



تبیین مدل ارتباط بین هوش معنوی و نگرش به کسب و کار در دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان گروه مدیریت و حسابداری دانشگاه ولایت)

فتانه بهاروند^۱
میلاذ گوران^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۹۸/۰۷/۲۳ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۸/۱۰/۱۰

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تبیین مدل ارتباط بین هوش معنوی و نگرش به کسب و کار در دانشجویان انجام گرفته است. جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان گروه مدیریت و حسابداری دانشگاه ولایت به تعداد ۵۰۰ نفر بوده و نمونه آماری به تعداد ۲۱۷ نفر با روش تصادفی و استفاده از جدول مورگان انتخاب گردید. از پرسشنامه‌های استاندارد هوش معنوی (کینگ و دسیکو، ۲۰۰۹) و نگرش به کسب و کار (آشن و همکاران، ۱۹۹۸) جهت گردآوری داده‌ها استفاده شد. تحقیق حاضر از لحاظ هدف از نوع کاربردی و به لحاظ روش انجام کار از نوع توصیفی-پیمایشی می‌باشد. به منظور تأیید مدل تحقیق از مدل معادلات ساختاری و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل عاملی تأییدی، آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام در نرم‌افزارهای AMOS 23 و SPSS 23 استفاده گردید. نتایج حاکی از وجود رابطه مثبت معنادار بین هوش معنوی و نگرش به کسب و کار می‌باشد. همچنین، تأیید شد که بین تمامی ابعاد هوش معنوی با نگرش به کسب و کار رابطه مثبت معنادار وجود دارد و از میان چهار بعد هوش معنوی، بعد "تفکر انتقادی وجودی" در تبیین نگرش دانشجویان به کسب و کار نقش دارد.

کلمات کلیدی

هوش معنوی، نگرش به کسب و کار، مدل معادلات ساختاری

۱- گروه مدیریت و حسابداری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ولایت، ایرانشهر، ایران (نویسنده مسئول) f.baharvand@velayat.ac.ir
۲- گروه مدیریت و حسابداری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ولایت، ایرانشهر، ایران. m.gouran@velayat.ac.ir

تبیین مدل ارتباط بین هوش معنوی و نگرش به کسب و کار در دانشجویان/بهاروند و گوران

مقدمه

کارآفرینی و ایجاد کسب و کار جدید از جمله عواملی است که می‌تواند بر حل مشکل بیکاری، توسعه اقتصادی و ارتقاء نوآوری در یک کشور مؤثر باشد (کریمی و همکاران^۱، ۲۰۱۰). این مفهوم به ایجاد یک کسب و کار یا یک سازمان جدید اشاره دارد (بهاروند و گوران، ۲۰۱۸). ترویج کارآفرینی نه تنها برای یک اقتصاد سالم لازم است، بلکه برای حفظ رفاه و ایجاد مشاغل جدید حیاتی است (پولین و همکاران^۲، ۲۰۱۶). با توجه به افزایش جمعیت جوانان جوپای کار دانشگاهی و معضل بیکاری آنان، توجه به کارآفرینی می‌تواند یکی از راهکارهای مناسب این حوزه باشد (طیبی ابوالحسنی و کوشا، ۱۳۹۵). برای تشویق دانشجویان به کارآفرین شدن، شناخت عوامل و فرایندهای تصمیم‌سازی که به کارآفرین شدن آنها منجر می‌شود، ضروری است. نگرش به کسب و کار یکی از پیش‌نیازهای مهم و اصلی انجام و بروز رفتارهای کارآفرینانه می‌باشد (جونز و همکاران^۳، ۲۰۱۱). یکی از اولین گام‌های مهم در راستای کارآفرین کردن دانشجویان، توسعه نگرش‌های کارآفرینی در آنهاست (لوناواث^۴، ۲۰۱۵). ویژگی‌های فرد، اعم از دانش و نگرش و نیز مهارت‌های او، نقشی انکارناپذیر و اساسی در امر کارآفرینی ایفا می‌کنند (خرسندی یامچی و همکاران، ۱۳۹۴). نوع نگرش افراد یک جامعه به کسب و کار در کمیت و کیفیت توسعه جامعه نقش مؤثری دارد. شاید بتوان گفت یکی از دلایل مهم عدم توسعه اقتصادی مناسب کشورمان، فقدان نگرش مثبت گروه‌های مختلف اجتماعی به کسب و کار است (غیاثی، ۱۳۹۵). تحقیقات بین‌المللی نشان می‌دهد عوامل مختلفی بر نگرش به کسب و کار تأثیرگذار هستند (کاکوریس^۵، ۲۰۱۶). از جمله عوامل اجتماعی و فرهنگی که می‌تواند نقش عمده‌ای در ایجاد نگرش و قصد کارآفرینی داشته باشد، هوش معنوی است (بالوگ و همکاران^۶، ۲۰۱۴). معنویت، منبعی برای اشتیاق کارآفرینان است که به زندگی آنها معنی می‌دهد (کوانوی و همکاران^۷، ۲۰۱۰). آموزه‌های دینی به دلیل عمق و آمیختگی ریشه‌ای با فرهنگ و ارزش‌ها، به طور غیرمستقیم بر تمایل افراد به کارآفرین شدن نقش دارد (خدایاری فرد و همکاران، ۱۳۹۱). میان نگرش به کسب و کار و نگرش به کارآفرینی تفاوت وجود دارد (بالوگ و همکاران، ۲۰۱۴). نگرش به کارآفرینی از جمله معیارها و شاخص‌های سنجش‌پذیر نگرش به کسب و کار بوده (شوارز و همکاران^۸، ۲۰۰۹؛ کریمی، ۱۳۹۵) و یکی از عوامل اثرگذار بر روی نگرش به کسب و کار است (طیبی ابوالحسنی و ایوبی، ۱۳۹۶). با این وجود، جستجوی پژوهشگران این پژوهش نشان می‌دهد که آنچه مورد بحث و بررسی بسیاری از پژوهشگران قرار گرفته، عمدتاً ارتباط پدیده نوظهور هوش معنوی با نگرش به کارآفرینی و نقش آن در کارآفرینی بوده و مطالعات اندکی در زمینه ارتباط بین هوش معنوی و نگرش به کسب و کار صورت گرفته است. بنابراین، خلاء پژوهشی در این زمینه پژوهشگران پژوهش

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و پنجم - بهار ۱۳۹۹

حاضر را بر آن داشت تا به بررسی این مهم بپردازد که آیا هوش معنوی دانشجویان به عنوان هوشی که به فلسفه اصلی زندگی و ارزش‌های فرد شکل می‌بخشد (زوهار^۹، ۲۰۱۲) با نگرش آن‌ها به کسب و کار مرتبط است؟

مبانی نظری تحقیق

هوش معنوی

هوش به عنوان یک توانایی شناختی در اوایل قرن بیستم از سوی آلفرد بینه^{۱۰} مطرح شد؛ اما در دو دهه اخیر مفهوم هوش به حوزه‌های دیگر مانند هوش طبیعی، هوش وجودی و هوش معنوی گسترش یافته است (فقیه آرام و همکاران، ۱۳۹۷). هوش معنوی برای نخستین بار در سال ۱۹۹۶ توسط استیونز^{۱۱} مطرح شد و بعد در سال ۱۹۹۹ توسط امانس^{۱۲} گسترش یافت (جلیلی و حیدری، ۱۳۹۷). هوش معنوی عبارتست از خودآگاهی عمیقی که در آن فرد هرچه بیشتر از جنبه‌های درونی خود آگاه می‌شود. همچنین، هوش معنوی توانایی بکارگیری و بروز ارزش‌های معنوی است؛ به گونه‌ای که موجب ارتقاء کارکرد روزانه و سلامت جسمی و روحی فرد می‌شود (فقیه آرام و همکاران، ۱۳۹۷). هوش معنوی از هفت بعد تشکیل شده است: هوشیاری، بخشودگی، معناداری، تعالی، ایمان، تسلیم آشتی‌جویانه و نظارت درونی (آرام^{۱۳}، ۲۰۰۵). امانس معتقد است حداقل پنج توانایی می‌تواند هوش معنوی را تعریف کند: (۱) ظرفیت ماورایی؛ (۲) توانایی برای رسیدن به حالت‌های معنوی آگاهانه؛ (۳) توانایی برای برنامه‌ریزی هر روزه فعالیت‌ها، رخدادها و روابط با احساسات روحانی (مقدس)؛ (۴) توانایی برای بکارگیری منابع معنوی برای حل مشکلات زندگی؛ (۵) ظرفیت درگیر شدن در رفتارهای پرهیزکارانه یا پرهیزکار بودن مانند بخشندگی، فروتنی، احساس همدردی و حق‌شناسی (امانس، ۲۰۰۰ به نقل از پیام و همکاران، ۱۳۹۷). از نظر کینگ و دسیکو^{۱۴} (۲۰۰۹) هوش معنوی مجموعه‌ای از ظرفیت‌های ذهنی - انطباقی است که بر جنبه‌های غیرمادی و متعالی واقعیت استوار می‌شوند. آن‌ها چهار توانایی یا ظرفیت اصلی را برای هوش معنوی برشمرده‌اند که عبارتند از: (۱) تفکر انتقادی وجودی: ظرفیت تأمل نقادانه ماهیت هستی، واقعیت، جهان، فضا، زمان و دیگر موضوعات وجودی و متافیزیکی، همچنین ظرفیت تأمل در موضوعات غیروجودی در ارتباط با هستی از دیدگاهی هستی‌گرایانه؛ (۲) ایجاد معنای شخصی: توانایی استخراج معنا و هدف شخصی از تمام تجربه‌های مادی و روانی از جمله ظرفیت خلق و اختیار هدف برای زندگی؛ (۳) آگاهی متعالی: ظرفیت تشخیص ابعاد متعالی خویش، دیگران و جهان در خلال حالت‌های طبیعی هوشیاری همراه با ظرفیت روابط؛ (۴) گسترش حالت‌های هوشیاری (توسعه آگاهی): توانایی ورود به حالت‌های اوج

