

تحلیل مسیر کیفیت خدمات بر شهرت سازمانی با نقش عملکرد، رضایت و اعتماد در دفتر رسیدگی به اسناد پزشکی تامین اجتماعی خراسان رضوی

مهدی فائزی^۱، دکتر سید مرتضی غیور باغبانی^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد موسسه آموزشی عالی سناباد

^۲ عضو هیئت علمی دانشگاه بین المللی امام رضا(ع)

چکیده

بررسی تحولات در سال‌های اخیر نشان می‌دهد که خدمات به صورت وسیعی در حال گسترش است و مسأله رقابتی شدن در خدمات امر انکارناپذیری است. رشد صنعت خدمات در گرو یک برنامه ریزی دقیق و اتخاذ روش‌های مناسب است. این پژوهش به تحلیل مسیر کیفیت خدمات بر شهرت سازمانی با نقش عملکرد، رضایت و اعتماد در دفتر رسیدگی اسناد پزشکی خراسان رضوی می‌پردازد. محقق جهت جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استاندارد وو و همکاران (۲۰۱۸) استفاده نموده است. روایی پرسشنامه از طریق اساتید محترم تبیین و جهت پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. نمونه آماری این پژوهش شامل تعداد ۳۸۴ نفر از مشتریان دفتر اسناد پزشکی خراسان رضوی می‌باشد که به صورت روش تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. اطلاعات جمع‌آوری شده به کمک روش‌های آماری و با استفاده از نرم افزارهای SPSS و معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. این پژوهش دارای ۶ فرضیه است. یافته‌های تحلیل اکتشافی نشان می‌دهد که: کیفیت خدمات بر عملکرد کارکنان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر گذار است. کیفیت خدمات بر رضایت بیمه شدگان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر گذار است. کیفیت خدمات بر اعتماد کارکنان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر گذار است. رضایت بیمه شدگان بر اعتماد کارکنان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر گذار است. رضایت بیمه شدگان بر رضایت بیمه شدگان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر گذار است. تمام فرضیه‌های پژوهش مورد تأیید واقع شدند. و در نهایت پیشنهاداتی به سازمان مربوطه ارائه شد.

واژه‌های کلیدی: اعتماد، رضایت، شهرت سازمانی، کیفیت خدمات.

مقدمه و بیان مساله

صاحب نظران مدیریت، کسب رضایت مشتری را از مهمترین وظایف و اولویت های مدیریت سازمان ها بر شمرده و لزوم پابندی همیشگی و پایدار مدیران عالی به جلب رضایت مشتریان را پیش شرط اصلی موفقیت به حساب آورده اند. شناخت کامل مشتری، مقدم شمردن وی و ارائه خدمات کیفی از جمله عوامل تضمین موفقیت در بازار کسب و کار امروز هستند. تعبیری که امروزه از مشتری می شود با آنچه در گذشته رواج داشته کاملاً متفاوت است. بدین معنی که مشتری دیگر خریدار صرف کالا یا خدمت نیست، بلکه یک عضو فعال و تاثیر گذار در کلیه فعالیت های تجاری به شمار می رود. بنابراین داشتن استراتژی های نوین، توجه به نکات مهم در برقراری، حفظ و گسترش روابط با مشتری و تلاش برای جلب رضایت وی در کلیه مراحل، کارایی و اثر بخشی یک سازمان را در تحقق اهداف مشتری محور افزایش می دهد و در بلند مدت پایگاهی از مشتریان وفادار را به ارمغان خواهد آورد. واژه مشتری و رضایت مشتری در سازمان های خدماتی، به دلیل وابستگی کامل به مشتریان برای بقا، اهمیتی دو چندان می یابد (حسینی، ۱۳۸۹). محققان رضایتمندی مشتری را به عنوان احساس یا نگرش یک مشتری نسبت به یک محصول یا خدمت بعد از استفاده از آن تعریف می کنند. جمال و همکاران (۲۰۰۳) بیان می کنند رضایت مندی مشتری نتیجه اصلی فعالیت بازاریاب است که به عنوان ارتباطی بین مراحل مختلف رفتار خرید مصرف کننده عمل می - کند (جمال^۱ و همکاران، ۲۰۰۳).

بسیاری از سازمان ها به این نکته پی برده اند که ارائه خدماتی دارای کیفیت بالا، می تواند مزیت رقابتی محکم و نیرومندی برای آنان به ارمغان آورد. بعضی از مؤسسات خدماتی به دلیل کیفیت عالی خدماتی که ارائه می کنند، تقریباً افسانه ای شده اند. در بخش خدمات، ارزیابی کیفیت آن طی فرآیند ارائه خدمات انجام می گیرد. چنانچه نگاهی گذرا به تاریخچه فعالیت های کیفیت در عصر اخیر داشته باشیم متوجه خواهیم شد که توجه به کیفیت کالا و محصولات ملموس از سابقه نزدیک به یک قرن برخوردار است. اما تا سال های آغازین دهه ۸۰ میلادی، مفهوم کیفیت در خدمات به طور جدی مورد توجه واقع نشده بود (فیضی و همکاران، ۱۳۸۳). شهرت سازمان مساله ای است که توجه بسیاری از محققان بازاریابی را به خود جلب کرده است. امروزه شرکتها و سازمان ها صرف نظر از محل استقرارشان به نقش و اهمیت شهرت سازمانی پی برده اند (اوینگ^۲ و همکاران، ۲۰۱۰). تحقیقات جاری در زمینه معروفیت سازمان بیشتر بر تعریف ساختاری متمرکز است. یعنی روشی که شهرت عملیاتی شده و در نهایت بر موفقیت سازمان دیده می شود. محققان، شهرت را مجموع ارزیابی های مشتریان از رفتار و نتایج پیشین شرکت تعریف می کنند که تشریح کننده توانایی شرکت برای ارائه ارزش و منفعت به ذی نفعان چند گانه اش است. اگرچه مطالعات بسیاری رابطه مثبت میان آوازه سازمانی و عملکرد مالی را اثبات کرده اند، اما تلاش برای تشریح ساز و کار تشکیل دهنده و پیامدهای شهرت سازمان همچنان به عنوان یکی از موضوعاتی مهم و قابل تامل باقی مانده است (اینگلس و همکاران، ۲۰۰۶). در دنیای رقابتی کنونی که کیفیت، خلاقیت، توانمند سازی کارکنان حرف اول را می زند، بسیاری از کارکنان بر این باور هستند که سازمان های آنان از کانال های ارتباطی باز و تسهیم اطلاعات حمایت نمی کنند و مدیران همواره سعی در کنترل مداوم کارکنان خود داشته و تصور آن ها بر این است که کارکنان باید مطیع فرامین آنان بوده و ارائه نظرات و عقاید مخالف از سوی کارکنان خویش را غیر قابل قبول می پندارند. این مسئله را می توان ناشی از کمبود اطلاعات و فقدان اعتماد دانست که مانع از تغییرات و توسعه بهینه سازمان می گردد و نتیجه آن ناتوانی سازمان در بررسی و تصحیح خطاها و اصلاح آن ها در زمان ضرورت می باشد. از این رو برای مدیریت بهینه به ایجاد اعتماد در سازمان به عنوان یکی از مهمترین سرمایه های اجتماعی نیاز است، که این امر باعث پیوند همدلی کارکنان و مدیران بخشهای اجرایی می گردد (ثمیری و همکاران، ۱۳۹۶).

^۱ Jamal^۲ Ewing

مهمترین وظیفه سازمانی دفاتر اسناد پزشکی بررسی صحت و سقم خدمات مورد تقاضا و رسیدگی به اسناد مربوطه و پرداخت هزینه خدمات ارائه شده بیمه شدگان و واحدهای طرف قرارداد و تلاش در جهت افزایش کیفیت خدمات است. از آنجا که بیمه شدگان و بعضی از واحدها همچون بیمارستان، داروخانه یا پاراکلینیک نیاز به بازگشت هزینه و نقدینگی دارند، انجام بموقع وظایف سازمان در رسیدگی و پرداخت مطالبات بیمه شدگان واحدهای طرف قرارداد نقش عمده‌ای در جلب رضایتمندی آنان دارد. افزایش رضایتمندی بیمه شدگان و واحدهای طرف قرارداد منجر به افزایش کیفیت ارائه خدمات به بیمه شدگان و در نتیجه جلب رضایتمندی بیمه شدگان خواهد شد. با توجه به توضیحات فوق اسناد پزشکی مکانی است که کیفیت خدمات، عملکرد، رضایت و اعتماد مراجعہ کنندگان بر شهرت سازمان تاثیر گذار است. یکی از راه‌های اساسی که مؤسسه خدماتی همچون سازمان تأمین اجتماعی می‌تواند با توسل بدان خود را از سایر رقبا متمایز کند، ارائه دائمی کیفیت خدماتی برتر نسبت به آن‌ها است. از آنجا که یکی از مقولات سنجش کارآمدی نظام اداری، میزان رضایتمندی مردم از کیفیت خدمات ارائه شده توسط سازمان‌های دولتی همچون تأمین اجتماعی می‌باشد و از طرفی به منظور ایجاد سازو کارهای لازم جهت ارائه خدمات مطلوب و موثر سازمان تأمین اجتماعی به مردم، و نیز در پاسخ به طرح تکریم ارباب و رجوع در نظام اداری، لذا مسئله اصلی در این پژوهش این است که آیا کیفیت خدمات، عملکرد، رضایت و اعتماد بر شهرت سازمان تاثیر گذار است؟ آیا کیفیت خدمات بر اعتماد به کارکنان تاثیر گذار است؟ آیا کیفیت خدمات بر عملکرد کارکنان تاثیر گذار است؟

ضرورت و اهمیت انجام تحقیق

خدمت به مشتری قدیمی‌ترین و در عین حال تازه‌ترین مسئله برای هر موسسه‌ای است. برای بیشتر موسسات، مطمئن‌ترین راه برای ادامه حیات و موفقیت آن است که با کیفیت خدمات همواره در خدمت مشتریان باقی بمانند (نوری، ۱۳۹۴). نتایج تحقیق محققان تایید کننده تاثیر کیفیت خدمات بر موفقیت کسب و کار می‌باشد (کرستن و همکاران^۳، ۲۰۱۰). متأسفانه علیرغم اهمیت فوق العاده کیفیت خدمات، بسیاری از مدیران از این که چگونه باید آن را اندازه گیری کرد اطلاع کامل ندارند (نادری و همکاران^۴، ۲۰۰۵). درک شهرت سازمان‌ها بدون آگاهی و شناخت پیچیدگی ادراکات، عقاید و استنباط‌های موجود درباره شرکت و سازمان‌ها غیر ممکن بوده و استنباط‌های مزبور، معمولاً ناپایدار و غیر قابل پیش بینی اند. شهرت سازمان در واقع حاصل تعامل بین فعالیت‌ها و واکنش‌های دنیای بیرون به اعمال و گفته‌های آن‌ها است. محققان معتقدند شهرت سازمان و نام تجاری، نقش کلیدی در فرایند تصمیم‌گیری و آگاهی از نام تجاری دارد (بریور^۵ و همکاران، ۲۰۱۰). فشارهای رقابتی، سازمانها را وادار می‌کند تا نیازمندیهای مشتری را شناسایی و استراتژیهای ایجاد کنند که به آنها اجازه دهد تا در برابر سایر رقبا موفق شوند. رضایت مشتری میزان مطلوبیتی است که مشتری به خاطر ویژگیهای مختلف محصول کسب می‌کند و منبع سود آوری و دلیلی برای ادامه فعالیت سازمان است. این امر یکی از موضوع‌های مهم نظری و تجربی برای اکثر بازاریان و محققان بازاریابی است و به عنوان جوهره موفقیت در جهان رقابتی تجارت امروزی در نظر گرفته می‌شود از نظر او رضایت مشتری احساس یا نگرش مشتری نسبت به محصول یا خدمت است و رضایتمندی مشتری نتیجه اصلی فعالیت بازار یاب است که به مانند پل ارتباطی بین مراحل مختلف رفتار خرید مصرف کننده عمل می‌کند (بهرامزاده، ۱۳۸۵). ارائه خدمات درمانی از جمله حمایتهایی است که به لحاظ ارتباط با سلامت بیمه شدگان و خانواده آنان و استمرار آن در طول مدت بیمه بودن هر فرد، از اهمیت بسیاری هم برای بیمه شدگان و هم برای سازمان تأمین اجتماعی برخوردار است. با تصویب قانون الزام، سازمان تأمین اجتماعی از سال ۱۳۶۹ عهده دار ارائه خدمات درمانی به بیمه شدگان به صورت مستقیم گردید و در عین حال

^۳ Kersten

^۴ Nadiri

^۵ Brewer

مجاز شد خدمات درمانی را یا خود تأمین و به بیمه شدگان ارائه نماید و یا از بخش های دولتی و خصوصی تأمین کند. با توجه به ضرورت کیفیت خدمات، عملکرد، رضایت و اعتماد بر شهرت سازمان، محقق در این پژوهش به اهمیت این موضوع می پردازد.

فرضیه های تحقیق

- ۱- کیفیت خدمات بر عملکرد کارکنان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر گذار است.
- ۲- کیفیت خدمات بر رضایت بیمه شدگان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر گذار است.
- ۳- کیفیت خدمات بر اعتماد به کارکنان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر گذار است.
- ۴- عملکرد کارکنان بر رضایت بیمه شدگان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر گذار است.
- ۵- رضایت بیمه شدگان بر اعتماد کارکنان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر گذار است.
- ۶- اعتماد کارکنان بر حسن شهرت دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر گذار است

پیشینه پژوهش:

طوطیان اصفهانی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی به "نقش شهرت سازمانی بر عملکرد کارکنان نیروی انتظامی شهرستان یزد" پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد که شهرت سازمانی با مولفه های قابلیت اعتماد، کیفیت کار، قضاوت، همکاری، توانایی رهبری و ابتکار عمل ارتباط دارند و با مولفه های یادگیری و توسعه شخصی، ویژگی های ظاهری، نگرش، کمیت کار و امنیت ارتباط ندارند. کریمی علویجه و همکاران (۱۳۹۶) به "رابطه خدمات منصفانه و کیفیت خدمات با رضایت، اعتماد و وفاداری مشتریان در بانک" پرداختند. جامعه آماری این پژوهش، مشتریان بانک ملت در شعبه ای منطقه ۳ شهر تهران است که از این جامعه آماری نمونه ای ۴۰۰ نفره انتخاب شد. یافته های پژوهش نشان می دهد که خدمات منصفانه و کیفیت خدمات با رضایت مشتریان از بانک، سطح اعتماد و وفاداری آنها از بانک رابطه دارد. در این پژوهش متغیر کیفیت خدمات و رضایت مشتریان با سطح اطمینان ۹۹ درصد بیشترین تاثیر را بر درک منصفانه بودن خدمات بانک داشته است.

سلوکار و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی به "مطالعه تاثیر کیفیت خدمات بر رضایتمندی بیماران بیمارستان های خصوصی و رتبه بندی آنها از طریق تحلیل سلسله مراتبی فازی در استان گیلان" پرداختند. از طریق فرمول کوکران تعداد ۳۶۰ بیمار در دسترس در چهار بیمارستان خصوصی استان گیلان انتخاب گردید. نتایج نشان می دهد که ۴ بعد ملموسات، پاسخگویی، همدلی و تخصص گرایی بر رضایتمندی بیماران موثر شناخته شدند و متغیرهای اعتماد و تضمین بر رضایتمندی بیماران، در بیمارستان های خصوصی استان گیلان تاثیری نداشت. صالحی نژاد و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی به "بررسی تاثیر شهرت سازمان بر رضایت مشتریان" پرداختند. جامعه آماری این تحقیق مشتریان بانک ملی در سطح شهرستان سمنان بوده است و با توجه به فرمول کوکران در تعیین حجم جوامع آماری نامحدود تعداد نمونه آماری تعیین و اقدام به جمع آوری نظرات این افراد گردیده است. نتایج حاصله بیانگر تایید فرضیه مورد بررسی بوده است. با توجه به نتایج به دست آمده شهرت بر رضایت تاثیر مهمی دارد و می تواند سودآوری زیادی برای سازمان از سوی مشتریان به ارمغان آورد. احمدی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی به "بررسی رابطه بین کیفیت خدمات، رضایت، اعتماد و وفاداری در میان مشتریان (مورد مطالعه: شرکت های مسافر بری فعال در پایانه های شهر تهران)" پرداختند تمامی فرضیه های مورد نظر، تأیید شد. و کیفیت خدمات بر رضایت، اعتماد و وفاداری مشتریان تاثیر دارد.

افغان پور و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان "بررسی ارتباط رضایت شغلی کارکنان با کیفیت خدمات در چارچوب مدل سروکوال" پرداختند. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها نشان داد که ابعاد ۵ گانه کیفیت خدمات تاثیر معناداری بر

رضایت شغلی دارد. طالقانی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی به "بررسی رابطه بین شهرت سازمانی با نگرش های شغلی کارکنان شرکت ایران خودرو" پرداختند. یافته های مقاله حاکی از آن است که بین شهرت سازمان با تعهد سازمانی و عجز شدن با کاررابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. ضیایی و همکاران (۱۳۹۱)، به موضوع "بررسی عوامل موثر بر رضایت مشتریان با استفاده از مدل سروکوال" پرداختند. یافته های این تحقیق نیز حاکی از آن است که چهار بعد قابلیت اطمینان، مسئولیت پذیری، ضمانت و همدلی بر رضایت مشتریان از کیفیت خدمات بانک های ملت استان اصفهان تاثیرگذار بوده، ولی ابعاد ظاهری و فیزیکی خدمات، تاثیری بر رضایت مشتریان از کیفیت خدمات ندارد. حسینی و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی به "بررسی و سنجش کیفیت خدمات و ارتباط آن با رضایتمندی مشتریان در بانک تجارت" پرداختند. نتایج این تحقیق با استفاده از روش همبستگی پیرسون نشان می دهد که کیفیت خدمات بر میزان رضایتمندی مشتریان تاثیر دارد.

وو و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی به "بررسی کیفیت خدمات، عملکرد، اعتماد و شهرت سازمانی و رضایت در بین گردشگران هونگ کنگ پرداختند". نتایج مطالعه نشان می دهد که کیفیت خدمات بر عملکرد، اعتماد، شهرت سازمانی و رضایت مشتریان تاثیر گذار است. تیک - تسون وانگ^۶ و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی به "ارتباط بین رضایت مشتریان و شهرت و اعتبار سازمانی" پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که بین رضایت مشتریان با شهرت سازمانی رابطه مثبت وجود دارد و همچنین بین رضایت مشتریان و اعتبار سازمانی نیز رابطه مستقیم وجود دارد. دینش^۷ و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی به "تاثیر عملکرد کارکنان بر کیفیت خدمات" پرداختند. نتایج حاصل از تحلیل داده های نشان می دهد که بین عملکرد مناسب کارکنان با کیفیت خدمات رابطه مثبت و قوی وجود دارد. ثاچون^۸ و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی به "ارتباط بین کیفیت خدمات، رضایتمندی، اعتماد، ارزش گذاری و تعهد بر میزان وفاداری مشتریان از خدمات اینترنت ارائه شده به مشتریان کشور چین" پرداختند. بررسی های حاصل از پژوهش نشان می دهد اعتماد مشتریان بر میزان وفاداری آنها تاثیر دارد. بین ارزش گذاری و وفاداری مشتریان رابطه قوی و مثبت وجود دارد. و با افزایش کیفیت خدمات میزان رضایت مندی و اعتماد مشتریان به خدمات اینترنت افزایش می یابد.

امش گونارائن^۹ (۲۰۱۴) در پژوهشی به "بررسی ارتباط بین کیفیت خدمات و رضایت مشتری در صنعت هتلداری سریلانکا" پرداخت. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که یک رابطه مثبت و معناداری بین ابعاد کیفیت خدمات با رضایت مشتری در صنعت هتلداری سریلانکا وجود دارد. ورا^{۱۰} و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهشی به "بررسی کیفیت خدمات، رضایتمندی و ارزش درک شده (مورد مطالعه: مشتریان بانک مکزیک)" پرداختند. آنها ارتباط کیفیت خدمات، رضایتمندی و ارزش درک شده مشتری را در ۲۰۹ بانک کشور مکزیک در قالب مدل بررسی کردند. در این مقاله تفاوتی بی کیفیت خدمات بانک های مختلف دیده نشد. مشتریان وفادار و رضایت مند تمایلی به پرداخت بیشتر برای دریافت خدمات بانک نسبت به بانک های دیگر نداشتند. به عبارت دیگر ارزش درک شده مشتری از طریق کیفیت خدمات تحقق نیافته و کمبود برندسازی در بخش بانکداری دیده شده است.

توگیا و همکاران (۲۰۱۱) به وسیله "سیاهه رضایت کارمند" که ۶ جنبه از رضایت شغلی (شرایط کاری، حقوق، ارتقا، ماهیت کار، سرپرستی و سازماندهی) را در بر می گیرد به بررسی رضایت شغلی در میان کارمندان بانک کشور یونان پرداختند. یافته

^۶ Tik- tsune wong

^۷ Dinesh

^۸ Thaichon

^۹ Umesh Gunarathne

^{۱۰} Vera

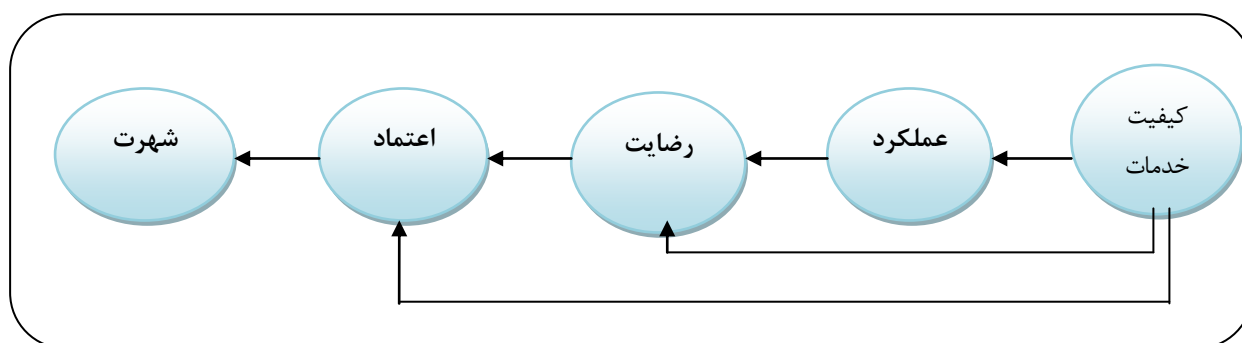
های پژوهش آنان نشان داد که این کارمندان بیشترین رضایت را از ماهیت کار، سرپرستی و شرایط کاری و کمترین میزان رضایت را از حقوق و شرایط ارتقا داشتند.

سوکی (۲۰۰۸) در پژوهشی "به بررسی کیفیت خدمت درک شده، رضایت و وفاداری مشتری" پرداخت. نتایج پژوهش نشان داد هرچه سطح ادارک مشتریان از خدمات افزایش یابد، از کیفیت دریافت شده نیز راضی تر می شوند و احتمال دارد تا در آینده نیز برای دریافت خدمت مراجعه نمایند و ارائه دهنده فعلی را به دیگران نیز توصیه نمایند. جمال و همکاران (۲۰۰۳) درباره رابطه میان کیفیت خدمات و رضایت مشتریان یک بانک پاکستانی تحقیق کردند که این رابطه به طور کلی قوی است هرچند که میان رضایت مشتری و ابعاد ملموس خدمات رابطه ای نیافتند.

مدل مفهومی پژوهش

محقق با توجه به پیشینه پژوهش و همچنین پژوهش وو و همکاران (۲۰۱۸) کیفیت خدمات از طریق متغیرهای عملکرد، رضایت و اعتماد بر حسن شهرت سازمان منتهی می شود. بنابراین مدل زیر را ارائه می نماید:

نمودار (۱): مدل مفهومی تحقیق



منبع: وو و همکاران (۲۰۱۸)

مواد و روش‌ها:

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات تحقیق توصیفی (غیر آزمایشی) و از نوع همبستگی است. با توجه به اینکه تعداد کل مراجعه کنندگان ۶۰ هزار نفر در سال می باشد. با مراجعه به جدول مورگان حجم نمونه آماری ۳۸۴ نفر در نظر گرفته می شود. که محقق تعداد ۴۰۰ پرسشنامه را توزیع نموده است تا تعداد ۳۸۲ پرسشنامه برگشت داده شود. به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات برای تجزیه و تحلیل از پرسشنامه استاندارد وو و همکاران (۲۰۱۸) استفاده شده است. در این تحقیق به منظور تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده است.

جدول (۱) نتایج پایایی پرسشنامه

متغیرها	آلفای کرونباخ
کیفیت خدمات	۰/۷۰۳
عملکرد	۰/۷۷۵
رضایت	۰/۷۷۳
اعتماد	۰/۷۹۳
شهرت	۰/۷۸۱
کل	۰/۹۲۹

در این تحقیق به منظور توصیف آماری داده‌ها (شاخص‌های مرکزی و پراکندگی و تهیه جداول و نمودارها) از نرم‌افزار SPSS و برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از معادلات ساختاری توسط نرم افزار لیزرل استفاده شده است.

بررسی فرضیات پژوهش

فرضیه اول: کیفیت خدمات بر عملکرد کارکنان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر گذار است.

بر اساس نتایج به دست آمده برای ضریب مسیر بین کیفیت خدمات و عملکرد کارکنان مقدار آماره t برابر با ۱۶/۴۰ است که از عدد ۱/۹۶ بیشتر می باشد لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار است. از طرف دیگر مقدار این ضریب ۰/۹۴ است که مقداری مثبت و نشان دهنده‌ی تاثیر مثبت کیفیت خدمات بر عملکرد کارکنان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی می باشد. در نتیجه فرضیه اول پژوهش پذیرفته می شود.

جدول (۲) ضریب مسیر و آماره T برای فرضیه ۱

ضریب مسیر	آماره T	p-value
۰/۹۴	۱۶/۴۰	۰/۰۵۷

فرضیه دوم: کیفیت خدمات بر رضایت بیمه شدگان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر گذار است.

بر اساس نتایج به دست آمده برای ضریب مسیر بین کیفیت خدمات و رضایت بیمه شدگان مقدار آماره t برابر با ۱۴/۶۹ است که از عدد ۱/۹۶ بیشتر می باشد لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار است. از طرف دیگر مقدار این ۰/۸۶ است که مقداری مثبت و نشان دهنده‌ی تاثیر مثبت کیفیت خدمات بر رضایت بیمه شدگان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی می باشد. در نتیجه فرضیه دوم پژوهش پذیرفته می شود.

جدول (۳) ضریب مسیر و آماره T برای فرضیه ۲

ضریب مسیر	آماره T	p-value
۰/۸۶	۱۴/۶۹	۰/۰۵۸

فرضیه سوم: کیفیت خدمات بر اعتماد کارکنان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر گذار است.

در بررسی تاثیر کیفیت خدمات بر اعتماد کارکنان، میزان ضریب مسیر بین این دو متغیر برابر با ۰/۶ که مقداری مثبت می باشد. مقدار آماره t برابر با ۱۱/۶۷ است که از عدد ۱/۹۶ بیشتر می باشد در نتیجه با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت کیفیت خدمات بر اعتماد کارکنان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر مثبت و معناداری دارد بنابراین فرضیه سوم تایید می شود.

جدول (۴) ضریب مسیر و آماره T برای فرضیه ۳

ضریب مسیر	آماره T	p-value
۰/۶	۶۷/۱۱	۰/۰۵۱

فرضیه چهارم: عملکرد کارکنان بر رضایت بیمه شدگان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر گذار است. در بررسی تاثیر عملکرد کارکنان بر رضایت بیمه شدگان، میزان ضریب مسیر بین این دو متغیر برابر با ۰/۳۸ که مقداری مثبت می باشد. مقدار آماره t برابر با ۴/۸۱ است که از عدد ۱/۹۶ بیشتر می باشد در نتیجه با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت عملکرد کارکنان بر رضایت بیمه شدگان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر مثبت و معناداری دارد بنابراین فرضیه چهارم تایید می شود.

جدول (۵) ضریب مسیر و آماره T برای فرضیه ۴

ضریب مسیر	آماره T	p-value
۰/۳۸	۴/۸۱	۰/۰۷۹

فرضیه پنجم: رضایت بیمه شدگان بر اعتماد کارکنان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر گذار است. بر اساس نتایج به دست آمده برای ضریب مسیر بین رضایت بیمه شدگان و اعتماد کارکنان مقدار آماره t برابر با ۷/۳۶ است که از عدد ۱/۹۶ بیشتر می باشد لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار است. از طرف دیگر مقدار این ضریب ۰/۴ است که مقداری مثبت و نشان دهنده تاثیر مثبت رضایت بیمه شدگان بر اعتماد کارکنان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی می باشد. در نتیجه فرضیه پنجم پژوهش پذیرفته می شود.

جدول (۶) ضریب مسیر و آماره T برای فرضیه ۵

ضریب مسیر	آماره T	p-value
۰/۴	۷/۳۶	۰/۰۵۴

فرضیه ششم: اعتماد کارکنان بر حسن شهرت دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر گذار است. بر اساس نتایج به دست آمده برای ضریب مسیر بین اعتماد کارکنان و حسن شهرت مقدار آماره t برابر با ۱۵/۵۷ است که از عدد ۱/۹۶ بیشتر می باشد لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار است. از طرف دیگر مقدار این ضریب ۰/۹۲ است که مقداری مثبت و نشان دهنده تاثیر مثبت اعتماد کارکنان بر حسن شهرت دفتر رسیدگی اسناد پزشکی می باشد. در نتیجه فرضیه ششم پژوهش پذیرفته می شود.

جدول (۷) ضریب مسیر و آماره T برای فرضیه ۶

ضریب مسیر	آماره T	p-value
۰/۹۲	۱۵/۵۷	۰/۰۵۹

بحث و نتیجه گیری:

بر اساس نتایج به دست آمده برای ضریب مسیر بین کیفیت خدمات و عملکرد کارکنان مقدار آماره t برابر با ۱۶/۴۰ است که از عدد ۱/۹۶ بیشتر می باشد لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار است. در نتیجه فرضیه اول پژوهش پذیرفته می شود. این فرضیه با پژوهش های وو و همکاران (۲۰۱۸) و دینش و همکاران (۲۰۱۶) همخوانی دارد. با توجه به سنجش گویه های کیفیت خدمات و عملکرد کارکنان پیشنهادات زیر ارائه می گردد:

۱. بازمهندسی فرآیندهای کاری با رویکرد تبدیل فعالیت های دولتی و سنتی به فرآیندهای الکترونیک و خودکار.
 ۲. تشویق کارکنان به انجام خدمات در بازه زمانی که وعده داده شده است و استفاده از کارکنان با توانایی درک نیازهای مشتریان در خطوط صف سازمانی.
 ۳. سیستم های ارتقای کارکنان به گونه ای باشد تا همه افراد و کارکنان در سازمان امکان ارتقا و پیشرفت داشته باشند.
- بر اساس نتایج به دست آمده برای ضریب مسیر بین کیفیت خدمات و رضایت بیمه شدگان مقدار آماره t برابر با ۱۴/۶۹ است که از عدد ۱/۹۶ بیشتر می باشد لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار است. در نتیجه فرضیه دوم پژوهش پذیرفته می شود. این فرضیه با پژوهش های کریمی علویچه و همکاران (۱۳۹۶)، سلوکدار و همکاران (۱۳۹۵)، احمدی و همکاران (۱۳۹۴)، افغان پور و همکاران (۱۳۹۲)، ضیایی و همکاران (۱۳۹۱)، حسینی و همکاران (۱۳۸۹)، وو و همکاران (۲۰۱۸)، ناچون و همکاران (۲۰۱۵)، امشن گوناراشن (۲۰۱۴)، ورا و همکاران (۲۰۱۳)، سوکی (۲۰۰۸) و جمال و همکاران (۲۰۰۳) همخوانی دارد. با توجه به سنجش گویه های کیفیت خدمات و رضایت بیمه شدگان، لذا پیشنهادات زیر به این سازمان ارائه می گردد:

۱. برقراری یک شبکه تبادل نظرات مشتریان در درون سازمان و ارزیابی مستمر نظرات مردم در خصوص میزان رضایت آنها از کیفیت خدمات ارائه شده و سعی در استفاده از نظرات انتقادی و سازنده مراجعین و مشتریان.

۲. طراحی بهتر پورتال سازمان با رویکرد سهولت دسترسی به خدمات ارائه شده.

۳. بازنگری در فعالیت های سازمان به منظور آشنایی آن دسته از خدماتی که می توان به صورت الکترونیکی ارائه داد.

در بررسی تاثیر کیفیت خدمات بر اعتماد کارکنان، میزان ضریب مسیر بین این دو متغیر برابر با ۰/۶ که مقداری مثبت می باشد. مقدار آماره t برابر با ۱۱/۶۷ است که از عدد ۱/۹۶ بیشتر می باشد در نتیجه با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت کیفیت خدمات بر اعتماد کارکنان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر مثبت و معناداری دارد بنابراین فرضیه سوم تایید می شود. این فرضیه با پژوهش های کریمی علویچه (۱۳۹۶)، احمدی و همکاران (۱۳۹۴)، وو و همکاران (۲۰۱۸)، دینش و همکاران (۲۰۱۶) و ناچون و همکاران (۲۰۱۵) همخوانی دارد. با توجه به سنجش گویه های کیفیت خدمات و اعتماد کارکنان پیشنهادات زیر ارائه می گردد:

۱. تشریح انتظارات سازمان از کارکنان و متقابلاً توسعه اعتماد کارکنان نسبت به سازمان.

۲. انجام حمایت های سازمانی و اجتماعی از کارکنان و دادن آزادی و استقلال عمل در انجام وظایف شغلی که سبب می شود اعتماد به سازمان و وفاداری و تعلق خاطر و دلبستگی مشتریان به سازمان افزایش یابد.

در بررسی تاثیر عملکرد کارکنان بر رضایت بیمه شدگان، میزان ضریب مسیر بین این دو متغیر برابر با ۰/۳۸ که مقداری مثبت می باشد. مقدار آماره t برابر با ۴/۸۱ است که از عدد ۱/۹۶ بیشتر می باشد در نتیجه با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت

عملکرد کارکنان بر رضایت بیمه شدگان دفتر رسیدگی اسناد پزشکی تاثیر مثبت و معناداری دارد بنابراین فرضیه چهارم تایید می‌شود. این فرضیه با پژوهش‌های وو و همکاران (۲۰۱۸) و توگیا و همکاران (۲۰۱۱) همخوانی دارد. با توجه به سنجش گویه های عملکرد و رضایت، پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:

۱. مدیریت سازمان باید سعی کند که گاهی جلسات غیر رسمی بین کارکنان برگزار نماید و کارکنان سازمان را در جریان اطلاعات اساسی سازمان در مورد عملکرد و اهداف قرار دهد و به پیشنهاد کارکنان در مورد بهبود روشها و وظایف اهمیت بدهد.

۲. سازمان می‌بایست به سمت توسعه شغلی و غنی سازی شغلی حرکت نماید و در جهت معنادار کردن وظایف کارکنان خود تلاش نماید و بازخوردهای لازم را در مورد چگونگی انجام دادن وظایف و پیشنهادهای آنان به مدیریت برای انجام دادن بهتر امور در اختیار کارکنان قرار دهد.

بر اساس نتایج به دست آمده برای ضریب مسیر بین رضایت بیمه شدگان و اعتماد کارکنان مقدار آماره t برابر با $7/36$ است که از عدد $1/96$ بیشتر می‌باشد لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار است. در نتیجه فرضیه پنجم پژوهش پذیرفته می‌شود. این فرضیه با پژوهش‌های کریمی علویچه و همکاران (۱۳۹۶)، احمدی و همکاران (۱۳۹۴)، وو و همکاران (۲۰۱۸) و ثاجون و همکاران (۲۰۱۵) همخوانی دارد. با توجه به سنجش گویه های رضایت و اعتماد کارکنان، پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:

۱. طراحی نظام جامع فن آوری اطلاعات در سازمان اسناد پزشکی با رویکرد ایجاد اعتماد عمومی و پاسخگویی به شهروندان و مشتریان.

۲. به روز کردن اطلاعات کارمندان در جهت پاسخگویی مناسب به مشتریان و برگزاری دوره های آموزشی مستمر در ارتباط با این موضوع.

بر اساس نتایج به دست آمده برای ضریب مسیر بین اعتماد کارکنان و حسن شهرت مقدار آماره t برابر با $15/57$ است که از عدد $1/96$ بیشتر می‌باشد لذا این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار است. در نتیجه فرضیه ششم پژوهش پذیرفته می‌شود. این فرضیه با پژوهش‌های طوطیان اصفهانی (۱۳۹۷)، وو و همکاران (۲۰۱۸) و تیک- تسون وانگ و همکاران (۲۰۱۷) همخوانی دارد. با توجه به سنجش گویه‌های اعتماد کارکنان و حسن شهرت سازمان لذا پیشنهادات زیر ارائه می‌شود:

۱. فرآیند اعتماد یک فرآیند دو طرفه می‌باشد، یعنی مدیریت اگر بخواهد مورد اعتماد باشد باید به کارکنان اعتماد داشته باشد، که ایجاد اعتماد در سازمان نیازمند یک فرهنگ بر مبنای ارزش های مشترک، صداقت و انسجام است.

۲. آموزش کارکنان جهت بالا بردن توانایی استفاده از تکنولوژی جدید، تعامل مناسب و حرفه ای با مشتریان و توانایی شناسایی، تجزیه و تحلیل و حل مشکلات مشتریان.

منابع :

۱. احمدی، سید علی اکبر. عسگری ده آبادی، حمید رضا (۱۳۹۴). "بررسی رابطه بین کیفیت خدمات، رضایت، اعتماد و وفاداری در میان مشتریان (مورد مطالعه: شرکت های مسافربری فعال در پایانه های شهر تهران)". مجله مدیریت توسعه و تحول. شماره ۲۳. صص ۱۱-۲۰.

۲. **افغان پور، منا. آفاپور حصیری، سید محمد (۱۳۹۲).** "بررسی ارتباط رضایت شغلی کارکنان با کیفیت خدمات در چارچوب مدل سروکوال (مطالعه موردی: کارگاه های تولید مبلمان شهرستان زابل)". اولین همایش ملی مدیریت کسب و کار. صص ۱۲-۲۲.
۳. **ثمری، نرجس خاتون. صفرزاده، حسین (۱۳۹۶).** "بررسی تاثیر اعتماد کارکنان به مدیران سازمان بر سکوت سازمانی (مورد مطالعه: ستاد شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران)". فصلنامه علمی- پژوهشی مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت. سال ۹. شماره ۳۴. صص ۵۲-۳۱.
۴. **حسینی، میرزا حسن. احمدی نژاد، مصطفی. قادری، سمیه (۱۳۸۹).** "بررسی و سنجش کیفیت خدمات و ارتباط آن با رضایتمندی مشتریان، مطالعه موردی بانک تجارت". بررسی های بازرگانی، شماره ۴۲. صص ۸۸-۹۷.
۵. **سلوکدار، علیرضا. نصیری پور، امیر اشکان. شفیعی ثابت، شقایق (۱۳۹۵).** "مطالعه تاثیر کیفیت خدمات بر رضایتمندی بیماران بیمارستان های خصوصی و رتبه بندی آنها از طریق تحلیل سلسله مراتبی فازی در استان گیلان". مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران. دوره ۱۰. شماره ۶. صص ۵۰۴-۵۱۳.
۶. **صالحی نژاد، مجید رضا. وکیل الرعایا، یونس (۱۳۹۴).** "بررسی تاثیر شهرت سازمان بر رضایت مشتریان". اولین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت در هزاره سوم. صص ۱-۱۲.
۷. **طالقانی، غلامرضا. نرگسیان، عباس. غربی، مجتبی. کوشکی، علیرضا (۱۳۹۱).** "بررسی رابطه بین شهرت سازمانی با نگرش های شغلی کارکنان شرکت ایران خودرو". مجله علمی- پژوهشی مدیریت فرهنگ سازمانی. دوره ۱۰- شماره اول. صص ۹۷-۱۱۴.
۸. **طوطیانی اصفهانی، صدیق. فرج زاده، سیاب. گودرزی، لیلا (۱۳۹۷).** "نقش شهرت سازمانی بر عملکرد کارکنان نیروی انتظامی شهرستان یزد". فصلنامه منابع انسانی ناجا. سال ۱۳. شماره ۵۱. صص ۱۶۸-۱۴۵.
۹. **فیضی. کامران، تاتاری، سعید (۱۳۸۳).** "بهبود کیفیت خدمات در پروازهای شرکت هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران (پیمایشی بر مبنای مدل کیفیت خدمات)". فصلنامه مطالعات جهانگردی، ۵۶۰-۵۳.
۱۰. **کریمی علویجه، محمد رضا. محمد امینی، طیب (۱۳۹۶).** "رابطه خدمات منصفانه و کیفیت خدمات با رضایت، اعتماد و وفاداری مشتریان در بانک". چشم انداز مدیریت. شماره ۳۰. صص ۱۰۸-۸۹.
۱۱. **نوری، زهرا (۱۳۹۴).** "بررسی عوامل موثر بر کیفیت خدمات شرکت سهامی بیمه آسیا". پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.

۱. **Brewer, A., & J. Zhao (۲۰۱۰);** "The Impact of a Pathway College on Reputation and Brand Awareness for Its Afflicted University in Sydney", International Journal of Educational Management, Vol.۲۴, No.۱, pp.۳۴-۴۷.
۲. **Dinesh, Thevaranjan. Ragel, V.R.(۲۰۱۶).** The Impact of Employee Performance on Service Quality. Journal for Studies in Management and Planning, Vol ۲, Issue ۲, pp. ۳۹۶-۴۱۰, February ۲۰۱۶. Available at JSMaP – IJR.

۳. **Ewing, M. T., Windisch, L., & F. J. Newton** (۲۰۱۰); "Corporate Reputation in the People's Republic of China: A B2B Perspective", *Industrial Marketing Management*, Vol.۳۹, No.۵, pp.۷۲-۷۳۶
۴. **Inglis, R., Morley, C., & P. Sammut** (۲۰۰۶); "Corporate Reputation and Organizational Performance: An Australian Study", *Management Auditing Journal*, Vol.۲۱, No.۹, pp.۹۳۴-۹۴۷.
۵. **Jamal, A. and Nasser, K.** (۲۰۰۳). "Factors influencing customer satisfaction in the retail banking sector in Pakistan", *International Journal of Commerce and Management*, ۱۳:۲, pp. ۲۹-۵۳.
۶. **Kersten, W., & Koch, J.** (۲۰۱۰), The effect of quality management on the service quality and business success of logistics service providers, *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. ۲۷, No. ۲, pp. ۱۸۵-۲۰۰
۷. **Souki, GQ.** (۲۰۰۸). Perceived Quality, Satisfaction and Customer Loyalty: an empirical study in the mobile phones sector in brazil. *International Journal of Internet and Enterprise Management*, ۵(۴):۲۹۸-۳۱۲
۸. **Tik- tsu wong, Anthony. Lu Lin Hsiang, Libby Chien. Tong, Canon** (۲۰۱۷). "The relationship between customer satisfaction and cotporation reputation and credibility". *Asian journal of economics, business and accounting*.
۹. **Umesh Gunarathne W.H.D.P** (۲۰۱۴). Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in Sri LanKan Hotel Industry. *International Journal of Scientific and Research Publications*, Volume ۴, Issue ۱۱, pp.۱-۸.
۱۰. **Vera, J. & Trujillo, A.** (۲۰۱۳). "Service quality dimension ns and superior customer perceived value in retail banks: An empirical study on Mexican consumers". *Journal of Retailing and Consumer Services* ۲۰(۶): ۵۷۹-۵۸۶.
۱۱. **Wu, hung- che. Cheng, ching- chan. Ai, chi-han** (۲۰۱۸)." A study of experiential quality, experiential value, trust, corporate reputation, experiential satisfaction and behavioral
۱۲. intention for cruise tourists: the case of hong kong". *Tourism management* ۶۶. ۲۰۰-۲۲۰.

Abstract

A review of developments in recent years has shown that services are expanding vastly and that the issue of competition in services is undeniable. The growth of the service industry depends on the precise planning and adoption of appropriate methods. Knowing customer priorities and needs is the first step towards success in gaining more market share, overtaking competitors and attracting more customer satisfaction, and if an organization or organization fails to identify well-defined criteria, needs, desires and aspirations of its customers. , Is condemned to failure and mortality. This research analyzes the quality of service on organizational reputation with the role of performance, satisfaction and trust in the medical records office of Khorasan Razavi Medical Center. The researcher used Wo et al. (۲۰۱۸) questionnaire to collect data. The validity of the questionnaire was explained through the respected professors and the reliability of the questionnaire was used by Cronbach's alpha method. The statistical sample of this study consisted of ۳۸۴ clients of Khorasan Razavi Medical Documents Office who were selected by simple random sampling method. The collected data were analyzed by statistical methods using SPSS software and structural equations.

This research has ۶ hypotheses. The findings of exploratory analysis show that: Quality of service affects the performance of the staff of the medical records office. The quality of service affects the satisfaction of insured persons in the medical records office. Quality of service affects the trust of the staff of the medical records office. Staff performance affects the satisfaction of insured persons in the medical records office. The consent of the insured affects the trust of the staff of the medical records office. The staff's trust affects the reputation of the medical records office. All research hypotheses were approved. Finally, suggestions were made to the relevant organization.

Keywords: service quality, organizational reputation, performance, satisfactio