

طراحی مدل الزام سازمانی در سازمان بنادر و دریانوردی ایران

وحید پورشهابی*^۱، حمیدرضا خدادادی دیدانی^۲

دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۹/۲۰ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۱۱/۲۷ صفحات: ۹۸-۸۵

چکیده

زمینه و هدف: الزام سازمانی یک حالت روانی است که تمایل و نیاز کارکنان را جهت ادامه فعالیت در یک سازمان مشخص می کند. هدف این پژوهش، طراحی مدل الزام سازمانی در سازمان بنادر و دریانوردی ایران می باشد.

روش بررسی: این پژوهش از لحاظ هدف، توسعه ای - کاربردی و از نوع اکتشافی می باشد. روش تحقیق، داده بنیاد می باشد. منطق انتخاب اعضای نمونه، مبتنی بر نمونه گیری نظری و گلوله برفی بود. مصاحبه با تعداد ۱۵ نفر از خبرگان سازمانی و دانشگاهی تا اشباع نظری صورت گرفت. برای تحلیل داده ها از طریق مراحل کدگذاری، از نرم افزار Max QDA استفاده شد.

یافته ها: یافته های پژوهش در شش مجموعه اصلی به عنوان ابعاد الگوی پارادایمی الزام سازمانی و در قالب مدل پژوهش ارائه شد. عوامل علی، زمینه ای، مداخله گر، راهبردی و پیامدی الزام سازمانی در سازمان بنادر و دریانوردی کشور مورد شناسایی قرار گرفتند.

نتیجه گیری: در صورتی که مدیران بر عواملی که سبب ارتقای الزام سازمانی می گردد، تمرکز کنند و شرایط را برای کارکنان فراهم سازند، نه تنها الزام کارکنان به سازمان بیشتر می شود، بلکه پیامدهای مطلوبی برای سازمان به همراه دارد.

واژه های کلیدی: الزام سازمانی، سازمان بنادر و دریانوردی ایران

ارجاع: پورشهابی، و خدادادی دیدانی، ح. (۱۴۰۱). طراحی مدل الزام سازمانی در کارکنان سازمان بنادر و دریانوردی ایران. فصلنامه منابع انسانی تحول آفرین (۴): ۸۵-۹۸

^۱ استادیار، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و علوم انسانی، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران (نویسنده مسئول: v.pourshahabi@iauzah.ac.ir)

^۲ دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و علوم انسانی، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران.

مقدمه

کارکنان متعهد به سازمان، رضایت شغلی بیشتری دارند و الزام سازمانی نقش اساسی در کسب اهداف، خلاقیت، نوآوری و ثبات سازمان ایفاء می‌کنند (فایسال و الاسماعیل^۱، ۲۰۱۴؛ ۹). طبق نظر محققان، پنج دسته از متغیرهایی که پیش‌بینی کننده الزام سازمانی هستند عبارتند از وضعیت نقش، نگرش‌های فردی، ادراک کارکنان از سازمان، ارتباطات کارمند-رهبر و ویژگی‌های شغلی، که از این موارد، ادراک کارکنان از سازمان مهم‌ترین پیش‌بینی کننده الزام سازمانی است (جیاکو^۲ و همکاران، ۲۰۱۳: ۱۲).

سازمان‌های امروزی با توسعه سریع فناوری سر و کار دارند که سازمان را ملزم می‌کند به گونه‌ای عمل کنند تا رقابتی باقی بمانند و در بازار دوام بیاورند؛ لذا سازمان‌های مختلف به دنبال راه‌هایی برای الهام بخشیدن به کارکنان خود برای کارهای خلاقانه و توسعه ایده‌های مبتکرانه هستند (محسین شافی^۳ و همکاران، ۲۰۱۹). در نتیجه، لازم است که الزام سازمانی ضرورت و مرکز توجه سازمان‌ها باشد. الزام سازمانی یکی از عناصر اساسی در دستیابی به اهداف سازمانی است و داشتن کارکنان متعهد در هر سازمان، موجب مشاهده نتایج چشمگیری در رسیدن به این اهداف خواهد شد. رشد و موفقیت یک سازمان به شدت به الزام و تعهد کارکنان آن سازمان وابسته است. کارمند متعهد در سازمان باقی می‌ماند و به پیشرفت و توسعه اهداف سازمانی کمک قابل توجهی می‌کند. به همین دلیل، پرورش احساس تعهد در بین کارکنان برای پیشرفت، پایداری طولانی و حیات سازمان ضروری است. مدیران باید توجه بیشتری به شناسایی و بهبود عوامل ایجاد الزام در کارکنان از طریق استراتژی‌های سازمانی داشته باشند. مطالعه آنچه که به کارکنان برای دستیابی به الزام سازمانی قوی کمک می‌کند و آشنایی با عواملی که الزام سازمانی را در آن‌ها دخیل و پایدار می‌سازد، بسیار با اهمیت است. از آنجائی که الزام سازمانی، محور زندگی سازمان است، اهمیت دارد عوامل علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردی و پیامدی آن در سازمان بنادر و دریانوردی کشور مورد شناسایی قرار بگیرد. لذا سوال اصلی این پژوهش این است که مدل الزام سازمانی در بین کارکنان سازمان بنادر و دریانوردی ایران چگونه است؟

مبانی نظری

الزام سازمانی یک نگرش درباره وفاداری کارکنان به سازمان است، و فرایند مستمری است که از طریق آن اعضای سازمان علاقه خود را به سازمان و موفقیت و کارایی پیوسته نشان می‌دهند (یحیی و ابراهیم^۴، ۲۰۱۶). الزام سازمانی مفهومی چند

