

فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی
دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار
سال هشتم، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۳
صص ۱۱۹-۱۰۱

تحلیل روابط بین هوش‌های فرهنگی و معنوی با هوش تجاری در مدیران واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی منطقه ۸

اصغر شریفی^۱، فاطمه اسلامی^۲

چکیده

هدف پژوهش حاضر، تحلیل روابط بین هوش‌های فرهنگی و معنوی با هوش تجاری در مدیران بوده است. روش پژوهش بر مبنای مفروضات تحقیقات همبستگی استوار بوده است. جامعه آماری پژوهش را کلیه مدیران واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی منطقه ۸ تشکیل داده‌اند. حجم نمونه بر اساس جدول «مورگان» ۲۳۴ نفر تعیین شده است و نمونه‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. ابزار پژوهش، پرسشنامه هوش فرهنگی «آنگ» با ضریب آلفای ۰/۸۲، پرسشنامه محقق ساخته هوش معنوی الهام گرفته از ابعاد پنجگانه نظریه هوش معنوی «ایمونز» (۲۰۰۰) با ضریب آلفای ۰/۷۴ و پرسشنامه هوش تجاری با ضریب آلفای ۰/۷۸ و مقیاس پنج امتیازی بوده است. تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده به کمک آزمون‌های K-S، t تک گروهی، فریدمن، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون صورت گرفته است. نتایج بدست آمده نشان داد که میزان برخورداری مدیران مورد مطالعه از هوش‌های فرهنگی، معنوی و تجاری در حد بالایی می‌باشد. بطوریکه آنان، به میزان زیادی از هوش فرهنگی و بعد از آن به ترتیب از هوش معنوی و تجاری برخوردار بوده‌اند. نتایج دیگر پژوهش نیز نشان داد که رابطه معناداری بین هوش فرهنگی و معنوی با هوش تجاری مدیران مورد مطالعه وجود دارد و مولفه‌های هوش فرهنگی و معنوی پیش‌بینی کننده‌های مناسبی برای هوش تجاری مدیران می‌باشند.

کلید واژه‌ها: هوش فرهنگی، هوش معنوی، هوش تجاری.

دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۲/۲

پذیرش مقاله: ۱۳۹۳/۷/۱۲

۱- عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن. drasharifi@gmail.com

۲- دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دماوند. (نویسنده مسئول).

feslamieh@hotmail.com

مقدمه

همزمان با تغییرات و تحولات گسترده هزاره سوم، مفاهیم نوینی وارد سازمان‌ها شده‌اند. مفاهیمی که شاید تا دیروز نشانی از آنها وجود نداشت؛ اما امروزه بواسطه فناوری‌های نوین، بازار رقابتی کسب‌وکار و بالا رفتن سطح توقع مشتریان شکل گرفته‌اند و مدیران سازمان‌ها را جهت کسب موفقیت و بقا در بازار اقتصاد جهانی، مجبور به پذیرش تغییرات نموده‌اند. یکی از این مفاهیم، مفهوم «هوش تجاری»^۱ است. یک اصطلاح عظیم و چترگونه که توسط «هوارد درسنر»^۲ از گروه «گارتنر»^۳ در سال ۱۹۸۹ به منظور توصیف مجموعه‌ای از مفاهیم و روش‌ها جهت بهبود تصمیم‌گیری کسب‌وکار با استفاده از سیستم‌های پشتیبانی رایانه‌ای، معرفی شد (نیلوند،^۴ ۱۹۹۹). کاربردهای هوش تجاری که به اختصار بدان BI گفته می‌شود، حیاتی دوباره به استراتژی یک سازمان می‌بخشد. زیرا از طریق هوش تجاری، دقت و موفقیت اهداف و مقاصد سازمان را می‌توان اندازه‌گیری نمود (روگلاسکی،^۵ ۲۰۰۳). در واقع، هدف اصلی هوش تجاری، کمک به سازمان در جهت بهبود بخشیدن به عملکرد و ارتقاء مزیت رقابتی در بازار می‌باشد. هوش تجاری را یک فلسفه مدیریتی و ابزاری جهت کمک به سازمان‌ها برای مدیریت و تصفیه اطلاعات کسب‌وکار با هدف اتخاذ تصمیمات کارا در محیط کسب‌وکار تعریف نموده‌اند (گوشال و کیم،^۶ ۱۹۸۶). هوش تجاری، تحلیل‌ها و گزارش‌هایی در مورد روندهای محیط کسب‌وکار و مسائل درونی سازمان تولید می‌کند و این تحلیل‌ها می‌تواند به صورت خودکار و سیستماتیک (نظام‌مند) یا بر اساس درخواست یا شرایط ویژه تهیه شوند و مرتبط با محتوای یک تصمیم خاص باشند و دانش به دست آمده به وسیله تصمیم‌گیرنده در سطوح مختلف سازمان بکار گرفته می‌شود (جالونن و لونکوویست،^۷ ۲۰۰۹). بطور خلاصه می‌توان گفت هوش تجاری مجموعه توانایی‌ها، تکنولوژی‌ها، ابزارها و راهکارهایی است که به درک بهتر مدیران از شرایط کسب‌وکار کمک می‌نماید.

¹ Business Intelligence

² Howard Dresner

³ Gartner

⁴ Nylund

⁵ Roglaski

⁶ Ghoshal & Kim

⁷ Jalonen & Lonqvist

ابزارهای هوش تجاری، دیدگاه‌هایی از شرایط گذشته، حال و آینده را در اختیار افراد قرار می‌دهند (مهرانی، ۱۳۸۸).

«هوش معنوی»^۱ توانایی تجربه شده‌ای است که به افراد امکان دستیابی به دانش و فهم بیشتر می‌دهد و زمینه را برای رسیدن به کمال و ترقی فراهم می‌سازد (جین و پورهیت،^۲ ۲۰۰۶). «امر»^۳ (۲۰۰۹) معتقد است که هوش معنوی، چارچوبی برای شناسایی و سازماندهی مهارت‌ها و توانمندی‌های مورد نیاز است که با استفاده از معنویت، میزان انطباق‌پذیری فرد افزایش می‌یابد. هوش معنوی می‌تواند ارتباط شخص را با خود، دیگران، خدا و به خصوص پرورش خودآگاهی فرد تسهیل کند. با تکیه بر اعتقادات فرد، هوش معنوی قادر به تسهیل و ارتقاء آگاهی و احساس ارتباط با خدا و حضور خدا می‌شود (نازل،^۴ ۲۰۰۴). «امر»^۵ (درایر،^۵ ۲۰۰۷) هفت مولفه هشیاری، فیض الهی، معنایابی، تعالی، حقیقت، داشتن صلح و آرامش نسبت به خویشتن و هدایت درونی را برای هوش معنوی مطرح کرده‌اند. «نوبل و وگان»^۶ (۲۰۰۱) مولفه‌های هشت‌گانه درستی و صراحت، تمامیت، تواضع، مهربانی، سخاوت، تحمل، مقاومت و پایداری و تمایل به برطرف کردن نیازهای دیگران را نشان‌دهنده هوش معنوی رشدیافته می‌دانند (نقل از نازل، ۲۰۰۴). «مک»-مولن»^۷ (۲۰۰۳) معتقد است ارزش‌هایی مانند شجاعت، یکپارچگی، شهود و دلسوزی از مولفه‌های هوش معنوی هستند. از نظر «زهر و مارشال»^۸ (۲۰۰۰) هوش معنوی شامل خدمت، پرورش، دانش، تغییر شخصی، برادری و اخوت، رهبری خدمتگذار می‌باشد (نقل از کریچتون،^۹ ۲۰۰۸). لیچفیلد^{۱۰} (۱۹۹۹) مشخصات هوش معنوی را آگاهی از تفاوت؛ شگفتی، حس ماوراءالطبیعه و تقدس؛ حکمت و خرد؛ آگاهی و دوراندیشی، توان گوش دادن (ساکت بودن و به ندای خداوند گوش دادن)؛ هنگام آشفتگی و تناقض و دوگانگی آرام بودن؛ تعهد، فداکاری و ایمان مطرح نموده

¹ Spiritual Intelligence

² Gain & Purohit

³ Amram

⁴ Nasel

⁵ Amram & Dryer

⁶ Noble & Vaughan

⁷ McMullen

⁸ Zohar & Marshall

⁹ Crichton

¹⁰ Litchfield

است (اسلامیه و محمدی، ۱۳۹۳). «رابرت ایمونز»^۱ (۲۰۰۰) استاد روانشناسی دانشگاه کالیفرنیا یکی دیگر از محققینی است که سعی در معرفی هوش معنوی داشته است. وی، تعاریف گوناگونی را از هوش مطرح می‌کند؛ اما هسته اصلی تمامی این تعاریف را تمرکز بر روی حل مسئله برای سازگاری و رسیدن به اهداف می‌داند. به همین دلیل از نظر او، هوش معنوی کاربرد انطباقی اطلاعات معنوی در جهت حل مسئله در زندگی روزانه و فرآیند دستیابی به هدف می‌باشد. بنابراین او هوش معنوی را متشکل از پنج جزء (توانایی) مختلف می‌داند که عبارتند از:

۱- قابلیت تعالی فیزیکی و مادی: ظرفیت انسان برای ورود به سطوح نامتعارف و متعالی

هوشیاری و نیز بالاتر رفتن یا فراتر رفتن از محدودیت‌های عادی و جسمی.

۲- توانایی ورود به سطح معنوی بالاتر: آگاهی از یک حقیقت غایی که ایجاد احساس یگانگی و وحدت می‌کند، در آن همه مرزها ناپدید می‌شوند و همه چیز در یک کل واحد یگانه می‌گردد.

۳- توانایی یافتن تقدس در فعالیت‌ها، رویدادها و روابط روزمره: تشخیص حضور الهی در فعالیت‌های عادی. برای مثال: «ایمونز و چونگ» (۱۹۹۸) نشان دادند که تلاش‌های فردی روزمره را می‌توان از طریق فرایند تقدیس به اموری معنوی تبدیل کرد.

۴- توانایی بکارگیری منابع معنوی برای حل مسائل زندگی: افرادی که ذاتا مذهبی هستند راحت‌تر می‌توانند با استرس‌ها برخورد کنند، این افراد بیش از سایرین در بحران‌های روحی و مشکلات معنایی برای یاد گرفتن می‌بایند و از طریق این مشکلات رشد می‌کنند.

۵- توانایی انجام رفتار فاضلانه: رفتارهای درست و پسندیده‌ای همچون بخشش، نشان دادن سخاوت، انسانیت، شفقت و عشق ایثارگرانه که از زمان‌های گذشته تاکنون پسندیده انگاشته شده‌اند. «ایمونز» اظهار می‌دارد که خودکنترلی هسته اصلی تمام این رفتارهای فاضلانه است و وجود آن برای موفقیت در تمام حوزه‌های زندگی لازم است. چرا که به اعتقاد وی، خودکنترلی در مقابل هفت گناه کبیره (شکم‌پرستی، تنبلی، غرور، خشم، حرص، شهوت و حسد) قرار می‌گیرد (اسلامیه و محمدی، ۱۳۹۳).

^۱ Robert Emmons

سومین متغیر مورد بررسی در پژوهش حاضر، هوش فرهنگی است. مفهومی که در هزاره سوم، از آن نیز به عنوان شایستگی نوین مدیران در بازار کار جهانی و منبعی بالقوه برای ایجاد مزیت رقابتی نام برده شده است و اعتقاد بر این است که علم مدیریت باید مدیرانی را پرورش دهد که ارزش‌ها و هنجارهای هر یک از افراد را به خوبی درک و بر اساس این دانش و آگاهی عمل کنند (صانعی، ۱۳۸۶). «ارلی و انگ»^۱ (۲۰۰۳) هوش فرهنگی را توانایی فرد در راستای سازگاری موفقیت‌آمیز با محیط‌های فرهنگی جدید که معمولاً با بافت فرهنگی خود فرد ناآشناست، تعریف نموده‌اند (ارلی و انگ، ۲۰۰۳). از نظر «توماس و اینکسون»^۲ (۲۰۰۳) هوش فرهنگی مشتمل بر فهم و درک بنیان‌های تعامل بین فرهنگی، توسعه دادن رویکردی خلاقانه و منعطف به تعامل‌های بین-فرهنگی و در نهایت ایجاد مهارت‌های سازگاری و نشان دادن رفتارهایی است که می‌توان آنها را در موقعیت‌های بین فرهنگی یا چندفرهنگی اثربخش دانست (توماس و اینکسون، ۲۰۰۳). مفهوم هوش فرهنگی منعکس کننده توانمندی فردی برای عمل و مدیریت اثربخش در مجموعه‌های به لحاظ فرهنگی متنوع تعریف می‌شود (انگ و داین،^۳ ۲۰۰۸). پروفیسور «انگ و همکاران» (۲۰۰۴) چهار بعد راهبرد یا فراشناخت، دانش یا شناخت، انگیزش و رفتار را برای تبیین هوش فرهنگی پیشنهاد کردند. راهبرد هوش فرهنگی بدین معناست که فرد چگونه تجربیات میان فرهنگی را درک می‌کند. این راهبرد بیانگر فرایندهایی است که افراد برای کسب و درک دانش فرهنگی بکار می‌برند. این امر زمانی اتفاق می‌افتد که افراد در مورد فرایندهای فکری خود و دیگران قضاوت می‌کنند. دانش هوش فرهنگی بیانگر درک فرد از تشابهات و تفاوت‌های فرهنگی است و جنبه دانشی هوش فرهنگی مانند شناخت سیستم‌های اقتصادی و قانونی، هنجارهای تعامل اجتماعی، عقاید مذهبی، ارزش‌های زیبایی‌شناختی و زبان دیگر می‌باشد. انگیزش هوش فرهنگی میزان علاقه فرد را برای آزمودن فرهنگ‌های دیگر و تعامل با افرادی از فرهنگ‌های مختلف نشان می‌دهد. این انگیزه شامل ارزش درونی افراد برای تعاملات چندفرهنگی و اعتمادبنفسی است که به فرد این امکان را می‌دهد تا در موقعیت‌های فرهنگی مختلف بصورتی اثربخش عمل کند. رفتار هوش فرهنگی، قابلیت فرد برای سازگاری با آن دسته از رفتارهای کلامی و

¹ Early & Ang

² Thomas & Inkson

³ Dyne

غیرکلامی را دربرمی‌گیرد که برای برخورد با فرهنگ‌های مختلف مناسب هستند (نائیجی و عباسعلی‌زاده، ۱۳۸۶). هوش فرهنگی هوشی متفاوت از هوش اجتماعی و عاطفی است. افراد زیادی با داشتن بهره هوشی بالا و مهارت‌های اجتماعی مناسب در تعاملات بین‌المللی شکست می‌خورند که علت اصلی آن پائین بودن هوش فرهنگی فرد می‌باشد (استرنبرگ^۱، ۱۹۹۹). فردی که دارای هوش فرهنگی بالاست، توانایی یادگیری در محیط فرهنگی جدید را دارد و از رویارویی با فرهنگ‌های جدید لذت می‌برد (دنگ و گیسون^۲، ۲۰۰۸).

پژوهش‌های بسیاری در زمینه متغیرهای تحقیق، در داخل و خارج از کشور انجام شده است که هر یک از منظری متفاوت به بررسی آنها پرداخته و به نتایج متفاوتی نیز دست یافته‌اند. بطوریکه از بین آنها «حمیدی و قاسمی» (۱۳۹۰) در پژوهشی به بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و سبک تصمیم‌گیری مدیران مدارس استان قزوین پرداخته و نشان داده‌اند که بین هر دو متغیر یاد شده، رابطه معناداری وجود دارد. «بگلریان و همکاران» (۱۳۹۰) در تحقیقی به بررسی وضعیت هوش فرهنگی مدیران گروه‌های آموزشی دانشگاه‌های غرب کشور پرداخته‌اند. نتایج حاصله نشان داده است که میزان هوش فرهنگی جامعه مورد مطالعه در حد بالایی بوده است. «فقیهی و همکاران» (۱۳۹۰) در پژوهشی به بررسی رابطه بین هوش سازمانی و فرسودگی شغلی در مدیران دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک پرداخته‌اند. نتایج حاصل از پژوهش نشان داده است که از بین مولفه‌های هوش سازمانی، متغیر روحیه با مسخ شخصیت دارای ارتباط مستقیم و منفی بوده است. «حقیقت-منفرد و عوض‌ملایری» (۱۳۸۹) در پژوهشی به تاثیر هوش تجاری بر فرآیندهای تجاری و عملکرد سازمانی پرداخته و نشان داده‌اند که بین هوش تجاری با عملکرد سازمانی و فرایند تجاری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. «ملائیان و اسلامیه» (۱۳۸۹) در پژوهشی به بررسی رابطه بین میزان برخورداری شرکت سایپا یدک از ویژگی‌های سازمان‌های یادگیرنده با میزان هوش سازمانی در این شرکت پرداخته‌اند. نتایج بدست آمده رابطه معناداری را بین دو متغیر ذکر شده نشان داده است.

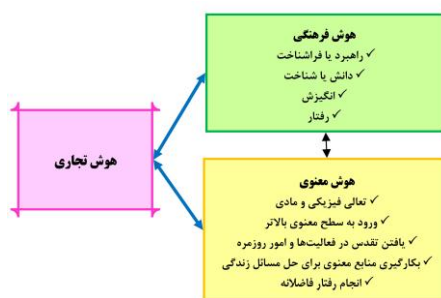
¹ Sternberg

² Deng & Gibson

«دوهرتی»^۱ (۲۰۱۱) پژوهشی را با هدف کشف ارتباط بین هوش معنوی با شیوه‌های رهبری در بین مدیران انجام داده است. نتایج به دست آمده از طریق ضریب همبستگی اسپیرمن، حاکی از وجود ارتباط بین متغیرهای نام برده بوده است. تجزیه و تحلیل حاصل از رگرسیون چندگانه نیز نشان داده است که هوش معنوی به طور قابل توجهی توانایی پیش‌بینی شیوه‌های رهبری را دارد. «گاریدو»^۲ (۲۰۰۹) در پژوهشی به بررسی تاثیر هوش تجاری در پایداری کسب و کار پرداخته است. نتایج بدست آمده بیانگر تاثیر مثبت استفاده مدیران سازمان از هوش تجاری در پایداری کسب و کار بوده است. «آکلینز کازرین»^۳ (۲۰۰۹) به بررسی رابطه بین معنویت افراد با رضایت از زندگی پرداخته و نشان داد که ابعاد مذهبی بودن با رضایت بالاتر از زندگی مرتبط بوده و افراد مذهبی، بسیار شاد هستند. «جورج»^۴ (۲۰۰۸) «استفاده علمی از هوش معنوی در محل کار» را بررسی و نشان داده است که مدیران با هوش معنوی می‌توانند یک روش متفاوت در اداره کردن افراد و هدایت آنها اتخاذ نمایند.

با استناد به پیشینه پژوهشی و چارچوب نظری ارائه شده (شکل ۱) تحقیق حاضر در نظر دارد تا به تحلیل روابط بین هوش‌های فرهنگی و معنوی با هوش تجاری در مدیران از طریق پنج سوال زیر بپردازد:

- ۱- میزان برخورداری مدیران از سه هوش فرهنگی، معنوی و تجاری تا چه اندازه است؟
- ۲- اولویت‌بندی میزان برخورداری مدیران از انواع هوش چگونه است؟
- ۳- چه رابطه‌ای بین هوش فرهنگی با هوش تجاری مدیران وجود دارد؟
- ۴- چه رابطه‌ای بین هوش معنوی با هوش تجاری مدیران وجود دارد؟
- ۵- آیا می‌توان از طریق هوش فرهنگی و معنوی مدیران، هوش تجاری آنها را پیش‌بینی کرد؟



