

شناخت و توصیف الگوی مطلوب معنویت محیط کار و مدیریت ارتباط با مشتری و کیفیت زندگی کاری

حجت شاهرخی^۱، مسعود پورکیانی^{۲*}، سعید صیادی^۳، سنجر سلاجقه^۴، ایوب شیخی^۵

^۱ دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

^۲ استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران (عهده‌دار مکاتبات)

^۳ استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

^۴ استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

^۵ استادیار، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران.

تاریخ دریافت: اردیبهشت ماه ۱۳۹۸، اصلاحیه: مهر ماه ۱۳۹۸، پذیرش: آبان ماه ۱۳۹۸

چکیده

پژوهش حاضر به شناخت و توصیف الگوی مطلوب معنویت محیط کار و مدیریت ارتباط با مشتری و کیفیت زندگی کاری در سازمان بیمه تامین اجتماعی استان کرمان می پردازد. روش تحقیق بر اساس هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی و توسعه‌ای بوده و از حیث جمع آوری داده ها از دسته پژوهش‌های توصیفی-همبستگی می باشد. جامعه آماری این پژوهش، کارکنان شاغل سازمان بیمه تامین اجتماعی استان کرمان به تعداد ۲۰۸ نفر و روش نمونه‌گیری تصادفی-طبقه ای متناسب با حجم جامعه و حجم نمونه ۱۳۲ نفر بوده است. ابزار سنجش و اندازه گیری در تحقیق حاضر پرسشنامه استاندارد بوده و برای روایی سازه از تحلیل عاملی استفاده و برای برآورد ضریب پایایی از ضریب آلفای کرونباخ، پایایی سازه و پایایی مرکب استفاده شده که نمرات مناسب اخذ نموده اند. به منظور آزمون سوالات پژوهش و انجام تحلیل های آماری و ارایه مدل از روش تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی (با استفاده از معادلات ساختاری (SEM)) و نرم افزارهای SPSS و AMOS استفاده شد. نتایج حاصل از پژوهش در مدل ارایه شده نشان داد که معنویت محیط کار بصورت مستقیم با بیشترین اثر و از طریق مدیریت ارتباط با مشتری بصورت غیر مستقیم در سازمان بیمه تامین اجتماعی بر کیفیت زندگی کاری تاثیر مثبت و معنی داری دارند.

واژه‌های اصلی: معنویت محیط کار، مدیریت ارتباط با مشتری، کیفیت زندگی کاری، سازمان بیمه تامین اجتماعی

۱- مقدمه

بسیست و یکم نیازمند سازمان هایی است که اهمیت عمده ای برای منابع انسانی مانند توجه بیشتر به آرمان کارکنان، فرصت هایی برای کشف پتانسیل و حداکثر استفاده از ظرفیت های آنها دارد [۲۰]. علاوه بر این، آنها نیاز به ایجاد راهکارهای مثبت در محیط کار دارند که فراتر از محیط سازمانی گسترش می یابد و ممکن است بر زندگی غیر کاری کارکنان تاثیر بگذارد. کارکنانی که احساس سلامتی جسمی و روحی می کنند قادر به انجام هر دو اهداف فردی و سازمانی هستند [۲۴]. در این خصوص می توان از کارکنان و وضعیت روحی آنها نگرش ها و رفتارهای مثبتی که به طور مستقیم با شرایط کاری مرتبط است انتظار داشت. در جامعه امروز بهبود شرایط کار تبدیل به یکی از مهمترین عوامل برای سازمان ها و کارکنان آن شده است، چرا که این کار نقش حیاتی در زندگی انسان ها ایفا می کند [۲۲، ۳۷]. در نتیجه، این شرایط که برای سازماندهی و مدیریت به طور موثر توسط سازمان ها مورد نیاز

جهان ما ناپایدار، پیچیده و اضطراب آور است. رویکردهای علمی، که بر اساس آن، همه چیز را می توان دقیقاً اندازه گیری و پیش بینی کرد، دیگر نمی تواند این پیچیدگی ها را توضیح دهد. علم می تواند تنها به ما در درک بخشی از تصویر کمک کند و نمی تواند تضمین کند که آنچه ما می بینیم درست است [۳۴]. در طول دو دهه گذشته چالش ها و پویایی محیط کار در نتیجه جهانی شدن، رقابت و تکنولوژی، دیدگاه سازمان ها در خصوص سیاست ها و رویه های مربوط به کارمندانشان را تغییر داده است. همچنین، افزایش عوامل محیطی، ادراکات و انتظارات کارکنان را در مورد چگونگی تشکیل یک سازمان خوب تغییر داده است [۳۸، ۱۸]. از اینرو، در سرتاسر جهان، دیده شده است که سازمان ها شروع به اتخاذ سیاست هایی می کنند که ممکن است تغییراتی در محیط کسب و کار و نیز تقاضای کارکنان آنها رخ دهد. به عبارت دیگر، شرایط کاری قرن

*pourkiani@iauk.ac.ir

است، تحت عنوان کیفیت زندگی کاری مشخص می شود. کیفیت زندگی کاری تبدیل به یک چتر برای سختی فعالیت هایی است که توسط افراد و شرایط کاری تمایز می یابد [۲۹]. مشکلات اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی که دنیای مدرن را برانگیخته است منجر به خودخواهی انسان و از دست دادن محبت و بشریت می شود که این مشکلات موجب احیای جستجوی صلح و یکپارچگی در نوع بشر شده است، کشفی که در واقع یک سفر به سوی معنویت است [۲۵]. فرض شده است که محل کار عرصه ای است که در آن می توان معنویت را بیابد [۲۱،۴۰]. معنویت معمولاً به عنوان یک عنصر اصلی، اعتقادی، احساسی، ارزش یا نگرشی که بر رفتار فرد تاثیر می گذارد مشاهده می شود [۴۱]. معنویت در محل کار به برخی از فعالیت های انسانی مانند شفقت، شادی در محل کار، توسعه فردی، معنی دار بودن، اعتماد، تعهد شغلی، سلامت کارکنان و صداقت اشاره می کند [۴۳]. در واقع معنویت سبب می گردد که افراد به اهمیت نقش های درون سازمان و روابط اجتماعی پی ببرند به طوری که این موضوع می تواند رضایت شغلی را افزایش دهد [۲۸]. در واقع معنویت محیط کار به دنبال ایجاد کار با معنی و با ارزش در سازمان است [۳۲]. بنابراین امروزه بیشتر کارفرمایان به معنویت در محیط کار به عنوان شیوه ای برای افزایش وفاداری و روحیه کارکنان نگاه می کنند [۲۸]. جنبه ممتاز معنویت اینست که همه چیز را در اختیار شما قرار می دهد و تجربه، تعلق متقابل، علاقمندی و عزت نفس را در واحد کار و سازمان به اشتراک می گذارد [۳۰]. همچنین آنچه که امروزه برای سازمان ها ارزش می آفریند ایجاد ارتباط مستمر با مشتری است و سازمان های موفق تنها سازمان هایی هستند که قادر هستند مشتریان دائمی برای خود ایجاد کنند. در حقیقت هر اندازه یک سازمان بتواند ارتباط موثرتری با مشتریان خود برقرار نماید، می تواند فرصت های بیشتری برای کسب مزیت رقابتی در بازار های رو به رشد کنونی برای خود فراهم نماید. سازمان ها با برقراری رابطه ای بلندمدت با مشتریان می توانند به نیازها و ملزومات آن ها پاسخ دهند و رضایتشان را تأمین کنند [۱۲]. محیط های کسب و کار هر ساله تغییر می کند و شیوه های تجارت بازاریابی شاهد تمایل روزافزون به تمرکز روی مشتری و نیازهای اوست [۲۳،۲۷]. تمرکز بر روی محصول و راه حل های ارائه شده به حاشیه رانده شده و به همین دلیل است که دانش مشتری مداری، تمرکز بر مشتری و نیازهای آنها، امکانات مالی و پتانسیل های آنها بسیار مهم است [۴۹]. در سال های اخیر، از نظر نرم افزاری و ضرورت های رابطه سودآور، تمرکز بیشتری روی سیستم مدیریت ارتباط با مشتری مشاهده شده است. یافته های مطالعات مختلف، نیاز به مدیریت ارتباط با مشتری را برای ماندگاری دراز مدت تجارت توجیه کرده است [۴۶]. مطالعات قبلی عموماً بین پیاده سازی سیستم مدیریت ارتباط با مشتری و عملکرد شرکت ها رابطه مثبتی یافته است [۱۹].

۲- ادبیات پژوهش

۲-۱- کیفیت زندگی کاری

کیفیت زندگی کاری عبارت است از بهداشت فیزیکی و روانی خود در محیط کار [۹]. به طور کلی این مفهوم با مجموعه ای از اهداف، شرایط و عملیات سازمانی در ارتباط است که به کارکنان سازمان امکان می دهند عملاً زندگی ایمنی داشته باشند، راضی باشند و فرصتهای بهتری برای رشد و توسعه خود به عنوان انسانهای جداگانه داشته باشند [۱۵]. با این اوصاف ذکر این نکته حایز اهمیت است که بهبود کیفیت زندگی کاری از مهمترین اهداف سازمان و کارکنان در آمده است [۱۶]. رابینز کیفیت زندگی کاری را فرآیندی می داند که در روند اجرای آن، کارکنان و اعضای سازمان می توانند در تصمیم گیری های مربوط طراحی مشاغل که تشکیل دهنده بخشی از زندگی کاری آنان است، مشارکت فعال داشته باشند [۹]. پرداختچی به نقل از مورهد و گریفین کیفیت زندگی کاری را چنین تعریف می کند: میزانی که کارکنان می توانند مهمترین نیازهای خود را از طریق تجربیاتشان در سازمان و محیط کارشان ارضا کنند [۴].

۲-۲- مولفه های کیفیت زندگی کاری والتون

مولفه های کیفیت زندگی کاری از دیدگاه دانشمندان مختلف ارایه شده است، به دلیل اینکه در این تحقیق برای سنجش کیفیت زندگی کاری از الگوی والتون استفاده می شود، در این جا مولفه های الگوی والتون توضیح داده می شود.

- پرداخت منصفانه و کافی: مبلغی که کارمندان در مقابل کار فکری یا جسمی یا هر دو، متناسب با معیارهای اجتماعی، حجم کار و مشاغل مشابه اخذ می کنند. پرداخت مناسب و منصفانه، با توجه به انگیزه، جذب و حفظ کارکنان، به یک جزء اساسی کیفیت زندگی کاری اشاره دارد. پرداخت عادلانه برای جذب کارکنان جدید اهمیت داشته و منجر به رضایت از وضع موجود و جلوگیری از خروج کارکنان از سازمان می شود.

- محیط کار ایمن و بهداشتی: به محیط کار کارکنان اشاره دارد که شامل وضعیت مناسب برای سلامت جسمی و روانی آنها می شود. به عبارت دیگر، این شرایط باید مانند ساعات کار محدود، محیط بی صدا و بی خطر، ایمنی و تجهیزات کافی را شامل شود.

- تأمین فرصت رشد و امنیت مداوم: یکی از عوامل مهم که برای حفظ کیفیت زندگی کاری طبقه بندی شده امنیت شغلی، رشد شخصی، پیشرفت حرفه ای می باشد، که اگر سازمانها این شرایط را فراهم کنند، رضایت شغلی و سازمانی کارکنان را به همراه خواهد داشت [۳۶]. با رشد و توسعه ظرفیت ها و توانایی ها، کارکنان می توانند رضایت دورنی را تجربه کنند و زمانی که تشویق می شوند رضایت و دلگرمی را برای آنها به همراه خواهد داشت.

- وابستگی اجتماعی زندگی کاری: این مولفه مربوط به کارکنان و متعلق به سازمان می باشد. به عنوان مثال اگر کارکنان آزادی، اعتماد به روابط و رعایت رفتار اخلاقی توسط سازمان را درک کنند و سازمان در این خصوص متعهد باشد، کارکنان از زندگی کاری خود راضی خواهند شد. سازمانها نباید در پی سودآوری و بهره وری خود باشند بلکه آنها در برابر جامعه و تمامی افراد آن و نهادهای دیگر اجتماعی مسیولیت دارند و باید بر قوانین حاکم بر اجتماع، ارزش ها و فرهنگ جامعه احترام گذارند

[۱۰].

گروه بندی و حس هدف مشترک ظاهر می شود و تعامل میان کارکنان و همکاران را مورد توجه قرار می دهد. حس اجتماعی بودن بدین معنی است که کارکنان را تشویق کند که برای رفاه جامعه گرد هم آیند.

- تطابق ارزش ها در سطح سازمانی : تطابق یا سازگاری با ارزش های سازمان به معنی تلاش برای پیدا کردن یک حس مشترک بین ارزش های فردی و ارزش هایی است که توسط سازمان حمایت می شود. شناخت ارزش های خود و همسویی با ارزش های سازمان به کارمند کمک می کند تا اقدام درست را در هر شرایطی تعیین کند [۳۱]. آگاهی از فلسفه ها و ایدیولوژی های یک فرد، باعث می شود به بهترین شکل ممکن با دیگران ارتباط برقرار کند و شناخت بهتری نسبت به جهان کسب نماید تا بتواند فرصت هایی را که پیش رو دارد مورد توجه قرار داده و پیشرفت نماید [۳۳].

۲-۴- مدیریت ارتباط با مشتری

مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) یک فلسفه است که می تواند به استراتژی کسب و کار تبدیل شود تا یک رابطه قوی با مشتریان برای دستیابی به وفاداری و در نهایت سودآوری بالاتر کسب کند. مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان یک مفهوم، هماهنگ سازی استراتژی های کسب و کار و اهداف را با بررسی نیازها و درخواست های مشتریان نشان می دهد [۴۷]. مشتریان در مرکز توجه و کانون همه رویدادها و فعالیت های تجاری هستند. بدون استفاده از فناوری های ارتباطات اطلاعاتی مناسب، نمیتوان تجزیه و تحلیل بازار و مشتریان را با کیفیت پیاده سازی کرد، بدین معنا که تغییرات قابل توجهی در دستیابی به بازاریابی، تهیه استراتژی ها و توسعه موسسات وجود دارد. مدیریت ارتباط با مشتری نشان دهنده هماهنگی استراتژی کسب و کار و ساختار سازمانی و فرهنگ سازمانی است، که اطلاعات مربوط به مشتریان را برای دستیابی به مزایا و سود کسب و کار به دست می آورد. مدیریت ارتباط با مشتری یک استراتژی است که فرایند جذب، حفظ و ایجاد مشارکت با بخش های انتخاب شده مصرف کنندگان به منظور ایجاد ارزش برتر برای مشتری و سازمان فراهم آورده و بر اساس یک پایگاه داده خاص و نرم افزار مناسب، فرآیندهای مرتبط با روابط مشتری در زمینه های مختلف، بازاریابی، توزیع، خدمات مشتری، تحقیق و توسعه بهینه سازی و ادغام می کند [۴۲].

۲-۵- مولفه های مدیریت ارتباط با مشتری

مدیریت ارتباط با مشتری شامل مولفه های زیر می باشد:

- جذب، حفظ، گسترش روابط با مشتری: در این حالت سازمان مشوق هایی برای مشتریان فعلی جهت جذب مشتریان بالقوه و تعامل با مشتریان از دست رفته فراهم می کند

- عامل زیرساختاری: مدیران ارشد از فعالیتهای ارتباط با مشتری حمایت میکنند؛ و مدیریت ارتباط با مشتری را برقرار می کنند

- مشتری گرایی: توجه به مشتری در اولویت تمام امور قرار می گیرد [۷].

- فضای کلی زندگی : به عنوان یکی از اجزای حیاتی کیفیت زندگی کاری شناخته شده است که با زمان آزاد کارمند مرتبط است. در شرایط کاری امروز کارکنان از زندگی خود راضی خواهند شد که بین کار و زندگی خود تعادل ایجاد کنند، تعادل کار و زندگی خانوادگی برای پیشرفت حرفه ای و فعالیت های اوقات فراغت نیز مهم است [۳۶].

- یکپارچگی و انسجام اجتماعی در سازمان : یکپارچگی و انسجام اجتماعی به ایجاد فضای کاری به نحوی که کارکنان احساس تعلق به سازمان را داشته باشند، اشاره می کند. وقتی کارکنان وابستگی عاطفی و روانی به سازمان داشته باشند، هویت خود را با سازمان تعیین می کنند، در امور سازمان شرکت کرده، در تصمیم گیری های آن خود را درگیر می سازند و در عضویت در آن لذت می برند.

- قانون گرایی در سازمان : قانون گرایی به حق و حقوق کارکنان اشاره دارد و این که چگونه آنها را در سازمان محافظت می کند. با این حال، این حقوق را می توان به عنوان یک حریم خصوصی فردی، قوانین کار و رفتار نابرابر توزیع پاداش و مزایا و داشتن آزادی بیان برای مسائل سازمانی طبقه بندی کرد.

- توسعه قابلیت های انسانی : استفاده و توسعه ظرفیت های انسانی بدین معنی است که سازمان ها تمایل دارند محیط کاری جهت کارکنان فراهم نمایند که فرصت های یادگیری و استقلال به آنها می دهد که این شرایط باعث رضایت شغلی کارکنان و کاهش استرس و افزایش عملکرد شغلی می گردد.

۲-۳- معنویت محیط کار

معنویت یک مفهوم چند بعدی است که در مراحل اولیه رشد و توسعه قرار دارد و تعریف مشترک و واحدی برای آن وجود ندارد با توجه به پیچیدگی ساختار معنویت محیط کار تعریف دقیق که مورد تایید و رضایت همگان باشد بسیار بعید است. هیچ تعریفی واحدی در مورد تعاریف معنویت در محل کار وجود ندارد، اما یک موضوع مشترک وجود دارد که همه آنها را با توافق بر این واقعیت پیوند می دهد که معنویت یک مساله چند بعدی است که به دنبال چیزی معنی دار و هدفمند در زندگی می باشد [۲۶، ۴۸]. فازی بودن، ابهام و پیچیدگی ساختار باعث می شود که معنویت موضوع دقیقی برای پژوهش و بررسی باشد.

مدل معنویت در کار ارایه شده توسط میلیمن، ژاپلسکیو و فرگوسن: میلیمن و همکارانش معنویت را با سه بعد مفهوم سازی نمودند که عبارتند از:

- کار با معنی در سطح فردی: کار معنی دار، یک طراحی شغلی را ارایه می دهد که مشخصات حرفه ای ارزشمند و قابل توجهی را به خود اختصاص می دهد. کار معنی داری بدین معنی است که شخص کاملاً به کار جذب شده و با از دادن احساسش نسبت به خود با کار یکی شده است. این بدین معنی است که ارتباط عمیق بین زندگی درونی و بیرونی ایجاد می گردد و کارکنان با اشتیاق تلاش می کنند از نقاط قوت و مهارت خود برای انجام موثر کار اقدام نمایند.

- حس اجتماعی بودن در سطح گروهی: این حس در قالب روحیه تیمی،

۳- پیشینه پژوهش

باقری مجد، میلانی و فلاح فرامرزی (۱۳۹۶) در مقاله خود با عنوان بررسی نقش میانجی کیفیت زندگی کاری بر رابطه بین معنویت در محیط کار و بهره‌وری کارکنان در نظام آموزش عالی به این نتایج دست یافته‌اند که معنویت در محیط کار به صورت مستقیم و غیرمستقیم با نقش واسطه‌ای کیفیت زندگی کاری بر بهره‌وری کارکنان اثرگذار است و همچنین کیفیت زندگی کاری نیز بر بهره‌وری کارکنان تاثیر قابل توجهی دارد [۲].

باقری و احمدی (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای تحت عنوان بکارگیری روش‌های هوشمند در بهبود مدیریت ارتباط با مشتری با رویکردی بر مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری (ECRM) نشان دادند که بر مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری با امکان گسترش جغرافیای جذب مشتری در توسعه کسب و کار و نیز رسیدگی به نیازهای مشتریان کمک شایانی می‌کند به شرط آنکه اصول و قواعد استفاده از آن رعایت شود [۳].

تیرگر وهاشمی نژاد (۱۳۹۵) در تحقیقی تحت عنوان بررسی رابطه بین کیفیت زندگی کاری و رضایت شغلی و استرس کارکنان بانک صادرات شعب شهر کرمان نشان داده‌اند که بین کیفیت زندگی کاری و مولفه‌های آن و رضایت شغلی رابطه مستقیم معنی داری وجود دارد [۵].

محمودی (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان رابطه بین کیفیت زندگی کاری با عملکرد سازمانی کارکنان دانشگاه پیام نور استان آذربایجان غربی عنوان کرده‌اند که بین مولفه‌های کیفیت زندگی کاری با هر یک از منظرهای عملکرد سازمانی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد و مولفه‌های پرداخت منصفانه و کافی، محیط کار ایمن و بهداشتی، تامین فرصت رشد امنیت مداوم، قانون‌گرایی در سازمان، وابستگی اجتماعی زندگی کاری، فضای کلی زندگی، یکپارچگی و انسجام اجتماعی و توسعه‌ی قابلیت‌های انسانی رابطه‌ی پیش‌بینی‌کننده و معنی داری با منظرهای عملکرد سازمانی دارند [۱۷].

اسماعیل پور و سعادت علیزاده (۱۳۹۴) در تحقیقی که تحت عنوان بررسی تأثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر ابعاد کیفیت رابطه از دیدگاه مشتریان صنعت بیمه ایران انجام داده‌اند به این یافته‌ها رسیده‌اند که مدیریت ارتباط با مشتری تأثیر مثبت و معناداری بر ابعاد کیفیت رابطه داشته است. این بدان معناست هنگامی که مشتریان درک بهتری از اقدامات مدیریت ارتباط با مشتری داشته باشند دیدگاه مثبت تری نسبت به کیفیت رابطه با شرکت خواهند داشت، بنابراین رضایت، اعتماد و تعهد آنان به شرکت افزایش می‌یابد [۱].

سلیمی و همراهی (۱۳۹۴) در پژوهشی تحت عنوان مدل سازی معادلات ساختاری اثر معنویت محیط کار بر رفتار شهر وندی در دانشگاه علوم پزشکی شیراز نشان داد تمامی مولفه‌های معنویت محیط کار باعث بهبود رفتار شهروندی در کارکنان دانشگاه علوم پزشکی شیراز می‌شود [۸].

عامریان (۱۳۹۳) در پایان نامه خود با عنوان بررسی رابطه بین معنویت در کار مدیران و نظام مدیریت منابع انسانی از دیدگاه کارکنان (مطالعه

موردی بیمارستان‌های شاهرود) نشان داد معنویت در محیط کار می‌تواند منجر به اقدامات منابع انسانی شود [۱۱].

اسمیت رجپان و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیقی با "عنوان بررسی تاثیر معنویت در محیط کار و تغییرات شغلی" عنوان کرده‌اند معنویت در محیط کار برای موفقیت هر سازمان بسیار ضروری است و به کارکنان کمک می‌کند که ارتباط خود را با سیستم کاری خود بهبود بخشیده و حس و معنی در کار و زندگی خود پیدا کنند. این موضوع به آنها کمک می‌کند که در کار خود انگیزه داشته و آنها در این کار باقی بمانند. سازمان‌ها باید به تقویت معنویت محیط کاری توجه کنند که به کارکنان کمک خواهد کرد که در کارشان ابقا شوند [۴۴].

میلندا جانسون (۲۰۱۷) در پایان نامه دکتری خود با عنوان "تاثیر معنویت محیط کار بر استرس کارکنان تحصیلات تکمیلی" با بررسی ابعاد معنویت در محل کار - زندگی درونی، کار معنی دار و جامعه و تاثیر بر استرس کار در کارکنان دانشگاه نشان داده است که معنویت در محیط کار باعث کاهش استرس کار در محیط شده و رابطه معنی داری بین این دو وجود دارد [۳۵].

جین لانگ لیانگ، شیانگ پنگ لان، جی ژائو سی، بله تانگ وو هو (۲۰۱۷) در تحقیقی با عنوان "رابطه بین معنویت محیط کار و کیفیت زندگی رفاهی و روانشناختی خوب" که به بررسی وضعیت زندگی رفاهی و کیفیت زندگی کاری و معنویت محیط کار معلمان می‌پردازند به این نتیجه رسیده‌اند که معنویت در محیط کار باعث می‌گردد تا احساس آنها نسبت به زندگی و محیط بهتر باشد و روابط این افراد با دیگران صمیمی تر بوده و احساس تعلق سازمانی و مشارکت در کارهای گروهی و کمک به سایر کارکنان داشته و زندگی اجتماعی موفق و مثبت تری داشته باشند [۳۹]. پرفسور شنمگاساندارام و خانم سرلیخا (۲۰۱۷) در تحقیق خود در خصوص مدیریت ارتباط با مشتری در بیمه، عنوان نموده‌اند برای دستیابی به سی.آرام. موفق، یک شرکت باید درک کند که چه چیزی و چرا برای مشتریان مفید است تا آنها را برای مدت طولانی حفظ کنند. مشتریان تنها به ارزیابی نیازهایشان اهمیت می‌دهند و میزان موفقیت سی.آرام. بستگی به کیفیت سی.آرام. دارد [۴۵].

۴- سوالات پژوهش

ابعاد ارایه شده جهت معنویت توسط اندیشمندان و پژوهشگران متفاوت می‌باشد، از آنجایی که میلیمن و همکارانش (۲۰۰۳) سه بعد برای سنجش معنویت در محیط کار مطرح کرده‌اند که متناظر با سه سطح فردی، گروهی، و سازمانی می‌باشد و عبارتند از: کار با معنی در سطح فردی، حس اجتماعی در سطح گروهی، و تطابق با ارزش‌های سازمان در سطح سازمانی، در این تحقیق از آنها استفاده شده است. مدیریت ارتباط با مشتری شامل مؤلفه‌های جذب، حفظ، گسترش روابط با مشتری، زیر ساختاری، مشتری‌گرایی می‌سند زیر می‌باشد که از تحقیق رضاپور (۱۳۸۹) استخراج شده است و کیفیت زندگی کاری با مولفه‌های ارایه شده توسط والتون مورد بررسی قرار گرفته است که در شکل ذیل بصورت مدل مفهومی ارایه شده‌اند:

- شناخت و توصیف رابطه معنویت محیط کار و مدیریت ارتباط با مشتری در سازمان بیمه تامین اجتماعی استان کرمان
- شناخت و توصیف رابطه معنویت محیط کار و کیفیت زندگی کاری در سازمان بیمه تامین اجتماعی استان کرمان
- شناخت و توصیف رابطه مدیریت ارتباط با مشتری و کیفیت زندگی کاری در سازمان بیمه تامین اجتماعی استان کرمان

۵- روش شناسی پژوهش

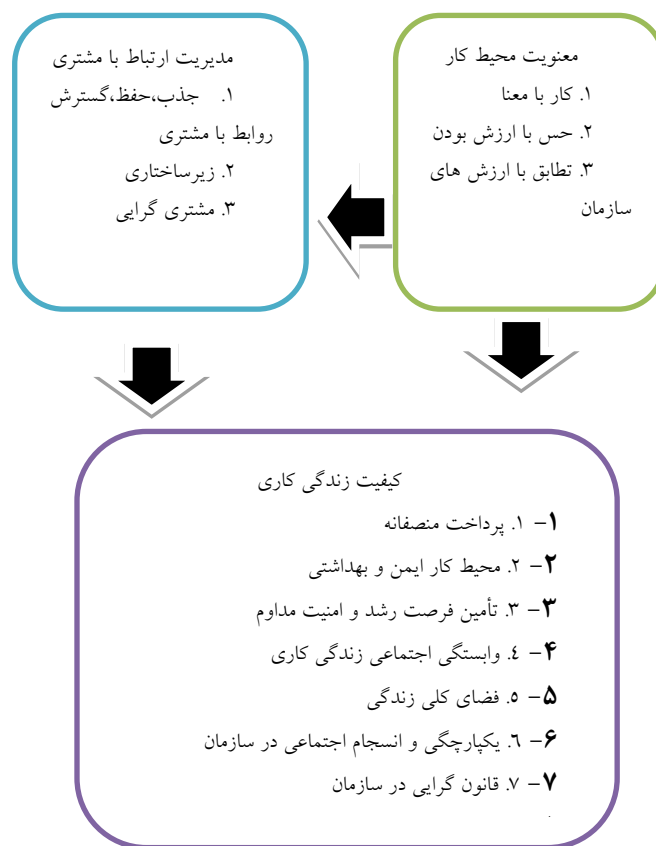
این تحقیق از نوع هدف جز پژوهش‌های کاربردی و توسعه‌ای است. در تحقیق حاضر گردآوری داده‌های موردنیاز ادبیات و پیشینه پژوهش از روش کتابخانه‌ای و مراجعه به اسناد و مدارک صورت گرفته و بر اساس نحوه گردآوری داده‌ها، این تحقیق از دسته پژوهش‌های توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش، کارکنان شاغل در سازمان بیمه تامین اجتماعی استان کرمان به تعداد ۲۰۸ نفر می باشد. روش نمونه‌گیری مورد استفاده در این تحقیق روش نمونه‌گیری تصادفی-طبقه‌ای متناسب با حجم جامعه است. با در نظر گرفتن احتمالات مربوط به غیرقابل استفاده بودن تعدادی از پرسشنامه‌های تکمیل شده، در مجموع ۱۴۰ پرسشنامه در محدوده موردنظر به صورت اتفاقی و در ساعت‌های مختلف روز توزیع شد که در نهایت ۱۳۲ پرسشنامه مبنای تحلیل‌های آماری قرار گرفت. نرخ بازگشت پرسشنامه‌ها ۹۴ درصد بود و ۶ درصد پرسشنامه‌ها برگشت داده نشده‌اند. به منظور گردآوری اطلاعات در این تحقیق از سه نوع پرسشنامه استفاده شده است.

- پرسشنامه معنویت در محیط کار میلمن و همکاران (۲۰۰۳). برای سنجش معنویت در محیط کار با استفاده و اقتباس از پرسشنامه استاندارد میلمن و همکاران، استفاده شده است که این پرسش‌نامه شامل ۲۰ سوال و بر روی طیف لیکرتی ۵ درجه هست و معنویت محیط کاری را در مولفه‌های معنادار بودن کار، احساس همبستگی، همسویی با ارزش‌های سازمان می‌سنجد.

- پرسشنامه مدیریت ارتباط با مشتری که از تحقیق خانم فاطمه رضا پور (۱۳۸۹) استخراج شده است که این پرسشنامه شامل ۱۴ سوال و بر روی طیف لیکرتی ۵ درجه است و مدیریت ارتباط با مشتری را در مولفه‌های جذب، حفظ، گسترش روابط با مشتری، زیر ساختاری، مشتری‌گرایی می‌سنجد.

- پرسشنامه کیفیت زندگی کاری با مولفه‌های آرایه‌شده توسط والتون، این پرسشنامه شامل ۲۷ گویه است که در آن برای سنجش کیفیت زندگی کاری از هشت مولفه مدل والتون استفاده می‌شود.

در این پژوهش، برای برآورد ضریب پایایی، از روش ثبات درونی استفاده شده است. پایایی درونی پرسشنامه معنویت محیط کار، مدیریت ارتباط با مشتری و کیفیت زندگی کاری با استفاده از آلفای کرونباخ محاسبه شده و با توجه به اینکه مقادیر آلفای کرونباخ بالاتر از (۰/۷) قرار گرفته است پایایی درونی تمامی بُعدها مورد تأیید قرار گرفت. مقدار این آماره‌ها نشان می‌دهد که پرسشنامه‌ها از پایایی بالایی برخوردارند.



شکل (۱): مدل مفهومی پژوهش (محقق ساخته)

سوالات تحقیق:

- ۱- وضعیت معنویت محیط کار در سازمان بیمه تامین اجتماعی استان کرمان چگونه است؟
- ۲- وضعیت مدیریت ارتباط با مشتری در سازمان بیمه تامین اجتماعی استان کرمان چگونه است؟
- ۳- وضعیت کیفیت زندگی کاری در سازمان بیمه تامین اجتماعی استان کرمان چگونه است؟
- ۴- آیا بین معنویت محیط کار و مدیریت ارتباط با مشتری در سازمان بیمه تامین اجتماعی استان کرمان رابطه وجود دارد؟
- ۵- آیا بین معنویت محیط کار و کیفیت زندگی کاری در سازمان بیمه تامین اجتماعی استان کرمان رابطه وجود دارد؟
- ۶- آیا بین مدیریت ارتباط با مشتری و کیفیت زندگی کاری در سازمان بیمه تامین اجتماعی استان کرمان رابطه وجود دارد؟

اهداف تحقیق:

- شناخت و توصیف معنویت محیط کار در سازمان بیمه تامین اجتماعی استان کرمان
- شناخت و توصیف مدیریت ارتباط با مشتری در سازمان بیمه تامین اجتماعی استان کرمان
- شناخت و توصیف کیفیت زندگی کاری در سازمان بیمه تامین اجتماعی استان کرمان

۶- یافته های پژوهش

در این قسمت با استفاده از رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری به بررسی الگوی پیشنهادی پژوهش و رابطه معنویت محیط کار و مدیریت ارتباط با مشتری با کیفیت زندگی کاری پرداخته شده است که نتایج آن در ادامه آمده است.

طریق متعددی برای برآورد نیکویی برازش الگو با داده های مشاهده شده وجود دارد که در این پژوهش برای ارزیابی نیکویی برازش الگو از معیارهای ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)، کای اسکور بهنجار شده (CMIN/DF)، شاخص نیکویی برازش (GFI)، شاخص نیکویی برازش اصلاح شده (AGFI)، شاخص برازش تطبیقی (CFI)، شاخص برازش بهنجار شده (NFI)، شاخص تاکر- لوییس (TLI) و شاخص برازش افزایشی (IFI) استفاده شده است. پژوهشگران برای شاخص ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب (RMSEA) مقدار پایین تر از ۰/۰۸ را نشان دهنده برازش مناسب الگو می دانند [۱۳]. هم چنین پژوهشگران مقدار کای اسکور بهنجار شده (CMIN/DF) مناسب را کمتر از ۵ قابل قبول می دانند [۱۳]. نمرات شاخص نیکویی برازش (GFI)، شاخص نیکویی برازش اصلاح شده (AGFI)، شاخص برازش تطبیقی (CFI)، شاخص برازش بهنجار شده (NFI)، شاخص تاکر- لوییس (TLI) و شاخص برازش افزایشی (IFI) نیز بین صفر تا یک است که هر چه به یک نزدیک تر باشد نشان دهنده برازش مناسب الگو است که البته نمرات بالای ۰/۹ مناسب ترین برازش الگو را دارد [۶]. یکی دیگر از پیش فرض های معادلات ساختاری این است که مقیاس اندازه گیری فاصله ای باشد [۱۴]. در این پژوهش تمامی متغیرهایی که وارد مدل شدند تا به بررسی اثرات آن ها پرداخته شود، دارای مقیاس اندازه گیری فاصله ای هستند.

خروجی نرم افزار، نشان دهنده مناسب بودن الگوی پیشنهادی پژوهش است، به طوری که مقدار ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) برابر با (۰/۰۵۸) است، مقدار کای اسکور بهنجار شده (CMIN/DF) برابر با (۲/۷۴۴) است و مقدار شاخص نیکویی برازش (GFI) برابر با (۰/۸۷۸) است. سایر شاخص های برازش الگوی پیشنهادی پژوهش در جدول ۱ آمده است.

جدول (۱): شاخص های برازش الگوی پیشنهادی پژوهش

شاخص	حد قابل قبول	مقدار گزارش شده
ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	برابر یا کوچک تر از ۰/۰۸	۰/۰۵۸
کای اسکور بهنجار شده (CMIN/DF)	برابر یا کوچک تر از ۳	۲/۷۴۴
شاخص نیکویی برازش (GFI)	برابر یا بزرگ تر از ۰/۹	۰/۸۷۸
شاخص نیکویی برازش اصلاح شده (AGFI)	برابر یا بزرگ تر از ۰/۹	۰/۸۰۹
شاخص برازش تطبیقی (CFI)	برابر یا بزرگ تر از ۰/۹	۰/۹۳۶

شاخص	حد قابل قبول	مقدار گزارش شده
شاخص برازش بهنجار شده (NFI)	برابر یا بزرگ تر از ۰/۹	۰/۹۰۴
شاخص تاکر- لوییس (TLI)	برابر یا بزرگ تر از ۰/۹	۰/۹۱۳
شاخص برازش افزایشی (IFI)	برابر یا بزرگ تر از ۰/۹	۰/۹۳۷

نتایج ارایه شده در جدول ۲ نشان دهنده اثر مثبت و معنادار معنویت محیط کاربر مدیریت ارتباط با مشتری (۰/۶۴۳) و کیفیت زندگی کاری (۰/۷۳۹) و همچنین اثر مثبت و معنادار مدیریت ارتباط با مشتری بر کیفیت زندگی کاری (۰/۱۴۱) در سازمان تأمین اجتماعی است.

جدول (۲): ضریب مسیر و معنی داری آن و بررسی فرضیه پژوهش در مدل

تحلیل مسیر اصلی

فرضیه	ضریب مسیر	t مقدار	نتیجه	نوع رابطه
معنویت ← مدیریت ارتباط با مشتری محیط کار	۰/۶۴۳	۶/۵۶۶**	تأیید فرضیه	افزایشی
معنویت ← کیفیت زندگی کاری محیط کار	۰/۷۳۹	۷/۷۵۸**	تأیید فرضیه	افزایشی
مدیریت ارتباط با مشتری ← کیفیت زندگی کاری ارتباط با مشتری	۰/۱۴۱	۱/۸۷۴*	تأیید فرضیه	افزایشی

** مقادیر بزرگ تر از ۱/۹۶ معنادار در سطح ۰/۰۵،* مقادیر بزرگ تر از ۱/۶۴ معنادار در سطح ۰/۱

نتایج جدول ۳ نشان می دهد که معنویت محیط کار علاوه بر تأثیر مستقیم، به طور غیرمستقیم و از طریق مدیریت ارتباط با مشتری نیز بر کیفیت زندگی کاری تأثیر می گذارد. میزان تأثیر مستقیم برابر با (۰/۷۳۹) و میزان تأثیر غیرمستقیم از طریق رضایت شغلی برابر با (۰/۱۱۱) است.

هم چنین بر اساس محاسبات انجام شده مقدار معنی داری از روش بوت استرپ برای بررسی نقش میانجی متغیر مدیریت ارتباط با مشتری برابر (۰/۰۰۱) به دست آمد که بر این اساس، اثر میانجی گری مدیریت ارتباط با مشتری بر رابطه بین معنویت محیط کار و کیفیت زندگی کاری تأیید می گردد.

جدول (۳): اثرات مستقیم، غیرمستقیم و کل در مدل تحلیل مسیر اصلی

فرضیه	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل
معنویت ← مدیریت ارتباط با مشتری محیط کار	۰/۶۴۳	-	۰/۶۴۳
معنویت محیط کار ← کیفیت زندگی کاری	۰/۷۳۹	۰/۱۱۱	۰/۸۵۰
مدیریت ارتباط با مشتری ← کیفیت زندگی کاری با مشتری	۰/۱۴۱	-	۰/۱۴۱

مطلوب قرار گرفته است ($p < 0.05$ -مقدار). به عبارتی، با توجه به میانگین به دست آمده برای این متغیر می‌توان گفت که وضعیت کیفیت زندگی کاری در جامعه مورد مطالعه بالاتر از سطح متوسط مورد سنجش است.

جدول (۶): وضعیت کیفیت زندگی کاری در جامعه مورد مطالعه

سازمان	میانگین	انحراف معیار	آماره t	میانگین نظری = ۳/۰۰	p-مقدار
تأمین اجتماعی	۳/۲۵	۰/۶۷	۴/۲۲		۰/۰۰۱

سؤال چهارم: آیا بین معنویت محیط کار و مدیریت ارتباط با مشتری در سازمان بیمه تامین اجتماعی استان کرمان رابطه وجود دارد؟
نتایج مدل سازی معادلات ساختاری ارائه شده در جدول ۷ نشان دهنده اثر مثبت و معنادار معنویت محیط کار بر مدیریت ارتباط با مشتری (۰/۶۴۳) در سازمان تأمین اجتماعی است.

جدول (۷): ضریب مسیر و معنی داری آن و بررسی فرضیه پژوهش در مدل

تحلیل مسیر اصلی

فرضیه	ضریب مسیر	t مقدار	نتیجه	نوع رابطه
معنویت ← مدیریت ارتباط با مشتری محیط کار	۰/۶۴۳	۶/۵۶۶**	تأیید فرضیه	افزایشی

** مقادیر بزرگتر از ۱/۹۶ معنادار در سطح ۰/۰۵،* مقادیر بزرگتر از ۱/۶۴ معنادار در سطح ۰/۱

سؤال پنجم: آیا بین معنویت محیط کار و کیفیت زندگی کاری در سازمان بیمه تامین اجتماعی استان کرمان رابطه وجود دارد؟
نتایج مدل سازی معادلات ساختاری ارائه شده در جدول ۸ نشان دهنده اثر مثبت و معنادار معنویت محیط کار بر کیفیت زندگی کاری (۰/۷۳۹) در سازمان تأمین اجتماعی است.

جدول (۸): ضریب مسیر و معنی داری آن و بررسی فرضیه پژوهش در مدل

تحلیل مسیر اصلی

فرضیه	ضریب مسیر	t مقدار	نتیجه	نوع رابطه
معنویت ← کیفیت زندگی کاری محیط کار	۰/۷۳۹	۷/۷۵۸**	تأیید فرضیه	افزایشی

** مقادیر بزرگتر از ۱/۹۶ معنادار در سطح ۰/۰۵،* مقادیر بزرگتر از ۱/۶۴ معنادار در سطح ۰/۱

سؤال ششم: آیا بین مدیریت ارتباط با مشتری و کیفیت زندگی کاری در سازمان بیمه تامین اجتماعی استان کرمان رابطه وجود دارد؟
نتایج مدل سازی معادلات ساختاری ارائه شده در جدول ۹ نشان دهنده

سؤال اول: بررسی وضعیت معنویت محیط کار در جامعه مورد مطالعه
H0: معنویت محیط کار در جامعه مورد مطالعه در وضع مطلوب قرار ندارد ($\mu \leq 3$).

H1: معنویت محیط کار در جامعه مورد مطالعه در وضع مطلوب قرار دارد ($\mu > 3$).

با توجه به نتایج حاصل از جدول ۴ می‌توان گفت در جامعه مورد مطالعه متغیر معنویت محیط کار در سازمان بیمه تامین اجتماعی در سطح مطلوب قرار گرفته است ($p < 0.05$ -مقدار). به عبارتی، با توجه به میانگین به دست آمده برای این متغیر می‌توان گفت که وضعیت معنویت محیط کار در جامعه مورد مطالعه بالاتر از سطح متوسط مورد سنجش است.

جدول (۴): وضعیت معنویت محیط کار در جامعه مورد مطالعه

سازمان	میانگین	انحراف معیار	آماره t	میانگین نظری = ۳/۰۰	p-مقدار
تأمین اجتماعی	۳/۴۲	۰/۷۴	۶/۵۳		۰/۰۰۱

سؤال دوم: بررسی وضعیت مدیریت ارتباط با مشتری در جامعه مورد مطالعه

H0: مدیریت ارتباط با مشتری در جامعه مورد مطالعه در وضع مطلوب قرار ندارد ($\mu \leq 3$).

H1: مدیریت ارتباط با مشتری در جامعه مورد مطالعه در وضع مطلوب قرار دارد ($\mu > 3$).

با توجه به نتایج حاصل از جدول ۵ می‌توان گفت در جامعه مورد مطالعه متغیر مدیریت ارتباط با مشتری در سازمان بیمه تامین اجتماعی در سطح مطلوب قرار گرفته است ($p < 0.05$ -مقدار). به عبارتی، با توجه به میانگین به دست آمده برای این متغیر می‌توان گفت که وضعیت مدیریت ارتباط با مشتری در جامعه مورد مطالعه بالاتر از سطح متوسط مورد سنجش است.

جدول (۵): وضعیت مدیریت ارتباط با مشتری در جامعه مورد مطالعه

سازمان	میانگین	انحراف معیار	آماره t	میانگین نظری = ۳/۰۰	p-مقدار
تأمین اجتماعی	۳/۴۲	۰/۶۲	۷/۸۸		۰/۰۰۱

سؤال سوم: بررسی وضعیت کیفیت زندگی کاری در جامعه مورد مطالعه
H0: کیفیت زندگی کاری در جامعه مورد مطالعه در وضع مطلوب قرار ندارد ($\mu \leq 3$).

H1: کیفیت زندگی کاری در جامعه مورد مطالعه در وضع مطلوب قرار دارد ($\mu > 3$).

با توجه به نتایج حاصل از جدول ۶ می‌توان گفت در جامعه مورد مطالعه متغیر کیفیت زندگی کاری در سازمان بیمه تامین اجتماعی در سطح

۷- نتیجه گیری

در جهان امروز، توانایی، قدرت اقتصادی و رفاه هر کشوری، بستگی به استفاده بهینه از منابع، امکانات و نیروی انسانی آن کشور دارد، به طوریکه هر چه نیروی کار شایسته تر و کارآمدتر باشد پیشرفت آن کشور در عرصه های اقتصادی و اجتماعی نیز بیشتر خواهد بود که پژوهش انجام شده نشان می دهد با توجه به ارزش های حاکم بر سازمان بیمه تامین اجتماعی، کیفیت زندگی کاری متاثر از معنویت و مدیریت ارتباط با مشتری که سطح بالایی از تعهد متقابل بین افراد و سازمان بوجود می آورد و بهبود عملکرد سازمانی را از طریق ایجاد مشاغل و محیط های کاری چالشی تر، راضی کننده تر و موثرتر برای افراد در کلیه سطوح سازمانی فراهم می کند و به عنوان یک فرآیند موجب تحقق اهداف از طریق دخالت دادن و مشارکت فعال کلیه افراد سازمان فراهم می نماید و در زندگی خصوصی افراد نیز تاثیر مثبت دارد می تواند سازمان بیمه را در پیاده سازی ارزش های حاکم که شامل ارزش های قانون مندی، پاسخگویی، دانش مداری، دانایی محوری مشتری مداری، عدالت محوری، شایسته سالاری، مسیولیت پذیری، راز داری، خلاقیت، جلب اعتماد ذینفعان، توسعه سرمایه انسانی حمایت نماید و کمک کند تا اهداف خود را به ویژه فن آوری اطلاعات و استاندارد سازی فرآیندها، حداکثر نمودن میزان رضایت مندی بیمه شدگان و پاسخگویی، با فرآیندهای هوشمند، ارائه خدمات کیفی و بهنگام به ذینفعان، افزایش کارایی و ارتقای بهره وری، بهبود کیفیت عملکرد کارکنان، بهبود فرایند حفظ و نگهداشت نیروی انسانی، به نحو احسن پیاده سازی نمایند.

در این پژوهش که شناخت و توصیف الگوی مطلوب معنویت محیط کار و مدیریت ارتباط با مشتری و کیفیت زندگی کاری (مطالعه موردی : سازمان بیمه تامین اجتماعی استان کرمان) انجام شد نتایج حاصل نشان داد که معنویت محیط کار بر مدیریت ارتباط با مشتری و کیفیت زندگی کاری به طور مستقیم و به طور غیر مستقیم از طریق مدیریت ارتباط با مشتری بر کیفیت زندگی کاری در سازمان بیمه تامین اجتماعی تاثیر مثبت و معنی داری دارد. در مدل ارائه شده بیشترین اثر مستقیم بر کیفیت زندگی کاری توسط متغیر معنویت محیط کار بصورت یکسان عنوان شده است که تاثیر غیر مستقیم آن با میانجی بودن متغیر مدیریت ارتباط با مشتری نشان داده شده است.

در این پژوهش بیشترین تاثیر مولفه های متغیر مدیریت ارتباط با مشتری بر متغیر کیفیت زندگی کاری با بالاترین نمره مربوط به مولفه جذب، حفظ و گسترش ارتباط با مشتری و سپس بصورت یکسان مربوط به تاثیر مشتری گرایی و زیر ساختاری می باشد

مولفه های متغیر کیفیت زندگی کاری به ترتیب، توسعه قابلیت های انسانی، تامین فرصت رشد و امنیت مداوم، پرداخت منصفانه، قانون گرایی، محیط کار و ایمن، وابستگی اجتماعی زندگی کاری، فضای کلی زندگی و یکپارچگی و انسجام اجتماعی بیشترین تاثیر مستقیم را از متغیر معنویت محیط کار داشته اند و مولفه های متغیر معنویت به ترتیب، حس با ارزش بودن، کار با معنا و تطابق با ارزش های سازمان،

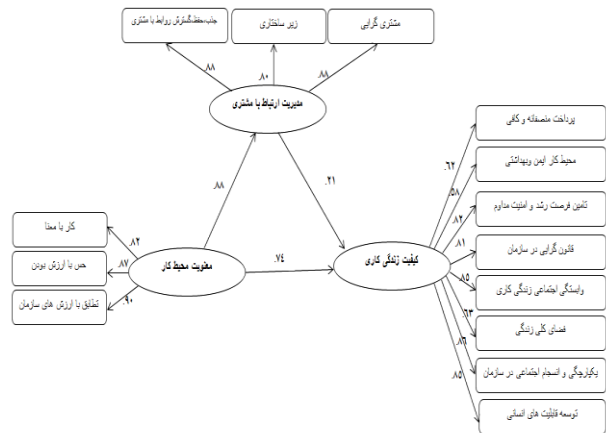
اثر مثبت و معنادار مدیریت ارتباط با مشتری بر کیفیت زندگی کاری (۰/۱۴۱) در سازمان تأمین اجتماعی است.

جدول (۹): ضریب مسیر و معنی داری آن و بررسی فرضیه پژوهش در مدل تحلیل

مسیر اصلی

فرضیه	ضریب مسیر	t مقدار	نتیجه	نوع رابطه
مدیریت ← کیفیت زندگی کاری ارتباط با مشتری	۰/۱۴۱	* ۱/۸۷۴	تأیید فرضیه	افزایشی

** مقادیر بزرگتر از ۱/۹۶ معنادار در سطح ۰/۰۵، * مقادیر بزرگتر از ۱/۶۴ معنادار در سطح ۰/۱
با عنایت به مطالب گفته شده و نتایج حاصل از معادلات ساختاری مدل پیشنهادی ذیل در شکل ۲ جهت معنویت محیط کار، مدیریت ارتباط با مشتری و کیفیت زندگی کاری ارائه شده که با درصد فراوانی ۹۶ مورد تأیید خبرگان قرار گرفت.



شکل (۲): الگوی مطلوب پژوهش

جدول ۱۰ ضریب مسیر و معنی داری آن و بررسی فرضیه پژوهش در مدل تحلیل مسیر اصلی را نشان میدهد.

جدول (۱۰): ضریب مسیر و معنی داری آن و بررسی فرضیه پژوهش در

مدل تحلیل مسیر اصلی

فرضیه	ضریب مسیر	t مقدار	نتیجه	نوع رابطه
← مدیریت ارتباط با مشتری معنویت محیط کار	۰/۶۴۳	** ۶/۵۶۶	تأیید فرضیه	افزایشی
← کیفیت زندگی کاری محیط کار	۰/۷۳۹	** ۷/۷۵۸	تأیید فرضیه	افزایشی
مدیریت ← کیفیت زندگی کاری ارتباط با مشتری	۰/۱۴۱	* ۱/۸۷۴	تأیید فرضیه	افزایشی

** مقادیر بزرگتر از ۱/۹۶ معنادار در سطح ۰/۰۵، * مقادیر بزرگتر از ۱/۶۴ معنادار در سطح ۰/۱

بیشترین تاثیر مستقیم را بر مولفه های کیفیت زندگی کاری داشته اند. نتایج تحقیق حاضر با تحقیقات باقری مجد، میلانی و فلاح فرامرزی (۱۳۹۶) اسماعیل پور و سعادت علیزاده (۱۳۹۴) سلیمی و همراهی (۱۳۹۴) پژوهش اسمیت رجیان و همکاران (۲۰۱۷) جین لانگ لیانگ، شیانگ پنگ لان، جی ژائو سی، بله تانگ وو هو (۲۰۱۷) همراستا می باشد.

۱-۷- پیشنهاد ها

منابع انسانی مهمترین بخش هر سازمان محسوب می گردد و سازمانها درصد هستند برای بهره وری هر چه بیشتر سازمان، از منابع انسانی خود بهترین استفاده را بنمایند. برنامه های کیفیت زندگی کاری شامل هر گونه بهبود در فرهنگ سازمانی است که باعث رشد و تعالی کارکنان در سازمان می شود لذا، نظام ارزشی کیفیت زندگی کاری، سرمایه گذاری بر روی افراد را به عنوان مهمترین متغیر در معادله مدیریت راهبردی مورد توجه قرار می دهد.

از آنجایی که قانون گرای در سازمان تامین اجتماعی کمترین نمره را در بین مولفه های کیفیت زندگی کاری اخذ نموده است لذا موارد ذیل در این خصوص پیشنهاد می گردد:

- ضوابط قانونی هرچه بیشتر رعایت شود، به این معنی که اگر در سازمان ضوابط قانونی حاکم باشد، رفتار افراد برطبق علایق فردی کاهش می یابد، دیگر کسی نمی تواند بنا به نظر شخصی تصمیم گیری نماید و کارها نهادینه می شود و افراد نیز بدون وا همه از انتقام های بعدی حرف های خود را می زنند و سلطه قانونی به جای سلطه انسانی نافذ خواهد بود.

- زمینه ارائه نظرات و پیشنهادات کارکنان ایجاد شود تا بتوانند بدون ترس از عکس العمل منفی مدیران ارشد، انتقادات و پیشنهادات سازنده خود را در راه اعتلای سازمان بردارند.

- برقرار نمودن آرامش نسبی در محیط کار کارکنان و توجه ویژه به مسایل ایمنی و بهداشتی در محیط کار.

همچنین با توجه به نتایج و تحلیل های بیان شده پیشنهادهایی جهت افزایش معنویت در محیط کار در بین کارکنان سازمان تامین اجتماعی ارائه می شود:

- همسو قرار دادن اهداف کارکنان با اهداف سازمان از طریق تبیین واضح رسالت و چشم انداز سازمان برای کارکنان، برگزاری جلسات دوره ایی برای ایجاد همسویی بین اهداف سازمان با کارکنان، ارائه اطلاعات برای تصمیمات گرفته شده.

- به وجود آوردن جوی مناسب در سازمان به طوری که کارکنان خودشان را عضوی از سازمان و واحد کاری احساس کنند. از طریق منصفانه کردن وظایف محوله به افراد، دادن آزادی به افراد در بیان آراء و عقایدشان، صادقانه رفتار کردن مدیران و سرپرستان با کارکنان.

- توجه و تاکید بر سلامت و شرایط زندگی کارکنان از طریق زمانبندی کار و حجم کاری، طوری که کارکنان فرصت کافی برای حضور در کنار خانواده و استراحت را داشته باشند.

- نظر سنجی از کارکنان درباره ارزش های سازمان از طریق دادن آزادی در بیان آراء و عقاید، برگزاری جلساتی با حضور کارکنان در سازمان و تشویق آنان به بحث و گفت و گو درباره ارزش های سازمان.

- به وجود آوردن و تقویت یک حس عمیق معنا و مقصود در کار. از طرفی با توجه به نتایج و تحلیل های حاصل شده و با عنایت به چشم انداز هایی که برای اهداف کلان خود در نظر گرفته است جهت مدیریت ارتباط با مشتری بایست به دو مولفه زیرساختاری و مشتری گرایی توجه بیشتری نشان دهد که پیشنهاد های ذیل ارائه می گردد:

- به کار گیری فناوری های جدید و یکپارچگی تکنولوژیکی بین سیستم ها، استفاده از ابزارهای تحلیلی، استفاده از ابزارهای مشارکتی، مدیریت اطلاعات، مدیریت تماس های مشتری.

- توسعه و بهبود فرآیند های مرتبط با مدیریت ارتباط با مشتری از طریق مهندسی مجدد فرآیند ها.

- تدارک کلاس های مدیریت ارتباط با مشتری با استفاده از صاحب نظران و اساتید دانشگاه، در زمینه مفهوم و اهمیت مدیریت ارتباط با مشتری تا به مدیران درباره ابعاد مدیریت ارتباط با مشتری با تمرکز بر مدیریت منابع انسانی جهت تقویت تفکر سیستمی آگاهی بیشتری داده شود و کارکنان سازمان در زمینه تعامل و تماس با مشتریان دوره های تخصصی و کاربردی را آموزش ببینند تا بتوانند به طور مؤثر با مشتریان ارتباط برقرار کرده و ضمناً توانایی استفاده از فناوری های جدید را دارا باشند.

- جمع آوری اطلاعات بازخورهای غیرمعاملاتی مشتری شامل شکایات، پیشنهادات، ادعاها و غیره و درج آن در سوابق جهت تقویت تعامل با مشتری.

- تقویت فرهنگ مشتری محوری در سازمان و تقویت فرهنگ سازمان تطابق پذیر و پاسخگو.

منابع و مأخذ

- [۱] اسماعیل پور، مجید، سعادت علیزاده، مریم، (۱۳۹۴)، فصلنامه علمی پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، ویژه نامه نخستین کنفرانس ملی، بازاریابی خدمات (با تاکید بر چالشها و راهکارهای بازاریابی در صنعت بیمه)، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری دانشگاه سمنان، اردیبهشت.
- [۲] باقری مجد، روح اله، میلانی، امید، فلاح فرامرزی، محسن، (۱۳۹۶)، بررسی نقش میانجی کیفیت زندگی کاری بر رابطه بین معنویت در محیط کار و بهره وری کارکنان در نظام آموزش عالی، نوآوری های مدیریت آموزشی، بهار، شماره ۴۶، ۳۳-۱۹.
- [۳] باقری، مهدی، احمدی، شهروز، (۱۳۹۶)، بکارگیری روش های هوشمند در بهبود مدیریت ارتباط با مشتری با رویکردی بر eCRM، مطالعات مدیریت و کارآفرینی، بهار، شماره ۱/۱، ۱۱۳-۱۰۷.
- [۴] پرداختچی، محمدحسن، (۱۳۸۴)، مدیریت آموزشی به عنوان قلمرو حرفه ای، فصلنامه مدیریت، سال چهارم، شماره ۱
- [۵] تیرگر، هدایت، هاشمی نژاد، محمدرضا، (۱۳۹۵)، بررسی رابطه بین کیفیت زندگی کاری و رضایت شغلی و استرس کارکنان بانک صادرات شعب شهر کرمان، پژوهشهای جدید در مدیریت و حسابداری، پاییز، سال سوم - شماره ۷

- ۱۷۶-۱۵۵.
- [6] رامین‌مهر، حمید، چارستاد، پروانه، (۱۳۹۴)، روش تحقیق کمی با کاربرد مدل‌سازی معادلات ساختاری، تهران: انتشارات ترمه، چاپ دوم.
- [7] رضاپور، فاطمه، (۱۳۸۹)، بررسی رابطه کیفیت زندگی کاری و مدیریت ارتباط با مشتری، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد واحد سنندج.
- [8] سلیمی، قاسم، همراهی، فرهاد، (۱۳۹۴)، مدل سازی معادلات ساختاری اثر معنویت محیط کاربر رفتار شهر وندی در دانشگاه علوم پزشکی شیراز، مدیریت سلامت، سال هجدهم، شماره ۶۰، ۴۹-۳۷.
- [9] سیدجوادین، سیدرضا، حسقلیبور، طهمورث، آسترکی، سامان، (۱۳۹۵)، بررسی تاثیر شادی بر سلامت اداری با اثر میانجی کیفیت زندگی کاری کارکنان، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، سال پنجم، شماره ۱.۲، ۲۴-۱۰.
- [10] شیرکوند، عطیه، (۱۳۸۶)، بررسی رابطه بین کیفیت زندگی کاری و عملکرد شرکت سهامی بیمه ایران در شهر تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- [11] عامریان، هادی، (۱۳۹۳)، بررسی رابطه بین معنویت در کار مدیران و نظام مدیریت منابع انسانی از دیدگاه کارکنان (مطالعه موردی بیمارستان‌های شاهرود)، مدیریت دولتی، کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهرود.
- [12] عزیززاده، فریبا، بهرامی، حمیدرضا، صزیحی اصفهان، رسول، (۱۳۹۴)، روابط ساختار سازمان و مدیریت ارتباط با مشتری در بانک انصار ارومیه، مجله تحلیل پوششی داده ها و علوم تصمیم‌گیری، ۲۲.
- [13] قاسمی، وحید، (۱۳۹۲)، مدل سازی معادله ساختاری در پژوهش های اجتماعی، تهران: انتشارات جامعه شناسان، چاپ دوم.
- [14] کارشکی، حسین، (۱۳۹۱)، روابط ساختاری خطی در تحقیقات علوم انسانی، تهران: انتشارات آوای نور.
- [15] گرجی مهالبانی، یوسف، پورعینی، مریم، بابایی، مسعود، (۱۳۹۵)، تاثیرات سابقه خدمت، تحصیلات و کیفیت زندگی کاری بر بهره وری نیروی انسانی، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه، شماره ۶۱۴، ۵۲-۳۴.
- [16] الماسی، حسن محمد، لطف الهی زارعی، یسدانی، مریم، (۱۳۹۰)، کیفیت زندگی کاری و عملکرد کارکنان، فصلنامه مدیریت کسب و کار، شماره ۹، سال دوم، بهار ۹۰، ۸۱-۹۰.
- [17] محمودی، علی، (۱۳۹۵)، بررسی رابطه کیفیت زندگی کاری با منظرهای عملکرد سازمانی کارکنان دانشگاه پیام نور استان آذربایجان غربی، تحقیقات جدید در علوم انسانی، تابستان، سال دوم، شماره ۶، ۱۱۸-۱۰۹.
- [18] Ajala, E.M., (2013), **Quality of Work Life and Workers Wellbeing: The Industrial Social Workers Approach**, *Life Psychologia*, 21(2): 46-56.
- [19] Arsić, Siniša, Koviljka Banjević, Aleksandra Nastasić, Dragana Rošulj, Miloš, Arsić. (2019), **Family Business Owner as a Central Figure in Customer Relationship Management**, *Sustainability*, 11: 77.
- [20] Arthi, J., Chitramani, P., (2011), **Impact of Quality of Work Life on Organisational Commitment Among Its Employees in Coimbatore**, *The International Journal's Research Journal of Social Science & Management*, 1(5):154-168.
- [21] Ashmos, D.P., Duchon, D., (2000), **Spirituality at work: a Conceptualization and Measure**, *Journal of management Inquiry*, 9(2):130-145.
- [22] Bahrami, A., Aslani, G., Abdollahi, B., Torabi, N., (2013), **A Study on the Relation Between Quality of Work Life and Four**
- [23] Barreto, T., De Oliveira, B., Pinheiro, P.R., Ferreira, C., Gomes, S., (2018), **The Multicriteria Model Support to Decision in the Evaluation of Service Quality in Customer Service**, In *Software Engineering and Algorithms in Intelligent Systems*, Edited by Silhavy Radek. Cham: Springer International Publishing, pp. 158-67. ISBN 978-3-319-91186-1.
- [24] Barzegar, M., Koochakyazdi, S., Afzal, E., Tabibi, S.J., Delgoshaei, B., (2012), **Relationship between Leadership Behavior, Quality of Work Life and Human Resources Productivity: Data From Iran**, *International Journal of Hospital Research*, 1(1): 1-14.
- [25] Cacioppe, R., (2000), **Creating Spirit at Work: Re-visioning Organization Development and Leadership – Part I**, *Leadership and Organization Development Journal*, Vol. 21, No. 1, pp. 48-54.
- [26] Dehler, G. E., Welsh, M. A., (2003), **The Experience of work: Spirituality and the New workplace**, In: R. A. Giacalone and C. L. Jurkiewicz, eds. *Handbook of Workplace Spirituality and Organizational Performance*. Armonk, NY: M.E. Sharpe, 108-122.
- [27] Erkmén, E., (2018), **Managing Your Brand for Employees: Understanding the Role of Organizational Processes in Cultivating Employee Brand Equity**, *Administrative Sciences* 8: 52.
- [28] Fanggalda, R. E., Suryana, Y., Efendi, N., Hilmiana, (2016), **Effect of a Spirituality Workplace on Organizational Commitment and Job Satisfaction (Study on the Lecturer of Private Universities in the Kupang City -Indonesia)**, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 639-646.
- [29] Ganguly, R., (2010), **Quality of work Life and Job Satisfaction of a Group of University Employees**, *Asian Journal of Management Research*, ISSN 2229-3795: 209-216.
- [30] Harrington, W., (2004), **Worldview Resiliency of Business Degree Graduate Students—An Examination of Spiritual Experiences and Psychological Attitudes**, *Association of Employment Practices and Principals*, p. 119
- [31] Hart, S.E., (2005), **Hospital Ethical Climates and Registered Nurses' Turnover Intentions**, *Journal of Nursing Scholarship*, 37(2), 173-177. doi:10.1111/j.1547-5069.2005.00030.x
- [32] Hassan, M., Bin Nadeem, A., Akhter, A., (2016), **Impact of Workplace Spirituality on Job Satisfaction: Mediating Effect of Trust**, *Cogent Business & Management*, 3(1).
- [33] Howard, S., (2002), **A Spiritual Perspective on Learning in the Workplace**, *Journal of Managerial Psychology*, 17(3), 230-242.
- [34] Izak, M., (2012), **Spiritual Episteme: Sensemaking in the Framework of Organizational Spirituality**, *Journal of Organizational Change Management* 25 (1): 24-47
- [35] Johnson, M. K., (2017), **The Influence of Workplace Spirituality on Work Stress In Higher Education Employees. A Dissertation Proposal Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Education Field of Educational Leadership and Management**, Drexel University.
- [36] Kanten, P., (2014), **Effect of Quality of work life (QWL) on Proactive and Helath Sector**, *The Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences*, Vol.19, No.1, pp.251-274.
- [37] Kanten, S., Sadullah, O., (2012), **An Empirical Research on Relationship Quality of Work Life and Work Engagement**, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 62: 360-366.
- [38] Koonemee, K., Viraku, B., (2007), **Ethics, Quality of Work Life, and Employee Job-related Outcomes: A Survey**, *The IS QOLS Conference San Diego Marriott Mission Valley*, San Diego, California, USA, December 6-9.
- [39] Long Liang, J., Xiang Peng, L., Jie Zhao, S., Tang Wu, H., (2017), **Relationship among Workplace Spirituality, Meaning in Life, and Psychological Well-being of Teachers**, *Universal Journal of Educational Research* 5(6).1008-1013.

- [40] Milliman, J., Czaplewski A, J., fergosen, J., (2003), **Workplace Spirituality and Employee Work Attitudes: An exploratory Empirical Assesmsnt**, Journal of Change Management? , Vol.16(4).426-447.
- [41] Moor, T.W., Casper, W.J., (2006), **An Examination of Proxy Measures of Workplace Spirituality: A Profile Model of Multidimensional Constructs**, Journal of Leadership and Organizational Studies, Vol. 12, No. 4, pp. 109-118.
- [42] Parvatiyar, A., Sheth, J. (2001), **Conceptual Frame Work of Customer Relationship Management**.
- [43] Petchsawanga, P., Duchon, D., (2012), **Workplace Spirituality, Mediation and Work Performance**, Management Department, Faculty Publication, University of Nebraska-Lincoln. Paper 92.
- [44] Rajappan, S., Nair Rohini S., Priyadarshini, M., Kirupa Priyadarshini, M., Sivakumar, V., (2017), **Cogent Business & Management**, 4. 1334419.
- [45] Shanmugasundaram, A., Srilekha, S., (2017), **Customer Relationship Management in Insurance Sector**, IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM) e-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319-7668. Volume 19, Issue 6. Ver. II (June), 31-35.
- [46] Siu, N. Y. M., (2016), **Customer Relationship Management and Recent Developments**, Administrative Sciences 3: 7.
- [47] Stevanovic, S., Gavrilovic, Z., (2018), **Effects of the Application of the Crm Concept to Profitability of Bank**, Economic Temes. 56(3): 283-299.
- [48] Tepper, B. J., (2003), **Organizational Citizenship Behavior and the Spiritual Employee**, In: R. A.Giacalone and C. L. Jurkiewicz, eds. Handbook of Workplace Spirituality and Organizational Performance. Armonk: M.E. Sharpe, 181-190.
- [49] Wu, J., Wang, Y., Zhang, R., Jing, C., (2018), **An Approach to Discovering Product/ Service Improvement Priorities: Using Dynamic Importance-Performance Analysis**, Sustainability 10: 3564.