

رابطه جامعه پذیری سازمانی و تعهد سازمانی در شرکت گاز استان کردستان

دکتر علی شائمی برزکی

استادیار دانشگاه اصفهان

ژیلا اصغری*

کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه اصفهان

چکیده

جامعه پذیری سازمانی نقش حیاتی در مراحل اولیه استخدام نقش مهمی دارد. تحقیقات نشان داده جامعه پذیری، اثرات منفی انتظارات برآورد نشده کارکنان بر اثربخشی کلی سازمانی را کاهش می دهد؛ از جمله تعهد کارکنان، مشکل اساسی بسیاری از شرکت ها است. هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی رابطه جامعه پذیری سازمانی و تعهد سازمانی در شرکت گاز استان کردستان بوده است. حجم نمونه آماری، ۱۹۰ آزمودنی بود که به شکل تصادفی ساده انتخاب شدند. برای گردآوری داده های پژوهش از دو پرسشنامه استاندارد برگرفته از مدل جامعه پذیری جونز و تعهد سازمانی آلن و می بر استفاده شد. برای روایی هر دو پرسشنامه از نظر چند تن از صاحب نظران مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی بهره گرفته شد و برای سنجش میزان پایایی نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شد، که آلفای کرونباخ برای پرسشنامه جامعه پذیری سازمانی ۰/۸۵ و تعهد سازمانی ۰/۸۲ به دست آمد. نتایج آزمون همبستگی نشان داد بین جامعه پذیری سازمانی و تعهد سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد و نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد دو روش ثابت و تأیید جامعه پذیری سازمانی، پیش بینی کننده های قوی تری برای تعهد سازمانی هستند.

کلید واژه ها: جامعه پذیری، جامعه پذیری سازمانی، روش های جامعه پذیری، تعهد سازمانی.

jila_asghari@yahoo.com

* نویسنده مسئول:

تاریخ پذیرش: ۸۹/۵/۱۹

تاریخ دریافت: ۸۸/۱۱/۱

The relationship between organizational socialization and organizational commitment in Kurdistan Province Gas Company

Ali Shaemi Barzoki

Assistant professor, Isfahan University

Jila asghari

M.A of Isfahan University

Abstract:

Organizational socialization plays a crucial role in the early stages of employment for newcomer. It has been found that socialization reduces the negative effects of unmet expectations on overall organizational effectiveness, including employee commitment – an issue that has become a new challenge for many companies. The purpose of this research is to study the relationship between the organizational socialization and the organizational commitment at Kurdistan province Gas Company. A sample of 190 was randomly selected from employees of the gas company. Two sets of questionnaires based on Jones organizational socialization and Allen & Meyer organization commitment models were used for the purpose of data collection. The questionnaires' validity was determined based on the viewpoints of organizational behavior and human resource management experts, and the reliability of both questionnaires was estimated through Cronbach's alpha coefficient that accounted for .85 and .82 respectively. The results showed that organizational socialization was significantly and directly related to organizational commitment. The Regression analysis also indicates that fixed and investiture tactics appear to be appropriate predictors for organizational commitment.

Keywords: Socialization, Organizational socialization, Socialization tactics, Organizational commitment

مقدمه

سازمان‌ها برای اداره خود به کارکنان متخصص، کاردان، کارآمد و متعهد نیازمندند. عدم احساس تعلق کارکنان به سازمان و عدم دقت کافی برای انجام وظایف از معضلات بزرگ دستگاه‌های اجرایی است. ترک خدمت، غیبت، تأخیر، عدم مشارکت و درگیری فعال نیروی کار و سطح پایین عملکرد نیروی انسانی از بارزترین نمونه‌های این معضلات به‌شمار می‌روند که با تأثیر نامطلوب خود بین نیروی انسانی و سازمان‌ها فاصله ایجاد می‌کنند. برای رفع این مشکل، ارتقاء تعهد از بهترین راه‌هاست. سازمان‌ها اغلب تلاش می‌کنند که انعطاف‌پذیری و تعهد کارکنان را از طریق تناسب شخص-سازمان که به سازگاری بین افراد و سازمان اشاره دارد توسعه دهند. جامعه

پذیری برای تناسب شخص- سازمان اساسی است، زیرا هدف اولیه جامعه پذیری، استمرار ارزش‌های اصلی و دادن یک چارچوب به کارکنان برای پاسخ به محیط کارشان و هماهنگی با کارکنان دیگر است (Jones, 1986). به اندازه ای که فرایندهای جامعه پذیری به تناسب شخص- سازمان منجر شود کارکنان با احتمال بیشتری به سازمان متعهدتر خواهند بود و ترک شغل کاهش می‌یابد که به نوبه خود باعث می‌شود که سازمان‌ها بازگشت سرمایه بیشتری را در استخدام، انتخاب و آموزش داشته باشند (Kristof, 1996). در برخی از دیدگاه‌ها، آموزش توجیهی کارکنان با فرایند جامعه پذیری، تنها به منظور انطباق دادن کارکنان تازه وارد با شغل و محیط کار، یکسان تلقی می‌شود، اما به این نکته باید توجه داشت که افراد و مشاغل به مرور زمان تغییر می‌کنند، کارکنان به سمت‌های جدید ارتقاء و یا به واحد و یا سازمان دیگری انتقال می‌یابند؛ بنابراین در هر تغییر و تحولی، کارکنان با مسأله تطبیق با شغل و محیط کار و وظایف جدید روبه‌رو هستند.

در این پژوهش بررسی رابطه جامعه پذیری سازمانی و تعهد سازمانی مد نظر است که با استفاده از مدل جونز، روش‌های جامعه پذیری سازمانی بررسی می‌شود تا بتوان از طریق نتایج و یافته‌های پژوهش به روش‌های مناسب جامعه پذیری سازمانی در جهت افزایش تعهد کارکنان شرکت گاز استان دست یافت.

