

انگیزش و رضایت در سازمان

فاطمه شاطری

دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی

سینعلی امینی خواه

(استادیار دانشگاه)

حیدر کرمان

(دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی)



انتشارات سپهر طبع زاده

برگزیده جوان ترین ناشر سال ۱۳۹۰

واحد علوم عملی (مدیریت) (کد ۴۰)

زمستان ۱۳۹۶

سرشناسه	: شاطری، فاطمه، ۱۳۶۷ -
عنوان و نام پدید آور	: انگیزش و رضایت در سازمان / فاطمه شاطری، حسینعلی امینی خواه، حامد شاکریان.
مشخصات نشر	: یزد انتشارات سیدعلی زاده، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۱۲۶ ص.: نمودار .
فروخت	: واحد علوم عملی (مدیریت)؛ (کد ۴۰).
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۸۱۰-۱۷-۹
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: رفتار سازمانی
موضوع	: Organizational behavior
موضوع	: رضایت از کار
موضوع	: Job satisfaction
موضوع	: سازمان
موضوع	: Organization
موضوع	: بوقیت عملی
موضوع	: Career development
شناسه افزوده	: امینی خواه میا، حسین علی، ۱۳۵۱ -
شناسه افزوده	: شاکریان، حامد، ۱۳۶۸ -
رده بندی کنگره	: ۱۲۰۶۲/HD۵۸ ش/الف
رده بندی دیویی	: ۷/۱۵۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۹۸۱۰۳۷

نشر، بخش و فروش:

یزد، خیابان فرخی، مقابل بیمارستان، طبقه دوم پاساژ ۱۱۰ - انتشارات سیدعلی زاده

نمابر: ۰۳۵-۳۶۲۷۲۶۹۸ - تلفن: ۰۳۵-۳۶۲۲۰۹۰۸ - همراه: ۰۹۱۹۴۲۱۹۰۲۰

Seyedalizade@gmail.com

www.8raj.com

Telegram: @a09194399020

Instagram: seyedalizadeh_publishers

انگیزش و رضایت در سازمان

فاطمه شاطری

(دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی)

حسینعلی امینی خواه

(استادیار دانشگاه)

حامد شاکریان

(دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی)

ناشر: انتشارات سیدعلی

نوبت چاپ: نخست بهمن ماه ۱۳۹۶

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه - قطع رقی

صفحه آرا و طرح جلد: سیداحمد سیدعلی

چاپ و صحافی: سمن

قیمت ۸۰۰۰ تومان

ISBN:978-600-8810-17-9



ISBN:978-600-8810-17-9

فهرست مطالب

۹		مقدمه
---	-------	-------

فصل اول

۱۱		رفتار سازمانی
۱۱		تاریخچه مدیریت منابع انسانی
۱۲		انقلاب صنعتی
۱۵		مدیریت علمی
۱۶		روانشناسی صنعتی
۱۷		مکتب روابط انسانی

فصل دوم

۲۱		رضایت
۲۲		فراگرد ادراکی
۲۳		توجه
۲۴		ادراک
۲۴		تفاوت ادراک و احساس
۲۵		ادراک فردی
۲۶		ادراک در رهبری

فصل سوم

۲۹		نیازها و عوامل انگیزشی
----	-------	------------------------

نیاز	۲۹
انگیزش	۳۰
عوامل موثر بر ایجاد انگیزه	۳۱
عوامل درونی ایجاد انگیزش شغلی	۳۲
عوامل بیرونی ایجاد انگیزش شغلی	۳۶
حقوق	۳۶
امنیت شغلی	۳۷
هفته‌ها - امنیت شغلی	۳۷
شرایط محیط کار	۳۹
نظریه‌های انگیزش	۴۵
ویژگی‌های سبک مدیریت بر مبنای پیشفرض‌های نظریه X:	۵۴
نقش مدیران در ایجاد انگیزه	۶۴

فصل چهارم

رضایت شغلی	۷۱
ماهیت رضایت شغلی	۷۲
مفهوم رضایت شغلی در سازمان	۷۵
عوامل سازمانی	۸۰
عوامل محیطی	۸۲
عوامل فردی	۸۳
نشانه‌های نارضایتی از شغل	۸۵
غنی‌سازی شغلی	۸۶

