

بررسی اثر هوش معنوی بر عملکرد شغلی کارکنان بانک با نقش واسط نوآوری فردی (مورد مطالعه: بانک مهر اقتصاد استان خراسان رضوی)

سید محمد باوندی ثانی (کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران)

bavandimohammad@yahoo.com

غلامرضا ملک زاده (استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران، نویسنده مسئول)

malekzadeh@um.ac.ir

علیرضا پویا (دانشیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران)

alirezapooya@um.ac.ir

چکیده

امروزه سازمان‌ها به منظور حفظ و بقای خود باید از مزایای رقابتی نظیر نوآوری و توجه به مشتری با ارائه محصولات و خدمات جدید و نوآورانه برخوردار باشند. این امر برای بانک‌ها، ماندگاری بیشتر مشتریان، جذب مشتریان جدید و بهبود عملکرد مالی و سودآوری را به دنبال خواهد داشت. کیفیت و تازگی خدمات ارائه شده توسط بانک در نگرش مشتریان نسبت به میزان برتری خدماتی سازمان نسبت به رقبا مؤثر است. به همین دلیل در پژوهش حاضر، تأثیر هوش معنوی بر عملکرد شغلی کارکنان با نقش واسط نوآوری فردی در بانک به عنوان محیطی با ویژگی‌های خاص پرداخته شده است. جامعه آماری پژوهش ۳۹۸ نفر از کارکنان بانک مهر اقتصاد استان خراسان رضوی است که از این تعداد، ۱۸۲ نفر به عنوان نمونه با روش تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که هوش معنوی و نوآوری فردی بر عملکرد شغلی کارکنان اثر مثبت دارند و نوآوری فردی در این رابطه نقش واسط دارد.

کلیدواژه‌ها: هوش معنوی، نوآوری فردی، عملکرد شغلی

۱. مقدمه

امروزه بانک‌ها به سبب توسعه فعالیت‌های اقتصادی جوامع بشری ناگزیر از تدارک، حفظ و اداره نیروی انسانی پرتوان در مقیاسی بزرگ و متنوع هستند و استفاده مؤثر و مفید از منابع سازمانی از جمله فناوری، سرمایه و محیط در گرو داشتن نیروی انسانی متخصص و متعهد است. در نتیجه توجه به کارکنان و شناسایی شاخص‌های اثرگذار بر عملکرد آن‌ها در راستای رسیدن به سازمانی کارا و اثربخش دارای اهمیت فراوانی است. یکی از این شاخص‌های اثرگذار توجه به هیجانات نیروی کار و معنویات در محل کار است که به صورت جدی مورد توجه قرار نگرفته است.

افزایش پیچیدگی‌ها و فشارهای محیطی و وابستگی بانک‌ها به متخصصان خود نیز ماهیت نقش‌های مورد نیاز مشاغل را با تحول روبه‌رو ساخته است، به گونه‌ای که بسیاری از مشاغل، چالشی‌تر شده و نیازمند فعالیت ذهنی بالابند و همین امر، سلامت ذهنی کارکنان را به مخاطره انداخته است. مسئله دیگری که مدیریت با آن روبه‌رو می‌شود این است که بیشتر کارکنان در کار خود دلسردی و دلزدگی را تجربه می‌کنند. سازمان‌ها با این واقعیت روبه‌رو شده‌اند که برنامه‌های تغییر و بهبود با مداخلاتی از قبیل بازمهندسی و کوچک‌سازی، انتظارات و خواسته‌ها را برآورده نمی‌کند و باید در جستجوی راه دیگری برای افزایش کیفیت کار کارکنان بود.

از آنجا که صنعت بانکداری کشور، بازار نسبتاً رقابتی است و به‌طور مداوم محصولات و خدمات متنوعی برای جذب مشتریان جدید و حفظ مشتریان کنونی از سوی همه بانک‌ها ارائه می‌شود، امنیت بالایی برای فروش محصولات و خدمات بانک احساس نمی‌شود و از آنجا که همین امر از دست رفتن مشتریان فعلی بانک را به دنبال دارد، بانک‌ها بایستی هزینه‌های هنگفتی را صرف جذب مشتریان جدید کنند. لازم به ذکر است که طراحی محصولات و خدمات جدید تنها بخشی از روش‌های جذب مشتریان جدید و حفظ مشتریان

کنونی است و نوآوری در نحوه ارائه خدمات، محصولات و برنامه‌های بانک با توجه به خط‌مشی‌های بانک مرکزی نیز روشی دیگر در جذب و حفظ مشتریان است که کارکنان یکی از اصلی‌ترین ارکان تحقق این مهم‌اند. به این ترتیب جذب و پرورش کارکنان نوآور و احصای ویژگی و شرایط مورد نیاز برای آن‌ها از دیگر مسائل مورد توجه مدیران صنعت بانکداری است.

برخورداری کارکنان بانک از توانایی مناسب برخوردار با مشتری نیز سبب جذب مشتریان جدید و حفظ مشتریان کنونی خواهد شد، کارکنانی که پختگی و کارآمدی لازم را در کار داشته باشند محیطی به وجود خواهند آورد که برخوردهای سازمانی کمتر شود، تعارضات کاهش یابد، جو سازمانی بهتر شود، روحیه ابداع و ابتکار تقویت شود و موضوعات دیگری که در این ارتباط به‌طور نظام‌یافته از یکدیگر تأثیر می‌پذیرند بهبود یابند یا تقویت شوند. در محیط پرچالش بانک نیز توجه به این موضوع ضرورت پیدا می‌کند که در سازمان کارکنانی شاغل باشند که بتوانند در مواقع سختی و فشارهای محیطی، تصمیمات عاقلانه، هوشمندانه و به دور از تنش‌های محیطی بگیرند.

امروزه سازمان‌ها باید به منظور حفظ بقای خود از مزایای رقابتی برخوردار باشند که از جمله این مزایای رقابتی نوآوری و توجه به مشتری با ارائه محصولات و خدمات جدید و نوآورانه است (ال‌هواری^۱، ۲۰۰۹، ص. ۴۵۵-۴۷۲) این امر برای بانک‌ها، ماندگاری بیشتر مشتریان، جذب مشتریان جدید و بهبود عملکرد مالی و سودآوری را به دنبال خواهد داشت. توان نوآوری کارکنان در ارائه خدمات و افزایش کیفیت خدمات ارائه شده، نیز نقش مهم و انکارناپذیری در جذب مشتریان و بقا و سودآوری سازمان ایفا می‌کند. کیفیت و تازگی خدمات ارائه‌شده توسط بانک بر نگرش مشتریان نسبت به میزان برتری خدمات بانک نسبت به رقبایش اثرگذار است و بدیهی است که عدم توجه به این نکته مهم از دست‌رفتن سهم بازار و حتی مرگ سازمان را به همراه دارد. طراحی محصولات و خدمات جدید تنها بخشی

از روش‌های جذب مشتریان جدید و حفظ مشتریان کنونی است و نوآوری در نحوه ارائه خدمات، محصولات و برنامه‌های بانک با توجه به خط‌مشی‌های بانک مرکزی روشی دیگر در جذب و حفظ مشتریان است که کارکنان یکی از اصلی‌ترین ارکان تحقق این مهم‌اند. به همین دلیل نیز جذب و پرورش کارکنان نوآور و احصای ویژگی و شرایط مورد نیاز برای آن‌ها از دیگر مسائل مورد توجه مدیریت بانک‌هاست. به همین دلیل این تحقیق در پی آن است تا رابطه میان هوش معنوی و عملکرد شغلی کارکنان بانک بردارد و در عین حال نقش نوآوری فردی در سازمان‌هایی نظیر بانک‌ها را تبیین نماید.

۲. مبانی نظری تحقیق

۲.۱. هوش^۱

هوش و مباحث مرتبط با آن همواره به‌عنوان یکی از مباحث جذاب و جالب توجه در بررسی و مطالعه فرایندهای روانی و رفتاری مطرح بوده است. مفهوم هوش، کیفیت پدیده‌ای را بیان می‌کند که حالتی انتزاعی داشته و قابل رؤیت نیست و به همین علت نیز تعریف آن مشکل بوده و تعاریف متعددی از هوش توسط صاحب‌نظران ارائه شده است. به‌عنوان مثال برخی هوش را کنش مغزی و توان روانی موجود زنده می‌دانند و برخی هوش را بیشتر براساس کاربردهایش در حل مسائل و امور مورد مطالعه قرار می‌دهند. گاه هوش ترکیبی از تفکر و تخیل تعریف شده است و گاه به این نکته پرداخته شده است که هوش بیانگر درک روابط علت و معلولی میان پدیده‌هاست. به اعتقاد گاردنر^۲ (۲۰۰۰) «هوش به معنای توان بیولوژیکی برای تحلیل نوع خاصی از اطلاعات به روشی معین است» اما مایر^۳ (۲۰۰۰) معتقد است «هوش به توانایی استدلال انتزاعی و محاسبات ذهنی گفته می‌شود که طبق قواعد خاصی انجام می‌گیرد». اشتنبرگ^۴ (۱۹۹۷) نیز با در نظر گرفتن دیدگاهی متفاوت، بر جنبه‌های

1. Intelligence

2. Gardner

3. Mayer

4. Sternberg

بیولوژیکی و تکاملی تأکید می‌کند و اظهار می‌دارد که هوش به معنای توانایی‌های ذهنی لازم برای تطابق، گزینش و شکل‌دهی در هر زمینه محیطی است و موجب انعطاف‌پذیری در موقعیت‌های چالشی می‌شود.

بیشتر صاحب‌نظران در تعریف هوش بر یک نکته تأکید دارند: توانایی شناسایی مسائل و انطباق آن با شرایط تغییر یابنده محیطی. افراد باهوش کسانی هستند که می‌توانند مسائل و مشکلات جاری را به راحتی حل و فصل کنند و خود را با محیط به گونه‌ای انطباق دهند که کارها را به خوبی پیش ببرند. نوبل^۱ (۲۰۰۰) تعریفی کامل‌تر از هوش ارائه می‌کند که عبارت است از «قابلیت تفکر، برنامه‌ریزی، خلق، تطبیق، توانایی حل مسئله، عکس‌العمل، تصمیم‌گیری و یادگیری». برای مشخص کردن انواع هوش تاکنون چارچوب‌های نظری زیادی ارائه شده است، ولی در این میان دو چارچوب از مقبولیت بیشتری برخوردار بوده‌اند: ۱. تئوری هوش چندگانه گاردنر؛ ۲. انواع هوش براساس کارکرد سیستم‌های عصبی مغز (بهره هوشی، هوش هیجانی و هوش معنوی).

در میان محققانی که انواع مختلف هوش را شناسایی کرده‌اند، کار هوارد گاردنر در دانشگاه هاروارد بر روی هوش‌های چندگانه کمک زیادی به درک این مطلب کرده است که هوش چندوجهی است. اکنون حاصل کار وی مورد قبول بسیاری از صاحب‌نظران است. پژوهش‌ها گاردنر نشان می‌دهد که انواع مختلف هوش نسبتاً مستقل از یکدیگر رشد می‌کنند و مهارت در یک هوش، داشتن مهارت در هوش دیگر را تضمین نمی‌کند. این هوش‌ها عبارت‌اند از هوش زبان‌شناسی، منطقی-ریاضی، موسیقی، فضایی، جسمی حرکتی، بین فردی، درونی و اخیراً نیز هوش طبیعی که به معنی توانایی تشخیص صفات گیاهان و جانوران است (واگان^۲، ۲۰۰۲، ص. ۱۶-۳۳). چارچوب دیگری که برای مشخص کردن انواع هوش ارائه شده است مبتنی بر کارکرد سیستم‌های عصبی مغز است. زوهر و مارشال^۳ (۲۰۰۰) که

1. Nobel

2. Vaughan

3. Zohar & Marshall

ارائه‌کننده این چارچوب بودند، نتایج جالبی از مطالعات خود بر روی مغز به دست آوردند. آن‌ها کارکرد مغز را از دیدگاه عصب‌شناسی بررسی و همه انواع هوش‌های ممکن را به سه نوع سیستم عصبی اصلی در مغز پیوند دادند و عقیده دارند که همه هوش‌های دیگر زیرمجموعه‌های این نوع هوش قرار دارند: ۱. بهره هوشی^۱ (تفکر خطی)؛ ۲. هوش هیجانی^۲ (تفکر تعاملی)؛ ۳. هوش معنوی^۳ (تفکر متحدکننده).

