

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی ارتباط بین تفکراترژیک و هوش هیجانی در شرکت گاز استان ایلام می باشد. این تحقیق با رویکردی توصیفی-همبستگی از طریق توزیع ۶۶ پرسشنامه بین کارکنان شرکت گاز صورت گرفته است. برای گردآوری داده‌های پژوهش از پرسشنامه تفکراترژیک گل محمدی (۱۳۹۲) و پرسشنامه هوش هیجانی برادبری و گریوز (۲۰۰۵) استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون آماری همبستگی و فریدمن استفاده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که بین تفکراترژیک و هوش هیجانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. از میان ابعاد تفکراترژیک بعد خلاقیت بیشترین ضریب همبستگی را با هوش هیجانی دارد.

کلیدواژه:

تفکراترژیک، هوش هیجانی، خلاقیت.

بررسی ارتباط بین تفکراترژیک و هوش هیجانی

(مورد مطالعه: شرکت گاز استان ایلام)

مریم نکوئی زاده

۱. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه

شهید بهشتی

mmnekoee@yahoo.com

عماد گل محمدی

کارشناس ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه آزاد

سنندج

emad_818@yahoo.com

میعاد گل محمدی

کارشناسی مدیریت صنعتی دانشگاه پیام نور مرکز

ایوان.

Miad_0111@yahoo.com

۱- مقدمه

در ۲۵ سال گذشته، مطالعات ضعف تفکراترژیک را در میان مدیران عالی به عنوان یک عامل عمده در عملکرد سازمان شناسایی کردند [۱]. برای یک مدیر، فهم فضای حاکم بر کسب و کار مهم و حیاتی است. بصیرت مدیر در فهم این فضا تنها در درک عوامل موثر بر این فضا محدود نمی‌شود، بلکه کشف شهودی زوایای ناشناخته این فضا و خلق ایده‌هایی برای بهره‌برداری از آن‌ها نیز مهم است. تفکراترژیک رویکردی است که زمینه شکل‌گیری و توسعه این بصیرت را فراهم می‌سازد و مدیران را به سوی یادگیری سریع از محیط کسب و کار و بکارگیری خلاقیت برای خلق ارزش‌های جدید آماده می‌کند [۲]. برای رهبرانی که می‌خواهند آینده خود و محیطشان را تغییر دهند، تسلط بر تفکراترژیک بسیار مهم است. تفکراترژیک، نقطه آغازین ایجاد چشم انداز است. رهبران موفق به گونه‌ای عمل می‌کنند که گویی اکنون در آینده هستند. بنابراین تفکراترژیک فرصت‌های خلاقیت را برای آنها نمایان ساخته و به این صورت آنها می‌توانند بر آینده اثرگذار باشند [۳]. از طرفی، مدیرانی که دارای بهره هوشی بالایی هستند، لزوماً مدیران موفق نیستند. هر چند بهره هوشی بالا یکی از عوامل موثر در مدیریت کارآمد و اثربخش محسوب می‌شود، اما عوامل دیگر نیز تاثیرگذار هستند که "هوش هیجانی" یکی از آنهاست. هوش هیجانی مدل رفتاری جدیدی است، زیرا اصول آن راه جدیدی را برای شناخت و ارزیابی رفتار افراد، سبک مدیریت، گرایش‌ها و مهارت‌های بین فردی پیش پای ما می‌گذارد [۴].

توانایی تفسیر رخ داده‌ها و وقایع غیر مرتبط و برنامه‌ریزی نشده بزرگترین نشان موفقیت مدیران موفق سازمان‌های کنونی است. که این توانایی‌ها در واقع همان تفکرات استراتژیک در یک سازمان می‌باشد که خود مبین یک کمبود اساسی برای رساندن یک سازمان به تعالی و توانمندسازی می‌باشد [۵]. داشتن مدیرانی با قدرت تفکرات استراتژیک امروزه از نیازهای اساسی سازمان‌هایی است که در میدان رقابت در تلاش برای متمایز ماندن و پیشرفت هستند. همین نیاز ما را به سمتی سوق می‌دهد که از خود بپرسیم چگونه می‌توان چنین مدیران مناسبی را که دارای ذهنی باز و واگرا و دارای مهارت تفکرات استراتژیک هستند، را شناسایی کرد و در رأس امور گذاشت تا سازمان‌ها را در قرار گرفتن در مسیری درست و روبه رشد و همراه با موفقیت یاری رسانند [۶]. از طرفی، امروزه بسیاری از سازمان‌ها دستخوش تغییرند و هرگونه تغییر، نیازمند کارکنانی و مدیرانی است که انطباق پذیر بوده و با تغییرات سازگار شوند. در این میان تعامل اجتماعی به شیوه‌ای شایسته و ثمربخش برای بیشتر مدیران و رهبران به عنوان عنصر کلیدی در مدیریت تغییرات سازمانی اهمیت فزاینده‌ای دارد. بررسی‌ها نشان داده است که گوی رقابت آینده را مدیرانی خواهند برد که بتوانند به طور اثربخش و نتیجه‌بخش با منابع انسانی خود ارتباط برقرار کنند. در این زمینه هوش هیجانی یکی از مولفه‌هایی است که می‌تواند به میزان زیادی در روابط مدیران با اعضای سازمان نقش مهمی ایفا کند و به گفته گلمن (۱۹۹۸) شرط حتمی و اجتناب ناپذیر در سازمان به حساب می‌آید. اخیراً برخی دانشمندان نیز دریافته‌اند که هوش هیجانی با اهمیت‌تر از بهره‌هوشی برای موفقیت سازمان است. امروزه هوش هیجانی به سرعت مورد توجه شرکت‌ها و سازمان‌ها قرار گرفته است و اهمیت آن از توانایی‌های شناختی و دانش‌های تکنیکی بیشتر شده است و دلیل این امر آن است که، مدیران دریافته‌اند که از این طریق، پیوستگی درونی و تعادل شخصی و سازمانی افزایش پیدا خواهد کرد [۷]. برخی از نظریه‌های رهبری، بر اهمیت هوش هیجانی و اجتماعی برای رهبران و مدیران تاکید کرده‌اند، چرا که پیچیدگی‌های رفتاری و شناختی و همچنین انعطاف‌پذیری از ویژگی‌های مهم رهبران شایسته است [۸].

