

بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با هوش فرهنگی و هوش سازمانی کارکنان در اداره کل بیمه خدمات درمانی کرمان

مهدی انجم شعاع^۱

کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش تحول دانشگاه آزاد کرمان

چکیده

نظریه های جدید درباره هوش انسانی به انواع مختلفی از هوش اشاره کرده اند که هر چند برخی انواع آنها دارای همبستگی ضعیف یا متوسطی با یکدیگرند، اما برخی انواع را نیز باید غیرهمبسته یا مستقل از یکدیگر دانست. در این میان می توان به انواعی از هوش شامل هوش اجتماعی، هوش فرهنگی، هوش عاطفی یا هیجانی، هوش بدنی، هوش موسیقایی و هوش زبانی اشاره کرد. هدف مقاله ی حاضر بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با هوش فرهنگی و هوش سازمانی کارکنان در اداره کل بیمه خدمات درمانی کرمان است. جامعه آماری این تحقیق کلیه کارکنان و مدیران اداره کل بیمه خدمات درمانی کرمان که تعداد آنها ۳۰۰ نفر است، می باشند. به منظور سنجش این متغیرها از پرسشنامه های سرمایه اجتماعی، هوش فرهنگی و هوش سازمانی کارکنان استفاده شد. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داده است، بین سرمایه اجتماعی و تمام ابعاد آن با هوش فرهنگی کارکنان رابطه وجود دارد، همچنین بین سرمایه اجتماعی و تمام ابعاد آن با هوش سازمانی کارکنان رابطه وجود دارد.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، هوش فرهنگی، هوش سازمانی، اداره کل بیمه خدمات درمانی، کرمان

۱- مقدمه

امروزه یکی از مفاهیم مهم در مدیریت پدیده های اجتماعی، مفهوم سرمایه اجتماعی است. سرمایه اجتماعی مجموعه ای از مفاهیمی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه ها است که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه اعضای یک اجتماع شده و در نهایت منافع متقابل آنان را تأمین خواهد کرد (قنبری و عبدالملکی، ۱۳۹۹). سرمایه اجتماعی مفهومی نوظهور است که بر نگرش ها، ارزش ها، هنجارها، شبکه ها و اعتماد اجتماعی تاثیر داشته و همیاری در تیم ها یا بین اعضای سازمان را تسهیل می کند. سرمایه اجتماعی با کاهش هزینه های تعامل، تقویت رفتار همیارانه و گسترش آگاهی منافی را برای اعضای سازمان ایجاد می کند. اصطلاح سرمایه یکی از مهم ترین و عمومی ترین مفاهیم در کلیه شاخه های علوم اجتماعی به ویژه در جامعه شناسی، اقتصاد و سیاست و آموزش در دو دهه اخیر بوده است (لی و همکاران^۱، ۲۰۱۹). در مجموع اندیشه اصلی سرمایه اجتماعی این است که شبکه های تیمی را به همکاری، تبعیت از ارزش ها و اعتمادپذیری بیشتری در برخورد هایشان تشویق کند و از شرایط اتمیزه و انفرادیشان بیرون آورد و به سمت کار تیمی گرایش دهد. اعتماد میان اعضای گروه نیز می تواند موجب افزایش رفتار مشارکتی در میان اعضا گردد؛ زیرا قابلیت اعتماد، رفتاری است که بازده اعضایی را که به هم اعتماد می کنند، افزایش می دهد. بنابراین سرمایه اجتماعی عامل اساسی در ایجاد و تقویت شبکه ها، گروه ها و کار تیمی سازمان است. سازمان هایی که به سرمایه اجتماعی توجه کرده اند، زمینه ساز شکل گیری شبکه ها در سازمان خود شده اند و عملکرد شغلی کارکنان خود را بهبود بخشیده اند (سانتوس و همکاران^۲، ۲۰۱۸).

سرمایه اجتماعی یکی از مفاهیم برجسته در علوم اجتماعی می باشد که منشاء آن به نیمه دوم قرن بیستم بر می گردد. اصطلاح سرمایه اجتماعی قبل از سال ۱۹۱۶ و برای نخستین بار در مقاله ای توسط فردی به نام هانی فان از دانشگاه ویرجینیای غربی مطرح شد. در تعریف سرمایه اجتماعی به پیوندها، ارتباطات میان اعضای یک شبکه به عنوان منبع باارزش اشاره دارند که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می شود (الوانی و شیروانی، ۱۳۸۴). به بیان دیگر سازمانهایی که دارای سطوح بالایی از سرمایه اجتماعی هستند، احتمال دارد، نسبت به رقیبان نشان که دارای سطح سرمایه اجتماعی پایین تری هستند، موفق تر و بهره وری بیشتری داشته باشند (ناهاییت و گوشال^۳، ۱۹۹۸). در کنار سرمایه اجتماعی، هوش فرهنگی از مولفه هایی است که به کارایی و درک رفتار کارکنان کمک می کند.

با توجه به محیط پر رقابت امروز، بسیاری از سازمان ها چندفرهنگی شده اند. توانایی یک فرد در راستای سازگاری موفقیت آمیز با محیط های فرهنگی جدید که معمولاً با بافت فرهنگی خود فرد متفاوت است (باشکوه و بیگی فیروزی، ۱۴۰۰). بسیاری معتقدند در مواجهه با موقعیت های فرهنگی جدید، به زحمت می توان علایم و نشانه های آشنایی یافت که بتوان از آنها در برقراری ارتباط سود جست. در این موارد، فرد باید با توجه به اطلاعات موجود یک چهارچوب شناختی مشترک تدوین کند، ولو اینکه این چهارچوب فاقد درک کافی از رفتارها و هنجارهای محلی باشد. تدوین چنین چهارچوبی تنها از عهده کسانی برمی آید که از هوش فرهنگی بالایی برخوردار باشند (اوت و میخایلووا^۴، ۲۰۱۸). «هوش فرهنگی» مهم ترین ابزاری است که می تواند برای مواجهه مناسب با موقعیت های چندفرهنگی به کار گرفته شود. این هوش کمک می کند تا با درک سریع و صحیح مولفه های

³ Nahapit & Gooshal

⁴ Ott & Michailova

¹ Lee et al

² Santos et al



استخراج نمایند و بدانند که هزینه‌ها چه هستند و تصمیم‌هایی برای کاهش و حذف آنها بگیرند. تغییرات آینده را پیش‌بینی کنند و برای مسائل خود راه‌حلی مناسب داشته باشند (کارایانیس^۲ و همکاران، ۲۰۱۷). هوش سازمانی نشان دهنده ظرفیت سازمان برای یکپارچه‌سازی توانایی‌های ذهنی سازمان به منظور تحقق رسالت‌های سازمان است. بنابراین بر مدیران و رهبران سازمان‌ها ضروری خواهد بود که با دید جدیدی به سازمان بنگرند و آن را موجودی زنده بدانند (نامجو و جعفری، ۱۴۰۰). شناخت و یادگیری مستمر از مهم‌ترین اجزای هوش سازمانی به شمار می‌رود و قسمتی مهم از هوش سازمانی نیز به فرآیند نوسازی یادگیری در درون سازمان اختصاص دارد. بنابراین مسئله هوش سازمانی می‌تواند در این مهم کمک شایانی به مدیران کرده و آن‌ها را قادر سازد تا با توجه به حافظه سازمانی خود پاسخگوی نیازها و مشکلات و عکس‌العمل به‌موقع به تغییرات محیطی در راستای جذب و حفظ مشتریان باشند (فینک^۳ و همکاران، ۲۰۱۷).

