



جغرافیا و روابط انسانی، تابستان ۱۳۹۹، دوره ۳، شماره ۱

بررسی تاثیر رضایت مندی کارکنان بر روی رضایتمندی و وفاداری ارباب رجوع (مورد مطالعه: شهرداری کوهدشت)

عباس شکریانی

کارشناس ارشد جغرافیای سیاسی - رئیس اداره امور اداری شهرداری کوهدشت

ab56shokryani94@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۳/۲۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۳/۱۹

چکیده:

این پژوهش با هدف بررسی رابطه بین رضایتمندی کارکنان با رضایتمندی و وفاداری ارباب رجوع شهرداری کوهدشت صورت گرفته است. روش مورد استفاده در این پژوهش توصیفی تحلیلی و رویکرد پیمایشی و استفاده از ابزار پرسشنامه بوده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم افزارهای *spss* و *lisrel* استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان داد که رضایتمندی کارکنان بصورت مستقیم و غیر مستقیم باعث رضایتمندی و وفاداری ارباب رجوع شهرداری کوهدشت می شود. همچنین رضایتمندی ارباب رجوع نیز منجر به جلب وفاداری ارباب رجوع خواهد شد. بنابراین مدیران شهرداری کوهدشت می توانند با راهبرد تمرکز بر سرمایه انسانی سازمان خود، با ارتقا توانمندی و رضایتمندی کارکنان شهرداری موجبات رضایتمندی و وفاداری ارباب رجوع را فراهم کنند.

واژگان کلیدی: رضایتمندی کارکنان، رضایتمندی ارباب رجوع، وفاداری ارباب رجوع، شهرداری

کوهدشت

مقدمه:

منابع انسانی عمده ترین سرمایه و عامل راهبردی هر سازمان به حساب می آید، بویژه در سازمانهای دولتی، اعمال سیاستهای خط مشی گذاران و برنامه ریزان از طریق منابع انسانی انجام می پذیرد. منابع انسانی راضی و پر انگیزه در پیشبرد سیاستها و برنامه های تنظیمی نقش بسیار مهمی را ایفا می کنند. شناخت میزان رضایت شغلی کارکنان می تواند مدیران را در پیشرفت و بهبود منابع انسانی یاری رساند. علاوه بر این، شناخت میزان رضایت شغلی کارکنان، می تواند نقش مستقیمی در تحقق آرمانها، اهداف بلند مدت و وظایف روزمره سازمان داشته باشد. باید توجه داشت که اثرات مرتبط با رضایت شغلی به کل جامعه کشانیده می شود. هنگامی که کارکنان از شغل خود راضی باشند، از کار خود لذت می برند و در جهت سلامتی جامعه خود تلاش بیشتری به عمل می آورند. زیرا کارکنان راضی، شادابی و مسرت را به خانه و جامعه منتقل می نمایند؛ بنابراین می توان با توجه به مسئولیت های اجتماعی و مقدار پولی که در سایه رضایت شغلی نصیب جامعه خواهد شد، از این پدیده دفاع نمود. تحقیقات زیادی نشان داده شده است که عدم ارضای نیازهای کارکنان در سازمان می تواند به صورت بازدهی کم، سود دهی پایین و هدف های تحقق نیافته جلوه گر شود؛ زیرا کارکرد کارکنان رابطه تنگاتنگی با میزان رضایت آنان دارد و در واقع اگر شغلی بتواند شرایطی را فراهم سازد که نیازهای فرد ارضا شود، در بازدهی بسیار موثر خواهد بود. در رابطه با رضایتمندی ارباب رجوع تعاریف مختلفی از سوی نظریه پردازان بازاریابی ارائه شده است. در این میان رضایتمندی ارباب رجوع، مفهومی است که امروزه در خدمات شهری اهمیت بسیار ویژه ای یافته و یکی از اهداف مهم و اولویت دار شهرداری ها است. بررسی میزان رضایتمندی ارباب رجوع یک معیار مهم برای ارزیابی کیفیت خدمات شهرداری ها است و اطلاعات مهمی را از نظر برآورده شدن نیازها، ارزشها و انتظارات ارباب رجوع در اختیار ما قرار می دهد. تردیدی نیست که میزان رضایت ارباب رجوع، منعکس کننده توانایی کارکنان یا کیفیت خدمات است. ارزیابی رضایت ارباب رجوع به شناسایی موارد نارسا و یافتن تدابیر لازم جهت اصلاح و انجام اقدامات ضروری برای حل مشکلات موجود می انجامد و ارتقا سطح خدمات را دائما امکان پذیر می سازد. در رابطه با این موضوع که رضایت شغلی کارمند و اینکه کارمند عقیده و نظر وفادار بودن نسبت به ارباب رجوع را داشته باشد می تواند نهایتا صددرصد ارباب رجوع را جذب شرکت نماید. مشابها، آقای بوروک در سال ۲۰۰۰ تحقیقات خود را انجام داد تا به همگان نشان داد که ۴۰-۸۰ درصد رضایت ارباب رجوع و وفاداری ایشان به ارتباطی که با کارمند برقرار می کند بستگی دارد. یعنی ارتباط مسالمت آمیز این دو جناح باعث بهبود و پیشرفت و موفقیت می شود. بعلاوه، آقای لئونارد در سال ۲۰۰۹ در این مساله نیز بحث و گفتمان های پی در پی نمود که کارمندان راضی از شغل بسیار

بیشتر و سودمندانه تر و همچنین خلاق تر در کار خود خواهند بود که این بر نظر ارباب رجوع در رابطه با ادامه همکاری و استفاده از خدمات آن شرکت اثری مثبت خواهد گذاشت. البته این مساله را نیز باید مدنظر قرار داد که صنعت خدمات رسانی دارای سطح بسیار بالایی از ارتباطات بین ارباب رجوع و کارمند می باشد به بیان دیگر ارتباطات عمومی بسیار حائز اهمیت می باشد. پس می توان بیان کرد که رضایت کارمند حتما رضایت و وفاداری ارباب رجوع را بدنبال خواهد داشت. بنابراین جلب اعتماد و رضایتمندی ارباب رجوع به منظور افزایش وفاداری ایشان مشکل می باشد. (ونجن هیم در سال ۲۰۰۷). در صنعت خدمات رسانی عقیده و نظر کارمندان و کیفیت خدمات نقش کلیدی، مرکزی و حساسی در افزایش تجربه ارباب رجوع دارد. (چیوگ و رسوی در سال ۲۰۰۹). تاکنون مطالعات بر استراتژی های بازاریابی به طور عمده تمرکز داشته اند (جانگ و یون در سال ۲۰۱۲). در بخش بازاریابی خارجی استراتژی های گوناگون مانند گسترش منوهای جدید، بهبود محیط زیست فیزیکی، (کیم ات آل در سال ۲۰۰۹، وو، لیانگ در سال ۲۰۰۹، وهنات آل در سال ۲۰۱۱). در رابطه با استراژی های بازاریابی داخلی در مورد افزایش رضایت کارمند که منجر به افزایش رضایت و وفاداری ارباب رجوع می شود، تحقیقات کمی صورت پذیرفته است. بنابراین بیشتر مطالعات در مورد رضایت کارمندان، نظرات و عقاید ارباب رجوع (شامل رضایت ارباب رجوع، وفاداری ارباب رجوع حصول کیفیت خدمات) در مکان هایی چون بانک ها (لاومن در سال ۱۹۹۸) هتل ها (اسپینلی و کاناوس در سال ۲۰۰۰ و چیوگ و رسوی در سال ۲۰۰۹) دانشگاه ها (اسنیر ات آل در سال ۲۰۰۵) و شرکتهای خرده فروشی و کوچک (ونگن هین ات آل در سال ۲۰۰۷) تمرکز داشته اند.

