

## مقاله اصلی

# نقش ویژگی های شغلی در ارزیابی شناختی کارکنان در مواجهه با مراجعہ کنندگان پرخاشگر در بیمارستان های نیروهای مسلح با رویکرد کیفی

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۱/۲۰ - تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۳/۲۵

### خلاصه

**مقدمه:** پژوهش های پیشین نشان داده اند که وضعیت شناختی کارکنان در نوع برخورد آنها با ارباب رجوع اثرگذار می باشد؛ بنابراین پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش ویژگی های شغلی در ارزیابی شناختی کارکنان در مواجهه با مراجعہ کنندگان پرخاشگر در بیمارستان های نیروهای مسلح واقع در شهر تهران انجام پذیرفته است.

**روش کار:** از پارادایم تفسیری، رویکرد کیفی و استراتژی گزند تئوری (داده بنیاد) در این تحقیق استفاده شد. به منظور دسترسی مدیران عملیاتی و کارکنان، روش نمونه گیری گلوله برفی برگزیده شده و از تاکتیک تحلیل محتوای پنهان برای تجزیه و تحلیل مصاحبه های عمیق و مقالات روز مربوط استفاده شده است. از آنجایی که فرمت داده ها به صورت صوت و متن می باشد از نرم افزار مکس کیودیا پرو ۲۰۲۰ (MAXQDA 2020) برای کدگذاری استفاده شده است.

**نتایج:** یافته ها نشان دادند که پدیده ارزیابی شناختی کارکنان توسط پنج بعد تهدیداتی برای اهداف شغلی، تهدیداتی برای عزت نفس (اعتماد به نفس)، نیاز کنترل، تهدیداتی برای سلامت فیزیکی (رفاه فیزیکی) و تهدیدهای برای عدالت ایجاد می گردد.

**نتیجه گیری:** می توان بیان نمود که شرایط زمینه ای در ویژگی های شغلی، خصلت های شخصیتی و واکنش های عاطفی معرفی می شود که ویژگی های شغلی دارای مولفه های بستر عمومی و حمایت اجتماعی می باشد.

**کلمات کلیدی:** ارزیابی شناختی، ویژگی های شغلی، پرخاشگری، مواجهات استرس زا

حمید علیزاده<sup>۱</sup>

کامبیز حیدرزاده هنزایی\*<sup>۲</sup>

محسن خون سیاوش<sup>۳</sup>

روح الله زابلی<sup>۴</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

<sup>۲</sup> دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

<sup>۳</sup> استادیار، گروه ریاضی و آمار، دانشکده مدیریت و

حسابداری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین،

ایران

<sup>۴</sup> دانشیار، گروه مدیریت خدمات بهداشتی، دانشکده بهداشت،

دانشگاه علوم پزشکی بقیه الله، تهران، ایران

Email:

kambizheidarzadeh@yahoo.com

## مقدمه

امروزه بخش چشمگیری از ادبیات نظری از عبارات مختلفی برای توصیف پرخاشگری مراجعین استفاده می کنند، عباراتی مانند بد رفتاری مراجعین (۱) نابهنجاری مراجعین (۲)، مراجعین مسئله دار (۳، ۴)، مراجعین خشک (۵)، مراجعین بی انصاف (۶)، مراجعین عصبانی (۷)، خشم مراجعه کننده (۸) و رفتار ناکارآمد مراجعین (۹، ۱۰). این رفتارها شامل خشونت های کلامی مانند بالا بردن صدا، طعنه زدن، جیغ زدن، تهدید کردن، فریاد و ناسزا گفتن؛ تهدیدات فیزیکی مانند مشت کوبیدن، انداختن یا کوبیدن تلفن؛ و نشانه های غیر کلامی مانند حالت چهره عصبانی، خیره شدن و دیگر شکل های زبان بدن است (۱، ۱۱). در واقع، کارکنان به طور خاص یکی از آماج های کلیدی خشم و عصبانیت ارباب رجوع هستند؛ و مواجهه با این وقایع خشم می تواند برای کارکنان بسیار استرس زا باشد (۵، ۱۲). مواجهه با ارباب رجوع ناراضی اثرات منفی مختلفی بر کارمندان دارد، از جمله، خستگی مفرط، آسیب روانی، احساس غیرانسان بودن، تحلیل رفتن عملکرد و جابه جایی های بیشتر کارمندان (۹، ۱۳، ۱۴). این آسیب ها انباشته می شوند، و در نتیجه می توانند موجب مشکلات عاطفی بلند مدت شوند. این بدان معناست که چنین برخوردهایی کارمندان را در جایگاه قربانی پرخاش روانی و/یا جسمی قرار می دهد می تواند آسیب های جدی برای آن ها به بار بیاورد (۲، ۷). این در حالی است که کارمندانی که مستقیماً در این گونه وقایع درگیر می شوند مستعد واکنش های خشمگین هستند (۷) و حتی ممکن است لطمات روحی شدیدی نیز بینند (۱۴، ۱۵). با وجود افزایش تعداد وقایع خشن سازمان ها برای مواجهه با این شرایط بالقوه خطرناک به خوبی آمادگی ندارند (۱۶).

واقعیت این است که در چند سال اخیر بیشتر تحقیقات به ناکامی از نگاه مراجعین (ارباب رجوع) پرداخته اند و در نتیجه غالباً کارمندان به عنوان مقصر و افراد به عنوان قربانی تصویر شده اند (۱۷، ۱۸). تعداد پژوهش های که به بررسی ناکامی از دیدگاه کارمندان و اثرات روان شناختی آن بر آن ها پرداخته اند بسیار محدود است (۱۹).

همانطور که در بالا اشاره شد، مطالعات عمدتاً به درک نتایج عملکرد کارکنان به نفع مراجعین و سازمان ها پرداخته اند و با رفاه کارکنان (احساس آنها) و اینکه چگونه سلامت ذهنی آنها بر نتایج عملکرد خدمات آنها تأثیر می گذارد (آنچه آنها احساس می کنند و هنگامی که احساس خاصی را احساس می کنند) کاری ندارند (۲۰).

ما در این تحقیق به جای تمرکز بر کارمندان به عنوان عامل های ناکامی، از دیدگاه متفاوتی بهره برده ایم و به رابطه ی افراد و کارمندان در هنگام مواجهه با ناکامی پرداخته ایم. از این رو به سلامت فردی به عنوان یک اولویت مهم پژوهشی تحقیقات علمی در زمینه ی خدمات پرداخته ایم (۲۱). بنابراین ما به دنبال فهم عمیق تر چگونگی مواجهه کارمندان با ناکامی، و هم چنین تأثیر ارزیابی شناختی بر سلامت روانی آنها هستیم.

با توجه به نتایج تحقیقات درباره مهمترین علل اعمال خشونت علیه کارکنان هنگام اجرای وظیفه می توان چنین نتیجه گرفت که: الف) مهمترین علت بیرونی (عللی که کارکنان منشأ آن نیستند) مؤثر بر اعمال خشونت علیه کارکنان هنگام اجرای وظیفه از نظر هر دو گروه پاسخ دهنده (مردم و کارکنان) عبارت است از: بی اطلاعی شهروندان از مقررات و قوانین ناظر بر مشکل پیش آمده. ب) مهمترین علت درونی (عللی که کارکنان منشأ آن هستند) مؤثر بر اعمال خشونت علیه کارکنان هنگام اجرای وظیفه از نظر هر دو گروه پاسخ دهنده (مردم و کارکنان) عبارت است از: ناآشنایی کارکنان با مهارت های ارتباطی (۲۲).

