

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
دانشگاه پیام نور
دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد
مرکز تهران

پایان نامه جهت اخذ مدرک کارشناسی ارشد مدیریت دولتی
با گرایش تشکیلات و روشها

عنوان:

بررسی اثرات معنویت محیط کاری بر رفتارهای شهروندی سازمانی

و ارتباط آن با کیفیت خدمات در بیمارستان امام خمینی تهران

استاد راهنما:

جناب آقای دکتر امیر حسین امیر خانی

استاد مشاور:

دکتر علی اکبر احمدی

دانشجو:

سیما پنجعلی پور شکر پسی

بهار ۱۳۸۹



مشکر و سپاس:

خدا را شاکرم که در این مقطع از زندگی ام به من فرصت آموختن عطا نمود که فرصتی بس عزیز و گرانبهاست تا بلکه به دنبال آن فضیلت ارزشمند اندیشیدن و فهمیدن را بدست آوریم.

رحمت خدا بر روان پاک پدرم، که چون شتاق دانش بود و قدر شناس علم، اولین مشوق من در این راه شد. و سپاس از زحمات بی دریغ و خالصانه مادرم عزیزم که مونس و بهدم همیشگی بوده و هست. و تقدیر فراوان از خداکاری و صبر به سرم.

مشکر و قدر دانی صمیمانه دارم از زحمات و درنخ های تمام اساتیدم بویژه از راهنمایی های بی دریغ جناب آقای دکتر امیر حسین امیرخانی و مشاور های ارزشمند جناب آقای دکتر علی اکبر احمدی که در قوام و شکل گیری این تحقیق بسیار موثر بوده اند.

و اگر اینها نبود، شاید من در این مرحله از زندگی خود نبودم و این کار نیز به سرانجام نمی رسید.

فهرست مطالب

فصل اول: کلیات تحقیق

۱-۱	بیان مسأله:	۱
۱-۲	سابقه و ضرورت انجام تحقیق:	۷
۱-۳	فرضیه‌ها(سوالات تحقیق):	۱۱
۱-۴	اهداف تحقیق:	۱۱
۱-۵	روش انجام تحقیق:	۱۱
۱-۶	روش و ابزار گردآوری اطلاعات:	۱۲
۱-۷	جامعه آماری و تعداد نمونه:	۱۲
۱-۸	روش تجزیه و تحلیل اطلاعات:	۱۲
۱-۹	تعریف واژگان کلیدی:	۱۲

فصل دوم: مبانی نظری تحقیق

۲-۱	مقدمه:	۱۵
۲-۲	رفتار شهروندی سازمانی:	۱۵
۲-۲-۱	مفهوم سازی های اولیه از رفتار شهروندی سازمانی:	۱۶
۲-۲-۲	تعریف رفتار شهروندی سازمانی:	۲۰
۲-۲-۳	رویکردهای اصلی در تبیین رفتار شهروندی سازمانی:	۲۱
۲-۲-۳-۱	رفتار شهروندی سازمانی در قالب تمایز بین واژه‌های نقش و فرانش:	۲۱
۲-۲-۳-۲	رفتار شهروندی سازمانی به عنوان تمام رفتارهای مثبت در داخل سازمان:	۲۴
۲-۲-۴	ابعاد رفتارهای شهروندی:	۲۵
۲-۲-۵	عوامل موثر در بروز رفتارهای شهروندی سازمانی:	۳۵
۲-۲-۶	عوامل تعدیل کننده رفتار شهروندی سازمانی:	۵۰
۲-۲-۷	پیامدهای فردی و سازمانی رفتارهای شهروندی سازمانی:	۵۲
۲-۲-۸	ایجاد شهروندی سازمانی:	۵۴
۲-۲-۹	هسته اعمال شهروندی:	۵۶
۲-۳	معنویت در محیط کار:	۵۷
۲-۳-۱	نیازهای معنوی کارکنان و ظهور پارادایم معنویت در محیط کار:	۵۹
۲-۳-۲	تعاریف و دیدگاه‌های معنویت و معنویت در محیط کار:	۶۱
۲-۳-۲-۱	رویکرد درون‌گرا / متافیزیکی:	۶۲
۲-۳-۲-۲	رویکرد دینی:	۶۲
۲-۳-۲-۳	رویکرد اگرستانسیالیستی / سرکولار:	۶۳
۲-۳-۳	رویکرد مخالفان معنویت:	۶۳
۲-۳-۴	مباحثی درباره روش تحقیق در زمینه معنویت در محیط کار:	۶۴
۲-۳-۵	چند تحقیق تجربی مهم:	۶۵
۲-۳-۶	مزایای معنویت در محیط کار:	۶۷
۲-۳-۷	مفهوم‌سازی معنویت در محیط کار:	۶۷
۲-۴	رفتار شهروندی سازمانی و معنویت در محیط کار:	۶۹
۲-۵	کیفیت خدمات:	۷۱
۲-۵-۱	تعریف خدمت:	۷۱
۲-۵-۲	طبقه بندی خدمات:	۷۳
۲-۵-۳	مفهوم کیفیت:	۷۳
۲-۵-۴	کیفیت خدمات:	۷۴
۲-۵-۴-۱	کیفیت خدمات داخل:	۷۷
۲-۵-۵	پیامدهای کیفیت خدمات:	۷۸
۲-۵-۶	اهمیت کارکنان در ارائه خدمات با کیفیت:	۸۰
۲-۶	رفتار شهروندی و کیفیت خدمات:	۸۲

۸۵.....	۲-۷) رفتار شهروندی سازمانی و ابعاد مدل کیفیت خدمات.....
۸۸.....	۲-۸) مدل تحلیلی تحقیق:.....

فصل سوم: روش شناسی تحقیق

۹۰.....	۳-۱) مقدمه.....
۹۰.....	۳-۲) روش تحقیق.....
۹۱.....	۳-۳) روشهای جمع‌آوری اطلاعات.....
۹۳.....	۳-۴) روایی و پایایی پرسشنامه ها.....
۹۳.....	۳-۴-۱) تعیین پایایی (قابلیت اعتماد) پرسشنامه ها:.....
۹۴.....	۳-۴-۲) تعیین اعتبار (روایی) پرسشنامه:.....
۹۵.....	۳-۴-۳) اعتبار عاملی پرسشنامه.....
۹۵.....	۳-۴-۳-۱) تحلیل عاملی اکتشافی.....
۹۶.....	۳-۴-۳-۲) بررسی میزان حجم نمونه در تحلیل عاملی.....
۹۶.....	۳-۴-۳-۳) مراحل اجرای تحلیل عاملی اکتشافی.....
۹۹.....	۳-۵) جامعه و نمونه آماری.....
۱۰۱.....	۳-۶) روش تجزیه و تحلیل اطلاعات:.....
۱۰۱.....	۳-۶-۱) ضریب همبستگی:.....
۱۰۱.....	۳-۶-۲) مدل معادلات ساختاری:.....
۱۰۲.....	۳-۶-۳) ضرورت مدل معادلات ساختاری در پژوهش حاضر.....
۱۰۲.....	۳-۶-۴) مراحل مدل معادلات ساختاری.....
۱۰۳.....	۳-۶-۳-۱) مرحله بیان مدل.....
۱۰۴.....	۳-۶-۳-۲) مرحله دوم تخمین مدل.....
۱۰۵.....	۳-۶-۳-۳) ارزیابی تناسب یا برازش.....
۱۰۷.....	۳-۶-۳-۴) اصلاح مدل.....
۱۰۷.....	۳-۶-۳-۵) تفسیر مدل.....
۱۰۸.....	۳-۶-۳-۶) ابلاغ یا نوشتن گزارش تحقیقاتی.....

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل اطلاعات

۱۱۰.....	۴-۱) مقدمه.....
۱۱۰.....	۴-۲) تحلیل عاملی تأییدی مدل‌های اندازه‌گیری.....
۱۱۱.....	۴-۲-۱) تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی سؤالات مربوط به معنویت در محیط کار.....
۱۱۳.....	۴-۲-۲) تحلیل عاملی سؤالات مربوط به رفتار شهروندی سازمانی.....
۱۱۴.....	تمام مقادیر t در سطح اطمینان ۹۹٪ معنی دار هستند.....
۱۱۵.....	۴-۲-۳) تحلیل عاملی سؤالات مربوط به کیفیت خدمات.....
۱۱۸.....	۴-۳) آزمون فرضیه‌های تحقیق.....
۱۱۸.....	۴-۳-۱) آزمون فرضیه شماره یک.....
۱۲۰.....	۴-۳-۲) آزمون فرضیه شماره دو.....

فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادات تحقیق

۱۲۵.....	۵-۱) مقدمه:.....
۱۲۵.....	۵-۲) بررسی یافته‌های پژوهش با توجه به آزمون همبستگی پیرسون و مدل معادلات ساختاری:.....
۱۲۶.....	۵-۳) بحث درباره نتایج فرضیه‌های تحقیق:.....
۱۲۸.....	۵-۴) پیشنهادهای تحقیق.....
۱۳۱.....	۵-۵) پیشنهاد به محققان آینده.....

فهرست اشکال - جداول و نمودارها

۵	شکل ۱-۱) ابعاد معنویت محیط کاری
۵۶	شکل ۱-۲) شکل گیری فرایند وضعیت سازمانی
۶۸	شکل ۲-۲) مفهوم سازی معنویت در محیط کار در سه سطح فردی، گروهی، و سازمانی
۸۰	شکل ۲-۳) : چرخه کیفیت خدمات
۸۱	شکل ۲-۴) : نقشهای سه گانه کارکنان خدماتی
۱۱۲	شکل ۴-۱) نتیجه اجرای مدل اندازه گیری معنویت در محیط کار در لیزرل (حالت تخمین غیر استاندارد)
۱۱۴	شکل ۴-۲) نتیجه اجرای مدل اندازه گیری معنویت در محیط کار در لیزرل (حالت تخمین غیر استاندارد)
۱۱۶	شکل ۴-۳) نتیجه اجرای مدل اندازه گیری کیفیت خدمات در لیزرل (حالت تخمین غیر استاندارد)
۱۲۰	شکل ۴-۴) خروجی آزمون رابطه علی میان معنویت در محیط کار و رفتار شهروندی سازمانی با استفاده از نرم افزار لیزرل
۱۲۲	شکل ۴-۵) خروجی آزمون رابطه علی میان رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات با استفاده از نرم افزار لیزرل
۱۲۹	شکل ۵-۱) مدل اصلاح شده آزادی معنوی
۲۶	جدول ۲-۱) ابعاد رفتار شهروند سازمانی از نظر دانشمندان مختلف
۶۵	جدول ۲-۲) انواع نگرش به معنویت
۷۲	جدول ۲-۳) ویژگیهای کالاها و خدمات
۷۳	جدول ۲-۴) طبقه بندی خدمات
۷۶	جدول ۲-۵) - ابعاد کیفیت خدمات
۹۴	جدول ۳-۱) ابعاد متغیرها و تعداد کلی سؤالات
۹۴	جدول ۳-۲) آلفای کرونباخ کیفیت خدمات
۹۴	جدول ۳-۳) آلفای کرونباخ معنویت در محیط کار
۹۴	جدول ۳-۴) آلفای کرونباخ کیفیت خدمات
۱۱۱	جدول ۴-۱) نتایج تحلیل عاملی معنویت در محیط کار ماتریس عاملی چرخش یافته
۱۱۲	جدول ۴-۲) مدل اندازه گیری معنویت در محیط کار
۱۱۳	جدول ۴-۳) نتایج تحلیل عاملی رفتار شهروندی سازمانی ماتریس عاملی چرخش یافته
۱۱۴	جدول ۴-۴) مدل اندازه گیری رفتار شهروندی سازمانی
۱۱۵	جدول ۴-۵) نتایج تحلیل عاملی کیفیت خدمات ماتریس عاملی چرخش یافته
۱۱۶	جدول ۴-۶) مدل اندازه گیری کیفیت خدمات
۱۱۸	جدول ۴-۷) نتایج آزمون همبستگی پیرسون میان معنویت محیط کاری و رفتار شهروندی سازمانی
۱۲۰	جدول ۴-۸) نتایج اجرای مدل ساختاری میان معنویت در محیط کار و رفتار شهروندی سازمانی
۱۲۱	جدول ۴-۹) نتایج آزمون همبستگی پیرسون میان رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات
۱۲۲	جدول ۴-۱۰) نتایج اجرای مدل ساختاری میان رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات
۱۱	نمودار ۱-۱) رابطه شماتیک بین فرضیات تحقیق (مدل مفهومی تحقیق)
۱۷	نمودار ۱-۲) تعداد مقالات چاپ شده در ارتباط با رفتار شهروندی سازمانی
۷۸	نمودار ۲-۳) زنجیره خدمت سود
۷۹	نمودار ۲-۴) : کیفیت خدمات
۸۸	نمودار ۲-۵) مدل تحلیلی تحقیق

چکیده:

شهروندان به عنوان افرادی که تشکیل دهنده اجتماعات مختلف بشری هستند امروزه کانون توجه همه کسانی هستند که می خواهند به نحوی در زندگی انسان نقش داشته باشند. امروزه مفهوم جدیدی تحت عنوان رفتار شهروندی سازمانی مورد توجه اندیشمندان مدیریت قرار گرفته است. تعدادی از محققان به دنبال شناسایی عوامل ایجاد کننده رفتار شهروندی همچون رضایت شغلی، تعهد سازمانی، هویت سازمانی، معنویت محیط کاری، عدالت سازمانی و ... پرداخته اند و عده ای دیگر بر پیامدهای رفتار شهروندی سازمانی همچون سازمان، اثربخشی سازمانی، موفقیت سازمانی، رضایت ارباب رجوع، وفاداری مشتری، سرمایه اجتماعی پرداخته اند. هدف این پژوهش بررسی ارتباط میان معنویت محیط کاری و رفتار شهروندی سازمانی، بررسی ارتباط میان رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات، ارائه راهکارهایی برای ایجاد و تقویت رفتار شهروندی سازمانی در سازمان های خدماتی- بهداشتی، ارائه راهکارهایی برای بهبود کیفیت خدمات از طریق بهبود محیط داخلی سازمان می باشد. دامنه زمانی مورد مطالعه دی ماه ۱۳۸۸ تا پایان اردیبهشت ماه ۱۳۸۹ می باشد. تحقیق حاضر، از آنجایی که هدفش تعیین تجربی روابط علی بین معنویت در محیط کار و رفتار شهروندی سازمانی، از نظر هدف کاربردی، و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی از نوع همبستگی می باشد. در ضمن با توجه به اینکه از روش مدل سازی معادلات ساختاری برای آزمون فرضیات استفاده خواهد شد، در میان تحقیقات همبستگی، این تحقیق از نوع تحلیل ماتریس همبستگی یا کواریانس می باشد. در پژوهش حاضر از ابزارهای مصاحبه، مدارک و مستندات کتابخانه ای، پرسش نامه برای جمع آوری اطلاعات استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق کارکنان و مدیران و ارباب رجوع بیمارستان امام خمینی تهران می باشد. تجزیه و تحلیل اطلاعات از طریق نرم افزار اس.بی.اس.اس صورت پذیرفته است. پایایی پرسشنامه ها از طریق آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفت و روایی پرسشنامه ها از طریق تحلیل عامل و تحلیل اکتشافی مورد تایید قرار گرفت. بعد از آزمون فرضیات تحقیق، فرضیه اول تحت عنوان "بین معنویت در محیط کار و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبتی وجود دارد." مقدار همبستگی پیرسون برابر ۰.۶۵۳ است و این مقدار در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. آزمون فرضیه به روش مدل سازی معادلات ساختاری بیانگر وجود رابطه علی میان معنویت در محیط کار و رفتار شهروندی سازمانی می باشد. نتایج نشان می دهند درصد از تغییرات رفتار شهروندی سازمانی را می توان با معنویت در محیط کار تبیین کرد. بنابراین فرضیه اول تأیید می شود. فرضیه دوم تحت عنوان "بین رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات رابطه مثبتی وجود دارد." مقدار همبستگی پیرسون برابر ۰.۷۴۶ است و این مقدار در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. آزمون فرضیه به روش مدل سازی معادلات ساختاری بیانگر وجود رابطه علی میان رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات می باشد. نتایج نشان می دهند درصد از تغییرات کیفیت خدمات را می توان با رفتار شهروندی سازمانی تبیین کرد. بنابراین فرضیه دوم تأیید می شود.

واژگان کلیدی: رفتار شهروندی سازمانی- معنویت محیط کاری- کیفیت خدمات- رفتارهای کمک کننده- رادمدی و گذشت - وفاداری

سازمانی -اطاعت سازمانی - رفتارمدنی

فصل اول:

کلیات تحقیق

۱-۱) بیان مسأله

آن دسته از رفتارهای شغلی کارکنان که تاثیر زیادی بر اثربخشی عملیات سازمان دارند، توجه محققان و مدیران زیادی را به خود جلب کرده اند. در گذشته محققان در مطالعات خود جهت بررسی رابطه میان رفتارهای شغلی و اثر بخشی سازمانی^۱، اکثرا به عملکرد درون نقشی^۲ کارکنان توجه می کردند. عملکرد درون نقشی به آن رفتارهای شغلی کارکنان اطلاق می شود که در شرح وظایف و نقش های رسمی سازمان بیان شده و توسط سیستم رسمی سازمان شناسایی و پاداش داده می شوند.

تقریباً از یک دهه و نیم قبل، محققان بین عملکرد درون نقشی و عملکرد فران نقشی تفاوت قائل شده اند. عملکرد فرانقشی^۳ به رفتارهای شغلی فراتر از نقش های رسمی کارکنان بر می گردد که این رفتارها اختیاری هستند و معمولاً در سیستم پاداش رسمی سازمان در نظر گرفته نمی شوند (ارگان، ۱۹۸۸).

محققان اهمیت زیادی برای تاثیر عملکرد فرانقشی بر اثر بخشی سازمانی قائل می باشند. یکی از متداول ترین مفهومی سازی ها و عملیاتی سازی های صورت گرفته درباره رفتارهای فرانقشی، رفتارهای شهروندی سازمانی (OCB)^۴ می باشد (باتمن و ارگان، ۱۹۸۳).

مفهوم رفتار شهروندی سازمانی در ۱۵ سال اخیر موضوع بسیاری از تحقیقات بوده است و اهمیت آن همچنان در حال افزایش است. تحقیقات صورت گرفته عمدتاً بر سه نوع می باشند. یک سری از تحقیقات بر پیش بینی و آزمون تجربی عوامل ایجاد کننده ۵ رفتار شهروندی سازمانی متمرکز بوده اند. در این زمینه عواملی از قبیل رضایت شغلی، تعهد سازمانی، هویت سازمانی، عدالت سازمانی، اعتماد، انواع رهبری، رابطه رهبر و پیرو و ... به عنوان عوامل ایجاد کننده رفتار شهروندی سازمانی مطرح شده اند. (پادوسکوف و دیگران، ۲۰۰۰)

از سوی دیگر، یک سری از تحقیقات بر پیامد های^۵ رفتار شهروندی سازمانی متمرکز بوده اند. در این زمینه عواملی از قبیل عملکرد سازمان، اثربخشی سازمانی، موفقیت سازمانی، رضایت مشتری، وفاداری مشتری، سرمایه

1 Organizational Effectiveness

2 In-role Performance

3 Extra-role Performance

4 Organizational Citizenship Behavior

5 Antecedents

6 Consequences

اجتماعی و ... مطرح شده اند (پادوسکوف و دیگران، ۲۰۰۰. موریسون، ۱۹۹۶. یون و سوح، ۲۰۰۳. بولینو و دیگران، ۲۰۰۲).

گروه معدودی از تحقیقات نیز منحصر بر روی مفهوم رفتار شهروندی سازمانی متمرکز بوده اند و برای مثال سعی کرده اند تا تعریف جدیدی از رفتار شهروندی سازمانی داشته باشند، ابعاد آن را مشخص کنند و یا با کمک روش تحلیل عاملی سببهای استاندارد برای سنجش این مفهوم ایجاد کنند (پادوسکوف و دیگران، ۲۰۰۴. یون داین، ۱۹۹۴)

تحقیق حاضر ترکیبی از هر سه نوع ذکر شده خواهد بود. در واقع چنین رویکردی متناظر با مدل $A \rightarrow B \rightarrow C$ می باشد که به خصوص در تحقیقات رفتار سازمانی کاربرد زیادی دارد. بدین معنی که A به عنوان عامل ایجاد کننده موجب B به عنوان رفتار می شود و C نیز همان پیامد های رفتار B می باشد (کریتنر و کینیسکی، ۲۰۰۱).

بنابراین تحقیق حاضر بر آن است تا از یک سو مفهوم نسبتاً جدید معنویت محیط کاری را به عنوان عامل ایجاد کننده رفتار شهروندی سازمانی مورد بررسی قرار دهد و از سوی دیگر رابطه رفتار شهروندی سازمانی را بر متغیر کیفیت خدمات بسنجد و نیز ملاحظات جدی در زمینه رفتار شهروندی سازمانی مبتنی بر فرهنگ ایران داشته باشد.

بنابراین سؤالات تحقیق عبارتند از:

(۱) آیا معنویت محیط کاری موجب رفتار شهروندی سازمانی در کارکنان می شود؟

(۲) آیا رفتار شهروندی سازمانی منجر به کیفیت خدمات ادراک شده توسط ارباب رجوع می شود؟

در ۱۵ سال گذشته تحقیقات زیادی در موضوع رفتار شهروندی سازمانی صورت گرفته است. این واژه اولین بار در سال ۱۹۸۳ توسط ارگان و همکارش مطرح شد (باتمن و ارگان، ۱۹۸۳). مبنای این مطرح شدن به مفاهیمی از قبیل " تمایل به همکاری" (بارنارد، ۱۹۳۸) و نیز تمایز بین عملکرد قابل اعتماد نقش و " رفتارهای نوآورانه و خودجوش" (کاتر و کان، ۱۹۷۸) برمی گردد.

1 Factor Analysis

2 Antecedent - Behavior - Consequence

3 Willingness to Cooperate

4 Innovative and Spontaneous Behaviors

در ابتدا تحقیقات عمدتاً در راستای شناخت رفتار هایی بود که با وجود تاثیر آشکار بر عملکرد سازمان ها، در سیستم های ارزیابی عملکرد نادیده گرفته می شدند. در واقع در تعبیر اولیه، رفتار شهروندی سازمانی دربرگیرنده رفتارهای خارج از محدوده شغل ملاحظه می شد. البته به تدریج همراه با توسعه مفهوم رفتار شهروندی سازمانی مشخص شد که تمایز میان فعالیت های درون حوزه شغل و خارج از حوزه شغل چندان مشخص و آشکار نیست لذا باید رفتار شهروندی سازمانی را به طور انعطاف پذیر تعریف کرد (بین استوک و دیگران، ۲۰۰۳)

یکی از تعاریف اولیه که مورد قبول بسیاری از محققان قرار گرفته است، توسط ارگان (۱۹۸۸) مطرح شده است:

" رفتار شهروندی سازمانی شامل رفتار های اختیاری^۱ کارکنان است که جزء وظایف رسمی آنها نیست و مست قیما توسط سیستم رسمی پاداش سازمان در نظر گرفته نمی شود ولی میزان اثر بخشی کلی سازمان را افزایش می دهد . "

(ارگان، ۱۹۸۸)

نکته دیگر اینکه احتمالاً پیش بینی و ارزش گذاری این رفتارها به کمک معیار هایی که به نگرش ها و حالات کارکنان توجه می کنند، بهتر از معیار های مداول ارزیابی عملکرد است، چراکه جنبه ارادی و اختیاری این رفتارها بسیار برجسته تر رفتارهای عادی یک شغل است. همچنین اثرات مفید رفتار شهروندی سازمانی بر زمینه های اجتماعی، روانشناسی، سازمانی، و سیاسی یک سازمان با ارزش تر از اثرات آن بر شاخص های کمی و عملکرد می است (فره و دیگران، ۲۰۰۴)

درباره ابعاد رفتار شهروندی سازمانی هنوز یک توافق واحد بین محققان وجود ندارد برای مثال ابعادی نظیر رفتارهای کمک کننده، رادمردی و گذشت، وفاداری سازمانی، پیروی از دستورات، نوآوری فردی، وجدان، توسعه فردی، ادب و ملاحظه، فضیلت مدنی، نوع دوستی و ... در تحقیقات مختلف به عنوان ابعاد شکل دهنده رفتار شهروندی سازمانی مورد توجه قرار گرفته اند همچنین بعضی محققان بین رفتارهای شهروندی در رابطه با دیگر افراد و نیز در رابطه با کل سازمان تفاوت قائل شده اند (پاسکودوف ۲۰۰۴، ویلیام اندرسون ۱۹۹۱).

ابعادی که بیشترین توجه را میان محققین به خود جلب کرده اند عبارتند از: نوع دوستی^۱، وجدان^۲، ادب و ملاحظه^۳، رادمردی و گذشت^۴، فضیلت مدنی^۵

1 Discretionary

این پنج بعد توسط ارگان در سال ۱۹۸۸ مطرح شدند و پادساکف و همکارانش در سال ۱۹۹۰ با کمک روش تحلیل عاملی برای هرکدام از این پنج بعد، مقیاس سنجش استاندارد ایجاد کردند که این مقیاس ها در سالهای بعد برای سنجش رفتار شهروندی سازمانی مورد استفاده بسیاری از محققان قرار گرفته است (پاسکودوف، ۱۹۹۰، ارگان، ۱۹۸۸).

نوع دوستی، کمک به دیگر اعضای سازمان در رابطه با مشکلات و وظایف مرتبط است. مانند کارکنانی که به افراد تازه وارد و یا کم مهارت کمک می کنند. وجدان به رفتارهای اختیاری گفته می شود که از حداقل الزامات نقش فراتر می رود. مثل فردی که بیشتر از حالت معمول سر کار می ماند و یا کارمندی که وقت زیادی را برای استراحت صرف نمی کند. ادب و ملاحظه به تلاش کارکنان برای جلوگیری از تنش ها و مشکلات کاری در رابطه با دیگران گفته می شود. منظور از راد مردی و گذشت، نشان دادن تحمل و گذشت در شرایط غیر ایده ال سازمان بدون شکایت و غرغر کردن می باشد. نهایتاً منظور از فضیلت مدنی، تمایل به مشارکت و مسئولیت پذیری در زن دگی سازمانی و نیز ارائه تصویری مناسب از سازمان می باشد (مکنزی و دیگران، ۱۹۹۳، پادوسکوف و دیگران، ۲۰۰۰، بن و منکیو، ۲۰۰۲)

معنویت محیط کاری^۶

در این تحقیق معنویت محیط کاری به عنوان یکی از عوامل ایجاد کننده رفتار شهروندی سازمانی مورد سنجش قرار می گیرد. یکی از روندهای مهم کسب و کار و مدیریت در قرن ۲۱ که از اواسط دهه ۹۰ به طور جدی مطرح شده است، تمرکز بر معنویت کارکنان در سازمان ها می باشد (شلن بارگر، ۲۰۰۰)

اهمیت و تعداد تحقیقات در این زمینه در حال افزایش است. معنویت محیط کاری موضوع بسیاری از مجلات مدیریتی بوده است و ح تی به روی جلد مجلاتی از قبیل بیزینس ویک (کولین، ۱۹۹۹) و فورچون (گانتز، ۲۰۰۱) راه یافته است. همچنین کتاب های زیادی نیز در این زمینه به نگارش درآمده اند.

1 Altruism
2 Conscientiousness
3 Courtesy
4 Sportsmanship
5 Civic Virtue

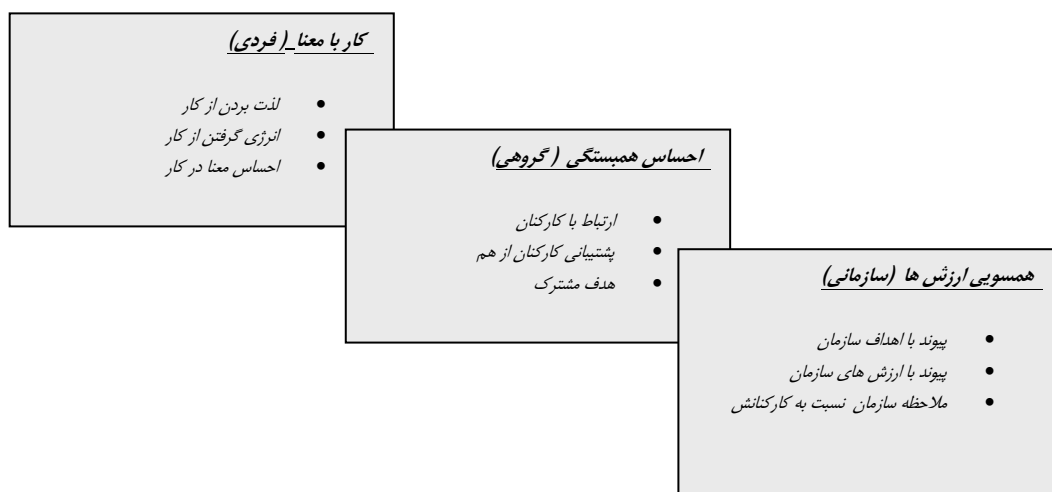
6 Workplace Spirituality

به علاوه در سال ۱۹۹۹، آکادمی مدیریت^۱ آخرین گروه تخصصی خود را تحت عنوان "معنویت، دین و کار" (SRW)^۲، تشکیل داده است.

دلیل علاقه مندی سازمان ها به معنویت محیط کاری، افزایش اثر بخشی سازمانی است. شواهد تجربی رابطه مثبتی را بین معنویت محیط کاری با خلاقیت (فرشمن، ۱۹۹۹)، صداقت و اعتماد درون سازمان (وانگر-مارش و کونلی، ۱۹۹۹)، افزایش حس کامیابی شخصی (باراک، ۱۹۹۹)، تعهد سازمانی (دلپسکیو، ۱۹۹۹)، نگرش های شغلی از قبیل رضایت شغلی، مشارکت شغلی، کاهش میل به خروج و احترام به خود مبتنی بر سازمان (میلیمن و دیگران، ۲۰۰۳) و ... نشان می دهند.

با توجه به ماهیت شخصی معنویت، در این باره دیدگاه ها و تعاریف مختلفی وجود دارد. در این تحقیق مبنای کار ما تعریف معنویت محیط کاری توسط اشموس و دوچن می باشد که عبارت است از:

"درک و شناسایی اینکه بعدی از زندگی کارکنان درونی و باطنی است که این بعد قابل پرورش است و به واسطه انجام کارهای با معنا در زندگی افزایش می یابد." (اشمس و دوچن، ۲۰۰۰)



شکل ۱-۱) ابعاد معنویت محیط کاری (میلیمن و دیگران، ۲۰۰۳)

بر اساس همین تعریف این دو محقق با کمک روش تحلیل عاملی پرسش نامه ای با هفت بعد اصلی برای

کمک به محققان جهت سنجش معنویت محیط کاری ایجاد کردند

1 Academy of Management
2 Spirituality, religion and Work

سپس در سال ۲۰۰۳ میلیم و همکارانش سه بعد از این هفت بعد را که متناسب با سه سطح فردی، گروهی و سازمانی بود، انتخاب کردند و از آن در یک پژوهش استفاده کردند. این سه بعد عبارتند از احساس معنا در کار ۱ در سطح فردی، احساس همبستگی ۲ در سطح گروهی و همسویی ارزش های ۳ فرد با سازمان در سطح سازمانی. شکل زیر این مفهوم سازی را نشان می دهد. این سه بعد در آثار بسیاری از محققان دیگر نیز وجود دارد.

در ادامه این سه بعد را بیشتر توضیح می دهیم.

یک جنبه اساسی معنویت در کار شامل یک حس عمیق از معنا و مقصود در کار است. این بعد از معنویت محیط کاری، مشخص می کند که چگونه کارکنان در کار روزمره شان در سطح فردی تعامل دارند. بیان معنویت در کار شامل این فرض است که هر فردی انگیزش درونی، حقایق و علائمی برای مبادرت به انجام فعالیت هایی دارد که معنای بیشتری به زندگی خودش و دیگران می بخشد.

یک بعد اساسی دیگر از معنویت محیط کاری شامل یک پیوند عمیق با دیگران به عنوان یک نوع احساس همبستگی عمیق است (اشمس و دیگران، ۲۰۰۰). این بعد از معنویت محیط کاری در سطح گروهی از رفتار انسانی رخ می دهد و بر تعاملات بین کارکنان و همکارانشان دلالت دارد. همبستگی در کار مبتنی بر این باور است که افراد یکدیگر را در پیوند با هم می دانند و اینکه بین خود درونی هر فرد با خود درونی دیگران رابطه وجود دارد (میلیم و دیگران، ۲۰۰۳). این سطح از معنویت محیط کاری شامل ارتباط ذهنی، احساسی و معنوی بین کارکنان در گروه های کاری می باشد.

سومین بعد معنویت محیط کاری تجربه یک حس قوی از همسویی بین ارزش های فردی کارکنان با رسالت، مأموریت و ارزش های سازمان است. این بعد از معنویت محیط کاری تعامل کارکنان با مقصود سازمانی بزرگ تر را در بر می گیرد. (میتروف و دنتون، ۱۹۹۹) همسویی با ارزش های سازمان به این معنی است که

1 Meaningful Work
2 Sense of Community
3 Alignment with Organizational Values

افراد باور دارند که مدیران و کارکنان در سازمان دارای ارزش های مرتبط و یک نوع وجدان قوی هستند و سازمان نسبت به رفاه کارکنان و همبستگی آنان ملاحظه دارد (اشمس و دیگران، ۲۰۰۰)

کیفیت خدمات ۱:

کیفیت خدمات یکی از معنادارترین سازه ها در تبیین و توصیف نیت رفتاری ۲ آینده مشتریان می باشد (زیتمل و دیگران، ۱۹۹۳) و امروزه به یک عامل متمایز کننده مهم و در واقع به رقابتی ترین اسلحه برای شرکت های خدماتی پیشرو تبدیل شده است. شرکت های خدماتی پیشرو همواره برای حفظ کیفیت برتر خدمات و در نتیجه حفظ مشتریان خود در تلاش می باشند. (زیتمل و دیگران، ۱۹۹۶)

در ادبیات مدیریت و بازاریابی هنوز توافق واحدی برای تعریف و مفهوم سازی کیفیت خدمات وجود ندارد. با این حال می توانیم به طور ساده کیفیت خدمات ادراک شده توسط مشتری را این گونه تعریف کنیم:

" قضاوت ادراک شده مشتری درباره کیفیت کلی خدمات که ناشی از اختلاف بین ادراک مشتریان ۳ و انتظار آنها از خدمات دریافت شده می باشد. " (زیتمل، ۱۹۸۸، وانگ و سول، ۲۰۰۳).

۲-۱) سابقه و ضرورت انجام تحقیق

متغیرهایی که در این پژوهش بررسی می شوند عبارتند از: معنویت محیط کاری، رفتار شهروندی سازمانی، کیفیت خدمات. در این بین رفتار شهروندی سازمانی تنها حدود ۱۵ سال و معنویت محیط کاری کمتر از ۱۰ سال است که به طور جدی در ادبیات و تحقیقات مدیریت در دنیا مطرح شده اند. در این باره متون به زبان فارسی بسیار اندک است و تحقیقات انجام گرفته در داخل کشور نیز انگشت شمار است. بنا براین با توجه به اهمیت فراوان این دو موضوع جدید در حوزه مدیریت و کسب و کار تهیه مطالب علمی به زبان فارسی جهت استفاده دانشجویان، محققان، مدیران و سایر علاقه مندان ضروری به نظر می رسد.

رفتار شهروندی سازمانی و معنویت محیط کاری:

1 Service Quality
2 Behavioral Intentions
3 Customer Perception

با توجه به مطالب ذکر شده طبیعی است که فرض کنیم بین وجود معنویت محیط کاری و رفتارهای شهروندی سازمانی کارکنان رابطه ای مثبت و مستقیم وجود دارد . در واقع کارکنانی که در کارشان احساس معنا و مفهوم عمیقی دارند، باور دارند که انسان ها با یکدیگر پیوند دارند، در محیط کار احساس همبستگی با دیگران دارند، ارزش ها و اهداف خود را همسو با ارزش های سازمان می بینند و باور دارند که سازمان نسبت به آنها و مسایلشان مثل رفاه همه کارکنان سازمان توجه و ملاحظه دارد، احتمال زیادی دارد که در محیط کار از خود رفتارهای رفتار شهروندی سازمانی نشان دهند .

نکته دیگر اینکه در تحقیقات قبلی مشخص شده است که از یک سو معنویت محیط کاری از عوامل ایجاد کننده نگرش های شغلی از قبیل رضایت شغلی، تعهد سازمانی، اعتماد، مشارکت شغلی و ... است (میلیمن و دیگران، ۲۰۰۳) و از سوی دیگر نگرش های شغلی خود از عوامل ایجاد کننده رفتار شهروندی سازمانی می باشند (پادوسکوف و دیگران، ۲۰۰۰). بنابراین می توانیم این طور نتیجه بگیریم که معنویت محیط کاری به طور غیر مستقیم و از طریق نگرش های شغلی کارکنان نیز بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیری گذارد . لازم به ذکر است در تحقیقات صورت گرفته در زمینه رفتار شهروندی سازمانی تا به حال معنویت محیط کاری به عنوان عامل پیش بینی کننده رفتار شهروندی سازمانی مطرح نشده است .

کیفیت خدمات و رفتار شهروندی سازمانی :

محققان زیادی موفقیت بلند مدت، سودآوری و اثربخشی سازمان ها را نتیجه کیفیت خدمات می دانند با توجه به اهمیت کیفیت خدمات، محققان زیادی تلاش کرده اند تا عوامل ایجاد کننده کیفیت خدمات را شناسایی کنند (یون و سوه، ۲۰۰۳). از جمله عوامل بسیار مهم و اثر گذار بر کیفیت خدمات، رفتارهای کارکنان در سازمان می باشد . در واقع این فعالیت های کارکنان درون سازمان است که سازمان را با مشتریان پیوند می دهد. هدف این فعالیت ها حفظ وفاداری مشتریان از طریق برآورده ساختن نیازهایشان است . لذا جهت اطمینان از موفقیت در ایجاد کیفیت خدمات عالی، کارکنان اهمیتی کلیدی دارند، چرا که نهایتاً آنها هستند که مسئول ارائه خدمات و برآورده ساختن انتظارات مشتریان می باشند .

بنابراین تعامل بین کارکنان در تماس با مشتریان و مشتریان، یک ابزار مهم جهت ایجاد ارزش برای مشتریان می باشد. رفتارهای کارکنان فروش و دیگر کارکنانی که در تماس مستقیم با مشتریان هستند، از تعیین کنندگان اصلی کیفیت خدمات ادراک شده مشتریان می باشد.

نکته دیگر اینکه در حقیقت خدمات نوعی عملکرد است و بنابراین در مقایسه با کالاهای محسوس، کیفیت خدمات به طور عمده ای وابسته به عملکرد کارکنان در تماس با مشتریان است.

در تحقیقات قبلی در مورد کیفیت خدمات، عمدتاً به رابطه رفتارهای رسمی و درون نقشی کارکنان و کیفیت خدمات ادراک شده توجه شده است. در حالیکه علاوه بر این رفتارها، رفتارهای اختیاری و فرانقشی مثل رفتار شهروندی سازمانی نیز احتمالاً تاثیر قابل توجهی در ارزیابی مشتریان از کیفیت خدمات خواهد داشت. اغلب رابطه رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد سازمان در سطح مفهومی بررسی می شود. در حالیکه تعدادی از محققان اولیه رفتار شهروندی سازمانی عقیده دارند که تحقیقات تجربی کافی در زمینه سنجش رابطه رفتار شهروندی سازمانی با عملکرد انجام نگرفته است.

بنابراین مشخص کردن رابطه رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات که نوعی عملکرد می باشد، بر اساس همین مبنا و مطالعات کم صورت گرفته می باشد.

چند دلیل برای پشتیبانی از رابطه رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات می توان ذکر کرد:

اول اینکه رفتار شهروندی سازمانی مستقیماً بر رابطه بین کارکنان و مشتریان اثرات مثبتی دارد و ادراکات مشتریان از کیفیت خدمات را بهبود می بخشد. کارکنانی که رفتارهای رفتار شهروندی سازمانی نشان می دهند، قادر به بهبود کیفیت خدمات هستند، چراکه آنها تلاش می کنند تا به بهترین نحو به دیگران و از جمله مشتریان کمک کنند.

تئوری اجتماعی شدن^۱ نیز به فهم این رابطه کمک می کند. بر اساس تحقیقات اجتماعی شدن، کارکنانی که یکی از رفتارهای کمک کننده مثل رفتار شهروندی سازمانی را انجام می دهند، احتمال بیشتری دارد که

¹ Socialization

دیگر انواع رفتارهای کمک کننده مثل رفتارهای مشتری گرایانه را انجام دهند برای مثال کارکنان با وجدان احتمال بیشتری دارد که برای حل مشکلات مشتریان تلاش کنند .

دلیل دیگر، اثرگذاری رفتار شهروندی بر جنبه درونی سازمانی است، که به طور غیر مستقیم موجب بهبود کیفیت خدمات می شود رفتار شهروندی بهره وری کارکنان و گروه های کاری را افزایش می دهد، کار تیمی را تشویق می کند، ارتباطات، همکاری و کمک کارکنان به یکدیگر را افزایش می دهد، نرخ اشتباهات را کاهش می دهد و مشارکت و درگیر شدن کارکنان در سازمان را ارتقا می دهد . کارکنانی که محیط کاری را مثبت درک کنند، احتمال مشتری گرایی آنها بیشتر می شود . بنابراین رفتار شهروندی سازمانی با اثرگذاری بر عوامل درونی سازمان از قبیل جو خدمات، محیط کاری، حفظ کارکنان و ... موجب کیفیت عالی در خدماتی می شود که کارکنان به مشتریان ارائه می کنند .

دلیل دیگر اینکه ارزیابی مشتریان از کیفیت خدمات از عوامل مهم در کسب اثر بخشی سازمانی است . لذا دلیل علاقه زیاد محققان به رفتار شهروندی سازمانی مبتنی بر این فرض است که رفتار شهروندی سازمانی مثلاً با تاثیر بر کیفیت خدمات منجر به اثر بخشی سازمانی می شود (یون و سوه، ۲۰۰۳). همچنین در رابطه با کیفیت خدمات نیز با این که مطالب به زبان فارسی به حد کافی وجود دارد، تحقیقات تجربی صورت گرفته ناکافی به نظر می رسد ..

نکته دیگر این که اکثر تحقیقات درباره متغیرهای این تحقیق و به خصوص درباره رفتار شهروندی سازمانی و معنویت محیط کاری در محیطی امریکایی صورت گرفته است و شاید نتوان نتایج آن را به محیط شرقی و اسلامی تعمیم داد . بنابراین لازم است اولاً این دو مفهوم متناسب با فرهنگ خودمان بازنگری شوند و ثانياً در زمینه ای داخلی مورد سنجش قرار بگیرند . در این تحقیق ما سعی می کنیم در مورد رفتار شهروندی سازمانی متناسب با فرهنگ کشورمان ملاحظات جدی داشته باشیم .

نهایتاً این که نتایج این پژوهش کمک زیادی به سازمان هایی که در تماس با ارباب رجوع هستند، می کند تا هم بتوانند کارکنان داخلی را پرورش دهند و هم موجب بهبود کیفیت خدمات شوند و نهایتاً اثربخشی سازمانی را ارتقا دهند .

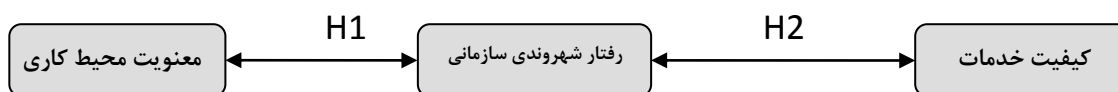
همان طور که پیش تر نیز ذکر شد، تعداد تحقیقات صورت گرفته برای پیش بینی عوامل ایجاد کننده و پیامد های رفتار شهروندی سازمانی در دهه گذشته افزایش زیادی داشته است . با این حال در داخل کشور هنوز این مفهوم جا نیفتاده است و تعداد مقالات و پژوهش ها در این زمینه انگشت شمار است .

در زمینه معنویت محیط کاری نیز با این که تعداد تحقیقات از سال ۱۹۹۹ به بعد رشد زیادی داشته است، هنوز در سطح دنیا تعداد مقالات در این زمینه اندک است . البته این موضوع در ادبیات آکادمیک روانشناسی سابقه طولانی تری دارد .

۳-۱) فرضیه‌ها (سئوالات تحقیق):

H1: بین معنویت محیط کاری و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد .

H2: بین رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات رابطه معناداری وجود دارد .



نمودار ۱- ۱) رابطه شماتیک بین فرضیات تحقیق (مدل مفهومی تحقیق)

۴-۱) اهداف تحقیق:

- بررسی ارتباط میان معنویت محیط کاری و رفتار شهروندی سازمانی
- بررسی ارتباط میان رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات
- ارائه راهکار هایی برای ایجاد و تقویت رفتار شهروندی سازمانی در سازمان های خدماتی- بهداشتی
- ارائه راهکارهایی برای بهبود کیفیت خدمات از طریق بهبود محیط داخلی سازمان

۵-۱) روش انجام تحقیق:

تحقیق از نظر هدف، توصیفی محسوب می شود ، زیرا بدون دخالت در وضعیت و نقش متغیرها ، صرفا به بررسی و تشریح آنچه که وجود داشته پرداخته است. در این راستا، پژوهشگر با مراجعه مستقیم به سازمان تحت مطالعه و انجام

مصاحبه با مدیران و نیز تکمیل پرسشنامه، اطلاعات مورد نیاز خود را جمع آوری نموده و به بررسی رابطه بین متغیرهای پرداخته می شود. لذا تحقیق توصیفی از نوع همبستگی به شمار می آید

۶-۱) روش و ابزار گردآوری اطلاعات

برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز تحقیق روشهای متنوعی وجود دارد. در پژوهش حاضر از ابزارهای مصاحبه، مدارک و مستندات کتابخانه ای، اینترنت و سه نوع پرسشنامه رفتار شهروندی سازمانی، کیفیت خدمات و معنویت کاری استفاده شده است.

۷-۱) جامعه آماری و تعداد نمونه

جامعه آماری این تحقیق کل کارکنان و مدیران و همچنین ارباب رجوع بیمارستان امام خمینی تهران می باشد از بین کارکنان به تعداد ۱۵۰ پرسشنامه توزیع شد و ۳۰۰ نمونه پرسشنامه هم در باب کیفیت خدمات بین ارباب رجوع تقسیم شد و حدود ۲۶۱ پرسشنامه جمع آوری شد.

۸-۱) روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

از طریق نرم افزار Spss به تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده پرداخته خواهد شد. برای تایید پایایی تحقیق از آلفای کرونباخ استفاده شده است و برای تعیین روایی محتوای پرسشنامه از تحلیل عامل چند مرحله ای استفاده شده است. و برای آزمون فرضیات از آزمون ضریب همبستگی استفاده شده است

۹-۱) تعریف واژگان کلیدی

رفتار شهروندی سازمانی: " رفتار شهروندی سازمانی شامل رفتارهای اختیاری^۱ کارکنان است که جزء وظایف رسمی آنها نیست و مستقیماً توسط سیستم رسمی پاداش سازمان در نظر گرفته نمی شود ولی میزان اثر بخشی کلی سازمان را افزایش می دهد" (ارگان، ۱۹۸۸).