

A Meta Synthesis (Systematic Review) of the Managers' Cultural Intelligence Drivers Model for Improving the Quality of Urban Management Services

Ebrahim Alikhan Gorgani^{1*}, Hasanali Aghajani², Ghorbanali Aghaahmadi³, Marzieh Gorji Poshti³

1. PhD Student, Faculty of Management & Accounting, Islamic Azad University of Chalous, Mazandaran, Iran

2. Professor, Faculty of Management, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

3. Assistant Professor, Faculty of Management and Accounting, Islamic Azad University of Chalous, Mazandaran, Iran

(Received: February 5, 2020; Accepted: April 26, 2020)

Abstract

One of the important organizational issues is the enhancement and improvement of the quality of urban management services. Cultural intelligence can be considered as one of the factors effective on the urban management that can set the grounds for the improvement of the quality of the services. The study at hand set out to systematically review the variables of the managers' cultural intelligence drivers model for in order to improve the quality of urban management services. To this end, the researchers used meta-synthesis to review this issue precisely and deeply, in which they referred to the valid documents and evidences in the electronic databases such as Google, Magiran, and Science Direct published from 1994 to 2019. Out of the huge number of initial document, 33 appropriate articles were identified. In order to analyze the selected articles, find the constituting concepts, and figure out the effective dimensions and factors, the two methods of content analysis and Delphi were applied using MAXQDA. The findings of the study were summarized into six primary factors, namely cognitive intelligence, attitudinal intelligence, religious intelligence, organizational identity, motivational intelligence, social capital, and behavioral intelligence, along with 19 secondary factors. Based on the findings of the study, it is suggested that since cultural intelligence is the prerequisite of providing quality services to the employees, the motivation to increase service quality will be enhanced when people have specific capabilities and skills and suitable channels of cultural intelligence are used in the appropriate organizational structure.

Keyword

Driver, Meta-synthesis, Cultural intelligence, Service quality.

* Corresponding Author, Email: egorgani@yahoo.com

فرا ترکیب (مرور سیستماتیک) متغیرهای مدل پیشران‌های هوش فرهنگی مدیران در جهت ارتقای کیفیت خدمات مدیریت شهری

ابراهیم علی‌خان گرگانی^{۱*}، حسن علی آقاجانی^۲، قربان‌علی آقااحمدی^۳، مرضیه گرچی‌پشتی^۳

۱. دانشجوی دکترا، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه چالوس، مازندران، ایران
۲. استاد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران
۳. استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه چالوس، مازندران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۱/۱۶ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۲/۰۷)

چکیده

زمینه: از موضوعات بسیار مهم سازمانی بالا بردن و ارتقای کیفیت خدمات مدیریت شهری است. هوش فرهنگی می‌تواند یکی از عوامل اثرگذار بر مدیریت شهری باشد و بستر مناسب را برای ارتقای کیفیت خدمات فراهم کند. هدف: پژوهش حاضر با هدف مرور مرور سیستماتیک متغیرهای مدل پیشران‌های هوش فرهنگی مدیران در جهت ارتقای کیفیت خدمات مدیریت شهری انجام شده است. روش تحقیق: محققان با استفاده از روش فرا ترکیب بازنگری دقیق و عمیق در موضوع انجام داده‌اند. بدین منظور با مراجعه به اسناد و مدارک معتبر قابل دسترس در سایت‌های الکترونیکی «گوگل»، «مگیران»، «ساینس دایرکت» در بازه زمانی ۱۹۹۴ تا ۲۰۱۹، از میان انبوه مقالات اولیه، تعداد ۳۳ مقاله مناسب شناسایی شدند. به منظور تحلیل مقالات منتخب، مفاهیم تشکیل‌دهنده، ابعاد، و مؤلفه‌های تأثیرگذار از روش تحلیل محتوا و دلفی و و مکس کیودا استفاده شد. یافته: یافته‌های پژوهش در قالب ۶ عامل اصلی - شامل هوش شناختی، هوش نگرشی، هوش مذهبی، هویت سازمانی، هوش انگیزشی، سرمایه اجتماعی، هوش رفتاری - و ۱۹ عامل فرعی ارائه شد. نتیجه: از آنجا که هوش فرهنگی لازمه و مقدمه موفق ارائه کیفیت خدمات به کارکنان است، لازم است به عوامل پیشبرنده هوش فرهنگی بالأخص هوش فرهنگی مذهبی توجه بیشتری شود و از کارکنان دارای توانمندی و مهارت و همچنین از کانالهای مناسب هوش فرهنگی در ساختار مناسب سازمانی استفاده شود، تا زمینه انگیزه افزایش کیفیت خدمات تقویت می‌شود.

کلیدواژگان

پیشران، فرا ترکیب، کیفیت خدمات، هوش فرهنگی.

مقدمه و بیان مسئله

در سازمان‌های خدماتی نقش و جایگاه نیروی انسانی در فرایند توسعه بسیار حائز اهمیت است. دولت و سازمان دولتی باید از نیروی انسانی به صورت برنامه‌ریزی شده و هدفمند استفاده کنند. امروزه، در سطح شهرها، شکل‌گیری مفهوم خدمات شهری و مدیریت شهری بسیار مهم جلوه می‌کند. این موضوع در کشور ایران اهمیت زیادی دارد. زیرا شهرداری‌ها از سازمان‌های عمومی هستند که با توجه به ارتباط نزدیک و مستقیم با شهروندان در فرایند ارائه خدمات شهری نقشی تعیین‌کننده در توسعه شهری ایفا می‌کنند.

مدیران شهری و سازمان‌های خدماتی، به جهت قرار گرفتن در محیطی که با خرده فرهنگ‌های متفاوت سروکار دارند، باید مهارت هوش فرهنگی را کسب کنند. به گسترش شهرها و افزایش تعداد افرادی که از مکان‌هایی با فرهنگ‌های متفاوت به شهرها مهاجرت می‌کنند، کمبود هوش فرهنگی در مدیران شهری موجب عدم تشخیص اولویت‌ها در مدیریت شهری و عدم طراحی مناسب شهر می‌شود. پژوهش حاضر به طور مشخص بر تأثیر پیشران‌های هوش فرهنگی بر ارتقای کیفیت خدمات عمومی متمرکز است. زیرا شناسایی این پیشران‌ها در تحقق اهداف سازمانی و پیشبرد اهداف ملی کشور تأثیر بسزایی دارد. از آنجا که در ارتباط با شناسایی و اولویت‌بندی این پیشران‌ها تا کنون تحقیقی صورت نگرفته، این تحقیق می‌تواند نوآوری خوبی در سطح کشور داشته باشد.

هوش فرهنگی یکی از شکل‌های مکمل هوش فرض می‌شود که می‌تواند تغییرپذیری را در فائق آمدن بر تنوع و کار کردن در شرایط فرهنگی جدید توضیح دهد. هوش فرهنگی به طور فزاینده در دنیای رقابتی امروز اهمیت یافته است و از آنجا که بسیاری از سازمان‌های قرن بیست و یکم چندفرهنگی هستند جنبه‌هایی از هوش فرهنگی و ابعاد آن بسیار مهم است (پژمان و خادمی ۱۳۹۸). محیط‌های کاری به طور فزاینده از نظر فرهنگی متنوع می‌شوند و مدیران و کارمندان و افراد عام اغلب موظف‌اند در مذاکرات بین فرهنگی شرکت کنند (Caputo et al 2019: 10-20). هوش فرهنگی عامل مهمی در مطالعات مدیریت و سازمان (Triandis 2006: 20-26) است. هوش فرهنگی در حوزه‌های مختلف بررسی شده است؛ از

جمله گروه کاری (Adair et al 2013: 941-962) و تصمیم‌گیری (Ang et al 2007: 335-371). مدیران و سرپرستانی که تأثیر فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌های مختلف را در تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی نادیده می‌گیرند در تلاش برای بهبود کیفیت با شکست مواجه خواهند شد (فقیه و همکاران ۱۳۹۷). هوش فرهنگی یکی از مفاهیم بسیار جدید مطرح در مباحث مدیریتی است و آن را یکی از عناصر بسیار مهم رهبری و مدیریتی می‌دانند (معتمد و همکاران ۱۳۹۴). شهرداری‌ها، در مقام یکی از نهادهای مهم خدمات‌رسانی در شهرها، باید کنشی دوجانبه ایجاد کنند. با افزایش کیفیت خدمات رضایت شهروندان بالا می‌رود و از این طریق اثربخشی مدیریت شهری ارتقا می‌یابد (کمانداری و همکاران ۱۳۹۷: ۴۸). امروز، نقش و اهمیت خدمات مدیریت شهری بر کسی پوشیده نیست؛ طوری که بیشتر شهروندان در طول روز بارها به صورت مستقیم و غیر مستقیم با شهرداری‌ها ارتباط برقرار می‌کنند. بنابراین، ضروری است نهاد مدیریت شهری به بالاترین کیفیت ارتباطات درون‌سازمانی و برون‌سازمانی دست یابد (نصیری ۱۳۹۷: ۲۸۹).

