

## بررسی رابطه تعهد سازمانی با کیفیت ارائه خدمات در کارکنان اداری و آموزشی غیرهیأت علمی دانشگاه شاهد

نویسندگان: دکتر محمد حسن میرزامحمدی<sup>۱</sup> و جمال عبدالملکی<sup>۲</sup>

۱. استادیار دانشگاه شاهد

۲. دانشجوی کارشناس ارشد تحقیقات آموزشی دانشگاه تهران

\*E-mail: mirzamohammadi@shahed.ac.ir

### چکیده

امروزه نیروی انسانی هر سازمانی به عنوان استراتژیکیترین عامل، مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است، وجود نیروی انسانی کارآمد و متعهد نسبت به انجام وظایف و ارائه خدمات نتایج مطلوب تری را برای سازمان به ارمغان خواهد داشت، لذا در مقاله حاضر به بررسی رابطه تعهد سازمانی کارکنان با کیفیت ارائه خدمات آنان خواهیم پرداخت. روش تحقیق به کار گرفته شده توصیفی - پیمایشی می باشد، جامعه آماری کلیه کارکنان اداری و آموزشی غیر هیات علمی دانشگاه شاهد در سال تحصیلی ۸۵-۸۴ است، که با توجه به آخرین آمار موجود حجم جامعه آماری برابر با ۴۱۸ نفر می باشد لذا از این تعداد ۲۷۹ نفر مرد و ۱۳۹ نفر زن می باشند. در این طرح تحقیق جهت انتخاب نمونه مناسب (نمونه نماینده واقعی جامعه) از روش نمونه گیری طبقه بندی و جهت جمع آوری داده ها از پرسشنامه تعهد سازمانی ۱۲ سؤالی آلن و مییر و پرسشنامه ۲۲ سؤالی کیفیت ارائه خدمات پارسورامن استفاده شد. جهت سنجش پایایی پرسشنامه ها از روش کرانباخ استفاده شد. ضریب آلفای کرانباخ حاصل به ترتیب برابر با ۰/۸۶ و ۰/۸۹ به دست آمد که نشان دهنده پایایی خوب ابزار است برای تجزیه و تحلیل داده های گردآوری شده، از روش های آمار توصیفی: فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار، و واریانس و در تحلیل استنباطی داده ها با استفاده از نرم افزار آماری SPSS و بهره گیری از روش های آزمون ضریب همبستگی پیرسون، آزمون تحلیل واریانس یک سوپه (ANOVA) آزمون T مستقل، و آزمون تعقیبی SCHEFFE جهت تعیین رابطه بین متغیرهای مختلف استفاده شد. یافته های تحقیق عبارتند از: میزان تعهد سازمانی کارکنان با میزان کیفیت ارائه خدمات و ابعاد آن: ثبات و پایایی، میزان پاسخگویی، اطمینان، همدلی و وضعیت ظاهری آنان رابطه دارد همچنین میزان تعهد سازمانی کارکنان با متغیرهای جنس، سن، مدرک تحصیلی، وضعیت استخدام و سنوات خدمت آنان رابطه دارد.

کلید واژه ها: تعهد سازمانی، کیفیت خدمات، ثبات و پایایی، پاسخگویی، اطمینان، همدلی، عوامل ظاهری و ملموس

- دریافت مقاله: ۸۵/۹/۲۳
- ارسال به داوران:
  - ۱) ۸۶/۱/۱۴
  - ۲) ۸۶/۱/۱۴
  - ۳) ۸۶/۱/۱۴
- دریافت نظر داوران:
  - ۱) ۸۶/۲/۳
  - ۲) ۸۶/۲/۱۶
  - ۳) ۸۶/۱۰/۲
- ارسال برای اصلاحات:
  - ۱) ۸۶/۲/۲۳
  - ۲) ۸۶/۴/۴
- دریافت اصلاحات:
  - ۱) ۸۶/۳/۷
  - ۲) ۸۶/۴/۶
- ارسال به داور نهایی:
  - ۱) ۸۶/۳/۹
  - ۲) ۸۶/۴/۱۸
- دریافت نظر داور نهایی:
  - ۱) ۸۶/۳/۲۰
  - ۲) ۸۶/۷/۱۶
- پذیرش مقاله: ۸۶/۷/۱۶

Scientific-Research  
Journal of  
Shahed University  
Fifteenth Year  
No. 33  
2009

دوماهنامه علمی - پژوهشی  
دانشگاه شاهد  
سال پانزدهم - دوره جدید  
شماره ۳۳  
اسفند ۱۳۸۷

### مقدمه

از نظر دکر وقتی افراد در یک محیط گرد هم می آیند تعامل بیش تر آنان موجب همکاری و تعهد بیش تر نسبت به یکدیگر می شود [۱]. پوتنام معتقد است که مشارکت در

زندگی سازمانی، مهارت های همکاری، احساس مسئولیت و تعهد سازمانی افراد را تحت تأثیر قرار داده است و در نهایت این تعهد بانحوه ارائه خدمات در سازمان دارای رابطه تنگاتنگی است [۲]. کنزویچ در ۱۹۶۹ در تجزیه

ابزاری آن وسیله‌ای برای دستیابی به اهداف دیگر تعریف می‌کنند [۵].

استرون تعهد سازمانی را عبارت از نگرش‌های مثبت و منفی افراد نسبت به کل سازمان نه شغل می‌داند. به عبارت دیگر تعهد سازمانی یک نگرش درباره وفاداری کارمندان به سازمان و یک فرایند مستمر است که از طریق آن اعضای سازمان علاقه شان را به سازمان و موفقیت و کارایی پیوسته آن نشان می‌دهند [۶]. با توجه به مدل سه بخشی تعهد سازمانی (می‌روآلن ۱۹۸۴) ابعاد تعهد سازمانی را می‌توان نام برد که به شرح هر کدام می‌پردازیم [۷].

**تعهد عاطفی:** در این نوع، تعهد سازمانی از نوع وابستگی عاطفی است که بر اساس آن فرد مستخدم هویت خود را از سازمان می‌گیرد، و به آن احساس تعلق و وابستگی می‌کند، و از ادامه عضویت در آن لذت می‌برد، و با تعهد عاطفی قوی سازمان را ترک نخواهد کرد [۷].

**تعهد مستمر:** شامل تعهدی که مبتنی بر ارزش نهادن به سازمان است و کارمند در زندگی سازمانی سهم می‌شود. بعضی از صاحب‌نظران معتقد هستند که وابستگی عاطفی و روانی در تعهد سازمانی نقش چندانی ندارد و تعهد سازمانی به مثابه تمایل به انجام فعالیت‌های مستمر بر اساس تشخیص فرد از هزینه‌های رغبت به ترک سازمان تعریف شده است [۷].

تعهد تکلیفی طبق این تعریف افراد در سازمان می‌مانند، چون احساس تکلیف می‌کنند که نباید سازمان را ترک کنند، تجربیات فرد قبل از ورود به سازمان (مانند: اجتماعی شدن فرهنگی، خانوادگی) و بعد از ورود به سازمان (مانند: اجتماعی شدن سازمانی) از عوامل مؤثر بر آن هستند [۷].

رضائیان در سال ۱۳۷۴ اظهار می‌دارد که مدیران در مجموعه ای مرکب از تعهدات زیراتفاق نظر دارند:

- تعهد نسبت به مشتریان یا ارباب رجوع «CLIENT»;
- تعهد نسبت به سازمان
- تعهد نسبت به خود
- تعهد نسبت به افراد و گروه کاری
- تعهد نسبت به کار [۸].

هرسی و بلانچارد [۹]، بیان می‌کنند که هریک از تعهدات به طور جداگانه فوق‌العاده در کار مدیریت مؤثر و

فراگرد مدیریت به این مسئله که کار با چه کیفیتی عملاً انجام داده می‌شود تأکید می‌کند [۳]. پورتر و همکاران در ۱۹۷۴، تعهد سازمانی را به عنوان درجه‌نسبی تعیین هویت فرد با سازمان، مشارکت و درگیری در فعالیت‌های یک سازمان خاص تعریف کرده است، در این حالت تعهد سازمانی فرد با سه عنصر: تعیین هویت، مشارکت و درگیری در کار و وفاداری به سازمان اندازه‌گیری می‌شود [۴].

لذا با عنایت به تعاریف فوق، توجه به کیفیت جامع و تعهد سازمانی اعضا در سازمان‌های خدماتی و بویژه دانشگاه‌ها نه تنها مهم بلکه حیاتی است، بنابراین لازم است که دانشگاه‌ها به‌طور مستمر به سنجش میزان کیفیت ارائه خدمات و تعهد سازمانی کارکنان خود بپردازند. در واقع سنجش این دو بعد یا مسئله در سازمان در تعیین سطح و ارتقای مستمر کیفیت و عملکرد سازمان‌ها و دانشگاه‌ها بسیار مؤثر است. در ابتدای کار روشن نمودن مفاهیم تعهد سازمانی و کیفیت ارائه خدمات جهت درک بهتر این دو مقوله حائز اهمیت است، لذا در این قسمت تعاریفی که توسط صاحب نظران و متخصصان ارائه شده‌اند مرور خواهند شد.

بوکانان تعهد سازمانی را نوعی وابستگی عاطفی و تعصب آمیز به ارزش‌ها و اهداف یک سازمان بیان می‌کند و این وابستگی نه از طریق ارزش‌های ابزاری بلکه از طریق نقش فرد در رابطه با ارزش‌ها و اهداف سازمان و به طور کلی خود سازمان نمود پیدا می‌کند [۳]. پورتر و همکاران در ۱۹۷۴ تعهد سازمانی را بعنوان درجه نسبی تعیین هویت فرد با سازمان، مشارکت و درگیری در فعالیت‌های یک سازمان خاص تعریف کرده‌اند. بیکر در ۱۹۶۰ تعهد سازمانی را به‌عنوان تمایل به انجام فعالیت‌های مستمر بر اساس تشخیص و درک فرد از هزینه‌های مربوط به ترک سازمان تعریف کرده است [۵]. واینر در ۱۹۸۲ تعهد سازمانی را بعنوان یک اعتقاد و باور در رابطه با مسئولیت فرد در قبال سازمان تعریف می‌کند. وی تعهد سازمانی را مجموع فشارهای هنجاری درونی شده برای انجام فعالیتها، به طریقی که اهداف و منافع سازمان حاصل شود را تعریف می‌کند [۴]. چاتمن واورایی در ۱۹۶۷ تعهد سازمانی را به معنای حمایت و پیوستگی عاطفی با اهداف و ارزش‌های یک سازمان، به‌خاطر خود سازمان و دور از ارزش‌های

و جهت را تعیین کرده، انجام موفقیت‌آمیز تکالیف را تضمین می‌کنند.

چنین تعهدی زمانی عملی است که هدف اصلی و صحیح، سادگی و عمل‌گرایی آن حفظ شود و موجب مهم جلوه دادن تکلیف «وظیفه» شود. در صورتی که این پنج تعهد به طور مستمر انجام گیرند کلید مؤثر مدیریت خواهند شد. مدیر حلقه اتصال اصلی میان هریک از تعهدات است. مدیر ممتاز ضمن اعمال دیدگاه‌های خود، نباید این پنج تعهد را از نظر دور داشته باشد. مدیر ممتاز در مورد روند پیشرفت و حمایت از تعهدات، فرد اصلی است. مدیر با قبول مسئولیت شخصی و عمل کردن در مقام نیرویی مثبت می‌تواند قویاً در سازمان، مردم آن، وظایف و مشتریان تأثیر گذارد. این مدیران ممتاز تشخیص می‌دهند که تکلیف خود آنان این است که نسبت به مشتری، سازمان، وظایف کلیدی مردم و خودشان تعهد ایجاد کنند. معنای این سخن آن است که برای هر تعهدی باید نگرش‌های مناسب به وجود آورد و علاقه مثبت نشان داد. این کار وظیفه تک‌تک افرادی‌ست که نه وظیفه مدیر تنها. مدیر ممتاز باید خود را به معیارهای این پنج تعهد نزدیک کند و با هماهنگی دیگران برای ایجاد آن‌ها به تلاش و کوشش بپردازد. به وجود آمدن تعهدات، به کمک فداکاری و خدمت انجام می‌گیرد. وقتی مدیر ممتاز نسبت به زیردستان خود به طور واقعی وفادار باشد زیردستان نیز نسبت به وظایف خود گذشت و تعهد نشان می‌دهند [۹].

#### عوامل مؤثر بر تعهد سازمانی

ماتیو و زاجاک در ۱۹۹۰ با تجزیه و تحلیل یافته‌های بیش از دویست تحقیق مقدمات ایجاد تعهد را به پنج دسته به شکل زیر تقسیم کرده اند [۱۰].

#### الف) ویژگی‌های شخصی مؤثر بر تعهد سازمانی

سن: تعهد سازمانی با سن فرد دارای همبستگی نسبی و مثبت است. اغلب محققان براین باورند که سن با تعهد حسابگرانه ارتباط بیشتری پیدا می‌کند و دلیل آن را فرصت کمتر در خارج از شغل فعلی و هزینه‌های از دست رفته در سنین بالا می‌دانند. می‌یر و آلن اظهار می‌دارند که کارگران مسن‌تر به دلیل رضایت بیشتر از شغل خود تعهد نگرشی بیش‌تری پیدا می‌کنند. جنسیت: زن‌ها نسبت به مردان تعهد بیش‌تری به سازمان دارند، اگرچه این تفاوت جزئی است.

بااهمیت است. حال به ترتیب به عنوان تعهدهای ذکرشده می‌پردازیم:

#### ۱- تعهد نسبت به مشتری

اولین و شاید مهم‌ترین تعهد سازمانی بر مشتری تأکید دارد. مدیران ممتاز می‌کوشند به مشتریان خدمت مفید ارائه کنند. مدیران از دو طریق عمده تعهد خود را نسبت به مشتری نشان می‌دهند، یکی انجام خدمت و دیگری ایجاد اهمیت برای او.

#### ۲- تعهد نسبت به سازمان

دومین تعهد مدیریت بر سازمان تأکید دارد. مدیر مؤثر خود تصویرگر افتخار سازمان خویش است. مدیر این تعهد را به گونه‌ای مثبت به سه طریق نشان می‌دهد. خوش نام کردن سازمان، حمایت از مدیریت رده بالا و عمل کردن براساس ارزش‌های اصلی سازمان.

#### ۳- تعهد نسبت به خود

سومین تعهد تکیه بر شخص مدیر دارد. مدیران ممتاز تصویری قوی و مثبت از خویش برای دیگران رقم می‌زنند. آن‌ها در همه موقعیت‌ها به عنوان قدرتی قاطع عمل می‌کنند. این طلب را با خدمت به خود و یا خودپرستی نباید اشتباه کرد. تعهد به خود از سه فعالیت خاص معلوم می‌شود: نشان دادن خودمختاری، مقام خود را به عنوان مدیریت تثبیت کردن و قبول انتقاد سازنده.

#### ۴- تعهد نسبت به مردم

چهارمین تعهد مدیریت بر کار تیمی و فرد فرد اعضای گروه تأکید دارد. مدیران ممتاز نسبت به کسانی که برای آن‌ها کار می‌کنند ایثار نشان می‌دهند. این عمل به استفاده مدیر از شیوه صحیح رهبری به منظور کمک به افراد در حصول توفیق در انجام وظایف‌شان اشاره دارد. تمایل مدیر به صرف وقت و انرژی و کار روزانه با زیردستان نشان دهنده تعهد مثبت او نسبت به مردم است. به‌خصوص سه عمل حیاتی از اجزای تشکیل دهنده این تعهد هستند. نشان دادن علاقه مندی مثبت و بازشناسی، دادن بازخورد پیشرفتی و ترغیب ایده‌های نوآورانه.

#### ۵- تعهد نسبت به وظیفه «تکلیف»

پنجمین تعهد مدیریت بر وظایفی تکیه دارد که باید انجام گیرند. مدیران موفق به وظایفی که مردم انجام می‌دهند، معنا می‌بخشند. آنان برای زیردستان کانون توجه

خصوصیات به دست آمده از تحقیقات شامل مهارت، استقلال، چالش و دامنه شغلی است: تنوع مهارت با تعهد سازمانی دارای همبستگی مثبت است. استقلال و تعهد سازمانی رابطه مثبت و بسیار ضعیفی دارند. مشاغل چالش‌انگیز با تعهد سازمانی به خصوص در مورد کسانی که به رشد شدید نیازمندند رابطه مثبت و قابل توجهی داشته است.

ج) تاثیر روابط گروهی و رابطه با رهبر بر تعهد سازمانی در رابطه با تاثیر روابط گروهی و رابطه با رهبر به موارد زیر اشاره شده است:

انسجام گروه: برخی مطالعات رابطه انسجام گروهی و تعهد سازمانی را مثبت و تعدادی دیگر، رابطه این دو را منفی دانسته اند. البته همبستگی حاصل از جمیع تحقیقات مثبت و ضعیف بوده است.

وابستگی متقابل وظایف: در اغلب مطالعات رابطه وابستگی وظایف با تعهد، مثبت و متوسط گزارش شده است. موریس و استیزر بیان می‌دارند که وقتی کارکنان در شرایط وابستگی شدید وظایف باشند از کمک خود به سازمان و گروه‌های مرتبط آگاهی خواهند یافت و این خود به تعهد نگرشی به سازمان منجر می‌شود.

ملاحظه‌کاری و ساخت‌دهی مدیران: هر دو نوع رفتار مدیران با تعهد سازمانی همبستگی نسبی و مثبت دارند. البته تحقیقات نشان می‌دهند که این رابطه توسط عواملی از قبیل محیط کاری و خصوصیات پایین دستان تعدیل می‌شود.

ارتباطات رهبر: چگونگی ارتباطات رهبر با تعهد سازمانی، همبستگی قوی و مثبت دارد. بدین معنا، مدیرانی که ارتباطات به موقع و صحیحی ایجاد می‌کنند موجب تقویت محیط کار و تعهد بیشتر کارکنان می‌گردند. رهبری مشارکتی نیز با تعهد سازمانی همبستگی مثبت دارد. در محیط‌های غیرقابل پیش بینی تاثیر مدیریت مشارکتی بر تعهد سازمانی بیش‌تر می‌شود.

د) ویژگی‌های سازمان و تعهد سازمانی در تعدادی از مطالعات، میان اندازه سازمان و میزان تعهد سازمانی همبستگی معنادار ملاحظه شده است. اشاره می‌شود که در سازمان‌های بزرگ امکانات ترفیع

دلیل این امر آن است که زن‌ها برای عضویت در سازمان باید موانع بیش‌تری را پشت سر بگذارند.

تحصیلات: رابطه تعهد سازمانی با تحصیلات ضعیف و منفی است. این رابطه بیشتر مبتنی بر تعهد نگرشی است و ارتباطی با تعهد حسابگرانه ندارد. دلیل این رابطه منفی انتظارات بیش‌تر افراد تحصیل کرده و فرصت‌های بیش‌تر شغلی آن‌ها است.

ازدواج: این متغیر با تعهد سازمانی همبستگی ضعیفی دارد. اما چنین اظهار می‌شود که ازدواج به دلیل مسائل مالی با تعهد حسابگرانه ارتباط پیدا می‌کند.

سابقه در سازمان و در سمت سازمانی: به دلیل سرمایه‌گذاری‌های فرد در سازمان سابقه بیشتر در مقام یا سازمان باعث تعهد بیش‌تری می‌شود اما این رابطه ضعیف است.

استنباط از شایستگی شخصی: افراد تا حدی به سازمان تعهد پیدا می‌کنند که زمینه تأمین نیازهای رشد و کامیابی آن‌ها فراهم شود. بنابراین کسانی که استنباط شایستگی شخصی بالا دارند انتظارات بیش‌تری خواهند داشت. رابطه این دو متغیر مثبت و قوی است.

توانایی‌ها: افراد با مهارت‌های بالا، برای سازمان ارزشمند هستند. این امر پاداش سازمان را به آن‌ها افزایش می‌دهد. در نتیجه موجب تعهد حسابگرانه می‌شود.

حقوق و دستمزد: حقوق و دستمزد موجب عزت نفس برای فرد می‌شود. و بدین ترتیب تعهد نگرشی را افزایش می‌دهد. در ضمن حقوق و دستمزد نوعی فرصت در سازمان محسوب می‌شود که در اثر ترک سازمان از دست خواهد رفت، نتایج تحقیقات تعدد همبستگی مثبت اما ضعیفی را بین این دو متغیر نشان می‌دهد.

سطح شغلی: سطح شغلی با تعهد سازمانی ارتباط مثبت اما ضعیفی دارد.

ب) خصوصیات شغلی و تعهد سازمانی اگرچه رابطه خصوصیات متفاوت شغلی و تعهد سازمانی در تحقیقات متفاوت مورد بررسی قرار گرفته است اما هیچ مدل نظری برای توضیح دلیل همبستگی آن‌ها در دست نیست. اغلب مطالعات اشاره به کار «الدهام و هاک من» دارند. تحقیق «ماتیو و زاجاک» هم تأیید می‌کند که مشاغل غنی شده، موجب تعهد سازمانی بیش‌تر می‌شود.

- میزان سازگاری سطوح مختلف خدمت با انتظارات مشتری [۱۳].

- سازگاری پایدار با انتظارات مشتری و شناخت انتظارات مشتری از خدمت خاص است [۱۱].

در ادبیات تجاری، کیفیت خدمات (سرویس‌دهی) به عنوان یک ارزیابی فرا مصرفی از خدمات توسط مصرف کنندگان که در آن انتظارات مصرف کنندگان، با مشاهدات آن‌ها از عملکرد خدمات مقایسه می‌شود، تعریف می‌گردد [۱۴]. ارزیابی کیفیت خدمات بر اساس عملکردهایی است که در آن‌ها این خدمات ارائه می‌شوند (کیفیت عملی) و همچنین اساس آن نتایجی است که ناشی از این سرویس‌ها هستند (کیفیت تکنیکی).

اکثریت محققان کیفیت خدمات از مدل کیفیت خدمات سروکوال استفاده می‌کنند. این مدل ۴۴ آیتم مقیاس اندازه‌گیری (برآورد) را ارائه می‌دهد که در آن‌ها فرق بین انتظارات مصرف کنندگان از سرویس‌ها با ارزیابی آنها از عملکرد واقعی خدمات مقایسه می‌شود. سؤالات احتمالی در مورد انتظارات مصرف کنندگان. بعد از ۲۲ سؤال مُچینگ (همانند، نظیر) مطرح شد که در آن‌ها عملکرد واقعی سرویس‌های ارائه شده مورد سنجش و اندازه‌گیری قرار گرفت. سروکوال پنج بعد از کیفیت خدمات را در حیطه تخصص خود قرار داده بود: ثبات و پایایی خدمات؛ توانایی انجام خدمات وعده داده شده به‌صورت دقیق و صحیح [۱۱].

پاسخگویی: تمایل برای کمک و حمایت کردن از ارباب رجوع به طور صحیح و سریع [۱۲]. ۳. اطمینان: دانش کارکنان، احترام به ارباب رجوع و توانایی آنها در ایجاد احساس اطمینان و احترام. [۱۱]. ۴. همدلی: دلسوزی و توجه خاص کارکنان نسبت به ارباب رجوع [۱۵]. ۵. عوامل ظاهری و ملموس: تسهیلات فیزیکی، تجهیزات فیزیکی و صورت ظاهری کارکنان [۱۱]. در این قسمت به معرفی انواع مدل‌های کیفیت خدمات می‌پردازیم که در برگزیده ۲۰ مدل کیفیت خدمات می‌باشد که از ۲۰ مدلی که در این قسمت بیان می‌شود ۱۹ مدل آن را (میکائیل زلیستو ۲۰۰۶) و ۱ مدل آن را پارسورامن در ۱۹۹۸ ارائه نموده‌اند.

بیش‌تر است و این امر به تعهد سازمانی می‌انجامد. اما این مسئله توسط تجزیه و تحلیل متا تأییدنشده است. موریس و استیزر چنین اظهار می‌دارند که استنباط کارمند از عدم تمرکز با میزان مشارکت واقعی رابطه داشته و به وسیله درگیر شدن در سازمان تعهد بیش‌تری نسبت به سازمان پیدامی‌کند. اما این ادعا نیز توسط تجزیه و تحلیل متا مورد تأیید قرار نگرفته است.

#### ۵) وضعیت نقش و تعهد سازمانی

در تحقیقات انجام شده وضعیت نقش را از طریق تضاد نقش، ابهام نقش و تعدد نقش اندازه‌گیری کرده‌اند. براساس مطالعات مودی و همکاران وضعیت نقش یکی از مقدمات ایجاد تعهد است. تحقیق ماتیو و زاجاک نیز این مسئله را تأیید می‌کند. یکی از فرض‌ها در این مورد این است که وضعیت نقش ناشی از ادراک حاصل از محیط کاری است. اما مسئله‌ای که روشن نیست این است که آیا رابطه بین وضعیت نقش و تعهدسازمانی مستقیم است و یا توسط متغیرهای دیگری از جمله رضایت شغلی و فشارهای شغلی تحت تاثیر قرار می‌گیرد؟ [۹]. مسئله تعهد سازمانی در میان کارکنان سازمان حائز اهمیت است، ولی مسئله مهم‌تر این است که افرادی که دارای تعهد بالاتر و افرادی که دارای تعهد کم‌تری نسبت به سازمان هستند با چه کیفیتی خدمات ارائه می‌دهند و مهم این‌که آیا دو مفهوم تعهد سازمانی و کیفیت ارائه خدمات دو مقوله جدا از هم هستند یا مرتبط. لذا در این قسمت ابتدا به بررسی مفهوم کیفیت خدمات و سپس به معرفی انواع مدل‌های آن می‌پردازیم.

#### کیفیت خدمات

در باب تعریف کیفیت خدمات تعاریف متفاوتی وجود دارد که هر یک از بعدی خاص به تشریح این مفهوم پرداخته است که در زیر آمده است:

- اندازه و جهت مغایرت برای ادراک مشتری از خدمت و انتظارات او [۱۱].

- قضاوت همه جانبه مشتری درباره ماهیت برتر خدمت نسبت به خدمات مشابه یا مزیت‌های برجسته آن [۱۲].

مدل‌های کیفیت خدمات از دید زیلستو، ۲۰۰۶ [۱۶].

نام مدل	توضیحات
۱ مدل کیفیت عملکردی و فنی	در این مدل کیفیت سه بعد فنی، عملکردی و سازمانی دارد در واقع در این مدل تصویر سازمانی حاکی از آن است که کیفیت عملکردی نسبت به کیفیت فنی در سازمان دارای اهمیت بیش‌تری است. از جمله ایراداتی که به این مدل گرفته شده است این است که مدل حاضر نمی‌تواند بیان کند که چگونه می‌توان کیفیت فنی و عملکرد سازمانی را اندازه‌گیری نمود. آن چه قابل ذکر است این مهم است که مدل حاضر در مطالعات اکتشافی حائز اهمیت است [۱۶].
۲ مدل شکاف	این مدل در بر دارندهٔ زبان تحلیلی است به‌صورتی که مدیر را قادر می‌سازد که شکاف‌های نظام دارموجود بین شماری از متغیرهای تأثیرگذار بر کیفیت خدمات را تشخیص دهد و راه حل‌هایی برای این شکاف‌ها ارائه دهد. در واقع این مدل تمرکز و دید بیرونی دارد و مدیر و معاون را قادر می‌سازد که فاکتورهای مربوط به کیفیت خدمات را بر اساس مصرف‌کننده یا مشتری به عنوان عامل بیرونی تعیین نماید. از جمله ایراداتی که به این مدل گرفته شده است این است که مدل حاضر نمی‌تواند به‌صورت روشن رویه اندازه‌گیری را برای اندازه‌گیری شکاف‌های مد نظر در سطوح مختلف بیان نماید [۱۶].
۳ مدل کیفیت خدمات خصیصه یا ویژگی	این مدل پایه و اساس را جهت سیاست جداسازی، خدمات سازمان را در سه حیطة، جهت بهبود مدیریت کیفیت خدمات ارائه می‌کند این مدل دارای پتانسیل کافی جهت بهتر فهمیدن مفهوم کیفیت خدمات و کمک به مدیران در جهت درست به سمت بخش مصرف‌کننده است در واقع در این مدل به عنوان دکه‌ای مفید جهت طراحی کردن مرحله ای و هرچند یکبار در جهت تکامل یافتن و بهبود بخشیدن ارائه خدمات به مشتری هست از جمله ایراداتی که به این مدل گرفته شده است دو مورد زیر است: ۱. این مدل نمی‌تواند مقیاسی را جهت اندازه‌گیری کیفیت خدمات ارائه دهد. ۲. این مدل نمی‌تواند رویه ای تجربی را ارائه دهد تا که مدیر را قادر سازد به وسیله آن به تعیین مشکلات کیفیت خدمات یا وسایل تجربی جهت بهبود کیفیت خدمات پردازد [۱۷].
۴ مدل ترکیبی کیفیت خدمات	استفاده از مدل حاضر با توجه به وظیفه مدیریتی مربوطه، می‌تواند مدیر را در جهت بهبود و موفقیت در ارائه خدمات و همچنین به‌کارگیری هر گونه صنعتی توانا سازد. این مدل متغیرهای کلیدی را که نیازمند توجه مدیریت نظام‌دار در برنامه‌ریزی کردن، به‌کارگیری و کنترل استراتژی‌های تجاری خدمات که می‌توانند جلوگیری کرده یا شکاف‌های کیفیت خدمات را به حداقل برسانند را مشخص و تعیین می‌کند. از جمله ایراداتی که به این مدل وارد است این است که نیازمند آن است که برای انواع موقعیت‌های خدماتی عامیت یابد، در ضمن نیازمند آن است که روابط کمی بین رضایت مشتری و کیفیت خدمات تثبیت شود [۱۸].
۵ مدل کیفیت خدمات عملکردی	کیفیت خدمات باید مفهوم پردازشی و قابل اندازه‌گیری شود به عنوان یک نگرش. در واقع عملکرد اساس یافته SERVPERF در مقایسه با سرکوال، لایقتر، کارآمدتر است، زیرا شماری از آیتم‌های مربوطه را مستقیماً تا حد ۵۰ درصد کاهش می‌دهد و نتایج بهتری را در بر خواهد داشت؛ کیفیت خدمات را می‌توان یک شاخه از رضایت مشتری دانست که تأثیر بهتری بر کسب اهداف دارد تا کیفیت خدمات، به هر حال در این مدل شماری از آیتم‌ها جهت ارزش‌گذاری استفاده می‌شوند و رضایت مشتری نیازمند آن است که تعریف شود برای همهٔ انواع موقعیت‌های خدماتی [۱۶].
۶ مدل ارزش ایده‌آل کیفیت خدمات	این مدل در بر دارنده تعاریف و اجزای متنوع و مهم خدمات که قبلاً مورد مطالعه قرار گرفته می‌باشد در واقع این مدل یک دیدگاه یادگیری جدید را ارائه می‌دهد طوری که چگونگی یک ایده‌آل می‌تواند شکل یافته باشد و چگونه آن می‌تواند استمرار یابد به‌صورت ذهنی، مدل حاضر توجه خیلی زیادی به اهمیت تجارب ناراحت‌کننده منفی بعنوان یک عامل مؤثر در رضایت یا ارضاء برون‌داد یا مشتری دارد. از جمله ایراداتی که به این مدل وارد است این است که این مدل تنها برای اندازه‌ها و مقیاس‌های سمبلیک محدود شده و موقعیت‌های خدماتی کوچک تست شده است [۱۹].

- ۷ مدل EP و NQ مدل حاضر در برگیرنده مباحث ذهنی متقاعد کننده و تعاریف عملیاتی از انتظارات است. در مجموع می توان گفت اعتبار ساختارهای مدل EP بهتر و بالاتر از دو مدل NQ و سرکوال است. از جمله مزیت این مدل در تأثیرگذاری آن بر کاربرد تکنولوژی اطلاعات در کیفیت خدمات می باشد از جمله ایراداتی که به این مدل وارد است دو مورد زیر است: ۱. مدل حاضر روشی برای اندازه گیری و توصیف کیفیت خدمات ارائه نمی دهد. ۲. این مدل در مقابل کاربرد سطوح تکنولوژی اطلاعات در موقعیت های خدماتی خاص پاسخی ندارد [۲۰].
- ۸ مدل IT مدل حاضر توصیف می کند که چگونه می توان it را جهت بهبود خدمات مشتری در امتداد حیطه های کلیدی کیفیت خدمات که شامل: قابل اطمینان بودن، مسئولیت پذیری، توانایی، همیاری، همدلی، تعامل، امنیت و درک کردن مشتری می باشد، بکار بست. مدل فوق می تواند به سازمان جهت فهمیدن نتایج کامل کار بست نظام های اطلاعاتی جهت بهبود بخشیدن به کیفیت ارائه خدمات کمک نماید در واقع به مدیران اجازه داده می شود در باب درک کاربرد معمولی تکنولوژیست ها در صنعت و تشخیص های مناسب خود. از جمله ایراداتی که به این مدل وارد است می توان به موارد زیر اشاره نمود: ۱. نیازمند عمومیت یافتن می باشد جهت خدمات متفاوت. ۲. عمل اثرگذاری بر روی متغیرهای دموگرافیک و قیمت ها و محیط فیزیکی و... در نظر گرفته نشده است. ۳ در این مدل نحوه عملیاتی شدن کیفیت خدمات کشف شده مشخص نیست [۱۶].
- ۹ مدل نگرش و اثرگذاری کلی اساس این مدل کمک کردن جهت شکل گیری ارزشیابی از کیفیت خدمات بر پایه تکنولوژی و عمل خدماتی می باشد. مدل اثرگذاری کلی حمایت شده است ولی نمی تواند به قدرت توصیفی در این مدل اضافه شود بر طبق مدل نگرشی. از جمله ایراداتی که به این مدل وارد شده است این است که مدل حاضر در فراهم آوردن حیطه های عمومی جهت ۳ سطح کلی از ارزشیابی به نحوی ناتوان است [۱۶].
- ۱۰ مدل کیفیت و رضایت درک شده در واقع این مدل بیانگر این است که کیفیت خدمات و رضایت یک موضوع مشخص و واضح هستند. در صورتی که نفوذ رضایت یک کلید مشخص در کیفیت و رضایت مشتری در ملاقات با مشتری به صورت مطلوب است. افزایش انتظارات تأثیر منفی بر رضایت مشتری و انتظار از عملکرد وی داشته است در واقع تأثیر منفی آن بر رضایت از طریق قطع نمودن نفوذ رضایت بخش است. از جمله ایراداتی که به این مدل وارد شده است می توان به موارد زیر اشاره نمود: ۱. مدل حاضر تنها در بردارنده یک ساختار ارزش است، ارزش i. e برای پول. ۲. بهر حال شماری از آیتم ها در این مدل به صورت ساختار درصدی مورد مطالعه قرار گرفته اند [۱۴].
- ۱۱ مدل ویژگی PCP مدل حاضر فراهم می کند یک نماد از تأثیرگذاری و عملکرد عمومی جهت کمک کردن به کیفیت خدمات برای هر بخش از خدمات، بالاترین قسمت جهت بهبود بخشیدن به کیفیت خدمات بستگی دارد به فراوانی مواجهه شدن با حیطه های این سه سطح از ویژگی ها طوری که بخش انفرادی بستگی دارد به منابع مشتری. از جمله ایراداتی که به این مدل وارد شده است این است که این مدل نیازمند آن است که برای موقعیت های خدماتی متفاوتی عمومیت یافته باشد [۲۱].
- ۱۲ مدل کیفیت خدمات ارزش های فراهم شده درمدل حاضر کیفیت خدمات فنی دارای نقش مهم جهت فراهم کردن کیفیت و درک ارزش ها است بنابراین نفوذ کردن در تمایل مشتری جهت خریدن کالا در این حیطه قرار می گیرد. همچنین کیفیت خدمات عملکردی دارای یک نفوذ هدایتگر در تمایل برای خرید کردن از طریق فراهم نمودن کیفیت و درک ارزش است به هر حال آن دارای یک نفوذ بر تمایل جهت خرید کردن است که بستگی دارد به فراهم کردن برآوردها.
- از جمله ایراداتی که به این مدل وارد شده است می توان به موارد زیر اشاره نمود: ۱. رضایت مشتری در این مدل به صورت مشخص بیان نمی شود. ۲. در این مدل مقیاس هدف رفتاری دارند تا اینکه رفتار واقعی داشته باشند [۲۱].

- ۱۳ ارزش رضایت مشتری  
این مدل می‌تواند به‌کار گرفته شود به عنوان روشی جهت فهمیدن جریان تصمیم‌گیری مشتری به عنوان ارزشیابی عملکرد سازمان.
- از جمله ایراداتی که به این مدل وارد شده است می‌توان به موارد زیر اشاره نمود: ۱. نیازمند آن است که برای انواع محیط‌های درونی عمومیت یافته باشد. ۲. تأثیرات چالش‌ها در محیط بیرونی در این مدل در نظر گرفته نمی‌شود [۲۲].
- ۱۴ مدل Amtecedents and mediator  
این مدل یک راهنما و یک هدف برای تأثیرات جهت‌گیری شده شرکت فراهم می‌کند. فاکتورهای مختلف ارزشیابی مصرف‌کننده مربوط است به خدمات، اما همچنین است یک شکل مجزای کلی. ارزشیابی از کیفیت خدمات در مدل حاضر می‌تواند فراهم نماید فهم کامل از کیفیت خدمات و این‌که این ارزشیابی چگونه شکل گرفته است در واقع در این مدل رضایت مشتری پیش‌بینی کننده خوبی است جهت اهداف رفتاری. از جمله ایراداتی که به این مدل وارد شده است عبارتند از: ۱. مقیاسی را جهت اندازه‌گیری خدمات کیفیت خدمات نمی‌تواند فراهم کند. ۲. مدل حاضر برخلاف مقیاس‌های عملکردی بانک‌های دیگر است. ۳. بیش‌تر اعمال موجود در مدل به صورت تجربی انجام نمی‌گیرد. ۴. مدل حاضر فقط برای تجربه یک وب سایت اساسی است. ۵. نیازمند آن است که بوسیله تجارب دیگر ارزش‌گذاری شود [۲۲].
- ۱۵ مدل کیفیت خدمات درونی  
در واقع یک نقش تعدیل کننده قوی یافت شده است تأیید می‌کند که آن هست مهم جهت اندازه‌گیری رضایت مشتری به صورت مجزا از کیفیت ارائه خدمت، هنگامی که تلاش می‌شود جهت شناخت و تشخیص ارزش‌یابی مصرف‌کننده از خدمات. از جمله ایراداتی که به این مدل وارد شده است این است که: شماری از آیتم‌هایی که برای اندازه‌گیری احساس خود کنترلی و آرامش هنگام استفاده از it به‌عنوان اساس خدمات انتخاب شده‌اند نمی‌توانند یک مقیاس اندازه‌گیری واحد را جهت کیفیت خدماتی که it اساس آن است را ارائه کنند [۱۸].
- ۱۶ مدل DEA  
در این مدل ادراکات و انتظارات مصرف‌کنندگان داخلی و تأمین‌کنندگان داخلی یک نقش مهم در بازشناسی و تشخیص سطوح درک شده کیفیت خدمات را دارد: از جمله مزیت اصلی این مدل کاربرد آن در مطالعات اکتشافی است [۲۲].
- ۱۷ مدل نگهداری داخلی  
در واقع مدل حاضر بیانگر این است که باید بتوانیم به صورت رسمی از منابع جهت تولید و ارائه سطوح عالی کیفیت خدمات بهتر استفاده کنیم.
- از جمله ایراداتی که به این مدل وارد شده است عبارتند از: ۱. مدل حاضر نمی‌تواند یک مقیاس اندازه‌گیری ویژه ارائه دهد. ۲. قادر به انجام تحلیل‌های آماری نیست [۲۱].
- ۱۸ مدل IT- moed based  
it به‌عنوان اساس خدمات دارای یک تأثیر هدایت کننده بر توانایی‌ها، مسئولیت‌ها و حیطه‌های اطمینان و یک تأثیر هدایت کننده بر رضایت مشتری و درک کیفیت خدمات. it تکنولوژی اطلاعات می‌تواند کمک نماید به خدمات و فراهم نماید جهت کشف سطوح عالی از رضایت مشتری. ارزش‌یابی مصرف‌کننده از it به‌عنوان اساس خدمات تأثیر پذیرفته است از ترجیحات و اولویت‌های وی نسبت به خدمات سنتی تجارب گذشته در باب it به‌عنوان اساس خدمات و درک سیاست‌های it. پیشنهاد شده است برای مدیریت کیفیت در بانک اینترنت که خدمات دارای دو قسمت است: خدمات بین فردی و مدیریت افزایش نقش مصرف‌کننده. درواقع سطوح و طبیعت مشارکت مصرف‌کننده تأثیرات بزرگی بر روی میزان کیفیت تجارب خدمات و مباحثی مانند مصرف‌کنندگان منطقه تولورانس و فهمیدن درجات نقش‌ها به‌وسیله مصرف‌کنندگان و درک کیفیت خدمات دارد [۲۲].
- ۱۹ مدل e-Serbice quality  
در واقع مدل حاضر درک و فهم بهتری از e-sq فراهم می‌نماید جهت کشف نحوه نگه داشتن عالی مشتری، رضایت مشتری و سود مندی وی - مدل فوق می‌تواند کمک نماید به تمامی سازمان‌ها و شرکت‌هایی که به‌نحوه با مسائل تجارت و بازرگانی و طراحی جهت انجام آن‌ها مشغول هستند کمک نماید [۲۳].



۲۰ مدل کیفیت مقیاس سروکووال برای اولین بار توسط پاراسورامن و همکارانش در سال ۱۹۸۵ به منظور سنجش خدمات کیفیت خدمات در سازمان‌های مختلف معرفی شده است. این مقیاس معتبر توسط پاراسورامن و پاراسورامن یا همکاران در مطالعات تجربی زیادی ۱۹۸۵، ۱۹۸۶، ۱۹۸۸، ۱۹۹۰، ۱۹۹۱، ۱۹۹۳، ۱۹۹۴ در سازمان‌های مختلف مورد استفاده قرار گرفته است. همچنین محققان بسیاری چون بوتل ۱۹۹۶، کلیف ۱۹۹۹، باباکوس ۱۹۹۲، نیومن ۱۹۹۶ در مطالعات تجربی خود از این مدل استفاده کرده‌اند مقیاس سروکووال دارای ۵ بعد اصلی می‌باشد که عبارتند از:

- ۱- ثبات و پایایی
- ۲- پاسخگویی
- ۳- اطمینان
- ۴- همدلی
- ۵- عوامل ظاهری [۱۱].

### مروری بر تحقیقات انجام شده

مارچ و سایمون در ۱۹۵۸ خاطر نشان می‌کنند که افزایش سن و سابقه خدمت در افزایش تعهد سازمانی افراد مؤثر است، زیرا فرصت‌های شغلی جایگزین برای فرد محدود می‌شود و این کاهش آزادی فرد ممکن است محبوبیت کارفرمای (سازمان) فعلی را افزایش دهد [۳ و ۶]. کارای و همکاران در ۱۹۸۹ نیز در مطالعه ای که به انجام رساندند علاوه بر دو متغیر سابقه کار و تحصیلات به عامل سابقه و سطح آموزش در ترک خدمت و درگیری و مشارکت شغلی نیز اشاره کرده‌اند. از نظر آنان هنگامی که فرد به استانداردهای بالای عملکرد حرفه‌ای متعهد می‌شود در شغل خود مشارکت وسیعی دارد [۲۴]. برخلاف سن و سابقه خدمت، سطح آموزش با تعهد سازمانی ارتباط معکوس دارد. دلیل این ارتباط معکوس ممکن است ناشی از عدم بر آورده شدن انتظارات باشد، افراد با سطح تحصیلات بالا ممکن است بیش‌تر به حرفه متعهد باشند تا به سازمان. در تحقیقی که توسط بارهایم و برمن در سال ۱۹۹۲ انجام گرفته است ۱۲۹۹ نفر از چهار سازمان عمده صنعتی در مدت سه سال مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. آزمودنی‌ها نمایندگان سازمان‌هایی بودند که از لحاظ محصول تولیدی، نوع فن‌آوری، ساختار سازمانی و مکان استقرار متفاوت بودند و یک سوم از کارکنان به‌طور تصادفی برای نمونه انتخاب شده بودند. نتیجه این تحقیق نشان داد که عوامل هویت و تعلق در مقیاس برتر در یک بعد قرار می‌گیرند و بُعد وفاداری مستقل از آن‌ها است. لذا سه بُعد مفهوم تعهد سازمانی که اشاره گردید مورد حمایت

قرار نگرفته‌اند. در عوض آنچه کشف شد یک ساختار دو بُعدی است که یک بُعد تعهد فعال و شامل تعیین هویت و تعلق سازمانی می‌شود و بُعد دیگر تعهد منفعل که معمولاً به وفاداری اشاره می‌کند [۵].

تحقیقات دیگری ارتباط جنسیت با تعهد را مورد توجه قرار داده‌اند و از جمله در مطالعاتی که توسط آنجل و پری در ۱۹۸۱ صورت گرفت مشخص شد که زنان از مردان متعهدتر هستند. استدلال می‌شود که به‌طور کلی زنان را پشت سر بگذارند، به همین خاطر عضویت در سازمان برای آن‌ها مهم‌تر است [۱]. برانینگ و سیندر در ۱۹۹۳ نیز بر نقش جنسیت و پست و مقام به عنوان متغیرهای میانجی و تعدیل‌کننده، در ارتباط بین تعهد سازمانی و متغیرهای اثرگذار بر آن توجه کرده‌اند. آنان با استفاده از چهار گروه نمونه، سرپرستان زن، کارکنان زن، سرپرستان مرد، کارکنان مرد، عوامل مؤثر بر تعهد سازمانی را در چهار طبقه زیر بررسی کرده‌اند: ۱. قواعد اجتماعی: شامل سبک رهبری، انسجام تیمی و...، ۲. آگاهی از موقعیت: شامل تضاد نقش، وضوح نقش و...، ۳. ارزیابی شخصی: شامل احساس شایستگی فردی. ۴. رضایت شغلی: شامل رضایت از کار، رضایت از همکاران، رضایت از حقوق، رضایت از فرصت‌های ارتقاء. نتایج تحقیق نشان داد که تفاوت معناداری از نظر ارتباط هر یک از متغیرهای مستقل با تعهد سازمانی در چهار گروه نمونه وجود ندارد. از نظر آنان، تفاوت در پست و مقام، ارتباط اعضای نمونه را تعدیل می‌کنند و نمی‌توانند به عنوان تعیین‌کننده مهمی برای تعهد سازمانی محسوب شوند [۵]. مودی و همکارانش در ۱۹۸۲

در باب تعهد افراد دارای تأثیر به‌سزایی است بدین معنا که زنان نسبت به مردان دارای تعهد بالاتری نسبت به سازمان هستند ۳. وضعیت ظاهری افراد بیانگر میزان تعهد افراد نیز است لذا رابطه معناداری در این باب وجود دارد بدین معنا که افرادی که نسبت به سازمان متعهدتر هستند دارای ظاهری آراسته، مرتب و منظم هستند. ۴. رابطه معنادار مثبت و مستقیمی بین سابقه خدمت و میزان تعهد افراد وجود دارد. ۵. رابطه معنادار منفی و معکوسی بین سطح آموزش و میزان تعهد افراد وجود دارد [۲۵].

گاتام و همکاران (۲۰۰۴) به بررسی رابطه رفتار سازمانی و شهروندی با تعهد افراد در میان ۹۷۱ نفر از کارمندان چند سازمان اداری، آموزشی و تجاری که متشکل از ۵۶۷ مرد و ۴۰۴ زن در کشور نپال پرداخته‌اند. که نتایج حاصل از بررسی آنان به شرح زیر است: ۱. رابطه معناداری بین تعهد سازمانی و رفتار سازمانی و شهروندی وجود دارد. ۲. رابطه معناداری بین تعهد سازمانی افراد و میزان ایجاد حس اطمینان و همدلی نسبت به ارباب رجوع وجود دارد بدین معنا که افرادی که دارای تعهد بالاتری نسبت سازمان هستند تلاش می‌کنند که بین سازمان و ارباب رجوع یک حس اعتماد و همدلی حاصل شود به نوعی که ارباب رجوع سازمان را متعلق به خود بدانند و معتقد باشد که سازمان در مسیر تحقق اهداف خود گام بر می‌دارد و همواره در پی انجام رسالت خود است و در حل مسائل آن شریک شود و این امر ناشی از توجه و احترام خاص سازمان نسبت به ارباب رجوع است. ۳. تعهد افراد با متغیرهای جنس، سن و سطح آموزش رابطه دارد. ۴. همچنین تعهد افراد با میزان ثبات در انجام وعده‌ها و برنامه‌های سازمان نسبت به مخاطبان دارای رابطه معنادار است به این معنا که هرچه میزان تعهد افراد بالاتر باشد میزان ثبات و پایایی در انجام خدمات آنان نیز بالاتر است [۲۶].

جانستون و همکاران در ۲۰۰۵ به بررسی رابطه تعهد سازمانی و رضایت شغلی در میان ۴۸۶ نفر از کارمندان یک سازمان دولتی که در بردارنده ۳۰۵ مرد و ۱۸۱ زن بود پرداخته‌اند که مطالعات این گروه نتایج زیر را در برداشت: ۱. رابطه معناداری بین رضایت شغلی و تعهد سازمانی وجود دارد. ۲. رابطه معنادار، مستقیم و مثبتی بین تعهد سازمانی و نحوه ارائه خدمات افراد وجود دارد بدین معنا

در تحقیقات خود علاوه بر متغیرهای شخصی کارکنان به ویژگی‌های شغلی آنان نیز توجه کردند. از نظر آنان سه جنبه از نقش حرفه‌ای که تأثیر بالقوه‌ای بر تعهد سازمانی دارند، عبارتند از حیطة شغلی یا چالش شغلی، تضاد نقش و ابهام. غنی شدن شغل موجب چالشی شدن آن و در نتیجه افزایش تعهد سازمانی می‌شود. به علاوه در مطالعه آنان، ارتباط بین تضاد نقش و ابهام نقش با تعهد را مورد بررسی قرار دادند که بیانگر ارتباط معکوس آنان بود. علاوه بر موارد فوق تجربیات حرفه‌ای و عوامل ساختاری نیز مورد توجه آنان قرار گرفت. آنان از تجربه شغلی به عنوان یک نیروی عمده در فرایند اجتماعی شدن یا اثر پذیری کارکنان یاد کرده آن را عامل عمده وابستگی روانی کارکنان به سازمان می‌دانند [۲].

عامل مهم دیگر که تعهد سازمانی کارکنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، فرصت‌های شغلی و مسئولیت‌های خانوادگی کارکنان است. استیرز و پورتر در ۱۹۸۳ با عطف توجه به این عامل، معتقدند میزان دستیابی به جایگزین‌های شغلی بعد از انتخاب شغل فعلی فرد، تعهد سازمانی آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. بر این اساس، افرادی که شغلی با حقوق بالاتر نیافته‌اند (توجه خارجی ضعیف از انتخاب خود) به طور قابل ملاحظه‌ای سطح بالاتری از تعهد سازمانی را وقتی شغل دیگری به آن‌ها پیشنهاد نشده نسبت به زمانی که مشاغل جایگزین در دسترس بود و چه زمانی که شغل جایگزین در دسترس نبود، سطح تعهد یکسانی را از خود نشان دادند. بنابراین به نظر می‌رسد بالاترین سطح تعهد اولیه در میان افرادی وجود دارد که اولاً توجه خارجی ناقصی برای اولین انتخاب خود دارند، ثانیاً انتخاب اولیه خود را قطعی و غیر قابل تغییر می‌بینند یعنی فرصتی برای تغییر تصمیم اولیه خود ندارند [۴].

مارک سیدرز و همکاران در ۲۰۰۳ به بررسی رابطه تعهد درونی و بیرونی با عملکرد شغلی در نمونه‌ای با حجم ۸۷۶ کارمند که متشکل از زنان و مردان بود در یک سازمان اداری پرداخته‌اند. که مطالعات آن‌ها بیانگر نتایج زیر بود:

۱. افرادی که دارای درجه بالاتری از تعهد هستند نسبت به افرادی که دارای درجه کم‌تری از تعهد هستند میزان پاسخگویی و جوابگویی نسبت به ارباب رجوع در میان آنان به نسبت چشمگیری بالاتر است. ۲. متغیر جنس

تحقیق به کار رفته توصیفی- پیمایشی و از نوع همبستگی است.

#### جامعه آماری

جامعه آماری کلیه کارکنان اداری و آموزشی غیر هیات علمی دانشگاه شاهد در سال تحصیلی ۸۵-۸۴ است. که با توجه به آخرین آمار موجود حجم جامعه آماری برابر با ۴۱۸ نفر می باشد که از این تعداد ۲۷۹ نفر مرد و ۱۳۹ نفر زن هستند.

#### روش نمونه گیری و حجم نمونه

در این طرح تحقیق جهت انتخاب نمونه مناسب (نمونه نماینده واقعی جامعه) از روش نمونه گیری طبقه بندی استفاده شده است که ملاک این طبقه بندی متغیر جنسیت می باشد، که با توجه به حجم جامعه آماری، حجم نمونه ۱۰۰ نفر تعیین شد که با توجه به نسبت های موجود متغیر جنسیت در جامعه که ۶۷ درصد جا معه را مردان و ۳۳ درصد آن را زنان تشکیل می دهند، لذا همین نسبت ها به صورت دقیق استخراج شده و در نمونه مد نظر قرار گرفت سپس جهت جلوگیری از خطای نمونه گیری افراد هر دو گروه به صورت تصادفی ساده در درون هر گروه انتخاب شدند.

#### ابزار گردآوری داده ها

در این تحقیق جهت جمع آوری داده ها از پرسشنامه استفاده شد، لذا جهت سنجش تعهد سازمانی کارکنان از پرسشنامه ۱۲ سؤالی آلن و می پر استفاده شد و همچنین جهت سنجش کیفیت ارائه خدمات از پرسشنامه پراسورامن استفاده شد که پنج محور اصلی: ثبات و پایایی خدمات، پاسخگویی، اطمینان، همدلی، و عوامل ظاهری از طریق ۲۲ سؤال مورد ارزیابی قرار می دهد.

#### پایایی ابزار گردآوری داده ها

برای سنجش پایایی پرسشنامه از روش کرانباخ استفاده شد. این روش برای برآورد هماهنگی و همسانی درونی ابزار اندازه گیری که ویژگی های گوناگون را می سنجد به کار می رود. برای این کار، ۲۰ نمونه از پرسشنامه ها به کارکنان دانشگاه ارائه شد و پس از گرد آوری داده ها،

که هر چه تعهد افراد بالاتر باشد کیفیت ارائه خدمات نیز بالاتر خواهد بود. ۳. رابطه معناداری بین تعهد سازمانی و متغیرهای جنس، سابقه خدمت و سطح آموزش وجود دارد [۲۷].

#### اهداف پژوهش

این پژوهش دارای یک هدف کلی می باشد که عبارت است از:

تعیین رابطه تعهد سازمانی با کیفیت ارائه خدمات در کارکنان اداری و آموزشی غیر هیأت علمی دانشگاه شاهد در سال تحصیلی ۸۵-۱۳۸۴.

#### اهداف فرعی:

۱. مشخص کردن مفاهیم و مقوله های مد نظر در باب تعهد سازمانی.
۲. شناسایی، بررسی و تعیین انواع تعهدات سازمان.
۳. مشخص کردن مفاهیم و مقوله های مد نظر در باب کیفیت خدمات.
۴. شناسایی، بررسی و تعیین ابعاد اصلی کیفیت خدمات.
۵. ارائه راهکارهای کاربردی مبتنی بر مطالعه و بررسی، عوامل مؤثر بر تعهدات سازمانی جهت کاهش اثرات و عوامل منفی بر آن در سازمان.
۶. ارائه راهکارهای کاربردی مبتنی بر مطالعه و بررسی، عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات جهت کاهش عوامل مخرب و منفی ساز در این باب در عملکرد سازمان.

#### فرضیات پژوهش

۱. میزان تعهد سازمانی کارکنان با کیفیت ارائه خدمات و ابعاد آن رابطه دارد.
۲. میزان تعهد سازمانی کارکنان با متغیرهای جنس، سن، مدرک تحصیلی، وضعیت استخدام و سنوات خدمت کارکنان رابطه دارد.

#### روش

##### نوع تحقیق

با در نظر گرفتن اهداف پژوهش، یعنی بررسی رابطه تعهد سازمانی با کیفیت ارائه خدمات در کارکنان، روش

۲۸ - درصد اعضای نمونه در گروه سنی ۲۰الی ۳۰ سال، ۵۰ درصد در گروه سنی ۳۰الی ۴۰ سال، ۲۰ درصد در گروه سنی ۴۰الی ۵۰ سال و ۲ درصد در گروه سنی ۵۰ سال به بالا قراردارند.

۱۸ - درصد از اعضای نمونه دارای مدرک تحصیلی سیکل و پایین تر، ۳۵ درصد دارای مدرک دیپلم، ۷ درصد دارای مدرک فوق دیپلم، ۳۳ درصد دارای مدرک لیسانس و ۷ درصد دارای مدرک فوق لیسانس و بالاتر هستند.

۲۰ - درصد از اعضای نمونه دارای وضعیت استخدام قراردادی، ۶ درصد قانون کار و ۷۴ درصد رسمی هستند.

۴۹ - درصد از اعضای نمونه از لحاظ سنوات خدمت دارای سابقه ۱۰الی ۱۵ سال، ۲۳ درصد دارای سابقه ۵الی ۱۰ سال، ۱۸ درصد دارای سابقه ۱الی ۵ سال، ۱۸ درصد دارای سابقه ۱۵الی ۲۰ سال و ۲ درصد دارای سابقه ۲۰الی ۲۵ سال هستند.

#### با توجه به داده‌های حاصل

در متغیر تعهد سازمانی بالاترین نمره کسب شده ۵۷، کمترین نمره کسب شده ۱۷ و میانگین برابر با ۴۵ است، در متغیر کیفیت خدمات بالاترین نمره کسب شده ۱۰۳، کمترین نمره کسب شده ۷۸ و میانگین برابر با ۸۵ می‌باشد. در متغیر ثبات و پایداری بالاترین نمره کسب شده ۲۳، کمترین نمره کسب شده ۱۵ و میانگین برابر با ۱۸ می‌باشد. در متغیر پاسخگویی بالاترین نمره کسب شده ۲۰، کمترین نمره کسب شده ۱۲ و میانگین برابر با ۱۶ است. در متغیر اطمینان بالاترین نمره کسب شده ۱۸، کمترین نمره کسب شده ۱۱ و میانگین برابر با ۱۵ است. در متغیر همدلی بالاترین نمره کسب شده ۲۰، کمترین نمره کسب شده ۱۱ و میانگین برابر با ۱۶ است. در متغیر عوامل ظاهری بالاترین نمره کسب شده ۱۹، کمترین نمره کسب شده ۱۱ و میانگین برابر با ۱۸ است.

ضریب آلفای کرانباخ حاصل به ترتیب برابر با ۰/۸۶ و ۰/۸۹ به دست آمد که نشان‌دهنده پایداری خوب ابزار است. احمدی و قلیچ لی در ۱۳۸۴ نیز پرسشنامه ۲۲ سؤالی پاراسورامن را در تحقیق خود به کار برده بودند که ضریب پایداری حاصل برابر با ۰/۸۵ بوده است [۲۸]. همچنین حضوری در ۱۳۸۴ پرسشنامه ۱۲ سؤالی تعهد سازمانی آلن و می‌یر را در طرح پژوهشی خود به کار برده بود که ضریب پایداری حاصل برای آن برابر با ۰/۸۳ بود. [۲۹].

#### روایی ابزار

جهت سنجش میزان روایی ابزار، پرسشنامه به ۱۰ نفر از کارکنان و مدیران آگاه و با سابقه ارائه و از آن‌ها درباره محتوای پرسشنامه نظرخواهی شد، پس از جمع آوری اطلاعات بازنگری‌های لازم در شیوه بیان پرسشها انجام و پرسش‌ها برای تنظیم نهایی پرسشنامه آماده شد.

#### روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده، روش‌های آمار توصیفی: فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار، و واریانس به کار گرفته شد و در تحلیل استنباطی داده‌ها با استفاده از نرم افزار آماری SPSS و بهره‌گیری از روش‌های آزمون ضریب همبستگی پیرسون، آزمون تحلیل واریانس یک سویه (ANOVA) آزمون T مستقل، و آزمون تعقیبی SCHEFFE جهت تعیین رابطه بین متغیرهای مختلف استفاده شد.

#### یافته‌های تحقیق

##### الف) یافته‌های توصیفی

با توجه به داده‌های حاصل: ۶۷ درصد از اعضای نمونه را مردان و ۳۲ درصد آن را زنان تشکیل می‌دهند.

جدول ۱: بررسی توصیفی دو متغیر تعهد سازمانی و کیفیت خدمات در اعضای نمونه

کیفیت خدمات	ثبات	پاسخگویی	اطمینان	همدلی	عوامل ظاهری	تعهد سازمانی
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
۳۰۰/۸۵	۵۰/۱۸	۴۰/۱۶	۹۰/۱۷	۸۷/۱۶	۱۰/۱۸	۷۸/۸۴
۲۵	۸	۸	۷	۹	۹	۴۰
۸۰	۱۵	۱۲	۱۱	۱۱	۱۱	۱۷
۱۰۳	۲۳	۲۰	۱۸	۲۰	۱۹	۵۷

جدول ۲: آزمون همبستگی جهت تعیین رابطه تعهد سازمانی با کیفیت ارائه خدمات و ابعاد آن

عوامل ظاهری	میزان همدلی	میزان اطمینان	میزان پاسخگویی	ثبات و پایداری خدمات	کیفیت ارائه خدمات	تعهد سازمانی
۰/۷۶۵	۰/۷۹۲	۰/۷۸۶	۰/۸۱۲	۰/۸۲۰	۰/۸۹۵	همبستگی پیرسون
۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	سطح معناداری
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	فراوانی

### یافته‌های تحقیق بر اساس فرضیات پژوهش

**فرضیه اول:** میزان تعهد سازمانی کارکنان با کیفیت ارائه خدمات و ابعاد آن رابطه دارد.

- ضریب همبستگی حاصل بین دو متغیر تعهد سازمانی و کیفیت ارائه خدمات کارکنان برابر با ۰/۸۹۵ است. لذا میزان تعهد سازمانی کارکنان با میزان کیفیت ارائه خدمات آنان در سطح ۰/۰۱ دارای رابطه معنادار می‌باشد. بنابراین بین دو متغیر همبستگی مثبت و قوی وجود دارد، بدین معنا که هر اندازه میزان تعهد سازمانی کارکنان بالا باشد به همان نسبت کیفیت ارائه خدمات آنان نیز بهتر و بالا خواهد بود.

- ضریب همبستگی حاصل بین دو متغیر تعهد سازمانی و ثبات و پایداری در ارائه خدمات کارکنان برابر با ۰/۸۲۰ است. لذا میزان تعهد سازمانی کارکنان با میزان ثبات و پایداری در ارائه خدمات آنان در سطح ۰/۰۱ دارای رابطه معنادار است. بنابراین بین دو متغیر همبستگی مثبت و قوی وجود دارد، بدین معنا که هر اندازه میزان تعهد سازمانی کارکنان بالا باشد به همان نسبت ثبات و پایداری در ارائه خدمات آنان نیز بهتر و بالا خواهد بود.

- ضریب همبستگی حاصل بین دو متغیر تعهد سازمانی و میزان پاسخگویی کارکنان برابر با ۰/۸۱۵۴ است. لذا میزان تعهد سازمانی کارکنان با میزان پاسخگویی کارکنان در سطح ۰/۰۱ دارای رابطه معنادار است. بنابراین بین دو متغیر همبستگی مثبت و قوی وجود دارد، بدین معنا که هر اندازه میزان تعهد سازمانی کارکنان بالا باشد به همان نسبت میزان پاسخگویی کارکنان نیز بهتر و بالا خواهد بود.

- ضریب همبستگی حاصل بین دو متغیر تعهد سازمانی و میزان ایجاد حس اطمینان نسبت به ارباب رجوع توسط آنان برابر با ۰/۷۸۶ است. لذا میزان تعهد سازمانی

کارکنان با میزان ایجاد حس اطمینان نسبت به ارباب رجوع توسط آنان در سطح ۰/۰۱ دارای رابطه معنادار می‌باشد. بنابراین بین دو متغیر همبستگی مثبت و قوی وجود دارد، بدین معنا که هر اندازه میزان تعهد سازمانی کارکنان بالا باشد به همان نسبت میزان ایجاد حس اطمینان نسبت به ارباب رجوع توسط آنان نیز بهتر و بالا خواهد بود.

- ضریب همبستگی حاصل بین دو متغیر تعهد سازمانی و میزان ایجاد حس همدلی نسبت به ارباب رجوع توسط آنان برابر با ۰/۷۹۲ است. لذا میزان تعهد سازمانی کارکنان با میزان ایجاد حس همدلی نسبت به ارباب رجوع توسط آنان در سطح ۰/۰۱ دارای رابطه معنادار می‌باشد. بنابراین بین دو متغیر همبستگی مثبت و قوی وجود دارد، بدین معنا که هر اندازه میزان تعهد سازمانی کارکنان بالا باشد به همان نسبت میزان ایجاد حس همدلی نسبت به ارباب رجوع توسط آنان نیز بهتر و بالا خواهد بود.

- ضریب همبستگی حاصل بین دو متغیر تعهد سازمانی و عوامل و وضعیت ظاهری کارکنان برابر با ۰/۷۶۵ است. لذا میزان تعهد سازمانی کارکنان با وضعیت ظاهری کارکنان در سطح ۰/۰۱ دارای رابطه معنادار است. بنابراین بین دو متغیر همبستگی مثبت و قوی وجود دارد، بدین معنا که هر اندازه میزان تعهد سازمانی کارکنان بالا باشد به همان نسبت وضعیت ظاهری کارکنان نیز بهتر و مطلوب‌تر خواهد بود.

**فرضیه دوم:** میزان تعهد سازمانی کارکنان با توجه به متغیرهای جنس، سن، مدرک تحصیلی، وضعیت استخدام و سنوات خدمت دارای تفاوت معنادار است.

جدول ۳: بررسی توصیفی و وضعیت دو گروه زنان و مردان در باب تعهد سازمانی

خطای استاندارد میانگین	انحراف استاندارد	میانگین	فراوانی	جنسیت
۴۹۰/۱	۷۶۱/۳	۴۵/۹۷۰	۶۷	مردان
۰/۷۹۳	۰۳۷۴/۱	۵۱/۹۳۹	۳۳	زنان

جدول ۴: آزمون تی مستقل جهت بررسی مقایسه‌ای دو گروه زنان و مردان در باب تعهد سازمانی

آزمون تی مستقل دو گروه زنان و مردان در باب تعهد سازمانی	F	سطح معناداری	T	درجات آزادی	تفاوت میانگین‌ها	خطای استاندارد میانگین
میزان تعهد سازمانی	۰/۴۲۲	۰/۰۰۰۱	۱۰/۳۷۱	۹۸	۵۹۶۹۲	۰/۵۸۱۴۸

است. بدین معنا که تفاوت معناداری بین میانگین‌های گروه‌های چهارگانه سن درباب میزان تعهد سازمانی وجود دارد. جهت تعیین این تفاوت در بین گروه‌ها از آزمون تعقیبی SCHEFFE استفاده شد. با توجه به نتایج آزمون شفه تفاوت معناداری بین میانگین‌های گروه‌های چهارگانه سن در باب تعهد سازمانی وجود دارد بدین معنا که: بین میانگین گروه ۲۰-۳۰ سال و ۳۰-۴۰ سال تفاوت معناداری در سطح ۰/۰۱ وجود دارد، بین میانگین گروه ۲۰-۳۰ سال و ۴۰-۵۰ سال تفاوت معناداری در سطح ۰/۰۱ وجود دارد، بین میانگین گروه ۲۰-۳۰ سال و ۵۰ سال به بالا تفاوت معناداری وجود ندارد. درواقع چنین می‌توان بیان کرد که هر چه سن افراد بالاتر می‌رود، میزان تعهد سازمانی آنان نیز افزایش می‌یابد در واقع در سطوح بین ۲۰ سال تا ۵۰ سال با روند افزایش میزان تعهد سازمانی در افراد مواجه هستیم. آزمون ANOVA جهت بررسی متغیرهای مدرک تحصیلی و تعهد سازمانی

- جهت آزمون فرضیه تحقیق از آزمون تی مستقل استفاده شد که تی حاصل برابر با ۱۰/۳۷۱ است. لذا می‌توان گفت فی حاصل در سطح ۰/۰۱ معنادار است، بنابراین بین میانگین دو گروه زنان و مردان در باب متغیر تعهد سازمانی تفاوت معناداری وجود دارد، بدین معنا که زنان با کسب میانگین ۵۱/۹۳۹ نسبت به مردان که دارای میانگین ۴۵/۹۷۰ است دارای تعهد و وابستگی بیش‌تری نسبت به سازمان هستند. درواقع میزان تعهد سازمانی کارکنان با متغیر جنسیت رابطه معنادار دارد بدین صورت که زنان دارای تعهد سازمانی بالاتری نسبت به مردان هستند. آزمون ANOVA جهت بررسی رابطه متغیرهای سن و تعهد سازمانی

- نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه مقدار F را برابر با ۲۶/۲۳۳ اعلام نمود، که این مقدار در سطح ۰/۰۱ معنادار

جدول ۵: بررسی رابطه متغیرهای سن و تعهد سازمانی

مجموع مجذورات	درجات آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معناداری
۶۷۸/۲۶۱	۳	۲۲۶/۰۸۷	۲۶/۲۳۳	۰/۰۰۰۱
۳۷۹/۸۲۷	۹۶	۸/۶۱۹		
۱۵۰۵/۶۴۰	۹۹			

جدول ۶: بررسی رابطه متغیرهای مدرک تحصیلی و تعهد سازمانی

سطح معناداری	F	میانگین مجزورات	درجات آزادی	مجموع مجزورات	
۰/۰۰۰۱	۶۸/۳۹۹	۲۷۹/۳۶۹	۴	۱۱۱۷/۵۸۳	بین گروهی
		۴/۰۵۸	۹۵	۳۸۸/۰۵۷	درون گروهی
			۹۹	۱۵۰۵/۶۴۰	کل

آزمون ANOVA جهت بررسی متغیرهای وضعیت استخدام و تعهد سازمانی

- نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه مقدار F را برابر ۳۸/۶۲۳ اعلام نمود، که این مقدار در سطح ۰/۰۱ معنادار است. بدین معنا که تفاوت معناداری بین میانگین‌های گروه‌های سه گانه وضعیت استخدام در باب میزان تعهد سازمانی وجود دارد. جهت تعیین این تفاوت در بین گروه‌ها از آزمون تعقیبی SCHEFFE استفاده شد با توجه به نتایج آزمون شفه تفاوت معناداری بین میانگین‌های گروه‌های سه گانه وضعیت استخدام در باب تعهد سازمانی وجود دارد بدین معنا که:

- بین میانگین گروه رسمی و قراردادی تفاوت معناداری در سطح ۰/۰۱ وجود دارد. (بیشترین مقدار)

- بین میانگین گروه رسمی و قراردادی تفاوت معناداری در سطح ۰/۰۵ وجود دارد.

بنابر این می‌توان گفت که: گروه رسمی دارای میانگین بهتری نسبت به گروه قانون کار و گروه قانون کار دارای میانگین بهتری نسبت به گروه قراردادی است.

آزمون ANOVA جهت بررسی متغیرهای سنوات خدمت و تعهد سازمانی

جدول ۷: بررسی رابطه متغیرهای و. وضعیت استخدام و تعهد سازمانی

سطح معناداری	F	میانگین مجزورات	درجات آزادی	مجموع مجزورات	
۰/۰۰۰۱	۴۳/۳۹۶	۲۴۴/۳۳۶	۴	۹۹۷/۳۳۵	بین گروهی
		۵۵۶۱	۹۵	۵۲۸/۳۰۵	درون گروهی
			۹۹	۱۵۰۵/۶۴۰	کل

جدول ۸: بررسی رابطه متغیرهای سنوات خدمت و تعهد سازمانی

سطح معناداری	F	میانگین مجزورات	درجات آزادی	مجموع مجزورات	
۰/۰۰۰۱	۴۳/۳۹۶	۲۴۴/۳۳۶	۴	۹۹۷/۳۳۵	بین گروهی
		۵۵۶۱	۹۵	۵۲۸/۳۰۵	درون گروهی
			۹۹	۱۵۰۵/۶۴۰	کل

میزان پاسخگویی و جود دارد نتیجه حاصل با نتایج حاصل از مطالعات مارک سیدرز و همکاران [۲۵] که نشان داده بودند رابطه معناداری بین تعهد افراد و میزان پاسخگویی آنان وجود دارد هم جهت است. در ارتباط با فرضیه اول مبنی بر اینکه رابطه معناداری بین تعهد افراد و میزان احترام و اطمینان و همدلی نسبت به ارباب رجوع وجود دارد نتیجه حاصل با نتایج حاصل از مطالعات گاتام و همکاران [۲۶] که نشان داده بودند رابطه معناداری بین درجه تعهد افراد و میزان احترام و اطمینان و همدلی نسبت به ارباب رجوع وجود دارد همسو است. در ارتباط با فرضیه اول مبنی بر اینکه رابطه معناداری بین تعهد افراد و عوامل ظاهری آنان وجود دارد نتیجه حاصل با نتایج حاصل از مطالعات مارک سیدرز و همکاران [۲۵] که نشان داده بودند وضعیت ظاهری افراد با میزان تعهد افراد دارای رابطه معنادار می‌باشد هم جهت می‌باشد. در ارتباط با فرضیه دوم مبنی بر اینکه رابطه معناداری بین تعهد سازمانی افراد و متغیرهای جنس، سن، مدرک تحصیلی، وضعیت استخدام، و سنوات خدمت و جود دارد. نتایج حاصل همسو و هم جهت با مطالعات مارچ و سایمون [۶]، آنجل و پری [۱]، براسینگ و سیندرز [۵] و مخالف برخی نتایج حاصل از مطالعات کارای و همکاران [۸] است که در ذیل بحث می‌شود. طبق تحقیقات آنجل و پری [۱]، برانینگ و سیندرز ۱۹۹۳ و ماتیو و زاجاک ۱۹۹۰ جنسیت با تعهد سازمانی ارتباط دارد لذا تأیید فرضیه ما مبنی بر اینکه بین تعهد سازمانی و جنسیت رابطه وجود دارد به صورتی که زنان نسبت به مردان متعهدتر هستند بیانگر تطبیق نتایج حاصل با تحقیقات آنجل، سیندرز است. طبق تحقیقات مارچ و سایمون ۱۹۸۵ سن و سابقه خدمت با تعهد سازمانی ارتباط مستقیم دارند از نظر آنان وقتی سن و سابقه خدمت افراد در سازمانی افزایش می‌یابد، فرصت‌های شغلی جایگزین برای فرد محدود می‌شود و این عامل سبب افزایش تعهد فرد نسبت به سازمان می‌شود. لذا با توجه به تأیید دو فرضیه ما که تعهد سازمانی کارکنان با متغیرهای سن و سنوات خدمت ارتباط دارند می‌توان آن را همسو و هم جهت با تحقیقات مارچ و سایمون دانست. تأیید این فرضیه که تعهد سازمانی کارکنان با مدرک تحصیلی آنان رابطه دارد نتایج تحقیقات کارای و همکاران

- نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه مقدار F را برابر ۴۳/۹۳۶ اعلام نمود، که این مقدار در سطح ۰/۰۱ معنادار است. بدین معنا که تفاوت معناداری بین میانگین‌های گروه‌های پنج گانه سنوات خدمت درباب میزان تعهد سازمانی وجود دارد. جهت تعیین این تفاوت در بین گروه‌ها از آزمون تعقیبی SCHEFFE استفاده شد. همانطور که از نتایج آزمون شفه پیداست تفاوت معناداری بین میانگین‌های گروه‌های پنج گانه سنوات خدمت در باب تعهد سازمانی وجود دارد بدین معنا که:

- بین میانگین گروه ۱-۵ سال و ۵-۱۰ سال تفاوت معناداری در سطح ۰/۰۵ وجود دارد.

- بین میانگین گروه ۱-۵ سال و ۱۰-۱۵ سال تفاوت معناداری در سطح ۰/۰۱ وجود دارد.

- بین میانگین گروه ۱-۵ سال و ۱۵-۲۰ سال تفاوت معناداری در سطح ۰/۰۱ وجود دارد.

- بین میانگین گروه ۱-۵ سال و ۲۰-۲۵ سال تفاوت معناداری وجود ندارد.

بنابر این می‌توان گفت که هر چه سنوات خدمت فرد بیشتر باشد به همان تناسب میزان تعهد سازمانی فرد نیز بالاست.

### بحث و نتیجه‌گیری

در این قسمت به بررسی اعتبار یافته‌های پژوهش با توجه به تحقیقات و مطالعات انجام شده می‌پردازیم. در ارتباط با فرضیه اول مبنی بر اینکه رابطه معناداری بین تعهد سازمانی و کیفیت ارائه خدمات وجود دارد نتیجه حاصل با نتایج مطالعات جانستون و همکاران [۲۷] که نشان داده بودند رابطه معنادار، مستقیم و مثبتی بین میزان تعهد سازمانی افراد و نحوه ارائه خدمات وجود دارد همسو و هم جهت است. در ارتباط با فرضیه اول مبنی بر اینکه رابطه معناداری بین تعهد سازمانی و ثبات و پایداری خدمات وجود دارد نتیجه حاصل با نتایج حاصل از مطالعات گاتام و همکاران [۲۶] که نشان داده بودند رابطه معنادار و مثبتی بین میزان تعهد افراد و ثبات و پایداری خدمات آنان وجود دارد همسو است. در ارتباط با فرضیه اول مبنی بر این که رابطه معناداری بین تعهد سازمانی و



بین کارمندان و مدیران جهت انعکاس نظرات به صورت متقابل

۴. ارزیابی عملکرد کارکنان با در نظر گرفتن میزان تعهد نسبت به سازمان و کیفیت ارائه خدمات آنان به منظور ایجاد بازخوردک اری مثبت و سازنده.

۵. تشریح رسالت ها، اهداف و وظایف خاص و عام سازمان و اولویت بندی فعالیت های سازمان بر اساس هر بخش و واحد کار سازمانی.

۶. حذف موانع کاری و تأکید بر جنبه هایی که موجب ارزش اجتماعی سازمان می شود از طریق فراهم سازی زمینه تبادل نظرات بین کارکنان جهت شناسایی عوامل محدودکننده و تخریب کننده ارزش و وجه سازمان.

۷. ایجاد سیستم های مناسب تشویق و تنبیه، به منظور حذف تبعیض ها و روابط نامناسب افراد در محیط کار.

۱۹۸۹ [۲۴] که معتقد بودند بین مدرک تحصیلی و میزان تعهد سازمانی رابطه معکوس است را رد می کند. البته دلیل اصلی اثبات این فرضیه را بعد معنوی دانشگاه می توان دانست.

در نهایت می توان راهکارها و پیشنهادهایی را جهت افزایش تعهد سازمانی و ارائه بهتر خدمات در سازمان ارائه کرد که به شرح زیر می باشد:

۱. بالا بردن پیوستگی عاطفی در کارکنان و درگیر کردن بیش تر آن ها با اهداف سازمان از طریق فراهم سازی زمینه شکل گیری گروه های غیررسمی در سازمان.
۲. بهبود شبکه های ارتباط اجتماعی در کار از طریق برقراری نظام انتخاب کارمند شایسته.
۳. مشارکت کارکنان در تصمیم گیری از طریق توجه هر چه بیش تر به نظرات آنان و ایجاد و تشکیل واحد ارتباطات

## منابع

12. Parasuraman, A., Zeithaml, V. and Berry, L. (1988) SERVQUAL: A multi item scale for measuring consumer perception of service quality, "J. Retailing, 64, 12-40.
13. Cronin, J. and Taylor, S. (1992) Measuring service quality: A reexamination and extension. J. Marketing, 55, 55-68.
14. Q uester, P. and Romaniuk, S. (1997) Service quality in the Australian advertising industry: a methodological study, J. Services Marketing, 11, 180-192.
15. Parasuraman, A., Zeithaml, V. and Berry, L. (1991) Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale, "J. Retailing, 67, 420-450.
16. Service Quality Models (2006) Seminar in Business Strategy and International Business "Helsinki University of Technology Department of Industrial Engineering and Management Institute of Strategy and International Business.
17. Allen, J. and David, D. (1991) Searching for excellence in marketing education: The relationship between service quality and three outcome variables, J. Marketing Educ, Vol. 3, 47-54.
18. Zeithaml, V. A., and Bitner, M. J. (1996) Services Marketing McGraw-Hill Companies Inc., New York NY.
19. DiDomenico, E. and Bonnicci, J. (1996) Assessing service quality within the educational environment. Education, 116, 1-7.
20. Cliff, A. (1994) Measuring quality in New Zealand polytechnics Journal of tertiary education administration, vol. 16, no. 1.
21. Buttle, F. (1996) Servqual: review, critique, research agenda", European journal of marketing, vol. 30, 12-25.
22. Pariseau, S. and McDaniel, J. (1997) Assessing service quality in schools of business, "International J. Quality Reliability Mgmt., 14, 204-218, 12-25.
1. Angle, H. L., & Perry, J. L. (1981) An empirical assessment of organizational communication and organizational effectiveness. Administrative Science Quarterly, 26, 1-14.
2. Fioltoft, N. F. and I. ee. M. W. (1994) Developing and testing a model of professional commitment. n. Pharm. naus., 5, 0-3/8.
3. Buchanan, B. (1974) Building organizational commitment: The socialization of managers in work organizations. Administrative Science Quarterly, vol. 19, pp 533 - 546.
4. Holdford, D. A. and Wright, S. (1997) Testing Commitment - Trust Theory in relationships between pharmacy schools and students, "Am. J. Pharm. Educ., 61, 249-256.
5. Sing N. S, Synder R. A. (1993). Sex and Postion as predictor of organizational commitment. Academy of Managemet Journal, Vol. 29, No. 3, P. 485.
6. March, J. G. & Simon, H. A. (1958) Organization. New York: John Wiley & sons.
7. Meyer, J. P. & Allen, N. J. (1997) Commitment in the workplace: Theory, research, and application. Newbury park, CA: Sage Publications.
۸. رضاییان، علی (۱۳۷۴) مدیریت رفتار سازمان. تهران: انتشارات دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
۹. هرسی، پال و بلانچارد، کنت ایچ (۱۳۷۱) مدیریت رفتار سازمانی. استفاده از منابع انسانی. ترجمه قاسم کبیری. تهران: جهاد دانشگاهی.
۱۰. رنجبریان، بهرام (۱۳۷۵) تعهد سازمانی، مجله دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان. سال دهم، شماره ۲، ص ۴۱-۵۷.
11. Parasuraman, A., Zeithaml, V. and Berry, L. (1985) A conceptual model of service quality and its implications for future research, "ibid., 49, 41-50.

27. Jhonston. G and all (2005). Relationship between communication satisfaction and organizational commitment. *journal of business reserach*, 31:58-63.
28. احمدی، سید علی اکبر و قلیچ لی، بهروز (۱۳۸۴) طراحی مدل مدیریت کیفیت خدمات آموزشی در دانشگاه پیام نور. فصلنامه پیک نور دانشگاه پیام نور، سال سوم، شماره سوم، ۶۲-۴۳.
29. حضوری، محمد جواد (۱۳۸۴) رابطه تعهد سازمانی با ویژگی‌های اعضای هیئت علمی دانشگاه پیام نور، فصلنامه پیک نور دانشگاه پیام نور، سال سوم، شماره سوم، ۲۳-۱۵.
23. Cowling N. (1996) Service quality in retail banking: the experience of tow british clearing banking :the experience of tow british clearing banks "international journal of bank marketing, vol. 14. no. 6, 13-28.
24. Curry. D et al. (1989) On the Causal ordering of Job Satisfaction snd Organizational Cimmitment. *Acadmly of Management Journal* , Vol. 29 , No. 4,P. 847.
25. Siders. M and all (2003). the Relationship of internal and external commitment to job per formance. som research committee at syracuse University.
26. Gautam.T and all (2004). organizational citizenship behavior and organizational commitment in nepal, a ston business .aston university, birmingham B4 7ET