

رابطه جامعه‌پذیری و تعهد سازمانی بین کارکنان دو سازمان داوطلبان و جوانان جمعیت هلال‌احمر

بیژن عبدالهی^۱، مریم همتمی^۲

۱. استادیار گروه مدیریت آموزشی دانشگاه خوارزمی،

تهران، ایران.

۲. نویسنده مسئول: کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی،

تهران، ایران.

Email: Mhemmati2007@yahoo.com

دریافت: ۹۲/۵/۱۵ پذیرش: ۹۲/۱۰/۲۰

چکیده

مقدمه: جامعه‌پذیری سازمانی از عوامل بسترساز انطباق کارکنان جدیدالورود با سازمان است. عدم احساس تعلق کارکنان به سازمان و دقت ناکافی در انجام وظایف از معضلات بزرگ دستگاه‌های اجرایی است. مقاله حاضر با هدف کلی بررسی رابطه جامعه‌پذیری و تعهد سازمانی در کارکنان سازمان‌های داوطلبان و جوانان جمعیت هلال‌احمر به منظور ارتقای هریک از آنها صورت‌بندی شده است.

روش: در این مطالعه، جامعه آماری کارکنان سازمان‌های داوطلبان و جوانان (۲۲۵ نفر)، نمونه‌ای با حجم ۱۳۴ نفر بر اساس جدول مورگان به صورت تصادفی طبقه‌ای انتخاب گردید. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه استاندارد تعهد سازمانی «آلن و می‌یر» و جامعه‌پذیری سازمانی جونز بود. ضریب پایایی پرسشنامه جامعه‌پذیری با ۴۵ گویه، از طریق محاسبه آلفای کرونباخ، عدد ۰/۶۹ به

دست آمد که با حذف برخی گویه‌ها، پرسشنامه ۳۴ گویه‌ای با آلفای کرونباخ ۰/۸۲ حاصل شد. آلفای کرونباخ برای پرسشنامه تعهد سازمانی ۰/۷۸ محاسبه گردید. به منظور بررسی روایی ابزار پرسشنامه‌ها، از نظر سه متخصص منابع انسانی بهره‌گیری شد. با استفاده از میانگین فرضی در آزمون t تک نمونه‌ای، محدوده نظرات کارکنان مشخص گردید و با ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی رابطه بین متغیرها بررسی شد.

یافته‌ها: یافته‌ها بیانگر این بود که بین جامعه‌پذیری و تعهد سازمانی به صورت کل در نمونه مورد مطالعه رابطه‌ای وجود ندارد. بین مؤلفه تعهد مستمر و جامعه‌پذیری با ضریب همبستگی ۰/۲۰۹ رابطه در سطح معناداری ۰/۰۵ وجود دارد ($\text{sig}=0/016$)؛ جهت این رابطه مثبت و شدت آن ضعیف است. مقدار ضریب تعیین برابر با ۰/۱۵۶ بیانگر این است که متغیر مستقل جامعه‌پذیری توانسته ۱۵/۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته تعهد مستمر را تبیین کند.

نتیجه‌گیری: در نمونه مورد مطالعه، بین جامعه‌پذیری و تعهد سازمانی رابطه‌ای وجود ندارد. بین جامعه‌پذیری و تعهد مستمر رابطه‌ای ضعیف وجود دارد. بین جامعه‌پذیری و تعهد عاطفی و نیز بین جامعه‌پذیری و تعهد هنجاری در نمونه مورد مطالعه رابطه‌ای وجود ندارد.

کلمات کلیدی: جامعه‌پذیری سازمانی، تعهد سازمانی، جمعیت هلال‌احمر.

مقدمه

سرمایه یک سازمان، کارکنان آن است. از این‌رو، مدیران باید در نگهداری این سرمایه بزرگ اجتماعی و اقتصادی، روش‌های مطلوبی به کار گیرند تا سازمان پرتوانی داشته باشند (۳). عدم احساس تعلق کارکنان به سازمان و دقت ناکافی برای انجام وظایف از معضلات بزرگ دستگاه‌های اجرایی است (۲). امروزه عامل انسانی نقش منحصر به فردی به عنوان طراح و مجری سیستم‌ها و فرایندهای سازمانی دارد، به همین علت گرایش‌های اجتماعی موجود نیز ارزش بیشتری برای انسان قائل هستند (۴). سرمایه انسانی مهم‌ترین عامل حفظ مزیت رقابت و حیات بسیاری از سازمان‌های پیشرفته تلقی می‌شود. هماهنگ‌سازی با محیط به منظور حیات اثربخش، یک موضوع مهم در دانش مدیریت است (۵). مدیران سازمان‌ها نیز به خوبی اهمیت تعهد را دریافته‌اند؛ از این رو تعهد و وفاداری منابع سازمانی به سازمان و انجام هرچه بهتر نقش‌ها و حتی وظایف فراتر از منابع انسانی، یکی از دغدغه‌های مدیران سازمان‌هاست (۶). در مقایسه با آنچه در سازمان‌های خارجی دیده می‌شود یکی از مشکلات اکثر سازمان‌ها، عدم احساس تعهد سازمانی کارکنان نسبت به سازمانی است که در آن مشغول به کار هستند (۷).

