بررسی رابطه رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات در یگان‌های انتظامی شهرستان کرمان

امان مولایی[۱]

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۲/۰۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۶/۱۵

چکیده

زمینه و هدف: به دلیل تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر کیفیت خدمات ارائه شده و به تبع آن برسودآوری سازمان، توجه به این گونه رفتارها می‌تواند یکی از راه‌های افزایش اثربخشی سازمان‌ها باشد که تاکنون بدان توجه چندانی نشده است. هدف این پژوهش بررسی رابطه رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات در یگان‌های انتظامی شهرستان کرمان می‌باشد.

روش شناسی: جامعه آماری این تحقیق کارکنان و مراجعه کنندگان به یگان‌های انتظامی (معاونت بهداری، کلانتری۱۳و مرکز تعویض پلاک پلیس راهنمایی و رانندگی) شهرستان کرمان می‌باشد. حجم نمونه این پژوهش۱٦۸ نفر که نمونه گیری از کارکنان به صورت تصادفی و از مراجعه کنندگان به صورت غیر تصادفی (در دسترس) انجام شد. برای جمع آوری داده‌ها در این پژوهش از دو پرسشنامه استفاده گردید.

نتایج: پژوهش حاکی است بین مولفه‌های رفتار مدنی، وجدان و احترام با کیفیت خدمات ارتباط معنی داری وجود دارد. در حالیکه رابط معنی داری در بین مولفه‌های (جوانمردی و نوع دوستی) با کیفیت خدمات برقرار نبود. بطور کلی بین رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات در یگان‌های انتظامی شهرستان کرمان رابطه وجود دارد.

کلید واژه‌ها: رفتار شهروندی سازمانی، کیفیت خدمات، کارکنان، پلیس

[۱]- کارشناس ارشد مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان، عضو پژوهشگران دفتر تحقیقات کاربردی، تلفن؛ ۰۹۱۳٦۳۷٦٤۰٦- Amanmolaei۱۳٦۳@gmail.com

مقدمه و بیان مسئله

نیروی حیاتی یک سازمان، کارکنان آن می‌باشد، در واقع چون کارکنان مرتبط با مشتری ارائه دهنده خدمات سازمان می‌باشند، به طور مستقیم بر رضایت مشتریان تأثیر می‌گذارند و نقش بازاریابان را ایفا می‌نمایند. آن‌ها کارکردهای بازاریابی را انجام داده و می‌توانند این کارکردها را که به سود سازمان می‌باشد به خوبی انجام دهند وبه عنوان مزیتی برای سازمان در نظر گرفته شود و یا ارائه گر ضعیفی از این کارکردها باشند که به سود سازمان نمی‌باشد (کیم[۱]، ۲۰۰۶: ۷۲۲). یکی از مهم‌ترین موضوعاتی که سازمان با آن مواجه می‌باشد چگونگی انگیزش کارکنان است، به این منظور که نقش‌ها و وظایف خود را به خوبی انجام دهند تا نتیجتاً این اطمینان حاصل گردد که مشتریان، خدمات را با کیفیت بسیار بالایی دریافت نمایند و این امر سازمان را قادر خواهد ساخت تا مشتریان موجود راحفظ نماید (نایهن و مارلو[۲]، ۱۹۹۳: ۲۹۷). در واقع، مجموعه خاصی از رفتارهای کارکنانی که در ارائه خدمات به مشتریان با آن‌ها تماس داشته و تعامل برقرار می‌کنند، می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر ادراک مشتریان از کیفیت خدمات داشته باشد، بویژه رفتارهای داوطلبانه و اختیاری که کارکنان، هم برای مشتریان وهم برای سازمان انجام می‌دهند. این رفتارها، رفتار شهروندی سازمانی نامیده می‌شود که به عنوان مشارکت فرد در محیط کاری می‌باشد و خارج از محدوده الزامات ویژه نقش آن فرد می‌باشد و به طور مستقیم و صریحی، توسط سیستم رسمی پاداش مورد شناسایی قرار نمی‌گیرد (گراهام، ۱۹۹٤: ۲٤۹). تحقیقات قابل توجهی در خصوص رفتار مطلوب ودر عین حال غیررسمی درسازمان صورت گرفته است. به چنین رفتاری، رفتارشهروندی سازمانی یا (سندرم سربازخوب) گفته می‌شود (ارگان، ۱۹۸۳). بر مبنای بیشتر تعاریف رفتار سرباز خوب،

---

۱ -Kim

۲ -Nyhen & Marlowe

رفتارهایی چون مددکاری اجتماعی، وقت شناسی، کمک به دیگران، نوآوری، کارهای داوطلبانه و همچنین عدم بروز رفتارهای نامطلوبی چون گلایه، مشاجره و عیب جویی از دیگران را در بر می‌گیرد.

با توجه به مطالب ذکرشده رفتار شهروندی سازمانی نیز از موضوعات اساسی در حوزه رفتار سازمانی است که تلاش می‌کند تا با ارائه راهکارهایی در جهت افزایش تعهد سازمانی، بهبود عملکرد، رضایت مشتریان، وفاداری مشتری، رضایت شغلی و کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان گام‌های موثری را بردارد. بر این اساس توجه به شهروندان رو به افزایش بوده و اهمیت آنان به عنوان یکی از منابع بسیار مهم سازمان درک شده است، رفتار آن‌ها می‌تواند بسیار با اهمیت تلقی شده، از این روست که امروزه محققان بسیاری به تجزیه و تحلیل رفتار شهروندی در سازمان‌ها پرداخته‌اند. دراین تحقیق نیز رابطه بین دو متغیر رفتارشهروندی سازمانی و کیفیت خدمات مورد سنجش قرار می‌گیرد، لذا سئوال اساسی این تحقیق به شرح زیر است:

آیا بین رفتارشهروندی سازمانی و کیفیت خدمات دریگان‌های انتظامی شهرستان کرمان رابطه وجود دارد؟

الوانی ودانایی فرد معتقدند در دنیای کنونی یکی ازاستراتژی‌های نوین مدیریت دولتی توجه به مقوله شهروند مداری و ارائه خدمات باکیفیت وجلب رضایت ارباب رجوع است.

کیفیت خدمات یکی از مهم‌ترین سازه‌ها و قراردادهایی است که برای توضیح تمایلات رفتاری آتی مشتریان ایجاد شده است . حتی گفته شده است که توزیع خدمات با کیفیت، یکی از اساسی‌ترین استراتژی‌ها برای بقای شرکت می‌باشد (کیم، ۲۰۰۶: ۷۲۵). در انجام خدمات، عملکرد رفتاری کارکنان، مهم‌ترین بخش از کیفیت خدماتی است که مشتریان دریافت می‌نمایند؛ لذا تحقیق در این خصوص می‌تواند از نظر علمی دارای ارزش و اهمیت ویژه‌ای بوده و نتایج حاصل از آن مورد استفاده مدیران و نیز محققین قرار گیرد.

از همین رو هدف اصلی این تحقیق به دنبال پاسخگویی به این سوال است که آیا رابطه معناداری بین رفتارشهروندی سازمانی (رفتار مدنی، جوانمردی، وجدان، نوع دوستی و احترام) و کیفیت خدمات ارائه شده به مراجعین در یگان‌های انتظامی شهرستان کرمان وجود دارد؟

پیشینه و مفاهیم

رفتارشهروندی سازمانی: مجموعه ای از رفتارهای داوطلبانه و اختیاری که بخشی از وظایف رسمی فرد نیستند، اما با این وجود توسط وی انجام و باعث بهبود مؤثر وظایف و نقش‌های سازمان می‌شوند (اپل بام و همکاران[۱]، ۲۰۰٤: ۱۹).

رفتار مدنی: شامل رفتارهایی از قبیل حضور در فعالیت‌های فوق برنامه و اضافی، آن هم زمانی که این حضور لازم نباشد، حمایت از توسعه و تغییرات ارائه شده توسط مدیران سازمان و تمایل به مطالعه کتاب، مجلات وافزایش اطلاعات عمومی و اهمیت دادن به نصب پوستر و اطلاعیه در سازمان برای آگاهی دیگران، می‌شود. براین اساس گراهام معتقد است که یک شهروند سازمانی خوب نه تنها باید از مباحث روز سازمان آگاه باشد بلکه باید درباره آن‌ها اظهار نظر کند و در حل آن‌ها نیز مشارکت فعالانه داشته باشد (ارگان، ۱۹۸۸: ۱۲).

جوانمردی: تمایل کارکنان به تحمل شرایطی است که دارای کمترین شرایط ایده آل مورد نظر آن‌ها می‌باشد، بدون آن که شکایتی انجام دهند (نجات ومیرزاده، ۱۳۸۸).

وجدان: اعضای سازمان رفتارهای خاصی را انجام می‌دهند که فراتر از حداقل سطح وظیفه ای مورد نیاز برای انجام آن کار است (ارگان، ۱۹۸۸: ۹).

---

[۱] - Appelbaum

نوع دوستی: به رفتارهای مفید وسودبخشی از قبیل ایجاد صمیمیت، همدلی ودلسوزی میان همکاران که خواه به شکل مستقیم ویا غیرمستقیم به کارکنانی که دارای مشکلات کاری هستند کمک می‌کند (اسلامی و سیار، ۱۳۸٦: ۱).

احترام وتکریم: بیان کننده نحوه رفتار افراد با همکاران، سرپرستان و مخاطبان سازمان است. افرادی که در سازمان با احترام و تکریم با دیگران رفتار می‌کنند دارای رفتار شهروندی مترقی هستند (اسلامی و سیار، ۱۳۸٦: ۱).

کیفیت: کیفیت هیچ معنا و مفهومی به جز هرآنچه که مشتری واقعا می‌خواهد، ندارد. به عبارت دیگر یک محصول زمانی با کیفیت است که با خواسته‌ها و نیازهای مشتری انطباق داشته باشد. کیفیت باید به عنوان انطباق محصول با نیاز مشتری تعریف شود (کراسبی[۱]، ۱۹۸٤: ٦۰).

خدمات: گرونروز[۲] (ذکر شده در سید جوادین و کیماسی، ۱۳۸٤: ۱۹) خدمت را اینگونه تعریف می‌کند: خدمت، فرآیندی است مشتمل بر یک سری از فعالیت‌های کم بیش نامحسوس که بطور طبیعی اما نه لزوما همیشگی، در تعاملات بین مشتریان و کارکنان و یا منابع فیزیکی یا کالاها و یا سیستم‌های ارائه کننده خدمت، روی داده تا راه حلی برای مسائل مشتریان باشد.

کیفیت خدمات: هاپسون[۳] (ذکر شده در ایران نژاد، ۱۳۸٤: ۱۱٤) معتقد است کیفیت خدمات یعنی رسیدگی به جزئیات، کیفیت خدمات بدین معنی است که تمام فرایندهای کسب وکار مبتنی برمشتری گرایی و سازماندهی کسب و کار به نحوی باشد که مشتریان

[۱] -Crosby
[۲] -Gronroos
[۳] -Hapson

بتوانند آنچه را می‌خواهند در زمان مطلوب بدست آورند، لذا بخش دیگری از کیفیت خدمت، مبتنی بر انسان است، رفتار انسان‌ها با مشتریان و با یکدیگر عنصر اصلی است.

اطمینان خاطر: دانش ومهارت و شایستگی کارکنان وسازمان درالقای حسن اعتماد واطمینان به مشتری (میرغفوری و مکی، ۱۳۸٦: ٦٦).

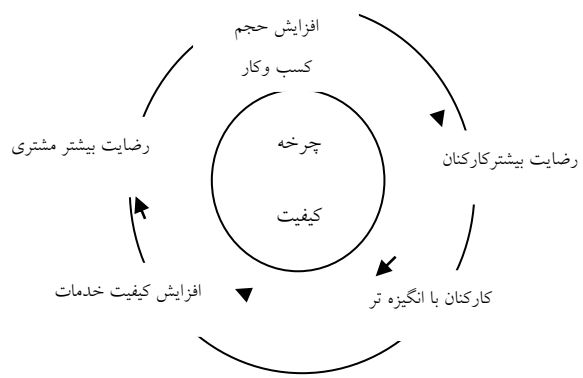
نوع متغیرها: الف) متغیرپیش بین: به متغیری گفته می‌شود که از طریق آن متغیر وابسته تبیین یا پیش بینی می‌گردد (طاهری، ۱۳۸۵: ۲۵). دراین تحقیق رفتارشهروندی سازمانی به عنوان متغیر پیش بین در نظر گرفته شده است.

ب) متغیرملاک: متغیری است که تغییرات آن وابسته به تغییرات متغیر پیش بین است (طاهری، ۱۳۸۵: ۲٦) .

دراین تحقیق کیفیت خدمات به عنوان متغیر ملاک در نظر گرفته شده است.

هسکت [۱] مزایای کیفیت خدمات را به شکلی ساده و رسا در شکل شماره(۲) نشان داده است.

شکل۲: چرخه کیفیت خدمات (هسکت، ۱۹۸۷: ۵۳)



[۱] -Heskett

ابعاد کیفیت بر گرفته از متون

فروتنی: مقصود از فروتنی، استقبال از مشتری، مودب و یاری دهنده بودن، توجه به حضور مشتری

موجز بودن: واکنش سریع داشتن، توضیح دادن درباره تاخیرها، تمرکز برروی موضوعات کاری

کامل بودن: ارائه خدمات به طور کامل، ارائه دستورالعمل‌ها وپاسخ‌های کامل

وضوح: به وضوح صحبت و سئوال کردن، صحبت به زبان مشتری در صورت امکان

صحیح بودن: حصول اطمینان از صحیح بودن مدارک

باتوجه بودن: باتوجه کامل گوش دادن، تمایل به ارائه توضیحات

پاکیزه بودن: ظاهر آراسته و تمیز داشتن، حفظ محیط کاری تمیز، مرتب، ایمن

ابعاد کیفیت در بخش خصوصی

ابعاد کیفیت در بخش خصوصی، شامل موارد زیر می‌باشد:

قیمت: منظور این نیست که کالا و خدمت مورد نیاز، با هرقیمتی تهیه شود، بلکه باید توجه داشت مهم‌ترین انتظار مشتری این است که کالا یا خدمت را با قیمت مناسب بدست آورد.

دوام: از ابعاد مهم کیفیت، طول عمر محصول است، کالا عرضه شده باید از دوام و طول عمر نسبی که متناسب با نیاز مشتری است، برخوردار باشد.

قابلیت اطمینان: منظور از قابلیت اطمینان، زمانی است که باید طی شود تا کالا خراب و احتمالاً به تعمیر نیاز پیدا کند.

تحویل به موقع: کالا یا خدمت ارائه شده باید به موقع تحویل مشتری شود.

کارکرد: کارکرد محصول یا خدمت باید متناسب با نیاز مشتری باشد.

خدمات پس از فروش: سرعت در تعمیر، دردسترس بودن تعمیرگاه یا تعمیر کننده و قواعد منتاسب برای نگهداری و تعمیر صحیح، نشان دهنده تعمیر و نگهداری مطلوب محصول، مورد نظر مشتری است.

همسازی: کالا یا خدمت باید پس از تولید، با استانداردها و نیز مشخصه‌های طراحی، همسازی داشته باشد.

شکل ظاهری: زیبایی و مقبولیت محصول از جنبه‌های مختلف برحسب نوع کالا یا خدمت است.

شهرت: در صورتی که مشتری از کالا یا خدمت دریافتی رضایتمند شود و رضایت ادامه یابد. نشان سازمانی تولید کننده، مدرکی برای انتخاب می‌شود.

ایمنی: احتمال وقوع حوادث بر اثر استفاد ه از کالا یا خدمت، نشانگر میزان ایمنی آن است.

تأثیر اجتماعی: ممکن است فرآورده‌ای تمامی جنبه‌های یاد شده را داشته باشد ولی اثر مخربی در جامعه برجاگذارد.

ابعاد کیفیت در بخش دولتی

ابعاد کیفیت در بخش دولتی با ابعاد کیفیت در بخش خصوصی تفاوت‌های عمده‌ای دارد. ابعاد مدیریت کیفیت جامع در بخش دولتی بسیار فراتر از طرز نگرشی است که مشتری نسبت به یک کالا یا یک شی دارد.

موانع بهبود کیفیت خدمات

در ارائه خدمات به مشتریان مشکلاتی بروز می‌کنند که عبارتند از:

فقدان قابلیت روئیت: تحقیقات نشان می‌دهد که در هر لحظه زمانی ۲۵ درصد از مشتریانی که از خدمات ناراضی هستند خرید مجددشان را کاملا متوقف می‌سازند. با

این حال تنها ٤ درصد از آن‌ها از سازمان شکایت می‌کنند. این موضوع مسئولیت ارائه کنندگان خدمات را برای شناخت فعالانه مسائل کیفیت خطیرتر می‌سازد.

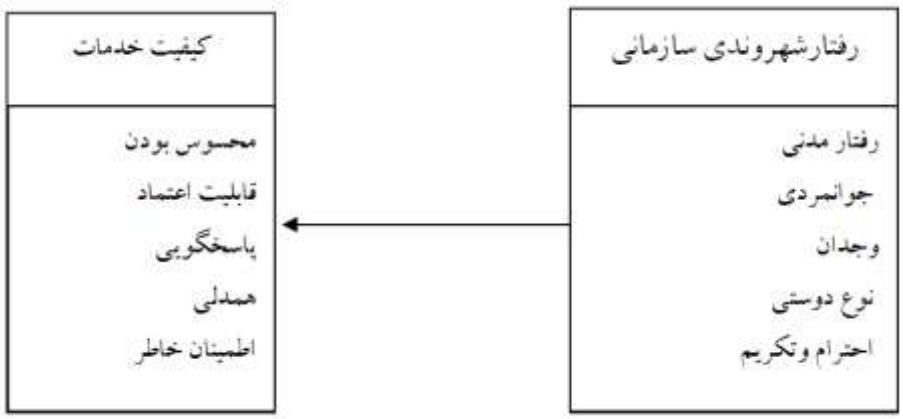
مشکلات در تخصیص مسئولیت خاص: ادراک کلی مشتریان درباره کیفیت خدمات از تجربه مراحل مختلف ارائه خدمت اثر می‌پذیرد.

الزامات زمانی برای بهبود کیفیت خدمات: اغلب مسائل کیفیت خدمات نیازمند تلاش فراوان در یک دوره زمانی بلند مدت است چرا که کیفیت خدمات بیشتر وابسته به افراد است تا سیستم و رویه ها. تغییر نگرش‌ها واعتقادات نسبت به تغییر رویه‌ها زمان طولانی تری را می‌طلبد.

نامعین بودن ارائه: کنترل کیفیت و ارائه خدمت توسط افراد به دلیل ماهیت غیرقابل پیش بینی افراد مشکل است. عنصر انسانی هم شامل مشتریان و هم شامل کارکنان جلو باجه در سازمان‌ها می‌باشد (قبادیان و دیگران[۱]، ۱۹۹٤: ٤٦).

در مدل مفهومی پژوهش حاضر؛ رفتار شهروندی سازمانی به عنوان متغییر مستقل و کیفیت خدمات متغییر وابسته در نظر گرفته می شود.

شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق



[۱] - Ghobadian

روش شناسی

با توجه به موضوع، هدف، سوالات و اطلاعات مربوط بـه ایـن تحقیـق، روش تحقیـق توصیفی از نوع پیمایشی مورداستفاده قرار گرفته است. همچنین تحقیق مورد نظـر از حیـث هدف کاربردی و نحوه گـردآوری دادههـا از نـوع توصـیفی و از شـاخه مطالعـات میـدانی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق کارکنان و مراجعه کنندگان به یگان‌های انتظامی (معاونت بهداری، کلانتری۱۳و مرکز تعویض پلاک پلـیس راهنمـایی و رانـدگی) شهرسـتان کرمـان می‌باشد با توجه به روش انجام این پژوهش و گستردگی جامعه پژوهش، نیاز به نمونه‌گیری اجتناب‌ناپذیر است. به‌منظور تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است که پس از محاسبات آماری نمونه این پژوهش ۱٦۸ نفر تعیین گردید.

ابزار جمع آوری داده‌ها در این تحقیق به منظور جمع آوری داده‌های مـورد نیـاز از دو پرسشنامه استفاده گردید. پرسشنامه شماره یک برای رفتارشهروندی سـازمانی و شـامل ۲۰ سوال در قالب ۵ بعد رفتار مدنی، جوانمردی، وجدان، نـوع دوسـتی، احتـرام و پرسشـنامه دوم نیز کیفیت خدمات را می‌سنجد که شامل ۱٦ سوال در قالـب ۵ بعـد محسـوس بـودن، قابلیت اعتماد، پاسخگویی، همدلی و اطمینان خاطر می‌باشد.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش برای بررسی رابطه بین متغیرها از ضریب همبستگی و برای بررسی میزان تأثیر متغیرها بر یکدیگر از ضریب رگرسیون استفاده شـده است.

پایایی درونی مولفه‌ها با استفاده از آلفای کرونباخ[۱] بالاتر از۰/۷ ارزیابی شـد. در نتیجـه پایایی درونی تمامی بُعدها مورد تأیید قرار گرفت. مقدار ایـن آماره‌هـا نشـان می‌دهـد کـه پرسشنامه‌ها از پایایی بالایی برخوردارند.

---

۱. Cronbach's Alpha

جدول ۱. پایایی پرسشنامه‌های ابعاد پژوهش

ابعاد رفتار شهروندی	آلفای کرونباخ	تعداد سؤالات هر بعد
رفتار مدنی	۰/۷۰۷	٤
جوانمردی	۰/۸۳۸	٤
وجدان	۰/۷۲۷	٤
نوع دوستی	۰/۷۷۱	٤
احترام	۰/۷۳٤	٤
ابعاد کیفیت خدمات	**آلفای کرونباخ**	**تعداد سؤالات هر بعد**
محسوس بودن	۰/۷۳۹	۳
قابلیت اعتماد	۰/۸۲۲	۳
پاسخگویی	۰/۸۱۲	۳
همدلی	۰/۸۲۳	٤
اطمینان خاطر	۰/۸۸۰	۳

یافته‌های تحقیق

با توجه به تجزیه و تحلیل داده‌ها (جدول۲)، ٤۷ نفر (۲۷/۹۷درصد) از پاسخگویان در مقطع تحصیلی زیرکارشناسی، ۸۷ نفر (۵۱/۷۸) در مقطع تحصیلی کارشناسی و ۳٤ نفر (۲۰/۲۳) در مقطع تحصیلی کارشناسی ارشد و بالاتر می‌باشند. ۱۲٤ نفر (۷۳/۸درصد) از پاسخ‌گویان مرد و ٤٤ نفر (۲٦/۲درصد) زن می‌باشند.

جدول ۲. ویژگی‌های جمعیت شناختی

	مقطع تحصیلی			جنسیت	
	زیر کارشناسی	کارشناسی	کارشناسی ارشد و بالاتر	مرد	زن
تعداد	۴۷	۸۷	۳۴	۱۲۴	۴۴
درصد	۲۷/۹۷	۵۱/۷۸	۲۰/۲۳	۷۳/۸	۲۶/۲

توصیف متغیر رفتارشهروندی سازمانی

نحوه ساخت این متغیر از۲۰ سوال ۵ گزینه ای تشکیل شده است (جدول ۳). میانگین آن برابر با (٤/١)، میانه برابر با (٤/٥)، مد برابر با (٤)، بیشترین وکمترین مقدار مشاهده شده به ترتیب برابر با (۵و۲) می‌باشد. با توجه به نمودار نمره رفتارشهروندی سازمانی۹۸ درصد از آزمودنی‌ها بالاتر از سطح متوسط می‌باشد.

جدول۳. رفتارشهروندی سازمانی در میان آزمودنی ها

مولفه ها	میانگین	میانه	مد	بیشترین	کم ترین	تعداد
رفتارمدنی	۳/۸۷	۴	۴	۵	۱/۲۵	۱۶۸
جوانمردی	۴/۲۵	۴/۲	۴	۵	۲	۱۶۸
وجدان	۴/۲	۴/۵	۴/۵	۵	۲	۱۶۸
نوع دوستی	۳/۹۵	۴	۴	۵	۳	۱۶۸
احترام	۴	۴/۵	۴/۵	۵	۳	۱۶۸
میانگین	۴/۱	۴/۵	۴	۵	۲	۱۶۸

توصیف متغیر کیفیت خدمات

این متغیر از ۱۶ سوال ۵ گزینه ای تشکیل شده است (جدول ٤). میانگین آن برابر با (۳/۰۵)، میانه برابر با (۳/۵)، مد برابر با (۳)، بیشترین وکمترین مقدار مشاهده شده به ترتیب برابر با (۵و۲) می‌باشد. با توجه به نمودار نمره کیفیت خدمات ٦۰ درصد از آزمودنی‌ها بالاتر از سطح متوسط می‌باشد.

جدول٤. کیفیت خدمات در میان آزمودنی ها

مولفه ها	میانگین	میانه	مد	بیشترین	کم ترین	تعداد
محسوس بودن	۳/۱۲	۴	۳	۵	۱/۵	۱۶۸
قابلیت اعتماد	۳/۰۹	۳/۵	۳	۵	۱/۵	۱۶۸
پاسخگویی	۲/۵۸	۳	۳	۵	۱/۵	۱۶۸
همدلی	۳/۱۷	۳	۳	۵	۲	۱۶۸
اطمینان خاطر	۳/۲۹	۳	۴	۵	۱/۵	۱۶۸
میانگین (کیفیت خدمات)	**۳/۰۵**	**۳/۵**	**۳**	**۵**	**۲**	**۱۶۸**

بررسی فرضیه‌ها

جدول۵. میزان همبستگی و معنی داری بین رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات

متغیر	رفتارشهروندی				
کیفیت خدمات	کندال		فراوانی	اسپیرمن	
	ضریب همبستگی	مقدار P -		ضریب همبستگی	P - مقدار
	۰/۱۷۶	۰/۰۰۲	۱۶۸	۰/۱۳۴	۰/۰۲۳

همانطور در جدول ۵. مشاهده می‌شود، با توجه به اینکه مقدار P - به دست آمده هر دو آزمون (۰/۰۰۲، ۰/۰۲۳)کمتراز سطح معنی داری (۰/۰۵) می‌باشد؛ لذا فرض صفرد

می‌شود و می‌توان ادعا کرد که بین دو متغیر رفتارشهروندی سازمانی وکیفیت خدمات رابطه خطی معنی داری موجود است که با توجه به مثبت بودن رابطه موجود (۰/۱۷٦، ۰/۱۳٤) رابطه مستقیمی بین رفتارشهروندی سازمانی وکیفیت خدمات مشاهده می‌گردد.

جدول٦. میزان همبستگی و معنی داری بین رفتار مدنی و کیفیت خدمات

متغیر	رفتار مدنی				
	کندال		فراوانی	اسپیرمن	
	ضریب همبستگی	مقدار P –		ضریب همبستگی	P – مقدار
کیفیت خدمات	۰/۱۲۴	۰/۰۰۲	۱۶۸	۰/۱۴۶	۰/۰۰۲

نتایج جدول٦. نشان می‌دهد، با توجه به اینکه مقدار P – به دست آمده هر دو آزمون (۰/۰۰۲)کمتراز سطح معنی داری (۰/۰۵) می‌باشد؛ لذا فرض صفررد می‌شود و می‌توان ادعا کردکه بین دو متغیر رفتار مدنی وکیفیت خدمات رابطه خطی معنی داری موجود است که با توجه به مثبت بودن رابطه موجود (۰/۱۲٤، ۱٤٦ /۰) رابطه مستقیمی بین رفتار مدنی وکیفیت خدمات مشاهده می‌گردد. بنابراین انتظار داریم در سازمان هایی که کارکنان از رفتار مدنی بالایی برخوردارند، میزان کیفیت خدمات افزایش یابد.

جدول۷. میزان همبستگی و معنی داری بین جوانمردی و کیفیت خدمات

متغیر	جوانمردی				
	کندال		فراوانی	اسپیرمن	
	ضریب همبستگی	مقدار P –		ضریب همبستگی	مقدار P –
کیفیت خدمات	۰/۰۷۶	۰/۰۵۷	۱۶۸	۰/۱۲۳	۰/۰۶۳

از آنجائیکه مقدار P – به دست آمده هر دو آزمون (۰/۰۵۷، ۰/۰۶۳)بیشتراز سطح معنی داری (۰/۰۵) می‌باشد؛ لذا فرض صفر رد نمی‌شود و می‌توان گفت بین دو متغیر جوانمردی و کیفیت خدمات رابطه خطی معنی داری موجود نیست .

جدول۸. میزان همبستگی و معنی داری بین وجدان و کیفیت خدمات

متغیر	وجدان				
	کندال		فراوانی	اسپیرمن	
	ضریب همبستگی	– مقدار P		ضریب همبستگی	– مقدار P
کیفیت خدمات	۰/۰۷۷	۰/۰۴۱	۱۶۸	۰/۱۰۶	۰/۰۴۳

در جدول ۸، با توجه به اینکه P – مقدار به دست آمده هر دو آزمون (۰/۰۴۱، ۰/۰۴۳)کمتراز سطح معنی داری (۰/۰۵) می‌باشد؛ لذا فرض صفرد می‌شود و می‌توان گفت بین دو متغیر وجدان و کیفیت خدمات رابطه‌ای وجود دارد.

جدول ۹. میزان همبستگی و معنی داری بین نوع دوستی و کیفیت خدمات

متغیر	نوع دوستی				
کیفیت خدمات	کندال		فراوانی	اسپیرمن	
	ضریب همبستگی	– مقدار P		ضریب همبستگی	P – مقدار
	۰/۰۷۶	۰/۰۵۹	۱۶۸	۰/۱۰۶	۰۶۱ ۰/

نتایج جدول ۹ . چون مقدار P – به دست آمده هر دو آزمون (۰/۰۵۹، ۰/۰۶۱)بیشتراز سطح معنی داری (۰/۰۵) می‌باشد؛ لذا فرض صفر رد نمی‌شود و می‌توان گفت بین دو متغیر نوع دوستی وکیفیت خدمات رابطه خطی معنی داری موجود نیست.

جدول۱۰. میزان همبستگی و معنی داری بین احترام و کیفیت خدمات

متغیر	احترام				
کیفیت خدمات	کندال		فراوانی	اسپیرمن	
	ضریب همبستگی	مقدار P –		ضریب همبستگی	مقدار P –
	۰/۰۹۲	۰/۰۱۶	۱۶۸	۰/۱۲۴	۰/۰۲۱

در جدول ۱۰. مقدار P – به دست آمده هر دو آزمون (۰/۰۱۶، ۰/۰۲۱)کمتر از سطح معنی داری (۰/۰۵) می‌باشد؛ لذا فرض صفر رد می‌شود و می‌توان ادعا کرد که بین دو متغیراحترام و کیفیت خدمات رابطه خطی معنی داری موجود است. بنابراین انتظار داریم در سازمان هایی که کارکنان ازاحترام بالایی برخوردارند، میزان کیفیت خدمات افزایش یابد.

بحث و نتیجه گیری

سازمان‌ها به ویژه سازمان‌ها در کشورهای جهان سوم که نیازمند جهشی عمده در کارآمدی می‌باشند بایستی زمینه را به گونه‌ای فراهم کنند که کارکنان و مدیرانشان با طیب خاطر تمامی تجربیات، توانایی‌ها و ظرفیت‌های خود را در جهت اعتلای اهداف سازمانی بکار گیرند. این امر میسر نخواهد شد مگر انکه اصول و قواعد مربوط به رفتار شهروندی سازمانی شناسایی و بسترهای لازم برای پیاده سازی اینگونه رفتارها فراهم گردد. دنیای امروز به شدت و با سرعت قابل ملاحظه‌ای در حال تحول و تغییر است و جهانی شدن، پدیده ایست که باعث شده سازمان‌ها پا را از مرزهای محلی و ملی فراتر گذاشته، وارد عرصه رقابت شدید بین‌المللی شوند. در این میان سازمان‌ها برای اینکه بتوانند در این عرصه نقشی پر رنگ داشته باشند، در جستجوی شیوه‌های جدیدی برای حداکثر کردن عملکرد و تلاش کارکنان هستند. رفتار شهروندی سازمانی یک پدیده نوظهور است که

می‌تواند در این راستا گامی بردارد. ضمن اینکه ذکر این نکته ضروری است که هرچند رفتار شهروندی در جوامع گوناگون وجود دارد، لیکن فرهنگ و ماهیت آن تأثیر غیر قابل انکار بر رفتارشهروندی و نوع آن و همچنین میزانی که افراد آن را بروز می‌دهند، دارد و باید توجه داشت که فرهنگ‌های گوناگون ممکن است ابعاد و انواع متفاوتی از رفتارشهروندی را ارائه داده و درک متفاوتی از ابعاد رفتار شهروندی داشته باشند (صنوبری، ۱۳۸۷).

دراین تحقیق تلاش گردید تا ارتباط دو مقوله مهم مورد بررسی قرار گیرد. تجزیه و تحلیل‌های صورت گرفته و نتایج حاصل از بررسی ضریب همبستگی حاکی از آن است که:

– ارتباط معنادار مثبتی بین رفتارشهروندی و کیفیت خدمات وجود دارد. رفتارشهروندی سازمانی برای بقای سازمان حیاتی است. برطبق نظریه پردازانی همچون ارگان رفتارشهروندی سازمانی می‌تواند کارایی سازمان را حداکثر ساخته و عملکرد موثر سازمان را ارتقاء بخشد . در نتیجه افراد دارای رفتارشهروندی بالا می‌توانند نقش به سزایی در بهبود کیفیت خدمات داشته باشند (مورفی، ۲۰۰۲: ۲۸۸).

برای افزایش رفتارشهروندی سازمانی به مدیران سازمان‌ها توصیه می‌شود به هویت سازمانی، عدالت سازمانی، تعهد سازمانی و سبک رهبری توجه شود. هرچه هویت سازمانی افراد تقویت شود، عدالت سازمانی رعایت شود، تعهد سازمانی بالا باشد و سبک رهبری از نوع تشویقی یا حمایتی باشد رفتارشهروندی بالا می‌رود. بنابراین توصیه می‌شود این سازمان‌ها عوامل ذکر شده بالا را در اولویت قرار دهند (نجات و میرزاده، ۱۳۸۸: ۸۱).

وجود ارتباط مثبت و معنادار بین رفتارمدنی و کیفیت خدمات، از دیگر نتایج به دست آمده از تحقیق حاضر می‌باشد، که نشان دهنده اهمیت رفتارمدنی در جهت افزایش کیفیت خدمات می‌باشد. بدین معنی که افراد دارای رفتارمدنی بالا می‌توانند نقش به سزایی در

بهبود کیفیت خدمات ایفا نمایند. عواملی مانند انطباق با تغییرات سازمان، مشارکت فعال و داوطلبانه در جلسات کاری در هماهنگی فعالیت اعضای تیم موثر و باعث افزایش کارایی و اثربخشی می‌گردد در نتیجه کارکنانی که دارای رفتارمدنی بالاتری هستند عملکرد بالاتری دارند و همین باعث افزایش کیفیت خدمات برای ارباب رجوع می‌گردد (صنوبری، ۱۳۸۷: ۹۶).

– نتیجه دوم که از تحقیق حاضر حاصل شده، بیانگر عدم وجود ارتباط مثبت و معنی دار بین جوانمردی و کیفیت خدمات می‌باشد.

– نتیجه سوم بیانگر وجود ارتباط مثبت و معنی دار بین وجدان و کیفیت خدمات می‌باشد. در صورت دارا بودن بالاترین حد وجدان می‌توان جامعه‌ای را تصور کرد که درآن افراد در مشاغل گوناگون سعی دارند تا کارهای محوله را به بهترین وجه و به طور دقیق و کامل و با رعایت اصول بهینه سازی انجام دهند. پس وجدان موجب می‌گردد تا افراد سیستمی ونظام مندگردند (خودکنترلی). وجدان کارکنان تحت تأثیر عوامل مختلفی است:

ـ به کارگیری کارکنان بر اساس علاقه و توانایی و معیارهای قابل اندازه گیری.

ـ تلاش برای ارضاء نیازهای کارکنان.

ـ احتساب سختی، حساسیت و پیچیدگی کار در تنظیم حقوق و مزایا.

ـ ارائه فرصت و امکان لازم برای ترفیع کارکنان.

ـ تشویق و تنبیه کارکنان.

ـ شرکت دادن کارکنان در تصمیم گیری‌های سازمانی.

ـ تفویض اختیار و عدم تمرکز تا حد امکان.

ـ تقسیم کار مطلوب کارکنان.

– نتیجه چهارم بیانگر عدم وجود ارتباط مثبت و معنی دار بین نوع دوستی و کیفیت خدمات می‌باشد.

– آخرین نتیجه به دست آمده از تحقیق حاضر، بیانگر وجود ارتباط مثبت و معنادار بین احترام وکیفیت خدمات می‌باشد. در واقع افراد اگر می‌خواهند در زمینه کاری موفق باشند، باید در پی ایجاد روابطی خوب و موثر با دیگران باشند. احترام به ارباب رجوع، تدوین روش‌ها و رویه هایی که نشانگر احترام به ارباب رجوع باشد و واکنش مناسب به برخوردهای نامناسب آنان اعتماد مردم را به دستگاه‌های دولتی افزایش می‌دهد. کارکنان باادب و نزاکت تضاد بین گروهی کمتری دارند. بنابراین باعث می‌شوند که زمان کمتری به فعالیت‌های مدیریت تعارض اختصاص داده شود (صنوبری، ۱۳۸۷: ۹۶).

پیشنهادها

– برای این که سازمان‌ها در جهت ایجاد رفتارشهروندی سازمانی حرکت کنند باید گام به گام حرکت کرد. چون فرایند رفتارشهروندی سازمانی یک فرایند یک روزه نیست که بتوان مانند یک تکنولوژی جدید به سرعت آن را وارد سازمان کرد، بلکه یک فرایند مداوم و زمان بر می‌باشد. درصورتیکه سازمان‌های موفق و ناموفق در جهت ایجاد رفتارشهروندی سازمانی به طور قاطع گام هایی بردارند دراین صورت کارایی و بهره وری و در نهایت کیفیت خدمات ارائه شده به ارباب رجوع به طور بالقوه افزایش خواهد یافت و این امر باعث ارتقاءعملکرد آن‌ها در میان سازمان‌های دیگر خواهد شد.

– ایجاد رفتارشهروندی سازمانی نیازمند یک فرهنگ بر مبنای ارزش‌های مشترک است رفتارشهروندی در محیطی توسعه وگسترش پیدا می‌کند که در آن ارزش‌ها و نگرش‌های مشترکی بین کارکنان در خصوص پیروی داوطلبانه کارکنان از قوانین و مقررات (سازمانی) وظیفه شناسی، تامل پذیری نسبت به مشکلات و سختی‌های روزمره و

وفاداری نسبت به سازمان پدید آمده باشد. یعنی از رفتار شهروندی به عنوان یک الگو و فرهنگ یاد شود.

– برای پاسخگویی به نیازهای ارباب رجوع ودادن مشاوره‌های درست به آنان باید دو موضوع مد نظر قرار گیرد. اول این که قبل از کامل شدن تخصص افراد در حدی که آنان به طور معقولی پاسخگویی نیازهای مراجعه کننده باشند، بایستی از پاسخگویی به ارباب رجوع خودداری نمود، ثانیا این که آموزش‌ها تنها محدود به اوایل استخدام نشده، بلکه در جهت بهبود و توسعه توانایی‌های فعلی نیز مد نظر قرار گرفته شود.

– کارکنان ارائه دهنده خدمت در یگان‌های انتظامی بایستی مهارت‌های ارتباطی بالا، قادر به واکنش مناسب، قانع سازی، درک تفاوت ها، کار گروهی، توان گفتگو، ارتباط شفاف و میانجی گری داشته باشند. این چنین افرادی قادرند با برقراری یک رابطه مناسب با مراجعه کننده سریعاً اعتماد و اطمینان آنان را جلب کند. بنابراین کارکنان می‌توانند با افزایش تعاملات واحترام صحیح با ارباب رجوع، باعث اثربخشی بالاتر برای سازمان‌های خود باشند.

– عملکرد کارکنان ارائه کننده خدمات، بخش مهمی از کیفیت خدمات درک شده بوسیله مراجعه کننده را تشکیل می‌دهد. عواملی مانند نبود نظام اطلاع رسانی و بکارگیری فناوری اطلاعات نامناسب – عدم انجام کار یا خدمت وعده داده شده در زمان مقرر– عدم ارائه خدمات به ارباب رجوع در کوتاه‌ترین زمان– نداشتن دانش کافی برای پاسخگویی به سئوالات ارباب رجوع–عدم توجه شخصی به ارباب رجوع مواردی هستند که سازمان‌ها را غیراثربخش نموده و باعث پائین آمدن کیفیت برای ارباب رجوعان می‌شود.

– اگر کارکنان داوطلبانه در حل مشکلات کاری به سایر همکاران یا همکارانی که دارای حجم کاری سنگینی هستند کمک کنند ودر سازمان مدیران به شکایات و گلایه مندی‌های جزئی کارکنان رسیدگی کنند و کارکنان تلاش کنند در هنگام مشکلات و

موقعیت‌های دشوار و ناخوشایند بدون گلایه منـدی و نارضـایتی از خـود خویشـتن داری نشان دهند وکارکنان تلاش کنند قبل از انجام هر عمل یا اتخاذ هر تصمیمی اطلاعـات لازم را جمع آوری کنند و کارکنان تلاش کنند حق دیگران را در استفاده از منابع رعایت کننـد، این موارد باعث افزایش کارایی سازمان شده و در نتیجه موجب افـزایش کیفیـت خـدمات خواهد شد.

منابع

- اسلامی، حسن و ابواقاسم سیار (۱۳۸٦): رفتارشهروندی سازمانی، تدبیرشماره۱۸۷، ص۱.

- سید جوادین، سید رضا و مسعود کیماسی (۱۳۸٤): **مدیریت کیفیت خدمات**، چاپ اول، انتشارات نگاه دانش، تهران.

- صنوبری، محمد (۱۳۸۷): رفتارشهروندی سازمانی (مفاهیم، تعاریف، ابعادوعوامل موثربرآن)، دوماهنامه توسعه انسانی پلیس، شماره ۱٦، ص۹۵-۸۰.

- طاهری، ابولقاسم (۱۳۸۵): روش تحقیق و ماخذ شناسی، تهران، انتشارات پیام نور، چاپ پانزدهم.

- میرغفوری، سید حبیب و فاطمه مکی (۱۳۸٦): ارزیابی سطح کیفیت خدمات کتابخانه‌های آموزشی، کتابداری و اطلاع رسانی، شماره۱، ص٦۸-٦۷.

- نجات، سید امیررضا و اکبر میرزاده (۱۳۸۸): تأثیر رفتارشهروندی بر کیفیت خدمات، بررسی‌های بازرگانی، ص۷۳.

- هاپسون، باریه (۱۳۸٤): مدیریت خدمت، فرهنگ مشتری مداری، ترجمه دکتر مهدی ایران نژاد پاریزی، انتشارات نشر مدیران، تهران.

- Appelbaum ،Steven & Bartolomucci، Nicolas (۲۰۰٤). Organizational citizenship behavior : a case study of culture ،leadership and trust manamement decision, Vol. ٤۲, No. ۱.

- Bateman, T. S, and Organ, D. W (۱۹۸۳). Job satisfaction and the good soldier : The relationship between affect and employee citizenship. Academy of Management Journal, pp. ۵۸۷–۵۹۵.

- Crosby, Phiiip, B (۱۹۸٤). Quality Without Tear: the art of hassle masnagement mcgraw hill, New York,pp ۵٤.

- Ghobadian, Abby, et al (۱۹۹٤). Service Quality, Concepts and Models, International journal of quality and Reliability Management, pp. ٤۳-٦٦.

- Graham. j (۱۹۹٤). An essay on organizational citizenship behavior, Journal of employee responsible rights, Vol. ٤, pp.. ۲٤۹-۲۷۰.

- Heskett, (۱۹۸۷). Journal of Service Marketing, pp. ۵۳.

- Kim, Sangmook (۲۰۰٦). Public service motivation and organizational citizenship behavior in Korea, International Journal of manpower, Vol. ۲۷, pp. ۷۲۲-۷٤۰.
- Nyhan, RC & Marlowe, HA (۱۹۹۳). Organizational effectiveness enhancement under total quality management in a nonmanufacturing, pp. ۲۹٤-۳۰۳.
- Organ, D. W (۱۹۸۸). Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome. Lexington, MA: Lexington Books.
- Ryan, J. J. (۲۰۰۲). Work values and organizational citizenship behavior: values that work for employees and organizations, Journal of Business and Psychology, . ۱۷, No. ۱, pp. ۱۲۳.