جامعه پذیری سازمانی

استفاده از اصطلاح جامعه پذیری در معنای نوین آن از اواخر دهه ۱۹۳۰ و اوایل دهه ۱۹۴۰ آغاز شد. جامعه پذیری پدید آوردن نگرش‌ها، ارزش‌ها و شایستگی‌های تازه ای است که موجب پدید آمدن انگاره ذهنی شخصی و رفتارهای تازه ای می‌شود که برای ایفای نقش‌های تازه فرد، سودمند هستند. (Dolan & Schuler, 2005)

علیرغم وجود بحث‌های زیاد در رابطه با اهمیت جامعه پذیری سازمانی، بیکر (2002) با مقایسه ای در زمینه‌های مختلف روانشناسی صنعتی و سازمانی، نشان داد که جامعه پذیری سازمانی تاکنون نسبتاً نادیده گرفته شده است و تنها در دوره کوتاهی در اواسط دهه ۱۹۹۰ مورد توجه قرار گرفت. بنابراین پژوهش‌های بیشتری باید صورت گیرد تا دستیابی به جامعه پذیری سازمانی و فواید آن

برای کارکنان و کارفرمایان امکان پذیر شود (Saks & Ashforth, 1997) از جامعه پذیری سازمانی تعاریف مختلفی وجود دارد که به چند مورد آن در اینجا اشاره می‌شود:

جامعه پذیری افراد در سازمان‌ها فرایندی است که افراد ارزش‌های سازمانی، انتظارات مرتبط با رفتارهای شغلی و دانش اجتماعی لازم برای قبول نقش‌ها در سازمان را شناسایی می‌کنند و یاد می‌گیرند (Bigliardi et al., 2005).

- این فرایند شامل روش‌هایی است که سازمان‌ها برای کاهش عدم اطمینان و اضطراب مرتبط با شک

- واقعیت ورود افراد تازه وارد به یک سازمان جدید

- و دستیابی به نگرش‌ها، رفتارها و دانش ضروری، استفاده می‌کنند (Allen, 2006).

- جامعه پذیری فرایندی است که از طریق آن تازه واردها رفتارهای مناسب را یاد می‌گیرند

تا بتوانند عضوی مؤثر در سازمان باشند (Michailova & Wilson, 2008)

- خوگرفتن یا پذیرفتن و رعایت فرهنگ سازمانی را جامعه پذیری کارکنان با سازمان

می‌گویند (Robbins, 2005).

در یک جمع بندی می‌توان گفت جامعه پذیری سازمانی فرایندی است که طی آن فرد تازه

وارد ارزش‌ها، هنجارها، الگوهای رفتاری، و مقررات سازمان را برای ایفای نقش در سازمان فرا

می‌گیرد و با پذیرش هنجارها و معیارهای سازمان با آن همسو می‌شود.

مبانی نظری تحقیق

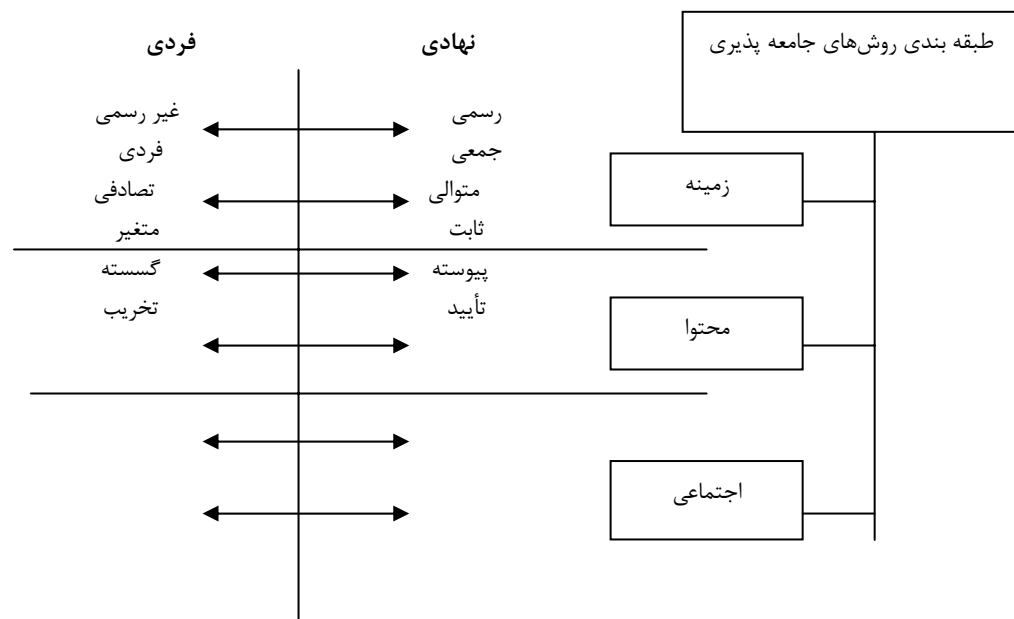
وان منن و شاین در سال ۱۹۷۹، شش روش دو قطبی را که به وسیله سازمان‌ها برای ساختاردهی جامعه پذیری تازه واردها استفاده می‌شود ارائه دادند. این مدل رشد یافته ترین و رایج ترین مدل نظری جامعه پذیری قابل آزمون است. و از جنبه نظری توضیح می‌دهد که چگونه روش‌های جامعه پذیری، یک ستاده خاص را تحت تأثیر قرار می‌دهند. بر اساس این نظریه، تازه واردها به نقش‌ها به گونه ای متفاوت پاسخ می‌دهند زیرا روش‌های جامعه پذیری که سازمان‌ها استفاده می‌کنند، اطلاعات دریافتی تازه واردها را شکل می‌دهد. مدل وان منن و شاین یک چارچوب

نظری برای مطالعات دیگر شد. در سال ۱۹۸۶ جونز، شش روش جامعه پذیری وان منن و شاین را در یک طیف قرار داد. و به دو دسته روش های جامعه پذیری نهادی^۱ و فردی^۲ تقسیم کرد. روش های نهادی شامل: روش های جمعی^۳، رسمی^۴، ثابت^۵، متوالی^۶، پیوسته^۷ و تأیید است با به کار گیری این روش ها با شروع به کار در سازمان، اطلاعاتی که عدم اطمینان واضطراب را کاهش می دهد، به تازه وارد داده می شود. روش های فردی، غیررسمی^۸، متغیر^۹، تصادفی^{۱۰}، گسسته^{۱۱} و تخریب^{۱۲} روش های فردی جامعه پذیری هستند که تازه وارد ها را به سؤال در مورد موقعیت کنونی و توسعه ی روش های انجام نقش خود تشویق می کند (Jones, Citation of Miller, 2006).

روش های نهادی جامعه پذیری

به اعتقاد جونز روش های نهادی جامعه پذیری، رضایت شغلی و تعهد سازمانی را بالا می برد و احتمال ترک شغل را کاهش می دهد (Saks et al., 2007, p.416. Miller, 2006) با توجه به اینکه در این تحقیق از روش های نهادی مدل جونز استفاده شده به توضیح این روش ها پرداخته می شود:

-
- 1- Institutional
 - 2- Individual
 - 3- Collective
 - 4- Formal
 - 5- Fixed
 - 6- Sequential
 - 7- Serial
 - 8- Investiture
 - 9- Informal
 - 10- Variable
 - 11- Random
 - 12- Disjunctive
 - 13- Divestiture



شکل ۱: طبقه بندی روش های جامعه پذیری سازمانی. (Jones, Citation of Miller, 2006, p.18)

الف) روش های جامعه پذیری مرتبط با زمینه^۱ (بافت)

این دسته از روش ها، جمعی و رسمی هستند، و بر اساس زمینه ای که سازمان ها اطلاعات را تهیه می کنند تفاوت دارند. در روش جمعی، برنامه های آموزشی که به منظور پاسخ های استاندارد به موقعیت های مختلف طراحی شده است، به تازه وارد ها داده می شود. تازه وارد ها تعامل زیادی با کارکنان با تجربه، ناظران یا حتی سرپرستان ندارند و بیشتر با تازه وارد های دیگر تعامل دارند، در نتیجه، توانایی آنها برای جستجوی اطلاعات و ایجاد روابط با این منابع محدود شده است (Van maanen & Schein, 1979). در روش جامعه پذیری جمعی، تازه وارد ها در یک گروه، بسته های آموزشی مشترکی را یاد می گیرند (Allen, 2006). روش رسمی به فرایندهایی که در آن تازه وارد از اعضای سازمانی دیگر برای یک دوره زمانی محدود به منظور شرکت در کلاسهای آموزشی جدا می شود، اشاره دارد (Ashforth et al., 2007). در این روش، زمانی که به

افراد مسئولیت‌های نقش‌های جدیدشان آموزش داده می‌شود، از افراد متصدی جدا می‌شوند (Gomez, 2009).

بر اساس مدل وان منن و شاین (1979)، روش رسمی، زمانی به کار برده می‌شود که ماهیت کار و یا محدوده‌ی ارزش‌های کاری به گونه‌ای است که ریسک بالایی را برای تازه وارد، سازمان، و یا مشتریان سازمان دارد. در روش رسمی با آموزش‌های استاندارد که بر روش‌های پذیرفته شده و مناسب برای انجام کارها توسط تازه وارد تأکید می‌شود، ریسک کاهش می‌یابد.

ب) روش‌های جامعه‌پذیری مبتنی بر محتوا^۱

محتوای جامعه‌پذیری به این که چه چیزی در فرایند جامعه‌پذیری یاد گرفته می‌شود (Chow, 1994) یا چه چیزی به تازه وارد به وسیله‌ی سازمان از طریق چرخش شغلی ابلاغ می‌شود اشاره دارد (Louis, 1980). در روش‌های ثابت و متوالی وظایف و موقعیت‌های تازه واردها در یک جدول زمانی مشخص می‌شود.

در روش متوالی اطلاعات صریح و دقیقی در رابطه با توالی فعالیت‌هایی که باید در محیط جدید انجام دهند، به تازه وارد داده می‌شود. در این استراتژی هر مرحله، مرحله قبلی را تکمیل می‌کند و بسط می‌دهد. زمانی که به تازه واردها اطلاعاتی درباره چگونگی هدایت آن‌ها از طریق سازمان داده می‌شود، تطابق بیشتری با سازمان دارند. از چون تازه واردها با ورود به محیط جدید با عدم اطمینان زیادی روبه‌رو می‌شوند و نگرانند که در این محیط چگونه می‌توانند موفق شوند، باید تناسب و سازگاری بیشتری با سازمان داشته باشند تا بتوانند عضو مفید و مؤثری در سازمان باشند. زمانی که مسیرهای شغلی آینده مشخص باشد، تازه واردها ارزش‌های سازمانی را می‌پذیرند و از آن پیروی می‌کنند (Miller, 2006).

در روش ثابت، تازه واردها اطلاعات دقیقی را در رابطه با جداول زمانی مرتبط با هر مرحله در فرایند جامعه‌پذیری دریافت می‌کنند (Gruman et al., 2006). سیستم‌های آموزشی مثال خوبی از روش‌های ثابت هستند.

به اعتقاد وان منن و شاین، روش ثابت به علت این که اطمینان را افزایش و نگرانی برای آینده را کاهش می‌دهد، می‌تواند به نوآوری در نقش منجر شود، اما چون معتقد است که اطمینان مرتبط با روش ثابت نوآوری را کاهش می‌دهد، چون اگر مسیرهای شغلی آینده افراد کاملاً مشخص باشد آنها هیچ تمایلی ندارند که با انتخاب راه حل‌های نوآورانه، خطر کنند.

ج- روش‌های جامعه‌پذیری اجتماعی

این دو روش، جنبه‌های بین فردی یا اجتماعی فرایندهای جامعه‌پذیری را منعکس می‌کنند. استراتژی جامعه‌پذیری پیوسته، اشاره دارد به اینکه آیا اعضای سازمانی با تجربه، به عنوان مدل‌های نقش، برای تازه وارد ها عمل می‌کنند (Gruman et al., 2006). مشکلی که در روش پیوسته وجود دارد این است که ارزش‌ها، عقاید، و نگرش‌های مدل نقش یا ناظر، تازه وارد را به میزان زیادی تحت تأثیر قرار می‌دهد. اگر مدل‌های نقش، انگیزه بالایی داشته باشند و خودشان نوآور نقش باشند، تازه وارد احتمالاً همان نقش را توسعه می‌دهد. در غیر این صورت، اگر مدل نقش، انگیزه بالا و تمایل به تغییر وضعیت کنونی نداشته باشد، تازه وارد گرایش به نقش متولی دارد (Jones, 1986).

در روش جامعه‌پذیری تأیید، به تجارب و هویت قبلی تازه واردها ارزش داده می‌شود و تشویق می‌شوند که از این تجارب در نقش‌های جدیدشان استفاده کنند (Gomez, 2009). در این روش، تازه وارد ها همان‌گونه که هستند پذیرفته می‌شوند، و سازمان برای تغییر تازه وارد تلاش نمی‌کند و به مهارت‌ها و ارزش‌های او به عنوان مزیت نگاه می‌کند و آن را تقویت می‌کند. به گفته ی وان منن و شاین فرایندهای تأیید، عقاید تازه وارد ها را در مورد شایستگی هایشان و خلق نوآوری تقویت می‌کند. از نظر جونز حمایت مثبت مرتبط با فرایندهای تأیید، احتمال نوآوری را در بین تازه وارد ها کاهش می‌دهد.

تعهد سازمانی

تعهد سازمانی از جمله موضوع‌های مهم در مباحث روانشناسی و سازمان است؛ زیرا شواهد نشان داده است که سطوح بالای تعهد سازمانی با عملکرد مطلوب کاری رابطه قوی دارد. به اعتقاد آلن

و میر، تعهد سازمانی یک ارتباط روانی بین کارمند و سازمان است که احتمال خروج داوطلبانه وی از سازمان را کاهش می‌دهد (Allen & Meyer, 1993).

تعهد سازمانی عبارت از حالتی است که فرد، سازمانی را معرفی خود بداند و آرزو کند در عضویت آن سازمان باقی بماند. به عبارت دیگر، تعهد سازمانی یک نگرش درباره وفاداری کارکنان به سازمان و یک فرایند مستمر است که به واسطه مشارکت افراد در تصمیمات سازمانی، توجه افراد به سازمان و موفقیت و رفاه سازمان را می‌رساند (Robbins, 2005).

در بسیاری موارد سازمان‌ها به افرادی نیاز دارند که فراتر از وظایف مقرر به نفع سازمان عمل نمایند. به ویژه در مشاغل حساس این مسئله اهمیت زیادی دارد. کوتاهی در ایجاد این وابستگی و پیوستگی در اعضای سازمان، مستلزم افزایش هزینه‌های لازم برای ایجاد سیستم‌های کنترل دقیق و پیچیده در سازمان خواهد بود. داشتن کارکنانی که ارزش‌ها و اهداف سازمان در آنها درونی شده باشد و ارزش‌ها و اهداف را متعلق به خود بدانند این اطمینان را به وجود می‌آورد که افراد باطناً در جهت تأمین منافع سازمان عمل می‌نمایند (Mowday et al., 1979).

فرایند ایجاد تعهد سازمانی

چاتمن و اریلی (1986) در مطالعات مربوط به تعهد سازمانی، سه مرحله برای ایجاد تعهد سازمانی بر شمرده‌اند:

- ۱- پذیرش: شخص در این مرحله تأثیر یا نفوذ دیگران را می‌پذیرد، زیرا می‌خواهد در قبال این پذیرش منفعی را کسب کند، مانند دریافتی بیشتر.
- ۲- تعیین هویت: در این مرحله، شخص تأثیر و نفوذ را می‌پذیرد به این دلیل که به یک رابطه مناسب و رضایت بخش برسد. در اینجا تعهد به معنی تداوم و تمایل به برقراری ارتباط با سازمان است، زیرا این ارتباط جذاب است.
- ۳- درونی شدن: مرحله سوم و پایانی، درونی شدن است. در این مرحله، شخص ارزش‌های سازمانی را مشوق و سازگار با ارزش‌های خویش می‌داند، به عبارتی دیگر، در این مرحله ارزش‌های سازمانی و فرد با هم سازگار می‌شوند.

پیامدهای تعهد سازمانی

فرهنگ در توسعه و حفظ سخت کوشی، تلاش و فداکاری بین کارکنان یک عامل اساسی است. هنگامی که انگیزه بالا برای موفقیت وجود دارد و کارکنان دارای دانش شغلی لازمند، عشق و علاقه به کار و سخت کوشی بسیار، با ارزش می شود. یکی از ویژگی های سازمان موفق، همین نیروهای انسانی فوق العاده سخت کوش و فداکار است. ویژگی های فوق که نشان دهنده تعهد فردی و متعاقب آن تعهد سازمانی است، شامل پیوستگی روحی به سازمان و وفاداری و اعتقاد به ارزش های سازمانی است.

به نظر می رسد که تعهد، در تلاشی که یک کارمند در شغلش اعمال می نماید تأثیر می گذارد و این تلاش و کوشش نیز به نوبه خود عملکرد را تحت تأثیر قرار می دهد. بر اساس تحقیقات انجام شده، شاخص های فردی و گروهی با عملکرد دارای همبستگی مثبت است؛ اما در برخی مطالعات نیز همبستگی مشاهده نشده است. مطالعاتی که همبستگی مثبتی بین تعهد و عملکرد یافته اند، عموماً در سنجش، از تعهد عاطفی استفاده کرده اند. البته این امکان نیز وجود دارد که الزام به باقی ماندن در یک سازمان منجر به الزام کمک به سازمان شود، در این صورت تعهد هنجاری نیز همبستگی مثبتی با عملکرد خواهد داشت؛ اما در هر صورت احتمال ضعیفی وجود دارد که تعهد مستمر با عملکرد، دارای همبستگی مثبت باشد (Allen & Meyer, 1993).

کناره گیری از سازمان و محیط کار در قالب رفتارهایی نظیر ترک خدمت بروز می کند. این رفتارها برای کارکنان این امکان را فراهم می آورد تا از ناخوشایندی های کار و یا مجازات هایی که در انتظار آنهاست اجتناب ورزند. بر اساس مطالعات می یو و آلن (1993) تعهد سازمانی به طور تجربی به عنوان یک عامل پیش بینی کننده ترک خدمت شناسایی شده است.

پیشینه تحقیق

با توجه به بررسی های انجام شده، تحقیق مستقیمی در ارتباط با جامعه پذیری سازمانی و تعهد سازمانی در کشور انجام نشده است اما می توان به نمونه هایی اشاره کرد که در خارج از کشور انجام شده است.

یانگ و جن (2008) در تحقیقی با عنوان "اثر جامعه پذیری اعضای جدید بر تعهد سازمانی، رضایت شغلی و گرایش به ترک شغل در صنعت هتل" که در ۶۱ هتل بین المللی در تایوان انجام

شد به این نتیجه رسیدند که جامعه پذیری سازمانی تعهد سازمانی و رضایت شغلی را افزایش می‌دهد و ترک شغل را در میان کارکنان هتل کاهش می‌دهد.

کوته (2008) در تحقیقی با عنوان "روش‌های جامعه پذیری و سازگاری مهندسان جوان با سازمان" جامعه پذیری ۱۳۵ مهندس جدید را که از روش‌های جامعه پذیری سازمانی جونز برای آنها استفاده شده است بررسی می‌کند. نتایج این تحقیق که جنسیت را به عنوان متغیر تعدیل کننده در نظر می‌گیرد، نشان می‌دهد که روش‌های جامعه پذیری به میزان زیادی وضوح نقش تازه کار، انسجام گروه کاری و سلطه‌ی شغلی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این ستاده‌های اولیه به نوبه خود به افزایش رضایت و تعهد سازمانی منجر می‌شود.

آلن (2006) در تحقیقی با عنوان "آیا روش‌های جامعه پذیری بر ترک شغل و جذب افراد تأثیر دارند؟" نمونه‌ای از کارکنان جدید یک سازمان خدماتی را انتخاب کرد. نتایج نشان داد که روش‌های جامعه پذیری سازمانی، سازمان‌ها را قادر می‌سازد که کارکنان جدید را فعالانه درگیر کار کنند. روش‌های تأیید، ثابت و جمعی رابطه‌ی مثبتی با جذب کارکنان در سازمان دارند. نتایج همچنین نشان داد که جذب شدن به کار رابطه‌ی منفی با ترک شغل دارد و روابط بین برخی از روش‌های جامعه پذیری و ترک شغل را تعدیل می‌کند.

چاو (2002) تحقیقی با عنوان "جامعه پذیری سازمانی و موفقیت‌های شغلی مدیران آسیایی" بین ۳۷۴ مدیر میانی و مدیران منابع انسانی در پنج کشور آسیایی انجام داده است. در این تحقیق دو استراتژی جامعه پذیری حمایت سازمانی درک شده و تجارب توسعه‌ای و رابطه‌ی آنها با موفقیت‌های شغلی بررسی شد، که نتایج نشان داد رابطه‌ی معنادار مثبتی بین تجارب توسعه‌ای با عملکرد، احتمال موفقیت، رضایت شغلی و تعهد سازمانی وجود دارد و در مقابل حمایت پایین درک شده سازمانی، اثربخشی این برنامه‌ها را کاهش می‌دهد.

اگزوم (1998) تحقیقی با عنوان "بررسی رابطه بین جامعه پذیری سازمان و تعهد سازمانی، رضایت شغلی و تغییر نقش" در بین دانشجویان فارغ التحصیلی که در پنج سال اول کارشان بودند، انجام داد که در این تحقیق از مدل جامعه پذیری جونز برای سنجش جامعه پذیری استفاده نموده است. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که بین چندبعد جامعه پذیری سازمانی با تعهد سازمانی و رضایت شغلی رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

گاس (1993) تحقیقی با عنوان "بررسی رابطه بین فرایند جامعه پذیری سازمانی و تعهد

سازمانی، رضایت شغلی و تغییر نقش " در بین کسانی که معلمی شغل اولشان بود و کسانی که معلمی شغل دوم آنهاست (کسانی که تجربه کاری غیر از معلمی داشتند) انجام داد. نتایجی که از هر دو گروه به دست آمد نشان داد که همبستگی قوی بین شش بعد روش‌های جامعه پذیری سازمانی و تعهد سازمانی وجود دارد.

فرضیات تحقیق

فرضیه اصلی

جامعه پذیری سازمانی با تعهد سازمانی در شرکت گاز استان کردستان رابطه دارد.

فرضیه‌های فرعی

- ۱- روش جمعی جامعه پذیری سازمانی، با تعهد سازمانی رابطه دارد.
- ۲- روش ثابت جامعه پذیری سازمانی، با تعهد سازمانی رابطه دارد.
- ۳- روش رسمی جامعه پذیری سازمانی، با تعهد سازمانی رابطه دارد.
- ۴- روش متوالی جامعه پذیری سازمانی، با تعهد سازمانی رابطه دارد.
- ۵- روش پیوسته جامعه پذیری سازمانی، با تعهد سازمانی رابطه دارد.
- ۶- روش تأیید جامعه پذیری سازمانی، با تعهد سازمانی رابطه دارد.

روش تحقیق

روش تحقیق به کار گرفته شده، تحقیق توصیفی از نوع همبستگی است. این تحقیق در شرکت گاز استان کردستان (قلمرو مکانی) و به منظور بررسی رابطه جامعه پذیری سازمانی و تعهد سازمانی (قلمرو موضوعی) انجام شد و قلمرو زمانی تحقیق نیمه اول سال ۸۸ بوده است. در این پژوهش جامعه آماری، کلیه کارکنان رسمی و پیمانی شرکت گاز استان کردستان به تعداد ۶۰۰ نفر بودند. روش و طرح نمونه گیری این پژوهش از نوع نمونه گیری تصادفی ساده است و حجم نمونه از فرمول زیر محاسبه شده است که پس از داده گذاری در فرمول، تعداد نمونه ۱۹۰ نفر به دست آمد.

$$n = \frac{N(z^2\alpha/2)\times\sigma^2}{(N-1)\varepsilon^2 + (z^2\alpha/2)\times\sigma^2}$$

در این پژوهش ابزار گردآوری اطلاعات مورد نیاز، پرسشنامه بود و جهت نمره گذاری پرسشنامه ها از مقیاس فاصله ای لیکرت شامل پنج گزینه کاملاً مخالفم، مخالفم، بینابین، موافقم و کاملاً موافقم و با نسبت دادن به ترتیب نمرات ۱ تا ۵ استفاده شده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده، از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شده است. برای توصیف متغیرهای جمعیت شناختی، روشهایی مختلف آمار توصیفی همچون جدول توزیع فراوانی مطلق، درصد و میانگین و انحراف معیار، به کار گرفته شده است و در بخش آمار استنباطی، از روش‌های آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه گام به گام و تحلیل واریانس چند متغیره (مانوا) استفاده شده است.

یافته‌های تحقیق

افراد مورد مطالعه در این پژوهش، ۱۸/۴ درصد زن و ۸۱/۶ درصد مرد بوده اند. ۱/۱ درصد کارکنان زیر دیپلم، ۲۵/۸ درصد دیپلم، ۲۹/۵ درصد فوق دیپلم، ۳۵/۸ درصد لیسانس، ۷/۹ درصد فوق لیسانس و بالاتر بودند.

۳۸/۴ درصد کارکنان دارای سابقه کمتر از ۵ سال، ۴۵/۳ درصد دارای سابقه ۵ تا ۱۰ سال، ۶/۳ درصد با سابقه ۱۰ تا ۱۵ سال، ۴/۲ درصد با سابقه ۱۵ تا ۲۰ سال و ۵/۸ با سابقه ۲۰ سال و بالاتر بودند. کار در پست فعلی ۶۶/۸ درصد کارکنان دارای سابقه کمتر از ۵ سال، ۲۸/۹ درصد کارکنان دارای سابقه ۵ تا ۱۰ سال، ۱/۲ درصد با سابقه ۱۰ تا ۱۵ سال و ۱/۲ درصد با سابقه ۱۵ تا ۲۰ سال بودند.

نتایج آزمون همبستگی

نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد بین جامعه پذیری سازمانی و تعهد سازمانی در شرکت گاز رابطه مثبت وجود دارد و این ارتباط در سطح کمتر از ۰/۰۰۱ معنادار است و ضریب همبستگی آن ۰/۵۱ است. در ضمن ضریب همبستگی بین ابعاد جامعه پذیری سازمانی و تعهد سازمانی نشان می‌دهد که بیشترین مقدار همبستگی بین روش ثابت و تعهد سازمانی با ۰/۴۷۶ مشاهده می‌شود.

کمترین میزان همبستگی نیز بین روش جمعی و تعهد سازمانی با ۰/۲۹۷ بوده است.

جدول (۱): ضرایب همبستگی بین روش‌های نهادی جامعه پذیری و تعهد سازمانی

روش‌های نهادی جامعه پذیری سازمانی						جامعه پذیری سازمانی	شاخص	متغیر
روش تأیید	روش پیوسته	روش ثابت	روش متوالی	روش رسمی	روش جمعی			
۰/۴۱۵	۰/۳۴۲	۰/۴۷۶	۰/۴۵۲	۰/۳۰۶	۰/۲۹۷	۰/۵۱۱	ضریب همبستگی پیرسون	تعهد سازمانی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری	
۱۹۰							تعداد نمونه	

جدول (۲): آزمون معناداری معادله رگرسیون

سطح معناداری	F	میانگین مجذورات	درجه آزادی	مجموع مجذورات		
۰/۰۰۰	۵۴/۹۹۸	۴۵۶۵/۱۲۰	۱	۴۵۶۵/۱۲۰	رگرسیون	گام اول
		۸۳/۰۰۵	۱۸۸	۱۵۶۰۵/۰۳	باقیمانده	
			۱۸۹	۲۰۱۷۰/۱۵	کل	
۰/۰۰۰	۳۷/۸۳۶	۲۹۰۵/۳۹۰	۲	۵۸۱۰/۷۸۰	رگرسیون	گام دوم
		۷۶/۷۸۸	۱۸۷	۱۴۳۵۹/۳۷	باقیمانده	
			۱۸۹	۲۰۱۷۰/۱۵	کل	

تحلیل رگرسیون چندگانه

آزمون معناداری معادله رگرسیون

بر اساس یافته‌های جدول ۲، F مشاهده شده در سطح $p \leq ۰/۰۵$ معنادار بوده، بنابراین معادله رگرسیون، قابل تعمیم به کل جامعه آماری است.

متغیرهای معنادار در رگرسیون چندگانه

بر اساس نتایج جدول ۳، نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه گام به گام نشان می‌دهد بهترین پیش بینی کننده‌های تعهد سازمانی، روش ثابت و تأیید جامعه پذیری سازمانی هستند. بر اساس نتایج ضریب

بتا به ازای یک واحد افزایش در روش ثابت جامعه پذیری سازمانی، میزان تعهد سازمانی ۰/۳۷۰ واحد و به ازای یک واحد افزایش در روش تأیید جامعه پذیری سازمانی میزان تعهد سازمانی ۰/۲۷۰ واحد افزایش می‌یابد. همان طور که در جدول مشاهده می‌شود، معادله رگرسیون به صورت زیر است:

$$y = ۳۳/۸۸۳ + ۱/۴۰۵ (\text{روش ثابت}) + ۰/۸۵۸ (\text{روش تأیید})$$

جدول (۳): متغیرهای معنادار در رگرسیون چندگانه

سطح معناداری	t	ضرایب غیر استاندارد		ضریب ثابت	گام اول
		ضریب استاندارد	خطای استاندارد		
۰/۰۰۰	۱۴/۲۸۹		۲/۸۹۳	۴۱/۳۳۲	ضریب ثابت
۰/۰۰۰	۷/۴۱۶	۰/۴۷۶	۰/۲۴۴	۱/۸۰۸	روش ثابت
۰/۰۰۰	۱۰/۱۴۱		۳/۳۴۱	۳۳/۸۸۳	ضریب ثابت
۰/۰۰۰	۵/۵۱۰	۰/۳۷۰	۰/۲۵۵	۱/۴۰۵	روش ثابت
۰/۰۰۰	۴/۰۲۸	۰/۲۷۰	۰/۲۱۳	۰/۸۵۸	روش تأیید

متغیرهای غیر معنادار در معادله رگرسیون

بر اساس یافته‌های جدول ۴، رابطه بین روش جمعی، روش رسمی، روش پیوسته و روش متوالی با تعهد سازمانی در رگرسیون، معنادار نبوده است، بنابراین متغیرهای بالا قدرت پیش بینی تعهد سازمانی را ندارند.

جدول (۴): متغیرهای غیر معنادار در معادله رگرسیون

همبستگی جزئی	سطح معناداری	t	بتا	روش	گام اول
۰/۱۶۸	۰/۰۲۱	۲/۳۳	۰/۱۵۶	روش جمعی	گام اول
۰/۲۳۷	۰/۰۰۱	۳/۳۳	۰/۲۱۳	روش رسمی	
۰/۲۵۹	۰/۰۰۱	۳/۶۷	۰/۲۷۳	روش متوالی	
۰/۱۳۹	۰/۰۵۶	۱/۹۳	۰/۱۴۱	روش پیوسته	
۰/۲۸۳	۰/۰۰۰	۴/۰۳	۰/۲۷۰	روش تأیید	
۰/۰۵۸	۰/۴۳	۰/۷۹	۰/۰۵۷	روش جمعی	گام دوم
۰/۱۴۱	۰/۰۵۴	۱/۹۴	۰/۱۳۳	روش رسمی	
۰/۱۳۰	۰/۰۷۶	۰/۷۹	۰/۱۵۷	روش متوالی	
۰/۰۰۷	۰/۹۲۵	۰/۰۹	۰/۰۰۸	روش پیوسته	

یافته‌های جانبی تحقیق

نتایج تحلیل واریانس چند متغیره (مانوا) نشان داد که رابطه روش جمعی بر حسب جنسیت، روش ثابت، متوالی، پیوسته و تأیید بر حسب مدرک تحصیلی، روش جمعی، رسمی، متوالی و پیوسته بر حسب سابقه کار در سازمان و روش جمعی و رسمی بر حسب سابقه کار در پست فعلی در سطح $p \leq 0/05$ معنادار است.

نتیجه گیری

یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل فرضیات پژوهش، حاکی از آن است که بین جامعه پذیری سازمانی و تعهد سازمانی همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد. بنابراین، فرضیه اصلی تحقیق تأیید شده است. تحقیقات پژوهشگران دیگر، چون (آلن و می‌یر، ۱۹۹۰؛ باور و گرین، ۱۹۹۸؛ مجور^۱ و همکاران، ۱۹۹۵، همچنین نشان داده که جامعه پذیری موفق تعهد سازمانی را بهبود می‌دهد. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که روش‌های ثابت و تأیید، پیش‌بینی‌کننده‌های قوی تری برای تعهد سازمانی کارکنان هستند. در میان این دو روش، روش ثابت جامعه‌پذیری، پیش‌بینی‌کننده قوی تری برای تعهد سازمانی است. این نتیجه ممکن است در بسیاری از سازمان‌های دولتی ما رخ دهد. زیرا یکی از اصول موجود در سازمان‌های ما این است که ترجیح می‌دهند، افرادی را استخدام کنند که دقیقاً آنچه را سازمان از آنها می‌خواهد انجام دهند. لذا افراد به دلیل عدم اطمینان از بازار کار و برای این که بتوانند موقعیت شغلی خود را حفظ کنند، ترجیح می‌دهند اطلاعات دقیقی در رابطه با روش انجام کارشان در اختیار آنها قرار داده شود تا بتوانند به درستی و آنگونه که سازمان می‌خواهد وظایفشان را انجام دهند. نباید فراموش کرد که عدم تأمین انتظارات تازه واردان درباره شغلشان مشکل ساز می‌شود و منطقی نیست که انتظار داشته باشیم کارکنان، همه استانداردها و هنجارهای سازمان را قبول داشته باشند، زیرا در صورت پذیرش تمام و کمال سازمان از سوی افراد، ممکن است سازمان به یک سازمان راکد و بی تفاوت تبدیل گردد. با توجه به نتایج این تحقیق، روش تأیید، روش پیش‌بینی‌کننده خوبی برای تعهد سازمانی است. این گونه

به نظر می‌رسد که هنوز در سازمان‌های ایران، افراد به کارهایی گمارده می‌شوند که در تخصص آنها نیست و یا توانایی انجام آن را ندارند، به همین دلیل ممکن است از شغل خود ناراضی باشند و فقط به این خاطر که مجبورند، در شغلشان باقی مانده باشند. در واقع این افراد هیچ تعهدی نسبت به سازمان و اهدافش ندارند؛ لذا اگر سازمان‌ها سعی کنند به تواناییها و تخصص‌های افراد توجه داشته باشند و در جای مناسب از آن‌ها استفاده کنند، باعث می‌شود که افراد رضایت و تعهد بیشتری سازمان داشته باشند. علاوه بر این چون متغیرهای جمعیت شناختی روش‌های جامعه پذیری را تحت تأثیر قرار می‌دهند، لازم است که سازمان‌ها به این متغیرها توجه داشته باشند تا بتوانند از روشی مناسب و کارا جهت آشناسازی کارکنان خود با سازمان استفاده نمایند. با توجه به نتایج به دست آمده از این پژوهش برای شرکت گاز، مدیران شرکت می‌توانند از نتایج این پژوهش بهره گرفته، و در استخدام افراد تازه وارد و یا انتقال داخل سازمانی کارکنان از دو روش ثابت و تأیید که کارایی بیشتری دارد، برای دستیابی به اهداف سازمان استفاده نمایند. نکته قابل توجه، صلاحیت فرد برای احراز شغل است که این موضوع ضمن فرآیند گزینش و انتخاب، تعیین و محرز می‌گردد. در واقع هدف گزینش افراد این است که سازمان اطمینان یابد افراد شایسته در پست‌های ذیربط و مناسب قرار گیرند، بنابراین آن چه بعد از ورود فرد به سازمان رخ می‌دهد، تغییرات جزئی و ظریفی است که باید در فرد به وجود آید تا بهتر بتواند خود را با سازمان وفق دهد. آموزش توجیهی کارکنان و اجتماعی شدن آنان موجب کاهش ابهام برای آن‌ها می‌شود و کارکنان به خاطر آگاهی از انتظاری که سازمان از آنان دارد، احساس امنیت بیشتری می‌کنند. همچنین جامعه پذیری، تعارض‌ها، نیاز به سرپرستی مستقیم و مراقبت‌های مدیریتی را کاهش می‌دهد.

References

- 1- Dolan, S. E, and Schuler, R. S. (2005). **Human resource and personnel management**. (Translator, mohamad saebi and mohamad ali tosi). 7th Edition. Tehran: Education Center of Centennial Management.
- 2- State Centennial
- 3- Robbins, S. P. (2005). **Organizational behavior** .(Translator, Ali Parsaeian and Mohamad Earabi). 10th Edition. Bureau of Cultural Research.
- 4- Allen, D. G. (2006). **Do organizational socialization tactics influence newcomer embeddedness and turnover?** Journal of Management. Vol. 32,

- No.2, pp.237- 256.
- 5- Ashforth, B. E. Sluss, D. M. and Saks, A. M. (2007). **Socialization tactics, proactive behavior, and newcomer learning**: Integrating socialization models. *Journal of Vocational Behavior*. Vol.70, pp.447-462.
 - 6- Baker, W. K. (1995). **A reanalysis and reinterpretation using structural equation modeling**. *Human Relations*, Vol.48, pp.169-186.
 - 7- Bigliardi, B. Petroni, A. and Dormio, A. I. (2005). **Organizational socialization, career aspirations and turnover intentions among design engineers**. *Journal of Leadership & Organization Development*. Vol.26, No.6, pp.424-441
 - 8- Chow, I. (2002). **Organizational socialization and career success of Asian managers**. *The International Journal of Human Resource Management*. Vol.13, No.4, pp.720-737.
 - 9- Davia, G. A. (2006). **Do organizational socialization tactics influence newcomer embeddedness and turnover?** *Journal of Management*. Vol.32, No.2, pp.237-256.
 - 10- Exum, M. E. (1998). **An examination of the relationship between organizational socialization and the organizational commitment, job satisfaction, and role orientation of new student affairs professionals**. Dissertation for the Degree Doctor of Philosophy. Ohio University.
 - 11- Gomez, L. F. (2009). **Time to socialize: Organizational socialization structures and temporality**. *Journal of Business Communication*. Vol.46, No.2, pp.179-207.
 - 12- Gruman, j. A. Saks, A. M. and Zweig, D. I. (2006). **Organizational socialization tactics and newcomer proactive behaviors**: An integrative study. *Journal of Vocational Behavior*. Vol.69, pp.90-104.
 - 13- Geuss, R.R. (1993). **Organizational socialization of first and second career teacher**: A survey of selected outcomes. Dissertation Abstracts International. University Microfilm No.
 - 14- Jones, G. R. (1986). **Socialization tactics, self-efficacy and newcomers adjustments to organizations**. *Academy of Management Journal*, Vol.29, No.2, pp.262-279.
 - 15- Kowtha, N. R. (2008). **Engineering the engineers**: Socialization tactics and new engineer adjustment in organizations. *Academic Journal*. Vol.55, No.1, pp.67- 81.
 - 16- Kristof, A. L. (1996). **Person- organization fit**: An integrative review of its conceptualizations, measurement, and implications. *Personnel Psychology*. Vol.49, No.1, pp.1-49.
 - 17- Louis, M. R. (1990). **Acculturation in the workplace**: Newcomers as lay ethnographers. In *organizational Climate and Culture*. (Ed. B. Schneider), San Francisco. CA: Jossey-Bass, pp.85-129.
 - 18- Meyer, J. P, Allen, N.P, and Smith, C. A. (1993). **Commitments or organizational and occupation**. *Journal of Applied Psychology*. Vol.78,

- No.4.
- 19- Michailova, S. and Wilson, H.I.M. (2008). **Small firm internalization through experiential learning:** The moderating role of socialization tactics. *Journal of World Business*. Vol.43, pp.243-254.
 - 20- Miller, A. E. (2006). **Assessing his relationship between organizational socializational socialization tactics and culture in high technology organizations.** The University of Alabama in Huntsville
 - 21- Mowday, R. T. Steers, R.M. and Porter, L. M. (1979). **The measurement of organizational commitment.** *Journal of Vocational Behavior*. Vol.14, No.2, pp.224–247.
 - 22- O'Reilly, C.A. J. A. Chatman, and D.F. Caldwell. (1991). **People and organizational culture:** A profile comparison approach to assessing person-organization fit. *Academy of Management Journal*. Vol .34, No.3, pp. 487-516.
 - 23- Quaglia, R. (1989). **Socialization of the beginning teacher:** A theoretical model from the empirical literature. *Research in Rural Education*. Vol.5, pp.1-7.
 - 24- Robbins, Stephen p. (2005). **Organizational behavior.** (Eleventh ed), Prentice- Hall of India.
 - 25- Saks, A. M. Uggerslev, K. L.and Fassina, N. E. (2007). **Socialization tactics and newcomer adjustment:** A meta-analytic review and test of a model. *Journal of Vocational Behavior*. Vol.70, pp.413-446.
 - 26- Saks, A. M. and Ashforth, B. E. (1997). **Organizational socialization: making sense of the past and present as a prologue for the future.** *Journal of Vocational Behavior*. Vol.51, pp. 234 – 379.
 - 27- Van Maanen, J. and Schein, E. (1979). **Toward a theory of organizational socialization.** In L.L.Cummings, & B. Staw(Eds). *Research in Organizational Behavior*. Vol.1, pp.209-264.
 - 28- Yang, J. (2008). **Effect of newcomer socialisation on organizational commitment, job satisfaction, and turnover intention in the hotel industry.** *Service Industries Journal*, Vol. 28, No.4, pp.429-443.