۲.۲. هوش معنوی

هوش معنوی در ادبیات علوم روان‌شناسی برای اولین بار در سال ۱۹۹۶ توسط استیونز و بعد در سال ۱۹۹۹ توسط ایمونز در کتاب *روان‌شناسی علاقه نهایی: انگیزش و معنویت در شخصیت مطرح شد*. از نظر ایمونز (۲۰۰۰) هوش معنوی کاربرد انطباقی اطلاعات معنوی با هدف تسهیل حل روزمره و دستیابی به هدف است. از این تاریخ به بعد گروهی از مؤلفان و پژوهشگران در صدد آن برآمدند تا مفهوم هوش معنوی را با توجه به مبانی نظری متفاوت، تعریف کرده و مؤلفه‌های آن را مشخص کنند. به موازات این جریان گروهی دیگر از روان‌شناسان مانند گاردنر مفهوم هوش معنوی را در ابعاد مختلف مورد نقد و بررسی قرار دادند و پذیرش این مفهوم ترکیبی معنویت و هوش را به چالش کشیدند.

ایمونز تلاش کرد معنویت را براساس تعریف گاردنر از هوش در این چارچوب مطرح نماید. وی معتقد بود معنویت می‌تواند شکلی از هوش تلقی شود؛ زیرا قادر به پیش‌بینی عملکرد و سازگاری فرد (مثلاً سلامتی بیشتر) بوده و همچنین می‌تواند قابلیت‌هایی را مطرح کند که افراد را قادر سازد به حل مسائل پرداخته و به اهدافشان برسند در حالی که گاردنر، ایمونز را مورد انتقاد قرار می‌دهد و معتقد است که باید جنبه‌هایی از معنویت را که مربوط

-
1. Intelligence Quotient
 2. Emotional Intelligence
 3. Spiritual Intelligence

به تجربه‌های پدیدارشناختی‌اند مثل تجربه تقدس یا حالات متعالی، از جنبه‌های عقلانی، حل مسئله و پردازش اطلاعات جدا کرد.

الکینز و همکاران (۱۹۸۸) معتقدند معنویت راهی برای بودن و تجربه کردن است که از طریق آگاهی از یک بعد متعالی به دست آمده و با ارزش‌های قابل تعریف و مسلم با توجه به خود، دیگران، طبیعت، زندگی و هرآنچه یک فرد به عنوان نهایت و غایت در نظر دارد مشخص می‌شود، اما پژوهشگرانی چون فریدمن و مک‌دونالد، معنویت را نیاز به فراتر رفتن از خود در زندگی و یکپارچه شدن با کسی غیر از خود می‌دانند که حاصل این آگاهی تجربه فرا رفتن از خویش است. همچنین این پژوهشگران معنویت را تمرکز بر معنای نهایی و غایی زندگی، آگاهی و رشد سطوح چندگانه هوشیاری، تجربه تقدس و ارزشمندی زندگی، تعالی خود به کل وسیع تر تعریف می‌کنند (آمرام، ۲۰۰۵).

از نظر گاردنر (۱۹۹۹)، معنویت را می‌توان به عنوان توجه به هستی یا مسائل وجودی و یا رسیدن به حالت «بودن» یا تأثیری که بعضی مردم بر دیگران می‌گذارند، توصیف کرد. وی معتقد است هوش وجودی، دل‌مشغولی با مسائل غایی یعنی شناختی‌ترین بعد معنویت است و اظهار می‌کند که شاید هوش وجودی نوعی از هوش است. ویگلزورث (۲۰۰۴) نیز معنویت را نیاز درونی انسان به اتصال با چیزی وسیع تر از خود می‌داند؛ چیزی ورای خود که در داشتن دو مؤلفه تعریف می‌شود: ۱. مؤلفه عمودی: چیزی مقدس، الهی، بدون زمان و مکان، قدرتی برتر، هوشیاری غایی یا تمایل به متصل بودن به منبع لایتناهی و هدایت توسط آن منبع، و ۲. مؤلفه افقی: در خدمت هم‌نوعان و موجودات دیگر بودن.

هوش معنوی برای کارکرد اثربخش بهره هوشی و هوش هیجانی ضرورت دارد و زوهر آن را هوش غایی انسان‌ها می‌داند. هوش معنوی افراد را خلاق می‌کند؛ چرا که به افراد کمک می‌کند قواعد را جایگزین هم نمایند و با مرزها بازی کنند. هوش معنوی به ما توانایی تمیز و انتخاب می‌دهد، ما را سرشار از شفقت و ادراک می‌کند و به ما کمک می‌کند محدودیت‌ها

را ببینیم. در حقیقت این ماهیت تحول‌آفرین هوش معنوی است که آن را از هوش هیجانی متمایز می‌کند.

به عقیده نازل (۲۰۰۴) هوش معنوی از روابط فیزیکی و شناختی فرد با محیط پیرامون خود فراتر رفته و وارد حیطه شهودی و متعالی از دیدگاه فرد نسبت به زندگی خود می‌شود. این دیدگاه شامل همه رویدادها و تجارب فرد می‌شود که تحت تأثیر یک نگاه کلی قرار گرفته‌اند و فرد می‌تواند از این هوش برای چارچوب‌دهی و تفسیر مجدد تجارب خود بهره گیرد. همچنین این فرایند قادر است از لحاظ پدیدارشناختی به رویدادها و تجارب فرد معنا و ارزش شخصی بیشتری بدهد.

هوش معنوی به زندگی درونی ذهن و نفس و ارتباط آن با جهان وابسته بوده و ظرفیت فهم عمیق سؤالات وجودی و بینش نسبت به سطوح چندگانه هوشیاری را شامل می‌شود. آگاهی از نفس، به‌عنوان زمینه و بستری است که به آن نیروی خلاق برای تکامل زندگی می‌گویند. بنابراین هوش معنوی چیزی بیش از توانایی ذهنی فرد است و فرد را به ماورای فرد و به روح مرتبط می‌کند. علاوه بر این، هوش معنوی فراتر از رشد روان‌شناختی متعارف است و خودآگاهی حاصل از آن شامل آگاهی از رابطه با موجود متعالی، افراد دیگر و همه موجودات می‌شود (آمرام^۱، ۲۰۰۵).

۳.۲. دیدگاه‌های مطرح در رابطه با هوش معنوی

دیدگاه‌های مختلفی در رابطه با هوش معنوی مطرح شده که به برخی از آن‌ها به‌صورت مختصر در ادامه اشاره می‌شود.

دیدگاه ایمونز^۲: از نظر او هوش معنوی نوعی هوش غایی است که مسائل معنایی و ارزشی را به ما نشان داده و مسائل مرتبط با آن را برای ما حل می‌کند. هوش معنوی هوشی است که اعمال ما را در گستره‌های وسیع از نظر بافت معنایی جای می‌دهد و همچنین

1. Amram
2. Emmons

معنادار بودن یک مرحله از زندگی را نسبت به مرحله دیگر مورد بررسی قرار می‌دهد. هوش معنوی ممکن است در قالب ملاک‌های زیر مشاهده شود: صداقت، دلسوزی، توجه به تمام سطوح هشیاری، همدردی متقابل، وجود حس مبنی بر این که انسان نقش مهمی در یک کل وسیع‌تر دارد، بخشش و خیرخواهی معنوی و عملی، در جستجوی سازگاری و هم‌سطح شدن با طبیعت و کل هستی، راحت بودن در تنهایی بدون داشتن احساس تنهایی. افرادی که هوش معنوی بالایی دارند ظرفیت تعالی داشته و تمایل بالایی نسبت به هشیاری دارند. این افراد می‌توانند بخشی از فعالیت‌های روزانه خود را به اعمال روحانی و معنوی اختصاص بدهند و فضائلی مانند بخشش، سپاسگزاری، فروتنی، دلسوزی و خرد را از خود بروز دهند (ایمونز، ۲۰۰۰).

دیدگاه فریدمن و مک‌دونالد^۱: معنویت را نیاز به فراتر رفتن از خود در زندگی و یکی شدن با کسی غیر از خود می‌دانند که این آگاهی منجر به تجربه فرارفتن از خویش می‌شود. همچنین این پژوهشگران معنویت را تمرکز بر معنی نهایی، آگاهی از سطوح چندگانه هوشیاری و رشد آن‌ها، اعتقاد به گرانها و مقدس بودن زندگی و ارتقای خود به یک کل بزرگ‌تر تعریف می‌کنند (آمرام، ۲۰۰۵).

دیدگاه بروس لیچفیلد: او شش مشخصه زیر را برای هوش معنوی مشخص می‌سازد: 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 آشفستگی و تناقض و دوگانگی آرام بودن، تعهد، فداکاری و ایمان (غباری‌بناب، ۱۳۸۶).

دیدگاه مک‌مولن^۲: مک‌مولن معتقد است که ارزش‌هایی مانند شجاعت، یکپارچگی، شهود و دلسوزی از مؤلفه‌های هوش معنوی‌اند. او همچنین بر این باور است که بین بصیرت و هوش معنوی رابطه وجود دارد و در مقابل استرس ضد شهود است. او یکی از راه‌های

1. Friedman & Macdonald
2. McMullen

افزایش بصیرت را توجه آرامش بخش عنوان می‌کند. از نظر مک‌مولن نگرانی، تلاش فزاینده و نافرجامی است که به دلیل تأخیر در تصمیم‌گیری روی می‌دهد (غباری‌بناب، ۱۳۸۶).

۲.۴. مدل‌های هوش معنوی

مدل‌ها و نظریه‌های مختلفی در رابطه با هوش معنوی مطرح شده است که در ادامه به برخی از مدل‌های مختلف هوش معنوی به صورت مختصر اشاره می‌شود.

مدل چهار مؤلفه‌ای کینگ^۱: کینگ (۲۰۰۷)، پژوهشی را در مورد هوش معنوی در دانشگاه ترنت کانادا انجام داد که مطابق نظر وی هوش معنوی عبارت است از «مجموعه‌ای از ظرفیت‌های ذهنی انطباقی که بر جنبه‌های غیرمادی و متعالی واقعیت استوارند، به‌ویژه آن‌هایی که در ارتباط با ماهیت هستی فرد، معنای شخصی، تعالی و حالت‌های اوج گرفته هوشیاری‌اند. در عمل، این فرایندها با توجه به توانایی‌شان در تسهیل شیوه‌های منحصربه‌فرد حل مسئله، استدلال انتزاعی و کنار آمدن، انطباقی‌اند».

کینگ (۲۰۰۸) معتقد است هوش معنوی، ظرفیت و توانایی منحصربه‌فردی را در شخص ایجاد می‌کند تا معنا را در زندگی درک کند و به موقعیت‌های معنوی بالاتر راه یابد. او مدلی چهار عاملی برای هوش معنوی ارائه می‌کند که عناصر این مدل عبارت‌اند از: ۱. درک معنی فردی: توانایی اخذ معنی فردی و درک تجارب فیزیکی و ذهنی شامل قابلیت خلق و تسلط بر هدف زندگی؛ ۲. آگاهی متعالی: قابلیت شناسایی ابعاد متعالی خود، دیگران و جهان فیزیکی در حالات طبیعی و هوشیاری همراه با قابلیت شناسایی روابط ابعاد فوق با خود؛ ۳. تفکر انتقادی وجودی: قابلیت تعمق و تفکر نقادانه در طبیعت وجودی، واقعیت، هستی، فضا، زمان و دیگر موارد وجودی/متافیزیکی؛ همچنین قابلیت تفکر در موارد غیروجودی مرتبط با وجود یک فرد (از دیدگاه وجودی)؛ ۴. حالات هوشیاری بسط‌یافته: توانایی ورود و خروج از حالات هوشیاری (مثل هوشیاری خالص، هوشیاری کیهانی، یگانگی، یکی‌بودن) و دیگر حالات تفکر در خود (مثل تفکر عمیق، تعمق، دعا و نیایش).

