

علمی-پژوهشی

فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد شوشتر

سال ششم، شماره (۱۸)، پاییز ۱۳۹۱

تاریخ پذیرش: ۹۱/۵/۱۵

تاریخ دریافت: ۹۱/۲/۲۱

صص ۱۷۱ - ۱۹۸

بررسی میزان هوش اخلاقی مدیران و تاثیر آن بر سرمایه اجتماعی سازمان (مطالعه موردی: مدیران بانک‌های دولتی شهر اصفهان)

ماشاله ولیخانی^۱، محمد اسماعیل انصاری^۲، مریم سپیانی^۳

چکیده:

شرایط رقابتی کسب و کار امروز، عمده نگرانی و تکاپوی سازمان‌ها در جهت بقا و توسعه فراگیر سرمایه‌های ناملموس آنهاست. ازدیگرسو وجود رهبرانی باهوش اخلاقی بالا که کار را درست انجام می‌دهند و اعمال آنها پیوسته با ارزشها و عقاید شان هماهنگ است، عملکرد بالایی دارند و همیشه کارها را با اصول اخلاقی پیوند می‌زنند این امر می‌تواند زمینه سازاین سرمایه‌های نامشهود از آنجمله سرمایه اجتماعی سازمان گردد. سرمایه اجتماعی مولدی است که موجب ارتقاء سطح همکاری اعضای اجتماع، پایین آوردن سطح هزینه‌ها، بهبود ارتباطات و حفظ کارکنان و در نهایت بهبود عملکرد می‌گردد. این پژوهش نیز به بررسی میزان هوش

mvalokhani@yahoo.com

۱- استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهاقان

۲- استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهاقان

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهاقان

اخلاقی مدیران و تاثیر آن بر سرمایه اجتماعی سازمان می پردازد، که برای بررسی هوش اخلاقی مدیران از پرسشنامه استاندارد هوش اخلاقی مدل لینک و کیل و سرمایه اجتماعی از طبقه بندی ناهاپیت و گوشال استفاده شده است. نوع تحقیق پیمایشی-توصیفی است که در ادبیات تحقیق از منابع کتابخانه ای و به منظور آزمون فرضیات از روش میدانی به کمک پرسشنامه ای با ۴۶ سوال ۵ گزینه ای با طیف لیکرت استفاده شده که از بین ۵۶۴ مدیربانکهای دولتی شهر اصفهان ۲۰۸ نفر به عنوان نمونه با استفاده از فرمول کوکران انتخاب شده و اطلاعات جمع آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته ها حاکی از این است که هوش اخلاقی و مولفه های آن از سرمایه های اجتماعی سازمان محسوب می شود و از بین این مولفه ها مسئولیت پذیری با ۲۵/۵ درصد بیشترین قدرت تبیین سرمایه اجتماعی را دارد و در مرتبه دوم دلسوزی با ۷/۸ درصد و در مرتبه سوم صداقت ۳/۳ سرمایه اجتماعی را تبیین می کند و در مجموع ۳۶/۷ درصد سرمایه اجتماعی را تبیین می کند و بخشش پیش بینی کننده معنی دار سرمایه اجتماعی نیست و از مدل پیش بینی حذف شده است. بنابراین هرچه مدیران از هوش اخلاقی بالاتری برخوردار باشند، سرمایه های اجتماعی ارزشمندی برای سازمان هستند.

واژه های کلیدی: هوش، هوش اخلاقی، سرمایه اجتماعی، ابعاد سرمایه اجتماعی

مقدمه:

درون مایه و مضمون اصلی یک فلسفه انسان گرایی این است که روابط شخصی نزدیک و صمیمانه به زندگی معنا می دهند. افراد دارای این فلسفه خود را متعهد و ملزم به ارزش های انسانی می کنند، خانواده و دوستان نزدیک به عنوان مهمترین رابطه نسبت به دیگر روابط محسوب می شوند. آنها ارزش یک فعالیت را بر حسب تاثیر آن بر روابط نزدیک خودشان تعیین می کنند. امروزه در شرایط جهانی شدن و گسترش شبکه های اطلاعاتی، از سازمانها انتظار می رود در برابر مسائل اخلاقی رعایت منافع جامعه، حقوق اقلیتها و... حساسیت داشته و واکنش نشان دهند. به علاوه این شبکه گسترده انجام فعالیتهای سازمانها را زیر نظر دارد و به راحتی می تواند از راه انجمن ها و مجامع مختلف، چهره سازمانها را در انظار عمومی تغییر دهد.

بنابراین سازمانها ناچار به انجام اقدامات وسیع و گسترده برای جلب افکار عمومی هستند که وجهه غالب آنها نشان دادن وجهه اخلاقی کارهای سازمان است. هس مرطی بررسی بر روی چندین سازمان، به این نتیجه رسید که سازمانهایی که رفتار اخلاقی دارند، دارای شانس موفقیت بیشتری نسبت به سازمانهایی که در رفتارهای غیر اخلاقی و غیر صادقانه وارد می‌شوند هستند. (هس مر، ۱۳۸۲: ۳۶). در چنین شرایطی مدیر باید از نظر اخلاقی جوی سالم برای کارکنان در سازمان به وجود آورد، تا آنان بتوانند با تمام توان و بهره‌وری هر چه بیشتر کار کنند. این امر نیازمند وجود رهبری باهوش اخلاقی بالاست. هوش اخلاقی، توانایی درک درست از خلاف، داشتن اعتقادات اخلاقی قوی و عمل به آنهاست. رهبران باهوش اخلاقی بالا، کار درست را درست انجام می‌دهند، اعمال آنها پیوسته با ارزشها و عقایدشان هماهنگ است، عملکرد بالایی دارند و همیشه کارها را با اصول اخلاقی پیوند می‌زنند. که این امر خود زمینه ساز سرمایه اجتماعی سازمان می‌گردد. بنابراین در این پژوهش برآنیم تا به بررسی میزان هوش اخلاقی مدیران بانکهای دولتی شهر اصفهان پرداخته و سپس رابطه آن را با سرمایه اجتماعی سازمان با استفاده از شانزده فرضیه مورد بررسی قرار می‌دهیم. در ابتدا هوش اخلاقی مدیران را با استفاده از چهار مولفه آن از مدل لینگ و فرد کیل که شامل: درستکاری، مسئولیت پذیری، دلسوزی، بخشش می‌باشد مورد ارزیابی قرار داده و سپس سرمایه اجتماعی سازمان را با استفاده از پنج مولفه صداقت؛ شایستگی؛ تعهد؛ همکاری و اعتماد مورد بررسی قرار داده و در نهایت تاثیر هوش اخلاقی را بر سرمایه اجتماعی با فرضیه‌های موجود تأیید یا رد خواهد شد.

مباحث نظری پژوهش
هوش

از هوش^۱ تاکنون تعریف واحدی که مورد توافق همه صاحب نظران باشد؛ بدست نیامده است. هوش چیزی است که ارزیابی و اندازه گیری آن کار ساده ای نیست؛ چون انواع متفاوتی دارد. در سال (۱۹۸۳ م) دکتر "هاوارد گاردنر"^۲ استاد دانشگاه هاروارد مفهوم جامع تری از هوش ارائه داد و آن را چند هوشی نامید. تئوری او با نظریات سنتی کاملاً مغایر بود. او یک طبقه بندی هفتگانه اولیه از هوش ارائه نمود:

هوش زبانشناختی: یعنی مهارت کار کردن با زبان و کلمات. گاهی می بینیم که بعضی قادر به تکلم به چندین زبان مختلف هستند؛ در حالی که بعضی در یادگیری یک زبان هم درمانده اند.

