



Research Paper

Cultivation and Flourishing of Cultural Intelligence in Organizations

Seyed Masoud Seyedi* Assistant Professor, Department of Management, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran

Adham Zahedi Far: Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Economics and Management, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran

Received: 2023/06/05 PP 69-78 Accepted: 2023/08/24

Abstract

One of the effects of cultural intelligence is increasing the productivity of the human resources of organizations. In business, cultural intelligence is an important source of productivity, and in order to do things, it is necessary for workers and specialists to take the advice and support of others beyond the structure. The present study was conducted with the aim of investigating the cultivation and flourishing of cultural intelligence in organizations (case study: Gas Company of Fars province), which examines employees in terms of age, gender, education and work experience. The present research is from the point of view of practical purpose and from the point of view of the method of collecting descriptive data of correlation type. The statistical population of the present research includes the employees of Gas Company of Fars province, whose number is equal to 700 people. The results of structural equation modeling showed that cultural intelligence has a significant effect on behavior and its effect on productivity and human capital has a significant effect.

Keywords: Cultural Intelligence, Human Resources Productivity, Human Capitals.

Citation: Seyedi, S M., Zahedi Far, A. (2023). **Cultivation and Flourishing of Cultural Intelligence in Organizations.** *Journal of Development Studies and Resource Management*, Vol 1, No 2, Shiraz, PP 69-78.

Extended Abstract

Introduction

Today, according to the conditions of the organizations and business, it can be said that they operate in a turbulent environment where there is no chance for mistakes and the smallest mistake may cause the whole organization to face many risks. On the other hand, the existing organizations in every society, by using the limited resources they have at their disposal, address the individual and group needs of the people of the society in a way, and since the production resources are always faced with a feature, i.e. scarcity, they are often the main ones. The most important goal of organizations is to use production factors optimally and reach their maximum use. These factors include land, capital, manpower, technology and management. In the meantime, it can be said without a doubt that human power is the most valuable asset of organizations and its sensitivity is higher than the other factors mentioned.

Methodology

The present research was conducted with the aim of investigating the cultivation and flourishing of cultural intelligence in organizations (case study: Gas Company of Fars province) which examines the employees in terms of age, gender, education and work experience. From the point of view of the method of collecting descriptive data, it is of correlational type. The statistical population of this research includes the employees of Fars Province Gas Company, whose number is equal to 700 people.

Results and discussion

The results of structural equation modeling showed that cultural intelligence has a significant effect on behavior and its effect on productivity and human capital has a significant effect.

Conclusion

According to sociological strategic studies and the findings of this research, it is suggested that managers and supervisors of organizations should try to strengthen cultural intelligence through learning and training its skills in order to achieve the success and goals of their organizations.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



پرورش و شکوفایی هوش فرهنگی در سازمان‌ها

سید مسعود سیدی^۱: استادیار، گروه مدیریت، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

ادهم زاهدی فر: استادیار، گروه مدیریت، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۱۵ صص ۶۹-۷۸ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۰۲

چکیده

یکی از اثرات هوش فرهنگی، افزایش بهره‌وری نیروی انسانی سازمان‌ها است. در کسب و کار، هوش فرهنگی منبع مهمی از بهره‌وری به شمار می‌رود و برای انجام کارها لازم است کارگران و متخصصان توصیه‌ها و پشتیبانی‌های دیگران را فراتر از ساختار سلسله مراتب شرکت به کار بندند. پژوهش حاضر با هدف بررسی پرورش و شکوفایی هوش فرهنگی در سازمان‌ها (مطالعه موردی: شرکت گاز استان فارس) انجام گرفته که از نظر سن، جنسیت، تحصیلات و سابقه کار کارکنان را مورد بررسی قرار می‌دهد. تحقیق حاضر از منظر هدف کاربردی و از منظر شیوه گردآوری داده‌های توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کارکنان شرکت گاز استان فارس بوده، که تعداد آن‌ها برابر ۷۰۰ نفر می‌باشد. نتایج الگوسازی معادلات ساختاری نشان داد هوش فرهنگی تأثیر معناداری بر رفتار دارد و تأثیر آن بر بهره‌وری، سرمایه‌های انسانی تأثیر معناداری دارد.

واژه‌های کلیدی: هوش فرهنگی، بهره‌وری نیروی انسانی، سرمایه‌های انسانی

استاد: سیدی، سید مسعود؛ زاهدی فر، ادهم. (۱۴۰۲). پرورش و شکوفایی هوش فرهنگی در سازمان‌ها. فصلنامه مطالعات توسعه و مدیریت منابع، سال ۱، شماره ۲، شیراز، صص ۶۹-۷۸.

