

بررسی رابطه بین رضایت مشتری با رضایت شغلی کارمندان و عملکرد سازمانی در شرکت

بهمن

میثم قآنی^۱، مسعود قربان حسینی^۲

۱. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، گرایش منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساوه، ایران

meysamghaani@gmail.com

۲. استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساوه، ایران

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی بین رضایت مشتری با رضایت شغلی کارمندان و عملکرد سازمانی در شرکت بهمن در سال ۱۳۹۵ می باشد. پژوهش حاضر با توجه به هدف از نوع کاربردی و بر اساس ماهیت، از نوع توصیفی و همبستگی می باشد. جهت جمع آوری اطلاعات مورد نیاز، برای نگارش ادبیات تحقیق از بررسی کتابخانه ای و برای جمع آوری داده ها در خصوص سوال های تحقیق از روش میدانی و با استفاده از پرسشنامه های استاندارد استفاده شده است. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه رضایت شغلی (JDI)، چک لیست ارزیابی و تحلیل عملکرد سازمان و پرسشنامه رضایت مشتری بود. پرسشنامه رضایت شغلی بین ۱۰۰ نفر از کارمندان، پرسشنامه رضایت مشتری بین ۵۰ نفر از مراجعان و چک لیست عملکرد سازمان توسط پژوهشگر تکمیل شد. داده های پژوهش پس از گردآوری با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی با رعایت پیش فرض ها و آزمون های معناداری از طریق SPSS تجزیه و تحلیل شد. یافته های به دست آمده از پژوهش نشان داد ۴۷/۰ درصد از واریانس رضایت شغلی از طریق مولفه رضایت مشتری تبیین و توجیه شده است و ۶۸/۳ درصد از واریانس رضایت مشتری از طریق متغیر عملکرد سازمانی تبیین و توجیه شده است و ۵۷/۳ درصد از واریانس رضایت شغلی از طریق مولفه عملکرد سازمانی تبیین و توجیه شده است (سطح معناداری ملاک $P \leq 0.05$ بود).

کلیدواژه ها: رضایت مشتری، رضایت شغلی، عملکرد سازمانی

مقدمه

استوس و بنسون (۱۹۸۶)، به نقل از اسمیت و جانیدز (۱۹۹۹) ارزیابی عملکرد سازمانی را فرایند مستمر برای اندازه گیری و مقایسه فرایندهای کاری در برابر فرایندهای قابل مقایسه در سازمانهای پیشرو با هدف کسب اطلاعاتی می داند که به سازمان مورد نظر کمک خواهد کرد تا نقاط قوت خود را شناسایی و برای آن برنامه ریزی کنند. ارزیابی عملکرد یک فرایند سیستماتیک و پیوسته از ارزیابی محصولات خدمات و روش هاست که در مقایسه با رقبای اصلی و یا شرکتهایی که به عنوان پیشگام مطرح هستند انجام می پذیرد و در واقع ابزاری موثر در دست مدیران جهت بهبود فرایندهای کاری است. ارزیابی عملکرد سازمانی با شناخت سازمان یا سازمان ها تکنیک هایی را معرفی می کند که می توان با آن شکاف موجود بین یک سازمان تا سازمان پیشرو و یا موفق را پر کرد یا به حداقل رساند (هیوز و گراهام، ۲۰۱۰؛ والش و پنینگتون، ۱۹۸۸).

¹ Stuss & Benson

² Smith & Jonides

³ Hughes & Graham

⁴ Welsh & Pennington



یکی از مهمترین عوامل بهره وری در سازمان ها و در نهایت کل جامعه، منابع انسانی است. شکوفایی هر جامعه در بهبود و پرورش منابع انسانی آن نهفته است. رضایت شغلی مجموعه ای از احساسات و باورهاست که افراد در مورد مشاغل کنونی خود دارند (گیورگ، ۲۰۰۸). رضایت شغلی یکی از عوامل مهم در موفقیت شغلی است؛ عاملی که موجب افزایش کارایی و نیز احساس رضایت فردی می گردد. رضایت شغلی یعنی دوست داشتن شرایط و لوازم یک شغل، شرایطی که در آن کارانجام می گیرد و پاداشی که برای آن دریافت می شود. با توجه به مطالب مزبور، می توان گفت: رضایت شغلی یعنی احساس خرسندی و خشنودی که فرد از کار خود می کند و لذتی که از آن می برد و در پی آن، به شغل خود دل گرمی و وابستگی پیدامی کند. رضایت شغلی حالتی مطبوع، عاطفی و مثبت حاصل از ارزیابی شغل یا تجارب شغلی است؛ مفهومی دارای ابعاد، جنبه ها و عوامل گوناگون که باید مجموعه آن ها را در نظر گرفت. از جمله این عوامل، می توان به صفات کارگر و کارمند، نوع کار، محیط کار و روابط انسانی کار اشاره نمود (هیلریگل، ۲۰۰۵).

فیشر^۱ و هانا^۲ رضایت شغلی را عاملی درونی می دانند و آن را نوعی سازگاری عاطفی با شغل و شرایط اشتغال می انگارند، یعنی اگر شغل مورد نظر، لذت مطلوب را برای فرد تامین کند، او از شغلش راضی است. لاک^۳ مهم ترین عوامل مؤثر بر رضایت شغلی را چنین خلاصه می کند: ۱. کار پر مخاطره ذهنی که فرد می تواند با موفقیت با آن سازگار شود (موفقیت در سازگاری با کار)؛ ۲. علاقه فردی به خود شغل که هر قدر علاقه فرد به شغل بیش تر باشد میزان رضایت او بیش تر خواهد بود؛ ۳. کاری که از نظر جسمانی بیش از حد خسته کننده نباشد (هر قدر فرد بیش تر خسته شود، رضایتش کم تر خواهد بود و هر قدر کم تر خسته شود میزان رضایتش بیش تر خواهد بود)؛ ۴. پاداش برای عملکرد، منصفانه، آموزنده و منطبق با خواست فرد باشد؛ ۵. شرایط کار که با نیازهای فیزیکی سازگار باشد و به اهداف شغلی کمک کند؛ ۶. احساس احترام به نفس از سوی شاغل؛ و هر قدر از سوی دیگران نسبت به خود بیش تر احساس احترام کند، میزان رضایتش بیش تر خواهد بود؛ ۷. عواملی که در محیط کار، نیاز به ارزش های شغلی را تسهیل می کند؛ از قبیل افزایش حقوق و ترفیع. (لیپ، ۲۰۰۲)

وودمن^۴ و هل ریجیل^۵ در کتاب خود، در بحث عوامل مؤثر بر رضایت شغلی، به این عوامل اشاره می کنند: صفات کارگر و کارمند، نوع کار، محیط کار، و روابط انسانی کار (وودمن و هل ریجیل، ۲۰۰۴). شرتزر^۶ عوامل ذیل را در رضایت مندی شغلی مؤثر می داند: حقوق، امنیت کاری و ثبات شغلی، شرایط کاری خوب، امکان پیشرفت و ترقی، و روابط انسانی. کورمن^۷ این عوامل مؤثر را به دو دسته تقسیم می کند: ۱. عوامل محیطی؛ مثل سطح شغل، محتوای شغل، رهبری ملاحظه کار، دست مزد و فرصت های ترفیع؛ ۲. عوامل شخصی؛ مثل سن، سطح تحصیلات و جنسیت. هر قدر شغل از لحاظ سطح، مسؤلیت، استقلال و تنوع بالاتر باشد، مطلوب تر است، هر چند به نسبتی که فرد در سطح بالاتری قرار داشته باشد (بر حسب تحصیلات، توانایی ها و مانند آن)، سطح لازم این خصوصیات برای کسب خشنودی باید بالاتر باشد (کورمن، ۲۰۰۱).

بخش خدمات در بسیاری از کشورهای صنعتی به عنوان بخش حاکم و مسلط اقتصادی بدل شده است. از طرفی برخی عقیده دارند که " کیفیت خدمات زمینه بعدی در رقابت بین المللی خواهد بود " (مرشا^۸ و آدلخا^۹، ۱۹۹۲) با افزایش سهم خدمات، تشدید رقابت، افزایش هزینه ها، کاهش بهره وری در موسسات ارائه کننده خدمات و همچنین نگرانی های مصرف کنندگان در تنزل سطح کیفیت خدمات دریافت شده رو به فزونی گذاشته، از این رو توجه به کیفیت خدمات و رضایت مشتری / مراجعه کننده، امروزه هرچه بیشتر احساس می شود. خدمت ارائه شده توسط شرکتی می تواند دارای خصلتهای ابداعی و مبتکرانه باشد. یک شرکت خدماتی می تواند به سه طریق ارائه یا تحویل خدمت خود را متمایز گرداند. این سه طریق عبارتند از: استفاده از کارکنان مخصوص برای تحویل، ایجاد یک محیط فیزیکی خاص تحویل و فرآیند تحویل (باهیا^{۱۰} و نانتل^{۱۱}، ۲۰۰۰). همچنین گرونروس (۱۹۹۳) ادعا کرد که

¹ George

² Hellriegel

³ V.E.Fisher

⁴ J.V.Hanna

⁵ E. A. Locke

⁶ Leap

⁷ W. Woodman

⁸ Hellriegel

⁹ Shertzer

¹ Mersha, Tigineh

¹ Adlakha, Veena

¹ Bahia, Kamilia

0

1

2



ادراکات مشتریان از ارائه کنندگان خدمات سه بعد زیر را در بر دارد: ۱. فرایندها، یا کیفیت عملیات؛ ۲. نتایج، یا کیفیت فنی و ۳. تصویر ذهنی از ارائه کننده خدمات (الدلیگان و بوتل، ۲۰۰۲). در سال های اخیر توجه زیادی به رضایت مشتریان و ارائه خدمات با سطوح بالای کیفیت به مشتریان به عنوان ابزاری جهت نیل به مزیت های رقابتی می شود (ونوس و صفاییان، ۱۳۸۴). از جمله این مزیت ها می توان به ایجاد موانع رقابتی، وفاداری مشتریان، تولید و عرضه محصولات متمایز، کاهش هزینه های بازاریابی و امکان تعیین قیمت های بالاتر اشاره کرد (روستا و دیگران، ۱۳۸۳).

