

بررسی تاثیر ارتباطات سازمانی و مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی (مورد مطالعه کارکنان بانک تجارت استان لرستان)

فرزاد امیری

کارشناسی ارشد بازرگانی بین الملل، مدرس دانشگاه علمی کاربردی شهرداری خرم آباد

نام و نشانی ایمیل نویسنده مسئول:

فرزاد امیری

F3_s3_2007@yahoo.com

چکیده

نیروی انسانی مهمترین سرمایه سازمان‌هاست و هر چه این سرمایه از کیفیت مطلوب و بالاتری برخوردار باشد احتمال، موفقیت، بقاء و ارتقاء سازمان بیشتر خواهد شد. در این تحقیق تلاش شد با بررسی تاثیر ارتباطات سازمانی و مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی (و ابعاد تعهد سازمانی) کارکنان بانک تجارت در استان لرستان و نکات مبهم و مرتبط بین این متغیرها را یافته و به تعریف رابطه بین آنها بپردازیم. این بررسی از آن جهت اهمیت دارد، که ارتباطات سازمانی و مسئولیت اجتماعی از ابعاد کلیدی و اساسی در موفقیت سازمان‌ها در تعهد سازمانی می‌باشد. با توجه به اهمیت این متغیرها، انجام چنین تحقیقی در باب شناسایی ارتباط این متغیرها را لازم و ضروری می‌نمود. این پژوهش در نیمه دوم سال ۱۳۹۵ در استان لرستان انجام گرفته جامعه آماری این پژوهش کارکنان بانک تجارت استان لرستان به تعداد ۲۷۹ نفر می‌باشد که به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده بین آنها به تعداد ۱۸۲ پرسشنامه توزیع گردید پرسشنامه‌ها با توجه به آزمون پیرسون در نرم افزار SPSS20 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند در این پژوهش یک فرضیه اصلی و هشت فرضیه فرعی وجود داشت که فرضیات فرعی شامل بررسی اثرات متغیرهای مستقل بر روی ابعاد متغیر وابسته (تعهد عاطفی، تعهد هنجاری، تعهد مستمر) بود که تمام این فرضیات مورد تایید قرار گرفتند.

کلمات کلیدی: ارتباطات سازمانی، مسئولیت اجتماعی، تعهد سازمانی، بانک تجارت.

مقدمه

امروزه غالب مدیران بر نیروی انسانی بعنوان مهمترین سرمایه، توافق دارند. حتی بعضی از آنها اهمیت مشتری را در درجه ی دوم می دانند؛ زیرا بدون کارکنان متعهد و توانمند، خدمتی تولید نمی شود تا مشتریان دریافت کنند. نمی توان با کارکنان رفتاری نامناسب داشت و از آنان خواست که با مشتریان خوب رفتار کنند. علت اینکه امروزه کارکنان تا این حد مهم شده اند، آن است که سازمان بر اساس سرعتی ارزیابی می شود که می تواند نیاز مشتریان را تأمین کند. جمله «من باید با رئیس صبحت کنم» دیگر مفهومی ندارد. مشتریان توجهی به این ندارند که رئیس چه کسی است، تنها کسی که توجه مشتریان را جلب می کند، فردی است که تلفن را جواب می دهد، به آنها خوش آمد می گوید، سفارش آنها را یادداشت می کند، کالا را تحویل می دهد یا به شکایاتشان رسیدگی می کند. مشتریان خدمات عالی و درجه یک می خواهند. خیلی سریع هم می خواهند آن را دریافت کنند. بنابراین به کارکنان متعهد و قدرتمندی نیاز است که این کارها را انجام دهند. برخورداری از کارکنانی متعهد، آگاه و وفادار مهمترین عامل موفقیت سازمان است. اولویت اصلی هر سازمانی باید جلب و حفظ کارکنان متعهد و شایسته باشد. ناکامی در تحقق این امر به معنای از دست دادن کارآیی، عدم رشد و از دست دادن کسب و کار است. موفقیت در دنیای رقابتی متعلق به سازمان هایی است که کارکنان متعهد و وفادار را بزرگترین سرمایه خود بدانند. بسیاری از صاحب نظران معتقدند که منابع انسانی تنها مزیت رقابتی است که سازمانها باید با اقدامات مناسب و درست، این نیروی بالقوه را به نیروی بالفعل تبدیل کرده و آنان را در جهت سازمان هدایت کنند. سازمان های فاقد منابع انسانی هرگز نمی توانند به اهداف خود دست یابند، به بیانی دیگر منابع انسانی برای حفظ رقابت در بازار نقش کلیدی ایفا می کند (اوکلند، ۲۰۰۶).

بیان مسئله

وجود نیروهای انسانی متعهد به سازمان در هر سازمان ضمن کاهش غیبت، تاخیر و جابجایی، باعث افزایش چشمگیر عملکرد سازمان، نشاط روحی کارکنان و تجلی بهتر اهداف متعالی سازمان و نیز دستیابی به اهداف فردی خواهد شد. عدم احساس تعهد و تعهد سطح پایین، نتایج منفی را برای فرد و سازمان به دنبال دارد؛ از جمله نتایج، ترک خدمت، غیبت زیاد، بی میلی به ماندن در سازمان، کاهش اعتماد مشتریان و کاهش درآمد می باشد. باتوجه به اهمیت تعهد سازمانی بعنوان متغیر وابسته در این تحقیق تعهد سازمانی بعنوان متغیر وابسته مورد ارزیابی قرار گرفت. که باتوجه به اهمیت متغیرهای مستقل ارتباطات سازمانی و مسئولیت اجتماعی بر روی تعهد سازمانی در کارکنان بانک تجارت استان لرستان مورد بررسی قرار خواهد گرفت. بنابراین تعهد به سازمان در کارکنان بیمارستان که در راستای تولید محصولی بنام «حفظ، بازگشت و ارتقای سلامت انسانها» گام بر می دارند اهمیت ویژه ای پیدا می کند. هدف پژوهش حاضر تعیین رابطه جو سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان و مدیران بود که یک سازمان را از سازمان دیگر متمایز می سازد. اکثر شغلهایی که در این دوره به وجود آمده اند از بین رفته اند. این رقم ترک شغل کارکنان را آشکار می کند و این بی نظمی ممکن است، اثر منفی را بر تعهد سازمانی تشدید کند. همچنین مشخص شده است که شرکتها نه تنها در زمان ورشکستگی یا رکود کارکنانشان را بازخرید می کنند، بلکه آنها در زمان سودآوری و رونق نیز دست به این عمل می زنند (استیرس^۱، ۱۹۹۱). آنها با انجام این کار علامت مثبتی را برای تحلیلهای مالی ارائه و بنابراین، از این به عنوان حربه ای برای افزایش سهامداری در کوتاه مدت استفاده می کنند. برای مثال به گفته ریچپیلد^۲ شرکت زیراکس در دوران سودآوری، برنامه هایی را برای کاهش کارکنانش اعلام کرد به طوری که تعداد آنها را به ۱۰ هزار کارمند در سال ۱۹۹۳ کاهش داد و این کار به افزایش ۷ درصدی سهام این شرکت در روز بعد منجر شد. تعجب آور خواهد بود اگر تعهد کارکنان به شرکت زیراکس در نتیجه چنین عملی کاهش نیابد. تعدادی از ادغام شرکتها و به مالکیت درآوردن شرکتی توسط شرکت دیگر نیز توسط باروچ ذکر شده اند که همچنین تعهد سازمانی کارکنان را کاهش داده اند. همان طور که سازمانهای بزرگ مالکیت سازمانهای دیگر را به دست آورده یا دارائیهای خود را می فروشند آنچه که به طور فزاینده ای به شکل غالب ظاهر می شود موضوع کانون تعهد است. کاملاً به آسانی می توان دریافت که برای کارکنان در این شرایط درک اینکه چه چیزی و کدام سازمانشان است، مشکل است. در نتیجه ایجاد و شکل گیری تعهد در این شرایط برای آنها مشکل خواهد بود. برای مثال آیا کارمندی که متعهد به شرکت مک دونالد است می تواند به آسانی تعهدش را به شرکت بوئینگ منتقل کند (بارون، ۲۰۰۰). شواهدی دال بر این وجود دارد که سازمانها در پی عملکرد بالا و استراتژی های منابع انسانی برای افزایش تعهد کارکنانشان هستند که می تواند سود اقتصادی بیشتری را برای آنها فراهم کند. از این دیدگاه تعهد کارمند نه تنها بی ربط نیست، بلکه به عنوان یک مفهوم مدیریتی به خاطر اینکه می تواند به مزیت رقابتی و موفقیت مالی منجر شود، خیلی مهم است. درحقیقت تعهد از این دیدگاه ممکن است، به عنوان کلیدی برای مزیت رقابتی محسوب شود. در این دیدگاه تعهد کارمند به عنوان

