

رابطه هوش فرهنگی و هوش معنوی با اعتماد سازمانی معلمان:

نقش میانجی فرهنگ اخلاقی

۱ فردین فروغی

۲ معصومه خدایی

۳ لیلی فاطمی زاده

۴ سمیه حسن زاده

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۲۷ تاریخ چاپ: ۱۴۰۲/۰۵/۳۱

چکیده

این عقیده که اعتماد در محیط‌های کاری به عنوان عامل اصلی بالقوه‌ای است که منجر به بهبود عملکرد سازمانی می‌شود و می‌تواند یکی از منابع مزیت رقابتی باشد، نیز به سرعت مورد توجه قرار گرفته است. هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر هوش فرهنگی و هوش معنوی بر اعتماد سازمانی با میانجی فرهنگ اخلاقی بود. تحقیق حاضر از نظر ماهیت محتوایی توصیفی - همبستگی (مدل معادلات ساختاری) و از منظر هدف بنیادی بود. شرکت کنندگان در پژوهش حاضر یا به عبارتی جامعه آماری تحقیق، معلمان شاغل به تدریس در شهرستان نمین به تعداد ۶۷۳ نفر در سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۰ می‌باشند. روش نمونه‌گیری به کار گرفته شده، نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای بوده و با توجه به ناهمگون بودن جامعه آماری از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نیز استفاده گردید که از میان جامعه‌ی آماری پیش گفته، بر اساس جدول مورگان نمونه‌ای به حجم ۲۸۷ نفر (۱۶۸ نفر زن و ۱۱۹ نفر مرد) انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده در بخش استنباطی از نرم افزارهای Spss و Lisrel استفاده شد. نتایج به دست آمده نشان داد که هوش معنوی با ضریب مسیر (۰/۲۸) و مقدار تی (۵/۳۶) و هوش فرهنگی با ضریب مسیر (۰/۳۲) و مقدار تی (۶/۲۷) بر اعتماد سازمانی اثر غیر مستقیم دارد. با توجه به نتایج بدست آمده در سازمان‌هایی که هوش معنوی افراد در سطح مطلوب خود قرار دارد اعتماد سازمانی بهبود یافته و زمینه را برای تحقق اهداف سازمانی در ابعاد فردی، اجتماعی و معنوی فراهم می‌آورد. لذا پیشنهاد می‌شود مدیران زمینه لازم برای ارتقاء هوش معنوی و فرهنگی کارکنان را فراهم آورند.

واژگان کلیدی

هوش فرهنگی، هوش معنوی، فرهنگ اخلاقی، اعتماد سازمانی

۱. دانشجوی دکتری علوم تربیتی دانشگاه محقق اردبیلی.

۲. دبیر آموزش و پرورش استان اردبیل.

۳. دبیر آموزش و پرورش استان اردبیل.

۴. کارشناس ارشد رشته نقاشی. دانشگاه هنر تهران.

مقدمه

در عصر حاضر روزبه‌روز بر پیچیدگی سازمان‌ها افزوده می‌شود و سازمان‌ها برای اینکه بتوانند به حیات خود ادامه دهند و به اهداف تعیین شده دست یابند نیازمند توجه به اعتماد سازمانی هستند. ضرورت اعتماد در سازمان‌ها به خوبی آشکار شده است، زیرا برقراری ارتباط و تحقق همکاری میان افراد، نیازمند وجود اعتماد است. در عصری که روابط بین افراد و گروه‌ها سست‌تر شده و به سرعت در حال تغییر است، اعتماد که عمدتاً مبتنی بر استنتاج‌ها و تفسیرها درباره انگیزه‌ها، شخصیت و باطن دیگران، موضوع محوری سازمان‌ها است که رشد و حیات آن را تضمین می‌کند. اهمیت اعتماد به این دلیل است که مدیران به دنبال درک و شناخت چگونگی ایجاد همکاری موثر در سازمان هستند (صادقی علویجه، شائمی برزکی، تیموری، ۱۳۹۹). در این امر اعتماد عامل اصلی است زیرا همکاری را به وجود می‌آورد؛ بنابراین اعتماد سازمانی از اهمیت و ضرورت بالایی جهت مطالعه و بررسی برخوردار است (پرگلی، فقیه آرام، مرادی، ۱۴۰۰). ایجاد محیطی که دارای اعتماد سازمانی است، تاثیرات مثبت بسیاری برای سازمان‌ها دارد؛ بر عکس، هزینه‌های بی‌اعتمادی به علت عدم تمایل کارکنان به همکاری و مشارکت، خطر پذیری به خاطر رفتارهای نامناسب، کیفیت پایین کار و نیاز به کنترل، می‌تواند سنگین باشد (هندیانی، درویشی، میرزاخانی، ۱۳۹۲). اعتماد انتظار ذهنی مثبت یک فرد در مورد رفتار سایرین و همان اعتقادی است که یک فرد با توجه به رفتارهای گذشته و عملکرد فرد دیگر در مورد رفتارهای آینده آن فرد دارد (اردیسونو، مایرو^۱، ۲۰۲۰). همچنین به عقیده هیلمان و سالمینن^۲ (۲۰۱۶) اعتماد؛ انتظار مثبت از فردی است که از طریق کلمات، اقدامات یا تصمیمات فرصت طلبانه اقدام نکند و در شرایط مختلف بتوان به او متکی بود. سه جریان گسترده در ادبیات اعتماد وجود دارد: نخست اعتماد درون سازمانی (به عنوان یک پدیده درون سازمان، مثل اعتماد بین کارکنان و سرپرستان و مدیران، یا میان همکاران)، دوم: اعتماد میان سازمان‌ها (که یک پدیده میان سازمانی است) و سوم اعتماد میان سازمان‌ها و مشتریان که به عنوان یک مفهوم بازاریابی مطرح می‌شود (دیتز و هارتوگ^۳، ۲۰۰۶). از جمله متغیری که اعتماد سازمانی را متاثر می‌سازد هوش فرهنگی و هوش معنوی کارکنان است. هوش فرهنگی با محیط‌های کاری متنوع در ارتباط است و بی‌تردید در جوامع امروزی که تنوع فرهنگی نمود بیشتری دارد، کارکنان باید از این توانایی برخوردار باشند که آن‌ها را در فهم درست پیچیدگی‌های شناختی، رفتاری و ارزشی دیگران یاری رسانند. با توجه به ارتباطی که هوش فرهنگی با محیط‌های متنوع دارد، این امکان را برای فرد مهیا می‌سازد تا تشخیص دهد دیگران چگونه می‌اندیشند و چه عکس‌العملی در رابطه با الگوهای رفتاری دارند؛ بنابراین هوش فرهنگی بعنوان متغیر اثربخش در دنیای کنونی به شمار می‌آید؛ و هسته اصلی تشکیل دهنده آن توانایی افراد یا گروه‌ها در تعاملات سازنده خود با افراد یا گروه‌های اجتماعی دارای فرهنگ متفاوت است (قاسمی و وحید، ۱۳۹۲). از طرفی دیگر هوش معنوی توانایی فهمیدن عمیق سوالات معنوی و بینش درونی است که سطح‌هایی چندگانه از هوش است. این هوش به فرد دید کلی در مورد زندگی و همه تجارب و رویدادها را می‌دهد و او را قادر می‌سازد به چارچوب‌بندی و تفسیر مجدد تجارب