دغدغه اصلی پژوهشگران در این پژوهش نبودن برداشت و تفسیر مشترک و مورد توافق در این خصوص و چگونگی فرایند شکل‌گیری آن بود. ازین‌رو، سؤال اصلی این پژوهش این است که مفاهیم برجسته و محوری و مشترک قابل احصا در خصوص پیشران‌های هوش فرهنگی مدیران در جهت ارتقای کیفیت خدمات مدیریت شهری چیست؟ پاسخ به این سؤال از آنجا که نخستین تلاش برای مفهوم‌شناسی پیشران‌های هوش فرهنگی در جهت ارتقای کیفیت خدمات شهری و ارائه مبانی دانشی منسجم و نظام‌مند از فرایند شکل‌گیری آن در کشور است، افزون بر تقویت مبانی دانشی پیشینه علمی و پژوهشی و نیز سیاست‌گذاری و اجرایی، به تقویت مبانی دانشی در پیشینه تحقیق منجر می‌شود و از توسعه مفاهیم و الگوهای تحمیلی جلوگیری می‌کند و در نهایت این سؤال مطرح می‌شود که پیشران‌ها و عوامل تأثیرگذار هوش فرهنگی بر ارتقای کیفیت خدمات شهری در شهرداری‌ها کدام‌اند؟

مبانی نظری

هوش فرهنگی

مشکلی که امروزه سازمان‌ها، از جمله شهرداری‌ها، با آن روبه‌رو هستند ضرورت ارائه خدماتی است که متناسب با نیازهای افراد جامعه باشد و برتری رقابتی را در آن‌ها تقویت کند و بر غنای کیفیت خدمات بیفزاید. این مهم با پیاده‌سازی پیشران‌ها و عوامل پیش‌برنده هوش فرهنگی در سازمان میسر می‌شود. هوش فرهنگی یکی از عوامل مؤثر بر تعاملات سازمانی و فردی است. چنانچه سازمانی بتواند هر چه بیشتر تعاملات و ارتباطات صحیح را در سازمان افزایش دهد می‌تواند زمینه ارتقای هوش فرهنگی را فراهم کند. سازمان‌ها باید سعی کنند تا آنجا که امکان دارد هوش فرهنگی افراد را ارتقا دهند. زیرا با ارتقای هوش فرهنگی افراد می‌توانند خود را با فرهنگ‌های متفاوت سازگار کنند و تفاوت‌های فرهنگی نمی‌تواند در کیفیت ارائه خدمات آن‌ها تأثیر معکوس بگذارد؛ به عبارت دیگر، هوش فرهنگی زمینه تطابق با فرهنگ‌های متفاوت را فراهم می‌کند.

تعریف هوش فرهنگی

هوش در دنیای واقعی شامل هوشی است که بر ابعاد محتوایی خاص، مانند هوش اجتماعی و هوش هیجانی و هوش عملی و کاربردی، تمرکز دارد (Cavanaugh & Gooderham 2007). افرادی که در جوامع مختلف فرهنگی رشد می‌کنند به ایجاد صلاحیت بین‌فرهنگی نیاز دارند (Schwarzenthal et al 2019). ارلی و آنگ بیان کردند مطالعه درباره هوش فرهنگی در محیط سازمانی برجسته تر می‌شود، اگر مهارت‌های بین‌فردی را در خود داشته باشد (Early & Ang 2006)

بیان کردند که مطالعه در باره هوش فرهنگی در محیط سازمانی برجسته تر می‌شود، اگر مهارت‌های بین‌فردی را در خود داشته باشد (Vlajčić et al 2019). هوش فرهنگی هم‌سو با هوش عاطفی و اجتماعی است (Early & Mosakowski, 2004). (Peterson 2004) هوش فرهنگی را یک قابلیت فردی برای درک و تفسیر و اقدام اثربخش در موقعیت‌هایی دانسته است. کیفیت خدمات در سازمان‌ها نقش مهمی ایفا می‌کند؛ از جمله افزایش

انتظارات مشتریان، فعالیت رقبا، عوامل محیطی، ماهیت خدمات، عوامل درون‌سازمانی، و مزایای ناشی از کیفیت خدمات (هاشمی و همکاران ۱۳۹۰). آگاهی یافتن از کیفیت خدمات شهرداری، در جایگاه یکی از نهادهای بسیار مهم مدیریت شهری، اجتناب‌ناپذیر است (ابراهیم‌زاده و کماسی ۱۳۹۳). از اصول برنامه‌ریزی و طراحی پایدار شهری توسعه کاربری فضاهای باز و پارک‌ها، با ارتقای کیفیت محیط و خدمات، است که در این میان ایجاد شرایط بهینه دسترسی برای همگان حائز اهمیت است (شعاری‌نژاد و شکری ۱۳۹۳).

ابعاد هوش فرهنگی

(Early & Mosakowski 2004) هوش فرهنگی را مشتمل بر سه جزء می‌دانند: شناختی، فیزیکی، احساسی-انگیزشی. به عبارت دیگر، باید هوش فرهنگی را در بدن و سر و قلب جست‌وجو کرد. بعد شناختی (سر): یادگیری طوطی‌وارِ باورها و رسوم و تابوهای فرهنگی خارجی هرگز فرد را برای برخورد با موقعیت‌های فرهنگی متنوعی که پیش روی اوست آماده نمی‌کند (Li 2002). بعد احساسی-انگیزشی (قلب): این بعد سخت‌ترین و ظریف‌ترین جزء هوش فرهنگی است و بیشترین شباهت را به هوش عاطفی و احساسی (اجتماعی) دارد (Thomas & Inkson 2005). استراتژی هوش فرهنگی شامل تدوین استراتژی پیش از برخورد میان فرهنگی، بررسی مفروضات حین برخورد، و تعدیل نقشه‌های ذهنی در صورت متفاوت بودن تجارب واقعی از انتظارات پیشین است (Irish & Mosaicovsky 2004). هوش فرهنگی-شناختی (دانش هوش فرهنگی): به دانش فرد در مورد فرهنگ می‌پردازد و همچنین بعد شناختی به شکل‌دهی طرز فکر و رفتار اشاره دارد (Livermore 2010). ابعاد هوش فرهنگی نشان‌دهنده دانش و اطلاعاتی است که یک فرد یا گروه اجتماعی در رابطه با نظام‌های فرهنگی متفاوت با زمینه فرهنگی متفاوت در آن فرهنگ پرورش یافته است (یزدخواستی و همکاران ۱۳۹۰). هوش فرهنگی انگیزش (انگیزش هوش فرهنگی): این بعد توانایی فرد را در هدایت انرژی و زمان خود به سمت یادگیری و عمل کردن در شرایط میان‌فرهنگی نشان می‌دهد (Ward & Fisher 2008). انگیزه هوش فرهنگی شامل ارزش درونی افراد برای تعاملات چندفرهنگی در موقعیت‌های فرهنگی مختلف است که به صورتی اثربخش عمل می‌کند

(Early & Mosakowski 2004). هوش فرهنگی رفتاری (رفتار هوش فرهنگی) بدان معناست که فرد در برخورد با سایر فرهنگ‌ها چه نوع کنش یا واکنشی از خود نشان می‌دهد (Ang & Dine 2008). این رفتار قابلیت فرد را برای سازگاری با رفتارهای کلامی و غیر کلامی در بر می‌گیرد آ (Rose & Kumar 2008). هوش فرهنگی عملی یعنی قابلیت رفتارهای کلامی و غیر کلامی مؤثر در تعامل‌های فرهنگی. هوش فرهنگی رفتاری بُعد عملی هوش فرهنگی است. دانش^۱: درک اصول بنیادی تعاملات فرهنگی. اولین نیاز «هوش فرهنگی» (CQ) داشتن دانش فرهنگ و اصول پایه واکنش‌های میان‌فرهنگی است. که ایرلی آن را در جنبه‌های فرایندی CQ آورده است و شامل محتوای دانش و فرایند دانش می‌شود. ارلی و موساسفکی در سال ۲۰۰۴ انواع هوش که شامل هوش فرهنگی سازمانی و هوش فرهنگی جغرافیایی / نژادی را شناسایی کردند. ممکن است خرده‌فرهنگ‌های درون یک کشور و فرهنگ کاری در شهرهای مختلف آن با هم متفاوت باشد (Alon & Higgins 2005). (Sharma et al 2013) اعلام کرد که معیار هوش فرهنگی ما شامل هوش فرهنگی شناختی، فراشناختی، انگیزشی، و رفتاری است.

ارفعی و اشرفی (۱۳۹۵) در تحقیقی به بررسی رابطه بین هوش فرهنگی با کیفیت ارائه خدمات کارکنان بانک ملت شهر تهران پرداختند. نتایج نشان داد که بین هوش فرهنگی و ابعاد آن (بعد فراشناختی، بعد شناختی، بعد انگیزشی، بعد رفتاری) با کیفیت ارائه خدمات کارکنان بانک ملت شهر تهران رابطه معنادار وجود دارد.

خجسته و عباس‌زاده (۱۳۹۳) در تحقیقی به بررسی هوش فرهنگی و عوامل مرتبط با آن (استفاده از رسانه‌ها، هویت مذهبی، سرمایه اجتماعی) در دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز پرداختند. یافته‌های تحقیق نشان داد میزان استفاده از رسانه‌ها با همه ابعاد هوش فرهنگی، به جز بعد شناختی، رابطه مثبت و معنادار دارد. هویت مذهبی با چهار بعد هوش فرهنگی رابطه مثبت و مستقیم دارد. سرمایه اجتماعی با بعد شناختی هوش فرهنگی رابطه مثبت و مستقیم دارد.

احمدپور و همکارانش (۱۳۹۲) در تحقیقی به بررسی میزان رضایتمندی شهروندان از کیفیت خدمات شهرداری، به منظور مدیریت پایدار شهری (مطالعه موردی: شهر آباد)، پرداختند. نتایج نشان داد معیار قابل اعتماد بودن بیشترین تأثیر را بر میزان رضایتمندی مردم دارد. به طور کلی، جهت بهبود وضعیت خدمات‌رسانی توسط سازمان‌های متولی آگاهی از نیازهای روزمره مردم و شناسایی زمینه‌های خدماتی برای تأمین نیازها و خواسته‌های مردم در جهت مدیریت پایدار شهری امری اجتناب‌ناپذیر است.

امیری و همکارانش (۱۳۹۱) در تحقیقی به بررسی عوامل مؤثر بر تقویت هوش فرهنگی مدیران شهری در تعاملات فرهنگی با شهروندان پرداختند. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد ابعاد شناختی، رفتاری، فراشناختی، انگیزشی در هوش فرهنگی قوی‌ترین شاخص بعد انگیزشی و ضعیف‌ترین شاخص بعد فراشناختی است. ابعاد رفتاری و شناختی عملکرد مشابهی در ارتباط با هوش فرهنگی دارند.

شارما^۱ (۲۰۱۹) در تحقیقی به بررسی هوش فرهنگی و موفقیت سازمانی با توجه به نقش واسطه‌ای کیفیت پرداخت. نتایج نشان داد معیار هوش فرهنگی شامل هوش فرهنگی-شناختی، فراشناختی، انگیزشی، و رفتاری است. کیفیت رابطه ارتباط بین هوش فرهنگی و موفقیت در مدیریت چالش‌های ناشی از اختلاف در محیط‌های سازمانی و رسیدن به موفقیت سازمانی است. واجسیس^۲ و همکارانش (۲۰۱۹) در تحقیقی به بررسی نقش هوش فرهنگی مدیران را به عنوان مروج انتقال دانش در شرکت‌های چندملیتی پرداختند. نتایج این مطالعه نشان داد چگونه هوش فرهنگی در هر چهار بعد (فراشناختی، شناختی، رفتاری، انگیزشی)، در جهت تطبیق دانش عمل می‌کند و به مدیران در روند انتقال دانش کمک می‌کند.

گول^۳ و ارکین (۲۰۱۸) در تحقیقی به بررسی «ارتباط بین هوش فرهنگی و حساسیت فرهنگی دانشجویان پرستاری: یک مطالعه توصیفی - مقطعی» پرداختند. نتایج نشان داد بین حساسیت فرهنگی و هوش فرهنگی دانشجویان رابطه وجود دارد.

کاپتو^۱ و همکارانش (۲۰۱۹) در تحقیقی با بررسی نقش مدیریت هوش فرهنگی در رابطه بین گرایش‌های فرهنگی و سبک‌های مدیریت تعارض یافته نشان دادند که ارزش‌های فرهنگی (به عنوان مثال فاصله قدرت، اجتناب از عدم اطمینان، جمع‌گرایی و مردانگی) تأثیر مستقیمی بر سبک‌های مذاکره و همچنین تأثیر غیرمستقیمی از طریق هوش فرهنگی بر مدیریت تعارض دارد.

لورنز^۲ و تاریکیو (۲۰۱۸) در تحقیقی تأثیر هوش فرهنگی بر پیامدهای خدماتی برخورد با مشتری پ مشتری پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد هوش فرهنگی مشتریان یکی از عوامل مهم موفقیت در ارائه خدمات و درک بهتر از تأثیر تنوع فرهنگی در ارائه خدمات است. مورسو و همکارانش (۲۰۱۹) به بررسی تأثیر پرداخت انگیزشی برای ارائه خدمات پرداختند. یافته‌های نشان داد که هر نوع پرداخت انگیزشی باعث افزایش رفتار حفاظتی می‌شود. با وجود این، همه انواع پرداخت‌ها به عنوان انگیزشی بر ارائه خدمات کارکنان در حفاظت از محیط زیست تأثیر دارد.

باشارات و راجا (۲۰۱۵) در تحقیقی به بررسی تأثیر انواع هوش بر کیفیت خدمات کارکنان در پاکستان پرداختند. یافته‌ها نشان داد هوش پیش‌بینی‌کننده مثبتی برای کیفیت خدمات است. جوسپه و واویر^۳ (۲۰۱۵) در تحقیقی به بررسی تأثیر هوش بر کیفیت خدمات پرداختند. نتایج نشان داد مهارت‌های اجتماعی، خودآگاهی، آگاهی اجتماعی، و خودمدیریت بر تأمین خدمات تأثیر می‌گذارد.

آلشیبانی (۲۰۱۵) در تحقیقی به بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و کیفیت خدمات در هتل‌ها پرداختند. یافته‌ها نشان داد بین هوش فرهنگی و کیفیت خدمات رابطه وجود دارد. پنگ و همکارانش^۴ (۲۰۱۴) در تحقیقی به بررسی تأثیر هوش فرهنگی - انگیزشی بر اثربخشی فرهنگی بر اساس مطالعه در خارج از کشور پرداختند. نتایج نشان داد سطوح ابتدایی هوش فرهنگی - انگیزشی با رفاه فرهنگی ارتباط مثبت دارد.

1. Caputoa
2. Tariq
3. Joseph & Wawire
4. Peng et al

روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر بر اساس هدف کاربردی، بر اساس ماهیت داده‌ها کیفی، و بر اساس روش جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات اسنادی است. روش پژوهش تحلیلی - توصیفی بود و داده‌های کیفی به روش پژوهش کیفی فرا ترکیب جمع‌آوری شد. رویکرد فرا ترکیب نوعی مطالعه کیفی است که اطلاعات و یافته‌های استخراج‌شده از مطالعات کیفی دیگر با موضوع مشابه و مرتبط را بررسی می‌کند. در نتیجه نمونه مورد نظر برای فرا ترکیب از مطالعات کیفی منتخب و بر اساس ارتباط آن‌ها با سؤال پژوهش ساخته می‌شود (Lind green et al 2004: 647-680). در این پژوهش از روش فرا ترکیب به منظور مقایسه، تفسیر، تبدیل، و ترکیب چارچوب‌ها و مدل‌های مختلف ارائه‌شده در زمینه پیشران‌های هوش فرهنگی استفاده شد.

معرفی فرا ترکیب

فرا مطالعه^۱ یکی از روش‌هایی است که به منظور بررسی، ترکیب، و تحلیل پژوهش‌های گذشته استفاده می‌شود. فرامطالعه به تجزیه و تحلیل عمیق کارهای پژوهشی انجام‌شده در یک حوزه خاص می‌پردازد و با توجه به نیازمندی پژوهش بر چهار حوزه فراروش، فرانظری، فراتحلیل، و فراترکیب دلالت دارد. فراتحلیل، به منزله مشهورترین حوزه فرامطالعه، به طور ویژه، بر مطالعات کمی پیشین تمرکز دارد. این روش اگر به صورت کیفی انجام شود و مفاهیم و نتایج مورد استفاده در مطالعات پیشین را با شیوه کدگذاری متداول در پژوهش‌های کیفی، مثل نظریه برخاسته از داده‌ها، بررسی کند، با نام فراترکیب شناخته می‌شود (سهرابی و همکاران ۱۳۹۰). فراترکیب مانند فراتحلیل برای یکپارچه‌سازی چندین مطالعه به منظور ایجاد یافته‌های جدید و تفسیر آن‌ها به کار می‌رود. با این حال برخلاف فراتحلیل، که بر داده‌های کمی و رویکردهای آماری تأکید دارد، فراترکیب بر مطالعات کیفی و تفسیر و تحلیل عمیق آن‌ها به دلیل فهم عمیق‌تر تأکید دارد (نقی‌زاده و همکاران ۱۳۹۳: ۳۱). در این پژوهش

از روش هفت مرحله‌ای سندلوسکی^۱ و باروسو (۲۰۰۷) استفاده شد. خلاصه این مراحل در شکل زیر آمده است: ۱. مشخص کردن هدف؛ ۲. مطالعه نظام‌مند پیشینه؛ ۳. جست‌وجو و انتخاب مقاله‌های مناسب؛ ۴. استخراج اطلاعات از مقاله‌ها؛ ۵. تحلیل و ترکیب یافته‌های حاصل از مطالعات کیفی؛ ۶. کنترل کیفیت؛ ۷. یافته‌ها.

گام اول. تنظیم سؤال‌های پژوهش

در جدول ۱ سؤال‌های پژوهش همراه پارامترها بیان شده است.

جدول ۱. سؤالات پژوهش

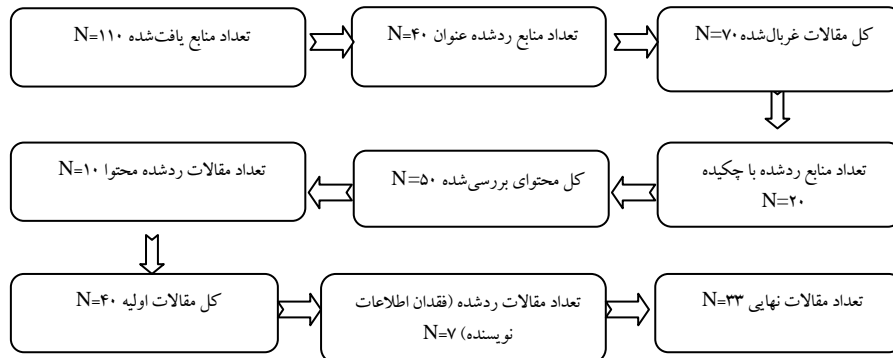
پارامترها	سؤالات پژوهش
What (چه چیزی)	چه عواملی باعث موفقیت هوش فرهنگی می‌شود؟
Who (جامعه مورد مطالعه)	هر یک از این عوامل چه اهمیت و وزنی در موفقیت هوش فرهنگی دارند؟
When (محدودیت زمانی)	چراچوب اجرای پیشران‌های موفقیت هوش فرهنگی چیست؟
HOW (چگونگی روش)	

گام دوم. بررسی نظام‌مند متون

در این پژوهش محققان پایگاه‌های داده، ژورنال‌ها، و موتورهای جست‌وجوی مختلف بین سال‌های ۱۹۹۴ تا ۲۰۱۹ را بررسی کردند. همچنین، واژه‌های کلیدی مرتبط با موضوع برای جست‌وجوی مقالات استفاده شد. در نتیجه جست‌وجو و بررسی پایگاه‌های داده و ژورنال‌ها و موتورهای جست‌وجوی مختلف و با استفاده از واژه‌های کلیدی مورد نظر ۱۱۰ مقاله یافت شد.

گام سوم. جست‌وجو و انتخاب مقاله‌های مناسب

برای انتخاب مقاله‌های مناسب کلیدواژگان مورد نظر بررسی شد و پس از غربالگری عنوان از نظر محتوا و مؤلفه‌های تحقیقی بررسی شد و مقالات مرتبط قبول و مقاله‌هایی که از نظر محتوایی مرتبط نبودند رد شدند که بر اساس الگوریتم شکل ۱ پارامترهای مختلف - مانند عنوان مرتبط با حداقل دو کلیدواژه مرتبط و چکیده کامل از نظر ارائه هدف و روش و یافته و محتوا و کیفیت روش پژوهش - ارزیابی شد.



شکل ۱. مراحل انتخاب چکلیست پژوهش‌های مورد مطالعه از پایگاه‌های اطلاعاتی منتخب

به محض اینکه تناسب مقالات با پارامترهای مطالعه بررسی شد، در قدم بعدی، محقق باید کیفیت روش شناختی مطالعات را ارزیابی کند. هدف از این گام حذف مقالاتی است که محقق به یافته‌های ارائه شده اعتماد نداشته باشد. بنابراین ممکن است مقاله‌ای که باید در تلفیق وجود داشته باشد را رد کند.

گام چهارم. استخراج اطلاعات

مقاله‌ها بر اساس مرجع مربوط به هر مقاله، شامل نام و نام خانوادگی نویسنده، همراه سال انتشار مقاله و اجزای آن، که در هر مقاله به آن‌ها اشاره شده است، طبقه‌بندی شدند. در پایان این مرحله پژوهشگر ۲۷ کد را شناسایی کرد. فرایند نهایی شناسایی کدها طی دو مرحله انجام شد. مرحله اول. با توجه به هدف تحقیق، کدهایی که در تعداد معدودی از پژوهش‌ها بود در فرایند تحقیق به کار نرفتند و همچنین بنا به قرابت معنایی و صرف تفاوت لفظی بین برخی از کدها ادغام و با عنوان مشترک آورده شده‌اند. مرحله دوم. مصاحبه با خبرگان هوش فرهنگی در شهرداری‌ها، که تعداد ۳۰ نفر از مدیران شهری شهرداران است. پس از دو مرحله یادشده برای شناسایی کدهای استخراجی در نهایت ۱۹ کد شناسایی شد.

نتایج حاصل از این گام در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. کدبندی متون مورد پژوهش

ردیف	کد	منابع
۱	توسعه فرهنگ توسعه خلاقانه مهارت ارتباط ارتباط کلامی و غیر کلامی مناسب	فقیه‌آرام، بتول؛ سعید مرادی؛ منصوره کاظمی (۱۳۹۷). «ارتباط هوش فرهنگی و هوش معنوی با هویت اجتماعی دانشجویان»، علوم تربیتی از دیدگاه اسلام، سال ششم، ش ۱۱، ص ۱۲۹ - ۱۵۰. نائیچی، جواد؛ منصوره عباس‌علی‌زاده (۱۳۸۶). «هوش فرهنگی، سازگاری با ناهمگون‌ها»، تدبیر، ش ۱۸۱. Early, C. & Mosakowski, E. (2004). "Cultural intelligence", <i>Harvard Business Review</i> , pp. 139-146.
۲	اطمینان از ابعاد مختلف فرهنگ	Peterson, B. (2004). <i>Cultural intelligence: A Guide to Working with People from Other Cultures</i> , London: Intercultural Press.
۳	توانایی، دانش، آگاهی، تطبیق با فرهنگ جدید	Thomas, D.C. & Inkson, K. (2005). "Cultural intelligence: people skills for aglobal workplace", <i>Consulting to Management</i> , 16(1), pp. 5-9. بری نخجسته، فریبا؛ محمد عباس‌زاده (۱۳۹۱). «مطالعه هوش فرهنگی و عوامل مرتبط با آن (استفاده از رسانه‌ها، هویت مذهبی، و سرمایه اجتماعی) در دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز»، مطالعات جامعه‌شناس، ش ۱۶، ص ۲۲.
۴	شناختی، فیزیکی، احساسی	Early, C. & Mosakowski, E. (2004). "Cultural intelligence", <i>Harvard Business Review</i> , pp. 139-146.
۵	هوش فرهنگی- سازمانی، هوش فرهنگی-جغرافیایی/ نژادی	امیری، مجتبی؛ منیر عزیزی؛ غلام‌رضا طالقانی (۱۳۹۱). «بررسی عوامل مؤثر بر تقویت هوش فرهنگی مدیران شهری در تعاملات فرهنگی با شهروندان»، مدیریت فردا، س ۱۱، ش ۳۲.
۶	بعد عملی (بدن)، بعد عاطفی (قلب)، بعد (عقل).	عسکری‌وزیری، علی (۱۳۹۱). «بررسی هوش فرهنگی، مؤلفه‌ها و راهبردهای آن در سازمان با رویکرد اسلامی» اسلام و پژوهش‌های مدیریتی، سال دوم، ش ۱ (پیاپی ۵)، صص ۵۳-۸۰.
۷	فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری	محمدی گزستانی، هایده؛ سید عبدالصاحب امامی؛ حجت‌الله فانی (۱۳۹۲). «رابطه هوش فرهنگی با خودکارآمدی تحصیلی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بندرعباس، فرهنگ در دانشگاه اسلامی» فصلنامه فرهنگ در دانشگاه اسلامی، سال سوم شماره ۱ (پیاپی ۶)، صص ۱۰۷ - ۱۳۰.
۸	شناختی، فیزیکی و احساسی	Early, P. C. & Ang, S. (2003). <i>Cultural Intelligence: Individual Interaction across Culture</i> , Stanford, ca. stanford business books. Early, P. C. & Mosakowski, E. (2004). <i>Cultural intelligence</i> , Arvard business review.
۹	هوش فرهنگی- شناختی، فراشناختی، انگیزشی و رفتاری	Sharma, S., Bottom, W. P., & Elfenbein, H. A. (2013). "On the role of personality, cognitive ability, and emotional intelligence in predicting negotiation outcomes: A meta-analysis", <i>Organizational Psychology Review</i> , 3(4), pp. 293-336.

ادامهٔ جدول ۲. کدبندی متون مورد پژوهش

ردیف	کد	منابع
۱۰	عوامل مذهبی و سرمایه اجتماعی آداب و رسوم ارزش‌ها و باورها انسجام اعتماد اجتماعی تطبیق با ارزش‌ها	بری‌خجسته، فریبا؛ محمد عباس‌زاده (۱۳۹۱). «مطالعهٔ هوش فرهنگی و عوامل مرتبط با آن (استفاده از رسانه‌ها، هویت مذهبی، و سرمایه اجتماعی) در دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تبریز»، ش ۱۶، ص ۲۲. ساروخانی، باقر (۱۳۷۱). <i>جامعه‌شناسی ارتباطات</i> ، تهران، اطلاعات. علی‌زاده اقدم، محمدباقر؛ محمد عباس‌زاده؛ مهدی حسین؛ مهرداد سلیمان‌پور اصل؛ حسین بنی‌فاطمه (۱۳۸۹). «مطالعهٔ رابطهٔ بین نظام ارزش‌ها و میزان مشارکت اجتماعی دانشجویان دانشگاه پیام نور میان‌دوآب»، <i>زن و مطالعات خانوادگی</i> ، س ۲، ش ۸، صص ۶۹ - ۹۳. احمدی، یعقوب (۱۳۹۰). «نگرش دینی و هوش فرهنگی (مورد مطالعه: شهر سنندج)»، <i>معرفت</i> ، ش ۸ (پیاپی ۱۶۷)، ویژهٔ جامعه‌شناسی.
۱۱	فراشناختی، بعد شناختی، بعد انگیزشی و بعد رفتاری	ارفعی، سید رسول؛ ایران‌علی مهدی‌زاده اشرفی (۱۳۹۵). «بررسی رابطهٔ بین هوش فرهنگی با کیفیت ارائهٔ خدمات کارکنان (مطالعهٔ موردی: بانک ملت شهر تهران)»، <i>سومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در علوم انسانی</i> .
۱۲	توسعه دادن رویکردی خلاقانه و منعطف به تعامل‌های بین‌فرهنگی و در نهایت ایجاد مهارت‌های سازگار	Thomas, D. C. & Inkson, K. (2003). "Cultural intelligence: people skills for a global work palace", <i>consulting to management</i> , 16(1). عسگری وزیری، علی (۱۳۹۱). «بررسی هوش فرهنگی، مؤلفه‌ها و راهبردهای آن در سازمان با رویکرد اسلامی»، <i>اسلام و پژوهش‌های مدیریتی</i> ، س ۲، ش ۱، صص ۵۳ - ۸۰.
۱۳	اعتماد، همبستگی	کلمن، جیمز (۱۳۷۷). <i>بنیادهای نظریهٔ اجتماعی</i> ، ترجمهٔ منوچهر صبوری، تهران، نی. اختر محقق، مهدی (۱۳۸۵). <i>سرمایه اجتماعی</i> ، ناشر: مهدی اختر محقق. سلیمان‌پور اصل، مهرداد؛ حسین بنی‌فاطمه (۱۳۸۹). «مطالعهٔ رابطهٔ بین نظام ارزش‌ها و میزان مشارکت اجتماعی دانشجویان دانشگاه پیام نور میان‌دوآب»، <i>زن و مطالعات خانوادگی</i> ، س ۲، ش ۸، صص ۶۹ - ۹۳.
۱۴	دانش فرهنگی، مهارت و مراقبت فرهنگی	Thomas, D.C. & Inkson, K. (2005). "Cultural intelligence: people skills for a global workplace", <i>Consulting to Management</i> , 16(1): pp. 5-9.
۱۵	راهبرد فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری	Ang, S. & Dyne, L. V. (2008). <i>Inc Conceptualization of cultural Intelligence</i> , In Soon Ang. New york: M. E. Sharpe.
۱۶	سرمایه اجتماعی	Gharibi, H. & Ghulizadeh, Z. (2011). "The role of emotional intelligence in predicting social capital", <i>Journal of New Ideas in Education</i> , 1, pp. 53-29.
۱۷	ارتباطات بین فرهنگی، یادگیری	Petrovice, D. S. (2011). <i>How Do Teachers Perceive Their Cultural Intelligence?</i> Department of psychology, faculty of philosophy, university of Belgrade, Cika Ljubina 18-20, 11 000, Belgrade, Serbia.
۱۸	هویت	زاهدی، بهمن؛ مسعود مرادی (۱۳۹۶). «نقش تعهد مذهبی و هوش فرهنگی در شکل‌گیری ابعاد هویت دانش‌آموزان دورهٔ اول متوسطه»، <i>د ع</i> ، ش ۱، صص ۶۴ - ۸۲.
۱۹	چالش فرهنگ و تجربهٔ فرهنگ‌ها دیگر	حمیدی، مهرزاد؛ رضا اندام؛ سمیرا فیضی (۱۳۹۲). «بررسی ابعاد هوش فرهنگی نیروهای داوطلب در ورزش»، <i>مدیریت ورزشی</i> ، ش ۱۸، صص ۵ - ۲۰.

