ سال	۷	
	سایر	۱۲۶	۱۸		۳۶ تا ۴۰ سال	۱۴۰	
	متغیر	میانگین	انحراف معیار		آماره چولگی	آماره کشیدگی	۳۸
مرد	خرد سازمانی	۳,۶۱	۰,۷۳۱	-۰,۹۹	۱,۳۱۰	۲۵	
	هوش هیجانی	۳,۸۲	۰,۶۵۰	-۱,۰۴	۱,۸۲	۲۵	
	اعتماد بین فردی	۳,۵۴	۰,۹۱۰	-۱,۷۹۹	۰,۴۵۵	۱۰	

یافته‌های پژوهش در بخش آمار توصیفی (ویژگی‌های شرکت-کنندگان) که در جدول فوق قابل مشاهده است، نشان داد، بیشترین درصد افراد مورد مطالعه مرد (۷۸ درصد)؛ رشته بیشتر افراد شرکت کننده علوم انسانی و اجتماعی (۴۴ درصد)؛ بیشترین رده سنی ۴۱-۴۵ سال (۳۸ درصد)؛ بیشترین فراوانی سابقه کاری مربوط به ۱۱-۱۵ سال (۲۹ درصد) بود. میانگین و انحراف استاندارد همه مؤلفه‌ها آورده شد؛ هم-چنین یافته‌های حاصل از جدول قبل نشان داد، آماره کشیدگی در تمامی مؤلفه‌ها بین ۵، ۵- هست؛ یعنی توزیع داده‌ها از این جنبه نرمال بوده و شکل توزیع خیلی تخت یا بلند نیست؛ همین-طور آماره چولگی در تمامی مؤلفه‌ها بین ۳، ۳- و حتی بین ۲، ۲- قرار دارد، یعنی توزیع داده‌ها از این جنبه نرمال بوده و می-توان گفت شکل توزیع دارای چولگی مثبت یا منفی نیست. در نهایت می-توان نتیجه گرفت که شکل توزیع داده‌ها برای تمام مؤلفه‌ها نرمال هست و می-توان از

آزمون-های پارامتریک نظیر همبستگی پیرسون، آزمون تی تک نمونه-ای و ... برای بررسی فرضیه-ها استفاده کرد.

در ادامه فرضیه‌های پژوهش با استفاده از آزمون مناسب مورد بررسی و ارزیابی قرار میگیرد. در ادامه قبل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، وضعیت موجود متغیرها و همبستگی بین آنها مورد بررسی قرار میگیرد.

بررسی وضعیت موجود متغیرها و همبستگی بین آنها

با توجه به اینکه توزیع داده‌ها نرمال و مقیاس فاصله‌ای بود، برای بررسی وضعیت موجود متغیرها از آزمون تی تک نمونه‌ای و همچنین برای بررسی روابط بین متغیرها از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. در جدول زیر وضعیت موجود متغیرها و همبستگی بین آنها آورده شده است.

جدول ۳: وضعیت موجود متغیرها و همبستگی بین آنها

بعد	عدد معناداری	حد پایین	حد بالا	وضعیت	۱	۲	۳
۱. خرد سازمانی	۰,۰۰۱	۰,۴۱۱	۰,۸۷۹	مناسب	-	۰,۴۸	۰,۷۲
۲. اعتماد بین فردی	۰,۰۰۱	۰,۴۵۲	۰,۹۰۱	مناسب	۰,۴۸	-	۰,۵
۳. هوش هیجانی	۰,۰۰۱	۰,۱۲۱	۰,۳۱۴	مناسب	۰,۷۲	۰,۵	-

همانطور که در جدول فوق قابل مشاهده است نتایج تحلیل همبستگی نشان داد که هر سه متغیر رابطه مثبت و معناداری با یکدیگر دارند ($p < 0,01$). از طرف دیگر نتایج جدول نشان داد که هر سه بعد در وضعیت مناسبی قرار دارد.

قبل از وارد شدن به مرحله آزمون فرضیات و مدل‌های مفهومی پژوهش لازم است تا از صحت مدل‌های اندازه‌گیری متغیر مستقل (خرد سازمانی)، متغیر میانجی (هوش هیجانی) و متغیر وابسته (اعتماد بین فردی) اطمینان حاصل شود. لذا در ادامه مدل‌های اندازه‌گیری این سه بعد آورده میشود که این کار توسط تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم صورت گرفته است. تحلیل عاملی تأییدی یکی از قدیمترین روشهای آماری است که برای بررسی ارتباط بین متغیرهای مکنون و متغیرهای مشاهده شده (سوالات) به کار برده میشود و بیانگر مدل اندازه‌گیری است (بیرن، ۱۹۹۴، ص. ۸-۱۰). در جدول زیر نتایج مدل اندازه‌گیری برای هر یک از ابعاد پژوهش آورده شده است:

