

## تاثیر سرمایه اجتماعی و توسعه ارتباطات بر ایجاد همدلی سازمانی کارکنان فوریت های پزشکی استان اردبیل

سید مهدی موسوی تولون<sup>۱</sup>

تاریخ پذیرش: ۲۰ خرداد ۱۴۰۲

تاریخ دریافت: ۲۰ اردیبهشت ۱۴۰۲

### چکیده

این تحقیق با هدف بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر ارتباطات سازمانی و همدلی سازمانی کارکنان فوریت های پزشکی استان اردبیل با تعداد جامعه آماری ۳۵۰ نفر که تعداد نمونه آماری با استفاده از روش کوکران ۱۸۳ نفر به دست آمد با روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای اجرا گردید. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه های سرمایه اجتماعی، ارتباطات سازمانی و همدلی سازمانی بودند که روایی آنها با استفاده از روش روایی محتوایی به تایید رسید و پایایی هر کدام از پرسشنامه ها با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ مورد تایید واقع گردید. پس از اجرای پرسشنامه ها در بین کارکنان این پرسشنامه ها بر اساس طیف لیکرت کدبندی گردید. قبل از آزمون فرضیات برای اطمینان از نرمال بودن داده ها و همچنین انتخاب آزمون مورد نظر برای آزمون فرضیات تحقیق از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده گردید. که نتایج نشان دهنده نرمال بودن داده های تحقیق بود. نتایج نشان داد که در فرضیه اول تحقیق سرمایه اجتماعی تاثیر معنی داری بر همدلی سازمانی دارد. همچنین در فرضیه دوم نیز مشاهده گردید که تمامی ابعاد ارتباطات سازمانی تاثیر معنی داری در همدلی سازمانی دارد. آزمون فرضیه سوم نیز رابطه معنی داری بین سرمایه اجتماعی و ارتباطات سازمانی نشان داد.

**واژه های کلیدی:** سرمایه اجتماعی، ارتباطات سازمانی، همدلی سازمانی، فوریت های پزشکی استان اردبیل

<sup>۱</sup> گروه مدیریت، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

## ۱- مقدمه

همدلی در واقع ظرفیت درونی افراد است که باعث انسجام گروهی و تنظیم روابط می شود که وجود این مهارت در زندگی اجتماعی افراد نقش مهمی دارد. در حقیقت مهارت همدلی عامل برانگیزاننده رفتارهای اجتماعی و رفتار هایی در جهت انسجام گروهی به حساب می آید (توماس، ۲۰۰۲).

از طرفی همدلی در عملکردهای بین شخصی نیز عامل موفقیت به حساب می آید. امروزه رهبران با روش های مناسب می توانند در باور ها و ارزش های کارکنان خود نفوذ کنند (مقیمی و همکاران، ۱۳۸۶). و باعث پویایی و اثر بخشی سازمان و موفقیت روز افزون سازمان گردند؛ چرا که در طراحی سازمان ها همواره کم و کاستی ها و ضعف هایی وجود دارد که رهبری عاملی قوی و اطمینان بخش در ایجاد هماهنگی بین اعضا و فعالیت ها و همچنین هدایت در ایجاد همدلی آن ها است. در حقیقت رهبر با در هم آمیختن اهداف سازمان و اهداف کارکنان باعث می شود کارکنان با انگیزه و اشتیاق بیشتری برای دست یابی به اهداف سازمان تلاش نمایند (پیروز و همکاران، ۱۳۸۴).

اهمیت و حساسیت ایجاد روابط انسانی، آن را به عنوان یک دانش مطرح می سازد، علاوه بر قبول اطلاق دانش برای روابط انسانی، باید آن را هنر و مهارت نیز دانست. ایجاد روابط انسانی به ظرافتها و شیوه های خاصی نیاز دارد که علاوه بر طلب دانش، هنر و مهارتهای ویژه ای را در شرایط زمانی و مکانی خاصی می طلبد. با آن که نیاز به مدیریت روابط انسانی درصد برخوردهای انسانی مشهود است، اما اهمیت و نیاز به آن در سازمانهای اداری و آموزشی به گونه ای دیگر جلوه گر شده است. روابط انسانی آنقدر اهمیت دارد که بسیاری از صاحب نظران علم مدیریت، مدیریت را علم، هنر و یا فن برقراری روابط با انسانهای داخل سازمان تعریف می کنند (میرکمالی، ۱۳۸۷).

ارتباط برای هماهنگی فعالیت های گروهی، اجرای وظایف رهبری و انجام وظایف مدیریتی لازم است. بنابراین مدیرانی که مدیریت خود را با توجه به مفاهیم ارتباطات سازمانی اعمال نمایند به وضوح از موفقیت بیشتری برخوردار خواهند گردید. در واقع مدیریت اموری چون ارتباطات انسانی، عوامل موثر بر ارتباطات، گروه های رسمی و غیر رسمی، روش های بهبود ارتباطات و موانع ارتباطی در سازمان حائز اهمیت است (گیل، ۲۰۰۲) در نوشته های جدید مدیریت هم به موضوع سرمایه اجتماعی که صیغه ای جامعه شناسانه دارد، به عنوان یک اهرم توفیق آفرین مطرح و مورد اقبال فراوان نیز واقع شده است. در واقع سرمایه اجتماعی، بستر مناسب بهره وری سرمایه انسانی و فیزیکی، راهی برای نیل به موفقیت، قلمداد شده است. مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان، سرمایه اجتماعی ایجاد کنند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می سازند. از سوی دیگر، سرمایه اجتماعی به زندگی فرد، معنی و مفهوم می بخشد و زندگی را ساده تر و لذت بخش تر می سازد.

سرمایه اجتماعی از مفاهیم نوینی است که امروزه در جامعه شناسی و اقتصاد و به تازگی در مدیریت و سازمان به صورت گسترده مورد استفاده قرار گرفته است و در همین راستا وولکاک معتقد است که سرمایه اجتماعی به عنوان یک زبان تئوریک مشترک می تواند به عالمان سیاسی، جامعه شناسان، انسان

شناسان و اقتصاددانان امکان کار با یکدیگر را در وضعیتی مفید اعطا کند (پرنده، ۱۳۸۸). در دو دهه اخیر مفهوم سرمایه اجتماعی در زمینه‌ها و اشکال گوناگونش به عنوان یکی از کانونی‌ترین مفاهیم، ظهور و بروز یافته است، هر چند شور و شوق زیادی در بین صاحب‌نظران و پژوهشگران مشابه چارچوب مفهومی و ابزار تحلیلی ایجاد کرد. لیکن نگرش‌ها، دیدگاه‌ها و انتظارات گوناگونی را نیز دامن زده است. افزایش حجم قابل توجه پژوهش‌ها در این حوزه بیانگر اهمیت و جایگاه سرمایه اجتماعی در سپهرهای متفاوت اجتماعی است.

ناهایپیت و گوشال (۱۹۹۸) با رویکرد سازمانی جنبه‌های مختلف سرمایه اجتماعی را در ۳ طبقه جای می‌دهند: جنبه ساختاری، رابطه‌ای و شناختی. آنها بحث می‌کنند که اگر چه این سه بعد را می‌توان به صورت جداگانه تحلیل کرد، لیکن در حقیقت بسیاری از آنها روابط متقابل زیادی با هم دارند (حسینی، ۱۳۹۰، ص ۷۱).

تضمین ارائه خدمات عالی به مشتریان در بانکها که سازمانهای خدماتی هستند، در گرو توجه به سرمایه اجتماعی و افزایش توجه به نوآوری و تعهد به کیفیت کارکنانشان است که اقدام درست در این موضوع می‌تواند در نهایت موجب بهبود عملکرد مالی آنها شود بنابراین پژوهش حاضر به بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی و ارتباطات بر ایجاد همدلی سازمانی در میان کارکنان فوریت‌های پزشکی استان اردبیل می‌پردازد.

## ۲- تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

همدلی سازمانی: همدلی بر پایه خود آگاهی بنا می‌شود. هر چند نسبت به احساسات خود آشنا تر باشیم، در یافتن احساسات دیگران ماهرانه تر عمل خواهیم کرد (گلمن، ۱۳۸۰) در این پژوهش منظور از نمره استاندارد همدلی نمره‌ای است که فرد به سوالات ۲۱ گویه‌ای پرسشنامه همدلی سازمانی (دیویس<sup>۱</sup>، ۱۹۸۳) می‌دهد (قربانی و همکاران، ۲۰۱۰).

جدول ۱- ابعاد و شاخص‌های همدلی سازمانی

مفهوم	ابعاد	شاخص
	دغدغه	اغلب برای افرادی که به اندازه من خوشبخت نیستند احساس دلسوزی می‌کنم. گاهی برای افرادی که مشکل دارند چندان احساس تأسف و ناراحتی نمی‌کنم. وقتی می‌بینم به شخصی ظلم شده است، دوست دارم کمکش کنم. بدبختیهای دیگران معمولاً من را خیلی ناراحت نمی‌کند.
	همدلانه	گاهی وقتی در مورد فردی بی‌انصافی شده است، زیاد دلم برایش نمی‌سوزد. اغلب زود تحت تأثیر چیزهایی که اتفاق می‌افتد قرار می‌گیرم و احساساتی می‌شوم. خودم را فردی کاملاً دل‌رحم و رقیق‌القلب می‌دانم.

<sup>1</sup> Nahapiet & Ghoshal

<sup>2</sup> Davis

<p>گاهی برایم مشکل است مسائل را از دیدگاه دیگران ببینم. هرگاه مجبور باشم در مورد یک اختلاف نظر یا بگو و مگو قضاوت کنم، سعی می‌کنم دیدگاه تمامی افرادی را که مخالف هم هستند در نظر بگیرم. گاهی سعی می‌کنم با مجسم کردن مسائل از دیدگاه دوستانم آنها را بهتر درک کنم. معتقدم هر مسئله‌ای دو بُعد دارد و سعی می‌کنم که هر دو بُعد آن را در نظر بگیرم. اغلب وقتی از دست کسی ناراحت می‌شوم، سعی می‌کنم خودم را چند لحظه جای او بگذارم. قبل از اینکه از کسی انتقاد کنم، سعی می‌کنم مجسم کنم که اگر جای او بودم چه احساسی می‌داشتم.</p>	<p>دیدگاه گرایی</p>	
<p>وقتی می‌بینم یک نفر بدچوری در یک موقعیت اضطراری نیاز به کمک دارد، اعصابم به هم می‌ریزد و کنترل خود را از دست می‌دهم. وقتی در وسط یک موقعیت خیلی هیجانی قرار می‌گیرم گاهی احساس درماندگی می‌کنم. در موقعیتهای اضطراری، احساس دلواپسی و نا آرامی می‌کنم. معمولاً در برخورد با مسائل اضطراری و سوانح، خوب و مؤثر عمل می‌کنم. قرار گرفتن در یک موقعیت هیجانی و عصبی کننده مرا می‌ترساند. وقتی می‌بینم کسی آزرده خاطر است، آرامش خودم را از دست نمی‌دهم. در مواقع اضطراری معمولاً کنترل خودم را از دست می‌دهم.</p>	<p>آشفته‌گی شخصی</p>	<p>همدلی سازمانی</p>

ارتباط سازمانی فرایندی است که مدیران را برای گرفتن اطلاعات و تبادل معنی با افراد فراوان داخل سازمان و افراد در ارگان‌های مربوط به خارج از آن سیستم توانا می‌سازد (فرهنگی، ۱۳۸۳) از عملیاتی کردن پرسشنامه ارتباطات سازمانی حسینی پور (۱۳۸۴)، که در قالب دو بعد ارتباطات افقی و ارتباطات عمودی در ۲۴ سوال عملیاتی می‌گردد به دست خواهد آمد.

جدول ۲- ابعاد و شاخص‌های ارتباطات سازمانی

مفهوم	مولفه	شاخص
ارتباطات سازمانی	ارتباطات افقی میان افراد	اعتماد به همکاران روابط خوب با همکاران رضایت بخش بودن ارتباط با همکاران اعتماد به رئیس مستقیم خود رو در رو بودن رئیس مستقیم مخالفت با رئیس مستقیم خود گفتن کارهای اشتباه انجام شده به رئیس مستقیم ستایش برای انجام کارهای خوب توسط رئیس مستقیم برخورد دوستانه رئیس مستقیم با کارمندان

درک نیازهای شغلی توسط رئیس مستقیم خود رضایت بخش بودن رابطه با رئیس مستقیم		
اعتماد به مدیریت عالی سازمان تلاش صادقانه جهت ارتباط با کارکنان توسط مدیریت عالی سازمان رضایت بخشی رابطه با مدیریت عالی سازمان اظهار نظر در تصمیمات مربوط به خود پذیرفتن نظرات متفاوت در سازمان تاثیر در فعالیت های سازمان داشتن جایگاه در تعیین اهداف سازمان جواب مناسب و به موقع توسط مدیریت عالی سازمان مناسب بودن زمان رسیدگی به مشکلات پیگیر بودن مشکلات کارکنان توسط مدیران سازمان مطلع کردن به موقع مدیریت عالی سازمان از مسائل و تصمیمات سازمان	ارتباطات عمودی با اولین رده سلسله مراتبی	

سرمایه اجتماعی: فوکویاما سرمایه اجتماعی را مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش های غیر رسمی می داند که اعضای گروهی که تعاون و همکاری میانشان مجاز است در آن سهیم و ذینفع هستند (فوکویاما، ۱۳۸۵). در تحقیق حاضر سرمایه اجتماعی با ابعاد، شناختی (زبان و کدهای مشترک، حکایات مشترک) «سوالات ۱ تا ۲»، ابعاد رابطه‌ای (اعتماد، هنجارها، الزامات و انتظارات، هویت) «سوالات ۳ تا ۱۴» و ابعاد ساختاری (پیگیربندی روابط شبکه‌ای، سازمان مناسب) «سوالات ۱۵ تا ۲۲» و شاخص‌های آن برآورده شده است.

جدول ۳- تعریف عملیاتی سرمایه اجتماعی (ناهایپیت و گوشال<sup>۱</sup>، ۱۹۹۸)

مفهوم	بعد	شاخص
تربیت اجتماعی	شناختی	وجود ارزش‌ها، اهداف و دید سازمانی مشترک
		وجود شناخت و همکاری بر اساس تجربیات، خاطرات یا حکایات
	رابطه‌ای	حکم فرما بودن روابط مبتنی بر صداقت و اعتماد متقابل داشتن اعتماد به همکاران
		تلقی شدن همکاری به عنوان یک التزام
		حکم فرما بودن فرهنگ کار تیمی در انجام فعالیت‌های گوناگون وجود روحیه انتقاد پذیری مسئولیت پذیری و جدیت در کارکنان وجود روحیه گذشت و فداکاری در کارکنان
		تعهد افراد نسبت به اهداف سازمان در ارجحیت بودن منافع سازمان نسبت به سایر منافع توسط کارکنان خود را به عنوان عضو مشترک سازمان دانستن علاقه‌مند بودن به کار کردن در این سازمان

<sup>1</sup> Nahapiet J.&Ghoshal

ترجیح دادن بخشی که در آن مشغول هستید نسبت به سایر بخش‌های سازمان		
حاکم بودن روابط شخصی صمیمانه بین کارکنان وجود روابط دوستانه بین کارکنان در خارج از سازمان وجود ارتباطات کاری خوب		
برقرار بودن روابط همکاری و همفکری بین بخش‌های مختلف وجود ساختار ارتباطی تسهیل کننده بها دادن به انجام کارهای گروهی	۳ ۲ ۱ ۰	
اهمیت داده شدن به ارزش‌هایی مانند صداقت و اعتماد توسط سازمان اهمیت دادن به ایجاد روابط دوستانه بین کارکنان توسط سازمان		

### ۳- فرضیه های تحقیق

- ۱- سرمایه اجتماعی بر همدلی سازمانی تاثیر معنی داری دارد
- ۲- ارتباطات سازمانی بر همدلی سازمانی تاثیر معنی داری دارد
- ۳- بین سرمایه اجتماعی و ارتباطات سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

### ۴- روش تحقیق

این تحقیق را بر اساس چگونگی بدست آوردن داده‌های مورد نظر می توان در زمره تحقیق توصیفی به شمار آورد، و چون داده‌های مورد نظر از طریق نمونه گیری از جامعه، برای بررسی توزیع ویژگی های جامعه آماری انجام می شود این تحقیق از شاخه پیمایشی همبستگی بوده که به شیوه مقطعی صورت می پذیرد. و هدف آن تاثیر سرمایه اجتماعی و توسعه ارتباطات بر ایجاد همدلی سازمانی کارکنان فوریت های پزشکی استان اردبیل می باشد.

در این پژوهش جامعه آماری شامل کلیه کارکنان فوریت های پزشکی استان اردبیل می باشد. که در مجموع بالغ بر ۳۵۰ نفر هستند. با استفاده از فرمول کوکران تعداد نمونه ها ۱۸۳ نفر بدست آمد که تقریباً برابر حجم نمونه جدول مورگان می باشد و روش نمونه گیری ما تصادفی ساده انتخاب شد. در نهایت پس از توزیع پرسشنامه ها در بین کارکنان تعداد ۱۵۳ پرسشنامه قابل تجزیه و تحلیل جمع آوری گردید و نتایج با استفاده از این ۱۵۳ پرسشنامه بدست آمد

در تحقیق حاضر سرمایه اجتماعی با ابعاد، شناختی(زبان و کدهای مشترک، حکایات مشترک) «سوالات ۱ تا ۲»، ابعاد رابطه‌ای(اعتماد، هنجارها، الزامات و انتظارات، هویت) «سوالات ۳ تا ۱۴» و ابعاد ساختاری (پیکر بندی روابط شبکه‌ای، سازمان مناسب) «سوالات ۱۵ تا ۲۲» و شاخص های آن برآورده شده است (ناهاییت و گوشال، ۱۹۹۸)

برای ارتباطات سازمانی از پرسشنامه (حسینی پور، ۱۳۸۴) با دو بعد استفاده شده است برای این منظور براساس متغیرهای مورد بررسی ۲۲ سوال پنج گزینه‌ای تدوین شده است.

پرسشنامه همدلی سازمانی از ۲۱ سوال پنج گزینه‌ای بر اساس نظر (دیویس<sup>۱</sup>، ۱۹۸۳) تشکیل شده است که دغدغه همدلانه سوالات ۱، ۴، ۷، ۱۰، ۱۴، ۱۷، ۱۸، دیدگاه گرایی سوالات ۲، ۵، ۹، ۱۲، ۱۶، ۱۹، ۲۱، و آشفتگی شخصی سوالات ۳، ۶، ۸، ۱۱، ۱۳، ۱۵، ۲۰ را در بر می‌گیرد. شیوه نمره گذاری آن بر اساس طیف لیکرت ۵ گزینه ای بوده و سوالات ۲، ۴، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۴، ۱۵ به صورت معکوس نمره گذاری می‌شوند.

در این تحقیق به منظور تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ و نرم‌افزار spss ۲۰ استفاده شده است. بدین منظور یک نمونه اولیه شامل ۲۰ پرسشنامه پیش آزمون گردید و سپس با استفاده از داده‌های به دست آمده از این پرسشنامه‌ها و به کمک نرم‌افزار آماری میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد که کل سوالات پرسشنامه ۰/۸۰۶ بدست آمد و این عدد نشان دهنده آن است که پرسشنامه مورد استفاده، از قابلیت اعتماد و یا به عبارت دیگر از پایایی لازم برخوردار می‌باشد.

جدول ۴- آلفای کرونباخ محاسبه شده برای هر کدام از متغیرها

متغیر	ضریب آلفای کرونباخ
سرمایه اجتماعی	۰/۸۰۸
ارتباطات سازمانی	۰/۸۲۱
همدلی سازمانی	۰/۷۶۹

در تحقیق حاضر جهت تجزیه و تحلیل داده ها و بررسی صحت فرضیات تحقیق، با هماهنگی اساتید محترم راهنما، مشاور و مشاور آماری، از روش‌های تحلیل توصیفی نظیر جدول توزیع فراوانی، درصد فراوانی، میانگین و نمودار و روش‌های تجزیه و تحلیل استنباطی مناسب نظیر نرمال بودن جامعه و ضریب همبستگی و تحلیل رگرسیون استفاده گردیده است که تمامی این محاسبات با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۲۰ انجام گرفته است.

## ۵- تجزیه و تحلیل و یافته های تحقیق

### ۵-۱- یافته های توصیفی

در خصوص نمره افراد در سرمایه اجتماعی، ارتباطات سازمانی و همدلی سازمانی یک نمره کل وجود دارد. در کل میانگین وزنی برای هر یک از متغیرها و ابعاد مربوط به داده‌های توصیفی این متغیر را در جدول ۵ مشاهده می‌نمایید. نتایج نشان می‌دهد که برای هر سه متغیر تحقیقی میانگین وزنی بیشتر از حد متوسط به دست آمده که نشان دهنده میزان اهمیت بیشتر هر یک از متغیرها در نزد کارکنان بانک کشاورزی استان اردبیل می‌باشد به طوری که بیشترین میانگین وزنی برای ارتباطات سازمانی با ۳,۷۲۸ و کمترین میانگین وزنی برای همدلی سازمانی ۳,۵۵۷ می‌باشد همچنین در میان ابعاد هر یک از متغیرها

<sup>1</sup> Davis

می‌توان گفت که بیشترین میانگین وزنی را سرمایه شناختی و کمترین را سرمایه ساختاری در میان ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی دارا بودند و برای متغیر ارتباطات سازمانی می‌توان گفت کمترین میانگین وزنی مربوط به ارتباطات عمودی با اولین رده سلسله مراتبی و بیشترین میانگین وزنی مربوط به ارتباطات افقی میان افراد بود و اما در میان ابعاد متغیر وابسته همدلی سازمانی بیشترین میانگین وزنی مربوط به دغدغه همدلانه و کمترین میانگین وزنی را آشفتگی شخصی دارا بودند

جدول ۵- آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیر	تعداد	min	max	میانگین	میانگین وزنی	انحراف معیار
سرمایه اجتماعی	۱۵۳	۲۲	۱۱۰	۸۰,۳	۳,۶۵	۱۴,۹۱۳
سرمایه شناختی	۱۵۳	۲	۱۰	۷,۸۳۸	۳,۹۱۹	۱,۸۴۸
سرمایه رابطه‌ای	۱۵۳	۱۵	۶۰	۵۴,۶	۳,۶۴	۸,۸۶۹
سرمایه ساختاری	۱۵۳	۱۰	۴۰	۳۵,۹۸	۳,۵۹۸	۵,۸۹۳
ارتباطات سازمانی	۱۵۳	۲۲	۱۱۰	۸۲,۰۱۶	۳,۷۲۸	۷,۸۸۳
ارتباطات افقی میان افراد	۱۵۳	۱۱	۵۵	۴۱,۷۲۳	۳,۷۹۳	۳,۵۱۴
ارتباطات عمودی با اولین رده سلسله مراتبی	۱۵۳	۱۱	۵۵	۴۰,۴۹۱	۳,۶۸۱	۴,۸۵۸
همدلی سازمانی	۱۵۳	۲۱	۱۰۵	۷۴,۶۹۷	۳,۵۵۷	۱۴,۷۲۶
دغدغه همدلانه	۱۵۳	۷	۳۵	۲۵,۹۲۱	۳,۷۰۳	۴,۲۹۸
دیدگاه گرایی	۱۵۳	۷	۳۵	۲۵,۲۹۱	۳,۶۱۳	۴,۵۳۷
آشفتگی شخصی	۱۵۳	۷	۳۵	۲۴,۷۰۳	۳,۵۲۹	۵,۲۳۹

## ۵-۲- تحلیل استنباطی

قبل از آنکه به بررسی فرضیه‌های تحقیق پرداخته شود. برای تک تک متغیرها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد. منطبق استفاده از این آزمون مشخص کردن وضعیت نرمال بودن داده‌ها می‌باشد که در صورت نرمال بودن داده‌ها (سطح معنی داری به دست آمده بیشتر از ۰,۰۵ یا مقدار عددی کولموگروف اسمیرنوف کمتر از ۱,۳۵) مجوز استفاده از آزمونهای پارامتریک (همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی) و در صورت غیرنرمال بودن (سطح معنی داری به دست آمده کمتر از ۰,۰۵ یا مقدار عددی کولموگروف اسمیرنوف بیشتر از ۱,۳۵) از آزمونهای ناپارامتریک (همبستگی اسپیرمن و رگرسیون غیر خطی) صادر می‌شود. داده‌های این آزمون در جدول ۶ آمده است.

جدول ۶- نتایج آزمون کولموگراف-اسمیرنوف

شاخص آماری سرمایه اجتماعی ارتباطات سازمانی همدلی سازمانی



میانگین	۸۰,۳	۸۲,۰۱۶	۷۴,۶۹۷
انحراف معیار	۱۴,۹۱۲	۷,۸۸۳	۱۴,۷۲۶
Z	۱,۰۲۱	۰,۷۰۱	۰,۴۶۵
Sig	۰,۲۴۲	۰,۴۰۳	۰,۵۸۹

مطابق با جدول ۶ چون سطح معنی داری به دست آمده برای هری یک از متغیرها بیشتر از ۰,۰۵ بود و همچنین مقدار عددی کولموگروف اسمیرنوف Z کمتر از ۱,۳۵ بود توزیع داده‌ها نرمال بوده و برای متغیرها آزمون پارامتری استفاده شد.

تحلیل همبستگی ابزاری آماری برای تعیین نوع و درجه رابطه یک متغیر کمی با متغیر کمی دیگر است. ضریب همبستگی یکی از معیارهای مورد استفاده در تعیین همبستگی دو متغیر می‌باشد. ضریب همبستگی شدت رابطه و همچنین نوع رابطه (مستقیم یا معکوس) را نشان می‌دهد. این ضریب بین ۱ تا -۱ است و در صورت عدم وجود رابطه بین دو متغیر برابر صفر می‌باشد. برای تعیین شدت رابطه باید ضریب تعیین را محاسبه کرد هر چه ضریب تعیین بیشتر باشد به ضریب همبستگی نزدیکتر و حد نهایی آن زمانی است که هر دو برابر با یک باشند (مومنی، ۱۳۸۷، ۱۱۰).

برای یافتن اثر هر یک متغیرها بر روی متغیر وابسته از رگرسیون خطی چندگانه استفاده شد، و با استفاده از رگرسیون چند متغیره به تعیین مدل رگرسیونی پرداخته شد. رگرسیون خطی ساده مشروط به معنی دار بودن ضریب همبستگی است. اما وجود و یا عدم وجود رگرسیون خطی چندمتغیره ارتباطی به معنی دار بودن ضریب همبستگی ندارد. به غیر از نرمال بودن متغیر وابسته، پیش فرض‌های دیگر رگرسیون خطی چند متغیره عدم وجود خود همبستگی در متغیر وابسته و عدم وجود هم خطی در متغیرهای مستقل و نرمال بودن خطاها می‌باشد.

**فرضیه ۱:** سرمایه اجتماعی بر همدلی سازمانی تاثیر معنی داری دارد.

برای بررسی این فرضیه با توجه به نرمال بودن داده‌های تحقیق از رگرسیون خطی استفاده گردید که نتایج آن در زیر آمده است

آزمون نرمال بودن خطاها: یکی از مفروضات رگرسیون خطی، نرمال بودن توزیع خطاها می‌باشد به منظور بررسی نرمال بودن توزیع خطاها، شکل خطاها رسم می‌گردد:

با توجه به نمودار توزیع نرمال و میانگین ارائه شده و انحراف معیار خطاها که نزدیک به یک است، می‌توان نتیجه گرفت که توزیع خطاها تقریباً نرمال است پس می‌توان از رگرسیون استفاده کرد.

جدول ۷- خلاصه مدل رگرسیون برای فرضیه اول

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	دوربین واتسون
۰,۷۷۶	۰,۶۰۲	۰,۵۹۴	۱,۷۶۷

طبق نتایج جدول (۷) ضریب همبستگی بین مولفه‌های سرمایه اجتماعی با همدلی سازمانی برابر ۰,۷۷۶ است و ضریب تعیین نیز برابر ۰,۶۰۲ است. با توجه به ضریب تعیین که عبارت است از نسبت تغییرات توضیح داده شده توسط متغیر X به تغییرات کل، ۰,۶۰۲ می‌باشد. می‌توان بیان نمود که ۶۰ درصد تغییرات در همدلی سازمانی، توسط تغییرات در سرمایه اجتماعی می‌باشد. چنانچه آماره دوربین-واتسون در بازه قابل قبول ۱,۵ تا ۲,۵ قرار گیرد عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می‌شود. با توجه به این که آماره دوربین واتسون برابر ۱,۷۶۷ است، بنابراین می‌توان گفت که عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می‌شود.

جدول ۸- نتایج تحلیل واریانس یک طرفه فرضیه اول

معنی	سطح داری	F	میانگین مجذورات	درجه آزادی	مجموع مجذورات	
	۰,۰۰۰	۷۵,۰۱۱	۱۸۶۳۷,۹۲۵	۳	۵۵۹۱۳,۷۷۵	رگرسیون
	-	-	۲۴۸,۴۷۰	۱۴۹	۳۷۰۲۱,۹۹۰	اختلاف
	-	-	-	۱۵۲	۹۲۹۳۵,۷۶۵	کل

۸

طبق نتایج جدول (۸) و با توجه به اینکه سطح معنی داری خطای آزمون f برای سطح اطمینان ۰,۹۵ کمتر از ۰,۰۵ است و آماره f بیشتر از بازه بحرانی ۳,۸۹ می‌باشد (۷۵,۰۱۱). بنابراین می‌توان گفت که استفاده از مدل خطی رگرسیون بالامانع است و یا به عبارتی متغیر مستقل توان پیش بینی متغیر وابسته را دارد.

جدول ۹- نتایج ضریب رگرسیون چند متغیره برای فرضیه اول

متغیر پیش بین	B	SE	BETA	t	sig
مقدار ثابت	۱۳,۵۳۵	۷,۱۴۰	-	۲,۰۹	۰,۰۴
سرمایه شناختی	۱,۳۳۵	۰,۹۱۵	۰,۱۰۰	۱,۴۵	۰,۱۴
سرمایه رابطه ای	۱,۰۵۶	۰,۲۴۵	۰,۳۷۹	۴,۳۲	۰,۰۰
سرمایه ساختاری	۱,۶۴۱	۰,۳۱۰	۰,۳۹۱	۵,۲۹	۰,۰۰

طبق نتایج جدول (۹) و با توجه به این که سطح معنی داری خطای آزمون کمتر از  $0,05$  است، بنابراین می توان گفت که فرضیه تایید می شود و مولفه های (سرمایه رابطه ای و سرمایه ساختاری) تاثیر معنی داری بر همدلی سازمانی دارند ضمناً مولفه (سرمایه شناختی) متغیر سرمایه اجتماعی به سبب این که  $t$  به دست آمده برای آن ها در بازه بحرانی  $1,96+$  و  $1,96-$  قرار گرفته ( $1,458$ ) دارای سطح معنی داری بیشتر از سطح معنی داری استاندارد  $0,05$  می باشد ( $0,147$ ) در واقع می توان گفت بعد سرمایه شناختی در کنار سایر مولفه ها قادر به پیش بینی متغیر ملاک همدلی سازمانی نیست. با توجه به ضریب بتای به دست آمده در بین مولفه های سرمایه اجتماعی که قادر به پیش بینی متغیر ملاک همدلی سازمانی هستند مولفه سرمایه ساختاری با ضریب بتای  $0,391$  به تنهایی قادر به پیش بینی  $39$  درصد از میزان تاثیر متغیر پیش بین بر متغیر ملاک می باشد.

## فرضیه ۲: ارتباطات سازمانی بر همدلی سازمانی تاثیر معنی داری دارد

برای بررسی این فرضیه با توجه به نرمال بودن داده های تحقیق از رگرسیون خطی استفاده گردید که نتایج آن در زیر آمده است

آزمون نرمال بودن خطاها: یکی از مفروضات رگرسیون خطی، نرمال بودن توزیع خطاها می باشد به منظور بررسی نرمال بودن توزیع خطاها، شکل خطاها رسم می گردد:

با توجه به نمودار توزیع نرمال و میانگین ارائه شده و انحراف معیار خطاها که نزدیک به یک است، می توان نتیجه گرفت که توزیع خطاها تقریباً نرمال است پس می توان از رگرسیون استفاده کرد.

جدول ۱۰- خلاصه مدل رگرسیون برای فرضیه دوم

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	دوربین واتسون
$0,779$	$0,607$	$0,602$	$1,822$

طبق نتایج جدول (۱۰) ضریب همبستگی بین مولفه های ارتباطات سازمانی با همدلی سازمانی برابر  $0,779$  است و ضریب تعیین نیز برابر  $0,607$  است. با توجه به ضریب تعیین که عبارت است از نسبت تغییرات توضیح داده شده توسط متغیر  $x$  به تغییرات کل،  $0,607$  می باشد. می توان بیان نمود که  $61$  درصد تغییرات در همدلی سازمانی، توسط تغییرات در ارتباطات سازمانی می باشد. چنان چه آماره دوربین-واتسون در بازه قابل قبول  $1,5$  تا  $2,5$  قرار گیرد عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می شود. با توجه به این که آماره دوربین واتسون برابر  $1,822$  است، بنابراین می توان گفت که عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می شود.

## جدول ۱۱- نتایج تحلیل واریانس یک طرفه فرضیه دوم

مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معنی داری

رگرسیون	۵۶۳۹۸,۲۴۴	۲	۲۸۱۹۹,۱۲۲	۱۱۵,۷۶۸	۰,۰۰۰
اختلاف	۳۶۵۳۷,۵۲۰	۱۵۰	۲۴۳,۵۸۳	-	-
کل	۹۲۹۳۵,۷۶۵	۱۵۲	-	-	-

طبق نتایج جدول (۱۱) و با توجه به اینکه سطح معنی داری خطای آزمون  $f$  برای سطح اطمینان ۰,۹۵ کمتر از ۰,۰۵ است و آماره  $f$  بیشتر از بازه بحرانی ۳,۸۹ می باشد (۱۱۵,۷۶۸). بنابراین می توان گفت که استفاده از مدل خطی رگرسیون بلامانع است و یا به عبارتی متغیر مستقل توان پیش بینی متغیر وابسته را دارد.

جدول ۱۲- نتایج ضریب رگرسیون چند متغیره برای فرضیه دوم

متغیر پیش بین	ضرایب استاندارد	غیر ضرایب استاندارد		t	sig
		BETA	SE		
		B			
مقدار ثابت	۹,۲	۷,۳۱۷	-	۲,۲۵	۰,۰۰
ارتباطات افقی میان افراد	۱,۷۵۴	۰,۵۶۲	۰,۲۴۹	۳,۱۲	۰,۰۰
ارتباطات عمودی با اولین رده سلسله مراتبی	۲,۹۰۷	۰,۴۰۶	۰,۵۷۱	۷,۱۵	۰,۰۰

طبق نتایج جدول (۱۲) و با توجه به این که سطح معنی داری خطای آزمون کمتر از ۰,۰۵ است، بنابراین می توان گفت که فرضیه تایید می شود و تمامی مولفه های (ارتباطات افقی میان افراد و ارتباطات عمودی با اولین رده سلسله مراتبی) متغیر ارتباطات سازمانی تاثیر معنی داری بر همدلی سازمانی دارند با توجه به ضریب بتای به دست آمده در بین مولفه های ارتباطات سازمانی که قادر به پیش بینی متغیر ملاک همدلی سازمانی هستند مولفه ارتباطات عمودی با اولین رده سلسله مراتبی با ضریب بتای ۰,۵۷۱ به تنهایی قادر به پیش بینی ۵۷ درصد از میزان تاثیر متغیر پیش بین بر متغیر ملاک می باشد.

**فرضیه ۳:** بین سرمایه اجتماعی و ارتباطات سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد.

با توجه به نرمال بودن داده های تحقیق برای آزمون فرضیه از همبستگی پیرسون چندگانه استفاده گردید جدول زیر همبستگی بین متغیرهای مستقل تحقیق را نشان می دهد.

جدول ۱۳- ضریب همبستگی بین ابعاد سرمایه اجتماعی و ارتباطات سازمانی

۵	۴	۳	۲	۱
---	---	---	---	---

-	-	-	-	۱	ضریب همبستگی	
-	-	-	-	-	سطح معنی‌داری	۱- سرمایه شناختی
-	-	-	-	۱۵۳	تعداد	
-	-	-	۱	۰,۶۵۳**	ضریب همبستگی	
-	-	-	-	۰,۰۰۰	سطح معنی‌داری	۲- سرمایه رابطه‌ای
-	-	-	۱۵۳	۱۵۳	تعداد	
-	-	۱	۰,۷۱۴**	۰,۴۴۰**	ضریب همبستگی	
-	-	-	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	سطح معنی‌داری	۳- سرمایه ساختاری
-	-	۱۵۳	۱۵۳	۱۵۳	تعداد	
-	۱	۰,۸۷۴**	۰,۹۵۸**	۰,۶۸۶**	ضریب همبستگی	
-	-	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	سطح معنی‌داری	۴- سرمایه اجتماعی
-	۱۵۳	۱۵۳	۱۵۳	۱۵۳	تعداد	
۱	۰,۷۷**	۰,۷۰۵**	۰,۷۲۳**	۰,۵۱۹**	ضریب همبستگی	
-	۳				سطح معنی‌داری	۵- ارتباطات سازمانی
-	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	سطح معنی‌داری	
۱۵۳	۱۵۳	۱۵۳	۱۵۳	۱۵۳	تعداد	

\* معنی داری آزمون در سطح معنی داری ۰/۰۵

\*\* معنی داری آزمون در سطح معنی داری ۰/۰۱

جدول (۱۳) همبستگی بین ابعاد سرمایه اجتماعی (سرمایه شناختی، سرمایه رابطه‌ای، سرمایه ساختاری) با متغیر وابسته ارتباطات سازمانی را نشان می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد که در سطح معنی داری ۰,۰۵ رابطه معنی داری بین سرمایه اجتماعی و ارتباطات سازمانی وجود دارد و ضریب همبستگی بین این دو متغیر بیشتر از بازه بحرانی ۰,۱۶ می‌باشد (۰,۷۷۳) همچنین بین ابعاد سرمایه اجتماعی و ارتباطات

سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد که در این میان بیشتر ضریب همبستگی بین سرمایه رابطه ای و ارتباطات سازمانی با ضریب همبستگی ۰,۷۲۳ و کمترین آن نیز بین سرمایه شناختی و ارتباطات سازمانی با ضریب همبستگی ۰,۵۱۹ می باشد

## ۶- نتیجه گیری و پیشنهادات

نتایج بررسی در خصوص فراوانی جنسیت افراد مورد مطالعه نشان می دهد که، ۱۴/۴ درصد زن و ۸۵/۶ درصد مرد از کارکنان بانک کشاورزی استان اردبیل مورد ارزیابی قرار گرفته اند.

- بیشتر پاسخگویان مورد ارزیابی در این بررسی دارای مدرک تحصیلی لیسانس (۵۴/۹ درصد) بوده اند.

- سن اکثریت پاسخ دهندگان به پرسشنامه ها (۵۰/۳ درصد) بین ۳۰ تا ۴۰ سال قرار گرفته بود.

- تعداد ۴۱ نفر دارای سابقه خدمت پنج تا ده سال، ۶۷ نفر دارای سابقه خدمت ۱۰ تا ۱۵ سال، ۳۰ نفر دارای سابقه خدمت ۱۵ تا ۲۰ سال و ۱۵ نفر بالای ۲۰ سال خدمت بوده اند که سوابق خدمتی ۱۰ تا ۱۵ سال بالاترین میزان درصد فراوانی را با ۴۳/۷۹ درصد به خود اختصاص داده بود.

با توجه به آمار توصیفی متغیرهای تحقیق مشاهده گردید که میانگین وزنی به دست آمده برای هر یک از سه متغیر تحقیق و مولفه های آنها بیشتر از عدد حد متوسط ۳ می باشد بنابراین می توان ادعا نمود بر طبق نظر کارکنان بانک کشاورزی استان اردبیل وضعیت متغیرهای تحقیق بالاتر از حد متوسط می باشد. به طوری که بیشترین میانگین وزنی برای ارتباطات سازمانی با ۳,۷۲۸ و کمترین میانگین وزنی برای همدلی سازمانی ۳,۵۵۷ می باشد همچنین در میان ابعاد هر یک از متغیرها می توان گفت که بیشترین میانگین وزنی را سرمایه شناختی و کمترین را سرمایه ساختاری در میان ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی دارا بودند و برای متغیر ارتباطات سازمانی می توان گفت کمترین میانگین وزنی مربوط به ارتباطات عمودی با اولین رده سلسله مراتبی و بیشترین میانگین وزنی مربوط به ارتباطات افقی میان افراد بود و اما در میان ابعاد متغیر وابسته همدلی سازمانی بیشترین میانگین وزنی مربوط به دغدغه همدلانه و کمترین میانگین وزنی را آشنفگی شخصی دارا بودند

نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرنوف با سطح معنی داری  $P > 0.05$ ، نشان داد که سطح معنی داری برای هر یک از متغیرهای تحقیق (سرمایه اجتماعی، ارتباطات سازمانی و همدلی سازمانی) به ترتیب ۰,۲۴۲، ۰,۴۰۳ و ۰,۵۸۹ به دست آمده است. پس وضعیت توزیع آماری متغیرهای تحقیق را به شکل نرمال نشان می دهد. بنابراین آزمون فرض نرمال بودن توزیع مشاهدات این مطالعه مورد تایید قرار گرفته و زمینه برای انجام آزمون های آماری استنباطی فراهم است. برای آزمون فرضیات تحقیق از رگرسیون خطی و همبستگی پیرسون استفاده گردید که تمامی فرضیات مورد تایید واقع گردید در جدول زیر خلاصه نتایج فرضیات آمده است.

آزمون فرضیه اول با استفاده از رگرسیون خطی چند متغیره نشان داد ط با توجه به این که سطح معنی داری خطای آزمون کمتر از ۰,۰۵ است، بنابراین می توان گفت که فرضیه تایید می شود و مولفه های

سرمایه رابطه ای و سرمایه ساختاری) تاثیر معنی داری بر همدلی سازمانی دارند و بعد سرمایه شناختی در کنار سایر مولفه ها قادر به پیش بینی متغیر ملاک همدلی سازمانی نیست. با توجه به ضریب بتای به دست آمده در بین مولفه های سرمایه اجتماعی که قادر به پیش بینی متغیر ملاک همدلی سازمانی هستند مولفه سرمایه ساختاری با ضریب بتای ۰,۳۹۱، به تنهایی قادر به پیش بینی ۳۹ درصد از میزان تاثیر متغیر پیش بین بر متغیر ملاک می باشد.

آزمون فرضیه دوم تحقیق نیز با استفاده از رگرسیون خطی چند متغیره نشان داد با توجه به این که سطح معنی داری خطای آزمون کمتر از ۰,۰۵ است، بنابراین می توان گفت که فرضیه تایید می شود و تمامی مولفه های (ارتباطات افقی میان افراد و ارتباطات عمودی با اولین رده سلسله مراتبی) متغیر ارتباطات سازمانی تاثیر معنی داری بر همدلی سازمانی دارند با توجه به ضریب بتای به دست آمده در بین مولفه های ارتباطات سازمانی که قادر به پیش بینی متغیر ملاک همدلی سازمانی هستند مولفه ارتباطات عمودی با اولین رده سلسله مراتبی با ضریب بتای ۰,۵۷۱، به تنهایی قادر به پیش بینی ۵۷ درصد از میزان تاثیر متغیر پیش بین بر متغیر ملاک می باشد.

برای آزمون فرضیه سوم از همبستگی پیرسون استفاده گردید نتایج نشان داد بین ابعاد سرمایه اجتماعی (سرمایه شناختی، سرمایه رابطه ای، سرمایه ساختاری) و ارتباطات سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد همچنین بین ابعاد سرمایه اجتماعی و ارتباطات سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد که در این میان بیشتر ضریب همبستگی بین سرمایه رابطه ای و ارتباطات سازمانی با ضریب همبستگی ۰,۷۲۳ و کمترین آن نیز بین سرمایه شناختی و ارتباطات سازمانی با ضریب همبستگی ۰,۵۱۹ می باشد

جدول ۱۴- خلاصه نتایج آزمون فرضیه های تحقیق

ردیف	فرضیه های تحقیق	ابعاد تاثیر گذار	نتیجه
۱	سرمایه اجتماعی بر همدلی سازمانی تاثیر معنی داری دارد	سرمایه رابطه ای و سرمایه ساختاری	تایید
۲	ارتباطات سازمانی بر همدلی سازمانی تاثیر معنی داری دارد	ارتباطات افقی میان افراد و ارتباطات عمودی با اولین رده سلسله مراتبی	تایید
۳	بین سرمایه اجتماعی و ارتباطات سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد	بین تمامی ابعاد متغیر مستقل و متغیر وابسته رابطه وجود دارد	تایید

طبق نتایج به دست آمده از تحقیقات قبلی و این تحقیق می توان گفت که در مواردی این تحقیق تایید کننده تحقیقات قبلی می باشد حسینی و همکاران (۱۳۹۲)، با هدف بررسی رابطه بین ارتباطات سازمانی و همدلی سازمانی در کارکنان اداره آموزش و پرورش ناحیه دو و چهار شیراز گزارش نمودند که با توجه به تجزیه و تحلیل به عمل آمده رابطه معنی داری بین متغیرها مشاهده نشد، یعنی نتایج نشان داد که بر خلاف آنچه پنداشته می شد بین ارتباطات سازمانی و همدلی سازمانی رابطه معنادار وجود ندارد.

عبدی و همکاران (۱۳۹۲)، با هدف شناخت عوامل موثر بر بهبود ارتباطات و ایجاد همدلی سازمانی در میان کارکنان ستاد دانشگاه علوم پزشکی ایلام پژوهشی را آغاز نمودند. در این مطالعه فاکتورهای تاثیرگذار بر ارتباطات سازمانی به سه دسته کلی عوامل انسانی، عوامل سازمانی و عوامل ارتباطی تقسیم شدند که در قالب ۹ مولفه تبیین گردیدند. به طور کلی یافته ها نشان دهنده آن است که هر سه بعد انسانی، سازمانی و ارتباطی نیز زیر مجموعه های آنها (صرفنظر از عامل مجاری ارتباطی) بر ارتباطات سازمانی موثراند

حسینی و همکاران (۱۳۹۲)، به بررسی رابطه بین ارتباطات سازمانی و همدلی سازمانی در کارکنان اداره آموزش و پرورش ناحیه دو و چهار شیراز پرداختند برای آزمون فرضیه ها از ضریب همبستگی استفاده گردید که با توجه به تجزیه و تحلیل به عمل آمده رابطه معنی داری بین متغیرها مشاهده نشد، یعنی نتایج نشان داد که بر خلاف آنچه پنداشته می شد بین ارتباطات سازمانی و همدلی سازمانی رابطه معنادار وجود ندارد.

بابازاده کشتلی (۱۳۹۳)، در تحقیقی تاثیر چهار بعد از ارتباط مشتمل بر صداقت، صراحت، احترام متقابل و مهارگری بر همدلی سازمانی کارکنان ستاد مرکزی بانک رفاه را مورد بررسی قرار داد. بر اساس نتایج بدست آمده، مشاهده شد که مولفه ارتباط موثر بر همدلی سازمانی کارکنان تاثیر مثبت و مستقیم دارد و براساس آزمون معناداری T ضرایب رگرسیون چند متغیره مشخص گردید سه مولفه ارتباط موثر به میزان ۲۱ درصد بر همدلی سازمانی کارکنان اداره ستاد مرکزی بانک رفاه تهران تاثیر دارد. در مورد مهارگری رابطه معناداری با همدلی سازمانی مشخص نگردید.

بومی و همکاران (۱۳۹۴)، با هدف بررسی رابطه بین مؤلفه های ارتباطات سازمانی و همدلی سازمانی جهت تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS و آزمون پیرسون استفاده نمودند. جامعه آماری تحقیق را کارکنان ادارات دولتی استان ایلام تشکیل می دادند که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۷۵ نفر به وسیله نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند. پس از تجزیه و تحلیل فرضیات پژوهش، تمام فرضیات مورد تایید قرار گرفتند که نتایج تحقیق حاکی از رابطه معناداری بین ارتباطات سازمانی و همدلی سازمانی می باشد

ناصریان (۱۳۹۵)، به شناسایی عوامل اثر گذار در بهبود فرایند ارتباطی کارکنان و رابطه آن با ایجاد همدلی سازمانی در میان کارکنان ستاد مرکزی بانک تجارت پرداخت در این تحقیق تاثیر چهار بعد از ارتباط مشتمل بر صداقت، صراحت، احترام متقابل و مهارگری بر همدلی سازمانی کارکنان ستاد مرکزی بانک تجارت مورد بررسی قرار گرفت. روش انجام تحقیق به صورت میدانی و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه می باشد. جامعه آماری این تحقیق کارکنان ستاد مرکزی بانک تجارت می باشد. تعداد جامعه آماری این تحقیق ۳۰۰ نفر و تعداد نمونه که با استفاده از جدول مورگان و فرمول کوکران محاسبه شد ۵۰ نفر می باشد. تجزیه و تحلیل اطلاعات به کمک نرم افزار SPSS انجام شده است. این پژوهش با توجه به ذات و ماهیت آن از نوع توصیفی - پیمایشی می باشد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش های



آمار توصیفی و آمار استنباطی در قالب سه بخش که بخش اول به آمار توصیفی سوالات پرسشنامه، بخش دوم به توصیف آماری متغیرهای تحقیق و بخش سوم به تجزیه و تحلیل استنباطی داده‌های آماری (آزمون آماری فرضیه‌های تحقیق) با استفاده از ضریب همبستگی و رگرسیون چند گانه پرداخته شده است. بر اساس نتایج بدست آمده، مشاهده شد که مولفه ارتباط موثر بر همدلی سازمانی کارکنان تاثیر مثبت و مستقیم دارد و بر اساس آزمون معناداری T ضرایب رگرسیون چند متغیره مشخص گردید سه مولفه ارتباط موثر به میزان ۲۱ درصد بر همدلی سازمانی کارکنان اداره ستاد مرکزی بانک تجارت تهران تاثیر دارد. در مورد مهارگری رابطه معناداری با همدلی سازمانی مشخص نگردید. بر اساس آزمون فرضیه اول تحقیق مبتنی بر تاثیر سرمایه اجتماعی بر همدلی سازمانی پیشنهاداتی به شرح ذیل ارائه میگردد.

- تاکید بر داشتن اهداف شغلی مناسب در دوره های آموزشی برای بالا بردن خودآگاهی کارکنان بانک کشاورزی

- فعالیتهای شغلی برای کارکنان جنبه عمومی نداشته باشد و کارکنان طوری باشند که در هنگام کار در بانک احساس لذت از کار داشته باشند تا بدین طریق در برخورد با مشتریان بانک سبب تبلیغات مثبت برای بانک شوند

- سختگیری در تمامی کارها توسط کارکنان برای دیدگاه گرایی افراد شایسته در شبانک با توجه به حوزه کاری که تماما با مشتریان در تماس می باشند

- پیشی گرفتن کارکنان از هم برای ارائه خدمات نوین به مشتریحتی در ساعاتی غیر از زمان حضور در بانک

- امور مربوط کار را طوری برای کارکنان تسهیل نمود که کارکنان میل و رغبت زیادی به کار داشته باشند و از روزمرگی رهایی یابند

- پیدا کردن شیوه های مورد علاقه هر یک از کارکنان در جهت انجام کارها توسط مدیران

فرضیه دوم نشان داد ابعاد ارتباطات سازمانی بر همدلی سازمانی کارکنان بانک کشاورزی استان اردبیل تاثیر دارد بنابراین جهت ارتقای ارتباطات سازمانی با توجه به همدلی سازمانی پیشنهاد می گردد

- اثر بخش بودن در برآوردهای و نیازهای شغلی هر یک از کارکنان بانک کشاورزی استان اردبیل توسط مدیران

- یکپارچگی امورات بانکی برای تسهیل در امور مشتریان بانک

- تفویض اختیارات هر یک از کارکنان به گونه ای که باعث تنش نگردد

- به مدیران بانک کشاورزی استان اردبیل پیشنهاد می گردد که در راستای ترویج و ارتقاء سازگاری کارکنان در بانک خود شروع به ایجاد کلاس های آموزشی نمایند. این کلاس های باید قبل از شروع کار کارکنان در بانک باشد.

- استفاده از نظرات کارکنان در امور مربوط به مشتری مداری

- در صورتی که شرح وظایف در سازمان ها روشن و واضح و اکثریت دستورالعمل ها و رویه ها، بدون ابهام و شفاف باشند، کارکنان با دغدغه کمتر و کارایی بیشتر نسبت به رعایت دستورالعمل ها و انجام وظایف محوله خود اقدام می ورزند. چنان چه مدیران، اهداف سازمان را برای کارکنان خود به طور دقیق و واضح مشخص کنند و برای آن ها توضیح دهند که از آن ها چه انتظاری دارند، کارکنان با رضایت خاطر بیشتری در جهت رسیدن به اهداف و چشم انداز سازمان سعی و تلاش می کنند.
- در راستای سازگاری با موقعیت و توسعه مهارت کارکنان، مدیران باید توجه داشته باشند که به مشارکت کارکنان اهمیت داده شود زیرا دخالت و مشارکت در تصمیم گیری ها و اجرا، باعث افزایش رضایت کارکنان خواهد شد. این امر، وسیله مناسبی برای افزایش کارایی کارکنان و تغییر وضع موجود است. چنانچه کارکنان در شکل گیری و اجرای هر نظام یا تصمیمی مشارکت داشته باشند، راحت تر آن را می پذیرند. بی شک، اجرای موفقیت آمیز نظام مشارکت، موجب افزایش روحیه ی همبستگی و کاهش تعارضات می شود. در این شرایط، افراد احساس مالکیت در کار می کنند و نسبت به انجام آن تعهد بیشتری خواهند داشت. که این کارها بیشتر در مراکز درمانی احساس می شود.
- مدیران جهت ارتقای مهارت کارکنان سازمان و عزیت نفس کارکنان از طریق پذیرش و استقبال از نظرات آنان، ترفیعات، پاداش و استقرار نظام پیشنهادات در خصوص بهبود روشها و وظایف سازمانی اهمیت دهند.
- هدف گذاری کارها به صورت آگاهانه در ذهن کارکنان صورت گیرد که در مواقع لزوم با توجه به شایستگی های بروز داده شده توسط کارکنان انتصابات صورت گیرد
- مدیر می تواند با انجام یک الگوی کار مناسب توسط خود به صورت آموزشی برای کارکنانی که با امور آشنایی ندارند باعث آشنایی بیشتر کارکنان با امور گردد.
- کارکنان در بیشتر کارها و برای ارتقای شایستگی های خود به جنبه های خوشایند کار خود تمرکز نمایند تا بر جنبه های ناخوشایند آن، از جمله اینکه در مواقع بحرانی محیط بانک با تنش هایی مواجه است که کارکنان در ان موارد بایستی صبور باشند
- چالشهای پیش روی کارکنان را شناخته و در جهت تسطیح این موارد کارهای لازم را مبذول دارند. در فرضیه سوم تحقیق مشخص گردید که بین سرمایه اجتماعی و ارتباطات سازمانی کارکنان رابطه معنی داری وجود دارد برای این منظور پیشنهاداتی به شرح زیر ایراد می گردد.
- دادن فرصت به کارکنان برای اینکه تا با آسودگی، نظرات و ایده های خود را ابراز دارند و باعث تقویت سرمایه شناختی خود از مشتریان و یا همکاران شوند
- خودداری از بحث راجع به موضوعاتی که منجر به نزاع با مشتری می شود و ارائه راه حل هایی برای این امور در دوره های آموزشی جهت افزایش هر چه بیشتر سرمایه رابطه ای
- رسیدن بازخورد مناسب برای هر یک از کارکنانی که باعث به وجود آمدن این بازخورد شده اند.
- شناخت روحیات هر یک از کارکنان جهت عدم ستیزه جویی با مشتریان

- کارکنان بایستی برای رسیدن به اهداف سازمان از هیچ کاری مایوس نشوند حتی اگر شکست خورده باشند
- افزایش میزان نصیحت پذیری افراد از افراد بالادست خود جهت ارتقای سطح بانک با توجه به نیاز مشتری
- توجه ویژه به کارکنانی که برای انجام کارها به خود سخت می گیرند
- ایجاد حسی در کارکنان که در صورت انجام ندادن کارها احساس گناه داشته باشند.
- تقویت روحیه تفکر جمعی در بین کارکنانی که با اندیشه های خود و ابراز آنان مشکل دارند تا از این طریق به تقویت ارتباطات عمودی با اولین رده سلسله مراتبی کارکنان بانک پرداخته شود
- مدیران بانک کشاورزی استان اردبیل با چالشهای مختلفی کارکنان را مجاب به اندیشیدن و بررسی عمیق در مواجهه با مشکلات کاری نمایند
- فضای سازمان طوری گسترش یابد که کارکنان بتوانند به راحتی اندیشه های خلاقانه خود را ارائه نمایند
- برای بروز همدلی سازمانی، کارکنان بایستی در یک زمینه خاص کار نمایند تا بتوانند خلاقیت‌های خود را بروز دهند
- پیدا کردن شیوه های مورد علاقه در جهت انجام کارها
- به کارگیری طرح و برنامه های مناسب برای اجرای اندیشه های کارکنان خلاق و نوآور در سطح مراکز

## منابع

- بابازاده کشتلی ج. ۱۳۹۳. شناسایی عوامل موثر در بهبود ارتباطات و رابطه آن با ایجاد همدلی سازمانی در بانک رفاه (مطالعه موردی ستاد مرکزی بانک رفاه). ژایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه پیام نور مرکز تهران.
- باورصاد ب، رحیمی ف، سلیمی فرد ع، قلمبر م ح. ۱۳۹۶. بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد بانک‌های مهر اقتصاد استان خوزستان از دیدگاه کارکنان. فصلنامه توسعه اجتماعی، ۱۱ (۳): ۲۱۱-۲۴۲.
- بومی، آرزو؛ سیدمجتبی سخن سنج و شیرین کاویان باغبادرانی، ۱۳۹۴، بررسی رابطه بین ارتباطات سازمانی و همدلی سازمانی (مطالعه موردی: ادارات دولتی استان ایلام)، کنفرانس بین المللی اقتصاد مدیریت و علوم کشاورزی، منطقه آزاد انزلی، مرکز بین المللی ارتباطات دانشگاهی، توسعه کارآفرینان دانشگاهی،
- حسنی پور س ع. ۱۳۸۴. بررسی رابطه ساختار سازمانی و اثربخشی ارتباطات در شرکت توزیع نیروی برق شمالغرب تهران و ارائه الگوی مناسب ساختار. پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت توسعه منابع انسانی، موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت وابسته به وزارت نیرو.

- حسینی ا. ۱۳۸۹. نقش مدیریت استعداد در تامین و حفظ منابع انسانی مستعد. فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، ۲۴: ۲۰۵-۱۸۱.
- حسینی پور س ع. ۱۳۸۴. بررسی رابطه بین ساختار سازمانی و اثربخشی ارتباطات در شرکت توزیع نیروی برق شمالغرب تهران و ارائه الگوی مناسب ساختار. پایان نامه کارشناسی ارشد موسسه تحقیقات مدیریت وابسته به وزارت نیرو.
- حسینی، سید عبدالرسول؛ مژده دهقان و نجمه دهقان، ۱۳۹۲، بررسی رابطه بین ارتباطات سازمانی و همدلی سازمانی، کنفرانس بین المللی مدیریت، چالشها و راهکارها، شیراز،
- حسینی، سید عبدالرسول؛ مژده دهقان و نجمه دهقان، ۱۳۹۲، بررسی رابطه بین ارتباطات سازمانی و همدلی سازمانی، کنفرانس بین المللی مدیریت، چالشها و راهکارها، شیراز،
- خورشید ص، دربندی س. ۱۳۸۹. مطالعه تطبیقی سرمایه اجتماعی دربانک های دولتی شهر کرمان. فصلنامه دانش و توسعه، ۱۷ (۳۲): ۱۹۵-۱۶۴.
- رحیمی، غلامرضا، وظیفه دمیرچی، قادر، جرفی، حسن (۱۳۹۱)، «اخلاق و مسئولیت اجتماعی در عصر کم رنگ شدن اخلاقیات»، همایش ملی ارزشها و اخلاقیات در مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب.
- عبدی، جواد و حسین اسلامی، ۱۳۹۲، شناخت عوامل موثر بر بهبود ارتباطات و ایجاد همدلی سازمانی در بینکارکنان دانشگاه علوم پزشکی ایلام، کنفرانس بین المللی مدیریت، چالشها و راهکارها، شیراز،
- عیوضی ب. ۱۳۹۱. نقش فن آوری اطلاعات و ارتباطات در رقابت های بانکی و تاثیر آن بر جذب مشتری در بین بانک های دولتی ایران - مطالعه موردی؛ بانک های شهردزفول. نشریه داخلی بانک ملت، ۵ (۴): ۱۵-۱۹.
- فرهنگی، ع. ۱۳۸۸. نظریه های ارتباطات سازمانی، تهران: رسا، چاپ اول
- فوکویاما، ف. ۱۳۸۵. پایان نظم (بررسی سرمایه اجتماعی و حفظ آن). (غ. توسلی، مترجم) تهران: حکایت قلم نوین.
- قاسم زاده علیشاهی ابوالفضل، کاتب مهدی، کاظم زاده بیطالی مهدی. ۱۳۹۴. نقش تعاملی ابعاد سرمایه اجتماعی بر آموزش اثربخش اساتید علوم پزشکی. مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی، ۱۵: ۶۳۹-۶۴۷.
- قاسمی ب. ۱۳۹۰. مدیریت رفتار سازمانی. تهران: نشر سپاهان، ۳۴۰ صفحه.
- قهرودی ن، جوادیه ز. ۱۳۹۰. بررسی نقش ارتباطات سازمانی بر شکل گیری و جذب سرمایه اجتماعی کارکنان. فصلنامه فرهنگ ارتباطات، ۱ (۴): ۱۹۰-۱۶۵.
- مقیمی س م. ۱۳۸۳. سازمان و مدیریت: رویکردی پژوهشی. تهران: نشر ترمه، ۲۱۷ صفحه.

مهدی عصری گ، منوریان ع. ۱۳۹۱. بررسی میزان ارتباطات سازمانی اثربخش در کارکنان ستادی ادارات مرکزی مورد مطالعه: بانک ملی شهر تهران. مجموعه مقالات نخستین همایش سالانه علوم مدیریت نوین، گرگان، ۵ شهریور ماه، ص ۳۴-۵۰.

میرکمالی س م. ۱۳۸۶. رفتار و روابط در سازمان و مدیریت. تهران: انتشارات یسپرون، ۲۴۰ صفحه.

میلر ک. ۱۳۷۷. ارتباطات سازمانی. ترجمه آ قبادی. تهران: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، ۳۱۴ صفحه.

ناصریان ج. ۱۳۹۵. شناسایی عوامل اثر گذار در بهبود فرایند ارتباطی کارکنان و رابطه آن با ایجاد همدلی سازمانی در بانک تجارت (مطالعه موردی ستاد مرکزی بانک تجارت). پایان نامه کارشناسی

ارشد دانشگاه پیام نور تهران مرکزی

- Anderson N, Burch G J. 2003. Measuring person-team fit :development and validation of the team selection inventory. *Journal of managerial psychology*, 119 (4): 406-426.
- Cragin C M. 2005. Study of proficiency team leadership to improve standards based education at a suburban Massachusetts middle school. Ph.D. Dissertation Chestnut Hill, Massachusetts: Boston College, Lynch Graduate School of Education.
- Cullinan C, Bline D, Farrar R. 2008. Organization-harm vs. organization-gain ethical issues: An exploratory examination of the effects of Teamwork. *Journal of Business Ethics*, 80: 225-235.
- Davis, M. H. (1983a). Measuring individual differences in empathy: Evidence for a multidimensional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 113-126.
- Davis, M. H. (1983b). Empathic concern and the Muscular Dystrophy Telethon. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 9, 223-229.
- Effy O. 2001. Teamwork and ethical behavior: An empirical study of information system professionals. *J Business Ethics*, 34: 137-142.
- Ellinger, A. E., Bas, A. B. E., Ellinger, A. D., Wang, Y. L., & Bachrach, D. G. (2011). "Measurement of organizational investments in social capital: the service employee perspective", *Journal of Business Research*, 64(6), 572-578.
- Ellinger, A. E., Musgrove, C. C. F., Ellinger, A. D., Bachrach, D. G., Bas, A. B. E., & Wang, Y. L. (2013). "Influences of organizational investments in social capital on service employee commitment and performance", *Journal of Business Research*, 66(8), 1124-1133.
- Greenberg M T, Feinberg M E, Meyer C S, Spoth R L, Redmond C. 2006. Community and Team Member Factors that Influence the Early Phase Functioning of Community Prevention Teams: The PROSPER Project.
- Kim S. 2003. Shared leadership: Toward a multi-level theory of leadership. *Advances in Interdisciplinary Studies of Work*, 11(7): 115-39.
- Krause D, Handffield R, Bevlery B. 2006. The relationships between supplier development, commitment, social capital accumulation and performance improvement. *Journal of operations management*, Val.25(2).

- Miller L M. 2005. Lean Teams Developing the Team-Based Organization the Skills and Practices of High Performance Business Teams.
- Nahapiet J, Ghoshal S. 1998. Social Capital Intellectual Capital and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*, No. 23(2), pp: 242-266 .
- Sanchez-Famoso, V., Akhter, N., Iturralde, T., Chirico, F., & Maseda, A. (2015). Is non-family social capital also (or especially) important for family firm performance?, *Human Relations*
- Tasa K, Taggar S, Seijts G H. 2007. The Development of Collective Efficacy in Teams: A Multilevel and Longitudinal Perspective. *Journal of Applied Psychology*, 92(1): 17-27.
- Ümit A. 2011. Intra-organizational communication and leadership: An interactive approach. *African journal of business management*, 5(26): 10294-10302.
- Wood M S, Fiedls D. 2007. Exploring the impact of shared leadership on management team members' job outcomes. *Baltic Journal of Management*, 2(3): 251-72.
- Wuestewald T. 2007. Shared leadership: An assessment of participative management in a services organization. Todd Westward. Oklahoma: University of Oklahoma.
- Wuestewald T. 2007. Shared leadership: An assessment of participative management in a services organization. Todd Westward. Oklahoma: University of Oklahoma.

## **The effect of social capital and communication development on creating organizational empathy among emergency medical workers in Ardabil province**

Seyyed Mehdi Mousavi Toulon

### **Abstract**

This research aimed to investigate the impact of social capital on organizational communication and organizational empathy of emergency medical workers in Ardabil province with a statistical population of 350 people, and the statistical sample size was 183 people using Cochran's method. The data collection tools were questionnaires of social capital, organizational communication and organizational empathy, whose validity was confirmed using the content validity method, and the reliability of each questionnaire was confirmed using Cronbach's alpha test. After implementing the questionnaires among the employees, these questionnaires were coded based on the Likert scale. Before testing the hypotheses, the Kolmogorov-Smirnov test was used to ensure the normality of the data and also to select the desired test for testing the research hypotheses. that the results showed the normality of the research data. The results showed that in the first research hypothesis, social capital has a significant effect on organizational empathy. It was also observed in the second hypothesis that all dimensions of organizational communication have a significant effect on organizational empathy. The third hypothesis test also showed a significant relationship between social capital and organizational relationships.

**Keywords:** social capital, organizational communication, organizational empathy, medical emergency in Ardabil province