

رابطه رفتار شهروندی سازمانی پلیس با کیفیت خدمات (تهران ۱۳۸۸)

عبداله مجیدی^۱

تاریخ وصول: ۸۹/۵/۲۹

تاریخ پذیرش: ۸۹/۱۱/۲

چکیده

رویکرد جامعه محوری پلیس به دنبال آن است که مشارکت و همکاری مردم را در شناسایی مشکلات جامعه و اداره امور پلیسی جلب کند. یکی از راه های مؤثر در جلب مشارکت و همکاری مردم، ارائه خدمات با کیفیت به آنها است. رفتارهای شهروندی سازمانی، رفتارهای مطلوب جمعی و اختیاری هستند که می توانند کیفیت خدمات را بهبود بخشیده و اهداف فوق را محقق سازند. هدف این تحقیق بررسی رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی با کیفیت خدمات می باشد. سؤال کلیدی این بود که آیا بین رفتار شهروندی سازمانی کارکنان پلیس با ادراک کیفیت در انواع خدمات توسط ارباب رجوع رابطه وجود دارد؟ تحقیق حاضر، از نظر هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش توصیفی-همبستگی، جامعه آماری مدیران و مراجعه کنندگان واحد های خدماتی پلیس مستقر در تهران بوده. حجم نمونه مراجعه کنندگان ۹۳۰ نفر تعیین و به شیوه تصادفی اتفاقی ساده انجام شد. تمام مدیران واحدها در تحقیق شرکت داده شدند. با استفاده از شاخص پودساکوف و مکینزی و شاخص سروکوئال، دونوع پرسشنامه به ترتیب برای اندازه گیری رفتار شهروندی سازمانی کارکنان و کیفیت خدمات از دیدگاه مراجعه کنندگان تدوین و توسط کارشناسان بومی سازی گردید. نتایج حاکی است بین رفتار شهروندی سازمانی کارکنان پلیس ارائه دهنده خدمات با کیفیت خدمات درک شده توسط ارباب رجوع در سطح واحد رابطه وجود دارد.

واژگان کلیدی: پلیس جامعه محور، کیفیت خدمات، شهروندی سازمانی، خدمات

پلیسی.

۱- عضو هیئت علمی دانشگاه علوم انتظامی



مقدمه

دو عنصر اصلی که موفقیت پلیس را در محیط‌های پیچیده و پویای امروزی تضمین می‌کند، اعتماد مردم به پلیس و مشارکت آنها برای حل مسائل است (میس^۱، ۱۳۸۵). رویکرد جامعه محوری پلیس مناسب چنین محیط پیچیده و پویایی است. به گفته «کارن و میلر^۲» (۱۳۸۲) جامعه محوری پلیس یک رویکرد پلیسی است که در آن مأموران پلیس با «حفظ اقتدار^۳» به دنبال ایجاد اعتماد و جلب مشارکت مردم برای شناسایی و حل مسائل پیش آمده هستند. طبق بیان «های و همکاران^۴» (۲۰۰۷) ارائه خدمات با کیفیت، رضایت و وفاداری مراجعه کنندگان را به دنبال دارد. بنابراین، پلیس می‌تواند با ارائه خدمات پلیسی مانند: خدمات انتظامی در کلانتری‌ها، انجام فعالیت‌های الکترونیکی انتظامی، تعویض پلاک، درمانی، بانکی و غیره به مردم، رضایت و مشارکت آنها را و با ارائه خدماتی مانند: درمانی، بانکی، رفاهی به کارکنان پلیس رضایت و وفاداری آنها را جلب کند.

براساس گزارش‌های دریافتی از طریق مرکز فوریت‌های پلیسی ناجا-سیستم ۱۱۰^۵ مهمترین انتظارات مردم از پلیس مواردی مانند: بهبود سرعت در ارائه امور پلیسی، انجام امور پلیسی به طور دقیق و ارتقای قابلیت اعتماد کارکنان بوده است. این خواسته‌ها از طریق بخشنامه سازمانی به مدیران و فرماندهان ابلاغ شده است تا در جهت تأمین آنها اقدام‌های مناسب انجام گیرد. انتظارات مذکور مهمترین مؤلفه‌های کیفیت خدمات هستند. به عبارت دیگر خواسته‌های فوق بیانگر این است که کیفیت خدمات ارائه شده در حد انتظار نبوده و پلیس باید تلاش کند تا کیفیت آن را ارتقا دهد.

رفتارهای شهروندی سازمانی کارکنان ارائه دهنده خدمات، رفتارهایی هستند که زمینه مناسب برای ارائه خدمات کیفی بالا به مراجعه کنندگان داخلی یا کارکنان و مراجعه

1. Edvin Meese
2. Karen&Miller
3. Authority
4. Hui, Chiu, Cheng& Tse5

۵- سیستم ۱۱۰ در تاریخ ۷۹/۲/۲۰ هم‌زمان با سالروز ولادت حضرت علی(ع) در تهران و هم‌زمان در تمام شهرهای کشور راه اندازی شد و مأموریت آن: برنامه ریزی و ایجاد سازوکار مناسب برای ارائه سریع‌ترین روش جهت عرضه خدمات پلیسی براساس نیازهای اعلام شده توسط مردم از طریق تلفن ۱۱۰ می‌باشد (احمدی، ۱۳۸۸).



کنندگان خارجی یا مردم را فراهم می‌کنند. رفتار شهروندی سازمانی واژه‌ای است که شرح می‌دهد کارکنان ارائه دهنده خدمت، فراتر از رفتارهای استاندارد شده مورد انتظار، برای خدمت به ارباب رجوع و کمک به همکاران حرکت می‌کنند (گراهام^۱، ۱۹۹۱). تحقیقات اندکی پیرامون رابطه رفتار شهروندی سازمانی با کیفیت خدمات انجام شده است که در این رابطه می‌توان به تحقیقات: «نیلز و کاترین»^۲ (۲۰۰۳) و «کلی و هافمن»^۳ (۱۹۹۷) اشاره کرد. در تحقیق حاضر، میزان رفتار شهروندی سازمانی کارکنان از طریق مدیران و میزان کیفیت خدمات واحدهای خدمتی از طریق مراجعه کنندگان اندازه‌گیری، سپس رابطه رفتار شهروندی سازمانی و ابعاد آن با کیفیت خدمات و ابعاد آن بررسی شد.

اهداف تحقیق

- ۱- تدوین شاخص‌های ارزیابی کیفیت انواع خدمات پلیس؛
- ۲- تدوین شاخص‌های اندازه‌گیری رفتار شهروندی سازمانی کارکنان واحدهای خدماتی پلیس؛
- ۳- بررسی رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی کارکنان پلیس ارائه دهنده خدمات و کیفیت خدمات ادراک شده توسط مراجعه کنندگان.

سؤال‌های تحقیق

- ۱- آیا بین رفتار شهروندی سازمانی کارکنان پلیس ارائه دهنده خدمات با کیفیت خدمات درک شده توسط مراجعه کنندگان در انواع خدمات رابطه وجود دارد؟
- ۲- آیا بین ابعاد رفتار شهروندی سازمانی کارکنان پلیس ارائه دهنده خدمات و ابعاد کیفیت خدمات رابطه وجود دارد؟

1. Graham
2. Niles&Kathryn
3. Kelley& Haffman



مبانی نظری

پلیس جامعه محور

* پلیس جامعه محور یک رویکرد جدید است. چنین رویکردی، مشارکت ضابطان قانون و جامعه را در شناسایی و ریشه‌یابی مشکلات و پیدا کردن راه‌حلهایی که مشکل را به طور دائم از بین ببرد و یا کاهش دهد برمی‌انگیزد (تروجانوویچ و باکوروکس^۱، ۱۳۸۳).
* «سیگریو»^۲ پلیس جامعه محور را در وسیع‌ترین مفهوم خود رویکردی می‌داند که مستلزم تغییر سازمانی چشم‌گیر و بنیادین است و آن را نوعی شناخت و پذیرفتن جامعه در تأثیرگذاری بر مدیریت و ارائه خدمات پلیسی تعریف می‌کند (کارن و میلر، ۱۳۸۲).

* «دریت»^۳ می‌گوید: پلیس جامعه‌محور، رویکردی جدید است که بر مفاهیم خدمت، انعطاف‌پذیری، پاسخ‌گویی به مراجعه‌کنندگان، دلسوزی، مشاهده و مذاکره تأکید دارد (کارن و میلر، ۱۳۸۲).

* تروجانوویچ و باکوروکس می‌گویند: پلیس جامعه محور، روابط جدیدی با افراد مطیع قانون در جامعه برقرار می‌کنند و به آنها اجازه اظهارنظر بیشتر در تدوین اولویت‌های پلیس محلی را می‌دهند. آنها با مشارکت دادن مردم در امور محلی، توجه پلیس را به حل کردن مسائل و مشکلات جامعه متمرکز می‌کنند (کارن و میلر، ۱۳۸۲).

خدمات پلیسی^۴

به مجموعه‌ای از فعالیت‌های کم و بیش ناملموس گفته می‌شود که معمولاً در تعامل بین کارکنان واحدهای خدماتی پلیس با مراجعه‌کنندگان در هنگام ارائه خدمات صورت می‌گیرد. خدمات پلیسی مورد نظر در این تحقیق، خدماتی مانند: خدمات انتظامی، خدمات شماره‌گذاری و تعویض پلاک، فعالیت‌های الکترونیکی انتظامی، درمانی، بانکی و خدمات رفاهی هستند که به ترتیب توسط کلاتری‌ها، مراکز شماره‌گذاری و تعویض

1. Trojanowicz and Bucqueroux
2. Seogrove
3. Weatheritt 1997
4. Services of Police



پلاک راهنمایی و رانندگی، دفاتر خدمات الکترونیکی، بیمارستان های ناجا، شعبه های مؤسسه پس انداز و قرض الحسنه قوامین و مجتمع های خدمات رفاهی مستقر در تهران به شرح ذیل ارائه می شوند.

الف) خدمات انتظامی

کلانتری های تهران بزرگ شامل ۸۳ کلانتری هستند که در مناطق مختلف شهرداری تهران و زیر نظر نه سر کلانتری انجام وظیفه می کنند. هر سر کلانتری وظیفه نظارت و هماهنگی چند کلانتری و ارتباط آنها با فرماندهی تهران بزرگ را به عهده دارد و خدماتی مانند: انجام گواهی امضاء، تنظیم پرسشنامه صغار، تأییدیه مربوط به استخدام در نیروهای مسلح، گواهی عکس، حل اختلاف، طرح شکایت منجر به تشکیل پرونده و ارجاع به مقام قضایی و سایر خدمات انتظامی به ارباب رجوع را ارائه می دهند (پور مراد، ۱۳۸۳).

ب) خدمات شماره گذاری و تعویض پلاک راهنمایی و رانندگی

این مراکز، مجموعه خدمات مربوط به شماره گذاری و تعویض پلاک خودرو را ارائه می دهند و مراکز تعویض پلاک آزادی، خاوران، زیبا دشت و میثم چند نمونه از آنها هستند.

ج) خدمات الکترونیکی انتظامی

نیروی انتظامی پیشگام در ایجاد دولت الکترونیک و به منظور استفاده بهینه اقشار اجتماعی از خدمات مختلف انتظامی، اقدام به اجرای طرح دفاتر خدمات الکترونیک انتظامی تحت عنوان طرح امام علی (ع) نموده است. این دفاتر، خدمات مختلفی مانند: صدور و تعویض گذرنامه، صدور دفترچه آماده به خدمت و اقدام های مربوط به معافیت، صدور و تمدید گواهی نامه، صدور گواهی عدم خلافی خودرو و صورت وضعیت آن، صدور پروانه کسب و تمدید یا جابه جایی آن، و صدور گواهی عدم سوء پیشینه کیفری را به عموم مردم ارائه می دهد. این دفاتر زیر نظر مؤسسه پژوهشی و توسعه ناجا، از مؤسسات زیر مجموعه بنیاد تعاون ناجا، هستند. تاکنون حدود ۸۰ دفتر در تهران تشکیل شده است و همچنان در حال گسترش هستند (حسینی و سهل آبادی، ۱۳۸۳).



د) خدمات درمانی

بیمارستان های ولیعصر (عج) و امام سجاده (ع) در تهران زیر نظر اداره کل بهداری ناجا قرار دارند و خدمات درمانی و دارویی را به کارکنان ناجا، نیروهای مسلح، و خانواده های آنها و عموم مردم ارائه می دهند. این دو بیمارستان دارای امکاناتی مانند: بخش داخلی قلب، سی سی یو، ریکواری، جراحی قلب، ارتوپدی، اورولوژی، داخلی زنان، اطفال، سنگ شکن، نورولوژی، اعصاب و روان، آزمایشگاه، آزمایشگاه توانبخشی، رادیولوژی، سونوگرافی، درمانگاه های عمومی، سی تی اسکن، داروخانه و غیره هستند (حسینی و سهل آبادی، ۱۳۸۳).

ه) خدمات بانکی

مؤسسه پس انداز و قرض الحسنه قوامین زیر نظر بنیاد تعاون ناجا و تحت نظارت بانک مرکزی است. (سازمان مرکزی آن در میدان آرژانتین، ابتدای بزرگراه آفریقا مستقر و دارای شعبه های متعددی در سطح تهران است.) این مؤسسه در مهر ماه سال ۱۳۷۹ با اهداف ذیل افتتاح گردید:

- * ارائه خدمات بانکی و اعتباری به اقشار نیازمند کشور خصوصاً کارکنان نیروی انتظامی و خانواده های معظم شهدا و ایثارگران ناجا.
- * جذب وجوه مازاد در قالب سپرده گذاری و هدایت منابع در مسیر تولید و استفاده بهینه با رعایت اصول حاکم بر فعالیت های اقتصادی کشور.
- * تأمین ابزار و امکانات کار و رسیدن به اشتغال مولد برای متقاضیان واجد شرایط که قادر به اشتغال زایی بوده، ولی وسایل و ابزار لازم را در اختیار ندارند.
- * مرتفع نمودن بخشی از مشکلات مالی اعضا در موارد اضطراری از طریق اعطای وام قرض الحسنه و یا تخصیص اعتبار در قالب عقود اسلامی (حسینی و سهل آبادی، ۱۳۸۳).



و) خدمات رفاهی

مجتمع های خدمات رفاهی مستقر در تهران شامل: باغ پردیس، بوستان پردیس، هتل و تالار پردیس که زیر نظر شرکت رفاهی - آموزشی ناجی امین از شرکت های تحت نظر بنیاد تعاون هستند و وظیفه اسکان و پذیرایی از کارکنان ناجا و پذیرایی عموم مردم را به عهده دارند. این مجتمع های خدماتی به ترتیب در مکان های: لویزان، مراد آباد پونک و میدان ونک مستقر هستند.

رفتار شهروندی سازمانی

رفتار شهروندی سازمانی، یک مفهوم چندبُعدی است که همه رفتارهای مثبت مرتبط با سازمان اعم از رفتارهای درون نقشی، برون نقشی، سیاسی و مشارکت فعالانه را شامل می شود و دارای ویژگی های ذیل است:

مبتکرانه و خودجوش و دارای انگیزاننده های داخلی هستند، یعنی نیازهایی مانند: موفقیت، شایستگی و تعلق داشتن انگیزاننده هستند، اختیاری هستند، نه به صورت مستقیم و نه به صورت ضمنی به وسیله نظام پاداش شناخته شده نیستند، به اثربخشی، رشد و بقای سازمان کمک می کنند، به نفع خود فرد، گروه و سازمانی که فرد در آن قرارداد هستند.

ابعاد رفتار شهروندی سازمانی

با جمع بندی تحقیقات انجام شده در خصوص ابعاد رفتار شهروندی سازمانی، ابعاد کمک رسانی، جوانمردی، ابتکار فردی، ادب شهروندی، (مشارکت سازمانی)، وفاداری سازمانی و اطاعت پذیری به عنوان ابعاد رفتار شهروندی سازمانی انتخاب شدند. ابعاد رفتار شهروندی سازمانی در تحقیقات انجام شده گذشته و تحقیق حاضر در (جدول شماره ۱) و مؤلفه های این ابعاد که برای اندازه گیری استفاده شده اند در (جدول شماره ۲) آمده است.

جدول ۱. ابعاد رفتار شهروندی سازمانی در تحقیق‌های گذشته و حاضر

ابعاد مطرح شده در تحقیق حاضر	ابعاد مطرح شده در تحقیقات گذشته				
	پودساکوف و دیگران ^۴ (۲۰۰۲)	ون داین، گراهام، داینیج ^۳ (۱۹۹۴)	گراهام (۱۹۹۱)	بورتون ^۲ (۲۰۰۳)	اسمیت، ارگان و نیر (۱۹۸۳)
* کمک رسانی	* کمک رسانی	* وفاداری	* وفاداری	* کمک بین	* نوع
* وجدان کاری	* ابتکار فردی	* اطاعت پذیری	* اطاعت	فردی (نوع دوستی)	* دوستی
* جوانمردی	* جوانمردی	* مشارکت	پذیری		* ادب
* ادب شهروندی	* ادب شهروندی	عملکردی	* مشارکت	* سخت کوشی	* وجدان
یا مشارکت	* وفاداری	* مشارکت		* ابتکار فردی	آگاه
سازمانی	سازمانی	وفادارانه		* وفاداری	* جوانمردی
* وفاداری	* اطاعت پذیری	* مشارکت		سازمانی	* ادب
سازمانی	* خود توسعه ای	اجتماعی			شهروندی
* اطاعت پذیری					

1. Smith, Organ &Near
2. Burtone
3. Van Dyne, Graham, Dienesch,-
4. Podsakof & others

جدول ۲. ابعاد و مؤلفه های رفتار شهروندی سازمانی و مآخذ آنها

ابعاد	گویه ها	مورمن و بلیکلی، ۱۹۹۹ ^۱	کونواسکی، ۱۹۹۷ ^۲	کوهن، ۱۹۹۷ ^۳	فلامی، ۱۹۹۴ ^۴	دپاالا، ۲۰۰۴ ^۵	نیلز و...، ۲۰۰۳	هیل، ۲۰۰۲ ^۶
کمک رسانی	۱- کمک به همکاران غایب		✓		✓		✓	✓
	۲- کمک به همکاران جدیدالاستخدام	✓	✓		✓	✓	✓	
	۳- تلاش بیش از حد انتظار برای حل مشکل همکاران	✓	✓	✓			✓	✓
وحدان کاری	۴- بیشتر از حد توان کار کردن		✓	✓	✓		✓	
	۵- انجام کارها با کیفیت بالا			✓				
	۶- مشغول نشدن به کار شخصی در ساعت اداری				✓			✓
	۷- پیروی از قوانین و مقررات حتی اگر تحت کنترل نباشد		✓	✓			✓	
	۸- نظر خود را در خصوص موضوع های مهم مطرح کردن حتی در صورت احتمال مخالفت بعضی از افراد	✓	✓	✓				
بخوانمردی	۹- انتقاد کم ولی منصفانه		✓					
	۱۰- عصبانی و آزرده خاطر نشدن از هرگونه تغییر سازمانی		✓					
	۱۱- توجه به پیامها و مکتوبات سازمانی که درباره سازمان اطلاعاتی را ارائه می دهد		✓					
	۱۲- جدی گرفتن شغل و به ندرت اشتباه کردن	✓	✓					
	۱۳- کمتر شکایت کردن، در هنگام مواجهه شدن با شرایط سخت کاری		✓					
	۱۴- عدم تمرکز بر نواقص و جنبه های منفی کارها		✓					✓
	۱۵- داشتن نگرش مثبت به سازمان							✓

1. Moorman & Blakely
2. Konovsky
3. Kohan
4. Folami
5. Dipaola-
6. Hill



ادامه جدول شماره ۲: ابعاد و مؤلفه های پرسشنامه رفتار شهروندی سازمانی و مآخذ آنها

ابعاد	گویه‌ها	مورمن و بلیک لی، ۱۹۹۹	کونواسکی (۱۹۹۷)	کوهن، ۱۹۹۷	نیمه عمود	دیپالالا، ۲۰۰۴	نیلز و...، ۲۰۰۳	هیل، ۲۰۰۲
ادب شهروندی سازمانی (مشارکت سازمانی)	۱۶- حضور به موقع و مشارکت فعال در جلسه‌ها	✓	✓	✓		✓		✓
	۱۷- ارائه پیشنهاد های نوآور و خلاق برای بهبود کیفیت کلی کارها	✓	✓	✓	✓	✓		✓
	۱۸- مبادله توانایی ها، دانش، و مهارت‌ها		✓	✓	✓			✓
	۱۹- مطالعه فردی اضافی برای بهبود کارها				✓			
	۲۰- احترام به حقوق		✓					
	۲۱- اجتناب از ایجاد مشکل برای دیگران		✓					
وفاداری سازمانی	۲۲- دفاع از سازمان در مقابل افراد منتقد	✓		✓				
	۲۳- به عنوان نماینده سازمان در محافل عمومی، احساس غرور کردن	✓						
	۲۴- تبلیغ از کالاها و خدمات سازمان	✓		✓				
	۲۵- انجام کارهای داوطلبانه برای ایجاد تصویر مثبت سازمان در نزد دیگران		✓	✓	✓			
	۲۶- تلاش زیاد برای دفاع از سازمان در مقابل تهدیدهای خارجی	✓						
	۲۷- انجام داوطلبانه اضافه کاری در صورت نیاز سازمان			✓	✓	✓	✓	✓
اطاعت، پذیری سازمانی	۲۸- خبر دادن در صورت عدم حضور		✓	✓	✓			
	۲۹- تمیز نگه داشتن محیط کار		✓	✓				
	۳۰- حضور به موقع در محل کار		✓	✓	✓	✓	✓	
	۳۱- انجام به موقع وظایف	✓	✓	✓	✓			



ب) کیفیت خدمات^۱

با جمع بندی تعاریف کیفیت خدمات، نتیجه گرفته می شود که ارزیابی کیفیت خدمات قضاوت در مورد جنبه های عینی و ذهنی یک کالا یا خدمت است که بر مبنای ویژگی های خاص و از طریق مقایسه کیفیت ادراک شده با کیفیت مورد انتظار توسط مشتریان انجام می شود. برای اندازه گیری کیفیت خدمات در این تحقیق ابعاد: قابلیت اعتماد، مسئولیت پذیری، اطمینان دادن، هم دردی و جنبه ظاهری از شاخص سروکوئال^۲ انتخاب شدند. ولی مؤلفه های مربوط به این ابعاد علاوه بر مؤلفه های سروکوئال از مؤلفه های مورد استفاده در سایر تحقیقات نیز انتخاب گردیدند. ابعاد کیفیت خدمات در تحقیقات انجام شده گذشته و تحقیق حاضر در (جدول شماره ۳) به طور خلاصه نشان داده شده اند.

جدول ۳. ابعاد کیفیت خدمات در تحقیق های مختلف

ابعاد انتخاب شده در تحقیق حاضر	اتمن و اون ^۸ (۲۰۰۲)	کانگ و جفری ^۷ (۲۰۰۴)	زئمال بری و پاراشرامن ^۶ (۱۹۹۶)	پراتیبا، دایل، جوز ^۴ (۱۹۹۶) نورخالدیه و کلنا ^۵ (۲۰۰۴)	پاراشرامن و دیگران (۱۹۸۸)	پاراشرامن ^۳ (۱۹۸۵)
* جنبه ظاهری	* اعتماد	* اعتماد	* قابلیت اعتماد	* قابلیت اعتماد (تعهد کاری و انجام صحیح کارها)	* اعتماد	* اعتماد
* قابلیت	* مسئولیت پذیری	* مسئولیت پذیری	* آسانی در استفاده	* روابط شخصی (اعتماد و ادب)	* مسئولیت پذیری	* مسئولیت پذیری
* اعتماد	* اطمینان	* اطمینان	* امنیت	* جنبه های فیزیکی (ظاهر و راحت بودن)	* اطمینان	* شایستگی
* مسئولیت	* دادن	* دادن	* روابط	* حل مسئله	* دادن	* ادب
* پذیرش	* همدردی	* همدردی	* اطلاعات در دسترس	* خط مشی	* همدردی	* ارتباطات
* اطمینان	* ظاهر	* ظاهر	* شکل گرافیکی		* ظاهر	* اعتبار
* دادن	* پذیرش	* کیفیت فنی	* ارائه اطلاعات			* امنیت
* همدردی		* تصویر کلی	* سابقه کار			* شناخت مشتری
			* منابع سایت			* در دسترس بودن
						* ظاهر

1. Service quality
2. SERVQUAL Scale
3. Parasuraman
4. Pratibha.Dayle.Jose
5. Nor Khalidah& Kelana
6. zethmal.Berry
7. Kang &Jeffrey
8. Otman& Oven



شرح ابعاد کیفیت خدمات

جنبه های ظاهری

این بُعد شامل مؤلفه‌هایی مانند: مدرن بودن تجهیزات، زیبا و جذاب بودن تسهیلات، چیدمان مناسب وسایل، آراستگی ظاهری کارکنان، جذاب بودن تبلیغات است.

قابلیت اعتماد

این بُعد شامل مؤلفه‌هایی مانند: عمل به وعده، علاقه صادقانه به حل مشکل مشتری، انجام خدمت در اول وقت، انجام خدمت در وقت تعیین شده، حفظ دقیق سوابق مشتری است.

مسئولیت پذیری

این بُعد شامل مؤلفه‌هایی مانند: آمادگی و تمایل به ارائه فوری خدمت، ارائه خدمات پیشرفته به مشتری، تمایل کمک به مشتری در استفاده از خدمات و عدم اشتغال ورزیدن به کاری دیگر در هنگام ارائه خدمت به مشتری است.

اطمینان دادن

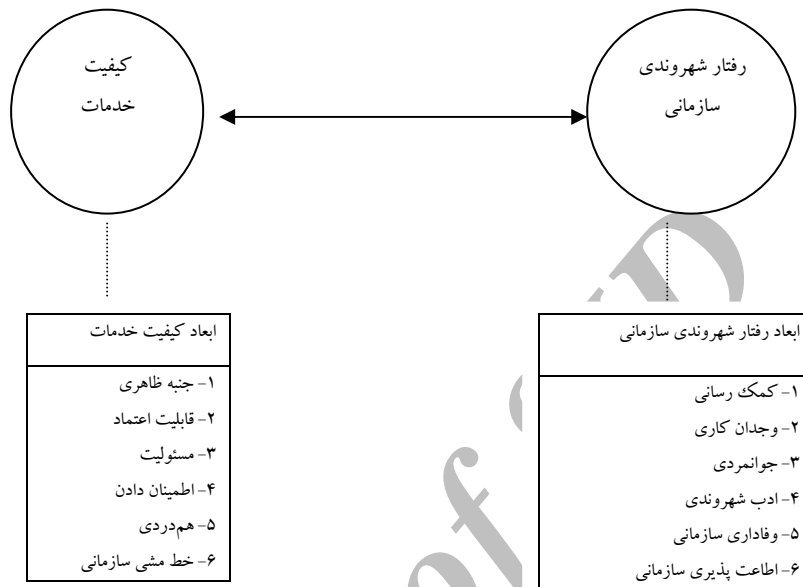
این بُعد شامل مؤلفه‌هایی مانند: اطلاع رسانی با زبانی که برای مشتریان قابل فهم باشد، توضیح در باره خدمت و هزینه های مربوطه، احساس امنیت فیزیکی در استفاده از خدمت، مؤدب بودن با مراجعه کنندگان، داشتن دانش و مهارت لازم برای پاسخ گویی به مشتریان و ارائه خدمت در ساعت‌های مناسب است.

همدردی

این بُعد شامل مؤلفه‌هایی مانند: توجه خصوصی به مشتریان، دسترسی راحت و ساده مشتریان به استفاده از خدمات، مطلوب بودن مکان استفاده از خدمات، مطلوب بودن زمان انتظار برای دریافت خدمات، مطلوب بودن ساعت های استفاده از خدمات است.



مدل مفهومی تحقیق



شکل ۱. رابطه رفتار شهروندی سازمانی با کیفیت خدمات

ماهیت فعالیت‌های خدمات به گونه ای است که نحوه تعامل کارکنان ارائه دهنده خدمات به مراجعہ کنندگان در هنگام ارائه خدمات بر درجه کیفیت خدمات که توسط مراجعہ کنندگان مورد ارزیابی قرار می‌گیرد تأثیر دارد. به همین خاطر، رفتار شهروندی سازمانی در سازمان‌های خدماتی می‌تواند با نمره ارزیابی مراجعہ کنندگان از کیفیت خدمات رابطه داشته باشد (نیلز و کاترین: ۲۰۰۳). براساس این منطق، این رابطه به سازمان پلیس تعمیم داده شد.

مواد و روش‌ها

نوع و روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش توصیفی-همبستگی است.



جامعه آماری و حجم نمونه

جامعه آماری، مدیران و مراجعه کنندگان به واحدهای مختلف خدماتی پلیس در تهران بزرگ بودند. در این تحقیق واحدهای خدماتی به شرح زیر انتخاب شدند:
- تمام مجتمع‌های رفاهی در تهران بزرگ (پردیس، بوستان پردیس، هتل و تالار پردیس).

- تمام بیمارستان‌های ناجا در تهران بزرگ (ولی عصر (عج)، سجاد (ع)، امام علی (ع)).

- تمام مراکز تعویض پلاک در تهران بزرگ (خاوران، آزادی، المپیک، میثم).

- از هر منطقه جغرافیایی تهران یک شعبه از شعبه‌های قوامین به قید قرعه انتخاب شد:

(ولی عصر (ع) از شمال تهران، شوش از جنوب تهران، پیروزی از شرق تهران، دانشگاه علوم انتظامی از غرب تهران، انقلاب اسلامی از مرکز تهران).

- از هر یک از سرکلانتری‌های نه گانه تهران یک کلانتری به قید قرعه انتخاب شد:

(۱۴۸، ۱۳۷، ۱۶۲، ۱۴۲، ۱۳۵، ۱۲۸، ۱۷۶، ۱۰۸، ۱۱۷، ۹).

- از هر منطقه جغرافیایی تهران یک دفتر الکترونیکی به قید قرعه انتخاب شد. (ونک از

شمال تهران، شهر ری از جنوب تهران، رسالت از شرق تهران، تهرانسر از غرب تهران، اتاق بازرگان از مرکز تهران).

متوسط مراجعین هر نوع خدمت طی شش ماهه اول سال ۸۸ تعیین و با استفاده از

فرمول کوکران حجم نمونه برای هر نوع خدمت محاسبه و به نسبت بین واحدهای انتخابی

هر نوع خدمت توزیع گردید (جدول شماره ۴).

$$n = \frac{N(Z_{\alpha/2})^2 \times (p \times q)}{(N-1)\epsilon^2 + (Z_{\alpha/2})^2 \times (p \times q)}$$

جدول ۴. حجم جامعه، نمونه و تعداد پرسشنامه های تکمیل شده توسط کارکنان، مدیران و مراجعه

کنندگان به تفکیک واحد های خدمتی

نوع واحد خدمتی	حجم جامعه	تعداد واحد انتخابی	حجم نمونه	تکمیل شده	تعداد مدیران
کالتری	۱۳۳۲	۹	۱۴۶	۱۴۲	۳۵
تعویض پلاک	۱۸۰۰	۴	۱۵۱	۱۱۳	۲۸
دفاتر الکترونیکی	۲۱۶۱۶	۱۰	۱۵۶	۱۴۲	۱۱
بیمارستان ها	۱۵۴۶	۳	۲۸۶	۲۸۶	۳۸
شعبه های قوامین	۱۱۷۶۷	۵	۱۵۰	۱۲۷	۱۰
خدمات رفاهی	۱۵۰۰	۳	۱۵۳	۱۴۲	۱۰

روش نمونه گیری

با توجه به توضیحات بالا نمونه گیری در دو مرحله صورت گرفته است در مرحله اول از خدماتی که تعداد زیادی واحد خدماتی در سطح تهران داشتند، به طور تصادفی یک واحد از مناطق مختلف جغرافیایی انتخاب شد ولی آن دسته از خدماتی که واحدهای محدود داشتند، همه واحدها انتخاب شدند. در مرحله دوم براساس متوسط مراجعه کنندگان به واحدهای خدماتی در هر نوع خدمت حجم نمونه برای هر نوع خدمت محاسبه و به نسبت بین واحدهای خدماتی مربوطه توزیع گردید. سپس به صورت تصادفی و اتفاقی ساده نمونه گیری هر واحد خدماتی انجام شد. ولی از آنجا که مدیران واحدهای خدماتی محدود بودند تمامی آنها در تحقیق شرکت داده شدند (تمام شمار شدند).

ابزار جمع آوری داده ها

با مرور ادبیات و تحقیقات مربوط، شاخص های کیفیت خدمات و رفتار شهروندی سازمانی احصاء شد. این شاخص ها با استفاده از نظر تعدادی از خبرگان انتظامی اصلاح و بومی سازی شد. در این راستا، شش پرسشنامه جداگانه برای ارزیابی کیفیت هر نوع خدمت پلیسی و یک نوع پرسشنامه برای اندازه گیری رفتار شهروندی سازمانی تهیه گردید. برای بررسی اعتبار محتوایی پرسشنامه، مؤلفه های استخراج شده از ادبیات، دسته بندی و ویرایش گردید. سپس در قالب پرسشنامه در اختیار صاحب نظران و کارشناسان انتظامی قرار گرفت. پس از بررسی نظر و پیشنهادهای صاحب نظران، تغییرهای لازم در فرم اولیه ایجاد و



پرسشنامه نهایی تهیه شد. به منظور کاهش تعداد شاخص‌ها، تحلیل عاملی به عمل آمد. شاخص‌های باقی مانده به عنوان ابعاد و شاخص‌های هر متغیر تعیین گردیدند. برای بررسی پایایی پرسشنامه از آزمون کرونباخ استفاده شد. به این منظور ضریب آلفای کرونباخ مربوط به گویه‌های هر بُعد جداگانه محاسبه شدند، همه ضریب‌ها از نظر آماری قابل قبول بودند (جدول شماره ۵ و ۶).

جدول ۵. ابعاد، شاخص‌های نهایی و ضریب کرونباخ رفتار شهروندی سازمانی پس از تحلیل عاملی

ابعاد رفتار شهروندی سازمانی	سؤال‌های مربوطه	سؤال‌های نهایی	ضریب کرونباخ
کمک رسانی	۱-۳	۱،۲،۳	۷۹
وجدان کاری	۴-۸	حذف شد	----
جوانمردی	۹-۱۵	حذف شد	----
ادب شهروندی	۱۶-۲۲	۱۲،۱۴،۱۵،۱۶،۱۸،۲۰،۲۱	۸۷
وفاداری سازمانی	۲۳-۲۸	۲۲،۲۳،۲۴،۲۵،۲۶	۸۶
اطاعت پذیری	۲۹-۳۱	۲۸،۲۹،۳۰،۳۱	۹۰
کلی	۱-۳۱		۹۴

جدول ۶. ابعاد، شاخص‌ها و ضریب کرونباخ کیفیت انواع خدمات پس از تحلیل عاملی

خدمات ابعاد	کلاتری ها		دفتر خدماتی +۱۰		تعویض پلاک	
	بُعد ظاهری	بُعد عملی	بُعد ظاهری	بُعد عملی	بُعد ظاهری	بُعد عملی
جنبه ظاهری	۲،۳،۴	۷۴	۱،۲،۳،۴	۸۴	۲،۳،۴	۸۵
قابلیت اعتماد	۵،۶،۷،۸،۹	۸۹	۵،۶،۷،۸،۹	۸۲	۵،۶،۷،۸	۸۴
مسئولیت پذیری	۱۱،۱۳،۱۴	۸۱	۱۰،۱۲،۱۳	۷۲	۱۱،۱۳،۱۴	۶۲
اطمینان دادن	۱۵،۱۸،۲۰،۲۱	۸۳	۱۴،۱۵،۱۶	۷۰	۱۶،۱۷	۷۰
همدردی	۲۶،۲۲،۲۵	۷۷	۱۷،۱۹	۷۰	۱۸،۲۰	۷۰
خط مشی سازمانی	۲۸،۲۹،۳۰،۳۱،۳۲	۷۶	۲۱،۲۲	۵۸	۲۱،۲۲،۲۳	۶۷
کلی		۹۴		۹۰		۹۱



نحوه جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها

ابتدا با رؤسای واحدهای خدماتی هماهنگی شد و سپس با کمک چند نفر همکار که محقق را در کار جمع آوری داده‌ها کمک می‌کردند، پرسشنامه رفتار شهروندی سازمانی بین مدیران و پرسشنامه‌های کیفیت خدمات بین مراجعه کنندگان داخلی و خارجی توزیع و پس از تکمیل، پرسشنامه‌ها جمع آوری و به شرح زیر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. الف) با استفاده از پارامترهای مرکزی و پراکنندگی و جداول آماری؛ داده‌ها توصیف گردیدند.

ب) داده‌ها در سطح واحد ترکیب و با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی کارکنان ارائه دهنده خدمات با ادراک مشتریان از کیفیت خدمات بررسی گردید.

یافته‌های تحقیق

جدول ۷. تعداد شرکت کنندگان به تفکیک انواع خدمات و انواع شرکت کننده

نوع خدمت	مدیران	درصد	مراجعه کنندگان	درصد	جمع
دفاتر الکترونیکی	۱۱	۸/۳	۱۴۲	۱۵	۲۰۰
کالتری ها	۳۵	۲۶/۳	۱۲۱	۱۳	۲۹۸
شعبه های قوامین	۱۰	۷/۵	۱۲۷	۱۴	۱۶۸
مراکز تعویض پلاک	۲۸	۲۱/۱	۱۱۳	۱۲	۲۲۰
بیمارستان ها	۳۸	۲۸/۶	۲۸۶	۳۱	۵۸۱
مجتمع های رفاهی	۱۱	۸/۳	۱۴۲	۱۵	۲۴۰
جمع کل	۱۳۳	۱۰۰	۹۳۱	۱۰۰	۱۷۰۷

تعداد شرکت کنندگان به تفکیک انواع خدمات در (جدول شماره ۷) نشان داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود به غیر از بیمارستان‌ها، درصد مراجعه کنندگان شرکت کننده در این تحقیق از انواع خدمات تقریباً یکسان و حدود چهارده درصد است.



رفتار شهروندی سازمانی و ابعاد آن به تفکیک انواع خدمات

جدول ۸. میانگین رفتار شهروندی سازمانی و ابعاد آن به تفکیک انواع خدمات

رفتار شهروندی سازمانی	ابعاد رفتار شهروندی سازمانی				شاخص‌ها	انواع خدمات
	طاعت‌پذیری	وفاداری سازمانی	ادب شهروندی	کمک‌رسانی		
۱/۹۷	۱/۸۷	۱/۹۴	۱/۹۹	۱/۹۹	میانگین	خدمات الکترونیکی
۰/۳۹	۰/۴۲	۰/۴۹	۰/۵۴	۰/۹۳	انحراف معیار	
۲/۶۴	۲/۵۳	۲/۷۷	۲/۶۲	۲/۶۴	میانگین	خدمات کلانتری
۰/۸۱	۱/۰۲	۱/۰۳	۰/۸۱	۰/۸۱	انحراف معیار	
۲/۴۹	۲/۳۲	۲/۶۴	۲/۵۷	۲/۴۳	میانگین	خدمات بانکی-قوامین
۰/۲۹	۰/۲۴	۰/۵۴	۰/۴۸	۰/۳۵	انحراف معیار	
۲/۴۳	۲/۲۴	۲/۵۸	۲/۳۵	۲/۵۶	میانگین	خدمات تعویض پلاک
۰/۶۰	۰/۶۷	۰/۸۱	۰/۶۹	۰/۷۸	انحراف معیار	
۳/۰۴	۳/۰۵	۳/۰۲	۳/۱۵	۳/۰۱	میانگین	خدمات درمانی
۰/۴۰	۰/۶۱	۰/۴۹	۰/۴۶	۰/۵۲	انحراف معیار	
۲/۲۲	۲/۰۸	۲/۰۸	۲/۱۸	۲/۵۶	میانگین	خدمات رفاهی
۰/۴۳	۰/۵۵	۰/۳۴	۰/۴۷	۰/۵۹	انحراف معیار	

میانگین و انحراف معیار رفتار شهروندی سازمانی به تفکیک انواع خدمات در (جدول شماره ۸) ارائه گردیده است. بیشترین میانگین رفتار شهروندی سازمانی مربوط به خدمات درمانی و کلانتری‌ها و کمترین میانگین رفتار شهروندی سازمانی مربوط به خدمات الکترونیکی انتظامی است.

کیفیت خدمات و ابعاد آن به تفکیک انواع خدمات

جدول ۹. میانگین کیفیت خدمات و ابعاد آن به تفکیک انواع خدمات

کیفیت خدمات	ابعاد کیفیت خدمات							انواع خدمت
	خط مشی سازمانی	همدردی	اطمینان دادن	مسئولیت پذیری	قابلیت اعتماد	جنبه ظاهری	نشاط	
۲/۲۷	۲/۴۱	۲/۲۲	۲/۰۴	۲/۱۹	۲/۰۵	۲/۷۴	میانگین	خدمات الکترونیکی
۰/۵۶	۰/۸۹	۰/۷۸	۰/۶۴	۰/۷۳	۰/۶۶	۰/۸۰	انحراف معیار	
۲/۶۸	۲/۹۲	۲/۶۲	۲/۵۸	۲/۶۲	۲/۶۱	۲/۷۲	میانگین	خدمات کلاتری
۰/۷۲	۰/۸۵	۰/۹۰	۰/۷۷	۰/۹۶	۰/۹۲	۰/۸۶	انحراف معیار	
۲/۵۵	۳/۶۶	۲/۲۵	۲/۰۵	۲/۲۲	۲/۰۷	۳/۰۸	میانگین	خدمات بانکی
۰/۵۴	۱/۲۵	۰/۸۳	۰/۶۹	۰/۷۸	۰/۶۹	۰/۸۹	انحراف معیار	
۲/۵۴	۲/۶۶	۲/۳۸	۲/۲۹	۲/۵۰	۲/۳۴	۳/۰۶	میانگین	تعویض پلاک
۰/۶۹	۰/۹۲	۰/۹۱	۰/۸۳	۰/۹۱	۰/۸۷	۰/۹۷	انحراف معیار	
۳/۲۲	۳/۵۲	۲/۹۶	۳/۶۱	۲/۹۵	۳/۰۳	۳/۱۰	میانگین	خدمات درمانی
۰/۷۱	۰/۷۷	۰/۸۲	۰/۷۶	۰/۷۹	۱/۳۶	۰/۷۰	انحراف معیار	
۲/۲۶	۲/۴۵	۲/۲۰	۲/۰۷	۲/۱۰	۲/۱۹	۲/۵۴	میانگین	خدمات رفاهی
۰/۵۹	۰/۸۱	۰/۸۳	۰/۷۸	۰/۸۵	۰/۷۰	۰/۷۶	انحراف معیار	

میانگین و انحراف معیار کیفیت انواع خدمات در (جدول شماره ۹) ارائه گردیده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود:

- ۱- بیشترین میانگین ارزیابی کیفیت خدمات مربوط به خدمات درمانی و کلاتری و کمترین آن مربوط به دفاتر خدمات الکترونیکی انتظامی و خدمات رفاهی است.
- ۲- در تمام خدمات، میانگین بعد جنبه ظاهری انواع واحدهای خدماتی از ابعاد کیفیت خدمات با هم تفاوت معنی‌داری ندارند.
- ۳- میانگین خط مشی سازمانی خدمات بانکی بیشتر از واحدهای خدماتی دیگر است.
- ۴- میانگین مسئولیت‌پذیری خدمات درمانی و کلاتری از بقیه واحدهای خدماتی بیشتر هستند.



آمار استنباطی

آزمون نرمال بودن

برای بررسی نرمال بودن توزیع داده ها از آزمون «کالموگوروف»- «اسمیرنوف» استفاده شد، برای تمام داده‌ها مقدار t بین $(+۱/۹۶)$ و $(-۱/۹۶)$ و مقدار آلفا بزرگتر از ۵ درصد بود. بنابراین نتیجه گرفته شد که توزیع جامعه نرمال است و برای بررسی رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی با کیفیت خدمات می‌توان از آزمون پیرسون که برای داده‌های کمی مناسب است استفاده نمود.

رابطه رفتار شهروندی سازمانی با کیفیت خدمات

جدول ۱۰. آزمون همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه رفتار شهروندی سازمانی با کیفیت خدمات

کیفیت خدمات	رفتار شهروندی سازمانی		
.۵۵	۱	ضریب پیرسون	رفتار شهروندی سازمانی
.۰۰۲	۰	سطح معناداری	
۲۶	۲۶	تعداد	
۱	.۵۵	ضریب پیرسون	کیفیت خدمات
۰	.۰۰۲	سطح معناداری	
۲۶	۲۶	تعداد	

نتیجه آزمون همبستگی پیرسون نشان داد (جدول شماره ۱۰) که ضریب همبستگی بین متغیر رفتار شهروندی سازمانی با کیفیت خدمات برابر با $(I=.۵۵)$ می‌باشد که از نظر آماری در سطح ۹۵ درصد معنی‌دار است. به عبارت دیگر با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت که بین رفتار شهروندی سازمانی با کیفیت خدمات رابطه معنی‌داری وجود دارد.



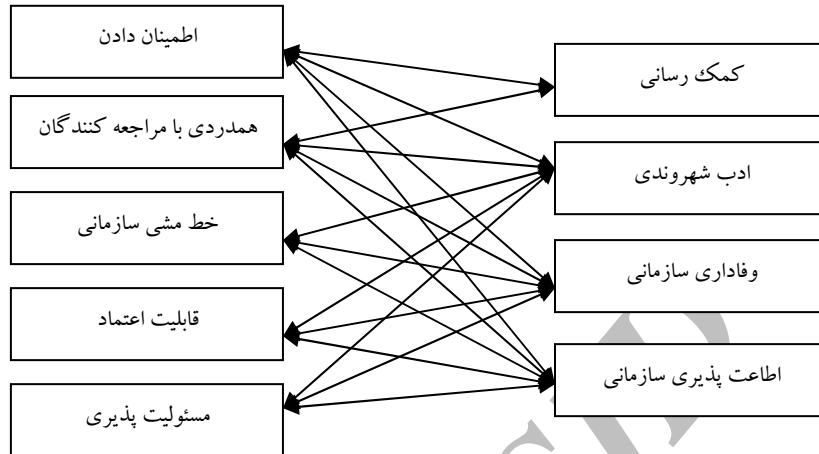
رابطه بین ابعاد رفتار شهروندی سازمانی و ابعاد کیفیت خدمات

جدول ۱۱: ضرایب همبستگی بین ابعاد رفتار شهروندی سازمانی و ابعاد کیفیت خدمات

خط مشی سازمانی	هم‌دردی	اطمینان دادن	مسئولیت پذیری	قابلیت اعتماد	ابعاد کیفیت ابعاد رفتار
۰/۳۶	۰/۳۷	۰/۴۵	۰/۴۴	۰/۴۵	کمک‌رسانی
۰/۴۱	۰/۵۸	۰/۴۹	۰/۴۳	۰/۴۶	ادب شهروندی سازمانی
۰/۴۱	۰/۴۵	۰/۳۸	۰/۳۶	۰/۳۵	وفاداری سازمانی
۰/۳۴	۰/۵۵	۰/۴۸	۰/۴۲	۰/۴۸	اطاعت‌پذیری

نتیجه آزمون همبستگی نشان داد که به احتمال ۹۵ درصد بین ابعاد رفتار شهروندی سازمانی شامل: ادب شهروندی، وفاداری سازمانی، اطاعت‌پذیری با تمام ابعاد کیفیت خدمات شامل: کمک‌رسانی، قابلیت اعتماد، مسئولیت‌پذیری، اطمینان‌دادن، هم‌دردی و خط‌مشی سازمانی رابطه معنی‌دار وجود دارد. ولی بین تمام ابعاد رفتار شهروندی سازمانی با بعد ظاهری از ابعاد کیفیت خدمات رابطه معنی‌دار وجود ندارد. ضرایب همبستگی بین ابعاد رفتار شهروندی سازمانی و ابعاد کیفیت خدمات و رابطه آنها در (جدول شماره ۱۱) و (شکل شماره ۲) نشان داده شده است.

Archive of SID



شکل ۲. رابطه بین ابعاد رفتار شهروندی سازمانی با ابعاد کیفیت خدمات

بحث و نتیجه گیری

۱- بین رفتار شهروندی سازمانی با کیفیت خدمات رابطه وجود دارد.

این نتیجه با نتایج تحقیقات گذشته به شرح زیر هماهنگ است.

* بین دو نوع از رفتار شهروندی سازمانی یعنی رفتار مشتری محور و نوع دوستی، با

ادراک مشتریان از کیفیت خدمات رابطه وجود دارد (کلی و هافمن، ۱۹۹۷).

* بین رفتار مشتری محور با کیفیت خدمات از منظر مشتریان رابطه مثبت وجود دارد

(نیلز و کاترین، ۲۰۰۳).

* بین ترکیب رفتار شهروندی سازمانی در سطح فردی با عملکرد در سطح واحد

رابطه وجود دارد (نیلز و کاترین، ۲۰۰۳).

نتیجه: در راستای این نتایج می توان گفت: همانند سایر سازمان های خدماتی، بین

رفتارهای شهروندی سازمانی کارکنان واحدهای خدماتی پلیس نیز با درجه کیفیت

خدمات ادراک شده توسط مراجعه کنندگان رابطه وجود دارد.

۲- بین ابعاد رفتار شهروندی سازمانی با تمام ابعاد کیفیت خدمات، غیر از بُعد جنبه

ظاهری، رابطه وجود دارد. نتیجه این تحقیق با نتیجه تحقیق نیلز و کاترین (۲۰۰۳) و نیلز و

ساندستروم (۲۰۰۲) هماهنگ است.



نتیجه: یافته‌های تحقیق حاضر نشان داد که بین ابعاد رفتار شهروندی سازمانی کارکنان با ابعاد رفتاری کیفیت خدمات واحدهای خدماتی رابطه وجود دارد، اما در خصوص بُعد ظاهری خدمات پلیسی که مربوط به ظاهر کارکنان و محیط واحد های خدماتی است این رابطه وجود ندارد. به عبارت دیگر بین ابعاد رفتاری کیفیت خدمات با ابعاد رفتار شهروندی سازمانی ارتباط وجود دارد.

پیشنهادها

با توجه به نتایج تحقیق و بحث و نتیجه‌گیری انجام شده و نتایج حاصل از شاخص‌های رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات پیشنهادهای ذیل ارائه می‌گردد:

- ۱- دسترسی به انواع خدمات در واحدهای خدماتی آسان گردد؛
- ۲- در واحدهای خدماتی گروه مشاوره برای ارائه مشاوره به مراجعه‌کنندگان راه‌اندازی شود؛
- ۳- کارکنان واحدهای ارائه دهنده خدمات، به صورت شخصی یعنی متناسب با نیاز، سلیقه و شخصیت مراجعه‌کنندگان به آنها توجه نموده و در جهت درک خواسته آنها تلاش نمایند؛
- ۴- کلاس‌تری‌ها برای پیشگیری از جرم به برگزاری دوره‌های آموزشی برای مردم و گشت زنی شبانه روز در محل‌های جرم خیز، بیش از روش‌های دیگر توجه کنند؛
- ۵- کارکنان واحدهای خدماتی تشویق شوند که اطلاعات خود را در اختیار همکاران قرار دهند و برای حل مشکل‌های کاری به یکدیگر کمک کنند؛
- ۶- در واحدهای خدماتی از کارکنانی استفاده شود که از شغل خود احساس غرور می‌کنند، در برابر واحد خدماتی خود نگرش مثبت دارند، منظم و با انضباط هستند و اطلاعات تخصصی آنها به روز است؛
- ۷- با توجه به اینکه بین ابعاد رفتار شهروندی سازمانی با ابعاد کیفیت رفتاری خدمات رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشت، پیشنهاد می‌شود با حذف بعد ظاهری کیفیت خدمات، ابعاد رفتاری کیفیت خدمات با ابعاد رفتار شهروندی سازمانی با یکدیگر ترکیب

و به عنوان معیار ارزیابی عملکرد واحدهای خدماتی پلیسی و سایر سازمان‌های خدماتی بررسی شود. سه بعد و مؤلفه‌های پیشنهادی هر بعد برای رفتار شهروندی سازمانی عبارت‌اند:

بعد رفتارهای همکار محور

این بعد ترکیبی از بعد کمک‌رسانی و ادب شهروندی (مشارکت سازمانی) خواهد بود و شامل مؤلفه‌هایی مانند: کمک به همکاران غایب؛ کمک به همکاران جدیدالاستخدام؛ تلاش بیش از حد انتظار برای حل مشکل همکاران؛ مبادله توانایی‌ها، دانش، و مهارت‌ها با دیگران؛ احترام به حقوق و امتیازهای همکاران و اجتناب از ایجاد مشکل برای آنها.

بعد رفتارهای سازمان محور

این بعد ترکیبی از بعد ادب شهروندی (مشارکت سازمانی)؛ وفاداری سازمانی و اطاعت‌پذیری سازمانی خواهد بود و شامل مؤلفه‌هایی نظیر جدی گرفتن شغل؛ به ندرت اشتباه کردن؛ عدم تمرکز بر جنبه‌های منفی کارها؛ حضور به موقع و مشارکت فعال در جلسه‌ها، ارائه پیشنهادها نوآور، و خلاق برای بهبود کیفیت کلی کارها؛ دفاع از سازمان در مقابل افراد منتقد داخلی؛ به عنوان نماینده سازمان در محافل عمومی، احساس غرور کردن؛ تبلیغ از کالاها و خدمات سازمان؛ انجام کارهای داوطلبانه برای ایجاد تصویر مثبت سازمان در نزد افکار عمومی جامعه؛ تلاش زیاد برای دفاع از سازمان در مقابل تهدیدهای خارجی؛ خبر دادن در صورتی که نتواند سر کار بیاید؛ تمیز نگه داشتن محیط کار، حضور به موقع در محل کار در صبح و بعد از ناهار؛ انجام به موقع وظایف می‌شود.

بعد رفتارهای مشتری محور

این بعد تعدادی از مؤلفه‌های ابعاد کیفیت خدمات که جنبه رفتاری دارند را در بر می‌گیرد و شامل مؤلفه‌هایی مانند: علاقه صادقانه برای حل مشکل مراجعه‌کنندگان؛ شروع به ارائه خدمت در وقت تعیین شده، انجام خدمت در مهلت مقرر (سرعت عمل)؛ انجام خدمت به طور صحیح (صحت عمل)؛ سهولت در دسترسی به واحدهای خدماتی؛ تمایل زیاد برای کمک به مراجعه‌کنندگان؛ احساس مسئولیت؛ پاسخ‌گو بودن؛ ارائه مشاوره به مراجعه‌کنندگان، داشتن دانش کاری کافی؛ داشتن اطلاعات کاری کافی؛ برخورد مؤدبانه با

مراجعه کنندگان؛ راهنمایی مناسب مراجعه کنندگان؛ هم‌دردی با مراجعه کنندگان، توجه شخصی به مراجعه کنندگان و رعایت عدالت، می‌شود.

منابع فارسی

- احمدی، محمد حسین. (۱۳۸۸). سازمان و وظایف یگان‌های انتظامی ناجا. چاپ اول، تهران: انتشارات جام جم.
- پور مراد، مجید. (۱۳۸۳). بررسی سبک رهبری رؤسای کلانتری‌های تهران بزرگ و رضایت‌مندی مراجعین. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علوم انتظامی-دانشکده فرماندهی و ستاد.
- تروجانویچ، رابرت؛ باکوروکس. بانی. (۱۳۸۴). پلیس جامعه محور. (ترجمه مرکز مطالعات و تحقیقات کاربردی طرح و برنامه ناجا). تهران: انتشارات فرات.
- حسینی، سید محمد؛ سهل آبادی، محسن. (۱۳۸۳). دانستن‌های انتظامی-اجتماعی. مرکز چاپ معاونت اجتماعی نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران.
- کارن، ام‌هس و میلر، لیندا. اس. (۱۳۸۲). پلیس در اجتماع. (ترجمه رضا کلهر). تهران: انتشارات دانشگاه علوم انتظامی.
- میس، ادویس؛ اورتمایر، پی جی. (۱۳۸۵). رهبری اصول اخلاقی و امور پلیسی. (ترجمه حسین شاکری)، تهران: نیروی انتظامی ایران، مرکز تحقیقات و پژوهش‌های ناجا.

منابع لاتین

- Burtone, Christie. (2003). *An Empirical Investigation Of The Interrelationships Of Organizational Citizenship Behaviors; for the Degree Of PHD*, The George Washington University.. pp1-51.
- Dipaola, Michael F, Tarter. C. john and, Hoy. Wayne K. (2004) . *Measuring Organizational Citizenship Of Schools. The OCB Scale*, pp.1-36.
- Folami, Lookman Buky. (1994). *An Investigation Perception Of Accounting firm Organizational Structure. for Degree Of phD*; Georgia State University; pp:15-20.
- Graham, j. w. (1991). *An Essay on organizational behavior*, Journal of Employee Responsibilities and Rights 4.249-270
- Hill, Theresa M. Job Attitudes And personality. (2002). *Predictors Of organizational Citizenship Behavior. A thesis Submitted In partial Fulfillment Of The Requirement for The Degree Of master Of Science In Applied Psychology*



- (*Industrial/Organizational*) ,ProQuest Information And Learning 300 North Road ,Ann Arbor,ml,pp1-10.
- Hui ,C. Harry- Chiu ,Warren C. K &Yu .Philip L. H. , Kevin Cheng and Herman H. M. Tse5. (2007). The Effects of Service Climate and the Effective Leadership Behavior of Supervisors on Frontline Employee Service Quality: A Multi-level analysis. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*,pp, 151–172.
- Kang Gi-Du, Jeffrey James.(2004). *Service quality dimensions: an examination of Gronroos's service quality model. Managing Service Quality*; Volume 14, Number 4. pp. 266–277.
- Kelley.S.W,Hoffman,K.D.(1997).*An investigation of Positive Affect Prosocial Behavior and Service Quality*.Journal of Retailing,73,407-427
- Kohan Andrea.(1997). *Police Work Experiences And Their Relationship To Burnout And Organizational Citizenship Behavior. For Degrr If Master Of Arts*, Clinical Psychology pp1-135.
- Konovsky, Mary A; Pugh, S Douglas. (1997) .*Citizenship Behavior and Social Exchange. Academy of Management Journal*; 37, 3; ABI/INFORM Global; pp. 656-669.
- Moorman,r.h&Blakely,G.L(1995).*Individualism-Collectivism as an Individual Difference Predictor of Organizational Citizenship Behavior. Journal of Organizational Behavior*,16.126-142
- Niles-jolly, Kathryn Arlene.(2003). *Organizational Citizenship Behavior And Customer Service Quality. A Group- Level Study; for Degree Of (PhD)*,University Of Maryland;Umi Number: 3094522, pp: 4-90.
- Nielsen, Tjai M; Sundstrom. Eric.(2002). *Organizational Citizenship Behavior And Work Team Performance: A Longitudinal Field study Society For Industrial And Organizational Psychology Conference In Toronto On Trio. Canada*, pp:5-30.
- Nielsen, Tjai M; Sundstrom. Eric.(2002). *Organizational Citizenship Behavior And Work Team Performance: A Longitudinal Field study Society For Industrial And Organizational Psychology Conference In Toronto On Trio. Canada*, pp:5-30.
- Nor Khalidah Abu, Kelana Jaya.(2004). *Service Quality Dimensions: A Study on Various Sizes of Grocery Retailers - A conceptual Paper. Proceeding of IBBC*, pp: 327,635.
- Othman AbdulQawi, Owen Lynn,(2002). *The multi Dimensionality Of Carter Model to Measure Custome Service Quality (SQ) in Islamic Banking Industry: A Study in Kuwait Finance House. International Journal of Islamic Financial Services*; Vol. 3 No. 4, pp. 1-12.
- Parasuraman. A,Zeithaml.Valarie. A, Berry. Leonard.L (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing (pre-1986)*; Fall 1985; 49, 000004; ABI/INFORM Global . pp. 41.
- Parasuraman, A.; Zeithaml, Valarie A.; Berry, Leonard L.(1988). Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Quality. *Journal of Retailing*;64, 1; ABI/INFORM Global , p. 12, p. 25.
- Podsakoff, P. M., Ahearne, M., & MacKenzie, S. B. (1997). Organizational Citizenship Behavior and the Quantity and Quality of Work Group Performance. *Journal of Applied Psychology*, 82: 262-270.



- Pratibha, A, Dabholkar; Dayle, L, Thorpe; Joseph, O, Rentz,(1996). A Measure of Service Quality for Retail Stores: Scale Develo. *Academy of Marketing Science Journal*; 24, 1; ABI/INFORM Global p. 3.
- Van Dyne, Linn; Graham, Jill W; Dienesch, Richard M.(1994). Organizational Citizenship Behavior: Construct Redefinition, Measurement, and Validation. *Academy of Management Journal*; 37, 4; ABI/INFORM Global ; pp. 765-795.
- Smith , C.,Organ,D. and Near,J.(1988). Organizational Citizenship Behavior Its Nature and Antecedents. *Journal of Applied Psycholog* ,Vol. 68, No. 4, 653-663.
- Zeithaml, Valarie A; Berry, Leonard L; Parasuraman, A.(1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*; 60, 2; ABI/INFORM Global, p. 31.

Archive of SID