جدول ۴: تحلیل عاملی تأییدی برای بعد اعتماد بین فردی، هوش هیجانی و خرد سازمانی

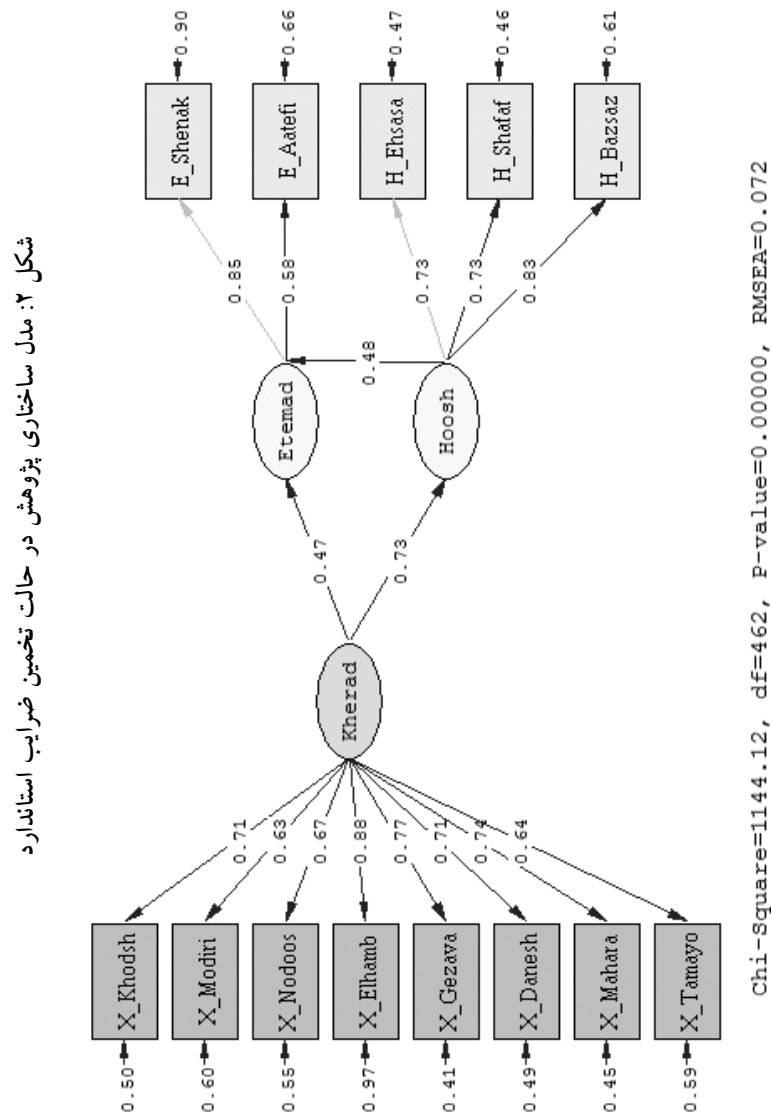
بارعاملی	مؤلفه	شاخص	بارعاملی	مؤلفه	شاخص	بارعاملی	مؤلفه	شاخص	
۰٫۸۲	بازسازی خلق از بعد هوش هیجانی	REC1	۰٫۷۲	خودشناسی از بعد خرد سازمانی	SEL1	۰٫۶۳	دانش زندگی از بعد خرد سازمانی	LIF1	
۰٫۸۶		REC2	۰٫۷۰		SEL2	۰٫۶۸		LIF2	
۰٫۷۵		REC3	۰٫۶۹		SEL3	۰٫۷۱		LIF3	
۰٫۷۳		REC4	۰٫۷۳		SEL4	۰٫۷۵		LIF4	
۰٫۸۴		REC5	۰٫۶۰		EMO1	۰٫۸۰		LIF5	
۰٫۸۶		REC6	۰٫۶۸	EMO2	۰٫۷۰	LIF6			
۰٫۸۶		REC7	۰٫۶۷	EMO3	۰٫۷۴	LIF7			
۰٫۹۰		REC8	۰٫۶۹	EMO4	۰٫۶۹	LIF8			
۰٫۸۸		REC9	۰٫۵۱	EMO5	۰٫۶۹	LIF9			
۰٫۸۰		REC10	۰٫۶۹	ALT1	۰٫۷۲	LIF10			
۰٫۸۸	بعد شناختی از اعتماد بین فردی	CON1	۰٫۶۵	ALT2	۰٫۷۰	LIF11	تمایل به یادگیری از بعد خرد سازمانی	WIL1	
۰٫۸۹		CON2	۰٫۶۳	ALT3	۰٫۶۳	WIL2			
۰٫۸۶		CON3	۰٫۷۱	ALT4	۰٫۶۸	WIL3			
۰٫۸۴		CON4	۰٫۷۵	ALT5	۰٫۷۰	WIL4			
۰٫۸۰		CON5	۰٫۸۱	ALT6	۰٫۵۸	WIL5			
۰٫۸۳		CON6	۰٫۵۵	ALT7	۰٫۶۱	ATT1			
۰٫۵۹	بعد عاطفی از اعتماد بین فردی	EMO1	۰٫۶۴	ALT8	۰٫۷۱	ATT2	توجه به احساسات از بعد هوش هیجانی	ATT3	
۰٫۵۵		EMO2	۰٫۶۳	ALT9	۰٫۸۱	ATT4			
۰٫۵۶		EMO3	۰٫۶۲	ALT10	۰٫۶۹	ATT5			
۰٫۶۲		EMO4	۰٫۶۲	ALT11	۰٫۶۵	ATT6			
۰٫۵۸		EMO5	۰٫۷۴	ALT12	۰٫۶۲	ATT7			
		۰٫۸۴	الهام بخشی از بعد خرد سازمانی	INS1	۰٫۷۷	ATT8		توجه به احساسات از بعد هوش هیجانی	ATT9
		۰٫۹۷		INS2	۰٫۷۴	ATT10			
		۰٫۹۰		INS3	۰٫۷۸				
		۰٫۶۸		INS4	۰٫۷۹				
		۰٫۹۲		INS5	۰٫۷۴				