به‌منظور افزایش درآمد، شرکت‌ها باید علاوه بر افزایش فروش خود، مثلاً مشتریان فعلی خود را حفظ کنند. حفظ مشتریان اغلب کاری بسیار پسندیده است. هوش سازمانی کاربرد بسیاری در این بخش نیز دارد. گام بعدی تجزیه و تحلیل رفتار بازار، فروش و مشتریان پرسوده هستند. این دانش به مدیران کمک می‌کند تا چگونه مشتریان خود را مدیریت نمایند (فینک و همکاران، ۲۰۱۷). سرانجام، اینکه علاوه بر مشخصه‌های اطلاعاتی فوق سایر اطلاعات مدیریتی برای تصمیم‌گیری در سازمان‌ها نیز وجود دارد که نیاز به تحلیلی برای تصمیم‌گیری دارد، مثل اطلاعاتی در حوزه ماموریت اصلی سازمان و یا شرکت، اطلاعات منابع انسانی، اطلاعات تولید و ساخت، اطلاعات خدمات ارائه شده و ... تکنولوژی هوش سازمانی راه‌حلی برای بکارگیری این

گوناگون فرهنگی، رفتاری متناسب با هر یک از آنها ابراز گردد. هوش فرهنگی نوع بدیعی از هوش است که ارتباط زیادی با محیط کاری متنوع فرهنگی دارد. پیترسون "هوش فرهنگی" را استعداد به‌کارگیری مهارت‌ها و توانایی‌ها در محیط‌های مختلف می‌داند (توماس، ۲۰۰۶). از سوی دیگر سازمان‌ها با تغییرات سریع و گسترده‌های در محیط سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، تکنولوژیکی و اقتصادی روبه‌رو می‌شوند. هرچه زمان به جلوتر می‌رود، با توجه به پیشرفت علوم و فنون و پیدایش نیازها و چالش‌های نوین، سازمان‌ها پیچیده‌تر و اداره آن‌ها دشوارتر می‌شود. در این دنیای پرقابلیت که سازمان‌ها برای بقا بایستی توان رقابتی خود را تقویت نمایند، مدیران برای پیشبرد اهداف سازمانی بهتر، هوش سازمانی را نیز لازم دارند تا بتوانند با اتکال به آن، عملکرد خود و سازمان را بهبود بخشند. هوش سازمانی یکی از منابع اصلی رقابت‌پذیری سازمان‌هاست (درودی و همکاران، ۱۴۰۱). هوش سازمانی به معنای کسب دانش و اطلاعات جامع از همه عواملی که بر سازمان تاثیر می‌گذارد، است. هوش سازمانی افراد را برای تصمیم‌گیری در همه عوامل موثر بر سازمان و شرکت‌ها توانمند می‌سازد. هوش سازمانی توانایی بالقوه سازمان برای گردآوری اطلاعات مرتبط محیطی و تبدیل این اطلاعات به دانشی سودمند می‌باشد که باعث می‌شود اطلاعات برون‌سازمانی در دسترس سازمان قرار گیرد (کوچارسکا و بدفورد^۱، ۲۰۲۰).

همچنین هوش سازمانی به همه شرکت‌ها کمک می‌کند تا از طریق گزارش‌گیری و تحلیل داده‌ها، سازمانها عملکرد اثربخش و مطمئن را بدون دردسر اضافی و هزینه‌های اجرائی زیاد و سعی و خطا بدست آورند. (ستاری قهفرخی، ۱۳۸۶)، در سازمانی که هوش سازمانی در آن بکار گرفته می‌شود، مدیران می‌توانند اطلاعات هزینه‌ها را از داخل سازمان

³ Fink

¹ Kucharska & Bedford

² Carayannis

قنبری و عبدالملکی (۱۳۹۹) در پژوهشی به بررسی نقش سرمایه اجتماعی بر عملکرد شغلی با میانجیگری کار تیمی پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد سرمایه اجتماعی و کار تیمی، اثر مثبت و معناداری بر عملکرد شغلی دارند. همچنین سرمایه اجتماعی به واسطه کار تیمی اثر مثبت و معناداری بر عملکرد شغلی دارد.

شهابی نژاد (۱۳۹۹) در پژوهشی به بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر تعامل مشتری با برند با توجه به نقش اعتماد و ارزش خرید پرداختند. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که سرمایه ساختاری بر ارزش سودمندگرایانه و لذت جویانه تاثیر معناداری ندارد. سرمایه شناختی بر ارزش سودمندگرایانه تاثیر معنادار و مثبتی داشته و این در حالی است که با ارزش لذت‌جویانه رابطه معناداری ندارد. سرمایه رابطه‌ای بر ارزش سودمندگرایانه و ارزش لذت‌جویانه تاثیر معنادار و مثبتی دارد. رابطه معنادار و مثبتی بین ارزش سودمندگرایانه و ارزش لذت‌جویانه با اعتماد به فروشنده و اعتماد به محصول وجود دارد. اعتماد به فروشنده بر اعتماد به محصول تاثیر معنادار و مثبتی داشته و در نهایت اعتماد به فروشنده و اعتماد به محصول بر تعامل مشتری با برند تاثیر معنادار و مثبتی دارند.

کشاورز (۱۳۹۷) در پژوهشی به تدوین مدل ارتباطی هوش فرهنگی و هوش سازمانی هیئت‌های تکواندو استان تهران پرداخت. نتایج پژوهش نشان داد در هیئت‌های تکواندو استان تهران هوش سازمانی در حد مطلوب و هوش فرهنگی در حد نامطلوب قرار دارد. بین هوش سازمان و هوش فرهنگی ارتباط معناداری وجود دارد و مدل ارتباطی آن‌ها از برازش مطلوب برخوردار است.

سلیمانی و اسلامی (۱۳۹۷) به ارائه الگوی ساختاری سلامت سازمانی بر اساس هوش فرهنگی و هوش سازمانی در مدارس مقطع دوم متوسطه شهر تهران پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان دادند که بین هوش سازمانی و هوش فرهنگی با سلامت

اطلاعات و ایجاد هوشمندی در مدیران می‌باشد، که آگاهانه تصمیم‌گیری نمایند و تصمیم آنان مبنی بر واقعیات و درک آگاهانه آنان از تغییرات فعلی و آتی و استفاده از سوابق در سازمان باشد (همدان و رحمان^۱، ۲۰۲۰).