جامعه‌پذیری طی فرایندهای پیوستن، عضویت و خروج از سازمان‌ها، روی همه کارکنان اثر می‌گذارد (۸). همه ساله به موازات بازنشستگی یا ترک خدمت کارکنان در جمعیت هلال‌احمر، تعدادی از کارکنان جدید به جمعیت اضافه می‌شوند. برای نیل

به هدف‌ها و ایجاد رفتار مطلوب سازمانی، توافق میان انتظارات سازمانی و الگوی نیازها و انگیزه‌های شخصی ضروری است (۹). هر یک از این نیروها دارای فرهنگ و تخصص گوناگون هستند و انتظارات متفاوتی از مشاغلی که در آینده درون سازمان بر عهده می‌گیرند دارند؛ اینکه چگونه از عهده وظایف برخوردارند، موجب نگرانی این کارکنان و مدیرانشان را فراهم کردن است؛ اما مسئله اینست که آیا جامعه‌پذیری سازمانی این افراد بر تعهد ایشان در قبال انجام وظایف سازمانی تأثیرگذار است و اگر چنین است، این تأثیر در هر یک از ابعاد تعهد سازمانی به چه میزان است؟

سازمان جوانان در اجرای بند ۷ از ماده ۳ اساسنامه جمعیت هلال‌احمر برای اداره امور جوانان تشکیل شد، در واقع این سازمان به عنوان قدیمی‌ترین شکل در حوزه جوانان کشور، گذرگاه ورودی داوطلبان و جوانان به جمعیت هلال‌احمر محسوب می‌شود (۱۰). جوانان با تقویت روحیه نوع‌دوستی، با آموزه‌های علمی امداد‌رسانی در زمان حوادث، به کمک مردم آسیب‌دیده می‌شتابند و در صورت توانمندی و گذر از آزمون‌های تخصصی برای ادامه مسیر خدمت‌رسانی، جذب سازمان امداد و نجات و سازمان داوطلبان می‌گردند (۱۱).

سازمان داوطلبان نیز توان افرادی را که داوطلبانه به عضویت جمعیت پذیرفته شده‌اند، سازماندهی می‌کند و در راستای اجرای وظایف در شرایط عادی و به‌ویژه تأمین احتیاجات مادی و معنوی نیازمندان در زمان وقوع حوادث بهره‌برداری می‌کند (۱۲). به استناد اساسنامه جمعیت هلال‌احمر، یکی

از اصول اساسی نهضت بین‌المللی صلیب‌سرخ و هلال‌احمر جهانی، اصل خدمات داوطلبانه است (۱۰). سازمان داوطلبان به منظور احیا و تحقق این اصل، سعی دارد تا نقش حلقه واسطی را میان توانمندان و نیازمندان جامعه ایفا کند (۱۳). این سازمان موظف است، با بسیج توان انسانیت نسبت به بهبود زندگی مردم آسیب‌پذیر اقدام کند (۱۴). نیاز به تعهد سازمانی در میان کارکنان جمعیت هلال‌احمر به‌ویژه در حوزه سازمان‌های جوانان و داوطلبان به دلیل طیف گسترده گروه هدف در این دو سازمان و نیز ماهیت وظیفه، بسیار محسوس است. نحوه تعامل با اقشار متنوع جامعه و چگونگی انجام وظیفه کارکنان در قبال ایشان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، که این همه در سایه وجود نیروی انسانی متعهد و دلسوز در جمعیت به‌منصه ظهور می‌رسد که ضرورت پژوهش در خصوص عوامل مؤثر بر تعهد سازمانی در کارکنان این سازمان‌ها را موجب می‌گردد. سیستم اجتماعی باید بتواند اعتقادات، ارزش‌ها و هنجارهای مشترکی را که در انسجام سیستم مؤثر و ارزش کارکردی دارد، بین اعضا حفظ کند (۱۵).

جامعه‌پذیری: از ضروریات گزینش نیروی انسانی در هر سازمان این است که پس از گزینش و استخدام کارکنان جدید، برای افراد تازه‌وارد، تدابیری اتخاذ گردد تا آنان بتوانند خود را با فرهنگ حاکم بر سازمان تطبیق دهند. از جمله اقدامات در این زمینه، آموزش‌های لازم برای اجتماعی کردن کارکنان است (۲۴). در جامعه‌پذیری، فرد هنجارهای اجتماعی را یاد می‌گیرد و در

اجتماعی شدن، فرد ضمن پذیرش هنجارهای اجتماعی و فرهنگی، با این هنجارها هم‌نوا می‌شود و به گفته بلومر، فرایند «یکی شدن» و «ذوب شدن» در آنها آغاز می‌گردد (۲۵).

آموزش‌های سازمان‌ها باعث می‌شوند تا کارکنان از مهارت‌های کارکردی مناسبی برخوردار شوند و در سازمان‌ها رضایت بیشتری را تجربه کنند (۲۶). افراد در جامعه، بیشتر ارزش‌ها و رفتارهایی را که همسو با استانداردهای جمعی درست یا غلط است، می‌پذیرند (۲۷). از کارکردهای عمومی سازمان‌ها، اجتماعی کردن افراد است (۲۸).

