

بررسی تاثیر رفتار شهروندی سازمانی بر رضایتمندی مشتریان در بیمارستان های خصوصی و دولتی استان قزوین

دکتر محمد جواد کاملی^۱

مریم فرجی^۲

چکیده

افزایش کارایی عملکرد سازمانها و جلب رضایت مشتری مورد توجه اغلب مدیران در سازمانهای بخش خصوصی و دولتی می باشد. از آنجایی که رفتار شهروندی سازمانی می تواند موجب بهبود عملکرد سازمانها شود، از جمله سازمانهایی که ارباب رجوعهای بسیاری دارند، بیمارستانها می باشد لذا توجه به جلب رضایت مشتری توسط کارمندان از اهمیت فوق العاده ای برخوردار می باشد. بنابراین، در این پژوهش با در نظر گرفتن تاثیر ابعاد رفتار شهروندی سازمانی (عوامل فردی، شغلی و سازمانی) بر جلب رضایت مشتری (تصویر، انتظارات، کیفیت درک شده، ارزش درک شده و وفاداری مشتریان) در بیمارستانهای خصوصی و دولتی قزوین مورد بحث و بررسی و آزمون قرار گرفته است. به همین منظور، تعداد ۱۸۹ نمونه تصادفی از جامعه ۶۴۵ نفری کارمندان بیمارستانهای دولتی شهر قزوین انتخاب

۱. استادیار دانشکده علوم انتظامی، تهران، ایران.

۲. کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین.

گردید و با استفاده از ابزار جمع آوری اطلاعات (پرسشنامه که پایایی آن با استفاده از روش صوری (استفاده از نظرات خبرگان) و روایی آن با بهره گیری از آزمون آلفای کرونباخ ۰/۸۲۱ محاسبه شده است تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق روش‌های آماری رگرسیون، ضریب همبستگی، آزمون کروسکال-والیس استفاده شد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که رابطه مثبت و معنی‌داری بین رفتار شهروند سازمانی و رضایت مشتری وجود دارد.

واژگان کلیدی: رفتار شهروندی سازمانی ، رضایت مشتری، عوامل فردی، عوامل شغلی، عوامل سازمانی

مقدمه

در دنیای کنونی اکثر مدیران خواهان کارکنانی هستند که بیش از شرح وظایف خود فعالیت می‌کنند. آن‌ها به دنبال کارکنانی هستند که به فراسوی انتظارات می‌روند، به میل و خواست خود به رفتارهایی دست می‌زنند که جزو وظایف رسمی شغلی‌شان نیست. به طور کلی، آن دسته از رفتارهای شغلی کارکنان که تاثیر زیادی بر اثربخشی عملیات سازمان دارد، مورد توجه بسیاری از مدیران می‌باشد. رفتار شهروندی سازمانی شامل رفتارهای اختیاری کارکنان است که جزو وظایف رسمی آنان نیست و مستقیماً توسط سیستم رسمی به آن‌ها پاداش در نظر گرفته نمی‌شود و میزان اثربخشی کلی سازمان را افزایش می‌دهد. شهروندی سازمانی به فردی اطلاق می‌شود که رفتارهای فراتر از نقش و فراتر از شرح وظایف شغل رسمی خویش از خود بروز می‌دهد. در واقع شهروندی سازمانی علی‌رغم رفتارهای فرانقشی، به دنبال کسب پاداش از سازمان نیست، بلکه از خود گذشتگی شغلی داشته و به این که رفتارهای فرانقشی وی در تعالی سازمان‌اش موثر است باور داشته و تمام تلاش خود را برای بهبود و توسعه سازمان خود مصروف می‌دارد.

با افزایش رقابت تجاری و روند قدرتمند جهانی شدن، نقش مشتری از یک مصرف‌کننده صرف به یک عنصر چند وجهی با نقش مصرف‌کننده، کمک تولیدکننده، کمک ایجادکننده ارزش، کمک توسعه‌دهنده دانش و رقابت‌ها تبدیل شده است. موفقیت در دنیای امروز از آن موسسه‌هایی خواهد بود که تشخیص دهند مشتری بزرگترین سرمایه هر موسسه‌ای

است. (تاج زاده نمین و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۲). امروزه موضوع حفظ و نگهداری و تقویت وفاداری و رضایت مشتریان برای شرکت‌ها، موسسه‌ها و سازمان‌ها به یک دغدغه مهم بدیل شده است. در این شرایط دشوار سازمان‌هایی موفق می‌باشند که رضایت مشتریان خود را کسب کنند و ارزش اضافی به آن‌ها ارائه دهند. از مهم‌ترین عوامل جهت تحقق این هدف به خصوص در سازمان‌های خدماتی، کیفیت خدمات است. تاج زاده و یاری (۱۳۸۹) ریچهلد و ساسر ۱ (۱۹۹۰) بیان کردند ارائه کیفیت خدمات مناسب یکی از راهبردهای اساسی بقای سازمان می‌باشد (رافائلی، زیکلیک و دوست، ۲۰۱۰، ص ۲). رضایت مشتری احساس مثبتی است که در هر فرد پس از استفاده از کالا یا دریافت خدمت ایجاد می‌شود. اگر کالا یا خدمت دریافت شده از سوی مشتری، نیازها و انتظارات او را برآورده سازد، در او احساس رضایت ایجاد می‌شود، در صورتی‌که اگر سطح خدمت و کالا پایین‌تر از سطح انتظارات مشتری باشد، این امر به نارضایتی‌اش منجر خواهد شد (خدایاری و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۲). نتایج مطالعات نشان می‌دهد که مدیران می‌توانند رفتار شهروندی سازمانی را با ایجاد یا بهبود کاری مثبت پرورش دهند، به‌جای اینکه متوسل به زور و اجبار شوند، به فرایندهای انتخاب یا استخدام یا جامعه‌پذیری اتکا نمایند تا این رفتارها را ایجاد نمایند (مقیمی، ۱۳۸۴، ص ۴۱). ماهیت سازمان‌های دولتی که بر منفعت عامه تاکید دارند، رفتارهای خاصی را می‌طلبند. در بخش دولتی این موضوع اهمیت بسیار زیادی دارد که کارکنان سازمان، به سازمان در جهت پاسخگوبودن به ارباب رجوع یاری رسانند (میرزایی اهرنجان، ۱۳۷۷، ص ۶۱).

فعالیت‌های پرستاران در بیمارستان با مشتریان (بیماران) می‌باشد. بیمارستان‌ها ومراکز ارائه دهنده خدمات درمانی از نظر کیفیت خدمات بسیارحائز اهمیت هستند. ازمهم ترین عواملی که می‌تواند رفتارها، نگرش‌ها و تعاملات پرستاران رادرجهت ارائه هرچه بهتر کیفیت خدمات ودرنتیجه جلب رضایت مشتری، به ویژه در بیمارستان‌ها به کارگیرد، رفتار شهروندی سازمانی کارکنان است. چرا که بیمارستان‌ها با توجه به تعداد زیاد ارباب رجوع و حجم زیاد کارها، ناگزیرند توسعه منابع انسانی را سرلوحه فعالیت‌های خود قرار دهند و برای داشتن عملکرد صحیح و تقویت آن، نیازمند کارکنانی اند که دارای روحیه داوطلبانه وظیفه‌شناسی، نودوستی، جوانمردی، احترام و تکریم باشند. این امر، ضرورت توجه به رفتار شهروندی سازمانی در بیمارستان‌ها را بیش از پیش آشکار می‌سازد. در بیمارستان های دولتی و خصوصی استان قزوین ، کارکنان رفتار شهروندی زیادی از خود بروز نداده و این امر، تا حد

زیادی رضایت مشتریان را تحت تاثیر قرار می‌دهند. لذا هدف از انجام این تحقیق پاسخگویی به سوال اصلی تحقیق " رفتار شهروندی سازمانی چه تاثیری بر رضایتمندی مشتریان در بیمارستان‌های دولتی و خصوصی استان قزوین دارد؟" می‌باشد.

مبانی نظری تحقیق: در دنیای پر رقابت کنونی، سازمان‌ها پیوسته در جستجوی شیوه‌های جدیدی برای حداکثر کردن عملکرد و تلاش کارکنان شان هستند. با وجود افزایش استفاده از تکنولوژی اطلاعات، باز هم در عملکرد کارایی سازمان شکاف وجود دارد اکنون قویاً این اعتقاد وجود دارد که عملکرد کارای سازمان تا حدود زیادی به تلاش کارکنان که فراتر از الزامات تعریف شده نقش می‌باشد بستگی دارد. در سال‌های اخیر توسعه تکنولوژی‌های جدید و رشد فزاینده جهانی اقتصاد منجر به رقابت فزاینده و تغییرات سریع در ماهیت کار سازمان‌ها و کارکنان شان شده است. در نتیجه این تغییرات و برای آماده شدن برای تغییرات آینده فشار قابل ملاحظه فزاینده‌ای بر کارکنان برای پذیرفتن مسئولیت برنامه‌ریزی ارتقای شغلی، آموزش و حقوق و مزایا وارد می‌آید. هم‌چنین سازمان‌ها به منظور رقابت در صحنه جهانی، ارضای نیازها و انتظارات مشتریان و سازگاری با ماهیت در حال تغییر شغل، تمایل دارند و در تلاشند تا کارکنانی انتخاب کنند که فراتر از وظیفه و نقش تعیین شده در شرح شغل شان عمل کنند (اسکینک، ۱۹۹۱). حال در این نوشتار قصد بر آن است تا ابتدا تعریف مناسبی از رفتار شهروندی سازمانی و رضایت مشتریان داشته و سپس مولفه‌های تاثیر گذار بر آن به صورت مفصل شناسایی و توضیح داده می‌شود.

مفهوم رفتار شهروندی سازمانی (OCB): باتمان و ارگان (۱۹۸۳) برای اولین بار اصطلاح رفتار شهروندی سازمانی (رفتار شهروندی سازمانی) را وضع کردند و آن را این گونه تعریف نمودند: رفتاری فردی که داوطلبانه است، به طور صریح یا ضمنی توسط سیستم رسمی پاداش برانگیخته نشده است، و کارآیی سازمان را افزایش خواهد داد. هم‌چنین تمایل کارکنان به انجام رفتارهایی که فراتر از الزامات رسمی نقش و جایگاه شان می‌باشد نیز به عنوان یکی از عناصر اصلی تشکیل دهنده رفتار شهروندی سازمانی شناخته شده است. بنابراین می‌توان (رفتار شهروندی سازمانی) را «روغن کاری حرکت ماشینی اجتماعی سازمان» نامید. هم‌چنین کاتز و کان در سال ۱۹۷۸ به رفتارهای فراتر از نقش که موجب افزایش اثربخشی سازمان می‌شود اشاره کرده‌اند. «ارگان» رفتار شهروندی کارکنان را به عنوان

-
1. Schanke
 2. Organizational Citizenship Behavior (OCB)
 3. Organ

اقدامات مثبت بخشی از کارکنان برای بهبود بهره‌وری و همبستگی و انسجام در محیط کاری می‌داند که ورای الزامات سازمانی است (هودسن، ۲۰۰۰، ص ۷۱). مرور ادبیات نشان می‌دهد که در تعریف مفهوم رفتار شهروند سازمانی دو رویکرد اصلی وجود دارد. ارگان و محققان متقدم در این زمینه، این نوع رفتار را تحت عنوان رفتار فرانقشی مورد ملاحظه قرار داده‌اند. به‌گونه‌ای که کمک‌های افراد در محیط کار فراتر از الزامات نقشی است که برای آن‌ها تعیین شده است و به‌طور مستقیم و آشکار از طریق سیستم پاداش رسمی سازمان مورد تقدیر قرار نمی‌گیرد (کاسترو و همکاران، ۲۰۰۰، ص ۲۹). بر اساس مطالب فوق می‌توان این گونه استنباط نمود که کارکنانی که در کمک به دیگران فراتر از وظایف شغلی شان عمل می‌کنند و از سیاست‌های پذیرفته شده سازمان پیروی می‌کنند به بهتر شدن و غنای محیط عمومی کار کمک می‌کنند و بنابراین بر کل سازمان تاثیری مثبت دارند.

پادساکوف، ۳، مکنزی، ۴، پاین، ۵ و پاچراچ، ۶ (۲۰۰۰) دلایل بالقوه‌ای چند در مورد چرایی تاثیر رفتار شهروندی سازمانی بر رفتار گروهی و عملکرد کارکنان بیان می‌کنند که از جمله آن‌ها عبارتند از:

افزایش بهره‌وری اداری،
کاهش نیاز به صرف منابع برای عملیات نگهداری،
ایجاد محیط کاری سالم که باعث افزایش روحیه کارکنان می‌شود.

ابعاد رفتار شهروندی سازمانی: ارگان^۷ (۱۹۸۸) مقیاس چندبعدی از رفتار شهروندی سازمانی (رفتار شهروند سازمانی) ارائه کرد. این مقیاس متشکل از ابعادی پنج‌گانه است که ساختار رفتار شهروند سازمانی را تشکیل می‌دهد، این پنج بعد عبارتند از:

✓ **نوع دوستی:** کمک به همکاران و کارکنان برای انجام وظایف در شرایط غیرمعمول.

-
1. Hodsen
 2. Castro & etal
 3. Podsakoff
 4. Makenzy
 5. Pain
 6. Pachrach
 7. Organ

- ✓ **وظیفه شناسی:** انجام وظایف تعیین شده به شیوه‌ای فراتر از آنچه انتظار می‌رود (همانند کار در بعد از ساعت اداری برای سود رساندن به سازمان)
- ✓ **جوانمردی:** تأکید بر جنبه‌های مثبت سازمان به جای جنبه‌های منفی آن.
- ✓ **فضیلت مدنی:** مستلزم حمایت از عملیات‌های اداری سازمان است.
- ✓ **ادب و نزاکت:** مشورت با دیگران قبل از اقدام به عمل، دادن اطلاع قبل از عمل، و رد و بدل کردن اطلاعات.

«پودساکوف» در سال ۲۰۰۰ میلادی دسته بندی مفصلی از این گونه رفتارها انجام داده است که رفتارهای شهروندی سازمانی را در قالب هفت دسته تقسیم می‌نماید. رفتارهای یاری‌گرانه؛ جوانمردی؛ نوآوری فردی؛ فضیلت مدنی؛ تعهد سازمانی؛ خودرضایت مدنی و رشد فردی

تقسیم بندی دیگر از رفتار شهروندی سازمانی برحسب ابعاد جهانی و محلی آن اختصاص دارد:

الف) ابعاد جهانی رفتار شهروندی سازمانی: هفت بُعد رفتار شهروندی سازمانی که پودساکوف و همکاران (۲۰۰۰) ارائه کردند عبارتند از: کمک به دیگران، جوانمردی، وفاداری سازمانی، اطاعت سازمانی، ابتکار فردی، فضیلت مدنی و رشد فردی.

فار و همکاران (۲۰۰۴) نه بعد عمده رفتار شهروندی سازمانی را به شرح ذیل طبقه بندی کردند:

نوع دوستی، وظیفه‌شناسی، روحیه جوانمردی، ادب و مهربانی، فضیلت مدنی، مشارکت وظیفه ای، مشارکت دفاعی، وفاداری سازمانی و رای و نظر.

ب) ابعاد محلی رفتار شهروندی سازمانی: سازگاری با افراد دیگر، حفظ منافع سازمان، مشارکت در خدمات اجتماعی، خود آموزی و تمیز نگه داشتن محیط کار

عوامل تاثیر گذار بر رفتار شهروندی سازمانی: بررسی های فراتحلیلی در خصوص ارتباط بین رفتار شهروندی سازمانی و عوامل اثرگذار بر آن بیان گر این واقعیت است که چهار دسته از این عوامل مورد تأکید تحقیقات بوده است که عبارتند از:

- ✓ ویژگی های فردی کارکنان
- ✓ ویژگی های شغلی
- ✓ ویژگی های سازمانی
- ✓ رفتارهای رهبری

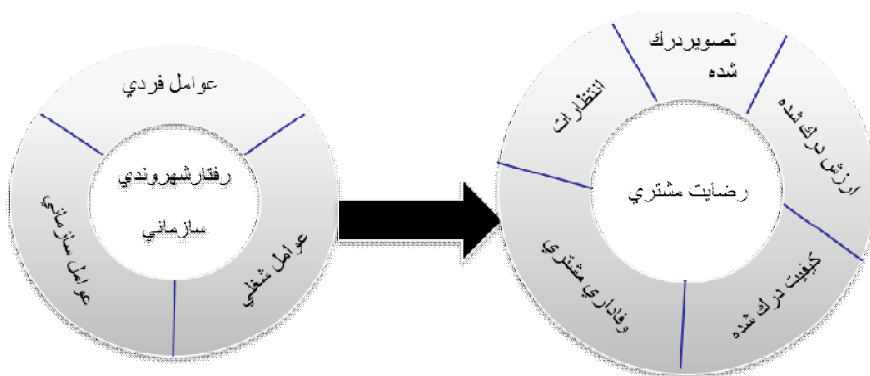
پژوهش های اولیه ای که ویژگی های فردی را مورد توجه قرار می دهد، بر دو محور اصلی متمرکز است: اولاً ارگان ۱ و ریان ۲ این عامل کلی موثر بر روحیه را به عنوان مبنای رضایت کارکنان، تعهد سازمانی، درک از عدالت و درک از رفتار حمایتی رهبری تلقی می کنند و ثانیاً تحقیقات نشان گر ارتباط معنادار آن ها با رفتار شهروندی سازمانی است (البته شدت این همبستگی ها متفاوت بوده است) که بیان گر اهمیت این متغیرها در تعیین رفتار شهروندی سازمانی می باشد (پودساکوف ۱،۲۰۰۰، ص ۵۳). عامل دیگر در فهم رفتار شهروندی سازمانی، تاثیر حالت روحی مثبت فرد می باشد. در دهه گذشته بحث های زیادی در مورد برتری شناخت بر عاطفه در تعیین رفتار شهروندی سازمانی صورت گرفته است.

تاثیر رفتار شهروندی سازمانی با رضایتمندی مشتری : یکی از ویژگی های اصلی خدمات، تفکیک نا پذیری از عرضه کنندگان آن است. این ویژگی سبب می شود که محققان توجه بیشتری را بر تعاملات بین مشتریان و کارکنان خدماتی به عنوان یک راهبرد جهت درک و بهبود عملکرد شرکت های خدماتی داشته باشند. اشنايدر ۳ (۱۹۹۹) در نظریه خود این چنین بیان می کند که ارزیابی مشتری از خدمات در نهایت به صلاحیت، نگرش، تجربه و مهارت کارکنان مرتبط با مشتری وابسته است. بنابر این رفتارهای کارکنان با مشتری نتیجه ارتباط خدماتی موثر است. در این راه فعالیت فرآینقی نظیر رفتار شهروندی سازمانی مولفه های مهمی برای تاثیر بر کیفیت خدمات و رضایت مشتری هستند. اورگان، در تعریف رفتار شهروندی سازمانی این گونه بیان می کند که رفتار شهروندی سازمانی رفتارهایی است که کارکنان سازمان در آن اثر بخشی عملکردشان را صرف نظر از اهداف بهره وری شخصی ارتقاء می دهند و این امر از چند جهت برای ما در صنعت بیمارستانی می تواند مهم باشد، زیرا از یک سو سبب ارتقاء کیفیت خدمات که با جان بیماران در ارتباط است می شود و از یک سو در راستای فلسفه رضایتمندی مشتری است که برای سازمان های امروز بسیار ارزشمند بوده و

-
1. Organ
 2. Ryan
 3. Schnider

هزینه زیادی ندارد و به رقابت پذیری سازمان کمک می‌کند. بنابر این ارتباط بین رفتار شهروند سازمانی و رضایتمندی مشتری به تمایل به رفتار کردن در مسیری اشاره دارد که موجب بر آورده شدن نیازهای مشتری می‌شود و بنا بر این انتظار می‌رود که اثر بخشی سازمان نیز تامین گردد. در نتیجه برای دستیابی به این منظور به بررسی رابطه این دو مفهوم پرداخته خواهد شد، تا ابزاری برای ارتقاء رضایتمندی مشتری فراهم شود. در این زمینه تحقیقاتی نیز به بررسی تاثیرات رفتار شهروند سازمانی بر عواملی نظیر عملکرد سازمان، موفقیت سازمان، رضایت مشتری، وفاداری مشتری، تمایلات ترک خدمت و غیره پرداخته‌اند. این مقاله سعی در بررسی تاثیر رفتار شهروند سازمانی بر رضایتمندی مشتری در بیمارستان‌ها دارد تا از آن در جهت ارتقاء کیفیت بهره برداری کند. بر اساس مبانی نظری مطرح شده مدل مفهومی و فرضیه‌های تحقیق بصورت زیر شکل گرفته است.

مدل مفهومی تحقیق



منبع: مدل رفتار شهروند سازمانی پودساکف ۲۰۰۰ و مدل رضایتمندی مشتریان ترکیلماز و اوزکان ۲۰۰۷

فرضیه اصلی:

رفتار شهروندی سازمانی بر رضایتمندی مشتریان در بیمارستانهای دولتی و خصوصی استان قزوین تاثیر دارد.

عوامل فردی (نوع دوستی، نزاکت، وظیفه شناسی، کفایت فردی) بر رضایتمندی مشتریان بیمارستان های دولتی و خصوصی استان قزوین تاثیر دارند .
عوامل شغلی (رضایتمندی درونی شغلی، یکنواختی شغلی، بازخورد شغلی) بر رضایتمندی مشتریان بیمارستان های دولتی و خصوصی استان قزوین تاثیر دارند .
عوامل سازمانی (همبستگی گروهی، حمایت سازمانی درک شده، رفتار رهبری) بر رضایتمندی مشتریان بیمارستان های دولتی و خصوصی استان قزوین تاثیر دارند .

روش شناسی تحقیق:

هدف این پژوهش بررسی تاثیر رفتار شهروندی سازمانی بر رضایتمندی مشتریان در بیمارستان های خصوصی و دولتی استان قزوین می باشد. متغیرهای رفتار شهروندی، عوامل فردی، عوامل شغلی و عوامل سازمانی متغیر مستقل تحقیق و متغیر رضایتمندی مشتری متغیر وابسته تحقیق می باشند.

این تحقیق از نظر هدف یک تحقیق کاربردی محسوب می شود که به بررسی تاثیر رفتار شهروندی سازمانی بر رضایتمندی مشتریان می پردازد و براساس روش تحقیق از نوع توصیفی - پیمایشی و همبستگی می باشد. جامعه آماری کلیه کارکنان بیمارستان های دولتی و خصوصی استان قزوین می باشند که شامل تعداد ۶۴۵ نفر مشتمل بر ۲۵۸ نفر کارمند تأمین اجتماعی، ۱۱۵ نفر کارمند شهید رجائی، ۸۴ نفر کارمند ولایت، ۶۳ نفر کارمند پاسنور، ۵۱ نفر کارمند بوعلی، ۴۱ نفر کارمند مهرگان، ۳۳ نفر کارمند دهخدا است. نمونه‌ای ۱۸۹ نفری از بین تعداد ۶۴۵ نفر پرسنل انتخاب گردید. روایی ابزار آزمون (پرسشنامه محقق ساخته) با اتکا به مبانی نظری و روش صوری (نظرات اساتید و نخبگان) و پایایی آن نیز از طریق آزمون ضریب آلفای کرونباخ (۰/۸۲۱) محاسبه شده است. تجزیه و تحلیل داده های تحقیق از طریق آزمونهای کلموگروف- اسمیرنوف ضریب همبستگی اسپیرمن، رگرسیون، فریدمن و کروسکال- والیس انجام و با استفاده از نرم افزار SPSS صورت گرفته است.

یافته های تحقیق

الف- یافته های توصیفی: مدرک تحصیلی ۷۴ درصد از پاسخ دهندگان کارشناسی و بالاتر بوده اند. سن خدمتی بیش از ۶۸ درصد از آزمودنی ها بیش از ده سال بوده است.

ب- یافته های استنباطی تحقیق: با توجه به نرمال نبودن داده های تحقیق از آزمون- های ناپارامتری (از جمله آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن) برای تجزیه و تحلیل داده ها استفاده شده است. نتایج به دست آمده از محاسبه ضریب همبستگی بین متغیر وابسته (رضایت شغلی) و متغیرهای مستقل عوامل مختلف رفتار شهروند سازمانی (عوامل فردی، عوامل شغلی و عوامل سازمانی) به ترتیب در جداول ۱ تا ۲ آمده است.

جدول ۱: همبستگی اسپیرمن بین میزان رضایتمندی و عوامل فردی

متغیر مستقل متغیر وابسته	نوع دوستی	وظیفه شناسی	کفایت فردی	نزاکت
رضایتمندی	۰/۰۸۹	۰/۰۱۵	۰/۰۳۷	۰/۰۴۵

از مقادیر جدول ۱ مشخص است که بین میزان رضایتمندی و عوامل فردی رابطه مثبت وجود دارد.

جدول ۲: همبستگی اسپیرمن بین میزان رضایتمندی و عوامل شغلی

متغیر مستقل متغیر وابسته	رضایت	یکنواختی شغلی	بازخورد شغلی
رضایتمندی	۰/۰۸۸	۰/۱۱۰	۰/۰۶۵

با توجه به جدول ۲ بین رضایتمندی مشتریان و عوامل شغلی رابطه مثبت وجود دارد. بنابراین هرچه فرد از شغل خود رضایتمندی بیشتری داشته باشد میزان رضایتمندی مشتریان افزایش می یابد.

جدول ۳: همبستگی اسپیرمن بین میزان رضایتمندی و عوامل سازمانی

متغیر مستقل متغیر وابسته	همبستگی گروهی	حمایت سازمانی	کفایت رهبری
رضایتمندی	۰/۰۵۳	۰/۰۹۱	۰/۰۴۷

از نتایج جدول ۳ مشخص است که بین رضایتمندی مشتریان و عوامل سازمانی رابطه مثبت وجود دارد. بنابراین اگر فرد از جنبه روحی در محیط کار تأمین بیشتری داشته باشد، رضایتمندی مشتریان افزایش می‌یابد. از مطالب گفته شده، می‌توان نتیجه گرفت که به طور کلی رابطه هم‌سویی بین رضایتمندی مشتریان و رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد. در جداول ۴ تا ۵ نتایج حاصل از برازش یک مدل رگرسیونی ترتیبی به متغیر وابسته میزان رضایتمندی مشتریان و مؤلفه‌های رفتار شهروندی سازمانی (عوامل فردی، عوامل شغلی و عوامل سازمانی) خلاصه شده است.

جدول ۴: رگرسیون ترتیبی بین میزان رضایتمندی و عوامل فردی

برازش رگرسیون ترتیبی			عوامل فردی
مقدار معنی‌داری	مقدار آماره آزمون والد	ضرایب رگرسیونی	
۰/۰۰۲	۶/۴۰۷	۰/۲۰۶	نوع دوستی
۰/۰۴۳	۴/۱۰۸	۰/۳۳۳	وظیفه شناسی
۰/۰۴۷	۳/۲۳۲	۰/۰۷۸	کفایت فردی
۰/۰۱۸	۵/۲۱۱	۰/۱۴۳	نزاکت

با توجه به مقدار معنی‌داری آزمون والد در جدول ۴ می‌توان نتیجه گرفت که عوامل فردی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر رضایت مشتریان دارد.

جدول ۵: رگرسیون ترتیبی بین میزان رضایتمندی و عوامل شغلی

برازش رگرسیون ترتیبی			عوامل شغلی
مقدار معنی‌داری	مقدار آماره آزمون والد	ضرایب رگرسیونی	
۰/۰۳۳	۳/۹۷۶	۰/۱۸۷	رضایت
۰/۰۲۲	۴/۳۲۷	۰/۲۱۴	یکنواختی شغلی
۰/۰۱۱	۵/۳۳۴	۰/۰۱۴	بازخورد شغلی

با توجه به نتایج جدول ۵ همه عوامل شغلی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر رضایتمندی مشتریان دارند.

جدول ۶: رگرسیون ترتیبی بین میزان رضایتمندی و عوامل سازمانی

برآزش رگرسیون ترتیبی			عوامل سازمانی
مقدار معنی‌داری	مقدار آماره آزمون والد	ضرایب رگرسیونی	
۰/۰۳۷	۳/۷۷۶	۰/۱۷۳	همبستگی گروهی
۰/۰۲۹	۴/۲۷۹	۰/۱۱۳	حمایت سازمانی
۰/۰۳۸	۴/۱۱۱	۰/۱۱۹	کفایت رهبری

با توجه به جدول ۶ همه عوامل سازمانی با نسبت‌هایی بر رضایتمندی مشتریان تأثیر دارند. با توجه به چند سطحی بودن متغیرها به منظور بررسی میانگین رضایتمندی مشتریان (متغیر وابسته) در سطوح مختلف متغیرهای مستقل (عوامل فردی، عوامل شغلی و عوامل سازمانی) از آزمون کروسکال-والیس بهره‌گیری شده است. مقدار آماره آزمون کروسکال-والیس و معنی‌داری آن برای متغیر وابسته و متغیر مستقل عوامل فردی (نوع دوستی، وظیفه-شناسی، کفایت فردی و نزاکت) در جدول ۶ نشان داده شده است. مقدار معنی‌داری آزمون کروسکال والیس نشان می‌دهد که فرض صفر عدم وجود تفاوت بین میزان رضایتمندی در سطوح مختلف عوامل فردی پذیرفته می‌شود. به عبارت دیگر از نظر آماری بین میزان رضایتمندی مشتریان در بین طبقات مختلف عوامل فردی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

جدول ۷: مقایسه سطح رضایتمندی واحدهای پژوهش بر حسب متغیر عوامل فردی

آزمون کروسکال-والیس			عوامل فردی
مقدار معنی داری	درجه آزادی	مقدار آماره آزمون (χ^2)	
۰/۳۷۴	۲	۱/۹۶۸	نوع دوستی
۰/۰۶۷	۲	۵/۳۹۲	وظیفه شناسی
۰/۲۳۴	۲	۲/۹۰۷	کفایت فردی
۰/۴۱۳	۲	۱/۷۶۸	نزاکت

مقدار آماره آزمون کروسکال-والیس و معنی داری آن برای متغیروابسته و متغیر مستقل عوامل فردی (نوع دوستی، وظیفه شناسی، کفایت فردی و نزاکت) در بیمارستان های دولتی و خصوصی به ترتیب در جدول ۸ نشان داده شده است. مقدار معنی داری آزمون کروسکال والیس نشان می دهد که فرض صفر عدم وجود تفاوت بین میزان رضایتمندی در سطوح مختلف شاخص وظیفه شناسی از عوامل فردی در بیمارستان های خصوصی پذیرفته و در بیمارستان های دولتی رد می شود. به عبارت دیگر از نظر آماری بین میزان رضایتمندی مشتریان در بین طبقات مختلف وظیفه شناسی در بیمارستان خصوصی تفاوت معنی داری وجود دارد ولی در بین طبقات مختلف عوامل فردی در بیمارستان های دولتی وجود ندارد.

جدول ۸: مقایسه سطح رضایتمندی واحدهای پژوهش بر حسب متغیر عوامل فردی

آزمون کروسکال-والیس		عوامل فردی
بیمارستان دولتی	بیمارستان خصوصی	
۴/۱۲۳(۰/۲۱۷)	۱/۶۲۳(۰/۴۱۱)	نوع دوستی
۱/۸۰۹(۰/۵۳۱)	۶/۰۱۲(۰/۰۳۸)	وظیفه شناسی
۳/۲۱۱(۰/۲۷۱)	۲/۳۰۷(۰/۲۱۸)	کفایت فردی
۲/۲۳۱(۰/۲۴۹)	۴/۰۱۳(۰/۳۱۲)	نزاکت

مقدار آماره آزمون کروسکال-والیس و معنی‌داری آن برای متغیر وابسته و متغیر مستقل عوامل شغلی در جدول ۹ نشان داده شده است. مقدار معنی‌داری آزمون کروسکال والیس نشان می‌دهد که فرض صفر عدم وجود تفاوت بین رضایتمندی در سطوح مختلف عوامل شغلی (رضایت، یکنواختی شغلی و بازخورد شغلی) پذیرفته می‌شود. به عبارت دیگر از نظر آماری بین میزان رضایتمندی مشتریان در بین طبقات مختلف عوامل تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

جدول ۹: مقایسه سطح رضایتمندی واحدهای پژوهش بر حسب متغیر عوامل شغلی

آزمون کروسکال-والیس			عوامل شغلی
مقدار معنی‌داری	درجه آزادی	مقدار آماره آزمون (χ^2)	
۰/۱۴۶	۲	۳/۸۴۴	رضایت
۰/۰۵۵	۲	۵/۷۹۸	یکنواختی شغلی
۰/۵۸۲	۲	۱/۰۸۳	بازخورد شغلی

مقدار آماره آزمون کروسکال-والیس و معنی‌داری آن برای متغیروابسته و متغیر مستقل عوامل شغلی به تفکیک بیمارستان‌های دولتی و خصوصی در جدول ۱۰ نشان داده شده است.

مقدار معنی‌داری آزمون کروسکال والیس نشان می‌دهد که فرض صفر عدم وجود تفاوت بین رضایتمندی در سطوح مختلف عوامل شغلی (رضایت، یکنواختی شغلی و بازخوردشغلی) در بیمارستان‌های دولتی پذیرفته و در بیمارستان‌های خصوصی رد می‌شود. به عبارت دیگر از نظر آماری بین میزان رضایتمندی مشتریان در بین طبقات مختلف عوامل شغلی در بیمارستان‌های دولتی تفاوت معنی‌داری وجود دارد و در بیمارستان‌های خصوصی وجود ندارد.

جدول ۱۰: مقایسه سطح رضایتمندی واحدهای پژوهش بر حسب متغیر عوامل شغلی

آزمون کروسکال-والیس		عوامل شغلی
بیمارستان‌های دولتی	بیمارستان‌های خصوصی	
۳/۸۶۷(۰/۰۴۸)	۲/۳۲۳(۰/۱۷۶)	رضایت
۵/۰۴۱(۰/۰۲۱)	۱/۴۳۶(۰/۰۸۴)	یکنواختی شغلی
۴/۶۱۸(۰/۰۳۹)	۲/۰۵۶(۰/۱۴۱)	بازخورد شغلی

مقدار آماره آزمون کروسکال-والیس و معنی‌داری آن برای متغیر وابسته رضایت شغلی و متغیر مستقل عوامل سازمانی در جدول ۱۱ نشان داده شده است. مقدار معنی‌داری آزمون کروسکال والیس نشان می‌دهد که فرض صفر عدم وجود تفاوت بین رضایتمندی در سطوح مختلف عوامل سازمانی (همبستگی سازمانی، حمایت سازمانی و کفایت رهبری) پذیرفته می‌شود. به عبارت دیگر از نظر آماری بین میزان رضایتمندی مشتریان در بین طبقات مختلف عوامل سازمانی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

جدول ۱۱: مقایسه سطح رضایتمندی واحدهای پژوهش بر حسب متغیر عوامل سازمانی

آزمون کروسکال-والیس			عوامل سازمانی
مقدار معنی‌داری	درجه آزادی	مقدار آماره آزمون (χ^2)	
۰/۷۶۱	۲	۰/۵۴۶	همبستگی سازمانی
۰/۷۰۶	۲	۰/۶۹۶	حمایت سازمانی
۰/۷۴۰	۲	۰/۶۰۲	کفایت رفتار رهبری

مقدار آماره آزمون کروسکال-والیس و معنی‌داری آن برای متغیر وابسته رضایت شغلی و متغیر مستقل عوامل سازمانی به تفکیک بیمارستان‌های خصوصی و دولتی در جدول ۱۴ نشان داده شده است. مقدار معنی‌داری آزمون کروسکال والیس نشان می‌دهد که فرض صفر عدم وجود تفاوت بین رضایتمندی در سطوح مختلف عوامل سازمانی (همبستگی سازمانی، حمایت سازمانی و کفایت رهبری) در بیمارستان‌های دولتی و خصوصی پذیرفته می‌شود. به عبارت دیگر از نظر آماری بین میزان رضایتمندی مشتریان در بین طبقات مختلف عوامل سازمانی در بیمارستان‌های دولتی و خصوصی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

جدول ۱۴: مقایسه سطح رضایتمندی بر حسب متغیر عوامل سازمانی در بیمارستان‌های خصوصی و دولتی

آزمون کروسکال-والیس		عوامل سازمانی
بیمارستان‌های خصوصی	بیمارستان‌های دولتی	
۳/۰۱(۰/۰۷۸)	۲/۰۹(۰/۱۲۶)	همبستگی سازمانی
۲/۵۶(۰/۰۹۹)	۲/۱۳(۰/۱۱۱)	حمایت سازمانی
۳/۱۷(۰/۰۵۹)	۳/۰۹(۰/۰۶۱)	کفایت رفتار رهبری

برای مقایسه بین تأثیر عوامل فردی، شغلی و سازمانی بر رضایت مشتریان از آزمون رتبه‌ای فریدمن استفاده می‌شود. نتایج در جدول ۱۵ نشان داده شده است.

جدول ۱۵: نتایج آزمون فریدمن

آزمون کای دو	میانگین رتبه		عوامل
	بیمارستان خصوصی	بیمارستان دولتی	
آماره آزمون: ۱۶۰/۰۹ مقدار معنی داری: ۰/۰۰	۲/۲۶	۲/۲۲	فردی
آماره آزمون: ۱۵۰/۴۳ مقدار معنی داری: ۰/۰۱۶	۲/۳۱	۲/۰۷	شغلی
آماره آزمون: ۱۷۱/۰۴ معنی داری: ۰/۰۰	۲/۰۳	۲/۱۸	سازمانی

نتایج حاصل از آزمون فریدمن نشان می‌دهد که تأثیر عوامل فردی و شغلی بر رضایتمندی مشتریان در بیمارستان‌های خصوصی بیشتر از دولتی و تأثیر عوامل سازمانی در رضایت مشتریان در بیمارستان‌های دولتی بیشتر از خصوصی است.

بحث و نتیجه گیری

بررسی نتایج فرضیه اول (عوامل فردی) ویژگی های شخصیتی □ ویژگی های جامعه شناختی و مشکلات خانوادگی) بر رضایتمندی مشتریان بیمارستان های دولتی و خصوصی استان قزوین تاثیر دارند.} بیانگر آن است که بین عوامل فردی و رضایتمندی مشتریان در بیمارستان های خصوصی و دولتی استان قزوین رابطه معنی داری وجود دارد. پیش بینی سطح رضایتمندی مشتری با توجه به عوامل فردی مدل رگرسیونی نیز نشان دهنده وجود رابطه مثبت و معنی دار بین رضایتمندی مشتریان و عوامل فردی است.

نتایج آزمون کروسکال-والیس برای بررسی اختلاف بین رضایتمندی مشتری در سطوح مختلف عوامل فردی در کل نمونه بدون در نظر گرفتن خصوصی یا دولتی بودن بیمارستان حاکی از آن است که بین میزان رضایت مشتریان در سطوح مختلف مولفه های متغیر عوامل فردی تفاوت معنی داری وجود ندارد. در مرحله دوم از این آزمون به تفکیک با توجه به دولتی بودن یا خصوصی بودن بیمارستان استفاده شد. نتایج حاکی از آن بود که بین

رضایتمندی مشتری در سطوح مختلف عوامل فردی در بیمارستان‌های خصوصی تفاوت معنی‌دار وجود دارد ولی در بیمارستان‌های دولتی این تفاوت معنی‌دار نیست.

نتایج آنالیز واریانس به منظور انجام مقایسه بین میانگین متغیر وابسته بین سطوح مختلف متغیر مستقل عوامل فردی گویای این است که بین میانگین رضایت مشتریان در سطوح مختلف مولفه‌های متغیر عوامل فردی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. از این آزمون برای مقایسه میانگین رضایتمندی مشتری در سطوح مختلف عوامل فردی با توجه به نوع بیمارستان (خصوصی یا دولتی) استفاده شد. نتایج حاکی از وجود یک اختلاف معنی‌دار در میانگین رضایتمندی مشتری در سطوح مختلف عوامل فردی در بیمارستان‌های دولتی بود، در حالی که این اختلاف در بیمارستان‌های خصوصی معنی‌دار نبود.

بررسی نتایج آزمون فریدمن برای مقایسه بین تأثیر عوامل فردی بر رضایتمندی مشتریان در بیمارستان‌های خصوصی و دولتی نشان دهنده آن است که تأثیر عوامل فردی بر رضایت مشتریان در بیمارستان‌های خصوصی بیش‌تر از دولتی است.

درتایید فرضیه اول می‌توان گفت جورج ۱ (۱۹۹۱) بیان نمود که بین حالت روحی مثبت در کار و تمایل کارکنان برای کمک کردن به دیگران (بعد نوع دوستی رفتار شهروندی سازمانی) رابطه وجود دارد بنابراین، عاطفه (احساسات) نقش مهمی را در رفتار شهروندی سازمانی بازی می‌کند. (برنچ و جکس ۲، ۲۰۰۰).

پژوهش‌های انجام گرفته در روانشناسی اجتماعی رابطه بین کفایت (خودکارآمدی شغلی) و رفتار یاری‌گرانه را بررسی کرده است و به این نتیجه رسیده است که افرادی که احساس می‌کنند کفایت بیشتری دارند، در اغلب موارد تمایل بیشتری نیز به کمک دارند. علاوه بر

این میدلارسکی ۳ (۱۹۸۴) گزارش داده است که کفایت ممکن است یکی از عوامل انگیزشی ای باشد که افراد را برای کمک به دیگران تحت تاثیر قرار می‌دهد بنابراین، افرادی که به دیگران کمک می‌کنند احتمال بیشتری دارد که انتظار رفتار منتهی به موفقیت داشته باشند و همچنین نتایج مثبتی را برای دیگر افراد پیش‌بینی کنند. در ازای کمکی که فرد

کمک کننده ارائه می‌دهد، کمک کننده احساس رضایت درونی بیشتر و یا شادی حاصل از انجام یک کار خوب را دریافت می‌کند (کایالوسکی ۱، ۱۹۶۱، ص ۲۴۹).

بررسی نتایج فرضیه دوم: عوامل شغلی (استرس شغلی، فرسودگی شغلی و ناراضی شغلی) بر رضایتمندی مشتریان بیمارستان های دولتی و خصوصی استان قزوین تاثیر دارند. بیانگر این است که بین عوامل شغلی و رضایتمندی مشتریان در بیمارستان های خصوصی و دولتی استان قزوین رابطه معنی داری وجود دارد. بررسی رابطه خطی بین میزان رضایت مشتریان و عوامل شغلی نشان می‌دهد که هرچه فرد از کار خویش رضایتمندی بیشتری داشته باشد، رضایتمندی مشتری را نیز افزایش می‌دهد. نتایج آزمون کروسکال-والیس برای بررسی اختلاف بین رضایتمندی مشتری در سطوح مختلف عوامل شغلی نشان دهنده این مطلب است که بین رضایتمندی مشتری در سطوح مختلف عوامل شغلی در بیمارستان های دولتی تفاوت معنی دار وجود دارد ولی در بیمارستان های خصوصی این اختلاف معنی دار نیست.

نتایج آنالیز واریانس برای مقایسه میانگین رضایتمندی مشتری در سطوح مختلف عوامل شغلی، یکبار در کل نمونه و بار بعدی به تفکیک خصوصی یا دولتی بودن بیمارستان استفاده شد. در بررسی اول برای عوامل شغلی (رضایتمندی درونی، یکنواختی و بازخورد) دلالت بر عدم تفاوت بین میانگین رضایت مشتریان در سطوح مختلف عوامل شغلی دارد. در بررسی دوم نتایج حاکی از وجود یک اختلاف معنی دار بین سطوح رضایتمندی مشتری در سطوح عوامل شغلی در بیمارستان های دولتی و عدم وجود چنین اختلافی در بیمارستان های خصوصی بود.

نتایج آزمون فریدمن استفاده شد. نتایج نشان دادند که تأثیر عوامل شغلی بر رضایت مشتریان در بیمارستان های خصوصی بیش تر از دولتی است.

در رابطه بانتهای فرضیه دوم میتوان گفت در سال های اخیر پودساکوف و همکاران ۲ (۲۰۰۰) در یک فراتحلیل از تحقیقات مربوط به ۱۵ سال اخیر در زمینه رفتار شهروندی سازمانی، میزان تاثیرگذاری تعدادی از متغیرها بر ابعاد مختلف رفتار شهروندی سازمانی را ترسیم نمود. از جمله متغیرهایی که با رفتار شهروندی سازمانی رابطه همساز داشته اند عبارت بودند از: متغیرهای مرتبط با شغل نظیر رضایت مندی درونی شغلی، یکنواختی شغلی، و باز

1. Kayalowski

2. Podsakoff et al.

خورد شغلی. در خصوص متغیرهای شغلی، تحقیقات عمدتاً حول مبحث تئوری جانشین‌های رهبری بوده است که نتایج بیانگر ارتباط پایدار ویژگی‌های شغلی با رفتار شهروندی است. افزون بر آن، هر سه نوع ویژگی‌های شغلی (بازخورد شغلی، یکنواختی شغلی، رضایت مندی درونی شغلی) بطور معناداری با مولفه‌های مختلف رفتار شهروندی سازمانی (نوع دوستی، نزاکت، وظیفه‌شناسی، جوانمردی و فضیلت مدنی) ارتباط داشته‌اند؛ به گونه‌ای که بازخورد شغلی و رضایتمندی درونی شغل، ارتباطی مثبت با رفتار شهروندی سازمانی داشته، در حالی که یکنواختی شغلی ارتباط منفی را با رفتار شهروند سازمانی نشان می‌دهد.

بررسی نتایج فرضیه سوم: عوامل سازمانی (ساختار سازمانی، بی‌عدالتی سازمانی، فرهنگ سازمانی و کنترل سازمانی) بر رضایتمندی مشتریان بیمارستان‌های دولتی و خصوصی استان قزوین تاثیر دارند { بیانگر این است که بین عوامل شغلی و رضایتمندی مشتریان در بیمارستان‌های خصوصی و دولتی استان قزوین رابطه معنی‌داری وجود دارد.

بررسی رابطه خطی بین میزان رضایت مشتریان و عوامل سازمانی نشان می‌دهد که هرچه فرد از سازمان رضایتمندی بیشتری داشته باشد، رضایتمندی مشتری را نیز افزایش می‌دهد. نتایج آزمون کروسکال-والیس برای بررسی اختلاف بین رضایتمندی مشتری در سطوح مختلف عوامل شغلی نشان دهنده این مطلب است که بین رضایتمندی مشتری در سطوح مختلف عوامل شغلی در بیمارستان‌های دولتی تفاوت معنی‌دار وجود دارد ولی در بیمارستان‌های خصوصی این اختلاف معنی‌دار نیست.

نتایج آزمون کروسکال-والیس برای بررسی وجود اختلاف معنی‌دار در رضایتمندی مشتری در سطوح مختلف عوامل سازمانی بیانگر عدم وجود تفاوت معنی‌داری در رضایت مشتری در سطوح مختلف متغیرهای سازمانی است. این آزمون در مورد تفکیک بیمارستان-های دولتی و خصوصی نیز معنی‌دار نیست. همچنین نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد که تاثیر عوامل سازمانی بر رضایت مشتریان در بیمارستان‌های دولتی بیشتر از خصوصی است. بنابراین بطور کلی می‌توان نتیجه گرفت که فروض مطرح شده در این تحقیق درباره وجود رابطه معنی‌دار بین رفتار شهروند سازمانی و رضایت مشتریان پذیرفته می‌شوند.

در ارتباط با نتایج فرضیه سوم می‌توان گفت. پادساکوف^۱، مکنزی^۲، پاین^۳ و پاچراچ^۱ (۲۰۰۰) دلایل بالقوه‌ای چند در مورد چرایی تاثیر رفتار شهروندی سازمانی بر رفتار گروهی و

عملکرد کارکنان بیان می کنند که از جمله آن ها عبارتند از: افزایش بهره وری اداری، کاهش نیاز به صرف منابع برای عملیات نگهداری، ایجاد محیط کاری سالم که باعث افزایش روحیه کارکنان می شود.

پیشنهادها:

- به منظور تحقق افزایش رضایتمندی مشتریان نیازمند ایجاد تسهیلات و فرایندهای اجرایی لازم از طریق مدیران سازمان در جهت افزایش رفتار شهروندی سازمانی کارکنان به شرح زیر می باشد:
- مدیران باید عوامل فردی (ویژگی های شخصیتی ، ویژگی های جامعه شناختی و مشکلات خانوادگی) موثر در رضایتمندی مشتریان را که باعث ایجاد رفتار شهروندی سازمانی می شود را تقویت نمایند که در **پیشنهادهای جزئی** زیر به صورت دقیق تر بیان گردیده است.
- از آن جایی که حس نوع دوستی که موجب افزایش آرامش افراد در محیط کار می شود، در بین کارمندان کم است و این امر می تواند موجب تأثیرگذاری منفی بر روابط شغلی و روابط سازمانی شود و در پی آن رضایتمندی کارمندان کاهش می یابد. از این رو پیشنهاد می شود که مدیران فضایی را فراهم نمایند که در خانواده کارکنان و محیط های آموزشی بیشتر به اخلاقیات و تقویت حس **نوع دوستی** افراد توجه شود.
- افزایش اهمیت عملی سازمان نسبت به افزایش حس وظیفه شناسی در کارمندان می تواند موجب افزایش رضایت مشتریان گردد.
- تلاش مجددانه سازمان برای افزایش نزاکت در میان کارمندان که موجب افزایش رضایت مشتریان می شود، صورت گیرد، این امر می تواند با ایجاد شرایطی در خانواده و محیط های تعلیم و تربیت صورت پذیرد.
- ارزش گذاری سازمان به کفایت افراد بیشتر شود تا رضایت مشتریان افزایش یابد.
- آموزش مهارت های رفتاری در محیط کار و برخورد با افراد از دوران کودکی صورت پذیرد چرا که رضایت مشتریان در گرو برخورد کارمند که ناشی از چگونگی تعلیم و تربیت وی در دوران کودکی است، می باشد.
- در مجموع می توان گفت که مدیران باید عوامل شغلی (استرس شغلی، فرسودگی شغلی و نارضایتی شغلی) موثر در رضایتمندی مشتریان را که باعث ایجاد رفتار شهروندی سازمانی می

شود راتقویت نمایند که درپیشنهادهای جزئی زیربه صورت دقیق ترین پیشنهادات بیان می گردد.

- کاهش هر چه بیشتر یکنواختی شغلی در بین کارمندان
- افزایش بازخوردهای شغلی کارکنان موجب افزایش احساس اعتماد به شغل و محیط شغلی می گردد.
- برنامه ریزی صحیح شغلی می تواند منجر به افزایش رضایتمندی شغلی کارکنان و در پی آن رضایتمندی مشتری و در نتیجه آن جلب مشتری و گسترش فعالیت سازمان شود.
- به طور کلی می توان گفت که مدیران باید در عمل عوامل سازمانی (ساختار سازمانی، بی عدالتی سازمانی، فرهنگ سازمانی و کنترل سازمانی) موثر در رضایتمندی مشتریان را که باعث ایجاد رفتار شهروندی سازمانی می شود راتقویت نمایند که درپیشنهادهای جزئی زیربه صورت دقیق ترین پیشنهادات دراین بعد بیان گردیده است.
- تلاش عملی مدیران برای افزایش همبستگی و وحدت درونی کارمندان در سازمان بیشتر گردد.
- تلاش برای افزایش حمایت سازمانی از کارمندان در حد معقول تر بیش از پیش ادامه یابد.
- تلاش روز افزون مدیران برای افزایش کفایت رهبری در سازمان .

منابع و ماخذ

- پرهیزگار ، محمد مهدی و جاوید، سارا (۱۳۸۵) بررسی تاثیر هوشمندی رقابتی بر رضایت مشتری در سازمانهای خدماتی
- تاج زاده نمین، ابوالفضل، یاری، سمیرا و تاج زاده نمین، آیدین (۱۳۸۹) بررسی وفاداری مشتریان (مطالعه موردی: بانک تجارت شهر تهران)،
- رنجبران ، بهرام (۱۳۷۵). تعهد سازمانی مجله دانشکده علوم اداری و استناد دانشگاه اصفهان. سال دهم شماره ۱۲ و ۲ ص ۵۷-۴۱.
- زارعی متین ، حسن و احمدی ، فریدون (۱۳۸۸) نقش دانشگاه در توسعه رفتار شهروندی سازمانی نشریه مدیریت در دانشگاه اسلامی ۴۱ سال سیزدهم ، شماره اول ، نوبت بهار صص ۴۱-۲۲.

- طبرسا ، غلامعلی ؛ اسماعیلی گیوی ، محمدرضا و اسماعیلی گیوی ، حمیدرضا (۱۳۸۹) عوامل مؤثر بر رفتار شهروندی سازمانی در یک بیمارستان نظامی. مجله طب نظامی ، دوره ۱۲ ، شماره ۲ ، تابستان ۱۳۸۹ ص ۹۹-۹۳.
- عباسی ، محمد و حجتی ، محمد (۱۳۸۷). رفتار شهروندی سازمانی گامی در جهت افزایش کارایی سازمان ها نشریه : کار و جامعه شماره های ۱۰۷ و ۱۰۶.
- مقیمی ، سید محمد (۱۳۸۴) رفتارهای سازمانی از تئوری تا عمل . نشریه فرهنگ مدیریت ، سال سوم ، شماره یازدهم ، زمستان صص ۱۹- ۴۸
- نوابخش و دیگران (۱۳۸۸) مدیریت بستر رفتار شهروندی سازمانی در فرانشس اجتماعی . فصلنامه بصیرت شماره ۴۳ تاریخ ۱۳۸۸ .
- خدایاری فرد، محمد؛ میرکمالی، سیدمحمد؛ شکرکن، حسین و همکاران، (۱۳۸۸) (سنجش میزان رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتریان بانک صادرات ایران و ارائه الگوی مداخله روانشناختی به منظور ارتقای آن، طرح پژوهشی دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران.

- Rafaeli, A., Ziklik, L., & Doucet, L. (2010). The Impact of Call Center Employees' Customer Orientation Behaviors on Service Quality. *Journal of Service Research* , 2-3.
- Strong, C. A., & Harris, L. C. (2004). The drivers of customer orientation: an exploration of relational, human resource and procedural tactics. *Journal of Strategic Marketing*, 12 (3), 183-204.
- Appelbaum, Steven, Bartolomucci, Nicolas, Beaumier, Erika, et al. (2004). organizational citizenship behavior : a case study of culture , leadership and trust. *manamement decision*, 42 (1).
- Appelbaum, S.et al, (2004), "Organizational Citizenship Behavior: a Case Study of Cultnre, leadership and trust" , *Management decision*, Vol.42 , No.1 , p.13-40.
- Organ , D.W, (1988) "Organizational Citizenship Behavior: The good soldier syndrome , lexington , MA: Lexington Books.
- Podsakoff , P.M., Mackenzie , S. B., Paine J.B and Bachrach , D. G, (2000), "Organizational Citizenship Behavior : A Critical review of the theoretical and empirical literature and

- Suggestions for future research". *Journal of Management* , 26 No.3 , p.513- 563.
- Appelbaum , S. Barto lomucci , N., Beaumier , E.Boulanger. J.Corrigan, R, Dore, I, Girard , C. and Serroni (2004) Organizational Citizenship Behavior: a "Case study of Culture , leadership and trust management decision Vol, 42. No.1. PP 13-40.
 - Castro, C.B.Armario, E.M. and Ruiz , D.M(2004) "The influence of employee organizational Citizenship behaviore on customer loyalty" , *International Journal of Service Management* vol , 15. No.1 , p:27-53
 - Hall, A. T, Zinko, R.P.Alexia. F, and Gerald. R (2009)" Organizational Citizenship Behavior and reputation mediators in the relationships betweenaccountability and Job performance and satisfaction", *Journal of leadership & Organizational Students* Volume 15 Number 4, pp 381-39۴
 - Korkmaz, T., and Arpaci, Ebru. (2009)". Relationship of Organizational Citizenship Behavior with emotinal intelligence", *Procedia Social and Behavioral Sciences* Vol 1, pp 2432-2435.
 - Bolino, M. C., Turnley, W. H., & Bloodgood, J. M. (2002). Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations. *Academy of Management Review*, 27 (4), 505-522.
 - Bienstock, C. C., De Moranville, C.W., and Smith, R.K. (2003), "Organizational Citizenship Behavior and Service Quality", *Journal Of Services Marketing* 17, (4/5), 357-378
 - Markoczy Livia And Xin Katherine. (2004). *The Virtues Of Omission In Organizational Citizenship Behavior*, University of California.
 - Churchill, GA& Ford, NM& Walker, OC."Measuring the job satisfaction of industrialbehavior and social exchange " , *Journal of Academic Management*, Vol.37, No.3, pp.659-669,1994.

