

نقش ویژگی‌های شغلی در تمایل پرستاران به رفتارهای مشتری‌مداری

ابوالقاسم نوری^۳

سمیرا شاهپوری^۲

*سید میثم دیباجی^۱

چکیده

زمینه و هدف: رفتارهای مراجع‌مدار و مشتری‌مداری از جمله موارد جدید مطرح‌شده در ادبیات پرستاری و بیمارستانی است. هدف این پژوهش تعیین نقش ویژگی‌های شغلی در انجام رفتارهای مشتری‌مدار توسط پرستاران بود. روش بررسی: این مطالعه از نوع مقطعی-همبستگی بود که در آن ۱۵۰ پرستار شاغل در بیمارستان فوق‌تخصصی الزهراء اصفهان با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند و به پرسشنامه‌های ویژگی‌های شغلی Sims, Szilagyi & Keller و مقیاس تمایل به رفتارهای مشتری‌مداری پرستاران Kim, Moon, Han & Tiko پاسخ دادند. داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه‌ی ۱۶ با آمار توصیفی، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه‌ی گام به گام مورد تحلیل قرار گرفتند. یافته‌ها: نتایج نشان داد که تمامی ویژگی‌های شغلی غیر از خودمختاری و روابط دوستانه، با تمایل پرستاران به انجام رفتارهای مشتری‌مداری ارتباط دارند ($P < 0/05$)؛ اما تنها دو بعد بازخورد شغلی در گام اول ($F=18/473$ و $P < 0/05$) و تنوع وظیفه در گام دوم ($F=13/507$ و $P < 0/05$) قادر به پیش‌بینی آن در رگرسیون گام به گام هستند.

نتیجه‌گیری کلی: با توجه به یافته‌های به دست آمده از این پژوهش، به نظر می‌رسد لازم است وظایف پرستاران به گونه‌ای طراحی گردد که آنان بتوانند از نتیجه‌ی عملکرد خود آگاه شوند؛ همچنین ایجاد تنوع در وظایفی که به پرستاران محول می‌شود با روش‌هایی مثل توسعه‌ی شغلی، غنی‌سازی شغلی و گردش شغلی، می‌تواند موجب تمایل آنان به رفتارهایی گردد که رضایت مشتری و همراهان وی را تأمین کند.

کلیدواژه‌ها: مشتری‌مداری، ویژگی‌های شغلی، پرستاران

تاریخ دریافت: ۹۲/۳/۵

تاریخ پذیرش: ۹۲/۶/۶

^۱ دانشجوی دکترای روانشناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول). شماره تماس: ۰۹۳۹۶۵۱۳۴۵۹

Email : sm.diba@gmail.com

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد روانشناسی صنعتی و سازمانی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

^۳ استاد گروه روانشناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

مقدمه

با رشد خدمات بیمارستانی و پزشکی، افراد امکان بیشتری برای انتخاب مکان دریافت این خدمات پیدا کرده‌اند که این مسئله باعث به وجود آمدن محیط تجاری رقابتی برای ارائه‌دهندگان این خدمات شده است. سود پایین بیمه‌ها از این خدمات، خصوصی‌سازی، افزایش هزینه‌های ثابت بیمارستانی، حقوق رو به افزایش کارکنان بیمارستانی و مسایلی از این دست نیز بر لزوم توجه هرچه بیشتر این بخش به مسایل مرتبط با جذب مشتری افزوده است^(۱).

اصطلاح رفتارهای مشتری‌مداری در سطح سازمانی به عنوان مجموعه‌ای از باورها که مشتری را در اولویت قرار داده و موجب سود بلندمدت برای سازمان می‌گردد، تعریف شده است^(۲) و در سطح فردی به تمایل و اشتیاق کارکنان برای انجام رفتارهایی که موجب جذب مراجع می‌شود، اشاره دارد^(۳). کارکنان با انجام این رفتارها، ارتباطی دوطرفه با مشتریان برقرار می‌کنند که در نهایت منجر به عملکرد بهتر سازمان شان شده^(۴) و این امر مهمترین سیاست‌های مراکز پیشرو به حساب می‌آید^(۵).

هرچند مواردی همچون اهمیت مراجعین در فرهنگ سازمانی^(۶) و عدالت سازمانی^(۷) می‌تواند نقش عمده‌ای در انجام رفتارهای مشتری‌مداری توسط کارکنان داشته باشد؛ اما به نظر می‌رسد قسمت عمده‌ای از انجام چنین رفتارهایی می‌تواند حاصل نحوه‌ی سازمان‌دهی ادراک فرد از شغلش باشد.

