

بررسی تاثیر هوش هیجانی بر عملکرد سازمانی با توجه به نقش میانجی سرمایه

اجتماعی

(مورد مطالعه: اداره کل آموزش و پرورش ارومیه)
سید محمد طباطبایی نسب^۱، هوشمند باقری قره بلاغ^۲

چکیده

امروزه، هوش هیجانی به یکی از ابزارهای محبوب در سازمان‌ها تبدیل شده است که هنوز هم نیاز به تحقیقات تجربی در مورد آن احساس می‌شود. سرمایه اجتماعی را می‌توان چارچوب زیر ساختی برای بهبود عملکرد سازمانی دانست، همچنین سرمایه اجتماعی بستر مناسبی را برای بهره‌وری نیروی انسانی در سازمان‌های مختلف فراهم می‌آورد. هدف از مطالعه حاضر، بررسی رابطه بین هوش هیجانی، سرمایه اجتماعی با عملکرد سازمانی است. روش تحقیق مطالعه از لحاظ نتیجه کاربردی و از نظر هدف توصیفی بوده و به روش پیمایشی انجام پذیرفته است. کلیه کارکنان اداره کل سازمان آموزش و پرورش شهر ارومیه به تعداد ۴۰۰ نفر جامعه آماری این پژوهش را تشکیل می‌دهند که ۱۰۵ نفر از آن‌ها با استفاده از فرمول کوکران به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. به منظور گردآوری داده‌های میدانی از پرسشنامه و برای تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق از مدلسازی معادلات ساختاری بر اساس نرم‌افزار Smart-PLS استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بنابراین هر چه هوش هیجانی کارکنان افزایش یابد، سرمایه اجتماعی سازمان نیز افزایش خواهد یافت، همچنین سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و مستقیم بر عملکرد سازمانی گذاشته است.

کلیدواژه: هوش هیجانی، سرمایه اجتماعی، عملکرد سازمانی، آموزش و پرورش.

۱ استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران

۲ کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه یزد، یزد، ایران

مقدمه

هوش یکی از خصوصیات مهم فردی است که در برگزیده تفاوت‌های فردی بین افراد بوده و به عنوان یکی از عوامل موفقیت فرد در زندگی محسوب می‌شود (اربابی‌سارجو^۱ و همکاران، ۲۰۱۳). هوش هیجانی موضوع مهمی در محیط سازمانی می‌باشد، تحقیقات نشان داده‌اند که جهت عملکرد برتر در هر زمینه، اهمیت هوش هیجانی دو برابر اهمیت توانایی‌های شناختی است (آنتونکوپولو و گابریل^۲، ۲۰۰۱). امروزه در سازمان‌ها گروه‌های کاری یک نوع عنصر حیاتی برای کسب موفقیت در نظر گرفته می‌شوند، مدیران و کارکنان می‌توانند روحیه تلاش جمعی و توانمندسازی محیط کاری را با بهبود شاخص‌های هوش هیجانی تقویت کنند. رهبری یک سازمان برای انطباق‌پذیری با تغییرها و به منظور بقاء و رشد در محیط‌های جدید کسب و ویژگی‌های خاصی را می‌طلبد که مدیران برای پاسخگویی به آن‌ها با مشکلات زیادی روبرو هستند، در این زمینه یکی از با اهمیت‌ترین مؤلفه‌های شخصیتی که می‌تواند به مدیران کمک کند، هوش هیجانی است. مطالعات نشان داده است که مدیرانی در رقابت موفق خواهند بود که بتوانند به طور اثر بخش با منابع انسانی خود ارتباط برقرار کنند، بلکه در این زمینه هوش هیجانی به عنوان یک مؤلفه می‌تواند در روابط مدیران با اعضای سازمانی نقش مهمی ایفا کند. منشأ اصطلاح سرمایه اجتماعی برای نخستین بار در جامعه‌شناسی برای تأکید بر اهمیت شبکه‌های بین شخصی قوی از روابط در حال توسعه اعتماد و همکاری مورد نیاز برای ساخت جوامع مورد استفاده قرار گرفت (دای^۳ و همکاران، ۲۰۱۵). تئوریسن‌های سازمانی بر این عقیده‌اند که سرمایه اجتماعی در سازمان یک ابزار حیاتی برای پیشرفت عملکرد محسوب می‌شود (اندروز^۴، ۲۰۰۷). اهمیت سرمایه اجتماعی در این است که سبب اجتماع افراد (گروه‌ها، تیم‌ها، سازمان‌ها و...) شده و باعث می‌شود که با همدیگر به طور موفقیت آمیز کارها را به انجام برسانند (عبدالهی و همکاران، ۱۳۹۱). مدیران و کسانی که بتوانند سرمایه اجتماعی در سازمان ایجاد کنند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌سازند. با استفاده از سرمایه اجتماعی می‌توان دریافت که چرا سازمان‌ها در مسیر پیشرفت قرار می‌گیرند، بلکه آن را می‌توان در کنار سرمایه‌های اقتصادی و انسانی، بخشی از ثروت ملی به حساب آورد که بستر مناسبی برای نیل به موفقیت قلمداد می‌شود (سیگلر^۵، ۲۰۱۴). سرمایه اجتماعی بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه انسانی و فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت و بهبود عملکرد سازمان به شمار می‌رود (نوروزی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱۳۸). سرمایه اجتماعی در گروه‌ها و سازمان‌ها باعث تغییر رفتاری می‌-

-
1. Arbabisarjou
 2. Antonacopoulou & Gabriel
 3. Dai
 4. Andrews
 5. Siegler

شود، همچنین این تغییر هم منجر به سهیم شدن بیشتر در دانش شده و افزون بر این به طور مثبت بر عملکرد سازمان و شغل تأثیر می‌گذارد. گسترش روابط که باعث ایجاد حس اعتماد و تعهد دو طرفه و ایجاد زبان و موقعیت مشترک می‌شود به عنوان تولیدکننده سرمایه اجتماعی تلقی می‌شوند و همچنین این سرمایه اجتماعی باعث ایجاد محیطی می‌شود که عملکرد در آن به صورت مثبت تحت تأثیر قرار می‌گیرد (لیسر^۱ و همکاران، ۲۰۰۱). تحقیقات نشان می‌دهد کارکنانی که دارای وجدان کاری بالایی هستند، اما فاقد هوش هیجانی‌اند، در مقایسه با کارکنانی که از هوش هیجانی بالایی برخوردارند، عملکرد ضعیف‌تری دارند. بنابراین می‌توان استنباط کرد که هوش هیجانی عاملی درونی در انجام دادن درست و منطقی کارها و کارآمدی کارکنان است، سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی نمود بیرونی و عملی این هوش است. وجود سرمایه اجتماعی در هر گروه یا جامعه، به معنای میزان اعتماد افراد به یکدیگر است و همچنین سبب تسهیل کنترل-های اجتماعی می‌شود. در این راستا، تحقیق حاضر به دنبال پاسخ به این سؤالات است اگر سازمان آموزش و پرورش به دنبال افزایش عملکرد سازمانی خود می‌باشد، باید در راستای تقویت هوش هیجانی، میزان اعتماد کارکنان خود، گام بر دارد و بسترهای لازم را برای تقویت سرمایه اجتماعی کارکنان فراهم سازد؛ زیرا بهبود و تقویت سرمایه اجتماعی در سازمان باعث ایجاد و استحکام پیوندهای مرئی و نامرئی اجتماعی می‌شود و باعث فزونی حس اعتماد و مشارکت کارکنان می‌شود.

