

تأثیر مولفه‌های هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک: مورد کاوی مدیریت اکتشاف شرکت ملی نفت ایران

آناهیتا صفاجو، علی رضاییان، سجاد شکوهیار • دانشگاه شهید بهشتی

چکیده

پیشرفت‌های اخیر در فناوری اطلاعات، هزینه‌های مدیریت داده را به میزان قابل توجهی کاهش داده است. چنین تغییراتی مفهوم سازمان یادگیرنده، سازمان‌های دانشی و مدیریت دانش را وارد ادبیات مدیریت نموده است. در محیط پویا، چالشی و رقابتی کسب و کار امروز، حرکت سازمان‌ها به طرف سازمان‌های یادگیرنده از الزامات موفقیت در چنین محیطی است. مهمترین رکن مدیریت دانش، پیاده‌سازی و اثر بخشی آن است به طوری که شناخت مدیریت دانش به عنوان روح حاکم بر اعمال سازمانی، برای پیاده‌سازی آن ضروری است. با توجه به اهمیت مدیریت دانش و یادگیری سازمانی، شناخت عوامل تأثیرگذار در تسهیل این فرایند، ضروری است. براساس تعریف هوش هیجانی، به نظر می‌رسد به دلیل آنکه هر دو مفهوم بر تعاملات و ارتباطات افراد در سازمان تأکید می‌کنند، لزوم شناسایی و تبیین اثرات هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک افراد از جمله راهکارهایی است که می‌تواند سازمان را برای حرکت به سوی یک سازمان دانش محور و یادگیرنده یاری دهد. هدف از این تحقیق، ارائه مدلی برای بررسی تأثیر مولفه‌های هوش هیجانی بر تسهیم دانش است. در این پژوهش از مدل هوش هیجانی بار-آن و مولفه‌های دانش استراتژیک مدل تسهیم دانش دیکسون استفاده شده است. پژوهش فوق در مدیریت اکتشاف شرکت ملی نفت ایران مورد بررسی قرار گرفت و برای تحلیل نتایج از نرم‌افزار Smart PLS استفاده شد. بررسی مدل پیشنهادی بیانگر تأیید رابطه‌ی معنا دار برخی از مولفه‌های هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک است. نتایج نشان داد که مولفه‌هایی چون روابط میان فردی، کنترل استرس یا فشار روانی و خلق عمومی افراد سازمان، می‌تواند به غنی‌سازی تسهیم دانش استراتژیک کمک کند و البته مولفه‌هایی مانند سازگاری و با مولفه‌های درون فردی، تأثیر معناداری را بر این حوزه نشان ندادند.

اطلاعات مقاله

* دریافت:

۱۳۹۴/۵/۲۵

* ارسال برای داوری:

۱۳۹۴/۶/۸

* پذیرش:

۱۳۹۴/۶/۱۶

واژگان کلیدی

هوش هیجانی
تسهیم دانش استراتژیک
مدل بار-آن
مدل دیکسون

*نویسنده‌ی عهده‌دار مکاتبات (safajoo.a@gmail.com)

با توجه به تغییر و تحولات عصر حاضر و با ورود سازمان‌ها به "اقتصاد دانش محور"، نیروی انسانی نسبت به سایر منابع سازمان، از اهمیت خاصی برخوردار شده است. در واقع، سرمایه‌ی انسانی، حیاتی‌ترین عنصر راهبردی و اساسی‌ترین راه برای افزایش اثربخشی و کارایی سازمان بوده و پیشرفت و ترقی جامعه را به دنبال خواهد داشت.

طی چندسال گذشته، بحث‌های گسترده‌ای درباره مدیریت دانش در جامعه‌ی ما صورت گرفته است. استادان و پژوهشگران رشته‌های مختلف از قبیل جامعه‌شناسی، اقتصاد و علم مدیریت توافق دارند که در زمینه‌ی توسعه‌ی مدیریت دانش در سازمان‌ها تحولاتی روی داده است. مدیریت دانش و مفاهیم مرتبط با آن، به‌عنوان اجزاء مهم و ضروری برای سازمان‌ها و برای بقاء و حفظ توان رقابتی ترویج می‌شوند. از طرفی، سازمان‌ها برای حفظ بقاء و مرز رقابتی باید دارای ظرفیت مناسبی برای حفظ، توسعه و سازماندهی مهم‌ترین دارایی‌شان یعنی نیروی انسانی باشند. از دیدگاه مدیریت استراتژیک، سرمایه فکری می‌تواند در ایجاد و کاربرد دانش برای افزایش ارزش سازمان مورد استفاده قرار گیرد. پژوهش‌های اخیر روی نیروی کار نشان داده است که یکی از عوامل مهم در عملکرد کارکنان در سازمان‌ها، هیجانات آن‌هاست که در پژوهش فوق بناست در قالب هوش هیجانی به آن پرداخته شود.

دو دیدگاه تقریباً متضاد درباره‌ی هیجانات و عواطف انسان‌ها وجود دارد؛ از یک دیدگاه گفته می‌شود هیجانات به‌عنوان عوامل مخربی هستند که مانع از تفکر منطقی افراد در موقعیت‌های مختلف به‌ویژه هنگام مواجهه با مشکلات و موقعیت‌های

تصمیم‌گیری می‌شوند و از سوی دیگر، دیدگاهی نیز وجود دارد که معتقد است هیجانات می‌تواند در موقعیت‌های حساس به کمک تفکر منطقی افراد در آمده و روند تصمیم‌گیری را تسهیل نماید. بنابراین، می‌توان گفت هیجانات مختل‌کننده یا تسهیل‌کننده‌ی تفکر و واکنش‌های افراد هستند و این امر بستگی به شرایطی دارد که فرد در آن قرار می‌گیرد و اینکه چطور می‌تواند هیجانات و احساسات خود را سازماندهی نموده و به آن نظم بخشد. چنانچه افراد بتوانند هیجانات خود را در یک مسیر صحیح هدایت نمایند، دیدگاه دوم تأیید می‌شود. در غیر این صورت، هیجانات ضد و نقیض می‌توانند به‌عنوان موانع عمده در موقعیت‌های حساس عمل نمایند.

اینکه آیا می‌توان با تکیه بر دیدگاه دوم روند خاصی را برای تسهیم دانش استراتژیک افراد در سازمان تضمین کرد یا خیر، هدف اصلی این پژوهش است. درنهایت، با ارائه‌ی مدل‌های هوش هیجانی و تسهیم دانش استراتژیک، به دنبال ارائه‌ی مدلی جدید برای ارتباط بین متغیر هوش هیجانی و تسهیم دانش استراتژیک خواهیم بود.

۱- مبانی نظری و پیشینه‌ی پژوهش

۱-۱- هوش هیجانی

سال‌ها این تفکر حاکم بود که وجه تمایز افراد موفق از سایرین، بهره‌ی هوشی آن‌هاست، اما تحولات اخیر در علوم رفتاری و سازمانی، توجه همگان را به سوی عامل اصلی تری تحت عنوان "هوش هیجانی" سوق داده است. امروزه هر مدیری که سعی در تحقق اهداف سازمانی خود دارد، باید به هوش هیجانی افراد به مثابه سرمایه‌ای با

ارزش نگاه کند و فرصت پرورش آن را برای منابع انسانی خود فراهم نماید. ادبیات هوش هیجانی از واژه‌ها و اصطلاحات متعددی تشکیل شده است؛ مانند هوش شخصی، هوش اجتماعی، هوش میان‌فردی و مواردی از این قبیل و البته دیدگاه‌های مختلف، متعدد و کامیاب‌شده از هوش هیجانی ارائه می‌شود. هوش هیجانی به لحاظ مفهومی تعاریف مختلفی را دربر می‌گیرد؛ برخی از این تعاریف ارائه شده فاقد شواهد تجربی و تأییدکننده‌ی صحت ادعای آن‌هاست. به عقیده دانیل گلن، «هوش هیجانی نوعی مهارت اجتماعی و توانایی برقراری ارتباط مؤثر با دیگران است که همدردی با آنان، کنترل تکانش‌ها و حل تعارضات را در بر می‌گیرد» [۱]. از دیدگاه مایر و سالوی «هوش هیجانی نماینده‌ی توانایی تشخیص، ارزیابی و بیان هیجانات به نحو صحیح و سازگارانه می‌باشد. همچنین، هوش هیجانی درک و آگاهی از هیجان‌ها، توانایی دستیابی و ایجاد احساسات، تسهیل فعالیت‌های شناختی و عمل سازگارانه و توانایی تنظیم هیجان‌ها در خود و دیگران را شامل می‌گردد». واژه‌نامه روان‌شناسی آکسفورد هوش هیجانی را چنین تعریف می‌کند: «توانایی مراقبت و کنترل هیجان‌های خود و دیگران، تمایز بین هیجان‌های مختلف و برجسب مناسب زدن به آن‌ها و کاربرد اطلاعات هیجانی برای هدایت فکر و رفتار». با توجه به تعاریف مختلف در این زمینه، می‌توان گفت تمامی صاحب‌نظران به نحوی معتقدند هوش هیجانی احساسات و افکاری است که ورای تمام فعالیت‌های انسان قرار دارد و به‌نوعی، چگونگی واکنش انسان به موقعیت‌های مختلف را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. بنابراین، افرادی که از سطح بالای

هوش هیجانی برخوردارند، قادر خواهند بود این واکنش‌ها را در خود و دیگران شناسایی نموده و در یک مسیر صحیح هدایت کنند. گلمن اظهار می‌دارد که هوش شناختی در بهترین شرایط تنها ۲۰ درصد از موفقیت‌ها را باعث می‌شود و ۸۰ درصد از موفقیت‌ها به عوامل دیگر وابسته است. در واقع، هوش هیجانی، عدم موفقیت افراد با هوش عمومی بالا و همچنین، موفقیت غیرمنتظره‌ی افراد با هوش عمومی متوسط را تعیین می‌کند. یعنی افراد با داشتن هوش عمومی متوسط و هوش هیجانی بالا، بسیار موفق‌تر از افرادی هستند که هوش عمومی بالا و هوش هیجانی پایین دارند. پس هوش هیجانی پیش‌بینی‌کننده‌ی موفقیت افراد در زندگی است [۲].

۱-۲- پیشینه‌ی هوش هیجانی

هر یک از الگوهای نظری در مفهوم هوش هیجانی از دو دیدگاه مطرح می‌شوند: مدل توانایی و مدل مرکب. مدل‌های توانایی، هوش هیجانی را به‌طور کامل برآمده از توانایی ذهنی می‌دانند. در مقابل، مدل‌های مرکب هوش هیجانی، توانایی ذهنی را با ویژگی‌های شخصیتی از قبیل خوش‌بینی، خرسندی و ... در هم می‌آمیزند. در حال حاضر تنها، مدل توانایی هوش هیجانی از سوی جان مایر و پیترو سالووی ارائه شده است. مدل‌های مرکب هوش هیجانی نیز با مفاهیم درونی متفاوتی ارائه شده‌اند. ریوون بار-آن، دانیل گلمن و ... ارائه‌کننده‌ی مدل‌های مرکب گوناگون هوش هیجانی هستند. مدل بار-آن، مهارت‌های تسهیل‌کننده و شایستگی‌های اجتماعی و هیجانی به‌هم مرتبط را که بر رفتار هوشمندانه تأثیر دارند،

به‌صورت چندبخشی بیان می‌کند. تست EQ-i اولین تست خودآزمایی منتشر شده‌ی هوش هیجانی و پرکاربردترین تست در دنیا در این زمینه است که توسط دکتر ریوون بار-آن طراحی شده و مخفف عبارت "میزان بهره‌وری هیجانی" است. سالوی و مایر در مدل توانایی خود بیان کردند که افراد در توانایی‌شان برای پردازش اطلاعات مربوط به یک واقعه‌ی هیجانی و توانایی‌شان در ارتباط دادن پردازش هیجانی جهت شناخت وسیع‌تر، متفاوت‌اند [۳]. در مفهوم هوش هیجانی، مایر و سالووی بیان می‌کنند که هوش هیجانی دارای دو حیطه است: حیطه‌ی تجربی و حیطه‌ی استراتژیک. هر حیطه خود به چهار شاخه تقسیم می‌شود که عبارتند از: "احساس کردن هیجانی"، "درونی‌سازی هیجانی"، "فهم هیجانی"، "مدیریت هیجانات". در سال‌های بعد سطوح و ساختار هوش هیجانی در حیطه‌های تجربی و استراتژیک توسعه یافت و مدل توسعه‌یافته هوش هیجانی همراه با پرسش‌نامه MSCEIT ارائه شد. از طرفی کوپر و سواف (۱۹۹۷)، ۴ بُعد EQ را در سطح گسترده‌ای مطرح نمودند:

- ۱- سواد هیجانی (شامل: دانش و درک هیجانات و چگونگی کار آن‌ها)
 - ۲- تناسب هیجانی (شامل: قابل اعتماد بودن و سختی و انعطاف‌پذیری هیجانی)
 - ۳- عمق هیجانی (شامل: رشد و شدت هیجان)
 - ۴- کیمیاگری هیجانی (شامل: به‌کارگیری احساسات جهت کسب فرصت‌های خلاق)
- گلمن از نظریه پردازان دیدگاه شخصیتی-اجتماعی است. وی مفهوم هوش هیجانی را در ۵ مولفه توضیح می‌دهد که عبارتند از:

۱- خودآگاهی^۱: این مولفه شامل آگاهی هیجانی، ارزیابی صحیح از خود و اعتماد به نفس می‌شود.

۱- خودتنظیمی (خودکنترلی)^۲: این مولفه شامل خودکنترلی، قابلیت اعتماد، وجدان، انطباق‌پذیری و نوآوری است.

۲- انگیزش (خودانگیزشی)^۳: این مولفه شامل گام برداشتن به سوی هدف، تعهد، پیشگام بودن و مثبت‌گرایی است.

۳- آگاهی‌های اجتماعی (کنترل روابط)^۴: مهارت در این حیطه با توانایی مشترک در کنترل هیجان و تعامل سازگاران با دیگران همراه است.

۴- مهارت‌های اجتماعی (تشخیص هیجان در دیگران - همدلی)^۵: همدلی پایه و اساس مهارت‌های اجتماعی است. افرادی که همدلی دارند با علائم و نشانه‌های ظریف اجتماعی و تعاملاتی که بیانگر نیازها و خواسته‌های دیگران باشد، مانوس و آشنا هستند.

پس از نظریه گلمن، داویس ابعاد هوش هیجانی را در چهار مورد مطرح می‌کند [۴].

- ارزیابی و ابراز عواطف خود (خود ارزیابی هیجانی): این ویژگی شامل توانایی درک و فهم عمیق عواطف و بیان آن‌هاست.

- ارزیابی و بازشناسی هیجانات دیگران: این ویژگی بیانگر توانایی درک و فهم هیجانات افرادی است که در اطراف ما هستند.

- تنظیم هیجانات: این مولفه بیانگر توانایی تنظیم هیجانات به نحوی است که اضطراب و نگرانی افراد را سریع‌تر بهبود بخشد.

- به‌کارگیری هیجانات در جهت تسهیل عملکرد: بیانگر توانایی فرد در به‌کارگیری و جهت‌دهی هیجانات به سوی عملکرد و

فعالیت‌های مفید است.

دولویکس و هیکس بر اساس تحقیقات تجربی خود عناصر محوری مشترک را در ساختار کلی هوش هیجانی شناسایی کرده‌اند که عبارتند از: خودآگاهی، انعطاف‌پذیری، انگیزش، حساسیت بین‌فردی، فراست، وظیفه‌دوستی و صداقت، تأثیر. بار-آن معتقد است که هوش هیجانی مجموعه‌ای از توانایی‌ها و قابلیت‌هایی است که فرد را در جهت سازگاری با محیط و موقعیت در زندگی تجهیز می‌کند. مقوله هیجان در این نوع هوش حائز اهمیت بسیار بوده و آن را از هوش شناختی متمایز می‌سازد. این مدل شامل ۵ مولفه و ۱۵ شاخص به شرح زیر است [17].

۱- مولفه درون‌فردی: "خودآگاهی هیجانی، ابراز وجود، عزت نفس، خودشکوفایی، استقلال، همدلی"
 - خودآگاهی هیجانی: توانایی تشخیص و درک احساسات. این مولفه همچنین توانایی تمایز و تفاوت بین آن‌ها به منظور پی‌بردن به این نکته است که شخص چه احساسی دارد و چرا این احساس در او شکل گرفته است. - ابراز وجود: توانایی بیان احساسات،

عقاید و افکار خود و دفاع از حقوق خود به شیوه‌ای غیرمخرب.

- عزت نفس: توانایی احترام به خود و پذیرش خود به‌عنوان شخصی که اساساً خوب است. پذیرش خود، پذیرش جنبه‌های مثبت و منفی و محدودیت‌ها و قابلیت‌های درونی.

- خودشکوفایی: توانایی شناخت توانمندی‌های بالقوه خود. این مولفه‌ی هوش هیجانی، تبیین جست‌وجو برای غنا بخشیدن به زندگی است.

- استقلال: توانایی خودهدایت‌گری و خودکنترلی در تفکر، عمل و عدم وابستگی عاطفی. افراد مستقل، افرادی قابل‌اتکا در تصمیم‌گیری در برنامه‌ریزی‌های مهم هستند.

۲- میان‌فردی: "همدلی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، روابط میان‌فردی"

- همدلی: همدلی کردن یعنی داشتن همان احساسی که دیگری به آن دست یافته است. همدلی یعنی ایجاد احساس مشترک با یکدیگر.

- مسئولیت‌پذیری اجتماعی: یعنی نشان دادن خود به‌عنوان عضوی سازنده، مشارکت‌کننده و همکاری‌کننده در یک

گروه اجتماعی.

- روابط میان‌فردی: توانایی برقراری ارتباط با دیگران و حفظ این ارتباطات و تأثیرگذاری بر آن‌هاست.

۳- سازگاری: "انعطاف‌پذیری، واقع‌گرایی، حل مسئله"

- انعطاف‌پذیری: توانایی منطبق ساختن عواطف، افکار و رفتار با شرایط و موقعیت‌ها که دائماً در حال تغییر است.

- واقع‌گرایی: توانایی ارزیابی انطباق بین آنچه تجربه می‌شود و آنچه عیناً وجود دارد.

- حل مسئله: توانایی شناسایی و تعریف مشکلات، همچنین توانایی خلق و انجام راه‌حل‌های بالقوه و موثر.

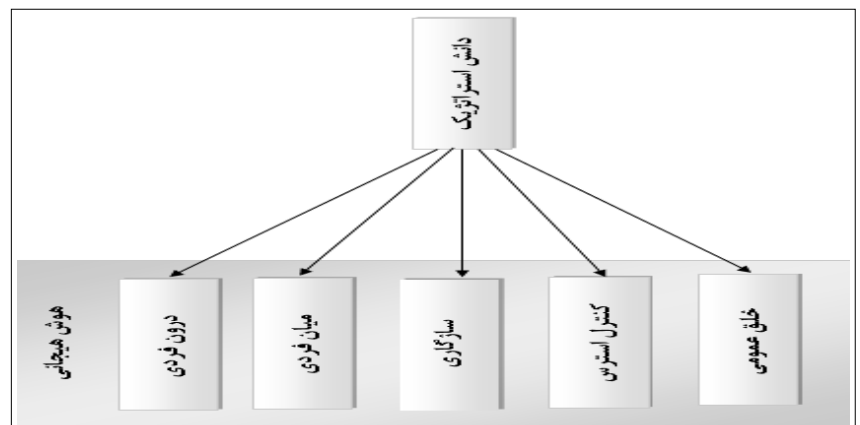
۴- کنترل استرس: "تحمل فشار روانی، کنترل تکانه"

- تحمل فشار روانی: توانایی مقاومت در برابر رویدادها و موقعیت‌های فشارزا بدون توقف از طریق سازگاری فعال و مثبت در برابر فشار.

- کنترل تکانه: توانایی مقاومت یا به تأخیر انداختن تکانه و یا وسوسه‌ی انجام عملی است. این توانایی شامل پذیرش تکانه‌های پرخاشگرانه، خوددار بودن و کنترل خشم می‌گردد.

۵- خُلق عمومی: "خوش‌بینی، خرسندی"
 - خوش‌بینی: خوش‌بینی نشان‌دهنده‌ی امید به زندگی و رویکردی مثبت به زندگی روزمره است. این عامل، عکس بدبینی بوده که یکی از نشانه‌های افسردگی است.

- خرسندی: خرسندی، توانایی لذت بردن از زندگی خود و دیگران و داشتن رضایت از زندگی است [6].



شکل ۱ | مدل پیشنهادی ارتباط بین هوش هیجانی و تسهیم دانش استراتژیک



۳-۱- مدیریت دانش

مدیریت دانش مفهومی تازه در تاریخ رشد بشر محسوب نمی‌شود [۷]. این درحالی است که واژه مدیریت دانش به تازگی اهمیت یافته و توجه ویژه‌ای بدان شده است. با وجود استفاده وسیع از مدیریت دانش در انواع موسسات و سازمان‌ها، ارائه تعریفی واحد از آن بسیار مشکل است. با بررسی تعاریف گوناگون مدیریت دانش، می‌توان آن را به‌عنوان «فرایند خلق، انتشار و به‌کارگیری دانش برای دستیابی به اهداف سازمانی» تعریف کرد. سازمان‌ها باید قادر به خلق و به‌کارگیری دانش جدید و بازسازی دانش موجود برای دستیابی به اهداف خویش باشند. در حالی که مدیریت دانش تأکید زیادی بر فناوری اطلاعات می‌کند و در بسیاری از موارد به‌عنوان مدیریت بر اساس فناوری تعریف می‌شود، اما در حقیقت مفهومی فراتر از آن دارد [۸]. داوینورت مؤلفه‌های اساسی مدیریت دانش را شامل این موارد می‌داند: فرهنگ، فرایند اجرایی، سیاست‌ها و فناوری. مدیریت دانش در برگیرنده فرایند ترکیب بهینه‌ی دانش و اطلاعات در سازمان و ایجاد محیطی مناسب برای تولید، تسهیم و به‌کارگیری دانش و تربیت نیروهای انسانی خلاق و نوآور است [۷]. مهمترین اهداف یک مؤسسه در زمینه مدیریت مطلوب‌تر دانش عبارت است از: حفظ و نگهداری اعضای کلیدی سازمان، ارتقای سیستم انگیزشی، شناخت محیط و بهبود خدمات‌دهی به مشتریان. دانش موجود در نظام مدیریت دانش به‌عنوان سرمایه‌ای تلقی می‌شود که از طریق ایجاد زمینه برای سرمایه‌گذاری در زمینه‌های دیگر، مدیریت را موثرتر می‌کند.

۴-۱- تسهیم دانش استراتژیک

مطابق با تعریف مدیریت دانش، تسهیم دانش یکی از حوزه‌های کلیدی در فرآیند مدیریت دانش است. فرهنگ ما، تعاریف و پیام‌های متفاوتی را از مفهوم به‌اشتراک گذاشتن ارایه می‌کند. هدف عمده مدیریت دانش و به‌دنبال آن، تسهیم دانش، ایجاد و سازمان‌دهی محیطی است که در آن، افراد دانش خود را توسعه داده، با یکدیگر تبادل نموده، دانش دیگران را با دانش خود ترکیب کرده و سرانجام آن را به‌کار بندند. در برخی از سازمان‌ها، به‌اشتراک‌گذاری دانش امری طبیعی است اما در برخی دیگر، هنوز این نگرش قدیمی که دانش قدرت است حکم‌فرمایی می‌کند [۷]. بسیاری از سازمان‌های روشن‌فکر، استراتژی‌هایی را با هدف تغییر این نگرش‌های منسوخ شده آغاز کرده‌اند. آن‌ها عوامل انگیزشی متنوعی را به‌کار گرفته‌اند، تا نشان دهند در زمینه تسهیم دانش در سازمان خود مصمم و جدی هستند. به‌عنوان مثال، برخی از آن‌ها برای افرادی که دانش خود را در اختیار دیگران قرار می‌دهند، برنامه‌های

قدردانی و دادن پاداش را در نظر گرفته‌اند که از قدردانی در شرکت، درج در خبرنامه تا پرداخت پاداش‌های مادی قابل توجه را شامل می‌شود. برخی دیگر از شرکت‌ها، کارمندان خود را بر مبنای اینکه به چه میزان در فعالیت‌های تسهیم دانش مشارکت داشته‌اند ارزیابی نموده و برای آن‌ها ترفیع و یا مرخصی‌های فوق‌العاده در نظر می‌گیرند [۹]. تسهیم دانش استراتژیک بر پایه‌ی ایجاد و ترمیم یک چارچوب دانش استراتژی است به‌طوری که کلیدهای اصلی یک استراتژی سازمانی را طراحی و فرآیندهای آن را مشخص می‌نماید. این چارچوب باید راهنمایی برای پویایی دانش سازمانی بوده و ارزش‌های تسهیم دانش را آشکار سازد. چارچوب تسهیم دانش استراتژیک باید بر پایه‌ی دید کلی و اولیه از وضعیت تسهیم دانش سازمان و دارایی‌های دانشی به‌عنوان پایه‌ای از موفقیت سازمانی در نظر گرفته شود.

بر اساس مدل تسهیم دانش دیکسون، انتقال استراتژیک زمانی رخ می‌دهد که یک گروه، مسئولیت کاری که به ندرت

شاخص‌های روایی، پایایی

متغیرهای پنهان	AVE	پایایی ترکیبی	ضریب تعیین	آلفای کرونباخ
درون فردی	0.764	0.915	0.720	0.905
میان فردی	0.745	0.906	0.435	0.884
سازگاری	0.849	0.928	0.810	0.917
کنترل استرس	0.754	0.936	0.679	0.924
خلق عمومی	0.733	0.929	0.309	0.913
دانش استراتژیک	0.693	0.900	0.734	0.851

اتفاق می افتد یا یک پروژه استثنایی را به عهده می گیرد و می خواهد از تجربه دیگران در درون سازمان که کار مشابهی را انجام داده اند، استفاده کند. در این مکانیزم، اغلب مدیران سطح عالی سازمان مشارکت دارند و نوع دانش مورد نیاز برای انجام کار را تعیین می کنند. نوع دانشی که منتقل می شود می تواند هم آشکار و هم پنهان باشد [۱۰].

۱-۵- فرایند تسهیم دانش

از نگرش مفهومی، تسهیم دانش، فرایندی است که به توسعه یک روح جمعی کمک می کند که در آن، افراد در راستای تحقق اهداف مشترک به هم یکدیگر وابسته اند [۱۱]. مک درمت (۱۹۹۹) تسهیم دانش را به این صورت تشریح می نماید که وقتی می گوئیم فردی دانش خود را تسهیم می کند، به این معناست که فرد، فرد دیگری را با استفاده از دانش، بینش و افکار خود راهنمایی می کند تا او را کمک کند که موقعیت خود را بهتر ببیند. در حقیقت، تسهیم دانش عبارت از تعاملات میان فردی گسترده ای است که موجب می شود دانش و تجربه به طور موثر و شایسته ای، توزیع و جذب شوند [۱۲]. امروزه انتقال دانش برای موفقیت سازمان ها امری حیاتی است. انتقال سرمایه فکری در سازمان هایی که فرایندهای انتقال دانش را درک کرده اند، بسیار آسان تر انجام می گیرد. داونپورت و پروساک^۹ (۲۰۰۰) معتقدند: انتقال و فراگیری دانش زمانی قابل تعریف خواهد بود که توسط فرستنده ارسال شود و توسط گیرنده فرا گرفته شود. تسهیم دانش یکی از مراحل مدیریت دانش بوده و در عین حال،

مهم ترین بخش آن محسوب می شود [۱۳]. آنچه که در تسهیم و یا انتشار دانش باید به آن توجه شود این است که چگونه اطلاعات صحیح در زمان مناسب در اختیار اشخاص مناسب قرار گیرد. مطالعات لارسون و الین^{۱۰} نشان داده است که عوامل متعددی بر تسهیم دانش در درون سازمان ها نقش دارند. این عوامل تعیین کننده ی مدل هایی خواهند بود که جهت تسهیم دانش در سازمان ها به کار گرفته می شود [۱۰]. زولانسکی^{۱۱} (۱۹۹۶) در مدل ارتباطی خود، انتقال دانش را فرآیندی می داند که در بردارنده مراحل ترتیبی است. در این مدل، تمرکز بر روی مراحل انتقال دانش، بین فرستنده و گیرنده ی آن است. انتقال دانش چهار مرحله دارد:

■ انتقال توسط فرستنده، پیاده سازی، دریافت توسط گیرنده، یکپارچگی

■ پیاده سازی: دانش توسط "فرستنده" جریان می یابد.

■ دریافت توسط گیرنده: شروع مرحله ای است که در آن، "گیرنده" از دانش انتقال یافته بهره مند می گردد.

■ یکپارچگی: "گیرنده"، دانش دریافت شده را در کارهای روزمره به کار می گیرد.

دیکسون معتقد است که انتخاب یک فرآیند تسهیم دانش مناسب در یک سازمان به عواملی مانند؛ نوع دانش (صریح و ضمنی)، روش معمول و فراوانی تسهیم دانش و گیرنده ی دانش (فرد، گروه و یا کل سازمان) بستگی دارد [۹]. وی پنج مکانیزم برای انتقال دانش پیشنهاد می دهد که عبارتند از: انتقال ترتیبی، آشکار، پنهان، استراتژیک و کارشناسی.

- انتقال ترتیبی زمانی رخ می دهد که گروه مشابهی از کارکنان دانشی، کار مشابهی را

یک بار دیگر با به کارگیری دانش خودشان انجام می دهند. ماهیت کار، تکراری و غیر یکنواخت است.

- انتقال آشکار زمانی رخ می دهد که گروهی از کارکنان دانشی، همان کاری را انجام می دهند که گروهی قبلاً با به کارگیری دانش گروهی دیگر، انجام داده است.

- انتقال پنهان زمانی اتفاق می افتد که گروهی از کارکنان دانشی، کار مشابهی را با به کارگیری دانش گروه دیگر، در بافتی دیگر انجام دهد.

- انتقال استراتژیک زمانی رخ می دهد که یک گروه، مسئولیت کاری که به ندرت اتفاق می افتد یا یک پروژه استثنایی را به عهده می گیرد و می خواهد از تجربه دیگران در درون سازمان که کار مشابهی را انجام داده اند، استفاده کند.

- انتقال کارشناسی زمانی رخ می دهد که دانش عمومی و آشکار از یک منبع کارشناسی درون و یا بیرون سازمان به منظور توانمند کردن گروه برای حل مسائل جدید با روش ها و دانش جدید منتقل شود.

اسویبای^{۱۲} معتقد است انتقال دانش در سطوح مختلف یک سازمان اتفاق می افتد. بنابراین، یک فرآیند مهم مدیریت دانش در محیط های سازمانی، انتقال دانش به مکان های مورد نیاز برای به کارگیری است. لدهی در مدل مبتنی بر فرهنگ خود، مروری بین دانش و مخازن آن در نظر می گیرد. در این مدل تاکید شده است که دانش نمی تواند موجودیتی جدا از شناخت انسان داشته باشد. به عبارت دیگر، دانش به معنای واقعی نمی تواند خارج از مغز انسان باشد. در مدل لدهی چهار عامل به جریان دانش در سازمان ها کمک می کند



که عبارتند از: رفتار فردی، رفتار گروهی، کانال‌های ارتباطی و فرهنگ/قوانین سازمانی. مدل تسهیم دانش واسکو و فرج (۲۰۰۵)، یکی از مدل‌های مطرح در زمینه تسهیم دانش در سازمان به‌شمار می‌رود. مدل اولیه‌ی این دو صاحب‌نظر از ۴ بُعد انگیزه‌های فردی (لذت کمک به دیگران، اعتبار)، سرمایه ساختاری (رسمیت)، سرمایه شناختی (تخصص و خبرگی در حوزه) و سرمایه ارتباطی (تعهد و تعامل) تشکیل شده است.

لی و همکارانش در سال ۲۰۰۶ مدلی را که محرک تسهیم دانش بین مشتریان در تالارهای گفتگوی اینترنتی است، شناسایی کردند تا درک بهتری از علت تسهیم دانش مشتریان در این تالارها به دست آورند. زاویا محمد یوسف و بخاری اسماعیل^{۱۳} (۲۰۰۷) مدل خود را بر پایه مدل الیکوسکی^{۱۴} در سه بخش معرفی نمودند. در این مدل تعامل متقابل بین مردم، تکنولوژی

و سازمان مورد بررسی قرار گرفته است. این سه بخش عبارتند از بعد فردی، بعد سازمانی و بعد تکنولوژی.

سیسمن^{۱۵} و همکارانش در سال ۲۰۰۸ مدلی برای رفتار تسهیم دانش بین کارمندان ارائه دادند که تسهیم دانش بین کارمندان، تابعی از "انگیزه، فرصت، توانایی" آن‌ها برای انجام کار است. مطالعه امین^{۱۶} و همکاران (۲۰۱۰) در سه موسسه آموزشی متعلق به شرکت گاز و نفت مالزی انجام گرفت. در این مطالعه، چارچوبی برای انگیزه‌های درونی و بیرونی تسهیم دانش ارائه شده است. انگیزه‌های درونی "رفتار شهروندی سازمانی" و انگیزه‌های بیرونی "پاداش‌های خارجی" در نظریه کنش عقلانی^{۱۷} ادغام شده است.

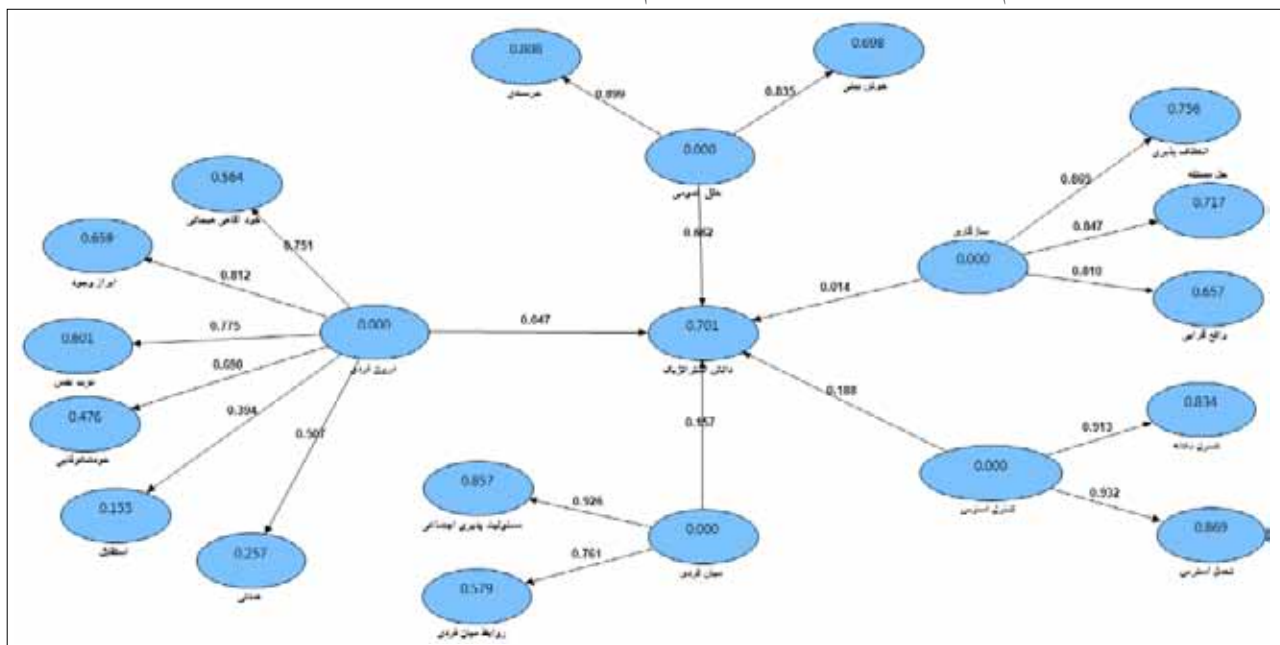
۲- توسعه‌ی فرضیه‌ها و الگوی مفهومی

در این تحقیق، تأثیر مولفه‌های هوش هیجانی بر بُعد تسهیم دانش استراتژیک،

بررسی می‌گردد و هدف اصلی، سنجش و بررسی همبستگی موجود بین این دو متغیر است. به دلیل دقیق‌تر بودن هنجاریابی، تست اجرا در جامعه‌های بزرگ‌تر، از مدل مرکب بار-آن (۲۰۰۰) و به دلیل جامع بودن بررسی ابعاد اصلی تسهیم دانش و بررسی عوامل رفتاری موثر بر تسهیم دانش، از مدل پذیرفته شده‌ی دیکسون (۲۰۰۰) استفاده شده است.

مدل تحقیق همان‌گونه که ارائه شده، متشکل از ۵ بُعد مرتبط به هوش هیجانی است: بُعد درون‌فردی، میان‌فردی، کنترل فشار روانی، سازگاری و خلق عمومی.

برای بررسی مدل پیشنهادی، با توجه به اینکه ایران جزء کشورهای نفت‌خیز خاورمیانه است و از آنجایی که در تمام سازمان‌های دولتی، دانش استراتژیک و تسهیم آن تأثیر آشکاری بر مدیریت موفق و دستیابی به اهداف بلندمدت دارد، مدل فوق در مدیریت اکتشاف که یکی از



شکل ۲ | مدل دانش استراتژیک در حالت تخمین ضرایب استاندارد

ب- مولفه‌های میان فردی

مولفه‌های درون فردی هوش هیجانی عبارتند از: مسئولیت‌پذیری اجتماعی، روابط میان فردی. مسئولیت‌پذیری اجتماعی، یعنی نشان دادن خود به‌عنوان عضوی سازنده، مشارکت‌کننده و همکاری‌کننده در یک گروه اجتماعی. روابط میان فردی، توانایی برقراری ارتباط با دیگران و حفظ این ارتباطات و تأثیرگذاری بر آنها را مشخص می‌کند. بنابراین، فرضیه‌ی H2 مطرح می‌گردد.

H2: بُعد میان فردی هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر مستقیم و معنادار دارد.

ج- مولفه‌ی سازگاری

مولفه‌های سازگاری هوش هیجانی عبارتند از: انعطاف‌پذیری، واقع‌گرایی، حل مسئله. انعطاف‌پذیری، توانایی منطبق ساختن

همدلی هستند. خودآگاهی هیجانی، توانایی تشخیص و درک احساسات است. ابراز وجود به توانایی بیان احساسات، عقاید و افکار خود و دفاع از حقوق خود به شیوه‌ای غیرمخرب گفته می‌شود. عزت‌نفس، به توانایی احترام به خود و پذیرش خود به عنوان شخصی که اساساً خوب است، اشاره دارد. خودشکوفایی، توانایی شناخت توانمندی‌های بالقوه خود است. استقلال، توانایی خود هدایت‌گری و خودکنترلی در تفکر، عمل و عدم وابستگی عاطفی است و همدلی کردن یعنی احساسی را که دیگری به آن دست یافته است، داشته باشیم. در واقع، همدلی یعنی ایجاد احساس مشترک با یکدیگر. بنابراین، فرضیه‌ی H1 مطرح می‌گردد.

H1: بُعد درون فردی هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر مستقیم و معنادار دارد.

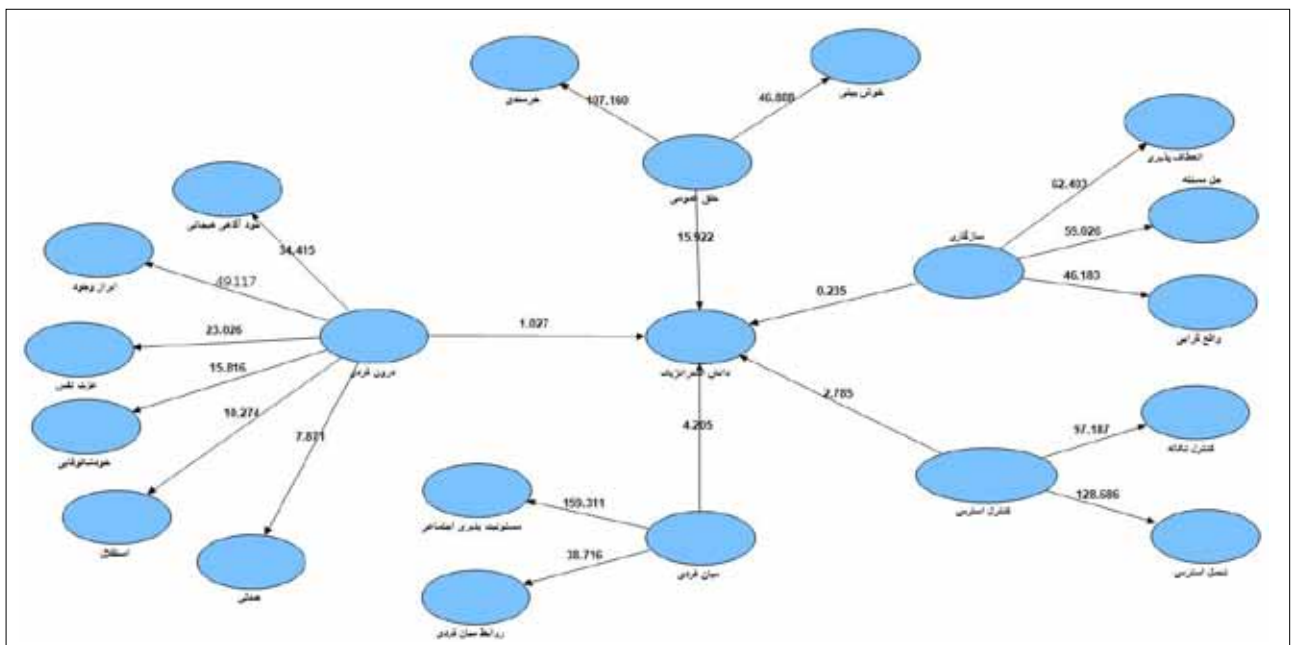
مدیریت‌های اصلی شرکت ملی نفت ایران بوده و وظیفه برنامه‌ریزی، سازماندهی، مدیریت و راهبری فعالیت‌های مربوط به اکتشاف منابع جدید نفت و گاز در خشکی و دریا را بر عهده دارد، مورد بررسی قرار گرفت. شکل-۱، پیکان وابستگی پیشنهاد شده بین ابعاد هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک را نشان می‌دهد.

۱-۲- فرضیه‌های تحقیق

در اینجا براساس مدل هوش هیجانی بار-آن و تسهیم دانش استراتژیک مدل دیکسون (شکل-۱) به بررسی متغیرهای مدل پرداخته خواهد شد:

الف- مولفه‌های درون فردی

مولفه درون فردی شامل شاخص‌های خودآگاهی هیجانی، ابراز وجود، عزت‌نفس، خودشکوفایی، استقلال و



شکل ۳ | مدل دانش استراتژیک در حالت قدر مطلق معناداری (| t-value |)

عواطف، افکار و رفتار با موقعیت‌ها و شرایط دائماً در حال تغییر است. واقع‌گرایی، توانایی ارزیابی انطباق بین آنچه تجربه می‌شود و آنچه عیناً وجود دارد را گویند و حل مسئله، توانایی شناسایی و تعریف مشکلات، همچنین خلق و انجام راه‌حل‌های بالقوه‌ی موثر است. بنابراین، فرضیه‌ی H3 مطرح می‌گردد.

H3: بُعد سازگاری هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر مستقیم و معنادار دارد.

د- مولفه‌های کنترل فشار روانی

مولفه‌های کنترل فشار روانی هوش هیجانی عبارتند از: تحمل فشار روانی، کنترل تکانه. تحمل فشار روانی، توانایی مقاومت در برابر رویدادها و موقعیت‌های فشار زا بدون توقف از طریق سازگاری فعال و مثبت در برابر فشار است و کنترل تکانه، توانایی مقاومت یا به تأخیر انداختن تکانه و یا وسوسه‌ی انجام عملی است. این توانایی شامل پذیرش تکانه‌های پرخاشگرانه، خوددار بودن و کنترل خشم می‌گردد. بنابراین، فرضیه‌ی H4 مطرح می‌گردد.

H4: بُعد کنترل فشار روانی هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر مستقیم و معنادار دارد.

ه- مولفه‌های خلق عمومی

مولفه‌های خلق عمومی هوش هیجانی عبارتند از: خوش‌بینی، خرسندی. خوش‌بینی، نشان‌دهنده‌ی امید به زندگی و رویکردی مثبت به زندگی روزمره است. این عامل، عکس بدبینی است و خرسندی، توانایی لذت بردن از زندگی خود و دیگران

و داشتن رضایت از زندگی است. بنابراین، فرضیه‌ی H5 مطرح می‌گردد.

H5: بُعد خلق عمومی هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر مستقیم و معنادار دارد.

۳- روش شناسی

تحقیق حاضر به بررسی تأثیر مولفه‌های هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک در مدیریت اکتشاف شرکت ملی نفت ایران می‌پردازد. لذا، بر حسب هدف، یک تحقیق کاربردی است. روش انتخابی و به کار گرفته شده در این تحقیق، روش توصیفی-پیمایشی بوده و جامعه آماری تحقیق را مدیران، کارشناسان و کارمندان سازمان فوق، تشکیل می‌دهند. برای جمع‌آوری داده‌های ثانویه، از مطالعات کتابخانه‌ای استفاده گردید؛ بدین گونه که اطلاعات موردنیاز از طریق کتاب‌ها، مجلات، مقالات و پایان‌نامه‌های معتبر و همچنین، فضای مجازی اینترنت جمع‌آوری گردید. اطلاعات و داده‌های آماری موردنیاز جهت آزمون فرضیه‌ها از تحلیل پرسش‌نامه‌های توزیع شده به دست آمد و از داده‌های ثانویه جهت استخراج مدل مفهومی تحقیق استفاده شد.

در این تحقیق یک نمونه ۲۴۸ تایی با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب گردید که جهت تعیین حجم نمونه، فرمول مورگان به کار گرفته شد. از نمونه انتخابی، ۱۶۳ پرسش‌نامه برگشت داده شد. روایی پرسش‌نامه بر اساس نظر خبرگان مورد سنجش قرار گرفت و همچنین، آلفای کرونباخ جهت سنجش پایایی محاسبه شد. بر این اساس، برای بُعد درون‌فردی، میان‌فردی، سازگاری، کنترل فشار روانی،

خلق عمومی و دانش استراتژیک به ترتیب مقادیر ۹۰، ۸۸، ۹۱، ۹۲، ۹۳ و ۸۵ درصد به دست آمد. این اعداد نشان‌دهنده آن است که پرسش‌نامه‌ی مورد استفاده، از قابلیت اعتماد و یا به عبارت دیگر، از پایایی لازم برخوردار می‌باشد. در این تحقیق، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار آماری Smart PLS استفاده شده است که در دو مرحله انجام می‌شود؛ یکی، مرحله الگوی اندازه‌گیری که در آن، به بررسی مسائل مربوط به روایی و پایایی سازه‌ها می‌پردازد و دیگری، مرحله الگوی ساختاری که روابط علی بین سازه‌ها و قدرت تبیین آن‌ها را بررسی می‌کند. مدل‌سازی علی یا مدل معادلات ساختاری یکی از اصلی‌ترین روش‌های تجزیه و تحلیل ساختارهای داده پیچیده است. در این تحقیق، مدل موفقیت سیستم‌های اطلاعاتی برای کشف اینکه چگونه ۵ بُعد هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر می‌گذارد، مورد استفاده قرار می‌گیرد. قلمرو زمانی این پژوهش نیمه‌ی اول سال ۱۳۹۴ است. قلمرو مکانی این تحقیق نیز مدیریت اکتشاف شرکت ملی نفت ایران می‌باشد.

ضریب آلفای کرونباخ، برای سنجش میزان تک‌بعدی بودن نگرش‌ها به کار می‌رود. همگرا و روایی و اگر از ابزارهای اندازه‌گیری پژوهش می‌باشد. جهت سنجش اعتبار همگرایی، پایایی هر یک از گویه‌ها و متوسط واریانس استخراج شده (AVE) اندازه‌گیری گردیده است. در ارتباط با پایایی گویه‌ها، بار عاملی ۰/۶ و بزرگ‌تر هر گویه نشان‌دهنده ساختار خوب تعریف شده است. همچنین، بارهای عاملی باید حداقل در سطح ۰/۰۵ معنادار باشند (گارسن، اشتراوب،

۲۰۰۵). در جدول-۱ شاخص‌های روایی و پایایی نشان داده شده است.

جدول-۲ به بررسی ضرایب همبستگی و روایی مُنفک می‌پردازد. اعداد روی قطر اصلی این ماتریس، ریشه دوم میانگین واریانس تبیین شده (AVE) را نشان می‌دهد. لازمه‌ی تأیید روایی مُنفک، بیش‌تر بودن مقدار ریشه دوم میانگین واریانس تبیین شده از تمامی ضرایب همبستگی متغیر مربوطه با سایر متغیرهاست. به عنوان مثال، ریشه دوم میانگین واریانس تبیین شده برای متغیر برون‌فردی ۸۷/۴ درصد شده است که از مقدار همبستگی این متغیر با سایر متغیرها بیش‌تر است. در جدول-۲ مقدار ریشه دوم شاخص میانگین واریانس تبیین شده برای تمامی متغیرها نشان داده شده است. پایین قطر اصلی، ضرایب همبستگی پیرسون نشان داده شده‌اند. ضریب مثبت نشان‌دهنده رابطه‌ی مثبت و مستقیم و ضریب منفی نشان‌دهنده رابطه منفی و معکوس بین دو متغیر است. تمامی ضرایب در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ معنادار می‌باشد.

۴- تحلیل یافته‌ها و داده‌های پژوهش

در ادامه‌ی پژوهش، مولفه‌های اصلی و وابسته تعیین شدند و با توجه به مدل پیشنهاد شده به کمک نرم‌افزار Smart PLS مورد تحلیل قرار گرفتند. اعداد روی خطوط ارتباطی بین گویه‌ها و متغیرها نشان‌دهنده‌ی بارهای عاملی و اعداد روی خطوط ارتباطی بین متغیرهای اصلی و فرعی نشان‌دهنده‌ی ضرایب مسیر است.

شکل-۲ مدل عوامل موثر بر دانش استراتژیک را در حالت تخمین ضرایب استاندارد نشان می‌دهد. در این مدل،

متغیرهای درون‌فردی، میان‌فردی، کنترل استرس، سازگاری و خلق عمومی، "برون‌زا" بوده و تسهیم دانش استراتژیک (وابسته) "درون‌زا" می‌باشد. بر طبق این مدل، هر متغیری که ضریب بتای بزرگ‌تری داشته باشد، اثر بیش‌تری را بر تسهیم دانش استراتژیک خواهد گذاشت. بنابراین، می‌توان گفت بیش‌ترین اثر را بُعد خلق عمومی و کمترین اثر را بُعد سازگاری بر تسهیم دانش استراتژیک داشته است.

شکل-۳ مدل عوامل موثر بر دانش استراتژیک را در حالت قدر مطلق

معناداری (|t-value|) نشان می‌دهد. بر طبق این مدل، هر یک از متغیرهای درون‌فردی، میان‌فردی، کنترل استرس، سازگاری و خلق عمومی در سطح اطمینان ۹۵ درصد بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر معنادار دارند اگر و فقط اگر مقدار آماره‌ی t بزرگ‌تر از ۱/۹۶+ قرار گیرد. نتایج نشان می‌دهد که سه متغیر خلق عمومی، کنترل استرس و میان‌فردی در سطح اطمینان ۹۵ درصد بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر معنادار داشته‌اند ولی متغیرهای درون‌فردی و سازگاری در سطح اطمینان ۹۵ درصد

متغیرهای پنهان	(۱)	(۲)	(۳)	(۴)	(۵)	(۶)
(۱) برون فردی	0.874					
(۲) میان فردی	0.564	0.863				
(۳) سازگاری	0.655	0.509	0.921			
(۴) کنترل استرس	0.562	0.362	0.812	0.869		
(۵) خلق عمومی	0.341	0.229	0.394	0.325	0.856	
(۶) دانش استراتژیک	0.321	0.269	0.344	0.255	0.811	0.281

متغیرهای مستقل	متغیر وابسته	بتا	T	ضریب تعیین	وضعیت فرضیه	جهت تأثیر
(۱) درون فردی	تسهیم دانش استراتژیک	0.047	1.027	0.701	رد	بی‌معنا
(۲) میان فردی		0.157	4.205		تأیید	مستقیم
(۳) سازگاری		0.014	0.235		رد	بی‌معنا
(۴) کنترل استرس		0.188	2.785		تأیید	مستقیم
(۵) خلق عمومی		0.662	15.922		تأیید	مستقیم

تأثیر معناداری بر تسهیم دانش استراتژیک نداشته‌اند.

H1: بُعد درون‌فردی هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر مستقیم و معنادار دارد.

با توجه به اینکه مقدار آماره تی درون‌بازه معناداری است (بین ۱/۹۶- تا ۱/۹۶+ شده است) با احتمال ۰/۹۵ ادعای محقق مبنی بر اینکه "بُعد درون‌فردی هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر معناداری دارد"، رد می‌گردد.

H2: بُعد میان‌فردی هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر مستقیم و معنادار دارد.

با توجه به اینکه مقدار آماره تی خارج‌بازه معناداری است (بیش‌تر از ۱/۹۶ شده است) ($p < 0/05$)، با احتمال ۰/۹۵ ادعای محقق مبنی بر اینکه "بُعد میان‌فردی هوش هیجانی الکترونیکی بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر معناداری دارد"، تأیید می‌گردد. با توجه به وجود ضریب بتای مثبت می‌توان گفت که بُعد میان‌فردی هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر مستقیم و مثبت دارد.

H3: بُعد سازگاری هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر مستقیم و معنادار دارد.

با توجه به اینکه مقدار آماره تی درون‌بازه معناداری است (بین ۱/۹۶- تا ۱/۹۶+ شده است) با احتمال ۰/۹۵ ادعای محقق مبنی بر اینکه "بُعد سازگاری هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر معناداری دارد"، رد می‌گردد.

H4: بُعد کنترل استرس هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر مستقیم و معنادار دارد.

با توجه به اینکه مقدار آماره تی خارج‌بازه

معناداری است (بیشتر از ۱/۹۶ شده است) ($p < 0/05$)، با احتمال ۰/۹۵ ادعای محقق مبنی بر اینکه "بُعد کنترل استرس هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر معناداری دارد"، تأیید می‌گردد. با توجه به وجود ضریب بتای مثبت می‌توان گفت بُعد کنترل استرس هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر مستقیم و مثبت دارد.

H5: بُعد خلق عمومی هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر مستقیم و معنادار دارد.

با توجه به اینکه مقدار آماره تی خارج‌بازه معناداری است (بیشتر از ۱/۹۶ شده است) ($p < 0/05$)، با احتمال ۰/۹۵ ادعای محقق مبنی بر اینکه "بُعد خلق عمومی هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر معناداری دارد"، تأیید می‌گردد. با توجه به وجود ضریب بتای مثبت می‌توان گفت بُعد خلق عمومی هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک تأثیر مستقیم و مثبت دارد.

نتیجه‌گیری

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد ضریب تعیین برای تسهیم دانش استراتژیک برابر ۰/۷۰۱ است. بنابراین، متغیرهای درون‌فردی، میان‌فردی، سازگاری، خلق عمومی و کنترل استرس روی هم‌رفته توانسته‌اند که ۷۰/۱ درصد از تغییرات تسهیم دانش استراتژیک را توضیح دهند. با توجه به مقدار ضریب بتا می‌توان گفت سهم بُعد خلق عمومی هوش هیجانی بیش‌تر از متغیرهای دیگر (بالاترین بتا را دارد) و سهم درون‌فردی کمتر از دیگر متغیرهاست (پایین‌ترین بتا را دارد). در نتیجه، می‌توان گفت چنانچه بخواهیم با به‌کارگیری توانایی‌های هوش هیجانی، باعث افزایش تسهیم دانش استراتژیک در

سازمان شویم، باید مولفه‌های تأثیرگذار هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک، از طریق آموزش‌های ضمن خدمت به کارکنان آموزش داده شود. آگاهی دادن بیش‌تر مدیران درباره‌ی ابعاد هوش هیجانی و تأثیرات آن جهت ایجاد محیطی که باعث بهبود عملکرد شود، ضروری است. بنابر نتایج فوق و با توجه به اینکه رابطه‌ی معنادار و مستقیمی بین مولفه میان‌فردی، کنترل استرس و خلق عمومی دیده شد، برای پیشبرد هر یک توجه به نکات زیر ضروری است:

- ارتباط مولفه‌ی میان‌فردی با تسهیم دانش استراتژیک: ایجاد ارتباطات بین اعضای هر بخش، کاهش تأثیر ترک افراد سازمانی در جریان ارتباطات، شناسایی خبرگان در حوزه برقراری ارتباطات میان‌فردی و برگزاری جلسه‌های پرسش و پاسخ.

- ارتباط مولفه‌ی کنترل استرس بر تسهیم دانش استراتژیک: یادگیری از اشتباهات و موفقیت‌ها و مستند کردن آن‌ها، داشتن چشم‌انداز بلندمدت و برنامه‌ی مکتوب، تعیین برنامه‌ی جایگزین، یکپارچه‌سازی، آموزش مهارت‌های کنترل فشار روانی.

- ارتباط مولفه‌ی خلق عمومی بر تسهیم دانش استراتژیک: ایجاد مهارت‌ها و تمرین آن‌ها، تعیین پاداش‌های مادی و معنوی برای افرادی که از پتانسیل بالایی در این زمینه برخوردارند، ایجاد محیطی با حداقل ریسک و رقابت‌های مخرب در نتیجه توجه به مباحث رفتار سازمانی در سازمان.

در نهایت، پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی تأثیر سایر مدل‌های هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک و همچنین عوامل و موانع موثر بر متغیرهای مذکور در سازمان مورد بررسی قرار گیرد. ■

پانویس‌ها

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1. Salovey & Mayer | 10. Larson & Elin |
| 2. Self Awareness | 11. Szolanski |
| 3. Managing Oneself | 12. Sveiby |
| 4. Motivating Oneself | 13. Zawiyah Mohammad Yusef and Mohd ¹⁴ Bakhari Ismail |
| 5. Handeling Relationship | 15. Olikowski |
| 6. Empathy | 16. Enno Siemsen |
| 7. Self-Emotional Appraisal | 17. Amin |
| 8. Bar-On | 18. Theory of Reasoned Action(TRA) |
| 9. Davenport | 19. Discriminant Validity |

منابع

- [۱] گلמן، دانیل (۱۳۸۳)، هوش هیجانی، پارسا، نسرین، تهران، رشد
- [۲] گلמן، دانیل (۱۳۸۴)، هوش هیجانی در کار، ابراهیمی، بهمن، تهران، بهین دانش
- [۳] نجاتی حاتمیان، لایلا (۱۳۸۶)، بررسی رابطه بین هوش هیجانی و اثربخشی مدیران مدارس متوسطه سطح تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید بهشتی
- [۴] شقاقی، زهرا (۱۳۸۹)، بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر تسهیم دانش در شرکت پارس و شل، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه شهید بهشتی
- [۵] شقاقی، زهرا (۱۳۸۹)، بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر تسهیم دانش در شرکت پارس و شل، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه شهید بهشتی
- [۶] لادن، فسی، و همکاران (۱۳۸۷)، رابطه تیپ‌های روان‌شناختی و هوش هیجانی-اجتماعی: نکاتی کاربردی درباره ارتقای هوش هیجانی، دوره ۲، شماره ۴، فصلنامه روانشناسی کاربرد
- [۷] هادیزاده مقدم، اکرم، و همکاران (۱۳۹۲)، بررسی رابطه بین تسهیم دانش و نوآوری در سازمان‌های خدمات مالی: بانک رفاه کارگران، دوره ۱۷، شماره ۱، پژوهش‌های مدیریت در ایران
- [۸] جمالی نظری، آرزو (۱۳۸۶)، بررسی میان‌سبک مرجع رهبری و هوش هیجانی مدیران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه شهید بهشتی
- [۹] حکیمی‌تهرانی، دل‌آرام (۱۳۸۹)، بررسی رابطه تسهیم دانش و کیفیت خدمات واحدهای سازمانی (مورد کاوری: بانک پارسیان)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه شهید بهشتی
- [۱۰] قرائی‌پور، فرشته (۱۳۹۰)، تأثیر تسهیم دانش بر سیستم مدیریت ارتباط با مشتری با رویکرد کیفیت خدمات، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه شهید بهشتی
- [۱۱] شقاقی، زهرا (۱۳۸۹)، بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر تسهیم
- دانش در شرکت پارس و شل، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه شهید بهشتی
- [۱۲] طهرانی، مریم (۱۳۸۶)، تبیین رابطه بین هوش هیجانی و سبک تصمیم‌گیری مدیران شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی
- [۱۳] نجاتی حاتمیان، لایلا (۱۳۸۶)، بررسی رابطه بین هوش هیجانی و اثربخشی مدیران مدارس متوسطه سطح تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید بهشتی
- [۱۴] ونیدی آر. بوکوویتز، روث ال. ویلیامز (۱۳۹۱)، مدیریت دانش کاربردی، کشاورزی، علی حسین، رضایین، علی، تهران، سمت
- [15] M.H. Huysman, D.H. de Wit (2010), Knowledge Sharing in Practice (Information Science and Knowledge Management), Springer, 9048160057
- [16] Daniel Goleman (2005), Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ, Bantam Books, 055338371X
- [17] Bar-On, R., & Parker, J.D.A. (2000). Handbook of emotional intelligence: Theory, development, assessment and application at home, school and in the workplace. San Francisco: Jossey-Bass.
- [18] Galti Meiser (2014), Exploring emotional intelligence, political skill, and job satisfaction, Emerald
- [19] Alan Frost M.Sc. (2014), A Synthesis of Knowledge Management Failure Factors, KMT