

J.SLIS, 11 (2) (2019) 159-178
DOI: 10.22055/slis.2019.24537.1439

The Effect of Communication Skills of Public Library Librarians of Khuzestan Province through mediation by Cultural Intelligence on Customer Relationship Management

Mansoor Koohi Rostami¹, Hamid Ghazizadeh², Negar Moori Bakhtiari³

1. Corresponding Author: Assistant Professor. Information Science & Knowledge, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran, m.rostami@scu.ac.ir
2. Assistant Professor. Information Science & Knowledge Payam Noor University. Velenjak. Tehran. I.R.Iran, ghazi.Hamid@gmail.com
3. Expert responsible for the libraries of the General Directorate of Public Library of Khuzestan Province, nmb_moori@yahoo.com

Received: 2019/02/14

Accepted: 2019/06/26

Abstract

Background and Objectives: The philosophy of the existence of libraries is to serve the people, and according to very Pundits, the most important philosophy of the library is "service to society and humanity". Since the customer is the pulse of the life of public libraries, the main goal of customer relationship management in public libraries is to attract and retain customers to public libraries. Customer relationship management is influenced by many factors in public libraries and in this diverse cultural environment. In this research, we focused on two variables of communication skills and cultural intelligence in customer relationship management. Today, public libraries are looking for librarians who can function as groups in a multicultural environment. On the other hand, they have the ability to communicate continuously with people from different cultures. So it's necessary to be familiar with different cultures and to communicate properly with other cultures. For this purpose librarians of public libraries need communication skills and cultural intelligence. This research is carried out in the public libraries of Khuzestan province, a province considered as a miniature of ethnic and cultural diversity. The purpose of this study was to investigate the effect of communicative skills of librarians in public libraries of Khuzestan province through mediation by cultural intelligence on Customer Relationship Management.

Methodology: The research method is survey. Structural equation modeling (SEM) and partial least squares method were used to test the hypotheses and model fitness. The statistical population of this study is 380 librarians of general libraries in Khuzestan province. According to Morgan table, 181 people participated as a sample in research. In the design of the proposed research model, independent variable communication skills; cultural intelligence as intermediary variable and customer relationship management as a dependent variable. Measurement tools are three questionnaires, Ang's cultural intelligence (2004), Barton's Communication skills (1990) and Customer Relationship Management (Sin and et al. 2005). Cronbach's alpha method was used to measure the reliability of research tools. The Cronbach's alpha value of the questionnaires

represents a good reliability of the research tool. In this study, to analyze the data from Smart PLS software and SPSS Software Used.

Findings: The results of single-sample t-test showed that the mean score of communication skills, cultural intelligence and customer relationship management was significantly lower than the cut score ($p < 0.001$), which shows that The research sample is in a disadvantaged position in terms of communication skills, cultural intelligence and customer relationship management. There is a significant difference between librarians in librarianship and non-librarianship in terms of communication skills, cultural intelligence and customer relationship management. The correlation coefficients of communication skills on cultural intelligence, communication skills, and intuitive intelligence on customer relationship management were 0.817, 0.495 and 0.229, respectively, which was statistically significant in the level of error and with probability 95.9 can be said that communication skills and cultural intelligence are effective on customer relationship management. Also, the results of t-sobel test confirmed the role of mediator of cultural intelligence in relation to communication skills and customer relationship management. The findings also showed that the level of significance was less than 0.01 and less than 0.05. On the other hand, the amount of T statistics, which is 4.49 and 1.96, is 95% confident. Cultural intelligence has a mediating role in communication skills and customer relationship management. Given that Q^2 values for all components are greater than 0.35, the predictive power of the model is good, and the whole model is well suited to predicting the corresponding values. The fitting results of the model also showed that the values of fitness indices obtained at the desirable level indicate that the fitting of the proposed model is desirable.

Discussion: Communication skills and cultural intelligence are crucial to the functioning and management of effective communication between clients in public libraries. The cultural diversity of public library users is one of the major issues librarians face. The role of the librarian as an intermediary between the library and library users and the acquisition of communication skills and cultural intelligence is very important in managing communication with clients in public libraries that are connected with a diverse society with diverse needs. Due to this complexity, librarians of public libraries need to have a high level of cultural intelligence and communication skills for communicating with clients. It is suggested that managers and planners of public libraries should pay close attention to the important role of cultural intelligence and communication skills in interactions.

Keywords: Librarians, Public Library, Communication Skills, Customer Relationship management, Cultural Intelligence, Khuzestan Province

تأثیر مهارت‌های ارتباطی کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان با میانجی‌گری هوش فرهنگی بر مدیریت ارتباط با مراجعان

منصور کوهی رستمی^۱، حمید قاضی زاده^۲، نگار موری بختیاری^۳

۱. نویسنده مسئول: استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران M.Rostami@scu.ac.ir
۲. استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه پیام نور، ghazi.Hamid@gmail.com
۳. کارشناس مسؤل امور کتابخانه‌های اداره کل کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان، nmb_moori@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۱/۲۴

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۴/۰۴

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر آن است که تأثیر مهارت‌های ارتباطی کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان با میانجی‌گری هوش فرهنگی بر مدیریت ارتباط با مراجعان را بررسی نماید.

روش: روش پژوهش پیمایشی است؛ از مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM) جهت آزمون فرضیه‌ها و برازندگی مدل استفاده شد. جامعه‌ی آماری ۳۸۰ نفر از کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان هستند که پرسشنامه بین ۲۰۰ نفر از آنان توزیع و در نهایت ۱۸۱ نفر در پژوهش مشارکت داشتند. ابزار اندازه‌گیری سه پرسشنامه، هوش فرهنگی (Ang and et al. (2004)، مهارت‌های ارتباطی Burton (1990) و مدیریت ارتباط با مشتری (Sin and et al. (2005) همکاران (۲۰۰۵) است.

یافته‌ها: نتایج حاصل از تحلیل t تک نمونه‌ای نشان داد که میانگین نمره مهارت‌های ارتباطی، هوش فرهنگی و مدیریت ارتباط با مشتری به طور معنی‌داری ($p < 0/001$) از نمره برش کمتر است؛ که نشان می‌دهد که نمونه‌ی پژوهش از نظر مهارت‌های ارتباطی، هوش فرهنگی و مدیریت ارتباط با مشتری در وضعیت نامطلوبی به سر می‌برند. ضرایب مسیر مهارت‌های ارتباطی بر هوش فرهنگی، مهارت‌های ارتباطی و هوش فرهنگی بر مدیریت ارتباط با مشتری به ترتیب با ۰/۸۱۷، ۰/۴۹۵ و ۰/۳۲۰ به دست آمد که در سطح خطای استاندارد معنی‌دار بوده و با احتمال ۰/۹۵ می‌توان بیان نمود که مهارت‌های ارتباطی و هوش فرهنگی بر مدیریت ارتباط با مشتری مؤثر هستند. همچنین نتایج آزمون تی سوبل نقش میانجی هوش فرهنگی در رابطه مهارت‌های ارتباطی و مدیریت ارتباط با مشتری را تأیید نمود. نتایج برازش مدل نیز نشان داد که مقادیر شاخص‌های برازندگی به دست آمده در سطح مطلوبی است که نشان دهنده‌ی برازش مطلوب الگوی پیشنهادی پژوهش است.

نتیجه‌گیری: با توجه به تنوع فرهنگی مراجعان کتابخانه‌های عمومی و نتایج پژوهش، پیشنهاد می‌شود که مدیران و برنامه‌ریزان کتابخانه‌های عمومی به نقش مهم و برجسته هوش فرهنگی و مهارت‌های ارتباطی کتابداران در مدیریت ارتباط با مشتری توجه جدی داشته باشند. در این راستا ضروری است زمینه‌های لازم برای شناخت فرهنگ، آداب و رسوم قومیت‌ها و فرهنگ‌های مختلف را فراهم آورده و آموزش‌های مناسب را جهت تقویت مهارت‌های ارتباطی کتابداران کتابخانه‌های عمومی فراهم نمایند.