تبیین مدل ارتباط بین هوش معنوی و نگرش به کسب و کار در دانشجویان/بهاروند و گوران

یافته هوشیاری به اختیار (کینگ و دسیکو، ۲۰۰۹). در این پژوهش از مدل کینگ و دسیکو (۲۰۰۹) برای سنجش هوش معنوی استفاده شده است.

نگرش به کسب و کار

نگرش عبارتست از حالتی روانی و عصبی مبتنی بر تجربه که تأثیری پویا بر فرد داشته و او را برای بروز واکنش به شیوه‌ای خاص در برابر برخی اشیا و وضعیت‌ها آماده می‌کند (اللهیاری و همکاران، ۱۳۸۸). رابینسون و همکاران (۱۹۹۱) برای اولین بار مفهوم نگرش را براساس مفهوم سه جزئی نگرش شامل شناخت، رفتار و احساس در مطالعات کارآفرینی به کار بردند (رابینسون و همکاران^{۱۵}، ۱۹۹۱ به نقل از آراستی و همکاران، ۱۳۹۵). نگرش کارآفرینانه حالتی است که براساس آن، افراد به بروز و ظهور رفتار کارآفرینانه از خود تمایل نشان می‌دهند (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۳). نگرش به کسب و کار عبارت است از آمادگی روانی برای انجام کار که این آمادگی روانی می‌تواند مثبت، منفی یا خنثی باشد (رحیمی مگوویی و مودنی، ۱۳۹۵). بر اساس مدل دیویدسون^{۱۶}، تمایل افراد برای شرکت در یک کسب و کار توسط دو عنصر تحت تأثیر قرار می‌گیرد: (۱) موقعیت کنونی؛ (۲) اعتقاد راسخ که توسط نگرش‌های عام (تمایل به تغییر، رقابت‌پذیری، گرایش به پول، پیشرفت و استقلال) و نگرش‌های موقعیتی (بازدهی، مشارکت اجتماعی و مهارت) تعریف می‌شود (گوررو و همکاران^{۱۷}، ۲۰۰۸). ابعاد متغیر "نگرش به کسب و کار" به عنوان متغیر وابسته در دانشگاه‌ها عبارتند از: قصد کارآفرینانه، نگرش به تغییر، نگرش به رقابت‌پذیری، نگرش به کارآفرینی، نگرش به پول، ادراک از محیط دانشگاه، حمایت محیطی و موانع محیطی (مقیمی و رمضان، ۱۳۹۲). قصد کارآفرینانه: یک ویژگی است که فرد را هدایت می‌کند تا به دنبال یک شغل آزاد برود و یا اقدام به تأسیس کسب و کار جدیدی نماید (فایول و لینان^{۱۸}، ۲۰۱۴). در تعریفی، قصد کارآفرینانه به عنوان انتظار راه‌اندازی یک کسب و کار در سه سال آینده است (زالی و همکاران، ۱۳۸۹). نگرش به رقابت‌پذیری: رقابت‌پذیری با تعبیر توانمندی و تمایل ورود به رقابت تعریف شده است (پورتر^{۱۹}، ۱۹۹۰). وجود کارآفرینان بیشتر، رقابت بیشتری را ایجاد می‌نماید (فریچ^{۲۰}، ۲۰۰۸). اصولاً کارآفرینی به صورت نوآوری و رقابت‌پذیری تبیین می‌شود و زمانی که شرایط مهیا شود، کارآفرینی از طریق نوآوری، تنوع منابع، اختراع و رقابت‌پذیری بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد (بامول^{۲۱}، ۱۹۹۳). نگرش به تغییر: نگرش نسبت به تغییر عبارتست از یادگیری عاطفی افراد برای قضاوت مثبت یا منفی در مورد اثر تغییر (اردلان و عرفانی‌زاده، ۱۳۹۶). کارآفرینان بیشترین آمادگی را برای تغییر دارند و بیشترین ابتکار عمل را از خود بروز می‌دهند (راتن^{۲۲}، ۲۰۱۱). نگرش به کارآفرینی: نگرش‌های کارآفرینانه به وسیله توفیق طلبی، نوآوری، استقلال طلبی، اعتماد به نفس، عزت نفس و شناسایی فرصت اندازه‌گیری

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و پنجم - بهار ۱۳۹۹

می‌شود (وان‌ویک و باشاف^{۲۳}، ۲۰۰۴؛ لیندسی^{۲۴}، ۲۰۰۵). نگرش به پول: یاماچی و تمپلر برای نگرش به پول یک مقیاس چهار متغیره شامل اعتبار (استفاده از پول به عنوان ابزار قدرت)، صرفه‌جویی (آینده‌نگری و دقت در خرج کردن پول)، تردید (شک داشتن به خرج پول) و اضطراب (عصبی شدن پس از خرج کردن پول) ایجاد کردند (یاماچی و تمپلر^{۲۵}، ۱۹۸۲ به نقل از شائول^{۲۶}، ۲۰۰۷). نگرش به پول میزان علاقمندی به کسب درآمد را نشان می‌دهد (نادری و همکاران، ۱۳۹۴). ادراک از محیط دانشگاه: مهمترین ابعاد در محیط دانشگاه، شامل فعالیت‌های تدریس و آموزش و همچنین تعامل مدرس- دانشجو است (محمد سعید و همکاران^{۲۷}، ۲۰۰۸). ادراک از محیط دانشگاه میزان نوآر بودن محیط دانشگاه جهت راه‌اندازی کسب و کار را نشان می‌دهد (نادری و همکاران، ۱۳۹۴). حمایت محیطی و موانع محیطی: حمایت‌ها و موانع محیطی بر نگرش و قصدکارآفرینانه افراد مؤثرند (کریمی و همکاران، ۱۳۹۱). موانع دانشگاهی، موانعی هستند که درون نظام دانشگاه باعث کاهش انگیزه دانشجویان نسبت به طی نمودن فرایند کارآفرینی می‌شوند (امیری و مرادی، ۱۳۸۷). حمایت‌های ساختاری و آموزشی نیز از عوامل اثرگذار بر نگرش کارآفرینانه دانشجویان است (تورکر و سلکاک^{۲۸}، ۲۰۰۸).

پیشینه تحقیق

از میان پژوهش‌های صورت‌گرفته در مورد موضوع پژوهش، می‌توان به موارد زیر به عنوان مرتبط‌ترین پژوهش‌ها اشاره نمود:

۱. قربان‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی توصیفی- همبستگی به بررسی رابطه هوش معنوی و کارآفرینی فردی در کارکنان دانشگاه علوم پزشکی بجنورد پرداختند و با انجام آزمون همبستگی پیرسون و محاسبات رگرسیون به این نتیجه رسیدند که بین کارآفرینی فردی و خلق معنای شخصی، آگاهی متعالی و موقعیت هوشیاری رابطه معنادار وجود داشته ولی بین کارآفرینی فردی و تفکر انتقادی وجودی رابطه وجود ندارد. مؤلفه‌های خلق معنای شخصی، آگاهی متعالی و موقعیت هوشیاری به ترتیب با ضرایب ۰/۲۳، ۰/۲۸ و ۰/۳۲ بر کارآفرینی فردی تأثیر داشته و تأثیر تفکر وجودی انتقادی بر کارآفرینی فردی با ضریب ۰/۰۶ تأیید نشد.

۲. مبینی دهکردی و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی تأثیر هوش معنوی بر اشتیاق کارآفرینانه با نقش میانجی هویت ایده‌آل کارآفرینانه در کارآفرینان مستقر در پارک‌های علم و فناوری شهر تهران پرداختند. آنها در پژوهش توصیفی- پیمایشی خود با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم افزار Smart PLS به این نتیجه رسیدند که هوش معنوی کارآفرینان بر اشتیاق کارآفرینانه و مرکزیت هویت ایده‌آل

تبیین مدل ارتباط بین هوش معنوی و نگرش به کسب و کار در دانشجویان/بهاروند و گوران

تأثیر مثبت و معناداری دارد و نقش میانجی مرکزیت هویت ایده‌آل در اشتیاق ابداعی و تأسیسی، قابل تأیید است.

۳. ابراهیم‌پور و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی ارتباط هوش معنوی با رفتار نوآورانه در معلمان مقطع راهنمایی مشکین شهر پرداختند. آنها در پژوهش توصیفی-همبستگی خود با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره در نرم افزار SPSS به این نتیجه رسیدند که بین هوش معنوی و مؤلفه‌های آن با رفتار نوآورانه رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. از میان مؤلفه‌های هوش معنوی، مؤلفه توانایی برای سود بردن از منابع معنوی برای حل مسائل، ظرفیت برای تعالی و همچنین ظرفیت پرهیزگاری به ترتیب دارای بیشترین تأثیر در پیش‌بینی رفتار نوآورانه هستند که توسعه این مؤلفه‌ها در کنار پایش مستمر بکارگیری آنها در رفتارهای معلمان، می‌تواند در گسترش رفتارهای نوآورانه مؤثر واقع شود.

۴. صفری جعفرلو و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان "مدل‌یابی تأثیر هوش معنوی و نگرش به کارآفرینی بر قصد کارآفرینی در دانشجویان"، دانشجویان علوم ورزشی استان فارس را مورد مطالعه قرار دادند و با تحلیل داده‌ها در سطح توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم‌افزار SPSS و تحلیل مسیر با استفاده از نرم‌افزار Amos به این نتیجه رسیدند که هوش معنوی، به صورت مستقیم و غیرمستقیم، از طریق نگرش به کارآفرینی بر قصد کارآفرینی اثر مثبت دارد و مدل تأثیر هوش معنوی و نگرش به کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان از برازش قابل قبولی برخوردار است. از این مدل می‌توان به عنوان دستور کار جهت توسعه کارآفرینی و همچنین تدوین محتوا و سرفصل‌های مورد نیاز برای تدریس و بهبود نگرش و قصد کارآفرینی در رشته علوم ورزشی استفاده نمود.

۵. دهقان نجم‌آبادی و یآوری (۱۳۹۸) در پژوهشی توصیفی-علی، به بررسی تأثیر نقش میانجی معنویت بر رابطه بین رهبری معنوی و نگرش کارآفرینانه در سربازان وظیفه مشغول به خدمت در مراکز فرماندهی انتظامی استان یزد با استفاده از رویکرد معادلات ساختاری در نرم افزار Smart PLS پرداختند. یافته‌های پژوهش آنها حاکی از تأثیر مثبت و معنادار رهبری معنوی بر نگرش کارآفرینانه، رهبری معنوی بر معنویت و در نهایت معنویت بر نگرش کارآفرینانه در بین سربازان بود. آنها اظهار داشتند اگر در نظام سربازی، یک برنامه جامع برای شکل‌دهی به نگرش مذهبی سربازان وجود داشته باشد، می‌توان انتظار داشت که آنها در آینده با تکیه بر نظام ارزشی خود، اقدام به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه نمایند.

۶. سونیتا و آنتوان^{۲۹} (۲۰۱۵) در پژوهشی توصیفی-همبستگی و با استفاده از روش‌های تحلیل عاملی، رگرسیون و مدل معادلات ساختاری به بررسی تأثیر هوش معنوی بر موفقیت فردی و سازمانی

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و پنجم - بهار ۱۳۹۹

کارآفرینان شاغل در حوزه کسب و کارهای خانوادگی در صنعت خرده فروشی و خدمات در منطقه مالابار هندوستان پرداختند و به این نتیجه رسیدند که بین هوش معنوی و موفقیت کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین، هوش معنوی هم بر موفقیت فردی و هم بر موفقیت سازمانی کارآفرینان مؤثر است.

۷. مسریفه و اسلام^{۳۰} (۲۰۱۷) در پژوهشی توصیفی- کیفی به بررسی کاربرد الگوی یادگیری کارآفرینی در بهبود هوش معنوی دانش آموزان مقطع ابتدایی در منطقه سیدارچا کشور اندونزی با استفاده از مصاحبه، مشاهده مستقیم و مستندسازی پرداختند و دریافتند که بکارگیری الگوهای پایدار و مستمر آموزش کارآفرینی در سنین کودکی، تأثیر مثبت و معناداری بر بهبود و ارتقاء هوش معنوی دانش آموزان خواهد داشت.

۸. تاج پور و سلامزاده^{۳۱} (۲۰۱۹) در پژوهشی توصیفی-پیمایشی به بررسی تأثیر هوش معنوی بر کارآفرینی سازمانی در کارمندان دانشگاه تهران با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری در نرم افزار Smart PLS پرداختند و به این نتیجه رسیدند که هوش معنوی تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی سازمانی دارد؛ بدان معنی که هرچه هوش معنوی در یک سازمان رشد یابد، فعالیت‌های کارآفرینی نیز افزایش می‌یابند. از بین ابعاد هوش معنوی، بعد تفکر انتقادی وجودی بیشترین قدرت پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی را داشته و پس از آن ابعاد توسعه آگاهی، آگاهی و معناسناسی به ترتیب بیشترین نقش را در تبیین کارآفرینی سازمانی دارند.

۹. راکو و همکاران^{۳۲} (۲۰۱۹) در پژوهشی مروری، به تبیین تعریفی صحیح و دقیق از معنویت و بررسی تأثیر آن بر فعالیت‌های کارآفرینی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که معنویت تأثیرات مثبتی بر فعالیت‌های کارآفرینی و صنایع تجاری می‌گذارد. معنویت، کارآفرینان را ترغیب می‌کند تا فرصت‌هایی را ایجاد کنند که دیگران نمی‌توانند ببینند. از این طریق، آنها در تجارت بهتر عمل نموده و به نتایجی فراتر از انتظار دست خواهند یافت. کارآفرینان عادی در تلاش هستند تا سود کسب کنند، در حالی که یک کارآفرین معنوی به دنبال منافع دیگران است. معنویت در حال تبدیل شدن به هسته اصلی فعالیت‌های کارآفرینی است؛ زیرا با تلاش برای برآوردن نیازها و خواسته‌های مشتریان، آنها پایداری تجارت خود را تضمین می‌کنند.

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی: بین هوش معنوی و نگرش به کسب و کار در دانشجویان ارتباط معنادار وجود دارد.

تبیین مدل ارتباط بین هوش معنوی و نگرش به کسب و کار در دانشجویان/بهاروند و گوران

فرضیه‌های فرعی

۱. بین بعد تفکر انتقادی وجودی و نگرش به کسب و کار در دانشجویان ارتباط معنادار وجود دارد.
۲. بین بعد معنی‌شناسی و نگرش به کسب و کار در دانشجویان ارتباط معنادار وجود دارد.
۳. بین بعد آگاهی و نگرش به کسب و کار در دانشجویان ارتباط معنادار وجود دارد.
۴. بین بعد توسعه آگاهی و نگرش به کسب و کار در دانشجویان ارتباط معنادار وجود دارد.
۵. ابعاد هوش معنوی قادر به پیش‌بینی نگرش به کسب و کار در دانشجویان هستند.

