

## بررسی تاثیر رفتار شهروندی سازمانی بر کیفیت خدمات در دانشگاه ها (مطالعه موردی: کارکنان آموزشکده ها ودانشکده های

فنی و حرفه ای شهر تهران)

رضا سلطانی نسب<sup>۱\*</sup>، روحاله عباسی<sup>۲</sup> و رضا عباسی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۹۴/۰۵/۱۳ صص ۲۰۶-۱۹۱ تاریخ پذیرش: ۹۵/۰۲/۰۱

### چکیده

پژوهش حاضر به بررسی نقش رفتار شهروندی سازمانی در کیفیت خدمات ارائه شده به دانشجویان پرداخته است. جامعه آماری در این پژوهش، شامل همه کارکنان و دانشجویان دانشکده و آموزشکده های فنی و حرفه ای شهر تهران (در نیم سال دوم سال تحصیلی ۹۲-۹۱) بود؛ که از میان کارکنان، تعداد ۱۲۲ نفر و از میان دانشجویان، تعداد ۲۱۴ نفر به روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای انتخاب شده اند. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه ارگان رفتار شهروندی سازمانی (۱۹۹۶) و سیاهه سنجش کیفیت خدمات (سروکوال-۱۹۹۱) است. داده های تحقیق به کمک آزمون های معناداری ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل رگرسیون چندگانه و آزمون t وابسته مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج آزمون فرضیات بیانگر این است که بین تمام ابعاد متغیر رفتار شهروندی سازمانی با کیفیت خدمات رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد. همچنین بر اساس تحلیل رگرسیونی مشاهده شد که پنج بعد رفتار شهروندی سازمانی قادرند ۵۶/۶ درصد از واریانس کیفیت خدمات را تبیین کند. لازم به ذکر است که متغیر جوانمردی کارکنان، تعیین کننده ترین عامل تاثیرگذار بر کیفیت خدمات در جامعه مورد مطالعه بوده است. در پایان، یافته های تحقیق مورد بحث قرار گرفته و پیشنهاد هایی ارائه شده است.

**کلید واژه ها:** رفتار شهروندی سازمانی، کیفیت ارائه خدمات، کارکنان، دانشجویان.

۱. کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی (استراتژیک) - معاون آموزشی آموزشکده شهید شمسی پور تهران (وابسته دانشگاه فنی و حرفه

ای)

۲. دانشجوی دکتری سنجش و اندازه گیری دانشگاه علامه طباطبایی

۳. استادیار گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران

\* نویسنده مسئول: reza\_10209@yahoo.com

## مقدمه

امروزه رقابت برای بهبود کیفیت خدمات به عنوان یک مساله کلیدی راهبردی برای سازمان هایی که در بخش خدمات فعالیت می کنند، شناخته شده است. سازمان هایی که به سطح بالاتری از کیفیت خدمات دست می یابند، سطوح بالاتری از رضایت مندی مشتریان را به عنوان مقدمه ای برای دستیابی به مزیت رقابتی خواهند داشت. در این باره سازمان ها به دنبال توسعه کیفیت در ارائه خدمات خود، جهت برآورده شدن انتظارات مشتریان و نیاز بازار هستند. بر اساس نظر متخصصان در مدیریت خدمات، تصور مشتریان از کیفیت خدمات ارائه شده بسیار قابل توجه است، به عبارتی این که خدمات ارائه شده از دیدگاه مشتریان چه کیفیتی دارد، بسیار مهم است. (Oliverira, 2009)

از سوی دیگر در سازمان های دانش محور، آگاهی از نحوه ارائه خدمات از اساسی ترین مکانیزم های مدیریت بوده و از اهمیت بسزایی برخوردار است. (Singapore National Productivity Organization 2001). یکی از سازمان های ارائه دهنده خدمات، دانشگاه است و دانشجویان نه تنها به عنوان مشتریان این سازمان محسوب می شوند، بلکه یکی از ارکان اصلی دانشگاه، پیکره اصلی سازمان ها و ارگان های مختلف جامعه را در آینده تشکیل می دهند. رضایت مندی آنان از همه خدمات ارائه شده در دانشگاه می تواند در نگرش آن ها به رشته تحصیلی شان در جهت ایجاد انگیزش و حفظ ارتقاء کیفیت آموزشی مؤثر باشد. (Heidari, et al, 1999)

بدیهی است که سازمان ها به کارکنانی نیازمندند که تمایل داشته باشند از الزامات شغل رسمی خود پا را فراتر بگذارند. رفتارها و اقدامات فراتر از تکالیف شغلی به رفتار شهروندی سازمانی اشاره دارد که در سال های اخیر توجه زیاد محققان را به خود معطوف داشته است. (Ghaffari, 2010 - Ashtiani, et al. تحقیقات اولیه ای که در زمینه رفتار شهروندی سازمانی انجام گرفت، بیشتر برای شناسایی مسوولیت ها و یا رفتارهایی بود که کارکنان در سازمان داشتند، اما اغلب نادیده گرفته می شد. این رفتارها با وجود این که در ارزیابی های سنتی عملکرد شغلی به طور ناقص اندازه گیری می شدند و یا حتی گاهی اوقات مورد غفلت قرار می گرفتند، اما در بهبود اثربخشی سازمانی مؤثر بودند. این اعمال را که در محل کار اتفاق می افتد، این گونه تعریف می کنند: مجموعه ای از رفتارهای داوطلبانه و اختیاری که بخشی از وظایف رسمی فرد نیستند، اما با وجود این، توسط وی انجام و باعث بهبود مؤثر وظایف و نقش های سازمان می شوند. (Ahmadi, 2010)