¹ Ardissono and Mauro

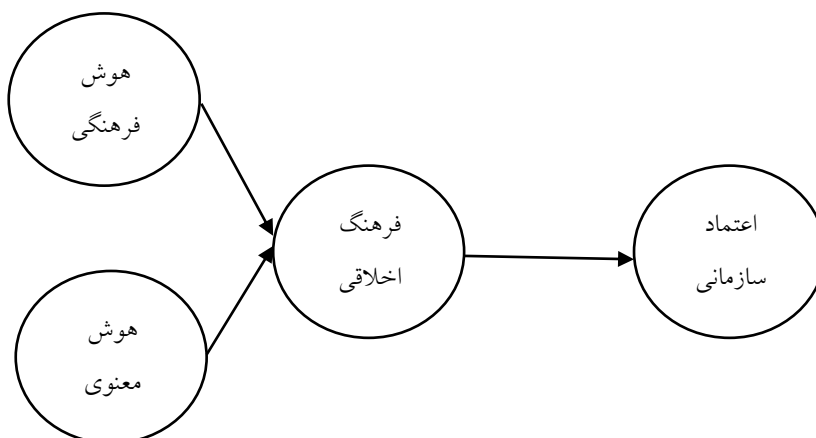
² Heilmann & Salminen

³ Dietz & hartog

خود پرداخته، شناخت و معرفت خود را عمق بخشد. فرد دارای آن چه به عنوان اصول اساسی در دین مطرح است، محورهای اصلی هوش معنوی را نیز شامل می‌شود (شعبانی، ۱۳۹۴). هوش معنوی ممکن است در قالب ملاک‌های زیر مشاهده شود: صداقت، دلسوزی، توجه به تمام سطوح هوشیاری، همدردی متقابل، وجود حسی مبنی بر اینکه انسان نقش مهمی در یک کل وسیع‌تر دارد، بخشش و خیرخواهی معنوی و عملی، در جست و جوی سازگاری و هم سطح شدن با طبیعت و کل هستی، راحت بودن در تنهایی بدون داشتن احساس تنهایی (شهرکی‌پور، ۱۳۹۶). فرهنگ اخلاقی نیز یکی دیگر از متغیرهایی است که نهاده‌سازی آن در سازمان‌ها می‌تواند اعتماد سازمانی را متاثر سازد. ضرورت برقراری فرهنگ و رفتار اخلاقی تا حدی است که بسیاری از سازمان‌های بزرگ در برابر فشارهای قانونی و محیطی با برقراری فرهنگ‌های اخلاقی در سازمان‌ها واکنش نشان داده‌اند. فرهنگ اخلاقی سازمان باعث کاهش رفتارهای غیر اخلاقی در میان کارکنان یک سازمان می‌شود. فرهنگ اخلاقی را می‌توان بعنوان زیر مجموعه‌ای از فرهنگ سازمانی در نظر گرفت که نشان دهنده فعل و انفعالات میان سیستم‌های رسمی و غیررسمی کنترل رفتاری است. سیستم‌های رفتاری رسمی دربرگیرنده‌ی رهبری، ساختارهای قدرت، سیستم پاداش و برنامه‌ی آموزشی است و سیستم‌های غیررسمی شامل رفتار همکاران و هنجارهای اخلاقی درون سازمان هستند (تروینو^۴، ۱۹۹۵).

کیخانزاد و قنادی (۱۳۹۲) در پژوهشی به بررسی رابطه بین هوش فرهنگی با سازگاری شغلی و اعتماد سازمانی اعضای هیات علمی پرداخته‌اند. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که بین هوش فرهنگی و اعتماد سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین شاوران، طاهری، براتیان (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت عنوان نقش میانجی اعتماد سازمانی مدیران مدارس در رابطه بین هوش معنوی و تعالی سازمانی به نتایجی دست یافته‌اند که حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار بین هوش فرهنگی و اعتماد سازمانی است. با توجه به پژوهش‌های انجام شده می‌توان انتظار داشت که متغیر فرهنگ اخلاقی می‌توان بعنوان یک متغیر میانجی، رابطه بین هوش فرهنگی و هوش معنوی با اعتماد سازمانی را تحت تاثیر قرار دهد. از این رو پژوهش حاضر سعی دارد، اثر هوش فرهنگی و هوش معنوی بر اعتماد سازمانی با نقش میانجی فرهنگ اخلاقی مورد بررسی قرار دارد و پیشنهاداتی برای بهبود شرایط عملکرد سازمانی ارائه داده و زمینه را برای مطالعات بعدی فراهم آورد؛ و به سوال اساسی تحقیق که آیا مدل مفهومی ارائه شده از برازش مطلوب برخوردار است یا نه؟ پاسخ دهد.

