

بررسی تأثیر هوش هیجانی مدیران بر موفقیت تحول سازمانی با نقش میانجی منابع سازمانی (مطالعه موردی شرکت گاز استان فارس)

علیرضا پرنیان^۱، داریوش کیان فرد^۲

^۱ هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی

^۲ کارشناسی ارشد مدیریت دولتی-تحول دانشگاه آزاد اسلامی احد لارستان

چکیده

این مقاله با هدف بررسی تأثیر هوش هیجانی مدیران بر موفقیت تحول سازمانی با نقش میانجی منابع سازمانی در شرکت گاز استان فارس انجام شده است. تحقیق حاضر از نظر هدف یک تحقیق کاربردی محسوب می‌شود. بر اساس ماهیت و روش نیز یک تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی است که از لحاظ زمانی به شکل مقطعی انجام می‌شود. جامعه آماری این تحقیق کلیه کارکنان شرکت گاز استان فارس به تعداد ۵۱۰ نفر می‌باشند که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۲۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده اند. در این تحقیق از سه پرسشنامه استاندارد شامل پرسشنامه ۱۴ سوالی تحول سازمانی گاتر (۲۰۰۳)، پرسشنامه ۱۳ سوالی هوش هیجانی گلمن (۲۰۰۶) و پرسشنامه ۶ سوالی منابع سازمانی کو و همکاران، (۲۰۱۶) برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. این پرسشنامه‌ها بر مبنای طیف لیکرت پنج درجه تدوین شده اند. در این پژوهش برای بررسی روایی پرسشنامه از روش روایی محتوایی استفاده شده است. برای ارزیابی پایایی پرسشنامه نیز ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات تحقیق از آمار استنباطی و مدلسازی معادلات ساختاری (SEM) استفاده می‌شود. همچنین تجزیه و تحلیل داده‌های بدست آمده با استفاده از نرم افزارهای آماری SPSS و LISREL صورت گرفته است. نتایج حاصل از این تحلیل نشان داد که هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر مدیریت منابع مشهود و نامشهود سازمانی دارد. مدیریت منابع مشهود و نامشهود سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تحول سازمانی دارد. هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تحول سازمانی دارد.

کلمات کلیدی: هوش هیجانی، مدیریت منابع مشهود و نامشهود سازمانی، تحول سازمانی

مقدمه

مدیریت تحول یکی از مسئولیت‌های مهم هر مدیری است. عبارت دیگر رویکرد سیستماتیک استفاده از افراد درون‌سازمانی برای به حداقل رساندن مقاومت و اثرگذاری بر تغییر سازمانی است. تغییر از مدیر سازمان شروع می‌شود. به همین دلیل مهم است که هر تلاشی برای تحول و تغییر را با مدیریت شروع می‌شود. مدیران برخلاف کارمندان به خوبی درباره رفتارهای مطلوب آگاه هستند و می‌دانند که چگونه تغییر در رفتار، اثرات مثبتی بر روی سازمان می‌گذارد (رعنائی و همکاران، ۱۳۹۸).

مدیران سازمان نقشی اصلی را در تعیین جهت‌گیری فعالیت‌های سازمانی ایفا می‌کنند؛ از این روی در چند دهه اخیر ویژگی‌های مدیران بعنوان یک عامل تعیین‌کننده برای موفقیت سازمان مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. در عین حال مشخص شده است که اتکاء صرف به برنامه‌های آموزش مدیران نمی‌تواند ضامن موفقیت سازمان باشد، بلکه آن چه بیش از هر عامل دیگری در اثربخشی مدیریت سازمان تأثیر دارد ویژگی‌های ذهنی مدیران از جمله سطح هوش هیجانی آنها است. ضرورت هوش هیجانی در موفقیت مدیران تا حدی است که برخی از پژوهشگران، هوش هیجانی را یکی از مهمترین شایستگی‌های ذاتی مدیران در نظر می‌گیرند (همراهی و زارعی، ۱۳۹۴).

مبانی نظری

مفهوم هوش هیجانی

هوش هیجانی به معنی توانایی درک هیجان‌ها و عواطف به منظور دست‌یابی به ایجاد هیجان‌هایی است که ضمن کمک به تفکر بهتر بتواند منجر به شناخت هیجان‌ها و عواطف گردد. پژوهشگران بسیاری از علوم مختلف به بحث در مورد ماهیت انسان پرداخته اند تا بدانند چرا افراد در بعضی مواقع به اعمالی دست می‌زنند که هیچ توجیه منطقی ندارد. در این رابطه پژوهش‌هایی که در زمینه مغز و رفتار انجام شده است، نشان می‌دهد عوامل دیگری دست اندرکارند که موجب می‌شوند، افرادی که دارای بهره هوشی بالا هستند در زندگی موفقیت‌های زیادی به دست نیاورند، اما کسانی که هوش متوسطی دارند در مسیر موفقیت قرار گیرند. این عوامل جنبه دیگری از هوشمندی را شامل می‌شود که آن را هوش هیجانی می‌خوانند. هوش هیجانی توانایی تشخیص معنای هیجان‌ها و روابط آنها و استدلال و حل مسأله است (جیمز^۱ و همکاران، ۲۰۱۱).

مدل‌های هوش هیجانی

با توجه به تعاریف متعدد از هوش هیجانی دو رویکرد عمده در زمینه هوش هیجانی مطرح است:

الف) رویکرد توانایی؛ که هوش هیجانی را به عنوان هوشی که شامل هیجان می‌باشد، در نظر می‌گیرد و تعریف می‌کند. تعاریف اولیه از هوش هیجانی در قالب رویکرد توانایی بیان گردید که آن را نوعی پردازش اطلاعات هیجانی که شامل ارزیابی صحیح هیجان در خود و دیگران و بیان مناسب عواطف و تنظیم سازگارانه عواطف به نحوی که به بهبود زندگی منجر شود تعریف کردند (مایر^۲ و همکاران، ۲۰۰۱).

ب) رویکرد مختلط؛ که هوش هیجانی را با مهارت‌ها و ویژگی‌های دیگر مانند بهزیستی، انگیزش و توانایی برقراری رابطه با دیگران ترکیب می‌کند. در این رویکرد، هوش هیجانی به صورت توانایی‌های شناخت هیجان‌ها، خود، درک احساسات درونی دیگران، مهار هیجان‌ها و اداره و مدیریت روابط با نرمش و مدارا و مجموعه‌ای از توانایی‌های غیرشناختی، توانش‌ها و مهارت‌هایی که بر توانایی رویارویی موفقیت‌آمیز با خواسته‌ها، توانش‌ها، احتیاجات و فشارهای محیطی تأثیر می‌گذارد تعریف می‌شود (سیگلینگ^۳ و همکاران، ۲۰۱۵).

¹ James

² Mayer

³ Siegling

ابعاد هوش هیجانی

نظریه پردازان مدیریت منابع انسانی و مهارت‌های اجتماعی به این نتیجه رسیده‌اند که عنصر ضروری برای موفقیت و کامیابی افراد هوش هیجانی است. به نظر گلن هوش هیجانی نوع دیگری از هوشمندی است که به ما نمی‌گوید در طول دوران تحصیل چه نمره‌ای گرفته‌اید بلکه بیشتر به این نکته می‌پردازد که ما تا چه اندازه می‌توانیم احساسات و ارتباطات خود را کنترل کنیم. محققان اعتقاد دارند افراد در هر جایگاهی که با دیگران در تعامل هستند اگر بخواهند بهره‌وری بهینه و عملکرد بالایی داشته و در سایر همکاری با دیگران به اهداف خود برسند لازم است در کنار توانایی فنی و حرفه‌ای به برخی از ویژگی‌های خاص که گلن مجموعه‌ی آن‌ها را هوش هیجانی می‌نامد، مجهز باشند. زیرا همین توانایی‌ها هستند که مواجهه با دیگران و یا موقعیت‌ها شخص را هوشیار، آرام، محترم، مراعات کننده، حمایتگر، گوش‌دهنده، پاسخگو، توضیح‌دهنده و پذیرنده می‌گرداند (سونی^۴ و همکاران، ۲۰۱۶).

تحول سازمانی

تحول سازمانی، ایجاد و توسعه راه‌حل‌های خلاقانه و جدید است. فرآیندی که با هدف توانمندسازی کارکنان برای پذیرش تغییر در محیط کسب و کار فعلی آنها انجام می‌شود. این نوع از تحول زمان بر است و می‌بایست برنامه‌ریزی شده باشد و شرط تحقق آن هدایت و حمایت مدیریت ارشد سازمان است. تحول سازمانی نیازمند تصویری مطلوب از آینده است و بر جنبه‌های نرم‌افزاری سازمان و فرهنگ سازمانی (جنبه‌های انسانی و اجتماعی سازمان) تکیه دارد و البته شامل برنامه‌هایی نیز برای جنبه‌های سخت‌افزاری سازمان است. تحول سازمانی نوعی استراتژی بهسازی سازمان است که در اواخر دهه ۱۹۵۰ و اوایل دهه ۱۹۶ مطرح شد. اساس آن بر بینش‌ها و آگاهی‌های حاصله از پویایی‌های گروهی و نظریه و عملی مرتبط با تغییر برنامه ریزی شده، استوار است. حوزه تحول سازمان در راه تکاملی خود به چارچوبی منسجم از نظریه‌ها و کاربردها رسیده است که می‌تواند بسیاری از مسائل مهم انسانی موجود در سازمان را حل و فصل کند. (مصطفی پور، ۱۳۹۵).