¹ Faisal & el-esmael

² Giauque

³ Mohsin Shafi

⁴ Yahaya & Ebrahim

سطحی است که به تعاملات سطوح گوناگون همکاران، تیم‌ها و سطوح درون سازمانی مربوط می‌شود (فرهنگ و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۸)، که در صورت افزایش تعامل بین مدیران و کارکنان یک اعتماد کامل بین افراد و سازمان حاکم می‌شود و شایعه پراکنی، سیاسی کاری و کم کاری کاهش می‌یابد. همچنین انرژی و انگیزه کارکنان به منظور افزایش عملکرد بالا می‌رود و کارکنان با تعهد بیشتری برای تحقق اهداف تلاش می‌کنند (امراللهی و نیکنام، ۱۳۹۸: ۲۱). الزام سازمانی مفهومی است که نشان می‌دهد فرد چه مقدار خود را با اهداف سازمانی منطبق کرده است، عضویت در سازمان را ارزشمند می‌داند و تمایل دارد با تمام توان جهت تحقق اهداف سازمان تلاش نماید. الزام سازمانی نشان از تمایل فرد بر ادامه کار مسئولانه و فعالانه در یک سازمان دارد (فرهنگ و همکاران، ۱۳۹۰).

آلن و می‌یر معتقد بودند که الزام یا تعهد، فرد را با سازمان پیوند می‌دهد و این پیوند احتمال ترک شغل را در او کاهش می‌دهد. آنها سه جزء را برای الزام سازمانی ارائه داده‌اند: الزام عاطفی - در بردارنده پیوند عاطفی کارکنان به سازمان می‌باشد. به طوری که افراد خود را با سازمان خود معرفی می‌کنند. الزام مستمر - براساس این الزام، فرد هزینه ترک سازمان را محاسبه می‌کند. در واقع فرد از خود می‌پرسد که در صورت ترک سازمان چه هزینه‌هایی را متحمل خواهد شد. در واقع افرادی که به شکل مستمر به سازمان متعهد هستند افرادی هستند که علت ماندن آن‌ها در سازمان نیاز آن‌ها به ماندن است. الزام هنجاری - در این صورت کارمند احساس می‌کند که باید در سازمان بماند و ماندن او در سازمان عمل درستی است. برای ایجاد الزام سه مرحله به شرح زیر مطرح است:

- پذیرش - در این مرحله شخص نفوذ دیگران را برای به دست آوردن چیزی مانند حقوق می‌پذیرد. پ
- تعیین هویت کردن یا همانندسازی - در این مرحله شخص نفوذ خود را به منظور ادامه روابط ارضاء کننده می‌پذیرد. افراد به خاطر پیوستن به سازمان احساس غرور می‌کنند.
- درونی شدن: در این مرحله فرد متوجه می‌شود که ارزش‌های سازمان ماهیتاً و ذاتاً پاداش دهنده هستند و با ارزش‌های شخصی فرد منطبق می‌باشند (فرهنگ و همکاران، ۱۳۹۰).

پیشینه تحقیق

ریبریو^۱ و همکاران (۲۰۲۲) مطالعه‌ای با عنوان الزام سازمانی در آموزش عالی کشور پرتغال انجام دادند. نتایج نشان داد که الزام پاسخگویان به سازمان در حد متوسط بود. با در نظر گرفتن سه بعد در مدل، کارکنان سطوح بالای الزام عاطفی، سطوح متوسط الزام محاسباتی، و سطوح پایین الزام هنجاری را در محیط کار از خود نشان دادند. خو و همکاران^۲ (۲۰۱۸) در پژوهشی دریافتند میزان الزام سازمانی با درک کارکنان از خلاقیت رادیکال و خلاقیت افزایشی آنها ارتباط مثبت دارد. جین و

¹ Riberio

² Xu

همکاران^۱ (۲۰۲۱) در پژوهشی نشان دادند که الزام سازمانی کارکنان تأثیرات مثبتی در اهداف آنها برای اجرای آموزش خلاق داشته است. کریمی خوزانی (۱۳۹۰) در مقاله خود الزامات سازمانی را در پلیس ایران بررسی کرده و روش اداری و دشواری‌های اجرایی آن را مورد توجه قرار داد و الزامات سازمانی اجرای مسئله محور را مشخص کرد. این الزامات عبارتند از: آموزش، طراحی نرم افزارهای کامپیوتری، مهندسی مجدد ساختار، شرح وظایف پرسنل، سیستم‌های پاداش و ارتقاء، تاکید بر مدیران خط و کارگروهی و همچنین ایجاد دپارتمانهای اطلاعات پلیس در سطح اداری.

روش بررسی

این پژوهش از لحاظ هدف، توسعه ای - کاربردی و از نوع اکتشافی می باشد. از لحاظ روش، کیفی و از نوع پیمایشی است. از روش پژوهش داده بنیاد، طبق نظریه استراوس و کوربین^۲ (۱۹۹۸) کیفی استفاده شد. نظریه داده بنیاد که از کدها آغاز و سپس به مفاهیم، مقوله‌ها و سرانجام به نظریه ختم می‌شود، نیازی به تأیید و آزمون مجزا ندارد، زیرا از دل داده‌های زنده حاصل شده است. روش گردآوری داده‌ها مصاحبه عمیق با خبرگان و صاحب‌نظران بود. منطق انتخاب اعضای نمونه، مبتنی بر نمونه گیری نظری و گلوله برفی بود. علاوه بر خبرگی تخصصی و سازمانی، تجربه و تعامل حرفه‌ای، و آگاه بودن بر موضوع مد نظر بود. جامعه مورد نظر در این مرحله شامل تعداد ۱۵ نفر از مدیران و کارشناسان منتخب و خبرگان دانشگاهی بودند که از طریق مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته، داده‌ها تا اشباع نظری جمع آوری شد. اطلاعات جمعیت شناختی خبرگان در جدول ۱ گزارش شده است. در این پژوهش، برای تحلیل داده‌ها از طریق مراحل کدگذاری، از نرم‌افزار Max QDA استفاده شد. در پژوهش حاضر، برای ارزیابی اعتبار یافته‌های کیفی و پایایی داده‌ها از راهبرد اعتبار سنجی توسط اعضا استفاده شد. برای اینکه بدانیم یافته‌های پژوهش با تجارب مشارکت کنندگان در مصاحبه، سازگاری دارد و میزان آن چقدر است، پس از انجام مصاحبه‌ها و اشباع داده‌ها، ۲۷ مقوله فرعی بدست آمده از دسته‌بندی کدهای اولیه در قالب یک پرسش - نامه با مقیاس (اصلاً موافق نیستم، موافق نیستم، تا حدودی موافقم، موافقم، کاملاً موافقم) برای اعتبار سنجی یافته‌های کیفی با مراجعه حضوری مورد نظر سنجی ۱۵ نفر مصاحبه شونده قرار گرفت. نتایج نشان داد که در مرحله اعتبارسنجی یافته‌های کیفی، یافته‌ها با درصد بالای ۹۳ درصد با تجارب و منظور مشارکت کنندگان سازگاری دارد. به عبارتی، محقق منظور مصاحبه شونده‌گان را به درستی متوجه شده است. برای محاسبه پایایی مصاحبه با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار (ارزیاب)، محقق از یک همکار پژوهش (کدگذار) و بر اساس فرمول زیر استفاده می‌کند:

$$100 * (\text{تعداد کل کدها}) / (\text{تعداد توافقات} * 2) = \text{درصد توافق درون موضوعی}$$

¹ Jin

² Strauss & Corbin

ابتدا از یک همکار پژوهشی که در زمینه کدگذاری داده‌های کیفی دارای تجربه بود و از اساتید روش تحقیق می‌باشد، درخواست شد تا در پژوهش مشارکت کند. از بین نتایج مصاحبه‌ها، سه مصاحبه (اول، هشتم و دهم) به طور تصادفی انتخاب گردید. سپس جداگانه توسط دو کدگذار (پژوهشگر و همکار پژوهشی) کدگذاری انجام شد. چنانچه در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود، تعداد کل کدها که محقق و همکار تحقیق ثبت کرده‌اند، برابر با ۲۰۶، تعداد کل توافقات بین این کدها برابر ۷۷ و تعداد کل عدم توافقات بین این کدها برابر ۴۷ است. پایایی بین کدگذاران برای مصاحبه‌های انجام گرفته در این تحقیق، با استفاده از فرمول ذکر شده، برابر ۷۵ درصد است. با توجه به اینکه این میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد است، می‌توان گفت که درصد پایایی بین کدگذاران در این پژوهش تأیید می‌شود.

جدول ۱. اطلاعات جمعیت شناختی خبرگان

سابقه خدمت	
۱۰-۲۰ (۱ نفر)	مریی (دانشگاه دولتی و آزاد شهر تهران)
۱۲-۲۰ (۲ نفر)	استادیار (دانشگاه دولتی و آزاد شهر تهران)
۱۲-۱۸ (۳ نفر)	دانشیار (دانشگاه آزاد اسلامی)
۱۰-۲۱ (۲ نفر)	استاد تمام (دانشگاه دولتی و آزاد شهر تهران)
۱۰-۲۸ (۷ نفر)	مدیران سازمان بنادر و دریا نوردی ایران
۱۵ نفر	جمع

جدول ۲. پایایی داده‌های تحقیق

ردیف	شماره مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقی‌ها	تعداد عدم توافقی‌ها	پایایی
۱	مصاحبه ۱	۵۲	۱۹	۱۳	۷۳ درصد
۲	مصاحبه ۸	۸۵	۳۲	۲۱	۷۵ درصد
۳	مصاحبه ۱۰	۶۹	۲۶	۱۳	۷۵ درصد
-	کل	۲۰۶	۷۷	۴۷	۷۵ درصد

یافته‌ها

بعد از انجام مصاحبه از ۱۵ نفر از خبرگان سازمانی و دانشگاهی، در مرحله کدگذاری باز تعداد ۳۳۸ کد اولیه از مجموع نتایج مصاحبه‌های کیفی احصاء گشت. در مرحله کدگذاری محوری نیز، با هدف تقلیل، تلخیص و عمق بخشیدن به معنای مفاهیم، کدها و زیر مقوله‌های احصایی از مرحله کدگذاری باز، ابتدا در چند محور اصلی، بازاندیشی شدند. پس از آن با یک تأمل مجدد بر روی مضامین هم خانواده، زیر مقوله‌ها مرتبط سازی شد و سپس سعی در ایجاد فهم نهایی از ارتباط میان مفاهیم و مقولات هم سنخ صورت گرفت.

در مرحله بعد، مقولات هم خانواده با هم مقایسه، ترکیب و ادغام شدند و کل معانی بدست آمده از پژوهش، ضمن کشف ارتباط و معنا بخشی بین مفاهیم، سازماندهی شد. مرحله بعدی در این گام، تقلیل کل معانی در چند خوشه اصلی از مقولات بود. تأمل در تعیین ارتباط و نسبت‌های معنادار میان چند خوشه اصلی صورت گرفت. پس از آن با اطمینان از اشباع داده‌ای و کشف پدیده اصلی این گام نیز پایان یافت. در این مرحله، ابتدا در کدگذاری ثانویه تعداد ۲۱۱ کد ثانویه از مجموع پیشین اخذ و در هنگام سازماندهی با ۱۷۴ زیر مقوله اولیه به اتمام رسید. در مرحله سوم و همگراسازی مفاهیم و شناسایی مقوله‌های اصلی و فرعی تعداد ۹۶ مقوله اولیه تدوین شد.

در نهایت، مرحله کدگذاری گزینشی و یا ظهور نظریه پارادایمی در این پژوهش آغاز شد. در این مرحله از تحلیل از ابتدای مفهوم‌سازی، مقوله کردن، خوشه‌بندی و تا کشف پدیده اصلی، تدریجاً مفصل‌های نظریه شکل گرفت؛ به طوری که مجموع کدهای احصایی در نهایت به تعداد ۲۷ مفهوم مرتبط کاهش یافته و در چارچوبی با ۶ طبقه مرتبط با مدل پارادایمی نظریه داده بنیاد طراحی شدند. چارچوب مذکور برخوردار از یک مقوله مرکزی به عنوان پدیده محوری پژوهش و پنج مقوله اصلی با عنوان مدل الزام سازمانی طراحی و تدوین شد.

الف) کدگذاری باز:

در مرحله کدگذاری باز جملات مهم و معنادار استخراج و بر چسب گذاری علمی گردید، به طوری که در پایان پس از جمع‌بندی کدهای مشابه، تعداد ۳۳۸ مفهوم اولیه بدست آمد، که با طبقه بندی این مفاهیم ۲۷ مقوله فرعی شکل گرفت. **شرایط علی الزام سازمانی:** شرایط علی، علل و موجبات اصلی پژوهش هستند که پدیده مورد اکتشاف (مقوله اصلی) از آنها ناشی می‌شود. مفاهیم منتخب برای شرایط علی، به شرح جدول ۳ است. برای تأیید مفاهیم ارائه شده به طور مثال در خصوص وابستگی عاطفی: «ویژگی‌های شغلی و تجربیات کاری اهمیتی دوچندان دارد» و یا در ارتباط با مفهوم تضاد نقش: «انگیزه موفقیت خواهی، خروج سرمایه فکری از سازمان و ابهام در نقش» جهت حل تناقضات درونی لازم و ضروری است.

جدول ۳. مقوله‌های اصلی، فرعی و توصیفات شرایط علی الزام سازمانی

سازه	انتخابی	محوری	مفاهیم استخراجی
شرایط علی	وابستگی عاطفی	وابستگی عاطفی و روانی به شغل	وابستگی عاطفی و روانی کارکنان، تجربیات کاری، ویژگی‌های شخصی و شغل، دسترسی به مشاغل جایگزین
	تضاد نقش	ابهام و تضاد در نقش	خروج سرمایه فکری از سازمان، انگیزه موفقیت خواهی، تضاد در نقش، ابهام نقش

شرایط زمینه‌ای الزام سازمانی: بر اساس نتایج پژوهش، سازمان بنادر و دریانوردی ایران در فضایی حساس قرار دارد که تحقق اهداف آن منوط به تعامل حمایتی مدیران ارشد سازمان مذکور، برای ایجاد الزام سازمانی سازمان بنادر و دریانوردی ایران و

اثربخش بودن آن است. نتیجه مطالعه نشان می‌دهد در خصوص الزام سازمانی در بین کارکنان سازمان بنادر و دریانوردی شش مضمون، طبق جدول شماره ۴ حائز اهمیت است. در تأیید این مفاهیم، مشارکت کنندگان در پژوهش بر این مهم اذعان داشتند که در خصوص الزام سازمانی: مدل‌های الزام سازمانی کارآمد منوط به ایجاد رضایت شغلی در بین کارکنان سازمان بنادر و دریانوردی ایران؛ همچنین بومی‌سازی این مدل‌ها می‌باشد، و یا در خصوص پیوستگی شغلی بر این نظر بودند که حیطه شغل و چالش شغلی برای ابداع چیزی در حوزه‌ای جدید نیاز به خلاقیت فردی دارد و رسمیت و پیوستگی شغلی کارکنان نتیجه تأثیر اندازه و ساختار سازمانی است. در این پژوهش اکثر مصاحبه‌شوندگان، بر این نظر بودند که لازمه ایجاد الزام بین کارکنان سازمان بنادر و دریانوردی ایران، وابسته به عناصر زمینه‌ای است. این ادعا بر این اساس بود که به زعم ایشان، الزام سازمانی بومی برای هر شهر با توجه به پتانسیل‌های آموزشی، علمی، پرورشی و فرهنگی آن شهر طراحی و اجرا شود.

جدول ۴. مقوله‌های اصلی، فرعی و توصیفات شرایط زمینه‌ای الزام سازمانی

سازه	انتخابی	محوری	مفاهیم استخراجی
شرایط زمینه‌ای	پیوستگی شغلی	رسمیت و پیوستگی شغلی و ساختار سازمانی منعطف	حیطه شغلی با چالش شغل، رسمیت و پیوستگی شغلی کارکنان، اندازه و ساختار سازمانی
	رضایت شغلی	رضایت شغلی به همراه احساس اهمیت شخصی	احساس اهمیت شخصی، موفقیت و موفقیت کارآزمودگی، رضایت شغلی