پژوهش‌های زیادی به بررسی ویژگی‌های شغلی و واکنش‌های روانی و فیزیکی حاصل از آن‌ها در پرستاران پرداخته‌اند^(۸،۷). مدل ویژگی‌های شغلی Hackman & Oldham، شغل را شامل ۶ ویژگی می‌داند که عبارتند از: ۱) تنوع وظیفه، که به مقدار نیاز شغل به فعالیت‌های مختلف برای انجام آن اشاره دارد (۲) خودمختاری، که به مقدار آزادی، استقلال و قدرت تصمیم‌گیری فرد در برنامه‌ریزی و تعیین فرآیندهای شغلی اشاره دارد (۳) بازخورد، که ناظر بر مقدار نیاز شاغل به دریافت اطلاعات

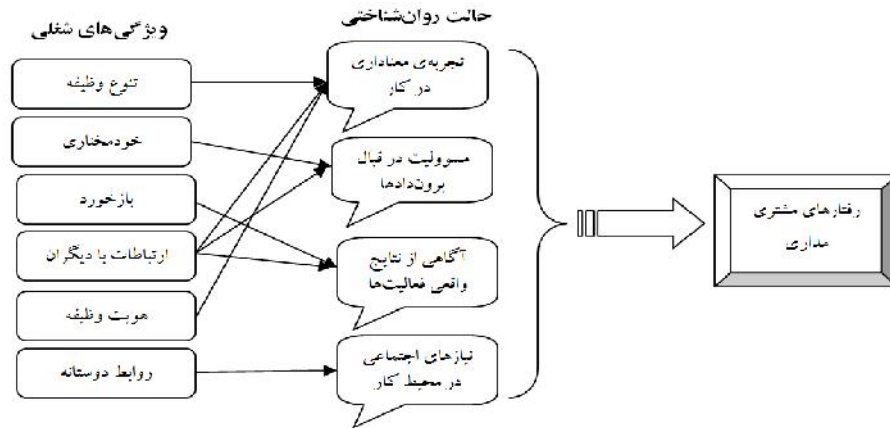
واضح و مستقیم برای انجام فعالیت‌های شغلی است^(۴) هویت وظیفه، که به مقدار نیاز شغل به انجام کامل آن از ابتدا تا انتها و یا تقسیم شغل به بخش‌های قابل شناسایی اشاره دارد (۵) سر و کار داشتن با دیگران، که به مقدار ارتباط شغل با سایر شغل‌ها برای انجام صحیح آن ارتباط دارد و (۶) روابط دوستانه، که به فرصتی که شغل برای برقراری روابط نزدیک در اختیار شاغل قرار می‌دهد اطلاق می‌شود.

این ویژگی‌های شغلی، منجر به سه حالت روان‌شناختی شامل تجربه‌ی معناداری در کار، مسوولیت در قبال برون داده‌ها و آگاهی از نتایج واقعی فعالیت‌ها در فرد می‌گردند که انگیزه‌ی وی در کار را تعیین می‌کنند^(۹) (شکل ۱) و برون داده‌های کاری به وسیله‌ی آن‌ها تعیین می‌گردند.

در واقع مدل ویژگی‌های شغلی به این منظور مطرح شد که درک نظری چگونگی تاثیر ویژگی‌های شغلی بر برون-داده‌های کارکنان مثل رضایت شغلی، تمایل به ترک شغل، غیبت و تعهد سازمانی را امکان پذیر سازد^(۱۰،۱۱). به نظر می‌رسد رفتارهای مشتری‌مداری نیز به‌عنوان بخش مهمی از عملکرد پرستاران، می‌تواند یکی از برون‌داده‌های حالات روان‌شناختی ناشی از ویژگی‌های شغلی باشد؛ زیرا موقعیت‌های روانی که پرستار در شغل خود تجربه می‌کند، می‌تواند به تدریج سبب حالاتی در وی شود که نسبت به مراجعان بی‌تفاوت شده و پاسخ سنگ دلانه و منفی نسبت به آنان ابراز کند (مسخ شخصیت در فرسودگی شغلی)^(۱۲) و یا دست به رفتارهای مشتری‌مداری بزند که موضوع این پژوهش است.

با توجه به موارد مطرح‌شده هدف این پژوهش، تعیین مدل نقش ویژگی‌های شغلی ادراک شده توسط پرستاران در تمایل آنان به انجام رفتارهای مشتری‌مداری بود. بررسی این مدل با این فرضیه دنبال شد:

ویژگی‌های شغلی ادراک‌شده توسط پرستاران، قادر به پیش‌بینی انجام رفتارهای مشتری‌مداری است. (شکل شماره ۱)



شکل ۱: الگوی پژوهش حاضر؛ الهام گرفته از مدل ویژگی‌های شغلی هاگمن و اولدهام (۱۹۸۰)

روش بررسی

این پژوهش از نوع همبستگی بود^(۱۳). جامعه پژوهش، کلیه پرستاران شاغل در بیمارستان فوق تخصصی الزهراء اصفهان در سال ۱۳۹۱ بودند (۶۷۸ نفر) که در بخش‌هایی کار می‌کردند که بیمار بیش از دو روز در آن اقامت داشت. به منظور بررسی پایایی ابزار پژوهش و تعیین حجم نمونه‌ی کافی برای مطالعه، ابتدا یک نمونه‌ی مقدماتی ۳۰ نفره از پرستاران بالینی انتخاب شدند و سپس با استفاده از فرمول کوکران، تعداد نمونه‌ی مورد نیاز (۱۴۲ نفر) برآورد شد^(۱۴).

پژوهشگران پس از دریافت مجوز از کمیته‌ی پژوهشی بیمارستان فوق تخصصی الزهراء و دریافت معرفی‌نامه از این کمیته به هماهنگی با قسمت‌های مختلف بیمارستان برای اجرای پژوهش پرداختند. با توجه به احتمال افت نمونه، ۱۶۰ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب با حجم، با توجه به بخش محل خدمت انتخاب شدند. بدین منظور طی جلسه‌ای با مدیر پرستاری بیمارستان و تبیین اهداف این پژوهش، اسامی پرستاران بالینی به تفکیک بخش کاری آن‌ها دریافت شد. با محاسبه‌ی نسبت پرستاران بالینی هر بخش به کل جامعه‌ی پژوهش، همان نسبت در تعداد نمونه‌ی انتخابی از آن بخش در نظر گرفته شد.

برای تکمیل پرسشنامه‌ها، با توجه به برنامه‌ی کاری پرستار انتخاب‌شده در نمونه، یکی از پژوهشگران به

بیمارستان مراجعه و پس از معرفی خود و تبیین اهداف پژوهش و نیز اطمینان دادن به افراد از محرمانه ماندن نام آن‌ها، از شرکت‌کنندگان خواسته شد ابتدا رضایت‌نامه‌ای را که در بالای پرسشنامه بود، امضا کنند و سپس مبادرت به تکمیل پرسشنامه نمایند. پرسشنامه در زمان استراحت پرستاران به آنان داده شد و برای پاسخگویی سوالات، به هر فرد ۳۰ دقیقه وقت داده شد. در نهایت ۱۵۰ پرسشنامه بازگردانده شد (نرخ بازگشت = ۹۳/۷۵ درصد).

ابزارهای جمع‌آوری داده‌های این مطالعه شامل مقیاس تمایل به رفتارهای مشتری‌مداری Kim, Moon, Han & Tiko و پرسشنامه‌ی ویژگی‌های شغلی Sims, Szilagyi & Keller بود. مقیاس تمایل به رفتارهای مشتری‌مداری Kim, Moon, Han & Tiko الهام گرفته از مقیاس رفتارهای شهروندی سازمانی Podsakoff & Mackenzie است^(۱۵) و پرستاران موافقت خود را با عبارات آن روی یک طیف لیکرتی هفت درجه‌ای (کاملاً مخالفم=۱، مخالفم=۲، کمی مخالفم=۳، نظری ندارم=۴، کمی موافقم=۵، موافقم=۶ و کاملاً موافقم=۷) ابراز می‌کنند. Kim, Moon, Han & Tiko پایایی این پرسشنامه را ۰/۸۷ اعلام کرده و روایی سازه‌ی آن را از طریق تحلیل عاملی مورد تایید قرار داده‌اند^(۱۶). در ایران گل‌پرور و نادری پایایی این پرسشنامه را ۰/۸۲ گزارش کرده‌اند^(۱۷)؛ در این پژوهش نیز ثبات درونی این مقیاس با آلفای کرونباخ ۰/۸۴۱ تایید شد.

نمره‌گذاری ابزار با استفاده از جمع نمرات به دست آمده از ۴ سوال این مقیاس محاسبه شد که حداقل نمره فرد در این مقیاس ۴ و حداکثر ۲۸ بود و هر چه نمره فرد بالاتر بود به معنی تمایل بالاتر وی برای انجام رفتارهای مشتری‌مداری بیشتر بود. نمونه‌ای از سوالات این مقیاس به این شرح است: "من همیشه تمایل دارم به شکایت بیماران رسیدگی کنم".

برای بررسی ویژگی‌های شغلی کارکنان از پرسشنامه‌ی ویژگی‌های شغلی Sims, Szilagyi & Keller استفاده گردید^(۱۷). این پرسشنامه به منظور توصیف ادراک کارکنان از شغلشان تهیه شده است و دارای ۳۰ سوال است که دربرگیرنده‌ی مولفه‌های تنوع وظیفه (گویه‌های ۱، ۱۲، ۱۷ و ۲۲)، خودمختاری (گویه‌های ۲، ۸، ۱۳، ۱۸، ۲۳ و ۲۸)، بازخورد (گویه‌های ۴، ۹، ۱۴، ۲۰ و ۲۵)، سر و کار داشتن با دیگران (گویه‌های ۶، ۱۱ و ۳۰)، هویت وظیفه (گویه‌های ۳، ۱۹، ۲۴ و ۲۹) و روابط دوستانه (گویه‌های ۵، ۱۰، ۱۵، ۱۶، ۲۱، ۲۶ و ۲۷) می‌باشد و شرکت‌کنندگان روی یک طیف لیکرتی پنج درجه‌ای (بسیار کم=۱، کم=۲، متوسط=۳، زیاد=۴، بسیار زیاد=۵) به آن پاسخ دادند. نمره فرد در هر بعد از جمع نمرات به دست آمده از پرسش‌های مرتبط با آن بعد به دست آمد. پژوهش‌های مختلف، پایایی این پرسشنامه را از ۰/۷۶ تا ۰/۸۴ گزارش داده‌اند^(۱۸-۲۰). در این پژوهش نیز ثبات درونی این پرسشنامه با آلفای کرونباخ ۰/۸۳۲

تایید شد. به منظور بررسی نقش ویژگی‌های شغلی در تمایل پرستاران برای انجام رفتارهای مشتری‌مداری در این پژوهش از آمار توصیفی شامل میانگین و انحراف معیار و آمار استنباطی شامل همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام استفاده شد.

یافته‌ها

از نظر متغیرهای جمعیت‌شناختی، ۴۷ درصد نمونه در بازه‌ی سنی ۲۰ تا ۳۰ سال، ۴۳/۷ درصد بین ۳۰ تا ۴۰ سال و ۹/۳ درصد بین ۴۰ تا ۵۰ سال بودند. از نظر تحصیلات، ۹۳/۳ درصد کارشناسی و ۶/۷ درصد کارشناسی‌ارشد بودند؛ ۶۸/۵ درصد جامعه متاهل بودند؛ ۸۵/۴۳ درصد از نمونه مونث بودند. در جدول ۱ شاخص‌های توصیفی و ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش با یکدیگر آورده شده است.

از بین ویژگی‌های شغلی، تنها دو بعد خودمختاری و روابط دوستانه با تمایل پرستاران به انجام رفتارهای مشتری‌مداری ارتباط نداشته‌اند و تمایل پرستاران به انجام رفتارهای مشتری‌مداری با دو بعد از ویژگی‌های شغلی بیشترین ارتباط را نشان داد. این دو بعد عبارت‌اند از: بازخوردی که پرستار از شغل دریافت می‌کند و تنوع وظایفی که به وی محول شده بود. (جدول شماره ۱).

جدول شماره ۱: میانگین، انحراف استاندارد و ماتریس همبستگی میان تمایل به رفتارهای مشتری‌مداری و ویژگی‌های شغلی

		متغیرها							
		۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
۱. تمایل به رفتارهای مشتری‌مداری	M	+۲۰/۳۸							
	SD	+۴/۸۷							
۲. تنوع وظیفه	M	+۱۵/۶۸	+۲/۲						
	SD	+۰/۳۱۹**	+۱						
۳. خودمختاری	M	+۱۸/۰۶	+۳/۱۴	+۰/۰۷۷					
	SD	+۰/۳۹۲**	+۱	+۰/۳۳۶**					
۴. بازخورد	M	+۱۷/۶	+۲/۶۱	+۰/۳۳۳**	+۰/۳۷۱**				
	SD	+۰/۳۳۶**	+۱	+۰/۴۹۶**	+۰/۳۰۱**				
۵. سروکار داشتن با دیگران	M	+۱۰/۶	+۲	+۰/۲۲۸**	+۰/۴۲۷**	+۱			
	SD	+۰/۴۲۸**	+۱	+۰/۳۰۱**	+۰/۴۲۷**	+۰/۴۲۷**			
۶. هویت وظیفه	M	+۱۴/۲۳	+۲/۱۹	+۰/۲۹۹**	+۰/۳۸۹**	+۰/۴۳۹**	+۱		
	SD	+۰/۲۹۹**	+۱	+۰/۴۳۹**	+۰/۴۳۹**	+۰/۴۳۹**	+۰/۴۳۹**		
۷. روابط دوستانه	M	+۱۶/۱۷	+۴/۹	+۰/۰۸۵	+۰/۳۷۱**	+۰/۳۶۵**	+۰/۱۷۱*	+۰/۳۹۳**	+۱
	SD	+۰/۳۷۱**	+۰/۰۸۵	+۰/۳۶۵**	+۰/۳۶۵**	+۰/۳۶۵**	+۰/۱۷۱*	+۰/۳۹۳**	+۰/۱۸۱*

p<۰/۰۵* p<۰/۰۱**

بهترین الگوی پیش‌بینی از تحلیل رگرسیون گام به گام استفاده شد که نتایج آن در جدول شماره ۲ آمده است.

برای بررسی نقش ویژگی‌های شغلی در پیش‌بینی تمایل به رفتارهای مشتری‌مداری در پرستاران و به‌دست آوردن

جدول شماره ۲. تحلیل رگرسیون گام به گام برای پیش‌بینی تمایل به رفتارهای مشتری‌مداری در پرستاران

t	SEB	B	F change	F	R ²	R ²	R	متغیرهای پیش‌بین	متغیر ملاک
۳/۰۵**	۰/۱۵۲	۰/۲۴۹	۰/۴۶۴	۱۸/۴۷۳**	۱۸/۴۷۳**	۰/۱۱۱	۰/۱۱۱	۰/۳۳۳**	بازخورد
۲/۷۷۶**	۰/۱۸۱	۰/۲۲۷	۰/۵۰۱	۷/۷۰۵**	۱۳/۵۰۷**	۰/۰۴۴	۰/۱۵۵	۰/۳۹۴**	تنوع وظیفه

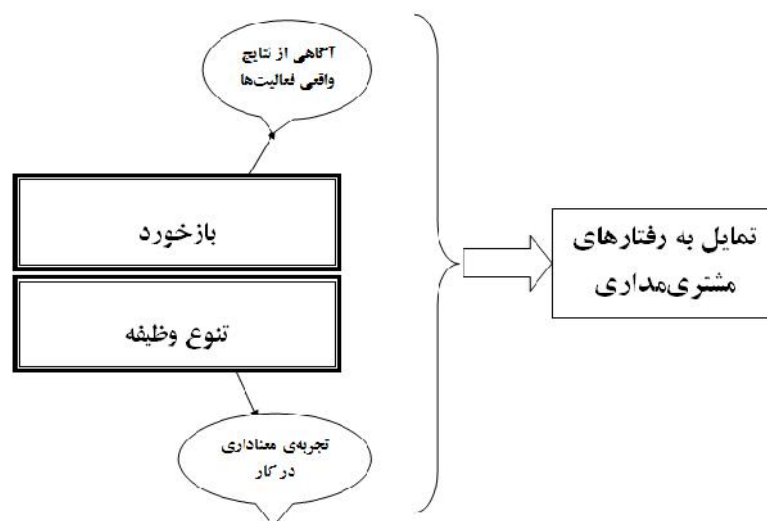
p < / * p < / **

مداری ارتباط دارند؛ نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که علی‌رغم ارتباط چهار بعد از ویژگی‌های شغلی با تمایل به رفتارهای مشتری‌مداری، تأثیر دو بعد بازخورد شغلی و تنوع وظیفه، ابعاد دیگر را پوشش می‌دهد. لذا با توجه به این که ۱۵/۵ درصد از تمایل پرستاران به رفتارهای مشتری‌مداری، بر اساس میزان بازخوردی که شغل آنان در مورد عملکردشان به آنها می‌دهد و مقدار تنوع موجود در وظایف محوله به آنان در کار تبیین می‌شود، بحث بر این دو بعد متمرکز خواهد بود و مدل پژوهش برای پیش‌بینی رفتارهای مشتری‌مداری اصلاح خواهد شد. (شکل شماره ۲).

تحلیل رگرسیون گام به گام نشان می‌دهد که در گام اول پیش‌بینی تمایل به رفتارهای مشتری‌مداری، بازخورد شغلی وارد معادله رگرسیون می‌شود و ۰/۱۱۱ از واریانس آن را تبیین می‌کند. در گام دوم با اضافه شدن تنوع وظیفه، قدرت تبیین معادله رگرسیون به ۰/۱۵۵ می‌رسد. بنابراین دو ویژگی شغلی بازخورد و تنوع وظیفه می‌توانند ۱۵/۵ درصد از تمایلی که پرستاران به انجام رفتارهای مشتری‌مداری نشان می‌دهند را تبیین کنند.

بحث و نتیجه‌گیری

در پاسخ به سوال پژوهش مبنی بر این که کدام یک از ویژگی‌های شغلی با تمایل پرستاران به رفتارهای مشتری‌مداری



شکل شماره ۲: الگوی به دست آمده از یافته‌های این پژوهش برای پیش‌بینی تمایل به رفتارهای مشتری‌مداری پرستاران

بازخوردی که پرستار از نحوه‌ی عملکرد خود در کار دریافت می‌کند، می‌تواند نقش مهمی در راهنمایی وی برای انجام صحیح وظایف داشته باشد. در رابطه با انجام رفتارهای مشتری‌مداری با توجه به این که بازخورد از منبع‌های مختلفی مثل خود بیمار، همراهان وی، سرپرست و داده می‌شود، این متغیر نقش روشن‌تری در تمایل به ادامه و یا قطع رفتارهای مشتری‌مداری خواهد داشت. در واقع بنابر نظریه‌ی تقویت رفتاری Skinner^(۲۱)، هر قدر تمرکز این بازخوردها روی تکریم مراجعین بیشتر باشد احتمال بروز این رفتارها در پرستاران بیشتر خواهد شد.

با توجه به نقش بازخورد شغلی در تبیین تمایل به رفتارهای مشتری‌مداری پرستاران، به نظر می‌رسد که لازم است مدیریت بیمارستان‌ها و مراکز درمانی به منظور افزایش رفتارهای مشتری‌مداری در پرستاران، در طراحی مولفه‌های شغلی آنان بر سازمان‌دهی راهبردهای دریافت بازخورد تمرکز کنند. یکی از بهترین برنامه‌های بازخورد که به نظر می‌رسد در مورد پرستاران می‌تواند کاربرد مناسبی داشته باشد، بازخورد ۳۶۰ درجه است. در این برنامه، از تمامی حوزه‌های مرتبط با عملکرد پرستار (شامل سرپرستان، زیردستان، همکاران، مشتریان و کلیه‌ی کسانی که با پرستار ارتباط مداوم دارند) بازخورد دریافت می‌شود. نکته‌ای که باید به آن توجه کرد نوع این بازخورد است که باید ملاک‌های مرتبط با بازخورد مناسب را احراز کند؛ از جمله توصیفی بودن به جای سنجشی بودن، خاص بودن به جای عام بودن، فوری بودن، و غیره. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که بازخورد ۳۶۰ درجه موجب ارتباطات بهتر سازمانی، پیشرفت عملکرد سازمانی و بالا رفتن اعتبار این بازخوردها می‌گردد^(۲۲)

دومین متغیر از ویژگی‌های شغلی که در این مطالعه قادر به پیش‌بینی رفتارهای مشتری‌مداری پرستاران بود، مقدار تنوع در وظیفه‌ای است که در چارچوب کار برای آن‌ها تعریف شده است. بحث فرسودگی شغلی پرستاران مدت‌ها است که یکی از داغ‌ترین مباحث دانشگاهی و بیمارستانی است. هر چند این مسئله که آیا فرسودگی

شغلی در رابطه‌ی بین تنوع وظیفه و تمایل به رفتارهای مشتری‌مداری مداخله می‌کند یا نه، نیازمند پژوهش دیگری است؛ اما با نگاه به پیشینه‌ی پژوهش در مورد رابطه‌ی تکراری بودن وظایف و فرسودگی شغلی، به نظر می‌رسد که پرستار در اثر روزمرگی و انجام وظایفی که وی را تبدیل به مهره‌ای از یک سیستم خدمت‌رسانی فرض می‌کند، از جنبه‌های انسانی و مواردی که انجام آن‌ها منجر به ارزش افزوده برای سیستم ارائه‌دهنده‌ی خدمات می‌گردد غافل می‌کند^(۲۳). این غفلت موجب می‌شود پرستار به نیازهای مشتری اهمیت کمتری دهد و در کاری که برای او تعریف شده است، منجمد شود^(۲۴). این مسئله فارغ از اهمیتی که در سلامت روان خود پرستار دارد، باعث کاهش رفتارهای مشتری‌مداری می‌گردد^(۲۵). همچنین با نگاه به نظریه‌ی حفظ منابع Hobfoll، زمانی که پرستار دچار روزمرگی در وظایف می‌گردد، نیروی کمتری برای صرف کردن در راه‌هایی که مستلزم سرمایه‌گذاری روانی است، در خود احساس می‌کند^(۲۶) و این مسئله تبیین‌کننده‌ی تمایل کمتر پرستار برای انجام رفتارهای مشتری‌مداری است.

برای کاهش احساس تکراری بودن کار می‌توان از برنامه‌های توسعه‌ی شغلی (تفویض مسوولیت‌های هم‌سطح)، غنی‌سازی شغلی (تفویض مسوولیت‌های بالاتر) و گردش شغلی (انتقال به سایر بخش‌های هم‌سطح) استفاده کرد^(۲۷-۲۹)

باید توجه داشت که این مطالعه در بیمارستان فوق تخصصی الزهرای اصفهان انجام شده است، لذا در تعمیم نتایج به سایر محیط‌ها باید با احتیاط عمل کرد. همچنین با توجه به نوع این مطالعه که از نوع همبستگی است، در تفسیر نتایج نباید از آن نتیجه‌گیری علی شود.

بر اساس این مطالعه به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود که به نقش میانجی متغیرهایی مانند فرسودگی شغلی، بهزیستی روانی و ابهام شغلی در رابطه‌ی بین ویژگی‌های شغلی و تمایل به رفتارهای مشتری‌مداری بپردازند. همچنین انجام این مطالعه با توجه به جنسیت، بازه‌ی سنی

در پایان از همکاری‌های بیدریغ جناب آقای دکتر علی اکبر جنگجو، مدیرخدمات آموزشی و پژوهشی بیمارستان الزهرا و سرکار خانم کوکب شریفی سوپروایزر آموزشی و همچنین پرستارانی که در این پژوهش شرکت نمودند، صمیمانه تشکر می‌گردد.

که فرد از لحاظ تحول رشدی در آن قرار دارد و نیز بخش‌هایی که پرستاران در آن به کار مشغول هستند و امکان نیازمندی‌های متفاوت شغلی، توصیه می‌شود.

تقدیر و تشکر

فهرست منابع

1. Lee W-I, Chen C-W, Chen T-H, Chen C-Y. The relationship between consumer orientation, service value, medical care service quality and patient satisfaction: The case of a medical center in Southern Taiwan. *Afr J Bus Manage*. 2010;4(4):448-58.
2. Hartline MD, Maxham III JG, McKee DO. Corridors of influence in the dissemination of customer-oriented strategy to customer contact service employees. *J mark*. 2000;35-50.
3. Pimpakorn N, Patterson PG. Customer-oriented behaviour of front-line service employees: the need to be both willing and able. (*AMJ*). 2010;18(2):57-65.
4. AktarDemirates, E, Anagun, A., &Koksal, G. Determination of optimal product styles by ordinal logistic regression versus conjoint analysis for kitchen faucets. *International Journal of Industrial Ergonomics*. 2009; 39(5): 866-875.
5. Dunnet A. The role of organizational culture in customer service. *Bus Rev*. 2007;7(1):38-44.
6. Kim JY, Moon JR, Han D, Tiko S. Perception of justice and employee willingness to engage in customer-oriented behavior. *Journal of Services Marketing*. 2004; 18(4): 267-75.
7. Cocco E, Gatti M, de Mendonça Lima CA, Camus V. A comparative study of stress and burnout among staff caregivers in nursing homes and acute geriatric wards. *Int J Geriatr Psychiatry*. 2003;18(1):78-85.
8. Cunco C L, Curtis Cooper, M R, Drew C S, Naoum-Heffernan, C, Sherman, T &Walz K. The effect of Reiki on work-related stress of the registered nurse. *J Holist Nurs*. 2011; 29(1): 33-43.
9. Hackman JR, Oldham GR. Work redesign. Reading, Mass: Addison-WesleyPublishing; 1980.
10. Castanheira F, Chambel MJ. Burnout in salespeople: A three-wave study to examine job characteristics' predictions and consequences for performance. *Economic and Industrial Democracy*. 2010;31(4):409-29.
11. Katsikea E, Theodosiou M, Perdikis N, Kehagias J. The effects of organizational structure and job characteristics on export sales managers' job satisfaction and organizational commitment. *Journal of World Business*. 2011;46(2):221-33.
12. Raffi F, Shamsikhani S, Zarei M, Haghani M. [Burnout and its Relationship with the Nurses' Characteristics]. *I J N*. 2012;25(78):23-33.Persian.
13. Gal M, Burg V, Gal J. Qualitative and quantitative research methods in education and health. 7th ed Nasr AR, translator. Tehran: Samt Publication; 2005.
14. Cochran W. G.(1977); Sampling techniques. New York, Wiley and Sons. 1977;98:259-61..
15. Podsakoff PM, Mackenzie,SB. "Organizationalcitizenship behaviors and sales unit effectiveness", *Journal of Marketing Research*. 1994; August 31(3):351-63.
16. Golparvar M, Naadi MA. [Relationship between understanding of justice and willingness to customer oriented behavior among nurses]. *Journal of Health Management*. 2009, 12(35): 61-70 Persian.
17. Sims HP, Szilagyi AD, Keller RT. The measurement of job characteristics. *Acad Manage J* 1976;19(2):195-212.
18. Liu SW, Norcio R, Tu JT. The Differences in Job Characteristics, Job Satisfaction, and Organizational Commitment of Taiwanese Expatriates Working. *International Journal of Business and Management*. 2009;4(11):P11.
19. Weston MJ. Validity of instruments for measuring autonomy and control over nursing practice. *J Nurs Scholarsh*. 2009;41(1):87-94.

20. Ganzach Y, Fried I. The role of intelligence in the formation of well-being: From job rewards to job satisfaction. *Intelligence*. 2012;40(4):333-42.
21. Skinner BF. Science and human behavior: SimonandSchuster. com; 1953.
22. Drew, G A. "360" degree review for individual leadership development. *Journal of Management Development*. 2009; 28: 581-92.
23. Gallagher SM, Charney W, McGinley LD, CNS-BC A, Gallagher M, Charney M. Clinical nursing education series: Rethinking lift teams. *Bariatric Times*. 2010;7(11):18-23.
24. Hakanen JJ, Bakker AB, Jokisaari M. A 35-year follow-up study on burnout among Finnish employees. *J Occup Health Psychol*. 2011;16(3):345. 60
25. Babakus E, Yavas U. Customer orientation as a buffer against job burnout. *The Service Industries Journal*. 2012;32(1):5-16.
26. Hobfoll SE. Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. *American psychologist*. 1989;44(3):513-24.
27. Yan M, Peng KZ, Francesco AM. The differential effects of job design on knowledge workers and manual workers: A quasi-experimental field study in China. *Hum Resour Manage* 2011;50(3):407-24.
28. Jaturanonda C, Nanthavanij S, Chongphaisal P. A survey study on weights of decision criteria for job rotation in Thailand: Comparison between public and private sectors. *The International Journal of Human Resource Management*. 2006;17(10):1834-51.
- 29 Gulati K, Khera SN. Job satisfaction A ray of sunshine even in burnout times Perceptual analysis of IT organizations. *International Journal of Management & Information Technology*. 2012;1(3):111-7.

The Role of Job Characteristics in Nurses' Willingness to Customer Oriented Behaviors

*Dibaji SM.¹ PhD Cand

Shahpoori S.² MA Cond

Nouri A.³ PhD

Abstract

Background & Aim: Client centered behaviors and customer orientation are new issues in nursing and hospital literature. The aim of current study was to investigate the role of job characteristics in customer oriented behaviors among nurses.

Material and Methods: It was across-sectional, correlational study. A total of 150 nurses of Alzahra hospital of Isfahan were recruited by stratified random sampling and completed Sims et al., job characteristics Inventory (1976) and Kim et al., Willingness to Customer Oriented Measure (2004). Data was analyzed by descriptive statistics, Pearson's correlation and stepwise multiple regression using SPSS-PC (v.16).

Results: The findings revealed that except autonomy and friendship, all of job characteristics are associated with willingness to customer oriented behaviors ($P<0.05$). However, using stepwise regression analysis, just job feedback in first step ($F= 18.473$, $P<0.05$) and job variety in second step ($F=13.507$, $P<0.05$) could predict customer oriented behaviors.

Conclusion: According to the findings, it seems necessary to design the nurse's task so that nurses can be aware of the outcome of their performance. Also, making variation in the tasks assigned to nurses by methods like job enlargement, job enrichment and job rotation can lead to willingness to behaviors that satisfy patient and their guardians.

Keywords: customer orientation, Job characteristics, Nurses

Received: 26 May 2013

Accepted: 28 Aug 2013

1. PhD student in Psychology, Psychology Dept., University of Isfahan, Isfahan, Iran (Corresponding Author)
Tel: 09396513459 Email: sm.diba@gmail.com

2. Student of M. A. in Industrial and organizational Psychology, Psychology Dept., University of Isfahan, Isfahan, Iran

3. Full prof. Psychology Dept., Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Isfahan, Isfahan, Iran