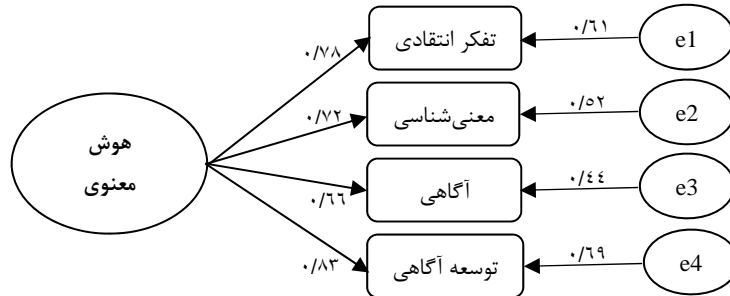
روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع کاربردی و از نظر ماهیت از نوع توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان گروه مدیریت و حسابداری دانشگاه ولایت به تعداد ۵۰۰ نفر بوده که با روش تصادفی ساده و استفاده از جدول تعیین حجم نمونه مورگان، نمونه آماری به تعداد ۲۱۷ نفر انتخاب گردید. ابزار گردآوری داده‌ها عبارتند از پرسشنامه‌های استاندارد هوش معنوی (کینگ و دسیکو، ۲۰۰۹) و نگرش به کسب و کار (آشن و همکاران^{۳۳}، ۱۹۹۸ به نقل از مقیمی و رمضان، ۱۳۹۲). با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ برای این پرسشنامه‌ها و به دست آمدن ضرایب ۰/۸۵۸ و ۰/۷۸۷ به ترتیب برای پرسشنامه‌های هوش معنوی و نگرش به کسب و کار، پایایی ابزار تحقیق تایید شد. جهت حصول اطمینان از روایی پرسشنامه‌ها، تحلیل عاملی تأییدی انجام گرفت. پس از توزیع پرسشنامه‌ها در بین نمونه آماری، تعداد ۲۱۱ پرسشنامه تکمیل شده جمع‌آوری شد و تحلیل داده‌ها بر مبنای این تعداد صورت پذیرفت. جهت تعیین سطح هوش معنوی مقدار میانگین محاسبه گردید و جهت مشخص شدن وضعیت نگرش دانشجویان به کسب و کار از روش فاصله انحراف معیار از میانگین استفاده شد. بررسی و آزمون فرضیه اصلی و مدل پژوهش با استناد به رویکرد معادلات ساختاری و استفاده از نرم‌افزار AMOS 23 صورت گرفته و جهت بررسی فرضیه‌های فرعی پژوهش از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام در نرم‌افزار SPSS 23 استفاده شد.

متغیرهای پژوهش

۶-۱. هوش معنوی: متغیر مستقل در این تحقیق، هوش معنوی می‌باشد که با استفاده از ادبیات نظری، مدل اندازه‌گیری آن در قالب شکل ۱ تدوین شده است.

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و پنجم - بهار ۱۳۹۹



شکل ۱: مدل چهار عاملی برای سنجش هوش معنوی

خروجی نرم‌افزار AMOS شاخص‌های برازش مدل متغیر مستقل را به صورت جدول ۱ گزارش داده است.

جدول ۱- شاخص‌های برازش مدل هوش معنوی

RMSEA	NFI	IFI	CFI	GFI	CMIN/DF	P	CIMN	DF
۰/۰۴۹	۰/۹۹۱	۰/۹۹۷	۰/۹۹۷	۰/۹۹۳	۱/۵۰۹	۰/۲۲۱	۳/۰۱۹	۲

منبع: یافته‌های پژوهشگران

شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری و محدوده قابل قبول برای هر یک از آنها در جدول ۲ نشان داده شده است. با توجه به اطلاعات جداول ۱ و ۲ می‌توان دریافت که مدل سنجش متغیر هوش معنوی از برازش بسیار خوبی برخوردار است.

جدول ۲- شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری

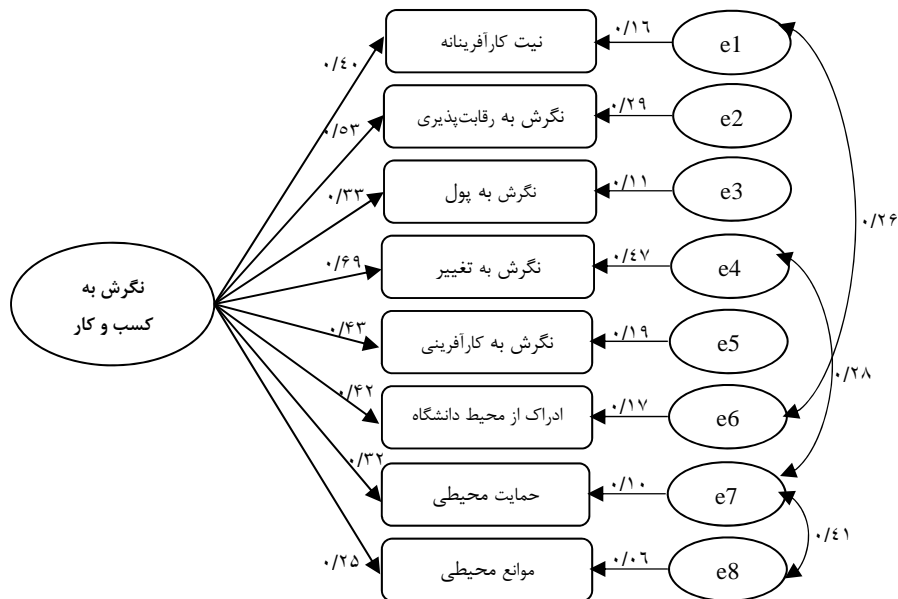
محدوده قابل قبول	شاخص‌های برازش	محدوده قابل قبول	شاخص‌های برازش
بیش از ۰/۰۵	معناداری کا اسکوتر (P)	بیشتر از ۰/۹	برازش هنجارشده (NFI)
کمتر از ۰/۰۸	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	بیشتر از ۰/۹	برازش فزاینده (IFI)
کمتر از ۳	کا اسکوتر به‌هنجارشده (CMIN/DF)	بیشتر از ۰/۹	نیکویی برازش (GFI)
		بیشتر از ۰/۹	برازش نسبی (CFI)

منبع: بایرن^{۳۴}، ۲۰۰۱ و هومن، ۱۳۸۴

تیین مدل ارتباط بین هوش معنوی و نگرش به کسب و کار در دانشجویان/بهاروند و گوران

نگرش به کسب و کار

نگرش به کسب و کار متغیر وابسته پژوهش می‌باشد که مدل اندازه‌گیری آن با بررسی ادبیات موضوعی به صورت شکل ۲ تدوین شده است.



شکل ۲: مدل هشت عاملی برای سنجش نگرش به کسب و کار

خروجی نرم‌افزار AMOS شاخص‌های برازش مدل متغیر وابسته را به صورت جدول ۳ گزارش داده است.

جدول ۳: شاخص‌های برازش مدل نگرش به کسب و کار

RMSEA	NFI	IFI	CFI	GFI	CMIN/DF	P	CIMN	DF
۰/۰۳۹	۰/۹۰۳	۰/۹۷۴	۰/۹۷۳	۰/۹۷۴	۱/۳۲۷	۰/۱۶۴	۲۲/۵۵۶	۱۷

منبع: یافته‌های پژوهشگران

بنابراین با توجه به اطلاعات جداول ۲ و ۳ می‌توان دریافت که مدل سنجش متغیر نگرش به کسب و کار نیز از برازش بسیار خوبی برخوردار است.

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و پنجم - بهار ۱۳۹۹

یافته‌های تحقیق

یافته‌های پژوهش حاضر در دو بخش توصیفی و استنباطی به شرح زیر ارائه می‌شوند:

یافته‌های توصیفی:

بررسی‌ها نشان می‌دهد ۵۴ درصد از پاسخگویان زن و ۴۶ درصد مرد بوده‌اند. ۲۳/۷ درصد از پاسخگویان در رشته مدیریت بازرگانی، ۲۶/۱ درصد در رشته مدیریت کسب و کار، ۲۳/۲ درصد در رشته مدیریت دولتی و ۲۷ درصد در رشته حسابداری مشغول به تحصیل هستند. با توجه به اینکه نقطه برش پرسشنامه‌های بکار گرفته شده در تحقیق عدد ۳ بوده، هر چه میانگین بدست آمده بیشتر از ۳ باشد، وضعیت متغیر در جامعه مورد بررسی بهتر می‌باشد. با سنجش سطح هوش معنوی نمره حداقل ۱/۸۴ و حداکثر ۵، انحراف استاندارد ۰/۵۴ و میانگین ۳/۴۹ در بین ۲۱۱ فرد پاسخگو بدست آمد و این نتایج نشان می‌دهد که هوش معنوی در جامعه آماری تحقیق با میانگین بیشتر از ۳ در وضعیت مطلوبی قرار دارد. به منظور توصیف وضعیت نگرش دانشجویان به کسب و کار از روش فاصله انحراف معیار از میانگین (ISDM^{۳۵}) استفاده شد. در این روش با تبدیل امتیازات کسب شده، نگرش دانشجویان به کسب و کار در چهار سطح ضعیف، متوسط، خوب و عالی برآورد می‌گردد:

A=ضعیف: $A < \text{Mean} - \text{sd}$

B=متوسط: $\text{Mean} - \text{sd} < B < \text{Mean}$

C=خوب: $\text{Mean} < C < \text{Mean} + \text{sd}$

D=عالی: $\text{Mean} + \text{sd} < D$

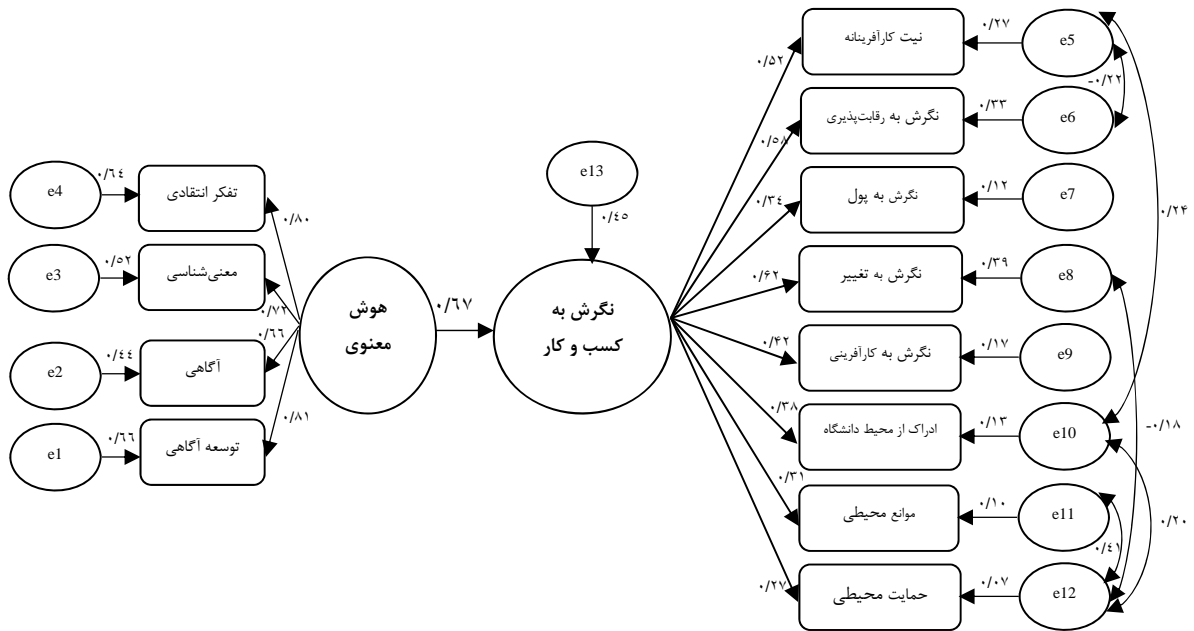
نتایج این برآورد نشان داد که نگرش به کسب و کار ۳۱ نفر از دانشجویان (۱۴/۷ درصد) در حد ضعیف، ۷۳ نفر (۳۴/۶ درصد) در حد متوسط، ۷۷ نفر (۳۶/۵ درصد) در حد خوب و ۳۰ نفر (۱۴/۲ درصد) در حد عالی است.

یافته‌های استنباطی:

فرضیه اصلی پژوهش: بین هوش معنوی و نگرش به کسب و کار در دانشجویان ارتباط معنادار وجود دارد.

برای آزمون فرضیه اول از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده که خروجی مدل در شکل ۳ آمده است.

تیین مدل ارتباط بین هوش معنوی و نگرش به کسب و کار در دانشجویان/بهاروند و گوران



شکل ۳: مدل معادلات ساختاری رابطه هوش معنوی و نگرش به کسب و کار

جدول ۴: شاخص‌های برازش مدل مفهومی تحقیق

RM SEA	N FI	IFI	CF I	G FI	CMI N/DF	P	CI MN	D F
۱۰۳۸	۹۰	۹۷	۹۷	۹۵	۱/۳۰۳	۰۷	۵۲۶	۴
۰	۰/۶	۰/۷	۰/۶	۰/۳		۰/۸	۶۲/	۸

منبع: یافته‌های پژوهشگران

با مقایسه جداول ۴ و ۲ می‌توان نتیجه گرفت که مدل مفهومی تحقیق نیز از برازش بسیار خوبی برخوردار است. میزان بتا به مقدار ۰/۶۷ نشان‌دهنده رابطه مثبت و معنادار بین دو متغیر تحقیق است. به این صورت فرضیه اول پژوهش تأیید می‌گردد.

فرضیه‌های فرعی پژوهش

۱. بین بعد تفکر انتقادی وجودی و نگرش به کسب‌وکار در دانشجویان ارتباط معنادار وجود دارد.
۲. بین بعد معنی‌شناسی و نگرش به کسب‌وکار در دانشجویان ارتباط معنادار وجود دارد.
۳. بین بعد آگاهی و نگرش به کسب‌وکار در دانشجویان ارتباط معنادار وجود دارد.

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و پنجم - بهار ۱۳۹۹

۴. بین بعد توسعه آگاهی و نگرش به کسب و کار در دانشجویان ارتباط معنادار وجود دارد.
 ۵. ابعاد هوش معنوی قادر به پیش‌بینی نگرش به کسب و کار در دانشجویان هستند.
 به منظور آزمون فرضیه‌های فرعی یک تا چهار پژوهش از ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید که نتایج در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵: ضرایب همبستگی بین ابعاد هوش معنوی و نگرش به کسب و کار

ابعاد	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معناداری	ابعاد	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معناداری
تفکر انتقادی	۲۱۱	۰/۵۰۷	۰/۰۰۰	آگاهی	۲۱۱	۰/۳۴۲	۰/۰۰۰
معنی‌شناسی	۲۱۱	۰/۳۷۵	۰/۰۰۰	توسعه آگاهی	۲۱۱	۰/۴۰۶	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهشگران

ضریب همبستگی پیرسون محاسبه‌شده بین تمامی ابعاد هوش معنوی و نگرش به کسب و کار با داشتن عدد معناداری کمتر از ۰/۰۱ ($\text{Sig.} = 0.000$) نشان می‌دهد که به احتمال ۹۹ درصد بین ابعاد هوش معنوی و نگرش به کسب و کار رابطه معنادار وجود دارد. بنابراین فرضیه‌های فرعی یک تا چهار تأیید می‌شوند. به منظور آزمون فرضیه فرعی پنجم از رگرسیون گام به گام استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول ۶ نشان داده شده است. طبق یافته‌های جدول ۶، از میان ابعاد هوش معنوی، تنها مؤلفه تفکر انتقادی وجودی در پیش‌بینی نگرش به کسب و کار در دانشجویان نقش دارد. این مؤلفه در گام اول وارد معادله پیش‌بینی شده و حدود ۲۶ درصد از تغییرات نگرش به کسب و کار در دانشجویان را تبیین می‌کند و سایر ابعاد هوش معنوی شامل معناشناسی، آگاهی و توسعه آگاهی حذف می‌شوند. میزان F با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ این معادله را تأیید می‌کند.

جدول ۶: نتایج آزمون رگرسیون گام به گام

معناداری	F	R2 تعدیل شده	R2	R	معناداری	T	ضرایب استاندارد		گام‌ها
							بتا	خطای استاندارد	
۰/۰۰۰	۷۲/۳۳۶	۰/۲۵۴	۰/۲۵۷	۰/۵۰۷	۰/۰۰۰	۹/۹۹۲	۰/۱۷۳	۱/۷۲۵	مقدار ثابت
						۰/۰۰۰	۸/۵۰۵	۰/۵۰۷	۰/۰۴۸

منبع: یافته‌های پژوهشگران

تبیین مدل ارتباط بین هوش معنوی و نگرش به کسب و کار در دانشجویان/بهاروند و گوران

بحث و نتیجه‌گیری

هدف تحقیق حاضر بررسی ارتباط بین هوش معنوی و نگرش به کسب و کار در دانشجویان می‌باشد. نتایج تحقیق حاکی از آن بود که بین هوش معنوی و نگرش به کسب و کار در دانشجویان ارتباط مثبت معنادار وجود دارد و با احتمال ۹۹ درصد، بین تمامی مؤلفه‌های هوش معنوی و نگرش دانشجویان به کسب و کار ارتباط معنادار وجود دارد. به دلیل محدود بودن پژوهش‌های معتبر مرتبط و منطبق با موضوع پژوهش حاضر، پژوهشی مبنی بر رد یا تأیید رابطه بین هوش معنوی و مؤلفه‌های آن با نگرش به کسب و کار یافت نشد. با این وجود، در برخی پژوهش‌ها از جمله (مبینی دهکردی و همکاران، ۱۳۹۴)، (صفری جعفرلو و همکاران، ۱۳۹۶)، (دهقان نجم‌آبادی و یآوری، ۱۳۹۸)، (جاج و داگلاس^{۳۶}، ۲۰۱۳)، (رولیندو و پرامانیک^{۳۷}، ۲۰۱۳)، (بالوگ و همکاران، ۲۰۱۴)، (سونیتا و آنتوان، ۲۰۱۵)، (هنلی^{۳۸}، ۲۰۱۷) و (تاج پور و سلام‌زاده، ۲۰۱۹) وجود ارتباط بین هوش معنوی و مباحث مرتبط با کارآفرینی تأیید شده است؛ اما در پژوهش خدایاری‌فرد و همکاران (۱۳۹۱) وجود ارتباط مستقیم میان متغیرهای دینداری و موفقیت کارآفرینان تأیید نشده است. هوش معنوی بر شناخت و جهان‌بینی فرد از دنیای مادی اطراف خود و نیز دنیای معنوی و ماورای خود تأکید دارد. این شناخت منجر به شناخت بهتر فرد از خود، توانایی‌های خود و هدف از خلقت انسان می‌گردد. چنین فردی قادر خواهد بود تصویری کمال‌گرایانه از خود و انسان سعادت‌مند و موفق در ذهنش خلق کند و این تصویر ذهنی به نوبه خود موجب ایجاد نگرش مثبت در راستای کارآفرینی خواهد شد (صفری جعفرلو و همکاران، ۱۳۹۶). بنابراین می‌توان چنین استدلال کرد که هوش معنوی با تقویت نگرش به کارآفرینی منجر به تقویت نگرش افراد به کسب و کار می‌شود. ویژگی‌هایی چون استقلال‌طلبی، کمال‌جویی، خلاقیت، اعتماد به نفس، ارتباط مناسب با دیگران (اردلان و همکاران، ۱۳۹۳)، انعطاف، قدرت حل مسائل، قابلیت مواجهه با مشکلات و ناملازمات و حتی تبدیل کردن آنها به فرصت و نیز تنوع‌پذیری (ویگلزورث^{۳۹}، ۲۰۰۲)، پذیرای تغییر و تحول و خلاقیت بودن (واکر^{۴۰}، ۲۰۰۶؛ آنگ و داین^{۴۱}، ۲۰۰۸) از مؤلفه‌های کلی هوش معنوی بوده که با ویژگی‌های افراد دارای نگرش قوی نسبت به کسب و کار نظیر اعتقاد راسخ، تمایل به تغییر، تمایل به پیشرفت و استقلال، مشارکت اجتماعی (وان‌ویک و باشاف، ۲۰۰۴) و عزت نفس بالا (مقیمی و رمضان، ۱۳۹۲) همخوانی دارند. لذا به نظر می‌رسد که هوش معنوی می‌تواند ارتباط معناداری با گرایش افراد به کسب و کار داشته باشد. از آنجا که تقویت هوش معنوی افراد منجر به پرورش دینداری آنان می‌شود (غباری بناب و همکاران، ۱۳۸۶) و دین از طریق ایجاد عواطف مثبت بر رفتار اخلاقی انسان‌ها تأثیرات مثبتی بر جای می‌گذارد (جیمز^{۴۲}، ۲۰۰۴)، بنابراین با رشد بیشتر هوش معنوی در افراد می‌توان نگرش آنها را به مسائل زندگی،

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و پنجم - بهار ۱۳۹۹

از جمله راه‌اندازی کسب و کار، تقویت نمود. نتیجه آزمون رگرسیون گام به گام نشان داد از بین چهار بعد هوش معنوی (تفکر انتقادی وجودی، معناشناسی، آگاهی و خودآگاهی)، بعد تفکر انتقادی وجودی در پیش‌بینی نگرش به کسب و کار در دانشجویان نقش دارد. هر چند تاج‌پور و سلام‌زاده (۲۰۱۹) در پژوهش خود نشان دادند که تمامی ابعاد هوش معنوی در تبیین کارآفرینی سازمانی نقش دارند، اما آنها نیز بر نقش تفکر انتقادی وجودی به عنوان مهم‌ترین تبیین‌کننده کارآفرینی سازمانی تأکید کردند. این بعد از هوش معنوی به نگاه و تأمل نقادانه نسبت به وقایع و وضع موجود اشاره داشته و همواره به دنبال دستیابی به شرایط مطلوب‌تر و ارزش‌های والاتر است.

در دنیای امروز بیش از هر زمان دیگری کسب مهارت‌های تفکر انتقادی در بازار کار، رویارویی با پرسش‌های مادی و معنوی، ارزیابی دیدگاه‌ها و خط‌مشی‌های افراد و مؤسسات و نهایتاً در مواجهه با مشکلات اجتماعی به ضرورتی انکارناپذیر تبدیل شده است (هجر و اسپنسر^{۴۳}، ۲۰۰۵). این مهارت، توانایی تفکر خلاقانه و نیز تصمیم‌گیری و حل مسئله را شامل شده و یکی از ابعاد اصلی قابلیت اشتغال می‌باشد (روزنبرگ و همکاران^{۴۴}، ۲۰۱۲). پرورش تفکر انتقادی و خلاق و ایجاد تفکر کارآفرینی، ورود به کسب‌وکار در میان افراد خصوصاً دانش‌آموختگان دانشگاهی با توجه به دانش و مهارتی که در رشته تخصصی دانشگاهی خود فراگرفته‌اند و امکان ایجاد کسب‌وکار را به صورت فردی و یا گروهی تسهیل کرده و باعث می‌شود که افراد با بهره‌گیری از استعدادها بالقوه خود، خلاق، نوآور و کارآفرین شوند و خود را باور کنند. با توجه به اینکه نتایج پژوهش حاضر بر نقش تفکر انتقادی بر گرایش افراد به کسب و کار تأکید دارد، به نظر می‌رسد با تقویت این بعد از هوش معنوی در دانشجویان، میتوان زمینه تقویت نگرش آنها به کسب و کار را فراهم آورد. بررسی سطح هوش معنوی و نگرش به کسب و کار در افراد مورد مطالعه این تحقیق نشان داد که هوش معنوی آنان در وضعیت مطلوبی قرار داشته و بیشتر آنها نگرشی خوب به کسب و کار دارند. با توجه به وضعیت مناسب هوش معنوی در دانشجویان باید راه‌کارهای عملی را برای بکارگیری هر چه بیشتر هوش معنوی در جهت تقویت نگرش دانشجویان نسبت به کسب و کار یافت. همچنین، وضعیت خوب و مناسب نگرش دانشجویان به کسب و کار را می‌توان به عنوان یک فرصت در جهت ایجاد و گسترش برنامه‌ها و فعالیت‌های خوداشتغالی و کارآفرینی در میان دانشجویان قلمداد نمود؛ چرا که وجود باورهای مثبت کاریابی و به ویژه نگرش مثبت نسبت به کسب و کار، زمینه بروز رفتارهای کارآفرینانه را بعد از اتمام تحصیلات در دانشجویان افزایش خواهد داد.

تبیین مدل ارتباط بین هوش معنوی و نگرش به کسب و کار در دانشجویان/بهاروند و گوران

منابع

- ۱) آراستی، زهرا؛ قدوسی، سمیرا؛ باقری، افسانه (۱۳۹۵)، تأثیر آموزش کارآفرینی از طریق روش داستان‌سرایی بر نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان مقطع ابتدایی، توسعه کارآفرینی، دوره ۹، شماره ۴، صص ۵۹۳-۶۱۲.
- ۲) ابراهیم‌پور، حبیب؛ حسین‌نژاد، نادر؛ نعمتی، ولی؛ تقی‌پور، فریدون (۱۳۹۴)، بررسی ارتباط هوش معنوی با رفتار نوآورانه معلمان، روانشناسی مدرسه، دوره ۴، شماره ۱، صص ۲۱-۷.
- ۳) اردلان، محمد رضا؛ سرچهانی، زهرا؛ سرچهانی، مجتبی (۱۳۹۳)، رابطه هوش معنوی با کیفیت زندگی کاری و بلوغ معلمان ابتدایی ناحیه ۲ شهر شیراز، رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، دوره ۵، شماره ۱۷، صص ۱۰۲-۸۱.
- ۴) اردلان، محمد رضا؛ عرفانی‌زاده، فریبرز (۱۳۹۶)، رابطه بین نگرش نسبت به تغییر سازمانی و استرس شغلی: آزمون نقش میانجی تعهد سازمانی، مدیریت تحول، دوره ۹، شماره ۱، صص ۲۳-۱.
- ۵) امیری، علی‌نقی؛ مرادی، یزدان (۱۳۸۷)، نگرش‌های کارآفرینانه دانشجویان و موانع آن، پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، دوره ۱۴، شماره ۳، صص ۶۷-۴۵.
- ۶) پیام، مهدی؛ نگین‌تاجی، صدیقه؛ بشلیده، کیومرث؛ نگین‌تاجی، مجید؛ هاشمی، سید اسماعیل (۱۳۹۷)، رابطه هوش معنوی، قدردانی، تعهد سازمانی و اشتیاق شغلی با رفتار شهروندی سازمانی، پژوهش‌های روانشناسی بالینی و مشاوره، دوره ۸، شماره ۱، صص ۳۶-۲۱.
- ۷) جلیلی، بهیرا؛ حیدری، مسعود (۱۳۹۷)، مقایسه زیرمقیاس‌های هوش معنوی و خودکنترلی در مجرمین نزاع دسته جمعی و افراد غیرمجرم (مطالعه موردی مجرمین نزاع دسته جمعی زندان مرکزی اصفهان)، دانش و پژوهش در روان‌شناسی کاربردی، دوره ۱۹، شماره ۷۲، صص ۱۱۴-۱۰۶.
- ۸) جیمز، ویلیام (۲۰۰۴)، "تنوع تجربه‌دینی"، ترجمه حسین کیانی، چاپ اول، تهران، انتشارات حکمت، (۱۳۹۱).
- ۹) خدایاری فرد، محمد؛ احمدپور داریانی، محمود؛ هدهدی، بهزاد؛ مؤمنی، لیلا (۱۳۹۱)، بررسی رابطه دینداری با موفقیت کارآفرینان ایرانی، توسعه کارآفرینی، دوره ۵، شماره ۴، صص ۲۵-۷.
- ۱۰) خرسندی یامچی، اکبر؛ عارفی، محبوبه؛ بیات، نبی‌الله؛ سلیمانی مطلق، خدایار؛ روشنی علی بنه سی، حسن (۱۳۹۴)، ارزیابی دانش، توانش و نگرش و خلاقیت کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه‌های اصفهان و زنجان)، نامه آموزش عالی، دوره ۸، شماره ۲۹، صص ۸۳-۵۹.

فصلنامه مدیریت کسب و کار - شماره چهل و پنجم - بهار ۱۳۹۹

- (۱۱) دهقان نجم‌آبادی، عامر؛ یآوری، محمد نعیم (۱۳۹۸)، بررسی تأثیر میانجی معنویت بر رابطه بین رهبری معنوی و نگرش کارآفرینانه سربازان (مورد مطالعه: سربازان وظیفه فرماندهی انتظامی استان یزد)، مطالعات خدمت سربازی، سال ۲، شماره ۱، صص ۲۴-۱.
- (۱۲) رحیمی موگویی، فرزاد؛ موذنی، حسین (۱۳۹۵)، ارزیابی و تحلیل نگرش به کسب و کار در دانشجویان دانشکده فنی و مهندسی دانشگاه گلپایگان، اولین کنفرانس بین‌المللی کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری، شیراز. (۱۳) زالی، محمد رضا؛ رضوی، سید مصطفی؛ یداللهی فارسی، جهانگیر (۱۳۸۹)، "ارزیابی فعالیت‌های کارآفرینانه در ایران بر اساس مدل GEM"، تهران، موسسه کار و امور اجتماعی.
- (۱۴) صفری جعفرلو، حمیدرضا؛ قربانی، محمدحسین؛ زارعیان، حسین (۱۳۹۶)، مدل‌یابی تأثیر هوش معنوی و نگرش به کارآفرینی بر قصد کارآفرینی در دانشجویان علوم ورزشی، مطالعات مدیریت ورزشی، دوره ۴۶، صص ۲۳۰-۲۱۳.
- (۱۵) طیبی ابوالحسنی، سید امیرحسین؛ کوشا، حمیدرضا (۱۳۹۵)، ارزیابی عملکرد با بکارگیری ترکیب مدل تحلیل پوششی داده‌ها و Topsis (مورد مطالعه: گروه مشاوران جوان شهرداری مشهد)، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۴، شماره ۳، صص ۹۳۶-۹۰۹.
- (۱۶) طیبی ابوالحسنی، سیدامیرحسین؛ ایوبی، محمد سعید (۱۳۹۶)، عوامل تأثیرگذار بر نگرش به کسب و کار در میان دانشجویان بسیجی، مطالعات راهبردی بسیج، دوره ۲۰، شماره ۷۵.
- (۱۷) غباری بناب، باقر؛ سلیمی، محمد؛ سلیمانی، لیلا؛ نوری مقدم، ثنا (۱۳۸۶)، هوش معنوی، اندیشه نوین دینی، دوره ۳، شماره ۱۰، صص ۱۴۷-۱۲۵.
- (۱۸) غیائی، عبدالرحیم (۱۳۹۵)، تأثیر باور به خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی با قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه زابل، پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، دوره ۳۹، صص ۱۵-۳.
- (۱۹) فقیه آرام، بتول؛ مرادی، سعید؛ کاظمی، منصوره (۱۳۹۷)، ارتباط هوش فرهنگی و هوش معنوی با هویت اجتماعی دانشجویان، علوم تربیتی از دیدگاه اسلام، دوره ۶، شماره ۱۱، صص ۱۵۰-۱۲۹.
- (۲۰) قربان‌زاده، ام لیلا؛ قربانی، محمود؛ افراسیابی، رویا (۱۳۹۳)، بررسی رابطه هوش معنوی و کارآفرینی فردی کارکنان دانشگاه علوم پزشکی بجنورد در سال ۹۲-۹۱، مدیریت نوین، دوره ۳، شماره ۲، صص ۴۴-۵۲.
- (۲۱) کاظمی، رضا محمد؛ میرزائی، فهیمه؛ زیویار، فرزاد (۱۳۹۳)، عوامل اثرگذار بر نگرش کارآفرینانه ورزشکاران دانش آموز (مقطع متوسطه آموزش و پرورش شهر تهران)، مطالعات مدیریت ورزشی، دوره ۶، شماره ۲۵، صص ۱۵۸-۱۴۶.

تبیین مدل ارتباط بین هوش معنوی و نگرش به کسب و کار در دانشجویان/بهاروند و گوران

- ۲۲) کریمی، سعید؛ بیمنز، هارم؛ چیدری، محمد؛ مولدر، مارتین (۱۳۹۱)، بررسی تأثیر عوامل محیطی و فرهنگی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی، توسعه کارآفرینی، دوره ۵، شماره ۳، صص ۱۲۴-۱۰۵.
- ۲۳) کریمی، یوسف (۱۳۹۵)، "روان‌شناسی اجتماعی (نظریه‌ها، مفاهیم و کاربردها)"، چاپ سی و چهارم، تهران، ارسباران.
- ۲۴) اللهیاری، م.؛ کشاورز، ف.؛ چیدری، م. (۱۳۸۸)، نگرش‌ها و ارزش‌های کارآفرینی در میان دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت، پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، دوره ۳، شماره ۹.
- ۲۵) مبینی دهکردی، علی؛ مبارکی، محمدحسن؛ خالقی، آرمین (۱۳۹۴)، شناسایی تأثیر هوش معنوی بر اشتیاق کارآفرینانه با نقش میانجی هویت ایده‌آل کارآفرینانه (مورد مطالعه: کارآفرینان مستقر در پارک‌های علم و فناوری شهر تهران)، توسعه کارآفرینی، دوره ۸، شماره ۳، صص ۴۷۲-۴۵۳.
- ۲۶) مقیمی، سید محمد؛ رمضان، مجید (۱۳۹۲)، "مدیریت استراتژیک و کارآفرینی: ۶۵ پرسشنامه معتبر جهانی و چکیده‌ای از مبانی نظری"، چاپ دوم، تهران، سازمان مدیریت صنعتی.
- ۲۷) نادری، نادر؛ امیری، صبا؛ دل‌انگیزان، سهراب؛ جعفری، حبیب (۱۳۹۴)، الگوسازی مفهومی تأثیر مؤلفه‌های آموزش کارآفرینی بر نگرش هنرجویان به کسب و کار در هنرستان‌های کاردانش، کارآفرینی در کشاورزی، دوره ۲، شماره ۲، صص ۳۴-۱۷.
- ۲۸) هومن، حیدر علی (۱۳۸۴)، "مدل‌یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار لیزرل"، تهران، سمت.
- 29) Amram, Y. (2005). Intelligence beyond IQ: the contribution of emotional and spiritual intelligence to effective business leadership, Institute of Transpersonal psychology.
- 30) Ang, S. & Dyne, V. L. (2008). "Conceptualization of cultural intelligence: definition, distinctiveness and nomological network", handbook on cultural intelligence, New York.
- 31) Baharvand, F. & Gouran, M. (2018). Investigating the relationship between social intelligence and entrepreneurial orientation (case study: employees of sugar factory in Birjand), 4th International conference on Entrepreneurship: Emphasizing Improvement of Business Environment, University of Tehran, Tehran.
- 32) Balog, A. M., Baker, L. T. & Walker, A. G. (2014). Religiosity and spirituality in entrepreneurship: a review and research agenda, Journal of Management, Spirituality & Religion, Vol. 11, No. 2, pp. 159-86.
- 33) Baumol, W. J. (1993). Formal entrepreneurship theory in economics: existence and Bounds, Journal of Business Venturing, Vol. 8, No. 3, pp. 197-210.
- 34) Byrne, B. M. (2001). "Structural equation modeling with AMOS: basic concepts, applications, and programming", Mahwah: NJ.

- 35) Emmons, R. (2000). Spirituality and intelligence, problem and prospects, *The International Journal for the Psychology of Religion*, Vol. 10, No. 1, pp. 57-67.
- 36) Fayolle, A. & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions, *Journal of Business Research*, Vol. 67, No. 5, pp. 663-666. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024>
- 37) Fritsch, M. (2008). How does new business formation affect regional development? theory, empirical evidence and research questions, *Small Business Economics*, Vol. 30, No. 1, pp. 1-14.
- 38) Guerrero, M., Rialp, J. & Urbano, D. (2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: a structural equation model, *International Entrepreneurship Management Journal*, Vol. 4, pp. 35-50.
- 39) Hatcher, D. L., Spencer, L. A. (2005). "Reasoning and writing: from critical thinking to composition", 3rd. Ed., Boston: American Press.
- 40) Henley, A. (2017). Does religion influence entrepreneurial behavior?, *International Small Business Journal*, Vol. 35, No. 5, pp. 597-617.
- 41) Jones, P., Miller, M., Jones, A. & Packham, G. (2011). Attitudes and motivations of polish students towards entrepreneurial activity, *Education and Training*, Vol. 53, No. 5, pp. 416-428.
- 42) Judge, W. Q. & Douglas, T. J. (2013). Entrepreneurship as a leap of faith, *Journal of Management, Spirituality, and Religion*, Vol. 10, No. 1, pp. 37-65.
- 43) Kakouris, A. (2016). Exploring entrepreneurial conceptions, beliefs and intentions of Greek graduate, *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, Vol. 22, No. 1, pp. 109-132.
- 44) Karimi, S., Chizari, M., Biemans, H. J. A. & Mulder, M. (2010). Entrepreneurship education in Iranian higher education: the current state and challenges, *European Journal of Scientific Research*, Vol. 48, No. 1, pp. 35-50.
- 45) Kauanui, S. K., Thomas, K. D., Rubens, A. & Sherman, C. L. (2010). Entrepreneurship and spirituality: a comparative analysis of entrepreneurs' motivation, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, Vol. 23, No. 4, pp. 621-635.
- 46) King, D. B. & DeCicco, T. L. (2009). A viable model and self-report measure of spiritual intelligence, *International Journal of Transpersonal Studies*, Vol. 28, No. 1, pp. 68-85. <http://dx.doi.org/10.24972/ijts.2009.28.1.68>
- 47) Lindsay, N. J. (2005). Toward a cultural model of indigenous entrepreneurial attitude, *Academy of Marketing Science Review*, Vol. 5, pp. 1-17
- 48) Mohammad Said, N., Rogayah, J. & Hafizah, A. (2008). Great teacher creates effective learning environment: a study through IIUM nursing students' view, *Medicine and Health*, Vol. 3, No. 2, pp. 274-279.

- 49) Musrifah, S., Islam, M. M. P. (2017). Entrepreneurship learning model in improving student's spiritual intelligence, *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, Vol. 125, pp. 219-222.
- 50) Polin, B. A., Ehrman, C. M. & Kay, A. (2016). Understanding parental and gender impact on entrepreneurial intentions, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, Vol. 28, No. 4, pp. 267-283.
- 51) Porter, M. E. (1990). "The competitive advantage of nations", New York: The Free Press.
- 52) Raco, J., Ohoitmur, J., Sobon, K. (2019). Spirituality: The power of entrepreneurship, *Emerging Markets Journal*, Vol. 9, No. 1, pp. 27-35. DOI 10.5195/emaj.2019.161
- 53) Ratten, V. (2011). Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management, *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 7, No. 1, pp. 57-69.
- 54) Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C. & Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 15, No. 4, pp. 13-31.
- 55) Rosenberg, S., Heimler, R., Morote, E. S. (2012). Basic employability skills: a triangular design approach, *Education and Training*, Vol. 54, No. 1, pp. 7-20.
- 56) Rulindo, R. & Pramanik, A. H. (2013). Finding a way to enhance impact of Islamic microfinance: the role of spiritual and religious enhancement programs, *Developing Country Studies (IISTE)*, Vol. 3, No. 7, pp. 41-35.
- 57) Schwarz, E., Wdowiak, M., Almer-Jarz, D. & Breitenecker, R. (2009). The effects of attitudes and perceived environment conditions on students entrepreneurial: An Austrian perspective, *Education and Training*, Vol. 61, No. 4, pp. 272-291.
- 58) Shaol, C. (2007). The attitude toward money as a reward system between the age groups corresponding to the boomers, generation X, and generation Y employees, *Journal of Management*, Vol. 6, pp. 145-160.
- 59) Shomaker, R. & Lomax, R. E. (2004). "A beginner's guide to structural equation modeling", UK.
- 60) Sunita R. & Anthuvan V. L. (2015). Spiritual intelligence and entrepreneurial success in family business, *Journal of Business and Management*, Vol. 17, No. 6, pp. 13-20.
- 61) Tajpour, M., Salamzadeh, A. (2019). The effect of spiritual intelligence on organizational entrepreneurship: case study of educational departments in University

of Tehran, International Journal of Management and Enterprise Development, Vol. 18, No. 3, pp. 205-218.

62) Turker, D. & Selcuk, S. (2008). Which factors affect entrepreneurial intention of university students?, Journal of European Industrial Training, Vol. 33, No. 2, pp. 142-159.

63) Vanwyk, R. & Boshoff, A. B. (2004). "Entrepreneurial attitudes: a distinction between two professional groups", University of Pretoria.

64) Walker, M. J. (2006). The effects of nurses' practicing of the heart touch technique on perceived stress, spiritual wellbeing, and hardiness, Journal of Holistic Nursing, Vol. 24, No. 3, pp. 164-75.

65) Wigglesworth, C. (2002). Spiritual intelligence & leadership, Conscious Pursuits. <http://www.consciouspursuits.com/> :1-3.

66) Yamachi, K. & Templer, D. (1982). The development of a money attitude scale, Journal of Personality Assessment, Vol. 46, pp. 522-528.

67) Zohar, D. (2012). "Spiritual intelligence: the ultimate intelligence", Bloomsbury Publishing.

یادداشت‌ها:

-
- 1 Karimi et al.
 - 2 Polin et al.
 - 3 Jones et al.
 - 4 Lunavath
 - 5 Kakouris
 - 6 Balog et al.
 - 7 Kauanui et al.
 - 8 Schwarz et al.
 - 9 Zohar
 - 10 Alfred Binet
 - 11 Stevens
 - 12 Emmons
 - 13 Amram
 - 14 King & DeCicco
 - 15 Robinson et al.
 - 16 Davidson Model
 - 17 Guerrero et al.
 - 18 Fayolle & Liñán

تبيين مدل ارتباط بين هوش معنوی و نگرش به کسب وکار در دانشجويان/بهاروند و گوران

- 19 Porter
- 20 Fritsch
- 21 Baumol
- 22 Ratten
- 23 Vanwyk & Boshoff
- 24 Lindsay
- 25 Yamachi & Templer
- 26 Shaol
- 27 Mohammad Said et al.
- 28 Turker & Selcuk
- 29 Sunita & Anthuvan
- 30 Musrifah & Islam
- 31 Tajpour & Salamazadeh
- 32 Raco et al.
- 33 Aution et al.
- 34 Byrne
- 35 Interval of Standard Deviation from the Mean
- 36 Judge & Douglas
- 37 Rulindo & Pramanik
- 38 Henley
- 39 Wigglesworth
- 40 Walker
- 41 Ang & Dyne
- 42 James
- 43 Hatcher & Spencer
- 44 Rosenberg et al.