

تاریخ دریافت مقاله: ۸۸/۰۵/۱۲
تاریخ بررسی مقاله: ۸۸/۱۰/۰۳
تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۰۳/۰۲

مجله دست آوردهای روان‌شناختی
(علوم تربیتی و روان‌شناسی)
دانشگاه شهید چمران اهواز، پاییز و زمستان ۱۳۸۹
دوره‌ی چهارم، سال ۱۷-۳، شماره‌ی ۲
ص:ص: ۱۸-۱

ویژگی‌های روان‌سنجی پرسشنامه‌های سنجش رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتریان بانک صادرات ایران^۱

محمد خدایاری فرد*، سید محمد میرکمالی**، غلامعلی افروز*، محسن پاک نژاد***،
حیدرعلی هومن****، احمد به‌پژوه****، حسین شکرکن*****، سیمین حسینیان*****،
سیده منوره یزدی*****، باقر غباری بناب****، محسن شکوهی یکتا****،
محمد ربیع‌زاده*****، علی نقی فقیهی*****، فاطمه حسینی حسین‌آباد*****

چکیده

هدف پژوهش حاضر ساخت و اعتباریابی ابزاری استاندارد و ویژه برای سنجش رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتریان بانک و تعیین عوامل هر یک بود. روش پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی بود و به این منظور دو پرسشنامه سنجش رضایت شغلی ویژه کارکنان بانک و رضایت مشتریان بانک طراحی شد. در مطالعه‌ی مقدماتی خصوصیات روان‌سنجی از جمله روایی محتوا و صوری هر دو پرسشنامه واریسی شد. سپس پرسشنامه‌های نهایی در بین نمونه ۸۷۳ نفری از کارکنان شعب بانک صادرات ایران در شهر تهران و نمونه ۳۵۰ نفری مشتریان بانک مذکور با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب و اجرا شد. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی پرسشنامه رضایت شغلی ضمن تأیید ساختار

۱- مقاله‌ی حاضر گزارش بخشی از طرح تحقیقاتی تحت عنوان "سنجش میزان رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتریان بانک صادرات ایران و ارائه‌ی الگوی مداخله‌ی روان‌شناختی به منظور ارتقای آنها" است. این طرح با حمایت مالی بانک صادرات ایران و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری انجام شده است.
* استاد دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)

khodayar@ut.ac.ir

** استاد دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران / *** استادیار پژوهشی جهاد دانشگاهی دانشگاه تهران / **** عضو هیات علمی بازنشسته دانشگاه علامه طباطبایی / ***** دانشیار دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران / ***** استاد دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه شهید چمران / ***** استاد دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه الزهراء / ***** دانشیار دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه الزهراء / ***** کارشناس ارشد بانکداری / ***** دانشیار دانشگاه قم / ***** کارشناس ارشد روان‌شناسی تربیتی

نظری اولیه، هفت عامل را به عنوان عوامل مهم رضایت شغلی کارکنان بانک نشان داد که به ترتیب عبارتند از: تأمین نیازهای مادی و روانی، روابط با همکاران و مشتری، ماهیت کار، روابط با سرپرست، منزلت، مسئولیت و احترام، عوامل محیطی کار و جو سازمانی. میزان رضایت شغلی کارکنان بانک در حد متوسط بود. ضعیف‌ترین احساس رضایت شغلی کارکنان مربوط به جو سازمانی نامناسب، ارضای نیازهای مادی و معنوی و عوامل محیطی شعب بانک بود. در کنار آن کارکنان احساس رضایتمندی مطلوبی نسبت به همدلی و همکاری در بین همکاران و با دیگران و نیز شایستگی و صلاحیت روسا داشتند. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی پرسشنامه رضایت مشتری نیز ضمن تأیید ساختار نظری اولیه چهار عامل را در تأمین رضایت مشتریان مهم نشان داد، که عبارتند از: رضایت از کارکنان و فرایندها، رضایت از محیط فیزیکی، موانع تجهیزاتی خدمت رسانی و موانع انسانی خدمت رسانی. میزان رضایت مشتریان بانک صادرات در حد خوب و مطلوب بود.

کلید واژگان: رضایت شغلی، رضایت مشتری، کارکنان بانک، خصوصیات روانسنجی و بانک صادرات

مقدمه

توجه ویژه به نیازها و خواسته‌های مشتریان از جمله موضوعات پر اهمیت هر سازمانی است. مطالعات نشان داده‌اند شرکت‌ها و مؤسساتی که خدمات مطلوب به مشتریان ارائه می‌نمایند، دارای چندین ویژگی مهم و مشترک هستند. این مؤسسات به خواسته‌ها، نیازها و انتظارات مشتریان توجه جدی دارند؛ استراتژی خدماتی مورد استفاده‌ی آنها به طور واضح تعریف و تشریح شده است؛ و سیستمی را طراحی کرده‌اند که در آن با مشتریان به خوبی رفتار می‌شود (ونوس و صفائیان، ۱۳۸۱).

تحقیقی که در یکی از بانک‌های کشور، برای شناسایی نیازها و عوامل مؤثر بر رضایت مشتریان انجام گرفت، نشان داد که حدود ۶۰ درصد کل واریانس تغییرات رضایت مشتریان از طریق هفت مؤلفه طرز رفتار و نحوه‌ی برخورد کارکنان شعب با مشتریان بانک، جوابگویی، سود و تسهیلات، سرعت در کار، کیفیت ارائه خدمات، موقعیت مکانی بانک‌ها و کیفیت ارسال حوالجات قابل تبیین است. در ضمن نتایج نشان داد که در بین این مؤلفه‌ها نحوه و طرز برخورد کارکنان شعبه با مشتریان بانک، دارای بیشترین اهمیت است و لذا می‌توان دریافت کارکنانی که با مشتری تماس دارند، باید ویژگی‌های رفتاری خاص نظیر در دسترس بودن، حل مسایل مشتری، توانایی غلبه بر احساسات نامطلوب خود و برخورد صمیمانه‌ی بالایی داشته

باشند (عارف کشفی، ۱۳۷۸). خصوصیات موجود در خدمات بانکی به طور عمده‌ای می‌تواند به درک مصرف‌کننده نسبت به این خصوصیات از قبیل: سهولت و سرعت استفاده از خدمات، رازداری، برخورد مناسب، ارایه تسهیلات بیشتر، پرداخت سود بیشتر، بستگی داشته باشد. به طور معمول مشتریان به این عوامل اهمیت و حساسیت بیشتری نشان می‌دهند (دفت، ۱۳۷۴). اعتقاد بر این است که بهبود روابط با مشتری اثر معنی‌داری بر روی سوددهی بانک دارد (سیمپسون، ۲۰۰۶). تخمین زده شده است کاهش تنها ۵ درصد اشکالات در رابطه با مشتری ۸۵ درصد منافع عاید یک شعبه‌ی بانک می‌کند (ژانگ^۲، ۲۰۰۸).

رضایت مشتری متأثر از دو عامل متغیرهای درون سازمانی و محیطی است. متغیرهای درون سازمانی متغیرهایی هستند که بر رضایت مشتریان بانک اثر می‌گذارند و بانک نیز بر این عوامل کنترل دارد. این عوامل عبارتند از: کیفیت ارایه خدمات بانکی، نرخ سود سپرده‌ها و تسهیلات اعطائی (البته به دلیل دولتی بودن بانک‌ها در ایران عوامل نرخ سود و میزان تسهیلات جزء متغیرهای داخلی بانک‌های ایران نمی‌باشد)، رفتار مناسب کارکنان، پاسخگویی مؤثر، ارتباط مؤثر و رضایت شغلی کارکنان بانک. متغیرهای محیطی شامل متغیرهایی است که مربوط به محیط بیرونی بانک اعم از محیط کاری یا محیط عمومی بانک‌ها می‌باشد. محیط کاری بانک‌ها شامل بخش‌هایی است که بانک به صورت مستقیم با آنها رابطه‌ی متقابل دارد، به صورتی که بانک برای راه رسیدن به اهداف خود تحت تأثیر مستقیم آنها است. پژوهش‌ها نشان داده‌اند کارکنان خرسند تعهد بیشتری نسبت به سازمان و مشتریان از خود نشان می‌دهند. کارکنانی که از کارشان راضی‌اند، به احتمال زیاد، برای کارفرما موفقیت به ارمغان می‌آورند. آنان برای رسیدن به موفقیت تلاش و جدیت بیشتری به خرج می‌دهند و سعی می‌کنند سطح کیفیت خدمت رسانی به مشتری را ارتقا دهند (سماواتی، ۱۳۷۵).

در رابطه با عوامل مؤثر در رضایت شغلی کارکنان تحقیقات زیادی انجام شده است. آنچه از اکثر مطالعات رضایت شغلی برمی‌آید مهیا نمودن موجبات رضایت شغلی کارکنان، بیشتر با جنبه‌های درونی و کیفی شغل از قبیل هماهنگی با استعدادها، چالش برانگیز بودن، نوع همکاری‌ها و رابطه با دیگران، سیستم پاداشی استوار بر عدالت و مساوات، میزان پیشرفت و

1- Simpson

2- Zhang

موفقیت و بالاخره شرایط محیط کار مرتبط است. این موارد انجام دادن کار و دستیابی به اهداف را تسهیل می‌کنند و از افراد حمایت به عمل می‌آورند که به معنی‌داری شغل مربوط می‌شود. معنادارسازی شغل، فراهم ساختن شرایط کار و ویژگی‌های شغل که سبب پرباری، مسئولیت‌پذیری، چالشی بودن، مولد و پر ارزش بودن، و بالا رفتن کیفیت زندگی شغلی، و تأمین نیازهای فرد و سازمان تعریف شده است. در حقیقت باید مهارت‌های حمایت از مشتری را به مشتریان درون سازمانی (کارکنانی که در تماس مستقیم با مشتریان هستند) آموزش داد. در این صورت، کل زنجیره را تحکیم و تقویت کرده و بدین ترتیب می‌توان حمایت کامل‌تری از مصرف‌کننده‌ی نهایی به عمل آورد (میرکمالی، ۱۳۸۳).

بررسی عوامل مؤثر بر میزان رضایتمندی کارکنان ستاد شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران و شرکت پالایش نفت تهران نشان داد مهم‌ترین بُعد رضایت شغلی در جامعه‌ی مورد مطالعه، مسائل مدیریتی و در رأس آنها نحوه‌ی رفتار مدیران با زیردستان است و سپس ابعاد ماهیت کار، همکاران، اهمیت شغل، ارتقاء و رضایت از حقوق در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند (روابط کار و مددکاری اجتماعی شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران، ۱۳۸۰). محمدی (۱۳۸۲) بین تنوع مهارت، اهمیت کار، هویت کار، بازخورد از کار، انگیزش بالقوه شغل و رضایت شغلی کارکنان زندان رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری را گزارش کرده است. در تحقیق پرتوی (۱۳۸۵) رابطه بین ماهیت شغلی و رضایت شغلی کارکنان شرکت ذوب آهن اصفهان بررسی شده است. نتایج پژوهش نشان داد که بین ارزش کار، خود استقلال، بازخورد، فرصت‌های شغلی، امکانات شغلی و چالش شغلی با رضایت شغلی همبستگی مثبت و معنی‌دار وجود دارد. همچنین یافته‌های تقی‌زاده (۱۳۸۵) نشان داد که بین شاخص‌های ماهیت کار، همکاران، حقوق، فرصت‌های ارتقاء و ترفیع، و رضایت شغلی رابطه‌ی مثبت و معنی‌دار وجود دارد.

روش‌های مختلفی برای سنجش رضایت شغلی وجود دارد که برخی از آنها عبارتند از: مقیاس‌های درجه‌بندی، مصاحبه و گرایش عملی یا کارکردی و ثبت وقایع حساس؛ ولی مهم‌ترین آنها بهره‌گیری از روش پرسشنامه‌ای است. متداول‌ترین مقیاس اندازه‌گیری رضایت شغلی استفاده از مقیاس‌های درجه‌بندی شده است و یکی از معروف‌ترین آنها پرسشنامه مینه سوتا می‌باشد که از درجه رضایت‌مندی پاسخ دهندگان در پنج ماده، هر یک از مقیاس‌ها،

درجه‌بندی نوع لیکرت را به دست می‌آورند. این مواد عبارتند از: ۱- بهره‌مندی از توانایی، ۲- خلاقیت شغلی، ۳- تنوع کار، ۴- ایمنی شغلی و ۵- شرایط مادی زندگی. معیار اندازه‌گیری دیگر عبارت است از شاخص توصیفی شغل، که توسط اسمیت، کندال و هیولین^۱ (۱۹۶۹) تدوین شده است. در این شاخص، پاسخ دهندگان به جنبه‌های پنج گانه موقعیت کاری، پاسخ بلی یا خیر می‌دهند. این پنج جنبه عبارتند از: ۱- ماهیت کار مورد نظر، ۲- سرپرستان، ۳- همکاران، ۴- حقوق و دستمزد و ۵- فرصت‌های ارتقای شغلی (فلدمن و آرنولد^۲، ۱۹۹۵). میرکمالی و نارنجی (۱۳۸۷) ابزاری با هفت مؤلفه کار، روابط، ارتقاء، حقوق، جوسازمانی، منزلت و عوامل محیطی تدوین کردند که از طریق تحلیل عاملی اکتشافی مورد تأیید قرار گرفت.

سو یارام و سو^۳ (۲۰۰۶) دریافتند چگونه عوامل کمک کننده به خدمات مانند مدیریت منابع و مدیریت منابع انسانی بر کیفیت متابعت^۴ و بر عملکرد بهره‌ورانه^۵ اثر می‌گذارد. نتایج این تحقیق نشان داد سطوح بالاتر تماس با مشتری بر روابط بین کیفیت متابعت و عملکرد بهره‌ورانه اثر دارد. چیس و تانسیک^۶ (۱۹۸۳)، فیتسیمونز^۷ (۱۹۸۵)، نای و کلاگ^۸ (۱۹۹۹) و چمنر^۹ (۱۹۸۶) دریافتند که دادن اختیار خدمات رسانی در همه زمان‌ها یا به همه کارکنان به جهت نتایج منفی و مثبت برای کارکنان و سازمان مناسب نیست. رفیق و احمد^{۱۰} (۲۰۰۰) یک چارچوب برای دادن اختیار ارتباط به کارکنان ارائه کننده خدمات ترسیم کردند. آنها این بحث را مطرح کردند که سطوح مناسب و انواع اختیاراتی که به کارکنان واگذار می‌شود به ترکیبی از پیچیدگی یا تغییرپذیری نیازهای مشتریان و میزان پیچیدگی یا تغییرپذیری وظیفه در ارائه خدمات مورد نیاز به مشتریان بستگی دارد.

هومن (۱۳۸۱) برای ساخت و هنجاریابی پرسشنامه رضایت شغلی طی پژوهشی جامع به

-
- 1- Smith, Kendal and Hulin
 - 2- Feldman, D. C. & Arnold
 - 3- Xu, Jayaram and Xu
 - 4- Conformance quality
 - 5- Productivity performance
 - 6- Chase and Tansik
 - 7- Fitzsimmons
 - 8- Nie & Kellogg
 - 9- Schmenner
 - 10- Rafiq & Ahmed

تهیه و استاندارد کردن مقیاس سنجش رضایت شغلی پرداخت. این پژوهش با هدف تهیه و استاندارد کردن مقیاس سنجش رضایت شغلی در سطح کشور در گروه نمونه‌ای ۸۰۰۰ نفری مدیران و کارمندان دولت در دو مرحله تجربی و یک مرحله نهایی (روی هم ۶۰۰۰ مدیر و ۱۸۰۰۰ کارمند) اجرا شده است. افراد از ۱۰ استان و ۵ گروه وزارتخانه انتخاب شده بودند. ابزار پژوهش شامل فرم‌های ۱۰۰ سؤالی بر پایه مقیاس لیکرت با درجات ۱ تا ۴ بود. حاصل مراحل یکم و دوم تهیه مقیاس ۱۰۰ سؤالی بود که با دو فرم کوتاه و بلند مقیاس رضایت شغلی مینه سوتا به ترتیب ۰/۸۶ و ۰/۹۲ همبستگی نشان داد. ضرایب همگونی اعتبار فرم‌های G، F و H در مرحله نهایی برای مدیران به ترتیب برابر با ۰/۹۵، ۰/۹۴ و ۰/۹۵ و برای کارمندان برابر با ۰/۹۵ و ۰/۹۶ است. اعتبار بازمیابی فرم F به فاصله یک هفته روی ۲۰۶ کارمند ۰/۸ بود. روایی ملاک از طریق مصاحبه و تکمیل یک مقیاس ۱۸ سؤالی برابر با ۰/۴۵ و تکمیل یک مقیاس ۲۲ سؤالی از طریق مصاحبه با ۲۰۰ کارمند زن و مرد برابر با ۰/۸۹ و ۰/۸۸ به دست آمد. حاصل نهایی این پژوهش ساخت سه مقیاس روا و معتبر برای سنجش رضایت شغلی در سطح ملی و نیز فراهم نمودن معیار (نرم) ملی در مقیاس جمعیتی بزرگ برای مقایسه نتایج مطالعات با آن است.

نظر به اهمیت بانک‌ها در نظام اقتصادی کشور و نقش رضایت شغلی کارکنان و مشتریان در رونق این رکن اقتصادی لازم است تدابیری برای اعتدالی سطح رضایت این دو گروه اندیشیده شود. از این رو، با هدف مفهوم‌سازی رضایت شغلی کارکنان بانک و رضایت مشتریان آنها و نیز ساخت پرسشنامه ویژه و استاندارد برای اندازه‌گیری این دو سازه مطالعه‌ی حاضر انجام شد.

روش

این پژوهش از نظر هدف بنیادی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها از نوع غیرآزمایشی است. (سرمد، بازرگان و حجازی، ۱۳۸۰). جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان شاغل در ۶۲۰ شعبه بانک صادرات ایران در تهران بزرگ است که در زمان اجرای طرح ۶۶۰۸ هزار نفر پرسنل در این شعب شاغل بودند. از این تعداد ۱۸/۴ درصد زن و مابقی مرد بودند. این شعب بر حسب منطقه جغرافیایی به سرپرستی‌های مرکز، شمال، جنوب، شرق، غرب و کرج توزیع

شده‌اند و بر حسب نوع فعالیت به درجات ۱ تا ۶ و درجه ممتاز طبقه‌بندی شده‌اند. همچنین، از جمعیت آماری مشتریان بانک صادرات تهران بزرگ در سال ۱۳۸۶ نیز نمونه‌ای به صورت تصادفی انتخاب شدند.

با توجه به روش آماری سنجش روایی پرسشنامه از طریق تحلیل عاملی^۱ نمونه‌ای برای کارکنان بانک به تعداد ۹۶۰ نفر از جامعه آماری کارکنان شعب بانک و نمونه‌ای به تعداد ۳۳۰ نفر از جامعه آماری مشتریان بانک صادرات تعیین گردید. روش نمونه‌گیری از نوع تصادفی طبقه‌ای^۲ است (سرمد، بازرگان و حجازی، ۱۳۸۰).

از ۸۷۳ نفر کارکنان شعب بانک صادرات که در مطالعه حاضر شرکت داشتند ۷۴ درصد مرد ۲۶ درصد زن بودند، از نظر تأهل ۸۳ درصد متأهل و ۱۷ درصد مجرد بودند. وضعیت تحصیلات ۵۳ درصد دیپلم، ۹ درصد کاردانی، ۳۵ درصد کارشناسی و ۳ درصد کارشناسی ارشد بودند. میانگین سنی کارکنان ۳۶ سال و سابقه کاری ۱۳ سال را در بانک صادرات ایران دارا بودند. از نظر جایگاه شغل سازمانی ۶۲ درصد قراردادی و ۳۵ درصد جایگاه شغلی مدیریتی داشتند.

در بین ۳۵۰ نفر مشتریان بانک نیز ۷۷ درصد مرد و ۲۳ درصد زن بودند. تحصیلات ۴۰/۸ درصد آنان دیپلم و ۱۸/۹ درصد زیر دیپلم، فوق دیپلم ۲۰/۴ درصد، لیسانس ۲۰/۴ درصد بود. میانگین سنی مشتریان ۴۰ سال با ۹ سال سابقه مشتری در شعب مورد مطالعه بود. اکثر آنان ۶۸/۴ درصد دارای حساب جاری و ۳۱/۶ درصد حساب قرض الحسنه داشتند.

پرسشنامه‌ها: پرسشنامه رضایت شغلی توسط استادان مدیریت، روان‌شناسی سازمانی، مشاوره شغلی و آمار مورد ارزیابی مکرر قرار گرفت. تک تک پرسش‌ها در طی جلسات متعدد و با حضور این کارشناسان بررسی شدند و حتی در مورد جزئی‌ترین نکته‌های کارشناسی آزمون سازی مورد بحث و انتقاد واقع گردید و نهایتاً پس از اعمال آراء و با تأیید نهایی پرسشنامه‌ای با ۱۲۵ سؤال از نوع لیکرت شش درجه‌ای و دارای پرسش‌ها مخصوص به بانک طراحی شد که هفت بعد را اندازه می‌گیرد. این ابعاد عبارتند از:

کار: ماهیت کار ویژگی‌های کار تطبیق استعداد فرد و محتوای شغلی با ۲۲ سوال

1- Factor analyze

2- stratified sampling

۱. روابط با مافوق، همکاران و مشتری با ۲۶ سؤال
 ۲. ارتقا، موفقیت و پیشرفت شغلی، رشد و بهبود شغلی، توجه به آموزش و فرصت یادگیری با ۱۹ سؤال
 ۳. حقوق و مزایا با ۸ سؤال
 ۴. جو سازمانی با ۱۵ سؤال
 ۵. قدر، منزلت، احترام و مسئولیت با ۱۸ سؤال
 ۶. عوامل محیطی کار شامل امکانات رفاهی، درمانی تفریحی و ورزشی با ۱۷ سؤال.
- پرسشنامه رضایت مشتری با ۳۴ سؤال از نوع لیکرت چهار درجه‌ای و مخصوص بانک طراحی شد. این پرسشنامه با سنجش رضایت مشتری در کل چهار ملاک عمده رضایت به شرح زیر را می‌سنجد.
- کارکنان بانک:** خصوصیات کارکنان از جمله مهارت‌ها و دانش، مسئولیت‌پذیری، ارتباطات، تشریک مساعی با مشتریان و روابط دوستانه با آنها.
- دستاوردها:** محصولات و خدمات متنوع بانک نظیر تنوع خدمات، بازپرداخت وام‌ها و هزینه خدمات.
- خدمات:** نحوه‌ی ارائه خدمات در بانک به مشتریان از جمله زمان انتظار، میزان اطلاع‌رسانی درباره خدمات و موجودی بانک.
- دسترسی:** گستردگی شبکه بانکی، محل شعب و میزان نظم و آشفته‌گی در سیستم خدمات.
- پس از تهیه و تدوین فرم اولیه پرسشنامه‌های رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتری مطالعه مقدماتی اول انجام شد. در این مطالعه ۱۰ شعبه بانک صادرات از نواحی مرکزی، جنوبی، شمالی، غربی و شرقی شرکت داشتند و از هر ناحیه دو شعبه به صورت تصادفی انتخاب شد. سپس پرسشنامه‌ها به صورت مصاحبه‌ای توسط پرسشگران آموزش دیده تکمیل شد. در مجموع ۳۰ پرسشنامه رضایت شغلی و ۳۰ پرسشنامه رضایت مشتری تکمیل و گردآوری شد. جدول ۱ ضریب آلفای کرونباخ مقیاس‌های رضایت کارکنان را ارائه می‌دهد. بر اساس جدول فوق کل پرسشنامه رضایت کارکنان دارای آلفای کرونباخ مناسبی ($\alpha=0.97$) بوده است و نشان می‌دهد که پرسشنامه از انسجام درونی بسیار مناسب و مطلوبی برخوردار است. در بررسی خرده مقیاس‌های پرسشنامه تنها مقیاس حقوق و مزایا دارای آلفای کرونباخ

ضعیف ($\alpha = 0/46$) و زیر $0/60$ می‌باشد که با بررسی آلفای کاهشی سؤالات این مقیاس مشخص شد سؤال ۷۰ مقیاس دارای اشکال است که عبارت سؤال ۷۰ پرسشنامه بازنویسی شد.

جدول ۱. ضرایب آلفای کرونباخ پرسشنامه سنجش رضایت شغلی کارکنان بانک صادرات

مقیاس‌ها	تعداد سوال	آلفای کرونباخ
ماهیت کار	۲۲	۰/۶۹
روابط	۲۶	۰/۸۷
ارتقاء و پیشرفت	۱۹	۰/۹۱
حقوق و مزایا	۸	۰/۶۶
جو سازمانی	۱۵	۰/۷۵
منزلت و مسئولیت	۱۷	۰/۹۳
عوامل محیطی	۱۸	۰/۹۱
کل رضایت شغلی	۱۲۵	۰/۹۷

جدول ۲ ضریب آلفای کرونباخ مقیاس‌های رضایت مشتری را ارائه می‌دهد. بر اساس جدول فوق کل پرسشنامه رضایت مشتری دارای آلفای کرونباخ مناسبی ($0/86$) بوده و نشان می‌دهد که پرسشنامه از انسجام درونی مطلوبی برخوردار است. در بررسی خرده مقیاس‌های پرسشنامه تنها مقیاس دسترسی به خدمات دارای آلفای کرونباخ ضعیف ($0/50$) و زیر $0/60$ می‌باشد که با بررسی آلفای کاهشی سؤالات این مقیاس مشخص شد سؤال ۲۷ مقیاس دارای اشکال است که با حذف آن سؤال آلفای کرونباخ ($0/66$) افزایش یافت. بنابراین سؤال حذف شد و تعداد سؤالات پرسشنامه به ۳۳ سؤال رسید.

جدول ۲ ضرایب آلفای کرونباخ مقیاس رضایت مشتری

مقیاس‌ها	تعداد سؤال	آلفای کرونباخ
کارکنان	۱۵	۰/۸۱
خدمت رسانی	۱۰	۰/۶۵
دسترسی به خدمات	۴	۰/۶۶
محیط فیزیکی	۴	۰/۹۱
رضایت مشتری	۳۳	۰/۸۶

نتایج

پرسشنامه رضایت شغلی کارکنان با روش مؤلفه‌های اصلی تحلیل عاملی اکتشافی شد. بر اساس یافته‌ها مقدار شاخص کفایت نمونه برداری برابر با $(kmo=0/96)$ می‌باشد که نزدیک به یک است و بیانگر کفایت تعداد گروه نمونه برای انجام دادن تحلیل عاملی می‌باشد. آزمون برقراری شرط کرویت بارتلت $(\chi^2 = 49639/46, p < 0/001)$ نیز معنی‌دار و بیانگر برقراری این شرط برای استفاده از روش تحلیل عاملی است.

انجام دادن روش تحلیل عاملی با روش تحلیل مؤلفه اصلی^۱ و با مدل چرخش واریماکس^۲ بیست و سه عامل با مقدار ارزش ویژه^۳ بالاتر از یک که $63/11$ درصد از واریانس عوامل را تبیین می‌کند، مشخص کرد. برای تعیین تعداد عامل‌ها به سه موضوع توجه شد. ابتدا به مقدار ارزش ویژه هر عامل و مقدار درصد آن سپس از آزمون اسکری استفاده شد. در نهایت از سطحی از تعداد عامل‌ها که در این تحلیل چهار عامل بود شروع و تعداد عامل‌ها را در هر مرحله یکی یکی افزوده و نتیجه بررسی می‌شد. در صورتی که عامل افزوده شده موجب افزایش درصد تبیین و نیز تعداد سؤالات بیش از سه بود تحلیل ادامه می‌یافت و دوباره یک عامل دیگر به تعداد عامل‌ها افزوده می‌شد. بر این اساس تحلیل عاملی با هفت عامل متوقف شد. بر اساس یافته‌های تحلیل عاملی پرسشنامه رضایت شغلی کارکنان از ۱۲۵ سؤال پرسشنامه شش سؤال یعنی سؤال‌های ۱۱، ۱۰، ۸۷، ۴، ۸۶ و ۱۲۲ به دلیل اینکه در هیچ یک از عوامل بار عاملی نداشت حذف شد. مجدداً تحلیل عاملی اجرا شد اکنون نتیجه با حذف شش سؤال و با ۱۱۹ سؤال و در هفت عامل در جدول ۳ ارائه شده است.

پرسشنامه رضایت شغلی کارکنان بانک پس از تحلیل عاملی اکتشافی با روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی و با چرخش واریماکس از بین ۲۳ عامل با ارزش ویژه بالاتر از یک $63/35$ درصد از واریانس را تبیین می‌کرد. از بین آنها و با توجه به آزمون اسکری هفت عامل با $46/36$ درصد واریانس تبیین کننده انتخاب شد. عامل‌ها عبارتند از (۱) عامل اول با ۳۹ سؤال به عنوان تأمین نیازهای مادی و روانی با $14/07$ درصد تبیین واریانس. (۲) عامل دوم با ۲۲

- 1- Principal Component Analysis
- 2- varimax
- 3- eigenvalues

جدول ۳. تحلیل عامل اکتشافی پرسشنامه رضایت شغلی با روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی و چرخش

واریماکس

ردیف	تأمین نیازها		روابط با همکار		ماهیت کار		روابط با سرپرست		منزلت کار		عوامل محیطی		جو سازمانی	
	بار عاملی	فشار	بار عاملی	فشار	بار عاملی	فشار	بار عاملی	فشار	بار عاملی	فشار	بار عاملی	فشار	بار عاملی	فشار
۱	۰/۷۴	q۷۰	۰/۷۴	q۴۵	۰/۷۴	q۱۳	۰/۷۴	q۲۵	۰/۸۴	q۱۰۴	۰/۶۲	q۱۱۴	۰/۶۴	q۸۴
۲	۰/۷۲	q۷۹	۰/۷۲	q۲۹	۰/۷۴	q۱۴	۰/۷۴	q۲۸	۰/۸۱	q۱۰۵	۰/۶۱	q۱۱۳	۰/۶۳	q۸۹
۳	۰/۷۱	q۶۸	۰/۷۱	q۳۵	۰/۶۸	q۱۵	۰/۶۸	q۲۷	۰/۷۹	q۵۹	۰/۵۴	q۱۱۶	۰/۶۳	q۸۱
۴	۰/۷۰	q۹۱	۰/۷۰	q۴۶	۰/۶۷	q۱۸	۰/۶۷	q۲۴	۰/۷۸	q۹۹	۰/۵۲	q۱۲۱	۰/۶۱	q۷۸
۵	۰/۷۰	q۶۹	۰/۷۰	q۱۰۸	۰/۶۸	q۲۲	۰/۶۵	q۴۱	۰/۷۶	q۱۰۳	۰/۴۸	q۱۱۵	۰/۵۹	q۷۵
۶	۰/۶۹	q۸۰	۰/۶۹	q۳۰	۰/۶۷	q۶	۰/۶۴	q۳۲	۰/۷۱	q۹۵	۰/۴۸	q۱۱۹	۰/۵۶	q۹
۷	۰/۶۹	q۵۱	۰/۶۶	q۳۴	۰/۶۶	q۸	۰/۵۷	q۲۳	۰/۷۰	q۵۸	۰/۴۸	q۱۱۸	۰/۵۵	q۱۲۴
۸	۰/۶۸	q۷۳	۰/۶۳	q۴۴	۰/۵۶	q۱۷	۰/۵۶	q۴۲	۰/۶۷	q۹۷	۰/۴۷	q۱۱۷	۰/۵۱	
۹	۰/۶۸	q۷۲	۰/۵۹	q۳	۰/۵۳	q۲۰	۰/۵۰	q۹۳	۰/۵۰	q۱۰۶	۰/۴۵	q۱۲۳	۰/۴۹	
۱۰	۰/۶۶	q۷۱	۰/۵۷	q۳۹	۰/۵۰	q۱	۰/۴۳	q۴۸	۰/۴۳	q۹۲	۰/۴۵			
۱۱	۰/۶۴	q۵۰	۰/۵۷	q۲۶	۰/۵۰	q۱۲				q۵۶	۰/۴۵			
۱۲	۰/۶۲	q۱۶	۰/۵۶	q۴۹	۰/۴۸	q۷				q۶۷	۰/۴۴			
۱۳	۰/۶۰	q۸۲	۰/۵۵	q۴۰	۰/۴۶	q۵۳				q۱۰۱	۰/۴۴			
۱۴	۰/۶۰	q۶۳	۰/۵۲	q۱۰۰	۰/۴۵	q۲				q۶۵	۰/۴۱			
۱۵	۰/۶۰	q۹۴	۰/۵۱	q۳۳	۰/۴۱	q۳								
۱۶	۰/۵۸	q۹۶	۰/۵۰	q۶۴	۰/۴۰	q۲۱								
۱۷	۰/۵۸	q۷۴	۰/۴۹	q۸۸	۰/۳۸	q۱۹								
۱۸	۰/۵۸	q۵۷	۰/۴۷	q۹۰	۰/۳۴	q۵								
۱۹	۰/۵۷	q۶۲	۰/۴۶	q۳۶										
۲۰	۰/۵۴	q۵۲	۰/۴۵	q۸۳										
۲۱	۰/۵۴	q۶۱	۰/۴۴	q۴۳										
۲۲	۰/۵۳	q۶۶	۰/۴۳	q۳۷										
۲۳	۰/۵۱	q۸۵												
۲۴	۰/۵۰	q۱۲۰												
۲۵	۰/۵۰	q۷۶												
۲۶	۰/۴۹	q۱۰۹												
۲۷	۰/۴۹	q۹۸												
۲۸	۰/۴۹	q۵۵												
۲۹	۰/۴۸	q۱۱۰												
۳۰	۰/۴۸	q۱۱۱												
۳۱	۰/۴۷	q۴۷												
۳۲	۰/۴۴	q۷۷												
۳۳	۰/۴۱	q۳۸												
۳۴	۰/۴۰	q۱۰۷												
۳۵	۰/۳۹	q۱۱۲												
۳۶	۰/۳۸	q۱۰۲												
۳۷	۰/۳۸	q۱۲۵												
۳۸	۰/۳۶	q۶۰												
۳۹	۰/۳۳	q۵۴												

سؤال به عنوان روابط با همکاران و مشتری با ۸/۹۱ درصد تبیین واریانس. ۳) عامل سوم با ۱۸ سؤال به عنوان ماهیت کار با ۷ درصد تبیین واریانس. ۴) عامل چهارم با ۱۰ سؤال به عنوان روابط با سرپرست با ۵/۷ درصد تبیین واریانس. ۵) عامل پنجم با ۱۴ سؤال به عنوان منزلت، مسئولیت و احترام با ۵,۴ درصد تبیین واریانس. ۶) عامل ششم با ۹ سؤال به عنوان عوامل محیطی کار با ۴/۳۷ درصد تبیین واریانس. ۷) عامل هفتم با ۷ سؤال به عنوان جو سازمانی با ۲/۲۱ درصد تبیین واریانس.

پرسشنامه رضایت مشتری نیز با روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی تحلیل عاملی اکتشافی شد. شاخص کفایت نمونه برابر مقدار ($kmo=0/93$) می‌باشد که نزدیک به یک است و بیانگر کفایت تعداد گروه نمونه برای انجام تحلیل عاملی می‌باشد. آزمون برقراری شرط کرویت بارتلت ($\chi^2 = 4571/88$, $p < 0/001$) نیز معنی‌دار و بیانگر برقراری این شرط برای استفاده از روش تحلیل عاملی است. انجام دادن روش تحلیل عاملی با روش تحلیل مؤلفه اصلی و مدل چرخش واریماکس شش عامل با مقدار ارزش ویژه بالاتر از یک که ۶۰/۸۰ درصد از واریانس عوامل را تبیین می‌کند، مشخص کرد. برای تعیین تعداد عامل‌ها به همان روش پرسشنامه سنجش رضایت شغلی عمل شد. بر این اساس تحلیل عاملی با چهار عامل متوقف شد که نتایج آن در جدول ۴ آمده است. بر اساس یافته‌های تحلیل عاملی پرسشنامه رضایت مشتری هیچ سؤالی از ۳۳ سؤال حذف نشد. این چهار عامل با هم ۵۴/۲۰ درصد از واریانس عوامل را تبیین می‌کند.

پرسشنامه رضایت مشتری نیز با ۳۳ سؤال دارای چهار مؤلفه به شرح زیر نامگذاری شد. ۱) عامل اول با ۱۹ سؤال به عنوان رضایت از کارکنان و فرایندها با ۲۸/۶ درصد از تبیین واریانس. ۲) عامل دوم با ۶ سؤال به عنوان رضایت از محیط فیزیکی با ۱۱ درصد از تبیین واریانس. ۳) عامل سوم با ۴ سؤال به عنوان موانع تجهیزاتی خدمت رسانی با ۷/۹۴ درصد از تبیین واریانس. ۴) عامل چهارم با ۴ سؤال به عنوان موانع انسانی خدمت رسانی با ۶/۶۵ درصد از تبیین واریانس. جدول ۵ میانگین و انحراف استاندارد مؤلفه‌های رضایت شغلی کارکنان بانک صادرات شهر تهران را در شش ناحیه بانک گزارش می‌کند.

مطابق جدول ۵ میانگین و انحراف استاندارد رضایت شغلی در بین کارکنان بانک صادرات برابر با ($M=4/13$, $SD=0/59$) است که از نظر حداقل و حداکثر نمره رضایت شغلی که ۱ تا

جدول ۴. تحلیل عامل اکتشافی پرسشنامه رضایت شغلی با روش تحلیل مؤلفه‌های اساسی و چرخش واریماکس

ردیف	رضایت از کارکنان و فرآیندها		رضایت از محیط فیزیکی		موانع تجهیزاتی خدمت رسانی		موانع انسانی خدمت رسانی	
	سؤال	بارعاملی	سؤال	بارعاملی	سؤال	بارعاملی	سؤال	بارعاملی
۱	q۱۲	۰/۷۶	q۳۱	۰/۸۱	q۲۸	۰/۷۸	q۹	۰/۶۸
۲	q۱۰	۰/۷۴	q۳۲	۰/۸۱	q۲۷	۰/۷۵	q۵	۰/۶۴
۳	q۱۴	۰/۷۳	q۲۹	۰/۷۷	q۳۳	۰/۷۵	q۱۷	۰/۴۷
۴	q۳	۰/۷۲	q۳۰	۰/۷۶	q۲۴	۰/۵۱	q۲۵	۰/۴۵
۵	q۱۵	۰/۷۲	q۶	۰/۴۶				
۶	q۱۱	۰/۷۲	q۲۶	۰/۴۰				
۷	q۴	۰/۷۲						
۸	q۱۳	۰/۷۱						
۹	q۲۳	۰/۷۰						
۱۰	q۲۰	۰/۷۰						
۱۱	q۱۶	۰/۶۹						
۱۲	q۱۸	۰/۶۸						
۱۳	q۲۲	۰/۶۸						
۱۴	q۲	۰/۶۵						
۱۵	q۷	۰/۶۲						
۱۶	q۱	۰/۶۰						
۱۷	q۱۹	۰/۶۰						
۱۸	q۲۱	۰/۶۰						
۱۹	q۸	۰/۴۰						

۶ است و با محاسبه متوسط نمره دامنه نمره که ۳/۵ است میزان رضایت شغلی کارکنان کمی بالای متوسط قرار دارد. در بین مؤلفه‌های رضایت شغلی از پائین‌ترین میانگین به ترتیب به صورت زیر است: (۱) جوسازمانی با میانگین و انحراف استاندارد (M=۳/۳۷, SD=۰/۷۳)؛ (۲) ارضای نیازهای مادی و روانی با میانگین و انحراف استاندارد (M=۳/۴۶, SD=۰/۹۲)؛ (۳) عوامل محیطی کار با میانگین و انحراف استاندارد (M=۳/۵۴, SD=۱/۰۹)؛ (۴) ماهیت کار با میانگین و انحراف استاندارد (M=۴/۴۳, SD=۰/۸۳)؛ (۵) مقام و منزلت شغلی با میانگین و انحراف استاندارد (M=۴/۴۳, SD=۰/۷۵)؛ (۷) شایستگی و صلاحیت روسا با میانگین و انحراف استاندارد (M=۴/۷۳, SD=۰/۹۵)؛ (۸) همدلی و همکاری با دیگران با میانگین و انحراف استاندارد (M=۴/۸۰, SD=۰/۶۹).

جدول ۵. توزیع میانگین و انحراف معیار مؤلفه‌های رضایت شغلی کارکنان بانک صادرات شهر تهران

مناطق	آماره	ارضای نیازهای مادی و معنوی	همدلی و همکاری با دیگران	ماهیت کار	شایستگی و صلاحیت روسا	مقام و منزلت شغلی	عوامل محیطی کار	جو سازمانی	رضایت کل
مرکز	M	۳/۳۸	۴/۸۳	۴/۴۰	۴/۷۸	۴/۴۳	۳/۴۳	۳/۴۲	۴/۱۵
	S.D	۰/۹۲	۰/۶۷	۰/۸۷	۰/۹۴	۰/۷۱	۱/۱۳	۰/۶۸	۰/۶۰
شمال	M	۳/۲۳	۴/۶۵	۴/۳۷	۴/۸۱	۴/۳۶	۳/۴۸	۳/۳۱	۴/۰۰
	S.D	۰/۹۳	۰/۷۵	۰/۸۷	۰/۹۹	۰/۸۰	۱/۱۲	۰/۷۴	۰/۶۲
شرق	M	۳/۷۵	۴/۹۲	۴/۶۱	۴/۶۵	۴/۶۱	۳/۸۴	۳/۲۷	۴/۲۱
	S.D	۰/۹۵	۰/۷۴	۰/۸۱	۰/۹۳	۰/۷۴	۱/۱۰	۰/۷۳	۰/۵۷
جنوب	M	۳/۵۰	۴/۶۹	۴/۳۹	۴/۶۱	۴/۳۷	۳/۶۱	۳/۵۵	۴/۱۷
	S.D	۰/۸۳	۰/۶۵	۰/۸۴	۰/۹۳	۰/۸۰	۰/۹۵	۰/۸۰	۰/۶۲
غرب	M	۳/۳۰	۴/۸۷	۴/۲۹	۴/۷۸	۴/۳۱	۳/۲۸	۳/۳۳	۴/۰۵
	S.D	۰/۸۶	۰/۶۳	۰/۸۴	۰/۹۵	۰/۷۴	۱/۰۷	۰/۷۰	۰/۵۸
کرج	M	۳/۵۹	۴/۸۴	۴/۶۳	۴/۷۶	۴/۵۶	۳/۶۸	۳/۲۲	۴/۰۵
	S.D	۱/۰۲	۰/۶۱	۰/۷۵	۰/۹۶	۰/۶۴	۱/۱۳	۰/۶۹	۰/۶۰
کل	M	۳/۴۶	۰/۸۴	۴/۴۳	۴/۷۳	۴/۴۳	۳/۵۴	۳/۳۷	۴/۱۳
	S.D	۰/۹۲	۰/۶۹	۰/۸۵	۰/۹۵	۰/۷۵	۱/۰۹	۰/۷۳	۰/۵۹

جدول ۶ میانگین و انحراف معیار مؤلفه‌های رضایت مشتریان بانک صادرات شهر تهران را گزارش می‌کند.

مطابق جدول ۶ میانگین و انحراف استاندارد رضایت مشتریان بانک صادرات برابر با $(M=2/94, SD=0/53)$ است که از نظر حداقل و حداکثر نمره رضایت مشتری که ۱ تا ۴ است و با محاسبه متوسط نمره دامنه نمره که $2/5$ است میزان رضایت مشتریان بانک بالای متوسط قرار دارد. در بین مؤلفه‌های رضایت مشتری از پائین‌ترین میانگین به ترتیب به صورت زیر است. (۱) موانع تجهیزاتی خدمت رسانی با میانگین و انحراف استاندارد $(SD=0/8)$ ، (۲) موانع انسانی خدمت رسانی با میانگین و انحراف استاندارد $(SD=0/73, M=2/06)$ ، (۳) رضایت از محیط فیزیکی با میانگین و انحراف استاندارد $(SD=0/68, M=2/39)$ ، (۴) رضایت از نیروی انسانی با میانگین و انحراف استاندارد $(SD=0/64, M=3/13)$ ، $(M=3/18)$.

جدول ۶. توزیع میانگین و انحراف معیار مؤلفه‌های رضایت مشتریان بانک صادرات شهر تهران

مناطق	آماره	رضایت از کارکنان	رضایت از محیط فیزیکی	موانع تجهیزاتی خدمت رسانی	موانع انسانی خدمت رسانی	رضایت مشتری
شمال	M	۳/۴۲	۳/۲۲	۲/۰۹	۲/۶۷	۳/۱۳
	S.D	۰/۷۴	۰/۸۲	۰/۹۹	۰/۸۳	۰/۶۲
جنوب	M	۳/۲۰	۳/۱۹	۲/۱۸	۲/۵۱	۲/۹۹
	S.D	۰/۶۳	۰/۶۸	۰/۹۵	۰/۷۷	۰/۵۲
مرکز	M	۳/۳۷	۳/۳۴	۲/۲۷	۲/۵۵	۳/۱۳
	S.D	۰/۵۶	۰/۶۲	۰/۸۰	۰/۷۲	۰/۴۷
شرق	M	۲/۹۳	۲/۹۵	۲/۰۰	۲/۰۸	۲/۷۲
	S.D	۰/۵۰	۰/۵۲	۰/۵۶	۰/۵۶	۰/۳۹
غرب	M	۳/۰۳	۲/۹۶	۱/۸۲	۲/۲۷	۲/۷۸
	S.D	۰/۶۹	۰/۷۴	۰/۹۶	۰/۷۴	۰/۵۴
کرج	M	۳/۱۳	۳/۰۹	۱/۵۳	۲/۱۵	۲/۸۱
	S.D	۰/۶۵	۰/۵۹	۰/۸۸	۰/۵۲	۰/۴۷
کل	M	۳/۱۸	۳/۱۳	۲/۰۶	۲/۳۹	۲/۹۴
	S.D	۰/۶۴	۰/۶۸	۰/۸۶	۰/۷۳	۰/۵۳

بحث و نتیجه‌گیری

این مقاله نتایج مطالعه ویژگی‌های روان‌سنجی پرسشنامه سنجش رضایت شغلی کارکنان بانک و نیز رضایت مشتریان بانک صادرات را گزارش کرد. تحلیل عاملی اکتشافی پرسشنامه رضایت شغلی نشان داد مجموعه عوامل هفتگانه با هم ۴۶/۳۶ درصد از واریانس رضایت شغلی کارکنان را تبیین می‌کند. بنابراین، با توجه به تأیید ساختار هفت عاملی در یافته‌های فوق، پرسشنامه از روایی سازه مناسب برخوردار است. مقادیر آلفای کرونباخ کل و نیز هریک از مؤلفه نیز نشان دهنده پایایی و انسجام درونی مناسب پرسشنامه بود. پرسشنامه رضایت مشتری نیز با ۳۴ سؤال برای سنجش رضایت مشتری در کل و چهار حوزه کارکنان، دستاوردها، خدمات و دسترسی به خدمات طراحی شد. تحلیل عاملی اکتشافی پرسشنامه رضایت مشتری ضمن تأیید ساختار نظری اولیه پرسشنامه رضایت مشتری آن را با ۳۳ سؤال و چهار مؤلفه تأیید کرد. مجموعه چهار عامل ۵۴/۲۰ درصد از واریانس مشترک رضایت مشتری را اندازه می‌گیرد. بنابراین پرسشنامه رضایت مشتری دارای روایی سازه مناسبی می‌باشد. همچنین، بررسی ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه نیز پایایی و انسجام مناسبی را بین سؤالات نشان داد.

میزان رضایت شغلی کارکنان بانک در حد متوسط بود. ضعیف‌ترین احساس رضایت شغلی کارکنان مربوط به جو سازمانی نامناسب، ارضای نیازهای مادی و معنوی متوسط و عوامل محیطی شعب بانک بود. در کنار آن کارکنان احساس رضایتمندی مطلوبی نسبت به همدلی و همکاری در بین همکاران و با دیگران و نیز شایستگی و صلاحیت روسا داشتند. مقایسه رضایت شغلی کلی در بین مناطق شش گانه شهر تهران بیانگر وضعیت همسان در بین آنان بود.

بررسی مؤلفه‌های ضعیف در جو سازمانی آشکار کرد که تکراری و یکنواختی کارها، نگرانی برای دوره‌ی بازنشستگی، جو عدم اعتماد، شایعه پراکنی، خستگی و درگیری بین کارکنان و روسا از عوامل اصلی نامناسب بودن جو سازمانی در شعب هستند. عوامل اصلی نارضایتی از عوامل محیطی شعب نیز مربوط به نامناسب بودن محیط کار از نظر روشنایی، گرمایش، سرمایش و تهویه هوا و راحت نبودن وسایل و تجهیزات کاری در شعب بود.

در پژوهش حاضر ارضای نیازهای مادی و روانی شغل به عنوان عامل مهمی از رضایت شغلی محسوب می‌شود. بررسی میزان رضایت مشتریان بانک صادرات آشکار کرد که میانگین این نمره در دامنه‌ی بین ۱ تا ۴ بالای عدد ۳ است و بنابراین در حد خوب و مطلوب است. این یافته علی‌رغم نارضایتی متوسط کارکنان بانک قابل توجه هست. بخصوص بالاترین رضایت از چهار مؤلفه رضایت مشتری مربوط به رضایت از روابط انسانی کارکنان بانک است. نارضایتی مشتریان بانک‌ها در مؤلفه‌های موانع تجهیزاتی و انسانی خدمت‌رسانی در بانک بود. بررسی دلایل نارضایتی این مؤلفه بیانگر آن بود که در موانع تجهیزاتی خدمت‌رسانی خرابی و نداشتن موجودی دستگاه‌های خودپرداز بانک و در موانع انسانی خدمت‌رسانی اعمال تبعض از طرف کارکنان و مراجعه به باجه‌های مختلف در یک شعبه از عوامل عمده نارضایتی هستند. بر اساس یافته‌های فوق مداخله‌های سازمانی برای بهبود رضایت شغلی کارکنان بانک صادرات به شرح زیر پیشنهاد می‌گردد. در مؤلفه تأمین نیازهای مادی و روانی، ارتقای وضعیت معیشتی و تأمین نیازهای مادی و توجه به حقوق و مزایا با رویکرد عدالت سازمانی، توجه به خواسته‌ها و نیازها کارکنان با رویکرد درک مشکلات از طریق مقامات ارشد بانک، تنظیم نظام ارتقاء شغلی بر اساس اصول شایستگی و لیاقت، تقویت نظام مشارکتی تصمیم‌گیری، ارزیابی عملکرد شعب و ارایه بازخورد مناسب، و تقویت ارتباطات درون سازمانی و ایجاد نظام باز

برای دسترسی آسان کارکنان شعب به مقامات بالاتر. در مؤلفه محیط کار این فعالیت پیشنهاد می‌شود: زیباسازی محیطی و تجهیزاتی شعب، تأمین روشنایی، گرمایش، سرمایش و تهویه استاندارد در شعب و مبلمان اداری مناسب. و در مورد مؤلفه جوسازمانی توجه به این عوامل اهمیت دارد: کاهش شایعات، افزایش جو اعتماد و اطمینان، غنی‌سازی شغلی برای پیشگیری از احساس تکراری بودن وظایف.

منابع

فارسی

- پرتوی، محمد (۱۳۸۵). *رابطه ماهیت شغل و رضایت شغلی پرسنل شرکت ذوب آهن اصفهان*. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.
- تقی‌زاده، کبری (۱۳۸۵). *بررسی رابطه بین رضایت شغلی با شادمانی و سرزندگی در بین اعضای هیات علمی دانشگاه اصفهان*. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.
- دفت، ال ریچارد (۱۳۷۴). *تئوری سازمان و طراحی ساختار*، علی یارساتیان و اعرابی، تهران، مؤسسه مطالعاتی بازرگان.
- سلطانی، ایرج (۱۳۸۴). *بهره‌وری منابع انسانی*، اصفهان، انتشارات ارکان.
- سماواتی، محمد (۱۳۷۵). *مشتري مهمترين واژه در مدیریت تجاری*. تهران: آتروپات کتاب.
- شفیع آبادی، عبدالله (۱۳۸۱). *نظریه‌های راهنمایی و مشاوره شغلی و حرفه‌ای و نظریه‌های انتخاب شغل*، تهران: انتشارات رشد.
- عارف کشفی، حسام الدین (۱۳۷۸). *مدیریت و عوامل انسان در سازمان‌های خدماتی*. مجله تدبیر، شماره ۹۲.
- قاسمی‌نژاد، افسر (۱۳۸۱). *تعیین رابطه جو سازمانی با استرس شغلی و رضایت شغلی*، پایان نامه کارشناس ارشد، دانشگاه اصفهان.
- محمدی، تیمور (۱۳۸۲). *بررسی ارتباط بین الگوی ویژگی‌های شغلی (مدل هاگمن - اولدهام) با رضایت شغلی کارکنان اداری و انتظامی زندان‌های استان کرمانشاه*. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران.

میرکمالی، سیدمحمد (۱۳۸۳). افزایش رضایت شغلی معلمان از طریق معنی‌داری سازی حرفه معلمی. *فصلنامه مدیریت در آموزش و پرورش*. شماره‌های ۳۷، ۳۸، ۳۹، ۴۰.

میرکمالی، سیدمحمد؛ نارنجی، فاطمه (۱۳۸۷). بررسی رابطه کیفیت زندگی کاری و رضایت شغلی بین اعضای هیات علمی دانشگاه‌های تهران و صنعتی شریف. *فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، شماره ۴۸.

ونوس، داور و صفائی‌ان (۱۳۸۱). *بازاریابی خدمات بانکی*. تهران: نشر نگاه دانش.

هرسی، پال و بلانچارد، کنث (۱۳۷۰). *مدیریت رفتار سازمانی*، ترجمه: علاقه‌بند، علی؛ تهران، انتشارات امیرکبیر.

هومن، حیدرعلی (۱۳۸۱). *تهیه و استاندارد ساختن مقیاس رضایت شغلی*، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.

لاتین

- Chase, I. B., & Tansik, D. A. (1993). The Customer Contact Model for Organization Design. *Management Science*, 29 (9), 1037-1050.
- Feldman, D. C., & Arnold, H. J. (1995). *Managing individual and group behavior in organization*. MC Graw-Hill. 2nd-Printing.
- Fitzsimmons, J. A. (1985). Consumer Participation and Productivity in Service Operations. *Interfaces*, 15 (3), 60-67.
- Nie, W., & Kellogg, DL. (1999). How professors of operations management view service operations? *Production & Operations Management*, 8 (3), 339-355.
- Rafiq, M., & Ahmed, P. K. (2000). Advances in the internal marketing concept: Definition, synthesis and extension. *Journal of Services Marketing*, 14 (6) 449-462.
- Schmenner, R. W. (1985). *Production - Operations Management*. Chicago, IL: Science Research Associates.
- Simpson, E. P. (2006). Examining employee satisfaction, customer service and customer satisfaction in a retail banking organization. *Doctoral Dissertation*.
- Xu, K., Jayaram, J., & Xu, M. (2006). The effects of customer contact on conformance quality and productivity in Chinese service firms. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 23, 367.
- Zhang, H. (2008). Customer retention in the financial industry: An Application of survival analysis. *Doctoral Dissertation*.