چهارم، قیمت، جنبه های ظاهری، مواجهه خدماتی و تصویر ذهنی بر درک مشتری یا مراجعه کننده از رضایت، کیفیت و ارزش خدمت تأثیر می گذارند. کیفیت خدمات یکی از مهمترین و حیاتی ترین موضوعات و بعنوان یکی از ابزارهای کارا در خلق مزیت رقابتی و بهبود عملکرد سازمانی در صنعت شناسایی شده است (لويس، ۱۹۹۳). تاکنون تحقیقات خارجی متعددی در زمینه رابطه رضایت مشتری، رضایت شغلی کارمندان و عملکرد سازمانی صورت پذیرفته است. به عنوان مثال، اسکراوچ^۲ و همکاران (۲۰۱۰) با بررسی ۲۰۱ شرکت کره جنوبی دریافتند که رضایت مشتری در حد بالایی بر رضایت شغلی کارکنان مؤثر است. والنسیا و همکاران (۲۰۱۰) با بررسی ۴۲۰ شرکت تولیدی دریافتند که فرهنگ سلسله مراتبی سازمانی از ایجاد رضایت شغلی در سازمان جلوگیری نموده در حالی که ساختارهای دموکراسی نقش مؤثری در افزایش رضایت شغلی کارکنان دارند. ورونیکا و همکاران (۲۰۱۰). در بررسی بر روی ۱۴۲ نفر از کارکنان یک کارخانه تولیدی آلمانی به این نتیجه رسیده اند که ارتباط مثبتی بین رضایت شغلی، اعتماد متقابل و عملکرد سازمانی برای نوآوری و ابتکار در شغل وجود دارد.

در ایران نیز تحقیقات متعددی در این زمینه صورت پذیرفته است. ترابی (۱۳۹۵) در بررسی میزان تأثیر خدمت گرایی در عملکرد مالی بنگاه اقتصادی: نقش واسط رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتری (بانکهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار: ملت، صادرات) نشان داد که خدمت گرایی دارای تأثیر مثبت بر عملکرد مالی و رضایت مشتریان و رضایت شغلی کارکنان می باشد. همچنین رضایت شغلی کارکنان بر رضایت مشتریان تأثیر مثبت داشته و رضایت مشتریان نیز روی عملکرد مالی بانک تأثیر مثبت دارد. از این رو نتیجه این مطالعه کاربرد مهمی در متمرکز شدن روی خدمت گرایی به عنوان یک مزیت رقابتی مهم و موثر جهت بهبود عملکرد مالی صنعت بانکداری خواهد داشت. کریمی (۱۳۹۳) در بررسی تأثیر رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری نشان داد که رضایت شغلی و تعهد سازمانی بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری تأثیر مثبت و معناداری دارد. با توجه به یافته های تحقیق و تأثیر مثبت رضایت شغلی و تعهد سازمانی بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری مدیران می توانند با بهبود وضعیت رضایت شغلی و تعهد سازمانی زمینه را برای بهتر شدن وضعیت مدیریت ارتباط با مشتری فراهم کنند. بر اساس مدل مفهومی تحقیق می توان بیان کرد که بررسی تأثیر دو متغیر رفتار سازمانی (رضایت شغلی و تعهد سازمان) بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری کار جدیدی است که در این تحقیق به اجرا درآمده است. هاشم الحسینی (۱۳۹۲) در بررسی رابطه بین رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتری نشان داد که عدم رابطه بین رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتریان در هتل های منتخب شهر اصفهان است. همچنین نتایج بیانگر سطح متوسط رضایت شغلی و رضایت مشتری و تفاوت معنادار بین انتظارات و کیفیت درک شده مشتریان می باشد. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که عوامل موثر بر رضایت مشتریان به ترتیب اهمیت و اولویت عبارتند از: ویژگی های کارکنان، قابلیت اطمینان، ویژگی های ملموس و فیزیکی خدمات و عوامل تأثیر گذار بر رضایت شغلی کارکنان به ترتیب اهمیت عبارتند از: سبک رهبری، نوع شغل، شرایط فیزیکی، نظام پرداخت جو سازمانی و فرصت پیشرفت. دربنایی (۱۳۹۱) در بررسی تأثیر بازاریابی داخلی بر مشتری گرایی به واسطه رضایت شغلی و تعهد سازمانی، نشان داد درک کارکنان از بازاریابی داخلی بر رضایت آنها از شغلشان و همچنین وفاداریشان نسبت به سازمان تأثیر مثبت و معناداری دارد که این خود باعث بروز رفتار مشتری گرایانه در کارکنان می شود. اما به نظر می رسد که به بررسی ارتباط بین میزان رضایت مشتری، رضایت شغلی و عملکرد سازمانی به میزان کافی پرداخت نشده است، حتی با چنین متغیرهایی ما به طور همزمان پژوهش مشابه داخلی در دسترس نداریم. بر این اساس در این پژوهش به بررسی ارتباط بین این سه متغیر پرداخته می شود. بنابراین در این پژوهش بدنبال این هستیم که در یابیم آیا بین رضایت مشتری با رضایت شغلی کارمندان و عملکرد سازمانی همبستگی و ارتباط وجود دارد؟