1. King

مدل زوهر و مارشال^۱: زوهر و مارشال مدل هوش معنوی خود را هر می از هوش انسانی نشان می دهند که هوش معنوی در بالای این هرم قرار گرفته و در زیر هوش معنوی، هوش هیجانی (جنبه های محتمل هوش اجتماعی) و در پایین این هرم هوش استدلالی قرار دارد که منتج از فرایندهای ابتدایی مغزی است. اساساً این مدل رویکردی کل نگر به روان شناسی دارد که عوامل فیزیکی، روانی، هیجانی و معنوی را به صورت سطوح چندگانه گرد هم می آورد. مدل زوهر و مارشال دیدگاه روان شناسی غرب و فلسفه شرق و نیز علم قرن بیستم را به هم پیوند می دهد. سمبل آن ها برای هوش معنوی، گل نیلوفر است. این دو معتقدند هوش معنوی به ما کمک می کند با برداشتن محدودیت ها و شناخت خویش، مانند نیلوفری، از درون مرداب بشکفیم و به سمت خورسید حرکت کنیم و عرش و زمین را به هم اتصال دهیم. در فلسفه آسیایی، نیلوفر سمبل تمامیت است و هدف غرب دستیابی به این تمامیت بوده و روان شناسی این تمامیت را کمال می نامد (ساغروانی، ۱۳۸۹).

مدل پنج مؤلفه ای ایمونز^۲: از نظر ایمونز (۲۰۰۰) هوش معنوی کاربرد انطباقی اطلاعات معنوی در جهت حل مسئله در زندگی روزمره و فرایند دستیابی به هدف است. وی به صورت ابتکاری پنج مؤلفه را برای هوش معنوی پیشنهاد کرده است: ۱. ظرفیت برتری و تعالی که همان گذشتن از دنیای جسمانی و مادی و متعالی کردن آن است؛ ۲. توانایی ورود به موقعیتی که افزایش دهنده آگاهی معنوی باشد؛ ۳. فعالیت های خود را با احساس معنویت انجام دادن؛ ۴. توانایی بهره گیری از منابع معنوی جهت حل مشکلات؛ ۵. ظرفیت ورود به رفتارهای فضیلت مابانه برای نشان دادن بخشش، سپاسگزاری، رحم و تواضع.

نظریه سیسک: از نظر سیسک (۲۰۰۱) هوش معنوی را می توان خودآگاهی عمیق جسمی، ذهنی و روحی که در آن فرد بیش از پیش از ابعاد خویشتن آگاه می شود تعریف کرد. از نظر وی ابعاد هوش معنوی این چنین است:

1. Zohar & Marshall
2. Emmons

دانش درونی: هوش معنوی این امکان را فراهم می‌کند تا دانش درونی خود را رشد دهیم. دانش دورنی، آگاهی از ذات و ماهیت هوشیاری و همچنین فهم این مسئله است که ماهیت همه آفرینندگان همین جوهر دورنی است. هوش معنوی دستیابی ما را به نوعی هوش فزاینده رهنمون می‌کند که در آن نوعی آگاهی ناشی از حسن تفاهم و یکی بودن با جهان هستی و همه مخلوقاتش وجود دارد.

شهود عمیق: نتیجه شهود عمیق، پیوند با ذهن جهانی یا ذهنی بزرگ و یافتن پاسخ مشکلات است. اگر مایل باشیم انتخاب‌هایمان را به هوشیاری اصیل یا شهود عمیق سوق دهیم، به کارگیری هوش معنوی ما را قادر می‌کند به این یکپارچگی برسیم و به این انتخاب دست یابیم.

یکی شدن با طبیعت و جهان: هوش معنوی به ما کمک می‌کند با طبیعت یکی شده و با فرایندهای زندگی هماهنگ شویم. همچنین ما را ترغیب می‌کند احساس وحدت و یگانگی را جستجو کنیم.

حل مسئله: در پرتو هوش معنوی، فرد تصویر بزرگتری از جهان هستی را مقابل خود می‌بیند و در نتیجه توانایی و انگیزه می‌یابد تا اعمالش را در رابطه با یک مجموعه و زمینه بزرگ‌تر که منجر به معنای زندگی می‌شود، هم‌ساز نماید. با هوش معنوی می‌توان به مشکلات، معنای تازه‌ای داد و آن‌ها را به کمک دید وسیعی که هوش معنوی به فرد می‌دهد، حل کرد. (غباری‌بناب، ۱۳۸۶)

مدل سه مؤلفه‌ای و گان^۱: وگان (۲۰۰۰) مدلی با سه مؤلفه ارائه کرد: ۱. توانایی معنی‌یابی براساس درک مسائل هستی و وجودی؛ ۲. آگاهی از سطوح چندگانه هوشیاری و استفاده از آن در حل مسائل روزمره؛ ۳. آگاهی از جهان غیرمادی و تعامل بین همه موجودات و تعاملشان با ماورا.

۲.۵. نوآوری

نوآوری از مهم‌ترین و اساسی‌ترین عواملی است که باعث پیشرفت سازمان در صحنه رقابت با سازمان‌های دیگر می‌شود و در کسب سهم بازار توسط سازمان‌ها نقش عمده‌ای ایفا می‌کند. در واقع در سایه خلاقیت و نوآوری است که سازمان به دستاوردها و محصولات جدیدی دست پیدا می‌کند. اهمیت فوق‌العاده و جایگاه ویژه فرایندها و پدیده نوآوری و نیاز روز افزون برای شناخت و کسب دانش بیشتر در این باره، سال‌هاست مطالعه علمی تخصصی آن را به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین و حیاتی‌ترین مباحث، لازم و اجتناب‌ناپذیر کرده است.

برای نوآوری تعاریف متعددی ارائه شده است. فرهنگ وبستر، نوآوری^۱ را توانایی انجام امری ابتکاری تعریف کرده است که به خلق محصول یا خدمتی جدید منجر شود به‌گونه‌ای که این توانایی ممکن است از هوش و استعداد افراد سرچشمه گرفته یا با آموزش ایجاد شود. هالت^۲ اصطلاح نوآوری را در مفهومی وسیع به‌عنوان فرایندی برای استفاده از دانش و اطلاعات مربوط، به‌منظور ایجاد یا معرفی چیزهای تازه و مفید به‌کار برده است. وارکینگ^۳ نیز توضیح می‌دهد که نوآوری هر چیز تجدید نظر شده است که طراحی و به حقیقت در آمده باشد و موقعیت سازمان را در مقابل رقبا استحکام بخشد و برتری رقابتی بلندمدتی را میسر سازد. به عبارتی، نوآوری خلق چیز جدیدی است که یک هدف معین را دنبال می‌کند و به اجرا می‌رساند (طالب بیدختی، ۱۳۸۳). نوآوری اجرای موفق ایده‌های خلاق در درون سازمان است. از این دیدگاه، خلاقیت افراد و تیم‌ها نقطه شروع نوآوری است. در واقع، خلاقیت شرط لازم برای نوآوری است، اما شرط کافی نیست (گویال و آخیلش^۴، ۲۰۰۷). زوکرمن^۵ (۱۹۶۸) نوآوری را مجموعه‌ای از گام‌های فنی، صنعتی و تجاری تعریف

1. Webster dictionary

2. Halt

3. Varking

4. Goyal Akhilesh

5. Zuckerman

می‌کند. رابرتسون^۱ (۱۹۷۱) و مارکوس^۲ (۱۹۶۹) نیز نوآوری را میزانی از تغییر فناورانه تعریف می‌کند. همچنین مارکوس تعریف شموکلاز از تغییر فناورانه را به عنوان اقدام خطیری برای تولید کالاها یا خدمات یا به‌کارگیری یک روش یا درونداد که جدید است نقل می‌کند. او جاسال^۳ (۲۰۰۸) معتقد است نوآوری فرایند تجاری کردن تولید یا شیوه (روش) توسعه یافته توصیف می‌شود.

در مطالعه نوآوری چهار رویکرد متفاوت وجود دارد: فرد محور، ساختار محور، تعاملی محور، سیستم‌های نوآور محور. رویکرد فرد محور بر نقش عامل‌های فردی همچون سن، سطح آموزش، جنس، سبک‌شناختی و خلاقیت تأکید می‌کند. رویکرد ساختاری بر خصوصیات و مشخصات سازمانی تمرکز دارد. رویکرد تعاملی که اخیراً توجه فزاینده‌ای را به خود جلب کرده است، بر این نکته که چگونه ساختار فرایند نوآوری را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد تأکید می‌کند. رویکرد چهارم که در سال‌های اخیر توجه زیادی را به خود جلب کرده است چگونگی تأثیر سیستم‌های نوآوری منطقه‌ای و ملی بر فعالیت‌های نوآورانه در شرکت‌هاست. تمرکز اصلی این رویکرد بر روی سازمان در محیط، یادگیری تعاملی، خلق دانش، استفاده عملی از دانش و توزیع دانش است (جانسون، السن و لامپکین^۴، ۲۰۰۱، ص. ۲۰-۳۱).

۶.۲. نوآوری فردی

نوآوری فردی بر میزان خلاقیت و نوآوری خود فرد که در زمینه حل مشکلات سازمان به‌کار می‌گیرد، تأکید دارد و شاخص‌های کلیدی آن عبارت‌اند از: یافتن راه‌حل‌های بهتر برای انجام کار، استقبال از موارد غیرقابل پیش‌بینی و عدم قطعیت در کار، امتحان روش‌های نوآورانه در کار و تجربه‌کردن نوآوری‌هایی که آزمایش و تأیید نشده باشند (رجائی‌پور و

1. Robertson

2. Marquis

3. Ojasalo

4. Johnnesse & Olsen & Lumpkin

همکاران، ۱۳۹۱، ص. ۱۶۱-۱۸۹). نوآوری فردی، با تشخیص مسئله و ارائه ایده‌ها یا راه‌حل‌های جدید و قابل قبول آغاز می‌شود. در مرحله بعد فرد در سازمان به دنبال حامیانی است تا ایده خود را عملی سازد. بدین ترتیب یا آن ایده را به مرحله اجرا در آورده یا اینکه آن را با توجه به غیرممکن بودن رها می‌کند (اسکات و بروس^۱، ۱۹۹۴، ص. ۵۸۰-۶۰۷).

فعالیت‌های موفق نوآورانه در سازمان، نیازمند مشارکت کارکنان در تمام سطوح است. این سطوح، شامل سطح عالی مدیریت (راهبردی)، سطح میانی مدیریت (اجرایی) و سطح پایین مدیریت (عملیاتی) است. از آنجایی که خصوصیات سازمانی بر نوآوری فردی کارکنان تأثیرگذار است، هدف هر سازمانی برای کسب موفقیت، باید درگیر ساختن همه افراد در فرایندهای نوآورانه سازمان باشد (کانتر^۲، ۱۹۸۸، ص. ۱۶۹-۲۱۱).

۲.۷. عملکرد شغلی^۳

مدیریت بر مبنای ارزیابی یا مدیریت بر مبنای واقعیات، مفهوم جدیدی نیست. پس از جنگ جهانی دوم و قدرت گرفتن مدیران «ویز کیدز» در کمپانی خودروسازی فورد، شکلی از این مدیریت به وجود آمد که از داده‌های سازمان به صورت ابتکاری استفاده می‌کرد. با پیوستن یکی از مدیران ویز کیدز، به نام رابرت مک نامارا، به وزارت دفاع امریکا، این روش مدیریت در طول جنگ ویتنام در پنتاگون شناخته شد (بارلو^۴، ۱۹۸۹، ص. ۴۹۹-۵۱۷). با شروع مدیریت پساصنعتی توسط ادوارد دمینگ^۵ در دهه ۱۹۵۰ و کارهای وی با همکاری مدیران ژاپنی نظیر گنچی تاگوچی، تحولی در کیفیت، ابتکار، قدرت کارکنان، بازخور و مدیریت بر مبنای ارزیابی پدید آمد.

بارلو بر این باور است که ارزیابی هر فرایند کاری، چیزی بیش از بررسی امکان‌پذیری است و به عنوان ضرورت مطرح می‌شود. ارزیابی می‌بایست هم در مورد فرایندهای متداول

1. Scott & Bruce
2. Kanter
3. job Performance
4. Barlow
5. Edwards Deming

انجام پذیرد و هم در مورد عملکردهای فردی. وی این سؤال را مطرح می‌کند که «اگر مدیران ارزیابی نکنند، فکر می‌کنند در حال مدیریت چه چیزی هستند؟ بدون سیستم اندازه‌گیری مدیران تنها نقش سرپرست را دارند و مدیران فرایندهایند» (بارلوو، ۱۹۸۹، ص. ۴۹۹-۵۱۷). مدیریت عملکرد، فرایندی راهبردی و جامع است که موفقیت پایدار سازمان را از طریق بهبود عملکرد فراهم می‌نماید و این مفهوم که امروزه جایگزین ارزیابی عملکرد شده است ضمن داشتن بار مثبت نسبت به مفهوم ارزیابی که اغلب با واکنش منفی مدیران به ویژه در جامعه ما روبروست، نشان‌دهنده اهمیت پرداختن به عملکرد افراد و سازمان از سوی مدیریت به‌عنوان یک وظیفه اساسی است. دانش مدیریت، امروزه در جستجوی راه‌های کمک به تحقق چشم‌انداز، اهداف و راهبردها در سازمان است که ملاک عملکرد موفق محسوب می‌شوند. یکی از مهم‌ترین حلقه‌های زنجیره مدیریت در سازمان، سنجش و اندازه‌گیری عملکرد است که با مفهوم مدیریت عملکرد تعریف شده و نگاهی جامع به بحث عملکرد در سازمان دارد (آرمسترانگ^۱، ۲۰۰۳، ص. ۷۴-۸۲). از دیدگاه اجتماعی نیز سازمان‌ها به دنبال کارکنانی هستند که بتوانند در مشاغل خویش خوب عمل کنند. عملکرد خوب، بهره‌وری سازمانی را افزایش می‌دهد و این نیز اقتصاد ملی جامعه را ارتقاء می‌دهد (رایت^۲، ۲۰۰۴). امروزه اغلب محققان توافق دارند که عملکرد شغلی در سه بعد تعریف می‌شود: (۱) عملکرد کاری که به‌طور مستقیم و غیرمستقیم با فعالیت‌های فنی سازمان مرتبط است، (۲) عملکرد وابسته به بافت که در شکل‌گیری بافت سازمانی، اجتماعی و روان‌شناختی که عملکرد کاری در آن اتفاق می‌افتد مؤثر است، نظیر کمک به دیگران، داوطلب شدن برای اضافه‌کاری، اشتیاق و (۳) رفتارهای ضد تولیدی که شامل رفتارهایی از کارکنان است که به سازمان و اعضای آن آسیب می‌زند (نظیر: انجام عمدی کارها به‌کندی و غلط، دزدی، توهین به دیگران و نادیده گرفتن آن‌ها و کارشکنی). از سویی دیگر، عملکرد به‌عنوان رفتار

1. Armstrong
2. wright

فردی نیز تابع شخصیت و متغیرهای موقعیتی (نظیر: تقاضاهای کاری، سازمانی، اجتماعی، ... است (هرتز و دانوان^۱، ۲۰۰۰، ص. ۸۶۹-۸۷۹). فرس و فای^۲ (۲۰۰۱) معتقدند عملکرد شغلی یکی از متغیرهای است که در بسیاری از کشورهای توسعه یافته مورد توجه زیادی قرار گرفته است. روان‌شناسان عملکرد شغلی را محصول رفتارهای انسانی می‌دانند و معتقدند انگیزه‌ها و نیازها، در عملکرد افراد و در نهایت رشد و توسعه اقتصادی تأثیر دارند. به این ترتیب می‌توان عملکرد شغلی را در سطح فردی، گروهی یا سازمانی بررسی نمود که در تحقیق حاضر با توجه به این سطح تحلیل فردی، این متغیر نیز در سطح فردی بررسی و مورد مطالعه قرار می‌گیرد و ادراک کارکنان از عملکرد شغلی مورد نظر است. متغیرهایی که با عملکرد شغلی کارکنان رابطه دارند عبارت‌اند از:

۱. ابتکار شخصی^۳: فردی که در ابتکار شخصی در سطح بالایی قرار دارد، برتری را بر پایه پیشرفت شخصی و پایداری با وجود دشواری‌ها و ناکامی‌ها، تعریف می‌کند. افراد دارای ابتکار شخصی بالا تمایل به انجام وظایفی دارند که مهارت‌ها و توانایی‌های آنان را به چالش بکشد. این افراد در رقابت با خویشان و همواره به دنبال آن هستند که بهترین باشند (شکرکن و همکاران، ۱۳۸۷).

۲. جهت‌گیری مذهبی^۴: متغیر دیگری که عملکرد شغلی را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد، جهت‌گیری مذهبی است که شامل جهت‌گیری بیرونی و درونی است. افراد دارای جهت‌گیری درونی با درونی‌کردن ارزش‌های دینی، مذهب را به مثابه هدف در نظر می‌گیرند. در مقابل افراد دارای جهت‌گیری بیرونی به لحاظ نظری دارای باورهای دینی هستند که فقط اهدافی ابزاری دارند و دین را فقط وسیله‌ای برای نیل به اهداف دیگر در نظر می‌گیرند (آلپورت^۵، ۱۹۶۸).

1. Hurtz & Danovan
2. Frese & fay
3. Personal Initiative
4. Religious orientation
5. Allport

۳. سرمایه اجتماعی سازمانی^۱: متغیر دیگری که با عملکرد شغلی در ارتباط است سرمایه اجتماعی سازمانی است که از روابط اجتماعی درون سازمان ناشی می‌شود و حاصل جهت‌گیری اهداف جمعی و اعتماد مشترک بین اعضا است. سرمایه اجتماعی سازمانی نوع دارایی است که هم برای سازمان (مانند ایجاد ارزش برای سهام‌داران) و هم برای اعضا (مانند تقویت مهارت کارکنان) مفید است. سرمایه اجتماعی سازمانی یک ویژگی جمعی و محصول فرعی فعالیت‌های سازمانی است که یکی از آثار آن در سازمان‌ها افزایش بهره‌وری نیروی انسانی است. ناک و کیفر (۱۹۹۷) در پژوهشی نشان داده‌اند که افزایش سرمایه اجتماعی باعث افزایش عملکرد شغلی و رشد اقتصادی در سازمان‌ها می‌شود (لینا و وان بورن^۲، ۱۹۹۹، ص. ۵۳۸-۵۵۵).

۳. پیشینه پژوهش

بررسی ادبیات و پیشینه پژوهش بیانگر آن است که پژوهشی که به‌طور مستقیم به موضوع پژوهش حاضر پرداخته و مرتبط با آن باشد وجود ندارد. جدول ۱ نشان‌دهنده مجموعه‌ای از پژوهش‌های داخلی و خارجی است که در رابطه با برخی متغیرهای مورد بررسی در پژوهش حاضر انجام شده‌اند.

جدول ۱. جمع بندی و خلاصه پیشینه پژوهش

پژوهشگران	زمینه مطالعاتی	خلا پژوهشی مرتبط
مرادی، افشار ایمانی (۱۳۹۶)	هوش هیجانی، هوش معنوی و عملکرد	بررسی رابطه هوش معنوی، هوش هیجانی و عملکرد حساب‌رسان، روش تحقیق توصیفی پیمایشی. جامعه آماری، حساب‌رسان - شاغل در ۳۱ موسسه حسابرسی عضو جامعه انتخاب شد.

1. Organizational Social Capital
2. Leana & Van Buren

ادامه جدول ۱

پژوهشگران	زمینه مطالعاتی	خلا پژوهشی مرتبط
موسوی، احمدی (۱۳۹۳)	هوش، خلاقیت و معنویت	رابطه میان هوش معنوی و خلاقیت و نوآوری کارآفرینان موفق تأیید شد
علیپور، آذیر (۱۳۹۶)	هوش معنوی، هوش هیجانی، سبک‌های هویتی	رابطه هوش معنوی و هوش هیجانی با سبک‌های هویتی نوجوانان مدارس متوسطه ناحیه ۱ ارومیه
سیفی و تصدیقی (۱۳۹۴)	هوش هیجانی، هوش معنوی، خلاقیت، نوآوری و عملکرد کارآفرینان موفق	صرفاً توجه آن معطوف به عملکرد کارآفرینان موفق بوده و توجه به شاخص‌های اثر گذار بر عملکرد همه کارکنان را نادیده انگاشته است.
محرم‌زاده و حسین‌زاده (۱۳۹۳)	فرهنگ پشتیبان خلاقیت و نوآوری و تأثیر آن بر عملکرد کارکنان	صرفاً تأکید بر ساختار سازمانی دارد که محرک خلاقیت و نوآوری بوده و توجه به شایستگی نوآوری در سطح فردی را نادیده انگاشته است.
رستگار و جعفریان (۱۳۹۲)	هوش معنوی و رهبری معنوی با عملکرد کارکنان و اثر میانجی‌گری معنویت	صرفاً تأکید بر شایستگی‌های معنویت و هوش معنوی در سطح رهبری سازمان دارد و وجود هوش معنوی و معنویت را در سطح کارکنان سازمان نادیده می‌گیرد.
کریمی و همکاران (۱۳۹۰)	هوش معنوی، عملکرد و صلاحیت بالینی پرستاران	بررسی رابطه دو سویه هوش معنوی و عملکرد شغلی کارکنان مدنظر بوده است و نقش میانجی نوآوری در این پژوهش مورد بررسی قرار نگرفته است.
شیف و همکاران (۲۰۱۲)	هوش هیجانی و هوش معنوی در پرورش خلاقیت و نوآوری و عملکرد کارآفرینان موفق	صرفاً تأثیر متغیرها را بر روی کارآفرینان موفق مورد سنجش قرار می‌دهد و هیچ‌گونه بررسی در مورد عملکرد شغلی کارکنان نیز انجام نداده است.
صادیکوقلو و زهیر (۲۰۱۰)	بررسی تأثیر نوآوری بر عملکرد کارکنان	عدم توجه به نقش هوش هیجانی و هوش معنوی و تأثیر آن بر عملکرد شغلی کارکنان.
یانگ و همکاران (۲۰۰۷)	بررسی تأثیر هوش معنوی بر عملکرد و کیفیت کار پرستاران	صرفاً متوجه بررسی تأثیرگذاری هوش معنوی بر عملکرد کارکنان است و توجه به نقش نوآوری و هوش هیجانی در این پژوهش مدنظر نبوده است.
برندا (۲۰۰۵)	هوش معنوی، هوش هیجانی و نوآوری دانشجویان	هوش هیجانی بالاتر باعث افزایش نوآوری فردی شده و اثر مثبتی بر عملکرد دارد.

ادامه جدول ۱

پژوهشگران	زمینه مطالعاتی	خلا پژوهشی مرتبط
آمرام (۲۰۰۵)	بررسی رابطه هوش معنوی و عملکرد شغلی با نقش واسط رضایت شغلی و انگیزش شغلی	صرفاً به بررسی نقش واسط رضایت شغلی و انگیزش شغلی پرداخته است و بررسی نقش واسط نوآوری کارکنان مد نظر نبوده است.
مکشری (۲۰۰۵)	بررسی رابطه نوآوری فردی بر عملکرد	نوآوری فردی بر راهبردهای افزایش عملکرد اثرگذار است. محیط خلاق و نوآور با انعطاف‌پذیری سازمانی سبب گرایش کارکنان به نوآوری شده و نوآوری خود شامل یک فرایند حل مسئله است
لندرز، کسلر و کریستنسن (۲۰۰۳)	بررسی رابطه نوآوری در پست‌های مختلف سازمان و تأثیر آن بر بهبود عملکرد کارکنان	صرفاً نوآوری را با توجه به پست سازمانی مورد بررسی قرار می‌دهد و به نوآوری به‌عنوان یک شایستگی فردی اهمیتی نمی‌دهد، از سویی دیگر تأثیر متغیرهای هوش هیجانی و هوش معنوی نیز در این پژوهش مدنظر نبوده است.

۳.۱. تبیین مدل مفهومی پژوهش

دلایل متعددی وجود دارد که روابطی میان متغیرهای پژوهش وجود دارد که براساس آن مدل مفهومی پژوهش شکل می‌گیرد. برخی از شواهد علمی موجود در رابطه با متغیرهای مورد بررسی و روابط میان آن‌ها در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. روابط بین متغیرهای تحقیق

متغیرها	نوع اثرگذاری	منبع
هوش معنوی و عملکرد شغلی	هوش معنوی بر عملکرد شغلی کارکنان اثر مثبت و معنادار است.	موسوی و احمدی (۱۳۹۳)؛ مکشری و همکاران (۲۰۰۲)؛ ایمونز (۲۰۰۰)؛ شیاسی و همکاران (۱۳۹۴)؛ کینگ (۲۰۰۸)؛ آمرام (۲۰۰۵)؛ نرگیسیان (۱۳۸۶)؛ رگو و کانه‌ا (۲۰۰۸)

ادامه جدول ۲

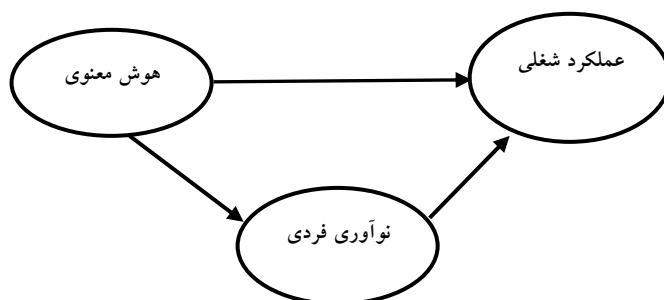
منبع	نوع اثرگذاری	متغیرها
رگو و کانه‌ها (۲۰۰۸)؛ الوانی (۱۳۸۶)؛ جانسون (۲۰۰۴)	هوش معنوی بر نوآوری فردی کارکنان اثر مثبت و معنادار دارد.	هوش معنوی و نوآوری فردی
کینگ (۲۰۰۸)؛ آمرام (۲۰۰۵)؛ یکتایی و همکاران (۱۳۹۴)؛ برندا ^۱ (۲۰۰۴)؛ بارت ^۲ و جوزف ^۳ (۲۰۰۵)	نوآوری فردی بر عملکرد شغلی کارکنان اثر مثبت و معنادار دارد.	نوآوری فردی و عملکرد شغلی
بارت و جوزف (۲۰۰۵)؛ شین و همکاران (۲۰۱۲)	نوآوری فردی، رابطه هوش معنوی و عملکرد شغلی را واسطه‌گری می‌کند.	نقش واسطه نوآوری فردی

با توجه به مسائل مورد توجه در تحقیق و موضوعاتی که در تشریح و بیان علت و ضرورت تحقیق مد نظر ارائه شد و ارتباط بین مفاهیم و متغیرها، مدل مفهومی زیر که برگرفته و تعدیل شده مدل مفهومی تحقیق شین و همکاران (۲۰۱۲) است، به دست آمده است و درصدد بررسی تأثیر هوش معنوی بر عملکرد شغلی کارکنان بانک مهر اقتصاد با توجه به نقش واسطه نوآوری فردی است. در این مدل هوش معنوی به عنوان متغیر مستقل، نوآوری به عنوان متغیر میانجی و عملکرد به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. قابل ذکر است که از این مدل بدین جهت استفاده شد که تجزیه و تحلیل و تفسیر متغیر هوش معنوی، کاربرد گسترده‌ای در محیط کاری بانک داشته و تجزیه و تحلیل متغیر نوآوری فردی نیز با توجه به پویا و متغیر بودن محیط کاری بانک نیز می‌تواند نتایج کاربردی مناسبی داشته باشد. تجزیه و تحلیل و تفسیر متغیر عملکرد شغلی کارکنان نیز از آنجایی که تأثیری مستقیم بر بهره‌وری سازمان داشته و هدف غائی و نهایی تمامی سازمان‌ها دستیابی به بهره‌وری است

1. Brenda
2. Bart
3. Joseph

از جذابیت مناسبی برای تحقیق برخوردار است. فرضیه‌های پژوهش نیز به شرح زیر مطرح شد:

- فرضیه ۱. هوش معنوی بر عملکرد شغلی کارکنان اثر مثبت و معنادار است.
- فرضیه ۲. هوش معنوی بر نوآوری فردی کارکنان اثر مثبت و معنادار دارد.
- فرضیه ۳. نوآوری فردی بر عملکرد شغلی کارکنان اثر مثبت و معناداری دارد.
- فرضیه ۴. نوآوری فردی، رابطه هوش معنوی و عملکرد شغلی را واسطه‌گری می‌کند.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

۴. روش تحقیق

از آنجا که در این پژوهش به بررسی و تجزیه و تحلیل تأثیر هوش معنوی بر عملکرد شغلی با نقش واسطه نوآوری فردی پرداخته می‌شود، این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی است و با توجه به این که در این پژوهش با استفاده از پرسش‌نامه، سعی می‌شود که میزان و نوع تأثیرگذاری بین متغیرها، برای پاسخ به مسئله‌ای علمی در دنیای واقعی مورد بررسی قرار گیرد، به لحاظ روش انجام کار از نوع پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش را کارکنان یکی از بانک‌های استان خراسان رضوی در ۳ رده سازمانی کارشناس، کاردان و متصدی امور بانکی تشکیل می‌دهند که براساس آمار موجود تعداد آن‌ها ۳۹۸ نفر است که ۹۶ نفر کارشناس، ۱۰۳ نفر کاردان و ۱۹۹ نفر متصدی امور بانکی‌اند.

از آنجا که این پژوهش براساس نوع هدف کاربردی بوده و معرف بودن گروه نمونه برای تعمیم پذیری به جامعه دارای اهمیت است، بنابراین از نمونه گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده می‌شود و سهم هریک از رده‌های سازمان در نمونه گیری مطابق با درصد سهم آن‌ها از کل جامعه بر مبنای نمودار سازمانی بانک مورد مطالعه و مبانی نمونه گیری تصادفی طبقه‌ای است. با توجه به احتمال اینکه در برگشت تعدادی از پرسش‌نامه‌ها ابهام وجود داشت، تعداد ۲۵۰ فقره پرسش‌نامه میان کارکنان سطوح مختلف بانک مورد بررسی توزیع گردید، که در نهایت ۱۸۲ پرسش‌نامه تکمیل شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

جدول ۳. سهم هر طبقه از جامعه در نمونه گیری

سهم کلی از نمونه	تعداد نمونه	سهم کلی از جامعه	تعداد	رده سازمانی
$16 < n < 47$	65 < n < 195	۲۴/۱۲	۹۶	کارشناس
$17 < n < 50$		۲۵/۸۸	۱۰۳	کاردان
$32 < n < 98$		۵۰/۰۰	۱۹۹	متصدی امور بانکی
$65 < n < 195$		۱	۳۹۸	مجموع

برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه استفاده شده است که با مراجعه حضوری به شعب بانک مذکور تکمیل شد و برای اطمینان از رعایت دقت پاسخ‌گو، قبل از دریافت جواب پرسش‌نامه، در مورد نحوه پاسخ‌گویی به سؤالات، با پاسخ‌گو مصاحبه مختصری انجام شد. جهت گردآوری اطلاعات در خصوص متغیر هوش معنوی، به‌عنوان متغیر مستقل در این پژوهش از پرسش‌نامه رئیسی و همکاران (۲۰۱۴) با چهار بعد تفکر کلی و بعد اعتقادی، توانایی مقابله و تعامل با مشکلات، پرداختن به سجایای اخلاقی و خودآگاهی و عشق و علاقه، برای گردآوری اطلاعات در خصوص متغیر نوآوری فردی کارکنان، از پرسش‌نامه نوآوری فردی هارت^۱ و همکاران (۱۹۷۷) و برای جمع‌آوری داده‌ها در خصوص متغیر

عملکرد شغلی، از پرسش نامه عملکرد شغلی پاترسون^۱ (۱۹۹۷) با سه بعد رفتار وظیفه‌ای، رفتاری شهروندی و رفتار ضد بهره‌وری استفاده شده است.

۴.۱. روایی و پایایی پرسش‌نامه

در این مطالعه دو نوع روایی بررسی شد، روایی محتوا و روایی سازه. روایی محتوا اطمینان می‌دهد که ابزار مورد نظر به تعداد کافی پرسش‌های مناسب و مرتبط با متغیرهای پژوهش را برای اندازه‌گیری مفهوم مورد سنجش در بردارد. روایی ظاهری یک شاخص حداقلی برای روایی محتوا است که در تحقیق حاضر براساس نظرات اساتید راهنما و مشاور و همچنین تعدادی از اساتید رشته مدیریت مورد بررسی قرار گرفت و جرح و تعدیلاتی در پرسش‌نامه‌ها صورت گرفت. به منظور تعیین روایی سازه، از تحلیل عاملی استفاده شده است که در جدول ۴ نتایج ارائه شده است. در انجام تحلیل عاملی، ابتدا باید اطمینان یافت که می‌توان از داده‌های موجود برای تحلیل استفاده نمود. به عبارت دیگر، آیا تعداد داده‌های مورد نظر برای تحلیل عاملی مناسب هستند یا خیر؟ بدین منظور از شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده می‌شود. قابلیت اعتماد یا پایایی یکی از ویژگی‌های فنی ابزار اندازه‌گیری داده‌ها است. فرایند اندازه‌گیری و ابزار مربوط به آن، زمانی پایاست که در صورت تکرار اندازه‌گیری همیشه همان نتایج و مقادیر به دست آید. در تحقیق حاضر آزمون پایایی توسط نرم‌افزار SPSS انجام شد و آلفای کرونباخ تمامی متغیرها بیش از ۰/۷ به دست آمد که نشان از پایایی خوب ابزار داشت.

1. Paterson

جدول ۴. نتایج مربوط به تحلیل عاملی تأییدی گویه‌های پرسش‌نامه

آزمون بارتلت	KMO	بار عاملی	گویه	ابعاد	متغیر	آزمون بارتلت ^۱	KMO	بار عاملی	گویه	ابعاد	متغیر		
۰/۰۰۰	۰/۷۵۷	۰/۰۸۳	AE1	پزداختن به سجایای اخلاقی	هوش معنوی	۰/۰۰۰	۰/۶۶۵	۰/۶۰۸	SM1	خود انگیزی	هوش هیجانی		
			AE2						۰/۳۷۷			SM2	
			AE3						۰/۵۵۵			SM3	
			AE4						۰/۳۹۹			SM4	
			AE5						۰/۵۸۵			SM5	
			AE6						۰/۷۵۲			SM6	
			AE7						۰/۷۵۰			SM7	
			AE8						۰/۷۶۵			SA1	خود آگاهی
			AE9						۰/۳۹۱			SA2	
۰/۰۰۰	۰/۸۲۳	۰/۴۹۴	SL1	خودآگاهی، عشق و علاقه	۰/۰۰۰	۰/۶۹۳	۰/۱۰۱	SA3					
			SL2					۰/۴۵۷	SA4				
			SL3					۰/۵۴۷	SA5				
			SL4					۰/۷۵۳	SA6				
			SL5					۰/۷۷۵	SA7				
			SL6					۰/۰۹۵	SA8				
			SL7					۰/۴۵۸	SC1	خود کنترلی			
۰/۰۰۰	۰/۹۱۵	۰/۷۲۵	TP1	رفتار و وظیفه ای	۰/۰۰۰	۰/۸۰۳	۰/۴۷۴	SC2					
			TP2					۰/۷۵۶	SC3				
			TP3					۰/۷۹۸	SC4				
			TP4					۰/۴۶۷	SC5				
			TP5					۰/۷۲۱	SC6				
			TP6					۰/۶۸۴	SC7				
			TP7					۰/۸۰۲	SCO1				
۰/۰۰۰	۰/۶۸۰	۰/۶۳۷	SCO1	خود کنترلی	۰/۰۰۰	۰/۶۸۰	۰/۶۳۷	SCO1	خود کنترلی	هوش هیجانی			

1. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy

ادامه جدول ۴

متغیر	ابعاد	گویه	بار عاملی	KMO	آزمون بارتلت ^۱	متغیر	ابعاد	گویه	بار عاملی	KMO	آزمون بارتلت ^۱	
رفتار شهروندی	ضد بزه	TP8	۰/۸۰۸	۰/۷۴۴	۰/۰۰۰	نوآوری فردی	I	SCO2	۰/۷۴۴	۰/۸۸۳	۰/۰۰۰	
		CB1	۰/۷۰۲					SCO3	۰/۵۲۶			
		CB2	۰/۵۹۲					SCO4	۰/۱۲۹			
		CB3	۰/۷۳۴					SCO5	۰/۵۸۴			
		CB4	۰/۸۰۳					SCO6	۰/۶۴۹			
		CB5	۰/۷۱۶					SS1	۰/۳۰۴			
	CB6	۰/۶۹۴	SS2	۰/۸۱۴								
	ضد بزه	CP1	۰/۸۶۷	۰/۵۰۰	۰/۰۰۰			SS3	۰/۸۴۵			
		CP2	۰/۸۶۷					SS4	۰/۶۹۲			
	نوآوری فردی	I	II1	۰/۶۸۳	۰/۸۱۰			۰/۰۰۰	SS5			۰/۱۶۷
			II2	۰/۵۷۳					GT1			۰/۴۳۵
			II3	۰/۷۳۸					GT2			۰/۶۳۶
			II4	۰/۶۸۸			GT3		۰/۴۱۶			
II5			۰/۵۴۲	GT4		۰/۶۳۶						
II6			۰/۶۶۲	GT5		۰/۷۷۸						
II7			۰/۷۲۸	GT6		۰/۷۶۳						
II8			۰/۷۷۴	GT7		۰/۶۷۹						
II9			۰/۷۴۹	GT8		۰/۷۴۷						
II10			۰/۱۳۹	GT9		۰/۷۴۹						
II11			۰/۱۷۶	GT10		۰/۷۳۵						
II12			۰/۵۲۹	GT11		۰/۷۰۴						
II13		۰/۶۳۳	GT12	۰/۶۳۹								
					۰/۰۰۰	۰/۹۱۶	۰/۴۷۲	AC1	۰/۴۷۲	۰/۹۱۶		

1. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy

ادامه جدول ۴

آزمون بارتلت	KMO	بار عاملی	گویه	ابعاد	متغیر	آزمون بارتلت ^۱	KMO	بار عاملی	گویه	ابعاد	متغیر
								۰/۷۰۳	AC2		
								۰/۵۶۴	AC3		
								۰/۷۳۳	AC4		
								۰/۷۹۵	AC5		
								۰/۶۷۰	AC6		
								۰/۷۶۵	AC7		
								۰/۶۸۰	AC8		
								۰/۷۹۱	AC9		
								۰/۷۴۳	AC10		
								۰/۷۳۱	AC11		
								۰/۶۶۲	AC12		
								۰/۶۳۰	AC13		
								۰/۵۲۱	AC14		

۴.۲. اطلاعات جمعیت‌شناختی

نتایج حاصل از بررسی اطلاعات جمعیت‌شناختی پژوهش می‌دهد که ۱/۶ درصد از پاسخ‌دهندگان زن و ۹۸/۴ درصد از پاسخ‌دهندگان مرد هستند. بازه سنی پاسخ‌دهندگان نشان می‌دهد که ۳۴/۶ درصد از پاسخ‌دهندگان کمتر از ۳۰ سال سن دارند، ۴۵/۶ درصد از پاسخ‌دهندگان بین ۳۰ تا ۴۰ سال سن دارند، ۱۷/۶ درصد از پاسخ‌دهندگان بین ۴۱ تا ۵۰ سال سن دارند و ۲/۲ درصد از پاسخ‌دهندگان بالاتر از ۵۱ سال سن دارند. اطلاعات جمعیت‌شناختی نشان می‌دهد که ۴/۹۵ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک تحصیلی فوق

1. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy

دیپلم، ۸۷/۹۱ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک لیسانس و ۷/۱۴ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک فوق لیسانس و بالاتر می‌باشند. همچنین ۲۴/۱۸ درصد از پاسخ‌دهندگان در رده سازمانی کارشناس، ۲۳/۶۲ درصد از پاسخ‌دهندگان در رده سازمان کاردان و ۵۲/۲۰ درصد از پاسخ‌دهندگان در رده سازمانی متصدی امور بانکی قرار دارند.

۳.۴. همبستگی بین متغیرهای پژوهش

همبستگی بین متغیرهای پژوهش، نیز مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به نرمال بودن داده‌ها که در جدول ۵ مشاهده می‌گردد. ضریب همبستگی پیرسون بین همه متغیرهای پژوهش، در جدول ۶ ارائه شده است. ضمن اینکه، میانگین و انحراف معیار متغیرها نیز در این جدول قابل مشاهده است.

جدول ۵. نتایج آزمون نرمال بودن داده‌ها براساس آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

نام متغیر	سطح معنی داری
هوش هیجانی	۰/۳۲۸
هوش معنوی	۰/۱۱۴
عملکرد شغلی	۰/۳۰۰
نوآوری فردی	۰/۳۶۵

جدول ۶. میانگین، انحراف معیار و همبستگی متغیرها

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	۱	۲	۳	۴
هوش هیجانی	۳/۰۱	۰/۵۹	۱	-	-	-
هوش معنوی	۳/۸۳	۰/۳۳	۰/۴۰۹**	۱	-	-
عملکرد شغلی	۴/۲	۰/۴۸	۰/۰۰۱	۰/۳۳۰**	۱	-
نوآوری فردی	۳/۸۴	۰/۵۵	۰/۱۲۵**	۰/۳۱۱**	۰/۴۳۷**	۱

در جدول ۶ ضرایبی که بالای آن‌ها علامت * * وجود دارد در سطح اطمینان ۹۹ درصد و ضرایبی که علامت * وجود دارد در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار هستند. ضرایبی هم که بالای آن‌ها علامتی وجود ندارد غیرمعنادار هستند که البته تمام ضرایب در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار بودند. ضرایب این جدول نشان از آن دارد که بزرگ‌ترین ضریب همبستگی مربوط به رابطه بین نوآوری فردی و عملکرد شغلی و به میزان $0/437$ است. کوچک‌ترین ضریب نیز مربوط به رابطه بین عملکرد شغلی و هوش هیجانی است که میزان آن $0/001$ است که غیرمعنادار است. میانگین پاسخ‌ها تقریباً برای تمام متغیرها بالاتر از حد متوسط پرسش‌نامه (عدد ۳) است و بزرگ‌ترین مقدار نیز به عملکرد شغلی تعلق دارد.

۵. یافته‌ها و بحث

بررسی میزان اثر هوش معنوی بر عملکرد شغلی کارکنان بانک نشان می‌دهد که میزان این اثر برابر با $0/34$ است. با توجه به مقدار شاخص جزئی که برابر با $0/002$ است و از سطح معناداری $0/05$ کمتر است و همچنین عدد معناداری که برابر با $3/074$ شده و خارج از بازه $\pm 1/96$ است می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای $0/05$ معنادار است؛ یعنی هوش معنوی بر عملکرد شغلی کارکنان بانک به‌طور مثبت اثر می‌گذارد و این فرضیه تأیید می‌شود. به عبارت دیگر هر چقدر هوش معنوی کارکنان بیشتر شود عملکرد شغلی آنان نیز بهبود می‌یابد.

بر اساس اطلاعات حاصل از تحلیل مشخص می‌گردد که ضریب اثر نوآوری فردی بر عملکرد شغلی کارکنان بانک برابر با $0/38$ برآورد می‌شود. با توجه به مقدار شاخص جزئی که برابر $0/000$ شده است و از سطح معناداری $0/05$ کمتر است و همچنین عدد معناداری که برابر با $3/871$ شده و خارج از بازه $\pm 1/96$ است می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر نیز در سطح خطای $0/05$ معنادار است یعنی نوآوری فردی بر عملکرد شغلی کارکنان

بانک مذکور اثر مثبت و معنادار دارد؛ به عبارت دیگر بهبود نوآوری فردی می‌تواند منجر به بهبود عملکرد شغلی کارکنان بانک مهر اقتصاد گردد.

نتایج بررسی نشان می‌دهد که ضریب اثر هوش معنوی بر نوآوری فردی کارکنان بانک مورد بررسی برابر با $0/48$ برآورد می‌شود. با توجه به مقدار شاخص جزئی که برابر $0/000$ شده است و از سطح معناداری $0/05$ کم‌تر است و همچنین عدد معناداری که برابر با $4/187$ شده و خارج از بازه $\pm 1/96$ است می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر نیز در سطح خطای $0/05$ معنادار است یعنی حمایت هوش معنوی بر نوآوری فردی کارکنان بانک اثر مثبت و معنادار دارد. به عبارت دیگر هرچه هوش معنوی افزایش پیدا کند نوآوری فردی آنان نیز افزایش پیدا می‌کند.