باتوجه به مطالب ذکر شده و اهمیت وجود رهبران و کارکنانی شایسته با مهارت تفکرات استراتژیک و هوش هیجانی برای گذر سازمان از چالش‌های پیش‌رو، نویسندگان مقاله را برآن داشت که ارتباط تفکرات استراتژیک و هوش هیجانی را در شرکت گاز استان ایلام بررسی کنند. هدف پژوهش حاضر "بررسی ارتباط بین تفکرات استراتژیک و هوش هیجانی" است. پژوهش حاضر از آن نظر حائز اهمیت است که اولین تحقیقی کمی است که به بررسی تفکرات استراتژیک و هوش هیجانی در استان ایلام می‌پردازد. لذا پیشنهادها و راهکارهایی که این پژوهش ارائه می‌دهد می‌تواند به مدیران در راستای ایجاد فضایی بهتر، بمنظور افزایش ظرفیت تفکرات استراتژیک در سازمان و تعالی سازمان کمک نماید.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱- تفکرات استراتژیک

تفکرات استراتژیک یعنی شکل دادن و نظام دادن به آشفته‌گی‌ها است. یعنی اینکه شخص با تفکرات استراتژیک قادر است در ذهن خود نظم و هماهنگی به وجود آورد و تفکرش را انسجام بخشد [۹]. در ادبیات موضوع، توافق چندانی بر بحث تفکرات استراتژیک وجود ندارد. برخی از نویسندگان آن را به صورت واژه‌ای بجای مفاهیمی چون برنامه‌ریزی استراتژیک و مدیریت استراتژیک به کار برده‌اند. برخی دیگر از نویسندگان بر فرآیندهای استراتژیک تمرکز کرده و به وضوح بیان کرده‌اند که برنامه‌ریزی استراتژیک مناسب به تفکرات استراتژیک منجر می‌شود یا بطور ضمنی فرض کرده‌اند که سیستم مدیریت استراتژیک که به خوبی طراحی شده باشد، تفکرات استراتژیک را در سازمان تسهیل می‌کند. مینتزرگ بین برنامه‌ریزی استراتژیک و تفکرات استراتژیک تمایز قائل شد و بیان نمود که "برنامه‌ریزی استراتژیک، تفکرات استراتژیک نیست" [۱۰]. لیدکا (۱۹۹۸) بیان می‌کند که، واژه



"تفکر استراتژیک" امروزه اغلب بصورت گسترده و عمومی در ادبیات مدیریت استراتژیک بکار برده می‌شود که بیم بی‌معنی شدن آن را تهدید می‌کند. بیشتر کسانی که از آن استفاده می‌نمایند، نمی‌توانند آن را معنی کنند [۱۱].

تفکر استراتژیک فرآیند یافتن راه‌های جایگزین برای رقابت و ارائه ارزش به مشتری است. بنابراین می‌توانیم تفکر استراتژیک را بعنوان استراتژی‌های جایگزین یا مدل‌های تجاری که برای مشتریان ارزش ایجاد می‌کند تعریف نمائیم [۱۲]. به زعم مینتزبرگ، تفکر استراتژیک یک فرآیند سنتز ذهنی است که از طریق خلاقیت و شهود، نمای یکپارچه‌ای از کسب و کار در ذهن ایجاد می‌کند [۹]. زابریسکی تفکر استراتژیک را "پیش درآمدی برای طراحی آینده سازمان" تعریف می‌کند [۱۳]. ویلسون (۱۹۹۴) تفکر استراتژیک را فکر کردن در مورد راهبرد تعریف می‌کند [۱۴]. بون تفکر استراتژیک را روشی که رویکردهای منطقی و همگرایی را با فرآیند تفکر خلاق و چندگانه (واگرا) را ترکیب می‌نماید، جهت حل مسائل استراتژیک تعریف می‌نماید [۱۵].

یکپارچه سازی تفکر استراتژیک در دو سطح فردی و سازمانی، قابلیت‌های حیاتی در سازمان ایجاد می‌کند که پایه یک مزیت رقابتی پایدار را شکل می‌دهد. در واقع تفکر استراتژیک در دو سطح فردی و سازمانی با جامعیت و دور اندیشی خاصی که ایجاد می‌کند، از یک سو باعث درک بهتر کارکنان از سازمان و محیط فعالیت آن شده و منجر به بروز خلاقیت‌های مکرر آنان می‌شود و از سوی دیگر زمینه ارتباطات و تعاملات بیشتر بین مدیران و کارکنان را فراهم آورده و باعث بهره‌برداری از نبوغ و خلاقیت کارکنان در سازمان می‌شود [۱۶]. تفکر استراتژیک راهی است که افراد در یک سازمان فکر می‌کنند، ارزیابی می‌کنند، می‌نگرند و آینده را برای خود و دیگران خلق می‌کنند [۱۷]. به زعم مورسی تفکر استراتژیک در سطح سازمان، هماهنگ کردن فکرهای خلاق در یک دیدگاه مشترک است که سازمان را قادر می‌سازد به سمت تهیه و تدوین روشی که در آینده همه ذینفعان را خشنود می‌کند، پیشروی نماید [۹]. بون (۲۰۰۵) بیان می‌کند که یک چارچوب مناسب برای تفکر استراتژیک نیاز به ادغام تمرکز سطح خرد روی افراد و گروه‌ها با تمرکز سطح کلان روی سازمان و بافت سازمانی دارد. به عبارت دیگر، آن نیازمند تصدیق نفوذ ویژگی‌های منحصربه‌فرد و اقدامات افراد روی بافت سازمانی و تأثیر و نفوذ بافت سازمانی روی افراد و تفکر افراد می‌باشد. واضح است، ویژگی‌های یک فرد متفکر استراتژیک، در صورت حمایت از ساختار و فرآیندها در گروه و سطوح سازمانی، ارزشمند و تقویت می‌شود [۱۵].

مهمترین ویژگی تفکر استراتژیک، نگرش تمام‌نگر به فضای کسب و کار است. این نوع نگرش بدون اینکه سیستم کسب و کار را در یک قالب، الگوهای تحلیلی ساده شده خلاصه نماید، یک تصویر کلی از کسب و کار را در ذهن ایجاد می‌نماید، هرچه این تصویر کلی غیر دقیق و در برخی موارد حتی غیرقابل بیان است، ولی مفاهیم آن در قالب یک ساختار مفهومی، زیربنای تشخیص و تصمیم‌گیری‌های سازمانی قرار می‌گیرد و از این طریق سازمان را در مسیر صحیح هدایت می‌کند. ویژگی مهم دیگر تفکر استراتژیک "یادگیری دو حلقه‌ای" آن است. این ویژگی تفکر استراتژیک اثربخشی آن را در تحولات عمیق محیطی حفظ می‌کند [۱۸].

برای تفکر استراتژیک الگوهای متعددی توسط محققان نظیر لیدکا (۱۹۹۸)، بون (۲۰۰۱ و ۲۰۰۵)، کیسی و گلدمن (۲۰۱۰) [۱۹]، و... ارائه شده است. در داخل کشور نیز الگوهایی ارائه شده که در این پژوهش از مدل رحمانسرشت و کفچه (۱۳۸۷) [۲۰] که شامل عوامل محتوایی (خلاقیت، تفکر سیستمی، چشم‌انداز) و عوامل فرایندی (ارتباطات استراتژیک، تجزیه و تحلیل استراتژیک) استفاده شده است.

