

رابطه چندگانه‌ی هوش هیجانی، ویژگی‌های شخصیتی و متغیرهای جمعیت‌شناختی کارکنان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان با رضایت ارباب‌رجوع با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌کنندگی ادراک عدالت سازمانی*

بهناز خیری^۱، حسین سماواتیان^۲، حمیدطاهر نشاط دوست^۳، علی صفدریان^۴

مقاله پژوهشی

چکیده

مقدمه: یک سازمان زمانی با موفقیت از عهده‌ی مأموریت و رسالت خود برمی‌آید که توانسته باشد رضایت مراجعانش را تأمین کند. از این رو پژوهش حاضر با هدف شناسایی روابط هوش هیجانی، ویژگی‌های شخصیتی و متغیرهای جمعیت‌شناختی کارکنان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان با رضایت ارباب‌رجوع با نقش تعدیل‌کنندگی ادراک عدالت سازمانی انجام شده است.

روش بررسی: این تحقیق توصیفی از نوع همبستگی و از نظر هدف کاربردی می‌باشد. دو جامعه‌ی آماری این پژوهش شامل الف: کلیه‌ی کارکنان ستادی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان با تعداد ۸۷۲ نفر و ب: مراجعان به بخش‌های مختلف دانشگاه مذکور که در نقش ارباب‌رجوع به کارکنان مراجعه می‌نمودند. بازه‌ی زمانی تحقیق در نیمه‌ی دوم سال ۱۳۹۱ بوده است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات شامل پرسش‌نامه‌ی پنج‌عاملی شخصیت NEO، پرسش‌نامه‌ی Servqual، پرسش‌نامه‌ی عدالت سازمانی، پرسش‌نامه‌ی هوش هیجانی و پرسش‌نامه‌ی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی بود که تمامی آن‌ها پایایی و روایی لازم را دارا بوده‌اند. برای تحلیل داده‌ها، از شاخص‌های توصیفی نظیر پراکندگی و میانگین و نیز از روش‌های آمار استنباطی همچون همبستگی Pearson، تحلیل رگرسیون و تحلیل واریانس با استفاده از نسخه‌ی ۱۹ نرم‌افزار SPSS استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج نشان می‌دهد که همبستگی بین رضایت ارباب‌رجوع از یک سو و ویژگی‌های شخصیتی، هوش هیجانی و ادراک عدالت سازمانی از سویی دیگر ($R=0/870$ و $R^2=75/7$) دارای رابطه‌ی معنی‌داری است. هم‌چنین بین کلیه‌ی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارکنان دانشگاه در سطح ($Pvalue < 0/05$) با رضایت مراجعان با نقش تعدیلی عدالت سازمانی رابطه‌ی معنی‌داری مشاهده نشد.

نتیجه‌گیری: با توجه به تأثیرگذاری ادراک عدالت سازمانی بر ارتباط هوش هیجانی و شخصیت کارکنان با رضایت مراجعان، به‌منظور ارتقای رضایت مراجعان تمرکز بر مسایل فردی حایز اهمیت است. در این بین، به‌واسطه‌ی آموزش‌پذیری و امکان ارتقای هوش هیجانی، این متغیر جایگاهی ویژه دارد.

واژه‌های کلیدی: هوش هیجانی؛ رضایت؛ ارباب‌رجوع؛ کارکنان؛ عدالت سازمانی

دریافت مقاله: ۹۲/۴/۸

اصلاح نهایی: ۹۲/۶/۲۲

^۱ این مقاله حاصل پایان‌نامه‌ی دانشجویی در مقطع کارشناسی ارشد می‌باشد.

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، روان‌شناسی صنعتی و سازمانی، دانشکده‌ی علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران (نویسنده‌ی مسؤل)

پذیرش مقاله: ۹۲/۶/۲۷

Email: Behnazkhayeri@yahoo.com

۲- استادیار، روان‌شناسی صنعتی و سازمانی، دانشکده‌ی علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

۳- استاد، روان‌شناسی، دانشکده‌ی علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

۴- دانشجوی دکتری، مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی کرمان، کرمان و مرکز تحقیقات فن‌آوری اطلاعات در امور سلامت، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، اصفهان، ایران

ارجاع: خیری بهناز، سماواتیان حسین، نشاط دوست حمیدطاهر، صفدریان علی. رابطه چندگانه‌ی هوش هیجانی، ویژگی‌های شخصیتی و متغیرهای جمعیت‌شناختی کارکنان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان با رضایت ارباب‌رجوع با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌کنندگی ادراک عدالت سازمانی. مدیریت اطلاعات سلامت ۱۳۹۲؛ ۱۰(۶): ۸۶۱-۸۴۸.

مقدمه

صلاحیت و شایستگی کارکنان، اعتبار ارایه‌کنندگان خدمت، درک کردن نیازها و خواسته‌های مراجعان (۸). ادراک مراجع از کیفیت خدمات بر رفتار و تصمیمات او اثر می‌گذارد (۹). از جمله عوامل تأثیرگذار بر بهبود کیفیت تعامل کارکنان و رضایت ارباب‌رجوع، توانایی هوش هیجانی کارکنان می‌باشد. مدل توانایی هوش هیجانی Mayer و Solovey (۱۹۹۷ میلادی) شامل چهار توانایی مرتبط به هم شامل: ۱- توانایی ادراک هیجانات؛ ۲- توانایی استفاده از هیجانات برای تسهیل استدلال؛ ۳- ظرفیت درک معنی هیجانات و اطلاعاتی که آن‌ها منتقل می‌کنند؛ ۴- توانایی تنظیم مؤثر و مدیریت هیجانات می‌باشد (۱۰). افراد دارای هوش هیجانی بالا، افرادی دارای روابط اجتماعی قوی و حساس نسبت به دیگران هستند (۱۱). از جمله ابعاد تأثیرپذیر از هوش هیجانی می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد: موفقیت شغلی؛ افزایش عملکرد گروهی؛ افزایش خلاقیت و نوآوری؛ تعادل کار-زندگی؛ کاهش استرس و جلب رضایت ارباب‌رجوع. چرا که افراد برخوردار از مهارت هوش هیجانی بالا بهتر با دیگران کنار می‌آیند و اجازه نمی‌دهند اضطراب و پریشانی مانع تعامل اثربخش آنان با مراجعان شود (۱۲).

از دیگر متغیرهای تأثیرگذار در افزایش رضایت ارباب‌رجوع سازه‌ی صفات شخصیتی می‌باشد. از جمله نتایج حاصل از بررسی صفات در قالب رفتار می‌توان به بهبود تعامل با دیگران اشاره کرد (۱۳). صفات شخصیتی نمایان‌گر انگاره‌های پاسخ‌گویی فرد به موقعیت‌های گوناگون است (۱۴). ساختار شخصیت براساس الگوهای مختلف تبیین شده است که یکی از مشهورترین این الگوها، الگوی پنج عاملی شخصیت می‌باشد. عوامل این الگو عبارتند از ۱- برون‌گرایی، ۲- سازش‌یافتگی، ۳- وظیفه‌شناسی، ۴- پایداری هیجانی و ۵- گشودگی به تجربه (۱۵). افرادی که دارای وظیفه‌شناسی بالا هستند عملکرد شغلی بهتری دارند و قابل اعتماد؛ کارآمد و تلاش‌گر هستند. افرادی که در توافق‌پذیری بالا هستند دارای روحیه‌ی همکاری، غیرمتخاصم و انعطاف‌پذیر هستند. در زمینه‌ی کاری، کارکنان توافقی‌پذیر سطوح بالایی شایستگی‌های فردی را نشان می‌دهند و به طور مؤثری با دیگران همکاری می‌کنند (۱۶). افراد با

در راستای کرامت رضایت ارباب‌رجوع حضرت امام حسین (ع) فرمود: «به درستی که نیازهای مردم بر شما از جمله نعمت‌های خداوند است از نعمت‌های خدا ملول نشوید» (۱). امروزه همه‌ی سازمان‌ها دریافته‌اند که رضایت ارباب‌رجوع ضامن بقای سازمان است. اهمیت این موضوع تا بدان جا است که رضایت ارباب‌رجوع مهم‌ترین عامل در مباحث مهندسی مجدد فرایند کسب و کار در نظر گرفته شده است (۲). یکی از دلایل اصلی توجه زیاد به رضایت ارباب‌رجوع این است که جلب رضایت ایشان می‌تواند منجر به یک موقعیت رقابتی قوی برای سازمان شود (۳). سازمان‌هایی که در ارایه‌ی ارزش به مراجعان خود فعال‌تر هستند سطح رضایت مراجعان آن‌ها بالاتر خواهد بود و جلب رضایت مراجعان موجب افزایش کارایی و اثربخشی سازمان خواهد شد (۴). هر مراجع ناراضی به ده نفر اظهار ناراضیتی می‌کند و در مقابل یک مراجع راضی به سه نفر اظهار رضایت می‌کند یعنی بیش‌تر از سه مراجع راضی لازم است تا اثر یک مراجع ناراضی را خنثی کند (۵). رضایت مراجعان مزایای زیادی برای سازمان‌ها ایجاد می‌کند. رضایت بالای مراجعان نوعی بیمه در برابر اشتباه‌های احتمالی سازمان است (۶). امروزه مراجعان در مقام داور نهایی کیفیت و خدمات محصول محسوب می‌شوند و رضایت ارباب‌رجوع در سازمان‌ها به عنوان یکی از شاخص‌های اصلی سنجش کارآمدی و رشد و توسعه‌ی نظام اداری تلقی می‌گردد (۲). Akbar و parviz (۲۰۰۹ میلادی) در باب رضایت ارباب‌رجوع سه رکن برای بررسی رضایت‌مندی در سازمان‌های خدماتی ارایه کرده‌اند. این سه رکن عبارتند از: ۱- خدمت مورد انتظار؛ که اولین رکن الگو بوده و تابعی از تجربیات گذشته، نیازهای شخصی و ارتباطات کلامی است؛ ۲- خدمت دریافت شده؛ ادراک مراجع از خدمت است که پس از دریافت خدمت ایجاد می‌شود و ۳- کیفیت خدمت درک شده؛ که رابطه‌ی بین دو متغیر خدمت مورد انتظار و خدمت دریافت شده بوده و کیفیت خدمت درک شده را شکل می‌دهد (۷). در دیدگاه Zeithaml (۱۹۹۴ میلادی) شاخص‌های رضایت‌مندی مراجعان در بخش دولتی عبارتند از: قابل اعتماد بودن، مسؤلیت‌پذیری کارکنان،

که حوادث اجتماعی و سنتی، تأثیر مثبت بر ارزیابی مراجعان از یکدیگر و حوادث خشونت‌آمیز، تأثیر منفی معنی‌داری بر رضایت مراجعان دارد (۲۳). نتایج پژوهش Deng و همکاران نشان داد که اعتماد، ادراک کیفیت خدمات و ادراک ارزش‌مندی مراجعان از جمله ارزش‌های کارکردی و هیجانی تلاش در جهت جلب رضایت مراجعان در سازمان‌های مخابراتی کشور چین است (۲۴). نتایج پژوهش sbjerg و Jensen نشان داد که ظاهر فروشگاه، محیط فروشگاه، انگیزه‌ی مشتریان، تجارب قبلی آن‌ها، تأیید یا عدم تأیید تجارب قبلی آن‌ها و نگرش‌ها بر رضایت مشتریان تأثیر می‌گذارد (۲۵). نتایج پژوهش Fabio و Palazzeschi نشان داد که ابعاد هوش هیجانی درصد بزرگی از واریانس بین چهار بعد عدالت سازمانی (عدالت توزیعی، عدالت رویه‌ای، عدالت بین فردی و عدالت اطلاعاتی) و صفات شخصیتی را تبیین می‌کند (۲۶). پژوهش توانایی‌شناختی، هوش هیجانی و ابعاد پنج عامل بزرگ شخصیتی به عنوان پیش‌بین‌های عملکرد محقق جنایی توسط Ono و همکاران اجرا شد. نتایج نشان داد که وجدان‌گرایی با عملکرد آموزشی رابطه‌ی نسبتاً کمی داشت. توانایی‌شناختی و هوش هیجانی به طور مثبت با عملکرد شغلی همبسته بودند. روان‌نژندی به طور منفی با عملکرد شغلی رابطه داشت (۲۷). پژوهش Scott و Colquitt به بررسی میزانی که صفات شخصیتی مورد مطالعه (حساسیت به عدالت، ایدئولوژی تبادل) تأثیر بی‌عدالتی روی واکنش‌های رفتاری را تعدیل می‌کند، می‌پردازد. نتایج نشان داد که ایدئولوژی تبادل و نه حساسیت به عدالت، تعدیل‌کننده‌ی معنی‌دار برخی از روابط پیامدهای عدالت است. هم‌چنین نتایج نشان داد که تعدیل‌کننده‌های بالقوه‌ی حساسیت به عدالت و ایدئولوژی تبادل که محدودتر می‌باشند در مقایسه با پنج عامل بزرگ که گسترده‌تر از دو متغیر قبلی است، تعدیل‌کننده‌های تأثیرگذارتری نسبت به پنج عامل بزرگ شخصیتی هستند (۲۸). نتایج پژوهش Gulati و Bhal نشان داد که هیچ یک از عوامل شخصیتی عدالت توزیعی را پیش‌بینی نکردند. در حالی که مکان کنترل و بهره‌ی هیجانی بهترین پیش‌بین‌ها برای عدالت رویه‌ای بودند. مکان کنترل با عدالت رویه‌ای رابطه‌ی معکوس نشان می‌دهد. بین ادراک عدالت تعاملی و

خصوصیت برون‌گرایی از تعاملات بین فردی استقبال می‌کنند (۱۷). کسانی که دارای ویژگی شخصیتی گشودگی به تجربه هستند، مایل به پذیرش عقاید جدید و ارزش‌های غیرمتعارف هستند (۱۸). پایداری هیجانی منجر به واکنش‌های مناسب و شخصی به مؤلفه‌های مختلف می‌شود (۱۵).

ادراک عدالت سازمانی حداقل با سه جز مشخص می‌شود: عدالت توزیعی به عدالت ادراک شده در رابطه با پیامدها مربوط است (۱۹). این نوع از عدالت با احساسات، رفتار و واکنش‌های شناختی رابطه دارد (۲۰). عدالت رویه‌ای مربوط به عدالت ادراک شده در رابطه با فرایندهایی است که به وسیله‌ی آن پیامدها تعیین می‌شوند (۱۹). عدالت تعاملی از نظر Aryee (۲۰۰۶ میلادی) اشاره به رفتارهای عادلانه‌ای دارد که سازمان‌ها با کارکنان در حوزه‌ی شغلی آن‌ها دارند (۲۰). عدالت سازمانی رفتارهای سازمانی کارکنان مثل رفتار شهروندی سازمانی، استرس مرتبط با شغل، رضایت شغلی، وفاداری به سازمان و تعارض را تحت تأثیر قرار می‌دهد (۲۱). با توجه به نقش متغیر ادراک عدالت سازمانی بر دیگر متغیرهای منابع انسانی سازمان، شایسته است که تأثیر آن به عنوان متغیر تعدیل‌کننده بر ارتباطات عوامل سازمانی مورد بررسی قرار گیرد.

تحقیقات مختلفی ارتباط ساده و چندگانه‌ی متغیرهای هوش هیجانی، ویژگی‌های شخصیتی، رضایت‌مندی و عدالت سازمانی ادراک شده را بررسی نموده‌اند ولی پژوهش حاضر از یک نظر با کارهای انجام شده‌ی قبلی متفاوت است، ارتباط متغیرهای هوش هیجانی و ویژگی‌های شخصیتی کارکنان با رضایت‌مندی مراجعان با نقش تعدیل‌کنندگی عدالت سازمانی ادراک شده مورد مطالعه قرار گرفته است. به همین دلیل، از این نقطه نظر، تحقیقات مرتبطی در داخل و خارج یافت نشده است. از جمله پژوهش‌های انجام گرفته بر روی متغیرهای مذکور می‌توان به پژوهش Gountas و Gountas اشاره نمود که در این پژوهش یک رابطه‌ی مستقیم بین جهت‌گیری شخصیتی مراجع، حالت‌های هیجانی او و رضایت مراجع از خدمات دریافت شده یافت شد (۲۲). نتایج پژوهش Cedric نیز نشان داد که تعاملات مراجعان با یکدیگر، ارزیابی خدمات دریافت شده را تحت تأثیر قرار می‌دهد. هم‌چنین این پژوهش نشان داد

