



Volume 7, Issue 3, 2026

The Effect of Job Satisfaction on Employees' Moonlighting Intention: Elucidating the Mediating Role of Organizational Commitment and Loyalty in the Kaleh Company

Erfan Delpazir^{1*}

1. M.A. in Public Administration, Human Resource Development, Department of Management, Allameh Helli Non-Governmental Higher Education Institute, Chalus, Iran. (Corresponding Author) Email:

Erfandelpazir41@gmail.com

ARTICLE INFORMATION

Type of Article:

Original Research

Pages: 41-53

Corresponding Author's Info

Email:

Erfandelpazir41@gmail.com

Keywords:

Job Satisfaction, Moonlighting Intention, Organizational Commitment, Organizational Loyalty, Human Resource Management.

ABSTRACT

The present study aimed to investigate the effect of job satisfaction on employees' moonlighting intentions by elucidating the mediating roles of organizational commitment and organizational loyalty in the Kaleh Company. This research was applied in terms of purpose and descriptive-correlational in terms of method. The statistical population consisted of 17,600 employees of Kaleh Company in Amol, Iran. Based on the Krejcie and Morgan table, 376 employees were selected through simple random sampling. Data were collected using standardized questionnaires with a five-point Likert scale and analyzed using SPSS and SmartPLS software through partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). The results showed that job satisfaction had a significant negative effect on moonlighting intentions ($\beta=-0.461$, $t=5.737$, $p<0.001$). Job satisfaction also had a significant positive effect on organizational commitment ($\beta=0.562$, $t=10.982$, $p<0.001$) and organizational loyalty ($\beta=0.613$, $t=9.150$, $p<0.001$). Organizational commitment ($\beta=-0.171$, $t=3.537$, $p<0.001$) and organizational loyalty ($\beta=-0.200$, $t=2.157$, $p=0.031$) significantly and negatively influenced moonlighting intentions. The indirect effects of job satisfaction on moonlighting intentions through organizational commitment and organizational loyalty were -0.096 and -0.123 , respectively, confirming a pattern of partial mediation. The model explained 50.4% of the variance in moonlighting intentions ($R^2=0.504$). Increasing job satisfaction not only directly reduces employees' motivation for simultaneous employment in a second job, but also limits this tendency by strengthening organizational commitment and loyalty.



This is an open access article under the CC BY license.

© 2026 The Authors.

How to Cite This Article: Delpazir, E. (2026). The Effect of Job Satisfaction on Employees' Moonlighting Intention: Elucidating the Mediating Role of Organizational Commitment and Loyalty in the Kaleh Company. *Journal of Management, Economics and Entrepreneurship Studies*, 7(3): 41-53. doi: 10.22034/jmek.2026.603700.1212



فصلنامه مطالعات مدیریت، اقتصاد و کارآفرینی

فصلنامه مطالعات مدیریت، اقتصاد و کارآفرینی

www.JMEK.ir

دوره ۷، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۵

تأثیر رضایت شغلی بر تمایل به دوشغله‌بودن کارکنان: تبیین نقش میانجی تعهد و وفاداری سازمانی در شرکت کاله

عرفان دلپذیر^{*}

۱. کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، گرایش توسعه منابع انسانی، گروه مدیریت، مؤسسه آموزش عالی غیرانتفاعی علامه حلی، چالوس، ایران.

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر رضایت شغلی بر تمایل کارکنان به دوشغله‌بودن با تبیین نقش میانجی تعهد سازمانی و وفاداری سازمانی در شرکت کاله انجام شد. پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی-پیمایشی از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل ۱۷۶۰۰ نفر از کارکنان شرکت کاله در آمل بود که بر اساس جدول کرجسی و مورگان، ۳۷۶ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. داده‌ها با پرسشنامه استاندارد و مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت گردآوری و با نرم‌افزارهای SPSS و SmartPLS و روش مدل‌یابی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی تحلیل شدند. نتایج نشان داد رضایت شغلی بر تمایل به دوشغله‌بودن تأثیر منفی و معناداری دارد ($\beta = -0.461$, $t = 5.737$, $p < 0.001$). همچنین رضایت شغلی بر تعهد سازمانی ($\beta = 0.562$, $t = 10.982$) و وفاداری سازمانی ($\beta = 0.613$, $t = 9.150$) اثر مثبت و معناداری داشت. تعهد سازمانی ($\beta = -0.171$, $t = 3.537$) و وفاداری سازمانی ($\beta = -0.200$, $t = 2.157$) نیز تمایل به دوشغله‌بودن را به‌طور منفی و معنادار تحت تأثیر قرار دادند. اثر غیرمستقیم رضایت شغلی از مسیر تعهد سازمانی ($-0.096/0$) و وفاداری سازمانی ($-0.123/0$) معنادار بود و الگوی میانجی‌گری جزئی تأیید شد. مدل ۴/۵۰ درصد از واریانس تمایل به دوشغله‌بودن را تبیین کرد. افزایش رضایت شغلی نه تنها مستقیماً انگیزه کارکنان برای اشتغال هم‌زمان در شغل دوم را کاهش می‌دهد، بلکه از طریق تقویت تعهد و وفاداری سازمانی نیز این گرایش را محدود می‌کند.

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات: ۵۳-۴۱

اطلاعات نویسنده مسؤول

ایمیل:

Erfandelpazir41@gmail.com

سابقه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۳/۲۱

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۵/۰۵/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۶/۱۴

تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۷/۰۱

واژگان کلیدی:

رضایت شغلی، تمایل به دوشغله‌بودن، تعهد سازمانی، وفاداری سازمانی، مدیریت منابع انسانی.



۱- مقدمه

نسبت به سازمان داشته و تمایل بیشتری به ادامه همکاری نشان می‌دهند. در مقابل، کاهش رضایت شغلی می‌تواند زمینه جست‌وجوی فرصت‌های جایگزین، رفتارهای کناره‌گیرانه و اشتغال موازی را افزایش دهد.

مطالعات مرتبط با دوشغله‌بودن نیز این موضوع را تأیید کرده‌اند. آرا و اکبر (۲۰۱۶) رابطه میان فعالیت‌های دوشغله و رضایت شغلی را در محیط دانشگاهی بررسی کردند. همچنین سیما و همکاران (۲۰۲۱) نشان دادند رضایت شغلی یکی از عوامل مؤثر بر تمایل به دوشغله‌بودن است و تعهد سازمانی می‌تواند در انتقال این اثر نقش واسطه‌ای ایفا کند. به بیان دیگر، رضایت کارکنان می‌تواند ابتدا میزان تعهد آنان به سازمان را تقویت کند و در ادامه از تمایل آنان به اشتغال در شغل دوم بکاهد.

تعهد سازمانی نیز از مهم‌ترین سازوکارهای روان‌شناختی مؤثر بر رفتار کارکنان است. موودی و همکاران (۱۹۷۹) تعهد سازمانی را درجه همانندسازی فرد با سازمان و میزان مشارکت او در سازمان تعریف می‌کنند. کارکنان متعهد پذیرش بیشتری نسبت به اهداف و ارزش‌های سازمان دارند، تمایل بیشتری برای حفظ عضویت در سازمان نشان می‌دهند و برای دستیابی به اهداف آن تلاش بیشتری می‌کنند. در نتیجه انتظار می‌رود کارکنانی که تعهد بالاتری دارند، انگیزه کمتری برای سرمایه‌گذاری زمانی و روانی در یک شغل دوم داشته باشند. در کنار تعهد سازمانی، وفاداری سازمانی نیز می‌تواند رفتار کارکنان را در برابر فرصت‌های شغلی جایگزین توضیح دهد. وفاداری سازمانی نشان‌دهنده تعلق، حمایت و تمایل کارکنان به حفظ رابطه بلندمدت با سازمان است. کارکنان وفادار معمولاً منافع سازمان را در تصمیم‌های شغلی خود در نظر می‌گیرند و احتمال کمتری دارد که به فعالیت‌هایی روی آورند که ممکن است رابطه آنان با سازمان اصلی را تضعیف کند.

از منظر مدیریت منابع انسانی، بررسی هم‌زمان رضایت شغلی، تعهد سازمانی و وفاداری سازمانی اهمیت دارد؛ زیرا این سه سازه ابعاد متفاوتی از رابطه فرد و سازمان را منعکس می‌کنند.

تحولات بازار کار، افزایش هزینه‌های زندگی، توسعه اقتصاد دیجیتال، انعطاف‌پذیری شیوه‌های اشتغال و گسترش امکان انجام فعالیت‌های شغلی خارج از محیط کار اصلی باعث شده است پدیده «دوشغله‌بودن» یا Moonlighting به یکی از موضوعات مهم مدیریت منابع انسانی تبدیل شود. دوشغله‌بودن به فعالیت کارکنان در یک شغل دوم در کنار شغل اصلی اشاره دارد؛ فعالیتی که ممکن است در ساعات آزاد، خارج از زمان رسمی کار یا در برخی موارد به‌صورت هم‌زمان با شغل اصلی انجام شود. اگرچه اشتغال دوم می‌تواند برای کارکنان مزایای مالی، فرصت توسعه مهارت و تنوع شغلی به همراه داشته باشد، برای سازمان اصلی ممکن است پیامدهایی نظیر کاهش تمرکز، خستگی، تعارض نقش، کاهش تعهد و افزایش احتمال ترک سازمان ایجاد کند (آشونینی و همکاران، ۲۰۱۷؛ سانگوان، ۲۰۱۴).

جمال (۱۹۸۶) دوشغله‌بودن را پدیده‌ای می‌داند که می‌تواند دارای پیامدهای فردی، اجتماعی و سازمانی باشد. انگیزه ورود کارکنان به شغل دوم تنها به نیازهای مالی محدود نمی‌شود و عوامل غیرمالی نظیر نارضایتی از شغل اصلی، محدودبودن فرصت پیشرفت، نبود امنیت شغلی، کاهش احساس تعلق و ضعف تعهد نسبت به سازمان نیز می‌توانند کارکنان را به سمت فعالیت شغلی دوم سوق دهند. خاتری و خوشبو (۲۰۱۴) نیز ارتباط میان تعهد سازمانی و رفتار دوشغله‌بودن را مورد توجه قرار داده‌اند و بر اهمیت عوامل سازمانی در کاهش این رفتار تأکید کرده‌اند.

در این میان، رضایت شغلی از متغیرهای اساسی رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی است. رضایت شغلی نشان‌دهنده ارزیابی عاطفی و شناختی کارکنان از شغل، شرایط کاری، پرداخت، فرصت پیشرفت، سبک مدیریت و محیط سازمان است. کارکنانی که احساس می‌کنند شغل آنان نیازها، انتظارات و اهداف حرفه‌ای‌شان را تأمین می‌کند، معمولاً نگرش مثبت‌تری

تمایل به دوشغله‌بودن را تأیید کرده‌اند. بر این اساس انتظار می‌رود هرچه کارکنان رضایت بیشتری از شغل اصلی داشته باشند، جذابیت و ضرورت فعالیت در شغل دوم برای آنان کاهش یابد.

فرضیه ۱: رضایت شغلی بر تمایل به دوشغله‌بودن کارکنان تأثیر منفی و معناداری دارد.

۲-۲. رضایت شغلی و تعهد سازمانی

تعهد سازمانی نشان‌دهنده میزان همانندسازی فرد با سازمان، پذیرش اهداف آن و تمایل به حفظ عضویت در سازمان است (موودی و همکاران، ۱۹۷۹). تجربه مثبت کارکنان از محیط کار می‌تواند زمینه ایجاد دل‌بستگی بیشتر به سازمان را فراهم کند. زمانی که کارکنان از ماهیت کار، شیوه مدیریت، فرصت رشد و شرایط کاری خود رضایت دارند، رابطه آنان با سازمان از یک مبادله صرفاً اقتصادی فراتر می‌رود و احساس تعلق و مشارکت بیشتری شکل می‌گیرد. الحسامی و همکاران (۲۰۱۸) نیز در مطالعه خود به اهمیت متغیرهای سازمانی و نگرشی در شکل‌گیری تعهد کارکنان اشاره کرده‌اند. سیما و همکاران (۲۰۲۱) نیز رابطه مستقیم و مثبت رضایت شغلی با تعهد سازمانی را گزارش کرده‌اند. بنابراین می‌توان انتظار داشت تجربه مثبت شغلی، تعهد عاطفی و شناختی کارکنان به سازمان را تقویت کند.

فرضیه ۲: رضایت شغلی بر تعهد سازمانی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

۲-۳. رضایت شغلی و وفاداری سازمانی

وفاداری سازمانی نشان‌دهنده تمایل کارکنان به حفظ رابطه مثبت و بلندمدت با سازمان است. کارکنانی که از شغل خود رضایت دارند، نگرش مساعدتری نسبت به سازمان شکل می‌دهند و احتمال بیشتری دارد که منافع و اهداف سازمان را در تصمیم‌های حرفه‌ای خود لحاظ کنند. رضایت از محیط کار، پرداخت، فرصت پیشرفت، روابط سازمانی و سبک مدیریت

ممکن است رضایت شغلی مستقیماً میل به اشتغال دوم را کاهش دهد، اما بخشی از این اثر نیز از طریق افزایش تعهد و وفاداری منتقل شود. در چنین الگویی، صرفاً افزایش پرداخت یا بهبود یک مؤلفه محیط کار کافی نیست؛ بلکه سازمان باید زمینه‌ای ایجاد کند که کارکنان علاوه بر رضایت، نسبت به عضویت و ادامه همکاری خود نیز احساس وابستگی و وفاداری داشته باشند. مطالعه سیما و همکاران (۲۰۲۱) مبنای مناسبی برای توضیح رابطه رضایت شغلی، تعهد و تمایل به دوشغله‌بودن فراهم می‌کند. با توسعه این چارچوب و افزودن وفاداری سازمانی می‌توان درک جامع‌تری از سازوکارهای رفتاری کارکنان به دست آورد. بنابراین پرسش اساسی پژوهش حاضر این است که رضایت شغلی چگونه تمایل کارکنان به دوشغله‌بودن را تحت تأثیر قرار می‌دهد و تعهد سازمانی و وفاداری سازمانی تا چه اندازه در انتقال این اثر نقش میانجی دارند؟

۲. چارچوب نظری و پیشینه تحقیق

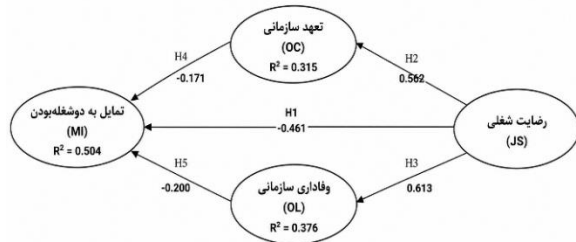
۲-۱. رضایت شغلی و تمایل به دوشغله‌بودن

رضایت شغلی از مهم‌ترین نگرش‌های کارکنان نسبت به محیط کار است و از ادراک فرد درباره ویژگی‌های شغل، حقوق و مزایا، روابط کاری، امنیت، فرصت پیشرفت و مدیریت تأثیر می‌پذیرد. رضایت بالا معمولاً با تمایل بیشتر به ماندن در سازمان و کاهش جست‌وجوی فرصت‌های جایگزین همراه است. دوشغله‌بودن می‌تواند در شرایطی شکل گیرد که کارکنان از شغل اصلی خود به اندازه کافی رضایت مالی، حرفه‌ای یا روان‌شناختی کسب نکنند. سانگوان (۲۰۱۴) نشان می‌دهد انگیزه‌های اقتصادی و غیرمالی هر دو در گرایش به اشتغال دوم نقش دارند. آشوینی و همکاران (۲۰۱۷) نیز تمایل به دوشغله‌بودن را در میان کارکنان بررسی کرده و نشان داده‌اند این رفتار می‌تواند با ویژگی‌های تجربه کاری در سازمان اصلی مرتبط باشد. سیما و همکاران (۲۰۲۱) نیز اثر رضایت شغلی بر

بگذارد. کارکنانی که رضایت بالاتری دارند، تعهد و وفاداری بیشتری نسبت به سازمان احساس می‌کنند و این نگرش‌های مثبت در ادامه تمایل آنان به اشتغال دوم را کاهش می‌دهد. سیما و همکاران (۲۰۲۱) شواهدی درباره نقش واسطه‌ای تعهد سازمانی ارائه کرده‌اند. توسعه این منطق به وفاداری سازمانی نیز نشان می‌دهد رضایت می‌تواند از دو مسیر روان‌شناختی مجزا به کاهش دوشغله‌بودن منجر شود.

فرضیه ۶: تعهد سازمانی در رابطه میان رضایت شغلی و تمایل به دوشغله‌بودن نقش میانجی دارد.

فرضیه ۷: وفاداری سازمانی در رابطه میان رضایت شغلی و تمایل به دوشغله‌بودن نقش میانجی دارد.



شکل ۱ - مدل مفهومی پژوهش

۳. روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، در زمره پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد؛ زیرا نتایج آن می‌تواند مستقیماً در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی شرکت مورد مطالعه مورد استفاده قرار گیرد. از نظر ماهیت و روش، این پژوهش توصیفی-پیمایشی و از نوع همبستگی است. رویکرد همبستگی به پژوهشگر این امکان را می‌دهد تا بدون دستکاری متغیرها، روابط میان سازه‌های رضایت شغلی، تعهد سازمانی، وفاداری سازمانی و تمایل به دوشغله‌بودن را در شرایط طبیعی محیط کار بررسی کند. همچنین از نظر راهبرد اجرا، پژوهش مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) است که برای آزمون روابط پیچیده میان متغیرهای پنهان و آشکار و بررسی نقش میانجی متغیرها در قالب یک مدل مفهومی چندمسیره به کار می‌رود.

می‌تواند ادراک کارکنان از عدالت و حمایت سازمان را بهبود دهد و در نتیجه وفاداری آنان را افزایش دهد. این ارتباط نشان می‌دهد رضایت شغلی تنها یک تجربه کوتاه‌مدت نیست و می‌تواند در شکل‌گیری رابطه پایدار کارکنان با سازمان نقش داشته باشد.

فرضیه ۳: رضایت شغلی بر وفاداری سازمانی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

۲-۴. تعهد سازمانی و تمایل به دوشغله‌بودن

تعهد سازمانی می‌تواند هزینه روان‌شناختی روی آوردن به شغل دوم را افزایش دهد؛ زیرا کارکنان متعهد، انرژی و هویت حرفه‌ای بیشتری را به سازمان اصلی اختصاص می‌دهند. خاتری و خوشبو (۲۰۱۴) بر رابطه تعهد سازمانی و فعالیت دوشغله تأکید کرده‌اند. سیما و همکاران (۲۰۲۱) نیز نشان دادند افزایش تعهد سازمانی با کاهش تمایل کارکنان به دوشغله‌بودن همراه است. بنابراین انتظار می‌رود کارکنانی که تعهد بالاتری به سازمان دارند، تمایل کمتری به اشتغال هم‌زمان در شغل دوم نشان دهند.

فرضیه ۴: تعهد سازمانی بر تمایل به دوشغله‌بودن تأثیر منفی و معناداری دارد.

۲-۵. وفاداری سازمانی و تمایل به دوشغله‌بودن

وفاداری می‌تواند کارکنان را به حفظ رابطه بلندمدت با سازمان اصلی ترغیب کند. کارکنان وفادار تمایل بیشتری دارند منابع زمانی و روان‌شناختی خود را در سازمان اصلی سرمایه‌گذاری کنند و احتمال کمتری دارد که به فرصت‌های شغلی موازی روی آورند. از این منظر، وفاداری سازمانی می‌تواند به عنوان یک عامل بازدارنده در برابر تمایل به دوشغله‌بودن عمل کند.

فرضیه ۵: وفاداری سازمانی بر تمایل به دوشغله‌بودن تأثیر منفی و معناداری دارد.

۲-۶. نقش میانجی تعهد و وفاداری سازمانی

رضایت شغلی ممکن است علاوه بر اثر مستقیم، از طریق تغییر نگرش کارکنان به سازمان نیز بر تمایل به دوشغله‌بودن اثر

(د) تمایل به دوشغله‌بودن: با هفت گویه و بر اساس مؤلفه‌هایی نظیر فکرکردن به شغل دوم، جست‌وجوی فرصت، تناسب با نیازها، درآمد، سرگرمی و پیشرفت اندازه‌گیری شد.

جدول ۱- ساختار ابزار اندازه‌گیری

سازه	تعداد گویه	مؤلفه/امینای سنجش
رضایت شغلی	۱۹	نظام پرداخت، نوع شغل، فرصت پیشرفت، جو سازمانی، سبک رهبری، شرایط فیزیکی
تعهد سازمانی	۴	تعلق، تداوم همکاری و پیوند با سازمان
وفاداری سازمانی	۷	تعلق، حمایت، تداوم همکاری و همراهی با سازمان
تمایل به دوشغله‌بودن	۷	فکرکردن به شغل دوم، جست‌وجوی فرصت، تناسب با نیازها، درآمد، سرگرمی و پیشرفت

منبع: یافته‌های پژوهش

به‌منظور اطمینان از روایی صوری و محتوایی پرسشنامه، نسخه اولیه آن در اختیار پنج نفر از متخصصان حوزه مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی قرار گرفت و پس از دریافت نظرات اصلاحی آن‌ها، تغییرات لازم در متن گویه‌ها اعمال شد تا گویه‌ها با بافت فرهنگی و سازمانی شرکت کاله سازگاری یابند. همچنین برای سنجش پایایی ابزار، پیش از توزیع نهایی، یک مطالعه پایلوت بر روی ۳۰ نفر از کارکنان انجام شد و ضریب آلفای کرونباخ برای تمامی سازه‌ها بالاتر از ۰/۷۰ به دست آمد که نشان‌دهنده پایایی قابل قبول ابزار است.

داده‌ها به‌صورت مقطعی و از طریق توزیع پرسشنامه‌های کاغذی و الکترونیکی در بازه زمانی سه‌ماهه گردآوری شدند. پیش از توزیع پرسشنامه‌ها، هماهنگی‌های لازم با مدیریت منابع انسانی شرکت کاله انجام شد و مجوزهای لازم برای انجام پژوهش اخذ گردید. همچنین به تمامی شرکت‌کنندگان اطمینان داده شد که پاسخ‌های آن‌ها کاملاً محرمانه و بی‌نام خواهد بود و هیچ‌گونه اطلاعات فردی آن‌ها در اختیار مدیریت

جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان شاغل در شرکت کاله در شهر آمل بود که در زمان اجرای پژوهش، تعداد آن‌ها بالغ بر ۱۷۶۰۰ نفر گزارش شده است. شرکت کاله به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های صنایع غذایی ایران، دارای نیروی انسانی متنوع از نظر سن، تحصیلات، سابقه کار و نوع قرارداد است و به همین دلیل بستر مناسبی برای بررسی پدیده دوشغله‌بودن محسوب می‌شود. برای تعیین حجم نمونه از جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰) استفاده شد که بر اساس آن برای جامعه‌ای با حجم ۱۷۶۰۰ نفر، حجم نمونه ۳۷۶ نفر تعیین گردید. روش نمونه‌گیری در این پژوهش تصادفی ساده بود؛ بدین صورت که فهرست کامل کارکنان از واحد منابع انسانی شرکت دریافت شد و با استفاده از جدول اعداد تصادفی، ۳۷۶ نفر از میان کل کارکنان انتخاب شدند. این روش به هر یک از اعضای جامعه آماری شانس برابری برای قرار گرفتن در نمونه می‌دهد و از این رو، تعمیم‌پذیری یافته‌ها را افزایش می‌دهد.

ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش، پرسشنامه استاندارد با طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت (از کاملاً مخالفم=۱ تا کاملاً موافقم=۵) بود. پرسشنامه شامل چهار بخش اصلی بود:

(الف) رضایت شغلی: این سازه با ۱۹ گویه و بر اساس شش بُعد شامل نظام پرداخت، نوع شغل، فرصت‌های پیشرفت، جو سازمانی، سبک رهبری و شرایط فیزیکی محیط کار سنجیده شد. این ابعاد طیف گسترده‌ای از عوامل درونی و بیرونی مؤثر بر ادراک کارکنان از شغل خود را پوشش می‌دهد.

(ب) تعهد سازمانی: با چهار گویه و بر اساس مؤلفه‌های تعلق، تداوم همکاری و پیوند با سازمان اندازه‌گیری شد. این سازه بر اساس چارچوب نظری موودی و همکاران (۱۹۷۹) تنظیم شده است.

(ج) وفاداری سازمانی: با هفت گویه و بر اساس مؤلفه‌های تعلق، حمایت، تداوم همکاری و همراهی با سازمان سنجیده شد.

به منظور آزمون نقش میانجی تعهد سازمانی و وفاداری سازمانی، از روش بوت‌استرپینگ با ۵۰۰۰ زیرنمونه استفاده شد و فاصله‌های اطمینان ۹۵ درصد برای اثرات غیرمستقیم محاسبه گردید.

۴. یافته‌ها

از مجموع پرسشنامه‌های توزیع شده میان کارکنان شرکت کاله در آمل، ۳۷۶ پرسشنامه معتبر و کامل وارد فرآیند تحلیل شد. بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نشان می‌دهد که ترکیب نمونه از نظر سن، تحصیلات و سابقه کار، تنوع مناسبی دارد و می‌تواند نماینده‌ای از ساختار نیروی انسانی سازمان باشد. بر اساس یافته‌های جدول ۲، بیشترین سهم پاسخ‌دهندگان مربوط به گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال با ۱۶۷ نفر (۴۴/۴۱ درصد) است که نشان می‌دهد بدنه اصلی کارکنان شرکت در میانسالی شغلی قرار دارند. گروه سنی ۴۱ تا ۵۰ سال با ۱۴۱ نفر (۳۷/۵۰ درصد) در رتبه دوم قرار دارد. این توزیع سنی از آن جهت اهمیت دارد که کارکنان میانسال معمولاً به دلیل تعهدات مالی و خانوادگی، بیشتر در معرض تمایل به دوشغله‌بودن قرار دارند.

از نظر تحصیلات، اکثریت پاسخ‌دهندگان دارای مدرک لیسانس (۲۲۱ نفر، ۵۸/۷۸ درصد) هستند و پس از آن دارندگان مدرک فوق لیسانس و بالاتر (۸۸ نفر، ۲۳/۴۰ درصد) و سپس دارندگان تحصیلات کمتر از لیسانس (۶۷ نفر، ۱۷/۸۲ درصد) قرار دارند. این ترکیب تحصیلی نشان می‌دهد که شرکت کاله از نیروی انسانی نسبتاً تحصیل کرده‌ای برخوردار است.

در بخش سابقه کار، بیشترین فراوانی مربوط به کارکنان با ۱۰ تا ۲۰ سال سابقه (۱۴۹ نفر، ۳۹/۶۳ درصد) است که نشان‌دهنده ثبات نسبی نیروی انسانی در سازمان است. کارکنان با کمتر از ۱۰ سال سابقه (۱۱۷ نفر، ۳۱/۱۲ درصد) و ۲۰ تا ۳۰ سال سابقه (۸۱ نفر، ۲۱/۵۴ درصد) در رتبه‌های بعدی قرار دارند. تنها ۲۹ نفر (۷/۷۱ درصد) دارای سابقه بیش از ۳۰ سال هستند.

سازمان قرار نخواهد گرفت. این اقدام به منظور کاهش سوگیری مطلوبیت اجتماعی و افزایش صداقت پاسخ‌ها انجام شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شد:

الف) آمار توصیفی: در این سطح از شاخص‌های فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار برای توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان و وضعیت متغیرهای پژوهش استفاده شد. این تحلیل‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۶ انجام گرفت.

ب) آمار استنباطی: در این سطح، از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) استفاده شد. انتخاب رویکرد PLS به دلیل ماهیت اکتشافی پژوهش، وجود متغیرهای میانجی متعدد، و تأکید بر پیش‌بینی و تبیین واریانس متغیرهای درون‌زا بود. تحلیل مدل ساختاری با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS نسخه ۳ انجام شد. در بخش مدل اندازه‌گیری، شاخص‌های زیر مورد ارزیابی قرار گرفتند:

- پایایی درونی: با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR)؛
- روایی همگرا: با استفاده از شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) که مقدار آن باید بالاتر از ۰/۵ باشد؛
- روایی واگرا: با استفاده از شاخص نسبت میانگین هترو-مونو-ترینگل (HTMT) که مقدار آن باید کمتر از ۰/۹ باشد.

در بخش مدل ساختاری، شاخص‌های زیر بررسی شدند:

- ضرایب مسیر (β) و آماره t برای آزمون معناداری روابط
- ضریب تعیین (R^2) برای سنجش قدرت تبیین مدل
- آماره پیش‌بینی (Q^2) برای ارزیابی قابلیت پیش‌بینی مدل
- مقدار VIF برای بررسی هم‌خطی میان متغیرها
- اندازه اثر (f^2) برای سنجش اهمیت نسبی هر مسیر

۰/۷۴۵۸	۳/۷۴۹۸	تمایل به دوشغله‌بودن
۰/۹۲۵۸	۳/۶۴۲۲	رضایت شغلی
۰/۸۳۵۴	۳/۹۱۵۲	وفاداری سازمانی

منبع: یافته‌های پژوهش

پیش از آزمون فرضیه‌ها، مدل اندازه‌گیری از نظر پایایی و روایی مورد ارزیابی قرار گرفت. بر اساس یافته‌های جدول ۴، ضرایب آلفای کرونباخ برای تمامی سازه‌ها بالاتر از ۰.۷۰ است که نشان‌دهنده پایایی درونی قابل قبول است. ضریب آلفای کرونباخ برای وفاداری سازمانی (۰/۸۳۴) در بالاترین سطح و برای تعهد سازمانی (۰/۷۰۱) در حداقل مرز قابل قبول قرار دارد. پایایی ترکیبی (CR) نیز برای همه سازه‌ها بالاتر از ۰/۸۰ است که تأییدکننده پایایی درونی است.

شاخص میانگین واریان استخراج‌شده (AVE) برای همه سازه‌ها بالاتر از ۰.۵۰ به دست آمده است؛ به این معنا که هر سازه بیش از نیمی از واریان گویه‌های خود را تبیین می‌کند و از روایی همگرا مناسبی برخوردار است. بالاترین AVE مربوط به وفاداری سازمانی (۰/۵۶۵) و پایین‌ترین آن مربوط به تعهد سازمانی (۰/۵۱۰) است.

جدول ۴- پایایی و روایی همگرای سازه‌ها

سازه	آلفای کرونباخ	CR	AVE گزارش شده
تعهد سازمانی	۰/۷۰۱	۰/۸۰۵	۰/۵۱۰
تمایل به دوشغله‌بودن	۰/۷۸۱	۰/۸۳۱	۰/۵۵۷
رضایت شغلی	۰/۷۳۸	۰/۸۱۹	۰/۵۳۲
وفاداری سازمانی	۰/۸۳۴	۰/۸۵۵	۰/۵۶۵

منبع: یافته‌های پژوهش

برای ارزیابی روایی واگرا، از شاخص HTMT استفاده شد. بر اساس جدول ۵، تمامی مقادیر HTMT کمتر از ۰/۹۰ (و حتی کمتر از ۰/۸۵) هستند که نشان می‌دهد سازه‌ها از تمایز تجربی مناسبی برخوردارند. بالاترین مقدار HTMT مربوط به رابطه رضایت شغلی و تمایل به دوشغله‌بودن (۰/۷۰۹) است که اگرچه در مرز هشدار قرار دارد، اما همچنان زیر آستانه ۰/۸۵ است و

جدول ۲- مشخصات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد
سن	۲۰ تا ۳۰ سال	۵۱	۱۳/۵۶
سن	۳۱ تا ۴۰ سال	۱۶۷	۴۴/۴۱
سن	۴۱ تا ۵۰ سال	۱۴۱	۳۷/۵۰
سن	بیش از ۵۰ سال	۱۷	۴/۵۲
تحصیلات	کمتر از لیسانس	۶۷	۱۷/۸۲
تحصیلات	لیسانس	۲۲۱	۵۸/۷۸
تحصیلات	فوق لیسانس و بالاتر	۸۸	۲۳/۴۰
سابقه کار	کمتر از ۱۰ سال	۱۱۷	۳۱/۱۲
سابقه کار	۱۰ تا ۲۰ سال	۱۴۹	۳۹/۶۳
سابقه کار	۲۰ تا ۳۰ سال	۸۱	۲۱/۵۴
سابقه کار	بیش از ۳۰ سال	۲۹	۷/۷۱

منبع: یافته‌های پژوهش

بررسی آمار توصیفی سازه‌های پژوهش (جدول ۳) نشان می‌دهد که میانگین پاسخ‌ها به گویه‌های مربوط به وفاداری سازمانی با میانگین ۳/۹۱۵۲ و انحراف معیار ۰/۸۳۵۴ در بالاترین سطح قرار دارد. این یافته بیانگر آن است که کارکنان شرکت کاله به‌طور کلی احساس تعلق و همراهی نسبتاً بالایی با سازمان دارند. در مقابل، رضایت شغلی با میانگین ۳/۶۴۲۲ و انحراف معیار ۰/۹۲۵۸ در پایین‌ترین سطح قرار دارد که نشان‌دهنده وجود زمینه‌هایی برای نارضایتی در میان کارکنان است. انحراف معیار بالاتر رضایت شغلی نسبت به سایر سازه‌ها نیز نشان‌دهنده تنوع بیشتر در ادراکات کارکنان از شغل خود است. تمایل به دوشغله‌بودن با میانگین ۳/۷۴۹۸ و انحراف معیار ۰/۷۴۵۸ در سطح نسبتاً بالایی قرار دارد. این عدد از نظر مدیریتی بسیار قابل توجه است؛ زیرا نشان می‌دهد تمایل به اشتغال دوم در میان کارکنان شرکت کاله یک پدیده فراگیر است و نمی‌توان آن را صرفاً به اقلیت کوچکی نسبت داد. تعهد سازمانی نیز با میانگین ۳/۸۵۴۶ و انحراف معیار ۰/۸۹۷۵ در سطح متوسط رو به بالا ارزیابی می‌شود.

جدول ۳- آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

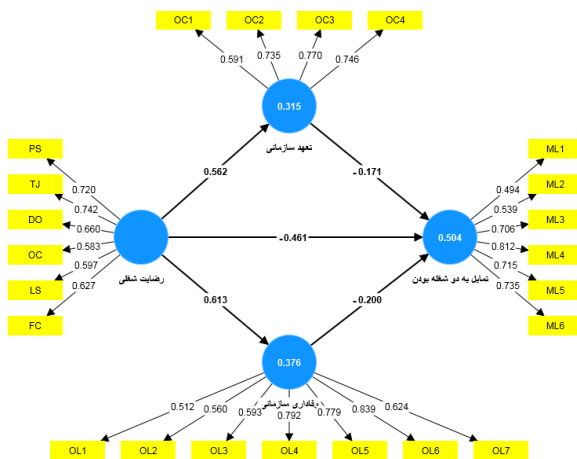
سازه	میانگین	انحراف معیار
تعهد سازمانی	۳/۸۵۴۶	۰/۸۹۷۵

نشان‌دهنده قابلیت پیش‌بینی مدل است. مقادیر VIF نیز بین ۱ و ۲/۱۶۷ قرار دارند که از عدم وجود هم‌خطی بحرانی میان متغیرهای مستقل حکایت دارد.

جدول ۶ - شاخص‌های مدل ساختاری

سازه درون‌زا	R ²	R ² تعدیل شده	Q ²
تعهد سازمانی	۰/۳۱۵	۰/۳۱۳	۰/۱۲۱
تمایل به دوشغله‌بودن	۰/۵۰۴	۰/۵۰۰	۰/۱۴۳
وفاداری سازمانی	۰/۳۷۶	۰/۳۷۵	۰/۱۵۰

منبع: یافته‌های پژوهش



شکل ۲ خروجی مدل ساختاری PLS

نتایج آزمون فرضیه‌های مستقیم در جدول ۷ ارائه شده است. بر اساس این یافته‌ها، فرضیه اول مبنی بر تأثیر منفی و معنادار رضایت شغلی بر تمایل به دوشغله‌بودن تأیید شد. این مسیر قوی‌ترین اثر مستقیم بر متغیر وابسته مدل است و نشان می‌دهد که رضایت شغلی مهم‌ترین عامل پیش‌بینی‌کننده تمایل به اشتغال دوم در میان کارکنان شرکت کاله محسوب می‌شود.

فرضیه دوم نیز تأیید شد؛ رضایت شغلی بر تعهد سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد. مقدار t بسیار بالا نشان‌دهنده استحکام

از این رو، تمایز این دو سازه در بافت نمونه مورد مطالعه تأیید می‌شود.

جدول ۵ - روایی واگرا بر اساس HTMT

رابطه سازه‌ها	HTMT
تمایل به دوشغله‌بودن - تعهد سازمانی	۰/۵۳۵
رضایت شغلی - تعهد سازمانی	۰/۴۹۱
رضایت شغلی - تمایل به دوشغله‌بودن	۰/۷۰۹
وفاداری سازمانی - تعهد سازمانی	۰/۳۶۹
وفاداری سازمانی - تمایل به دوشغله‌بودن	۰/۴۷۳
وفاداری سازمانی - رضایت شغلی	۰/۶۳۲

منبع: یافته‌های پژوهش

پس از تأیید مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) مورد ارزیابی قرار گرفت. بر اساس یافته‌های جدول ۶، مقدار R² برای متغیر درون‌زای «تمایل به دوشغله‌بودن» برابر با ۰/۵۰۴ به دست آمد؛ به این معنا که متغیرهای مستقل و میانجی مدل، در مجموع بیش از ۵۰ درصد از واریانس این متغیر را تبیین می‌کنند. این مقدار از نظر علمی بسیار قابل توجه است و نشان می‌دهد مدل از قدرت تبیین بالایی برخوردار است. همچنین R² برای تعهد سازمانی (۰/۳۱۵) و وفاداری سازمانی (۰/۳۷۶) نشان می‌دهد که رضایت شغلی به‌تنهایی قادر است حدود یک‌سوم تا کمی بیشتر از یک‌سوم واریانس این دو سازه را تبیین کند.

شاخص Q² (معیار پیش‌بینی مبتنی بر Stone-Geisser) برای تمامی سازه‌های درون‌زا مثبت است (تعهد سازمانی: ۰/۱۲۱، تمایل به دوشغله‌بودن: ۰/۱۴۳، وفاداری سازمانی: ۰/۱۵۰) که

با ۰/۱۲۳- برآورد شد. معناداری هر دو اثر غیرمستقیم در سطح ۰/۰۵ تأیید شد.

از آنجا که مسیر مستقیم رضایت شغلی به تمایل به دوشغله‌بودن همچنان معنادار باقی مانده است و هم‌زمان مسیرهای غیرمستقیم نیز معنادار هستند، الگوی به‌دست‌آمده با میانجی‌گری جزئی سازگار است. به عبارت دیگر، رضایت شغلی هم به‌طور مستقیم و هم از طریق تقویت تعهد و وفاداری سازمانی، تمایل کارکنان به دوشغله‌بودن را کاهش می‌دهد.

جالب توجه آن است که اثر غیرمستقیم از مسیر وفاداری سازمانی (۰/۱۲۳-) کمی قوی‌تر از اثر غیرمستقیم از مسیر تعهد سازمانی (۰/۰۹۶-) است. این یافته نشان می‌دهد که وفاداری سازمانی در انتقال اثر رضایت شغلی به کاهش تمایل به دوشغله‌بودن، نقش میانجی پررنگ‌تری ایفا می‌کند.

جدول ۸- تجزیه اثرات میانجی

مسیر میانجی	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل	الگوی میانجی
رضایت شغلی ← تعهد ← سازمانی ← تمایل به دوشغله‌بودن	-۰/۴۶۱	-۰/۰۹۶	-۰/۵۵۷	جزئی
رضایت شغلی ← وفاداری ← سازمانی ← تمایل به دوشغله‌بودن	-۰/۴۶۱	-۰/۱۲۳	-۰/۵۸۴	جزئی

منبع: یافته‌های پژوهش

۵. بحث و نتیجه‌گیری

اولین یافته پژوهش نشان داد رضایت شغلی اثر منفی و معناداری بر تمایل کارکنان به دوشغله‌بودن دارد ($\beta = -0/461$). این یافته با منطق مطرح‌شده در مطالعات سانگوان (۲۰۱۴)، آرا و اکبر (۲۰۱۶) و سیما و همکاران (۲۰۲۱) همسو است. زمانی که کارکنان از حقوق و مزایا، ماهیت شغل، شرایط فیزیکی،

این رابطه است. فرضیه سوم مبنی بر تأثیر مثبت رضایت شغلی بر وفاداری سازمانی نیز تأیید شد. این مسیر قوی‌ترین رابطه مثبت در کل مدل است و نشان می‌دهد که رضایت شغلی بیش از آنکه بر تعهد اثر بگذارد، بر وفاداری کارکنان تأثیر می‌گذارد. فرضیه چهارم مبنی بر تأثیر منفی تعهد سازمانی بر تمایل به دوشغله‌بودن تأیید شد. این یافته نشان می‌دهد که کارکنان متعهد، تمایل کمتری به اشتغال دوم دارند. فرضیه پنجم نیز تأیید شد؛ وفاداری سازمانی بر تمایل به دوشغله‌بودن تأثیر منفی و معناداری دارد. اگرچه مقدار t در این مسیر به مرز ۱/۹۶ نزدیک است و اثر نسبتاً ضعیف‌تر از سایر مسیرهاست، اما معناداری آن در سطح ۰/۰۵ تأیید می‌شود.

جدول ۷- نتایج آزمون فرضیه‌های مستقیم

فرضیه / مسیر	β	t	p	نتیجه
H1: رضایت شغلی ← تمایل به دوشغله‌بودن	-۰/۴۶۱	۵/۷۳۷	<۰/۰۱	تأیید
H2: رضایت شغلی ← تعهد سازمانی	۰/۵۶۲	۱۰/۹۸۲	<۰/۰۱	تأیید
H3: رضایت شغلی ← وفاداری سازمانی	۰/۶۱۳	۹/۱۵۰	<۰/۰۱	تأیید
H4: تعهد سازمانی ← تمایل به دوشغله‌بودن	-۰/۱۷۱	۳/۵۳۷	<۰/۰۰۱	تأیید
H5: وفاداری سازمانی ← تمایل به دوشغله‌بودن	-۰/۲۰۰	۲/۱۵۷	۰/۰۳۱	تأیید

منبع: یافته‌های پژوهش

برای آزمون فرضیه‌های ششم و هفتم مبنی بر نقش میانجی تعهد سازمانی و وفاداری سازمانی، از روش بوت‌استرپینگ با ۵۰۰۰ زیرنمونه استفاده شد. بر اساس یافته‌های جدول ۸، اثر غیرمستقیم رضایت شغلی بر تمایل به دوشغله‌بودن از مسیر تعهد سازمانی برابر با ۰/۰۹۶- و از مسیر وفاداری سازمانی برابر

فرصت‌های رشد، سبک مدیریت و محیط سازمانی رضایت دارند، انگیزه آنان برای جست‌وجوی فرصت‌های شغلی موازی کاهش می‌یابد. این نتیجه نشان می‌دهد دوشغله‌بودن صرفاً یک انتخاب اقتصادی نیست و کیفیت تجربه کارکنان در شغل اصلی نیز نقش مهمی در شکل‌گیری آن دارد.

یافته دوم نشان داد رضایت شغلی تأثیر مثبت و نسبتاً قوی بر تعهد سازمانی دارد ($\beta = -0.562$). بهبود تجربه کارکنان از شغل می‌تواند همانندسازی آنان با سازمان و تمایل به ادامه همکاری را افزایش دهد. این نتیجه با ادبیات تعهد سازمانی و دیدگاه موودی و همکاران (۱۹۷۹) سازگار است و یافته‌های سیما و همکاران (۲۰۲۱) را نیز تأیید می‌کند.

یافته سوم نشان داد رضایت شغلی بر وفاداری سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد ($\beta = -0.613$) که قوی‌ترین مسیر مثبت مدل است. این نتیجه بیان می‌کند کارکنانی که از محیط کار خود رضایت بیشتری دارند، رابطه پایدارتر و مثبت‌تری با سازمان برقرار می‌کنند. وفاداری در این حالت تنها به ماندن فیزیکی در سازمان محدود نمی‌شود، بلکه شامل حمایت، احساس تعلق و تمایل به حفظ همکاری نیز می‌شود.

چهارمین یافته نشان داد تعهد سازمانی با تمایل به دوشغله‌بودن رابطه منفی دارد ($\beta = -0.171$). کارکنانی که اهداف ارزش‌های سازمان را بیشتر پذیرفته‌اند و خود را عضوی از سازمان می‌دانند، احتمال کمتری دارد که انرژی و منابع خود را به فعالیت شغلی دوم اختصاص دهند. این یافته با نتایج خاتری و خوشبو (۲۰۱۴) و سیما و همکاران (۲۰۲۱) همخوان است.

یافته پنجم نیز نشان داد وفاداری سازمانی تمایل به دوشغله‌بودن را کاهش می‌دهد ($\beta = -0.200$). اگرچه ضریب این مسیر در مقایسه با اثر مستقیم رضایت شغلی کوچک‌تر است، معناداری آن نشان می‌دهد وفاداری می‌تواند سازوکاری رفتاری برای حفظ نیروی انسانی باشد.

در مجموع، نقش میانجی تعهد و وفاداری سازمانی نشان می‌دهد تأثیر رضایت شغلی صرفاً مستقیم نیست. بخشی از اثر

رضایت ابتدا به نگرش کارکنان نسبت به سازمان منتقل می‌شود و سپس این نگرش‌ها احتمال روی آوردن به شغل دوم را کاهش می‌دهند. اثر غیرمستقیم از مسیر وفاداری حدود $0.133 -$ و از مسیر تعهد حدود $0.096 -$ است. بنابراین در مدل حاضر، مسیر وفاداری سهم غیرمستقیم کمی بیشتری دارد. از نظر قدرت تبیین نیز R^2 برابر 0.504 برای تمایل به دوشغله‌بودن نشان می‌دهد ترکیب رضایت شغلی، تعهد و وفاداری سازمانی می‌تواند بیش از نیمی از تغییرات این رفتار را توضیح دهد که برای یک مدل رفتاری در حوزه مدیریت منابع انسانی قابل توجه است.

مدیران منابع انسانی می‌توانند به‌جای تمرکز صرف بر کنترل فعالیت‌های خارج از سازمان، بر عوامل ریشه‌ای تمایل کارکنان به دوشغله‌بودن تمرکز کنند. بهبود نظام پرداخت و مزایا، افزایش فرصت‌های پیشرفت، ایجاد مسیرهای توسعه شغلی، بهبود کیفیت روابط با مدیران، توجه به شرایط فیزیکی محیط کار و افزایش مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری می‌تواند رضایت شغلی را تقویت کند. برای افزایش تعهد سازمانی نیز لازم است کارکنان احساس کنند بخشی معنادار از سازمان هستند. ارتباط شفاف اهداف سازمان، قدردانی از عملکرد، سرمایه‌گذاری در آموزش و توسعه و ایجاد فرصت مشارکت می‌تواند این پیوند را افزایش دهد. وفاداری سازمانی نیز نیازمند رابطه دوطرفه است؛ سازمانی که ثبات، حمایت، عدالت و احترام را برای کارکنان فراهم کند، احتمال بیشتری دارد که در مقابل، وفاداری و تمایل به ادامه همکاری را دریافت کند. از آنجا که اثر مستقیم رضایت شغلی از سایر مسیرهای مستقیم قوی‌تر است، برنامه‌های کاهش تمایل به دوشغله‌بودن نباید تنها بر تعهد یا وفاداری متمرکز باشند؛ بلکه باید رضایت کارکنان را به‌عنوان ریشه اصلی مدل در نظر بگیرند.

پژوهش حاضر به کارکنان یک شرکت و یک صنعت مشخص (شرکت کاله در آمل) محدود شده است؛ بنابراین تعمیم یافته‌ها به سایر صنایع باید با احتیاط صورت گیرد. همچنین داده‌ها

تشکر و قدردانی: بدین وسیله از تمامی افرادی که در تهیه و تکمیل این مقاله همکاری و مساعدت داشته‌اند، قدردانی می‌شود.

تأمین اعتبار پژوهش: این پژوهش بدون دریافت هرگونه حمایت یا تأمین مالی انجام شده است.

فهرست منابع

Al-Hussami, M., Hammad, S., & Alsoleihat, F. (2018). The influence of leadership behavior, organizational commitment, organizational support, subjective career success on organizational readiness for change in healthcare organizations. *Leadership in Health Services*, 31(2), 178–193. <https://doi.org/10.1108/LHS-11-2016-0070>

Ara, K., & Akbar, A. (2016). A study of impact of moonlighting practices on job satisfaction of the university teachers. *Bulletin of Education and Research*, 38(1), 101–116.

Ashwini, A., Mirthula, G., & Preetha, S. (2017). Moonlighting intentions of middle level employees of selected IT companies. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*, 114(12), 213–223.

Federici, E., Boon, C., & Den Hartog, D. N. (2019). The moderating role of HR practices on the career adaptability–job crafting relationship: A study among employee–manager dyads. *The International Journal of Human Resource Management*, 32(15), 3241–3268.

<https://doi.org/10.1080/09585192.2019.1627027>

Jamal, M. (1986). Moonlighting: Personal, social, and organizational consequences. *Human Relations*, 39(11), 977–990. <https://doi.org/10.1177/001872678603901102>

به صورت مقطعی و خودگزارشی گردآوری شده‌اند که امکان استنباط علی قطعی را محدود می‌کند. در مدل اندازه‌گیری، برخی شاخص‌ها دارای بار عاملی نسبتاً پایین‌تر بودند؛ بنابراین در مطالعات آینده پیشنهاد می‌شود مدل اندازه‌گیری با نمونه مستقل و تحلیل تأییدی مجدد بررسی شود.

همچنین پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده اثر غیرمستقیم تعهد و وفاداری را با بوت‌استرپ مستقیم و گزارش اثرات غیرمستقیم خاص، آماره t ، مقدار p و فاصله اطمینان ۹۵ درصد آزمون کنند. متغیرهایی مانند فشار مالی، امنیت شغلی، عدالت سازمانی، فرسودگی شغلی، حمایت سازمانی ادراک‌شده، تعادل کار-زندگی و فرصت‌های شغلی بیرونی نیز می‌توانند در مدل‌های آینده به‌عنوان متغیرهای تعدیل‌گر یا کنترل وارد شوند. علاوه بر این، انجام پژوهش‌های طولی و مقایسه‌ای بین صنایع مختلف می‌تواند به درک عمیق‌تر پدیده دوشغله‌بودن در بافت‌های فرهنگی و اقتصادی متفاوت کمک کند.

در پایان می‌توان گفت: نتایج نشان داد رضایت شغلی یکی از عوامل کلیدی کاهش تمایل کارکنان به دوشغله‌بودن است. این اثر علاوه بر مسیر مستقیم، از طریق افزایش تعهد سازمانی و وفاداری سازمانی نیز منتقل می‌شود. بنابراین مدیریت پدیده دوشغله‌بودن بیش از آنکه صرفاً نیازمند سیاست‌های محدودکننده باشد، به مدیریت تجربه کارکنان، رضایت آنان از شغل و تقویت رابطه روان‌شناختی کارکنان با سازمان نیاز دارد. **ملاحظات اخلاقی:** کلیه اصول اخلاق در پژوهش، همچنین امانت‌داری علمی در استفاده از منابع، استنادها و ارجاعات موردتوجه قرار گرفته و رعایت شده است.

تعارض منافع: نویسندگان اعلام می‌دارند که تدوین و انتشار این مقاله فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

سهم نویسندگان: نگارش و تدوین مقاله به صورت مشترک و با مشارکت برابر تمامی نویسندگان انجام شده است.

Khatri, P., & Khushboo, A. (2014). Study of organizational commitment and moonlighting practices of SME employees in Delhi-NCR. *Global Journal of Finance and Management*, 6(6), 535–544.

Khera, D., & Jaggarwal, S. (2022). Modeling of moonlighting intention and its motives with moderation. *Anvesak*, 51(2), 412–425.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>

Mowday, R. T., Steers, R. M., & Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14(2), 224–247. [https://doi.org/10.1016/0001-8791\(79\)90072-1](https://doi.org/10.1016/0001-8791(79)90072-1)

Sangwan, S. (2014). Managing employee moonlighting: Issues and implications. *International Journal of Scientific Research and Education*, 2(12), 2552–2556.

Seema, S., Choudhary, V., & Saini, G. (2021). Effect of job satisfaction on moonlighting intentions: Mediating effect of organizational commitment. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1), 100137. <https://doi.org/10.1016/j.iiedeen.2020.100137>