

**Klient
wewnętrzny
a organizacyjne
zachowania
obywatelskie**

Beacie i Julii
Autor

BOLESŁAW
GORANCZEWSKI

**Klient
wewnętrzny
a organizacyjne
zachowania
obywatelskie**

Perspektywa
humanistyczna



Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR
Warszawa 2018

Recenzenci: prof. dr hab. Grażyna Praweńska-Skrzypek
prof. dr hab. inż. Jacek Unold

Redakcja i korekta: Bogdan Baran
Projekt okładki: Katarzyna Juras
Ilustracja na okładce © Brooman (fotolia.com)

Publikacja dofinansowana przez Wyższą Szkołę Bankową we Wrocławiu



Copyright © 2018 by Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa

ISBN 978-83-7383-961-8

Wydanie pierwsze
Skład i łamanie: Iris Studio
Druk i oprawa: MCP, Marki

Wydawnictwo Naukowe Scholar Spółka z o.o.
ul. Wiślana 8 (róg Browarnej), 00-317 Warszawa
tel./fax 22 692 41 18; 22 826 59 21; 22 828 93 91
dział handlowy: jak wyżej, w. 108
e-mail: info@scholar.com.pl
www.scholar.com.pl

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
1. Idea klienta wewnętrznego w organizacji	15
1.1. Przegląd i systematyka dotychczasowego dorobku	15
1.2. Analiza treści publikacji badawczych	21
1.3. Dyskusja oraz analiza krytyczna dotychczasowego dorobku	36
1.4. Klasyfikacja klienta wewnętrznego. Model autorski	39
2. Istota organizacyjnych zachowań obywatelskich	45
2.1. Przegląd i systematyka dorobku literaturowego	46
2.2. Analiza treści publikacji badawczych	51
2.3. Specyfikacja organizacyjnych zachowań obywatelskich oraz analiza krytyczna dotychczasowych dokonań	62
3. Konceptualizacja, operacjonalizacja badań oraz zastosowane metody badawcze	71
3.1. Pozycjonowanie klienta wewnętrznego i organizacyjnych zachowań obywatelskich w wymiarze eksplanacyjnym. Odniesienia paradygmatyczne	71
3.2. Założenia metodyczne oraz zastosowane narzędzia badawcze	76
3.3. Charakterystyka organizacji, dobór próby, cel i problemy badawcze	89
4. Wyniki przeprowadzonych badań własnych. Opis i analiza	103
4.1. Warunki organizacyjne sprzyjające zaistnieniu idei klienta wewnętrznego i przejawianiu organizacyjnych zachowań obywatelskich	103
4.2. Warunki psychospołeczne sprzyjające idei klienta wewnętrznego oraz rozwojowi i podtrzymaniu OCB	118
4.3. Warunki organizacyjne oraz psychospołeczne przeciwnościenne dla idei klienta wewnętrznego oraz organizacyjnych zachowań obywatelskich	138

4.4. Świadomość klienta wewnętrznego oraz konsekwencje zachowań etosowych w organizacji	155
4.5. Determinanty wpływające na skłonność do podejmowania organizacyjnych zachowań obywatelskich o największej sile oddziaływania	164
5. Klient wewnętrzny a organizacyjne zachowania obywatelskie. Podsumowania, konkluzje i wytyczne do kolejnych badań	175
5.1. Porównanie idei klienta wewnętrznego i organizacyjnych zachowań obywatelskich. Cechy wspólne i różnicujące	175
5.2. Relacje między klientem wewnętrznym a organizacyjnymi zachowaniami obywatelskimi. Wnioski i konstatacje	178
5.3. Przesłanki dalszych badań	191
Zakończenie	197
Bibliografia	203
Indeks nazwisk	225