

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

هوش فرهنگی

هوش فرهنگی (CQ) در یک تعریف ساده، به معنای توانایی برقراری ارتباط و تعامل مؤثر در محیط‌های چندفرهنگی است. هوش فرهنگی، فرد را قادر می‌سازد تا از مرزهای فرهنگی عبور کرده و در فرهنگ‌های مختلف به درک دست یابد. در دنیای جهانی شده امروز، هوش فرهنگی نقش مهمی در تمایز افراد در عرصه‌هایی همچون هوش مصنوعی، یادگیری ماشینی و نوآوری ایفا می‌کند. این تمایز، فراتر از صرف آگاهی و حساسیت فرهنگی، ابزار برای تعامل و همکاری سازنده با افراد دارای پیشینه‌های فرهنگی گوناگون است. به یاری هوش فرهنگی می‌توان از تفاوت‌های فرهنگی در راستای دستیابی به راهکارهای نوآورانه و خلاقانه بهره برد.

پژوهشگر و نویسنده

حسین اسلام‌پور

سرشناسه	اسلامپور، حسین، ۱۳۵۳-
عنوان و نام پدیدآور	هوش فرهنگی (با رویکرد کاوش در سازمان‌های حمایتی کشور)/ پژوهشگر و نویسنده حسین اسلامپور؛ ویرایش، غلط‌گیری کتاب حوری مهدی‌زاده سمسکنده.
مشخصات نشر	ساری: مرکز انتشارات توسعه علوم، ۱۴۰۳.
مشخصات ظاهری	۲۰۲ ص:، مصور، جدول.
شابک	600-8640-87-5978-
وضعیت فهرست نویسی	فیا:
یادداشت	کتابنامه.
موضوع	هوش فرهنگی -- نمونه پژوهی Cultural intelligence -- Case studies رفتار سازمانی -- ایران -- نمونه پژوهی Organizational behavior -- Iran -- Case studies
رده بندی کنگره	۶۳۱H۱۱
رده بندی دیویی	۰۹۵۵۱۳۳/۳
شماره کتابشناسی ملی	۳۱۱۱۱۱
اطلاعات رکورد کتابشناسی	فیا:
	کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

نام کتاب: هوش فرهنگی (با رویکرد کاوش در سازمان‌های حمایتی کشور)

