

## بررسی روابط قدرتی - جایگاهی در شکل گیری احساس تعهد سازمانی در سازمان عمومی شهرداری تهران

الهه گرگوندی<sup>۱</sup>، فرح ترکمان<sup>۲</sup>، سعید معدنی<sup>۳</sup>

### چکیده

امروزه اهمیت سازمان های خدماتی بیش از همیشه در کلانشهرها به چشم می آید. یکی از مهمترین این سازمان ها، سازمان شهرداری است که علاوه بر اداره شهر و کیفیت بخشی به زندگی شهروندان، در کشورهای نقش سیاسی پر رنگی هم دارد. عملکرد سازمان ها تحت تاثیر تعهد سازمانی کارکنان آن سازمان است. قدرت و جایگاه دو بعد اساسی روابط اجتماعی هستند که موجب شکل گیری احساسات خاص در طی تعامل اجتماعی در سازمانها می شوند که ممکن است در تعهد سازمانی کارکنان شهرداری نیز تاثیرگذار باشد. هدف کلی پژوهش بهبود تعهد سازمانی کارکنان سازمان شهرداری است. در این پژوهش، هدف و شناخت نقش روابط قدرتی و جایگاهی در تعهد سازمانی کارکنان سازمان شهرداری تهران هدف اصلی است. روش پژوهش پیمایش، ابزار تحقیق پرسشنامه های استاندارد تعهد سازمانی آلن و میر و پرسشنامه قدرت و جایگاه است. جامعه آماری کلیه کارکنان سازمان شهرداری مناطق ۲۲گانه تهران است. نحوه نمونه گیری براساس فهرست اسامی بود. حجم نمونه براساس فرمول کوکران ۴۰۰ نفر برآورد شد. یافته ها نشان داد که ضریب همبستگی بین روابط قدرتی و تعهد سازمانی در شهرداری تهران (-۰/۵۵۹) است بدین معنی که با افزایش روابط قدرتی از تعهد سازمانی کاسته می شود و با توجه به ضریب همبستگی بین روابط جایگاهی و تعهد سازمانی (۰,۷۸۹) می توان گفت در سازمان شهرداری تهران رابطه دو متغیر مثبت و مستقیم است. اختلاف ابعاد تعهد سازمانی (عاطفی، مستمر و هنجاری) در سازمان شهرداری در همه سطوح معنی دار شدند. نتیجه گیری در ایجاد تعهد سازمانی در بین کارکنان سازمانها روابط قدرتی تاثیر منفی و روابط پایگاهی تاثیر مثبت را نشان می دهد.

**واژگان کلیدی:** تعهد عاطفی، تعهد مستمر، تعهد هنجاری، روابط قدرتی، روابط جایگاهی.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۹/۲۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۰۱

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری جامعه شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (Email: eligorgvandi@gmail.com)

<sup>۲</sup> استادیار جامعه شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) (Email: fa.torkaman@iauctb.ac.ir)

<sup>۳</sup> استادیار جامعه شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (Email: maadani25@yahoo.com)

## مقدمه

انسان امروزی، دربردارنده طیف وسیعی از خواست‌ها و نیازهایی می‌باشد که این خواست‌ها و نیازها نیز به نوبه خود، حوزه‌های گوناگونی را در برمی‌گیرد. اداره شهرها مستلزم شکل ویژه‌ای از مدیران و کارکنان می‌باشد که بتوانند مجموعه پیچیده‌ای از شرایط و پدیده‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، امنیتی و فرهنگی را مورد توجه قرار دهند. مفهوم «شهر تعاملی»، مفهومی مبتنی بر بررسی و سنجش دوسویه و متقابل دیدگاه‌ها و انتظارات شهروندان و مدیران شهری نسبت به یکدیگر می‌باشد. در ایده «شهر تعاملی»، رابطه میان مردم و مدیران شهری رابطه دو سویه قلمداد می‌شود. سازمان شهرداری خدمات مختلفی را در سطح شهر به منظور رفاه هر چه بیشتر شهروندان ارائه می‌دهد. از این رو و در راستای هر چه بهتر انجام دادن این وظایف، این سازمان فعالیت‌های مختلف خود را حول چند محور عمده دسته‌بندی نموده است. یکی از این محورها، خدماتی می‌باشد که حوزه شهری را در برمی‌گیرد. مقوله خدمات شامل طیف وسیعی از فعالیت‌های مختلف می‌باشد که ارتباط تنگاتنگی با حیات شهری دارند. اگرچه اکثر خدمات، شهری محسوب می‌شوند، اما برخی از آنها به دلایل خاص و با توجه به شاخصه خاص و ارتباط مستقیم با زندگی شهروندان، به خدمات شهرداری معروفند و فقدان یا مدیریت نادرست آنها می‌تواند موجب بروز معضلات اساسی از قبیل بی‌نظمی شهری و معضلات اجتماعی و سیاسی شود. در حقیقت زندگی امروزی در شهرها با توجه به ساختار فضائی - کالبدی شهرها، پیچیدگی مناسب‌ها و فعالیت‌های اقتصادی - اجتماعی، تعمیق و گسترش تقسیم کار اجتماعی و اقتصادی و نیازهای فزاینده‌ی فرهنگی، فراغتی و اجتماعی شهروندان بیش از هر دوره دیگر وابسته به مقوله خدمات است.

باتوجه به اینکه مهمترین و ارزشمندترین سرمایه هر سازمان، سرمایه انسانی آن است و توجه به این سرمایه گران‌بهاء بر وضعیت عملکرد سازمان مؤثر است، تلاش برای افزایش تعهد در کارکنان امری مهم است. "افراد متعهدتر پایبندی بیشتری به ارزش‌ها و اهداف سازمان دارند و فعالانه‌تر نقش خود را ایفا می‌کنند، همچنین کمتر به ترک سازمان و یافتن فرصت‌های شغلی جدید اقدام می‌کنند" (الوانی و معمارزاده، ۱۳۸۷: ۹). "مفهوم تعهد در محیط کار، هنوز به عنوان یکی از چالش برانگیزترین مفاهیم تحقیقاتی در زمینه رفتار سازمانی، مدیریت و جامعه‌شناسی سازمان‌ها است" (صمدی‌میراکلابی و صمدی‌میراکلابی، ۱۳۹۲: ۴۳). در واقع تعهد سازمانی یک نگرش درباره وفاداری کارکنان با سازمان و یک فرآیند مستمر است که به واسطه مشارکت افراد در تصمیمات سازمانی، توجه افراد به سازمان و موفقیت و رفاه سازمان را نشان می‌دهد (صبوری، ۱۳۷۴: ۵۴).

وجود نیروی انسانی متعهد، وجهه سازمان را در اجتماع، مهم جلوه می‌دهد و زمینه را برای رشد و توسعه سازمان فراهم می‌کند؛ بنابراین، کارکنان متخصص، وفادار، سازگار با ارزش‌ها و اهداف سازمانی، دارای انگیزه قوی، متمایل و متعهد به حفظ عضویت سازمانی، از نیازهای اصلی و بسیار ضروری هر سازمان به شمار می‌روند؛ زیرا سازمان به کارکنانی نیازمند است که فراتر از شرح وظایف مقرر و معمول خود، به کار و فعالیت پردازند (قلی‌پور، ۱۳۹۵: ۲۲). وجود چنین نیروهایی در هر سازمان، ضمن کاهش غیبت، تأخیر و جابجایی، باعث افزایش چشمگیر عملکرد سازمان، نشاط روحی کارکنان و تجلی بهتر اهداف متعالی سازمان و نیز دستیابی به اهداف فردی خواهد شد. عدم احساس تعهد یا تعهد در سطح پایین، نتایجی منفی برای فرد و سازمان به دنبال دارد. ترک خدمت، غیبت زیاد و بی‌میلی به ماندن در سازمان، از نتایج تعهد در سطح پایین است (گلشن فومنی، ۱۳۹۰: ۸۲). یکی از عواملی که سازمان برای رسیدن به اهداف خود به آن نیاز دارد، تعهد و پایبندی افراد نسبت به سازمان است؛ بنابراین تعهد سازمانی، نوعی ارتباط نگرشی - رفتاری با اهداف و مأموریت‌های سازمان به شمار می‌رود. "آنچه مسلم است این است که تعهد موجب بهره‌وری است، زیرا افزایش تعهد (در حد مطلوب) موجب ارتقای سازگاری فرد با سازمان و عدم مقاومت او در برابر تغییرات، بروز خلاقیت فردی و نیز استفاده کارآمد از منابع انسانی می‌شود، که این همه خود افزایش بهره‌وری را در پی خواهد داشت" (فکرآزاد، ۱۳۸۲: ۱۴۶).

طبق مدل سه شاخه ی آلن و میر<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) تعهد سازمانی دارای سه مؤلفه‌ی تعهد عاطفی، تعهد مستمر و تعهد هنجاری است. تعهد عاطفی، یعنی میزانی که فرد از نظر روانی به کار کردن در سازمان از طریق احساساتی مانند وفاداری، مهر و علاقه، گرمی و صمیمیت، تعلق، دل‌بستگی، رضایت خاطر، لذت و خوشی و ... تمایل پیدا می‌کند. تعهد مستمر به وابستگی فرد برای کار کردن در سازمان بر اساس میزانی که یک فرد احساس ضمانت برای ماندن در سازمان به دلیل هزینه‌های زیاد ترک کردن آن دارد، اشاره می‌کند. تعهد هنجاری عبارت است از میزانی که فرد از نظر روانی و از راه درونی‌سازی اهداف، ارزش‌ها و مأموریت‌های سازمان به آن وابسته می‌شود (Allen & Meyer, 2006:13).

همانطور که در بالا مطرح شد، پدیده شهرنشینی در شکل نوین آن، دارای ابعاد، زوایا، مشخصات و ساخت‌های متعددی می‌باشد که در مجموع در پی سامان بخشی به مسائل متعدد و متنوع انسان امروزی است که در این شهرها زندگی می‌کند. شهرداری تهران نیز در تلاش است که در تمام زوایای زندگی شهری به نحو احسن خدمات شهری را به شهروندان تهرانی ارائه نماید و این امر تا حدودی بستگی به احساس تعهد سازمانی کارکنان بستگی دارد و زمانی احساس تعهد در بین کارکنان صورت می‌پذیرد که از کفایت، کمبود و اضافی قدرت خود در روابطشان در سازمان احساس مطلوبیت کنند. هر چه روابط قدرتی و جایگاهی در سازمان شهرداری به عبارتی رابطه مدیران با کارکنان و رابطه کارکنان با یکدیگر یعنی همان روابط عمودی و افقی در سازمان مطلوب باشد، کارکنان سازمان احساس تعهد سازمانی میکنند که در انجام وظایف خود کوتاهی ننمایند و تعهد سازمانی آنها در ارائه خدمات به شهروندان و کیفیت زندگی آنان تاثیر گذار است.

پژوهش حاضر با هدف کلی ارائه راهکار برای مسأله تعهد سازمانی، به شناخت وضعیت تعهد سازمانی سازمان عمومی شهرداری تهران و همچنین تأثیر روابط قدرتی - پایگاهی (عمودی - افقی) در احساس تعهد سازمانی (تعهد احساسی، مستمر و هنجاری) در بین کارکنان کارکنان سازمان عمومی (شهرداری) انجام گرفت. سازمان شهرداری مناطق ۲۲ گانه تهران که برای تحقیق و مطالعه برگزیده شد دارای اهمیت و جایگاه خاصی است به عنوان نمونه اهمیت انتخاب سازمان شهرداری برای پژوهش حاضر این است که مجموعه شهرداری تهران مجموعه‌ای خدمت‌رسان، امروزه در همه زوایای زندگی افراد شهرنشین حضور مستمر و نمایانی دارد به گونه‌ای که با فعالیت در زمینه‌های متنوع از قبیل شهرسازی، حمل و نقل و ترافیک، طراحی و مبلمان شهری، زیباسازی، احداث پارک و فضای سبز، خدمات شهری و نظیف سطح شهر و دهها رشته دیگر مرتبط با امور شهری در راستای ایجاد بستر مناسب توسعه شهری و ارائه خدمات بهینه و مطلوب به شهروندان و در نهایت به وجود آوردن محیطی آرام توأم با امنیت برای ساکنین شهر در عمل با تک تک شهروندان در ارتباط و تعامل بوده و به یقین می‌توان گفت که شهرداریها از اولین لحظات تولد یک فرد تا لحظه فوت و حتی پس از آن با اشخاص و افراد در ارتباط دوسویه قرار دارد (منبع، سایت شهرداری تهران [www.tehran.ir](http://www.tehran.ir)).

بنا به نتایج تحقیقات به دست آمده از دفتر مطالعات شهرداری تهران در زمینه رضایت شغلی کارکنان شهرداری در شش ماهه دوم سال (۱۳۹۵) آمار و ارقام غیبت‌ها، کم کاری‌ها، بهره‌وری‌های پایین و عدم رضایت از شغل، از مسأله نداشتن تعهد سازمانی در برخی از کارکنان سازمان شهرداری تهران (سازمان عمومی) تصویری بدین شرح ارائه می‌دهد:

عدم امنیت شغلی ۲۳/۱، تبعیض بین نیروی قراردادی و رسمی ۰/۱۲، حقوق پایین ۱۱/۴، حجم و ساعات کار زیاد ۱۰/۹، بی‌توجهی مسئولین به نیازها و مشکلات کارکنان ۷/۹، بی‌نظمی در پرداخت حقوق و مزایا ۵/۲، کمبود امکانات و تجهیزات استاندارد ۴/۹، عدم رعایت اصول و موازین اداری ۴/۹، عدم تناسب کار با حقوق دریافتی ۴/۱، عدم دریافت پاداش و ترفیع مناسب ۳/۸، تصمیم‌گیری متمرکز و غیر کارشناسانه ۲/۴، عدم اشتغال در پست سازمانی ۱/۹، شرایط نامطلوب بهداشتی و فیزیکی ۱/۶، کمی تعطیلات و تسهیلات رفاهی ۱/۴، حاکمیت روابط به جای ضوابط ۱/۴، رابطه خشک و کاملاً رسمی با مدیر ۱/۴، تغییر سریع مدیریت ۱/۱، کمبود متخصص و کارشناس در کارها ۰/۸ (منبع: دفتر مطالعات شهرداری تهران، ۱۳۹۵).

<sup>۱</sup> Allen, Meyer

با توجه به آمار و ارقامی که از آسیب‌های نیروی کار (غیبت‌ها، کم‌کاری‌ها، بهره‌وری‌های پایین و عدم رضایت از شغل) سازمان مورد مطالعه آورده شد، نشان می‌دهد که مسأله عدم تعهد سازمانی در سازمان شهرداری تهران (عمومی) وجود دارد. بنابراین در این زمینه تحقیقی مورد نیاز بود تا مشخص کند کدام یک از ابعاد تعهد سازمانی (مستمر، هنجاری و عاطفی) از عوامل تعیین‌کننده‌ی عملکرد شغلی است تا به اجرای غنی‌سازی شغل برای کارکنان داخل سازمان قادر باشد.

این پژوهش با تمسک به نظریه قدرت - جایگاه<sup>۱</sup> تئودور کمپر<sup>۲</sup> (۱۹۹۱) که در جامعه‌شناسی احساسات مطرح شده است و اقدام به تبیین احساسات مثبتی چون شادی، خشنودی، رضایت و امنیت که از احساسات بوجود آورنده تعهد اجتماعی هستند و آراء آلن و می‌یر که به مولفه‌های تعهد سازمانی اشاره دارد به سؤالاتی چون آیا روابط قدرتی (عمودی) در بوجود آوردن احساسات تعهد سازمانی تاثیر دارد؟ آیا روابط جایگاهی (افقی) در احساساتی که به تعهد سازمانی می‌انجامد تاثیر دارد؟ پاسخ داده است.

### ادبیات تحقیق و چارچوب نظری

براساس تحقیقات پیشین در ایران عواملی که در تعهد کاری موثر بودند را می‌توان به شرایط محیطی، کاری، روابطی، احساسی تقسیم نمود. حسین و حمزه صمدی میارکلایی (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «ارتقاء سطح تعهد سازمانی در سازمان‌های مردم‌نهاد» به این نتیجه رسیده‌اند که در بین کارکنان جمعیت هلال احمر جمهوری اسلامی ایران رضایت شغلی پیش‌بینی‌کننده معنی‌داری برای تعهد سازمانی کارکنان و ابعاد آن است. پیمان سلاجقه (۱۳۸۰) در پژوهش «عوامل موثر بر ایجاد و حفظ تعهد سازمانی مدیران سطوح مختلف» بین میزان رضایت شغلی، عوامل نگهدارنده بهداشتی و وجود عوامل محیطی از یک طرف و میزان تعهد سازمان مدیران از طرف دیگر رابطه خطی مثبت را مشاهده کرده‌اند و همچنین بین میزان رضایت شغلی و میزان تعهد سازمانی رابطه معناداری را یافته‌اند. حسن بهروان و همکاران (۱۳۸۸) در مطالعه «عوامل موثر بر تعهد سازمانی کارکنان شرکت گاز مشهد» عدالت سازمانی را مهم‌ترین و تعیین‌کننده‌ترین عامل تاثیرگذار مستقیم و مثبت بر میزان تعهد سازمانی تشخیص داده‌اند و همچنین سایر عوامل مشارکت سازمانی، استقلال و فرصت ارتقای شغلی در کار نیز تاثیر مستقیم و عامل ابهام نقش و فشار نقش تاثیر معکوس بر تعهد سازمانی از یافته‌های این تحقیق بوده است. اسماعیل طلایی (۱۳۸۰) در «بررسی عوامل موثر بر تعهد کاری در دانشگاه الزهراء» بین رضایت شغلی و تعهد کاری رابطه معناداری یافته است و همچنین بین متغیر رضایت شغلی، متغیرهای فرهنگ سازمانی، شبکه اظهار دوستی، انگیزش در کار و آموزش ضمن خدمت با تعهد کاری و حرفه‌ای از یافته‌های این پژوهش بوده است. یوسف کربلایی (۱۳۹۴) «تاثیر ساختار سازمانی (عمودی و افقی) بر عملکرد کارکنان» را مورد مطالعه قرار داده است و نشان داده است که ساختار سازمانی (روابط عمودی و افقی) می‌تواند بر اعضای سازمان اثراتی شگرف بگذارد. برخی از افراد زمانی احساس رضایت می‌کنند و دارای بازدهی بالایی هستند که کارها استاندارد باشد و ابهام به حداقل ممکن برسد. مدارک و شواهد موجود نشان می‌دهد که تقسیم کار موجب افزایش تولید یا بهره‌وری می‌گردد و به قیمت از دست دادن رضایت شغلی تمام می‌شود. رضا هویدا و همکاران (۱۳۹۴) در مطالعه «نقش ارتباطات سازمانی (عمودی و افقی) اثربخش و اعتماد سازمانی در توسعه و بهبود نوآوری سازمانی مدارس» بین اعتماد سازمانی و مولفه‌های آن با ارتباطات سازمانی (عمودی و افقی) و نوآوری سازمانی مدارس رابطه مثبت و معناداری را یافته‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که نوآوری نیازمند تلاش دسته‌جمعی کلیه افراد و واحدهای درون سازمان است و وقتی که در یک سازمانی ارتباطات شفاف و اثربخشی وجود داشته باشد و کارکنان بتوانند با همدیگر به راحتی ارتباط برقرار کنند، این تسهیل‌کنش جمعی منجر به خلق نوآوری در سازمان می‌شود. براساس پیشینه تحقیقات خارج از ایران شیائو و فرس<sup>۳</sup> (۲۰۰۸)، «رابطه میان ارزش‌های کاری، رضایت شغلی و تعهد سازمانی در سازمان‌های کشور چین» را مورد مطالعه قرار داده‌اند و رابطه معنادار و مثبتی میان مولفه‌های حق‌جویی، اخلاق فردی، عدالت پرداختی، خودگرایی، امنیت شغلی و رضایت در پرداخت‌های سازمانی با تعهد سازمانی را شناسایی کردند

<sup>1</sup> Power-status theory

<sup>2</sup> Theodor D. Kemper

<sup>3</sup> Xiao, Froese

(Xiao, Froese, 2008: 151). واتکین<sup>۱</sup> (۱۹۹۱) در مطالعه «مدیریت نیروی انسانی و تعهدات سازمانی» نتایج نشان داده‌اند کارکنانی که فرصت شرکت در تصمیم‌گیری‌ها را داشته‌اند، زمینه مشارکت در سازمان برایشان فراهم بوده، با احترام با آنها برخورد شده و از بازیابی کارشناسان توسط مدیران رضایت داشته‌اند، همچنین کارکنانی که سمت‌های بالاتری داشته و با مالکان ارتباط داشته‌اند و از تحصیلات بالاتری برخوردار بودند، حس تعهد عاطفی بیشتری را در کارشان ایجاد می‌کردند اما از نظر حس تعهد مستمر، کارکنانی که تحصیلات بیشتر دارند کمتر این حس را نشان می‌دهند (Watkins, 1991: 29).

### چارچوب نظری

این پژوهش با تمسک به نظریه قدرت - جایگاه<sup>۲</sup> تئودور کمپر<sup>۳</sup> (۱۹۹۱) که در جامعه‌شناسی احساسات مطرح شده است و آراء آلن و می‌یر که به مولفه‌های تعهد سازمانی اشاره دارد. تعهد سازمانی دارای ابعادی بدین شرح است: الف) تعهد عاطفی و احساسی؛ این بخش از تعهد سازمانی، به‌عنوان تعلق خاطر به یک سازمان که از طریق قبول ارزش‌های سازمانی و نیز به‌وسیله تمایل به ماندگاری در سازمان مشخص می‌گردد، تعریف می‌شود.

بر اساس گفته‌های آلن و می‌یر (۱۹۹۶)، عوامل پیش‌بینی‌کننده تعهد عاطفی به طور کلی در سه مقوله جای می‌گیرند: الف) ویژگی‌های شخصی؛ ب) ویژگی‌های سازمانی؛ پ) تجربه‌های کاری.

عمومی‌ترین شیوه برخورد با تعهد سازمانی در ادبیات مربوطه، شیوه‌ای است که تعهد بعنوان وابستگی عاطفی و روانی به سازمان در نظر گرفته می‌شود که بر اساس آن فردی که شدیداً متعهد است، خود را با سازمان تعیین هویت می‌کند، در سازمان مشارکت می‌کند و در آن درگیر می‌شود و از عضویت در سازمان لذت می‌برد.

ب) تعهد مستمر بعد دیگر تعهد سازمانی می‌باشد که مبتنی بر فعالیت در سازمان و عدم تمایل به ترک آن به دلیل هزینه‌ها و زیان‌هایی است که از ترک سازمان نصیب فرد می‌شود. صاحب‌نظران، عوامل متعددی را در تعهد سازمانی دخیل دانسته‌اند. تعهد مستمر ناشی از درک افزایش یافتن هزینه‌های از دست رفته در یک سازمان است. هزینه‌های از دست رفته عبارت است از مخارج یک فعالیت یا پروژه که قابل بازیافت نباشند. بنابراین اگر کسی دارای تعهد مستمر باشد، نسبت به افزایش چنین هزینه‌هایی حساس خواهد شد.

ج) تعهد هنجاری یا تکلیفی نیز از ابعاد تعهد سازمانی است. تعهد هنجاری، به‌عنوان یک وظیفه درک‌شده برای حمایت از سازمان و فعالیت‌های آن تعریف می‌شود و بیان‌گر احساس دین و الزام به باقی ماندن در سازمان است؛ که افراد فکر می‌کنند ادامه فعالیت و حمایت از سازمان، دینی بر گردن آن‌هاست. این تعهد فرایندی است که به موجب آن کنش‌های سازمانی مثل گزینش‌ها و روش‌های اجتماعی شدن و ویژگی‌های درونی فرد هم چون وفاداری تعمیم یافته ارزش‌های مورد توافق سازمان مشخص و نگرش‌های وظیفه‌ای باعث ایجاد تعهد سازمانی می‌شود.

جزء هنجاری تعهد سازمانی تحت تأثیر تجربیات فردی قبل از ورود به سازمان (اجتماعی شدن خانوادگی - فرهنگی) و همچنین پس از ورود به سازمان (اجتماعی شدن سازمانی) قرار می‌گیرد. درباره اجتماعی شدن «خانوادگی - فرهنگی»، یک فرد، تعهد تکلیفی قوی را هنگامی به سازمان پیدا می‌کند که افراد مهم از دیدگاه وی مانند والدین، بر وفاداری به یک سازمان خاص تأکید کرده یا خود مدت طولانی در آن سازمان شاغل بوده‌اند. همچنین پیرامون اجتماعی شدن سازمانی، مطرح می‌شود کارکنانی که از طریق شیوه‌های مختلف سازمانی رهنمون شده تا سازمان را بخوبی درک کرده و باور کنند، وفاداری و تعهد (تکلیفی) بیشتری به سازمان خواهند داشت (Allen & Meyer, 1996: 150).

<sup>1</sup> vatkin

<sup>2</sup> Power-status theory

<sup>3</sup> Theodor D.kemper

بعد احساسی تعهد سازمانی از احساسات دیگری چون رضایت، خشنودی، شادی، امنیت سرچشمه می‌گیرد که جامعه‌شناسی احساسات به آنان می‌پردازد. احساس از بعد جامعه‌شناختی به طور کلی مربوط به روشی می‌شود که بدن به شرایط محیطی واکنش نشان می‌دهد (Turner, 2006: 146). بنابراین شرایط اجتماعی در ظهور و بروز احساسات در فضای روابطی تأثیر می‌گذارد. از نظر کمپر روابط اجتماعی، محرک ابتدایی احساسات است. «احساسات به طور قابل ملاحظه‌ای به وقایع محیطی واکنش نشان می‌دهند و در جوامع مدرن، مهمترین بعد محیط، بعد اجتماعی است» (Kemper, 1991: 30). طبق نظر وی عوامل ساختاری از جمله موقعیت اجتماعی افراد در مقایسه با دیگران، بر واکنش‌های احساسی آنها در موقعیت‌های اجتماعی اثر می‌گذارد. قدرت و جایگاه دو بعد اساسی روابط اجتماعی هستند که موجب شکل‌گیری احساسات خاص در طی تعامل اجتماعی می‌شوند (Simon, 1976: 76). از نظر کمپر، قدرت به معنی توان وادار کردن دیگران به پیروی از خواسته‌ها و دستورات فرد است و پایگاه به معنی دریافت احترام، پیروی، توجه و افتخار بدون اجبار است (Kemper, 1991: 34). کمپر پس از مرور مطالعات در باب احساسات نتیجه می‌گیرد که چهار احساس اصلی و اولیه وجود دارد که عبارتند از: ترس، عصبانیت، شادی/رضایت و ناراحتی/افسردگی. این احساسات می‌توانند به ترکیبات و اشکال پیچیده‌تری بسط یابند و احساسات پیچیده‌تر و مهم‌تری مانند احساس گناه، شرم، حسادت و عشق را تشکیل می‌دهند. اصل زیربنایی این اندیشه از کارکردگرایی تکاملی و نظریه داروین گرفته شده است. اندیشه اصلی این است که احساسات در چارچوب محدودیت‌ها، به بقای فردی و گروهی منجر می‌شود. هر یک از این احساسات می‌توانند به قدرت و پایگاه مرتبط شوند. قضیه بنیادی رویکرد قدرت - جایگاه در مورد احساسات این است که بخش وسیعی از احساسات از پیامدهای واقعی، انتظاری، تصویری یا زنده روابط اجتماعی نتیجه می‌شود. اگر این نکته را نیز اضافه کنیم که روابط اجتماعی می‌توانند بر حسب قدرت - جایگاه تعریف شوند آنگاه این قضیه به اینجا ختم خواهد شد که به دست آوردن و از دست دادن قدرت و یا جایگاه بوجود آورنده احساسات است (Kemper, 1990: 89). "پیامدهای واقعی آنهایی هستند که در زمان واقعی رخ می‌دهند. پیامدهای تصویری شامل آنهایی است که در یک سناریوی خیالی از آنچه که ممکن است باشد یا آنچه که می‌توانست باشد و یا از یادآوری تعامل گذشته، بوجود آمده‌اند. پیامدهای انتظاری، پیامدهایی هستند که در نتیجه تعاملات آینده برآورده می‌شوند" (Kemper, 2006: 64). بر این اساس، کمپر سه نوع احساس را مطرح می‌کند: ساختاری، انتظاری و پیامدی. کمپر با توجه به انواع احساسات و پیامدهای مطلوب یا نامطلوبی که رخ خواهد داد، احساسات را به این صورت تقسیم بندی نموده است که بسته به میزان دریافت قدرت مناسب، فرد احساسات مثبتی مانند اطمینان، خوش بینی، رضایت و شادی را بدست می‌آورد که عامل افزایش احساس تعهد در ساختار سازمان مدنظر خواهند بود و چنانچه فرد در بدست آوردن قدرت و جایگاه مناسب ناکام بماند، آنگاه احساساتی نظیر تسلیم شدن به شرایط، شک و اضطراب را تجربه خواهد کرد که احساسات منفی هستند و عامل کاهش احساس تعهد فرد در ساختاری هستند که وی این احساسات را در آن تجربه کرده است. بنابراین از نظر کمپر "احساسات کاملاً در راستای قدرت و جایگاه بروز می‌یابند" (Kemper, 2006: 65). سازمان‌ها در سه دسته عمده دولتی، عمومی و خصوصی دسته‌بندی می‌شوند. این تحقیق از جامعه آماری سازمان به مطالعه مجموعه شهرداری تهران (عمومی) پرداخته است. آسیب‌های نیروی کار در سازمان مورد مطالعه نشان می‌دهد که مسأله عدم تعهد سازمانی در سازمان وجود دارد و یکی از مسائل مهم امروز در سازمانها مسئله سلسله مراتب قدرت و جایگاه در این سازمان‌ها برمی‌گردد که به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر تعهد سازمانی است که در ادبیات جامعه‌شناسی احساسات، قدرت و جایگاه جزو عواملی هستند که در ایجاد احساسات مثبت و منفی در محیط کار تأثیر دارند.

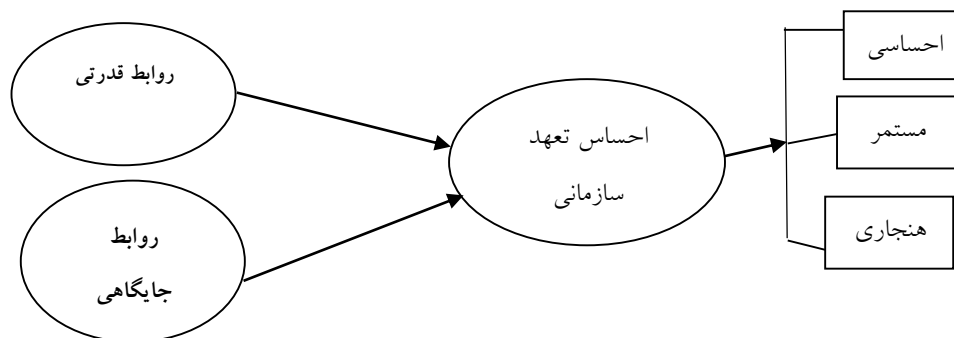
### فرضیه‌های تحقیق

۱. روابط قدرتی در شکل‌گیری تعهد سازمانی (تعهد احساسی-مستمر-هنجاری) کارکنان سازمان عمومی (شهرداری تهران) تأثیر دارد.

۲. روابط جایگاهی در شکل گیری تعهد سازمانی (تعهد احساسی-مستمر-هنجاری) کارکنان سازمان عمومی (شهرداری تهران) تأثیر دارد.

۳. ابعاد تعهد سازمانی (عاطفی، مستمر و هنجاری) در بین کارکنان سازمان عمومی (شهرداری تهران) متفاوت است.

### مدل تحلیلی تحقیق



### روش پژوهش

بر اساس سوالات، اهداف تحقیق و تئوری‌های مورد استفاده، رویکرد روش شناختی این تحقیق اثبات گرایانه است که به دنبال شناخت و برقراری نظمی در جامعه و روابط اجتماعی است. روش تحقیق پیمایش و ابزار جمع آوری اطلاعات (تکنیک تحقیق) پرسشنامه است. به لحاظ معیار زمان، این پژوهش از نوع مقطعی بوده و به لحاظ معیار ژرفایی از نوع پهنانگر است. جامعه آماری در این تحقیق، کلیه کارکنان سازمان شهرداری مناطق ۲۲ گانه تهران (عمومی ۲۵۲۰۰ نفر) است.

ساخت پرسشنامه‌های پژوهش حاضر بر اساس پرسشنامه استاندارد آلن و می‌یر در سنجش تعهد سازمانی و پرسشنامه استاندارد موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت وزارت نیرو برای سنجش روابط قدرتی - جایگاهی که دارای اعتبار صوری و پایایی بوده است، انجام گرفت. برآورد حجم نمونه برای جامعه مذکور بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر برآورد شد که برای جلوگیری از خطاهای احتمالی ۴۰۰ پرسشنامه در سازمان پر شد. انتخاب نمونه‌ها بر اساس جنس، سن، میزان تحصیلات و سابقه خدمت به صورت متنوع است. نحوه انتخاب کارکنان در سازمان مناطق ۲۲ گانه شهرداری تهران بر اساس فهرست اسامی کارکنان بود. پرسشنامه‌ها به صورت حضوری در اختیار پاسخ‌گویان قرار گرفت. در سازمان شهرداری پرسشنامه‌ها در اختیار کارکنان از رأس سازمان (مدیریت عالی) تا پایین‌ترین مرتبه قرار داده شد. در این تحقیق متغیرها را می‌توان به متغیرهای مستقل روابط قدرتی و روابط جایگاهی و متغیر وابسته تعهد سازمانی شامل تعهد عاطفی، مستمر و هنجاری دسته‌بندی نمود. متغیر وابسته از طریق شاخص‌هایی که برای تعهد سازمانی (مستمر، هنجاری و عاطفی) در پرسشنامه آلن و می‌یر تعیین شده است اندازه‌گیری شد و متغیر مستقل از طریق سنجش روابط قدرتی و جایگاهی اندازه‌گیری شد. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها به کمک نرم افزار پیشرفته آماری SPSS و لیزرل انجام گرفت. جهت بررسی فرضیات تحقیق از آزمون f و آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد و در نهایت مدل مفهومی ارائه گردید.

### تعریف نظری روابط قدرتی

قدرت به معنی توان وادار کردن دیگران به پیروی از خواسته‌ها و دستورات فرد است و روابط اجتماعی هستند که موجب شکل‌گیری احساسات خاص در طی تعامل اجتماعی می‌شوند (کمپر، ۱۹۹۱: ۳۰).

### تعریف عملیاتی روابط قدرتی

از پرسشنامه استاندارد ارتباط سازمانی دارای اعتبار تایید شده به سنجش روابط قدرتی (گویه‌های ۱۳-۲۳) اقدام شد. شاخص‌های روابط قدرتی عبارتند از:

- ۱- به مدیریت عالی سازمان اعتماد دارم. ۲- مدیریت عالی سازمان تلاش صادقانه ای جهت ایجاد ارتباط با کارکنان به عمل می آورد.
- ۳- رابطه من با مدیریت عالی سازمان رضایت بخش است. ۴- می توانم در تصمیماتی که به من مربوط می شود اظهار نظر کنم. ۵- سازمان ما نظرات متفاوت را در سازمان می پذیرد. ۶- می توانم در فعالیتهای سازمان تاثیرگذار باشم.
- ۷- من جایگاهی در تعیین اهداف سازمان دارم. ۸- مدیر ارشد سازمان به خواستههای من جواب مناسب و به موقع می دهد. ۹- زمان رسیدگی به مشکلات و مسائل مربوط به کار من مناسب است. ۱۰- مدیران سازمان پیگیر مشکلات من هستند و به آن اهمیت می دهند.
- ۱۱- مدیریت عالی سازمان من را از مسائل و مشکلات و تصمیمات سازمان به موقع مطلع می کند.

### تعریف نظری روابط پایگاهی

پایگاه به معنی دریافت احترام، پیروی، توجه و افتخار بدون اجبار است و روابط اجتماعی هستند که موجب شکل گیری احساسات خاص در طی تعامل اجتماعی می شوند (کمپر، ۱۹۹۱: ۴۴).

### تعریف عملیاتی روابط پایگاهی

در پرسشنامه ساخت یافته روابط قدرتی و پایگاهی گویه‌هایی به روابط پایگاهی (گویه‌های ۱-۱۲) پرداخته شد. شاخص‌های روابط پایگاهی (وضعیتی) عبارتند از:

- ۱- من به همکاران خود اعتماد دارم. ۲- همکاران من با یکدیگر روابط خوبی دارند. ۳- روابط من با همکاران رضایت بخش است.
- ۴- من به رئیس مستقیم خود اعتماد دارم. ۵- رئیس مستقیم ما با من رو راست است. ۶- رئیس مستقیم ما به حرفم گوش می دهد.
- ۷- من مجازم با رئیس مستقیم خود مخالفت کنم. ۸- وقتی کار اشتباهی انجام می دهم به راحتی می توانم به رئیس مستقیم خود بگویم. ۹- رئیس مستقیم ما برای انجام کارهای خوب، من را می ستاید. ۱۰- رئیس مستقیم ما با کارکنان برخورد دوستانه ای دارد.
- ۱۱- رئیس مستقیم ما نیازهای شغلی ما را درک می کند. ۱۲- رابطه من با رئیس مستقیم رضایت بخش است.

### تعریف نظری و عملی احساس تعهد سازمانی

تعهد یکی از ارزش‌های اساسی است که سازماندهی بر آن متکی است و کارکنان براساس ملاک تعهد، ارزشیابی می شوند. تعهد سازمانی به عنوان بخش مهمی از وضعیت روانی کارکنان است. تعریف عملیاتی احساس تعهد سازمانی: احساس تعهد سازمانی در این تحقیق به وسیله پرسشنامه تعهد سازمانی آلن و مایر مورد سنجش قرار می گیرد که در سه بخش تعهد مستمر، تعهد هنجاری و تعهد عاطفی در ۲۴ سوال دسته‌بندی شده است.

### تعریف نظری تعهد عاطفی

این بخش از تعهد سازمانی، به عنوان تعلق خاطر به یک سازمان که از طریق قبول ارزش‌های سازمانی و نیز به وسیله تمایل به ماندگاری در سازمان مشخص می گردد، تعریف می شود (قلی پور، ۱۳۸۳: ۵۹).

### تعریف عملیاتی تعهد عاطفی

تعهد عاطفی در پرسشنامه تعهد سازمانی آلن و مایر در ۸ گویه دسته‌بندی شده است. شاخص‌های تعهد عاطفی عبارتند از:

- ۱- خیلی خوشحال می شوم که باقیمانده زندگی شغلی خود را در این سازمان سپری کنم. ۲- از این که دوباره سازمان محل کارم با افراد خارج از آن صحبت کنم، لذت می برم. ۳- واقعا احساس می کنم که مشکلات این سازمان مشکلات خودم هستند. ۴- فکر می کنم به سادگی می توانم به همان اندازه ای که به این سازمان علاقه دارم، به سازمان دیگری نیز دلبستگی پیدا کنم. ۵- در سازمان محل کارم خود را عضوی از "خانواده" احساس نمی کنم. ۶- از لحاظ عاطفی علاقه چندانی به این سازمان ندارم. ۷- این سازمان برای من معنا و مفهوم شخصی بسیار زیادی دارد. ۸- احساس تعلق زیادی نسبت به سازمان محل کار خود ندارم.

### تعریف نظری و عملی تعهد مستمر

مبتنی بر فعالیت در سازمان و عدم تمایل به ترک آن به دلیل هزینه‌ها و زیان‌هایی است که از ترک سازمان نصیب فرد می شود. تعهد مستمر در پرسشنامه تعهد سازمانی آلن و مایر در ۸ گویه دسته‌بندی شده است. شاخص‌های تعهد مستمر عبارتند از:



۱- از عواقب ترک کردن کار فعلی خود، بدون دسترسی داشتن به کار دیگر، ترسی به دل راه نمی‌دهم. ۲- در حال حاضر ترک کردن محل کار برایم دشوار است هر چند ممکن است به این کار تمایل داشته باشم. ۳- اگر هم اکنون تصمیم به ترک سازمان محل کارم بگیرم زندگیم به شدت از هم گسیخته می‌شود. ۴- در حال حاضر ترک کردن سازمان محل کارم، هزینه سنگینی برایم در بر ندارد. ۵- در حال حاضر، باقی ماندن در سازمان محل کارم به همان اندازه که ناشی از ضرورت است، ناشی از تمایل شخصی خودم نیز می‌باشد. ۶- احساس می‌کنم احتمال پیدا کردن کار دیگر کمتر از آن است که فکر ترک کردن این سازمان را در سر پیروانم. ۷- یکی از عواقب جدی ترک کردن این سازمان عدم دسترسی به فرصتهای شغلی دیگر است. ۸- یکی از دلایل اساسی ادامه کارم با این سازمان، این است که ترک کردن آن؛ مستلزم از خود گذشتگی قابل ملاحظه‌ای است. چه ممکن است سازمان دیگر همه منافعی را که در این جا دارم؛ برایم تامین نکند.

### تعریف نظری و عملی تعهد هنجاری

تعهد هنجاری، به عنوان یک وظیفه درک شده برای حمایت از سازمان و فعالیت‌های آن تعریف می‌شود و بیانگر احساس دین و الزام به باقی ماندن در سازمان است که افراد فکر می‌کنند ادامه فعالیت و حمایت از سازمان، دینی بر گردن آنهاست. تعهد هنجاری در پرسشنامه تعهد سازمانی آلن و مایر در ۸ گویه دسته‌بندی شده است. شاخص‌های تعهد هنجاری عبارتند از:

۱- فکر می‌کنم امروزه مردم بیش از حد، شرکت یا محل کار خود را تغییر می‌دهند. ۲- اعتقاد ندارم که شخص باید همیشه به محل کارش وفادار بماند. ۳- به نظر من تغییر سازمان محل کار به هیچ وجه کاری غیر اخلاقی نیست. ۴- یکی از دلایل اساسی ادامه کارم با این سازمان، این است که به اعتقاد من وفاداری مهم است. بنابراین اخلاقاً خود را ملزم می‌دانم در این سازمان باقی بمانم. ۵- در صورتی که از جای دیگر کار بهتری به من پیشنهاد شود، ترک کردن سازمان محل کارم را صحیح نمی‌دانم. ۶- اعتقاد به ارزش اخلاقی و وفادار ماندن به یک سازمان به من یاد داده شده است. ۷- روزگاری که مردم بیشتر مدت زندگی شغلی خود را در یک سازمان می‌مانند؛ اوضاع بهتر بود. ۸- دیگر معقول نیست که فردی بخواهد به عنوان طرفدار پروپا قرص شرکت معروف باشد.

### یافته‌ها

توصیف متغیرهای زمینه‌ای سن، جنس، میزان تحصیلات و سابقه خدمت در سازمان بدین شرح است: در سازمان بیشترین درصد در رده سنی ۳۰-۴۰ سال با ۵۷٫۸ است. در سازمان بیشترین درصد به جنس مردان با ۶۵٫۰ درصد اختصاص دارد و کمترین درصد مربوط به زنان با ۳۵٫۰ درصد است. در سازمان درصد تحصیلات مقطع لیسانس با ۴۳٫۸ درصد بیشترین و مقطع دکتری با ۵٫۰ درصد پایین‌ترین مرتبه را به خود اختصاص داده است. در سازمان بیشترین درصد (۴۷٫۸ درصد) به سابقه خدمت ۱۰-۵ سال است.

### آزمون فرضیات تحقیق

۱. روابط قدرتی در شکل گیری تعهد سازمانی (تعهد احساسی، مستمر و هنجاری) کارکنان سازمان عمومی (شهرداری تهران) تاثیر دارد.
۲. روابط جایگاهی در شکل گیری تعهد سازمانی (تعهد احساسی، مستمر و هنجاری) کارکنان سازمان عمومی (شهرداری تهران) تاثیر دارد.

جدول (۱): نتایج روابط قدرتی و جایگاهی در شکل گیری تعهد سازمانی

تعداد	روابط قدرتی - جایگاهی		متغیرها	سازمان
۴۰۰	** ۰/۵۵۹	همبستگی پیرسون	روابط قدرتی	تعهد سازمانی
	۰/۰۰۰	sig		
	** ۰/۷۸۹	همبستگی پیرسون	روابط جایگاهی	
	۰/۰۰۰	sig		

در جدول ۱- رابطه بین روابط قدرتی - جایگاهی در شکل گیری تعهد سازمانی در سازمان شهرداری تهران نشان داده شده است، بررسی سطح معناداری رابطه بین روابط قدرتی - جایگاهی در شکل گیری تعهد سازمانی در سازمان نشان می‌دهد که رابطه بین

متغیرها در سطح کمتر از ۰,۰۱ درصد معنادار است، یعنی با اطمینان ۹۹ درصد می توان گفت رابطه معنادار بین متغیرها در نمونه آماری قابلیت تعمیم به جامعه آماری را دارد. بنابراین شواهد کافی برای رد فرضیه صفر بدست می آید و فرضیه پژوهشی مبنی بر وجود رابطه بین روابط قدرتی - جایگاهی در شکل گیری تعهد سازمانی در سازمان عمومی شهرداری تهران تأیید می شود.

در سازمان شهرداری ضریب همبستگی بین روابط قدرتی و تعهد سازمانی ۰/۵۵۹- می باشد. با توجه به منفی بودن علامت ضریب همبستگی می توان گفت رابطه دو متغیر منفی و معکوس است. به عبارتی با افزایش روابط قدرتی، تعهد سازمانی کاهش می یابد. ضریب همبستگی بین روابط جایگاهی و تعهد سازمانی ۰/۷۸۹ می باشد. با توجه به مثبت بودن علامت ضریب همبستگی می توان گفت رابطه دو متغیر مثبت و مستقیم است. به عبارتی با افزایش روابط جایگاهی، تعهد سازمانی افزایش می یابد. فرضیه سوم: ابعاد تعهد سازمانی (تعهد احساسی، مستمر و هنجاری) در کارکنان سازمان عمومی (شهرداری تهران) متفاوت هستند.

جدول (۲): آزمون همگنی واریانس های ابعاد تعهد سازمانی

Sig.	df2	df1	سطح آماری	
.062	1197	2	2.780	تعهد عاطفی
.059	1197	2	1.410	تعهد مستمر
.429	1197	2	.848	تعهد هنجاری

در جدول ۲- آزمون مقایسه برابری واریانس ها برای ابعاد تعهد سازمانی در سازمان انجام شده است. مشاهده می شود که با توجه به مقدار  $\text{sig}=0.062$  در تعهد عاطفی،  $\text{sig}=0.059$  در تعهد مستمر و  $\text{sig}=0.429$  در تعهد هنجاری، نشان می دهد که تمام ابعاد در سطح بیشتر از ۰,۰۵ درصد معنادار می شوند و برابری واریانسها در سازمان پذیرفته شده است.

جدول (۳): تحلیل واریانس یک طرفه (ANOVA)

Sig.	F	مجموع میانگین	درجه آزادی (df)	مجموع مربعات		
.000	287.967	36.189	1197	43318.618	درون گروه	عاطفی
			1199	64161.313	کل	
.000	65.093	30.003	1197	35913.955	درون گروه	مستمر
			1199	39819.987	کل	
.000	52.646	22.777	1197	27263.780	درون گروه	هنجاری
			1199	29661.987	کل	

جدول ۳- آنالیز واریانس (ANOVA) نشان می دهد که مقدار  $\text{sig}$  در همه ابعاد تعهد سازمانی برابر با ۰,۰۰۰ است که باعث رد فرض صفر می شود. یعنی میانگین ابعاد تعهد سازمانی در میان کارکنان سازمان معنی دار است و ابعاد تعهد سازمانی با هم متفاوت هستند.

جدول (۴): آزمون همگنی برای تعهد عاطفی

Tukey HSD <sup>a</sup>				
Subset for alpha = 0.05			N	سازمان
3	2	1		
	26.3700		400	شهرداری
1.000	1.000	1.000		Sig.

در جدول ۴- در میانگین گروه معناداری نشان داده شده است که بر طبق آن تعهد عاطفی معنادار نشده است.

جدول (۵): آزمون همگنی برای تعهد مستمر

Tukey HSD <sup>a</sup>				
Subset for alpha = 0.05			N	سازمان
3	2	1		
	27.9575		400	شهرداری
1.000	1.000	1.000		Sig.

در جدول ۵- در میانگین گروه معناداری نشان داده شده است که بر طبق آن تعهد مستمر معنادار نشده است.

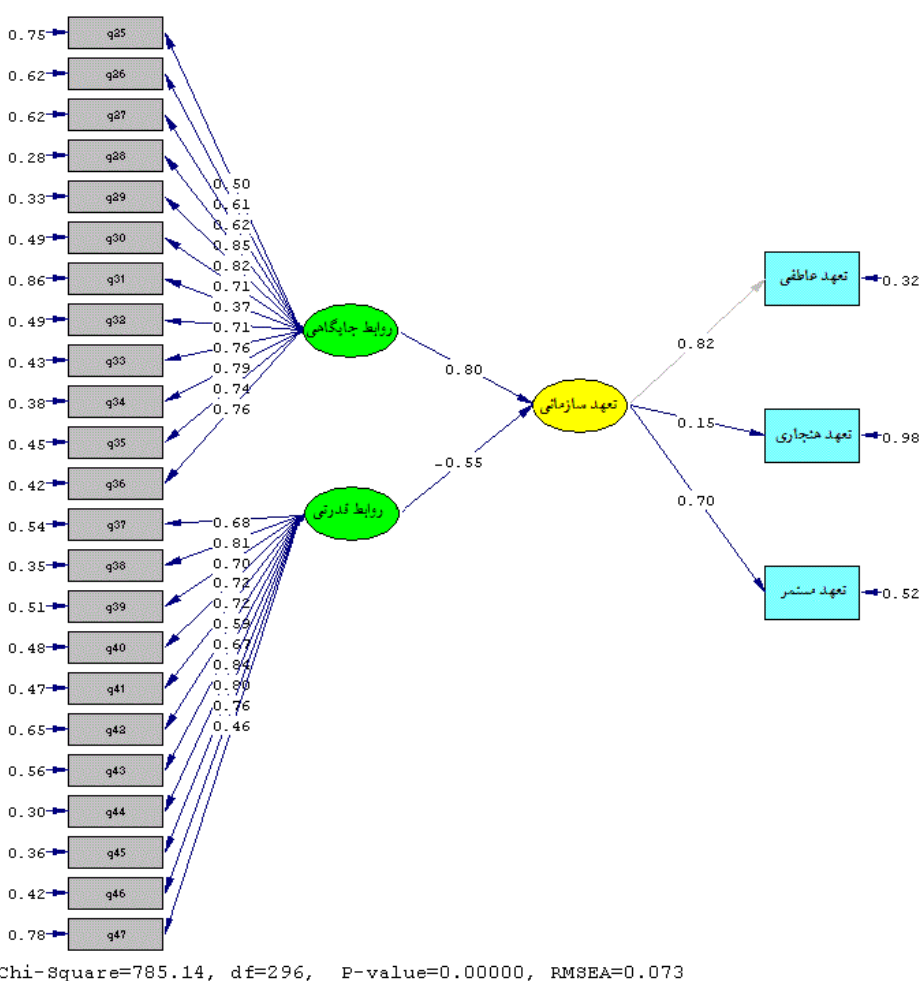
جدول (۶): آزمون همگنی برای تعهد هنجاری

Tukey HSD <sup>a</sup>			
Subset for alpha = 0.05		N	سازمان
2	1	400	شهرداری
.948	1.000		Sig.

در جدول ۶- در میانگین گروه معناداری نشان داده شده است که بر طبق آن تعهد هنجاری معنادار نشده است.

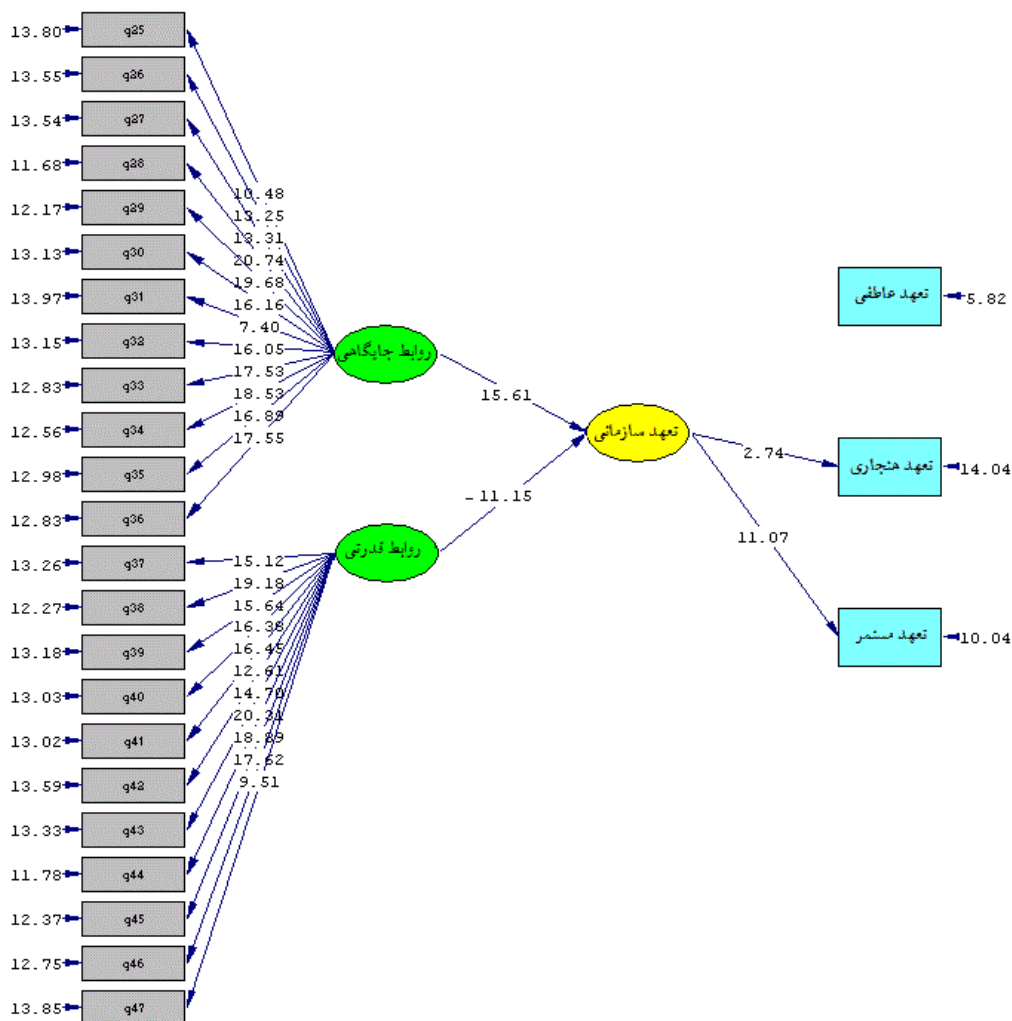
### ارزیابی مدل نهایی شهرداری

در مدل معادلات ساختاری روابط علی بین متغیر وابسته و متغیرهای قابل مشاهده آزمون می‌شوند که اگر شاخص‌های برازندگی مدل تایید شود، از آن می‌توان برای آزمون فرضیه‌ها در مورد وجود رابطه علی بین متغیرهای موجود استفاده کرد. نمودار (۱) مدل نهایی در حالت تخمین را نشان می‌دهد. با توجه به خروجی نرم افزار لیزرل شاخص برازش کای اسکور نیز محاسبه شده است. مقدار  $\frac{\chi^2}{df}$  محاسبه شده برابر ۲/۶۵۲ می‌باشد، این یافته‌ها نشان می‌دهد که مدل زیر به خوبی با داده‌ها برازش دارد.



#### نمودار (۱): تحلیل عاملی تاییدی مدل نهایی شهرداری در حالت تخمین استاندارد

(نمودار ۲) قسمت معنی داری ضرایب و پارامترهای به دست آمده مدل را نشان می‌دهد در صورتی که مقدار  $t$  به دست آمده خارج از بازه (۱/۹۶ ، -۱/۹۶-) باشد می‌توان گفت روابط معنادار هستند. به عبارت دیگر هر کدام از گویه در قالب عوامل و یا متغیرهای مربوط به خود معنادار می‌باشند. با توجه به نمودار ۲ مشاهده می‌شود مقدار آماره  $t$  برای تمام متغیرها خارج از بازه (۱/۹۶ ، -۱/۹۶-) است بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت روابط معنی دار هستند.

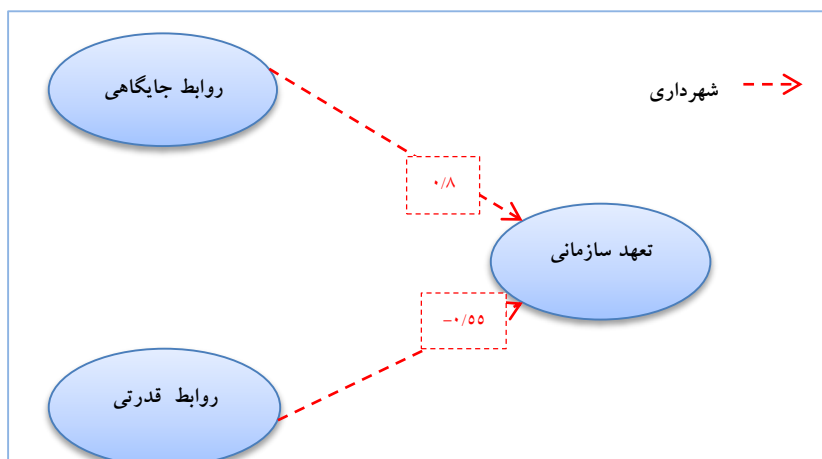


نمودار (۲): تحلیل عاملی تاییدی مدل نهایی شهرداری در حالت معناداری پارامتر

جدول (۷): برآورد ضرایب رگرسیونی استاندارد مدل اصلی پژوهش

نتیجه فرضیه	معناداری	t_value (نسبت بحرانی)	ضریب اثر	تأثیر مستقیم متغیر مستقل بر متغیر وابسته
تایید	۰/۰۰۰	۱۵/۶۱	۰/۸	روابط جایگاهی شهرداری ← تعهد سازمانی
تایید	۰/۰۰۰	-۱۰/۱۲	-۰/۵۵	روابط قدرتی شهرداری ← تعهد سازمانی

در جدول ۷- با توجه به قدر مطلق مقدار ضریب اثر استاندارد شده می توان نتیجه گرفت روابط جایگاهی با قدر مطلق ضریب (۰/۸) بیشترین اثر را بر تعهد سازمانی در سازمان شهرداری دارد.



نمودار (۳): برآورد ضرایب رگرسیونی استاندارد مدل اصلی پژوهش

در نمودار ۳- با توجه به قدر مطلق مقدار ضریب اثر استاندارد شده می توان نتیجه گرفت روابط جایگاهی با قدر مطلق ضریب (۰/۸) بیشترین اثر را بر تعهد سازمانی در سازمان شهرداری دارد.

### بحث و نتیجه گیری

همانطور که در پژوهش مطرح شد، پدیده شهرنشینی در شکل نوین آن، دارای ابعاد، زوایا، مشخصات و ساخت های متعددی می باشد که در مجموع در پی سامان بخشی به مسائل متعدد و متنوع انسان امروزی است که در این شهرها زندگی می کند. شهرداری تهران نیز در تلاش است که در تمام زوایای زندگی شهری به نحو احسن خدمات شهری را به شهروندان تهرانی ارائه نماید و این امر تا حدودی بستگی به احساس تعهد سازمانی کارکنان بستگی دارد و زمانی احساس تعهد در بین کارکنان صورت می پذیرد که از کفایت، کمبود و اضافی قدرت خود در روابطشان در سازمان احساس مطلوبیت کنند. هر چه روابط قدرتی و جایگاهی در سازمان شهرداری به عبارتی رابطه مدیران با کارکنان و رابطه کارکنان با یکدیگر یعنی همان روابط عمودی و افقی در سازمان مطلوب باشد، کارکنان سازمان احساس تعهد سازمانی میکنند که در انجام وظایف خود کوتاهی ننمایند و تعهد سازمانی آنها در ارائه خدمات به شهروندان و کیفیت زندگی آنان تاثیر گذار است. یافته های تحقیق نشان داد که وجود رابطه بین روابط قدرتی - جایگاهی در شکل گیری تعهد سازمانی در سازمان شهرداری تایید می شود. ضریب همبستگی بین روابط قدرتی و تعهد سازمانی می توان گفت در سازمان شهرداری رابطه دو متغیر منفی و معکوس بود. با افزایش روابط قدرتی از تعهد سازمانی کاسته می شود. ضریب همبستگی بین روابط جایگاهی و تعهد سازمانی می توان گفت در سازمان شهرداری رابطه دو متغیر مثبت و مستقیم است. با افزایش روابط جایگاهی تعهد سازمانی افزایش می یابد. اختلاف بین ابعاد تعهد سازمانی در سازمان شهرداری در آزمون توکی در همه سطوح یعنی عاطفی، مستمر و هنجاری معنادار است. در نهایت می توان نتیجه گرفت روابط جایگاهی با قدر مطلق ضریب (۰/۸) بیشترین اثر را بر تعهد سازمانی دارد.

نتایج تحقیق حاضر در مقایسه با تحقیقات انجام شده نشان می دهد که در تحقیقات پیشین مهمترین عوامل موثر بر ایجاد و حفظ تعهد سازمانی در متغیرهای رضایت شغلی، عوامل محیطی، فرهنگ سازمانی، انگیزش در کار، عدالت سازمانی، استقلال در کار، عدم فشار نقش، فرصت و ارتقای شغلی، عدم ابهام نقش و امنیت شغلی شناخته شده اند که همه این متغیرها در ادبیات جامعه شناسی احساسات، جزو عواملی هستند که در ایجاد احساسات مثبت و منفی برآمده از روابط قدرتی - جایگاهی در محیط کار تاثیر دارند و به عنوان متغیر مستقل هستند اما در تحقیق حاضر روابط قدرتی - جایگاهی به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شد و محقق به این نتیجه رسید که روابط قدرتی - جایگاهی در تعهد سازمانی موثر است و رابطه معنی دار بین متغیرها وجود دارد. روابط قدرتی در سازمان تاثیر منفی و معکوس در شکل گیری تعهد سازمانی دارد و روابط جایگاهی در سازمان تاثیر مثبت و مستقیم در شکل گیری تعهد سازمانی

دارد. همچنین احساس رضایت، عدالت، امنیت، انگیزش و ... از احساساتی هستند که فرد در کفایت قدرت و جایگاه تجربه می کند و تحقیقات گذشته از احساس شروع کرده اند در صورتی که تحقیق حاضر به تبیین شکل گیری احساس پرداخته است. از دیگر مقایسه های تحقیق حاضر با تحقیقات پیشین می توان در تاثیر ساختار سازمانی (قدرتی و جایگاهی) بر عملکرد کارکنان اشاره کرد که در تحقیقات پیشین به این نتیجه رسیدند که ساختار سازمانی می تواند بر اعضای سازمان اثراتی شگرف بگذارد. برخی از افراد زمانی احساس رضایت می کنند و دارای بازدهی بالایی هستند که کارها استاندارد باشد و ابهام به حداقل ممکن برسد. در مقایسه با تحقیق حاضر، محققان پیشین به تاثیر احساس کفایت روابط قدرتی - جایگاهی نپرداخته اند در حالی که در تحقیق حاضر به تبیین شکل گیری احساسات برآمده از روابط قدرتی و جایگاه در سازمان ها پرداخته است.

از آنچه که مطرح گردید می توان به این نتیجه رسید که تحقیق حاضر به متغیر کنترل کننده متغیرهای مطرح شده در تحقیقات پیشین در ایجاد تعهد سازمانی دست یافته است که آن همان روابط قدرتی - جایگاهی است که این روابط از سه مولفه میزان (کفایت، اضافی و کمبود)، شدت (کم و زیاد) و جهت (خود و دیگری) تأثیر می پذیرد. با توجه به چهارچوب نظری تحقیق از دیدگاه کمپر روابط قدرتی و جایگاهی بسته به میزان دریافت قدرت مناسب، فرد احساسات مثبتی مانند اطمینان، خوش بینی، رضایت و شادی را بدست می آورد که عامل افزایش احساس تعهد در ساختار سازمان مدنظر خواهند بود و چنانچه فرد در بدست آوردن قدرت و پایگاه مناسب ناکام بماند، آنگاه احساساتی نظیر تسلیم شدن به شرایط، شک و اضطراب را تجربه خواهد کرد که احساسات منفی هستند و عامل کاهش احساس تعهد فرد در ساختاری هستند که وی این احساسات را در آن تجربه کرده است. بنابراین از نظر کمپر احساسات کاملاً در راستای قدرت و پایگاه بروز می یابند. کارکنان سازمان عمومی (شهرداری تهران) در بدست آوردن قدرت احساس ناکامی می کردند و باعث احساسات منفی در آنها شده بود که عامل کاهش احساس تعهد فرد در سازمان شده بود. با توجه به نتایج تحقیق می توان گفت که امروزه سازمان ها به کارکنان اثربخش و کارآمد نیاز دارند تا بتوانند به اهداف خود به منظور رشد و توسعه همه جانبه دست یابند. از این رو حرکت به سمت افزایش تعهد سازمانی از وظایف اصلی سازمان ها بوده و ضروری است. به منظور افزایش تعهد سازمانی کارکنان، تدوین دقیق شرح وظایف کارکنان و روشن کردن ارتباط اهداف و عملکرد، تعیین دقیق نحوه محاسبه حقوق و مزایا و پاداش های نقدی و غیرنقدی، مطلع کردن کارکنان در مورد آنها، تعیین نحوه دستیابی کارکنان به آخرین اطلاعات مورد نیاز برای انجام وظایف محوله و تعیین حیطه اختیارات و مسئولیت های کارکنان و به منظور افزایش تعهد سازمانی کارکنان، پاداش و به رسمیت شناختن کارکنان، فراهم آوردن فرصت های رشد و پیشرفت، احترام و تقویت اعتماد به نفس و فراهم آوردن محیط کاری مطلوب پیشنهاد می شود. سازمان ها و کارکنان نمی توانند بدون تعهد به حیات خود ادامه دهند و اعتقاد به تعهد در سازمان بخشی از مسئولیت های اخلاقی کارکنان و مدیران، سازمان ها و نهادهای مختلف است که با ارباب رجوع ارتباط دارند. در رفتارهایی مانند کمک به دیگران، همکاران و نوع دوستی می توان با ترغیب کارکنان به این مهم دست یافت. برای ارتقای سطح رفتار شهروندی می توان با آموزش های رفتاری به آنها موجب بهبود روابط بین همکاران شد.

نیروی انسانی وفادار، سازگار با اهداف و ارزش های سازمانی و متمایل به حفظ عضویت سازمانی که حاضر است فراتر از وظایف مقرر، فعالیت کند، می تواند عامل مهمی در اثربخشی سازمان باشد. وجود چنین نیرویی در سازمان توأم با بالا رفتن سطوح عملکرد و پایین آمدن میزان غیبت، تأخیر و ترک خدمت کارکنان است و وجهه سازمان را در اجتماع، مناسب جلوه داده زمینه را برای رشد و توسعه سازمان فراهم می کند. لذا این نتایج نشانگر آن است که سازمان یک محیط تعاملی است که در آن روابط قدرتی و جایگاهی تعیین کننده رفتارها و احساسات کارکنان است. لذا برای افزایش احساس تعهد عاطفی کارکنان، ضمن تبیین درست و واقعی اهداف و ارزش های سازمان، با برقراری ارتباط مفید و موثر بین کارکنان با ایجاد عدالت در سپردن مقام ها و سمت ها به ایشان و رعایت شایسته سالاری، روابط درون سازمانی به سمت کفایت قدرت - جایگاه سوق داده شود. بر اساس نتایج تحقیق وجود روابط قدرتی (عمودی) در سازمان مورد مطالعه به شکلی بود که با بالا رفتن روابط قدرتی از تعهد سازمانی کاسته می شد. فاصله بین بالادستان و

پایین دستان در این سازمان، اجبارهای خارج از شایسته‌سالاری‌ها را در بر داشته که تعهد سازمانی را کاهش داده است. در مورد روابط جایگاهی در جهت تأثیرگذاری در تعهد سازمانی، تأثیر مثبت دیده شد که این خود نشان از نامناسب بودن روابط قدرتی است. پیشنهاد می‌گردد با توجه به نتایج تحقیق در رابطه با روابط قدرتی، شایسته‌سالاری مورد توجه خاص قرار گیرد. نقطه قوت پژوهش حاضر گستردگی حجم تحقیق در سازمان بزرگ کشور و تعداد پرسشنامه‌های تحقیق است و نقطه ضعف آن همکاری سخت و دشوار سازمان با پژوهشگر بود. افزایش تعهد سازمانی و رضایت شغلی کارکنان در سازمان‌های ایران منوط به بهبود و ارتقای وضعیت اقتصادی آنان از طریق افزایش حقوق و دستمزد، ارتقای زمینه مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها است. ارتقای فرهنگ سازمانی و توجه به روابط انسانی در مدیریت، امکان ارتقای علمی و حرفه‌ای، تأمین امکانات رفاهی با هدف ارتقای منزلت اجتماعی کارکنان سازمان‌ها، بهبود شرایط کار، برقراری عدالت و انتخاب مدیران براساس شایسته‌سالاری از موارد دیگری است که باعث افزایش تعهد سازمانی و رضایت شغلی کارکنان سازمان‌ها خواهد شد. راهکارهای عملی دیگر به منظور افزایش تعهد سازمانی کارکنان برنامه‌ریزی با هدف بهبود شرایط اقتصادی و توسعه اقتصادی کشور، حمایت مالی از سازمان‌ها، افزایش تجهیزات و امکانات سازمان‌ها، افزایش حقوق و مزایا (براساس شایستگی حرفه‌ای)، بهبود شرایط رفاهی کارکنان سازمان‌ها و فراهم نمودن تسهیلات لازم برای تأمین رفاه نسبی آنان می‌توان اشاره کرد. اجرای سیاست‌های رفاهی کارکنان در ایران ضمن تأمین نیازهای معیشتی و مزایای اجتماعی به بهسازی حرفه‌ای و همچنین ارتقای کیفیت زندگی و ایجاد انگیزه در آن‌ها منجر خواهد شد. در این راستا تقویت جایگاه اجتماعی و ارج نهادن به منزلت و شأن کارکنان سازمان‌ها از مواردی است که می‌توان مطرح نمود. از سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان نیز انتظار می‌رود که توجه جدی به رفاه و سلامت کارکنان سازمان‌ها داشته باشند.

## منابع

۱. الوانی، مهدی و معمارزاده، محمد. (۱۳۷۴)، تعهد سازمانی، جلد اول، تهران: نشر ارغوان، چاپ سوم.
۲. بهروان، حسن؛ ساروقی، احمد و رنجبریان، بهرام. (۱۳۸۸)، «بررسی عوامل مؤثر بر میزان تعهد سازمانی کارکنان شرکت گاز شهر مشهد»، فصلنامه پژوهشی ویژه‌نامه جغرافیا دانشگاه مشهد، سال ششم، جلد ۱۶، شماره ۲: ۳۸-۴۹.
۳. دفتر مطالعات شهرداری تهران. (۱۳۹۵)، نظرسنجی رضایت شغلی کارکنان شهرداری تهران.
۴. سلاجقه، پیمان. (۱۳۸۰)، «بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر تعهد سازمانی مدیران سطوح مختلف در صنایع کرمان» فصلنامه توسعه منابع انسانی، سال پنجم، شماره ۱۲: ۸۰-۹۵.
۵. صبوری، منوچهر. (۱۳۷۴)، جامعه‌شناسی سازمان‌ها، تهران: نشر شرکت شب تا، چاپ اول.
۶. صمدی میارکلایی، اکبر و صمدی میرکلایی، حمزه. (۱۳۹۲)، «ارتقاء سطح تعهد سازمانی در سازمان‌های مردم‌نهاد: تبیین نقش راهبردی رضایت شغلی از طریق مدل معادلات ساختاری»، فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی، سال چهارم، شماره ۵۱: ۴۳-۵۹.
۷. طلائی، اسماعیل. (۱۳۸۰)، بررسی عوامل مؤثر بر تعهد کار، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی، دانشگاه الزهراء.
۸. فکرآزاد، حسین. (۱۳۸۲)، مدیریت موسسات رفاهی، تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، چاپ اول.
۹. قلی‌پور، آرین. (۱۳۹۵)، جامعه‌شناسی سازمان‌ها: رویکرد جامعه‌شناختی به سازمان و مدیریت، تهران: انتشارات سمت، چاپ پانزدهم.
۱۰. کربلایی، یوسف. (۱۳۹۴)، «تأثیر ساختار سازمانی بر عملکرد کارکنان»، فصلنامه مدیریت سازمان‌های دولتی، سال سوم، شماره ۳۰: ۱۹-۳۴.
۱۱. گلشن فومنی، محمد رسول. (۱۳۹۰)، جامعه‌شناسی سازمان‌ها و توان سازمانی، تهران: نشر دیلماج، چاپ هفتم.

۱۲. هویدا، رضا؛ مولایی، ناصر و صالحی، محمدحسین. (۱۳۹۴)، «نقش ارتباطات سازمانی اثربخش و اعتماد سازمانی در توسعه و بهبود نوآوری سازمانی مدارس»، فصلنامه علمی و پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، سال پنجم، شماره ۲: ۱۱۷-۱۴۶.

1. Allen, N. J and Meyer, J. P. (1996). "Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization: An Examination of Construct Validity". *Journal of Vocational Behavior*, Vol.49 119(1/2), 39-63.
2. Allen, N. J and Meyer, J. P. (2006). "The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization". *Journal of Occupational psychology*, 63: 1-18.
3. Kemper, Theodor. (1991). *Predicting emotions from social relations.- Social psychology quarterly*. New York, NY: Guilford publications, vol.54,no,4
4. Kemper, Theodor. (1990). "Dimensions of micro interaction". *American Journal of sociology*. Vol.96.no, 1.
5. Kemper, Theodor. (2006). *POWER AND status. And the power-status theory of emotions*. In *handbooks of sociology of emotions*. Edited by stets, JanE.janathan.H. New York. Springer science Business Media, LLC (New York, NY: Guilford publications).
6. Simon, Robin and Nath. (2004). "Some Correlates of role Conflict and Role Ambiguity among Public School Teacher" *Journal of Human Relations*, 18 (3): 1068-75.
7. Turner, Janatan.H. (2006). "Toward a gender sociological theory of Emotions", *journal for the theory of social Behavior* 29, 11(3), 3-18.
8. Watkins, A. M. (1991). "The Relationship between Communication Affect, Job Alternative, and Voluntary Turnover Intentions", *Southern Communication Journal*, 41 (3): 198-209.
9. Xiao, Froese (2008) "Generalizability of an organizational Commitment Model" *The Academy of Management Journal*, 24: 512-526.