هوش منطقی و ریاضی: حل مشکلات به طریقی کاملاً منطقی.

هوش موسیقی: قابلیت فکر کردن در قالب نت های موسیقی و ریتم.

هوش فضائی: حل مشکلات بصورت بصری در مغز فرد.

هوش فیزیکی: داشتن توانائی در حرکت عضلات و سایر حرکات ورزشی.

هوش میان فردی: توانائی شناخت احساسات؛ حالات و عواطف دیگران و مهارت های اجتماعی.

هوش درون فردی: اطلاع از خودمان؛ احساسات و افکار خودمان.

بنابراین نمی توان تعریف واحد و مشخصی از هوش ارائه داد که مورد توافق همه صاحب نظران باشد. اما عناصری از هوش وجود دارد که مورد توافق اکثریت قرار گرفته است. گیج و برلاینر^۳ (۱۹۹۲) عناصر فوق را به سه دسته تقسیم کرده اند:

۱. توانایی پرداختن به امور انتزاعی، منظور این است که افراد باهوش بیشتر با امور

انتزاعی (اندیشه ها، نمادها، روابط، مفاهیم، اصول) سروکار دارند تا امور عینی (ابزار مکانیکی، فعالیت های حسی)

1-intelligence

2- gardner

3- Gag and Brliner

۲. توانایی حل کردن مسائل، یعنی توانایی پرداختن به موقعتهای جدید، نه فقط دادن

پاسخهای از قبل آموخته شده به موقعتهای آشنا.

۳. توانایی یاد گیری، به ویژه یاد گیری انتزاعیات، از جمله انتزاعیات موجود در کلمات و

سایر نمادها و نیز توانایی استفاده از آنها (سیف، ۱۳۸۴: ۵۷۸)

هوش مجموعه استعدادهایی است که با آنها شناخت پیدا می‌کنیم، شناختها را به یاد می‌سپاریم و عناصر تشکیل دهنده فرهنگ را به کار می‌بریم تا مسائل زندگی روزانه را حل کنیم و با محیط ثابت و محیط در حال تغییر سازگار شویم (گنجی، ۱۳۸۲: ۲۱).

انواع هوش

انواع هوش عبارتند از: هوش شناختی، هوش مصنوعی، هوش اجتماعی، هوش هیجانی و هوش فرهنگی هوش اخلاقی که در این قسمت به صورت مختصری به آن اشاره شده است.

هوش شناختی^۱:

بنا به اعتقاد نظریه پردازان تحلیلی، هوش توانایی استفاده از پدیده‌های رمزی یا قدرت و رفتار موثر و یا سازگاری با موقعتهای جدید و تازه و یا تشخیص حالات و کیفیات محیطی است. شاید بهترین تعریف تحلیلی هوش را بتوان تعریف یکی از روانشناسان آمریکایی، دانست: "هوش یعنی تفکر عاقلانه، عمل منطقی و رفتار موثر در محیط" (هاریسون، ۲۰۰۰: ۳۳-۴۶).

تعریف ثرندایک از هوش (به نقل از عباسعلی زاده، ۱۳۸۶: ۱۸) به قرار زیر است. ثرندایک رفتار هوشمندانه را متشکل از تواناییهای خاص گوناگون می‌داند. او از سه نوع هوش صحبت می‌کند که افراد مختلف در هر یک از آن انواع می‌توانند متفاوت باشند:

هوش انتزاعی^۲: این نوع هوش باندیشه و نهادها و درک روابط اجزا و پدیده‌ها سروکار

دارد. توان درک نظریه‌ها، ریاضیات و... به این نوع هوش مرتبط است.

هوش مکانیکی^۱: به آن دسته از ویژگی‌های ارتباطی اشاره دارد که به بهره‌گیری موثر از ابزارها و انجام اعمال و فعالیت‌ها مربوط می‌شود. افرادی که از نظر انجام فعالیتها و مهارت‌های عملی بازده خوبی دارند، از هوش مکانیکی بالایی برخوردارند.

هوش اجتماعی^۲: به توانایی‌های فردی که ایجاد روابط اجتماعی مناسب را میسر می‌سازد، اطلاق می‌شود.

از اواخر قرن نوزدهم تا دهه ۱۹۴۰، کاوش برای کشف رموز مدیریت بر شناسایی مشخصه‌هایی که مدیران را از پیروان و یا مدیران اثر بخش را از مدیران غیر اثر بخش جدا سازد، متمرکز بود کریج تون^۳، (۲۰۰۸:۵۸). نظریات متفاوتی راجع به این مشخصه‌های مدیریت وجود دارد که هوش شناختی را می‌توان تنها ویژگی قطعی در تمام این نظریه‌ها دانست. در واقع به اعتقاد صاحب‌نظران هوش شناختی برای مدیران و مدیران اثر بخش ضروری بود. اما با مطالعات بیشتر نتایج متفاوتی حاصل شد. از همه مهمتر اینکه مدیران کارآمد به چیزی بیش از هوش شناختی نیاز دارند (کلمن^۴، ۲۰۰۲:۲۵) و نیازمند سایر انواع هوش نیز هستند. بار – آن معتقد است هوش شناختی تنها شاخص عمده برای پیش بینی موفقیت فرد نیست. به نظر بار – آن، بسیاری از کسانی که از هوش شناختی بالایی برخوردارند با عدم موفقیت و سر در گمی روبرو هستند، در حالی که افراد کم هوش تری را می‌توان دید که موفق‌تر و خوشبخت‌ترند. چیزی که در سالهای گذشته بیشتر از همه مشغله فکری روانشناسان شده بود یافتن یک پاسخ علمی برای این سوال بود که چرا تعداد زیادی از افراد علی‌رغم داشتن هوش شناختی بالا در کارهای خود با شکست مواجه می‌شوند؟

1- Concrete
2-Social
3- krej ton
4- Goleman

هوش مصنوعی^۱

هوش مصنوعی عبارت است از به کارگیری رایانه برای انجام کارهایی که اگر همان کارها را انسان انجام می داد هوشمندانه نامیده می شد. هوش مصنوعی تلاشی است برای ایجاد سیستمهای مبتنی بر رایانه (هم سخت افزار و هم نرم افزار) که مانند انسان رفتار کنند. سیستمهایی که می توانند زبانهای طبیعی را یاد بگیرند و کارهای فیزیکی هماهنگ را به انجام رسانند (آدمکهای آهنی) از یک دستگاه ادراکی استفاده می کنند که رفتارهای فیزیکی و زبانی آنها را آگاه می سازد (سیستمهای ادراکی شفاهی و دیداری). سیستمهای خبره برخی از ویژگیهای مهارت، خبرگی، قدرت تصمیم گیری همچنین منطق، استدلال، و ویژگیهای شعور متعارف انسانها را به نمایش می گذارند. (رضائیان، ۱۳۸۴: ۵۲).

هوش معنوی^۲

در طی دهه اخیر، نظریه پردازان و صاحب نظران در باب یادگیری و هوش به این نتیجه رسیده اند که علاوه بر دو هوش کلی (IQ) و هوش هیجانی (EQ) جنبه دیگری از هوش هم وجود دارد که کاملاً منحصر به فرد و انسانی است. در واقع امروز گفته می شود که IQ و EQ پاسخگوی همه چیز نبوده و واقعا موثر نیستند. بلکه انسان به عامل دیگری نیازمند است که هوش معنوی یا به اختصار SQ نامیده می شود (چریر، ۲۰۰۴). در سالهای پایانی قرن بیستم مجموعه ای از مدارک و شواهد از علوم روانشناسی، عصب شناسی، انسان شناسی و علوم شناختی پا به عرصه وجود گذاشتند که نشان می دهند هوش سومی هم به نام هوش معنوی مطرح است. گویلن^۳ (۲۰۰۴) در این ارتباط از هوش معنوی سخن می گوید: «وقتی به دنیا نگاه می کنی آیا تنها فضا و زمان، توده و اثر، منطق و دلیل می بینی؟ یا اینکه علاوه بر آن پیوستگی (ارتباط) و طراحی، هدف و معنی، ایمان و رمز و راز اسرار را هم می بینی؟ هوش معنوی اشاره به توانایی ها و مهارتهایی برای توسعه و حفظ ارتباط با منشا غایی همه موجودات، کامیابی در جستجوی معنی زندگی، یافتن یک مسیر اخلاقی که به هدایت ما در زندگی

1- Artificial Intelligence

2- Spiritual intelligence

3- Goilen

کمک کند و درک معنویات و ارزشها در زندگی شخصی و روابط بین فردی است. به نظر می‌رسد که هوش معنوی زمینه ساز انسان برای دست یابی به معنای زندگی است. معنای زندگی از سه جنبه ی هدفداری، ارزشمندی و کارکرد زندگی یکی از مهمترین پرسشهای بشر و به گفته برخی فیلسوفان مهمترین پرسش بشر است. در واقع نحوه درگیری انسان با این مساله مهم و تلاشهایی که برای پاسخ به آن انجام می‌دهد، تعیین کننده مسیر اصلی زندگی و نیز سرنوشت سعادت آمیز یا فلاکت بار اوست.

هوش معنوی را می‌توان همان توانایی دانست که به ما قدرتی می‌دهد و رویاها و تلاش و کوشش برای به دست آوردن آن رویاها را می‌دهد. این هوش زمینه تمام آن چیزهایی است که ما به آنها معتقدیم و نقش باورها، هنجارها، عقاید و ارزش‌ها را در فعالیت‌هایی را که بر عهده می‌گیریم در بر می‌گیرد.

هوشی که به واسطه آن سوال سازی در ارتباط با مسائل اساسی و مهم در زندگی مان می‌پردازیم و به وسیله آن در زندگی خود تغییراتی را ایجاد می‌کنیم.

با استفاده از هوش معنوی به حل مشکلات با توجه به جایگاه، معنا و ارزش آن مشکلات می‌پردازیم. هوشی که قادری متوسط آن به کارها و فعالیت‌هایمان معنا و مفهوم بخشیده و با استفاده از آن بر معنای عملکردمان آگاه شویم و دریابیم که کدامیک از اعمال و رفتارهایمان از اعتبار بیشتری برخوردارند و کدام مسیر در زندگی مان بالاتر و عالی تر است تا آن را الگو و اسوه زندگی خود سازیم. یکی از نمادهایی که معمولاً در توضیح این هوش به کار گرفته می‌شود، نماد گل نیلوفر است که در آن با تلفیق سنت و عقاید موجود در شرق و غرب و با استعانت از مسائل علمی، مدلی قابل لمس و زیبا برای هوش معنوی ارائه داد.

در این مدل هر سطح از گلبرگ‌ها یکی از سه توان پایه ای در بشر هستند. بیرونی ترین گلبرگ‌ها، نشانگر شش نوع «خود» است. همان طور که اشاره شد هوش معنوی یکی از توانایی‌های ذاتی و فطری در انسان است که همانند سایر هوش‌ها چنانچه مورد توجه قرار گیرد می‌تواند پرورش یافته و توسعه یابد.

کاربردهوش معنوی در محیط کار

در روزگاری که ما در آن زندگی می‌کنیم می‌بینیم که به سرعت روشهای جدیدی به وجود می‌آید و بسیاری از سازمان‌ها به ضرورت و اغلب به طور پیوسته خودشان را جدید و به روز می‌کنند و در چنین محیطی قانون انعطاف پذیری و هوشمندی عمیق تر و جدید به مدیر کمک می‌کند بهتر مدیریت کند و رهبر بهتر رهبری نماید.

خلیل جبران یکی از بهترین فلاسفه و شاعر قرن نوزدهم می‌گوید " کار سبب می‌شود تا عشق آشکار شود" از این جمله می‌توانیم بفهمیم که در آن زمان وی به دنبال زمانی بوده که معنویات با تجارت و کار در هم می‌آمیزد و هوشمندی معنوی، راه خودش را در محیط کار و برنامه جدید پیدا می‌کند (وداده، ۱۸:۱۳۸۶).

باید بدانیم که هوش معنوی چیزی است که هر شخص به میزان متفاوت داراست اما افراد کمی می‌آموزند که آن را توسعه دهند امروزه آموزش مدارس و دانشگاه‌ها همه بر روی هوش عقلی یا IQ متمرکز است اما نوع جدید از هوش، یعنی هوش معنوی می‌تواند تفاوت شیوه اداره کردن کارها و هدایت کردن دیگران در کار را بیان کند. یکی از چالشهای هر مدیر و رهبری فراهم کردن فرصتهایی برای افراد جهت مشارکت در کارهای خلاقانه است و این که چطور آنها می‌توانند کارشان را روشن معنی دار و هدفدار نمایند و امروزه این ویژگی در محل کار به ندرت یافت می‌شود در حالیکه بسیاری از افراد فکر می‌کنند هیچ معنویتی در محیط کار وجود ندارد باید بگوییم در بسیاری از زمینه‌های کاری در زندگی هوش معنوی کاربرد دارد.

به عقیده جورج (۲۰۰۶)، مهم ترین کاربردهای هوش معنوی در محیط کار عبارت‌اند از:

۱. ایجاد آرامش خاطر، به گونه ای که اثر بخشی فرد را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛

۲. ایجاد تفاهم بین افراد؛

۳. مدیریت کردن تغییرات و از میان برداشتن موانع راه.

۴. ایجاد آرامش خاطر و چگونگی تأثیر آن بر اثربخشی فرد

آگاهی از خود، شایستگی کلیدی هوش معنوی است، متأسفانه اغلب ما خرد را موجوداتی فیزیکی و مادی می‌بینیم و معتقدیم که زندگی تجربه ای مادی و فیزیکی است و آرامش خاطر

ما وابسته به شرایط فیزیکی زندگی از جمله پول، دارایی و.... است که همه اینها بستگی به شغل ما دارد، بنابراین نبود اینها برای ما احساس ناامنی ایجاد می‌کند. شغل، پول و دارایی چیزهایی هستند که می‌آیند و می‌روند و ما کنترل‌اندکی به روی آنها داریم و یا اصلاً کنترلی نداریم. در این صورت این ناامنی، احساس ترس و استرس ایجاد می‌کند، به گونه‌ای که عملکرد و روابط ما را در کار و محیط کار تحت تأثیر قرار می‌دهد.

رشد هوش معنوی که به معنای آگاهی عمیق تر از خود به عنوان موجودی غیر مادی است؛ در واقع منبعی از استعدادهای غیر عینی است که قبلاً کشف نشده است (روجاز، ۲۰۰۳: ۲۵). هنگامی که هوشیاری فرد افزایش پیدا می‌کند و مورد استفاده قرار می‌گیرد، در او احساس امنیت به وجود می‌آید و بدین ترتیب عملکرد او در محیط کار بهبود می‌یابد.

۱. ایجاد درک متقابل و تفاهم

یکی از بنیان‌های اساسی برای ایجاد رابطه سالم، یکدلی است. ایجاد یکدلی برای بسیاری از مدیران سخت است، زیرا آنها را وادار می‌کند که فراتر از کارکدهای وظیفه‌ای حرکت کنند و بدین ترتیب احساسات و عواطف افرادی را که مشغول انجام وظیفه هستند، درک کنند.

تنها در ۱۰ تا ۱۵ سال اخیر، ایجاد ارتباطات بخشی از کار مدیر تلقی می‌شود که اهمیت فزاینده‌ای یافته است.

امروزه بسیاری از افراد، سازمان خود را ترک نمی‌کنند، بلکه مدیران خود را ترک می‌کنند، بنابراین تمایل به حفظ نیروی کار یکی از دلایلی است که درک کارکنان از سوی مدیران را الزامی می‌سازد.

توانایی شناخت، فهم و پاسخ به احساسات دیگران، نیازمند درک عاطفی و احساسی قوی است و این در حوزه هوش عاطفی قرار دارد. با این وجود، لایه دیگری در زیر آن وجود دارد؛ لایه‌ای که علت وجودی احساسات است که ریشه اصلی این شناخت علت‌ها، در هوش معنوی قرار دارد.

۲. مدیریت تغییرات و از میان برداشتن موانع راه

برای اغلب افراد، تغییر رنج آور است. نمی توان تصور کرد زمانی که افراد در مورد چالش های محتمل و نا محتمل آینده صحبت می کنند، کاملاً آرام باشند و بخندند. مقاومت در برابر تغییر با ایجاد رفتارهایی از جمله کنترل کردن، شکایت کردن، انتقاد کردن، کنار کشیدن، انکار کردن و خودداری کردن بروز می کند. احساسات نهفته در این رفتارها، ترس، آشفتگی و عصبانیت است. حتی زمانی که فرد الزام به تغییر را به لحاظ عقلانی درک می کند، احساس ترس ممکن است وجود داشته باشد، که دلیل این امر، راحت طلبی و وابستگی به راه های قبلی است.

هوش معنوی، معنویت، مدیریت و رهبری

همانند بهره هوشی و هوش هیجانی، هوش معنوی نیز در مدیریت و رهبری بسیار کاربرد دارد. بایرمن و ویتی ادعا می کنند پارادایم مدیریتی جدیدی که معنویت را در بر می گیرد در حال ظهور است.

پارادایم جدید مدیریت حاصل تغییر در سطح هوشیاری کارکنان و مدیرانی است که در محیط کار خود در پی معنای بیشتری هستند. افرادی که دیدگاهی معنوی دارند، نسبت به تغییر پذیراتر هستند، در زندگی خود احساس هدفمندی و معنا دارند، اهمیت اتصال به یک کل بزرگ تر را می فهمند، و ادراک و بیانی فردی از معنویت خود دارند. این افراد از ذهنیت وفور برخوردارند، یعنی باور دارند که منابع کافی برای همه وجود دارد و نیازی به رقابت نیست. در نتیجه این افراد راحت تر به یکدیگر اعتماد می کنند، اطلاعات و کارشان را به مشارکت می گذارند و با همکاران و اعضای گروه خود هماهنگ می شوند تا به اهداف متقابل دست پیدا کنند.

در سطح سازمانی نیز، افراد در سلسله مراتب سازمانهایی که گرایش معنوی دارند، برای توانمند سازی یکدیگر تلاش می کنند. افرادی که در این پارادایم معنویت زندگی می کنند در تصمیم گیری ها بیشتر به بصیرت و عواطف توجه می کنند و در برد-برد بهره می جویند (بایرمن و ویتی، ۱۹۷۷: ۱۳۰-۱۳۸).

اخیرا تحقیقات زیادی در زمینه معنویت در محیط کار انجام شده است. محققان بیان می‌کنند که تشویق معنویت در محیط کار می‌تواند منجر به مزایا و منافع از قبیل افزایش خلاقیت، افزایش صداقت و اعتماد، افزایش تعهد سازمانی، بهبود نگرش‌های شغلی کارکنان، همچون افزایش رضایت شغلی، مشارکت شغلی، و نیز کاهش نیات. ترک محیط کار، افزایش اخلاق و وجدان کاری، انگیزش بیشتر، و نیز عملکرد و بهره‌وری بالاتر شود (فتاحی، ۱۳۸۶: ۷).

هوش اخلاقی

نخستین بار اصطلاح هوش اخلاقی توسط بوربا در روان‌شناسی وارد شد. وی هوش اخلاقی را ظرفیت و توانایی درک درست از خلاف، داشتن اعتقادات اخلاقی قوی و عمل به آنها و رفتار در جهت صحیح و درست تعریف می‌کند (بوربا، ۲۰۰۵: ۲۳). هوش اخلاقی، به معنی توجه به زندگی انسان و طبیعت، رفاه اقتصادی و اجتماعی، ارتباطات باز و صادقانه و حقوق شهروندی است.

در دنیای امروزی، تنها رهبران با هوش اخلاقی بالا می‌توانند در سازمان، اعتماد و تعهد ایجاد کنند که مبنایی برای تجارت گسترده و درست است. تجارب مدیران تجاری در آمریکا، ژاپن و بسیاری از موسسات خصوصی و شرکتهای کارآفرینی، نشان داده است که رفتار اخلاقی تنها انجام درست کار نیست، بلکه انجام کار درست است.

همچنین پژوهش‌های انجام شده در بیش از ۱۰۰ شرکت نشان داد که هوش اخلاقی تاثیر بسیار قوی بر عملکرد مالی سازمان دارد (بارلینگ، ۲۰۰۲: ۳۳).

اصول هوش اخلاقی در مدیریت

لنینک و کیل هوش اخلاقی را توانایی تشخیص درست از اشتباه می‌دانند که با اصول جهانی سازگار است. به نظر آنان چهار اصل هوش اخلاقی، بدین گونه برای موفقیت مداوم سازمانی و شخصی ضروری است:

درستکاری:

یعنی ایجاد هماهنگی بین آنچه که به آن باور داریم و آنچه که به آن عمل می کنیم. انجام آنچه که می دانیم درست است و گفتن حرف راست در تمام زمانها. کسی که هوش اخلاقی بالایی دارد، به شیوه ای که با اصول و عقایدش سازگار باشد، عمل می کند.

مسئولیت پذیری:

کسی که هوش اخلاقی بالایی دارد، مسئولیت اعمال و پیامدهای آن اعمال، همچنین اشتباهات و شکست های خود را نیز می پذیرد.

دلسوزی:

توجه به دیگران که دارای تاثیر متقابل است. اگر نسبت به دیگران مهربان و دلسوز بودیم، آنان نیز در زمان نیاز با ما همدردی می کنند و مهربان خواهند بود.

بخشش:

آگاهی از عیوب خود و تحمل اشتباهات دیگران (لینک و کیل، ۲۰۰۵: ۸۶).

تاثیر هوش اخلاقی بر بهبود عملکرد و موفقیت سازمان

هوش اخلاقی می تواند در این موارد بر عملکرد و موفقیت سازمان تاثیر می گذارد:

توجه به منافع ذی نفعان:

علاوه بر سهام داران، گروههای دیگری نیز وجود دارند که از اقدامات سازمان تأثیر می پذیرند و دارای منافع مشروعی در سازمان هستند. از جمله این گروهها می توان به مشتریان، تامین کنندگان مواد اولیه، دولت و جامعه اشاره کرد. تامین منافع سهامداران بدون در نظر گرفتن منافع سایر ذی نفعان (کارکنان، مشتریان، جامعه و...)، شیوه ای غیر اخلاقی در مدیریت است.

افزایش سود و مزیت رقابتی:

توجه به تمام افراد و گروه‌هایی که ذی‌نفع هستند، میزان سود شرکتها را در بلند مدت افزایش خواهد داد، زیرا موجب انگیزش نیروی انسانی، افزایش حسن نیت اجتماعی و اعتماد مردم و نیز کاهش جریمه‌ها می‌شود. کی و پاپکین (۱۹۹۸) بیان می‌کنند که تجزیه و تحلیل شکست شرکتها و خسارات وارده به آنها نشان می‌دهد که در نهایت لحاظ کردن اخلاقیات و حساسیت‌های اجتماعی در فرایند تصمیم‌گیری و تدوین استراتژی موجب افزایش سودآوری شرکت خواهد شد.

طبق گزارش مجله فورچون، ۶۳ درصد مدیران عالی شرکت‌های برتر تجاری بر این باورند که رعایت اخلاقیات، موجب افزایش تصویر مثبت و شهرت سازمان شده، منبعی برای افزایش مزیت رقابتی به‌شمار می‌آید (باکلی^۱، ۲۰۰۱: ۱۳۳).

افزایش تنوع طلبی:

متخصصان پیش‌بینی می‌کنند که نیروی کار به‌گونه روزافزون، متنوع‌تر خواهد شد و شرکت‌هایی که بتوانند نیازهای این افراد متنوع را درک کرده، از این تنوع به‌خوبی بهره‌گیرند، موفق خواهند بود.

لازم است مدیران، توانایی اداره افراد با جنسیت، سن، نژاد، مذهب، قومیت و ملیت‌های مختلف را داشته باشند. رعایت عدالت و اخلاق در برخورد با این افراد در محیط کار، مدیریت آنها را تسهیل می‌کند و این امکان را برای سازمان فراهم می‌سازد که از مزایای نیروی کار متنوع بهره‌گیرند.

کاهش هزینه‌های ناشی از کنترل:

ترویج خودکنترلی در سازمان به‌عنوان یکی از مکانیزم‌های اصلی کنترل از مباحثی است که بنیان آن بر اعتماد، اخلاق و ارزشهای فردی قرار دارد. ترویج خودکنترلی باعث کاهش

هزینه‌های ناشی از روشهای کنترل مستقیم شده و موجب افزایش سود می‌شود. این امر مستلزم تعهد کامل اعضا به تیم، مسئولیت‌پذیری همه اعضای تیم و احترام و اعتماد بین آنها و مدیریت است (لیو^۱، ۲۰۰۵: ۹۳).

افزایش مشروعیت سازمان:

امروزه در شرایط جهانی شدن و گسترش شبکه‌های اطلاعاتی، از سازمانها انتظار می‌رود در برابر مسائل محیط زیست، رعایت منافع جامعه، حقوق اقلیتها و... حساسیت داشته، واکنش نشان دهند.

به علاوه این شبکه گسترده، تمام فعالیت‌های سازمانها را زیر نظر دارد و به راحتی می‌تواند از راه انجمن‌ها و مجامع مختلف، چهره سازمانها را در انظار عمومی تغییر دهد. بنابراین سازمانها ناچار به انجام اقدامات وسیع و گسترده برای جلب افکار عمومی هستند که وجه غالب آنها نشان دادن وجه اخلاقی کارهای سازمان است. هس مر طی بررسی بر روی چندین سازمان، به این نتیجه رسید که سازمانهایی که رفتار اخلاقی دارند، دارای شانس موفقیت بیشتری نسبت به سازمانهایی که در رفتارهای غیر اخلاقی و غیر صادقانه وارد می‌شوند، هستند. موفق‌ترین سازمانها دارای فرهنگی هستند که همسو با ارزشهای قوی اخلاقی‌اند. رفتار غیر اخلاقی، محیط کسب و کار را بر ضد خود تحریک کرده، موجب شکست سازمان می‌شود. وجود توجیحات اخلاقی برای اقداماتی که سازمانها در داخل خود انجام می‌دهند و نشان دادن تعهدات اخلاقی سازمان به افکار عمومی، بخشی جدایی‌ناپذیر از فعالیتهای سازمانها برای بهبود عملکرد و کسب موفقیت است (هس مر، ۱۳۸۲: ۶۵).

آموزش هوش اخلاقی به مدیران

همان‌گونه که یافته‌های مطالعات نشان می‌دهند، این امکان که افراد بتوانند هوش اخلاقی خود را افزایش دهند و مهارتهای اخلاقی شان را تقویت کنند، وجود دارد. بوربا (۲۰۰۵) این ده مرحله را برای پرورش هوش اخلاقی یا تربیت کارکنان اخلاقی به مدیران، پیشنهاد می‌دهد:

احساس تعهد در راستای ایجاد و پرورش کارکنان اخلاقی:

یک پرسش اساسی آن است که پرورش کارکنان اخلاقی چه اندازه برای مدیر اهمیت دارد؟ چرا که تحقیقات نشان داده‌اند مدیرانی که به شدت احساس نیاز به شکل دادن رفتارهای اخلاقی یا ترس از ایجاد اخلاقیهای زشت در کارکنان خود را دارند، معمولا موفق بوده‌اند، زیرا خودشان را برای تلاش در این مورد متعهد کرده‌اند. بنابراین اگر شما واقعا می‌خواهید کارکنانی اخلاقی داشته باشید، بایستی احساس تعهد شخصی برای پرورش آنان کرده، این تعهد تا رسیدن به هدف تداوم یابد.

تلاش برای آن که الگویی نمونه یا یک مثال اخلاقی قوی باشید:

مدیران نخستین و قوی‌ترین الگو یا معلم اخلاق برای کارکنانشان هستند، بنابراین مطمئن شوید همان رفتارهای اخلاقی را که از کارکنان انتظار دارید، خود انجام دهید تا آنها از شما فرا گرفته، شما را الگوی خود بدانند.

شناخت باورها و عقاید خودتان ضمن تسهیم آنها با دیگران:

پیش از آنکه بتوانید کارکنان اخلاقی پرورش دهید، باید درباره آنچه که به آن باور دارید، با خودتان صادق و صریح باشید. بنابراین مدتی کوتاه به تمامی ارزش‌هایتان فکر کنید. سپس درباره اینکه چرا شما این روش اجرای خاص را دارید، به طور منظم با کارکنانتان صحبت کرده، نظراتتان را با آنان در میان بگذارید.

از لحظه‌های آموختن، بهره بگیرید:

بهترین لحظه‌های آموزش، معمولا غیر منتظره و اتفاقی هستند و برخلاف تصور، از پیش برنامه ریزی نشده‌اند. هرگاه بحث موضوعات اخلاقی به میان آمد، از آن فرصت استفاده کنید. آنها به شما و کارکنانتان کمک می‌کنند تا باورهای اخلاقی استواری را که در هدایت مستمر رفتار برای تمامی زندگی موثرند، توسعه دهید.

انضباط را به عنوان یک درس اخلاقی به کار بندید:

انضباط موثر موجب مراقبت از کارمند در این امر می شود تا تشخیص دهد که چرا رفتارش اشتباه است و چگونه می تواند آن را اصلاح و تصحیح کند. در این مورد، استفاده از پرسش های درست به کارکنان کمک می کند به این توانایی دست یابند که نظر دیگران را در باره رفتارشان دریابند و توانایی درک نتایج رفتارهایشان را توسعه دهند.

توقع رفتارهای اخلاقی داشته باشید:

در این زمینه نتیجه مطالعات روشن بوده است. کارکنانی که رفتارهای اخلاقی دارند، دارای مدیرانی هستند که از آنها انتظار داشته اند، چنین عمل کنند. توقعات و انتظارات شما از کارکنانتان به منزله تعیین نوعی استاندارد، برای رفتارهای آنهاست.

نسبت به آثار رفتارها واکنش نشان دهید:

محققان ابراز می کنند که یکی از بهترین تمرین های سازنده اخلاق، اشاره به تاثیر گذاری رفتار کارکنان، بر اشخاص دیگر است. انجام این کار موجب افزایش رشد اخلاقی کارکنان می شود.

رفتارهای اخلاقی کارکنان را تقویت کنید و پاداش دهید:

یکی از ساده ترین راه های کمک به کارکنان در جهت کسب رفتارهای جدید، این است که پس از وقوع آن رفتارها، آنها را پاداش دهید و تحسین کنید. پس با هدف شکل دهی رفتارهای اخلاقی، کارکنان را زیر نظر بگیرید و با شرح اینکه چرا رفتارشان خوب بوده، شما برای آنها ارزش قائلید، آن را تقویت کنید. (گلمن، ۲۰۰۷: ۳۱۸).

روزانه اصول اخلاقی را اولویت بندی کنید:

کارکنان با خواندن اصول اخلاقی در متن کتابها یاد نمی گیرند که چگونه افراد با اخلاقی شوند، بلکه تنها با انجام کارهای خوب، این امر را می آموزند. کارکنان را جهت کمک برای

ایجاد تغییر در دنیای خودشان تشویق کنید و همیشه آنان را یاری دهید تا نتیجه مثبت عمل خود را بر روی حالات دیگران درک کرده، تشخیص دهند.

هدف نهایی و واقعی برای کارکنان آن است که هر چه کمتر و کمتر به راهنمایی دیگران وابسته باشند و اصول اخلاقی باید به زندگی روزمره آنان وارد شده، آنها را درونی سازند. این امر، تنها زمانی روی می دهد که مدیران بر اهمیت فضیلت‌ها به گونه مستمر تاکید داشته، کارکنان شان مکرر، این رفتارهای اخلاقی را تمرین کنند.

مشارکت و ثبت قانون طلایی:

به کارکنان قانون طلایی را یادآوری کنید: قانونی که بسیاری از تمدن‌ها را در مدت قرن‌ها هدایت و راهنمایی کرده است و سخن پیامبر اسلام (ص) نیز هست: با دیگران همان گونه رفتار کنید که می‌خواهید با شما رفتار شود و تلاش کنید این اصل، قانون اساسی اخلاقی سازمان شما باشد (بوربا، ۲۰۰۵: ۶۸).

عدم رعایت ارزشهای اخلاقی در اموری مانند جذب و گزینش، اقدامات خلاف اخلاق و خلاف قانون را در سازمان فراهم می‌سازد. رعایت ملاحظات اخلاقی در گزینش و استخدام، ارزیابی عملکرد، نظام پاداشها، اخراج و کوچک سازی سازمان، باعث کاهش بدبینی و پرخاشگری و تعارض، مسئولیت پذیری بیشتر، افزایش تنوع طلبی و در نهایت افزایش ارزش و سود و درآمد شده، رفاه بیشتر سرمایه گذاران، مشتریان و کارمندان را موجب می شود (دونالدسون و دیویس، ۱۹۹۰: ۱۲۱).

متدولوژی تحقیق:

روش تحقیق

یکی از متداول ترین و قابل اعتمادترین تکنیک‌های تحقیق در علوم اجتماعی، روش پیمایشی است و عمدتاً در مطالعاتی استفاده می‌شود که در آنها فرد، واحد تحلیل در نظر گرفته می‌شود و بهترین روش موجود برای جمع آوری داده‌های اصلی و توصیف جمعیت‌های بسیار بزرگی است که نمی‌توان به طور مستقیم آنها را مشاهده کرد. پس چون نمونه تحقیق حاضر

برگرفته از جامعه آماری بزرگی است و واحد تحلیل نیز فرد می باشد از روش پیمایشی استفاده شده است و برای بررسی رابطه متغیرها از روش همبستگی استفاده شده، که از لحاظ زمانی جزء تحقیقات مقطعی و از لحاظ هدف کاربردی می باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر کلیه مدیران بانک های دولتی شهر اصفهان می باشند که مشتمل بر ۵۶۴ نفر می باشد که به شرح جدول زیر می باشد:

بانک	فراوانی	درصد
ملی	۴۰	۱۹/۲
ملت	۳۱	۱۴/۹
سپه	۲۹	۱۳/۹
صادرات	۲۹	۱۳/۹
تجارت	۲۴	۱۱/۵
مسکن	۱۴	۶/۷
کشاورزی	۴	۱/۹
رفاه	۹	۴/۳
بدون پاسخ	۲۸	۱۳/۵
کل	۲۰۸	۱۰۰

برای انتخاب نمونه آماری در این تحقیق از روش تصادفی ساده استفاده شده است بدین معنی که نمونه به طور تصادفی از بین مدیران بانک های دولتی شهر اصفهان انتخاب شده است. سوالی که در جریان هر تحقیق پیش می آید، این است که محقق چه تعداد از افراد جامعه مورد مطالعه را می تواند به عنوان نمونه تعیین کند و یا به عبارتی حجم و تعداد افراد نمونه چند نفر باید باشد تا محقق بتواند با اطمینان خاطر نتایج حاصل و شاخص های محاسبه شده را به جامعه مورد مطالعه تعمیم دهد. در این تحقیق برای تعیین حجم نمونه مورد نیاز از فرمول کوکران استفاده شده است. که حجم نمونه با توجه به نتایج حاصل از مطالعه مقدماتی و

براساس این فرمول شامل ۱۸۰ نفر است که حدود ۲۱۰ پرسشنامه بین مدیران بانک‌های دولتی توزیع گردید که ۲۰۸ پرسشنامه بدون نقص جمع آوری گردید:

حداکثر نمره سوال \times تعداد سوال \div میانگین مشاهده شده $= P$

$t^2 pq$

d^2

$$n = \frac{t^2 p}{d^2} = 180$$

$$1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 p}{d^2} - 1 \right)$$

$$P = 96 / 5 \div 25 \times 5 = 0.77$$

$$Q = 0.23$$

$$t = 1.96$$

$$d = 0.05$$

پژوهشگاه ملی مطالعات فرهنگی

پرتال جامع 0.05^2 انسانی

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.77 \times 0.23}{0.05^2} = 180$$

$$1 + \frac{1}{530} \left(\frac{1.96^2 \times 0.77 \times 0.23}{0.05^2} - 1 \right)$$

ابزار گردآوری داده‌ها

در گروه‌های بزرگ تر، هنگامی که مقایسه نسبتاً دقیق رفتار گروه‌ها با یکدیگر مطرح می‌شود، باید مقیاس‌های دقیق، قابل اطمینان و یک شکلی برای مقایسه و سنجش آن تعداد زیاد از افراد با یکدیگر یافت (رفیع پور، ۱۳۷۵: ۲۹۶). که برای گردآوری داده‌های این پژوهش از دو پرسشنامه هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی استفاده شده است. پرسشنامه هوش اخلاقی از ۲۵ پرسش تشکیل شده است. پرسشنامه سرمایه اجتماعی از ۲۱ پرسش تشکیل شده است.

تحلیل استنباطی داده‌ها

برای آزمون فرضیه‌های اصلی تحقیق از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شده است که نتایج آن در جداول زیر آورده شده است. فرضیه اصلی: بین هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی رابطه وجود دارد.

جدول (۱) خلاصه نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی

فرضیه‌ها	ضریب همبستگی پیرسون	سرمایه اجتماعی
هوش اخلاقی	۰/۶۰۵	
	۰/۰۰۰۱	
	۲۰۸	تعداد

جدول (۱) نشان می‌دهد که هوش اخلاقی با سرمایه اجتماعی مدیران بانک‌های دولتی رابطه مثبت معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر هوش اخلاقی بالاتر باشد سرمایه اجتماعی نیز بیشتر است.

فرضیه‌های فرعی

جدول (۲) خلاصه نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین مولفه‌های هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی و مولفه‌های سرمایه اجتماعی

تعداد	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	فرضیه‌ها
۲۰۸	۰/۴۵۸	۰/۰۰۰۱	۱- رابطه دلسوزی و سرمایه اجتماعی مدیران
۲۰۸	۰/۳۹۲	۰/۰۰۰۱	۲- رابطه بین دلسوزی و اعتماد
۲۰۸	۰/۴۰۲	۰/۰۰۰۱	۳- رابطه بین دلسوزی و تعهد
۲۰۸	۰/۱۲۳	۰/۰۷۷	۴- رابطه بین دلسوزی و همکاری
۲۰۸	۰/۴۴۸	۰/۰۰۰۱	۵- رابطه بین دلسوزی و صداقت
۲۰۸	۰/۴۸۶	۰/۰۰۰۱	۶- رابطه بین دلسوزی و شایستگی
۲۰۸	۰/۴۰۲	۰/۰۰۰۱	۷- رابطه بین صداقت و سرمایه اجتماعی
۲۰۸	۰/۳۵۲	۰/۰۰۰۱	۸- رابطه بین صداقت و اعتماد
۲۰۸	۰/۳۵۳	۰/۰۰۰۱	۹- رابطه بین صداقت و تعهد
۲۰۸	۰/۱۶۳	۰/۰۱۸	۱۰- رابطه بین صداقت و همکاری
۲۰۸	۰/۳۵۲	۰/۰۰۰۱	۱۱- رابطه بین صداقت و صداقت (سرمایه اجتماعی)
۲۰۸	۰/۳۹۸	۰/۰۰۰۱	۱۲- رابطه بین صداقت و شایستگی
۲۰۸	۰/۵۰۵	۰/۰۰۰۱	۱۳- رابطه بین مسئولیت پذیری و سرمایه اجتماعی
۲۰۸	۰/۲۳۷	۰/۰۰۰۱	۱۴- رابطه بین مسئولیت پذیری و اعتماد
۲۰۸	۰/۴۸۶	۰/۰۰۰۱	۱۵- رابطه بین مسئولیت پذیری و تعهد
۲۰۸	۰/۳۵۹	۰/۰۰۰۱	۱۶- رابطه بین مسئولیت پذیری و همکاری
۲۰۸	۰/۴۲۲	۰/۰۰۰۱	۱۷- رابطه بین مسئولیت پذیری و صداقت
۲۰۸	۰/۳۸۲	۰/۰۰۰۱	۱۸- رابطه بین مسئولیت پذیری و شایستگی
۲۰۸	۰/۴۳۲	۰/۰۰۰۱	۱۹- رابطه بین بخشش و سرمایه اجتماعی
۲۰۸	۰/۳۸۷	۰/۰۰۰۱	۲۰- رابطه بین بخشش و اعتماد
۲۰۸	۰/۴۶۴	۰/۰۰۰۱	۲۱- رابطه بین بخشش و تعهد
۲۰۸	۰/۱۰۶	۰/۱۲۷	۲۲- رابطه بین بخشش و همکاری
۲۰۸	۰/۴۳۲	۰/۰۰۰۱	۲۳- رابطه بین بخشش و صداقت (سرمایه اجتماعی)
۲۰۸	۰/۴۵۹	۰/۰۰۰۱	۲۴- رابطه بین بخشش و شایستگی

جدول (۲) در فرضیه ۱ نشان می‌دهد که دلسوزی با سرمایه اجتماعی مدیران بانک‌های دولتی رابطه مثبت معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر دلسوزی بالاتر باشد سرمایه اجتماعی نیز بیشتر است.

فرضیه ۲ نشان می‌دهد که دلسوزی با اعتماد مدیران بانک‌های دولتی رابطه مثبت معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر دلسوزی بالاتر باشد اعتماد نیز بیشتر است.

فرضیه ۳ نشان می‌دهد که دلسوزی با تعهد مدیران بانک‌های دولتی رابطه مثبت معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر دلسوزی بالاتر باشد تعهد نیز بیشتر است.

فرضیه ۴ نشان می‌دهد که دلسوزی با همکاری مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر دلسوزی بالاتر باشد همکاری نیز بیشتر است.

فرضیه ۵ نشان می‌دهد که دلسوزی با صداقت مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر دلسوزی بالاتر باشد صداقت نیز بیشتر است.

فرضیه ۶ نشان می‌دهد که دلسوزی با صداقت مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر دلسوزی بالاتر باشد صداقت نیز بیشتر است.

فرضیه ۷ نشان می‌دهد که صداقت با سرمایه اجتماعی مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر صداقت بالاتر باشد سرمایه اجتماعی نیز بیشتر است.

فرضیه ۸ نشان می‌دهد که صداقت با اعتماد مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر صداقت بالاتر باشد اعتماد نیز بیشتر است.

فرضیه ۹ نشان می‌دهد که صداقت با تعهد مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر صداقت بالاتر باشد تعهد نیز بیشتر است.

فرضیه ۱۰ نشان می‌دهد که صداقت با همکاری مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر صداقت بالاتر باشد همکاری نیز بیشتر است.

فرضیه ۱۱ نشان می‌دهد که صداقت با صداقت (سرمایه اجتماعی) مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر صداقت بالاتر باشد صداقت نیز بیشتر است.

فرضیه ۱۲ نشان می‌دهد که صداقت با شایستگی مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر صداقت بالاتر باشد شایستگی نیز بیشتر است.

فرضیه ۱۳ نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری با سرمایه اجتماعی مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر مسئولیت‌پذیری بالاتر باشد سرمایه اجتماعی نیز بیشتر است.

فرضیه ۱۴ نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری با اعتماد مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر مسئولیت‌پذیری بالاتر باشد اعتماد نیز بیشتر است.

فرضیه ۱۵ نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری با تعهد مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر مسئولیت‌پذیری بالاتر باشد تعهد نیز بیشتر است.

فرضیه ۱۶ نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری با همکاری مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر مسئولیت‌پذیری بالاتر باشد همکاری نیز بیشتر است.

فرضیه ۱۷ نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری با صداقت مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر مسئولیت‌پذیری بالاتر باشد صداقت نیز بیشتر است.

فرضیه ۱۸ نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری با شایستگی مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر مسئولیت‌پذیری بالاتر باشد شایستگی نیز بیشتر است.

فرضیه ۱۹ نشان می‌دهد که بخشش با سرمایه اجتماعی مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر بخشش بالاتر باشد سرمایه اجتماعی نیز بیشتر است.

فرضیه ۲۰ نشان می‌دهد که بخشش با اعتماد مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر بخشش بالاتر باشد اعتماد نیز بیشتر است.

فرضیه ۲۱ نشان می‌دهد که بخشش با تعهد مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر بخشش بالاتر باشد تعهد نیز بیشتر است.

فرضیه ۲۲ نشان می‌دهد که بخشش با همکاری مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری ندارد. به عبارت دیگر هرچه قدر بخشش بالاتر باشد همکاری نیز بیشتر است.

فرضیه ۲۳ نشان می‌دهد که بخشش باصداقت (سرمایه اجتماعی) مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر بخشش بالاتر باشد صداقت (سرمایه اجتماعی) نیز بیشتر است.

فرضیه ۲۴ نشان می‌دهد که بخشش باشایستگی مدیران بانک‌های دولتی رابطه معناداری دارد. به عبارت دیگر هرچه قدر بخشش بالاتر باشد شایستگی نیز بیشتر است. برای بررسی متغیرهای تحقیق بر حسب مشخصات فردی مدیران بانک‌های دولتی از آزمون‌های t مستقل و تحلیل واریانس یکطرفه و تحلیل رگرسیون اسفاده شده است که نتایج آن در جداول زیر آورده شده است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات:

در مجموع می‌توان نتیجه‌گیری کرد که هوش اخلاقی و مولفه‌های آن از سرمایه‌های اجتماعی سازمان محسوب می‌شود و از بین این مولفه‌ها مسئولیت‌پذیری با ۲۵/۵ درصد بیشترین قدرت تبیین واریانس سرمایه اجتماعی را دارد و سپس دلسوزی در مرتبه دوم با ۷/۸ درصد و در مرتبه سوم صداقت ۳/۳ درصد واریانس سرمایه اجتماعی را تبیین می‌کند و در مجموع ۳۶/۷ درصد واریانس سرمایه اجتماعی را تبیین می‌کند و بخشش پیش‌بینی‌کننده معنی‌دار سرمایه اجتماعی نمی‌باشد و از مدل پیش‌بینی حذف شده است. بنابراین هرچه مدیران از هوش اخلاقی بالاتری برخوردار باشند، سرمایه‌های اجتماعی ارزشمندی برای سازمان می‌باشند. بر اساس نتایج تحقیق پیشنهادهایی زیر ارائه می‌گردد:

فراهم ساختن زمینه‌های مسئولیت‌پذیری مدیران و در صورت عملکرد مطلوب افراد از نظر مسئولیت‌پذیری، مدیران مسئولیت‌پذیر تشویق و مدیران مسئولیت‌ناپذیر تنبیه شوند. و بستر سازی جهت دلسوز نمودن مدیران نسبت به سازمان و تشویق مدیران دلسوز نسبت به مدیران غیر دلسوز و بیان پیامدهای صداقت داشتن افراد برای فرد، سازمان و جامعه و آموزش‌های کاربردی و عملیاتی در زمینه هوش اخلاقی و گزینش مدیرانی که از هوش اخلاقی بالاتری برخوردارند و غربالگری مدیران از لحاظ هوش اخلاقی و تفیض مسئولیت به آنان

منابع

- حافظ نیا. محمد رضا، (۱۳۸۰)، مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم تربیتی و رفتاری، چاپ ششم، انتشارات رشد: تهران
- دلاور. علی (۱۳۸۵) روش تحقیق در روان شناسی و علوم تربیتی، چاپ نوزدهم، نشر ویرایش: تهران
- رادمنش، ن: (۱۳۸۵)، پنج اصل اخلاقی ویژه مدیران
- رضائیان. علی، (۱۳۸۴)، مبانی مدیریت رفتار سازمانی، چاپ ششم، انتشارات سمت: تهران
- سیف. علی اکبر، (۱۳۸۳)، اندازه گیری و سنجش در علوم تربیتی، چاپ شانزدهم، انتشارات پیام نور: تهران
- عباسعلی زاده، منصوره (۱۳۸۶). هوش معنوی و تهیه ابزاری برای سنجش آن رساله کارشناسی ارشد تهران دانشگاه علامه طباطبایی دانشکده روان شناسی و علوم تربیتی.
- گنجی، حمزه، (۱۳۸۰)، بهداشت روانی، تهران.
- کلمن. جیمز، ترجمه منوچهر صبری، (۱۳۷۷)، بنیادهای نظریه اجتماعی، انتشارات نی: تهران
- ودادی، احمد و منصوره عباس علیزاده (۱۳۸۶) جایگاه انواع هوش در موفقیت مدیران در عرصه جهانی، پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت، تهران.
- هس مرات: اخلاق در مدیریت، ترجمه: سید محمد اعرابی و داوود ایزدی، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی ۱۳۸۲.
- Buckly, M.R.D, Beu, D, Frink, D.D. (2001) Ethical issues in human resources systems, *Human Resource Management Review*, 11(15), 11-29
- Barling, J, (2002), Transformational leadership and moral Reasoning. *Journal of Applied psychology*, 87(2), 304-31
- Bayrman & vayti (1977) spiritual intelligence as a theory of individual religion: A case Application. *the international Journal for the psychology of Religion*.
- borba, M. (2005), 'the step-by-step plan to building moral intelligence' *Educator* ward a national self-esteem. jossey-bass.
- Donaldson, T & Davis, k. (1990), 'Business ethics' *management Decision*, 28(6), 23-24.

- Crichton, J. C. (2008). A qualitative study of spiritual intelligence in organizational leaders. Doctoral Dissertation, Alliant international university, San Francisco.
- Goleman Schuyler, Kathryn. 2002. Practitioner Heal Thyself! Challenges in Enabling Organizational Health. *Organizational Management Journal*, 2004, Vol. 1, No. 1, 28-37
- Goilen Schuyler, Kathryn. 2004. The Possibility of Healthy Organizations: Toward a New Framework for Organizational Theory and Practice. *Journal of Applied Sociological/ Sociological Practice*, 2004, Vol. 21, No. 2/ Vol. 6, No. 2, 57-79
- George, M. (2006). Practical application of spiritual intelligence in the workplace. *Human resource management international digest*, 14(15), 3-5
- Gardner, H. (1983). A case against spiritual intelligence. *International journal for the psychology of religion*, 10(1), 27-34.
- Gagand Brliner (1992) spiritual intelligence; what is spiritual intelligence? How it benefits a person? [www. Skopun.files.wordpress.com](http://www.Skopun.files.wordpress.com).
- Goleman, S. (2007) , is honesty the best form of business risk management? Available at <http://www,Goleman.b.com>.
- lennick, D. & Kiel, F. (2005) , moral intelligence: the key to enhancing business performance and leadership success , wharto school publishing , an imprint of pearson Education.
- Lau, H. C, Idris, M. A. (2005) , soft foundations of the critical success factors on implementation in Malaysia, *TQM magazine*, 13(4), 515-552.
- Nahapiet, J, Ghoshal, S. (1998) , Social capital, Intellectual capital and the organizational advantage , *Academy of Management Review*, 23(2), pp. 242-260
- Rojas, Ronald Raymond, (2003) *Management Theory and Spirituality: A framework and Validation of the Independent Spirituality Assessment Scale*, DBA, Argosy University / Sarasota.
- Harrison, S. and p. Sullivan. 2000. Profiting from intellectual: Learning from Leading Companies , *Journal of intellectual capital* , Vol. 1, No. 1, pp. 33-46.



پروفیسر شگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی