

A Model for Institutionalizing Service Culture with Emphasis on Developing Education and Skill in University of Medical Sciences (Case study: Hormozgan Province)

Mahboubeh Omrani: Ph.D. Student in Educational Management, Department of Human Resources, Bandar Abbas Branch, Islamic Azad University, Bandar Abbas, Iran.

Mehdi Bagheri*: Faculty Member, Department of Public Administration, Bandar Abbas Branch, Islamic Azad University, Bandar Abbas, Iran.

Nader Gholi Ghorchian: Faculty Member, Department of Educational Planning and Management, Tehran Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Parivash Jafari: Faculty Member, Department of Educational Management, Tehran Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Abstract: The aim of this study was presentation a model for institutionalizing service culture for education promotion in Hormozgan University of Medical Sciences. The present study in terms of purpose was applied and in terms of data collection and analysis, it was descriptive and exploratory research. The statistical population of the present study included the faculty members of Hormozgan University of Medical Sciences that was counted in 485 according to the statistics but 215 people were selected as a sample size by stratified random sampling method. Data were collected through a specialized and researcher-made questionnaire. Exploratory and confirmatory factor analysis were used to determine the construct validity of the research questionnaire. Then, the reliability of the research questionnaire was done by using interviews with experts and determining the Cronbach's alpha coefficient with SPSS software. LISREL software was also used to model the structural equations. Afterward, the findings showed that the institutionalization of service culture in Hormozgan University of Medical Sciences had two dimensions: internal and external. The internal dimension included (participatory management, job satisfaction, training and skills, resource management, service quality, leader-employee-student relationship, job status and employee and student attitudes); in addition, the external dimension consisted of (religious beliefs, demographic variables (gender and education) Cultural differences, personal communication and perception of quality and service).

Keywords: Institutionalization, Service Culture, Education, Skills.

***Corresponding author:** Faculty Member, Department of Public Administration, Bandar Abbas Branch, Islamic Azad University, Bandar Abbas, Iran.

Email: mehbagheri@mihanmail.ir

مقدمه

در یک محیط رقابتی که سازمانها برای جلب مشتریان با یکدیگر رقابت می‌کنند، رضایت مشتری از خدمات ارائه شده عنصری کلیدی در موفقیت و برتری سازمانها و عاملی مهم برای سودآوری و وفاداری مشتریان به سازمان محسوب می‌شود (مانوئل 2008). در حال حاضر، بیش از هر زمان دیگری موضوع کیفیت خدمات به عنوان عاملی مهم برای رشد، موفقیت و ماندگاری سازمانها و به عنوان موضوعی راهبردی، مؤثر و فراگیر در دستور کار مدیریت سازمانها قرار گرفته است (داگلاس و فریداس 2006). در سالهای اخیر تلاشهای گوناگون در جهت تحول در نظام اداری صورت گرفته که منجر به تصویب مصوبه‌ای در شورای عالی اداری در سال ۱۳۸۱ تحت عنوان طرح تکریم مردم و جلب رضایت ارباب رجوع در نظام اداری کشور شد. که این طرح موجب تغییرات مثبت در دستگاه‌های دولتی و تغییر نگرش آنها در نحوه برخورد با ارباب رجوع گردید. آنچه مسلم است طرح تکریم و خدمت رسانی به مردم مورد توجه مسئولین بوده و اجرای آن موجب پویایی و رشد دستگاه‌های دولتی می‌شود. مفهوم فرهنگ خدمات ابتدا در 25 سال قبل در کار ظاهر شد (گرونروز 1990). به عنوان یک فرهنگ تخصصی در مفهوم وسیع‌تر فرهنگ سازمانی، فرهنگ خدمات به عنوان فرهنگی تعریف می‌شود که در آن قدردانی برای خدمات خوب وجود دارد و ارائه خدمات خوب به مشتریان داخلی و همچنین نهایی، به هر حال، روش طبیعی زندگی و یکی از مهمترین ارزشهاست (گرونروز 2007). نهادینه شدن، فرایند منظمی از هنجارها، پایگاهها و نقش‌های به هم پیوسته است که جامعه آن را پذیرا شده است، از طریق نهادینه شدن رفتارهای خودانگیخته و پیش‌بینی‌ناپذیر، جای خود را به رفتار نظام یافته و پیش‌بینی‌پذیر می‌دهند. بنابراین از منظر جامعه‌شناسی زمانی می‌گویند که چیزی، فکری یا پدیده‌ای نهادینه شده است که در روند استواری مبتنی بر سازمان یافته شدن، نظام‌مند شدن، و ثابت شدن قرار