مبانی نظری پژوهش

هوش هیجانی^۲

هوش هیجانی ریشه در مفهوم هوش اجتماعی دارد که برای اولین بار توسط ترندیک^۳ در سال ۱۹۲۰ مطرح گردید. به زعم وی، هوش اجتماعی بیانگر توانایی درک و مدیریت افراد در روابط انسانی است. هوش هیجانی مهارتی است که دارنده آن می‌تواند از طریق خود آگاهی، روحیات خود را کنترل نموده، از طریق خود مدیریت آن را بهبود بخشد، از طریق همدلی، تأثیر آن‌ها را درک کند و از طریق مدیریت روابط به گونه‌ای رفتار کند که روحیه خود و دیگران را افزایش دهد (گلمن^۴، ۱۹۹۸ و استیس و براون^۵، ۲۰۰۴). وسینگر^۶ هوش هیجانی را هوش به کارگیری عاطفه و احساس در جهت هدایت رفتار، افکار، ارتباط مؤثر با همکاران، سرپرستان، مشتریان و استفاده از زمان در چگونگی انجام دادن کار برای ارتقای نتایج می‌داند (وسینگر، ۲۰۰۰). وی در سال ۲۰۰۰ میلادی در کتاب خود با نام «هوش هیجانی در کار» بر اساس مدل پنج گانه

1. Lesser
2. Emotional Intelligence
3. Trendik
4. Golman
5. Stys & Brown
6. Veisinger

ارائه شده توسط دانیل گلمن^۱ و همچنین مدل مایر و سالووی^۲ به بررسی هوش هیجانی می‌پردازد. وی هوش هیجانی را به صورت استفاده هوشمند از هیجانات تعریف می‌کند و بیان می‌دارد که افراد با هوش هیجانی بالا، هیجانات خود را به کار می‌گیرند تا با استفاده از آن‌ها رفتار و تفکر خود را در راستای دستیابی به اهدافشان هدایت کنند. وی برای سنجش هوش هیجانی پنج مؤلفه برای آن در نظر گرفته است که عبارتند از:

(۱). خودآگاهی: خود آگاهی به معنای آگاه بودن از حالت روانی خود و نیز تفکر ما درباره آن حالت است، همچنین شناختن هیجان‌هایی است که آن را احساس کرده و دلیل آن را می‌دانیم. آگاهی از احساسات و رفتار خود، به اندازه درک دیگران از فرد می‌تواند بر فعالیت‌های وی به نحوی اثر بگذارد که به نفع او عمل کند. خود آگاهی هسته تمام مهارت‌های مربوط به هوش هیجانی می‌باشد. خود آگاهی عامل مفیدی برای هوش هیجانی است که باعث موفقیت افراد در کارشان می‌گردد و نبود آن منجر به کاهش اثربخشی فعالیت‌ها می‌شود. (۲). اداره هیجانات: اداره هیجانات یک قابلیت زیر بنایی است که در کنترل رفتارهای هیجانی نقش مهمی دارد. اداره هیجانات به معنای چیزی دقیقاً متفاوت از خاموش کردن آن‌ها می‌باشد. آن بدین معناست که هیجانات درک شوند و در راستای تغییر موقعیت‌ها به نفع فرد استفاده شود. (۳). خودانگیزی: خود انگیزی به معنای توانایی انرژی دادن به دیگران و هدایت رفتار آنان علی‌رغم داشتن روحیه ضعیف است. در خود انگیزی از هیجان‌ها به عنوان ابزاری برای رسیدن به اهداف استفاده می‌کنیم. (۴). ارتباطات مناسب: ارتباطات مؤثر به انسانها کمک می‌کند تا منظور خودشان را به درستی انتقال دهند و از هدف و منظور دیگران نیز به خوبی اطلاع پیدا کنند. در این نوع ارتباطات افراد از هیجانات و احساسات خود باخبرند و نسبت به هیجانات و احساسات دیگران نیز حساس بوده و به آن‌ها توجه می‌کند. (۵). جهت‌دهی هیجانات: جهت‌دهی هیجانات در برقراری ارتباطات مؤثر به افراد کمک شایانی می‌نماید. در راستای بهبود این قابلیت افراد باید از نیازهای خود و دیگران آگاهی لازم را به دست بیاورند و اطلاعاتی در رابطه با احساسات، تفکرات و ایده‌های خود به دیگران بدهند. هدف از جهت‌دهی هیجانات برقراری ارتباطات مفید با دیگران می‌باشد. این بدین معناست که افراد درگیر در ارتباطات به طور کامل همگام و هماهنگ هستند و بطور کامل ارتباطات برقرار می‌نمایند (ویسینگر، ۲۰۰۰). یکی از عواملی که سبب عمومیت یافتن هوش هیجانی شده این عقیده است که برخلاف ضریب هوش، هوش هیجانی قابلیت توسعه دارد. افراد مسن‌تر امتیاز بیشتری در زمینه هوش هیجانی به دست می‌آورند و این نشان می‌دهد که هوش هیجانی در طول تجربیات زندگی آموخته می‌شود (بارون و پارکر^۳، ۲۰۰۰). بنابراین می‌توان گفت که هوش هیجانی به عنوان یک توانایی فردی ارتباط

1. Daniel Goleman
2. Mayer & Salovey
3. Bar-on & Parker

نزدیکی با خلق سرمایه اجتماعی دارد. هسته مرکزی سرمایه اجتماعی روابط است و هوش هیجانی نیز با اداره روابط خود با دیگران سرو کار دارد (عبدالهی و همکاران، ۱۳۹۱). نتایج تحقیقات دانیل گلن (۱۹۹۵) نشان می‌دهد که افراد با هوش هیجانی بالا به دنبال مشاغل هستند که رضایت بیشتری داشته باشد، اگر این انطباق لازم وجود نداشته باشد، تمایل به تغییر شغل ایجاد خواهد شد و عملکرد مطلوبی در سازمان وجود نخواهد داشت. بنابراین می‌توان سرمایه اجتماعی را به عنوان نتایج کارکرد عاطفی یا هیجانی واحد اجتماعی در نظر گرفت (گویال و آخیلیش^۱، ۲۰۰۷).

سرمایه اجتماعی^۲

سرمایه اجتماعی مفهومی نوین است، همچنین نشان‌دهنده ارتباطات میان افراد و ارزش حاصل از این ارتباطات می‌باشد (کادیم^۳ و همکاران، ۲۰۱۲). سرمایه اجتماعی به عنوان یک پدیده مدیریتی محسوب می‌شود و در واقع نمی‌توان تصور کرد که، سازمانی بدون وجود سرمایه اجتماعی بتواند وظایف خود را انجام دهد (ویلانوا و جوسا^۴، ۲۰۰۳). سرمایه اجتماعی را می‌توان دانش، ادراک، هنجارها، قوانین و انتظارات مشترک درباره الگوهای تعاملات که گروهی از افراد در برخورد با مسائل پیچیده اجتماعی روانه سازمان می‌کنند توصیف کرد (فرانسیس^۵، ۲۰۰۲). به طور کلی، سرمایه اجتماعی به منابع بالقوه و بالفعل که افراد از دانستن دیگران، که بخشی از یک شبکه اجتماعی است بدست می‌آورند اشاره دارد (رمانپور^۶ و همکاران، ۲۰۱۴). مشارکت در ارزش‌ها و هنجارها به خودی خود باعث تولید سرمایه اجتماعی نمی‌گردد، چرا که این ارزش‌ها ممکن است ارزش‌های منفی باشد. سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از هنجارهای سیستم اجتماعی است که سبب افزایش همکاری اعضای آن جامعه و کاهش هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌گردد، همچنین سرمایه اجتماعی عملکرد اقتصادی ملت‌ها، جوامع و سازمان‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد و نوعی مهارت محسوب می‌شود (سمیدلاند^۷، ۲۰۰۸). در واقع می‌توان استنباط کرد که مثلاً وقتی اعضای کارکنان یک سازمان یا یک گروه نسبت به یکدیگر اعتماد یا احساس مسئولیت نداشته باشند، سرمایه اجتماعی ناپدید می‌شود (بروکس و نافوخو^۸، ۲۰۰۶). افرادی که سرمایه اجتماعی را بکار می‌گیرند، شغل بهتری می‌یابند، حقوق بیشتری دریافت می‌کنند، و در مقایسه با دیگر افراد که انگیزش برای بکارگیری قدرت سرمایه‌های اجتماعی ندارند یا قادر به آن نیستند، تأثیر و نفوذ بیشتری دارند. سرمایه اجتماعی می‌تواند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش کمک

1. Goyal & Akhilesh
2. Social capital
3. Cadima
4. Vilanova & Josa
5. Francis
6. Ramezani
7. smedlund
8. Brooks & Nafukho

بسیار کند و در مقایسه با سازمان‌های دیگر، برای آن‌ها مزیت سازمانی پایدار ایجاد کند. سازمان‌هایی که سرمایه اجتماعی بیشتر دارند، احتمالاً قوی‌تر از رقبایشان با سرمایه اجتماعی کمترند (شمسی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱۲۰). از آنجایی که سرمایه اجتماعی می‌تواند بر عملکرد سازمان تأثیر داشته باشد، کارکنان می‌توانند با توجه به ابعاد آن، در جهت پیشرفت عملکرد در سازمان‌ها گام‌های مهمی بر دارند و راه را برای افزایش توان رقابت در دنیای رقابتی هموارتر سازند.

برخی از ابعاد مهم سرمایه اجتماعی عبارتند از (لینا و پیل^۱، ۲۰۰۶):

۱. مشارکت و همدلی: مفهوم مشارکت، شرکت فعالانه افراد در حیات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی است و همچنین شامل فعالیت‌هایی می‌باشد که از طریق آن اعضای یک جامعه در امور محله، شهر و روستا به طور مستقیم و غیر مستقیم در شکل دادن حیات اجتماعی مشارکت دارند. همدلی یعنی به نیازها، احساسات و تقاضای دیگران توجه داشتن، نگران آنها بودن و احترام متقابل به دیگران گذاشتن. **۲. شبکه‌ها و هنجار مشترک:** شبکه اجتماعی یکی از اشکال ضروری سرمایه اجتماعی در جهان امروز است، همچنین مجموعه‌ای از روابط شکل گرفته میان کارآفرینان و سایرین با اهداف فراهم نمودن منابع برای شروع یک سرمایه‌گذاری جدید هستند (رمضانپور و همکاران، ۲۰۱۴). افراد به وسیله شبکه‌های اجتماعی می‌توانند اطلاعات خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند و هدف آن‌ها کمک به بهتر شدن و تسهیل روابط و همکاری میان افراد و سازمان‌ها در مورد موضوعات مختلف از قبیل مباحث آموزشی و تجارت است (احروی و کیانی^۲، ۲۰۱۳). **۳. اعتماد اجتماعی:** اعتماد عبارت است از تمایل به خطرپذیری در بطن اجتماع، بر اساس حس اطمینان به دیگران به نحوی که آن‌ها بر اساس انتظار ما پاسخ دهند و قصد آزار دهی نداشته باشند. اعتماد از عناصر ضروری، تقویت همکاری و یک عنصر غیر اختیاری ناآگاهانه است که مستلزم پیش بینی رفتار یک بازیگر مستقل است (پوتنام^۳، ۲۰۰۰). همچنین، اعتماد جزء اصلی بعد کیفیت سرمایه اجتماعی می‌باشد. **۴. انسجام اجتماعی:** انسجام عبارت است از توافق جمعی میان افراد، که حاصل پذیرش ارزش‌ها و بایدها و نبایدهای مشترک آن جامعه است. انسجام اجتماعی بدین معناست که افراد وحدت و یکپارچگی خود را حفظ نموده و در راه رسیدن به اهداف مشترک با یکدیگر تلاش می‌کنند. هنگامی که انسجام و همبستگی در محیط کاری وجود داشته باشد، کارکنان با یکدیگر صمیمی‌تر رفتار می‌کنند (سرلک و سلامزاده^۴، ۲۰۱۴). **۵. تعاون و همکاری متقابل:** همکاری متقابل بیانگر عملی گروهی است که اعضای یک سازمان با دیگران در جامعه در موارد مشترک به منظور کسب سود متقابل انجام می‌دهند. تعاون انگیزه‌ای است که شخص را ترغیب می‌کند

1. Leana & Pil

2. Ahrweiler & Keane

3. Putnam

4. Sarlak & Salamzadeh

تا در فعالیت‌های روزمره‌اش، خود را وقف خدمت به دیگران کند. **۶. هویت جمعی:** هویت جمعی عبارت است از شناخت خود با توجه به ارزش‌های خاص و شناساندن خود بر اساس آن ارزش‌ها به دیگران. هویت زمانی رخ می‌دهد که افراد خودشان را با یک فرد دیگر یا گروه دیگر از افراد ببینند (ناهایپیت و گوشال^۱، ۱۹۹۸).

عملکرد سازمانی

عملکرد سازمانی عبارت است از دستیابی به اهداف سازمانی و اجتماعی و انجام مسئولیت‌هایی که سازمان بر عهده دارد (بوسی^۲، ۲۰۰۶). عملکرد سازمانی، شاخصی است که چگونگی تحقق اهداف سازمان یا مؤسسه را اندازه‌گیری می‌کند (نوروزی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱۴۰). عملکرد سازمانی به چگونگی انجام مأموریت‌ها، وظایف و فعالیت‌های سازمانی و نتایج حاصل از انجام آن-ها اطلاق می‌گردد (حقیقی^۳ و همکاران، ۲۰۱۰). سازمان‌ها به منظور آگاهی از میزان مطلوبیت و کیفیت فعالیت‌های خود نیاز به نظام ارزیابی دارند، نبود نظام ارزیابی در سازمان به معنای ارتباط برقرار نکردن با محیط درون و برون سازمانی تلقی می‌شود که در نهایت پیامد آن مرگ سازمان می‌باشد (یاوچ^۴، ۲۰۱۰). بنابراین می‌توان استنباط کرد که سرمایه اجتماعی سازمانی می‌تواند با قادر ساختن کارمندان برای دستیابی به منابعی که در یک شبکه یافت می‌شوند و به واسطه تسهیل انتقال و سهیم شدن در دانش باعث بهبود و پیشرفت عملکرد شود (گیتل^۵ و همکاران، ۲۰۰۷). عملکرد یکی از مهم‌ترین مفاهیم در مدیریت به شمار می‌رود، چون بسیاری از وظایف مدیریت بر اساس آن شکل می‌گیرد. به طور کلی تانجن^۶ (۲۰۰۴) به منظور سنجش عملکرد با توجه به نوع وظایف سازمان‌ها از پنج شاخص ذیل استفاده نمود که عبارتند از: (۱) اثر بخشی: انجام دادن کارهای درست در یک زمان مناسب و با کیفیت مناسب (۲) کارایی: انجام دادن درست کارها که با نسبت مصرف مورد انتظار منابع بر مصرف واقعی تعریف می‌شود. (۳) بازدهی: بازدهی عبارت است از نسبت خروجی به ورودی. (۴) کیفیت: کیفیت یعنی نداشتن هیچ گونه عیب و خطا، چرا که هر گونه عیب و خطا موجب ضایعات، نارضایتی مشتری، شکایت، تعمیرات، و از دست دادن مشتری می‌شود که همه اینها هزینه‌آور است و (۵) نوآوری: نظام مدیریتی است که بر رسالت سازمان تأکید دارد، معیارهای موفقیت را مشخص کرده و به دنبال فرصت‌های جدیدی است (تانجن، ۲۰۰۴).

1. Nahapiet & Ghoshal
2. Busi
3. Haghighi
4. Yauch
5. Gittel
6. Tangen

پیشینه و تدوین فرضیات پژوهش

هوش هیجانی به معنای توانایی ارتباط با دیگران است، امروزه عواطف و هیجانات نقش مهمی را در سامان‌دهی، ایجاد انگیزش و هدایت فعالیت‌های انسان ایفا می‌کنند (بروکس و نافوخو، ۲۰۰۶). هوش هیجانی سبب ایجاد اعتماد و هویت گروهی در میان اعضای سازمانی می‌شود. دانچو^۱ (۲۰۰۶) بر این عقیده است که برای ایجاد سرمایه اجتماعی، افراد باید برخی از کیفیات فردی را دارا باشند، در این زمینه می‌توان به انگیزش و توانایی‌های افراد اشاره کرد. در نتیجه می‌توان استنباط کرد که هوش هیجانی به عنوان یک توانایی فردی ارتباط نزدیکی با خلق سرمایه اجتماعی دارد. در واقع هوش هیجانی به عنوان یک ابزار بهبود سازمانی و وسیله‌ای برای حل مسائل و افزایش سرمایه اجتماعی لحاظ شده است (بروکس و نافوخو، ۲۰۰۶). بروکس و نافوخو (۲۰۰۶) در پژوهشی با عنوان توسعه منابع انسانی، سرمایه اجتماعی و هوش هیجانی بیان کردند که بین هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. بخشنده و همکاران (۱۳۹۳)، در پژوهشی تحت عنوان بررسی رابطه بین هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی نشان دادند که بین هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بنابراین هر چه هوش هیجانی کارکنان افزایش یابد، سرمایه اجتماعی سازمان نیز افزایش خواهد یافت. فیضی و عابدینی (۱۳۸۹)، با بررسی رابطه هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی به این نتیجه رسیدند که بین هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

هوش هیجانی می‌تواند به عنوان ضمانت نامه‌ای که سرمایه اجتماعی سازمان را توسعه می‌دهد نمایان شود. تکرار ارتباطات متقابل دو طرفه موفق بین عوامل، باعث افزایش مشارکت شده و در حقیقت، تأثیر سودمندی بر عملکرد سازمانی دارد (میلار^۲، ۱۹۹۲). سرمایه اجتماعی سازمانی، عملکرد را بر اساس ایجاد توانایی کارکنان برای دسترسی به منابعی که در شبکه تعبیه گردیده و انتقال و اشتراک دانش بهبود می‌دهد (لوین و کراس^۳، ۲۰۰۶). در سازمانی که سرمایه اجتماعی خوب باشد، می‌تواند با فعالیتی که بر روی تبادل اطلاعات، همکاری، اعتماد متقابل و انتقال دانش ضمنی و صریح دارد موجب شکوفایی ایده‌های جدید در افراد و فعالیت تیم‌های کاری و مشارکت اعضای سازمان در رسیدن به اهداف سازمان و در نتیجه باعث بهبود عملکرد سازمان شود. نوروزی و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهش خود با عنوان بررسی تأثیر جو سازمانی بر عملکرد سازمانی کارکنان از طریق سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: کارکنان شهرداری مناطق پنج گانه شهر رشت، بیان کردند که سرمایه اجتماعی را می‌توان چارچوب زیر ساختی برای بهبود عملکرد سازمانی دانست. نتایج تحقیق آنان نشان داد که سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و مستقیم بر عملکرد سازمانی دارد.

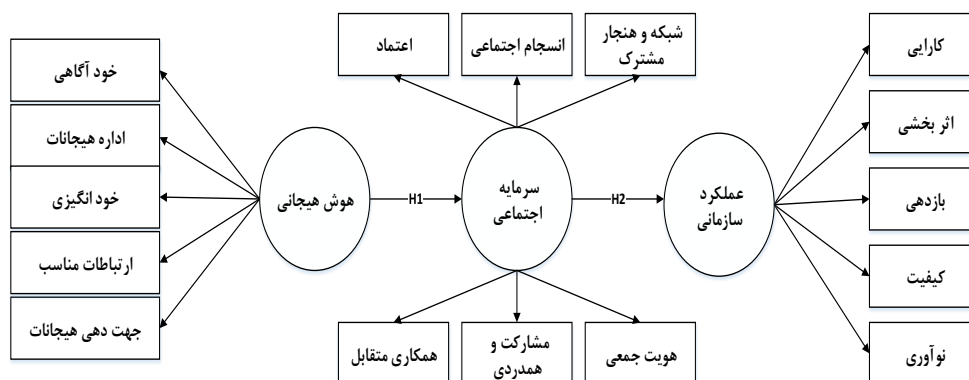
1. Danchev
2. Millar
3. Levin & cross

۷۱ □ بررسی تاثیر هوش هیجانی بر عملکرد سازمانی با توجه به نقش میانجی سرمایه اجتماعی

بنابراین فرضیات زیر پیشنهاد می‌شود:

فرضیه اول: بین هوش هیجانی کارکنان و سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
فرضیه دوم: بین سرمایه اجتماعی و عملکرد در سازمان آموزش و پرورش از نظر کارکنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

با توجه به فرضیات توسعه یافته مدل تحقیق در زمینه هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی با عملکرد سازمانی در شکل (۱) ارائه شده است.



شکل ۱) مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

این مطالعه از لحاظ نتیجه کاربردی و از نظر هدف توصیفی و با روش پیمایشی و به صورت تک مقطعی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر همه کارکنان اداره کل سازمان آموزش و پرورش شهر ارومیه می‌باشد. مقیاس‌های تحقیق برای سنجش متغیرها ابتدا از مبانی نظری استخراج شد. برای سنجش هوش هیجانی از دو پرسشنامه استاندارد هوش هیجانی و سینگر (۲۰۰۰)، عملکرد سازمانی از پرسشنامه تانجن (۲۰۰۴) و برای سنجش سرمایه اجتماعی از پرسشنامه (شیری و همکاران، ۱۳۹۱؛ لینا و پیل، ۲۰۰۶) استفاده شده است. سپس بر اساس نظر خبرگان از روایی صوری و محتوایی مقیاس‌ها بررسی و تأیید شد. همچنین برای اطمینان از پایایی مقیاس‌های سنجش مقدار آلفای کرونباخ محاسبه شد که در جدول (۱) ارائه شده است.

به منظور بررسی پایایی و روایی مدل اندازه‌گیری، از نرم‌افزارهای SPSS و Smart-PLS استفاده شد. همانطور که مشاهده می‌شود ضریب آلفای کرونباخ برای تمام مقیاس‌های تحقیق در سطح مطلوب است که

نشان از اعتبار سنجه‌های پژوهش دارد.

جدول (۱) نتایج پایایی پژوهش

سازه	ابعاد	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
هوش هیجانی	خودآگاهی	۴	۰/۷۳
	اداره هیجانات	۴	۰/۷۲
	خود انگیزی	۲	۰/۷۷
	ارتباطات مناسب	۳	۰/۸۳
	جهت‌دهی هیجانات	۳	۰/۷۵
سرمایه اجتماعی	اعتماد	۲	۰/۸۳
	شبکه‌ها و هنجارهای مشترک	۳	۰/۷۲
	تعاون و همکاری متقابل	۳	۰/۸۰
	انسجام و همبستگی جمعی	۲	۰/۸۴
	مشارکت و همدلی	۳	۰/۷۱
	هویت جمعی	۲	۰/۸۲
عملکرد سازمانی	کارایی	۳	۰/۷۵
	اثربخشی	۲	۰/۷۳
	بازدهی	۲	۰/۸۲
	کیفیت	۳	۰/۷۳
	نوآوری	۳	۰/۷۰

برای تعیین حجم نمونه مورد نیاز از فرمول کوکران برای جوامع محدود استفاده شد، که در تحقیق حاضر این حجم ۱۰۵ نفر بدست آمد، همچنین پاسخگویان با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده در دسترس انتخاب شدند. مقدار واریانس از طریق نمونه مورد بررسی برای ۳۰ نفر ۰/۳۶۸ محاسبه شده و حجم نمونه از طریق محاسبات زیر تعیین گردید:

رابطه (۱):

$$n = \frac{N \times z_{\alpha/2}^2 \times \sigma^2}{\varepsilon^2(N-1) + z_{\alpha/2}^2 \times \sigma^2} = \frac{400 \times (1.96)^2 \times 0.368}{0.1^2 \times 399 + (1.96)^2 \times 0.368} = 105$$

بررسی تاثیر هوش هیجانی بر عملکرد سازمانی با توجه به نقش میانجی سرمایه اجتماعی □ ۷۳

تجزیه و تحلیل داده‌ها

در جدول ۲، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه مورد بررسی ارائه شده است. همانطور که مشاهده می‌شود، ۶۱٪ پاسخگویان مرد و ۳۹٪ پاسخگویان متاهل بودند. تحصیلات فوق دیپلم با حدود ۴۶٪ بیشتر فراوانی را در میان پاسخگویان داشته است.

جدول ۲) ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه مورد بررسی

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	فراوانی	درصد فراوانی	ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	زن	۴۱	زیر دیپلم	۲	۱/۹
	مرد	۶۴	دیپلم	۱۱	۱۰/۵
وضعیت تأهل	مجرد	۳۲	فوق دیپلم	۴۹	۴۶/۷
	متاهل	۷۳	لیسانس	۴۰	۳۸/۱
			فوق لیسانس و بالاتر	۳	۲/۹
سن	زیر ۳۰ سال	۱۶	کمتر از ۵ سال	۱۵	۱۴/۳
	۳۰ - ۴۰	۵۸	۵ - ۱۰	۳۹	۳۷/۱
	۴۱ - ۵۰	۲۹	۱۱ - ۱۵	۳۳	۳۱/۴
	بالای ۵۰ سال	۲	۱۶ - ۲۰	۶	۵/۷
			۲۱ سال و بالاتر	۱۲	۱۱/۴

بارهای عاملی با محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌گردد. جهت بررسی مدل، ابتدا ضرایب بارهای عاملی متغیرهای آشکار محاسبه گردید. ضرایب مذکور در جدول شماره ۳ نشان داده شده است.

جدول شماره ۳) بار عاملی متغیرهای آشکار

ابعاد	شاخص	بار عاملی	ابعاد	شاخص	بار عاملی
خودآگاهی	Q1	۰/۶۸	انسجام و	Q25	۰/۹۱
	Q2	۰/۷۵	همبستگی	Q26	۰/۸۶
	Q3	۰/۷۹	همدلی و	Q27	۰/۵۶

۰/۸۹	Q28	مشارکت	۰/۶۴	Q4	اداره هیجانات
۰/۹۲	Q29		۰/۷۱	Q5	
۰/۸۵	Q30	هویت جمعی	۰/۷۶	Q6	
۰/۹۱	Q31		۰/۷۵	Q7	
۰/۸۲	Q32	کارایی	۰/۷۹	Q8	
۰/۷۴	Q33		۰/۹۰	Q9	
۰/۸۰	Q34		۰/۸۵	Q10	
۰/۸۹	Q35	اثر بخشی	۰/۷۶	Q11	ارتباطات مناسب
۰/۸۶	Q36		۰/۸۶	Q12	
۰/۷۸	Q37	بازدهی	۰/۷۸	Q13	جهت‌دهی هیجانات
۰/۹۵	Q38		۰/۸۵	Q14	
۰/۸۲	Q39	کیفیت	۰/۸۲	Q15	
۰/۷۶	Q40		۰/۷۰	Q16	
۰/۸۰	Q41		۰/۸۹	Q17	اعتماد
۰/۷۸	Q42	نوآوری	۰/۸۵	Q18	
۰/۷۷	Q43		۰/۸۷	Q19	شبکه‌ها و هنجارهای مشترک
۰/۸۳	Q44		۰/۶۰	Q20	
			۰/۸۷	Q21	تعاون و همکاری متقابل
			۰/۸۲	Q22	
			۰/۷۷	Q23	
			۰/۷۶	Q24	

همان طور که اطلاعات جدول نشان می‌دهد بار عاملی کلیه متغیرها در حد قابل قبول (بالاتر از ۰/۴) می‌باشند. این بدان معناست که ضریب همبستگی متغیرهای آشکار در برآورد متغیر پنهان مربوط به خود از توانایی لازم برخوردارند و در نتیجه نشان‌دهنده این است که روایی سازه مدل مورد قبول واقع شده است. جهت بررسی مدل ابتدا به برازش بیرونی و در مرحله دوم به برازش درونی و در آخر به برازش کلی مدل پرداخته شده است.

بررسی تاثیر هوش هیجانی بر عملکرد سازمانی با توجه به نقش میانجی سرمایه اجتماعی □ ۷۵

جدول ۴- شاخص‌های برازش مدل بیرونی

شاخص‌های برازش مدل بیرونی	خودآگاهی	اداره هیجانات	خودانگیزی	ارتباطات مناسب	جهت دهی هیجانات	اعتماد	شبکه‌ها و هنجار...	تعاون و همکاری	انسجام و همبستگی	همدلی و مشارکت	هویت جمعی	کارایی	اثر بخشی	بازدهی	کیفیت	نواوری
آلفای کرونباخ	۰/۷۰	۰/۷۱	۰/۷۱	۰/۷۱	۰/۷۲	۰/۷۰	۰/۷۲	۰/۷۰	۰/۷۳	۰/۷۲	۰/۷۳	۰/۷۳	۰/۷۱	۰/۷۰	۰/۷۰	۰/۷۱
ضریب پایایی ترکیبی	۰/۸۱	۰/۸۴	۰/۸۷	۰/۸۴	۰/۸۳	۰/۸۷	۰/۸۳	۰/۸۳	۰/۸۸	۰/۸۴	۰/۸۸	۰/۸۵	۰/۸۷	۰/۸۶	۰/۸۳	۰/۸۳
میانگین واریانس استخراجی	۰/۵۲	۰/۵۷	۰/۷۷	۰/۶۲	۰/۶۳	۰/۷۷	۰/۶۳	۰/۶۲	۰/۷۹	۰/۶۵	۰/۷۸	۰/۶۵	۰/۷۷	۰/۷۶	۰/۶۲	۰/۶۳

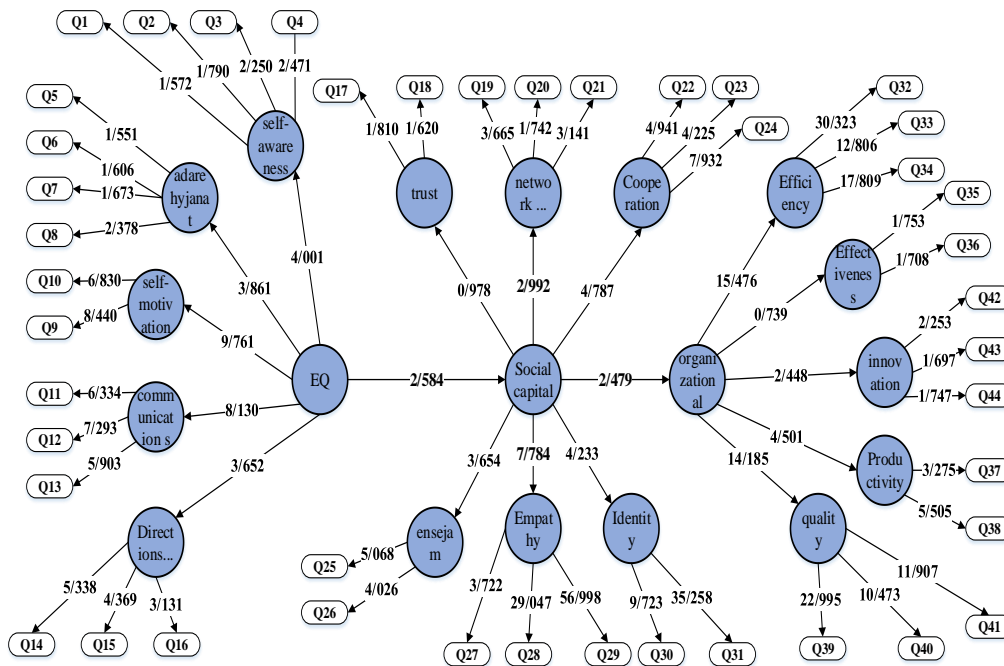
برای ارزیابی شاخص‌های سنجش و اعتبار مدل از شاخص‌های میانگین استخراج شده، پایایی ترکیبی، و آلفای کرونباخ استفاده می‌شود. همانطور که ذکر شد نتایج جدول بالا نشان می‌دهد تمام مقادیر فوق‌الذکر از حد مطلوب بالاتر است.

برای بررسی روایی واگرا، میزان رابطه یک سازه با شاخص‌هایش در مقایسه رابطه آن سازه با سایر سازه‌ها، به وسیله ماتریس فورنل لارکر نشان داده می‌شود. در این روش تنها متغیرهای پنهان درجه اول در ماتریس وارد می‌شوند. جدول ۵ نتایج این بررسی را نشان می‌دهد.

جدول ۵ (روایی واگرا (روش فورنل لارکر)

مغیرهای پژوهش	خودآگاهی	اداره هیجانات	خودانگیزی	ارتباطات مناسب	جهت دهی هیجانات	اعتماد	شبکه‌ها و هنجار...	تعاون و همکاری	انسجام و همبستگی	همدلی و مشارکت	هویت جمعی	کارایی	اثر بخشی	بازدهی	کیفیت	نواوری
خودآگاهی	۰/۷۲۱															
۱. هیجانات	۰/۱۸۲	۰/۷۵۵														
خودانگیزی	۰/۱۳۸	۰/۲۲۸	۰/۸۷۷													
ارتباطات	۰/۲۵۳	۰/۴۴۳	۰/۳۶۴	۰/۷۹۳												
جهت دهی	-۰/۰۰۶	۰/۰۲۵۸	۰/۳۳۸	۰/۱۹۱	۰/۷۹۳											
اعتماد	۰/۱۸۳	۰/۴۵۶	۰/۲۰۴	۰/۱۹۷	۰/۱۱۵	۰/۸۷۷										
شبکه‌ها	۰/۱۸۲	۰/۱۳۰	-۰/۰۱۱۳	-۰/۱۵۵	۰/۷۹۳	۰/۱۳۵	۰/۱۳۵									
همکاری	۰/۰۳۵	۰/۰۲۱۴	۰/۰۷۳۱	۰/۱۶۸	۰/۰۱۵۶	۰/۰۷۷۵	۰/۲۱۱	۰/۷۸۷								
انسجام	۰/۱۴۸	-۰/۱۶۸	۰/۲۳۴	-۰/۰۰۶	۰/۱۳۵	-۰/۰۲۵۸	۰/۰۷۷۵	۰/۲۳۶	۰/۸۸۸							
همدلی	۰/۱۸۸	۰/۱۲۸	۰/۱۷۵	۰/۱۱۳	-۰/۰۳۵۹	-۰/۰۶۸۷	۰/۱۱۴	۰/۲۷۱	۰/۱۶۶	۰/۸۰۶						
هویت	۰/۱۹۰	۰/۰۳۴۴	۰/۲۱۸	۰/۲۵۷	-۰/۰۰۰۲	۰/۱۷۹	۰/۰۵۲	۰/۰۲۱	۰/۱۹۴	۰/۲۵۷	۰/۸۸۳					
کارایی	۰/۱۷۳	۰/۰۸۸۴	۰/۲۸۵	۰/۲۶۷	۰/۰۶۷۷	۰/۰۹۳	۰/۰۲۰	۰/۱۲۰	۰/۰۶۷۱	۰/۲۳۸	۰/۶۱۵	۰/۸۰۶				
اثر بخشی	۰/۰۷۰	۰/۰۱۰۹	-۰/۰۸۱۸	۰/۰۶۷	-۰/۰۸۳۹	-۰/۰۲۴۴	۰/۰۰۶	۰/۰۶۹	-۰/۰۲۸۰	۰/۰۸۸	۰/۰۲۳	۰/۰۸۰	۰/۸۷۷			
بازدهی	-۰/۰۱۵	-۰/۲۱۴	۰/۰۹۹۹	۰/۱۶۳	۰/۱۲۷	۰/۰۵۶۱	-۰/۰۹۶	-۰/۰۹۶	۰/۰۹۴۱	۰/۰۱۷۰	۰/۱۹۷	۰/۲۸۶	۰/۰۵۰	۰/۸۷۱		
کیفیت	۰/۱۴۲	۰/۱۴۷	۰/۳۶۱	۰/۲۴۲	۰/۱۷۱	۰/۱۱۹	-۰/۰۱۵	۰/۰۰۷	-۰/۰۲۵	۰/۰۸۵	۰/۲۵۱	۰/۳۹۲	-۰/۰۱۲	۰/۲۲۰	۰/۷۸۷	
نواوری	۰/۰۶۳	۰/۰۰۷	۰/۱۶۳	۰/۳۹۸	۰/۱۰۶	۰/۰۰۰۵	-۰/۰۳۰	۰/۱۱۸	۰/۰۷۳۴	-۰/۰۵۳	۰/۱۷۶	۰/۰۷۳	-۰/۰۲۲	۰/۲۰۱	۰/۷۹۳	

برای محاسبه این ماتریس مقدار جذر AVE متغیرهای مکنون در پژوهش حاضر که در قطر اصلی ماتریس قرار گرفته‌اند، از مقدار همبستگی میان آن‌ها که در خانه‌های زیرین و چپ قطر اصلی قرار گرفته‌اند باید بیشتر باشد. بر اساس جدول ۵ مشاهده می‌شود که متغیرهای مکنون در مدل، تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارند تا با سازه‌های دیگر و روایی واگرایی مدل در حد مناسبی است.



شکل ۲- مقادیر T-value مدل تحقیق

در شکل فوق، اعداد مشخص شده بر روی فلش‌ها نشان دهنده مقادیر T-value هستند. جهت آزمون فرضیات در سطح اطمینان ۰/۹۵ مقادیر بزرگ تر و مساوی قدر مطلق ۱/۹۶، به معنای وجود ارتباط معنادار بین دو متغیر می‌باشد. جهت رابطه بر اساس مثبت یا منفی بودن این مقادیر تعیین می‌گردد. بر اساس آنچه گفته شد بین هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد، همچنین سرمایه اجتماعی بر عملکرد سازمانی تأثیر معنادار و مستقیم دارد. برای برآزش مدل کلی که هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری را کنترل می‌کند، معیار GOF به ترتیب زیر محاسبه می‌گردد:

$$GOF = \sqrt{\text{Communality} \times R^2} = 0.674 \times 0.314 = 0.46$$

۷۷ □ بررسی تاثیر هوش هیجانی بر عملکرد سازمانی با توجه به نقش میانجی سرمایه اجتماعی

با توجه به مقدار حاصل GOF می‌توان بیان نمود برازش مدل کلی پژوهش قوی می‌باشد.

بررسی فرضیات تحقیق

ملاک تأیید فرضیه‌های پژوهش این است که ضرایب مسیر مثبت و آماره t بالاتر از ۱,۹۶ باشد. در جدول ۶ نتایج بررسی فرضیه‌ها ارائه شده است:

جدول ۶) بررسی فرضیات پژوهش

مسیر	ضریب مسیر	آماره $t > 1.96$	نتیجه آزمون
هوش هیجانی ← سرمایه اجتماعی (H1)	۰/۳۱۵	۲/۵۸۴	تأیید ✓
سرمایه اجتماعی ← عملکرد سازمانی (H2)	۰/۳۱۹	۲/۴۷۹	تأیید ✓

بحث و نتیجه‌گیری

هوش هیجانی یک عامل کلیدی در ایجاد فضای کاری است که موجب رشد و پرورش کارکنان شده و آن‌ها را تشویق می‌کند تا بهترین عملکرد را داشته باشند. توسعه و رشد هوش هیجانی می‌تواند قشر وسیعی از کارکنان را در سازمان بهره‌مند سازد. بنابراین هوش هیجانی یکی از مواردی است که هر سازمان باید آن را مورد توجه خود قرار دهد و در پیش گرفتن برنامه‌هایی برای بهبود آن می‌تواند تأثیر مثبتی بر عملکرد گروه‌ها و به تبع آن سازمان داشته باشد. بر اساس تحقیقات گلمن، هوش هیجانی یکی از شاخص‌های مهم توسعه و بهبود عملکرد سازمانی است. نتایج تحقیقات گلمن (۱۹۹۵) نشان می‌دهد کارکنانی که از هوش هیجانی بالایی برخوردار باشند و تجربیات لازم را داشته باشند، قطعاً با آمادگی بیشتری نسبت به دیگران به رفع مشکلات و ضعف‌های گروهی در سازمان خواهند پرداخت. با ارتقای هوش هیجانی، کارکنان به توانایی و ظرفیت خود برای انجام وظایف محوله اعتقاد داشته و به یکدیگر حس اعتماد، علاقه‌مندی و شایستگی اعطاء نمایند که این خود سبب افزایش سرمایه اجتماعی می‌شود. این پژوهش با هدف بررسی رابطه هوش هیجانی، سرمایه اجتماعی با عملکرد سازمانی بین کارکنان اداره کل سازمان آموزش و پرورش شهر ارومیه انجام گرفت. نتایج آزمون فرضیه اول نشان می‌دهد که بین هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی تأثیر مستقیم وجود دارد که این مطالعه با یافته‌های پژوهش بخشنده و همکاران (۱۳۹۳)، عبدالمی و همکاران (۱۳۹۱)، فیضی و عابدینی (۱۳۸۹)، بروکس و نافوخو (۲۰۰۶)، همخوانی دارد. هوش هیجانی یک توانایی ضروری هم برای شکل‌گیری سرمایه اجتماعی سازمانی و هم حفظ و تداوم آن است. بنابراین، لازم است مدیران هوش هیجانی را مدنظر قرار داده و در پرورش آن کوشا باشند. اولین قدم برای این کار شاید استخدام افرادی با هوش هیجانی بالا در سازمان باشد. قدم بعدی آموزش آن است. سرمایه اجتماعی از طریق ایجاد نوآوری و تسهیم دانش در افزایش کیفیت تولیدات و خدمات در نتیجه، رشد و بالندگی سازمان اثر گذار خواهد بود.

وجود سرمایه اجتماعی سبب می‌شود سازمان‌ها بتوانند به سرمایه اجتماعی دست پیدا کنند. بسیاری از جامعه شناسان و متفکران حوزه‌های علوم اجتماعی بر این باورند که توجه به سرمایه اجتماعی یکی از ابعاد مهم توسعه جوامع است. در صورتی که بتوان سرمایه اجتماعی را تقویت کرد، عملکرد سازمانی نیز بهبود خواهد یافت. امروزه سازمان‌ها بایستی توجه‌ای ویژه‌ای به این سرمایه داشته باشند چرا که این سرمایه امروزه نقش مهمی نسبت به سرمایه فیزیکی و انسانی در سازمان‌ها و جوامع ایفا می‌کند. در صورت عدم حضور سرمایه اجتماعی در سازمان، سایر سرمایه‌ها اثر بخشی خود را از دست می‌دهند و بدون سرمایه اجتماعی، پیمودن راه‌های توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی، ناهموار و دشوار می‌شود. لذا در آموزش و پرورش بایستی به ارتباطات میان اعضای یک شبکه به عنوان منبع با ارزش نگاه کرد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل، این شبکه‌ها می‌توانند ضمن تحقق اهداف کارکنان، به اهداف سازمان نیز کمک شایانی کند. در نتیجه در مواقع بحرانی، می‌توان از سرمایه اجتماعی به عنوان یک منبع اصلی حل مشکلات و اصلاح فرایندها بهره برد. در سازمانی که سرمایه اجتماعی در شرایط مناسبی باشد، می‌تواند با فعالیتی که بر روی تبادل اطلاعات، همکاری، اعتماد متقابل و انتقال دانش ضمنی و صریح دارد موجب شکوفایی ایده‌های جدید در افراد و فعالیت تیم‌های کاری و مشارکت اعضای سازمان در رسیدن به اهداف سازمان و در نتیجه باعث بهبود عملکرد سازمان شود. نتایج فرضیه دوم تحقیق نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی تأثیر مستقیم، مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی دارد. نتایج به دست آمده با مطالعات لسر و استورک^۱ (۲۰۰۱)؛ لینا و ون برن^۲ (۱۹۹۹) و لینا و پیل (۲۰۰۶) همخوانی داشته و به نتایج یکسانی رسیده‌اند. همچنین اندرو (۲۰۱۰) در پژوهش خود با عنوان سرمایه اجتماعی سازمانی، ساختار و عملکرد به رابطه‌مندی سرمایه اجتماعی و ساختار با عملکرد پرداخت. یافته‌های این پژوهش نشان داد که بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با عملکرد سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد. در مجموع با توجه به یافته‌های این تحقیق دلایل مهم افزایش کارایی و اثر بخشی فعالیت کارکنان اداره آموزش و پرورش را می‌توان، داشتن احساس درونی مثبت به شغل خود، افزایش انگیزش به حل مسائل آموزش و پرورش، افزایش مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها و داشتن روابط مناسب بین کارکنان و همکاران دانست.

منابع

۱. بخشنده، امید؛ ابراهیمی، سید علیرضا؛ احمدی بالادهی، سید مهدی و بابا نسب، نیما (۱۳۹۳).
- بررسی رابطه بین هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی، اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد، موسسه بین المللی علوم و فناوری حکیم عرفی شیراز.

بررسی تاثیر هوش هیجانی بر عملکرد سازمانی با توجه به نقش میانجی سرمایه اجتماعی □ ۷۹

۲. شمسی، زهرا؛ محبعلی پور، منیره و الوداری، حسن (۱۳۹۴). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی، مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۲، شماره ۱، صص: ۱۳۶-۱۱۷.
۳. شیرینی، نعمت الله، میرکزاده، علی اصغر، ادريس آله ویسی، محمد، کرمی دارابخانی، رویا (۱۳۹۱). نقش سرمایه اجتماعی در یادگیری سازمان کارکنان جهاد کشاورزی کردستان، مجله اقتصاد و توسعه کشاورزی، مقاله ۱۲، دوره ۴۳، شماره سوم، صص: ۴۵۹-۴۴۷.
۴. عبدالهی، بیژن؛ فرجی زاده سرخی، حاتم؛ حیات، علی اصغر و کهولت، نعیمه (۱۳۹۱). بررسی رابطه هوش هیجانی با سرمایه اجتماعی سازمانی (مطالعه موردی دانشگاه شیراز)، فصلنامه علمی پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی، سال چهارم، شماره دوم، مسلسل (۱۴)، صص: ۸۸-۷۷.
۵. فیضی، طاهره و عابدینی، سعید (۱۳۸۹). بررسی رابطه هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه)، پژوهش نامه اقتصاد و کسب و کار، شماره ۱، صص: ۵۸-۴۳.
۶. نوروزی، حسین؛ کاملی، علیرضا؛ بیگی، رؤیا و مهدبی، مهدی (۱۳۹۴). بررسی تأثیر جو سازمانی بر عملکرد سازمانی کارکنان از طریق سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: کارکنان شهرداری مناطق پنج گانه شهر رشت)، مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۲، شماره یک، صص: ۱۵۴-۱۳۷.

7. Ahrweiler, M. and T. Keane. (2013). Innovation networks, Mind & Society, Vol.12, No.1, pp. 73-90.
8. Andrews, R. (2007), Organizational social capital and public service performance, Presented in 9th Public Management Research Conference, Tucson: university of Arizona, pp: 1-41.
9. Antonacopoulou, EP; Gabriel, Y. (2001). Emotion, learning and organizational change: Towards an integration of psychoanalytic and other perspectives. Journal of Organizational Change Management, 14(5), pp. 435-451.
10. Arbabisarjou, Azizollah; Raghیب, MaedeSadat; Rezazade, Shekofe-al- Sadat; Siadat, Syyed Ali (2013). "The Relationship between Emotional Intelligence, Spiritual Intelligence, and Students' Academic Achievement". World of Sciences Journal, 1(8), 45-51.
11. Bar-on. R. & Parker. J. D. A. (2000). Handbook of Emotional Intelligence. San Francisco: Josse – Bass.
- 12.
13. Busi, M (2006) Collaborative performance mangament: present gaps and future research, International Journal of Procutivity and Performance Management, Vol 55. No. 10.
14. Cadima, R. Ojeda, J. & Monguet, J.M. (2012). Social Networks and Performance in Distributed Learning Communities, Educational Technology

- & Society, Vol.15, No.4, pp.296-304.
15. Dai, W. D., Mao, Z. E., Zhao, X. R., & Mattila, A. S. (2015). How does social capital influence the hospitality firm's financial performance? The moderating role of entrepreneurial activities. *International Journal of Hospitality Management*, 51, 42-55.
 16. Danchev, Alexi (2006). Social capital and sustainable behavior of the firm. *Industrial Management & Data System*. No. 7. pp. 953-965.
 17. Francis, P. (2002), Social capital at World Bank: strategic and operational Implications of the concept social development strategy, World Bank.
 18. Gittell, J. H.,; Seidner, R, and Wimbush, J. (2007), A social capital Model of High Performance Work systems, Presented in conference on HRM and Knowledge Related Performance Copenhage: Copenhagen Business School, pp: 1-44.
 19. Goleman, D. (2002). Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ. New York: Bantam Books.
 20. Golman, D. (1998). Working with Emotional Intelligence. EBook.
 21. Haghghi, M., Gharleghi, E., Mirasadi, S., & Nikbakht, F. 2010. A survey of relationship between the characteristics of mission statement and organizational performance (Case of: food industries in Tehran). *Development Management*, 2(4), 166-186.
 22. Kierstead, J. (1999). Human Resource Management Trends and Issues. Emotional Intelligence in The work place. Research directorate-PSC.
 23. Lesser, E. L. & Storck, J. (2001), Communities of paractice and organizational performance, *IBM systems Journal*, Vol. 40, No. 4, p:830-844.
 24. Nahapiet, J. & S. Ghoshal. (1998), Social capital, intellectual capital and the organizational advantage, *Academy of management Review*, 232, pp: 242-266.
 25. Ramezanpour, S., Amiriyan S. & Shirazy, A.N.M. (2014). Investigation of the Relationship between Entrepreneurial Opportunity Recognition and Entrepreneurial Capitals, *International Journal of Asian Social Science*, Vol.4, No.5, pp.598-613.
 26. Sarlak, M. A., Salamzadeh, Y. (2014). Analyzing the Impacts of Informal Organizations on Formal Routines in a Networked Organization, *Journal of Asian Scientific Research*, Vol.4, No.12, pp.768-783.
 27. Siegler, V. (2014). Measuring social capital, London, England, Office for National Statistics.
 28. Smedlund (2008). The knowledge system of a firm: social capital for explicit, tacit and potential knowledge; *journal of knowledge management*, vol 12, no 1, pp. 63-77.
 29. Stys Yvonne, Shelley. Brown (2004). a review of the emotional intelligence

- literature and implication for correction, research branch correction service of Canada.
30. Tangen, S. (2004), Professional practice performance Measurement: from philosophy to practice, *International Journal of Productivity and performance Management*, Vol.53, No.8, pp. 726-37.
 31. Veisinger, H. (1998). *Emotional Intelligence at work*. SanFrancisco.
 32. Vesinger, H. (2000). *Emotional Intelligence at work*. Sanfrancisco; available at: [www. science direct](http://www.science direct).
 33. Vilanova, Eva Puente & Josa, Roger Torrella (2003). Social capital as a managerial phenomenon. Working Paper, Tampere University of Technology.
 34. Yauch, Ch. (2010), Measuring agility as a performance outcome, *Journal of Manufacturing Technology Management*, vol. 22, NO.3, pp. 384-404.