ادامه جدول ۴:

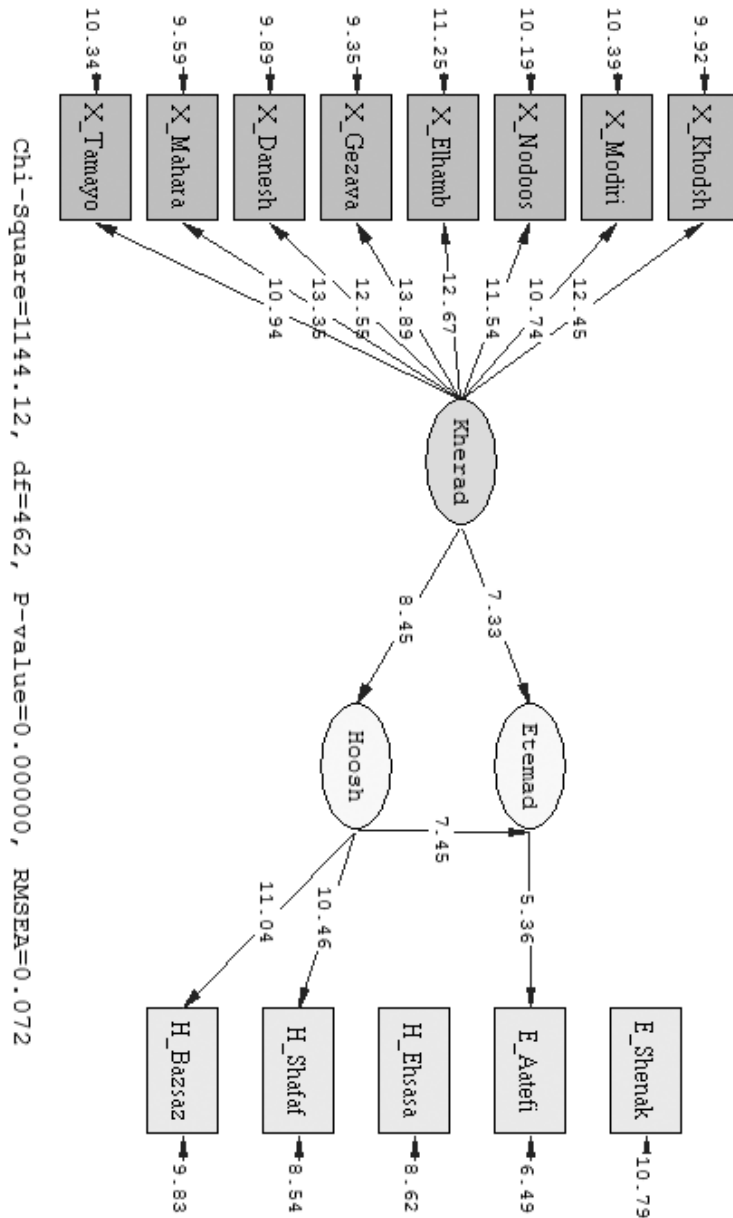
شاخص	مؤلفه	بارعاملی	شاخص	مؤلفه	بارعاملی	شاخص	مؤلفه
CLA1	هیجانی	سازمانی	INS6	الهام‌بخشی از بعد خرد سازمانی	۰,۷۰		
CLA2			INS7		۰,۷۸		
CLA3			INS8		۰,۷۷		
CLA4			INS9		۰,۷۴		
CLA5			INS10		۰,۷۲		
CLA6	شفاف سازی احساسات از بعد هوش هیجانی	مهارت‌های زندگی از بعد خرد سازمانی	SKI1	مهارت‌های زندگی از بعد خرد سازمانی	۰,۸۰		
CLA7			SKI2		۰,۶۹		
CLA8			SKI3		۰,۶۴		
CLA9			SKI4		۰,۶۵		
CLA10			SKI5		۰,۸۱		
JUD1			SKI6		۰,۷۴		
JUD2			SKI7		۰,۷۶		
JUD3			SKI8		۰,۷۸		
JUD4			SKI9		۰,۷۷		
JUD5			تفاوت از بعد خرد سازمانی		مهارت‌های زندگی از بعد خرد سازمانی	SKI10	مهارت‌های زندگی از بعد خرد سازمانی
JUD6	۰,۸۲						
JUD7	۰,۸۹						
JUD8	۰,۵۹						
شاخص‌های برازش مدل اعتماد بین فردی: NFI: ۰,۹۲ AGFI: ۰,۹۳ GFI: ۰,۹۵ RMSEA: ۰,۰۶۹ df: ۳۶۵ X ² : ۱۰۴۲,۲۸							
شاخص‌های برازش مدل هوش هیجانی: NFI: ۰,۹۴ AGFI: ۰,۹۲ GFI: ۰,۹۳ RMSEA: ۰,۰۶۹ df: ۳۶۴ X ² : ۶۵۷,۵۳							
شاخص‌های برازش مدل خرد سازمانی: NFI: ۰,۹۳ AGFI: ۰,۹۱ GFI: ۰,۹۱ RMSEA: ۰,۰۷۶ df: ۱۶۹ X ² : ۴۳۶,۰۲							

