

بررسی رابطه بین انواع پاداش و رضایت شغلی کارکنان - مطالعه موردی: بانک گردشگری

Reviewing the Relationship between the Types of Rewards and the Job Satisfaction of Staff- Case Study: Tourism Bank

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۱۳۰، تاریخ دریافت نسخه نهایی: ۱۳۹۶/۷/۱۷، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۹/۲

Sh. Hosseini., (M.A) & M., Abdolshah., (Ph.D)

شهاب الدین حسینی^۱ و محمد عبدالشاه^۲

Abstract: Job Satisfaction is one of the most important factors in increasing the efficiency, motivating and positive attitude of employees towards their work, which ultimately leads to loyalty and persistence of employees in organizations. Hence, identification of factors that increase job satisfaction is of great importance. In this paper, one of the effective methods for satisfaction of employees at the Tourism Bank of Iran has been investigated. In quantitative section of this study, unity research method is used; Structural Equations Design. The staff of Tourism Bank of Iran consist the statistical society, simple random sampling is utilized as the sampling method and for determining the sample size of the present study, the researcher relies on Cochran Formula. From 1207 persons of statistical society, 292 persons are chosen as study samples. For data collecting tools the researcher uses the questionnaire of the types of rewards Hellriegel et al. (1995) to evaluate the impact of the reward types on the staff satisfactions. Analyzing the research data with Lisrel software shows that financial, complementary, social/interpersonal, job, autonomy rewards and job design can increase the job satisfaction in the employees so there is a close relationship between these rewards and staff satisfaction. Among the mentioned rewards, social/interpersonal rewards are of the most impact on job satisfaction of the staff. The results showed that the types of rewards from the staff's point of view are different and organization managers can determine the importance of rewards in their organization to optimize the remuneration system and allocate the correct types of rewards with the aim of increasing job satisfaction of staff, improve performance and Increase productivity in them.

Keywords: Human Resources Management, Job Satisfaction, Reward, Reward Management, Reward System

چکیده: هدف پژوهش حاضر رضایت شغلی یکی از عوامل بسیار مهم در افزایش کارایی، ایجاد انگیزش و نگرش مثبت کارکنان نسبت به کارشان می‌باشد، که نهایتاً باعث ایجاد وفاداری و ماندگاری کارکنان در سازمان‌ها می‌شود. از این‌رو شناسایی عواملی که موجب افزایش رضایت شغلی می‌شود حائز اهمیت بالایی بوده که در این مقاله به بررسی یکی از روش‌های تاثیرگذار بر رضایت کارکنان در بانک گردشگری پرداخته شده است. روش تحقیق در بخش کمی از نوع همبستگی؛ طرح معادلات ساختاری است. جامعه آماری پژوهش، کارکنان بانک گردشگری در ایران می‌باشد. روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است. بدین ترتیب از حجم جامعه ۱۲۰۷ نفری، تعداد ۲۹۲ نفر برای نمونه در نظر گرفته شدند. ابزار گردآوری داده‌ها از پرسشنامه انواع پاداش هلریگل و همکاران (۱۹۹۵) و با هدف سنجش انواع پاداش بر رضایت کارکنان استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها توسط نرم‌افزار لیزرل نشان داد که پاداش‌های مالی؛ پاداش‌های مکمل؛ پاداش‌های اجتماعی/ بین فردی، پاداش‌های حاصل از کار، پاداش‌های خود اداره شونده و نمادهای وضعیتی با پاداشی که منجر به رضایت شغلی در کارکنان می‌شود، رابطه معنی‌داری دارد. همچنین پاداش اجتماعی/ بین فردی بیشترین میزان همبستگی با عامل پاداشی را دارند که منجر به رضایت‌مندی در کارکنان می‌شود. نتایج نشان داد که انواع پاداش از دیدگاه کارکنان دارای اهمیت متفاوت بوده و مدیران سازمان‌ها می‌توانند با مشخص کردن اهمیت انواع پاداش در سازمان خود به مدیریت بهینه سیستم پاداش و تخصیص صحیح انواع پاداش با هدف افزایش رضایت شغلی کارکنان، بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری در ایشان بپردازند.

کلید واژه‌ها: پاداش، رضایت شغلی، سیستم پاداش، مدیریت پاداش، مدیریت منابع انسانی

۱. کارشناس ارشد مهندسی صنایع، گرایش مدیریت سیستم و بهره‌وری shahabhosseini.ic@gmail.com

۲. استادیار گروه مهندسی صنایع دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان

مقدمه

سرمایه انسانی از مهم‌ترین منابع تولید و سرمایه اساسی سازمان محسوب می‌شود. راهبرد مدیریت پاداش^۱ به تعالی عملکرد نیروها کمک نموده و نقش موثری در جذب و ماندگاری آن‌ها در سازمان‌ها ایفا می‌کند (محبی‌فر، خدابخشیان و رفیعی، ۱۳۹۵). مفهوم مدیریت منابع انسانی روزبه‌روز در حال رشد است و خوشبختانه بانک‌ها یکی از سریع‌ترین موسسات خدماتی هستند که از این مفهوم بهره می‌برند. به‌طوری که پاداش را یک ابزار حیاتی برای عملکرد کارکنان محسوب می‌کنند و عاملی برای انگیزه و کسب موفقیت (ایرشاد^۲، ۲۰۱۶). سرمایه انسانی به عنوان منبع اصلی ایجاد ارزش در سازمان و به‌عنوان مزیت رقابتی، جهت افزایش روزافزون بهره‌وری در کار باید حفظ شود. یکی از مکانیسم‌هایی که می‌تواند به این فرایند کمک نماید؛ سیستم پاداش می‌باشد. به عبارتی یکی از بهترین راه‌های ایجاد انگیزه در کارکنان در شرایط کنونی جامعه و با توجه به وضعیت هزینه‌های زندگی استفاده از عوامل مادی و غیرمادی تحت عنوان پاداش است. به جبران زحمتی که فرد در سازمان متحمل می‌شود، در ازای وقت و نیرویی که او در سازمان به خاطر نیل به اهداف سازمان صرف می‌کند و به تلافی خلاقیت و ابتکارات وی برای یافتن و به‌کارگیری رویه‌ها و روش‌های کاری جدیدتر و بهتر، سازمان به فرد پاداش می‌دهد (سعادت، ۱۳۹۵).

برای تقریباً تمام سازمان‌ها، کارکنان منابع حیاتی هستند و سرمایه‌گذاری‌های مهمی را انجام می‌دهند تا آن‌ها راضی و وفادار به مشاغل خود بمانند. که بر این اساس، سازمان‌ها سیاست‌های مدیریت بسته‌های پاداش، سیستم ارزیابی و برنامه‌های آموزشی خود را توسعه می‌دهند. اساساً، این روش‌ها برای کسب وفاداری کارکنان برای سازمان طراحی شده‌اند و منجر به بالاترین سطح رضایت شغلی^۳ در آن‌ها می‌شوند (اطهر و عمر^۴، ۲۰۱۴). امروزه نظام پاداش بخش مهمی از مدیریت در سازمان‌ها است. به‌خصوص زمانی که موسسات و شرکت‌ها درباره میزان مشارکت کارکنان، عملکردشان و همچنین عوامل محیطی خود نگرانی‌های بسیار زیادی دارند، و البته این امر بسیار مهم است که مدیران بدانند چگونه باید انگیزه، تعهد و رضایت‌مندی را در کارکنان خود به‌عنوان بخشی از بهره‌وری سازمان‌شان ایجاد نمایند (توافک، زولکیفل و شریف^۵، ۲۰۱۶). البته

-
1. Reward Management
 2. Irshad
 3. Job Satisfaction
 4. Athar & Omar
 5. Taufek, Zulkifl & Sharif

تحقیقات نشان می‌دهد که رابطه قوی بین سیستم پاداش و عملکرد کارکنان وجود دارد؛ عملکردی که تحت تاثیر انگیزه و میزان رضایت‌مندی آنان است (خان، واگاس و مونر^۱، ۲۰۱۷). البته در بسیاری از سازمان‌ها، سیستم‌های پاداش توسط بخش منابع انسانی طراحی می‌شود و این در حالی است که ارزیابی کارکنان و عملکردشان توسط بخش مالی صورت می‌گیرد. افراد به سیستم‌ها و سازمان‌ها با توجه به انگیزه‌های خاص خود اعم از امنیت مالی و شغلی، آینده‌ای بهتر، ارضای نیازهای روانی اجتماعی و... می‌پیوندند. هر فرد مجموعه‌ای از نیازهای متفاوتی در سازمان‌های مختلف خواهد داشت. در واقع مسئولیت مدیران شناخت این نیازها و ارائه فرصت برای ارضای آن‌ها در محیط‌های کاری است. سیستم پاداش را آرمسترانگ^۲ (۲۰۰۱) یک سیستم یکپارچه از سیاست‌های یکپارچه، فرایندها و اقدامات برای پاداش کارمندان خود مطابق با میزان مشارکتشان، مهارتشان، شایستگی‌شان، و ارزشمندی تجارتشان می‌داند (راو^۳، ۲۰۰۰؛ به نقل از الشایبیه و هابتور^۴، ۲۰۱۵). ژو و زیگنفس^۵ (۲۰۰۸) پاداش را نتایج توأم با ارزش در قبال کارهای فردی، سرمایه انسانی می‌داند (رفیعیان، ۱۳۹۵). هریریاک^۶ (۲۰۰۶) نیز پاداش را سوخت و راهنمای اصلی انگیزش می‌داند، او معتقد است که پاداش‌ها سبب یا خالق انگیزه نیستند بلکه نقش آن‌ها پشتیبانی از انگیزه اصلی و قرار دادن آن در جهت درست برای تسهیل اجرای راهبردها است (جهان‌دیده، ۱۳۸۹).

به‌زعم لاولر^۷ (۲۰۰۳) راهبرد پاداش علاوه بر عنصر مالی که تامین‌کننده نیازهای سطوح پایین کارکنان می‌باشد (پاداش بیرونی^۸) دربرگیرنده مولفه غیرمالی شامل حس‌قدردانی و استقلال شغلی است که تغییر قابل ملاحظه‌ای در رفتار کارکنان دارا می‌باشد (پاداش درونی^۹). ایجاد پیوند میان ساختارهای رضایتی، انگیزشی در سازمان و عملکرد کارکنان مسیر ارتقای کیفیت خدمات ارائه شده را نیز هموار می‌سازد. هلریگل، اسلوکوم و وودمن^{۱۰} (۱۹۹۵) نیز پاداش را ارائه پیامدی خوشایند برای انجام رفتاری مطلوب از فرد به منظور افزایش احتمال تکرار آن

-
1. Khan, Waqas & Muneer
 2. Armstrong
 3. Rao
 4. Al-shaibah & Habtoor
 5. Xu & Ziegenfuss
 6. Hrebiniak
 7. Lawler
 8. External Reward
 9. Internal Reward
 10. Hellriegel, Slocum & Woodman

بررسی رابطه بین انواع پاداش و رضایت شغلی کارکنان - مطالعه موردی: بانک گردشگری

می‌دانند (محبی‌فر و همکاران، ۱۳۹۵). پاداشی که فرد از سازمان دریافت می‌دارد و به‌خاطر انجام وظایف محول در حد عادی و متعارف است که در این صورت حقوق یا دستمزد نامیده می‌شود، یا به‌خاطر انجام وظایف در سطحی بالاتر از استانداردهای عادی کاری است که در این صورت پاداش نامیده می‌شود. سیستم پاداش در سازمان، هر دو نوع عملکرد را دربر می‌گیرد و سیستمی است که براساس موازین و شیوه‌های خاصی، پاداش هر یک از کارکنان را متناسب با کارشان به آن‌ها می‌دهد. سیستم پاداش باید کارا و اثربخش باشد؛ به‌عبارت دیگر، تخصیص و اعطای پاداش در سازمان باید به‌گونه‌ای باشد که حداکثر بازده را برای سازمان ممکن سازد (سعادت، ۱۳۹۵).

با وجود آن‌که وجود سیستم پاداش مهم‌ترین بعد افزایش بهره‌وری در هر سازمان است، اما باید در نظر داشته باشیم که اگر پاداش به‌طور مداوم و بدون رابطه منطقی با عملکرد پرداخت شود، فرد جهت انجام کار صحیح بی‌انگیزه می‌شود. پاداش‌های شغلی را می‌توان به دو دسته درونی و بیرونی تقسیم‌بندی نمود. اگر کاری فی‌نفسه برای هر فرد ارزش داشته باشد، انجام آن کار اجر و پاداشی است که او خواهان آن است، یعنی پاداش کار در ذات کار قرار دارد. بدین ترتیب اگر پاداش درونی باشد دیگر نیاز چندانی به سرپرستی برای انجام کار وجود نخواهد داشت. پاداش درونی معمولاً احساس خوبی است که برای انجام کار به افراد دست می‌دهد. علاوه بر خودانگیزی، پاداش درونی مزیت دیگری نیز برای سازمان دارد و آن هم هزینه کم آن در مقایسه با پاداش بیرونی است. بر خلاف پاداش‌های درونی که منشاء آن خود فرد است، پاداش‌های بیرونی به چیزی خارج از وجود وی ارتباط دارد. بدین لحاظ پاداش‌های بیرونی وسیله و ابزاری در دست مسئولان سازمان است و با ایجاد شرایط و مکانیسم‌هایی برای دریافت آن‌ها، رفتار کارکنان را در جهت مطلوب سوق می‌دهد (جهانپنده، ۱۳۸۹).

رایج‌ترین پاداش بیرونی پاداش نقدی است که به‌صورت‌های مختلف به کارکنان اعطا می‌شود؛ حقوق، دستمزد، انعام، پرداخت‌های فوق‌العاده و... به‌عنوان اولین قدم در این راستا، سیستم باید طوری طراحی گردد که اعطای پاداش، مشروط به عملکرد موثر باشد. تنها در این صورت است که استفاده از پاداش به‌عنوان مکانیسمی برای تشویق و ایجاد انگیزه، رضایت و حس خوب در کارکنان کارساز است (سعادت، ۱۳۹۵). بدین ترتیب هر سازمانی برای نیل به عملکرد شغلی مطلوب و کارایی و بهره‌وری موثر، در جستجوی راه‌هایی است تا محیط را برای کارکنان مساعد سازد تا به درجه‌ای از توانایی برسند که تاثیرگذاری بیشتری بر روی کارشان داشته باشند (موتوویدلو، ۲۰۰۳).

هلریگل و همکاران (۱۹۹۵) نیز در یک تقسیم‌بندی پاداش‌هایی که توسط سازمان‌ها به کار گرفته می‌شود را به شش دسته تقسیم کرده‌اند که عبارتند از:

- پاداش‌های مادی^۱ (پاداش‌های نقدی در غالب پول و موارد مشابه و افزایش حقوق).
- پاداش‌های کمکی (از جمله برنامه‌های تعیین سلامت و بهداشت، تعطیلات، تسهیلات تفریحی، احداث کلوپ‌ها، خودرو شرکتی و مراقبت از فرزندان کارکنان و...).
- پاداش‌های اجتماعی/ بین فردی^۲ (مجموعه‌ای از پاداش‌هایی از قبیل تعریف و تمجید، آهسته زدن به شانه فرد، لبخند و دیگر علامت‌هایی که کلامی نباشد و دعوت کردن فرد به شام و موارد مشابه).
- پاداش‌های حاصل از کار (پاداش‌هایی نظیر احساس پیشرفت در کار، کار خود هدایت‌شونده، کار با مسئولیت بیشتر و انجام کارهای مهم‌تر و...).
- پاداش‌های خود هدایت‌شونده (پاداش‌های دارای ویژگی‌هایی مانند خودشناسی، تبریک گفتن به خود، رشد خود از راه توسعه دانش و مهارت‌ها، خودتمجیدی، احساس ارزشمندی بیشتر و...).
- نمادهای وضعیتی (ویژگی‌هایی محیط کاری سرمایه انسانی از قبیل تجهیزات و امکانات، نقاشی، فرش‌ها، پرده‌های محل کار، میز و صندلی، میزان روشنایی و...).

افراد زمانی می‌توانند در مشاغل خود به خوبی عمل کنند که از توانایی، انگیزش و رضایت لازم برای داشتن عملکرد مناسب بهره‌مند باشند. انگیزه یک ویژگی فردی است، اما می‌تواند هم برخاسته از خود فرد باشد و هم ناشی از شرایط محیطی. مطابق نتایج تحقیقات فراوان، عاملی که تأثیری مستقیم و انکارناپذیر به ایفای وظایف شغلی داشته و دارد، در اختیار بودن کارکنانی است که از شغل خود رضایت شغلی داشته و از ایفای وظایف و مسئولیت‌های شغلی لذت ببرند (عابدی، ۱۳۸۷). بررسی رضایت شغلی و تأثیرات آن بر سازمان تاکنون مورد بحث و بررسی صاحب نظران زیادی بوده است (لوتانس^۳، ۱۹۹۸). اغلب گفته می‌شود: "کارمند خوشحال یک کارمند کارا است" و یک کارمند خوشحال بایستی با شغلش ارضا شود. اهمیت رضایت شغلی از آن‌جا ناشی می‌شود که بیشتر افراد تقریباً نیمی از ساعات بیداری خود را در محیط کاری می‌گذرانند. حدی از احساسات و نگرش‌های مثبت که افراد نسبت به شغل خود دارند را رضایت شغلی گویند. وقتی که شخص می‌گوید دارای رضایت شغلی بالایی است، این بدان مفهوم است

1. Financial Rewards
2. Social Rewards
3. Luthans

بررسی رابطه بین انواع پاداش و رضایت شغلی کارکنان - مطالعه موردی: بانک گردشگری

که او واقعاً شغلش را دوست دارد، احساسات خوبی درباره کارش دارد و برای شغلش ارزش زیادی قائل می‌شود (چاندان^۱، ۲۰۰۲).

رضایت شغلی نتیجه ادراک کارکنان است که محتوا و زمینه شغل را که برای کارمند ارزشمند است، فراهم می‌کند. رضایت شغلی یک حالت احساسی مثبت یا مطبوع است که پیامد ارزیابی شغلی یا تجربه فرد است. این حالت احساسی مثبت، کمک زیادی به سلامت فیزیکی و روانی فرد می‌کند. از نظر سازمانی سطح بالای رضایت شغلی منعکس‌کننده جو سازمانی بسیار مطلوب است که منجر به جذب و بقای کارکنان می‌شود (شهبازی، علی احمدی، اسعدی و جواهری کامل، ۱۳۸۷). رضایت شغلی در واقع رضایت یک فرد از کار خود است. به عبارت دیگر افراد کار یا جنبه‌های شغل خود، هم‌چون ماهیت کار یا نظارت را دوست دارند (اسپکتور^۲، ۱۹۹۷). تمازویک^۳ (۲۰۱۴) معتقد است که رضایت شغلی را می‌توان از نظر ارتباطش با دیگر عوامل کلیدی مانند سلامت کلی، استرس و کنترل در محل کار و شرایط کار نیز در نظر گرفت (نقل از زلفی، ۱۳۹۴). به هر حال آنچه مسلم است آن است که رضایت شغلی مفهوم پیچیده‌ای است و با عوامل بسیاری اعم از فردی و محیطی ارتباط دارد؛ به طوری که یک عامل نمی‌تواند موجب ایجاد رضایت شغلی گردد، بلکه ترکیبی از عوامل می‌باشند که این احساس را در فرد ایجاد می‌کنند.

یکی از عوامل همان‌طور که اشاره گردید عامل پاداش است. رفیعیان (۱۳۹۵) در پژوهشی به بررسی تاثیر سیستم‌های پاداش و جو سازمانی بر اشتیاق شغلی کارکنان شرکت‌های خدمت محور پرداخت. نتایج نشان داد که سیستم پاداش بر جو سازمانی و اشتیاق کاری موثر بوده است. در واقع استفاده از سیستم‌های پاداش منجر به بهبود و افزایش اشتیاق کاری کارکنان و از طرفی ایجاد جو توأم با اعتماد و ایجاد رضایت در سازمان می‌تواند زمینه را برای افزایش بهره‌وری از سرمایه انسانی فراهم نماید. قنبری (۱۳۹۴) نیز به بررسی تاثیرات پاداش بیرونی و درونی بر رضایت شغلی کارکنان پرداخت. نتایج نشان داد که پاداش چه پاداش بیرونی و چه پاداش درونی رابطه مثبت معنی‌داری با رضایت شغلی کارکنان دارند. البته پاداش درونی پیش‌بینی‌کننده قوی‌تری نسبت به پاداش بیرونی در مورد رضایت شغلی می‌باشد. باستانی، مصطفایی، صادقی‌فر، کریمی و حمیدی (۱۳۹۴) به بررسی عوامل تاثیرگذار بر رضایت‌مندی کارکنان طبق مدل اسمیت-کندال-هالین پرداختند. نتایج نشان داد که مکانیسم‌های ارائه پاداش و استفاده از

1. Chandan

2. Spektor

3. Temazevic

اهرم‌هایی مثل مدیریت بر مبنای عملکرد بتواند موجب ارتقای انگیزه، عملکرد کارکنان و سطح رضایت کلی کارکنان گردد.

بهران و سعیدی (۱۳۸۷) به بررسی رضایت کارکنان از عملکرد روابط عمومی شرکت گاز پرداختند. نتایج نشان داد که میزان رضایت کارکنان شرکت گاز استان خراسان رضوی از عملکرد روابط عمومی این شرکت کمتر از حد متوسط است. میزان رضایت از عملکرد با متغیرهای تجربه سازمانی، رضایت سیاسی، احساس عدالت سازمانی و پاداش سازمانی رابطه معنادار مثبت دارد. علی و احمد (۲۰۰۹) در یک مطالعه تجربی به بررسی و تاثیر پاداش و برنامه‌های شناخت بر انگیزه و رضایت کارکنان پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که رابطه مثبت معنی‌داری بین برنامه‌های پاداش و رضایت شغلی وجود دارد. دانیس (۲۰۱۰) به بررسی تاثیر پاداش بر رضایت شغلی و انگیزه کارکنان پرداخت. نتایج نشان داد که انگیزش و رضایت به‌طور قابل توجهی با هم همبستگی دارند و هم‌چنین پاداش نیز تاثیر زیادی بر انگیزه و میزان رضایت شغلی کارکنان دارد. بوستامام، تنگ و عبدالله^۱ (۲۰۱۴) به بررسی مدیریت پاداش و رضایت شغلی از کارمندان صنعت هتلداری در مالزی پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که پاداش‌ها اعم از مالی و غیرمالی با رضایت شغلی دارای رابطه مثبت و معنی‌دار هستند. البته در این پژوهش اثر پاداش مالی بر رضایت شغلی قوی‌تر بوده است. چن، یانگ، جانو، لیو و دگیتیر^۲ (۲۰۱۵) به بررسی میزان رضایت پاداش‌های روانی عاطفی و مالی بر نگرش کار پرستاران در چین پرداختند. نتایج نشان داد که پاداش‌های روحی روانی و مالی از جانب سرپرستاران، می‌تواند نگرش‌های شغلی مثبت و رضایت شغلی را به‌همراه داشته باشد. هانگ^۳ (۲۰۱۶) به بررسی اثرات پاداش‌های مالی بر رضایت شغلی کارکنان در منطقه ایالات متحده و چین پرداخت. نتایج نشان داد که پاداش‌های مالی همیشه موجب ایجاد رضایت شغلی نمی‌شود. به‌عنوان مثال در چین باعث رضایت شغلی شده و در ایالات متحده به اندازه کشور چین رضایت شغلی را افزایش نمی‌دهد. عباس، خان و حسین^۴ (۲۰۱۷) نیز نشان دادند که ارتباط معنی‌داری بین سطوح پاداش مانند پاداش‌های سازمانی، اهمیت کار، استقلال کار، پاداش‌های اجتماعی و رضایت شغلی کارکنان وجود دارد. به ویژه پاداش‌های اجتماعی نیز بیشترین ارتباط و همبستگی را با رضایت شغلی کارکنان دارند. همان‌طور که با بررسی پیشینه پژوهش‌های صورت گرفته مشاهده می‌شود، تا به‌حال به موضوع رابطه و میزان تاثیر انواع پاداش بر رضایت شغلی کارکنان پرداخته نشده است. براین اساس

1. Bustamam, Teng & Abdullah.
2. Chen, Yang, Gao, Liu & De Gieter
3. Huang
4. Abbas, Khan & Hussain

بررسی رابطه بین انواع پاداش و رضایت شغلی کارکنان - مطالعه موردی: بانک گردشگری

با توجه به اهمیت این موضوع برای سازمان‌ها در این پژوهش حسب خلا پژوهشی موجود به این موضوع پرداخته شده است. از طرفی در سازمان‌هایی مانند بانک‌ها که به‌طور مستقیم با مشتری در ارتباط هستند انگیزه و رضایت شغلی کارکنان و نحوه رفتار ایشان با مشتریان، نقش بسیار مهمی در رضایت مشتری و ایجاد وفاداری در مشتریان دارد. از این‌رو اهمیت مبحث مدیریت پاداش و تعیین میزان تاثیر انواع آن بر عملکرد و رضایت‌مندی شغلی کارکنان، محقق را بر آن داشت تا در پژوهش حاضر به مطالعه میزان تاثیر انواع پاداش بر عملکرد و رضایت شغلی کارکنان بانک گردشگری به‌منظور استفاده بهینه از انواع مختلف پاداش بپردازد، تا با انتخاب و اعمال پاداش موثرتر نقش مهم‌تری در ایجاد رضایت و افزایش انگیزه کارکنان ایفا نماید. از آن‌جایی که تاثیر پاداش با روند کاری کارکنان رابطه مستقیم داشته و باعث افزایش انگیزه می‌شود، مهم است که مولفه‌های تاثیرگذار بر آن بررسی شود. لذا در این پژوهش مولفه‌های اثربخش در پاداش با رویکرد رضایت‌مندی کارکنان بررسی می‌گردد.

هدف کلی در این پژوهش به تبیین تاثیر انواع پاداش‌ها بر رضایت شغلی در کارکنان می‌پردازد.

در این راستا پژوهش حاضر در صدد آزمون فرضیه‌های زیر می‌باشد:

فرضیه اول: پاداش‌های مالی با پاداشی که منجر به رضایت‌مندی کارکنان می‌شود؛ رابطه معنی‌داری دارد.

فرضیه دوم: پاداش‌های مکمل با پاداشی که منجر به رضایت‌مندی کارکنان می‌شود؛ رابطه معنی‌داری دارد.

فرضیه سوم: پاداش‌های اجتماعی/ بین فردی با پاداشی که منجر به رضایت‌مندی کارکنان می‌شود؛ رابطه معنی‌داری دارد.

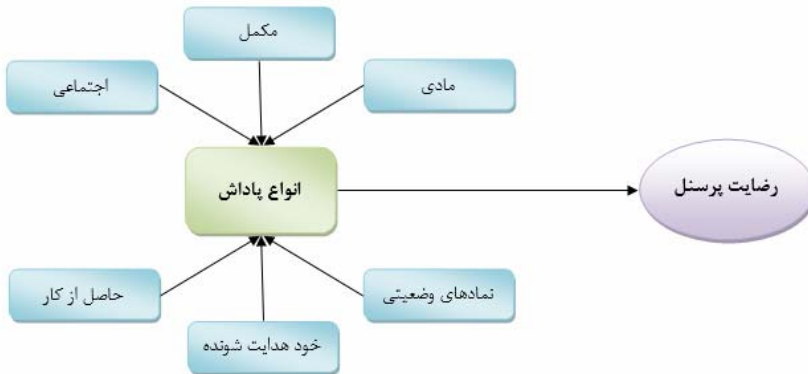
فرضیه چهارم: پاداش‌های حاصل از کار با پاداشی که منجر به رضایت‌مندی کارکنان می‌شود؛ رابطه معنی‌داری دارد.

فرضیه پنجم: پاداش‌های خود اداره شونده با پاداشی که منجر به رضایت‌مندی کارکنان می‌شود؛ رابطه معنی‌داری دارد.

فرضیه ششم: پاداش‌های نمادهای وضعیتی با پاداشی که منجر به رضایت‌مندی کارکنان می‌شود؛ رابطه معنی‌داری دارد.

براین اساس با توجه به اهمیت اطلاع و آگاهی سازمان‌ها از ارزش و تاثیر انواع پاداش در رضایت کارکنان به‌منظور دستیابی به حداکثر رضایت شغلی آن‌ها با هدف افزایش بهره‌وری و انگیزه و نگهداری بیشتر کارکنان و مدیریت بهینه سیستم پاداش سازمان خود، همچنین حسب مرور ادبیات و پژوهش‌های انجام شده قبلی با توجه به خلا پژوهشی موجود و عدم بررسی این

موضوع تا به حال تصمیم گرفته شد در این پژوهش با استفاده از مدل مفهومی تحقیق در شکل ۱، به بررسی رابطه و تاثیر انواع پاداش بر رضایت شغلی کارکنان در بانک گردشگری برگرفته از انواع پاداش هلریگل و همکاران (۱۹۹۵)، پرداخته شود.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش پژوهش

روش تحقیق بخش کمی از نوع همبستگی؛ طرح معادلات ساختاری است. برای بررسی برازش داده‌ها با متغیرهای مکنون از مدل‌های اندازه‌گیری یا تحلیل عامل تاییدی مرتبه دوم استفاده شد. به منظور بررسی برازندگی مدل؛ از قواعد جدول ۱ استفاده گردید که در میان اکثریت صاحب‌نظران مورد توافق و پذیرش واقع گردیده است.

جدول ۱. قواعد ارزیابی مدل‌های معادلات ساختاری

معادل فارسی	اختصار	برازندگی خوب	برازندگی قابل قبول
شاخص برازش تطبیقی ^۱	CFI	$0.95 \leq CFI \leq 1.00$	$0.90 \leq CFI < 0.95$
شاخص نیکویی برازش ^۲	GFI	$0.90 \leq GFI \leq 1.00$	$0.80 \leq GFI < 0.90$
شاخص نرم‌شده برازندگی ^۳	IFI	$0.80 \leq IFI \leq 1.00$	$0.80 \leq IFI < 0.90$
تقریب میانگین ریشه مجذور خطا ^۴	RMSEA	$RMSEA < 0/08$	$RMSEA < 0.10$
شاخص خی‌دو بر درجه آزادی	χ^2/df	$0 \leq \chi^2/df \leq 2$	$2 < \chi^2/df \leq 3$

1. Comparative Fit Index (CFI)
2. Goodness of Fit Index (GFI)
3. Normed Fit Index (NFI)
4. Root Mean Squared Error Of Approximation

بررسی رابطه بین انواع پاداش و رضایت شغلی کارکنان - مطالعه موردی: بانک گردشگری

جامعه آماری این پژوهش بیش از ۲۹۰ نفر از کارکنان و کارکنان بانک گردشگری در سطح کشور می‌باشد. در این پژوهش برای تکمیل پرسشنامه‌ها از کلیه کارکنان ستاد و صف بانک با در نظر گرفتن نسبتی مشخص و هم‌چنین تمامی سطوح سازمانی که در استخدام بانک می‌باشند استفاده شده است. روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است. این فرمول (رابطه ۱) یکی از پرکاربردترین روش‌ها برای محاسبه تعداد نمونه می‌باشد.

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

رابطه ۱. فرمول تعیین حجم نمونه

در این رابطه میزان خطا را ۰/۵ و احتمال موفقیت را ۰/۵ و جامعه هدف را ۱۲۰۷ نفر که تعداد کل کارکنان بانک گردشگری است لحاظ نموده‌ایم. که میزان تعداد نمونه با تقریب ۲۹۲ نفر در نظر گرفته شده است.

ابزار پژوهش

برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق‌ساخته انواع پاداش هلریگل و همکاران (۱۹۹۵)، با هدف سنجش تاثیر انواع پاداش بر رضایت کارکنان استفاده شد. این پرسشنامه دارای شش بعد (انواع پاداش) و بر پایه ۴۰ گویه، رابطه انواع پاداش را اندازه‌گیری می‌کند. که در پژوهش حاضر با توجه به کیفی بودن متغیرها از مقیاس فاصله‌ای استفاده شده است و طیف‌های نگرش، تعدادی عبارت نگرشی هستند که پاسخگو نظر موافق یا مخالف خود را نسبت به آن‌ها ابراز می‌کند. در این پژوهش از پرسشنامه براساس مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت استفاده شد که از گزینه کاملاً مخالف تا کاملاً موافق با اعداد ۱ الی ۵ مشخص گردیده است.

برای تعیین روایی با مطالعه منابع مربوط، طرح اولیه پرسشنامه تهیه گردید و توسط متخصصین مدیریت منابع انسانی که از اعضای هیات علمی دانشگاه بوده‌اند مورد بررسی قرار گرفت که در نتیجه مواردی جهت اصلاح پیشنهاد گردید و پس از اعمال اصلاحات موردنظر، پرسشنامه نهایی تدوین گردید. (برای مثال: در اختیار گذاشتن خودرو شرکتی بر رضایت‌مندی پرسنل تاثیر دارد). پایایی این ابزار هم با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ با استفاده از اطلاعات تعداد ۳۰ پرسشنامه تکمیل شده توسط نرم‌افزار Lisrel20 بررسی شد و حسب اطلاعات حاصل شده مورد تایید قرار گرفت. ضریب پایایی خرده‌مقیاس‌ها از قبیل پاداش‌های مادی، پاداش‌های

مکمل، پاداش‌های اجتماعی/ بین فردی، پاداش‌های حاصل از کار، پاداش‌های خود اداره شونده و نمادهای وضعیتی و کل آزمون به ترتیب ۰/۷۸۷؛ ۰/۸۸۰؛ ۰/۷۷۰؛ ۰/۷۷۷؛ ۰/۷۷۴؛ ۰/۸۰۱ و ۰/۹۳۹ محاسبه گردید.

شیوه اجرای پژوهش

با توجه به اینکه تعداد نمونه براساس فرمول کوکران ۲۹۲ نفر تعیین شد، به منظور جلوگیری از ریزش، پرسشنامه‌ها برای ۳۰۰ نفر از کارکنان ارسال شد که در نهایت تعداد ۲۹۷ پرسشنامه صحیح و کاملاً تکمیل شده دریافت شد. پس از تعیین تعداد پرسشنامه‌های لازم با استفاده از روش کوکران و تعداد کل اعضای جامعه، برای تکمیل پرسشنامه‌ها با توجه به نسبت پست‌ها و سطوح سازمانی مختلف و فراوانی آن‌ها در بانک به جهت اینکه تقریباً با حجم جامعه همخوانی داشته باشد و بر روی پاسخ‌ها تاثیر نگذارد برای هر پست سازمانی (مدیران ارشد، مدیر، کارشناس، متصدیان بانکی و نیروهای خدماتی) تعدادی پرسشنامه متناظر در نظر گرفته شد و برای افراد متناظر با آن‌ها به صورت تصادفی در بین کارکنان ستاد بانک به صورت حضوری و کارکنان شعب بانک با استفاده از نرم‌افزار اتوماسیون اداری و از طریق نامه توسط مدیریت امور شعب بانک ارسال گردید و با در نظر گرفتن یک ضرب‌العجل زمانی، پرسشنامه‌های تکمیل شده دریافت شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش کمی مدلیابی ساختاری (تحلیل عاملی مرتبه دوم) استفاده شد. داده‌های این تحقیق در دو سطح، گردآوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند؛ در سطح توصیفی با استفاده از نرم‌افزار SPSS و در سطح استنباطی با استفاده از نرم‌افزار Lisrel استفاده شده است.

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی

ابتدا به بررسی خصوصیات جمعیت شناختی شرکت‌کنندگان در پژوهش می‌پردازیم. در این پژوهش نمونه آماری شامل ۳۰۰ نفر (به‌منظور جلوگیری از ریزش) از کارکنان بانک گردشگری می‌باشد. این شرکت‌کنندگان از مجموع کلیه کارکنان بانک گردشگری در سطح کشور بوده که با در نظر گرفتن مشخصاتی از قبیل سن، جنسیت، مدرک تحصیلی، درآمد و سابقه کار با رویکرد تفکیک مناسب، طبق جدول ۲، بررسی گردید.

جدول ۲. ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

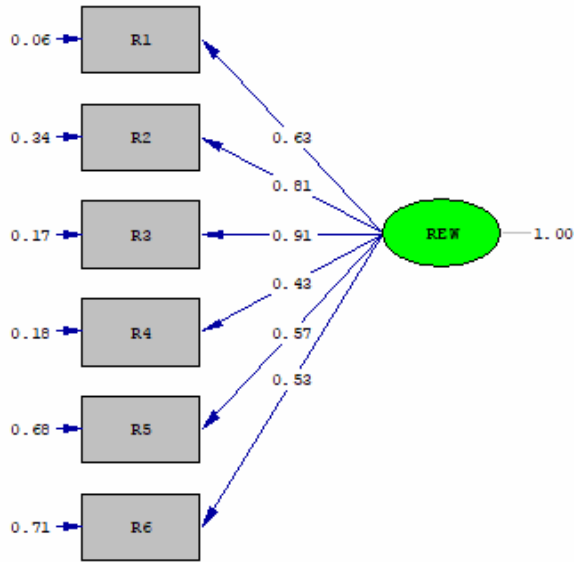
ویژگی‌ها	تفکیک	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۱۴	۳۸٪
	زن	۱۸۶	۶۲٪
سن	بین ۱۸ تا ۲۵	۱۶	۵٪
	بین ۲۶ تا ۳۵	۲۴۲	۸۱٪
	بین ۳۶ تا ۴۵	۴۲	۱۴٪
تحصیلات	کاردانی	۲۴	۸٪
	کارشناسی	۱۵۴	۵۱٪
	کارشناسی ارشد	۱۲۲	۴۱٪
میزان درآمد	۱ تا ۲ میلیون	۱۴۴	۴۸٪
	۲ تا ۳ میلیون	۱۲۶	۴۲٪
	بیش از ۴ میلیون	۳۰	۱۰٪
سابقه خدمت	کمتر از ۵ سال	۱۵۰	۵۰٪
	بین ۵ الی ۱۰ سال	۱۰۸	۳۶٪
	۱۰ الی ۱۵ سال	۳۶	۱۲٪
	بیشتر از ۲۰ سال	۶	۲٪

هم‌چنین از نظر وضعیت مسکن، تعداد ۱۸۶ نفر در مسکن استیجاری، تعداد ۹۰ نفر در مسکن ملکی و تعداد ۲۴ نفر در منزل رهنی سکونت داشته‌اند. از نظر سمت سازمانی تعداد ۳۲ نفر مدیر، ۶۷ نفر کارشناس و ۲۰۱ نفر متصدی بانکی بوده‌اند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که از نظر جنس اکثر شرکت-کنندگان زن، از نظر سن اکثر شرکت کنندگان بین ۲۶ تا ۳۵، از نظر نوع استخدام تمام شرکت‌کنندگان قراردادی، از نظر نوع مسکن اکثر شرکت‌کنندگان در مسکن استیجاری، از نظر مدرک تحصیلی اکثر شرکت‌کنندگان دارای مدرک کارشناسی، از نظر سابقه کار اکثر شرکت‌کنندگان با سابقه کمتر از ۵ سال، از نظر میزان درآمد اکثریت بین ۱ تا ۲ میلیون تومان و نهایتاً از نظر سمت سازمانی اکثر آنان متصدی امور بانکی بوده‌اند.

یافته‌های پژوهش

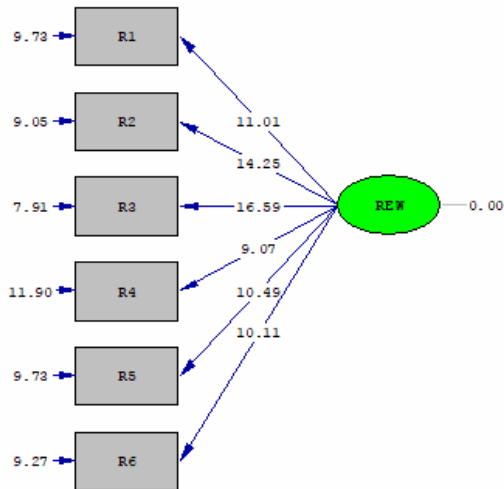
برای آزمون صحت مدل نظری تحقیق و محاسبه ضرایب تاثیر (بارهای عاملی) از روش مدل-یابی معادلات ساختاری به وسیله نرم‌افزار لیزرل استفاده شده است. مدل‌یابی معادلات ساختاری یک رویکرد جامع برای آزمون فرضیه‌هایی درباره روابط متغیرهای مشاهده شده و پنهان است.

برای داشتن دید بهتر، ابتدا فرضیه‌های را به شرح زیر مرور می‌کنیم: خروجی مدل در شکل ۲ و ۳ ارائه شده است.



Chi-Square=25.39, df=9, P-value=0.00000, RMSEA=0.077

شکل ۲. تحلیل عامل تاییدی در حالت استاندارد



Chi-Square=25.39, df=9, P-value=0.00000, RMSEA=0.077

شکل ۳. تحلیل عامل تاییدی در حالت معنی t

بررسی رابطه بین انواع پاداش و رضایت شغلی کارکنان - مطالعه موردی: بانک گردشگری

در این پژوهش، ۶ بعد از پاداش به عنوان ابعادی که منجر به رضایت مندی کارکنان می‌شوند، در نظر گرفته شدند. بررسی شاخص‌های نیکویی برازش مدل؛ نشان می‌دهد که داده‌ها از مدل مفهومی حمایت می‌کنند.

جدول ۳. قواعد ارزیابی مدل‌های معادلات ساختاری

نتیجه	برازندگی قابل قبول	مقدار	معادل فارسی
برازش مناسب	$0.90 \leq CFI < 0.95$	۰/۹۷	شاخص برازش تطبیقی
برازش مناسب	$0.80 \leq GFI < 0.90$	۰/۹۲	شاخص نیکویی برازش
برازش مناسب	$0.80 \leq NFI < 0.90$	۰/۹۶	شاخص نرم شده برازندگی
برازش مناسب	$RMSEA < 0.10$	۰/۰۷۷	تقریب میانگین ریشه مجذور خطا
برازش مناسب	$2 < \chi^2/df \leq 3$	۲/۸۲	شاخص‌خی‌دو بر درجه آزادی

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌کنید نتایج بررسی شاخص‌های نیکویی برازش مدل ساختاری پژوهش نشان‌دهنده برازش مناسب مدل است، چرا که میزان کمتر از $RMSEA=0.08$ -ها نشانگر برازش قابل قبول مدل است. همچنین مقادیر CFI ، GFI و IFI همگی بالاتر از سطح مطلوب هستند. برای بررسی فرضیه‌های تحقیق از بارهای عاملی بین عامل پاداش و ابعاد شش‌گانه آن استفاده می‌کنیم. بدین منظور نتایج بدست آمده از این تحلیل را در جدول ۴ به طور خلاصه بیان می‌کنیم.

جدول ۴. نتیجه آزمون فرضیه‌های تحقیق

نتیجه آزمون	سطح معناداری (P-Value)	بار عاملی	فرضیه
قبول فرض H1	۰,۰۰۱	۰/۶۳	فرضیه صفر: میان عامل پاداش با بعد پاداش مالی رابطه معنی‌داری وجود ندارد. فرضیه یک: میان عامل پاداش با بعد پاداش مالی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
قبول فرض H1	۰,۰۰۱	۰/۸۱	فرضیه صفر: میان عامل پاداش با بعد پاداش مکمل رابطه معنی‌داری وجود ندارد. فرضیه یک: میان عامل پاداش با بعد پاداش مکمل رابطه معنی‌داری وجود دارد.
قبول فرض H1	۰,۰۰۱	۰/۹۱	فرضیه صفر: میان عامل پاداش با بعد پاداش اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود ندارد. فرضیه یک: میان عامل پاداش با بعد پاداش اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
قبول فرض H1	۰,۰۰۱	۰/۴۳	فرضیه صفر: میان عامل پاداش با بعد پاداش کاری رابطه معنی‌داری وجود ندارد. فرضیه یک: میان عامل پاداش با بعد پاداش کاری رابطه معنی‌داری وجود دارد.
قبول فرض H1	۰,۰۰۱	۰/۵۷	فرضیه صفر: میان عامل پاداش با بعد پاداش خوداداره شونده رابطه معنی‌داری وجود ندارد. فرضیه یک: میان عامل پاداش با بعد پاداش خوداداره شونده رابطه معنی‌داری وجود دارد.
قبول فرض H1	۰,۰۰۱	۰/۵۳	فرضیه صفر: میان عامل پاداش با بعد پاداش نماد وضعیتی رابطه معنی‌داری وجود ندارد. فرضیه یک: میان عامل پاداش با بعد پاداش نماد وضعیتی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

Note. * $p < 0.05$

جدول ۴ نشان می‌دهد نتایج تحلیل عاملی مرتبه دوم، پشتیبان تمام فرضیه‌های تحقیق بوده است. به عبارتی دیگر از آنجا که سطح معناداری مشاهده شده بین هر شش نوع از پاداش و رضایت‌مندی کارکنان کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، این بارهای عاملی در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادارند و لذا تمام فرضیه‌های پژوهش مورد تایید قرار می‌گیرند. بنابراین نتیجه می‌شود که هر

بررسی رابطه بین انواع پاداش و رضایت شغلی کارکنان - مطالعه موردی: بانک گردشگری

شش نوع پاداش معرفی شده در این پژوهش با نوع پاداشی که منجر به رضایت‌مندی کارکنان بانک گردشگری می‌شود، رابطه معنی‌داری دارد. جدول ۵ نیز رتبه‌بندی بارهای عاملی را نشان می‌دهد.

جدول ۵. نتیجه اولویت‌بندی پاداش‌های موثر بر رضایت‌مندی کارکنان

عوامل	بار عاملی	اولویت (اهمیت)
پاداش مادی	۰/۶۳	سوم
پاداش مکمل	۰/۸۱	دوم
پاداش اجتماعی/ بین فردی	۰/۹۱	اول
پاداش کاری (حاصل از کار)	۰/۴۳	ششم
پاداش خود اداره شونده	۰/۵۷	چهارم
نمادهای وضعیتی	۰/۵۳	پنجم

همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌کنیم از دیدگاه پاسخ‌دهندگان به سوالات پژوهش، پاداش‌های اجتماعی/ بین فردی، مکمل و مالی بیشترین همبستگی را با پاداشی که منجر به رضایت‌مندی کارکنان می‌شود؛ دارند.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به داده‌های به‌دست آمده، فرضیه‌های مورد آزمون قرار گرفتند. نتایج نشان داد که تمامی انواع پاداش اعم از پاداش مادی، پاداش مکمل، پاداش اجتماعی/ بین فردی، پاداش کاری، پاداش خوداداره‌شونده دارای اثر مثبت و معنی‌داری بر روی میزان رضایت کارکنان داشتند و بیشترین تاثیر نیز مربوط به بعد پاداش بین فردی اختصاص یافت. پژوهش رفیعیان (۱۳۹۵) نشان داد که سیستم پاداش بر اشتیاق شغلی اثرگذار است. اشتیاق شغلی به‌عنوان عامل بسیار مهمی است که تاثیر مستقیمی بر روی عملکرد کارکنان دارد؛ و با همراه داشتن تجربیات مثبت، شادی و بهزیستی روان‌شناختی، رضایت شغلی را به‌بار می‌آورد. در این راستا پژوهش حاضر با پژوهش رفیعیان همسو می‌باشد. پژوهش قنبری (۱۳۹۴) نیز نشان داد که پاداش‌های درونی و بیرونی دارای رابطه مثبت معنی‌داری با رضایت شغلی می‌باشند. البته پاداش درونی پیش‌بینی کننده قوی‌تری نسبت به پاداش بیرونی در مورد رضایت شغلی کارکنان بود. بدین معنی که

عوامل نامحسوسی از قبیل قدردانی و تحسین تاثیر عمیق تری نسبت به دستمزد، ترفیع، آزادی در محل کار و امنیت شغلی روی کارکنان دارند. بدین ترتیب پژوهش حاضر با پژوهش قنبری همسو می‌باشد زیرا که پاداش اجتماعی و بین فردی به عنوان یک پاداش درونی دارای بیشترین اثر بر روی رضایت شغلی بوده است. نتایج پژوهش باستانی و همکاران (۱۳۹۴) نیز نشان داد که مکانیسم‌های ارائه پاداش می‌تواند موجب ارتقای انگیزه، بهبود عملکرد کارکنان و ارتقای سطح رضایت کلی کارکنان گردد. لذا باید سیستم پاداش را امری مهم تلقی نماییم زیرا که با افزایش انگیزه شغلی، به صورت ضمنی موجبات افزایش رضایت و وابستگی شغلی و در نتیجه افزایش بهره‌وری را فراهم می‌آوریم. در این راستا پژوهش حاضر با پژوهش باستانی و همکاران همسو می‌باشد. بهروانو سعیدی (۱۳۸۷) نیز نشان دادند که رضایت شغلی کارکنان از طریق پاداش‌ها، و البته رعایت عدالت و انصاف در ارائه پاداش‌ها می‌توان موجبات رضایت کارکنان را فراهم آورد. بدین ترتیب پژوهش حاضر با پژوهش بهروان و سعیدی همسو می‌باشد. علی و احمد (۲۰۰۹) نیز نشان دادند که برنامه‌های پاداش روی انگیزه کارکنان دارای اثرات مثبتی است به طوری که موجب رضایت در کارکنان می‌شود. انگیزه در کارکنان میل به کوشش فراوان در آن‌ها ایجاد می‌کند تا در جهت تامین هدف‌های سازمان حرکت نمایند و در عین حال نیازهای فردی خود را نیز مرتفع کنند. بدین ترتیب پژوهش حاضر با پژوهش علی و احمد هم‌راستا می‌باشد. دانیش (۲۰۱۰) نیز نشان داد که انگیزش یا چرایی رفتار با رضایت شغلی رابطه بسیار قوی دارد. به عبارتی پاداش با ایجاد رغبت و انگیزه و میل به حرکت، پتانسیل نهفته انسان را به سمت تحقق اهداف سازمانی و فردی سوق می‌دهد؛ بدین ترتیب پژوهش حاضر با پژوهش دانیش هم‌راستا می‌باشد. بوستامام و همکاران (۲۰۱۴) نیز نشان دادند که پاداش‌ها اعم از مالی و غیرمالی منجر به رضایت شغلی می‌شوند. در پژوهش حاضر نیز پاداش‌های اجتماعی/ بین فردی پاداش‌های مکمل، مادی، کاری و خوداداره‌شونده دارای اثر مستقیم و معنی‌داری بر رضایت شغلی بودند. براین اساس پژوهش حاضر با پژوهش بوستامام و همکاران هم‌راستا می‌باشد. چن و همکاران (۲۰۱۵) نیز نشان دادند که پاداش‌های روانی عاطفی یا غیرمادی و درونی و هم‌چنین مالی منجر به ایجاد نگرش‌های مثبت در محیط کار برای کارکنان می‌شوند. بدیهی است که مثبت‌اندیشی رسیدن به موفقیت و رضایت از کار و یا زندگی را افزایش می‌دهد. بدین ترتیب پژوهش حاضر با پژوهش چن و همکاران همسویی دارد. هانگ (۲۰۱۶) نیز نشان داد که پاداش‌های مالی در برخی مناطق باعث افزایش رضایت شغلی می‌شود که با نتایج پژوهش حاضر در کشور ما همسویی دارد. عباس و همکاران (۲۰۱۷) نیز نشان داده بودند که بین سطوح پاداش مانند پاداش‌های سازمانی، اهمیت کار، استقلال کار، پاداش‌های اجتماعی و رضایت شغلی کارکنان رابطه معنی‌داری وجود دارد. به ویژه پاداش‌های اجتماعی نیز بیشترین ارتباط و همبستگی را با رضایت شغلی کارکنان

بررسی رابطه بین انواع پاداش و رضایت شغلی کارکنان - مطالعه موردی: بانک گردشگری

دارند. که با نتایج پژوهش ما همسویی دارد. زیرا در پژوهش حاضر هم نشان داده شد که پاداش‌های اجتماعی همبستگی قوی با رضایت کارکنان دارند.

