

بررسی رابطه بین رضایت مشتری با رضایت شغلی کارمندان و عملکرد سازمانی در شرکت بهمن

میثم قانانی، دانشجوی دکترای مدیریت دولتی، گرایش منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساوه

چکیده:

هدف: هدف پژوهش حاضر بررسی بین رضایت مشتری با رضایت شغلی کارمندان و عملکرد سازمانی در شرکت بهمن در سال ۱۳۹۵ می‌باشد.

روش: پژوهش حاضر با توجه به هدف از نوع کاربردی و براساس ماهیت، از نوع توصیفی و همبستگی می‌باشد. جهت جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز، برای نگارش ادبیات تحقیق از بررسی کتابخانه‌ای و برای جمع‌آوری داده‌ها در خصوص سوال‌های تحقیق از روش میدانی و با استفاده از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شده است. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه رضایت شغلی (JDI)، چک لیست ارزیابی و تحلیل عملکرد سازمان و پرسشنامه رضایت مشتری بود. پرسشنامه رضایت شغلی بین ۱۰۰ نفر از کارمندان، پرسشنامه رضایت مشتری بین ۵۰ نفر از مراجعان و چک لیست عملکرد سازمان توسط پژوهشگر تکمیل شد. داده‌های پژوهش پس از گردآوری با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی با رعایت پیش‌فرض‌ها و آزمون‌های معناداری از طریق SPSS تجزیه و تحلیل شد.

یافته‌ها: یافته‌های به دست آمده از پژوهش نشان داد ۴۷/۰ درصد از واریانس رضایت شغلی از طریق مولفه رضایت مشتری تبیین و توجیه شده است و ۶۸/۳ درصد از واریانس رضایت مشتری از طریق متغیر عملکرد سازمانی تبیین و توجیه شده است و ۵۷/۳ درصد از واریانس رضایت شغلی از طریق مولفه عملکرد سازمانی تبیین و توجیه شده است (سطح معناداری ملاک $P \leq 0.05$ بود).

نتیجه‌گیری: می‌توان نتیجه گرفت با افزایش رضایت مشتری؛ رضایت شغلی کارمندان نیز افزایش می‌یابد و با بهبود عملکرد سازمانی، نمرات رضایت مشتری نیز افزایش یافته است.

کلیدواژه‌ها: رضایت مشتری، رضایت شغلی، عملکرد سازمانی

مقدمه

استوس وبنسون^۱ (۱۹۸۶)، به نقل از اسمیت و جانیدز^۲ (۱۹۹۹) ارزیابی عملکرد سازمانی را فرایند مستمر برای اندازه‌گیری و مقایسه فرایندهای کاری در برابر فرایندهای قابل مقایسه در سازمان‌های پیشرو با هدف کسب اطلاعاتی می‌داند که به سازمان موردنظر کمک خواهد کرد تا نقاط قوت خود را شناسایی و برای آن برنامه‌ریزی کنند. ارزیابی عملکرد یک فرایند سیستماتیک و پیوسته از ارزیابی محصولات خدمات و روش‌هاست که در مقایسه با رقبای اصلی و یا شرکت‌هایی که به عنوان پیشگام مطرح هستند انجام می‌پذیرد و در واقع ابزاری موثر در دست مدیران جهت بهبود فرایندهای کاری است. ارزیابی عملکرد سازمانی با شناخت سازمان یا سازمان‌ها تکنیک‌هایی را معرفی می‌کند که می‌توان با آن شکاف موجود بین یک سازمان تا سازمان پیشرو و یا موفق را پر کرد یا به حداقل رساند (هیوز و گراهام^۳، ۲۰۱۰؛ والش و پنینگتون^۴، ۱۹۸۸).

یکی از مهمترین عوامل بهره‌وری در سازمان‌ها و در نهایت کل جامعه، منابع انسانی است. شکوفایی هر جامعه در بهبود و پرورش منابع انسانی آن نهفته است. رضایت شغلی مجموعه‌ای از احساسات و باورهاست که افراد در مورد مشاغل کنونی خود دارند (گیورگ^۵، ۲۰۰۸). رضایت شغلی یکی از عوامل مهم در موفقیت شغلی است؛ عاملی که موجب افزایش کارایی و نیز احساس رضایت فردی می‌گردد. رضایت شغلی یعنی دوست داشتن شرایط و لوازم یک شغل، شرایطی که در آن کار انجام می‌گیرد و پاداشی که برای آن دریافت می‌شود. با توجه به مطالب مزبور، می‌توان گفت: رضایت شغلی یعنی احساس خرسندی و خشنودی که فرد از کار خود می‌کند و لذتی که از آن می‌برد و در پی آن، به شغل خود دلگرمی و وابستگی پیدا می‌کند. رضایت شغلی حالتی مطبوع، عاطفی و مثبت حاصل از ارزیابی شغل یا تجارب شغلی است؛ مفهومی دارای ابعاد، جنبه‌ها و عوامل گوناگون که باید مجموعه آن‌ها را در نظر گرفت. از جمله این عوامل، می‌توان به صفات کارگر و کارمند، نوع کار، محیط کار و روابط انسانی کار اشاره نمود (هیلریگل^۶، ۲۰۰۵).

