دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال سوم، شمارهٔ پنجم، بهار و تابستان ۱۳۹٤
صص ۲۲-۱

بررسی تأثیر هوش هیجانی بر رفتار شهروندی سازمانی در صنعت هتلداری

شمس‌السادات زاهدی، استاد گروه مدیریت دولتی دانشگاه علامه طباطبایی
ابتهال زندی[۱]، دانشجوی دکترای مدیریت گردشگری دانشگاه علامه طباطبایی

دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۲/۲۷ پذیرش نهایی: ۱۳۹٤/٤/۳۱

چکیده

امروزه روان‌شناسان بر این امر تأکید دارند که کارکنان سازمان‌ها باید فراتر از وظایف رسمی خود عمل کنند. با توجه به تعامل فراوان و رو در رو با مشتری و ماهیت خدمات، این مفهوم در بخش‌های خدماتی اهمیت بیشتری می‌یابد. یکی از مهارت‌هایی که می‌تواند به کارکنان در این راه کمک کند، «رفتار شهروندی سازمانی» است. به علاوه از جمله عواملی که نقش بسیار مهمی را در انجام موفق وظایف شغلی ایفا می‌کند، «هوش هیجانی» است؛ چرا که افراد دارای هوش هیجانی بالا، هنر تعامل و مهارت کنترل و ادارهٔ احساسات دیگران را دارا هستند. به همین منظور پژوهش حاضر به دنبال بررسی تأثیر مؤلفه‌های هوش هیجانی و ابعاد رفتار شهروندی سازمانی کارکنان هتل است. روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی و جامعهٔ آماری این پژوهش، کارکنان گروه هتل‌های آریا به تعداد ۵۰۰ نفر هستند. حجم نمونه، به شیوه فرمول تعیین حجم نمونه ۱۱۲ نفر و با روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده تعیین گردید. تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق آمار توصیفی و استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل واریانس یک طرفه و t دو نمونه‌ای مستقل) انجام شد. نتایج نشان می‌دهد که بین مؤلفه‌های هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان هتل، رابطهٔ مثبت و معناداری وجود دارد، همچنین بین نظرات کارکنان هتل در مورد هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی با توجه به جنس، سابقهٔ خدمت و مدرک تحصیلی تفاوت معناداری مشاهده نگردید.

کلیدواژه‌ها : هوش هیجانی، رفتار شهروندی سازمانی، مهارت‌های اجتماعی، کارکنان هتل‌های آریا.

---

۱. نویسنده مسئول، Email: ebtehal.zandi@gmail.com

مقدمه

دنیای کنونی با شتاب فزاینده‌ای در حال صنعتی شدن است. این امر، ضرورت نوآوری، انعطاف‌پذیری، بهره‌وری و پاسخگویی را برای بقا و موفقیت سازمان‌ها بیشتر می‌کند. از این رو، لازم است استانداردهای جدیدی برای سازمان‌ها تدوین گردد تا بتوانند پاسخگوی چالش‌های جهانی شوند و زمینهٔ مناسبی را برای برخورداری کارکنان از مهارت‌های مختلف فراهم کنند (گارژ و راستگی[1]، ۲۰۰٦). در این میان، روان‌شناسان تأکید دارند کارکنان سازمان‌ها باید فراتر از وظایف رسمی خود عمل کنند. با توجه به تعامل فراوان و رو در رو با مشتری و ماهیت خدمات، این مفهوم در بخش‌های خدماتی اهمیت بیشتری می‌یابد. یکی از مهارت‌هایی که می‌تواند به کارکنان در این راه کمک کند، «رفتار شهروندی سازمانی»[2] است. این مقوله به رفتارهای فردی اشاره دارد که برخاسته از بصیرت افراد است و علاوه بر این‌که کارایی و اثر بخشی عملکرد سازمان را افزایش می‌دهند، مستقیم و به صورت صریح، از طریق سیستم رسمی پاداش تشویق نمی‌شوند (بارنز و کارپنتر[3]، ۲۰۰۸). در واقع رفتار شهروندی سازمانی، حرکت کردن به ورای حداقل عملکرد مورد انتظار است (بارنز و کارپنتر، ۲۰۰۸؛ موران[4]، ۲۰۰۳).

از سوی دیگر، تحقیقات دانشمندان نشان می‌دهد که از جمله عواملی که نقش بسیار مهمی را در انجام موفق وظایف شغلی ایفا می‌کند، «هوش هیجانی»[5] است (گلمن[6]، ۱۹۹۸؛ بویاتزیس[7] و همکاران، ۲۰۰۰). افراد دارای هوش هیجانی بالا، هنر تعامل و مهارت کنترل و ادارهٔ احساسات دیگران را دارا هستند. این مهارت‌ها، محبوبیت، قوهٔ

1. Garg & Rastogi
2. Organizational Citizenship Behavior (OCB)
3. Burns & Carpenter
4. Moran
5. Emotional intelligence
6. Goleman
7. Boyatzis

رهبری و نفوذ شخصی را تقویت می‌کند و فرد را در هرگونه فعالیت اجتماعی و ارتباط صمیمانه با دیگران، موفق می‌سازد. چنین افرادی با شناخت و بصیرت درونی که نسبت به تمایلات عاطفی خود و دیگران دارند، بهترین عملکرد را در موقعیت‌های مختلف زندگی بروز می‌دهند (اسعدی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۲۷).

بنابراین هوش هیجانی می‌تواند یکی از پیش‌نیازهای توفیق کارکنان در بروز رفتار شهروندی سازمانی، قلمداد شود. بر اساس این فرضیه، پژوهش حاضر در صدد است تا تأثیر هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی را در صنعت هتلداری - که یکی از حرفه‌های تأثیرگذار در جامعه است و از حیث خدمت‌رسانی در زمرهٔ مهم‌ترین صنایع قرار می‌گیرد و کارکنان آن باید از رفتار شهروندی سازمانی در سطح عالی برخوردار باشند - بررسی نماید.

مبانی نظری

رفتار شهروندی سازمانی

در میان نقش‌های مختلف فرا وظیفه‌ای، اهمیت حیاتی رفتار شهروندی در اثربخشی سازمانی، برای مدیران عملگرا به اثبات رسیده است. کوهن و ویگودا بر اهمیت رفتار شهروندی سازمانی در تمام اشکال سازمانی تأکید کرده و متذکر شده‌اند که رفتار شهروندی سازمانی، اثربخشی سازمانی را به شیوه‌های مختلف بهبود می‌بخشد (کوهن، ۲۰۰۲). ارتورک[1] نیز در این‌باره معتقد است، رفتار شهروندی سازمانی، الگوی نوین رفتار کارکنان در سازمان است و امروزه رویکرد مدرن مدیریت نوین نیروی انسانی در بسیاری از سازمان‌ها است (ارتورک، ۲۰۰۶). به طور کلی، رفتار شهروندی، یک نوع رفتار ارزشمند و مفید است که افراد به صورت دلخواه و داوطلبانه از خود بروز

1. Erturk

می‌دهند. به این ترتیب، مطالعه و بررسی این‌گونه رفتار افراد در سازمان بسیار مهم و ضروری به نظر می‌رسد (اسلامی و سیار، ١٣٨٦).

ارگان (١٩٨٨) برای نخستین بار از عنوان رفتار شهروندی سازمانی استفاده کرد و آن را مجموعه‌ای از رفتارهای فردی ناشی از بصیرت افراد دانست که موجب ارتقای عملکرد مؤثر سازمان می‌شود و به صورت مستقیم، صریح و روشن، پرداخت و پاداشی به ازای آن صورت نمی‌پذیرد. البته تعریف‌های مشابه دیگری را نیز، محققان دیگر ارائه کردند؛ اما به‌طور کلی، رفتار شهروندی سازمانی عبارت است از مجموعه‌ای از رفتارهای داوطلبانه و اختیاری که بخشی از وظایف رسمی فرد نیست، اما با این وجود توسط وی انجام و باعث بهبود مؤثر وظایف و نقش‌های سازمان‌می‌شود (آپلبام[1]، ٢٠٠٤: ١٩). برای نمونه، یک کارگر ممکن است نیازی به اضافه‌کاری و حضور در محل کار تا دیروقت نداشته باشد، اما برای بهبود امورجاری و تسهیل جریان کاری سازمان، بیشتر از ساعت کاری رسمی خود در سازمان می‌ماند و به دیگران کمک می‌کند (کروپانزانو و بیرن[2]، ٢٠٠٠: ٧).

بنابراین در یک جمع‌بندی کلی، رفتارها در رفتار شهروندی سازمانی، کاملاً داوطلبانه و فردی هستند؛ بدین معنا که افراد برای اجرای این نوع رفتارها به طور رسمی پاداش دریافت نمی‌کنند و به علت اجرا نکردن آن‌ها نیز مجازات و تنبیه نمی‌شوند. در واقع، رفتار شهروندی، کارها و اقدام‌های ایثارگرانه و تمایل به از خودگذشتگی کارکنان برای تأمین آسایش و رفاه دیگران را تبیین می‌کند (اسعدی و همکاران، ١٣٩٠: ١٢٨).

با این تعاریف، از شهروند سازمانی انتظار می‌رود بیش از الزامات نقش خود و فراتر از وظایف رسمی در خدمت اهداف سازمان فعالیت کند. به عبارت دیگر ساختار رفتار شهروندی سازمانی به دنبال شناسایی، اداره و ارزیابی رفتارهای فرا نقش کارکنانی است

1. Appelbaum
2. Cropanzano & Byrne

که در سازمان فعالیت می‌کنند و در اثر این رفتارهای آنان اثربخشی سازمانی بهبود می‌یابد (بینستوک و همکاران، ۲۰۰۳: ۳٦۱).

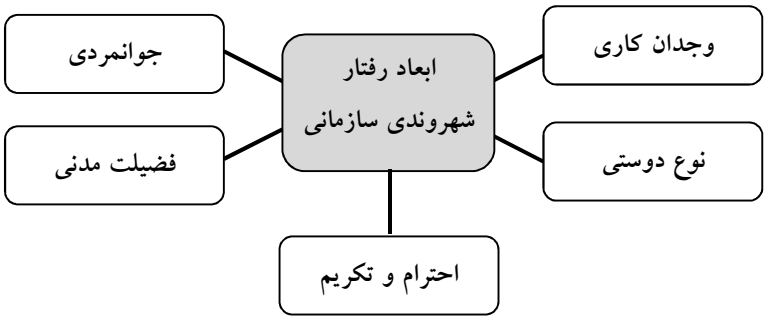
ابعاد رفتار شهروندی در سازمان

محققان مؤلفه‌های گوناگونی را برای رفتار شهروندی سازمانی برشمرده‌اند. پرکاربردترین و مورد توافق‌ترین ابعاد رفتار شهروندی سازمانی که بیشتر محققان در پژوهش‌های خود به آن‌ها استناد می‌کنند، عبارت است از وجدان کاری، جوانمردی، فضیلت مدنی، احترام و تکریم و نوع دوستی. ارگان، این پنج بعد را در سال ۱۹۸۸ مطرح کرد. پودساکف و همکارانش نیز در سال ۱۹۹۰ با کمک روش تحلیل عاملی برای هر کدام از این پنج بعد، مقیاس سنجش استانداردی ایجاد کردند که در طول سال‌های متمادی با هدف سنجش رفتار شهروندی سازمانی، استفاده بسیاری از آن شد (ارگان، ۱۹۹۸).

در میان این ابعاد، بعد «وجدان‌کاری» نمونه‌های مختلفی را در برمی‌گیرد و در آن اعضای سازمان رفتارهای خاصی را انجام می‌دهند که فراتر از حداقل سطح وظیفه‌ای مورد نیاز برای انجام آن کار است (ارگان، ۱۹۸۸). جوانمردی یا تحمل‌پذیری، دومین بعد رفتار شهروندی است که به شکیبایی در برابر موقعیت‌های نامطلوب و نامساعد، بدون اعتراض، نارضایتی و گلایه‌مندی، اشاره می‌کند. بعد سوم رفتار شهروندی که «فضیلت مدنی» نام دارد، رفتارهایی از قبیل حضور در فعالیت‌های فوق برنامه، آن هم زمانی که این حضور لازم نباشد، حمایت از توسعه و تغییرات ارائه شدهٔ مدیران سازمان و تمایل به مطالعهٔ کتاب، مجله و افزایش اطلاعات عمومی و اهمیت دادن به نصب پوستر و اطلاعیه در سازمان برای آگاهی دیگران را شامل می‌شود.

