

پیش‌بینی هوش رقابتی مدیران آموزشی بر اساس دین‌داری و هوش سیاسی

زهرا جان‌نثاری لادانی*^۱، اکرم گودرزی^۲، زینب مالکی کوپایی^۳

تاریخ دریافت: ۹۹/۱۲/۰۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۰۲

چکیده

پژوهش حاضر با هدف پیش‌بینی هوش رقابتی مدیران آموزشی بر اساس ایمان و هوش سیاسی در مدارس دخترانه منطقه ۱۴ تهران انجام شد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه مطالعاتی مدیران و معاونان مدارس منطقه ۱۴ شهر تهران که ۱۵۸ مدیر و معاون آموزشی بود. با توجه به جامعه آماری، حجم نمونه آماری با استفاده از جدول کرجسی و مورگان ۱۲۰ نفر تعیین شد. این تعداد نمونه از میان جامعه آماری با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب گردید. برای اندازه‌گیری متغیرها از پرسشنامه دین‌داری در کار لین^۴ (۲۰۰۸)، هوش رقابتی ماهانی (۱۳۹۱) و هوش سیاسی دوستار و همکاران (۱۳۹۵) استفاده شد. داده‌ها به روش توصیفی و روش‌های همبستگی و رگرسیون چندگانه تجزیه و تحلیل شد. یافته‌ها نشان داد بین متغیرهای ایمان و هوش رقابتی، ایمان و هوش سیاسی و هوش رقابتی و هوش سیاسی روابط مثبت و معنادار وجود داشت. همچنین متغیرهای ایمان و هوش سیاسی، هوش رقابتی را به‌طور مثبت پیش‌بینی کردند. نتیجه‌گیری می‌شود که هر چه میزان باورها و اعتقادات مذهبی و التزام و عمل به وظایف دینی در مدیران آموزشی مدارس بیشتر بوده و از هوش سیاسی بالاتری برخوردار باشند، هوش رقابتی آن‌ها بیشتر می‌باشد. مدیران با استفاده از اطلاعات مربوط به منابع، امکانات محیطی و رقبا و با در نظر گرفتن فرصت‌ها و تهدیدات محیط بیرونی، می‌توانند در جهت منافع سازمان آموزشی خود تصمیمات مناسب‌تری اتخاذ کنند.

واژگان کلیدی: هوش رقابتی، هوش سیاسی، دین‌داری، مدیران آموزشی.

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)

ایمیل: yas.jannesary1375@gmail.com

۲. استادیار گروه معارف اسلامی و علوم تربیتی، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران، ایران a.goodarzi@isu.ac.ir

۳. دانش‌آموخته کارشناسی گروه معارف اسلامی و علوم تربیتی، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران، ایران.

مقدمه

خلق نظام‌های آموزشی کارآمد و بالنده که فرصت‌های لازم را برای پرورش و شکوفایی استعداد‌های دانش‌آموزان فراهم نماید، از مهم‌ترین دل‌مشغولی‌های مصلحان و اندیشمندان بوده است؛ چراکه یکی از عوامل مؤثر در پیشرفت و توسعه جوامع، نظام تعلیم و تربیت آن‌ها است. به نظر گلشن فومنی، آموزش و پرورش محور توسعه و از طرفی بخشی از تمامی طرح‌های توسعه است (شمس مورکانی و همکاران، ۲۰۱۴). نظام آموزش و پرورش یکی از زیربنایی‌ترین نظام‌های اجتماعی است که بخش عمده‌ای از زندگی کودکان و نوجوانان در چارچوب آن سپری می‌شود؛ لذا، انتظار می‌رود این نظام به واسطه ابزارهای مقتضی و به‌طور مستمر نقاط ضعف و قوت خود را شناسایی کند و در پی بهبود کیفیت فرایندها باشد (زربخش و همکاران، ۲۰۱۱). نظام آموزش و پرورش به علت ورود روش‌های نوین و فناوری‌های مدرن به‌طور بالقوه با محیطی پویا مواجه است و تهدیدهای محیطی (تنوع و جذابیت فضای مجازی، آموزش مجازی، مطالبه‌گری‌های روزافزون والدین و محیط اجتماعی پیرامون رشد کیفی مدارس و خلاقیت و پویایی آموزشی و کمبود بودجه آموزشی و ...) از هر سو حیات و بقای این نظام را به خطر می‌اندازد؛ از این‌رو، نظام‌های آموزشی به‌طور عام و سازمان آموزش و پرورش به‌طور خاص، باید جایگاه فعلی خود را بشناسد، نقاط ضعف و قوت خود را دقیقاً تحلیل کند و با تکیه بر نقاط قوت از فرصت‌های پیش رو استفاده نموده و خود را برای مقابله با تهدیدها آماده سازد. از سوی دیگر نقش حیاتی مدیریت در نظام آموزش و پرورش به‌ویژه در مدارس جهت ارتقای کیفی کارکرد این نهاد و تغییر به سمت مطلوب، سبب گردیده است که وظایف و عملکرد مدیران آموزشی در قالب مهارت‌ها و شایستگی‌های آنان یکی از اصلی‌ترین مواردی باشد که از مدت‌ها پیش، مورد توجه مدیران و متخصصان علوم مدیریت قرار گرفته است. نتیجه مطالعات نشان داده است که پیشبرد مؤثر وظیفه هدایت و ایجاد تغییر، نیازمند مجموعه‌ای چندبعدی از شایستگی‌های مدیران است. مدیران موفق کسانی هستند که از شایستگی‌ها در جای خود برای همراهی و کمک به افراد در مراحل مختلف تغییر بهره می‌گیرند (مستکملی و همکاران، ۱۳۹۸) منظور از مدیران آموزشی، کسانی هستند که در تصمیم‌گیری‌های آموزشی و پرورشی نقش دارند و رفتار و عمل آن‌ها جریان آموزش و پرورش را مستقیماً تحت تأثیر قرار می‌دهد به همین دلیل به‌ویژه

رؤسای آموزش و پرورش، معاونان و کارشناسان آموزشی، مدیران مدارس، راهنمایان آموزشی مریبان پرورشی و معلمان را در زمره مدیران آموزشی تلقی می‌کنیم و تصدی این سمت‌ها را تابع احراز شرایط خاصی می‌دانیم (ترحانی و نظری، ۲۰۱۹)؛ بنابراین، اگر در انتصاب مدیران به مهارت‌ها و شایستگی‌ها توجه شود و ملاک‌گزینش آن‌ها، تخصص و شایستگی‌های لازم باشد و مدیران نیز به آثار کاربرد شایستگی‌های مذکور در پیشبرد اهداف توجه داشته باشند، زمینه مناسبی فراهم خواهد شد تا از همه امکانات و منابع در سازمان، به نحو مطلوب استفاده شود. نتیجه این امر در درازمدت بهره‌وری هر چه بیشتر نظام آموزشی و تحقق اهداف متعالی آن خواهد بود.

یکی از ابزارهای تحقق این امر، بهره‌گیری از هوش سیاسی و هوش رقابتی است. کاربست این دو هوش موجب می‌شود تا کارکنان سازمان آموزش و پرورش (در این مورد مدیران) با آگاهی از اهداف و رسالت‌های سازمان، به‌طور کارآمد در مسیر پیاده‌سازی آن گام بردارند و ضمن کسب دانش و آگاهی از عوامل محیطی و تلاش برای حفظ بقاء و حیات سازمان، زمینه رشد و پویایی و افزایش عملکرد سازمان را فراهم آورند. همان‌گونه که در دنیای انسانی و در حیات پرتلاطم بشری، انسان‌های موفق کسانی هستند که استعدادهای سرشار و درجه هوشی بالایی دارند، قطعاً در دنیای سازمانی نیز وضع چنین است به‌ویژه در عصر حاضر هر چه زمان به جلو می‌رود، به دلیل پیشرفت علوم و فنون و پیدایش چالش‌ها و نیازهای جدید، سازمان‌ها نیز پیچیده‌تر و اداره آن‌ها مشکل‌تر می‌شود؛ بنابراین، بقای سازمان‌ها در گرو قابلیت سازگاری آن‌ها برای تبعیت از تغییرات خواهد بود (آلبرشت، ۲۰۰۳؛ به نقل از مشایخی، ۱۳۹۳).

امروزه بسیاری از سازمان‌ها دستخوش تغییرند (تاب‌علی، فرامرزی و مصلحی، ۱۳۹۴) عدم قطعیت و پویایی محیط ممکن است تأثیر منفی روی هر سازمانی داشته باشد، ولی اگر صحیح مدیریت شود این اثر می‌تواند مثبت نیز باشد (بیک‌زاده و اسکندری، ۱۳۸۹). در جامعه پیشرفته امروزی، مدارس به‌عنوان یک سازمان آموزشی در معنای اخص از اهرم‌های توسعه همه‌جانبه در هر جامعه هستند. مدرسه سیستمی باز است که برای ادامه فعالیت و بقای خود باید با شرایط متغیر محیطی سازگار شود تا بتواند با اثربخشی فعالیت کرده و در درازمدت دوام بیاورد. محیط مدرسه، هدف‌ها، خط‌مشی‌ها، ساختار و فراگردهای درونی آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد. روندهای اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و

تکنولوژی بر عملیات درونی مدرسه مؤثر واقع می‌شوند. همچنین، نهادهای قانون‌گذاری، برنامه‌ریزی ملی و سایر ارگان‌ها و مؤسساتی که به نحوی با آموزش و پرورش در سطح جامعه ارتباط متقابل دارند، عوامل و نیروهای تأثیرگذار بر کارکردهای مدرسه محسوب می‌شوند؛ به عبارت دیگر، محیط، منبع انرژی سیستم مدرسه است و باز بودن سیستم مدرسه، آن را در معرض نیروهای نفوذی محیط قرار می‌دهد. محیط ضمن تأمین منابع مدرسه، تقاضاها، محدودیت‌ها و فرصت‌ها و امکانات لازم برای فعالیت‌های سازمانی را برای آن فراهم می‌سازد (علاقه‌بند، ۱۳۹۷).

پذیرش و تنظیم محیط یکی از نقش‌های اولیه یک سازمان است و برای انجام چنین کاری مشاهده محیط سیستماتیک و فرایند آنالیز باید به وجود آید که نتیجه آن حمایت و پشتیبانی تصمیم‌گیری است. این فرایند به‌عنوان هوش رقابتی شناخته شده است (بیک‌زاده و اسکندری، ۱۳۸۹). هوش رقابتی بدون شک یک مفهوم قدیمی است که در قرن گذشته پیدا شد. دهه ۱۹۷۰ در ایالات متحده و در سراسر جهان به تصویب رسیده است (عصری، ۱۳۹۹). در سال‌های اخیر، هوش رقابتی در رشته مدیریت و مدیریت استراتژیک توجه بسیاری به خود جلب کرده است (خاشعی و هرندی، ۱۳۹۴). از نظر تاریخی مفهوم هوشمندی رقابتی از میراث غنی برخوردار است که به حدود ۵ هزار سال پیش از تاریخ چین مربوط می‌شود. تولد رویکرد مفهوم هوشمندی، به یک فرد چینی به نام سان‌تزو^۱ در حدود ۲۴۰۰ سال پیش برمی‌گردد. وی در کتاب خود با عنوان هنر جنگ^۲ چگونگی توسعه مفهوم هوشمندی برای کاربردهای نظامی را توصیف کرده است (کالوف و رایت، ۲۰۰۸). از سال ۱۹۹۱، مفاهیم مرتبط با هوشمندی جای خود را در نشست‌های علمی باز کردند. انجمن کارشناسان هوشمندی رقابتی^۳، هوشمندی را برنامه‌ای اخلاقی و نظام‌مند برای گردآوری، تجزیه و تحلیل و مدیریت اطلاعات بیرونی در نظر می‌گیرند که بر برنامه‌ها، تصمیم‌ها و عملکرد سازمان تأثیر می‌گذارد (انجمن خبرگان هوشمندی رقابتی، ۲۰۰۷). طی سال‌های پیدایش مفهوم هوشمندی رقابتی، پژوهشگران از دیدگاه‌های مختلفی این مفهوم را تعریف کرده‌اند (حسینی و یداللهی، ۲۰۱۳). هوش رقابتی فرآیند جمع‌آوری اطلاعات علمی در مورد رقبای و کاربرد آن در یک طرح

1. San Tzu

2. The Art of War

3. Society of Competitive Intelligence Professionals (SCIP)

استراتژیک بلندمدت و کوتاه‌مدت می‌باشد. به‌وسیله هوش رقابتی، مدیران سازمان‌های آموزشی به‌خوبی می‌دانند که چه رقابت‌هایی باید در محیط آموزشی در اولویت قرار گیرد. واحدهای هوش رقابتی در واقع به تحلیل رقبای یک سازمان می‌پردازند. این واحدها از برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری استراتژیک حمایت می‌کنند و فرصت‌ها و تهدیدات محیط بیرونی را سریعاً هشدار می‌دهند. در دسته‌بندی هوش رقابتی پژوهشگرانی همچون وایورز و همکاران^۱ (۲۰۰۵) و شارپ^۲ (۲۰۰۹) اذعان می‌کنند که هوشمندی رقابتی توانایی پیش‌بینی اقدامات در محیط رقابتی و کاهش عدم اطمینان در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی را در بر دارد که شامل هوش مرتبط با رقبا و نیز اطلاعات گردآوری شده از عوامل محیطی مانند: مشتریان، توزیع‌کنندگان، تغییرات اجتماعی، قوانین و مقررات، مسائل اقتصادی مشتریان، تأمین‌کنندگان، تکنولوژی‌ها و روابط تجاری است. همچنین از نظر شارپ (۲۰۰۹) این نوع هوشمندی، نه تنها درباره رقبا است، بلکه شامل دانش و فرادانش درباره کل محیط سازمان است (سلیمی‌فرد، حسینی و یداللهی، ۱۳۹۱)؛ بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت، مدیر اثربخش در یک سازمان در معنای اعم و در یک سازمان آموزشی در معنای اخص، هوش رقابتی دارد و با کاربرد آن در فعالیت تصمیم‌گیری بر عناصر رقابتی تأکید می‌کند. از این رو شناسایی و به‌کارگیری مدیران با هوش رقابتی امروزه به‌عنوان رسالت خطیر در بهره‌وری و اثربخشی سازمانی است. بر این اساس شناسایی متغیرها و عوامل همبسته با هوش رقابتی مدیران در سازمان امری حیاتی است. از طرفی مفهوم هوش رقابتی به عوامل محیطی شرکت‌های تجاری و صنعتی می‌پردازد اما با توجه به اهمیت این هوش در عملکرد هر چه بهتر و موفقیت‌آمیزتر مدیران آموزشی، ضرورت بررسی این مهم در سازمان‌های آموزشی هر چه بیشتر آشکار می‌گردد. در ادامه بحث را با بیان برخی تعاریف دیگر از هوش رقابتی ادامه می‌دهیم.

نصری (۱۳۹۰) اظهار داشت که فرایند هوش رقابتی یک «چرخه هوش» است که چهار مرحله برنامه‌ریزی، جمع‌آوری، تجزیه و تحلیل و ارتباطات اطلاعاتی را در بر می‌گیرد. هوش رقابتی با توجه به تجارت و نوع آن اجرا می‌شود. بنابراین، هر سازمانی که هوش رقابتی را در برنامه‌ریزی استراتژیک خود اعمال کند، باید با دقت بهترین روش‌های هوش

1. Weaver et al

2. Sharp

رقابتی که می‌تواند به عملکرد سازمان کمک کند را برگزیند. طبق گفته کالوف^۱ (۲۰۱۷)، سازمان‌های بزرگی وجود دارند که واحدهای هوش رقابتی متمرکز خود و با پرسنل با هوش رقابتی خاص دارند.

در ادبیات مدیریت، هوش سیاسی نیز یکی دیگر از ملاک‌های موفقیت است که با آن می‌توان اعمال نفوذ را برای تغییرات مناسب ممکن کرد، این مفهوم درباره کار کردن با صداقت به منظور اهداف و منافع مشترک است نه در جهت منافع شخص. همچنین این نوع هوش چالاکی اجتماعی واضحی را در مفهوم تنظیمات سازمانی آشکار می‌کند (ممبینی، ۱۳۹۳). همچنین رهبرانی که از سطح بالایی از هوش سیاسی برخوردارند می‌دانند که برای به دست آوردن منافع در تغییرات باید بر چه کسی اثر بگذارند. آن‌ها همچنین بهترین زمان و بهترین روش را برای به دست آوردن پذیرش افراد به تغییرات می‌شناسند (ممبینی، دوستار و گودرزی، ۱۳۹۴). به زبان ساده‌تر مدیران دارای هوش سیاسی بالا، به این نکته که «هرسخن جایی و هر نکته مکانی دارد» رسیده‌اند. این مدیران، حداقل از یکی از منابع قدرت برخوردار هستند و می‌دانند که چطور از طریق ارتباط مؤثر با قدرت‌های اصلی سازمانی به قدرت دست پیدا کرده و از قدرت به دست آمده در جهت پیشبرد امور و دستیابی به اهداف سازمان استفاده کنند. اینان می‌دانند که چه زمانی سخت‌گیری کرده و چه موقع نرمش نشان دهند. این مدیران توانایی نه گفتن را دارند و می‌توانند درخواستی را که در خلاف جهت اهداف سازمان است، تشخیص داده و به آن نه بگویند ولو از طرف مدیران بالادست باشد و حتی اگر عدم انجام آن سبب از دست رفتن موقعیتشان گردد. از سویی دیگر عواملی چون شناخت علایق، سلیقه‌ها، فرهنگ و حساسیت‌های مخاطبان هدف، مدیریت کلام و به کارگیری اصول و فنون مذاکره، بهره‌گیری از روان‌شناسی و ارتباطات در مدیریت اطلاعات، مدیریت مشتریان خصوصاً مدیریت مشتریان شاکی، مدیریت برخورد و مدیریت بر دیگران و سازمان و... همگی به هوش سیاسی بستگی دارد (مدنی بجستانی، ۱۳۹۴).

هوش سیاسی نقش تأثیرگذاری در فرایندهای تغییر، انگیزش، رهبری و مدیریت دارد. رفتارهای سیاسی در سازمان‌های امروزی غیر قابل اجتناب است و نمی‌توان آن‌ها را از بین

برد اما می‌توان با بکارگیری هوش سیاسی اثرات آن‌ها را حداقل کرده و مطابق با اهداف سازمانی نمود (ممبینی و همکاران، ۱۳۹۲).

کوک^۱ (۲۰۰۵) معتقد است هوش سیاسی توانایی بسیار فعالانه مدیریت کردن واکنش‌ها در برابر تغییر و اهرم‌های قدرت و نفوذ است. همچنین زندگی (۲۰۰۷) بیان می‌کند هوش سیاسی شامل توانایی ایجاد یک شبکه ارتباطی خوب است که می‌تواند ائتلاف غیررسمی را مانند ائتلاف‌های رسمی ایجاد کند. برای اینکه افراد هوش سیاسی به‌دست آورند لازم است پایه‌ها و منافع قدرت اثرگذاری را که خود و یا دیگران دارند بشناسند و مهارت‌های مذاکراتشان را توسعه دهند (ممبینی، ۱۳۹۱).

طبق یافته‌های ممبینی (۱۳۹۱) در مقاله الگوی نظری رهبری تحول‌آفرین مبتنی بر هوش سیاسی، افزایش درک هوش سیاسی، موفقیت سازمانی را افزایش و اضطراب را کاهش می‌دهد و روابط خارجی را بهبود می‌بخشد. هوش سیاسی نه فقط روابط میان‌فردی، بلکه روابط برون‌سازمانی و درون‌سازمانی را بهبود می‌بخشد.

ممبینی، گودرزی و دوستار (۱۳۹۱) در پژوهش خود هوش سیاسی را از عوامل بهبود تغییرات سازمانی می‌دانند، مخصوصاً هوش سیاسی به کارکنان در درک پویایی‌های قدرت، ناسازگاری و ارزش‌ها در طول تغییر کمک می‌کند.

خدادادی در پژوهش خود در سال ۱۳۹۲ هوش سیاسی را یک هوش بسیار مهم برای مدیر می‌داند که بدین وسیله مدیر می‌تواند با تقویت هوش هیجانی و هوش عقلانی در کنار هوش سیاسی بهره هوش مدیریت خود را بالا برده و سازمان را به نحو عالی مدیریت کرده و به اهداف سازمانی دست یابند.

البته در دوره معاصر نیز می‌توان نمونه‌های عملی از این رهبری توأم با تیزی را در شخصیتی چون امام خمینی (ره) نام برد که با هوش سیاسی خود مردم را به انقلاب اسلامی و جنبشی دینی فراخواندند و انقلاب را به بهترین وجه رهبری کردند از دیگر شخصیت‌های مؤثر در جامعه شهید عبدالحمید دیالمه است که در مورد تأثیرات ایشان می‌توان به نقش ایشان در مسائل سیاسی اشاره کرد که از ابعاد دینی ایشان نشأت می‌گیرد (رجا نیوز، ۲۰۱۲).

بطور کلی یکی از مسائل مهمی که در یکی دو قرن اخیر مورد توجه اندیشمندان اسلامی و مصلحان اجتماعی قرار گرفته است رابطه «دین» و «سیاست» و شأن «دین» در امور «اجتماعی و سیاسی» است (امام خمینی (ره)، ۱۹۹۷). دین پدیده‌ی الهی مهمی است که نقش اساسی در زندگی بسیاری از افراد جوامع و فرهنگ‌های گوناگون دارد (ماهونی، ۲۰۰۵). در عصر حاضر، دین‌پژوهی به شیوه‌ای علمی و با استفاده از روش‌های مورد قبول در علوم انسانی یکی از مورد توجه‌ترین حیطه‌های پژوهشی در رشته‌های علمی و دانشگاهی است. در مورد دین و کارکردهای آن، پژوهش‌های متفاوتی با دیدگاه‌های مختلف انجام گرفته است (آرگیل و هلامی^۱، ۱۹۷۵؛ برگین^۲، ۱۹۷۵).

مطالعه دین و دینداری برای جوامعی همچون ما که در سطوح گوناگون آن از نقش و نفوذ مؤثری برخوردار است، به مراتب تقاضای بیشتری دارد. این مهم از کثرت پژوهش‌هایی که در آن، دین به مثابه متغیر مستقل یا تابع موضوع بررسی‌هایی بوده، مشهود است (برزگر، رحمتی و توکلی، ۱۳۹۲).

شاید بتوان گفت عصر حاضر، دوره بازگشت به دین و بازشناسی در مفاهیم آن است و انسان قرن حاضر، به‌عنوان انسان دین‌ورز شناخته شده است؛ زیرا طبق یافته‌های پژوهش‌های جامعه‌شناختی، بیش از ۹۵ درصد انسان‌ها [در دنیا] به وجود خداوند ایمان دارند (الیاده، ۱۹۹۵).

هنگامی که کلمه دین را به کار می‌بریم مقصود مجموعه‌ای از تعالیم نظری و عملی است که حول محور مقدسی شکل گرفته است (برزگر، رحمتی و توکلی، ۱۳۹۲).
به لحاظ واژه‌شناسی، دین‌داری صفت مفهوم دین است و از این نظر نسبی است. یعنی مصداق قطعی و مطلق برای آن نمی‌توان معلوم کرد و به این لحاظ دارای مراتبی است و بین دو وضعیت حداقلی و حداکثری جای می‌گیرد. با توجه به این که واحد مشاهده دین‌داری در اصل، افراد هستند، بنابراین تلاش‌های فردی جهت درک آن چشمه فیاض و قدسی است. بنابراین دین‌داری وابستگی تام به دین دارد و فرد دیندار با درجات یا از جهات متفاوت می‌کوشد، خود را با یک منبع فیاض که از نظر وی در دین متبلور است، هم‌ذات گرداند و بر این اساس، میزان و جهت هم‌ذات‌انگاری فرد با دین مورد نظر وی، دین‌داری او را روشن می‌سازد (میرسندسی، ۱۳۸۳).

1. Argil and Helmi
2. Bergin

باید توجه داشت که دین‌داری یا تدین ناظر به پذیرش دین توسط انسان‌هاست. در واقع دین‌داری صفت و حالت انسان درباره دین است (فقیهی و همکاران، ۱۳۸۵). طالبان می‌گویند: «دین‌داری» یا «تدین» عبارتست از التزام فرد به دین مورد قبول خویش که این التزام در مجموعه‌ای از اعتقادات، احساسات و اعمال فردی و جمعی که حول خداوند و رابطه ایمانی با او دور می‌زند، سامان می‌یابد (طالبان، ۱۳۸۱) در واقع دین‌داری عنوان عامی است که به هر فرد یا پدیده‌ای که ارزش‌ها و نشانه‌های دینی در آن متجلی باشد اطلاق می‌شود (یزدان‌پناه، ۲۰۱۲). به بیانی دیگر می‌توان گفت مفهوم دین و باورهای مذهبی، یکی از مهم‌ترین نهادهایی است که جامعه بشری به خود دیده است. با توجه به نتایج مطالعاتی دو متغیر هوش سیاسی و ایمان روی سازمان و عملکرد مدیران؛ پژوهش حاضر در راستای فراهم‌سازی شواهدی از رابطه بین هوش سیاسی و ایمان با هوش محیطی مدیران سازمان‌های آموزشی انجام خواهد گرفت و درصدد پاسخ به سوالات ذیل است:

- ۱- آیا بین دین‌داری و هوش رقابتی مدیران آموزشی رابطه وجود دارد؟
- ۲- آیا بین هوش سیاسی و هوش رقابتی رابطه وجود دارد؟
- ۳- آیا بین دین‌داری و هوش سیاسی مدیران آموزشی رابطه وجود دارد؟

روش

این پژوهش بر اساس هدف، کاربردی است و بر اساس روش جمع‌آوری داده، توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری مورد مطالعه کلیه مدیران و معاونان آموزشی مدارس دولتی دخترانه در مقاطع سه‌گانه (ابتدایی، متوسطه اول و دوم) منطقه ۱۴ شهر تهران در سال تحصیلی ۹۹-۱۳۹۸ شامل ۱۵۸ مدیر و معاون آموزشی بود. با توجه به جامعه آماری، حجم نمونه آماری با استفاده از جدول کرجسی و مورگان ۱۲۰ نفر تعیین شد. این تعداد نمونه از میان جامعه آماری با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده با استفاده از شیوه قرعه‌کشی از بین فهرست اسامی موجود مدیران و معاونان آموزشی انتخاب گردید. سپس تعداد ۱۲۵ پرسشنامه بین مدیران و معاونان آموزشی مدارس منطقه ۱۴ شهر تهران توزیع شد که تعداد ۱۲۰ پرسشنامه صحیح و کامل برگشت داده شد که همین تعداد به‌عنوان نمونه آماری تحقیق در نظر گرفته شد.

برای سنجش متغیر ایمان از مقیاس دین‌داری در کار لین (۲۰۰۸) استفاده شد که به منظور سنجش میزان دین‌داری در امور شغلی ساخته شده است. این مقیاس دارای ۱۵ عبارت است. در هر سؤال از فرد خواسته شده است متناسب با میزان موافقت و مخالفت خود یکی از گزینه‌های «هرگز»، «به ندرت»، «گاهی اوقات»، «اغلب» و «همیشه» را انتخاب کند. دامنه نمرات آزمون بین ۱۵ تا ۷۵ قرار دارد که نمره ۱۵ بیانگر ایمان کم آزمودنی و نمره ۷۵ حاکی از ایمان کامل فرد در این بعد است. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که این مقیاس دارای ۵ مؤلفه است: ایمان در روابط، معنا، اجتماع، پرهیزگاری و واگذارکردن. نتایج مربوط به نمرات در ۵ خرده مقیاس ارایه می‌شود، این خرده مقیاس‌ها عبارتند از: ایمان در روابط (عبارت ۱ تا ۵) معنا (عبارت ۱ تا ۹) اجتماع (عبارت ۱۰ تا ۱۲) پرهیزگاری (عبارت ۱۳)، واگذار کردن (عبارت ۱۴ و ۱۵).

پایایی مقیاس دین‌داری در کار در تحقیقی که توسط لین (۲۰۰۸) صورت گرفته، ضریب آلفای کرونباخ مقیاس دین‌داری در کار، ۰/۷۷ گزارش شده است که حاکی از همسانی درونی بالای آزمون است. رسولی و همکاران (۱۳۹۲) نیز پایایی آزمون را از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۶ گزارش کردند که مؤید پایایی قابل قبول ابزار اندازه‌گیری است. در پژوهش حاضر پایایی این پرسشنامه به روش همسانی درونی بررسی شد. میزان آلفای کرونباخ برای زیر مقیاس‌های دین‌داری از ۰/۵۳ تا ۰/۷۸ به دست آمده و برای کل پرسشنامه ۰/۸۹ محاسبه شد؛ بنابراین این پرسشنامه از پایایی مطلوبی برخوردار است.

روایی پرسشنامه مقیاس دین‌داری در کار از طریق روایی سازه‌ای (تحلیل عاملی و همبستگی ماده کل) محاسبه گردید. نتایج حاصل نشان داد مقدار kmo برای ماتریس همبستگی برابر با ۰/۹۲ و ضریب آزمون بارتلت برابر با ۱/۲۴۲ درصد بوده است. همچنین ضرایب همبستگی بین ۵۶ درصد تا ۸۰ درصد برآورد شدند در مجموع با توجه به نتایج تحقیق می‌توان اذعان داشت که پرسشنامه مقیاس دین‌داری در کار در جامعه مورد تحقیق دارای روایی و پایایی قابل قبولی بوده است.

به منظور سنجش متغیر هوش رقابتی از پرسشنامه هوش رقابتی فریا ماهانی (۱۳۹۶) استفاده گردید. این پرسشنامه شامل ۱۷ سؤال است که چهار بعد هوش بازاریابی، هوش فناوری، هوش اجتماعی، هوش رقبا را می‌سنجد؛ و آزمودنی به هرگویه در مقیاس ۵

درجه‌ای لیکرت (خیلی کم، از ۱ امتیاز تا خیلی زیاد، ۵ امتیاز) پاسخ می‌دهد. روایی این ابزار، با استفاده از نظرات متخصصین تأیید شده و برای آزمون پایایی پرسشنامه، از آزمون آلفای کرانباخ استفاده شده است که میزان پایایی سوالات هوش رقابتی ۰/۸۵ به دست آمد که حاکی از پایایی بالای پرسشنامه می‌باشد. در پژوهش حاضر پایایی این پرسشنامه با روش همسانی درونی بررسی شد و میزان آلفای کروناخ برای زیر مقیاس‌های هوش رقابتی از ۰/۷۱ تا ۰/۸۴ به دست آمده و برای کل پرسشنامه ۰/۹۳ محاسبه شد؛ بنابراین این پرسشنامه از پایایی مطلوبی برخوردار است. روایی محتوایی آن هم توسط اساتید راهنما و مشاور مورد تأیید قرار گرفت.

متغیر هوش سیاسی توسط پرسشنامه هوش سیاسی دوستار و همکاران (۱۳۹۵) سنجیده شد. این پرسشنامه شامل ۲۸ سؤال است که پنج بعد بازی‌های اجتماعی، پویایی‌های قدرت، شخصیت سیاسی، صداقت آشکار و تسخیر احساسات را می‌سنجد؛ و آزمودنی به هر گونه در مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت (خیلی کم، ۱ امتیاز تا خیلی زیاد، ۵ امتیاز) پاسخ می‌دهد. این پرسشنامه، در تحقیقات مختلف مورد بررسی قرار گرفته است و از سطوح بالایی از اعتبار و روایی برخوردار است. در تحقیق تأثیر رهبری تحول‌آفرین بر کارآفرینی سازمانی کارشناسان وزارت ورزش و جوانان با در نظر گرفتن نقش میانجی هوش سیاسی (۱۳۹۶)، محمدی نیز اقدام به سنجش روایی و پایایی پرسشنامه نمود که آلفای کروناخ آن ۰/۷۶ به دست آمد که نشان از قابل قبول بودن پایایی این سازه از تحقیق را دارد و روایی محتوایی آن هم توسط اساتید راهنما و مشاور مورد تأیید قرار گرفت. در پژوهش حاضر پایایی پرسشنامه مذکور به روش همسانی درونی بررسی شد و میزان آلفای کروناخ برای زیر مقیاس‌های هوش سیاسی از ۰/۶۸ تا ۰/۸۵ به دست آمده و برای کل پرسشنامه ۰/۸۹ شد؛ بنابراین این پرسشنامه از پایایی مطلوبی برخوردار است.

پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، داده‌های جمع‌آوری شده، وارد نرم‌افزار SPSS 20 شد. برای توصیف داده‌های آماری از رسم جدول فراوانی، رسم نمودار و محاسبه شاخص‌های آماری حد وسط (میان و میانگین)، محاسبه شاخص‌های پراکندگی (انحراف معیار) و شاخص‌های توزیع، استفاده شد و جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون همبستگی پیرسون و روش تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شد.

یافته‌ها

هدف اصلی این پژوهش پیش‌بینی هوش رقابتی بر اساس ایمان و هوش سیاسی در مدیران مدارس دخترانه منطقه ۱۴ تهران بود. قبل از انجام تحلیل‌های استنباطی لازم است پیش فرض نرمال بودن توزیع متغیرها بررسی شود. به منظور بررسی بهنجاری متغیرهای پژوهش از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد. نتایج آزمون در جدول ۱ ذکر شده است.

جدول ۱. آزمون کولموگروف-اسمیرنوف (KS)

متغیر	آماره KS	ارزش معناداری (Sig)
ایمان	۱/۴۱۸	۰/۰۳۶
هوش رقابتی	۰/۸۶۲	۰/۴۴۷
هوش سیاسی	۰/۹۴۳	۰/۳۳۶

نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای متغیرهای پژوهش غیرمعمول است. در مورد متغیر ایمان چون آزمون کولموگروف-اسمیرنوف یک آزمون دو دامنه می‌باشد برای تفسیر این گونه بیان می‌شود که عدد معنی‌داری بر ۲ تقسیم شده است و چنانچه این عدد بیش‌تر از ۲,۵ درصد یا ۲۵ هزارم باشد، توزیع نرمال است؛ بنابراین توزیع کلیه متغیرهای پژوهش نرمال است. با توجه به نرمال بودن توزیع متغیرهای پژوهش، پیش فرض بهنجاری متغیرها برای انجام تحلیل‌های بعدی برقرار می‌باشد. در ادامه نمودارهای هیستوگرام متغیرهای اصلی پژوهش ترسیم شده است.

بررسی فرضیه‌های پژوهش: با توجه به بهنجاری متغیرهای پژوهش، فرضیه‌های پژوهش آزمون می‌شود. فرضیه اصلی پژوهش مبنی بر این بود که هوش رقابتی مدیران آموزشی براساس ایمان و هوش سیاسی آن‌ها پیش‌بینی می‌شود. به منظور بررسی این فرضیه ابتدا روابط بین متغیرهای پژوهش بر اساس فرضیه‌های فرعی بررسی می‌شود.

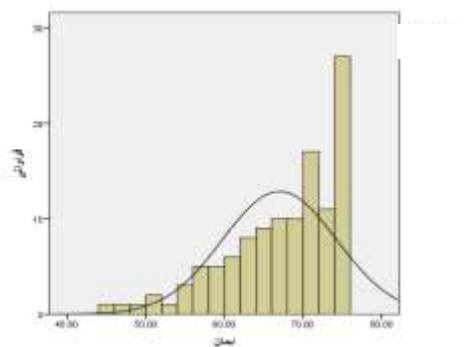
فرضیه اول پژوهش: بین ایمان و هوش رقابتی مدیران آموزشی رابطه وجود دارد.

با توجه به اینکه مقیاس این متغیرهای پژوهش فاصله‌ای بوده و پیش‌فرض بهنجاری متغیرها برقرار می‌باشد. از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. ضرایب همبستگی مرتبه صفر بین دو متغیر ایمان و هوش رقابتی در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۲. همبستگی مرتبه صفر متغیرهای ایمان و هوش رقابتی

متغیر	ضریب همبستگی	ارزش معناداری (sig)	ضریب تعیین
ایمان و هوش رقابتی	۰/۳۲	۰/۰۰۱	۰/۱۰

ضریب همبستگی دو متغیر ایمان و هوش رقابتی برابر ۰/۳۲ به دست آمد که در سطح معنادار است؛ بنابراین، رابطه بین ایمان و هوش رقابتی مدیران آموزشی مثبت و معنادار می‌باشد. در نتیجه فرضیه اول پژوهش تأیید شد به این صورت که افزایش ایمان در مدیران آموزشی با افزایش هوش رقابتی در آن‌ها همراه می‌باشد. همچنین ضریب تعیین بین این دو متغیر برابر ۰/۱۰ به دست آمد بنابراین ۱۰ درصد از تغییرات هوش رقابتی مدیران آموزشی مدارس در جامعه مورد مطالعه با ایمان آن‌ها تبیین می‌شود و بالعکس، ۱۰ درصد از تغییرات ایمان مدیران آموزشی توسط هوش رقابتی آن‌ها تبیین می‌گردد. (جدول ۲)



نمودار ۱. درصد تغییرات ایمان مدیران آموزشی

فرضیه دوم پژوهش: بین هوش سیاسی و هوش رقابتی مدیران آموزشی رابطه وجود دارد.

با توجه به مقیاس این متغیرها و برقراری پیش‌فرض بهنجاری متغیرها، از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. ضرایب همبستگی مرتبه صفر بین دو متغیر هوش سیاسی و هوش رقابتی در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. همبستگی مرتبه صفر متغیرهای هوش سیاسی و هوش رقابتی

متغیر	ضریب همبستگی	ارزش معناداری (sig)	ضریب تعیین
هوش سیاسی و هوش رقابتی	۰/۵۰	۰/۰۰۱	۰/۲۵

ضریب همبستگی دو متغیر هوش سیاسی و هوش رقابتی برابر ۰/۵۰ به دست آمد که در سطح ($p < ۰/۰۰۱$) معنادار است؛ بنابراین، رابطه بین هوش سیاسی و هوش رقابتی مدیران آموزشی مثبت و معنادار می‌باشد. در نتیجه فرضیه دوم پژوهش تأیید شد، به این صورت که افزایش هوش سیاسی در مدیران آموزشی با افزایش هوش رقابتی در آنها همراه می‌باشد. همچنین ضریب تعیین بین این دو متغیر برابر ۰/۲۵ به دست آمد بنابراین ۲۵ درصد از تغییرات هوش رقابتی مدیران آموزشی مدارس در جامعه مورد مطالعه با هوش سیاسی آنها تبیین می‌شود و بالعکس، ۲۵ درصد از تغییرات هوش سیاسی مدیران آموزشی توسط هوش رقابتی آنها تبیین می‌گردد. (جدول ۳)

فرضیه سوم پژوهش: بین ایمان و هوش سیاسی مدیران آموزشی رابطه وجود دارد.

برای بررسی این فرضیه نیز از با توجه به مقیاس متغیرهای پژوهش و برقراری پیش‌فرض بهنجاری متغیرها، از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. ضریب همبستگی مرتبه صفر بین دو متغیر ایمان و هوش سیاسی در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. همبستگی مرتبه صفر متغیرهای ایمان و هوش سیاسی

متغیر	ضریب همبستگی	ارزش معناداری (sig)	ضریب تعیین
ایمان و هوش سیاسی	۰/۱۸	۰/۰۴	۰/۰۳

ضریب همبستگی دو متغیر ایمان و هوش سیاسی برابر $0/18$ به دست آمد که در سطح $(p < 0/05)$ معنادار است؛ بنابراین، بین ایمان و هوش سیاسی مدیران آموزشی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. در نتیجه فرضیه سوم پژوهش تأیید شد، به این صورت که افزایش ایمان در مدیران آموزشی با افزایش هوش سیاسی در آن‌ها همراه می‌باشد. البته شدت همبستگی بین این دو متغیر ضعیف می‌باشد همچنین ضریب تعیین بین این دو متغیر برابر $0/03$ به دست آمد. بنابراین 3 درصد از تغییرات هوش سیاسی مدیران آموزشی مدارس در جامعه مورد مطالعه با ایمان آن‌ها تبیین می‌شود و بالعکس، 3 درصد از تغییرات ایمان مدیران آموزشی توسط هوش سیاسی آن‌ها تبیین می‌گردد. با توجه به این که بین متغیرهای پژوهش روابط معنادار وجود دارد فرضیه اصلی پژوهش بررسی می‌شود (جدول ۴).

فرضیه اصلی پژوهش: هوش رقابتی مدیران آموزشی توسط ایمان و هوش سیاسی آن‌ها پیش‌بینی می‌شود.

به منظور آزمون این فرضیه از روش تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده می‌شود. ایمان و هوش سیاسی متغیرهای پیش‌بین کننده بوده و هوش سیاسی متغیر پیش‌بین شونده می‌باشد. این روش دارای چندین مفروضه است که عبارتند از بهنجاری توزیع متغیرهای پژوهش، خطی بودن رابطه متغیرهای موردنظر و عدم همخطی چندگانه بین متغیرهای پیش‌بین. بهنجاری متغیرها در بخش قبلی تأیید شد. پیش‌فرض‌های عدم همخطی چندگانه و خطی بودن در خروجی تحلیل رگرسیون قابل بررسی می‌باشد که همزمان با تحلیل رگرسیون به آن‌ها پرداخته می‌شود. برای انجام روش تحلیل رگرسیون چندگانه از روش همزمان استفاده شد. در این روش تمام متغیرهای پیش‌بین به‌طور همزمان وارد تحلیل می‌شوند. هر متغیر بر اساس توان پیش‌بین خودش افزون بر همه متغیرهای پیش‌بین دیگر مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و هدف این است که این مجموعه از متغیرها به عنوان یک گروه یا بلوک چه اندازه واریانس در متغیر ملاک را می‌توانند تبیین کنند.

در روش تحلیل رگرسیون چندگانه قبل از انجام تحلیل باید مناسب بودن برازش مدل رگرسیونی مورد بررسی قرار گیرد. این کار به کمک تحلیل واریانس آنوا (ANOVA) انجام می‌پذیرد. براساس تحلیل‌های انجام شده نتایج تحلیل واریانس، مقدار رگرسیون $6746/400$ با درجه آزادی 2 با میانگین مربعات $3373/200$ بود و مقدار آماره فیشر (F) برابر با عدد $24/488$ با ارزش معناداری $0/001$ به دست آمده است. در نتیجه می‌توان گفت

پژوهش‌های رهبری و مدیریت آموزشی

مدل رگرسیونی از برازش مناسبی برخوردار است. در ادامه ضرایب ثابت و ضریب رگرسیون ارائه شده است.

جدول ۵. ضرایب و معناداری رگرسیون چندگانه جهت پیش‌بینی متغیر هوش رقابتی

مدل	ضرایب غیر استاندارد (b)		ضرایب استاندارد شده		ارزش معناداری
	خطای استاندارد	بی (b)	بتا (β)	t	
ضریب ثابت	۱۰/۷۱۳	-۶/۰۳۳		-۰/۵۷۳	۰/۵۷۴
ایمان	۰/۱۵۳	۰/۴۵۳	۰/۲۴	۲/۹۶۸	۰/۰۰۴
هوش سیاسی	۰/۰۵۵	۰/۳۱۴	۰/۴۵	۵/۶۸۴	۰/۰۰۱

* متغیر وابسته: هوش رقابتی

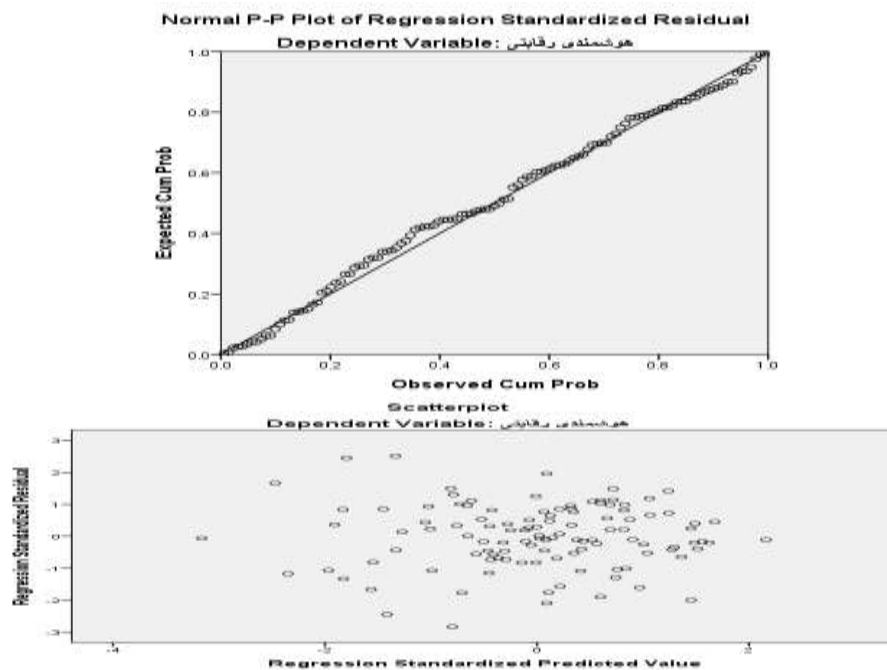
نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد بتا (β) ضریب رگرسیون استاندارد شده است برای متغیر ایمان، $\beta = 0/24$ و برای متغیر هوش سیاسی $\beta = 0/45$ به دست آمد. با توجه به مقدار t و مقدار sig که کمتر از ۰/۰۰۱ است، این روابط معنادار است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت هوش رقابتی مدیران آموزشی توسط ایمان و هوش سیاسی آن‌ها به‌طور مثبت پیش‌بینی می‌شود؛ و فرضیه اصلی پژوهش تأیید می‌شود. بر این اساس می‌توان گفت هرچه میزان ایمان و هوش سیاسی مدیران آموزشی بیشتر باشد هوش رقابتی آن‌ها افزایش می‌یابد. واریانس تبیین شده هوش رقابتی نیز محاسبه شد.

جدول ۶. میزان واریانس تبیین شده هوش رقابتی توسط متغیرهای ایمان و هوش سیاسی

مدل	همبستگی چندگانه (R)	واریانس تبیین شده (R ²)	واریانس تبیین شده تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد
رگرسیون چندگانه به روش همزمان	۰/۵۵	۰/۳۰	۰/۲۹	۱۱/۷۳۶۷۰

بر اساس نتایج جدول ۶ متغیرهای ایمان و هوش سیاسی توانستند ۲۹ درصد از تغییرات هوش سیاسی مدیران آموزشی را تبیین کنند. خروجی‌های تحلیل رگرسیون نشان داد شاخص‌های VIF برای همه متغیرها کمتر از ۱۰ و نزدیک به ۱ بوده (۱/۰۳۵) و

Tolerance آن‌ها بالاتر از $0/1$ می‌باشد؛ بنابراین همخطی چندگانه بین متغیرهای پیش‌بین وجود نداشت. همچنین نمودار پراکندگی باقیمانده‌ها نشان‌دهنده خطی بودن رابطه بین متغیرهای پژوهش بود.



نمودار ۱. نرمال احتمال باقیمانده‌ها نمودار ۲ پراکندگی باقیمانده‌ها

نمودار احتمال نرمال (P-P plot) در نمودار ۱ نشان می‌دهد نقاط روی خط مورب مستقیم از انتهای چپ تا بالای سمت راست قرار گرفته‌اند؛ بنابراین انحراف زیادی از بهنجاری وجود ندارد. در نمودار پراکندگی باقیمانده‌های استاندارد نیز توزیعی تقریباً مستطیل شکل دیده می‌شود؛ بنابراین اکثر نمره‌ها در مرکز جمع شده‌اند و چون الگوی نظامداری مانند منحنی در باقیمانده‌ها دیده نمی‌شود حاکی از رابطه خطی بین نمره‌های متغیر وابسته و خطاهای پیش‌بین است. بر این اساس پیش‌فرض‌های تحلیل رگرسیون چندگانه برقرار بوده است.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف پیش‌بینی هوش رقابتی مدیران آموزشی مدارس دخترانه منطقه ۱۴ تهران، بر اساس ایمان و هوش سیاسی آن‌ها انجام شد. نتایج به دست آمده نشان داد بین ایمان و هوش رقابتی، بین ایمان و هوش سیاسی و بین هوش رقابتی و هوش سیاسی روابط مثبت و معنادار وجود دارد. همچنین متغیرهای ایمان و هوش سیاسی، هوش رقابتی را به‌طور مثبت پیش‌بینی کردند. در این بخش نتایج مورد بحث قرار گرفته و به محدودیت‌های تحقیق، پیشنهادهای پژوهشی و کاربردی اشاره می‌گردد.

در بررسی فرضیه اول پژوهش، نتایج آزمون همبستگی نشان داد رابطه بین ایمان و هوش رقابتی مدیران آموزشی مثبت و معنادار می‌باشد. به این صورت که افزایش هوش سیاسی در مدیران آموزشی با افزایش هوش رقابتی همراه بود. این یافته همسو با نتایج تحقیقات قبلی است (سلیمی فرد و همکاران، ۱۳۹۱؛ شارپ، ۲۰۰۹). هوشمندی رقابتی، توان مدیران آموزشی را جهت استفاده از اطلاعات مربوط به منابع، امکانات محیطی و رقبا جهت تصمیم‌گیری‌ها در سازمان تقویت و توسعه می‌بخشد. به وسیله هوش رقابتی، مدیران سازمان‌های آموزشی به خوبی می‌دانند که چه رقابت‌هایی باید در محیط آموزشی در اولویت قرار گیرد. این نوع هوشمندی، نه تنها درباره رقبا است، بلکه شامل دانش و فرادانش درباره کل محیط سازمان است. مدیر اثربخش در یک سازمان در معنای اعم و در یک سازمان آموزشی در معنای اخص، هوش رقابتی دارد و با کاربرد آن در فعالیت تصمیم‌گیری بر عناصر رقابتی تأکید می‌کند. یکی از ویژگی‌های انبیاء الهی که رهبران امت‌های پیشین بودند، احاطه داشتن بر مسائل روز و تصمیم‌گیری در جهت صلاح امت خود بود. این ویژگی تحت عنوان بصیرت و جامعیت در برخی از رهبران سیاسی اسلامی نیز از جمله امام خمینی (ره) و رهبر معظم انقلاب وجود داشته و دارد. رهبران دینی علاوه بر آگاهی نسبت به مسائل و مشکلات داخلی، تهدیدها و فرصت‌های محیط بیرونی را مدنظر داشته و بر اساس آن برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری می‌کنند. نظام دینی، نظام مبتنی بر بینایی و بصیرت است. یکی از راه‌های کسب بینش و بصیرت، یاد و ذکر خدای بزرگ است. اعتقاد به خداوند و پایبندی و التزام دینی در فکر و جان و عمل فردی و اجتماعی انسان تأثیر می‌گذارد. همچنین نتایج این تحقیق نیز نشان داد بین ایمان و دین‌داری مدیران

آموزشی و هوش رقابتی رابطه مثبت وجود دارد؛ بنابراین میزان بالاتر اعتقادات مذهبی و پایبندی دینی با افزایش هوش رقابتی در مدیران آموزشی همراه است.

در تحلیل یافته‌ها در رابطه با فرضیه دوم پژوهش، نتایج نشان داد بین هوش سیاسی و هوش رقابتی مدیران آموزشی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. این یافته در راستای مبانی نظری و نتایج تحقیقات قبلی است (وایورز و همکاران، ۲۰۰۸؛ فریس و همکاران، ۲۰۰۰؛ متقی و همکاران، ۲۰۰۹؛ سلیمی فرد و همکاران، ۲۰۱۲؛ ممینی، ۲۰۱۳). بنا به تعریف، هوش سیاسی، توانایی درک مؤثر کارکنان و تأثیرگذاری بر آن‌ها در جهت اهداف سازمان، توانایی درک موقعیت‌های اجتماعی و ظرفیت قضاوت موقعیت‌ها برای تصمیم‌گیری درباره تغییرات موردنیاز در سازمان می‌باشد. در مفهوم هوش سیاسی، بعد رقابت نیز مدنظر می‌باشد. در تعریفی هوش سیاسی را نظارت هدفمند و هماهنگ بر رقبای خود و شناسایی آن‌ها در چارچوب مشخص تعریف کرده‌اند. در واقع هوش سیاسی فرایند بکارگیری شیوه‌های قانونی و اخلاقی برای کشف تهیه و تحویل به موقع اطلاعات مورد نیاز به تصمیم‌گیرندگان است که می‌خواهند توان رقابتی خود را افزایش دهند. هوش سیاسی در پی دستیابی به داده‌ها و اطلاعاتی در محیط رقبا و دولت است. از این رو هوش سیاسی مؤثر، نه فقط نیازمند اطلاعاتی درباره رقباست بلکه، نیازمند اطلاعاتی درباره سایر تمایلات محیطی مانند تمایلات صنعت، تمایلات قانونی و نظارتی، تمایلات بین‌المللی، تحولات فناوری، تحولات سیاسی و شرایط اقتصادی است. یکی دیگر از ویژگی‌های مدیران موفق، هوشمندی رقابتی است. هوش رقابتی توانایی پیش‌بینی اقدامات در محیط رقابتی و کاهش عدم اطمینان در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی را در بر دارد که شامل هوش مرتبط با رقبا و نیز اطلاعات گردآوری‌شده از عوامل محیطی مانند: مشتریان، توزیع‌کنندگان، تغییرات اجتماعی، قوانین و مقررات، مسائل اقتصادی مشتریان، تأمین‌کنندگان، تکنولوژیها و روابط تجاری است. همچنین از نظر شارپ (۲۰۰۹) این نوع هوشمندی، نه تنها درباره رقبا است، بلکه شامل دانش و فرادانش درباره کل محیط سازمان است. بر اساس این تعاریف بین هوش سیاسی و هوش رقابتی وجوه مشترکی وجود دارد. همسو با این پژوهش زارعی و همکاران در پژوهش خود با عنوان مفهوم پردازی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های هوش رقابتی در شرکت‌های دانش‌بنیان: پژوهش ترکیبی در سال ۹۶ هشت مؤلفه را در هوش رقابتی شناسایی کردند که عبارتند از هوش

رقبا، هوش مالی، هوش بازار، هوش فنی، هوش مدیریتی، هوش قانونی، هوش انسانی و هوش سیاسی. بنابراین یافته‌های این پژوهش همسو با پژوهش حاضر نشان می‌دهد که هوش سیاسی ایجاد کننده هوش رقابتی است. یافته پژوهش حاضر نیز نشان داد بین هوش سیاسی مدیران آموزشی و هوش رقابتی آن‌ها رابطه مثبت وجود دارد؛ بنابراین می‌توان گفت افزایش قابلیت و مهارت‌های هوش سیاسی در مدیران آموزشی با افزایش هوش رقابتی و اتخاذ تصمیم‌های استراتژیک در آن‌ها همراه می‌باشد.

در تحلیل یافته‌های فرضیه سوم پژوهش، نتیجه آزمون همبستگی نشان داد رابطه بین ایمان و هوش سیاسی مدیران آموزشی مثبت و معنادار می‌باشد. این یافته مورد انتظار بوده و همسو با نتایج تحقیقات قبلی است (خسروانیان و همکاران، ۲۰۱۳؛ رسولی و همکاران، ۲۰۱۳؛ ممینی، ۲۰۱۳). در جهت تبیین بیشتر یافته‌ها می‌توان بیان داشت، هوش سیاسی یکی از ملاک‌های مهم موفقیت مدیران در سازمان است که با اتکاء بر پایه آن می‌توانند در جهت تغییرات مناسب در سازمان اعمال نفوذ کنند. هوش سیاسی شکستن محدودیت‌های کلی تفکر و آماده کردن یک نقشه مسیر برای ارزیابی سیاست‌های سازمانی است، هوش سیاسی درباره کارکردن با صداقت به منظور رسیدن به اهداف و منافع مشترک است نه در جهت منافع شخص، برای این که افراد هوش سیاسی به دست آورند لازم است پایه‌ها و منابع قدرت را که خود و با دیگران دارند بشناسند و مهارت‌های مذاکره آن‌ها را ارتقاء دهند. افرادی که از سطح بالایی از هوش سیاسی برخوردارند، می‌دانند که برای به دست آوردن منافع در تغییرات باید بر چه کسی اثر بگذارند. آن‌ها همچنین بهترین زمان و بهترین روش را برای به دست آوردن پذیرش افراد نسبت به تغییرات می‌شناسند. در سازمان‌های آموزشی نیز هوش سیاسی مدیران آموزشی عامل بسیاری مهمی در کیفیت و میزان اثربخشی رفتار سیاسی مدیران آموزشی و پیشرفت سازمان است. هوش سیاسی ابعاد مختلفی دارد از جمله شخصیت سیاسی، صداقت آشکار و تسخیر احساسات. مدیرانی که از هوش سیاسی برخوردارند از شخصیت سیاسی نیز برخوردار هستند. از نظر انگیزه‌ها و اعتقادات، رهبران با هوش سیاسی، با صداقت برای سازمان‌ها و نه برای منفعت شخصی خود، کار می‌کنند؛ از این رو آن‌ها به خوبی بر روی سازمان تمرکز می‌کنند و مغرور نیستند. این مدیران توانایی انتقال و ابلاغ برداشت‌های صادقانه و صمیمانه و پرهیز از دورویی و فریب افراد را دارند. در حقیقت از طبیعتی فعال، نفوذ فردی، صداقت آشکار

برخوردار هستند. این توانمندی باعث می‌شود تا کارکنان و افراد سازمان در لحظات سخت و دشوار در کنار مدیریت باقی بمانند و برای بقای سازمان از هیچ تلاشی فروگذار نکنند (فریس و همکاران، ۲۰۰۸).

همچنین در توضیح بیشتر، افراد با هوش سیاسی بالا همیشه به نفع اهداف سازمانی کار می‌کنند و منافع کارکنان را در نظر دارند تا بتوانند در فرصت‌های مناسب از این امتیاز استفاده کنند و در بحران‌های به وجود آمده موفق شوند، آن‌ها کارکنان را شریک خود می‌دانند و چیزی را از آن‌ها مخفی نمی‌کنند و این زمینه اعتماد کارکنان و مدیریت را فراهم می‌کند تا در تغییرات، همسو با یکدیگر حرکت کنند و مقاومت در مقابل تغییر کاهش یابد. همچنین این مدیران توانمندی تسخیر احساسات دیگران را دارند. تسخیر احساسات چگونگی صحبت کردن، رفتار کردن و ابراز کردن را در بر می‌گیرد. بیشتر تلاش‌های اثرگذاری در سازمان، جهت مثبت جلوه‌دادن خود در ذهن دیگران است. افراد با هوش سیاسی بالا سعی در تسخیر احساسات اعضای قدرتمند و بانفوذ سازمان دارند تا در مواقع نیاز از حمایت آن‌ها برخوردار باشند. از شیوه‌های تسخیر احساسات توسط افراد در سازمان‌ها می‌توان تأیید نظر، توجیه، عذرخواهی، وصف خویش، ادعا کردن با خود را ستودن، مورد لطف و عنایت قرار دادن و غیره را نام برد. علاوه بر موارد ذکر شده در نظریات هوش سیاسی، انتظار می‌رود ویژگی دین‌داری در مدیران، عاملی مهم و تأثیرگذار در افزایش هوش سیاسی آن‌ها باشد. نتایج این پژوهش نشان داد دین‌داری با هوش سیاسی مدیران آموزشی رابطه مثبت دارد. مدیرانی که دیندار هستند به دلیل داشتن باورها و اعتقادات مذهبی در زندگی و کار خود به اصولی پایبند هستند. دین‌داری یا تدین عبارتست از التزام فرد به دین مورد قبول خویش که این التزام در مجموعه‌ای از اعتقادات، احساسات و اعمال فردی و جمعی که حول خداوند و رابطه ایمانی با او دور می‌زند، سامان می‌یابد (طالبان، ۲۰۰۲). دین اطاعت از دستورات خداوند و پایبندی به اعتقادات دینی است. دین‌داری در کار نیز دخیل کردن این دستورات و رهنمودها در زندگی کاری است، به نحوی که فرد وظایف کاری خود را وظیفه‌ای دینی می‌پندارد و به دستورات و رهنمودهایی که دین در مورد کار داده است متعهد می‌شود. برای مثال رفتارها و اعمالی مغایر با دین را انجام نمی‌دهد، به جای فکر کردن به منافع شخصی در جهت منافع همکاران

خود تلاش می‌کند. در واقع چون فرد کار خود را وظیفه‌ای الهی و دینی و برای خدمت به خلق به خاطر رضای خدا می‌داند، احساس مسئولیت و تعهد بیشتری به آن خواهد داشت. همچنین فرد دیندار سعی می‌کند خود را مزین به فضائل اخلاقی از جمله تواضع، فروتنی، صداقت، صبر و شکیبایی، صمیمیت، ابراز محبت به دیگران، توجه و رسیدگی به مشکلات زبردستان و ... نماید. این جنبه‌های مثبت شخصیتی موجب می‌شود چنین مدیری در بین کارکنان و زبردستان در سازمان، فردی محبوب و تأثیرگذار باشد و این ویژگی‌های اخلاقی و رفتاری به نوعی همان ابعاد مهم هوش سیاسی است که در مبانی نظری ذکر شده است. یافته این پژوهش نیز نشان داد بین دین‌داری و هوش سیاسی رابطه مثبت وجود دارد؛ بنابراین افزایش ایمان و دین‌داری در مدیران آموزشی با افزایش هوش سیاسی در آنها همراه می‌باشد و اگر مدیران آموزشی و معلمان و مسئولین آموزشی دیندار باشند و پایه و ریشه دین را در شئون مختلف حفظ کنند، فضایی در کارشان ایجاد می‌شود که رشدیافتنی است و حتی اگر کمبودی در کار باشد می‌تواند جبران‌پذیر و رو به کمال باشد.

بر اساس آنچه که شرح آن رفت، افزایش ایمان و هوش سیاسی در مدیران آموزشی موجب می‌شود هوش رقابتی آنها بیشتر شود. هر چه میزان باورها و اعتقادات مذهبی و التزام و عمل به وظایف دینی در مدیران آموزشی مدارس بیشتر بوده و از هوش سیاسی بالاتری برخوردار باشند، هوش رقابتی آنها بیشتر می‌باشد. به این معنی که با استفاده از اطلاعات مربوط به منابع، امکانات محیطی و رقبا و با در نظر گرفتن فرصت‌ها و تهدیدات محیط بیرونی، می‌توانند برنامه‌ریزی مناسب‌تری انجام داده و در جهت منافع سازمان آموزشی خود تصمیماتی اتخاذ کنند که در نهایت موجب بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری سازمان شود.

در فرایند اجرای پژوهش نیز به برخی محدودیت‌هایی می‌توان اشاره داشت:

نتایج پژوهش حاضر معرف نمونه‌ای از مدیران و معاونان آموزشی زن در مدارس دخترانه منطقه ۱۴ تهران بود. لذا یافته‌های این پژوهش به سایر مدیران زن در مناطق دیگر شهر تهران قابل تعمیم نیست.

با توجه به این که جامعه آماری این پژوهش مدیران و معاونان آموزشی زن بودند امکان تعمیم نتایج به مدیران و معاونان مرد وجود ندارد.

پژوهش حاضر از نوع همبستگی بود؛ بنابراین نمی‌توان از روابط دست آمده استنباط علی کرد.

با توجه به این که داده‌های پژوهش حاضر از طریق اجرای پرسشنامه گردآوری شده، بنابراین احتمال دارد یافته‌ها تحت تأثیر سوگیری قرار گرفته و شرکت کنندگان در پژوهش، اعمال و رفتارهای واقعی خود را گزارش ندهند.

در پایان براساس یافته‌های پژوهش، برخی پیشنهادهای پژوهشی و کاربردی اشاره می‌شود:

پیشنهاد می‌شود به منظور افزایش دقت نتایج پژوهش، روابط بدست آمده با حجم نمونه بیشتری محاسبه شود.

با توجه به اینکه میزان واریانس تبیین شده هوش رقابتی توسط متغیرهای ایمان و هوش سیاسی، ۲۹ درصد به دست آمد پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های بعدی متغیرهای مؤثر دیگر بر هوش رقابتی در نظر گرفته شوند.

به این دلیل که اجرای این پژوهش در مدارس دخترانه و در منطقه ۱۴ تهران صورت گرفته است، پیشنهاد می‌شود در مدارس پسرانه و در مناطق دیگر تهران این پژوهش تکرار گردد.

همچنین پیشنهاد می‌شود این روابط در مدیران سازمان‌های دیگر بررسی شود و نتایج مقایسه گردد.

با توجه به رابطه مثبت بین ایمان و هوش سیاسی در مدیران و معاونان آموزشی توصیه می‌شود:

دوره‌های آموزشی و مهارتی جهت افزایش بصیرت و هوش سیاسی مدیران با رویکرد دینی برگزار شود و نسبت به افزایش معرفت دینی و تحکیم اعتقادات مذهبی و هوش سیاسی مدیران زن اقدام شود.

با توجه به رابطه مثبت بین ایمان و هوش رقابتی در مدیران و معاونان آموزشی توصیه می‌شود:

دوره‌های مهارت‌افزایی استفاده از راهکارهای دینی در جهت افزایش هوش رقابتی برای مدیران و معاونان مدارس دخترانه برگزار شود و این ویژگی با رویکرد دینی در آنها تقویت شود.

با توجه به اثر مثبت ایمان و هوش سیاسی بر هوش رقابتی در مدیران و معاونان آموزشی زن توصیه می‌شود:

در جهت تربیت مدیران و معاونان موفق، هوشمند و توانا در سازمان‌های آموزشی که تعلیم و تربیت فرزندان و نسل‌های آینده را برعهده دارند، لازم است بر تحکیم باورها و اعتقادات مذهبی و رشد فضائل اخلاقی در آنها تأکید شود و با برگزاری دوره‌های آموزشی و مهارتی هوش و بصیرت سیاسی و توانمندی رقابت سازنده را در آنها را تقویت کرده و ارتقاء داد.

منابع

- طالبان، محمدرضا. (۱۳۷۹). *مطالعه تجربی دین‌داری نوجوانان*، وزارت آموزش، توسعه، طرح امور آموزشی.
- الیاده، میر چاده. (۱۹۹۷). *فرهنگ‌الدین*، ترجمه جمعی از مترجمان (۱۳۹۷)، تهران: انتشارات طرح نو.
- انصاریان، حسین. (۱۳۹۱). *قرآن مقدس*. قم: دین دانش، چاپ اول.
- آتش‌پور، سید حمید و لندران اصفهانی، سعیده. (۱۳۸۶). *هوش سیاسی تأثیر مدیران*، ماهنامه فولاد، شماره ۱۵۰، اصفهان.
- بیک‌زاده، جعفر؛ اسکندری، کریم. (۱۳۸۹). *هوش رقابتی به‌عنوان ابزاری حمایتی در فرایندهای تصمیم‌گیری مدیران*. ۴۷ تا ۵۲.
- تارخ، محمد جعفر. (۲۰۱۱). *هوش رقابتی*، انتشارات دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی، توسعه سازمان پلیس، شماره ۴. تهران: دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی.
- حسینی، سید یعقوب؛ یداللهی، شهربانو. (۱۳۹۲). *ارائه مدلی برای سنجش هوش برون‌سازمانی*. ۵۷-۸۲.
- حسینی، سید یعقوب، یداللهی، شهربانو. (۱۳۹۲). *ارائه مدلی برای سنجش هوش برون‌سازمانی: نمایی از هوش رقابتی، مدیریت بازرگانی*، شماره ۳.
- خاشعی، وحید؛ هرندی، عطاالله. (۱۳۹۴). *بررسی نقش هوش فرهنگی در ارتقا هوش رقابتی*. ۱۷، ۴۲-۵۹.
- وحید، هرندی، عطاالله. (۱۳۹۴). *نقش هوش فرهنگی در ارتقا هوش رقابتی، تحقیقات مدیریت منابع سازمانی*، شماره ۵.

- خدایان، مریم. (۱۳۹۶). رابطه بین هوش سیاسی و رفتار سیاسی با عملکرد کارکنان روزنامه‌های ورزشی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم ورزشی. دانشگاه پیام نور، مرکز کرج.
- خدایاری‌فرد، محمد. (۱۳۸۹). تهیه مقیاس دین‌داری و ارزیابی سطوح دین‌داری اقشار مختلف جامعه، انستیتوی روانشناسی و علوم تربیتی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران.
- خدایاری‌فرد، محمد احمدپور دارینی، محمود؛ ههالی، بهزاد و مومنی، لیلان. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین دین‌داری و موفقیت کارآفرینان ایرانی، فصلنامه توسعه کارآفرینی مه، سال پنجم، دوره ۴، ۲۵-۷.
- خدایاری‌فرد، محمد قبری بناب، باقر؛ شکوهی یکتا، محسن؛ فقیهی، علی نفی و بهیژوه، احمد (۱۳۸۵). تهیه و استاندارد سازی مقیاس اندازه‌گیری برای دانشجویان، پروژه تحقیقاتی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران.
- خدایاری‌فرد، محمد؛ سماواتی، سیما؛ رودخانه آگبری، سعید. (۱۳۸۵). آماده‌سازی مقیاسی از دین‌داری برای جمعیت.
- خدایاری‌فرد، محمد؛ غباری بناب، باقر؛ شکوهی یکتا، محسن. (۱۳۷۷). تهیه مقیاس سنجش باورها و نگرش‌های دینی دانشجویان دانشگاه صنعتی شریف، تهران: دانشگاه صنعتی شریف.
- دوستار، محمد؛ ممینی، یعقوب؛ ممینی، فریبا. (۱۳۹۵). مدل نظری رهبری تحول‌گرا بر تغییر سازمانی با تأکید بر نقش واسطه‌ای هوش سیاسی، ۱۵، ۹۰ تا ۱۱۲.
- دوستار، محمد ممینی، یعقوب. (۱۳۹۳). مؤلفه‌ها و عملکردهای هوش سیاسی، دوفصلنامه علوم سیاسی، (۱) ۲۰، ۵-۸.
- سلیمی فرد، خدا به شما برکت دهد؛ حسینی، یعقوب؛ یداللهی، شهربانو (۱۳۹۱). طراحی مدلی برای سنجش هوش استراتژیک سازمانی و سنجش میزان آن در بین شرکتهای با استفاده از نرم افزار هوش تجاری در ایران. ۵، ۲۱ تا ۴۴.
- سلیمی، ویدا. (۱۳۹۵). مروری جامع بر تحقیقات هوش رقابتی در سازمان‌های ایرانی، مدیر بازاریابی، شماره ۵.

شمس مورکانی، غلامرضا؛ مشایخی، منصوره؛ سلیمانی، سعید، سلیمانی. (۱۳۹۳). تبیین نقش هوش سازمانی در ارتقا عملکرد سازمانی: مطالعه موردی مدیران دبیرستان‌های تهران، مقاله ۷، بهار ۱۳۹۳، ص ۱۶۵-۱۸۹.

طراهانی، عباس؛ نظری، رقیه. (۱۳۹۷). ابعاد آموزش مدیران مدارس، مدیریت مدرسه، ۳۲۸-۳۵۶.

علاقبند، علی. (۱۳۹۴). مبانی نظری و اصول مدیریت آموزشی. تهران: روان. لقمان، کشاورز؛ فراهانی، ابوالفضل؛ شهر سبز، یحیی. (۱۳۹۶). تحلیل رگرسیون هوش سیاسی و رفتار سیاسی مدیران ادارات کل ورزش و جوانان و هیئت‌های ورزشی استان فارس دوره ۲. صفحه ۱۰.

ماهانی، فریبا. (۱۳۹۴). رابطه بین درک از هوش رقابتی و هوش مدرسه با انگیزه دانش آموزان دبیرستانی اصفهان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان). متقی، پیمان؛ فقیهی پور، جواد؛ فولادوند، فاطیما. (۱۳۹۵). «کتاب راهنمای اطلاعات دارالفنون، چاپ اول، صص ۱۱-۴۷».

مستکمالی، زهرا، آهنگیان، محمدرضا، حسینقلی‌زاده، رضوان. (۱۳۹۷). مطالعه تطبیقی موسسات مسئول و سیستم سنجش صلاحیت حرفه‌ای مدیران مدارس در ایران، مالزی و ایالات متحده: دروس سیستم آموزش و پرورش ایران. مدیریت مدرسه، ۷ (۳)، ۲۱۳-۲۳۴.

ممینی، یعقوب؛ ممینی، فریبا. (۱۳۹۲). مدل نظری رهبری تحول‌گرا بر اساس هوش سیاسی ۳۷ تا ۶۰.

ممینی، یعقوب؛ خدادادی، سارا قاسمی نسب، روح‌الله؛ حدید، مرجان. (۱۳۹۲). هوش سیاسی، نیاز مدیران به مدیریت امروز، اولین کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت. ممینی، یعقوب؛ دوستار، محمد؛ گودرزی، مهشید. (۱۳۹۵)، ماهنامه مدیریت سازمانهای دارای اطلاعات سیاسی تدبیر، (۲۷۲) ۳۳، ۲۵-۳۶.

ممینی، یعقوب؛ و دوستار، محمد. (۱۳۹۴). مدیریت تغییر سازمانی، بر اساس هوش سیاسی مدیران دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، نوآوری و تولید ملی، قم، ۵۱۶-۵۳۰.

نگین تاجی، صدیقه. (۱۳۹۴). بررسی خصوصیات روان‌سنجی پرسشنامه «مقیاس دین در کار» بر روی مدیران مدارس ابتدایی شیراز، کارشناسی ارشد پایان‌نامه، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت.

حسینی، سید یعقوب، یداله‌ی و شهربانو. (۱۳۹۳) ارائه مدلی برای سنجش هوش برون سازمانی: نمایی از هوش رقابتی. مدیریت بازرگانی، ۵ (۳)، ۵۷-۸۲.

کمال برزگر بفروئی، مهناز توکلی بنییزی، محمد رحمتی. (۱۳۹۵). رابطه بین ابعاد دین‌داری و هوش فرهنگی (مطالعه موردی توسط مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی یزد)، ۵ (۲)، ۲۳.

خدایاری‌فرد، محمد رحیمی نژاد، عباس؛ فقیهی، علی تقی: غباری بناب، محسن شکوهی بکتا، محسن آذربایجانی، مسعود؛ هومن، حیدر علی، منطقی، مرتضی: پاک نژاد، محسن سراج زاده، سید حسین فاطمی، سید محسن و اکبری تاردخانه، سعید (۱۳۸۸). گزارش نهایی پروژه تحقیقاتی تهیه مقیاس دین‌داری و ارزیابی سطح دین‌داری و ارزیابی سطوح دین‌داری اقشار مختلف جامعه ایران (مراکز استانها)، دانشگاه تهران: دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی.

- Eliadeh, Mir Chadeh. (1997). *Farhang-e-Din*, a Collective Translation by Translators, Tehran: Tarh-e-No Publications.
- Lynn, M. L; Naughton, M. J & VanderVeen, S. (2008). Faith at Work Scale (FWS): Justification, development, and validation of a measure of Judaeo-Christian religion in the workplace, *Journal of Business Ethics* 85 (2), 227-243.
- Calof, J. & Wright, S. (2008). Competitive Intelligence: A Practitioner, Academic and Interdisciplinary Perspective. *European Journal of Marketing*, 42(7/8), 717-730.
- Pargament, K. I. & Mahoney, A. (2005). THEORY: Sacred Matters: Sanctification as a Vital Topic for the Psychology of Religion". *The International Journal for the Psychology of Religion*, 15(3), 179-198.
- Asri, D. A. A. M. & Mohsin, A. M. A. (2020). Competitive Intelligence Practices and Organizational Performance Linkage: A Review. *Jurnal Inteltek*, 15(2), 101-115.
- Calof, J. (2017). Canadian competitive intelligence practices – a study of practicing strategic and competitive intelligence professionals Canadian members. *Foresight*, 19(6), 577-589.