



دومین کنگره دوسالانه روانشناسی صنعتی و سازمانی ایران ۳ و ۴ اسفند ۸۹ دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)

ارتباط احترام سازمانی و تعهد سازمانی در کارکنان یک سازمان صنعتی در شهر شیراز

راضیه زارع^۱ - محمد بابامیری^۲ - صالحه پیریایی^۳

۱- کارشناسی ارشد روانشناسی صنعتی- سازمانی، دانشکده علوم تربیتی، دانشگاه اصفهان اصفهان- خیابان هزار جریب- دانشگاه اصفهان، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، گروه

روانشناسی

شماره تماس: ۰۹۳۶۶۵۲۰۵۰۳

Email: R_zare24@yahoo.com

چکیده

در پژوهش حاضر، رابطه احترام سازمانی با تعهد سازمانی بررسی می‌شود. طبق فرضیه پژوهش احترام سازمانی با سه بعد تعهد (عاطفی، مستمر، هنجاری) رابطه مثبت دارد. نمونه پژوهش شامل ۱۱۲ نفر از کارکنان یک سازمان صنعتی در شهر شیراز بود که به صورت تصادفی انتخاب شدند و به ابزارهای پژوهش که عبارت بودند از پرسش نامه احترام سازمانی و تعهد سازمانی پاسخ دادند. برای تحلیل داده‌ها از روش آماری ضریب همبستگی استفاده شد. نتایج نشان داد که بین احترام سازمانی با هر سه بعد تعهد رابطه مثبت وجود دارد که به ترتیب برای تعهد عاطفی، مستمر و هنجاری برابر ۰/۴۳، ۰/۳۱ و ۰/۲۷ بودند ($P < ۰/۰۱$).

واژه‌های کلیدی: تعهد عاطفی - تعهد مستمر - تعهد هنجاری - احترام سازمانی



مقدمه

احترام اصطلاحی است که به کرات توسط مدیران سازمان‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد و مدیران آن را به عنوان ارزش بنیادی سازمان هایشان معرفی می‌کنند. با این وجود تنها اخیراً، محققان رفتار سازمانی بر احترام در سازمان‌ها و نقش آن در محیط کار توجه کرده‌اند [۵]. در فلسفه و اخلاق، دریافت و نشان دادن احترام به عنوان حق بنیادی و وظیفه انسانی شناخته شده است [۷]. دریافت احترام ارزش فرد را به عنوان یک انسان تصدیق می‌کند [۸] و برعکس، تجربه عدم دریافت احترام از سوی دیگران می‌تواند هستی و وجود یک فرد را به عنوان انسانی ارزشمند از بین ببرد [۶]. در پژوهشی در مورد فرهنگ سازمانی که که بر روی ۸۰۰ نفر از کارکنان در میان هفت سازمان مختلف صورت گرفت. اریلی و همکاران [۱۱]، دریافتند که "احترام به افراد" یکی از ارزشهای اصلی سازمانی بود که شرکت کنندگان آن را به عنوان یک روش معنادهی به فرهنگ سازمان هایشان معرفی کرده بودند. همچنین نشان داده شده است که ادراک افراد از بی احترامی هم بر تمایل به ترک شغل و هم بر ترک شغل واقعی اثر می‌گذارد [۱۲]. تنبرسوئل و همکاران (۲۰۰۳) [۱۶]، احترام سازمانی را بدین گونه تعریف کرده‌اند: جوی که در آن اعضای سازمان، ادراکشان را از توجه و احترامی که به کارکنان درون سازمان نشان داده می‌شود، به صورت جمعی، به اشتراک می‌گذارند. احترام می‌تواند به صورت جمعی به عنوان میزانی که با همه اعضای سازمان، نه فقط خود فرد، با احترام رفتار می‌شود مفهوم سازی گردد. این درک جمعی به علت طبیعت اجتماعی فرآیندهای اطلاعاتی رخ می‌دهد، به این معنا که اطلاعات نه تنها از تجربیات خود شخص حاصل می‌شوند بلکه همچنین از منابع دست دوم از قبیل همکاران و مدیران نیز ناشی می‌شوند [۱۴]. احترام یک بعد اجتماعی بسیار قوی دارد. برای مثال، مید. جی. اچ (۱۹۳۴) [۹] بیان کرد که چگونه خود افراد (هویت افراد و توانایی آنها برای ایفای نقش هایشان در جهان) بازتابی از تایید و شناختی است که از دیگران به دست می‌آورند. بر مبنای تئوری همانندسازی اجتماعی، تایلر و بلیدر [۱۹]، مدل های متفاوتی را برای فهمیدن چگونگی دلپستگی روانشناختی افراد به گروهها، سازمانها و اجتماعاتی که عضو آن هستند، فرض کرده‌اند. در راستای تئوری همانندسازی اجتماعی فرض شده است که افراد از لحاظ روانشناختی بیشتر به سازمان‌هایی دلپسته می‌شوند که عضویتشان در سازمان هویت اجتماعی مثبتی را برای آنان فراهم کند. پیش‌بینی شده است که دریافت احترام از سازمان حس تعهد نسبت به سازمان را در کارکنان القا می‌کند [۱۹]. در پژوهشی که بر روی اعضای یک سازمان داوطلبانه هلندی که سرمایه مربوط به تحقیقات در مورد بیماری سرطان را تامین می‌کردند، صورت گرفت نتایج نشان داد که احترام سازمانی می‌تواند تعهد سازمانی را در میان اعضا پیش‌بینی کند [۴]. موضوع تعهد سازمانی توجه فزاینده‌ای را از طرف محققان رفتار سازمانی به خود جلب کرده است [۲۰، ۲]. تعهد سازمانی به عنوان دلپستگی افراد به سازمان هایشان یا همانندسازی افراد با سازمان هایشان تعریف شده است [۳]. با این وجود تعهد سازمانی می‌تواند یک پاسخ عاطفی به ارزیابی مثبت از محیط کار در نظر گرفته شود [۱۷]. اینچنین پاسخ‌های عاطفی ممکن است به صورت دلپستگی، به خصوص هنگامی که افراد به ارزشها و اهداف سازمان به طور قوی اعتقاد داشته باشند یا تمایل قوی برای ماندن در سازمان هایشان داشته باشند، دیده شود [۲۱]. میر و آلن (۱۹۹۱) [۱۰] تعهد سازمانی را در قالب سه مولفه تعریف کرده‌اند که عبارتند از: تعهد عاطفی؛ تعهد عاطفی یعنی تعلق احساسی و عاطفی فرد به سازمان. در این حالت فرد به این دلیل در سازمان می‌ماند که به رسالت وجودی (ماموریت)، ارزش و اهداف آن احساس و نگرشی مثبت دارد. فرد در سازمان می‌ماند تا این اهداف و ارزش‌ها را که باور عمیق به آنها دارد؛ برآورده سازد. تعهد هنجاری: فرد به خاطر فشار هنجارها و اخلاقیات در سازمان می‌ماند. به خاطر اینکه دیگران (به خاطر احساسات همکاران، توجه به کارفرما) نسبت به ترک سازمان چه قضاوتی در موردش می‌کنند، سازمان را رها نمی‌کند. تعهد مستمر: تعهد به سازمان به خاطر آگاهی از هزینه‌های ترک سازمان می‌باشد. یعنی فرد به این علت در سازمان می‌ماند که بر اساس تحلیل هزینه-سود نتیجه می‌گیرد که نیاز دارد بماند.

با توجه به مطالب بالا و لزوم توجه هر چه بیشتر به مفاهیم رفتاری مثبت و تاثیر آنها بر نگرش‌های کارکنان از قبیل تعهد سازمانی، پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین احترام سازمانی با سه بعد تعهد سازمانی صورت گرفت. فرضیه‌های پژوهش به قرار زیر است: فرضیه ۱: بین احترام سازمانی با تعهد عاطفی، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. فرضیه ۲: بین احترام سازمانی با تعهد مستمر، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. فرضیه ۳: بین احترام سازمانی با تعهد هنجاری، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

روش تحقیق



دومین کنگره دوسالانه روانشناسی صنعتی و سازمانی ایران ۳ و ۴ اسفند ۸۹ دانشگاه آزاداسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)

جامعه این پژوهش را کلیه کارکنان یک سازمان صنعتی در شهر شیراز تشکیل می‌دادند که برابر ۱۵۲۱ نفر بودند. نمونه پژوهش نیز از بین کلیه کارکنان سازمان مذکور به صورت تصادفی ساده، انتخاب شد. از تعداد کل پرسش‌نامه‌های پخش شده ۱۱۲ پرسش‌نامه کامل و بازگردانده شد، که از بین آنها ۵۹/۸۲ درصد مرد و ۴۰/۱۷ درصد زن. ۶۵/۱۷ درصد استخدام رسمی و ۳۴/۸۲ درصد استخدام قراردادی. سطح تحصیلات ۵۴/۴۶ درصد شرکت‌کنندگان دیپلم و فوق دیپلم، ۲۸/۵۷ درصد لیسانس و ۱۶/۹۶ درصد فوق لیسانس بودند. در این پژوهش داده‌ها به روش میدانی و توسط دو پرسش‌نامه تعهد سازمانی، احترام سازمانی، و یک پرسش‌نامه جهت جمع‌آوری اطلاعات فردی، به شرح زیر گردآوری شد: ۱. پرسش‌نامه تعهد سازمانی آلن و مایر برای ارزیابی میزان تعهد سازمانی کارکنان از پرسش‌نامه تعهد سازمانی آلن و مایر (۱۹۹۰) استفاده شد که شامل ۲۴ سوال ۷ گزینه‌ای و سه خرده‌مقیاس است. خرده‌مقیاس تعهد عاطفی، خرده‌مقیاس تعهد مستمر و خرده‌مقیاس تعهد هنجاری. صباغیان راد و همکاران (۱۳۸۵) ضرایب اعتبار برای سه خرده‌مقیاس را به ترتیب ۰/۸۵، ۰/۸۳ و ۰/۷۹ و ضریب پایایی آن را برابر با ۰/۸۱ گزارش کرده‌اند [۱]. ۲. پرسش‌نامه احترام سازمانی

احترام سازمانی به وسیله پرسش‌نامه ۵ گویه‌ای احترام سازمانی اندازه‌گیری شد. هر آیت‌م دارای مقیاس لیکرتی ۵ تایی می‌باشد که از یک تا پنج نمره‌گذاری (۱=هرگز تا ۵=همیشه) می‌شود. این پرسش‌نامه در سال ۲۰۰۶ توسط رامارجان و بارساد [۱۳] ساخته شد. آنها پایایی برابر با ۰/۸۲ برای این پرسش‌نامه گزارش کردند. ضریب پایایی آن در این پژوهش برابر با ۰/۸۵ به دست آمد. اجرای آزمون KMO برای کفایت نمونه برداری به ۰/۸۰ منتج شد که حاکی از منطقی بودن تحلیل عاملی و قابل گزارش بودن آن می‌باشد. از طرفی مقدار KMO بیانگر واریانس تبیین شده حداکثر عاملی است که از تحلیل عوامل حاصل شده‌اند و ارزش ویژه آن‌ها بالاتر از یک است و بیانگر همسانی درونی ماده‌های پرسشنامه می‌باشد. به عبارتی این ماده‌ها ۸۰ درصد واریانس احترام سازمانی در این مقیاس را تبیین می‌کنند. به این معنا مجموعه ماده‌های این پرسشنامه از یک واریانس مشترک قابل قبولی برخوردار است که به نوعی بیانگر اعتبار آزمون نیز می‌باشد.

یافته‌های تحقیق

نتایج جدول یک نشان می‌دهد که رابطه احترام سازمانی با تعهد عاطفی ۰/۴۳۱، با تعهد مستمر ۰/۳۱۱ و با تعهد هنجاری ۰/۲۷۷ است. کلیه این روابط در سطح $P < 0/001$ معنادار هستند. بر این اساس فرضیه‌های پژوهش تایید می‌گردد بدین معنا که احترام سازمانی با تعهد عاطفی، مستمر و هنجاری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

جدول ۱: میانگین، انحراف معیار و ضرایب همبستگی بین متغیره

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	تعهد عاطفی	تعهد مستمر	تعهد هنجاری	احترام سازمانی
تعهد عاطفی	۳۶/۰۷	۹/۲۹	-			
تعهد مستمر	۳۳/۹۰	۷/۸۳		-		
تعهد هنجاری	۳۶/۱۰	۸/۲۹			-	
احترام سازمانی			۰/۴۳۱	۰/۳۱۱	۰/۲۷۷	-

$P < 0/001$

نتیجه‌گیری

این پژوهش رابطه احترام سازمانی را با تعهد عاطفی، مستمر و هنجاری مورد بررسی قرار داد. یافته‌ها نشان داد که بین احترام سازمانی با تعهد عاطفی، مستمر و هنجاری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بدین معنا که هرچه فرد از سازمان احترام بیشتری را دریافت کند، تعهد بیشتری را نسبت به سازمان نشان می‌دهد که با پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه همخوانی دارد [۴، ۱۸]. همانطور که گفته شد طبق تئوری همانندسازی اجتماعی، افراد تا



دومین کنگره دوسالانه روانشناسی صنعتی و سازمانی ایران ۳ و ۴ اسفند ۸۹ دانشگاه آزاداسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)

اندازه‌ای با سازمانی از لحاظ روانشناختی درگیر و دلبسته می‌شوند که عضویتشان در آن سازمان، هویت اجتماعی مثبتی برای آنان به وجود آورد. بنابراین دریافت احساس ارزشمندی و احترام از سوی سازمان، تعهد نسبت به سازمان را در کارکنان القا خواهد کرد [۱۸].

نتایج به دست آمده از این پژوهش گویای اهمیت تأکید بر مفاهیم رفتاری مثبت در سازمان هاست. با توجه به تأکید کنونی که اکنون در تحقیقات روانشناسی صنعتی - سازمانی بر مفاهیم رفتاری مثبت می‌شود لازم است مدیران سازمانها در ایران نیز از این مفاهیم به خوبی بهره بگیرند و با دادن حس احترام و ارزشمندی به کارکنان از نتایج مثبت آن برای سازمان هایشان سود ببرند. امید است که با انجام پژوهش های بیشتر بر روی مفاهیمی از قبیل احترام سازمانی، برنامه ریزی های دقیقی از سوی سازمان ها برای افزایش ادراک احترام از سوی سازمان در کارکنان صورت گیرد.

منابع

۱. صباغیان راد، لیلا.، تندنویس، فریدون.، مظفری، سید امیراحمد.، زارعی، علی. ۱۳۸۵. ارتباط بین تعهد سازمانی و تحلیل رفتگی مدرسین تربیت بدنی عمومی. پژوهش در علوم ورزشی، شماره دهم: ۱۰۳-۸۹.
2. Avolio, B., Zhu, W., Koh, W., & Bhatia, P. (2004). Transformational leadership and organizational commitment: Mediating role of psychological empowerment role and moderating role of structural distance. *Journal of Organizational Behavior*, 25 (8), 951-968.
3. Bartlett, K. R. (2002). An examination of the role of HRD in voluntary turnover in public service organizations. *Performance Improvement Quarterly*, 15 (1), 45-56.
4. Boezman, J., And Ellemers, N. (2008), "Pride And Respect In Volunteers` Organizational Commitment", *European Journal Of Social Psychology*, 38, 159-172.
5. Cronin, M. (2004). The effect of respect on interdependent work. Unpublished doctoral dissertation, UMI.
6. Goffman, E. (1959). Presentation of self in everyday life. New York: Overlook Press.
7. Kant, I. (1993). Grounding for the metaphysics of morals. Indianapolis, IN: Hackett.
8. Margolis, J. D. (2001). Responsibility in organizational context. *Business Ethics Quarterly*, 11, 431-454.
9. Mead, G. H. (1934). Mind, self and society. Chicago University of Chicago Press.
10. Meyer J. P., Allen J. N., (1991), "A three component conceptualization of organizational commitment", *Human Resource Management Review*, 1, 61-89.
11. O'Reilly, C. A., Chatman, J., & Caldwell, D. F. (1991). People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-organization fit. *Academy of Management Journal*, 34, 487-516.
12. Pinel, E., and Paulin, N. (2005), "Stigma consciousness at work", *Basic and Applied Social Psychology*, 27 (4), 345-352.
13. Ramarjan, L., Barsad, G. S., Burack, R. O. (2008), "The Influence Of Organizational Respect On Emotional Exhaustion in The Human Services", *Journal Of Positive Psychology*, 3, 4-18.
14. Salancik, G. R., & Pfeffer, J. (1978). A social information processing approach to job attitudes and task design. *Administrative Science Quarterly*, 23, 224-253.
15. Sturges, J., Conway, N., Guest, D. E., & Liefoghe, A. (2005). Managing the career deal: The psychological contract as a framework for understanding career management,



- organizational commitment and work behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 26 (7), 821–838.
16. Tenbrunsel, A. E., Smith-Crowe, K., & Umphress, E. E. (2003). Building houses on rocks: The role of the ethical infrastructure in organizations. *Social Justice Research*, 16, 285–307.
 17. Testa, M. R. (2001). Organizational commitment, job satisfaction, and effort in the service environment. *The Journal of Psychology*, 135 (2), 226–236.
 18. Tyler, T. R. (1999). Why people cooperate with organizations: An identity-based perspective. In R. I. Sutton, & B. M. Staw (Eds.), *Research in organizational behavior: An annual series of analytical essays and critical reviews* (pp. 210–246). Stamford: JAI Press.
 19. Tyler, T. R., & Blader, S. L. (2000). *Cooperation in groups: Procedural justice, social identity, and behavioral engagement*. Philadelphia: Psychology Press.
 20. van Knippenberg, D., & Sleebos, E. (2006). Organizational identification versus organizational commitment: Self-definition, social exchange, and job attitudes. *Journal of Organizational Behavior*, 27 (5), 571–584.
 21. Wu, J. S. (2010). "Assessing job-efficacy and organizational commitment considering a mediating role of information asymmetry", *The Social Science Journal*, 541-559.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.