

Designing a Successful Business Intelligence Model based on the Educational Philosophy of Islam and the Components of Business Intelligence and Successful Intelligence

ARTICLE INFO

Article Type

Analytical Review

Authors

Farhad DalghPoush¹,
Sadegh Rezaie^{2*},
Aboutaleb Saadatee Shamir³

How to cite this article

Farhad DalghPoush, Sadegh Rezaie, Aboutaleb Saadatee Shamir, Designing a Successful Business Intelligence Model based on the Educational Philosophy of Islam and the Components of Business Intelligence and Successful Intelligence, *Journal of Islamic Life Style Centeredon Health*, 2020:4(1): 159-167.

1. PhD Student of Philosophy of Education, Department of Educational Sciences, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
2. Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Amin Police University, Tehran, Iran (Corresponding Author)
3. Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Sciences and Researches Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

* Correspondence:

Address:

Phone:

Email: sadeghrezace61@gmail.com

Article History

Received: 2020/04/08

Accepted: 2020/06/01

Published: 2020/06/20

ABSTRACT

Purpose: The aim of this research was designing a successful business intelligence model based on the educational philosophy of Islam and the components of business intelligence and successful intelligence.

Materials and Methods: This study in terms of purpose was applied and in terms of implementation method was cross-sectional from type of quantitative. The study population was male high school students in Guilan province in the academic years of 2020-21, which according to Krejcie and Morgan table from them number of 400 people, were selected as a sample by multistep cluster sampling method. The research instrument was a researcher-made questionnaire (34 items) whose content validity was confirmed by experts' opinion and its reliability was calculated by Cronbach alpha method 0.97. Data were analyzed by exploratory factor analysis and structural equation modeling in SPSS-25 and LISREL-8.8 software.

Findings: The findings showed that successful business intelligence based on educational philosophy of Islam and the components of business intelligence and successful intelligence in students had five factors of knowledge, understanding, composition, application and evaluation, which factor load of all was higher than 0.70 and these five factors together explain 67.51% of the total variance. Also, the successful business intelligence model based on the educational philosophy of Islam and the components of business intelligence and successful intelligence in students had a good fit and knowledge on composition and application, evaluation on understanding and application, composition and understanding on the application had a direct significant effect and knowledge with mediated of composition on application and evaluation with mediated of understanding on application had an indirect significant effect ($P < 0.05$).

Conclusion: According to the findings, the use of successful business intelligence model based on the educational philosophy of Islam and the components of business intelligence and successful intelligence by experts and planners is essential in the field of education.

Keywords: Successful business intelligence, educational philosophy of Islam, business intelligence, successful intelligence

تربیتی اسلام و مولفه‌های هوش تجاری و هوش موفق

فرهاد دلق‌پوش^۱

دانشجوی دکتری فلسفه تعلیم و تربیت، گروه علوم تربیتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
صادق رضایی^{۲*}

استادیار، گروه علوم تربیتی، دانشگاه علوم انتظامی امین، تهران، ایران
(نویسنده مسئول).

ابوطالب سعادت‌شامیر^۳

استادیار، گروه علوم تربیتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

هدف: هدف این پژوهش طراحی مدل هوش تجاری موفق بر مبنای فلسفه تربیتی اسلام و مولفه‌های هوش تجاری و هوش موفق بود. مواد و روش‌ها: این مطالعه از نظر هدف کاربردی و از نظر روش اجرا مقطعی از نوع همبستگی بود. جامعه پژوهش دانش‌آموزان پسر دوره متوسطه دوم استان گیلان در سال تحصیلی ۱۳۹۹-۴۰۰ بودند که طبق جدول کرجسی و مورگان از میان آنها ۴۰۰ نفر با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسشنامه محقق‌ساخته (۳۴ گویه‌ای) بود که روایی محتوایی آن با نظر متخصصان تایید و پایایی آن با روش آلفای کرونباخ ۰/۹۷ محاسبه شد. داده‌ها با روش تحلیل عاملی اکتشافی و مدل‌یابی معادلات ساختاری در نرم‌افزارهای SPSS-25 و LISREL-8.8 تحلیل شدند.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد که هوش تجاری موفق بر مبنای فلسفه تربیتی اسلام و مولفه‌های هوش تجاری و هوش موفق در دانش‌آموزان دارای پنج عامل دانش، فهم، ترکیب، کاربرد و ارزشیابی بود که بار عاملی همه آنها بالاتر از ۰/۷۰ بود و این پنج عامل با هم توانستند ۶۷/۵۱ درصد از واریانس کل را تبیین کنند. همچنین، مدل هوش تجاری موفق بر مبنای فلسفه تربیتی اسلام و مولفه‌های هوش تجاری و هوش موفق در دانش‌آموزان برآزش مناسبی داشت و دانش بر ترکیب و کاربرد، ارزشیابی بر فهم و کاربرد، فهم بر کاربرد اثر معنادار مستقیم و دانش با میانجی ترکیب بر کاربرد و ارزشیابی با میانجی فهم بر کاربرد اثر معنادار غیرمستقیم داشتند ($P < 0.05$).

نتیجه‌گیری: با توجه به یافته‌ها، بکارگیری مدل هوش تجاری موفق بر مبنای فلسفه تربیتی اسلام و مولفه‌های هوش تجاری و هوش موفق توسط متخصصان و برنامه‌ریزان حوزه آموزش و پرورش ضروری است.

واژگان کلیدی: هوش تجاری موفق، فلسفه تربیتی اسلام، هوش تجاری، هوش موفق

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۱/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۳/۱۲

مقدمه

هوش مفهومی است که از دیرباز آدمی به پژوهش و تفحص درباره ابعاد، تظاهرات، ویژگی‌ها و انواع آن علاقه‌مند بوده و در دو دهه اخیر مفهوم هوش از طبقه‌بندی سنتی آن به هوش عمومی و اختصاصی فراتر رفته و به حوزه‌های دیگری گسترش یافته است که بیشتر تحت عنوان هوش موفق از آن یاد می‌شود (۱). نظریه هوش موفق توسط استرنبرگ در سال ۱۹۹۸ ارائه شد که نظریه‌ای جامع و کارآمد است که بر محیطی که فرد در آن قرار دارد تأکید می‌کند (۲). این هوش به معنای توانایی کسب موفقیت در زندگی بر اساس اهداف شخصی در بافت فرهنگی و اجتماعی با کاربرد متعادل در استفاده از هوش‌ها و مهارت‌های عملی، خلاق و تحلیلی در نظر گرفته می‌شود (۳). هوش عملی زمانی بروز می‌کند که فرد اقدام به انجام کاری می‌کند یا آنچه را که در موقعیت‌های رسمی و غیررسمی آموخته برای حل مشکلات و چالش‌ها مورد استفاده قرار می‌دهد. هوش خلاق شامل فرایندهای کشف و تجسم کردن، تولید اندیشه‌های تازه، ترکیب اطلاعات به روشی جدید و برخورد متفاوت با مسائل و چالش‌ها است. هوش تحلیلی به توانایی فرد در مواجهه با مسائل گفته می‌شود و زمانی مورد استفاده قرار می‌گیرد که فرد قدرت تحلیل، ارزیابی، قضاوت، مقایسه و حل مساله داشته باشد (۴). افراد دارای هوش موفق از نقاط ضعف و قوت خود آگاهی دارند و می‌توانند نقاط ضعف را اصلاح نمایند و از طریق برقراری تعادل بین تفکرهای عملی، خلاق و تحلیلی با محیط انطباق یابند (۵). با توجه به تکنولوژیک شدن و تجاری شدن دنیا و تشویق کارآفرینی حتی در حوزه‌های آموزشی، یکی از شاخه‌های متداول مطالعاتی در زمینه هوش، هوش تجاری موفق است که همه سازمان‌ها جهت موفقیت‌های آموزشی و پژوهشی به تقویت آن نیاز دارند (۶). هوش تجاری موفق بخشی از هوش موفق است که برای حل مشکلات تجاری از آن استفاده می‌شود و ممکن است فردی دارای هوش موفق بالایی باشد، اما هوش تجاری موفق پایینی داشته باشد یا برعکس. هوش تجاری موفق دارای چهار طبقه کلی هوش کسب درآمد بیشتر، هوش محافظت از پول، هوش بودجه‌بندی پول و هوش تقویت و افزایش پول است (۷). هوش تجاری یکی از مهم‌ترین زمینه‌های تحقیقی و کاربردی است که توسط هوارد درسر در سال ۱۹۸۹ ارائه شد و از نظر وی به معنای مجموعه‌ای از مفاهیم و روش‌های برای توسعه تصمیم‌گیری‌های تجاری از طریق سیستم‌های پشتیبانی رایانه‌ای است (۸). هوش تجاری نه به‌عنوان یک محصول و نه به‌عنوان یک سیستم، بلکه به‌عنوان یک رویکرد جدید است که شامل مجموعه‌ای از برنامه‌های کاربردی و تحلیلی می‌باشد و به کمک در تصمیم‌گیری و تصمیم‌گیری در فعالیت‌های تجاری و کسب و کار کمک می‌کند (۹). هدف هوش تجاری حمایت از فرایند تصمیم‌گیری است و از مزیت‌های آن می‌توان به پالایش داده‌ها، برنامه‌های رشدیافته، تصمیم‌های تاکتیکی بهبودیافته، صرفه‌جویی در هزینه و فرایندهای کارا است (۱۰). این هوش شرایطی را فراهم می‌آورد که بر اساس آن نیازهای کسب و کار و سازمان به شکل

وجه دینی است و از سوی دیگر ماهیت عملی، چندگانه و مساله‌محور به تربیت دارد (۱۹).

با اینکه پژوهش‌هایی درباره هوش موفق و هوش تجاری انجام شده، اما درباره هوش تجاری موفق پژوهش‌های اندکی انجام شده و چندین کتاب به بررسی آن پرداختند که در ادامه این بخش مهم‌ترین پژوهش‌های انجام شده درباره هوش تجاری موفق گزارش می‌شوند. برای مثال اسمعیل‌نیا و همکاران ضمن پژوهشی به این نتیجه رسیدند که هوش موفق، خرد، خلاقیت و یادگیری زبان انگلیسی با هم رابطه معنادار مثبت داشتند (۲۰). در پژوهشی دیگر اعراب‌شیبانی و آخوندی سبک تدریس بر اساس هوش موفق را شامل چهار مولفه مولد، عملی، تحلیلی و خلاق معرفی کردند (۲۱). نتایج پژوهش صباحی و همکاران نشان داد که مولفه‌های هوش موفق در آموزش شامل چهار مولفه توانایی حفظ کردن، توانایی تکرار و بازگو کردن، توانایی تحلیلی-خلاق و توانایی عملی بود (۲۲). استرنبرگ ضمن پژوهشی به این نتیجه رسید که مولفه‌های هوش موفق شامل هوش‌های عملی، خلاق و تحلیلی و ابعاد توانایی دستیابی به اهداف شخصی در زندگی با توجه به بافت فرهنگی و اجتماعی، سرمایه‌گذاری روی نقاط قوت و اصلاح نقاط ضعف، سازگاری، شکل‌دهی و انتخاب محیط و ترکیب مهارت‌های عملی، خلاق و تحلیلی بود (۲۳). همچنین، نتایج پژوهش بخشنده و رحمتی حاکی از آن بود که مولفه‌های هوش تجاری شامل یکپارچگی، تحویل اطلاعات و تجزیه و تحلیل بودند (۲۴). سازور و همکاران ضمن پژوهشی درباره الگویی برای بهبود هوش تجاری به این نتیجه رسیدند که این سازه شامل مولفه‌های فناوری اطلاعات (با چهار بعد فناوری اطلاعات، یکپارچگی اطلاعات و سیستم دانش، صلاحیت فناوری دانش و فناوری و سرعت انتقال دانش)، کارکنان سازمان (با پنج بعد آموزش کارکنان، اختیار کارکنان، ارزیابی عملکرد، محک‌زنی و کارکنان با انگیزه)، دانش سازمان (با پنج بعد جستجو برای دانش، توزیع دانش، قابلیت سیستم مدیریت دانش، جمع‌آوری و ذخیره دانش و تبدیل دانش) و فرهنگ و نوآوری (با پنج بعد فرهنگ و درگیری افراد با دانش، فرهنگ سازمانی دوستانه، نوآوری، نوآوری در محصولات و نوآوری در فرایند ارائه خدمات) بود (۲۵). در پژوهشی دیگر خطیبی و همکاران گزارش کردند که مولفه‌های علم و فناوری با رویکرد هوش تجاری شامل سرمایه انسانی، سرمایه‌گذاری و تأمین مالی، انتشارات علمی و فناوری و نوآوری بود (۲۶).

با توجه به ورود و نفوذ تکنولوژی به جوامع ضرورت پرداختن به مباحث روز چندبرابر می‌شود که یکی از این مباحث، هوش تجاری موفق است. ارائه مدلی برای هوش تجاری موفق در دانش‌آموزان می‌تواند به متخصصان و برنامه‌ریزان در زمینه طراحی برنامه‌هایی جهت بهبود این هوش در آنان و تا حدودی تضمین موفقیت آنها در آینده و بهبود وضعیت جامعه کمک شایانی کند. از آنجایی که هوش تجاری موفق احتمالاً هم در زمینه‌های تحصیلی و هم در زمینه‌های غیرتحصیلی دانش‌آموزان اثرگذار است و بر آینده شغلی و موفقیت‌ها و عملکردهای بعدی آنها نیز تاثیر می‌گذارد، لذا پژوهش حاضر با هدف طراحی مدل هوش تجاری موفق بر مبنای

مناسی پاسخ داده شود و شامل فرایندها، ابزارها و فناوری‌های مختلف است که برای تبدیل داده به اطلاعات و اطلاعات به دانش مورد نیاز است (۱۱). هوش تجاری مفهوم وسیعی است که جهت‌دهی مناسب کل سازمان را دربرمی‌گیرد و با اکتساب، مدیریت، تجزیه و تحلیل مقادیر انبوهی از داده‌ها در مورد شرکا، محصولات، خدمات، مشتریان و عرضه‌کنندگان، فعالیت‌ها و تبادل بین آنها سروکار دارد (۱۲). این هوش از طریق تدوین و ارائه شاخص، تشخیص مشکلات بالقوه پیش از تبدیل به بحران و کمک به اتخاذ تصمیم‌های شفاف باعث می‌شود که تمامی داده‌های سازمان بر یک صفحه جمع و با استفاده از نمودار و اشکال مختلف برای مدیران و کارکنان تفسیر شود و زمینه را برای یک مزیت رقابتی فراهم سازد (۱۳). هوش تجاری می‌تواند به نوعی به افزایش کارایی کلی و بهینه‌سازی فرایندها در هر سازمانی کمک کند و باعث بهبود فرایندهای تصمیم‌گیری در سطوح مختلف سازمان شود (۱۴). هوش تجاری موفق به‌عنوان یک ابزار قدرتمند برای استراتژی و مدیریت دولت‌ها و شرکت‌ها در سطح جهانی شناخته شده و سیاست‌های هوش تجاری موفق سعی در ارائه پاسخی به خطرهای تهدیدهای عمده‌ای می‌باشد که جهان را تحت تاثیر قرار داده است (۱۵). امروزه هوش تجاری موفق را می‌توان در چهار حوزه درک پایه و اساس مباحث مالی (درک درست از اصول اندازه‌گیری تجاری از جمله درآمد، ترازنامه، صورت جریان وجوه نقد و درک تفاوت نقدینگی و سود)، درک هنر امور تجاری و حسابداری (امور تجاری ترکیب علم و هنر است که باید در کنار هم قرار گیرند)، درک تجزیه و تحلیل (توانایی درک و تجزیه و تحلیل عمیق اعداد و داده‌ها) و داشتن نگاه وسیع‌تر و عمیق‌تر به مسائل (نگاه عمیق‌تر داشتن به مسائل تجاری و عوامل موثر بر آن) مورد بررسی قرار داد (۱۶).

فلسفه تربیت دینی در عام‌ترین مفهوم شامل مجموعه‌ای از تحلیل‌های عقلانی در باب تربیت دینی است و می‌توان این رویکرد به تربیت دینی را رویکرد برون‌دینی نام نهاد، اما اگر این تحلیل‌ها در چارچوب آموزه‌های دین خاصی صورت گیرد و از درون آموزه‌ها و اندیشه‌ها و پیش‌های آن دین برخیزد، رویکرد برون‌دینی به تربیت دینی پدید می‌آید. فلسفه تربیت دینی از دیدگاه اسلام ریشه و مایه در آخرین و کامل‌ترین دین توحیدی دارد که عقل را پایه و اساس انسانیت، حجت باطنی خداوند، وسیله فهم و دریافت معارف بنیادین دین و یکی از منابع استنباط احکام فقهی اسلامی معرفی می‌کند (۱۷). فلسفه تربیتی اسلام از آموزه‌های اصیل توحیدی سرچشمه می‌گیرد برای رسیدن به دو هدف غایی شامل بقای انسان و تعالی وی که در خور جایگاه او در هستی است، تلاش می‌کند و رابطه‌ای که فلسفه تربیتی اسلام میان انسان و خداوند برقرار می‌کند همان رابطه عبودیت است. چو هدف غایی از خلقت انسان همانا عبادت می‌باشد که به معنای اطاعت کامل از سر محبت کامل است که در سه نمود آیینی (مناسک و اعمال دینی)، نمود اجتماعی (آگاهی از پیامدهای اجتماعی مناسک و اعمال دینی) و نمود آفاقی (کشف برهان‌های الهی در طبیعت جهت شناخت خداوند از طریق دریچه خلقت) تجلی می‌یابد (۱۸). فلسفه تربیتی اسلام از یک سو دارای

و با دقت به پرسشنامه پژوهش پاسخ دهند. پرسشنامه‌ها پس از تکمیل شدن توسط دانش‌آموزان از لحاظ کامل بودن بررسی و از آنها تشکر و قدردانی شد.

در این پژوهش علاوه بر فرم اطلاعات جمعیت‌شناختی از پرسشنامه محقق ساخته هوش تجاری موفق برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد. این پرسشنامه دارای ۳۴ گویه است که گویه‌ها با استفاده از مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از اصلا (نمره ۰) تا خیلی زیاد (نمره ۴) نمره‌گذاری می‌شوند. پس حداقل نمره در این ابزار ۰ و حداکثر نمره در آن ۱۳۶ است و نمره برش آن ۷۵ می‌باشد؛ به طوری که نمره ۷۵- نشان‌دهنده هوش تجاری موفق ضعیف، نمره ۱۰۰-۷۶ نشان‌دهنده هوش تجاری موفق متوسط، نمره ۱۲۰-۱۰۱ نشان‌دهنده هوش تجاری موفق بالا و نمره ۱۳۶-۱۲۱ نشان‌دهنده هوش تجاری موفق خیلی بالا یا نابغه است. روایی محتوایی پرسشنامه محقق ساخته هوش تجاری موفق با نظر ۱۰ نفر از متخصصان و خبرگان دانشگاهی رشته‌های علوم تربیتی تایید و پایایی کل آن با روش آلفای کرونباخ ۰/۹۷ محاسبه شد. داده‌ها با روش تحلیل عاملی اکتشافی و مدل‌یابی معادلات ساختاری در نرم‌افزارهای SPSS-25 و LISREL تحلیل شدند. 8.8

یافته‌ها

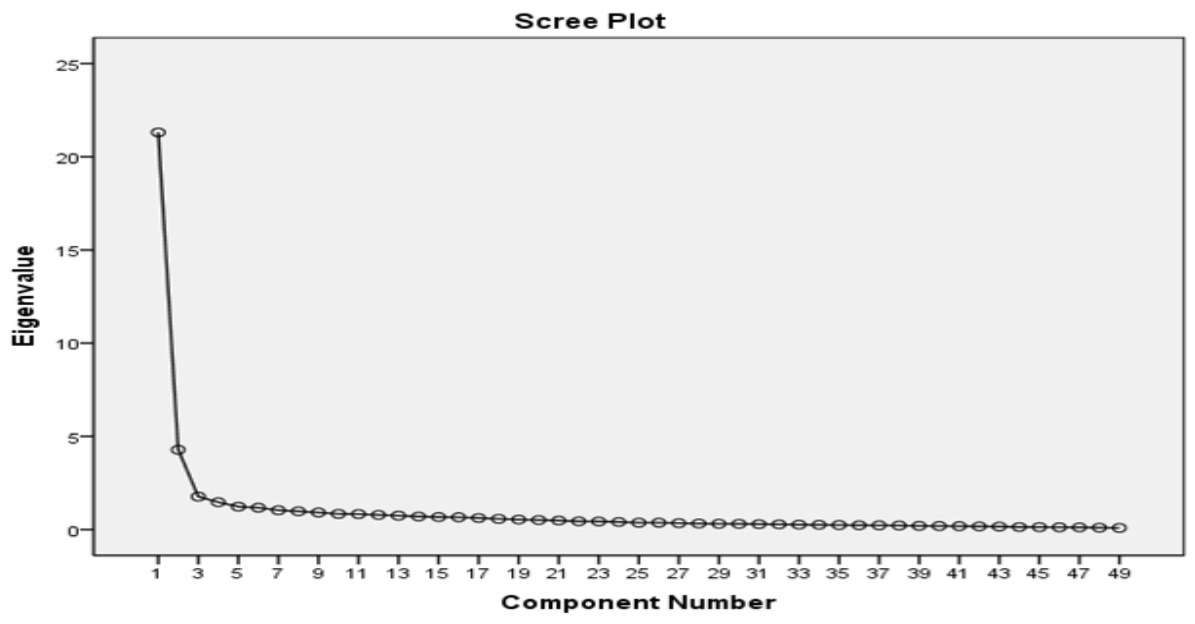
آزمودنی‌های پژوهش حاضر ۴۰۰ دانش‌آموز پسر دوره متوسطه دوم با میانگین و انحراف معیار سنی $17/13 \pm 0/95$ سال بودند. پیش از تحلیل داده‌ها با روش تحلیل عاملی، شاخص کفایت نمونه KMO با آماره ۰/۹۴ و آزمون بارتلت با آماره $11617/59$ در سطح کوچک‌تر از ۰/۰۰۱ معنادار و حاکی از مناسب بودن شرایط برای انجام تحلیل عاملی بودند. به عبارت دیگر، داده‌ها دارای کفایت و همبستگی لازم برای انجام تحلیل عاملی بودند. نمودار اسکرکی جهت شناسایی تعداد عوامل هوش تجاری موفق در دانش‌آموزان در شکل ۱ ارائه شد.

فلسفه تربیتی اسلام و مولفه‌های هوش تجاری و هوش موفق انجام شد.

مواد و روش‌ها

این مطالعه از نظر هدف کاربردی و از نظر روش اجرا مقطعی از نوع همبستگی بود. جامعه پژوهش دانش‌آموزان پسر دوره متوسطه دوم استان گیلان در سال تحصیلی ۱۳۹۹-۴۰۰ به تعداد ۱۵۱۵۶ نفر بودند که طبق جدول کرجسی و مورگان حجم نمونه ۳۷۶ نفر برآورد، اما برای اطمینان از حجم نمونه از میان آنها ۴۰۰ نفر با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. در این روش نمونه‌گیری ابتدا تعداد دو شهرستان از استان گیلان و از هر شهرستان تعداد دو منطقه و از هر منطقه تعداد چهار مدرسه پسرانه دوره متوسطه دوم به روش تصادفی انتخاب و در نهایت از هر مدرسه تعداد ۲۵ نفر در پایه‌های دهم تا دوازدهم به روش تصادفی انتخاب شد. ملاک‌های ورود به مطالعه شامل تمایل جهت شرکت در پژوهش، امضای فرم رضایت‌نامه شرکت آگاهانه در پژوهش، عدم مردودی در پایه‌های قبل، نداشتن سابقه طلاق و اعتیاد در خانواده، عدم مصرف داروهای روان‌پزشکی، عدم دریافت خدمات روانشناختی در سه ماه گذشته و زندگی همراه با پدر و مادر و ملاک‌های خروج از مطالعه شامل انصراف از پاسخگویی به ابزار پژوهش و عدم پاسخگویی به بیش از ده درصد گویه‌های پرسشنامه بودند.

روند اجرای پژوهش به این صورت بود که پس از هماهنگی با مسئولان اداره کل آموزش و پرورش استان گیلان از آنان نامه همکاری با پژوهشگر اخذ و نمونه‌گیری انجام شد. سپس به مدارس نمونه‌گیری شده مراجعه و برای کادر اجرایی و دانش‌آموزان نمونه‌گیری شده اهمیت و ضرورت پژوهش بیان و به دانش‌آموزان درباره رعایت نکات اخلاقی مانند اصل رازداری، حفظ حریم آزمودنی‌ها، محرمانه ماندن اطلاعات شخصی و غیره اطمینان خاطر داده شد. پس از آن از دانش‌آموزان خواسته شد تا در کمال آرامش



شکل ۱. نمودار اسکرکی جهت شناسایی تعداد عوامل هوش تجاری موفق در دانش‌آموزان

طبق نتایج شکل ۱، هوش تجاری موفق در دانش‌آموزان دارای پنج عامل بود. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی، تعداد گویه، روایی همگرا و پایایی هوش تجاری موفق در دانش‌آموزان در جدول ۱ ارائه شد.

جدول ۱. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی، روایی و پایایی هوش تجاری موفق در دانش‌آموزان

عامل‌ها	تعداد گویه	بار عاملی	روایی همگرا (AVE)	پایایی (آلفای کرونباخ)	پایایی (ترکیبی)	درصد واریانس	درصد واریانس تراکمی
دانش	۷	۰/۸۴	۰/۶۶	۰/۷۸	۰/۹۳	۴۳/۴۸	۴۳/۴۸
فهم	۷	۰/۷۸	۰/۶۲	۰/۸۵	۰/۹۲	۵۲/۲۳	۸/۷۵
ترکیب	۵	۰/۸۰	۰/۶۴	۰/۷۳	۰/۹۰	۵۵/۵۷	۳/۳۴
کاربرد	۶	۰/۷۵	۰/۵۷	۰/۸۵	۰/۸۹	۶۴/۳۰	۸/۷۳
ارزشیابی	۹	۰/۷۸	۰/۶۲	۰/۷۸	۰/۹۳	۶۷/۵۱	۳/۲۱

پنج عامل دانش، فهم، ترکیب، کاربرد و ارزشیابی با هم توانستند ۶۷/۵۱ درصد از واریانس کل هوش تجاری موفق را تبیین کنند. نتایج میانگین، انحراف معیار و آزمون کولموگروف-اسمیرنوف هوش تجاری موفق در دانش‌آموزان در جدول ۲ ارائه شد.

طبق نتایج جدول ۱، هوش تجاری موفق در دانش‌آموزان دارای پنج عامل دانش (با ۷ گویه)، فهم (با ۷ گویه)، ترکیب (با ۵ گویه)، کاربرد (با ۶ گویه) و ارزشیابی (با ۹ گویه) بود که بار عاملی همه عامل‌ها بالاتر از ۰/۷۰، روایی همگرای آنها بالاتر از ۰/۵۰ و پایایی آنها با روش‌های آلفای کرونباخ و ترکیبی بالاتر از ۰/۷۰ بدست آمدند که همگی در سطح مناسبی قرار داشتند. لازم به ذکر است که

جدول ۲. نتایج میانگین، انحراف معیار و آزمون کولموگروف-اسمیرنوف هوش تجاری موفق در دانش‌آموزان

عامل‌ها	میانگین	انحراف معیار	آماره کولموگروف-اسمیرنوف	معناداری
دانش	۲/۸۴	۰/۹۲	۲/۹۹	۰/۰۵۹
فهم	۲/۸۲	۰/۹۹	۳/۰۵	۰/۰۷۲
ترکیب	۲/۵۴	۱/۱۷	۲/۸۴	۰/۰۹۱
کاربرد	۳/۰۶	۰/۷۶	۲/۷۹	۰/۰۶۱
ارزشیابی	۳/۱۴	۰/۷۲	۲/۶۰	۰/۰۷۱

فلسفه تربیتی اسلام و مولفه‌های هوش تجاری و هوش موفق در دانش‌آموزان در جدول ۳ ارائه شد.

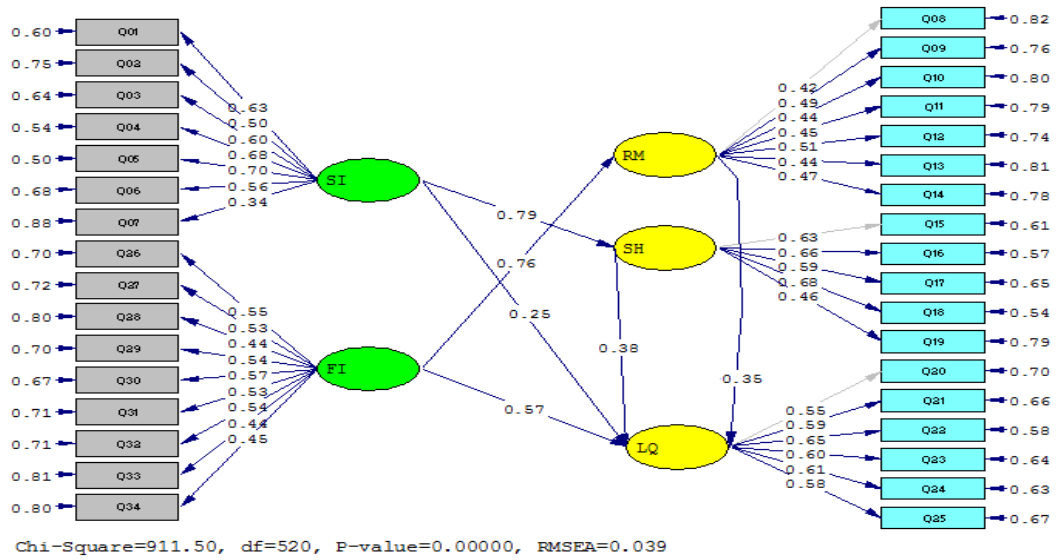
طبق نتایج جدول ۲، هر پنج عامل دانش، فهم، ترکیب، کاربرد و ارزشیابی به دلیل معناداری بزرگ‌تر از ۰/۰۵ دارای توزیع نرمال بودند. نتایج شاخص‌های برازش مدل هوش تجاری موفق بر مبنای

جدول ۳. نتایج شاخص‌های برازش مدل هوش تجاری موفق بر مبنای فلسفه تربیتی اسلام و مولفه‌های هوش تجاری و هوش موفق در دانش‌آموزان

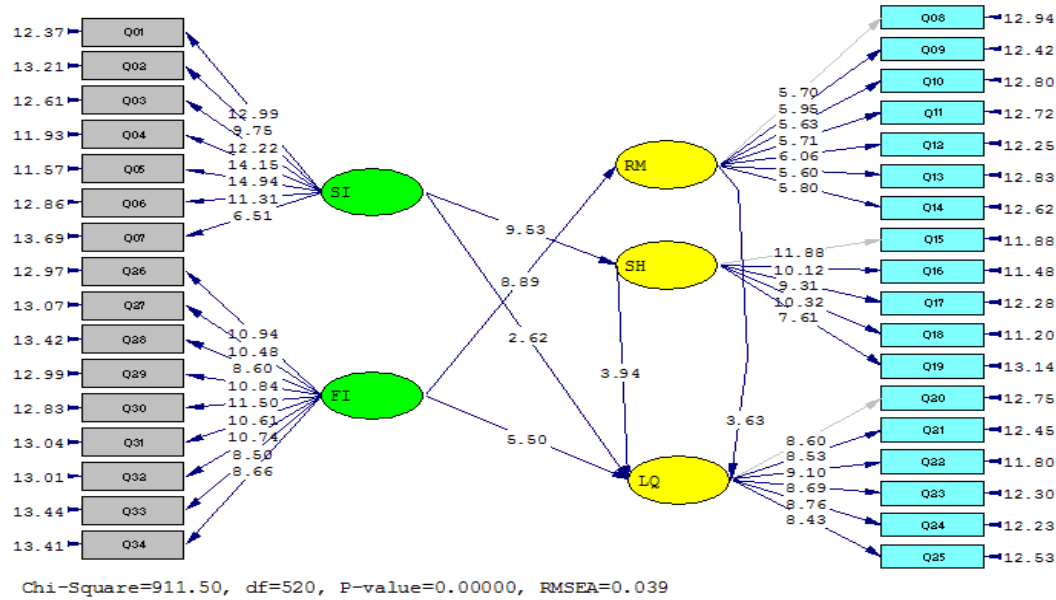
شاخص‌ها	χ^2/df	RMSEA	NFI	NNFI	CFI	IFI
مقدار محاسبه‌شده	۱/۷۵	۰/۰۳۹	۰/۹۴	۰/۹۶	۰/۹۶	۰/۹۶
مقدار پذیرش	< ۳	< ۰/۰۵	> ۰/۹۰	> ۰/۹۰	> ۰/۹۰	> ۰/۹۰

حالت ضرایب استاندارد در شکل ۲ و در حالت آماره t در شکل ۳ و نتایج اثرهای مستقیم و غیرمستقیم در جدول ۴ ارائه شد.

طبق نتایج جدول ۳، مدل هوش تجاری موفق در دانش‌آموزان برازش مناسبی داشت. نتایج مدل هوش تجاری موفق بر مبنای فلسفه تربیتی اسلام و مولفه‌های هوش تجاری و هوش موفق در دانش‌آموزان در



شکل ۲. نتایج مدل هوش تجاری موفق در حالت ضرایب استاندارد در دانش‌آموزان



شکل ۳. نتایج مدل هوش تجاری موفق در حالت آماره t در دانش‌آموزان

جدول ۴. نتایج اثرهای مستقیم و غیرمستقیم هوش تجاری موفق در دانش‌آموزان

عاملها	ضرایب استاندارد	آماره t	معناداری	نتیجه
اثر مستقیم دانش بر ترکیب	۰/۷۹	۹/۵۳	<۰/۰۵	تایید شد
اثر مستقیم دانش بر کاربرد	۰/۲۵	۲/۶۲	<۰/۰۵	تایید شد
اثر مستقیم ارزشیابی بر فهم	۰/۷۶	۸/۸۹	<۰/۰۵	تایید شد
اثر مستقیم ارزشیابی بر کاربرد	۰/۵۷	۵/۵۰	<۰/۰۵	تایید شد
اثر مستقیم ترکیب بر کاربرد	۰/۳۸	۳/۹۴	<۰/۰۵	تایید شد
اثر مستقیم فهم بر کاربرد	۰/۳۵	۳/۶۳	<۰/۰۵	تایید شد
اثر غیرمستقیم دانش با میانجی ترکیب بر کاربرد	۰/۳۰	۳/۰۱	<۰/۰۵	تایید شد
اثر غیرمستقیم ارزشیابی با میانجی فهم بر کاربرد	۰/۲۷	۲/۴۹	<۰/۰۵	تایید شد

در دانش‌آموزان دارای پنج عامل بود که توجه همزمان به تمامی عوامل موجب هم‌افزایی و اثربخشی هر چه بیشتر آن خواهد شد. بدون شک چنین ترکیبی از عمیق‌ترین و غنی‌ترین ارزش‌ها برخوردار بوده و تاثیر مثبت زیادی در موفقیت، عملکرد و اثربخشی فعالیت‌ها خواهد داشت.

اولین محدودیت پژوهش حاضر، محدود شدن جامعه پژوهش به دانش‌آموزان پسر دوره متوسطه دوم استان گیلان بود، لذا امکان تعمیم نتایج را به دانش‌آموزان دختر و حتی دانش‌آموزان سایر استان‌ها و کل کشور وجود ندارد. در این پژوهش تلاش شد ابزاری برای اندازه‌گیری هوش تجاری موفق در دانش‌آموزان طراحی شود، اما ابزارهایی مشابه برای مقایسه نتایج این پژوهش با آنها وجود نداشت. پرسشنامه هوش تجاری موفق بر اساس وضعیت و شرایط فعلی دانش‌آموزان طراحی شده و ممکن است منطبق با نیازهای آینده آنها نباشد که برای این منظور نیاز به انجام پژوهش‌های بیشتری است. آخرین محدودیت به ویژگی‌های ذاتی پرسشنامه‌ها برمی‌گردد و در چنین ابزارهایی امکان پاسخگویی مغرضانه و خطاهایی همانند آن وجود دارد که این امر دقت نتایج را تا حدودی کاهش می‌دهد. با توجه به محدودیت‌های این پژوهش، انجام یا تکرار آن یا هنجاریابی پرسشنامه محقق‌ساخته بر روی دانش‌آموزان دختر و کل دانش‌آموزان کشور اعم از دختر و پسر و حتی سایر مقاطع تحصیلی از جمله دوره متوسطه اول یا حتی دوره ابتدایی می‌تواند مفید واقع شود. پیشنهاد دیگر ساخت ابزارهای متنوع از جهات و زوایای گوناگون برای بررسی هوش تجاری موفق در دانش‌آموزان و حتی دانشجویان است تا امکان مقایسه بین ابزارها فراهم گردد. با توجه به وجود پرسشنامه هوش تجاری موفق می‌توان پژوهش‌هایی جهت شناسایی وضعیت موجود هوش تجاری موفق و عوامل شناسایی شده در دانش‌آموزان انجام داد. آخرین پیشنهاد انجام پژوهش با هدف شناسایی موانع و چالش‌ها برای پیاده‌سازی و اجرای مدل هوش تجاری موفق در نظام آموزش و پرورش و ارائه راهکارهایی برای رفع موانع و چالش‌ها است.

با توجه به نتایج و یافته‌های این پژوهش، برنامه‌ریزی برای آموزش هوش تجاری موفق از طریق چاپ بروشورها، کارگاه‌های آموزشی و تهیه و تدارک همایش‌ها و کنفرانس‌های ملی و بین‌المللی ضروری به نظر می‌رسد. همچنین، خبرگان علوم تربیتی و جامعه‌شناسی می‌توانند برای آموزش هوش تجاری موفق راهکارهایی طراحی و به اصطلاح یک پکیج آموزشی بسازند و از آن برای بهبود هوش تجاری موفق در دانش‌آموزان بهره ببرند. علاوه بر آن، متخصصان و برنامه‌ریزان حوزه آموزش و پرورش می‌توانند با بکارگیری مدل هوش تجاری موفق بر مبنای فلسفه تربیتی اسلام و مولفه‌های هوش تجاری و هوش موفق زمینه را برای بهبود عملکرد و اثربخشی دانش‌آموزان در نظام آموزش و پرورش فراهم سازند.

References

1. Ceci SJ, Williams WM. Research suffers when we all agree: How sociopolitical homogeneity impairs critical

طبق نتایج جدول ۴، در مدل هوش تجاری موفق در دانش‌آموزان دانش بر ترکیب و کاربرد، ارزشیابی بر فهم و کاربرد، ترکیب و فهم بر کاربرد اثر معنادار مستقیم و دانش با میانجی ترکیب بر کاربرد و ارزشیابی با میانجی فهم بر کاربرد اثر معنادار غیرمستقیم داشتند ($P < .05$).

نتیجه‌گیری

با توجه به نقش و اهمیت هوش موفق و هوش تجاری بر عملکردهای افراد، پژوهش حاضر با هدف طراحی مدل هوش تجاری موفق بر مبنای فلسفه تربیتی اسلام و مولفه‌های هوش تجاری و هوش موفق انجام شد.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که نشان داد که هوش تجاری موفق بر مبنای فلسفه تربیتی اسلام و مولفه‌های هوش تجاری و هوش موفق در دانش‌آموزان دارای پنج عامل دانش، فهم، ترکیب، کاربرد و ارزشیابی با روایی و پایایی مناسب بود. همچنین، مدل هوش تجاری موفق در دانش‌آموزان برازش مناسبی داشت و دانش بر ترکیب و کاربرد، ارزشیابی بر فهم و کاربرد، ترکیب و فهم بر کاربرد اثر معنادار مستقیم و دانش با میانجی ترکیب بر کاربرد و ارزشیابی با میانجی فهم بر کاربرد اثر معنادار غیرمستقیم داشتند. پژوهشی درباره هوش تجاری موفق و عوامل و مولفه‌های آن یافت نشد، اما نتایج مذکور از جهاتی با نتایج پژوهش‌های قبلی همسو بود (۲۶-۲۱). در تفسیر این نتایج می‌توان گفت که تمام حوزه‌های هوش تجاری موفق در دانش‌آموزان از این پنج حوزه یا عامل خارج نیست و از شاخص‌های این پنج حوزه می‌توان برای شناسایی و جذب، توسعه هوش تجاری موفق، ارزیابی عملکرد، توسعه مسیر شغلی، نظام ارزشیابی و نظام پرداخت‌ها استفاده کرد. در نظام آموزش و پرورش برای اینکه فرایند کمک‌رسانی به دانش‌آموزان روند مناسب و برنامه‌ریزی شده را طی نماید و قالب پندر و اندرز یا اطلاع‌رسانی صرف را به خود نگیرد باید مبتنی بر اصول علمی خاص صورت پذیرد، اصولی که در قالب استانداردهای حرفه‌ای این حوزه و توسط انجمن‌های بزرگ علمی تعیین شدند مانند تسلط بر رویکردهای نظری روان‌درمانی، تسلط بر نظریه‌های یادگیری و آزمون‌های روان‌شناختی، سواد فلسفی، سواد جامعه‌شناختی و غیره. یکی از منابع انسانی که نقش اساسی در تحقق اهداف آموزش و پرورش دارد، دانش‌آموزان هستند. تعیین هوش تجاری موفق دانش‌آموزان به منظور توسعه و رشد کمی و کیفی دانش‌آموزان به‌عنوان یکی از عمده‌ترین چالش‌هایی است که در حال حاضر آموزش و پرورش کشور با آن روبرو است. دانش‌آموزان این نظام مانند بسیاری از انسان‌ها در حرفه‌های دیگر دارای نیازهای عمده‌ای هستند و برنامه‌های توسعه و توانمندسازی آنها همگام با تحولات جهانی در عصری که عصر دانایی و فناوری اطلاعات نامیده شده است، نقش مهمی را در معرفی و بیان چنین نیازهایی ایفا می‌کند. با توجه به چنین اهمیتی، طراحی مدلی جامع برای هوش تجاری موفق در دانش‌آموزان که دربرگیرنده ابعاد، مولفه‌ها، شاخص‌ها و راهبردهای پیاده‌سازی آن باشد باید جزء اهداف اصلی نظام آموزش و پرورش باشد. بر اساس نتایج این پژوهش هوش تجاری موفق

- architectural approach. *Procedia Computer Science*. 2020;177:540-5.
12. Caseiro N, Coelho A. The influence of Business Intelligence capacity, network learning and innovativeness on startups performance. *Journal of Innovation & Knowledge*. 2019;4(3):139-45.
 13. Nino HAC, Nino JPC, Ortega RM. Business intelligence governance framework in a university: Universidad de la costa case study. *International Journal of Information Management*. 2020;50:405-12.
 14. Radenkovic M, Lukic J, Despotovic-Zratic M, Labus A, Bogdanovic Z. Harnessing business intelligence in smart grids: A case of the electricity market. *Computers in Industry*. 2018;96:40-53.
 15. Campbell WK. Political exclusion and discrimination in social psychology. In J. T. Crawford, & L. J. Jussim (Eds.). *The politics of social psychology*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group; 2018.
 16. Woodley MA, Dutton E, Figueredo AJ, Carl N, Debes F, Hertler S, et al. Communicating intelligence research: Media misrepresentation, the Gould Effect, and unexpected forces. *Intelligence*. 2018;70:84-7.
 17. Beheshti S, Nikooi R. Investigations on the philosophy of religious education from Islam's viewpoint. *Educational Psychology*. 2010;6(18):154-80. (Persian)
 18. Heydari MH, Musavi S. A reflection on "philanthropy" position in educational philosophy of Islam. *Biquarterly Journal of Islamic Education*. 2012;7(15):193-211. (Persian)
 19. Madanifar M, Sajjaadiyeh N. Epistemic structure of Islamic philosophies of education: Foundationalism or coherentism. *Quarterly Journal of Education*. 2015;31(3):9-32. (Persian)
 20. EsmailNia S, Sarami Gh, BaniJamali Sh. Predicting English Language Learning in Girls and Boys according to Successful Intelligence, wisdom and Creativity. thinking in the academy. In R. J. Sternberg, & D. F. Halpern (Eds.). *Critical thinking in psychology*. Cambridge: Cambridge University Press; 2020.
 2. Mandelman SD, Barbot B, Grigorenko EL. Predicting academic performance and trajectories from a measure of successful intelligence. *Learning and Individual Differences*. 2016;51:387-93.
 3. Sternberg RJ. A theory of adaptive intelligence and its relation to general intelligence. *Journal of Intelligence*. 2019;7(23):1-17.
 4. Sternberg RJ. Successful intelligence: A model for testing intelligence beyond IQ tests. *European Journal of Educational and Psychology*. 2015;8(2):76-84.
 5. Hunt E. Applying the theory of successful intelligence to education-The good, the bad, and the ogre: Commentary on sternberg et al. (2008). *Perspectives on Psychological Science*. 2008;3(6):509-15.
 6. Loesche PM. Estimating the true extent of gender differences in scholastic achievement: A neural network approach. *Intelligence*. 2019;77(1):56-65.
 7. Scharfen J, Peters JM, Holling H. Retest effects in cognitive ability tests: A meta-analysis. *Intelligence*. 2018;67:44-66.
 8. Vaclav C, Gabriel F, Blanka K, Libor K, Michal T. Utilization of Business Intelligence Tools in Cargo Control. *Transportation Research Procedia*. 2021;53:212-23.
 9. Cheng C, Zhong H, Cao L. Facilitating speed of internationalization: The roles of business intelligence and organizational agility. *Journal of Business Research*. 2020;110:95-103.
 10. Ting-Peng L, Yu-His L. Research Landscape of Business Intelligence and Big Data analytics: A bibliometrics study. *Expert Systems with Applications*. 2018;111:2-10.
 11. Lopes J, Guimaraes T, Santos MF. Adaptive business intelligence: A new

- Educational Psychology. 2020;15(54):207-34. (Persian)
21. ArabSheybani Kh, Akhondi N. Validation and verification of factor structure of teaching Sternberg intelligence questionnaire (TSI-Q) in teachers. Biquarterly Journal of Cognitive Strategies in Learning. 2018;5(9):49-60. (Persian)
22. Sabahi Sh, Talepasand S, Mohammadifar MA. Psychometric characteristics of teaching for successful intelligence questionnaire (TSI-Q) in Tehran teachers. Educational Measurement. 2017;7(26):55-75. (Persian)
23. Sternberg RJ. The theory of successful intelligence. Interamerican Journal of Psychology. 2005;39(2):189-202.
24. Bakhshandeh S, Rahmati MH. The investigation of alignment of business intelligence capabilities and components in conjunction with creating business intelligence benefits (Case: SMEs of Tehran). Journal of Information Technology Management. 2016;8(1):27-46. (Persian)
25. Sazvar A, Hosseini MH, Farahmand M. Clustering of technology evaluation strategies via CAPTECH developing a model for business intelligence improvement in E-insurance industry marketing (Case study: Novin insurance branches of Tehran). Journal of Management Improvement. 2012;5(14):43-64. (Persian)
26. Khatibi V, Keramati A, Montazer GhA. A model for monitoring national science and technology indicators: A business intelligence approach. Rahyaft. 2018;68:25-41. (Persian)