^۱. نویسنده مسئول: سید مسعود سیدی، پست الکترونیکی: seyedi@hlgimail.com، تلفن: ۰۹۱۷۷۱۳۰۰۶۲

مقدمه

امروزه با توجه به شرایط فعالیت سازمان‌ها و کسب و کار می‌توان گفت، آن‌ها در محیط‌های متلاطمی فعالیت می‌کنند که فرصتی برای بروز اشتباه وجود ندارد و شاید کوچکترین اشتباهی کل سازمان را با مخاطرات بسیار زیادی روبه رو کند. از طرف دیگر، سازمان‌های موجود در هر جامعه با استفاده از منابع محدودی که در اختیار دارند، به گونه‌ای به رفع نیازهای فردی و گروهی افراد جامعه می‌پردازند و از آنجا که منابع تولید همواره با یک ویژگی یعنی کمیابی مواجه هستند، اغلب اصلی‌ترین هدف سازمان‌ها استفاده بهینه از عوامل تولید و رسیدن به حداکثر استفاده از آن‌ها است. این عوامل شامل زمین، سرمایه، نیروی انسانی، فناوری و مدیریت می‌شود. در این بین بی‌شک می‌توان گفت نیروی انسانی ارزشمندترین دارایی سازمان‌ها بوده و حساسیت آن نسبت به سایر عواملی که به آن اشاره شد بیشتر است.

با توجه به محدودیت و گران قیمت بودن منابع، لزوم کاهش قیمت تمام شده به منظور داشتن توان لازم در بازار رقابتی، اصلی‌ترین دغدغه مدیریت در دهه‌های اخیر، بهره‌وری است که عملاً بقای سازمان‌ها را تحت تأثیر قرار داده است. بنابراین، بهبود بهره‌وری نقش بسزایی در کمک به سازمان‌ها ایفا خواهد کرد. بر اساس، تحقیقات و اعتقاد صاحب‌نظران؛ زمانی می‌توان انتظار بهره‌وری در سایر عوامل تولید را داشت که در ابتدا عوامل مؤثر بر بهره‌وری نیروی انسانی شناخته شده باشند (بردبار، ۱۳۹۱). در این مقاله می‌خواهیم تأثیر هوش فرهنگی را بر بررسی کنیم.

بخشی از تغییرات سریع محیط کاری که کارکنان یک سازمان با آن مواجه هستند جهانی شدن کسب و کار است؛ سازمان‌ها مانند قبل دیگر محدود به مرزهای کشور متبوع خود نیستند (دیسنزو و رابینز، ۲۰۱۷). هنگامی که شما در یک محیط بین فرهنگی کار می‌کنید. نیاز دارید که برای درک بهتر پیشینه فرهنگی، باورها و نگرش افراد پیرامون خود تلاش کنید. در فرهنگ‌های مختلف و حتی در خرده فرهنگ‌ها در درون یک فرهنگ ملی طیف وسیعی از احساسات و عواطف وجود دارد. به نحوی که تفاوت در زبان، قومیت، سیاست‌ها و بسیاری خصوصیات دیگر می‌تواند به عنوان منابع تعارض بالقوه ظهور کند و در صورت نبودن درک صحیح، توسعه روابط کاری مناسب را با مشکل مواجه سازد (ترندیس، ۲۰۰۶). برای مؤثر بودن در این دنیای بدون مرز اعضای سازمان باید خود را با فرهنگ‌ها و سیستم‌های مغایر و متفاوت با نوع موجود در سازمان وفق دهند. در این راستا هوش فرهنگی می‌تواند با پیشبینی عملکرد شغلی قوی در فرهنگ‌های جدید و متفاوت این الزامات را مرتفع سازد. هوش فرهنگی ارتباط زیادی با محیط‌های کاری متنوع دارد و به افراد اجازه می‌دهد که تشخیص دهند دیگران چگونه فکر می‌کنند و چگونه به الگوهای رفتاری پاسخ می‌دهند و در نتیجه موانع ارتباطی را کاهش و به افراد قدرت مدیریت تنوع فرهنگی می‌دهند (تاموس و اینسون، ۲۰۰۵).

یکی از اثرات هوش فرهنگی، افزایش بهره‌وری نیروی انسانی سازمان هاست. در سازمان‌های کسب و کار، هوش فرهنگی منبع مهمی از بهره‌وری به شمار می‌رود. برای این که کارها انجام گیرد لازم است که کارگران و متخصصان توصیه‌ها و پشتیبانی‌های دیگران را فراتر از ساختار سلسله‌مراتبی شرکت به کاربندند (هاللیان مطلق و حسن زاده، ۱۳۹۴). بهره‌وری منابع انسانی دغدغه مهم سازمان‌های امروزی است؛ زیرا اساسی‌ترین محرک رسیدن به نتایج رضایت بخش و کسب مزیت رقابتی، به شمار می‌رود. در دیدگاه‌های سنتی، سرمایه‌های اقتصادی، فیزیکی و انسانی نقش عمده‌ای در توسعه و رشد سازمان ایفا می‌کردند، اما در عصر حاضر سازمان‌ها به منظور رسیدن به بهره‌وری به ابزارهای قدرتمندتری نیاز دارند. سرمایه اجتماعی نمونه‌ای از این ابزارها هستند. بهره‌وری نیروی انسانی به عنوان یک فلسفه و دیدگاه مبتنی بر استراتژی بهبود، مهمترین هدف هر سازمانی را تشکیل می‌دهد و می‌تواند همچون زنجیرهای فعالیت‌های کلیه بخش‌های جامعه را در برگیرد، به طوری که رسالت مدیریت و هدف اصلی مدیران هر سازمان استفاده مؤثر و بهینه از منابع و امکانات گوناگون چون نیروی کار، سرمایه، مواد، انرژی و اطلاعات می‌باشد (آسپین، ۲۰۱۷).

بهره‌وری، استفاده مؤثر و بهینه از منابع و نهادهای مختلف چون نیروی کار، سرمایه، مواد، انرژی و اطلاعات می‌باشد. به عبارت دیگر بهره‌وری، استفاده بهینه از نهادهای ورودی جهت دستیابی به خروجی‌های بیشتر می‌باشد. اهمیت توجه به بهره‌وری به حدی است که در بسیاری از کشورها، بهره‌وری و استفاده صحیح و هر چه بهتر و مناسب‌تر از مجموع عوامل تولید اعم از کالا و خدمات به اولویتی ملی تبدیل شده و تلاش شده تا این شعار که تداوم حیات هر جامعه بدون توجه به موضوع بهره‌وری دشوار و حتی در مواردی غیر ممکن است، در جوامع نهادینه شود (آلگوسین و فیلر، ۲۰۱۰). از طرف دیگر مرور تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد که هوش فرهنگی زمانی می‌تواند بهره‌وری منابع انسانی را معنادار سازد که افراد رفتارهای را در سازمان انجام دهند. مشتمل بر رفتارهای متنوع کارکنان نظیر، پذیرش و بعهده گرفتن وظایف و مسئولیت‌های اضافی، پیروی از مقررات و رویه‌های سازمان، حفظ و توسعه نگرش مثبت، شکیبایی و تحمل ناراضی‌تی و مشکلات

¹ Decenzo & Rabbins

² Triandis

³ Thomas & Inkson

⁴ Aspin

⁵ Alguezaui & Filieri

در سر کار می‌باشد (یعقوبی و همکاران، ۱۳۸۹). این مفاهیم خواستگاه متفاوتی داشته‌اند، ولی به طور کلی به مفهوم یکسانی اشاره دارند. لذا بر اساس مطالب بیان شده پژوهش حاضر با هدف تأثیر هوش فرهنگی مدیران اجرایی بر بهره‌وری سرمایه انسانی بر اساس نقش میانجی رفتارهای فرآیندی سازمانی صورت پذیرفت.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