تحقیقات بسیاری در این زمینه که کارکنان خدماتی چگونه شرایط استرس زای متعدد (مانند شکایت و عصبانیت مراجعین) را مدیریت می کنند انجام شده است (۲۳). در این راستا گوسینسکی (۲۳) نقش تعدیل کننده تأثیر منفی بر رابطه بین پرخاشگری مراجعه کننده و سه شکل استراتژی مقابله ای مبتنی بر هیجان را بررسی کرده است و لی و مادرا (۲۰۱۹) اخیراً در مورد عدم وجود تحقیقی که مداخلات احتمالی برای کمک به کارکنان خدماتی

ناشی از خشم ارباب رجوع) و برداشت درونی فرد از خود ( برای مثال نیاز به عزت نفس) می تواند به استرس شدید بیانجامد. اگر نیازها به صورت مداوم سرکوب شوند می تواند به واکنش های منفی شدید بیانجامد (۲۸). رینولد و هریس (۲۰۰۶) تعداد زیادی از تاکتیک های مهمان نوازی کارکنان، مانند صحبت با همکاران، رهایی فیزیکی احساسات، انزوای فردی، تغییر الگوهای گفتاری، را برای مقابله با رفتارهای مراجعین مشکل دار گزارش کرده اند (۲۰).

در راستای مفهوم اجتناب از رویارویی، گزینه های مختلف مقابله را می توان به شکل استراتژی های متمرکز بر مشکل و استراتژی های متمرکز بر هیجان طبقه بندی کرد. استراتژی های متمرکز بر مشکل به توانایی یک فرد برای تغییر فعال رابطه مشکل دار فرد و محیط اشاره می کند، در حالی که استراتژی های متمرکز بر احساسات، توانایی فرد، برای سازگاری با موقعیت یا تنظیم هیجان استرس زا می باشند (۲۳).

در جستجوی پایگاه های اطلاعاتی معتبر دنیا پیشینه تحقیق متنوعی در منابع خارجی وجود دارد که بیشتر آنها با بخشی از موضوع تحقیق حاضر مرتبط است، ولی جامعیت تحقیق حاضر را ندارد. در پژوهشی با عنوان رفتار ناکارآمد مشتری: مفهوم سازی و اعتبار سنجی تجربی به بررسی ابعاد دقیق رفتار مشتری ناکارآمد پرداخته و ترکیب دقیق آن را نامشخص دانسته اند. رفتارهای ناکارآمد مشتری بصورت موضعی و مختلف در چندین سرویس شیوع دارد و یک مشکل رو به رشد برای کارمندان و سازمان ها است. به عنوان مثال، کارمندانی که کار می کنند، در مراکز تماس بطور متوسط روزانه ده بار رفتار مشتری ناکارآمد را تجربه می کنند. در مطالعات دیگر، ۷۴٪ از کارکنان شرکت هواپیمایی و راه آهن، گزارش شده است که آنها یک بار در ماه رفتار مشتری ناکارآمد را تجربه می کنند. عملکرد ناکارآمد مشتری به اقدامات مشتری در تنظیمات خدمات اشاره دارد. این تحقیق یک ساختار رفتاری ناکارآمد مشتری را شامل می شود که شامل سه بعد سوء استفاده کلامی، تقاضای نامتناسب و شکایت نامشروع است.

ای که استراتژی های عاطفی موثر انجام می دهند بررسی نماید انتقاد کرده اند (۲۰).

ارزیابی شناختی یک اتفاق نه تنها بر سلامت روانی فرد به طور عام تاثیر می گذارند، بلکه همچنین استرس شغلی احتمالاً میانجی رابطه ی بین تقاضای شغلی و سلامت فرد است (۲۴). علاوه بر استرس کارکنان، خود مراجعه کننده شاکی نیز دارای تنش است و بنابراین نتایج میتواند متفاوت باشد. این بدان معناست که کارکنان می توانند به روش های مختلف واکنش نشان دهند و اقداماتی را انجام دهند که چندان مد نظر سازمان های آنها نباشد (۲۵). تعامل با مراجعین عصبانی و پرخاشگر می تواند هم بر مراجعین و هم بر کارکنان و همچنین نتایج بازبایی خدمات تاثیر بگذارد (۲۶). براساس تحقیقات انجام شده در زمینه کار عاطفی، کارکنان خدماتی علی رغم مدیریت شرایط سختی که در آن مراجعه کننده ناراضی احساسات منفی خود را بیان می کند یا حتی با زبان بدنی نشان می دهد، باید احساسات مثبتی از خود نشان دهند (۲۷). این ناهنجاری هیجانی در عوض می تواند کارکنان را مجبور کند که احساسات و احتمالاً رفتارشان را تنظیم کنند. با این وجود، اینکه کارکنان خدماتی چگونه یک شرایط اعتراضی را ارزیابی کنند و از ارزیابی شان برای تنظیم احساساتشان استفاده کنند هنوز مورد بررسی و تحقیق قرار نگرفته است (۲۰).

ارزیابی شناختی به ارزیابی ذهنی شخص دربارۀ اینکه آیا در یک برخورد استرس زا احساس تهدید کرده یا نه اشاره دارد. اگر یک موقعیت همچون تهدید یا خطری برای اعتبار شخصی مانند ارزش ها یا نیازها درک شود ممکن است به واکنش احساسی منفی بیانجامد (۸).

نیازهای اساسی انسانی آن چیزی است که افراد تلاش می کنند تا در زندگی برآورده کنند. این نیازها هدایت کننده ی فرایند ارزیابی شناختی هستند و بر واکنش های عاطفی اثر دارند (۲۸). هنگامی که نیازها سرکوب می شوند افراد دائماً تلاش می کنند تا راه هایی برای برآوردن نیازهایشان پیدا کنند چون این ها انگیزه های ذاتی رفتارهای و الهامات بشری هستند (۲۹). عدم تطبیق معنای یک موقعیت ( برای مثال تعدی به عزت نفس فرد

نتایج حاصل از پژوهش نشان می دهد رفتارهای ناکارآمد مشتری بصورت موضعی و بخش های مختلف خدمات شیوع دارد. با وجود این، علیرغم توجه چشمگیر پزشکان و اندیشمندان، درک مفهوم رفتارهای ناکارآمد مشتری و اندازه گیری آن تا به امروز محدود شده است (۳۰). همچنین در پژوهشی دیگر در پژوهشی با عنوان تأثیر کاهش استرس شغلی بر بهبود کار کارکنان، به بررسی تأثیر خدمات شرکت ها در بر کاهش فشارهای شغلی می پرداخته اند. همچنین مشارکت هایی را که باعث ارتقاء بهزیستی کارکنان در ارتباط با مشتری می شود را به منظور ترغیب تجربه های بهتر خدمات به مشتریان، شناسایی نموده اند. با استفاده از تئوری حقوق صاحبان سهام<sup>۱</sup>، این تحقیق با ارزیابی تأثیرات پاداش ذاتی (شناخت اجتماعی) و برون دهی (پولی) بر استرس شغلی، تعهد به سازمان، تأثیر رویکردهای پاداش جایگزین بر استرس شغلی و نگرش های مربوط به مشتری مداری را بررسی می کند. نتایج بررسی از ۲۲۰ نفر از کارکنان سازمان های خدمات مختلف نشان می دهد که به رسمیت شناختن اجتماعی، استرس شغلی را کاهش می دهد اما برخلاف انتظارات، پاداش پولی آن را افزایش می دهد. علاوه بر این، رضایت از پرداخت تأثیر بیشتری در رفتار مشتری نسبت به شناخت اجتماعی دارد (۳۱).

یو و همکاران (۳۲) در پژوهشی با عنوان احساس بد و انجام کارهای خوب: تأثیر رفتار مشتری بر روی کارمندان خدمات، به بررسی اینکه آیا کارکنان خدمات با احساسات منفی ناشی از بدرفتاری های مشتری روزانه با مشارکت در کمک به دیگران مقابله می کنند، پرداخته اند. بدرفتاری توسط مشتریان یک اتفاق رایج برای بسیاری از کارمندان خدمات خط مقدم است. در حالی که برخی شواهد نشان می دهد که کارکنان در نتیجه رفتارهای نادرست در محل کار به دلیل سوء رفتار دست به کار می شوند، مطالعات دیگر نشان می دهد که کارکنان ممکن است با کمک به دیگران با چنین تجربیات منفی کنار بیایند.

نتایج پژوهش بیشتر نشان می دهد که رفتارهای کمکی با تجربیات عاطفی مثبت بالا همراه است و روابط پیشنهادی بسته به اینکه آیا بدرفتاری مشتری در یک روزانه یا یک دیدگاه تجمعی اندازه گیری می شود، متفاوت است. به طور خاص، بدرفتاری با تجاوز مشتری به مرور زمان باعث کاهش کمک های عمومی شد. این یافته ها در رابطه با استراتژی های مقابله ای حاد و تجمعی کارکنان در مورد بدرفتاری مورد بحث قرار می گیرد. یافته ها آکاوایتچا و همکاران (۳۳) حاکی از آن بود که کارمندان در هنگام مواجهه با پرخاشگری مشتریان تهدیداتی برای عزت نفس، سلامت فیزیکی، رسیدن به اهداف شغلی، مساوات و برابری و احساس کنترل در خود احساس می کنند. این ارزیابی های شناختی به شکل تأثیرات منفی، عصبانیت، افسردگی و استرس بر سلامت روانی کارمندان تأثیر می گذارد. مهم تر این که در این تحقیق عامل های که اثر پرخاشگری مشتری بر ارزیابی شناختی، و اثر ارزیابی شناختی بر سلامت روانی را میانجیگری می کنند (تشدید یا تضعیف می کنند) شناسایی شده است. این عامل ها شامل فلسفه ی «همیشه حق با مشتری است»، پایگاه اجتماعی، بستر خصوصی یا عمومی، و حمایت اجتماعی است.

## روش کار

محققان تشخیص دادند که سوالات تحقیق باید تعیین کند که کدام پارادایم تحقیق برای هر مطالعه بهترین است. با توجه به ادبیات، تجزیه و تحلیل پدیده های منفی برند به طور کلی به سمت چشم اندازهای اکتشافی و مفهومی کشیده می شود که در مطالعات آنها بیشتر از رویکردهای کیفی استفاده می شود.

اگرچه، فراخوان های قبلی دانشمندان پاسخ های قابل ملاحظه ای را در بر داشته، اما کتابشناسی موجود نیز نشان می دهد که مطالعاتی که بر روی ارزیابی شناختی کارکنان صف متمرکز شده است، هنوز کافی نیست.

<sup>1</sup> Equity Theory

جامعه آماری تحقیق شامل ۹ نفر از مدیران بیمارستان های نیروهای مسلح درگیر با بیماری کووید ۱۹ در شهر تهران و ۲۵ نفر از کارکنان آنها که در تماس مستقیم با ارباب رجوع هستند می باشد.

از آنجا که در پژوهش کیفی سعی می شود نمونه هایی انتخاب شود که با تمرکز تحقیقاتی متفاوت دارای درک عمیق باشند و معمولاً با دقت انتخاب می شوند. در نتیجه در این پژوهش "نمونه گیری هدفمند" برگزیده شد. استراتژیهای مختلفی بسته به اهداف تحقیق، وجود دارد، اما طبق نظر مایکوت (۱۹۹۴)، برجسته ترین و مفیدترین استراتژی می تواند "حداکثر تنوع" نمونه برداری باشد. در اینجا مواردی جستجو می شود که نشان دهنده بزرگترین تفاوت در این پدیده است. بنابراین، نمونه گیری مورد استفاده هدفمند یا قضائتی بوده و از روش نمونه گیری گلوله برفی کمک گرفته شده است. همچنین در مطالعه کیفی، تعداد مشارکت کنندگان مورد نیاز بر اساس ماهیت مطالعه و اطلاعات جمع آوری شده، متفاوت خواهد بود (۳۵).

محقق تحلیل داده ها را بر اساس متون تایپ شده و صوت مصاحبه ها، پادکست ها و متون مقالات (در نرم افزار ۲۰۲۰ maxqda ورژن حرفه ای) انجام داده است. پس از ثبت و ضبط داده ها، نوبت به مرحله تفسیر کردن، تجزیه و تحلیل داده ها رسید. یکی از نکات بسیار مهم در مرحله تفسیر، در نظر گرفتن تحلیل و تفسیر داده ها به عنوان ترکیبی از افق های دید میان مشارکت کنندگان و پژوهشگر است (۳۶). در واقع، تجزیه و تحلیل داده ها شامل گوش دادن و خواندن جامع برای تشخیص تمام نکات کلیدی، تناقضات و ارتباطات مکرر و درجه بندی موضوعی می باشد از جمله مهم ترین مواردی که می بایست مورد توجه قرار گیرد، می توان به طراحی شیوه اپوخته، اشاره نمود. اپوخته یا براکت کردن (۳۷) یک روش مورد استفاده در پژوهش های کیفی است که برای کاهش اثرات مضر پیش فرض هایی که ممکن است روند پژوهش را نامعتبر سازند، به کار می رود.

محقق برای تجزیه و تحلیل داده های پژوهش، از مکتب نظامند اشتراوس و کوربین ۱۹۹۸ بهره برده و ابتدا بلوک ها یا

در نتیجه، بدلیل بر ساخت اجتماعی برآمده از این مفهوم که از زیست طبیعی کنشگران آن ناشی می شود. پیش فرض فلسفی (پارادایم) تفسیری مبنا و سرمشق محقق برای انجام پژوهش واقع شد. این سرمشق رویکرد اکتشافی کیفی را به محقق دیکته نمود و محقق بر مبنای این رویکرد که بدنبال بررسی مولفه های پدیده و از آن مهمتر ساخت نظریه (فرضیه)، استراتژی یا طرح پژوهشی تنوری داده بنیاد (گرنند ثوری) را راهبرد خود برای هدف پژوهشی که همانا حل مسئله است قرار داد.

در نهایت استراتژی محقق را به استفاده از ابزار کارآمد مصاحبه های عمیق رو در رو نمود و این مصاحبه ها، اسنادی را پدید آوردند، که از نظر اووه فینگ راه رسیدن به نظریه است. زیرا مصاحبه فراگیرترین وسیله برای جمع آوری داده ها در پروژه های تحقیقاتی کیفی است. بخصوص کسانی که امروزه تحقیقاتی کیفی در مورد مصرف کنندگان و بازارها انجام می دهند، محبوب ترین روش جمع آوری داده ها از طریق مصاحبه است (۳۴).

در این تحقیق از مصاحبه نیم ساختار یافته استفاده شد، تا فقط خطوط اصلی گفتگو برای محقق مشخص شود و بسته به روند طبیعی مصاحبه بتواند پرسش های تازه ای مطرح کند. گردآوری داده ها از طریق مصاحبه عمقی با استفاده از پروتکل انجام شده است. همچنین با روش میدانی با استفاده از ابزار مصاحبه عمیق، صورت گرفت.