منطبق با روش پیشنهادی Stevens (۱۹۹۶ میلادی) (۳۳): مبنی بر در نظر گرفتن حداقل تعداد پانزده آزمودنی برای هر متغیر یا خرده متغیر و با توجه به یک متغیر اصلی هوش هیجانی، یک متغیر اصلی ادراک عدالت سازمانی و پنج متغیر شخصیتی، تعداد ۱۰۵ آزمودنی مورد نیاز بود. تعداد یک‌صد و شصت پرسش‌نامه‌ی متغیرهای هوش هیجانی، صفات شخصیتی و ادراک عدالت سازمانی به روش تصادفی ساده بین کارکنان توزیع شد و از بین پرسش‌نامه‌های کامل بازگشت داده شده، ۱۰۵ پرسش‌نامه به صورت تصادفی جهت تجزیه و تحلیل انتخاب گردید. همچنین به یکی از مراجعان هر یک از کارکنان انتخابی به صورت تصادفی پرسش‌نامه‌ی رضایت‌مندی داده شد که در آن میزان رضایت خود از نوع تعامل با فرد مذکور را اشاره نمودند. بدین ترتیب، تعداد ۱۰۵ نفر از مراجعان به آن‌ها به روش مذکور انتخاب گردیده و داده‌های لازم جهت تجزیه و تحلیل به دست آمد. در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات از پنج پرسش‌نامه شامل چهار پرسش‌نامه‌ی استاندارد که عبارت‌اند از: ۱- پرسش‌نامه‌ی هوش هیجانی Petrides و Furnham (۲۰۰۲ میلادی) که دارای ۳۰ سوال و از نوع بسته پاسخ است، ۱۵ سوال آن به صورت معکوس نمره‌گذاری می‌شود و چهار عامل خوش‌بینی، درک عواطف خود و دیگران، کنترل عواطف و مهارت‌های اجتماعی را می‌سنجد (۳۰)؛ ۲- پرسش‌نامه‌ی ۵ عاملی شخصیت (NEO-PI-R) که در سال ۱۹۸۰ توسط McCrae و Costa تهیه شده است. این پرسش‌نامه ۵ عامل شخصیت و ۶ خصوصیت هر عامل یا به عبارتی ۳۰ خصوصیت را اندازه‌گیری می‌کند و بدین اساس ارزیابی جامعی از شخصیت ارایه می‌دهد. این پرسش‌نامه ۶۰ سوالی است و برای ارزیابی ۵ عامل شخصیت به کار می‌رود. (۳۴)؛ ۳- پرسش‌نامه‌ی عدالت سازمانی Colquitt (۲۰۰۱ میلادی) که دارای ۲۰ سوال و از نوع بسته پاسخ است و چهار زیر مقیاس عدالت توزیعی، عدالت رویه‌ای، عدالت اطلاعاتی و عدالت بین فردی را اندازه‌گیری می‌کند (۳۵) و ۴- پرسش‌نامه‌ی استاندارد Servqual (۱۹۸۰ میلادی) که جهت اندازه‌گیری رضایت مراجعان، در سال ۱۹۸۰ به وسیله‌ی سه استاد دانشگاه به نام‌های Parasuraman، Zeithaml و Berry معرفی گردید.

بهره‌ی هیجانی رابطه‌ی مستقیمی وجود دارد و بین جهت‌گیری عدالت و ادراک عدالت تعاملی رابطه‌ی مثبت وجود دارد (۲۹). مطالعات مربوط به ارتباط هوش هیجانی با متغیرهای شخصیتی نتایج متناقضی به دست داده است، اما عمده‌ی مطالعات حاکی از آن است که هوش هیجانی همبستگی مثبت و معناداری با ابعاد برون‌گرایی، گشودگی به تجربه، سازش‌یافتگی و وظیفه‌شناسی دارد (۳۱، ۳۰). از سوی دیگر محققانی چون Bastian رابطه‌ی معنی‌دار و قابل توجهی بین هوش هیجانی و ابعاد پنج‌گانه‌ی شخصیت گزارش کرده‌اند (۳۲).

در همین راستا مسأله‌ی اساسی این است که تا چه اندازه ارباب‌رجوعان بخش ستادی دانشگاه مذکور از کیفیت خدمات ارایه شده توسط کارکنان راضی بوده و این متغیر چگونه با دیگر عوامل روان‌شناختی هوش هیجانی، ویژگی‌های شخصیتی و عدالت سازمانی ادراک شده ارتباط دارد. با توجه به گستردگی و کارکردهای متنوع دانشگاه مذکور، مراجعان مختلفی از خدمات این سازمان بهره‌مند می‌گردند، به همین منظور جا دارد که کیفیت تعامل و ارتباط با مراجعان و متغیرهای درگیر به طور دقیق اندازه‌گیری شده و گام‌های اساسی در بالا بردن سطح ارتباط و کیفیت تعاملات بین ارباب‌رجوع با کارکنان دانشگاه فراهم آید. با توجه به مطالب پیش گفت پژوهش حاضر با هدف شناسایی روابط هوش هیجانی، ویژگی‌های شخصیتی و متغیرهای جمعیت‌شناختی کارکنان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان با رضایت ارباب‌رجوع با نقش تعدیل‌کنندگی ادراک عدالت سازمانی انجام شده است.

روش بررسی

این پژوهش از نوع توصیفی^۰ همبستگی و از نظر هدف کاربردی می‌باشد. دو جامعه‌ی آماری این پژوهش شامل الف: کلیه‌ی کارکنان ستادی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان با تعداد ۸۷۲ نفر و ب: مراجعان به بخش‌های مختلف دانشگاه مذکور که در نقش ارباب‌رجوع در زمان توزیع پرسش‌نامه، به کارکنان مراجعه نمودند بود. بازه‌ی زمانی تحقیق در سال ۱۳۹۱ بوده است. با توجه به نوع پژوهش و تعداد متغیرهای مورد مطالعه از جامعه‌ی مورد نظر

دارای درآمد ۶۰۰-۸۰۰ هزار تومان، ۹/۵ در صد دارای درآمد ۸۰۰ هزار ° یک میلیون تومان، ۷/۶ درصد دارای درآمد بیش تر از یک میلیون تومان بودند و در نهایت از نظر متغیر تعداد فرزندان ۵۰/۵ درصد بدون فرزند، ۲۰ درصد دارای یک فرزند، ۲۵/۷ درصد دارای دو فرزند و ۳/۹ دارای سه و بیش تر فرزند بودند.

میانگین نمره‌ی رضایت مراجعان از کیفیت خدمات ۷۸/۱۰۵ با انحراف معیار ۱۸/۲۴ بود. در این میان از بین ابعاد رضایت مراجعان قابلیت اطمینان (۱۵/۶۱) دارای بیش ترین امتیاز و پاسخ گویی (۱۲/۷۵) دارای کم ترین نمره بوده است. در بین ویژگی های شخصیتی کارکنان، صفت وظیفه شناسی دارای بیش ترین امتیاز (۳۰/۱۲۵) و برون گرایی دارای کم ترین امتیاز (۲۱/۷۰) است. هم چنین میانگین هوش هیجانی کارکنان دانشگاه ۱۲۳/۷۶ و با انحراف معیار ۲۰/۶۶ است. میانگین نمره‌ی ادراک عدالت سازمانی ۷۱/۸۷ و انحراف معیار ۱/۶۳ می باشد. که در این میان عدالت بین فردی دارای بالاترین نمره (۱۸/۱۷) و عدالت رویه‌ای دارای کم ترین امتیاز (۱۱/۳۶) است.

همان گونه که نتایج جدول ۱ نشان می دهد، همبستگی بین هوش هیجانی از یک سو و ویژگی های شخصیتی از سویی دیگر برابر با ۰/۶۳۷ است. R^2 برابر با ۰/۴۰۶ نشان می دهد که نزدیک به ۴۰ درصد از واریانس نمرات هوش هیجانی توسط ویژگی های شخصیتی پیش بینی می شود. اما نتایج تحلیل تک تک متغیرها نشان می دهد که از بین ویژگی های شخصیتی برون گرایی ($Pvalue = ۰/۰۴۵$, $B = ۰/۴۲۴$) با این متغیر رابطه‌ی مثبت و معنی دار دارد. به عبارت دیگر هر چه سطح برون گرایی افزایش یابد، میزان هوش هیجانی نیز زیاده تر می شود. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون به روش گام به گام نیز نشان می دهد که از بین ویژگی های شخصیتی تنها وظیفه شناسی متغیر هوش هیجانی را پیش بینی می کند. یافته ها نشان می دهد که این عامل ۰/۶۱۰ یا نزدیک به ۳۷/۷ درصد از هوش هیجانی را پیش بینی می نماید. رابطه‌ی بین وظیفه شناسی و هوش هیجانی مثبت و معنی دار است. به عبارت دیگر هر چه سطح وظیفه شناسی افزایش می یابد، میزان هوش هیجانی نیز بالاتر می رود.

ابعاد این پرسش نامه عبارتند از: قابلیت اطمینان خدمت، مسؤولیت پذیری، ضمانت، برخورد مناسب و ابعاد فیزیکی. این ابزار شامل ۲۲ سوال است (۳۶) و به همراه پرسش نامه‌ی ویژگی های جمعیت شناختی استفاده شد. Furnham و Petrides پایایی پرسش نامه‌ی هوش هیجانی را ۸۶ درصد محاسبه کردند (۳۰). هم چنین براساس پژوهش McCrae و Costa پایایی پرسش نامه‌ی NEO ۸۳ درصد گزارش شده است (۳۴) و پایایی مقیاس عدالت سازمانی ۹۱ درصد گزارش شده است (۳۵). روایی و پایایی ابزار استاندارد Servqual نیز توسط محققان مختلف از جمله Cronin (۱۹۹۴ میلادی)، Berry و Zeithaml (۱۹۸۸ میلادی) تأیید شده است (۳۶). در ایران نیز رضایی گل آباد (۱۳۸۶ شمسی) در پژوهشی در شرکت بیمه‌ی ایران ضریب پایایی ۸۸ درصد را برای Servqual گزارش کرد (۳۷). برای تحلیل داده ها در این پژوهش از شاخص های توصیفی، پراکندگی و تمایل مرکزی استفاده شد و از سوی دیگر جهت تحلیل داده ها از روش های همبستگی Pearson، تحلیل رگرسیون (روش های ورود و گام به گام) و تحلیل واریانس (ANOVA) استفاده شد.

یافته‌ها

از نظر متغیر جمعیت شناختی جنسیت، ۵۵/۲ درصد کارکنان زن و ۴۲/۹ درصد کارمندان مرد بودند. از نظر متغیر وضعیت تحصیلی ۱/۹ درصد کارکنان مورد بررسی دارای مدرک دکتری، ۱۲/۴ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد، ۵۹ درصد کارشناس، ۲۳/۸ درصد دیپلم و زیر دیپلم بودند. از نظر متغیر وضعیت استخدامی ۱۸/۱ درصد کارکنان رسمی، ۸/۶ درصد پیمانی، ۶۱/۹ درصد قراردادی و ۱۰/۵ درصد دارای سایر وضعیت های استخدامی بودند. از نظر متغیر سن ۴۳/۸ درصد آن ها بین ۲۰-۳۰ سال، ۳۵/۲ درصد بین ۳۰-۴۰ سال، ۱۶/۲ درصد بین ۴۰-۵۰ سال، ۳/۸ درصد ۵۰-۶۰ سال بوده اند. از نظر متغیر وضعیت تأهل ۲۹/۵ درصد کارکنان مجرد و مابقی متأهل بودند. از نظر متغیر میزان درآمد ۹/۵ درصد دارای درآمد کم تر از ۴۰۰ هزار تومان، ۴۲/۹ درصد دارای درآمد ۴۰۰-۶۰۰ هزار تومان، ۲۷/۶ درصد

جدول ۱: نتایج ضریب همبستگی چندگانه، تحلیل واریانس و رگرسیون به روش ورود برای پیش‌بینی هوش هیجانی از ویژگی‌های شخصیتی

متغیر شاخص	R	R ²	F	معنی داری	B	SE _b	T	معنی داری
	۰/۶۳۷	۰/۴۰۶	۱۳/۳۷۱	۰/۰۰۱				
عدد ثابت					۸۳۲/۶۴	۴۰۱/۱۳	۸۳۸/۴	۰/۰۰۱
روان‌رنجوری					۱۰۳/۱	۰/۵۸۰	۹۰۰/۱	۰/۰۶۰
برون‌گرایی					۰/۴۲۴	۰/۲۳۵	۸۰۲/۱	۰/۰۴۵
تجربه‌گرایی					۰/۰۴۶	۰/۳۴۸	۰/۱۳۱	۰/۸۹۶
توافق‌پذیری					-۰/۳۰۳	۰/۷۲۴	-۰/۴۱۹	۰/۶۷۶
وظیفه‌شناسی					۰/۸۱۷	۰/۶۲۳	۳۱۰/۱	۰/۱۹۳

جدول ۲: نتایج ضریب همبستگی چندگانه، تحلیل واریانس و رگرسیون به روش ورود برای پیش‌بینی رضایت مراجعان از طریق هوش هیجانی و ویژگی‌های شخصیتی کارکنان با نقش تعدیل‌کننده‌ی عدالت سازمانی

متغیر شاخص	R	R ²	F	معنی داری	B	SE _b	T	معنی داری
	۰/۸۷۰	۰/۷۵۷	۴۲/۶۹۷	۰/۰۰۱				
عدد ثابت					۸۲۰/۶	۵۱۵/۸	۰/۸۰۱	۰/۴۲۵
روان‌رنجوری					۰/۴۲۸	۰/۳۴۱	۲۵۵/۱	۰/۲۱۳
برون‌گرایی					۰/۳۵۷	۰/۱۳۶	۶۱۹/۲	۰/۰۱۰
تجربه‌گرایی					-۰/۲۴۱	۰/۲۰۰	-۲۰۵/۱	۰/۲۳۱
توافق‌پذیری					۰/۴۵۷	۰/۴۱۵	۱۰۲/۱	۰/۲۷۳
وظیفه‌شناسی					۰/۶۱۷	۰/۳۵۹	۷۱۸/۱	۰/۰۸۹
هوش هیجانی					۰/۰۸۹	۰/۰۶۷	۳۲۳/۱	۰/۱۸۹
عدالت سازمانی					۰/۲۰۵	۰/۰۹۳	۲۰۹/۲	۰/۰۳۰

همان‌گونه که نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد، همبستگی بین رضایت مراجعان از یک سو و ویژگی‌های شخصیتی، هوش هیجانی و عدالت سازمانی از سوی دیگر برابر با ۰/۸۷۰ است. R² برابر با ۰/۷۵۷ و نشان می‌دهد که نزدیک به ۷۵/۷ درصد از واریانس نمرات رضایت مراجعان توسط این متغیرها پیش‌بینی می‌شود. اما نتایج تحلیل تک تک متغیرها نشان از آن دارد که از بین ویژگی‌های شخصیتی، برون‌گرایی (Pvalue=۰/۰۱۰، B=۰/۳۵۷) و عدالت سازمانی (Pvalue=۰/۰۰۱، B=۰/۲۰۵) با این متغیر رابطه‌ی مثبت و معنی‌دار دارند. با افزوده شدن یک واحد به برون‌گرایی و عدالت سازمانی، به ترتیب ۰/۱۴۸ و ۰/۱۸۳ واحد به مقدار رضایت مراجعان افزوده می‌شود. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون به روش گام به گام نیز نشان می‌دهد که توافق‌پذیری، هوش هیجانی، عدالت سازمانی، برون‌گرایی متغیر رضایت مراجعان را پیش‌بینی می‌کنند. توافق‌پذیری

بیش‌ترین قدرت پیش‌بینی را دارد و ۰/۸۲۵ یا نزدیک به ۶۸ درصد از رضایت مراجعان را پیش‌بینی می‌نماید. در مرحله‌ی دوم با اضافه شدن هوش هیجانی قدرت پیش‌بینی به ۰/۸۴۷ می‌رسد، یعنی این دو عامل با هم نزدیک به ۷۱/۸ درصد از متغیر رضایت مراجعان را پیش‌بینی می‌کنند که سهم خالص هوش هیجانی ۰/۰۳۷ است. در مرحله‌ی سوم با اضافه شدن متغیر عدالت سازمانی قدرت پیش‌بینی به ۰/۸۵۴ می‌رسد و این سه متغیر با هم در این مرحله ۷۲/۹ درصد از واریانس رضایت مراجعان را پیش‌بینی می‌کنند. در مرحله‌ی آخر یا مرحله‌ی چهارم با افزوده شدن برون‌گرایی با سایر متغیرها قدرت پیش‌بینی به ۰/۸۶۰ ارتقا یافته و تمام متغیرها با هم می‌توانند، ۷۴ درصد از متغیر رضایت مراجعان را پیش‌بینی کنند. براساس نتایج به دست آمده از هر دو روش رگرسیون ورود و گام به گام، رابطه‌ی بین توافق‌پذیری، هوش هیجانی، عدالت سازمانی و برون‌گرایی با

رضایت مراجعان مثبت و معنی‌دار است. با اضافه شدن یک واحد به رضایت پذیري، هوش هیجانی، عدالت سازمانی، برون‌گرایی به ترتیب ۰/۶۴۳، ۰/۱۳۶، ۰/۱۸۸ و ۰/۱۰۹ واحد به رضایت مراجعان افزوده می‌شود.

جدول ۳: نتایج ضریب همبستگی چندگانه، تحلیل واریانس و رگرسیون به روش ورود برای پیش‌بینی رضایت مراجعان از طریق ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارکنان با نقش تعدیل‌کننده‌ی عدالت سازمانی

متغیر شاخص	R	R ²	F	معنی‌داری	B	SE _B	T	معنی‌داری
عدد ثابت	۰/۷۰۱	۰/۴۹۱	۱۳/۳۹۶	۰/۰۰۱	۳۵/۶۳۴	۱۴/۷۵۴	۲/۴۱۵	۰/۰۱۸
وضعیت اشتغال					-۰/۲۳۹	۱۶۳/۲	-۰/۱۱۰	۰/۹۱۲
سن					-۴۶۰/۱	۱۶۰/۲	-۰/۰۶۸	۰/۵۰۱
تحصیلات					-۲۷۱/۱	۳۴۵/۲	-۰/۰۵۰	۰/۵۸۸
جنسیت					۸۵/۳	۱۶۵/۳	۰/۰۸۵	۰/۳۳۲
وضعیت تأهل					-۷۴۹/۳	۱۶۰/۳	-۰/۰۹۴	۰/۲۳۹
درآمد					-۰/۶۲۹	۹۱۷/۱	-۰/۰۳۹	۰/۷۴۴
عدالت سازمانی					۰/۷۴۹	۰/۰۸۵	۰/۶۷۱	۰/۰۰۱

بحث

همان‌گونه که نتایج جدول ۳ با استفاده از روش همبستگی چندگانه نشان می‌دهد، همبستگی بین رضایت ارباب‌رجوع از یک سو و متغیرهای جمعیت‌شناختی و عدالت سازمانی برابر با ۰/۷۰۱ است. R^2 برابر با ۰/۴۹۱ و نشان می‌دهد که نزدیک به ۴۹ درصد از واریانس نمرات رضایت مراجعان توسط این متغیرها پیش‌بینی می‌شود. اما نتایج تحلیل تک تک متغیرها نشان از آن دارد که هیچ‌یک از متغیرهای جمعیت‌شناختی در حضور عدالت سازمانی با رضایت مراجعان رابطه‌ی معنی‌داری ندارند. تنها عدالت سازمانی رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری با رضایت مراجعان نشان داده است ($Pvalue=0/001, B=0/671$). نتایج این پژوهش حاکی از آن است که بین متغیرهای پژوهش از لحاظ وضعیت‌های متفاوت وضعیت اشتغال، سن، تحصیلات، جنسیت و میزان درآمد با ($Pvalue<0/05$) در بین کارکنان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. ولی در سطح ($Pvalue<0/05$) نتایج تحلیل واریانس چند متغیره نشان می‌دهد که از بین متغیرهای پژوهش تنها تجربه‌گرایی و وظیفه‌شناسی در دو گروه متأهل و مجرد تفاوت معنی‌داری دارند. با توجه به این که میانگین این متغیرها در افراد متأهل بالاتر است، نشان می‌دهد که این افراد از وظیفه‌شناسی و تجربه‌گرایی بالاتری برخوردارند.

همان‌طور که در قسمت یافته‌ها گفته شد، میانگین نمره‌ی رضایت مراجعان از کیفیت خدمات ۷۸/۱۰۵ با انحراف معیار ۱۸/۲۴ می‌باشد. در واقع میزان رضایت مراجعان از کیفیت خدمات دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بالای متوسط می‌باشد. در این میان از بین ابعاد رضایت مراجعان قابلیت اطمینان (۱۵/۶۱) دارای بیش‌ترین امتیاز و پاسخ‌گویی (۱۲/۷۵) دارای کم‌ترین نمره بوده است. منظور از قابلیت اطمینان، توانایی انجام خدمات تعهد شده با اطمینان و دقت کامل است. در این‌جا حداکثر امتیاز بعد قابلیت اطمینان ۲۵ امتیاز می‌باشد که نشان‌دهنده‌ی این است که میزان رضایت مراجعان دانشگاه از ارایه‌ی خدمات در سطح بالای متوسط می‌باشد. نمره‌ی رضایت از پاسخ‌گویی (رغبت در کمک به مراجعان و فراهم کردن فوری خدمات) نشان‌دهنده‌ی رضایت نسبی مراجعان از پاسخ‌گویی کارکنان است. نتایج این پژوهش نشان داد که بین متغیرهای پژوهش از لحاظ ویژگی‌های جمعیت‌شناختی وضعیت اشتغال، سن، تحصیلات، جنسیت و میزان درآمد در بین کارکنان دانشگاه مذکور تفاوت معنی‌دار وجود ندارد و تنها تجربه‌گرایی و وظیفه‌شناسی از بین متغیرهای پژوهش در دو گروه مجرد و متأهل تفاوت معنی‌دار دارند و با توجه به بالاتر بودن میانگین این متغیرها در افراد متأهل این

افراد از لحاظ وظیفه‌شناسی و تجربه‌گرایی در وضعیت بالاتری قرار دارند. در واقع افراد متأهل به دلیل درگیری بیش‌ترشان در زندگی که موجب افزایش مسؤلیت‌پذیری و تلاش بیش‌تر آن‌ها می‌شود، در وظیفه‌شناسی نمره‌ی بالاتری کسب می‌کنند. افراد وظیفه‌شناس نسبت به کسانی که در وظیفه‌شناسی پایین‌تر هستند، عملکرد بهتری در کارشان دارند. این افراد قابل اعتماد، مسؤلیت‌پذیر، با دقت، کارآمد، با برنامه، وقت‌شناس و منظم و پر تلاش هستند. آن‌ها برای حل کردن مشکلات، مستعد به دست گرفتن ابتکار عمل و در کار خود علمی و دقیق می‌باشند (۱۶).

در بین ویژگی‌های شخصیتی کارکنان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، صفت وظیفه‌شناسی دارای بیش‌ترین امتیاز (۳۰/۱۲۵) و برون‌گرایی دارای کم‌ترین امتیاز (۲۱/۷۰) می‌باشد. هم‌چنین میانگین هوش هیجانی کارکنان دانشگاه ۱۲۳/۷۶ دارای انحراف معیار ۲۰/۶۶ می‌باشد که با توجه به این که بیشینه‌ی امتیاز هوش هیجانی ۱۶۵ است، کارکنان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان از لحاظ این ویژگی در سطح نسبتاً بالایی می‌باشند. توانایی هوش هیجانی بر کیفیت تعامل و جلب رضایت مراجعان نقش دارد. افرادی که از توانایی هوش هیجانی بالایی برخوردارند، قابلیت شناسایی و مدیریت هیجانات خود و دیگران را داشته و می‌توانند تعاملات اثربخشی با دیگران داشته باشند، چرا که توانایی هوش هیجانی درک متقابل بین افراد را افزایش می‌دهد. بنابراین داشتن این توانایی بر کیفیت تعامل و ارتباط با دیگران تأثیرگذار است (۱۲). کارکنانی که توانسته باشند تعامل بهتری با مراجعان برقرار کنند از نظر مراجعان مطلوب‌تر ارزیابی می‌شوند و مراجعان به سازمان از تعامل با آنان رضایت بیش‌تری خواهند داشت. از آنجایی که این توانایی با استفاده از راهکارهایی مثل آموزش کارکنان در مورد شناخت و تنظیم هیجانات خود و دیگران قابل ارتقا می‌باشد و تأثیری که این متغیر بر جلب رضایت مراجعان دارد، سازمان‌ها باید برای افزایش رضایت مراجعان خود و در نتیجه افزایش اثربخشی خود، هم در فرایند گزینش و استخدام و هم برنامه‌های آموزشی خود به این متغیر توجه بیش‌تری کنند. هم‌چنین نتایج حاصل از این پژوهش مبنی بر وجود رابطه بین صفات شخصیتی کارکنان با جلب رضایت مراجعان، با یافته‌های پژوهش‌های قبلی (۳۸، ۳۷)

همانگ است. به عبارت دیگر نتایج حاصل از پژوهش حاضر حاکی از رابطه بین صفات شخصیتی (توافق‌پذیری و برون‌گرایی) کارکنان با جلب رضایت مراجعان است.

کارکنانی که در صفات برون‌گرایی، سازش‌یافتگی، وظیفه‌شناسی، پایداری هیجانی و گشودگی به تجربه در سطح بالاتری قرار دارند، تمایل بیش‌تری به خدمت به مراجعان و جلب رضایت آنان دارند (۳۸). نتایج پژوهش حاضر دال بر این است که می‌توان به صفات شخصیتی (توافق‌پذیری و برون‌گرایی) به عنوان پیش‌بینی کننده‌ی رفتارهای تکریم ارباب‌رجوع نگرست و آزمون‌های شخصیت را به عنوان یکی از ابزارهای مهم در گزینش کارکنان به کار گرفت. امروزه بیش از هر زمان دیگری متخصصان به اهمیت تناسب بین شخصیت کارکن و شغلش پی برده‌اند. نتایج پژوهش اکبری نشان داده است که در مشاغل خدماتی کارکنان ارایه‌دهنده‌ی خدمت که دارای صفاتی هم‌چون سازش‌یافتگی (دارای حس همکاری، مهربان، با گذشت)؛ وظیفه‌شناسی (منظم، دقیق و سخت‌کوش)؛ گشودگی به تجربه (خلاق و خردمند) و ثبات هیجانی (آرام و متکی به خود) هستند، بیش‌تر به مراجعان توجه نموده و خدماتی با کیفیت بهتر ارایه می‌دهند (۳۹). بنابراین توجه مسؤولین و مدیران به گزینش کارکنانی که طی آزمون‌های شخصیتی در این صفات نمرات بالاتری کسب می‌کنند، می‌تواند کمک مؤثری به ارتقای جلب رضایت مراجعان داشته باشد. هم‌چنین براساس پژوهش‌های مختلف (۳۱، ۳۰) مشخص شده که هوش هیجانی با فاکتورهای شخصیتی مثل برون‌گرایی، گشودگی به تجربه، سازش‌یافتگی و وظیفه‌شناسی دارای همبستگی مثبت است. در پژوهش حاضر نیز نتایج همبستگی چندگانه بین هوش هیجانی و ویژگی‌های شخصیتی همبستگی بالا و معنی‌داری را نشان داد ولی ارتباط ساده بین هوش هیجانی با تنها یکی از آن ویژگی‌ها معنی‌دار بوده است. با بررسی ارتباط ساده‌ی هر یک از ویژگی‌های شخصیتی با هوش هیجانی و هم‌چنین با یکدیگر می‌توان دلیل این مسأله را در هم‌پوشی ویژگی‌های مذکور با یکدیگر دانست. در واقع هر چند هر یک از ویژگی‌های شخصیتی با هوش هیجانی رابطه‌ی بالا و معنی‌داری را نشان داده‌اند ولی به‌واسطه‌ی ارتباط با یکدیگر، مقدار اضافه نمودن سهم واریانس مشترک با هوش هیجانی ناچیز بوده است.

فرایند، شکل‌دهنده‌ی نوع تعامل با ارباب‌رجوع علاوه بر ویژگی‌های شخصیتی و میزان هوش هیجانی افراد، تلقی افراد از مسایل مرتبط با عدالت سازمانی می‌باشد.

بر طبق نتایج جدول ۳ مشخص شد که بین متغیرهای جمعیت‌شناختی کارکنان با رضایت مراجعان در حضور عدالت سازمانی رابطه‌ی معنی‌داری وجود ندارد. در واقع هیچ‌یک از متغیرهای جمعیت‌شناختی سن، تحصیلات، جنس، وضعیت تأهل و درآمد کارکنان با رضایت مراجعان رابطه نداشته است. احتمالاً ورود این متغیرهای جمعیت‌شناختی در کنار ویژگی‌های شخصیتی و هوش هیجانی به عنوان متغیرهای پیش‌بین باعث گردیده که منجر به هیچ ارتباط معنی‌داری با متغیر وابسته‌ی رضایت مراجعان نشده باشد. بدین ترتیب، در نظر گرفتن متغیرهای جمعیت‌شناختی در فرایند بررسی مسایل فردی با رضایت مراجعان مناسب به نظر نمی‌رسد.

به طور کلی در شناسایی رابطه‌ی بین هوش هیجانی و ویژگی‌های شخصیتی کارکنان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان با رضایت مراجعان با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌کنندگی ادراک عدالت سازمانی رابطه‌ی معنی‌دار مشاهده شد. با توجه به بررسی‌های انجام شده، پژوهشگر تحقیقی که چهار متغیر اصلی پژوهش (رضایت مراجعان، هوش هیجانی و ویژگی‌های شخصیتی و ادراک عدالت سازمانی) را به طور هم‌زمان مورد بررسی قرار دهد، چه در داخل و چه در خارج کشور نیافت و نزدیک‌ترین تحقیقات انجام شده در این زمینه مواردی می‌باشند که به آن‌ها اشاره می‌گردد. نتایج پژوهش اکبری نشان داد که بین صفات شخصیتی کارکنان خدماتی با مشتری‌گرایی و جلب رضایت مراجعان رابطه‌ی معنی‌دار وجود دارد. همچنین نتایج پژوهش وی نشان داد که از بین پنج عامل بزرگ شخصیتی صفت وظیفه‌شناسی رابطه‌ی قوی‌تری با مشتری‌گرایی دارد (۳۸). نتایج پژوهش Brown, Mowen و Donovan نشان داد که بین صفات شخصیتی و مشتری‌گرایی کارکنان خدماتی رستوران‌ها رابطه‌ی معنی‌دار وجود دارد (۳۷). پژوهش Gountas و Gountas نشان داد که بین جهت‌گیری شخصیتی مراجع، حالت‌های هیجانی او و رضایت از خدمات تجربه شده رابطه‌ی مستقیم وجود دارد. در این پژوهش جهت‌گیری شخصیتی مادی

بررسی رگرسیون گام به گام، تبیین فوق را تکمیل کرده و نشان داده است که در اولین گام، یکی از ویژگی‌های شخصیتی یعنی وظیفه‌شناسی همبستگی بالا و معنی‌داری را با هوش هیجانی داشته و در گام‌های بعدی چهار ویژگی باقی‌مانده نتوانسته‌اند سهم قابل توجهی را در واریانس مشترک اضافه نمایند. بدین ترتیب از بین پنج ویژگی شخصیتی، با دارا بودن نمره‌ی وظیفه‌شناسی افراد، امکان پیش‌بینی میزان هوش هیجانی آن‌ها فراهم می‌گردد. سطح بالای وظیفه‌شناسی موجب افزایش خودآگاهی هیجانی، انگیزش، همدلی و مهارت‌های اجتماعی می‌شود و همین توانایی در ادراک و فهم و ارزیابی هیجان‌های خود و دیگران، مهار هیجان‌ات و احساسات را کنترل کرده و شخص را قادر می‌سازد که تحت نسخه‌های تجویز شده‌ی جامعه، تکانه‌های خود را مهار کند و از باریک‌بینی لازم و دقت عمل کافی برخوردار باشد (۱۵). پس می‌توان با مشخص کردن تیپ شخصیتی کارکنان در فرایند گزینش، در جهت استخدام کارکنانی با مهارت‌های هوش هیجانی بالاتر اقدام کرد، چرا که نتایج پژوهش حاضر حاکی از رابطه‌ی مثبت بین مهارت هوش هیجانی کارکنان و جلب رضایت مراجعان است.

همچنین میانگین نمره‌ی ادراک عدالت سازمانی $71/87$ با انحراف معیار $1/63$ می‌باشد که در این میان عدالت بین فردی دارای بالاترین نمره ($18/17$) و عدالت رویه‌ای دارای کم‌ترین امتیاز ($11/36$) است. عدالت بین فردی در ارتباط با رفتار بین فردی و ارتباطات مدیریت با کارکنان است و عدالت رویه‌ای مربوط به روند و شیوه‌ای است که با آن نتایج اختصاص می‌یابد (۱۹). در این جا ادراک عدالت رویه‌ای نسبتاً پایین است. در این پژوهش همبستگی بین ادراک عدالت سازمانی کارکنان و رضایت مراجعان معنی‌دار بوده است و برداشت افراد از چگونگی برخورد سازمان با آن‌ها از نقطه نظر توزیع منابع و اعمال قوانین و نیز نوع روابط درون سازمانی توانسته است بر ارتباط بین ویژگی‌های شخصیتی و هوش هیجانی آنان با رضایت مراجعان اثر داشته باشد و آن را تحت تأثیر قرار دهد. از یک منظر این یافته می‌تواند با اهمیت تلقی شود که مسایل سازمانی و ادراک آن‌ها به‌ویژه موارد حساسی مانند وجود تبعیض و بی‌عدالتی احتمالی بر ارتباط کارکنان با مراجعان تأثیرگذار است. در این

سازمانی (عدالت توزیعی، عدالت رویه‌ای، عدالت بین فردی و عدالت اطلاعاتی) و صفات شخصیتی را تبیین می‌کند (۲۶). نتایج پژوهش Ono و همکاران نشان داد که بین توانایی شناختی، هوش هیجانی و ابعاد پنج عامل بزرگ شخصیتی با عملکرد شغلی و آموزشی رابطه وجود دارد. نتایج هم‌چنین نشان داد که وجدان‌گرایی با عملکرد آموزشی رابطه‌ی نسبتاً کمی داشت. توانایی شناختی و هوش هیجانی به طور مثبت با عملکرد شغلی همبسته بودند. روان‌نژندی به طور منفی با عملکرد شغلی رابطه داشت (۲۷). نتایج پژوهش Gulati و Bhal نشان داد که ساختارهای شخصیت و بهره‌ی هیجانی بر ادراک عدالت در محیط کاری حرفه‌های نرم‌افزاری هند تأثیر دارد (۲۹). پژوهش Scott و Colquitt نشان داد که عدالت سازمانی از صفات شخصیتی تأثیر می‌پذیرد (۲۸).

در هر پژوهش متغیرهایی وجود دارد که عملاً از کنترل محقق خارج بوده و پژوهشگران را با محدودیت‌هایی روبرو می‌کنند، پژوهش حاضر هم از این قاعده مستثنی نبوده و تعدادی از آن‌ها شامل: ۱- جامعه‌ی مورد مطالعه در این پژوهش، کارکنان ستادی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بوده است. لذا با توجه به تفاوت‌های ساختاری، فرهنگی و فردی امکان تعمیم نتایج آن به سایر سازمان‌ها امکان‌پذیر نمی‌باشد؛ ۲- یافته‌های پژوهش فقط محدود به مدت زمان جمع‌آوری داده‌ها است و اعتبار آن محدود به دوره‌ی زمانی کوتاه مدت است و گذشت زمان ممکن است بر متغیرهای مورد مطالعه در این پژوهش تأثیرگذار و موجب تغییر نتایج شود؛ ۳- معمولاً بین آن‌چه افراد باور دارند و آن‌چه که ابراز می‌کنند، تفاوت‌هایی وجود دارد و در برخی مواقع افراد به دلیل محافظه‌کاری از اظهار نظر واقعی خود خودداری می‌کنند و این مسأله می‌تواند موجب کاهش دقت نتایج پژوهش شود؛ ۴- به دلیل زیاد بودن تعداد سوالات پرسش‌نامه این امکان وجود داشته است که آزمودنی‌ها به دلیل خستگی به طور دقیق به سوالات پاسخ ندهند و در نهایت یکی از مهم‌ترین مشکلات تحقیق، نبودن پیشینه در زمینه‌ی رابطه چندگانه‌ی رضایت ارباب‌رجوع با هوش هیجانی، صفات شخصیتی و عدالت سازمانی کارکنان چه در داخل و چه در خارج کشور بوده است.

و احساسی به صورت مستقیم و غیرمستقیم با رضایت از خدمات ادراک شده رابطه دارد و هیچ رابطه‌ی معنی‌داری برای جهت‌گیری شخصیتی فکری و حسی وجود نداشت. این پژوهش نشان داد که تفاوت در جهت‌گیری شخصیتی منجر به پاسخ‌های متفاوت در ارزیابی خدمات می‌شود. جهت‌گیری شخصیتی فکری یا منطقی تحت تأثیر حالت‌های هیجانی و خدمات تجربه شده قرار دارد (۲۲). در پژوهش‌هایی که در مورد رضایت مراجعان صورت گرفته متغیرهای پیش‌بین دیگری بررسی شده است، مثلاً نتایج پژوهش Cedric که در کشور تایوان انجام گرفته بود نشان داد که تعاملات مراجعان با یکدیگر ارزیابی خدمات دریافت شده را تحت تأثیر قرار می‌دهد و تجانس مراجعان از نظر وضعیت تأهل، تأثیر مثبت بر ارزیابی مراجعان از یکدیگر دارد و ارزیابی سایر مراجعان از خدمات تأثیر مثبت بر رضایت مراجع می‌گذارد (۲۳). Deng و همکاران در پژوهش خود نشان دادند که صداقت، ادراک کیفیت خدمات، ادراک ارزش‌مندی مراجعان بر جلب رضایت مراجعان تأثیر دارد (۲۴). نتایج پژوهش Esbjerg و Jensen نشان داد که ظاهر فروشگاه، محیط فروشگاه، انگیزه‌ی مشتریان، تجارب قبلی آن‌ها، تأیید یا عدم تأیید تجارب قبلی آن‌ها و نگرش‌ها بر رضایت مشتریان تأثیر می‌گذارد (۲۵). پژوهشی محمدی فر مشخص کرد که بین متغیرهای اطلاع‌رسانی، نحوه‌ی رفتار کارکنان، فضا و تجهیزات فیزیکی با رضایت‌مندی مراجعان رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد که بیش‌ترین ارتباط مربوط به نحوه‌ی رفتار کارکنان بود (۸). در پژوهش حاضر مشخص شد که رضایت مراجعان از کیفیت خدمات دانشگاه علوم پزشکی اصفهان با متغیرهای جمعیت‌شناختی وضعیت اشتغال، سن، تحصیلات، جنسیت و میزان درآمد و تعداد فرزندان رابطه ندارد و از این نظر با پژوهش محمدی‌فر که در آن بین سطح تحصیلات و رضایت از کیفیت خدمات رابطه وجود ندارد، هم‌خوان است (۸). هم‌چنین با پژوهش مرادی مقدم که نتایج آن نشان داد که بین مدرک تحصیلی مراجعان به کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه شهید چمران اهواز و رضایت مراجعان رابطه‌ی معنی‌دار وجود دارد، ناهم‌خوان است (۵). نتایج پژوهش Palazzeschi و Fabio نشان داد که ابعاد هوش هیجانی درصد بزرگی از واریانس بین چهار بعد عدالت

نتیجه‌گیری

مراجعات سنگ بنای سازمان‌ها را تشکیل می‌دهند و موفقیت یا شکست سازمان‌ها به رضایت‌مندی مراجعان آن‌ها بستگی دارد. در واقع یکی از مهم‌ترین شاخص‌های سنجش کارآمدی و اثربخشی سازمان‌ها، رضایت‌مندی مراجعان آن‌ها است. به همین دلیل رضایت مراجعان یکی از مفاهیمی است که سازمان‌ها به اهمیت آن پی برده‌اند و در جهت تکریم هر چه بیش‌تر ارباب‌رجوعان خود تلاش می‌کنند. بر همین اساس نتایج همبستگی چندگانه (جدول ۲) نشان می‌دهد که همبستگی بین رضایت مراجعان از یک سو و ویژگی‌های شخصیتی، هوش هیجانی و عدالت سازمانی از سویی دیگر برابر با ۰/۸۷۰ است. و این مبین این است که نزدیک به ۷۵/۷ درصد از واریانس نمرات رضایت مراجعان توسط متغیرهای ویژگی‌های شخصیتی، هوش هیجانی و عدالت سازمانی تبیین می‌شود. از سوی دیگر نتایج رگرسیون به شیوه‌ی ورود (جدول ۳) نشان داد که هیچ‌یک از متغیرهای جمعیت‌شناختی کارکنان در حضور عدالت سازمانی با رضایت مراجعان رابطه‌ی معنی‌داری ندارند. این نتایج حاکی از آن است که مسؤولین و مدیران سازمان‌ها برای افزایش رضایت مراجعان به سازمان خود هم ضمن فرایند استخدام کارکنان و هم در برنامه‌های آموزش سازمانی باید به متغیرهای هوش هیجانی و صفات شخصیتی توجه بیش‌تری نشان دهند تا بدین طریق در جهت تکریم هر چه بیش‌تر مراجعان خود گام بردارند.

پیشنهادها

۱- تلاش در جهت ایجاد باور و بسط فرهنگ تکریم ارباب‌رجوع و توجه به شاخص‌های رضایت‌مندی مراجعان در تمام سطوح سازمان از مدیریت ارشد تا عوامل اجرایی؛ ۲- با توجه به وجود رابطه‌ی معنی‌دار بین هوش هیجانی و رضایت مراجعان و از آن جایی که مهارت هوش هیجانی اکتسابی می‌باشد و می‌توان آن را پرورش داد، بنابراین توصیه می‌گردد که مسؤولین سازمان با برگزاری دوره‌های آموزشی، سمینارها و کنفرانس‌های روان‌شناسی در جهت تقویت مهارت‌های هوش هیجانی در کارکنان گام بردارند؛ ۳- با توجه به وجود رابطه‌ی معنی‌دار بین صفات شخصیتی و رضایت مراجعان پیشنهاد می‌شود که مدیران سازمان هنگام گزینش کارکنان، کارکنانی را انتخاب کنند که طی آزمون‌های شخصیتی در صفات وظیفه‌شناسی و برون‌گرایی نمرات بیش‌تری کسب می‌کنند؛ ۴- با توجه به وجود رابطه بین عدالت سازمانی و رضایت مراجعان پیشنهاد می‌شود در جهت فراهم‌سازی زمینه‌های لازم برای رعایت عدالت در سازمان تلاش شود.

تشکر و قدردانی

نویسندگان مقاله بر خود لازم می‌دانند تا مراتب سپاس خود را از کلیه‌ی کارکنان ستادی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان و به خصوص کارکنانی که با سعه‌ی صدر در تکمیل پرسش‌نامه‌های این پژوهش محققان را یاری کردند اعلام نمایند.

References

1. Majlesi MB. Baharolanval. 3rd ed. Qom: Publications Islamiya; 1993. [Book in Persian]
2. Goudarzvand Chegini M. Organizational Approach to Customer Satisfaction. Journal of Management 2007; 18(123-4): 10-6. [In Persian]
3. Fornell CA. National Customer Satisfaction Barometer the Swedish Experience. Journal of Marketing 1992; 56(1): 6-21.
4. Kim HD. The Relationship between Service Qualities, Customer Satisfaction and Repurchase Intention in Korean Private Golf Courses. New Mexico: University of New Mexico; 2005.
5. Moradi Moghaddam H. Satisfaction of Users Shahid Chamran University of Central Libraries. Fasname-Ketab 2005; 61: 145-58. [In Persian]
6. Kristensen K, Dahlgard J, Jandkangi GK. On Measurement of Customer Satisfaction. Total Quality Management 1992; 3(2): 123-8.
7. Akbar MM, Parviz N. Impact of Service Quality, Trust and Customers Satisfaction on Customers Loyalty. ABAC Journal 2009; 29(1): 24-38.

8. Mohammadi Far Y, Mousa Pour N, Delangizan S, Ahmadi M. An Investigation on Variables Influencing Customer Satisfaction of Government Organizations. *Public Management Perspective* 2011; 2(7): 119-33. [In Persian]
9. Martinez A, Martinez L. Some Insights Conceptualizing Measuring Service Quality. *Journal of Retailing Customer Services* 2010; 17(1): 29-42.
10. Palmer BR, Gignac G, Manocha R, Stough C. A Psychometric Evaluation of the Mayer° Salovey° Caruso Emotional Intelligence Test Version 2.0. *Intelligence* 2005; 33(30): 285° 305.
11. Salaski M, Gartwright S. Health, Performance and Emotional Intelligence. An Exploratory Study of Retail Managers 2002; 18(2): 63-8.
12. Goleman D. Working with Emotional Intelligence. New York: Bantam Books; 1998.
13. Latham G. Career Motivation: History, Theory, Research and Practice. Trans. Arshadi N. Tehran: Publication forest; 2010. [Book in Persian]
14. Robbins SP. Organizational Behavior. New Jersey: Prentice Hall; 2001.
15. Shafietabar M, Khodapanahi M, Sedghpour S. An Investigation of the Relation between Emotional Intelligence and Five Factors of Personality in Students. *Journal of Behavioral Sciences* 2008; 2(2): 173-82. [In Persian]
16. Ang S, Dyne LV, Koh C. Personality Correlates of the Four-Factor Model of Cultural Intelligence. *Group & Organization Management* 2006; 31(1):100-23.
17. Mooradian TA, Swan SK. Personality and Culture: The Case of National Extraversion and Word of Mouth. *Journal of Business Research* 2006; 59(6): 778-85.
18. Ashton MC, Lee K, Perugini M, Szarota P, de Vries RE, Di Blas L, et al. A six Factor Structure of Personality-Descriptive Adjectives: Soloution from Psychological Studies in Seven Languages. *J Pers Soc Psychol* 2004; 86(2): 356-66.
19. Fischer R. Belonging, Status, or Self-Protection? Examining Justice Motives in a Three-Level Cultural Meta-Analysis of Organizational Justice Effects. *Cross-Cultural Research* 2013; 47(1): 3° 41.
20. Dabbagh P, Esfahani AN, Shahin A. Studying Relationship between Perceived Organizational Justice and Organizational Salience (Case Study: Khorshid Hospital ¶Personals). *Journal of Contemporary Research in Business* 2012; 3(10): 468-78.
21. Aydin I, Karaman-Kepenekci Y. Principals Opinions of Organizational Justice in Elementary Schools in Turkey. *Journal of Educational Administration* 2008; 46(4): 497-513.
22. Gountas J, Gountas S. Personality Orientations, Emotional States, Customer Satisfaction, and Intention to Repurchase. *Journal of Business Research* 2007; 60: 72° 5.
23. Cedric H, Jui W. The Impact of Customer-To-Customer Interaction and Customer Homogeneity on Customer Satisfaction in Tourism Service - The Service Encounter Prospective. *Tourism Management* 2007; 28(6): 1518° 28.
24. Deng Z, Lu Y, Keewei K, Zhang J. Understanding Customer Satisfaction and Loyalty: An Empirical Study of Mobile Instant Messages in China. *International Journal of Information Management* 2010; 30(4): 289° 300.
25. Esbjerg L, Jensen B, Larsen T, Barcellos M, Boztug Y, Grunert K. An Integrative Conceptual Framework for Analyzing Customer Satisfaction with Shopping Trip Experiences in Grocery Retailing. *Journal of Retailing and Consumer Services* 2012; 19(4): 445° 56
26. Fabio D, Palazzeschi L. Organizational Justice: Personality Traits or Emotional Intelligence? An Empirical Study in an Italian Hospital Context. *Journal of Employment Counseling* 2012; 49(1): 31° 42.
27. Ono M, Sacha DA, Deal WP, Englert DR, Taylor MD. Cognitive Ability, emotional Intelligence, and the Big Five Personality Dimensions as Predictors of Criminal Investigator Performance. *Criminal Justice And Behavior* 2011; 38(5): 471-91.
28. Scott BA, Colquitt JA. Are Organizational Justice Effects Bounded by Individual Differences? An Examination of Equity Sensitivity, Exchange Ideology, and the Big Five. *Group & Organization Management* 2007; 32(3): 290-325.
29. Gulati N, Bhal KT. Personality and Justice - Perceptions of the Software Professionals of India. *Global Business Review* 2004; 5(2): 207-15.
30. Petrides KV, Furnham A. Trait Emotional Intelligence: Behavioral Validation in Two Studies of Emotion Recognition and Reactivity to Mood Induction. *European Journal of Personality* 2003; 17(1): 39-57.
31. Vander zee K, Thijs M, Schakel L. The Relationship of Emotional Intelligence with Academic Intelligence and the Big Five. *European Journal of Personality* 2002; 16(2): 103-25.

32. Bastian VA, Burns NR, Nettelbeck T. Emotional Intelligence, Predict Life Skills, But not as Well as Personality and Cognitive Abilities. *Personality and Individual Differences* 2005; 39: 1135-45.
33. Farahani H, Oreizi HR. *Advanced Research Methods in the Humanities (Practical Approach)*. Isfahan: Academic Center for Education, Culture and Research: 2005. [Book in Persian]
34. Grossforshi MT. *A New Approach to Personality Assessment*. Tabriz: Jameeh-Pajouh; 2001. [Book in Persian]
35. Babamiri H. *Relationship between Organizational Justice and Personality Traits and Counter Productive Behavior* [MSc Thesis in Persian]. Isfahan, Iran: Isfahan University; 2010.
36. Hill N. *Measurement of Customer Satisfaction*. Trans. Eskandari M, Eskandari M. Tehran: Rasa; 2006. [Book in Persian]
37. Rezaeigolabad H. *Review of Gaps in Service Quality Using SERVQUAL Model* [MSc Thesis in Persian]. Isfahan, Iran: Isfahan University; 2007.
38. Brown T, Mowen J, Donovan D, Licata JW. The Customer Orientation of Service Workers: Personality Trait Effect Supervisor Performance. *Journal of Marketing Research* 2002; 39(1): 110-9.
39. Akbari M. *Relationships between Personality Traits, Customer Orientation and Performance Evaluations*. *Journal of Tourism Studies* 2007; 5: 113-34. [In Persian]



Multiple Relationship among Emotional Intelligence, Personality Characteristics, and Demographic Variables of the Personnel with Client Satisfaction with Moderating Role of Perceived Organizational Justice in Isfahan Medical University*

Behnaz Khayeri¹; Hossein Samavatian²; Hamidtaher Neshatdost³;
Ali Safdarian⁴

Original Article

Abstract

Introduction: An organization attains the missions and targets when it could satisfy its client. Considering this fact, the current research carried out to investigate the relationship among emotional intelligence, personality characteristics and demographic variables of the personnel of Isfahan Medical University with client satisfaction with moderating role of Perceived organizational justice.

Methods: The method of the study is basically descriptive-correlation. The tool used to collect the data was included the NEO personality questionnaire, Servqual questionnaire, organizational justice questionnaire, emotional intelligence questionnaire, and demographic characteristics questionnaire. The validity of the questionnaires were confirmed by the professionals and the reliability of them were examined using Cronbach's Alpha in which for the NEO personality questionnaire was found between 68 percent to 83 percent, for Servqual questionnaire, 88 percent, for organizational justice questionnaire, 91 percent and for the emotional intelligence questionnaire, 86 percent was obtained. The research was done in Isfahan Medical University in the year of 2012. The descriptive and inferential statistical analysis was done using SPSS19.

Results: The analysis of the data revealed that there was a significant relationship between clients' satisfaction with emotional intelligence, personality characteristics and perceived organizational justice ($R=0.870$, $R^2=0.757$). Also, no significant correlation was found between demographic characteristics of the personnel with clients' satisfaction with moderating role of perceived organizational justice ($Pvalue<0/05$).

Conclusion: According to the impact of perceived organizational justice on the relationship between emotional intelligence and personality of the personnel, with client satisfaction, focusing on individual issues is important to improving client satisfaction. In this regard emotional intelligence is a special place.

Keywords: Emotional Intelligence; Satisfaction; Clients; Personnel; Organizational Justice

Received: 29 Jun, 2013

Accepted: 18 Sep, 2013

Citation: Khayeri B, Samavatian H, Neshatdost H, Safdarian A. **Multiple Relationship among Emotional Intelligence, Personality Characteristics, and Demographic Variables of the Personnel with Client Satisfaction with Moderating Role of Perceived Organizational Justice in Isfahan Medical University.** Health Inf Manage 2014; 10(6): 861.

* This article is derived from MSc research.

1- MSc Student, Industrial and Organizational Psychology, Faculty of Psychology and Educational Science, Isfahan University, Isfahan, Iran (Corresponding Author) Email: Behnazkhayeri@yahoo.com

2- Assistant Professor, Industrial and Organizational Psychology, Faculty of Psychology and Educational Science, Isfahan University, Isfahan, Iran

3- Professor, Clinical Psychology, Faculty of Psychology and Educational Science, Isfahan University, Isfahan, Iran

4- PhD Student, Public Management, Islamic Azad University, Branch of Kerman, Kerman and Information Technology in Health Sciences Research Center, Isfahan University of Medical Sciences, Isfahan, Iran