

بررسی نقش میانجی گری رضایت شغلی در رابطه بین حمایت سازمانی ادراک شده و آموزش بر تعهد سازمانی کارکنان شهرداری شهرستان سبزوار

نداسادات صانعی

دانشگاه آزاد اسلامی ، واحد نیشابور ، گروه مدیریت ، نیشابور ، ایران
Neda.sanei67@yahoo.com

مجتبی پورسلیمی^۱

دانشگاه فردوسی مشهد ، استادیار گروه مدیریت ، مشهد ، ایران
poursalimi@um.ac.ir

چکیده

هدف از انجام این تحقیق ، بررسی نقش میانجی گری رضایت شغلی در رابطه بین حمایت سازمانی ادراک شده و آموزش بر تعهد سازمانی کارکنان شهرداری شهرستان سبزوار می باشد. تحقیق حاضر از نظر هدف ، کاربردی بوده و بر اساس روش گردآوری داده ها ، توصیفی و از نوع پیمایشی- تحلیلی است و از روش مدل یابی معادلات ساختاری استفاده شده است. داده های مورد نظر از بین کارکنان شهرداری سبزوار با استفاده از ابزار پرسشنامه و به روش نمونه گیری تصادفی ، جمع آوری شده است . برای روایی پرسشنامه از روایی صوری و سازه و برای پایایی آن از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردیده است . در نهایت داده های ۱۶۰ پرسشنامه با استفاده از نرم افزار Lisrel و SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است . یافته های حاصل از این پژوهش نشان داده است که آموزش و حمایت سازمانی ادراک شده تاثیر مثبت و معناداری روی تعهد مستمر و هنجاری کارکنان سازمان و رضایت شغلی آنان داشته است. همچنین اثر مثبت و معنادار رضایت شغلی بر تعهد سازمانی کارکنان و تعهد مستمر و هنجاری ، مورد تأیید قرار گرفت . علاوه بر آن ، یافته های این تحقیق حاکی از تأیید اثر میانجی گری رضایت شغلی در رابطه بین حمایت سازمانی ادراک شده و آموزش بر تعهد سازمانی می باشد.

واژگان کلیدی : آموزش ، تعهد سازمانی ، حمایت سازمانی ادراک شده ، رضایت شغلی

^۱. نویسنده مسئول

سازمان‌ها امروزه در محیطی کاملاً رقابتی که همراه با تحولات شگفت‌انگیز است باید اداره شوند. در این میان کارکنان به عنوان مشتریان داخلی سازمان نقش اساسی را بر عهده دارند، آنان مشتاق هستند که نیازهایشان برطرف شده و نسبت به شغل‌شان رضایت کامل داشته باشند و منطق برطرف کردن این نیازها برای سازمان این است که با این عمل، سازمان در موقعیت بهتری برای ارائه خدمات قرار می‌گیرد. زیرا که برآورده ساختن نیاز کارکنان موجب افزایش سطح رضایت شغلی‌شان می‌شود که در نهایت موجب وفاداری بیشتر کارکنان به سازمان شده و کیفیت خدمات ارائه شده توسط کارکنان را ارتقا می‌دهد (Ahmed and Rafiq, 2003). بنابراین جذب، توسعه، ارتقاء کمی و کیفی توانایی‌ها و ارزش آفرینی و بهبود مستمر ارائه خدمات به کارکنان و بالا بردن سطح کیفیت کار به عنوان یک محصول یا خدمت و مشارکت کارکنان در انجام فرآیندها به کمک مدیریت، سازمان را در جهت ارائه سطح بالای کیفیت خدمات رهنمون می‌سازد که در نتیجه افزایش سطح رضایت مندی در میان مشتریان خارجی سازمان را به همراه خواهد داشت (خسروانی، ۱۳۸۹). حمایت سازمانی ادراک شده نیز که یکی از ابعاد بازاریابی داخلی می‌باشد، نتیجه نوع رابطه بین کارکنان و سازمان است. مبنای این رابطه که در انواع تعاملات بین کارکنان و سازمان صورت می‌گیرد، ریشه دارد. طبق تئوری مبادله اجتماعی، ارتباط مبادله‌ای بین دو طرف معمولاً فراتر از مبادله اقتصادی بوده و شامل تعاملات اجتماعی نیز می‌شود. از دیدگاه پژوهشگران سازمانی، ارتباط بین کارکنان و مدیران فقط از منابعی مانند پول، خدمات و اطلاعات نشأت نمی‌گیرد بلکه منابع شخصی و احساسی مانند تایید، احترام و حمایت را نیز دربرمی‌گیرد. در طول زمان میزان حمایتی که سازمان از خود نشان می‌دهد در کارکنان احساس الزام جبران این حمایت را ایجاد می‌کند. بر مبنای هنجار بده‌بستان متقابل در مبادلات اجتماعی، کارکنانی که سطح بالایی از حمایت سازمانی را درک می‌کنند، احتمال بیشتری می‌رود که حمایت سازمان را با نگرش‌های مثبت و رفتارهای کاری دلخواه، جبران کنند. طبق پژوهش‌های انجام شده در این زمینه، مهم‌ترین پیامد حمایت سازمانی ادراک شده، افزایش تعهد سازمانی کارکنان است. تعهد سازمانی سالیان طولانی به عنوان سازه اصلی در رابطه بین کارکنان و سازمان مورد شناسایی قرار گرفته است (Whitener, 2010). کارکنان دارای تعهد بالا مشتاق هستند به خاطر سازمان تلاش بیشتری انجام دهند. دل‌بستگی قوی فرد به سازمان توانایی‌های انطباقی بهتر و پاسخ‌دهی بیشتر به تغییرات در تقاضاهای مشتری را امکان‌پذیر می‌سازد، همچنین باعث انطباق با فشارها و اضطراب‌های محیطی می‌شود (Freund and Carmeli, 2004). همچنین آموزش کارکنان نیز یکی از مهم‌ترین ابزار بازاریابی داخلی جهت دستیابی به بالندگی و توسعه کارکنان و در نهایت توسعه سازمانی است. در حقیقت آموزش فرد و ایجاد تخصص و مهارت در او باعث می‌شود، فرد از ترک سازمان و رها ساختن آموخته‌هایش احساس خوشایندی نداشته و به ابقا در سازمان علاقه‌مند باشد. برای آموزش کارکنان سازمان دو وظیفه اصلی ایجاد قابلیت‌سازگاری با محیط متغیر و آمادگی برای تحقق چشم‌اندازها و خلق آینده‌ای مطلوب را می‌توان در نظر گرفت (امیرکبیری و همکاران، ۱۳۹۰). از طرفی دیگر رضایت شغلی نیز، عاملی مهم برای افزایش کارایی و نیز افزایش وفاداری فرد به سازمان تلقی می‌شود. مدیران به شیوه‌های مختلف در پی افزایش رضایت شغلی کارکنان خود هستند. کارکنان زمانی می‌توانند به خوبی از عهده وظایف محوله برآیند که از مهارت، دانش و توانایی لازم وفاداری به سازمان و رضایت کافی از شغل خود برخوردار بوده و اهداف سازمان را به خوبی بشناسند. تعهد و رضایت مندی نیروی انسانی از کار خود، مهمترین عامل بقاء و حیات سازمان است. نیروی انسانی متعهد، سازمان توانمند را به وجود می‌آورد (سید جوادین و همکاران، ۱۳۸۹). از این رو، موفقیت سازمان‌های خدماتی نظیر شهرداری‌ها در راستای اهداف تعیین شده سازمان و تعالی آن مستلزم این است که تعهد کارکنان و میزان رضایت مندی آنان از شغل‌شان تضمین شود. یکی از راه‌های دستیابی به چنین تعهد و رضایت مندی از شغل، اجرای برنامه‌های آموزشی در سازمان و حمایت از کارکنان می‌باشد. در سازمان‌های خدماتی همچون شهرداری‌ها، لازمه ارائه خدمات شایسته از جمله نظافت، نگهداری معابر و نه‌های عمومی و مجاری آب‌ها و فاضلاب و قنات‌ها و تأمین آب و روشنایی و غیره، جذب کارکنان مستعد و ایجاد تعهد سازمانی پایدار در آن‌ها و همچنین آموزش و حمایت از آنان است. عدم وجود این تعهد در کارکنان شهرداری موجب تعارض، بدبینی، افزایش میزان غیبت، کاهش بهره‌وری، کاهش رضایت

مشتریان و نظایر آن می شود که وجود هریک از این موارد در سازمان مذکور خود باعث ایجاد مشکلات زیادی از جمله عدم صدور به موقع پروانه ساخت برای ساختمان هایی که در شهر ساخته می شود ، عدم صدور به موقع پروانه کسب برای اصناف و پیشه وران ، عدم انجام اقدامات لازم برای احداث بناهای مورد نیاز عمومی مثل پارک ها و سرویس های بهداشتی عمومی ، عدم برآورد دقیق و تنظیم بودجه و تنظیم پیشنهاد برنامه های ساختمانی و اجرای آن ها پس از تصویب شورای شهر وغیره وبه طور کلی عدم انجام صحیح و به موقع کارها می شود . اما متأسفانه به نظر می رسد علی رغم اهمیت موضوع ، در شهرداری ها نیز به تعهد سازمانی کارکنان، در مقایسه با سایر پارامترهای تاثیرگذار بر موفقیت سازمان ، کمتر توجه شده است و این خود مساله ای است که مورد توجه تحقیق حاضر است . در این تحقیق تلاش شده است به این سوال پاسخ داده شود که " نقش میانجی گری رضایت شغلی در رابطه بین حمایت سازمانی ادراک شده و آموزش بر تعهد سازمانی کارکنان شهرداری شهرستان سبزوار چگونه خواهد بود؟" و این روابط با ارائه یک مدل مفهومی به شکل یکپارچه نشان داده خواهد شد.

حمایت سازمانی ادراک شده

مفهوم حمایت سازمانی ادراک شده از نظریه مبادله اجتماعی مورد اقتباس و توسط آیزنبرگر ، هانگتینگتون ، هاتچیسون و سوا توسعه داده شد . بلو مبادله اجتماعی را به عنوان اعمال داوطلبانه افراد که به وسیله انجام اقدامات و اعمالی که از دیگران انتظار می رود ، برانگیخته می شوند ، تعریف نمود. عنصر پایه حمایت سازمانی ادراک شده ، تعهد مبادله ای است که براساس آن وابستگی ، تلاش و وفاداری به سازمان با پاداش اجتماعی و مادی روبرو می گردد . به عبارت ساده تر همان طور که بیان شد ، فرد در چنین شرایطی به این دلیل به سازمان خود تعهد دارد که به صورت مبادله ای سازمان از او حمایت می کند . برای مثال ، کارکنان ممکن است باور داشته باشند که مهارت های تخصصی در شغل آن ها در جای دیگر کمتر قابل کاربرد است و برای سازمانی دیگر ارزش کمتری قائل باشند و یا ممکن است فکر کنند که تغییرات شغلی مداوم سبب خواهد شد که دیگران آن ها را افرادی ناپایدار ، بی ثبات و فاقد وفاداری در نظر بگیرند (Allen et al,2008). حمایت سازمانی ادراک شده حیطه ای است که کارکنان ادراک می کنند که مشارکت ها و فعالیت های آنان به وسیله سازمان مورد قدردانی قرار می گیرد و سازمان از بهزیستی آنان مراقبت می نماید. رفتارهای حمایت کننده رهبران وهم چنین جوسازمانی، می تواند موجبات فراهم آوردن حمایت سازمانی ادراک شده شود که منظور از حمایت سازمانی، احساس و باورهای تعمیم یافته افراد در این راستاست که سازمان نسبت به همکاری و مساعدت و حمایت اعضای خود ارزش قائل و نگران و دلواپس خوشبختی و آینده آن هاست (Eisenberger et al,2008). براساس نظریه حمایت سازمانی ، گونه های سه گانه عمومی موجب رفتارهای مطلوبی در سازمان می شود: انصاف و مساوات ، حمایت سرپرست ، پاداش های سازمانی و زمینه های شغلی . خاستگاه عوامل مذکور سازمان است و در نهایت موجب افزایش حمایت سازمانی می گردد و علاوه بر این عوامل می توان متغیرهای جمعیتی را نیز به آن ها افزود . منظور از انصاف ، احساس مساوات نسبت به استفاده و اجرای روش های توزیع منابع میان کارکنان می شود که بدان عدالت رویه ای نیز اطلاق می شود . رعایت انصاف و مساوات به منظور تصمیم گیری برای توزیع منابع ، تاثیرات فزاینده ای برحمایت سازمانی ادراک شده دارد . حمایت سرپرست از آن جهت مورد توجه است که رفتار و کنش سرپرست به عنوان یکی از کارگزاران و عاملان هر سازمانی تلقی می شوند . جهت گیری مناسب یا نامناسب ، تاثیر قابل ملاحظه ای درحمایت سازمانی دارد . هر چه کارکنان باحمایت سرپرست رویه رو شوند ، حمایت سازمانی افزایش می یابد . توجه به منابع انسانی (پاداش های سازمانی و زمینه های شغلی) اهمیت نمایانی در واکنش مثبت کارکنان (حمایت سازمانی ادراک شده) دارد . فرصت های مناسب و مساعد برای ارائه پاداش ها موجب ارزیابی مثبت کارکنان نسبت به حمایت سازمانی ادراک شده می شود . تمایلات سازمان به منظور مهم جلوه دادن آینده شغلی اعضایش باحمایت سازمانی ادراک شده رابطه قوی خواهد داشت. گذشته ازامنیت شغلی ، متغیرهای آموزش و استقلال در کار (به طورمثبت) و فشارهای نقش وبعد سازمان (به طورمنفی) در حمایت سازمانی تاثیر دارد. افزایش آموزش کارکنان و بهبود آزادی عمل آنان در ایفای نقش و شغل ، باعث ارتقای حمایت سازمانی می شود. دسته نهایی پیش شرط های حمایت سازمانی ادراک شده ، مشخصات کارکنان است که در دو بخش کلی قابل تفکیک است: الف) شخصیت شامل خود آگاهی ، محرک های مثبت ومنفی ب) مشخصات جمعیتی شامل سن ، جنس ،

تحصیلات و سنوات شغلی (دعایی و مرتضوی ، ۱۳۸۹). اثرات و پیامدهای هفت گانه حمایت سازمانی ادراک شده به شرح ذیل است : ۱- هرچه کارکنان احساس کنند مورد حمایت سازمان قرار می گیرند به همان نسبت بر میزان پایبندی آن ها به سازمان افزوده می شود . یکی از روش های مفید و موثر برای افزایش تعهد سازمانی ، توجه به افزایش حمایت سازمانی ادراک شده است . ۲- برخی اثرات حمایت سازمانی ، مرتبط با حوزه های شغل هم چون رضایت شغلی است . منظور از رضایت شغلی ، نگرش ها و واکنش های عمومی مثبت پرسنل نسبت به شغل است . به همان نسبت که کارکنان احساس کنند که مورد حمایت سازمان هستند ، بر میزان رضایت و خشنودی شغلی آن ها افزوده می شود . حمایت سازمانی باعث افزایش نگرش مثبت کارکنان نسبت به شغل آن ها می گردد . ۳- علاوه بر آن حمایت سازمانی در افزایش الزام و درگیری شغلی تاثیر دارد . منظور از آن ، درگیری با علائق مرتبط با کار است . هرچه حمایت سازمانی پرسنل بیشتر شود ، میزان التزام آنان با شغل و کارشان افزایش می یابد . چهار اثر نهایی حمایت سازمانی ادراک شده از این قرار است که افزایش درک حمایت سازمانی کارکنان از یک سو موجب افزایش عملکرد و تمایل به ماندن کارکنان در سازمان می شود و از سویی دیگر موجب کاهش میزان فشارهای شغلی و رفتارهای باز خورد (هم چون تمایل به ترک خدمت و ترک خدمت) می گردد . هرچه کارکنان ادراک حمایت سازمانی بیشتری داشته باشند ، بر عملکردشان تاثیر می گذارد و موجب افزایش کارایی آن هاست ، علاوه بر آن تمایل به ماندن آن ها افزوده می شود . احساس حمایت سازمانی موجب کاهش فشارهای شغلی شده و تمایل به ترک خدمت نیز کاسته می گردد (زکی ، ۱۳۹۰) . سطح بالای حمایت سازمانی ادراک شده در میان کارمندان نشان دهنده این است که کارمندان باور دارند سازمان در موقعیت های مختلف از آن ها حمایت می کند ، از عملکرد خوب آن ها دفاع می کند و به تلاشی که می کنند ، پاداش می دهد . چنین باور و اعتقادی موجب می شود کارمندان به برخورد مناسب سازمان واکنش نشان دهند و درصدد جبران برآیند . این عمل دو جانبه به تجربه تعهد سازمانی بیشتر کارمندان منجر می شود و به درگیری بیشتر آن ها در رفتارهایی می انجامد که برای سازمان سود بخش است (Baranik et al, 2010) .

آموزش

آموزش کارکنان یکی از مهم ترین ابزار بازاریابی داخلی جهت دستیابی به بالندگی و توسعه کارکنان و در نهایت توسعه سازمانی است . بازاریابی داخلی با آموزش فرد و ایجاد تخصص و مهارت در او باعث می شود ، فرد از ترک سازمان و رها ساختن آموخته هایش احساس خوشایندی نداشته و به ابقا در سازمان علاقه مند باشد . برای آموزش کارکنان سازمان دو وظیفه اصلی ایجاد قابلیت سازگاری با محیط متغیر و آمادگی برای تحقق چشم اندازها و خلق آینده ای مطلوب را می توان در نظر گرفت (امیرکبیری و همکاران ، ۱۳۹۰) . بر همین اساس تعاریف مختلفی از آموزش کارکنان سازمان ارائه شده است که به چند نمونه از آن ها اشاره می شود : آموزش کارکنان سازمان عبارت از فرآیند منظم و ساخت مندی است که از طریق آن کارکنان تسلط لازم برای انجام وظایف شغلی خود را به دست می آورند (Garavan et al, 2010) . در تعریف دیگری آموزش مجموعه اقدامات برنامه ریزی شده است که کارکنان و بخش های مختلف سازمان را برای ارائه خدمات تخصصی برتر و مورد نیاز توسعه سازمان و نهایتاً رضایت بیشتر مشتریان مهیا می کند (Sloman, 2009) . آموزش به تلاش های برنامه ریزی شده یک سازمان اشاره می کند که یادگیری کارکنان را در ارتباط با توانایی هایشان تسهیل می کند . این توانایی ها شامل دانش ، مهارت یا رفتاری است که برای موفقیت عملکردهای شغلی حیاتی می باشد (Raymond, 2011) . آموزش کارکنان دربرگیرنده طیف گسترده ای از اقدامات یا فرآیند است که نقشه یا مسیر اجرای آموزش را نشان می دهد و چرخه عملیات و تقدم و تاخر آن ها را تعیین می کند . هدف آموزش توجه ویژه به مشکلات و مسائل سازمان ، ایجاد تغییرات در سازمان ، آموزش به کارکنان جدیدالاستخدام ، تسهیم دانش و اطلاعات و در نهایت توسعه مهارت ها می باشد (Berge, 2009) . کارکنان در نتیجه آموزش نگرش مثبتی نسبت به کار پیدا کرده و عملکرد آن ها در محیط کار بهبود می یابد . هم چنین علاوه بر کاهش نگرانی در ارتباط با وظیفه خود نیز ، از اعتماد به نفس بالایی برخوردار می شوند (Pollitt, 2008) . از میان انواع آموزش ها ، آموزش ضمن خدمت یکی از مناسب ترین و سهل الوصول ترین وسایلی است که می توان برای بهبود و تجهیز نیروی انسانی به دانش و مهارت های لازم توسعه به کار گرفت . کارکنان از طریق آموزش ضمن خدمت ، مهارت ها ،

توانایی ها، دانش ها و نگرش هایی کسب می کنند که به آن ها در انجام اثربخش شغل شان، چه در زمان حال و چه در زمان آینده، کمک می کند. آموزش همچنین سبب برانگیختن و رضایت شغلی افراد و در نتیجه بهره وری آنان و سازمان می گردد و با ایجاد زمینه های شناخت بهتر از شغل و سازمان و نگرش مثبت به آن، به بهسازی فردی و سازمانی کمک می کند. آموزش، به ویژه آموزش ضمن خدمت، زمانی ممکن است مؤثر واقع شود که در قالب نظام و الگویی مشخص و نه به صورت پراکنده و ناهمگون ارائه گردد و افرادی آن را برنامه ریزی و اجرا کنند که با مبانی نظری و عملی آموزش و پرورش و آموزش کارکنان آشنا باشند. به طور کلی بسیاری از محققان در این مسئله اتفاق نظر دارند که سازمان ها باید بودجه آموزشی شان را افزایش دهند تا بتوانند حالت رقابتی خود را حفظ کرده و یک نیروی کار قابل تطبیق و منعطف باقی بمانند (Sahinidis and Bouris, 2010).

تعهد سازمانی

یعقوبی (1390)، تعهد سازمانی را به معنای پیوند افراد با سازمان تعریف کرده است که توسط سه عامل اعتقاد قوی و پذیرش اهداف و ارزشهای سازمان (تعهد عاطفی)، تمایل به تلاش زیاد برای سازمان (تعهد مستمر)، و میل قوی برای باقی ماندن در سازمان (تعهد هنجاری) تعیین می شود. در مجموع می توان گفت: تعهد سازمانی عبارت است از یک نگرش و تمایل درونی و قوی به ماندن در سازمان و تلاش در راستای انجام وظایف و اعتقاد به پذیرش ارزش ها و اهداف سازمان، با این توضیح که ماهیت تعهد سازمانی، پیچیده و دارای ابعاد مختلفی است (تعهد نسبت به خود، سازمان؛ ارباب رجوع و...) که طبیعتاً نتایج پژوهش ها را از سازمانی به سازمان دیگر با در نظر گرفتن مجموعه عوامل انسانی، فرهنگی، اجتماعی و... می تواند متفاوت سازد (صالحی صدقیانی و همکاران، ۱۳۹۳).

Allen and Meyer (1990) مدلی سه بخشی از تعهد سازمانی مشتمل بر تعهد هنجاری، تعهد عاطفی و تعهد مستمر ارائه نموده اند که در این تحقیق بیشتر تعهد هنجاری و مستمر مدنظر می باشد. این دو محقق بندهای مذکور تعهد سازمانی را بدین صورت توصیف می نمایند که: کارکنانی که تعهد عاطفی در آنان قوی می باشد بدلیل خواست خودشان در سازمان می مانند. در واقع تعهد عاطفی به وابستگی عاطفی کارکنان به سازمان و هویت و ارتباط ایشان با سازمان اشاره دارد. تعهد مستمر به آگاهی از هزینه های ناشی از خروج از سازمان اشاره دارد. افراد با تعهد مستمر بالا بدلیل نیازشان به سازمان در آن باقی می مانند. تعهد هنجاری بازتابی از احساس وظیفه برای ادامه خدمت است. کارکنان با تعهد هنجاری بالا به این دلیل در سازمان می مانند که احساس می کنند باید در سازمان بمانند وجه اشتراک تعاریف بالا این است که تعهد حالتی روانی است که رابطه فرد را با سازمان مشخص می کند و به واسطه این حالت فرد تصمیم به ماندن یا ترک سازمان می گیرد. به عبارت دیگر، تعهد سازمانی نوعی نگرش است که میزان علاقه مندی و دلبستگی و وفاداری کارکنان نسبت به سازمان و همچنین میزان تمایل آن ها به ماندن در سازمان را نشان می دهد (زهدی، ۱۳۹۲). Allen and Meyer (1997)، تعهد سازمانی را از سه جنبه تعهد عاطفی، تعهد هنجاری و تعهد مستمر بررسی می کنند. تعهد عاطفی: شامل وابستگی عاطفی کارکنان به تعیین هویت با سازمان و درگیر شدن در فعالیت های سازمان با داشتن احساس مثبت است. تعهد هنجاری: مجموعه فشارهای هنجاری درونی شده برای عمل کردن به روشی است که فرد اعتقاد دارد از نظر اخلاقی صحیح است. در این بعد فرد ادامه دادن به کار را وظیفه و تکلیف خود می داند. تعهد مستمر: در این نوع تعهد فرد به علت بالا بودن هزینه های ناشی از ترک سازمان به سازمان متعهد می ماند (Cichy, 2011). تحقیقات نشان می دهد که یکی از شاخص های برتری یک سازمان به سازمان دیگر، دارا بودن نیروی انسانی متعهد است. وجود چنین نیروی متعهدی علاوه بر اینکه سرمایه اجتماعی سازمان محسوب می شود، وجهه سازمان را در اجتماع مهم جلوه می دهد و زمینه را برای رشد و توسعه سازمان فراهم می کند (قاسمی، ۱۳۹۲). بنابراین شناخت عوامل اثرگذار بر تعهد سازمانی کارکنان از جمله اقدامات اولیه در به کارگیری اثر بخش سرمایه های انسانی سازمان است.

رضایت شغلی

رضایت شغلی عاملی مهم برای افزایش کارایی و نیز رضایت فردی در سازمان تلقی می شود. مدیران به شیوه های مختلف مترصد افزایش رضایت شغلی کارکنان خود هستند. محققان مختلف تعاریف گوناگونی از رضایت شغلی ارائه داده اند: فیشر و هانا (۱۹۳۹)، رضایت شغلی را عاملی روانی قلمداد کرده و آن را به صورت نوعی سازگاری عاطفی با شغل و شرایط شغل تعریف می کند. به این معنا که اگر شغل شرایطی مطلوب را برای فرد فراهم کند فرد از شغلش رضایت خواهد داشت اما اگر شغلی برای فرد رضایت و لذت مطلوب را فراهم نکند فرد شروع به مذمت شغل کرده و در صورت امکان شغل خود را ترک خواهد کرد. هاپاک (۱۹۳۵)، رضایت شغلی را مفهومی پیچیده و چند بعدی دانسته و آن را با عوامل روانی جسمانی و اجتماعی مرتبط کرده است. به نظر او صرفاً وجود یک عامل موجب رضایت شغلی فرد نخواهد شد بلکه وجود ترکیبی از عوامل مختلف موجب خواهد شد که فرد در لحظه معینی از شغل خود احساس رضایت کند. فرد با توجه به اهمیتی که عوامل مختلف نظیر درآمد، جایگاه اجتماعی، شرایط محیط کار و... برای او دارند میزان معینی از رضایت شغلی دارا خواهد بود. رضایت شغلی عبارت است از رضایتی (به مفهوم لذت روحی ناشی از ارضای نیازها و تمایلات و امیدها) که فرد از کار خود به دست می آورد. رضایت شغلی مجموعه ای از احساسات سازگار و ناسازگار است که کارکنان با آن احساس ها به کار خود می نگرند. گینزبرگ و همکارانش (۱۹۵۱)، رضایت شغلی را به دو نوع مختلف تقسیم بندی کرده اند: رضایت درونی و رضایت بیرونی

۱ - «رضایت درونی» از دو منبع به دست می آید. اول احساس لذتی که انسان صرفاً از اشتغال به کار و فعالیت عایدش می شود. دوم لذتی که بر اثر مشاهده ی پیشرفت و یا انجام برخی مسئولیت های اجتماعی و به ظهور رساندن توانایی ها و رغبت های فردی به انسان دست می دهد.

۲ - «رضایت بیرونی» که با شرایط اشتغال و محیط کار ارتباط دارد و هر لحظه در حال تغییر و تحول است. از عوامل رضایت بیرونی به عنوان مثال شرایط محیط کار میزان دستمزد و پاداش نوع کار و روابط موجود بین کارگر و کارفرما را می توان نام برد.

ایجاد رضایت شغلی در کارکنان احتمالاً سرعت بالایی نخواهد داشت اما قطعاً با شتاب بسیار بالایی از بین می رود. ممکن است همه شرایط برای بالا نگه داشتن رضایت کارمندی در حدی فوق العاده باشد اما صرفاً با یک برخورد نامناسب مدیر امکان تاثیر این شرایط مناسب به صورت کاملاً محسوس به سمت صفر میل کند. رضایت شغلی حدی از احساسات و نگرشهای مثبت است که فرد نسبت به شغل خود دارد. وقتی شخصی می گوید رضایت شغلی بالایی دارد به این مفهوم است که او واقعا شغل خود را دوست دارد احساسات خوبی درباره کارش دارد و برای شغلش ارزش زیادی قائل است (مقدسی، ۱۳۸۹).

پیشینه تحقیق (مرور مطالعات گذشته مرتبط با موضوع)

پورسلطانی زرنندی و ایرجی نقندر (۱۳۹۱)، به پژوهشی تحت عنوان ارتباط درک حمایت سازمانی با تعهد سازمانی و رضایت شغلی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان مازندران پرداخته اند. این پژوهش از نوع همبستگی بوده که به صورت میدانی اجرا شده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از شاخص های توصیفی و آزمون های آماری کالموگراف اسمیرونف، ضریب همبستگی اسپیرمن و تحلیل رگرسیون با استفاده از نرم افزار اس پی اس اس استفاده شده است. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که بین درک حمایت سازمانی که یکی از ابعاد بازاریابی داخلی می باشد با تعهد سازمانی، تعهد عاطفی، هنجاری و مستمر رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین بین درک حمایت سازمانی با رضایت شغلی نیز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. از طرفی نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد درک حمایت سازمانی توان پیش بینی تمامی متغیرهای مذکور را دارد.

غلام پور وهمکاران (۱۳۹۰)، تحقیقی با هدف بررسی ارتباط میان رضایت شغلی با تعهد سازمانی انجام داده اند که این پژوهش از نوع پژوهش های همبستگی و جامعه آماری آن مدیران و معاونین تربیت بدنی دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی کشور می باشد. محققان برای جمع آوری داده ها از دو پرسشنامه رضایت شغلی ویسوکو و کروم و تعهد سازمانی استیترز و پورتر و همچنین از ضریب همبستگی اسپیرمن و آنالیز رگرسیون چند متغیره برای تجزیه و تحلیل اطلاعات استفاده کرده اند و به این نتیجه دست یافته اند که میان رضایت شغلی با تعهد سازمانی ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد به طوریکه هرچه

رضایت شغلی معاونین و مدیران تربیت بدنی دانشگاه ها وموسسات آموزش عالی کشورافزایش یابد میزان تعهد آنها به سازمان بیشتر می شود.

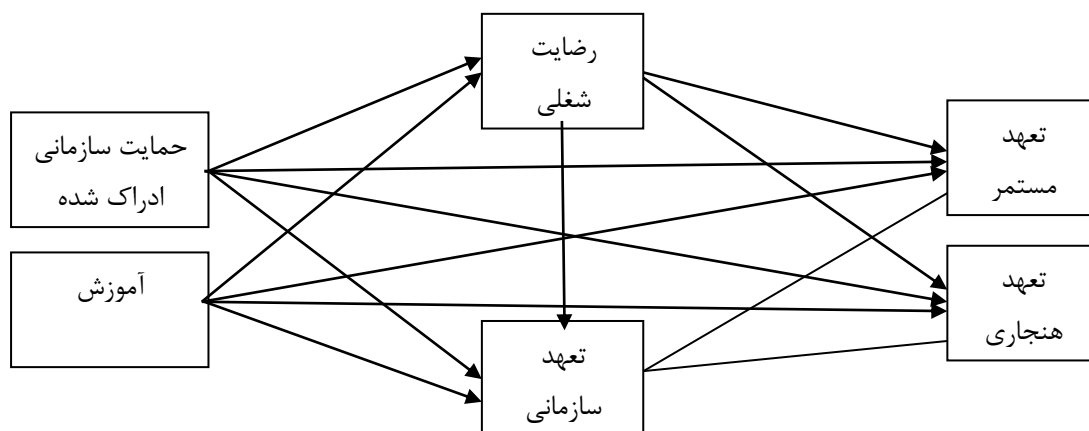
امیرکبیری و همکاران (۱۳۹۰)، تحقیقی تحت عنوان بررسی تاثیرگذاری فعالیت های بازاریابی داخلی بر عناصر تعهد سازمانی انجام داده اند . ابزار اندازه گیری در این مطالعه پرسشنامه می باشد که روایی و پایایی آن نیز مورد ارزیابی قرار گرفته است . پس از انجام تحلیل عاملی تأییدی بر داده های به دست آمده از پرسشنامه ها و انجام تحلیل رگرسیون ، به این نتیجه رسیدند که رابطه میان هر یک از عناصر بازاریابی داخلی بر انواع تعهد سازمانی برقرار بوده و در نهایت بازاریابی داخلی بر تعهد سازمانی کارکنان تاثیر مستقیم دارد.

روحی و همکاران(۱۳۹۰) ، تحقیقی در رابطه با ارتباط رضایت شغلی و تعهد سازمانی در پرستاران شاغل در بیمارستان های دانشگاه علوم پزشکی گلستان انجام داده اند . این مطالعه از نوع توصیفی تحلیلی به صورت مقطعی بر روی ۷۵۰ نفر از پرستاران شاغل طراحی و اجرا شد . روش نمونه گیری به صورت سرشماری بوده و برای جمع آوری داده هااز برگه اطلاعات جمعیتی ، پرسشنامه رضایت شغلی و پرسشنامه تعهد سازمانی استفاده شدو سپس داده ها در محیط نرم افزاری SPSS با استفاده از آزمون های آماری متناسب از جمله ضریب همبستگی اسپیرمن تجزیه و تحلیل شد . نتایج به دست آمده از این پژوهش نشان داد که بین رضایت شغلی و تعهد سازمانی ، ارتباط معنادار مستقیمی مشاهده شد به طوریکه با افزایش رضایت شغلی تعهد سازمانی نیز افزایش میابد.

(Khalaf Ahmad and Al-Borie,2012) ، در طی پژوهشی به بررسی تاثیر بازاریابی داخلی بررضایت شغلی و تعهد سازمانی در عربستان سعودی پرداخته اند . جامعه آماری مطالعه مذکور بیمارستان های آموزشی کینگ دام عربستان سعودی می باشد. محققان با استفاده از توزیع ۲۵۰ پرسشنامه که روایی و پایایی آن مورد سنجش قرارگرفته است و جمع آوری داده های حاصل از پرسشنامه وآزمون فرضیه هاو تجزیه و تحلیل به وسیله رگرسیون چندگانه به این نتیجه دست یافته اند که بازاریابی داخلی با ابعاد حمایت سازمانی ادراک شده ، آموزش و انگیزش تاثیر مثبت و معناداری بر رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان این بیمارستان ها در عربستان سعودی داشته است .

مدل مفهومی تحقیق

در این بخش مدل مفهومی، بررسی نقش میانجی گری رضایت شغلی در رابطه بین حمایت سازمانی ادراک شده و آموزش بر تعهد سازمانی کارکنان ارائه می گردد. در چارچوب مفهومی این تحقیق، حمایت سازمانی ادراک شده و آموزش به عنوان متغیر مستقل، رضایت شغلی به عنوان متغیر واسطه و تعهد سازمانی که شامل تعهد مستمر و تعهد هنجاری است به عنوان متغیر وابسته معرفی شده‌اند.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق با اقتباس از مدل (Khalaf Ahmad and Al-Borie,2012)

فرضیه های تحقیق

با توجه به مدل مفهومی، فرضیه‌های تحقیق به شرح ذیل می باشند:

فرضیه های اصلی تحقیق

۱. حمایت سازمانی ادراک شده بر تعهد سازمانی تاثیر مثبتی و معنا داری دارد.
۲. آموزش بر تعهد سازمانی تاثیر مثبت و معنا داری دارد.
۳. حمایت سازمانی ادراک شده بر رضایت شغلی تاثیر مثبت و معنا داری دارد.
۴. آموزش بر رضایت شغلی تاثیر مثبت و معنا داری دارد.
۵. رضایت شغلی بر تعهد سازمانی تاثیر مثبت و معنا داری دارد.
۶. نقش میانجی گری رضایت شغلی در رابطه بین حمایت سازمانی ادراک شده بر تعهد سازمانی تاثیر مثبت و معنا داری دارد.
۷. نقش میانجی گری رضایت شغلی در رابطه بین آموزش بر تعهد سازمانی تاثیر مثبت و معنا داری دارد.

فرضیه های فرعی تحقیق

۱. حمایت سازمانی ادراک شده بر تعهد مستمر تاثیر مثبت و معنا داری دارد.
۲. حمایت سازمانی ادراک شده بر تعهد هنجاری تاثیر مثبت و معنا داری دارد.
۳. آموزش بر تعهد مستمر تاثیر مثبت و معنا داری دارد.
۴. آموزش بر تعهد هنجاری تاثیر مثبت و معنا داری دارد.
۵. رضایت شغلی بر تعهد مستمر تاثیر مثبت و معنا داری دارد.
۶. رضایت شغلی بر تعهد هنجاری تاثیر مثبت و معنا داری دارد.

روش تحقیق

این پژوهش که از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری اطلاعات، توصیفی و از نوع پیمایشی-تحلیلی است. برای سنجش متغیرها از سنجش‌های پیشنهادی در مطالعات خلف احمد و آل بوریه (۲۰۱۲) و آلن ومایر (۲۰۰۴) و اسپکتر (۱۹۹۱) استفاده شده و پرسش‌نامه‌ای با ۲۸ گویه طراحی شد که در مجموع، ۴ متغیر حمایت سازمانی ادراک شده، آموزش، تعهد سازمانی و رضایت شغلی کارکنان سازمان را می‌سنجد. به منظور سازگار کردن پرسشنامه‌ها با بستر تجاری در سازمان‌های ایرانی، از نقطه نظرات شاغلان این حوزه استفاده شد و روایی صوری پرسش‌نامه‌ی نهایی از طریق بررسی نظرات صاحب‌نظران مدیریت، مورد تأیید قرار گرفت. ضمن اینکه روایی سازه‌های پرسش‌نامه و ابعاد هر یک از آن‌ها نیز با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی مورد ارزیابی قرار گرفت و معناداری بار شدن هر یک از این ابعاد و گویه‌های مربوطه به سازه‌های مورد نظر، مورد تأیید قرار گرفت. حمایت سازمانی ادراک شده و آموزش با استفاده از پرسشنامه (Khalaf Ahmad and Al-Borie, 2012)، تعهد سازمانی نیز با پرسشنامه (Allen and Meyer, 2004) و در نهایت، رضایت شغلی با استفاده از پرسشنامه (Spector, 1991) مورد سنجش قرار گرفته شد. شایان ذکر است که تمامی گویه‌های پرسش‌نامه با استفاده از مقیاس لیکرت، روی طیفی ۵ گزینه‌ای از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق مورد سنجش قرار گرفت. ضمن اینکه پایایی ابزار مورد استفاده نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ارزیابی شد که با توجه به اینکه این ضریب در تمامی متغیرهای پرسشنامه بیشتر از ۰,۷ می باشد، می توان گفت پرسشنامه از پایایی خوبی برخوردار است. جامعه آماری این تحقیق، کارکنان شهرداری شهرستان سبزوار می‌باشند که در تاریخ انجام پژوهش، بر اساس آمار و اطلاعات موجود شمار آن حدوداً ۲۶۹ نفر برآورد شده است. از آنجا که این تحقیق بر اساس نوع هدف کاربردی بوده و معرف بودن گروه نمونه برای اهداف تعمیم پذیری به جامعه دارای اهمیت می‌باشد، بنابراین از نمونه گیری تصادفی ساده استفاده می‌شود. ابتدا یک نمونه‌ی اولیه شامل ۳۰ پرسش‌نامه از کارشناسان، پیش‌آزمون شده و با جای‌گذاری انحراف معیار آن به میزان ۵۰٪ در فرمول کوکران با دقت برآورد و سطح

اطمینان ۰/۹۵، حداقل حجم نمونه ۱۵۹ نفر تعیین شد. باتوجه به پیش‌بینی عدم بازگشت تعدادی از پرسش‌نامه‌ها، ۱۸۰ پرسش‌نامه به صورت تصادفی بین کارشناسان توزیع، و از این تعداد، ۱۶۰ پرسش‌نامه برگشت داده شد. در نهایت، همین تعداد پرسش‌نامه‌ی واجد شرایط در فرآیند تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار گرفت. در این تحقیق داده‌های گردآوری شده توسط پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و در خصوص فرضیات مطرح شده نتیجه‌گیری آماری شده است. این پژوهش شامل شش فرضیه اصلی و شش فرضیه فرعی است که با استفاده از نرم افزار Lisrel ورژن ۸٫۸ تجزیه و تحلیل شده‌اند. داده‌ها در دو سطح توصیفی و استنباطی تجزیه و تحلیل شده‌اند. به منظور توصیف داده‌های مذکور با استفاده از نرم افزار SPSS، شاخص‌های فراوانی، درصد فراوانی و نمودارها بدست آمده و در سطح استنباطی پس از بررسی روایی پرسشنامه، برای بررسی روابط از مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شده است.

یافته‌های تحقیق

سیمای آزمودنی‌ها و همبستگی متغیرها

مشخصات پاسخ‌دهندگان در این مطالعه با استفاده از پنج متغیر جمعیت‌شناختی سن، جنسیت، سابقه‌ی شغلی، سطح تحصیلات و وضعیت تاهل صرفاً جهت گزارش سیمای آزمودنی‌ها، مورد بررسی قرار گرفت. جدول زیر خلاصه این نتایج را نشان می‌دهد.

جدول ۱. سیمای آزمودنی‌ها

متغیرهای جمعیت‌شناختی	وضعیت	درصد فراوانی
جنسیت	زن	۲۸/۹
	مرد	۷۱/۱
سن	کمتر از ۲۵ سال	۹/۴
	۲۵ تا ۳۵ سال	۲۷/۷
	۳۶ تا ۴۵ سال	۳۳/۳
	۴۶ تا ۵۵ سال	۲۰/۱
	بالای ۵۵ سال	۹/۴
تحصیلات	فوق دیپلم	۲۹/۶
	لیسانس	۵۴/۱
	فوق لیسانس	۱۶/۴
سابقه کار	کمتر از ۵ سال	۸/۸
	۶ تا ۱۰ سال	۱۹/۵
	۱۱ تا ۱۵ سال	۳۴/۶
	۱۶ تا ۲۰ سال	۲۴/۵
	۲۱ تا ۲۵ سال	۸/۲
	بیش از ۲۶ سال	۴/۴
وضعیت تاهل	مجرد	۱۸/۲
	متاهل	۸۱/۸

آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف

در پژوهش حاضر با استفاده از آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف نرمال بودن متغیرهای پرسش‌نامه مورد بررسی قرار گرفته است تا در صورت برقرار بودن این شرط بتوان از روش نسبت درست‌نمایی در معادلات ساختاری استفاده نمود. نتایج این آزمون در جدول ۲ آمده است

جدول ۲. نتایج آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف

متغیرها	تعداد داده ها	آماره آزمون	سطح معنی داری
حمایت سازمانی ادراک شده	۱۵۹	۱/۱۶۷	/۱۱۴
آموزش	۱۵۹	۱/۲۲۸	۰/۰۹۸
رضایت شغلی	۱۵۹	۱/۱۰۳	۰/۱۷۵
تعهد مستمر	۱۵۹	۱/۱۴۴	۰/۱۷۰
تعهد هنجاری	۱۵۹	۰/۷۴۳	۰/۴۵۹

با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون مربوط به تمام متغیرها بالاتر از ۰/۰۵ می باشد، ادعای نرمال بودن متغیرهای پژوهش پذیرفته شده و می توان از روش نسبت درست نمایی در مدل سازی معادلات ساختاری استفاده کرد.

روایی سنجی با تحلیل عاملی تاییدی

پیش از برازش مدل ساختاری و به منظور بررسی معناداری بار شدن گویه های پرسشنامه به سازه های مربوطه، نیاز است که تحلیل عاملی تاییدی به انجام رسیده و از قابلیت مدل های اندازه گیری (متغیرهای مکنون) در پیش بینی ضرایب مسیر اطمینان حاصل شود که نتایج تحلیل عاملی تاییدی در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. نتایج تحلیل عاملی تاییدی متغیرهای پژوهش (روایی سازه ای)

گویه	شماره سوال	بار عاملی	آماره T	خطای استاندارد (SE)	گویه	شماره سوال	بار عاملی	آماره T	خطای استاندارد (SE)
حمایت سازمانی ادراک شده	ps1	۰/۹۸	۹/۲۳	۰/۱۱	تعهد هنجاری	nc1	۰/۷۷	۷/۸	۰/۱۰
	ps2	۰/۶۴	۸/۹۳	۰/۰۷		nc2	۰/۸۴	۶/۶۹	۰/۱۳
	ps3	۰/۵۲	۶/۱۷	۰/۰۸		nc3	۰/۶۹	۵/۰۱	۰/۱۴
	ps4	۰/۳۸	۵/۳۱	۰/۰۷		nc4	۰/۴۶	۲/۲۷	۰/۲۰
	ps5	۰/۵۸	۴/۴۳	۰/۱۳		nc5	۰/۵۳	۶/۷۷	۰/۰۸
آموزش	edu1	۰/۵۱	۵/۳۶	۰/۱۰	رضایت شغلی	js2	۰/۴۷	۳/۹۵	۰/۱۲
	edu2	۰/۷۶	۷/۷۱	۰/۱۰		js3	۰/۵۶	۷/۸۵	۰/۰۷
	edu3	۰/۵۹	۸/۹۹	۰/۰۷		js4	۰/۳۵	۸/۴	۰/۰۴
	edu4	۰/۴	۲/۳۸	۰/۱۷		js5	۰/۴۳	۸/۸۵	۰/۰۵
	edu5	۰/۴۴	۴/۲۲	۰/۱۰					
تعهد مستمر	cc1	۰/۴۷	۴/۵۷	۰/۱۰					
	cc2	۰/۳۹	۸/۹	۰/۰۴					
	cc3	۰/۵۲	۴/۲۲	۰/۱۲					
	cc4	۰/۵۴	۵/۳۳	۰/۱۰					

سپس با استفاده از نرم افزار LISREL مدل های CFA برای هریک از 3 متغیر پژوهش برازش شده و براساس معناداری ضرایب رگرسیونی یا بارهای عاملی و شاخص های برازش مدل ارزیابی شدند. بر این اساس، بار عاملی تمامی گویه های پرسشنامه در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنادار بود (با اعداد معناداری بزرگتر از ۱/۹۶ و همچنین بار عاملی بزرگتر از ۰/۳) و

همگی آن‌ها مبنای تحلیل‌های بعدی و آزمون فرضیه‌های تحقیق قرار گرفتند. شاخص‌های برازش مدل‌های CFA و اعداد معناداری گویه‌های آن‌ها در جدول شماره ۳ ارائه شده است.

بررسی برازش مدل

منظور از برازش مدل این است که تا چه حد مدل با داده‌های مربوطه سازگاری و توافق دارد در تحلیل معادلات ساختاری متعاقب انجام تخمین پارامترها و قبل از تفسیر آنها باید از برازندگی مدل اطمینان شود در جدول ۴ شاخص‌های برازش مورد بررسی قرار گرفته است.

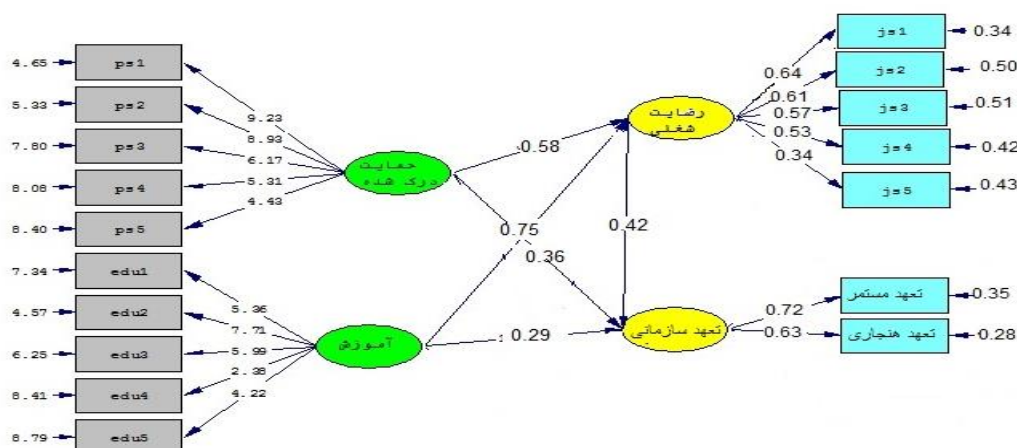
جدول ۴. شاخص‌های برازش

نام آزمون	توضیحات	مقادیر قابل قبول	مقدار به دست آمده
X ² \ df	کای اسکوئر نسبی	< ۳	۲/۱۳
RMSEA	ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب	< ۰/۱	۰/۰۸۴
GFI	شاخص برازندگی تعدیل یافته	> ۰/۹	۰/۹۵
RMR	ریشه میانگین مجذور باقیمانده	< ۰/۱	۰/۰۵۱
NFI	شاخص برازش نرم	> ۰/۹	۰/۹۳
CFI	شاخص برازش مقایسه‌ای	> ۰/۹	۰/۹۴

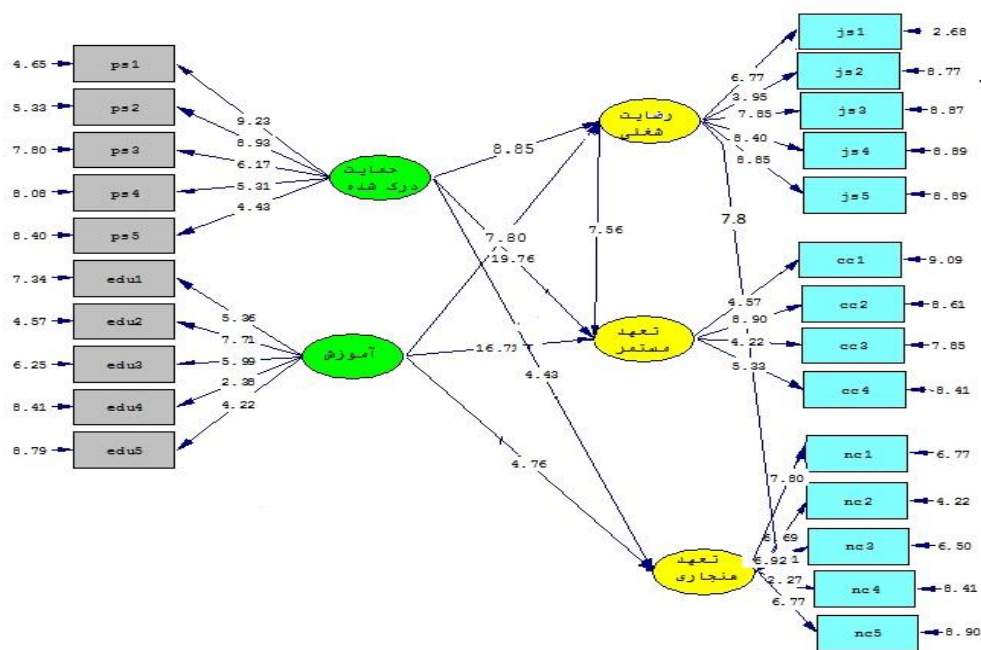
با توجه به جدول ۴، مقدار RMSEA برابر با ۰/۰۸۴ می‌باشد و با توجه به اینکه کمتر از ۰/۱ است نشان می‌دهد میانگین مجذور خطاهای مدل مناسب است و مدل قابل قبول می‌باشد. همچنین مقدار کای دو به درجه آزادی بین ۱ و ۳ می‌باشد و میزان شاخص‌های GFI، CFI و NFI نیز از ۰/۹ بیشتر می‌باشد که نشان می‌دهند مدل اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق، مدل مناسبی است. با توجه به تأیید روایی پرسشنامه و برازش مدل در قسمت بعد به آزمون و بررسی فرضیات با استفاده از ابعاد تأیید شده پرداخته می‌شود.

آزمون فرضیات پژوهش

به منظور آزمون فرضیه‌ها از مدل ساختاری، ضرایب مسیر استاندارد شده و اعداد معناداری متناظر با آن‌ها استفاده شد. مدل‌های ساختاری در شکل‌های شماره ۲ و ۳ نشان داده شده است:



شکل ۲. ضرایب عاملی و ضریب مسیر مدل ساختاری



Chi-Square=714.11, df=336, P-value=0.00000, RMSEA=0.084

شکل ۳. نتایج آزمون تی مدل ساختاری

بر اساس نتایج به دست آمده میزان ضریب مسیر تمامی فرضیه ها مقداری مثبت می باشد. همچنین مقدار آماره t در تمامی فرضیه ها از عدد $1/96$ بیشتر می باشد در نتیجه با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت تمامی فرضیه های پژوهش پذیرفته می شود. فرضیه میانجی گری به بررسی نقش متغیر میانجی رضایت شغلی در رابطه بین حمایت سازمانی ادراک شده و تعهد سازمانی پرداخته است و به عبارتی رابطه غیر مستقیم بین حمایت سازمانی ادراک شده بر تعهد سازمانی مورد بررسی قرار گرفته است. برای بررسی رابطه غیر مستقیم متغیر مستقل بر متغیر وابسته ضرورت دارد تا شروط زیر ابتدا برقرار باشد. شرط اول این است که معناداری رابطه‌ی بین متغیر مستقل و واسط تأیید شود و شرط دوم نیز تأیید معناداری رابطه‌ی بین متغیر واسط و وابسته می باشد. سپس در صورت برقرار بودن شروط بالا رابطه غیر مستقیم معنی دار و ضریب مسیر از ضرب بین ضریب مسیر رابطه بین متغیر مستقل با واسط و ضریب مسیر رابطه‌ی بین متغیر واسط با وابسته بدست می آید.

همان طور که در قسمت های پیشین بیان شد فرضیه اصلی سوم شامل رابطه‌ی بین متغیر مستقل و واسط و فرضیه اصلی پنجم شامل رابطه بین متغیر واسط و وابسته می باشد و با توجه به پذیرفته شدن این فرضیات بنابراین می توان گفت رابطه غیر مستقیم بین حمایت سازمانی ادراک شده و تعهد سازمانی معنی دار و ضریب آن برابر است با

$$0/42 * 0/58 = 0/24$$

با توجه به نتیجه به دست آمده و فرضیه اصلی اول که ضریب مسیر برابر با $0/36$ شد می توان گفت میزان اثر غیر مستقیم بین حمایت سازمانی ادراک شده بر تعهد کارکنان ($0/24$) کمتر از اثر مستقیم ($0/36$) می باشد. همچنین دومین فرضیه میانجی گری این تحقیق، به بررسی نقش متغیر میانجی رضایت شغلی در رابطه بین آموزش و تعهد سازمانی پرداخته است و به عبارتی رابطه غیر مستقیم بین آموزش بر تعهد سازمانی مورد بررسی قرار گرفته است. درحقیقت، فرضیه اصلی چهارم شامل رابطه‌ی بین متغیر مستقل و واسط و فرضیه اصلی پنجم شامل رابطه بین متغیر واسط و وابسته می باشد و با توجه به پذیرفته شدن این فرضیات بنابراین می توان گفت رابطه غیر مستقیم بین آموزش و تعهد سازمانی معنی دار و ضریب آن برابر است با

$$0/31 = 0/75 * 0/42$$

با توجه به نتیجه به دست آمده و فرضیه اصلی دوم که ضریب مسیر برابر با ۰/۲۹ شد می توان گفت میزان اثر غیر مستقیم بین آموزش بر تعهد کارکنان (۰/۳۱) بیشتر از اثر مستقیم (۰/۲۹) می باشد. خلاصه نتایج آزمون فرضیه های پژوهش در جدول ۵ گزارش شده است :

جدول ۵. نتایج آزمون فرضیه های پژوهش

فرضیه / رابطه	ضریب مسیر	عدد معناداری	نتیجه آزمون
اصلی حمایت سازمانی ادراک شده ← تعهد سازمانی	۰/۲۶	۴/۵۶	تایید فرضیه
اصلی آموزش ← تعهد سازمانی	۰/۵۸	۲/۰۵	تایید فرضیه
اصلی حمایت سازمانی ادراک شده ← رضایت شغلی	۰/۴۲	8/85	تایید فرضیه
اصلی آموزش ← رضایت شغلی	۰/۳۳	7/80	تایید فرضیه
اصلی رضایت شغلی ← تعهد سازمانی	۰/۳۵	7/56	تایید فرضیه
فرعی حمایت سازمانی ادراک شده ← تعهد مستمر	۰/۲۸	۱۹/۷۶	تایید فرضیه
فرعی حمایت سازمانی ادراک شده ← تعهد هنجاری	۰/۲۱	۴/۴۳	تایید فرضیه
فرعی آموزش ← تعهد مستمر	۰/۲۵	۱۶/۷۳	تایید فرضیه
فرعی آموزش ← تعهد هنجاری	۰/۱۷	۴/۷۶	تایید فرضیه
فرعی رضایت شغلی ← تعهد مستمر	۰/۶۸	۷/۵۶	تایید فرضیه
فرعی رضایت شغلی ← تعهد هنجاری	۰/۵۳	۷/۱۸	تایید فرضیه
میانجی حمایت سازمانی ادراک شده ← رضایت شغلی ← تعهد سازمانی	۰/۲۴	_____	تایید فرضیه
میانجی آموزش ← رضایت شغلی ← تعهد سازمانی	۰/۳۱	_____	تایید فرضیه

بحث و نتیجه گیری

از دیرباز نظریه پردازان و مدیران معتقدند که تلاش سازمان در راستای بر آورده ساختن نیاز کارکنان بر میزان تلاش کارکنان در بر آورده ساختن اهداف و نیل سازمان به چشم انداز را میسر می سازد. بنابراین، ادراک کارکنان از همکاری درون سازمانی بر تعهد کارکنان نسبت به سازمان و اجرای اهداف آن تأثیر مستقیم داشته و لذا فعالیت هایی که با آموزش کارکنان و حمایت از آن ها همراه است ، در تحکیم رابطه فرد با سازمان ایفای نقش می کند. همان طور که نتایج تحقیق نشان می دهد یکی از این عوامل تاثیر گذار بر تعهد سازمانی کارکنان ، حمایت سازمانی ادراک شده است. در واقع می توان گفت دلیل اصلی ارتباط فرد با سازمان و تصمیم او به باقی ماندن در سازمان یک تلاش برای حفظ مزایای حاصله از ارتباط با سازمان می باشد که مهم ترین مزیت برای او ، حمایتش از جانب سازمانی که در آن کار می کند ، می باشد . با توجه به تایید فرضیه های تاثیر حمایت ادراک شده بر تعهد سازمانی که شامل دو بعد تعهد مستمر و تعهد هنجاری است ، می توان گفت حمایت ادراک شده از سوی سازمان احساس تعهد به سازمان را زمانی که کارکنان خود را مجبور به باقی ماندن در سازمان می پندارند به خاطر هزینه های زیادی که در اثر ترک سازمان باید متقبل شوند (تعهد مستمر) ، افزایش می دهد. همچنین سطح بالای درک حمایت سازمانی توسط

کارمندان شهرداری ، منجر به ایجاد تعهد در آن ها به منظور جبران این امتیازات و منافع خواهد شد و این ممکن است در قالب رفتارهای مشارکتی و رفتارهای شهروندی سازمانی بروز پیدا کند. این نتایج با نتایج حاصل از مطالعات قبلی مانند مطالعات (Khalaf Ahmad and Al-Borie(2012) ، پورسلطانی زرنندی و ایرجی نقندر (۱۳۹۱) ، امیرکبیری و همکاران (۱۳۹۰) هم خوانی دارد. همچنین تایید فرضیه های تاثیرآموزش بر تعهد سازمانی که شامل تعهد مستمر و هنجاری می شود بیانگر این مطلب است که سازمان هایی که سرمایه گذاری بیشتری در آموزش کارکنان خود و بالا بردن سطح دانش آنان نسبت به کاری که انجام می دهند ، نموده اند دارای کارکنان وفادارتر و خلاق تری نسبت به سایر سازمان ها می باشند که برای حفظ مزایای حاصله از ارتباط با سازمان تلاش می کنند. بنابراین مدیران سازمان ها می توانند با برگزاری دوره های آموزشی برای کارکنان خود در سازمان و ارتقای سطح دانش ، مهارت ها و کارایی آنان موجب ارتقای روحیه کارکنان در محیط کارشان ، افزایش رشد و پیشرفت آنان و بالا بردن تمایل آن ها به ماندن در سازمان و عدم ترک سازمان و بلاخره افزایش تعهد مستمر در کارکنان و ایجاد احساس تکلیف در آنان برای ماندن در سازمان (تعهد هنجاری) شوند که این نتایج با مطالعات (Khalaf Ahmad and Al-Borie(2012) و امیرکبیری و همکاران (۱۳۹۰) در یک راستا می باشد. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که رضایت شغلی بر تعهد سازمانی (تعهد هنجاری و تعهد مستمر) تاثیر مثبت و معناداری دارد. رضایت شغلی، زاینده عواملی نظیر شرایط محیط کار ، روابط حاکم بر محیط کار، عوامل اجتماعی و تأثیر عوامل فرهنگی است و سازمان با مجموعه ای از کارکنان راضی می تواند موجب دلبستگی روانی فرد به سازمان ، افزایش ادراک کارمند از چیزهایی که در صورت ترک سازمان از دست می دهد و در نهایت منجر به راضی نگه داشتن مشتریان بیشتری از ارائه محصولات و خدمات خود می شود که عاملی کلیدی برای موفقیت مالی و مزایای رقابتی سازمان می باشد که با مطالعات (Khalaf Ahmad and Al-Borie(2012) ، روحی و همکاران (۱۳۹۰) و غلام پور و همکاران (۱۳۹۰) هماهنگی دارد. از طرفی با توجه به نتایج که حاکی از اثر مثبت حمایت سازمانی ادراک شده و آموزش بر رضایت شغلی می باشد ، می توان گفت زمانی که کارکنان این احساس را درک کنند که سازمان دلوپس خوشبختی آن هاست و نیروهای خود را مورد مساعدت و حمایت قرار می دهد ، از شغل خود احساس رضایت می کنند و برای شغل خود ارزش زیادی قائل هستند. همچنین آموزش کارکنان به مفهوم تغییر دانش ، نگرش و مستلزم استفاده از برنامه های پیش بینی شده است که شایستگی های موجود در کارکنان را تقویت کرده و موجب کسب دانش ، مهارت و توانایی های تازه در فرد می شود ، به گونه ای که بهبود عملکرد شغلی را تسهیل کرده و فراتر از به حداقل رساندن اثربخشی و کارایی افراد در سازمان ضمن آشنا ساختن آنان با محیط و توجیه آنان بر اساس نیاز ، دوره های آموزشی مناسب را برای آنان فراهم می آورد و یک احساس لذت و رضایت مندی از شغل در کارکنان به وجود می آورد که با تحقیقات (Khalaf Ahmad and Al-Borie(2012) در یک راستا می باشد. و در نهایت نتایج تحقیق نشان داد که رضایت شغلی در رابطه بین حمایت سازمانی ادراک شده و آموزش بر تعهد سازمانی میانجی گری می کند. در حقیقت می توان گفت برگزاری دوره های آموزشی در سازمان برای کارکنان متناسب با تخصص آنان و نیز حمایت سازمان از کارکنان موجب رضایت کارکنان شهرداری از شغل شان و به دنبال آن باعث تعهد کارکنان به سازمان خود می شود که نهایتاً تعهد بالای کارکنان منجر به عملکرد شغلی مطلوب تر، اخلاق بهتر و عدم ترک کارکنان از کار خود نیز می شود. این نتایج نیز با مطالعات (Khalaf Ahmad and Al-Borie(2012) مطابقت دارد.

لذا با توجه به نتایج فوق ، به مدیران سازمان ها و نهاد ها و تصمیم گیرندگان جهت پیشرفت سازمان و دستیابی به اهداف تعیین شده در شهرداری سبزوار پیشنهاد می شود با اجرای مناسب اصول بازاریابی و فراهم نمودن بسترهای مناسب جهت افزایش رضایت شغلی کارکنان نسبت به سازمان متبوع خود ، موجب تعهد و وفاداری کارکنان در این سازمان شوند. این امر مهم می تواند با راه اندازی دوره های آموزشی یا برگزاری سمینارهایی در این خصوص برای مدیران و کارکنان در زمینه بازاریابی داخلی و همچنین نظرسنجی از کارکنان و مدیران در رابطه با میزان رضایت مشتریان داخلی و بیرونی از عملکرد آن ها و ایجاد بانک اطلاعاتی در این زمینه و به روز کردن مرتب آن فراهم شود. علاوه بر آن ، می توان با دادن فرصت هایی برای ارتقا کارکنان در این سازمان ، قدردانی دستاوردهای آنها توسط مدیریت شهرداری ، حمایت های مادی و معنوی کارکنان در زمینه های مختلف شغلی و نیز دادن پاداش در ازای خدمات عالی کارکنان موجب رضایت کارکنان از شغلشان و به دنبال آن

موجب وفاداری کارکنان به سازمان خود و عدم ترک سازمان با وجود موقعیت های شغلی بهتر برای آنان شوند و بسترهای مناسب را جهت پیشرفت هرچه بیشتر این سازمان فراهم نمود.

در این راستا، به پژوهشگران آتی به منظور فراهم ساختن پشتوانه تجربی بیشتر برای نقش میانجی گری رضایت شغلی پیشنهاد می شود این تحقیق را در سازمان های مشابه در سایر شهرهای استان و استان های هم جوار انجام دهند و نتایج آن را با نتایج بدست آمده از این تحقیق مورد مقایسه و تحلیل قرار دهند. همچنین در راستای توسعه مدل آزمون شده در این پژوهش، می توان تاثیر حمایت سازمانی ادراک شده و آموزش از کانال رضایت شغلی را علاوه بر تعهد سازمانی بر متغیرهای رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد کارکنان نیز مورد آزمون قرار داد. همچنین در تحقیق حاضر، متغیر رضایت شغلی به عنوان متغیر میانجی مورد آزمون قرار گرفت اما متغیرهای دیگری نیز وجود دارد که می تواند در این مدل بین حمایت سازمانی ادراک شده و آموزش بر تعهد سازمانی واسطه گری کند. براساس پیشینه پژوهشی، یکی از متغیرهایی که ارتباط تنگاتنگی با این سه متغیر دارد و می تواند حمایت سازمانی ادراک شده و آموزش را به طور غیر مستقیم و به واسطه آن با تعهد سازمانی مرتبط سازد، متغیر عدالت سازمانی ادراک شده می باشد. بر همین اساس، پیشنهاد می شود نقش میانجی گری عدالت سازمانی ادراک شده بر رابطه بین حمایت سازمانی ادراک شده و آموزش بر تعهد سازمانی مورد آزمون قرار گیرد.

منابع

- امیرکبیری، علیرضا، میرابی، وحیدرضا و صالحی صدقیانی، پانته آ، بررسی تاثیر گذاری فعالیت های بازاریابی داخلی بر عناصر تعهد سازمانی، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت بهبود و تحول، شماره ۶۵، پاییز ۱۳۹۰، ۲۷-۴۶.
- پورسلطانی زرنندی، حسین و ایرجی نقندر، رامین، ارتباط درک حمایت سازمانی با تعهد سازمانی و رضایت شغلی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان مازندران، مجله مدیریت و رفتار سازمانی در ورزش، سال اول، شماره ۱، ۱۳۹۱، ۶۶-۵۵.
- خسروانی، حسین، تعریف بازاریابی داخلی، پژوهشنامه علمی - آموزشی حسابداری و مدیریت، مهر ۱۳۸۹.
- دعایی، حبیب اله و مرتضوی، سعید، مدل یابی تاثیر درک حمایت سازمانی بر رفتار شهروندی (مورد مطالعاتی: هتل پنج ستاره پارس)، پژوهشنامه مدیریت اجرایی، شماره ۱، بهار ۱۳۸۹.
- روحی، قنبر، آسایش، حمید، رحمانی، حسین و عباسی، علی، ارتباط رضایت شغلی و تعهد سازمانی در پرستاران شاغل در بیمارستان های دانشگاه علوم پزشکی گلستان، فصلنامه پایش، سال دهم، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۰، ۲۹۲-۲۸۵.
- زکی، محمد علی، بررسی و سنجش حمایت سازمانی، مجله دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان، سال هجدهم، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۰، ۱۰۴-۱۲۳.
- زهدی، امین، بررسی تاثیر تعهد حرفه ای بر ابعاد تعهد سازمانی کارکنان بانک قوامین استان خراسان رضوی، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور، دانشکده علوم انسانی، پاییز ۱۳۹۲.
- سید جوادین، سید رضا، رایج، حمزه، آقامیری، سید علی، یزدانی، حمیدرضا، بازاریابی درونی گامی در جهت بهبود رفتارهای شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات: تحقیقی پیرامون شرکت گاز تهران بزرگ، پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۱۴، شماره ۲، تابستان ۱۳۸۹.
- صالحی صدقیانی، پانته آ، تاج زاده نمین، ابوالفضل و داورثیان، سهیلا، اثرات بازاریابی داخلی بر تعهد سازمانی هولدینگ اتکا، نشریه مطالعات کمی در مدیریت، سال پنجم، شماره ۱، بهار ۱۳۹۳، ۲۲۴-۱۹۵.
- غلام پور، محمد، طالب پور، مهدی، امیر نژاد، سعید، حسینی، سید عماد، ارتباط بین رضایت شغلی با تعهد سازمانی در مدیران و معاونین تربیت بدنی دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی کشور، پژوهش نامه علوم ورزشی، شماره ۱۲، پاییز و زمستان ۱۳۹۰، ۲۵-۳۸.
- قاسمی، فرزانه، بررسی تاثیر بازاریابی داخلی بر تعهد سازمانی کارکنان در صنعت بیمه «مورد مطالعاتی: شرکت های بیمه خصوصی خراسان جنوبی»، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور، دانشکده علوم انسانی، مهر ۱۳۹۲.
- مقدسی، علیرضا، رضایت شغلی کارکنان کلید طلایی مشتریان، کار آفرینان امیرکبیر، شماره ۶۵، زمستان ۱۳۸۹.
- یعقوبی، مریم، رابطه بین عدالت سازمانی با رضایت شغلی و تعهد سازمانی در بین کارکنان بیمارستان های منتخب دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، فصلنامه مدیریت سلامت، شماره ۳۵، زمستان ۱۳۹۰.

- Ahmed, P and Rafiq, M. (2003). Internal marketing issues and challenges. *European Journal of Marketing*. 1177-1186 .
- Allen , NJ and Meyer , JP. (1990). the measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of occupational psychology*. Vol. 63 . 180 -195 .
- Allen ,M .W , Armstrong , D .J., Reid M. F. and Riemenschneider CK.(2008). Factor impacting the perceived organizational support of IT employees . *Information & Management*. Vol.45 . 556-563.
- Ballantyne, D. (2003). A relationship-mediated theory of internal marketing. *European Journal of Marketing* . Vol.37. 1242-1260.
- Baranik, Lisa, Elizabeth A. Roling and Lillian T. Eby .(2010). Why Does Mentoring Work? The Role of Perceived Organizational Support . *Journal of Vocational Behavior*. Vol.76 . 366-373.
- Berge, Z. L. (2009). Why it is so hard to evaluate training in the workplace. *Industrial and Commercial Training*, Vol.40 . No 7 . 390-395.
- Cichy, R., Jaj, C.H., and Kim, S. (2011). The relationship between organizational commitment and contextual performance among private club leaders . *International Journal of Hospitality Management*. Vol. 28 . No. 1 . 53 – 62.
- Eisenberger, R., Armeli, S., Rexwinkel, B., Lynch, P. D., and Rhoades, L. (2008). Reciprocation of perceived organizational support . *Journal of Applied Psychology*. Vol.86. 42–51.
- Garavan , T ; Hogan. A and Amanda , C . (2010) . *Handbook of Training and Development* . Pentagon Press , 20 -42.
- Freund, A and Carmeli , A. (2004). The relationship between work commitment and organizational citizenship behavior among lawyers in the private sector. *The Journal of Behavioral and applied management* .vol. 5 . No 2.
- Khalaf Ahmad ,A and Al-Borie , H.(2012) . *Impact of Internal Marketing on Job Satisfaction and Organizational Commitment: A Study of Teaching Hospitals in Saudi Arabia*. *Business and Management Research* , Vol. 1 . No. 3.
- Pollitt, D. (2008). Continuous improvement safeguards Factory's future at Innovia films. Vol.14 . No.2 . 15-18.
- Raymond, A. N. (2011). *Employee Training and Development*. Irwin: McGraw-Hill.
- Sahinidis, Alexandros. G, and Bouris, John. (2010). Employee perceived training effectiveness relationship to employee attitudes . *Journal of European Industrial Training*. Vol. 32,. No.1 .63-76.
- Slovan , M . (2009) . *Training Strategy for implementing Training* . Infinity books N Dehlli . 28-45 .
- Whitener, E. M. (2010). Do “high commitment” human resource practices affect employee commitment? A cross-level analysis using hierarchical linear modeling . *Journal of Management* . Vol.27. 515-535.