نویسنده: حسین اسلامپور

ویرایش، غلط‌گیری کتاب: حوری مهدی‌زاده سمسکنده

طراحی جلد کتاب: واحد مطالعات و انتشارات نشر توسعه علوم

ناشر: مرکز انتشارات توسعه علوم

نوبت چاپ: اول، پائیز - ۱۴۰۳

شابک: ۵-۸۷-۸۶۴۰-۶۰۰-۹۷۸

قیمت: ۱۵۰۰۰۰۰ ریال شمارگان: ۵۰۰ جلد

چاپ و صحافی: خانه چاپ کتاب ایران

تلفن بخش کتاب: ۰۱۱۳۳۳۲۰۰۵۷

پایگاه اینترنتی مرکز توسعه علوم: www.copdsiran.org

آدرس الکترونیکی مرکز: copdsiran@gmail.com

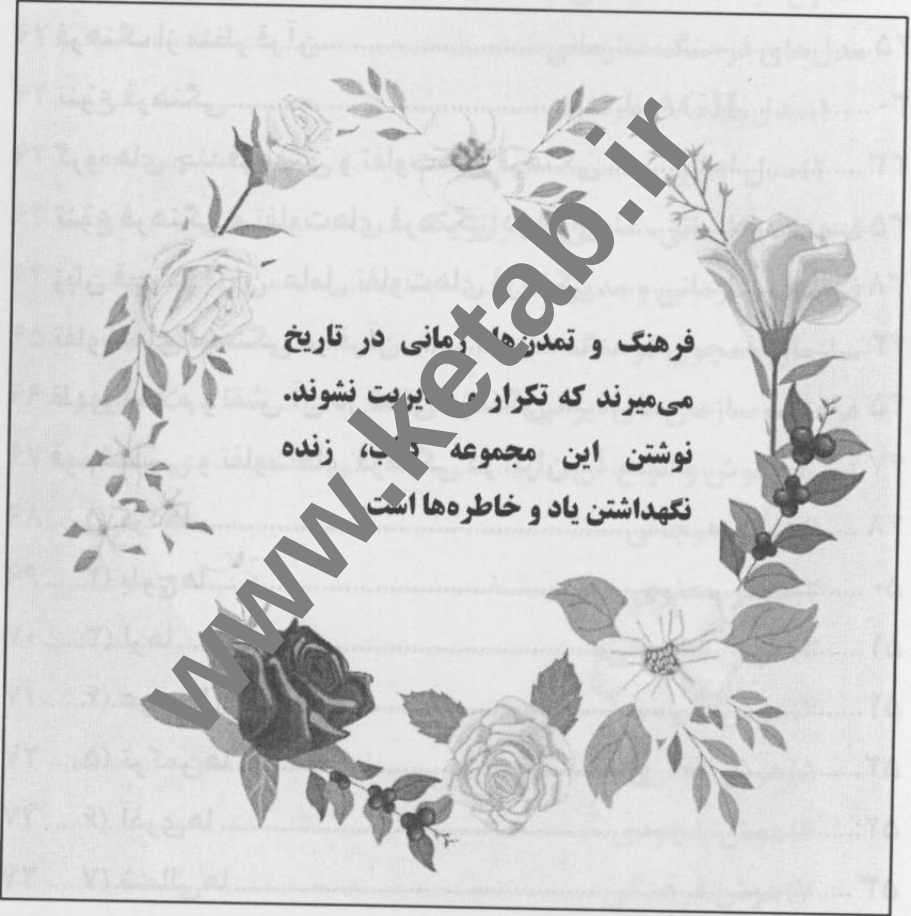
سخن ناشر

جان نباشد جز خبر در آزمون هر که را افزون خبر جانش فزون
اقتضای جان چو ای دل آگهی است هر که آگه تر بود جانش قویست
از جمله حقایقی که انسان معاصر تا حدود زیادی به آن توجه نموده و
برای تکامل آن کندوکاو می‌کند، استفاده و تحصیل علوم در رشته‌های
گوناگون و معارف بشری است. منظور از شناخت علمی، یافته‌هایی است که
در نتیجه، «مطالعه و تحقیقات» دقیق و نه از روی حدس و گمان و
گمراه‌کننده به دست می‌آیند که مهم‌ترین ویژگی چنین روشی «مستند
بودن و مستدل بودن» آن است. هدف غایی هر گونه شناخت علمی دست
یافتن یا کشف قوانینی است که جهان بر آنها مبتنی است؛ بنابراین،
برخورداری از زندگی سالم در صورتی برای انسان امکان‌پذیر است که
قوانین حاکم بر وجود خود و جهان اطراف را درست و دقیق بشناسد و
مسئولانه از آنها به نفع خود و جامعه بهره‌برداری کند. شکی نیست، ملتی که
بیشتر در این راستا قدم برمی‌دارد و بدان عمل می‌کند، بهره‌وری و
بهره‌دهی فزون‌تری را در رشته‌های مختلف بدست می‌آورد.

مرکز انتشارات توسعه علوم جهت به بار نشستن فرهنگی ساختن فرهنگ
بهره‌وری در کشور و بی‌نیازی از دیگران، مبادرت به انتشار آثار ارزشمند
استادان، محققان و مؤلفان رشته‌های مختلف علوم نمود. در این زمینه
از کلیه اصحاب تفکر و اندیشه دعوت و همکاری به عمل می‌آید تا
باراهنمائی‌ها و مساعدت‌های علمی خویش ما را در این امر مهم رهنمون
سازند.

دکتر سیداکبر سادتی داور همتای نشریات جهانی
و مدیر مرکز انتشارات توسعه علوم

۵۸		۱۲	
۵۸		۶۱	
۵۹		۶۲	
۵۹		۶۳	
۶۱		۶۴	



۶۵		۶۶	
۶۷		۶۸	
۶۸		۶۹	

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱۳
فصل اول: فرهنگ، فرهنگ سازمانی، هوش فرهنگی.....	۲۱
مقدمه.....	۲۲
فرهنگ چیست؟.....	۲۲
فرهنگ از منظر قرآن.....	۲۵
تنوع فرهنگی.....	۳۰
گروه‌های چندفرهنگی و تفاوت‌های فرهنگی.....	۳۳
تنوع فرهنگی، تفاوت‌های فرهنگی در ایران.....	۳۵
زبان قوم در قرآن، مامل تفاوت‌های فرهنگی.....	۳۸
تفاوت‌های فرهنگی در قرآن.....	۴۲
ظهور اسلام و نقش آن در تال فرهنگي.....	۴۵
قوم‌شناسی و تفاوت‌های فرهنگی در ایران.....	۴۷
(۱) کردها.....	۴۸
(۲) بلوچ‌ها.....	۵۰
(۳) لرها.....	۵۱
(۴) عرب‌ها.....	۵۱
(۵) ترکمن‌ها.....	۵۲
(۶) آذری‌ها.....	۵۲
(۷) شمالی‌ها.....	۵۳
فرهنگ در سازمان.....	۵۵
اصطلاح فرهنگ سازمانی.....	۵۶
عناصر و اجزاء فرهنگ سازمانی.....	۵۸
(۱) مفروضات اساسی.....	۵۸

۵۸	 ارزش‌ها	(۲)
۵۸	 هنجارها	(۳)
۵۸	 سنت و تشریفات	(۴)
۵۹	 استعاره کوه یخی برای فرهنگ سازمانی	
۶۱	 سطوح فرهنگ سازمانی	
۶۲	 مدل‌های فرهنگ سازمانی	
۶۲	 مدل AGIL بارسونز	(۱)
۶۲	 مدل اوشی	(۲)
۶۳	 فرهنگ سازمانی، عاملی استراتژیک	
۶۴	 فرهنگ سازمانی و مدیریت	
۶۵	 سازمان همچون فرهنگ	
۶۶	 فرهنگ سازمان‌های ایرانی	
۶۷	 تعریف هوش و انواع آن	
۶۸	 هوش هیجانی	(۱)
۶۹	 هوش معنوی	(۲)
۷۰	 هوش سازمانی	(۳)
۷۱	 هوش سیاسی	(۴)
۷۲	 هوش تجاری	(۵)
۷۲	 هوش شهودی	(۶)
۷۳	 هوش فرهنگی	(۷)
۷۴	 مفهوم کلی هوش فرهنگی	
۷۷	 تنوع شخصیت بر اساس هوش فرهنگی	
۷۸	 محلی	(۱)

۷۸	 (۲) تحلیلگر
۷۸	 (۳) شهودی
۷۸	 (۴) سفیر
۷۹	 (۵) تقلیدی
۷۹	 هوش فرهنگی به عنوان یک تفاوت فردی
۸۰	 تنوع نیروی انسانی، فلسفه پیدایش هوش فرهنگی
۸۲	 هوش فرهنگی در سطح سازمانی
۸۲	 (۱) هوش فرهنگی مدیریتی
۸۳	 (۲) هوش اجتماعی
۸۴	 (۳) بُعد ساختاری
۸۴	 هوش فرهنگی در خرده فرهنگ‌های اجتماعی
۸۷	 هوش فرهنگی قابلیت‌های کارکنان سازمان‌ها
۸۹	 کاربردهای هوش فرهنگی
	 فصل دوم: اندازه‌گیری هوش فرهنگی
۹۲	 مقدمه
۹۲	 گفتار اول: اهمیت تعریف مفهومی و تعریف عملیاتی
۹۲	 مبانی تعاریف مفهومی
۹۳	 (الف) مفهوم (Concept)
۹۴	 (ب) سازه (Construct)
۹۶	 (ج) متغیر (Variable)
۹۶	 بررسی رابطه بین مفهوم، سازه، متغیر
۹۷	 تعاریف عملیاتی
۹۸	 گفتار دوم: مروری بر پیشینه مطالعاتی هوش فرهنگی
۹۸	 تحقیقات خارج از کشور

تحقیقات داخل کشور	۱۰۴
مفهوم هوش فرهنگی با ابعاد سه گانه	۱۱۶
۱) بُعد شناختی (سر)	۱۱۶
۲) بُعد فیزیکی (بدن)	۱۱۷
۳) بُعد احساسی - انگیزشی (قلب)	۱۱۹
مفهوم هوش فرهنگی با ابعاد چهار گانه	۱۲۰
۱) دانش هوش فرهنگی	۱۲۱
۲) استراتژی هوش فرهنگی	۱۲۱
۳) انگیزش هوش فرهنگی	۱۲۲
۴) رفتار هوش فرهنگی	۱۲۳
گفتار سوم: ابزار اندازه گیری هوش فرهنگی	۱۲۴
پرسش نامه هوش فرهنگی	۱۲۴
پایایی (اعتماد یا قابلیت اطمینان یا ثبات)	۱۲۴
روایی (اعتبار)	۱۲۵
روش های اندازه گیری هوش فرهنگی	۱۲۶
الف) اندازه گیری هوش فرهنگی به روش خود ارزیابی	۱۲۶
ب) اندازه گیری هوش فرهنگی به روش دگرارزیابی	۱۳۰
ج) اندازه گیری هوش فرهنگی با پرسش نامه فرم کوتاه	۱۳۲
فصل سوم: تاثیر هوش فرهنگی بر متغیرهای سازمانی	۱۳۵
مقدمه	۱۳۶
۱) فرهنگ سازمانی و عملکرد	۱۳۶
۲) ارزیابی عملکرد و فرهنگ سازمانی	۱۳۸
۳) فرهنگ و عملکرد سازمانی	۱۳۸

۴	رابطه سه‌جانبه استراتژی، فرهنگ و عملکرد در سازمان.....	۱۳۹
۵	هوش فرهنگی و عملکرد فردی.....	۱۴۳
۶	رابطه بین هوش فرهنگی و هوش هیجانی.....	۱۴۴
۷	هوش فرهنگی و دیگر سازه‌های فرهنگی.....	۱۴۵
۸	رابطه بین هوش فرهنگی و اثربخشی گروهی.....	۱۴۶
۹	رابطه شخصیت و هوش فرهنگی.....	۱۴۸
۱۰	رابطه بین هوش فرهنگی و رهبری جهانی.....	۱۴۸
	فصل چهارم: سازمان بهزیستی، یک سازمان حمایتی.....	۱۵۱
	مقدمه.....	۱۵۲
	مفهوم سازمان.....	۱۵۲
	مفهوم بهزیستی.....	۱۵۳
	تاریخچه جایگاه فرهنگ اجتماعی نهادهای حمایتی در ایران.....	۱۵۵
	پیدایش سازمان بهزیستی.....	۱۵۷
	تغییر وزارتخانه.....	۱۵۹
	ماموریت‌های سازمان بهزیستی.....	۱۶۰
	تشکیلات و ساختار کلان سازمان بهزیستی.....	۱۶۳
	ساختار سازمان بهزیستی در سطوح استانی.....	۱۶۶
	معاونت‌های تخصصی سازمان بهزیستی.....	۱۶۶
	الف) معاونت امور توانبخشی.....	۱۶۷
	ب) معاونت امور اجتماعی.....	۱۶۸
	ج) معاونت امور پیشگیری.....	۱۶۸
	د) معاونت مشارکت‌های مردمی.....	۱۶۹
	ه) معاونت پشتیبانی و منابع انسانی.....	۱۷۱
	جدیدترین ساختار سازمانی.....	۱۷۴

تحلیل کلی ساختار نهایی.....	۱۷۵
فصل پنجم: مطالعه هوش فرهنگی در بهزیستی مازندران.....	۱۷۹
مقدمه.....	۱۸۰
بررسی توصیفی هوش فرهنگی و ابعاد آن.....	۱۸۰
بررسی مدل هوش فرهنگی کارکنان بهزیستی مازندران.....	۱۸۲
بررسی مدل هوش فرهنگی کارکنان بهزیستی مازندران.....	۱۸۴
بررسی مدل مؤلفه های هوش فرهنگی کارکنان.....	۱۸۵
تحلیل نتایج مطالعه موردی و پیشنهادات کاربردی.....	۱۸۶
بررسی سطح هوش فرهنگی کارکنان و تقویت آن.....	۱۸۸
نکات قابل توجه مدیران و جامعه هوش فرهنگی کارکنان.....	۱۹۰
کتابنامه.....	۱۹۳

فهرست جداول، اشکال، نمودارها

شکل (۱-۱): کوه یخ سازمانی.....	۶۰
جدول شماره (۱-۱) وظایف چهارگانه مدیران.....	۶۵
جدول شماره (۱-۲) تعاریف هوش فرهنگی.....	۷۶
جدول شماره (۱-۳) کتاب «هوش فرهنگی، تئوری، اندازه گیری و کاربردها».....	۱۰۲
شکل (۲-۱) لایه های فرهنگ سازمان های ایرانی.....	۱۰۷
جدول (۲-۲) پایایی مقیاس هوش فرهنگی.....	۱۲۹
جدول شماره (۱-۳) انواع فرهنگ در سازمان ها.....	۱۳۷

- شکل (۱-۳) ارتباط راهبرد و عملکرد و فرهنگ ۱۴۱
- نمودار (۱-۴) ساختار جدید بهزیستی کشور ۱۶۴
- نمودار (۲-۴): ساختار سازمانی ادارات کل بهزیستی استان ها ۱۶۶
- نمودار (۳-۴)، ساختار جدید سازمان بهزیستی ۱۷۵
- جدول (۵-۱) توصیف هوش فرهنگی کارکنان بهزیستی مازندران ۱۸۲
- شکل (۵-۱) مدل سوالات مؤلفه های هوش فرهنگی ۱۸۵
- جدول (۵-۲) شاخص های برازندگی مدل سوالات هوش فرهنگی ... ۱۸۵
- شکل (۵-۲) مدل مؤلفه های هوش فرهنگی ۱۸۶
- جدول (۵-۳) شاخص های برازندگی مدل مؤلفه های هوش فرهنگی ۱۸۶

پیشگفتار

جهان امروز، پیوسته در حال تغییر است. این تغییرات، تهدیدات جدی برای ثبات و بقای سازمان‌ها هستند. سازمان‌ها برای حفظ بقای خود و نیل به اهداف پیش‌بینی شده باید همواره به ارزشیابی و مدیریت عملکرد اعضای خود بپردازند. عملکرد فردی، عملکرد گروهی و در نهایت عملکرد کل سازمان را نتیجه می‌دهد. سازمان‌ها باید متغیرهای مختلف و عوامل متعددی را در بررسی عملکرد کارکنان مورد توجه قرار دهند. فرهنگ سازمانی، یکی از عوامل مؤثر در مدیریت عملکرد و بهبود عملکرد مدیران و کارکنان است. در قرن اخیر، همراه با پیشرفت‌های فن‌آوری اطلاعات و عصر انفجار اطلاعات و عصر مجازی، خرده فرهنگ‌ها به سرعت در حال تغییر و دگرگونی است (سلک، فراتی، ۱۳۸۷: ص ۸).

سازمان‌ها و اعضای آن، باید برای رشد خود از طریق یادگیری مستمر و درک مطلوب تنوعات فرهنگی، ارزش‌ها، تعقل‌گرایی توانایی‌های بالقوه‌ای داشته باشند. توجه به این تفاوت‌های بین فرهنگ‌ها بسیار مهم است. «هوش فرهنگی» یک توانایی و قابلیت مهم در شرایط کنونی سازمان‌ها است که نمودهای رفتاری و انگیزشی قابل ملاحظه‌ای دارد. به عبارت دیگر، یکی از عوامل اثربخش در مدیریت عملکرد، عامل فرهنگ و فرهنگ سازمانی

است. با توجه به گوناگونی فرهنگ‌ها و وجود خرده فرهنگ‌های متعدد در جوامع و سازمان‌ها و بخش‌های سازمان‌ها، قابلیت و توانایی شناخت، رفتار مناسب در تعامل با این فرهنگ‌ها، باید مورد توجه مدیران و کارکنان قرار گیرد.

محیط‌های کاری در سر تا سر جهان بسیار متنوع شده‌اند. این امر، به خصوص درباره کشورهای توسعه‌یافته بیشتر صدق می‌کند. در کنار تغییرات علوم و فن‌آوری و انتقال دانش، فرایندهای طراحی، تولید، توزیع در قرن حاضر، نهایت تنوع را پیدا کرده‌اند؛ مثلاً در یک شرکت فرضی، ممکن است طراحی محصول در آلمان، تأمین مالی از ژاپن، هدایت برنامه‌ها توسط ایالات متحده، کارهای دفتری در بلغارستان، کار تولیدی در چین و حتی ممکن است محصول آن در سراسر جهان توزیع گردد. در نتیجه، مدیران با محیط‌های داخلی و خارجی بسیار متنوعی در سازمان‌های خود رو به رو هستند (برناردو، ۲۰۰۱: صص ۳۷-۳۸).

پیچیدگی روزافزون سازمان‌ها، تنوع کالاها و خدمات، افزایش توقعات و انتظارات مصرف‌کنندگان، تنوع رهیابان، کمبود امکانات و به طور خلاصه، مسائل جدید اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی، باعث پدیدار شدن مشکلات مدیریتی جدیدی شده است و چالش‌های مدیران امروز را پایان‌ناپذیر ساخته است (زاهدی، ۱۳۸۷: ص ۶).

در چنین محیط‌های دارای فرهنگ‌های متفاوت از هم مهارت هوش فرهنگی به مدیران کمک می‌کند تا حساسیت‌های فرهنگی خود را افزایش دهند. حساسیت فرهنگی به نگاه ژرف مدیر و ارزیابی و تفسیر و درک تفاوت‌های فرهنگی دلالت دارد. این عبارت به معنی درک تفاوت‌های فرهنگی است، نه قضاوت درباره خوب یا بد بودن آنها. به عبارت بهتر، یک مدیر جهانی موفق باید تفاوت‌ها را درک کند و آمادگی پذیرش تفاوت‌ها را داشته باشد. آمادگی پذیرش تفاوت‌های فرهنگی را اصطلاحاً فرایند «سازگاری فرهنگی» می‌گویند (اورلاندو، تایم، ۲۰۰۴).

رشد و پرورش تفکر آزاد، به‌دست‌آوردن ایده‌های گوناگون، توانایی کار با افراد دارای ایده‌ها و فرهنگ‌های گوناگون، تسهیل انعطاف در فرایندهای گروهی و ساختار ناظر و مباشر فرایند تغییر، به‌عنوان یکی از ویژگی‌های مدیران سده ۲۱، به مفهوم «هوش - فرهنگی» برای مدیران و برای کارکنان اشاره دارد (کاراکاس،^۳ ۲۰۰۷: صص ۴۴-۵۰).

امروز نیاز مدیران چندزبانی جهانی این است که برای کسب‌وکار با همه انواع فرهنگ‌ها هم در داخل و هم در خارج از کشور آمادگی داشته باشند. اگر چه کتاب‌های زیادی در مورد چگونگی انجام کسب‌وکار در کشورهای دیگر در دسترس است؛

^۱Orlando.

^۲Tim.

^۳Karakas.

ولی به طور معمول برای مدیران ممکن نیست که ویژگی‌های مشتریان خاص و هر فرهنگی را که ممکن است در راستای کسب‌وکار با آن مواجه می‌شوند، یاد بگیرند. این موضوع به دلیل ظرافت در رویارویی با تغییرات فرهنگی و محدوده گروه‌های قومی است که باید به آن، به طور ویژه توجه شود. آنچه مورد نیاز است، یک رویکرد سیستماتیک برای رویارویی با تنوع عظیم و کنش متقابل با مردم در فرهنگ‌های متفاوت در جهان است (توماس و اینکسون، ۲۰۰۴). در این راستا هوش فرهنگی به عنوان یکی از مهارت‌های لازم برای افراد در کسب‌وکار جهانی است.

اگر چه انواع مختلفی از هوش از سال‌های دور مورد توجه روانشناسان قرار داشت و آزمون‌های بسیاری برای سنجش و روش‌های بی‌شماری برای تعریف آنها ارائه شده است؛ اما انواع جدید هوش مانند هوش مصنوعی، هوش عاطفی و هوش فرهنگی تنها در سال‌های اخیر مورد بحث و بررسی قرار گرفته‌اند. در این میان هوش فرهنگی از چند جهت شایسته بررسی بیشتری است. به سه دلیل زیر مطالعه و بررسی در مورد هوش فرهنگی لازم به نظر می‌رسد (نائیجی و عباسعلی زاده، ۱۳۸۶: ص ۱۹).

۱) هوش فرهنگی حتی در میان انواع جدید هوش از عمر و پیشینه کم‌تری برخوردار است و از این جهت موضوعی بکر و جذاب برای پژوهشگران محسوب می‌شود.

۲) با گسترش فعالیت‌های تجاری بین‌المللی، نیاز به قابلیت‌هایی که مدیران را در برخورد با پیچیدگی‌های فرهنگی پیش رو یاری رساند، بیش از پیش احساس می‌شود.

۳) هوش فرهنگی اگر چه در بیشتر مطالعاتی که تاکنون صورت گرفته، متوجه نحوه تعامل با فرهنگ‌های ملی بیگانه بوده است، اما قابلیت تعمیم به خرده فرهنگ‌های نژادی و قومی درون فرهنگ ملی را ندارد. از این رو، مدیران محلی و کارکنان نیز می‌توانند از آن در تعاملات روزمره بهره گیرند.

با توجه به مطالب مطرح شده بسیار ضروری است که مدیران در مدیریت عملکرد زیردستان با مجموعه عوامل مؤثر بر عملکرد از جمله «هوش فرهنگی» توجه داشته باشند. گستردگی سازمان‌ها و خدمت‌گیرندگان متنوع با فرهنگ‌های متفاوت و لزوم داشتن تعامل رفتاری مناسب از سوی کارکنان با مراجعین بر ضرورت بحث و مطالعه می‌افزاید.

یکی از سازمان‌های حمایتی به عنوان یک مولود انشمنانقلاب «سازمان بهزیستی» است. گروه‌های جمعیتی مختلفی با نگرش‌های متفاوت و با نیازهای متعدد و گوناگون، از خدمات و کمک‌های این سازمان استفاده می‌کنند که برای داشتن تعامل مؤثر با این افراد در پهنه جغرافیایی استان مازندران به هوش فرهنگی مطلوب نیاز داریم؛ بنابراین، لازم است به وضعیت «هوش فرهنگی» کارکنان در این سازمان حمایتی توجه شود.

این کتاب که حاصل مطالعه و بررسی و ده سال تجربه کاری است، در ۵ فصل نگاشته شده است. فصل اول، اصطلاحات و مفاهیمی چون فرهنگ، فرهنگ سازمانی، هوش فرهنگی تعریف شده است. در فصل دوم، مطالبی در خصوص اندازه‌گیری هوش فرهنگی و بررسی ابزارهای استاندارد آن بحث شده است. در فصل سوم، تأثیر هوش فرهنگی بر متغیرهای سازمانی بیان شده است. در فصل چهارم، مطالبی در مورد سازمان بهزیستی به‌عنوان یک سازمان حمایتی ذکر شده است. در فصل آخر، هوش فرهنگی کارکنان در بهزیستی مازندران به‌عنوان یک مطالعه موردی اندازه‌گیری و ابعاد و مدل آن مورد بررسی قرار گرفت و در پایان پیشنهاداتی برای تقویت و توسعه هوش فرهنگی کارکنان ارائه شده است تا مورد توجه مدیران سازمانی قرار بگیرد. مطالعه این کتاب می‌تواند برای افراد و سازمان‌های زیر مفید باشد:

- مدیرانی که به توسعه و تعالی سازمان خود اهمیت می‌دهند و قصد دارند که به هوش فرهنگی کارکنان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر عملکرد فردی، گروهی و سازمانی توجه نمایند.

- مدیران راهبردی و مدیران سطوح میانی و عملیاتی که در چینش و انتصابات مدیران و سرپرست نقش مؤثری دارند و به دنبال احراز شرایط مدیران انتصابی هستند یا قصد توانمندسازی و مهارت‌افزایی مدیران فعلی را دارند.

• دانشجویان مدیریت و روانشناسی و علوم رفتاری و جامعه‌شناسی و رشته‌های هم سطح و مشابه که قصد دارند متغیر هوش فرهنگی را بیشتر مورد مطالعه قرار دهند و بر محتوا و غنای علمی این متغیر بیفزایند.

• کارکنان و کارشناسان سازمان‌های حمایتی مانند سازمان بهزیستی و کمیته امداد امام خمینی (ره) و سایر نهادهای حمایتی و سازمان‌های مردم‌نهاد (NGOها) و... که با افراد دارای نیازها و خواسته‌ها، نگرش‌های متفاوتی سر و کار دارند.

• نهادها و سازمان‌های فعال در عرصه نشر فرهنگ اسلامی و آموزه‌های دینی و قصد دارند با دیدگاه برگرفته از آموزه‌های قرآنی و اسلامی به مهندسی فرهنگی اقدام نمایند و چالش‌های فرهنگی کشور را در همه زمینه‌ها مطالعه و برطرف نمایند.

حسین سالم‌پور

زمستان یک‌هزار و چهارصد و سه