فصل پنجم

تحلیل شغل	۸۷
نکات مهم در مصاحبه	۹۰

۹۱	مزایا و معایب مصاحبه
۹۲	مزایا و معایب پرسشنامه
۹۷	طراحی شغل
۱۰۰	ارزشیابی مشاغل
۱۰۱	فواید ارزشیابی مشاغل
۱۰۱	محدودیت های ارزشیابی مشاغل
۱۰۲	زمان ارزشیابی مشاغل
۱۰۳	روشهای ارزشیابی مشاغل
۱۰۳	مراحل کار:
۱۰۴	شیوه های استفاده از روش رتبه بندی یا رده بندی
۱۰۴	مزایا روش رتبه بندی یا رده بندی
۱۰۵	معایب روش رتبه بندی یا رده بندی
۱۰۶	مزایا روش درجه بندی یا طبقه بندی مشاغل
۱۰۶	معایب روش درجه بندی یا طبقه بندی مشاغل
۱۰۷	مواردی که باید در انتخاب مشاغل مهم در نظر گرفت
۱۰۸	مزایا روش مقایسه عوامل
۱۰۹	معایب روش مقایسه عوامل
۱۰۹	د- روش امتیازی

فصل ششم

۱۱۱	کارمندیابی
۱۱۲	تعاریف و مقاصد کارمندیابی
۱۱۴	مقاصد کارمندیابی
۱۱۴	- ایجاد خط مشی مطلوب و موثر در استخدام افراد
۱۱۴	محدودیت های فرایند کارمندیابی

- ۱۱۵.....منابع و روش های تامین نیرو
- ۱۱۶.....۱- کارکنان موجود
- ۱۱۷.....ب) منابع خارجی
- ۱۱۸.....مهمترین روش های جذب منابع خارجی
- ۱۲۱.....روش های جذب برون سازمانی
- ۱۲۲.....رزیابی روشهای کارمندیابی
- ۱۲۳.....اطلاع، دربارۀ شغل و سازمان
- ۱۲۴.....منابع

مقدمه

جهان امروز فراتر از اطلاعات، دانش و فناوری، به خرد و حکمت نیاز دارد. در دنیای امروز بیشتر کارها و امور زندگی بشر از طریق سازمانها انجام می‌شود و برای اینکه سازمانها در خدمت رشد و تعالی مادی، روحی و معنوی انسانها و جوامع قرار گیرند و به گسترش عدالت اجتماعی کمک کنند، لازم است که پیامدهای تصمیم‌های سازمانها و آثار آنها در اجتماع و زندگی بشر در قالب تصویر کلان و در طول زمان دیده شود. از این منظر علاوه بر مدیریت منابع فیزیکی سازمان و مدیریت منابع اطلاعات و دانش، مدیریت اخلاقی، معنوی و خرد سازمانی لازم است تا دانش و فناوری، انسان و جامعه را برده نگیرد و این برده‌داری نوین مهار شود. با خرد سازمانی توانایی آینده‌نگری و انجام عمل درست به دست می‌آید. برای دستیابی به خرد سازمانی متناسب با ماهیت منابع سازمان، باید علاوه بر هوش فیزیکی و هوش محاسباتی، از هوش عاطفی و هیجانی، هوش معنوی و تعامل آنها با یکدیگر بهره گرفت.

حقیقت جامعه امروزی این است که اگر انسان‌ها، احساس بهتری نسبت به کاری داشته باشند، موفقیت‌شان در آن کار بیشتر خواهد بود. سازمانها نیز از این موضوع مستثنی نیستند. زیرا اگر سازمان‌ها اعتماد به نفس بیشتری داشته باشند، برای ادامه کار انرژی بیشتری می‌گیرند و احتمال موفقیتشان بیشتر می‌شود. «آرتنر» معتقد است: اطمینان سازمانی «یک مفهوم و فلسفه سازمانی که از طریق ترکیب و تعامل عواملی چون عملکرد سازمان و موقعیت رقابتی، فرهنگ سازمانی، تمایلات و مقاومتها در مقابل تغییر و ... آن برنامه‌ریزی سازمانی، ایجاد می‌شود. رفتار سازمانی یکی از دایره‌های میان رشته‌ای است که مطالعه رفتار فرد، گروه و سازمان را بر عهده دارد. مطالعه نظام یافته رفتار از روابط میان رفتارها و واقعیت‌های بهم پرده برداشته، مبنایی را برای پیش بینی دقیق رفتار فراهم می‌کند. در روش نظام یافته مطالعه رفتار، اعتقاد به تصادفی بودن رفتار معنی ندارد، بلکه رفتار هر فرد در جهت نیل به هدفی است که آن را برای خود سودمند می‌پندارد. رفتار سازمانی علم مطالعه و کاربرد دانش درباره نحوه برخورد مردم، افراد و گروه‌ها در سازمان‌ها می‌باشد. این کار با رویکرد سیستمی انجام می‌شود.