¹ Estirs

² RICHFIELD

یک استراتژی رقابتی، کاملاً برخلاف آنچه که با روچ می گوید، چیز بی ربطی نیست (شیان، ۲۰۰۳). امروزه اندیشمندان دانش مدیریت با توجه به تغییرات و دگرگونی های پیوسته ای که سازمان ها با آن مواجه هستند، به این نتیجه رسیده اند که مهمترین عامل کسب مزیت رقابتی در سازمان ها، منابع انسانی است. تعهد سازمانی یک نگرش درباره وفاداری کارکنان به سازمان و فرایند مستمری است که از طریق آن اعضای سازمان علاقه خود را به سازمان، موفقیت و کارایی پیوسته آن نشان می دهند. تعهد سازمانی کارکنان می تواند احساس رضایت، تعلق، وابستگی و دلبستگی آن ها به سازمان، عملکرد شغلی مطلوب تر، کاهش خروج کارکنان از سازمان، رفتار اجتماعی فعال، عدم غیبت از کار، نوع دوستی و کمک به همکاران و کاهش استرس شغلی و نیز موفقیت های مالی و افزایش اثربخشی و بهره وری سازمان را به همراه داشته باشد (باقری و تولایی، ۱۳۸۹).

پیشینه تحقیق

پورتر و همکارانش (۱۹۷۴) در تحقیقی بعنوان بررسی تاثیر ارزش ها بر تعهد سازمانی، تعهد سازمانی را پذیرش ارزش های سازمان و درگیر شدن در سازمان برمی شمارند و معیارهای اندازه گیری آن را شامل انگیزه، تمایل برای ادامه کار و پذیرش ارزش های سازمان می دانند. در نتیجه پورتر و همکارانش به این نتیجه رسیدند که ارزش ها تاثیر مثبت و مستقیمی بر تعهد سازمانی دارد.

از نظر دراکر (۱۹۹۰) در تحقیقی با عنوان ابعاد مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکتها، مهم ترین قید مسئولیت اجتماعی، قید مشروعیت و اقتدار است. مسئولیت بدون اقتدار معنا ندارد، لذا مسئولیت همواره با اقتدار همراه است. به همین دلیل، هرکس که دعوی مسئولیت می کند، در واقع دعوی اقتدار دارد. در واقع، هرکس اقتدار دارد، مسئول است. او به طنز می گوید فقط نظام های خودکامه و شهامت خواه هستند که در عین اقتدار کامل، خود را در برابر هیچ کس و هیچ چیز، مسئول نمی دانند! بنابراین، از نظر دراکر وقتی از بنگاهی خواسته می شود مسئولیت حل یکی از گرفتاری ها و معضلات جامعه را بپذیرد، باید با دقت بیندیشد و ببیند آیا اقتدار مستتر در این مسئولیت، مشروع است یا خیر. اگر این اقتدار مشروع و موجه نباشد، پذیرش مسئولیت مشکل گشایی، در واقع غضب مسئولیت است. آشکار است که حتی اگر سازمان یا بنگاه دارای اقتدار انجام کاری باشد، باید در منشا اقتدار خود دقت کرده و از مشروعیت آن اطمینان یابد.

پال و همکاران (1993)، تحقیقی تحت عنوان نقش تعهد سازمانی و وضعیت شغلی در پیشگیری از ترک خدمت کارکنان انجام داده اند و نتیجه گرفته اند که: ترک خدمت در میان کارکنان با وضعیت اقتصادی پائین و کارکنان با سابقه کمتر است.

تحقیقی که کمپیل تحت عنوان عدل و انصاف در سال (1996)، انجام داده نشان می دهد که بین عدل و انصاف سرپرست در کار با تعهد و مسئولیت اجتماعی موسسات بهداشتی رابطه مثبت وجود دارد.

استرون (۱۹۹۶)، در پژوهش مدیریت رفتار سازمانی عنوان می دارد: تعهد سازمانی عبارت از نگرش های مثبت یا منفی افراد نسبت به کل سازمان (نه شغل) است که در آن مشغول به کارند. در تعهد سازمانی شخص نسبت به سازمان احساس وفاداری قوی دارد و از طریق آن سازمان خود را مورد شناسایی قرار می دهد.

آلن (۱۹۹۶)، در پژوهش تحت عنوان تاثیر تفویض اختیار بر تعهد سازمانی نشان داد که تفویض اختیار بر تعهد سازمانی و تصمیمات شغلی اعضای سازمان مؤثر بوده است.

هاریسون و هوبارد (۱۹۹۸)، تاثیر عوامل مقدماتی را در شکل گیری تعهد کارکنان تأیید نموده اند. نتایج تحقیق آنان نشان داد رویارویی کارمندان با چالش های شغلی که به وسیله مدیران طراحی شده است نقش اساسی در افزایش میزان تعهد سازمانی دارد.

آلن و میر (۱۹۹۷)، در کتاب خدمات دولتی معتقد بودند که تعهد، فرد را با سازمان پیوند می دهد و این پیوند احتمال ترک شغل را در او کاهش می دهد. «می ی» و «آلن» تعاریف تعهد سازمانی را به سه موضوع کلی وابستگی عاطفی، درک هزینه ها و احساس تکلیف وابسته می دانند. از تفاوت های مفهومی اجزای سه گانه تعهد سازمانی، که هر یک تا حدودی از یکدیگر مستقل اند، این نتیجه حاصل می شود که هر کدام پیامد پیش فرصت های خاصی هستند. طبق نظریه برابری آدامز وقتی کارکنان حس کنند که به آنان به طریقی ناعادلانه و غیر منصفانه رفتار می شود به فعالیت هایی می پردازند که هدف آن اصلاح احساسات مربوط به رفتار عادلانه است لذا اگر پاداش های ارائه شده از سوی سازمان از دید کارکنان عادلانه باشد خشنودی بالاتر پدید می آید زیرا کارکنان احساس می کنند که متناسب با کار و کوشش خود پاداش گرفته اند (دیویس و نیواستورم، ۱۹۹۸).

بنابر تئوری وروم نیز سه عامل ارزش پاداش ها، ارتباط پاداش ها با عملکرد مورد نیاز و تلاش مورد نیاز برای عملکرد بر رفتار تاثیر گذارند. در نتیجه انگیزش به مقدار زیادی از ادراکات افراد از نتایج رفتار تاثیر می پذیرد و این خود می تواند بر رفتار آینده فرد از جمله تعهد او نیز تاثیر گذار باشد (وروم، ۱۹۹۸).

براساس نظریه مارشال با گسترش و افزایش مشارکت سازمانی در سطوح و ابعاد چهارگانه سازمان احساس تعلق و وفاق سازمانی فزونی می‌گیرد و تعهد سازمانی را تقویت می‌کند به علاوه مشارکت سازمانی باعث افزایش کرامت فرد می‌شود که این امر می‌تواند بر تعهد سازمانی افراد تاثیر داشته باشد (مارشال، ۱۹۹۸).

کالینز در کتاب مسئولیت اجتماعی عنوان می‌دارد: در صورتی که وفاق اجتماعی تضعیف شود به همان میزان نیز جایگاه، میزان و نوع حق مبهم و نامشخص باقی می‌ماند و به تبع آن نقش‌های اجتماعی نیز به اصطلاح تیره می‌گردند. به عبارت دیگر، انتظارات و تعهدات برای کنش‌گران در بستر روابط اجتماعی تار و نا معین می‌شوند و باعث ابهام نقش در فرد می‌شود که این ابهام نقش به نوبه خود کاهش تعهدات کارکنان را به دنبال دارد (کالینز، ۱۹۹۸).

مونچ (۱۹۹۸)، در تحقیقی با عنوان تاثیر ارتباطات بر تعهد عقیده دارد که با افزایش ارتباط اعضای گروه با سایر افراد و گروه‌ها، حجم تعهدات اعضا افزایش یافته و بدین ترتیب تعهدات اعضا دچار تورم شده و با افزایش تورم تعهدات اعضا به افراد گروه‌های دیگر پایین می‌آید و تعهد به گروه خودی افزایش می‌یابد.

شافر (۱۹۹۹)، در تحقیقی با عنوان نیازمندی‌های سازمان: معتقد است میزان تعهد فرد با میزان ارضاء نیازمندی‌های وی مرتبط است بنابراین شغلی که می‌تواند نیازمندی‌های فرد را برآورده سازد مورد رضایت او خواهد بود. هر سازمانی بر اساس ظرفیت روحی و فکری کارکنان و شناخت استعدادهای وی باعث ایجاد علاقه به کار براساس طبیعت آن، احساس مسئولیت و تعهدی که در جریان کار سازمان مورد نظر است می‌شود.

درباره تاثیر مشارکت سازمانی بر تعهد سازمانی می‌توان به نظریه مارشال اشاره نمود که وی گسترش و افزایش مشارکت سازمانی را باعث تقویت تعهد سازمانی می‌داند چرا که مشارکت سازمانی باعث افزایش کرامت فرد می‌شود که آن نیز بر تعهد سازمانی وی مؤثر است. اصل ترتیب و نظم دادن اشیاء و انسان‌ها در سازمان از دیدگاه فایول بسیار مهم است. یکی از اصولی که در سازمان از اهمیت خاصی برخوردار است اصل ثبات و پایداری شغلی در سازمان است. فایول اعتقاد دارد که برای مدیریت بهتر در سازمان بهتر است از افراد باتجربه و دارای تخصص و کارآمد استفاده شود. برای اینکه بتوان ادامه کار کارکنان با تجربه را در سازمان تثبیت کرد باید طوری آنان را مدیریت کرد که سازمان را رها نکنند. مسلماً توجه به مسائل رفاهی و انگیزشی و فراهم کردن امکانات رشد کارکنان و غیره از جمله موارد مهمی است که سبب تعهد کارکنان به سازمان می‌شود و اگر از این روش‌ها پرهیز شود کارکنان تعهدی به مدیریت و سازمان نخواهند داشت و بسیار سریع آن را ترک می‌کنند (فایول، ۱۹۹۹).

در پژوهش ایلِس (۲۰۰۰) به بررسی و تشریح تعهد مستمر برای سودمندی سازمان پرداخته شد و به این نتایج دست یافت که: الف: سن، جنسیت، تحصیلات، سابقه خدمت و موقعیت شغلی فرد با تعهد وی مرتبط است.

در مطالعه ای که در بانک واحد سوئیس توسط برندی (2000) به منظور بررسی ارتباط بین تعهد سازمانی با ارزشهای شخصی صورت گرفت، حدود ۵۵۴ نفر کارمند بین طیف سنی ۱۹ تا ۲۶ مورد بررسی قرار گرفتند و ارزشهای شخصی و تعهد سازمانیشان توسط پرسشنامه ارزیابی شد. این پژوهش اهمیت جهت گیری ارزش پرسنل در سازمان را نشان می‌دهد و نتیجه به این صورت بود که اگر کارمندان بین ارزشهای شخصی خود با ارزشهای سازمان اختلاف و ناهمگونی داشته باشند تعهد سازمانیشان کاهش می‌یابد و این می‌تواند دلیلی برای ترک شغل باشد.

میر و اسمیت (۲۰۰۰) توسعه مسیر پیشرفت شغلی و به بررسی مکانیزم رابطه بین فعالیتهای مدیر و تعهد کارکنان پرداختند. نمونه مورد نظر ۲۸۱ نفر بودند و به بررسی کیفیت این ۴ فعالیت و تاثیر آن بر تعهد کارکنان پرداختند و به این نتیجه رسیدند که رابطه بین ارزیابی کارکنان از فعالیتهای مدیر و تعهد سازمانی، هنجاری و عاطفی آنها به طور عمده از ادراکات آنها از حمایت سازمانی و عدالت در این فعالیت ما اثر می‌پذیرد.

مطالعه الفرج و همکاران (ارزیابی بانک بانک با استفاده از DEA)

مطالعه فوق سال (۲۰۰۱) در مورد ۱۵ بانک یکی از بزرگترین بانکهای تجاری عربستان محاسبه کارایی بانک به منظور بهبود بخشیدن به تعهد و مسویت اجتماعی و تخصیص کاراتر منابع انجام پذیرفت. نهاده‌ها و ستاده‌های این تحقیق مربوط به یک دوره یک ساله ایست در این تحقیق ۸ نهاده و ۷ ستاده جهت ارزیابی کارایی بانک گرفته شد.

نهاده‌های این تحقیق عبارت بودند از: تعداد کارکنان بانک، درصد کارکنان دارای تحصیلات دانشگاهی، میانگین سابقه کارکنان بانک، شاخصی برای منطقه، شاخصی برای بالاترین میزان اختیارات، شاخصی برای هزینه‌های دکوراسیون، شاخصی برای میانگین حقوق سالیانه، شاخصی برای سایر هزینه‌های عملیات بانکی.

ستاده‌ها این تحقیق عبارت بودند از:

میانگین سود خالص ماهیانه، میانگین ماهیانه حساب های جاری موجود، میانگین ماهیانه حسابهای پس انداز، میانگین ماهیانه سایر حسابها، میانگین ماهیانه رهن ها، شاخص برای وامها، تعداد حسابها.

طبق نتایج بدست آمده ۱۲ بانک کارایی، تعهد، مسئولیت اجتماعی نسبی ۱۰۰٪ شناخته شدند که به گفته نویسنده مقاله نشان دهنده این است که بانک بسیار خوب عمل می کند. نویسنده در نظر مورد داشته عدم توجه به تعهدسازمانی و مسئولیت اجتماعی باعث کاهش کارایی و نرخ بهره وری بانک می شود.

در آوریل سال ۲۰۰۱ شورای سازمانای ایسی^۳ از کمیته سیاستگذاری این سازمان برای مصرف کنندگانی درخواست کرد تا در زمینه تدوین استاندارد بین المللی مسئولیت اجتماعی امکان سنجی نماید و از آن به عنوان "مسئولیت اجتماعی یکپارچه" نام برد. این کمیته در ماه می سال ۲۰۰۱ کار را آغاز کرد و در ژوئن ۲۰۰۲ به این نتیجه رسید که سازمان ای اس بهترین سازمان از دیدگاه مصرف کننده است که موقعیت هدایت و پیشبرد موضوع مسئولیت اجتماعی را دارد.

در پژوهشی که توسط چن (۲۰۰۴) با عنوان تأثیر فرهنگ سازمانی و رفتارهای رهبر و ارتباطات سازمانی بر روی تعهد سازمانی، رضایت شغلی و ارتباطات شغلی ۴۵۱ نفر از کارکنان سازمانهای خدماتی و صنایع تایوان صورت گرفت. یافته ها و نتایج اینگونه می باشد که: ۱- تعهد سازمانی رابطه بین رفتارهای رهبر و ارتباطات سازمانی را در آن فرهنگ تسهیل می سازد. ۲- رهبری مؤثر و ایده آل و فرهنگ نو با تعهد سازمانی رابطه مثبت دارد.

در پژوهشی که توسط بادموسی (۲۰۰۵) با عنوان تأثیر مسئولیت روی تعهد سازمانی بر روی نمونه ۴۰۰ نفری از کارکنان بوستون انجام شد. در این مطالعه به تأثیر دو عامل عدم ارزیابی کارمندان و اعتقاد به ضرورت ارزیابی بر روی سه عامل تعهد سازمانی می پردازد. نتایج نشان دادند که رابطه مثبتی بین عدم ارزیابی و اعتقاد به آن وجود دارد. به علاوه تعهد هنجاری به طور مثبت و قابل ملاحظه ای با عدم ارزیابی عملکرد مرتبط بود. در حالی که هر دو تعهد هنجاری و مستمر رابطه مثبت و معناداری با اعتقاد به انجام ارزیابی عملکرد داشتند. این مطالعه ثابت کرد که مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی تأثیر می گذارد و کلاً با سطوح پایین عدم ارزیابی و سطوح بالای اعتقاد به ضرورت ارزیابی مطابق می باشد.

در پژوهشی که توسط سامد (2005) با عنوان رابطه بین تعهد سازمانی و رضایت شغلی با عملکرد شغلی بر روی ۵۸۴ نفر از کارکنان شرکت تلکوم مالزی انجام شد، نتایج نشان داد که هم تعهد سازمانی و هم رضایت شغلی در ارتباط مثبت با عملکرد شغلی بودند و رضایت شغلی و مسئولیت اجتماعی در تسهیل رابطه بین تعهد سازمانی و عملکرد شغلی مؤثر است.

در پژوهشی که توسط پروف (۲۰۰۶) تحت عنوان رابطه رضایت شغلی با تعهد سازمانی بر روی ۱۳۲ نفر از کارمندان دانشگاهی در ترکیه صورت گرفت. نتایج تحلیل همبستگی نشان داد که همبستگی مثبتی بین رضایت شغلی و تعهد عاطفی و هنجاری در ارتباط با شغل و سازمان وجود دارد.

در مطالعه ای که توسط بلوس (۲۰۰۷) تحت عنوان رابطه بین عوامل ارتباطات سازمانی با تعهد سازمانی عاطفی صورت گرفت، یافته های پژوهش نشان داد که عوامل مختلف ارتباطات سازمانی به طور قوی و مؤثر با تعهد سازمانی مرتبط است و همچنین این ارتباط در زنان و مردان مشابه نمی باشد به طوری که در مردان عوامل مثل حقوق و ترفیع در تعهد سازمانیشان اهمیت دارد و در زمانی رضایت از همکاران به طور مؤثری با تعهد سازمانی آنان مرتبط است.

پلانسکی (۲۰۱۰) در تحقیقی با عنوان رهبری اخلاقی عنوان می دارد از زمره متغیرهایی که تحت تأثیر رهبری اخلاقی قرار می گیرد، می توان به تعهد سازمانی و مسئولیت اجتماعی اشاره کرد. رفتار و نگرش های رهبر بر زیر دستان و سرنوشت سازمان آنها تأثیر می گذارد. لذا یکی از مهمترین وظایف رهبر داشتن یک دیدگاه اخلاقی در مدیریت است. رهبری که به طور اخلاقی عمل می کند بی نهایت موفق خواهد بود و رهبری که یک اساس اخلاقی و مسئولیت اجتماعی و تعهد در رفتار و فعالیت های خود نداشته باشد شکست می خورد (پلانسکی، ۲۰۱۰).

اوگونفورا در تحقیقی باموضوع رهبری اخلاق عنوان می دارد: پیروان وقتی که دارای رهبرانی اخلاقی هستند از رهبران خود راضی تر و متعهد تر به سازمان می شوند. در سازمان ها رهبران در سطوح مختلف نقش مهمی در توسعه و تقویت فرهنگ اخلاقی و رفتارهای اخلاقی تعهد و مسئولیت اجتماعی دارند. بنابراین تعجب آور نیست که تحقیق پژوهشگران درباره ی رهبری اخلاقی در حال افزایش باشد. طبق نظر براون و همکارانش رهبری اخلاقی دارای دو بعد فرد اخلاقی و مدیر اخلاقی می باشد. تعهد سازمانی کارکنان نیز به ویژه از نظر مدیران سازمان، در جهت دست یابی به موفقیت و تعالی سازمانی یک مسأله بسیار مهم می باشد. امروزه با سرعت فزاینده ای تغییر در سازمانها، مدیران به دنبال راه هایی برای افزایش تعهد سازمانی کارکنان می گردند تا از این طریق به مزیت رقابتی دست یابند. تعهد

سازمانی یک نگرش است، یک حالت روانی است که نشان دهنده نوعی تمایل، نیاز و الزام جهت ادامه اشتغال در یک سازمان می باشد. تمایل، یعنی علاقه و خواست قلبی برای ادامه فعالیت در سازمان می باشد. نیاز، یعنی اینکه بخاطر سرمایه گذاری هایی که در سازمان کرده ناچار به ادامه خدمت در آن است و الزام عبارت است از دین، مسئولیت و تکلیفی است که فرد در برابر سازمان دارد و خود را ملزم به ماندن در آن می بینند (بروان و همکاران، ۲۰۱۰).

ترنس (۲۰۱۰)، در تحقیقی با موضوع اجتماعی شدن، مسئولیت سازمان‌ها این نیست که صرفاً اثربخش باشند، بلکه مسئولیت آن‌ها اینست که به جامعه‌ای که در آن فعالیت دارند، خدمت کنند.

میچل (۲۰۱۰)، در تحقیقی با عنوان عوامل انگیزشی در برخی مباحث مطرح شده است که انگیزه بیشینه کردن سود بنگاه‌ها و توجه مطلق به منافع سهامداران، آسیب‌هایی به منافع عمومی و جامعه می‌رساند. هم‌چنین در برخی مباحث دیگر، مسئولیت اجتماعی، به نوعی محدودکننده و سامان‌دهنده انگیزه سودآوری و سودسازی مدیران تلقی می‌شود. از این رو، به تناسب دیدگاه‌های صاحب‌نظران درباره مسئولیت‌های اجتماعی بنگاه‌ها و مدیران، موافقان و مخالفان ایجاد محدودیت برای بنگاه‌ها، نظرات گوناگونی را بیان کردند.

طبق تحقیق اقتصادی آلن که در سپتامبر ۲۰۱۰ توسط دولت استرالیا منتشر شده، رشد اقتصادی این کشور از سال ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۵ به رقم متوسط سالانه ۳/۶ درصد رسیده که بیشتر از بسیاری از کشورهای توسعه یافته، مانند آمریکا، آلمان، ژاپن و انگلستان است. بر اساس این گزارش، عوامل رشد این کشور، نگرش مثبت به تغییر و نیروی انسانی آموزش دیده با اخلاق کار بسیار قوی اعلام شده است. هم‌چنین براساس گزارش مجله فورچون، ۶۳ درصد مدیران عالی شرکت‌های برتر بر این باورند که رعایت اخلاقیات، مسئولیت اجتماعی و ارتباطات قوی سازمانی موجب افزایش تصویر مثبت و شهرت سازمان شده و منبعی برای مزیت رقابتی به شمار می‌آید. به علاوه تحقیقی دیگر در استرالیا نشان داد که ۹۰ درصد استرالیایی‌ها علاقه‌مند به خرید از شرکت‌هایی هستند که رفتارهای آن‌ها اخلاقی و با مسئولیت اجتماعی است. این تحقیق مشخص کرد هرچه اعتماد بین اعضای یک سازمان بیشتر باشد نیاز به کنترل مستقیم کاهش می‌یابد.

هسمر (۲۰۱۱)، در تحقیق اخلاقیات سازمان: اخلاقیات ارتباط نزدیک و تنگاتنگی با ارزش‌ها دارند و به عنوان ابزاری نگریده می‌شوند که ارزش‌ها را به عمل تبدیل می‌کنند. اخلاق، مفاهیمی چون: اعتماد، صداقت، درست‌ی، وفای به عهد و تعهد نسبت به دیگران، عدالت و مساوات و فضائل شهروندی و خدمت به جامعه را در بر می‌گیرد.

اخلاق کار ۴ به معنی شناخت درست از نادرست در محیط کار و آن‌گاه انجام درست و ترک نادرست است. اخلاق کار، به عنوان شاخه‌ای از دانش مدیریت، از زمان پدیدار شدن نهضت مسئولیت اجتماعی در دهه ۱۹۶۰ پدیدار شد. در این دهه جنبش‌های آگاهی بخش اجتماعی، انتظارات مردم را از سازمان‌ها بالا برده، آن‌ها را به این نتیجه رسانده بود که سازمان‌ها باید از امکانات وسیع مالی و نفوذ اجتماعی خود برای رفع مشکلات اجتماعی، مثل: فقر، خشونت، حفاظت از محیط زیست، تساوی حقوق، بهداشت عمومی و بهبود وضع تحصیلات استفاده کنند. مردم بر این باور بودند که چون شرکت‌ها و مؤسسات با استفاده از منابع کشور به سود دست می‌یابند، به کشور بدهکار و مدیون هستند و بایستی برای بهبود اوضاع اجتماعی تلاش کنند. البته انگیزه و توجه شرکت به رعایت مسائل اخلاقی به سال ۱۹۲۳ و برخی نوشته‌های مدیریت برمی‌گردد. یکی از صاحب‌نظران بر این باور بود که، ناممکن است سازمان‌های رسمی بتوانند بدون عنصر اخلاقی عمل کنند. رهبری که به اصول اخلاقی و مسئولیت اجتماعی عمل نمی‌کند نفوذ خود را از دست می‌دهد و نمی‌تواند برای مدت طولانی دوام آورد. رایبیز بر این باور است که بی توجهی به مسئولیت‌های اجتماعی موجب افزایش دخالت دولت و در نتیجه کاهش کارایی می‌شود. اگر شرکت داوطلبانه به برخی مسئولیت‌های اجتماعی و اخلاقی خود عمل کند، می‌تواند به سود مورد نظر خود دست یابد.

کارول (۲۰۱۲)، در مطالعه‌ای که با عنوان «هرم مسئولیت اجتماعی بنگاه» منتشر شد، برای هر بنگاه ۴ دسته مسئولیت اجتماعی قائل شده است. به تعبیری دیگر، او مسئولیت اجتماعی هر بنگاه را بر این چهار مولفه زیر می‌داند: نیازهای اقتصادی، رعایت قوانین و مقررات عمومی، رعایت اخلاق کسب و کار، مسئولیت‌های اجتماعی و بشردوستانه در مولفه اول، بنگاه‌ها موظفند نیازهای اقتصادی جامعه را برآورند و کالاها و خدمات مورد نیاز آن را تامین کنند و گروه‌های مختلف مردم را از فرایند کار، بهره‌مند سازند. براساس مولفه دوم، آنها وظیفه دارند به بهداشت و ایمنی کارکنان و مصرف‌کنندگان خود توجه کنند. محیط زیست را نیالیند، از معاملات درون سازمانی بپرهیزند، در پی انحصار نباشند و مرتکب تبعیض (تبعیض قومی، تبعیض جنسی) نشوند. سومین مولفه مسئولیت بنگاه، اخلاق کسب و کار است. در این قلمرو، اصولی همچون صداقت، انصاف و احترام، مدنظر است. چهارمین مولفه، مسئولیت‌های بشردوستانه است. تعبیر دیگر کارول از این مولفه، «شهروند خوب» بودن است و این یعنی، مشارکت بنگاه در انواع فعالیت‌هایی که از معضلات جامعه بکاهد و کیفیت زندگی مردم را بهبود بخشد.

فورستر (۲۰۱۴)، ارتباطات سازمانی را جریان خون در سازمان می‌داند و رابطه مستقیم بر کارایی، تعهد، دارد.

شمرهورن (۲۰۱۴)، ارتباطات سازمانی بایستی توسط مدیران قوی شود تا سازمان به پویایی برسد. در رابطه با اهمیت ارتباط اظهارنظرهای زیادی صورت گرفته است. بارنارد می گوید هر انسانی دارای هدفی است بارنارد (۲۰۱۵) که رسیدن به آن مستلزم همکاری افراد و بخشهای مختلفی است که این همکاری بدون وجود ارتباط و تماسهای مکرر غیرممکن خواهد بود. اهداف موقعی شناخته و مفید خواهند بود که بین افراد ارتباط برقرار شود. اهداف باید ضرورتاً به واحدهای واقعی و عملیاتی ترجمه و تفسیر شوند تا دستیابی به آنها آسان شود. بارنارد بررسی رابطه ارتباطات اثربخش عملکرد سازمانی براساس مدل اچیو نتیجه گیری می گیرد که برقراری ارتباط اولین کار شخص سازمان دهنده و کار مستمر مدیر است.

(کاکاخر و همکاران، ۲۰۱۵) است که در این تحقیقات اثرات ارتباطات سازمانی بر تعهد سازمانی و رضایت شغلی بررسی شده که متغیرهای مختلفی را مورد سنجش قرار داده اند که در نهایت داده ها از نمونه ۳۰۰ کارمند شاغل در شرکتهای مختلف جمع آوری شده است سازمان ها و سطوح مختلف با استفاده از پرسشنامه های مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند که باتوجه به یافته ها به این نتیجه رسیدند که ارتباط سازمانی رابطه مثبت و مستقیم با تعهد سازمانی و رضایت شغلی دارد.

پژوهش سانگ ایم و همکاران (۲۰۱۶) این مطالعه بررسی اثر مسئولیت اجتماعی بر روابط بین مشارکتی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکرده است این مطالعه در کره جنوبی انجام شد و نمونه 393 تا از کارکنان تمام وقت که از چند طیف حضور می یافت که نشانگر ارتباط مثبت مسئولیت اجتماعی با رضایت شغلی و تعهد سازمانی است.

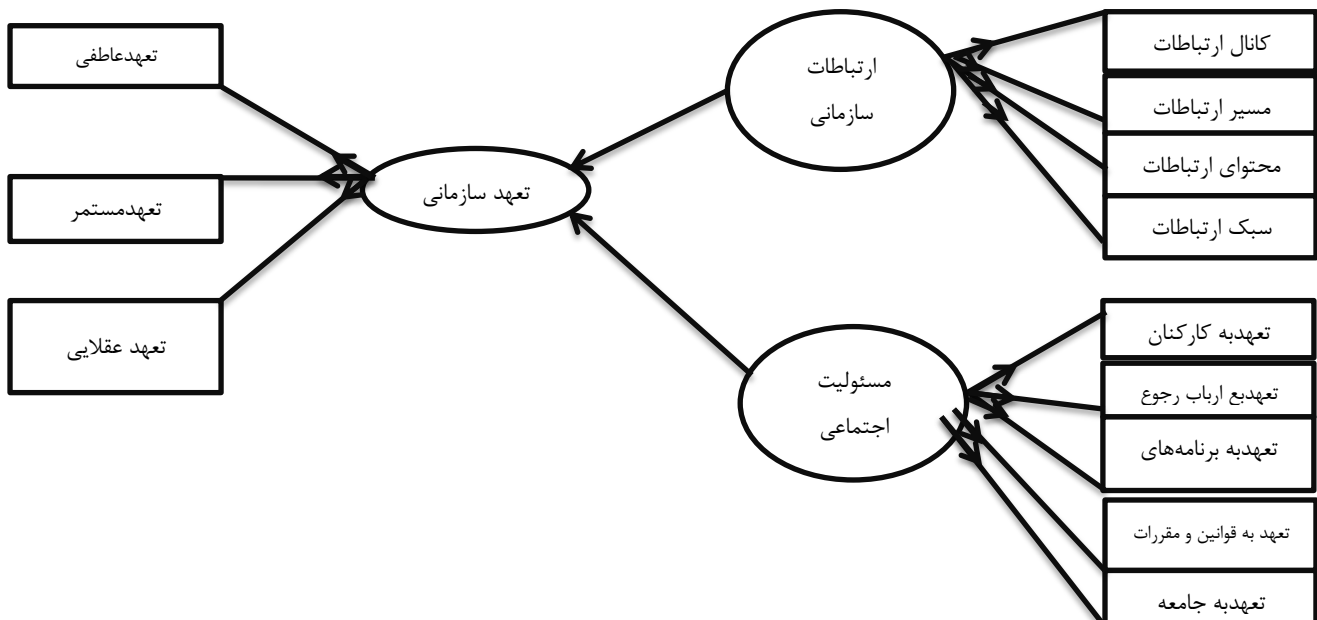
اردلان و همکاران (۱۳۹۴)، تأثیر سرمایه اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی بر تعهد سازمانی (مطالعه موردی کارکنان دانشگاه رازی کرمانشاه)، نتیجه از عوامل مؤثری که هر سازمان در راستای تعهد سازمانی کارکنان باید مد نظر قرار دهد، مسئولیت پذیری اجتماعی و سرمایه اجتماعی است. در این بین ایجاد شبکه ها و مجاری ارتباطی و زمینه سازی بستری که منجر به افزایش مسئولیت پذیری کارکنان شود می تواند در افزایش تعهد سازمانی کارکنان مؤثر واقع شود.

حیدری (۱۳۹۴)، در تحقیقی با موضوع تاثیر دریافت اطلاعات و ارسال اطلاعات بر رضایت عنوان کرد: نتایج نشان داد بین تمامی متغیرهای ارتباطات سازمانی (دریافت اطلاعات از دیگران، ارسال اطلاعات به دیگران، پیگیری اطلاعات ارسال شده، به موقع بودن اطلاعات، منبع اطلاعات، روابط سازمانی، پیامدهای سازمانی و کانالهای ارتباطی) با رضایت شغلی کارکنان دانشگاه گلستان رابطه معناداری وجود دارد.

چهارچوب نظری پژوهش

مدل مفهومی بر گرفته از مقاله های سانگ ایم و همکاران، ۲۰۱۶ و (کاکاخر و همکاران، ۲۰۱۵) است که در این تحقیقات اثرات ارتباطات سازمانی بر تعهد سازمانی و رضایت شغلی بررسی شده که متغیرهای مختلفی را مورد سنجش قرار داده اند که در نهایت داده ها از نمونه ۳۰۰ کارمند شاغل در شرکتهای مختلف جمع آوری شده است سازمان ها و سطوح مختلف با استفاده از پرسشنامه های مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند که باتوجه به یافته ها به این نتیجه رسیدند که ارتباط سازمانی رابطه مثبت و مستقیم با تعهد سازمانی و رضایت شغلی دارد.

پژوهش سانگ ایم و همکاران (۲۰۱۶) این مطالعه بررسی اثر مسئولیت اجتماعی بر روابط بین مشارکتی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکرده است این مطالعه در کره جنوبی انجام شد و نمونه 393 تا از کارکنان تمام وقت که از چند طیف حضور می یافت که نشانگر ارتباط مثبت مسئولیت اجتماعی با رضایت شغلی و تعهد سازمانی است.



فرضیه های پژوهش

فرضیه اصلی:

— بین ارتباطات سازمانی و مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی در کارکنان بانک تجارت استان لرستان رابطه معنی دار وجود دارد.

فرضیات فرعی:

- بین و ارتباطات سازمانی و تعهد عاطفی در کارکنان بانک تجارت استان لرستان رابطه معنی دار وجود دارد.
- بین و ارتباطات سازمانی و تعهد مستمر در کارکنان بانک تجارت استان لرستان رابطه معنی دار وجود دارد.
- بین ارتباطات سازمانی و تعهد هنجاری در کارکنان بانک تجارت استان لرستان رابطه معنی دار وجود دارد.
- بین مسئولیت اجتماعی و تعهد عاطفی در کارکنان بانک تجارت استان لرستان رابطه معنی دار وجود دارد.
- بین مسئولیت اجتماعی و تعهد هنجاری در کارکنان بانک تجارت استان لرستان رابطه معنی دار وجود دارد.
- بین ارتباطات سازمانی و تعهد سازمانی در کارکنان بانک تجارت استان لرستان رابطه معنی دار وجود دارد.
- بین مسئولیت اجتماعی و تعهد سازمانی در کارکنان بانک تجارت استان لرستان رابطه معنی دار وجود دارد.

روش شناسی تحقیق

این پژوهش با توجه به هدف آن جز تحقیقات کاربردی^۵ محسوب می شود. در طبقه بندی پژوهش بر اساس روش، پژوهش حاضر از نوع همبستگی^۶ می باشد. همچنین این تحقیق از نظر دسته بندی تحقیقات بر حسب نحوه گردآوری داده ها (طرح تحقیق)، تحقیقی توصیفی^۷ به شمار می آید که به توصیف ویژگی های نمونه و سپس تعمیم این ویژگی ها به جامعه آماری پرداخته است. تحقیقات توصیفی خود بر چند دسته هستند، که این پژوهش از نوع پیمایشی^۸ است. در تحقیق پیمایشی به توصیف، پیش بینی و تحلیل ارتباط میان متغیرها پرداخته می شود و با توجه به زمان جمع آوری داده ها، از نوع پژوهش های مقطعی می باشد. در این پژوهش از شیوه پرسشنامه استفاده خواهد شد. در واقع این تحقیق به دنبال جمع آوری اطلاعات برای توصیف شرایط موجود و آزمون فرضیه برای پاسخگویی به سوالات پژوهش است. چنانچه قرار است از نمونه گیری نتایج رضایت بخشی حاصل شود باید به مجموعه فعالیت ها و مراحل که به منظور انتخاب نمونه به کار برده می شود، آگاهی کامل داشت. اولین قدم در این زمینه تعیین هدف های پژوهشی است. برای روشن شدن این هدف، ابتدا باید جامعه آماری را که قصد داریم، نمونه مورد مطالعه را از آن انتخاب کنیم تعریف نماییم (دلاور، ۱۳۸۷). کارکنان بانک تجارت استان لرستان به عنوان جامعه آماری در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است که تعداد کارکنان آن ۲۷۹ نفر است. جهت نمونه گیری از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شده است. در روش نمونه گیری تصادفی ساده هر یک از عناصر جامعه مورد نظر برای انتخاب شدن شانس یکسانی دارند.

یافته های تحقیق**نتایج توصیفی****توزیع فراوانی سن پاسخگویان**

در توزیع فراوانی جدول و نمودار (۴-۱۲) سن افراد به بررسی سنی افراد پاسخگو پرسشنامه کارکنان بانک تجارت استان لرستان می پردازیم که متوجه شویم درصد سنی کارکنان بانک تجارت استان در چه رده ای قرار دارد.

جدول ۴-۱۲: اطلاعات سنی پاسخگویان

فراوانی	درصد فراوانی
۰	۰
کمتر از ۳۰ سال	

⁵ Applied Research⁶ Correlational Research⁷ Descriptive research⁸ Survey research

بین ۳۰ تا ۴۵ سال	۱۰۲	۵۶.۰
بیشتر از ۴۵ سال	۸۰	۴۴.۰
جمع	۱۸۲	۱۰۰.۰

توزیع فراوانی جنسیت

این بخش مربوط به جنسیت افراد پاسخگو پرسشنامه کارمندان بانک تجارت استان لرستان است. جدول (۴-۱۳)

جدول ۴-۱۳: اطلاعات مربوط به جنسیت پاسخگویان

درصد فراوانی	فراوانی	
۲.۹۴	۱۷۲	مرد
۶.۸	۱۰	زن
۱۰۰.۰	۱۸۲	جمع

توزیع فراوانی تحصیلات

این بخش که جدول و نمودار (۴-۱۵) مربوط به سطح تحصیلات افراد پاسخگو پرسشنامه کارکنان بانک تجارت استان لرستان می‌باشد.

جدول ۴-۱۵: سطح تحصیلات پاسخگویان

درصد فراوانی	فراوانی	
۰	۰	کمتر از دیپلم
۰.۹	۱۲	دیپلم
۰.۱۵	۳۰	فوق دیپلم
۰.۶۵	۱۲۰	لیسانس
۰.۱۱	۲۰	فوق لیسانس و بالاتر
۱۰۰.۰	۱۸۲	جمع

توزیع فراوانی سابقه

این بخش جدول و نمودار (۴-۱۶) مربوط به سطح تحصیلات افراد پاسخگو پرسشنامه بانک کارکنان بانک تجارت می‌باشد.

جدول ۴-۱۶: سوابق اجرای پاسخگو

درصد فراوانی	فراوانی	
۰	۰	کمتر از ۵ سال
۰.۱۰	۲۰	بین ۵ تا ۱۰
۰.۵۴	۱۰۰	بین ۱۰ تا ۲۰
۳۶.۰	۶۲	بیشتر از ۲۰
۱۰۰.۰	۱۸۲	جمع

توزیع فراوانی رشته های تحصیلی

این بخش جدول و نمودار (۴-۱۷) مربوط به رشته افراد پاسخگو پرسشنامه کارکنان بانک تجارت استان لرستان می باشد.

جدول ۴-۱۷: اطلاعات رشته های تحصیلی پاسخگویان

درصد فراوانی	فراوانی	
۰.۴۲	۷۲	مدیریت و اقتصاد
۲.۰	۵	علوم تجربی
۴.۰	۱۰	حقوق
۲.۰	۵	ریاضی
۵۰.۰	۹۰	سایر
۱۰۰.۰	۱۸۲	جمع

نتایج فرضیات

فرضیه اصلی

فرضیه ادعا: ارتباطات سازمانی و مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی تاثیر مستقیمی دارد.

فرضیه نقیض ادعا: ارتباطات سازمانی و مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی تاثیر ندارد.

در فرضیه اصلی فرض بر این بود که ارتباطات سازمانی و مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی در کارکنان بانک تجارت استان لرستان تاثیر گذار است. نتایج فرضیه اصلی در جدول شماره (۱-۴-۸) نشان داده شده است. و چون همبستگی پیرسون ارتباطات سازمانی ۰/۸۵۳ است و معیار تصمیم صفر است و کوچکتر از ۰/۵ می باشد و همبستگی پیرسون مسئولیت اجتماعی ۰/۸۴۴ است و معیار تصمیم صفر است و کوچکتر از ۰/۵ می باشد پس با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه H_۰ را رد میکنیم و فرضیه H_۱ تایید میشود. یا عبارت دیگر میتوان ادعا نمود که باتوجه به وضعیت پاسخگویان ارتباطات سازمانی و مسئولیت اجتماعی رابطه مستقیمی با تعهدسازمانی دارد.

جدول ۴-۱۸: تحلیل فرضیه اصلی (ارتباطات سازمانی و مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی)

ارتباطات سازمانی	مسئولیت اجتماعی	تعهد سازمانی	
.853**	.844**	1	همبستگی پیرسون
.000	.000		معیار تصمیم
182	182	182	تعداد
.884**	1	.844**	همبستگی پیرسون
.000		.000	معیار تصمیم
182	182	182	تعداد
1	.884**	.853**	همبستگی پیرسون
	.000	.000	معیار تصمیم
182	182	182	تعداد

منبع: دادهای پژوهش

بررسی فرضیات فرعی پژوهش

فرضیه اول:

بین ارتباطات سازمانی و تعهدعاطفی در کارکنان بانک تجارت استان لرستان رابطه وجود دارد.

می توان ادعا نمود رابطه ارتباطات سازمانی بر تعهدعاطفی در کارکنان بانک تجارت استان لرستان وجود دارد. یا به عبارتی ارتباطات سازمانی تاثیر مستقیمی بر تعهدعاطفی دارد. در جدول (۸-۱۰-۱) نتایج فرضیه فرعی اول که بصورت ضریب همبستگی (پیرسون) مورد

آزمایش قرار گرفته نشان می دهد که همبستگی تعهد عاطفی ۰/۸۳۹ است و معیار تصمیم صفر است و کوچکتر از ۰/۵ میباشد پس با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه H. را رد می کنیم و فرضیه H1 تایید می شود.

جدول (۸-۱۰-۱)

ارتباطات سازمانی	تعهد عاطفی		
۱	۰.۸۳۹**	همبستگی پیرسون	ارتباطات سازمانی
	۰.۰۰۰	معیار تصمیم	
۱۸۲	۱۸۲	تعداد	
۱	۰.۸۳۹**	همبستگی پیرسون	تعهد عاطفی
	۰.۰۰۰	معیار تصمیم	
۱۸۲	۱۸۲	تعداد	
منبع: دادهای پژوهش			

فرضیه فرعی دوم:

بین ارتباطات سازمانی و تعهد مستمر در کارکنان بانک تجارت استان لرستان رابطه وجود دارد. می توان ادعا نمود وضعیت ارتباطات سازمانی تاثیر دارد بر تعهد مستمر در کارکنان بانک تجارت استان لرستان. یابه عبارتی ارتباطات سازمانی تاثیر مستقیمی بر تعهد مستمر دارد. در جدول (۸-۱۰-۲) نتایج فرضیه فرعی دوم که بصورت ضریب همبستگی (پیرسون) مورد آزمایش قرار گرفته نشان می دهد که همبستگی تعهد مستمر ۰/۷۸۹ است و معیار تصمیم صفر است و کوچکتر از ۰/۵ میباشد پس با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه H. را رد می کنیم و فرضیه H1 تایید می شود.

جدول (۸-۱۰-۲)

ارتباطات سازمانی	تعهد مستمر		
۱	۰.۷۸۹**	همبستگی پیرسون	ارتباطات سازمانی
	۰.۰۰۰	معیار تصمیم	
۱۸۲	۱۸۲	تعداد	
۱	۰.۷۸۹**	همبستگی پیرسون	تعهد مستمر
	۰.۰۰۰	معیار تصمیم	
۱۸۲	۱۸۲	تعداد	
منبع: دادهای پژوهش			

فرضیه فرعی سوم:

بین ارتباطات سازمانی و تعهد هنجاری در کارکنان بانک تجارت استان لرستان رابطه وجود دارد. می توان ادعا نمود وضعیت ارتباطات سازمانی تاثیر مستقیمی بر تعهد هنجاری در کارکنان بانک تجارت استان لرستان دارد. یابه عبارتی ارتباطات سازمانی تاثیر مستقیمی بر تعهد هنجاری دارد. در جدول (۸-۱۰-۳) نتایج فرضیه فرعی سوم که بصورت ضریب همبستگی (پیرسون) مورد آزمایش قرار گرفته نشان می دهد که همبستگی تعهد هنجاری ۰/۸۸۰ است و معیار تصمیم صفر است و کوچکتر از ۰/۵ میباشد پس با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه H. را رد می کنیم و فرضیه H1 تایید می شود.

جدول (۸-۱۰-۳)

تعهدهنجاری	ارتباطات سازمانی		
**۸۸۰.	1	همبستگی پیرسون	ارتباطات سازمانی
.000		معیار تصمیم	
182	182	تعداد	
1	**۸۸۰.	همبستگی پیرسون	تعهدهنجاری
	.000	معیار تصمیم	
182	182	تعداد	
منبع: دادهای پژوهش			

فرضیه فرعی چهارم:

بین مسئولیت اجتماعی و تعهد عاطفی در کارکنان بانک تجارت استان لرستان رابطه معنی دار وجود دارد. می توان ادعا نمود وضعیت مسئولیت اجتماعی تاثیر مستقیمی بر تعهد عاطفی در کارکنان بانک تجارت استان لرستان دارد. یابه عبارتی مسئولیت اجتماعی تاثیر مستقیمی بر تعهد عاطفی دارد. در جدول (۸-۱۰-۵) نتایج فرضیه فرعی چهارم که بصورت ضریب همبستگی (پیرسون) مورد آزمایش قرار گرفته نشان می دهد که همبستگی تعهد عاطفی ۰/۸۵۷ است و معیار تصمیم صفر است و کوچکتر از ۰/۵ میباشد پس با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه H. را رد می کنیم و فرضیه H1 تایید می شود.

جدول (۸-۱۰-۵)

تعهده عاطفی	مسئولیت اجتماعی		
**۸۵۷.	1	همبستگی پیرسون	مسئولیت اجتماعی
.000		معیار تصمیم	
182	182	تعداد	
1	**۸۵۷.	همبستگی پیرسون	تعهده عاطفی
	.000	معیار تصمیم	
182	182	تعداد	
منبع: دادهای پژوهش			

فرضیه فرعی پنجم:

بین مسئولیت اجتماعی و تعهد مستمر در کارکنان بانک تجارت استان لرستان رابطه معنی دار وجود دارد. می توان ادعا نمود وضعیت مسئولیت اجتماعی تاثیر مستقیمی بر تعهد مستمر در کارکنان بانک تجارت استان لرستان دارد. یابه عبارتی مسئولیت اجتماعی تاثیر مستقیمی بر تعهد مستمر دارد. در جدول (۸-۱۰-۶) نتایج فرضیه فرعی پنجم که بصورت ضریب همبستگی (پیرسون) مورد آزمایش قرار گرفته نشان می دهد که همبستگی تعهد مستمر ۰/۷۱۴ است و معیار تصمیم صفر است و کوچکتر از ۰/۵ میباشد پس با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه H. را رد می کنیم و فرضیه H1 تایید می شود.

جدول (۸-۱۰-۶)

تعهدهمستمر	مسئولیت اجتماعی		
**۷۱۴.	1	همبستگی پیرسون	مسئولیت اجتماعی
.000		معیار تصمیم	
182	182	تعداد	
1	**۷۱۴.	همبستگی پیرسون	تعهدهمستمر

	.000	معیار تصمیم	
182	182	تعداد	
منبع: داده‌های پژوهش			

فرضیه فرعی ششم:

بین مسئولیت اجتماعی و تعهد هنجاری در کارکنان بانک تجارت استان لرستان رابطه معنی دار وجود دارد. می‌توان ادعا نمود وضعیت مسئولیت اجتماعی تاثیر مستقیمی بر تعهد هنجاری در کارکنان بانک تجارت استان لرستان دارد. یابه عبارتی مسئولیت اجتماعی تاثیر مستقیمی بر تعهد هنجاری دارد. در جدول (۸-۱۰-۷) نتایج فرضیه فرعی ششم که بصورت ضریب همبستگی (پیرسون) مورد آزمایش قرار گرفته نشان می‌دهد که همبستگی تعهد هنجاری ۰/۸۸۷ است و معیار تصمیم صفر است و کوچکتر از ۰/۵ میباشد پس با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه H_۰ را رد می‌کنیم و فرضیه H_۱ تایید می‌شود.

جدول (۸-۱۰-۷)

تعهد هنجاری	مسئولیت اجتماعی		
۸۸۷. ^{**}	1	همبستگی پیرسون	مسئولیت اجتماعی
.000		معیار تصمیم	
182	182	تعداد	
1	۸۸۷. ^{**}	همبستگی پیرسون	تعهد هنجاری
	.000	معیار تصمیم	
182	182	تعداد	
منبع: داده‌های پژوهش			

فرضیه فرعی هفتم:

ارتباطات سازمانی تاثیر مستقیمی بر تعهد سازمانی دارد. می‌توان ادعا نمود وضعیت ارتباطات سازمانی در کارکنان بانک تجارت استان لرستان تقریباً خوب است. یابه عبارتی ارتباطات سازمانی تاثیر مستقیمی بر تعهد سازمانی دارد. در جدول (۸-۱۰-۱۰) نتایج فرضیه فرعی هفتم که بصورت ضریب همبستگی (پیرسون) مورد آزمایش قرار گرفته نشان می‌دهد که ارتباطات سازمانی ۰/۸۵۳ است و معیار تصمیم صفر است و کوچکتر از ۰/۵ میباشد پس با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه H_۰ را رد می‌کنیم و فرضیه H_۱ تایید میشود.

جدول ۱۰-۷-۱۰: نتایج فرضیه فرعی اول

ارتباطات سازمانی	تعهد سازمانی		
.853 ^{**}	1	همبستگی پیرسون	تعهد سازمانی
.000		معیار تصمیم	
182	182	تعداد	
1	.853 ^{**}	همبستگی پیرسون	ارتباطات سازمانی
	.000	معیار تصمیم	
182	182	تعداد	
منبع: داده‌های پژوهش			

فرضیه فرعی هشتم:

مسئولیت اجتماعی تاثیر مستقیمی بر تعهدسازمانی دارد.

می توان ادعا نمود وضعیت مسئولیت اجتماعی در کارکنان بانک تجارت استان لرستان تقریبا خوب است. یابه عبارتی مسئولیت اجتماعی تاثیر مستقیمی بر تعهد سازمانی دارد. در جدول (۸-۱۰-۱) نتایج فرضیه فرعی هشتم که بصورت ضریب همبستگی (پیرسون) مورد آزمایش قرار گرفته نشان می دهد که مسئولیت اجتماعی ۰/۸۴۴ است و معیار تصمیم صفر است و کوچکتر از ۰/۵ میباشد پس با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه H. را رد می کنیم و فرضیه H1 تایید می شود.

جدول ۸-۱۰-۱: نتایج فرضیه فرعی دوم

مسئولیت اجتماعی	تعهدسازمانی		
.844**	1	همبستگی پیرسون	تعهدسازمانی
.000		معیار تصمیم	
182	182	تعداد	
1	.844**	همبستگی پیرسون	مسئولیت اجتماعی
	.000	معیار تصمیم	
182	182	تعداد	
منبع: دادهای پژوهش			

نتیجه گیری

در این تحقیق تلاش شد با بررسی تاثیر ارتباطات سازمانی و مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی کارکنان بانک تجارت در استان لرستان و نکات مبهم و مرتبط بین این متغیرها را یافته و به تعریف رابطه بین آنها پردازیم. این بررسی از آن جهت اهمیت دارد (همانطور که در فصل دوم نیز به آن اشاره شد)، که ارتباطات سازمانی و مسئولیت اجتماعی از ابعاد کلیدی و اساسی در موفقیت سازمان‌های در تعهد سازمانی می‌باشند. با توجه به اهمیت این متغیرها، انجام چنین تحقیقی در باب شناسایی ارتباط آن لازم و ضروری می‌نمود. در پایان هر فعالیت پژوهشی، محقق پس از آزمون فرضیه‌های تحقیق، می‌بایستی نتایج کاری که انجام داده است، را ارائه نماید. نتایج حاصل از فرضیه‌ها نیز پایه‌هایی هستند که پیشنهادات تحقیق بر اساس آن شکل می‌گیرند. بنابراین یکی از قسمت‌های مهم تحقیق که در واقع می‌تواند راهی برای تبدیل نظریه‌های بیان شده به عمل باشد (برای کاربرد آن در حال و آینده)، نتیجه‌گیری‌هایی می‌باشد که بطور صحیح و با ارائه پیشنهادات مرتبط و مناسب برای جامعه مورد مطالعه بیان شود. نتیجه‌گیری‌هایی که بر اساس تحلیل‌های صحیح شکل می‌گیرد، می‌تواند برخی مشکلات موجود بر سر راه سازمان را برطرف نماید. (جزو اهداف تحقیق می‌باشد و تحقیق به آن منظور طراحی شده است).



منابع و مراجع

- [1] Hrrison, J.K and Hubbord, Russel (1998) : Antecedents to organizational commitment among Mexican employees of a U.S. firming Mexico. Journal of social psychology. oct. 98, vol136.
- [2] Boxall, P., Purcell, J. and Wright, P. (2007). The oxford handbook of human resource management. Oxford university press.
- [3] Shahid Jan Kakakhel, Asad Khan, Samina Gul, Dr. Muhammad Jehangir, Impact of Organizational Communication on Organization Commitment and Job Satisfaction: Assessing the Moderating role of Physical Work Environment(2015).
- [4] Seunghee Im, Yang Woon Chung * and Ji Yeon Yang, Employees' Participation in Corporate Social Responsibility and Organizational Outcomes: The Moderating Role of Person-CSR Fit(2016)
- [5] Anderson J., Jr, Corporate social Responsibility, All Business, Mid- Atlantic Journal of Business, 1988.
- [6] Ciulla, Joanne, Why Is Business Talking About Ethics, California Management Review, February, 1991.
- [7] Jones, T. M. Ethical Decision making by Individuals in Organizations: An issue-contingent model. Academy of Management Review, 16(2), 366-395, 1991.
- [8] Boxall, P., Purcell, J. and Wright, P. (2007). The oxford handbook of human resource management. Oxford university press.
- [9] Boxall, P., & Purcell, J. (2003). Strategy and Human Resource Management. New York: Palgrave Macmillan.
- [10] Gratton, L., Hailey, V. H., and Truss, C. (2000). Strategic Human Resource Management. New York: Oxford University Press.
- [11] Guest, D. E. (1987) Human resource management and industrial relations, Journal of Management Studies, 14(5), pp 503-521.
- [۱۲] دیوید فرد آر، (۱۳۸۲): مدیریت استراتژیک، ترجمه: علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- [۱۳] لاوسن، آن، (۱۳۸۱): مدیریت اخلاقی در خدمات دولتی، ترجمه: محمدرضا ربیعی مندجین و حسن کیوریان، تهران، نشر یکان.
- [۱۴] دسلر، گری، (۱۳۷۸): مبانی مدیریت منابع انسانی، ترجمه: علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- [۱۵] الوانی، سید مهدی و قاسمی، احمدرضا، (۱۳۷۷): مدیریت و مسئولیت‌های اجتماعی سازمان، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- [۱۶] قراملکی، احد فرامرزی، (۱۳۸۶): سازمان‌های اخلاقی در کسب و کار، تهران، نشر مجنون.
- [۱۷] اوکلند، جان اس، (۱۳۸۶): تعالی سازمانی جامع-دستیابی به عملکرد کلاس جهانی، ترجمه: سعید مرتضوی و دیگران، مشهد، انتشارات به‌نشر.
- [۱۸] ساروقی، احمد (۱۳۷۵): تعهد سازمانی و رابطه آن با تمایل به ترک خدمت، فصل‌نامه مدیریت دولتی، شماره ۳۵، ص ۶۵-۷۳.
- [۱۹] ساغروانی، سیما (۱۳۸۸): بررسی ارتباط بین هوش معنوی و تعهد سازمانی کارکنان شرکت گاز استان خراسان رضوی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی مشهد.
- [۲۰] سلاجقه، پیمان (۱۳۸۰): بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر تعهد سازمانی مدیران سطوح مختلف در صنایع کرمان.
- [۲۱] عراقی، محمود (۱۳۷۳): بررسی رابطه رضایت شغلی و تعهد سازمانی در کارکنان مجتمع فولاد اهواز، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، چاپ نشده، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان.
- [۲۲] فرهنگی، علی اکبر و حسین زاده، علی (۱۳۸۴): دیدگاه‌های نوین درباره تعهد سازمانی، ماه‌نامه تدبیر.
- [۲۳] کریم زاده، مجید (۱۳۷۸): تعهد سازمانی، نشریه انجمن مدیریت ایران، شماره ۳۹.

[۲۴] مدنی ، حسین و زاهدی ، محمد جواد (۱۳۸۴): تعیین اولویت عوامل مؤثر بر تعهد کارکنان، مجله جامعه شناسی ایران، دوره ششم، شماره



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی