

تحلیل تأثیر بدینی سازمانی بر کیفیت ارائه خدمات با نقش میانجیگری رضایت شغلی و نقش تعدیل گر هویت سازمانی

مصطفی علیرضایی^۱، آمنه مالمیر^{۲*}، حمیده عباسی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۱/۱۹

چکیده

مطالعه حاضر با هدف تحلیل تأثیر بدینی سازمانی بر کیفیت ارائه خدمات با نقش میانجیگری رضایت شغلی و نقش تعدیل گر هویت سازمانی در اداره کل بیمه سلامت همدان انجام گرفته است. پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ گردآوری داده ها توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مدیران و کارکنان شرکت بیمه سلامت همدان است که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۱۸۸ نفر به عنوان نمونه آماری به روش تصادفی سیستماتیک انتخاب شد. برای اندازه گیری روایی پرسشنامه ها از روش صوری و محتوایی و برای تعیین پایایی آلفای کرونباخ که مقدار آن برابر ۰.۷۸۶ برآورد گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها از مدلسازی معادلات ساختاری، نرم افزار اسمارت پی. ال. اس نسخه ۲ بهره گرفته شد. نتایج پژوهش نشان داد در اداره کل بیمه سلامت همدان بدینی سازمانی بر کیفیت ارائه خدمات، بدینی سازمانی بر رضایت شغلی؛ رضایت شغلی بر کیفیت ارائه خدمات؛ هویت سازمانی بر کیفیت ارائه خدمات به طور معنی دار تأثیر دارد.

کلید واژه‌ها: بدینی سازمانی، کیفیت خدمات، رضایت شغلی، هویت سازمانی

^۱ گروه مدیریت، واحد فراهان، دانشگاه آزاد اسلامی، فراهان، ایران

^۲ استادیار، واحد فراهان، دانشگاه آزاد اسلامی، فراهان، ایران

^۳ گروه مدیریت، مجتمع آموزش عالی طلوع مهر قم، قم، ایران

ایمیل نویسنده مسئول: amenehmalmir@yahoo.com

مقدمه

بدبینی سازمانی مفهومی جدید در رفتار سازمانی و روان شناسی سازمانی است که توجه نظریه پردازان سازمانی را به خود معطوف کرده است (مت^۲، ۲۰۱۳). ریشه بدبینی، از یونان باستان به عنوان یک مکتب فکری و سبک زندگی، پدید آمده است (کاراداغ و همکاران^۳، ۲۰۱۴). بدبینی سازمانی نگرش منفی به سازمان است که سه بخش دارد، ۱. اعتقاد به اینکه سازمان نقص دارد؛ ۲. نتیجه گیری منفی درباره سازمان؛ ۳. رفتاری توهین آمیز نسبت به سازمان متناسب با اعتقاد و نتیجه (حسن پور، ۱۳۸۸). بدبینی در مفهوم سازمانی، بدگمانی است که بین تعداد زیادی از کارکنان وجود دارد و نتیجه باور کارکنان، سازمانی است که فاقد صداقت هستند. به طور خاص در چنین سازمانی، انتظارات اخلاقی، عدالت و صداقت مورد توجه قرار نمی گیرد (نایفی و کایفی^۴، ۲۰۱۳). محققان، در تعریف بدبینی سازمانی، رویکردهای مختلفی دارند. دین و همکاران (۱۹۹۸) بدبینی سازمانی را اینگونه تعریف کرده اند: «نگرش و احساس منفی در سازمان؛ باوری که سازمان را فاقد درستی می داند و به بروز رفتارهای توهین آمیز و انتقادی نسبت به سازمان تمایل دارد» (کالاگان و آکسو^۵، ۲۰۱۰). بر اساس این تعریف، می توان سه نوع بدبینی را مشخص کرد که عبارت است از: بدبینی احساسی، بدبینی شناختی و بدبینی رفتاری. بدبینی احساسی واکنش های عاطفی مانند آزردهی، خشم، تنش و اضطراب را شامل می شود. زمانی که منشأ این احساسات رفتار مدیریت است، بر تعهد و انگیزش کارکنان تأثیر دارد. وقتی کارکنان بر این باورند که تروبر و منفعت شخصی در سازمان عمومیت دارد، احساس بدبینی شناختی می کنند. بدبینی رفتاری، در رفتارهای منفی کارکنان بروز می کند. رفتارهایی مانند انتقاد از سازمان، شوخی های طعنه آمیز، تفسیرهای بدگمانانه از رویدادهای سازمان و پیش بینی بدبینانه آینده سازمان نشان دهنده بدبینی رفتاری است (کیم و همکاران^۶، ۲۰۰۹). بدبینی بر عملکرد کارکنان و در نهایت بر کارآمدی و اثربخشی سازمان مؤثر است (حسن پور، ۱۳۸۸). به نظر می رسد بدبینی سازمانی بر اجرای اثربخش استراتژی های سازمانی تأثیرگذار باشد (حسن پور، نوری و کبابی^۷، ۱۳۸۸). از متغیرهای مرتبط با بدبینی سازمانی کیفیت خدمات است. با گسترش جهانی شدن، صنعت خدمات با رقابتی شدید برای بقا مواجه می گردد (لین^۸، ۲۰۰۷). در طول چند دهه گذشته، مقوله کیفیت خدمات به دلیل تأثیر چشم گیر آن بر عملکرد کسب و کار، هزینه های پایین تر، رضایت مشتری، وفاداری مشتری و سودآوری، توجه متخصصان، مدیران و محققان را به خود معطوف کرده است (جعفری نیا، ۱۳۹۶). علی رغم این که محققان زیادی در مورد مفهوم خدمات پژوهش نموده اند، تاکنون بر سر مفهوم کیفیت خدمات، اجماعی حاصل نشده است (آکابالا^۹، ۲۰۰۶). طبق متداول ترین تعریف ارائه شده، کیفیت خدمات، حاصل ادراک مشتری از مطلوبیت خدمات ارائه شده می باشد (کارامن^{۱۰}، ۱۹۹۹).

از سوی دیگر لی و همکاران^{۱۱} (۲۰۱۰) کیفیت خدمات دریافتی را عقیده و نگرش کلی مرتبط با برتری خدمات توصیف کرده است و معتقد است که توجه به کیفیت خدمات، بازتابی از میزان و جهت اختلاف میان درک و انتظارات مشتری می باشد. زایتامل^{۱۱} (۱۹۹۶)، کیفیت خدمات را قضاوت مشتری در مورد وجود کل مزیت ها یا برتری ها می داند. این نوعی نگرش است و در نتیجه مقایسه انتظار ادراک شده و خدمات انجام شده به دست می آید. کیفیت خدمات و رضایت مصرف کننده یکی از مهم ترین عوامل رقابت در کسب و کار، برای ارائه دهندگان خدمات است. رضایت مشتری برای مدتی طولانی یک عامل اصلی و هدفی مهم در تمامی فعالیتهای کسب و کار، شناخته شده است. مشتریان راضی بیشتر مایل به ارائه بازخورد و تبلیغات توصیه ای هستند. سازمان هایی که به سطح بالاتری از کیفیت خدمات دست می یابند، سطوح بالاتری از رضایتمندی را به عنوان مقدمه ای برای کسب مزیت رقابتی پایدار خواهند داشت (حسینی و قادری، ۱۳۸۹). منشأ اصلی مزیت رقابتی سازمانها، پایداری، تعهد و کیفیت خدمات است. نیروی انسانی متعهد و پایبند به سازمان و اهدافش حیاتیترین عنصر راهبردی سازمان است (تقی زاده و سلیمانی، ۱۳۹۴). مدیران سازمانها باید توجه ویژه ای به سرمایه های انسانی خود داشته باشند، چراکه عملکرد سازمان وابسته به عملکرد کارکنانش است. روابط قوی بین سازمان و کارکنان میتواند انگیزه کارکنان نسبت به شغل و تمایل برای ارائه خدمات بهتر به مشتریان را بهبود بخشد (سید جوادین و همکاران، ۱۳۹۳). جهانی شدن، فناوری اطلاعات، تنوع نیروی کاری مدیران منابع انسانی را با مشکلات و مسائلی روبرو کرده است، بزرگترین چالش پیشروی مدیران پدیده بدبینی سازمانی است. بسیاری از مشکلات و مسائل مربوط به کارکنان که اثرات منفی را برای سازمان فراهم می آورد، محصول بدبینی سازمانی است. مطالعات نشان می دهد که بدبینی سازمانی مرتبط با اثراتی است که می تواند به شدت موفقیت سازمان را تضعیف کند. بدبینی سازمانی منجر به؛ افزایش فرسودگی احساسی، رفتارهای ضد تولیدی، کاهش عملکرد، روحیه) و رفتار ضد شهروندی شود. کارکنانی که دچار بدبینی شده اند تأثیر زیادی بر سازمان دارند. آنها میتوانند سازمان را از رسیدن به اهدافش باز دارند. هویت سازمانی، یک ابزار استراتژیک برای رسیدن به هدفها و چشم اندازه است. هویت سازمانی مربوط به تجارب و ایده هایی است که اعضا به طور کلی از سازمان دارند (موسوی حجازی و

1. Organizational cynicism

2. Mete

3. Karadag et al

4. Nafei & Kaifi

5. Kalagan & Aksu

6. Kim & et al

7. Lin

8. akbaba

9. carman

10. Lee et al

11. Zeithaml

مرادی، ۲۰۰۸). هنگام ورود به سازمانها، مانند دوره پذیرفته شدن به عنوان یک عضو در جامعه، هرچه ارزشهایی که دیگران درباره فرد، موفقیت و مقام سازمانی او ابراز می کنند، همخوانی بیشتری داشته باشد، تنظیم هویت سازمانی آسان تر صورت می گیرد. به عبارت دیگر هرچه نظرات و ارزشهای فرد درباره شغل، وظایف شغلی و جایگاه سازمانی اش با نظرات و ارزشهای دیگران تفاوت بیشتری داشته باشد، احتمال ایجاد حالت ابهام نقش و در نتیجه اختلال در ایجاد هویت سازمانی بیشتر خواهد بود (آهتچیان و براتلو، ۲۰۱۵). رضایت شغلی مجموعه احساس هایی است که هر فرد درباره شغل خود دارد. رضایت شغلی در کارکنان سازه ای چند وجهی است که شامل رضایت از درآمد و حقوق، کار، سرپرست، فرصتهای شغلی، مزایا، تجربه های حرفه ای و روابط با همکاران می شود (غلامعلی لواسانی و همکاران، ۲۰۱۷). رضایت شغلی از دو بعد مورد توجه است که عبارتند از الف-رضایت درونی که از دو منبع تأثیر می پذیرد نخست، احساس لذتی که انسان صرفاً از انجام کار عیدش می شود، دوم احساس لذتی که بر اثر مشاهده ی پیشرفت و یا انجام مسئولیتهای اجتماعی و به ظهور رساندن تواناییهای فردی به انسان دست میدهد. ب) رضایت بیرونی که با شرایط محیط کار ارتباط دارد و هر لحظه در حال تغییر و تحول است (نصرآبادی و همکاران، ۲۰۰۹). بر اساس بررسی انجام شده علیرغم اهمیت موضوع بدینی کارکنان، تلاشهای کم و پراکنده ای به صورت تئوری یا تجربی درباره بدینی و تأثیرات آن در سازمانها، در ایران وجود دارند. با توجه به تمام موارد ذکر شده درباره بدینی سازمانی، کیفیت خدمات، رضایت شغلی و هویت سازمانی در این پژوهش در صدد بررسی تأثیر بدینی سازمانی بر کیفیت خدمات ارائه شده با میانجی گری رضایت شغلی و تعدیلگر هویت سازمانی می باشد. در کسب و کار امروزی که دانش یک قدرت مهم است، منابع انسانی به عنوان یک سرمایه گذاری مهم تلقی می شود که زمینه را برای اثربخشی و کارایی کسب و کار فراهم می کند. واضح است که رسیدن به اهداف سازمانی با کارکنانی که به موقع سر کار حاضر می شوند، از غیبت اجتناب می کنند و با سازمان یکی شده اند و برای آن کار می کنند، بسیار آسان است. در این راستا پولات^۱ (۲۰۱۳) اعتقاد دارد که اگر سازمانها تنها بهره‌وری را در نظر بگیرند و رفتار انسانی و احساسات آنها را نادیده بگیرند، این امر غیرقابل اجتناب است که کارکنان احساس ناامنی می کنند و نگرشها و احساساتی منفی را نسبت به سازمانشان توسعه می دهند. بدینی در مفهوم سازمانی، بدگمانی است که بین تعداد زیادی از کارکنان وجود دارد. مفهوم کلیدی بدینی سازمانی باور به این است که سازمان دارای درستی و امانت نیست. صنعت بیمه در اقتصاد ایران، به لحاظ نقایص بازار سرمایه، نقش کلیدی در تجهیز مصارف سرمایه گذاری دارد. در واقع، صنعت بیمه در اقتصاد ایران را می توان مهمترین پل ارتباطی میان عرضه و تقاضای منابع سرمایه دانست؛ به حدی که، هرگونه نقصان در ساختار این بخش و ناکارآمدی عملکرد آن زمینه های بروز اختلال در سایر بخش ها را نیز فراهم می آورد (صادق پور، ۱۳۹۳). بنابراین دانستن آنکه مصرف کنندگان خدمات بیمه با استناد به چه عواملی اقدام به انتخاب شرکت بیمه دلخواه خود می نمایند مسئله ای است که تمامی شرکتهای بیمه به دنبال پی بردن به این عوامل هستند. صنعت بیمه ایران نیز در دهه های اخیر به سوی رقابتی شدن پیش می رود (نورایی و نظری، ۱۳۹۳). در سالهای اخیر نیازهای مشتریان در رابطه با سطوح کیفیت خدمات مورد توجه قرار گرفته اند و ارائه خدمات با کیفیت به مشتریان به عنوان ابزار دستیابی به مزیتهای رقابتی استفاده می شود (ونوس و صفاییان، ۱۳۸۴). از جمله این مزیتها میتوان به وفاداری مشتری، ایجاد موانع رقابتی، ارائه محصولات و خدمات متمایز، کاهش هزینه های بازاریابی، و بهبود استراتژیهای قیمتگذاری اشاره کرد (روستا و همکاران، ۱۳۸۳). کیفیت خدمات در ادبیات پژوهش به طور کلی به معنی ارزیابی خدمات توسط مشتریان و یا میزان ارضای نیازها و انتظارات آنهاست. عرصه رقابتی در نظام بیمه بسیار پیچیده و دشوار می گردد و در پیش بینی های بازار آینده وضعیت بس پیچیده تر را ترسیم می نماید، اینجاست که اگر به عرصه رقابتی و راهکارهای منطقی و هوشیارانه توجه نشود، کم کم از صحنه رقابت حذف می شوند (سیدنقوی و همکاران، ۱۳۹۱). در چند سال اخیر اکثر شرکتهای بیمه اقدام به دایر کردن واحدهای بازاریابی و پژوهش بازار کرده اند که این خود دلیلی روشن بر حرکت این صنعت به سوی رقابتی شدن است، بدون تردید در آینده نزدیک شاهد شدت یافتن آن نیز خواهیم بود. بنابراین شناخت عوامل موثر بر کیفیت ارائه خدمات در صنعت بیمه حائز اهمیت و یکی از مسائلی که در این زمینه بسیار مهم می باشد محبت نیروی انسانی است که عنصر کلیدی و مهم شرکت است. بدینی و هویت سازمانی یکی از مهمترین برنامه های مدیریت منابع انسانی محسوب می شود و در این راستا پژوهشهایی نیز انجام گرفته است که بیشتر در زمینه رابطه بدینی سازمانی و کیفیت ارائه خدمات یا رابطه هویت سازمانی و رضایت شغلی بودند. من جمله مقدم و محمدی میمند (۱۳۹۷)، قنبری و عرفانی زاده (۱۳۹۶)، غریبی و همکاران (۱۳۹۶)، پروری و همکاران (۱۳۹۵)، بهمنی و همکاران (۱۳۹۵)، عبدالمهدی و علیجان نوده پشنگی (۱۳۹۵)، مرادی و جلیلیان (۱۳۹۵)، شهرزاد و محمد (۲۰۱۸)، بلینی و همکاران (۲۰۱۵)، ییلدیز و سالیکی (۲۰۱۴)، چیاپرو (۲۰۱۳) و نافی (۲۰۱۳) که همگی به بررسی رابطه هویت سازمانی با رضایت شغلی یا بدینی سازمانی با کیفیت ارائه خدمات یا با هویت سازمانی پرداخته اند ولی تا به حال تحقیقی در زمینه در نظر گرفتن نقش میانجی رضایت شغلی و تعدیلگر هویت سازمانی در رابطه تأثیر بدینی سازمانی بر کیفیت ارائه خدمات در هیچ کجای دنیا انجام نشده و در این زمینه خلا تحقیقاتی زیادی دیده می شود.

¹ . Polat

چهار چوب نظری پژوهش

بدبینی سازمانی

بدبینی سازمانی، یکی از موضوعات مهم رفتاری است که بر عملکرد کارکنان و در نهایت بر کارآمدی و اثربخشی سازمان مؤثر می باشد. مطالعات اندکی در زمینه بدبینی در محیط کار و بررسی سوابق مربوط به بدبینی پرداخته اند. کانتر^۱ و میرویس^۲ در سال ۱۹۸۹ در کتاب خود با نام «آمریکایی های بدبین»^۳ عنوان کردند که ۴۳ درصد از کارگران آمریکایی بدبین هستند. این کارگران علاوه بر بی اعتمادی نسبت به مدیران اعتقاد داشتند که در محیط کار با آنها عادلانه برخورد نمی شود. به دنبال انتشار این کتاب، مقالات گوناگونی در زمینه بدبینی سازمانی نوشته شد. برخی از علل بدبینی کارکنان نسبت به سازمان که در این مقالات بیان شده اند شامل این موارد هستند: کوچک سازی، پرداخت بیش تر به مدیران، تغییرات مدیریت نشده و رویکردهای تیم (زارع و همکاران، ۱۳۹۲). یافتن این موضوع که چه متغیرهایی با بدبینی سازمانی مرتبط هستند، می تواند در تصمیم گیری به مدیران کمک شایانی نماید. پژوهش ها نشان می دهند که کارکنان بدبین دارای بهره وری پایین تری هستند و رضایت شغلی و تعهد سازمانی کمتری دارند. احتمال مشارکت آنها در تغییرات سازمانی کمتر است و از روحیه پایین تری برخوردارند (حقیقی کفاش و همکاران، ۱۳۹۰).

تعریف بدبینی: بدبینی طرز تفکر و شیوه ای از زندگی است که از یونان باستان سرچشمه گرفته است. در مورد این که واژه بدبینی^۴ از کجا آمده است، شک و تردید وجود دارد. برخی معتقدند که واژه بدبینی از «کیون»^۵ لغتی یونانی به معنای «سگ» آمده است و بدبینان را به سگی تشبیه می کند که هرگاه رفتاری را مطابق با عقاید خود نمی بینند، شروع به «پارس کردن»^۶ می کنند. برخی دیگر معتقدند که واژه بدبینی از «سینوسارجز»^۷ (شهری در نزدیکی آتن) که اولین مدرسه بدبینان در آن جا تأسیس شد، آمده است. در فرهنگ عامه^۸ واژه بدبینی دیدگاه های افرادی را توصیف می کند که منافع فردی را به عنوان عامل اصلی انگیزش رفتارهای انسانی می دانند و به خلوص نیت، فضیلت انسانی و نوع دوستی به عنوان انگیزاننده های انسانی اعتقادی ندارند. اسکار ویلد^۹ تعریف خود از افراد بدبین را این گونه عنوان می کند: «فردی که قیمت همه چیز را می داند، ولی ارزش هیچ چیز را نمی داند»^{۱۰}. در فرهنگ لغت انگلیسی آکسفورد نیز بدبینی این گونه تعریف شده است: «حالتی که در آن اعمال و انگیزه های انسان در صداقت و خوبی دروغ پنداشته می شود».

بدبینی سازمانی: محققان سازمانی تعاریفی در مورد بدبینی سازمانی ارائه داده اند. تعاریف این گروه عموماً شامل اندیشه های بدبینانه در مورد آینده و ناامیدی از دیگران یا خود است این رو یکرد بیش تر بر اساس رفتارها یا انتظار پایه ریزی می شود. در این بخش نگرش ها به عنوان چارچوبی هستند که می توانند به ایجاد تصویری دقیق از بدبینی سازمانی کمک کنند. این قسمت را با بررسی اجمالی نگرش ها آغاز می کنیم سپس دیدگاه های نظری گوناگون که به اجزای مختلف نگرش پرداخته اند، مورد بررسی قرار می گیرند، در نهایت تعریفی از بدبینی سازمانی ارائه می گردد (آذر و همکاران، ۱۳۹۲).

کیفیت ارائه خدمات

مهمترین هدف مراکز خدماتی، ارائه خدماتی رضایت بخش، مقرون به صرفه، مطابق با استانداردهای علمی کیفیت تعاریف متعددی دارد، ولی نکته مهم در بحث کیفیت، در خصوص اندازه گیری یا سنجش آن است، که این امر به دلیل ذهنی بودن کیفیت مراقبت ها برای استفاده کنندگان از مراقبت های بهداشتی، بسیار مشکل است. زیرا استفاده کنندگان از خدمات، کیفیت را براساس عوامل مختلفی از جمله برداشت آنها از مهارت و تبحر ارائه کنندگان خدمت، میزان معلومات خودشان، تجارب قبلی استفاده از خدمت، تجارب دوستان و آشنایان، برداشت و تلقی آنها از محیط و فضای مراقبت و ارزشهای شخصی، تعیین می نمایند. کیفیت مراقبت های بهداشتی عبارت است از درجاتی از خدمات ارائه شده به افراد و جوامع که احتمال نتایج مطلوب را افزایش داده و مطابق با دانش حرفه ای روز باشد. کرازبی (۲۰۰۹) یکی از نظریه پردازان کیفیت می گوید: کیفیت رایگان است آن چه هزینه دارد کیفیت پایین است. کیفیت توسط مشتریان یک سازمان تعیین می شود. مفهوم کیفیت ریشه در کار متخصصین صنعتی دارد. اهمیت کیفیت از سال ۱۹۵۰ به بعد مورد توجه قرار گرفت. تلاش اولیه روی بخش تولید متمرکز بوده است و بعدها بخش های خدماتی را نیز در بر گرفت. مشهورترین و کلیدی ترین رهبران نظریه کیفیت که تاثیر اساسی در صنعت امروز جهان داشتند. فلیپ کرازبی، جوزف جوران و ادوارد

1- Kanter

2- Mirvis

3- The Cynical Americans

4- Cynicism

5- Kyon

6- Bark

7- Cynisarges

8- Popular culture

9- Oscar Wilde

10- "A man who knows the price of everything and the value of nothing."

دمینگ و ایشیکاوا می باشند. کرازبی^۱ (۲۰۰۹): کیفیت را تطبیق یک محصول یا خدمت با الزامات یا ویژگی ها و استانداردهای از پیش تعیین شده، تعریف می کند. جوران^۲ (۲۰۰۶): کیفیت یک کالا یا خدمت را مناسب بودن آن کالا یا خدمت برای هدف یا استفاده خاصی که منظور شده، تعریف می کند. او برای ارتقای کیفیت یک رویکرد سه مرحله ای دارد که عبارتند از (روستا، ۱۳۹۰): طراحی کیفیت، کنترل کیفیت، ارتقای کیفیت. همچنین جوران (۲۰۰۶)، برای کنترل کیفیت بر استفاده از روشهای آماری تأکید بسیار دارد. کلس معتقد است که کیفیت خدمات، سه بعد فیزیکی، موقعیتی و رفتاری را در بر می گیرد. به عبارت دیگر، کلس معتقد است که کیفیت خدمات عبارت است از تمرکز بر چیزی که به مشتریان تحویل داده می شود، موقعیتی که خدمات در آن ارائه می شود و اینکه آن خدمات چگونه ارائه می شود.

رضایت شغلی

امروزه با توجه به رقابت روزافزون و گسترده در سطح کسب و کارها، سازمان هایی در این حوزه پیشرو و موفق خواهند بود که در انجام و برآورده ساختن نیازها و خواسته های مشتریان خود نسبت به سایر رقبا سریع تر عمل کرده و بیش از پیش رضایت مشتریان را جلب نمایند (جعفری، ۱۳۹۲). رضایت شغلی متغیری در زمینه روانشناسی محیط کار است که بیشتر از سایر متغیرها مورد پژوهش و پژوهش قرار گرفته است و با بسیاری موارد همچون؛ مسائل روانشناختی، عوامل سازمانی و طراحی شغل مرتبط است این قسمت شامل تعریف کلیدی رضایت شغلی، نظریه های اصلی مرتبط با رضایت شغلی، و همچنین انواع و مسائل مربوط به اندازه گیری رضایت شغلی است. تا بر و آلیگر براساس پژوهش انجام شده در بین کارکنان موسسه آموزشی آمریکایی دریافتند که میزان لذت فرد از وظایفش در یک نقش با نمرات رضایت شغلی و رضایت شغلی جهانی (هرچند ضعیف) در ارتباط است. همچنین دریافتند که سایر اقدامات (مانند میزان تمرکز مورد نیاز برای شغل، میزان نظارت و اهمیت کار) هیچ تأثیری بر رضایتمندی نداشتند. اکثر سازمان ها برای رضایت کارکنان تلاش می کنند، اما همه به آن دست نیافتند. به همین دلیل برای متخصصان منابع انسانی مهم است که در مورد عواملی که می تواند رضایت کارکنان را افزایش دهد، و چگونگی حصول به موفقیت کلی در شرکت، بیشتر بدانند.

هویت سازمانی

هویت سازمانی، یک ابزار استراتژیک برای رسیدن به هدف ها و چشم اندازهاست. هویت سازمانی مربوط به تجارب و ایده هایی است که اعضا به طور کلی از سازمان دارند. هویت سازمانی از جمله نگرش های کارکنان است که پس از دهه ۱۹۸۰ به خط مقدم مطالعات سازمانی انتقال یافته و درک مدیران را از رفتار کارکنان و سازمان افزایش داده است. هویت سازمانی به حدی اشاره می کند که کارکنان یک سازمان، خود را از طریق ویژگیهای مشابهی که باور دارند مشخصه سازمانی است، تعریف می کنند. (امیرخانی و آغاز، ۱۳۹۰). این سازه، نشان دهنده روش های خاصی است که از طریق آنها افراد خودشان را بر حسب عضویتشان در یک سازمان خاص تعریف می کنند. هویت سازمانی، مفهومی است برای توصیف رابطه بین فرد با سازمانی که در آن کار می کند. صاحب نظران این عرصه، هویت سازمانی را چنین تعریف می نمایند: ادراک یکی بودن (متعلق بودن) با سازمان، جایی که افراد خود را بر اساس خصوصیات سازمانشان تعریف می کنند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۳). بسیاری از پژوهش های انجام شده در زمینه هویت سازمانی مبین این نکته اند که هویت سازمانی، از عوامل مؤثر بر افزایش عملکرد سازمانی و بهره وری در سازمان هاست. همچنین نتایج پژوهش برگمی و باگری (۲۰۰۰) نشان داد کارکنانی که احساس هویت یکسانی با سازمان خود دارند، تفکرات مثبت و رفتارهای مفیدی در برابر محیط کار خود نشان می دهند. با این که افراد ممکن است با گروه های سازمانی متعددی هویت بگیرند اساسی ترین هویت های سازمانی هویت با سازمان به شکل کلی و هویت با واحد کاری است که افراد در آن بیشتر فعالیت های شغلی روزانه شان را انجام می دهند؛ بنابراین افراد علاوه بر این که هویت سازمانی دارند یک هویت معینی نیز با واحد کاری دارند که به آن «هویت تیمی»^۳ گفته می شود (رحیم نیا و نیکخواه، ۱۳۹۰). هویت تیمی توجه زیادی را از طرف روانشناسان، جامعه شناسان و محققان دیگر دریافت کرده است. وجود انواع هویت ها در سازمان مانند هویت سازمانی و هویت گروه کاری، با رفتارهای فرانشی بیشتری همراه است. هویت تیمی و گروه های کاری به عنوان ساز و کارهای مطرح، عامل مهمی هستند که می توانند با هویت سازمانی مرتبط باشند (اللهیاری، ۱۳۹۰).

مقدم و محمدی میمند (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان « اثر بدبینی سازمانی بر گرایش به رفتارهای انحرافی» ابتدا به بررسی تأثیر بدبینی سازمانی بر گرایش به رفتارهای انحرافی در بین کارکنان یکی از شرکت های پیمانکاری نفتی منطقه عسلویه و پس از آن به تأثیر سبک رهبری تبدالی در تعدیل این اثر پرداختند. حجم جامعه آماری ۲۱۰ نفر بوده که بر اساس فرمول کوکران تعداد ۱۳۶ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها نشان داد که بدبینی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری بر گرایش به رفتارهای انحرافی کارکنان دارد و سبک رهبری تبدالی این اثر را تعدیل می کند. قنبری و عرفانی زاده (۱۳۹۶) در پژوهشی با هدف و عنوان «بررسی نقش اعتماد سازمانی در تعدیل بدبینی سازمانی کارکنان» با نمونه ۲۶۰ نفری که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی از جامعه آماری کلیه کارکنان دانشگاه بوعلی سینا همدان انتخاب شدند و نشان دادند که اثر اعتماد سازمانی بر بدبینی سازمانی منفی و معنی دار است. همچنین نتایج تحلیل مسیر نشان داد که اثر اعتماد به همکاران بر بعد عاطفی بدبینی منفی و معنی دار است، ولی بر ابعاد رفتاری و شناختی بدبینی معنی دار نیست. اثر اعتماد به مدیریت بر ابعاد عاطفی، رفتاری و شناختی بدبینی منفی و معنی دار است. اثر اعتماد به محیط کاری بر ابعاد عاطفی و رفتاری بدبینی معنی دار نیست ولی بر بعد شناختی بدبینی

1 - Crazbi

2 - Joran

3 - Team Identification

منفی و معنی دار است. پروری و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «مطالعه رابطه هویت سازمانی و ابعاد سه گانه آن با بدینی سازمانی کارکنان (مطالعه ای در بین کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان قزوین)» با هدف شناخت هویت سازمانی و ارتباط آن با بدینی سازمانی را انجام دادند، که از لحاظ هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان قزوین با ۲۳۱ نفر میباشد که از این تعداد، ۱۶۳ نفر به روش نمونه برداری تصادفی طبقه ای انتخاب شد. نتایج پژوهش نشان داد که بین هویت سازمانی و سه مولفه احساس عضویت، وفاداری و مشابهت با بدینی کارکنان رابطه منفی و معناداری ($r = -0.621$) وجود دارد. همچنین بررسی شاخص های برازندگی مدل بیانگر این بود که مدل ساختاری پژوهش از برازندگی قابل قبولی برخوردار است.

شهرزاد و محمد^۱ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «مدل رابطه بین بدینی سازمانی و رفتار کاری منحرف: شواهدی از بخش بانکی در پاکستان» به بررسی رابطه بین بدینی سازمانی، فرسودگی شغلی و رفتار کاری پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که بدینی سازمانی با فرسودگی شغلی و رفتار کاری منحرف رابطه مثبتی وجود دارد. بین فرسودگی شغلی با رفتار کاری منحرف نیز رابطه مثبتی وجود دارد. بلینی و همکاران^۲ (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «تأثیر قوی محیط بر بدینی سازمانی و مشارکت در کار» به بررسی رابطه بین تناسب، مشارکت در کار و بدینی سازمانی پرداختند. تأثیر مثبت محیط بر مشارکت در کار و تأثیر منفی بر بدینی سازمانی، فرضیه ای است که در این پژوهش مورد ارزیابی قرار گرفته است. نمونه آماری این پژوهش شامل ۲۴۷ نفر از کارکنان ادارات دولتی ایتالیا بود. نتیجه اصلی این پژوهش، تجزیه و تحلیل رابطه چند متغیره بین استراتژی (که یک ساختار مربوطه در روانشناسی محیطی است) و ساختارهای مرتبط با آن از زمینه کاری و روانشناسی سازمانی (یعنی مشارکت در کار و بدینی در محل کار) است. یلدیز و سالیکی^۳ (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «تأثیر بدینی سازمانی بر بیگانگی شغلی» به بررسی تأثیر بدینی سازمانی بر بیگانگی شغلی در سازمانهای بازرگانی مادرید پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که بدینی سازمانی تأثیر مثبتی بر ابعاد بی مفهومی و انزوای از خودبیگانگی دارد. بعد عاطفی بدینی سازمانی تأثیر مثبتی بر ابعاد غربت و انزوای از خودبیگانگی دارد. بعد رفتاری بدینی سازمانی نیز تأثیر مثبتی بر بعد غربت از خودبیگانگی دارد. نتایج داده های جمعیت شناختی نیز نشان داد که بدینی و از خودبیگانگی با توجه به جنسیت، درآمد، و موقعیت افراد تفاوتی ندارد. چیاپرو^۴ (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «پیش زمینه ها و پیامدهای بدینی سازمانی کارکنان یک فراتحلیل» به بررسی پیش زمینه ها و پیامدهای بدینی سازمانی کارکنان پرداخت. نتایج پژوهش نشان داد که پیش زمینه های بدینی سازمانی کارکنان شامل چهار دسته می باشند که عبارتند از: (۱) عوامل جمعیت شناختی (سن، تحصیلات، جنسیت و سابقه خدمت)، (۲) حالت های کارکنان (احساس مثبت، احساس منفی، بدینی شخصیتی)، (۳) تجربیات مثبت کاری (حمایت سازمانی درک شده، عدالت سازمانی درک شده)، (۴) تجربیات منفی کاری (انحراف از قرارداد روانشناختی، سیاسی کاری سازمانی، خستگی روانی).

تبیین مدل مفهومی پژوهش

بدینی سازمانی یکی از مهمتر پدیده های قرن حاضر در مشکلات سازمانی است. عوامل زیادی در پیدایش این بدینی در سازمان مؤثرند. بدینی سازمانی میتواند منجر به نگرش های منفی نسبت به شغل شود. در کارکنان فاصله روانی نسبت به سازمان به وجود می آورد و اثر منفی بر کارایی سازمان و رضایت شغلی دارد (بلوچی و رستگار، ۱۳۹۴). رابطه بدینی سازمانی با کیفیت ارائه خدمات: روابط قوی بین سازمان و کارکنان میتواند انگیزه کارکنان نسبت به شغل و تمایل برای ارائه خدمات بهتر به مشتریان را بهبود بخشد. ارائه خدمات برتر از طریق حفظ کیفیت بالا، پیش نیاز موفقیت سازمان های خدماتی به شمار می رود. کیفیت خدمات، عامل متمایز کننده و قدرتمندترین اسلحه رقابتی است که بسیاری از سازمان های خدماتی در اختیار دارند. امروزه ارائه کیفیت خدمات برتر از طریق حفظ کیفیت بالا پیش نیاز موفقیت سازمان های خدماتی به شمار می آید. رابطه بدینی با رضایت شغلی: مدیریت اثربخش بدون توجه به سلامت روانی کارکنان امکان پذیر نیست. از جمله پدیده های شایعی که سازمان با آن مواجه می شود، بدینی سازمانی است که موجب کاهش رضایت شغلی کارکنان نیز می شود. ایجاد احساسات منفی، تغییر نگرش کارکنان نسبت به مدیران و سازمان از پیامدهای بدینی سازمانی است و نشانه های بارز این پدیده است. هرچند سازمان با اتخاذ شیوه های گوناگون و فراموشی ابعاد انسانی محیط کار به سطح تولید مورد نظر رسیده اند اما کارکنان این سازمانها ناراضی، بدبین و خشن هستند و در انتظار فرصتی اند تا پریشانی های روانی خود را با کم کاری، پرخاشگری و ایجاد سوانح و حوادث به شیوه ای مخرب نشان دهند و خدماتی بی کیفیت ارائه نمایند. بدینی همچنین در کارکنان فاصله روانی نسبت به سازمان به وجود می آورد و موجب نارضایتی همکاران را نیز از شغل خود فراهم می کند (نافعی، ۲۰۱۳). به طور خلاصه هویت سازمانی سازه های زیر بنایی در رویدادهای سازمانی است، و تبدیل به عامل نهفته بسیاری از رفتارهای سازمانی شده است. در مطالعات پیشین مشخص شد که بین بدینی سازمانی و کیفیت خدمات ارائه شده به مشتری ارتباط وجود دارد؛ اما محقق انتظار دارد که کارکنان تماس با مشتری که دارای بدینی سازمانی هستند رضایت شغلی کمی از انجام وظایف خود داشته باشند، در نتیجه خدمات ارائه شده توسط وی نسبت به کارکنان دیگر از سطح کیفیت پایینتری برخوردار باشد همچنین درک کارکنان از هویت سازمانی نیز این رابطه را شدت می بخشد.

1 - Shahrzad & Mohamad

2 - Bellini et al

3 - Yildiz and Saylikay

4 - Chiaburu

فرضیه های پژوهش

- ۱- بدبینی سازمانی بر کیفیت ارائه خدمات در اداره کل بیمه سلامت همدان به طور معنی دار تأثیر دارد.
- ۲- بدبینی سازمانی بر رضایت شغلی در اداره کل بیمه سلامت همدان به طور معنی دار تأثیر دارد.
- ۳- رضایت شغلی بر کیفیت ارائه خدمات در اداره کل بیمه سلامت همدان به طور معنی دار تأثیر دارد.
- ۴- هویت سازمانی بر کیفیت ارائه خدمات در اداره کل بیمه سلامت همدان به طور معنی دار تأثیر دارد.
- ۵- بدبینی سازمانی بر کیفیت ارائه خدمات با توجه به نقش میانجی رضایت شغلی در اداره کل بیمه سلامت همدان به طور معنی دار تأثیر دارد.
- ۶- بدبینی سازمانی بر کیفیت ارائه خدمات با توجه به نقش تعدیلگر هویت سازمانی در اداره کل بیمه سلامت همدان به طور معنی دار تأثیر دارد.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش، توصیفی-پیمایشی از نوع همبستگی با ماهیت کاربردی و از لحاظ زمانی مقطعی می باشد. در این پژوهش روش پیمایشی جهت گردآوری اطلاعات استفاده شده است، لذا آن را می توان در زمره پژوهش های میدانی قرار داد.

جامعه آماری، حجم نمونه، روش نمونه گیری: جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مدیران و کارکنان بیمه سلامت همدان می باشد که طی استعمال از واحد منابع انسانی تعداد ۵۰۰ نفر گزارش شده است. پس از انجام مطالعه ای مقدماتی روی بخش کوچکی از جامعه آماری شامل ۳۰ نفر از کارکنان و تعیین انحراف معیار، حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران در سطح خطای پنج درصد برآورد می شود. حجم نمونه ۲۱۸ نفر به دست آمد که با توجه به اینکه معمولاً درصدی از پرسشنامه های توزیع شده برگشت داده نمی شود از این تعداد ۲۰۰ پرسشنامه برگشت داده شد و در نهایت تعداد ۱۸۸ پرسشنامه قابل قبول مبنای انجام پژوهش قرار گرفت.

روش نمونه گیری مورد استفاده در این پژوهش، بصورت روش نمونه گیری تصادفی سیستماتیک بوده است.

ابزار جمع آوری اطلاعات: پرسشنامه که خود شامل چهار بخش می باشد. بخش اول مربوط به گویه های بدبینی سازمانی است که شامل ۱۱ گویه از منبع استاندارد دین و همکاران^۱ (۱۹۹۸)، برنزد و همکاران^۲ (۱۹۹۹) و کالاکان^۳ (۲۰۰۹) استخراج شده است؛ بخش دوم به گویه های رضایت شغلی اختصاص دارد که شامل ۱۱ گویه می باشد و از پرسشنامه استاندارد JDI اقتباس گردیده و برای سازمان بومی سازی شد؛ بخش سوم مربوط به گویه های هویت سازمانی است که شامل ۱۰ گویه بوده و از پرسشنامه استاندارد هویت سازمانی چنی^۴ (۱۹۸۳) و از منبع نصر اصفهانی و همکاران (۱۳۹۱) استخراج شده است؛ و نهایتاً بخش چهارم پرسشنامه شامل گویه های مربوط به کیفیت خدمات ارائه شده است که از مدل سروکوال از منبع حیدرنیا و همکاران (۱۳۹۳) استخراج گردیده و شامل ۱۰ گویه می باشد. این بخش از پرسشنامه در کل شامل ۷۵ گویه می باشد و شامل سوالاتی است که در طراحی آنها سعی شده که تا حد ممکن قابل فهم و ساده باشند. گویه های مربوط به پرسشنامه پژوهش در جدول آمده است.

جدول ۱. گویه های اصلی پرسشنامه پژوهش

ابعاد	شماره گویه ها	منابع مورد مطالعه
بدبینی سازمانی	۱۱-۱	کالاکان (۲۰۰۹)
رضایت شغلی	۲۲-۱۲	غلامی فشارکی و همکاران (۱۳۹۰) - JDI
هویت سازمانی	۳۳-۲۳	نصر اصفهانی و آقاپور دهکردی (۱۳۹۱) - چنی (۱۹۸۳)
کیفیت خدمات ارائه شده	۴۴-۳۴	حیدرنیا و همکاران (۱۳۹۳)

^۱ - Dean et al

^۲ - Brandes et al

^۳ - Kalagan

^۴ - Cheney

روایی: روش های متعددی برای تعیین اعتبار ابزار اندازه گیری وجود دارد که در اینجا از اعتبار صوری و محتوایی بهره گرفته شده است. اعتبار محتوا نوعی اعتبار است که معمولاً برای بررسی اجزای تشکیل دهنده یک ابزار اندازه گیری بکار برده می شود. اعتبار محتوای این پرسشنامه توسط نظر افراد دارای تجربه در مورد موضوع و همچنین اساتید دانشگاهی مورد تأیید قرار گرفته است و از اعتبار لازم برخوردار می باشد. در این پژوهش پرسشنامه از منابع معتبر استخراج گردیده است بنابراین دارای حداقل شرایط روایی می باشد همچنین از روش صوری و محتوایی برای تأیید روایی استفاده شده است بدین ترتیب که برای تأیید روایی محتوایی پرسشنامه مخصوص روایی سنتی بین اساتید دانشگاه از جمله استاد راهنما، مدیر گروه و چند تن از اعضای هیات علمی و چند نفر از کارشناسان و مدیران اداره بیمه سلامت همدان توزیع شد و پس از رسیدن به اشباع نظری روایی پرسشنامه ها تأیید گردید. همچنین برای تأیید روایی صوری پرسشنامه میان افراد جامعه آماری توزیع گردید و نظرات ایشان نیز در پرسشنامه اعمال گردید.

پایایی: در این پژوهش برای تعیین پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده می گردد. این روش برای محاسبه همبستگی درونی ابزار اندازه گیری که خصیصه های مختلف را اندازه گیری می کند، بکار می رود. به منظور اندازه گیری قابلیت اعتماد، روش آلفای کرونباخ با استفاده از نرم افزار SPSS ویرایش ۲۳ (۷.23)، استفاده شده است. عدد پایایی بدست آمده در یک نمونه ۳۰ تایی برابر با جدول می باشد.

جدول ۲. ضرایب آلفای کرونباخ

ابعاد	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
بدینی سازمانی	۱۱	۰.۹۰۵
رضایت شغلی	۱۱	۰.۸۶۲
هویت سازمانی	۱۱	۰.۷۱۸
کیفیت خدمات ارائه شده	۱۱	۰.۸۴۶
کل پرسشنامه	۴۴	۰.۷۸۶

همانطور که در جدول فوق مشاهده می شود، تمامی متغیرهای تحت بررسی در این پژوهش ضریب آلفای بالاتر از ۰/۷۰ داشته و به صورت معنادار سنجیده شده است. همچنین ضریب آلفای کرونباخ کل پرسشنامه برابر ۰.۷۸۶ می باشد. لذا پرسشنامه از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

یافته های پژوهش

بررسی نرمال بودن داده ها: بسیاری از آزمون های آماری بر مبنای نرمال بودن توزیع داده ها بنا شده اند و با این پیش فرض بکار می روند که توزیع داده ها در یک جامعه یا در سطح نمونه های انتخاب شده از جامعه مذکور از توزیع نرمال پیروی نماید. بنابراین تحلیل گر لازم است تا قبل از پرداختن به تحلیل های آماری بررسی متغیرها نوع توزیع آن متغیرها را مشخص نماید. از این رو می توان با آزمون کولموگروف - اسمیرنوف به این مهم دست یافت.

برای اطمینان بیشتر از ضریب چولگی و کشیدگی نیز استفاده می شود که نتایج در جدول زیر مشخص است که توزیع داده ها نرمال نمی باشد. بنابراین برای آمار استنباطی باید از روشهای ناپارامتریک و برای استفاده از روش های معادلات ساختاری باید از نرم افزار Smart PLS استفاده شود.

جدول ۳. ضریب چولگی و کشیدگی برای متغیرهای پژوهش

کیفیت	هویت	رضایت	بدینی	ضریب چولگی
۰.۳۰۲	۰.۲۰۰	۰.۴۲۸	۰.۶۹۶	ضریب چولگی
۰.۱۷۷	۰.۱۷۷	۰.۱۷۷	۰.۱۷۷	انحراف معیار خطای چولگی
-۰.۰۷۳	-۰.۱۹۲	۰.۴۲۵	۰.۰۸۱	ضریب کشیدگی
۰.۳۵۳	۰.۳۵۳	۰.۳۵۳	۰.۳۵۳	انحراف معیار خطای کشیدگی

بررسی پرازش مدل های اندازه گیری، با استفاده از مدل معادله ساختاری

روایی همگرا: پس از محاسبه مقادیر AVE مربوط به متغیرهای پژوهش، جدول مقادیر مربوط به روایی همگرا، بصورت زیر تکمیل می شود: از آنجایی که مقادیر AVE بزرگتر از ۰.۵ است لذا روایی همگرایی قابل قبول می باشد.

جدول ۴. مقادیر مربوط به روایی همگرا

روایی همگرا (AVE)	
۰.۵۲۲	بدبینی سازمانی
۰.۵۱۴	رضایت شغلی
۰.۵۰۹	هویت سازمانی
۰.۵۱۳	کیفیت ادراک شده

روایی واگرا با استفاده از روش فورنل و لارکر^۱: این مدل در صورتی روایی واگرای قابل قبول دارد که اعداد مندرج در قطر اصلی از مقادیر زیرین خود بیشتر باشد.

جدول ۵. مقادیر فورنل لارکر

کیفیت ادراک شده	هویت سازمانی	رضایت شغلی	بدبینی سازمانی	
			۰.۷۲۳	بدبینی سازمانی
		۰.۷۱۷	-۰.۶۳۷	رضایت شغلی
	۰.۷۱۳	۰.۲۶۶	-۰.۵۲۳	هویت سازمانی
۰.۷۱۷	۰.۵۷۲	۰.۵۱۶	-۰.۴۸۲	کیفیت ادراک شده

با توجه به مقادیر به دست آمده ملاحظه می شود که مدل روایی واگرای نسبتاً قابل قبولی دارد.

ارزیابی برازش بخش ساختاری مدل

ضریب معناداری (مقادیر t-value): ابتدایی ترین معیار برای سنجش رابطه ی بین سازه ها در مدل (بخش ساختاری)، اعداد معناداری t است. در صورتیکه مقدار این عدد از ۱.۹۶ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه ی بین سازه ها و در نتیجه تأیید فرضیه های پژوهش در سطح اطمینان ۰.۹۵ درصد است.

جدول ۶. مقدار آماره تی برای تأثیر بدبینی سازمانی بر کیفیت ارائه خدمات

P مقدار-	آماره t	انحراف معیار (STDEV)	مقادیر میانگین نمونه (M)	مقادیر بارهای عاملی	
۰.۰۴۰	۲.۰۵۷	۰.۱۲۸	-۰.۲۵۸	-۰.۲۶۳	بدبینی سازمانی -> کیفیت ارائه خدمات
۰.۰۰۰	۱۴.۹۹	۰.۰۴۹	-۰.۷۴۹	-۰.۷۳۷	بدبینی سازمانی -> رضایت شغلی
۰.۰۱۹	۲.۳۴۵	۰.۱۴۷	۰.۳۵۴	۰.۳۴۴	رضایت شغلی -> کیفیت ارائه خدمات
۰.۰۴۳	۲.۰۲۸	۰.۰۹۸	-۰.۲۰۶	-۰.۱۹۹	بدبینی سازمانی*هویت سازمانی -> کیفیت ارائه خدمات

همانطور که از مقادیر آماره t و مقدار p-جدول گویا است، فرضیات مربوط به مقادیر آماره t بزرگتر از ۱.۹۶ و مقادیر p-value کوچکتر از ۰.۰۵، مورد قبول واقع می شود ولی برای فرضیه هایی که آماره t کوچکتر از ۱.۹۶ و مقادیر p-value بزرگتر از ۰.۰۵ است از نظر آماری رد می شود. **تعیین شدت اثر تعدیل گر:** با توجه به اینکه هویت سازمانی رابطه بین دو متغیر بدبینی سازمانی و کیفیت ارائه خدمات را تعدیل می کند، محقق باید گزارش دهد که این میزان تعدیل به چه اندازه ای قوی یا متوسط است. هنسلر و فاسوت^۲ (۲۰۱۰) با استفاده از فرمول اندازه تأثیر کوهن شدت اثر تعدیلی را اندازه گرفته اند:

$$f^2 = \frac{R^2_{\text{model with moderator}} - R^2_{\text{model without moderator}}}{1 - R^2_{\text{model with moderator}}} = \frac{0.537 - 0.413}{1 - 0.537} = 0.268$$

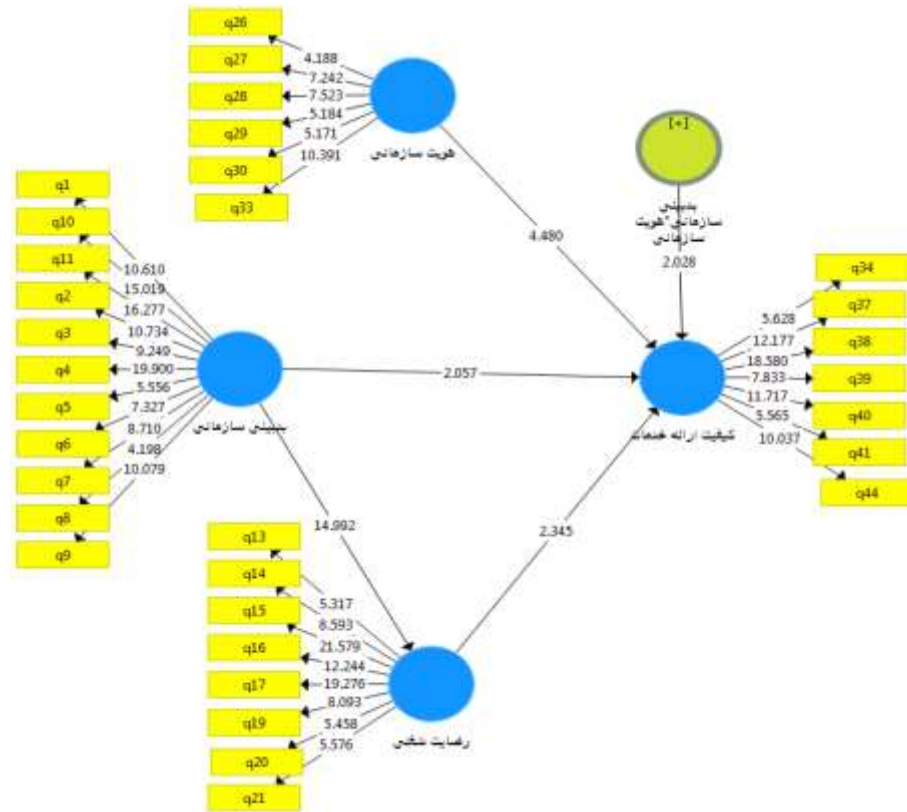
1 . The Fornell-Larcker Criterion

2 - Hensler & Fasott

براساس نظریه کوهن (۱۹۸۸) مقادیر ۰.۰۲، ۰.۱۵ و ۰.۳۵ برای f^2 به ترتیب نشان از شدت تاثیر تعدیلی ضعیف، متوسط و قوی است. بنابراین با توجه به مقدار ۰.۲۶۸ برای f^2 قدرت تعدیل کنندگی هویت سازمانی در رابطه تاثیر متغیرهای بدبینی سازمانی بر کیفیت ارائه خدمات در حد متوسط است.

فرضیه پنجم) بدبینی سازمانی بر کیفیت ارائه خدمات با توجه به نقش میانجی رضایت شغلی در اداره بیمه همدان به طور معنی دار تاثیر دارد.

برای بررسی تاثیر بدبینی سازمانی بر کیفیت ارائه خدمات با توجه به نقش میانجی رضایت شغلی از تحلیل مسیر استفاده می شود. بدین ترتیب که متغیر کیفیت ارائه خدمات به عنوان متغیر وابسته و بدبینی سازمانی و رضایت شغلی به عنوان متغیر مستقل در مدل رگرسیون چندگانه در نظر گرفته می شود؛ همانگونه که در جدول زیر مشاهده می شود با توجه به مقادیر p مقدار تاثیر بدبینی سازمانی و رضایت شغلی بر کیفیت ارائه خدمات به طور آماری در سطح ۰.۰۵ معنی دار است.



شکل ۱. ضرایب معنی داری تی

جدول ۷. مقادیر ضرایب رگرسیون چندگانه برای بدبینی سازمانی و رضایت شغلی بر کیفیت ارائه خدمات

مقدار p	آماره t	ضرایب استاندارد		ضرایب غیر استاندارد		مدل
		Beta	خطای معیار	B	خطای معیار	
۰.۰۰۵	۲.۹۰۱			۲.۰۶۶	۰.۷۱۲	مقدار ثابت (C)
۰.۰۴۵	-۱.۵۶۱	-۰.۲۰۹		-۰.۲۰۶	۰.۱۳۲	بدبینی سازمانی
۰.۰۰۲	۳.۲۶۸	۰.۴۳۸		۰.۴۳۹	۰.۱۳۴	رضایت شغلی

در این جا با استفاده از تست میانجی سوپل به بررسی نقش میانجی رضایت شغلی در رابطه تاثیر بدبینی سازمانی بر کیفیت ارائه خدمات پرداخته می شود؛ خروجی آزمون بدین قرار است:

جدول ۸. تست سوپل برای میانجیگری رضایت شغلی در تاثیر بدبینی سازمانی بر کیفیت ارائه خدمات

مقدار p	آماره سوپل	آماره t	Beta	متغیر
۰.۱۵۹	۱.۴۰۸	-۱.۵۶۱	-۰.۲۰۹	بدبینی سازمانی
		۳.۲۶۸	۰.۴۳۸	رضایت شغلی

با توجه به مقدار p برابر ۰.۱۵۳ ($p\text{-value} \geq 0.05$) نقش میانجی رضایت شغلی تایید نمی شود.

بررسی قدرت برازش مدل مفهومی

معیار R^2 یا R Squares: چین (۱۹۸۸)، مقادیر نزدیک به ۰.۶۷ را مطلوب، نزدیک به ۰.۳۳ را معمولی و نزدیک به ۰.۱۹ را ضعیف ارزیابی می نماید.

جدول ۹. مقادیر ضرایب تعیین

مقدار R^2 تعدیل شده	مقدار R^2	رضایت شغلی
۰.۵۳۷	۰.۵۴۳	
۰.۵۰۴	۰.۵۲۲	کیفیت ارائه خدمات

مقادیر به دست آمده برای R^2 حاکی از برازش معمولی مدل ساختاری می باشد.

جدول ۱۰. مقادیر معیار Red و GOF

میانگین GOF	مقدار GOF	میانگین Red	مقدار Red	رضایت شغلی
۰.۴۹۳	۰.۵۰۲	۰.۲۴۴	۰.۲۵۲	
	۰.۴۸۵		۰.۲۳۵	کیفیت ارائه خدمات

مطابق جدول بالا، میزان تاثیر تغییر پذیری متغیرها در حدود ۲۴٪ بود. همچنین حاصل شدن مقدار GOF برابر ۰.۴۹۳ نشان دهنده برازش قوی مدل کلی بود چون مقدار GOF محاسبه شده بزرگتر از ۰.۳۶ است.

بحث و نتیجه گیری

- به مدیران شرکت بیمه سلامت توصیه می شود که ارزشها را با دقت مدیریت نمایند تا از سرخوردگی و بدینی سازمانی در میان کارکنان ممانعت به عمل آید و از استخدام افرادی که دارای بدبینی عمومی بالاتری هستند جلوگیری شود.
- برای برقراری محیطی صمیمی و دوستانه و مشوق همکاری بین مدیریت و پرسنل در شرکت و ایجاد جو اعتماد، جهت بالا بردن حس مشارکت در امور سازمان تلاش کنند. طراحی نظام ارزشیابی کارکنان به طور دقیق و علمی و دادن حقوق و مزایای عادلانه و براساس عملکرد می تواند به عنوان راهکاری جهت کاهش بدبینی سازمانی پیشنهاد گردد.
- سازمانی میتواند منجر به کاهش تعهد سازمانی، رضایت شغلی، رفتارهای مثبت سازمانی و مشارکت کارکنان در فعالیتها گردد. شناخت عوامل مؤثر در بدبینی سازمانی میتواند به سازمانها در راستای پیشگیری از ایجاد بدبینی در کارکنان نسبت به سازمان کمک شایانی نماید. از سوی دیگر، با درک و شناخت پیامدهای احتمالی بدبینی سازمانی نیز میتوان به وجود بدبینی در بین کارکنان (در صورت وجود) پی برد و برنامه های لازم در جهت کاهش آن را به کار بست.
- با مشاهده علائمی که نشان دهنده پیامدهای بدبینی سازمانی کارکنان در سازمان است، پیشنهاد می شود که ابتدا مدیران اداره بیمه سلامت با برگزاری انواع جلسات، به بررسی عمیق و ریشه ای عوامل شکل دهنده بدبینی سازمانی پرداخته و ضمن دسته بندی عوامل بروز بدبینی سازمانی، به منظور رفع هر دسته از عوامل برنامه ریزی ویژه ای نمایند.
- حقوق و مزایای کارکنان در مقایسه با کار انجام شده مکفی باشد.
- در مقایسه با دیگر کارکنان، حقوق و مزایای کارکنان مکفی باشد.
- امکانات رفاهی به طور عادلانه بین کارکنان توزیع شود.
- استقرار نظام پاداش دهی مناسب برای نظرات و پیشنهادات خلاق؛
- تشکیل کارگاههای آموزشی مهارتهای برقراری ارتباطات برای مدیران و سرپرستان؛
- اتخاذ تصمیمها بصورت گروهی و اهمیت دادن به گروهها و کمیته های کاری در سازمانها؛

منابع

- استوارت، گرگ ال؛ براون، کنت جی، (۱۳۹۱)، مدیریت منابع انسانی: پیوند استراتژی و عمل، مترجم: دکتر سید محمد اعرابی و دکتر مرجان فیاضی، ناشر: مهکامه، ویرایش اول، چاپ سوم
- امیرخانی، طیبه؛ آغاز، عسل (۱۳۹۰)، تأثیر ادراک کارکنان از عدالت سازمانی بر هویت سازمانی آنان مورد مطالعه: دانشگاههای تهران، علامه طباطبائی، تربیت مدرس در تهران، دانشور رفتار، ۱۸(۵۰): ۲۴۵-۲۶۲.
- اللهیاری، محبوبه، حمیدی، مهرزاد، همتی نژاد، مهرعلی، اللهیاری، فاطمه، (۱۳۹۰)، رابطه هویت سازمانی و عوامل اجتماعی-جمعیت شناختی با رفتار شهروندی سازمانی در ورزش، فصلنامه پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۹، صص ۹۵-۱۱۲.

- ایراندوست، منصور، بهمنی، کامیار، نجفی، غزاله، (۱۳۹۳)، بررسی تاثیر هویت سازمانی بر عملکرد شغلی در ادارات امور مالیاتی استان کردستان، همایش ملی مدیریت، فرهنگ سازمانی و منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنجند
- بلوچی، حسین. رستگار، عباسعلی. (۱۳۹۴)، مدلیابی ساختاری- تفسیری از عوامل مؤثر بر بدینی سازمانی. فصلنامه مدیریت سازمانهای دولتی، ۲ (۱۱)، ص ۷۱- ۸
- بهمنی، اکبر، مهدوی‌راد، محمدرضا، بلوچی، حسین، (۱۳۹۵)، بررسی رابطه بدینی سازمانی با کیفیت خدمات ارائه شده کارکنان با نقش میانجی- گری و تعدیل گری تعهد سازمانی، مجله پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۹ (۳۱)، صص ۱۸۶- ۱۶۱.
- پروری، پیمان، نقدی، اسداله، سهرابی، روح اله، (۱۳۹۵)، مطالعه رابطه هویت سازمانی و ابعاد سه گانه آن با بدینی سازمانی کارکنان (مطالعه ای در بین کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان قزوین)، مدیریت منابع انسانی در ورزش، دوره ۳، شماره ۲؛ از صفحه ۱۳۷ تا صفحه ۱۵۰.
- جعفری، ا. (۱۳۹۲)، تأثیر توانمندسازی روانشناختی، رضایت شغلی و استرس شغلی بر تعهد سازمانی (مطالعه موردی: کارکنان ستاد فرماندهی انتظامی استان آذربایجان غربی)، فصلنامه منابع انسانی ناچا، شماره ۴۲
- جعفری‌نیا، سعید، (۱۳۹۶)، سنجش کیفیت خدمات در مؤسسات آموزشی بر مبنای مدل سروکوال، فصلنامه مطالعات منابع انسانی، سال ششم، شماره بیست و سه، صص ۲۰- ۱.
- حسن‌پور، اکبر؛ نوری، روح‌الله؛ کیایی، مجتبی، (۱۳۸۸)، بدینی سازمانی: علل و پیامدهای آن، فرهنگ مدیریت، سال هفتم، شماره نوزدهم، صص ۱۴۲- ۱۱۹.
- حسینی، محمد؛ قاسم زاده، ابوالفضل؛ شیرازی، رحیم (۱۳۹۳)، نقش تعاملی هویت سازمانی و هویت تیمی بر رضایت شغلی و رفتارهای فرانش، فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی، ۹ (۲)، صص ۳۰۴- ۲۸۷.
- حسینی، میرزا حسن، قادی، سمیه، (۱۳۸۹)، مدل عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات بانکی و پیامدهای آن، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۳، پیاپی ۳۶، صص ۸۹- ۱۱۵.
- حقیقی کفاش، مهدی، مظلومی، نادر، میرزامحمدی، فرزانه، (۱۳۹۰)، پیش زمینه ها و پیامدهای بدینی سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان شرکت تجارت الکترونیک پاریسان)، فصلنامه مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ۲۱ (۶۴)، صص ۱۳۹- ۱۱۷
- رحیم نیا، فریبرز، نیکخواه، زهرا، (۱۳۹۰)، تأثیر جو اخلاقی سازمان بر هویت سازمانی و تمایل به ترک خدمت فروشندگان، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، شماره ۴، صص ۱۱- ۱.
- زارع، حمید، حق گوین، زلفا، کریمی اصل، زهرا، (۱۳۹۲)، شناسایی عوامل مؤثر بر بدینی سازمانی و سنجش آن در دانشگاه های دولتی قم، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۱، شماره ۴، صص ۱۸۰- ۱۵۹
- زارعی متین، حسن، (۱۳۹۴)، بررسی عوامل سازمانی مؤثر بر ایجاد بدینی سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان سازمان استاندارد استان قم)، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۵۲، شماره ۵، صص ۱۵۷
- قبرئ، سیروس؛ عرفانی‌زاده، فریبرز. (۱۳۹۶)، نقش اعتماد سازمانی در تعدیل بدینی سازمانی کارکنان، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، ۶ (۲)، صص ۱۴۸- ۱۲۵.
- کاظمی، علی، امیری، زینب، فخری، مجتبی، (۱۳۹۱)، تأثیر معنویت اسلامی بر هویت سازمانی (مورد مطالعه دانشگاه آزاد واحد مازند)، اولین همایش ملی بررسی راهکارهای ارتقاء مدیریت، حسابداری، مهندسی صنایع در سازمان ها.
- محمدزاده، زهرا، رحمان سرشت، حسین، کوشازاده، سیدعلی (۱۳۹۲)، اثر اعتماد شناختی و عاطفی به رهبر بر هویت سازمانی: نقش میانجی اعتماد به سازمان، فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، شماره ۳، صص ۲۰- ۱.
- محمودی میمند، محمد، الهامی، سولماز، (۱۳۹۶)، تأثیر بدینی سازمانی بر مقاومت در برابر تغییرات، نشریه صنعت لاستیک ایران، شماره ۸۴، صص ۴۹- ۵۹
- مرادی، مرتضی، جلیلیان، حمیدرضا، (۱۳۹۵)، عوامل مؤثر بر بدینی نسبت به تغییرات سازمانی و نتایج آن، مطالعات مدیریت بهبود و تحول، دوره ۲۵، شماره ۸۱؛ از صفحه ۱۲۳ تا صفحه ۱۵۰.
- مقدم، علیرضا، محمودی میمند، مهدی، (۱۳۹۷)، اثر بدینی سازمانی بر گرایش به رفتارهای انحرافی، مطالعات مدیریت بهبود و تحول، دوره ۲۷، شماره ۸۹، صص ۸۹- ۷۳.
- مقیمی، سید محمد، (۱۳۸۶)، روش شناسی مورد کاوی و کاربردهای آن در علوم انسانی، روش شناسی علوم انسانی، سال ۱۳، شماره ۵۰.
- میرکمالی، س.م. (۱۳۸۸)، روابط انسانی در آموزشگاه، تهران، انتشارات یسپرون.
- نادری، جلال، جمشیدی، ناصر، زارعی متین، حسن، (۱۳۹۴)، بررسی عوامل سازمانی مؤثر بر ایجاد بدینی سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان سازمان استاندارد قم)، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۵۲، شماره ۵، صص ۵۷۶- ۵۷۱
- نجاری، رضا (۱۳۹۳)، بررسی و تبیین عوامل مؤثر بر بدگمانی به تغییر سازمانی در دانشگاه پیام نور استان مرکزی، فصلنامه مدیریت سازمانهای دولتی، ۲ (۳)، صص ۱۰۲- ۹۱.

- نصراصفهانی، علی. آقاپور دهکردی، طاهره (۱۳۹۱). بررسی رابطه هویت سازمانی با سکوت سازمانی کارکنان مورد مطالعه کارکنان دانشگاه اصفهان. *جامعه شناسی کاربردی*، ۲۴(۵۲)، شماره چهارم.
- Akbaba, A. (2006). Measuring Service Quality in the Hotel Industry: A study in a Business Hotel in Turkey. *International Journal of Hospitality Management*, 25 .
- Bellini, Diego, Tiziana Ramaci, Marino Bonaiuto, (2015). The Restorative Effect of the Environment on Organizational Cynicism and Work Engagement, *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, 2015, 3, 124-135 Published Online September 2015 in SciRes .
- Brandes, P., Dharwadkar, R., & Dean, J. (1999). Does Employee Cynicism Matter? Employee and Supervisor Perspectives on Work Outcomes. Paper Presented at the Eastern Academy of Management, Philadelphia.
- Chen, H. G., Yu-Chih Liu, J., Shin Sheu, T., & Yang, M. H. (2012). The impact of financial services quality and fairness on customer satisfaction. *Managing Service Quality: An International Journal*, 22(4), 399-421.
- Chiaburu, D. S., Peng, A. C., Oh, I-S., Bank, G. C., & Lomeli, L. C. (2013). Antecedents and consequences of employee organizational cynicism: A meta analysis. *Journal of Vocational Behaviour*, 83, 181-197.
- Choobineh, A.S., Arghami, SH., Amirzadeh, F, & Shenasa, A.(2010). General health professional, publication of Iran University of Medical.
- Dormann C, Zapf D. (2001). Social stressors at work, Irritation and Depressive symptoms. *Journal of Occupational and organizational psychology*. 2001;1-12.
- Gray, B. J. (2006). Benchmarking services branding practices. *Journal of Marketing Management*, 22(7-8), 717-758.
- Hassanpour, Akbar-Noori, Ruhollah-Kiaei, Mojtaba, (2009), Organizational Cynicism: Its Causes and Consequences, *Management Culture*, Year Seven, No. 19, pp. 119- 142. [Persian]
- Harris, J.R., & Richard, S.C. (2012). Machine Safety: New & Updated Consensus Standards, *Prof Saf. May*, 57(5): 50-57 .
- Johnson, J. L. O'leary-K. & Anne, M. (2003). The effects of psychological contract breach and organizational cynicism: Not all social exchange violations are created equal. *Journal of Organizational Behavior*, 24: 627-647.
- Kalagan & Aksu (2010). "Organizational cynicism of the research assistants: A Case of Akdeniz University". *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2, 4820-4825.
- Karadag, E., Kilicoglu, G., & Yilmaz, D. (2014). Organizational Cynicism, School Culture, and Academic Achievement: The Study of Structural Equation Modeling. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 14(1), 102-113 .
- Kim, Dan S.; Peng, Ann Chunyan.; Oh, In-Sue.; Banks, George C. & Lomeli, Laura c (2009). "Top management credibility and employee cynicism: A comprehensive model". *Human Relations*, 62(10), 1435-1458.
- Lee, J-H., Kim, H-D, Ko, Y. & Sagas, M. (2010). the Influence of Service Quality on Satisfaction and Intention: A Gender Segmentation Strategy, *Sport Management Review*.
- Lin, w.b. (2007). An empirical of service quality model from the viewpoint of management. *Expert systems with applications*. 32.
- Mete, Y. A. (2013). Relationship between organizational cynicism and ethical leadership behavior: A Study at higher education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 89, 476-483.
- Mohammadnia M, Delgoshai B, Tofighi S, Rihai L, Omrani A. (2010). Nursing Services Quality in Hospitals of Social Security Organization Using Servqual Model. *Hospital Journal.*;8(3):68-74.
- Nafei, W. A., & Kaifi, B. A. (2013). The impact of organizational cynicism on organizational commitment: An applied study on teaching hospitals in Egypt. *European Journal of Business and Management*, 5(12), 131-147.
- Nafi, Wageeh A. (2013). The effect of organizational cynicism on job attituders an empirical study on teaching hospitals in Egypt. *International business research*. 6(7): 52-69.

- Naus, F., Van Iterson, A., & Roe, R. (2007). Organizational cynicism: Extending the exit, voice, loyalty, and neglect model of employees' responses to adverse conditions in the workplace. *Human Relations*, 60(5), 683-718.
- Neves, P. (2012). Organizational cynicism: Spillover effects on supervisor subordinate relationships and performance. *The Leadership Quarterly*, 23, 965- 976.
- Polat, S. (2013). The impact of teachers' organizational trust perceptions on organizational cynicism perception. *Educational Research and Reviews*, 8(16), 1483.
- Shahzad, A. Mahmood, Z.(2018). The Mediating Moderating Model of Organizational Cynicism and Workplace Deviant Behavior: (Evidence from Banking Sector in Pakistan). *Middle East Journal of Scientific Research*, Vol. 12, pp. 580-588.
- Treadway, D. C. Hochwarter, W. A. Ferris, G. R. Kacmar, C. J., Douglas, C., Ammeter, A. P., & Buckley, M. R. (2004). Leader political skill and employee reactions. *The Leadership Quarterly*, 4(15): 493-513.
- Wilkerson, J. Evans, W. & Davis, W. (2008). A test of coworkers' influence on organizational cynicism, badmouthing, and organizational citizenship behavior. *Journal of Applied Social Psychology*. 38 (9): 2273–2292.
- Yildiz, S. and Saylikay, M.(2014). The effect of organisational cynicism on alienation. *Procedia: Social and Behavioral Sciences*, Vol. 109, pp. 622-627.
- Zarei E, Ghazi Tabatabai SM, Rahimi Forushani A, Rashidiyan A, Arab M.(2012). Hospital Services Quality From Patients' Point Of View: A Cross-Sectional Study In Tehran Private Hospitals. *Payavard Salamat. [Research].*;5(4):66-76.

نحوه استناد به مقاله:

علیرضایی؛ مصطفی، مالمیر؛ آمنه، عباسی؛ حمیده. (۱۴۰۰). تحلیل تأثیر بدبینی سازمانی بر کیفیت ارائه خدمات با نقش میانجیگری رضایت شغلی و نقش تعدیل گر هویت سازمانی. *توانمندسازی سرمایه انسانی*. ۴ (۳)، ۱۷۹ - ۱۹۲.

http://jhce.iaurasht.ac.ir/article_686040.html