بر این اساس یک شهروند سازمانی خوب، نه تنها باید از مباحث روز سازمان آگاه باشد؛ بلکه باید درباره آن‌ها اظهار نظر کند و در حل آن‌ها نیز مشارکت فعالانه داشته باشد (رامین مهر و همکاران، ۱۳۸۸). بعد دیگر رفتار شهروندی، «احترام و تکریم» نام

دارد و بیان‌کنندهٔ نحوهٔ رفتار افراد با همکاران، سرپرستان و مخاطبان سازمان است. افرادی که در سازمان با احترام وتکریم با دیگران رفتار می‌کنند، دارای رفتار شهروندی مترقی هستند (کاسترو و همکاران، ٢٠٠٤: ١٦٩). آخرین بعد رفتار شهروندی سازمانی نیز «نوع‌دوستی» نام دارد و به رفتارهای مفید و سودبخشی از قبیل ایجاد صمیمیت، همدلی و دلسوزی میان همکاران اشاره دارد که به شکل مستقیم و یاغیرمستقیم، به کارکنانی که دارای مشکلات کاری هستند، کمک می‌کند (اسلامی و سیار، ١٣٨٦). در شکل ١، ابعاد رفتار شهروندی سازمانی نمایش داده شده است (ارگان، ١٩٨٨).



شکل ١. ابعاد رفتار شهروندی سازمانی

ارگان پس از برشمردن این ابعاد، یادآوری می‌کند که هر پنج بعد رفتار شهروندی ممکن است هم زمان ظهور نیابند، برای نمونه افرادی که ما فکر می‌کنیم دارای بعد وجدان‌کاری هستند ممکن است همیشه نوع دوست و فداکار نباشند و یا این که برخی از این ابعاد، مانند نوع دوستی و وجدان‌کاری روشی برای تحت فشار قرار دادن مدیران سازمان باشد (کاسترو و همکاران، ٢٠٠٤).

هوش هیجانی

یکی از مباحثی که بسیار مورد توجه محققان بوده و تحول بزرگی را در حوزه نظریه‌های سازمان ایجاد نموده، بحث هوش هیجانی یا هوش احساسی است. این هوش، از مهم‌ترین مفاهیم تلفیق‌دهندهٔ جنبه‌های شناختی مانند تفکر و غیرشناختی نظیر هیجان است (اسعدی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۳۱). به زعم دیگینز[1](۲۰۰٤)، هوش هیجانی به افراد در زمینه آگاهی بیشتر از روش‌های بین فردی، شناسایی و مدیریت تأثیر عواطف بر تفکر و رفتار، توسعهٔ توانایی تشخیص تحرکات اجتماعی در محیط کار و درک چگونگی مدیریت روابط و بهبود آن‌ها کمک می‌نماید و محصول دو مهارت اصلی قابلیت فردی و قابلیت اجتماعی است که خودآگاهی و خودمدیریتی به فرد برمی‌گردد و آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط به رابطه فرد با دیگران برمی‌گردد (برادبری و گریوز، ۱۳۸٦: ۱٦).

دانشمندان تعریف‌های متنوعی از هوش هیجانی ارائه نموده‌اند. مایر و سالووی، اولین تعریف‌های هوش هیجانی را در سال۱۹۹۰ارائه کردند. آن‌ها در تعریف هوش هیجانی، آن را توانایی کنترل احساسات و هیجان‌های خود و دیگران، تشخیص و تفاوت قایل شدن بین آن‌ها و به کارگیری این اطلاعات برای راهنمایی و هدایت افکار و فعالیت‌های خود معرفی نمودند (بیکر[2]، ۱۹۹۳). گلمن در تعریف هوش هیجانی، آن را نوع دیگری از هوش می‌داند که حاکی از شناخت احساسات خویشتن است و از آن برای تصمیم‌گیری‌های مناسب در زندگی استفاده می‌شود. هوش هیجانی به توانایی درک درست محیط، خود انگیزی، شناخت و کنترل احساسات خود و دیگران، به طوری که این فرآیند بتواند تفکر و ارتباطات را تسهیل نماید، اشاره می‌کند. به بیان دیگر، منظور از هوش هیجانی، توانایی مهار کردن تمایلات عاطفی و هیجانی خود،

1. Diggins
2. Becker

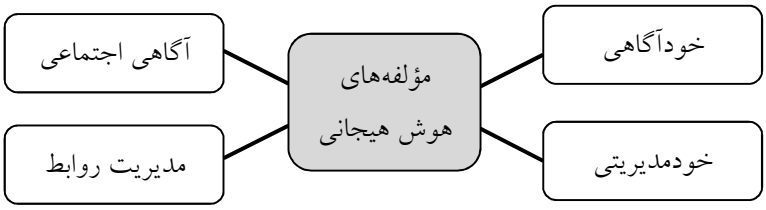
درک خصوصی‌ترین احساسات دیگران، رفتار آرام و سنجیده در روابط انسانی با دیگران، خویشتنداری، شور، اشتیاق و پشتکار است (کاسچاب[1]، ۲۰۰۲؛ بویاتزیس و همکاران، ۲۰۰۲). گلمن، هوش هیجانی را شامل خودآگاهی، مدیریت و مهار هیجان‌ها، برانگیختن خویشتن، همدلی و دستکاری و ادارهٔ روابط می‌دانست (۱۹۹۵).

نتایج تحقیقات نشان می‌دهد، نه تنها هوش هیجانی یکی از نیازهای انسان برای مقابله با مشکلات و رفع فشارهای ناشی از آنهاست، بلکه بر سلامت حافظه و نیروی عقل، ادراک، معنابخشی تجربه‌ها، داوری صحیح، تصمیم‌گیری مناسب و رشد روانی اجتماعی فرد، تأثیر چشمگیر می‌گذارد (کاسچاب، ۲۰۰۲). پژوهش‌های مختلف همچنین نشان می‌دهد افرادی که هوش هیجانی بالایی دارند، قدرت بیشتری برای سازگاری با مسائل جدید و روزانه، رشد شغلی و حرفه‌ای و رهبری دارند. همچنین، هوش هیجانی بالا با برون‌گرایی، انعطاف‌پذیری، دلپذیربودن و توانایی هماهنگ نمودن احساس‌های مختلف، شناسایی این احساس‌ها و عمل آن‌ها بر مغز و رفتار، همبستگی دارد (بویاتزیس، ۲۰۰۲؛ پلاتو، ۲۰۰۳؛ وانگ[2]، ۲۰۰۲).

در مقابل، هوش هیجانی پایین، با رفتارهای مسأله‌ساز درونی همچو سطوح پایین همدلی، ناتوانی در تنظیم خُلق وخو، افسرده‌خویی، افسردگی، روان رنجور خویی، بدنی و استرس و نیز رفتارهای مسأله‌ساز بیرونی چون تنزل پیشرفت تحصیلی، مصرف الکل و مواد مخدر، انحراف جنسی، تخریب دارایی، دزدی و پرخاشگری، همراه است (اسکچاب، ۲۰۰۲). بنابراین دارا بودن هوش هیجانی به فرد توانایی خودآگاهی، مدیریت بر خود، آگاهی اجتماعی و برقراری ارتباط با دیگران را می‌دهد. این حیطه‌ها با یکدیگر رابطه پویا و نزدیکی دارند. اگر فرد از هیجانات خود آگاهی نداشته باشد، قادر به مدیریت آن‌ها نیست و اگر هیجانات او خارج از کنترل باشند، توانایی او در ایجاد روابط دچار مشکل خواهد شد(گلمن و همکاران، ۱۳۸۵).

1. Kaschub
2. Wong

از ابتدای دهۀ ۱۹۹۰ تا اوایل هزاره جدید، محققان ابعاد گوناگونی را برای هوش هیجانی بر شمرده‌اند. بیشتر این طبقه‌بندی‌ها مشابه یکدیگر است و تفاوت اندکی بین آن‌ها مشاهده می‌شود. شکل ۲ بر اساس طبقه‌بندی لرد و هوگان به دست آمده و در آن به ابعاد اصلی و فرعی هوش هیجانی اشاره شده است (شفیعی رودپشتی و میرغفوری، ۱۳۸۷).



شکل ۲. مؤلفه‌های هوش هیجانی

پیشینۀ تحقیق

در حوزه بررسی ارتباط بین مؤلفه‌های هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی در صنعت هتلداری تحقیقات زیادی صورت نگرفته است؛ اما در خصوص بررسی ارتباط بین مؤلفه‌های هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی به طور عام تحقیقات و بررسی‌های فراوانی صورت گرفته است که از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد.

نجات و همکاران (۱۳۸۸) در بررسی تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر کیفیت خدمات آژانس‌های مسافرتی شهر تهران به این نتیجه دست یافت که رضایت شغلی و اعتماد کارکنان نسبت به مدیران، رابطۀ معناداری با رفتار شهروندی سازمانی دارد. همچنین رفتار شهروندی سازمانی رابطۀ مثبتی با کیفیت خدمات ادراک شده توسط مشتری دارد.

هادی‌زاده‌مقدم و فرجیان (۱۳۸۷) در بررسی تأثیر هوش عاطفی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان با لحاظ کردن نقش تعهد عاطفی نتیجه گرفتند که از ابعاد هوش عاطفی، خود مدیریتی و مدیریت روابط، با تأثیرگذاری بر تعهد عاطفی طبق مدل تحلیل

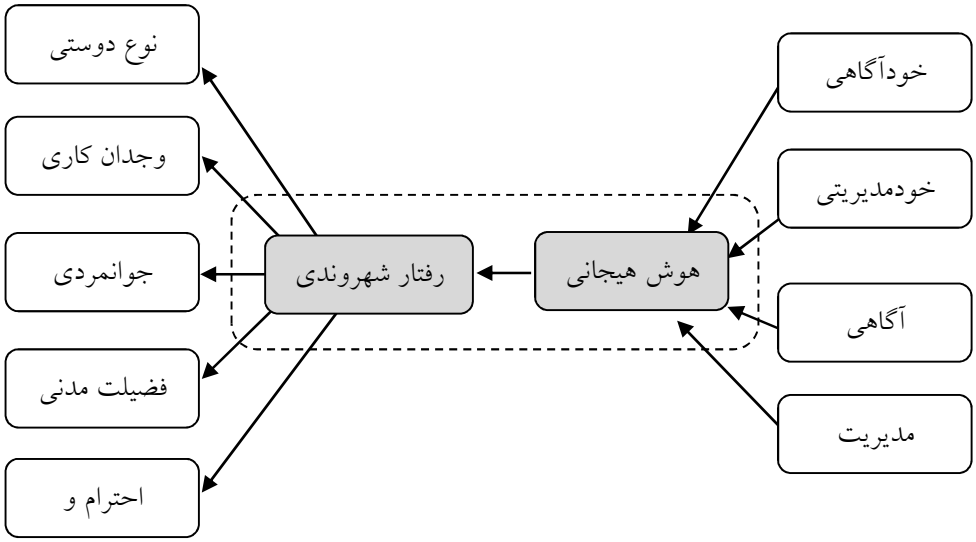
مسیر، بر رفتار شهروندی سازمانی اثر مثبت و معناداری دارند. اما تأثیرگذاری سایر ابعاد هوش عاطفی، ازجمله خودآگاهی وآگاهی اجتماعی از طریق تعهد عاطفی بر رفتار شهروندی مورد تأیید قرار نگرفت.

اسپکتور و فوکس[1](۲۰۰۲) به بررسی رابطهٔ هیجانات با رفتارهای کاری داوطلبانه؛ رفتارهای شهروندی سازمانی و رفتارهای ضد شهروندی پرداختند. نتایج نشان داد که هیجان، نقش مرکزی را در رفتارهای داوطلبانه دارد و با دستکاری هیجان می‌توان رفتارهای کاری داوطلبانه را افزایش و کاهش داد. آن‌ها بیان کردند که تعدادی از شرایط شغلی و سازمانی (مانند فشارهای اجرایی، استرس‌های شغلی، بی‌عدالتی و تعهد روان‌شناختی پایین) باعث ایجاد عکس‌العمل‌های هیجانی می‌شود و هیجانات منفی باعث افزایش رفتارهای ضد شهروندی می‌شوند و بر عکس هیجانات مثبت باعث افزایش رفتارهای شهروندی سازمانی می‌شوند. مداسیر و سینگ[2] (۲۰۰۸) رابطهٔ بین هوش هیجانی و رهبری تحولی و رفتار شهروندی سازمانی را بررسی نمودند. نتایج نشان داد که هوش هیجانی مدیران با وجدان، فضیلت مدنی و نوع دوستی زیردستان رابطه مثبت داشت، اما بین هوش هیجانی و رهبری تحولی رابطه وجود نداشت. نتایج رگرسیون نشان داد که هوش هیجانی مدیران دو بعد رفتار شهروندی سازمانی یعنی وجدان و نوع دوستی را پیش‌بینی می‌کند.

ایلگین[3] و همکاران (۲۰۰۹) در بررسی رابطه بین هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی با اثر تعدیلی جنسیت در این رابطه نتیجه گرفتند که هوش هیجانی با تمامی ابعاد رفتار شهروندی سازمانی رابطهٔ مستقیم دارد. جنسیت، روی هوش هیجانی تأثیری نداشت؛ اما رابطهٔ بین هوش هیجانی و رفتار شهروندی را – به جز بعد استفاده از هیجانات – تعدیل نمود.

1. Spector & fox
2. Modassir & Singh
3. Ilgınl

نورلیلا[1] و همکاران (۲۰۰۹) در پژوهشی به بررسی تأثیر هوش هیجانی بر عملکرد کارکنان پرداختند و نتیجه گرفتند که نشان دادن خلق و خوی مثبت و توجه و مراقبت رهبران نسبت به کارکنان (داشتن هوش هیجانی) باعث افزایش رفتار شهروندی سازمانی آنان می‌شود.



شکل ۳. مدل تحقیق (تأثیر هوش هیجانی بر رفتار شهروندی)

روش پژوهش

این پژوهش، مطالعه‌ای از نوع «توصیفی ـ تحلیلی» است که به روش مقطعی با هدف بررسی ارتباط بین هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شاغل در گروه هتل آریا[2]، انجام گرفته است. جامعهٔ آماری این پژوهش، کارکنان این گروه هتل به تعداد ۵۰۰ نفر هستند. برای انجام این پژوهش از فرمول کوکران و با خطای ۰.۰۵

1. Noorlaila

۲. گروه هتل‌های آریا شامل ۱۰ هتل بین‌المللی قم، شایگان کیش، مشیرالممالک یزد، آسمان اصفهان، پارس شیراز، کادوس رشت، نارنجستان نور، بین‌المللی تبریز، امیرکبیر اراک و پردیسان مشهد است.

نمونه‌ای با حجم ۱۱۲ نفر به روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده انتخاب شد؛ یعنی ابتدا از بین ۱۰ هتل متعلق به این گروه، ٤ هتل[1] به طور تصادفی انتخاب شد و کارکنان این ٤ هتل به عنوان نمونه، به روش نمونه‌گیری تصادفی مورد بررسی قرار گرفتند.

برای جمع‌آوری اطلاعات، دو پرسش‌نامهٔ استاندارد هوش هیجانی برادبری و گریوز (۱۳۸٦) و رفتار شهروندی سازمانی پودساکف (۲۰۰۰) مورد استفاده قرار گرفت. روایی محتوایی هر دو پرسش‌نامه را ۵ نفر از صاحب‌نظران این حوزه تأیید کردند و پایایی آن پس از اجرای آزمایشی بین ۳۰ نفر از کارکنان با محاسبه آلفای کرونباخ برای پرسشنامهٔ هوش هیجانی ۰.۸۹ و برای پرسشنامهٔ رفتار شهروندی سازمانی ۰.۸۲ تعیین گردید. تجزیه و تحلیل داده‌ها با آمار توصیفی (فراوانی، درصد و میانگین) و آمار استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل واریانس یک طرفه و t دو نمونه‌ای مستقل) و با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام شد.

فرضیه‌های تحقیق

۱. بین مؤلفه‌های هوش هیجانی کارکنان گروه هتل‌های آریا با ابعاد رفتار شهروندی سازمانی آنان رابطهٔ مثبت و معناداری وجود دارد.
۲. بین پاسخ‌های کارکنان گروه هتل‌های آریا در مورد هوش هیجانی با توجه به ویژگی‌های دموگرافیک آنان (جنس، سابقهٔ خدمت و مدرک تحصیلی) تفاوت وجود دارد.
۳. بین پاسخ‌های کارکنان گروه هتل‌های آریا در مورد رفتار شهروندی سازمانی با توجه به ویژگی‌های دموگرافیک آنان (جنس، سابقه خدمت و مدرک تحصیلی) تفاوت وجود دارد.

۱. در این پژوهش هتل‌های بین‌المللی قم، امیرکبیر اراک، پردیسان مشهد و بین‌المللی تبریز به طور تصادفی انتخاب و مورد بررسی قرار گرفتند.

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی

جدول ۱. درصد توزیع متغیرهای جمعیت‌شناختی کارکنان هتل‌های مورد مطالعه

جنسیت		سابقه خدمت					تحصیلات					
مرد	زن	کمتر از ۵ سال	۵ تا ۱۰ سال	۱۰ تا ۱۵ سال	۱۵ تا ۲۰ سال	۲۰ سال و بیشتر	زیر دیپلم	دیپلم	کاردانی	کارشناسی	کارشناسی ارشد و بالاتر
۵۹.۸	٤۰.۲	٤۷	۳٦	۱۳	۱	۳	۱۳.٦	۳٤	۱٤.٦	۳٦.۹	۱

جدول ۱ توزیع متغیرهای جمعیت‌شناختی نمونهٔ مورد مطالعه را نشان می‌دهد. همان گونه که جدول ۱ نشان می‌دهد، ۵۹.۸ درصد از کارکنان هتل مرد و ٤۰.۲ درصد زن هستند. ٤۷ درصد کارکنان کمتر از ۵ سال سابقهٔ کاری در هتل دارند و بیشتر (۳٦.۹) دارای مدرک تحصیلی کارشناسی هستند. شایان ذکر است که درصد اشاره شده در جدول، درصد معتبر[1] است که پس از حذف موارد بدون پاسخ به دست آمده است.