بخش خدمات در بسیاری از کشورهای صنعتی به عنوان بخش حاکم و مسلط اقتصادی بدل شده است. از طرفی برخی عقیده دارند که "کیفیت خدمات زمینه بعدی در رقابت بین‌المللی خواهد بود" (مرشا^۷ و آدلخا^۸،

1. Stuss & Benson
2. Smith & Jonides
3. Hughes & Graham
4. Welsh & Pennington
5. George
6. Hellriegel
7. Mersha, Tigineh
8. Adlakha, Veena

(۱۹۹۲) با افزایش سهم خدمات، تشدید رقابت، افزایش هزینه‌ها، کاهش بهره‌وری در موسسات ارائه‌کننده خدمات و همچنین نگرانی‌های مصرف‌کنندگان در تنزل سطح کیفیت خدمات دریافت شده رو به فزونی گذاشته، از این‌رو توجه به کیفیت خدمات و رضایت مشتری / مراجعه‌کننده، امروزه هرچه بیشتر احساس می‌شود. خدمت ارائه شده توسط شرکتی می‌تواند دارای خصلت‌های ابداعی و مبتکرانه باشد. یک شرکت خدماتی می‌تواند به سه طریق ارائه یا تحویل خدمت خود را متمایز گرداند. این سه طریق عبارتند از: استفاده از کارکنان مخصوص برای تحویل، ایجاد یک محیط فیزیکی خاص تحویل و فرآیند تحویل (باهیا^۱ و نانتل^۲، ۲۰۰۰). همچنین گرونروس (۱۹۹۳) ادعا کرد که ادراکات مشتریان از ارائه‌کنندگان خدمات سه بعد زیر را دربر دارد: ۱. فرایندها، یا کیفیت عملیات؛ ۲. نتایج، یا کیفیت فنی و ۳. تصویر ذهنی از ارائه‌کننده خدمات (الدالیگان و بوتل، ۲۰۰۲). در سال‌های اخیر توجه زیادی به رضایت مشتریان و ارائه خدمات با سطوح بالای کیفیت به مشتریان به عنوان ابزاری جهت نیل به مزیت‌های رقابتی می‌شود (ونوس و صفایان، ۱۳۸۴). از جمله این مزیت‌ها می‌توان به ایجاد موانع رقابتی، وفاداری مشتریان، تولید و عرضه محصولات متمایز، کاهش هزینه‌های بازاریابی و امکان تعیین قیمت‌های بالاتر اشاره کرد (روستا و دیگران، ۱۳۸۳). در ایران نیز تحقیقات متعددی در این زمینه صورت پذیرفته است. اما به نظر می‌رسد که به بررسی ارتباط بین میزان رضایت مشتری، رضایت شغلی و عملکرد سازمانی به میزان کافی پرداخت نشده است، حتی با چنین متغیرهایی ما به طور همزمان پژوهش مشابه داخلی در دسترس نداریم. بر این اساس در این پژوهش به بررسی ارتباط بین این سه متغیر پرداخته می‌شود. بنابراین در این پژوهش به دنبال این هستیم که دریابیم آیا بین رضایت مشتری با رضایت شغلی کارمندان و عملکرد سازمانی همبستگی و ارتباط وجود دارد؟

پیشینه پژوهش

کریمی (۱۳۹۳) در پژوهش خود با عنوان بررسی تاثیر رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) مطالعه موردی (شرکت لاستیک پارس ساوه) که با بررسی و شناخت تأثیر رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان در رابطه با موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری در شرکت لاستیک پارس ساوه است. پژوهش حاضر برحسب هدف کاربردی و از نوع تحقیقات توصیفی - پیمایشی است که به روش میدانی اجرا گردیده است. به منظور آزمون فرضیات پژوهش از تکنیک معادلات ساختاری و تحلیل مسیر استفاده شده است. در این پژوهش از سه پرسشنامه رضایت شغلی (JDI)، پرسشنامه تعهد سازمانی و پرسشنامه

1. Bahia, Kamilia
2. Nantel, Jacques

مدیریت ارتباط با مشتری استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش تمام کارکنان شرکت لاستیک پارس ساوه (به جز کارکنان بخش خدمات) است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که رضایت شغلی و تعهد سازمانی بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری تأثیر مثبت و معناداری دارد. با توجه به یافته‌های تحقیق و تأثیر مثبت رضایت شغلی و تعهد سازمانی بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری مدیران می‌توانند با بهبود وضعیت رضایت شغلی و تعهد سازمانی زمینه را برای بهتر شدن وضعیت مدیریت ارتباط با مشتری فراهم کنند. براساس مدل مفهومی تحقیق می‌توان بیان کرد که بررسی تأثیر دو متغیر رفتار سازمانی (رضایت شغلی و تعهد سازمان) بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری کار جدیدی است که در این تحقیق به اجرا درآمده است.

الحسینی (۱۳۹۲) در پژوهش خود با عنوان بررسی رابطه بین رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتری که به بررسی نقش نیروی انسانی و درک عوامل تأثیرگذار بر عملکرد کارکنان به واسطه نقشی که می‌تواند بر کیفیت خدمات ارایه شده و در نهایت ادراکات مشتریان از خدمات دریافت شده و میزان رضایت آنان داشته باشد، توجه شده است. صنعت هتلداری نیز، به عنوان یک صنعت خدماتی و از زیرساخت‌های اصلی صنعت گردشگری از این قاعده مستثنی نیست. هدف این پژوهش بررسی رابطه بین رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتریان و همچنین بررسی عوامل تأثیرگذار بر رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتریان و در نهایت بررسی نقش ویژگی‌های جمعیت شناختی در ارزیابی پاسخ‌دهندگان است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت تحقیق، از نوع پیمایشی است. جامعه مورد مطالعه هتل‌های منتخب شهر اصفهان (آسمان، پیروزی، عالی قاپو و کوثر) در سه ماه آبان، آذر و دی سال ۱۳۹۲ می‌باشد. در این مدت ۸۹ پرسشنامه رضایت شغلی و ۳۶۶ پرسشنامه رضایت مشتری در هتل‌های منتخب به طور کامل تکمیل شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی انجام شده است. نتایج پژوهش بیانگر عدم رابطه بین رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتریان در هتل‌های منتخب شهر اصفهان است. همچنین نتایج بیانگر سطح متوسط رضایت شغلی و رضایت مشتری و تفاوت معنادار بین انتظارات و کیفیت درک شده مشتریان می‌باشد. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که عوامل موثر بر رضایت مشتریان به ترتیب اهمیت و اولویت عبارتند از: ویژگی‌های کارکنان، قابلیت اطمینان، ویژگی‌های ملموس و فیزیکی خدمات و عوامل تأثیرگذار بر رضایت شغلی کارکنان به ترتیب اهمیت عبارتند از: سبک رهبری، نوع شغل، شرایط فیزیکی، نظام پرداخت جو سازمانی و فرصت پیشرفت.

در بنیادی (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان بررسی تأثیر بازاریابی داخلی بر مشتری‌گرایی به واسطه رضایت شغلی و تعهد سازمانی نشان داد که امروزه اکثر بانک‌ها با محیطی کاملاً پویا روبه‌رو هستند، همه بانک‌ها چه بزرگ و چه کوچک با توجه به تغییرات برق‌آسا در موقعیت‌های رقابتی و شرایط حاکم بر بازار، جذب و حفظ مشتریان تجاری را سرلوحه برنامه‌های خویش قرار داده‌اند و از عوامل مهم موفقیت بانک‌ها، ارائه خدمات و سرویس سریع و صحیح و ایجاد این احساس در مشتری است که رضایت وی از خدمات دریافتی، برای بانک بسیار مهم است. یکی از راه‌های ایجاد احساس رضایت در مشتری، بازاریابی داخلی است. این بدان معنی است که تعاملات سازنده و مناسب سازمان با کارکنان، موجبات بروز رفتار مشتری‌گرایانه را در آن‌ها سبب می‌شود. هدف این تحقیق بررسی تأثیر بازاریابی داخلی بر مشتری‌گرایی به واسطه تعهد سازمانی و رضایت شغلی می‌باشد. به تحقیق حاضر، به لحاظ هدف، کاربردی بوده و براساس روش گردآوری داده‌ها، تحقیق توصیفی و از نوع پیمایشی تحلیلی می‌باشد. داده‌های مورد نظر با استفاده از یک پرسشنامه که روایی و پایایی آن مورد تایید قرار گرفته شده از یک نمونه آماری ۲۷۶ نفره از میان کارکنان شعب بانک ملت در مشهد مقدس جمع‌آوری شده است. همچنین به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، از نرم‌افزار پی.ال.اس که از نوع معادلات ساختاری محسوب می‌گردد، استفاده شده است. نتایج نشان داد درک کارکنان از بازاریابی داخلی بر رضایت آن‌ها از شغلشان و همچنین وفاداری‌شان نسبت به سازمان تأثیر مثبت و معناداری دارد که این خود باعث بروز رفتار مشتری‌گرایانه در کارکنان می‌شود.

روش پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به هدف از نوع کاربردی و براساس ماهیت، از نوع توصیفی و همبستگی می‌باشد. هدف این پژوهش بررسی رابطه بین رضایت مشتری با رضایت شغلی کارمندان و عملکرد سازمانی شرکت بهمین می‌باشد. جهت جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز، برای نگارش ادبیات تحقیق از بررسی کتابخانه‌ای و برای جمع‌آوری داده‌ها در خصوص سوال‌های تحقیق از روش میدانی و با استفاده از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شده است. پرسشنامه استفاده شده شامل دو بخش مجزا بوده که در بخش اول دو سوال اولیه (بدون شماره-بندی) شامل جنسیت، مقطع تحصیلی؛ جهت به دست آوردن اطلاعات جمعیت شناختی نمونه مورد بررسی بود و در ادامه عبارت‌های هر پرسشنامه به صورت یک طیف لیکرت جهت پاسخگویی به سوالات مورد استفاده قرار گرفت و از پاسخگویان خواسته شد، پاسخ خود را به هر یک از سوالات مطرح شده، روی طیف لیکرت

از کاملاً موافق الی کاملاً مخالفم پاسخ دهند. بعد از جمع‌آوری داده اقدام به تجزیه و تحلیل اطلاعات خواهیم کرد. از آنجا که تحقیق حاضر از لحاظ اجرا از نوع تحقیقات کمی است و حجم نمونه مطابق با جدول کوکران تعیین شده است. پرسشنامه رضایت شغلی بین ۱۰۰ نفر از کارمندان، پرسشنامه رضایت مشتری بین ۵۰ نفر از مراجعان و چک‌لیست عملکرد سازمان توسط پژوهشگر تکمیل شد.

ابزار پژوهش

پرسشنامه رضایت شغلی (JDI): یکی از ابزارهای معتبر برای سنجش رضایت شغلی، شاخص توصیفی شغل است. پرسشنامه توصیف‌کننده شغل که توسط اسمیت، کندال و هالین (۱۹۶۹) تدوین شده بود، تنظیم گشت مقیاس امتیازبندی این سوالات مانند مقیاس ۵ امتیازی لیکرت بوده است و تحلیل نتایج با استفاده از راهنمای اسمیت صورت می‌گیرد. رضایت شغلی ناشی از جنبه‌های مختلف شغل همچون پرداخت، فرصت‌های ترفیع، سرپرست، همکاران و عوامل محیط کاری همچون سبک سرپرستان، خط‌مشی‌ها و رویه‌ها، تعلق گروه کاری، شرایط کاری و مزایای شغلی است. در مدل JDI پنج عامل عمده بعنوان ابعاد رضایت شغلی مطرحند که عبارتند از: ۱- پرداخت: میزان حقوق دریافتی و انصاف و برابری در پرداخت. ۲- شغل: حدی که وظایف شغلی، فرصت را برای آموزش و پذیرش مسئولیت فراهم می‌آورد. ۳- فرصت‌های ارتقاء: قابلیت دسترسی به فرصت‌ها برای پیشرفت. ۴- سرپرست: توانایی‌های سرپرست برای نشان دادن علاقه و توجه به کارکنان. ۵- همکاران: حدی که همکاران، دوستانه، شایسته و حمایتی هستند. این مقیاس در بیش از ۴۰۰ پژوهش به کار گرفته شده است. ماهیت JDI بر پایه این اعتقاد است که رضایت شغلی در مقایسه با ادراک فرد از شغل‌های جایگزینی که در دسترس وی قرار دارد، مورد قضاوت قرار می‌گیرد. شاخص توصیفی شغل متشکل از پرسشنامه‌ای است که صفاتی را برای پاسخگو ارائه می‌نماید و از آنها می‌خواهد تا پاسخ دهند که آیا هر یک از آن‌ها جنبه خاصی از کار وی را توصیف می‌کنند یا خیر. روایی پرسشنامه با بهره‌گیری از روش اعتبار محتوا توسط اسمیت، در ابتدا در اختیار مدیران قرار گرفت و پس از محاسبه ضریب آلفای کرونباخ که مقدار آن از ۹۷/۰ به دست آمد، پرسشنامه نهایی تکمیل و مجدداً در اختیار پاسخ‌گویان قرار گرفت. بدیهی است با توجه به مقدار به دست آمده می‌توان اظهار داشت که پرسشنامه از پایایی خوبی برخوردار است (اسمیت، کندال و هالین، ۱۹۶۹). در پژوهش (صادقی، ۱۳۸۹)، پایایی پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۹۲/۰ بدست آمد که در سطح بالایی قرار دارد.

چک‌لیست ارزیابی و تحلیل عملکرد سازمان: این ابزار جهت ارزیابی و تحلیل مدیریت عملکرد سازمان‌ها، ادارات و موسسات مورد استفاده قرار می‌گیرد. این معیارها توسط آندری. ای. دیوال (۲۰۰۴) طراحی و در سال (۲۰۱۳) ویرایش شده است. وی جهت ارزیابی و تحلیل عملکرد در بسیاری از سازمان‌ها در کشورهای مختلف جهان از این روش استفاده نموده است. چند نمونه از مطالعات وی عبارتند از: ترغیب رفتار عملکردمدار برای نیل به نتایج برتر (۲۰۰۴)، نقش عوامل رفتاری و فرهنگ‌های ملی در ایجاد سیستم‌های مؤثر مدیریت عملکرد (۲۰۰۶)، تجزیه و تحلیل مدیریت عملکرد: مطالعه‌ای موردی در یکی از شهرداری‌های هلند (۲۰۰۶)، و تأثیر مدیریت عملکرد بر نتایج سازمانی یک بانک (۲۰۰۷)، برای سنجش هر یک از ابعاد عملکرد از عبارات مختلفی در دسته‌های جداگانه استفاده شده است که دارای طیف پنج گزینه‌ای از خیلی کم تا خیلی زیاد است. این پرسش‌نامه دارای ۴۴ سوال می‌باشد. این پرسش‌نامه به دلیل زیربنای نظری مناسب، تایید خبرگان با تخصص موضوعی از روایی محتوایی لازم برخوردار است. این پرسش‌نامه دارای سه زیرمقیاس است که شامل: ساختاری: ساختار مسئولیت سازمان، محتوای اطلاعات عملکرد، انسجام اطلاعات عملکرد. رفتاری: مدیریت‌پذیری اطلاعات عملکرد، پاسخگویی، سبک مدیریت، جهت‌گیری عملی سازمان. همسویی: ارتباط پیرامون عملکرد همسویی. کسب امتیاز حداکثری بیانگر این واقعیت است که شاخص‌ها و ابعاد مدیریت عملکرد مورد بررسی از وضعیت مطلوبی برخوردار است.

پرسشنامه رضایت مشتری: این پرسشنامه توسط حمیدی و همکاران در سال ۱۳۹۰ ساخته شد. پرسشنامه سنجش رضایت مشتری مبتنی بر مدل سروکوال مشتمل بر ۱۴ سوال است که ۵ بعد وضعیت فیزیکی، اطمینان، پاسخگویی، تضمین و همدلی را مورد سنجش قرار می‌دهد. پایایی پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۸۵ درصد بدست آمد که در سطح بالایی قرار دارد. پایایی همسانی درونی ضریب آلفای کرونباخ و تصنیفی را برای عامل کلی معادل ۰.۸۸ و ۰.۷۳ و ضریب آلفای کرونباخ را برای سه عامل "نحوه برخورد و تعامل کارکنان"، "کیفیت کلی خدمات‌دهی" و "محیط فیزیکی" به ترتیب معادل $t = 0.75$ ، $t = 0.92$ ، $t = 0.71$ نشان داد. مقادیر روایی محتوا و صوری نیز مناسب و مطلوب بود. نتایج تحلیل عوامل تاییدی به روش مولفه‌های اصلی با چرخش نهایی واریماکس به منظور بررسی روایی سازه سه عامل استخراج گردید و نتایج نشان داد، در مجموع ۳ عامل ۶۲.۲۳ درصد از واریانس کل پرسشنامه را تبیین می‌نمایند (حمیدی و همکاران، ۱۳۹۰).

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

پس از گردآوری و کنترل پرسشنامه‌ها و حذف پرسشنامه‌های ناقص، با استفاده از نرم‌افزار اسپاس نسخه ۱۸ تحت ویندوز، بانک اطلاعاتی مورد نیاز تشکیل و سپس داده‌ها مورد پردازش قرار گرفت و با استفاده از تکنیک‌های آماری میانگین و همبستگی و جهت پیش‌بینی متغیرها از واریانس استفاده و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

یافته‌ها (نتایج)

به منظور بررسی رابطه بین مولفه رضایت مشتری با رضایت شغلی در کارکنان از روش تحلیل همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شد که نتایج این تحلیل در زیر ارائه شده است (جدول ۱).

جدول ۱: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون بین مولفه رضایت مشتری با رضایت شغلی

شاخص آماری	همبستگی	R2	R2 تعدیل شده	SE	F	sig
مقدار	۰/۴۹۳	۰/۴۶۰	۰/۴۵۹	۱۱/۸۳۶	۲/۶۰۲	۰/۰۰۱

نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که میزان همبستگی متغیر رضایت مشتری در یک ترکیب خطی همزمان با مولفه رضایت شغلی برابر با ۰/۴۹۳ است که به معنای رابطه مثبت و معنی‌دار دو متغیر می‌باشد. همچنین ضریب تعیین حاصل برابر با ۰/۴۶۰ و ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۴۵۹ گزارش شده است، یعنی حدود ۴۷/۰ درصد از واریانس رضایت شغلی از طریق مولفه رضایت مشتری تبیین و توجیه شده است (سطح معناداری ملاک $P \leq 0.05$ است).

به منظور بررسی رابطه بین مولفه رضایت مشتری با عملکرد سازمانی از روش تحلیل همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شد که نتایج این تحلیل در زیر ارائه شده است (جدول ۲).

جدول ۲: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون بین رضایت مشتری با عملکرد سازمانی

شاخص آماری	همبستگی	R2	R2 تعدیل شده	SE	F	sig
مقدار	۰/۶۹۸	۰/۶۸۳	۰/۶۸۱	۲/۸۹۴	۲/۰۵۶	۰/۰۰۱

نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که میزان همبستگی متغیر رضایت مشتری در یک ترکیب خطی همزمان با

مولفه عملکرد سازمانی در برابر با ۰/۶۹۸ است که به معنای رابطه مثبت و معنی‌دار دو متغیر می‌باشد. همچنین ضریب تعیین حاصل برابر با ۰/۶۸۳ و ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۶۸۱ گزارش شده است، یعنی حدود ۶۸/۳ درصد از واریانس رضایت مشتری از طریق متغیر عملکرد سازمانی تبیین و توجیه شده است (سطح معناداری ملاک $P \leq 0.05$ است).

به منظور بررسی رابطه بین مولفه عملکرد سازمانی با رضایت شغلی در کارکنان از روش تحلیل همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شد که نتایج این تحلیل در زیر ارائه شده است (جدول ۳).

جدول ۳: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون بین عملکرد سازمانی با رضایت شغلی در کارکنان

شاخص آماری	همبستگی	R2	R2 تعدیل شده	SE	F	sig
مقدار	۰/۵۸۱	۰/۵۷۳	۰/۵۷۲	۱/۹۱۲	۳/۶۲۰	۰/۰۰۱

نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که میزان همبستگی عملکرد سازمانی در یک ترکیب خطی همزمان با مولفه رضایت شغلی برابر با ۰/۵۸۱ است که به معنای رابطه مثبت و معنی‌دار دو متغیر می‌باشد. همچنین ضریب تعیین حاصل برابر با ۰/۵۷۳ و ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۵۷۲ گزارش شده است، یعنی حدود ۵۷/۳ درصد از واریانس رضایت شغلی از طریق مولفه عملکرد سازمانی تبیین و توجیه شده است (سطح معناداری ملاک $P \leq 0.05$ است).

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به منظور بررسی رابطه بین رضایت مشتری با رضایت شغلی کارمندان و عملکرد سازمانی صورت گرفت، نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که میزان همبستگی متغیر رضایت مشتری با مولفه رضایت شغلی دارای رابطه مثبت و معنی‌دار می‌باشد و حدود ۴۷/۰ درصد از واریانس رضایت شغلی از طریق مولفه رضایت مشتری قابل پیش‌بینی می‌باشد. در تبیین یافته‌های فوق باید گفت علاقه به کار و احساس مسئولیت‌هایی که در جریان کار سازمان مورد نظر است، باعث فراهم شدن شرایط شغلی و حرفه‌ای بهنجاری خواهد شد که این شرایط هم بر روی کارمندی که در سازمان مشغول به کار هستند اثر خواهد داشت و هم بر روی مشتریان مراجعه کننده به آن سازمان یا شرکت. هرزبرگ به این نتیجه رسید که اگر نیازهای افراد ارضا گردد گفته می‌شود که از کار خود رضایت دارند. و اگر ارضا نشوند، در رابطه با سازمان و کارشان اظهار نارضایتی می‌کنند و

این نارضایتی بر رابطه آن‌ها با مشتری و مشتری مداری اثر خواهد داشت. سازمان می‌تواند با رضای این قبیل نیازها، نارضایتی کارمندان را کاهش دهد و حتی از میان بردارد. در سال ۱۹۵۱، گینزبرگ و همکارانش به دو نوع رضایت شغلی اشاره کردند: رضایت درونی که از دو منبع حاصل می‌شود: اول احساس لذتی که انسان صرفاً از اشتغال به کار و فعالیت عایدش می‌شود. دوم لذتی که بر اثر مشاهده پیشرفت و یا ارتباط مناسب با مشتری و به ظهور رساندن توانایی‌ها و رغبت‌های فردی به انسان دست می‌دهد. که در این پژوهش رابطه مستقیم و مثبتی با رضایت شغلی داشت، به بیان دیگر کارمندانی که در ارتباط با رضایت مشتری نمرات بالایی کسب می‌کنند از شغل خود رضایت درونی داشته و در نتیجه نمرات بالاتری در رضایت شغلی کسب می‌کنند. گینزبرگ به این موضوع اشاره کرده که رضایت درونی سهم بیشتری در رضایت شغلی افراد دارد.

همچنین نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که میزان همبستگی عملکرد سازمانی با مولفه رضایت شغلی دارای رابطه مثبت و معنی‌دار می‌باشد و حدود ۵۷/۳ درصد از واریانس رضایت شغلی از طریق مولفه عملکرد سازمانی قابل پیش‌بینی می‌باشد. در تبیین یافته‌های پژوهش باید گفت رضایت بیرونی که با شرایط اشتغال و محیط کار ارتباط دارد و هر آن، در حال تغییر و تحول است. به عنوان مثال، شرایط محیط کار، میزان دستمزد و پاداش، نوع کار، و روابط موجود بین کارگر و کارفرما (سازمان) را می‌توان نام برد. در سال ۱۹۵۵، می‌توان به تحقیقات بری فیلد و کراکت اشاره نمود که ارتباط پیچیده و مبهم بین رضایت شغلی و عملکرد سازمانی را بررسی کردند، توجه تحقیقات سازمانی و منظم پنجاه ساله اخیر نشان داده که بین این دو متغیر ارتباط تنگاتنگی وجود دارد. در تبیین یافته‌های پژوهش براساس نظر این دو دانشمند و سایر دانشمندان که به بازنگری رابطه بین رضایت شغلی و عملکرد سازمانی پرداختند و توجه خود را به تطبیق و جفت‌وجور کردن مغایرت‌ها و ناهماهنگی‌هایی که در لابه‌لای نتایج مطالعات فردی به چشم می‌خورد، معطوف داشتند. در ۱۹۵۹، هرزبرگ و همکاران او در تحقیقی که درباره تامین نیاز، انگیزش و ضایع شغلی بر روی بیش از ۲۰۰ نفر مهندس و حسابدار انجام دادند، از آنان خواستند با در نظر گرفتن مسائل، احساسات و ادراکات خود در طول سنوات خدمت، بگویند از شغلشان چه می‌خواهند، نتایج نشان داد سازمان‌هایی که نمرات بالاتری در عملکرد سازمانی داشتند، کارمندان آنها رضایت شغلی بیشتری را تجربه می‌کردند.

در تبیین یافته‌های فوق براساس مدل پیشنهادی چانگ و همکاران رضایت شغلی را مجموعه احساسات فرد نسبت به شغلش بیان می‌کنند گیلیس معتقد است رضایت شغلی پاسخ مؤثر به شغل است (گیلیس، ۱۹۹۴). و از دیدگاه هرزبرگ عواملی که به رضایت شغلی منجر می‌شود متمایز از آنهایی است که به نارضایتی شغلی می-

انجامد (رابینز، ۱۹۴۳). که شامل فرایندها و کنترل‌های درونی سازمان یا عوامل بیرونی و دسته دوم عوامل انگیزشی یا عوامل درونی است (ماسی سی، ۲۰۰۳). عوامل تعیین کننده رضایت شغلی عوامل سازمانی. عوامل محیطی، ماهیت کار و عوامل فردی است. تلاش جزو عوامل فردی در رضایت شغلی محاسبه شده است. در راستای دستیابی به توجه بیشتر به مشتریان و کارکنان در تمامی سطوح باید تفکر سازمانی به کارکنان در راستای تشخیص رضامندی مشتری به منظور دستیابی به هدف‌ها تعدیل شود (یحوی، ۱۳۸۰).

نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که میزان همبستگی متغیر رضایت مشتری با مولفه عملکرد سازمانی دارای رابطه مثبت و معنی‌دار می‌باشد و حدود ۶۸/۳ درصد از واریانس رضایت مشتری از طریق متغیر عملکرد سازمانی قابل پیش‌بینی می‌باشد. در تبیین یافته‌های پژوهش باید گفت هیچ تردیدی نیست که رضایت مشتری اهمیت بسیار زیادی دارد. دست‌کم مدیران به سه دلیل باید به رضایت مشتری افراد اهمیت دهند: ۱) مدارک زیادی در دست است که مشتریان ناراضی شرکت و یا سازمان را ترک می‌کنند (۲) ثابت شده است که مشتریان راضی حجم خرید بیشتری را انجام می‌دهند (۳) رضایت مشتریان پدیده‌ای است که از مرز سازمان و شرکت فراتر می‌رود و اثرات آن در زندگی خصوصی فرد و خارج از سازمان مشاهده می‌شود واقعیت این است که در دنیای امروز آنچه از همه بیشتر دارای اهمیت است رضایت مشتری و اخلاق مداری می‌باشد از جمله تلاش‌های مدیریت در جهت حفظ و نگهداری این منبع ارزشمند ایجاد رضایت در مشتریان و جلوگیری از عدم رضایت آنان است. این موضوع که ساده بنظر می‌رسد تاثیرهای شگرفی بر شاخه‌های گوناگون عملیات سازمان می‌گذارد. تمام این رویکردها بر بهبود مداوم، نوآوری، نوسازی و یا طراحی مجدد و ریشه‌ای فرایندهای کسب و کار سازمان‌ها است (رضایی‌نژاد، ۱۳۸۷).

محدودیت‌های پژوهش

- محدود شدن این پژوهش به شرکت بهمن استان تهران به عنوان یک سازمان در میان سایر سازمان‌ها.
- محدود بودن این پژوهش به قلمرو زمانی سال ۱۳۹۵ موجب محدودیت در کسب اطلاعات در زمان و مکان خاص می‌گردد.
- این پژوهش همانند هر پژوهشی دارای محدودیت‌های مالی و بودجه‌ای بود.
- عدم تمایل برخی از کارکنان بی‌انگیزه سازمان و یا مشتریان در پاسخگویی به پرسش‌های این پژوهش که بصورت تصادفی انتخاب شده بودند که باعث شد پژوهشگر با بیشتر محاسبه نمودن نمونه آماری و جایگزینی این محدودیت را کنترل نمود.

پیشنهاد‌های پژوهش

- اجرای پژوهش‌های مشابه به منظور امکان‌تعمیم‌پذیری بیشتر نتایج و کنترل متغیرهای مزاحم
- پیشنهاد می‌شود که پژوهش در زمان گسترده‌تری اجرا شود تا بتوان حجم نمونه را افزایش داد، تا با اطمینان بیشتری بتوان نتایج حاصله را پذیرفت.
- یکی از عوامل موثر بر رضایت شغلی، شرایط کاری و محیط کار است. پیشنهاد می‌گردد مدیران ارشد و برنامه‌ریزان با برنامه‌ریزی و اعمال مدیریت مشارکت‌جویانه، شرایط کاری مطلوب‌تری را برای کارمندان فراهم نمایند تا منجر به افزایش رضایت شغلی آنان گردد.
- با توجه به این که در تحقیق حاضر، کارکنان مشغول به کار در شرکت بهمن در نظر گرفته شده است، پیشنهاد می‌گردد، محققان بعدی چنین بررسی را در سایر شرکت‌ها در سایر شهرستان‌ها انجام دهند، تا با مقایسه نتایج حاصل از تحقیقات مختلف در این زمینه اطمینان و اعتماد بیشتر در بکارگیری نتایج، حاصل گردد.

منابع

۱. الحسینی، هاشم (۱۳۸۸)، بررسی رابطه توانمندسازی روان‌شناختی با تعهد سازمانی در پرسنل پرستاری بیمارستان‌های شهر زاهدان، فصلنامه پژوهشی دانشکده بهداشت یزد، سال هشتم، شماره اول و دوم بهار و تابستان ۱۳۸۸.
۲. ترابی (۱۳۹۴)، ارائه مدلی برای تبیین پیشایندها و پیامدهای خود رهبری سازمانی. فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی. سال چهارم، شماره ۵ زمستان ۱۳۹۴ صص ۷۳-۹۴.
۳. انصاری و همکاران (۱۳۹۰)، شناسایی عوامل و طراحی مدل مفهومی توانمندسازی نیروی انسانی در وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات. فصلنامه مدیریت دولتی دوره ۳ شماره ۷ صص ۲۳-۴۰.
۴. پورطهماسبی، سیاوش؛ تاجور، آذر؛ سیدکلان، سیدمحمد (۱۳۸۹). رابطه بین عوامل فردی و سازمانی با رضایت مشتریان شرکت سایپا، ابتکار و خلاقیت در علوم، سال اول، شماره اول، صص ۲۱-۴۰.
۵. حمیدی و میرکمالی (۱۳۹۱)، تاثیر جو سازمانی بر رضایت مشتری با میانجی‌گری سرمایه انسانی. دو فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی دانشگاه امام حسین سال پنجم، شماره ۲ پاییز و زمستان ۱۳۹۲ صص ۲۲۱-۲۴۵.

۶. دربنایی، حسن (۱۳۸۶)، بررسی عوامل موثر بر رضایت شغلی کارکنان. فرهنگ مدیریت سال پنجم شماره شانزدهم پاییز و زمستان ۱۳۸۶ صص ۱۱۷-۱۴۰.
۷. کریمی، نفیسه؛ مساح، هاجر؛ اکرمی، ناهید (۱۳۹۲)، رابطه وجدان کاری با عملکرد شغلی کارکنان شهرداری خمینی شهر اصفهان، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال هشتم، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۲.
۸. مجیدی و همکاران (۱۳۸۷)، بررسی رابطه ابعاد توانمندسازی و امنیت شغلی کارکنان دانشگاه علوم نظامی، فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی، سال سوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۸۷.
۹. روستا، کامران؛ محمدداودی، امیرحسین؛ رزاق پرست، آزیتا (۱۳۹۲)، بررسی رابطه بین توانمندسازی روان شناختی، شادکامی با رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، فصلنامه مطالعات مدیریت شهری، سال پنجم، شماره سیزدهم، بهار ۱۳۹۲.
۱۰. ونوس و صفایان (۱۳۹۴)، رابطه توانمندسازی و حمایت سازمانی ادراک شده با رضایت شغلی دبیران تربیت بدنی شهر همدان. مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. دوره دوم شماره ۶ تابستان ۱۳۹۴ صص ۸۱-۹۱.
11. Adlakha, R., (2016). Exploring the relationship between work environment, job satisfaction, and intent to stay of Jordanian nurses in underserved areas. *Applied Nursing Research*. August 2016 Volume 31, Pages 19-23
12. Bahia, A. (2012). A study of psychological symptoms, family function, marital and life satisfactions of polygamous and monogamous women: The Palestinian case. *International Journal of Social Psychiatry*, 58(1), 79-86
13. Bahia, A (2004). The effects of marital conflict on sibling relationships. ProQuest Information and Learning Company .
14. Locke, M., Harger, J., Whitson, S. (2001). Exposure to parental conflict and children's adjustment and physical health: The moderating role of vagal tone. *Child Development*, 72, 1617-1636
15. Fisher, F. D., Stanley, S. M., & Beach, S. R. (2007). Transformative processes in marriage: An analysis of emerging trends. *Journal of Marriage and Family*, 69(2), 275-292
16. George, D. (2012) Emotional intelligence, social intelligence, ecological intelligence <http://www.danielgoleman.info/biography/>
17. Hughes, J. H., & Graham, F. D. (1990). Marital conflict and children's adjustment: a cognitive-contextual framework. *Psychological bulletin*, 108(2), 267-293

18. Hanna, M., J.(2010). Human Resource Management. 11th ed, New York: McGraw-Hill.
19. Mersha, L. J. (1993). Determinants of coping behaviors in marital conflict situations across adulthood. ProQuest Dissertations & Theses (PQDT) pg. n/a
20. Nantel, A. (2005). Values and Religious Issue in Psychotherapy And Mental Health. . Journal of American Psychologis 10(4), 339-394
21. Stuss, E. W., Benson, M. J., Frabutt, J. M., & MacKinnon-Lewis, C. (2006). Family conflict in divorced and non-divorced families: Potential consequences for boys' friendship status and friendship quality. Journal of Social and Personal Relationships, 23(1), 45-63
22. Smith, E., Jonides, T., & Tammen, V. V. (1989). Psychometric properties of the Intrinsic Motivation Inventory in a competitive sport setting: A confirmatory factor analysis. Research Quarterly for Exercise and Sport, 60, 48-58
23. Valencia, A. S., Kaya, N., Bodur, S., Ozkan, I., & Kueur, R. (2006). A comparative analysis of the psychological symptoms observed in the working women and housewives. Public Health Branch.
24. Veronika, M.; Ogolsky, B.; Hazen, N. & Bosch, L. (2011). Understanding marital conflict vyears later from parental representations of marriage. Family Process; 50(2). 221-258
25. Welsh, W.chan and Pennington, Renee (2014). The Four Pillars of Blue Ocean Leadership- <http://knowledge.insead.edu/leadership-management/the-four-pillars-of-blue-ocean-leadership-3603>
26. Woodman,G.(2008).Human Resource Management. 11th ed, New York: Printic - Hall.