

## نظرسنجی پیرامون رضایت شغلی کارکنان فروش یک مجموعه تولیدی در شهر اصفهان

احمدرضا اخوان صراف<sup>۱</sup>، امیرحسین اشتری<sup>۲</sup>

۱- استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه شیخ بهایی، ایران.

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه شیخ بهایی، ایران.

### چکیده

این پژوهش هدف سنجش رضایت شغلی کارکنان مجموعه فروشگاه های یک بنگاه اقتصادی در شهر اصفهان و ارائه راهکارهای اصلاحی بر مبنای استفاده از مدل کانو انجام شد. جامعه آماری شامل تمام کارکنان فروش و نمونه آماری برابر با ۱۰۵ نفر بود، نتایج پژوهش نشان داد ۱۵ مولفه از ۲۳ مورد بررسی از دیدگاه کارکنان به عنوان مولفه های بی اثر، ۴ مولفه به عنوان مولفه قابل تردید، ۲ مولفه به عنوان مولفه های عملکردی و دو ویژگی به عنوان مولفه های معکوس شناسایی شده اند، از طرفی با توجه به سطح رضایتمندی نسبی کارکنان مشخص شد لازم است مدیران ارشد سازمان در برنامه ریزی های کلان خود اثرات برنامه ریزی ها را بر سطح رضایتمندی و نارضایتی کارکنان به صورت توأم مورد سنجش قرار دهند و در راستای برگزاری دوره های تخصصی و وجود تسهیلات رفاهی اهتمام ورزند و از هرگونه افزایش فشار کاری و اصرار بر حضور در محل کار در روزهای تعطیل پرهیز کنند.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۰۸

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۰۸/۲۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۱۲

### کلید واژه ها:

رضایت شغلی

مدل کانو

کارکنان فروش

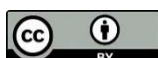
دوره های تخصصی

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): اخوان صراف، احمدرضا، اشتری، امیرحسین. (۱۴۰۱). نظرسنجی پیرامون رضایت شغلی کارکنان فروش یک مجموعه تولیدی در شهر اصفهان. دو فصلنامه رویکردهای نوین در مدیریت و بازاریابی، ۱(۱)، ۱۳۰-۱۲۰.

doi <https://doi.org/10.22034/jnamm.2023.423052.1022>



Creative Commons: CC BY 4.0



ناشر: موسسه مدیریت فکر نو اندیش

ایمیل: [a.r.akhavan@shbu.ac.ir](mailto:a.r.akhavan@shbu.ac.ir)

نویسنده مسئول: احمدرضا اخوان صراف

## مقدمه

عملکرد منابع انسانی تعیین کننده موفقیت یک سازمان است زیرا هدف یک سازمان کسب بهترین نتایج ممکن و همچنین توجه به عملکرد افراد در مسیر تحقق آن هدف است، عملکرد منابع انسانی از جنبه‌های مختلف روانی و جسمانی قابل بررسی است. رضایت شغلی یکی از عوامل اثرگذار بر عملکرد کارکنان است، رضایت شغلی احساس لذت در کار است که با ارزیابی ویژگی‌های آن با توجه به رهبری و فرهنگ سازمانی، سنجیده می‌شود. با افزایش رضایت در سازمان عملکرد کارکنان نیز بهبود پیدا می‌کند، بنابراین می‌توان با افزایش رضایت شغلی کارکنان، عملکرد سازمان را نیز ارتقا داد (پورودی و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰). اهمیت رضایت شغلی کارکنان در حدی است که می‌تواند نقشی اساسی در جذب و رضایت مشتریان نیز ایفا کند، به گونه‌ای که کارکنانی که سطح رضایت بالاتری دارند، قادر به ارائه خدمات بهتر به مشتریان و همچنین انتقال احساسات مثبت در محیط کار هستند و این عامل سبب تمایل بیشتر کارکنان به ادامه همکاری با سازمان نیز می‌شود (الکردی و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۰). به بیانی دیگر رضایت شغلی مانند عواملی دیگر همچون انعطاف پذیری منابع انسانی و شایستگی کارکنان بر عملکرد کارکنان تأثیر می‌گذارد (سابوهاری و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰). از این رو و به منظور مدیریت موفقیت آمیز منابع انسانی، شناخت علل رضایت و نارضایتی از اهمیت زیادی برخوردار است. زیرا بین رضایت شغلی و عملکرد شغلی کارکنان رابطه‌ی معناداری وجود دارد (موسوی بازرگانی و ابراهیمی، ۱۳۹۹).

