

تأثیر بعد اخلاقی مدیریت در بهره‌وری

بهره‌وری بدون توجه به کمال جوئی انسان، قالبی بدون روح خواهد بود. در این صورت می‌توان آن را با معادله‌های ساده درون‌داد - برون‌داد نیز به بحث گذارد. مدیریت بهروری با دسترسی به دانش تکنولوژیک در سازمان خود، بدون ایفای نقش انسان‌گرایانه‌ای که مفهوم جدید بهره‌وری بدان توسل می‌جوید. عملاً با مرزهای واقعی موفقیت فاصله دارد. رسالتی که سازمان برای آن در تلاش است ایجاب می‌نماید که مدیر با شناختی عمیق نسبت به آن، خود را فریفته صورت‌هایی به نام «شرایط فیزیکی مدیریت» نکند.

در موقعیت امروزی که سازمان‌های جامعه ما با شتاب در پی یافتن راه‌های تازه‌ای برای دسترسی هر چه بیشتر به بهره‌وری هستند، رعایت اصول اخلاقی برای مدیران ضرورت دارد. اگر چه با توجه به شرایط فرهنگی - اجتماعی جامعه طرح این مسئله که «اخلاق» کلید حل معضلات بهروری است، ادعایی واهی به حساب نمی‌آید اما به منظور نگهداری جانب احتیاط، آن را به عنوان یکی از «بهترین راه‌های مسئله‌گشایی از بحران بهره‌وری» معرفی می‌نماید.

در مجموع، اخلاق به عنوان دانش بدو نیک خوی‌ها، عبارت است از

«مجموعه ملکات نفسانی و صفات و خصائص روحی»^۱. به تعبیری دیگر اخلاق موجب غلبه بعد انسانی بر حیوان می‌گردد و هر چیزی مانند علم و تخصص می‌تواند انسان را به پاکسازی دل رهنمون شود.

البته باب اخلاق در مدیریت همیشه مفتوح بوده است. در اینجا هدف اخلاقیات^۲ هم تعیین قوانینی است که بتواند بخوبی رفتار انسانی را اداره کند و هم «خیرهایی» است که طلب آن ارزشمند است. «اخلاقیات در مدیریت عبارت است از پرس و جوی سیستماتیک در رفتار انسانی»^۳. فردریک، دویس و پُست اخلاقیات را «استانداردهای رفتار و داوری های اخلاقی به منظور تمیز درست از نادرست»^۴ می‌دانند. به عبارت دیگر، اخلاق مدیریت «اصولی هستند که کارها و تصمیمات مدیر را راهنمایی می‌کنند و چنانچه آنها بر حسب مفهوم اخلاقی «خوب» یا «بد» و «درست» یا «نادرست» هستند، آن را مشخص می‌نماید»^۵.

نمادهای اخلاقی

نمادهای اخلاقی^۶ عبارت است از «سندی آماده شده به منظور راهنمایی اعضای سازمان، هنگامی که آنها با دوگانگی های اخلاقی مواجه می‌شوند»^۷. این نمادها را می‌توان به صورت مدون و از پیش تعیین شده در اختیار اعضای سازمان قرار داد. در این و صورت آنها به عنوان نمادهای اخلاقی رسمی محسوب می‌شوند، یعنی «رهنمودهایی مکتوب و اداری درباره چگونگی رفتار کردن در موقعیت‌هایی که دوگانگی اخلاقی ایجاد می‌شود»^۸.

این نمادهای اخلاقی به وسیله صاحبان قدرت ایجاد نمی‌شود. به قول استرانگ، فردی مطابق با نمادهای اخلاقی عمل می‌کند که «حقیقت را می‌بیند؛ به آن توجه می‌کند؛ آن را عیان می‌سازد؛ و نهایتاً آن را انجام می‌دهد»^۹.
آیا می‌توان نمادهای اخلاقی ثابتی برای همه سازمان‌ها وضع کرد، یا باید به

مکاشفه آن از طریق مطالعه در هنجارهای رفتاری اعضای سازمان پرداخت؟ نظریه پردازان مدیریت عموماً این نظر متفق القول‌اند که مدیریت امروز بیشتر از آنکه به قانون‌های مسلم تن در دهد، عمل کردن مطابق با اقتضائات موقعیتی را می‌پذیرد. تحقیقاتی که برای پیدا کردن استانداردهای اخلاقی یکسان در سازمانهای مختلف صورت پذیرفته، نشان می‌دهد که هیچ هنجار اخلاقی یکسانی وجود ندارد.* علاوه بر این امکان تدوین قوانینی قاطع و محکم برای هر موقعیتی که احتمال ایجاد آن هست، دشوار است، زیرا موقعیت‌ها، از یکی به دیگری با هم اختلاف دارند. علاوه بر این، برخی موقعیت‌ها مبهم به نظر می‌رسند و در زمینه‌ای گنگ قرار گرفته‌اند. دوبرین در همین باره می‌گوید: صلاحیت هر راهبرد سازمانی باید به وسیله نماد اخلاقی همان سازمان مورد ارزشیابی قرار گیرد.^{۱۰} اما در عین حال برخی از این رهنمودها از قول بارتول و مارتین عبارتند از:^{۱۱}

- از قانون پیروی کنید؛

- به حقیقت صحبت کنید. این امر باعث ایجاد اعتماد می‌گردد؛

- به قانون طلایی متوسل شوید؛**

- باعث آزار دیگران نشوید؛

- به صورت پدر سالارانه عمل نکنید، از مشارکت استفاده نمایید؛

- همواره تنها هنگامی که در قبال امری مسئولیت دارید، به اقدام پردازید.

امروزه سازمان‌های بسیاری سعی دارند تا برای خود نمادهای اخلاقی وضع کنند. این نمادها اغلب مبتنی بر فلسفه سازمان‌ها بوده و با استفاده از هدفهای

* - البته این تحقیقات در کشورهای غربی صورت پذیرفته است. در قسمت‌های بعدی مقاله گفته می‌شود که با توسل به اخلاق دینی امکان تهیه نمادهای ثابت مسیر است.

** - قانون طلایی می‌گوید: «با مردم همانطور رفتار کن که می‌خواهی دیگران با تو رفتار کنند.»

خاصی قاعده بندی می‌شوند. بیت من و زیت‌ها مل در این رابطه پنج هدف را معرفی می‌کنند که عبارتند از: «هدف معین شده دست اندرکارانی که رفتار اخلاقی باید بر روی آنها اعمال شود، هدف سودگرایی، هدف مالی، هدف عدالت اجتماعی، هدف همسازی اجتماعی». ^{۱۲} اینها، نمونه هدفهایی هستند که برای تدوین نمادهای اخلاقی در بسیاری از سازمانهای فعال امروزی به کار بسته می‌شود. در هر حال، مدیران اخلاق‌گرای امروز معتقدند که وجود یک نماد اخلاقی که به طور مناسبی تعریف و تحدید شده باشد برای تعیین ویژگیهای خاص هر شغل ضروری است. این نمادها باعث می‌شود هر صاحب حرفه‌ای بتواند نحوی اخلاقی عمل کند.

رفتار اخلاقی

یک اصل راهنما در زمینه رفتار اخلاقی این است که هر راهبردی یا روش معینی را در ارتباط با خود نیز در نظر بگیریم. فرض کنیم، شما معتقدید که استفاده از یک راهبرد ویژه (برای مثال، مورد ستایش و محبت قرار گرفتن) هنگام کار کردن با شما خوب و اخلاقی است، در این صورت وقتی با دیگران کار می‌کنید نیز همین راهبرد باید برای شما خوب و اخلاقی باشد و در عمل بدان توجه نمایید.

رفتار اخلاقی مدیریت عبارت است از «رفتاری که نه فقط با قانون منطبق است بلکه در مجموعه وسیعتری از اصول اخلاقی، با اخلاقیات اجتماعی نیز اشتراک دارد». ^{۱۳} رفتار اخلاقی، بعد عملی اخلاق است که در ارتباط با محتوای نمادهای اخلاقی موجود در سازمان هر چیز «خوب» و «درست» را قابل قبول و هر امر «بد» یا «نادرست» را غیر قابل قبول می‌شمارد.

در سازمان‌های امروزی هیچ قلم علی‌الاطلاقی در این مورد وجود ندارد و رفتار اخلاقی مدیر همیشه به نسبت برخی از چهار چوب‌های راهنمایی‌کننده

مرجع، تفسیر می‌شود. وجود یک عنصر قانونی در رفتار اخلاقی مشهود است. یعنی هر رفتار اخلاقی ضمناً باید در سطح جامعه‌ای درستکار و بالنده، قانونی محسوب شوند.^(۱) در عین حال باید از این ساده‌انگاری اجتناب کرد که هر پدیده قانونی الزاماً اخلاقی هم هست. حسن قانونی بودن رفتار اخلاقی این است که این امر باعث می‌شود افراد با خیال آسوده‌تر عمل نمایند.

برای تعیین هر رفتار معین اخلاقی به قضاوت ارزشی نیاز هست. به کمک داوری ارزشی، درست یا نادرست بودن یک رفتار در بعد اخلاقی وسیع‌تری معنی‌یابی می‌شود. با توجه به اینکه در میان افراد ارزش‌های به نحو متفاوتی مورد قضاوت قرار می‌گیرد، می‌توان از رفتار صادر شده در یک موقعیت معین سازمانی انتظار اخلاقی یا غیر اخلاقی بودن را داشت.

علاوه بر قضاوت ارزشی، برای پیدا کردن معادل‌های رفتار مدیریت، می‌توان از استانداردهای اخلاقی که بر هر موقعیت ویژه سازمانی حکم می‌رانند، استفاده کرد. این استانداردها از زمینه اجتماعی هستند. زمینه‌یی که در سطح گروهی، سازمانی، اجتماعی یا حتی جهانی تعبیر می‌شود.

همانطور که در شکل زیر نشان داده شده است، این زمینه اجتماعی منشأ ارزشی‌هایی است که به یک نهاد اخلاقی معنی می‌بخشد و بدین ترتیب، قویاً بر آنچه در یک موقعیت «رفتار اخلاقی» شمرده می‌شود، اثر می‌گذارد.

$$\text{رفتار اخلاقی} = \text{رفتار قانونی} + \text{سایر امور وابسته به موقعیت}$$

زمینه اجتماعی

زمینه گروهی، سازمانی یا اجتماعی که هنجارها و ارزش‌های غالب تحت عنوان یک نهاد اخلاقی مؤثر در آن، ایجاد می‌گردد.

شکل ۱ - زمینه اجتماعی رفتار اخلاقی

۱- در جوامع دینی این مزیت وجود دارد که اصول اخلاق مذهبی در قالب قوانین اجتماعی نیز متجلی است و بدین ترتیب بین رفتار اخلاقی با قانون اجتماعی انطباق وجود دارد.

به هر حال، به جهت ارزشیابی از امر اخلاقی، نکته بسیار مهم عبارت است از قضاوت شخصی. استفاده از سازمان تجربیات مدیر و بویژه مجموع اعتقادات و نگرش‌های وی در این قضاوت سهم بسزایی دارد. در همین رابطه، فرایند متقاعد سازی درونی،^{۱۴} در تنظیم رفتار اخلاقی، مسئله‌ای قابل تأمل است. در این فرایند مدیر خود را نسبت به اخلاقی بودن عملکرد خلاف اخلاق خود متقاعد می‌سازد و برای آن دلایل عقلانی می‌تراشد.

شیرمر هورن چهار راه برای عقلانی کردن خلاف اخلاقی را ذکر می‌کند:^{۱۵}

- متقاعد ساختن خود که رفتار واقعاً غیر قانونی نیست. (قانونمندی)
- متقاعد ساختن خود که رفتار برای همه افراد جزو امور عام المنفعه محسوب می‌شود. (نفع عمومی)
- متقاعد کردن خود که تاکنون کسی به آنچه انجام می‌شود، پی نبرده بود. (بداعت رفتار)

○ متقاعد کردن خود که سازمان می‌تواند در زمینه آن رفتار بخصوص از شما پشتیبانی نماید. (حمایت سازمان)

فراموش نمی‌کنیم که مدیر اغلب در هنگام عمل دست به انتخاب امور اخلاقی در موقعیت‌های متفاوت سازمانی می‌زند. این امر می‌تواند برای وی چالشی به وجود آورد و فشار زیاد و شدیدی را بر وی وارد سازد. در هر حال، هر چه میزان آگاهی مدیر نسبت به عواملی که به اخلاقیات وی تأثیر می‌گذارد بیشتر باشد، این امر موجب می‌شود که مدیر در آینده هنگام مواجهه با امور اخلاقی عملکرد بهتری از خود نشان دهد شکل زیر نشان دهنده اثر این عوامل است که از

(۱) مدیر، (۲) سازمان، و (۳) محیط سرچشمه می‌گیرد.



شکل ۲ - عواملی که بر رفتار اخلاقی مدیر تأثیر می‌گذارد.

اخلاق و بهره‌وری

مدیریت بهره‌ور درصدد بهبود فرایندهای عملیاتی با حفظ وظایف سازمانی است. اعمال این نوع مدیریت در یک نظام فراگیر و سیستماتیک امکان پذیر است. مسلماً مدیر در تنظیم رفتارهای جدید و بازبانی رفتارهای ناهنجار و رسیدن به هدفهای تعیین شده نقشی بنیادی ایفا می‌کند. عناصر کار که عبارتند از راهبردهای ساختاری، ضمناً مستلزم دخالت عنصر روان شناختی نیز می‌باشد. انگیزش، روحیه، رضامندی، احساس آزادی مانند آنچه که در مباحث رفتار سازمانی مطرح است، کاملاً وابسته به دخالت مدیر است.

بدون تردید، بسیاری از این مفاهیم در چهارچوب اثرگذاری مدیر، به اخلاقیات وی مربوط می‌شود.

ادراک مدیر از دیگران و اداراک دیگران از مدیر منجر به پیامدهای رفتاری

یکسانی نمی‌شود، اما هر قدر این ادراک متقابل به نقطه اشتراک خود نزدیکتر باشد، امکان هم‌نوایی و سازگاری رفتار اعضا با انتظارات ساختاری سازمان بیشتر خواهد بود. عموماً اعضای سازمان مدیر را نماینده حقوقی سازمان و الزامات ساختاری آن می‌دانند، در حالی که خود را با الزام‌های روانی و نیازهای شخصی در جبهه مقابل آن قرار می‌دهند. سالها پیش تحقیقات هائورن منجر به این نتیجه گردید که بهره‌وری پیش از آنکه تحت تأثیر عوامل فیزیکی و منطقی باشد از عوامل روانی و اجتماعی اثر می‌پذیرد. مه‌بو و همکارانش دریافته‌اند که هنجارها، یا قواعد غیر مکتوب رفتار، تعیین‌کننده سطح مشخصی از بروندهای هر فرد هستند. هنجارهای مذکور عبارت بودند از:^{۱۶}

○ پرکار نباش (خیلی زیاد، کار انجام نده)

○ کم کار نباش (خیلی کم، کار انجام نده)

○ «برده در» نباش (هیچوقت از همکاری بدنگو)

○ بازرس نباش (به شکل اداری و خاص عمل نکن)

باید در نظر داشت که بیشتر مدیران، دانشجویان اخلاق حرفه‌ای نیستند، اما خود را به عنوان کسانی در نظر می‌گیرند که به روشی اخلاقی عمل می‌نمایند. رفتار اخلاقی مدیر یکی از درخواست‌های همیشگی کارکنان و یکی از اعتقادات مداوم مدیران است. اما به نظر می‌رسد که در سازمان‌های امروزی، هیچیک به آنچه می‌خواهند دست نیافته‌اند. بعضاً مشاهده می‌شود که مدیران برای رفتارهای خود بشدت در پی توجیه‌های عقلانی هستند تا آن را به عنوان یک رفتار اخلاقی معرفی کنند. اما این در حالی است که نه فقط کارکنان، بلکه هر شخص ثالثی نیز ممکن است در آن زمینه با مدیر موافق نباشد. به همین منظور سازمان‌ها به تدوین نمادهای اخلاقی پرداخته‌اند. اما همانطور که پیشتر نیز گفته شد، توافق بر سر این نمادها از سازمانی به سازمانی، موقعیتی به موقعیتی و حتی فردی به فردی متفاوت است.

لذا توصیه اولیه این است که :

○ هر سازمان، نمادهای اخلاقی خاصی وضع نموده و آن را با توافق اکثریت اعضا تصویب نماید.

○ سپس در هر موقعیت خاص، نمادهای جدیدی را معین کند.

○ حتی الامکان سعی شود که در هر موقعیت کاری، نماد اخلاقی که هر یک از افراد آن را پذیرفته‌اند، ارائه شود.

واضح است که عملاً امکان این امر وجود ندارد، زیرا تدوین نماد اخلاقی بسادگی میسر نیست و هر سازمان روزانه با موقعیت‌های مختلفی مواجه می‌شود که نمی‌تواند برای هر یک از آنها به تنظیم مجدد نمادهای اخلاقی بپردازد. در غیر این صورت نیز، چون اشتراک نظر درباره نمادهای اخلاقی وجود ندارد، مناقشات انسانی منجر به کاهش برونداد فردی و افت روحیه جمعی می‌گردد. علاوه بر این، اتلاف زمان طولانی برای دسترسی به وحدت نظر درباره نمادهای اخلاقی یکی از بدیهی‌ترین اصول بهره‌وری یعنی «استفاده بهینه از زمان» را نادیده می‌گیرد. در این صورت به قوانین کلی و جامع‌تری نیاز هست که مورد پذیرش همگان باشد تا بتوان با توسل بدان، زمینه‌ی بودن اخلاقیات در مدیریت را تبدیل به اموری ثابت و قطعی نمود و بر این اساس راه برای بهره‌ور ساختن عملکرد مدیر هموار کرد. راه حل نهایی، استفاده از اخلاق دینی است.

اخلاق دینی و مدیریت بهره‌وری

اخلاق دینی عبارت از مجموع باید و نباید‌های رفتاری است که توسط مذهب تعیین می‌شود. شرع مقدس اسلام یکی از محورهای اساسی تعالیم مذهبی‌اش را بر اخلاق قرار داده است و رسول‌گرامی (ص)، هدف رسالت خود را به کمال رساندن اخلاق انسانی بر می‌شمارند. همانطور که در شکل ۲ نیز ارائه

گردید، یکی از عواملی که بر رفتار اخلاقی مدیر اثر می‌گذارد، ارزش‌های مذهبی است. به ویژه در جامعه‌ای که حکومت دینی منشاء فعالیت‌ها و اقدامات اجتماعی و سازمانی را بر زیر بنای دینی قرار می‌دهد، مدیر نمی‌تواند بدون تأثیر پذیری از این ارزشها رفتارهای خود را تنظیم کند. علاوه بر این، ارزشهای اجتماعی یک جامعه دینی نیز از مدیر انتظار دارد که به هنجارهای آن پاسخ مثبت بگوید.

مدیریت اخلاقی در بسیاری از موارد فراهم آورنده زمینه اعتماد اجتماعی، رشد دهنده قوه ابتکار و خلاقیت، فراهم کننده زمینه عدالت سازمانی و تأمین کننده امنیت شغلی است. اما مدیر برای اطمینان درباره اخلاقی بودن رفتار خود در موقعیت‌ها و سازمان‌های مختلف می‌تواند به اصول اخلاقی که دین برای وی مطرح نموده است، مراجعه کند. در سازمانهای ما اطلاع از اصول اخلاق اسلامی و وظیفه مدیر را در قبال این مسئله بسیار آسان می‌کند. رعایت این اصول که مورد توافق سایر کارکنان و جامعه نیز هست، رشد اخلاقیات سازمانی را موجب و در بهداشت روانی آن نقش مؤثری ایفا می‌کند. از محاسن اصلی توجه به اخلاق اسلامی استفاده از نمادهای قطعی است که از زمینه تاثیر نمی‌پذیرد. در این صورت، انطباق رفتارهای شخصی با آنها سهولت انجام می‌گیرد. بعلاوه، این امر موجب نوعی اطمینان قبلی نسبت به نتایج مفیدی است که رعایت این اصول اخلاقی به همراه خواهد داشت. برای نمونه «تهذیب نفس» یکی از اصول بدیهی در این باره است. مدیر یک سازمان در جامعه اسلامی، مسوولیت را یک آزمایش الهی می‌داند: تلاش وی در اداره سازمان بر این نیت استوار است که مدیریت او وسیله‌ای برای خود سازی و تقرب به سوی پروردگار است.

اولین گام برای تزکیه، اخلاص است. یعنی اینکه مدیر هرگونه تلاش خود را تنها برای رضای خداوند انجام دهد. در این صورت مدیریت وسیله خدمت به بندگان خدا تلقی شده و هرگز به تزویر و تکبر آلوده نمی‌گردد.

حضرت علی (ع) می‌فرمایند: «هیچ عملی از تو در پیشگاه خداوند مورد قبول واقع نمی‌شود، مگر آنکه با خلوص انجام داده باشی». (۱) در این صورت رفتارهای پیش‌بینی شده مدیر در سازمان عبارت خواهد بود از:

- انجام بهتر وظیفه به وسیله یک انگیزه قدرتمند درونی
- تلقی از خود به عنوان یکی از اعضای سازمان، نه ولی نعمت و صاحب دیگران

○ توجه به جایگاه خود به عنوان مسوولیتی حساس که با ارزشیابی های دقیق الهی توأم است

○ رفتار مناسب و مطابق با اقتضائات سازمانی که به اتکای فرامین قاطع اخلاقی صورت پذیرفته است

○ رعایت عدالت در سازمان

○ توجه به حیثیت و شخصیت همه افراد در هر پست و مقامی .

و آثار بسیار زیاد بعدی که در اینجا مجالی برای پرداختن به آنها نیست .

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱- انک لن یتقبل من عملک الا ما اخلصت فيه (- منبع: الحدیث، ج اول، گرد آورنده: مرتضی فرید، تهران: دفتر

خلاصه

بهره‌وری یکی از هدفهای اصلی سازمان‌های امروزی است. همه سازمان‌ها آن را در ردیف نخست وظیفه‌های سازمانی خود قرار داده‌اند. اما یک سؤال اساسی نیز مطرح است: چگونه می‌توان به بهره‌وری دست یافت؟ یک اشتباه تاریخی در تحویل مدیریت را نباید بار دیگر در ارتباط با بهره‌وری نیز تکرار کرد. بی‌توجهی به انسان، منشأ خطاهای بسیار بوده است. بهره‌وری بدون حضور موفق انسان امکان‌پذیر نیست و انسان در یک مسیر استکمالی به سمت اهداف آرمانی و ایده‌آل به بروز رفتارهای مطلوب نایل می‌آید. اخلاق وسیله‌ای برای این حرکت تلقی می‌شود، لذا در جامعه ما نکته‌ای که برای دستیابی به بهره‌وری نباید به فراموشی سپرده شود، توجه به اخلاقیات در سازمان است. در این زمینه، تأثیر مدیر به عنوان مبدأ افعال و آثار سازمانی تردید‌ناپذیر است. سازمان و مدیریت، برای اخلاقی عمل کردن نیازمند استانداردها و نمادهای اخلاقی است. در دین مبین اسلام این نمادها با قطعیتی که به عنوان یک مذهب الهی دارد، می‌تواند چاره ساز بسیاری از مشکلات رفتاری به منظور رسیدن به مقاصد باشد که سازمان‌ها برای آن جهت‌گیری نموده‌اند.

منابع و یادداشت ها

۱ - سادات، محمد علی، اخلاق اسلامی، تهران: سمت ، ۱۳۶۴، ص ۲۲.

2 - Ethics

3 - Bateman, Thomas S . and Zeithaml, Carl P., Management; Function and strategy, (Boston: IRWIN, 1990), P.248.

4 - Fréderick, William C.; Davis, Keith and Post, James, Business and Society, 7th ed, (N.Y.: McGraw - Hill, 1992) , P.102.

5 - Schermerhorn, John, Management for productivity, (N.Y: WILEY , 1993), P.77.

6 - Ethicals codes

7 - Bartol, Kathryn M.and Martin , David, C.Management, (N.Y: McGraw - Hill, 1994), P.126 .

8 - Schermerhorn, John, 1993,P . 84.

9 - Strong, Earl P.A Concept of Management, (N.Y : Harper & Row Publishers, 1965) , P.47.

10 - Dubrin, Andrew J., Foundations of organizational Behavior; An applied prespective, (New Jersey, printice Hall, 1984) , P. 391.

- 11 - Bartol and Martin, 1994, PP. 119 - 20.
- 12 - Bateman and Zeithaml , 1990 , P .249.
- 13 - Schermehorn, John, 1993,P.77.
- 14 - Internal Persuasion.
- 15 - Schermerhorn,John , 1993.P.78 .
- 16 - Bateman and Zeithaml , 1990 , P.54 .