نتایج تحلیل عاملی تأییدی ابعاد خرد سازمانی، هوش هیجانی و اعتماد بین فردی نشان داد، کلیه مدل‌های اندازه‌گیری مناسب و کلیه اعداد و پارامترهای مدل معنادار است. در بین مؤلفه‌های خرد سازمانی، مؤلفه مدیریت هیجان در بین مؤلفه‌های اعتماد بین فردی، مؤلفه‌های بعد شناختی و در بین مؤلفه‌های هوش هیجانی مؤلفه توجه به احساسات دارای بیشترین اهمیت هست. همچنین شاخص‌های تناسب مدل اندازه‌گیری نشانگر مناسب بودن کلیه مدل‌های اندازه‌گیری است.

پس از آزمون مدل‌های اندازه‌گیری اکنون لازم است تا مدل ساختاری که نشانگر ارتباط بین متغیرهای مکنون پژوهش است، ارائه شود. با استفاده از مدل ساختاری میتوان به بررسی فرضیه‌های پژوهش پرداخت. در شکل زیر مدل پژوهش در حالت ضرایب استاندارد به‌منظور تأثیر خرد سازمانی بر اعتماد بین فردی با نقش میانجی هوش هیجانی آورده شده است:



در شکل زیر نیز مدل پژوهش در حالت ضرایب معناداری آورده شده است که تمامی ضرایب به‌دست آمده معنادار هست؛ زیرا مقدار آزمون معناداری تک‌تک مسیرها از عدد ۲,۵۸ بزرگ‌تر و از عدد ۲,۵۸- کوچکتر است.



شکل ۳: مدل ساختاری پژوهش در حالت معناداری ضرایب

با توجه به مقادیر به دست آمده در شکل ۲ به بررسی فرضیات پژوهش میپردازیم. در جدول زیر نتایج حاصل از آزمون مدل را میتوان مشاهده کرد.

جدول ۵: نتایج آزمون مدل پژوهش

پدیرش / رد فرضیه‌ها	t-value	ضرایب استاندارد شده	بررسی فرضیه‌ها	
پدیرش	۷,۳۳	۰,۴۷	تأثیر خرد سازمانی بر اعتماد بین فردی	۱
پدیرش	۸,۴۵	۰,۷۳	تأثیر خرد سازمانی بر هوش هیجانی	۲
پدیرش	۷,۴۵	۰,۴۸	تأثیر هوش هیجانی بر اعتماد بین فردی	۳

بر اساس جدول بالا میتوان نوع و میزان اثر هر یک از متغیرهای پژوهش را در کارکنان صنایع فلزی شهر صنعتی کاوه مشاهده کرد که بر این اساس کلیه فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار هستند.

برای بررسی میزان تأثیر مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر وابسته لازم است تا اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم برای متغیر درونزای مدل ارائه شود که این اثرات در جدول زیر قابل مشاهده است:

جدول ۶- تفکیک اثرات، مستقیم، غیرمستقیم و کل در مدل پژوهش

اثر	متغیر وابسته		متغیر مستقل
	مستقیم	غیرمستقیم	
کل	۰,۷۳	۰,۸۳	خرد سازمانی
کل	۰,۴۸	۰,۷۷	هوش هیجانی
کل	۰,۴۷	$۰,۷۳ * ۰,۴۸ = ۰,۳۵$	خرد سازمانی

همانطور که در جدول قابل مشاهده است، تأثیر خرد سازمانی بر اعتماد بین فردی از طریق هوش هیجانی به میزان ۰,۸۲ است.

آنچه از محاسبات انجام شده میتوان نتیجه گرفت آن که هر چند مدل تدوین شده باعث شده تا حد زیادی از مقدار کای اسکور مدل استقلال فاصله بگیرد اما به دلیل معنادار شدن مقدار کایدو مدل ($P=0/000$) میتوان نتیجه گرفت که مدل قابل قبول تلقی می‌شود. حال که شاخصها برازش خوبی را از داده‌ها نسبت به مدل نشان میدهد نوبت به سنجش شاخص‌های

جزئی برازش میرسد. تفاوت شاخصهای برازش با شاخصهای سهگانه برازش کلی در این است که شاخصهای برازش کلی در مورد مناسب بودن کل مدل و نه اجزا آن قضاوت میکنند و شاخصهای جزئی در مورد رابطه‌های جزئی مدل قضاوت میکنند. شاخصهای جزئی برازش (نسبت‌های بحرانی و سطح معناداری آنها) نشان میدهند که همه بارهای عاملی دارای معنا دارند. نتایج این تحلیلها در جدول ۵ نشان داده شده است.

جدول ۷: نتایج آزمون مدل‌سازی معادلات ساختاری برای برازش مدل مفهومی

شاخص	اختصار	مقدار	برازش قابل قبول
سطح تحت پوشش کای اسکور	χ^2	۱۱۴۴,۱۲	-
شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰,۹۷	بزرگ‌تر از ۹۰ درصد
نیکویی برازش	GFI	۰,۹۲	بزرگ‌تر از ۸۰ درصد
شاخص برازش افزایشی	IFI	۰,۹۷	بزرگ‌تر از ۹۰ درصد
میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰,۰۷۲	کمتر از ۸ درصد
کای اسکور بهنجار شده	CMIN/df	۲,۴۸	بین ۱ تا ۵
یافته تعدیل برازش نیکویی	AGFI	۰,۸۸	بزرگ‌تر از ۸۰ درصد
برازندگی شده نرم شاخص	NFI	۰,۹۵	بزرگ‌تر از ۹۰ درصد

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه سازمان‌ها در محیطی سرشار از عدم قطعیت‌ها، به حیات خود ادامه می‌دهند. همچنین در سازمان‌های امروزی، زمان فاکتور مهمی تلقی می‌شود و مانند سازمانهای گذشته نیستند، بنابراین در چنین موقعیتی سازمانها باید برای کسب مزیت رقابتی، با استفاده از اهرمهای سرعت و مهارت، توانمندیهای خود را به روز نگه دارند و همیشه به فکر این باشند که یک گام از سایر رقبای خود جلوتر باشند. برای رسیدن به این مهم، نیروی کارآمد و اثربخش لازم و ضروری است که با ایجاد اعتماد درون سازمانی و همچنین اعتماد بین اعضای یک سازمان عملی می‌شود. در صورت وجود اعتماد بین اعضاء، آنها به یکدیگر ایمان پیدا کرده و برای رسیدن به اهداف سازمانی با یکدیگر مشارکت و همراهی می‌کنند. از این رو اعتماد در محیط‌های کاری یکی از منابع مهم مزیت رقابتی محسوب می‌شود. از عوامل مهم تاثیر گذار بر ایجاد اعتماد بین فردی در سازمانها، وجود خرد سازمانی است. خرد سازمانی همچنین، عامل مهمی است که بر خودآگاهی و کنترل هیجانات اعضای سازمان نیز اثرگذار است. بر همین اساس، پژوهش حاضر نیز، درصدد بررسی تأثیر خرد سازمانی بر اعتماد بین

فردی با نقش میانجی هوش هیجانی بود تا بتواند پاسخگوی نیازهای آتی صنایع باشد. در ادامه مطابق نتایج پژوهش، به تبیین و تفسیر فرضیات پژوهش پرداخته می‌شود. با توجه به نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها، در خصوص فرضیه اول، خرد سازمانی بر اعتماد بین فردی تأثیرگذار است؛ بنابراین، داده‌های این پژوهش نشان داد خرد سازمانی بر اعتماد بین فردی کارکنان صنایع فلزی شهر صنعتی کاوه تأثیر معناداری دارد. بدین معنی که با استفاده از خرد سازمانی در این دانشگاه شاهد افزایش یا کاهش اعتماد بین فردی در بین کارکنان خواهیم بود.

در این خصوص، باید خاطر نشان کرد که در سازمانها و صنایعی مانند صنایع فلزی، کیفیت خدمات و بهره‌وری در درجه اول اهمیت قرار دارد. چراکه اینگونه بر تولید ملی و توسعه و پیشرفت کشور اثر بیشتری خواهند گذاشت. حال اگر اعتماد کافی بین کارکنان این سازمان وجود نداشته باشد، علاوه بر ایجاد نارضایتی شغلی، کارآیی و اثربخشی سازمان نیز کاهش پیدا خواهد کرد. بنابراین، باید تلاش شود تا به اعتماد به عنوان عاملی انگیزشی نگریسته شود و با ایجاد جو اعتماد در بین کارکنان، برای بقا و حیات سازمان تلاش کنند. در سازمانی که اعتماد بین فردی وجود دارد، کارکنان وجود عدالت را حس می‌کنند و همین امر موجب می‌شود تا رفتارهایی از خود بروز دهند که به نفع سازمان است. همچنین در سازمانی که کارکنان با یکدیگر مشارکت فعال داشته باشند، به تسهیم دانش، اطلاعات و تجربه خود می‌پردازند، در چنین شرایطی جو اعتماد بین فردی در سازمان شکل می‌گیرد. یکی از عوامل تسهیل کننده اعتماد بین کارکنان، جو سازمان است. جو سازمانی آکنده از خرد نه تنها به مدیران بلکه به کارکنان کمک می‌کند تا ضمن تشخیص بهتر نیازهای خود و سازمان، با یکدیگر مشارکت داشته و به ایجاد اعتماد در سازمان کمک کنند. در واقع، خرد سازمانی پدیده‌ای است که نه تنها موجب مسئولیت پذیری بیشتر کارکنان می‌شود و تعهد آنان را بهبود می‌بخشد، بلکه موجب می‌شود تا اعضای سازمان تصمیمات درستی را اتخاذ کنند و حس اعتماد به یکدیگر و رضایت شغلی را تقویت می‌کند. همچنین، خرد سازمانی بر ایجاد انسجام بین کارکنان و تشکیل تیمهای کاری مؤثر بوده و باعث بهبود تفکر انتقادی و مشارکت هرچه بیشتر کارکنان در تصمیمات سازمانی می‌شود و این خود زمینه‌ای برای بهبود اعتماد بین فردی را فراهم می‌آورد. نتایج حاصل با مطالعات ادن، (۲۰۱۱)،

بروگر، هسنکلور و کستن (۲۰۱۷)، پلیکرد و همکاران (۲۰۱۷)، لوئیس و همکاران (۲۰۱۷)، شرخان و همکاران (۲۰۱۷)، همسو است.

همچنین، در خصوص فرضیه دوم، نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش نشان داد خرد سازمانی بر هوش هیجانی تأثیر معناداری دارد.

هوش هیجانی مؤلفه‌هایی مانند همدلی، خودآگاهی، کنترل هیجان و ... را در بر می‌گیرد. افرادی که از هوش هیجانی بالایی برخوردارند بهتر می‌توانند به نوع دوستی و خودشناسی دست یابند، افرادی که از هوش هیجانی برخوردارند بیشتر تمایل به یادگیری دارند در نتیجه خرد سازمانی در آن‌ها ارتقاء می‌یابد. آن‌ها می‌توانند بر هیجان‌ات خود مدیریت کرده و با ذخیره دانش، به مهارت‌های زندگی دست یابند. نتایج حاصل با مطالعات گلمن، (۲۰۱۶). کریشناکومار و همکاران، (۲۰۱۶) آردلت و اوه (۲۰۱۶)، کانزمن (۲۰۱۶) هیرا و کور (۲۰۱۷)، دودانگه و همکاران (۱۳۹۵)، همسو است.

در خصوص فرضیه سوم، نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش نشان داد هوش هیجانی بر اعتماد بین فردی کارکنان صنایع فلزی شهر صنعتی کاوه تأثیر معناداری دارد. بدین معنی که با استفاده از هوش هیجانی مناسب و قوی در این دانشگاه شاهد افزایش یا کاهش اعتماد بین فردی در بین کارکنان خواهیم بود.

از طرفی، هوش هیجانی بعنوان یک متغیر روانشناختی نوین و بدیع بسیاری از ویژگیهای شغلی افراد را تحت تأثیر قرار داده و در بسیاری از حوزه‌های شغلی بعنوان یک عامل مهم و پیش‌بینی‌کننده مطرح می‌باشد. عملکرد شغلی عالی در کارکنان نشان از هوش هیجانی بسیار بالای آنان دارد. این بدان معناست که هوش هیجانی و موفقیت شغلی ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند. از طرف دیگر، از طرف دیگر، پژوهش‌ها نشان می‌دهند که کارکنانی که هوش هیجانی بالایی دارند، در روابطشان به دیگران اعتماد می‌کنند، تحت فشار بهتر عمل می‌کنند و می‌توانند تصمیمات بهتری برای حل تعارضات سازمانی بگیرند. وجود اعتماد بین فردی در بین کارکنان یک سازمان باعث افزایش بهره‌وری، تعهد سازمانی، سلامت فیزیکی و روانی و روحیه کاری می‌گردد. می‌توان با شناسایی حالت عاطفی و هیجانی افراد به افزایش راندمان، بهره‌وری و تعالی محیط کار کمک کرد. نتایج حاصل با مطالعات کلارک و ماهادی (۲۰۱۷)، سیوا کومار (۲۰۱۷)، فورد و همکاران (۲۰۱۷) و زارتسکی و کول (۲۰۱۷)، همسو است.