جامعه‌پذیری سازمانی به معنای یادگیری ارزش‌ها و رفتارهای درون سازمان است (۲۹)(۳۰). سازمان از طریق ساختاردهی منظم رفتار کارکنان، باعث انطباق ارزش‌های فردی و سازمانی می‌شود (۲۶). منظور از اجتماعی شدن، کیفیت فراگیری و جذب مدل‌های جامعه از سوی اعضای یک جمع است (۳۱). رفیع‌پور منظور از اجتماعی شدن و به تبع آن جامعه‌پذیری را این می‌داند که یک انسان از بدو تولدش چگونه با جامعه و هنجارهای آن انطباق می‌یابد (۳۲). آنچه همکاری متقابل بشری را امکان‌پذیر می‌سازد، نظامی از الگوهای رفتاری مکتسب است که همه افراد متعلق به یک فرهنگ در آن سهیم‌اند (۳۳).

بر اساس تقسیم‌بندی چائو و همکارانش، جامعه‌پذیری شامل سه حیطه کلی نقش یا وظیفه فردی، اهداف سازمانی و ارزش‌های سازمانی است (۶). این سه حیطه را مشتمل بر شش بُعد خبرگی (مهارت در وظایف فردی)، افراد (همکاران در

سازمان)، سیاست، زبان، اهداف و ارزش‌های سازمانی و تاریخ دانسته‌اند (۲۹)(۳۰)(۳۴)(۳۵).

خبرگی (مهارت در وظیفه فردی): یادگیری انجام وظایف کاری مورد نیاز است (۳۴).

افراد (همکاران): یافتن شخص مناسب برای یادگیری در سازمان، گروه کاری و شغل است (۳۴).

سیاست‌های سازمان: موفقیت‌های فرد در به دست آوردن اطلاعات مرتبط با ساختار ارتباطات و قدرت کاری رسمی و غیررسمی در درون سازمان می‌باشد (۳۶).

زبان: این بُعد، دانش افراد را از زبان فنی حرفه خود از قبیل دانش اصلاحات خاص، زبان خودمانی و زبان فنی‌ای که برای سازمان منحصر به فرد است، توصیف می‌کند (۳۷).

اهداف و ارزش‌های سازمان: شفاهی، غیررسمی، تلویحی و اهداف افراد قدرتمند در سازمان است (۳۰).

تاریخ: سنت‌ها، آداب و رسوم، اسطوره‌ها و تشریفات برای انتقال دانش فرهنگی مفید است (۳۸).

مراحل جامعه‌پذیری افراد را در سازمان، آنتونی رابینز (۱) به سه مرحله پیش از ورود، رویارویی، دگرگونی یا تحول جامع تقسیم کرده است (۳۹). از دیدگاه رابینز، مدیران در فرایند جامعه‌پذیری، راهبردهای رسمی یا غیررسمی، فردی یا گروهی، با دوره زمانی ثابت یا متغیر، پیوسته یا گسسته، تأیید یا تخریب را مورد توجه قرار می‌دهند.

تعهد سازمانی: برخی پژوهشگران تعهد را دو جزء تعهد نگرش و تعهد رفتار می‌دانند. تعهد نگرشی، بیانگر درجه وفاداری به سازمان و تعهد رفتاری، بیانگر فرایند پیوند با سازمان است (۱۷).

هم‌زمان مفهوم سه عنصر دیگر برای تعهد مطرح شد و انواع تعهد را عاطفی، ادامه بقا و هنجاری برشمردند. این تعاریف مستلزم همبستگی افراد سازمان است (۱۹). تعهد سازمانی عبارت از یک حالت روان‌شناختی شرح‌دهنده رابطه یک کارمند با سازمان است که بر قصد کارمند برای حفظ مسیر ویژه از عمل که در این مورد ماندن در سازمان است اثر می‌گذارد (۲۰).

تعهد عاطفی، دلبستگی عاطفی به سازمان است (۲۱). «وابستگی احساسی کارکنان، احراز هویت و مشارکت آنها در سازمان می‌باشد»، که برخاسته از شرایط شغلی و برآورده شدن انتظارات است. تعهد ادامه بقای (مستمر) هزینه‌های متقبل شده به واسطه ترک سازمان است (۲۱). تعهد هنجاری الزام و تقید به باقی ماندن در سازمان است (۲۱). این تعهد ارزش‌های خود کارمند است (۲۰).

تعهد سازمانی فرایند مستمری است که کارکنان علاقه‌مندی خود را نسبت به سازمان و اهداف آن ابراز می‌کنند (۷). این متغیر رابطه‌ای قوی با رضایت شغلی دارد (۱۹). مطالعات نمایانگر آن است که تعهد سازمانی تأثیرات قوی روی عملکرد موفق سازمانی دارد (۲۳).

هدف اصلی پژوهش، سنجش رابطه بین دو متغیر جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی به صورت کلی می‌باشد و اهداف جزئی آن، سنجش رابطه بین

متغیر جامعه‌پذیری با هریک از عناصر تعهد سازمانی به صورت مجزا مشتمل بر تعهد مستمر، تعهد عاطفی و تعهد هنجاری است.

روش تحقیق

با توجه به آنکه هدف پژوهش، سنجش رابطه بین دو متغیر جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی با استفاده از ابزار پرسشنامه بود، روش پژوهش از نوع توصیفی و همبستگی انتخاب گردید. جامعه آماری تمامی کارکنان رسمی، پیمانی و قرارداد کار معین دو سازمان جوانان و داوطلبان جمعیت هلال‌احمر ایران در ۱۳۹۱ به تعداد ۲۲۵ نفر در نظر گرفته شد و نمونه‌ای به حجم ۱۳۴ نفر بر اساس جدول کرجسی و مورگان از بین ایشان انتخاب شد و مورد مطالعه قرار گرفت. نمونه‌گیری با روش تصادفی طبقه‌ای (از میان دو طبقه کارکنان سازمان جوانان و سازمان داوطلبان) انجام شد. ابزار گردآوری داده‌های مورد نیاز، پرسشنامه استاندارد شده تعهد سازمانی «آلن و می‌یر» با بیست و چهار گویه، همچنین پرسشنامه جامعه‌پذیری جونز با ۴۵ گویه بود. در ابتدا پرسشنامه جونز به صورت آزمایشی روی ۲۷ نفر از افراد جامعه انجام شد که در محاسبه آلفای کرونباخ ۰/۶۹ حاصل شد که به منظور دستیابی به میزان مطلوبی از پایایی با حذف یازده سؤال از شش حیطه مختلف جامعه‌پذیری، آلفای کرونباخ به ۰/۸۲ افزایش یافت و در نهایت پرسشنامه جامعه‌پذیری با ۳۴ گویه به عنوان ابزار سنجش جامعه‌پذیری ویژه جامعه مورد مطالعه پژوهش حاضر، ملاک عمل قرار گرفت. برای نمره‌گذاری پرسشنامه جونز از مقیاس فاصله‌ای و طیف هفت درجه‌ای لیکرت

شامل گزینه‌های «کاملاً مخالفم، مخالفم، تا حدودی مخالفم، تصمیم نگرفته‌ام، تا حدودی موافقم، موافقم و کاملاً موافقم» و با نسبت دادن به ترتیب نمرات یک تا هفت استفاده شد. پرسشنامه آلن و می‌یر نیز به صورت آزمایشی روی ۲۷ نفر از افراد جامعه اجرا شد که در محاسبه آلفای کرونباخ ۰/۷۸ حاصل شد؛ به منظور نمره‌گذاری پرسشنامه آلن و می‌یر از مقیاس فاصله‌ای و طیف پنج درجه‌ای لیکرت مشتمل بر گزینه‌های «کاملاً مخالفم، مخالفم، نظری ندارم، موافقم و کاملاً موافقم» و با نسبت دادن به ترتیب نمرات یک تا پنج استفاده گردید. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده، از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. برای توصیف متغیرهای جمعیت‌شناختی، روش‌های مختلف آمار توصیفی همچون جدول توزیع فراوانی، میانگین و انحراف معیار به کار گرفته شد. در بخش آمار استنباطی از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی و t تک نمونه‌ای با استفاده از محاسبه میانگین فرضی استفاده شد.

یافته‌ها

افراد مورد مطالعه، در این تحقیق ۵۳/۷۴ درصد زن و ۴۶/۲۶ درصد مرد بودند. از این تعداد، ۳/۷ درصد کارکنان دارای سطح تحصیلات زیردیپلم، ۱۷ درصد دیپلم، ۲۰/۷ فوق دیپلم، ۳۸/۵ درصد لیسانس، ۱۶/۳ درصد فوق‌لیسانس و بالاتر بودند؛ (بدون پاسخ ۳/۸ درصد).
۱۴/۱ درصد کارکنان دارای سنوات خدمت کمتر از پنج سال، ۲۵/۹ درصد کارکنان دارای سنوات خدمتی شش تا ده سال، ۲۶/۷ درصد کارکنان دارای

سنوات خدمتی یازده تا پانزده سال و ۲۰/۷ درصد کارکنان دارای سنوات خدمت شانزده تا بیست سال و ۶/۶ درصد سابقه بیست و یک تا بیست و پنج سال و ۳ درصد بیش از بیست و پنج سال سابقه کار داشتند، (بدون پاسخ ۳ درصد) و میانگین سنوات خدمت کارکنان ۱۲/۳۳ سال بود. ۱۷/۸ درصد کارکنان دارای سن تا سی سال، ۴۶/۷ درصد کارکنان سن سی و یک تا چهل سال و ۲۸/۹ درصد از کارکنان چهل تا یک تا پنجاه سال و ۲/۲ درصد از کارکنان چهل و یک تا پنجاه سال و ۴/۵۶ درصد پنجاه سال به بالا بودند، (بدون پاسخ ۵/۵۶ درصد) و میانگین سن کارکنان ۳۶/۶ سال بود. میانگین نمرات جامعه‌پذیری در نمونه مورد مطالعه ۱۴۵/۸ با انحراف استاندارد ۲۳/۴۶ محاسبه گردید. میانگین نمرات تعهد سازمانی در هر یک از ابعاد عاطفی، مستمر و هنجاری به ترتیب ۷۴/۳۶، ۲۳/۷۳ و ۲۶/۸۶ حاصل گردید.

جدول شماره ۱: خلاصه اطلاعات دموگرافیک (جنس، مدرک تحصیلی، سنوات خدمت، سن) در نمونه مورد مطالعه

درصد	تعداد	مشخصات فردی
۴۶/۲۶	۶۲	مرد
۵۳/۷۴	۷۲	زن
۳/۷	۵	زیر دیپلم
۱۷	۲۳	دیپلم
۲۰/۷	۲۸	فوق دیپلم
۳۸/۵	۵۱	لیسانس
۱۶/۳	۲۲	فوق لیسانس و بالاتر
۱۴/۱	۱۹	کمتر از ۵
۲۵/۹	۳۵	۶ تا ۱۰
۲۷/۳	۳۶	۱۱ تا ۱۵
۲۰/۱	۲۷	۱۶ تا ۲۰
۹/۶	۱۳	بیش از ۲۰
۱۷/۹	۲۴	کمتر یا مساوی ۳۰
۴۶/۲	۶۲	۳۱ تا ۴۰
۲۹/۱	۳۹	۴۱ تا ۵۰
۲/۲۴	۳	بیش از ۵۰

لازم به ذکر است موارد بدون پاسخ شامل ۳/۸ درصد در زمینه مدرک تحصیلی، ۳ درصد در زمینه سنوات خدمت و نیز ۴/۵۶ درصد در زمینه سن بودند.

نتایج آزمون t تک نمونه‌ای

جامعه مورد مطالعه به سمت گزینه تا حدودی موافقم متمایل است. با روش مشابه، به منظور بررسی گرایش پاسخ‌های جامعه به سئوالات پرسشنامه تعهد سازمانی براساس طیف پنج درجه‌ای لیکرت مشخص گردید که نظرات بخش قابل ملاحظه‌ای از جامعه مورد مطالعه به سمت میانگین فرضی جامعه متمایل است.

برای بررسی گرایش پاسخ‌های جامعه مورد مطالعه به سئوالات پرسشنامه جامعه‌پذیری بر اساس طیف هفت درجه‌ای لیکرت از آزمون t تک نمونه‌ای (40) استفاده گردید؛ برای این منظور ابتدا میانگین فرضی جامعه محاسبه گردید که برابر 136 شد و با استفاده از نرم‌افزار SPSS و آزمون t تک نمونه‌ای مشخص شد که بخش قابل توجهی از پاسخ‌های

جدول شماره 2: مجموع نمرات، میانگین نمرات، میانگین فرضی در نمونه پژوهش حاضر

مجموع نمرات جامعه‌پذیری	مجموع نمرات تعهد سازمانی	مجموع نمرات تعهد سازمانی	مجموع نمرات تعهد سازمانی
19577	9685	146/09	72/27
میانگین نمرات جامعه‌پذیری	میانگین نمرات تعهد سازمانی	میانگین فرضی نمرات تعهد	میانگین فرضی نمرات تعهد
136	72	جامعه‌پذیری	سازمانی

نتایج آزمون همبستگی

بر اساس نتایج جدول سه، ضریب همبستگی بین جامعه‌پذیری سازمانی و تمامی ابعاد تعهد سازمانی در سازمان‌های داوطلبان و جوانان هلال‌احمر معادل $r=0/166$ با سطح معناداری $sig=0/56$ است که در واقع بیانگر نبود رابطه معنادار بین این دو متغیر است و دو متغیر جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی در جامعه مورد مطالعه مستقل از یکدیگرند.

جدول شماره 3: جامعه‌پذیری سازمانی با تعهد سازمانی

متغیرها	تعداد نمونه	ضریب همبستگی	سطح معناداری
جامعه‌پذیری سازمانی تعهد سازمانی	134	0/166	0/56

بر اساس نتایج جدول چهار، ضریب همبستگی بین متغیرهای جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد مستمر در سازمان‌های داوطلبان و جوانان هلال‌احمر معادل $r=0/209$ با سطح معناداری $sig=0/016$ است. با توجه به نتایج این مطالعه می‌توان گفت بین این دو متغیر رابطه معناداری در سطح معناداری $0/05$ وجود دارد همچنین جهت رابطه بین متغیرها مثبت اما شدت رابطه ضعیف است.

جدول شماره ۴: جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد مستمر سازمانی

متغیرها	تعداد نمونه	ضریب همبستگی	سطح معناداری
جامعه‌پذیری سازمانی تعهد مستمر سازمانی	۱۳۴	۰/۲۰۹	۰/۰۱۶
رگرسیون جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد مستمر سازمانی			
ضریب رگرسیون	R Square	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد پیش‌بینی
۰/۰۹۵	۰/۰۰۹	۰/۱۵۶	۰/۴۹۳۹۰

جدول شماره ۵: جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد

عاطفی سازمانی

متغیرها	تعداد نمونه	ضریب همبستگی	سطح معناداری
جامعه‌پذیری سازمانی تعهد عاطفی سازمانی	۱۳۴	۰/۰۴۳	۰/۶۲۳

جدول شماره ۶: جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد

هنجاری سازمانی

متغیرها	تعداد نمونه	ضریب رگرسیون	سطح معناداری
جامعه‌پذیری سازمانی تعهد هنجاری سازمانی	۱۳۴	-۰/۲۷	۰/۶۲

در همین راستا، مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۱۵۶ است که نشان می‌دهد متغیر مستقل جامعه‌پذیری توانسته است ۱۵/۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته تعهد مستمر سازمانی را تبیین کند. بنابراین، مابقی این تغییرات (۸۴/۴ درصد) که به مجذور کمیت خطا (e2) معروف است، تحت تأثیر متغیرهای دیگر می‌باشد. ضریب رگرسیونی استاندارد شده برای متغیر جامعه‌پذیری (۰/۰۹۵) در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱ معنادار است. بنابراین، می‌توانیم بگوییم که متغیر جامعه‌پذیری کارکنان در جمعیت هلال‌احمر بر تعهد مستمر سازمانی آن‌ها مؤثر است.

بر اساس نتایج جدول پنج ضریب همبستگی بین متغیرهای جامعه‌پذیری سازمانی و بُعد تعهد عاطفی در سازمان‌های داوطلبان و جوانان هلال‌احمر معادل $r=0/043$ با سطح معناداری $sig=0/623$ است. با توجه به نتایج این مطالعه می‌توان گفت بین این دو

متغیر در جامعه مورد مطالعه رابطه‌ای وجود ندارد و کاملاً مستقل هستند. بر اساس نتایج جدول شش ضریب همبستگی بین متغیرهای جامعه‌پذیری سازمانی و بُعد تعهد هنجاری در سازمان‌های داوطلبان و جوانان هلال‌احمر معادل $r=0/27$ با سطح معناداری $sig=0/762$ است. نتایج حاصل از این جدول نیز دال بر این مدعاست که بین دو متغیر رابطه‌ای وجود نداشته و از هم مستقلند.

بحث

در مطالعه حاضر، نتایج حاصل از t تک نمونه‌ای بیانگر این است که جامعه‌پذیری بخش قابل ملاحظه‌ای از جامعه مورد مطالعه به سمت گزینه تا حدودی موافقم و تعهد سازمانی بخش قابل ملاحظه‌ای از جامعه مورد مطالعه به سمت نقطه پنجاه درصدی متمایل است. بین بُعد تعهد مستمر و جامعه‌پذیری کارکنان سازمان داوطلبان و جوانان

هلال‌احمر رابطه معنادار وجود دارد؛ در نتایج حاصل از پژوهش‌های مختاری‌فر، فلاوندی، شائمی و همکاران ایشان نیز این رابطه معنادار گزارش شده است. مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۱۵۶ است.

بین تعهد عاطفی و جامعه‌پذیری کارکنان سازمان داوطلبان و جوانان هلال‌احمر رابطه معناداری وجود ندارد؛ کار در جمعیت هلال‌احمر با توجه به اهداف جمعیت، ریشه در رغبت ذاتی و انگیزه درونی و نتیجتاً خدمت داوطلبانه دارد و غالب کارکنان، خدمت در سازمان‌های داوطلبان و جوانان را به صورت غیررسمی و از زمانی که در سنین پایین به عضویت سازمان جوانان درآمده و یا به منظور خدمت داوطلبانه به جمع داوطلب‌های سازمان داوطلبان پیوسته‌اند آغاز کرده‌اند و بنابراین در سال‌های خدمت غیررسمی و داوطلبانه خود تا حدود زیادی با آموزه‌ها، ارزش‌ها و فرهنگ حاکم بر جمعیت هلال‌احمر آشنا گردیده‌اند و تعهد عاطفی ایشان ریشه در خدمات غیررسمی آنان در ایام کودکی یا جوانی دارد و با جامعه‌پذیری سازمانی، که عموماً همین فرایند را از بدو ورود رسمی کارکنان به سازمان‌ها تسهیل می‌نماید، در جامعه پژوهش حاضر رابطه‌ای ندارد. تعهد عاطفی و جامعه‌پذیری سازمانی در پژوهش‌های مختاری‌فر، فلاوندی، شائمی و همکاران ایشان دارای رابطه بوده است که می‌تواند به علت تفاوت ماهیت مشاغل جوامع مورد بررسی ایشان با مشاغل هلال‌احمر باشد.

بین تعهد هنجاری و جامعه‌پذیری کارکنان سازمان‌های داوطلبان و جوانان هلال‌احمر نیز رابطه

معناداری اثبات نگردید چرا که بر اساس تعاریف تعهد هنجاری اشاره به احساس الزام به ادامه کار در یک سازمان به سبب فشار از سوی دیگران دارد، که این مقوله در مورد کارکنان هلال‌احمر صدق نمی‌کند و ایشان داوطلبانه و با میل و رغبت شخصی پا به عرصه خدمت در جمعیت گذارده‌اند. بین جامعه‌پذیری و تعهد سازمانی به صورت کلی رابطه‌ای معنادار وجود نداشت که در بررسی شائمی و همکاران در شرکت گاز کردستان معنادار گزارش شده که معناداری این ارتباط در مقایسه با جامعه پژوهش حاضر در نوع انگیزش برای کار در هر یک از این سازمان‌هاست. در جمعیت هلال‌احمر که افراد با میل و رغبت درونی و داوطلبانه به آن وارد گردیده‌اند هر یک از افراد از سازمان خود هویت گرفته و آرزو می‌کند که در عضویت آن باقی بماند بنابراین از مراحل فرایند ایجاد تعهد سازمانی مرحله پذیرش آن به سرعت طی گردیده و به دو مرحله تعیین هویت و سپس درونی شدن رسیده است؛ اما در خصوص کارکنان شرکت گاز، شخص نفوذ دیگران را می‌پذیرد زیرا می‌خواهد در قبال این پذیرش منافی مانند دریافتی بیشتر را کسب کند پس جامعه‌پذیری برای ایشان نقش مهمی را ایفا می‌کند.

نتیجه‌گیری

یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل فرضیات پژوهش، حاکی از آن است که بین جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی رابطه معناداری وجود ندارد، بنابراین فرضیه اصلی تحقیق رد می‌شود. بین بُعد تعهد مستمر و جامعه‌پذیری در کارکنان سازمان

داوطلبان و جوانان هلال‌احمر رابطه معناداری وجود دارد. به میزان اهمیت و توجه به مزایای کار در این سازمان‌ها، میزان تعهد مستمر این کارکنان نیز نسبت به این سازمان‌ها بیشتر خواهد شد بنابراین فرضیه فرعی اول تأیید می‌شود. بین تعهد عاطفی و تعهد هنجاری از ابعاد تعهد سازمانی با جامعه‌پذیری سازمانی در جمعیت هلال‌احمر نیز رابطه معنادار وجود نداشت، بنابراین فرضیه‌های فرعی دوم و سوم نیز رد می‌شوند.

پیشنهادات

به منظور تسهیل جامعه‌پذیری پیشنهاد می‌گردد:

(الف) ارزش‌ها، اهداف و دستاوردهای سازمان برای کارکنان به درستی تبیین گردد.

(ب) تعاملات گروهی از طریق رفتار صمیمانه مدیران با تمام آحاد سازمان توسعه داده شود.

برای توسعه تعهد سازمانی نیز راهکارهای زیر پیشنهاد می‌گردد:

(الف) تعهد، فرایندی تعاملی و دوطرفه است، پس مجموعه سازمان نیز باید نسبت به تک‌تک کارکنان متعهد باشد و سهم آنان را در کمک به پیشبرد اهداف سازمان به رسمیت بشناسد؛ نادیده انگاشتن نقش کارکنان در دستیابی به اهداف موجبات کاهش انگیزش و تعهد کارکنان را فراهم می‌کند.

(ب) به صورت عادلانه و برابر و نیز براساس رویه‌ها و ضوابط مشخص با کارکنان برخورد گردد و به وعده‌های داده شده جامه عمل پوشانده شود تا با وحدت رویه و عدالت در مقام عمل موجبات ارتقای تعهد سرمایه‌های انسانی سازمان فراهم شود.

(ج) به نظرات و پیشنهادات کارکنان با اشتیاق گوش فرا داده شود و جو مشارکت مؤثر افراد، با نفوذ در فرایند تصمیم‌گیری‌ها (تأمین انتظارات فردی) توسعه داده شود.

References:

1. Robbins EB. *Organizational behavior management*, Translate by Parsaeian A, Arabi M. Tehran. Institute for the Study and Research of Commercial; 1995. [In Persian]
2. Shaemi A, Asghari J. Relationship between organizational socialization and organizational commitment in Kurdistan Gas Company. *Journal of Change Management*, 2010; 3: 109-126.
3. Kazemi B, *Personnel management*. 2nd ed. Tehran: Institute for Management and Planning Study (IMPS); 2008. [In Persian]
4. Saadat E, *Human resource management*. 14 ed. Tehran. Samt; 2010 [In Persian]
5. ZareiMatin H, *Advanced organizational behavior management*. Tehran: Agah; 2011. [In Persian]
6. Hoveyda R, Mokhtarifar H, Jamshidian A. Relationship between organizational socialization and organizational commitment among secondary school teachers in Hamadan. *Journal of Applied Sociology*, 2011; 43: 63-82.
7. Hosseini SM, Mehdizadeh A. Examine the relationship between organizational commitment and performance Mazandaran Jihad. Available from: <http://www.modiryar.com/index-management/industrial/performance/27-55-03-26-02-1390-4075>. Html. Accessed May 16; 2012. [In Persian]
8. Kramer MW. *Organizational socialization: joining and leaving organizations*. 1st ed. UK: polity press; 2010
9. Alageband A. *Theoretical Foundations and Principles of Educational Management*. Fifth Edition. Tehran: Ravan Press; 2008:138-144. [In Persian]
10. Constitution of the Islamic Republic of Iran Red Crescent Society, 3rd Edition. Tehran: Office of Public Relations Red Crescent Society; 2009
11. Red Crescent Official Website Youth Organization, Available at: <http://javananhelal.ir/?p=368>
12. Raphe F, Armin A, Nakhsaz M. *Volunteering*. First ed. Tehran: Institute of applied – science & technology; 2012. [In Persian]
13. The official site of Red Crescent volunteers Available at http://vorcs.ir/index.php?option=com_content&view=article&id=14&Itemid=6
14. Yearbook of the Red Crescent Society of the Islamic Republic of Iran. Tehran: Institute of Applied – Science & Technology; 2013
15. Golypoor A. *Sociology of organizations*. 2nd ed. Tehran. Samt, 2004. [In Persian]
16. Meyer J P, Herscovitch L. Commitment in workplace: Toward a general model. *Human Resource Management Review*, 2002; 11: 299-326
17. Nahrir B, Ebadi A, Tofighy S, et al. The relationship between job satisfaction and organizational commitment of nurses in selected hospitals in Tehran. *Journal of Military Medicine*, 2002; 43: 1-25
18. Taleghani G, Divandary A, Shirmohamady M. The effect of perceived support from the organization on employee commitment and organizational performance. *Journal of Iran Management Sciences*, 2008; 16: 1-25.
19. Spector PE. *Industrial and organizational psychology research and practice*. Translate By Shahnaz Mohammadi. First Ed. Tehran. Arasbaran; 2008.
20. Meyer, J. P, Allen, N.P, and Smith, C. A. Commitments or organizational and occupation. *Journal of Applied Psychology*, ۲۰۰۷ ; Vol. 78, No.4
21. Moghimi M, Ramezan M. *Organizational behavior management, individual and group level*. 1st ed. Tehran. Rahdan; 2011. [In Persian]
22. Allen NJ, Meyer J P. The measurement and antecedents of

- affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of occupational psychology*, 1991; 63:1-180
23. Ranya N. What is organizational commitment, why should managers want it in their workforce and is there any cost effective way to secure it? SMC (Swiss Management Center) Working Paper, 2009; 5: 662-761.
24. Atashpour H, Landaran Esfehany S. Organizational socialization. *Journal of Ehya*, 2006; 20: 19-22. [In Persian]
25. Tanhayi, Hossein Abulhasan. *Introduction to Sociology theories*. Fourth Ed, Mashhad. Marandiz press; 1390
26. Nadi M, Golparvar M, Siyadat SA. Organizational socialization and job wishes in the workplace. *Journal of Applied Sociology*, 2009; 37: 159-168. [In Persian]
27. Piers S, Travrz J. *Psychology and social changes*. Translate by Madany S. 1st ed. Tehran. Danjeh, 2008
28. Karimi F. Employee's socialization and maintenance personnel. *Journal of Work and Social*, 2009; 107: 71-74. [In Persian]
29. Feldman, D.C. The multiple socialization of organization members. *Academy of Management Review*, 1981; 6(2): 309-318.
30. Schein, E. H. *Organizational culture and leadership: a Dynamic View*. San Francisco, Jossey- Bass, 1985.
31. Rocher G. *Introduction to sociology, a theoretical perspective*. Translate by Zanzanizade H. first ed. Mashhad. Ferdowsi University Press; 2000
32. Faramarz R. *The anatomy of society an introduction to applied sociology*. 2nd ed. Tehran. Beheshti University Press; 2002. [In Persian]
33. Cohen B. *Introduction to sociology*. Translate By Salaci M. Ninth ed. Tehran. Farhange Moaser Press; 2008.
34. Fisher, C. D. Organizational socialization: An integrative view. *Research in Personnel and Human Resource Management*, 1986; 4:101 – 145.
35. Chao, G. T., Oleary - Kelly, A. M., Wolf, S., Klein, H. J., & Gardner, P.D. Organizational socialization: Its content and consequences. *Journal of Applied Psychology*, 1994; 79(5), 730-743
36. Louis, M. R. Surprise and sense making: What newcomers experience in entering unfamiliar organizational settings. *Administrative Science Quarterly*, 1980; 25(2): 226-251
37. Maccoby, E. E. Socialization and development change. *Child Development*, 1984; 55 (2):317 – 328
38. Ritti, R. R., & Funkhouzer, G. R. *The ropes to skip and the ropes to know*. 3rd Ed, New York, 1987
39. Foulady, M. Culture and culture engineering. *Journal of Culture and Art*, 2008; 1: 183-220. [In Persian]
40. Habibpour K. safari shali R. *Comprehensive manual for using SPSS in survey Researches*. 3rd ed. Tehran: loyeh; 1390. [In Persian]

The relationship between socialization and organizational commitment among staff of both Volunteers & Youth Organizations in Red Crescent society of Iran

Bijan Abdollahi, PhD, Kharazmi University, Department of Educational administration, Tehran, Iran

Corresponding author: Maryam Hemmati, MA in Educational administration, Tehran, Iran **Email:**Mhemmati2007@yahoo.com

Received: August 6, 2013

Accepted: January 5, 2014

Abstract

Background: Organizational socialization considers as an important factor for new employees to adapt themselves to the organization. The major problems of the executive organizations are lack of sense of belonging to the organization and lack of sufficient accuracy on tasks. This paper aims to examine and promote the relationship between socialization and organizational commitment in both employees of Volunteers Organization and Youth Organization of Red Crescent society.

Methods: In this study, a total of 134 employees (from 225 people) employed in Volunteers Organization and Youth Organization were selected and studied by random stratified sampling according to Morgan. The data for this study was collected by Jones organizational socialization questionnaire and organizational commitment questionnaire developed by Allen and Meyer. Reliability of organizational socialization questionnaire was 0/69 through Cronbach's alpha and then was obtained 0/82 by deleting some items. Cronbach's alpha was 0/78 for organizational commitment questionnaire. Three experts were used in order to investigate the validity of the questionnaire using sample t-test. The relationship between variables was assessed by Pearson correlation and linear regression.

Findings: The results of the study indicated that there was not any relationship between socialization and organizational commitment. There was a significant positive relation between continuous commitment and socialization with a correlation coefficient of 0/209 (Sig=0/016). Coefficient of determination was also equal to 0/156; indicated that the independent variable of socialization explain 15/6% of changes in the dependent variables of the continued commitment.

Conclusion: According to the results, there was no relationship between socialization and organizational commitment. There was a weak relationship between socialization and continuous commitment. In addition, there was no relationship between socialization and affective commitment

Keywords: Organizational Socialization, Organizational Commitment, Red Crescent Society