⁴ Trevino



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر ماهیت محتوایی توصیفی-همبستگی (مدل معادلات ساختاری) و از منظر هدف بنیادی است. شرکت کنندگان در پژوهش حاضر یا به عبارتی جامعه آماری تحقیق، معلمان شاغل به تدریس در شهرستان نمین به تعداد ۶۷۳ نفر در سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۰ می‌باشند. با توجه به گستردگی جامعه آماری از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده شد. بدین صورت که ابتدا از بین مدارس شهرستان نمین، بصورت تصادفی مدارس بعنوان نمونه آماری انتخاب شده و در مرحله بعدی مجدداً بصورت تصادفی از بین همکاران شاغل در مدارس منتخب مرحله اول، افرادی به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. لازم به ذکر است با توجه به ناهمگون بودن جامعه آماری (همکاران شاغل خانم و آقا) از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نیز استفاده گردید. در نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، واحدهای جامعه مورد مطالعه در طبقه‌هایی که از نظر صفت متغیر همگن تر هستند، گروه بندی می‌شوند. در پژوهش حاضر طبقه‌بندی بر اساس جنسیت صورت گرفته و از میان جامعه‌ی آماری پیش گفته، بر اساس جدول مورگان نمونه‌ای به حجم ۲۸۷ نفر (۱۶۸ نفر زن و ۱۱۹ نفر مرد) انتخاب شدند. داده‌های گردآوری شده با استفاده از نرم افزارهای SPSS و LISREL مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای بررسی اثر متغیرهای تحقیق ضرایب مسیر مورد توجه بوده و معناداری آنها نیز بر اساس آزمون T مورد سنجش قرار گرفت. اطلاعات لازم برای پاسخ به سوال پژوهشی از طریق پرسشنامه‌های کتبی جمع‌آوری شد که مشخصات پرسشنامه‌های بکار برده شده در ادامه تشریح شده است.

هوش فرهنگی^۵: پرسشنامه هوش فرهنگی ۲۰ سوالی که توسط آننگ و همکاران در سال ۲۰۰۴ طراحی شده است. دارای چهار عامل است که آلفای کرونباخ برای هر عامل عبارت است از: راهبردی یا فراشناختی (۰/۷۶)، دانشی یا شناخت (۰/۸۴)، انگیزشی (۰/۷۶) و رفتاری (۰/۸۳). این پرسشنامه روی ۱۴۰ نفر از دانشجویان ترکمن در حال تحصیل در دانشگاه پیام نور مرکز بهشهر در سال ۱۳۸۹ اجرا شد. هدف اصلی این تحقیق تعیین رابطه بین صفات شخصیتی و هوش فرهنگی دانشجویان بوده است (صفاری، ۱۳۸۹). این ابزار دارای چهار خرده مقیاس راهبرد یا فراشناخت^۶

⁵ Cultural Intelligence

⁶ Strategy or metacognition

(گویه‌های ۱-۴)، شناخت^۷ (گویه‌های ۵-۱۱)، هوش انگیزشی^۸ (گویه‌های ۱۲-۱۵) و رفتاری^۹ (گویه‌های ۱۶-۲۰) است. مقیاس درجه گذاری بر اساس طیف لیکرت بوده و از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) طراحی شده است. روایی محتوایی پرسشنامه مورد تایید متخصصان علوم بوده و در پژوهشی قدم پور و همکاران (۱۳۹۰) پایایی این ابزار ۰/۸۵ و در پژوهش حاضر پایایی آن بر اساس ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۶ به دست آمد (Ang, Van Dyne, Koh, Ng, 2004).

پرسشنامه هوش معنوی^{۱۰}: پرسشنامه هوش معنوی کینگ (SISRI) دارای ۲۴ ماده بوده و هدف آن سنجش میزان هوش معنوی از ابعاد مختلف (تفکر وجودی انتقادی، تولید معنای شخصی، بسط حالت هشیاری، آگاهی متعالی) می باشد. این ابزار توسط کینگ در سال ۲۰۰۸ طراحی و ساخته شد. این پرسشنامه دارای چهار زیر مقیاس: تفکر وجودی انتقادی^{۱۱} (سوالات ۱، ۳، ۵، ۹، ۱۳، ۱۷، ۲۱)، تولید معنای شخصی^{۱۲} (سوالات ۷، ۱۱، ۱۵، ۱۹، ۲۳)، آگاهی متعالی^{۱۳} (سوالات ۲، ۶، ۱۰، ۱۴، ۱۸، ۲۰، ۲۲) و بسط حالت هشیاری^{۱۴} (سوالات ۴، ۸، ۱۲، ۱۶، ۲۴) می باشد. نمره گذاری بر اساس لیکرت پنج درجه‌ای (از کاملاً نادرست: ۰ تا کاملاً درست: ۴) بوده و روایی صوری و محتوایی مقیاس توسط متخصصان علوم تربیتی و روانشناسی مورد تایید قرار گرفته و پایایی آن در پژوهش رقیب و همکاران (۱۳۸۹) با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۸ و در پژوهش حاضر ۰/۸۷ برآورد شد.

پرسشنامه فرهنگ اخلاقی^{۱۵}: برای سنجش فرهنگ اخلاقی از پرسشنامه بکارگیری شده در تحقیق گوبل و همکاران (2011)، تحت عنوان نفوذ فرهنگ اخلاقی در انتخاب منابع پایدار اقتباس شده است. پرسشنامه شامل ۱۴ گویه در خصوص سنجش میزان نفوذ مولفه‌های فرهنگ اخلاقی با مقیاس لیکرت پنج گزینه‌ای روی پیوستار کاملاً مخالف تا کاملاً موافق طراحی شد که در آن نمره ۵ نشان دهنده نظر کاملاً موافق، نمره ۴ نظر موافق، نمره ۳ بی تفاوت، نمره ۲ نظر مخالف، نمره ۱ نظر کاملاً مخالف است. روایی پرسشنامه توسط اساتید حوزه علوم تربیتی تایید شده و پایایی آن در پژوهش سید زین العابدین سادات مدینه (۱۳۹۴)، تحت عنوان تاثیر نفوذ فرهنگ اخلاقی بر نگرش مدیران در تامین مالی به منظور ایجاد درآمدهای پایدار، ۰/۸۴ و در این پژوهش بر اساس آلفای کرونباخ ۰/۸۱ به دست آمد.

پرسشنامه اعتماد سازمانی^{۱۶}: این پرسشنامه توسط الون و همکاران (۲۰۰۸) طراحی و تدوین شد. این ابزار دارای ۳۳ گویه و سه مولفه اعتماد عمودی^{۱۷} یا اعتماد به مدیران (سوالات ۱ الی ۱۱)، اعتماد افقی^{۱۸} یا اعتماد به همکاران (سوالات

⁷ cognition

⁸ Motivational intelligence

⁹ behavioral

¹⁰ Spiritual intelligence questionnaire

¹¹ Critical existential thinking

¹² Personal meaning production

¹³ transcendental consciousness

¹⁴ Expanding the state of consciousness

¹⁵ Ethical culture questionnaire

¹⁶ Organizational trust questionnaire

¹⁷ Vertical trust

Horizontal trust ¹⁸

۱۲ الی ۲۲) و اعتماد موسسه‌ای^{۱۹} یا اعتماد به سازمان (سوالات ۲۳ الی ۳۳) می‌باشد. طریقه نمره‌گذاری بر اساس طیف لیکرت (کاملاً مخالفم: ۱ تا کاملاً موافقم: ۵) می‌باشد. روایی محتوایی پرسشنامه مورد تایید اساتید حوزه علوم تربیتی بوده و پایایی آن در پژوهش یانچشمه و همکاران (۱۳۹۶) بر اساس ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۱ و در این پژوهش ۰/۸۴ به دست آمد.

یافته‌های تحقیق

آمار توصیفی: نتایج توزیع فراوانی جنسیت و مدرک تحصیلی نشان داد که از ۲۸۷ نفر انتخاب شده، ۱۶۸ نفر (۵۸/۵۴ درصد) از پاسخگویان زن و ۱۱۹ نفر (۴۱/۴۶ درصد) مرد بوده که از بین این تعداد ۸ نفر (۲/۸ درصد) دارای مدرک فوق دیپلم، ۲۱۲ نفر (۷۳/۸ درصد) دارای مدرک لیسانس، ۶۴ نفر (۲۲/۳ درصد) دارای مدرک فوق لیسانس و ۳ نفر (۱/۱ درصد) دارای مدرک دکتری بودند. همچنین وضعیت اشتغال پاسخگویان نشان داد که ۲۴۵ نفر (۸۵/۴ درصد) بصورت رسمی، ۷ نفر (۲/۴ درصد) قراردادی، ۱۸ نفر (۶/۳ درصد) حق التدریس و ۱۷ نفر (۵/۹ درصد) سایر (پیمانی، آزمایشی و...) بودند. بیشترین سابقه خدمت با فراوانی ۱۰۵ نفر (۳۶/۶ درصد) متعلق به افرادی است که بین ۲۰ الی ۳۰ سال، سابقه خدمت داشتند.

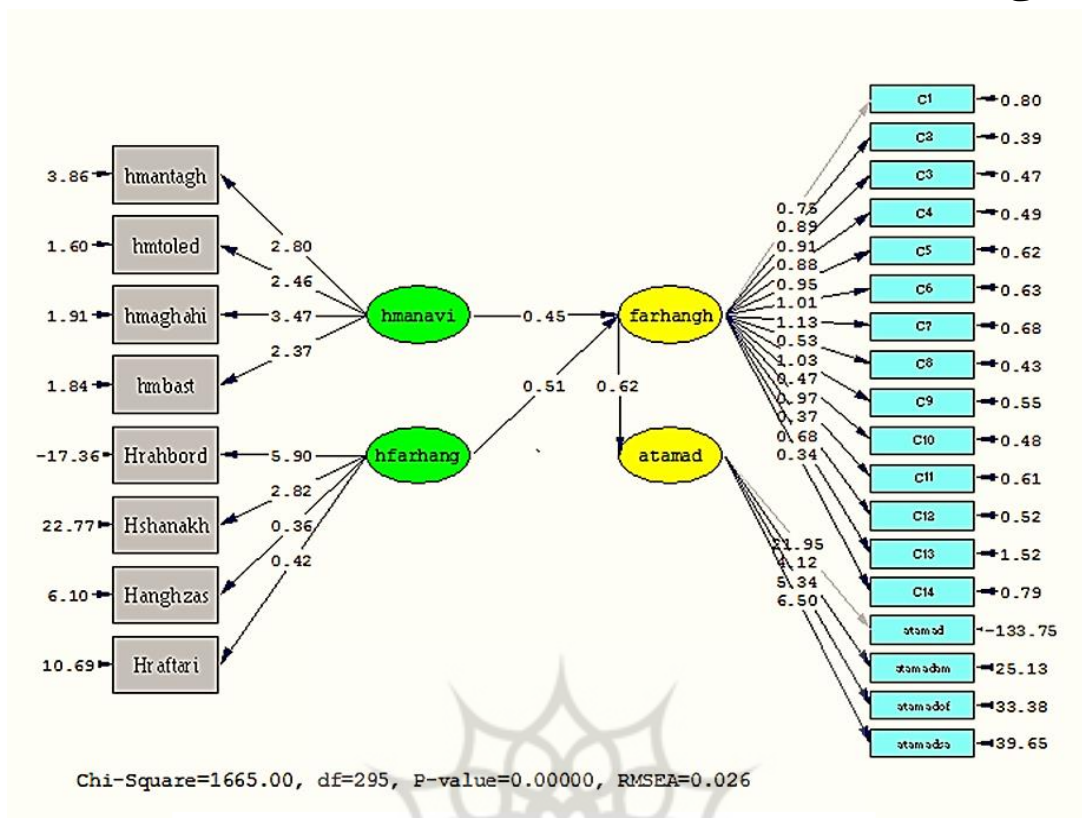
بررسی نرمال بودن داده‌ها: در صورتی که سطح معنی‌داری آزمون کمتر از ۰/۰۵ فرض صفر را رد کرده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت توزیع داده‌ها نرمال نیست. در صورتی که سطح معنی‌داری آزمون بیشتر از ۰/۰۵ باشد فرض صفر را می‌پذیریم و توزیع داده‌ها نرمال است؛ که در جدول (۱) نتایج حاکی از نرمال بودن متغیرهای مورد بررسی است.