- در نهایت با توجه به نتایج حاصل از پژوهش، پیشنهادهای ذیل ارائه می گردد:
- * لازم است خرد سازمانی و عوامل بروز آن در سازمانهای صنعتی شناسایی و تقویت شوند.
 - * سازمان ها می توانند با تسهیم کردن کارکنان در تصمیم گیری های سازمانی، به آنان حس اعتماد و انگیزه کافی بدهد.
 - * ارزیابی جو اعتماد سازمانی و اعتماد بین فردی باید به طور مستمر انجام گیرد.
 - * مدیریت سازمان باید به افرادی که دارای خودآگاهی بیشتری هستند تفویض اختیار کند.
 - * سیستم انتقادات و پیشنهادات مناسبی در سازمان مستقر شود تا سکوت کارکنان شناسایی شده و در جهت تقویت اعتماد عمل شود.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

سپاسگزاری

از حامیان مالی و معنوی این مقاله که در نگارش و تنظیم این مقاله ما را یاری کردند کمال تشکر و قدردانی را داریم.

ORCID

Yousef Mohammadi  <https://orcid.org/0000-0002-4415-5622>

Moghadam

Behzad Shoghi  <https://orcid.org/0000-0002-4415-5624>

منابع

دو دانگه، سجاد، ذاکریان، سید ابوالفضل، دهقانی، محمد، قاضی طباطبایی، سید محمود و پیرمند، رضا (۱۳۹۵). بررسی رابطه هوش هیجانی و رضایت شغلی کارکنان با استفاده از مدل معادلات ساختاری در یکی از صنایع نفت تهران. *فصلنامه بهداشت و ایمنی کار*، ۶(۱)، ۳۲-۴۳

محمدی مقدم، یوسف، بازیار، امین و معتضدیان، رسول (۱۳۹۵). تأثیر مدیریت سایبرنتیک بر اعتماد سازمانی با بررسی نقش تعاملی ادراک از عدالت. *چشم انداز مدیریت دولتی*، ۲۵، ۱۶۲-۱۴۳

References

Akekue-Alex, N., & Kalu, S. E. (2017). Antecedents of Relationship Quality on Commitment in the Health- Care Sector in Port Harcourt, Nigeria. *British Journal of Marketing Studies*, 5(1), 17-31

- Ardelt, M. (2016). Disentangling the relations between wisdom and different types of well-being in old age: Findings from a short-term longitudinal study. *Journal of Happiness Studies*, 17(5), 1963-1984.
- Bachmann, R., & Kroeger, F. (2017). Trust, power or money: What governs business relationships?. *International Sociology*, 32(1), 3-20.
- Brown, S. C. & Greene, J. A. (2006). The wisdom development scale: Translating the conceptual to the concrete. *Journal of College Student Development*, 47(1), 1-19.
- Brown, S. C. (2002). A model for wisdom development-and its place in career services. *Journal of Career Planning and Employment*, 62(4), 29-36.
- Brugger, P., Hasenclever, A., & Kasten, L. (2017). Trust Among International Organizations. In *Palgrave Handbook of Inter-Organizational Relations in World Politics* (pp. 407-426). Palgrave Macmillan UK.
- Byrne, B. M. (1994). Structural equation modeling with EQS and EQS/Windows: Basic concepts, applications, and programming. Sage.
- Christensen, E. W., Bierly, P. E., & Kessler, E. H. (2000). Organizational Wisdom as a Strategic Weapon. *Strategies and Tactics in Business Management For The New Millennium*, 13-37.
- Clarke, N., & Mahadi, N. (2017). The significance of mutual recognition respect in mediating the relationships between trait emotional intelligence, affective commitment and job satisfaction. *Personality and Individual Differences*, 105, 129-134.
- Davis, J. (2016). *The Greats on Leadership: Classic Wisdom for Modern Managers*. Nicholas Brealey Publishing.
- Do Dangeh, Sajjad, Zakerian, Seyed Abolfazl, Dehghani, Mohammad, Ghazi Tabatabai, Seyed Mahmoud and Pirmand, Reza (2015). Investigating the Relationship between Emotional Intelligence and Job Satisfaction of Employees Using Structural Equation Model in one of Tehran Oil Industries. *Journal of Occupational Health and Safety*, 6 (1), 43-32. [In Persian]
- Feng, Z., Vlachantoni, A., Liu, X., & Jones, K. (2016). Social trust, interpersonal trust and self-rated health in China: a multi-level study. *International journal for equity in health*, 15(1), 180
- Ford, R. C., Piccolo, R. F., & Ford, L. R. (2017). Strategies for building effective virtual teams: Trust is key. *Business Horizons*, 60(1), 25-34.
- Gill, R., & Thompson, M. M. (2017). Trust and Information Sharing in Multinational–Multiagency Teams. In *Information Sharing in Military Operations* (pp. 81-99). Springer International Publishing.
- Goleman, D. (2006). *Emotional intelligence*. Bantam .
- Heera,P., & Kaur,A., . (2017). A Study of Emotional Intelligence of Pre- Service Teachers. *International Education and Research Journal*, 3(1)
- Krishnakumar, S., Hopkins, K., G. Szmerkovsky, J., & Robinson, M. D. (2016). Assessing workplace emotional intelligence: Development and validation of an ability-based measure. *The Journal of psychology*, 150(3), 371-404.