## پیشینه پژوهش

خسروی پور و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی مروری با عنوان "عوامل مؤثر بر رضایت شغلی کارشناسان جهاد کشاورزی استان خوزستان" به بررسی عواملی که می‌تواند بر رضایت شغلی کارکنان مؤثر باشد پرداختند، بدین منظور با استفاده از منابع مختلف چندین پژوهش انجام شده در این زمینه را مورد بررسی قرار دادند و در نهایت عوامل مؤثر بر رضایت شغلی را در ۴ گروه عوامل کلی شامل عوامل سراسری سازمان مانند حقوق و مزایا، عوامل بلافصل محیط شغلی مانند شیوه سرپرستی، عوامل محتوایی شغل یا فعالیت‌های بالفعل شغلی مانند میزان تنوع و استقلال در ماهیت کار و عوامل فردی مانند سن و سنوات خدمت دسته بندی کردند. پژوهشگران در انتها به این نتیجه رسیدند که با می‌توان با پرهیز از یکنواختی و خسته کننده بودن وظایف محوله به کارکنان، زمینه افزایش رضایت شغلی آنان را فراهم کرد. حاجی یار و همکاران (۱۴۰۰) در مقاله‌ای با عنوان "بررسی تأثیر آموزش سبک رهبری تحول گرا و تبادل گرا به سرپرستاران بر رضایت شغلی پرستاران شاغل" به بررسی تأثیر آموزش سبک‌های رهبری به سرپرستاران بر رضایت شغلی پرستاران در بیمارستان‌های امام رضا (ع) و قائم (عج) شهر مشهد پرداختند، این مطالعه نیمه تجربی دو گروهی (رهبری تحول گرا و رهبری تبادل گرا) با مشارکت ۱۱ سرپرستار و ۲۱۶ پرستار انجام شد که از ۱۱ سرپرستار ۶ سرپرستار در گروه آموزش سبک رهبری تحول گرا و ۵ سرپرستار در گروه آموزش سبک رهبری تبادل گرا انجام شد. نتایج حاصل نشان داد که رضایت شغلی در گروه تحول گرا و تبادل گرا پس از اجرای مداخله افزایش داشت، گرچه رضایت شغلی در

<sup>1</sup> Purwadi et al.

<sup>2</sup> Alkurdi et al.

<sup>3</sup> Sabuhari et al

گروه تحول گرانسبت به گروه تبادل گرا بیشتر بود اما به طور کلی، سبک رهبری تمام عیار که مرکب از سبک تحول گرا و تبادل گرا و عدم مداخله منجر به افزایش بیشتر رضایت شغلی پرستاران خواهد شد. خیران و همکاران (۱۴۰۰) در مقاله‌ای با عنوان "بررسی تأثیر راهبردهای جبران خدمات بر رضایت شغلی در بین کارمندان شرکت خصوصی"، تأثیر راهبردهای جبران خدمات شامل حقوق و دستمزد پاداش‌ها و مزایا را بر رضایت شغلی در بین کارمندان یک شرکت خصوصی بررسی کردند. جامعه آماری پژوهش شامل تمام ۱۰۰ کارمند یک شرکت خصوصی بود که با توجه به جدول مورگان تعداد ۸۰ نفر از آنان به صورت تصادفی در نمونه آماری پژوهش قرار گرفتند. نتایج نشان داد راهبردهای جبران خدمات بر رضایت شغلی تأثیر مثبت دارد و همچنین در بین خرده مقیاس‌ها تنها با افزایش دو متغیر ساختار پرداخت و پرداخت متغیر، رضایت شغلی کارمندان بیشتر می‌شود که تأثیر پرداخت متغیر بیشتر است و دیگر خرده مقیاس‌ها با رضایت شغلی رابطه‌ای ندارد. گولاو و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۲) در مقاله‌ای با عنوان "کیفیت داخلی و رضایت شغلی در خدمات مراقبت‌های بهداشتی" به بررسی سطح کیفی داخلی خدمات بهداشتی درمانی در بیمارستان‌های دولتی یونان و بررسی وجود رابطه بین کیفیت داخلی و رضایت شغلی متخصصان مراقبت‌های بهداشتی پرداختند. روش نمونه‌گیری، ساده تصادفی و حجم نمونه برابر با ۴۴۱ نفر از متخصصان مراقبت‌های بهداشتی در بخش‌های پزشکی، پرستاری، اداری و فنی بودند نتایج نشان داد سطح خدمات کیفیت داخلی از نظر ابعاد: اطمینان، پاسخگویی و همدلی پایین بود، در حالی که بعد ملموس بودن خدمات تنها موردی بود که دارای سطح کیفی داخلی رضایت بخش ارزیابی شد. همچنین نتایج نشان داد که بین خرده مقیاس‌های رضایت شغلی و ابعاد کیفی همبستگی مثبت وجود دارد به بیان دیگر بر اساس نتایج، ایجاد حس اعتماد و تفاهم بین مدیریت و متخصصان سلامت از طریق ارتباط مؤثر، ارزیابی شفاف و پاداش برای توسعه، تقویت و ارتقای فرهنگ کیفیت داخلی در یک محیط بیمارستانی حیاتی است و سبب رضایت شغلی کارکنان خواهد شد. کاسماواتی و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۲) در مقاله‌ای با عنوان "تأثیر عوامل رضایت شغلی و جو سازمانی بر عملکرد کارکنان دفتر آموزش منطقه به ون"، به بررسی تأثیر رضایت شغلی و جو سازمانی بر عملکرد کارکنان دفتر آموزش در منطقه به ون در کشور اندونزی پرداختند. روش جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز برای پژوهش از طریق توزیع پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده بود. نتایج پژوهش نشان داد که رضایت شغلی از جنبه‌های مختلف حقوق، خودکار، ارتقاء، نظارت و جو سازمانی متشکل از مسئولیت، هویت، صمیمیت، حمایت، تعارض به طور هم‌زمان بر عملکرد کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارد هم چنین دستمزد به عنوان متغیری دیگر از عوامل رضایت شغلی است که تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد اکثر کارکنان دارد. وینکلهاوس و همکاران (۲۰۲۲) در مقاله‌ای با عنوان "رضایت شغلی: مطالعه‌ای اکتشافی در مورد تغییرات ویژگی‌های کاری کارکنان در بخش مدیریت لجستیک در انقلاب صنعتی چهارم" به بررسی تأثیر انقلاب صنعتی چهارم بر جنبه‌های مختلف مدیریتی و کاری سازمان‌ها با تمرکز بر رضایت شغلی کارکنان پرداختند. هدف این پژوهش بررسی تأثیرگذار به لجستیک ۴,۰ بر ویژگی‌های کاری کارکنان شاغل در این واحد است. در ابتدای پژوهش ادبیات تحقیق در مورد ویژگی‌های کار و رضایت شغلی در زمینه لجستیک ۴,۰ به طور گسترده مورد بررسی قرار گرفتند پس از آن، یک روش کیفی و اکتشافی برای بررسی ادراک و ویژگی‌های کاری که بر نتایج شغلی مانند رضایت شغلی، انگیزه و عملکرد

در سطوح مختلف لجستیک داخلی ۴,۰ تأثیر می‌گذارد، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته انجام شده در میان هفت شرکت، تغییرات قابل توجه و ناهمگون ویژگی‌های کاری مربوط به نوع فناوری به کاررفته در این صنعت را نشان می‌دهد. در نهایت نتایج نشان داد که توسعه محل‌های کاری بر مبنای لجستیک داخلی ۴,۰ تأثیر مشخص یا از پیش تعریف‌شده‌ای روی کارکنان ندارد ولی با توجه به تأثیر طراحی فردی بر رضایت شغلی می‌توان محیط‌های کاری را بر مبنای فرصت‌های نوینی که امروزه فراهم شده است به مشاغل رضایت‌بخش و انگیزشی تبدیل کرد. انزومایل و تایفا<sup>۱</sup> (۲۰۲۱) در مقاله‌ای با عنوان "طبقه‌بندی الزامات رضایت دانشجویی با استفاده از مدل کانو"، به بررسی عوامل مؤثر بر رضایت دانشجویان در سیستم آموزش عالی کشور تانزانیا پرداختند. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه کانو استفاده شد و داده‌های کیفی از طریق مصاحبه و پرسش‌نامه با دانشجویان جمع‌آوری شد، حجم نمونه برابر با ۳۳۳ نفر بود که در نهایت ۱۰۰ پرسش‌نامه مورد بررسی قرار گرفتند. داده‌های جمع‌آوری‌شده با استفاده از چارچوب کانو در سه مقیاس اصلی شامل مدیریت دانشگاه، علمی و امکانات جانبی و ۴۶ زیرمقیاس که ۲۳ مورد از آنان به صورت تک‌بعدی شامل ۱۴ مورد الزامات، ۴ مورد جذابیت، ۳ مورد بی‌تفاوتی و در نهایت ۲ مورد در جهت معکوس طبقه‌بندی شدند. نتایج پژوهش در نهایت نشان داد که زیر مقیاس‌های تخصیص زمان مناسب برای فعالیت عملی، رابطه مناسب با اساتید، تخصیص زمان کافی برای استفاده از کتابخانه و کامپیوتر از مقیاس علمی در رضایت دانشجویان مؤثر بوده است از سویی دیگر زیرمقیاس‌های استفاده از پروژکتور و تهویه مناسب و در نظر گرفتن محیط‌هایی برای مطالعه از عوامل مؤثر بر رضایت دانشجویان از امکانات جانبی دانشگاه بوده است، هم چنین زیرمقیاس‌های تسهیل دسترسی دانشجویان به بیمه تکمیلی، مناسب بودن امکانات بهداشتی و ورزشی از مقیاس کلی مدیریت جزو عاملی بوده‌اند که بر کسب رضایت دانشجویان مؤثر هستند.

## مواد و روش

این پژوهش یک مطالعه مقطعی، توصیفی-تحلیلی است که در سال ۱۴۰۱ انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۳۷ از کارکنان فروش سازمان متبوع در شهر اصفهان بوده است. روش نمونه‌گیری ساده تصادفی و حجم نمونه نهایی ۱۰۲ نفر بود. پرسشنامه پژوهش محقق ساخته و بر مبنای مدل کانو آماده شد که به منظور سنجش روایی به تأیید ۲ نفر از اعضای محترم هیئت علمی دانشکده مدیریت دانشگاه شیخ بهایی و ۲ نفر از کارشناسان منابع انسانی سازمان متبوع رسید هم چنین در مرحله اولیه در میان چند نفر از کارکنان فروش سازمان متبوع توزیع شد که آلفای کرونباخ برای پرسش‌نامه ۴۶ سواله که ۲۳ مؤلفه تعیین شده بر اساس ادبیات پژوهش و دیدگاه سازمان را مورد سنجش قرار داد برابر با ۰,۸۷ هم چنین آلفای کرونباخ در مرحله نهایی نیز ۰,۹۲ به دست آمد که نشان دهنده مورد قبول و مناسب بودن اعتبار پایایی پرسش‌نامه می‌باشد.

<sup>4</sup> Taifa

### یافته‌های پژوهش

بررسی یافته‌های پژوهش همان گونه که در جدول ۱ نشان داده شده است بیان می‌کند بیش از ۶۰ درصد از پاسخ دهندگان را مردان تشکیل می‌دهند از طرفی بیش از ۷۸٪ از کارکنان فروش سازمان متبوع کمتر از ۳۵ سال سن دارند و هیچ کدام از آنان بیش از ۵۰ سال ندارند که این موضوع نشان دهنده پویایی و شادابی کادر فروش می‌باشد. نزدیک به نیمی از اعضای تیم فروش از تحصیلات کارشناسی برخوردار هستند. در حالی که نزدیک به ۷۰٪ از کارکنان فروش کمتر از ۵ سال سابقه فروش دارند تنها ۶ نفر از تیم فروش بیش از ۱۰ سال در این زمینه تجربه دارند.

جدول ۱: آمار توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی

نام متغیر	درصد فراوانی
جنسیت	
زن	۳۸ (۳۷,۶٪)
مرد	۶۴ (۶۲,۷٪)
سن	درصد فراوانی
۲۵ تا ۳۰ سال	۳۶ (۳۶,۳٪)
۳۱ تا ۳۵ سال	۴۳ (۴۲,۲٪)
۳۶ تا ۴۰ سال	۱۶ (۱۵,۷٪)
۴۱ تا ۵۰ سال	۶ (۵,۹٪)
بالای ۵۰ سال	۰
مقطع تحصیلی	درصد فراوانی
دیپلم و پایین تر	۴۴ (۴۳,۱٪)
کارشناسی	۵۰ (۴۹٪)
کارشناسی ارشد	۷ (۶,۹٪)
دکتری	۱ (۱٪)
سابقه کار	درصد فراوانی
کمتر از ۵ سال	۷۰ (۶۸,۶٪)
۶ تا ۱۰ سال	۲۶ (۲۵,۵٪)
بیشتر از ۱۰ سال	۶ (۵,۹٪)

بررسی نتایج پرسشنامه کانو در نهایت نشان داد بیش از بالاترین رتبه با فراوانی ۶۲۳ مربوط به ویژگی بی اثر یا بی توجه می‌باشد، فراوانی سایر مؤلفه‌ها در جدول ۲ قابل مشاهده می‌باشد.

## جدول ۲: داده‌های جایگذاری شده مطابق جدول ارزیابی کانو

ارزیابی	تعداد	درصد
جذاب A	۳۰۴	۱۳٪
اساسی M	۲۹۳	۱۲,۵٪
عملکردی O	۳۳۴	۱۴,۲٪
معکوس R	۳۱۳	۱۳,۳٪
قابل تردید Q	۴۷۹	۲۰,۴٪
بی توجه I	۶۲۳	۲۶,۶٪
مجموع	۲۳۴۶	۱۰۰٪
رتبه برتر	I	

روش‌های تحلیلی متفاوت برای جمع بندی نتایج حاصل از پرسشنامه کانو وجود دارد در اینجا مدنظر داریم با استفاده از ضرایب رضایت و نارضایتی نتایج حاصل را مورد بررسی قرار دهیم. برای تعیین ضریب رضایت و نارضایتی از فرمول‌های زیر استفاده می‌کنیم.

## نحوه محاسبه ضرایب رضایت و عدم رضایت مشتری (اسلامی، ۱۳۹۹)

$$(1) \text{ ضریب رضایت مشتری} = \frac{(A+O)}{(A+O+M+I)}$$

$$(2) \text{ ضریب عدم رضایت مشتری} = \frac{(O+M)}{(A+O+M+I)(-1)}$$

در فرمول‌های بالا به جای هر حرف فراوانی آن ویژگی را از جدول کانو قرار می‌دهیم و درصد افزایش رضایت در صورت رعایت ویژگی و کاهش رضایت در صورت عدم رعایت ویژگی را به دست آوریم. علامت منفی موجود در فرمول بدترین حالت، بیانگر میزان کاهش رضایت می‌باشد. در حقیقت ضریب رضایت مشتریان ضریبی بین ۰ تا ۱ است که هرچه به ۱ نزدیک‌تر باشد نشان می‌دهد آن عامل بر رضایت مخاطب تأثیر دارد و هرچه به صفر نزدیک‌تر باشد بیانگر کمترین تأثیر بر رضایت مخاطبین است، به همین ترتیب ضریب عدم رضایت نیز که مقداری بین ۰ تا -۱ دارد هرچه به -۱ نزدیک‌تر باشد بیانگر این نکته است که عامل مورد بررسی سبب نارضایتی مخاطبین خواهد شد و هرچه به صفر نزدیک‌تر باشد عامل ضعیف‌تری در نارضایتی است.

همانگونه که از جدول ۴-۸ مشاهده می‌شود، از ۲۳ مؤلفه مورد بررسی، میانگین ضریب رضایت از ۱۵ مؤلفه بی توجه برابر با ۰,۳۷ می‌باشد که از میان این مؤلفه‌ها، مؤلفه و با مقدار ۰,۵۷، بیشترین ضریب رضایت و مؤلفه مدل درآمدی با مقدار ۰,۱۶، کمترین ضریب رضایت را به خود اختصاص داده‌اند این بدین معناست که در سنجش میزان رضایت باید به این نکته توجه داشت که هرچه رضایت عدد یک نزدیک‌تر باشد نشان دهنده این امر است که در صورت توجه به این مؤلفه رضایت افزایش پیدا می‌کند و هرچه به صفر نزدیک‌تر باشد نشان می‌دهد که تلاش برای تأمین آن مؤلفه تأثیر

چندانی بر رضایت مخاطبین ندارد از همین رو به طور کلی مؤلفه توجه و تأمین خواسته‌های این دسته ویژگی‌ها تأثیر چندانی بر افزایش رضایت کارکنان نخواهد داشت زیرا میانگین کل کمتر از حد متوسط است اما در این میان می‌توان با تمرکز بر آموزش مناسب مهارت‌های فروش بیشتر از حد متوسط بر رضایت کارکنان تأثیر گذاشت. از سوی دیگر میانگین عدم رضایت مؤلفه‌های بی توجه نیز برابر با ۰,۳۹- می‌باشد که بیشترین ضریب از بین مؤلفه‌ها متعلق به مؤلفه وام با مقدار میانگین ۰,۵۵- می‌باشد هم چنین کمترین نیز مربوط به مؤلفه مدل درآمدی با مقدار میانگین ۰,۱۶- است. باید به این نکته نیز توجه داشت که عدم تخصیص وام می‌تواند بیش از حد متوسط بر عدم رضایت کارکنان اثرگذار باشد و سبب نارضایتی آنان شود. به طور کلی بررسی ضرایب رضایت و نارضایتی از مؤلفه‌هایی که در دسته ویژگی‌های بی توجه قرار گرفته‌اند نشان می‌دهد مؤلفه مدل درآمدی از دیدگاه کارکنان مؤلفه‌ای محسوب شده است که شرایط فعلی و حتی تغییر در آن تأثیری بر رضایت یا نارضایتی کارکنان نخواهد شد. در میان مؤلفه‌هایی که در ویژگی‌های عملکردی دسته بندی شده‌اند نیز مؤلفه تسهیلات رفاهی با ضریب رضایت ۰,۶۸+ مهم‌ترین عامل رضایت و همین مؤلفه با ضریب نارضایتی ۰,۵۸- بالاترین ضریب عدم رضایت را نیز به خود اختصاص داده است که نشان می‌دهد در صورتی که تسهیلات رفاهی به خوبی تأمین شود رضایت کارکنان در حد قابل توجهی ارتقا پیدا خواهد کرد و عدم تأمین مناسب این مؤلفه نیز بیش از حد متوسط سبب نارضایتی کارکنان خواهد شد. به طور کلی میانگین رضایت از مؤلفه‌های عملکردی برابر با ۰,۶۲+ و میانگین عدم رضایت از مؤلفه‌های عملکردی نیز برابر با ۰,۵۶- می‌باشد که وضوح نشان می‌دهد تأمین این خواسته‌ها می‌تواند نقشی به سزا در افزایش رضایت کارکنان ایفا کند هم چنین عدم توجه و تأمین این دسته مؤلفه‌ها که شامل تسهیلات رفاهی و برگزاری دوره‌های تخصصی می‌باشد بیش از حد متوسط بر عدم رضایت کارکنان تأثیر می‌گذارد و سبب نارضایتی آنان خواهد شد. دسته ویژگی‌های قابل تردید نیز که شامل چهار مؤلفه می‌باشند میانگین رضایت ۰,۴۸+ و میانگین عدم رضایت ۰,۴۶- را دارند که از این میان مؤلفه بسته‌های مناسبتی بالاترین میانگین رضایت و مؤلفه بیمه تکمیلی بالاترین میانگین عدم رضایت را به خود اختصاص داده‌اند که بیان می‌کند تأمین و در نظرگیری بسته‌های مناسبتی می‌تواند در حد متوسطی رضایت کارکنان را تأمین کند و اگر بیمه تکمیلی برای کارکنان در نظر گرفته نشود به طور تقریباً متوسطی رضایت کارکنان تأمین نخواهد شد و زمینه نارضایتی آنان فراهم خواهد شد. در بین مؤلفه‌های با ویژگی معکوس نیز حضور در محل کار در روزهای تعطیل بالاترین میانگین رضایت را با مقدار میانگین ۰,۴۳+ و میزان حجم کاری نیز بالاترین میانگین عدم رضایت را با مقدار میانگین ۰,۰۸- می‌باشد به طور کلی میانگین رضایت از این مؤلفه‌ها برابر ۰,۳۱+ و میانگین عدم رضایت نیز برابر با ۰,۰۶- می‌باشد.

رتبه برتر	ضریب رضایت	ضریب نارضایتی	نام مؤلفه
I	0.38	-0.52	۱. پرداخت به موقع حقوق.
I	0.16	-0.16	۲. مدل در آمدی
I	0.57	-0.35	۳. آموزش مهارت فروش
O	0.56	-0.55	۴. برگزاری دوره‌های تخصصی.
R	0.2	-0.08	۵. میزان حجم کاری.
I	0.51	-0.39	۶. دانش محصولی
Q	0.49	0.45-	۷. وظائف محوله
I	0.46	-0.44	۸. خیرخواهی در بین کارکنان
I	0.29	-0.29	۹. شیوه‌های اطلاع رسانی از دستورالعمل
I	0.49	-0.47	۱۰. ترفیع
O	0.68	-0.58	۱۱. وجود تسهیلات رفاهی.
I	0.25	-0.28	۱۲. توجه به خلاقیت کارکنان.
I	0.28	-0.34	۱۳. تنوع تسهیلات رفاهی.
R	0.43	-0.05	۱۴. حضور در محل کار در روزهای تعطیل.
I	0.29	-0.41	۱۵. تسهیلات ورزشی.
I	0.29	-0.41	۱۶. تشویق‌های خارج از مدل درآمدی.
Q	0.26	-0.47	۱۷. ساعت کاری.
I	0.42	-0.37	۱۸. سبک رهبری.
Q	0.65	-0.44	۱۹. ای مناسبتی.
I	0.4	-0.37	۲۰. شفافیت دستورالعمل‌های اجرایی.
Q	0.54	-0.5	۲۱. بیمه تکمیلی.
I	0.34	-0.41	۲۲. استراتژی‌های فروش.
I	0.42	-0.55	۲۳. ووام

### نتیجه گیری و پیشنهاد:

با توجه به این که درصد قابل توجهی از مؤلفه‌های مورد بررسی از سوی کارکنان فروش سازمان متبوع در دسته عوامل بی توجه یا خنثی قرار گرفته‌اند و این بدین معناست که این دسته مؤلفه‌ها از دیدگاه کارکنان اهمیت چندانی ندارد اما لازم است مدیران سازمان متبوع از توجه به این مؤلفه‌ها غافل نشوند و با توجه به حساسیت برخی از این مؤلفه‌ها همچون نحوه ترفیع، خلاقیت کارکنان و مدل درآمدی بهتر است مدیران ارشد سازمان اهمیت و نقش حیاتی این مؤلفه‌ها را را به



کارکنان گوشزد و تبیین کنند. با توجه به این که مؤلفه‌های برگزاری دوره‌های تخصصی و وجود تسهیلات رفاهی به عنوان مؤلفه‌های عملکردی یا تک بعدی شناسایی شده‌اند و این بدین معناست که تأمین این خواسته‌ها به صورت مستقیم و خطی سبب افزایش رضایت کارکنان فروش خواهد شد لذا به مدیران سازمان متبوع پیشنهاد می‌شود حتماً در برگزاری دوره‌های تخصصی و تأمین تسهیلات رفاهی کارکنان اهتمام ویژه به کار با توجه به این که ۵ مؤلفه وظایف محوله، ساعت‌های کاری، بسته‌های مناسبتی و بیمه تکمیلی از دیدگاه کارکنان فروش سازمان متبوع در دسته ویژگی‌های قابل تردید قرار گرفته‌اند و این امر نشان دهنده عدم قطعیت در دیدگاه مخاطبین می‌باشد لذا پیشنهاد می‌شود شرایط و مزایا و دیدگاه مدیران ارشد و میانی سازمان به این مؤلفه‌ها به طور شفاف برای کارکنان تبیین شود. با توجه به این که مؤلفه‌های حضور در محل کار و میزان حجم کاری به عنوان مؤلفه‌های معکوس شناسایی شده‌اند و نشان می‌دهد که تأکید بر حضور در محل کار در روزهای تعطیل و حجم بالای کار می‌تواند سبب نارضایتی شغلی کارکنان شود بنابراین پیشنهاد می‌شود حتی الامکان از حضور الزامی کارکنان در روزهای تعطیل پرهیز شود و میزان حجم کاری نیز کاهش یابد. با توجه به میزان ضرایب رضایت به دست آمده توصیه می‌شود در نظرگیری تسهیلات رفاهی و ارائه مستمر بسته‌های مناسبتی مورد توجه قرارگیرد زیرا بدین وسیله می‌توان به میزان قابل توجهی رضایت شغلی کارکنان فروش را ارتقا بخشید. با توجه به میزان ضرایب نارضایتی به دست آمده به مدیران ارشد سازمان متبوع گوشزد می‌شود از حذف تسهیلات رفاهی و عدم تخصیص وام به کارکنان پرهیز کنند زیرا در این صورت میزان نارضایتی شغلی کارکنان به میزان قابل توجهی افزایش پیدا خواهد کرد. هم چنین به سایر پژوهشگران پیشنهاد می‌شود با توجه به ماهیت مفهوم رضایت شغلی و تنوع نظریه‌های موجود در این زمینه از روش‌های ترکیبی مبتنی بر نظریات مختلف در این حوزه برای سنجش رضایت شغلی استفاده کنند.

### سپاس‌گزاری:

با قدردانی فراوان از راهنمایی استاد راهنمای گرامی جناب آقای دکتر اخوان صراف که با نظرات سازنده خود نقشی بی‌بدیل در به سرانجام رسیدن این پژوهش ایفا کردند.

### مراجع

- [۱] موسوی بازرگانی، سیدجلال و شادی ابراهیمی. "بررسی تأثیر استراتژی فروش انعطاف‌پذیر فروشنده بر عملکرد شغلی و رضایت شغلی (مورد مطالعه: شرکت‌های فعال مستقر در شهرک صنعتی شماره ۲ ارومیه)"، کنفرانس ملی بهبود و بازسازی سازمان و کسب و کارها، ۱۳۹۹.
- [۲] خسروی پور، بهمن، سهیلا پورجاوید و حسنعلی کوره‌پز. "عوامل مؤثر بر رضایت شغلی کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان". *جغرافیا و روابط انسانی* ۱ (۵)، ۱۸۷-۱۴۰۱.۱۷۷.
- [۳] دلاور حاجی یار، علی‌اکبر، شاهرخ مقصودی و حمید چمنزاری. "بررسی تأثیر آموزش سبک رهبری تحول‌گرا و تبادل گرا به سرپرستاران بر رضایت شغلی پرستاران شاغل". *مجله دانشگاه علوم پزشکی تربت‌حیدریه* ۹ (۱)، ۵۵-۲۰۲۱.۴۵

[۴] خیران، حسن، مریم بهمنی و محمد عقیقی. "بررسی تأثیر راهبردهای جبران خدمات بر رضایت شغلی در بین

کارمندان شرکت خصوصی." *پژوهش‌های روانشناختی در مدیریت* ۲ (۷)، ۶۴-۱۴۰.۴۵

- [5] Purwadi, D. C. Darma, W. Febrianti, and D. Mirwansyah. (2020), "Exploration of Leadership, Organizational Culture, Job Satisfaction, and Employee Performance." *Technium Social Sciences Journal* 6(1), 116-130.
- [6] Kurdi, B., M. Alshurideh, and A. Alnaser. (2020), "The Impact of Employee Satisfaction on Customer Satisfaction: Theoretical and Empirical Underpinning." *Management Science Letters*, 10(15), 3561-3570.
- [7] Sabuhari, R., A. Sudiro, D. Irawanto, and M. Rahayu. (2020), "The Effects of Human Resource Flexibility, Employee Competency, Organizational Culture Adaptation and Job Satisfaction on Employee Performance." *Management Science Letter*, 10(8), 1775-1786.
- [8] Goula, A., T. Rizopoulos, M. A. Stamouli, M. Kelesi, E. Kaba, and S. Sotirios. (2022), "Internal Quality and Job Satisfaction in Health Care Services." *Environmental Research and Public Health* 1(2), 1-19
- [9] Kasmawati, k., and M. Rianti. (2022), "The Effect of Job Satisfaction and Organizational Climate Factors on Employee Performance at the Education Office of Bone Regency." *Journal of Indonesian Scholars for Social Research*, 1(2), 1-19
- [10] Nzumile, J. M., and I. W. Taifa. (2021), "Stratification of Students' Satisfaction Requirements using The Kano Model." *Business Education Journal (BEJ)* 2 (1), 1-16

Original Article (Quantified)

## A survey on the job satisfaction of the sales staff of a manufacturing complex in Isfahan city

Ahmad Reza akhavan Saraf<sup>1</sup>, Amir Hossein ashtari<sup>2</sup>

1- Assistant Professor, Faculty of Management, Sheikh Bahai University, Isfahan, Iran

2- Masters student, Faculty of Management, Sheikh Bahai University, Isfahan, Iran

**Receive:**

30 September 2022

**Revise:**

20 November 2022

**Accept:**

02 January 2023

**Keywords:**

Job satisfaction  
Kano model  
sales staff  
specialized courses

**Abstract**

The purpose of this research was to measure the job satisfaction of the employees of the stores of an economic enterprise in Isfahan city and to provide corrective solutions based on and using the Kano model. The statistical population included all sales employees and the statistical sample was equal to 105 people. The results of the research showed that 15 components out of 23 examined from the employees' point of view are ineffective components, 4 components are questionable components, and 2 components are functional components. and two characteristics have been identified as inverse components, on the other hand, according to the level of relative satisfaction of the employees, it was determined that it is necessary for the senior managers of the organization to measure the effects of the plans on the level of satisfaction and dissatisfaction of the employees in their macro plans. place and pay attention to the holding of specialized courses and the existence of welfare facilities and avoid any increase in work pressure and insistence on being at work on holidays.

**Please cite this article as (APA):** akhavan Saraf, A. R., & ashtari, A. H. (2023). A survey on the job satisfaction of the sales staff of a manufacturing complex in Isfahan city. *New Approaches in Management and Marketing*, 1(1),120 -130. doi: 10.22034/jnamm.2023.423052.1022



<https://doi.org/10.22034/jnamm.2023.423052.1022>



**Publisher:** Institute of Management fekrenoandish

**Creative Commons:** CC BY 4.0



**Corresponding Author:** Ahmad Reza akhavan Saraf

**Email:** a.r.akhavan@shbu.ac.ir