۵. ۱. آزمون فرضیه میانجی‌گری

فرضیه ۴ این پژوهش به نقش میانجی نوآوری فردی مربوط می‌شود که در ادامه، این فرضیه مورد بررسی قرار گرفته است. در آزمون‌های آماری متغیرهای میانجی باید به دو سؤال پاسخ داده شود (عزیزی، ۱۳۹۲): الف. آیا متغیر M (متغیر میانجی) نقش میانجی دارد؟ یا به عبارت دیگر آیا اثر غیرمستقیم X (متغیر مستقل) از طریق M بر Y (متغیر وابسته) معنادار است؟ ب. اثر غیرمستقیم X از طریق M بر Y چقدر است؟

برای پاسخ به سؤال اول چارچوب‌های مختلفی مانند جود و کنی (۱۹۸۱)، بارون و کنی (۱۹۸۶) و آزمون تأییدی میانجی‌گری کامل جیمز و همکاران (۲۰۰۶) وجود دارد که در این پژوهش از رویه بارون و کنی (۱۹۸۶) استفاده می‌شود. که در آن برقراری شروط زیر ضروری است. شرط اول این است که متغیر مستقل با متغیر وابسته رابطه معنادار داشته باشد. شرط دوم این است که معناداری رابطه بین متغیرهای مستقل و واسطه تأیید شود. شرط سوم نیز تأیید معناداری رابطه بین متغیر واسطه و وابسته است. شرط چهارم این است که وقتی متغیر میانجی گر وارد معادلات رگرسیونی می‌شود، رابطه بین متغیر مستقل و وابسته غیرمعنادار شود که در این حالت متغیر مورد نظر، میانجی‌گر کامل است و یا اینکه این رابطه

در حضور متغیر میانجی گر کاهش یابد (حداقل ۰/۱۰) ولی همچنان معنادار باقی بماند، که در این حالت نقش متغیر میانجی گر، جزئی خواهد بود. لازم به ذکر است که؛ جهت پاسخ به سؤال دوم یعنی اثر غیرمستقیم متغیر مستقل بر متغیر وابسته از طریق متغیر میانجی از روش زیر استفاده می شود (عزیزی، ۱۳۹۱)

روش سوبل: در این روش مقدار اثر غیرمستقیم با فرمول زیر محاسبه می شود که در این فرمول a اثر متغیر مستقل بر متغیر میانجی و b اثر متغیر میانجی بر وابسته است.

$$B_{\text{indirect}} = a \times b$$

این فرضیه به بررسی نقش میانجی گری نوآوری فردی بین متغیر مستقل (هوش معنوی) و وابسته (عملکرد شغلی) تحقیق پرداخته است. برای بررسی اثر غیرمستقیم متغیر مستقل بر متغیر وابسته، از آزمون بارون و کنی استفاده شد. همان گونه که در جدول ۵ نشان داده شده است اثر هوش معنوی بر عملکرد، هوش معنوی بر نوآوری فردی و نوآوری فردی بر عملکرد شغلی (سه شرط اولیه) معنادار شده است. در گام چهارم یعنی ورود متغیر میانجی، نتایج مبین این است که در حضور متغیر نوآوری فردی، بتای استاندارد برای رابطه بین هوش معنوی و عملکرد از ۰/۳۳۰ به ۰/۲۱۵ کاهش یافته، ولی همچنان معنادار باقی مانده است. بنابراین، نقش متغیر نوآوری فردی، میانجی گری جزئی است و فرضیه هفتم پژوهش نیز تأیید می گیرد.

جدول ۷. نتایج آزمون اثر متغیر میانجی نوآوری فردی در رابطه بین هوش معنوی و عملکرد شغلی

گام	متغیر مستقل	متغیر وابسته	β	R	R ²	Sig
۱	هوش معنوی	عملکرد شغلی ←	۰/۳۳۰	۰/۳۳۰	۰/۱۰۹	۰/۰۰۰
۲	هوش معنوی	نوآوری فردی ←	۰/۳۱۱	۰/۳۱۱	۰/۰۹۷	۰/۰۰۰
۳	نوآوری فردی	عملکرد شغلی ←	۰/۴۳۷	۰/۴۳۷	۰/۱۹۱	۰/۰۰۰
۴	هوش معنوی	عملکرد شغلی	۰/۲۱۵	۰/۴۳۸	۰/۲۳۳	۰/۰۰۲
	نوآوری فردی		۰/۳۷۱			۰/۰۰۰

برای محاسبه میزان اثر غیرمستقیم هوش معنوی بر عملکرد شغلی، همان گونه که در جدول ۵ ملاحظه می‌گردد، مقدار ضریب مسیر برای رابطه بین دو متغیر هوش معنوی و نوآوری فردی برابر ۰/۳۱۱ و برای رابطه بین دو متغیر نوآوری فردی و عملکرد شغلی برابر ۰/۴۳۷ محاسبه شد. بنابراین، آن گونه که در زیر محاسبه شده است، میزان اثر غیرمستقیم هوش معنوی بر عملکرد شغلی برابر است با ۰/۱۳۵ است.

$$B_{\text{indirect}} = a \times b \quad 0/311 * 0/437 = 0/135$$

خلاصه نتایج مربوط به بررسی فرضیه‌ها در جدول ۸ می‌آید.

جدول ۸. خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌ها

ردیف	فرضیه	ضریب مسیر	T- value	نتیجه آزمون
۱	هوش معنوی ← عملکرد شغلی	۰/۳۴	۰/۰۰۲	تأیید
۲	نوآوری فردی ← عملکرد شغلی	۰/۳۸	۰/۰۰۰	تأیید
۳	هوش معنوی ← نوآوری فردی	۰/۴۸	۰/۰۰۰	تأیید
۴	هوش معنوی ← نوآوری فردی ← عملکرد شغلی	۰/۱۳۵	۰/۰۰۰	تأیید

۶. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این بخش مروری اجمالی بر فرضیه‌های پژوهش خواهیم داشت و نتایج حاصل از پژوهش تحلیل و بررسی خواهند شد.

فرضیه ۱: هدف از این فرضیه، بررسی تأثیر هوش معنوی بر عملکرد شغلی کارکنان بوده است که بعد از آزمون فرضیه مزبور مشخص گردید که این ارتباط معنی‌دار بوده است و فرضیه مزبور تأیید می‌گردد. این نتیجه با نتایج پژوهش رستگار و جعفریان (۱۳۹۲)، کریمی و همکاران (۱۳۹۰)، یانگ و همکاران (۲۰۰۷) و آمرام (۲۰۰۷) هم‌خوانی دارد. در این پژوهش‌ها این نکته به اثبات می‌رسد که هوش معنوی به نحو مطلوبی بر عملکرد کارکنان در محیط کار اثرگذار است.

فرضیه ۲: هدف از این فرضیه، بررسی تأثیر نوآوری فردی بر عملکرد شغلی کارکنان بوده است که بعد از آزمون فرضیه مزبور مشخص شد که این ارتباط نیز معنی‌دار بوده است و فرضیه مزبور تأیید می‌گردد. این نتیجه با نتایج پژوهش محرم‌زاده و حسین‌زاده (۱۳۹۳)، صادیکوقلو و زهیر (۲۰۱۰) و لندرز، کسلر و کریستنسن^۱ (۲۰۰۳) هم‌خوان است. در این پژوهش‌ها این نکته به اثبات می‌رسد که نوآوری فردی کارکنان بر عملکرد شغلی ایشان تأثیرگذار است. این نتیجه با نتایج پژوهش برندا (۲۰۰۴) نیز هم‌خوانی دارد به شکلی که وی بیان می‌کند، آزادی عمل در ارائه راهکاری بدیع و کاربردی کردن آن و همچنین مشارکت در تصمیم‌گیری سبب افزایش انگیزه کارکنان شده و تلاش بیشتر آن‌ها را سبب خواهد شد و نتیجه این امر افزایش عملکرد کاری افراد خواهد بود. بارت و ژوزف (۲۰۰۵) نیز به نتایجی مشابه دست یافته‌اند، به نحوی که بیان می‌کنند محیط خلاق و نوآور با انعطاف‌پذیری سازمانی سبب گرایش کارکنان به نوآوری شده و نوآوری خود شامل یک فرایند حل مسئله است و همین فرایند مکرراً کارمند را وادار به ارائه راهکار در جهت بهبود شیوه‌های انجام کار می‌کند و این گرایش مکمل یادگیری است و نتیجه آن عملکرد مطلوب فرد در سازمان است. جهت ایجاد محیطی حامی نوآوری جهت ایجاد چرخه یادگیری در راستای بهبود عملکرد کارکنان وظایف مدیریت از چند زاویه قابل تأمل و بررسی است.

فرضیه ۳: هدف از این فرضیه، بررسی تأثیر هوش معنوی بر نوآوری فردی کارکنان بوده است که بعد از آزمون فرضیه مزبور مشخص گردید که این ارتباط معنی‌دار بوده است و فرضیه سوم نیز تأیید می‌گردد. این نتیجه با نتایج پژوهش موسوی و احمدی (۱۳۹۳) و مک‌هاوک (۲۰۰۲) و مک‌شری و همکاران (۲۰۰۲) همراه است. در این پژوهش‌ها نیز این نکته به اثبات رسید که معنویت و هوش معنوی بر نوآوری افراد تأثیرگذار است. از طرفی جورج (۲۰۰۶) نیز بیان می‌کند که هوش معنوی، با گسترش آگاهی‌های فردی و افزایش سطح هوشیاری فرد، طیف وسیعی از مهارت‌ها و توانایی‌ها را در بر می‌گیرد که برای ایجاد و

1. Leanders; Kessler, and Christensen

تقویت نوآوری در کارکنان مهم به شمار می‌روند از قبیل تشخیص مسئله، تعیین ماهیت مسئله، ایجاد راهبرد برای حل مسئله، به کارگیری منابع ذهنی مناسب برای حل مسئله، نظارت بر اجرای راه‌حل و ارزیابی اثربخشی راه‌حل. هوش معنوی با ایفای نقش هماهنگ‌کننده در تحلیل اطلاعات و با دارا بودن ویژگی‌های فوق‌زمینه‌های تقویت نوآوری در کارکنان را دارد.

فرضیه ۴: هدف از این فرضیه بررسی تأثیر هوش معنوی بر عملکرد شغلی کارکنان بانک به واسطه نقش نوآوری فردی بوده است که بعد از آزمون فرضیه مزبور مشخص گردید که این رابطه معنادار بوده است و فرضیه مزبور تأیید می‌گردد. این نتیجه با نتایج پژوهش سیفی و تصدیقی (۱۳۹۴) و شیف و همکاران (۲۰۱۲) تطابق دارد. هوش معنوی در محیط کار اشاره به گردهم‌آوردن ذهن و روح و روان انسان دارد. میتروف و دنتون در پشتیبانی از این استدلال بیان می‌دارند که هوش معنوی به‌عنوان خواسته‌های اساسی برای پیدا کردن معنا و مفهوم و هدف زندگی است به طوری که وقتی کار حرفه‌ای می‌شود شخص معنا و هویت بیشتری خواهد داشت. برای کارکنان هوش معنوی یک دعوت به اشتیاق و متمرکز بر موضوعات معنوی جهت پیش‌بینی عملکرد، انطباق و توانایی تولید محصولات و خدمات با ارزش است (ایمونز، ۲۰۰۰).

با توجه به تأیید فرضیه اول تحقیق مبنی بر تأثیر مثبت هوش معنوی بر عملکرد شغلی کارکنان بانک پیشنهاد می‌شود مدیران بانک در صدد این باشند که با افزایش تجربه‌های معنوی و تقویت اعتقادات مذهبی و معنوی افراد و تقویت حس هدفمندی و معنادار بودن نقش افراد در زندگی کاری، تعهد کارکنان را افزایش داده، دید مادی ایشان در کار را به دید معنوی تبدیل نموده و ایشان را نه تنها مسئولیت‌پذیر بلکه مسئولیت‌طلب کنند. در مراحل استخدام کارکنان نیز بایستی به شاخص‌های معنوی ایشان توجه بیشتری داشته و تمرکز بیشتری بر روی آن انجام شود.

براساس نتایج فرضیه دوم تحقیق، می‌توان گفت با توجه به تأثیر مثبت نوآوری فردی کارکنان بر عملکرد شغلی کارکنان، تقویت ریسک‌پذیری و افزایش تحمل ابهام در کارکنان می‌تواند به آن‌ها در بهبود عملکردشان کمک کرده و با تفویض اختیار به آن‌ها قدرت مشارکت آن‌ها در فرایندهای تصمیم‌گیری را افزایش دهد. متناسب و مرتبط کردن نظام پاداش با فعالیت‌های نوآورانه و حمایت و تسهیل تغییرپذیری و تطبیق‌پذیری کارکنان، قدرت نوآوری آن‌ها را تقویت می‌کند.

با توجه به نتایج به دست آمده و تأیید فرضیه‌های تحقیق در این بانک، می‌توان اقدامات مؤثر دیگری نظیر مرتبط کردن بازرسی‌های متعدد سازمان با توجه به شیوه‌های انجام کار در دستورالعمل‌های سازمانی را مورد توجه قرار داد.

کتابنامه

۱. رجائی‌پور، س.، و همکاران. (۱۳۹۱). نقش سرمایه اجتماعی در گرایش به نوآوری کارکنان در شرکت سهامی بیمه معلم. *فرایند مدیریت و توسعه*، ۲۶(۱)، ۱۶۱-۱۸۹.
۲. رستگار، ع.، و جعفریان، ی. (۱۳۹۲). رابطه هوش معنوی و رهبری معنوی با عملکرد کارکنان مدارس شهر اهواز و اثر میانجی‌گری معنویت در محیط کار. مقاله ارائه شده در کنفرانس بین‌المللی مدیریت، چالش‌ها و راهکارها، دانشگاه شیراز، شیراز.
۳. روغنی، ع.، ابزری، م.، و سلطانی، ا. (۱۳۹۱). شناسایی شاخص‌های کلیدی سنجش عملکرد افراد جهت پرداخت پاداش. *مجله فرایند مدیریت و توسعه*، ۲۵(۳)، ۳-۲۳.
۴. ساغروانی، س. (۱۳۸۹). بهره‌های هوش معنوی برای فرد و سازمان. *تدبیر*، ۲۱(۲۱۵)، ۳۵-۴۰.
۵. سیفی، ج.، و تصدیقی، ش. (۱۳۹۴). بررسی رابطه هوش هیجانی و هوش معنوی و تأثیر آن بر خلاقیت و نوآوری و عملکرد کارآفرینان موفق کسب و کارهای کوچک و متوسط شهرک صنعتی بابل استان مازندران. مقاله ارائه شده در کنفرانس بین‌المللی مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه پیام‌نور ساری، ساری.

۶. شکر کن، ح، ارشادی، ن، شاهینی ییلاق، م و حقیقی، ج. (۱۳۸۷). طراحی و آزمون الگوی ارزشیابی‌ها و پیامدهای مهم انگیزش شغلی در کارکنان شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب منطقه اهواز. *مجله علوم تربیتی و روان‌شناسی اهواز*، ۱۵(۱)، ۱-۳۲.
۷. علیپور، ا، و آذیر، م. (۱۳۹۶). رابطه هوش معنوی و هوش هیجانی با سبک‌های هویتی نوجوانان مدارس متوسطه ناحیه ۱ ارومیه. مقاله ارائه شده در دومین کنفرانس ملی روان‌شناسی و مشاوره، دانشگاه هشت بهشت اصفهان، اصفهان.
۸. غباری بنات، ب. (۱۳۸۶). هوش معنوی. *اندیشه نوین دینی*، ۳(۱۰)، ۱۲۵-۱۴۹.
۹. کریمی مونتقی، ح، گازرانی، ا، واقعی، س، و غلامی، ح. (۱۳۹۰). بررسی رابطه هوش معنوی و صلاحیت بالینی پرستاران بیمارستان‌های آموزشی مشهد. *مجله دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی و درمانی سبزوار*، ۱۸(۲)، ۱۳۲-۱۳۹.
۱۰. گلمن، د. (۱۳۸۳). *هوش هیجانی (ترجمه نسرين. پارسا)*. تهران: انتشارات رشد.
۱۱. محرم‌زاده، م، و حسین‌زاده، ف. (۱۳۹۳). رابطه بین فرهنگ پشتیبان، محرک خلاقیت، نوآوری و عملکرد کارکنان اداره کل ورزش و جوانان. *مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش*، ۱(۱)، ۹۵-۱۰۰.
۱۲. مرادی، م، و افشار ایمانی، ی. (۱۳۹۶). رابطه بین هوش هیجانی، هوش معنوی و عملکرد حسابرس. *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی (پژوهش‌نامه حسابداری مالی و حسابرسی)*، ۳۵(۳)، ۶۴-۴۱.
۱۳. موسوی، س.ع، و احمدی، س. (۱۳۹۳). بررسی رابطه میان هوش معنوی و خلاقیت و نوآوری کارآفرینان موفق. مقاله ارائه شده در اولین همایش ملی الکترونیکی دستاوردهای نوین در علوم مدیریت و حسابداری. دانشگاه خلیج فارس، بوشهر.
۱۴. الونی، س.م. (۱۳۸۶). *مدیریت عمومی*. تهران: نی.
۱۵. یکتایی، م، علی‌پور، م، خسروی، ع، و بذرافشان، ح. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر هوش معنوی بر عملکرد شغلی. *مدیریت فرهنگ سازمانی*، ۱۳(۴)، ۱۲۶۷-۱۲۸۷.

16. Al-Hawari, M., Ward, T., & Newby, L. (2009). The relationship between service quality and retention within the automated and traditional contexts of retail banking. *Journal of Service Management*, 20(4), 455-472.
17. Allport, G. (1968). *The person in psychology*. Boston, M.A: Beacon Press.
18. Amram, Y. (2005). Intelligence beyond IQ: The contribution of emotional and spiritual intelligences to effective business leadership. *Institute of transpersonal psychology*, 35-39.
19. Armstrong, A., & Foley, P. (2003). Foundation learning organization: organization learning mechanism. *The Learning Organization*, 10(2), 74-82.
20. Barlow, G (1989). Deficiencies and the perpetuation of power latten functions in performance appraisal. *Journal of Management Studies*, 26(5), 499-517.
21. Barrett, H., Balloun, J. L., & Weinstein, A. (2005). The impact of creativity on performance in non-profits. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 10(4), 213-223.
22. Brenda, J. (2003). The shape of research in the field of higher education and graduate employment: some issues. *Studies in Higher Education*, 28(4), 413-426.
23. Chin, S. T. S., Raman, K., Yeow, J. A., & Eze, U. C. (2012). Relationship between emotional intelligence and spiritual intelligence in nurturing creativity and innovation among successful entrepreneurs: A conceptual framework. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 4(57), 261-267.
24. Emmons, R. A. (2000a). Is spirituality an intelligence? Motivation, cognition, and the psychology of ultimate concern. *The International Journal for the psychology of Religion*, 10(1), 3-26.
25. Emmons, R. A. (2000b). Spirituality and intelligence: problems and prospects. *The International Journal for the Psychology of Religion*, 10(1), 57-64.
26. Frese, M., & Fay, D. (2001). Personal initiative: an active performance concept for work in the 21st century. *Research in Organizational Behavior*, 23(1), 133-187.
27. Gardner, H. (1999). *Multiple Intelligence reframed intelligences for the new millennium*, New York: Basic Books.
28. Gardner, H. (2000). A case against spiritual intelligence. *International Journal for the psychology of Religion*, 10 (1), 27 -34.
29. George, M. (2006). How intelligent are you... really? From IQ to EQ to SQ, with a little intuition along the way. *Training & Management Development Methods*, 20(4), 425-436.
30. Goyal, A., & Akhilesh, K. B. (2007). Interplay among innovativeness, cognitive intelligence, emotional intelligence and social capital of work teams. *Team Performance Management*. 13(7/8), 206-226.

31. Hurt, H. T., Joseph, K., & Cook, C. D. (1977). Scales for the measurement of innovativeness. *Human Communication Research*, 4(1), 58-65.
32. Hurtz, G. M., & Donovan, J. J. (2000). Personality and job performance: The Big Five revisited. *Journal of applied psychology*, 85(6), 869-879.
33. Johnnessen, J. A., Olsen, B., & Lumpkin, G. T. (2001). Innovation newness: what is new, how new, and new to whom? *European Journal of Innovation Management*. 4(1), 20-31.
34. Johnston, B. (2003). The shape of research in the field of higher education and graduate employment: Some issues. *Studies in Higher Education*, 28(4), 413-426.
35. Kanter, R. M. (1988). When a thousand flowers bloom: Structural, collective, and social conditions for innovation in organizations. In B. M. Staw, & L. L. Cummings (Eds.), *Research in organizational behavior* (Vol. 10, pp. 169-211). Greenwich, CT: JAI Press.
36. King, D. B. (2007). *The spiritual intelligence project*. Ontario, Canada, Trent University.
37. King, D. B. (2008). *Rethinking claims of spiritual intelligence: A definition, model, & measure* (Unpublished master's thesis), Peterborough, Ontario, Canada, Trent University.
38. Leana, C. R., & Van Buren, H. J. (1999). Organizational social capital and employment practices. *Academy of Management Review*, 24(3), 538-555.
39. Leanders, F., Kessler, E. H., & Christensen, E.W. (2003). Centralization in levels for organization, *Journal of Research on Computing in Education*, 33(3), 263-279.
40. Mayer, J. D. (2000). Spiritual intelligences or spiritual consciousness? *The International Journal for the Psychology of Religion*. 10(1), 47-56.
41. Mc Sherry, W.; Draper, p. & Kendrick, D. (2002). The construct validity of a rating scale designed to assess spirituality and spiritual care. *International Journal of Nursing Studies*, 39(7), 723-734.
42. Muchinsky, P. (2000). *Psychology to work: an introduction to industrial and organizational psychology*. Belmont, California, Wadsworth Publishing Company.
43. Myers, S. and Marquis, D.G. (1969) Successful Industrial Innovations: A Study of Factors Underlying Innovation in Selected Firms. National Science Foundation. Available at: [https:// www. scirp. org/\(S \(351 jmbntvnsjt 1aad kposzje\) \) /](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/)
44. Nasel, D. D. (2004). *Spiritual orientation in relation to spiritual intelligence: A new consideration of traditional Christianity and new age/individualistic spirituality* (Doctoral Dissertation) , Australia, University of South Australia.

45. Noble, K. D. (2000). Spiritual intelligence: A new frame of mind. *Advanced Development Journal*, 9 (1), 1-28.
46. Ojasalo, J. (2008). Management of innovation networks: A case study of different approaches. *European Journal of Innovation Management*, 11(1), 51-86.
47. Patterson, M., West, M. A., Lawthom, R., & Nickell, S. (1997). *The impact of people management practices on business performance*. Institute of Personnel and Development, London.
48. Raisi, M., Ahmari Tehran, H., Heidari, S., & Mehran, N. (2014). Demographic survey of the spiritual intelligence Qom University of Medical Sciences. *Health Spiritual Medical Ethics*, 1(1), 23-29.
49. Rego, A. and Cunha, M. (2008). Workplace spirituality and organizational commitment: an empirical study. *Journal of Organizational Change Management*, 21(1), 53-75.
50. Robertson, T. S. (1971). *Innovative behavior and communication*. New York: Holt, Rhineart & Winston.
51. Sadikoglu, E., & Zehir, C. (2010). Investigating the effects of innovation and employee performance on the relationship between total quality management practices and firm performance: An empirical study of Turkish firms. *International journal of production economics*, 127(1), 13-26.
52. Scott, S.G., & Bruce, R.A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of Management Journal*, 37(3), 580-607.
53. Shif, HA.; Susanto, E. (2010). Conflict management styles, emotional intelligence and job performance in public organizations. *International Journal of Conflict Management*, 21(2), 147-68.
54. Sternberg, R. (1997). The concept of intelligence and its role in lifelong learning and success. *American Psychologist*, 52(10), 1030-1037.
55. Vaughan, F (2002). What is spiritual intelligence? *Journal of Humanistic Psychology*, 42(2), 16-33.
56. Wigglesworth, C. (2004). *Spiritual Intelligence & Why it matters*. *Conscious pursuits*, Paper presented at the 2010 meeting of the Academy of Management, Montreal, Canada.
57. Wright, B. E. (2004). The role of work context in work motivation: A public sector application of goal and social cognitive theories. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 14(1), 59-78.
58. Yang, K. P., & Mao, X. Y. (2007). A study of nurses' spiritual intelligence: A cross-sectional questionnaire survey. *International journal of nursing studies*, 44(6), 999-1010.

59. Zohar, D. and Marshal, L. (2002). Cultivating spiritual intelligence to heal diseases of meaning: Conference reported by Davidson. *Contemporary nurse*, 12(2), 103-105.
60. Zohar, D. and Marshall, I. N. (2000). *SQ: Spiritual intelligence: the ultimate intelligence*. London: Bloomsbury.