بررسی های فرا تحلیلی در خصوص ارتباط بین رفتار شهروندی سازمانی و عوامل تأثیرگذار بر آن، بیانگر این واقعیت است که چهار دسته از این عوامل مورد تأکید تحقیقات بوده است که

عبارتند از: ویژگی های فردی کارکنان (همچون؛ رضایت کارکنان، تعهد سازمانی، ادراک از عدالت و ادراک از حمایت گری رهبری)، ویژگی های شغلی (همچون؛ بازخورد شغلی، تکراری بودن شغل و رضایت مندی درونی شغل)، ویژگی های سازمانی (همچون سیستم پاداش و قدردانی سازمانی و ادراک از حمایت گری سازمانی)، رفتارهای رهبری (همچون؛ سبک رهبری تحول آفرین) (Nielsen, et al, 2009.)

امروزه رقابت برای بهبود کیفیت خدمات به عنوان یک مساله کلیدی راهبردی برای سازمان هایی که در بخش خدمات فعالیت می کنند شناخته شده است. سازمانهایی که به سطح بالاتری از کیفیت خدمات دست می یابند، سطوح بالاتری از رضایتمندی مشتریان را به عنوان مقدمه ای برای دستیابی به مزیت رقابتی خواهند داشت (Rafaeli, et al, 2010). منظور از کیفیت خدمات، مجموعه ای از خصوصیات و مشخصات خدمات است که در نهایت احتیاج ها و رضایت مراجعان و مصرف کنندگان را تأمین می کند. (Rezai Dyzgah, et al, 2011).

در دنیای تجارت رقابتی امروز، جلب رضایت مشتریان از عوامل کلیدی است که شرکت ها به دنبال آن هستند. رضایت مشتری یکی از اصول اساسی مدیریت کیفیت است. مشتریان راضی و وفادار به شرکت، درآمد پایداری را به ارمغان می آورند. لذا شرکت ها در مورد توجه به مشتری و تأمین رضایت وی به مؤلفه هایی نظیر: شناخت مشتری، روابط با مشتری، تعیین روش های تأمین رضایت و تهیه کالا و خدمات مناسب در جهت رفع نیازهای آنان اهمیت خاصی قائل هستند، زیرا مشتری مهم ترین دارایی هر سازمان است. به ادعای پیتر دراکر<sup>۲</sup> رضایت مشتری هدف و مقصود فعال تمامی فعالیت هاست. (Mc nealy, 1994)

رضایت مشتری یک عامل کلیدی در شکل گیری تمایل خرید آتی مشتریان به شمار می رود، مشتریان راضی، به احتمال از تجربه خوب شان نزد دیگران صحبت خواهند کرد، این امر به ویژه در فرهنگ های شرقی که زندگی اجتماعی آنان به گونه ای شکل یافته است که ارتباطات اجتماعی موفق با افراد دیگر جامعه را دارند، از اهمیت بیشتری برخوردار است. (Jamal, et al, 2002)

مفهوم OCB موج جدیدی در مباحث رفتار سازمانی ایجاد و سازمان ها را به سمت خلاقیت، انعطاف پذیری، اثر بخشی بیشتر و موفقیت خود هدایت کرد. اما توجه بسیار کمی به سایر تأثیرات محتمل رفتار شهروندی سازمانی و به ویژه رابطه آن با کیفیت خدمات، شده است و سؤال بسیار

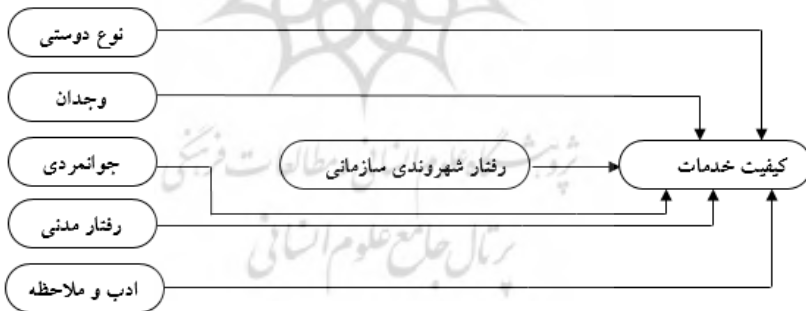
<sup>۱</sup>Quality services

<sup>۲</sup> petter Draker

مهمی که در این زمینه می توان مطرح کرد، این است که چگونه رفتار شهروندی سازمانی با کیفیت خدمات ارائه شده در ارتباط است؟