مبانی نظری

بر اساس اعتقاد برخی از صاحب نظران، انسان برای ارضای نیازهای مادی خود، به کار تن در می دهد، درحالی که گروهی دیگر کار کردن را با اجبار همراه نمی دانند و معتقدند اجبار، عامل مهمی در ادامه اشتغال به شمار نمی رود. به نظر این گروه، انسان با کار کردن نیازهای زندگی را برطرف میسازد و در عین حال از کار لذت نیز میبرد و برای کار کردن زندگی میکند. کار از سوی دیگر، علاوه بر رفع نیازهای مادی، تمرین و ممارستی طبیعی برای جسم و ذهن محسوب میشود و ارضاکنده فعالیتها و تلاشهای جسمی و ذهنی انسان است. انسان با کار کردن ضمن مقایسه خود با دیگران، تواناییها و مهارتها و نیز محدودیتهای خود را ارزیابی و کشف میکند. بر اثر این مقایسه و ارزیابی، فرد درصدد توسعه و گسترش مهارتهای شغلی و حرفه ای خود برمی آید (شفیع آبادی، ۱۳۷۶).

مفهوم رضایت شغلی

صاحب نظران معتقدند که رضایت شغلی نوعی نگرش است و در تعریف آن می گویند:

رضایت شغلی عبارت است از: نگرش فرد نسبت به شغل و به زبان ساده چگونگی احساس فرد نسبت به شغلش و جنبه های گوناگون آن (سیدجوادین، ۱۳۸۴: ۱۲). تحقیقات نشان می دهند که علت نگرش مثبت و منفی افراد نسبت به شغل و کارشان به شرح زیر می باشد:

عواملی که مربوط به سیاست ها و رویه های سازمان است؛

• عواملی که مربوط به شرایط کار و یا نحوه قرار گرفتن افراد در محل انجام دادن کار می باشد؛

عواملی که در ارتباط با شخصیت های فردی کارکنان می باشد.

به طور کلی رضایت شغلی یک متغیر نگرشی است. در گذشته، تحقیقات رضایت شغلی بیشتر بر اساس سلسله مراتب نیازهای مازلو انجام می گرفت و تمرکز بر ارضای نیازهای جسمانی و روانی افراد از قبیل پرداخت حقوق و دستمزد و قدر و منزلت و احترام به افراد بود (برای مثال: پورتر، ۱۹۸۸، ص ۵، ولف، ۱۹۹۰: ۳)، اما امروزه محققان، بیشتر به فرآیندهای شناختی^۲ توجه دارند تا نیازهای اساسی و بنیادی (لاک، ۲۰۰۰: ۸۷).

و همینطور، بسیاری دیگر از محققان نیز معتقدند که مبحث رضایت شغلی باید بر اساس نگرش سیستمی، و در ارتباط با سایر متغیرها در نظر گرفته شود. رویکرد چند وجهی در رضایت شغلی^۳ که رویکردی شناختی است، درصدد این است که بیان نماید چه اجزایی از شغل ایجاد رضایت یا عدم رضایت می نمایند. این موضوع برای بسیاری از سازمان ها که خواستار شناسایی زمینه های نارضایتی اند (تأسیس از شناسایی، آن ها را ارتقا و بهبود بخشند) درخور توجه می باشد (دایو، ۱۹۹۰: ۶۰).

مطالعات نشان می دهند که رضایت شغلی بر تعدادی از متغیرها تأثیری بالقوه دارد، که عبارتند از:

- رفتار شهروند سازمانی: رفتار شهروند سازمانی رفتاری است که طبق آن کارمند تمایل دارد به همکاران یا سازمان کمک کند، و این رفتار از معیارهای رسمی یک شغل فراتر می باشد (اشنک، ۱۹۹۶: ۶). رفتار شهروند

1. Attitudinal

2. Cognitive

3. Job Satisfaction

4. Organizational Citizenship Behavior

سازمانی، تعدادی کارهای افتخاری داوطلبانه است که کارکنان برای کمک به همکاران انجام می دهند و این نوع رفتارها جزو وظایف و مسؤولیت های واگذار شده به فرد نیست. برخی از رفتارهای شهروند سازمانی عبارتند از: وقت شناس بودن - کمک به دیگران - ارائه پیشنهادها برای ارتقا و بهبود کارها - عدم اتلاف وقت - نوع دوستی - اطاعت و پذیرش.

اشنک (۱۹۹۸: ۱۱) برآورده نموده است که بروز رفتار شهروند سازمانی، معلول رفتار مناسب سرپرست و ناشی از رضایت شغلی فرد می باشد. در حقیقت بین رضایت شغلی و رفتار شهروند سازمانی همبستگی درونی وجود دارد (بکر و ویلینگ، ۱۹۹۴: ۳).

- رفتار واپس گرایانه (مخرب) ۲: بسیاری از تئوری های رفتاری نشان می دهند افرادی که شغل خود را دوست نداشته باشند، عکس العمل هایی مانند ترک کار، غیبت و یا دیر حاضر شدن در سر کار از خود نشان می دهند. برخی صاحب نظران (میترا، جن کینز و گوپتا، ۲۰۰۳، ص ۲۳) تاکید نموده اند غیبت و ترک کار انگیزه های بنیادینی هستند که کارکنان برای فرار از پدیده عدم رضایت شغلی به کار میگیرند. در یک تجزیه و تحلیل کلان، میترا و سایرین، دریافتند غیبت و ترک کار، دارای همبستگی درونی می باشند. افرادی که ترک کار می نمایند دارای سطوح بالایی از غیبت پیش از ترک کار هستند.

- غیبت از کار: غیبت از کار پدیده ای است که اثر بخشی و کارآیی سازمانی را کاهش و هزینه های نیروی کار را افزایش می دهد. نظریه های غیبت از کار ادعا می کنند که رضایت شغلی در تصمیم کارکنان در غیبت از کار نقش حیاتی ایفا می کند (استیرز و ردز، ۲۰۰۰، ص ۵۱).

- رفتارهای ضد تولیدی: رفتار ضد تولیدی، برعکس رفتار شهروند سازمانی بوده، شامل رفتارهای زیان بخش و اقداماتی است که فرد به صورت عمدی و یا غیر عمدی انجام می دهد. این رفتارها عمدتاً شامل پرخاش علیه همکاران، کارفرما، خرابکاری و دزدی می باشد. علل این گونه رفتارها متعدد، و با عدم رضایت شغلی و عجز از کار مرتبط می باشد. چین و اسپیکتر (۲۰۰۰، ص ۲۱) گزارش کرده اند که رضایت شغلی با درگیری و پرخاش کارکنان با یکدیگر یا خرابکاری و دزدی در کار دارای همبستگی معناداری می باشد.

¹ 2.. Voluntary Withdrawal Behavior

² . Counter – Productive Behavior

³ . Frustration

احساس خصومت در کار و رضایت شغلی نیز ارتباط وجود دارد. کارکنان ناراضی احتمالاً ناراضی‌شان را به صورت رفتارهای ضد تولیدی نشان می‌دهند.

- رضایت از زندگی: رضایت از زندگی به طور کلی به احساسات فرد در مورد زندگی اش مانند خانواده و تفریحات مربوط می‌شود که آن را با توجه به میزان احساس رفاه و بهزیستی از سوی کارکنان مورد سنجش قرار می‌دهند. گالوپ در سال ۱۹۹۵ یک نمونه افکار سنجی در خصوص رضایت از زندگی انجام داده است که نشان می‌دهد اکثر آمریکایی‌ها (۸۷ درصد) به طور کلی از زندگی شان راضی اند (هاجک و لئونارد، ۱۹۹۵، ص ۱۱). مطالعات نشان می‌دهند که رضایت شغلی و رضایت از زندگی به طور متوسط و مثبتی با یکدیگر مرتبطند. لامن و سا پرین (۲۰۰۰، ص ۷۱) نیز همبستگی مثبت (۰/۵۸) میان رضایت شغلی و رضایت از زندگی را گزارش نموده اند.

درباره رضایت از شغل تاکنون پژوهش‌های گسترده‌ای صورت پذیرفته که هر یک دیدگاه‌های گوناگونی را مورد بحث قرار می‌دهند. در این قسمت برای آشنایی با موضوع، بعضی از این نظریه‌ها، ذکر می‌شود.

- نظریه دو عاملی هرزبرگ^۲

هر چند نظریه هرزبرگ تا اندازه‌ای بر اندیشه نیازهای سلسله مراتبی استوار است، اما وی از به کار بردن واژه نیاز خودداری و به جای آن عوامل موجود در محیط کار را به دو گروه اصلی عوامل بهداشتی و عوامل برانگیزاننده تقسیم می‌کند. این محقق آلمانی در تحقیقات خود در سال ۱۹۶۸ دریافت که نبود پاره‌ای از شرایط در سازمان، سبب ناراضی‌کاری کارمندان خواهد شد، ولی بودنشان الزاماً انگیزه قوی ایجاد نمی‌کند. او این شرایط یا عوامل بالقوه را که موجب ناراضی‌کاری میشوند، عوامل نگهداری در شغل و دسته دیگری از عوامل را که در ایجاد رضایت تأثیرگذارند و نبودشان در سازمان حالت ناراضی‌کننده به دنبال دارد، عوامل انگیزشی نامیده است (رولینسون و همکاران، ۱۹۹۸).

- تئوری کامروایی نیاز

طبق این نظریه اگر فرد آنچه را که می‌خواهد بتواند بدست آورد خشنود می‌شود. هرچه شخص چیزی را بیشتر بخواهد وقتی آنرا بدست می‌آورد خشنودتر خواهد شد و هنگامی که آنرا بدست نیاورد ناخشنود می‌شود. در این نظریه دو الگو مورد استفاده قرار گرفته است:

1 . Life Satisfaction

2 - Herzberg

۱) الگوی کاهشی

۲) الگوی ضربه ای

هر دو الگو فرض می کنند که رضایت شغلی تابعی است مستقیم، از درجه ای که محیط با ساختار نیازهای فرد همخوانی دارد. بر اساس الگوی کاهشی، رضایت شغلی تابعی است مستقیم و منفی، از تفاوت میان نیازهای یک شخص و درجه ای که محیط کار آن نیازها را فراهم می کند. هرچه مجموع تفاوت با در نظر گرفتن همه نیازها بیشتر باشد، خشنودی کمتر است و هرچه تفاوت کمتر باشد، خشنودی بیشتر است. در الگوی ضربه ای، نیازهای شخصی را در درجه ای که شغل از عهده ارضای آن برمی آید ضرب می کنند و سپس حاصل ضرب ها را برای همه نیازها جمع می کنند. مجموع این حاصل ضربها نشان دهنده میزان رضایت شغلی فرد است (محمدپور و همکاران، ۱۳۸۷).

- تئوری رضایت ژاپنی

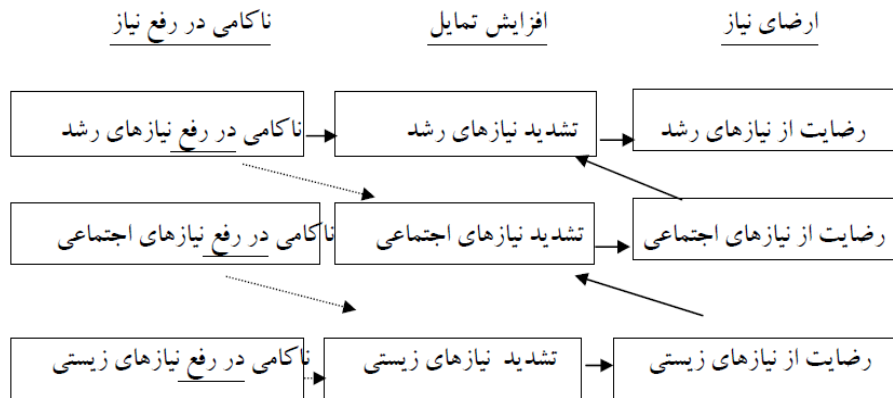
از جمله نظریه پردازان اخیر مانند اوچی (۱۹۸۱) و پاسکال (۱۹۸۱) بر این باور بودند که رمز موفقیت ژاپنی، توجه به ایجاد انگیزه در افراد از طریق کسب تعهد کامل آنان نسبت به ارزش های سازمان، رهبری و مشارکت است. شاید بتوان این دیدگاه را ایجاد انگیزه بر اساس «قلب ها و باورهای ذهنی» نامید. این مدل علاوه بر سایر عوامل بیش تر با حلقه های کنترل کیفیت معرفی می گردد. بر اساس این مدل، تعالی ارزش های سازمان و همسویی ارزش های مورد قبول کارکنان با آن تاثیر قابل ملاحظه ای بر افزایش رضایت شغلی کارکنان و تقویت انگیزه ایشان داشته، مشارکت آنها را در فعالیت های سازمانی بهبود خواهد داد.

این مدل از سوی پیترز و واترمن (۱۹۸۳) و پیروان آنها در دهه هشتاد توسعه پیدا کرد. نتایج حاصل از مطالعات این دو نفر که در قالب مطالعه مدیریت منابع انسانی در شرکت های ژاپنی انجام شده است؛ در کتاب در جستجوی کمال انتشار یافته است (منصوری و همکاران، ۱۳۸۷).

نظریه ERG

این نظریه توسط کلایتون آلدو مطرح شده است. وی با هدف بسط و آزمایش نظریه سلسله مراتبی مزلو، مدل اصلاح شده ای ارائه کرده که در برگیرنده سه مجموعه از نیازهای اساسی است. این نیازها عبارتند از: نیازهای زیستی، اجتماعی و رشد. وی نظریه خود را به مراحل، میل به نیازها و رضایتمندی و اینکه چگونه رضایتمندی از نیازهای اساسی تأثیر می پذیرد و بر تمایل به نیازهای دیگر اثر دارد، ارتباط می دهد. رضایتمندی به حالتی درونی اشاره دارد که در نتیجه رسیدن به چیزی، که شخص درصدد یافتن آن بوده است، پدید می آید. تمایل

نیز یک حالتی درونی است و با مفاهیمی چون خواسته، شدت نیاز و انگیزه مترادف است (خدایاری فرد، ۱۳۸۸).



شکل ۱: روابط ویژه در نحوه بروز و ارضای نیازها بر اساس مدل ERG

داده ها و روش پژوهش :

پژوهش حاضر از نظر ماهیت و اهداف از نوع کاربردی، از لحاظ گردآوری داده ها، از نوع توصیفی- پیمایشی می باشد. به این ترتیب، در پژوهش حاضر، به تحلیل وضعیت موجود از طریق طراحی مدل و آزمون فرضیات مطرح شده در ارتباط با رضایت کارکنان و وفاداری و رضایت ارباب رجوع شهرداری کوهدشت، پرداخته شده است. در این پژوهش به دنبال بررسی استراتژی های داخلی سازمانی مانند شهرداری هستیم که آیا می تواند با استفاده از رویکرد توجه به رضایتمندی کارکنان رضایتمندی و وفاداری ارباب رجوع خود ارتقاء دهد. سوال اصلی این مقاله این است که آیا افزایش رضایتمندی کارکنان شهرداری کوهدشت می تواند به رضایتمندی و وفاداری ارباب رجوع این شهرداری منجر شود؟

جامعه مورد مطالعه پژوهش حاضر کلیه کارکنان و ارباب رجوع شهرداری کوهدشت است که به طور کلی تعداد ۳۵۰ نفر پرسنل دارد، می باشد. برای تعیین حجم نمونه از طریق نمونه گیری تصادفی در دسترس و با استفاده از فرمول اصلاح شده کوکران یک نمونه آماری ۲۳۰ نفری تعیین گردید و در نهایت همین تعداد پرسشنامه توزیع و جمع آوری گردیده شد. فرمول نمونه گیری با خطای ۵ درصد به ترتیب زیر است:

¹- Cochran

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{n} \left(\frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

در پژوهش حاضر از هر دو روش کتابخانه ای و میدانی بهره گرفته شده است، از روش کتابخانه ای برای تهیه پیشینه تحقیق، دستیابی به چارچوب نظری و شناسایی متغیرها و... در نهایت تحلیل نتایج آزمون فرضیه ها به عنوان یک ضرورت مورد نیاز است. برای استفاده از روش میدانی در پژوهش حاضر با توجه به نوع تحقیق، از روش پرسشنامه بهره گرفته شده است. ابزارهای جمع آوری اطلاعات عبارت بودند از: فیش برداری به منظور استخراج و تدوین اطلاعات مربوط به موضوع و نیز دو پرسشنامه برای سنجش متغیرهای تحقیق. در جهت سنجش متغیر رضایت مندی کارکنان از پرسشنامه استاندارد (Netemeyer et al., 1997) استفاده شده و پرسشنامه بر اساس آنها طراحی شده است. این پرسشنامه دارای ۳۶ سوال است، همچنین برای سنجش رضایتمندی ارباب رجوع از پرسشنامه (Spreng et al., 1996) شامل ۲۴ سوال و برای سنجش وفاداری ارباب رجوع نیز از پرسشنامه

(Fishbein and Ajzen, 1975; putrevu and Lord, 1994; kressmann et al., 2006) شامل ۴ سوال استفاده شد که در مجموع ۲۳ سؤال با طیف لیکرت هفت گزینه ای (از کاملاً موافق تا کاملاً مخالف) بوده که به ترتیب نمره ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷ به آنها تعلق می گیرد. علاوه بر این اطلاعات زمینه ای و جمعیت شناختی پاسخگویان نیز پرسیده شده است. و با توجه به نوع و ماهیت فرضیات از روش های تحلیل توصیفی و استنباطی مناسب، تجزیه و تحلیل آماری انجام شده است، که برای انجام تحلیل توصیفی و دو متغیره از نرم افزار SPSS نسخه ۲۱ و برای تجزیه و تحلیل چند متغیره از نرم افزار Lisrel نسخه ۸,۵۰ استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات حاصل از تحقیق از روش های آماری همبستگی، به منظور تعیین نوع و میزان ارتباط بین متغیرها و تحلیل رگرسیون به منظور بررسی تعیین تاثیر متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته استفاده شده است. از آمار توصیفی نیز جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات استفاده شده است که شامل جدول توزیع فراوانی، درصد فراوانی، نمودار توزیع فراوانی است.

قلمرو تحقیق، اهداف و نظریه های پژوهش:

قلمرو موضوعی: بررسی تاثیر رضایتمندی کارکنان بر روی رضایتمندی و ارباب رجوع شهرداری کوهدشت

قلمرو مکانی: از نظر مکانی تحقیق معطوف به کلیه کارکنان و ارباب رجوع شهرداری کوهدشت در استان لرستان و شهرستان کوهدشت می باشد. جامعه مورد مطالعه تحقیق حاضر کلیه کارکنان و ارباب رجوع شهرداری کوهدشت است که به طور کلی تعداد ۳۵۰ نفر پرسنل دارد، می باشد.

قلمرو زمانی: مطالعات کتابخانه ای در سه ماهه سوم سال ۱۳۹۶ انجام شد. داده های مقطعی تحقیق نیز سه ماهه چهارم سال ۱۳۹۶ جمع آوری شد و در همان زمان نیز به رشته تحریر در آمد.

در این پژوهش سه هدف مهم دنبال شد:

- بررسی تاثیر رضایت کارکنان بر رضایت ارباب رجوع

- بررسی تاثیر رضایت کارکنان بر وفاداری ارباب رجوع

- بررسی تاثیر رضایت ارباب رجوع بر وفاداری ارباب رجوع

فرضیه ها:

H1: رضایتمندی کارکنان شهرداری بر رضایتمندی ارباب رجوع شهرداری کوهدشت تأثیر مستقیم و معناداری دارد.

H2: رضایتمندی کارکنان شهرداری بر وفاداری ارباب رجوع شهرداری کوهدشت تأثیر مستقیم و معناداری دارد.

H3: رضایتمندی ارباب رجوع شهرداری کوهدشت بر وفاداری ارباب رجوع شهرداری کوهدشت از سوی کارمندان تأثیر مستقیم و معناداری دارد.

بحث و تجزیه و تحلیل اطلاعات

به منظور شناخت بهتر جامعه ای که مورد مطالعه قرار گرفته است، قبل از تجزیه و تحلیل استنباطی داده های آماری، این داده ها توصیف شدند. اطلاعات جنسیت نمونه مورد پژوهش بیانگر تعداد ۲۲۸ مرد و ۲ زن که هر کدام به ترتیب ۹۹٫۱ و ۰٫۹ درصد از کل نمونه را به خود اختصاص داده اند. اطلاعات مربوط به سن کارکنان شهرداری کوهدشت نشان می دهد که ۱۸ نفر از کارکنان بین ۲۰ تا ۳۰ سال، ۱۲۶ نفر بین ۳۱ تا ۴۰، ۷۴ نفر بین ۴۱ تا ۵۰ و ۱۲ نفر نیز ۵۱ سال و بیشتر سن دارند. از نظر سطح تحصیلات، ۳۱ نفر با سطح تحصیلات دیپلم،

۸۶ نفر فوق دیپلم، ۱۲۵ نفر لیسانس و ۲۲ نفر فوق لیسانس و بالاتر کل نمونه مورد بررسی را تشکیل داده اند. فراوانی سطح تحصیلات نمونه مورد پژوهش نشان می دهد که تحصیلات لیسانس، فوق دیپلم، دیپلم و پایین تر و فوق لیسانس و بالاتر به ترتیب بیشترین درصد فراوانی را داشته است. از لحاظ سابقه خدمت، افراد با سابقه خدمت ۱۱ تا ۱۵ سال، ۶ تا ۱۰ سال، ۲۱ تا ۲۵ سال، ۲۶ تا ۳۰ سال، ۱۶ تا ۲۰ سال و ۱ تا ۵ سال، به ترتیب تعداد ۸۱، ۵۹، ۳۰، ۲۶، ۱۸ و ۱۶ نفر را از کل نمونه در بر گرفته است.

برای تجزیه و تحلیل، داده ها در سطح تجزیه و تحلیل دو متغیره مورد بررسی قرار گرفتند. در سطح دو متغیره ما به دنبال بررسی معنی داری روابط میان هر یک از متغیرهای مستقل با متغیر وابسته و همین طور رابطه هر یک از ابعاد متغیر مستقل با یکدیگر، هستیم. برای بررسی چگونگی روابط دو متغیره و همچنین اثبات معنی دار بودن یا معنی دار نبودن روابط میان آنها، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. و برای تعیین وضعیت توزیع داده ها از آزمون کولموگروف و اسمیرینف استفاده شده است.

جدول ۱: بررسی وضعیت توزیع متغیرهای تحقیق (نرمالیتی توزیع متغیرها)

وضعیت نرمال بودن	معناداری آزمون	پارامترهای توزیع نرمال		متغیر
		انحراف استاندارد	میانگین	
نرمال	۰,۳۵۰	۰,۵۸	۳,۲۵	رضایمندی کارکنان
نرمال	۰,۰۸۳	۰,۷۰	۳,۴۰	رضایمندی ارباب رجوع
نرمال	۰,۰۹۴	۰,۷۱	۳,۶۷	وفاداری ارباب رجوع

همان طور که در جدول بالا مشاهده می شود، سطح معناداری آزمون کولموگروف - اسمیرینوف برای همه متغیرهای تحقیق بیشتر از ۰/۰۵ است (رضایمندی کارکنان با ۰,۳۵۰؛ رضایمندی ارباب رجوع با ۰,۰۸۳ و وفاداری ارباب رجوع با ۰,۰۹۴) که به معنای رد فرضیه H1 مبنی بر نرمال نبودن توزیع متغیرها در سطح اطمینان ۹۵ درصد است و این به این معنی است که توزیع متغیرهای ما نرمال می باشد. این امر همچنین می تواند نشانگر کفایت نمونه گیری و تصادفی بودن انتخاب نمونه نیز تلقی شود. بنابراین در بررسی فرضیات برای همه متغیرها از آزمون همبستگی پیرسون استفاده می شود و برای متغیر سرمایه ساختاری از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده می شود. سه فرضیه اول من به ترتیب به صورت زیر بوده اند:

بین رضایتمندی کارکنان و رضایتمندی ارباب رجوع شهرداری کوهدشت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

بین رضایتمندی کارکنان شهرداری و وفاداری ارباب رجوع شهرداری کوهدشت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

بین رضایتمندی ارباب رجوع و وفاداری ارباب رجوع شهرداری کوهدشت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

نتایج حاصل از جدول (۲) نشان می دهد که در سطح معناداری یک درصد و با ۹۹ درصد اطمینان (سطح معنی داری ۰,۰۰۰) بین رضایتمندی کارکنان و رضایتمندی ارباب رجوع شهرداری کوهدشت رابطه مثبت (۰,۸۱۸) و معناداری وجود دارد. بنابراین انتظار می رود با افزایش رضایتمندی کارکنان شهرداری، رضایتمندی ارباب رجوع شهرداری افزایش یابد و بالعکس. همچنین رضایتمندی کارکنان قادر به تبیین حدود ۶۷ درصد از تغییرات رضایتمندی ارباب رجوع شهرداری کوهدشت است. همچنین بین رضایتمندی کارکنان و وفاداری ارباب رجوع شهرداری کوهدشت رابطه مثبت (۰,۶۸۳) و معناداری وجود دارد. بنابراین انتظار می رود با افزایش رضایتمندی کارکنان، وفاداری ارباب رجوع شهرداری کوهدشت افزایش یابد و بالعکس. همچنین رضایتمندی کارکنان قادر به تبیین حدود ۴۷ درصد از تغییرات وفاداری ارباب رجوع شهرداری کوهدشت است.

در نهایت مشاهده می شود که بین رضایتمندی ارباب رجوع و وفاداری ارباب رجوع رابطه مثبت (۰,۷۷۴) و معناداری وجود دارد. بنابراین انتظار می رود با افزایش رضایتمندی ارباب رجوع، وفاداری ارباب رجوع افزایش یابد و بالعکس. همچنین رضایتمندی ارباب رجوع قادر به تبیین حدود ۵۰ درصد از تغییرات وفاداری ارباب رجوع است. به این ترتیب، با توجه به نتایج آزمون همبستگی پیرسون، فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 تأیید می گردد.

جدول (۲) همبستگی و ضریب تعیین بین متغیرهای تحقیق

نتیجه	معناداری <i>Sig</i>	<i>R</i> <i>Square</i>	<i>R</i>	متغیر وابسته	متغیر مستقل	فرضیه
تائید	۰,۰۰۰	۰,۶۶۹	۰,۸۱۸	رضایتمندی ارباب رجوع	رضایتمندی کارکنان	۱
تائید	۰,۰۰۰	۰,۴۶۶	۰,۶۸۳	وفاداری ارباب رجوع	رضایتمندی کارکنان	۲
تائید	۰,۰۰۰	۰,۵۹۹	۰,۷۷۴	وفاداری ارباب رجوع	رضایتمندی ارباب رجوع	۳

در این قسمت برای تحلیل روابط میان متغیرهای مستقل با متغیر وابسته از روش مدل معادلات ساختاری استفاده کرده‌ایم. در این روش، تأثیر کلیه متغیرهای مستقل به طور همزمان و به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر متغیر وابسته مشخص می‌شود. در واقع، در این روش، تمامی متغیرها در یک مرحله به ترتیب حداقل تولرانس وارد تحلیل می‌شوند (حبیب پور و صفری، ۱۳۹۱: ۴۸۰).

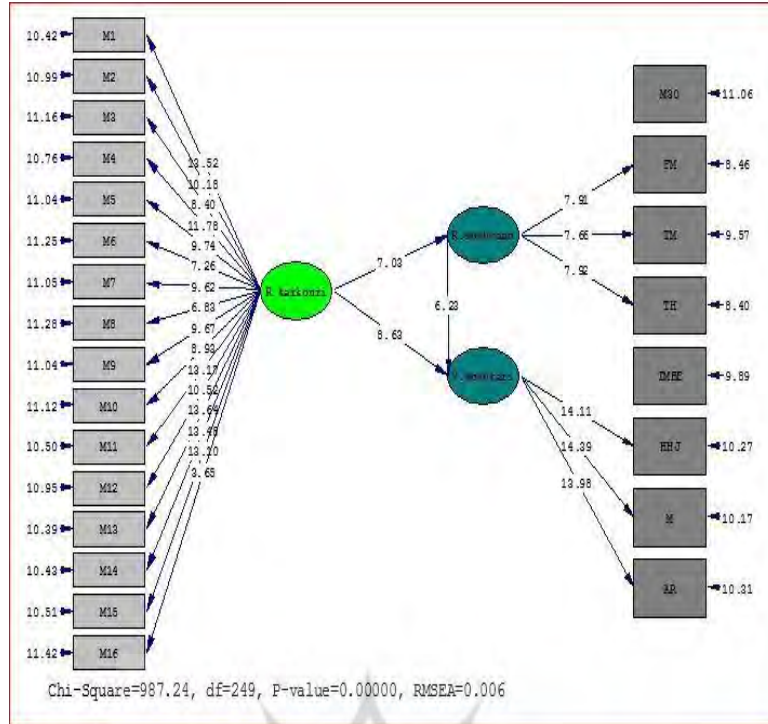
فرضیه چهارم:

رضایتمندی کارکنان (بصورت مستقیم و غیرمستقیم) و رضایتمندی ارباب رجوع و بر وفاداری ارباب رجوع تأثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول (۳) شاخص های برازندگی مدل در نرم افزار لیزرل

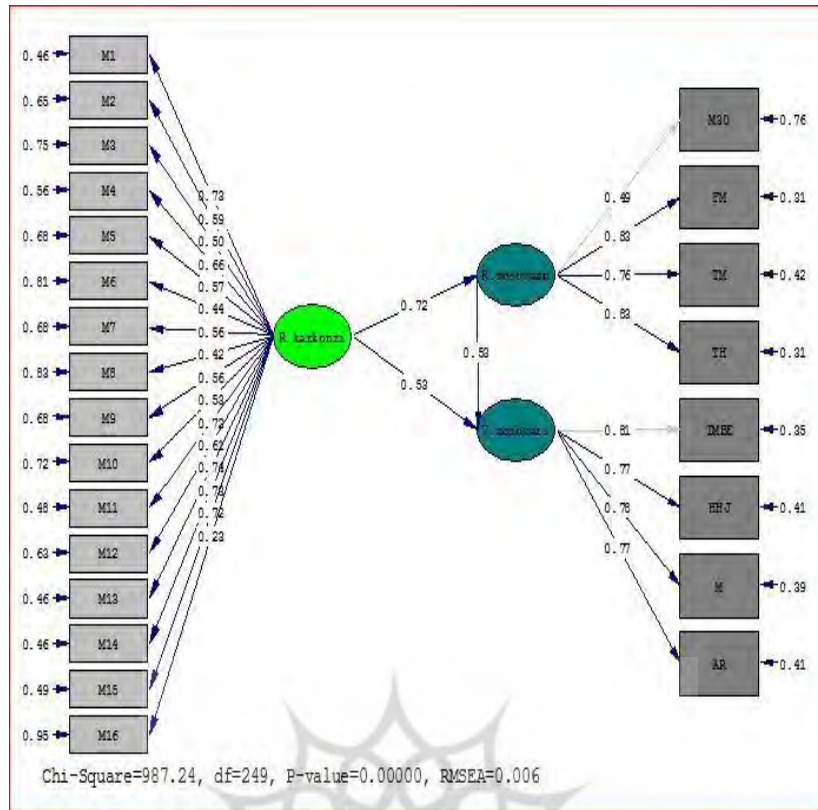
میزان به دست آمده	دامنه قابل پذیرش	شاخص برازندگی
۹۸۷,۲۴	-	خی دو (X ²)
۳,۹۶	کم تر از ۵	نسبت خی دو به درجه آزادی
۰,۹۱	نزدیک به ۱	شاخص نرم شده برازندگی (NFI)
۰,۹۳	نزدیک به ۱	شاخص نرم نشده برازندگی (NNFI)
۰,۹۴	نزدیک به ۱	شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)
۰,۹۴	نزدیک به ۱	شاخص برازندگی فزاینده (IFI)
۰,۹۱	نزدیک به ۱	شاخص برازندگی (GFI)
۰,۸۹	نزدیک به ۱	شاخص برازندگی تعدیل یافته (AGFI)
۰,۰۰۶	کم تر از ۰/۰۸	ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA)

همانطور که یافته های خروجی نرم افزار Lisrel در جدول ۳ نشان می دهد مدل طراحی شده از برازش مطلوبی برخوردار می باشد. نسبت خی دو به درجه آزادی برابر ۳,۹۶ می باشد که نشان دهنده برازش مناسب مدل است همچنین شاخص ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب نیز کمتر از ۰,۰۸ می باشد (۰,۰۰۶) که میزان مطلوبی است. سایر شاخص های برازندگی نیز در سطح مطلوبی قرار دارند بنابراین مدل طراحی شده از برازش مطلوبی برخوردار است.



شکل (۱) بررسی معنی داری روابط بین متغیرها

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 برتال جامع علوم انسانی



شکل ۲: بررسی میزان روابط بین متغیرهای مدل

جدول (۴) محاسبه اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای تحقیق

رضایتمندی ارباب رجوع			رضایتمندی کارکنان			
کل	غیر مستقیم	مستقیم	کل	غیر مستقیم	مستقیم	
-	-	-	۰,۷۲	-	۰,۷۲	رضایتمندی ارباب رجوع
۰,۵۳	-	۰,۵۳	۰,۹۱	۰,۳۸	۰,۵۳	وفاداری ارباب رجوع

نتایج حاصل نشان داد که، متغیر رضایتمندی کارکنان دارای تأثیر مستقیم بر رضایتمندی ارباب رجوع بوده رضایتمندی کارکنان تأثیر غیرمستقیمی بر رضایتمندی ارباب رجوع ندارد و مجموع تأثیرات آن همان ۷۲ درصد می باشد که همان طور که در خروجی **T-Value** به آن اشاره شد همه تأثیرات در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار است.

متغیر رضایتمندی کارکنان ۵۳ درصد از تغییرات متغیر وفاداری ارباب رجوع را بصورت مستقیم و ۳۸ درصد را نیز بصورت غیرمستقیم پیش بینی می کند که در مجموع حدود ۹۱ درصد از تغییرات وفاداری ارباب رجوع است.

تأثیر متغیر رضایتمندی ارباب رجوع بر وفاداری ارباب رجوع نیز تنها بصورت مستقیم بوده که حدود ۵۳ درصد از واریانس آن را تبیین می کند که در سطح ۹۵ درصد اطمینان نیز معنی دار است.

به این ترتیب می توان نتایج این تحقیق را اینگونه بیان نمود که رضایتمندی کارکنان سبب رضایتمندی و وفاداری ارباب رجوع می شود. همچنین رضایتمندی ارباب رجوع نیز به نوبه خود بر وفاداری ارباب رجوع تأثیر گذار است.

نتیجه گیری :

در اقتصاد جهان امروز شهرداری ها و سازمان ها باید همه فعالیت ها و توانمندی های خود را متوجه رضایت ارباب رجوع کنند، چرا که ارباب رجوع یکی از منابع برگشت سرمایه هستند. رضایت ارباب رجوع برای سازمان ها امر مهمی تلقی می گردد و آن ها مبنی بر اینکه چند درصد از ارباب رجوع شان را بتوانند حفظ کنند، برنده یا بازنده اند و موفقیت حفظ ارباب رجوع بستگی به رضایت ارباب رجوع دارد که می تواند کمک بزرگی برای اندازه گیری کیفیت محصول و خدمات باشد. سازمان ها برای کسب رضایت و وفاداری ارباب رجوع خود نیازمند استفاده از تمامی ظرفیت های خود هستند که یکی از مهمترین استراتژی های دستیابی به این مهم، توجه به رضایت کارکنان و ارتقاء رضایتمندی آنها می باشد.

رضایت شغلی مهم ترین متغیر در حیطه رفتار سازمانی محسوب می شود و عاملی برای افزایش کارایی و احساس رضایت فردی کارکنان است. در سایه رضایت شغلی، امنیت شغلی کارکنان تضمین می شود و تا میزان اطمینان ۹۵٪ بر توانمندی کارکنان موثر است.

توانمندسازی امروزه به یکی از دغدغه‌های مدیران تبدیل شده است، زیرا مدیران دریافته اند که افراد، یک سوم یا بیشتر از اوقات خود را در محل کار می‌گذرانند. تواناسازی کارکنان موجب افزایش مبنای قدرت و منزلت در محل کار است. انسان‌هایی که به توانمندی‌های خویش واقف هستند بیشتر دل به کار می‌دهند و در کار مشارکت می‌کنند. به طور کلی توانمندی زمانی اتفاق می‌افتد که کارکنان آموزش دیده از کار خود رضایت داشته و دارای انگیزه باشند و به خوبی رهبری شوند و به افرادی که در اتخاذ تصمیم مشارکت دارند، متناسب با عملکرد پاداش داده شود.

این پژوهش که با هدف بررسی ارتباط بین رضایتمندی کارکنان شهرداری کوهدشت با رضایتمندی و وفاداری ارباب رجوع این سازمان صورت گرفت نشان داد که رابطه مستقیم و قوی بین رضایت مندی کارکنان و رضایتمندی و وفاداری ارباب رجوع وجود دارد. بنابراین می‌توان گفت که استراتژی موثر برای مدیران شهرداری کوهدشت می‌تواند تمرکز بر ارتقا توانمندی و شایستگی و رضایتمندی کارکنان این مجموعه است که به رضایت شهروندان، ساختن شهری آبادتر و سالم تر، تحقق حکمرانی خوب، قانون مداری و قانون گرایی، نهادینه شدن رفتار درست شهروندی و ... منجر می‌شود.

در ادامه نتایج این فرضیات آورده می‌شود.

ارتباط رضایتمندی کارکنان و رضایتمندی ارباب رجوع

بررسی نتایج حاصل از جدول (۱) نشان داد که بین رضایتمندی کارکنان و رضایتمندی ارباب رجوع شهرداری کوهدشت رابطه مثبت (۰,۸۱۸) و معناداری وجود دارد. بنابراین انتظار می‌رود با افزایش رضایتمندی کارکنان شهرداری، رضایتمندی ارباب رجوع شهرداری افزایش یابد و بالعکس. همچنین رضایتمندی کارکنان قادر به تبیین حدود ۶۷ درصد از تغییرات رضایتمندی ارباب رجوع شهرداری کوهدشت است. به این ترتیب، می‌توان گفت که رضایتمندی کارکنان، رضایتمندی ارباب رجوع را در پی دارد.

ارتباط رضایتمندی کارکنان و وفاداری ارباب رجوع

بررسی نتایج حاصل از جدول (۲) نشان می‌دهد که بین رضایتمندی کارکنان و وفاداری ارباب رجوع شهرداری کوهدشت رابطه مثبت (۰,۶۸۳) و معناداری وجود دارد. بنابراین انتظار می‌رود با افزایش رضایتمندی کارکنان، وفاداری ارباب رجوع شهرداری کوهدشت افزایش یابد و بالعکس. همچنین رضایتمندی کارکنان قادر به تبیین

حدود ۴۷ درصد از تغییرات وفاداری ارباب رجوع شهرداری کوهدشت است. ب به این ترتیب، می توان گفت که رضایتمندی کارکنان، وفاداری ارباب رجوع را در پی دارد.

ارتباط رضایتمندی ارباب رجوع و وفاداری ارباب رجوع

نتایج حاصل از جدول (۳) نشان داد که بین رضایتمندی ارباب رجوع و وفاداری ارباب رجوع رابطه مثبت (۰,۷۷۴) و معناداری وجود دارد. بنابراین انتظار می رود با افزایش رضایتمندی ارباب رجوع وفاداری ارباب رجوع افزایش یابد و بالعکس. همچنین رضایتمندی ارباب رجوع قادر به تبیین حدود ۵۰ درصد از تغییرات وفاداری ارباب رجوع است. به این ترتیب، می توان گفت که رضایت ارباب رجوع، وفاداری ارباب رجوع را در پی دارد.

همچنین متغیر رضایتمندی کارکنان ۵۳ درصد از تغییرات متغیر وفاداری ارباب رجوع را بصورت مستقیم و ۳۸ درصد را نیز بصورت غیرمستقیم پیش بینی می کند که در مجموع حدود ۹۱ درصد از تغییرات وفاداری ارباب رجوع به وسیله رضایتمندی کارکنان تبیین می شود که این میزان تأثیر نیز در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار است.

تأثیر متغیر رضایتمندی ارباب رجوع بر وفاداری ارباب رجوع نیز تنها بصورت مستقیم بوده که حدود ۵۳ درصد از واریانس آن را تبیین می کند که در سطح ۹۵ درصد اطمینان نیز معنی دار است.

به این ترتیب می توان نتایج این تحقیق را اینگونه بیان نمود که رضایتمندی کارکنان سبب رضایتمندی و وفاداری ارباب رجوع می شود. همچنین رضایتمندی ارباب رجوع نیز به نوبه خود بر وفاداری ارباب رجوع تأثیر گذار است.

نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش های عادل و رضایی (۱۳۹۴)، محمدی و همکاران (۱۳۹۳)، قریچه و دابوئیان (۱۳۹۰)، مطالعات گراهام (۱۹۹۶) و هایزر (۱۹۹۸)، گرانهلت و مارتنسن (۲۰۰۱)، راجلی و همکاران (۲۰۰۹)، مکی زاده (۱۳۸۶)، احمدی نژاد و همکاران (۱۳۸۹) همسو است. بنابراین می توان گفت که یکی از راهبردها و استراتژی موفق و معتبر در سازمان های داخلی و خارجی برای ارتقاء رضایتمندی و وفاداری ارباب رجوع، ارتقاء رضایتمندی کارکنان بوده است. در نتیجه می توان گفت یکی از راهکارهای موفق ارباب رجوع مداری توجه به رضایت کارکنان یک مجموعه است که بصورت مستقیم و غیر مستقیم به رضایتمندی و وفاداری ارباب رجوع می انجامد.

پیشنهادهای مبتنی بر یافته های تحقیق

- ❖ تدابیری اتخاذ گردد تا متخصصینی را در جایی مانند طرح تکریم بگماریم که به شهروندان جهت تسهیل انجام کارهایشان راهنمایی های لازم را ارائه دهند. شهروندان باید بدانند برای انجام کاری که به شهرداری مراجعه می کنند، به کدام قسمت و کدام کارمند مراجعه کنند تا از سردرگمی در محیط شهرداری رهایی یابند.
- ❖ اگرچه در سال های اخیر اقدامات بسیاری در تدوین و اصلاح مقررات شهری در شهرداری ها صورت گرفته است، اما از نظر شهروندان کافی نیست و شایسته است تدابیری اتخاذ شود که قوانین شهری به روز شده و بر پایه ایجاد شهر اسلامی تدوین گردد.
- ❖ دسترسی به مدیران و شهردار برای اکثر شهروندان دشوار است و اختصاص تایم های کنونی به مردم کفایت نمی کند. و باید حداقل معاونین شهردار یا مردم در تعامل و ارتباط دائم باشند و ملاقات های حضوری و یا اختصاص زمان های ماهیانه برای دیدار عمومی با مردم می تواند به رضایت و وفاداری شهروندان منجر شود.
- ❖ رفع تعارضات معابر، مانند کنده کاری های سطح شهر می تواند نگرش شهروندان را نسبت به شهرداری تغییر دهد و چنین طرح هایی نیازمند صرف توجه و اعتبارات بیشتر است.
- ❖ به پژوهشگران پیشنهاد می شود که هر کدام از ادارات شهرداری ها را به صورت جداگانه مورد ارزیابی و مقایسه قرار دهند.
- ❖ همچنین بررسی مقایسه ای شهرداری های شهرهای همجوار و یا شهرداری کلانشهرها با شهرهای متوسط و کوچک نیز می تواند اطلاعات ارزشمندی را به دست دهد.

منابع

احمدی نژاد، مصطفی، حسینی، میرزاحسن و قادری، سمیه، (۱۳۸۹)، بررسی و سنجش کیفیت خدمات و ارتباط آن با رضایتمندی ارباب رجوع؛ مطالعه موردی بانک تجارت، بررسی های بازرگانی، شماره ۴۲.

خدایاری فرد، محمد (۱۳۸۸). سنجش میزان رضایت شغلی کارکنان و رضایت ارباب رجوع بانک صادرات ایران و ارائه الگوی مداخله روانشناختی به منظور ارتقای آن، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران.

سیدجوادین، سید رضا، ۱۳۸۵، مدیریت منابع انسانی، تهران، انتشارات ترمه.

شفیع آبادی، عبدالله، ۱۳۷۶. راهنمایی تحصیلی و شغلی، انتشارات دانشگاه پیام نور.

عادلی، پریسا و مراد رضایی دیزگاه، ۱۳۹۴، ارتباط میان رضایت شغلی کارکنان، رضایت مشتری و وفاداری مشتریان (مطالعه موردی: فروشگاه های زنجیره ای رفاه شهرهای کرج و تهران، کنفرانس بین

المللی مدیریت، اقتصاد و مهندسی صنایع، تهران، موسسه مدیران ایده پرداز پایتخت ویرا.

قره چه، منیژه و منیره دابوئیان (۱۳۹۰)، وفاداری کارکنان در تعامل با وفاداری ارباب رجوع صنایع

خدماتی، دو فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین سال اول، شماره سوم.

- منصور، علی؛ صفری، سعید؛ عباسی، داود؛ صالحی، مهدی (۱۳۸۷). کاربرد مدل تحلیل مسیر شغلی

در تبیین عوامل موثر بر رضایت شغلی کارکنان، فرهنگ مدیریت، سال ششم، شماره

هفدهم، صص ۱۱۰-۸۹.

محمدپور، احمد، سلطانیان، هیرش، گلباغ اسدی، شیرین (۱۳۸۷). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی

و رضایت شغلی، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، گرایش تولید و عملیات، زمستان ۸۷.

مکی زاده، وحید، حاج کریمی، عباسعلی و جمالیه بسطامی، بهتاش (۱۳۸۸)، بررسی ارتباط کیفیت

مواجهه خدمت و وفاداری ارباب رجوع در سازمانهای خدماتی تجاری، چشم انداز مدیریت، شماره

۳۲، تهران

Lock, J. (2000), "job satisfaction of quick service Restaurant Employees" Hospitality Research journal.

- *Dive, (1990), "An Exploration of job satisfaction Among works", journal of leadership & Organization Studies.*
- *Ashnack, (1996) "organizational Citizenship Behavior", journal of Applied Apychology.*

Beker Willing, (1994), "Why incentive plants Cannot Work", Management Review.

Mitra, J. Jenkins, G.D, Gupta, N, (2003), "A meta-analytic review of the relationship between absence and turnover", Journal of Applied psychology.

Stears & Rooz, (2000), "job Satisfaction & absenteeism", Organization Behavior Journal.

- *Spector, P.E., (2000), "Development of the Work Locus of control Scale" Journal of Organizational Psychology.*

Hugick, L. & Leonard, J, (1995), "job Dissatisfaction Grows" Gallup Poll News, Services.

Laman & Stears (2000), "job Security" Journal of Managerial Psychology.