جدول ۲. میانگین مؤلفه‌های رفتار شهروندی سازمانی و هوش هیجانی

	رفتار شهروندی سازمانی					هوش هیجانی				
	نوع دوستی	وجدان کاری	جوانمردی	فضیلت مدنی	احترام و تکریم	خود آگاهی	خود مدیریتی	آگاهی اجتماعی	مدیریت روابط
میانگین	٤.۲۷	٤.۳۹	٤.۱۹	٤.۲	٤.۱۲	٤.۱۷	۳.۸۷	۳.۹۳	٤.۰٦
میانگین کل	٤.۲٦					٤.۰۱			

1. valid percent

با توجه به جدول ۲، هر ۵ بعد رفتار شهروندی در وضعیت خوبی قرار دارند، به طوری که «وجدان کاری» و «نوع دوستی» در بالاترین سطح قرار دارند. این در حالی است که از بین چهار بعد هوش هیجانی، دو بعد «خود مدیریتی» و «آگاهی اجتماعی» در سطح پایینی قرار دارند که لازم است به این مهم توجه شود.

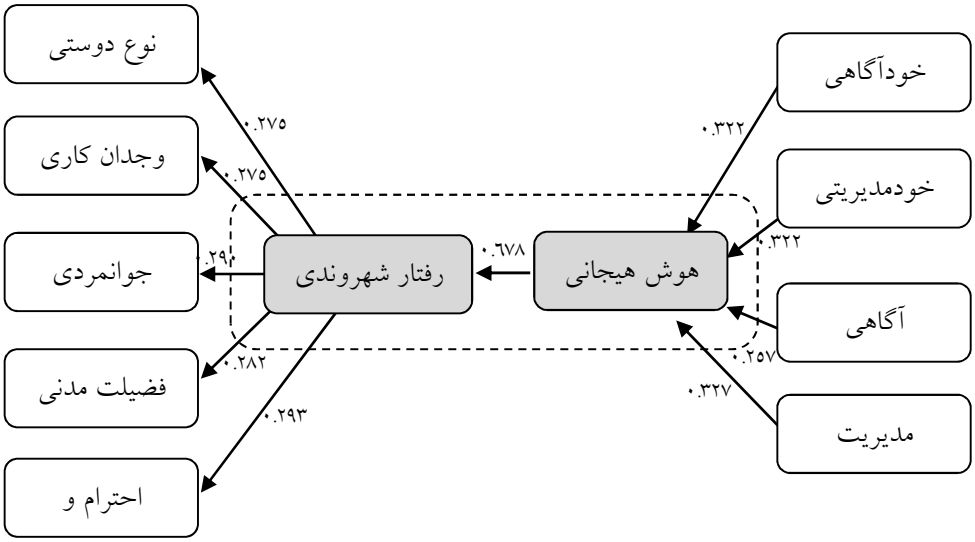
آمار استنباطی

جدول ۳. نتایج بررسی فرضیه اصلی پژوهش

شاخص هوش هیجانی	شاخص رفتار شهروندی سازمانی
ضریب همبستگی پیرسون	۰.٦۷۸
معناداری (یک‌طرفه)	۰.۰۰۰
تعداد	۷۹

نتایج بررسی فرضیهٔ اصلی پژوهش نشان می‌دهد بین هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی، همبستگی معناداری در سطح اطمینان ۹۹٪ وجود دارد، که مقدار آن نیز در حد مناسب و قابل قبولی است. شکل ٤، نتایج بررسی فرضیهٔ اصلی پژوهش را نشان می‌دهد.

شکل ٤، نتایج بررسی به ضریب استاندارد شده بتای مؤلفه‌های هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی را نشان می‌دهد. تقریباً هر چهار بعد هوش هیجانی به اندازه برابر در مؤلفهٔ هوش هیجانی کل تأثیر دارند. در این بین، مقادیر به دست آمده نشان می‌دهد مدیریت روابط، خود مدیریتی، خودآگاهی و آگاهی اجتماعی، به ترتیب بیشترین تأثیر را بر هوش هیجانی دارند. به علاوه نتایج بررسی مؤلفه‌های رفتار شهروندی سازمانی نشان می دهد که دو بعد احترام و تکریم و جوانمردی به ترتیب بیشترین تأثیر را بر رفتار شهروندی سازمانی داشته است.



شکل ٤. وزن هر یک از مؤلفه‌های هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی

جدول ٤. آزمون t دو نمونه‌ای مستقل (آزمون برابری میانگین هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان زن و مرد)

	آزمون برابری واریانس لون[1]		آزمون t (برابری میانگین‌ها)		
	F	Sig.	آماره t	درجه آزادی	Sig.
شاخص هوش هیجانی	۳.۳۹۹	۰.۰۶۹	۱.۲۱۹	۸۲	۰.۲۲۶
شاخص رفتار شهروندی سازمانی	۰.٤۲٦	۰.٥۱٦	۰.۹۱٦	۸٤	۰.۳٦۲

افزون بر این، با توجه به نتایج آزمون t دو نمونه‌ای مستقل برای شاخص هوش هیجانی، مقدار معناداری ۰.۲۲٦ است، به عبارتی تفاوت معناداری بین میانگین هوش هیجانی کارکنان زن و مرد هتل وجود ندارد. همچنین نتایج حاصل از آزمون t دو نمونه‌ای مستقل برای شاخص رفتار شهروندی سازمانی، مقدار معناداری ۰.۳٦۲ است؛

1. Levene

این نتیجه دال بر این است که تفاوت معناداری بین میانگین رفتار شهروندی سازمانی کارکنان زن و مرد هتل وجود ندارد.

جدول ۵. آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه (برابری میانگین هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان با تحصیلات و سابقه خدمت متفاوت)

			مجموع مجذورات	درجه آزادی	Mean Square	F	Sig.
تحصیلات	هوش هیجانی	بین گروه‌ها	۰.۲٦۰	٤	۰.۰٦۵	۰.۳۰۰	۰.۸۷۷
		درون گروه‌ها	۱٦.۸٦۹	۷۸	۰.۲۱٦		
		مجموع	۱۷.۱۲۹	۸۲			
	رفتار شهروندی سازمانی	بین گروه‌ها	۰.۲٦۲	٤	۰.٦٦	۰.۳۸۰	۰.۸۲۲
		درون گروه‌ها	۱۳.٦۱٤	۷۹	۰.۱۷۲		
		مجموع	۱۳.۸۷٦	۸۳			
سابقه خدمت	هوش هیجانی	بین گروه‌ها	۰.۷۰۳	٤	۰.۱۷٦	۰.٦۸۹	۰.٦۰۲
		درون گروه‌ها	۱۹.٦۲۵	۷۷	۰.۲۵۵		
		مجموع	۲۰.۳۲۸	۸۱			
	رفتار شهروندی سازمانی	بین گروه‌ها	۱.۲٤۸	٤	۰.۳۱۲	۱.٦۹۱	۰.۱٦۰
		درون گروه‌ها	۱٤.۵۷۹	۷۹	۰.۱۸۵		
		مجموع	۱۵.۸۲۷	۸۳			

با توجه به نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه برای شاخص هوش هیجانی و تحصیلات مختلف، مقدار معناداری ۰.۸۷۷ است، به عبارتی تفاوت معناداری بین میانگین هوش هیجانی کارکنان هتل با تحصیلات مختلف وجود ندارد. به علاوه نتایج حاصل از همین آزمون برای شاخص رفتار شهروندی سازمانی و تحصیلات مختلف، مقدار معناداری ۰.۸۲۲ است که این نتیجه نیز گواه آن است که تفاوت معناداری بین میانگین رفتار شهروندی سازمانی کارکنان هتل با تحصیلات مختلف وجود ندارد. در خصوص شاخص هوش هیجانی و سابقه خدمت نیز مقدار معناداری ۰.٦۰۲ به‌دست آمد که نشان‌دهندهٔ عدم تفاوت معناداری بین میانگین هوش هیجانی کارکنان هتل با سابقهٔ خدمت آنان است. مقدار معناداری ۰.۱٦۰ شاخص رفتار شهروندی سازمانی و سابقهٔ خدمت نیز همین امر را برای شاخص رفتار شهروندی سازمانی و سابقهٔ خدمت تأیید می‌کند.

بنابراین در یک جمع‌بندی کلی هر دو فرضیه شماره۲ و ۳ مبنی بر وجود اختلاف معنادار بین نظرات کارکنان گروه هتل‌های آریا در مورد هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی با توجه به ویژگی‌های دموگرافیک آنان (جنس، سابقهٔ خدمت و مدرک تحصیلی) رد می‌شود. به عبارت بهتر بین نظرات کارکنان هتل در مورد هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی با توجه به جنس، سابقهٔ خدمت و تحصیلات تفاوت معناداری وجود ندارد.

نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش گواه این امر است که هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی با یکدیگر همبستگی معنادار و قابل توجهی دارند. این یافته‌ها و کاربرد آن‌ها برای کارکنان هتل زمانی اهمیت می‌یابد که وضعیت هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی فعلی کارکنان هتل ارزیابی شود و با نگاهی تحلیلی، از داده‌های این پژوهش و

وضعیت فعلی هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی برای بهبود وضعیت خدمت‌رسانی آنان استفاده شود.

بررسی آماری و ارزیابی سطح هوش هیجانی کارکنان هتل نشان می‌دهد، با وجود این‌که هر چهار بعد هوش هیجانی در کارکنان گروه هتل‌های آریا وجود دارد، اما سطح هوش هیجانی کارکنان هتل در مقایسه با رفتار شهروندی سازمانی آن‌ها در سطح پایین‌تری، به‌ویژه در دو بعد خود مدیریتی و آگاهی اجتماعی قرار دارد. از آنجایی که هوش هیجانی از جمله مؤلفه‌های مهمی است که به کارکنان کمک می‌کند تا رفتار شهروندی داشته باشند و مسافران خود را راضی و خشنود کنند، لذا لازم است مدیران هتل، هوش هیجانی را یکی از مؤلفه‌های مهم برای انتخاب کارکنان خود به هنگام استخدام، مدنظر قرار دهند و همچنین برای کارکنان موجود نیز کارگاه‌هایی در این خصوص برگزار نمایند. چرا که از این طریق هم هوش هیجانی کارکنان و به تبع آن رفتار شهروندی سازمانی آن‌ها نیز بهبود می‌یابد.

طبق نتایج، کارکنان گروه هتل‌های آریا در هر چهار بعد هوش هیجانی به‌ویژه در ابعاد «خودمدیریتی» و «آگاهی اجتماعی» به بهبود و ارتقای سطح نیاز دارند. با توجه به این‌که هوش هیجانی از طریق آموزش و توانمندسازی قابلیت ارتقا دارد، برنامه‌های بهبود سطح، باید برای کارکنان هتل در نظر گرفته شود تا سطح هوش هیجانی کارکنان ارتقا یابد. همچنین اگرچه کارکنان هتل در ابعاد «جوانمردی»، «فضیلت مدنی» و «احترام و تکریم» به مقدار کمی نیازمند بهبود می‌باشند، با اندکی دقت می‌توان یکی از ریشه‌های این ضعف را در پایین بودن نسبی سطح هوش هیجانی به‌ویژه در ابعاد «خود مدیریتی» و «آگاهی اجتماعی» جست‌وجو کرد، زیرا به نظر می‌رسد این دو بعد با ابعاد ضعیف رفتار شهروندی سازمانی در ارتباط هستند و بر آن‌ها تأثیر ضمنی دارند؛ البته بررسی دقیق این ارتباط‌ها، نیازمند پژوهش دیگر و انجام تحلیل‌های آماری بیشتری است که می‌تواند در پژوهش‌های دیگر مورد بررسی و مداقه قرار گیرد.

به نظر می‌رسد کارکنان گروه هتل های آریا لازم است برنامه‌های ویژه‌ای برای ارتقای سطح خود مدیریتی یا مدیریت بر خود و بهبود درجهٔ آگاهی اجتماعی خویش تدوین و تمهیدات ویژه‌ای را بدین منظور لحاظ نمایند. برای ارتقای رفتار شهروندی کارکنان هتل به نظر می‌رسد اتخاذ سیاست‌های تشویقی بتواند راهگشا باشد، چرا که تقویت رفتار شهروندی، مانند هر رفتار دیگری که از افراد سر می‌زند، نیاز به ترغیب و تشویق دارد.

منابع

اسلامی، حسن؛ سیار، ابوالقاسم. (۱۳۸٦). «رفتار شهروندی سازمانی». *مجله تدبیر*. سال ۱۸. شماره ۱۸۷.

اسعدی، میر محمد؛ ندافی، غزاله؛ شفیعی رودپشتی، میثم. (۱۳۹۰). «بررسی ارتباط بین هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی در کتابداران کتابخانه‌های عمومی؛ مورد: کتابخانه‌های عمومی شهرستان یزد». *فصلنامه کتابداری و اطلاع رسانی*. شماره ١٤.

برادبری، تراویس؛ گریوز، جین. (۱۳۸٦). *هوش هیجانی (مهارت‌ها و آزمون‌ها)*. ترجمهٔ مهدی گنجی. تهران: ساوالان.

گلمن، دانیل؛ بویاتزیس، ریچارد؛ مک کی، آنی. (۱۳۸۵). *هوش هیجانی در مدیریت و رهبری سازمان*. ترجمهٔ بهمن ابراهیمی. تهران: سازمان مدیریت صنعتی.

نجات، سید امیررضا؛ کوثرنشان، محمدرضا؛ میرزاده، اکبر. (۱۳۸۸). «رفتار شهروندی سازمانی بر کیفیت خدمات آژانس‌های مسافرتی شهر تهران». *فصلنامه بررسی‌های بازرگانی*. شماره ۳۵.

هادی‌زاده مقدم، اکرم؛ مرجان فرجیان. (۱۳۸۷). «بررسی تأثیرگذاری هوش عاطفی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان با لحاظ کردن نقش تعهد عاطفی؛ مطالعهٔ موردی بانک ملت». *فصلنامه پیام مدیریت*. شماره ۲۸.

Appelbaum, S., Bartolomucci, N., Beaumier, E., Boulanger, J., Corrigan, R., Doré, I., ... & Serroni, C. (2004). Organizational citizenship behavior: a case study of culture, leadership and trust. Management decision, 42(1), 13-40.

Becker, K. A. (1993). The characteristics of bibliographic instruction in relation to the causes and symptoms of burnout. RQ, 346-357.

Bienstock, C. C., DeMoranville, C. W., & Smith, R. K. (2003). Organizational citizenship behavior and service quality. journal of services marketing, 17(4), 357-378.

Boyatxzis, E. (2002). Developing Emotional Intelligence. To be published in San Francico: Jossey – Bass.

Boyatzis, R. E., Goleman, D., & Rhee, K. (2000). Clustering competence in emotional intelligence: Insights from the Emotional Competence Inventory (ECI). Handbook of emotional intelligence, 343-362.

Burns, T., & Carpenter, J. (2008). Organizational citizenship and student achievement. Journal of cross-disciplinary perspectives in education, 1(1), 51-58.

Cropanzano, R., & Byrne, S. Z, (2000). The Relationship of Emotional Exhaustion to Work Attitudes. Job Performance Rating, and Organizational Citizenship Behaviors. Fifteenth Annual Conference of Society for Industrial and Organizational Psychology in New Orleans.

Diggins, C. (2004). Emotional Intelligence: The Key to Effective Performance and to Staying Ahead of the Pack at Times of Organizational Change. Human Resource Management International Digest, 12(1), 33-35.

Ertürk, A. (2006). Increasing organizational citizenship behaviors of Turkish academicians: Mediating role of trust in supervisor on the relationship between organizational justice and citizenship behaviors. Journal of Managerial Psychology, 22(3), 257-270.

Garg, P., & Rastogi, R. (2006). Climate profile and OCBs of teachers in public and private schools of India. International Journal of Educational Management,20(7), 529-541.

Goleman, D. (1995). Emotional Intelligence. New York: Bantam Books.

Goleman, D. (1998). Working with Emotional Intelligence. New York: Bantam Books.

Ilgın, B. Semra, G. Azizen, E., & Ozge, T. (2009). The Relationship Between Emotional Intelligence and Organizational Citizenship Behaviors and the Moderating Effects of Gender on This Relationship, Creativity, Innovation and Management Abstracts of the 10th International Conference Sousse, Tunisia.

Jung, H. & Yoon, H. (2012). The Effects of Emotional Intelligence on Counterproductive Work Behaviors and Organizational Citizen Behaviors Among Food and Beverage Employees in a Deluxe Hotel. International Journal of Hospitality Management. 31, 369– 378.

Kaschub, M. (2002). Defining Emotional Intelligence in Music Education. Arts Education policy Review, 103, 5, pp9-15.

Modassir, A., & Singh, T. (2008). Relationship of emotional intelligence with transformational leadership and organizational citizenship behavior.International journal of leadership studies, 4(1), 3-21.

Moran, M. (2003). Fostering organizational leadership: Transformational leadership and trust. In W. K. Hoy & C. G. Miskel, Studies in Leading and Organizing Schools. Information Age Publishing: Greenwich: CT, 157-179.

Noorlaila, Y. Noormala, I. Raja, M., & Raja, S. (2009). Employee Performance on Organizational Citizenship Behavior: The Influence of Leader's Emotional Intelligence, The, 29-34.

Organ, D. (1988). Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrome, Lexington Book, Lexington, MA.

Plato, D. (2003). Effective Education and The Role of Emotional Intelligence. Internet Address: www.advanced communication. Com. Au/html.

Spector, P. E., & Fox, S. (2002). An emotion-centered model of voluntary work behavior: Some parallels between counterproductive work behavior and organizational citizenship behavior. Human Resource management review,12(2), 269-292.

Wong, C. S., & Law, K. S. (2002). The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study. The leadership quarterly, 13(3), 243-274.