پدیده محوری الزام سازمانی: مضمون اصلی پژوهش حاضر بیان‌کننده پدیده محوری است. برای یافتن کدها، مفاهیم و مقوله‌های مرتبط با پدیده محوری، پس از شناسایی عوامل تأثیرگذار، سوالات متعدد در خصوص موارد شناسایی شده الزام سازمانی در بین کارکنان سازمان بنادر و دریانوردی ایران مطرح شد و پاسخ‌های دریافتی از سوالات منجر به تعریف پدیده محوری به شرح جدول ۵ شد. برای تأیید مفاهیم احصایی: الزام سازمانی باید انگیزه درونی، نیاز به موفقیت، شکوفاسازی استعدادها، مسئولیت‌پذیری، علاقه به کار ایجاد شود، ویژگی‌های شغلی و فردی، وجود نیازها و انگیزه‌های متفاوت، باید به طور جدی مورد توجه قرار گیرد و یا در خصوص هم‌ذات‌پنداری: وابستگی عاطفی و میل ماندن به سازمان در بین کارکنان خیلی مهم می‌باشد و درونی‌سازی و همانندسازی آن را تضمین می‌کند. از منظر کلیه مشارکت‌کنندگان برای ایجاد الزام سازمانی، هم‌ذات‌پنداری و همانندسازی ضرورتی دوچندان دارد و در نهایت محیط‌های سازمانی نتیجه شکوفاسازی استعدادها برای ایجاد الزام سازمانی در بین کارکنان است.

جدول ۵. مقوله های اصلی، فرعی و توصیفات پدیده محوری الزام سازمانی

سازه	انتخابی	محوری	مفاهیم استخراجی
شرایط محوری	نیاز به موفقیت	نیاز به موفقیت با وجود تضاد و وضوح نقش	نیاز به موفقیت، آگاهی از ظرفیت های شغلی خارج از سازمان، افزایش درآمد، تضاد نقش، وجود تفاهم، ارتباطات چهره به چهره، وضوح نقش، آگاهی از موفقیت
	انگیزه درونی	انگیزه درونی و تعاملات دوستانه	رویه های اجتماعی مثل سبک رهبری، احساس شایستگی فردی، انگیزه درونی کارکنان، رضایت از همکاران، اشتراک گذاری اطلاعات، علایق و نگرش های اعضا، تعاملات دوستانه، تعاملات سطح کارکنان
	شکوفاسازی استعدادها	شکوفاسازی استعدادها و پرورش تمایلات	سودمندی مشترک، سازگاری بین اهداف فردی و سازمانی، شفافیت نقش، وجود ضوابط اخلاقی مدون
	مسئولیت پذیری	شفافیت نقش و حس مسئولیت پذیری	مسئولیت پذیری، احساس خویشتاوندی با سازمان، هویت دهی به کارکنان، تمایل به ماندن در سازمان
	علاقه به کار	علاقه به کار به همراه صداقت و امانتداری	غرور برای بودن در سازمان، انتقادپذیری، صداقت و امانتداری، علاقه به کار و کارایی، رعایت انصاف و عدالت، انضباط کاری، سلامت اداری
	ویژگی های شغلی و فردی	ویژگی های شغلی و نگرش های فردی	فراهم کردن مواد و لوازم اساسی کار، اعتماد و پیوستگی در بین گروه ها، هماهنگی بین سلسله مراتب سازمان
	ویژگی های شغلی و فردی	روحیه جمع دوستی و اشتراک گذاری اطلاعات	روحیه جمع دوستی، رویه ها و خط مشی ها، بازبودن اعتماد متقابل بین اعضای سازمان، اشتراک گذاری اطلاعات و خلاقیت، وضعیت نقش
	ویژگی های شغلی و فردی	وابستگی عاطفی و میل به ماندن در سازمان	نگرش های فردی، محیط و سبک رهبری، ارتباطات کارمند-مدیر، ویژگی های شغلی، نشاط روحی و روانی کارکنان، اعتقاد به ارزش های سازمانی
	هم ذات پنداری با سازمان	درونی سازی و هم ذات پنداری	حس مشارکت شغلی، وجدان کاری، وابستگی عاطفی به سازمان، میل به ماندن در سازمان، قبول اهداف و ارزش های سازمان
	هم ذات پنداری با سازمان	هم ذات پنداری	هم ذات پنداری با سازمان، درونی سازی و همانند سازی، سازگاری عاطفی با شغل و شرایط شغل، جبران خدمات

شرایط مداخله گر الزام سازمانی: مفاهیم منتخب برای شرایط مداخله گر الگوی پارادایم پژوهش به شرح جدول ۶ است. بخش غالب مفاهیم شرایط مداخله گر به واسطه نقش و جایگاه بهبود شرایط کار در سازمان مورد مطالعه است. برخی از تأیید کننده مفاهیم در پژوهش حاضر عبارتند از: قصد ترک شغل، کار و فضای زندگی، قدرشناسی از کار و پرداخت منصفانه و کافی می‌باشد. در این راستا از نظر مصاحبه شوندگان، بهبود شرایط و محیط کار در بین کارکنان بیشترین نظرها را به خودش جلب کرده بود.

جدول ۶. مقوله‌های اصلی، فرعی و توصیفات شرایط مداخله گر الزام سازمانی

سازه	انتخابی	محوری	مفاهیم استخراجی
عوامل مداخله گر	بهبود	بهبود شرایط محیط کار	قصد ترک شغل، کار و فضای زندگی، بهبود شرایط محیط کار
	شرایط کار	قدر شناسی	قدر شناسی از کار، پرداخت منصفانه و کافی، کیفیت خدمات به مشتریان

راهبردهای اساسی تحقق الزام سازمانی: ابزارهای دستیابی به پدیده محوری در الگوی پارادایمی این پژوهش، راهبردهای فرد به فرد الزام سازمانی در بین کارکنان سازمان بنادر و دریانوردی ایران است. این مفاهیم در جدول شماره ۷ ارائه شده است.

جدول ۷. مقوله‌های راهبردهای اساسی

راهبردهای اساسی	جامعه پذیری سازمانی، افزایش کیفیت زندگی کاری، انسجام اجتماعی در سازمان، توسعه توانمندی های انسانی، ایجاد همبستگی در بین کارکنان، مهار تمایلات بالقوه ضد اجتماعی کارکنان، تضمین بقا و استمرار نظام اجتماعی کارکنان
-----------------	---

پیامدهای مورد انتظار الزام سازمانی: جایگاه خاص شهر تهران در بین شهرهای کشور، نگاه ویژه‌ای را بر پیامدهای رفتاری و عملکردی کارکنان سازمان بنادر و دریانوردی ایران آن می‌طلبد. نتیجه مطالعه حاضر نشان می‌دهد که ۸ مقوله در خصوص پیامدهای پژوهش تعریف شده است. جدول شماره ۸ مفاهیم مذکور را ارائه کرده است.

جدول ۸. مقوله‌های پیامدهای الزام سازمانی

پیامدهای مورد انتظار	غنی سازی شغلی، افزایش اثربخشی و کارایی، افزایش ایمنی و بهداشت کاری، ارتقای انگیزش کاری کارکنان، قانون گرایی، مشارکت در تصمیم گیری سازمانی، امنیت شغلی، ایجاد فرصت پیشرفت
----------------------	--

ب) کدگذاری محوری: شکل شماره ۲ مدل پارادایمی الزام سازمانی با رویکرد هوش معنوی و خلاقیت کارکنان نشان داده شده است. پیش از پرداختن به هریک از عناصر مدل، لازم به توضیح است که محققان تعریف ذیل را به عنوان تعریف مختار خود برای انجام پژوهش حاضر انتخاب کرده‌اند؛ بنابراین مفاهیم و ارتباط عناصر مدل الزام سازمانی با رویکرد هوش معنوی و خلاقیت کارکنان در پرتو این تعریف طراحی و سازماندهی شده است.



شکل ۱. مدل پارادایمی الزام سازمانی

نتیجه گیری

یافته‌های پژوهش در شش مجموعه اصلی به عنوان ابعاد الگوی پارادایمی الزام سازمانی سازمان بنادر و دریانوردی ایران ارائه شد. برخی از عوامل تأثیرگذار و همچنین پیامدهای تعریف شده برای زیر مؤلفه‌های عناصر مدل، هم پیوند با نتایج پژوهش‌های مرتبط می‌باشند. بر اساس نتایج پژوهش، الزام سازمانی تحت تأثیر شرایط علی است. بر اساس یافته‌های پژوهش، مؤلفه‌های وابستگی عاطفی و روانی به شغل اهمیتی دو چندان دارد؛ و در ارتباط با مفهوم ابهام و تضاد نقش، شفافیت جهت حل تناقضات شغلی لازم و ضروری است. این نتایج با نتایج پژوهش امراللهی و همکاران (۱۳۹۸)، فیاضی و همکاران (۱۳۹۴) و اسمیث و همکاران (۲۰۲۰) سازگاری دارد. بر اساس یافته‌های پژوهش «قصد ترک شغل، کار و فضای زندگی، قدر شناسی

از کار و پرداخت منصفانه و کافی» از نظر مصاحبه شوندگان؛ بیشترین نظرها را به خودش جلب کرده است. این نتایج با نتایج پژوهش متولی و همکاران (۱۴۰۰) و گوک آدیگوزل (۲۰۲۱) مطابقت دارد.

همچنین، بر اساس مدل طراحی شده، مجموعه راهبردهایی که برای الزام سازمانی یافت شده است از طریق جامعه‌پذیری سازمانی، افزایش کیفیت زندگی کاری، انسجام اجتماعی در سازمان، توسعه توانمندی‌های انسانی، ایجاد همبستگی در بین کارکنان، مهارت‌های بالاقوه ضد اجتماعی کارکنان و تضمین بقا و استمرار نظام اجتماعی کارکنان امکان پذیر است. این نتایج با نتایج پژوهش امراللهی و همکاران (۱۳۹۸)، متولی و همکاران (۱۴۰۰)، گوک آدیگوزل (۲۰۲۱) و جیاکو (۲۰۱۳) سازگاری دارد. در یک نگاه کلان نیز پیامدهای مدل نشان از ایجاد الزام سازمانی سازمان بنادر و دریانوردی ایران دارد. این مهم در قالب غنی‌سازی شغلی، افزایش اثربخشی و کارایی، افزایش ایمنی و بهداشت کاری، ارتقای انگیزش کاری کارکنان، قانون‌گرایی، مشارکت در تصمیم‌گیری سازمانی، امنیت شغلی و ایجاد فرصت پیشرفت نمود پیدا می‌کند. این نتایج، با نتایج پژوهش امراللهی و همکاران (۱۳۹۸)، متولی و همکاران (۱۴۰۰)، گوک آدیگوزل (۲۰۲۱)، جیاکو (۲۰۱۳) و جین و همکاران (۲۰۲۱) همراستا است. یافته‌های این پژوهش برای بهره‌برداران از منظر دو محور سازمان بنادر و دریانوردی ایران و پژوهشگران و نظریه‌پردازان در حوزه صنعت حائز اهمیت است. به طوری که نتایج حاصل از این پژوهش برای نظریه‌پردازان، حاکی از آن است که به نظر می‌رسد، نگاه ایشان به نظریه‌پردازی در خصوص الزام سازمانی باید به سمت ترکیبی جامع از عوامل حرکت کند و نه صرفاً به عوامل سازمانی بسنده نمایند. همچنین بر اساس نتایج حاصل از پژوهش به مدیران سازمان بنادر و دریانوردی ایران کل کشور پیشنهاد می‌گردد با استناد به عناصر و ارتباط تعریف شده در مدل پژوهش، علاوه بر اینکه سعی در فراهم‌سازی بسترهای مهم کارکنان و علل ایجاد الزام سازمانی در بین کارکنان سازمان بنادر و دریانوردی ایران تحت مدیریت خویش داشته باشند، سعی در کاربردی نمودن برنامه‌های برگرفته از محور پژوهش داشته باشند.

منابع

1. Ahmadi Zahrani, M. & Karimi, S. (2018). Investigating the effect of authentic leadership on employee creativity: considering the mediating role of knowledge sharing behavior and the moderating role of information technology. *Innovation and Creativity in Humanities*. 9(3): 115-146 [In Persian].
2. Amrollahi, N. & Niknam, M. (2019). Clarifying the effects of human resource management on organizational commitment with a focus on the mediating role of organizational trust. *Bi-quarterly Scientific Journal of Sustainable Human Resource Management*. 1(1): 53-73 [In Persian].
3. Akbarzadeh, M. & Rizgi Shirsawar, H. (2013). Investigating the relationship between organizational trust and organizational commitment of the employees of Islamic Azad University, Tehran Science and Research Branch. *Future Management Research Quarterly*. 25(1): 1-12. [In Persian].
4. Asherlos, V. & Dadashi Khas, I. (2011). The effect of managers' spiritual intelligence on the performance of employees of government organizations. *Initiative and Creativity in Humanities*. 2: 3 [In Persian].
5. Badakhshani, F. (2014). Intellectual capital and its impact on organization performance. *Mehraban Naqsh Kitab Institute* [In Persian].
6. Bakker, A.B. & Leiter, M.P. (2009). *Work engagement: The essential theory and research*. New York, NY: Psychology Publication.
7. Berimani, A. & Alizadeh Paji, V. (2018). The relationship between organizational creativity and happiness with the organizational performance of Road and Transportation Department employees, *Innovation and Creativity in Human Sciences*. 9(3): 1-24 [In Persian].

8. Carrie're, J. & Bouque, C.H. (2009). The effects of organizational communication on job satisfaction and effects of organizational communication satisfaction. *Career Development International*. 14(1): 37-52.
9. Faisal, M. & Al-esmael, B. (2014). Modeling the enablers of organizational commitment. *Business process management*. 25-46.
10. Farhang, A., Siadat, S.A., Hoyda, R. & Molvi, H. (2018). Investigating the simple and multiple relationship of organizational learning and organizational trust in the organization and development of employees of medical and non-medical universities in the southeast of the country. *Applied Sociology*. 22(1): 159-182 [In Persian].
11. Fayazi, M., Afsharnjad, M., Hassanzadeh, K. & Sohrabi, A. (2014). The mediating role of job satisfaction in the effect of organizational health on the organizational commitment of middle managers of Naja. *Human Resources Studies Quarterly*. 5(17): 41-60 [In Persian].
12. Giauque, D., Resenterra, F. & Siggen, M. (2013). Antecedentes of job satisfaction, organizational commitment and stress in public hospital: a P-E fit perspective. *Public organiz rev*. 201-228.
13. Gök Adigüzel, Z. & Okçu, V. (2021). Investigation of the Relationship between Perceived Organizational Climate and Teachers' Levels of Organizational Creativity and Organizational Cynicism. *European Journal of Education Studies*. 8: 25-41.
14. Hodhodi, B., Abdulahi, B., Arasteh, H. & Zain Abadi, H. (2018). Islamic Theory of Spiritual Intelligence: Designing a model of spiritual intelligence with an Islamic approach as the spiritual capital of managers. *Scientific Quarterly of Islamic Mysticism*. 4(8): 23-39 [In Persian].
15. Iraj Rad, A. & Lotfi Khatunabad, F. (2018). The mediating role of empowerment in the relationship between innovative behavior and employee creativity. *Scientific Journal of Innovation and Creativity in Human Sciences*. 9(1): 1-22 [In Persian].
16. Jafarabadi, F. & Yazdakhasi, A. & Sadeghi Arani, Z. (2020). Individual drivers and inhibitors of creativity in the organization: meta-analysis of Iranian studies. *Innovation and Creativity in Humanities*. 11(3): 189-222 [In Persian].
17. Jeong, S.H., McLean, G.N., McLean, L.D., Yoo, S. & Bartlett, K. (2017). The Moderating Role of Non-Controlling Supervision and Organizational Learning Culture on Employee Creativity: The Influences of Domain Expertise and Creative Personality. *European Journal of Training and Development*. 41(7): 647-666.
18. Jin, H., Su, C. & Chen, C. (2021). Perceptions of Teachers Regarding the Perceive Implementation of Creative Pedagogy in "Making" Activities. *Journal of Educational Research*. 114(1): 29-39.
19. Kameli, M.J. & Nazari, S. (2013). Investigating the relationship between trust and organizational commitment in employees. *Danesh Zamiri Quarterly*. 16(2): 79-95 [In Persian].
20. Khosronjad, S. (2016). Investigating the relationship between managers' communication skills and creativity and organizational commitment of primary school teachers in the first district of Urmia city, master's thesis of educational sciences, educational management, Urmia University [In Persian].
21. Kija, A. & Abbaspour, A. (2018). The relationship between organizational intelligence and organizational performance with the mediation of creativity is explored: University of Tehran. *Innovation and Creativity in Human Sciences*. 8(4): 1-32 [In Persian].
22. Lee, J. & Peccei, R. (2008). Lean production and quality commitment. *Personnel Review*. 37(1): 8-19.
23. Liu, Y., Wang, Sh. & Yao, X. (2019). Individual Goal Orientations, Team Empowerment, and Employee Creative Performance: A Case of Cross-Level Interactions. *Journal of Creative Behavior*. 53(4): 443-456.
24. Mohsin Shafi, Z., Zheng Lei, X., Song, M.D. & Nazirul I.S. (2019). The effects of transformational leadership on employee creativity: Moderating role of intrinsic motivation. *Asia Pacific Management Review*. 1-11.
25. Mumford, T.V., Campion, M.A. & Morgeson, F.P. (2007). The leadership skills strataplex: Leadership skill requirements across organizational levels. *The leadership quarterly*. 18(2): 154-166.
26. Nick P. & Zandkarimi, M. (2017). Investigating the impact of transformational leadership on organizational indifference with the mediating role of employee creativity. *Initiative and Creativity in Humanities*. 8(2): 229-264 [In Persian].
27. Nikraftar, A. & Shafizadeh, H. (2019). Examining the relationship between transformational leadership and creativity with self-regulated learning of employees of Islamic Azad University of Science and Research, Tehran. *Innovation and Creativity in Human Sciences*. 10(2): 65-90 [In Persian].

28. Payam, M., Beshlideh, K., Hashemi, S. & Naami, A. (2018). Investigating the effect of spiritual intelligence and gratitude on organizational citizenship behavior and anti-productive behavior: the mediating role of organizational commitment and job enthusiasm in the employees of Shahid Beheshti Chamran University, Ahvaz. *Knowledge and Research in Applied Psychology*. 20(2): 12-13 [In Persian].
29. Rahman Sarasht, H.; Fayazi, M. (2007). The relationship between the perception of power and organizational politics with the commitment and performance of employees. *Humanities and Social Sciences Research Paper, especially management* [In Persian].
30. Riahi Nazari, M., Sobhieh, M. & Azad Falah, P. (2018). A framework for the requirements of emotion management process in organizations. *Organizational Behavior Studies*. 8(4): 87-118 [In Persian].
31. Riberio, M.I.B., Antao, C.C.M., Lebres, V.A.F. & Fernandes, A.J.G. (2022). Organizational Commitment in a Portuguese Public Higher Education Institution. *Journal of Human Resources Management Research*. 20(22): 1-14.
32. Richard, V., Lebeau, J.C., Becker, F., Inglis, E.R. & Tenenbaum, G., (2018). Do more creative people adapt better? An investigation into the association between creativity and adaptation. *Psychology of Sport & Exercise*. 1-35.
33. Smith, N.L. & Green, B.C. (2020). Examining the factors influencing organizational creativity in professional sport organizations. *Sport Management Review*. 23(5): 992-1004.
34. Strauss, A.L. & Corbin, J. (1990), *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*, Sage Publications.
35. Xu, S., Jiang, X. & Walsh, I.J. (2018). The Influence of Openness to Experience on Perceived Employee Creativity: The Moderating Roles of Individual Trust. *Journal of Creative Behavior*. 52(2): 42-155.
36. Yahaya, R. & Ebrahim, F. (2016). Leadership styles and organizational commitment: literature review. *Journal of Management Development*. 35(2): 190-216 [In Persian].
37. Zarei Mateen, H., Khairandish, M. & Jahani, H. (2013). Identifying and measuring the components of morale in the workplace: a case study in Labafinejad Hospital. *Public Management Research*. 4(12): 71-94 [In Persian].
38. Zohar, D. & Marshall, I. (2000). *SQ- Spiritual intelligence, the ultimate intelligence*. London: Bloombury.

Research article

Designing an organizational Commitment model in Iran's Ports and Maritime Organization

Vahid Pourshahabi*¹, Hamidreza Khodadadi Didani²

Received the article: 2022-12-18 Accepted the article: 2023-2-16 PP: 85-98

Abstract

Background and purpose: Organizational commitment is a mental state that determines the desire and need of employees to continue working in an organization. The purpose of this research is to design an organizational requirement model in Iran's Ports and Maritime Organization.

Research method: In terms of purpose, this research is developmental-applied and exploratory. The research method is the foundation data. The logic of selecting sample members was based on theoretical and snowball sampling. Interviews were conducted with 15 organizational and academic experts until theoretical saturation. Max QDA software was used for data analysis through coding steps.

Findings: The findings of the research were presented in six main collections as the dimensions of the paradigm model of the organizational requirement and in the form of a research model. Causal, contextual, intervening, strategic and consequential factors of organizational requirement in the Port and Maritime organization of the country were identified.

Conclusion: If managers focus on the factors that increase organizational commitment and provide conditions for employees, not only will employees' commitment to the organization increase, but it will bring positive consequences for the organization.

Keywords: organizational requirement, Port and Maritime organization of Iran

Citation: Porshahabi, V. & Khodadai Didani, H. (2023). Designing an organizational requirement model for employees of the Iran Ports and Maritime Organization. *Transformative Human Resources Quarterly*. 1(4): 85-98 [In Persian].

¹ Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Management and Human Sciences, Zahedan Branch, Islamic Azad University, Zahedan, Iran (Corresponding author: v.pourshahabi@iauzah.ac.ir)

² PhD student in Public Administration, Faculty of Management and Human Sciences, Zahedan Branch, Islamic Azad University, Zahedan, Iran.