کلیدواژه‌ها: مهارت‌های ارتباطی، هوش فرهنگی، مدیریت مراجعان، کتابخانه‌های عمومی، استان خوزستان

مقدمه و بیان مسأله

(Drucker (1954) مدت‌ها پیش این عقیده را مطرح کرد که "هدف نهایی هر کسب و کاری جذب و حفظ مشتریان است". این فلسفه‌ی کسب و کار همانطور که Kim, Choi, Qualls & Park (2004) خاطر نشان کردند، امروزه از طریق راهبرد مدیریت ارتباط با مشتری^۱ در حال اجراست. (Akroush, Dahiyat, Gharaibeh & Abu-Lail (2011) دو عامل فن‌آوری اطلاعات و جهت‌گیری نسبت به مشتری را در افزایش علاقه به مدیریت ارتباط با مشتری مؤثر دانسته و معتقدند که «منطق فلسفی و نیاز به مدیریت ارتباط با مشتری در اهمیت روابط همکاری بین خریدار و فروشنده نهفته است». همانطور که Kim and et al. (2004) بیان کرده‌اند، «مبنای پارادایم مدیریت ارتباط با مشتری این باور اولیه است که روابط مشتری، همانند سایر دارایی‌های مهم سازمان می‌تواند به طور مؤثری مدیریت و توسعه یابد». در نتیجه در متون مدیریت ارتباط با مشتری استدلال شده است که مدیریت ارتباط با مشتری تأثیر مطلوبی بر عملکرد تجاری و افزایش سودآوری دارد ((Crosby & Johnson؛ Gruen, Summers, & Acito (2000) Kennedy & King (2004)؛ (2001)). بطور کلی می‌توان گفت مدیریت ارتباط با مشتری همانند چتری است که مشتری را در محوریت یک سازمان قرار می‌دهد و منطق آن، تحت نظر قرار دادن و مدیریت بر تمام فرایند خدمت‌رسانی به مشتری است. به عبارتی مدیریت ارتباط با مشتری پیش از شروع آشنایی با مشتری تا پایان ارائه‌ی خدمات یا محصول به وی را مورد بررسی قرار می‌دهد تا با کسب رضایت زمینه حضور مجدد وی را در سازمان فراهم آورد. پس چگونگی اداره این پروسه رضایت از خرید و برخورد و ارتباط سازنده با مشتری، توسط مدیریت ارتباط با مشتری انجام می‌پذیرد که در نهایت باعث حضور بیشتر و دوباره مشتریان در سازمان می‌شود ((Storbacka, Strandvik & Grönroos (1994).

مدیریت ارتباط با مشتری رویکردی سازمانی برای توسعه دانش در مورد رفتار و ترجیحات مشتری و توسعه برنامه‌ها و استراتژی‌هایی است که مشتریان را ترغیب می‌کند که به صورت مستمر روابطشان با سازمان را افزایش دهند. امروزه بسیاری از سازمان‌ها در حال انطباق با استراتژی‌ها، برنامه‌ها، ابزارها و فناوری‌های مشتری محور مؤثر و کارآمد هستند. کتابخانه به عنوان سازمانی که کیفیت ارائه خدمات آن پیوند نزدیکی با تحقیق و توسعه و مسائل بنیادی علمی و فرهنگی جامعه دارد، نیازمند اتخاذ تمهیدات لازم برای برقراری ارتباط نزدیک با کاربران و ارائه خدمات شخصی به همه‌ی آن‌هاست (Shahvar & Hariri (2009). جهانی که در آن زندگی می‌کنیم در مقایسه با جهان سه یا چهار دهه پیش واجد خصایصی شده که آن خصایص اقوام، ملیت‌ها، ادیان و مذاهب، نژادها و زبان‌ها و به طور کلی فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌های مختلف را هرچه بیشتر در مواجهه با یکدیگر قرار داده است. لذا به‌کارگیری روابط با مشتری سبب ایجاد روابط صمیمانه با مشتری می‌شود که مؤسسات خدماتی و آموزشی خصوصاً کتابخانه‌ها از این امر مستثنی نیستند. فلسفه وجودی کتابخانه‌ها، خدمت به مردم است و به قول رانگاناتان مهم‌ترین فلسفه کتابخانه «خدمت به جامعه و انسانیت است». از آنجا که مراجعه کننده نبض حیات کتابخانه‌های عمومی است، هدف اصلی مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه‌های عمومی نیز بر جذب و حفظ مراجعان به کتابخانه‌های عمومی بنا گردیده است.

کتابخانه‌های عمومی به عنوان سازمان‌هایی خدماتی محسوب می‌شوند که سطح موفقیت آنها بستگی به جلب و رضایت مشتریانشان دارد و چنانچه هواید است تنها دارا بودن مجموعه‌ای غنی و روزآمد، کافی نخواهد بود (Jalilpour & Baryaji, 2012) بلکه شناخت ویژگی‌های جامعه کتابخانه و آگاهی از خواسته‌ها و انتظارات آنها راهکاری است که بدون آن، ارائه خدمات مطلوب به تمامی افراد را میسر نخواهد بود. از همین روست که کتابخانه‌ها باید هر برخورد و ارتباطی با مراجعه کنندگان را به عنوان فرصتی برای بهبود کیفیت در نظر بگیرند. ایجاد ارتباط با کاربران، احتمال استفاده مجدد و مستمر آنها از کتابخانه را افزایش می‌دهد. لذا بهره‌گیری از فرایندهای مدیریت ارتباط با مشتری برای کتابخانه‌های عمومی جهت حفظ کاربران فعلی و جذب

¹. Customer Relationship Management (CRM)

کاربران جدید لازم و ضروری است. مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه‌های عمومی و در این محیط متنوع فرهنگی متأثر از عوامل زیادی است که در این پژوهش بر دو متغیر مهارت‌های ارتباطی و هوش فرهنگی کتابداران به عنوان مشاورین امین کتابخانه و کسانی که نقش کلیدی در مدیریت ارتباط با مشتری دارند متمرکز شده است.

ارتباط به عنوان مهم‌ترین ویژگی لازم برای افراد شاغل توصیف شده است و کتابداران کتابخانه‌های عمومی به دلیل تنوع مراجعه‌کنندگان، نیازمند مهارت‌های ارتباطی کامل در کتابخانه‌ها هستند تا بتوانند به بهترین شکل ممکن با مراجعان خود برخورد کرده و نیازهای اطلاعاتی آنان را پاسخ دهند. (Rahnama, Fattahi & Dayani (2015) معتقدند که کتابداران شاغل در این نهادها با به کارگیری ابزارها و فنون مختلف در صدد شناسایی و رفع نیازهای اطلاعاتی مراجعان هستند. در واقع، کاربر و نیاز اطلاعاتی وی پایه و اساس فعالیت‌های کتابداران را تشکیل می‌دهد. متخصصان اطلاع‌رسانی علاوه بر داشتن دانش تخصصی کتابداری، نیازمند کسب مهارت‌هایی چون برقراری ارتباط مناسب، درست گوش دادن به مراجعه‌کننده، تشخیص صحیح نیاز اطلاعاتی وی، قدرت تجزیه و تحلیل نیاز و پرسش اطلاعاتی، توان برقراری ارتباط مناسب بین نیاز مراجعه‌کننده و منابع اطلاعاتی و در نهایت، دادن پاسخ صحیح به وی هستند.

امروزه برای کتابداران داشتن مدرک حرفه‌ای در علم اطلاعات و دانش‌شناسی برخلاف دهه گذشته کافی نیست. Harvey (2003) & Higgins معتقدند که «از آنجا که حرفه کتابداری دائماً در حال تغییر است نمی‌توان با یک صدا در مورد ویژگی‌ها و مهارت‌های مورد انتظار حرفه‌مندان صحبت کرد» (ص. ۱۵۴). دنیای امروز نیازمند کتابدارانی است که نگرش‌های چندبعدی در حوزه‌های فنی، مدیریتی و همچنین ارائه خدمات کاربرمدار به همراه مهارت‌های نرم^۱ دارند. همانند سایر حرفه‌ها، مهارت‌های نرم برای اجرای مؤثر عملکردهای کاری برای حرفه‌مندان کتابداری نیز لازم و ضروری است. (Tanawade (2011 بیان می‌کند که «این حقیقت تأیید شده است که نیاز به مهارت‌های ارتباطی هم در روابط میان همکاران و مدیر کتابخانه و هم در رابطه با فعالیت‌های ارتباطی با کاربر جهت ارتقای کیفیت خدمات کتابخانه‌ای وجود دارد. (Moita (2015 مهم‌ترین مهارت‌های نرم مورد نیاز کتابداران را شامل: مهارت‌های شنیداری، مهارت‌های ارتباطی، مهارت‌های بین شخصی، روابط عمومی، مهارت‌های مشتری‌مداری، مهارت‌های مدیریتی و کار تیمی، مهارت‌های گفتگو، مهارت‌های نوشتاری، مهارت‌های ارائه و مهارت‌های آموزشی می‌داند. در این محیط دانشی، کتابداران تسهیل‌کنندگان دسترسی به دانش و کاربران هستند. صرف نظر از اینکه یک کتابدار چقدر صلاحیت حرفه‌ای دارد، در ارائه خدمات و فراهم کردن رضایت کاربران با شکست مواجه خواهد شد اگر فاقد مهارت‌های ارتباطی کافی باشد. (Moita (2015 معتقد است که متخصصین اطلاعاتی تنها از طریق قدرت مهارت‌های ارتباطی‌اش احترام و پذیرش کاربر را به دست خواهد آورد.

علاوه بر مهارت‌های ارتباطی که کتابداران کتابخانه‌های عمومی به واسطه محیط متنوع فرهنگی بدان نیاز دارند، هوش فرهنگی که ارتباط خیلی زیادی در محیط‌های کاری متنوع فرهنگی دارد نیز برای مدیریت ارتباط با مشتریان ضروری است. ما در حال زندگی در یک جامعه چندفرهنگی هستیم که تنها مربوط به قومیت نیست و این تنوع در مورد جنسیت، وضعیت اقتصادی اجتماعی، نسل‌ها، اقلیت‌ها، سازمان‌ها، سنت‌های مذهبی نیز می‌باشد. بنابراین ما پیوسته در ارتباط با افرادی هستیم که از خودمان متفاوت هستند. کتابخانه‌های عمومی نیز مکان‌هایی هستند که این پویایی فرهنگی در آنها وجود دارد و وظایف و خدماتشان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این پویایی فرهنگی ممکن است منجر به ترس، دلهره، اضطراب و استرس شود. برای پاسخ به این ترس‌ها

¹. Soft Skills

و نگرانی‌ها داشتن هوش فرهنگی^۱ برای فعالیت در محیط‌های متنوع فرهنگی مثل کتابخانه‌های عمومی بسیار ضروری و حیاتی است.

مفهوم هوش فرهنگی در دهه گذشته در دنیای تجاری توسعه یافته بود و مرتبط با هر حرفه‌ای است و به عنوان "توانایی عملکرد مؤثر در بافت‌های متنوع فرهنگی (ملی، قومی، سازمانی، و غیره)" تعریف شده است (Ang & Linn, 2008). هوش فرهنگی را استعداد بکارگیری مهارت‌ها و توانایی‌ها در محیط‌های مختلف تعریف می‌کنند. در تعریفی دیگر هوش فرهنگی قابلیت فردی برای درک، تفسیر و اقدام اثربخش در موقعیت‌هایی دانسته شده است که دارای تنوع فرهنگی است و با آن دسته از مفاهیم مرتبط با هوش سازگار است که هوش را بیشتر یک توانایی شناختی می‌دانند. هوش فرهنگی همچنین بینش‌های فردی را در بر می‌گیرد که برای انطباق با موقعیت‌ها و تعاملات میان فرهنگی و حضور موفق در گروه‌های کاری چند فرهنگی مفید است (harati, 2016). بنابراین توانایی درک و تفسیر و انطباق رفتاری با بافت‌های فرهنگی یکی از مهارت‌هایی است که برای افراد شاغل در سازمان‌های دارای تنوع فرهنگی بسیار مهم است (Hofstede, 1993).

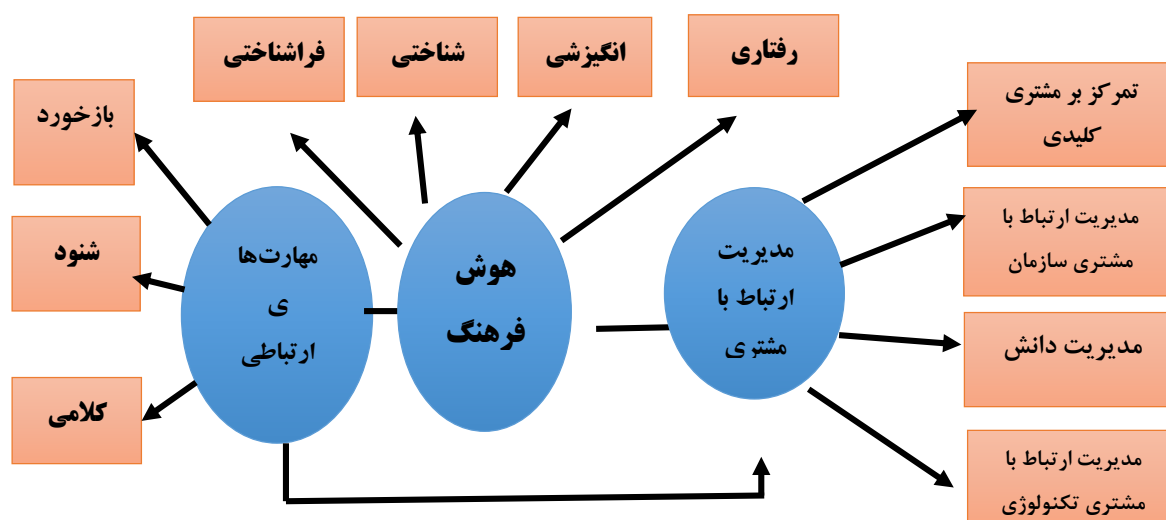
Rajaei Khozani & Oraee (2018) به بررسی رابطه بین مهارت‌های ارتباطی و هوش فرهنگی کتابداران کتابخانه‌های عمومی اصفهان پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان داد که میان مهارت‌های ۵ گانه ارتباطی (توانایی دریافت و ارسال پیام، کنترل عاطفی، گوش دادن، بینش نسبت به فرایند ارتباط، ارتباط توأم با قاطعیت) با هوش فرهنگی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. (harati, 2016) در پژوهشی به بررسی نقش میانجی هوش فرهنگی با مهارت‌های ارتباطی در رابطه با مدیریت ارتباط با مشتری در بین کلیه مدیران سازمان‌ها و مراکز ورزشی استان خراسان جنوبی پرداختند. نتایج نشان داد که مهارت‌های ارتباطی از طریق هوش فرهنگی بر مدیریت ارتباط با مشتری تأثیر مثبت و معناداری دارد. (mazinani, kamkar & monshei (2015) در تحقیقی تحت عنوان رابطه مهارت‌های ارتباطی کارکنان با رضایت مشتریان که جامعه آماری آن را نمایندگی‌های مجاز شرکت ایران خودرو در تهران را شامل می‌شد به این نتیجه رسیدند که وجود مهارت‌های ارتباطی مناسب کارکنان با رضایت مشتریان آنها رابطه‌ای مثبت داشته است. همچنین، یافته‌های دقیق‌تر نشان دادند که مهارت‌های کلامی کارکنان عامل پیشینی کننده قوی‌تری برای رضایت مشتریان بوده است. (Nazari, Sohrabi & Ehsani (2016) به مدلسازی معادلات ساختاری طبقه‌بندی مدیران بر اساس مهارت‌های ارتباطی و هوش فرهنگی پرداختند نتایج نشان داد که مدل ارائه شده از برازش خوبی برخوردار است که نشان می‌دهد مهارت‌های ارتباطی و هوش فرهنگی برای مدیریت اثربخش ضروری است.

Hosseini & Allahyari (2016) در پژوهشی به رابطه بین مهارت‌های ارتباطی و رضایت مشتری با میانجی‌گیری هوش فرهنگی در کارمندان بانک اقتصاد نوین پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که نقش میانجی هوش فرهنگی معنی‌دار است. اگرچه مهارت‌های ارتباطی دارای تأثیر مستقیم بر رضایت مشتری است اما از طریق هوش فرهنگی تأثیر عمیق‌تری بر رضایت مشتری ایجاد می‌کند. (Moita (2015) به بررسی مهارت‌های ارتباطی برای توسعه شخصی در حرفه مندان کتابداری پرداخت. وی به این نتیجه رسید که مهارت‌های ارتباطی بایستی اطلاعاتی در خصوص محیط‌های بیرونی و داخلی علم کتابداری و اطلاع‌رسانی فراهم کرده و بایستی دانش و مهارت‌های لازم مثل مدیریت، رهبری و بودجه‌بندی را در برگیرد. (Azimi Kohan & Alvan (2012) نشان دادند که با افزایش همدلی، مهارت‌های کلامی و غیر کلامی، بازخورد و نرخ اطلاع‌رسانی، رضایت مشتری نیز افزایش خواهد یافت. (Partridge, Menzies, Lee, & Munro (2010) مهارت‌ها، دانش و ویژگی‌های کتابداران عصر جدید را بررسی کردند. در این پژوهش ۸۴ کتابدار مشارکت داشتند که مشارکت کنندگان این عقیده عمومی را انعکاس دادند که ویژگی‌های شخصیتی و مهارت‌های ارتباطی برای موفقیت کتابداران در دنیای جدید ضروری و مهم هستند.

¹. Cultural Intelligence (CQ)

در این پژوهش مدیریت ارتباط با مشتری به ویژه در کتابخانه‌های عمومی که ذات وجودی‌شان خدمت به جامعه است به عنوان یک سیستم کارآمد و مؤثر در جذب و نگه داشت مراجعان به کتابخانه‌های عمومی در نظر گرفته شده است. امروزه کتابخانه‌های عمومی به دلیل حضور در محیط‌های چند فرهنگی به دنبال کتابدارانی هستند که بتوانند به صورت گروهی عملکرد خوبی داشته باشند. از سوی دیگر توانایی برقراری ارتباط و تطبیق مستمر با افرادی از فرهنگ‌های مختلف را دارا باشند. بنابراین لازم است با فرهنگ‌های مختلف آشنا باشند و به طور مناسب با افراد سایر فرهنگ‌ها ارتباط برقرار کنند. برای این منظور کتابداران کتابخانه‌های عمومی به مهارت‌های ارتباطی و هوش فرهنگی نیاز دارند. این پژوهش در محیط کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان، استانی که به عنوان مینیاتور تنوع قومی و فرهنگی شاخه می‌شود انجام شده است؛ به دنبال این است که آیا در این محیط پیچیده فرهنگی، هوش فرهنگی و مهارت‌های ارتباطی کتابداران کتابخانه‌های عمومی بر مدیریت ارتباط با مشتری تأثیر گذار است؟

از اینرو، هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر مهارت‌های ارتباطی کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان با میانجی‌گری هوش فرهنگی بر مدیریت ارتباط با مراجعان است. در طراحی مدل پیشنهادی پژوهش، متغیر مهارت‌های ارتباطی متغیر مستقل؛ متغیر هوش فرهنگی به عنوان متغیر میانجی و مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان متغیر وابسته هستند. لذا می‌توان بر مبنای ادبیات نظری، پیشینه‌های پژوهش و فرضیات تحقیق، مدلی نظری برای تبیین موضوع پژوهش حاضر بنا کرد (شکل ۱).



شکل (۱). الگوی پیشنهادی پژوهش

سؤال‌های پژوهش

سؤال اول: وضعیت مهارت‌های ارتباطی کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان چگونه است؟

سؤال دوم: وضعیت هوش فرهنگی کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان چگونه است؟

سؤال سوم: وضعیت مدیریت ارتباط با مشتری کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان چگونه است؟

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اول: مهارت‌های ارتباطی کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان اثر مستقیم مثبت بر هوش فرهنگی آنان دارد.

فرضیه دوم: مهارت‌های ارتباطی کتابداران اثر مستقیم مثبت بر مدیریت ارتباط با مراجعان در کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان دارد.

فرضیه سوم: هوش فرهنگی کتابداران اثر مستقیم مثبت بر مدیریت ارتباط با مراجعان در کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان دارد.

فرضیه چهارم: مهارت‌های ارتباطی کتابداران از طریق هوش فرهنگی اثر غیرمستقیم مثبت بر مدیریت ارتباط با مراجعان در کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان دارد.

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش پیمایشی توصیفی است؛ و از مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM) و روش حداقل مربعات جزئی جهت آزمون فرضیه‌ها و برازندگی مدل استفاده شد. الگویابی معادلات ساختاری یک رویکرد آماری جامع برای آزمون فرضیه‌ها درباره روابط بین متغیرهای مشاهده شده و مکنون است که با عناوین مختلفی نظیر تحلیل ساختاری کوواریانس، تحلیل مسیر با متغیرهای مکنون، مدل‌یابی علی و گاه نیز لیزرل نامیده می‌شود (Homan (2010). جامعه آماری پژوهش حاضر شامل تعداد ۳۸۰ نفر از کتابداران و مسئولین کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان هستند که بر اساس جدول کرسی مورگان ۱۸۱ نفر از آنها به صورت نمونه تصادفی ساده در پژوهش شرکت داشتند. پرسشنامه بین ۲۰۰ نفر از آنان توزیع و در نهایت ۱۸۱ نفر در پژوهش مشارکت داشتند. ابزار اندازه‌گیری سه پرسشنامه، هوش فرهنگی (Ang and et al. (2004، مهارت‌های ارتباطی (Burton (1990 و مدیریت ارتباط با مشتری (Sin and et al. (2005 است که در ادامه هر کدام از پرسشنامه‌ها مورد بحث قرار خواهند گرفت.

پرسشنامه هوش فرهنگی توسط آننگ و همکاران در سال ۲۰۰۴ طراحی شده است. این پرسشنامه دارای ۲۰ گویه و چهار عامل است که عبارتند از: راهبرد یا فراشناخت، دانش یا شناخت، انگیزشی، رفتاری. در پژوهش hamidi, andam & faizi (2013) روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط ۱۲ نفر از اساتید دانشگاهی تأیید شد و با استفاده از ضریب همبستگی آلفای کرونباخ مقدار پایایی پرسشنامه هوش فرهنگی ۰/۷۲ به دست آمد. پرسشنامه استاندارد مدیریت ارتباط با مشتری توسط Sin and et al. (2005) طراحی شده است. این پرسشنامه دارای ۱۸ گویه است و با یک مقیاس لیکرت پنج درجه‌ای (کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم)، مدیریت ارتباط با مشتری را می‌سنجد. در پژوهش (Akroush and et al. 2011) پایایی پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ بالای ۰/۸۴ به دست آمده است. پرسشنامه مهارت‌های ارتباطی در سال ۱۹۹۰ توسط بارتون تهیه و تنظیم شد. این پرسشنامه ۱۸ گویه را در بر گرفته و دارای سه مؤلفه مهارت‌های کلامی، شنود و بازخورد است. پایایی آن در تحقیق (Alizadeh (2008) Sameh, ۰/۹ به دست آمد که نشانگر پایایی بالای این پرسشنامه است. میزان آلفای کرونباخ پرسشنامه‌های پژوهش حاضر در جدول ۱ آمده است که نشان دهنده‌ی پایایی خوب ابزارهای پژوهش است.

جدول ۱. ضرایب پایایی پرسشنامه‌های پژوهش

Table 1. Reliability coefficients of research questionnaires

ضریب آلفای کرونباخ Cronbach's alpha coefficients	پرسشنامه questionnaires
84/4	مهارت‌های ارتباطی Communication skills
86/3	هوش فرهنگی Cultural Intelligence
87/7	مدیریت ارتباط با مشتری customer relation management

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این پژوهش از مدل‌یابی معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزئی جهت آزمون فرضیه‌ها و برازندگی مدل استفاده شد. در پژوهش‌هایی که هدف، آزمون مدل خاصی از رابطه بین متغیرهاست از تحلیل مدل معادلات ساختاری استفاده می‌شود. مدل‌یابی معادلات ساختاری یک روش بسیار کلی و نیرومند از خانواده رگرسیون چند متغیری و به بیان دقیق‌تر، بسط مدل خطی عمومی است که به محقق امکان می‌دهد مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را به گونه‌ای همزمان مورد آزمون قرار دهد. این مدل یک رویکرد جامع برای آزمون فرضیه‌ها درباره روابط متغیرهای مشاهده شده و مکنون است. در این پژوهش به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار اسمارت پی. آل. اس. و روش دو مرحله‌ای حداقل مربعات جزئی برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است. در گام اول از تحلیل عاملی تأییدی و در گام دوم از تحلیل مسیر برای تحلیل روابط بین سازه‌ها بهره می‌برد. پی. آل. اس. همزمان دو مدل را بررسی می‌کند. (۱). مدل بیرونی که ارتباط متغیرهای آشکار با متغیرهای پنهان را بررسی می‌کند، و (۲) مدل درونی که ارتباط متغیرهای آشکار با متغیرهای دیگر را اندازه گیری می‌کند. از طریق پی. آل. اس. می‌توان ضرایب رگرسیون استاندارد را برای مسیرها، ضرایب تعیین را برای متغیرهای درونی و اندازه شاخص‌ها را برای مدل مفهومی به دست آورد. همچنین برای پاسخ به پرسش‌های پژوهش از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شد. لازم به ذکر است که تمامی تحلیل‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS ویراست ۲۳ و پی. آل. اس. انجام شده است.

یافته‌های پژوهش

همانگونه که در جدول فوق مشاهده می‌گردد، ۵۷/۵ درصد از نمونه‌ی پژوهش زن و ۴۲/۵ درصد نیز مرد هستند. از نظر تحصیلات ۲۱ درصد کاردانی، ۶۱/۳ درصد کارشناسی و ۱۷/۷ درصد نیز کارشناسی ارشد هستند.

جدول ۲. ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه پژوهش

Table 2. Demographic characteristics of research sample

تحصیلات Education			جنسیت Gender		اطلاعات توصیفی Descriptive information
ارشد Master degree	کارشناسی Undergraduate	کاردانی Associate Degree	مرد men	زن women	
32	111	38	77	104	فراوانی frequency
17.7	61.3	21	42/5	57/5	درصد Percentage

در جدول ۳ نتایج حاصل از تحلیل t تک نمونه‌ای یا تی تک گروهی آمده است. در این جدول نمره مهارت‌های ارتباطی گروه نمونه با نمره استاندارد ۵۴ مقایسه شده است. همانگونه که در جدول ۳ مشاهده می‌شود میانگین نمره مهارت‌های ارتباطی در گروه نمونه ۴۴/۶۶ با انحراف استاندارد ۱۳/۱۶ بود که به طور معنی‌داری ($p < 0.001$) از نمره برش ۵۴ کمتر بود. بنابراین می‌توان گفت نمونه پژوهش از نظر مهارت‌های ارتباطی در وضعیت نامطلوبی قرار دارند.

جدول ۳: تحلیل t تک نمونه‌ای یا تی تک گروهی برای مقایسه نمره مهارت‌های ارتباطی در گروه نمونه با نمره برش یا معیار
 Table 3: Single sample t or single group T analysis to compare the communication skills score in the sample group with a cut or benchmark score.

متغیر Variable	میانگین Average	انحراف استاندارد The standard deviation	نمره معیار Benchmark score	t	سطح معنی‌دای Meaningful level
مهارت‌های ارتباطی Communication skills	44.66	13.16	54	-9.54	p<0/001

در جدول ۴ نمره هوش فرهنگی گروه نمونه با نمره استاندارد ۶۰ مقایسه شده است. همانگونه که در جدول ۴ مشاهده می‌شود میانگین نمره هوش فرهنگی در گروه نمونه ۵۳/۹۷ با انحراف استاندارد ۱۴/۰۶ بود که به طور معناداری ($p<0/001$) از نمره برش ۶۰ کمتر بود. بنابراین می‌توان گفت نمونه پژوهش از نظر هوش فرهنگی در وضعیت نامطلوبی قرار دارند.

جدول ۴: تحلیل t تک نمونه‌ای یا تی تک گروهی برای مقایسه نمره هوش فرهنگی در گروه نمونه با نمره برش یا معیار
 Table 4: Single sample t or t single-group analysis to compare the cultural intelligence score in the sample group with a cut or benchmark score.

متغیر Variable	میانگین Average	انحراف استاندارد The standard deviation	نمره معیار Benchmark score	t	سطح معنی‌دای Meaningful level
هوش فرهنگی Cultural Intelligence	53/97	13.16	60	-5/77	p<0/001

در جدول ۵ نمره مدیریت ارتباط با مشتری گروه نمونه با نمره استاندارد ۵۴ مقایسه شده است. همانگونه که در جدول ۵ مشاهده می‌شود میانگین نمره مدیریت ارتباط با مشتری در گروه نمونه ۴۴/۶۶ با انحراف استاندارد ۱۳/۱۶ بود که به طور معناداری ($p<0/001$) از نمره برش ۵۴ کمتر بود. بنابراین می‌توان گفت نمونه پژوهش از نظر مدیریت ارتباط با مشتری در وضعیت نامطلوبی قرار دارند.

جدول ۵: تحلیل t تک نمونه‌ای یا تی تک گروهی برای مقایسه نمره مدیریت ارتباط با مشتری در گروه نمونه با نمره برش یا معیار
 Table 5: Single sample t or t single group analysis to compare customer relationship management score in the sample group with a cut or benchmark score

متغیر Variable	میانگین Average	انحراف استاندارد The standard deviation	نمره معیار Benchmark score	t	سطح معنی‌دای Meaningful level
مدیریت ارتباط با مشتری customer relation management	45.87	15/10	54	-7/29	p<0/001

شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری

اولین عاملی که در ارزیابی مدل، باید مورد توجه قرار گیرد، تک بعدی بودن شاخص‌های مدل است. به این معنی که هر شاخص در مجموع شاخص‌ها، باید با یک مقدار بار عاملی بزرگ، تنها به یک متغیر نهفته، بارگذاری گردد. به این منظور باید مقدار بار عاملی بزرگتر از ۰/۶ باشد. لازم به ذکر است که مقدار بار عاملی کوچکتر از ۰/۴ کوچک محسوب شده و باید از مجموعه شاخص‌ها حذف گردد. این امر به صورت دستی با حذف شاخص‌هایی که دارای بار عاملی کمتر از ۰/۴ می‌باشند، انجام می‌شود.

جدول ۶: ضرایب بارهای عاملی

Table 6. Coefficients of factor loads

بار عاملی Factor loading	مؤلفه Component	متغیر Variable
0.951	بازخورد Feedback	مهارت‌های ارتباطی Communication skills
0.778	شنود Listening	
0.883	کلامی Verbal	
0.886	فراشناختی metacognitive	هوش فرهنگی Cultural Intelligence
0.793	شناختی cognitive	
0.886	انگیزشی motivational	
0/864	رفتاری behavioral	
0.873	تمرکز بر مشتری کلیدی key customer focus	مدیریت ارتباط با مشتری customer relation management
0.938	مدیریت ارتباط با مشتری سازمان organizing around CRM	
0.903	مدیریت دانش knowledge management	
0.886	مدیریت ارتباط با مشتری تکنولوژی محور technology-based CRM	

همانطور که در جدول ۶ مشخص است کلیه ضرایب بارهای عاملی بالاتر از ۰/۴ است پس مدل اندازه‌گیری پایایی مورد قبول را داراست.

جدول ۷: مقادیر مربوط به پایایی شاخص

Table 7. Values related to reliability

روایی همگرا AVE	پایایی ترکیبی Combined reliability	آلفای کرونباخ Cronbach's alpha	متغیر Variable
0.763	0.905	0.843	مهارت‌های ارتباطی Communication skills
0.737	0.918	0.881	هوش فرهنگی Cultural Intelligence
0.881	0.994	0.992	مدیریت ارتباط با مشتری customer relation management

همانگونه که در جدول ۷ مشاهده می‌شود، مقادیر آلفای کرونباخ و CR بالای ۰/۷ و تمام مقادیر AVE بالای ۰/۵ است. بنابراین می‌توان گفت مدل از پایایی مطلوب برخوردار است.

معیار مهم دیگری که با روایی واگرا مشخص می‌شود، میزان رابطه یک مؤلفه با شاخص‌هایش در مقایسه با رابطه آن مؤلفه با سایر مؤلفه‌هاست؛ به طوری که روایی واگرای قابل قبول یک مدل حاکی از آن است که یک مؤلفه در مدل تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارد تا با مؤلفه‌های دیگر. (Fornell & Larcker (1981 بیان می‌کنند که روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان AVE برای هر مؤلفه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن مؤلفه و مؤلفه‌های دیگر (یعنی مربع مقدار ضرایب همبستگی بین مؤلفه‌ها) در مدل باشد. در PLS بررسی این امر به وسیله یک ماتریس صورت می‌پذیرد که خانه‌های این ماتریس حاوی مقادیر

ضرایب همبستگی این مؤلفه‌ها و جذر مقادیر AVE مربوط به هر مؤلفه است. این مدل در صورتی روایی و اگرایی قابل قبول دارد که اعداد مندرج در قطر اصلی از مقادیر زیرین خود بیشتر باشد

جدول ۸: مقادیر فورنل و لارکر برای روایی واگرا

Table 8: Fornel and Larcker Values for Divergent Validity

متغیر Variable	مهارت‌های ارتباطی Communication skills	هوش فرهنگی Cultural Intelligence	مدیریت ارتباط با مشتری customer relation management
مهارت‌های ارتباطی Communication skills	0.873		
هوش فرهنگی Cultural Intelligence	0.724	0.903	
مدیریت ارتباط با مشتری customer relation management	0.756	0.817	0.901

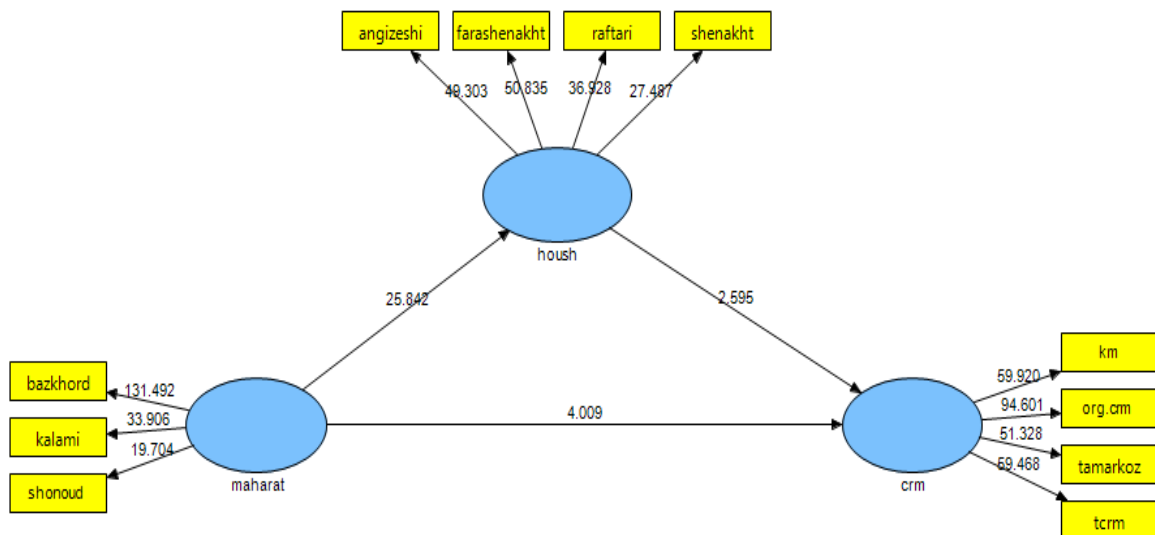
با توجه به مقادیر به دست آمده در جدول ۸ ملاحظه می‌شود که مقادیر جذر AVE که بر روی قطر اصلی ماتریس وجود دارد از مقادیر زیرین هر سلول بیشتر است و بنابراین مدل روایی و اگرایی نسبتاً قابل قبولی دارد.

شاخص‌های برازش مدل ساختاری

برازش مدل ساختاری شامل ۳ مرحله است:

۱. ضرایب معنادار Z (مقادیر t-values)
۲. معیار R Squares یا R²
۳. معیار Q² (Stone-Geisser criterion)

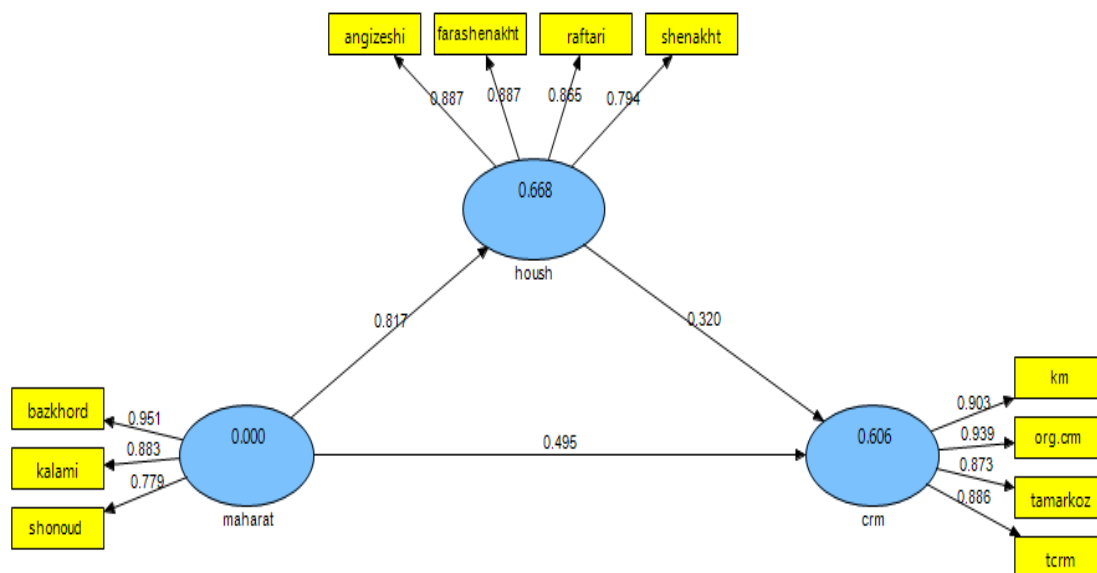
شکل ۲ به بررسی فرضیه‌ها با ضرایب معنی‌داری (مقادیر t-value) مسیرهای مستقیم پرداخته است. مسیرهایی که مقادیر آماره t بزرگ‌تر از ۱/۹۶ باشد مورد قبول واقع می‌شود ولی فرضیه‌هایی که آماره t کوچک‌تر از ۱/۹۶ است از نظر آماری رد می‌شود. همانطور که ملاحظه می‌شود تمامی مسیرها معنی‌دار هستند.



شکل ۲: مدل ساختاری در حالت معناداری

Figure 2: Structural model in a meaningful state

شکل ۳ به بررسی ضرایب مسیرهای مستقیم پرداخته است. همانطور که ملاحظه می‌شود تمامی مسیرها در حد مطلوبی هستند.



شکل ۳: مدل ساختاری در حالت تخمین استاندارد

Figure 3: Structural model in standard estimation mode

با توجه به شکل‌های ۲ و ۳ مقادیر آزمون آماره t و ضرایب تأثیر متغیرهای مستقل بر وابسته به شرح جدول ۱۲ است. نتایج مربوط به بررسی فرضیه‌های اول تا سوم در جدول ۹ و نتیجه بررسی فرضیه چهارم در جدول ۱۲ درج شده است.

جدول ۹: مقادیر آزمون آماره t و ضرایب مسیرهای مستقیم مربوط به متغیرهای پژوهش

Table 9: T test values and direct path coefficients related to the research variables

نتیجه فرضیه The result of the hypothesis	عدد معنی داری (t-value)	ضریب مسیر (β)	مسیر Path	
			به متغیر to variable	از متغیر From the variable
تأیید فرضیه Confirmation of hypothesis	25/842	0.817	هوش فرهنگی Cultural Intelligence	مهارت ارتباطی Communication skills
تأیید فرضیه Confirmation of hypothesis	2.959	0.495	مدیریت ارتباط با مشتری customer relation management	مهارت ارتباطی Communication skills
تأیید فرضیه Confirmation of hypothesis	4.009	0.320	مدیریت ارتباط با مشتری customer relation management	هوش فرهنگی Cultural Intelligence

همانطور که در جدول ۹ مشاهده می‌گردد، در فرضیه اول ضریب مسیر ۰/۸۱۷ است و با توجه به سطح خطای استاندارد که برابر ۰/۰۰۰ شده است و کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد می‌توان اعلام نمود که با احتمال ۰/۹۵ مهارت‌های ارتباطی بر هوش فرهنگی مؤثر است. بنابراین فرضیه اول مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین مسیر مستقیم مهارت‌های ارتباطی و هوش فرهنگی بر مدیریت ارتباط با مشتری به ترتیب با ضریب مسیرهای ۰/۴۹۵ و ۰/۳۲۰ در سطح خطای استاندارد معنی‌دار بوده و با احتمال ۰/۹۵ می‌توان بیان نمود که مهارت‌های ارتباطی و هوش فرهنگی بر مدیریت ارتباط با مشتری مؤثر می‌باشند. بنابراین فرضیه‌های دوم و سوم پژوهش نیز تأیید می‌گردند.

معیار R^2 یا R Squares

چین (۱۹۸۸)، مقادیر نزدیک به ۰/۶۷ را مطلوب، نزدیک به ۰/۳۳ را معمولی و نزدیک به ۰/۱۹ را ضعیف ارزیابی می‌نماید.

جدول ۱۰: مقادیر ضرایب تعیین

Table 5: Values of R Squares

مقدار R^2	متغیر variable
0.606	مهارت ارتباطی Communication skills
0.667	هوش فرهنگی Cultural Intelligence

همانطور که در جدول ۱۰ مشاهده می‌گردد، مقادیر به دست آمده برای R^2 حاکی از برازش مطلوب مدل ساختاری می‌باشد. شدت قدرت پیش‌بینی مدل در مورد سازه‌های درون‌زا، سه مقدار ۰/۰۲ و ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را تعیین شده است. اگر مقدار Q^2 در مورد یک سازه درون‌زا در محدوده نزدیک به ۰/۰۲ باشد، نشان از آن دارد که مدل قدرت پیش‌بینی ضعیفی در قبال شاخه‌های آن سازه دارد (داروی و رضازاده، ۱۳۹۳، ص ۹۶).

جدول ۱۱: مقادیر Q^2

Table 11: Q^2 values

$Q^2 (=1-SSE/SSO)$	متغیر variable
0.495	مهارت ارتباطی Communication skills
0.493	هوش فرهنگی Cultural Intelligence
0.403	مدیریت ارتباط با مشتری customer relation management

همانطور که در جدول ۱۱ مشاهده می‌گردد، با توجه به اینکه مقادیر Q^2 مربوط به کلیه مؤلفه‌ها بزرگتر از ۰/۳۵ است، بنابراین قدرت پیش‌بینی مدل خوب می‌باشد و در کل مدل به خوبی از عهده پیش‌بینی مقادیر مربوطه برآمده است.

بررسی نقش میانجی هوش فرهنگی در رابطه مهارت‌های ارتباطی و مدیریت ارتباط با مشتری

جهت بررسی معنی‌داری نقش میانجی هوش فرهنگی در رابطه مهارت‌های ارتباطی و مدیریت ارتباط با مشتری از آزمون تی

سویل استفاده شد که نتایج آن در جدول ۱۲ ارائه شده است.

جدول ۱۲: نتایج آزمون تی سوبل برای بررسی نقش میانجی هوش فرهنگی در رابطه مهارت‌های ارتباطی و مدیریت ارتباط با مشتری

Table 12: T-sobel test results to examine the role of mediator of cultural intelligence in relation to communication skills and customer relationship management

سطح معناداری Significance level	آماره t Statistics t	خطای استاندارد standard error	ضریب استاندارد Standard factor	مسیر Path
0.01	2.57	0.319	0.817	مهارت‌های ارتباطی - هوش فرهنگی Cultural -Communication skills Intelligence
		0.123	0.319	هوش فرهنگی - مدیریت ارتباط با مشتری customer -Cultural Intelligence relation management

بر اساس اطلاعات جدول ۱۲، با توجه به مقدار سطح معناداری که برابر ۰/۰۱ و از ۰/۰۵ کمتر است و از طرفی مقدار آماره تی که برابر ۴/۵۷ و از ۱/۹۶ بیشتر است با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت که هوش فرهنگی در رابطه مهارت‌های ارتباطی و مدیریت ارتباط با مشتری نقش میانجی دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

تحقق هدف غایی کتابخانه‌ها و به ویژه کتابخانه‌های عمومی در مسیر خدمت به جامعه متنوع خود در گرو جلب رضایت مراجعان است و مدیریت ارتباط با مشتری، مسیر تحقق هدف یادشده را هموارتر می‌سازد. بطور کلی کتابخانه‌ها نهادهایی فعال هستند نه منفعل، یعنی باید به سوی جامعه حرکت کنند نه آنکه منتظر بمانند تا جامعه به آنها رجوع کنند، حرکت به این سمت مستلزم نگاه ویژه به روابط کتابدار با مشتریان و مدیریت ارتباط با مراجعان کتابخانه است. مدیریت ارتباط با مشتری مجموعه‌ای از سیاست‌های طراحی شده جهت ارائه خدمات به مشتریان و جذب و نگهداشت آنان است و ضرورت استقرار آن در کتابخانه‌های عمومی منجر به رقابت برای بدست آوردن مشتریان، رقابت برای بدست آوردن منابع، حفظ ارتباط تأثیرگذار با مراجعان و ایجاد نقش پویا برای همگام شدن با نیازهای متغیر کاربران خواهد شد. نقش کتابدار به عنوان واسطه بین کتابخانه و مراجعان کتابخانه و مسلح شدن وی به مهارت‌های ارتباطی و هوش فرهنگی، در مدیریت ارتباط با مراجعان در کتابخانه‌های عمومی که با جامعه‌ای متنوع و با نیازهای متنوع در ارتباطند از اهمیت فراوانی برخوردار است.

همانطور که بیان شد هدف این پژوهش بررسی تأثیر مهارت‌های ارتباطی کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان بر مدیریت ارتباط با مراجعان با میانجی‌گری هوش فرهنگی است. نتایج پژوهش نشان داد علیرغم نقش و جایگاه مهارت‌های ارتباطی، هوش فرهنگی و مدیریت ارتباط با مشتریان در کتابخانه‌های عمومی به عنوان سازمان‌هایی خدمت‌مدار و وابسته به جامعه، کتابداران استان خوزستان از نظر این مولفه‌های مهم در وضعیت نامطلوبی قرار دارند. هرچند نتایج نشان داد که کتابدارانی که دارای مدرک کتابداری و اطلاع‌رسانی هستند، در وضعیت بهتری قرار دارند؛ اما در مجموع در هر سه مؤلفه وضعیت نامطلوبی حکمفرماست. نتایج پژوهش (Karimi and et al. (2012 نیز نشان داد که کتابداران دانشگاهی استان اصفهان نیز از نظر مهارت‌های ارتباطی در وضعیت نامطلوبی قرار دارند. (Radad (2017 نیز در پژوهشی دریافتند که میانگین مهارت‌های ارتباطی

کتابداران کتابخانه مرکزی آستان قدس رضوی در سطح متوسطی است. یکی از دلایل این امر را می‌توان بی‌توجهی نظام آموزشی علم اطلاعات و دانش‌شناسی به این مولفه‌های مهم و از طرفی نیز استخدام‌های افرادی است که در سال‌های اخیر در ساختار آزمون ناقص جذب کتابخانه‌های عمومی شده‌اند. به ویژه اینکه در سال‌هایی اعتقاد به جذب فارغ‌التحصیلان رشته کتابداری و اطلاع‌رسانی در کتابخانه‌های عمومی وجود نداشته و از سایر رشته‌ها نیز جذب کتابخانه‌های عمومی شده‌اند؛ اما آموزش‌های لازم برای فعالیت ثمربخش در کتابخانه‌های عمومی و به عنوان یک کتابدار کارآمد ارائه نشده است.

در این پژوهش تأثیر مهارت‌های ارتباطی بر مدیریت ارتباط با مراجعان مورد بررسی قرار گرفت و نتایج نشان داد که کتابدارانی که مهارت‌های ارتباطی بالاتری دارند به صورت مؤثرتری توانایی مدیریت ارتباط با مراجعان کتابخانه‌های عمومی را دارا هستند. نتایج این پژوهش با پژوهش‌های (Kulkarni & Deshpande, Radad (2017), harati (2016), amazinani and et al. (2015) و (Hosseini & Allahyari (2016) همراستا است. از میان تمامی انواع کتابخانه‌ها، کتابخانه‌های عمومی به علت تعامل با جامعه‌ای متنوع از نظر فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سنی، جنسی و غیره، نیازمند کتابدارانی است که بتوانند رسالت ارائه خدمات هر چه بهتر به این جامعه را بر عهده گیرند. از آنجایی که کتابخانه‌ها مؤسساتی انعطاف‌پذیر هستند و اکثر مراجعان آن‌ها نیز غیرقابل پیشبینی و دارای نیازهای متنوعی هستند، چالش‌های مدیریتی در این حرفه ایجاد می‌شود که این چالش‌ها می‌تواند ناکامی را افزایش دهد و موجب کاهش رضایت از طرز کار شود. بنابراین انتخاب راهکارهای مناسب برای برقراری ارتباط، می‌تواند زندگی حرفه‌ای را با افزایش بهره‌وری، پربارتر سازد (Karimi and et al. (2012).

هوش فرهنگی یک قابلیت فردی برای درک، تفسیر و اقدام اثربخش در موقعیت‌هایی دانسته شده است که از تنوع فرهنگی برخوردارند و با آن دسته از مفاهیم مرتبط با هوش سازگار است که هوش را بیشتر یک توانایی شناختی می‌دانند (Earley, & Peterson (2004). مطابق این تعریف، هوش فرهنگی با تمرکز بر قابلیت خاصی که روابط شخصی با کیفیت و اثربخش در شرایط فرهنگی مختلف لازم است، بر جنبه‌ای دیگر از هوش شناختی تمرکز دارد. بنابراین به بررسی تأثیر هوش فرهنگی بر مدیریت ارتباط با مشتری پرداخته شد. یافته‌ها نشان داد که هوش فرهنگی تأثیر مستقیم و مثبت معناداری بر مدیریت ارتباط با مشتری دارد. نتایج این پژوهش با پژوهش‌های (Hosseini & osareh and et al. (2016), harati (2016), amazinani and et al. (2015) و (Allahyari (2016) همراستا است. دلیل این تأثیرگذاری به این دلیل است که افرادی که هوش فرهنگی بالاتری دارند راحت‌تر می‌توانند تشخیص دهند، دیگران چگونه فکر می‌کنند، و چگونه به الگوهای رفتاری پاسخ دهند، در نتیجه موانع ارتباطی میان فرهنگی را کاهش و به کتابداران قدرت مدیریت تنوع فرهنگی را می‌دهد.

در ادامه تأثیر مهارت‌های ارتباطی بر هوش فرهنگی مورد تحلیل قرار گرفت و یافته‌ها نشان از تأثیر مستقیم و مثبت مهارت‌های ارتباطی بر هوش فرهنگی است. این نتایج با نتایج پژوهش (mazinani and et al. (2015), harati (2016) همراستا است. در تحلیل این تأثیر می‌توان گفت که افرادی که از مهارت‌های ارتباطی بالاتری برخوردار هستند در واقع به طور همزمان دارای مهارت‌های کلامی، بازخورد و شنود هستند. افرادی که مهارت کلامی بالاتری هستند دارای توانایی و قدرت سخن‌بالایی هستند و بهتر می‌توانند با توجه به جایگاه طرف مقابل با وی ارتباط برقرار کنند. افرادی که از مهارت شنود بالاتر برخوردارند، در مواقع ارتباط با افراد از فرهنگ‌های مختلف سعی می‌کنند به حرف‌های طرف مقابل توجه کرده و گوش دهند تا ببینند نیاز طرف مقابل چه

چیزی است. افرادی که مهارت بازخورد دارند با واکنش مناسبی که از خود نشان می‌دهند موجب ایجاد یک ارتباط موفق می‌شوند. برای داشتن مهارت‌های ارتباطی و برای دستیابی به این مهارت‌ها فرد خود را مجاب کرده که از لحاظ شناختی به مطالعه فرهنگ‌های مختلف پرداخته و انگیزه لازم را در خود ایجاد کند و به لحاظ رفتاری به فرهنگ‌های مختلف توجه کرده و احترام بگذارد.

به طور کلی می‌توان گفت که مهارت‌های ارتباطی و هوش فرهنگی برای کارکرد و مدیریت ارتباط اثربخش مراجعان در کتابخانه‌های عمومی بسیار مهم و حیاتی هستند. تنوع فرهنگی مراجعان کتابخانه‌های عمومی از جمله مسائل عمده‌ای است که کتابداران با آن مواجه هستند. به واسطه این پیچیدگی، کتابداران کتابخانه‌های عمومی برای مدیریت ارتباط با مراجعان به سطح بالایی از هوش فرهنگی و مهارت‌های ارتباطی نیاز دارند. اما با این وجود میزان بهره‌مندی کتابداران جامعه پژوهش از این مهارت‌های در سطح بسیار نازلی است. متأسفانه بیشتر مدیران و متولیان حوزه کتابخانه‌های عمومی در کشور به تفاوت‌های فرهنگی به عنوان منبع و عامل مؤثر در عملکرد کتابخانه‌ها و ایجاد برتری رقابتی بهاء نمی‌دهند. از طرفی به نظر می‌رسد که نظام آموزشی علم اطلاعات و دانش‌شناسی برنامه خاصی برای تقویت این نوع مهارت‌ها در بین فارغ‌التحصیلان خود ندارد و کتابدارانی که نیز وارد فضای کار در کتابخانه‌های عمومی می‌شوند آموزش‌های لازم را دریافت نمی‌کنند. لذا به نظر می‌رسد آموزش نظری و عملی به منظور پرورش کتابداران توانا، بایستی در هم آمیزد. کتابداران و دانشجویان رشته کتابداری باید از فرصت‌ها و موقعیت‌های پدید آمده توسط آموزش رسمی و غیر رسمی، به یاری مطالعات فردی و پیگیری پیشرفت‌های نوین فن آوری اطلاعات، در جهت روزآمد نگاه داشتن دانش خویش و کسب مهارت‌ها و توانایی‌های لازم در جامعه آینده بهره‌گیرند.

پیشنادهای پژوهش

- ۱- با توجه به اکتسابی بودن بخش قابل توجهی از مهارت‌های ارتباطی، هوش فرهنگی و مدیریت ارتباط با مشتری، مدیران کتابخانه‌های عمومی بایستی در برنامه‌های آموزشی و ضمن خدمت، جایگاه ویژه‌ای برای تقویت مهارت‌های ارتباطی، هوش فرهنگی و مدیریت ارتباط با مشتری در نظر گیرند و با بهره‌گیری از آموزش‌های رسمی و غیر رسمی در جهت بهبود شناختی و رفتاری کتابداران کتابخانه‌های عمومی گام بردارند.
- ۲- با توجه به اینکه محیط کار کتابخانه‌های عمومی بر پایه خدمت به کاربر بنا شده است و یکی از ملزومات خدمت مناسب کتابداران، هوش فرهنگی، مهارت‌های ارتباطی و مدیریت ارتباط با مشتری در سطح بالا است؛ بنابراین بهتر است این مؤلفه‌ها به عنوان معیاری در استخدام کتابخانه‌های عمومی در نظر گرفته شود.
- ۳- با توجه به یافته‌های پژوهش مبنی بر اینکه مهارت‌های ارتباطی کتابداران در سطوح نامطلوبی قرار دارد، به مدیران پیشنهاد می‌شود نسبت به برگزاری کلاس‌های آموزشی اقدام نمایند. همچنین نظام آموزشی علم و اطلاعات و دانش‌شناسی بایستی نسبت به گنجانیدن آن در منابع درسی، مهارت‌های ارتباطی را به کتابدارانو دانشجویان آموزش دهند.
- ۴- با توجه به سطح پایین مدیریت ارتباط با مشتری به متولیان کتابخانه‌های عمومی پیشنهاد می‌شود نسبت به استقرار سامانه مدیریت ارتباط با مشتری اقدام نمایند.

۵- با توجه به نتایج پژوهش که نشان داد سطح هوش فرهنگی کتابداران در وضعیت مطلوبی قرار ندارد، پیشنهاد می‌شود کارگاه‌های آموزشی برای کتابداران جهت کسب دانش هوش فرهنگی اقدام و نسبت به آشناسازی کتابداران با شاخص‌های هوش فرهنگی و بکارگیری آن در ارتباط مؤثر با مراجعان برنامه‌های آموزشی مفصل تدارک دیده شود.

References

- Akroush, M. N., Dahiyat, S. E., Gharaibeh, H. S., & Abu-Lail, B. N. (2011). Customer relationship management implementation: an investigation of a scale's generalizability and its relationship with business performance in a developing country context. *International Journal of Commerce and Management*, 21(2), 158-190.
- Alizadeh Sameh, m. (2008). *The Relationship between Managers Communication Skills and the Morale of High School Teachers in Maragheh. (Master's Degree)*, Islamic Azad University, Tabriz Branch
- Ang, S., & Linn, V. D. (2008). Conceptualization of Cultural Intelligence. In *Handbook of Cultural Intelligence: Theory, Measurement, and Applications*. Armonk: M. E. Sharpe.
- Azimi Kohan, A., & Alvan, A. B. (2012). An Investigation and Prediction of Customer Satisfaction (Teachers) Status Based on the Communication Skills Component of Administrative Staff in the Education. *European Journal of Experimental Biology*, 2(6), 2325-2330.
- Burton, L. J., & Peachey, J. W. (2009). Transactional or transformational? Leadership preferences of Division III athletic administrators. *Journal of Intercollegiate Sport*, 2(2), 245-259.
- Crosby, L. A., & Johnson, S. L. (2001). High performance marketing in the CRM era. *Marketing Management*, 10(3), 10.
- Drucker, P. (1954). *The Practice of Management*. New York: Harper & Row.
- E., B. G. (1990). *Exercises in Management*. Boston: Houghton-Mifflin.
- Earley, P. C., & Peterson, R. S. (2004). The elusive cultural chameleon: Cultural intelligence as a new approach to intercultural training for the global manager. *Academy of Management Learning & Education*, 3(1), 100-115.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. In: *SAGE Publications Sage CA: Los Angeles, CA*.
- Gruen, T. W., summers, J. O., & Acito, F. (2000). Relationship marketing activities, commitment, and membership behaviors in professional associations. *Journal of marketing*, 64(3), 34-49.
- Hamidi, m., andam, r., & faizi, s. (2013). The Study of Dimensions of Cultural Intelligence in Volunteers for Sport. *Journal of Sport Management*, 5(3), 5-20. doi:10.22059/jsm.2013.35706
- Hamidi, m., andam, r., & faizi, s. (2013). The Study of Dimensions of Cultural Intelligence in Volunteers for Sport. *Journal of Sport Management*, 5(3), 5-20. doi:10.22059/jsm.2013.35706
- Harati, m. (2016). The mediated role of cultural intelligence and communication skills related to communicative management to customer. *Scientific Journal of Organizational Behavior Management in Sport Studies*, 3(3), 27-35.
- Harvey, R., & Higgins, S. (2003). Defining fundamentals and meeting expectations: Trends in LIS education in Australia. *Education for Information*, 21(2-3), 149-157.

- Hofstede, G. (1993). Cultural constraints in management theories. *Academy of Management Perspectives*, 7(1), 81-94.
- Homan, H. (2010). *Descriptive statistics in behavioral sciences*. Tehran: Peik Farhang.
- Hosseini, M. H., & Allahyari, M. (2016). The Relationship between Communication Skills and Customer Satisfaction through the Mediating Role of Cultural Intelligence in Employees of Eghtesadnovin's Bank.
- Jalilpour, P., & Baryaji, M. (2012). Review and ranking of infrastructure of customer relationship management in the libraries of Shahid Chamran University and Jondishapoor University of Medical Sciences. *Libray and Information science Research*, 4(1), 93-108.
- Karimi, L., Baniqghbal, N., Tafreshi, S., & Homaei, R. (2012). The rate and method of applying communication skills by librarians of public libraries of public universities in Isfahan. *Health Information Management*, 9(1), 42-54.
- Kennedy, M. E., & King, A. M. (2004). Using customer relationship management to increase profits. *Strategic Finance*, 85(9), 36.
- Kim, J. W., Choi, J., Qualls, W., & Park, J. (2004). The impact of CRM on firm-andrelationship-level performance in distributed networks. *The Communications of the Association for Information Systems*, 14(1), 64.
- Kulkarni, M., & Deshpande, M. (2012). Powering library users establishing channel of communication for service quality expectations of trainers from government Administrative Training Institute (ATI) Libraries in India.
- Kulkarni, M., & Deshpande, N. J. (2012). Empowering library users, establishing channel of communication for service quality expectations of trainers from Government Administrative Training Institute (ATI) libraries in India. Paper presented at the conference, India, June. <http://conference. Ifla. Org/past-wlic/2012/203-kulkarni-en. Pdf> (Accessed 23 May 2014.).
- Mazinani, f., kamkar, m., & monshei, g. (2015). Relationship between Communicative Skills of the Employees and Customer Satisfaction. *Journal of Research in Human Resources Management*, 6(4), 93-108.
- Moita, P. (2015). Communication Skills for Personality Development in Library Profession. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(6), 64-68.
- Nazari, R., Sohrabi, Z., & Ehsani, M. (2016). The Relationship between Communication Skills with Cultural Intelligence the Role on Classification Sport Managers and Presenting Model. *Sport Management Studies*, 8(38), 17-34.
- Osareh, f., bigdeli, z., morovati, z., & hoseini, m. (2016). A Survey of Relationship between Cultural Intelligence and Librarians' Job Performance in the Public Libraries of Khuzestan. *Research on Information Science & Public Libraries*, 22(1), 141-157.
- Partridge, H., Menzies, V., Lee, J., & Munro, C. (2010). The contemporary librarian: Skills, knowledge and attributes required in a world of emerging technologies. *Ibrary & information science research*, 32(4), 265-271.
- Radad, I. (2017). Survey about impact of Communication Skills of librarians of Central Library of Astan Quds Razavi on Quality of services they provided. *Studies in Library and information science*, 24(21), 91-110.
- Rahnama, S., Fattahi, R., & Dayani, M. H. (2015). A survey of the statues and factors affecting librarians'communication skills: A case study of Librarians at Ferdowsi University of Mashhad. *Iranian Journal of Information Processing and Management*, 30(3), 875-898.
- Rajaei Khozani, Z., & Oraee, N. (2018). Investigating the Relationship between Communication Skills and Cultural Intelligence among Public Library Librarians in Isfahan. *Science and*

- Technology of Information Management, 3(4), 109-120.
- Rezazadeh, A., & Davari, A. (2014). Structural Equation Modeling with PLS Software. Tehran: Jahad University Press.
- Shahvar, S., & Hariri, N. (2009). Customer relationship management in libraries. National Studies in Librarianship and Information Organization, 20(4), 137-150.
- Storbacka, K., Strandvik, T., & Grönroos, C. (1994). Managing Customer Relationships for Profit: The Dynamics of Relationship Quality. International Journal of Service Industry Management, 5(5), 21-38. Doi: doi: 10.1108/09564239410074358
- Tanawade, M. S. (2011). Effective Interpersonal skills for library management. Indian Streams Research Journal, 1(1), 184-186.



© 2019 by the authors. Licensee SCU, Ahvaz, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)