جدول (۱): نتایج آزمون کولموگروف- اسمیرنوف جهت تعیین نرمال بودن توزیع متغیرهای تحقیق

متغیر	هوش معنوی	هوش فرهنگی	فرهنگ اخلاقی	اعتماد سازمانی
میانگین	۷۹/۲۳	۶۸/۶۰	۵۳/۲۷	۷۴/۱۲
انحراف معیار	۹/۰۱	۷/۳۶	۱۱/۶۳	۱۰/۲۱
مقدار Z کولموگروف- اسمیرنوف	۰/۰۵۳	۰/۰۶۲	۰/۰۷۱	۰/۱۰۸
سطح معنی‌داری	۰/۰۸۵	۰/۰۶۱	۰/۰۵۲	۰/۰۵۷

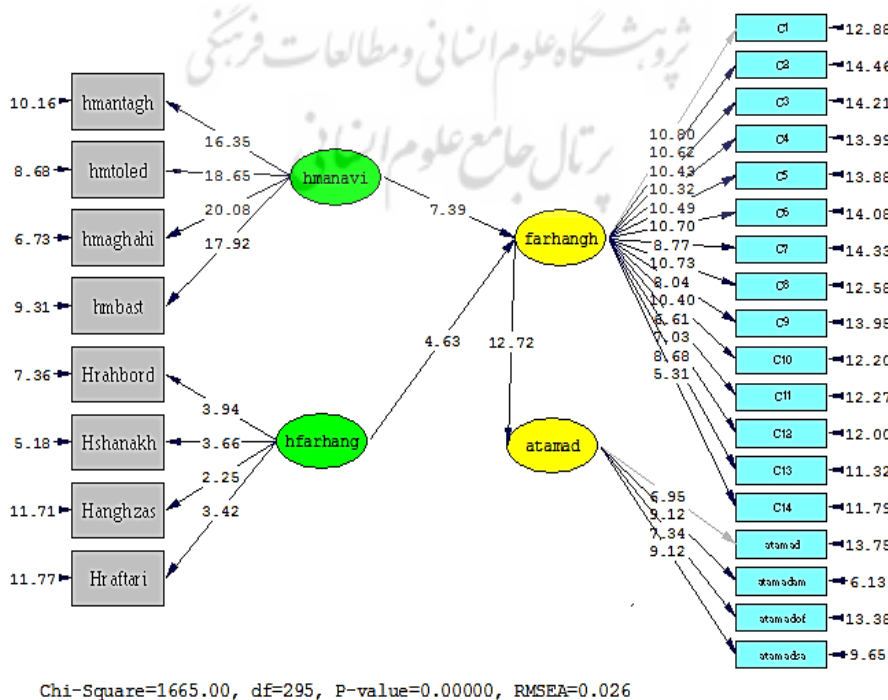
¹⁹ Institutional trust

آماره استنباطی



شکل ۱: مقدار بار عاملی

دیدگاه مک کالوم، براون و شوگاوارا (۱۹۹۶) اگر مقدار این شاخص (RMSEA) کوچکتر از ۰٫۱ باشد برازندگی مدل بسیار عالی است. اگر بین ۰٫۱ و ۰٫۵ باشد برازندگی مدل خوب است و اگر بین ۰٫۵ و ۰٫۸ باشد برازندگی مدل متوسط است؛ که در این پژوهش برازندگی مدل خوب ارزیابی می شود.



شکل ۲: مقدار ضرایب معناداری (t-values)

جدول (۲): برآورد ضرایب اثرات مستقیم و غیر مستقیم

متغیرها	ضریب مسیر	خطای استاندارد	آماره t	سطح معنی داری
اثر مستقیم به روی اعتماد سازمانی از				
فرهنگ اخلاقی	۰/۶۲	۰/۰۹	۱۲/۷۲	۰/۰۵
اثر مستقیم به روی فرهنگ اخلاقی از				
هوش معنوی	۰/۴۵	۰/۲۷	۷/۳۹	۰/۰۵
هوش فرهنگی	۰/۵۱	۰/۰۳	۴/۶۳	۰/۰۵
اثر غیر مستقیم به اعتماد سازمانی از				
هوش معنوی	۰/۲۸	۰/۳۱	۵/۳۴	۰/۰۵
هوش فرهنگی	۰/۳۲	۰/۴۳	۶/۲۷	۰/۰۵

یکی از ویژگی‌های روش مدل‌یابی معادلات ساختاری، برآورد اثرات غیر مستقیم متغیرها بر یکدیگر است. اثرات غیر مستقیم حاصل ضرب اثرات مستقیم در هم می‌باشد. این ویژگی به پژوهشگران این امکان را می‌دهد تا نقش میانجی متغیرها را در مدل مورد بررسی قرار دهند. با توجه به شکل (۲) اثر هوش معنوی و هوش فرهنگی بر فرهنگ اخلاقی به ترتیب ۰/۴۵ و ۰/۵۱ و اثر مستقیم فرهنگ اخلاقی بر اعتماد سازمانی ۰/۶۲ به دست آمده است. همچنین در جدول (۲) اثر غیر مستقیم هوش معنوی و هوش فرهنگی بر اعتماد سازمانی به ترتیب ۰/۲۸ و ۰/۳۲ با مقدار تی (۵/۳۴) و (۶/۲۷) به دست آمده است که در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار می‌باشد. در جدول (۳) شاخص‌های برازش مدل آزمون شده گزارش شده‌اند که مدل آزمون شده کل، برازش مناسبی با داده‌های گردآوری شده دارد.

جدول (۳): شاخص‌های برازش کلی مدل آزمون شده پژوهش حاضر

نتیجه	مقدار مجاز	اعداد بدست آمده	شاخص	معیارهای برازش مدل
برازش مناسب	کمتر از ۰/۱	۰/۰۲	RMSEA	ریشه میانگین مجذورات
برازش مناسب	نزدیک صفر	۰/۰۱۲	RMR	ریشه مجذور مانده‌ها
برازش مناسب	بالاتر از ۰/۹	۰/۹۲	NFI	شاخص برازش هنجار شده
برازش مناسب	بالاتر از ۰/۹	۰/۹۱	NNFI	شاخص نرم برازندگی
برازش مناسب	بالاتر از ۰/۹	۰/۹۴	CFI	شاخص برازش تطبیقی
برازش مناسب	بالاتر از ۰/۹	۰/۹۲	IFI	شاخص برازش اضافی
برازش مناسب	بالاتر از ۰/۹	۰/۹۰	RFI	شاخص برازش نسبی

معیارهای برازش مدل	شاخص	اعداد بدست آمده	مقدار مجاز	نتیجه
شاخص برازندگی	GFI	۰/۹۲	بالاتر از ۰/۹	برازش مناسب
شاخص برازندگی تعدیل یافته	AGFI	۰/۹۱	بالاتر از ۰/۹	برازش مناسب

با توجه به نتایج، مقدار شاخص RMSEA در دامنه قابل قبول قرار دارد و این امر نیز گویای مقدار خطای قابل قبول در مدل معادلات ساختاری فرضیه تحقیق است. مقادیر شاخص‌های NFI، AGFI، GFI، CFI و NNFI در مدل معادلات ساختاری فرضیه تحقیق نیز با توجه به ملاک مدنظر مطلوب ارزیابی شدند که نشان‌دهنده برازش مناسب مدل معادلات ساختاری فرضیه تحقیق است؛ بنابراین، با توجه به نتایج مدل معادلات ساختاری فرضیه تحقیق، می‌توان گفت همه ابزارهای پژوهش برازش مناسب و قابل قبول دارند. در جدول (۴) نتایج بررسی فرضیه‌های تحقیق ارائه شده است. سپس بررسی تفصیلی فرضیه‌های پژوهش ارائه می‌شود.

جدول (۴) بررسی فرضیه‌های تحقیق

ردیف	فرضیه	ضریب مسیر	آماره تی	p	نتیجه
۱	هوش معنوی با میانجی فرهنگ اخلاقی بر اعتماد سازمانی تاثیر دارد.	۰/۲۸	۵/۳۴	۰/۰۵	تائید
۲	هوش فرهنگی با میانجی فرهنگ اخلاقی بر اعتماد سازمانی تاثیر دارد.	۰/۳۲	۶/۲۷	۰/۰۵	تائید
۳	فرهنگ اخلاقی بر اعتماد سازمانی تاثیر مستقیم دارد.	۰/۶۲	۱۲/۷۲	۰/۰۵	تائید

بحث و نتیجه‌گیری

یکی از مهم‌ترین نیازهای کارکنان در سازمان، برقراری اعتماد میان آنها و مدیران می‌باشد. وجود سطوح بالای اعتماد در سازمان باعث خواهد شد کارکنان در ارتباط با اهداف شخصی و سازمانی به بیان ایده‌هایشان بپردازند و ممکن است این ایده‌ها راهبردهایی برای حل مسائل و مشکلات سازمانی بوده و یا اینکه مسیر سازمان را در دستیابی به ایده‌های خلاقانه هموار سازد. اعتماد را بر اساس دیدگاه‌های فردی، بین فردی و سازمانی مورد توجه و ارزیابی قرار داده و در هر دو روابط صمیمانه فردی و سازمانی، ویژگی مشابهی را یافته‌اند (وان مایل و همکاران^{۲۰}، ۲۰۱۸). پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر هوش فرهنگی و هوش معنوی بر اعتماد سازمانی با میانجی فرهنگ اخلاقی صورت گرفت. نتایج بدست آمده حاکی از آن است که هوش فرهنگی با میانجی فرهنگ اخلاقی بر اعتماد سازمانی تاثیر دارد. این یافته با نتیجه تحقیقات کیخانزاد و قنادی (۱۳۹۲) تحت عنوان بررسی رابطه بین هوش فرهنگی با سازگاری شغلی و اعتماد سازمانی اعضای هیئت علمی، ارلی و انگک (۲۰۰۳)، دانایی فرد و حصیری (۱۳۸۸) و شاوران، طاهری و براتیان (۱۳۹۷) همسو است. در تبیین این نتیجه می‌توان بیان کرد که نهادهای ساختن فرهنگ اخلاقی در سازمان سبب خواهد شد که کارکنان با بررسی محیط و سایر شاخص‌های سازمانی اعتماد را در فرآیند کاری مورد توجه قرار دهند. وجود و ارتقاء سطح اعتماد

سازمانی سبب خواهد شد که بسیاری از هزینه‌هایی که ممکن است سازمان بعلت بدبینی بپردازد کاهش یابد. همچنین بر اساس نتایج به دست آمده از پژوهش شاوران می‌توان اینگونه تبیین کرد که اگرچه هوش معنوی در رده‌های بالای هوش انسانی فرد قرار گرفته، اما تلاش‌های فردی به تنهایی برای انجام بهینه کارهای سازمان کافی نیست. نکته قابل توجه دیگر آن است که غالباً مدیران سازمان‌های آموزش و پرورش نیز از نحوه عملکرد این نوع هوش موارد استفاده آن در جهت ارتقای نتایج و بروندهای سازمانی خود اطلاع کافی ندارند. این موضوع زمانی اهمیت دو چندان پیدا می‌کند که در نظام تعلیم و تربیت به کارهای گروهی نیاز پیدا می‌شود. در کار گروهی، برقراری روابط با دیگران و درک نتایج آن به سادگی امکان پذیر نیست. این فرآیند نیاز گذر زمان و ایجاد اعتماد در سازمان است (باتلر و کانتربل^{۲۱}، ۱۹۸۴). اسکارسو و بولیسانی^{۲۲} (۲۰۱۲) اظهار داشته‌اند که اعتماد سازمانی به طور معناداری تلاش افراد را برای موفقیت و دستیابی به اهداف سازمانی چندین برابر می‌کند و بر بهبود عملکرد افراد تاثیرگذار است. آنها معتقدند وجود اعتماد سازمانی می‌تواند به تعالی سازمانی کمک کند. به طور کلی هوش معنوی موجب افزایش قدرت انعطاف‌پذیری و خودآگاهی فرد، ظرفیتی برای الهام و شهود کل‌نگر به جهان هستی و اعتماد بنیادی به زندگی و رسوم می‌شود؛ بنابراین می‌توان اینگونه نتیجه گرفت که توسعه و ترویج آگاهی در افراد، روشن نمودن وجوه وجودی شخصیت آنان و به طور کلی معنویت‌گرایی در سازمان می‌تواند موجبات رشد اعتماد سازمانی کارکنان در سازمان را فراهم آورد (شاوران و همکاران، ۱۳۹۷). فرض دوم تحقیق مبنی بر اینکه هوش معنوی با میانجی فرهنگ اخلاقی بر اعتماد سازمانی تاثیر دارد نیز طبق یافته‌های پژوهش مورد تایید می‌باشد. این یافته با نتایج به دست آمده از تحقیقات شاوران، طاهری، براتیان (۱۳۹۷) و با یافته‌های زارعی و همکاران (۲۰۱۲)، اسمت^{۲۳} (۲۰۱۵)، کینگ^{۲۴} (۲۰۱۲) و بارون^{۲۵} (۲۰۱۵) همسو می‌باشد. در تشریح نتیجه به دست آمده می‌توان بیان کرد که هوش معنوی و تقویت آن در کارکنان سازمان‌ها زمینه را برای رشد و بهبود اعتماد سازمانی فراهم می‌آورد و بصورت غیرمستقیم اثربخشی و کارآیی سازمان را متاثر می‌سازد. هوش به انسان کمک می‌کند تا نسبت به اتفاقات بیرونی اطلاع یافته و به آگاهی فرد منجر می‌شود. در واقع هوش معنوی روحیات درونی فرد را به محیط بیرونی وصل می‌کند و از این نظر از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. افرادی که هوش معنوی بالایی دارند معمولاً توانایی برقراری عدالت را داشته و با افراد رفتار دلسوزانه‌تری دارند. با استفاده از این هوش افراد واقع‌بین بوده و هر چیزی را آن طور که هست می‌بینند. بیشتر رهبران جهان از این هوش بهره‌مند بوده‌اند و با توجه به آن توانسته‌اند به جایگاه‌های خوبی برسند و سختی‌ها را تحمل کنند از این رو اهمیت و ضرورت هوش معنوی بر هیچ کس پوشیده نیست. به طور کلی اعتماد سازمانی از جمله متغیرهایی است که وجود آن در سازمان و در بین مدیران و کارکنان می‌تواند تحقق اهداف سازمانی را تسهیل نماید از طرفی دیگر با پیچیدگی که در سازمان‌ها و محیط سازمانی رخ داده است احتمال وجود رفتارهای انحرافی را افزایش داده است که با نهادینه ساختن فرهنگ اخلاقی در سازمان و ارتقاء هوش معنوی افراد می‌توان از بروز اینگونه رفتارهای مخرب جلوگیری شود.

²¹ Butler & Cantrell

²² Scarso & Bolisani

²³ Smit

²⁴ King

²⁵ Baron

منابع

- پرگلی، فرزانه؛ فقیه آرام، بتول؛ مرادی، سعید (۱۴۰۰). رابطه جامعه پذیری سازمانی با نگهداشت استعدادها و نقش میانجی اعتماد سازمانی کارکنان، دوماهنامه علمی پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال دوازدهم، شماره ۳، ۱۲۴-۱۴۰.
- خنیفر، حسین؛ مقیمی، سیدمحمد؛ جندقی، غلامرضا و زروندی، نفیسه (۱۳۸۸). بررسی رابطه ی بین مولفه های اعتماد و تعهد سازمانی کارکنان در سازمان های جهاد کشاورزی و آموزش و پرورش استان قم، مجله مدیریت دولتی، دوره اول، شماره ۲: ۳-۱۸.
- رجب بیگی، مجتبی؛ امیرخانی، طیبه؛ محمدپور، مریم، فریدی خورشیدی، مریم (۱۳۹۲). هوش فرهنگی و رفتار شهروندی سازمانی. چشم انداز مدیریت دولتی. ۱۳: ۸۴-۶۵.
- شعبانی، حمید (۱۳۹۰). بررسی رابطه فرهنگ سازمانی با توانمند سازی کارکنان (مطالعه تطبیقی در مراکز آموزش عالی جهاد کشاورزی و دانشگاه پیام نور استان همدان). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور واحد غرب تهران.
- شهرکی پور، حسن (۱۳۹۶). بررسی تاثیر چابک سازی سازمانی بر هوش معنوی و توانمندسازی کارکنان دستگاه های اجرایی شهر زاهدان، نوآوری های مدیریت آموزشی، ۱۲(۳): ۱۴۰-۱۱۷.
- صاقلی علویجه، فریبا، شائمی برزکی، علی، تیموری، هادی. (۱۳۹۹). تأثیر اعتماد سازمانی بر یادگیری سازمانی با نقش میانجی اینرسی سازمانی مورد مطالعه: اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان اصفهان. پژوهش های راهبردی مسائل اجتماعی ایران. doi: 10.22108/srsp.2020.122741.1547.
- صفاری نیا، مجید؛ عبدالله زاده، حسن (۱۳۸۹). رابطه بین هوش فرهنگی و صفات شخصیتی در دانشجویان. دانشگاه پیام نور بهشهر.
- قاسمی، وحید؛ وحید، فریدون (۱۳۹۲). تحلیلی بر هوش فرهنگی و الگوهای تقویت آن. فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد شوشتر. ۹: ۳۳-۵۰.
- قدم پور، عزت اله؛ مهرداد، حسین و جعفری، حسنعلی (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین ویژگیهای شخصیتی و هوش فرهنگی کارکنان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان لرستان. فصلنامه روانشناسی تربیتی. سال ۲، شماره ۱، صفحات ۱۰۱-۸۱.
- Ang, S., Van Dyne, L., Koh, C., & Ng, K.Y. (2004). The measurement of cultural intelligence. Paper presented at the 2004 Academy of Management Meetings Symposium on Cultural Intelligence in the 21st Century, New Orleans, LA.
- Asadzadeh N, Mohajeran B, Ghaleei A, Divband A, Javadi P. The relationship between Spiritual intelligence and its Components with Job Performance: A case of Teachers of Aslanduz city. Journal of School Psychology. 2019; 8(2):7-21.
- Butler Jr, J. K. & Cantrell, R. S. (1984). A behavioral decision theory approach to modeling dyadic trust in superiors and subordinates. *Psychological reports*, 55(1), 19-28.
- Carles M. (2011). The health care manager's legal guide. Jones & Bartlett Learning; 248.

- Cheng, L., (2007). "Cultural Intelligence (CQ): A Quest for Cultural Competence", *Communication Disorders Quarterly*, vol. 29, No. 1, pp. 36-42
- Dietz, G. & Hartog, D. N. (2006). Measuring trust inside organizations. *Personnel Review*, 35(5), 557-588.
- Emamverdi S, Andam R, Bagheri H. The role of spiritual intelligence and identity styles on work involvement of sports volunteers. *Research in Sport Management and Motor Behavior*. 2018 Dec 10;8(16):113-123.
- Ferrell OC, Fraedrich J. (2014). *Business ethics: ethical decision making and cases*. Stamford: Cengage Learning. P. 656.
- Hindiani, Abdullah; Darvishi, fisherman; Mirzakhani, Abdul Rahman (2014). Investigating the relationship between organizational trust and the effectiveness of police station and police station employees, *Naja Human Resources Promotion Quarterly*, 9 (37): 77-98. [In Persian].
- Huhtala M, Kangas M, Lamsa AM, Feldt T. (2011). Ethical managers in ethical organizations? The leadership-culture connection among finish managers. *Leader Ship & Organization Development Journal*; 3: 250-270.
- Jovanovic S, Wood RV. (2006). Communication ethics and ethical culture: A study of the ethics initiative in Denver city government. *Journal of Applied Communication Research*; 4: 386-405.
- Isik, M., & Aliyev, Y. (2015). The Relationship between Teamwork and Organizational Trust. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 4(1), 133
- 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.
- Scarso, E. & Bolisani, E. (2012). Trust in knowledge exchanges between service providers and clients: a multiple, case study of KIBS. *Knowledge Management Research & Practice*, 10, 16–26
- Svanerg J, Ohman P. (2013). Auditors time pressure: does ethical culture support audit quality? *Managerial Auditing Journal*; 7: 572-597.
- Trevino LK, Nelson KA. (2010). *Managing business ethics*. 5 th ed. New York: John Wiley & Sons. P. 480.
- Wulf K. (2012). *Ethics and compliance programs in multinational Organization*. USA: Springer. P. 411.
- Vaughan, F. 2003, What is spiritual intelligence? *Journal of humanistic psychology*. 42, (2).
- Van Maele, D., Moolenaar, N. M., Daly, A. J., DiPaola, M., & Hoy, W. (2015). All for one and one for all: A social network perspective on the effects of social influence on teacher trust. M. DiPaola & WK Hoy (Eds.), 171-196.
- Vanhala, M., Heilmann, P., & Salminen, H. (2016). Organizational trust dimensions as antecedents of organizational commitment. *Knowledge and Process Management*, 23(1), 46-61.

Investigating the effect of cultural intelligence and spiritual intelligence on organizational trust through the mediation of moral culture

Abstract

The idea that trusts in work environments is a potential main factor that leads to improved organizational performance and can be one of the sources of competitive advantage in the long term has also been quickly noticed. The aim of the present study was to investigate the effect of cultural intelligence and spiritual intelligence on organizational trust through the mediation of moral culture. The current research is descriptive-correlational in terms of content nature (structural equation model) and practical in terms of purpose. The participants in the current research, or in other words, the statistical population of the research, are 673 teachers working in Nemin city in the academic year of 1401-1400. The sampling method used is multi-stage cluster sampling, and due to the heterogeneity of the statistical population, stratified sampling was also used. According to Morgan's table, a sample of 287 people (168 women and 119 men) were selected from among the previously mentioned statistical population. The obtained results showed that spiritual intelligence with path coefficient (0.28) and t value (5.36) and cultural intelligence with path coefficient (0.32) and t value (6.27) have an indirect effect on organizational trust. It is suggested that managers provide the necessary ground for improving the spiritual and cultural intelligence of employees.

Keywords

Cultural intelligence, spiritual intelligence, ethical culture, organizational trust