سرمایه اجتماعی مانند سرمایه‌های دیگر بستر مناسب برای دسترسی به فرصتها و اهداف زندگی را آماده ساخته، یکی از منابع مهم موفقیت سازمانی و اجتماعی محسوب می‌شود. در عصر حاضر مدیران برای توسعه، بیشتر از آنکه به سرمایه‌های فیزیکی و انسانی نیازمند باشند، به سرمایه اجتماعی نیاز دارند. بر اساس تحقیقات بعمل آمده افراد دارای سرمایه اجتماعی بالاتر، توانایی حل مشکل بیشتری دارند. با توجه به اهمیت موضوع برانیم تا در این تحقیق رابطه بین سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی و هوش سازمانی را در اداره کل بیمه خدمات درمانی کرمان بررسی نماییم. سوالات اساسی تحقیق این است که آیا بین سرمایه اجتماعی با هوش فرهنگی کارکنان در اداره کل بیمه خدمات درمانی کرمان رابطه وجود دارد؟ آیا بین سرمایه اجتماعی با هوش سازمانی کارکنان در اداره کل بیمه خدمات درمانی کرمان رابطه وجود دارد؟

۲-پیشینه تحقیق

در مورد موضوع مقاله حاضر تحقیقاتی در داخل و خارج از کشور انجام شده است، که هر یک به تنهایی قسمتی از موضوع را پوشش می‌دهند. در زیر تعدادی از پژوهش‌های صورت گرفته، ارائه گردیده است:

جعفری و حسینی (۱۴۰۱) در پژوهشی به بررسی رابطه هوش فرهنگی و هوش سازمانی با رفتار شهروند سازمانی پرداختند. نتایج تحلیل بیانگر آن است که، از بین مؤلفه‌های بررسی شده، تنها هوش سازمانی، بعد شناختی، سرنوشت مشترک، کاربرد دانش و فشار عملکرد بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیری نداشته اند.

¹ Hamdan & Rahman

ادینگر^۴ (۲۰۱۴) انتقال سرمایه اجتماعی فرد به تیم و رابطه آن با عملکرد نوآورانه را بررسی کرد. نتایج نشان دهنده رابطه مثبت سرمایه اجتماعی فردی و تیمی با عملکرد نوآورانه بود. ودادی و همکاران (۲۰۱۰) در تحقیقی با عنوان «رابطه ی بین هوش فرهنگی و موفقیت مدیران (مورد مطالعه: شرکت ایرانی) انجام داده اند. نتایج تحقیق بیانگر همبستگی بالا بین هوش فرهنگی و ابعاد مختلف آن (فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری) با موفقیت مدیران بود.

۳- روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف کاربردی است، که به شیوه تحقیقات میدانی به جمع آوری داده‌ها می پردازد، از آنجا که در این تحقیق همبستگی بین متغیرهای سرمایه های اجتماعی، هوش فرهنگی، هوش سازمانی است؛ لذا این تحقیق توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق عبارتند از کلیه کارکنان و مدیران اداره کل بیمه خدمات درمانی کرمان که تعداد آنها ۳۰۰ نفر می باشند. از این تعداد با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۱۶۹ نفر بعنوان حجم نمونه انتخاب شدند. سپس با استفاده از پرسشنامه های سرمایه اجتماعی کارکنان، هوش فرهنگی و مولفه های آن و هوش سازمانی اطلاعات لازم جمع آوری گردید.

روایی پرسشنامه سرمایه اجتماعی کارکنان به میزان ۰/۹۷ محاسبه گردیده است و پایایی پرسشنامه سرمایه اجتماعی به میزان ۰/۸۶ مورد تأیید قرار گرفته است. روایی پرسشنامه هوش سازمانی مورد تایید اساتید اهل فن قرار گرفت. پایایی مولفه های هوش سازمانی نیز براساس ضریب آلفای کرونباخ برای چشم انداز استراتژیک ۰/۷۹، سرنوشت مشترک ۰/۹۴، ۰، میل به تغییر ۰/۷۷۶، روحیه ۰/۹۱۳، اتحاد و توافق ۰/۸۱، کاربرد دانش ۰/۷۶۹ و فشار عملکرد ۰/۸۴۵ بدست آمد. برای پرسشنامه هوش فرهنگی ضرایب آلفای کرونباخ برای

سازمانی رابطه وجود دارد، همچنین شاخص های نیکویی برازش ارائه شده نشان از مطلوب بودن مدل بود. نتایج یافته ها همچنین نشان داد که ابعاد هوش فرهنگی و هوش سازمانی بر سلامت سازمانی تأثیر دارد و بیشترین اثر مستقیم را می توان تحت عنوان اثر مستقیم بینش استراتژیک از ابعاد هوش سازمانی و رفتار از ابعاد هوش فرهنگی بر سلامت سازمانی دانست. در نتیجه می توان گفت هوش فرهنگی و هوش سازمانی نقش مهمی در سلامت سازمانی مدیران مدارس مقطع دوم متوسطه شهر تهران دارد و مسئولان باید در ارتقاء این مؤلفه ها تلاش لازم را به کار گیرند.

کریمی، دستجردی و رجایی پور (۱۳۹۲) در پژوهشی به بررسی الگوی ساختاری روابط بین سرمایه اجتماعی و قابلیت یادگیری سازمانی با نوآوری کارکنان پرداختند. نتایج مدل سازی معادله ساختاری نشان داد که سرمایه اجتماعی بر قابلیت یادگیری سازمانی اثر مستقیم و بر نوآوری غیرمستقیم داشته است.

ریچارد-ایگلین^۱ و همکاران (۲۰۲۱) اهمیت هوش فرهنگی را در رهبری بهتر پرستاران میدانند و آن را سبب ایجاد رغبت و انگیزه در بین تمامی پرستاران می دانند.

رونتو^۲ و همکاران (۲۰۱۹) اثرات فرهنگ سازمانی را بر هماهنگی محوری در بیمارستان بررسی کردند. این مطالعه که به صورت مرور سیستماتیک انجام شد، نتایج اصلی آن نشان داد که فرهنگ سازمانی نقش اساسی در هماهنگی ارتباطات در درون تیم های کاری، مدیریت تضاد و سطح اختیار و اقتدار در سازمان دارد.

یافته های مارک^۳ (۲۰۱۵) در پژوهشی نشان داد هوش فرهنگی در جهانی شدن (متناسب با مولفه چشم انداز استراتژیک هوش سازمانی) و خلاقیت (متناسب با مولفه گسترش دانش هوش سازمانی) ارتباط معناداری وجود دارد.

³ Marc
⁴ Edinger

¹ Richard-Eaglin
² Runtu

با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف نرمال بودن نحوه توزیع و پراکندگی داده‌ها مشخص شد. نتیجه سطح معناداری این آزمون برای تمامی داده‌ها، بالای ۵ درصد می‌باشد، که بیانگر نرمال بودن این داده‌ها است.

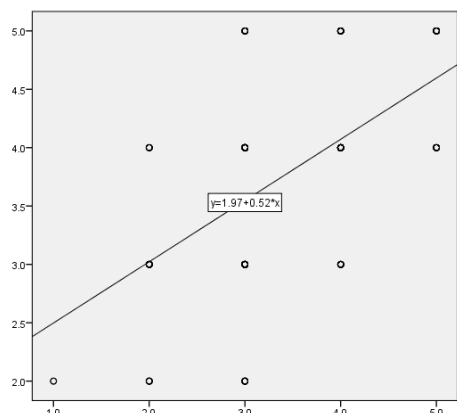
عامل فراشناخت (۰/۷۶)، شناختی (۰/۸۴)، انگیزشی (۰/۷۶) و عامل رفتاری (۰/۸۳) مشاهده شد. روایی محتوایی و پایایی پرسشنامه مذکور از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۵ به دست آمد.

۴- تجزیه و تحلیل داده‌ها

۴-۱- همبستگی بین روابط متقابل و هوش فرهنگی

جدول (۴-۱): جدول همبستگی پیرسون بین روابط متقابل و هوش فرهنگی

آماره همبستگی	حجم نمونه	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	وجود رابطه	نوع رابطه
پیرسون	۱۶۹	۰,۲۳۵	۰/۰۰۰	دارد	مستقیم



نمودار (۴-۱): پراکندگی بین روابط متقابل و هوش فرهنگی

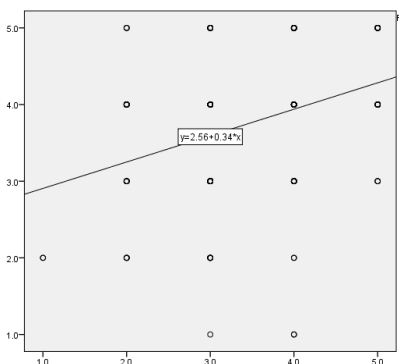
می‌شود که با افزایش روابط متقابل، هوش فرهنگی نیز افزایش می‌یابد. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می‌کند.

ضریب همبستگی پیرسون بین روابط متقابل و هوش فرهنگی برابر ۲۳ درصد است که در سطح ۰/۰۵ معنادار است ($P < 0/05$). بنابراین فرضیه اول فرعی اول تحقیق تایید

۴-۲- همبستگی بین اعتماد و هوش فرهنگی

جدول (۴-۲): جدول همبستگی پیرسون بین اعتماد و هوش فرهنگی

آماره همبستگی	حجم نمونه	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	وجود رابطه	نوع رابطه
پیرسون	۱۶۹	۰,۵۵۳	۰/۰۰۲	دارد	مستقیم



نمودار (۲-۴): پراکنندگی بین اعتماد و هوش فرهنگی

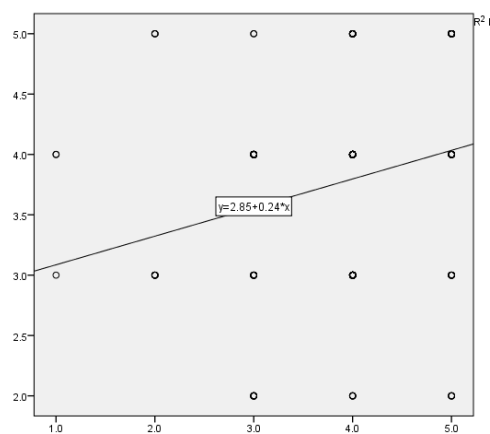
به طوری که با افزایش اعتماد، هوش فرهنگی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین اعتماد و هوش فرهنگی تایید می شود.

ضریب همبستگی پیرسون بین اعتماد و هوش فرهنگی برابر ۵۵ درصد است که در سطح ۰/۰۱ معنادار است ($P < 0/01$). بنابراین افزایش اعتماد با افزایش هوش فرهنگی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند

۳-۴- همبستگی بین مشارکت و هوش فرهنگی

جدول ۳-۴ جدول همبستگی پیرسون بین مشارکت و هوش فرهنگی

نوع رابطه	وجود رابطه	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	حجم نمونه	آماره همبستگی
مستقیم	دارد	۰,۰۰۰	۰,۳۴	۱۶۹	پیرسون



نمودار (۳-۴): پراکنندگی بین مشارکت و هوش فرهنگی

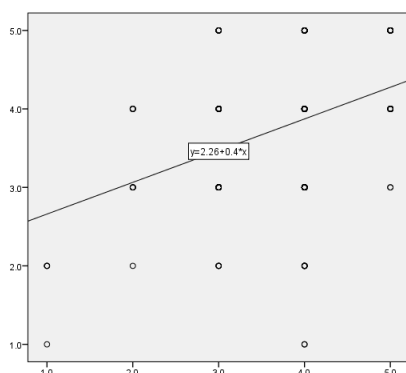
می کند به طوری که با افزایش مشارکت، هوش فرهنگی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین مشارکت با هوش فرهنگی تایید می شود.

آماره همبستگی پیرسون بین مشارکت و هوش فرهنگی برابر ۰,۳۴ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش مشارکت با افزایش هوش فرهنگی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید

۴-۴- همبستگی بین اطلاعات و هوش فرهنگی

جدول (۴-۴): جدول همبستگی پیرسون بین اطلاعات و هوش فرهنگی

آماره همبستگی	حجم نمونه	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	وجود رابطه	نوع رابطه
پیرسون	۱۶۹	۰,۳۸	۰,۰۰۰	دارد	مستقیم



نمودار (۴-۴): پراکنش بین اطلاعات و هوش فرهنگی

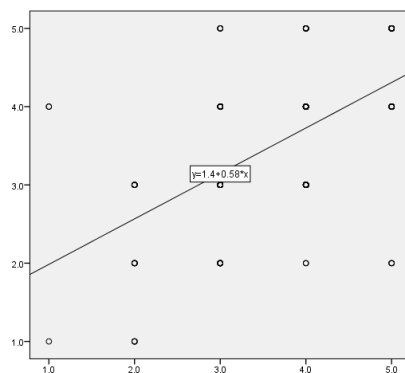
طوری که با افزایش اطلاعات، هوش فرهنگی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین اطلاعات با هوش فرهنگی تایید می شود.

همبستگی پیرسون بین اطلاعات و هوش فرهنگی برابر ۰,۳۸ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش اطلاعات با افزایش هوش فرهنگی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به

۴-۵- همبستگی بین کمک (مساعدت) و هوش فرهنگی

جدول (۴-۵): جدول همبستگی پیرسون بین کمک (مساعدت) و هوش فرهنگی

آماره همبستگی	حجم نمونه	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	وجود رابطه	نوع رابطه
پیرسون	۱۶۹	۰,۵۴۳	۰,۰۰۰	دارد	مستقیم



نمودار (۴-۵): پراکنندگی بین کمک و هوش فرهنگی

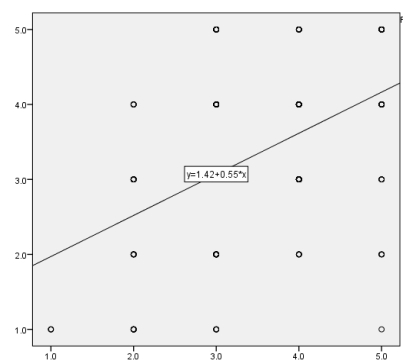
طوری که با افزایش کمک، هوش فرهنگی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین کمک با هوش فرهنگی تایید می شود.

همبستگی پیرسون بین کمک و هوش فرهنگی برابر ۰,۵۴۳ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش کمک با افزایش هوش فرهنگی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به

۶-۴- همبستگی بین احساس مسئولیت و هوش فرهنگی

جدول (۴-۶): جدول همبستگی پیرسون بین احساس مسئولیت و هوش فرهنگی

نوع رابطه	وجود رابطه	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	حجم نمونه	آماره همبستگی
مستقیم	دارد	۰,۰۰۰	۰,۴۶۲	۱۶۹	پیرسون



نمودار (۴-۶): پراکنندگی بین احساس مسئولیت و هوش فرهنگی

بنابراین افزایش احساس مسئولیت با افزایش هوش فرهنگی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را

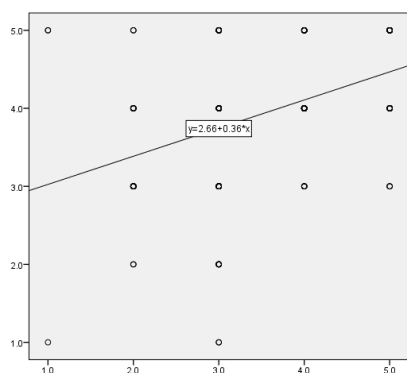
همبستگی پیرسون بین احساس مسئولیت و هوش فرهنگی برابر ۰,۴۶۲ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$).

تایید می کند به طوری که با افزایش احساس مسئولیت، هوش فرهنگی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین احساس مسئولیت با هوش فرهنگی تایید می شود.

۷-۴- همبستگی بین همکاری گروهی و هوش فرهنگی

جدول (۷-۴): جدول همبستگی پیرسون بین همکاری گروهی و هوش فرهنگی

آماره همبستگی	حجم نمونه	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	وجود رابطه	نوع رابطه
پیرسون	۱۶۹	۰,۴۱۳	۰,۰۰۰	دارد	مستقیم



نمودار (۷-۴): پراکنندگی بین همکاری گروهی و هوش فرهنگی

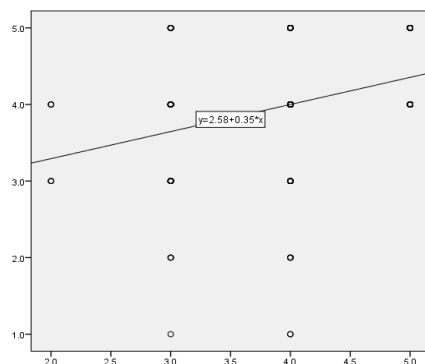
تایید می کند به طوری که با افزایش همکاری گروهی، هوش فرهنگی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین همکاری گروهی با هوش فرهنگی تایید می شود.

همبستگی پیرسون بین همکاری گروهی و هوش فرهنگی برابر ۰,۵۴۳ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش همکاری گروهی با افزایش هوش فرهنگی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را

۸-۴- همبستگی بین اعتقادات دینی و هوش فرهنگی

جدول (۸-۴): جدول همبستگی پیرسون بین اعتقادات دینی و هوش فرهنگی

آماره همبستگی	حجم نمونه	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	وجود رابطه	نوع رابطه
پیرسون	۱۶۹	۰,۳۲۲	۰,۰۰۰	دارد	مستقیم



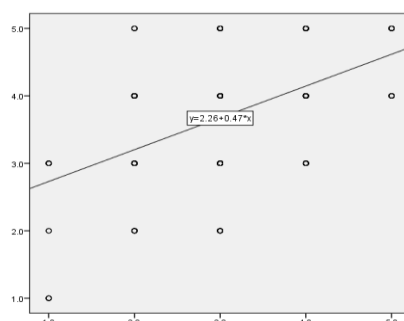
نمودار (۴-۸): پراکندگی بین اعتقادات دینی و هوش فرهنگی

می کند به طوری که با افزایش اعتقادات دینی، هوش فرهنگی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین اعتقادات دینی با هوش فرهنگی تایید می شود.

همبستگی پیرسون بین اعتقادات دینی و هوش فرهنگی برابر ۰,۳۲۲ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش اعتقادات دینی با افزایش هوش فرهنگی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند. **۴-۹- همبستگی بین سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی**

جدول (۴-۹): جدول همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی

نوع رابطه	وجود رابطه	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	حجم نمونه	آماره همبستگی
مستقیم	دارد	۰,۰۰۰	۰,۴۹۴	۱۶۹	پیرسون



نمودار (۴-۹): پراکندگی بین سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی

همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش سرمایه اجتماعی، هوش فرهنگی نیز افزایش می یابد.

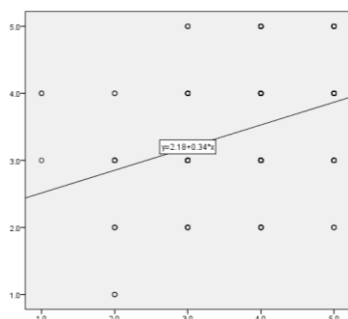
همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی برابر ۰,۲۳۸ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش سرمایه اجتماعی با افزایش هوش فرهنگی همراه خواهد بود.

فرهنگی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین سرمایه اجتماعی با هوش فرهنگی تایید می شود.

۴-۱۰- همبستگی بین روابط متقابل و هوش سازمانی

جدول (۴-۱۰): جدول همبستگی پیرسون بین روابط متقابل و هوش سازمانی

نوع رابطه	وجود رابطه	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	حجم نمونه	آماره همبستگی
مستقیم	دارد	۰,۰۰۰	۰,۳۰۶	۱۶۹	پیرسون



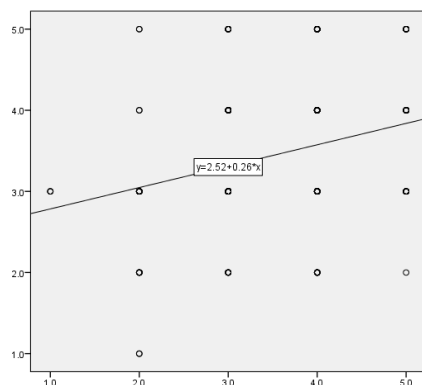
نمودار (۴-۱۰): پراکنندگی بین روابط متقابل و هوش سازمانی

ضریب همبستگی پیرسون بین روابط متقابل و هوش سازمانی برابر ۳۰ درصد است که در سطح ۰/۰۵ معنادار است ($P < 0/05$). بنابراین فرضیه دوم فرعی اول تحقیق تایید می شود که با افزایش روابط متقابل، هوش سازمانی نیز افزایش می یابد. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند.

۴-۱۱- همبستگی بین اعتماد و هوش سازمانی

جدول (۴-۱۱): جدول همبستگی پیرسون بین اعتماد و هوش سازمانی

نوع رابطه	وجود رابطه	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	حجم نمونه	آماره همبستگی
مستقیم	دارد	۰,۰۰۰	۰,۲۸۵	۱۶۹	پیرسون



نمودار(۱۱-۴): پراکندگی بین اعتماد و هوش سازمانی

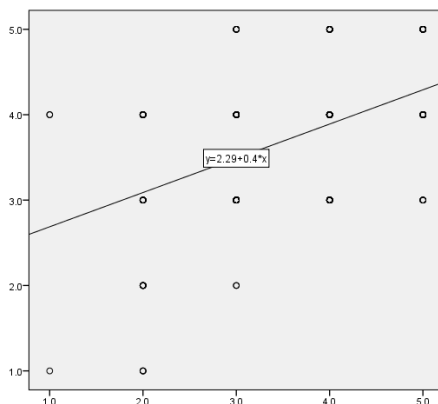
به طوری که با افزایش اعتماد، هوش سازمانی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین اعتماد و هوش سازمانی تایید می شود.

ضریب همبستگی پیرسون بین اعتماد و هوش سازمانی برابر ۲۸ درصد است که در سطح ۰/۰۱ معنادار است ($P < 0/01$). بنابراین افزایش اعتماد با افزایش هوش سازمانی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند

۴-۱۲- همبستگی بین مشارکت و هوش سازمانی

جدول (۱۲-۴): جدول همبستگی پیرسون بین مشارکت و هوش سازمانی

نوع رابطه	وجود رابطه	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	حجم نمونه	آماره همبستگی
مستقیم	دارد	۰,۰۰۰	۰,۴۶۵	۱۶۹	پیرسون



نمودار(۱۲-۴): پراکندگی بین مشارکت و هوش سازمانی

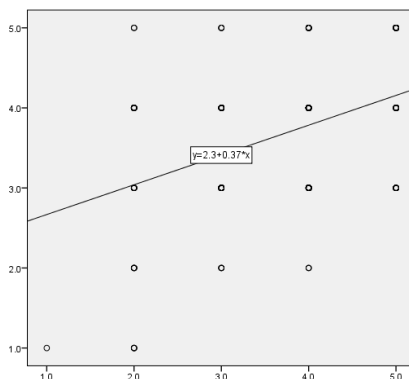
طوری که با افزایش مشارکت، هوش سازمانی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین مشارکت با هوش سازمانی تایید می شود.

همبستگی پیرسون بین مشارکت و هوش فرهنگی برابر ۰,۴۶ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش مشارکت با افزایش هوش سازمانی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به

۱۳-۴- همبستگی بین اطلاعات و هوش سازمانی

جدول (۱۳-۴): جدول همبستگی پیرسون بین اطلاعات و هوش سازمانی

نوع رابطه	وجود رابطه	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	حجم نمونه	آماره همبستگی
مستقیم	دارد	۰,۰۰۰	۰,۴۰۵	۱۶۹	پیرسون



نمودار (۱۳-۴): پراکندگی بین اطلاعات و هوش سازمانی

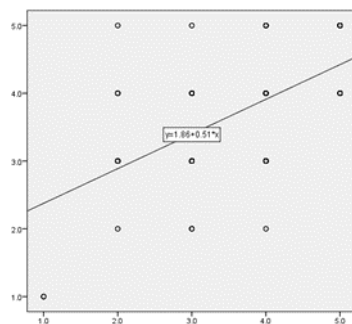
طوری که با افزایش اطلاعات، هوش سازمانی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین اطلاعات با هوش سازمانی تایید می شود.

همبستگی پیرسون بین اطلاعات و هوش سازمانی برابر ۰,۴۰ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش اطلاعات با افزایش هوش سازمانی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به

۱۴-۴- همبستگی بین کمک (مساعدت) و هوش سازمانی

جدول (۱۴-۴): جدول همبستگی پیرسون بین کمک (مساعدت) و هوش سازمانی

نوع رابطه	وجود رابطه	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	حجم نمونه	آماره همبستگی
مستقیم	دارد	۰,۰۰۰	۰,۵۷۲	۱۶۹	پیرسون



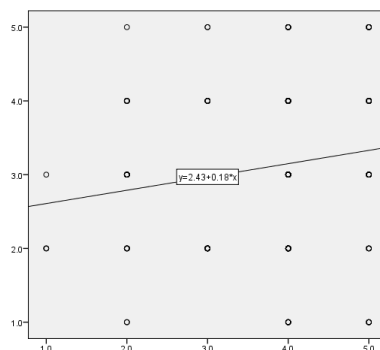
نمودار (۴-۱۴): پراکندگی بین کمک و هوش سازمانی

همبستگی پیرسون بین کمک و هوش سازمانی برابر ۰,۵۷۲ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش کمک با افزایش هوش سازمانی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش کمک، هوش سازمانی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین کمک با هوش سازمانی تایید می شود.

۱۵-۴- همبستگی بین احساس مسئولیت و هوش سازمانی

جدول (۴-۱۵): جدول همبستگی پیرسون بین احساس مسئولیت و هوش سازمانی

آماره همبستگی	حجم نمونه	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	وجود رابطه	نوع رابطه
پیرسون	۱۶۹	۰,۱۷۸	۰,۰۰۰	دارد	مستقیم



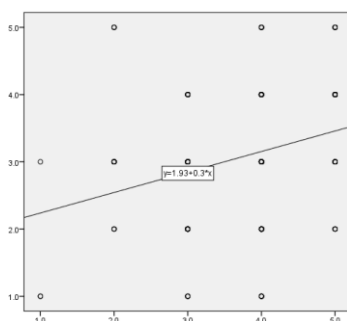
نمودار (۴-۱۵): پراکندگی بین احساس مسئولیت و هوش سازمانی

همبستگی پیرسون بین احساس مسئولیت و هوش سازمانی برابر ۰,۱۷۸ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش احساس مسئولیت با افزایش هوش سازمانی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش احساس مسئولیت، هوش سازمانی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین احساس مسئولیت با هوش سازمانی تایید می شود.

۱۶-۴- همبستگی بین همکاری گروهی و هوش سازمانی

جدول (۴-۱۶): جدول همبستگی پیرسون بین همکاری گروهی و هوش سازمانی

آماره همبستگی	حجم نمونه	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	وجود رابطه	نوع رابطه
پیرسون	۱۶۹	۰,۲۸۲	۰,۰۰۰	دارد	مستقیم



نمودار (۴-۱۶): پراکنندگی بین همکاری گروهی و هوش سازمانی

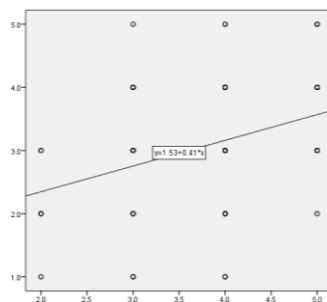
تایید می کند به طوری که با افزایش همکاری گروهی، هوش سازمانی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین همکاری گروهی با هوش سازمانی تایید می شود.

همبستگی پیرسون بین همکاری گروهی و هوش سازمانی برابر ۰,۲۸ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش همکاری گروهی با افزایش هوش سازمانی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را

۴-۱۷- همبستگی بین اعتقادات دینی و هوش سازمانی

جدول (۴-۱۷): جدول همبستگی پیرسون بین اعتقادات دینی و هوش سازمانی

آماره همبستگی	حجم نمونه	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	وجود رابطه	نوع رابطه
پیرسون	۱۶۹	۰,۳۵۹	۰,۰۰۰	دارد	مستقیم

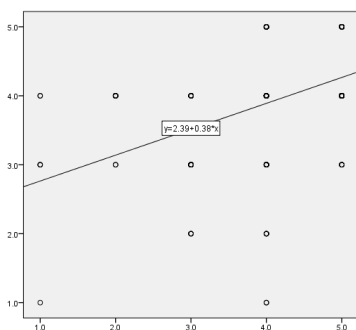


نمودار (۱۷-۴): پراکندگی بین اعتقادات دینی و هوش سازمانی

بنابراین افزایش اعتقادات دینی با افزایش هوش سازمانی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش اعتقادات دینی، هوش سازمانی ۴-۱۸- همبستگی بین سرمایه اجتماعی و هوش سازمانی

جدول (۱۸-۴): جدول همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی و هوش سازمانی

آماره همبستگی	حجم نمونه	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	وجود رابطه	نوع رابطه
پیرسون	۱۶۹	۰,۴۴۲	۰,۰۰۰	دارد	مستقیم



نمودار (۱۸-۴): پراکندگی بین سرمایه اجتماعی و هوش سازمانی

همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی و هوش سازمانی برابر ۰,۴۴ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش سرمایه اجتماعی با افزایش هوش سازمانی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش سرمایه اجتماعی، هوش سازمانی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین سرمایه اجتماعی با هوش سازمانی تایید می شود.

بحث و بررسی

اجتماعی و هوش فرهنگی (و مولفه هایش) رابطه مثبت وجود دارد.

آزمون فرضیه ها

- همبستگی بین سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی

همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی برابر ۰,۲۳۸ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش سرمایه اجتماعی با افزایش هوش فرهنگی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش سرمایه اجتماعی، هوش فرهنگی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین سرمایه اجتماعی با هوش فرهنگی تایید می شود. با نتایج تحقیقات لطفعلی خانی و غفاری (۱۳۹۲) هم خوانی دارد. آنها نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که بین سرمایه

- همبستگی بین روابط متقابل و هوش فرهنگی

ضریب همبستگی پیرسون بین روابط متقابل و هوش فرهنگی برابر ۲۳ درصد است که در سطح ۰/۰۵ معنادار است ($P < 0/05$). بنابراین فرضیه اول فرعی اول تحقیق تایید می شود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش روابط متقابل، هوش فرهنگی نیز افزایش می یابد.

- همبستگی بین اعتماد و هوش فرهنگی

ضریب همبستگی پیرسون بین اعتماد و هوش فرهنگی برابر ۵۵ درصد است که در سطح ۰/۰۱ معنادار است ($P < 0/01$). بنابراین افزایش اعتماد با افزایش هوش فرهنگی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش اعتماد، هوش فرهنگی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین اعتماد و هوش فرهنگی تایید می شود.

یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین مشارکت با هوش فرهنگی تایید می شود.

- همبستگی بین اطلاعات و هوش فرهنگی

همبستگی پیرسون بین اطلاعات و هوش فرهنگی برابر ۰,۳۸ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش اطلاعات با افزایش هوش فرهنگی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش اطلاعات، هوش فرهنگی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین اطلاعات با هوش فرهنگی تایید می شود.

- همبستگی بین مشارکت و هوش فرهنگی

همبستگی پیرسون بین مشارکت و هوش فرهنگی برابر ۰,۳۴ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش مشارکت با افزایش هوش فرهنگی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش مشارکت، هوش فرهنگی نیز افزایش می

- همبستگی بین کمک (مساعدت) و هوش فرهنگی

همبستگی پیرسون بین کمک و هوش فرهنگی برابر ۰,۵۴۳ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین



خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش اعتقادات دینی، هوش فرهنگی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین اعتقادات دینی با هوش فرهنگی تایید می شود.

• همبستگی بین سرمایه اجتماعی و هوش سازمانی

همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی و هوش سازمانی برابر ۰,۴۴ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش سرمایه اجتماعی با افزایش هوش سازمانی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش سرمایه اجتماعی، هوش سازمانی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین سرمایه اجتماعی با هوش سازمانی تایید می شود.

• همبستگی بین روابط متقابل و هوش سازمانی

ضریب همبستگی پیرسون بین روابط متقابل و هوش سازمانی برابر ۳۰ درصد است که در سطح ۰/۰۵ معنادار است ($P < 0/05$). بنابراین فرضیه دوم فرعی اول تحقیق تایید می شود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش روابط متقابل، هوش سازمانی نیز افزایش می یابد.

• همبستگی بین اعتماد و هوش سازمانی

ضریب همبستگی پیرسون بین اعتماد و هوش سازمانی برابر ۲۸ درصد است که در سطح ۰/۰۱ معنادار است ($P < 0/01$). بنابراین افزایش اعتماد با افزایش هوش سازمانی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش اعتماد، هوش سازمانی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین اعتماد و هوش سازمانی تایید می شود.

افزایش کمک با افزایش هوش فرهنگی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش کمک، هوش فرهنگی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین کمک با هوش فرهنگی تایید می شود.

• همبستگی بین احساس مسئولیت و هوش فرهنگی

همبستگی پیرسون بین احساس مسئولیت و هوش فرهنگی برابر ۰,۴۶۲ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش احساس مسئولیت با افزایش هوش فرهنگی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش احساس مسئولیت، هوش فرهنگی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین احساس مسئولیت با هوش فرهنگی تایید می شود.

• همبستگی بین همکاری گروهی و هوش فرهنگی

همبستگی پیرسون بین همکاری گروهی و هوش فرهنگی برابر ۰,۵۴۳ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش همکاری گروهی با افزایش هوش فرهنگی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش همکاری گروهی، هوش فرهنگی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین همکاری گروهی با هوش فرهنگی تایید می شود.

• همبستگی بین اعتقادات دینی و هوش فرهنگی

همبستگی پیرسون بین اعتقادات دینی و هوش فرهنگی برابر ۰,۳۲۲ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش اعتقادات دینی با افزایش هوش فرهنگی همراه

همبستگی پیرسون بین احساس مسئولیت و هوش سازمانی برابر ۰,۱۷۸ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش احساس مسئولیت با افزایش هوش سازمانی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش احساس مسئولیت، هوش سازمانی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین احساس مسئولیت با هوش سازمانی تایید می شود.

• همبستگی بین همکاری گروهی و هوش سازمانی

همبستگی پیرسون بین همکاری گروهی و هوش سازمانی برابر ۰,۲۸ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش همکاری گروهی با افزایش هوش سازمانی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش همکاری گروهی، هوش سازمانی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین همکاری گروهی با هوش سازمانی تایید می شود.

• همبستگی بین اعتقادات دینی و هوش سازمانی

همبستگی پیرسون بین اعتقادات دینی و هوش سازمانی برابر ۰,۳۵۹ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش اعتقادات دینی با افزایش هوش سازمانی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش اعتقادات دینی، هوش سازمانی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین اعتقادات دینی با هوش سازمانی تایید می شود.

• همبستگی بین مشارکت و هوش سازمانی

همبستگی پیرسون بین مشارکت و هوش فرهنگی برابر ۰,۴۶ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش مشارکت با افزایش هوش سازمانی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش مشارکت، هوش سازمانی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین مشارکت با هوش سازمانی تایید می شود.

• همبستگی بین اطلاعات و هوش سازمانی

همبستگی پیرسون بین اطلاعات و هوش سازمانی برابر ۰,۴۰ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش اطلاعات با افزایش هوش سازمانی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش اطلاعات، هوش سازمانی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین اطلاعات با هوش سازمانی تایید می شود.

• همبستگی بین کمک (مساعدت) و هوش سازمانی

همبستگی پیرسون بین کمک و هوش سازمانی برابر ۰,۵۷۲ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین افزایش کمک با افزایش هوش سازمانی همراه خواهد بود. نمودار پراکنش نیز به خوبی این مطلب را تایید می کند به طوری که با افزایش کمک، هوش سازمانی نیز افزایش می یابد. با توجه به نتایج تحقیق رابطه بین کمک با هوش سازمانی تایید می شود.

• همبستگی بین احساس مسئولیت و هوش سازمانی



نتیجه گیری

هر چه ذخیره سرمایه اجتماعی در سازمان بالا باشد، نیاز به تدوین قوانین و مقررات، ایجاد نهادهای اجرایی و نظارتی کاهش می یابد. از طریق شاخص ها و عوامل زیر می توانند درجه و میزان سرمایه اجتماعی در سازمان را تشخیص دهند بدین معنا که هر چه این عوامل در سازمان بالا باشد، سرمایه اجتماعی کمتر خواهد بود. مزیت اصلی و عمده سرمایه اجتماعی در اختیار گذاشتن اطلاعات زیادی با هزینه پایین و زمان اندک برای بازیگرانی است که نقش اصلی را در سرمایه اجتماعی ایفا می کنند. سرمایه اجتماعی علاوه بر در اختیار قرار دادن سرمایه زمینه های تحلیل و ارزیابی آن را نیز فراهم می نماید. بعنوان مثال، کلمن نشان داد که پیوندهای موجود در شبکه، محور تئوری سرمایه اجتماعی، امکان ارزیابی اطلاعات مربوط به فرصتهای شغلی را به اعضای می دهد و آنها را در انتخاب شغل مورد نظر کمک می کند. هوش فرهنگی را نیز می توان هم چون سایر جنبه های شخصیت پرورش داد. در این زمینه باید به دو نکته تاکید کرد: نخست این که چنین کاری تنها از عهده افراد واجد صلاحیت؛ همچون روانشناسان حرفه ای برمی آید. دوم این که، بهبود هوش فرهنگی باید در راستای برنامه جامع پرورش راهبردی منابع انسانی سازمان و در کنار سایر جنبه های این برنامه صورت گیرد. یکی از ویژگیهای سازمانهای جدید انباشتگی بیش از حد دانش است، به طوری که افزایش حجم اطلاعات در سازمانها و لزوم استفاده از آن در تصمیمهای سازمانی در دو دهه اخیر باعث ظهور پدیدههای به نام مدیریت هوش سازمانی شده است. این امر ضرورت برنامه ریزی، سازماندهی، رهبری و پایش دانش سازمانی و همچنین، مدیریت فرایند دسترسی به دانش درست را، به گونه ای که کارایی و اثربخشی داشته باشد، نشان میدهد. از سوی دیگر، در عصر کنونی سازمانها دریافته اند که عمر آنها تداوم نخواهد داشت، مگر اینکه راهبردی برای مدیریت و

ارزشگذاری هوش سازمانی خود داشته باشند و علاوه بر آن، بتوانند نقاط قوت و ضعف هوش سازمانی خود را از طریق روشهای تصمیمگیری و برنامه ریزی تعیین کنند و بدین ترتیب، از هرگونه تمرکز بيمورد بر نقاطی از سازمان، که نمیتواند تأثیری در بهبود آینده سازمان داشته باشد، اجتناب کنند.

منابع

- باشکوه، محمد، و بیگی فیروزی، اله یار. (۱۴۰۰). تاثیر هوش فرهنگی کارکنان بر فرهنگ سازمانی بیمارستان. اخلاق پزشکی، ۱۵(۴۶).
- جعفری، جعفر، حسینی، سیده زینب. (۱۴۰۱). بررسی رابطه هوش فرهنگی و هوش سازمانی با رفتار شهروند سازمانی، آموزش علوم دریایی، ۹(۳)، ۶۶-۸۰.
- درودی، فریبرز، سلیمانی نژاد، عادل، خواجه، طیه. (۱۴۰۱). بررسی رابطه هوش سازمانی و توانمندی مدیران و کارکنان کتابخانه های دانشگاهی، کتابداری و اطلاع رسانی.
- سلیمانی، توران، اسلامی، فرشته. (۱۳۹۷). ارائه الگوی ساختاری سلامت سازمانی بر اساس هوش فرهنگی و هوش سازمانی در مدارس مقطع دوم متوسطه شهر تهران، روان سنجی، ۷(۲۷)، ۱۱۹-۱۳۱.
- شهابی نژاد، شقایق. (۱۳۹۹). تاثیر سرمایه اجتماعی بر تعامل مشتری با برند با توجه به نقش اعتماد و ارزش خرید (مورد مطالعه: شرکت دیجی کالا). پایان نامه کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی امام جواد. دانشکده علوم انسانی.
- کشاورز، لقمان. (۱۳۹۷). تدوین مدل ارتباطی هوش فرهنگی و هوش سازمانی هیئت های تکواندو استان تهران، پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، ۱۴(۲۸)، ۱۱۱-۱۲۴.

- development of multiunit organizations. *Asia Pacific Management Review*, 23(1), 20-29
- Marc, R. (2015). Cultural intelligence and internationalization: An approach to cultural and creative organizations, *Taifter journal*, 81, 1-8.
 - Ott, D. L., & Michailova, S. (2018). Cultural intelligence: A review and new research avenues. *International Journal of Management Reviews*, 20(1), 99-119.
 - Richard-Eaglin, A. (2021). The significance of cultural intelligence in nurse leadership. *Nurse leader*, 19(1), 90-94.
 - Runtu, T. M., Novieastari, E., & Handayani, H. (2019). How does organizational culture influence care coordination in hospitals? A systematic review. *Enfermería Clínica*, 29, 785-802.
 - Santos, A. S. Reis Neto, M. T. and Verwaal, E. (2018) Does cultural capital matter for individual job performance? a large-scale survey of the impact of cultural, social and psychological capital on individual performance in brazil. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 67(4), 1352- 1370.
 - قنبری، سیروس، عبدالملکی، جمال. (۱۳۹۹). نقش سرمایه اجتماعی بر عملکرد شغلی با میانجیگری کار تیمی (مطالعه موردی کارکنان دانشگاه بوعلی سینا). پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران. ۹(۲۸)، ۱-۲۲.
 - نامجو، فرهاد، جعفری، محمدباقر. (۱۴۰۰). بررسی رابطه عوامل موثر سازمانی (مدیریت سرمایه های فکری، هوش سازمانی، هوش هیجانی) با چابکی سازمانی مدیران، مدیریت نوآوری و رفتار سازمانی، ۱(۱)، ۶۱-۴۹.
 - Carayannis, E. G., Grigoroudis, E., Del Giudice, M., Della Peruta, M. R., & Sindakis, S. (2017). An exploration of contemporary organizational artifacts and routines in a sustainable excellence context. *Journal of Knowledge Management*, 21(1), 35-56.
 - Fink, L., Yogev, N., & Even, A. (2017). Business intelligence and organizational learning: An empirical investigation of value creation processes. *Information & Management*, 54(1), 38-56.
 - Hamdan, H., & Rahman, A. A. A. (2020). Effect of business intelligence system on organizational agility: evidence from Syria. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 56(4), 2021.
 - Kucharska, W., & Bedford, D. A. (2020). Love your mistakes!—they help you adapt to change. How do knowledge, collaboration and learning cultures foster organizational intelligence?. *Journal of Organizational Change Management*, 33(7), 1329-1354.
 - Lee, P. Y. Li, C. S. J. and Wu, M. L. (2019) The roles of cross-cultural adjustment and social capital formation in the dynamic capabilities

Investigating the relationship between social capital and cultural intelligence and organizational intelligence of employees in the General Directorate of Medical Services Insurance in Kerman

Mehdi Anjom Shoa

Master's degree in Public Administration, Transformation, Azad University of Kerman

Abstract

New theories about human intelligence have mentioned different types of intelligence, although some types have a weak or moderate correlation with each other, but some types should also be considered uncorrelated or independent from each other. In this, we can mention different types of intelligence including social intelligence, cultural intelligence, emotional or emotional intelligence, physical intelligence, musical intelligence and linguistic intelligence. The purpose of this article is to investigate the relationship between social capital and cultural intelligence and organizational intelligence of employees in the General Directorate of Kerman Medical Services Insurance. The statistical population of this research is all the employees and managers of the General Department of Kerman Medical Services Insurance, whose number is 300. In order to measure these variables, questionnaires of social capital, cultural intelligence and organizational intelligence of employees were used. The results of this research have shown that there is a relationship between social capital and all its dimensions with the cultural intelligence of employees, and there is also a relationship between social capital and all its dimensions with the organizational intelligence of employees.

Key words: social capital, cultural intelligence, organizational intelligence, General Directorate of Medical Services Insurance, Kerman