- Law, A., & Staudinger, U. M. (2016). Eudaimonia and wisdom. *In Handbook of Eudaimonic Well-Being* (pp. 135-146). Springer International Publishing.
- Louis, K. S., Louis, K. S., Murphy, J., & Murphy, J. (2017). Trust, caring and organizational learning: the leader's role. *Journal of Educational Administration*, 55(1), 103-126.
- Luo, Q., & Zhang, H. (2016). Building interpersonal trust in a travel-related virtual community: A case study on a Guangzhou couchsurfing community. *Tourism Management*, 54, 107-121.
- Mathis, R. L., Jackson, J. H., Valentine, S. R., & Meglich, P. A. (2017). *Human Resource Management* (Fifteenth). USA: Cengage Learning.
- Mayer, J. D., & Salovey, P. (1995). Emotional intelligence and the construction and regulation of feelings. *Applied and preventive psychology*, 4(3), 197-208.
- Mayer, J. D., Caruso, D. R., & Salovey, P. (2016). The ability model of emotional intelligence: Principles and updates. *Emotion Review*, 8(4), 290-300.
- McAllister, D. J. (1995). Affect-and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations. *Academy of management journal*, 38(1), 24-59.
- Meyer, D. K. (2016). EMOTION REGULATION IN K-12 CLASSROOMS. *Handbook of Social Influences in School Contexts: Social-Emotional, Motivation, and Cognitive Outcomes*, 192.
- Mohammadi Moghadam, Yousef, Baziar, Amin and Motazedian, Rasoul (2015). The effect of cybernetic management on organizational trust by examining the interactive role of perception of justice. *Public Management Perspectives*, 25, 162-143. [In Persian]
- Oden, C. D. (2011). The effect of wisdom in organizations on team cohesiveness, interpersonal trust and intrinsic job satisfaction, partially mediated by emotional intelligence. Nova Southeastern University.
- Ostenfeld, E. N. (2003). Socratic Epistemology; HH Benson: Socratic Wisdom. The Model of Knowledge in Plato's Early Dialogues. New York and Oxford: Oxford University Press, 2000. Pp. ix+ 292. Cased,£ 40.00. ISBN: 0-19-512918-0. *The Classical Review*, 53(1), 44.
- Rowley, J. (2006). Where is the wisdom that we have lost in knowledge?. *Journal of Documentation*, 62(2), 251-270.
- Ruhi, T. (2017). What is excellence in practice?: Empirical explorations of vocational Bildung and practical wisdom through case narratives.
- Sher Khan, B. M., Afridi, G. W., & Sarwar, I. Effect of Authentic Leadership on Job Satisfaction and Employeeengagement.
- Sivakumar, B. N. (2017). Emotional Intelligence and its Effect On Job Satisfaction. *International Journal of Scientific Research*, 5(10).
- Spohrer, J., Bassano, C., Piciocchi, P., & Siddike, M. A. K. (2017). What Makes a System Smart? Wise?. *In Advances in The Human Side of Service Engineering* (pp. 23-34). Springer International Publishing.
- Staudinger, U. M., & Pasupathi, M. (2003). Correlates of wisdom-related performance in adolescence and adulthood: Age-graded differences in

- “paths” toward desirable development. *Journal of Research on Adolescence*, 13(3), 239-268.
- Sydow, J. (1998). Understanding the constitution of interorganizational trust. Trust within and between organizations: *Conceptual issues and empirical applications*, 31-63.
- Yousef, D. A. (2016). Organizational Commitment, Job Satisfaction and Attitudes toward Organizational Change: A Study in the Local Government. *International Journal of Public Administration*, 1-12.
- Zarestky, J., & Cole, C. S. (2017). Strengths, opportunities, aspirations, and results: An emerging approach to organization development. *New Horizons in Adult Education and Human Resource Development*, 29(1), 5-19.
- Zarolia, P., Weisbuch, M., & McRae, K. (2017). Influence of indirect information on interpersonal trust despite direct information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 112(1), 39.

۱۱ استناد به این مقاله: محمدی مقدم، یوسف. (۱۴۰۰). تأثیر خرد سازمانی بر اعتماد بین فردی با توجه به نقش میانجی هوش هیجانی، مطالعات مدیریت (بهبود و تحول). ۱۰۰، ۶۷-۹۰.



Management Studies in Development and Evolution is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.