صرفاً، در چندین مورد که همزمان با همه گیری کووید-۱۹، با استفاده از مصاحبه از راه دور (آنلاین) انجام شد، البته سعی شد با استفاده از نرم افزارهای موجود (بطور مثال تیم لینک)، کیفیت تا حد امکان لطمه نخورد. با انجام مصاحبه های آنلاین، ما توانستیم اطلاعاتی را از پاسخ دهندگان جمع آوری کنیم که در غیر این صورت تماس با آنها دشوار بود (آنها را به خطر می انداخت). کل روند مصاحبه آنلاین برای پاسخگویی که برای مصاحبه مجبور نبودند خانه و دفتر خود را ترک کنند مناسب بود.

گروه کانونی و تأییدیه گرفتن از آنها، براعتبار تحقیق صحه گذاشت و با بکارگیری تکنیک های: یادداشت برداری مفصل و دقیق در هنگام مصاحبه، استفاده از ضبط صوت و کدگذاری فایل های صوتی برای حفظ آوانگاری جمله ها پایایی را نیز تضمین نمود.

### نتایج

در ابتدا کدهای اولیه بدون آنکه تفسیر خاصی نیاز داشته باشند از طریق تاکتیک تحلیل محتوای پنهان، کدهای متن یا واحد معنادار را بیرون کشیدند. در ادامه محقق صرفاً با توجه به عرف علمی حاکم بر گزارشات کیفی، اطلاعاتی اضافی پیرامون فراوانی کدها نیز ارائه می دهد البته شایان ذکر است فراوانی کدها هیچ تاثیری بر تجزیه و تحلیل داده ها در تحلیل محتوای پنهان ندارد.

نتایج تحقیق حاضر نشان می دهد که، کد اولیه تهدیداتی در معرض دید بودن با ۲۱۶ بار، آزار سلامتی (مؤلفه ایمنی) با ۱۹۱ بار، عدم توانایی تصمیم گیری با ۱۸۶ بار و آزار بدنی با ۱۸۱ بار تکرار مهمترین کدها از نظر فراوانی است و کدهای وابستگی متقابل و همانندی/ تاکید بر استقلال و موفقیت با ۴ بار و استقرار حقیقت مطلق با ۳ بار تکرار کم ترین اهمیت را از نظر تکرار در واحدهای معنادار را دارند. و این نتیجه خود مهر تأییدی بر نقش ویژگی های شغلی (بستر عمومی) بر ارزیابی شناختی کارکنان می باشد.

همان واحدهای معنادار را در قالب دو گام کدگذاری باز و محوری ایجاد می کند و در نهایت با چهار ابزار کمکی تحلیل همپوشانی (کدگذاری همزمان)، تحلیل آماری (کدگذاری مقیاسی)، درگیری محقق با پژوهش و در نهایت جلسه کانونی با خبرگان به فرضیه یا همان اکتشاف نظریه دست می باید.

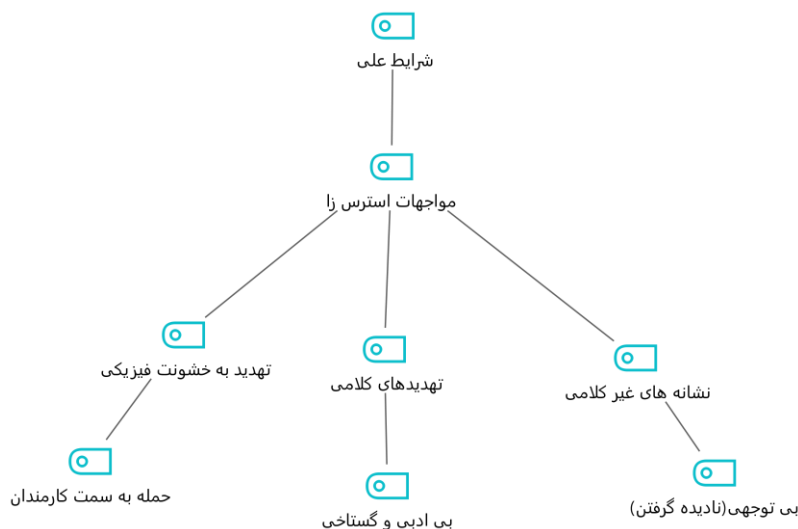
### اعتبارسنجی و ارزیابی مطالعه

می توان ادعا کرد که ارزیابی روشهای پژوهش از طریق روایی یا پایایی در تحقیقات کمی یک اصل است، اما این بدان معنا نیست که از این معیارهای ارزیابی در مطالعات کیفی استفاده نمی شود. آنها با توجه به ماهیت کیفی داده ها (با اشباع یا مثلث بندی ... و غیره) استفاده می شوند.

لینکولن و گوباه در سال ۲۰۱۰ مطرح کردند مفهوم اعتبار و پایایی دیگر به شکل روش کمی نخواهد بود و مفاهیمی مانند قابلیت تائید، قابلیت باورپذیری، قابلیت انتقال و قابلیت استناد جای آن را خواهند گرفت. اما کرسول در سال ۲۰۱۴ به نقل از لینکولن و گوباه تاکتیک های این نویسندگان را در چک لیستی ارائه نمود که یک محقق حداقل باید ۲ یا ۳ مورد را از این چک لیست رعایت نمایند. تا بتواند ادعا نماید کار او اعتبار، باورپذیری، انتقال پذیری و استناد پذیری دارد. در نتیجه محقق با بکارگیری تکنیک های: درگیر طولانی بودن در تحقیق، استفاده از وکیل مدافع شیطان و توضیح بسیار مفصل و غنی اطلاعات و نتایج تحقیق برای

### جدول ۱. کد محوری شرایط علی به همراه کلیه زیرکدهای آن

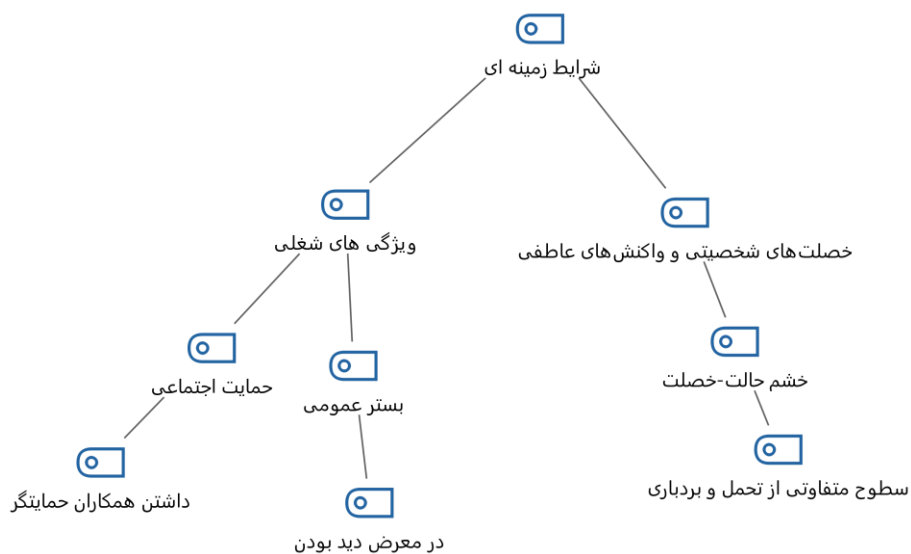
کدهای اولیه	مقوله فرعی	مقوله اصلی	کد محوری
بی توجهی (نادیده گرفتن)	نشانه های غیر کلامی	مواجهات استرس زا	شرایط علی
بی ادبی و گستاخی	تهدید های کلامی		
حمله به سمت کارمندان	تهدید به خشونت فیزیکی		



شکل ۱. نمودار درختی کد محوری شرایط علی به همراه کلیه زیرکده های آن

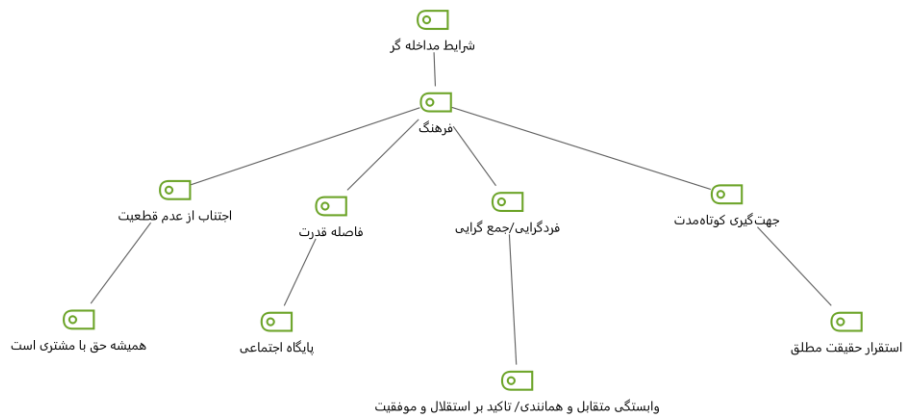
جدول ۳. جدول کد محوری شرایط زمینه ای به همراه کلیه زیرکده های آن

کد محوری	مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدهای اولیه
شرایط زمینه ای	ویژگی های شغلی	بستر عمومی	در معرض دید بودن
		حمایت اجتماعی	داشتن همکاران حمایتگر
	خصیلت های شخصیتی و واکنش های عاطفی	خشم حالت-خصیلت	سطوح متفاوتی از تحمل و بردباری



شکل ۲. نمودار درختی کد محوری شرایط زمینه ای به همراه کلیه زیرکدهای آن

کدهای اولیه	مقوله فرعی	مقوله اصلی	کد محوری
پایگاه اجتماعی	فاصله قدرت	فرهنگ	شرایط مداخله گر
همیشه حق با ارباب رجوع است	اجتناب از عدم قطعیت		
وابستگی متقابل و همانندی / تاکید بر استقلال و موفقیت	فردگرایی/جمع گرایی		
استقرار حقیقت مطلق	جهت گیری کوتاه مدت		

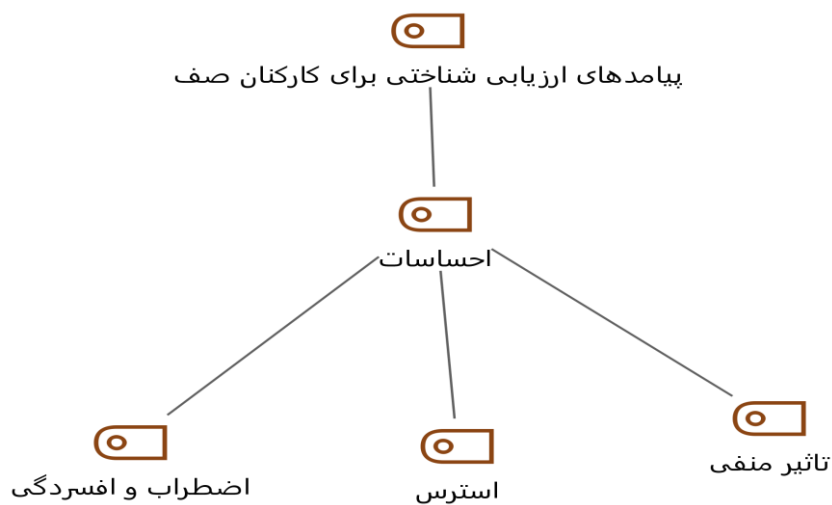


شکل ۳. نمودار درختی کد محوری شرایط مداخله گر به همراه کلیه زیرکدهای آن

کدهای اولیه	مقوله فرعی	مقوله اصلی	کد محوری
تاثیر منفی		احساسات	پیامدهای ارزیابی شناختی برای کارکنان
استرس			
اضطراب و افسردگی			

جدول ۵. جدول کد محوری پیامدها برای برند به همراه کلیه زیرکدهای آن

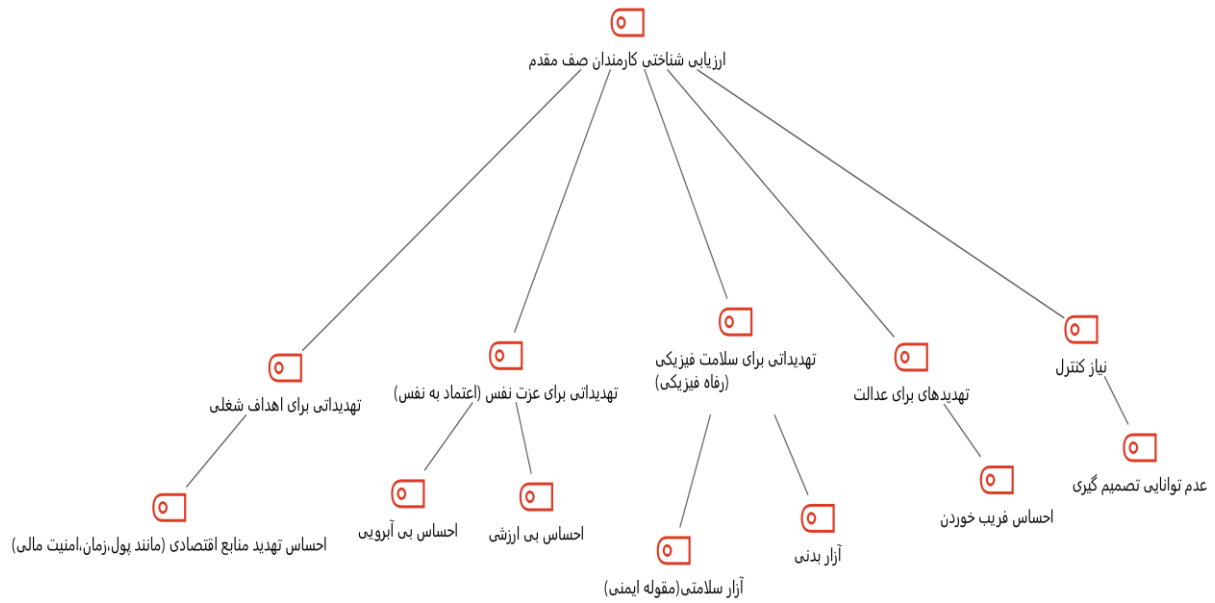




شکل ۶- نمودار درختی کد محوری پیامدها برای برنند به همراه کلیه زیرکدهای آن

جدول ۶. جدول کد محوری مقوله محوری (ارزیابی شناختی کارکنان) به همراه کلیه زیرکدهای آن

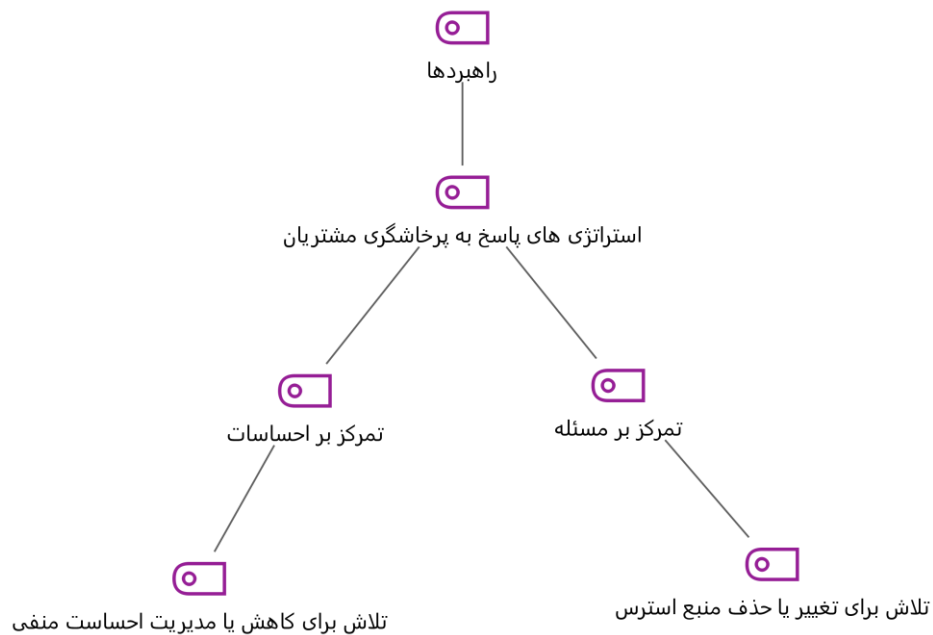
کد محوری	مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدهای اولیه
ارزیابی شناختی کارمندان	تهدیداتی برای اهداف شغلی	_____	احساس تهدید منابع اقتصادی (مانند پول، زمان، امنیت مالی)
	تهدیداتی برای عزت نفس (اعتماد به نفس)	_____	احساس بی آبرویی
	نیاز کنترل	_____	احساس بی ارزشی
	تهدیداتی برای سلامت فیزیکی	_____	عدم توانایی تصمیم گیری
	(رفاه فیزیکی)	_____	آزار بدنی
تهدیدهای برای عدالت	_____	_____	آزار سلامتی (مقوله ایمنی)
			احساس فریب خوردن



شکل ۷. نمودار درختی کد محوری مقوله محوری (ارزیابی شناختی کارکنان) به همراه کلیه زیرکدهای آن

جدول ۷. جدول کد محوری راهبردها به همراه کلیه زیرکدهای آن

کد محوری	مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدهای اولیه
استراتژی های پاسخ به پرخاشگری مراجعین	تمرکز بر مسئله	_____	تلاش برای تغییر یا حذف منبع استرس
	تمرکز بر احساسات	_____	تلاش برای کاهش یا مدیریت احساسات منفی



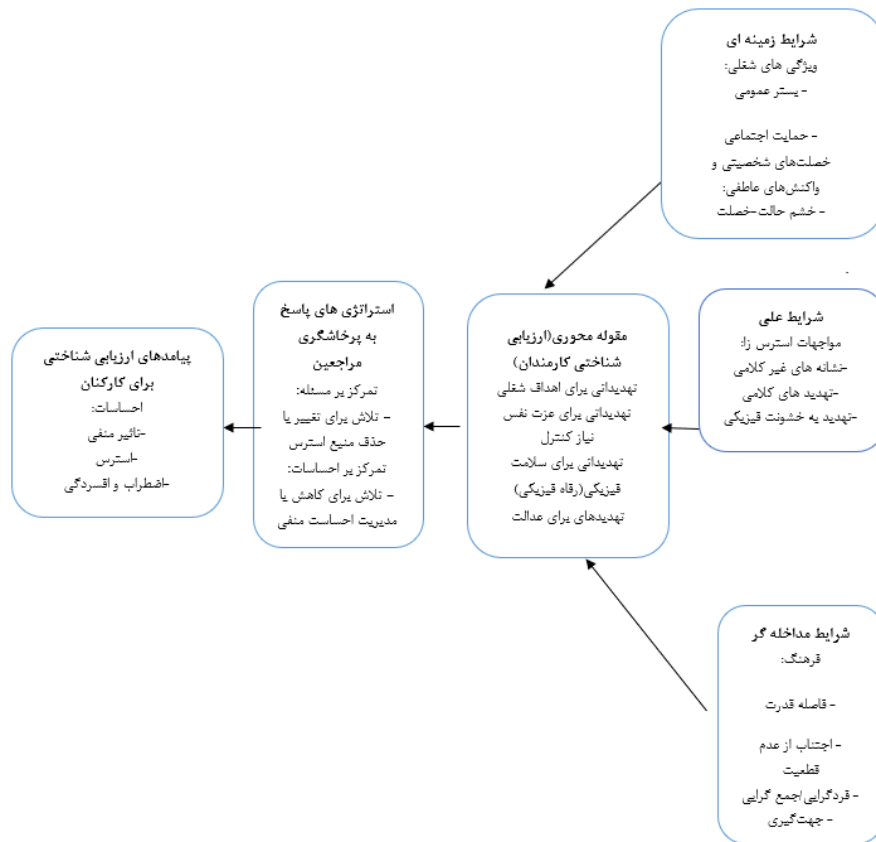
شکل ۸. نمودار درختی کد محوری راهبردها به همراه کلیه زیرکدهای آن

### کدگذاری انتخابی

سومین گام از مراحل کدگذاری با الگو قرار دادن مکتب اشتراوس و کولبین، کدگذاری گزینشی یا انتخابی است. در این مرحله واحدهای معنادار پدید آمده اند و محقق به دنبال فرضیه سازی است. در سال های اخیر به دلیل ضعف الگوی پارادایمیک اشتراوس و کوربین ابزارهای تازه ای ظهور یافته اند که البته نرم افزارها در پیدایش آنها نقش اساسی را ایفا کرده اند در حقیقت کدگذاری انتخابی به دنبال این است که با چهار ابزار کمکی محقق را یاری رساند که آیا می تواند از یک بلوک یا واحد معنادار مستقل به بلوک یا واحد معنادار مستقل دیگر فرضیه داشته باشد. این ۴ ابزار به ترتیب شامل: تحلیل همپوشانی (کدگذاری همزمان)، تحلیل آماری (کدگذاری مقیاسی)، درگیری محقق با پژوهش و در نهایت جلسه کانونی با خبرگان است.

تحلیل همپوشانی بر اساس ماتریس ارتباط کدها چندین فرضیه را برای پژوهش پیشنهاد نمود، از آنجا که نرم افزار مکس کیو دی ای از ورژن ۱۲ بخش آماری جدیدی را اضافه نمود که مورد انتقاد بسیاری از اساتید طرفدار رویکرد کیفی واقع گردید اما بسیاری از محققین با نگاه پراگماتیسم که همواره به دنبال حل مسئله هستند این ابزار را یک فرصت و کمک مضاعف برای کشف فرضیه یافتند. محقق نیز به کمک همین بخش آماری یک به یک فرضیات مطرح شده در تحلیل هم پوشان را در ابتدا با توجه به رابطه معناداری بررسی نمود و در صورت تأیید شدت و جهت رابطه آنها را نیز با توجه به چهار مقدار کسل (۲۰۱۰) بررسی نمود. و در نهایت یک جلسه با خبرگان به مدت ۶۰ دقیقه برگزار و نسبت به پذیرش و یا عدم پذیرش روابط تأیید شده در تحلیل هم پوشان تصمیم گیری شد، که در نهایت به نتایج ذیل منتج گردید.

### تجزیه و تحلیل یافته های پژوهش



شکل ۹. الگوی مفهومی استخراج شده مطالعه ی داده بنیاد

### بحث و نتیجه گیری

یافته ها و نتایج پژوهش حاکی از آن است که پدیده ارزیابی شناختی کارکنان توسط توسط پنج بعد تهدیداتی برای اهداف شغلی، تهدیداتی برای عزت نفس (اعتماد به نفس)، نیاز کنترل، تهدیداتی برای سلامت فیزیکی (رفاه فیزیکی) و تهدیدهای برای عدالت ایجاد می گردد، که این پنج بعد از مولفه های متفاوتی از جمله: بعد تهدیداتی برای اهداف شغلی (از مولفه احساس تهدید منابع اقتصادی (مانند پول، زمان، امنیت مالی)، بعد تهدیداتی برای عزت نفس (از مولفه های احساس بی آبرویی و احساس بی ارزشی)، بعد نیاز کنترل (از مولفه عدم توانایی تصمیم گیری)، بعد تهدیداتی برای سلامت فیزیکی (از مولفه های آزار بدنی و آزار سلامتی) و بعد تهدیدهای برای عدالت (از مولفه احساس فریب خوردن) تشکیل شده است.

شرایط علی این پدیده مواجهات استرس زا تشخیص داده شد که دارای مولفه های نشانه های غیر کلامی، تهدید های کلامی و تهدید به خشونت فیزیکی می باشند. فرهنگ نیز از شرایط مداخله گر می باشد که مولفه های فاصله قدرت، اجتناب از عدم قطعیت، فردگرایی/جمع گرایی و جهت گیری کوتاه مدت برای آن شناسایی گردید. و شرایط زمینه ای ارزیابی شناختی کارکنان را ویژگی های شغلی و خصلت های شخصیتی و واکنش های عاطفی معرفی نمود که ویژگی های شغلی دارای مولفه های بستر عمومی و حمایت اجتماعی و مولفه خصلت های شخصیتی و واکنش های عاطفی دارای مولفه خشم حالت-خصلت می باشد. و پیامدهای ارزیابی شناختی برای کارکنان شامل احساسات است که با مولفه های تأثیر منفی، استرس و اضطراب و افسردگی خود را نشان می دهد. و در نهایت استراتژی های پاسخ به پرخاشگری مراجعین از

و اجتناب مثبت را انجام می دهند، می توانند به خوبی به شکایات رسیدگی کنند. این امر به نوبه خود تجربیات مثبت کارکنان را بیشتر کرده، اعتماد به نفس در رسیدگی به شکایات را در آنها ایجاد می کند و در نتیجه باعث ایجاد ارتباط با مراجعین می شود. از سوی دیگر، یافته ها نشان می دهد که رفاه و آسایش کارکنان (احساس آنها) بر نتایج رسیدگی به شکایات تأثیر می گذارد. بنابراین برای کارکنان مفید است که بدانند احساسات خود آنها در هنگام رسیدگی به شکایات و نحوه تنظیم این احساسات و هیجانات بر سلامت روانی و اعتماد به نفس آنها تأثیر می گذارد.

### پیشنادهایی برای پژوهش های آینده و محدودیت ها

در حالی که نقطه تمرکز این مطالعه بر مجموعه ی نیازهای اساسی بود که در هنگام وقایع خشن تهدید می شدند؛ شاید مفید باشد اگر واکنش های عاطفی و رفتاری کارکنان در هنگام تقویت این نیازها نیز بررسی شود. شناسایی نیازهای بشری اساسی که می تواند پیامدهای مثبت را تقویت و عواقب منفی را تضعیف می کند می تواند هم برای کارمندان و هم برای سازمان ها مفید باشد.

همچنین، توصیه می شود مطالعات آینده این موضوع را در سایر بخش های خدماتی مانند هتل ها، آژانس های مسافرتی، خطوط هوایی، مخابرات و ... بررسی کنند چرا که می توانند یافته های متفاوتی از رفتار مقابله ای و رفتار رسیدگی به شکایات را در زمینه خدمات مختلف ارائه دهند.

### تشکر و قدردانی

این مقاله برگرفته از پایان نامه دکتری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران می باشد. نویسنده از اساتید راهنما و مشاور و تمامی کسانی که در این راستا با محقق همکاری نمودند کمال تشکر را دارد.

### تعارض منافع

این مطالعه فاقد تضاد منافع می باشد.

طرف کارکنان تمرکز بر مسئله و تمرکز بر احساسات عنوان گردید، که تمرکز بر مسئله با تلاش برای تغییر یا حذف منبع استرس و تمرکز بر احساسات با تلاش برای کاهش یا مدیریت احساسات منفی نمود پیدا می کند.

### پیشنادهای مدیریتی

نتایج این تحقیق پیشنهاد می کند که برای کارکنان این مزیت وجود دارد که هنگام شکایت مراجعین، خود را به طور موقت از آن شرایط خارج کنند. به عنوان مثال، آب نوشیدن، بسیاری از پاسخ دهندگان به محض این که بتوانند برای آشامیدن آب بروند، و از چشم ارباب رجوع شاکی پنهان شوند، کار متفاوتی انجام دهند یا پیاده روی کوتاه کنند، احساس تسکین و آرامش فوری پیدا می کنند. پس از انجام این رفتارهای مقابله ای سریع، پاسخ دهندگان نسبت به ادامه رسیدگی به شکایت و/یا خدمات رسانی به مراجعین دیگر آماده تر می کنند و احساس ناتوانی در انجام کارهایشان در ادامه شیفت نخواهند داشت. بنابراین، مدیران باید به کارکنان خود اعلام کنند که در صورت مواجهه با مراجعه کنندگان شاکی، این آزادی را دارند که از رفتارهای مقابله ای هیجانی سریع استفاده کنند.

این تحقیق همچنین پیشنهاد می کند، که برخی از کارکنان شکایت مراجعین را به عنوان یک چالش شخصی مثبت ارزیابی می کنند. این نتایج تجربی را می توان در برنامه های آموزشی نحوه ارتباط با ارباب رجوع گنجانید. در زمان همه گیری کرونا و ویروس که آموزش ها به صورت آنلاین انجام می شود، تجربیات و راهکارهای مقابله ای کارکنان را می توان برای مطالب آموزشی معتبرتر و جذاب تر به کار گرفت. بنابراین، کاربرد این نتایج در آموزش مدیریت، این است که به کارکنان پیامی مثبت را به عنوان یک چالش مثبت برای پیشرفت شخصی و حرفه ای خود در نظر بگیرند. این بدان دلیل است که یافته ها نشان می دهد که شکایتی که به طور مثبت ارزیابی می شود نه تنها منجر به ایجاد روند صحیح رسیدگی به شکایات می شود بلکه منجر به ایجاد ارتباط خوب با مشتری می گردد. برای خود کارکنان خدماتی، یافته ها نشان می دهد که کارکنانی که رفتارهای رسیدگی مثبت

*Original Article***The Role of Job Characteristics in Cognitive Assessment of Employees in Facing Aggressive Clients in Armed Forces Hospitals with a Qualitative Approach**

Received: 08/04/2020 - Accepted: 14/06/2020

Hamid Alizadeh<sup>1</sup>  
Kambiz Heidarzadeh<sup>2\*</sup>  
Mohsen Khounsiavash<sup>3</sup>  
Rouhollah Zaboli<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Ph.D. Student, Department of Business Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

<sup>2</sup> Associate Professor, Department of Business Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.  
(Corresponding Author)

<sup>3</sup> Assistant Professor, Department of Mathematics, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

<sup>4</sup> Associate Professor, Department of Health Administration, Faculty of Health, Baqiyatallah University of Medical Sciences, Tehran, Iran

Email:  
kambizheidarzadeh@yahoo.com

**Abstract**

**Introduction:** Previous research has shown that employees' cognitive status is influential in the way they treat their clients; Therefore, the present study aimed to investigate the role of job characteristics in cognitive evaluation of employees in the face of aggressive clients in the Armed Forces hospitals located in Tehran.

