فرهنگ در دانشگاه اسلامی 30 / سال نهم، شماره اول / بهار 1398
Culture in The Islamic University, 2019 (Spring) 30 , Vol. 9, No.1

واکاوی تأثیر عدالت و مسئولیت اجتماعی و بازاریابی داخلی در دانشگاه اسلامی بر تمایل به ترک شغل با تأکید بر نقش تعهد

(مورد مطالعه: دانشگاه یزد) ◈

امیررضا کنجکاو منفرد [1]
محمد غفاری [۲]

چکیده

هدف: هدف از پژوهش حاضر تبیین تأثیر مسئولیت اجتماعی، بازاریابی داخلی و عدالت سازمانی بر تمایل به ترک شغل کارکنان دانشگاه با تأکید بر نقش تعهد سازمانی بود. ***روش:*** پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی است. جامعهٔ پژوهش را کارکنان دانشگاه دولتی یزد تشکیل می‌دهند. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. به دلیل مشخص بودن حجم جامعه، برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده و حجم نمونه 300 نفر تعیین شد. برای جمع‌آوری داده از پرسشنامه استفاده شده است. ***یافته‌ها:*** روایی و پایایی پرسشنامه به ترتیب به وسیلهٔ روایی محتوایی، متوسط واریانس استخراج شده، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بررسی شد. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش و بررسی مدل مفهومی، از روشهای آمار استنباطی و مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از روش حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. اطلاعات به دست آمده، توسط نرم‌افزار اس.پی.اس.اس و پی.ال.اس تجزیه تحلیل شد. ***نتیجه‌گیری:*** مهم‌ترین نتایج پژوهش نشان داد که مسئولیت اجتماعی، بازاریابی داخلی و عدالت سازمانی بر تمایل به ترک شغل و تعهد سازمانی کارکنان تأثیر معناداری دارد.

واژگان کلیدی: مسئولیت اجتماعی، بازاریابی داخلی، عدالت سازمانی، تمایل به ترک شغل.

◈ دریافت مقاله: 97/04/16؛ تصویب نهایی: 97/11/14 .

1. دکترای مدیریت بازرگانی، استادیار دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری دانشگاه یزد. یزد، ایران(نویسنده مسئول)/ نشانی: یزد، دانشگاه یزد، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری/ نمابر: 03538209831 / *Email: monfared@yazd.ac.ir*.
2. دکترای مدیریت بازرگانی، استادیار دانشکده مدیریت و حسابداری پردیس فارابی دانشگاه تهران. قم، ایران.

Archive of SID
www.SID.ir

الف) مقدمه

در دیدگاههای اسلامی به کار، به عنوان فعالیت حتمی و الزامی و فضیلت و تقوا توجه شده و منبع قابل توجهی برای استقلال فرد و در بر دارندهٔ معانی رشد شخصی، عزت نفس، رضایت و خود شکوفایی وی به شمار می‌رود(میرزایی توکلی و شریعتمداری، 1394). برای پیشرفت و رشد یک کشور در همهٔ زمینه‌ها، به خصوص آموزش عالی، ابتدا باید از نیروی انسانی سالم، متفکر و خلاق استفاده کرد(رحیمیان، 1386). از سوی دیگر، خروج نیروها از سطوح گوناگون سازمانی به دلایل مختلف اجتناب ناپذیر است(سعیدا و منفرد، 2011). لذا بررسی عوامل تأثیرگذار بر تمایل به ترک کارکنان بسیار ضروری به نظر می‌رسد.

یکی از مفاهیم مطرح در زمینهٔ سرمایهٔ انسانی و توجه به ارزشها و نگرشهای افراد سازمان، بحث تعهد سازمانی است. تعهد سازمانی به احساس کارکنان و سطح دلبستگی آنان به سازمان خود اشاره دارد(بارتلت،[1] 2014). عوامل مختلفی بر تعهد سازمانی کارکنان تأثیرگذارند که یکی از آنها بازاریابی داخلی است. بازاریابی داخلی کوشش سازمان برای آموزش و پاداش و به طور کلی، مدیریت نیروهای انسانی برای ارائهٔ خدمات بهتر است(کوپر و کرونین،[2] 2015). بازاریابی داخلی از طریق نفوذ و ایجاد انگیزه در کارکنان، رقابت‌پذیری سازمان را بهبود بخشیده، شایستگی‌ها را ارتقا می‌دهد(احمد و رفیق،[3] 2003). از سوی دیگر، از دانشگاهها انتظار می‌رود فراتر از آموزش و پژوهش فعالیت کنند و افزایش رفاه جامعه را در اولویت قرار دهند.

ترک شغل کارکنان عامل دیگری است که به اشکال مختلفی پویایی نیروی کار و سرنوشت نهایی یک سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. اهمیت این موضوع به لحاظ ابعاد روان‌شناختی، اهمیت سازمانی و پیامدهای اقتصادی آن است(استافیلیچ،[4] 2016). از جمله مهم‌ترین عوامل موثر بر قصد ترک شغل، مفهوم عدالت سازمانی است. کارکنانی که چنین ادراک می‌کنند که رویّه‌های تصمیم‌گیری منصفانه است و تخصیص پاداشها به گونه‌ای عادلانه صورت می‌گیرد، به میزان بیشتری تمایل دارند به کار خود در سازمان فعلی ادامه دهند.(روبین،[5] 2013)

یکی از چالشهای دانشگاه یزد در دههٔ چهارم چرخهٔ حیاتش، مواجه شدن با سیل عظیمی از بازنشستگان یا ترک شغل برخی از کارکنان است. از طرفی، عدم وجود سازوکارهای جذب نیروی انسانی به دلیل سیاستهای کلان، مشکلات دو چندانی را برای دانشگاه به وجود آورده است. بنابر این، به نظر می‌رسد یکی از روندهای مناسب برای مواجه شدن با این چالش، برنامه‌ریزی نیروی انسانی باشد. دانشگاه یزد به عنوان

---

1. Bartlett
2. Cooper & Cronin
3. Ahmed & Rafiq
4. Staffelbach
5. Rubin

Archive of SID

www.SID.ir

یکی از مراکز اصلی کشور، نیاز اساسی به پرورش نیروها و کارکنان خلاق دارد تا بتواند پاسخگوی نیازهای مشتریان اصلی خود(دانشجویان) باشد. در این راستا، شناسایی عواملی که بتواند باعث افزایش تعهد کارکنان و کاهش تمایل به ترک شغل آنان شود، می‌تواند رسیدن به این مهم را محقق سازد. با توجه به مطالب ذکر شده، محققان در این پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤال‌اند که مسئولیت اجتماعی، بازاریابی داخلی و عدالت سازمانی در دانشگاه یزد چه تأثیری بر تمایل به ترک شغل دارد. طی بررسی این تأثیر، نقش تعهد سازمانی نیز بررسی می‌شود.

ب) مبانی نظری و پیشینهٔ پژوهش

از آنجا که هدف این پژوهش بررسی نقش مسئولیت اجتماعی، بازاریابی داخلی و عدالت سازمانی بر تمایل به ترک شغل در دانشگاه یزد است در ادامه به بررسی پیشینهٔ پژوهش در این حوزه پرداخته و در نهایت بر اساس مطالعه مبانی نظری مدل پژوهش ارائه شده است.

1. مسئولیت اجتماعی و تعهد سازمانی

پژوهشگران استدلال می‌کنند سازمانهای بزرگ نه تنها برای پاسخگویی به نیازهای سهامداران، بلکه برای تأمین نیازهای اقشار مختلف جامعه باید مسئولیت اجتماعی را به عنوان کلید راهبردی در سازمان گسترش دهند(جیول،[1] 2017). در سالهای اخیر، اهمیت بحث مسئولیت اجتماعی شرکت روز به روز بیشتر شده است؛ به طوری که امروزه از آن به عنوان یک اولویت اصلی برای شرکتها یاد می‌کنند(فریمن و هسنائویی،[2] 2011). از طرفی، تأکیدات آموزه‌های دینی حاکم بر جامعه نسبت به مباحثی مانند سلامت انسان، حفظ محیط زیست و رعایت مسائل انسانی و ارزشی که از جمله مباحث مهم در بحث مسئولیت اجتماعی شرکتهاست، توجه هر انسان پایبند به آموزه‌های دینی را به خود جلب می‌کند. بر پایهٔ پژوهشی در دانشگاه رازی کرمانشاه، گزارش شد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی دارد. در واقع؛ ایجاد شبکه‌ها و مجاری ارتباطی و زمینه‌سازی بستری که منجر به افزایش مسئولیت‌پذیری کارکنان شود، می‌تواند در افزایش تعهد سازمانی کارکنان مؤثر واقع شود(اردلان و همکاران، 1394). نتایج بررسی‌های هردت[3] و همکاران(2009) نیز نشان داد که مسئولیت پذیری اجتماعی بر تعهد سازمانی تأثیرگذار است. بر این اساس می‌توان گفت که مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی تأثیرگذار است.

فرضیهٔ 1: مسئولیت اجتماعی تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی دارد.

---

1. Givel
2. Freeman & Hasnaoui
3. Hardt

Archive of SID

www.SID.ir

2. بازاریابی داخلی و تعهد سازمانی

تفکر اساسی بازاریابی داخلی بر این اصل بنا شده که ارائهٔ خدمات مؤثر، مستلزم داشتن کارمندان با انگیزه و مطّلع از نیازهای مشتریان است. در واقع؛ در قلب بازاریابی داخلی این مفهوم نهفته است که کارمندان شکل‌دهندهٔ اصلی بازار داخلی هر سازمان‌اند. یحیی‌زاده‌فر و همکاران(1391) در پژوهشی به بررسی تأثیرگرایش به بازاریابی داخلی بر عملکرد سازمانی در دانشگاه مازندران پرداختند. نتایج این مطالعه که بین اعضای هیئت علمی و کارشناسان 11 دانشکدهٔ فعال در دانشگاه مازندران انجام گرفت، نشان داد که گرایش به بازاریابی داخلی بر عملکرد و رفتار شهروندی سازمانی در دانشگاه تأثیر مثبت و معناداری دارد. نتایج مطالعات فرخی و همکاران(1391) نشان داد که بازاریابی داخلی و مؤلفه‌های آن، تأثیر مثبت و معنادار بر اثربخشی کار گروهی در آموزش‌عالی دارد. بر این اساس، استفاده از راهبردهای بازاریابی داخلی مؤثر می‌تواند تعهد سازمانی را بهبود بخشد و باعث حفظ کارکنان شود. موفقیت فعالیتهای بازاریابی داخلی مستلزم برخورداری کارکنان از نگرشهای شغلی مثبت، مانند تعهد سازمانی و انگیزهٔ کاری و رضایت شغلی است(امیرکبیری و همکاران، 2013). فعالیتهای بازاریابی داخلی موجب افزایش رضایت کاری کارکنان شده که به دنبال آن اعضای تیمهای کاری نقش مثبت بیشتری در اجرای وظایف سازمانی خواهند داشت(کاروئانا و کالیا،[1] 1998) و در نتیجه، تعهد سازمانی افزایش می‌یابد.

فرضیهٔ 2: بازاریابی داخلی تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی دارد.

3. عدالت سازمانی و تعهد سازمانی

اندیشمندان اسلامی همواره به بحث دربارهٔ عدالت پرداخته‌اند. استاد مطهری در یکی از یادداشتهای خود، مهم‌ترین مباحث عدل را این امور می‌داند: 1. تعریف عدالت؛ 2. اقسام عدالت(روحی، جسمی و مزاجی، اجتماعی)؛ 3. اسباب عدالت اجتماعی(قانون خوب، اجرای مجریان، رشد عمومی)؛ 4. آثار عدالت(تعادل فکری و اخلاقی و عملی و آسایش روحی)(اکبری و همکاران، 1393). عدالت سازمانی ساختاری چند وجهی شامل سه بُعد عدالت توزیعی، عدالت رویّه‌ای و عدالت تعاملی است(هامبورگ و فورست،[2] 2015). در مفهوم عدالت سازمانی، عدالت توزیعی به درجه‌ای اشاره دارد که کارکنان در رویارویی با وظایف خود احساس می‌کنند با آنها منصفانه رفتار شده است. عدالت رویّه‌ای اشاره به عدالت درک شده از سیاستها و خط مشی‌هایی دارد که توسط سازمان انجام می‌شود؛ در حالی که عدالت تعاملی اشاره به رفتار منصفانهٔ مدیران با کارکنان مختلف خود دارد(وورس و برادی،[3] 2005). در تحقیق قمری(1390) مشخص شد بین رضایت شغلی و

1. *Caruana & Calleya*
2. *Homburg & Furst*
3. *Voorhees and Brady*

Archive of SID

www.SID.ir

تعهد سازمانی اعضای هیئت علمی و کارکنان رابطهٔ مثبت وجود دارد. بنابر این، از آنجا که رضایت شغلی یک از پیامدهای عدالت سازمانی است، می‌توان گفت که عدالت بر تعهد تأثیرگذار است. بر اساس یافته‌های مذکور می‌توان گفت که عدالت سازمانی تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی دارد.

فرضیهٔ 3: عدالت سازمانی تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی دارد.

4. مسئولیت اجتماعی، عدالت سازمانی و تمایل به ترک شغل

حسان[1] (2010) نشان داد کارکنان حرفه‌ای برای تعیین جایگاه و موقعیت خود در سازمان، بر تجارب خود از ادراک عدالت سازمانی تکیه می‌کنند و ادراک افراد از سطح عدالت سازمانی بر میزان همانندسازی آنان با سازمان می‌افزاید. کارکنانی که چنین ادراک می‌کنند که رویّه‌های تصمیم‌گیری منصفانه است و تخصیص پاداشها و مزایا به گونه‌ای عادلانه صورت می‌گیرد، به میزان بیشتری تمایل دارند تا به کار خود در سازمان فعلی ادامه دهند(روین، 2009). با این وجود، در پژوهشهای دیگری این مسئله نشان داده شده که رابطهٔ این سازه‌ها با یکدیگر به طور مستقیم نبوده و نگرشهای کارکنان نسبت به موقعیت فعلی شغل و سازمان در این رابطه نقش میانجی را ایفا می‌کند(ایمبرلند و روندمو،[2] 2010). افراد، تحت تأثیر انصاف موجود در تخصیص پاداشها و رویّه‌های سازمان، ارزشها و اولویتهای گروه را مرجح‌تر از خواسته‌های شخصی خود دانسته، از سازمان و تصمیمات مدیریت ارشد تأثیر می‌پذیرند و به آن اعتماد خواهند داشت و این امر منجر به کاهش تمایل به ترک سازمان در کارکنان می‌شود(بروکنر[3] و همکاران، 2007). بر این اساس، فرضیه‌های ذیل ارائه شده است:

فرضیهٔ 4: عدالت سازمانی تأثیر معناداری بر تمایل به ترک شغل دارد.

فرضیهٔ 5: مسئولیت اجتماعی تأثیر معناداری بر تمایل به ترک شغل دارد.

5. تعهد سازمانی و تمایل به ترک شغل

دلایل ایجاد قصد ترک شغل در میان کارکنان را می‌توان به سه دسته عوامل مرتبط به کار(شامل ادراکها و نگرشهای افراد از درآمد، عملکرد، خشنودی شغلی و تعهد به سازمان)، عوامل شخصی(ویژگی‌های جمعیت شناختی همچون سن، جنس و..) و عوامل بیرونی(شرایط حاکم بر بازار) طبقه‌بندی کرد(مینور[4] و همکاران، 2011). رستگار و فارسی‌زاده(1393) طی پژوهشی به بررسی اثر تعدیلی تناسب فرد- سازمان بر رابطهٔ میان تعهد سازمانی و تمایل به ترک و جابه‌جایی شغل کارکنان دانشگاه شهید چمران اهواز پرداختند. نتایج

1. *Hassan*
2. *Emberland & Rundmo*
3. *Brockner*
4. *Minor*

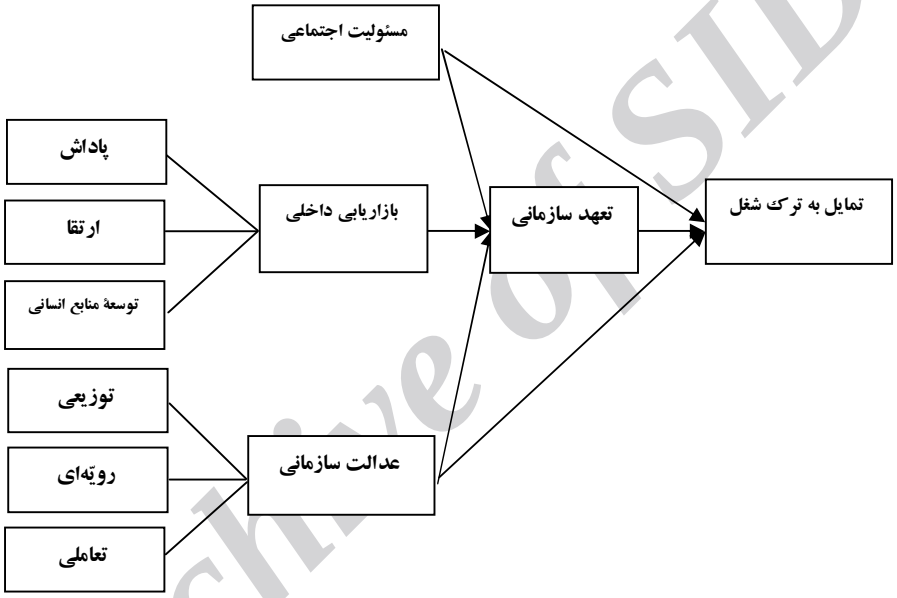
Archive of SID

www.SID.ir

به دست آمده بیانگر اثر تعدیلی تناسب فرد- سازمان بر رابطهٔ میان تعهد سازمانی و تمایل به ترک و جابه‌جایی شغل بود. بنابر این می‌توان گفت که تعهد سازمانی بر تمایل به ترک شغل تأثیرگذار است.

فرضیهٔ 6: تعهد سازمانی تأثیر معناداری بر تمایل به ترک شغل دارد.

پس از بررسی مبانی نظری، باید مدل مفهومی طراحی شود. تدوین چارچوب یا مدل مفهومی به پژوهشگر کمک می‌کند برای بهبود شناخت خود از پویایی‌های وضعیت، روابط خاصی را بررسی کند. بنابر این، مدل نظری پژوهش در شکل 1 نشان داده شده است.



شکل 1: مدل مفهومی

ج) روش تحقیق

این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی است. برای گردآوری داده‌ها از دو روش استفاده شده است؛ نخست، روش کتابخانه‌ای: برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به ادبیات موضوع و پیشینهٔ تحقیق از منابع کتابخانه‌ای و اطلاعات موجود پایگاههای اطلاعاتی استفاده شد. دوم، روش میدانی: با استفاده از پرسشنامه و توزیع آن بین نمونهٔ آماری، اطلاعات مدّ نظر محقق جمع‌آوری شد. جامعهٔ آماری این پژوهش، کارکنان دانشگاه دولتی یزد هستند که بر اساس فرمون کوکران 300 نفر از آنان با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش معادلات ساختاری

Archive of SID

www.SID.ir

مبتنی بر روش حداقل مربعات جزیی استفاده شده است. بدین منظور از نرم‌افزارهای اس.پی.اس.اس و اسمارت پی.ال.اس استفاده شد. در این پژوهش از پرسشنامهٔ حاوی 40 گویه با پاسخگویی بر اساس طیف لیکرت به عنوان ابزار اصلی گردآوری داده‌ها استفاده شده است. جزییات مربوط به سازه‌ها و متغیّرهای پرسشنامه در جدول 1 ارائه شده است.

جدول1: شرح پرسشنامهٔ پژوهش

سازه	تعداد سنجه	منبع
تمایل به ترک شغل	5	Elci & et al., 2015
تعهد سازمانی	9	Kim & et al., 2016
عدالت سازمانی	12	Elci & et al., 2015
مسئولیت اجتماعی	5	Kim & et al., 2016
بازاریابی داخلی	9	Kim & et al., 2016

روایی پرسشنامهٔ پژوهش به وسیله روایی محتوا و همچنین متوسط واریانس استخراج شده(AVE) و پایایی آن با روش آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی آزمون شد. ضریب سنّتی برای بررسی پایایی سازه‌ها، ضریب آلفای کرونباخ است که مقدار قابل قبول برای این ضریب، حداقل 0/7 است. همچنین در این پژوهش از روش پایایی ترکیبی برای بررسی پایایی سازه‌های تحقیق استفاده شده است. همان‌طور که در جدول 2 مشخص است، مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای تمامی سازه‌ها بالاتر از 0/7 و به معنی پایایی مناسب سازه‌های تحقیق است.

جدول2: پایایی و روایی روایی همگرای سازه‌های تحقیق

سازه	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
تمایل به ترک شغل	0,920	0,800	0,812
تعهد سازمانی	0,860	0,720	0,501
عدالت سازمانی	0,890	0,744	0,745
مسئولیت اجتماعی	0,930	0,810	0,888
بازاریابی داخلی	0,825	0,842	0,726

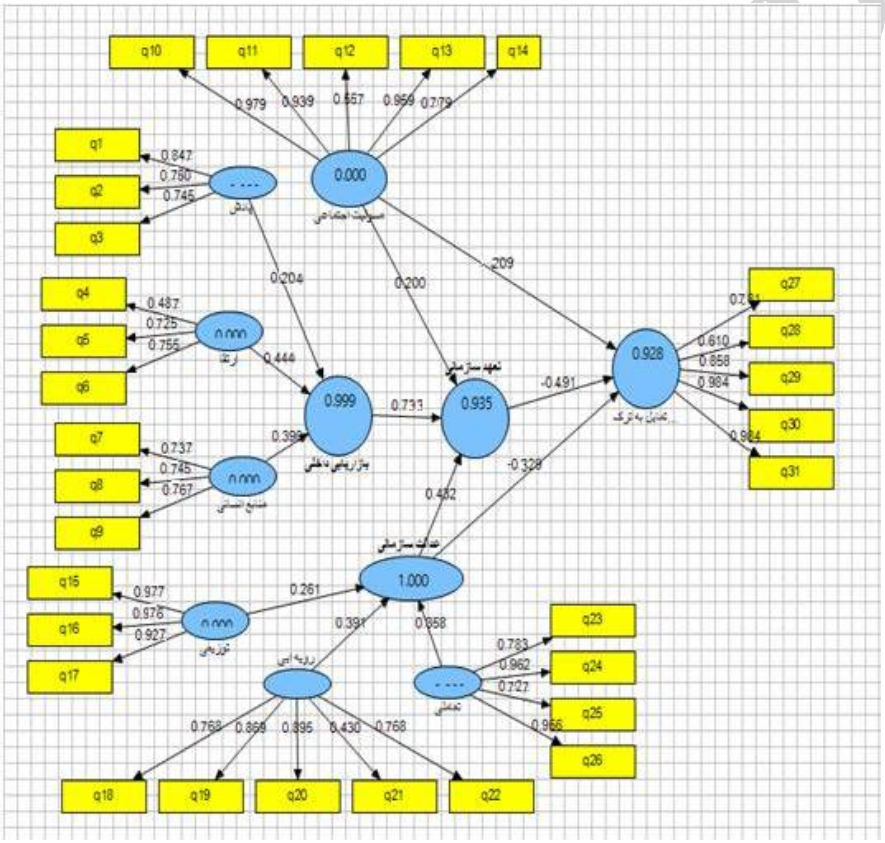
برای ارزیابی روایی نیز از روایی همگرا استفاده شده است. در روش حداقل مربعات جزیی، از متوسط واریانس استخراج شده برای محاسبهٔ روایی همگرا استفاده می‌شود. مقدار حداقلی برای روایی همگرای مناسب برای هر سازه، 0/5 است. نتایج بررسی این آزمون در جدول 2 قابل مشاهده است. همانگونه که مشاهده می‌شود، مقدار متوسط واریانس استخراج برای سازه‌ها از مقدار حداقلی 0/5 بیشتر و نشان‌دهندهٔ روایی همگرای سازه‌هاست.

Archive of SID

www.SID.ir

د) تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این بخش با استفاده از الگوریتم بوت استارپ به محاسبهٔ آمارهٔ تی پرداخته شده است. در صورتی که مقدار آمارهٔ تی از 1,96 بیشتر شود، نشان از صحّت رابطهٔ بین سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان 95 درصد است. نتایج این الگوریتم در جدول 3 نشان داده شده است. همچنین، برای محاسبهٔ ضرایب استاندارد مسیر بین سازه‌ها باید از الگوریتم پی.ال.اس استفاده کرد. شکل 3، ضرایب استاندارد شدهٔ مسیرهای مربوط به هر یک از فرضیه‌ها را نشان می‌دهد.



شکل 1: ضرایب استاندارد مدل پژوهش

در نهایت به منظور بررسی برازش کلی مدل پژوهش، معیار Gof مربوط به بخش کلی مدلهای معادلات ساختاری محاسبه شد. محقق توسط این معیار، می‌تواند برازش بخش کلی مدل را بررسی کند. عدد حاصل از این محاسبات بیانگر میزان برازش کلی مدل پژوهش است.

www.SID.ir

$$GOF = \sqrt{COMMUNALITY \times \overline{R^2}}$$

$$GOF = \sqrt{0.781 \times 0.964} = 0/868$$

طبق فرمول مزبور، مقدار GOF به دست آمده برابر است با 0/868؛ که نشان از برازش کلی قوی را دارد. جدول 3، نتیجهٔ آزمون فرضیه‌های تحقیق را ارائه می‌دهد.

جدول3: نتیجهٔ آزمون فرضیه‌های تحقیق

فرضیه	ضریب مسیر	آمارهٔ تی	نتیجهٔ آزمون
مسئولیت اجتماعی تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی دارد.	***0/200	3,512	تأیید
بازاریابی داخلی تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی دارد.	***0/733	8,455	تأیید
عدالت سازمانی تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی دارد.	***0/432	4,753	تأیید
مسئولیت اجتماعی تأثیر معناداری بر تمایل به ترک شغل دارد.	***-0/209	3,425	تأیید
عدالت سازمانی تأثیر معناداری بر تمایل به ترک شغل دارد.	***-0/328	3,875	تأیید
تعهد سازمانی تأثیر معناداری بر تمایل به ترک شغل دارد.	***-0/491	4,520	تأیید

*** P <0.05; ** P < 0.01; *** P < 0.001**

هـ) بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش برای بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی، بازاریابی داخلی و عدالت سازمانی بر تمایل به ترک شغل با تأکید بر نقش تعهد سازمانی در دانشگاهها، از مدلی استفاده شد که کلیهٔ روابط آن در بخش قبل بحث شد. با توجه به نتایج به دست آمده، تمامی فرضیه‌های پژوهش از نظر کارکنان تأیید شدند و هیچ مسیری از آن حذف نشد. یافته‌ها نشان داد که مسئولیت اجتماعی تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی دارد. متغیّر مسئولیت اجتماعی با ضریب مسیر 0/200 و آمارهٔ تی 3/512 (بالاتر از 1/96 قرار گرفته) تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی دارد. یافته‌های پژوهش حاضر با یافته‌های پژوهش کیم و همکاران(2016) همسو است. نتایج بررسی‌های هردت و همکاران(2009) نیز نشان داد که مسئولیت پذیری اجتماعی بر تعهد سازمانی تأثیرگذار است. همچنین نتایج نشان داد که بازاریابی داخلی تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی کارکنان دانشگاه یزد دارد. مقدار آمارهٔ تی و ضریب مسیر بین متغیّر بازاریابی داخلی و تعهد سازمانی 8,455 (بالاتر از 1/96 قرار گرفته) و 0,733 است که نشان می‌دهد بازاریابی داخلی در سطح اطمینان 99 درصد تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی دارد. بر این اساس می‌توان گفت رسیدن به اهداف دانشگاه بستگی به توانایی کارکنان در انجام وظایف محوله و انطباق با محیط متغیّر دارد. اجرای آموزش و بهسازی نیروی انسانی

Archive of SID

www.SID.ir

سبب می‌شود تا افراد بتوانند متناسب با تغییرات سازمانی و محیطی، به طور مؤثر فعالیتهایشان را ادامه داده، بر کارایی خود بیفزایند. بنابر این، آموزش و بهسازی، کوشش مداوم و برنامه‌ریزی شده به وسیلهٔ مدیریت برای بهبود سطوح شایستگی کارکنان و عملکرد سازمانی است. با توجه به تغییرات کنونی و پیشرو در ساختار و ترکیب منابع انسانی دانشگاه یزد و همچنین محدودیتهای قانونی در جذب و استخدام کارکنان، طراحی یک سیستم آموزش مناسب تنها ابزاری است که می‌تواند با افزایش سطح دانش و مهارتها ضمن بهبود بهره‌وری فردی، آمادگی افراد برای حضور در پستهای متفاوت را تهیه کند. کلیهٔ این اقدامات در قالب بازاریابی داخلی قابل انجام است. به علاوه پیشنهادهای ذیل مطرح شده است:

- ایجاد نقشه‌ای جامع در مواجهه با خروج نیروها (اعم از بازنشستگی، استعفا، اخراج و ...) به منظور جایگزینی نیروی انسانی، بدون لطمه زدن با ساختار عملکردی.
- تعریف استاندارد برای تعیین تعداد نیروی مورد نیاز هر واحد.
- برنامه‌ریزی ایجاد نیل به توزان نیروی انسانی در بخشهای مختلف دانشگاه

علاوه بر این، یافته‌ها نشان داد که عدالت سازمانی تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی دارد. متغیّر عدالت سازمانی با توجه به مقدار ضریب مسیر 0,432 و آمارهٔ تی 4,753 در سطح اطمینان 99 درصد بر تعهد سازمانی کارکنان تأثیر معناداری دارد. یافته‌های این پژوهش با یافتهٔ پژوهش بابایی و همکاران(1394) با عنوان تأثیر عدالت سازمانی و امنیت شغلی بر تعهد سازمانی از طریق اعتماد به مدیران مطابقت دارد. همچنین می‌توان گفت که مسئولیت اجتماعی تأثیر معناداری بر تمایل به ترک شغل دارد. متغیّر مسئولیت اجتماعی با توجه به مقدارضریب مسیر 0,209- و آمارهٔ تی 3,425 در سطح اطمینان 99 درصد بر تمایل به ترک شغل تأثیر منفی و معناداری دارد. بعلاوه، نتایج پژوهش نشان داد که عدالت سازمانی تأثیر معناداری بر تمایل به ترک شغل دارد. مقدار آمارهٔ تی و ضریب مسیر بین متغیّر عدالت سازمانی و تمایل به ترک شغل 3,875 (بالاتر از 1/96 قرار گرفته) 0,328- است. تحقیقات دیگران نیز به این مطلب اشاره داشتند که هرچه عدالت سازمانی در دانشگاه بیشتر باشد، تمایل به ماندن کارکنان در آن بیشتر می‌شود؛ یعنی تمایل به ترک شغل کاهش پیدا می‌کند. به طور مشابه یافته‌های پژوهش روبین(2009) نشان داد کارکنانی که چنین ادراک می‌کنند که رویّه‌های تصمیم‌گیری منصفانه است و تخصیص پاداشها و مزایا به گونه‌ای عادلانه صورت می‌گیرد، به میزان بیشتری تمایل دارند تا به کار خود در سازمان فعلی ادامه دهند. با این وجود، در پژوهشهای دیگری همچون پژوهش ایمبرلند و روندمو(2010) این مسئله نشان داده شده که رابطهٔ این سازه‌ها با یکدیگر به طور مستقیم نبوده و نگرشهای کارکنان نسبت به موقعیت فعلی شغل و سازمان در این رابطه نقش میانجی را ایفا می‌کند. در نهایت، یافته‌ها نشان داد که تعهد سازمانی تأثیر معناداری بر تمایل به ترک شغل دارد. مقدار آمارهٔ تی و ضریب مسیر بین متغیّر تعهد سازمانی و تمایل به ترک شغل 4,520 (بالاتر از 1/96 قرار گرفته) 0,491- است که نشان می‌دهد متغیّر تعهد سازمانی در سطح اطمینان 99 درصد تأثیر

Archive of SID

www.SID.ir

معناداری بر تمایل به ترک شغل کارکنان دارد. یافته‌های این پژوهش با یافته‌های هافر[1] و همکاران(2015) مطابقت دارد.

با توجه به نتایج تحقیق و اینکه مسئولیت اجتماعی تأثیر معناداری بر تعهد سازمانی دارد، می‌توان به مدیران دانشگاهها پیشنهاد کرد که کارکنان دانشگاه را در فعالیتهای عام‌المنفعه و خیریه مشارکت دهند. همچنین توصیه می‌شود واحد یا هیئتی از کارکنان برای شرکت در فعالیتهای خیرخواهانهٔ تبلیغاتی(برای افزایش تعهد کارکنان دانشگاه و بهبود مسئولیت اجتماعی در سطح سازمان) ایجاد شود.

با توجه به اینکه بازاریابی داخلی بر تعهد سازمانی تأثیر معناداری دارد، پیشنهاد می‌شود برنامه‌ها و همایشهایی برای تجلیل از کارکنان نمونه برای بهبود تعهد و عملکردشان ایجاد شود. همچنین برای ایجاد انگیزه و افزایش بهره‌وری کارکنان دانشگاه، دخالت دادن و همکاری دادن آنان در فعالیتها و تصمیمات دانشگاه توصیه می‌شود.

برای افزایش عدالت توزیعی پیشنهاد می‌شود مدیران دانشگاه برای منصفانه کردن پاداشها و ایجاد سیستم جبران خدمات مبتنی بر عملکرد، تلاش کنند و مشاغل سازمان را طوری طراحی کنند که وظایف و مسئولیتهای افراد با حقوق پرداختی متناسب باشد.

همچنین برای افزایش عدالت رویّه‌ای، کارکنان در تصمیمات سازمانی مرتبط با خود باید بتوانند مشارکت کنند. باید ملاک ارتقا و ترفیع، شایستگی باشد و همهٔ کارکنان شانس مساوی برای ارتقا داشته باشند.

برای افزایش عدالت مراوده‌ای باید در سازمان فرهنگ مبتنی بر اعتماد و احترام متقابل به همدیگر ایجاد شود. ارتباطات در سازمان، باید مبتنی بر ادب، صداقت و احترام بین فرستنده و گیرنده باشد؛ به طوری که کارکنان بتوانند به راحتی با مدیر ارتباط برقرار کرده، مشکلات کاری خود را با وی در میان گذارند و محیطی حاکی از اعتماد بین سرپرست و کارمند وجود داشته باشد.

یکی از بخشهای مهم و کارکردی در مدیریت هزینه‌های دانشگاه، شناسایی و دسته‌بندی مرکز هزینه‌های اساسی در بخشهای مختلف است. کارکنان با توجه به برقراری سیستم پاداش، انتظار دریافت پاداشهای عملکردی خود را دارند؛ ولی به دلیل محدودیتهای موجود در بودجهٔ دانشگاه، میزان پاداشهای اختصاص یافته به این بخش چندان رضایت‌بخش نیست. با نگاهی به بخش‌بندی بودجه‌های کارکنان و میزان هزینه‌کرد آنها، شاهد هستیم که با وجود محدود بودن و سخت‌گیری‌های موجود در زمینهٔ رعایت سقف بودجه، مدیریت چندانی در بخشهای اضافه‌کاری، مرخصی و مأموریت در بدنهٔ ستادی وجود ندارد. مدیریت صحیح هزینه در بخشهای اشاره شده، منجر به آزاد شدن بودجهٔ مناسبی برای تخصیص به پاداش

1. *Hafer*

Archive of SID

www.SID.ir

کارکنان را فراهم می‌کند. بدیهی است کاهش ساعت اضافه‌کاری کارکنان یا عدم موافقت با مأموریتهای کارکنان بدون آسیب‌شناسی و تحلیل پیشینهٔ این موارد، به راحتی امکان‌پذیر نیست. بنابر این پیشنهاد می‌شود پژوهشهایی در زمینه‌های ذیل انجام گیرد:

- بررسی وضعیت اضافه‌کاری‌ها، مرخصی‌ها و مأموریتهای پرداختی در بخشهای مختلف دانشگاه.
- بررسی وضعیت آیین‌نامه‌ها، دستورالعملها و سایر موارد در زمینهٔ اضافه‌کاری، مرخصی و مأموریت.
- شناسایی روش مناسب برای کنترل هزینه در دستورالعملها و آیین‌نامه‌ها.
- شناسایی راهکارهای مناسب برای مدیریت، کنترل و برنامه‌ریزی صحیح در بخشهای اضافه‌کاری، مرخصی و مأموریت.
- شناسایی روشهایی که بتوان شاخصهای سنجش عملکردی و پاداش را همراستا کرد.

با توجه به اینکه مسئولیت اجتماعی تأثیر معناداری بر تمایل به ترک شغل کارکنان دارد، می‌توان از طریق شرکت در فعالیتهای اجتماعی سازمان و افزایش تمایل به ماندگاری در دانشگاه، برای کاهش تمایل به ترک شغل و ایجاد انگیزه در کارکنان اقدام کرد.

○ ○ ○

Archive of SID

www.SID.ir

منابع

- اردلان، محمدرضا؛ سیروس قنبری، رقیّه بهشتی راد و پرویز نویدی(1394). **«تأثیر سرمایهٔ اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر تعهد سازمانی(مطالعهٔ موردی کارکنان دانشگاه رازی کرمانشاه)»**. مطالعات اندازه‌گیری و ارزشیابی آموزشی، دورهٔ پنجم، ش 10: 132-109.
- اکبری اقدم، صادق؛ امیر ملکی و محمود نوایی لواسانی(1393). **«بررسی رابطهٔ بین نگرش به عدالت اجتماعی و محیط آموزشی (محل تحصیل حوزه و دانشگاه)»**. *فرهنگ در دانشگاه اسلامی*، سال چهارم، ش 1: 94-69.
- بابایی، شاهرخ؛ رضا رسولی و جهان تقی زاده(1394). **«تأثیر عدالت سازمانی و امنیت شغلی بر تعهد سازمانی از طریق اعتماد به مدیران»**. *پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی*، دورهٔ هفتم، ش 2: 78-53.
- رحیمیان، بوگر(1386). **«رابطهٔ سبکهای دلبستگی بزرگسالی با رضایت و استرس شغلی در پرستاران»**. *مجله روان‌پزشکی و روان‌شناسی بالینی ایران*، سال سیزدهم، ش 2: 157-148.
- رستگار، عباسعلی و حسین فارسی‌زاده(1393). **«بررسی تأثیر تعهد سازمانی بر تمایل به ترک و جابه‌جایی شغل با نقش تعدیل‌گری تناسب فرد- سازمان»**. *پژوهشهای مدیریت منابع انسانی*، دورهٔ چهارم، ش 1: 117-99.
- فرخی، مجتبی؛ علی نصراصفهانی و مجتبی امانی(1391). **«تأثیر بازاریابی داخلی بر اثربخشی کار گروهی در آموزش عالی: مطالعهٔ موردی دانشگاه‌اصفهان»**. *چشم‌انداز مدیریت بازرگانی*، دورهٔیازدهم، ش 9: 50-41.
- قمری، محمد(1390). **«مقایسهٔ رضایت شغلی و تعهد سازمانی در بین اعضای هیئت علمی و کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی»**. *رهبری و مدیریت آموزشی*، ش 17: 120-101.
- میرزایی توکلی، سید منصور و مهدی شریعتمداری(1394). **«بررسی تأثیر معنویت در محیط کار و تعهد سازمانی بر رضایت شغلی پرسنل ستادی نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاهها»**. *مدیریت در دانشگاه اسلامی*، سال چهارم، ش 1: 76-59.
- یحیی‌زاده‌فر، محمود؛ میثم شیرخدایی و ایوب رمضانی(1391). **«بررسی تأثیر گرایش به بازاریابی داخلی و رفتار شهروندی سازمانی بر عملکرد سازمانی در دانشگاه مازندران»**. *مدیریت اجرایی*، دورهٔ چهارم، ش 8: 176-157.
- Ahmed, P.K. & M. Rafiq (2003). **"Internal Marketing Issues and Challenges"**. *European Journal of Marketing*, 37(9): 1177-1186.
- Akbari Aghdam, Sadegh; Amir Maleki & Mahmoud Navaee Lavasani (2014). **"The Relationship between Attitude to Social Justice and the Educational Environment (Place of Education in the Area and University)"**. *Culture in the Islamic University*, 4(1): 69-94.
- Amirkabiri, A.; V. Miraee & P. Salehi Sedghiani (2013). **"Study of the Impact of Internal Marketing Performances on Organizational Commitment"**. *Management Studies in Development and Evaluation*; 65: 27-46.

Archive of SID

www.SID.ir

- Ardalan, Mohammad Reza; Sirus Ghanbari, Roqieh Beheshti Rad & Parviz Navid (2015). **"The Impact of Social Capital and Social Responsibility on Organizational Commitment (Case Study: Employees of Kermanshah Razi University)"**. *Educational Measurement and Evaluation*, 5(10): 109-132.
- Babaee, Shahrokh; Reza Rasouli & Jahan Taqi Zadeh (1394). **"The Impact of Organizational Justice and Occupational Safety on Organizational Commitment through Trusting Managers"**. *Human Resources Management Research*, 7(2): 53-78.
- Bartlett, K.R. (2014). **"The Relationship between Training and Organizational Commitment: A Study in the Health Care Field"**. *Human Resource Development Quarterly*, 12(4): 335-52.
- Brockner, J.; M. Konovsky, R. Cooper-Schneider, R. Folger, C. Martin & R.J. Bies (2007). **"Interactive Effects of Procedural Justice and Outcome Negativity on Victims and Survivors of Job Loss"**. *Academy of Management Journal*, 37: 397-409.
- Caruana, A. & P. Calleya (1998). **"The Effect of Internal Marketing on Organizational Commitment among Retail Bank Managers".** *International Journal of Bank Marketing*, 16(3):108-116.
- Cooper, J. & J.J. Cronin (2015). **"Internal Marketing: A Competitive Strategy for the Long-Term Care Industry"**. *Journal of Business Research*, 48(3): 177-181.
- Elci, M.; M. Erdilek Karabay & B. Akyuz (2015). **"Investigating the Mediating Effect of Ethical Climate on Organizational Justice and Burnout: A Study on Financial Sector"**. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 207: 587-597.
- Emberland, J.S. & T. Rundmo (2010). **"Implications of Job Insecurity Perceptions and Job Insecurity Responses for Psychological Well-Being, Turnover Intentions and Reported Risk Behavior"**. *Safety Science*, 48: 452-459.
- Farrokhi, Mojtaba; Ali Nasr Esfahani & Mojtaba Amani (2012). **"The Effect of Internal Marketing on the Effectiveness of the Group's Structure in Higher Education: Isfahan University"**. *Business Perspective*, 11(9): 41-59.
- Freeman, I. & A. Hasnaoui (2011). **"The Meaning of Corporate Social Responsibility: The Vision of Four Nations"**. *Journal of Business Ethics*, Vol. 100, No 3: 419-443.
- Ghamari, Mohammad (2011). **"Comparison of Job Satisfaction and Organizational Commitment among Faculty Members and Employees of Islamic Azad University"**. *Leadership and Educational Management*, 17: 101-120.
- Givel, M. (2017). **"Motivation of Chemical Industry Social Responsibility through Responsible Care"**. *Health Policy*, 81: 85-92.
- Hafer J.; R. Downey & N. Zeigler (2015). **"The Job Involvement/Organizational Commitment Interaction Effect on**

Archive of SID

www.SID.ir

Salespersons' Turnover". In: V.L. Crittenden (eds). Proceedings of the 1992 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference. Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science. Springer, Cham.

- Hardt, S.S.; B. Thurow-Kroning & D. Frey (2009). **"Preference-Based Escalation: A New Interpretation for the Responsibility Effect in Escalating Commitment and Entrapment"**. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 108: 175-186.
- Hassan, S (2010). **Fair Treatment, Job Involvement, and Turnover Intention of Professional Employees in Government: The Importance of Organizational Identification as a Mediator**. *Doctoral Dissertation*, University at Albany, State University of New York.
- Homburg, C. & A. Fürst (2015). **"How Organizational Complaint Handling Drives Customer Loyalty: An Analysis of the Mechanistic and the Organic Approach**". *Journal of Marketing*, 69: 95-114.
- Kim, J.; H. Jun Song & C.K. Lee (2016). **"Effects of Corporate Social Responsibility and Internal Marketing on Organizational Commitment and Turnover Intentions"**. *International Journal of Hospitality Management*, 55: 25-32.
- Minor, K.I.; J.B. Wells, E. Angel & A.K. Matz (2011). **"Predictors of Early Job Turnover among Juvenile Correctional Facility Staff"**. *Criminal Justice Review*, 36: 58-75.
- Mirzaei Tavakoli, Seyed Mansour & Mehdi Shariatmadari (2015). **"The Effect of Spirituality in the Workplace and Organizational Commitment on the Job Satisfaction of the Headquarters Staff in the Representation of the Supreme Leader in Universities"**. *Management in the Islamic University*, 4(1): 59-76.
- Rahimian, Booger (2007). **"Relationship between Adult Attachment Styles and Satisfaction and Job Stress in Nurses"**. *Iranian Journal of Psychiatry and Clinical Psychology*, 13(2): 148-157.
- Rastegar, Abbas Ali & Hossein Farsi Zadeh (2014). **"Investigating the Effect of Organizational Commitment on the Job Turnover with the Moderate Role of Person-Organization Fit"**. *Human Resource Management Research*, 4(1): 99-117.
- Rubin, E.V (2009). **"The Role of Procedural Justice in Public Personnel Management: Empirical Results from the Department of Defense"**. *Journal of Public Administration Research & Theory*, 19: 125-143.
- Rubin, E.V. (2013). **"The Role of Procedural Justice in Public Personnel Management: Empirical Results from the Department of Defense"**. *Journal of Public Administration Research & Theory*, 19: 125-143.

Archive of SID

www.SID.ir

- Saeida, AS. & AMR. Monfared (2011). **"Factors Affecting Successful Implementation of Knowledge Management in Higher Education Institutions"**. *Journal of Business Administration Research*, 3(5):136-158.
- Staffelbach, B. (2016). **"Turnover Intent"**. *Human Resource Management*, 18: 1-73.
- Voorhees, C.M. & M.K. Brady (2005). **"A Service Perspective on the Drivers of Complaint Intentions"**. *Journal of Service Research*, 8(2): 192-204.
- Yahyazadefar, Mahmoud; Meysam Shirkhodaee & Ayub Ramezani (2012). **"Investigating the Effect of Internal Marketing and Organizational Citizenship Behavior on Organizational Performance in Mazandaran University"**. *Executive Management*, 4(8): 157-176.

Archive of SID

www.SID.ir