از آنجا که در میان عوامل تولید، عامل نیروی انسانی برخلاف سایر منابع سازمانی به عنوان ذی‌شعور و هماهنگ‌کننده سایر عوامل شناخته می‌شود و همچنین مهمترین اهرم اصلی در افزایش و کاهش بهره‌وری سازمان می‌باشد. از این رو، از جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده و باید توجه خاصی به آن مبذول داشت. چرا که اگر این انسان با انگیزه و توانمند و بهره‌ور باشد می‌تواند سایر منابع را به نحو احسن و مطلوب به کار گیرد و انواع بهره‌وری را محقق سازد و نهایتاً سازمان را بهره‌ور کند و گرنه رکود و عقب‌ماندگی ارمان نیروی انسانی منفعلی و بی‌انگیزه می‌باشد. اما این که چگونه نیروی انسانی بهره‌ور می‌شود و یا بهره‌وری وی افزایش می‌یابد؟ سؤالی است که پاسخ آن در مؤسسات و سازمان‌های مختلف به تناسب رسالت آن‌ها و نیازهای کارکنان گوناگون است. اگرچه ممکن است این نیازها و عوامل، شبیه بهم باشند اما مطمئناً شدت و اولویت تأثیر آن‌ها بر بهره‌وری کارکنان یکسان نیست (آقایی و همکاران، ۱۳۹۴). با توجه بررسی‌های صورت گرفته علیرغم تلاش‌های انجام گرفته در حوزه بهره‌وری نیروی انسانی به نظر می‌رسد فعالیت‌های صورت گرفته هنوز هم کافی نبوده و این امر موجب گردیده بهره‌وری نیروی انسانی در بخش‌های مختلف مورد شناسایی قرار نگرفته باشد.

هوش فرهنگی: هوش فرهنگی، توانایی فرد در راستای سازگاری موفقیت‌آمیز با محیط‌های فرهنگی جدید است که معمولاً با بافت فرهنگی خود فرد ناآشناست. براساس این تعریف، هوش فرهنگی هوشی متفاوت از هوش اجتماعی و عاطفی است. افراد زیادی با داشتن هوش بالا و مهارت‌های اجتماعی مناسب در تعاملات بین‌المللی شکست می‌خورند که علت اصلی آن پایین بودن هوش فرهنگی است (حسنی، ۱۳۹۴).

هوش به معنای توان بیولوژیکی برای تحلیل نوع خاصی از اطلاعات به روشی معین است. استرنبرگ^۱ (۱۹۹۷) با در نظر گرفتن دیدگاهی متفاوت، بر جنبه‌های بیولوژیکی و تکاملی تأکید می‌کند و اظهار می‌دارد که هوش به معنای توانایی‌های ذهنی لازم برای تطابق، گزینش و شکل‌دهی در هر زمینه محیطی است و موجب انعطاف‌پذیری در موقعیت‌های چالشی می‌شود (ابراهیم پور و همکاران، ۱۳۹۴). فرهنگ مجموعه به هم پیوسته‌ای از شیوه‌های تفکر احساس و عمل است که کم و بیش مشخص است و توسط تعداد زیادی از افرادی فراگرفته می‌شود و بین آن‌ها مشترک است و دو شیوه عینی و نمادین به کار گرفته می‌شود تا این اشخاص را به یک جمع خاص و متمایز مبدل سازد (روشه، ۱۳۹۳؛ ترجمه هما زنجانی‌زاده).

پروفسور سون آنگ؛ مدیر ارشد مرکز رهبری و هوش فرهنگی دانشگاه نانپانگ سنگاپور به همراه پرفسور کریستوفر ارلی^۲ در سال ۲۰۰۳ مفهوم هوش فرهنگی را به علوم اجتماعی و مدیریت عرضه داشتند و از آن پس، این مفهوم در سراسر جهان و رشته‌های مختلف مورد توجه قرار گرفت. نگاه به مسیر حرکت سازه هوش فرهنگی، حاکی از توسعه آن از یک مفهوم نظری به یک سازه قابل سنجش با خصوصیت‌های روانسنجی قوی و چارچوب علمی مناسب آموزش جهانی می‌باشد که فواید زیادی به ارمان خواهد آورد. این دو محقق، هوش فرهنگی را قابلیت یادگیری الگوهای جدید در تعاملات فرهنگی و ارائه پاسخ‌های رفتاری صحیح به این الگوها تعریف کرده‌اند (زردشتیان و همکاران، ۱۳۹۴).

هوش فرهنگی یک مفهوم نسبتاً جدید است که با جهانی شدن ظهور کرده و می‌توان آن را به عنوان توانایی فرد برای تنظیم و سازگاری و تعامل با فرهنگ‌های مختلف به طور مؤثر تعریف کرد (گل و ارکین، ۲۰۱۸).

اجزای ضروری هوش فرهنگی عبارتند از: شناخت افراد یا دانش درباره دیگر فرهنگ‌ها انگیزه برای تعامل با دیگر فرهنگ‌ها و رفتارهای ارتباطاتی سازگار با فرهنگ‌های مختلف (هندرسون و همکاران، ۲۰۱۸).

هوش فرهنگی، توانایی فرد در راستای سازگاری موفقیت‌آمیز با محیط‌های فرهنگی جدید است که معمولاً با بافت فرهنگی خود فرد ناآشناست. براساس این تعریف، هوش فرهنگی هوشی متفاوت از هوش اجتماعی و عاطفی است. افراد زیادی با داشتن هوش بالا و مهارت‌های اجتماعی مناسب در تعاملات بین‌المللی شکست می‌خورند که علت اصلی آن پایین بودن هوش فرهنگی است (حسنی، ۱۳۹۴).

¹ Strenberg

² Sun Aung

³ Christopher Earley

⁴ Göl & Erkin

⁵ Henderson et all

انواع شخصیت‌ها در هوش فرهنگی

مدیران از لحاظ قابلیت درک و شناخت فرهنگ‌های بیگانه و عمل متناسب با آن‌ها یکسان نیستند. برخی مدیران زمانی که اندکی پا را از فرهنگ ملی و محلی خود فراتر می‌گذارند، دچار ناراحتی، بی‌اطمینانی و ناسازگاری می‌شوند. در مقابل، بعضی دیگر از مدیران، چنان رفتار می‌کنند که گویی سال‌هاست با آن فرهنگ بیگانه خو گرفته‌اند.

مدیران را برحسب قابلیت هوش فرهنگی می‌توان در یکی از طبقات زیر قرار داد:

۱- محلی: زمانی می‌تواند کاملاً اثربخش باشد که با افرادی با پیشینه‌های فرهنگی مشابه با خود تعامل دارد، در غیر این صورت به مشکل برمی‌خورد.

۲- تحلیل‌گر: به‌طور منظم قوانین و انتظارات فرهنگی را با توسل به راهبردهای یادگیری پیچیده و مفصل بررسی می‌کند. رایج‌ترین حالت تحلیل‌گر در کسانی دیده می‌شود که ابتدا از محدوده فرهنگی بیگانه آگاه می‌شوند و سپس در چندمرحله، ماهیت الگوهای کاری و نحوه تعامل با آن‌ها را تشخیص می‌دهد.

۳- شهودی: کسی است که به‌طور کامل به‌جای استفاده از سبکی نظام‌مند به شهود و بینش خود تکیه دارد. او به‌ندرت برداشت و نظر اولیه خود را اشتباه می‌یابد. در مواجهه با شرایط چندفرهنگی مبهم که نیازمند کنترل موقعیت است، فرد شهودی متزلزل نشان خواهد داد، زیرا نه استراتژی یادگیری را در پیش گرفته است و نه می‌تواند خود را با احساسات ناآشنا وفق دهد.

۴- سفیر: این‌گونه مدیران همانند بسیاری از دیپلمات‌ها ممکن است در مورد فرهنگی که وارد آن می‌شوند اطلاعات چندانی نداشته باشند، اما به‌صورت متقاعدکننده‌ای با اطمینان و اعتماد به‌نفس ارتباط برقرار می‌کنند. در میان مدیران شرکت‌های چندملیتی، سفیر شایع‌ترین شخصیت است. اعتماد به‌نفس مهم‌ترین ویژگی هوش فرهنگی در این افراد است. دیدگاه سفیر در برخی مدیران از طریق مشاهده کسانی که با بهره‌گیری از این سبک موفق بوده‌اند، حاصل شده است. سفیر باید برای اینکه بداند چه چیزهایی نمی‌داند به اندازه کافی فروتنی داشته باشد.

۵- تقلیدی: به‌میزان زیادی بر اعمال و رفتارشان کنترل دارد، در غیراین‌صورت هم به‌خاطر بینش مناسبت نسبت به اهمیت نشانه‌های فرهنگی از عهده اداره موقعیت برمی‌آید. افراد تقلیدی به میزبانان و می‌همانانشان آرامش خاصی منتقل می‌کنند و با تقلید سریع رفتارهای کلامی و غیرکلامی طرف‌های مقابل ارتباطات را تسهیل کرده و اعتماد ایجاد می‌کنند (عباسعلی‌زاده و نائیجی، ۱۳۸۶).

بحث و ارائه یافته‌ها

شاخص‌های آمار توصیفی متغیرهای پژوهش مربوط به پاسخگویان

در ادامه به اطلاعات جمعیت شناختی پاسخگویان می‌پردازیم که عبارتند از جنسیت، سن، تحصیلات، سابقه خدمت که هر یک از جداول توزیع فراوانی و نمودار مربوطه را ارائه خواهیم نمود.

جدول ۱- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۱۶۵	۶۶/۵۳
زن	۸۳	۳۳/۶۴
کل	۲۴۸	۱۰۰

بر اساس جدول فوق ۶۶/۵۳ درصد (۱۶۵ نفر) از نمونه این پژوهش و ۳۳/۴۶ درصد (۸۳ نفر) از زنان تشکیل داده‌اند. در ادامه توزیع فراوانی به سن پاسخگویان ارائه می‌شود.

جدول ۲- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن

سن	فراوانی	درصد
۲۰-۲۵ سال	۶۲	۲۵
۲۶-۳۰ سال	۵۹	۲۳/۷۹
۳۱-۳۵ سال	۴۵	۱۸/۱۴
۳۶-۴۰ سال	۴۶	۱۸/۵۴

سن	فراوانی	درصد
۴۱ سال به بالا	۳۳	۱۳/۳۰
کل	۲۴۸	۱۰۰

بر اساس جدول، ۲۵ درصد (۶۲ نفر) سنی بین ۲۰-۲۵ سال دارند، ۲۳/۷۹ درصد (۵۹ نفر) سنی بین ۲۶-۳۰ سال دارند، ۱۸/۱۴ درصد (۴۵ نفر) از پاسخگویان سن ۳۱-۳۵ سال دارند، ۱۸/۵۴ درصد (۴۶ نفر) سنی بین ۳۶-۴۰ سال دارند و در نهایت ۱۳/۳۰ درصد (۳۳ نفر) سنی بالای ۴۱ سال دارند. در ادامه جدول فراوانی پاسخگویان بر حسب تحصیلات ارائه می‌شود.

جدول ۳- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تحصیلات

تحصیلات	فراوانی	درصد
کاردانی	۳۹	۱۵/۷۲
کارشناسی	۱۵۱	۶۰/۸۸
ارشد	۳۶	۱۴/۵۱
دکتری	۲۲	۸/۸۷
کل	۲۴۸	۱۰۰

همانگونه که در جدول فوق مشاهده می‌شود، ۱۵/۷۲ درصد (۳۹ نفر) کاردانی، ۶۰/۸۸ (۱۵۱ نفر) کارشناسی، ۱۴/۵۱ درصد (۳۶ نفر) دارای تحصیلات کارشناسی ارشد، ۸/۸۷ (۲۲ فر) دارای تحصیلات دکتری هستند. در نهایت جدول فراوانی پاسخگویان بر حسب سابقه خدمت ارائه می‌شود.

جدول ۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سابقه خدمت

سابقه خدمت	فراوانی	درصد
۱-۷ سال	۶۶	۲۶/۶۱
۸-۱۴ سال	۸۰	۳۲/۲۵
۱۵-۲۱ سال	۵۲	۲۰/۹۶
۲۲-۳۰ سال	۴۲	۱۶/۹۳
پر نشده	۸	۳/۲۲
کل	۲۴۸	۱۰۰

همانگونه که در جدول فوق مشاهده می‌شود، ۲۶/۶۱ درصد (۶۶ نفر) دارای سابقه کاری بین ۱-۷ سال، ۳۲/۲۵ درصد (۸۰ نفر) دارای سابقه کاری ۸-۱۴ سال، ۲۰/۹۶ درصد (۵۲ نفر) دارای سابقه کاری ۱۵-۲۱ سال هستند. ۱۶/۹۳ درصد (۴۲ نفر) دارای سابقه کاری ۲۲-۳۰ سال می‌باشند. در ادامه نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سابقه خدمت مشاهده می‌شود.

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

ارتباط در همه جنبه‌های زندگی، به خصوص در یک سازمان، بسیار مهم است. در جریان ارتباطات بین‌المللی، یک جنبه اجباری برای افرادی است که می‌خواهند در سازمان‌ها کار کنند. مهارت‌ها شغل‌های مدیریتی الزامی‌اند؛ بنابراین برای مدیرانش نیز ضروری است. یعنی به صورتی که در تعاملات میان فرهنگی نیاز است و به عنوان ابزار اساسی در خدمت کسب دانش فرهنگی مانند درک نظام اقتصادی، قانونی و اجتماعی و فرهنگ‌های مختلف قرار گیرد هدف از این پژوهش بررسی عوامل به عنوان عامل پیشبینی‌کننده هوش فرهنگی سازمان‌ها بود. به طور خلاصه، یافته‌های این مطالعه بیانگر این بود که سرپرستان و مدیران برای برقراری ارتباط بر مبنای هوش فرهنگی در سازمان‌ها هستند. مضمون‌های شامل عوامل ساختاری، عوامل فردی و عوامل محیطی، از عوامل هوش فرهنگی سرپرستان سازمان‌ها بودند. به طور کلی کارکنان سازمان‌ها در مواجهه با موقعیت‌های جدید فرهنگی در حین مکالمات، ارتباط و علاقه‌مندی به ارتباط با کارکنان داخلی و ارتباط با همکاران همتای خارجی طی انجام کارها و شرکت در برنامه‌های بین فرهنگی و برقراری ارتباط با افراد از فرهنگ‌های مختلف، شرکت در برنامه‌ها،

حضور در جلسات و رویدادها، انجام مکاتبات اداری با سازمان‌های جهانی و در نهایت آگاهی و اعلام قوانین، مصوبات و تغییرات سازمانی به هوش فرهنگی نیازمندند. به طور کلی نتایج مطالعه حاضر از تحقیقات گذشته در مورد ارتباط هوش فرهنگی، همچنین موفقیت برونمرزی و تسلط بر رویدادها حمایت می‌کند. به نظر می‌رسد طبق نتایج این مطالعه، یکی از عوامل مهمی که در هوش فرهنگی مدیران، سرپرستان و مسئولان دخیل است است. تسلط به هوش فرهنگی، بازکننده پنجره‌های نو به سوی فرهنگ و تمدنی جدید است. در جهان امروز که در آن انسان‌ها و فرهنگ‌ها روزه‌ها روز به یکدیگر نزدیکتر می‌شوند. به دلیل فزونی و پیچیدگی روابط فرد با جامعه و فرهنگی که در آن زندگی می‌کند، نمی‌توان تأثیر عوامل فرهنگی را بر رفتار آدمی نادیده گرفت (گنگ و بادا (۲۰۰۵) دریافتند با ادغام فرهنگ و آشنایی افراد با فرهنگ‌های سایر کشورها، هوش فرهنگی و آگاهی فرهنگی افراد تا حد قابل توجهی افزایش می‌یابد هوش فرهنگی، قابلیت یادگیری الگوهای جدید در تعاملات فرهنگی و ارائه پاسخ‌های رفتاری صحیح به این الگوها را نشان می‌دهد. از آنجا که دنیای امروز نیاز به افرادی دارد که با فرهنگ‌های مختلف آشنا باشند و بتوانند با افراد سایر فرهنگ‌ها ارتباط برقرار کنند، می‌توان گفت هوش فرهنگی یکی از مؤلفه‌هایی است که می‌تواند بر تعاملات فرهنگی مؤثر باشد. هوش فرهنگی می‌تواند نقش مهمی در ارتباطات داشته باشد. تسو (۲۰۰۵) نیز نشان داد با معرفی فرهنگ‌ها مطالعات راهبردی جامعه شناختی، تمایل افراد به تعامل و برقراری ارتباط با افراد آن جامعه بیشتر می‌شود. افرادی که هوش فرهنگی زیادی دارند دارای آگاهی هشیارانه در خلال تعامل‌های بین فرهنگی‌اند، درباره هنجارها و قراردادهای فرهنگ‌های مختلف دانش دارند و توانایی انجام رفتار کالمی و غیرکالمی مناسب را هنگام برقراری ارتباط با افرادی از فرهنگ‌های دیگر دارند که سبب غنی ساختن روابط آنان می‌شود. بدین ترتیب این افراد در وظایف خود موفقتر عمل می‌کنند. هوش فرهنگی با وجود چالش‌ها و تفاوت‌های فرهنگی، می‌تواند به عنوان یک ویژگی اساسی که مدیران به آن نیاز دارند، در نظر گرفته شود. این مطالعه بیان می‌کند که هوش فرهنگی برای کار با گروه‌های متنوع فرهنگی مهم است. هوش فرهنگی می‌تواند توجه و تلاشی را برانگیزد که دانش و استراتژی‌های فرهنگی فرد را به سمت درست هدایت کند. با افزایش روند جهانی‌سازی ارتباطات بین‌المللی، تجارت جهانی و ارتباطات جدید همگی بوسیله هوش فرهنگی صورت می‌گیرند و عدم آشنایی درست با آن، برابر با عدم پیشرفت در دنیای جدید امروزی است. به طور کلی به نظر می‌رسد نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که هوش فرهنگی، به عنوان یکی از عوامل است که می‌تواند موفقیت در دنیای در حال رشد امروزی باشد. بنابراین به طور قابل توجهی، کنفرانس‌های آنلاین و حضوری، وبینارها، جلسات بحث همزمان، سازماندهی فعالیت‌های گروهی بین فرهنگی، شرکت در رویدادهای بین‌المللی و ارتباط با شرکت‌های چند ملیتی، همچنین آموزش هوش فرهنگی، اهمیت ویژه‌ای برای مهارت و ارتباط سرپرستان و مدیران و کارکنان سازمان‌ها دارد. بنابراین متناسب مطالعات راهبردی جامعه شناختی با یافته‌های این پژوهش پیشنهاد می‌شود که مدیران و سرپرستان سازمان‌ها برای رسیدن به موفقیت و اهداف سازمان‌های خود به تقویت هوش فرهنگی از طریق یادگیری و آموزش مهارت آن تلاش کنند.

References

1. Abbas Alizadeh, M., & Naeji, M. J. (2007). Cultural intelligence of adaptation to heterogeneity. *Tadbir Monthly*, 181, 20-23.
2. Abzari, M., & Khani, M. (2010). Cultural intelligence, dealing with differences. *Asr Management Journal*, 16-17, 52-58.
3. Aghaei, R., Aghaei, M., & Aghaei, A. (2014). Investigating the effective factors on manpower productivity using the BSC model. *Human Resource Management Research Quarterly*, Imam Hossein University (AS), 4(22), 27-49.
4. Bardbar, G. (2011). Factors affecting the productivity of human resources using multi-criteria decision-making techniques, case study: Shahid Sadouqi Hospital employees, Yazd. *Journal of Health Management*, 1, 70-83.
5. Ebrahimpour, H., Hossein Nejad, N., Nemati, W., & Taghipour, F. (2014). Investigating the relationship between spiritual intelligence and teachers' innovative behavior. *Journal of School Psychology*, 1, 7-21.
6. Fatehi, Z. (2011). Economic Jihad and increasing productivity. *Sepah Bank's Research and Risk Control Research Project*.
7. Helalian Mutlaq, F., & Hassanzadeh, M. (2014). The role of knowledge management and organizational creativity in the productivity of human resources (case study: South Pars gas complex). *Quarterly Journal of Scientific Studies*, 1(4), 51-66.
8. Hemti, A. (2013). Investigating the impact of cultural intelligence on customer satisfaction and productivity in service industries (case studies: National Bank of Iran and New Economy Bank). Master's thesis, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Faculty of Management and Accounting.

9. Hosni, F. (2014). The effect of cultural intelligence on self-directed learning of nursing students. *Journal of Education Strategies in Medical Sciences*, 2, 115-122.
10. Hosseini Nesab, S. D., & Qadri, V. (2011). Investigating the relationship between cultural intelligence and managers' productivity in Shahid schools of West Azarbaijan province. *Education and Evaluation Quarterly*, 4(13), 27-44.
11. Roche, G. (2013). *Social action*. (H. Zanjanizadeh, Trans.). Mashhad: Ferdowsi University of Mashhad.
12. Sotoudeh Arani, H., Baiti, J., & Ghasemi, H. (2015). Investigating the effect of performance evaluation policies on the productivity of human resources in Iran's tobacco company. *Human Resource Studies Quarterly*, 19, 68-89.
13. Taheri, S. (2011). *Productivity and its analysis in organizations (comprehensive productivity management)*. Tehran: Hestan Publications.
14. Yaqoubi, N. M., Moghadami, M., & Kikha, A. (2010/1389). Investigating the relationship between transformational leadership and organizational citizenship behavior of employees. *Journal of Transformation Management*, 2(4), 64-96.
15. Zamani, A., & Tabarsa, G. (2009). Cultural intelligence, the new competency of managers. *Tadbir Journal*, 213, 49-53.
16. Zardashtian, S., Gholami Tarxloye, S., Eidipour, K., Kurd, N., & Bakhit, M. (2014/1393). The relationship between the dimensions of cultural intelligence and the conflict resolution ability of employees of the General Department of Sports and Youth in Fars Province. *Scientific-Research Quarterly of Organizational Behavior Management Studies in Sports*, 2(1), 71-78.





پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی