

بررسی تاثیر تعهد سازمانی کارکنان بر یکپارچگی تامین کننده در بنگاه های کوچک و متوسط (مطالعه موردی: شرکت خودروسازی سایپا)

محبوبه صادق پور^۱، یوسف غلامپور^۲

۱- استادیار گروه مهندسی صنایع، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قائم شهر، قائم شهر، ایران

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قائم شهر، قائم شهر، ایران

چکیده

تعهد سازمانی منجر به نتایج مطلوب سازمانی، همچون عملکرد بالاتر، ترک خدمت کمتر و غیبت کمتر خواهد شد و در یک زنجیره تامین یکپارچه، شراکت استراتژیکی قوی با تامین کنندگان، درک و پیش بینی آنها از نیازهای تولیدکننده را به منظور بهتر برآوردن نیازهای متغیر آن تسهیل خواهد کرد. هدف از پژوهش حاضر، بررسی مدل تعهد کارکنان بر عملکرد سازمانی در شرکت خودروسازی سایپا می باشد. تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از حیث روش تحقیق، توصیفی- پیمایشی می باشد. جامعه آماری شامل کارکنان شرکت های کوچک و متوسط زیرمجموعه گروه خودروسازی سایپا در استان مازندران در بهار سال ۱۳۹۷ در ۹ شرکت زیرمجموعه این هلدینگ بزرگ، به تعداد ۱۶۱۴ نفر بوده و روش نمونه گیری بصورت نمونه گیری طبقه ای نسبی با فرمول کوکران و به تعداد ۳۱۱ تعیین گردید. داده ها از طریق نرم افزارهای SPSS و AMOS مورد بررسی قرار گرفت. برای تحلیل داده ها از تحلیل عاملی تائیدی استفاده گردید. آزمون فرضیه های تحقیق نشان داد، متغیر تعهد سازمانی بر ادغام تامین کننده و هم چنین تعهد سازمانی کارکنان بر یکپارچگی داخلی تامین کننده ارتباط معنی داری دارد اما فرضیه سوم که تعهد سازمانی بر ادغام مشتری را مورد بررسی قرار می داد، رد گردید.

واژگان کلیدی: تعهد کارکنان، یکپارچگی تامین کننده، شرکت خودروسازی سایپا

۱- مقدمه

عوامل نامحسوس زیادی مانند انگیزش، بالیدگی شغلی، تعهد سازمانی، هوش هیجانی و نگرش شغلی می توانند، در توفیق و یا عدم توفیق سازمان ها تاثیرگذار باشند (کشاورز و همکاران، ۲۰۱۲، ص ۵۰). اما در این رابطه متخصصین بر این باورند که در سازمان های خدماتی و به ویژه سازمان هایی که انگیزه های مادی مانند پول و شهرت اجتماعی کمتری در آنها وجود دارد، دو مقوله مهم، یعنی هوش هیجانی که در بر گیرنده احساس و عواطف برای برانگیختن خود و دیگران و روش مناسب برای ایجاد ارتباط با سایرین است و همچنین تعهد سازمانی به عنوان ابزاری مناسب برای خدمت رسانی به مشتریان سازمان و ارتباط بین آنها، از اهمیت بالایی برخوردار می باشد (عباس زادگان، ۲۰۰۰، ص ۱۲۴).

هر سازمان به منظور آگاهی از میزان مطلوبیت و مرغوبیت فعالیت های خود بالاخص در محیط های پیچیده و پویا نیاز مبرم به نظام ارزیابی دارد. از سوی دیگر فقدان وجود نظام ارزیابی و کنترل در یک سیستم به معنای عدم برقراری ارتباط با محیط درون و برون سازمان تلقی می گردد که پیامدهای آن کهولت و نهایتاً مرگ سازمان است. ممکن است بروز پدیده مرگ سازمانی به علت عدم وقوع یکباره آن، از سوی مدیران عالی سازمان ها احساس نشود. لکن مطالعات نشان می دهد فقدان نظام کسب بازخورد امکان انجام اصلاحات لازم برای رشد، توسعه و بهبود فعالیت های سازمان را غیر ممکن می نماید، سرانجام این پدیده مرگ سازمانی است (عادل، ۱۳۸۴).

شرکت های (سازمان های) که می خواهند در دنیای تجاری امروز موفق شوند باید آماده رویارویی با واقعیت های جدید باشند. مشتریان خواهان نتیجه هستند، کارکنان خواهان تجربه های چالش انگیز، ارزشمند و ارضاننده می باشند، رقابت سخت تر از هر زمان دیگری است، تکنولوژی فرصت های بی سابقه و کم نظیری را در راستای بهبود و پیشرفت ارائه می نماید.