**Methods:** Interpretive paradigm, qualitative approach and grand theory strategy (data foundation) were used in this research. In order to access the operational managers and staff, the snowball sampling method was chosen and the hidden content analysis tactic was used to analyze in-depth interviews and related articles of the day. Since the data format is audio and text, MAXQDA Pro 2020 software has been used for coding..

**Results:** The findings showed that the phenomenon of cognitive evaluation of employees is created by five dimensions: threats to job goals, threats to self-esteem (confidence), need for control, threats to physical health (physical well-being) and threats to justice.

**Conclusion:** It can be stated that the underlying conditions in job characteristics, personality traits and emotional reactions are introduced that job characteristics have general context and social support components.

**Keywords:** Cognitive Evaluation, Job Characteristics, Aggression, Stressful Encounters

## References

1. Huang W-H, Lin Y-C, Wen Y-C. Attributions and outcomes of customer misbehavior. *Journal of Business and Psychology*. 2010;25(1):151-61.
2. Reynolds KL, Harris LC. Deviant customer behavior: An exploration of frontline employee tactics. *Journal of marketing theory and practice*. 2006;14(2):95-111.
3. Bitner MJ, Booms BH, Mohr LA. Critical service encounters: The employee's viewpoint. *Journal of marketing*. 1994;58(4):95-106.
4. Poddar A, Madupalli R. Problematic customers and turnover intentions of customer service employees. *Journal of Services Marketing*. 2012.
5. Walsh G. Unfriendly customers as a social stressor—An indirect antecedent of service employees' quitting intention. *European Management Journal*. 2011;29(1):67-78.
6. Berry LL, Seiders K. Serving unfair customers. *Business Horizons*. 2008;51(1):29-37.
7. Dallimore KS, Sparks BA, Butcher K. The influence of angry customer outbursts on service providers' facial displays and affective states. *Journal of Service Research*. 2007;10(1):78-92.
8. Surachartkumtonkun J. An Examination of the Antecedents and Consequences of Customer Rage in Service Encounters. 2011.
9. Harris LC, Reynolds KL. The consequences of dysfunctional customer behavior. *Journal of service research*. 2003;6(2):144-61.
10. Fisk R, Grove S, Harris LC, Keeffe DA, Daunt KL, Russell- Bennett R, et al. Customers behaving badly: a state of the art review, research agenda and implications for practitioners. *Journal of Services Marketing*. 2010.
11. Grove SJ, Fisk RP, John J. Surviving in the age of rage. *Marketing Management*. 2004;13(2):41-7.
12. Van Jaarsveld DD, Walker DD, Skarlicki DP. The role of job demands and emotional exhaustion in the relationship between customer and employee incivility. *Journal of management*. 2010;36(6):1486-504.
13. Karatepe OM, Yorganci I, Haktanir M. Outcomes of customer verbal aggression among hotel employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2009.
14. Grandey AA, Dickter DN, Sin HP. The customer is not always right: Customer aggression and emotion regulation of service employees. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*. 2004;25(3):397-418.
15. Dormann C, Zapf D. Customer-related social stressors and burnout. *Journal of occupational health psychology*. 2004;9(1):61.
16. McGregor J. Consumer vigilantes. *Business Week*. 2008;3(4073):38-42.
17. Surachartkumtonkun J, Patterson PG, McColl-Kennedy JR. Customer rage back-story: linking needs-based cognitive appraisal to service failure type. *Journal of Retailing*. 2013;89(1):72-87.
18. McColl-Kennedy JR, Patterson PG, Smith AK, Brady MK. Customer rage episodes: emotions, expressions and behaviors. *Journal of Retailing*. 2009;85(2):222-37.

19. Rafaeli A, Erez A, Ravid S, Derfler-Rozin R, Treister DE, Scheyer R. When customers exhibit verbal aggression, employees pay cognitive costs. *Journal of applied psychology*. 2012;97(5):931.
20. Loo PT, Khoo-Lattimore C, Boo HC. How should I respond to a complaining customer? A model of Cognitive-Emotive-Behavioral from the perspective of restaurant service employees. *International Journal of Hospitality Management*. 2021;95:102882.
21. Ostrom AL, Bitner MJ, Brown SW, Burkhard KA, Goul M, Smith-Daniels V, et al. Moving forward and making a difference: research priorities for the science of service. *Journal of service research*. 2010;13(1):4-36.
22. Arefinia J. Examination and Identification of the Causes of the Use of Violence against Police Officers. *Supervision & Inspection*. 2011;1390(16):165-84.
23. Goussinsky R. Coping with customer aggression. *Journal of Service Management*. 2012.
24. Mark GM, Smith AP. Stress models: A review and suggested new direction. 2008.
25. Torres EN, van Niekerk M, Orłowski M. Customer and employee incivility and its causal effects in the hospitality industry. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 2017;26(1):48-66.
26. Komunda M, Osarenkhoe A. Remedy or cure for service failure?: Effects of service recovery on customer satisfaction and loyalty. *Business Process Management Journal*. 2012.
27. Kim HJ. Hotel service providers' emotional labor: The antecedents and effects on burnout. *International Journal of Hospitality Management*. 2008;27(2):151-61.
28. Baumeister RF, Leary MR. The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological bulletin*. 1995;117(3):497.
29. Markus H, Wurf E. The dynamic self-concept: A social psychological perspective. *Annual review of psychology*. 1987;38(1):299-33.✓
30. Kang M, Gong T. Dysfunctional customer behavior: conceptualization and empirical validation. *Service Business*. 2019;13(4):625-46.
31. Elmadağ AB, Ellinger AE. Alleviating job stress to improve service employee work affect: the influence of rewarding. *Service Business*. 2018;12(1):121-41.
32. Yue Y, Wang KL, Groth M. Feeling bad and doing good: The effect of customer mistreatment on service employee's daily display of helping behaviors. *Personnel Psychology*. 2017;70(4):769-808.
33. Akkawanitcha C, Patterson P, Buranapin S, Kantabutra S. Frontline employees' cognitive appraisals and well-being in the face of customer aggression in an Eastern, collectivist culture. *Journal of Services Marketing*. 2015.
34. Fischer E, Castilhos RB, Fonseca MJ. THE QUALITATIVE INTERVIEW IN MARKETING AND CONSUMER RESEARCH: PARADIGMATIC APPROACHES AND GUIDELINE. *Remark: Revista Brasileira de Marketing*. 2014;13.(4)
35. Sigaroudi E, Hussein A, Nairi P, Rahnavard N, Ali ZNS. Qualitative research methodology: Phenomenology. *Comprehensive Nursing and Midwifery*. 2011;22(68):56-63.
36. Panjtan M, Mansoorian Y, Mobini M. Phenomenology of the Aesthetic Experience of Place: A Case Study of Naghsh Jahan Square. *Philosophical Research*. 2016;11(20):23-60.



37. Alvani Sm, Khanbashi M, Boodlai H. Explaining The Concept of Epoche in Phenomenological Research and Its Use in Entrepreneurship. Strategy. 2014;23(2).