جدول ۳. ارتباط میان مفاهیم و مقوله‌ها و قضایا

قضیه	مقوله	کدها
	هوش رفتاری	توسعه فرهنگ در موقعیت‌های مختلف شناسایی بیان و تظاهرات در رفتارهای غیر کلامی
	شناختی	شناخت ارزش‌های موجود در جامعه شناخت هنر و صنایع شناخت قوانین در جوامع دیگر
	هوش نگرشی	پاسخ به چالش‌های جامعه (بهداشت، نظام آموزشی، محیط زیست) تحمل فشارهای سازگاری با فرهنگ تعامل با سایر فرهنگ‌ها
	انگیزشی	توانایی‌های خود در تعاملات میان‌فرهنگی درک شرایط متفاوت فرهنگی لذت از فرهنگ متفاوت
	سرمایه اجتماعی	اعتماد همبستگی روابط متقابل
پیشران‌های هوش فرهنگی در راستای کیفیت خدمات شهری	هوش بدنی هوش فرهنگی- مذهبی	یادگیری طوطی‌وار باورها و رسوم و تابوهای فرهنگی خارجی همکاری و مشارکت مبنی بر اعتقادات مشترک آداب و رسوم اعتقادات و باورهای مذهبی ارزش‌ها و باورها درباره کار
	هوش قلبی	سازگاری با یک فرهنگ بالا بردن ارزش درونی توسعه مهارت تعامل خلاقانه
	بهبود میزان ریسک و اطمینان در سازمان	افزایش یادگیری طوطی‌وار باورها و رسوم و اعتماد به نفس راه‌های جدید انجام دادن کارها قابلیت اطمینان اطمینان از ابعاد مختلف فرهنگ
	بهبود هویت سازمانی	تطبیق با ارزش‌های سازمانی درک درست از سازمان

گام پنجم. تجزیه و تحلیل و تلفیق یافته‌های کیفی

هدف فرا ترکیب ایجاد تفسیر یکپارچه و جدید از یافته‌هاست. این متدولوژی جهت شفاف‌سازی مفاهیم نتایج در پالایش حالت‌های موجود دانش و ظهور مدل‌های عملیاتی و نظریه‌های پذیرفته‌شده است. در طول تجزیه و تحلیل موضوع‌ها یا تم‌هایی را جست‌وجو می‌کند که در میان مطالعات موجود در فرا ترکیب پایدار شده‌اند. سانلوسکی و باروسو (۲۰۰۷) این مورد را «بررسی موضوعی» می‌نامند (Sandelwsky & Barros 2007). بدین صورت که پژوهشگر ابتدا همه عوامل استخراج‌شده از مطالعات را کد در نظر می‌گیرد و سپس با در نظر گرفتن مفهوم هر یک از این کدها آن‌ها را در یک مفهوم مشابه دسته‌بندی می‌کند. به این ترتیب مفاهیم (تم‌های) پژوهش شکل داده می‌شود.

مقوله‌بندی یافته‌ها

تیین ارتباط میان مفاهیم و مقوله‌ها و مضامین: تبیین ارتباط میان مفاهیم و مقوله‌ها و مضامین یافته‌ بعدی این پژوهش است. جدول ۳ نمونه‌ای از ارتباط میان مفاهیم و مقوله‌ها برای شکل‌گیری قضیه را نشان می‌دهد.

گام ششم. کنترل کدهای استخراجی

در گام ششم، جهت ارزیابی کیفیت، نتایج در اختیار یکی از خبرگان قرار گرفت.

تحلیل محتوا

تحلیل محتوا مرحله‌ای از فرایند اطلاعاتی است که از طریق آن محتوای ارتباطات با استفاده از به‌کارگیری مجموعه‌ای از قوانین طبقه‌بندی‌شده و نظام‌دار تغییر و تبدیل می‌یابد و به صورت داده‌های خلاصه‌شده و قابل مقایسه درمی‌آید. در ادامه، به منظور اعتبارسنجی مفاهیم استخراج‌شده، از روش دلفی فازی با حضور تعدادی از صاحب‌نظران و خبرگان شهرداری به تعداد ۳۰ نفر استفاده شد.

گام هفتم. یافته‌های تحقیق

در این پژوهش، با توجه به تحلیل محتوا و معنای کدها و مفاهیم، مقوله‌ها از منابع متعدد استخراج شدند. به دلیل حجیم بودن متن پژوهش، صرفاً به ارائه نتایج در قالب ۶ سطح

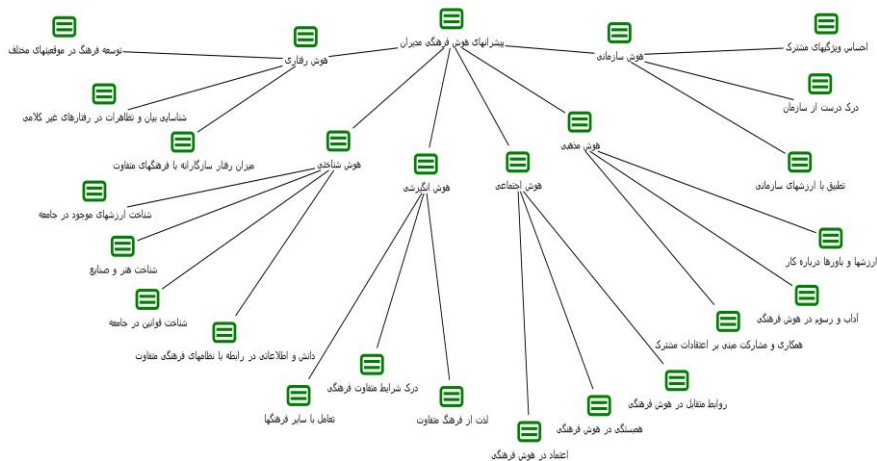
اصلی و فرعی اشاره شد. در نهایت عوامل و پیشران‌های اصلی در قالب ۶ مقوله اصلی (هوش رفتاری، هوش شناختی، هوش انگیزشی، سرمایه اجتماعی، هوش فرهنگی- مذهبی، هویت سازمانی) و ۱۹ مؤلفه (توسعه فرهنگ در موقعیت‌های مختلف، شناسایی بیان و تظاهرات در رفتارهای غیر کلامی، میزان رفتار سازگارانه با فرهنگ‌های متفاوت، شناخت ارزش‌های موجود در جامعه، شناخت هنر و صنایع، شناخت قوانین در جوامع، دانش و اطلاعاتی در رابطه با نظام‌های فرهنگی متفاوت با زمینه فرهنگی، تعامل با سایر فرهنگ‌ها، درک شرایط متفاوت فرهنگی، لذت از فرهنگ متفاوت، اعتماد در هوش فرهنگی، همبستگی در هوش فرهنگی، روابط متقابل در هوش فرهنگی، همکاری و مشارکت مبنی بر اعتقادات مشترک، آداب و رسوم در هوش فرهنگی، ارزش‌ها و باورها درباره کار، تطبیق با ارزش‌های سازمانی، درک درست از سازمان، احساس ویژگی‌های مشترک) شناسایی و طبقه‌بندی شدند.

جدول ۴. نتایج آزمون دلفی فازی برای ابعاد اصلی تحقیق

ردیف	شاخص مورد بررسی	S_j	a_j	b_j	c_j	تأیید یا رد
۱	هوش رفتاری	۷/۰۳۳	۳	۷/۳۰۰	۱۰	تائید
۲	هوش شناختی	۷/۲۳	۳	۷/۶۰۰	۱۰	تائید
۳	هوش انگیزشی	۷/۱۰	۳	۷/۴۰۰	۱۰	تائید
۴	سرمایه اجتماعی	۷/۳۰	۳	۷/۷۰۰	۱۰	تائید
۵	هوش مذهبی	۷/۷۰	۳	۷/۷۰	۱۰	تائید
۶	هویت سازمانی	۷/۵۰	۳	۸/۰	۱۰	تائید

جدول ۵. نتایج آزمون دلفی فازی برای ابعاد فرعی تحقیق

ردیف	شاخص مورد بررسی	S_j	a_j	h_j	c_j	تائید یا رد
۱	توسعه فرهنگ در موقعیت‌های مختلف	۷/۱۶	۳	۷/۵۰	۱۰	تائید
۲	شناسایی بیان و تظاهرات در رفتارهای غیر کلامی	۷/۲۳	۳	۷/۶۰	۱۰	تائید
۳	میزان رفتار سازگارانه با فرهنگ‌های متفاوت	۷/۵۶	۳	۸/۱۰	۱۰	تائید
۴	شناخت ارزش‌های موجود در جامعه	۷/۱۶	۳	۷/۵۰	۱۰	تائید
۵	شناخت هنر و صنایع	۷/۱۶	۳	۵/۵۰	۱۰	تائید
۶	شناخت قوانین در جوامع	۷/۸۰	۳	۷/۸۰	۱۰	تائید
۷	دانش و اطلاعاتی در رابطه با نظام‌های فرهنگی متفاوت با زمینه فرهنگی	۷/۷۰	۳	۵/۷۰	۱۰	تائید
۸	تعامل با سایر فرهنگ‌ها	۷/۱۶	۳	۷/۵۰	۱۰	تائید
۹	درک شرایط متفاوت فرهنگی	۷/۰۳	۳	۷/۳۰	۱۰	تائید
۱۰	لذت از فرهنگ متفاوت	۷/۱۰	۳	۵/۴۰	۱۰	تائید
۱۱	اعتماد در هوش فرهنگی	۷/۳۰	۳	۷/۷۰	۱۰	تائید
۱۲	همبستگی در هوش فرهنگی	۷/۱۶	۳	۷/۵۰	۱۰	تائید
۱۳	روابط متقابل در هوش فرهنگی	۷/۱۰	۳	۷/۴۰	۱۰	تائید
۱۴	همکاری و مشارکت مبنی بر اعتقادات مشترک	۷/۱۰	۳	۷/۴۰	۱۰	تائید
۱۵	آداب و رسوم در هوش فرهنگی	۷/۴۳	۳	۷/۹۰	۱۰	تائید
۱۶	ارزش‌ها و باورها درباره کار	۷/۱۶	۳	۷/۵۰	۱۰	تائید
۱۷	تطبیق با ارزش‌های سازمانی	۷/۱۰	۳	۷/۴۰	۱۰	تائید
۱۸	درک درست از سازمان	۷/۴۳	۳	۷/۹۰	۱۰	تائید
۱۹	احساس ویژگی‌های مشترک	۷/۲۳	۳	۷/۶۰	۱۰	تائید



شکل ۲. نمودار پیشران‌های هوش فرهنگی مدیران

نتیجه

پژوهش حاضر به منظور فراترکیب متغیرهای مدل پیشران‌های هوش فرهنگی مدیران به منظور ارتقای کیفیت خدمات مدیریت شهری انجام گرفت. نتایج نشان داد هوش رفتاری، هوش شناختی، هوش انگیزشی، سرمایه اجتماعی، هوش مذهبی، هویت سازمانی به منزله پیشران هوش فرهنگی است که در ارتقای کیفیت خدمات مدیریت شهری تأثیر دارد. هوش رفتاری می‌تواند از طریق قابلیت‌های فرد برای سازگاری با همه رفتارها و همچنین برای برخورد با فرهنگ‌های مختلف مناسب باشد. بر اساس نتایج حاصل از تحقیق هوش رفتاری از طریق میزان رفتار سازگارانه با فرهنگ‌های متفاوت، توسعه فرهنگ در موقعیت‌های مختلف، شناسایی بیان و تظاهرات در رفتارهای غیر کلامی می‌تواند در هوش فرهنگی تأثیرگذار باشد و زمینه ارتقای کیفیت خدمات شهری را فراهم کند. هوش شناختی شامل ابعادی چون شناخت گروه اجتماعی در رابطه با نظام‌های فرهنگی متفاوت و همچنین دانش و اطلاعاتی یک فرد یا گروه اجتماعی، و آشنایی با آداب و رسوم، ارزش‌ها، رفتارها و قوانین مربوط به سایر گروه‌های قومی، ملی یا مذهبی است. هوشمندی فرهنگی ارائه‌دهندگان خدمات در تعامل آن‌ها با مردم بسیار مهم است. خدماتی که در مدیریت شهری فراهم می‌شود اهمیت بسیار بالایی دارد. زیرا باعث افزایش ارائه خدمات، ایجاد تأثیر مثبت بر جامعه، و همچنین بهبود تصویر کلی از شرایط موجود می‌شود. به عبارت دیگر، می‌توان این‌گونه تبیین کرد که با ارتقای هوش شناختی شناخت ارزش‌های موجود در جامعه و شناخت قوانین موجود در جامعه و بالا بردن دانش و اطلاعاتی در رابطه با نظام‌های فرهنگی متفاوت با زمینه فرهنگی می‌تواند در هوش فرهنگی تأثیر مثبت داشته باشد و ارتقای کیفیت خدمات مدیریت شهری را فراهم کند. نتایج تحقیق حاضر با نتایج امیری و همکارانش (۱۳۹۱) هم‌سوست. آن‌ها بیان کردند که عوامل مؤثر (هوش شناختی، هوش رفتاری، هوش فراشناختی، هوش انگیزشی) بر تقویت هوش فرهنگی مدیران شهری در تعاملات فرهنگی با شهروندان تأثیر دارد. هوش انگیزشی یک مفهوم مهم در ارتقای هوش فرهنگی است. خودکارآمدی آموزش کلید موفقیت میان هوش فرهنگی

انگیزشی و خودکارآمدی فرهنگی و اثربخشی است. شیوه‌های آموزشی بر جنبه انگیزشی هوش فرهنگی تأکید می‌کنند. رویکرد ارزشی که در آموزش میان فرهنگی استفاده می‌شود، توان و تمایل به یادگیری و فعالیت در موقعیت‌های فرهنگی مختلف را منعکس می‌کند.... در ارتباط با بعد انگیزشی نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیق ارلی و پترسون (۲۰۰۴) هم‌سوست. آن‌ها در تحقیق خود بیان کردند که ترکیبی از چهار مؤلفه هوش فرهنگی برای فرد وسیله مناسبی فراهم می‌کند تا در محیط‌های متفاوت فرهنگی موفق شود و همچنین با نتایج ارلی و آنگ (۲۰۰۳) هم‌سوست. بر اساس نتایج حاصل از آزمون دلفی تأثیر سرمایه اجتماعی بر هوش فرهنگی به منزله متغیر پیشران کیفیت خدمات تأیید شد. بنابراین، می‌توان این‌گونه تبیین کرد که هر قدر در سازمان‌ها میزان ارتباطات اجتماعی، صمیمیت اجتماعی، حمایت اجتماعی، و مشارکت اجتماعی بالا رود بر هوش فرهنگی افراد تأثیر می‌گذارد و زمینه ارتقای کیفیت خدمات را فراهم می‌کند. این نوع از سرمایه در جامعه با وضعیت بخش فرهنگی پیوند دارد و زمینه اعتماد و هماهنگی را فراهم می‌کند. نتایج تحقیق حاضر با نتایج بری‌خجسته و عباس‌زاده (۱۳۹۱) هم‌سوست.

هوش مذهبی مهم‌ترین توانمندی است که می‌توان برای مواجهه مناسب با موقعیت‌های چندفرهنگی به کار گرفت. بر اساس یافته‌های تحقیق هوش مذهبی به عنوان پیشران هوش فرهنگ بر ارتقای کیفیت خدمات شهری تأثیر دارد و بر اساس یافته‌ها این‌گونه تبیین می‌شود که هوش مذهبی با درک درستی که درباره اعتقادات و باورهای مذهبی و معنوی و ارزش‌ها و باورها درباره کار، ارتباطات خانوادگی، آداب و رسوم ایجاد می‌کند و با شناخت درست زمینه ایجاد رفتاری متناسب در جهت ارائه هر چه بهتر عملکرد و خدماتی بهتر در مسیر ارتقای خدمات شهری فراهم می‌کند و پیامدهای ارزشی مثبتی را به دنبال خواهد داشت. آنچه بر اساس نتایج این تحقیق می‌توان بیان کرد این است که هر قدر فرد از نظر هوش مذهبی در سطح بالاتری باشد به همان اندازه هوش فرهنگی بالاتری دارد و می‌تواند بر ابعاد مختلف سازمانی و ارائه خدمات تأثیر بهتری بگذارد. نتایج تحقیق حاضر با نتایج باشارات و راجا (۲۰۱۵)، جوسپه و واویر (۲۰۱۵)، هم‌سوست. نتایج نشان داد هوش

پیش‌بینی مثبتی از کیفیت خدمات است. با توجه به تأیید نقش هویت سازمانی به عنوان پیش‌ران هوش فرهنگی در ارتقای کیفیت خدمات می‌توان این‌گونه تبیین کرد که هوش هویتی سازمان با ارتقا و تطبیق با ارزش‌های سازمانی، درک درست از سازمان، احساس ویژگی‌های مشترک در بین کارکنان می‌تواند زمینه ارتقای کیفیت خدمات شهری را فراهم کند. نتایج تحقیق حاضر با نتایج آلسیبانی (۲۰۱۵) هم‌سوست. نتایج نشان داد بین هوش فرهنگی و کیفیت خدمات رابطه وجود دارد. نتایج تحقیق حاضر با نتایج آلسیبانی (۲۰۱۵) هم‌سوست. نتایج نشان داد بین هوش فرهنگی و کیفیت خدمات رابطه وجود دارد. هوش فرهنگی لازمه و مقدمه ارائه موفق کیفیت خدمات کارکنان است. زمانی که افراد دارای توانمندی‌ها و مهارت‌های خاصی باشند و کانال‌های مناسب هوش فرهنگی در ساختار مناسب سازمانی به کار گرفته شود، انگیزه افزایش کیفیت ارائه خدمات تقویت می‌شود و همه افراد خود را متعهد به اهداف سازمانی می‌دانند و از هر فرصتی برای بهبود عملکرد سازمانی استفاده می‌کنند. در نتیجه می‌توان نتیجه گرفت که سطح بالاتر گرایش به هوش فرهنگی می‌تواند موجب افزایش کار گروهی و کار جمعی و در نتیجه افزایش سطح کیفیت خدمات شود که این وضعیت به عملکرد بهتر کارکنان و ایجاد منافع اقتصادی برای سازمان منجر می‌شود.

هوش فرهنگی مهم‌ترین توانمندی است که می‌توان برای مواجهه مناسب با موقعیت‌های چندفرهنگی به کار گرفت. هوش فرهنگی کمک می‌کند برای درک سریع و صحیح مؤلفه‌های فرهنگی مختلف رفتاری متناسب با هر یک از آن‌ها بروز دهیم. در پیشینه موضوع، ابعاد و مؤلفه‌های هوش فرهنگی، که از عوامل تأثیرگذار بر هوش و جزء عوامل پیش‌برنده هستند، بیان شده که زمینه‌ساز ارتقای کیفیت خدمات هستند. بر این اساس پیشنهاد می‌شود تشویق کارکنان به رفتار متناسب با سازمان، آموزش‌های لازم و کافی برای ارتقا، بالا بردن سطح رفتارهای سازگاران با فرهنگ‌های متفاوت، برنامه‌های حمایتی جهت توسعه هوش شناختی، تشخیص نشانه‌های فرهنگی، و بهبود کیفیت خدمات شهری در نظر گرفته شود و همچنین جهت شناخت ارزش‌ها در جامعه گام برداشته شود و با بالا بردن

اعتماد و همبستگی بین کارکنان و تعامل با سایر فرهنگ‌ها و لذت از فرهنگ‌های متفاوت و همچنین جهت بالا بردن سطح سرمایه اجتماعی گام مثبتی برداشته شود. شناخت آداب و رسوم و ارزش‌ها و باورها و اعتقادات مردم کاملاً در نظر گرفته شود. باید کارکنان را تشویق به بالا بردن پتانسیل لازم برای ارتقای کیفیت خدمات کرد. نتایج تحقیق حاضر تأییدکننده این مطلب است که هوش فرهنگی، ترکیبی از شش مؤلفه هوش فرهنگی، برای سازمان و مدیریت شهری بسیار مفید است. زیرا می‌تواند در محیط‌های متفاوت فرهنگی موفق شوند.

منابع

- ابراهیم‌زاده، عیسی؛ حسین کماسی (۱۳۹۳). «ارزیابی و تحلیل کیفیت خدمات شهرداری بر اساس مدل سرکوال (مطالعه موردی: شهرداری شهر سنقر)»، د ۲، ش ۶، صص ۱۵۳ - ۱۷۲.
- احمدپور، احمد؛ رشید یوسفی؛ اصغر هاشمی (۱۳۹۲). «بررسی میزان رضایتمندی شهروندان از کیفیت خدمات شهرداری به منظور مدیریت پایدار شهری (مطالعه موردی: شهر آباد)»، اولین همایش ملی جغرافیا، شهرسازی و توسعه پایدار.
- احمدی، یعقوب (۱۳۹۰). «نگرش دینی و هوش فرهنگی (مورد مطالعه: شهر سنندج)»، معرفت، ش ۸، پیاپی ۱۶۷، ویژه جامعه‌شناسی.
- اختر محقق، مهدی (۱۳۸۵). *سرمایه اجتماعی*، ناشر: مهدی اختر محقق.
- ارفعی، سید رسول؛ ایران‌علی مهدی‌زاده اشرفی (۱۳۹۵). «بررسی رابطه بین هوش فرهنگی با کیفیت ارائه خدمات کارکنان (مطالعه موردی: بانک ملت شهر تهران)»، سومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در علوم انسانی.
- امیری، مجتبی؛ منیر عزیزی؛ غلام‌رضا طالقانی (۱۳۹۱). «بررسی عوامل مؤثر بر تقویت هوش فرهنگی مدیران شهری در تعاملات فرهنگی با شهروندان»، مدیریت فردا، ش ۳۲، ص ۲۹.
- بری‌خجسته، فریبا؛ محمد عباس‌زاده (۱۳۹۱). «مطالعه هوش فرهنگی و عوامل مرتبط با آن (استفاده از رسانه‌ها، هویت مذهبی، و سرمایه اجتماعی) در دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز»، مطالعات جامعه‌شناسی، دوره ۴، شماره ۱۶، ص ۲۲.
- پژمان، شهره؛ مهدی خادمی‌گراشی (۱۳۹۸). «بررسی ارتباط هوش فرهنگی با عملکرد صادرات در شرکت‌های دارویی»، همایش ملی توسعه پایدار (با رویکرد فرصت‌ها و چالش‌های سرمایه‌گذاری در منطقه ترشیز).
- حمیدی، مهرزاد؛ رضا اندام؛ سمیرا فیضی (۱۳۹۲). «بررسی ابعاد هوش فرهنگی نیروهای داوطلب در ورزش»، مدیریت ورزشی، ش ۱۸، صص ۵ - ۲۰.
- زاهدی، بهمن؛ مسعود مرادی (۱۳۹۶). «نقش تعهد مذهبی و هوش فرهنگی در شکل‌گیری ابعاد هویت دانش‌آموزان دوره اول متوسطه»، فصلنامه روانشناسی مدرسه، د ۶، ش ۱، صص ۶۴ - ۸۲.

- ساروخانی، باقر (۱۳۷۱). *جامعه‌شناسی ارتباطات*، تهران، اطلاعات.
- سلیمان‌پور اصل، مهرداد؛ حسین بنی‌فاطمه (۱۳۸۹). «مطالعه رابطه بین نظام ارزش‌ها و میزان مشارکت اجتماعی دانشجویان دانشگاه پیام نور میاندوآب»، *زن و مطالعات خانواده*، س ۲، ش ۸، صص ۶۹ - ۹۳.
- سهرابی، بابک؛ امیر اعظمی؛ حمیدرضا یزدانی (۱۳۹۰). «آسیب‌شناسی پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه مدیریت اسلامی با رویکرد فرا ترکیب»، *چشم‌انداز مدیریت دولتی*، ش ۶، صص ۹ - ۲۴.
- شعاری‌نژاد، سوده؛ پروین شکری (۱۳۹۲). «ارتقای کیفیت خدمات شهری با ارزیابی و تحلیل نیاز به سیستم شارژ تجهیزات الکترونیکی شخصی در فضاهای باز شهر تهران»، اولین کنفرانس ملی شهرسازی، مدیریت شهری، و توسعه پایدار.
- عسگری وزیری، علی (۱۳۹۱). «بررسی هوش فرهنگی، مؤلفه‌ها، و راهبردهای آن در سازمان با رویکرد اسلامی»، *اسلام و پژوهش‌های مدیریتی*، سال دوم، شماره ۱ (پیاپی ۵)، صص ۵۳ - ۸۰.
- علی‌زاده اقدم، محمدباقر؛ محمدعباس‌زاده؛ مهدی حسین‌پور اصل (۱۳۸۸). «بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و رضایت شغلی کارکنان گمرک آذربایجان غربی»، *مطالعات جامعه‌شناختی*، د ۱، ش ۲، صص ۹۷ - ۱۱۴.
- غریبی، حسن؛ زلیخا قلی‌زاده (۱۳۹۰). «نقش مؤلفه‌های هوش هیجانی در پیش‌بینی سرمایه اجتماعی»، *نوآوری‌های مدیریت آموزشی (اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی)*، د ۷، ش ۱، صص ۲۹ - ۵۳.
- فقیه‌آرام، بتول؛ سعید مرادی، منصوره کاظمی (۱۳۹۷). «ارتباط هوش فرهنگی و هوش معنوی با هویت اجتماعی دانشجویان»، *علوم تربیتی از دیدگاه اسلام*، د ۶، ش ۱۱، صص ۱۲۹ - ۱۵۰.
- کمانداری، محسن؛ محمدرحیم رهنما (۱۳۹۵). «سنجش کیفیت خدمات شهرداری در مناطق ۲ و ۴ شهر کرمان با مدل سروکوال»، *فضای جغرافیایی*، س ۱۸، ش ۲۶، صص ۴۵ - ۶۲.
- محمدی گزستانی، هایده؛ سید عبدالصاحب امامی؛ حجت‌الله فانی (۱۳۹۲). «رابطه هوش فرهنگی با خودکارآمدی تحصیلی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس»، *فرهنگ در دانشگاه اسلامی*، ش ۶، صص ۱۰۷ - ۱۳۰.

معتمد جلالی، مژده، صفاری نیا، مجید، شقایق، فرهاد، (۱۳۹۱). «مقایسه هوش فرهنگی، هوش اجتماعی، و هوش هیجانی در میان مشاغل مختلف، دانشکده علوم انسانی»، پایان نامه دوره کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور استان تهران.

نائیجی، جواد؛ منصوره عباس علی زاده (۱۳۸۶). «هوش فرهنگی، سازگاری با ناهمگون‌ها»، تدبیر، ش ۱۸۱.

نصیری هنده خاله، اسماعیل (۱۳۹۷). «ارزیابی میزان رضایت از کیفیت خدمات مدیریت شهری در مناطق حاشیه نشین (مطالعه موردی: اسلام آباد، کرج)»، پژوهش‌های جغرافیایی برنامه‌ریزی شهری، د ۶، ش ۲، صص ۲۸۹ - ۳۰۶.

نقی زاده، رضا؛ شعبان الهی؛ منوچهر منطقی؛ سید سپهر قاضی نوری (۱۳۹۳). «فرا ترکیب مدل‌های نوآوری منطقه‌ای؛ مروری بر سال‌های (۱۹۹۰ - ۲۰۱۳)»، مدیریت نوآوری، صص ۲۵ - ۵۶.

هاشمی، سید مناف؛ مهدی یحیی پور (۱۳۹۰). *اصول و مبانی مدیریت خدمات شهری در کشورها و دهیاری شهرداری*، انتشارات سازمان شهرداری.

یزدخواستی، گیسو؛ وحید قاسمی؛ فریدون وحیدا (۱۳۹۰). «رابطه تماس‌های بین فرهنگی و هوش فرهنگی تحلیل نظری و تجربی»، تحقیقات فرهنگی، د ۴، ش ۲، صص ۱۳۳ - ۱۶۲.

References

- Adair, W. L., Hideg, I., & Spence, J. R. (2013). "The culturally intelligent team the impact of team cultural intelligence and cultural heterogeneity on team shared values", *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 44(6), pp. 941-962.
- Ahmadi, Y. (2011). "Religious Attitude and Cultural Intelligence (Case Study: Sanandaj City)", *Maaref Monthly*, No. 8, consecutive 167 Special Sociology.
- Ahmadpour, A., Yousefi, R., & Hashemi, A. (2013). "Surveying Citizens' Satisfaction with the Quality of Municipal Services for Sustainable Urban Management (Case Study: Abadeh City)", First National Conference on Geography, Urban Development and Sustainability, First National Geography, Urban development and sustainable development. (in Persian)
- Akhtar-Mohagheghi, M. (2006). *Social Capital*, author's publication.
- Alizadeh eghdam, M. B., Abbaszadeh, M., & Hosseinpour Asl, M. (2009). "Study of the Relationship between Social Capital and Job Satisfaction of West Azerbaijan Customs Employees", *Sociological Studies*, Vol. A, No. 2, pp. 114-97.
- Alon, I. & Higgins, J.M. (2005). "Global leadership success through emotional and

- cultural intelligences”, *Business Horizons*, 48: pp. 501—512.
- Alshaibani, E. (2015). Investigating the relationship between cultural intelligence and service quality in hospitality: A cross cultural study, A thesis submitted in partial fulfilment of the University’s requirements for the Degree of Doctor of Philosophy August 2015.
- Amiri, M., Azizi, M., & Taleghani, Gh. (2012). “A Study of Factors Affecting the Strengthening of Cultural Intelligence of Urban Managers in Cultural Interactions with Citizens”, *Farda Management Magazine*, Consecutive 32 (Fall 2012), Rial p. 29. (in Persian)
- Ang, S. & Dyne, L. V. (2008). Inc Conceptualization of cultural Intelligence, In Soon Ang, New york: M. E. Sharpe.
- Ang, S., Van Dyne, L., Koh, C., ng, K. Y., Templer, K. J., Tay, C., & Chandrasekar, N. A. (2007). “Cultural intelligence: Its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation and task performance”, *Management and Organization Review*, 3(3), pp. 335–371.
- Arfaei, S. R. & Mahdizadeh Ashrafi, I. A. (2016). “Investigating the Relationship between Cultural Intelligence and Quality of Staff Service Provision (Case Study: Mellat Bank of Tehran)”, Third International Conference on Modern Research in Humanities. (in Persian)
- Asgari Vaziri, A. (2012). “Investigating Cultural Intelligence, Its Components and Strategies in Organization with an Islamic Approach, Second Year”, Issue 1, Fall and Winter 2012, pp. 53-80. (in Persian)
- Bari Khojasteh, F. & Abbaszadeh, M. (2012). “The Study of Cultural Intelligence and its Related Factors (Media Use, Religious Identity and Social Capital) in Students of Islamic Azad University, Tabriz Branch”, No. 16, p. 22. (in Persian)
- Basharat, M., Rizwan, R., & Naintara, S. (2013). “Emotional Intelligence and Service Quality: An Empirical Study of Pakistani Telecommunication Sector”, *Middle-East Journal of Scientific Research*, 18(1): pp. 18-21, 2013 ISSN 1990-9233.
- Caputoa, A., Oluremi, B., Ayokob, N. A., & Charlott, M. (2019). “The relationship between cultural values, cultural intelligence and negotiation styles”, *Journal of Business Research*, 99 (2019), pp. 23–36.
- Cavanaugh, N. & Gooderham, P.N. (2007). Cultural intelligence: factors and measurement. Available at: <http://bora.uhh.no/bitstream/2330/1889/1/Cavanaugh.2008pdf>.
- Coleman, J. (1998). *Foundations of Social Theory*, Translation: M, Patience, Tehran: Nine Publishing. (in Persian)
- Earley, P. C. & Ang, S. (2003). *Cultural intelligence: Individual interactions across cultures*, Stanford, CA: Stanford University Press.
- Early, C. & Mosakowski, E. (2004). “Cultural intelligence”, *Harvard Business Review*, pp. 139-146.
- Ebrahimzadeh, I. & Kamasi, H. (2014). “Evaluation and Analysis of Municipal Service Quality Based on the Serqual Model (Case Study: Municipality of Sanghar)”, Vol. 2, No. 6, pp. 153-172.

- Gharibi, H. & Ghulizadeh, Z. (2011). "The role of emotional intelligence in predicting social capital", *Journal of New Ideas in Education*, 1, pp. 53-29.
- Göl, I. & Erkin, Ö. (2019). "Association between cultural intelligence and cultural sensitivity in nursing students: A cross-sectional descriptive study", *Collegian*, Vol. 26, Issue 4, pp. 485-491.
- Hamidi, M., Andam, R., & Feizi, S. (2013). "A Study of the Cultural Dimensions of Volunteer Forces in Sports", *Sports Management*, Vol. 18, pp. 5-20.
- Hashemi, S. A. & Abasi, A. (2019). "Designing a Citizen Satisfaction Model for Citizens and Clients of Citizen Service Management and Citizenship Channels (Case Study: Pars Special Economic Zone)", *Journal of Urban Research and Planning*, Spring 97 - Number 32 Research / ISC (12 pages - from 151 to 162). (in Persian)
- Hashemi, S. M. & Yahyipour, M. (2011). Principles and Principles of Urban Services Management in the Country, Municipalities and Municipalities, First Edition, Municipal Organization Publications. (in Persian)
- Joseph, N. K. & Wawire, B. P. (2015). "The Influence of Emotional Intelligence on Service Delivery", *International Journal of Economics, Finance and Management*, Vol. 4, No. 1.
- Kamandari, M. & Rahnama, M. R. (2016). "Measuring the quality of municipal services in areas 2 and 4 of Kerman city with the SERVQUAL model", *Geographical Space Scientific Quarterly*, Vol. 18, No. 26, pp. 45-62. (in Persian)
- Li, J. (2002). "Learning Models in Different Cultures", *New Directions for Child Development*, No. 96.
- Lindgreen, A., palmer, R., & Vanhamme, J. (2004). "Contemporary marketing practice: theoretions and practical implications", *Marketing intelligence and planning*, (22) 6, pp. 673-692.
- Livermore, D. (2010). *Leading with Cultural Intelligence: The New Secret to Success*, American Management Association, New York: AMACOM.
- Lorenz, M. P. & Ramsey, J. R. (2018). "Robert Glenn Richey Expatriates' international opportunity recognition and innovativeness: The role of metacognitive and cognitive cultural intelligence", *Journal of World Business*, Vol. 53, Issue 2, pp. 222-236.
- Mohammadi Gostestani, H., Emami, S. A., & Saheb-Fani, H. (2013). "The Relationship between Cultural Intelligence and Academic Self-efficacy of Students of Islamic Azad University, Bandar Abbas Branch", *Culture in Islamic University*, No. 6, pp. 107-130. (in Persian)
- Moros, L., Vélez, M. A., & Corbera, Es. (2019). "Payments for Ecosystem Services and Motivational Crowding in Colombia's Amazon Piedmont Ecological Economics", Vol. 156, pp. 468-488.
- Motamed Jalali, M. (2013). "Comparing cultural intelligence; social intelligence and emotional intelligence among different occupations", Faculty of Humanities, Thesis of Payame Noor University of Tehran. (in Persian)
- Naghizadeh, R., Elahi, SH., Manteghi, M., & Ghazinouri, S. S. (2014). "Beyond Regional Innovation Models; Review of Years (1990-2013)", *Innovation*

- Management*, pp. 25-56. (in Persian)
- Naiji, J. & Abbasalizadeh, M. (2007). "Cultural Intelligence, Adaptation to Incompatibilities", *Tadbir/ No.* 181.
- Nasiri, H. & Khaleh, E. (2019). "Evaluation of Satisfaction with Quality of Urban Management Services in Suburbs; (Case Study: Islamabad karaj)", *ISC*, pp. 289-306. (in Persian)
- Pejman, SH. & Khademi-Garashi, M. (2019). "Investigating the Relationship between Cultural Intelligence and Export Performance in Pharmaceutical Companies", *National Conference on Sustainable Development (Approach to Investment Opportunities and Challenges in the Trieste Region)* (in Persian)
- Peng, A. C. (2014). "The Influence of Motivational Cultural Intelligence on Cultural Effectiveness Based on Study Abroad: The Moderating Role of Participant's Cultural Identity", in *Journal of Management Education*, 39(5), with 898 Reads.
- Peterson, B. (2004). *Cultural intelligence: A Guide to Working with People*.
- Petrovice, D. S. (2011). "How Do Teachers Perceive Their Cultural Intelligence?" Department of psychology, faculty of philosophy, university of Belgrade, Cika Ljubina 18-20, 11 000, Belgrade, Serbia.
- Rose, R.C. & Kumar, N. (2008). "A review on individual differences and culturalintelligence", *Journal of International Social Research*, 1(4), pp. 504-522.
- Sandelowski, M. & Barroso, J. (2007). *Handbook for Synthesizing Qualitative Research*, New York: Springer.
- Sarukhani, B. (1992). *Sociology of Communication*, Tehran: Information Publications.
- Schwarzenthal, M., JuangaMaja, L. P., chachnerabFons, K.S., & Vijver, J.R. (2019). "A multimodal measure of cultural intelligence for adolescents growing up in culturally diverse societies", Vol. 72, pp. 109-121.
- Sharma, S., Bottom, W. P., & Elfenbein, H. A. (2013). "On the role of personality, cognitive ability, and emotional intelligence in predicting negotiation outcomes: A meta-analysis", *Organizational Psychology Review*, 3(4), pp. 293-336.
- Shoarinezhad, S. & dashokri, S. (2013). "Improving the quality of urban services by assessing and analyzing the need for a personal electronic equipment charging system in Tehran", Publication: First National Conference on Urban Development, Urban Management and Sustainable Development. (in Persian)
- Sohrabi, B., Azami, A., & Yazdani, H. R. (2011). "Pathology of Islamic Management Studies with a Transcendental Approach", *State Management Perspective*, 6: pp. 9-24. (in Persian)
- Suleimanpour-Asl, M. & Hossein, B. F. (2010). "Study of the relationship between the value system and the level of social participation of Payame Noor University students in Miandoab", *Women's Quarterly and Family Studies*, Second Year, No. 8, pp. 69-93.
- Thomas, D. C. & Inkson, K. (2005). "Cultural intelligence: people skills for aglobal workplace", *Consulting to Management*, 16(1): pp. 5-9.
- Triandis, H. C. (2006). "Cultural intelligence in organizations", *Group &*

- Organization Management*, 31(1), pp. 20–26.
- Vlajčić, D., Caputo, A., Giacomo, M., & Dabić, M. (2019). “Expatriates managers’ cultural intelligence as promoter of knowledge transfer in multinational companies”, *Journal of Business Research*, Vol. 94, pp. 367-377.
- Ward, C. & Fischer, R. (2008). *Personality, Cultural Intelligence and Cross Cultural Adaptation: A Test of the Meditation Hypothesis*, New York: M.E. Sharp.
- Yazdkhashti, G., Ghasemi, V., & Wahida, F. (2011). “The Relationship between Cross-Cultural Contact and Cultural Intelligence, Theoretical and Experimental Analysis”, *Journal of Cultural Research*, Vol. 4, No. 133-162. (in Persian)
- Zahedi, B. & Moradi, M. (2017). “The role of religious commitment and cultural intelligence in shaping the dimensions of identity of high school students”, Vol. 6, Issue 1, pp. 64-82.