1 Nantel, Jacques

2 Skerlavaj

3 Vlencia et al

4 Vronika et al

روش

پژوهش حاضر با توجه به هدف از نوع کاربردی و بر اساس ماهیت، از نوع توصیفی و همبستگی می‌باشد. هدف این پژوهش بررسی رابطه بین رضایت مشتری با رضایت شغلی کارمندان و عملکرد سازمانی شرکت بهمن می‌باشد. جهت جمع آوری اطلاعات مورد نیاز، برای نگارش ادبیات تحقیق از بررسی کتابخانه ای و برای جمع آوری داده ها در خصوص سوال های تحقیق از روش میدانی و با استفاده از پرسشنامه های استاندارد استفاده شده است. پرسشنامه استفاده شده شامل دو بخش مجزا بوده که در بخش اول دو سوال اولیه (بدون شماره بندی) شامل جنسیت، مقطع تحصیلی؛ جهت به دست آوردن اطلاعات جمعیت شناختی نمونه مورد بررسی بود و در ادامه عبارت های هر پرسشنامه به صورت یک طیف لیکرت جهت پاسخگویی به سوالات مورد استفاده قرار گرفت و از پاسخگویان خواسته شد، پاسخ خود را به هر یک از سوالات مطرح شده، روی طیف لیکرت از کاملا موافق الی کاملا مخالفم پاسخ دهند. بعد از جمع آوری داده اقدام به تجزیه و تحلیل اطلاعات خواهیم کرد. از آن جا که تحقیق حاضر از لحاظ اجرا از نوع تحقیقات کمی است و حجم نمونه مطابق با جدول کوکران تعیین شده است. پرسشنامه رضایت شغلی بین ۱۰۰ نفر از کارمندان، پرسشنامه رضایت مشتری بین ۵۰ نفر از مراجعان و چک لیست عملکرد سازمان توسط پژوهشگر تکمیل شد.

ابزار پژوهش

پرسشنامه رضایت شغلی (JDI): یکی از ابزارهای معتبر برای سنجش رضایت شغلی، شاخص توصیفی شغل است. پرسشنامه توصیف کننده شغل که توسط اسمیت، کندال و هالین (۱۹۶۹) تدوین شده بود، تنظیم گشت مقیاس امتیاز بندی این سوالات مانند مقیاس ۵ امتیازی لیکرت بوده است و تحلیل نتایج با استفاده از راهنمای اسمیت صورت میگیرد. رضایت شغلی ناشی از جنبه های مختلف شغل همچون پرداخت، فرصت های ترفیع، سرپرست، همکاران و عوامل محیط کاری همچون سبک سرپرستان، خط مشی ها و رویه ها، تعلق گروه کاری، شرایط کاری و مزایای شغلی است. در مدل JDI پنج عامل عمده بعنوان ابعاد رضایت شغلی مطرحند که عبارتند از: ۱- پرداخت: میزان حقوق دریافتی و انصاف و برابری در پرداخت. ۲- شغل: حدی که وظایف شغلی، فرصت را برای آموزش و پذیرش مسئولیت فراهم می آورد. ۳- فرصتهای ارتقاء: قابلیت دسترسی به فرصتها برای پیشرفت. ۴- سرپرست: توانایی های سرپرست برای نشان دادن علاقه و توجه به کارکنان. ۵- همکاران: حدی که همکاران، دوستانه، شایسته و حمایتی هستند. این مقیاس در بیش از ۴۰۰ پژوهش به کار گرفته شده است. ماهیت JDI بر پایه این اعتقاد است که رضایت شغلی در مقایسه با ادراک فرد از شغلهای جایگزینی که در دسترس وی قرارداد، مورد قضاوت قرار می گیرد. شاخص توصیفی شغل متشکل از پرسش نامه ای است که صفاتی را برای پاسخگو ارائه می نماید و از آنها می خواهد تا پاسخ دهند که آیا هر یک از آن ها جنبه خاصی از کار وی را توصیف می کنند یا خیر. روایی پرسشنامه با بهره گیری از روش اعتبار محتوا توسط اسمیت، در ابتدا در اختیار مدیران قرار گرفت و پس از محاسبه ضریب آلفای کرونباخ که مقدار آن ۰/۹۷ به دست آمد، پرسشنامه نهایی تکمیل و مجددا در اختیار پاسخ گویان قرار گرفت. بدیهی است با توجه به مقدار به دست آمده می توان اظهار داشت که پرسشنامه از پایایی خوبی برخوردار است (اسمیت، کندال و هالین، ۱۹۶۹). در پژوهش (صادقی، ۱۳۸۹)، پایایی پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۲ بدست آمد که در سطح بالایی قرار دارد.

چک لیست ارزیابی و تحلیل عملکرد سازمان: این ابزار جهت ارزیابی و تحلیل مدیریت عملکرد سازمان ها، ادارات و موسسات مورد استفاده قرار می گیرد. این معیارها توسط آندری. ای. دیوال (۲۰۰۴) طراحی و در سال (۲۰۱۳) ویرایش شده است. وی جهت ارزیابی و تحلیل عملکرد در بسیاری از سازمان ها در کشورهای مختلف جهان از این روش استفاده نموده است. چند نمونه از مطالعات وی عبارت اند از: ترغیب رفتار عملکردمدار برای نیل به نتایج برتر (۲۰۰۴)، نقش عوامل رفتاری و فرهنگ های ملی در ایجاد سیستم های مؤثر مدیریت عملکرد (۲۰۰۶)، تجزیه و تحلیل مدیریت عملکرد: مطالعه ای موردی در یکی از شهرداری های هلند (۲۰۰۶)، و تأثیر مدیریت عملکرد بر نتایج سازمانی یک بانک (۲۰۰۷)، برای سنجش هر یک از ابعاد عملکرد از عبارات مختلفی در دسته های جداگانه استفاده شده است که دارای طیف پنج گزینه ای از خیلی کم تا خیلی زیاد است. این پرسش نامه دارای ۴۴ سوال می باشد. این پرسش نامه به دلیل زیر

بنای نظری مناسب. تایید خبرگان با تخصص موضوعی از روایی محتوایی لازم برخوردار است. این پرسش نامه دارای سه زیرمقیاس است که شامل: ساختاری: ساختار مسئولیت سازمان، محتوای اطلاعات عملکرد، انسجام اطلاعات عملکرد. رفتاری: مدیریت پذیری اطلاعات عملکرد، پاسخگویی، سبک مدیریت، جهت گیری عملی سازمان. همسویی: ارتباط پیرامون عملکرد همسویی. کسب امتیاز حداکثری بیان گر این واقعیت است که شاخص ها و ابعاد مدیریت عملکرد مورد بررسی از وضعیت مطلوبی برخوردار است.

پرسشنامه رضایت مشتری: این پرسشنامه توسط حمیدی و همکاران در سال ۱۳۹۰ ساخته شد. پرسشنامه سنجش رضایت مشتری مبتنی بر مدل سروکوال مشتمل بر ۱۴ سوال است که ۵ بعد وضعیت فیزیکی، اطمینان، پاسخگویی، تضمین و همدمی را مورد سنجش قرار می دهد. پایایی پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۸۵ درصد بدست آمد که در سطح بالایی قرار دارد. پایایی همسانی درونی ضریب آلفای کرونباخ و تصنیفی را برای عامل کلی معادل ۰,۸۸ و ۰,۷۳، و ضریب آلفای کرونباخ را برای سه عامل "نحوه برخورد و تعامل کارکنان"، "کیفیت کلی خدمات دهی" و "محیط فیزیکی" به ترتیب معادل =۰,۹۲۲، =۰,۷۵۲، =۰,۷۱۲ نشان داد. مقادیر روایی محتوا و صوری نیز مناسب و مطلوب بود. نتایج تحلیل عوامل تاییدی به روش مولفه های اصلی با چرخش نهایی واریماکس به منظور بررسی روایی سازه سه عامل استخراج گردید و نتایج نشان داد، در مجموع ۳ عامل ۶۲,۲۳ درصد از واریانس کل پرسشنامه را تبیین می نمایند (حمیدی و همکاران، ۱۳۹۰).

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

پس از گردآوری و کنترل پرسشنامه ها و حذف پرسشنامه های ناقص، با استفاده از نرم افزار اسپاس اس نسخه ۱۸ تحت ویندوز، بانک اطلاعاتی مورد نیاز تشکیل و سپس داده ها مورد پردازش قرار گرفت و با استفاده از تکنیک های آماری میانگین و همبستگی و جهت پیش بینی متغیرها از واریانس استفاده و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

یافته ها و نتایج

به منظور بررسی رابطه بین مولفه رضایت مشتری با رضایت شغلی در کارکنان از روش تحلیل همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شد که نتایج این تحلیل در زیر ارائه شده است (جدول ۱).

جدول ۱: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون بین مولفه رضایت مشتری با رضایت شغلی

شاخص آماری	همبستگی	R2	R2 تعدیل شده	SE	F	sig
مقدار	۰/۴۹۳	۰/۴۶۰	۰/۴۵۹	۱۱/۸۳۶	۲/۶۰۲	۰/۰۰۱

نتایج به دست آمده نشان می دهد که میزان همبستگی متغیر رضایت مشتری در یک ترکیب خطی همزمان با مولفه رضایت شغلی برابر با ۰/۴۹۳ است که به معنای رابطه مثبت و معنی دارد دو متغیر می باشد. همچنین ضریب تعیین حاصل برابر با ۰/۴۶۰ و ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۴۵۹ گزارش شده است، یعنی حدود ۴۷/۰ درصد از واریانس رضایت شغلی از طریق مولفه رضایت مشتری تبیین و توجیه شده است (سطح معناداری ملاک $P \leq 0.05$ است).

به منظور بررسی رابطه بین مولفه رضایت مشتری با عملکرد سازمانی از روش تحلیل همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شد که نتایج این تحلیل در زیر ارائه شده است (جدول ۲).



دومین
کنفرانس ملی اقیانوسی مدیریت
 National Conference on Management Ocean

NCMO 2017
 اسفند ماه ۱۳۹۵

مرکز توسعه
 آموزش های
 نوین مدیریت
 (مشانا)

جدول ۲: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون بین رضایت مشتری با عملکرد سازمانی

شاخص آماری	همبستگی	R2	R2 تعدیل شده	SE	F	sig
مقدار	۰/۶۹۸	۰/۶۸۳	۰/۶۸۱	۲/۸۹۴	۲/۰۵۶	۰/۰۰۱

نتایج به دست آمده نشان می دهد که میزان همبستگی متغیر رضایت مشتری در یک ترکیب خطی همزمان با مولفه عملکرد سازمانی در برابر با ۰/۶۹۸ است که به معنای رابطه مثبت و معنی دارد دو متغیر می باشد. همچنین ضریب تعیین حاصل برابر با ۰/۶۸۳ و ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۶۸۱ گزارش شده است، یعنی حدود ۶۸/۳ درصد از واریانس رضایت مشتری از طریق متغیر عملکرد سازمانی تبیین و توجیه شده است (سطح معناداری ملاک $P \leq 0.05$ است).

به منظور بررسی رابطه بین مولفه عملکرد سازمانی با رضایت شغلی در کارکنان از روش تحلیل همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شد که نتایج این تحلیل در زیر ارائه شده است (جدول ۳).

جدول ۳: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون بین عملکرد سازمانی با رضایت شغلی در کارکنان

شاخص آماری	همبستگی	R2	R2 تعدیل شده	SE	F	sig
مقدار	۰/۵۸۱	۰/۵۷۳	۰/۵۷۲	۱/۹۱۲	۳/۶۲۰	۰/۰۰۱

نتایج به دست آمده نشان می دهد که میزان همبستگی عملکرد سازمانی در یک ترکیب خطی همزمان با مولفه رضایت شغلی برابر با ۰/۵۸۱ است که به معنای رابطه مثبت و معنی دارد دو متغیر می باشد. همچنین ضریب تعیین حاصل برابر با ۰/۵۷۳ و ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۵۷۲ گزارش شده است، یعنی حدود ۵۷/۳ درصد از واریانس رضایت شغلی از طریق مولفه عملکرد سازمانی تبیین و توجیه شده است (سطح معناداری ملاک $P \leq 0.05$ است).

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر منظور بررسی رابطه بین رضایت مشتری با رضایت شغلی کارمندان و عملکرد سازمانی صورت گرفت، نتایج به دست آمده نشان می دهد که میزان همبستگی متغیر رضایت مشتری با مولفه رضایت شغلی دارای رابطه مثبت و معنی دارد می باشد و حدود ۴۷/۰ درصد از واریانس رضایت شغلی از طریق مولفه رضایت مشتری قابل پیش بین می باشد. در تبیین یافته های فوق باید گفت علاقه به کار و احساس مسؤولیت هایی که در جریان کار سازمان موردنظر است، باعث فراهم شدن شرایط شغلی و حرفه ای بهنجاری خواهد شد که این شرایط هم بر روی کارمندانی که در سازمان مشغول به کار هستند اثر خواهد داشت و هم بر روی مشتریان مراجع کونده به آن سازمان یا شرکت. هرزبرگ به این نتیجه رسید که اگر نیازهای افراد ارضا گردد گفته می شود که از کار خود رضایت دارند. و اگر ارضا نشوند، در رابطه با سازمان و کارشان اظهار نارضایتی می کنند و این نارضایتی بر رابطه آن ها با مشتری و مشتری مداری اثر خواهد داشت. سازمان می تواند با ارضای این قبیل نیازها، نارضایتی کارمندان را کاهش دهد و حتی از میان بردارد. در سال ۱۹۵۱، گینزبرگ و همکارانش به دو نوع رضایت شغلی اشاره کردند: رضایت درونی که از دو منبع حاصل می شود: اول احساس لذتی که انسان صرفاً از اشتغال به کار و فعالیت عایدش می شود. دوم لذتی که بر اثر مشاهده پیشرفت و یا ارتباط مناسب با مشتری و به ظهور رساندن توانایی ها و رغبت های فردی به انسان دست می دهد. که در این پژوهش رابطه مستقیم و مثبتی با رضایت شغلی

دومین
کنفرانس ملی اقیانوسی مدیریت
NCMO 2017
اسفند ماه ۱۳۹۵
National Conference on Management Ocean

داشت، به بیان دیگر کارمندانی که در ارتباط با رضایت مشتری نمرات بالایی کسب میکنند از شغل خود رضایت درونی داشته و در نتیجه نمرات بالاتری در رضایت شغلی کسب میکنند. گینزبرگ به این موضوع اشاره کرده که رضایت درونی سهم بیشتری در رضایت شغلی افراد دارد.

همچنین نتایج به دست آمده نشان می دهد که میزان همبستگی عملکرد سازمانی با مولفه رضایت شغلی دارای رابطه مثبت و معنی دارد می باشد و حدود ۵۷/۳ درصد از واریانس رضایت شغلی از طریق مولفه عملکرد سازمانی قابل پیش بین می باشد. در تبیین یافته های پژوهش باید گفت رضایت بیرونی که با شرایط اشتغال و محیط کار ارتباط دارد و هر آن، در حال تغییر و تحول است. به عنوان مثال، شرایط محیط کار، میزان دست مزد و پاداش، نوع کار، و روابط موجود بین کارگر و کارفرما (سازمان) را می توان نام برد. در سال ۱۹۵۵، می توان به تحقیقات بری فیلد و کراکت اشاره نمود که ارتباط پیچیده و مبهم بین رضایت شغلی و عملکرد سازمانی را بررسی کردند، توجه تحقیقات سازمانی و منظم پنجاه ساله اخیر نشان داده که بین این دو متغیر ارتباط تنگاتنگی وجود دارد. در تبیین یافته های پژوهش بر اساس نظر این دو دانشمند و سایر دانشمندان که به بازنگری رابطه بین رضایت شغلی و عملکرد سازمانی پرداختند و توجه خود را به تطبیق و جفت و جور کردن مغایرت ها و ناهماهنگی هایی که در لابه لای نتایج مطالعات فردی به چشم می خورد، معطوف داشتند. در ۱۹۵۹، هرزبرگ و همکاران او در تحقیقی که درباره تامین نیاز، انگیزش و ضایع شغلی بر روی بیش از ۲۰۰ نفر مهندس و حسابدار انجام دادند، از آنان خواستند با در نظر گرفتن مسائل، احساسات و ادراکات خود در طول سنوات خدمت، بگویند از شغلشان چه می خواهند، نتایج نشان داد سازمان هایی که نمرات بالاتری در عملکرد سازمانی داشتند، کارمندان آنها رضایت شغلی بیشتری را تجربه می کردند.

در تبیین یافته های فوق بر اساس مدل پیشنهادی چانگ و همکاران رضایت شغلی را مجموعه احساسات فرد نسبت به شغلش بیان میکنند گیلیس معتقد است رضایت شغلی پاسخ مؤثر به شغل است (گیلیس، ۱۹۹۴). و از دیدگاه هرزبرگ عواملی که به رضایت شغلی منجر میشود متمایز از آنهاست که به نارضایتی شغلی میانجامد (رابینز، ۱۹۴۳). که شامل فرایندها و کنترل های درونی سازمان یا عوامل بیرونی و دسته دوم عوامل انگیزشی یا عوامل درونی است (ماسی سی، ۲۰۰۳). عوامل تعیین کننده رضایت شغلی عوامل سازمانی، عوامل محیطی، ماهیت کار و عوامل فردی است. تلاش جزو عوامل فردی در رضایت شغلی محاسبه شده است. در راستای دستیابی به توجه بیشتر به مشتریان و کارکنان در تمامی سطوح باید تفکر سازمانی به کارکنان در راستای تشخیص رضامندی مشتری به منظور دستیابی به هدفها تعدیل شود (یحوی، ۱۳۸۰).

نتایج به دست آمده نشان می دهد که میزان همبستگی متغیر رضایت مشتری با مولفه عملکرد سازمانی دارای رابطه مثبت و معنی دارد می باشد و حدود ۶۸/۳ درصد از واریانس رضایت مشتری از طریق متغیر عملکرد سازمانی قابل پیش بین می باشد. در تبیین یافته های پژوهش باید گفت هیچ تردیدی نیست که رضایت مشتری اهمیت بسیار زیادی دارد. دست کم مدیران به سه دلیل باید به رضایت مشتری افراد اهمیت دهند: (۱) مدارک زیادی در دست است که مشتریان ناراضی شرکت و یا سازمان را ترک می کنند (۲) ثابت شده است که مشتریان راضی حجم خرید بیشتری را انجام میدهند (۳) رضایت مشتریان پدیده ای است که از مرز سازمان و شرکت فراتر می رود و اثرات آن در زندگی خصوصی فرد و خارج از سازمان مشاهده می شود واقعیت این است که در دنیای امروز آن چه از همه بیشتر دارای اهمیت است رضایت مشتری و اخلاق مداری می باشد از جمله تلاشهای مدیریت در جهت حفظ و نگهداری این منبع ارزشمند ایجاد رضایت در مشتریان و جلوگیری از عدم رضایت آنان است. این موضوع که ساده بنظر می رسد تاثیرهای شگرفی بر شاخه های گوناگون عملیات سازمان می گذارد. تمام این رویکردها بر بهبود مداوم، نوآوری، نوسازی و یا طراحی مجدد و ریشه ای فرایندهای کسب و کار سازمان ها است (رضایی نژاد، ۱۳۸۷).

محدودیت های پژوهش

-محدود شدن این پژوهش به شرکت بهمن استان تهران به عنوان یک سازمان در میان سایر سازمان های.

-محدود بودن این پژوهش به قلمرو زمانی سال ۱۳۹۵ موجب محدودیت در کسب اطلاعات در زمان و مکان خاص می گردد.



National Conference on Management Ocean

-این پژوهش همانند هر پژوهشی دارای محدودیت های مالی و بودجه ای بود.

-عدم تمایل برخی از کارکنان بی انگیزه سازمان و یا مشتریان در پاسخگویی به پرسش های این پژوهش که بصورت تصادفی انتخاب شده بودند که باعث شد پژوهشگر با بیشتر محاسبه نمودن نمونه آماری و جایگزینی این محدودیت را کنترل نمود.

پیشنهادهای پژوهش

-اجرای پژوهش های مشابه به منظور امکان تعمیم پذیری بیشتر نتایج و کنترل متغیرهای مزاحم

-پیشنهاد می شود که پژوهش در زمان گسترده تری اجرا شود تا بتوان حجم نمونه را افزایش داد ، تا با اطمینان بیشتری بتوان نتایج حاصله را پذیرفت

-یکی از عوامل موثر بر رضایت شغلی ، شرایط کاری و محیط کار است. پیشنهاد می گردد مدیران ارشد و برنامه ریزان با برنامه ریزی و اعمال مدیریت مشارکت جویانه، شرایط کاری مطلوبتری را برای کارمندان فراهم نمایند تا منجر به افزایش رضایت شغلی آنان گردد.

-با توجه به این که در تحقیق حاضر، کارکنان مشغول به کار در شرکت بهمن در نظر گرفته شده است، پیشنهاد می گردد، محققان بعدی چنین بررسی را در سایر شرکت ها در سایر شهرستان ها انجام دهند، تا با مقایسه نتایج حاصل از تحقیقات مختلف در این زمینه اطمینان و اعتماد بیشتر در بکارگیری نتایج، حاصل گردد.

منابع

- الحسینی ، هاشم (۱۳۸۸)، بررسی رابطه توانمندسازی روان شناختی با تعهد سازمانی در پرسنل پرستاری بیمارستان های شهر زاهدان، فصلنامه پژوهشی دانشکده بهداشت یزد، سال هشتم، شماره اول و دوم بهار و تابستان ۱۳۸۸.
- ترابی (۱۳۹۴)، ارائه مدلی برای تبیین پیشايندها و پیامدهای خود رهبری سازمانی. فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی. سال چهارم، شماره ۵ زمستان ۱۳۹۴ صص ۷۳-۹۴.
- انصاری و همکاران(۱۳۹۰)، شناسایی عوامل و طراحی مدل مفهومی توانمندسازی نیروی انسانی در وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات. فصلنامه مدیریت دولتی دوره ۳ شماره ۷ صص ۲۳-۴۰.
- پور طهماسبی، سیاوش ؛ تاجور، آذر؛ سید کلان، سید محمد (۱۳۸۹). رابطه بین عوامل فردی و سازمانی با رضایت مشتریان شرکت سایا، ابتکار و خلاقیت در علوم، سال اول، شماره اول ، صص. ۲۱-۴۰.
- حمیدی و میرکمالی(۱۳۹۱)، تاثیر جو سازمانی بر رضایت مشتری با میانجی گری سرمایه انسانی. دوفصلنامه پژوهش های مدیریت منابع انسانی دانشگاه امام حسین سال پنجم، شماره ۲ پاییز و زمستان ۱۳۹۲ صص ۲۲۱-۲۴۵.
- دربنایی ، حسن (۱۳۸۶)، بررسی عوامل موثر بر رضایت شغلی کارکنان. فرهنگ مدیریت سال پنجم شماره شانزدهم پاییز و زمستان ۱۳۸۶ صص ۱۱۷-۱۴۰.
- کریمی، نفیسه؛ مساح، هاجر؛ اکرمی، ناهید(۱۳۹۲)، رابطه وجدان کاری با عملکرد شغلی کارکنان شهرداری خمینی شهر اصفهان، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال هشتم، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۲.



مجیدی و همکاران (۱۳۸۷)، بررسی رابطه ابعاد توانمندسازی و امنیت شغلی کارکنان دانشگاه علوم انتظامی، فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی، سال سوم،

شماره چهارم، زمستان ۱۳۸۷.

روستا، کامران؛ محمدداودی، امیر حسین؛ رزاق پرست، آزیتا (۱۳۹۲)، بررسی رابطه بین توانمندسازی روان شناختی، شادکامی با رفتار شهروندی سازمانی در

بین کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، فصلنامه مطالعات مدیریت شهری، سال پنجم، شماره سیزدهم، بهار ۱۳۹۲.

ونوس و صفاییان (۱۳۹۴)، رابطه توانمندسازی و حمایت سازمانی ادراک شده با رضایت شغلی دبیران تربیت بدنی شهر همدان. مطالعات مدیریت رفتار

سازمانی در ورزش. دوره دوم شماره ۶ تابستان ۱۳۹۴ صص ۸۱-۹۱.

فهرست منابع غیر فارسی

- Adlakha, R., (۲۰۱۶). *Exploring the relationship between work environment, job satisfaction, and intent to stay of Jordanian nurses in underserved areas. Applied Nursing Research. August ۲۰۱۶ Volume ۳۱, Pages ۱۹-۲۳*
- Bahia, A. (۲۰۱۲). *A study of psychological symptoms, family function, marital and life satisfactions of polygamous and monogamous women: The Palestinian case. International Journal of Social Psychiatry, ۵۸(۱), . ۷۹-۸۶*
- Bahia, A (۲۰۰۴). *The effects of marital conflict on sibling relationships. ProQuest Information and Learning Company .*
- Locke, M., Harger, J., Whitson, S. (۲۰۰۱). *Exposure to parental conflict and children's adjustment and physical health: The moderating role of vagal tone. Child Development, ۷۲, .۱۶۱۷-۱۶۳۶*
- Fisher, F. D., Stanley, S. M., & Beach, S. R. (۲۰۰۷). *Transformative processes in marriage: An analysis of emerging trends. Journal of Marriage and Family, ۶۹(۲), .۲۷۵-۲۹۲*
- George, D. (۲۰۱۲) *Emotional intelligence, social intelligence, ecological intelligence* <http://www.danielgoleman.info/biography/>
- Hughes, J. H., & Graham, F. D. (۱۹۹۰). *Marital conflict and children's adjustment: a cognitive-contextual framework. Psychological bulletin, ۱۰۸(۲), .۲۶۷-۲۹۳*
- Hanna, M., J.(۲۰۱۰). *Human Resource Management. ۱۱th ed, New York: McGraw-Hill.*
- Mersha, L. J. (۱۹۹۳). *Determinants of coping behaviors in marital conflict situations across adulthood. ProQuest Dissertations & Theses (PQDT) pg. n/a*



- Nantel, A. (۲۰۰۵). Values and Religious Issus in Psychotherapy And Mental Health. . *Journal of American Psychologis* ۱۰(۴), ۳۳۹-۳۹۴
- Stuss, E. W., Benson, M. J., Frabutt, J. M., & MacKinnon-Lewis, C. (۲۰۰۶). Family conflict in divorced and non-divorced families: Potential consequences for boys' friendship status and friendship quality. *Journal of Social and Personal Relationships*, ۲۳(۱), ۴۵-۶۳
- Smith, E., Jonides, T., & Tammen, V. V. (۱۹۸۹). Psychometric properties of the Intrinsic Motivation Inventory in a competitive sport setting: A confirmatory factor analysis. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, ۶۰, ۴۸-۵۸.
- Valencia, A. S., Kaya, N., Bodur, S., Ozkan, I., & Kueur, R. (۲۰۰۶). A comparative analysis of the psychological symptoms observed in the working women and housewives. *Public Health Branch*.
- Veronika, M.; Ogolsky, B.; Hazen, N. & Bosch, L. (۲۰۱۱). Understanding marital conflict vyears later from parental representations of marriage. *Family Process*; ۵۰(۲).۲۲۱-۲۵۸
- Welsh, W.chan and Pennington, Renee(۲۰۱۴). *The Four Pillars of Blue Ocean Leadership*-
<http://knowledge.insead.edu/leadership-management/the-four-pillars-of-blue-ocean-leadership-۳۶۰۳>
- Woodman,G.(۲۰۰۸).*Human Resource Management*. ۱)th ed, New York: Printic - Hall.