شکل ۱. چارچوب مفهومی تحقیق

¹ Dougherty

² Garrido

³ Okulicz-Kozaryn

⁴ George

روش

این تحقیق به لحاظ هدف، کاربردی و روش انجام آن، توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه مدیران واحدهای منطقه هشت دانشگاه آزاد اسلامی به تعداد ۶۱۹ نفر تشکیل داده‌اند. حجم نمونه مطابق با جدول «مورگان» ۲۳۴ نفر برآورد گردید که این تعداد به شیوه خوشه‌ای چندمرحله‌ای و تصادفی طبقه‌ای از بین جامعه آماری انتخاب شده‌اند. در این تحقیق برای گردآوری اطلاعات، از سه پرسشنامه استفاده شده است: ۱- **پرسشنامه هوش فرهنگی «آنگ»**: این پرسشنامه مشتمل بر ۲۰ سوال در چهار بعد راهبرد یا فراشناخت، دانش یا شناخت، انگیزش و رفتار در مقیاس پنج درجه‌ای می‌باشد که در سال ۲۰۰۴ توسط «آنگ و همکاران» او طراحی شده است. ۲- **پرسشنامه هوش معنوی**: این ابزار، با الهام از ابعاد پنجگانه نظریه هوش معنوی «ایمونز» (۲۰۰۰) طراحی و تنظیم شده است. پرسشنامه مذکور، مشتمل بر ۲۰ سوال است که در آن فرد پاسخ دهنده، حالات خود را در طول ۶ تا ۱۲ ماه گذشته بر روی مقیاسی پنج درجه‌ای پاسخ می‌گوید. ۳- **پرسشنامه هوش تجاری**: جهت اندازه‌گیری هوش تجاری جامعه مورد مطالعه، به طراحی و ساخت پرسشنامه‌ای محقق ساخته مشتمل بر ۱۴ سوال در مقیاس پنج درجه‌ای اقدام گردیده است. روایی هر سه پرسشنامه از لحاظ صوری، محتوایی و سازه با نظر صاحب‌نظران تایید گردیده است و برای تعیین پایایی پرسشنامه‌ها نیز یک مطالعه مقدماتی بر روی ۳۰ نفر از جامعه آماری انجام و ضریب پایایی کل سوالات هر سه پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ محاسبه گردیده است. به طوریکه برای پرسشنامه هوش فرهنگی ضریب ۰/۸۲، برای پرسشنامه هوش معنوی ضریب ۰/۷۴ و برای پرسشنامه هوش تجاری ضریب ۰/۷۸ برآورد گردیده است. داده‌های مورد نیاز پژوهش نیز به سه روش کتابخانه‌ای، جستجوی اینترنتی و میدانی جمع‌آوری گردیده است. تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از اجرای پرسشنامه در دو سطح توصیفی و استنباطی صورت گرفته است. در سطح توصیفی برای هر یک از متغیرهای زمینه‌ای پژوهش جدول توزیع فراوانی، نمودار، شاخص‌های مرکزی، پراکندگی و توزیع نمرات محاسبه و ترسیم شده است. در سطح استنباطی نیز به دلیل نرمال بودن داده‌ها که طی آزمون کالموگروف اسمیرنوف (K-S) مشخص گردید، از آزمون تی تک گروه، فریدمن، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون از طریق نرم‌افزار آماری SPSS استفاده شده است.

یافته‌ها

با توجه به جدول ۱ سطح معنی‌داری‌های به دست آمده در تمام مولفه‌ها بزرگتر از ۰/۰۵ می‌باشند. پس با اطمینان ۹۵ درصدی توان گفت که داده‌ها از ویژگی نرمال بودن تبعیت می‌کنند و با توجه به تصادفی بودن انتخاب نمونه‌ها و همچنین، مقیاس اندازه‌گیری که فاصله‌ای بوده است، می‌توان از روش‌های پارامتریک برای تحلیل داده‌ها استفاده کرد.

جدول ۱. نتایج آزمون K-S برای اطمینان از نرمال بودن توزیع داده‌ها

هوش	فرهنگی	معنوی					تجاری
		راهبرد	دانش	انگیزش	رفتار	تعالی	
Z	۱/۹۲	۱/۹۴	۱/۱۲	۱/۳۱	۱/۵۳	۲/۲۵	۱/۹۱
Sig	۰/۱۲۸	۰/۱۱۷	۰/۱۵۲	۰/۰۶۴	۰/۰۸۷	۰/۱۷۰	۰/۴۰۱

سوال ۱: میزان برخورداری مدیران از سه هوش فرهنگی، معنوی و تجاری تا چه اندازه است؟

همانطور که در جدول ۲ نشان داده شده است، چون تی‌های محاسبه شده با درجه آزادی ۲۳۳ برای آزمونهای دو دامنه در سطح ۰/۰۵ بزرگتر از مقدار بحرانی تی (۱/۹۶) می‌باشند، بنابراین فرض صفر مبنی بر عدم تفاوت بین میانگین‌های مشاهده شده و میانگین جامعه (۳) رد می‌شود و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت که میانگین نمونه‌ها بزرگتر از میانگین جامعه است. در نتیجه، میزان برخورداری مدیران از هوش‌های فرهنگی، معنوی و تجاری در حد بالایی می‌باشد.

جدول ۲. آزمون t تک نمونه‌ای برای مقایسه تفاوت بین میانگین نمونه و میانگین جامعه سوال ۱

هوش	مولفه	میانگین	انحراف استاندارد	t	df	Sig	میانگین جامعه = ۳
							تعداد = ۲۳۴
فرهنگی	راهبرد یا فراشناخت	۳/۴۹	.۹۸	۷.۷	۲۳۳	۰/۰۰۰	
	دانش یا شناخت	۳/۱۹	.۹	۳.۳	۲۳۳	۰/۰۰۱	
	انگیزش	۳/۳۷	.۹	۶.۳۹	۲۳۳	۰/۰۰۰	
	رفتار	۳/۲۶	.۹۵	۴.۲۱	۲۳۳	۰/۰۰۰	
معنوی	تعالی فیزیکی و مادی	۳/۵۷	.۹۵	۹.۱۸	۲۳۳	۰/۰۰۰	
	ورود به سطح معنوی بالاتر	۳/۲۲	.۷۸	۴.۴۵	۲۳۳	۰/۰۰۰	
	یافتن تقدس در فعالیت‌ها و امور روزمره	۳/۴۰	۱	۵.۸۷	۲۳۳	۰/۰۰۰	
	بکارگیری منابع معنوی برای حل مسائل زندگی	۳/۱۹	.۹۷	۳.۱۱	۲۳۳	۰/۰۰۲	
تجاری	انجام رفتار فاضلانه	۳/۳۰	.۹۱	۵.۱۵	۲۳۳	۰/۰۰۰	
	هوش تجاری	۳/۲۵	۱	۳.۷۲	۲۳۳	۰/۰۰۰	

سوال ۲: اولویت‌بندی میزان برخورداری مدیران از انواع هوش چگونه است؟

همانطور که در جدول ۳ نشان داده شده است، نتایج حاصل از آزمون فریدمن جهت رتبه‌بندی هر یک از انواع هوش‌ها مشخص نموده است که مدیران مورد مطالعه، به میزان زیادی از هوش فرهنگی با میانگین ۲/۱۰ برخوردار بوده و و بعد از آن به ترتیب، هوش معنوی با میانگین ۲ و سپس هوش تجاری با میانگین ۱/۸۵ قرار گرفته‌اند.

جدول ۳. آزمون فریدمن جهت رتبه‌بندی میزان برخورداری مدیران از انواع هوش

	رتبه میانگین	مولفه
Chi-Square: ۸/۱۲	۲/۱۰	هوش فرهنگی
df: ۲	۲	هوش معنوی
Sig: ۰/۰۱۷	۱/۸۵	هوش تجاری

سوال ۳: چه رابطه‌ای بین هوش فرهنگی با هوش تجاری مدیران وجود دارد؟

جدول ۴ مقدار ضرایب همبستگی بین هوش فرهنگی با هوش تجاری مدیران را نشان می‌دهد. همانطور که مشاهده می‌شود، مقدار ضریب همبستگی پیرسون بین مولفه‌های هوش فرهنگی با هوش تجاری مدیران به ترتیب برابر با ۰/۶۸۹، ۰/۶۶۷، ۰/۷۰۷ و ۰/۶۷۰ می‌باشد. بطوریکه بیشترین میزان همبستگی بین مولفه انگیزش با هوش تجاری و کمترین همبستگی بین مولفه دانش با هوش تجاری دیده می‌شود. با توجه به سطوح معناداری محاسبه شده که کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشند می‌توان نتیجه گرفت که رابطه معناداری بین هوش فرهنگی با هوش تجاری مدیران مورد مطالعه وجود دارد.

جدول ۴: نتایج ضریب همبستگی پیرسون بین هوش فرهنگی با هوش تجاری مدیران

مولفه	شاخص‌ها	هوش تجاری
راهبرد یا فراشناخت	همبستگی پیرسون	۰/۶۸۹ ^{***}
	Sig	۰/۰۰۰
دانش یا شناخت	همبستگی پیرسون	۰/۶۶۷ ^{***}
	Sig	۰/۰۰۰
انگیزش	همبستگی پیرسون	۰/۷۰۷ ^{***}
	Sig	۰/۰۰۰
رفتار	همبستگی پیرسون	۰/۶۷۰ ^{***}
	Sig	۰/۰۰۰

۰/۰۰۱

سوال ۴: چه رابطه‌ای بین هوش معنوی با هوش تجاری مدیران وجود دارد؟

جدول ۵ مقدار ضرایب همبستگی بین هوش معنوی با هوش تجاری مدیران را نشان می‌دهد. همانطور که مشاهده می‌شود، مقدار ضریب همبستگی پیرسون بین مولفه‌های هوش معنوی با هوش تجاری مدیران به ترتیب برابر با ۰/۷۲۷، ۰/۵۲۷، ۰/۷۷۱، ۰/۶۴۹ و ۰/۶۳۶ می‌باشد. بطوریکه بیشترین میزان همبستگی بین مولفه تعالی فیزیکی و مادی با هوش تجاری و کمترین همبستگی بین مولفه ورود به سطح معنوی بالاتر با هوش تجاری دیده می‌شود. با توجه به سطوح معناداری محاسبه شده که کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشند می‌توان نتیجه گرفت که رابطه معناداری بین هوش معنوی با هوش تجاری مدیران مورد مطالعه وجود دارد.

جدول ۵: نتایج ضریب همبستگی پیرسون بین هوش معنوی با هوش تجاری مدیران

مولفه	شاخص‌ها	هوش تجاری
تعالی فیزیکی و مادی	همبستگی پیرسون	۰/۷۲۷ ^{**}
	Sig	۰/۰۰۰
ورود به سطح معنوی بالاتر	همبستگی پیرسون	۰/۵۲۷ ^{**}
	Sig	۰/۰۰۰
یافتن تقدس در فعالیت‌ها و امور روزمره	همبستگی پیرسون	۰/۷۷۱ ^{**}
	Sig	۰/۰۰۰
بکارگیری منابع معنوی برای حل مسائل زندگی	همبستگی پیرسون	۰/۶۴۹ ^{**}
	Sig	۰/۰۰۰
انجام رفتار فاضلانه	همبستگی پیرسون	۰/۶۳۶ ^{**}
	Sig	۰/۰۰۰

سوال ۵: آیا می‌توان از طریق هوش فرهنگی و معنوی مدیران، هوش تجاری آنها را پیش‌بینی کرد؟

با توجه به جدول ۶ ضریب همبستگی چندگانه به دست آمده برابر با ۰/۸۷۱ و ضریب تعیین اصلاح شده برابر با ۰/۷۴۹ می‌باشد و این مقدار نشان می‌دهد که ۷۴/۹ درصد تغییرات هوش تجاری مدیران از طریق خرده مقیاس‌های هوش فرهنگی و معنوی قابل پیش‌بینی است. برای بررسی معنی‌داری ضریب همبستگی چندگانه از آزمون F (جدول ۷) استفاده شده است.

جدول ۶. خلاصه مدل رگرسیون بین هوش فرهنگی و معنوی با هوش تجاری

همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین اصلاح شده	خطای برآورد
۰/۸۷۱	۰/۷۵۸	۰/۷۴۹	۰/۵۱۹

با توجه به جدول ۷ مقدار F محاسبه شده ۷۸ با درجه آزادی ۲۳۳ بزرگتر از مقدار بحرانی F (۱/۸۸) می‌باشد؛ در نتیجه با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که رابطه به دست آمده بین مولفه‌های هوش فرهنگی و معنوی با هوش تجاری معنادار است. برای مشخص شدن سهم هر کدام از مولفه‌ها از ضریب تعیین خرد شده (بتا) (جدول ۸) استفاده شده است.

جدول ۷. آزمون F برای معناداری رگرسیون و رابطه خطی بین هوش فرهنگی و معنوی با هوش تجاری

مدل	مجموع مجذورات	درجه آزادی	مجدور میانگین	F	سطح معناداری
رگرسیون	۱۸۹/۵۸	۹	۲۱	۷۸	۰/۰۰۰
باقیمانده	۶۰/۴۴	۲۲۴	۰/۲۷۰		
کل	۲۵۰	۲۳۳			

همانطور که در جدول ۸ نشان داده شده است، با توجه به مقدار ضریب بتا مشخص می‌شود که یافتن تقدس در فعالیت‌ها و امور روزمره با ضریب ۰/۵۰۱ سهم بیشتری از سایر متغیرها در پیش‌بینی هوش تجاری مدیران دارد و یک واحد تغییر در این متغیر باعث می‌شود هوش تجاری مدیران ۰/۵۰۱ واحد تغییر کند، تعالی فیزیکی و مادی با ضریب ۰/۲۱۱ در مرحله بعدی قرار می‌گیرد و یک واحد تغییر در این متغیر باعث ۰/۲۱۱ تغییر در پیش‌بینی هوش تجاری مدیران می‌شود. مولفه‌های انگیزش با ضریب ۰/۲۰۵، رفتار با ضریب ۰/۱۹۰، انجام رفتار فاضلانه با ضریب ۰/۱۷۶ و در نهایت راهبرد یا فراشناخت با ضریب ۰/۱۴۸ به ترتیب در مراحل بعدی قرار می‌گیرند؛ به طوری که یک واحد تغییر در هر یک از آنها به ترتیب باعث ۰/۲۰۵، ۰/۱۹۰، ۰/۱۷۶ و ۰/۱۴۸ واحد تغییر در پیش‌بینی هوش تجاری مدیران می‌شود.

جدول ۸. نتایج رگرسیون چند متغیره

مدل	ضریب بتای استاندارد شده	t	Sig
(ثابت)		-۲/۸۵	۰/۰۰۵
راهبرد یا فراشناخت	۰/۱۴۸	۲/۶۹	۰/۰۰۷
دانش یا شناخت	۰/۱۳۹	۱/۴۴	۰/۱۴۹
انگیزش	۰/۲۰۵	۲/۹۹	۰/۰۰۳
رفتار	۰/۱۹۰	۲/۴۸	۰/۰۱۴
تعالی فیزیکی و مادی	۰/۲۱۱	۲/۶۴	۰/۰۰۹
ورود به سطح معنوی بالاتر	۰/۱۰۵	۱/۷۴	۰/۰۸۲
یافتن تقدس در فعالیت‌ها و امور روزمره	۰/۵۰۱	۹/۳۶	۰/۰۰۰
بکارگیری منابع معنوی برای حل مسائل زندگی	۰/۱۷۸	۱/۶۸	۰/۰۹۳
انجام رفتار فاضلانه	۰/۱۷۶	۲/۱۰	۰/۰۳۷

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به تحلیل روابط بین هوش‌های فرهنگی و معنوی با هوش تجاری در مدیران پرداخته است. با توجه به داده‌های به دست آمده و تحلیل‌های صورت گرفته، نتایج مربوط به بررسی سوال اول و دوم تحقیق نشان داد که میزان برخورداری مدیران از هوش‌های فرهنگی، معنوی و تجاری در حد بالایی می‌باشد. بطوریکه مدیران مورد مطالعه، به میزان زیادی از هوش فرهنگی و بعد از آن به ترتیب از هوش معنوی و تجاری برخوردار بوده‌اند. امروزه اکثر سازمان‌ها و افراد، هوش فرهنگی را یک مزیت رقابتی و قابلیت استراتژیک می‌دانند. در محیط و بازار جهانی، هوش فرهنگی اهرم مورد نیاز رهبران و مدیران تلقی می‌شود. سازمان‌ها و مدیرانی که ارزش استراتژیک هوش فرهنگی را درک کنند، می‌توانند از تفاوت‌ها و تنوع فرهنگی در جهت ایجاد مزیت رقابتی و برتری در بازار جهانی استفاده کنند. هوش فرهنگی بمنزله چسبی است که می‌تواند در محیط متنوع، انسجام و هماهنگی ایجاد کند. افراد دارای هوش فرهنگی بالا، قادرند اثر قابل توجهی بر استراتژی‌های بازاریابی و توسعه محصول برای گروه‌های مشتریان در کشورهای مختلف داشته باشند. این افراد جزء دارایی‌های ارزشمند سازمان هستند و به خصوص در زمان بحران ارزش خود را بیشتر نمایان می‌سازند (تن، ۲۰۰۴). طبق تحقیقات انجام شده، افرادی هم که هوش معنوی بالایی دارند، ظرفیت تعالی داشته و تمایل بالایی نسبت به هشیاری دارند. آنان این ظرفیت را دارند که بخشی از فعالیت‌های روزانه خود را به اعمال روحانی و معنوی اختصاص بدهند و فضایی مانند بخشش، سپاسگزاری، فروتنی، دلسوزی و خرد از خود نشان دهند (غباری-بناب، ۱۳۸۶). همچنین، مدیرانی که دارای هوش معنوی هستند، می‌توانند یک روش متفاوت در اداره کردن افراد و هدایت آنها اتخاذ کنند (جورج، ۲۰۰۸؛ دافی، ۲۰۰۵). نتایج حاصل از یافته فوق، با نتایج تحقیقات انجام شده توسط «شریفی و اسلامی» (۱۳۹۱)؛ «بگلریان و همکاران» (۱۳۹۰)؛ «کاظمی» (۱۳۸۷)؛ «رقیب و همکاران» (۱۳۸۷) که هر یک در پژوهش‌های خود، سطح هوش فرهنگی، معنوی و تجاری جامعه مورد مطالعه خود را در حد بالا گزارش کرده بودند؛ همسو بوده و مورد حمایت قرار می‌گیرد.

¹ Tan

² Duffy

نتایج مربوط به بررسی سوال سوم تحقیق نشان داد که رابطه معناداری بین هوش فرهنگی با هوش تجاری مدیران مورد مطالعه وجود دارد. طبق تحقیقات انجام شده، هوش فرهنگی عنصر اساسی در هوش تجاری می‌باشد؛ بعلاوه در مدیرانی که با محیط خارجی سروکار دارند، نقش آن بیشتر نیز می‌شود (زاکاک و دووآس،^۱ ۱۹۹۹). نتایج حاصل از یافته فوق، با نتایج تحقیقات انجام شده توسط «رحیم‌نیا و همکاران» (۱۳۸۹) که اذعان داشتند هوش فرهنگی بر عملکرد وظیفه-ای مدیران تاثیرگذار می‌باشد؛ «ابزری و همکاران» (۱۳۸۹) که نشان دادند بین هوش فرهنگی با اثربخشی گروهی در شرکت فولاد مبارکه اصفهان رابطه معناداری وجود دارد؛ «مشبکی و تیزرو» (۱۳۸۸) و «مونتاگلیانی و گیاکالون»^۲ (۱۹۹۸) که هر یک نشان دادند بین هوش فرهنگی رهبران و موفقیت آنها رابطه مثبت وجود دارد؛ همسو بوده و مورد حمایت قرار می‌گیرد. نتایج مربوط به بررسی سوال چهارم تحقیق نشان داد که رابطه معناداری بین هوش معنوی با هوش تجاری مدیران مورد مطالعه وجود دارد. به اعتقاد «دیل کارنگی»^۳ (بی‌تا) ایمان یکی از نیروهایی است که به انسان امکان ادامه زندگی می‌دهد و فقدان مطلق آن، موجب فروپاشی آن است. انسانی که دچار تنش‌های روانی و روحی نیست، آرامش به جسم خود می‌بخشد و این آرامش فعالیت ارگان‌های مختلف بدن را منظم می‌کند. بنابراین افراد دیندار به علت اطمینان قلبی که به خداوند دارند همه چیز را در گرو رضایت خداوند می‌دانند و به نوعی با آرامش روح خود سلامت جسم را نیز تامین می‌کنند (ناطق پور، ۱۳۹۰، نقل از اسلامیة و ملائیان، ۱۳۹۳). ادغام معنویت، رهبری و مدیریت در شرایط متلاطم، منبعی پایدار برای خلق و جاری ساختن معنا در محیط کار فراهم می‌نماید (مک کورمیک،^۴ ۱۹۹۴). نتایج حاصل از یافته فوق، با نتایج تحقیقات انجام شده توسط «شریفی و اسلامیة» (۱۳۹۱) که نشان دادند بین سبک تفکر دبیران با هوش معنوی دانش‌آموزان مدارس متوسطه شهر تهران رابطه معناداری وجود دارد؛ «نداف و همکاران» (۱۳۸۹) که نتیجه گرفتند بین هوش معنوی با بهره‌وری کارکنان شهرک صنعتی شیراز رابطه مستقیمی وجود داشته است؛ «آکلز کازرین»^۵ (۲۰۰۹) که اذعان داشتند ابعاد مذهبی بودن با رضایت بالاتر از زندگی مرتبط است؛

¹ Zakak & Douvas

² Montagiani & Giacalone

³ Dale Carnegie

⁴ McCormick

⁵ Alkiz Kazrin

«نادری و همکاران» (۱۳۸۸) که نشان داده‌اند بین هوش معنوی و رضایت از زندگی رابطه معناداری وجود دارد؛ «بریلهرت»^۱ (۲۰۰۶) که نشان داده است ارتباط مثبت و معناداری بین رضایت از زندگی با فاکتورهای معنوی/روانشناختی ابزار کیفیت زندگی وجود دارد؛ «کونیک»^۲ و همکاران» (۲۰۰۴) که عنوان نمودند بیمار سرطانی که دارای هوش معنوی و اعتقادات مذهبی بودند با بیماری خود بهتر کنار آمده بودند و روش‌های مقابله در آنها قوی‌تر از سایر گروه‌های دیگر بوده است؛ «فابریکاتور»^۳ و همکاران» (۲۰۰۰) که دریافتند معنویت بر رضایتمندی کلی زندگی تاثیر می‌گذارد؛ همسو بوده و مورد حمایت قرار می‌گیرد.

نتایج مربوط به بررسی سوال پنجم تحقیق نشان داد که بین هوش فرهنگی و معنوی و هوش تجاری رابطه معناداری وجود دارد و ۷۴/۹ درصد تغییرات هوش تجاری مدیران از طریق خرده مقیاس‌های هوش فرهنگی و معنوی قابل پیش‌بینی است. نتایج حاصل از یافته فوق، با نتایج تحقیقات انجام شده توسط «ابراهیم‌زاده» (۱۳۸۹) که اذعان داشته است هوش فرهنگی می‌تواند رهبری تحولی را پیش‌بینی کند؛ «ابزری و همکاران» (۱۳۸۹) که نشان دادند هوش فرهنگی، قابلیت پیش‌بینی اثربخشی گروهی را دارا است؛ «فرهنگی و همکاران» (۱۳۸۸) که بیان نمودند هوش معنوی پیش‌بینی کننده رهبری تحول آفرین است؛ «ونداین»^۴ و همکاران» (۲۰۰۷) که نشان دادند هوش فرهنگی عامل پیش‌بینی کننده تصمیم‌گیری، انطباق فرهنگی و عملکرد وظیفه‌ای مدیران است؛ «ایمای»^۵ (۲۰۰۷) که هوش فرهنگی را پیش‌بینی کننده قوی برای اثربخشی مذاکره بین فرهنگی معرفی نموده است؛ همسو بوده و مورد حمایت قرار می‌گیرد. سخن آخر اینکه، با توجه به اینکه بین هوش فرهنگی و معنوی با هوش تجاری مدیران رابطه معناداری مشاهده شد و می‌توان هوش تجاری مدیران را از طریق هوش فرهنگی و معنوی پیش‌بینی نمود، بنابراین ضروری است تا به پرورش هوش فرهنگی و معنوی مدیران و کارکنان سازمان‌ها جهت کسب موفقیت و بقاء در هزاره سوم توجه بیشتری مبذول نمود.

¹ Brill hart

² Koniq

³ Fabricatore

⁴ Van Dayn

⁵ Imai

منابع

- ابراهیم‌زاده، فهیمه (۱۳۸۹). **بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و سبک رهبری مدیران مدارس متوسطه نظری دخترانه نواحی ۶ و ۷ مشهد بر اساس سبک شناسی باس و اولیوا**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. چاپ نشده. دانشگاه فردوسی مشهد.
- بزرگی، مهدی؛ اعتباریان، اکبر؛ خانی، اعظم (۱۳۸۹). تأثیر هوش فرهنگی بر اثربخشی گروهی (مورد مطالعه: شرکت فولاد مبارکه اصفهان). **پژوهشنامه مدیریت تحول**. سال ۲. شماره ۴. صص ۴۱-۲۵.
- اسلامیه، فاطمه؛ محمدی، الهام (۱۳۹۳). **هوش معنوی، سرمایه معنوی**. تهران: آثار فکر.
- بگلریان، پری؛ اسلام‌پناه، مریم؛ مهدی‌زاده، حسین (۱۳۹۰). هوش فرهنگی ضرورتی برای دانشگاه‌های آینده. **مجموعه مقالات اولین همایش ملی آموزش در ایران ۱۴۰۴**.
- حقیقت‌منفرد، جلال؛ عوض‌ملایری، علی (۱۳۸۹). تأثیر هوش تجاری بر فرآیندهای تجاری و عملکرد سازمانی مطالعه موردی: شرکت تحقیق، طراحی و تولید موتور ایران خودرو (ایپکو). **مجموعه مقالات اولین همایش هوش سازمانی و هوش کسب و کار**. دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- حمیدی، فریده؛ قاسمی مدانی، شجاع (۱۳۹۰). رابطه بین هوش فرهنگی و سبک تصمیمگیری مدیران. **مجموعه مقالات اولین همایش ملی علوم شناختی در تعلیم و تربیت**. دانشگاه فردوسی مشهد.
- شریفی، اصغر؛ اسلامیه، فاطمه (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین سبک تفکر دبیران با هوش معنوی دانش‌آموزان دختر مدارس متوسطه شهر تهران. **مجموعه مقالات اولین همایش ملی روانشناسی تربیتی**. تهران: دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی.
- صانعی، مهدی (۱۳۸۶). چالش‌های فراروی مدیریت منابع انسانی. **ماهنامه تدبیر**. شماره ۱۸۴. صص ۲۱-۱۸.
- رحیم‌نیا، فریبرز؛ مرتضوی، سعید؛ دلارام، طویی (۱۳۸۹). بررسی میزان تأثیر هوش فرهنگی بر عملکرد وظیفه‌ای مدیران. **فصلنامه مدیریت فردا**. سال ۸. شماره ۲۲. صص ۶۸-۷۸.
- کاظمی، معصومه (۱۳۸۷). **بررسی ارتباط هوش فرهنگی و عملکرد کارکنان جامعه‌المصطفی العالمیه**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. چاپ نشده. دانشگاه تهران.
- فرهنگی، علی‌اکبر؛ فتاحی، مهدی؛ واثق، بهاره؛ نرگسیان، عباس (۱۳۸۸). بررسی روابط میان هوش معنوی، هوش عاطفی و رهبری تحول‌آفرین. **فصلنامه علوم مدیریت ایران**. سال ۴. شماره ۱۵. صص ۵۷-۳۱.

فقیهی، علیرضا؛ موسوی‌پور، سعید؛ دره، ایمان؛ دوستی، الهه (۱۳۹۰). رابطه بین میزان هوش سازمانی و فرسودگی شغلی. **فصلنامه تازه‌های روانشناسی صنعتی/سازمانی**. سال ۲. شماره ۷. صص ۷۱-۸۵.

غباری‌بناب؛ سلیمی؛ سلیمانی؛ نوری مقدم (۱۳۸۶). هوش معنوی. **فصلنامه اندیشه نوین دینی**. سال ۳. شماره ۱۰. صص ۱۴۷-۱۲۵.

مشبکی، اصغر؛ تیزرو، علی (۱۳۸۸). تاثیر هوش هیجانی و هوش فرهنگی بر موفقیت رهبران در کلاس جهانی. **فصلنامه پژوهش‌های مدیریت**. سال ۲. شماره ۳. صص ۷۳-۵۳.

ملاتیان، صدیقه؛ اسلامیه، فاطمه (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین میزان برخورداری شرکت سایپا یدک از ویژگی‌های سازمان‌های یادگیرنده با میزان هوش سازمانی در این شرکت. **فصلنامه تازه‌های روانشناسی صنعتی/سازمانی**. سال ۱. شماره ۴. صص ۷۷-۸۸.

مهرانی، امیر (۱۳۸۸). هوش تجاری برای مدیران. **نشریه داخلی شرکت سیوان**. سال ۱. شماره ۳. صص ۲۴-۲۲.

نائیچی، محمدجواد؛ عباسعلی‌زاده، منصوره (۱۳۸۶). هوش فرهنگی سازگاری با ناهمگون‌ها. **ماهنامه تدبیر**. شماره ۱۱۰. صص ۲۳-۲۰.

نداف، عبدالرضا؛ دانشور، وحید؛ جهانبانی، محمود (۱۳۸۹). بررسی رابطه هوش معنوی با بهره‌وری کارکنان (مدیران) شهرک صنعتی شیراز در سال ۱۳۸۹. **مجموعه مقالات اولین همایش ملی مدیریت**.

Amram, Y. (2009). **The Contribution of Emotional and Spiritual Intelligences To Effective Business Leadership**. PHD Dissertation. Institute of Transpersonal Psychology, California, Palo Alto.

Amram, Y., Dryer, C. (2007). **The Development and Preliminary Validation of the Integrated Spiritual Intelligence Scale (ISIS)**. Palo Alto, CA: Institute of Transpersonal Psychology Working Paper. [Online] at: www.Geocities.com

Ang, S., Dyne, L.V. (2008). **Conceptualization of Cultural Intelligence**. In **Soon Ang and Linn Van Dyne (Eds.)**. Handbook of Cultural Intelligence: theory, Measurement & Application. New York: M.E. Sharpe, Inc.

Brillhart, B. (2005). A study of spirituality and life satisfaction among persons with spinal cord injury. **RehabilNurs**. No 30. Vol 1. PP:31-34.

Crichton, Jerome. C. (2008). **A Qualitative Study of Spiritual Intelligence in Organizational Leader**. Presented to the Faculty of The Marshall Goldsmith School of Management San Francisco Bay Campus Alliant

- International University In Partial Fulfillment of the Requirements of the Degree Doctor of Philosophy
- Deng L., Gibson P. (2008). A Qualitative Evaluation on the Role of Cultural Intelligence in Cross-Cultural Leadership Effectiveness. **International Journal of Leadership Studies**. Vol 3. PP:197-181.
- Dougherty, Troy J. (2011). **The Relationship between Spirituality, Spiritual Intelligence, and Leadership Practices in Student Leaders in the BYU-Idaho Student Activities Program**. Dissertations/Theses-Doctoral Dissertations.
- Early, P. C., Ang, S. (2003). **Cultural Intelligence: Individual Interactions Across Cultures**. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Emmons, R. A. (2000). Is Spirituality Intelligence? Motivation, cognition, & the Psychology of Ultimate Concern. **The International Journal for the Psychology of Religion**. Vol 10. No 1. PP: 3-26.
- Fabricatore, A; Handle, P., Fenzel, M. (2000). Personal Spirituality as a Moderator between Stressors & Subjective well-being. **Journal of Psycholog and Theology**. Vol 28. No 3. PP: 221-228.
- Garrido, Paulo. (2009). Business Sustainability & Collective Intelligence. **Journal of Learning Organization**. Vol 16. No 3. PP: 208-222.
- Gain, M. and Purohit, P.(2006). Spiritual Intelligence: Acontemporary Concern with Rigard to Living Status of the Senior Citizens. **Journal of the Indian Academy of Applied psychology**. Vol 32. No 3. PP:227- 233.
- Ghoshal, S., Kim, S.K. (1986). Building Effective Intelligence Systems for Competitive Advantage. **Sloan Management Review**. Vol 28. No 1. PP: 49-58.
- Imai, Rin., (2007). **The culturally Intelligent Negotiator: The Impact of CQ on Intercultural Negotiation Effectiveness**. Thesis, University of Maryland.
- Jalonen, H., Lonnqvist, A. (2009). Predictive Business–Fresh Initiative or Old Wine in a New Bottle. **Journal of Management Decision**. Vol 47. No 10. PP:1595-1609.
- McMullen, B (2003). **Spiritual Intelligence**. [Online] at: www.Studentbmj.com
- McCormick, Donald. (1994). Spirituality & management. **Journal of Managerial Psychology**. Vol 9. No 6. PP: 5-9.
- Nasel, D. D. (2004). **Spiritual Orientation in Relation to Spiritual Intelligence: A consideration of traditional Christianity and New Age/Individualistic Spirituality**. Unpublished Thesis. Australia: The university of south Australia.
- Nylund, A. (1999). **Tracing the BI Family Tree**. Knowledge Management

- Roglaski, S.,(2003). Business Intelligence: 360° Insight: The Intelligence Challenge. **DM Review Magazine**. Vol 6. No 1. PP: 15-18.
- Tan, Joo-seng. (2004). Cultural Intelligence & the Global Economy. **Journal of LIA**. Vol 24. No 5. PP: 19-21.
- Thomas, D.C., Inkson, K. (2003). **Cultural intelligence: People Skills for Global Business**. San Francisco: CA: Berrett-Koehler.
- Van Dayn, Lin., Soon Ang., Christine Koh, K., Yee Ng, Klaus J. Templer., Cheryl Tay and N., Anand, Chandrasekhar. (2007). **Cultural Intelligence: Its Measurement and Effects on Cultural Judgment and Decision Making**. Cultural Adaptation and Task Performance.
- Zakak A., Douvas S., (1999). Insurance Globalization Requires Cultural Intelligence. *Journal of Commerce*. Vol 4. No 13. PP: 63-69.
- Zohar, D., Marshall, I. (2000). **SQ- Spiritual Intelligence, the Ultimate Intelligence**. London: Bloombury.

