مدیریت شهری
شماره ۳۵ تابستان ۱۳۹۳
No.35 Summer 2014
۲۱۹-۲۲۸
زمان دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۹/۱ زمان پذیرش نهایی: ۱۳۹۳/۲/۱

بررسی تاثیر رفتار شهروندی سازمانی و ابعاد آن بر میزان رضایت ارباب رجوع شهرداری منطقه ۱۷ شهرداری تهران

مهران شیراوند*- پژوهشگر و جامعه‌شناس، استادیار دانشگاه.

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی تاثیر رفتار شهروندی سازمانی بر میزان رضایت ارباب رجوع است. جامعه آماری در این پژوهش کارکنان دانشگاه علوم پزشکی شیراز می‌باشد که به روش تصادفی ساد نمونه پژوهش انتخاب گردید. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی - همبستگی است. جهت بررسی فرضیات پژوهش و شاخص‌های مربوطه از پرسشنامه‌ای استاندارد رفتار شهروندی سازمانی و پرسشنامه‌ای ده سوالی برای سنجش میزان رضایت ارباب رجوع استفاده شد. روش‌های آمار استنباطی (رگرسیون گام به گام، تحلیل واریانس یک طرفه، استفاده شد. نتایج حاکی از وجود رابطه معنادار بین رفتار شهروندی سازمانی و رضایت ارباب رجوع است. همچنین وجود رابطه معنادار بین آداب اجتماعی، نوع دوستی، وجدان کاری، هماهنگی متقابل شخصی، محافظت از منابع سازمان، جوانمردی و نزاکتبا رضایت ارباب رجوع پذیرفته شد که با توجه به مدل رگرسیونی بدست آمده به ترتیب وجدان کاری، نوع دوستی، آداب اجتماعی، محافظت منابع سازمان، هماهنگی متقابل شخصی، جوانمردی، بیشترین تاکمترین سهم را در پیش بینی رضایت ارباب رجوع دارند. بنابراین پیشنهاد می‌شود، سازمان‌ها با برگزاری دوره‌های آموزشی کاربردی به تعلیم رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان بپردازند و در این راستا توجه به وجدان کاری، نوع دوستی، آداب اجتماعی بیشتر مد توجه قرارگیرد.

واژگان کلیدی: رفتار شهروندی سازمانی، رضایت ارباب رجوع، مشتری.

A Study of the Effect of organizational citizenship behavior on the Clients satisfaction rate

Abstract:

The purpose of this study is investigating the impact organizational citizenship behavior on customer satisfaction. The population of the research staff at Municipality of 17th Region is a simple random sample was selected. The purpose of this research is applicable in terms of data collection, is descriptive - correlation. Inferential statistics (stepwise regression, unidirectional variance analysis). The results indicate that there is significant relationship between organizational citizenship behavior and customer satisfaction. There is also a significant relationship between social manners, altruism, job conscience, personal mutual coordination, protection of resources, chivalry and decency of customer satisfaction According to the obtained regression models, respectively, job conscience, altruism, social customs, protection of resources, coordination of personal interaction, Chivalry, the highest to the lowest, are predicting clients' satisfaction.

Keywords: Organizational, Citizenship, Behavior

* نویسنده مسئول مکاتبات، شماره تماس: ۰۹۱۲۸۱۷۶۲۲۷، رایانامه: shiravand2012@gmail.com

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

مقدمه

انسان‌ها به صورت کاملاً ارادی و اختیاری، برای خود، گروه و سازمان و حتی جامعه بشری، اهدافی تدوین می‌کنند که انسان را در رسیدن به کمال یاری می‌دهند. امروزه اهداف بشری، در جوامع، سازمان‌ها، گروه‌ها و واحدهای مختلف سازمان تجلی پیدا کرده و هر یک از این مجموعه‌های انسانی سعی دارند با هماهنگی و همکاری درونی، در سایه تداوم زندگی و حیات بشری، بعدی از ابعاد انسانی را تحقق بخشند. هر یک از این مجموعه‌های انسانی که رسمی و یا غیررسمی در بستر زندگی بشری فعالیت می‌کنند، جملگی دارای اهداف و مأموریت‌هایی هستند که فلسفه وجودی آن‌ها را توجیه می‌کند. رسیدن به کمال انسانی و توسعه همه‌جانبه حیات بشری، از جمله اهداف آرمانی و کلی تمامی این مجموعه‌های انسانی است که در قالب مفاهیم و اصطلاحات مختلف در سازمان‌های مختلف بروز پیدا می‌کند. مأموریت‌ها و اهداف سازمانی در هر مجموعه‌ای برای هدایت عمومی فعالیت‌های سازمان به سمت و سوی مورد نظر سازمان است. معمولاً این‌گونه اهداف، در سطح رسالت‌ها، مأموریت‌ها و در سطح عملیاتی و کاربردی توسط هدفگذاران که در هر سازمانی متناسب با فرهنگ و سبک مدیریت سازمانی می‌تواند متغیر باشند، تعریف می‌گردند. چگونگی و نحوه تعیین اهداف و مأموریت‌های سازمان و سطح اهداف فردی کارکنان از جمله مسائل مهمی است که می‌تواند نقش بسیار عمده‌ای را در تحقق اهداف سازمانی و در نهایت، موفقیت سازمان ایفاکند

از مهمترین سیاست‌های تعیین شده از سوی دولت، ارائه خدمات باکیفیت بالا به تمامی افراد جامعه، پاسخگویی همه افراد در مقابل مسوولیت‌ها و اختیارات آنها و ازهمه مهم‌تر جلب رضایت ارباب رجوع می‌باشد. بر این اساس توجه به شهروندان در نظام ارزشی دموکراسی رو به افزایش می‌رود. اکنون که اهمیت شهروندان به عنوان یکی از منابع بسیار مهم سازمان درک شده، رفتار با آنها هم می‌تواند بسیار با اهمیت تلقی شود. بدیهی است که سازمان‌ها به کارکنانی نیازمندند که تمایل دارند از الزام‌ها و تکلیف‌های رسمی خود پا را فراتر بگذارند. اقدام فراتر از تکلیف شغلی به رفتار شهروندی سازمانی اشاره دارد که محققان زیادی به تجزیه و تحلیل آن پرداخته‌اند. رفتار شهروندی سازمانی برای هر سازمانی مطلوب است، چرا که با متغیرهای سازمانی مهمی همچون رضایت شغلی، نگهداری سیستم و بهره وری سازمانی ارتباط دارد. نتایج مطالعات نشان می‌دهد که مدیران می‌توانند رفتار شهروندی سازمانی را با ایجاد یا بهبود محیط کاری مثبت پرورش دهند، بجای آنکه متوسل به زور و اجبار شوند، به فرایندهای انتخاب یا استخدام یا جامعه پذیری اتکا نمایند تا این رفتارها را ایجاد نمایند.

همانگونه که ملاحظه می‌شود، سازمان ها، بویژه سازمان‌ها درکشورهای جهان سوم که نیازمند جهشی در افزایش کارآمدی می‌باشند، بایستی زمینه را به گونه ای فراهم سازند که کارکنان و مدیرانشان با طیب خاطر تمامی تجربیات، توانایی‌ها و ظرفیت‌های خودرا در جهت اعتلای اهداف سازمانی بکارگیرند. این امر میسر نخواهد شد، مگر آنکه اصول و قواعد مربوط به رفتار شهروندی سازمانی شناسایی و بسترهای لازم برای پیاده سازی این گونه رفتارها فراهم گردد. به دلیل تاثیر مثبت و مستقیم رفتار شهروندی سازمانی برکیفیت خدمات ارائه شده و به تبع آن رضایت ارباب رجوع، توجه به این گونه رفتارها می‌تواند یکی از راههای افزایش اثربخشی سازمان‌ها باشگ

ادبیات پژوهش

پیشینه داخلی

○ رضایی دیزگاه و صالحی کردآبادی (۱۳۸۸)، در پژوهشی با عنوان مشتری‌مداری چنین بیان داشته‌اند، بی گمان امروزه مهمترین دغدغه ذهنی هر سازمانی یافتن مشتری و در نهایت حفظ و ایجاد وفاداری در مشتریان است. سازمانهای دولتی نیز بدون داشتن مشتریان و مراجعان راضی و وفادار نمی‌توانند به اهداف خود برسند. بنابراین، کسب رضایت مشتری و ارباب رجوع و ایجاد وفاداری در وی یکی از مهمترین اهداف سازمان هاست. رضایت مشتری یک موضوع کلیدی برای بقاء سازمانها به حساب می‌آید؛ در نتیجه در بیشتر سازمان‌ها به مشتریان به عنوان دارایی استراتژیک سازمان توجه

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

شده و مطالعات بر روی مدیریت مشتریان به عنوان دارایی سازمان متمرکز شده است. بنابراین مدیریت عملکرد سازمان‌های دولتی در جهت بهبود کیفیت خدمات ارائه شده به منظور ایجاد رضایتمندی در ارباب رجوع می‌تواند از اهیمت خاصی برخوردار و در تحول و توسعه جوامع نقش استراتژیک داشته باشد، زیرا بهبود عملکرد سازمان‌های دولتی، توانمندی رقابتی و بهره وری و قدرت پاسخگویی این سازمانها را ارتقاء می‌دهد. رضایت مندی ارباب رجوع و رضایت مشتری هر دو در یک معنا به کار می‌رود و دربرگیرنده حالت خشنودی و مطلوبیتی است که در نتیجه تامین نیازها و برآورده‌کردن تقاضاها و احتیاجات مراجعان توسط ارائه دهندگان خدمت در مراجعان حاصل می‌شود. به سبب اهمیت موضوع در این مقاله بحث ارباب رجوع، مشتری مداری و رضایت ارباب رجوع، ضرورت توجه به رضایت مشتری و ارباب رجوع، روش‌های اندازه گیری میزان رضایت، الگوهای رضایت مشتری، کیفیت خدمات مورد ارزیابی قرار گرفته و در پایان نیز راهکارهایی برای جلب رضایت مراجعان ارائه شده است.

○ زکیانی (۱۳۸۷) به بررسی نقش عدالت سازمانی در تقویت رفتار شهروندی سازمانی پرداخته و سپس عامل تعدیل‌کننده‌ای را با عنوان شخصیت سالم سازمانی و یا به عبارت دیگر سلامت سازمانی را در این رابطه مورد بحث و بررسی قرار داده است. در این تحقیق ابعاد پنج‌گانه رفتار شهروندی سازمانی از دیدگاه ارگان مورد بررسی قرار گرفته است که مشتمل بر نوع‌دوستی، وظیفه‌شناسی، ادب و نزاکت، جوانمردی و فضیلت مدنی می‌باشد. در مرحله بعدی عدالت سازمانی در سه بعد عدالت توزیعی، رویه‌ای و مراوده‌ای مورد بررسی قرار گرفته و نهایتاً تأثیرات سلامت سازمانی یا شخصیت سالم سازمانی را با تاکید بر ۱۱ مولفه، در این رابطه مورد بررسی قرار داده و به آزمون فرضیه‌های تحقیق پرداخته است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها حاکی از آنست که با ضریب اطمینان ۹۵ درصد بین عدالت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت وجود دارد. در نتیجه هر چه تصور مثبت‌تری از عدالت سازمانی در ذهن کارکنان باشد، رفتار شهروندی سازمانی بیشتر خواهد شد؛ و همچنین با همان ضریب اطمینان، بین عدالت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی، به واسطه شخصیت سالم سازمانی، رابطه مثبت وجود دارد. یعنی در سازمانهای دارای شخصیت سالم سازمانی، تاثیر تصور مثبت‌کارکنان از عدالت سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی بیشتر خواهد شد. یافته‌های تحقیق نشانگر آنست که تقویت رفتار شهروندی سازمانی که از اهداف سازمان‌هاست، تابع عدالت سازمانی به واسطه شخصیت سالم سازمانی است.

○ زارع (۱۳۸۸) در رساله خود با عنوان «مدلی برای رفتار شهروندی سازمانی و رابطه آن با افزایش سرمایه اجتماعی در وزارت علوم، تحقیقات و فناوری» چنین بیان داشته است، رفتارهای شهروندی سازمانی از موضوعاتی است که در دو دهه اخیر، مورد توجه محققان و پژوهشگران مباحث حوزه سازمان و مدیریت واقع شده است. صاحب این اثر ضمن بررسی این موضوع در نوشته‌ها و ادبیات موجود و تدوین مباحث نظری مرتبط با آن، تلاش کرده تا الگویی جامع از ابعاد و مولفه‌های رفتار شهروندی در سازمان‌های دولتی ایران ارائه نماید. این الگو از منظر خبرگان و استادان رشته مدیریت، مدیران و کارشناسان ارشد دستگاههای اجرایی وکارشناسان علوم دینی، اعتباریابی شده است. رفتارهای شهروندی آثار متنوعی در عملکرد سازمانها دارند که یکی از آنها می‌تواند ایجاد و افزایش سرمایه اجتماعی باشد. ما در این رساله ضمن شناسایی ابعاد و مولفه‌های رفتارهای شهروندی و سرمایه اجتماعی، از طریق مطالعه ادبیات موجود و بهره مندی از نظر خبرگان با استفاده از مصاحبه و پرسشنامه، شاخص‌های سنجش این متغیرها را به دست آورده و سپس به سنجش وضعیت موجود این متغیرها در جامعه هدف و رابطه ای که می تواند بین آنها حاکم باشد، پرداخته‌ایم.

○ صابری (۱۳۸۸) به بررسی رابطه عدالت سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی در ورزشکاران نخبه‌کشوری پرداخته و می‌گوید. باتوجه به اینکه به نظر می‌رسد در باشگاهای ورزشی ایران عدالت سازمانی می‌تواند باعث ایجاد رفتارهای شهروندی شود، در این پژوهش به بررسی رابطه بین ابعاد سه‌گانه عدالت سازمانی با رفتار

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

شهروندی سازمانی و همچنین تفاوت رفتار شهروندی سازمانی و عدالت سازمانی بر حسب ویژگی های جمعیت شناختی ورزشکاران مورد مطالعه (سن، تحصیلات، سابقه بازی، سابقه قهرمانی، سابقه بازی در لیگ و نوع ورزش) پرداخته شد.

○ یعقوبی، مقدمی و کیخا (۱۳۸۹)، در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه بین رهبری تحول آفرین و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان، چنین بیان داشته‌اند که رهبری تحول آفرین یکی از پارادایم‌های رهبری در روانشناسی سازمانی است که مورد تحقیق گسترده‌ای قرار گرفته است. رهبری تحول آفرین، رضایت زیردستان و اعتماد آنان به رهبری و به علاوه تعهد عاطفی آنان را افزایش می‌دهد. رهبرانی که رفتارهای تحول آفرین را از خود نشان می‌دهند مجموعه ای از نتایج مثبت را در سازمان ایجاد می‌کنند. تحقیقات نشان داده بین رهبری تحول آفرین و رفتار شهروندی سازمانی ارتباط مثبتی وجود دارد. پژوهش حاضر با هدف بررسی ارتباط بین رهبری تحول آفرین و رفتار شهروندی سازمانی صورت گرفته است. در این راستا داده‌های مورد نیاز برای تحلیل این ادعا با استفاده از پرسشنامه‌های چند عاملی رهبری و رفتار شهروندی سازمانی از جامعه آماری پژوهش (سازمان مدیریت و برنامه ریزی و اداره امور مالیاتی استان قم) جمع آوری گردید. تحلیل اطلاعات با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون حاکی از این است که رابطه بین سبک رهبری تحول آفرین و رفتار شهروندی سازمانی معنادار است. بعلاوه تمامی مؤلفه‌های رهبری تحول آفرین با رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری دارند. همچنین تحلیل رگرسیون چند عاملی بیانگر این است که از میان مؤلفه‌های رهبری تحول آفرین، رفتارهای آرمانی و ملاحظات فردی بیشترین تأثیر را در رفتار شهروندی سازمانی دارند.

○ پوربرخورداری، (۱۳۸۹)، می‌گوید در این تحقیق تلاش گردیده تا تأثیر هشت کارکرد مدیریت منابع انسانی؛ یعنی، تأمین نیروی انسانی، آموزش کارکنان، جابه‌جایی و ارتقا، امنیت شغلی، ارزیابی عملکرد، دستمزد و پاداش، مشارکت کارکنان و طراحی شغل برکارآفرینی سازمانی با در نظرگرفتن نقش واسطه ای رفتار شهروندی سازمانی مورد بررسی قرارگیرد. یافته‌های تحقیق با بهره‌گیری از روش‌های مختلف آمار توصیفی و استنباطی از جمله همبستگی پیرسون، رگرسیون چند متغیره، نشان از تأثیر مثبت کارکردهای مدیریت منابع انسانی برکارآفرینی سازمانی از طریق رفتار شهروندی سازمانی داردکه در بین هشت کارکرد مورد بررسی، تأمین نیروی انسانی دارای بیشترین تأثیر بوده است.

○ بیدگلی (۱۳۸۹)، چنین بیان می‌کند در دنیای رقابتی امروز، اهمیت ایجاد و بروز رفتار شهروندی سازمانی از جانب مشتریان به منظور توسعه و نگهداری رابطه پایدار در میان بخشهای خدماتی قابل ملاحظه است. طبیعت سازمان‌های خدماتی همچون هتل، بیمه و بانک بر مبنای تماس مستقیم با مشتریان استوار است؛ از این رو نیروی انسانی این سازمان‌ها، در ایجاد مزیت رقابتی رفتار شهروندی نقش کلیدی دارند. روابط بین فردی مشتریان و کارکنان ارائه کننده خدمات یک ارتباط اجتماعی و حرفهای است. کیفیت روابط بین فردی مشتریان وکارکنان ارائهکننده خدمات، منجر به درک کلی مشتریان از سازمان و خدمات و بروز رفتار شهروندی سازمانی مشتری میشود. رفتارهایی که فرد به طور داوطلبانه و بدون هیچگونه اجبار و الزامی در جهت پیشبرد اهداف سازمان انجام میدهد. در این تحقیق تاثیر و نقش کلیدی کارکنان خدماتی در بروز اینگونه رفتارها از جانب مشتری بررسی میشود.

○ امینی (۱۳۸۹)، چنین بیان می‌کند هدف کلی این تحقیق، تعیین اثر بخشی آموزش مهارت‌های ارتباطی بر میزان کلی روابط انسانی (و ابعاد آن) و رفتار شهروندی سازمانی پرستاران بیمارستان شهید آیت ا... کاشانی اصفهان با توجه به متغیرهای جمعیت شناختی بود. در این پژوهش از روش آزمایشی استفاده شده است. مرادزاده (۱۳۸۹) به بررسی رابطه چندگانه رفتار شهروندی سازمانی با رضایت از زندگی کارکنان دانشگاه اصفهان پرداخته و بیان می‌دارد. جامعه آماری آن راکلیه کارکنان رسمی و پیمانی دانشگاه اصفهان در سال ۱۳۸۹-۱۳۸۸ تشکیل می‌دهد. روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی بود که از بین جامعه آماری ۹۹ نفر به شیوه تصادفی ساده به عنوان نمونه (۴۶ زن و ۵۳ مرد) انتخاب

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

گردید. ابزار پژوهش شامل دو پرسشنامه ای استاندارد رفتار شهروندی سازمانی از پودساکف و مکنزی و پرسشنامه رضایت زندگی از دینر بودکه با استفاده از روش وابسته به محتوا روایی آن بررسی و با استفاده از آلفای کرونباخ ضریب پایایی این دو پرسشنامه به ترتیب ۸۵٪؛ و ۷۹٪. برآورد گردید. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز از آمار توصیفی (جداول فراوانی، درصد، میانگین وانحراف معیار) و آمار استنباطی (آزمونهای ضریب همبستگی و آزمون t، تحلیل واریانس و رگرسیون) استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین رفتار شهروندی سازمانی با رضایت از زندگی کارکنان رابطه معنادار وجود دارد. بین مولفه‌های رفتار شهروندی سازمانی با رضایت از زندگی کارکنان رابطه معنادار است. ولی بین ویژگی‌های دموگرافیک با رضایت از زندگی و رفتار شهروندی سازمانی تفاوت وجود دارد.

○ محمدی (۱۳۸۹) چنین بیان می‌داردکه شناخت رفتار شهروندی سازمانی به عنوان یک پیامد، مهم می‌باشد زیرا موفقیت نسبی هر سازمانی به سطح رفتارهای شهروندی سازمانی کارکنانش مرتبط است. مطالعات بسیاری نشان داده، جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق و بدست آوردن نتایج از نرم افزار لیزرل و آزمون تحلیل مسیر استفاده شده است اند که رفتارهای شهروندی سازمانی اثربخشی سازمان را افزایش می‌دهد نتایج بدست آمده از آزمون فرضیات این پژوهش نشان دادکه توانمندسازی روانشناختی به طور مثبتی با رفتارهای شهروندی سازمانی رابطه دارد. ادراک کارکنان از عدالت سازمانی به طور مثبتی با اعتماد به سرپرست رابطه دارد. ادراک کارکنان از تبادل رهبر ـ عضوبه طور مثبتی با اعتماد به سرپرست و توانمندسازی روانشناختی رابطه دارد.

ادبیات تحقیق

رفتار شهروندی سازمانی یکی از متغیرهای است که در چند دهه اخیر مورد توجه محققان و پژوهشگران قرار گرفته است. همچنین نتایج تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد عوامل زیادی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر می‌گذارند. **بازکورت و بال**[1] (۲۰۱۲) در پژوهشی به بررسی ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی پرداخته‌اند. هدف از پژوهش خود را بررسی تأثیر فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بخش‌های متفاوتی مانند داروخانه‌ها، سیستم بانکداری انجام دادند. ادبیات ارتباط بین رفتار شهروندی سازمانی و تصورات کارکنان از مسئولیت‌پذیری اجتماعی از کمبود مطالعات رنج می‌برد. در این مطالعه دو مقیاس برای بررسی ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی استفاده شده است. جهت تعیین فعالیت‌های مسئولیت پذیری اجتماعی و دومین مقیاس در رابطه با رفتار شهروندی سازمانی بوسیله **ویگودا گادوت و آنگرت**[2] (۲۰۰۹)، جهت تعیین تصورات کارکنان با پنج بعد از سازمان استفاده شد. متغیرهای جمعیت شناختی همچنین شامل این دو مقیاس می‌شدند.

شهروندی مفهومی است بسیارگسترده،کلی و عمومی‌که سازمان اجتماعی، سازمان سیاسی و سازمان اقتصادی جامعه را به خود معطوف می‌کند. مطالعات متعدد و گسترده در زمینه شهروندی هم به خوبینشان می‌دهدکه این مفهوم در طول تاریخ و در جوامع مختلف هرگز پدیده‌ای واحد و یکپارچه نبوده است. در برخی تعاریف شهروندی منزلتی است‌که موجبات برخورداری از حقوق و قدرت‌ها رافراهم می‌کند، در صورتی‌که در منابع دیگر شهروندی نه تنها به موقعیت قانونی، بلکه به آرمان‌های دموکراتیک هنجارین باز می‌گردد. شهروندی قصد ارائه موقعیت و هویت مشترک و عام را دارد که به پیوند و همبستگی میان اعضای جامعه کمک می‌کند. موضوع حقوق و تکالیف شهرنشینان در رابطه با مدیریت محلی (شهرداری‌ها و شوراها)، بخش کوچکی از عناصر اصلی شهروندی است. در واقع زمانی می توان شهروندی را در رابطه میان شهرنشینان و مدیریت‌های شهری دخالت داد که سایر الزامات و بسترهای حیاتی شهروندی در جامعه در سطح کلان فراهم باشد مانند شکل‌گیری جامعه مدنی، دولت ـ ملت، به عنوان مثال: مشارکت

1. Bozkurt & Bal
2. Vigoda Gadot Angert

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

شهری خود معلول شهروندی است و به بیان دیگر شهروندی مقدم بر مشارکت است. تحقق شهروندی بازتاب دو اصل مهم است، موقعیتی که افراد بر حسب حقوق و تکالیف خودکسب می‌کنند و شرایطی که جامعه برای کسب یا اعطای این موقعیت پدید می‌آورد. دسترسی بیشتر به منابع و امکانات آموزشی، اقتصادی، اجتماعی و بهداشتی فضایی مناسب و قابلیت‌زا برای رشد آگاهی و عمل به حقوق و وظایف شهروندی را فراهم می‌نماید. زمینه‌های اجتماعی متفاوت به لحاظ فقر، نابرابری و محرومیت یا توسعه نیافتگی تأثیر خود را به خوبی برکم و کیف شهروندی آشکار ساخته است. تحقیقات اولیه‌ای که در زمینه رفتار شهروندی سازمانی انجام گرفت بیشتر برای شناسایی مسئولیت‌ها و یا رفتارهایی بود که کارکنان در سازمان داشتند، اما اغلب نادیده گرفته می‌شد. این رفتارها با وجود اینکه در ارزیابی‌های سنتی عملکرد شغلی بطور ناقص اندازه‌گیری می‌شدند و یا حتی گاهی اوقات مورد غفلت قرار می‌گرفتند، اما در بهبود اثربخشی سازمانی مؤثر بودند (بینسوتوک[3]، ۲۰۰۳، ۱۱۸).

فی چن[4](۲۰۰۶) رابطه بین رهبری تحول‌آفرین و تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی را مورد مطالعه قرار دادکه نتیجه تحقیق بیانگر این بودکه سبک رهبری تحول آفرین باعث ایجاد تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی بالای در اعضای سازمان می‌شود.

وانکسیان و وایویو[5](۲۰۰۶) به بررسی ارتباط بین ویژگی‌های جمعیت شناختی و در نظرگرفتن رفتارهای شهروندی سازمانی به عنوان رفتارهای نقشی پرداختند. طی یک نظر سنجی از ۳۴۹ کارمند شرکت چینی نشان دادکارمندان مُسن و زنان به احتمال خیلی بیشتری رفتارهای شهروندی را به عنوان رفتارهای نقشی و یا شغلی در نظر می‌گیرند.

کاپلان و فلاین (۲۰۱۰) طی یک تحقیقی در رابطه با جنبه‌های منفی رفتار شهروندی سازمانی، بیان کردندکه تحقیقات قبلی فقط در موردجنبه‌های مثبت رفتارهای شهروندی سازمانی به بحث پرداختند؛ اما رفتار شهروندی سازمانی ممکن است به دلایل منفی زیر صورت بگیرد:

۱. رفتار شهروندی سازمانی ممکن است در نتیجه انگیزه‌های خدمت به خود صورت بگیرد.

۲. رفتار شهروندی سازمانی ممکن است غیر مرتبط و یا حتی ارتباط منفی با عملکرد سازمانی داشته باشد.

۳. رفتار شهروندی سازمانی ممکن است نتایج منفی برای کارمندان داشته باشد.

اویانگ[6](۲۰۱۱) در جدیدترین مطالعه خود پیرامون اثر رفتار شهروندی سازمانی بر عملکرد سازمانی، هفت بعد را به عنوان نمادهای اصلی این پدیده مدنظر خود قرار داد. این ابعاد عبارتند از: پذیرش سازمانی، روحیه جوانمردی، وفاداری سازمانی، ابتکارات فردی، فضیلت مدنی، رفتارهای کمک‌کننده و توسعه شخصی.

چنگ چین و تسانگ هانگ[7] (۲۰۰۸) در پژوهشی با عنوان هدفگرایی، رفتار خدماتی و عملکرد خدماتی با ارائه مدلی به بررسی رابطه هدفگرایی عملکردی و تبحری، رفتار مشتری‌مدار، رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد خدماتی در بیمارستان‌ها و شرکت‌های خدماتی تایوان پرداخته‌اند؛ و اساساً چون شرکت‌های تجاری طراحی شده‌اند تا منافعی را برای خود و مشتریان‌شان بدست آورند و به مشتریان کمک کنند تا منابع مالی‌شان را مدیریت‌کنند. در مقابل بیمارستان‌ها به سوددهی تمایل ندارند و بیشتر به فراهم آوردن خدمات رفاهی برای مشتریان خود تمایل دارند؛ که محقق در این پژوهش قصد دارد مبنای کار خود را ازکار این دو پژوهشگر بردارد. دو پژوهشگر فوق الذکر در بررسی‌های خود به به وجود رابطه‌های معنادار بین متغیرهای مورد پژوهش پی بردند، بر اساس مثلث خدماتی قدیمی، این مطالعه به منظور بررسی مقدمات و نتایج رفتار خدماتی در سطح فوری، یک مدل فرضی از روابط بین هدفگرایی، رفتار خدماتی را، ارائه می‌دهد. اطلاعات بدست امده از ۲۱۷ متخصص اقتصاد شخصی و کمک‌های پزشکی، نشان دهنده‌ی ارتباط مستقیم بین رفتارهای مشتری مدار و رفتار شهروندی سازمانی است. هر دو نوع این رفتارها به

3. Binestok
4. Chen Fei
5. Wanxian &, Weiwu
6. Kornodel
7. Cheng chin & Tsung hung

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

نوبه‌ی خود با عملکرد خدماتی رابطه‌ی مستقیم دارند ولی این در حالی است که کارگران خدماتی دارای سطح بالاتری از آموزش هدف‌گرایی‌اند، رفتارهای بیشتری را در خصوص مشتری مداری و شهروندی سازمانی، از خود نشان می‌دهند. عملکردگرایی با عامل اول رابطه‌ی مستقیم و احتمالاً با عامل دوم رابطه‌ی عکس دارد.

فرضیه تحقیق

رفتار شهروندی سازمانی بر رضایت ارباب رجوع در شهرداری منطقه ۱۷ تهران تاثیر دارد.

روش تحقیق

این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی بوده زیرا هدف تحقیق توسعه دانش کاربردی است و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی (غیر آزمایشی) ـ همبستگی است. در این پژوهش جهت بررسی فرضیات پژوهش و شاخص‌های مربوطه از پرسشنامه‌ای استانداردکه توسط هوول و واتسون[8] (۲۰۰۷) در مورد رفتار شهروندی سازمانی در قالب بیست و هفت سوال و هفت مولفه تهیه شده است و پرسشنامه‌ای ده سوالی برای سنجش میزان رضایت ارباب رجوع استفاده شد. جامعه آماری در این پژوهش کارکنان منطقه ۱۷ شهرداری تهران به تعداد ۲۲۵۰ نفر می‌باشد. برای انتخاب حجم نمونه بین افراد از فرمول عمومی‌کوکران که در آن احتمال وجود رابطه و عدم وجود رابطه ۰.۵ در نظر گرفته می‌شود، استفاده شده است؛ که حجم نمونه ۳۳۰ نفر بدست آمده است.

p=۰/۵ احتمال وجود رابطه

q=۰/۵ احتمال عدم وجود رابطه

N =۲۲۵۰

ε =۰/۵ تقریب در برآورد پارورمتر مورد مطالعه

$Z\alpha$ ∴ ۲=۱/۹۶ وقتی سطح معنی داری آزمون برابر ۰/۰۵ باشد

$$n=\frac{N\times(Z\alpha/2)^2\times P\times Q}{\varepsilon^2\times(N-1)+(Z\alpha/2)^2\times P\times Q}=\frac{2250\times(1.96)^2\times0.5\times0.5}{0.05*0.05\times(2250-1)+(1.96)^2\times0.5\times0.5}=330$$

مدیریت شهری
فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۳۵ تابستان ۱۳۹۳
No.35 Summer 2014

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ مؤلفه‌های پرسشنامه

ردیف	مؤلفه	مقدار آلفای کرونباخ	مؤلفه	مقدار آلفای کرونباخ
۱	آداب اجتماعی	۰/۷۹	رفتار شهروندی سازمانی	۰/۸۴
۲	نوع دوستی	۰/۸۰		
۳	وجدان کاری	۰/۷۹		
۴	هماهنگی متقابل شخصی	۰/۷۸		
۵	محافظت از منابع سازمان	۰/۷۷		
۶	جوانمردی	۰/۷۸		
۷	نزاکت	۰/۷۷		
۸	رضایت ارباب رجوع	۰/۷۷		

برای بررسی پایایی پرسشنامه فوق‌الذکر، به کمک نرم‌افزار آماری Spss میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد؛ که نتایج آلفای کرونباخ مولفه‌های پرسشنامه نیز به شرح جدول ۱ می‌باشد.

8. Howell& Watson

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

جدول ۲. ارتباط بین ابزار جمع‌آوری اطلاعات و مدل تحقیق

مؤلفه	سؤال	تعداد سوال
آداب اجتماعی	۱-۲-۳- ۴	۴
نوع دوستی	۵-۶-۷-۸	۴
وجدان کاری	۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳	۵
هماهنگی متقابل شخصی	۱۴-۱۵-۱۶-۱۷	۴
محافظت از منابع سازمان	۱۸-۱۹-۲۰	۳
جوانمردی	۲۱-۲۲-۲۳	۳
نزاکت	۲۴-۲۵-۲۶-۲۷	۴
رفتار شهروندی سازمانی	۱ تا ۲۷	۲۷
رضایت ارباب رجوع	۱-۱۰	۱۰

بیان یافته‌های پژوهش

مدل حاصل از تأثیر مولفه‌های رفتار شهروندی سازمانی بر رضایت ارباب رجوع

برای ارائه مدل رگرسیونی بین متغیرهای پیش‌بین و متغیر ملاک در فرضیه فوق بررسی کند، از آزمون رگرسیونبه روش گام به‌گام استفاده شده است‌که خلاصه نتایج به شرح زیر است:

جدول ۳. مدل رگرسیونی تأثیر مولفه‌های رفتار شهروندی سازمانی بر رضایت ارباب رجوع

مدل	R	R^2	R^2 اصلاح شده	خطای استاندارد تخمین زده شده
۱	۰/۹۹۱	۰/۹۸۱	۰/۹۸۱	۰/۴۶۳

جدول ۴. تحلیل واریانس تأثیر مولفه‌های رفتار شهروندی سازمانی بر رضایت ارباب رجوع

	مدل	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	آماره F	سطح معنی-داری
۱	رگرسیون	۳۷۱۵/۲۴۳	۶	۶۱۹/۲۰۷	۲۸۸۳/۵۲۱	۰/۰۰۰
	باقیمانده	۷۰/۶۴۹	۳۲۹	۰/۲۱۵		
	کل	۳۷۸۵/۸۹۳	۳۳۵			

جدول ۵. معنی‌داری رگرسیون تأثیر مولفه‌های رفتار شهروندی سازمانی بر رضایت ارباب رجوع

	مدل	استاندارد نشده		استاندارد شده	t	سطح معناداری
		B	خطای استاندارد	Beta		
۱	عرض از مبداء	-۰/۴۷۷	۰/۲۶۰		-۱/۸۳۲	۰/۰۶۸
	وجدان کاری	۰/۹۱۲	۰/۰۱۳	۰/۶۰۷	۶۸/۵۰۶	۰/۰۰۰
	نوع دوستی	۱/۰۹۸	۰/۰۱۷	۰/۵۶۶	۶۵/۷۹۶	۰/۰۰۰
	آداب اجتماعی	۰/۲۴۶	۰/۰۱۵	۰/۱۴۹	۱۶/۰۶۵	۰/۰۰۰
	محافظت منابع	۰/۰۵۷	۰/۰۱۹	۰/۰۴۳	۲/۹۸۸	۰/۰۰۳
	هماهنگی	-۰/۰۴۵	۰/۰۱۴	-۰/۰۳۵	-۳/۲۱۷	۰/۰۰۱
	جوانمردی	۰/۰۴۴	۰/۰۲۲	۰/۰۲۶	۱/۹۷۵	۰/۰۴۹

مدیریت شهری
فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۳۵ تابستان ۱۳۹۳
No.35 Summer 2014

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

پیش بینی کننده‌ها: (مقدار ثابت)، وجدان کاری، نوع دوستی، آداب اجتماعی، محافظت منابع سازمان، هماهنگی متقابل شخصی، جوانمردی،

متغیر وابسته: رضایت ارباب رجوع

نتیجه گیری و پیشنهادات:

در بررسی فرضیه اصلیفرضیه پژوهش مبنی بر وجود رابطه معنادار بین رفتار شهروندی سازمانی و رضایت ارباب رجوع پذیرفته شد که نتایج این پژوهش با کار رضایی دیزگاه و صالحی کردآبادی (۱۳۸۸)، پوربرخورداری، (۱۳۸۹)، مرادزاده (۱۳۸۹) و زارع (۱۳۸۸) در این زمینه همسو است. همچنین بیدگلی (۱۳۸۹)، چنین بیان می‌کند در دنیای رقابتی امروز، اهمیت ایجاد و بروز رفتار شهروندی سازمانی از جانب مشتریان به منظور توسعه و نگهداری رابطه پایدار در میان بخشهای خدماتی قابل ملاحظه است. طبیعت سازمان‌های خدماتی همچون هتل، بیمه و بانک بر مبنای تماس مستقیم با مشتریان استوار است؛ از این‌رو نیروی انسانی این سازمان‌ها، در ایجاد مزیت رقابتی رفتار شهروندی نقش کلیدی دارند. روابط بین فردی مشتریان و کارکنان ارائه‌کننده خدمات یک ارتباط اجتماعی و حرفه‌ای است. کیفیت روابط بین فردی مشتریان و کارکنان ارائهکننده خدمات، منجر به درک کلی مشتریان از سازمان و خدمات و بروز رفتار شهروندی سازمانی مشتری می‌شود. رفتارهایی که فرد به طور داوطلبانه و بدون هیچگونه اجبار و الزامی در جهت پیشبرد اهداف سازمان انجام می‌دهد.

در بررسی فرضیه پژوهش مبنی بر وجود رابطه معنادار بین آداب اجتماعی و رضایت ارباب رجوع پذیرفته شد. نتایج این پژوهش با کار بولینو و همکاران (۲۰۰۴) در این زمینه ناهمسو است و با نتایج پژوهش امینی (۱۳۸۹) همسو است. با توجه به نتایج پژوهش توصیه می‌شود موارد زیر توسط کارکنان رعایت گردد:

۱) با توجه به وجود رابطه معنادار بین رفتار شهروندی سازمانی و رضایت ارباب رجوع پیشنهاد می‌شود، با برگزاری دوره‌های آموزشی کاربردی رفتار شهروندی سازمانی تعلیم و تقویت گردد.

۲) با توجه به وجود رابطه معنادار بین آداب اجتماعی و رضایت ارباب رجوع پیشنهاد می‌شود، به رعایت آداب اجتماعی توسط کارکنان توجه بیشتری گردد و در این زمینه برای کارکنان کلاس‌های آموزشی لازم برگزار گردد تا صبر و تحمل کارکنان برای برخورد هرچه بهتر با ارباب رجوع بیشتر شود.

۳) با توجه به وجود رابطه معنادار بین نوع دوستی و رضایت ارباب رجوع پیشنهاد می‌شود، روحیه نوع دوستی در بین کارکنان تقویت گردد و سعی شود در این زمینه فرهنگ‌سازی گردد.

۴) با توجه به وجود رابطه معنادار بین وجدان کاری و رضایت ارباب رجوع پیشنهاد می‌شود، افرادی که وجدان کاری دارند به طرق مختلف تشویق گردند تا سبب گردد این روحیه در دیگران نیز بوجود آید.

۵) با توجه به وجود رابطه معنادار بین هماهنگی متقابل شخصی و رضایت ارباب رجوع پیشنهاد می‌شود، هماهنگی‌ها و تعاملات متقابل شخصی بین کارکنان ایجاد شود تا باعث بهتر انجام شدن امور سازمان و در نتیجه رضایت ارباب رجوع شود.

۶) محافظت از منابع سازمان در واقع محافظت ازکارکنان است و محافظت ازکارکنان باعث ایجاد رضایت شغلی و احساس امنیت می‌گردد که این به نوبه خود بر نحوه برخورد با ارباب رجوع و رضایت ارباب رجوع مرتبط است.

۷) با توجه به وجود رابطه معنادار بین بین جوانمردی و رضایت ارباب رجوع پیشنهاد می‌شود، روحیه جوانمردی و ارزشهای فرهنگی بین کارکنان سازمان‌ها و افراد جامعه تقویت و تشویق گردد.

۸) رعایت نزاکت و احترام موجب رضایت ارباب رجوع خواهد شد هر چندکار ایشان به درستی انجام نگردد پس پیشنهاد می‌شود نزاکت و احترام در سازمان‌ها رعایت گردد و تدبیری اندیشیده شود تا با کارکنانی که رعایت احترام را در برخورد با ارباب رجوع ندارند برخوردگردد.

۹) تلاش در راستای بهره مندی بیشتر از نظرات و پیشنهادات کارکنان.

پیشنهاداتی برای تحقیقات آینده

۱) این پژوهش در سازمان خدماتی انجام شده است؛ بنابراین برای تعمیم چنین تحقیقاتی به سایر بخشها

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

توصیه می‌شود پژوهشهایی در سایر بخشها به عمل آید.
۲) پیشنهاد می‌شود پژوهشی مشابه در سایر استان‌ها انجام گیرد و نتایج حاصل از آن با پژوهش حاضر مقایسه شود.

منابع و مأخذ

۱. امینی، محسن. (۱۳۸۹). تأثیر آموزش مهارت‌های ارتباطی بر روابط انسانی و رفتار شهروندی سازمانی پرستاران بیمارستان آیت ا...کاشانی اصفهان، پایان نامه کارشناسی ارشد، اصفهان دانشگاه اصفهان.

۲. صابری، علی. (۱۳۸۸). رابطه بین عدالت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در ورزشکاران مرد نخبه‌کشور، کارشناسی ارشد، اصفهان: دانشگاه اصفهان دانشکده تربیت بدنی علوم ورزشی.

۳. رضایی دیزگاه، مراد صالحی و کردآبادی، سجاد (۱۳۸۸)، مشتری مداری، همایش منطقه ای طراحی مجدد سازمان، دانشگاه آزاد اسلامی‌واحد آستارا.

۴. زارع، حمید. (۱۳۸۸). مدلی برای رفتار شهروندی سازمانی و رابطه آن با افزایش سرمایه اجتماعی در وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، رساله دکترای تخصصی، تهران. دانشگاه علامه طباطبایی.

۵. زکیانی، شعله. (۱۳۸۷). بررسی تقویت رابطه رفتار شهروندی سازمانی و عدالت سازمانی به واسطه شخصیت سالم سازمانی، تهران. کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.

۶. بیدگلی، زواره. (۱۳۸۹). بررسی تاثیر ادراک مشتریان از کارکنان خدماتی در بروز رفتار شهروندی سازمانی مشتری (مطالعه موردی: بیمارستان شهید هاشمی نژاد)، پایان نامه‌کارشناسی ارشد، تهران. دانشگاه الزهراء علیها السلام دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی.

۷. مرادزاده، سجاد. (۱۳۸۹). بررسی رابطه چندگانه رفتار شهروندی سازمانی با رضایت از زندگی کارکنان دانشگاه اصفهان، پایان نامه کارشناسی ارشد، اصفهان، دانشگاه اصفهان.

۸. محمدی، علی و شغلی، علیرضا. (۱۳۸۷). کیفیت خدمات درمانی ارائه شده در سطح اول مرکز زنجان، مجله علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی زنجان، ؛ ۱۰۰ - ۸۹ :۶۵

۹. یعقوبی نورمحمد. مقدمی‌مجید. و کیخا، عالمه. (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین رهبری تحول آفرین و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان، پژوهش نامه مدیریت تحول، سال دوم، شماره‌ی ۴.

10. Bienstock, C. Carol, Demoranville, W. Carol, Smith, K. Rachel (2003).Organizational Citizenship behavior and service quality, journal ofservices m6\ □ă□\Ră□9Oă□

11. Bozkurt, S. & Bal, Y. (2012). Investigation of the relationship between corporate social responsibility and organizational citizenship behavior. International Journal of Innovations in Business, IJIB Vol. 1. No 1. July 2012, 40-60.

12. Cheng Chien, C.; Tsung Hung, S. (2008). Goal Orientation, Service Behavior and Service Performance, Asia Pacific Management Review 13(2) 513-529

13. Howell, A.; Watson, D. (2007). Association with achievement gial orientation & learning strategies. Personality 7 Individual Differenes, 43, 167-178.

14. Kaplan, A.; Flun, H. (2010). Achievement goal orinitation & identity formation styles. Elsevier, Educational Research Review, 5, 50-67.

15. Ouyang, Y. (2011). "Understanding Employees Organizational Citizenship Behaviors Through the Mediating Role of Corporate Social Responsibility", International Research Journal of Applied Finance, Vol 11, Issue 1 January, 2011.

16. Vigoda Gadot, E. and Angert, L. (2009), Goal Setting Theory, Job Feedback, and OCB: Lessons from a Longitudinal Study, Basic and Applied Social Psychology, 29(2), pp. 119–128.

17. Wanxian, L. and Weiwu, W. (2006). "A demographic study on citizenship behavior as in- role orientation. personality and individual differences",,Journal of Executive management (JEM), Vol 9, No 1 (33), pp119-144.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]