مروری بر نتایج به دست آمده از سایر پژوهش‌های مطرح شده و همچنین پژوهش حاضر به خوبی نشان می‌دهد که ماهیت پاداش به گونه‌ای است که در زندگی کاری کارکنان با افزایش سازه‌های مثبت، شادی‌آور و احیاءکننده همراه است. پاداش منجر به افزایش انگیزه می‌شود؛ به عنوان چرایی رفتار و محرک بروز رفتار در راستای تحقق اهداف؛ پاداش منجر به ایجاد نگرش مثبت در کارکنان می‌شود، که می‌تواند به کارکنان انگیزه داده و انرژی بیشتری برایشان فراهم آورد و باعث لذت بردن از شرایط کاری و اثر مثبت گذاشتن بر دیگران در محیط کاری شده و نهایتاً موجب افزایش رضایت مشتریان نیز بشود که امر نتیجه بسیار مهمی برای یک سازماندر ارائه خدمات و تولیدات با کیفیت دارد. از طرف دیگر، پاداش منجر به ایجاد رضایت شغلی در فرد می‌شود. یعنی در فرد احساسات و باورهای مثبت و خوب نسبت به شغلش ایجاد می‌کند که در موفقیت سازمانی و همچنین موفقیت فردی او نقش بسیار مهم‌مدارد.

محدودیت‌ها و پیشنهادات

از جمله محدودیت‌های این پژوهش می‌توان به عدم برداشت یکسان برخی پاسخ‌دهندگان از سوالات پرسشنامه (محدودیت مربوط به اندازه‌گیری) اشاره نمود.

همچنین پیشنهاد می‌گردد که مدیران سازمان‌ها همواره برای ایجاد هم‌افزایی، انگیزه بیشتر و افزایش احتمال موفقیت‌های سازمانی خود، سیستم پاداش را به‌عنوان یک امر مهم در نظر داشته باشند و با دیدی منصفانه و هدفمند، پاداشی را که کارکنان مستحق آن می‌باشند را مدیریت نمایند.

از طرفی به‌منظور افزایش عملکرد و بهره‌وری سرمایه انسانی، پاداشی را که بیشترین تاثیر را روی رضایت شغلی کارکنانشان در سازمان دارد به ایشان اختصاص دهند. تا همواره با کارکنانی با انگیزه و شاداب روبرو باشند. همچنین با شناسایی پاداش‌هایی که از نظر کارکنان اهمیت بالایی دارد و تخصیص آن‌ها به ایشان، به مدیریت صحیح سیستم پاداش در سازمان خود بپردازند.

منابع

- باستانی، پیوند و مصطفایی، داوود و صادقی‌فر، جمیلو کریمی، سمانه و حمیدی، حجت. (۱۳۹۴). عوامل تاثیرگذار بر رضایت‌مندی کارکنان طبق مدل اسمیت-کندال-هالین در بیمارستان آموزشی: یک مطالعه موردی. *فصلنامه پژوهش‌های سلامت محور*، ۱(۲)، ۱۶۷-۱۷۶.
- بهروان، حسین و سعیدی، رقیه. (۱۳۸۷). رضایت کارکنان از عملکرد روابط عمومی شرکت گاز استان خراسان رضوی در شهر مشهد در سال ۱۳۸۶. *مجله علوم اجتماعی (دانشکده ادبیات و علوم انسانی مشهد)*. ۲(۵). ۱۵۵-۱۷۷.
- جهاندیده، احسان. (۱۳۸۹). ارزیابی روش‌های پرداخت پاداش در شرکت پارس خودرو. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، چاپ نشده، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی.
- رفعیان، امید. (۱۳۹۵). *تاثیر پاداش و جو سازمانی بر اثتیاق شغلی کارکنان شرکت‌های خدمت محور*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، چاپ نشده، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی.
- زلفی، سمانه. (۱۳۹۴). *پیش‌بینی رضایت شغلی و فرسودگی شغلی کارکنان بانک ملت بر اساس ویژگی‌های شخصیتی از دیدگاه یونگ*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، چاپ نشده، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبایی.
- سعادت، اسفندیار. (۱۳۹۵). *مدیریت منابع انسانی*. تهران: انتشارات سمت.
- شهبازی، محمد و علی‌اکبری، آرش و اسعدی، علی و جواهری‌کامل، مهدی. (۱۳۸۷). تاثیر رضایت شغلی و تعهد سازمانی بر ترک خدمت کارکنان. *دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس*، ۵(۱۹)، ۲۵-۴۷.
- عابدی، احمد. (۱۳۸۷). بررسی رضایت، انگیزش و عملکرد شغلی کارکنان آموزشی یک دانشکده نظامی. *فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)*، شماره ۱، ۱۴۹-۱۷۵.
- قنبری، علیرضا. (۱۳۹۴). مطالعه تاثیرات پاداش بیرونی و پاداش درونی بر رضایت شغلی کارکنان: مطالعه موردی در صنایع فلزی استان فارس. *اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم تربیتی*، ساری، شرکت علمی پژوهشی و مشاوره ای آینده ساز، دانشگاه پیام نور نکا.
- محبی‌فر، رفعت و خدابخشیان، محمود، رفیعی، سیما. (۱۳۹۵). تاثیر پاداش سازمانی بر عملکرد کارکنان با نقش میانجی انگیزش در بیمارستان‌های آموزشی شهر قزوین. *فصلنامه پژوهش‌های سلامت محور*، ۲(۳)، ۲۲۳-۲۳۲.

Abbas, Q., Khan, M. A., & Hussain, J. (2017). Relationship between Types of Rewards and job Satisfaction of Employees: Evidence from Khyber Pakhtunkhwa. *Pakistan Business Review*, 18(4), 829-847.

Ali, R., & Ahmed, M. S. (2009). The impact of reward and recognition programs on employee's motivation and satisfaction: an empirical study. *International review of business research papers*, 5(4), 270-279.

Al-shaibah, M., & Habtoor, N. (2015). Reward system and job satisfaction: A conceptual review. *Global Advanced Research Journal of Management and Business Studies*, 4(4), 137-141.

- Athar W., Umair B. (2014). Factors Influencing Job Satisfaction and Its Impact on Job Loyalty: *International Journal of Learning & Development*, 141-161.
- Bustamam, F. L., Teng, S. S., & Abdullah, F. Z. (2014). Reward management and job satisfaction among frontline employees in hotel industry in Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 144, 392-402.
- Chandan, Jet. (1994). *Organizational Behavior*, New Delhi: Vikas Publishing House pvt. Ltd.
- Chen, F., Yang, M., Gao, W., Liu, Y., & De Gieter, S. (2015). Impact of satisfactions with psychological reward and pay on Chinese nurses' work attitudes. *Applied Nursi*
- Danish, R. Q., & Usman, A. (2010). Impact of reward and recognition on job satisfaction and motivation: An empirical study from Pakistan. *International Journal of Business and Management*, 5(2), 159.
- Hellriegel, D., Slocum, J., & Woodman, R. (1995). *Organizational Behavior*, New York: Westpublishing Company.
- Huang, Y. (2016). Monetary Rewards and Job Satisfaction: A Comparison between the United States and China. *Journal of Management Research*, 8(3), 1-14.
- Khan, N., Waqas, H., & Muneer, R. (2017). Impact of Rewards (Intrinsic and extrinsic) on Employee Performance with Special Reference to Courier Companies of City Faisalabad, Pakistan. *International Journal of Management Excellence*, 8(2), 937-945.
- Irshad A. (2016). Impact of Extrinsic Rewards on Employees Performance. *Journal of Global Economics*, 4(3), 2-4.
- Luthans. F. (1998), *Organizational Behavior*. 8th Edition. New York: MC Graw-hill International Edition.
- Motowidlo, J.S. (2003). Job Performance. *Handbook of Psychology, Industrial and Organizational Psychology*, 12, pp. 39-55.
- Taufek, F. H. B. M., Zulkifle, Z. B., & Sharif, M. Z. B. M. (2016). Sustainability in Employment: Reward System and Work Engagement. *Procedia Economics and Finance*, 35, 699-704.