

علوم مدیریت و توسعه

مطالعات کاربردی در دو ماهنامه علمی-تخصصی

دوماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، سال چهارم، شماره ۲۰، بهمن ۹۸

ISSN: 2538-6409

نگاهی اسلامی به مدیریت منابع انسانی در نیروهای مسلح
عباس چهاردولی

بررسی تأثیر بازاریابی داخلی بر بهره‌وری نیروی انسانی با نقش
میانجی رفتارهای شهروندی سازمانی
سیما علی پور، اردلان فیلی

افزایش اعتماد و سرمایه اجتماعی حاکمیت سیاسی به واسطه
رضایت از عملکرد مدیریت شهری
جواد گنج خانلو

ارزیابی تأثیر اتوماسیون اداری بر بهره‌وری و سطح عملکرد و کارایی
کارکنان؛ مطالعه موردی: شهرداری دوگنبدان
داود حبیبی، سیدحسین کاظمی، سیدهدایت محمدی، سیدجمشید افتخاری
یوسف آباد، افسانه کسالایی

شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها
با رویکرد DANP؛ مورد مطالعه: شرکت سهامی توزیع نیروی برق
شیراز
مژده فرزانه، اردلان فیلی، علی انوری، عباس ثابت



مطالعات کاربردی در دو ماهنامه اقتصادی علوم مدیریت و توسعه

نشریه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه
سال چهارم، شماره ۶ (پیاپی: ۲۰)، بهمن ۹۸
ISSN: 2538-6409

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:
منیژه ملائی

زیر نظر شورای سردبیری
مدیر داخلی: مهرداد فتیحی

اعضای شورای علمی نشریه:

سرکار خانم دکتر مریم اخوان خرازیان، دانشگاه شهید بهشتی

سرکار خانم دکتر طیبه امیرخانی، دانشگاه شهید بهشتی

جناب آقای دکتر روحاله بیات، دانشگاه بین المللی امام خمینی

جناب آقای دکتر محمد تابان، دانشگاه ایلام

جناب آقای دکتر مهدی حیدری، دانشگاه ارومیه

جناب آقای دکتر هاشم زارع، دانشگاه شیراز

جناب آقای دکتر سجاد شکوه یار، دانشگاه شهید بهشتی

جناب آقای دکتر داود طالبی، دانشگاه شهید بهشتی

سرکار خانم دکتر زینب طولابی، دانشگاه ایلام

جناب آقای دکتر حسین عظیمی، دانشگاه زنجان

سرکار خانم دکتر عالیه کاظمی، دانشگاه تهران

جناب آقای دکتر حسین کاظمی، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین

سرکار خانم دکتر نرگس مرادخانی، دانشگاه زنجان

جناب آقای دکتر سیدرضا میرعسکری، دانشگاه گیلان

جناب آقای دکتر عباس نرگسیان، دانشگاه تهران

جناب آقای دکتر علی یاسینی، دانشگاه ایلام

جناب آقای دکتر محمد مهدی مظفری، دانشگاه بین المللی امام خمینی



۰۲۱ ۳۳ ۲۰ ۲۴ ۸۷
۰۲۶ ۳۴ ۴۳ ۶۹ ۵۹
۰۲۱ ۴۳ ۸۵ ۷۱ ۲۴

نشانی: کرج، بلوار امام خمینی (باغستان)، بین
خیابان پنجم و ششم، روبروی مجموعه ورزشی
انقلاب، پلاک ۷۳۵، ساختمان پرند، واحد ۱

انتشارات هنر و علوم دانشگاهی
تهران، افسریه، ۱۵ متری اول، کوچه ۲۸،
پلاک ۲۹۳ تلفن: ۰۲۱ ۳۳ ۸۴ ۰۷ ۹۳



فراخوان پذیرش مقاله

علوم مدیریت با توجه به نفوذ فراگیر در میان علوم انسانی نقشی بی‌بدیل در توسعه و رشد کشور ایفا می‌کند. بشر در شروع قرن بیست و یکم با تحول شگرفی مواجه شد. این تحول محصول تغییر مفهوم ارتباط، اطلاعات و رسانه بوده است. دگرگونی در ارتباط و انتقال اطلاعات، امکانات آموزشی و پژوهشی را در اختیار بخش بسیار بزرگتری از مردم جهان قرار داد. توسعه آموزش، منجر به ظهور مفاهیم جدیدی در رسانه شد و افراد مختلف را قادر ساخت تا به منابع علمی بروز دسترسی پیدا کنند. تغییر فناوری در کنار افزایش دانشجویان و محققین باعث شد تا مقالات علمی زیادی در مجامع علمی، همایشها و نشریات پژوهشی منتشر شود.

با این نگاه نشریه «مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه» توسط موسسه مدیریت دانش شباک و با همکاری علمی اساتید برجسته دانشگاه‌های کشور به انتشار مقالات علمی در زمینه مدیریت، اقتصاد و حسابداری می‌پردازد. از اینرو از تمام اساتید، صاحب‌نظران، کارشناسان، دانشجویان و پژوهشگران دعوت می‌نماید با ارسال مقالات علمی خود از طریق وبسایت نشریه به نشانی www.asmd.ir در پربارتر کردن این نشریه ما را یاری نمایند.

برای ارسال مقاله به نشریه کافی است تا در وبسایت ثبت‌نام نموده و با ورود به پنل کاربری، مقاله خود را ثبت کنید. پس از بررسی اولیه و داوری علمی از طرف تحریریه جهت انتشار مقاله با نویسندگان رابط تماس گرفته می‌شود.

محورهای نشریه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه:

- مدیریت دولتی
- مدیریت بازرگانی
- مدیریت صنعتی
- مدیریت مالی
- مدیریت بیمه
- مدیریت گردشگری
- مدیریت فناوری اطلاعات
- مدیریت منابع انسانی
- مدیریت توسعه
- مدیریت MBA، اجرایی و شهری
- کارآفرینی و مدیریت کسب و کار
- مدیریت دانش و مطالعات میان رشته‌ای

فهرست مقالات

صفحه	عنوان مقاله
۱	نگاهی اسلامی به مدیریت منابع انسانی در نیروهای مسلح عباس چهاردولی
۹	بررسی تأثیر بازاریابی داخلی بر بهره‌وری نیروی انسانی با نقش میانجی رفتارهای شهروندی سازمانی سیما علی پور، اردلان فیلی
۲۱	افزایش اعتماد و سرمایه اجتماعی حاکمیت سیاسی به واسطه رضایت از عملکرد مدیریت شهری جواد گنج خانلو
۲۹	ارزیابی تأثیر اتوماسیون اداری بر بهره‌وری و سطح عملکرد و کارایی کارکنان؛ مطالعه موردی: شهرداری دوگنبدان داود حبیبی، سیدحسین کاظمی، سیدهدایت محمدی، سیدجمشید افتخاری یوسف آباد، افسانه کسالایی
۳۹	شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها با رویکرد DANP؛ مورد مطالعه: شرکت سهامی توزیع نیروی برق شیراز مژده فرزانه، اردلان فیلی، علی انوری، عباس ثابت

نگاهی اسلامی به مدیریت منابع انسانی در نیروهای مسلح

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۹/۲۵

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۰/۲۵

کد مقاله: ۴۳۶۶۶

عباس چهاردولی^۱

چکیده

استفاده از الگوهای مناسب در اداره امور هر سازمان امری اجتناب ناپذیر است. امروزه مدیران دریافته‌اند که تنها راه نجات سازمان در جهان پیچیده امروز استفاده از روش‌های مناسب علمی است. با توجه به پیچیدگی‌های روابط و ساختار سازمان‌های مختلف، نمی‌توان از تصمیم‌گیری‌های یکباره و مبتنی بر قضاوت‌های شهودی و تجربی استفاده نمود؛ چرا که یک تصمیم اشتباه در سازمان می‌تواند خسارات جبران ناپذیری را به بار آورد. اهمیت و ضرورت این موضوع در مورد نیروهای مسلح و سازمان‌های نظامی کشور که پاسدار ارزش‌های انقلاب اسلامی هستند دو چندان است. مدیریت صحیح منابع انسانی در سازمان‌ها می‌تواند بستری مناسب ایجاد کند تا کارکنان و سازمان‌ها به گونه‌ای اثربخش رشد کنند و خود را با شرایط پیچیده جهان امروز وفق دهند. بنابراین در این تحقیق برآنیم تا به ابعاد مختلف یک نظام کارآمد مدیریت منابع انسانی در نیروهای مسلح از دیدگاه اسلام بپردازیم.

واژگان کلیدی: مدیریت اسلامی، مدیریت منابع انسانی، نیروهای مسلح

۱- مقدمه

هر سازمانی برای پیشرفت و توسعه خود، نیازمند راهبرد و برنامه ریزی های خرد و کلان است. جایگاه و نقش نیروی انسانی در این راهبردها به عنوان منابع اصلی سازمان از اهمیت و اعتبار فوق العاده ای برخوردار می باشد. به عبارتی، منابع انسانی، ثروت واقعی یک سازمان به شمار می رود. بین سرمایه انسانی و بهره وری در سازمان ها رابطه ای مستقیم وجود دارد. بنابراین، لازمه دست یابی به هدف های سازمان، مدیریت مؤثر این منابع با ارزش است (اسکندری و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۰۸).

عوامل مدیریتی در نیروهای مسلح، مانند ایجاد تیم های کاری، مشارکت کارکنان در تصمیم گیری و فراهم نمودن اطلاعات برای افراد، می تواند کارکنان نیروهای مسلح را توانمند سازد. تحولات روز افزون همچون ابداعات خارق العاده فناوری، جهانی شدن، تنوع و تعدد فرهنگی، سرمایه ذهنی فزاینده و علمی شدن همه سازمان ها و از جمله نیروهای مسلح، منجر به افزایش بیش از پیش اهمیت مدیریت منابع انسانی و نقش عوامل مؤثر بر آن ها شده است (جهانشاهی، ۱۳۹۶: ۵۶).

در خصوص اهمیت و ضرورت موضوع، مقام معظم رهبری و فرماندهی کل قوا، حضرت آیت الله العظمی، امام خامنه ای (مدظله العالی) در فرازهایی از بیانات حکیمانه خود می فرمایند: ((یکی از چیزهایی که در یک سازمان نظامی حائز اهمیت است، نشاط برا استفاده بهتر از استعدادها و قدرت ها و موجودی های مادی و انسانی است. استعدادها را جستجو کنید و آن ها را به جوشش و درخشش در بیاورید. از دست های ماهر و مغزهای نافذ و خلاق و چشم های دقیق، در پیشرفت کار و مسئولیت بزرگ خودتان بهره بگیرید. این ها، همان تصمیم گیری های بجا و شناختن تکلیف لحظه هاست)).

۲- تعریف مدیریت منابع انسانی

تعاریف متنوعی درباره طرح ریزی و تامین نیروی انسانی بیان شده است که در اینجا به چند نمونه اشاره می کنیم:
-وظیفه مدیریت در تامین نیروی انسانی عبارت از پرکردن مشاغل ساختار سازمانی از طریق شناسایی نیازمندی های نیروی کار، ذخیره کردن افراد در دسترس، استخدام، انتخاب، جایگزینی، تشویق، ارزیابی، جبران و آموزش افراد مورد نیاز می باشد (جاسبی، ۱۳۹۴: ۲۰۴).

-روشی است که از طریق آن مدیریت تشخیص می دهد چطور سازمان می تواند از موضع فعلی به موضع مورد نظر برسد. از طریق طرح ریزی تلاش می شود نیروی انسانی مناسب، به تعداد مورد نیاز، در زمان مناسب و مکان مناسب به دست آید و از این راه، هم سازمان و هم افراد سازمان به منافع مورد نظر خود برسند (همان).

-مدیریت منابع انسانی عبارت است از مدیریت و اداره استراتژیک (بلندنظرانه) و پایدار با ارزش ترین دارایی شرکت یعنی کارکنانی که در آن جا کار می کنند و منفردا در کنار هم به شرکت در وصول به اهدافش کمک می کنند (غلامی، ۱۳۸۸: ۱۳۵).

-مدیریت منابع انسانی معطوف به سیاست ها، اقدامات و سیستم هایی است که رفتار، طرز فکر و عملکرد کارکنان را تحت تاثیر قرار می دهند. همچنین، مدیریت منابع انسانی عبارت است از رویکردی استراتژیک به جذب، توسعه، ایجاد انگیزش و دستیابی به تعهد منابع کلیدی سازمان (همان).

-مدیریت منابع انسانی فرایندی شامل چهار وظیفه جذب، توسعه، ایجاد انگیزش و نگهداشت منابع انسانی است (همان).

۳- مدیریت منابع انسانی در نیروهای مسلح

عملکرد مطلوب واحدهای نظامی و کل نیروهای مسلح به این امر بستگی دارد که اقدامات منابع انسانی به بهترین وجه انجام شده، رضایت کارکنان، افسران و فرماندهان نظامی حاصل شود، نوآوری ها و خلاقیت باعث بهره وری بیشتر گردد و در نهایت موفقیت و اعتبار سازمان را به ارمغان آورد. برخلاف بسیاری از سازمان های انتفاعی که می توانند با استفاده از فناوری و مکانیزه کردن بسیاری از فعالیت ها، نیروی کار خود را کاهش دهند، سازمان های نظامی بیشتر بر شایستگی، تخصص، تعهد و عملکرد کارکنانشان مبتنی هستند. در بخش نظامی فعالیت ها تا حد زیادی توسط قوانین، مقررات، آئین نامه و دستورالعمل محدود می شوند. تصمیم گیری ها براساس اسناد بالادستی و تحت تاثیر نفوذهای بعضاً سیاسی و غیر رسمی قرار می گیرند. هدف ها سیاسی و به عبارتی چندگانه هستند و صرفاً منافع را ملاک قرار نمی دهند و برپایه آرمان های انقلاب اسلامی و دکنترین دفاعی تنظیم می شوند و این اهداف و مأموریت های محوله، خاص و انحصاری می باشند (حسینی، ۱۳۹۶: ۱۲۷).

در بسیاری از کشورها حرکت هایی در جهت اصلاح مدیریت منابع انسانی در بخش های نظامی صورت پذیرفته است و پیشنهاد شده است که جای انحصار در قوانین، مقررات، خط مشی ها و رویه ها بر نقش مدیریت منابع انسانی به عنوان شریک استراتژیک تأکید شود. پایه و اساس مدیریت منابع انسانی در نیروهای مسلح، مفهوم شایسته سالاری است. نظام شایستگی را می توان با استفاده از دو مدل تبیین کرد. مدل اول، دارای رویکرد گذشته نگر است و براساس آن، شایستگی برحسب موفقیت های گذشته فرد تعریف می شود. مدل دوم دارای رویکردی آینده نگر است و بر اساس آن فردی برای انجام یک شغل مناسب تر است که به نحو کارآمدتری

از جایگاه و امکانات استفاده نماید. در سازمان های نظامی طبق شایسته سالاری مبنای استخدام، تجربه و تخصص و تعهد است و رابطه در این بین حتی الامکان نقشی ندارد. پس از استخدام نیز کارکنان نظامی برای کسب توانایی لازم برای کار، مستلزم گذراندن دوره های آموزشی از پیش تعیین شده ای هستند و جریان خدمات و ترفیع افراد براساس شایستگی مرتبط با شغل و ترفیعات سالانه قانونی براساس مؤلفه های ارزشی صورت می پذیرد (همان، ۱۳۷-۱۲۸).

۴- فلسفه مدیریت منابع انسانی

پیچیدگی و اهمیت فعالیت های منابع انسانی بدان اندازه افزایش یافته است که در زمان کنونی حتی کوچکترین سازمان ها هم برای دایره منابع انسانی یک مدیر تمام وقت دارند (دیوید، ۱۳۹۰: ۳۰۱). منابع انسانی مهمترین دارایی یک سازمان است و مدیریت اثربخش آن ها کلید موفقیت سازمان است. اگر سیاست ها و رویه های مربوط به کارکنان، افسران و فرماندهان سازمان با همدیگر تطابق و سهم قابل ملاحظه ای در دستیابی به اهداف سازمان و برنامه های استراتژیک داشته باشند دستیابی به موفقیت سازمانی محتمل تر است. فرهنگ و ارزشهای کلی، شرایط سازمانی و رفتار مدیریتی که از آن فرهنگ نشات می گیرد تاثیر زیادی بر دستیابی به تعالی مطلوب می گذارد. چنین فرهنگی نیازمند مدیریت شدن است بدین معنی که باید تلاشی مستمر برای ایجاد پذیرش و انجام آنها صرف شود. دستیابی به یکپارچگی نیازمند تلاش مستمر است. منظور از یکپارچگی این است که تمام اعضای سازمان با داشتن حسی از مقصود مشترک با یکدیگر کار کنند (موحدی، ۱۳۹۱: ۱۹). امروزه سازمان ها برای بقا، انتظام و بالندگی خود می کوشند از طریق منابع انسانی فرهیخته در گستره جهانی به رشد وسیع، بهبود مستمر، کارآمدی، سودبخشی، انعطاف پذیری، انطباق پذیری، آمادگی برای آینده و برخورداری از موقعیت ممتاز در عرصه فعالیت خود نائل شوند. به زعم بارون و کریس منابع انسانی کلید موفقیت یا شکست های سازمانی به شمار می آید (خانربیک، ۱۳۹۳: ۲۵-۲۴).

۵- رویکردهای مدیریت منابع انسانی

دو رویکرد کلی در مدیریت منابع انسانی وجود دارد (غلامی، ۱۳۸۸: ۱۳۹): رویکرد سخت: به کارکنان مانند دیگر منابع نگاه می شود که باید معادله ورودی-خروجی برقرار شود و به صورت کارآمد اداره شوند؛ و رویکرد نرم: بیشتر به این حقیقت توجه می کند که نمی توان با کارکنان مانند دیگر منابع رفتار کرد. زیرا بر خلاف دیگر منابع، منابع انسانی فکر کرده و عکس العمل نشان می دهند. در این رویکرد بر استراتژی هایی برای دستیابی به تعهد از طریق آگاه ساختن کارکنان از ماموریت، ارزش ها، برنامه های سازمان و شرایط محیطی، مشارکت کارکنان در تصمیم گیری در مورد چگونگی انجام امور و گروه بندی کارکنان در تیم های کاری بدون نظارت رسمی تاکید بیشتری می شود. در واقع رویکرد سخت بر فرایند مدیریت امور کارکنان تمرکز می کند در حالی که رویکرد نرم بر طرز تلقی کارکنان و چگونگی رفتار با آنان تاکید می کند. رویکرد سخت، سیستم ها، رویه ها، دستور العمل ها و چگونگی انجام فرایندها را مورد بررسی قرار می دهد. رویکرد نرم عوامل انسانی و رفتاری را در نظر می گیرد.

۶- اهداف مدیریت منابع انسانی

اهداف اساسی مدیریت منابع انسانی در نیروهای مسلح حصول نتایج مطلوب از تلاشهای جمعی کارکنان، افسران و فرماندهان سازمان است که می توان به صورت زیر آن را بیان نمود (موحدی، ۱۳۹۱: ۱۹): تامین نیروی انسانی با حداقل هزینه؛ پرورش و توسعه استعدادها و مهارتهای افراد؛ حفظ و نگهداری نیروهای لایق و ایجاد روابط مطلوب بین آنان؛ تامین احتیاجات مادی و معنوی و جلب رضایت پرسنل واحدهای نظامی بطوری که همسویی لازم بین اهداف شخصی آنها و هدف های سازمان ایجاد گردد.

۷- عوامل موثر بر مدیریت منابع انسانی

عوامل موثر بر مدیریت منابع انسانی در نیروهای مسلح را می توان به دو گروه عوامل بیرونی و درونی تقسیم نمود: الف) عوامل بیرونی: قوانین، مقررات، آئین نامه های ابلاغی از ستاد کل نیروهای مسلح؛ شرایط سیاسی و اجتماعی حاکم بر جامعه؛ سطح توان دفاعی کشور؛ تهدیدات و فرصتهای منطقه ای و فرامنطقه ای؛ میزان شدت و ضعف تحریم ها؛ رقبا؛ همپیمانان؛ فناوری های نظامی، دفاعی (حسینی، ۱۳۹۶: ۱۳۰). ب) عوامل درونی: قوت ها و ضعف های سازمانی؛ اهداف اساسی یا رسالت سازمانی؛ خط مشی ها؛ جو و فرهنگ سازمانی؛ حجم مأموریت های محوله (همان).

۸- کارکردهای مدیریت منابع انسانی

سیستم مدیریت منابع انسانی در نیروهای مسلح دارای کارکردهایی است که در اینجا به مهمترین آن ها اشاره می شود:

۸-۱- گزینش و استخدام

گزینش یا انتخاب عبارت است از پذیرفتن افرادی که دارای مهارت های مورد نظر و توانایی های لازم و شخصیتی مناسب برای انجام موفقیت آمیز شغل خاصی در سازمان های نظامی هستند. فرایند کارمند یابی و گزینش افراد را می توان به صورت مراحل زیر بیان نمود (طالبی، ۱۳۹۳: ۲۶-۲۵)

- برای تعیین پست هایی که باید افراد را در آن ها گمارد باید در مورد نیروی کار مورد نیاز برنامه ریزی و پیش بینی نمود؛
- از طریق کارمندیابی انبوهی از داوطلب برای چنین مشاغلی به وجود آورد؛
- از داوطلبان خواسته شود که فرم های درخواست کار را پر نمایند و در مصاحبه مقدماتی شرکت کنند؛
- داوطلبان واجد شرایط را با استفاده از روش های مختلف انتخاب مانند آزمون های استخدامی، بررسی سوابق متقاضی و آزمایش های بدنی تعیین کنند؛
- یک یا چند داوطلب واجد شرایط نزد سرپرست مستقیم شغل مورد نظر فرستاده شوند؛
- برای تصمیم گیری نهایی و مشخص کردن داوطلب یا داوطلبان واجد شرایط، شخص سرپرست یا گروه های ذیربط از این افراد مصاحبه نهایی به عمل آورند و آنها را معرفی کنند.
- کارمندیابی فرایندی است که پس از برنامه ریزی نیروی انسانی صورت می گیرد، درست هنگامی که سازمان از نیاز خود به نیروی کار جدید با اطلاع شد (که چه تعداد و چه نوع تخصصی را لازم دارد) در این هنگام به جذب نیروهای جدید می پردازد (همان، ۲۶).

۸-۲- آموزش نیروی انسانی

آموزش عبارت است از فراگیری نظام دار مهارت ها، دانش و نگرش که دارای قابلیت کاربردی خاص در یک محیط شغلی باشد. یکی از مهمترین وظایف مدیریت منابع انسانی، تهیه و اجرای برنامه های آموزشی و تعلیمات شغلی کارکنان به منظور افزایش میزان مهارت ها و کارایی آنان می باشد. تاکید بر آموزش و کسب آگاهی های لازم نیروی انسانی بدان دلیل است که اگر کسی بدون علم و آگاهی به کاری بپردازد، نمی تواند مجموعه را در رسیدن به اهداف سازمانی یاری رساند و چه بسا خود مانعی در این راه شود. دانش و مهارت های لازم برای هر کار در حکم چراغی است که راه را روشن و از هدر رفتن امکانات جلوگیری می کند. در همین رابطه از امام علی نقل است که فرمود: کسی که با علم و دانش عمل می کند همچون رهرویی است که در راهی مشخص و واضح حرکت می کند. در نگاه امیر مومنان ارزش علم و آموزش چنان بالاست که معیار ارزیابی انسانیت انسان قلمداد می شود، آن جا که می فرماید: ارزش هر انسانی به اندازه علم اوست (امیری، ۱۳۹۶: ۱۹۱-۱۹۰).

آموزش کارکنان با اهداف: بهبود بهره وری و کارایی، جلوگیری از نسوخ شدن مهارت ها، آماده شدن برای وظایف سطح بالاتر، بهبود دانش و نگرش و مهارت افراد و همچنین بهبود عملکرد دستیابی به اهداف صورت می گیرد (طالبی، ۱۳۹۳: ۳۵).
در بحث آموزش منابع انسانی بهترین و با کیفیت ترین تلاش، تلاش در جهت ایجاد سازمانی تحت عنوان سازمان یادگیرنده است. سازمانی که افراد به طور مستمر در حال توسعه ظرفیت خود جهت تحصیل نتایجی هستند که به واقع طالب آن می باشند. در سازمان یادگیرنده افراد پیوسته می آموزند که چگونه با یکدیگر بیاموزند. بنابراین فرایند کشف و اصلاح خطاها را یادگیری سازمانی گویند. سازمان یادگیرنده سازمانی است که قابلیت های مورد نیازش را سریع به وجود آورده و پرورش می دهد تا به موفقیت های آینده دست پیدا کند (همان).

۸-۳- انگیزش

فرایند انگیزش یکی از مهمترین جنبه های فرایند مدیریت منابع انسانی است. زیرا رفتار انسانی پیچیده است و اهتمام برای برانگیختن کارکنان یک فعالیت کاملا تخصصی است. به کمک فرایند انگیزش می توان سهم موثر منابع انسانی را در تحقیق اهداف سازمان افزایش داد. مدیریت منابع انسانی را در دریای متلاطم سازمانی فریادرس جز کارکنان با انگیزش نیست. مدیریت صرفا با تکیه بر تکنیک ها و امکانات چشمگیر موفقیتی بسزا کسب نمی کند. انگیزش در سطره سازمانی باید فراگیر شود تا نیروی انسانی اعم از فرماندهان ارشد و بلندپایه نظامی تا اعضای ساده، در میان امواج آن غوطه ور گردند و با جدیتی تمام انگیزش کاری را در سازمان پایدار سازند (همان، ۳۷-۳۶).

۸-۴- ارزیابی عملکرد

ارزیابی عملکرد نیروی انسانی، فرایندی است که به طور نظام مند به تشریح توانایی ها و ضعف های کارکنان، در رابطه با نحوه انجام وظیفه آن ها در مشاغل محول شده و تعیین پتانسیل موجود در آن ها جهت رشد و بهبود در فواصل معینی می پردازد. ارزیابی عملکرد کارکنان اهداف مختلفی را دنبال می کند. بهبود اثربخشی سازمان، رشد و توسعه کارکنان، پرداخت حقوق و مزایای متناسب با عملکرد، برنامه ریزی نیروی انسانی، شناسایی استعداد های کارکنان، تعیین مسیر شغلی و تطبیق هر چه بهتر شرایط فکری، روحی و جسمی کارکنان با مشاغلشان، از جمله اهداف اصلی نظام ارزشیابی عملکرد نیروی انسانی هستند. با توجه به چنین

تأثیری که ارزیابی عملکرد دارد، قطعاً هر چه بتوان آن را بهتر و منطقی تر صورت داد، آثار و نتایج بهتری هم از آن می توان انتظار داشت (امیری، ۱۳۹۶: ۱۹۱).

فرآیند ارزشیابی عملکرد، یکی از حساس ترین و پیچیده ترین وظایف مدیریت منابع انسانی است. حساسیت آن، از این جهت است که با نوعی قضاوت و داوری همراه است و می تواند موجب افزایش انگیزه کارکنان، یا تخریب روحیه و افت کارایی آنان شود و پیچیدگی آن، از این بابت است که دسترسی به شاخص های عینی و معیار صحیح ارزیابی برای بیشتر فعالیت های غیریدی و محصولات غیرقابل شمارش، غالباً مشکل و بعیدالوصول است (همان). یکی از مسائلی که باید مدیران منابع انسانی به آن توجه داشته باشند، حفظ اسرار زیردستان و ضرورت محرمانه بودن پرونده ارزیابی است. افرادی که در پست مدیریت قرار می گیرند، از مسائل سری کارکنان مطلع می شوند. این مدیران باید خطاها و تخلفات افراد را محرمانه تلقی و از افشای آن خودداری کنند. امام علی (ع) در این باره می فرماید: مردم عیب هایی دارند که زمامدار در پنهان داشتن آن از همه سزاوارتر است. همچنین امام زین العابدین (ع) می فرماید: کسی که آبروی مسلمانان را حفظ کند، خداوند روز قیامت لغزش هایش را می بخشد. پیامبر (ص) نیز فرموده است: بدانید کسی که گناهی را شنید و آن را نقل کرد، مثل کسی است که آن گناه را مرتکب شده است. امام صادق (ع) نیز می فرماید: کسی که درباره مومنی آن چه را که از گناهان او دیده و یا شنیده بازگو کند، در زمره کسانی است که خداوند درباره آنان می فرماید کسانی که دوست دارند زشتی ها در میان مردم با ایمان شیوع یابد، عذاب دردناکی برای آن ها در دنیا و آخرت است (همان، ۱۹۳-۱۹۲).

۸-۴-۱- شاخص های ارزیابی

یکی از ابعاد مهم در ارزیابی عملکرد، توجه به شاخص ها و ملاک های حاکم در ارزیابی است. این شاخص ها چنان اهمیتی دارند که می توانند ماهیت ارزیابی را متاثر ساخته و تفاوت مبنایی آن ها را رقم زنند. شاخص های ارزیابی را می توان به دو دسته تقسیم کرد: شاخص های ارزیابی مدیران و شاخص های ارزیابی کارکنان (امیری، ۱۳۹۶: ۱۹۳).

۸-۴-۱-۱- شاخص های ارزیابی مدیران

از دیدگاه امام علی (ع) مدیرانی می توانند از درجات بالایی از ارزیابی برخوردار شوند که در ارتباط خود با کارکنان و مردم، هر چه بیشتر در رفتار خود مراعات موارد زیر را بنماید (همان، ۱۹۶-۱۹۴):

توجه به اقامه عدل: نخستین و مهمترین شاخص ارزیابی یک مدیر، توجه به رفتار او و میزان تلاش وی در اقامه عدل و نهادینه کردن آن در ارزیابی است؛ توجه به جلب دوستی و محبت مردم: از جمله آثار تلاش در جهت عدالت آن است که موجب بروز محبت مردم نسبت به زمامدار و کارکنان نسبت به مدیر می شود؛ میزان جلب خیرخواهی مردم: یکی از علائم ظهور محبت مردم، شکل گیری رابطه نزدیک و صمیمی مردم با زمامدار یا کارکنان و مدیر و به عبارتی بروز توان مدیر در جلب خیرخواهی آن هاست؛ احساس سنگینی نکردن زمامداری از سوی مردم: امام علی (ع) علامت دیگر خیرخواهی را این می داند که زمامدار یا مدیر در زمان مدیریت خود به گونه ای رفتار کرده باشد که تحمل حکومت او بر مردم ناگوار و سنگین نباشد؛ انتظار نکشیدن پایان زمامداری از سوی مردم: از نظر امام علی (ع) زمامدار باید طوری رفتار کند که مردم خواستار طولانی شدن مدیریت او باشند نه این که برای کم شدن شر او روزشماری کنند؛ میزان رضایتمندی مردم از زمامدار: یکی دیگر از ویژگی های مهم، توان مدیر در گردآوری مردم مبتنی بر عشق و شور و تمایلات قلبی و باطنی است؛ احسان و گذشت با زیردستان: امام علی (ع) حدی از احسان را کافی می داند که اولاً برای مخارج خود و خانواده زیردستان کافی باشد و ثانیاً موجب تقویت انگیزه آن ها در انجام کارشان شود؛ موااسات و از خودگذشتگی: یکی از شاخص های مهم در ارزیابی عملکرد مدیران توجه به وضعیت و مشکلات مادی و غیر مادی زیرمجموعه و کمک به آن هاست؛ دیگر شاخص ها: توجه به نیازهای خانوادگی زیرمجموعه، میزان همراهی با زیردست و اهتمام به کار زیرمجموعه.

۸-۴-۱-۲- شاخص های ارزیابی مدیران

علاوه بر شاخص های ارزیابی مدیران، امام علی (ع) مجموعه ای از شاخص های مرتبط با عملکرد کارکنان را نیز جهت ارزیابی آن ها مطرح کرده است. روح حاکم بر این شاخص ها به گونه ای است که کیفیت رابطه مادون با مافوق را در مدیریت اسلامی تبیین می کند. درست همان گونه که شاخص های ارزیابی مدیران منعکس کننده رابطه مافوق با مادون است. این شاخص ها عبارتند از (همان، ۱۹۹-۱۹۷): انجام کارها بر اساس قوانین؛ پیروی نکردن کورکورانه از مافوق؛ استقلال فکری؛ تمجید نکردن از مافوق؛ صداقت؛ وفاداری؛ تقوا؛ چابکدستی و تملق گویی نکردن.

۸-۴-۲- شاخص های ارزیابی

از آن جا که هر فردی که برای انجام کاری تعیین می شود، انتظار دو نوع وظیفه از او وجود دارد. متناسب با هر یک از این وظایف و رفتارها، دو نوع ارزشیابی هم موضوعیت می یابند. هر متصدی از یک سو باید اهلیت و شایستگی انجام کار و به عبارتی توان تخصصی آن را داشته باشد و از سوی دیگر باید به عنوان یک عضو مجموعه، رفتاری در شأن جایگاه خود بروز دهد. بنابراین،

ارزیابی افراد اعم از فرماندهان ارشد و بلندپایه یا کارکنان باید در دو بعد کاری و رفتاری صورت گیرد. منظور از ارزیابی کاری آن است که بررسی شود فرد تا چه میزان بر کار مسلط شده و از عهده آن برآمده یا در صورت ضعف در کار نیازمند آموزش است. منظور از ارزیابی رفتاری، بررسی کیفیت سلوک او با دیگران و مافوق و نیز رعایت شئون اخلاقی و قانونی است (همان، ۱۹۹).

۸-۵- سیستم پاداش و جبران خدمت

هر نوع دریافت یا ارزشی را که کارفرما یا سازمان در قبال انجام کار افراد برای سازمان پرداخت یا ایجاد می کند، پاداش یا جبران خدمات نام دارد. پاداش به دو جزء تقسیم می شود: اول، حقوق و دستمزد، (پاداش در قبال انجام وظایف محول شده در حد عادی و متعارف)؛ دوم، مزایای فوق العاده (پاداش در قبال انجام وظایف و سطح بالاتر از استانداردهای عادی). جبران خدمات، شامل جبران خدمات مالی و جبران خدمات غیر مالی می شود. جبران خدمات مالی، شامل حقوق و مزایایی است که سازمان پرداخت یا تامین می کند. جبران خدمات غیر مالی، از شغل و از محیط شغل حاصل می شود. جبران خدمات غیر مالی حاصل شده از شغل، رضایت و لذتی است که برای شاغل از انجام وظایف شغلی معنادار و غنی و پر اهمیت حاصل می شود. جبران خدمات غیر مالی حاصل شده از محیط شغل، شامل فراهم کردن شرایط و محیط و فرهنگ سازمانی مناسب است، به طوری که کار کردن در آن شرایط و فرهنگ برای شاغلان لذت آور باشد و کمک کند نیازهای مهم کارکنان، مانند نیازهای اجتماعی برآورده شود. از این رو، کارکنان فقط به دلیل پول یا حقوق و مزایا ساعت ها به کار نمی پردازند، بلکه افزون بر آن به دنبال ارضای نیازهای سطوح بالای خود، مانند نیازهای اجتماعی، مطرح شدن و کسب موفقیت هستند (همان، ۲۰۴).

به طور کلی، سیستم حقوق و دستمزد باید به گونه ای طراحی شود که بتواند نیازهای ابتدائی کارکنان را برآورده سازد، ایجاد انگیزه کند و باعث تشویق کارکنان به عملکرد بهتر شود، با توان مالی سازمان و با توانایی ها و مهارت های کارکنان متناسب باشد، مستدل و منطقی بوده و کارکنان منطقی بودن آن را بپذیرند و منصفانه و عادلانه باشد. یعنی اولاً، حقوق یا دستمزد متناسب با تخصص، مهارت و تجربه و سابقه کار افراد تعیین شود و ثانیاً، ضوابط و شرایط برای اعطای آنها یکسان باشد. بدیهی است عادلانه بودن سیستم حقوق و دستمزد در مقبولیت و پذیرش آن و همچنین ایجاد رضایت شغلی مؤثر است. سیستم پرداخت باید هم برابری بیرونی و هم برابری درونی داشته باشد (همان). در یک سیستم پاداش و جبران خدمات باید جنبه های زیر رعایت شود (همان، ۲۰۷-۲۰۵): بکارگیری نظام حقوقی صحیح؛ تعیین میزان حقوق و دستمزد قبل از بکارگیری؛ پرداخت به موقع حقوق و دستمزد؛ پرداخت مزد بر اساس ملاک هایی مانند داشتن عملکرد مثبت (اثربخش)، میزان سختی کار و نوع کار و تخصص؛ ضرورت پرداخت پاداش های غیرنقدی.

۸-۶- تشویق و تنبیه کارکنان

یکی دیگر از کارکردهای مدیریت منابع انسانی تشویق و تنبیه کارکنان یک سازمان در قبال خدمات و وظایفی که به عهده دارند است. تشویق یعنی ایجاد شوق و تنبیه به معنی آگاهی دادن است. منظور از تشویق در مدیریت ارائه محرک های خوشایند و مثبت به منظور تکرار و یا افزایش رفتارهای مورد پسند است و منظور از تنبیه ارائه محرک های ناخوشایند و منفی به منظور کاهش و یا خاموش شدن رفتار ناپسند می باشد. تشویق و تنبیه از ابزارهای مهم در کنترل رفتار کارکنان است. استفاده از محرک های خوشایند و ناخوشایند در عرصه مدیریت کاربرد فراوانی دارد (طالبی، ۱۳۹۳: ۴۷).

۸-۷- فرایند حفظ و نگهداری منابع انسانی

یکی دیگر از کارکردهای مهم مدیریت منابع انسانی حفظ و نگهداشت آنان است. منابع انسانی یک سازمان می تواند به شکل های متفاوتی مانند توانایی های فنی یا یک سیستم مدیریتی باشد. حفاظت منابع انسانی فرایندی برای حفظ کارایی نیروی انسانی و توان سود بری سازمان است. اگر توانایی های منابع انسانی به طور سیستماتیک نگهداری نشوند ممکن است از بین بروند و در نتیجه سازمان متحمل هزینه های جایگزینی و آموزش مجدد می شود. به طور متداول میزان حفظ نیروی انسانی یک سازمان با نرخ تغییرات پرسنلی اندازه گیری می شود (همان، ۵۰).

هدف عمده این فرایند به کارگیری کلیه فعالیت هایی است که در امر حفظ و نگهداری کارکنان بهره ور می تواند کمک قابل توجهی به حساب آید. بخش مهمی از فرایند نگهداری معطوف به اعمال تدابیری است که به تأمین و تضمین ایمنی و سلامت کارکنان منجر می شود. این امر معمولاً از طریق نظام جامع تأمین اجتماعی در ابعاد ملی و منطقه ای به کار می رود و در سالهای اخیر دولت ها کوشیده اند شرایطی را فراهم سازند که بیشتر افراد جامعه بر بنیان عدالت اجتماعی از خدمات رفاه و تأمین اجتماعی برخوردار شوند. حفظ ایمنی و سلامت کارکنان یکی از مهم ترین مولفه های فرایند نگهداری است. به طور کلی می توان گفت همه سازمان ها باید برای حفظ و نگهداشت کارکنان و ارائه خدمات درمانی و بهداشتی، ایمنی و رفاه نیازمندی های کارکنان خود اقدامات جدی را انجام دهند و در قبال مسائل ایمنی و بهداشتی طرح ها و برنامه هایی را اجرا نمایند. نتیجه این اقدامات حفظ نیروی کار با تجربه و متخصص و در نهایت افزایش بهره وری سازمان خواهد بود (همان، ۵۰-۵۱).

۹- مدیریت منابع انسانی از دیدگاه اسلام

مدیریت منابع انسانی، جایگاه مهمی در مکاتب مدیریتی کسب کرده است. در این مدیریت، آنچه باید اداره شود، انسان‌ها هستند که رکن اصلی هر سازمان به شمار می‌روند. نظریه اسلام در این باره، «نظریه رشد» است که شامل انسان و مواد، هر دو می‌شود؛ یعنی رشد انسانی و سازمانی را با هم در نظر می‌گیرد. این نظریه را نخستین بار، استاد شهید مطهری در بیش از یک دهه پیش از انقلاب، در دو سخنرانی و مقاله «مدیریت و رهبری» و «رشد» عرضه کرد و با این کار، پیش‌قراول بحث مدیریت اسلامی و عرضه‌کننده نظریه اسلامی برای آن شد. نظریه دوم، که از قرآن کریم و معارف توحیدی استنباط می‌شود، «مدیریت رحمانی» یا «مدیریت رحیمانه» است که شرح مدیریت خداوند تبارک و تعالی بر انسان و جهان است. این دو نظریه، به کمک هم، مدیریت اسلامی را معرفی می‌کنند (قوامی، ۱۳۸۶: ۹۰-۸۹).

۹-۱- نظریه رشد در مدیریت اسلامی

اگر بخواهیم برای رهبری و مدیریت، با همه گسترش و شمولی که یافته است، مرادفی در مصطلحات اسلامی پیدا کنیم، باید بگوییم که ارشاد و رشد یا هدایت و رشد، قدرت رهبری، همانا قدرت بر هدایت و ارشاد است. در اصطلاحات اسلامی، قدرت مدیریت، همان است که در اصطلاح فقه اسلامی، «رشد» نامیده شده است. «رشد» در اصطلاحات عرفی و معمولی، کیفیتی جسمی و صفتی برای اندام است. قامت‌ها و اندام‌ها در اصطلاح و زبان فارسی امروزی، متصف به صفت رشد می‌شوند؛ ولی در اصطلاح فقه اسلامی، کیفیتی روحی، یعنی نوعی بلوغ است، در مقابل بلوغ جنسی. مقصود از رشد و بلوغ روحی، شایستگی و توانایی تشخیص، درک سود و زیان و لیاقت اداره و رهبری است. به بیان دیگر، رشد عبارت است از شایستگی و لیاقت برای نگهداری و استفاده و بهره‌برداری درست از وسایل و سرمایه‌های زندگی (همان، ۹۰). رشد به چهار دسته تقسیم می‌شود (همان، ۹۱):

رشد ملی، لیاقت و شایستگی یک ملت برای نگهداری، بهره‌برداری و سود بردن از سرمایه‌ها و امکانات طبیعی و انسانی خویش است؛

رشد فردی و اخلاقی، استفاده درست از سرمایه‌های فردی و اخلاقی درون یک شخص است. به بیان دیگر، یعنی خود، احساسات و عواطف، غرایز و سرانجام، قلب و دل خود را خوب اداره کردن؛ مانند رشد در عبادت و رشد در مدیریت حافظه، که هر کدام چگونگی بهره‌برداری بهتر از این دو امتیاز را بیان می‌کند؛

رشد اسلامی، احساس مسئولیت کردن در برابر اسلام، به عنوان یک سرمایه و ثروت معنوی و یک امکان فوق‌العاده است؛ رشد اجتماعی، توان مجهر کردن، تحریک و آزاد کردن نیروها و در عین حال، کنترل و در مجرای درست انداختن آن‌ها و سامان و سازمان بخشیدن به آن‌ها است.

بر اساس نظریه رشد مدیریت منابع انسانی، مدیریت غربی، صرفاً با موفقیت‌های ظاهری و پیشرفت‌های مادی و تولیدی و آماری نمی‌تواند موصوف به رشید شود و مورد تأیید قرار گیرد. ملاک رشد در مدیریت، توجه به انسانیت انسان است که خوش‌بختانه در مکاتب پیشرفته مدیریتی غربی، همواره توجه به انسان بیشتر می‌شود، هر چند این توجه، با هدف رشد خود انسان نیست، بلکه با هدف دست‌یابی به اهداف سازمانی و افزایش تولید و اثربخشی سازمانی است. در حالی که انسان در سازمان در نظریه رشد یا پارادایم رشد، طریقت به اهداف ندارد، بلکه موضوعیت دارد و باید اعتلای همه‌جانبه او لحاظ شود، آن گونه که پیامبر خدا (ص) و امیر المؤمنین (ع) مدیریت می‌کردند و اصرار و اغلال را بر می‌داشتند. قرآن می‌فرماید: «اسْتَجِیْبُوا لِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ إِذَا دَعَاكُمْ لِمَا يُحْیِیْكُمْ»؛ یعنی از خدا و رسول او اطاعت کنید که شما را می‌خوانند تا به شما حیات ببخشند. زندگی طیبه، حیات، روح و روان و نشاط، دستاورد مدیریت الهی و نبوی است (همان، ۹۵-۹۴).

۹-۲- مدیریت رحمانی یا رحیمانه

این مدیریت، بر اساس نظریه رحمت است که بیان‌گر اصلی‌ترین محور برای مدیریت خداوند بر جهان و انسان است: «أَلَا مِنْ رَحْمَةٍ لِّكَ وَلِذَلِكَ خَلَقَهُمْ»؛ یعنی مگر آن کس که خدا به رحمت خاص خود، او را هدایت کند و برای همین (رحمت) خلق شدند. «و رحمتی وسعت کل شیء»؛ یعنی رحمت من همه موجودات را فرا گرفته است (همان، ۹۵). همه قواعد مدیریت خداوندی، مبتنی بر اصل رحمت هستند. بدین رو، نام این مدیریت و این نظریه، «پارادایم مدیریت رحمانی» خواهد بود. طبق اصل رحمت (همان، ۱۰۱): همه خوبند، مگر این که اثبات شود که بد هستند (برائت)؛ عیب‌ها پوشانده و بخشیده می‌شود (مغفرت)؛ همه به اندازه استحقاقشان از تلاش خویش بهره می‌گیرند (عدالت و احسان)؛ آبروی افراد، محفوظ نگاه داشته می‌شود (کرامت)؛ همه از حقوق مساوی برخوردارند (مساوات). ویژگی‌های قواعد اداری مدیریت رحمانی عبارتند از (همان): همگی از روح رحمت برخوردارند؛ این قواعد به مثابه یا مشابه قواعد فقهی هستند که پس از گرفته شدن از منابع معتبر، به‌ویژه قرآن، قابل تطبیق بر مصادیق خود هستند؛ ثابت و تغییرناپذیر هستند و مقررات متغیر، به اقتضای زمان و مکان، پیرامون آن‌ها خواهد چرخید؛ وحیانی و برگرفته از

وحی و قرآن هستند. از این رو، از درستی و اتقان مناسبی برخوردارند؛ برگرفته از روش مدیریتی خداوند رحمان هستند که بهترین نوع مدیریت بر جهان و انسان است.

۹-۳- ارتباط مدیریت رحمانی و نظریه رشد

چه بسا هر دو نظریه «رشد» و «رحمت»، در این آیه قرآن جمع شده باشند: «رَبَّنَا آتِنَا مِنْ لَدُنْكَ رَحْمَةً وَهَيِّئْ لَنَا مِنْ أَمْرِنَا رَشَدًا»؛ پروردگارا! ما را از سوی خودت رحمتی عطا کن و راه رشد و نجات را برایمان فراهم ساز. ارتباط هر دو نظریه با هم می‌تواند بیان‌گر مدیریتی آسمانی و انسانی باشد. نظریه رشد، که توسط استاد شهید مطهری مطرح شد و نظریه «رحمت»، که محصول طبیعی کوشش‌های مدیریت‌پژوهان مسلمان در طی چهل سال است، به ضمیمه یکدیگر، پارادایم مدیریت اسلامی را نشان می‌دهد. اگر اصالت در اداره جهان، با رحمت باشد و دیگر اصول از آن مشتق شده باشند، اصل رشد نیز فرع بر رحمت خواهد بود. با این حساب، مدیریت رحمانی، همان مدیریت رشد است. به بیان دیگر، نتیجه مدیریت رحمانی، رشد همه‌جانبه انسانی و سازمانی است (همان، ۱۰۲).

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

بسیاری از صاحب‌نظران کارکنان را با ارزش‌ترین دارایی سازمان‌ها می‌دانند و مدیریت صحیح منابع انسانی را رمز موفقیت و شکوفایی سازمان‌ها قلمداد می‌کنند. در سازمان‌های نظامی نیز اهمیت منابع انسانی تا آن جاست که مقام معظم رهبری و فرماندهی کل قوا، امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) در فرازهایی از بیانات حکیمانه خود در خصوص اهمیت و ضرورت آن تأکید نموده‌اند. بنابراین لازم است تا فرماندهان و مسئولان نیروهای مسلح در جهت ایجاد و تثبیت یک نظام مدیریتی صحیح برای منابع انسانی خود گام بردارند. در این نوشته به تبیین ابعاد مختلف یک نظام کارآمد مدیریت منابع انسانی در نیروهای مسلح پرداخته شد. از دیدگاه اسلام که مبتنی بر نظریه رشد است، مدیریت صحیح منابع انسانی باید بتواند بستری مناسب ایجاد کند تا کارکنان و سازمان‌ها به گونه‌ای اثربخش رشد کنند و خود را با شرایط پیچیده جهان امروز وفق دهند تا بتوانند در شرایط بحران بهترین عملکرد را از خود نشان دهند.

مراجع

- اسکندری، مجتبی؛ علی نقی عابدی، (۱۳۸۸)، «بررسی عوامل مرتبط با حفظ و نگهداری کارکنان در نیروهای مسلح جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)، سال اول، شماره ۲، صفحات ۱۰۷-۱۲۵.
- امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، مجموعه بیانات، قابل دسترسی در: www.khamenei.ir
- امیری، علی نقی، (۱۳۹۶)، «ویژگی‌ها و وظایف مدیران در نهج البلاغه»، چاپ دوم، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- جاسبی، عبدالله، (۱۳۹۴)، «اصول و مبانی مدیریت»، چاپ نهم، تهران: حکیم باشی.
- جهانشاهی، علی؛ حسین مینائی، (۱۳۹۶)، «تبیین نقش عوامل مدیریتی در توانمندسازی کارکنان نیروهای مسلح»، فصلنامه مطالعات دفاعی راهبردی، سال پانزدهم، شماره ۶۷ صفحات ۷۶-۵۵.
- حسینی، سید عبدالرضا، (۱۳۹۶)، «مدیریت منابع انسانی در نیروهای مسلح»، دو ماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، شماره ۳، صفحات ۱۳۴-۱۲۵.
- خانلریک، مریم، (۱۳۹۳)، «بررسی نحوه مدیریت منابع انسانی در مدارس شناختی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی، گروه علوم تربیتی.
- دیوید، فرد آر، (۱۳۹۰)، «مدیریت استراتژیک»، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، چاپ نوزدهم، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- طالبی، سید رسول، (۱۳۹۳)، «مطالعه تطبیقی مدیریت منابع انسانی از دیدگاه امام علی (ع) و نظریه‌های مدیریت منابع انسانی معاصر»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی، گروه علوم تربیتی.
- غلامی، مسعود، (۱۳۸۸)، «مبانی مدیریت»، چاپ اول، تهران: ارگ.
- قوامی، سید صمصام‌الدین، (۱۳۸۶)، «مدیریت از منظر کتاب و سنت»، چاپ سوم، قم: دبیرخانه مجلس خبرگان رهبری.
- موحدی، زهره، (۱۳۹۱)، «شناسایی و رتبه‌بندی فعالیت‌های مدیریت منابع انسانی و بررسی موانع اجرای آنها (مورد مطالعه: بانک ملت)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، سمنان: دانشگاه سمنان، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری.

بررسی تأثیر بازاریابی داخلی بر بهره‌وری نیروی انسانی با نقش میانجی رفتارهای شهروندی سازمانی

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۹/۲۷

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۱/۰۱

کد مقاله: ۴۵۱۱۳

سیما علی پور^۱، اردلان فیلی^{۲*}

چکیده

این پژوهش باهدف بررسی تأثیر بازاریابی داخلی بر بهره‌وری نیروی انسانی با نقش میانجی رفتارهای شهروندی سازمانی انجام گرفت. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی بوده و با توجه به روش گردآوری داده‌ها، توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش را کارکنان سازمان صنایع و معادن استان فارس تشکیل داده‌اند. نمونه آماری پژوهش بر مبنای فرمول کوکران ۲۱۷ نفر تعیین شد و شرکت کنندگان با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار پژوهش، پرسشنامه استاندارد بوده که روایی آن از طریق روایی محتوا و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ تأیید گردید. تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده با استفاده از نرم‌افزار SPSS25 برای آمار استنباطی و LISREL8.8 برای برازش مسیر انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد که بازاریابی داخلی بر بهره‌وری نیروی انسانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین تأثیر غیرمستقیم بازاریابی داخلی بر بهره‌وری نیروی انسانی از طریق متغیر میانجی رفتار شهروندی سازمانی مورد تأیید قرار گرفت. بنابراین، بازاریابی داخلی می‌تواند عاملی مؤثر در جهت بهبود بهره‌وری نیروی انسانی باشد.

واژگان کلیدی: بازاریابی داخلی، بهره‌وری نیروی انسانی، رفتار شهروندی سازمانی

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی آپادانا، شیراز، ایران
۲- مربی، گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی آپادانا، شیراز، ایران feili@apadana.ac.ir

در دنیای پر رقابت کنونی، بهره‌وری به عنوان یک فلسفه و دیدگاه مبتنی بر استراتژی بهبود، مهمترین هدف در هر سازمانی را تشکیل می‌دهد و می‌تواند همچون زنجیره‌ای فعالیت‌های کلیه بخش‌های جامعه را در برگیرد (طاهری، ۱۳۸۶). بهره‌وری واژه‌ای است که از اواسط قرن هجدهم میلادی مطرح گردید و امروزه به عنوان یکی از مهمترین عوامل در مدیریت مطرح است (آیین پرست، ۱۳۷۹)، زیرا عملاً بقای سازمان‌ها را تحت تأثیر قرار داده است (بردبار، ۱۳۹۲) و تداوم حیات هر جامعه بدون توجه به موضوع بهره‌وری ممکن نیست (پویان و معصومی، ۱۳۸۸). مهمترین اهرم اصلی در افزایش و کاهش بهره‌وری سازمان‌ها نیروی انسانی می‌باشد، زیرا منابع انسانی به دلیل کمیابی، ارزشمندی، جانشین‌ناپذیری و تقلیدناپذیری بسیار با اهمیت است (بارنی^۱، ۱۹۹۱؛ پاکسال^۲، ۱۹۹۸؛ کابرا^۳، ۲۰۰۳). نقش منابع انسانی در ارتقاء بهره‌وری سازمان‌های خدماتی به دلیل تولید و ارائه مستقیم خدمات توسط نیروهای انسانی اهمیت بیشتری می‌یابد و به کارگیری نیروی انسانی با انگیزه، توانمند و بهره‌ور، علاوه بر ارائه خدمات با کیفیت، می‌تواند از سایر منابع درون سازمانی به نحو احسن و مطلوب استفاده نماید و انواع جنبه‌های بهره‌وری را محقق سازد و نهایتاً سازمان را بهره‌ور کند (برادران و ولیجانی، ۱۳۹۴). همچنین بهره‌وری نیروی انسانی در بخش دولتی اهمیت بسزایی دارد؛ زیرا بخش عمده اشتغال در بخش دولتی است، بخش دولتی تأمین‌کننده اصلی خدمات در اقتصاد به ویژه خدمات بازرگانی و خدمات اجتماعی است که بر هزینه‌نهادها و کیفیت نیروی کار بنگاه‌های اقتصادی تأثیر دارد و در نهایت بخش دولتی مصرف‌کننده منابع مالیاتی است. بنابراین تغییرات در بهره‌وری بخش دولتی ممکن است اثرات قابل ملاحظه‌ای بر اقتصاد یک کشور داشته باشد (تامپیل^۴، ۲۰۰۶). یکی از عواملی که می‌تواند در بهره‌وری نیروی انسانی در سازمان نقش گسترده‌ای ایفا کند، بازاریابی داخلی است. بازاریابی داخلی به تمام عملیاتی اشاره دارد که در یک گروه یا سازمان برای آموزش، توسعه و ایجاد انگیزه در کارکنان خود، جهت افزایش کیفیت خدمات ارائه شده انجام می‌گیرد (ایلیپولوس و پریپوراس^۵، ۲۰۱۱). اجرای یک برنامه بازاریابی داخلی به آموزش، انگیزش و هدایت و رهبری نیروی کار و ایجاد سطح بالاتری از رضایت در کارکنان منجر می‌شود و آنان را قادر می‌سازد تا سطح بالاتری از کیفیت خدمات را به مشتری ارائه کنند و در نهایت منجر به عملکرد بهتری در سازمان خود شوند (میشر^۶، ۲۰۱۰). سازمان‌ها می‌توانند از طریق اجرای درست بازاریابی داخلی زمینه را برای تحکیم روابط کارکنان با سازمان و بروز رفتارهای شهروندی سازمانی فراهم سازند. رفتارهای کارکنان در سازمان‌ها خصوصاً سازمان‌های دولتی، در محیط رقابتی سازمانی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و تمایل کارکنان به درگیر شدن در رفتارهای داوطلبانه علاوه بر رفتارهای تعریف شده در چارچوب نقش رسمی ضروری به نظر می‌رسد. زیرا در سازمان‌های خدماتی کارکنان با مشتریان ارتباط مستقیم دارند و در حفظ روابط پایدار با مشتریان اثر گذارند؛ لذا کارکنان می‌توانند با انجام فعالیت‌های داوطلبانه و مازاد بر نقش‌های رسمی خود در جهت موفقیت سازمان گام بردارند. بنابراین رفتار ویژه کارکنان از جمله رفتار شهروندی سازمانی اهمیت فراوانی دارد. در ادبیات مدیریت، اهمیت رفتار شهروندی سازمانی به عنوان پیشینه‌های ذهنی حیاتی و مهم برای اثر بخشی سازمانی افزایش یافته است (مکنسی^۷ و دیگران، ۱۹۹۹).

با توجه به اینکه پایین بودن بهره‌وری عوامل تولید خصوصاً بهره‌وری نیروی انسانی، پیامدهای زیان‌باری را برای فعالیت‌های اقتصادی یک کشور، یک بخش و یا یک سازمان به دنبال دارد؛ توجه به نیروی انسانی به لحاظ ارتقاء بهره‌وری آن، به عنوان مهمترین هدف، در اکثر کشورهای توسعه‌یافته و حتی بعضی از کشورهای در حال توسعه ضروری می‌باشد. از آنجا که بیشتر مدیران نمی‌دانند بهره‌وری تا چه حد برای سازمان آن‌ها حیاتی است و چقدر می‌توانند آن را بهبود بخشند، چگونه آن را مورد سنجش قرار داده، تجزیه و تحلیل کنند یا چه عواملی بر بهره‌وری تأثیر گذار است. این پژوهش با هدف بررسی این مسئله که آیا بازاریابی داخلی از طریق رفتارهای شهروندی سازمانی تأثیری در افزایش بهره‌وری کارکنان سازمان صنایع و معادن استان فارس دارند؟ یا خیر انجام شد.

1. Barney
2. Boxall
3. Cabrera
4. Thornhill
5. Iliopoulos & Priporas
6. Misher
7. Mackensie

۲- پیشینه نظری پژوهش

۲-۱- بازاریابی داخلی

بازاریابی داخلی با توسعه کارکنان از طریق آموزش، سیستم پاداش دهی و ارائه چشم انداز در جهت بهره وری نیروی انسانی گام برداشته (سعادت و معصوم زاده زواره، ۱۳۹۰؛ کمالی، ۱۳۹۲؛ فورمن و مانی^۱، ۱۹۹۵). بازاریابی داخلی یک استراتژی و یک برنامه بازاریابی در ارتباط با کارکنان و توسعه پتانسیل آن ها و همچنین پاداش های انگیزشی به آن هایی که خدمات، عالی را به مشتریان پیشنهاد می دهند، است (آواد و اکتی^۲، ۲۰۱۱). همچنین بازاریابی داخلی، فرآیند شروع، حفظ و توسعه روابط میان کارکنان، مدیران و سازمان برای هدف ایجاد ارزش والاتر برای مشتریان است. بازاریابی داخلی، مرکزی برای فراهم آوردن خدمات باکیفیت و پیش زمینه ای برای یک بازاریابی خارجی اثربخش است (اپتیمهین^۳، ۲۰۱۱).

توسعه کارکنان: توسعه به آموزش رسمی، تجربیات شغلی، روابط و ارزیابی های شخصیت و توانایی های که کارکنان را در جهت آماده شدن برای آینده کمک می کند اشاره دارد. از آنجا که توسعه ماهیتاً آینده گرا است شامل یادگیری هایی است که لزوماً در ارتباط با شغل فعلی کارکنان نیست به طور سنتی آموزش به بهسازی عملکرد کارکنان در شغل فعلی تاکید داشته است (گوناریس^۴، ۲۰۰۶). در حالی که توسعه، آنها را برای انتقال به مشاغل که ممکن است در حال حاضر وجود نداشته باشند افزایش می دهد همچنین، توسعه موجب آماده شدن کارکنان برای رویارویی با تغییرات احتمالی در شغل فعلی می شود. تغییراتی که ممکن است در اثر تغییر در تکنولوژی، طراحی های کار، مشتریان یا بازار محصولات به وجود آیند (کمالی، ۱۳۹۲).

سیستم پاداش دهی: پاداش در واقع وسیله ای است که با استفاده از آن سازمان از کارکنان خود به علت شایستگی آن سپاسگزاری می کند و با این قدر شناسی و ادای احترام آن ها را به ادامه کار خود تشویق می کند (سعادت و معصوم زاده، ۱۳۹۰).

ارائه چشم انداز: چشم انداز دور نمای آینده سازمان را به تصویر می کشد. چشم انداز، اعلامیه جهت گیری سازمان می باشد و بیانگر هویت، آرمان و چگونگی رسیدن به آن است. چشم انداز آرزوهای مدیریت برای کسب و کار را توصیف کرده، تصویری از مقصد آینده سازمان را ترسیم کرده و منطق چگونگی مناسب بودن این مطلب برای شرکت را شرح می دهد (کمالی، ۱۳۹۲).

۲-۲- رفتار شهروندی سازمانی

مفهوم رفتار شهروندی سازمانی ریشه در نوشتارهای چستر بارنارد (۱۹۳۸) در مورد تمایل به همکاری و مطالعات کتر وکان (۱۹۶۶) در مورد عملکرد و رفتارهای خودجوش و فراتر از انتظارات نقش دارد. شهروند خوب سازمانی یک تفکر و ایده است و آن مشتمل بر رفتارهای متنوع کارکنان نظیر، پذیرش و بعهده گرفتن وظایف و مسئولیت های اضافی، پیروی از مقررات و رویه های سازمان، حفظ و توسعه نگرش مثبت، شکیبایی و تحمل نارضایتی و مشکلات در سر کار می باشد (یعقوبی و همکاران، ۱۳۸۹). رفتار شهروندی سازمانی و تحقیقات اصلی بر روی این مفهوم از زمانی که بتمن و ارگان (۱۹۸۳)، آن را با این نام (رفتار شهروندی سازمانی) معرفی کردند، آغاز گردید. در سالهای بعد مطالعات زیادی بر روی این مفهوم صورت گرفت که هرکدام از واژه های جدیدی برای توصیف این مفهوم استفاده کرده اند، به طور مثال رفتار پیش اجتماعی، رفتار فرانقشی و خود جوشی سازمانی و عملکرد زمینه ای. هر چند هرکدام از این مفاهیم خواستگاه متفاوتی داشته اند، ولی به طور کلی به مفهوم یکسانی اشاره دارند. همچنین رفتار شهروندی سازمانی عبارت است از مجموعه ای از رفتارهای داوطلبانه و اختیاری که بخشی از وظایف رسمی فرد نیستند، اما با این وجود توسط وی انجام و باعث بهبود مؤثر وظایف و نقش های سازمان می شوند؛ هرچند که سیستم پاداش رسمی سازمان این رفتارها را شناسایی نمی کند ولی برای عملکرد خوب سازمان مؤثر هستند (آپلبام و همکاران، ۲۰۰۴). زیرا یک فرهنگ قوی سازمانی که مشوق رفتار هایی نظیر رفتار شهروندی سازمانی باشد، می تواند به افزایش بهره وری نیروی انسانی کمک کند.

۲-۳- بهره وری منابع انسانی

اگرچه بهره وری عمری به قدمت طول تاریخ بشر دارد اما مفهوم بهره وری نخستین بار در عقاید و نوشته های دانشمندان اقتصادی مکتب مرکانتیلیسم مطرح گردیده است؛ به گونه ای که ژان فوراستیه می نویسد: اولین بار این واژه در کتابی از آگری کولا، بنام متالیکا، مطرح شده است (بوکارت، ۱۹۹۰). اما در قرن ۱۸ واژه بهره وری توسط فرانسوا کنه ریاضیدان و اقتصاددان، در سال ۱۷۶۶ به معنای توانمندی تولید بیشتر، در یک مجله کشاورزی استفاده شد (الردی، ۲۰۱۵). بهره وری، نسبت ستاده (بازده)

1. Foreman & Money
2. Awwad & Agti
3. Epetimehin
4. Gounaris

به داده تعریف می شود و مفهومی اساسی است که استفاده کارآمد و اثربخش از منابع را دربر می گیرد (امریک ، ۲۰۱۸). همچنین بهره وری، مقایسه درونداد و بروندادهای فیزیکی یک سازمان است (پراگر ، ۲۰۱۹).

در رابطه با مفهوم بهره وری تعاریف گوناگونی مطرح شده است. اما وجه مشترک تمامی تعاریف در این است که آنچه موجبات ارتقای بهره وری را فراهم می کند، اصولاً ماشین و روش و ابزار نیست، بلکه انسان است. زیرا تمامی تلاش ها به منظور دستیابی به مطلوبیت‌هایی است که نیازهای مادی و معنوی او را برآورده می سازد و ارتقای بهره وری هم برای زیستن و هم در راستای اهداف معنوی نقشی اساسی دارد (میکو و استورچ ، ۲۰۱۵). از آنجا که در سازمان ها منابع تولید همواره با یک ویژگی یعنی کمیابی مواجه هستند، اغلب اصلی ترین هدف سازمان ها استفاده بهینه از عوامل تولید و رسیدن به حداکثر استفاده از آنها است. در این بین بی شک می توان گفت نیروی انسانی از ارزشمندترین عوامل تولید و دارایی سازمان ها است و هر رویکردی به بهبود بهره وری سازمانی، لازم است امور پرسنلی را دربرداشته باشد زیرا انسان ها هستند که کارهای سازمان را انجام می دهند (بان و همکاران، ۲۰۰۲). منابع انسانی به عنوان یک عامل ذی شعور، نقش و جایگاه ویژه‌ای در بهبود بهره وری سایر عوامل دارد؛ لذا شاخص بهره وری منابع انسانی و عوامل موثر بر آن میان سایر شاخص ها از اهمیت بسزایی برخوردار است (شجاعی و همکاران، ۱۳۹۵). بهره وری نیروی انسانی را می توان میزان تولید انجام شده تقسیم بر ساعات کار تعریف کرد (چن و زوو ، ۲۰۱۷). همچنین بهره وری نیروی انسانی به مفهوم استفاده بهینه از مجموعه استعدادها و توانایی های بالقوه فرد در مسیر ارتقاء بهره وری سازمان است. بدین معنا که آموزش، یادگیری و رشد نیروی انسانی در سازمان و مشارکت افراد در اداره سازمان علاوه بر بهبود بهره وری فرد، موجب افزایش بهره وری در سازمان خواهد شد (طاهری، ۱۳۹۶). لذا انسان ارزنده ترین سرمایه هوشمند سازمان به شمار می رود؛ سازمان هایی که سرمایه هوشمند خود را از دست می دهند، شانس اندکی برای بقا دارند (تانگن ، ۲۰۰۴).

۳- پیشینه تجربی

به طور کلی مرور پژوهش های انجام شده در مورد بهره وری نیروی انسانی حاکی از آن است که هر پژوهش با دیدگاه خاص و متغیر های معینی بهره وری نیروی انسانی را مورد بررسی قرار داده و به اهمیت بهره وری نیروی انسانی در سازمان های دولتی پرداخته است. از میان آن ها می توان به برخی از این پژوهش ها در جدول شماره (۱) اشاره کرد.

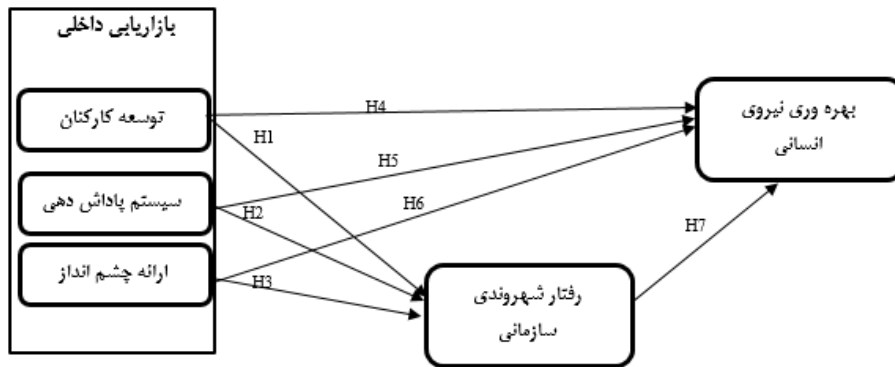
جدول ۱. پیشینه تجربی پژوهش

موضوع	نویسندگان	نتایج
تأثیر بازاریابی داخلی و گردش شغلی بر بهره وری منابع انسانی با نقش میانجی تعهد سازمانی	نیکخواه و معصومی (۱۳۹۷)	نتایج نشان داد که بازاریابی داخلی و گردش شغلی بر بهره وری منابع انسانی تأثیر مثبت و معناداری دارند. همچنین تأثیر غیرمستقیم بازاریابی داخلی و گردش شغلی بر بهره وری منابع انسانی از طریق متغیر میانجی تعهد سازمانی مورد تأیید قرار گرفت.
متغیر های مرتبط با ارتقای بهره وری نیروی انسانی در شعب سازمان تأمین اجتماعی شرق تهران بزرگ	تابان و همکاران (۱۳۹۵)	نتایج نشان داد که، میزان توجه به خلاقیت و نوآوری و شرایط ارتقای شغلی مشکل اصلی در ارتقای بهره وری نیروی انسانی در سازمان تأمین اجتماعی کشور است و باید حل شود، همچنین متغیرهای دانش و تجربه فرد، سبک مدیریتی، تعهد مدیریت و متغیر پایبندی به قوانین و مقررات، فاکتورهائی هستند که مشکل هسته ای مسئله ارتقای بهره وری نیروی انسانی در سازمان تأمین اجتماعی کشور را حل می کند و باید در اولویت قرار گیرد.
بررسی تأثیر گرایش به بازاریابی داخلی و رفتار شهروندی سازمانی بر عملکرد سازمانی در دانشگاه مازندران	یحیی زاده فر و همکاران (۱۳۹۱)	نتایج نشان داد که گرایش به بازاریابی داخلی بر عملکرد رفتار شهروندی سازمانی در دانشگاه مازندران تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین رفتار شهروندی سازمانی بر عملکرد سازمانی در دانشگاه مازندران تأثیر مثبت و معناداری دارد.
تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر بهره وری کارکنان در هتل های دارای امتیاز ستاره در کنیا	بارسولای ^۱ و همکاران (۲۰۱۹)	نتایج نشان داد که رفتار شهروندی سازمانی اثری مثبت و معنادار بر بهره وری نیروی انسانی دارد.
پژوهشی بر به کارگیری بازاریابی داخلی در هتل‌های زنجیره بین المللی گردشگری	چانگ و چانگ ^۲ (۲۰۰۸)	نتایج نشان داد که صنعت هتل های بین المللی ادراک بازاریابی داخلی کارکنان و تعهد سازمانی آنان را ارتقا می بخشد و این موقعیت تأثیر مستقیمی بر رفتارهای شهروندی کارکنان سازمان دارد.

1 . Barsulai
2 . Chang & Chang

۴- مدل مفهومی پژوهش

هر تحقیق علمی بر پایه یک چارچوب نظری استوار است که متغیرهای مورد نظر و روابط میان آن‌ها را مشخص می‌نماید. در تحقیق حاضر، از تلفیق نظریه‌ها و مدل‌های ذکر شده و استفاده از برخی روابط موجود بین آن‌ها، مدل و فرضیه‌های این تحقیق به صورت زیر شکل گرفته است. متغیرهای مدل مذکور به سه دسته ملاک، واسطه‌ای و پیش بین تقسیم می‌شوند. متغیر ملاک در این تحقیق، بهره‌وری نیروی انسانی، متغیر واسطه‌ای رفتار شهروندی سازمانی و در نهایت متغیر پیش بین این پژوهش بازاریابی داخلی می‌باشد که خود شامل سه بعد توسعه کارکنان، سیستم پاداش دهی و ارائه چشم انداز است. پس از بررسی پیشینه، مدل علی پژوهش به صورت زیر تنظیم شده است (شکل ۱).



شکل ۱- مدل علی پژوهش (محقق ساخته)

با توجه به الگوی مفهومی تحقیق، فرضیه اصلی پژوهش حاضر، ایفای نقش رفتار شهروندی سازمانی به عنوان متغیر میانجی در رابطه بین ابعاد بازاریابی داخلی و بهره‌وری نیروی انسانی است. به منظور بررسی این فرضیه، فرضیه‌های فرعی زیر مطرح گردید.

فرضیه ۱: بعد توسعه کارکنان بازاریابی داخلی بر رفتار شهروندی سازمانی در میان کارکنان سازمان صنایع و معادن استان فارس تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۲: بعد سیستم پاداش دهی بازاریابی داخلی بر رفتار شهروندی سازمانی در میان کارکنان سازمان صنایع و معادن استان فارس تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۳: بعد ارائه چشم انداز بازاریابی داخلی بر رفتار شهروندی سازمانی در میان کارکنان سازمان صنایع و معادن استان فارس تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۴: بعد توسعه کارکنان بازاریابی داخلی بر بهره‌وری نیروی انسانی در میان کارکنان سازمان صنایع و معادن استان فارس تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۵: بعد سیستم پاداش دهی بازاریابی داخلی بر بهره‌وری نیروی انسانی در میان کارکنان سازمان صنایع و معادن استان فارس تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۶: بعد ارائه چشم انداز بازاریابی داخلی بر بهره‌وری نیروی انسانی در میان کارکنان سازمان صنایع و معادن استان فارس تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۷: رفتار شهروندی سازمانی بر بهره‌وری نیروی انسانی در میان کارکنان سازمان صنایع و معادن استان فارس تأثیر معناداری دارد.

۵- روش شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از منظر هدف کاربردی و از بعد ماهیت و روش، بدلیل اینکه به دنبال شناسایی عوامل و متغیرهای مرتبط با بهره‌وری نیروی انسانی و تعیین روابط بین آنهاست، توصیفی است و از جهت اینکه به دنبال تعیین نوع و میزان همبستگی بین متغیرهاست، از نوع همبستگی و از حیث زمانی از نوع تحقیقات مقطعی به شمار می‌آید. جامعه آماری مطالعه، ۵۰۰ نفر از کارکنان سازمان صنایع و معادن استان فارس، بوده است و حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۲۱۷ نفر تعیین گردید. روش نمونه‌گیری به صورت طبقه بندی - تناسبی انجام گرفت و افراد در هر طبقه به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند.

$$n = \frac{NZ^2p.q}{(N-1)d^2 + z^2p.q} = \frac{500 \times 3/84 \times 0/5 \times 0/5}{(500-1)0/0025 + 3/84 \times 0/5 \times 0/5} = 217$$

از پرسشنامه به عنوان ابزار جمع آوری اطلاعات در تحقیقات پیمایشی استفاده شد. به منظور سنجش قابلیت اعتماد یا همان پایایی پرسشنامه، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ عددی بین صفر و یک است که اگر آلفا بزرگتر یا مساوی ۰/۷ باشد پایایی سوالات در حد مطلوب است و سوالات همبستگی درونی دارند (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۷). برای سنجش متغیرهای پژوهش از ابزارهای زیر استفاده به عمل آمد:

پرسشنامه بازاریابی داخلی: جهت سنجش متغیر بازاریابی داخلی از پرسشنامه فورمن و مانی (۱۹۹۵) با ۱۴ گویه استفاده شده است.

پرسشنامه رفتار شهروندی سازمانی: جهت سنجش متغیر رفتار شهروندی سازمانی از پرسشنامه لی و الن (۲۰۰۲) با ۱۶ گویه استفاده شده است.

پرسشنامه بهره وری نیروی انسانی: جهت سنجش متغیر بهره وری نیروی انسانی از پرسشنامه هرسی و گلداسمیت (۱۹۸۰) با ۲۶ گویه استفاده شده است.

پایایی کل پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۹۲ برآورد گردید. طیف پنج گزینه ای مقیاس لیکرت جهت پاسخ گویی به سنج‌های پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفت. از آنجا که هر یک از پرسشنامه‌های مورد استفاده در این تحقیق توسط محققان مختلف به طور مکرر مورد استفاده قرار گرفته است و همچنین سوالات تشکیل دهنده ابزار دقیقاً متغیرهای مورد نظر در تحقیق را اندازه گیری می کنند، پس می توان با اطمینان خاطر نسبتاً بالایی روایی محتوایی ابزار اندازه گیری را مورد تایید قرار داد. به منظور دستیابی به اعتبار همگرا و میزان همبستگی، آزمون‌های پایایی مرکب و میانگین واریانس اقتباس شده ارزیابی شد. پایایی مرکب بالاتر از ۰/۷ همراه با میانگین واریانس حداقل ۰/۵ دو شرط لازم برای اعتبار همگرا و همبستگی یک سازه هستند (فورنل و لاکر، ۱۹۸۱) که در جدول شماره (۲) ارائه شده است.

جدول ۲. روایی و پایایی سنج‌ها

متغیر	آلفای کرونباخ	میانگین واریانس تبیین شده (AVE)	پایایی ترکیبی (CR)
بازاریابی داخلی	۰/۹۴۴	۰/۶۱۰	۰/۹۳
رفتار شهروندی سازمانی	۰/۸۴۱	۰/۷۱۷	۰/۸۹۵
بهره وری نیروی انسانی	۰/۸۳۶	۰/۶۰۶	۰/۸۸

جهت تجزیه و تحلیل داده‌های توصیفی، ضریب آلفای کرونباخ و نرمال بودن توزیع داده‌های پژوهش از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۵ استفاده شد. همچنین برای آزمون فرضیه‌ها از تحلیل مسیر به وسیله نرم افزار LISREL نسخه ۸/۸ استفاده گردید.

۶- یافته‌ها

۶-۱- مشخصات جمعیت شناختی

نتایج بدست آمده از آمار جمعیت شناختی گروه نمونه در جدول شماره (۳) نشان داده شده است.

جدول ۳. مشخصات جمعیت شناختی نمونه

متغیر	فراوانی	درصد	متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت			میزان تحصیلات		
زن	۵۴	۲۴/۸۹	دیپلم	۱۸	۸/۲۹
مرد	۱۶۳	۷۵/۱۱	فوق دیپلم	۳۲	۱۴/۷۴
رده ی سنی			لیسانس	۵۸	۲۶/۷۳
۲۵-۳۵	۵۸	۲۶/۷۳	فوق لیسانس	۸۴	۳۸/۷
۳۶-۴۵	۹۶	۴۴/۲۳	دکتری	۲۵	۱۱/۵۴
۴۶-۵۵	۶۳	۲۹/۰۴	مجموع تعداد نمونه	۲۱۷	

۲-۶- نرمال بودن توزیع متغیرها

استفاده از آمار پارامتری در صورتی امکان پذیر است که توزیع جامعه نرمال باشد (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۷). بنابراین قبل از آزمون فرضیه ها و برازش مدل پژوهش آزمون نرمال بودن توزیع داده‌ها انجام می‌گیرد. آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، روش ساده‌ای جهت تعیین توزیع‌های آماری منتخب است. بنابراین این آزمون، روش دیگری برای همسانی یک توزیع فراوانی نظری برای اطلاعات تجربی است. آزمون فرض مربوط به این آزمون در جدول شماره (۴) ذکر شده است.

جدول ۴. آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

متغیر	آماره کولموگروف اسمیرنوف	سطح معناداری	نتیجه آزمون نرمال بودن توزیع
توسعه کارکنان	۰/۸۰۳	۰/۱۳۸	تأیید
سیستم پاداش دهی	۰/۹۲	۰/۱۰۷	تأیید
ارائه چشم انداز	۰/۶۴۳	۰/۱۶۲	تأیید
رفتار شهروندی سازمانی	۱/۳۵	۰/۰۸۳	تأیید
بهره‌وری نیروی انسانی	۱/۴۸	۰/۰۵۹	تأیید

۳-۶- همبستگی بین متغیرها

از آنجایی که پایه و اساس مطالعات تحلیل مسیر همبستگی بین متغیرها می‌باشد، در ادامه ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش ارائه شده است (جدول شماره ۵).

جدول ۵- ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

ردیف	متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵
۱	توسعه کارکنان	۱				
۲	سیستم پاداش دهی	۰/۳۵۷**	۱			
۳	ارائه چشم انداز	۰/۴۳۳**	۰/۳۷۲**	۱		
۴	رفتار شهروندی سازمانی	۰/۵۰۰**	۰/۷۳۱**	۰/۷۵۱**	۱	
۵	بهره‌وری نیروی انسانی	۰/۴۸۳**	۰/۴۷۶**	۰/۷۵۱**	۰/۸۰۷**	۱
						P**<.01
						P*<.05

با توجه به جدول (۵) از میان متغیرهای پیشین پژوهش (ابعاد بازاریابی داخلی) بالاترین ضریب همبستگی با متغیر ملاک (بهره‌وری نیروی انسانی) به ترتیب برابر است با ارائه چشم انداز (۰/۷۵۱)، توسعه کارکنان (۰/۴۸۳) و سیستم پاداش دهی (۰/۴۷۶) که همه از نظر آماری در سطح ۰/۰۱ معنی دار می‌باشند. متغیر واسطه‌ای پژوهش (رفتار شهروندی سازمانی) با ضریب همبستگی (۰/۸۰۷)، دارای بالاترین ضریب همبستگی با متغیر ملاک می‌باشد و از نظر آماری در سطح ۰/۰۱ معنی دار می‌باشد.

۴-۶- آزمون فرضیه‌ها

از آنجایی که در این پژوهش هدف ارائه مدل علی است که به بررسی نقش واسطه‌ای جزئی (بارون و کنی، ۱۹۸۶) رفتار شهروندی سازمانی و پیش‌بینی‌کننده متغیرهای بازاریابی داخلی بر بهره‌وری نیروی انسانی می‌پردازد؛ به این معنی که برآورد اثرات مستقیم، غیر مستقیم، کل و مقادیر t بین متغیرها در مدل مد نظر است، از روش تحلیل مسیر به وسیله نرم افزار لیزرل استفاده شد. جدول شماره (۶)، اثرات مستقیم (ضرائب استاندارد)، غیر مستقیم، کل و مقدار t (ضرائب معناداری) مربوط به متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. در شکل‌های شماره (۲) و (۳) نیز، مسیر مدل برازش شده همراه با پارامترهای برآورد شده (مقادیر استاندارد و معناداری) ارائه شده است.

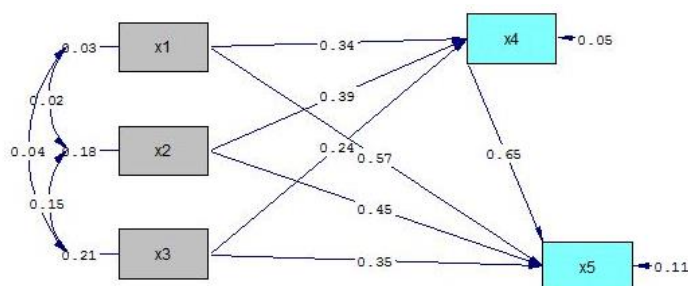
1. Partial Mediator
2. Baron & Kenny

جدول ۶- اثرات مستقیم، غیر مستقیم، کل و مقدار t مربوط به متغیرهای پژوهش

شماره فرضیه	اثرات	اثرات مستقیم	اثرات غیر مستقیم	اثرات کل	Value T-	نتیجه
بررسی اثر متغیرها بر روی رفتار شهروندی سازمانی						
H1	توسعه کارکنان	۰/۳۴**	-----	۰/۳۴	۶/۵۱	تأیید
H2	سیستم پاداش دهی	۰/۳۹**	-----	۰/۳۹	۲/۳۰	تأیید
H3	ارائه چشم انداز	۰/۲۴**	-----	۰/۲۴	۶/۵۴	تأیید
بررسی اثر متغیرها بر روی بهره وری نیروی انسانی						
H4	توسعه کارکنان	۰/۵۷**	۰/۱۱**	۰/۶۸	۵/۱۷	تأیید
H5	سیستم پاداش دهی	۰/۴۵**	۰/۱۰**	۰/۵۵	۲/۱۵	تأیید
H6	ارائه چشم انداز	۰/۳۵*	۰/۱۳**	۰/۴۸	۶/۷۰	تأیید
H7	رفتار شهروندی سازمانی	۰/۶۵*	-----	۰/۶۵	۸/۱۵	تأیید
					P**<.01	P**<.05

باتوجه به جدول (۶) نتایج بررسی اثرات مستقیم و غیر مستقیم ابعاد بازاریابی داخلی با متغیر رفتار شهروندی سازمانی ارائه شده است: مولفه توسعه کارکنان با ($P < 0.01$ و $T = 6/51$ و $B = 0/34$) اثری مستقیم و معنی دار بر رفتار شهروندی سازمانی دارد. مولفه سیستم پاداش دهی با ($P < 0.05$ و $T = 2/30$ و $B = 0/39$) اثری مستقیم و معنی دار بر رفتار شهروندی سازمانی دارد. مولفه ارائه چشم انداز ($P < 0.01$ و $T = 6/54$ و $B = 0/24$) اثری مستقیم و معنی دار بر رفتار شهروندی سازمانی دارد.

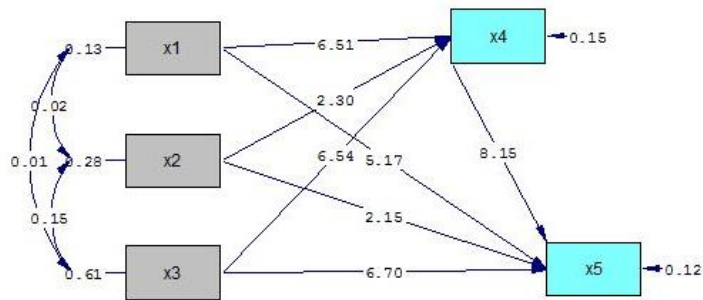
با توجه به جدول (۶) نتایج اثرات مستقیم و غیر مستقیم ابعاد بازاریابی داخلی با متغیر ملاک (بهره وری نیروی انسانی) ارائه شده است: مولفه توسعه کارکنان با ($P < 0.01$ و $T = 5/17$ و $B = 0/57$) اثری مستقیم و معنی دار بر بهره‌وری نیروی انسانی دارد. همچنین مولفه توسعه کارکنان از طریق متغیر رفتار شهروندی سازمانی بر بهره‌وری نیروی انسانی اثر غیرمستقیم ($0/11$) دارد. مولفه سیستم پاداش دهی با ($P < 0.05$ و $T = 2/15$ و $B = 0/45$) اثری مستقیم و معنی دار بر بهره‌وری نیروی انسانی دارد. همچنین مولفه سیستم پاداش دهی از طریق متغیر رفتار شهروندی سازمانی بر بهره وری نیروی انسانی اثر غیرمستقیم ($0/10$) دارد. مولفه ارائه چشم انداز ($P < 0.01$ و $T = 6/70$ و $B = 0/35$) اثری مستقیم و معنی دار بر بهره‌وری نیروی انسانی دارد. همچنین مولفه ارائه چشم انداز از طریق متغیر رفتار شهروندی سازمانی بر بهره وری نیروی انسانی اثر غیرمستقیم ($0/13$) دارد. متغیر رفتار شهروندی سازمانی با ($P < 0.01$ و $T = 8/15$ و $B = 0/65$) اثری مستقیم و معنی دار بر بهره وری نیروی انسانی دارد.



Chi-Square=11.54, df=5, P-value=0.05, RMSEA=0.000

X1: توسعه کارکنان X2: سیستم پاداش دهی X3: ارائه چشم انداز X4: رفتار شهروندی سازمانی X5: بهره وری نیروی انسانی

شکل ۲. مدل معادلات ساختاری در حالت تخمین استاندارد ضرایب مسیر



Chi-Square=11.54, df=5, P-value=0.05, RMSEA=0.000

X1: توسعه کارکنان X2: سیستم پاداش دهی X3: ارائه چشم انداز X4: رفتار شهروندی سازمانی X5: بهره وری نیروی انسانی

شکل ۳. مدل معادلات ساختاری در حالت معناداری ضرایب (t-value)

۵-۶-برازش مدل تحقیق

در مطالعه حاضر، برای سنجش برازش مدل، از چندین شاخص استفاده شد که در جدول (۷) ارائه شده است. در این جدول، مقادیر به دست آمده در پژوهش حاضر و حد قابل پذیرش هر یک از شاخص های برازش براساس شاخص های ارائه شده توسط کلاپین^۱ (۲۰۱۱) گزارش شده اند (کلاپین، ۲۰۱۱). با توجه به این جدول شاخص های برازش مدل در حد مطلوبی قرار دارند. این شاخص ها حاکی از برازش بسیار خوب مدل در جامعه آماری تحقیق هستند.

جدول ۷. شاخص های نیکویی برازش مدل

شاخص های برازش مطلق	ارزش	مقدار قابل قبول
GFI	۰/۹۶	حداقل ۰/۹
AGFI	۰/۹۲	حداقل ۰/۹
SRMR	۰/۰۳	کمتر از ۰/۰۵
X ² /df	۲/۳۱	کمتر از ۳
شاخص های برازش تطبیقی		
CFI	۰/۹۲	حداقل ۰/۹
NFI	۰/۹۱	حداقل ۰/۹
NNFI	۰/۹۶	حداقل ۰/۹
شاخص های برازش تعدیل یافته		
RMSEA	۰/۰۰۰	کمتر از ۰/۰۹
PNFI	۰/۷۵	حداقل ۰/۶

نتیجه گیری و پیشنهادات

در این مطالعه به بررسی تاثیر ابعاد بازاریابی داخلی بر بهره وری نیروی انسانی با توجه به نقش واسطه ای رفتار شهروندی سازمانی در میان کارکنان سازمان صنایع و معادن استان فارس، پرداخته شد و اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیر های پیشین و واسطه ای با یکدیگر و با متغیر ملاک مورد آزمون قرار گرفت. با توجه به تأیید تمام فرضیه های موجود، مدل مفهومی پژوهش حاضر مدل مناسبی برای پیش بینی عوامل مؤثر بر بهره وری نیروی انسانی در سازمان مورد مطالعه می باشد. با توجه به نتایج تحقیق مشخص است که رفتار شهروندی سازمانی بیشترین تاثیر را بر متغیر ملاک داشته است.

فرضیه های شماره یک، دو و سه؛ مبنی بر ارتباط مستقیم ابعاد بازاریابی داخلی با رفتار شهروندی سازمانی، بر اساس نتایج بدست آمده از تحلیل مسیر به ترتیب با ضرائب معناداری ۶/۵۴، ۲/۳، ۶/۵۴ مورد تأیید قرار گرفت. این نتیجه با مطالعات پیشین (یعقوبی و همکاران، ۱۳۸۹؛ یحیی زاده و همکاران، ۱۳۹۱؛ عبدالهی و قوجالی، ۱۳۹۶؛ چانگ و چانگ، ۲۰۰۸) همسو است. با توجه

1. Kline

به نتایج بدست آمده مدیر سازمان با توسعه کارکنان از طریق آموزش، داشتن چشم اندازهایی جهت ایجاد بهبود مستمر درون سازمان و دادن پاداش به کارکنان بر اساس عملکرد آن ها سبب می شود بروز رفتارهای فراتر از نقش در میان کارکنان افزایش یابد.

در واقع فعالیت های سازمان صنایع و معادن استان فارس در حوزه بازاریابی داخلی به طور غیرمستقیم انتقال دهنده اطلاعاتی از سازمان به کارکنان بوده و می تواند با توجه به شرایط، منجر به شکل گیری درک مثبت یا منفی از سازمان در بین کارکنان و به تناسب موقعیت موجود، منجر به بروز رفتارهای متفاوت از سوی آنها گردد. هرچه توجه به بازاریابی داخلی در سازمان بیشتر باشد، ارضای نیازهای مشتریان درونی سازمان بیشتر خواهد بود و تمایل کارکنان برای درگیر شدن در رفتارهای شهروندی سازمانی افزایش می یابد.

فرضیه های شماره چهار، پنج و شش؛ مبنی بر ارتباط مستقیم ابعاد بازاریابی داخلی با بهره وری نیروی انسانی، بر اساس نتایج بدست آمده از تحلیل مسیر به ترتیب با ضرائب معناداری ۵/۱۷، ۲/۱۵، ۶/۷ مورد تایید قرار گرفت. این نتیجه با مطالعات پیشین (ترکچین و همکاران، ۱۳۹۳؛ نیکخواه تکمه دانش و معصومی، ۱۳۹۷) همسو است.

با توجه به اهمیت بهره وری منابع انسانی در سازمان ها، به ویژه در سازمان صنایع و معادن که به عنوان یکی از سازمان های در حال رشد است، توجه مدیران آن به عوامل تأثیرگذار در عملکرد کارکنانش می تواند مدیران این واحد را جهت حل مسائل گوناگون منابع انسانی یاری کند. لذا مدیر سازمان می تواند با توسعه کارکنان از طریق آموزش های لازم رابطه مناسبی بین وظایف و توانایی های فرد ایجاد کند و با دادن پاداش و ارائه چشم انداز مناسب نسبت به کارکنان انگیزه آن ها و در نهایت بهره وری را افزایش دهد.

فرضیه شماره هفت، مبنی بر ارتباط مستقیم رفتار شهروندی سازمانی با بهره وری نیروی انسانی بر اساس نتایج بدست آمده از تحلیل مسیر با ضرائب معناداری ۸/۱۵ مورد تایید قرار گرفت. این نتیجه با مطالعات پیشین (بدیع زاده و رضایی فر، ۱۳۹۳؛ عطایی و همکاران، ۱۳۹۳؛ بارسلوی و همکاران، ۲۰۱۹) همسو است. مدیران بایستی به بازاریابی فرهنگ سازمانی در جهت تقویت رفتارهای شهروندی سازمانی بپردازند زیرا این موضوع منجر به تشویق کارکنان در جهت افزایش رفاه شغلی همکاران در سازمان می گردد (نیرانجانا و پاتانایاک، ۲۰۰۵). فراهم کردن زمینه هایی برای بروز رفتار شهروندی سازمانی، می تواند عاملی موثر در افزایش سطح بهره وری نیروی انسانی باشد.

مراجع

- آیین پرست، افسون. (۱۳۷۹). «بررسی عوامل مؤثر بر بهره وری نیروی انسانی وزارت بهداشت»، درمان و آموزش پزشکی از دیدگاه کارکنان در سال ۱۳۷۹. فصلنامه بیمارستان، صص ۷۵-۸۰.
- بدیع زاده، علی؛ رضایی فر، غلامرضا. (۱۳۹۳). «مدل ساختار علیت بهره وری منابع انسانی، رضایت شغلی، رفتار شهروندی و تعهد سازمانی در صنعت آب و فاضلاب (مطالعه موردی: شرکت آب و فاضلاب استان البرز)». فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، شماره ۲۰، صص ۶۷-۷۳.
- بردران وحید، ولیجانی مریم. (۱۳۹۴). «بررسی عوامل مؤثر بر ارتقاء بهره وری نیروی انسانی در سازمان امور مالیاتی کشور (مطالعه موردی: اداره کل امور مالیاتی شرق تهران)»، پژوهشنامه مالیات، شماره ۲۹، صص ۱۶۵-۱۸۴.
- بردبار، غلامرضا. (۱۳۹۲). «عوامل مؤثر بر بهره وری نیروی انسانی با استفاده از تکنیک های تصمیم گیری چند معیاره». مطالعه موردی: کارکنان بیمارستان شهید صدوقی یزد. فصلنامه مدیریت سلامت، سال ۱۶، شماره ۵۱، صص ۷۱-۸۳.
- پویان، ا. معصومی، م. (۱۳۸۸). «ایجاد چرخه بهره وری». هفتمین کنفرانس کیفیت و بهره وری، تهران.
- تابان محمد، هاشمی مهدی، محمودیان امید. (۱۳۹۵). «متغیرهای مرتبط با ارتقای بهره وری نیروی انسانی در شعب سازمان تأمین اجتماعی شرق تهران بزرگ». فصلنامه رفاه اجتماعی، سال ۱۶، شماره ۶۳، صص ۱۵۹-۱۸۳.
- ترکچین، حمیدرضا؛ سید مهدی وحدتی روحانی؛ محمدرضا دانشمند و محسن صادق پور، (۱۳۹۳). «بررسی نقش بازاریابی داخلی در بهره وری منابع انسانی»، کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت، تهران، موسسه همایشگران مهر اشراق، مرکز همایشهای دانشگاه تهران.
- دانایی فرد، حسن، الوانی، مهدی و آذر، عادل (۱۳۸۷). «روش شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع»، تهران: صفار: اشراقی.
- سعادت، محمدرضا، معصوم زاده زواره، ابولفضل، (۱۳۹۰). «تدوین نظام بازاریابی در بازارهای هدف صادراتی»، بررسی های بازرگانی، شماره ۴۷، صص ۷۳-۹۲.
- شجاعی سید سعید، جمالی غلامرضا، منطقی نیکزاد. (۱۳۹۵). «شناسایی عوامل مؤثر بر منابع انسانی». فصلنامه پژوهش های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین، سال ۸، شماره ۲، ۱۶۱-۱۸۱.
- طاهری، شهنام، (۱۳۸۶). «کارسنجی و روش سنجی». تهران، انتشارات آروبین.

- طاهری، شهنام. (۱۳۹۶). «بهره‌وری و تجزیه و تحلیل آن در سازمانها (مدیریت بهره‌وری فراگیر)». تهران: انتشارات هستان.
- عبدالمی، بیژن؛ قوجالی، توحید. (۱۳۹۶). «رابطه بازاریابی داخلی و رفتار شهروندی سازمانی با در نظر گرفتن نقش واسطه‌ای تعهد سازمانی». فصلنامه مطالعات منابع انسانی، سال ۶ شماره ۲۵، صص ۳۱-۵۰.
- عطایی، محمد؛ علی نژاد، علیرضا و رحمانی، ندا. (۱۳۹۳). «بررسی ارتباط بهره‌وری نیروی انسانی و رفتار شهروندی سازمانی در دانشگاه آزاد اسلامی قزوین». فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، شماره ۲۱، صص ۱-۱۰.
- کمالی، محمد (۱۳۹۲). «اثر بازاریابی درونی، تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی بر بازاریابی بانکهای تخصصی (مطالعه موردی بانک توسعه تعاون استان اصفهان)». پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت.
- نیکخواه تکمه دانش، یونس؛ معصومی، مهداد. (۱۳۹۷). «تأثیر بازاریابی داخلی و گردش شغلی بر بهره‌وری منابع انسانی با نقش میانجی تعهد سازمانی». دو ماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، سال ۳، شماره ۱، صص ۴۱-۵۴.
- یحیی زاده فر، محمود؛ شیرخدايي، میثم و رمضانی، ایوب. (۱۳۹۱). «بررسی تأثیر گرایش به بازاریابی داخلی و رفتار شهروندی سازمانی بر عملکرد سازمانی در دانشگاه مازندران». پژوهشنامه مدیریت اجرایی، سال ۴، شماره ۸، صص ۱۵۷-۱۷۶.
- یعقوبی، نور محمد. مقدمی، مجید. کیخا، عالمه. (۱۳۸۹). «بررسی رابطه بین رهبری تحول آفرین و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان». پژوهش نامه مدیریت تحول، سال ۲، شماره ۴، صص ۶۴-۹۶.
- Appelbaum, S., Bartolomucci, N., Beaumier, E., Boulanger, J., Corrigan, R., Dore, I., Girard, C., and Serroni, C. (2004). Organizational citizenship behavior: a case study of culture, leadership and trust, management decision, 42(1), pp. 13-40.
- Awwad, M. S., Agti, D.A.M., (2011). The impact of internal marketing on commercial banks' market orientation. International Journal of Bank Marketing.
- , (۴)۳۹pp. 308-332.
- Ban C, Faeman, Sue.R & Riccucci, Norma, M. (2002). Productivity and Personnel Process.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17. pp. 99-120.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. Journal of Personality and Social Psychology, 51(6). pp. 1173-1182.
- Barsulai, S. C., Makopondo, R. O., & Fwaya, E. V. (2019). The Effect Of Organizational Citizenship Behavior On Employee Productivity In Star Rated Hotels In Kenya.
- Boxall, P. (1998). Achieving competitive advantage through human resource strategy: towards a theory of industry dynamics, Human Resource Management.
- Cabrera, E. F. (2003). Strategic Human Resource Evaluation. Journal of Human Resource Planning, 26(1), pp. 49.
- Chang, C. P., & Chang, W. C. (2008). Internal marketing practices and employees' turnover intentions in tourism and leisure hotels. The Journal of Human Resource and Adult Learning, 4(2), pp. 161-172.
- Chen, J., & Zhou, Q. (2017). City size and urban labor productivity in China: New evidence from spatial city-level panel data analysis. Economic Systems, 41(2). pp. 165-178.
- Emerick, K. (2018). Agricultural productivity and the sectoral reallocation of labor in rural India. Journal of Development Economics, 135. pp. 488-503.
- Epetimehin, F.M., (2011). Market Segmentation: A Tool for Improving Customer Satisfaction and Retention in Insurance Service Delivery, Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences (JETEMS), Vol.2, No.1, pp.62-67.
- Foreman, S., & Money, A. (1995). Internal marketing – concepts measurement and application. Journal of Marketing Management, 11, pp. 755-68.
- Gounaris, S. (2006). Measuring internal market orientation in services: some empirical evidence. Journal of Business Research, 59(4). pp. 432-48.
- Hersey, H., & Goldsmith, M. (1980). A situational approach to performance planning. Training and Development Journal, 34(11), 31-48. 38. Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). 34. Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. Journal of marketing research, 18(3). pp. 382-388.

- Iliopoulos, E., & Priporas, C. V. (2011). The Effect of Internal Marketing on Job Satisfaction in Health Services: A Pilot Study in Public Hospitals in Northern Greece. *BMC Health Services Research*, 11(1). pp. 261.
- Kline R.B.(2011). Principles and practice of structural equation modeling. Second Edition, New York: The Guilford Press.
- Lee, K., & Allen, N. J. (2002). Organizational citizenship behavior and workplace deviance: The role of affect and cognitions. *Journal of applied psychology*, 87(1). pp. 131.
- MacKensie, S. B., Podsakoff, P., & Praine, J. B. (1999). Do citizenship behaviors matter more for managers than salespeople. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(4) . pp. 396–410 .
- Miko, L., & S torch, D. (2015). Biodiversity conservation under energy limitation: Possible consequences of human productivity appropriation for species richness, ecosystem functioning, and food production.
- Misher, S. (2010). Internal Marketing: A Tool to Harness Employees' Power in Service Organization in India. *International Journal of Business and Management*, 1, pp.185-193.
- Organ, D. W. (1988). Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome. Lexington Books/DC Heath and Com.
- Niranjana, P., & Pattanayak, B. (2005). Influence of learned optimism and organizational ethos on organisational citizenship behaviour: A study on Indian 19 corporations. *International Journal of Human Resource Development and Management*, 5(1), pp.85–98.
- Praeger, C., Vucko, M. J., Nys, R., & Cole, A. (2019). Maximising the productivity of the attached cultivation of *Ulva tepida* in land-based systems. *Algal Research*, 40. pp. 101-109.
- Tangen,S. (2004). Professional practice performance Measurement:from philosophy to practice”,*international journal of productivity and performance management*,vol.53 No.8 pp 226-23.
- Thornhill, D. (2006). Productivity attainment in a diverse public sector, paper presented at Seminar on Promoting Productivity in a Diverse Public Sector, Dublin, 21 April.

Developing a causal model for organizational factors effecting on Human Resource Productivity

Sima Alipour¹, Ardalan Feili^{2*}

Abstract

The purpose of this study was to investigate the impact of internal marketing on human resource productivity through the mediating role of transactional behaviors. The purpose of this study is applied and is a descriptive survey with regard to data collection method. The statistical population of the study was staff of Fars Province Industries and Mines Organization. The statistical sample of the study was 217 people based on Cochran formula and the participants were selected by simple random sampling. The research instrument was a standard questionnaire whose validity was confirmed by content validity and its reliability by Cronbach's alpha. Data analysis was performed using SPSS 25 software for inferential statistics and LISREL8.8 for path fitting. The results showed that internal marketing has a positive and significant effect on human resource productivity. The indirect impact of internal marketing on human resource productivity through the mediating variable of organizational citizenship behavior was also confirmed. Therefore, internal marketing can be an effective factor in improving manpower productivity.

Keywords: Internal Marketing, Human Resource Productivity, Organizational Citizenship Behavior

1. Master Student of Business Administration, Department of Management, Apadana Institute of Higher Education, Shiraz, Iran

2. Lecturer, Department of Management, Apadana Institute of Higher Education, Shiraz, Iran
feili@apadana.ac.ir

افزایش اعتماد و سرمایه اجتماعی حاکمیت سیاسی بواسطه رضایت از عملکرد مدیریت شهری

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۹/۲۴

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۰/۲۴

کد مقاله: ۶۹۲۶۷

جواد گنج خانلو^۱

چکیده

امروزه سرمایه اجتماعی در جریان توسعه یک کشور در کنار انواع سرمایه (اعم از طبیعی، انسانی و مادی) برون داد و درون داد توسعه به شمار می‌آید. از طرفی نیز سرمایه اجتماعی را ماده خام جامعه مدنی دانسته، سرمایه اجتماعی به کارایی نهادهای دولتی و حکومتی کمک می‌کند. گسترش شهرنشینی به همراه مسائل و مشکلات خاص زندگی شهری، ضرورت توجه همه جانبه به راهبردهای سودمند برای بهینه سازی زندگی ساکنان شهرها را، بیش از پیش لازم ساخته است. در این بین روش های سنتی مدیریت شهری، دیگر جوابگوی نیازهای شهروندان در عصر جدید نیست و مدیریت شهری نیز متناسب با نیازها باید مدرن شود، چرا که نیازهای جدید شکل گرفته اند. در نوشتار حاضر سعی گردیده؛ با تبیین اعتماد از طریق کسب رضایت شهروندان به واسطه ارائه خدمات سیستم مدیریت شهری به ایشان و نتیجتاً تقویت و ارتقاء سرمایه های اجتماعی، مسیر بقاء، توسعه و پایداری حاکمیت سیاسی را تعریف نماید. به عبارت دیگر؛ یکی از پایه های بقاء، ثبات و پایداری حاکمیت سیاسی، سرمایه اجتماعی بوده و رکن اساسی سرمایه اجتماعی، اعتماد و مشارکت اجتماعی در پرتو اعتماد اجتماعی می باشد. اعتماد نیز از طریق کسب رضایت شهروندان محقق می گردد و رضایتمندی از خدمات و عمل به وظایف تعیین شده و مصرح مدیریت شهری نیز در نهایت موجب آفرینش رضایتمندی اجتماعی خواهد شد. علیهذا؛ اینگونه می توان استنباط نمود که حکمروایی شهری که بیشترین محل تلاقی با بدنه اجتماع و شهروندان را دارد. می تواند در رعایت امور شهروندان بواسطه عمل صحیح به وظایف و خدمات مناسب از سوی مدیریت شهری که مولفه اصلی آن شهرداری بعنوان سازمان اجرایی حاکمیت شهری، زمینه های ثبات سیاسی حکومت ها را فراهم آورد.

واژگان کلیدی: اعتماد، رضایت، سرمایه اجتماعی، مدیریت شهری، حکمروایی شهری

۱- مقدمه

وقتی سخن از اعتماد عمومی به میان می‌آید بدین معنی است که عامه مردم انتظار دارند مقامات و کارکنان سازمان‌های دولتی با اقدامات خود در تعامل با عامه به انتظارات آنها پاسخ دهند. به عبارت دیگر اعتماد عمومی یعنی انتظار عموم از دریافت پاسخ مثبت به خواسته‌هایشان از طرف متولیان امور عمومی. اعتماد عمومی، شهروندان را به نهادهای سازمان‌هایی که نمایندگان آنها هستند پیوند می‌دهد و از این طریق مشروعیت و اثربخشی دولت دموکراتیک افزایش می‌یابد.

مبانی نظری حکمرانی شهری را باید در نزد نظریه پردازان علوم سیاسی جستجو کرد و سرمایه اجتماعی نیز عامل قوام و تداوم حکمرانی شده است. به عبارتی شکل‌گیری نظری حکمرانی شهری مبتنی بر سرمایه اجتماعی است (صالحی، نعمتی، امان‌پور، ۱۳۹۳) اعتماد عمومی نسبت به مدیران، کارکنان و کارگزاران هر نظام سیاسی اهمیت دارد زیرا در پشتیبانی از تدوین و اجرای خط مشی‌های عمومی و هم‌پن طور همراهی و هم‌کاری اثربخش شهروندان نقش محوری ایفا می‌کند. اعتماد یک کالای عمومی است که در صورت مخدوش شدن آن، جامعه به عنوان یک کل متضرر شده و رو به اضمحلال خواهد گذاشت. بنابراین افول اعتماد یکی از مشکلات و مسائل محوری در سیاست‌نویان حکومت‌ها و دولت‌ها در کشورهای مختلف است. به این ترتیب پیوند متولیان امور در بخش عمومی از یک سو و شهروندان از سوی دیگر بر میزان موفقیت و پیشرفت جامعه می‌افزاید و بی‌اعتمادی و جدایی مردم از حکومت آفتی بزرگ به شمار می‌رود.

مدیریت شهری و به معنای خاص شهرداری به عنوان یکی از بزرگترین سازمان‌های اجتماعی هنگامی می‌تواند از کارایی و بهره‌وری بیشتری برخوردار باشد که اعتماد شهروندان را به عنوان سرمایه اجتماعی و معنوی کسب کند و از آن در مسیر اهداف سازمانی و توسعه شهری استفاده نماید. (حاجیان، رضائی، فلاح زاده، ۱۳۹۱)

اعتماد می‌تواند مواهبی از قبیل دوام و بقای حکومت بدون توسل به زور و خشونت، رضایت مردم و اطمینان از پشتیبانی مردم در تصمیمات حساس سیاسی، اقتصادی و اجتماعی را در بر داشته باشد. در واقع اعتماد، رضایت را جایگزین سرکوب و زور می‌کند و حکومتی که به نحوی رضایت مردم را جلب کرده باشد، نیازی به کاربرد خشونت ندارد و مردم نیز اعتماد خود را نزد حکومت سرمایه‌گذاری می‌کنند.

ثبات و پایداری حاکمیت سیاسی، سرمایه اجتماعی بوده و رکن اساسی سرمایه اجتماعی، اعتماد و مشارکت اجتماعی در پرتو اعتماد اجتماعی می‌باشد. اعتماد نیز از طریق کسب رضایت شهروندان محقق می‌گردد. و رضایتمندی از خدمات و عمل به وظایف تعیین شده و مصرح مدیریت شهری نیز در نهایت موجب آفرینش رضایتمندی اجتماعی خواهد شد.



۲- پیشینه تحقیق

بررسی‌های به عمل آمده در زمینه پژوهش‌های سرمایه اجتماعی حاکی از آن است که قریب به اتفاق این تحقیقات بامحوریت عوامل تأثیرگذار بر اعتماد انجام شده است، بنابراین در این مبحث تلاش بر تبیین میزان تأثیر اعتماد اجتماعی به مدیریت شهری برآمده ایم.

از نخستین مطالعات در این زمینه می‌توان به مطالعات پوتنام (۲۰۰۱) اشاره کرد. که تفاوت‌های کارآمدی اداری و پاسخگویی آنها به نیازهای شهروندان میان دو بخش شمال و جنوب ایتالیا را مورد بررسی قرار داده است. تام رایس (۲۰۰۱) در مقاله‌ای با عنوان سرمایه اجتماعی و حکمرانی شهری، اثر سرمایه اجتماعی موجود در اجتماعات و درگیرشدگی مدنی افراد به عنوان سرمایه اجتماعی، مایه تشویق و وادار کردن حکومت به حکمروایی بهتر با پاسخگویی و کارآمدی بیشتر شده است.

۳- روش تحقیق

روش کلی تحقیق حاضر توصیفی-تحلیلی است. برای گردآوری اطلاعات از منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی استفاده شده است. در این تحقیق سعی شده است با استفاده از مفهوم و تعریف اعتماد و به طور خاص اعتماد اجتماعی و سایر موضوعات مرتبط با شهر و جامعه از قبیل؛ رضایت و سرمایه اجتماعی به تبیین مفهومی بقاء و ثبات سیاسی رسید.

۴- مبانی نظری تحقیق

۴-۱- مدیریت شهری

عبارت است از اداره امور شهر به منظور ارتقای مدیریت پایدار مناطق شهری در سطح محلی با در نظر داشتن و تبعیت از اهداف و سیاست های ملی، اقتصادی و اجتماعی کشور. مدیریت شهری عبارت است از یک سازمان گسترده متشکل از عناصر و اجزای رسمی و غیررسمی مؤثر و ذریب در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی و کالبدی حیات شهری با هدف اداره، کنترل و هدایت توسعه همه جانبه و پایدار شهر (حاجبانی، رضائی، فلاح زاده، ۱۳۹۱) شناخت، سازماندهی و تعیین جایگاه نهادها و سازمانهای مرتبط با توسعه شهر، از جمله مسائل مهم مدیریت شهری به شمار میرود.

منظور از مدیریت شهری در این مقاله نظامی است. متشکل از متولیان اداره امور شهر که در رأس آنها شهرداری تهران قرار دارد که فعالیتهای شهر را سازمان میدهد و به منظور انجام بهینه وظایف بر آنها نظارت دارد.

۴-۲- اعتماد

در فرهنگ فارسی معین اعتماد به معنی تکیه کردن بر، وا گذاشتن کاری به دیگری، سپردن چیزی به کسی و در معنی اسمی به معنی؛ وثوق و اطمینان تعریف گردیده است. اعتماد کلیدی اصلی برای روابط بین شخصی یا بین فردی در زمینه های مختلف است. اعتماد را می توان به اعتماد به فرد، اعتماد به گروه و اعتماد به سازمان تقسیم بندی نمود. این سه دسته اعتماد با یکدیگر رابطه تنگاتنگی دارند.

پاتنام در کتاب ((دموکراسی و سنت های مدنی)) اعتماد اجتماعی را بعنوان یکی از ابعاد سرمایه اجتماعی مورد بحث قرار می دهد. وی معتقد است که شایع ترین شکل سرمایه اجتماعی اعتماد است که تحت عنوان منابع اخلاقی شناخته می شود. به اعتقاد وی هرچه دونفر بیشتر به یکدیگر اعتماد کنند، اعتماد متقابلشان فزونی میابد. (دلفروز، ۱۳۸۰)

۴-۳- سرمایه سازمانی

در هر جامعه ای حداقل چهار خرده نظام؛ اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی وجود دارد که در هر یک از این حوزه ها کنشگران فردی و جمعی میتوانند با رعایت اصول و قواعد عمل جمعی مورد قبول در آن حوزه ها به چهار نوع سرمایه یعنی سرمایه اجتماعی، سرمایه اقتصادی، سرمایه فرهنگی و سرمایه سیاسی مورد نیاز هر جامعه دست یابند. هر نوع فعالیتی که خارج از چارچوب اصول و قواعد عام عمل جمعی هر حوزه در جهت دستیابی به منابع ارزشمند آن حوزه صورت گیرد، آسیب اجتماعی محسوب میشود. (عبداللهی، ۱۳۸۱)

سرمایه در معنای عام خود دلالت بر مجموعه دارایی ها، امکانات و منابع در اختیار دارد که در قالب و اشکال مختلف نمود پیدا میکند که مهمترین آنها عبارتند از (محمودی، غفاری، ۱۳۹۴)

سرمایه طبیعی: شامل داراییهای طبیعی و زیست محیطی در اختیار یک جامعه مانند آب، معادن، جنگل، خاک، سرزمین و جز آن است.

- سرمایه فیزیکی: شامل مجموعه ماشین آلات، کارخانه ها، سمزه ها، تجهیزات زیربنای ساختمان و جز آن که دست ساز بشر است.

- سرمایه انسانی: قابلیتها و توانمندیهای انسانی که مبتنی بر دانش، تخصص و مهارتهای انسانی است.

- سرمایه فرهنگی: ویژگیها و عادات حاصل شده از فرایند جامعه پذیری و خصیصه ارزشمند فرهنگی است که بیان کننده صلاحیت های اجتماعی و فرهنگی است.

- سرمایه اجتماعی: بر مجموعه روابط شبکه ها، تعاملات، وانجمنها دلالت دارد که به واسطه هنجارها و ارزشهای مشترک شکل میگیرد و موجب گرمی اجتماع میشود و واکنش متقابل اجتماعی را تسهیل میکند. سرمایه اجتماعی واژه ای است که در سالهای اخیر وارد حوزه علوم اجتماعی و اقتصادی شده و از این منظر دریچه ای تازه را در تحلیل و علت یابی مسائل اجتماعی و اقتصادی گشوده است. (بدیعیان، نجفی، عاشوری رودپشتی، ۱۳۹۱)

مفهوم سرمایه اجتماعی در بستر و خاستگاهش (غرب) بارها مورد بحث قرار گرفته و آثار متعددی در این زمینه منتشر شده است، اما در ایران، به خصوص در بستر مفاهیم اسلامی مفهومی نوپاست و جای خالی پژوهشهای جدی و علمی در این زمینه احساس میشود. بر این اساس، سرمایه اجتماعی متکی بر آموزه های اسلامی چهار سطح دارد که شامل سطح رفتاری و خرد، رفتاری و کلان، نگرشی و خرد، و نگرشی و کلان میشود. اگرچه سرمایه اجتماعی از مفاهیم جدید علم غربی است، با توجه به اینکه جوامع اسلامی نیز همبستگی منحصر به فردی داشته اند و به همین لحاظ نقش انکار نشدنی در گسترش تمدن اسلامی ایفا کرده اند، امکان دارد در دستورات اجتماعی اسلام نیز مؤلفه های سرمایه اجتماعی را جست و جو کرد.

۴-۴- رضایت

تعریف های زیادی از رضایتمندی در مبنای نظری پژوهش مطرح شده است. رضایتمندی مشتری به عنوان احساس و برداشت مشتری نسبت به یک محصول یا خدمت بعد از استفاده از آن تعریف میشود. محققان اخیر بر این باورند که رضایت مشتری نه تنها برانتظارات آنان تأکید نمی کند، بلکه توجه به نیازها به ویژه نیازهای اساسی مشتری مانند احترام و رفتار منصفانه نیز مربوط میشود، زیرا نیازها با انتظارات فرق دارد. انتظارات، آگاهانه، مشخص، کوتاه مدت و سطحی اند، در حالی که نیازها تا زمانی که فعال نشده اند، نا آگاهانه، کلی، عمیق و طولانی مدتند. بنابراین، رضایت مندی مشتری یعنی تأمین نیازها و خواسته های مشتری درست در همان زمان و با همان روشی که او میخواهد. به طور کلی، هم اعتقاد دارند که رضایتمندی حاصل قضاوت مشتری بعد از دریافت کالا و خدمات از سازمان است. (آذر، فرخ، جانانی، ۱۳۹۵)

توجه به رضایت مشتری برای هر سازمان تجاری و خدماتی به عنوان معیار عملکرد و موفقیت اجتناب ناپذیر است. همچنان، اهمیت بخش خدمات درکشورها موجب شده است در طی چند سال گذشته عرضه خدمات اثربخش به مشتری مورد توجه بیشتری قرارگیرد. بنابراین، سازمان هایی که به دنبال آینده ای روشن و خواهان استمرار فعالیت های خود هستند، چاره ای جز حفظ مشتریان ارزنده و جلب رضایت آنها ندارند. اهمیت این امر برای شرکتها و سازمان های خدماتی دوچندان خواهد بود. (چاوشینی، نقشبندی، ۱۳۹۳)

در حوزه مدیریت شهری نیز بعنوان سازمانی منسجم که بر پایه اصول و مبنای خدمت رسانی به شهر و شهروندان درحال انجام وظیفه است. هر میزان که مدیران شهری در بخش های عمرانی کالبدی، اجتماعی فرهنگی ویژگی های درون سازمانی بتوانند رضایت شهروندان را جلب کنند به همان میزان هم میتوانند اعتماد شهروندان را جلب نمایند. و بالعکس هرچقدر عملکرد نامطلوب تری داشته باشند، اعتماد شهروندان را به همان میزان از دست می دهند که این مسئله به نوعی ارتباط مستقیمی هم با بخش دیگر سرمایه اجتماعی که شامل مشارکت می شود، دارد. به عبارتی اعتماد پایین به مدیران شهری، مشارکت پایین را هم در پی خواهد داشت.

۴-۵- حکمروایی شهری

مدیریت شهر به عنوان زیر مجموعه ای از حکومت محلی تعریف شده و شهرداری خوانده میشود. بدیهی است که مشخصات و ساختار شهرداری در کشورها متفاوت است و هر جامعه ای با توجه به ساختار اقتصادی، اجتماعی و سیاسی خود تعریف یا تلقی خاصی از مدیریت شهری دارد. مهمترین هدف مدیریت شهری را میتوان در ارتقای شرایط کار و زندگی جمعیت ساکن در قالب افسار و گروه های مختلف اجتماعی و اقتصادی و حفاظت از حقوق شهروندان، تشویق به توسعه اقتصادی و اجتماعی پایدار و حفاظت از محیط، کالبدی دانست. یکی از جوانب مدیریت شهری که اخیراً در کشورها و جوامع غربی مورد توجه قرار گرفته است رویکرد حکمروایی خوب شهری میباشد. در واقع شهرها برای مدیریت و اداره خود راهی بجز زمینه سازی برای توسعه دموکراسی نیافته اند و در این راه به شکل تازه ای از حاکمیت دست یافته اند به نام حکمروایی خوب شهری. حکمروایی - خوب شهری بر پایه اصل شهروندمداری بر این نکته تأکید میکند که هیچ شهروندی نباید از دسترسی به الزامات شهری از جمله سرپناه مناسب، امنیت- شغلی، بهداشت و بهره مندی از محیط زیست مناسب محروم گردد (امان پور، لطیفی، ۱۳۹۵)

حکمرانی شهری از جمله مقولاتی است که با ارائه نقشی ویژه و در تمایز با حکومتهای ملی نقش بارزی در مدیریت شهری بازی میکند. حکمرانی شهری با اولویت دهی به فقرا، پیشرفت زنان، مشارکت اجتماعی و تعامل با نهادهای عمومی و خصوصی در عرصه های مختلف اجتماعی و مدیریت مؤثر در حوزه شهری از جمله مباحث ویژه در حوزه مدیریت شهری بوده و از سوی سازمان های مختلف مورد بحث، بررسی و توسعه قرار گرفته است. (کارگر سامانی، کردنائیج، حسینی خداداد، موسوی، شفاپی، ۱۳۹۴)

۵- یافته های تحقیق

۵-۱- اعتماد و اعتماد سازمانی

با بزرگتر، پیچیده تر و وسیع تر شدن جوامع و متنوع شدن نقشها، کارکرد روابط چهره به چهره و اعتماد فردی کمتر و اهمیت آنچه اندیشمندان سرمایه اجتماعی، اعتماد عام یا تعمیم یافته (یعنی اعتماد به گروههایی از افراد مانند زنها، جوانان، تهرانیها و غیره) و ((اعتماد نهادی)) (یعنی اعتماد به سازمان ها و نهادهای مختلف مانند پلیس، آموزش و پرورش غیره) می نامند بیشتر و مهمتر می شود.

بارزترین مولفه اعتماد نهادی اعتماد به حاکمیت در سطح کلان می باشد که در دو غالب رفتاری و نگرشی قابل بررسی و مطالعه می باشد. سطح رفتاری وکلان، تعامل صحیح حاکم و آداب آن است، مانند مشورت گرفتن و حفظ سنت های پسنیدیده گذشته، رعایت حریم خصوصی مردم، فرصت دادن به مردم برای مشارکت در امور اجتماعی، بسترسازی مشورت گرفتن و

دریافت نظرات مردم، شفافیت در انجام دادن کارها، عدالت و انصاف، حفظ سنتهای نیکوی گذشتگان و در سطح نگرشی و کلان نیز منظور نگاهی است که حاکم باید به مردم داشته باشد. آنها را برادر خود بداند یا دستکم در آفرینش مانند خود، رعایت حریم شخصی آنان را کند، مردم را ولی نعمت دانستن، نگاه خادمانه در رأس مسئولیتها، نگاه امانت مدارانه به پستها و سمتها(توکل) ،پوربه روزان، محمدیانی، ۱۳۹۵)

سطح رفتاری و کلان	رعایت حریم خصوصی مردم، فرصت دادن به مردم برای مشارکت در اموراجتماعی،بسترسازی مشورت گرفتن و دریافت نظرات مردم، شفافیت درانجام دادن کارها، عدالت و انصاف، حفظ سنت های نیکوی گذشتگان
سطح نگرشی و کلان	مردم را ولی نعمت دانستن، نگاه خادمانه در رأس مسئولیت ها، نگاه امانت مدارانه به پست ها و سمت ها

۵-۲- اعتماد و اعتماد اجتماعی

اعتماد اجتماعی شامل مجموعه ای از انتظارات، تعهدات اکتسابی و به لحاظ اجتماعی تایید شده می باشد که افراد نسبت به یکدیگر و نسبت به سازمان ها و نهاد های مربوط به زندگی اجتماعی شان دارند. (ابراهیمی، جانعلیزاده، رازقی، ۱۳۹۵)

اعتماد اجتماعی از عناصر مؤثر بر اعتماد عمومی به دولت ها یا همان اعتماد سیاسی می باشد. ارتباط تنگاتنگی از یک سو، بین اعتماد اجتماعی(اعتماد مردم به یکدیگر) و سیاسی (اعتماد به نخبگان خود) و از سوی دیگر بین تجارب سیاسی افراد و برداشت آنها از کارآمدی دولت وجود دارد. در این تعریف، عنصر مهم و کلیدی در تلقی و ادراک شهروندان از کارآمدی دستگاه های دولتی نهفته است و نه واقعیت مربوط به موفقیت ها و موقعیت های دولت. به این معنا که ممکن است دولتی از نظر آمار و ارقام و اطلاعات دستگاه های خود یا دیگران از کارآمدی در عرصه های مختلف برخوردار باشد ولی مردم چنین تلقی و برداشتی از آن نداشته باشند. (زاهدی، خانباشی، ۱۳۹۱)

۵-۳- اعتماد اجتماعی و اعتماد سیاسی

به عقیده زومتکا در طی دو دهه گذشته شاهد موج جدیدی از مباحث مربوط به اعتماد در مفاهیم علوم اجتماعی به ویژه جامعه شناسی هستیم. وی دلایلی را مطرح می کند که سبب گردید این موج جدید علاقه جامعه ساختی به اعتماد به وجود آید. به اعتقاد وی اعتماد بعد مهمی از فرهنگ مدنی است. فرهنگ مدنی احساس وسیع و گسترده ای از کفایت سیاسی و اعتماد متقابل شهروندان می باشد. به نظر وی اعتماد سیاسی بازتابی از وجود گسترده اعتماد در جامعه است و اعتماد اجتماعی به اعتماد سیاسی مربوط می گردد. به عبارتی دیگر، وجود اعتماد اجتماعی عمومی پیش شرط ضروری برای وجود یک نظام سیاسی پویا و زنده است. وی همچنین اعتماد را به عنوان یکی از جنبه های مهمی از جامعه مدنی در نظر می گیرد(غفاری، ۱۳۸۷)

اعتماد سیاسی به روابط بین مردم و حاکمیت نظر دارد. مردم برای رفع نیاز های خود خصوصاً برای تامین امنیت و آسایش به حاکمیت نیاز دارند و حکومت ها هم برای دوام و بقای خود و مشروعیت حکومتشان به مردم نیاز دارند. این رابطه بدون اعتماد متقابل مردم و حاکمیت امکان پذیر نیست.

۵-۴- اعتماد و سرمایه اجتماعی

هنجار اعتماد عنصر کلیدی در سرمایه اجتماعی به حساب می آید. در نظریه سرمایه اجتماعی نقش اعتماد را در کارکرد بهینه جامعه مدنی و تسهیل مجموعه ای از نتایج شامل مشارکت مدنی ودموکراسی کلیدی میبشاید. در یک نگاه وسیع و جامع در پیشینه مباحث مربوط به اعتماد سه نوع آن قابل تشخیص میبشاید. اعتماد به آشنایان که از آن به اعتماد خاص، اعتماد شخصی یا اعتماد اجتماعی به آشنایان نیز نام برده شده است. این نوع اعتماد معمولاً شبکه های اجتماعی و روابط پایدار دیده میشود.(نورانی آسیاب، شیری، علی محسنی، ۱۳۹۶)

مفهوم اعتماد، محور تعریف سرمایه اجتماعی است. اعتماد تحت تأثیر هنجار و ارتباط متقابل انسانی تولید میشود و روح سرمایه اجتماعی را تشکیل میدهد. اعتماد، مؤلفه و نتیجه سرمایه اجتماعی است. در واقع سرمایه اجتماعی به وسیله اعتماد شناخته میشود و رابطه دوسویه ای با آن دارد. از طرفی، اعتماد سرمایه اجتماعی را به وجود می آورد و از طرف دیگر، اگر در جامعه ای سرمایه اجتماعی به اندازه کافی وجود داشته باشد، اعتماد میان افراد تقویت میشود(توکل، عبدالله، پوربه روزان، علی، محمدیانی، دانیال، ۱۳۹۵)

۵-۵- سرمایه اجتماعی شهری

در نگاه ساختاری به مدیریت شهری، بحث و سؤال محوری این است که عناصر اصلی ساختار قدرت و مدیریت شهری کدامند، پایگاه اجتماعی این عناصر چیست و چگونه مشروعیت یافته اند، منافع کدام گروه های اجتماعی و اقتصادی را نمایندگی می کنند و نهایتاً اینکه در ساختار موجود چه کسی، چه چیز را، چه زمانی و چگونه به دست می آورد.

سرمایه اجتماعی شهری، سرمایه و موهبتی نامحسوس شناخته میشود که بیش از آنکه به فرد تعلق داشته باشد، متعلق به جامعه است و نداشتن توانایی یک فرد یا حتی گروهی از جامعه را میتوانند جبران کنند. برای سنجش سرمایه اجتماعی شهری از سه سازه استفاده خواهد شد که عبارتند از: ۱- اعتماد اجتماعی، ۲- انسجام اجتماعی، ۳- مشارکت اجتماعی (پوراحمد، بابایی، رفیع، ۱۳۹۷)

۵-۶- رضایتمندی اجتماعی

لوتیس کریزبرگ در کتاب خود با عنوان جامعه شناسی تضادهای اجتماعی با استفاده از نظریه های متعدد، سه منشأ اساسی را برای نارضایتی تعیین می کند. این سه منشأ اگر چه از منظر و دیدگاه های متعدد موضوع نارضایتی را بررسی کرده اند، اما اجمالاً بر این نکته وفا دارند که منشأ نارضایتی را که مخرب مشارکت افراد است، باید در نابرابری ها و ارزیابی ناشی از آن جستجو کرد. این سه نگرش متفاوت را می توان به شرح زیر دسته بندی کرد: اولی نگرش بر اهمیت محرومیت به طور مطلق در افراد و میزان آن تأکید مینماید. نگرش دوم بر سطوح ناسازگاری میان موقعیت های متفاوتی که افراد در زندگی اجتماعی خود با آن مواجه هستند تأکید دارد و نگرش سوم به تغییراتی که در طول زمان در آن چه مردم دارند و آن چه تصور می کنند باید داشته باشند، اشاره دارد. (سیکتگین ریزی، همکاران، ۱۳۹۵) که هدف این نوشتار رضایت و یا عدم رضایت بر اساس نگرش سوم می باشد. به عبارت دیگر؛ نارضایتی از عدم پذیرش آن چه مردم دارند و یا فزونی در آن چه انتظار دارند داشته باشند، ناشی می شود. عدم رضایت زمانی آغاز می شود که مردم در آن چه احساس می کنند باید و یا می توانند داشته باشند، نوعی افت را مشاهده کنند. این شکاف و یا اختلال، پایه های اساسی خشم و نارضایتی است. (صفائی پور، حسینی، قیصری، ۱۳۹۴)

خدمات عمومی یکی از ابعاد زندگی شهروندان است که سطح کیفی آن سطح رضایتمندی را تعیین می کند. در محیط شهری، کیفیت خدمات و سهولت دسترسی به خدمات از متغیرهای تعیین کننده رضایتمندی است. اما بار معنایی کیفیت خدمات عمومی با رضایتمندی متفاوت است. کیفیت خدمات دارای مفهوم عینی، سنجشی و شناختی است، کیفیت خدمات به شکل، اندازه و نحوه دسترسی سنجیده می شود. درحالی که رضایت عنصری ذهنی مبتنی بر احساسات و انفعالی است.

۵-۷- توسعه پایدار اجتماعی و مشارکت سیاسی در پرتو سرمایه اجتماعی

شکلی از توسعه امروزی که توان توسعه مداوم شهرها وجوامع شهری نسل های آینده را تضمین کند، از نظر کالبدی، توسعه پایدار یعنی، تغییراتی که در کاربری زمین و سطوح تراکم برای رفع نیازهای ساکنان شهر در زمینه مسکن، حمل و نقل، اوقات فراغت و غذا به عمل می آید تا در طول زمان شهر را از نظر زیست قابل سکونت و زندگی، از نظر اقتصادی با دوام و از نظر اجتماعی همبسته نگه دارد (پوراحمد، بابایی، رفیع، ۱۳۹۷) در دیدگاه های سنتی مدیریت توسعه، سرمایه های اقتصادی، فیزیکی و نیروی انسانی مهمترین نقش را در جامعه ایفا میکنند. اما در عصر حاضر برای توسعه، بیشتر از آنچه به سرمایه اقتصادی، فیزیکی و انسانی نیازمند باشد، به سرمایه اجتماعی نیاز است، زیرا در جامعه بدون سرمایه اجتماعی، از دیگر سرمایه ها هم به طور بهینه استفاده نخواهد شد.

ساموئل هانتینگتون و جان نلسون در کتاب مشترک خود این تعریف را ارائه میدهند که: مشارکت سیاسی کوشش های شهروندان غیر دولتی برای تأثیر بر سیاستهای عمومی است. همچنین میل برات از مشارکت سیاسی اینگونه تعریف میکند که مشارکت سیاسی رفتاری است که اثر میگذارد و یا قصد تأثیرگذاری بر نتایج حکومتی را دارد.

نتیجه گیری

از آنجایی که در نهادهای عمومی و بوروکراسی های دولتی از جمله مدیریت شهری که یکی از شاخصه های مهم و نماینده نظام سیاسی کشورها و برخاسته از آن به شمار می روند، اصل بر این است که به هر میزان این نهادها در جلب رضایت و به تبع آن کسب اطمینان مردم توفیق بیشتری به دست آورند. سطح اعتماد اجتماعی و متناسب با آن سطح سرمایه اجتماعی به نظام سیاسی به عنوان پشتوانه و مبنای جهت گیری ها و فعالیت های نظام حاکمیت و اداری نیز افزایش خواهد یافت. این موضوع تداعی کننده بحث قدیمی رابطه سیاست و اداره کشور و سرزمین است و به خوبی می توان نحوه تأثیرگذاری بوروکراسی ها بر حوزه سیاسی را در قالب مدل مذکور نشان داد.

در این ارتباط مدیریت شهری و در وجه بارز آن شهرداری نیز به عنوان یکی از بازوان اجرایی و تأثیرگذار مدیریت شهری که بیشترین سطح تماس و تعامل را با جامعه دارد. می تواند نقشی موثر در تولید و افزایش سرمایه اجتماعی به واسطه افزایش سطح رضایتمندی در جامعه شهری و به تبع آن آفرینش اعتماد عمومی ایفا نماید. عبارتی دیگر مدیریت شهری و شهرداری می توانند نوع رفتار حاکمیت و توجه به منافع عام توسط عوامل حاکمیت را با توجه به نقش خدماتی و سرویس رسان که در جامعه دارند را به مردم معرفی نموده و بدینوسیله بازخوردهای متناسب با آن را در رفتار سیاسی و اجتماعی مردم ملاحظه کرد.

لذا؛ می توان با نحوه عمل درست، دقیق و کامل به تعهدات و وظایف تعیین شده و جلب رضایت قاطبه جامعه نقش اساسی و تأثیر گذار بر اذهان و تصمیمات مردم داشت. بر این اساس می توان گفت که در جامعه ای که دارای عناصری مانند؛ پاسخگویی، عمل به وظایف، انسجام اجتماعی، دلبستگی ملی، تعهد و رضایتمندی باشد، از قابلیت اثرگذاری بیشتری برخوردار است و اقتدار سیاسی آن افزون تر از کشورهای دیگر است. هر چقدر سرمایه های اجتماعی و به تبع آن انسجام ملی یک جامعه، یا گروه، بیشتر باشد، آن جامعه و گروه از توان بیشتری برخوردار است و بیشتر قادر است نتایج بهینه تری کسب کند و در مقابل تهدیدات داخلی و خارجی واکنش کارآمدتری نشان دهد. بنابراین از آنجایی که سرمایه اجتماعی نقشی بسیار مهم در افزایش اعتماد و وفاداری ملی به دولت و به تبع آن افزایش مشروعیت سیاسی دارد، می تواند به عنوان یکی از مؤلفه های اساسی افزایش اقتدار سیاسی و اجتماعی حاکمیت مورد توجه قرارگیرد.

به اعتقاد دهنارت (۲۰۰۲) "هیچ چیز نه خطاهای قضاوت، نه عدم کارایی، نه ضایعات، نه مالیات های سنگین، نه وجود مقررات بیش از حد و نه حتی شکست در جنگ دولت ها را از ریشه نمی لرزاند مگر وجود این باور که عامه مردم تصور کنند که حاکمان و مدیران دولتی به جای توجه به منفعت موکلان و عامه مردم به منفعت شخصی خویش می اندیشند". (زاهدی، خانباشی، ۱۳۹۱)

مراجع

- صالحی، رضا، نعمتی، مرتضی، امان پور، سعید. (۱۳۹۳)، بررسی ساز و کار تأثیرگذاری شاخصهای سرمایه اجتماعی در حکمروایی مطلوب شهری، تهران: مجله علمی - پژوهشی برنامه ریزی فضایی (جغرافیا)، سال چهارم، شماره اول، ص: ۱-۲۴
- حاجیان ابراهیم، رضائی علی اکبر، فلاح زاده میرزا عبدالرسول (۱۳۹۱)، اعتماد اجتماعی به مدیریت شهری و عوامل مؤثر بر آن، تهران: فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی، دوره اول، شماره ۲، ۱۳۹۱ ص: ۹۵-۹۰
- پوتنام، رابرت، لئوناردی، روبرت، ناتنی، رافائلا (۲۰۰۱)، دمکراسی و سنت های مدنی: تجربه ایتالیا و درس هایی برای کشورهای در حال گذار، ترجمه: محمد تقی دلفروز (۱۳۸۰)، تهران: انتشارات روزنامه سلام
- رایس، (۲۰۰۱)، سرمایه اجتماعی و حکمروایی شهری، ترجمه: غضنفر اکبری، سرمایه اجتماعی و حکمروایی شهری (۱۳۸۷)، تهران: فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۸۳، ص ۱۲۲
- م. عبداللهی (۱۳۸۱)، آسیبهای اجتماعی و روند تحول آن در ایران. مقالات اولین همایش ملی آسیبهای اجتماعی در ایران، تهران: انتشارات انجمن جامعه شناسی ایران، جلد یکم. ص ۱۵-۵۱
- محمودی، سمیرا، غفاری، غلامرضا. (۱۳۹۴). تبیین اثرات انواع سرمایه‌های توسعه‌ای بر سرمایه اجتماعی (مورد: روستاهای استان خراسان رضوی) تهران: فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۴، شماره ۴، ص: ۷۸
- بدیعیان، راضیه، نجفی، محمد، عاشوری رودپشتی، رخسار (۱۳۹۱)، توسعه سرمایه اجتماعی بر اساس آموزه های قرآنی. تهران: فصلنامه بصیرت و تربیت اسلامی، سال ۹، شماره ۲۳، ص: ۱۰۵
- آذر، عادل، فرخ، محتبی، جانانی، حمید. (۱۳۹۵). بررسی رابطه علی عدالت سازمانی با رضایت مشتری از طریق نقش میانجی سرمایه اجتماعی در بانکهای تجاری، تهران: مجله مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۳، شماره ۱
- چاوشینی، رسول، نقشبندی، ماریا (۱۳۹۳)، بررسی رابط عدالت سازمانی و سرمایه اجتماعی، کارکنان در شرکت و توزیع بر استان کردستان. تهران: فصلنامه مدیریت سازمان اجتماعی، دوره ۱ شماره ۲
- امان پور، سعید، لطیفی، امید (۱۳۹۵)، اثرات حکمرانی خوب شهری و اعتماد اجتماعی در بهبود کیفیت بافت های فرسوده شهری، تهران: فصلنامه مطالعات مدیریت شهری سال هشتم، شماره بیستم و هشتم، ص: ۱۴-۳۰
- کارگر سامانی، امین، کردنائیچ، اسدالله، حسینی خداداد، سید حمید، موسوی، شفایی، سید مسعود (۱۳۹۴)، سنجش حکمرانی خوب شهری برای شهرهای جهانی، تهران: پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۱۹، شماره ۱، ص: ۱۴۶-۱۶۷
- توکلی، عبدالله، پوربه روزان، علی، محمدیانی دانیال (۱۳۹۵)، اعتماد رکن اصلی سرمایه اجتماعی: طراحی الگویی مبتنی بر تعالیم اسلامی (مورد مطالعه: کتاب شریف میزان الحکمه)، تهران: مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۳، شماره ۴،
- زاهدی شمس السادات، خانباشی محمد ۱۳۹۱، چارچوبی نظام مند برای تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر اعتماد سیاسی در ایران، تهران: فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال بیست و دوم، شماره ۶۸، ص: ۳۳-۶۵
- ابراهیمی، قربانعلی، جانعلیزاده، حیدر، رازقی، هادی (۱۳۹۵)، بررسی تاثیر سرمایه فرهنگی بر اعتماد اجتماعی، (بررسی موردی شهروندان ۱۸ سال و بالاتر شهر تهران) تهران: فصلنامه مطالعات جامعه شناختی جوانان، سال ششم، شماره بیست و یکم
- زموثکا، پیوتر، اعتماد، نظریه جامعه شناختی، ترجمه: غلامرضا غفاری (۱۳۸۷)، تهران: انتشارات شیرازه، تهران، چاپ دوم
- نورانی آسیاب، زهرا، شیرینی طهمورث، علی محسنی رضا (۱۳۹۶)، بررسی آثار شبکه های اجتماعی بر مشارکت شهروندان تهرانی با مداخله سرمایه فرهنگی و اعتماد اجتماعی، تهران: فصلنامه مطالعات میان فرهنگی، سال دوازدهم، شماره ۳۲
- پوراحمد، احمد، بابایی، حمیدرضا، رفیع، ابوالفضل. ۱۳۹۷، تبیین نقش مدیریت محله ای بر پایداری اجتماعی شهر تهران از طریق سرمایه های اجتماعی ارتباط دهنده شهری، تهران: فصلنامه مطالعات شهرداری اسلامی، سال هشتم، شماره سی و یکم
- سبکتگین ریزی، قربانعلی، روهنده، مجید، بساطیان، سید محمد، جعفری، احمد (۱۳۹۵)، رضایتمندی و مشارکت سیاسی- اجتماعی (مطالعه موردی: شهروندان شهر کرج)، تهران: ماهنامه جامعه شناسی کاربردی، سال بیست و هفتم، شماره ۶۳، شماره سوم، ص: ۹۷-۱۱۶
- صفائی پور مسعود، حسینی نبی ا...، قیصری نرگس (۱۳۹۴)، سنجش رابطه میان رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری و شاخص های پایداری محیط زیست شهری، مطالعه موردی: شهر دزفول، تهران: فصلنامه پژوهش های بومشناسی شهری، سال ششم، شماره ۱، ص: ۲۴-۴۰

ارزیابی تأثیر اتوماسیون اداری بر بهره‌وری و سطح عملکرد و کارایی کارکنان (مطالعه موردی: شهرداری دوگنبدان)

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۸/۱۵

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۹/۱۵

کد مقاله: ۸۵۰۰۳

داود حبیبی^۱، سید حسین کاظمی^۲، سید هدایت محمدی^۳،
سید جمشید افتخاری یوسف آباد^۴، افسانه کسالایی^۵

چکیده

اتوماسیون اداری موضوعی است که اخیراً در حوزه فناوری اطلاعات مورد توجه زیادی قرار گرفته است. با توجه به این که اتوماسیون اداری، بهترین ابزار برای رسیدن به راهکارهای مفید، جهت صرفه جویی در زمان و استفاده بهینه از امکانات موجود در سازمان می باشد. از همین رو است که راه حل های مکانیزه به گردش مکاتبات سازمان سرعت بخشیده و همچنین مدیریت بر گردش کارها را میسر می سازد. در این فرآیند، مکاتبات کاغذی، صرفه جویی و استفاده بهینه از زمان و افزایش بهره وری عملی می گردد. این پژوهش به منظور بررسی تأثیر اتوماسیون اداری بر بهره وری و سطح عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان کلید خورده است. پژوهش پیش رو، از نظر هدف کاربردی و از دید روش، در دسته پژوهش های توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری آن، ۴۷۰ نفر کارکنان شهرداری دوگنبدان هستند که برای جمع آوری داده ها، تعداد ۱۹۶ پرسشنامه میان نمونه آماری توزیع گردید که این نمونه گیری به روش نمونه برداری احتمالی نامحدود صورت گرفته است. داده های لازم با سه پرسشنامه ۱۵ سوالی اتوماسیون اداری، ۳۱ سوالی بهره وری و ۱۵ سوالی عملکرد کارکنان گردآوری شدند. بررسی فرضیات پژوهش با استفاده از آزمون t با نمونه های مستقل و با به کارگیری نرم افزار SPSS انجام شد. نتایج حاصله نشان داد که اتوماسیون اداری بر بهره وری و عملکرد کارکنان تأثیر دارد. همچنین تأثیر ۴ مولفه اتوماسیون اداری (بکارگیری سیستم های پشتیبانی اداری، بکارگیری سیستم های ارتباطات از راه دور، بکارگیری سیستم های جابجایی اسناد و بکارگیری سیستم های مدیریتی اسناد) بر بهره وری و عملکرد کارکنان نیز تأیید شد.

واژگان کلیدی: اتوماسیون اداری، بهره وری، عملکرد و کارایی، شهرداری دوگنبدان

- ۱- پژوهشگر دکتری شهرسازی، مدیرعامل سازمان مدیریت حمل و نقل شهرداری دوگنبدان. (نویسنده مسئول).
- ۲- کارشناس ارشد برنامه ریزی شهری، مدیرکل دفتر امور شهری و شوراهای استانداری کهگیلویه و بویراحمد.
- ۳- کارشناس ارشد کامپیوتر، رئیس اداره منابع انسانی شهرداری دوگنبدان.
- ۴- کارشناس ارشد مدیریت دولتی، کارشناس اداری و استخدامی شهرداری های استان کهگیلویه و بویراحمد.
- ۵- کارشناس مدیریت بازرگانی، مسئول سامانه ۱۳۷ شهرداری یاسوج.

سازمانهای موجود در هر جامعه با استفاده از منابع محدودی که در اختیار دارند، به گونه ای به رفع نیازهای فردی و گروهی افراد جامعه می پردازند و از آنجا که منابع تولید همواره با یک ویژگی یعنی کمیابی مواجه هستند، اغلب اصلی ترین هدف سازمانها استفاده بهینه از عوامل تولید و رسیدن به اثربخشی است. این عوامل شامل زمین، سرمایه، نیروی انسانی، فناوری و مدیریت است. در این بین نیروی انسانی ارزشمندترین دارایی سازمانهای و از حساسی برخوردار است. عملکرد انسان در درون سازمان انعکاسی از دانش، مهارت و ارزشهای او است. به همین منظور شناخت عوامل مؤثر بر عملکرد کارکنان یکی از اهداف بهسازی نیروی انسانی در مدیریت بخش های دولتی است که برای سنجش دانش، توانایی، انگیزش، رفتار شغلی و عملکردی کارکنان پایه ریزی می شود. امروزه محیط های کسب و کار با چالش های گوناگونی از قبیل: گسترده تر شدن تعاملات درونی و بیرونی سازمان، نیاز به ارتباط بیشتر واحدهای سازمانی و ضرورت نظارت مستمر بر پیشرفت کارها مواجه اند و مدیران سازمان ها نیاز دارند که با توجه به توانایی و محدودیت های بودجه ای خود، با سرعت و دقت بیشتری، روند انجام امور را نظارت و پی گیری نمایند. در سال های اخیر، پیشرفت فناوری اطلاعات و ارتباطات و شاخه های وابسته به آن، راه حل های مختلفی را از این جنبه فرا روی محیط های کسب و کار قرار داده است. در این میان سیستم های اطلاعاتی مدیریت به عنوان یکی از ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات از مهم ترین و کاراترین راه حل ها برای تسهیل، کنترل و نظارت بر گردش اطلاعات در سازمان ها است و یکی از پرکاربردترین انواع سیستم های اطلاعاتی در زمینه گردش اطلاعات در سازمان، سیستم های اتوماسیون اداری می باشند. در این سیستم ها گردش اطلاعات مکتوب و مکاتبات اداری در سازمان، مورد توجه قرار می گیرند و به طور معمول دارای ابزارهای ارتباطی متعددی جهت ارسال و دریافت نامه ها و مکاتبات، ارسال و دریافت دستورات اداری، پیام های شخصی و فوری و ارسال و دریافت نامه های الکترونیکی داخل و خارج سازمان است (آهنگرپور، ۱۳۹۰). از سوی دیگر به کارگیری وسیع رایانه در انجام کار اداری و همچنین در نظر گرفتن پیشرفت های عمده حاصله در زمینه اتوماسیون اداری، به عنوان کاربردی از فناوری اطلاعات و ارتباطات و نیز توجه به نقش و اثر این دو در کاهش ضریب اتلاف وقت، انرژی و هزینه های انجام امور، همراه با افزایش میزان دقت و صحت عملیات و جدید بودن چنین تحولاتی در سازمان های کشور، تلاش و اهتمام جدی را در خصوص بررسی و پرداختن به اثرات این نوع فناوری ها در سطح خرد (سازمان ها) و کلان (جامعه) می طلبد. چرا که عدم توفیق در ایجاد، پیاده سازی و بهره برداری مناسب از چنین سیستم هایی، بدون مطالعه نقش و اثرات پیاده سازی آن، تنها هزینه هنگفتی جهت ایجاد آن ها بر دوش سازمان ها قرار خواهد داد. بنابراین بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات بویژه اتوماسیون اداری در سازمان ها، هنگامی مفید خواهد بود که با افزایش بهره وری، عملکرد کارکنان و رفتارهای شهروندی سازمانی همراه باشد. استفاده از سیستم اتوماسیون اداری علاوه بر این که باعث افزایش محصول یا بازده و صرفه جویی در وقت و یا نیروی کار می شود باعث کنترل بهتر بر کار، سازماندهی بهتر پرسنل، نیاز کمتر به تشریفات و کنترل برای نظارت بر جریان کار بین ادارات، افزایش اثربخشی کارکنان و افزایش رضایت شغلی آنها و ارائه بهتر و به موقع اطلاعات و خدمات می گردد (Gholami R, Moshiri S, 2004). بررسیها نشان داده است بین سرمایه گذاری و فناوری اطلاعات با سیستم های اتوماسیون اداری و بازده مؤسسات و بهره وری نیروی انسانی ارتباط دوسویه مثبتی وجود دارد. فناوری اطلاعات منجر به افزایش توانایی سازمانها و در نتیجه، افزایش تنوع محصولات و بهبود کیفیت و جلب رضایت مشتری می گردد (Mahmoodzadeh M, Asadi F, 2007).

۲- بیان مسئله

سازمان های نوین در محیط رقابتی پیچیده ای قرار گرفته اند که ناشی از تغییرات محیطی سازمان و فناوری است. این عوامل، محیطی کاملاً رقابتی در کسب و کار به وجود آورده اند که مشتری در محور آن قرار دارد. تغییرات محیطی آن چنان سریع و غیر قابل پیش بینی است که کوچکترین غفلت از آن ها می تواند سازمان را از یک برتری رقابتی محروم و سازمان های دیگر را با فرصت های خاص مواجه کند. با توجه به این موضوع، امروزه سازمان ها به مدد استفاده از پیشرفت های شگرفی که در زمینه تکنولوژی اطلاعات اتفاق افتاده و با به کارگیری صحیح و اصولی آن ها و ایجاد تغییرات لازم جهت پیاده سازی این سیستم ها توانسته اند به بهره وری بالاتری دست یابند. از جمله این سیستم ها، سیستم های اتوماسیون اداری می باشد که نقش مهمی در افزایش بهره وری سازمان دارد (صرافی زاده، ۱۳۸۳). منظور از به کارگرفتن سیستم های اتوماسیون اداری، تسریع در اجرای امور، بهبود ارائه خدمت به مردم با حداکثر نظم و دقت و افزایش کیفیت تصمیم گیری در سطوح مختلف و ارائه خدمات غیر حضوری، هم چنین کاهش هزینه ها، افزایش کارایی و اثربخشی در بخش های مختلف و ایجاد گردش سریع و صحیح اطلاعات می باشد (آهنگرپور، ۱۳۸۷). اتوماسیون اداری که هدیه صنعت فناوری اطلاعات به بوروکراسی اداری است، ایده ای نوین است که عمر آن در ایران به بیش از یک دهه نمی رسد. اتوماسیون اداری محدود به یک نرم افزار کامپیوتری برای ثبت نامه ها و چرخش آن ها در یک سازمان نمی باشد بلکه یک نوع تفکر مبتنی بر فناوری جدید است که به مدیران و کارمندان اجازه می دهد بیشتر با دنیای

کامپیوتر و فناوری اطلاعات آشنا گردند (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۰). استفاده از این ابزارها علاوه بر افزایش سرعت و دقت، در تخصص امور موثر بوده و کارایی کارکنان را به نحو چشمگیری بالا می برد و امکانات صحیحی را در اختیار مدیران و متصدیان قرار می دهد تا هنگام نیاز بتوانند به راحتی به اطلاعات صحیح و بهنگام دست یابند و به هر طریق که مایلند اطلاعات را جابه جا، ترمیم، ترکیب و به راحتی تجزیه و تحلیل کنند و گزارش های تهیه شده را چاپ و یا از طریق شبکه در اختیار برنامه ریزان و مدیران قرار دهند. استفاده از این گزارش ها که بر اساس اطلاعات واقعی و صحیح تهیه شده است، مدیران را قادر می سازد ضمن ارزیابی عملکرد واحدهای تحت مدیریت خود، بسیاری از مشکلات و نارسایی ها را شناسایی و با آگاهی کامل از نقاط ضعف و قوت، تصمیمات مناسبی اتخاذ کنند و نظارت بیشتری بر اجرای برنامه ها داشته باشند (شیری، ۱۳۸۵). بحث اتوماسیون روز به روز اهمیت بیشتری می یابد چنانچه امروز سازمان هایی می توانند در اغلب اوقات، خود را در بالاترین میزان آمادگی برای مقابله با تجهیزات محیطی و داخلی ببینند که از درجه بالایی از اتوماسیون سود برده باشند. سازمان تاثیر دارد. نیز به منظور بهینه سازی سیستم ها و روشهای عملیات اجرایی و به منظور ارتقای سطح بهره وری و دستیابی به نظامی کارآمدتر و سرعت بخشیدن به ارائه خدمات به دانش آموختگان اقدام به مکانیزه نمودن سیستم های خود نمود. لذا با توجه به اهمیت موضوع پژوهشگر قصد دارد تا در پژوهش حاضر به بررسی تاثیر اتوماسیون اداری بر بهره وری و عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان بپردازد.

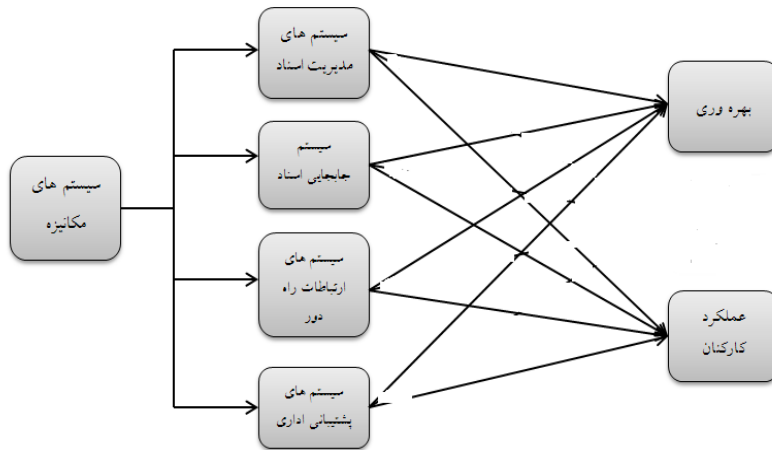
۳- اهمیت و ضرورت انجام پژوهش

در مباحث مختلف، مشکلات عدیده ای برای روش های سنتی و دستی در مکاتبات اداری برشمرده اند که از جمله، می توان به کندی گردش مکاتبات، نبود کیفیت در ثبت، نگهداری و بازیابی سوابق مکاتبات، نبود ساز و کار پاسخگویی مناسب به مراجعان و نبود ساز و کاری سازمند جهت پیگیری موثر مکاتبات، نبود گزارش های مدیریتی از وضعیت مکاتبات، نبود بایگانی ماشینی و آرشیو مناسب مکاتبات و ... اشاره کرد (امامی، ۱۳۸۴). مسائل و مشکلاتی که عنوان شد، از جمله عواملی محسوب می شود که ضرورت بکارگیری اتوماسیون و توجه به این مهم را بیان می کند؛ از طرفی به علت گستردگی و پیچیدگی موجود در سامانه ها، مدیران و متخصصان اطلاعاتی، به نظام های اطلاعاتی روی آورده اند که به کمک ابزارهای رایانه ای و فناوری اطلاعات، به گردآوری اطلاعات و پردازش سامانه ها می پردازند. درباره اهمیت کاربردی این مسئله یعنی اتوماسیون اداری می توان به مصوبه شورای عالی اداری در نود و سومین جلسه آن اشاره کرد که در آن به پیشنهاد سازمان مدیریت و برنامه ریزی جهت تحقق اهداف برنامه سوم توسعه و به منظور دستیابی به اطلاعات دقیق و به هنگام در بخش های مختلف، بهبود امور، افزایش کیفیت تصمیم گیری کاهش هزینه ها و افزایش کارایی به دستگاه های اجرایی در مورد استفاده از سیستم های مکانیزه اداری و تکنولوژی های پیشرفته دستورهای لازم داده شده است (شریف زاده، ۱۳۹۱).

اهمیت این پژوهش در این است که به بررسی بهره وری اجرای اتوماسیون در شهرداری دوگنبدان و از همین جا ضرورت آن مشخص می شود زیرا کشور ما از جمله کشورهایی است که اغلب مصرف کننده تکنولوژی های ساخت دیگر کشورهای صاحب تکنولوژی می باشد. به عبارتی، تکنولوژی دیگر کشورها بالاخص در زمینه فناوری اطلاعات وارد کشور شده و سعی در پیاده سازی آن در زمینه های مختلف می شود. بدون آنکه واقعا بدانیم آیا این تکنولوژی تاثیر مطلوب و مورد نظر را در اداره و یا زمینه مورد نظر دارد یا خیر؟ هدف اصلی این پژوهش تعیین تاثیر اتوماسیون اداری بر بهره وری و سطح عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان می باشد.

۴- مدل مفهومی پژوهش

در پژوهش حاضر تاثیر اتوماسیون اداری بر بهره وری، رفتار کارکنان سازمانی و عملکرد کارکنان طبق مدل مفهومی زیر مورد بررسی قرار می گیرد.



شکل ۱- مدل مفهومی عملکرد سازمانی و بهره وری

۵- فرضیات پژوهش

۱-۱- فرضیه اصلی

اتوماسیون اداری بر بهره وری، رفتار کارکنان سازمانی و عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان دارد.

۲-۲- فرضیات فرعی

۱. بکارگیری سیستم های پشتیبانی اداری بر بهره وری کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.
۲. بکارگیری سیستم های ارتباطات از راه دور بر بهره وری کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.
۳. بکارگیری سیستم های جایگزینی اسناد بر بهره وری کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.
۴. بکارگیری سیستم های مدیریتی اسناد بر بهره وری کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.
۵. بکارگیری سیستم های پشتیبانی اداری بر عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.
۶. بکارگیری سیستم های ارتباطات از راه دور بر عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.
۷. بکارگیری سیستم های جایگزینی اسناد بر عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.
۸. بکارگیری سیستم های مدیریتی اسناد بر عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.

۶- مبانی نظری پژوهش

اتوماسیون اداری^۱: اتوماسیون اداری، مشتمل بر تمام سیستم های الکترونیک رسمی و غیر رسمی بوده که به برقراری ارتباط اطلاعات بین اشخاص در داخل و خارج موسسه و بالعکس مربوط می شود. کلمه اصلی که اتوماسیون اداری را از داده پردازی، سیستم اطلاعات مدیریت و سیستم پشتیبانی تصمیم متمایز می سازد ارتباطات است. اتوماسیون اداری به منظور تسهیل انواع ارتباطات به هر دو صورت شفاهی و کتبی است (حبیبی، ۱۳۸۳).

بهره وری^۲: واژه بهره وری در لغت مترادف بازدهی، کارایی، توانمندی، مهارت و سودمندی است و هدف اصلی آن نیل به حداکثر بازدهی با در نظر گرفتن تمامی عوامل موجود در فعالیت های تولیدی یا خدماتی به شمار می رود (بردبار و کنجکاو منفرد، ۱۳۹۰).

عملکرد^۳: عملکرد عبارت است از مجموع رفتارهایی که افراد در ارتباط با شغل از خود نشان می دهند (لندران اصفهانی و همکاران، ۱۳۸۴).

- 1 . Office Automation
2. Productivity
- 3 . Performance

۶-۱- سیستم های اتوماسیون اداری (OAS)

بسیاری عقیده دارند که سیستم و چارچوبی به نام اتوماسیون اداری وجود ندارد، بلکه ترکیبی از وسایل و تجهیزات گوناگون برای تسهیل در امور مرتبط با فعالیت های اداری را اتوماسیون اداری می نامند. با توجه به ساده ترین تعریف فوق می توان به این مسئله نیز اشاره کرد که تعریف بالا یک بیان جامع از اتوماسیون اداری می باشد. اتوماسیون اداری شامل مجموعه از سیستم ها و تکنولوژی هایی می باشد که به کارکنان در انجام دادن وظایفشان در یک محیط تجاری کمک می کند. با این بیان می توان استفاده کنندگان از تکنولوژی ها و سیستم های اتوماسیون اداری را به صورت زیر طبقه بندی نمود (این طبقه بندی به واقع طبقه بندی کارکنان اداری نیز می باشد). مجریان (مدیران اجرایی)، مدیران، حرفه ای ها، تکنسین ها، منشی ها و کارمندان دفتری و دبیرخانه با توجه به با توجه به گستردگی کاربران اتوماسیون اداری، باید به نوعی محیط را با تجهیزات و ابزار مورد نیاز برای هر یک از طبقات فوق مهیا ساخت که در حقیقت تکنولوژی اداری برای طبقه های فوق تجهیزات زیر را آماده نموده است. کامپیوترها، چاپگرها، اسکنرها، دستگاه های کپی، دستگاه های دورنگار (فکس) و نقشه کش ها، پست الکترونیکی و سیستم های پست صوتی و تصویری استفاده از این سیستم ها و تکنولوژی ها، فعالیت های اداری ذیل را پشتیبانی می کنند. داده پردازی، واژه پردازی، بایگانی الکترونیک، نمایش گرافیکی، چاپ های رومیزی انواع و اقسام محاسبات، کشیدن نقشه و بایگانی (مشایخی و همکاران، ۱۳۸۴).

۶-۲- بهره وری

مهم ترین و در واقع بی نظیرترین کمک و حسن تاثیر مدیریت در قرن بیستم، پنجاه برابر شدن «بهره وری کارکنان یدی»^۱ در تولید صنعتی بوده است؛ به همین ترتیب مهم ترین سهم و نقشی را که باید مدیریت در قرن بیست و یکم ایفا کند، افزایش دادن بهره وری کارکنان علمی و کارهای علمی است. ارزشمندترین دارایی یک نهاد در قرن ۲۱ اعم از تجاری و غیرتجاری، کارکنان علمی آن و بهره وری آن کارکنان خواهد بود (دراکر، ۱۳۷۸).

از آنجا که خود انسان مولد و مصرف کننده فن شناسی است، درک این نکته مشکل نخواهد بود زیرا که نیروی انسانی، مهم ترین عامل توسعه اقتصادی-صنعتی به شمار می رود. حالا این سوال مطرح می شود که چرا اصولاً نقش عمده و محوری را در ارتقاء بهره وری برای انسان قائل شده اند. علت این امر این است که تنها انسان می تواند کمیت و کیفیت کار خود را ارتقاء دهد، طرح های جدید ارائه دهد، با خلاقیت خود مشکلات را از پیش روی بردارد، بر نیروی کار خود بیفزاید و راه های کاهش هزینه را بیابد. بنابراین در حقیقت می توان گفت: انسان تنها عاملی است که می تواند تغییراتی را در خود و همچنین محیط اطراف به وجود آورد. از طرف دیگر چون انسان نه تنها عامل بلکه هدف نیز است، در نتیجه اهمیت توجه به انسان نیز دو چندان می شود (افزوده، ۱۳۷۵).

۶-۳- استراتژی های بهبود عملکرد

استراتژی های بهسازی عملکرد را می توان به دو گروه تقسیم کرد: یک گروه برای کاهش دادن یا مهار کردن نارسایی های موجود به کار گرفته می شوند و گروه دوم برای جلوگیری از بروز نارسایی ها به کار برده می شوند.

استراتژی های رفتاری مثبت: هنگامی که کارکنان نارسایی های رفتاری شغلی دارند، ممکن است استفاده از استراتژی های رفتاری مثبت اثربخش باشد. رویکرد مثبت به بهسازی، تلاش هایی را در جهت تشویق رفتارهای شغلی دلخواه از طریق ایجاد مقیاس های رفتاری و برقراری نظام های حقوق و دستمزد مبتنی بر رفتارهای دلخواه، نیاز دارد. برای اجرای چنین راهبردهایی باید به تهیه و تدوین سیاست تغییر برای عملکرد بپردازیم. چنین کاری را می توان با استفاده از «فن رویدادهای حساس» برای تعیین رفتارهای حساس عملکرد اثربخش و غیراثربخش انجام داد.

استراتژی های رفتاری منفی: برخلاف راهبردهای رفتاری مثبت که در پی تشویق الگوهای رفتاری دلخواه از طریق نظام های پرداخت هستند، استراتژی های رفتاری منفی بر کاهش رفتارهای نامطلوب از طریق تنبیه تأکید دارند. استراتژی های منفی به طور معمول در بسیاری از سازمان ها به کار گرفته می شود چراکه نتایج نسبتاً فوری به دست می دهد (رایبیز، ۱۳۷۸).

۷- پیشینه پژوهش

جدول (۱): مطالعات صورت گرفته در حوزه نقش اتوماسیون اداری در بهره‌وری و عملکرد کارکنان

محقق	سال	عنوان پژوهش	خلاصه پژوهش
شیخ بگو و همکاران	۱۳۹۱	بررسی تاثیر اتوماسیون اداری بر کارایی	نتایج نشان داد که اتوماسیون اداری بر استفاده بهینه از زمان، سرعت پاسخگویی به مشتریان و دقت در انجام کارها تاثیر دارد و در نتیجه باعث افزایش کارایی سازمان شده است.
رحیمی کیا و همکاران	۱۳۹۰	بررسی نقش بکارگیری اتوماسیون اداری در بهره‌وری کارکنان شهرداری خرم‌آباد در سال ۱۳۸۹	نتایج نشان داد که کارکنان شهرداری خرم‌آباد در مورد نقش به کارگیری اتوماسیون اداری (سیستم‌های پشتیبانی اداری، سیستم‌های ارتباطات راه دور، سیستم‌های جابه‌جایی اسناد، سیستم‌های مدیریتی اسناد) در بهره‌وری خود نگرش مثبت دارند.
صرافی زاده و همکاران	۱۳۸۸	بررسی تاثیر به کارگیری اتوماسیون اداری بر بهره‌وری منابع انسانی	نتایج نشان داد که به کارگیری اتوماسیون اداری بر عواملی نظیر کارایی، اثربخشی و بهره‌وری در حوزه منابع انسانی تاثیر مستقیم داشته اما میزان تاثیرات، در حد چشمگیر نبوده است.
هویدا و نادری	۱۳۸۸	بررسی سطح رفتار شهروندی سازمانی کارکنان	نتایج نشان داد که همه ابعاد رفتار شهروندی سازمانی در میان کارکنان به جز نوع دوستی بیش از حد متوسط بود. میزان جوانمردی در بین کارکنان با توجه به نوع وظایف از تفاوت معناداری برخوردار بود. هم‌چنین بین مولفه‌های رفتار شهروندی به جز مولفه جوانمردی رابطه مستقیم وجود داشت.
توکلی و همکاران	۱۳۸۸	بررسی تاثیر آموزش رفتار شهروندی سازمانی بر افزایش تعهد سازمانی	یافته‌های پژوهش نشان داد که آموزش رفتار شهروندی سازمانی بر افزایش تعهد سازمانی، تعهد عاطفی و تعهد هنجاری موثر بوده اما تاثیر معناداری بر افزایش تعهد مداوم ندارد.
حاج کریمی و همکاران	۱۳۸۷	بررسی تاثیر گذاری اقدامات منابع انسانی بر رفتار شهروندی سازمانی با لحاظ نمودن نقش تعهد سازمانی	نتایج این تحقیق نشان داد که اقدامات منابع انسانی بر رفتار شهروندی کارکنان تاثیر مثبتی دارد. از بین اقدامات منابع انسانی (یعنی توانمندسازی، توسعه شایستگی، عدالت رویه‌ای و تسهیم اطلاعات) بیشترین تاثیر را بر رفتار شهروندی داشته است. همچنین اقدامات منابع انسانی، طبق مدل تحلیل مسیر، می‌تواند از طریق تعهد سازمانی بر رفتار شهروندی تاثیر گذارد.
موداسیر و سینگ	۲۰۱۳	ارتباط رفتار شهروندی سازمانی با عملکرد سازمانی	نتایج این پژوهش نشان داد که در سازمان مورد مطالعه از لحاظ شاخص‌های انسانی رفتار شهروندی سازمانی یعنی شاخص‌های فداکاری، مشارکت (مدنی)، اجتماعی، وظیفه‌ای و حمایتی) و توجه، تفاوت معناداری وجود ندارد، اما به لحاظ شاخص‌های سازمانی بین سازمان‌های مذکور از لحاظ وظیفه‌شناسی، جوانمردی و وفاداری تفاوت معناداری وجود دارد.
راکارت	۲۰۱۲	ارتباط اتوماسیون اداری و رفتار شهروندی سازمانی	نتایج حاصل از این پژوهش حاکی از آن است که سازمان‌های با اتوماسیون بالا نسبت به سازمان‌های با اتوماسیون پایین تر پاسخگویی به ارباب رجوع دقیق تر و راحت تر صورت می‌گیرد. بنابراین با افزایش گستردگی اتوماسیون اداری، رفتار شهروندی سازمانی نیز گسترش می‌یابد.
تی زینر و کولپمن	۲۰۱۰	تاثیر اتوماسیون بر عملکرد کارکنان	نتایج این پژوهش نشان داد که اتوماسیون در سازمان‌های دولتی موجب افزایش عملکرد کارکنان می‌گردد. همچنین اتوماسیون در سازمان‌های دولتی موجب دسترسی سریع و آسان به آمار و اطلاعات، ایجاد وحدت رویه در کلیه امور، سرعت در انجام امور و صحت و دقت در عملیات می‌گردد.
ساتومارتیلا	۲۰۰۹	اتوماسیون خانه، چالشی برای طراحان الکترونیکی پیمانکاران و برق‌کاران	این تحقیق اعمال فرایند کاری و مدل‌های تجاری پیمانکاران برقی و طراحان و چگونگی ارتقای آنها را مدنظر قرار داده و تعریف چگونگی تجمیع طراحان الکترونیکی و پیمانکاران برای طراحی، نصب و حمایت از سیستم‌ها و تولیدات اتوماسیون‌های خانگی را شرح داده و علل ناموفق طراحی موصوف را عدم آگاهی توسعه دهندگان از اتوماسیون می‌داند.

۸- روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف جزء تحقیقات کاربردی محسوب گردیده و از نظر روش پژوهش نیز یک پژوهش توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش راه، کلیه کارکنان شهرداری دوگنبدان را تشکیل می‌دهند. برای نمونه‌گیری از این جامعه از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. تعداد جامعه آماری پژوهش حاضر ۴۰۰ نفر می‌باشد که پژوهشگر ۱۹۶ نفر آنان را به عنوان نمونه آماری انتخاب نموده است. لازم به ذکر می‌باشد که به منظور تعیین تعداد نمونه آماری از فرمول کوکران استفاده شده است.

$$n = \frac{N \times t^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + t^2 \times p \times q}$$

برای جمع آوری داده ها از ۴ پرسشنامه استاندارد اتوماسیون اداری با ۱۵ گویه که از پژوهش حبیبی (۱۳۸۳) اقتباس شده است، پرسشنامه استاندارد بهره وری سازمانی با ۳۱ گویه، مقیاس و مقیاس عملکرد شغلی پاترسون (۱۹۹۲) با ۱۵ گویه استفاده شده است. در این پژوهش، چون از پرسشنامه های استاندارد که قبلا هم در پژوهش های متعدد مورد استفاده قرار گرفته است استفاده شده لذا از روایی مناسبی برخوردار است. برای سنجش پایایی پرسشنامه، یک مرحله پیش آزمون انجام گرفت. بدین صورت که ابتدا تعداد ۲۵ پرسشنامه در جامعه مورد نظر توزیع و جمع آوری و پس از وارد کردن داده ها، ضریب پایایی (آلفای کرونباخ) محاسبه گردید. ضریب مورد نظر برای پرسشنامه اتوماسیون اداری ۰/۷۹، عملکرد کارکنان ۰/۸۵ و برای مقیاس بهره وری سازمانی ۰/۹۴ تعیین گردید. با توجه به اینکه آلفای محاسبه شده بزرگتر از ۰/۷ است، پس می توان گفت که قابلیت اعتماد پرسشنامه در حد قابل قبول است. روش هایی که در تحقیق برای تجزیه و تحلیل اطلاعات مورد استفاده بر اساس آمار توصیفی از شاخص هایی مانند جداول توزیع فراوانی، میانگین و واریانس جهت توصیف داده ها استفاده خواهد شد. در تحلیل های آمار استنباطی همواره نظر بر این است که نتایج حاصل از آزمون K-S (کولموگوروف-اسمیرنوف) جهت بررسی نرمال بودن هر یک از توزیع های حاصل از سوالات و آزمون t با نمونه های مستقل استفاده شده است.

۹- تجزیه و تحلیل داده ها

تجزیه و تحلیل داده ها برای بررسی صحت و درستی فرضیات تحقیق از اهمیت خاصی برخوردار است. امروزه در بیشتر تحقیقاتی که متکی بر اطلاعات جمع آوری شده از موضوع مورد تحقیق می باشد. تجزیه و تحلیل اطلاعات از اصلی ترین و مهمترین بخش های تحقیق محسوب می شود. بنابراین پس از معرفی روش تحقیق، لازم است با استفاده از داده ها و روش های آماری، به آزمون فرضیه های تحقیق پرداخته شود.

۹-۱- شاخص های توصیفی متغیرها

جنسیت: با توجه به توزیع شرکت کنندگان در مطالعه بر حسب جنسیت از ۱۹۶ نفر شرکت کننده در مطالعه، ۵۸ نفر (۲۹،۶ درصد) زن و ۱۳۸ نفر (۷۰،۴ درصد) مرد می باشند.

سن: با توجه به توزیع شرکت کنندگان در مطالعه بر حسب سن، از ۱۹۶ نفر شرکت کننده در مطالعه، ۴ نفر (۲ درصد) کمتر از ۲۰ سال، ۵۷ نفر (۲۹،۱ درصد) بین ۲۱ تا ۳۰ سال، ۷۵ نفر (۳۸،۳ درصد) بین ۳۱ تا ۴۰ سال و ۳۶ نفر (۱۸،۴ درصد) بین ۴۱ تا ۵۰ سال و ۲۴ نفر (۱۲،۲ درصد) بیش از ۵۱ سال سن دارند.

تاهل: با توجه به توزیع شرکت کنندگان در مطالعه بر حسب تاهل، از ۱۹۶ نفر شرکت کننده در مطالعه، ۳۴ نفر (۱۷،۳ درصد) مجرد و ۱۶۲ نفر (۸۲،۷ درصد) متاهل می باشند.

تحصیلات: با توجه به توزیع شرکت کنندگان در مطالعه بر حسب تحصیلات، از ۱۹۶ نفر شرکت کننده در مطالعه، ۴ نفر (۲ درصد) با مدرک زیر دیپلم، ۱۷ نفر (۸،۷ درصد) دیپلم، ۳۸ نفر (۱۹،۴ درصد) فوق دیپلم، ۱۱۱ نفر (۵۶،۶ درصد) لیسانس و ۲۶ نفر (۱۳،۳ درصد) دارای مدرک فوق لیسانس و بالاتر هستند.

درآمد: با توجه به توزیع شرکت کنندگان در مطالعه بر حسب درآمد، از ۱۹۶ نفر شرکت کننده در مطالعه، ۲۹ نفر (۱۴،۸ درصد) زیر ۹۰۰ هزار تومان، ۱۱۲ نفر (۵۷،۱ درصد) بین ۹۰۰ تا یک و سیصد میلیون تومان، ۵۵ نفر (۲۸،۱ درصد) با درآمد بالای یک و سیصد میلیون تومان می باشند.

سابقه شغلی: با توجه به توزیع شرکت کنندگان در مطالعه بر حسب سابقه شغلی، از ۱۹۶ نفر شرکت کننده در مطالعه، ۲۱ نفر (۱۰،۷ درصد) با سابقه کمتر از ۵ سال، ۷۹ نفر (۴۰،۳ درصد) بین ۶ تا ۱۰ سال، ۷۳ نفر (۳۷،۲ درصد) بین ۱۱ تا ۱۵ سال و ۲۳ نفر (۱۱،۷ درصد) با سابقه بالاتر از ۱۵ سال می باشند.

۱۰- آزمون نرمال بودن

آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف: بررسی تست نرمال بودن متغیرها

H_0 : توزیع داده ها نرمال است. Sig. ≥ 0.05

H_1 : توزیع داده ها نرمال نیست. Sig. < 0.05

جدول (۲) آزمون کولموگروف - اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن متغیرها

متغیرها	ارتباط راه دور	پشتیبانی	بهره وری	شهروندی
تعداد	۱۹۶	۱۹۶	۱۹۶	۱۹۶
آماره کولموگروف	۲,۵۴	۲,۹۲	۱,۳۲	۱,۵۲
سطح معنی داری	۰,۷۳	۰,۶۸	۰,۰۵۹	۰,۴
متغیرها	عملکرد	اداری	مدیریت اسناد	جابه جایی اسناد
تعداد	۱۹۶	۱۹۶	۱۹۶	۱۹۶
آماره کولموگروف	۱,۲۵	۲,۲۷	۲,۱۱	۲,۳۳
سطح معنی داری	۰,۰۸۴	۰,۳۲	۰,۲۵	۰,۵۴

با توجه به جدول و مقادیر بدست آمده ($P > 0.05$ = سطح معنی داری) نشان می دهند که فرض H_0 مورد تایید می باشد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می توان ادعا نمود که هر هشت متغیر از توزیع نرمال پیروی می کنند.

۱۱- آزمون فرضیات پژوهش

فرضیه اصلی: اتوماسیون اداری بر بهره وری کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.
به منظور بررسی تاثیر اتوماسیون اداری بر بهره وری کارکنان، از آزمون تی استفاده شده است. آماره تی بدست آمده ($t=11,476$) می باشد که با درجه آزادی ۱۹۴ در سطح ($p < 0,05$) معنادار می باشد. بنابراین بر اساس روش فوق و در مورد جامعه مورد بررسی اتوماسیون اداری بر بهره وری کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.
فرضیه اصلی: اتوماسیون اداری بر عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.
به منظور بررسی تاثیر اتوماسیون اداری بر عملکرد کارکنان، از آزمون تی استفاده شده است. آماره تی بدست آمده ($t=8,38$) می باشد که با درجه آزادی ۱۹۴ در سطح ($p < 0,05$) معنادار می باشد. بنابراین فرض صفر را می توان رد کرد. یعنی بر اساس روش فوق و در مورد جامعه مورد بررسی اتوماسیون اداری بر عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.
فرضیه اول: به کارگیری سیستم های پشتیبانی اداری بر بهره وری کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.
به منظور بررسی تاثیر به کارگیری سیستم های پشتیبانی اداری بر بهره وری کارکنان، از آزمون تی استفاده شده است. آماره تی بدست آمده ($t=9,76$) می باشد که با درجه آزادی ۱۹۴ در سطح ($p < 0,05$) معنادار می باشد. بنابراین بر اساس روش فوق و در مورد جامعه مورد بررسی به کارگیری سیستم های پشتیبانی اداری بر بهره وری کارکنان سازمان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.
فرضیه دوم: به کارگیری سیستم های ارتباطات از راه دور بر بهره وری کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.
به منظور بررسی تاثیر به کارگیری سیستم های ارتباطات از راه دور بر بهره وری کارکنان، از آزمون تی استفاده شده است. آماره تی بدست آمده ($t=5,87$) می باشد که با درجه آزادی ۱۹۴ در سطح ($p < 0,05$) معنادار می باشد. بنابراین بر اساس روش فوق و در مورد جامعه مورد بررسی به کارگیری سیستم های ارتباطات از راه دور بر بهره وری کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.

فرضیه سوم: به کارگیری سیستم های جا به جایی اسناد بر بهره وری کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد؛
به منظور بررسی تاثیر به کارگیری سیستم های جابه جایی اسناد بر بهره وری کارکنان، از آزمون تی استفاده شده است. آماره تی بدست آمده ($t=7,05$) می باشد که با درجه آزادی ۱۹۴ در سطح ($p < 0,05$) معنادار می باشد. بنابراین بر اساس روش فوق و در مورد جامعه مورد بررسی به کارگیری سیستم های جابه جایی اسناد بر بهره وری کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.
فرضیه چهارم: به کارگیری سیستم های مدیریتی اسناد بر بهره وری کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.
به منظور بررسی تاثیر به کارگیری سیستم های مدیریتی اسناد بر بهره وری کارکنان، از آزمون تی استفاده شده است. آماره تی بدست آمده ($t=8,68$) می باشد که با درجه آزادی ۱۹۴ در سطح ($p < 0,05$) معنادار می باشد. بنابراین بر اساس روش فوق و در مورد جامعه مورد بررسی به کارگیری سیستم های مدیریتی اسناد بر بهره وری کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.
فرضیه پنجم: به کارگیری سیستم های پشتیبانی اداری بر عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.
به منظور بررسی تاثیر به کارگیری سیستم های پشتیبانی اداری بر عملکرد کارکنان، از آزمون تی استفاده شده است. آماره تی بدست آمده ($t=6,50$) می باشد که با درجه آزادی ۱۹۴ در سطح ($p < 0,05$) معنادار می باشد. بنابراین بر اساس روش فوق و در مورد جامعه مورد بررسی به کارگیری سیستم های پشتیبانی اداری بر عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.
فرضیه ششم: به کارگیری سیستم های ارتباطات از راه دور بر عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.

به منظور بررسی تاثیر به سیستم های ارتباطات از راه دور بر عملکرد کارکنان، از آزمون تی استفاده شده است. آماره تی بدست آمده ($t = 5,37$) می باشد که با درجه آزادی ۱۹۴ در سطح ($p < 0,05$) معنادار می باشد. بنابراین بر اساس روش فوق و در مورد جامعه مورد بررسی به کارگیری سیستم های ارتباطات از راه دور بر عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد. فرضیه هفتم: به کارگیری سیستم های جا به جایی اسناد بر عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد. به منظور بررسی تاثیر به سیستم های جا به جایی اسناد بر عملکرد کارکنان، از آزمون تی استفاده شده است. آماره تی بدست آمده ($t = 5,57$) می باشد که با درجه آزادی ۱۹۴ در سطح ($p < 0,05$) معنادار می باشد. بنابراین بر اساس روش فوق و در مورد جامعه مورد بررسی به کارگیری سیستم های جا به جایی اسناد بر عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد. فرضیه هشتم: به کارگیری سیستم های مدیریتی اسناد بر عملکرد کارکنان اداره شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد. به منظور بررسی تاثیر به سیستم های مدیریتی اسناد بر عملکرد کارکنان، از آزمون تی استفاده شده است. آماره تی بدست آمده ($t = 6,37$) می باشد که با درجه آزادی ۱۹۴ در سطح ($p < 0,05$) معنادار می باشد. بنابراین بر اساس روش فوق و در مورد جامعه مورد بررسی به کارگیری سیستم های مدیریتی اسناد بر عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر دارد.

نتیجه و یافته های پژوهش

با توجه به اهمیت نیروی انسانی در یک سازمان و نقش آن در رشد و تحقق اهداف سازمانی، پرداختن به بحث بهره وری نیروی انسانی در کارکنان یکی از مهمترین دغدغه های مدیران امروزی است و در این میان، دانشگاه ها به عنوان مرکز پرورش نیروی انسانی توانمند و متخصص از اهمیت بیشتری برخوردارند و طبیعتاً مدیران نیز علاقمندند تا تمام ابزارهای مدیریتی را به کار گیرند تا کارکنانی با بهره وری پویا داشته باشند (Nazari M, 2007).

همه فرضیات با توجه به اینکه سطح معنی داری محاسبه شده از $0/05$ کمتر می باشد، بنابراین با اطمینان 95% می توان ادعا کرد که در مورد جامعه مورد بررسی: ۱- اتوماسیون اداری بر بهره وری کارکنان شهرداری دوگنبدان ۲- اتوماسیون اداری بر عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان ۳- به کارگیری سیستم های پشتیبانی اداری بر بهره وری کارکنان شهرداری دوگنبدان ۴- بکارگیری سیستم های ارتباطات از راه دور بر بهره وری کارکنان شهرداری دوگنبدان ۵- بکارگیری سیستم های جا به جایی اسناد بر بهره وری کارکنان شهرداری دوگنبدان ۶- بکارگیری سیستم های مدیریتی اسناد بر بهره وری کارکنان شهرداری دوگنبدان ۷- بکارگیری سیستم های پشتیبانی اداری بر عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان ۸- بکارگیری سیستم های ارتباطات از راه دور بر عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان ۹- به کارگیری سیستم های جا به جایی اسناد بر عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان و ۱۰- به کارگیری سیستم های مدیریتی اسناد بر عملکرد کارکنان شهرداری دوگنبدان تاثیر مسقیم دارد.

با بررسی های صورت گرفته و تحقیقات مطالعه شده می توان چنین گفت که مدل مورد بررسی توانایی لازم را در خصوص تعیین عوامل و میزان تأثیر عوامل مؤثر در بهبود بهره وری کارکنان را داشته و برای مدیران و سازمان ابزار مناسبی است. از این رو یکی از مهمترین وظایف مدیران بهبود عملکرد نیروی انسانی است. در این خصوص مدل Achieve یکی از مدل های شناخته شده در این زمینه است. در نهایت با توجه به نتایج تحقیق مشاهده می شود که وجود سیستم اتوماسیون اداری بر برخی از ابعاد بهره وری نیروی انسانی در سازمان تأثیر گذار است. همچنین، سیستم اتوماسیون اداری در سهولت و سرعت تبادل اطلاعات نیز نقش عمده ای داشته است و در ایجاد کانال های جدید ارتباطی موفق عمل کرده است. پیشگیری از برخی ارتباطات غیرضروری هنگام کار از دیگر نتایج به کارگیری این سیستم در سازمانها است. بنابراین، در مجموع می توان گفت که وجود این سیستم تأثیرات مثبتی بر ارتباطات درون سازمانها داشته و موجب افزایش کانالهای ارتباطی و سهولت در مراودات سازمانی شده است. در این میان نکته های که قابل توجه است، این است که در کنار پیاده سازی سیستم های رایانه ای می بایست به الزامات نیروی انسانی در زمینه پشتیبانی نیز توجه کافی نمود. وجود این گونه سیستمها که معمولاً به صورت تحت شبکه کار می کنند، ایجاب می کند که یک گروه مجرب و متخصص در محورهای مرتبط، در سازمان حضور داشته باشند و به رفع نواقص احتمالی سیستم بپردازند.

مراجع

- آهنگر پور، عادل؛ (۱۳۹۰)، "بررسی بهره‌وری اجرای اتوماسیون اداری (مطالعه موردی: شرکت ملی حفاری ایران)"، فصلنامه راهبرد.
- افزوده، عباس؛ (۱۳۷۵)، "بهره‌وری نیروی انسانی"، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- احمدی، پرویز؛ (۱۳۸۵)، "طراحی مدل بهبود بهره‌وری نیروی انسانی با نگرش مدیریت بهره‌وری"، رساله دکتری مدیریت، دانشگاه تهران.
- امامی، مرتضی. (۱۳۸۴)، "اتوماسیون اداری: مکاتبات اداری بدون کاغذ"، ماهنامه استاندارد، شماره ۱۶۴.
- توکلی، زینب، عابدی. محمد رضا، صالح نیا. منیره، (۱۳۸۸)، "بررسی تاثیر آموزش رفتار شهروندی سازمانی بر افزایش تعهد سازمانی"، چشم انداز مدیریت، شماره ۳۳، صص ۱۰۵-۱۲۴.
- حبیبی، لیلی؛ (۱۳۸۴)، "سیستم‌های اتوماسیون اداری"، مجله تدبیر، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، شماره ۱۵۴.
- حاج کریمی، عباسعلی؛ طبرسا، غلامعلی؛ رحیمی، فرج‌الله؛ (۱۳۸۷)، "بررسی تاثیرگذاری اقدامات منابع انسانی بر رفتار شهروندی سازمانی با لحاظ نمودن نقش تعهد سازمانی"، اندیشه مدیریت راهبردی.
- حبیبی، لیلا؛ (۱۳۸۳)، "سیستم‌های اتوماسیون اداری"، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۵۴، صص ۳۸-۴۲.
- دراکر، پیتر. اف؛ (۱۳۷۸)، "چالش‌های مدیریت در سده ۲۱"، ترجمه: محمد طلوع، انتشارات رسا.
- رایبیز، استیفن پی. (۱۳۷۸)، "رفتار سازمانی"، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، جلد سوم، چاپ سوم.
- رحیمی کیا. امین، قدم پور. عزت‌الله، روشن زاده. فاطمه، (۱۳۹۰)، "بررسی نقش بکارگیری اتوماسیون اداری در بهره‌وری کارکنان شهرداری خرم‌آباد در سال ۱۳۸۹"، مدیریت شهری، شماره ۲۷، صص ۹۹-۱۲۴.
- شیخ بکلو. سارا، صرافی زاده. اصغر، تیمور نژاد. کاوه، (۱۳۹۱)، "بررسی تاثیر اتوماسیون اداری بر کارایی"، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، شماره ۹، صص ۵۳-۵۸.
- شریف زاده، فتاح؛ (۱۳۹۱)، "تجزیه و تحلیل ارتباط سطح گستردگی اتوماسیون اداری و اثربخشی سازمانی"، فصلنامه مطالعات مدیریت فناوری اطلاعات، سال اول، شماره ۲، صص ۷۳-۱۰۳.
- شیری. محمد، (۱۳۸۵)، "بررسی تاثیر اتوماسیون بر عملکرد کارکنان شرکت سهامی بیمه ایران استان همدان"، تازه‌های جهان بیمه، شماره ۹۹، صص ۴۸-۵۸.
- لندران اصفهانی، سعید؛ کامکار، منوچهر؛ راعی، مرتضی؛ (۱۳۸۴)، "رابطه بین عوامل موثر بر عملکرد کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه و رضایت دانشجویان از عملکرد کارکنان"، دانش و پژوهش در روانشناسی، شماره بیست و چهارم، صص ۱۹-۳۸.
- میرسپاسی. ناصر، (۱۳۸۱)، "میزان همبستگی مزد و بهره‌وری نیروی کار"، موسسه کار و تامین اجتماعی.
- مشایخی، علینقی و همکاران؛ (۱۳۸۴)، "بررسی عوامل کلیدی موثر بر کاربرد فناوری اطلاعات: کاربرد روش دلفی"، فصلنامه مدرس علوم انسانی.
- Modassir, Atika & Singh, Tripti. (2013). "Relationship of Emotional Intelligence with Transformational Leadership and Organizational Citizenship Behavior", International Journal of Leadership Studies, Vol. 4, No. 1, pp. 3-21 .
- Mahmoodzadeh M, Asadi F. Effects of ICT on labor productivity growth in Iran economy. Journal of Trade Studies. 2007;11(43):153-184. [In Persian]
- Rockart, J.F. (2012) "Chief executives define their own data needs", Harvard Business Review, vol.57, no2. March-April, pp. 81-93, 1979 .
- Satu Marttila. (2009). "Home automation- A challenge For Electrical Designers", contractors and Electricians. <http://lib.tkk.fi/Dipl/2009/urn100017.pdf>.
- Nazari M. Factors affecting labor productivity in Islamic Azad University. Management Journal. 2007;43(1):91-116. [In Persian]
- Tziner, Aharon, kopelman, Richarde (2010), "Is There A Preferred Performance Rating Format?", An international Reivew, 57.
- Gholami R, Moshiri S, Lee Sang-Yong S. ICT and Productivity of Manufacturing Industries in Iran. EJISDC. 2004;19(4):107-130. [In Persian].

شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها با رویکرد DANP (مورد مطالعه: شرکت سهامی توزیع نیروی برق شیراز)

تاریخ دریافت: ۹۸/۱۰/۰۳

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۱/۰۲

کد مقاله: ۹۲۴۶۸

مژده فرزانه^۱، اردلان فیلی^۲، علی انوری^۳، عباس ثابت^۴

چکیده

امروزه به دلیل لزوم رعایت مسئولیت اجتماعی توسط سازمان‌ها که موجب حفظ بقای سازمان، دستیابی به اهداف و مشروعیت یافتن عملکرد سازمان می‌شود، این موضوع و تصمیم‌گیری‌های مربوط به آن از اهمیت زیادی برخوردار است. هدف از انجام این پژوهش شناسایی مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها و عوامل موثر بر آن و رتبه‌بندی این عوامل بر اساس تکنیک DANP می‌باشد. تحقیق حاضر در زمره تحقیق کمی قرار می‌گیرد و از نظر هدف کاربردی و از منظر روش توصیفی است. جهت جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز از ابزار پرسش‌نامه و نظرات ۷ خبره در شرکت سهامی توزیع نیروی برق شیراز استفاده شده است. طبق نتایج حاصل از این پژوهش، معیار کارکنان با وزن نهایی ۰,۲۶۲ در رتبه نخست این اولویت بندی و پس از آن، عوامل بیرونی سازمان با وزن نهایی ۰,۲۵۳، مدیریت با وزن نهایی ۰,۲۴۴ و عوامل مالی سازمان با وزن نهایی ۰,۲۴۰ در رتبه‌های بعدی قرار می‌گیرند. بنابراین به دلیل فراگیر بودن مسئولیت اجتماعی در حوزه‌های مختلف، مدیران هر سازمان باید صرف نظر از اندازه سازمان و برای کسب منافع مورد نظر خود و ذینفعان سازمان، اهمیت بیشتری را برای این مقوله قائل شوند و اقدامات لازم را برای به اجرا در آوردن آن انجام دهند.

واژگان کلیدی: مسئولیت اجتماعی سازمان، مدیریت، عوامل بیرونی سازمان، عوامل مالی سازمان، کارکنان.

- ۱- کارشناسی مهندسی صنایع، موسسه آموزش عالی آپادانا
- ۲- عضو هیئت علمی گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی آپادانا
- ۳- استادیار گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی آپادانا
- ۴- عضو هیئت علمی گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی آپادانا

انقلاب صنعتی که منشا تحولات بزرگی در زمینه های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فن آوری بود، موجب گسترش روزافزون بنگاه های اقتصادی شد (۱). در عصری که بنگاه های اقتصادی روز به روز حجیم تر و بزرگ تر می شوند و بر تعدادشان افزوده می شود، به طبع تاثیرشان نیز بر ساختار و نظام اجتماعی افزایش می یابد (۲). امروزه بسیاری از صاحب نظران معتقدند که به دلایلی همچون خصوصی سازی و انتقال قدرت اقتصادی از دولت ها به سازمان ها و در نتیجه، کوچک شدن دولت ها، برای حل مشکلات اجتماعی و زیست محیطی، دولت ها دارای منابع و قدرت لازم نیستند و سازمان ها باید دولت ها را در این زمینه یاری نمایند (۳).

موسسات و سازمان ها، نهادهایی هستند که فلسفه وجودی آنها پاسخ به نیاز جامعه و عموم مردم می باشد و همان طور که مردم برای رفع نیازهایشان به سازمان نیاز دارند، سازمان ها نیز برای حفظ بقا و ادامه فعالیتشان به جامعه و مردم نیازمندند (۴). طی چند دهه اخیر، در نتیجه آگاهی از به هم وابسته بودن سازمان ها، جامعه و محیط، ارزش های فرهنگی تازه ای ایجاد شده اند و مردم به تدریج پی برده اند که اقدامات سازمان ها، سود و زیان هایی برای جامعه دارد (۵). روند کسب و کارهای اخیر موید آن است که از شرکت ها انتظار می رود، فراتر از سود محوری فعالیت کنند و افزایش رفاه جامعه را در اولویت قرار دهند (۶). مدیران باید از جزء نگری و شیفتگی صرف نسبت به اهداف سازمانی خود دست بردارند و اهداف جامعه و کشور را به عنوان راهنمای خود در تلاش هایشان فرا راه قرار دهند (۷). در عصر ما مدیر موفق کسی نیست که صرفاً اهداف اقتصادی و فنی را فرا روی خود قرار دهد، بلکه کسی است که اهداف سازمان را در کنار منافع عموم مردم و سیاست های کلی جامعه ارزیابی و ارزش گذاری کند (۸).

اکنون در اقتصاد جهانی مشتریان بقای سازمان را رقم می زنند و سازمان ها نیز دیگر نمی توانند نسبت به مشتریان بی تفاوت باشند و سازمان ها باید همه فعالیت ها و توانمندی های خود را متوجه رضایت مشتری کنند (۹). موسسات و سازمان های امروزه دریافته اند که رضایتمندی مشتریان برای حفظ آنها در شرکت کافی نیست و نمی توانند به رضایتمندی مشتریان دلخوش باشند، آنها باید مطمئن باشند که مشتریان راضی شان وفادار هم خواهند بود (۱۰).

اخلاق، مسئولیت پذیری در قبال حقوق افراد جامعه است و مراد از مسئولیت پذیری اخلاقی، پایبندی به حقوق ذینفعان است (۱۱). بسیاری از رفتارها و اقدامات مدیران و کارکنان، متأثر از ارزش های اخلاقی بوده، ریشه در اخلاق دارد (۱۲). امروزه بحث اخلاقیات و ارزش های اخلاقی در کار توجه زیادی را به خود جلب نموده است و اخلاقیات کار یکی از جنبه های مهم فرهنگ سازمان است و به سمتی پیش می رود که بخشی از استراتژی یک سازمان گردد (۱۳). اهم دلایلی که موجب می شوند سازمان ها اخلاقیات را مورد تاکید قرار دهند، عبارتند از: نیاز سازمان ها به شناسایی هزینه ها و مخارج اجتماعی فعالیت ها، اثرات تبلیغاتی رعایت مسائل اخلاقی، تاثیر بر عملکرد و قیمت سهام سازمان (۱۴)، ترس از قدرت بیش از اندازه شرکت ها و عدم پاسخگویی در مقابل جامعه و آلودگی محیط زیست (۱۵).

سازمان ها به عنوان یک زیر نظام از مجموعه نظام جامعه محسوب می گردند و باید مسئولیت های اجتماعی، حداقل مرتبط با گروه های ذینفع که متشکل از جامعه، تامین کنندگان، کارکنان، مشتریان، سهامداران و محیط زیست است، داشته باشد (۱۶). شرایط امروز جهان و فضاهای جدید کسب و کار ایجاب می کند تا رهبران و مدیران سازمان ها و شرکت های بزرگ نوعی تعادل میان بخش های اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی سازمان شان ایجاد کنند (۱۷). با توجه به فروپاشی و رسوایی های مالی برخی از شرکت ها از جمله انرون و آرتور اندرسن، در اوایل قرن ۲۱، بحث در خصوص جایگاه مسئولیت اجتماعی شرکت ها در اقتصاد جهانی، برای بهبود شرایط محیطی و اجتماعی، افزایش یافته است (۱۸). امروزه به دلیل افزایش پیچیدگی در محیط های کسب و کار و ملاحظات ذینفعان، محیط زیست، رقابت شدید، تقاضای رو به رشد و غیره، مسئولیت های اجتماعی سازمان به عنوان یک چالش در این قرن تبدیل شده است (۱۸).

نگرش ها و نظریات مربوط به مسئولیت اجتماعی سابقه چندانی ندارد. قبل از سال های حدود ۱۸۰۰ هنجارها و نگرش های اجتماعی، بسیار کم بر اعمال مدیریت اثر داشته است (۱۹). بنیان اولیه این بحث از زمانی آغاز شد که جوامع چندی بر اثر پیشرفت های تکنولوژی و علمی با محصولات و دست ساخته هایی رو به رو گردیدند که به نوعی حیات زیست بشر را با خطر نابودی مواجه می کرد (۲۰). مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت، برای اولین بار توسط دو پروفسور دانشگاه هاروارد، برل و مینس (۱۹۳۰)، در کتاب "شرکت مدرن و مالکیت خصوصی" مطرح شد اما شواهد نشان میدهد که اصطلاح رسمی مسئولیت اجتماعی شرکت برای اولین بار در اثر هاروارد باون، "مسئولیت اجتماعی بازرگانان" (۱۹۵۳)، دیده می شود (۲۱). شروع پیشینه بحث مسئولیت اجتماعی شرکت ها را می توان نوشته گالبرایت (۱۹۸۳)، در کتاب خود با عنوان "تصویر اقتصادی از شرکت ها" که در رابطه با جلب توجهات به سمت رشد فزاینده اندازه و قدرت برخی شرکت ها و اینکه شرکت های بزرگ دارای قدرتی عمومی و همگانی شده اند، که این قدرت می تواند بر سلامت و رفاه عمومی جامعه و افراد تاثیر بگذارد دانست (۲۲).

لازم به ذکر است در این حوزه، مسئولیت پذیری اجتماعی سازمانی، پاسخگویی اجتماعی سازمانی، صداقت اجتماعی سازمانی، آیین اجتماعی سازمان، روابط اجتماعی سازمانی، عملکرد اجتماعی سازمانی، پایبندی اجتماعی سازمانی، شهروندی سازمانی گاهی در مفاهیمی مشابه به کار می روند (۲۳).

به طور کلی مسئولیت اجتماعی سازمان یا CSR، شامل حساسی، ممیزی و گزارش دهی در خصوص مسائل اخلاقی و اجتماعی است (۱۴).

امروزه مسئولیت اجتماعی، مفهوم وسیع تر از فعالیت های گذشته دارد و به طور اعم به مجموع فعالیت هایی گفته می شود که صاحبان سرمایه و بنگاه های اقتصادی به صورت داوطلبانه به عنوان یک عضو موثر در جامعه انجام می دهند (۵). مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمان یعنی تمییز دادن درست از غلط و انجام آنچه که درست است و اشاره به این است که سازمان باید یک شهروند مشارکت جوی خوب باشد (۲۴). مسئولیت اجتماعی سازمان فراتر رفتن از چارچوب حداقل الزامات قانونی است که سازمان در آن قرار دارد (۲۵) و در یک تعریف عام طریقی است که بنگاه ها به وسیله آن رویکرد های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی را با ارزش ها، فرهنگ، استراتژی ها، ساختار تصمیم گیری و شیوه های عملیاتی خود به شکلی شفاف یکپارچه می کنند (۱۹). و بر نگرشی مثبت دلالت دارد که از حس وفاداری کارکنان به سازمان حاصل می شود (۲۶). اسمیت (۲۰۰۳)، مسئولیت اجتماعی را فرآیند ایجاد ثروت، ارتقای مزیت رقابتی و حداکثر کردن ارزش از ثروت ایجاد شده برای جامعه می بیند (۲۷). گریفین و بارنی مسئولیت اجتماعی را چنین تعریف می کنند: "مجموعه وظایف و تعهداتی که سازمان بایستی در جهت حفظ، مراقبت و کمک به جامعه ای که در آن فعالیت می کند، انجام دهد" (۲۸).

مسئولیت پذیری سازمانی یکی از نکات کلیدی و ضروری در هنگام گزینش نیروی انسانی در هر سازمان است و برای سازمان ها بسیار ضروری است که پس از گزینش، برای آنها تدابیری اتخاذ کنند تا بتوانند خود را با فرهنگ حاکم بر سازمان تطبیق دهند (۲۹). در همین راستا می توان گفت که مسئولیت پذیری اجتماعی از جمله مهم ترین عناصر فلسفه وجودی سازمان ها شناخته شده است، به نحوی که اهمیت دادن به رعایت آن نه تنها احتمال ارتقا تعهد سازمانی را به همراه دارد، بلکه رضایت ذینفعان خارج از سازمان را تقویت می کند (۳۰).

رواج رفتارهای غیر اخلاقی در سازمان های دولتی کشور باعث می شود ارباب رجوع و مشتریان سازمان ها به سرعت ناراضی شوند و این ناراضی در کشور، غالباً به مجموعه نظام ارتباط داده می شود (۲۵). لذا یکی از عمده ترین دغدغه های مدیران کارآمد در سطوح مختلف، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در تمام حرفه هاست تا آنها با حس مسئولیت و تعهد کامل به مسائل در جامعه و حرفه خود به کار بپردازند (۱۶). رعایت اخلاق کسب و کار و مسئولیت های اجتماعی از سوی سازمان سبب افزایش مشروعیت اقدامات سازمانی و بهبود مزیت رقابتی شده و موفقیت سازمان را به همراه می آورد (۸). از سوی دیگر از زمانی که ارتباط بین نقش های اجتماعی، سیاسی، محیطی و اقتصادی در تجارت رو به افزایش گذاشته است، سازمان ها با پویایی های جدیدی مواجه شدند و این است که باید هم زمان به افزایش سودآوری و پاسخگویی به انتظارات اجتماعی جدید دست پیدا کنند (۳۱).

منافع اتخاذ اصول مسئولیت پذیری اجتماعی برای سازمان ها عبارت است از: اعتلای برند و افزایش اعتبار، امکان جذب بیشتر منابع سرمایه ای، کاهش مخاطرات ناشی از حوادث و اتفاقات تلخ (۳)، افزایش روابط شرکت ها با دولت و سازمان های تصمیم گیرنده، تقاضا برای افزایش برابری های جنسیتی و رفع تبعیضات نژادی، توجه به تاثیرات فعالیت شرکت ها بر اقشار مختلف جامعه از جمله کودکان (۱۵). با افزایش مسئولیت اجتماعی سازمان ها به تبع آن رضایت، وابستگی و تعهد افراد برای دستیابی به اهداف سازمانی افزایش می یابد و در نتیجه بهره وری سازمان به سطح قابل قبولی خواهد رسید (۳۳). برنامه های مسئولیت اجتماعی می تواند مزایای خاص به علاوه افزایش وفاداری برای شرکت ها فراهم کند (۱۰). و باعث ایجاد فرصت های عالی جهت رشد و شکوفایی شرکت ها در بازار و بین مشتریان شان می شود (۳۳).

حال با توجه به مطرح شدن موضوع مسئولیت اجتماعی، تعیین عوامل موثر بر آن نیز به موازات گسترش این موضوع مورد بحث و بررسی قرار می گیرد (۱۹).

جدول ۱: عوامل موثر بر مسئولیت اجتماعی سازمان ها

منابع	توضیحات	زیر عامل	عامل
(۲۰، ۲۷، ۳۰، ۳۴)	فرهنگ یک نظام مشترک از باورها و ارزش ها است	a1. فرهنگ سازمانی	A. مدیریت
(۳۵، ۳۶، ۳۷)	داشتن جو کاری مناسب، توانایی حفظ و پاسخگویی در خصوص محیط و جامعه و دستیابی به اهداف و رد شدن از موانع پیش رو	a2. سلامت سازمانی	
(۱۸، ۳۸)	از مفاهیم اساسی در کسب و کار که موقعیت رقابتی سازمان را مشخص کرده و توانایی ایجاد موقعیت تدافعی در مقابل رقابش را می دهد	a3. مزیت رقابتی	
(۱۹، ۲۵، ۳۹)	محدود بودن تعداد اعضای هیئت مدیره	a4. تعداد اعضای	

منابع	توضیحات	زیر عامل	عامل
		هیئت مدیره	
(۱۷،۴۰،۴۱)	به حداقل رساندن عوارض نامطلوب و انتشار و توسعه فناوری های مطلوب و مساعد زیست محیطی	b1. مسائل زیست محیطی	B. عوامل بیرونی سازمان
(۱۲،۴۰)	افزایش انتظارات اجتماعی از سازمان ها و حساس تر شدن جوامع نسبت به مسائل اجتماعی	b2. فشار اجتماعی	
(۴۲،۴۳، ۹،۱۰)	یک تعهد قوی برای خرید مجدد یک محصول یا خدمت برتر در آینده، علیرغم تاثیرات و تلاش های بازاریابی بالقوه رقبا	b3. وفاداری مشتری	
(۱۹،۲۵،۴۰)	بهره مند بودن از بعد اقتصادی غنی و بالا جهت دستیابی به اهداف و برنامه های مورد نظر	c1. عملکرد مالی	C. عوامل مالی سازمان
(۲۵،۳۹،۴۴)	توزیع سهام در میان سهامداران	c2. میزان سهم سهامداران	
(۴۵، ۶،۳۴)	وابستگی احساسی کارکنان، احراز هویت و مشارکت آن ها در سازمان	d1. تعهد عاطفی کارکنان	D. کارکنان
(۲۵،۲۹،۴۶)	آموزش مسئولیت پذیری	d2. آموزش	

رویایی و مهردوست (۱۳۸۸)، در پژوهشی با عنوان " بررسی نقش مدیران فرهنگی در ارتقای مسئولیت اجتماعی " در راستای تبیین نقش مدیران فرهنگی در ارتقا مسئولیت اجتماعی از طریق تحقیق همبستگی به بررسی این موضوع پرداخته اند و در قالب مدل تحلیلی مولفه ها و اجزاء مسئولیت اجتماعی را تشریح و برای جمع آوری اطلاعات از ابزار پرسش نامه استفاده کرده اند. در نتیجه پژوهش مشخص گردید مدیران فرهنگی در ارتقای مسئولیت اجتماعی سازمان نقش موثری دارند. مشبکی و خلیلی شجاعی (۱۳۸۹)، مقاله " بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان ها (مورد مطالعه وزارت نیرو) "، را با هدف بیان مباحث مربوط به فرهنگ سازمانی و سپس تاثیر مولفه های فرهنگ سازمانی بر پیاده سازی مسئولیت اجتماعی سازمان ها را ارائه کرده اند. در این مقاله نخست مباحث مربوط به فرهنگ سازمانی و مدیریت فرهنگ سازمانی عنوان می شود و سپس تاثیر مولفه های فرهنگ سازمانی بر پیاده سازی مسئولیت اجتماعی سازمان ها بررسی می شود. در پایان این مقاله به این نتیجه رسیده اند که بین مولفه های فرهنگ سازمان و مسئولیت پذیری سازمان همبستگی مثبت و بالایی وجود دارد. قاضی زاده و همکاران (۱۳۹۲)، مقاله ای تحت عنوان " شناسایی رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت با وفاداری مشتریان (مورد مطالعه بانک ملت) " منتشر کردند. روش پژوهش توصیفی - همبستگی و نوع تحقیق کاربردی است و از روش میدانی جهت جمع آوری اطلاعات استفاده شده است و طی تحقیق به رابطه معناداری بین مسئولیت اجتماعی سازمان با وفاداری مشتریان رسیده اند. اردلان و همکاران (۱۳۹۴)، به " تاثیر سرمایه اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی بر تعهد سازمانی " پرداخته اند. پژوهش از نوع توصیفی و از نظر روش پیمایشی است و جهت جمع آوری اطلاعات از پرسش نامه و نمونه گیری از نوع تصادفی طبقه ای، استفاده شده است و در نتیجه این پژوهش دریافته اند، از عوامل موثری که هر سازمان در راستای تعهد کارکنان سازمان باید مد نظر قرار دهد، مسئولیت پذیری اجتماعی و سرمایه اجتماعی است. نعامی و غلامپور (۱۳۹۵)، مقاله ای تحت عنوان " بررسی ساختار عاملی مسئولیت اجتماعی، رضایت مشتری، شهرت سازمانی و عملکرد در بنگاه اقتصادی " را با هدف تاثیر فعالیت های مسئولیت اجتماعی بانک شهر بر عملکرد آن منتشر کرده اند. این مقاله از نظر روش توصیفی - همبستگی است و ۴۰۰ نفر به روش نمونه گیری به عنوان حجم نمونه انتخاب شده اند. یافته های پژوهش حاکی از تاثیر مسئولیت اجتماعی سازمان بر عملکرد آن است. فیاضی آزاد و همکاران (۱۳۹۶)، مقاله ای تحت عنوان " طراحی مدل عوامل موثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت ملی نفت ایران " را با هدف شناسایی ابعاد مسئولیت اجتماعی و عوامل موثر بر آن در شرکت نفت را از طریق مصاحبه، مطالعات کتابخانه ای و فیش برداری و استفاده از نظرات کارشناسان با روش فن دلفی و نمونه گیری تصادفی ارائه کرده اند و در نتیجه پژوهش مدل عوامل موثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت نفت شامل ۱۲ متغیر طراحی شد.

مالین (۲۰۰۶)، پژوهشی با عنوان " اثرات مسئولیت اجتماعی شرکت ها بر عملکرد سازمانی در صنعت داروسازی " را انجام داده است و با تجزیه و تحلیل و با استفاده از مدل معادلات ساختاری، به این نتیجه رسیده است که مسئولیت اجتماعی به طور قابل توجهی با ادغام با برنامه های مدیریت کیفیت در ارتباط است. والکر و پارت (۲۰۱۰)، طی پژوهشی با عنوان " به سوی یکپارچگی چهارچوب مسئولیت اجتماعی سازمان، پاسخگویی و شهروند مداری در ورزش " دریافته اند که بین مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی و شهروند مداری ارتباط مستقیم وجود دارد. کیم و اسکاون (۲۰۱۳)، در تحقیقی با عنوان " تاثیر مسئولیت اجتماعی سازمان بر انگیزه کارکنان " که به روش کیفی و مصاحبه انجام شده است، به این نتیجه رسیده اند که مسئولیت پذیری اجتماعی کارکنان با روحیه و انگیزش شغلی آنها در ارتباط مستقیم است.

هدف از انجام این پژوهش شناسایی مسئولیت اجتماعی سازمان و عوامل موثر بر آن و رتبه بندی این عوامل بر اساس روش DANP، در شرکت سهامی توزیع نیروی برق شیراز است.

۳- روش پژوهش

تحقیق حاضر، از نظر ماهیت داده ها در زمره تحقیق کمی قرار می گیرد (۵۱) و به دلیل استفاده از دانش موجود در حل مسائل از نظر هدف کاربردی است. هم چنین این پژوهش از منظر روش توصیفی است، زیرا به مطالعه ویژگی و صفات وضع موجود و توصیف منظم آن می پردازد و هدف آن کسب اطلاع از وجود رابطه بین متغیرهاست (۵۲). جهت جمع آوری اطلاعات و داده های مورد نیاز به شیوه آزمایشی و از ابزار پرسش نامه استفاده شده است (۵۱). پژوهش مورد نظر با استفاده از تکنیک DANP انجام گرفته است که مراحل این تکنیک به شرح زیر می باشد (۵۳-۵۵):

روش DANP یکی از روش های تصمیم گیری چند شاخصه است که با استفاده از ماتریس ارتباطات Dematel، سوپر ماتریس ANP را تشکیل داده و وزن معیارها و زیرمعیارها را محاسبه می کند. در واقع روش DANP، ترکیبی از روش Dematel و ANP است. در روش های سنتی و کلاسیک برای حل مدل ترکیب Dematel و ANP این کار صورت می گرفت که با استفاده از روش Dematel، ماتریس ارتباطات کل محاسبه می شد، سپس از آن مقدار آستانه گرفته می شد و از روی مقدار آستانه و ماتریس ارتباطات کل، روابط بین معیارها و زیرمعیارها استخراج و به روش ANP داده می شد و سپس دوباره مقایسات زوجی انجام شده و وزن معیارها و زیر معیارها محاسبه می گشت. اما در روش DANP دیگر از ماتریس ارتباطات کل مقدار آستانه گرفته نمی شود و با همان اعداد تاثیرگذاری کل، سوپر ماتریس اولیه تشکیل شده و سپس موزون شده و به توان بی نهایت می رسد، تا وزن نهایی معیارها و زیر معیارها محاسبه شود.

گام اول تشکیل ماتریس ارتباطات مستقیم: در ابتدا توسط پرسش نامه از خبرگان درخواست می شود تا نظر خود را در مورد نوع ارتباط مستقیم میان دو عامل مورد بررسی و با اختصاص اعدادی صحیح بین صفر تا چهار بیان کنند. که عدد صفر نشان دهنده عدم تاثیرگذاری و عدم وجود رابطه، عدد یک به معنای تاثیرگذاری و رابطه کم، عدد دو نشان دهنده تاثیرگذاری و رابطه متوسط، عدد سه بیان کننده تاثیرگذاری و رابطه زیاد و عدد چهار نشان دهنده وجود رابطه بسیار زیاد و تاثیرگذاری بالای دو عامل است. پس از جمع آوری نظرات خبرگان، برای هر خبره یک ماتریس نظرسنجی (X) ، $n \times n$ تشکیل می گردد. در این ماتریس از نماد X_{ij} جهت بیان درجه تاثیرگذاری عامل i بر عامل j طبق نظر خبره استفاده می شود. تمامی درایه های قطر اصلی ماتریس نظرسنجی به دلیل $z = i$ ، مقدار صفر را به خود می گیرند. لازم به ذکر است n نشان دهنده تعداد عوامل مورد بررسی و h تعداد نفرات خبره ای است که نظرات آنها جمع آوری شده و به تعداد آنان ماتریس نظرسنجی تشکیل شده است و k نشان دهنده شماره خبره پاسخ دهنده به سوالات می باشد.

برای به دست آوردن ماتریس ارتباطات مستقیم (A) ، از h ماتریس نظرسنجی و توسط فرمول زیر میانگین حسابی گرفته می شود:

$$a_{ij} = \frac{1}{h} \sum_{k=1}^h x_{ij}^k \quad (1)$$

گام دوم (نرمال سازی ماتریس ارتباطات مستقیم: جهت نرمال سازی کافی است جمع سطری و ستونی حد بالای ماتریس ارتباطات مستقیم را محاسبه نموده و از بین آنها ماکزیمم مقدار را انتخاب می کنیم و این مقدار ماکزیمم را معکوس کرده، که این عدد به دست آمده را با نماد S نشان می دهیم. سپس تمامی درایه های ماتریس ارتباطات مستقیم (A) را در عدد S ضرب کرده تا ماتریس نرمال حاصل شود. ماتریس نرمال را توسط نماد D نشان می دهیم و از فرمول زیر محاسبه می شود:

$$D = S.A \quad (2)$$

و عدد S نیز از طریق رابطه زیر به دست می آید:

$$S = \frac{1}{\max\{\sum_{j=1}^n |a_{ij}|, \sum_{i=1}^n |a_{ij}|\}} \quad (3)$$

گام سوم (محاسبه ماتریس ارتباطات کل (T)): ماتریس ارتباطات کل از طریق فرمول زیر به دست می آید:

$$T = D(I - D)^{-1} \quad (4)$$

در فرمول ذکر شده، I یک ماتریس یکه $n \times n$ است که تمامی درایه های قطر اصلی آن یک و سایر درایه ها مقادیر صفر می گیرند. بنابراین ماتریس نرمال شده (D) را از ماتریس یکه (I) کم کرده و سپس ماتریس به دست آمده $(I-D)$ را معکوس و جهت به دست آوردن ماتریس ارتباطات کل ماتریس نرمال شده D را در معکوس ماتریس $(I-D)$ ضرب می کنیم.

گام چهارم) تحلیل نتایج و رسم نمودارهای علی و معلولی برای ابعاد و معیارها: با محاسبه جمع سطری و جمع ستونی عناصر ماتریس T روابط بین معیارها را ارزیابی می کنیم.

$$R_i = \left[\sum_{j=1}^n t_{ij} \right] \quad , \quad D_i = \left[\sum_{j=1}^n t_{ij} \right] \quad (۵ و ۶)$$

R_i از جمع سطری عناصر ماتریس T به دست آمده و نشان دهنده تاثیر کلی است که معیار i بر سایر معیارها می گذارد و D_i که از جمع ستونی عناصر به دست آمده، نشان دهنده تاثیری است که معیار z از دیگر معیارها می پذیرد. پس از محاسبه D_i و R_i ها، (R_i + D_i) و (R_i - D_i) نیز محاسبه می شود. (R_i + D_i) نشان دهنده درجه اهمیت معیار i می باشد. هم چنین (R_i - D_i) نمایانگر درجه علیت معیار z ام است. در صورتی که مقدار (R_i - D_i) مثبت شود، معیار علی و در صورتی که مقداری منفی به خود بگیرد، معیار معلول است.

گام پنجم) نرمال سازی ماتریس ارتباطات کل: برای نرمال سازی این ماتریس هر درایه را بر مجموع سطری درایه ها در بلوک مربوط به آن درایه تقسیم می کنیم، تا در نهایت ماتریس تاثیر کلی نرمال شده (T^{nor}) تشکیل شود.
گام ششم) تشکیل سوپر ماتریس ناموزون (W):

با محاسبه ترانهاده ماتریس تاثیر کلی نرمال شده (T^{nor})، یعنی جا به جا کردن جای سطر و ستون این ماتریس، سوپر ماتریس ناموزون به دست می آید.

$$W = (T^{nor})^T \quad (۷)$$

گام هفتم) تشکیل سوپر ماتریس موزون (W^w): بدین منظور ابتدا باید ماتریس تاثیر کلی مربوط به ابعاد مسئله (TD) را محاسبه کنیم. هر کدام از درایه های این ماتریس برابر است با میانگین همه عناصر زیر ماتریس مربوط به آن درایه در ماتریس کلی معیارها.

$$t_{D}^{ij} = \frac{\sum_{h=1}^{m_i} \sum_{k=1}^{m_i} t_{chk}^{ij}}{m_i m_j} \quad (۸)$$

ماتریس به دست آمده TD را به صورت سطری نرمال و ترانهاده این ماتریس را محاسبه کرده و سپس هر یک از عناصر این ماتریس را در همه درایه های بلوک متناظر با آن عنصر در سوپر ماتریس ناموزون ضرب می کنیم.

$$w^w = (TD^{nor})^T \cdot W \quad (۹)$$

گام هشتم) محدود کردن سوپر ماتریس موزون، تعیین وزن و اولویت بندی: سوپر ماتریس موزون (W^w) به دست آمده را به توان می رسانیم، تا جایی که همه عناصر ماتریس حاصل، با توجه به رابطه زیر همگرا شوند و وزن مربوط به هر عنصر را محاسبه می کنیم.

$$\lim_{h \rightarrow \infty} (W^w)^h \quad (۱۰)$$

۴- یافته های پژوهش

به منظور جمع آوری داده های مورد نیاز، از ۷ نفر خبره درخواست شده است، پرسشنامه ای که شامل یک ماتریس نظرسنجی ۱۱×۱۱ است، را مطابق طیف لیکرت، از صفر تا چهار و بر اساس نظر خود تکمیل نمایند، که جدول ۲ نشان دهنده ماتریس ارتباطات مستقیم یا ماتریس ادغامی حاصل از نظرات ۷ خبره، بر اساس فرمول شماره ۱ می باشد:

جدول ۲: ماتریس ارتباطات مستقیم

زیر معیار	a ₁	a ₂	a ₃	a ₄	b ₁	b ₂	b ₃	c ₁	c ₂	d ₁	d ₂
a ₁	0	3.285	2.142	0.428	3	2.428	2.285	2.142	1.285	3.714	2.571
a ₂	3.428	0	2.428	0.428	2.428	2.428	1.857	2.571	0.857	3.428	2.428
a ₃	1.571	1.714	0	0.857	1.571	2	2.285	3	1	2.142	1.571
a ₄	0.857	1	0.857	0	0.714	0.857	0.714	1.428	0.714	0.714	0.857
b ₁	2.571	2.142	2.285	0.428	0	2.285	1.571	1.428	0.714	1.857	1.428
b ₂	3	2.857	2.142	0.714	2.571	0	2.714	2.428	1.857	2.857	1.285
b ₃	1.571	1.857	2	0.714	1.285	1.857	0	2.857	2.428	2.285	1.142
c ₁	2.142	2.857	2.428	0.857	2.142	1.714	1.857	0	2.857	3	2.285
c ₂	0.714	0.857	1.571	0.857	0.857	1	1.142	1.857	0	0.857	0.571
d ₁	3	2.857	2.142	0.714	2.142	1.857	2	2.571	1	0	1.428
d ₂	3.571	3.714	2.857	0.714	2.714	2.285	2.857	3.142	1	3.142	0

پس از محاسبه ماتریس ارتباطات مستقیم، این ماتریس را بر اساس فرمول شماره ۲ و با ضرب کلیه درایه های این ماتریس در عدد $S = \frac{1}{16}$ که توسط فرمول شماره ۳ محاسبه شده است، نرمال می نماییم. نرمال شده این ماتریس در جدول ۳ آورده شده است:

جدول ۳: ماتریس ارتباطات مستقیم نرمال شده

زیر معیار	a ₁	a ₂	a ₃	a ₄	b ₁	b ₂	b ₃	c ₁	c ₂	d ₁	d ₂
a ₁	0	0.126	0.082	0.016	0.115	0.093	0.087	0.082	0.049	0.142	0.098
a ₂	0.131	0	0.093	0.016	0.093	0.093	0.071	0.098	0.032	0.131	0.093
a ₃	0.060	0.065	0	0.032	0.060	0.076	0.087	0.115	0.038	0.082	0.060
a ₄	0.032	0.038	0.032	0	0.027	0.032	0.027	0.054	0.027	0.027	0.032
b ₁	0.098	0.082	0.087	0.016	0	0.087	0.060	0.054	0.027	0.071	0.054
b ₂	0.115	0.109	0.082	0.027	0.098	0	0.104	0.093	0.071	0.109	0.049
b ₃	0.060	0.071	0.076	0.027	0.049	0.071	0	0.109	0.093	0.087	0.043
c ₁	0.082	0.109	0.093	0.032	0.082	0.065	0.071	0	0.109	0.115	0.087
c ₂	0.027	0.032	0.060	0.032	0.032	0.038	0.043	0.071	0	0.032	0.021
d ₁	0.115	0.109	0.082	0.027	0.082	0.071	0.076	0.098	0.038	0	0.054
d ₂	0.137	0.142	0.109	0.027	0.104	0.087	0.109	0.120	0.038	0.120	0

سپس ماتریس ارتباطات کل را نیز بر طبق فرمول شماره ۴ محاسبه نموده، که نتایج حاصل در جدول ۴ آورده شده است:

جدول ۴: ماتریس ارتباطات کل

زیر معیار	a ₁	a ₂	a ₃	a ₄	b ₁	b ₂	b ₃	c ₁	c ₂	d ₁	d ₂
a ₁	0.320	0.438	0.367	0.109	0.382	0.351	0.352	0.394	0.239	0.468	0.316
a ₂	0.428	0.318	0.368	0.106	0.357	0.344	0.331	0.399	0.220	0.451	0.307
a ₃	0.296	0.308	0.221	0.103	0.267	0.272	0.286	0.347	0.188	0.334	0.229
a ₄	0.150	0.158	0.141	0.035	0.130	0.131	0.128	0.171	0.100	0.154	0.117
b ₁	0.324	0.315	0.295	0.084	0.205	0.277	0.257	0.287	0.169	0.319	0.220
b ₂	0.400	0.403	0.349	0.114	0.350	0.249	0.348	0.384	0.249	0.419	0.260
b ₃	0.290	0.306	0.288	0.097	0.253	0.263	0.201	0.338	0.234	0.333	0.211
c ₁	0.365	0.394	0.352	0.117	0.328	0.304	0.314	0.292	0.276	0.414	0.287
c ₂	0.161	0.170	0.181	0.073	0.149	0.150	0.158	0.204	0.086	0.177	0.119
d ₁	0.374	0.376	0.324	0.105	0.313	0.293	0.302	0.361	0.202	0.292	0.247
d ₂	0.475	0.488	0.423	0.129	0.404	0.376	0.400	0.463	0.252	0.489	0.254

با محاسبه میانگین همه عناصر موجود در هر بلوک مربوط به زیر معیارها در ماتریس ارتباطات کل و مطابق با فرمول شماره ۸، ماتریس تاثیر کلی معیارهای اصلی نیز به صورت زیر حاصل می شود:

جدول ۵: ماتریس تاثیر کلی

معیار	A	B	C	D
A	0.242	0.278	0.257	0.297
B	0.272	0.267	0.277	0.294
C	0.226	0.234	0.214	0.249
D	0.337	0.348	0.320	0.320

حال با توجه به فرمول های شماره ۵ و ۶ و محاسبه R_i و D_i های مربوط به ماتریس ارتباطات کل و هم چنین ماتریس تاثیر کلی، درجه اهمیت و درجه علیت معیارهای اصلی و زیر معیارها حاصل می شود. سپس بر طبق این نتایج و محاسبه حد آستانه، نمودارهای روابط علی و معلولی برای معیارها و زیر معیارهای هر دسته و نوع ارتباط موجود میان آنها ترسیم می شود.

جدول ۶: جدول تحلیل درجه اهمیت و درجه علیت معیارها

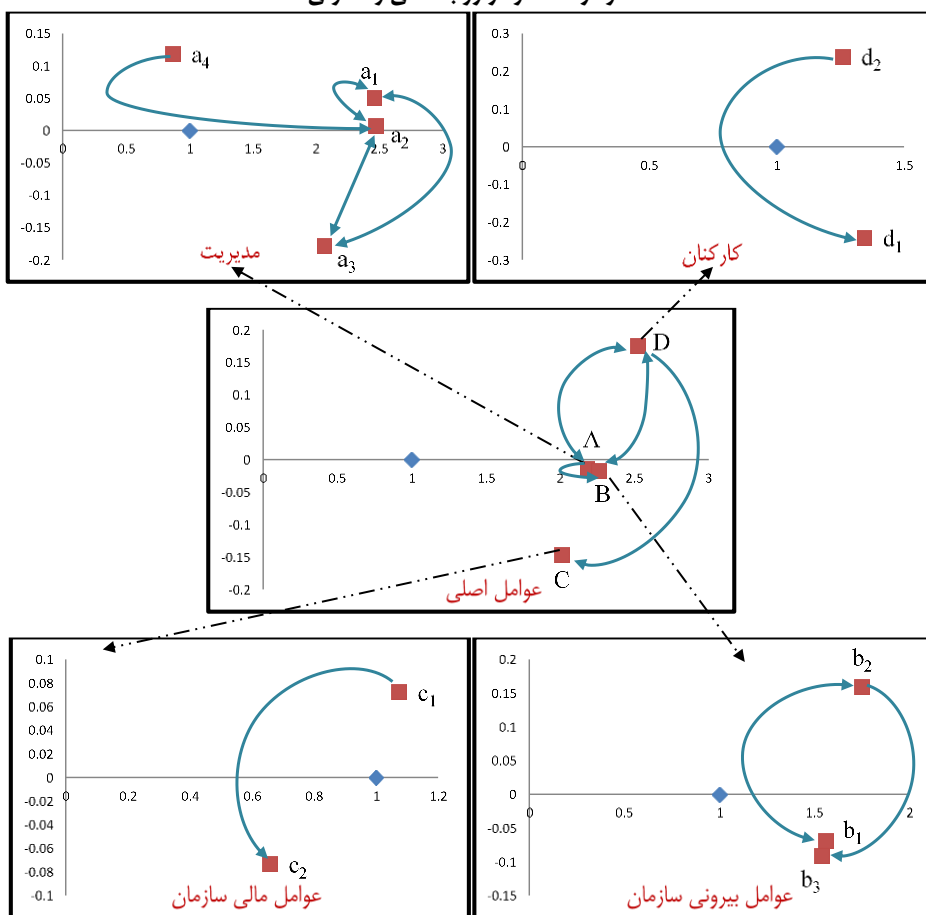
معیار	$R_i - D_i$	$R_i + D_i$	D_i	R_i
A. مدیریت	-0.013	2.180	1.096	1.083
B. عوامل بیرونی سازمان	-0.016	2.256	1.136	1.119
C. عوامل مالی سازمان	-0.146	2.011	1.078	0.932
D. کارکنان	0.176	2.517	1.170	1.347

جدول ۷: جدول تحلیل درجه اهمیت و درجه علیت زیر معیارها

زیر معیار	$R_i - D_i$	$R_i + D_i$	D_i	R_i
. فرهنگ سازمانی a ₁	0.051	2.455	1.202	1.253

نوع معیار	$R_i - D_i$	$R_i + D_i$	D_i	R_i	زیر معیار
علی	0.007	2.469	1.230	1.238	. سلامت سازمانی a_2
معلول	-0.178	2.062	1.120	0.942	. مزیت رقابتی a_3
علی	0.119	0.863	0.372	0.491	. تعداد اعضای هیئت مدیره a_4
معلول	-0.068	1.559	0.814	0.745	. مسائل زیست محیطی b_1
علی	0.159	1.749	0.794	0.954	. فشار اجتماعی b_2
معلول	-0.091	1.535	0.813	0.722	. وفاداری مشتری b_3
علی	0.073	1.073	0.500	0.573	. عملکرد مالی c_1
معلول	-0.073	0.656	0.364	0.291	. میزان سهم سهامداران c_2
معلول	-0.240	1.342	0.791	0.551	. تعهد عاطفی کارکنان d_1
علی	0.240	1.256	0.508	0.748	. آموزش d_2

نمودار ۱: نمودار روابط علی و معلولی



با توجه به مقادیر $(R_i + D_i)$ به دست آمده، مشاهده می شود که معیار کارکنان نسبت به سایر معیارها از اهمیت بیشتری برخوردار است و پس از این معیار، عوامل بیرونی سازمان، مدیریت و عوامل مالی سازمان اهمیت می یابند. در میان زیر معیارها نیز به ترتیب سلامت سازمانی، فرهنگ سازمانی، مزیت رقابتی، فشار اجتماعی، مسائل زیست محیطی، وفاداری مشتری، تعهد عاطفی کارکنان، آموزش، عملکرد مالی، تعداد اعضای هیئت مدیره و میزان سهم سهامداران از درجه اهمیت برخوردار هستند. همچنین با توجه به مقادیر $(R_i - D_i)$ به دست آمده، معیار کارکنان و زیر معیارهای فرهنگ سازمانی، سلامت سازمانی، تعداد اعضای هیئت مدیره، فشار اجتماعی، عملکرد مالی و آموزش، علی و معیارهای مدیریت، عوامل بیرونی سازمان و عوامل مالی سازمان و زیر معیارهای مزیت رقابتی، مسائل زیست محیطی، وفاداری مشتریان، میزان سهم سهامداران و تعهد عاطفی کارکنان، معلول می باشند.

حال ماتریس ارتباطات کل (جدول شماره ۴) را با تقسیم هر درایه بر مجموع سطری درایه ها در بلوک مربوط به آن درایه، نرمال می نماییم که ماتریس حاصل در جدول زیر آورده شده است:

جدول ۸: ماتریس ارتباطات کل نرمال شده

زیر معیار	a ₁	a ₂	a ₃	a ₄	b ₁	b ₂	b ₃	c ₁	c ₂	d ₁	d ₂
a ₁	0.259	0.354	0.297	0.088	0.352	0.323	0.324	0.622	0.377	0.596	0.403
a ₂	0.350	0.260	0.301	0.087	0.346	0.333	0.320	0.644	0.355	0.594	0.405
a ₃	0.319	0.331	0.237	0.110	0.323	0.329	0.347	0.648	0.351	0.593	0.406
a ₄	0.309	0.326	0.290	0.073	0.335	0.335	0.329	0.629	0.370	0.568	0.431
b ₁	0.318	0.309	0.289	0.083	0.277	0.374	0.348	0.629	0.370	0.591	0.408
b ₂	0.316	0.318	0.275	0.090	0.369	0.262	0.367	0.606	0.393	0.616	0.383
b ₃	0.295	0.311	0.293	0.099	0.352	0.366	0.280	0.591	0.408	0.612	0.387
c ₁	0.297	0.320	0.286	0.095	0.347	0.321	0.331	0.513	0.486	0.590	0.409
c ₂	0.274	0.290	0.310	0.124	0.327	0.327	0.345	0.703	0.296	0.597	0.402
d ₁	0.317	0.318	0.274	0.089	0.344	0.322	0.332	0.640	0.359	0.541	0.458
d ₂	0.313	0.322	0.279	0.085	0.342	0.318	0.339	0.646	0.353	0.658	0.341

سپس با محاسبه ترانهاده هر بلوک ماتریس ارتباطات کل نرمال شده، سوپر ماتریس ناموزون زیر مطابق با فرمول شماره ۷ به دست می آید:

جدول ۹: سوپر ماتریس ناموزون

زیر معیار	a ₁	a ₂	a ₃	a ₄	b ₁	b ₂	b ₃	c ₁	c ₂	d ₁	d ₂
a ₁	0.257	0.347	0.316	0.307	0.315	0.313	0.293	0.294	0.273	0.309	0.311
a ₂	0.351	0.258	0.329	0.324	0.307	0.315	0.309	0.318	0.288	0.311	0.319
a ₃	0.299	0.303	0.240	0.292	0.290	0.277	0.294	0.287	0.311	0.279	0.280
a ₄	0.091	0.090	0.113	0.076	0.085	0.093	0.102	0.098	0.127	0.099	0.088
b ₁	0.352	0.346	0.323	0.335	0.278	0.369	0.352	0.347	0.327	0.344	0.342
b ₂	0.323	0.333	0.329	0.335	0.373	0.263	0.366	0.321	0.327	0.322	0.318
b ₃	0.324	0.320	0.347	0.329	0.347	0.367	0.281	0.331	0.345	0.332	0.339
c ₁	0.623	0.644	0.648	0.629	0.629	0.606	0.591	0.514	0.703	0.640	0.646
c ₂	0.376	0.355	0.351	0.370	0.370	0.393	0.408	0.485	0.296	0.359	0.353
d ₁	0.596	0.594	0.593	0.568	0.591	0.616	0.612	0.590	0.597	0.542	0.657
d ₂	0.403	0.405	0.406	0.431	0.408	0.383	0.387	0.409	0.402	0.457	0.342

با تقسیم هر درایه ماتریس تاثیر کلی (جدول شماره ۵) بر مجموع سطر مربوط به آن درایه، این ماتریس را نیز نرمال کرده و سپس ترانهاده ماتریس تاثیر کلی نرمال شده را نیز به صورت زیر محاسبه می کنیم:

جدول ۱۰: ترانهاده ماتریس تاثیر کلی نرمال شده

معیار	A	B	C	D
A	0.226	0.246	0.246	0.256
B	0.258	0.240	0.252	0.261
C	0.239	0.249	0.231	0.240
D	0.276	0.264	0.269	0.241

در مرحله بعد، با ضرب درایه به درایه ماتریس ترانهاده تاثیر کلی نرمال شده (جدول شماره ۱۰) در همه درایه های بلوک متناظر آن در سوپر ماتریس ناموزون (جدول شماره ۹) و بر اساس فرمول شماره ۹، سوپر ماتریس موزون به صورت زیر به دست می آید:

جدول ۱۱: سوپر ماتریس موزون

زیر معیار	a ₁	a ₂	a ₃	a ₄	b ₁	b ₂	b ₃	c ₁	c ₂	d ₁	d ₂
a ₁	0.058	0.078	0.071	0.069	0.077	0.077	0.072	0.072	0.067	0.079	0.079
a ₂	0.079	0.058	0.074	0.073	0.075	0.077	0.076	0.078	0.071	0.079	0.082
a ₃	0.067	0.068	0.054	0.066	0.071	0.068	0.072	0.070	0.076	0.071	0.071
a ₄	0.020	0.020	0.025	0.017	0.021	0.022	0.025	0.024	0.031	0.025	0.022

زیر معیار	a ₁	a ₂	a ₃	a ₄	b ₁	b ₂	b ₃	c ₁	c ₂	d ₁	d ₂
b ₁	0.090	0.089	0.083	0.086	0.066	0.088	0.084	0.087	0.082	0.090	0.089
b ₂	0.083	0.085	0.084	0.086	0.089	0.063	0.088	0.081	0.082	0.084	0.083
b ₃	0.083	0.082	0.089	0.084	0.083	0.088	0.067	0.083	0.087	0.087	0.088
c ₁	0.149	0.154	0.155	0.150	0.156	0.151	0.147	0.119	0.163	0.154	0.155
c ₂	0.090	0.085	0.084	0.088	0.092	0.097	0.101	0.112	0.068	0.086	0.084
d ₁	0.164	0.164	0.163	0.157	0.156	0.162	0.161	0.158	0.160	0.130	0.158
d ₂	0.111	0.111	0.112	0.119	0.107	0.101	0.102	0.110	0.108	0.110	0.082

برای تعیین وزن نهایی زیر معیارها و اولویت بندی آن ها، سوپر ماتریس موزون را تا ۳ مرتبه و طبق فرمول شماره ۱۰ به توان رساندیم تا جایی که تمامی عناصر ماتریس همگرا شوند که نتایج حاصل در جدول ۱۲ آورده شده است:

جدول ۱۲: ماتریس همگرا

زیر معیار	a ₁	a ₂	a ₃	a ₄	b ₁	b ₂	b ₃	c ₁	c ₂	d ₁	d ₂
a ₁	0.074	0.074	0.074	0.074	0.074	0.074	0.074	0.074	0.074	0.074	0.074
a ₂	0.076	0.076	0.076	0.076	0.076	0.076	0.076	0.076	0.076	0.076	0.076
a ₃	0.069	0.069	0.069	0.069	0.069	0.069	0.069	0.069	0.069	0.069	0.069
a ₄	0.024	0.024	0.024	0.024	0.024	0.024	0.024	0.024	0.024	0.024	0.024
b ₁	0.085	0.085	0.085	0.085	0.085	0.085	0.085	0.085	0.085	0.085	0.085
b ₂	0.082	0.082	0.082	0.082	0.082	0.082	0.082	0.082	0.082	0.082	0.082
b ₃	0.084	0.084	0.084	0.084	0.084	0.084	0.084	0.084	0.084	0.084	0.084
c ₁	0.148	0.148	0.148	0.148	0.148	0.148	0.148	0.148	0.148	0.148	0.148
c ₂	0.091	0.091	0.091	0.091	0.091	0.091	0.091	0.091	0.091	0.091	0.091
d ₁	0.156	0.156	0.156	0.156	0.156	0.156	0.156	0.156	0.156	0.156	0.156
d ₂	0.106	0.106	0.106	0.106	0.106	0.106	0.106	0.106	0.106	0.106	0.106

بر اساس ماتریس همگرای حاصل، وزن نهایی هر زیر معیار مشخص می شود. با محاسبه مجموع وزن های به دست آمده زیر معیارهای هر معیار اصلی، وزن نهایی آن معیار نیز به دست می آید:

جدول ۱۳: وزن نهایی معیارها و زیر معیارها

زیر معیار	وزن نهایی	معیار	وزن نهایی
a ₁	0.074	A	0.244
a ₂	0.076		
a ₃	0.069		
a ₄	0.024		
b ₁	0.085	B	0.253
b ₂	0.082		
b ₃	0.084		
c ₁	0.148	C	0.240
c ₂	0.091		
d ₁	0.156	D	0.262
d ₂	0.106		

باتوجه به مقادیر وزن های نهایی به دست آمده برای هر معیار، مشاهده می شود که معیار کارکنان با وزن نهایی ۰,۲۶۲، اولویت اول، معیار عوامل بیرونی سازمان با وزن نهایی ۰,۲۵۳، اولویت دوم، معیار مدیریت با وزن نهایی ۰,۲۴۴، اولویت سوم و معیار عوامل مالی سازمان با وزن نهایی ۰,۲۴۰، اولویت چهارم را به خود اختصاص می دهند.

در میان زیر معیارها نیز به ترتیب تعهد عاطفی کارکنان با وزن نهایی ۰,۱۵۶، عملکرد مالی با وزن نهایی ۰,۱۴۸، آموزش با وزن نهایی ۰,۱۰۶، میزان سهم سهامداران با ۰,۰۹۱، مسائل زیست محیطی با وزن نهایی ۰,۰۸۵، وفاداری مشتری با وزن نهایی ۰,۰۸۴، فشار اجتماعی با وزن نهایی ۰,۰۸۲، سلامت سازمانی با وزن نهایی ۰,۰۷۶، فرهنگ سازمانی با وزن نهایی ۰,۰۷۴، مزیت رقابتی با وزن نهایی ۰,۰۶۹ و تعداد اعضای هیئت مدیره با وزن نهایی ۰,۰۲۴، اولویت می یابند.

نتیجه گیری و پیشنهادات

در گذشته مسئولیت اجتماعی و هزینه های اجرای آن، در اکثر سازمان ها به عنوان هزینه های اضافی در نظر گرفته می شد که به جز زیان رساندن به منافع سهامداران هیچ سودی برای سازمان نداشت (۵۶). اما به دلیل استیلای فراگیر مسئولیت پذیری اجتماعی در موضوعات متعدد مانند توسعه پایدار، حفاظت محیط زیست، برابری اجتماعی، رشد پایدار اقتصادی، فراهم آوردن زیر بنایی اساسی برای کسب و کار (۵۷)، امروزه بحث مسئولیت اجتماعی سازمان به عنوان موضوعی بسیار مهم در محافل مدیریتی مطرح می شود و سازمان ها روز به روز به این موضوع توجه بیشتری دارند (۵۸). در همین راستا هدف از انجام پژوهش حاضر شناسایی مسئولیت اجتماعی سازمان و عوامل موثر بر آن و رتبه بندی این عوامل بر اساس روش DANP می باشد.

بر اساس این اولویت بندی، تعهد عاطفی در کارکنان سازمان رتبه نخست را به خود اختصاص داد. از آنجا که کارکنان سازمان راهبردها را ابداع کرده، تصمیم می گیرند و برنامه های مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان را به اجرا می گذارند، در موفق شدن برنامه های این حوزه نقش اساسی دارند (۵۹). بنابراین تعهد کارکنان می تواند پیامد های مثبتی برای سازمان داشته باشد و بر طبق مطالعات، مسئولیت اجتماعی سازمان ها باعث افزایش تعهد کارکنان می شود، زیرا مسئولیت اجتماعی شامل فعالیت هایی برای رفاه کارکنان است (۶۰). برخی از شرکت ها، مسئولیت اجتماعی سازمان خود را به عنوان راهی برای جذب تعداد زیادی کارکنان متعد ارتقا می دهند، چرا که شرکت های با مسئولیت اجتماعی و برنامه های حمایتی بهتر، می توانند جذابیت بیشتری برای کار کردن داشته باشند (۳۴). اما وجود برخی از الزامات قانونی و همچنین متحمل شدن هزینه های اضافی برای اجرای برنامه های حمایتی، باعث کم توجهی مدیران سازمان به این دسته از عوامل تاثیرگذار بر مسئولیت اجتماعی می شود و از این رو معیار تعهد عاطفی کارکنان به عنوان معیاری معلول در این پژوهش محسوب می شود.

عملکرد مالی سازمان در رتبه دوم این اولویت بندی قرار می گیرد. مسئولیت اولیه هر بنگاه اقتصادی کسب سود است و زمانی که سازمان سود لازم را به دست آورد و توانست حیات خود را تضمین کند، می تواند به مسئولیت های دیگر بپردازد (۶۱). بین مسئولیت اجتماعی سازمان و عملکرد مالی آن، رابطه ی مثبتی وجود دارد (۳). اندازه گیری عملکرد مالی و عملیاتی، پایه بسیاری از تصمیمات، از جمله تصمیم گیری در مورد مسئولیت اجتماعی سازمان است و بهره مند بودن از توانایی مالی مطلوب می تواند موجب بهبود در تصمیم گیری های مربوط به مسئولیت اجتماعی شود (۶۲).

رتبه سوم در این اولویت بندی متعلق به آموزش می باشد. تصمیمات مسئولیت اجتماعی زمانی در بهترین شرایط جامع عمل می پوشد که کارکنان و عوامل اجرایی آموزش لازم را دریافت کرده باشند و این آموزش ها در نهادها برای ترویج و ارتقا سازگاری کارکنان در سازمان طراحی می شوند (۲۹).

بر اساس این اولویت بندی میزان سهم سهامداران در رتبه چهارم قرار می گیرد. توزیع سهام در میان سهامداران بر این تصمیمات اثرگذار است، چرا که سرمایه گذاری های مسئولیت اجتماعی به تمام سهامداران سود می رساند و از آنجا که سهامداران اهداف متفاوتی را دنبال می کنند، مدیران به ناچار در تصمیم گیری ها متفاوت عمل می کنند (۳۹). مطابق با یافته های پژوهش، توجه به میزان سهم سهامداران از سوی مدیران سازمان، معیاری معلول شناخته می شود و مدیران سازمان از افزایش مسئولیت اجتماعی برای این گروه از ذینفعان سازمان، خودداری می کنند.

رتبه پنجم بر اساس یافته های پژوهش متعلق به توجه به مسائل زیست محیطی است. چرا که به موازات تحولات ناشی از صنعتی شدن و نوسازی در کشورهای مختلف، شرایط زیست محیطی نیز دستخوش دگرگونی و تخریب شده است و انقراض گونه های گیاهی و جانوری زیادی را در بر داشته است (۴۱). بنابراین از مسئولیت و وظایف هر سازمان در قبال جامعه و محیط زیست به حداقل رساندن عوارض نامطلوب و انتشار و توسعه فناوری های مساعد زیست محیطی است (۴۰). معیار توجه به مسائل زیست محیطی نیز در این پژوهش، جزء معیار های معلول قرار می گیرد. مدیران به دلیل عواملی چون قطع شدن عملیات و وارد شدن صدمه های اعتباری، مجازات های قانونی و متحمل شدن هزینه های اضافی، از توجه به این موضوع سر باز می زنند.

وفاداری مشتری رتبه ششم این اولویت بندی را به خود اختصاص داده است. مشتری و یا مصرف کننده به عنوان ذینفعان محسوب می شوند و محققان ایجاد اعتماد و روابط با ذینفعان را لازمه کسب وفاداری مشتریان می دانند و این اعتماد به صداقت سازمان زمانی رخ می دهد که سازمان ارزش های اخلاقی خود را افزایش دهد (۶۳). در نهایت کسب این وفاداری از سویی نوعی سرمایه گذاری اجتماعی بلند مدت برای سازمان خواهد بود و از سوی دیگر موجب افزایش سود اقتصادی می شود (۶۴). اما با توجه به یافته های پژوهش، وفاداری مشتری نیز معیاری معلول است. مدیران سازمان با عدم استقرار سیستم های سنجش رضایت مشتری و عدم انجام تحقیق پیرامون میزان وفاداری آنان در خرید مجدد محصول و یا خدمت، از کسب میزان قابل توجهی سود باز می مانند. این مدیران نسبت به دریافت نقطه نظرات مشتریان و لحاظ کردن آنها نیز کوتاهی می کنند.

فشار اجتماعی از عوامل تاثیرگذاری است که در رتبه هفتم یافته های این پژوهش قرار می گیرد. با صنعتی شدن جوامع و همچنین پیچیدگی روابط، توقعات جوامع در مورد مسائلی از قبیل انسانیت، صداقت، بخشش، اعتماد و وفاداری در یک سازمان افزایش می یابد و نیز موجب افزایش مسئولیت اجتماعی می گردد (۶۵).

رتبه هشتم و یکی دیگر عواملی که می تواند مسئولیت پذیری را تحت تاثیر قرار دهد، سلامت سازمانی است (۳۵). اگرچه سلامت سازمانی عمدتاً به سلامت کارکنان وابسته است اما یک تکامل تدریجی به سمت سلامت فرآیندهای مدیریتی، فرهنگ و ساختار و همچنین مسئولیت اجتماعی دارد (۳۷). بنابراین بر طبق تعریف سلامت سازمانی، یعنی سازمانی که در تلاش برای مبادله اطلاعات قابل اعتماد است و از انعطاف و توانایی برخوردار و نسبت به منافع سازمان و جوامع متعهد است، باید مسئولیت اجتماعی خود را که هم راستا با این منافع است، بهبود بخشد (۳۶).

رتبه نهم بر اساس یافته های پژوهش به فرهنگ سازمانی اختصاص می یابد. امکان دارد هر اقدام کوچکی در سازمان به دلیل مخالفت با فرهنگ حاکم بر آن سازمان به تاخیر بیفتد و یا رد شود. فرهنگ بر مولفه های مسئولیت پذیری نیز تاثیر بالایی دارد و در صورتی که باورهای حاکم بر سازمان تعالی یابد، بدون شک مسئولیت سازمانی نیز افزایش می یابد (۶۶).

مزیت رقابتی نیز در اولویت دهم عوامل تاثیرگذار بر مسئولیت اجتماعی سازمان ها، قرار می گیرد. مفهوم مزیت رقابتی ارتباط مستقیم با ارزش های مورد نظر مشتری دارد، به نحوی که هرچه قدر ارزش های عرضه شده توسط سازمان به ارزش های مورد نظر مشتری نزدیکتر باشد، می توان گفت که سازمان نسبت به رقبای خود دارای برتری و مزیت است (۶۷). این معیار نیز به دلیل کم توجهی مدیران به ارزش های مورد نظر مشتری و جلوگیری از ایجاد هزینه های اضافی سنجش میزان رضایت آنان و در نتیجه از دست دادن مزیت برتری سازمان در میان رقبا، معیاری معلول محسوب می شود.

یازدهمین و آخرین عاملی که بر طبق نتایج پژوهش، مسئولیت پذیری را تحت تاثیر خود قرار می دهد، تعداد اعضای هیئت مدیره است. از آنجا که هیئت مدیره بزرگ قدرت کمتری دارند و توافق در مورد موضوعی خاص دشوار است، سازمان ها برای توافق بر سر تصمیم گیری های مسئولیت پذیری نیز، بهتر است تعداد اعضای هیئت مدیره محدودتری داشته باشند (۳۹).

با شناسایی مسئولیت اجتماعی سازمان ها و عوامل موثر بر آن، می توان اذعان داشت که مسئولیت اجتماعی عامل اساسی بقای هر سازمانی است و صرف نظر از اندازه یا بخش سازمان، به موضوعی اجتناب ناپذیر تبدیل شده است (۶۸). بنابراین سازمان ها باید این مسئولیت را حس کنند که مسائل جامعه بخشی از مسائل و مشکلات آنها بوده و باید نسبت به حل این مسائل دغدغه داشته باشند (۶۹).

مراجع

- حجازی، رضوان و نصیری، سپیده سادات (۱۳۹۳). "مفاهیم شهروند شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکت ها"، نشریه پژوهش حسابداری، شماره ۱۵، صص ۱۶۳-۱۸۳.
- صالحی امیری، سید رضا و همکاران (۱۳۸۷). "مسئولیت اجتماعی سازمان ها"، فصل ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت ها، تکمیل کننده و جایگزین سیاست ها و وظایف دولت (صص ۸۸-۹)، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک: پژوهشنامه پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، شماره ۲۱.
- صنوبر، ناصر و خلیلی، مجید و ثقفیان، حامد (۱۳۸۹). "بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی با عملکرد مالی شرکتها"، نشریه کاوش های مدیریت بازرگانی، شماره ۴، صص ۲۸-۵۲.
- امیری، زهرا (۱۳۸۷). "مسئولیت اجتماعی سازمان ها و اهمیت توجه به آن"، نشریه میثاق مدیران، شماره ۳۳، صص ۷۳-۷۵.
- نعامی، عبدالله و غلامپور، اسداله (۱۳۹۵). "بررسی ساختار عاملی مسئولیت اجتماعی، رضایت مشتری، شهرت سازمانی و عملکرد در بنگاه های اقتصادی (مطالعه موردی بانک شهر)"، نشریه اقتصاد و مدیریت شهری، شماره ۱۷، صص ۱-۱۲.
- اردلان، محمدرضا و قنبری، سیروس و بهشتی راد، رقیه و نویدی، پرویز (۱۳۹۴). "تاثیر سرمایه اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی بر تعهد سازمانی (مطالعه موردی کارکنان دانشگاه رازی کرمانشاه)"، نشریه مطالعات اندازه گیری و ارزشیابی آموزشی، شماره ۱۰، صص ۱۰۹-۱۳۲.
- الوانی، سید مهدی (۱۳۷۱). "مدیریت مسائل عمومی"، نشریه مطالعات مدیریت، شماره ۶، صص ۲۱-۳۶.
- احمدی، کیومرث و الوانی، سید مهدی و معمار زاده طهران، غلامرضا (۱۳۹۰). "سیر تکوینی پاسخگویی اجتماعی سازمانی و ارائه مدلی برای بسط مفهومی آن در سازمان های ایرانی"، نشریه مدیریت صنعتی دانشکده علوم انسانی، شماره ۱۸، صص ۹۷-۱۱۶.
- خلیل الهی، خاطره و جلالیان، نجمه (۱۳۹۵). "تاثیر مسئولیت اجتماعی بر وفاداری مشتری با توجه به نقش واسطه ای تصویر ذهنی و اعتماد بیماران به بیمارستان های آموزشی شهر یزد"، نشریه دانشکده بهداشت یزد، شماره ۵، صص ۱۶۷-۱۷۹.

- قاضی زاده، مصطفی و سرداری، احمد و دانشخواهی، حامد و رئیس، حسین (۱۳۹۲). "شناسایی رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت با وفاداری مشتریان (مطالعه موردی بانک ملت)"، نشریه تحقیقات بازاریابی نوین، شماره ۳، صص ۷۵-۹۴.
- چاوش باشی، فرزانه (۱۳۸۹). "مسئولیت اجتماعی و نقش آن در ارتقای بهره‌وری و مزیت رقابتی شرکت‌ها"، نشریه پژوهشنامه وابسته به پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، شماره ۶۲، صص ۷۱-۹۴.
- رحمان سرشت، حسین و رفیعی، محمود و کوشا، مرتضی (۱۳۸۸). "مسئولیت اجتماعی؛ اخلاقیات فرا سازمانی"، نشریه تدبیر، شماره ۲۰۴، صص ۲۲-۲۶.
- اعتمادی، حسین و سیاسی، سحر و بسحاق، محمد رضا (۱۳۹۵). "اصول اخلاقی کسب و کار، مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت‌ها"، نشریه اخلاق در علوم و فناوری، شماره ۳، صص ۱۰۷-۱۱۵.
- ابزری، مهدی و یزدان شناس، مهدی (۱۳۸۶). "مسئولیت اجتماعی و اخلاق کار در مدیریت کیفیت نوین"، نشریه فرهنگ مدیریت، شماره ۱۵، صص ۵-۴۲.
- وفایی یگانه، محمد و قربانی سنجدری، معصومه (۱۳۹۴). "تاثیر مسئولیت‌های اجتماعی سازمانی بر اثربخشی سازمانی"، نشریه مهندسی فرهنگی، شماره ۸۵، صص ۱۲۵-۱۵۲.
- الوانی، سید مهدی و امیری، مقصود و احمدی، کیومرث (۱۳۹۱). "از اخلاق اجتماعی سازمانی تا پاسخگویی اجتماعی سازمانی؛ رویکردی جهت استقرار نظام پاسخگویی اجتماعی سازمانی در سازمان‌های دولتی ایرانی"، نشریه اخلاق در علوم و فناوری، سال هفتم، شماره ۱، صص ۱۷-۲۷.
- محمدی، حامد و حکیمی، علی (۱۳۹۶). "سنجش اصول مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با رویکرد استاندارد ISO26000 (مطالعه موردی شرکت گاز استان مازندران)"، نشریه مدیریت استاندارد و کیفیت، شماره ۲۳، صص ۱۶-۳۳.
- فهرست، زهره و تیموری، هادی و انصاری، رضا (۱۳۹۶). "تعیین رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان و مزیت رقابتی (مطالعه موردی گروه صنعتی انتخاب)"، نشریه صنعت و دانشگاه، شماره‌های ۳۷ و ۳۸، صص ۳۵-۴۴.
- صنوبر، ناصر و حیدریان، بهنام (۱۳۹۱). "شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در ایران"، نشریه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، شماره ۱، صص ۷۱-۸۹.
- ممی زاده، جعفر (۱۳۷۳). "مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها و اخلاق در مدیریت"، نشریه آینده پژوهشی مدیریت، شماره‌های ۲۰ و ۲۱، صص ۶۷-۸۹.
- قاسمی حسین آبادی، فائزة (۱۳۹۵). "مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و نحوه سنجش آن"، نشریه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، شماره ۲، صص ۴۳-۵۴.
- نوروزی، محمد رضا و دانایی فرد، حسن و فانی، علی اصغر و حسن زاده، علیرضا (۱۳۹۳). "پردازش نظری مسئولیت اجتماعی بر مبنای نظریه داده‌بنیاد"، نشریه بهبود مدیریت، شماره ۲۶، صص ۵-۳۴.
- الوانی، مهدی و احمدی، کیومرث (۱۳۹۲). "مفهوم پاسخگویی اجتماعی سازمانی و ضرورت تبیین مولفه‌های آن در سازمان‌های دولتی ایران"، نشریه مدیریت سازمان‌های دولتی، شماره ۳، صص ۷-۱۶.
- عزیز، نرجس و محسنی، رضاعلی و تاج‌الدین، محمد باقر (۱۳۹۷). "فعالیت‌های داخلی و خارجی مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها در نظام بانکی و بررسی رابطه آن با سرمایه اجتماعی"، نشریه جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی، شماره ۱۱، صص ۳۱۱-۳۴۰.
- فیاضی آزاد، علی و رحمتی، محمد حسین و خنیفر، حسین (۱۳۹۶). "طراحی مدل عوامل موثر بر مسئولیت اجتماعی شرکت ملی نفت ایران"، نشریه مدیریت سرمایه اجتماعی، شماره ۲، صص ۱۸۱-۱۹۷.
- الوانی، سید مهدی و پورعزت، علی اصغر و سیار، ابوالقاسم (۱۳۸۷). "بررسی رابطه عدالت و تعهد سازمانی در شرکت مهندسی و توسعه گاز ایران"، نشریه مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، شماره ۴، صص ۶-۳۰.
- دارائی، محمد رضا و پارسا عمل، الهه (۱۳۹۲). "بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر مسئولیت اجتماعی در شرکت خودروسازی سایپا"، نشریه مدیریت دولتی، شماره ۴، صص ۱۰۱-۱۲۰.
- نویدی نکو، رضا و آریان فر، خسرو و هنرمند، هانی و نوذری (۱۳۹۷). "بررسی عوامل موثر بر اثربخشی سازمانی از منظر مسئولیت اجتماعی سازمانی (مطالعه موردی شرکت‌های تعاونی استان تهران)"، نشریه پژوهش‌های مدیریت، شماره ۹۷، صص ۴۳-۵۴.
- سلطانزاده، وحید و قلاوندی، حسن و سید عباس زاده، میر محمد (۱۳۹۴). "روابط ساده و ترکیبی بین جامعه‌پذیری سازمانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی (مطالعه موردی کارکنان دانشگاه ارومیه)"، نشریه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، شماره ۲۱، صص ۱۶۷-۱۹۰.
- رویایی، رمضانعلی و مهردوست، حسین (۱۳۸۸). "بررسی نقش مدیریت فرهنگی در ارتقای مسئولیت اجتماعی"، پژوهشنامه علوم اجتماعی، شماره ۳، صص ۴۳-۵۹.
- شیروانی، علیرضا و مهری کارنامی، محمد (۱۳۸۷). "بررسی ارتباط میان انواع استراتژی‌های انجام مسئولیت اجتماعی با ساختار سازمانی در سازمان‌های بخش دولتی شهر اصفهان"، پنجمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، تهران، گروه پژوهشی آریانا، صص ۱-۱۴.

- خلیلی، کرم و قاسم پور، حامد (۱۳۹۶). " بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی سازمانی بر نگرش شغلی کارکنان مراکز بهداشت و درمان شهرستان ایلام "، نشریه دانشگاه علوم پزشکی ایلام، شماره ۴، صص ۹۰-۹۶.
- روشن، سید علیقلی و فرزانه حسن زاده، ژاله (۱۳۹۲). " تاثیر مسئولیت اجتماعی بر کیفیت و پیامد های رابطه ی سازمانی "، نشریه مطالعات رفتار سازمانی، شماره ۶، صص ۱۰۹-۱۳۶.
- سلطانی، مرتضی و نجات، سهیل و جعفری، خشایار (۱۳۹۴). " بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی سازمان بر تعهد عاطفی کارکنان؛ نقش میانجی فرهنگ سازمانی "، نشریه مطالعات رفتار سازمانی، شماره ۱۵، صص ۱۴۵-۱۷۱.
- کوهی، کمال (۱۳۹۵). " بررسی تاثیر سلامت سازمانی بر مسئولیت پذیری اجتماعی (مطالعه موردی کارکنان دانشگاه تبریز) "، نشریه توسعه اجتماعی، شماره ۴، صص ۳۳-۵۸.
- جاهد، حسینعلی (۱۳۸۴). " سلامت سازمانی "، نشریه تدبیر، شماره ۱۵۹، صص ۱۶-۲۱.
- انصاری، محمد اسماعیل و استادی، حسین و جاوری، فرشته (۱۳۸۸). " بررسی رابطه بین سلامت سازمانی و نگرش های مثبت کاری کارکنان در ادارات امور مالیاتی استان اصفهان "، نشریه تخصصی مالیات، شماره ۶، صص ۴۱-۶۵.
- حیدرزاده، کامبیز و صمد زاده، الهام (۱۳۹۴). " بررسی نقش مسئولیت اجتماعی شرکت در ایجاد مزیت رقابتی پایدار از طریق افزایش سرمایه های فکری گروه خودرو سازی سایپا "، مجله مدیریت بازاریابی، شماره ۲۹، صص ۱-۲۰.
- صیوخی، نسترن و محمد زاده، امیر (۱۳۹۷). " بررسی رابطه بین عملکرد اجتماعی، ساختار مالکیت و حاکمیت شرکت "، نشریه دانش حسابداری مالی، شماره ۱۶، صص ۱۲۷-۱۵۱.
- معمارزاده طهران، غلامرضا و وزیر نظام دوست، معصومه (۱۳۸۹). " بررسی عوامل موثر بر مسئولیت اجتماعی سازمان های دولتی ایران (نیروگاه برق طرشت) "، نشریه مدیریت دولتی، پیش شماره ۲، صص ۶۳-۷۸.
- میرفردی، اصغر (۱۳۹۵). " بررسی رابطه پایگاه اقتصادی - اجتماعی و احساس مسئولیت اجتماعی با رفتار محیط زیستی (مطالعه موردی ساکنان نورآباد ممسنی) "، نشریه آموزش محیط زیست و توسعه پایدار، سال پنجم، شماره ۱، صص ۱-۱۰۱-۱۱۴.
- رشیدی، حسن و رحمانی، زین العابدین (۱۳۹۲). " برند و تاثیر آن بر وفاداری مشتری "، مجله اقتصادی، شماره های ۹ و ۱۰، صص ۶۵-۸۰.
- زارعی، عظیم و شرفی، وحید و زنگیان، سمیه (۱۳۹۴). " بررسی تاثیر بازاریابی چریکی و مسئولیت اجتماعی شرکت های بیمه بر وفاداری مشتریان با تاکید بر مزیت های کارکردی برند و قابلیت اعتبار "، پژوهشنامه بیمه، شماره ۱۲۰، صص ۸۵-۱۰۴.
- حاجبها، زهره و سرفراز، بهمن (۱۳۹۳). " بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران "، نشریه پژوهش های تجربی حسابداری، شماره ۱۴، صص ۱۰۵-۱۳۳.
- طالقانی، غلامرضا و دیواندری، علی و شیر محمدی، ملیکا (۱۳۸۸). " تاثیر حمایت ادراک شده از سوی سازمان بر تعهد کارکنان و عملکرد سازمانی (مطالعه موردی شعب بانک ملت شهر تهران) "، نشریه علوم مدیریت ایران، شماره ۱۶، صص ۱-۲۵.
- صلواتی، عادل و رستمی نوروز آباد، مجتبی و رحمانی نوروز آباد، سامان و باغبانینان، مصطفی (۱۳۹۳). " بررسی عوامل موثر بر مسئولیت پذیری اجتماعی در تعاونی های روستایی شهرستان های سندج و کامیاران "، نشریه تعاون و کشاورزی، شماره ۱۲، صص ۱۵۷-۱۷۷.
- مشیکی، اصغر و خلیلی شجاعی، وهاب (۱۳۸۹). " بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان ها "، نشریه جامعه شناسی کاربردی، شماره ۴۰، صص ۳۷-۵۶.
- Mallin, C.A. (2006). " Handbook on International Corporate Governance ".
- Walker, M. & Parent, M.M. (2010). " Toward an integrated framework of corporate social responsibility, responsiveness and citizenship in sport " , Sport Management Review, No. 13, PP. 198-210.
- Kim Chung H. & Scullion, H. (2013). " The effect of corporate social responsibility on employee motivation: a cross-national study " , poznan university of economics review, 13(2): 5-30.
- ابراهیم زاده، عیسی (۱۳۹۵). " روش تحقیق پیشرفته ".
- محبی، کیوان (۱۳۹۷). " اصول روش تحقیق "، سایت دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه.
- Özveri, Onur & Güçlü, Pembe & Aycin, Ejder (2015). " Evaluation of service supply chain performance criteria with DANP method " , ASSAM International Refereed journal, NO. 4, PP. 139-158.
- Kuo, Tsai Chi & Chia, Wei Hsu & Jie, Ying Li (2015). "Developing a Green Supplier Selection Model by Using the DANP with VIKOR", Sustainability journal, NO. 7, PP. 1661-1689.

- آقایی، میلاد و فضلی، صفر (۱۳۹۱). " به کارگیری رویکرد ترکیبی ANP و Dematel برای انتخاب استراتژی مناسب نگهداری و تعمیرات (مطالعه موردی صنعت خودروهای کار)", نشریه چشم انداز مدیریت صنعتی، شماره ۶، صص ۸۹-۱۰۷.
- جزئی، نسرین و براتی، ابوالفضل و پارسا مهر، وحید (۱۳۹۳). "تاثیر مسئولیت اجتماعی بر طنین برند داخلی سازمان"، نشریه چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۲۰، صص ۱۰۷-۱۲۱.
- امیری، سمیه (۱۳۹۶). "مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها"، نشریه راهبرد های حسابداری، شماره ۲، صص ۵۹-۷۵.
- امیر قاسم خانی، سمیه و کاظمی، مهدی و ملاحسینی، علی (۱۳۹۵). "مسئولیت اجتماعی شرکت و نقش آن در کسب مزیت رقابتی"، نشریه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، شماره ۲، صص ۲۱-۴۱.
- سلمانی، داود و مدرسی، سعید و نوریان، کیمیا و سلمانی، آرزو (۱۳۹۴). "تاثیر قضاوت های کارکنان درباره برنامه های مرتبط با مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان، بر نگرش و رفتارهای آن ها"، نشریه مدیریت دولتی، دوره ۷، شماره ۲، صص ۲۵۹-۲۷۶.
- ربیعی مندجین، محمدرضا و غلامی، مهدیه (۱۳۹۵). "بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی (جامعه نمونه فرمانداری قم)", نشریه تحقیقات مدیریت آموزشی، سال هفتم، شماره ۳، صص ۶۹-۹۸.
- ابراهیمی، لقمان و منصور، احمد و رحمانی احمد آبادی، لقمان (۱۳۹۳). "بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و رعایت حقوق مصرف کننده (مطالعه موردی سیستم بانکی شهرستان بوکان)", نشریه مدیریت صنعتی دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج، شماره ۳۰، صص ۸۵-۹۶.
- بادآور نهندی، یونس و برادران حسن زاده، رسول و جلالی فر، ژیللا (۱۳۹۳). "بررسی ارتباط بین مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، نشریه مدیریت بهره وری، شماره ۲۸، صص ۱۳۹-۱۶۴.
- راه چمنی، احمد و کاوسی، کامیار (۱۳۹۴). "تاثیر ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمان و اعتماد مصرف کننده بر شهرت سازمان"، نشریه راهبرد های بازرگانی دانشگاه شاهد، سال بیست و دوم، شماره ۵، صص ۶۹-۸۲.
- طالبیان، سید امیر و ملاکی، احمد و عطائی نژاد، نجمه (۱۳۹۴). "شناسایی و ارزیابی مسئولیت های اجتماعی سازمان ها در قبال ذینفعان داخلی و بیرونی موسسه مطالعات بین المللی انرژی"، نشریه مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، شماره ۲۶، صص ۱۶۵-۱۹۳.
- اسکندری نصرتی، یداله و توره، ناصر (۱۳۹۵). "بررسی رابطه فضیلت سازمانی و ظرفیت مالی- انسانی با مسئولیت اجتماعی واحدهای دانشگاه پیام نور مهاباد و میاندوآب"، نشریه اقتصاد و مالیات، شماره های ۴ و ۵، صص ۱۵۵-۱۷۲.
- سلیمی، مهدی (۱۳۹۶). "اثر فرهنگ سازمانی در مسئولیت اجتماعی و تعهد سازمانی کارکنان ادارات ورزش و جوانان: نقش میانجی گر اخلاق حرفه ای"، نشریه مدیریت فرهنگ سازمانی، شماره ۴، صص ۹۲۵-۹۴۶.
- جعفری دهکردی، محمود (۱۳۹۵). "بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار خرید کنندگان و وضعیت رقابتی شرکت بر اساس ISO26000"، نشریه مطالعات مدیریت و کارآفرینی، دوره ۲، شماره ۱، صص ۳۴-۴۸.
- رفیعی آتانی، عطاءالله و نظری، مژگان (۱۳۹۵). "رتبه بندی مصادیق و مولفه های مسئولیت اجتماعی در نظام بانکداری ایران بر اساس روش و فرآیند تحلیل سلسله مراتبی گروهی (GAHP)", نشریه مدیریت فردا، سال پانزدهم، صص ۲۰۹-۲۲۶.
- مهدی، رضا (۱۳۹۳). "تحلیل وضعیت آموزش و بهسازی منابع انسانی بنگاه ها از منظر مسئولیت اجتماعی"، نشریه آموزش و توسعه منابع انسانی، شماره ۲، صص ۱۲۳-۱۳۹.

دوماهنامه اقتصادی

مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه

دوماهنامه علمی-تخصصی مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه،

سال چهارم، شماره ۶ (پیاپی: ۲۰)، بهمن ۹۸

ISSN: 2538-6409

تارنمای نشریه
ASMD.ir