

# میرپری شری

شماره ۳۵ تابستان ۱۳۹۳

No.35 Summer 2014

۲۱۹-۲۲۸

زمان پذیرش نهایی: ۱۳۹۳/۴/۱

زمان دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۹/۱

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

مهران شیراوند\* - پژوهشگرو جامعه‌شناس، استادیار دانشگاه.

### 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

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی تاثیر رفتار شهریوندی سازمانی بر میزان رضایت ارباب رجوع است. جامعه آماری در این پژوهش کارکنان دانشگاه علوم پژوهشی 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 شهریوندی 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 شهریوندی سازمانی و رضایت ارباب رجوع است. همچنین وجود رابطه معنادار بین آداب اجتماعی، نوع دوستی، وجود کاری، هماهنگی مقابل شخصی، محافظت از منابع سازمان، جوانمردی و نزاکتی رضایت ارباب رجوع پذیرفته شد که با توجه به مدل رگرسیونی بدست آمده به ترتیب وجود کاری، نوع دوستی، آداب اجتماعی، محافظت منابع سازمان، هماهنگی مقابل 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 شهریوندی سازمانی در بین کارکنان پردازنند و در این راستا توجه به وجود کاری، نوع دوستی، آداب اجتماعی بیشتر مدتوجه قرار گیرد.

وازگان کلیدی: رفتار شهریوندی سازمانی، رضایت ارباب رجوع، مشتری.

\* نویسنده مسئول مکاتبات، شماره تماس: ۰۹۱۲۸۷۶۲۲۷، رایانامه: shiravand2012@gmail.com

تکلیف شغلی به رفتار شهروندی سازمانی اشاره دارد که محققان زیادی به تجزیه و تحلیل آن پرداخته‌اند. رفتار شهروندی سازمانی برای هرسازمانی 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 ایجاد یا بهبود محیط‌کاری ثابت پرورش دهند، بجای آنکه متولّ به زورو اجبارشوند، به فرایندهای انتخاب یا استخدام یا جامعه پذیری اتکا نمایند تا این رفتارها را ایجاد نمایند.

همانگونه که ملاحظه می‌شود، سازمان‌ها، بویژه سازمان‌های درکشورهای جهان سوم که نیازمند جهشی در افزایش کارآمدی می‌باشند، بایستی زمینه را به گونه‌ای فراهم سازند که کارکنان و مدیرانشان با طیب خاطر تمامی تجربیات، توانایی‌ها و ظرفیت‌های خود را درجهت اعتلای اهداف سازمانی بکار گیرند. این امر میسر نخواهد شد، مگر آنکه اصول و قواعد مربوط به رفتار شهروندی سازمانی شناسایی و سترهای لازم برای پیاده‌سازی این گونه رفتارها فراهم گردد. به دلیل تاثیر مثبت و مستقیم رفتار شهروندی سازمانی بر کیفیت خدمات ارائه شده و به تبع آن رضایت ارباب رجوع، توجه به این گونه رفتارها می‌تواند یکی از راههای افزایش اثربخشی سازمان‌ها باشد.

## ادبیات پژوهش پیشینه داخلی

○ رضایی دیزگاه و صالحی کردآبادی (۱۳۸۸)، در پژوهشی با عنوان مشتری‌مداری چنین بیان داشته‌اند، بی‌گمان 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

## 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 پاری 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 بخشنند. 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 می‌گرددند. 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 ایفا کند.

از مهمترین سیاست‌های تعیین شده از سوی دولت، ارائه خدمات با کیفیت بالا به تمامی افراد جامعه، پاسخگویی همه افراد در مقابل مسوولیت‌ها و اختیارات آنها و از همه 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 سازمان‌های کارکننده کارکنای نیازمندند که تمایل دارند از الزام‌ها و تکلیف‌های رسمی خود پا را فراتر بگذارند. اقدام فراتر از

# مدیریت شهری

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

۲۲۱

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 مثبت کارکنان از عدالت سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی بیشتر خواهد شد. یافته‌های تحقیق نشانگر آنست که تقویت رفتار شهروندی سازمانی که از اهداف سازمان هاست،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 روزارت 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 نوشه‌ها 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 الگواز منظر خبرگان و استادان رشته مدیریت، مدیران و کارشناسان ارشد دستگاههای اجرایی و کارشناسان علوم دینی، اعتباریابی شده است. رفتارهای شهروندی آثار متعددی 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 می‌تواند بین آنها حاکم باشد، پرداخته‌ایم.

○ صابری (۱۳۸۸) به بررسی رابطه عدالت سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی در وزرشکاران نخبه کشوری پرداخته و می‌گوید. با توجه به اینکه به نظر می‌رسد در باشگاه‌های ورزشی ایران عدالت سازمانی می‌تواند باعث ایجاد رفتارهای شهروندی شود، در این پژوهش به بررسی رابطه بین ابعاد سه‌گانه عدالت سازمانی با رفتار

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 اهمیت 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. رضایتمندی ارباب رجوع و رضایت مشتری هردو در یک معنا به کار می‌رود و در برگیرنده حالت خشنودی و مظلوبیتی است که در نتیجه تامین نیازها و برآورده کردن تقاضاها و احتیاجات مراجعان توسط ارائه دهنده‌گان 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 اندازه‌گیری میزان رضایت، الگوهای رضایت مشتری، کیفیت خدمات مورد ارزیابی قرارگرفته 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 تعديل‌کننده‌ای 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 نوع دوستی، وظیفه‌شناسی، ادب و نزاكت، 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 تأکید 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

مورد بررسی قرار گیرد. یافته های تحقیق با بهره گیری از روش های مختلف آمار توصیفی و استنباطی از جمله همبستگی پیرسون، رگرسیون چند متغیره، نشان از تأثیر مثبت کارکردهای مدیریت منابع انسانی بر کارآفرینی سازمانی از طریق رفتار شهر و ندی سازمانی دارد که در بین هشت کارکرد مورد بررسی، تأمین نیروی انسانی دارای بیشترین تأثیر بوده است.

۵ بیدگلی (۱۳۸۹)، چنین بیان می کند در دنیای رقابتی امروز، اهمیت ایجاد و بروز رفتار شهر و ندی سازمانی از جانب مشتریان به منظور توسعه و نگهداری رابطه پایدار در میان بخش های خدماتی قابل ملاحظه است. طبیعت سازمان های خدماتی همچون هتل، بیمه و بانک بر مبنای تماس مستقیم با مشتریان استوار است؛ از این رو نیروی انسانی این سازمان ها، در ایجاد مزیت رقابتی رفتار شهر و ندی نقش کلیدی دارند. روابط بین فردی مشتریان و کارکنان ارائه کننده خدمات یک ارتباط اجتماعی و حرفا های است. کیفیت روابط بین فردی مشتریان و کارکنان ارائه کننده خدمات، منجر به درک کلی مشتریان از سازمان و خدمات و بروز رفتار شهر و ندی سازمانی مشتری می شود. رفتارهایی که فرد به طور داوطلبانه و بدون هیچ گونه اجبار و الزامی در جهت پیشبرد اهداف سازمان انجام میدهد. در این تحقیق تأثیر و نقش کلیدی کارکنان خدماتی در بروز این گونه رفتارها از جانب مشتری بررسی می شود.

۵ امینی (۱۳۸۹)، چنین بیان می کند هدف کلی این تحقیق، تعیین اثر بخشی آموزش مهارت های ارتباطی بر میزان کلی روابط انسانی (و بعد آن) و رفتار شهر و ندی سازمانی پرستاران بیمارستان شهید آیت... 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 شهر و ندی سازمانی با رضایت از زندگی کارکنان دانشگاه اصفهان پرداخته و بیان می دارد. جامعه آماری آن را کلیه کارکنان رسمی و پیمانی دانشگاه اصفهان در سال ۱۳۸۸ تشکیل می دهد. 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

شهر و ندی سازمانی و همچنین تفاوت رفتار شهر و ندی سازمانی و عدالت سازمانی بر حسب ویژگی های جمعیت شناختی ورزش کاران 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 شهر و ندی سازمانی کارکنان، چنین بیان داشته اند که رهبری تحول آفرین یکی از پارادایم های رهبری در روانشناسی سازمانی است که مورد تحقیق گسترده ای قرار گرفته است. رهبری تحول آفرین، رضایت زیر دستان و اعتماد آنان به رهبری و به علاوه تعهد عاطفی آنان را افزایش می دهد. رهبرانی که رفتارهای تحول آفرین را از خود نشان می دهند مجموعه ای از نتایج مثبت را در سازمان ایجاد می کنند. تحقیقات نشان داده بین رهبری تحول آفرین و رفتار شهر و ندی سازمانی ارتباط مثبتی وجود دارد. پژوهش حاضر با هدف بررسی ارتباط بین رهبری تحول آفرین و رفتار شهر و ندی سازمانی صورت گرفته است. در این راستا داده های مورد نیاز برای تحلیل این ادعا با استفاده از پرسشنامه های چند عاملی رهبری و رفتار شهر و ندی 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 شهر و ندی سازمانی معنادار است. علاوه تمامی مؤلفه های رهبری تحول آفرین با رفتار شهر و ندی سازمانی رابطه معناداری دارند. همچنین تحلیل رگرسیون چند عاملی بیانگر این است که از میان مؤلفه های رهبری تحول آفرین، رفتارهای آرمانی و ملاحظات فردی بیشترین تأثیر را در رفتار شهر و ندی سازمانی دارند.

○ پور برخورداری، (۱۳۸۹)، می گوید در این تحقیق تلاش گردیده تا تأثیر هشت کارکرد مدیریت منابع انسانی؛ یعنی، تأمین نیروی انسانی، آموزش کارکنان، جایه جایی و ارتقا، امنیت شغلی، ارزیابی عملکرد، دستمزد و پاداش، مشارکت کارکنان و طراحی شغل بر کارآفرینی سازمانی با در نظر گرفتن نقش واسطه ای رفتار شهر و ندی سازمانی

# میر شهری

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

۲۲۳

می‌گذارند. بازکورت و بال<sup>۱</sup> (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 مسئولیت‌پذیری اجتماعی و دو میانگین مقیاس در رابطه با رفتار شهروندی سازمانی بوسیله ویگودا گادوت و آنگرت<sup>۲</sup> (۲۰۰۹)، جهت تعیین تصورات کارکنان با پنچ بعد از سازمان استفاده شد. متغیرهای جمعیت شناختی همچنین شامل این دو مقیاس می‌شدند.

شهروندی مفهومی است بسیار گسترده، کلی و عمومی که سازمان اجتماعی، سازمان سیاسی و سازمان اقتصادی جامعه را به خود معطوف می‌کند. مطالعات متعدد و گسترده در زمینه شهروندی هم به خوبی‌شناسان می‌دهد که این مفهوم در طول تاریخ و در جوامع مختلف هرگز پدیده‌ای واحد و یکپارچه نبوده است. در برخی تعاریف شهروندی منزلتی است که موجبات برخورداری از حقوق و قدرت‌ها را فراهم می‌کند، در صورتی که در منابع دیگر شهروندی نه تنها به موقعیت قانونی، بلکه به آرمان‌های دموکراتیک هنچارین 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 شهروندی‌شینان در رابطه با مدیریت محلی (شهرداری‌ها و شوراهای) بخش کوچکی از عناصر اصلی شهروندی است. در واقع زمانی می‌توان شهروندی را در رابطه میان شهروندی‌شینان و مدیریت‌های شهری دلالت داد که سایر الزامات و بسترهای حیاتی شهروندی در جامعه در سطح کلان فراهم باشد مانند شکل‌گیری جامعه مدنی، دولت- ملت، به عنوان مثال: مشارکت

گردید. ابزار پژوهش شامل دو پرسشنامه‌ای استاندارد رفتار شهروندی سازمانی از پودساکف و مکنزی و پرسشنامه رضایت‌زنگی از دینربودکه با استفاده از روش واپسی به محظوظ رواجی آن بررسی و با استفاده از آلفای کرونباخ ضریب پایابی این دو پرسشنامه به ترتیب ۰/۸۵ و ۰/۷۹ برآورد گردید. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات نیاز از آمار توصیفی (جداول فراوانی، درصد، میانگین و انحراف 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 مؤلفه‌های رفتار شهروندی سازمانی با رضایت از زندگی کارکنان رابطه معنادار است. ولی بین ویژگی‌های دموکرافیک با رضایت از زندگی و رفتار شهروندی سازمانی تفاوت وجود دارد.

۰ محمدی (۱۳۸۹) چنین بیان می‌دارد که شناخت رفتار شهروندی سازمانی به عنوان یک پیامد، مهم می‌باشد زیرا موقیت 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 داد که 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- عضو به 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

1. Bozkurt & Bal  
2. Vigoda Gadot Angert

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 خود کسب 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 ظایف شهروندی را فراهم می‌نماید. زمینه‌های اجتماعی متفاوت به لحاظ فقر، نابرابری و محرومیت یا توسعه نیافتگی تأثیر خود را به خوبی بر کم و کيف 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، ۲۰۰۳، ۱۱۸).

فی چن<sup>۳</sup> و تسانگ هانگ<sup>۴</sup> (۲۰۰۶) رابطه بین رهبری تحول‌آفرین و تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی را مورد مطالعه قرار داد که نتیجه تحقیق بیانگرایی بود که سبک رهبری تحول آفرین باعث ایجاد تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی بالای دراعضای سازمان می‌شود.

وانکسیان و وایویو<sup>۵</sup> (۲۰۰۶) به بررسی ارتباط بین ویژگی‌های جمعیت شناختی و در نظر گرفتن رفتارهای شهروندی سازمانی به عنوان رفتارهای نقشی پرداختند. طی یک نظر سنجی از ۳۴۹ کارمند شرکت چینی نشان داد کارمندان مُسن و زنان به احتمال خیلی بیشتری رفتارهای شهروندی را به عنوان رفتارهای نقشی و یا شغلی در نظر می‌گیرند.

کاپلان و فلاین<sup>۶</sup> (۲۰۱۰) طی یک تحقیقی در رابطه با جنبه‌های منفی رفتار شهروندی سازمانی، بیان کردند که تحقیقات قبلی فقط در مورد جنبه‌های 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<sup>۷</sup> (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 کمک ۵ کننده و توسعه شخصی. چنگ چین و تسانگ هانگ<sup>۸</sup> (۲۰۰۸) در پژوهشی با عنوان هدفگرایی، رفتار خدماتی و عملکرد خدماتی با ارائه مدلی به بررسی رابطه هدفگرایی عملکردی و تحری، رفتار مشتری مدار، 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 مشتریان شان بدست آورند و به مشتریان کمک کنند تا منابع مالی شان را مدیریت کنند. در مقابل بیمارستان‌ها به سوددهی تمایل ندارند و بیشتر به فراهم آوردن خدمات رفاهی برای مشتریان خود تمايل دارند؛ که محقق در این پژوهش قصد دارد مبنای کار خود را از کار این دو پژوهشگر بردارد. دو پژوهشگر فوق الذکر در بررسی‌های خود به وجود رابطه‌های معنادار بین متغیرهای مورد پژوهش پی بردن، بر اساس مثلث خدمات و نتایج رفتار خدماتی در سطح 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 رفتارهای

3. Binestok

4. Chen Fei

5. Wanxian &, Weiwu

6. Kornodel

7. Cheng chin & Tsung hung

شاخص های مربوطه از پرسشنامه ای استاندارد که توسط هولو واتسون<sup>۸</sup> در مورد رفتار شهر وندی سازمانی در قالب بیست و هفت سوال و هفت مولفه تهیه شده است و پرسشنامه ای ده سوالی برای سنجش میزان رضایت ارباب رجوع استفاده شد. جامعه آماری در این پژوهش کارکنان منطقه ۱۷ شهرداری تهران به تعداد ۲۲۵۰ نفر می باشد. برای انتخاب حجم نمونه بین افراد از فرمول عمومی کوکران که در آن احتمال وجود رابطه و عدم وجود رابطه  $p=0.5$  در نظر گرفته می شود، استفاده شده است؛ که حجم نمونه  $330$  نفر بدست آمده است.

نوبه‌ی خود با عملکرد خدماتی رابطه‌ی مستقیم دارند ولی این در حالی است که کارگران خدماتی دارای سطح بالاتری از آموزش هدف‌گرایی اند، 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 شهر وندی 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) - همبستگی است. در این پژوهش جهت بررسی فرضیات پژوهش و

$$q=0.5 \text{ احتمال عدم وجود رابطه}$$

$$N=2250$$

$$\epsilon = 0.5 \text{ تقریب در برآورد پارامتر مورد مطالعه} \\ Z_{\alpha/2} = 1.96 \quad \therefore \text{ وقتی سطح معنی داری آزمون برابر} \\ 0.5 \text{ باشد}$$

$$n = \frac{N \times (Z_{\alpha/2})^2 \times P \times Q}{\epsilon^2 \times (N-1) + (Z_{\alpha/2})^2 \times P \times Q} = \frac{2250 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.5^2 \times (2250-1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5} = 330$$



■ ۲۲۵ ■

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ مؤلفه‌های پرسشنامه

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

کرونباخ محاسبه شد؛ که نتایج آلفای کرونباخ مؤلفه‌های پرسشنامه نیز به شرح جدول ۱ می‌باشد.

برای بررسی پایایی پرسشنامه فوق الذکر، به کمک نرم افزار آماری Spss میزان ضریب اعتماد با روش آلفای

جدول ۲. ارتباط بین ابزار جمع‌آوری اطلاعات و مدل تحقیق

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

متغیر ملاک در فرضیه فوق بررسی کند، از آزمون  
مدل حاصل از تأثیر مؤلفه‌های رفتار شهروندی سازمانی رگرسیون‌به روشنگام به گام استفاده شده است که خلاصه  
نتایج به شرح زیر است:  
برای ارائه مدل رگرسیونی بین متغیرهای پیش‌بین و  
بیان یافته‌های پژوهش

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

مدل	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> اصلاح شده	خطای استاندارد تخمین زده شده
۱	۰/۹۹۱	۰/۹۸۱	۰/۹۸۱	۰/۴۶۳

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

مدل	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F آماره	سطح معنی‌داری
۱	۳۷۱۵/۲۴۳	۶	۶۱۹/۲۰۷	۲۸۸۳/۵۲۱	۰/۰۰۰
	۷۰/۶۴۹	۳۲۹	۰/۲۱۵		
	۳۷۸۵/۸۹۳	۳۳۵			

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

سطح معناداری	t	استاندارد شده	استاندارد نشده		مدل
			Beta	خطای استاندارد	
۰/۰۶۸	-۱/۸۳۲		۰/۲۶۰	۰/۰۴۷۷	۱
۰/۰۰۰	۶۸/۵۰۶	۰/۶۰۷	۰/۰۱۳	۰/۹۱۲	
۰/۰۰۰	۶۵/۷۹۶	۰/۵۶۶	۰/۰۱۷	۱/۰۹۸	
۰/۰۰۰	۱۶/۰۶۵	۰/۱۴۹	۰/۰۱۵	۰/۲۴۶	
۰/۰۰۳	۲/۹۸۸	۰/۰۴۳	۰/۰۱۹	۰/۰۵۷	
۰/۰۰۱	-۳/۲۱۷	-۰/۰۳۵	۰/۰۱۴	-۰/۰۴۵	
۰/۰۴۹	۱/۹۷۵	۰/۰۲۶	۰/۰۲۲	۰/۰۴۴	

## مدیریت شهری

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

۲۲۶

# مدیریت شهری

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

۲۲۷

رضایت ارباب رجوع پیشنهاد می‌شود، به رعایت آداب اجتماعی توسط کارکنان توجه بیشتری گردد و در این زمینه برای کارکنان کلاس‌های آموزشی لازم برگزارگردد تا صبر و تحمل کارکنان برای برخورد هرچه بهتر با ارباب رجوع پیشترشود.

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 فرهنگ سازی 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 بروجود 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 از کارکنان است و محافظت از کارکنان 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 جوانمردی و رضایت ارباب رجوع پیشنهاد می‌شود، روحیه جوانمردی و ارزشهای فرهنگی بین کارکنان سازمان‌ها و افراد جامعه تقویت و تشویق گردد.

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

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

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 اصلی فرضیه پژوهش مبنی بر وجود رابطه معنادار بین رفتار شهریوندی 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 رقبای امروز، اهمیت ایجاد و بروز رفتار شهریوندی 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 شهریوندی نقش کلیدی دارند. روابط بین فردی مشتریان و کارکنان ارائه‌کننده خدمات یک ارتباط اجتماعی و حرفة‌ای است. کیفیت روابط بین فردی مشتریان و کارکنان ارائه‌کننده خدمات، منجر به درک‌کلی مشتریان از سازمان و خدمات و بروز رفتار شهریوندی 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:

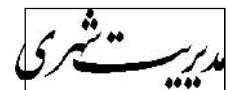
۱) با توجه به وجود رابطه معنادار بین رفتار شهریوندی سازمانی و رضایت ارباب رجوع پیشنهاد می‌شود، با برگزاری دوره‌های آموزشی کاربردی رفتار شهریوندی سازمانی تعلیم و تقویت گردد.  
۲) با توجه به وجود رابطه معنادار بین آداب اجتماعی و

۹. یعقوبی نورمحمد. مقدمی مجید. 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 m61 ۰۹۰ ۱Ră ۰Oă ۰
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.

توصیه می شود پژوهش‌هایی در سایر بخشها به عمل آید.  
۲) پیشنهاد می شود 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 آیت‌الله...کاشانی اصفهان، پایان نامه کارشناسی ارشد، اصفهان دانشگاه اصفهان.
۲. صابری، علی. (۱۳۸۸). رابطه بین عدالت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در وزرنشکاران مرد نخبه کشور، کارشناسی ارشد، اصفهان: دانشگاه اصفهان دانشکده تربیت بدنی علوم ورزشی.
۳. رضایی دیزگاه، مراد صالحی و کردآبادی، سجاد (۱۳۸۸)، مشتری مداری، همایش منطقه‌ای طراحی مجدد سازمان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد آستانه.
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 طباطبائی.
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 نامه کارشناسی 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؛



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

۲۲۸