خلاقیت^۱ خلاقیت استراتژیک است برای خلق ایده‌ها و توسعه راه‌های جایگزین برای ایجاد مزیت رقابتی. متفکران استراتژیک باید روش‌ها و راه‌های نو برای انجام بهتر کارها پیش‌بینی کنند. محققان متعددی ویژگی خلاقیت را مورد توجه قرار داده‌اند [۱۵]. یک شرط برای خلاق بودن این است که توانایی زیر سوال بردن مفاهیم رایج وجود داشته باشد؛ روش دیگر، برقراری ارتباط بین موضوعاتی که ظاهراً غیر مرتبط به نظر می‌رسند دو بونو (۱۹۹۶) به روشنی بیان می‌کند که "بدون خلاقیت

ما قادر نخواهیم بود بطورکامل از اطلاعات و تجربه‌هایی که در دسترس قرار دارند و در ساختارهای قدیمی، الگوهای قدیمی، مفاهیم قدیمی و ادراکات قدیمی قفل شده‌اند، استفاده کنیم [۱۰].

تفکرسیستمی^۲. یک متفکر استراتژیک باید همواره الگوی کاملی از عوامل خلق ارزش - از ابتدا تا انتها - را در ذهن داشته باشد و تعامل بین این زنجیره عوامل را به درستی درک کنند [۱۸]. به زعم کافمن (۱۹۹۱)، تفکر سیستمی تغییر در نگاه به سازمان است. تغییر در تلقی سازمان بعنوان ترکیب بخش‌های (یا کارمندان) به هم ناپیوسته و نا مرتبط در حال رقابت بر سر منابع، به تلقی از سازمان به عنوان یک سیستم کلی که هر بخش آن در رابطه با کل سیستم و بطور یکپارچه مشخص شده است [۱۵]. چنین چشم‌انداز یکپارچه‌ای از سازمان، نیازمند درک کاملی از پویایی‌های داخلی و خارجی زندگی سازمانی است. خصوصاً در مورد اینکه سازمان‌ها و اقدامات مدیریتی چگونه در طول زمان تغییر می‌کنند و چگونه فرآیندهای بازخورد، به چنین تغییراتی منجر می‌شوند. این موضوع شامل درک آن است که سازمان‌ها چگونه درون سیستم‌های پیچیده و بزرگ مانند بازارها، صنایع و ملت‌ها قرار گرفته و چگونه تحت تأثیر پویایی‌های ارتباطات متقابل و وابستگی‌های متقابل این سیستم‌ها قرار می‌گیرند [۲۰].

چشم‌انداز^۳. مسیری که سازمان در آن با موفقیت بیشتری امکان رقابت دارد را مشخص می‌سازد و در این امر درک صحیح از شایستگی‌های کلیدی سازمان و بکارگیری آن با شیوهی خلاقانه و موثر یک عامل مهم است [۱۸]. مدیران ارشد با سطوح بالایی از ابهام و اطلاعات ناقص و چند پهلو مواجه هستند. آنها نیاز دارند که پروژه‌ها را چند سطحی و چند وجهی درک کنند و معانی و مفاهیم ممکن بسیاری را ترکیب کنند [۲۰]. افرادی که با چنین وضعیتی رو به رو هستند، به نوعی راهنمایی نیازمندند که به زعم ویک (۱۹۹۵) "ارزش‌ها، اولویت‌ها و شفافیت در مورد ترجیحات" به آنها کمک می‌کند که راهبردهای پایدار را توسعه دهند و راهکارهای مناسبی طراحی کنند [۱۵]. کالینز و پوراس (۱۹۹۸)، اهمیت یک چشم‌انداز روشن را به اثبات رسانده‌اند. تحقیقات آنها نشان داد که بازده فعالیت شرکت‌های دارای چشم‌انداز روشن، با شرکت‌های بدون چشم‌انداز روشن، تفاوت معنی‌داری دارد [۱۰].

ارتباطات استراتژیک. از جمله ویژگی‌های مورد تأکید است. به عقیده بون (۲۰۰۱)، سازمان‌ها باید زمان و فضای را برای مدیران ارشد فراهم کنند که بتوانند در گفتگو در مورد مقولات استراتژیک، بینش‌ها، و ایده‌ها بصورت منظم مشارکت کنند [۲۰]. مجموعه گفتگوهای استراتژیک، اگر به روش سازنده انجام گیرد منافع سینرژیک فراوانی خواهد داشت، زیرا چند مغز مکمل، بصیرت و آگاهی بیشتری نسبت به یک مغز تنها ایجاد خواهند کرد [۱۰]. به نظر لیدتکا (۱۹۹۸)، مکالمات استراتژیک تعاملاتی هستند که از طریق آنها، انتخاب‌های استراتژیک صورت می‌گیرند، آموزش می‌شوند و منطق مبنایی آنها بسط می‌یابد [۱۱].

تجزیه و تحلیل استراتژیک. یکی از عوامل مهم فرایند تفکر استراتژیک است که طی آن ایده‌ها خلاق و بدیع در فرایندی عقلایی و با منطق علمی، مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند. از دید لیدتکا (۱۹۹۸)، فرضیه‌گرایی نشان دهنده "روش علمی" است و به ایجاد فرضیه و آزمون آن، بعنوان فعالیت‌های اصلی و محوری می‌نگرد. به عقیده وی، برای مدیران کسب و کار، فرضیه‌گرا بودن نسبت به دیگر اجزای تفکر استراتژیک بیشتر حالت خارجی و بیرونی دارد. با وجود این، در محیطی که اطلاعات در دسترس روبه افزایش و زمان برای تفکر رو به کاهش است، توانایی پروراندن فرضیه‌ای خوب و آزمون کارایی آن، حیاتی است [۲۰].

۲-۲- هوش هیجانی

شاید بتوان گفت موضوع هوش هیجانی از ۲۰۰۰ سال قبل شروع شده است. زمانی که افلاطون نوشت: تمام یادگیری‌ها یک مبنای هیجانی دارند [۲۱]. ریشه این واژه از مفهوم هوش اجتماعی نشأت گرفته است که اولین بار در سال ۱۹۲۰ بوسیله



ثراندایک^۲ مطرح شد. ایشان هوش اجتماعی را " توانائی فهم و مدیریت مردان و زنان، پسران و دختران بمنظور فعالیت عاقلانه آنها در ارتباط با همدیگر " می‌داند [۲۲]. در این راستا پس از ثرندایک نیز گاردنر^۳ (۱۹۸۳) هوش اجتماعی را متشکل هوش درون فردی و بین فردی می‌داند. گاردنر و استرانبرگ از جمله کسانی بودند که اعتقاد داشتند هوش نه تنها توانایی‌های شناختی را شامل می‌شود، بلکه چگونگی تجربه و بیان هیجانات را نیز در بر می‌گیرد. اما پس از گاردنر، سالووی و مایر^۴ (۱۹۹۰) از جمله اولین افرادی بودند که هوش هیجانی را به عنوان زیر مجموعه‌ای از هوش اجتماعی تعریف کردند که شامل توانایی کنترل احساسات و هیجانات خویش و دیگران، تشخیص احساسات و هیجان‌ها در خود و دیگران و استفاده از این اطلاعات برای هدایت و تفکر و اقدامات خود فرد می‌شد. در سال ۱۹۹۰ بار- آن، مفهوم بهره هیجانی را مطرح کرد تا بر اساس آن بتواند روش خود را برای ارزیابی هوش کلی توضیح دهد. او معتقد بود هوش هیجانی توانایی ما در کنار آمدن موفقیت آمیز با دیگران، توأم با احساسات درونی را منعکس می‌سازد [۲۳].

در سال ۱۹۹۶ "دانیل گلمن" با انتشار کتاب معروف خود، نقش قابل توجهی در عمومیت بخشیدن به این مفهوم ایفا کرد. وی در سال ۱۹۹۸ با توجه به یافته‌های محققین پیشین هوش هیجانی را چنین توصیف کرد: " هوش هیجانی نوعی دیگری از هوش است که مشتمل بر شناخت احساسات خویش و استفاده از آن برای اتخاذ تصمیم‌های مناسب در زندگی است. به عبارت دیگر، هوش هیجانی بیانگر توانایی اداره مطلوب خلق و خو، وضع روانی و کنترل تنش‌هاست و در واقع عاملی است که به هنگام ناکامی در دستیابی به هدف، در شخص و ایجاد انگیزه و امید می‌کند" [۲۴]. وی سینگر هوش هیجانی را "هوش بکارگیری عاطفه و احساس در جهت هدایت رفتار، افکار، ارتباط موثر با همکاران، سرپرستان، مشتریان و استفاده از زمان در چگونگی انجام کار برای ارتقای نتایج" می‌داند [۲۵]. چرنیس و آدل^۵ (۲۰۰۰) خاطر نشان کردند، هوش هیجانی: " همچنین شامل توانایی کنترل هیجانات خود، به‌کارگیری آن در گرفتن تصمیم‌های خوب و کار کردن موثر"، است [۲۶]. مایر و سالووی: هوش هیجانی، توانایی ارزیابی، بیان و تنظیم عاطفه‌ی خود و دیگران و استفاده کارآمد از آن است [۲۷]. هوش هیجانی شامل توانایی‌هایی چون حفظ انگیزه، استقامت در برابر مشکلات، کنترل خود در شرایط بحرانی و تکانه‌ها، حفظ خونسردی، به تاخیر انداختن کامیابی، همدلی با دیگران و امیدوار بودن است [۲۸]. بطورکلی هوش هیجانی، توانایی برخورد موثر با احساسات تعریف شده است [۲۹]. طی سال‌های اخیر در خصوص هوش هیجانی ابعاد و الگوهای مختلفی توسط پژوهشگرانی نظیر، سالووی و مایر، بار- آن، گلمن و... ارائه شده است که در این پژوهش از مدل گلمن که نسبت به دیگران اعتبار بیشتری دارد، استفاده شده است.

الگوی هوش هیجانی گلمن، مدل چهار مولفه‌ای مبتنی بر ویژگی‌های خود آگاهی، خود مدیریتی، آگاهی اجتماعی و مهارت‌های اجتماعی است. در این حالت هوش هیجانی با شاخص‌های هیجانی اندازه‌گیری می‌شود [۲۹]. بطور کلی، "توانمندی‌های هوش هیجانی" مدل گلمن در قالب چهار نوع توانایی‌های فردی و اجتماعی به شرح زیر بیان می‌شود جدول (۱):

خودآگاهی^۶: ضروری‌ترین توانائی مرتبط با هوش هیجانی این است که فرد از هیجانات و احساسات خود آگاه باشد. توانائی خود آگاهی به فرد اجازه می‌دهد تا نقاط قوت و محدودیت‌های خود را بشناسد و به ارزش خود اعتماد پیدا کند [۳۰].

خود مدیریتی^۷: توانایی کنترل و اداره کردن عواطف و هیجان‌ها، توانایی حفظ آرامش در شرایط بحرانی و استرس‌زا، توانایی خود انگیزشی و ابراز منویات درونی است. به عبارتی خود مدیریتی توانایی کنترل عواطف و هیجانات و رفتارهای صادقانه و درست است. افراد با مهارت خود مدیریتی اجازه نمی‌دهند بد خلقی‌ها در طول روز از آنها سربزند و می‌دانند منشاء بد خلقی‌ها کجاست و ممکن است چقدر طول بکشد [۳۱].

آگاهی اجتماعی^۸: تشخیص فکر و احساس دیگران که شامل برخورداری از همدلی در تمام سطوح فردی، گروهی و سازمانی می‌باشد [۳۱]. مدیرانی که دارای آگاهی اجتماعی هستند هیجانات، عواطف و احساسات دیگران را بیشتر عملی می‌سازند، تا اینکه



آن را حس کنند. این مدیران دقیقاً می‌دانند که گفتار و کردارشان بر دیگران تاثیر می‌گذارد و آنقدر حساس هستند که اگر کلام و رفتارشان تأثیر منفی داشته باشد، آن را تغییر دهند [۳۰].

مدیریت روابط^۱: توانائی مرتبط با هوش هیجانی، شامل توانایی برقراری ارتباطات و مراودات آشکار و قانع کننده، فرونشاندن اختلافات و ایجاد پیوندهای قوی بین افراد است. رهبرانی که از توانائی مدیریت روابط برخوردارند، از این مهارت‌ها در جهت گسترش شور و اشتیاق خود و حل اختلافات از طریق مزاح و شوخی و ابراز مهربانی استفاده می‌کنند [۳۲].

جدول (۱) مدل هوش هیجانی دانیل گلن

توانمندی‌ها	موفقه‌ها
توانمندی‌های فردی	<ul style="list-style-type: none"> • خودآگاهی عاطفی: شناسایی احساسات خود و درک تاثیر آنها • خود ارزیابی دقیق: شناخت نقاط قوت و محدودیت‌های خویش • اعتماد به نفس: درک مناسب از ارزش‌ها و توانایی‌های فردی
	<ul style="list-style-type: none"> • خودکنترلی احساسی: مهار کردن هیجانات مخرب و تنش‌ها • خلوص: نشان دادن صداقت، همبستگی و وفاداری • سازگاری: انعطاف‌پذیری در برخورد با تغییرات • وجدان: قبول مسئولیت عملکرد فردی • نوآوری: تمایل به استفاده از فرصت‌ها • خوش‌بینی: قابلیت دیدن نیمه پر لیوان
	<ul style="list-style-type: none"> • همدلی: درک عواطف دیگران. درک دیدگاه‌های آنها • هوشیاری سازمانی: فهم روندهای عاطفی گروه و روابط قدرت • خدمت محوری: شناسایی نیازهای دیگران برای خدمت رسانی
توانمندی‌های اجتماعی	<ul style="list-style-type: none"> • توسعه توانایی دیگران: تقویت توانایی دیگران از طریق بازخورد • رهبری القایی: هدایت و ایجاد انگیزه همراه با بینش قانع کننده در دیگران • تأثیر: به کار بردن تاکتیک‌های اثربخش برای متقاعد سازی دیگران • واکنش نسبت به تغییر: پیشگامی در تغییر • مدیریت تعارض: برطرف کردن اختلاف نظرها • کارگروهمی و تشریک مساعی: کارکردن با افراد از طریق اهداف مشترک

منبع: [۳۲]

از نظر گلن، توانمندی هیجانی عبارت است از توانایی اکتسابی بر مبنای هوش هیجانی که به عملکرد چشم‌گیر در میدانی منجر می‌شود. به عبارت دیگر، مقدار هوش هیجانی تعیین کننده‌ی توانایی بالقوه برای کسب مهارت‌های کاربردی است. به زعم وی، این مدل می‌تواند تفاوت‌های فردی در عملکرد افراد که در محل کار وجود دارد، تشریح کند [۸].

۲-۳- پیشینه پژوهش

باتوجه به کمبود پژوهش‌ها در خصوص موضوع پژوهش در ادامه برخی از پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه متغیرهای پژوهش در جدول (۲) آورده شده است.



جدول (۲). پژوهش‌های انجام شده

نویسنده	سال	عنوان و نتیجه پژوهش
گرتز ^{۱۳} [۳۳]	۲۰۰۲	در پژوهشی رابطه بین تفکر استراتژیک در بین کارمندان سازمان و هوش هیجانی مدیران سطح بالای شرکت را بررسی کرد. نتایج نشان داد که بین تفکر استراتژیک و هوش هیجانی رابطه مثبتی وجود دارد.
ایرانزاده و صادقی	۱۳۸۷	تحقیقی با عنوان " تعیین رابطه مهارت تفکر استراتژیک و هوش‌های چند گانه " مبتنی بر نظریه هوش‌های چندگانه هاروارد گاردنر در بین مدیران بازرگانی و فروش بررسی کردند . نتایج آزمون فرض‌های این تحقیق بین سه هوش از هوش‌های هفتگانه گاردنر (بصری/فضایی، منطقی/ریاضی ، میان شخصی) و قدرت تفکر استراتژیک ارتباط معناداری مشاهده شد .
حاجی پور و همکاران [۳۴]	۱۳۹۰	در پژوهشی تاثیر میزان هوش هیجانی بر قابلیت‌های مدیریت را بررسی کردند. نتایج نشان داد که بین هوش هیجانی و قابلیت‌های مدیریت ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

۳. فرضیات

باتوجه به پژوهش‌های انجام شده و مطالب ذکر شده فرضیه‌های پژوهش به شرح ذیل می‌باشد:

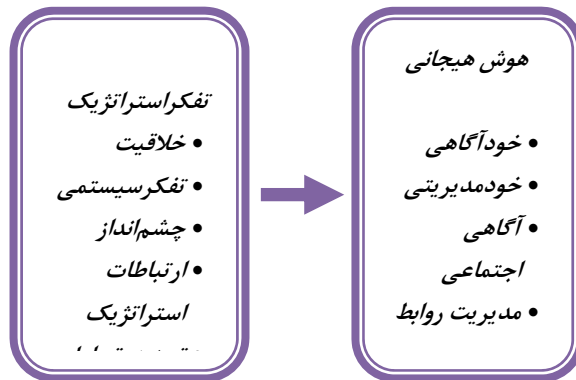
۳-۱- فرضیه اصلی:

بین تفکر استراتژیک و هوش هیجانی رابطه معناداری وجود دارد.

۳-۲- فرضیه‌های فرعی:

- ۱- بین خلاقیت و هوش هیجانی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۲- بین تفکر سیستمی و هوش هیجانی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۳- بین چشم انداز و هوش هیجانی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۴- بین ارتباطات استراتژیک و هوش هیجانی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۵- بین تجزیه و تحلیل استراتژیک و هوش هیجانی رابطه معناداری وجود دارد.

با توجه به مرور ادبیات تفکر استراتژیک و هوش هیجانی و همچنین ابعاد انتخابی برای بررسی تأثیر تفکر استراتژیک بر هوش هیجانی مدل مفهومی پژوهش را می‌توان در قالب شکل (۱) ترسیم کرد.



شکل ۱. الگوی مفهومی پژوهش

۴- روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات توصیفی از نوع همبستگی می باشد. روش جمع آوری اطلاعات در این پژوهش مطالعات کتابخانه‌ای و پرسشنامه بوده است. جامعه آماری تحقیق شامل مدیران و کارکنان شرکت ملی گاز استان ایلام می باشد که بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه برابر ۶۶ نفر است. به منظور جمع آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های تفکرات استراتژیک گل محمدی (۱۳۹۲) و پرسشنامه هوش هیجانی برادبری و گریوز (۲۰۰۵) استفاده شده است. از ۶۶ پرسشنامه توزیع شده ۶۲ پرسشنامه برگشت داده شد. به منظور اندازه‌گیری پایایی پرسشنامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است، نتایج نشان می‌دهد مقدار آلفای محاسبه شده برای پرسشنامه تفکرات استراتژیک ۰/۸۶۲ و برای پرسشنامه هوش هیجانی ۰/۷۹۴ می باشد و همچنین ضریب آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه برابر با ۰/۸۸۱ می باشد. از آنجا که مقادیر بدست آمده بیشتر از ۰/۷۰ می باشند. می توان گفت که پایایی ابزار تحقیق مورد تأیید قرار می‌گیرد. جهت تعیین روایی پرسشنامه از نظر خبرگان و اساتید استفاده شده است. در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری همبستگی و فریدمن به کمک نرم افزار SPSS استفاده شده است.

۵- تجزیه و تحلیل داده‌ها

تحلیل توصیفی داده‌ها. با توجه به اطلاعات به دست آمده در پرسشنامه تحقیق، وضعیت پاسخ دهندگان در نمونه آماری موجود به شرح جدول (۳) می باشد.



جدول (۳). مشخصات جمعیت شناسی نمونه آماری

درصد فراوانی	فراوانی	سطح	
۰/۱۶/۵	۴	دیپلم	تحصیلات
۰/۱۷/۷	۱۱	کاردانی	
۰/۵۶/۵	۳۵	کارشناسی	
۰/۱۷/۷	۱۱	کارشناسی ارشد	
۰/۱/۶	۱	دکتری	
۰/۴۳/۵	۲۷	زیر ۵ سال	سابقه خدمت
۰/۴۶/۸	۲۹	۵ تا ۱۰ سال	
۰/۱۸/۱	۵	۱۱ تا ۱۵ سال	
۰/۱/۶	۱	۱۶ سال و بالاتر	
۰/۹۰/۳	۵۶	مرد	جنسیت
۰/۹/۷	۶	زن	

در ادامه به بررسی وضعیت پاسخ‌های نمونه آماری به ابعاد تفکر استراتژیک و هوش هیجانی با استفاده از آزمون تی تک نمونه در جداول (۴ و ۵) پرداخته شده است.

جدول (۴). وضعیت تفکر استراتژیک و ابعاد آن

نتیجه	فاصله اطمینان ۹۵ درصدی برای اختلاف میانگین		سطح معنی داری	T آماره	مقدار خطا	ابعاد
	حد پایین	حد بالا				
نسبتاً مطلوب	۰/۱۵۶	۰/۱۳۰	۰/۰۰۰	۶/۴۷۹	۰/۰۵	تفکر استراتژیک
نسبتاً مطلوب	۰/۱۶۲	۰/۱۲۷	۰/۰۰۰	۴/۹۷۸	۰/۰۵	خلاقیت
نسبتاً مطلوب	۰/۱۵۲	۰/۱۲۵	۰/۰۰۰	۵/۶۷۸	۰/۰۵	تفکر سیستمی
نسبتاً مطلوب	۰/۱۶۶	۰/۱۲۷	۰/۰۰۰	۴/۷۶۵	۰/۰۵	چشم انداز
نسبتاً مطلوب	۰/۱۵۲	۰/۱۱۶	۰/۰۰۰	۳/۶۹۶	۰/۰۵	ارتباطات استراتژیک
نسبتاً مطلوب	۰/۱۶۸	۰/۱۳۳	۰/۰۰۰	۵/۶۸۰	۰/۰۵	تجزیه و تحلیل استراتژیک

جدول (۵). وضعیت هوش هیجانی و ابعاد آن

نتیجه	فاصله اطمینان ۹۵ درصدی برای اختلاف میانگین		سطح معنی داری	T آماره	مقدار خطا	ابعاد
	حد پایین	حد بالا				
نسبتاً مطلوب	۰/۱۷۲	۰/۱۵۶	۰/۰۰۰	۱۶/۴۱۰	۰/۰۵	هوش هیجانی
نسبتاً مطلوب	۰/۱۹۰	۰/۱۷۰	۰/۰۰۰	۱۶/۳۲۰	۰/۰۵	خود آگاهی
نسبتاً مطلوب	۰/۱۷۲	۰/۱۴۸	۰/۰۰۰	۱۰/۷۱۵	۰/۰۵	خودمدیریتی
نسبتاً مطلوب	۰/۱۵۲	۰/۱۳۷	۰/۰۰۰	۱۱/۹۶۰	۰/۰۵	آگاهی اجتماعی
نسبتاً مطلوب	۰/۱۸۵	۰/۱۶۳	۰/۰۰۰	۱۳/۳۰۱	۰/۰۵	مدیریت روابط

نتایج آزمون تی تک نمونه نشان می‌دهد که ابعاد تفکر استراتژیک و هوش هیجانی با توجه سطح معنی‌داری کوچکتر از مقدار خطا ۰/۰۵ و همچنین فاصله اطمینان ۹۵ درصدی برای اختلاف میانگین که در بازه مثبت قرار دارد در وضعیت نسبتاً مطلوب قرار دارد.

۱-۵- نتایج آزمون فرضیه‌ها

قبل آزمون فرضیه‌های پژوهش، ابتدا نرمال بودن متغیرهای پژوهش آزمون می‌شود. به این منظور از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده شده است که نتایج آن در جدول (۶) آمده است.

جدول (۶) - آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن متغیرها

نتیجه	سطح معناداری (Sig)	آزمون کولموگروف - اسمیرنوف	متغیر
توزیع نرمال است	۰/۲۲۲	۱/۰۴۸	تفکر استراتژیک
توزیع نرمال است	۰/۳۶۵	۰/۹۲۰	هوش هیجانی

با توجه به نرمال بودن متغیرهای پژوهش، در ادامه تحلیل‌ها به دنبال بررسی فرضیه‌های مطرح شده در پژوهش خواهیم بود. در این مرحله از آزمون همبستگی پیرسون برای بررسی روابط موجود در مدل مفهومی پژوهش استفاده شده است (جدول ۷).

جدول (۷). آزمون همبستگی

ردیف	متغیر اول	متغیر دوم	r	p	نتیجه
۱	تفکر استراتژیک	هوش هیجانی	۰/۴۶۷*	۰/۰۰۰	فرضیه مورد تایید قرار گرفت
۲	خلاقیت	هوش هیجانی	۰/۵۲۰*	۰/۰۰۰	فرضیه مورد تایید قرار گرفت
۳	تفکر سیستمی	هوش هیجانی	۰/۴۸۴*	۰/۰۰۰	فرضیه مورد تایید قرار گرفت
۴	چشم‌انداز	هوش هیجانی	۰/۲۷۵**	۰/۰۳۰	فرضیه مورد تایید قرار گرفت
۵	ارتباطات استراتژیک	هوش هیجانی	۰/۳۳۴*	۰/۰۰۸	فرضیه مورد تایید قرار گرفت
۶	تجزیه و تحلیل استراتژیک	هوش هیجانی	۰/۱۷۳	۰/۱۷۹	فرضیه مورد تایید قرار نگرفت

* $P < 0.01$ ** $P < 0.05$

باتوجه به یافته‌های جدول (۷)، فرضیه اصلی پژوهش مبنی بر وجود ارتباط معناداری بین تفکر استراتژیک و هوش هیجانی، با ضریب همبستگی (۰/۴۶۷) مورد تأیید قرار گرفت و بدین معنا است که در سطح ۹۹ درصد ارتباط مثبت و معناداری بین تفکر استراتژیک و هوش هیجانی وجود دارد. همچنین از میان ابعاد تفکر استراتژیک به جزء بعد تجزیه و تحلیل استراتژیک که بدلیل سطح معناداری که بیشتر از مقدار ۰/۰۵ می‌باشد مورد پذیرش قرار نگرفت. دیگر ابعاد تفکر استراتژیک، ارتباط مثبت و معناداری با هوش هیجانی دارند. به منظور رتبه‌بندی ابعاد تفکر استراتژیک و هوش هیجانی از تحلیل واریانس فریدمن استفاده شده است. براین اساس رتبه‌بندی ابعاد تفکر استراتژیک و هوش هیجانی به شرح ذیل می‌باشد:



جدول (۹) - نتیجه حاصل از آزمون تحلیل واریانس فریدمن تفکر استراتژیک

آماره آزمون	درجه آزادی	سطح معنی داری
۰/۵۷۸	۴	۰/۹۶۵

باتوجه به جدول (۹)، ملاحظه می‌گردد که سطح معنی‌داری مربوط به آزمون تجزیه و تحلیل واریانس فریدمن $\text{sig}=0/965$ گردیده است که از سطح خطای ($\alpha=0/05$) بیشتر است می‌توان نتیجه گرفت که تفاوت بین میانگین رتبه‌های ابعاد تفکر استراتژیک معنی‌دار نمی‌باشند.

جدول (۱۰) - نتیجه حاصل از آزمون تحلیل واریانس فریدمن هوش هیجانی

آماره آزمون	درجه آزادی	سطح معنی داری
۴۵/۰۲۵	۳	۰/۰۰۰

جدول (۱۱) - میانگین رتبه‌ها و اولیت بندی ابعاد هوش هیجانی

رتبه	میانگین	ابعاد
۱	۳/۰۷	خودآگاهی
۳	۲/۳۱	خودمدیریتی
۴	۱/۷۳	آگاهی اجتماعی
۲	۲/۸۹	مدیریت روابط

باتوجه به جدول (۱۰)، ملاحظه می‌گردد که سطح معنی‌داری مربوط به آزمون تجزیه و تحلیل واریانس فریدمن $\text{sig}=0/000$ گردیده است که از سطح خطای ($\alpha=0/05$) کمتر است می‌توان نتیجه گرفت که تفاوت بین میانگین رتبه‌های ابعاد هوش هیجانی معنی‌دار می‌باشند. همچنین با توجه به جدول (۱۱)، بعد "خودآگاهی" دارای بالاترین رتبه و بعد "آگاهی اجتماعی" پایین‌ترین رتبه در بین ابعاد هوش هیجانی می‌باشند.

نتیجه‌گیری

این پژوهش به بررسی رابطه بین تفکر استراتژیک و هوش هیجانی در شرکت گاز استان ایلام پرداخته است. بررسی همبستگی میان متغیرهای پژوهش بیان‌کننده آن است که، بین تفکر استراتژیک و هوش هیجانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین بین همه‌ی ابعاد تفکر استراتژیک به جزء بعد تجزیه و تحلیل استراتژیک، با هوش هیجانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتیجه بدست آمده از این پژوهش با پژوهش گراتز (۲۰۰۲) همخوانی دارد. این پژوهش نشان داد که وضعیت تفکر استراتژیک و هوش هیجانی مدیران و کارکنان شرکت گاز استان ایلام نسبتاً مطلوب است و مدیران شرکت باید در جهت مطلوب‌تر نمودن وضعیت متغیرها اقدامات و آموزش‌های لازم را در نظر داشته باشند. بر این اساس به مدیران پیشنهاد می‌گردد: از آنجا که بعد خلاقیت بیشترین همبستگی ($0/520$) را با هوش هیجانی دارد، مدیران به ایده‌ها و راه‌حل‌های جدید کارکنان توجه کرده و از کارکنان بخواهند که با چالش کشیدن روابط و مفروضات حاضر، راه‌کار تازه در مورد تعالی سازمان ارائه دهند و افراد خلاق سازمان را تشویق‌های مالی و معنوی کنند.

بنا به زعم بون (۲۰۰۱)، اگر مدیران ارشد به تدریج اهمیت خلاقیت را به عنوان یک باور در سازمان القا و نهادینه کنند، مطمئناً خلاقیت به عنوان سنگ بنای عملکرد و جزء هویت سازمان خواهد شد. آمابیل (۱۹۹۸) بیان می‌کند که مدیران می‌توانند با تحریک انگیزه درونی کارکنان خلاقیت آنها را افزایش دهند. او پیشنهاد می‌کند رویه‌های زیر برای ارتقاء سطح انگیزه درونی کارکنان موثر خواهد بود:

- تطبیق وظایف کارکنان با استفاده از تخصص و توانایی‌های آنها؛
- دادن استقلال شغلی به کارکنان تا به روش و خواسته خود کار را انجام دهند؛
- فراهم کردن منابع مورد نیاز؛
- تیم‌های کاری پشتیبان را ایجاد کنند؛
- تشویق (و به رسمیت شناختن) کارکنان بوسلیه سرپرستان؛
- بستری را ایجاد کنند که کل سازمان از فعالیت‌های خلاق حمایت کنند (بون، ۲۰۰۱).

مدیران و کارکنان، مفهوم کلی و یکپارچه‌ای از سازمان را در نظر داشته باشند و سازمان را بصورت جزئی از یک سیستم بزرگتر مانند بازار، صنعت و... در نظر بگیرند. همچنین نقاط قوت، شایستگی‌ها و فرصت‌ها و تهدیدات را مد نظر داشته و رابطه بین آنها را ترسیم کنند تا بتوانند تاثیر فعالیت‌ها و تصمیمات خود بر دیگر بخش‌ها را بهتر درک کرده و هم افزایی بین آنها ایجاد کنند.

از آنجا که چشم‌انداز ضریب همبستگی کمتری نسبت به دیگر عوامل محتوایی داشته، پیشنهاد می‌شود که مدیران شرکت گاز استان ایلام با توجه به موقعیت ژئوپلیتیکی منطقه و استعدادهای که استان در زمینه نفت و گاز دارد، چشم‌اندازی مناسب در نظر گرفته و کارکنان را در خلق آن مشارکت داده، زیرا که، یک چشم‌انداز حقیقی، جهت دهنده است و زمینه را برای تمرکز فعالیت‌های داخل سازمان بوجود می‌آورد (بون، ۲۰۰۱).

جلسات سازمان از مدیران و کارکنان سطوح مختلف تشکیل شود و از نظرات و ایده‌های آنها استقبال شود. با توجه به معنادار نبودن ارتباط تجزیه و تحلیل راهبردی با هوش هیجانی، پیشنهاد می‌گردد که مدیران و کارکنان شرکت در جلسات و قبل از تصمیم‌گیری، ابتدا اطلاعات مربوط به موضوع مورد بحث را بررسی کرده و نتایج تأثیرات تصمیم‌ها را بر روند فعلی و آتی سازمان در نظر بگیرند.

در خصوص هوش هیجانی به مدیران پیشنهاد می‌گردد که توجه بیشتری به این امر داشته باشند و با آموزش و برگزاری دوره‌های مرتبط توانمندی‌های هیجانی را در شرکت افزایش داده و در هنگام ارتقاء شغلی و استخدام توانایی هوش هیجانی داوطلبان را در نظر بگیرند.

منابع

- [1] Goldman, E.F.(2012). Leadership practices that encourage strategic thinking. Journal of Strategy and Management. Vol. 5 No. 1, pp. 25-40.
- [۲] حسینی، سید یعقوب، حاجی حسینی، عفت، (۱۳۸۷)، "بررسی تاثیرگذاری فرهنگ سازمانی بر تفکر راهبردی"، پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت راهبردی، تهران.
- [۳] آکادمی تفکر (۱۳۹۱)، "اهمیت تفکر راهبردی برای مدیران"، قابل دسترسی از: <http://www.thinkingacademy.org/fa/>.



- [۴] رهنورد، فرج اله، جویبار، منوچهر، (۱۳۸۷)، "مقایسه هوش هیجانی در میان سطوح سه‌گانه مدیریت"، پیام مدیریت، شماره ۲۶، صص ۱۰۱-۱۱۸.
- [5] Pisapia, J, Sun-Keung Pang, N, Hee, T .F , Lin, Y . & Morris, J. D. (2009). "A Comparison of the Use of Strategic Thinking Skills of School Leaders in Hong Kong, Malaysia, Shanghai, and the United States: Exploratory Study ". *International Education Studies*, vol.2, No.2.
- [۶] ایرانزاده، سلیمان، صادقی، علی، (۱۳۸۷)، "تعیین رابطه مهارت تفکر راهبردی و هوش‌های چندگانه در بین مدیران بازرگانی و فروش"، علوم مدیریت، شماره ۴، صص ۸۵-۱۱۶.
- [۷] بیات مختاری، اکرم، دعائی، حبیب‌اله، توژنده جانی، حسن، (۱۳۹۱)، "جایگاه اهمیت هوش هیجانی در بهبود عملکرد سازمان‌ها"، نخستین همایش علوم مدیریت نوین، گرگان.
- [۸] رضائیان، علی، کشته‌گر، عبدالعلی، (۱۳۸۷)، "بررسی رابطه بین هوش هیجانی و تعهد سازمانی"، پیام مدیریت، ۱۳۸۷، شماره ۲۷، صص ۲۷-۳۹.
- [۹] ایرانزاده، سلیمان، صباحی، عیسی، عماری، حسین، (۱۳۸۷)، "تفکر راهبردی"، انتشارات فروزش، تبریز، چاپ اول.
- [10] Bonn, I. (2001). *Developing strategic thing as a core competency. Management Decision, Vol 39, No 1. 63-70.*
- [11] Liedtka, J. M, (1998). "Strategic Thinking: Can it be Taught?". *Long Range Planning. Vol 31. No 1, 120-129.*
- [12] Abraham, S. (2005), *Stretching strategic thinking , Strategy & Leadership, Vol. 33 Iss: 5 pp. 5 – 12.*
- [13] Tavakoli. I & Lawton .J. (2005). "Strategic thinking and knowledge management". *Handbook of Business Strategy, Vol. 6, Iss: 1, 155 – 160.*
- [14] Lawrence, E., (1999). "Strategic Thinking", *A Discussion Paper. Ottawa: Research Directorate Public Service Commission of Canada.*
- [15] Bonn, I. (2005). *Improving strategic thinking: a multilevel approach, Leadership & Organization Development Journal, Vol. 26, Iss: 5, 336 – 354.*
- [۱۶] ربیعی، علی، خاتمی نو، فرناز، علاقه مند، شهرام، خاشعی، فاطمه و مهرآرین، رضا، (۱۳۸۷)، بررسی میزان تفکر راهبردی در سازمانهای استراتژی محور، پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت راهبردی، تهران.
- [۱۷] حمیدی‌زاده، محمدرضا، معتمدی، نگار، (۱۳۸۷)، "دستیابی به عوامل کلیدی موفقیت تفکر راهبردی"، پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت راهبردی، تهران.
- [۱۸] غفاریان، وفا، کیانی، غلامرضا، (۱۳۸۴)، "پنج فرمان برای تفکر راهبردی"، نشر فرا، تهران، چاپ چهارم.
- [19] Casey , A.J , Goldman, E .F ,(2010) , *Enhancing the ability to think strategically: A learning model , Management Learning , 41(2) 167-185.*
- [۲۰] رحمانسرشت حسین، کفچه‌پرویز، (۱۳۸۷) ، "مدل سازمانی برای تفکر راهبردی" ، پیام مدیریت، ۱۳۸۷، شماره ۲۸، صص ۴۷-۷۷.
- [۲۱] سلیمانی، نادر، علی‌بیگی، فرزانه، (۱۳۸۸)، "بررسی رابطه هوش هیجانی مدیران گروه‌های آموزشی با خود کارآمدی آنان در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی منطقه ده کشور"، فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، ۱۳۸۸، شماره ۴، صص ۱۳۷-۱۵۴.
- [22] Gardner, H., (1993). "Multiple intelligences: the theory in practice", *Basic Books, NY.*
- [۲۳] شیخ اسمعیلی، سامان، (۱۳۹۰)، "بررسی ارتباط هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد سنندج.



- [24] Ashforth, B.E., Humphrey, R.H., (1995), "Emotion in the workplace: a reappraisal", *Human Relations*, vol. 48, No.2, pp. 97- 125.
- [25] 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*, vol.13, pp: 243-274.
- [26] Nwokah, G. & Ahiauzu, A. (2010). *Marketing in governance: emotional intelligence leadership for effective corporate governance. Corporate Governance*, 10(2), 150-162.
- [۲۷] کمالیان، امین‌رضا، فاضل‌امیر، (۱۳۹۰). "بررسی رابطه هوش هیجانی و میزان کارآفرینی دانشجویان"، توسعه کارآفرینی، ۱۳۹۰، شماره ۱۱، صص ۱۲۷-۱۴۶.
- [۲۸] فیضی، طاهره، عابدینی، سعید، (۱۳۸۹). "بررسی رابطه بین هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی"، پژوهشنامه اقتصاد کسب و کار، شماره ۱.
- [29] Mценrue, M. P, Groves S. Kevin, Shen Winny, (2009), "Emotional Intelligence Development: Leveraging Individual Characteristics", *Jornal Of Management Development*, Vol. 28 No.2, pp 150-174.
- [۳۰] مشبکی، اصغر، تیزرو، علی، (۱۳۸۸). "تأثیر هوش هیجانی و هوش فرهنگی بر موفقیت رهبران در کلاس جهانی"، پژوهش‌های مدیریت، ۱۳۸۸، شماره ۳، صص ۵۳-۷۳.
- [31] Goleman, D. (1995). *Emotional intelligence. New York, NY: Bantam Books*
- [32] Goleman, D., Boyatzis, R. and McKee, A. (2002), "Primal Leadership: Realizing the Power of Emotional Intelligence", *Harvard Business School Press: Boston*, pp: 46-59.
- [33] Graetz, F. (2002). "Strategic Thinking versus Strategic Planning: Towards Understanding the Complementarities". *management decision*, 12(1), 112-120.
- [۳۴] حاجی‌پور، بهمن، وظیفه‌دوست، حسین، جمشدهروه، حسن، (۱۳۹۰). "بررسی تأثیر میزان هوش هیجانی بر قابلیت‌های مدیریت"، مجله مدیریت فرهنگی، ۱۳۹۰، شماره ۱۱.
- [۳۵] گل‌محمدی، عماد، (۱۳۹۲). "بررسی رابطه بین سبک‌های رهبری و تفکر راهبردی در سطح سازمانی"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد سنندج.

پی‌نوشت

- ¹ - Creativity
- ² - Systems thinking
- ³ - Vision
- ⁴ - Thorndike
- ⁵ - Gardner
- ⁶ - Salovey & Mayer
- ⁷ - Cherniss & Adlet
- ⁸ - Self-awareness
- ⁹ - Self-control/self-management
- ¹⁰ - Social awareness
- ¹¹ - Relationship management
- ¹² - Graetz