

رابطه هوش اخلاقی و هوش معنوی با تعهد سازمانی: نقش متغیر میانجی جامعه پذیری سازمانی

دکتر آزاده عسکری*

گروه روانشناسی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید بهشتی

(تاریخ دریافت: ۹۶/۶/۵، تاریخ پذیرش: ۹۶/۸/۲)

چکیده

زمینه: از جمله موضوعاتی که امروزه به طور وسیعی، در پاسخ به محیط های متلاطم و پیچیده در سازمان ها به آن توجه می شود معنویت و اخلاق است. پژوهش حاضر، با هدف بررسی رابطه هوش اخلاقی و هوش معنوی با تعهد سازمانی کارکنان جدید الاستخدام با نقش میانجی گری جامعه پذیری سازمانی انجام شده است.

روش: روش تحقیق توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان بدو استخدام یکی از شرکت های وابسته به وزارت نفت است. ۲۴۸ نفر به عنوان نمونه آماری با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. برای گردآوری داده های پژوهش از پرسشنامه های هوش اخلاقی، هوش معنوی، جامعه پذیری سازمانی و تعهد سازمانی استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها در سطح استنباطی از ضریب همبستگی پیرسون و برای تعیین توان اثر متغیرهای هوش اخلاقی و معنوی و جامعه پذیری بر تعهد سازمانی از مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار AMOS استفاده شد.

یافته ها: رابطه مستقیم بین هوش اخلاقی و هوش معنوی با تعهد سازمانی به ترتیب ۰/۱۴ و ۰/۱۶ و معنی دار نمی باشد. رابطه غیرمستقیم هوش اخلاقی و هوش معنوی با جامعه پذیری و تعهد سازمانی به ترتیب ۰/۴۲ و ۰/۳۷ و معنی دار می باشد و متغیر جامعه پذیری میانجی کامل رابطه می باشد. **نتیجه گیری:** توجه به جامعه پذیری سازمانی می تواند به عنوان یکی از راهبردهای اساسی افزایش تعهد سازمانی و هم چنین کمک به تاثیر گذاری بیشتر هوش اخلاقی و هوش معنوی کارکنان در بروندادهای سازمانی مورد توجه قرار گیرد.

کلید واژگان: تعهد سازمانی، جامعه پذیری، هوش اخلاقی، هوش معنوی

سر آغاز

تعهد سازمانی در کنار شایستگی یا قابلیت فردی، به عنوان یکی از مهم ترین فاکتورها در موفقیت سازمانی نقش ایفا می کند. بدون شک تعهد سازمانی متأثر از متغیرهای مختلفی است. پژوهش های متعددی به بررسی نقش متغیرهای فردی هم چون ویژگی های شخصیتی و یا هوش هیجانی و ... بر تعهد سازمانی پرداخته اند، اما از مهم ترین ابعاد هوش که در حوزه ی پژوهش جدید بوده است و در ایران نیز به تازگی مورد توجه قرار گرفته است، هوش اخلاقی^۳ و هوش معنوی^۴ است. یکی از مهم ترین تعاریف هوش اخلاقی را ظرفیت و توانایی درک درست از خلاف، داشتن اعتقادات اخلاقی قوی، عمل به آنها و رفتار در جهت صحیح و درست می داند(۳). هوش اخلاقی ویژگیهای اساسی یاری دهنده تبدیل شدن انسان به یک انسان خوب و شایسته است. برای برخی افراد اصول اخلاقی مهم و محوری است. در حالیکه برای برخی دیگر ارزش های اخلاقی در تصمیم گیری های

امروزه مدیران سازمانها دریافته اند که پرورش نیروی کارآمد و توسعه منابع انسانی^۱ راهی است میانبر که می تواند سازمانها را در جهت تحقق هر چه بهتر اهداف یاری کند. در این برهه از زمان مزیتی که سازمان ها برای پیشی گرفتن از یکدیگر دارند، تنها در به کار گیری فناوری جدید نیست بلکه در بالا بردن اعتماد به نفس و میزان تعهد و وابستگی کارکنان به اهداف سازمانی نهفته است (۱). تعهد سازمانی^۲ یکی از مسائل مهم انگیزشی است که بر اساس آن فرد به شدت هویت خود را در سازمان شکل می دهد، در سازمان مشارکت دارد و با آن در می آمیزد و از عضویت در آن لذت می برد. تعهد سازمانی یعنی درجه همانند سازی روان شناختی و یا چسبیدگی به سازمانی که در آن کار انجام میگردد. تعهد سازمانی دارای اجزاء زیر است: قبول ارزش ها و اهداف سازمان، تمایل به تلاش برای سازمان و دارا بودن میل قوی برای پیوسته ماندن به سازمان(۲).



چنانچه توانایی برای سود جستن از منابع معنوی به عنوان یک هوش قلمداد گردد، پس این توانایی بایستی در حل مسائل و رسیدن افراد به اهداف کمک نماید و منجر به سازگاری بهتر آنان گردد. وجود هوش معنوی سازمان را مسئولیت پذیرتر و رفتار شهروندی سازمانی را افزایش می دهد (۱۵). هم چنین بین معنویت با رضایت و هدفمندی زندگی، سلامت و بهزیستی رابطه مثبت وجود دارد (۱۶). هم چنین از آنجایی که مؤلفه دیگر هوش معنوی تقدس بخشیدن به امور روزانه است، یعنی تمام اموری که فرد انجام می دهد علاوه بر یک هدف اختصاصی یک هدف کلی و مقدس هم دارد. هنگامی که یک عمل با یک هدف مقدس صورت می پذیرد کیفیت متفاوتی می یابد. بنابراین تواناییهای معنوی می تواند اثرات مثبت و محصولات سودمندی برای فرد به ارمغان آورد، بخصوص هنگامی که این نتایج بر اساس محیط اجتماعی و فرهنگی افراد مورد ارزشیابی قرار گیرد (۱۷).

اگرچه که به نظر می رسد رابطه بین هوش معنوی و هوش اخلاقی و تعهد سازمانی به قدری حائز اهمیت است که باید مورد بررسی قرار گیرد اما نکته ای که در اینجا می تواند قابل تامل باشد این است که متغیرهای هوش اخلاقی و معنوی مؤلفه های نگرشی است و متغیرهای ارزشی و اخلاقی، نگرش افراد را نسبت به پدیده های مختلف تحت تاثیر قرار می دهند و سپس نگرش مذکور منجر به جهت دهی به رفتارهای افراد می شود. به بیان دیگر می توان گفت که وجود هوش اخلاقی و معنوی می تواند به خودی خود سطح تعهد و وفاداری را در افراد افزایش دهد اما اینکه این متغیرها در بخش رفتاری برای نمونه در محیط های شغلی و سازمانی هم می توانند تاثیرگذار باشد یا خیر، شاید می تواند نقش عوامل دیگر که مرتبط با فرایندهای داخلی سازمان ها می شود- هم چون ارزش ها و فرهنگ سازمان- را به ذهن متبادر سازد.

در این خصوص مهمترین دوره ای که فرد در آن با ارزشهای مورد قبول سازمان خویش آشنا می شود، دوره اولیه ورود فرد به سازمان را در واقع همان دوره آموزش بدو استخدام یا جامعه پذیری فرد است. در فرآیند جامعه پذیری، فرد دانش و اطلاعات و مهارت های لازم را برای ایفای نقش های سازمانی بدست می آورد، ارزشها^۱، توانایی ها، رفتارها و دانش اجتماعی مناسب سازمانی را یاد میگیرد و در واقع فرایند سازگاری دوجانبه بین سازمان و کارکنان جدید اتفاق می افتد (۱۸-۲۱).

کارکنان جدید، ارزشها و منشهای بیرون سازمان را با خودشان به داخل سازمان می آورند و در مقابل، سازمانها تلاش می کنند آنها را با ارزشها و منشهای درونی آشنا و سازگار نمایند. پژوهش های انجام گرفته در حوزه تعهد سازمانی بخصوص در ارتباط با کارکنان تازه وارد، تاثیر آموزش های اولیه را بسیار ضروری دانسته اند. در پژوهشی که بر روی کارکنان جدید یک سازمان خدماتی انجام گرفته نشان داده شده است که روش های جامعه پذیری سازمانی^۲، سازمان ها را قادر می سازد که کارکنان جدید را فعالانه درگیر کار کنند و این روش ها رابطه ی مثبتی با تعهد سازمانی و رابطه ی منفی با ترک شغل داشته اند (۲۲). در پژوهشی که اثر جامعه پذیری اعضای جدید بر تعهد سازمانی، رضایت

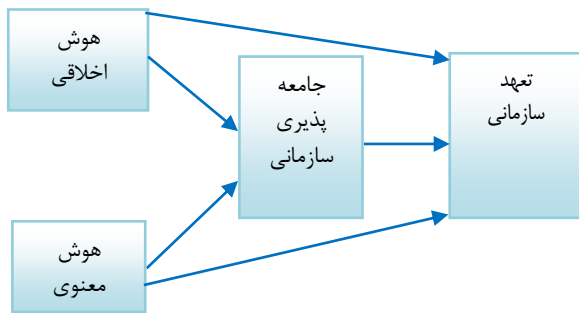
مرتبط با موفقیت های زندگی و کاری فاکتوری کلیدی محسوب نمی شود (۴). اخلاق شامل فضیلتهایی است که افراد را برای زندگی صلح آمیز تشویق می کند (۵). همه اعمال انسانی من جمله جنایات و انحرافات رفتاری ماحصل ادراک فرد از انتخاب های اعمال است و فاکتوری بنیادین که بر چگونگی ادراک افراد از اعمالشان تاثیر می گذارد، اخلاق است (۶).

بنابراین سازمانها در دنیای پویا و پر از تعارض امروزی برای اینکه بتوانند بقای خودشان را تحکیم بخشند، باید مدیران و کارکنان خود را ملزم به رعایت اصول اخلاقی و فراگیری هوش اخلاقی نمایند؛ چرا که رعایت آن ها باعث دلگرمی کارکنان و به تبع آن افزایش کیفیت خدمات و در نهایت جلب رضایت ارباب رجوع و تثبیت سازمان ها خواهد شد (۷). امروزه اخلاقیات و مدیریت تنوع از عوامل اصلی عملکرد موفقیت آمیز در یک محیط رقابتی است. عدم توجه به اخلاق در مدیریت سازمانها می تواند معضلات، چالشها و مشکلات بزرگی برای آنها بوجود آورد (۸).

در عصر حاضر دغدغه و نگرانی مدیران امروزی بروز مشکلات و مسائل پیچیده ای است که از طریق رعایت نشدن اصول اخلاقی توسط زیردستان ایجاد می شود. در این راستا موثر ترین پدیده ای که می تواند یاور مدیران و راهگشای مسائل و مشکلات باشد هوش اخلاقی است (۹). شواهد بسیاری وجود دارد مبنی بر این که هوش اخلاقی نقش بزرگی در موفقیت سازمانها ایفا می کند. هنگامی که رهبر پیوسته صادق باشد و همراه با اصول و ارزشهای اخلاقی عمل کند، تعهد خود را به سازمان ابراز می دارد و بدین طریق عملکرد بالایی را در سرتاسر فعالیت های سازمانی همچون فروش، سود، نگهداری افراد، شهرت و رضایت مشتری ایجاد می کند. به عبارت دیگر اخلاقیات^۳ خوب، موجبات ارتقای تجارت را به همراه دارد (۱۰).

از آنجایی که بسیاری از رفتارها و اقدامات افراد از ارزشهای اخلاقی آنان سرچشمه می گیرد، بنابراین، عدم توجه به اخلاق در سازمان ها و ضعف در رعایت اصول اخلاقی می تواند مشکلات زیادی ایجاد کرده و مشروعیت و اقدامات سازمان را از زیر سوال ببرد (۱۱).

یکی دیگر از متغیرهای مهم و نسبتاً جدید در پژوهش های روانشناسی، هوش معنوی است. از زمانی که سازمان بهداشت جهانی بعد معنویت را به عنوان بعد چهارم سلامت انسانی مطرح نمود یعنی از سال ۲۰۰۰ تاکنون، ۱۷ سال می گذرد، اما هم چنان این متغیر نیاز به توجه و دقت بیشتری در پژوهش ها دارد. معنویت به منزله چتری است که مفاهیم گوناگونی مانند سلامت معنوی، ایمان، باورها و سازگاری معنوی^۴ را پوشش می دهد (۱۲). هوش معنوی شامل حس معنا و داشتن ماموریت در زندگی، حس تقدس در زندگی، درک متعادل از ارزش ماده و اعتقاد به بهتر شدن دنیا می باشد و در واقع با زندگی درونی ذهن و نفس و ارتباط آن با جهان رابطه دارد و ظرفیت فهم عمیق سوالات وجودی و بینش نسبت به سطوح چندگانه هوشیاری را شامل می شود (۱۳). خردمندی، تمامیت، دلسوزی، کل نگر، داشتن ذهن باز و انعطاف پذیری از جمله ویژگی های مرتبط با هوش معنوی می باشد (۱۴).



نگاره ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش

پژوهش حاضر از نوع پژوهش های توصیفی - همبستگی می باشد. جامعه آماری ۱۱۰۰ نفر از افراد جدید الاستخدام شاغل در یکی از شرکت های تابعه وزارت نفت بودند که دوره یکساله کارآموزی بدو استخدام خود را طی می کردند. نمونه گیری به صورت تصادفی ساده انجام گرفت و تعداد ۲۴۸ نفر به عنوان نمونه مورد بررسی قرار گرفتند. برای تعیین حجم نمونه مورد نظر با توجه به حجم جامعه آماری از فرمول کوکران استفاده شده است. کلیه افراد نمونه مرد و دارای مدرک کارشناسی بوده اند. ابزار اصلی گردآوری داده ها پرسشنامه بود. برای اندازه گیری جامعه پذیری سازمانی از پرسشنامه جامعه پذیری موسسه ای کارکنان که دارای ۳۰ گویه است، استفاده شد (۳۲). این پرسشنامه تاکتیک های مختلف جامعه پذیری را در دو دسته نهادی و فردی شامل می شود. روش های نهادی شامل روش های جمعی، رسمی، ثابت، متوالی، پیوسته و تایید است. با به کارگیری این روش ها با شروع به کار در سازمان، اطلاعاتی که عدم اطمینان و اضطراب را کاهش می دهد، به تازه وارد داده می شود. روش های فردی، غیر رسمی، متغیر، تصادفی، گسسته و تخریب روش های فردی جامعه پذیری هستند که تازه وارد ها را به سوال در مورد موقعیت کنونی و توسعه ی روش های انجام نقش خود تشویق می کند. مقیاس اندازه گیری در این پرسش نامه از نوع طیف لیکرتی ۵ درجه ای بوده که از بسیار موافقم تا بسیار مخالفم نمره دهی می شود. اعتبار و پایایی ابزار مورد تایید قرار گرفته است (۳۳). پایایی این ابزار در این پژوهش بر اساس آلفای کرونباخ ۰/۸۸ محاسبه شد. برای اندازه گیری هوش اخلاقی از پرسشنامه استاندارد هوش اخلاقی استفاده شد که شامل ۴۰ عبارت بر روی طیف لیکرتی ۶ گزینه ای از «هرگز» تا «همیشه» بوده که ۱۰ شایستگی را مورد سنجش قرار می دهد (۳۴). عمل کردن مبتنی بر اصول، ارزش ها و باورها، راستگویی استقامت و پافشاری برای حق، وفای به عهد، مسئولیت پذیری برای تصمیمات شخصی، اقرار به اشتباهات و شکست ها، قبول مسئولیت برای خدمت به دیگران، فعالانه علاقه مند بودن به دیگران (اهمیت دادن خود جوش به دیگران)، توانایی در بخشش اشتباهات خود، توانایی در بخشش اشتباهات دیگران. پایایی آن توسط آلفای کرونباخ در پژوهش حاضر ۰/۹۲ بوده است. برای اندازه گیری هوش معنوی از پرسشنامه استاندارد هوش معنوی جامع دارای ۸۳ سوال

شغلی و گرایش به ترک شغل در صنعت هتلداری در ۶۱ هتل بین المللی انجام شد، نتایج نشان داد که جامعه پذیری سازمانی، تعهد سازمانی و رضایت شغلی را افزایش می دهد و ترک شغل را در میان کارکنان هتل کاهش می دهد (۲۳). پژوهش دیگری که با هدف بررسی روش های جامعه پذیری و سازگاری مهندسان جوان با سازمان انجام شده است، جامعه پذیری ۱۳۵ مهندس جدید که از روش های جامعه پذیری سازمانی مورد استفاده در پژوهش حاضر برای آنها استفاده شده است، نشان می دهد که روشهای جامعه پذیری به میزان زیادی وضوح نقش تازه کار، انسجام گروه کاری و سلطه شغلی را تحت تاثیر قرار می دهد و این ستاده های اولیه به نوبه خود به افزایش رضایت و تعهد سازمانی منجر می شود (۲۴).

پژوهش هایی که در خصوص هوش اخلاقی و هوش معنوی انجام شده است، از زوایای مختلفی این متغیرها را مورد بررسی قرار داده اند. نتایج پژوهش ها نشان می دهند که جو اخلاقی سازمان به طور مستقیم باعث افزایش تعهد سازمانی میگردد (۷). هم چنین سازمان های موفق دارای فرهنگی همسو با ارزش های اخلاقی هستند (۲۵). در پژوهشی که به بررسی ۴۷۴ کارمند از ۳۰ سازمان در ایالات متحده عربی پرداخته بود نشان داده شد که میان اخلاق کار و تعهد سازمانی همبستگی مستقیم و معنادار وجود دارد (۲۶). در ارتباط با هوش معنوی هم پژوهشگران نشان داده اند که معنویت رابطه ی مثبت و معنی داری با رشد اخلاقی و هدفمندی^{۱۰} در زندگی دارد (۲۷). هم چنین بین سالم زیستی معنوی و سالم زیستی روانشناختی رابطه ی معنی داری وجود دارد (۲۸). در همین راستا پژوهش ها بیان می دارند که رشد اخلاقی^{۱۱} صحیح نیازمند اطلاعات معنوی است (۲۹). هم چنین افرادی که زندگی معنوی سالم تری دارند، سازگاری بهتری با موقعیت های زندگی نشان می دهند (۳۰). در پژوهشی که تاثیر هوش معنوی بر عملکرد مالی مدیران مورد بررسی قرار داده شده بود، نشان داده شد که تاثیراتی که هوش معنوی بر عملکرد مالی مدیران دارد از تاثیر مربوط به هوش هیجانی بیشتر است (۳۱).

هر چند در حوزه ی مربوط به متغیرهای اصلی پژوهش همچون هوش های چندگانه^{۱۲} به ویژه هوش اخلاقی و معنوی، تعهد سازمانی و جامعه پذیری تحقیقات متعددی به چشم می خورد اما پژوهش هایی که اثر همزمان این متغیرها را مورد سنجش قرار دهند به چشم نمی خورد. مبتنی بر این شکاف پژوهشی و هم چنین با توجه به نیاز روز افزون سازمان ها به داشتن کارکنانی متعهد و ارزشی، پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه هوش اخلاقی و هوش معنوی با تعهد سازمانی کارکنان جدید الاستخدام^{۱۳} از طریق متغیر میانجی جامعه پذیری سازمانی انجام پذیرفت.

پذیری سازمانی بر تعهد سازمانی از مدل یابی معادلات ساختاری بر اساس نرم افزار آماری AMOS استفاده گردید.

یافته ها

در جدول ۱ همبستگی متغیرهای پژوهش با یکدیگر مورد مطالعه قرار گرفته است. با توجه به جدول ۱، بین هوش اخلاقی و معنوی و جامعه پذیری سازمانی و تعهد سازمانی رابطه مثبت و معنی دار در سطح ۰/۰۱ وجود دارد. آزمون الگوی نظری پژوهش و برازش آن با داده های گرد آوری شده با استفاده از نرم افزار AMOS انجام شده است. جدول ۲ نتایج الگوسازی معادله ساختاری برای الگوی مفهومی و نظری پژوهش را مشخص می کند.

جدول ۱: همبستگی بین متغیرهای پژوهش

متغیر	۱	۲	۳	۴
هوش اخلاقی	-			
هوش معنوی	۰/۷۱**			
جامعه پذیری	۰/۶۶**	۰/۵۹**		
تعهد سازمانی	۰/۳۱**	۰/۲۴**	۰/۶۷**	-

*p<0.05, ** p<0.01

استفاده شده است (۳۵) و نتایج اعتبار و پایایی آن مطلوب گزارش شده است (۳۳). ضریب آلفای کرونباخ سنجیده شده در این پژوهش ۰/۹۴ محاسبه شد. برای سنجش متغیر تعهد سازمانی از مقیاس استاندارد تعهد سازمانی استفاده شد (۲۲). شرکت کنندگان میزان موافقت خود را با هر یک از ماده های پرسشنامه بر روی یک طیف لیکرتی ۵ درجه ای از بسیار مخالفم تا بسیار موافقم، مشخص می کنند. پایایی این ابزار در این پژوهش توسط آلفای کرونباخ ۰/۸۲ محاسبه شد. روش اجرا بدین صورت بوده است که از آنجایی که دوره یکساله کارآموزی بدو استخدام در شرکت مورد نظر به دو بخش ۶ ماهه تقسیم می شد بخش اول دوره جامعه پذیری در مرکز آموزش و بخش دوم آن در محل واقعی کار بوده است. لذا این امکان برای محقق فراهم شد که پرسشنامه ها در دو نوبت توزیع گردد. متغیرهای هوش اخلاقی و معنوی و جامعه پذیری در دوره اول و متغیر برون داد یعنی تعهد سازمانی در پایان دوره دوم مورد ارزیابی قرار گرفتند تا زمینه لازم برای بررسی متغیرها فراهم گردد.

تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار آماری SPSS16 و AMOS انجام پذیرفت. در سطح توصیفی از آماره هایی نظیر میانگین، انحراف استاندارد، کمترین و بیشترین مقدار و در سطح استنباطی از آزمون ضریب همبستگی پیرسون بهره گرفته شد. هم چنین برای تعیین میزان قدرت و تاثیر هوش اخلاقی و معنوی و جامعه

جدول ۲: نتایج الگوسازی معادله ساختاری برای الگوی مفهومی پژوهش

اثر متغیر m	رابطه مستقیم میان a و b	رابطه غیر مستقیم a به m به b	رابطه مستقیم میان m و b	رابطه مستقیم میان m و a	روابط میان متغیرهای پژوهش		
					متغیر وابسته (b)	متغیر واسط (m)	متغیر مستقل (a)
میانجی کامل	۰/۱۶	۰/۴۲**	۰/۶۷**	۰/۶۲**	تعهد سازمانی	جامعه پذیری	هوش اخلاقی
میانجی کامل	۰/۱۴	۰/۳۷**	۰/۶۷**	۰/۵۵**	تعهد سازمانی	جامعه پذیری	هوش معنوی

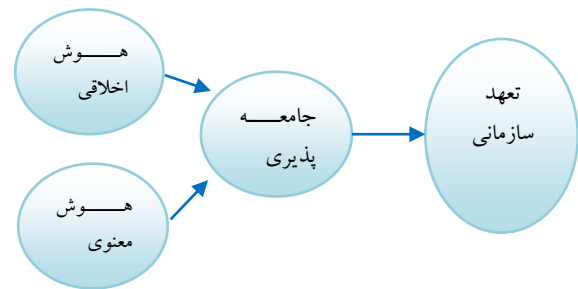
*p<0.05, ** p<0.01

که از طریق هوش اخلاقی و معنوی بر تعهد سازمانی می گذارد، نقش میانجی کامل را بازی می کند. برای بررسی اثر غیر مستقیم در مدل از آزمون سو بل استفاده شده است. این آزمون نسبت بحرانی را برای این رابطه غیر مستقیم محاسبه نموده و معنی داری آن را بررسی می کند. در هر دو مورد آزمون سو بل معنی دار (p<0.01) بوده است. مدل نهایی پژوهش بر این اساس به شکل زیر خواهد بود.

نتایج جدول در مورد هوش اخلاقی نشان میدهد که ضریب ارتباط غیر مستقیم بر تعهد سازمانی (r=0.42, p<0.01) مثبت و معنادار بوده است. در مورد هوش معنوی نیز مشاهده می شود که ضریب ارتباط غیر مستقیم بر تعهد سازمانی (r=0.37, p<0.01) مثبت و معنادار بوده است (p<0.05). در صورتی که روابط مستقیم میان هوش معنوی و اخلاقی با تعهد سازمانی معنی دار نمی باشد. بر این اساس می توان گفت که هوش اخلاقی و معنوی باعث افزایش ظرفیت و کیفیت جامعه پذیری در افراد می شود و همچنین جامعه پذیری در ارتباط با تأییری

با توجه به جدول ۳، مقدار کای اسکور معنی دار نیست. شاخص کای اسکور نسبی برابر با ۱.۸۳۱ می باشد که از ۳ کوچکتر است و مقدار مناسبی است. شاخص RMSEA که بهترین و دقیق ترین شاخص برازش مدل می باشد کمتر از ۰.۱ و برابر با ۰.۰۵۲ و در سطح مطلوبی می باشد. شاخص های برازش تطبیقی نیز همگی بزرگ تر از ۰.۹ می باشند.

این نتیجه حاصل می شود که مدل میانجی برازش مناسبی با داده ها دارد و متغیر جامعه پذیری سازمانی می تواند رابطه بین متغیر پیشاینده و پساینده پژوهش را تقویت نماید.



نگاره ۲: مدل نهایی پژوهش

جدول ۳: شاخص های برازش مدل اندازه گیری

شاخص اصلی نیکویی برازش	شاخص های تطبیقی نیکویی برازش				شاخص های مطلق نیکویی برازش			
	RMSEA	CFI	TLI	IFI	NFI	CMIN/DF	P	DF
۰/۰۵	۰/۸۹	۰/۹۰	۰/۹۴	۰/۹۰	۱/۸۳	۰	۱۶۰	۲۹۳/۰۲

بحث

مؤثرتری را طی می کنند چراکه بر مبنای تعهدات اخلاقی و نیاز درونی به انجام وظایف خویش اقدام می کنند و تلاش خواهند داشت تا نیازهایی را که از آنها انتظار می رود را به بهترین وجه که در توانشان باشد انجام دهند. همچنین خود کنترلی که یکی از مصادیق مهم هوش اخلاقی است باعث می شود کنترل و تنظیم تفکرات و اعمال فرد به نحوی باشد که فرد بتواند بر هر فشار از درون و بیرون ایستادگی کند و در راه تعیین شده عمل نماید (۱۰). با توجه به اینکه افراد در دوره بدو استخدام، از خانواده خود دور هستند و با فشارهای محیط جدید روبرو هستند، این خود کنترلی ناشی از هوش اخلاقی در طی موفقیت آمیز این دوره و جامعه پذیری آنها و در نهایت متعهد بودن به اهداف سازمان مؤثر خواهد بود. این یافته ها با یافته های پژوهش های دیگر همسو است (۷، ۲۳، ۲۵).

از طرف دیگر نتایج پژوهش حاضر نشان می دهد که هوش معنوی با میانجی گری جامعه پذیری سازمانی می تواند منجر به تعهد سازمانی شود. هوش معنوی شامل ظرفیت برای تعالی، توانایی تجربه حالت های آگاهی عمیق، توانایی تقدس بخشیدن به امور روزانه، توانایی برای سود بردن از منابع معنوی برای حل مسائل و ظرفیت پرهیزکاری است (۱۳). مؤلفه تقدس بخشیدن به امور روزانه به عنوان یکی از مهم ترین مولفه های هوش معنوی، بدین معناست که تمام اموری که فرد انجام می دهد علاوه بر یک هدف اختصاصی یک هدف کلی و مقدس هم دارد. هنگامی که یک عمل با یک هدف مقدس صورت می پذیرد کیفیت متفاوتی می یابد. لذا فردی که در امور روزانه خود نشانه هایی از معنویت و تقدس را در می یابد، رفتارهای ضد هنجار و نامناسب از خود بروز نخواهد داد و برآورده کردن التزامات شغلی و متعهد بودن به اهداف سازمانی و ایفای بهینه نقشی که سازمان بر عهده وی گذارده است را جزء تکالیف خود می داند. حال با توجه به اینکه در جامعه ایران معمولاً

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه هوش اخلاقی و هوش معنوی با تعهد سازمانی کارکنان جدید الاستخدام با توجه به نقش میانجی جامعه پذیری سازمانی بود. نتایج نشان داد که جامعه پذیری سازمانی میانجی بین هوش اخلاقی و معنوی و تعهد سازمانی است. در رابطه با یافته ها می توان گفت تعهد سازمانی از جمله سازه هایی است که بر رفتار کارکنان در سازمان اثرگذار است و خود عنوان یک متغیر نگرشی بر بسیاری از پیامدهای سازمانی^{۱۴} تاثیر می گذارد (۳۶). مولفه هایی هم چون توجه به اهداف و ارزش های سازمان، احساس تعلق و وفاداری به سازمان، همانند سازی^{۱۵} و هویت یابی با سازمان و تمایل به ماندن در سازمان هسته اصلی تعهد سازمانی است (۳۷). لذا پژوهش حاضر در راستای شناسایی عوامل مهمی که می توانند در بهبود وضعیت تعهد سازمانی تاثیرگذار باشند، نقطه ی عطفی محسوب می شود. یکی از یافته های مهم پژوهش رابطه بین هوش اخلاقی و تعهد سازمانی با توجه به نقش متغیر میانجی جامعه پذیری سازمانی است. هوش اخلاقی ظرفیت و توانایی درک درست از خلاف، داشتن اعتقادات اخلاقی قوی و عمل به آنها و رفتار درجهت صحیح و درست است و افرادی که هوش اخلاقی بالاتری دارند در تشخیص احساسات و علایق که بر مبنای پرورش آگاهی، افزایش حساسیت نسبت به احساسات دیگران و هم دردی با دیدگاه اشخاص دیگر شکل می گیرد، بهتر عمل می کنند (۳) در دنیای امروزی، افراد دارای هوش اخلاقی بالا می توانند در سازمان ها، اعتماد و تعهد ایجاد کنند که این تعهد مبنایی برای تجارت گسترده و درست است (۳۸). نتایج پژوهش جاری با حمایت از این یافته ها نشان می دهد که افرادی که از ابتدای ورودشان به سازمان، دارای هوش اخلاقی بالایی باشند، در برودادهای مطلوب مورد نظر سازمان نیز سطوح بالاتری داشته و همچنین دوره جامعه پذیری



اهداف سازمان را تحقق بخشند. در ضمن برای کارکنان با سابقه ی بیشتر هم می توان برنامه های آموزش هوش اخلاقی و معنوی برگزار نمود تا بتوان سازمان و جامعه ای تکامل یافته تر خلق نمود.

نتیجه گیری

مسائل و معضلات سازمان های امروز در کشورهای پیشرفته و به تبع آن در کشورهای در حال توسعه، ناشی از عدم رعایت ارزش ها و اخلاقیات، کم رنگ شدن مسئولیت پذیری و کاهش تعهد مسئولانه است و راه حل برون رفت از آن توجه به ویژگی های فردی کارکنان همچون هوش اخلاقی و معنوی در زمان استخدام یا بدو ورود افراد است. سازمان های امروز باید علاوه بر توجه به دانش، مهارت، توانایی ها و شایستگی های افراد، ویژگی های ارزشی، اخلاقی و معنوی آن ها را نیز مدنظر قرار دهند. همزمان با تخصصی شدن کارها، نگرانی درباره ی تعهد داشتن کارکنان به انجام موثر فعالیت ها بیشتر احساس می شود. داشتن کارکنانی متخصص که تعهد بالایی به سازمان ندارند و انجام امور را فقط برای نفع شخصی خود انجام می دهند، سازمان ها را به موفقیت نزدیک نمی کند. ارزش افزوده هر سازمان منابع انسانی متخصص و در عین حال متعهد است. برای دستیابی به این چنین منابعی، توجه به ارزش ها، اخلاقیات و نگرش های معنوی افراد اهمیت ویژه ای دارد. این ویژگی ها در چارچوب هوش معنوی و اخلاقی در سازمان ها مطرح شده است. هوش اخلاقی و هوش معنوی در تمام زمینه هایی که در منافع سازمان ها و در نهایت منافع جامعه تاثیرگذار است، باید مورد توجه قرار گیرد زیرا مسئولیت های اخلاقی و ارزشی که هر فرد بر دوش خود احساس می کند، مهم تر از هر عامل مادی دیگر، سبب ساز موفقیت است. لذا یافته های پژوهش حاضر در جهت توجه بیشتر سازمان ها به هوش اخلاقی و معنوی می تواند مفید واقع گردد.

ملاحظه های اخلاقی

موضوعات اخلاقی همچون رضایت آگاهانه، محرمانگی اطلاعات، سرقت ادبی، انتشار چندانگانه و ... در پژوهش حاضر مورد توجه قرار گرفته اند.

سپاسگزاری

پژوهشگر بر خود لازم می داند از مسئولان شرکت، کارکنان جدید الاستخدام و کلیه افرادی که صمیمانه در انجام این پژوهش، پژوهشگر را یاری کرده اند، تشکر و قدردانی نماید.

واژه نامه

- | | |
|------------------------------|--------------|
| 1. Human Resource | منابع انسانی |
| 2. Organizational Commitment | تعهد سازمانی |
| 3. Moral Intelligence | هوش اخلاقی |
| 4. Spiritual Intelligence | هوش معنوی |

ارزشها و اصول معنوی از یک چارچوب یکسان برخوردارند و ارزشهایی که سازمان در دوره جامعه پذیری به فرد انتقال می دهد تا اندازه زیادی از معنویت دینی برداشت شده است، لذا افرادی که از هوش معنوی بالاتری برخوردار بوده اند به علت پذیرش بالاتری که در این اصول دارند و سازگاری بالاتری که با آنها احساس می کنند، راحت تر این اصول را در سازمان می پذیرند. هم چنین با توجه به اینکه هسته اصلی هوش معنوی، تمرکز بر روی حل مسأله برای سازگاری و رسیدن به اهداف ارزشی و معنوی است، واضح به نظر می رسد که در صورتی که چارچوب معنوی یا دینی سازمان و فرد یکسان باشند، سازگاری بیشتری رخ خواهد داد و در دوره بدو استخدام، این امر جامعه پذیری بهتر را منجر می شود و بر این اساس طبیعی خواهد بود که داشتن هوش معنوی بالاتر، به اجتماعی شدن بهینه فرد و افزایش تعهد وی به اهداف سازمانی کمک خواهد کرد. این یافته ها از جهاتی مشابه با یافته های پژوهش های دیگران است (۱۲، ۱۶ و ۱۷).

با توجه به نتایج به دست آمده از پژوهش، هوش اخلاقی و هوش معنوی به عنوان متغیرهایی که با نظام ارزشی افراد در ارتباط هستند، می توانند به عنوان یکی از عوامل اصلی و شکل دهنده نگرش های سازمانی، تاثیرات قابل توجهی بر بروندهای سازمانی داشته باشند. در این رابطه زمانی که کارکنان جدید، ارزشها و منشهای بیرون سازمان را با خودشان به داخل سازمان می آورند نقش جامعه پذیری سازمانی به عنوان فرایندی که ارزشها، توانایی ها، رفتارها و دانش اجتماعی مناسب سازمانی را به کارکنان جدید می آموزد، نقشی کلیدی است. در این شرایط اگر سازمان و فرد از یک مرجع نسبتاً یکسان برای ارزشها و هنجارهای خود استفاده کنند، همخوانی میان رفتارهای فرد با اصول و ارزشهای سازمان بهبود یافته و فرآیند جامعه پذیری تسریع می شود و این امر بروندهای مختلفی همچون تعهد سازمانی بالاتر را ایجاد می کند.

با توجه به این یافته ها به مدیران ارشد سازمان ها و صنایع پیشنهاد می شود، در فرایندهای بدو استخدام، به ویژگی های مهم فردی هم چون هوش اخلاقی، هوش معنوی و ... داوطلبان توجه نمایند و ترجیحا افرادی را استخدام نمایند که ارزش های همگرا با ارزش های سازمان را دارا هستند. هم چنین پیشنهاد می گردد سازمانها با برگزار کردن دوره های آموزشی افراد جدیدالاستخدام را با هوش اخلاقی و معنوی و متغیرهای آن هم چون خود کنترلی، گذشت، بخشندگی و تقدس بخشیدن به امور روزانه آشنا کنند. بدین منظور معمولاً نیاز است که افراد را در الگوسازی و اولویت بندی خودکنترلی، تشویق خودانگیزی و آموزش راههایی به آنها برای رویارویی با وسوسه ها و تفکر قبل از عمل تقویت کرد. زیرا هوش اخلاقی و هوش معنوی متغیرهایی قابل تغییر و قابل اکتساب هستند و آموزش های متناسب می تواند منجر به پرورش این ویژگی ها گردند. در خصوص دوره های جامعه پذیری نیز توصیه می گردد به صورت دوره های برنامه ریزی شده و ساختارمند در سازمان ها طراحی گردد که در بدو ورود افراد بدون هیچ ابهامی بتوانند فعالیت شغلی خود را انجام دهند و با تعهد و مسئولیت پذیری بیشتر

12. Ramachandaran D, Krauss E, Hamzah A, Idris K. (2017). Effectiveness of the use of spiritual intelligence in women academic leadership practice. *International Journal of Educational Management*; 31(2): 160-178.

13. Veughan F. (2003). What is spiritual intelligence? *Journal of Humanistic Psychology*; 42: 16-33.

14. Westenberg L. (2017). Locating experience in time and place: a look at young adult fiction and spiritual intelligence. *International Journal of Children's Spirituality*; 22(2): 163-169.

15. Zare H, Mijalili M, Shafee M. (2014). The relation between spiritual quotient and organizational citizenship behavior. *Ethics in Science & Technology*; 9 (3): 1-12. (In Persian).

16. Pargament I, Saunders S. (2007). Introduction to the special issue on spirituality and psychotherapy. *Journal of Clinical Psychology*; 63: 903-908.

17. Tabeli H, Moradi M, Irannejad J. (2017). The analysis of the relationship between organizational excellence as an ethical factor with spiritual intelligence, emotional intelligence & organizational commitment. *Ethics in Science & Technology*; 12 (1): 154-160. (In Persian).

18. Feldman D. (1976). The multiple socialization of organization members. *Academy of Management Review*; 6(2): 309-318.

19. Moyson S, Raaphorst N, Groeneveld S, Van de Walle S. (2017). Organizational socialization in public administration research: A systematic review and directions for future research. USA: American Review of Public Administration.

20. Nifadkar S, Bauer N. (2016). Breach of belongingness: Newcomer relationship conflict, information, and task-related outcomes during organizational socialization. *Journal of Applied Psychology*; 101(1): 1.

21. Ellis M, Nifadkar S, Bauer N, Erdogan B. (2017). Newcomer adjustment: Examining the role of managers' perception of newcomer proactive behavior during organizational socialization. *Journal of Applied Psychology*; 102(6): 993.

22. Allen D. (2006). Do organizational socialization tactics influence newcomer embeddedness and turnover? *Journal of Management*; 32 (2): 237- 256.

23. Yang K, Mao XY. (2007). a study of nurses' spiritual intelligence: a cross-sectional questionnaire survey. *International Journal of Nurse Study*. 44(6): 999-1010.

24. Cooper-Thomas H. Anderson N. (2002). Newcomer adjustment: the relationship between organizational socialization tactics, information acquisition and attitudes. *Journal of Occupational & Organizational Psychology*; 75(4): 423-437.

25. Clarken, RH. (2009). Moral intelligence in the schools. USA: School of Education, Northern Michigan University.

26. Yousef D. (2001). The Islamic work ethic as a mediator of the relationship between locus of

5. Ethics
6. Spiritual Adaptation
7. Values
8. Organizational Socialization
9. Ethical Values
10. Purposefulness
11. Ethical Development
12. Multipel Inteligence
13. Newly Employment
14. Organizational Consequences
15. Replication

اخلاقیات
سازگاری معنوی
ارزش ها
جامعه پذیری سازمانی
ارزش های اخلاقی
هدفمندی
رشد اخلاقی
هوش های چند گانه
کارکنان جدید الاستخدام
پیامدهای سازمانی
همانند سازی

References

1. Jafari P, Ghomi H. (2010). Investigating role of emotional intelligence in organizational commitment in Tehran Municipality. *Social Science Bulletin*; 64. (In Persian).

2. Meyer P, Allen N. (1991). Three components conceptualization of organization commitment. *Human Resource Management Review*; 1:12-24.

3. Borba M. (2005). The step-by-step plan to building moral intelligence, nurturing kid's heart & souls. USA: Jossey-Bass Publication. .

4. Pahlavani F, Azizmalayeri K. (2016). The relationship between moral intelligence with organizational development. *Human Resource Management*; 3(6): 31-38.

5. Altan MZ. (2017). Moral intelligence for more diverse and democratic world. *European Journal of Education Studies*. (In press).

6. Wikstrom P, Treiber K. (2007). The role of self-control in crime causation. *European Journal of Criminology*; 4: 237-64.

7. Hasani M, Bashiri J, (2016). The relationship of ethical climate with positive and negative organizational outcomes. *Ethics in Science & Technology*; 10 (4): 27-36. (In Persian).

8. Ardalan M, Beheshtirad R. (2017). The relationship between ethical climates of organization with teaching ethic; the role of mediator of professional development. *Ethics in Science & Technology*; 11 (4): 37-48. (In Persian).

9. Kim W, Brymer A. (2011). The effects of ethical leadership on manager job satisfaction, commitment, behavioral outcomes, and firm performance. *International Journal of Hospitality Management*; 30: 1020-1026.

10. Lennick D, Kiel A. (2005). Moral intelligence the key to enhancing business performance and leadership success. USA: Wharton School Publishing. Pp. 5-7, 17-18, 23, 29

11. Araste HJ. (2010). Observing ethics at university and higher education institutions: An option to improve behaviors. *Quarterly of Science*; 1(2): 23-46. (In Persian).

- form organizational socialization model. [Ph.D. thesis]. Isfahan: University of Isfahan. (In Persian).
34. Lennick D, Kiel F, Jordan K. (2011). Moral intelligence enhancing business performance and leadership success in turbulent times. USA: Pearson Education, Inc.
 35. Amram J. (2009). The contribution of emotional & spiritual intelligence to effective business leadership. [Ph.D. Thesis]. California: Institute of transpersonal psychology pal alto.
 36. Gold F, Bary O. (2008). International organizational behavior management. Tehran: Industrial Management Organization. (In Persian).
 37. Bennett H, Durkin M. (2000). The effects of organizational change on employee psychological attachment: An exploratory study. *Journal of Managerial Psychology*; 15: 126-147.
 38. Hajiha Z, Molla Soltani J. (2016). The investigation of relationship between ethical intelligence & performance of independent auditors. *Ethics in Science & Technology*; 11 (1): 105-116. (In Persian).
 39. Pahlavani F, Azizmalayeri K. (2016). The relationship between moral intelligence with organizational development. *Human Resource Management*; 3(6): 31-38.
 - control, role conflict and role ambiguity. *Journal of Managerial Psychology*; 15(4): 283-302.
 27. Golmohamadian M, Farahbakhsh K, Esmaeili M. (2013). Effectiveness of ethical, spiritual and cultural intelligence training on marital incompatibility. *Quarterly of Consultation and Family Psychotherapy*; 2:209-232. (In Persian).
 28. Richter R. (2002). Correlation of psychological well-being and Christian spiritual well-being at a small Christian liberal arts college in the urban Midwest. *CHARIS*; 2(1): 39-46.
 29. Graves M. (2017). Shared moral and spiritual development among human persons and artificially intelligent agents. *Theology and Science*; 15(3): 333-351.
 30. Van Vugt E, Gibbs J, Stams G, Bijleveld C, Hendriks J. (2011). Moral development and recidivism: A meta-analysis. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*; 55(8): 1234 –1250.
 31. Ayranci E. (2011). Effect of top Turkish manager's emotional and spiritual intelligence on their organizations financial performance. *Business Intelligence Journal*; 9: 37.
 32. Jones G. (1986). Socialization tactics, self-efficacy, and newcomers 'adjustments to organizations. *Academy of Management Journal*; 29 (2): 262-79.
 33. Askari, A. (2015). Investigating the antecedent and outcomes of organizational socialization in order to