

Effect of Relationship of Managers and Staff of Foundation of Martyrs and Veterans Affairs on Satisfaction of the Families of Martyrs and Veterans in Sistan and Baluchistan Province

ARTICLE INFO

Article Type

Descriptive Study

Authors

Keikha A.**PhD*,
Haddadi E.¹ *PhD*,
Gholami M.¹ *MSc*,
Nouri Delavar M.² *MSc*

How to cite this article

Keikha A, Haddadi E, Gholami M, Nouri Delavar M. Effect of Relationship of Managers and Staff of Foundation of Martyrs and Veterans Affairs on Satisfaction of the Families of Martyrs and Veterans in Sistan and Baluchistan Province. *Iranian Journal of Isaar Studies*. 2020;1(4):189-195.

*Management Department, Management & Economics Faculty, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran

¹Management Department, Zahedan Branch, Islamic Azad University, Zahedan, Iran

²Management Department, Management & Economics Faculty, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran

Correspondence

Address: Zahedan, University Boulevard, University of Sistan and Baluchestan. Postal Code: 9816745845.
Phone: +98 (54) 31136785
Fax: +98 (54) 31136785
aleme.keikha@entp.usb.ac.ir

Article History

Received: December 04, 2018

Accepted: June 17, 2019

ePublished: December 20, 2020

ABSTRACT

Aims Giving services to veterans society is the responsibility of the staff and managers of the Foundation of Martyrs and Veterans Affairs and the more effective the communication between the managers and staff of the martyr foundation, the greater the organization survival and satisfaction of individuals. The aim of this study was to investigate the effect of relationship of managers and staff of Foundation of Martyrs and Veterans Affairs on satisfaction of the families of martyrs and veterans in Sistan and Baluchistan province.

Instruments & Methods This descriptive-correlational study was conducted in 2018 among 374 individuals of martyr and veterans family in Sistan and Baluchistan province that were selected by stratified random sampling. For collecting the data, a researcher-made questionnaire was used to measure the relationship between managers and staff and satisfaction of families of martyrs and veterans. The content and face validity of the questionnaire was confirmed by the experts and its reliability was confirmed by Cronbach's alpha test. The data were analyzed by SPSS 23 software, using Pearson correlation and multiple regression tests.

Findings Relationship of managers and staff of Foundation of Martyrs and Veterans Affairs could predict 11% of the satisfaction of families of martyrs and veterans. 12% of satisfaction of the families of martyrs and veterans was predicted through the internal social relationship between managers and staff and its components, and 14% was predicted by the external social relationship between managers and staff and its components ($p=0.0001$).

Conclusion Relationship of managers and staff of Foundation of Martyrs and Veterans Affairs is effective in satisfaction of the families of martyrs and veterans.

Keywords Relationship; Managers; Staff; Satisfaction; Families of Martyrs and Veterans

CITATION LINKS

[1] Effective organizational communications: principles and practicability for future operations [2] Management of organizational behavior: utilizing human resources [3] Psychology of human relationships (popular skills) [4] Communication management [5] Damages of sacrifice and martyrdom culture and solutions to protect them from the point of view of the Supreme Leader [6] Investigating the role of intra-organizational and intra-individual factors on mental health status of managers and employees of the martyr foundation and the veterans' affairs [7] How organizational climate and structure affect knowledge management—the social interaction perspective [8] The study effect of social interaction on performance of university faculty members: with emphasis on the mediating role of knowledge management [9] Human communication [10] Relationship between communicative skills of the employees and customer satisfaction [11] Principles of effective communication in organizations (organizational behavior) [12] Communication [13] Accountability context to strengthen public confidence [14] Performance management: what, why and how [15] Organization theory and design [16] Structure, structuralism, deconstruction, post [17] Management of organizational behavior: utilizing human resources [18] A model for managing trust [19] Trust within organizations [20] Organizational communication theories [21] Organizational behavior: concepts, controversies, applications [22] Empathy and the emergence of task relations leaders [23] Responding to the emotions of others: dissociating forms of empathy through the study of typical and psychiatric populations [24] The sympathetic and linguistic functions of officials and employees in promoting spirituality and organizational effectiveness [25] Assessing the satisfaction of the recipients from the quality of the martyr foundation and the affairs of the Guilan province using the Parasuraman model [26] Customer satisfaction measurement methods

تاثیر ارتباط مدیران و کارکنان بنیاد شهید و امور ایثارگران بر رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر؛ مطالعه موردی استان سیستان و بلوچستان

عالمه کیخا* PhD

گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

ابراهیم حدادی PhD

گروه مدیریت، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران

محمود غلامی MSc

گروه مدیریت، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران

محسن نوری دلاور MSc

گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

چکیده

اهداف: ارائه خدمات به جامعه ایثارگری بر عهده کارکنان و مدیران بنیاد شهید و امور ایثارگران است و هر چه ارتباط موثر مدیران و کارکنان بنیاد شهید بیشتر باشد بقای سازمان و رضایت ارباب رجوع نیز بیشتر خواهد شد. هدف پژوهش حاضر، بررسی تاثیر ارتباط مدیران و کارکنان بنیاد شهید و امور ایثارگران استان سیستان و بلوچستان بر رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر بود.

ابزار و روش‌ها: این پژوهش توصیفی- همبستگی در سال ۱۳۹۷ در بین ۳۷۴ نفر از اعضای خانواده‌های معظم شاهد و ایثارگر در استان سیستان و بلوچستان انجام شد که به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. برای گردآوری اطلاعات از پرسش‌نامه محقق‌ساخته سنجش ارتباطات مدیران و کارکنان و رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر استفاده شد که روایی صوری و محتوایی آن توسط صاحب‌نظران و پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ تایید شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS 23 و توسط آزمون‌های همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه صورت گرفت.

یافته‌ها: ارتباطات مدیران و کارکنان بنیاد شهید به طور کلی توانست ۱۱٪ رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر را پیش‌بینی کند. ۱۲٪ رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر از طریق متغیر ارتباط اجتماعی درونی مدیران و کارکنان و مولفه‌های آن و ۱۴٪ آن نیز از طریق متغیر ارتباط اجتماعی بیرونی مدیران و کارکنان و مولفه‌های آن قابل پیش‌بینی بود ($P=0.0001$).

نتیجه‌گیری: ارتباطات مدیران و کارکنان بنیاد شهید و امور ایثارگران بر رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر تاثیر دارد.

کلیدواژه‌ها: ارتباط، مدیران، کارکنان، رضایتمندی، خانواده‌های شاهد و ایثارگر

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۹/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۳/۲۷

*نویسنده مسئول: aleme.keikha@entp.usb.ac.ir

مقدمه

بنیاد اولیه پیوند و ارتباط انسان با دیگران در زندگی اجتماعی، ارتباط است که اساس و شالوده هویت و کمال انسان‌ها را تشکیل می‌دهد. این ارتباطات موجب شکوفایی افراد و بهبود کیفیت روابط می‌شوند. بنابراین انسان‌ها درگیر برقراری ارتباط می‌شوند تا هویت پیدا کنند و با دیگران پیوندهای خود را عمیق‌تر نموده تا مشکلات خود و جامعه را رفع نمایند[1].

با توجه به این که سازمان‌ها امروزه نقش بسیار مهمی در زندگی انسان‌ها ایفا می‌کنند و یکی از مهم‌ترین دارایی سازمان‌ها نیروی انسانی و تعامل آنها در سازمان به شمار می‌رود، لذا ناتوانی مدیران در برقراری ارتباط و ارتباط مناسب با سایر همکاران در محیط کار با وجود نگرش‌های منفی و بی‌انگیزگی در بین کارکنان سبب می‌شود که آنها قادر به انجام وظایفشان در حد مطلوب نباشند و در نهایت با

کاهش بهره‌وری مواجه شوند که این امر زمینه نارضایتی کارکنان و ارباب رجوع را به دنبال خواهد داشت[2].

کارل یاسپرس، فیلسوف آلمانی، عالی‌ترین دستاورد انسان در دنیا را "ارتباط شخصیت با شخصیت" می‌داند[3]. انسان‌ها به صورت دلخواه و موافقی نیز به طور اجبار همواره در حال ارتباط با هم‌نوعان خود هستند. اما در میان همه این ارتباطات تنها بخش معدودی منجر به برقراری ارتباط موثر و در نتیجه ایجاد رضایتمندی طرفین ارتباط می‌شود. امروزه برقراری ارتباط و ارتباط موثر برای موفقیت نه تنها در بعد فردی بلکه در ابعاد اجتماعی نیز مورد توجه سازمان‌ها و شرکت‌های کوچک و بزرگ تجاری، خدماتی و اجتماعی قرار گرفته است[4].

همچنین ایجاد و پیاده‌سازی سیستم‌های سنجش رضایتمندی ارباب رجوع به عنوان مهم‌ترین شاخص در امر بهبود عملکردها، از نیازهای اساسی سازمان‌های امروزی به شمار می‌رود. در عصر کنونی تمامی تمهیدات یک سازمان به منظور ارضای نیازهای مشتریان و ایجاد رضایت آنها از کیفیت خدمات و محصولات دریافتی سازمان‌دهی می‌شود و مشتری یا مخاطب در زنجیره عرضه به عنوان مهم‌ترین عنصر نگریده می‌شود. با توجه به این امر که یکی از مهم‌ترین رسالت‌های بنیاد شهید و امور ایثارگران جلب رضایت خانواده‌های معظم شهدا و ایثارگر است و رسیدگی به امور این قشر معظم براساس فرمان حضرت امام خمینی^(ع) در مورخه ۱۳۵۷/۱۲/۲۵ در قانون اساسی به عهده بنیاد شهید انقلاب اسلامی گذارده شده است و یکی از اساسی‌ترین و شاید مهم‌ترین وظایف بنیاد شهید ایجاد رضایتمندی در بین آنها و ارتباط متناسب با شأن اجتماعی این قشر بزرگوار است و از آنجایی که ارائه خدمات به جامعه ایثارگری بر عهده کارکنان و مدیران بنیاد شهید و امور ایثارگران است و نیروی انسانی مهم‌ترین سرمایه این سازمان محسوب می‌شود، هر چه ارتباط موثر مدیران و کارکنان بنیاد شهید بیشتر باشد بقای سازمان و رضایت ارباب رجوع نیز بیشتر خواهد شد. پس بایستی مدیران این سازمان زمینه‌های ارتباط موثر در جهت ارائه خدمات بهتر و ایجاد رضایتمندی جامعه هدف را فراهم آورند و عواملی که مانع ایجاد ارتباط سازنده است با همکاری و ارتباط با کارکنان از میان بردارند. ارتباط مدیران با کارکنان سازمان بسیار حایز اهمیت است، زیرا در اجرای برنامه‌های سازمان و تحقق اهداف و سالم‌سازی محیط خدمتی ارتباط نقش اساسی دارد. مدیران بنیاد در صورت یادگیری مهارت‌های مدیریتی و ارتباطی علاوه بر این که می‌توانند ارتباط سازنده و موثر با کارکنان داشته باشند با جلب اعتماد متقابل خواهند توانست مشارکت کارکنان را در کسب زمینه‌های رضایتمندی ارباب رجوعان فراهم آورند و با شناسایی و کاهش عوامل نارضایتی و آسیب‌ها و تهدیدها زمینه ایجاد رضایتمندی از سازمان را فراهم نمایند.

لازم به ذکر است توجه‌کردن و اهمیت‌دادن به آرا و عقاید ارباب رجوع در وی تعلق خاطر را نسبت به سازمان به وجود آورده، سبب می‌شود نه تنها در ارباب رجوع نوعی رضایتمندی به وجود آید، بلکه وی خود را جزئی از سازمان بداند. این رضایتمندی نیز کلید موفقیت سازمان است. در این میان ارتباط موثر مدیران و کارکنان باعث بهره‌وری و ایجاد رضایت ارباب رجوع می‌شود، چرا که این ارتباط روند پیگیری و ارائه خدمات به ارباب رجوع را تسریع نموده و رضایت او را در پی خواهد داشت. مدیران و کارکنان سازمان باید بدانند هیچ چیز مهم‌تر از موضوع رضایت ارباب رجوع نیست. بنابراین مدیریت سازمان می‌بایست با بهره‌گیری از روش‌های مختلف جمع‌آوری اطلاعات و به‌کارگیری سیستم‌های اطلاع‌رسانی نسبت به تعیین و دریافت

پیام‌های نمادین، به مفاهیمی مشترک دست یابند^[11]. این ارتباطات در سازمان در پی فعالیت منظم و اهداف و روابط میان منابع شکل می‌گیرد. ارتباطات، نظامی برای هماهنگی و یکپارچه‌سازی و ایجاد زمینه مشترک برای فعالیت سازمان و در نهایت افزایش بهره‌وری سازمان است. از آنجایی که ارتباطات جزئی تفکیک‌ناپذیر در هر نظام و سازمانی محسوب می‌شود، لذا هر آنچه که در بهبود و ارتقای کیفیت و مهارت در ارتباط تأثیر بگذارد، مهم خواهد بود. ارتباطات سازمانی وظیفه‌مدار بوده و در جهت تحقق اهداف فردی و سازمانی هماهنگ شده‌اند^[12].

هماهنگی درونی: عبارت از همراستابودن فعالیت‌های بخش‌های مختلف سازمان و هماهنگی بین مدیر و کارکنان است^[13]. هماهنگی درونی نشان‌دهنده توانایی به‌کارگیری رویه‌ها و وظایف به‌منظور یکپارچه‌کردن و مرتبط‌کردن اعضای سازمان و واحدها با همدیگر برای انجام کارها است^[14].

تفویض اختیار: تفویض اختیار یکی از رایج‌ترین واژه‌ها در حوزه مدیریت است. لغت تفویض به معنی واگذاری است و زمانی که از تفویض اختیار صحبت می‌کنیم منظورمان این است که یک فرد، اختیار در یک اقدام یا یک تصمیم‌گیری را به فرد دیگری واگذار کند. طبیعتاً در محیط سازمانی، تفویض اختیار به این معنی خواهد بود که یک مدیر بخشی از اختیارات خود را به فردی که در رده پایین‌تری نسبت به او قرار دارد واگذار نماید^[15].

ساختارگرایی: شبکه روابط عناصر یک نظام در رابطه متقابل با یکدیگر است که این روابط می‌تواند طبق قواعد هم‌نشینی و جان‌نشینی، صورت‌های جدید و گوناگونی به خود بگیرد و در عین حال کلیت یک ساخت واحد و ثابت را حفظ کند^[16].

سبک رهبری: عبارت است از الگوهای رفتاری که رهبر به‌هنگام هدایت‌کردن فعالیت‌های دیگران از خود نشان می‌دهد. طریقه‌ای که مدیر از نفوذش برای کسب اهداف استفاده می‌کند سبک رهبری می‌نامند. سبک رهبری اساساً شیوه نگرش مدیر نسبت به نقش خود و کارکنان است^[17].

ارتباط اجتماعی بیرونی مدیران و کارکنان: به‌طور کلی وسعتی است که اعضای سازمان با یکدیگر بر پایه اعتماد، ارتباط و هماهنگی در ارتباط هستند^[7]. در بنیاد شهید فرآیندی است که طی آن مدیران و کارکنان با اعتماد و ارتباط، هماهنگی، حمایت‌گری، عدالت‌محوری و همدلی بین جامعه هدف به ارایه خدمت می‌پردازند.

اعتماد بیرونی مدیران و کارکنان: شوا اعتماد را به اعتقادداشتن به دیگران تعریف می‌کند، زیرا برای رسیدن به خواسته‌های خود وابسته به دیگران هستیم. چارلتون می‌گوید که رهبران به کارکنان اعتماد می‌کنند تا کارها انجام داده شود و رهبران باید گفتارشان همسان با کردارشان باشد^[18]. تعاریف متنوع در این باب نشان می‌دهد که اعتماد پدیده‌ای پویا است که به کنش متقابل و عامل‌های مختلفی وابسته است که می‌توانند در ساخت طرحی از اعتماد موثر باشند^[19]. در مجموع اعتماد در ارتباطات بیرونی، همکاری کارکنان و مدیران و اعتماد جامعه هدف به آنها را شامل می‌شود^[7].

تعامل بیرونی مدیران و کارکنان: شامل برخورد مدیران و کارکنان با جامعه هدف و احترام و پیگیری مشکلات آنها و اطلاع‌رسانی امور به آنها است^[7]. ارتباطات به معنی فرآیند انتقال و درک اطلاعات، عقاید و احساسات از شخصی به شخص دیگر به‌منظور ایجاد تغییر در دانش، نگرش یا رفتار آشکار اوست^[20].

هماهنگی بیرونی مدیران و کارکنان: هماهنگی عبارت است از فرآیند هم‌سوم‌نمودن همه قسمت‌های سازمان به‌گونه‌ای که تصمیمات، وظایف، فعالیت‌ها و تخصص همه کارکنان و گروه‌ها برای نایل آمدن

تمایلات، نیازها و خواسته‌های ارباب‌رجوعان اقدام نماید و با ایجاد ارتباط و ارتباط سازنده بین خود و کارکنان زمینه رضایت ارباب‌رجوع را فراهم آورد، در غیر این صورت با عدم جلب رضایت آنان ممکن است ارتباطشان با سازمان قطع شود. لذا با توجه به فلسفه وجودی بنیاد شهید و امور ایثارگران ارایه خدمات مطلوب به خانواده‌های معظم ایشان و جلب رضایت و احقاق حقوق آنان براساس مبانی ارزشی-اسلامی و توسعه و گسترش ارتباط با آحاد جامعه به‌منظور ترویج فرهنگ جهاد، شهادت و ایثار ضروری به نظر می‌رسد^[5].

بنابراین با توجه به جایگاه شهادت و ایثار لزوم حفظ، توجه و احترام به خانواده‌های معظم شاهد و ایثارگر و شناخت شرایط فرهنگی، اجتماعی و روان‌شناختی آنها از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. از طرفی سنجش و شناخت نیازها و میزان رضایتمندی از ارتباط کارکنان بنیاد شهید با خانواده‌های شاهد و ایثارگر روش‌های خاصی را می‌طلبد، چرا که آنها به‌عنوان مشتری در فرآیند فعالیت‌های سازمانی نقش اساسی ایفا نموده و با افکار و سیاست‌های خود بر سرنوشت سازمان تأثیر می‌گذارند، لذا نه‌تنها شناخت نیازهای آشکار آنان، بلکه پیش‌بینی، تعیین و هدایت نیازهای پنهان مشتریان و طراحی و اجرای برنامه‌ها و ارایه خدمات در جهت رفع این نیازها از ارکان اساسی و سازمانی است^[6].

مدل تعامل اجتماعی پژوهش حاضر برگرفته از مدل چن و هوآنگ^[7] است که با توجه به جامعه پژوهش، بخش‌نامه‌های سازمان و مرور مبانی نظری و پژوهش‌های انجام‌گرفته در حوزه خانواده‌های شاهد و ایثارگر و همچنین استفاده از پانل خبرگان سازمان، مولفه‌های دیگری نیز به این مدل اضافه شد. در این مدل، تعامل اجتماعی به‌طور کلی زمینه‌ای است که اعضای سازمان با یکدیگر بر پایه اعتماد، ارتباط و هماهنگی در تعامل هستند. در پژوهش حاضر متغیر تعامل اجتماعی دارای دو بعد درونی و بیرونی است؛ بعد درونی تعامل اجتماعی، عوامل درون‌سازمانی هستند که در فرآیند ارتباطات سازمانی موثرند و بین مدیران و اعضای سازمان وجود دارد و بعد بیرونی تعامل اجتماعی بر عوامل سازمانی موثر بر تعامل مدیران و کارکنان با ذی‌نفعان و مشتریان و مراجعان تأکید دارد که در ذیل به تشریح ابعاد آن پرداخته می‌شود:

تعامل مدیران و کارکنان: در فرهنگ دهخدا ارتباط به معنی "دادوستدکردن با یکدیگر" است. در دایرةالمعارف علوم اجتماعی، ارتباط یعنی "عمل متقابل دو یا چند موجود زنده با یکدیگر"^[8]. ارتباط بستری مناسب برای اعتماد و همکاری به‌منظور پیش‌بردن برنامه‌ها و اهداف سازمان و اساسی‌ترین عامل و ضروری‌ترین عنصر برای سازمان است^[9]. ارتباط مدیران و کارکنان به معنی برقراری ارتباط مدیران با کارکنان در جهت تقویت ارتباط با ایجاد همدلی، افزایش هماهنگی، اعتماد سازمانی و آموزش و آگاهی در بین کارکنان به‌منظور ارتقای بهره‌وری سازمان و ایجاد رضایتمندی مطلوب در بین جامعه هدف است.

تعامل اجتماعی درونی: تعامل اجتماعی درونی در سازمان شامل اعتماد و ارتباط و هماهنگی مدیر و کارکنان در درون سازمان و در بین اعضای سازمان است^[8].

اعتماد درونی: عبارت است از حد و اندازه‌ای که یک نفر تمایل دارد تا به سخنان و اعمال دیگری اطمینان داشته باشد^[10]. همچنین عبارت است از این که اعضای سازمان به‌طور متقابل به مهارت‌ها، توانایی‌ها و تصمیم‌گیری‌های یکدیگر و مدیران سازمان اطمینان دارند^[7].

ارتباطات درونی: براساس دیدگاه جیمز استونر، ارتباطات فرآیندی است که افراد به‌وسیله آن در صدد بر می‌آیند تا در سایه مبادله

به اهداف از قبیل تعیین شده در حداکثر مطلوبیت ممکن ترکیب و همسو شود که شامل ارتباط و همکاری مناسب بین مدیر و کارکنان با جامعه هدف و رسیدگی به مشکلات آنهاست [21].

حمایتگری مدیران و کارکنان: عبارت است از یک رابطه و ارتباط موثر و قابل ارتکا. حمایتگری رابطه‌ای است که در یک فضای حمایتگرانه شکل گرفته باشد و این ارتباط و ارتباط موثر مدیران و کارکنان است که منجر به احقاق حقوق جامعه هدف و حمایت از آنها و ارائه خدمات مناسب می‌شود [20].

عدالت محوری مدیران و کارکنان: ارائه خدمات در سازمان بدون تبعیض و قوم‌گرایی و اجرای عدالت با نظارت مطلوب بر امور به‌همراه اجرای تساوی و عدالت در بین ارباب رجوعان است [20].

همدلی مدیران و کارکنان: همدلی در نگاه نخست به معنی توانایی درک احساسات و عواطف دیگران تعریف می‌شود و از طرف دیگر می‌توان همدلی را وسیله‌ای برای تشریح احساسات مثبت و منفی با دیگران و ارتقای پیوند بین افراد تعریف کرد [22]. به نظر می‌رسد که عمومی‌ترین تعریف همدلی واکنش موثری است که بیشتر متناسب با موقعیت افراد دیگر باشد تا موقعیت خودمان. به بیان دیگر همدلی یک واکنش عاطفی ناظر بر تناسب با موقعیت دیگران است. طبق نظر بعضی از افراد، همدلی یک فرآیند وحدت‌گرایانه است [23]. لازم به ذکر است همدلی، مقوله‌ای دوسویه و مبتنی بر رابطه است که اتفاق نظر و همفکری دو طرف پیرامون یک موضوع و مقوله خاص را نشان می‌دهد. همدلی پدیده‌ای ذهنی، فکری و درونی است که از اعماق وجود انسان برمی‌خیزد و مهم‌ترین کارکرد آن، پدید آوردن اعتماد متقابل نسبت به همدیگر و تولید سرمایه اجتماعی است [24].

رضایت‌مندی: علت وجودی هر سازمان و دستگاهی خدماتی است که به افراد مختلف ارائه می‌دهند. از این افراد به‌عنوان ارباب رجوع یاد می‌شود. ارباب رجوع اصولاً کسی است که خدمت یا کالایی را از سازمان دریافت می‌کند. *ژوران* بر این اساس رضایت‌مندی را این گونه تعریف می‌کند: حالتی که در آن ارباب رجوع احساس می‌کند که ویژگی‌های فرآورده یا خدمات منطبق بر انتظارات اوست [25]. رضایت، احساس یا نگرش ارباب رجوع درباره یک خدمت بعد از استفاده از آن است. به عبارت دیگر لذت بردن ارباب رجوع از عملکرد و خدمت ارائه شده و دریافتی با آنچه منطبق انتظار وی بوده است. مولفه‌های رضایت‌مندی نیز شامل پاسخگویی، اعتماد و همدلی است که پاسخگویی شامل توجه به سئوالات و علاقه‌مندی به حل مشکلات ارباب رجوع و ارائه سریع خدمات است. این بعد دارای خرده‌مقیاس‌های تمایل کمک به ارباب رجوع، آمادگی برای پاسخگویی به ارباب رجوع به‌صورت مطلع و ارائه سریع خدمات به ارباب رجوع است. اعتماد شامل توانایی ارائه خدمات در زمان تعهد شده به‌صورت دقیق و صحیح به ارباب رجوع است. همدلی نیز ارتباط، مساعدت، تفاهم و توانایی اختصاصی نمودن خدمت برای مشتریان و ارباب رجوع است [26].

رضایت‌مندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر: سرزمین پاک ایران مفتخر به داشتن ارزش‌های والا و اصیلی است که نمونه آن را در کمتر جایی می‌توان یافت. فرهنگ ایثار و شهادت یکی از این ارزش‌ها است که همزمان با تاریخ این سرزمین شکل گرفته و همیشه از جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده است. لذا مدیران و مسئولان و آحاد مردم باید بدانند که هر چه در راه خدمت به خانواده‌های معظم شاهد و ایثارگر تلاش شود کم است.

بنیاد شهید براساس رسالتی که دارد باید به ایثارگران و خانواده‌های معظم شهدا خدمت کند. هر چند که تاکنون اقدامات خوبی صورت گرفته است ولی هر چه مسئولان بیشتر زحمت بکشند باز هم عقب

هستند؛ چرا که جان بالاترین سرمایه و ارزشی است که خانواده‌های معظم شهدا با نثار جان فرزندان خود، آن را تقدیم اسلام و انقلاب کردند. لذا نباید زحمات ایثارگران را در چارچوب مسایل مالی و رفاهی محدود کرد و رضایت‌مندی و کسب رضایت خانواده‌های شهدا و ایثارگران باید یکی از دغدغه‌های مسئولان بنیاد قرار گیرد و در راه تحقق هر چه بهتر آن تلاش شود.

هدف پژوهش حاضر، بررسی تاثیر ارتباط مدیران و کارکنان بنیاد شهید و امور ایثارگران استان سیستان و بلوچستان بر رضایت‌مندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر بود.

ابزار و روش‌ها

این پژوهش توصیفی- همبستگی در سال ۱۳۹۷ در بین کلیه خانواده‌های معظم شاهد و ایثارگر در استان سیستان و بلوچستان انجام شد که تعداد آنها براساس آخرین آمار ماخوذه از سازمان برابر با ۳۰ هزار نفر بود. با توجه به حجم جامعه آماری با استفاده از جدول مورگان تعداد ۳۷۹ نفر به‌عنوان حجم نمونه تعیین شد و نمونه‌گیری به روش تصادفی طبقه‌ای صورت پذیرفت. سپس پرسش‌نامه‌ها در بین نمونه‌ها توزیع شد که در نهایت تعداد ۳۷۴ پرسش‌نامه عودت داده شد و برای تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار گرفت. بنابراین تعداد نمونه آماری پژوهش برابر با ۳۷۴ نفر بود (جدول ۱).

جدول ۱) حجم نمونه پژوهش (۳۷۴ نفر)

شهرستان	جانبازان	خانواده شهدا	آزادگان
زاهدان	۹۴	۵۶	۳۴
زابل	۶۰	۲۴	۲۵
ایرانشهر	۳۴	۲۷	۲۰
تعداد کل	۱۸۸	۱۰۷	۷۹

برای جمع‌آوری اطلاعات در بخش میدانی به‌منظور سنجش ارتباط مدیران و کارکنان بنیاد شهید و میزان رضایت‌مندی خانواده‌ها از خدمات بنیاد، از پرسش‌نامه محقق‌ساخته استفاده شد. این پرسش‌نامه در سه گزینه ویژه جانبازان، ویژه خانواده معظم شهدا و ویژه آزادگان تهیه شده بود. پرسش‌نامه محقق‌ساخته دارای ۳۶ سؤال در بخش ارتباط مدیران و کارکنان و ۱۲ سؤال در بخش رضایت‌مندی جامعه هدف بود که دارای طیف پنج‌گزینه‌ای و بر مقیاس لیکرت طرح‌ریزی شده بود. به همین منظور نسخه اولیه پرسش‌نامه پس از تهیه با استفاده از مبانی نظری و نظرات مدیران و کارشناسان سازمان، در اختیار صاحب‌نظران قرار گرفت و روایی صوری و محتوایی آن مورد تایید واقع شد و در نهایت در بین اعضای نمونه توزیع شد. برای تعیین پایایی، ابتدا پرسش‌نامه مقدماتی روی ۳۰ نفر اعضای نمونه اجرا و ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب برابر با ۰/۸۴ و ۰/۹۲ محاسبه شد. این ضرایب نشان‌دهنده آن است که پرسش‌نامه‌های مورد استفاده از پایایی لازم برخوردارند.

تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS 23 صورت گرفت. ابتدا برای تعیین نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون کولموگروف- اسمیرنوف استفاده شد. سپس آزمون‌های همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه برای بررسی ارتباط بین متغیرها به کار گرفته شد.

یافته‌ها

میانگین نمره کل ارتباط مدیران و کارکنان بنیاد شهید با خانواده‌های شاهد و ایثارگر ۳/۴۶±۰/۳۹ بود. برای متغیر ارتباط اجتماعی درونی مدیران و کارکنان، مولفه ساختارگرایی بالاترین مقدار و مولفه اعتماد کمترین میزان را داشت. در متغیر ارتباط اجتماعی بیرونی نیز

همچنین ۱۲٪ رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر از طریق متغیر ارتباط اجتماعی درونی مدیران و کارکنان و مولفه‌های آن قابل پیش‌بینی بود ($F=10/0$; $p=0/0001$). از بین مولفه‌های ارتباط اجتماعی درونی، مولفه اعتماد با ضریب رگرسیون ۰/۱۹ پیش‌بینی‌کننده قوی‌تری برای رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر و در مرحله بعد تفویض اختیار پیش‌بینی‌کننده رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر بود. همچنین ارتباط و سبک رهبری نیز پیش‌بینی‌کننده رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر بودند، ولی سایر مولفه‌ها توان پیش‌بینی رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر را نداشتند (جدول ۵).

۱۴٪ رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر نیز از طریق متغیر ارتباط اجتماعی بیرونی مدیران و کارکنان و مولفه‌های آن قابل پیش‌بینی بود ($F=11/70$; $p=0/0001$). از بین مولفه‌های ارتباط اجتماعی بیرونی، مولفه اعتماد بیرونی با ضریب ۰/۱۷ پیش‌بینی‌کننده قوی‌تری برای رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر و در مرحله بعد عدالت‌محوری با ضریب رگرسیون ۰/۱۶ پیش‌بینی‌کننده رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر بود، ولی سایر مولفه‌ها توان پیش‌بینی رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر را نداشتند (جدول ۶).

جدول ۴ نتایج آزمون رگرسیون چندگانه برای پیش‌بینی رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر (متغیر وابسته) از طریق متغیرهای ارتباط درونی و بیرونی

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب رگرسیون	ضریب بتا	مقدار t	سطح معنی‌داری
ضریب ثابت	۲/۳۳	-	۱۲/۴۷	۰/۰۰۰۱
ارتباط درونی	۰/۱۰۷	۰/۰۹۹	۱/۹۶	۰/۰۵۰
ارتباط بیرونی	۰/۲۱۹	۰/۲۷۶	۴/۷۲۰	۰/۰۰۰۱

جدول ۵ نتایج آزمون رگرسیون چندگانه برای پیش‌بینی رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر (متغیر وابسته) از طریق مولفه‌های ارتباط درونی

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب رگرسیون	ضریب بتا	مقدار t	سطح معنی‌داری
ضریب ثابت	۲/۸۴	-	۱۴/۰۶	۰/۰۰۰۱
اعتماد درونی	۰/۱۹	۰/۲۴	۳/۹۷	۰/۰۰۰۱
ارتباط درونی	۰/۰۷۸	۰/۱۲	۱/۹۶	۰/۰۵۰
هماهنگی درونی	۰/۰۸۳	۰/۱۰	۱/۴۱	۰/۱۵۷
تفویض اختیار	۰/۰۹۸	۰/۱۳	۲/۱۸	۰/۰۳۰
ساختارگرایی	۰/۰۳۲	۰/۰۴	۰/۷۸	۰/۴۳۵
سبک رهبری	۰/۰۷۱	۰/۱۱	۱/۹۹	۰/۰۴۹

جدول ۶ نتایج آزمون رگرسیون چندگانه برای پیش‌بینی رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر (متغیر وابسته) از طریق مولفه‌های ارتباط بیرونی

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب رگرسیون	ضریب بتا	مقدار t	سطح معنی‌داری
ضریب ثابت	۲/۵۸	-	۱۸/۴۶	۰/۰۰۰۱
اعتماد بیرونی	۰/۱۷	۰/۳۰	۴/۴۲	۰/۰۰۰۱
ارتباط بیرونی	۰/۰۵	۰/۰۸	۱/۰۹	۰/۲۷۳
هماهنگی بیرونی	۰/۰۰۸	۰/۰۱	۰/۱۲۹	۰/۸۹۷
حمایتگری	۰/۰۷	۰/۱۱	۱/۴۲	۰/۱۵۴
عدالت‌محوری	۰/۱۶	۰/۲۸	۳/۴۰	۰/۰۰۱
همدلی	۰/۰۳۳	۰/۰۵	۰/۵۴	۰/۵۸۴

بحث

رضایتمندی خانواده‌های شهدا و ایثارگران از جمله مسائلی است که بایستی توسط سازمان بنیاد شهید و امور ایثارگران در هر سه گروه جانبازان، خانواده معظم شهدا و آزادگان مورد توجه قرار گیرد. وقوع

بالاترین میانگین مربوط به مولفه ارتباط و کمترین میانگین مربوط به مولفه هماهنگی بود (جدول ۲). در مورد وضعیت رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر و مولفه‌های آن، مولفه همدلی بالاترین مقدار و مولفه پاسخگویی کمترین مقدار را داشت (جدول ۳).

جدول ۲ میانگین آماری نمرات مربوط به ارتباط اجتماعی درونی و بیرونی مدیران و کارکنان بنیاد شهید و مولفه‌های آنها

متغیرها	نمرات
ارتباط اجتماعی درونی و مولفه‌های آن	
ارتباط اجتماعی درونی	۳/۴۴±۰/۳۳
اعتماد	۳/۲۷±۰/۴۵
ارتباط	۳/۴۵±۰/۵۵
هماهنگی	۳/۳۱±۰/۴۶
تفویض اختیار	۳/۵۲±۰/۵۰
ساختارگرایی	۳/۵۵±۰/۵۱
سبک رهبری	۳/۵۵±۰/۵۸
ارتباط اجتماعی بیرونی و مولفه‌های آن	
ارتباط اجتماعی بیرونی	۳/۴۸±۰/۴۶
اعتماد	۳/۴۸±۰/۶۱
ارتباط	۳/۶۴±۰/۵۹
هماهنگی	۳/۳۲±۰/۴۷
حمایتگری	۳/۴۹±۰/۵۶
عدالت‌محوری	۳/۵۰±۰/۵۸
همدلی	۳/۴۶±۰/۵۸

جدول ۳ میانگین آماری نمرات مربوط به رضایتمندی خانواده‌های ایثارگر و مولفه‌های آن

متغیرها	نمرات
نمره کل رضایتمندی خانواده‌ها	۳/۴۶±۰/۳۶
پاسخگویی	۳/۳۷±۰/۵۶
اعتماد	۳/۴۸±۰/۶۴
همدلی	۳/۶۸±۰/۵۰
رضایتمندی کلی	۳/۵۰±۰/۶۲

بین ارتباط مدیران و کارکنان بنیاد شهید با خانواده‌های شاهد و ایثارگر و میزان رضایتمندی ایشان همبستگی معنی‌دار وجود داشت ($r=0/533$). بین ارتباط درونی ($r=0/476$) و مولفه‌های آن شامل اعتماد درونی ($r=0/139$)، ارتباط درونی ($r=0/227$)، هماهنگی درونی ($r=0/453$)، تفویض اختیار ($r=0/477$)، ساختارگرایی ($r=0/296$) و سبک رهبری ($r=0/533$) با رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر، همچنین بین ارتباط بیرونی ($r=0/621$) و مولفه‌های آن شامل اعتماد بیرونی ($r=0/534$)، ارتباط بیرونی ($r=0/429$)، هماهنگی بیرونی ($r=0/444$)، حمایتگری ($r=0/500$)، عدالت‌محوری ($r=0/620$) و همدلی ($r=0/484$) با رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر، همبستگی معنی‌دار وجود داشت ($p=0/0001$).

متغیر ارتباط مدیران و کارکنان و مولفه‌های آن به‌طور کلی توانست ۱۱٪ رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر را پیش‌بینی نماید ($F=24/37$; $p=0/0001$). مولفه‌های ارتباط درونی و ارتباط بیرونی تأثیر معنی‌داری در پیش‌بینی رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر داشتند که از بین مولفه‌های فوق‌الذکر مولفه ارتباط بیرونی با ضریب رگرسیون ۰/۲۱ پیش‌بینی‌کننده قوی‌تری برای رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر بود و در مرحله بعد ارتباط درونی با ضریب رگرسیون ۰/۱۰۷ پیش‌بینی‌کننده رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر بود (جدول ۴).

به دغدغه‌های خانواده‌های شاهد و ایثارگر، پاسخگویی به‌موقع به مراجعان، جلب اعتماد خانواده‌های شاهد و ایثارگر از طریق ارتباطات مناسب و اثربخش، تشکیل تیم‌های تخصصی برای مراجعه به خانواده‌هایی که امکان حضور در سازمان را ندارند و ارائه خدمات مناسب به آنها، بازدیدهای مسئولان و مدیران سازمان از روند ارائه خدمات دستگاه‌های زیرمجموعه و نظارت دقیق بر نحوه ارائه خدمات و ارتباطات با خانواده‌های شاهد و ایثارگر مد نظر و مورد توجه مسئولان ذی‌ربط قرار بگیرد.

از محدودیت‌های این مطالعه می‌توان به محدود شدن ابزار پژوهش به پرسش‌نامه و عدم استفاده از سایر ابزارهای اندازه‌گیری و محدود شدن جامعه پژوهش به سه شهر زاهدان، زابل و ایرانشهر و عدم دسترسی به اطلاعات سایر شهرستان‌ها اشاره کرد. همچنین پژوهش حاضر دارای کلیه محدودیت‌های پژوهش‌های کمی است. پیشنهاد می‌شود در مطالعات آتی به بررسی تاثیر ارتباط مدیران و کارکنان بنیاد شهید بر عملکرد اجتماعی سازمان، همچنین بررسی تاثیر ارتباط مدیران و کارکنان بنیاد شهید و امور ایثارگران با جامعه هدف بر کیفیت خدمات ارائه شده پرداخته شود.

نتیجه‌گیری

ارتباطات مدیران و کارکنان بنیاد شهید و امور ایثارگران بر رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر تاثیر دارد.

تشکر و قدردانی: نویسندگان مراتب تشکر و قدردانی خود را از خانواده‌های معظم شهدا و ایثارگران که در انجام پژوهش مساعدت فرمودند اعلام می‌دارند.

تاییدیه اخلاقی: تمامی افراد با رضایت کامل به پرسش‌نامه‌ها پاسخ دادند و در صورت عدم تمایل آنان هیچ اصراری برای پاسخگویی وجود نداشت. تمامی پرسش‌نامه‌ها بدون نام و اطلاعات شخصی شرکت‌کنندگان پر شده است.

تعارض منافع: تعارض منافی وجود ندارد.

سهم نویسندگان: عالمه کیخا (نویسنده اول)، نگارنده مقدمه/پژوهشگر اصلی/تحلیلگر آماری/نگارنده بحث (۴۰٪)؛ ابراهیم حدادی (نویسنده دوم)، روش‌شناس/پژوهشگر کمکی (۲۰٪)؛ محمود غلامی (نویسنده سوم)، نگارنده مقدمه (۲۰٪)؛ محسن نوری دلاور (نویسنده چهارم)، نگارنده بحث (۲۰٪)

منابع مالی: این پژوهش بدون حمایت مالی ارگان یا نهاد خاصی به انجام رسیده است.

منابع

- 1- Amini J, Amin Shayan Jahromi Sh. Effective organizational communications: principles and practicability for future operations. 1st Edition. Shiraz: Kooshamehr; 2010. [Persian]
- 2- Hersey P, Blanchard KH. Management of organizational behavior: utilizing human resources. Alagheband A, translator. 42nd Edition. Tehran: Amirkabir Publishing; 2017. [Persian]
- 3- Bolton R. Psychology of human relationships (popular skills). Sohrabi HR, translator. 3rd Edition. Tehran: Roshd Publishing; 2005. [Persian]
- 4- Barco RM. Communication management. Arabi M, Izadi D, translators. 5th Edition. Tehran: Office of Cultural Research; 2007. [Persian]
- 5- Gorbani S. Damages of sacrifice and martyrdom culture and solutions to protect them from the point of view of the

جنگ در یک جامعه اثرات زیان‌باری بر اجتماع خصوصاً سلامت جسم و روان افراد جامعه دارد. مسلماً یکی از آسیب‌پذیرترین ارکان اجتماعی، کانون خانواده‌ها است که به‌علت مشارکت مستقیم افراد خانواده (رزمندگان) در جنگ تبعات متفاوتی را در آن خانواده دارد. لذا با توجه به اهمیت و جایگاه شهید و شهادت در فرهنگ خاص ایران اسلامی لزوم توجه به ابعاد مخرب و زیان‌بار جنگ بر خانواده شهدا در نزد مدیران و کارکنان بنیاد شهید و امور ایثارگران در وهله اول و در بین آحاد جامعه بایستی صدچندان شود.

براساس نتایج پژوهش، ارتباط مدیران و کارکنان بنیاد شهید و امور ایثارگران بر رضایتمندی جامعه هدف تاثیر داشت. نتایج نشان داد متغیر ارتباط مدیران و کارکنان و مولفه‌های آن ۱۱٪ رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر را تبیین می‌کرد. همچنین نتایج تحلیل رگرسیون چندمتغیره نشان داد که متغیر ارتباط بیرونی پیش‌بینی‌کننده قوی‌تری برای رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر و در مرحله بعد ارتباط درونی پیش‌بینی‌کننده رضایتمندی خانواده‌های شاهد و ایثارگر بود. این نتیجه در یک نگاه کلی مطلوب به نظر نمی‌رسد و نشان می‌دهد که سازمان بنیاد شهید و امور ایثارگران سیستم و بلوچستان باید گام‌های اساسی در خصوص جلب رضایت خانواده‌های شاهد و ایثارگر از منظر ارتباطات درونی و بیرونی بردارد. بنابراین لازم است که اعضای سازمان بر پایه اعتماد و همدلی سعی در ایجاد روابط اجتماعی مثبت، چه در درون سازمان و چه با ارباب‌رجوعان، داشته باشند که این امر می‌تواند سبب افزایش سطح اطمینان متقابل افراد و ذی‌نفعان بیرونی سازمان نسبت به مهارت‌ها، توانایی‌ها و تصمیم‌گیری‌ها شود.

براساس نتایج پژوهش حاضر پیشنهاد می‌شود با توجه به نقش ارتباطات در جلب رضایت خانواده‌های شاهد و ایثارگر دوره‌های آموزشی مناسب برای مدیران و کارکنان در نظر گرفته شود، در خصوص ارائه خدمات به خانواده‌های معظم شهدا و ایثارگران اتاق‌های فکر در نظر گرفته شود تا به بهترین شکل به ایشان خدمت‌رسانی شود، فرهنگ سازمانی بنیاد شهید در بین کارکنان و مدیران مبتنی بر احترام و فرهنگ شهادت و ایثارگری باشد، مدیران همه‌روزه در محیط کار خود برای پاسخ به خانواده‌های شاهد و ایثارگر حضور داشته باشند، با برگزاری دوره‌های آموزشی زبان بدن و ارتباطات اثربخش نحوه برقراری ارتباط برای بهبود روابط بین‌فردی مدیران و کارکنان با ارباب‌رجوع آموزش داده شود، فضای اعتماد بین کارکنان و مدیران تقویت شود، برای ایجاد ارتباط مثبت بین مدیران و اعضای سازمان تفویض مسئولیت‌ها در سازمان انجام شود، سبک مدیریت و رهبری در سازمان به سمت مدیریت مشارکتی و رهبری تیمی هدایت شود و ساختار سازمان از حالت سلسله‌مراتبی صرف به سمت ساختارهای منعطف و تخت حرکت کند. این امر زمینه ارتباط درونی در سازمان را بهبود می‌بخشد.

پیشنهاد می‌شود براساس تاثیرگذاری ارتباط اجتماعی درونی مدیران و کارکنان بنیاد شهید و امور ایثارگران بر رضایتمندی جامعه هدف، هدایت فعالیت سازمان و کارکنان به سمت کارهای مشارکتی و تیمی، تفویض اختیار و مسئولیت‌ها از مدیران به کارکنان، ایجاد حس اعتماد و مفیدبودن در کارکنان با تفویض کارهای مهم به کارشناسان، هماهنگی فعالیت‌های سازمان به‌صورت خودکار و عدم نیاز به سیستم توییح و بازخورد و تقویت خودکنترلی و وجدان کاری کارکنان و مدیران برای ارائه خدمات مناسب به خانواده‌های شاهد و ایثارگر، و براساس تاثیرگذاری ارتباط اجتماعی بیرونی مدیران و کارکنان بنیاد شهید و امور ایثارگران بر رضایتمندی جامعه هدف، برنامه‌ریزی برای تداوم دیدارهای مردمی مسئولان بنیاد و رسیدگی

- 16- Ghanbari ME. Structure, structuralism, deconstruction, post-structuralism [Internet]. Tehran: Iranian Sociology Site; 2001. [cited 2019 Mar 9]. Available from: <http://abusadra.blogfa.com/post/520> [Persian]
- 17- Hersey P, Blanchard KH. Management of organizational behavior: utilizing human resources. Kabiri Gh, translator. 5th Edition. Tehran: Jahad Daneshgahi; 1996. [Persian]
- 18- Martins N. A model for managing trust. *International Journal of Manpower*. 2002;23(8):754-69.
- 19- Tyler TR. Trust within organizations. *Pers Rev*. 2003;32(5):556-68.
- 20- Farhangi A, Safarzadeh H, Khademi M. Organizational communication theories. 2nd Edition. Tehran: Rasa; 2007. [Persian]
- 21- Robbins SP. Organizational behavior: concepts, controversies, applications. Arabi M, Parsaeian A, translators. Volume 1. 5th Edition. Tehran: Office of Cultural Research; 2004. [Persian]
- 22- Kellett JB, Humphrey RH, Sleeth RG. Empathy and the emergence of task relations leaders. *Leadersh Q*. 2006;17(2):146-62.
- 23- Blair RJ. Responding to the emotions of others: dissociating forms of empathy through the study of typical and psychiatric populations. *Conscious Cogn*. 2005;14(4):698-718.
- 24- Torabi Y. The sympathetic and linguistic functions of officials and employees in promoting spirituality and organizational effectiveness. *Q Insight Islamic Educ*. 2015;12(34):1-19. [Persian]
- 25- Azimi H, Ajali M. Assessing the satisfaction of the recipients from the quality of the martyr foundation and the affairs of the Guilan province using the Parasuraman model. *J Stand Qual Manag*. 2016;6(22):33-42. [Persian]
- 26- Kavooosi MR, Saghaei A. Customer satisfaction measurement methods. 2nd Edition. Tehran: Sabzan Publication; 2005. [Persian]
- Supreme Leader. *Q Cult Eng*. 2015;10(85):30-49. [Persian]
- 6- Dortaj F. Investigating the role of intra-organizational and intra-individual factors on mental health status of managers and employees of the martyr foundation and the veterans' affairs. *J Educ Psychol*. 2008;3(10):104-29. [Persian]
- 7- Chen CJ, Huang JW. How organizational climate and structure affect knowledge management—the social interaction perspective. *Int J Inf Manag*. 2007;27(2):104-18.
- 8- Mosleh A, Ghasemieh R, Shafiei F. The study effect of social interaction on performance of university faculty members: with emphasis on the mediating role of knowledge management. *J Iran Higher Educ Assoc*. 2014;6(1):135-56. [Persian]
- 9- Motaharnejad M, Kharazmi M, Sharifi F. Human communication. 1st Edition. Tehran: Morshed; 2011. [Persian]
- 10- Mazinani F, Kamkar M, Monshei Gh. Relationship between communicative skills of the employees and customer satisfaction. *J Res Hum Resour Manag*. 2015;6(4):93-108. [Persian]
- 11- Garosi H, Garosi MR. Principles of effective communication in organizations (organizational behavior). 1st Edition. Tehran: Samoothi; 2011. [Persian]
- 12- Emami Naeini N, Noghrechi H. Communication. 1st Edition. Tehran: Honar-e-Abi; 2008. [Persian]
- 13- Khanbashi M, Zahedi Sh, Alvani SM. Accountability context to strengthen public confidence. *J Discipline Discip Secur*. 2011;4(2):25-50. [Persian]
- 14- Rezaeian A, Ganjali A. Performance management: what, why and how. 2nd Edition. Tehran: Imam Sadiq University; 2016. [Persian]
- 15- Daft RL. Organization theory and design. Arabi M, Parsaeian A, translators. Volume 1. 9th Edition. Tehran: Office of Cultural Research; 2008. [Persian]