تحول در منابع انسانی

تغییر و تحول بطور پیوسته و مستمر در روش زندگی انسانها، سازمانها و... امر بدیهی است و مختص نقطه خاصی از جهان نیست، بطوریکه نمی‌توان هیچ جامعه‌ای را پیدا نمود که نسلی از آن عیناً مانند نسل قبل زندگی کرده باشد. البته مشکلی در این نیست که سرعت این تحولات در جوامع مختلف، واحدهای سازمانی اعم از تولیدی، خدماتی، آموزشی و حتی یک فرد نسبت به فرد دیگر تفاوت داشته باشد هرچند که در برخی موارد شکاف حاصل از این تغییرات بسیار زیاد است. اما استمرار و تداوم تغییر بصورت یک اصل انکارناپذیر همواره پا برجاست. لذا اگر واحدی خود را هماهنگ با دیگر اعضاء جامعه ننماید مجبور به شکست، انحلال، ضعیف شدن و... می‌گردد. گاهی نیز ممکن است تغییر و تحولات ناشی از نارسائیه‌ها، کمبودها، نقایص و اختلافات موجود در داخل سازمان باشد که به طرق گوناگون نظر مقامات بالاتر را به لزوم ایجاد تغییرات جلب می‌نماید. همچنین امکان دارد نتایج حاصل از تحقیقات در خصوص مشکل خاصی حقایق دیگری را آشکار نماید که مسئولان را به لزوم ایجاد تغییر و تحولات سازمانی متوجه سازد. اما خارج از اینکه انگیزه و علت تحولات هر چه باشد ایجاد تغییر و تحول در سازمانها هر از چندگاهی و متناسب با موضوعاتی که باعث این امر می‌گردند اجتناب ناپذیر است (ممی زاده، ۱۳۹۱).

نقش منابع انسانی در تحولات سازمانی

بهبود و تحول سازمانی، چرخه چندبعدی و نویی است که گرداننده آن عوامل انسانی هستند و آنها باید با رفتار خودشان، انرژی، توان و انعطاف لازم را برای تحقق آن نشان دهند. مهمترین عامل تغییر و تحول، بلوغ رفتاری در سطوح فردی و گروهی است. در نگرش سیستمی، بهبود را می‌توان برآیند مثبت تغییراتی دانست که موجب بقاء و دوام سیستم در محیط می‌شود. موضوع تحول و بهبود، جامعیت دارد و به تغییرات در بیش از یک بعد از اجزای اصلی سازمان شامل: (انسان، تکنولوژی و

⁴ Sony

ساختار) گفته می‌شود. از آنجا که سازمان‌ها مخلوق بشرند و نیز برای امتداد بقای آنها، انسان نقش اول را دارد، بنابراین عامل اساسی تغییر در سازمان، انسان است (مصطفی پور، ۱۳۹۵).

مفهوم منابع سازمانی

منابع سازمانی عواملی هستند که ویژگی‌های سازمانی را که بر عملکرد شرکت تأثیر می‌گذارند را شکل می‌دهند (کو و همکاران، ۲۰۱۶). آرمسترانگ^۵ (۲۰۱۴) تشریح کرد که در دنیای کسب و کار امروز تفاوت‌های سود درون صنعتی، از تفاوت‌های سود میان صنعتی فراتر رفته است و بر این اساس چنین استدلال نمود که منابع و سازمان درونی سازمانها بسیار مهمتر از اثرات صنعت هستند و این به معنای تأیید دیدگاه مبتنی بر منابع بوده است. منابع، واحدهای پایهای تجزیه و تحلیل بوده و شامل تمام نهادهای فرایند بازرگانی شامل منابع مالی، فناوری، انسانی و سازمانی می‌باشند که پایه‌ای برای ایجاد صلاحیت نیز فراهم می‌کنند. در واقع قابلیت‌های یک سازمان از یک یا ترکیبی از منابع سازمان به وجود می‌آید و خود پایه‌ای برای ایجاد مزیت رقابتی ارائه می‌کند (آرمسترانگ، ۲۰۱۴).

مطالعات انجام شده

مطالعات داخلی

باران چشمه و مختاری (۱۳۹۹)، تحقیقی با عنوان «بررسی تأثیر توانمندسازی منابع سازمانی بر تحول سازمانی» انجام دادند. نمونه آماری، ۱۸۰ نفر از کارکنان ادارات آموزش و پرورش غرب استان مازندران می‌باشد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه می‌باشد. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها، با استفاده از آمار توصیفی و آمار استنباطی به کمک نرم افزار SPSS انجام شد. یافته‌های تحقیق حاکی از این است که توانمندسازی منابع سازمانی و مولفه‌های آن (احساس معنی داری، احساس شایستگی، احساس خود تعیینی، احساس موثر بودن و احساس اعتماد) بر تحول سازمانی در ادارات آموزش و پرورش غرب استان مازندران تأثیر مثبت و معناداری دارند.

پیرایش و قهرمانی (۱۳۹۷)، تحقیقی با عنوان «بررسی نقش تحول سازمانی در اثر بخشی منابع سازمانی» انجام داده‌اند. جامعه آماری ۷۷۴ نفر از کارکنان دانشگاه زنجان می‌باشند همچنین نمونه آماری براساس فرمول کوکران ۳۱۶ نفر می‌باشد. ابزاریسنجش شامل دو پرسشنامه اثر بخشی مدیریت منابع انسانی و تحول سازمانی می‌باشد. تحلیل داده‌ها به روش رگرسیون انجام شده است. نتایج نشان داد که کارایی و اثربخشی مدیریت منابع سازمانی در تحول سازمانی تأثیر بسزایی دارد.

حسینی و همکاران (۱۳۹۷) تحقیقی با عنوان «بررسی راهبردهای تحول سازمانی برای توانمندسازی منابع سازمانی» انجام دادند. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مدیران میانی و ستادی شاغل در سازمان شهرداری سلوه می‌باشد که تعداد آنها ۲۵۰ نفر بوده است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد بود. داده‌ها به کمک نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان دادند که بین عوامل تعیین شده در تحول سازمانی و توانمندی مدیران و کارکنان ارتباط موثر وجود دارد.

مطالعات خارجی

وارناکولاً^۶ و همکاران (۲۰۱۹) تحقیقی با عنوان «بررسی رابطه بین هوش هیجانی و تحول سازمانی با نقش میانجی تعهد سازمانی» انجام دادند. نمونه آماری پژوهش، ۵۱۷ نفر از کارکنان خطوط هوایی سریلانکا بودند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که چهار بعد هوش هیجانی شامل خود ارزیابی هیجانی، ارزیابی هیجانی دیگران، تنظیم هیجان و استفاده از هیجان تأثیر مثبت و معنی داری بر تحول سازمانی دارد. همچنین مشخص شد که تعهد سازمانی نقش واسطه را در رابطه بین هوش هیجانی و تحول سازمانی ایفا می‌کند.

⁵ Armstrong

⁶ Warnakula

تای^۷ و همکاران (۲۰۱۹)، تحقیقی با عنوان «رابطه بین هوش هیجانی، تحول سازمانی و مقاومت در برابر تغییر» انجام دادند. نمونه آماری تحقیق، ۴۲۰ نفر از کارمندان یک مدرسه چینی در سال ۲۰۱۸ بوده است. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته بدست آمدند. روش تحقیق مدلیابی معادلات ساختاری بود. نتایج این مطالعه نشان داد که هوش هیجانی تأثیر منفی و معنی‌داری بر مقاومت معلمان در برابر تغییر دارد؛ همچنین مشخص شد که هوش هیجانی مدیران تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تحول سازمانی دارد.

اسلام^۸ و همکاران (۲۰۱۸) تحقیقی با عنوان «تأثیر پارامترهای مختلف هوش هیجانی بر تحول سازمانی» انجام دادند. جامعه آماری تحقیق، ۲۶۲ نفر از کارکنان ۸ شرکت بزرگ تولید نرم افزار در ایالت سلانگور مالزی بوده است. جمع آوری داده‌ها با استفاده از پرسشنامه بوده و از روش برآورد بازه اطمینان بوت استرپ^۹ با احتمال ۹۵٪ برای آزمون فرضیات استفاده شد. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که ابعاد مختلف هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تحول سازمانی دارد. بر اساس یافته‌های پژوهش، این محقق بیان کرد که برای بهبود تحول سازمانی باید به مقوله هوش هیجانی مدیران توجه بیشتری مبذول داشته شود.

روش تحقیق

این مطالعه با هدف بررسی تأثیر هوش هیجانی مدیران بر موفقیت تحول سازمانی با نقش میانجی منابع سازمانی انجام شده است، بنابراین از نظر هدف یک تحقیق کاربردی محسوب می‌شود. بر اساس ماهیت و روش نیز یک تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی است که از لحاظ زمانی به شکل مقطعی انجام می‌شود.

ابزار گردآوری داده‌ها و سنجش متغیرها

در هر تحقیقی گردآوری اطلاعات واقعی، با توجه به هدف و مقصود تحقیق دارای اهمیت فراوان است. فرایند گردآوری اطلاعات دربرگیرنده فعالیت‌های متنوعی است که نتیجه آن گردآوری داده‌هایی است که اندازه‌های عددی برخی از مشخصه‌ها و یا شرحی از صفات کیفی افراد یا عناصر مورد بررسی را نمایش می‌دهد. در این پژوهش برای جمع آوری داده‌های اولیه از ابزار پرسشنامه استفاده گردیده است که بر اساس طیف پنج درجه لیکرت تنظیم شده است. پرسشنامه متداول ترین ابزار جمع آوری اطلاعات در پایان‌نامه رشته مدیریت است. پرسشنامه عبارت است از مجموعه‌ای از پرسش‌های هدف دار که با بهره‌گیری از مقیاس‌های گوناگون نظر، دیدگاه و بینش یک فرد پاسخگو را مورد سنجش قرار می‌دهد (جواهری، ۱۳۹۸).

در این تحقیق از سه پرسشنامه برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. پرسشنامه ۱۴ سوالی تحول سازمانی گاتر (۲۰۰۳)، پرسشنامه ۱۳ سوالی هوش هیجانی گلن (۲۰۰۶) و پرسشنامه ۶ سوالی منابع سازمانی کو و همکاران، (۲۰۱۶). بخش اول شامل سوالات جمعیت شناختی جهت شناسایی ویژگی‌های دموگرافیک نمونه است. بخش دوم شامل سوالات تخصصی است. پرسش‌های عمومی خود شامل سه پرسش پیرامون ویژگی‌های فردی پاسخ دهندگان است. این پرسش‌ها عبارتند از: جنسیت، سن، میزان تحصیلات. لازم به ذکر پرسشنامه بر اساس طیف پنج درجه لیکرت تنظیم شده است.

روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها

روش‌های آماری مورد استفاده در این پژوهش را می‌توان به دو دسته روش‌های آماری استنباطی و روش‌های آماری توصیفی تقسیم کرد. برای بررسی و توصیف ویژگی‌های عمومی پاسخ دهندگان از روش‌های آمار توصیفی مانند جداول توزیع فراوانی و میانگین استفاده شده است. روش‌های آماری استنباطی مورد استفاده نیز در زیر به اختصار توضیح داده شده اند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات تحقیق از آمار استنباطی و مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) استفاده می‌شود. همچنین تجزیه و تحلیل داده‌های بدست آمده با استفاده از نرم افزارهای آماری SPSS و LISREL صورت گرفته است.

⁷ Tai

⁸ Aslam

⁹ Bootstrap

اهداف تحقیق**هدف اصلی**

بررسی تأثیر هوش هیجانی مدیران بر موفقیت تحول سازمانی با نقش میانجی منابع سازمانی

اهداف فرعی

۱. بررسی تأثیر هوش هیجانی بر مدیریت منابع مشهود سازمانی
۲. بررسی تأثیر هوش هیجانی بر مدیریت منابع نامشهود سازمانی
۳. بررسی تأثیر مدیریت منابع مشهود سازمانی بر تحول سازمانی
۴. بررسی تأثیر مدیریت منابع نامشهود سازمانی بر تحول سازمانی
۵. بررسی تأثیر هوش هیجانی بر تحول سازمانی

فرضیه های تحقیق**فرضیه اصلی**

هوش هیجانی مدیران بر موفقیت تحول سازمانی با نقش میانجی منابع سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری دارد.

فرضیات فرعی

۱. هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی داری بر مدیریت منابع مشهود سازمانی دارد.
۲. هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی داری بر مدیریت منابع نامشهود سازمانی دارد.
۳. مدیریت منابع مشهود سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری بر تحول سازمانی دارد.
۴. مدیریت منابع نامشهود سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری بر تحول سازمانی دارد.
۵. هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی داری بر تحول سازمانی دارد.

تجزیه و تحلیل داده های پژوهش

تحلیل توصیفی و شاخص های مرکزی (میانگین، کمینه و بیشینه) و پراکندگی (انحراف معیار و دامنه تغییرات) متغیرهای اصلی پژوهش در جدول ارائه شده است.

جدول ۱- تحلیل توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	تعداد	میانگین	کمینه	بیشینه	دامنه تغییرات	انحراف معیار
هوش هیجانی	۲۲۰	۳/۷۹۹	۲/۶۹۲	۴/۸۴۶	۲/۱۵۳	۰/۴۳۵
منابع مشهود سازمانی	۲۲۰	۳/۴۸۹	۱/۳۳۳	۵/۰۰۰	۳/۶۶۶	۰/۷۲۵
منابع نامشهود سازمانی	۲۲۰	۳/۹۴۳	۲/۳۳۳	۵/۰۰۰	۲/۶۶۶	۰/۶۲۶
تحول سازمانی	۲۲۰	۳/۴۲۶	۳/۰۷۱	۴/۹۲۸	۱/۸۵۷	۰/۳۴۲
منابع سازمانی	۲۲۰	۳/۷۱۶	۲/۳۳۳	۵/۰۰۰	۲/۶۶۶	۰/۵۵۱

مشخص است ۲۲۰ داده صحیح پیرامون متغیرهای پژوهش گردآوری شده است. میانگین نمرات متغیرهای بین ۳/۴ تا ۳/۹ بوده است که در این بین منابع نامشهود سازمانی بیشترین و تحول سازمانی کمترین میانگین را دارند. میزان پراکندگی از لحاظ شاخص دامنه تغییرات زیاد نبوده و بین ۲/۱ تا ۳/۶ را دربرگرفته است. از نظر شاخص انحراف معیار نیز منابع مشهود سازمانی دارای بیشترین پراکندگی است.

آزمون نرمال بودن داده‌ها

پیش از انتخاب آزمون آماری و استفاده از آزمون‌های پارامتریک پیش‌فرض‌هایی باید مورد بررسی قرار گیرد. هرگونه آزمونی که با فرض نرمال بودن داده‌ها صورت می‌گیرد باید از نرمال بودن داده‌ها اطمینان حاصل شود. همچنین آزمون تصادفی بودن داده‌ها نیز محاسبه شده است. در این مطالعه از روش‌های زیر برای بررسی نرمال بودن داده‌ها استفاده شده است:

آزمون کولموگروف-اسمیرنف^{۱۰}

بررسی چولگی^{۱۱} و کشیدگی^{۱۲} داده‌ها

آزمون کولموگروف-اسمیرنف در سطح خطای ۵٪ آزمون می‌شود. بنابراین اگر مقدار معناداری بزرگتر یا مساوی ۰/۰۵ بدست آید، در این صورت توزیع داده‌ها نرمال خواهد بود. فرض‌های آماری به صورت زیر تنظیم می‌شود:

$$\begin{cases} H_0: Z \geq 0.05; \text{ توزیع داده‌ها نرمال است} \\ H_1: Z < 0.05; \text{ توزیع داده‌ها نرمال نیست} \end{cases}$$

چولگی معیاری از تقارن یا عدم تقارن تابع توزیع می‌باشد. کشیدگی نشان دهنده ارتفاع یک توزیع است. بطور کلی اگر چولگی و کشیدگی در بازه (۲، -۲) باشد، داده‌ها از توزیع نرمال برخوردارند.

جدول ۲- آزمون نرمال بودن داده‌ها

متغیرهای پژوهش	تعداد	چولگی	کشیدگی	آماره KS	مقدار معناداری
هوش هیجانی	۲۲۰	۰/۱۴۲	-۰/۲۵۶	۰/۸۸۱	۰/۰۵۹
منابع مشهود سازمانی	۲۲۰	۰/۰۰۳	-۰/۵۴۹	۱/۴۹۸	۰/۰۶۵
منابع نامشهود سازمانی	۲۲۰	-۰/۰۴۶	-۰/۶۱۶	۱/۸۶۳	۰/۰۷۰
تحول سازمانی	۲۲۰	-۱/۱۷۲	۱/۲۰۹	۱/۷۷۵	۰/۰۶۸
منابع سازمانی	۲۲۰	۰/۰۲۵	۰/۵۹۶	۱/۳۴۲	۰/۰۶۷

در تمامی موارد مقدار چولگی و کشیدگی در رنج قابل قبول بدست آمده است. همچنین مقدار معناداری آماره KS در تمامی موارد بزرگتر از ۰/۰۵ بدست آمده است. بنابراین توزیع داده‌ها نرمال بوده و می‌توان از آزمون‌های پارامتریک استفاده کرد.

تحلیل عاملی تأییدی

آزمون فرضیه‌های پژوهش نیازمند سنجش متغیرها است. در این مطالعه برای برای سنجش متغیرهای پژوهش، از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. بنابراین نخست باید درستی پرسشنامه مورد استفاده، تأیید شود. برای این منظور از تحلیل

10 Kolmogorov-Smirnov

11 Skewness

12 kurtosis

عاملی تاییدی استفاده شده است. ارزیابی درستی پرسشنامه با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی به روایی سازه موسوم است. تحلیل عاملی تاییدی ارتباط گویه‌ها با سازه‌ها را ارزیابی می‌کند. در تحلیل عاملی و مدل ساختاری سه نکته اساسی باید در نظر گرفته شود:

❖ قدرت رابطه بین عامل (متغیر پنهان) و متغیر قابل مشاهده بوسیله بار عاملی نشان داده می‌شود. بار عاملی مقداری بین صفر و یک است. اگر بار عاملی کمتر از $0/3$ باشد رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف نظر می‌شود. بارعاملی بین $0/3$ تا $0/6$ قابل قبول است و اگر بزرگتر از $0/6$ باشد خیلی مطلوب است.

❖ حداقل بارعاملی قابل قبول در برخی منابع و مراجع $0/2$ نیز ذکر شده است اما معیار اصلی برای قضاوت آماره t می‌باشد. چنانچه آماره آزمون یعنی t -value بزرگتر از مقدار بحرانی $t_{0.05}$ یعنی $1/96$ باشد در اینصورت بارعاملی مشاهده شده معنادار است.

❖ در نهایت باید آزمون برازندگی مدل انجام شود. از شاخص‌های برازندگی^{۱۳} برای تعیین اعتبار مدل‌های طراحی شده استفاده می‌شود. شاخص‌های متعددی برای سنجش برازندگی مدل استفاده می‌شود اما معمولاً استفاده از ۳ تا ۵ شاخص کافی است.

جدول ۳- خلاصه دامنه پذیرش شاخص‌های برازندگی مدل (شوماخر و لومکس^{۱۴}، ۲۰۱۰)

IFI	NNFI	NFI	AGFI	GFI	RMSEA	SRMR	$\frac{\chi^2}{df}$	شاخص برازندگی
0- 1	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9	<0.05	<0.05	1-5	دامنه پذیرش

(حبیبی و عدن‌ور^{۱۵}، ۱۳۹۶)

جدول ۴- توزیع سوالات و گویه‌های سنجش ابعاد و متغیرهای پژوهش

گویه‌ها	ابعاد	سازه
۱۳-۱	هوش هیجانی	هوش هیجانی
۱۶-۱۴	منابع مشهود سازمانی	منابع سازمانی
۱۹-۱۷	منابع نامشهود سازمانی	
۳۳-۲۰	تحول سازمانی	تحول سازمانی

در این تحقیق از ۴ عامل اصلی (متغیر پنهان) و ۳۳ پرسش (متغیر قابل مشاهده) استفاده شده است. هریک از این متغیرها با اندیس Q_{01} تا Q_{33} نمایش داده شده است.

تحلیل عاملی تاییدی تحقیق

در تحلیل عاملی تاییدی هدف اطمینان از یک ساختار عاملی منظم است. وقتی برای عوامل اصلی تحقیق گویه‌ها شناسایی گردید برای اطمینان از ساختار عاملی موجود از تحلیل عاملی تاییدی استفاده می‌شود.

تحلیل عاملی تاییدی خود دو دسته اصلی دارد:

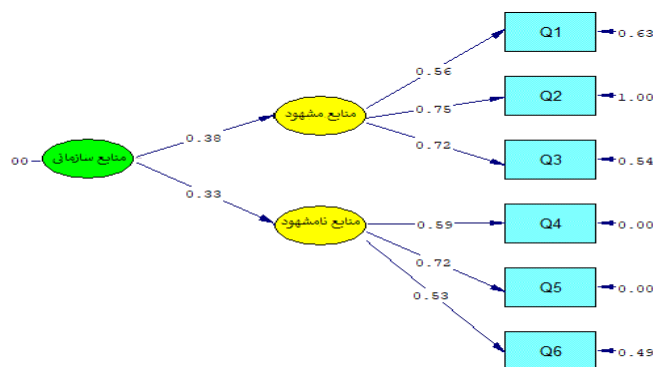
13 Fitting indexes

14 Schumacker, Randall; Richard, Lomax. (2010), A beginner's guide to structural equation modeling. Publisher: Routledge; 3 edition (April 23).

۱۵ حبیبی، آرش؛ عدن‌ور، مریم. (۱۳۹۶) مدل‌یابی معادلات ساختاری، ناشر: انتشارات جهاد دانشگاهی تهران.

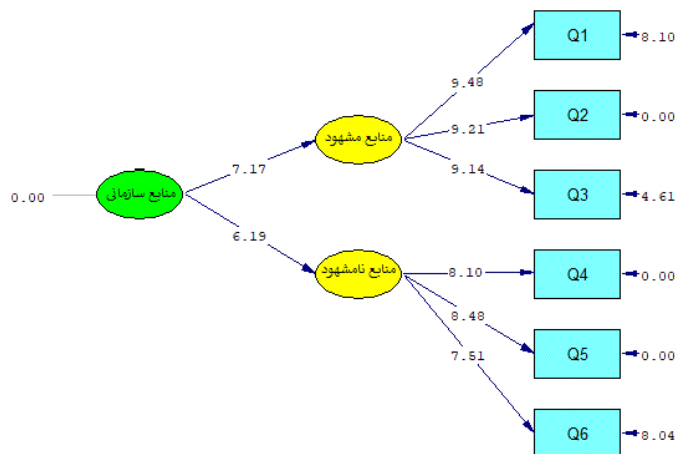
➤ تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول: تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول^{۱۶} رابطه عامل یا عاملها (متغیرهای پنهان) با گویهها (متغیرهای مشاهده‌پذیر) مورد سنجش قرار می‌گیرد. در این روش هیچ‌گونه رابطه‌ای بین متغیرهای پنهان مورد بررسی قرار نمی‌گیرد. این نوع مدل اندازه‌گیری صرفاً برای اطمینان از آن است که متغیرهای پنهان درست اندازه‌گیری شده‌اند. در تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول می‌توان رابطه یک عامل با چند گویه یا چندعامل با چند گویه را مورد بررسی قرار داد.

➤ تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم: تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم^{۱۷} زمانی که یک سازه بزرگ خود از چند متغیر پنهان تشکیل شده باشد، استفاده می‌شود. در تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم علاوه بر بررسی رابطه متغیرهای مشاهده‌پذیر با متغیرهای پنهان، رابطه متغیرهای پنهان با سازه اصلی خود نیز بررسی می‌شود. بنابراین آنچه که بیان گردید در این تحقیق لازم است برای متغیر منابع سازمانی از تحلیل عاملی مرتبه دوم و برای سایر متغیرها از تحلیل عاملی مرتبه اول استفاده گردد.



Chi-Square=1046.59, df=550, P-value=0.00000, RMSEA=0.023

نمودار ۱- تحلیل عاملی تاییدی منابع سازمانی (تخمین استاندارد)

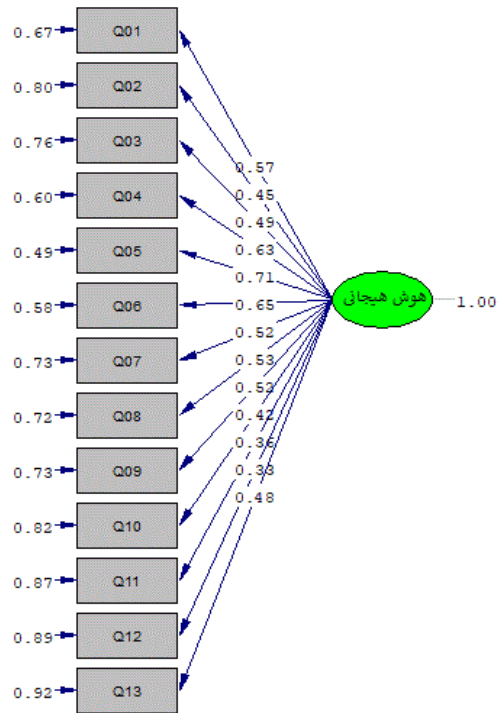


Chi-Square=1046.59, df=550, P-value=0.00000, RMSEA=0.023

نمودار ۲- تحلیل عاملی تاییدی منابع سازمانی (آماره t)

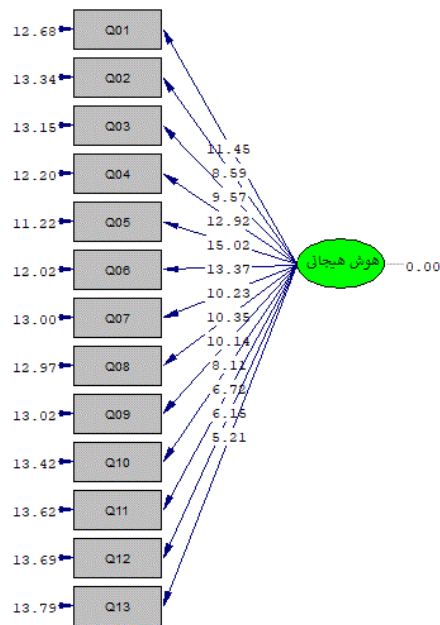
16. First order confirmatory factor analysis

17. Second order confirmatory factor analysis



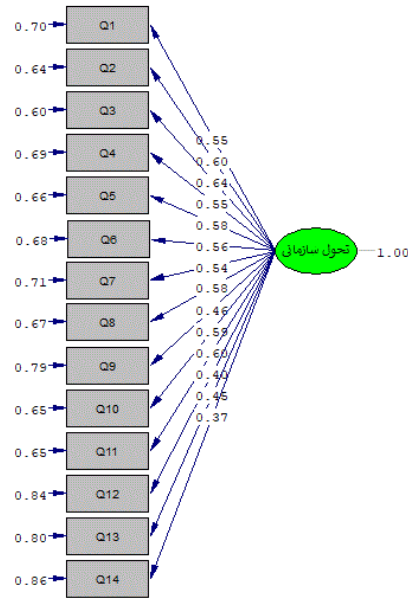
Chi-Square=584.59, df=305, P-value=0.00000, RMSEA=0.043

نمودار ۳- تحلیل عاملی تاییدی هوش هیجانی (تخمین استاندارد)



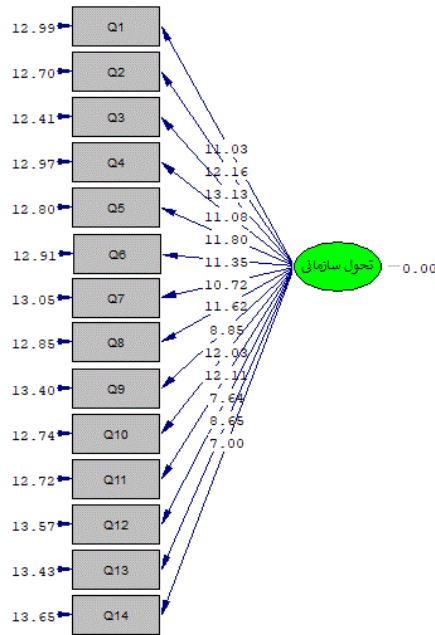
Chi-Square=584.59, df=305, P-value=0.00000, RMSEA=0.043

نمودار ۴- تحلیل عاملی تاییدی هوش هیجانی (آماره t)



Chi-Square=679.80, df=377, P-value=0.00000, RMSEA=0.041

نمودار ۵- تحلیل عاملی تاییدی هوش هیجانی (تخمین استاندارد)



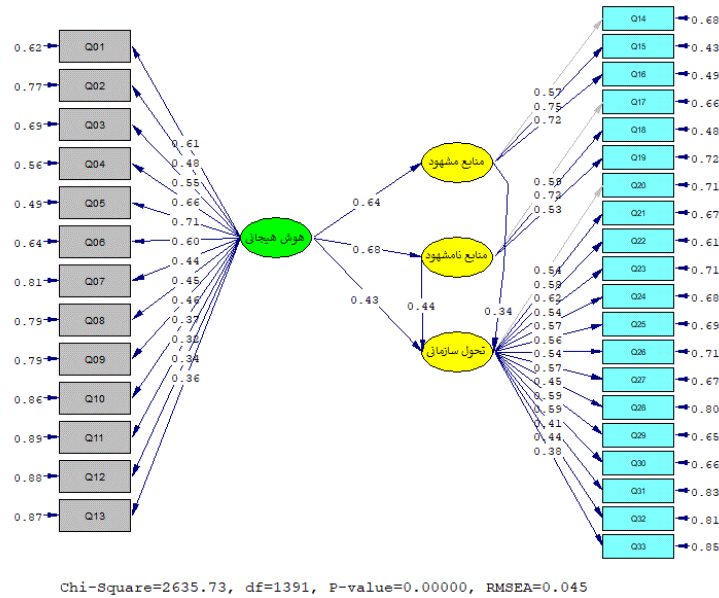
Chi-Square=679.80, df=377, P-value=0.00000, RMSEA=0.041

نمودار ۶- تحلیل عاملی تاییدی تحول سازمانی (آماره t)

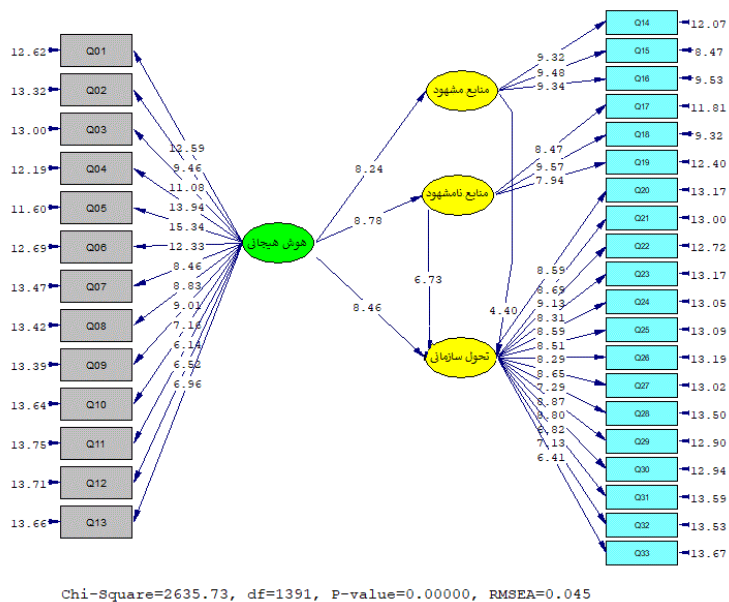
همانگونه که در شکل‌های فوق مشاهده می‌گردد بار عاملی مشاهده در تمامی موارد مقداری بزرگتر از $0/3$ دارد که نشان می‌دهد همبستگی بین متغیرهای پنهان با متغیرهای قابل مشاهده قابل قبول است. مقدار آماره t -value بزرگتر از $1/96$ می‌باشد که نشان می‌دهد همبستگی‌های مشاهده شده معنادار است.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌های پژوهش با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری مورد آزمون قرار گرفته‌اند. نتایج مدل‌یابی معادلات ساختاری با نرم‌افزار LISREL در ارائه شده است.



نمودار ۷- آزمون فرضیه‌های پژوهش (تخمین استاندارد)



نمودار ۸- آزمون فرضیه‌های پژوهش (آماره t-value)

نیکویی برازش

آزمون‌های نیکویی برازش نوعی از کاربردهای آزمون هستند. آماره χ^2 دو، اولین شاخصی است که برای سنجش برازندگی مدل بکار گرفته شده است. آزمون χ^2 دو شباهت یک مدل نظری با مدل واقعی را نشان می‌دهد اما شاخص χ^2 دو به تنهایی برای مدل‌یابی معادلات ساختاری مناسب نیست. برای این روش باید χ^2 دو به‌هم‌نگار شود. یکی از شاخص‌های

عمومی برای به حساب آوردن پارامترهای آزاد در محاسبه شاخص‌های برازش شاخص‌خی-دو بهنجار^{۱۸} است که از تقسیم ساده‌خی-دو بر درجه آزادی مدل محاسبه می‌شود. چنانچه این مقدار کوچکتر از ۲ باشد مطلوب است و اگر از ۵ کوچکتر باشد با اغماض قابل قبول است.

$$x^2/df = \frac{2635.73}{1391} = 1.89$$

در این پژوهش خی-دو بهنجار ۱/۸۹ بدست آمده است که کوچکتر از ۲ می باشد. در بیشتر تحلیل‌های عاملی تائیدی و مدل‌های معادلات ساختاری از شاخص RMSEA استفاده می‌شود. اگر مقدار این شاخص کوچکتر از ۰/۰۵ باشد برازندگی مدل خوب است و اگر بین ۰/۰۵ و ۰/۰۸ باشد برازندگی مدل متوسط است.

$$RMSEA = 0.045; SRMR = 0.029$$

شاخص RMSEA برابر ۰/۰۴۵ و SRMR برابر ۰/۰۲۹ بدست آمده که در بازه مورد قبول است. پس از این شاخص‌های مهم جهت اطمینان بیشتر دو شاخص فرعی دیگر هم بررسی شده و چنانچه آنها هم در بازه مورد قبول باشند نگاه می توان با صراحت عنوان نمود که برازش مدل مطلوب است.

$$GFI = 0.92; NFI = 0.94$$

همانگونه که مشاهده می شود سایر شاخص ها هم در بازه مورد قبول قرار دارند که نشان می‌دهد برازش مدل مطلوب است.

آزمون فرضیه‌های فرعی پژوهش

هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی داری بر مدیریت منابع مشهود سازمانی دارد.

بارعاملی استاندارد تأثیر هوش هیجانی بر مدیریت منابع مشهود سازمانی مقدار ۰/۶۴ بدست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز ۸/۲۴ بدست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی داری بر مدیریت منابع مشهود سازمانی دارد.

هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی داری بر مدیریت منابع نامشهود سازمانی دارد.

بارعاملی استاندارد تأثیر هوش هیجانی بر مدیریت منابع نامشهود سازمانی مقدار ۰/۶۸ بدست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز ۸/۷۸ بدست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی داری بر مدیریت منابع نامشهود سازمانی دارد.

مدیریت منابع مشهود سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری بر تحول سازمانی دارد.

بارعاملی استاندارد تأثیر مدیریت منابع مشهود سازمانی بر تحول سازمانی مقدار ۰/۳۴ بدست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز ۴/۴۰ بدست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد مدیریت منابع مشهود سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری بر تحول سازمانی دارد.

مدیریت منابع نامشهود سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری بر تحول سازمانی دارد.

بارعاملی استاندارد تأثیر منابع نامشهود سازمانی بر تحول سازمانی مقدار ۰/۴۴ بدست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز ۶/۷۳ بدست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد مدیریت منابع نامشهود سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری بر تحول سازمانی دارد.

هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی داری بر تحول سازمانی دارد.

بارعاملی استاندارد تأثیر هوش هیجانی بر تحول سازمانی مقدار ۰/۴۳ بدست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز ۸/۴۶ بدست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می توان ادعا کرد هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی داری بر تحول سازمانی دارد.

بررسی نقش میانجی منابع سازمانی و ازمون فرضیه اصلی پژوهش

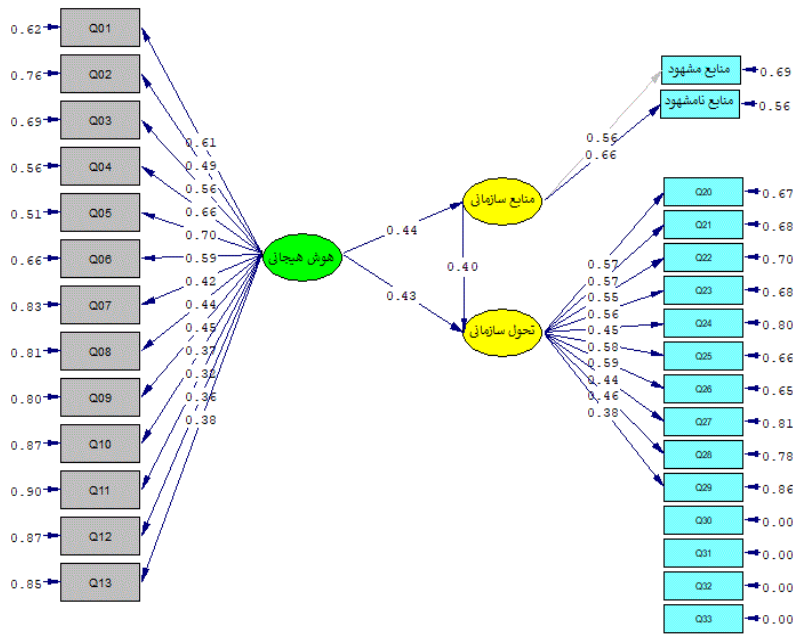
بطور کلی اگر متغیر مستقل با X ، متغیر وابسته با Y و متغیر میانجی با M نشان داده شود، متغیر میانجی M متغیری است که بر جهت و شدت تأثیر متغیر مستقل X بر متغیر وابسته Y به صورت غیرمستقیم تأثیر می گذارد. برای بررسی اثر میانجی باید بین اثر مستقیم و اثر غیرمستقیم تفکیک قائل شویم:

اثر مستقیم: تأثیر متغیر مستقل بر وابسته

اثر غیرمستقیم: تأثیر متغیر مستقل بر وابسته از طریق متغیر میانجی

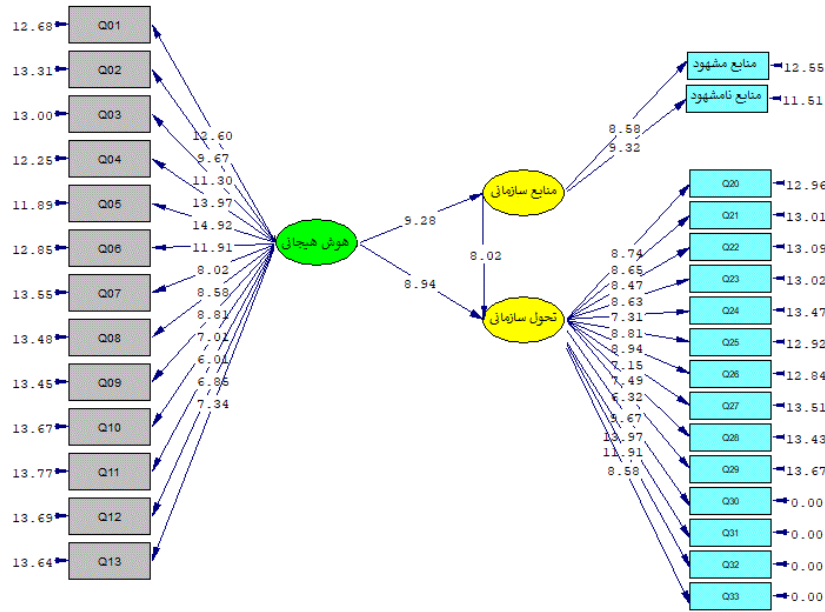
اثر کل: اثر مستقیم + اثر غیرمستقیم

بنابراین روابط موجود بین این متغیرها به شرح شکل‌های زیر می باشد:



Chi-Square=2715.46, df=1403, P-value=0.00000, RMSEA=0.045

نمودار ۹- آزمون فرضیه اصلی پژوهش (تخمین استاندارد)



Chi-Square=2715.46, df=1403, P-value=0.00000, RMSEA=0.045

نمودار ۱۰- آزمون فرضیه اصلی پژوهش (آماره t-value)

جدول ۵- خلاصه نتایج تأثیر مستقیم متغیرهای مدل

متغیرها	ضریب رگرسیونی β	آماره t	تأثیر مستقیم
هوش هیجانی مدیران بر موفقیت تحول سازمانی	۰/۴۳	۸/۹۴	مثبت و معنادار
منابع سازمانی بر تحول سازمانی	۰/۴۰	۸/۰۲	مثبت و معنادار

در نتیجه:

میزان تأثیر هوش هیجانی مدیران بر موفقیت تحول سازمانی با نقش میانجی منابع سازمانی

تأثیر مستقیم هوش هیجانی بر تحول سازمانی: ۰/۴۳

تأثیر غیرمستقیم هوش هیجانی بر تحول سازمانی با نقش میانجی منابع سازمانی = تأثیر هوش هیجانی بر تحول سازمانی ×

$$\text{منابع سازمانی بر تحول سازمانی} = ۰/۴۰ \times ۰/۴۳ = ۰/۱۷۲$$

$$\text{تأثیر کل هوش هیجانی بر تحول سازمانی} = \text{اثر مستقیم} + \text{اثر غیرمستقیم} = ۰/۴۳ + ۰/۱۷۲ = ۰/۶۰۲$$

برای آزمون معناداری اثرات غیر مستقیمی که بواسطه یک متغیر میانجی به وجود می آید از آماره سوبل استفاده می شود.

$$Z = \frac{a \times b}{\sqrt{b^2 s_a^2 + a^2 s_b^2}}$$

a: ضریب مسیر میان متغیر مستقل (هوش هیجانی) و میانجی (منابع سازمانی)

b: ضریب مسیر میان متغیر میانجی (منابع سازمانی) و وابسته (تحول سازمانی)

Sa: خطای استاندارد مسیر متغیر مستقل و میانجی

Sb: خطای استاندارد مسیر متغیر میانجی و وابسته

$$Z_1 = \frac{0.44 \times 0.40}{\sqrt{0.40^2 0.08^2 + 0.44^2 0.13^2}} = 2.707$$

مقدار آماره آزمون با استفاده از آزمون سو بل از مقدار ۱/۹۶ بزرگتر است. بنابراین می توان گفت نقش میانجی گری متغیر منابع سازمانی پذیرفته می شود. و به این ترتیب فرضیه اصلی نیز تایید می گردد بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می توان ادعا کرد هوش هیجانی مدیران بر موفقیت تحول سازمانی با نقش میانجی منابع سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری دارد.

آزمون تحلیل واریانس

پاسخ دهندگان در مطالعه حاضر از نظر وضعیت سنی، تحصیلات و دفعات خرید بیش از دو دسته است. بنابراین برای مقایسه اختلاف دیدگاه افراد براساس وضعیت سنی و تحصیلات از تحلیل واریانس (ANOVA) استفاده شده است. با استفاده از تحلیل واریانس مشخص می شود آیا وضعیت سنی و تحصیلات در دیدگاه آنها پیرامون متغیرهای پژوهش موثر است. تحلیل واریانس نیز در سطح اطمینان ۹۵٪ بررسی شده است. بیان آماری این آزمون به صورت زیر است:

$$\begin{cases} H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_n \\ H_1 : \mu_i \neq \mu_j \end{cases}$$

جدول ۶- نتایج تحلیل واریانس براساس وضعیت سنی

متغیرهای پژوهش	سن	تحصیلات
	مقدار معناداری	مقدار معناداری
هوش هیجانی	۰/۹۳۴	۰/۳۵۵
منابع مشهود سازمانی	۰/۳۳۴	۰/۶۲۵
منابع نامشهود سازمانی	۰/۱۳۸	۰/۱۷۰
تحول سازمانی	۰/۳۸۷	۰/۷۶۳
منابع سازمانی	۰/۶۳۱	۰/۳۱۷

در سطح اطمینان ۵٪ اختلاف وضعیت سنی افراد در رابطه با متغیرهای پژوهش بررسی شده است. همانگونه که مشاهده می شود مقدار معناداری در تمامی مولفه ها بالای سطح خطا بوده و لذا دلیلی برای رد فرض صفر نیست. بنابراین اختلاف سنی افراد تأثیری بر دیدگاه آنها ندارد.

نتایج و بحث

در این پژوهش به بررسی تأثیر هوش هیجانی مدیران بر موفقیت تحول سازمانی با نقش میانجی منابع سازمانی پرداخته شده است. یافته های این پژوهش می تواند دارای هر دو دسته کاربردهای علمی و کاربردی باشد که به مدیران شرکت گاز استان فارس امکان تهیه استراتژی مناسب برای بهبود عملکرد شرکت را می دهد. خلاصه آزمون فرضیات به شرح زیر است.

جدول ۷. نتیجه حاصل از فرضیه اصلی: میزان تأثیر هوش هیجانی مدیران تأثیر معناداری بر موفقیت تحول سازمانی با نقش میانجی منابع سازمانی دارد.

متغیرها	ضریب رگرسیونی β	آماره t	تأثیر مستقیم
هوش هیجانی مدیران بر موفقیت تحول سازمانی	۰/۴۳	۸/۹۴	مثبت و معنادار
منابع سازمانی بر تحول سازمانی	۰/۴۰	۸/۰۲	مثبت و معنادار

تأثیر مستقیم هوش هیجانی بر تحول سازمانی: ۰/۴۳

تأثیر غیرمستقیم هوش هیجانی بر تحول سازمانی با نقش میانجی منابع سازمانی = تأثیر هوش هیجانی بر تحول سازمانی × منابع سازمانی بر تحول سازمانی = ۰/۴۳ × ۰/۴۰ = ۰/۱۷۲

تأثیر کل هوش هیجانی بر تحول سازمانی = اثر مستقیم + اثر غیرمستقیم = ۰/۴۳ + ۰/۱۷۲ = ۰/۶۰۲

برای آزمون معناداری اثرات غیر مستقیمی که بواسطه یک متغیر میانجی به وجود می‌آید از آماره سوبل استفاده می‌شود.

$$Z = \frac{a \times b}{\sqrt{b^2 s_a^2 + a^2 s_b^2}}$$

مقدار آماره آزمون با استفاده از آزمون سوبل از مقدار ۱/۹۶ بزرگتر است. بنابراین می‌توان گفت نقش میانجی‌گری متغیر منابع سازمانی پذیرفته می‌شود. و به این ترتیب فرضیه اصلی نیز تایید می‌گردد بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد هوش هیجانی مدیران بر موفقیت تحول سازمانی با نقش میانجی منابع سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

جدول ۸. نتیجه حاصل از فرضیه اول: هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر مدیریت منابع مشهود سازمانی دارد.

فرضیه	بار عاملی	آماره t	نتیجه آزمون
هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر مدیریت منابع مشهود سازمانی دارد.	۰/۶۴	۸/۲۴	تایید

آزمون فرضیه اول بیانگر آن است هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر مدیریت منابع مشهود سازمانی دارد. بارعاملی استاندارد تأثیر هوش هیجانی بر مدیریت منابع مشهود سازمانی مقدار ۰/۶۴ بدست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز ۸/۲۴ بدست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر مدیریت منابع مشهود سازمانی دارد. نتایج تحقیقات بارژاک و همکاران (۲۰۱۵) و همچنین رنجبرجوان و آزاد (۱۳۹۸) با نتایج بدست آمده در این تحقیق همسو می‌باشد.

جدول ۹. نتیجه حاصل از فرضیه دوم: هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر مدیریت منابع نامشهود سازمانی دارد.

فرضیه	بار عاملی	آماره t	نتیجه آزمون
هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر مدیریت منابع نامشهود سازمانی دارد.	۰/۶۸	۸/۷۸	تایید

آزمون فرضیه دوم بیانگر آن است هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر مدیریت منابع نامشهود سازمانی دارد. بارعاملی استاندارد تأثیر هوش هیجانی بر مدیریت منابع نامشهود سازمانی مقدار $0/68$ بدست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $8/78$ بدست آمده است که از مقدار بحرانی $1/96$ بزرگتر است. بنابراین با اطمینان 95% می‌توان ادعا هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر مدیریت منابع نامشهود سازمانی دارد. نتایج تحقیقات اوکویی و همکاران (۲۰۱۹) و فیروزی و کرمی (۱۳۹۵)، با نتایج بدست آمده در این تحقیق همسو می‌باشد.

جدول ۱۰. نتیجه حاصل از فرضیه سوم: مدیریت منابع مشهود سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تحول سازمانی دارد.

فرضیه	بار عاملی	آماره t	نتیجه آزمون
مدیریت منابع مشهود سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تحول سازمانی دارد.	$0/34$	$4/40$	تایید

آزمون فرضیه سوم بیانگر آن است مدیریت منابع مشهود سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تحول سازمانی دارد. بارعاملی استاندارد تأثیر مدیریت منابع مشهود سازمانی بر تحول سازمانی مقدار $0/34$ بدست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $4/40$ بدست آمده است که از مقدار بحرانی $1/96$ بزرگتر است. بنابراین با اطمینان 95% می‌توان ادعا کرد مدیریت منابع مشهود سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تحول سازمانی دارد. نتایج تحقیقات بابا میر و همکاران (۱۳۹۷) و باران چشمه و مختاری (۱۳۹۹) با نتایج بدست آمده در این تحقیق همسو می‌باشد.

جدول ۱۱. نتیجه حاصل از فرضیه چهارم: مدیریت منابع نامشهود سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تحول سازمانی دارد.

فرضیه	بار عاملی	آماره t	نتیجه آزمون
مدیریت منابع نامشهود سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تحول سازمانی دارد.	$0/44$	$6/73$	تایید

آزمون فرضیه چهارم بیانگر آن است مدیریت منابع نامشهود سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تحول سازمانی دارد. بارعاملی استاندارد تأثیر مدیریت منابع نامشهود سازمانی بر تحول سازمانی مقدار $0/44$ بدست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $6/73$ بدست آمده است که از مقدار بحرانی $1/96$ بزرگتر است. بنابراین با اطمینان 95% می‌توان ادعا کرد مدیریت منابع نامشهود سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تحول سازمانی دارد. نتایج تحقیقات کارتر و همکاران (۲۰۱۸) و پیرایش و قهرمانی (۱۳۹۷)، با نتایج بدست آمده در این تحقیق همسو می‌باشد.

جدول ۱۲. نتیجه حاصل از فرضیه پنجم: هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تحول سازمانی دارد.

فرضیه	بار عاملی	آماره t	نتیجه آزمون
هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تحول سازمانی دارد.	$0/43$	$8/46$	تایید

آزمون فرضیه پنجم بیانگر آن است هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تحول سازمانی دارد. بارعاملی استاندارد تأثیر هوش هیجانی بر تحول سازمانی مقدار $0/43$ بدست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $8/46$ بدست آمده است که از

مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تحول سازمانی دارد. نتایج تحقیقات وارناکولا و همکاران (۲۰۱۹) و تای و همکاران (۲۰۱۹)، با نتایج بدست آمده در این تحقیق همسو می‌باشد.

پیشنهادات تحقیق

پیشنهادات کاربردی مبتنی بر یافته‌ها (براساس گویه‌ها)

آزمون فرضیه اصلی نشان داد میزان تأثیر هوش هیجانی مدیران تأثیر معناداری بر موفقیت تحول سازمانی با نقش میانجی منابع سازمانی دارد. بر این اساس به مدیران ارشد شرکت گاز استان فارس پیشنهاد می‌شود ابتدا تلاش و کوشش فراوانی را برای کمک به موفقیت سازمان به کار گرفته و سازمان را مانند عضوی از خانواده خود بدانند و پس از آن از رویکردها و روشهای جدید برای بهبود عملکرد سازمانی بهره‌گیرند به این صورت که همواره از فناوری و تجهیزات جدید و به روز استفاده کنند، تجهیزات و ماشین‌الات شرکت مناسب با نیازها تامین گردد و منابع مالی کافی برای اهداف تعیین شده اختصاص داده شود. و در این راستا کارکنان را نسبت به ضرورت تغییر در برنامه‌های سازمانی کاملاً آگاه نموده و آنان را در ایجاد تغییرات سازمانی مشارکت دهند. و البته لازم است که تغییرات در سازمان بطور مستمر صورت پذیرد.

آزمون فرضیه اول نشان داد هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر مدیریت منابع مشهود سازمانی دارد. بر این اساس به مدیران ارشد شرکت گاز استان فارس پیشنهاد می‌شود از طریق آموزش کارکنان خود را به تخصص و مهارتهای بالاتری مجهز نمایند تا وظایف خود را صحیح‌تر انجام داده و قابلیت بیشتری برای انجام کار و تولید پیشرفته در ارتباط با کارشان پیدا کنند و نیز در سازمان، از کارکنان دارای مهارت و تخصص بهره‌گیرند.

آزمون فرضیه دوم نشان داد هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر مدیریت منابع نامشهود سازمانی دارد. بر این اساس به مدیران ارشد شرکت گاز استان فارس پیشنهاد می‌شود از طریق مدیریت رابطه و تاثیرگذاری بر احساسات کارکنان، میزان رضایت و تعلق خاطر آنها را افزایش داده و از این طریق باعث افزایش سرمایه اجتماعی سازمان بعنوان یکی از داراییهای نامشهود موثر در عملکرد سازمان شوند.

آزمون فرضیه سوم نشان داد مدیریت منابع مشهود سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تحول سازمانی دارد. بر این اساس به مدیران ارشد شرکت گاز استان فارس پیشنهاد می‌شود به نقشه استراتژی و کارت امتیازی متوازن بعنوان یک ابزار مهم و سیستم مدیریتی برای پیاده‌سازی و اجرای استراتژی‌های سازمان در جهت همسویی بین فناوری اطلاعات و کسب و کار توجه بسیار نمایند زیرا این همسویی در نهایت منجر به ایجاد ارزش در فرایند تبدیل داراییهای نامشهود به نتایج مشهود، مزیت رقابتی، رشد و سود دهی برای شرکت و سهامداران می‌شود. همچنین در طراحی و ایجاد نظامها و شاخصهایی برای اندازه‌گیری داراییها را با توجه به مسایل فرهنگی و بومی انجام دهند و در انتها لازم است با ایجاد تعامل بیشتر بین این سرمایه‌ها و اهداف سازمان و برنامه‌های توسعه اجتماعی از طریق آموزش، اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی زمینه‌های لازم برای تحقق تحول سازمانی را فراهم نمایند.

آزمون فرضیه چهارم نشان داد مدیریت منابع نامشهود سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تحول سازمانی دارد. بر این اساس به مدیران ارشد شرکت گاز استان فارس پیشنهاد می‌شود. از یک طرف، قراردادن افراد شایسته در مشاغل و مناصب مربوط به خودشان که توانمندی انجام آن را دارند (شایسته‌سالاری)، افزایش شمار عملیات در یک شغل (توسعه شغلی) و اجازه دادن به کارکنان در زمینه برعهده گرفتن برخی از وظایف که به وسیله سرپرستان انجام می‌شود، (غنی‌سازی شغلی) باعث افزایش رضایت کارکنان و تامین نیازهای روحی آنها و توانمندسازی و ایجاد آمادگی در آنان برای انطباق هرچه بیشتر با دگرگونی‌ها و تحولات محیطی شوند و از طرف دیگر، با توانمندسازی نیروی انسانی از راه مشارکت، تسهیم قدرت و اعطای استقلال به آنان میتواند منجر به بالندگی سازمان و در نتیجه ارتقای تراز بالندگی شوند چرا که منابع انسانی ارزشمندترین منبع سازمانهای

امروزی به شمار می‌آیند، به تصمیمات سازمانی شکل داده، مسایل و مشکلات سازمان را حل نموده و بهره‌وری را عینیت می‌بخشند.

آزمون فرضیه پنجم نشان داد هوش هیجانی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تحول سازمانی دارد. بر این اساس به مدیران ارشد شرکت گاز استان فارس پیشنهاد می‌شود از طریق ترغیب ذهنی کارکنان و آشنا نمودن آنها با پیامدهای مثبت تغییرات سازمانی، مقاومت کارکنان در برابر تحول را کاهش داده و با ایجاد همراستایی در فعالیتهای کارکنان، زمینه لازم برای تحقق تحول سازمانی را فراهم آورند.

پیشنهاد برای تحقیقات آتی

به محققین آتی موضوعات زیر جهت پژوهش به منظور تدوین پژوهش‌ها یا تحقیقات کاربردی توصیه و پیشنهاد می‌شود.

- ↩ افزایش حجم نمونه در پژوهش‌های بعدی
- ↩ گسترش موضوع در زمانها و جوامع دیگر
- ↩ انجام تحقیقات بیشتر در زمینه اثربخشی ابعاد هوش بر تحول سازمانی

منابع

۱. آهی، قاسم. (۱۳۸۴). هنجاریابی فرم کوتاه پرسشنامه طرحواره یانگ بین دانشجویان دانشگاه تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبائی.
۲. اسفندیاری محمدجواد؛ آدابی حمیدرضا. ۱۳۹۵. بررسی رابطه بین مدیریت دانش و توانمندسازی روانشناختی منابع انسانی در شهرداری تهران. مطالعات مدیریت شهری؛ دوره ۸، شماره ۲۵؛ صفحه ۱۱ تا صفحه ۲۴.
۳. تیموریان، محمدامین و محمدرضا دلوی، ۱۳۹۴، بررسی اثرات شوک‌های عرضه و تقاضای نیروی انسانی بر بهبود بهره‌وری بر اساس مدل آریگا و دیگران مورد مطالعه: مجتمع فولاد مبارکه، کنفرانس بین‌المللی دست‌آوردهای نوین پژوهشی مدیریت حسابداری اقتصاد، تهران، موسسه آموزش عالی نیکان
۴. جعفرپور، محمود، تبیین و ارزیابی مدل رابطه داراییهای ناملموس و عملکرد تجاری سازمانهای بازرگانی. فصلنامه کاوشهای مدیریت بازرگانی، سال چهارم، شماره ۱۳۹۱، ۷.
۵. جعفری نیا، سعید، ۱۳۹۵، بررسی رابطه بین اقدامات منابع انسانی با عملکرد غیر مالی سازمان، همایش پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی در ایران
۶. جلیلی لو، مهرنوش، ۱۳۹۵، رابطه بین تأثیر آموزش‌های هوش هیجانی بر استرس تحصیلی در دانش‌آموزان دختر پایه چهارم تا ششم شهرستان مسجدسلیمان، اولین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در حوزه علوم تربیتی و روانشناسی و مطالعات اجتماعی ایران، قم
۷. جواهری، فرزین، ۱۳۹۸، جایگاه روش تحلیل محتوا در تحقیق و پژوهش‌های حوزه علوم انسانی، پنجمین کنفرانس بین‌المللی دستاوردهای نوین پژوهشی در علوم اجتماعی و علوم تربیتی و روانشناسی، تهران
۸. حاجیان. محدثه؛ معصومه راضی فانی و آسیه خیراللهی، ۱۳۹۵، بررسی رابطه‌ی میان هوش هیجانی با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی دانشجومعلم‌ان بیرجند در سال تحصیلی ۹۵-۹۴، سومین کنفرانس بین‌المللی علوم و مهندسی، استانبول - کشور ترکیه
۹. حاجیپور، بهمن و مؤمنی، مصطفی، بازشناسی رویکرد منبع محور نسبت به منابع سازمان و مزیت رقابتی پایدار (مورد مطالعه شرکت تولیدی ساران) اندیشه مدیریت، سال سوم، شماره ۱، ۱۳۸۸.
۱۰. حجت پناه، حسین و وحید حیدرنتاج، ۱۳۹۵، بررسی عوامل مؤثر بر رضایتمندی شغلی کارکنان در محیط کار اداری، کنفرانس بین‌المللی مهندسی معماری و شهرسازی

۱۱. حسینی، سید مهدی و صفا خلج، مهدی و قربان حسینی، زهره و شیرمرد، منصور، ۱۳۹۷، بررسی راهبردهای تحول سازمانی برای توانمندسازی منابع سازمانی، چهارمین کنفرانس ملی توانمند سازی جامعه در حوزه علوم انسانی و مطالعات مدیریت، تهران
۱۲. دهبیم پور، مهدی؛ حسن دولتی، حبیب الله سیاری، علی اکبر پهلوری. ۱۳۹۸. تأثیر هوش هیجانی بر قابلیت های چابکی سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر). آموزش علوم دریایی . ۴۴-۵۵.
۱۳. ذاکرنیا احسان، خواجه زاده دزفولی مهدی، فدایی واحد میثم. ۱۳۹۵. اولویت بندی عوامل موثر بر انتخاب شیوه تامین مالی در ایران با استفاده از روش TOPSIS در محیط فازی مبتنی بر متغیرهای کلامی. مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار (مدیریت پرتفوی)؛ دوره ۷، شماره ۲۷؛ صفحه ۵۳ تا صفحه ۷۰.
۱۴. رحیمی، سعید و ساناز احمدزاده، ۱۳۹۵، بررسی رابطه ابعاد هوش هیجانی و مکانیسم های دفاعی دانشجویان دانشگاه فرهنگیان اصفهان، دومین همایش ملی تربیت بدنی
۱۵. رضایی، اویس و رضا یوسفی، محمود سعیدآبادی، ۱۳۹۷، رابطه بین تفکر استراتژیک مدیران و آمادگی پذیرش تحول سازمانی مطالعه موردی: سازمان تامین اجتماعی استان مازندران، چهارمین همایش ملی علوم و فناوری های نوین ایران، تهران، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین
۱۶. رعنائی، حبیب الله؛ سید مسلم علوی، مریم سلطانی. ۱۳۹۸. تحول سازمانی در صنعت نفت ایران: الگوی پیشنهادی برای ایجاد سازمان های دانش بنیان. سیاست های راهبردی و کلان . ۲-۲۸.
۱۷. سرمد، زهره؛ حجازی، الهه و عباس بازرگان (۱۳۹۰) روش تحقیق در علوم رفتاری، تهران: انتشارات آگه.
۱۸. سرمد، زهره؛ حجازی، الهه و عباس بازرگان (۱۳۹۰) روش تحقیق در علوم رفتاری، تهران: انتشارات آگه.
۱۹. شادکامی، مصطفی و ندا رشیدی، ۱۳۹۸، دارایی های نامشهود و هزینه حسابرسی مطالعه موردی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، سومین کنفرانس ملی پژوهشهای نوین حسابداری و مدیریت در هزاره سوم، کرج، دانشگاه جامع علمی کاربردی - سازمان همیاری شهرداری ها و مرکز توسعه خلاقیت و نوآوری علوم نوین،
۲۰. شکوری، مریم. ۱۳۹۵. رابطه هوش هیجانی و امنیت شغلی با مقاومت در برابر تغییر سازمانی کارمندان شرکت چاپ و نشر تهران. غیر دولتی - دانشگاه آزاد اسلامی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت - دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی
۲۱. شیخی، سعید؛ فاطمه محمدی و مراد شاهمرادی، ۱۳۹۵، بررسی رابطه بین هوش هیجانی و تفکر انتقادی با خلاقیت در دانش آموزان مقطع متوسطه شهرستان آبدانان
۲۲. صادقی، پروانه، ۱۳۹۵، بررسی رابطه هوش هیجانی و مدیریت بحران، نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی
۲۳. صباحی، امیر. ۱۳۹۵. بررسی رابطه هوش هیجانی و رضایت شغلی با رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک رفاه استان البرز. غیر دولتی - دانشگاه آزاد اسلامی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی - دانشکده مدیریت و حسابداری
۲۴. طیبی ابوالحسنی، سیدامیرحسین، ۱۳۹۸، درآمدی بر روش تحقیق: رویه های استاندارد تحلیل داده های کیفی
۲۵. غلامرضایی، هادی. ۱۳۹۵. هوش معنوی و هوش هیجانی. انتشارات سخنوران، تهران
۲۶. فیروزی، محمدرضا و میثم کرمی، ۱۳۹۵، بررسی نقش واسطه ای سرمایه اجتماعی در رابطه هوش هیجانی با خلاقیت، فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی

۲۷. قاسمی، مهرناز، ۱۳۹۵، بررسی تأثیر جامع مستقیم و غیر مستقیم برنامه های توسعه صادرات بر عملکرد صادرات شرکت ها، پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و دومین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز، تهران، همایشگران مهر اشراق،
۲۸. کوشکی، علیرضا؛ داود حسین پور، اکبر هوشیار، اسماعیل اسدی. ۱۳۹۴. بررسی تأثیر هوش هیجانی و تعهد سازمانی بر آمادگی سازمانی جهت تغییر. مطالعات منابع انسانی ۱۷. ۶۱.
۲۹. نوری، راضیه؛ علی کیمیایی؛ بتول قائدی و خلیل فروتن، ۱۳۹۵، بررسی رابطه ی بین خلاقیت مدیران و عملکرد آنان در جذب منابع مالی، اولین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در حوزه علوم تربیتی و روانشناسی و مطالعات اجتماعی ایران، قم
۳۰. همراهی، الهام و رضا زارعی، ۱۳۹۴، رابطه بین هوش هیجانی و عزت نفس با عملکرد شغلی اساتید دانشگاه آزاد اسلامی مرودشت، اولین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین و برنامه ریزی فرهنگی اجتماعی ایران، قم، مرکز مطالعات و تحقیقات اسلامی سروش حکمت مرتضوی
۳۱. همراهی، الهام و رضا زارعی، ۱۳۹۴، رابطه بین هوش هیجانی و عزت نفس با عملکرد شغلی اساتید دانشگاه آزاد اسلامی مرودشت، اولین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین و برنامه ریزی فرهنگی اجتماعی ایران، قم، مرکز مطالعات و تحقیقات اسلامی سروش حکمت مرتضوی
۳۲. یگانه خو، آزاده. ۱۳۹۳. بررسی رابطه بین هوش هیجانی و پذیرش تحول سازمانی مطالعه موردی شرکت سایپا کاشان. وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه پیام نور - دانشگاه پیام نور استان البرز - دانشکده علوم انسانی
۳۳. دینی، سولماز و حسین نژاد، شلاله و حسین زاده خانمیری، بهناز و سیدهاشمی، سیدقاسم، ۱۳۹۹، همسانی درونی و تحلیل عاملی تاییدی، دومین کنگره تازه یافته ها در حوزه آموزش، تهران،
34. Barczak, G., Lassk, F., & Mulki, J. (2015). Emotional Intelligence and Creativity in New Product Development Teams. In *Marketing in Transition: Scarcity, Globalism, & Sustainability* (pp. 36-36). Springer International Publishing.
35. Buchanan, R. (2015). Worlds in the making: design, management, and organizational reform. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, 1(1), 5-21.
36. Buonomo, I., Benevene, P., Barbieri, B., & Cortini, M. (2020). Intangible Assets and Performance in Nonprofit Organizations: A Systematic Literature Review. *Frontiers in Psychology*, 11, 729.
37. Choi, Y., Song, E., & Oh, E. (2015). Effects of teaching communication skills using a video clip on a smart phone on communication competence and emotional intelligence in nursing students. *Archives of psychiatric nursing*, 29(2), 90-95.
38. De Massis, A., Wang, H., & Chua, J. H. (2019). Counterpoint: How heterogeneity among family firms influences organizational change. *Journal of Change Management*, 19(1), 37-44.
39. Destler, I. M. (2015). *Presidents, bureaucrats and foreign policy: The politics of organizational reform*. Princeton University Press.
40. Laird, N. E. (2015). Association of negative affect and emotional intelligence with depression among uninjured children and children post-traumatic brain injury: applicability of resilience models (Doctoral dissertation, University of Tasmania).
41. Lim, S. C., Macias, A. J., & Moeller, T. (2020). Intangible assets and capital structure. *Journal of Banking & Finance*, 105873.
42. Manikas, A. S., Patel, P. C., & Oghazi, P. (2019). Dynamic capital asset accumulation and value of intangible assets: An operations management perspective. *Journal of Business Research*, 103, 119-129.

43. Martin-Raugh, M. P., Kell, H. J., & Motowidlo, S. J. (2016). Prosocial knowledge mediates effects of agreeableness and emotional intelligence on prosocial behavior. *Personality and Individual Differences*, 90, 41-49.
44. Mayer, J. D., Salovey, P., Caruso, D. R., & Sitarenios, G. (2001). Emotional intelligence as a standard intelligence.
45. Narayan, P. R. T., & Narashiman, K. (2016). The Moderating Effect of Emotional Intelligence on Relationship between Self-Efficacy and Organization Commitment among Teachers. *Asian Journal of Research in Social Sciences and Humanities*, 6(9), 1145-1158.
46. Neil, R., Wagstaff, C. R., Weller, E., & Lewis, R. (2016). Leader behaviour, emotional intelligence, and team performance at a UK government executive agency during organizational change. *Journal of Change Management*, 16(2), 97-122.
47. Okoye, P. V. C., Offor, N., & Manukaji, I. J. (2019). Effect of intangible assets on performance of quoted companies in Nigeria. *International Journal of Innovative Finance and Economics Research*, 7(3), 58-66.
48. Ouyang, Z., Sang, J., Li, P., & Peng, J. (2015). Organizational justice and job insecurity as mediators of the effect of emotional intelligence on job satisfaction: A study from China. *Personality and Individual Differences*, 76, 147-152.
49. Parke, M. R., Seo, M. G., & Sherf, E. N. (2015). Regulating and facilitating: The role of emotional intelligence in maintaining and using positive affect for creativity. *Journal of Applied Psychology*, 100(3), 917.
50. Petrides, K. V. (2016). Four Thoughts on Trait Emotional Intelligence. *Emotion Review*, 8(4), 345-345.
51. Riccio, V., & Skogan, W. G. (2017). Police Culture and Organizational Reform in Brazilian Policing. In *Police and Society in Brazil* (pp. 73-88). CRC Press
52. Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, cognition and personality*, 9(3), 185-211.
53. Siegling, A. B., Petrides, K. V., & Martskvishvili, K. (2015). An Examination of a New Psychometric Method for Optimizing Multi-Faceted Assessment Instruments in the Context of Trait Emotional Intelligence. *European journal of personality*, 29(1), 42-54.
54. Sony, M. and Mekoth, N., 2016. The relationship between emotional intelligence, frontline employee adaptability, job satisfaction and job performance. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 30, pp.20-32.