گیرد، و نقش و کارکردهای آن مشخص شود. در این صورت است که ما در معرض نهادینه شدن آن پدیده یا ارزش‌ها هستیم. در علم اقتصاد، نهادینه کردن به معنی درآوردن یک فعالیت یا یک روش در قالب نهادهای اجتماعی حقوقیست، تا به گونه‌ای یک قرارداد اجتماعی و حقوقی شناخته شود. در واقع زمانی که چیزی، فکری، یا پدیده‌ای در روند استواری مبتنی بر سازمان یافته شدن، نظام مند شدن و ثابت شدن قرار گیرد و نقش و کارکردهای آن مشخص شود می‌گویند نهادینه شده است (محمدی 1397). دانشگاه علوم پزشکی که به عنوان متولی اصلی ارائه خدمات به مشتریان و مخصوصاً پزشکان، پرستاران و بیماران استو بنا به ماهیت انتفاعی خود، به منظور کیفیت بهتر خدمات درمانی و سایر مسایل بهداشتی که به طور معمول دنبال آن هستند، باید خدمات گرایی و فرهنگ خدمت را سرلوحه کار خود قرار داده و درون خود نهادینه کند. بنابراین با توجه به نوع فعالیت دانشگاه علوم پزشکی که یکی از مهمترین فعالیتهای آن ایجاد محیط آموزشی و مهارتی مناسب برای دانشجویان و اعضای هیئت علمی می‌باشد؛ شناسایی عوامل تأثیرگذار در نهادینه کردن فرهنگ خدمت ضروری بوده و مورد علاقه پژوهشگران است. کیفیت خدمات برای بقا و سودآوری نظام آموزش عالی حیاتی و راهبردی سودآور برای سازمان است. رضایت مشتری که به عنوان سطحی از کیفیت خدمات که انتظارات مشتریان را برآورده می‌سازد، تعریف می‌شود (وانگ 2000). از درک تفاوت بین انتظارات مشتری و عملکرد واقعی سازمان در ارائه خدمات حاصل شده، نشان می‌دهد که محصول یا خدمات ارائه شده به وسیله یک سازمان تا چه سطحی، نیازها و انتظارات مشتری را برآورده می‌سازد اگر انتظارات، بیش از ادراکات باشند از دید مشتری، کیفیت دریافت شده کم بود و نارضایتی وی را به دنبال خواهد داشت (گیتمن 2005). یکی از مشخصه‌های کیفیت در دانشگاه برآورده شدن انتظارات دانشجویان از طریق ارائه خدمات آموزشی است، با بررسی شکاف بین انتظارات و

بهترین پیش بینی کننده‌ها به شمار می‌روند. نواک و هونان (2019) در پژوهشی تحت عنوان «توسعه فرهنگ خدمت: به توانمندسازی در محل کار توجه کنید» انجام دادند، که مدل پیشنهادی تصریح می‌کند توانمندسازی در محل کار باید سطح رفتارهای کمک به کارکنان را افزایش دهد، بنابراین از توسعه فرهنگ خدمتگزاری بنگاه پشتیبانی می‌کند. در نتیجه، ضمن تمرکز بر دو شکل توانمندسازی در محل کار، این مطالعه به صورت تجربی مسیرهای واسطه‌ای را تقویت کرد که توانمندسازی ساختاری و توانمندسازی روانی را با کیفیت خدمات از طریق فرهنگ خدمت ارائه می‌دهد. این یافته‌ها درک این موضوع را ارائه می‌دهد که چگونه شرکت‌ها می‌توانند نیازهای در حال تحقق مشتریان خود را بهتر مدیریت کنند. علاوه بر این، این پروژه با پیشنهاد اینکه چگونه شرکت‌ها باید منابع سازمانی خود را برای افزایش کیفیت خدمات تخصیص دهند، دستورالعمل‌های روشنی را ارائه می‌دهد.

آموزش و مهارت فرهنگ خدمت اساتید دانشگاهها موجب بهبود بخشیدن فعالیت‌های آموزشی و روابط آنان با دانشجویان می‌شود و می‌تواند بستری مناسب برای کسب مهارت و تغییر نگرش‌های حرفه‌ای در آنان ایجاد کنند تا بتوانند به گونه‌ای مؤثرتر خدمت‌رسانی کنند. نتایج این پژوهش ما را قادر به شناسایی ابعاد و مولفه‌های فرهنگ خدمت در سازمان‌ها و علی‌الخصوص دانشگاه علوم پزشکی (مطالعه موردی: استان هرمزگان) می‌کند. لذا با انجام این پژوهش می‌توان امید داشت زمینه حل دو مشکل اساسی ایجاد می‌شود که از آن جمله می‌توان به: شفاف شدن ابعاد و مولفه‌های فرهنگ خدمت و ایجاد یک مدل جهت فرهنگ خدمت اشاره نمود و در نهایت جامعه دانشگاهی علی‌الخصوص دانشگاه علوم پزشکی دارای یک مدل و منشور راهنما شود. هدف این پژوهش این است که چه مدلی میتواند جهت نهادینه کردن فرهنگ خدمت و به دنبال ارتقاء آموزش در دانشگاه علوم پزشکی ارائه نمود. در نتیجه، ضمن تمرکز

ادراکات دانشجویان می‌توان کیفیت این فرایند را تعیین کرد (کبریایی و همکاران 1387). آموزش و مهارت فرهنگ خدمت اساتید دانشگاه‌ها موجب بهبود بخشیدن فعالیت‌های آموزشی و روابط آنان با دانشجویان می‌شود و می‌تواند بستری مناسب برای کسب مهارت و تغییر نگرش‌های حرفه‌ای در آنان ایجاد کنند تا بتوانند به گونه‌ای مؤثرتر خدمت‌رسانی کنند. نتایج این پژوهش ما را قادر به شناسایی ابعاد و مولفه‌های فرهنگ خدمت در سازمانها و به ویژه دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان می‌کند. لذا با انجام این پژوهش می‌توان امید داشت زمینه حل دو مسئله اساسی شفاف شدن ابعاد و مولفه‌های فرهنگ خدمت و ایجاد یک مدل جهت فرهنگ خدمت فراهم شود. جاجرمی زاده و زارعی (1398) در پژوهشی تحت عنوان «عملکرد بازیابی سبز کارمندان و شیوه‌های منابع انسانی سبز و فرهنگ خدمت» اظهار داشتند زمانیکه کارمندان درک مشترکی از فرهنگ خدمت داشته باشند، اجرای مجموعه شیوه‌های مدیریت منابع انسانی سبز مؤثرتر شده و اثرات قوی‌تری بر تعهد زیست محیطی کارمند خواهد داشت. به علاوه، در فرهنگ خدمت ذینفع محور، انتظار می‌رود که کارمندان متعهد محیطی از طریق عملکرد بازیابی سبز به بیان تعهد خود بپردازند. نهماوندی و مقدم اصیل (1397) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی تطبیقی عوامل مؤثر بر فرهنگ کار در ایران و چهار کشور آسیایی» بیان نمودند که در میان متغیرهای تأثیرگذار بر فرهنگ کار خلاقیت بیشترین تأثیر را در همه کشورها داشته است. نتایج آزمون‌ها نشان می‌دهد فرهنگ کار در ایران در مقایسه با چهار کشور دیگر به طور چشمگیری پایین تر است. کولاکو و لوی (2019) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی رابطه بین ادراک فرهنگ اخلاقی یک سازمان و انگیزه کارگر» بیان کردند که انگیزه کار بالاتر با درک بالاتر از فرهنگ اخلاقی یک سازمان همراه است. علاوه بر این، شش بعد فرهنگ اخلاقی واریانس معنی داری در انگیزش کارگر را به خود اختصاص داد، که عوامل مربوط به سازگاری همسالان، وضوح و امکان‌پذیری

های غیر احتمالی قضاوتی و گلوله برفی انجام شد. بدین ترتیب که ابتدا با توجه به شناخت محقق و با در نظر گرفتن اهداف پژوهش، از خبرگان منتخبی که شایستگی پاسخ به سؤال های مطرح شده را داشتند، مصاحبه به عمل آمد و سپس آنها خبرگان دیگری را معرفی کردند تا نمونه گیری ادامه یابد. انتخاب افرادی که پرسشنامه در اختیارشان قرار گرفت با توجه به جامعه آماری اعضای هیئت علمی دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان از طریق جدول مورگان انجام پذیرفت. برای نمونه گیری از کل افراد جامعه تعداد 215 نفر به عنوان حجم نمونه تعیین می گردد که بصورت تصادفی طبقاتی سهم هر شعبه مشخص می گردند. پایایی پرسشنامه پژوهش با استفاده از مصاحبه با خبرگان و تعیین ضریب آلفای کرونباخ و نرم افزار اسپاس پی اس صورت گرفت که با توجه به اینکه مقادیر به دست آمده آلفای کرونباخ بالای 0/7 بود نشان از پایایی پرسشنامه بود.

یافته ها

ابعاد، مؤلفه ها و شاخص های فرهنگ خدمت در دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان کدام اند؟ تجزیه و تحلیل داده های مربوط به سوال اول پژوهش که از مصاحبه استخراج شده در جدول (1) گزارش می شود.

بر دو شکل توانمند سازی در محل کار، این مطالعه به صورت تجربی مسیرهای واسطه ای را تقویت می کند که توانمندسازی ساختاری و توانمندسازی روانی را با کیفیت خدمات از طریق فرهنگ خدمت ارائه می دهد. این یافته ها درک این موضوع را ارائه می دهد که چگونه شرکت ها می توانند نیازهای در حال تحقق مشتریان خود را بهتر مدیریت کنند. علاوه بر این، این پروژه با پیشنهاد اینکه چگونه شرکت ها باید منابع سازمانی خود را برای افزایش کیفیت خدمات تخصیص دهند، دستورالعمل های روشنی را ارائه می دهد.

روش کار

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی است و از نظر شیوه گردآوری و تحلیل اطلاعات، توصیفی و از نوع اکتشافی می باشد. جامعه مورد مطالعه در این پژوهش تعداد 20 نفر از خبرگان شامل اعضای هیئت علمی گروه مدیریت آموزشی، اعضای هیئت امنا، مدیران دانشگاه علوم پزشکی و مدیران میانی حداقل با سابقه ده سال و کارشناسان و متخصصان رشته های مدیریت است و جامعه ای که در پرسشنامه پژوهش توزیع شد شامل اعضای هیئت علمی دانشگاه علوم پزشکی استان هرمزگان بود که طبق آمار اخذ شده 485 نفر بود. نمونه برداری به صورت نظری و به تعداد 20 نفر بود که با استفاده از روش

جدول 1. نتایج مصاحبه به صورت کدگذاری

Table 1. Coded interview results

کد (مصاحبه شونده)	کدگذاری محوری	کدگذاری باز (مفاهیم مستخرجه)
Q1, Q2, Q4, Q6, Q7, Q9, Q10, Q12, Q14		1. حمایت همه جانبه مدیران ارشد دانشگاه از کارکنان و دانشجویان و ارتباط مناسب با آنان
Q4, Q5, Q6, Q12, Q13, Q14		2. قوانین و مقررات کافی و مناسب برای ارتقاء آموزش
Q1, Q2, Q3, Q4, Q6, Q9, Q10, Q13		3. ثباتی مدیریت و سیاست های پایدار
Q2, Q4, Q5, Q8, Q9, Q10, Q11, Q13, Q14		4. پاداش و مشوق های مادی و غیرمادی
Q3, Q4, Q5, Q6, Q10, Q12, Q13		5. تقویت فرهنگ خدمت
Q1, Q5, Q7, Q8, Q9, Q11, Q13		6. تصویب قوانین و آیین نامه های تسهیل کننده
Q1, Q4, Q5, Q7, Q11, Q13, Q14		7. تناسب زمان، مکان و تجهیزات ارائه خدمت
Q1, Q2, Q3, Q4, Q5, Q6, Q9, Q10, Q11, Q12, Q13	عوامل درون سازمانی	8. فرهنگ پروری و تربیت کارکنان خدمت گرا و فارغ التحصیلان
Q5, Q7, Q8, Q9, Q11, Q13, Q14		9. انگیزه کارکنان در ارتقای مستمر فرهنگ خدمت و مهارت های خود در ارائه خدمت
Q1, Q2, Q4, Q6, Q7, Q9, Q10, Q12, Q14		10. تقویت فرهنگ خدمت و خدمت رسانی
Q4, Q5, Q6, Q12, Q13, Q14		11. ارائه خدمات مناسب و مطمئن با نیاز فراگیران

Q1, Q2, Q3, Q4, Q6, Q9, Q10, Q13	توجه به قوانین کار و آموزش	12.
Q2, Q4, Q5, Q8, Q9, Q10, Q11, Q13, Q14	فعالیت های گروهی و تیم سازی در آموزش	13.
Q1, Q5, Q7, Q8, Q9, Q11, Q13	تقویت روحیه تیمی و جمعی در فراگیران	14.
Q2, Q4, Q5, Q8, Q9, Q10, Q11, Q13, Q14	اعتقاد به کمک به همنوع	15.
Q3, Q4, Q5, Q6, Q10, Q12, Q13	شناخت نیاز فراگیران	16.
Q1, Q5, Q7, Q8, Q9, Q11, Q13	ارتباطات میان فردی	17.
Q4, Q5, Q6, Q7, Q8, Q11, Q12	پایبندی به ارزشها و هنجارهای خدمت رسانی	18.
Q1, Q2, Q3, Q4, Q5, Q6, Q7, Q8, Q9, Q10, Q11, Q12, Q13, Q14	پایبندی به ماهیت و اصول اخلاق حرفه ای و ارتباط آن با خدمت رسانی	19.
Q3, Q5, Q6, Q8, Q9, Q12, Q14	در نظر گرفتن خدا در انجام کار	20.
Q3, Q4, Q5, Q6, Q8, Q10, Q11, Q13	برخورد کارکنان با یکدیگر و مشتریان	21.
Q2, Q5, Q6, Q9, Q11, Q12, Q13	حفظ و درک حریم خصوصی افراد	22.
Q2, Q4, Q5, Q8, Q9, Q10, Q11, Q13, Q14	احساس مسئولیت اجتماعی نسبت به فراگیران	23.

اجرای تحلیل عاملی براساس ماتریس همبستگی حاصل در گروه نمونه مورد مطالعه، قابل توجیه خواهد بود. نتایج حاصل از تحلیل عاملی، بر روی پاسخ های 215 نفر از نمونه مورد مطالعه، تعداد 13 مؤلفه را به عنوان مؤلفه های فرهنگ خدمت از بین 75 شاخص نشان می دهد که 66/175 درصد کل واریانس توسط 13 مؤلفه تبیین می شود. نتایج دوران واریماکس نشان داد که پس از چرخش، تعداد 13 مؤلفه به عنوان مؤلفه های فرهنگ خدمت از بین 75 شاخص شناسایی شده اند، که میزان اثرات کلی این مؤلفه ها و شاخص های آن برابر با 66/175 درصد بوده است.

جدول 2. ابعاد شناسایی شده برای فرهنگ خدمت و مؤلفه های بار شده بر آنها

Table 2. Dimensions identified for service culture and components loaded on them

ابعاد خدمت محوری	مؤلفه های فرهنگ خدمت
1. درون سازمانی	مدیریت مشارکتی
	رضایت شغلی
	ارتقاء آموزش و مهارت
	مدیریت منابع
	کیفیت خدمات
	رابطه رهبر - کارمند، فراگیر وضعیت شغلی نگرش کارمندان و فراگیران
2. برون سازمانی	باورهای مذهبی
	متغیر جمعیتی (سطح تحصیلات و جنسیت)
	تفاوت های فرهنگی ارتباط شخصی درک کیفیت و خدمات

6- در مؤلفه « رابطه رهبر - کارمند » بیشترین بار عاملی مربوط به شاخص شماره 38 با وزن 0/77 است که بر اساس میزان R2 به دست آمده 6/0 درصد واریانس مؤلفه فوق، توسط این شاخص تبیین می‌شود.

7- در مؤلفه « وضعیت شغلی » بیشترین بار عاملی مربوط به دو شاخص شماره 40 و 41 با وزن 0/69 است که بر اساس میزان R2 به دست آمده 4/7 و 4/6 درصد واریانس مؤلفه فوق، توسط این شاخص تبیین می‌شود.

8- در مؤلفه « نگرش کارمندان » بیشترین بار عاملی مربوط به شاخص شماره 52 با وزن 0/75 است که بر اساس میزان R2 به دست آمده 5/7 درصد واریانس مؤلفه فوق، توسط این شاخص تبیین می‌شود.

* در بُعد برون سازمانی

9- در مؤلفه « باورهای مذهبی » بیشترین بار عاملی مربوط به شاخص شماره 58 با وزن 0/69 است که بر اساس میزان R2 به دست آمده 6/1 درصد واریانس مؤلفه فوق، توسط این شاخص تبیین می‌شود.

10- در مؤلفه « سطح تحصیلات » بیشترین بار عاملی مربوط به شاخص شماره 61 با وزن 0/82 است که بر اساس میزان R2 به دست آمده 6/9 درصد واریانس مؤلفه فوق، توسط این شاخص تبیین می‌شود.

11- در مؤلفه « جنسیت » بیشترین بار عاملی مربوط به شاخص شماره 62 با وزن 0/71 است که بر اساس میزان R2 به دست آمده 5/1 درصد واریانس مؤلفه فوق، توسط این شاخص تبیین می‌شود.

12- در مؤلفه « تفاوت های فرهنگی » بیشترین بار عاملی مربوط به شاخص شماره 63 با وزن 0/65 است که بر اساس میزان R2 به دست آمده 4/3 درصد واریانس مؤلفه فوق، توسط این شاخص تبیین می‌شود.

13- در مؤلفه « ارتباط شخصی » بیشترین بار عاملی مربوط به شاخص شماره 65 با وزن 0/77 است که بر اساس میزان R2 به دست آمده 6/1 درصد واریانس مؤلفه فوق، توسط این شاخص تبیین می‌شود.

با توجه به ادبیات موضوع، مصاحبه‌ها و همچنین نتایج تحلیل اکتشافی 13 مؤلفه شناسایی و استخراج شد که برای تعیین ساختار عاملی و تایید روایی هریک این متغیرها از تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. مدل پژوهش دارای 2 بعد و 13 مؤلفه و 75 شاخص است که بار عاملی تمام ابعاد و مؤلفه‌ها و شاخص‌های آنها بیشتر از 0/3 و در حد قابل قبولی قرار دارد. مقادیر آماره t به دست آمده نیز در تمام مسیرها بزرگتر از 1/96 است. بنابراین می‌توان گفت ارتباط معناداری بین هر بعد و مؤلفه با شاخص‌های مرتبط به آن وجود دارد. بنابراین با توجه به مقادیر حاصل شده:

* در بُعد درون سازمانی

1- در مؤلفه « آموزش و مهارت » بیشترین بار عاملی مربوط به شاخص شماره 19 با وزن 0/80 است که بر

اساس میزان R2 به دست آمده 6/4 درصد واریانس مؤلفه فوق، توسط این شاخص تبیین می‌شود.

2- در مؤلفه « مدیریت مشارکتی » بیشترین بار عاملی مربوط به شاخص شماره 8 با وزن 0/85 است که بر اساس میزان R2 به دست آمده 7/1 درصد واریانس مؤلفه فوق، توسط این شاخص تبیین می‌شود.

3- در مؤلفه « رضایت شغلی » بیشترین بار عاملی مربوط به شاخص شماره 13 با وزن 0/81 است که بر اساس میزان R2 به دست آمده 6/4 درصد واریانس مؤلفه فوق، توسط این شاخص تبیین می‌شود.

4- در مؤلفه « مدیریت منابع » بیشترین بار عاملی مربوط به شاخص شماره 25 با وزن 0/82 است که بر اساس میزان R2 به دست آمده 6/8 درصد واریانس مؤلفه فوق، توسط این شاخص تبیین می‌شود.

5- در مؤلفه « کیفیت خدمات » بیشترین بار عاملی مربوط به شاخص شماره 26 با وزن 0/74 است که بر اساس میزان R2 به دست آمده 5/4 درصد واریانس مؤلفه فوق، توسط این شاخص تبیین می‌شود.

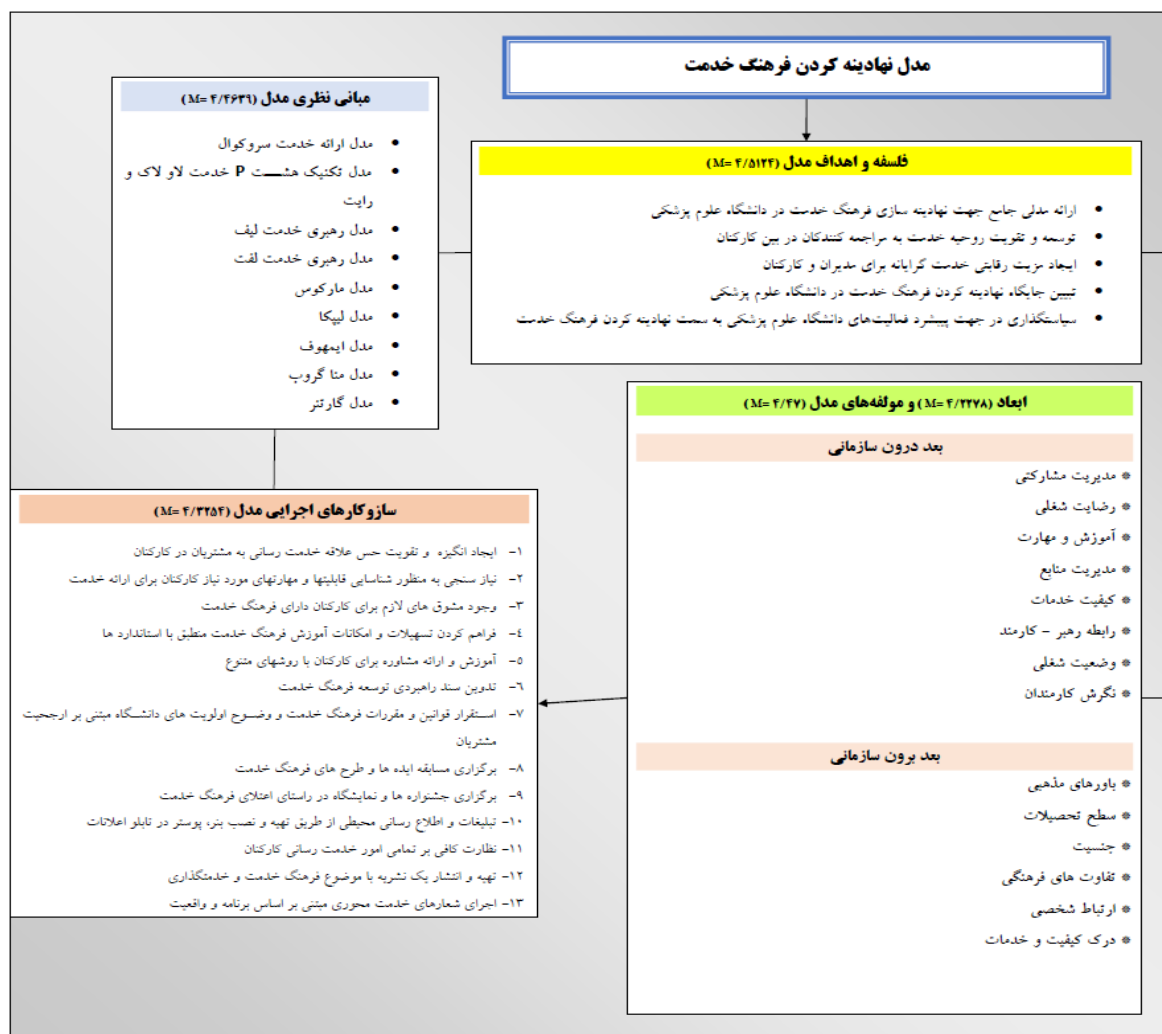
جدول 3. شاخص‌های برازش مدل

Table 3. Model fit indices

نام شاخص	مقدار شاخص محاسبه شده	سطح قابل قبول	نتیجه برازش
ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	0/074	<0/08	عالی
نسبت کای اسکوئر به درجه آزادی (X^2 / df) (3456.87 / 1538)	2/24	<5	عالی
نیکویی برازش (GFI)	0/92	>0/90	عالی

نیگوی برآزش تعدیل یافته (AGFI)	0/86	0/80 >	عالی
برآزش هنجار یافته (NFI)	0/93	0/90 >	عالی
برآزش هنجار نیافته (NNFI)	0/93	0/90 >	عالی
برآزش تطبیقی (CFI)	0/90	0/90 >	عالی
برآزش افزایش (IFI)	0/90	0/90 >	عالی
ریشه میانگین مربعات باقی مانده استاندارد شده (SRMR)	0/039	0/05 <	عالی

مدل نهادینه کردن فرهنگ خدمت در دانشگاه علوم پزشکی برآمده از نتایج پژوهش به شرح ذیل ارائه می گردد:



شکل ۱. مدل نهادینه کردن فرهنگ خدمت در دانشگاه علوم پزشکی

Figure 1. Model of institutionalizing service culture in the University of Medical Sciences

است. ارتقا سطح سلامت بیماران و مراجعین به مراکز بهداشتی و به دنبال آن ارتقاء سطح سلامت جامعه آخرین دستاورد دانشگاه ها می باشد، که با افزایش با افزایش سطح خدمت رسانی به آنها میتوان امید داشت که سطح سلامت جامعه افزایش می یابد و در این بین بهبود

بحث و نتیجه گیری

در دانشگاه علوم پزشکی علاوه بر شغل با حرفه پایگاهی نیز مواجه هستیم؛ حرفه پایگاهی یعنی حرفه هایی که نیازمند تخصص و دانش و آموزش و مهارت ویژه

فرهنگ خدمت مؤثر باشند. زیرا به عنوان مثال مدیریت مشارکتی موجبات اطمینان بیشتر کارمند از نگاه ویژه مدیران بالادستی شده و ضمن بهبود ارتباط بین رهبر - کارمند- فراگیر، موجب افزایش رضایت شغلی ایشان شده و در نهایت کارکنان با دقت و رضایت بیشتری نسبت به سازمان و محل کار خود علاقه نشان داده و برای افزایش وجهه کاری خود و سازمان خدمات بهتر و در خور شان آن سازمان برای مشتریان که فراگیران باشند ارائه می کنند و با افزایش ارتقا آموزشی در فراگیران باعث افزایش توانمندی آنها در محیط کار شده است و از تمامی پتانسیل درون و بیرونی خود جهت ارائه خدمت به فراگیران همت می گمارند. دومین بعد در این مدل بعد برون سازمانی است. این یافته در ارتباط با بعد و مؤلفه های برون سازمانی که با مؤلفه های « باورهای مذهبی»، « متغیرهای جمعیتی»، « تفاوت های فرهنگی»، « ارتباط شخصی» و « درک کیفیت و خدمات» همراه بوده تا نهادینه کردن فرهنگ خدمت محقق شود با تحقیق این یافته با مدل عامری شهرابی و همکاران (1395) که در آن به سود کیفیت، توانایی مهارت، تعهد، انگیزه های فردی، ساختار سازمانی، منابع انسانی، فرایندهای عملکردی و نگرش استراتژیک تاکید شده است همسو می باشد؛ همچنین یافته های این پژوهش با نتایج پژوهش هادلی (2014) که خلق یک فرهنگ کیفیت را از راه رضایت مشتریان دانسته و پژوهش نیگارد (2014) که به توسعه استراتژیک، تحقیق و رشد رقابت در چرخه فرهنگ کیفیت را تاکید نموده و نهانندی و مقدم اصیل (1397) و ارجمند و محمدی (1395) کاملاً هماهنگ و منطبق است. نتایج پژوهش در این بعد از فرهنگ خدمت نشان داد که دانشگاه علوم پزشکی باید همواره به تثبیت، حفظ و تداوم کیفیت خدمت با اصل تعامل مستمرانه کارکنان، فراگیران و رهبران بکوشند و خود را مسئولیت پذیر، هدایت کننده و حامی آنان نشان دهند؛ که این یافته ها با نظریه فرهنگ کیفیت EUA (2006) همسو بوده و در آن به دو عنصر فرهنگی - روانشناختی و

فرهنگ سازمانی نقش بسیار مهمی در این ارتقاء دارد. در واقع این حرفه های پایگاهی دارای ویژگیهای نهادی و ایدئولوژیکی خاص و کمابیش مشابه می باشند و برای خود هویت های شغلی و بازارهای کاری انحصاری را ایجاد می کنند که آنها را از سایر مشاغل متمایز می سازد. دانشگاه علوم پزشکی ناگزیر است برای بقای خود به کیفیت خدمات خود توجه نمایند تا از این طریق بتوانند مشتریان فعلی خود را راضی نگهدارند و مشتریان جدیدی را جذب، و منابع درآمدی خود را تضمین و افزایش دهند. در نهایت با نهادینه کردن فرهنگ خدمت در دانشگاه علوم پزشکی، می توان از بروز بسیاری از مسائل و آسیب های موجود در خصوص کارکنان و مراجعه کنندگان پیشگیری کرد و بسیاری از مسائل و مشکلات علمی اجتماعی آنها را از طریق ارائه خدمات مناسب حل نمود. وقتی مقوله فرهنگ خدمت در دانشگاه علوم پزشکی نهادینه شود، به مثابه الگو و راهنمایی برای سایر سازمانها عمل خواهد کرد و آنچه در نهادینه کردن فرهنگ خدمت اتفاق می افتد، خروجی آن به استحکام جامعه و شهروندان آینده آن منتهی خواهد شد. و همچنین با نهادینه شدن فرهنگ خدمت در دانشگاه علوم پزشکی، نوعی انرژی تولید می گردد که نشانه های خدمت در آن آشکار می گردد و این انرژی از طریق ترغیب کارکنان - که هم مشتری و دریافت کننده خدمات هستند و هم ارائه دهنده خدمت - منجر به ارائه خدمات کیفی تر به سایر مشتریان خواهد شد. یافته های بعد درون سازمانی نهادینه کردن فرهنگ خدمت که با مؤلفه های « مدیریت مشارکتی»، « رضایت شغلی»، « آموزش و مهارت»، « مدیریت منابع»، « کیفیت خدمات»، « رابطه رهبر - کارمند»، « وضعیت شغلی» و « نگرش کارمند» همراه بوده تا نهادینه کردن فرهنگ خدمت محقق شود با تحقیق نهانندی و مقدم اصیل (1397) و ارجمند و محمدی (1395) همسو می باشد. در تبیین این نتایج می توان گفت: که هر کدام از مؤلفه های با توجه به نقش اساسی که در هر سازمان می توانند داشته باشد در محقق کردن نهادینه کردن

in Service Competition (3rd ed.): *John Wiley & Sons*.

Hadley F 2014. 'It's bumpy and we understood each other at the end, I hope!' Unpacking what culturally and linguistically diverse families and early childhood teachers value in the early childhood setting. *Australasian Journal of Early Childhood*, Vol. 39, No. 2, Pp. 91-99.

Jajarmi Zadeh M, Zarei A 2019. Relationship between Organizational Structure and Human Resource Management Processes and Performance; Case of the Gas Company in Fars Province. *Human Resource Management in Oil Industry*; Vol. 10, No. 40, Pp. 187-206. [In Persian]

Kebriaei et al 2008. Comparison of the importance of the five dimensions of educational services from the perspective of students and faculty members of Zahedan University of Medical Sciences. *Journal of Jahrom University of Medical Sciences*, Vol. 6, No. 6, Pp. 56-62.

Manuel C 2008. Available at: <http://www.thechronicle.demon.co.uk/archive/castells.htm>, (accessed on 2015, January 12).

Mohammadi S M 2018. The concept of institutionalization and solutions, *Kayhan newspaper*, October 1, 2016, No. 2. [In Persian]

Molaei Z, Ameri Siahoui H R 2015. The effect of educational environment architecture on students' learning and vitality. The first scientific-research conference of new horizons in geography and planning sciences, architecture and urban planning. *Tehran: Scientific Association for the Development and Promotion of Basic Sciences and Technologies*. [In Persian]

Nahavandi M, Moghadam Asil M 2018. Comparative Analysis of the Factors Affecting Work Culture in Iran and in Four Asian Countries. *Social Sciences*,

همچنین ساختاری-مدیریتی که به حفظ ارزشهای مشترک و انتظارات و تعهد افراد نسبت به کیفیت و ارزیابی کیفیت می پردازد، تاکید شده است. با توجه به یافته ها و تجربیات پژوهش پیشنهاد می شود جهت نهادینه کردن فرهنگ خدمت پاداش و مشوق های مادی و غیرمادی در نظر گرفته شود و قوانین و آیین نامه های تسهیل کننده جهت جذب هیئت علمی و کارکنان و دانشجویان با دانش تدوین و تصویب شود. همچنین روحیه تیمی و جمعی بین کارکنان و فراگیران تقویت شود. پیشنهاد می شود اعتقاد به کمک به دانشجویان و حل معضلات آموزشی آنها تقویت شود. با توجه به اینکه در این پژوهش، ابعاد مدل نهادینه کردن فرهنگ خدمت به صورت کلی بررسی شده اند و هر یک از این ابعاد نیازمند بررسی های عمیق و گسترده تری هستند پیشنهاد می شود در پژوهش های آتی هر یک از این ابعاد به طور مفصل و مستقل مورد بررسی قرار گیرند.

References

Ameri Shahrabi M, Jalili Nooshabadi S J, Makarian Nooshabadi S 2016. The Relationship between Organizational Silence and Effective Communication, *3rd International Conference on Management and Economics*, Mashhad. [In Persian]

Colaco B, Loi N M 2019. Investigating the relationship between perception of an organisation's ethical culture and worker motivation. *International Journal of Organizational Analysis*, Vol.27, No.5, Pp. 1392-1408.

Douglas A, Fridas J 2006. Campus Spies using mystery students to evaluate university performance, *Educational Research*. Vol.48, No.1, Pp. 125-128.

Grönroos C 1990. Service Management and Marketing. Managing the Moments of Truth in Service Competition: Lexington, MA: Lexington Books

Grönroos C 2007. Service Management and Marketing: Customer Management

children with disabilities: A systematic review. *Aust Occup Ther J*, No. 66, Pp. 258-273.

Wang M 2000. Relationship between SQ and customers satisfaction. *Journal of Marketing*, Pp. 339-359.

Gitman L J 2005. The future of business: the essentials. Ohio: South-Western: Mason.

Vol. 25, No. 81, Pp. 171-209. [In Persian]

Nygaard H, Slettaløkken G, Vegge G, Ellefsen S 2014. Irisin in Blood Increases Transiently after Single Sessions of Intense Endurance Exercise and Heavy Strength Training. Vol. 1, No. 10, Pp. 1-12.

Novak I, Honan I 2019. Effectiveness of paediatric occupational therapy for

مجله‌ی توسعه‌ی آموزش جندی‌شاپور
فصلنامه‌ی مرکز مطالعات و توسعه‌ی آموزش علوم پزشکی
سال یازدهم، شماره 4، زمستان 99

ارائه مدلی جهت نهادینه کردن فرهنگ خدمت با تأکید بر ارتقای آموزش و مهارت در دانشگاه علوم پزشکی (مطالعه موردی: استان هرمزگان)

محبوبه عمرانی: دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، گروه منابع انسانی، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی بندرعباس، بندرعباس، ایران.

مهدی باقری*: عضو هیئت علمی، گروه مدیریت دولتی، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی بندرعباس، بندرعباس، ایران.
نادر قلی قورچیان: عضو هیئت علمی، گروه برنامه ریزی و مدیریت آموزشی، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی تهران، تهران، ایران.

پریوش جعفری: عضو هیئت علمی، گروه مدیریت آموزشی، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی تهران، تهران، ایران.

چکیده: پژوهش حاضر با هدف ارائه مدلی جهت نهادینه کردن فرهنگ خدمت جهت ارتقای آموزش در دانشگاه علوم پزشکی استان هرمزگان انجام شد. پژوهش از نظر هدف، کاربردی بوده و از نظر شیوه گردآوری و تحلیل اطلاعات، توصیفی از نوع اکتشافی بود. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل اعضای هیئت هیئت علمی دانشگاه علوم پزشکی استان هرمزگان بود. از میان 485 نفر، 215 نفره روش تصادفی طبقه ایبه عنوان نمونه انتخاب شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. روایی سازه پرسشنامه با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی تحلیل شده و پایایی آن نیز با استفاده از مصاحبه با خبرگان و تعیین ضریب آلفای کرونباخ صورت گرفت برای الگوسازی معادلات ساختاری از نرم افزار لیزرل استفاده شد. نتایج نشان داد نهادینه کردن فرهنگ خدمت در دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان دارای دو بُعد درون سازمانی و برون سازمانی بود. که بعد درون سازمانی شامل (مدیریت مشارکتی، رضایت شغلی، آموزش و مهارت، مدیریت منابع، کیفیت خدمات، رابطه رهبر - کارمند و فراگیر، وضعیت شغلی و نگرش کارمندان و فراگیران) و بعد برون سازمانی نیز شامل (باورهای مذهبی، متغیرهای جمعیتی (جنسیت و تحصیلات)، تفاوت‌های فرهنگی، ارتباط شخصی و درک کیفیت و خدمات) بود.

واژگان کلیدی: نهادینه کردن، فرهنگ خدمت، آموزش، مهارت.

*نویسنده مسؤول: عضو هیئت علمی، گروه مدیریت دولتی، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی بندرعباس، بندرعباس،

ایران.

Email :mehbagheri@mihanmail.ir