بی تردید، افزایش کیفیت خدمات در دانشگاه ها، موجب اجرای مؤثرتر فعالیت های دانشکده ها، افزایش سطح رضایت مندی دانشجویان و کمک به ایجاد آرامش روانی و در نهایت، منجر به ارتقای سطح علمی دانشجویان خواهد شد. لذا، باتوجه مطالعات بسیار محدود صورت گرفته در زمینه کیفیت خدمات در دانشگاه ها، پژوهشگر درصدد برآمد تا تأثیر رفتار شهروندی سازمانی (OCB) بر کیفیت خدمات ارائه شده به دانشجویان را بررسی کند و امیدوار است نتایج آن بتواند مورد استفاده سایر آموزشکده ها و دانشکده های وابسته به دانشگاه فنی و حرفه ای در سراسر کشور قرارگیرد تا در جهت ارائه کیفیت خدمات خود اقدام جدی تری صورت دهند. از همین رو این تحقیق به دنبال پاسخگویی به این سوال است که آیا رابطه معناداری میان رفتار شهروندی سازمانی (نوع دوستی، وجدان، جوانمردی، رفتار مدنی، ادب و ملاحظه) و کیفیت خدمات ارائه شده به دانشجویان وجود دارد؟

مطابق مدل نظری ذیر، دراین پژوهش رفتار شهروندی سازمانی به عنوان متغیر مستقل و کیفیت خدمات به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته می شود.



شکل ۱. مدل نظری تحقیق

### پیشینه تحقیق

یون و سو در تحقیقی تحت عنوان رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات به عنوان عامل موثر بر ارتباط کارمندان، بیان داشته اند که ارتباط مستقیم و قوی و معنا داری بین رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات وجود دارد. (Yoon and Suh, 2003)

بیستونک و همکارانش در تحقیقی با عنوان رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات که در رستوران فست فود در ایالت جنوب شرقی آمریکا صورت گرفت، بیان داشتند که رابطه مستقیم و قوی بین رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات وجود داشته و برای تقویت هر چه بیشتر رابطه بین دو متغیر باید با آموزش رفتار شهروندی سازمانی به کارکنان در ارتقای این رفتار در سازمان خود تلاش کنند چون به این ترتیب تمایل کارکنان نیز به ارائه خدمات با کیفیت تر افزایش یافته و ارباب رجوع خدمات خود را با کیفیت بالا دریافت می کنند و این کار رضایت مشتریان را به همراه خواهد داشت. (Bienstock, et al, 2003)

دعایی و همکاران در تحقیقی تحت عنوان ارتقای سطح کیفیت خدمات، بررسی تاثیر رفتار شهروندی سازمانی (مورد مطالعه/ هتل پارس مشهد) بیان می دارند که هیچ یک از ابعاد رفتار شهروندی سازمانی کارکنان هتل پارس تاثیر مستقیمی بر کیفیت خدمات ارائه شده به مهمانان هتل نداشته است (Doae, 2010)

حقیقی و دیگران (۱۳۸۲) در مطالعه ای با عنوان "وفاداری خدمت، اثرات کیفیت خدمات و نقش میانجی رضایت مشتری" به دنبال تعیین کیفیت خدمات ارائه شده توسط بانک ملت و نیز بررسی ارتباط بین کیفیت خدمات، رضایت و وفاداری بوده اند، در این پژوهش، از مقیاس کیفیت خدمات سروکوال برای سنجش کیفیت خدمات، استفاده شده است، جامعه آماری این پژوهش را همه مشتریان بانک ملت در شهر تهران تشکیل داده اند، که محققین با استفاده از روش تحقیق پیمایشی و انتخاب ۱۴۷ نفر به عنوان حجم نمونه، به این نتیجه رسیده اند که تمامی ابعاد، انتظارات مشتریان فراتر از ادراکات آن ها از عملکرد بانک بوده و در واقع عملکرد بانک از دید پاسخ گویان ضعیف بوده است. (Mehdizadeh, 2012)

رضایی دیزگاه و همکاران در تحقیقی با عنوان بررسی رابطه رفتار شهروندی سازمانی با کیفیت خدمات در بیمارستان های استان گیلان به این نتیجه دست یافتند که بین رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات، رابطه مستقیم وجود دارد که با تقویت و ارتقای رفتار شهروندی سازمانی می توان شاهد رضایت ارباب رجوع از کیفیت خدمات ارائه شده بود. (Rezai Dyzgah, et al, 2011)

نجات و همکاران در تحقیقی تحت عنوان تاثیر رفتار شهروندی سازمانی بر کیفیت خدمات در آژانس های مسافرتی شهر تهران، تاثیر رفتار شهروندی سازمانی بر کیفیت خدمات را مورد مطالعه قرار داده است و به ارتباط معناداری بین رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات ارائه شده، رسیده است. (Nejat, et al, 2010)

طبرسا و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی تحت عنوان (عوامل مؤثر بر رفتار شهروندی سازمانی در یک بیمارستان نظامی) به دنبال تحلیل مهم ترین عوامل سازمانی که می تواند رفتارها، نگرش ها و تعاملات پرستاران بیمارستان نظامی را در جهت ارتقای رفتار شهروندی سازمانی هدایت کند، بوده

اند. این مطالعه کاربردی توصیفی از نوع همبستگی، مبتنی بر مدل معادلات ساختاری بوده که از میان ۵۰۴ پرستار یک بیمارستان نظامی، ۱۴۰ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک انتخاب شده‌اند، برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه‌های سنجش عدالت کنستانت - بیوگری، سنجش تعهد سازمانی پورتر، سنجش اعتماد سازمانی اسکات، رضایت شغلی هاگمن و اولدهام و رفتار شهروندی سازمانی ارگان برای گردآوری اطلاعات استفاده شده است، در تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های پارامتریک به کمک نرم افزار SPSS استفاده شده است. یافته‌های پژوهشی حاکی از این است که از دو مسیر رضایت شغلی و اعتماد سازمانی، تنها مسیر رضایت شغلی در تأثیر انواع عدالت سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی به طور کامل تأیید شده است. (Tabarsa, et al, 2011).

## روش

این تحقیق، پیمایشی و بر حسب هدف، کاربردی بوده و از منظر شیوه گردآوری داده‌ها از نوع طرح‌های همبستگی است که در آن روابط ساده و چندگانه متغیرها مورد بررسی قرار می‌گیرد. داده‌های تحقیق به کمک آزمون‌های معناداری ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندگانه و آزمون t وابسته مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

## جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری در این پژوهش با توجه به متغیرهای تحقیق، همه دانشجویان و کارکنان دانشکده‌ها و آموزشکده‌های فنی و حرفه‌ای شهر تهران است. به دلیل مشخص بودن چهارچوب نمونه‌گیری و عمومیت (درگیر بودن) متغیرهای رفتاری برای همه اعضای جامعه، از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای استفاده شده است. در این جا خوشه‌ها، واحدهای سازمانی هستند که دانشجویان بیشتر با آن‌ها در ارتباط هستند، که شامل: امور مالی، آموزش، امور دانشجویی، کتابخانه، کارگاه‌ها، و گروه‌های مربوط می‌شوند. دانشجویان به صورت تصادفی از میان مراجعین به این واحدها انتخاب شده‌اند.

حجم جامعه آماری بر اساس اعلام کارشناس مسوول آمار، حدود ۱۰۰۰۰ نفر دانشجو و ۳۷۰ نفر کارمند است. برای تعیین حجم نمونه، با در اختیار داشتن فراوانی جامعه‌ی آماری و واریانس مفروض ۰/۳۰، طبق فرمول نمونه‌گیری از جامعه محدود، حجم نمونه تعیین گردید:

$$n = \frac{NZ_{\alpha/\gamma}^2 \sigma^2}{\varepsilon^2 (N-1) + Z_{\alpha/\gamma}^2 \sigma^2}$$

$$n = \frac{10000 \times 1.96^2 \times 0.3}{0.075^2 (10000-1) + 1.96^2 \times 0.3} \approx 200$$

علی رغم کفایت نظری نمونه با حجم ۲۰۰ نفر (فرمول فوق)، نمونه ای با حجم ۲۱۴ نفر برای دانشجویان و ۵۰ نفر برای کارکنان در نظر گرفته شد. با وجود این، با احتساب نرخ بازگشت ۸۵ درصد پرسشنامه ها، تعداد ۳۰۰ پرسشنامه برای دانشجویان و ۱۳۰ پرسشنامه برای کارکنان توزیع شد.

در میان دانشکده ها و آموزشکده های شهر تهران شش واحد سازمانی که دانشجویان به طور مستقیم و بیشتر با آن ها در ارتباط هستند، انتخاب گردید که این واحدها عبارتند از: امور مالی، آموزش، امور دانشجویی، کتابخانه، کارگاه ها، سایت ها، آزمایشگاه ها و گروه های مربوط.

## ابزار اندازه گیری

۱- پرسشنامه رفتار شهروندی سازمانی: رفتار شهروندی سازمانی دارای ابعاد متفاوتی است. در مجموع پنج بعدی در این پژوهش، پنج بعد مطرح شده از سوی ارگان (۱۹۸۸) که شامل: نوع دوستی، وظیفه شناسی، جوانمردی، ادب و مهربانی و فضیلت مدنی است را در نظر می گیریم. سطح اندازه گیری پرسشنامه بر اساس مقیاس ۵ درجه ای لیکرت است. یکی از روش های رایج برای محاسبه اعتبار آزمون، استفاده از آلفای کرونباخ است. این روش برای محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه گیری (پرسشنامه) به کار می رود. در این تحقیق، ضرایب آلفای کرونباخ برای مولفه نوع دوستی ۰/۸۴، وظیفه شناسی ۰/۶۹، جوانمردی ۰/۸۱، ادب و ملاحظه ۰/۶۷ و فضیلت مدنی ۰/۸۰ بدست آمده است.

۲- پرسشنامه کیفیت ارائه خدمات: این پرسشنامه بر اساس مدل سروکوال (۱۹۹۱) دارای پنج بعد است، شامل: ملموسات، اعتبار، تضمین، پاسخگویی و همدلی که در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است. سطح اندازه گیری پرسشنامه بر اساس مقیاس ۵ درجه ای لیکرت است. در پژوهش حاضر، نتایج سنجش اعتبار آزمون با استفاده از آلفای کرونباخ برای مولفه های ملموسات، اعتبار، تضمین، پاسخگویی و همدلی میزان ضریب آلفا به ترتیب برابر ۰/۶۵، ۰/۷۴، ۰/۷۳، ۰/۸۳ و ۰/۷۸ به دست آمد. همچنین با استفاده از روش دو نیمه کردن میزان اعتبار به این شرح به دست

آمد: ملموسات (۰/۶۳)، اعتبار (۰/۶۳)، تضمین (۰/۶۷)، پاسخگویی (۰/۸۱) و همدلی (۰/۷۳)؛ که بیانگر اعتبار بالای مولفه های آزمون است.

## یافته‌ها

ابتدا شاخص‌های توصیفی مرتبط با متغیرهای رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات ارائه شده به دانشجویان از طریق جداول ارائه شده است.

جدول شماره ۱. شاخص‌های توصیفی ابعاد رفتار شهروندی سازمانی (n=۱۲۲)

انحراف معیار	میانگین	بیشینه	کمینه	
۲/۸۸۷	۱۰/۸۱	۱۵	۳	نوع دوستی
۲/۳۴۴	۱۱/۱۶	۱۵	۳	وجدان
۲/۴۴۳	۱۲/۵۴	۲۰	۷	جوانمردی
۱/۸۳۹	۹/۶۱	۱۵	۴	رفتارمدنی
۲/۱۱۱	۵/۷۸	۱۰	۲	ادب و ملاحظه
۶/۵۹۹	۴۹/۹۰	۶۵	۳۳	رفتار شهروندی سازمانی

در جدول شماره (۲) اطلاعات توصیفی مربوط به ابعاد پنج‌گانه عوامل موثر بر کیفیت خدمات (سطح عملکرد فعلی) در گروه نمونه آورده شده است.

جدول شماره ۲. شاخص‌های توصیفی ابعاد موثر بر کیفیت خدمات (سطح عملکرد فعلی) (n=۲۱۴)

انحراف معیار	میانگین	بیشینه	کمینه	
۲/۹۷۱	۹/۷۵	۲۰	۴	عوامل محسوس
۳/۲۳۹	۱۱/۳۶	۲۰	۴	اطمینان
۲/۸۶۹	۸/۸۵	۱۷	۰	پاسخگویی
۳/۳۷۵	۱۰/۳۶	۲۰	۴	اطمینان خاطر
۳/۲۲۱	۱۲/۲۵	۲۳	۲	همدلی

کیفیت خدمات ارائه شده (سطح انتظارات): در جدول شماره (۳) اطلاعات توصیفی مربوط به ابعاد پنج‌گانه عوامل موثر بر کیفیت خدمات (سطح انتظارات) در گروه نمونه آورده شده است.



**جدول شماره ۳.** شاخص های توصیفی عوامل موثر بر کیفیت خدمات (سطح انتظارات) ( $n=214$ )

انحراف معیار	میانگین	بیشینه	کمینه	عوامل محسوس
۳/۹۷۰	۱۴/۷۵	۲۰	۴	اطمینان
۵/۳۲۰	۱۸/۷۱	۲۵	۶	پاسخگویی
۴/۷۹۱	۱۴/۷۸	۲۰	۴	اطمینان خاطر
۴/۷۶۰	۱۵/۲۹	۲۰	۳	همدلی
۵/۸۳۴	۱۸/۲۵	۲۵	۳	

تحلیل استنباطی یافته‌ها در چهارچوب فرضیه‌های پژوهشی در ادامه مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرند.

نتایج بررسی این موضوع که رابطه معناداری میان رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات ارائه شده به دانشجویان وجود دارد یا خیر، در جدول (۴) و (۵) آمده است. فرضیه تحقیق به این صورت است که رابطه معناداری میان رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات ارائه شده به دانشجویان وجود دارد. نتایج نشان می‌دهد که بین رفتار شهروندی سازمانی کارکنان و کیفیت ارائه خدمات سازمان، همبستگی معنی دار و مستقیمی وجود دارد، زیرا که سطح معنی داری به دست آمده ( $\text{Sig} = 0,000$ ) کمتر از  $0,05$  است. نوع همبستگی دو متغیر مذکور مثبت و مستقیم بوده یعنی، هر دو توأمان افزایش یا کاهش می‌یابند. شدت همبستگی دو متغیر نسبتاً قوی است ( $0,734$   $R =$  بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود).

**جدول شماره ۴.** تحلیل رگرسیون کیفیت خدمات ارائه شده بر اساس ابعاد رفتار شهروندی سازمانی

منبع متغیر	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	F	Sig
رگرسیون	۱۵۸۰۸/۷۵۶	۵	۳۱۶۱/۷۵۱		
باقیمانده	۱۱۶۰۹/۶۹۲	۲۰۸	۵۵/۸۱۶	۵۶/۶۴۶	۰,۰۰۰
کل	۲۷۴۱۸/۴۴۹	۲۱۳			

**جدول شماره ۵.** اطلاعات مربوط به تحلیل رگرسیونی چند متغیره کیفیت ارائه خدمات

ضریب همبستگی	R	۰/۷۵۹
ضریب تبیین	R Square	۰/۵۷۷
ضریب تبیین تصحیح شده	Adjusted R	۰/۵۶۶
انحراف استاندارد	Std. Error	۷/۴۷۱

همچنین نتایج جدول (۵) نشان می دهد که رفتار شهروندی سازمانی ۵۷/۷٪ از تغییرات کیفیت ارائه خدمات را تبیین می کند.

در ادامه و در بررسی این فرضیه که رابطه معناداری میان ابعاد مختلف رفتار شهروندی سازمانی کارکنان و کیفیت خدمات ارائه شده به دانشجویان وجود دارد؛ نتایج جدول (۶) نشان می دهد که بین میزان نوع دوستی، وجدان، رفتارمدنی، جوانمردی و ملاحظه کارکنان با کیفیت ارائه خدمات سازمان، همبستگی معنی دار و مستقیمی وجود دارد ( $Sig = ۰,۰۰۰$ )

جدول شماره ۶. آزمون همبستگی رابطه میان ابعاد مختلف رفتار شهروندی سازمانی کارکنان و کیفیت ارائه خدمات سازمان

متغیر مستقل	متغیر وابسته	کیفیت ارائه خدمات
نوع دوستی	شدت	۰,۶۶۶
	معنی داری	۰,۰۰۰
	تعداد	۲۱۴
وجدان	شدت	۰,۷۰۲
	معنی داری	۰,۰۰۰
	تعداد	۲۱۴
جوانمردی	شدت	۰,۷۴۶
	معنی داری	۰,۰۰۰
	تعداد	۲۱۴
رفتار مدنی	شدت	۰,۷۳۷
	معنی داری	۰,۰۰۰
	تعداد	۲۱۴
ادب و ملاحظه	شدت	۰,۶۳۸
	معنی داری	۰,۰۰۰
	تعداد	۲۱۴

به کمک آزمون t وابسته مقایسه ای بین سطح عملکرد فعلی و سطح انتظارات، مورد بررسی قرار گرفته است (جدول ۷) تا معین شود که آیا تفاوت معناداری در کیفیت ارائه خدمات بین سطح عملکرد فعلی و سطح انتظارات وجود دارد یا خیر.

جدول شماره ۷. مقایسه بین سطح عملکرد فعلی و سطح انتظارات در کیفیت ارائه خدمات

sig	T	df	n	انحراف معیار	میانگین	کیفیت ارائه خدمات
۰/۰۰۰	۱۶/۱۱۴	۲۱۳	۲۱۴	۴/۵۴۳	۵/۰۰۵	عوامل محسوس عملکرد فعلی انتظارات
۰/۰۰۰	۱۷/۵۵۴	۲۱۳	۲۱۴	۶/۱۲۶	۷/۳۵۰	اطمینان عملکرد فعلی انتظارات
۰/۰۰۰	۱۶/۰۴۲	۲۱۳	۲۱۴	۵/۴۰۷	۵/۹۳۰	پاسخگویی عملکرد فعلی انتظارات
۰/۰۰۰	۱۲/۵۳۲	۲۱۳	۲۱۴	۵/۷۴۹	۴/۹۲۵	اطمینان خاطر عملکرد فعلی انتظارات
۰/۰۰۰	۱۳/۱۸۲	۲۱۳	۲۱۴	۶/۶۵۹	۶/۰۰۰	همدلی عملکرد فعلی انتظارات

همان طور که در جدول بالا نیز دیده می شود، بین سطح عملکرد فعلی و سطح انتظارات، در کیفیت ارائه خدمات، تفاوت معناداری وجود دارد ( $p < ۰/۰۰۰$ ).

## بحث و نتیجه گیری

اندیشمندان و پژوهشگران بازاریابی خدمات، استعاره های متعددی از این موضوع ارائه کرده اند. برای مثال، بری<sup>۱</sup> از آن به عنوان قدرتمندترین اسلحه رقابتی و به عنوان خون حیات بخش سازمان، پیترز به عنوان گلوله سحر آمیزی که با هزینه کمتر، خدمات بیشتری به مشتری می دهد و سودهای بیشتر را باعث می شود، یاد می کنند. (Peeterse, et al, ۱۹۹۷). به عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار بر کیفیت خدمات، می توان از رفتار شهروندی سازمانی نام برد که امروزه موضوع مطالعات محققان قرار گرفته است. رفتار شهروندی سازمانی کارکنان می تواند در بروز کیفیت

<sup>1</sup> Berry

<sup>۲</sup>organizational citizenship behavior

خدمات ارائه شده مؤثر باشد به ویژه در کارکنانی که به طور مستقیم در تعامل با مشتریان هستند. (Rafaeli, et al, 2010)

یافته های این طرح نشان می دهد که رابطه میان تمامی مولفه های رفتار شهروندی سازمانی (به جز مولفه ادب و ملاحظه) با کیفیت ارائه خدمات در سطح ۰/۰۵، معنادار است. همچنین در یک جمع بندی می توان گفت مهم ترین عاملی (بالا ترین همبستگی) که تأثیر آن تعیین کننده تر از سایر عامل هاست، رابطه بین ابعاد رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت ارائه خدمات است که در دانشکده ها مورد بررسی قرار گرفت و مشخص گردید بیشترین میزان رابطه در متغیر جوانمردی به میزان ۰/۷۴۶ است و کمترین میزان رابطه در متغیر ادب و ملاحظه به میزان ۰/۶۳۸ دیده می شود. بیستونک<sup>۱</sup> و همکارانش بیان داشتند که رابطه مستقیم و قوی بین رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات وجود داشته است و برای تقویت هرچه بیشتر رابطه بین دو متغیر، باید با آموزش رفتار شهروندی سازمانی به کارکنان در ارتقای این رفتار در سازمان خود تلاش کنند. (Bienstock, et al, 2003)

نتایج مطالعه آرلن<sup>۲</sup> (۲۰۰۳) حاکی از این است که دو متغیر وظیفه شناسی و کمک از سوی مشتریان خارجی با عوامل کیفیت خدماتی رابطه معنی داری داشته اند. مارتین رونیز<sup>۳</sup> (۲۰۰۴) در مقاله ای با عنوان، تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر وفاداری مشتریان که با روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه انجام داده است، به این نتیجه دست می یابد که رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بر میزان خشنودی و رضایت مشتری و نیت رفتاری مشتریان تأثیر مثبتی دارد و همچنین کیفیت خدمات با عملکرد سازمانی در این مقاله رابطه مثبت و معنی داری داشته است، اما رفتار شهروندی سازمانی کارکنان با عملکرد سازمانی کارکنان رابطه نداشته است. (Martin Ruiz, David, 2004)

احمدی و همکاران (۲۰۱۰) در پژوهش خود دریافتند که احساس کارکنان از حمایت سازمانی، همبستگی معنی داری با رفتار شهروندی سازمانی داشته است. به همین دلیل محققین نتیجه گرفته اند که پرسنل به سازمان و ناظران خود به عنوان حامیان شان نگاه می کنند. (Ahmadi, et al, 2010)

یافته های پژوهشی حاکی از این است که از دو مسیر رضایت شغلی و اعتماد سازمانی، تنها مسیر رضایت شغلی در تأثیر انواع عدالت سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی به طور کامل تأیید شده است (Raminmehr & et al, 2010)؛ (Tabarsa, et al, 2011)). سایر محققان نیز تأثیر

<sup>1</sup> Bienstock

<sup>2</sup> Kathryn Arlene

<sup>3</sup> David Martin Ruiz

مثبت رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بر میزان وفاداری مشتریان را به لحاظ آماری تأیید کرده اند. (Mehdizadeh,2012 Kakhaki Hasni,2008)

نتایج پژوهش هویدا و نادری (۱۳۸۷) نشان می دهد که همه ی ابعاد رفتار شهروندی سازمانی (نوع دوستی، وظیفه شناسی، احترام و تکریم، جوانمردی و فضیلت مدنی) در میان کارکنان به جزء نوع دوستی متوسط است. میزان جوانمردی در بین کارکنان با توجه به نوع وظایف از تفاوت معنادار برخوردار بوده است و همچنین بین مؤلفه های رفتار شهروندی به جزء مؤلفه ی جوانمردی، رابطه ی مستقیم وجود دارد (Hoveyda & Naderi , 2010).

در مجموع، بر اساس نتایج این تحقیق می توان گفت که رفتار شهروندی سازمانی یکی از شاخص هایی است که موجب بهبود عملکرد و کیفیت ارائه خدمات کارکنان می شود و سازمان را به سوی تحقق اهدافش سوق می دهد. (هویدا ونادری، ۱۳۸۸). رفتار شهروندی سازمانی، مفهوم سازی متدوال از عملکرد فرانشی است. مفهوم رفتار شهروندی سازمانی، اولین بار توسط باتمن و ارگان در اوایل دهه ۱۹۸۰ میلادی به دنیای علم ارائه شد. مبنای آن به مفاهیمی از قبیل تمایل به همکاری (بارنارد، ۱۹۸۳) و رفتارهای نوآورانه و خودجوش (کنزوکان، ۱۹۷۸) بر می گردد. (Farhangil,AA, & et al ,2007)

از بعد نظری می توان به دلایل متعددی اشاره کرد، که چرا رفتار شهروندی سازمانی می تواند با ادراک مشتری از کیفیت خدمات در ارتباط باشد. دلیل اول بر دیدگاه بازاریابی داخلی در شرکت های خدماتی مبتنی است. دیدگاه بازاریابی داخلی پیشنهاد می کند که برای موفقیت در مبادله با مشتری، وجود ارتباطات داخلی مؤثر میان کارکنان در داخل سازمان، ضروری است. دلیل دیگر بر پایه تئوری اجتماعی شدن و یا جامعه پذیری قرار دارد. تحقیقات جامعه پذیری پیشنهاد می کند رفتارهای کمک کننده، نوعاً رفتارهایی هستند که در طول فرآیند جامعه پذیری اتفاق می افتند. این فرآیند می تواند به تعاملات اجتماعی میان مشتری و کارمند تسری داده شود و به طور کلی در سازمان هایی که تعاملات زیادی با مشتری دارند، مشتریان جزئی از کارکنان در ایجاد خدمات به حساب می آیند. (Castro,2004).

یافته های این مطالعه نشان می دهد که بین جوانمردی کارکنان نوع دوستی کارکنان، وجدان کارکنان، رفتار مدنی کارکنان و ادب و ملاحظه کارکنان و کیفیت ارائه خدمات رابطه معنی دار و مستقیمی وجود دارد، بنابراین در این موضوع پیشنهاد می گردد که با برگزاری کلاس ها و کارگاه های آموزشی کافی و مناسب در زمینه اصول رفتار شهروندی سازمانی در میان کارکنان و نحوه ارائه خدمات به مشتریان، احترام به ارباب رجوع و افزایش مهارت های ارتباطی، اقدام شود.

## References

- Arlene Niles- Jolly, Kathryn (2003). organizational citizenship behavior and Customer service quality, A Group- Level Study, Dissertation submitted to the Faculty of the Graduate School of the University of Maryland, College Park in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy
- Ahmadi, F (2010) identify factors that influence the development of organizational citizenship behavior, and provide a template for National Iranian Oil Company
- Bienstock, C.C., DeMoranville, C.W., and Smith, R.K (2003). Organizational citizenship behavior and service quality, Journal of Services Marketing, 17 (4, 5), pp. 357-377
- Castro, C. B., Armario, E. M. and Ruiz, D. M. (2004), the influence of employee organizational citizenship behavior on customer loyalty, International Journal of Service Industry Management; Vol. 15 No. 1, 2004, pp. 27-53.
- Doaei, Habibollah, Mortazavi, S., Nouri, A. (2010): the level of service quality: Effects of organizational citizenship behavior (Case study: Pars Hotel Mashhad) Landscape Management Magazine, no 30
- Farhangil, AA, & et al (2007): Spirituality in the workplace and its role in improving organizational citizenship behavior, culture management, fourth, No. XIII, Summer 1385, pp. 36-5
- Ghaffari Ashtiani, Peyman and Kohan, Ali. - (2010) - "OCB: the paradigm of the 21st Century Organizations," Journal of Scientific Research Information Management - the twentieth year - No. 145-146
- Hoveyda, Reza & Naderi, N. (2010): Journal of Personnel Administration, Organizational Citizenship Behavior, ninth year, the number one
- Heidari, AA, Khalaj, A. and Jafarian Najiba (1379) Medical Sciences Students' Attitudes towards factors associated with the University Journal of Medical Sciences and Health Services, Hamedan, Number 7
- Jamal, Ahmad & Naser .K (2002). Customer Satisfaction and Retail Banking : an Assessment of some of the key Antecedents of Customer Satisfaction in Retail Banking, International Journal of Bank Marketing, 20.4, pp. 146-60
- Kakhaki Hasni, Ahmed and Gholipour, Erin (2008): OCB another step toward improving organizational performance towards the customer, Journal of Business Research, No. 45.
- Mc nealy, R.M., (1994). Making Customer Satisfaction Happen, 1sted. New Jersey, Chapman & Hall, p. 77-97
- Martin Ruiz, David (2004). The influence of employee organizational citizenship behavior on customer loyalty, International Journal of Service Industry Management, Vol. 15, No. 1, pp. 27-53
- Mehdizadeh, Ronak (2012) examine the relationship between organizational citizenship behavior and quality of service delivery in the branches of social organization, Kurdistan Province, Sanandaj Branch, Islamic Azad University
- Nejat, Syed Amir Raza, Kosarneshan M., Mirzadeh. A. (2010): Impact of organizational citizenship behavior on the Quality of Service (A Case Study of travel agencies in Tehran), Journal of Business, No. 35
- Nielsen, T. M., Hrivnak, G. A., and Shaw, Megan. (2009). "Organizational citizenship behavior and performance", the journal of Small Group Research, Vol. 40

- Oliverira O. D, J (2009). Adaptation and Application of theSERVEQUAL Scale in Higher Education, POMS 20th AnnualConference Orlando, Florida U.S.
- Peeterse, B., Larsson (1997). Internal service quality and thepsychological work environment: an empirical analysis of conceptualinterrelatedness, Service Industries Journal, Vol. 17, No. 2, pp. 252-63
- Rezai Dyzgah,M, Farahbod, F, AzadeDell, M., Gharehdaghi, S. (2011): Investigating the relationship between organizational citizenship behavior and service quality in hospitals of Guilan, Guilan University of Medical Sciences Journal, Volume 80, Number twentieth
- Raminmehr & et al (2010) :examined the relationship between perceived organizational justice and organizational citizenship behavior: Case study (National Broadcasting Company headquarters in Tehran oil products), Journal of Change Management, First Year
- Rafaeli, A., Ziklik, L., & Doucet, L. (2010). the Impact of Call Center Employees 'Customer Orientation Behaviors on Service Quality. Journal of Service Research, 2-3
- Singapore National Productivity Organization (2001) Customer satisfaction, productivity, complementary activities (MA Translation Shfya) Tehran, National Iranian Productivity Organization
- Tavakol, Zainaballah (2008) study of organizational citizenship behavior on organizational commitment to staff training, cultural / recreation municipal educational administration master's thesis, University of Esfahan
- Tabarsa, Ghulam Ali & et al (2011): Factors influencing organizational citizenship behavior in a military hospital, a chapter of Military Medicine, Volume 12, Number 2
- Yoon, M., and Suh, J. (2003); Organizational citizenship behaviorsand service quality as external effectiveness of contact employees, Journal of Business Research, 56, pp. 597-611



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی