

بررسی تاثیر کیفیت خدمات درک شده و مدیریت منابع انسانی الکترونیک بر رضایت مشتری جمعیت هلال احمر استان بوشهر

سعید ابراهیم زاده^۱

اسمعیل کمالی راد^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۳/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۳/۰۶/۲۱

چکیده

تحقیق حاضر به بررسی تاثیر کیفیت خدمات درک شده و مدیریت منابع انسانی الکترونیک بر رضایت مشتریان جمعیت هلال احمر استان بوشهر پرداخته است. هدف اصلی این مطالعه، تحلیل تاثیر کیفیت خدمات و سیستم‌های مدیریت منابع انسانی الکترونیک (HRIS) بر رضایت مشتریان این سازمان می‌باشد. برای دستیابی به اهداف تحقیق، داده‌ها از طریق پرسشنامه‌های استاندارد شده جمع‌آوری شد. پرسشنامه‌ها شامل مقیاس‌های ارزیابی کیفیت خدمات درک شده، کارایی سیستم‌های HRIS، و سطح رضایت مشتریان بودند. داده‌های به‌دست‌آمده با استفاده از تحلیل‌های آماری توصیفی و تحلیلی بررسی گردید. این تحقیق به بررسی تاثیر کیفیت خدمات درک شده و مدیریت منابع انسانی الکترونیک بر رضایت مشتری در جمعیت هلال احمر استان بوشهر پرداخته است. هدف اصلی این مطالعه، شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر رضایت مشتریان و تحلیل نقش مدیریت منابع انسانی الکترونیک در بهبود کیفیت خدمات ارائه شده است. در این تحقیق، کیفیت خدمات از منظر درک شده توسط مشتریان و استفاده از فناوری‌های الکترونیک در مدیریت منابع انسانی مورد بررسی قرار گرفته است. برای انجام این تحقیق، از روش‌های پژوهشی شامل نظرسنجی، تحلیل داده‌ها و بررسی‌های موردی استفاده شده است. داده‌ها از طریق پرسشنامه‌های استاندارد شده جمع‌آوری و تحلیل شدند تا رابطه بین کیفیت خدمات، مدیریت منابع انسانی الکترونیک و رضایت مشتریان مشخص شود. این پژوهش از نظر هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه است. جامعه آماری این پژوهش کارکنان سازمان گمرک منطقه ویژه استان بوشهر که با استفاده از فرمول کوکران ۱۹۲ نفر به عنوان نمونه با روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. بدین صورت که با مراجعه به سازمان، از کارکنان به طور تصادفی نمونه‌گیری به عمل آمده و پرسشنامه در میان آنان توزیع گردید. روایی پرسشنامه از طریق روایی همگرا و پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ تعیین شد که بالای ۰/۷ بود. آزمون فرضیه‌های پژوهش با کمک نرم افزار PLS3 و Spss26 انجام شد. نتایج نشان می‌دهد کیفیت خدمات درک شده بر رضایت مشتریان جمعیت هلال احمر استان بوشهر تاثیر مثبت و معناداری دارد. مدیریت منابع انسانی الکترونیک بر رضایت مشتریان جمعیت هلال احمر استان بوشهر تاثیر مثبت و معناداری دارد.

واژگان کلیدی

کیفیت خدمات درک شده، مدیریت منابع انسانی الکترونیک، رضایت مشتریان

^۱ دانش آموخته مدیریت دولتی گرایش توسعه منابع انسانی، موسسه آموزش عالی خرد بوشهر، بوشهر، ایران. saeedebrahime18@gmail.com

^۲ دکتری مدیریت منابع انسانی، مدیر گروه کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی خرد بوشهر، بوشهر، ایران. kamalirad@yahoo.com

۱- مقدمه

به دست آوردن یک مشتری جدید پرهزینه تر از حفظ مشتری فعلی است. افزایش دادن تمایلات رفتاری، بازدید مکرر مشتریان از طریق بهبود و اصلاح کیفیت خدمات درک شده^۱ و رضایت مشتری^۲ لازم و ضروری است. به این علت که ارائه دهندگان خدمات همیشه با مصرف کنندگان این خدمات در تعامل هستند و همین عوامل موجب تعیین سطح رضایت مندی از طرف مشتریان می شود. از آنجا که کیفیت خدمات درک شده به رفتارهای کارکنانی که به طور مستقیم با مشتریان برای شنیدن درخواست ها و نیازهای آنان در ارتباط است و خدمات خلاقانه و دوستانه، مفید و همچنین خدماتی که توجه به مشتریان داشته باشد را فراهم می نماید اشاره دارد. به همین علت پژوهشگران بیان می کنند که کیفیت خدمات درک شده و مدیریت منابع انسانی الکترونیک^۳ یکی از مهمترین متغیرهایی هستند که برای توضیح تمایلات رفتاری آتی مشتریان ایجاد شده است و توزیع خدمات با کیفیت، یکی از اساسی ترین استراتژی ها برای بقای سازمان، بهبود عملکرد کارکنان^۴ و دستیابی به مشتریان راضی بیشتر می باشد (ریسکاسوسی راهانی^۵ و رنی^۶، ۲۰۲۰). رضایت مشتری به عنوان مجموعه ای از باورها یا نتایج مربوط به تجارب مشتریان با محصولات و خدمات در نظر گرفته می شود (سالمون^۷ و همکاران، ۲۰۱۹). در یک مفهوم گسترده تر، رضایت مشتری ارزیابی پس از خرید مشتری از یک محصول یا خدمات است که انتظارات آنها را در نظر می گیرد. بنابراین، رضایت مشتری با ارزیابی فرد از شکاف بین دستاورد واقعی و نیازهای مشتری برای خدمات تعیین می شود. تسهیل سطح خدمات و پذیرش فناوری می تواند این پل باشد. تحقیقات نشان داده است که شادی مشتری چالش برانگیزترین و امیدوارکننده ترین وظیفه برای بقای هر کسب و کاری است (عبدالله^۸ و کسمی^۹، ۲۰۲۱). عدم رضایت باعث زیان کسب و کار و کاهش بازار می شود. بنابراین تلاش بی امان برای حفظ رضایت یک اولویت است. به ویژه در بخش خدمات، یک شکست منجر به تغییر سریع مشتریان، از دست دادن وفاداری و نارضایتی نهایی است. در یک نقطه، قدرت خدمات نیز مشتریان از دست رفته را به دست می آورد. بنابراین، مدیریت رضایت مشتری یک ابزار عالی برای تجارت است. از سوی دیگر، رضایت به دلایل زیادی مانند کیفیت خدمات، تکنولوژی، سلیقه و ترجیحات، هزینه زندگی و قدرت خرید دائما در حال تغییر است (جسمین^{۱۰} و همکاران، ۲۰۲۳).

شاخص مهم و اثرگذاری که ارتباط نزدیکی با رضایت مشتری دارد، کیفیت خدمات درک شده است. کیفیت خدمات به مدت طولانی به عنوان یک استراتژی کلیدی برای متمایز کردن یک شرکت در یک پلت فرم خدمات رقابتی شناخته شده است و به عنوان یک عامل کلیدی رقابت پذیری خدمات دیده می شود. اصطلاح کیفیت خدمات به ارزیابی شناختی بلندمدت تعالی یا برتری یک شرکت اشاره دارد. برای سازمان های خدماتی که نیت رفتاری مصرف کنندگان را

1 PERCEIVED SERVICE QUALITY

2 CUSTOMER SATISFACTION

3 ELECTRONIC HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

4 Employee performance

5 Riska Suci Ramdhani

6 Reni

7 Solomon

8 Abdullah

9 Kasmi

10 Jesmin

برای مصرف مداوم هدایت می کنند، یک رویکرد کیفیت مشتری محور حیاتی است. از سوی دیگر، کیفیت خدمات ضعیف منجر به تبلیغات دهان به دهان منفی و در نتیجه از دست دادن فروش و درآمد خواهد شد زیرا مشتریان به سمت رقبا سوق پیدا می کنند. کیفیت خدمات ادراک شده بر مبادلات بین فردی یا کیفیت تمام تماس ها و تعاملات غیر اینترنتی مصرف کننده با مشاغل متمرکز است. تحقیقات اخیر بر ارزیابی کیفیت خدمات متمرکز شده است. بنابراین، یکی از وظایف اصلی مدیر، مدیریت ادراک مشتری از کیفیت خدمات به منظور ایجاد مزیت های رقابتی است (ایسلام^۱ و آکاس^۲، ۲۰۲۲).

امروز تلاش کلیه سازمان ها و شرکت های خدماتی نشان دهنده دامنه توسعه بیشتر برای افزایش رضایت مشتری است. زیرا در صورت وجود رابطه منفی بین خدمات، استفاده از منابع انسانی الکترونیکی و عملکرد کارکنان با رضایت مشتری، احتمال تهدید خدمات برای سازمان ها وجود دارد. در نتیجه، مشتری بلافاصله به سمت رقبا کشیده خواهد شد. بنابراین ایجاد رضایت بیش از یک تلاش تک بعدی است. در عوض، از چند بعدی تشکیل شده است. تحقیقات نشان می دهد که کیفیت خدمات درک شده جدیدترین تکنیکی است که متناسب با فرآیند خدمات موجود است (هوانگ^۳ و همکاران، ۲۰۱۹). علاوه بر این، مدیریت منابع انسانی الکترونیکی، دستان افزایش کارایی کارکنان و فرآیند کاری را دراز کرد. پذیرش فناوری یک راه حل عملی برای کارمندان و مشتریان فراهم می کند. بنابراین فناوری می تواند عملکرد کارکنان را منظم نماید. لذا با توجه به اینکه تاکنون پژوهشی در این خصوص صورت نگرفته است، در همین راستا سوال اصلی در این تحقیق به این صورت مطرح است که آیا کیفیت خدمات درک شده و مدیریت منابع انسانی الکترونیک و عملکرد کارکنان بر رضایت مشتری جمعیت هلال احمر استان بوشهر تاثیر معنی داری دارد؟ آیا کیفیت خدمات درک شده بر رضایت مشتری جمعیت هلال احمر استان بوشهر تاثیر معنی داری دارد؟ آیا مدیریت منابع انسانی الکترونیک بر رضایت مشتری جمعیت هلال احمر استان بوشهر تاثیر معنی داری دارد؟ حال با توجه به آنچه گفته شد این پژوهش به دنبال پاسخگویی به سؤال فوق است.

۲- مبانی نظری و ادبیات پژوهش

تحقیق در مورد تأثیر کیفیت خدمات درک شده و مدیریت منابع انسانی الکترونیک بر رضایت مشتری در جمعیت هلال احمر استان بوشهر از جنبه های مختلف دارای اهمیت و ضرورت است. در ادامه، به تفصیل به این موارد پرداخته می شود: اهمیت تحقیق

بهبود کیفیت خدمات:

تحقیق در این زمینه می تواند به شناسایی عواملی که بر کیفیت خدمات درک شده توسط مشتریان تأثیر می گذارند، کمک کند. این شناخت می تواند منجر به بهبود کیفیت خدمات ارائه شده توسط جمعیت هلال احمر و در نتیجه افزایش رضایت مشتریان شود.

1Islam

2Akkas

3 Huang

ارتقاء مدیریت منابع انسانی الکترونیک:

با توجه به نقش فزاینده فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، مدیریت منابع انسانی الکترونیک به یکی از اجزای کلیدی در بهبود عملکرد سازمان‌ها تبدیل شده است. تحقیق در این حوزه می‌تواند به سازمان‌های مشابه کمک کند تا از ابزارها و تکنیک‌های مدرن برای بهینه‌سازی مدیریت منابع انسانی بهره‌برداری کنند.

افزایش رضایت مشتری:

رضایت مشتری یکی از عوامل حیاتی برای موفقیت هر سازمانی است. این تحقیق می‌تواند به جمعیت هلال احمر کمک کند تا راهکارهایی برای افزایش رضایت مشتریان خود پیدا کند، که در نتیجه می‌تواند به افزایش اعتماد و رضایت عمومی از خدمات این سازمان منجر شود.

پاسخ به نیازهای خاص جامعه:

جمعیت هلال احمر به عنوان یک سازمان غیرانتفاعی با هدف ارائه خدمات اضطراری و بشردوستانه، نیازمند توجه ویژه به کیفیت خدمات و مدیریت منابع انسانی است. این تحقیق می‌تواند به این سازمان کمک کند تا نیازهای خاص جامعه خود را بهتر شناسایی و برطرف کند.

ضرورت تحقیق

تناسب با نیازهای واقعی:

با توجه به تغییرات سریع در فناوری و نیازهای روزافزون مشتریان، بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی الکترونیک و کیفیت خدمات درک شده می‌تواند به سازمان‌ها کمک کند تا به‌روزرسانی‌های لازم را در روش‌ها و فرآیندهای خود انجام دهند و با تغییرات هماهنگ شوند.

کاهش هزینه‌ها و بهبود بهره‌وری:

مدیریت منابع انسانی الکترونیک می‌تواند به بهبود بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها کمک کند. تحقیق در این زمینه می‌تواند به شناسایی راهکارهای مؤثر در بهینه‌سازی منابع انسانی و کاهش هزینه‌های مرتبط با آن کمک کند.

ارزیابی اثربخشی استراتژی‌ها:

این تحقیق می‌تواند به ارزیابی اثربخشی استراتژی‌های فعلی در زمینه کیفیت خدمات و مدیریت منابع انسانی کمک کند و نقاط قوت و ضعف موجود را شناسایی کند. این ارزیابی می‌تواند به بهبود فرآیندها و ارتقاء کیفیت خدمات منجر شود.

پاسخ به انتظارات مشتریان:

مشتریان انتظارات بالایی از خدمات ارائه شده دارند. تحقیق در این زمینه می‌تواند به سازمان‌ها کمک کند تا بهتر به انتظارات مشتریان پاسخ دهند و خدمات خود را بهبود بخشند.

آمادگی برای مواجهه با بحران‌ها:

جمعیت هلال احمر به دلیل نقش حیاتی خود در مدیریت بحران‌ها و خدمات اضطراری، نیاز به بهبود مستمر در کیفیت خدمات و مدیریت منابع انسانی دارد. تحقیق در این زمینه می‌تواند به آماده‌سازی بهتر این سازمان برای مواجهه با بحران‌ها و ارائه خدمات مؤثرتر کمک کند.

تحقیق در مورد تأثیر کیفیت خدمات درک شده و مدیریت منابع انسانی الکترونیک بر رضایت مشتری در جمعیت هلال احمر استان بوشهر به دلیل اهمیت آن در بهبود کیفیت خدمات، ارتقاء بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها، و افزایش رضایت مشتریان از جنبه‌های مختلف ضروری و حائز اهمیت است. این تحقیق می‌تواند به سازمان‌ها کمک کند تا با استفاده از نتایج آن، استراتژی‌های مؤثرتری را پیاده‌سازی کنند و به نتایج بهتری در ارائه خدمات دست یابند.

پورجعفر (۱۴۰۲) پژوهشی را با عنوان بررسی تأثیر کیفیت خدمات و ارزش درک شده مشتری بر رضایت مشتری با نقش میانجی اعتماد انجام داد. نتایج نشان داد که کیفیت خدمات بر اعتماد تأثیر دارد. ارزش درک شده مشتری بر اعتماد تأثیر دارد. اعتماد مشتری بر رضایت مشتری تأثیر دارد. کیفیت خدمات بر رضایت مشتری تأثیر دارد. ارزش درک شده مشتری بر رضایت مشتری تأثیر دارد.

دهستان آبکنار (۱۴۰۱) پژوهشی را با عنوان بررسی رابطه کیفیت خدمات، ارزش درک شده مشتری و اعتماد با رضایت مشتری انجام داد. نتایج نشان داد که بین کیفیت خدمات با اعتماد و رضایت مشتری رابطه وجود دارد. بین ارزش درک شده مشتری با اعتماد و رضایت مشتری رابطه وجود دارد. همچنین وجود رابطه بین اعتماد و رضایت مشتری تایید شد. حدادی آذر (۱۴۰۱) پژوهشی را با عنوان بررسی تأثیر کیفیت خدمات فیزیکی و کیفیت خدمات ادراک شده بر رضایت مشتریان با توجه به متغیر میانجی تصویر شرکت (مورد مطالعه: مشتریان رستوران‌های تبریز) انجام داد. نتایج نشان داد که کیفیت خدمات فیزیکی بر رضایت مشتریان با توجه به متغیر میانجی تصویر شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد کیفیت خدمات ادراک شده بر رضایت مشتریان با توجه به متغیر میانجی تصویر شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارد.

سالخورده (۱۴۰۱) پژوهشی را با عنوان بررسی تأثیر کیفیت خدمات الکترونیک بر رضایت مشتریان با توجه به نقش میانجی ارزش ادراک شده و اعتماد انجام داد. نتایج نشان داد که کیفیت خدمات بر اعتماد و ارزش درک شده تأثیر معنادار دارد. اعتماد و ارزش درک شده بر رضایت تأثیر معنادار دارند و اعتماد و ارزش درک شده نیز در تأثیر کیفیت خدمات ادراک شده بر رضایت نقش میانجی‌گری دارند.

خداویردی پور (۱۴۰۱) پژوهشی را با عنوان بررسی تأثیر کیفیت خدمات و ارزش ادراک شده بر رضایت مشتریان با نقش میانجی‌گری اعتماد مشتریان انجام داد. نتایج نشان داد که کیفیت خدمات و ارزش ادراک شده تأثیر مثبت و معناداری بر اعتماد و رضایت مشتری دارند. اعتماد مشتری نیز تأثیر مثبت و معناداری بر رضایت مشتری دارد. همچنین نقش میانجی اعتماد مشتری در رابطه بین کیفیت خدمات و ارزش ادراک شده با رضایت مشتری تایید شد.

نیاثی^۱ و ککوالتسوی^۲ (۲۰۲۳) پژوهشی را با عنوان رابطه بین مدیریت منابع انسانی الکترونیک و رضایت شغلی کارکنان در ارزش آفرینی سازمانی انجام دادند. نتایج نشان داد که استفاده از مدیریت منابع انسانی الکترونیکی تأثیر مثبت و معناداری بر پیامدهای سطح کلان مدیریت منابع انسانی الکترونیکی و عناصر تشکیل دهنده پیامدهای عملیاتی، رابطه‌ای و معاملاتی مدیریت منابع انسانی الکترونیکی دارد. رضایت شغلی کارکنان تا حدی رابطه بین استفاده از مدیریت منابع انسانی الکترونیکی و پیامدهای سطح کلان مدیریت منابع انسانی الکترونیکی را واسطه می‌کند.

1 Nyathi

2 Kekwaletswe

نورلینا^۱ و همکاران (۲۰۲۰) پژوهشی را با عنوان تأثیر مدیریت منابع انسانی الکترونیکی و کیفیت خدمات منابع انسانی بر عملکرد کارکنان انجام دادند. نتایج نشان داد که مدیریت منابع انسانی الکترونیکی تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد کارکنان دارد. مدیریت منابع انسانی الکترونیکی تأثیر مثبت و معناداری بر کیفیت خدمات منابع انسانی دارد. کیفیت خدمات منابع انسانی تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد کارکنان دارد.

عمران حنیف^۲ و همکاران (۲۰۲۰) پژوهشی را با عنوان تأثیر مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی رضایت مشتری انجام دادند. نتایج نشان داد که تأثیر ارتباط الکترونیکی با مشتری با موفقیت سازمانی ارتباط مثبت دارد، زیرا افزایش رقابت برای سازمان اجباری است که سیستم مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری را حفظ کند. رضایت مشتری با استفاده از فناوری اثر میانجی‌گری بر سیستم مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری و عملکرد سازمانی ایجاد می‌کند.

۳- روش شناسی پژوهش

۱- کیفیت خدمات درک شده بر رضایت مشتری جمعیت هلال احمر استان بوشهر تأثیر معناداری دارد.

۲- مدیریت منابع انسانی الکترونیک بر رضایت مشتری جمعیت هلال احمر استان بوشهر تأثیر معناداری دارد.
تعیین حجم نمونه

جامعه آماری در این تحقیق کلیه کارکنان مراجعه کننده به جمعیت هلال احمر استان بوشهر است؛ که پس از انجام مطالعه‌ای مقدماتی روی بخش کوچکی از جامعه آماری و تعیین انحراف معیار، حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران در سطح خطای پنج درصد و دقت پنج‌دهم برابر با حجم نمونه برآورد می‌شود. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شده که بدین ترتیب با مراجعه به سازمان، از کارکنان آن‌ها به‌طور تصادفی نمونه‌گیری به عمل آمد.

$$n \geq \frac{384(1.96)^2 \frac{1}{2}(1 - \frac{1}{2})}{(384 - 1)(5\%)^2 + (1.96)^2 (\frac{1}{2})(\frac{1}{2})} = 192$$

جامعه آماری این تحقیق کلیه کارکنان مراجعه کننده به جمعیت هلال احمر استان بوشهر می‌باشد. با توجه به گستردگی و معلوم بودن دقیق جامعه آماری که شامل ۳۸۴ مدرسه می‌باشند. نمونه آماری پژوهش با استفاده از رابطه کوکران حداقل ۱۹۲ نمونه تعیین شده و روش نمونه‌گیری هم تصادفی در دسترس خواهد بود.

کیفیت خدمات درک شده: در این پژوهش متغیر کیفیت خدمات درک شده از طریق پاسخگویی به ۱۰ گویه پرسشنامه استاندارد سرو کوال (۲۰۰۷) مورد بررسی قرار گرفته است که از گویه ۱ تا ۱۰ پرسشنامه می‌باشد و پاسخگویان می‌بایست میزان تاثیرگذاری این گویه‌ها را به صورت طیف پنج درجه‌ای لیکرت به صورت کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم مشخص نمایند.

مدیریت منابع انسانی الکترونیکی: در این پژوهش متغیر مدیریت منابع انسانی الکترونیکی از طریق پاسخگویی به ۱۵ گویه پرسشنامه مدیریت منابع انسانی الکترونیکی مدل خشان (۲۰۱۹) مورد بررسی قرار گرفته است که از گویه ۱۱

1 Nurlina

2Imran Hanif

تا ۲۵ پرسشنامه می‌باشد و پاسخگویان می‌بایست میزان تاثیر گذاری این گویه‌ها را به صورت طیف پنج درجه‌ای لیکرت به صورت کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم مشخص نمایند.

رضایت مشتری: در این پژوهش متغیر رضایت شغلی از طریق پاسخگویی به ۱۰ گویه پرسشنامه استاندارد آپنس سولم (۲۰۱۶) مورد بررسی قرار گرفته است که از گویه ۳۸ تا ۴۷ پرسشنامه می‌باشد و پاسخگویان می‌بایست میزان تاثیر گذاری این گویه‌ها را به صورت طیف پنج درجه‌ای لیکرت به صورت کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم مشخص نمایند.

۴- یافته‌های پژوهش

۴-۱- متغیرهای جمعیت شناختی

به منظور آشنایی با پاسخ دهندگان، متغیرهای جمعیت شناختی آنان به تفصیل ارایه گردیده است.

جدول (۱) توزیع فراوانی جنسیت پاسخ‌دهندگان

متغیر	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۱۴۲
	زن	۵۰
	مجموع	۱۹۲
		۷۴
		۲۶
		۱۰۰

جدول (۱) توزیع فراوانی جنسیت آزمودنی‌ها را نشان می‌دهد. مطابق با داده‌های جمع‌آوری شده جنسیت، ۱۴۲ نفر معادل ۷۴ درصد از آزمودنی‌ها مرد و ۵۰ نفر معادل ۲۶ درصد، زن بوده است.

جدول (۲) توزیع فراوانی تحصیلات پاسخ‌دهندگان

متغیر	فراوانی	درصد فراوانی
تحصیلات	کاردانی	۲۴
	کارشناسی	۱۲۳
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۴۵
	مجموع	۱۹۲
		۱۲,۵
		۶۴,۱
		۲۳,۴
		۱۰۰

جدول (۲) توزیع فراوانی تحصیلات آزمودنی‌ها را نشان می‌دهد. مطابق با داده‌های جمع‌آوری شده تحصیلات، ۲۴ نفر معادل ۱۲,۵ درصد از آزمودنی‌ها کاردانی، ۱۲۳ نفر معادل ۶۴,۱ درصد کارشناسی و ۴۵ نفر معادل ۲۳,۴ درصد، کارشناسی ارشد و بالاتر بوده است.

جدول (۳) توزیع فراوانی سن پاسخ‌دهندگان

متغیر	فراوانی	درصد فراوانی
سن	۳۰ سال به پایین	۱۶
	۳۱ تا ۳۵ سال	۶۸
	۳۶ تا ۴۰ سال	۴۸
	۴۱ تا ۴۵ سال	۳۲
	۴۶ سال به بالا	۲۸
	مجموع	۱۹۲
		۸,۳
		۳۵,۴
		۲۵
		۱۶,۷
		۱۴,۶
		۱۰۰

جدول (۳) توزیع فراوانی سن آزمودنی‌ها را نشان می‌دهد. مطابق با داده‌های جمع‌آوری شده سن، ۱۶ نفر معادل ۸,۳ درصد از آزمودنی‌ها ۳۰ سال به پایین، ۶۸ نفر معادل ۳۵,۴ درصد بین ۳۱ تا ۳۵ سال، ۴۸ نفر معادل ۲۵ درصد بین ۳۶ تا ۴۰ سال، ۳۲ نفر معادل ۱۶,۷ درصد بین ۴۱ تا ۴۵ سال و ۲۸ نفر معادل ۱۴,۶ درصد ۴۶ سال به بالا داشته‌اند.

۴-۲- توصیف متغیرهای مورد مطالعه

با استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی میانگین، انحراف استاندارد، بیشینه نمرات و کمینه نمرات به بررسی وضعیت متغیرهای اصلی تحقیق پرداخته شده است.

جدول (۴) نتایج توصیف متغیرهای مورد مطالعه

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	واریانس	چولگی	کشدگی
کیفیت خدمات درک شده	۳,۶۳	۰,۶۹	۰,۴۷۸	-۱,۰۷۳	۲,۲۷۲
مدیریت منابع انسانی الکترونیک	۳,۷۰	۰,۷۰	۰,۴۹۳	-۰,۷۰۸	۰,۸۸۳
رضایت مشتری	۳,۳۸	۰,۶۶	۰,۴۳۷	-۰,۱۱۸	۰,۱۰۹

همانطور که در جدول فوق نمایان است، میانگین نمرات همه متغیرهای موجود در جدول فوق بیشتر از ۳ (مرکز طیف ۵ گزینه ای) بدست آمده است، لذا میتوان نتیجه گرفت که بیشتر افراد گزینه های بالای ۳ را انتخاب کرده اند. کمترین مقدار نمرات متغیرها از ۱ بیشتر بوده و بیشترین مقدار نمرات متغیرها از ۵ کمتر برآورد شده است و این نشان می‌دهد که کدگذاری و ورود اطلاعات پرسشنامه‌ها به نرم افزار کاملاً بدون نقص و به درستی وارد شده است.

۴-۳- نتایج بررسی پایایی متغیرها با بکارگیری شاخص‌های ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی

ترکیبی

شاخص‌های مربوط به مدل اندازه گیری در جدول زیر گزارش شده است.

جدول (۵) شاخص‌های روایی و پایایی متغیرها

متغیرها	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha > 0.7)	ضریب پایایی ترکیبی (CR > 0.7)	AVE > 0.5
رضایت مشتری	۰,۸۷۳	۰,۸۹۷	۰,۵۶۷
مدیریت منابع انسانی الکترونیک	۰,۹۳۵	۰,۹۴۳	۰,۶۲۵
کیفیت خدمات درک شده	۰,۸۸۰	۰,۹۰۶	۰,۵۹۸

همانطور که در جدول فوق ملاحظه مشاهده می‌شود، نتایج ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرها آورده شده است که با توجه به حدود گفته شده (بالای ۰,۷) برای هر دو معیار، نتیجه می‌شود که مقدار ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای تمامی سازه‌های پژوهش مورد قبول می‌باشند.

۴-۴- آزمون فرضیه اصلی پژوهش

آزمون فرضیات

در این بخش از تحقیق با استفاده از نتایج حاصل از مدلسازی معادلات ساختاری در خصوص تایید یا رد فرضیات تصمیم گیری خواهد شد.

- کیفیت خدمات درک شده بر رضایت مشتری جمعیت هلال احمر استان بوشهر تاثیر معناداری دارد.

جدول (۶) حاوی نتایج مربوط به فرضیه اول تحقیق است.

جدول (۶) نتایج مربوط به اثرگذاری کیفیت خدمات درک شده بر رضایت مشتری

مسیر	ضریب مسیر (B)	مقدار تی (t-value)	سطح معناداری	نتیجه
کیفیت خدمات درک شده ← رضایت مشتری	۰,۳۲۴	۵,۲۷۳	۰,۰۰۰	تایید

آماره تی و ضریب مسیر تاثیر کیفیت خدمات درک شده بر رضایت مشتری به ترتیب برابر ۵,۲۷۳ و ۰,۳۲۴ محاسبه شد. با توجه به اینکه مقدار تی از ۱,۹۶ بیشتر و سطح معناداری از ۰,۰۵ کمتر است، تاثیر کیفیت خدمات درک شده بر رضایت مشتری جمعیت هلال احمر استان بوشهر مورد تایید قرار گرفت.

۲- مدیریت منابع انسانی الکترونیک بر رضایت مشتری جمعیت هلال احمر استان بوشهر تاثیر معناداری دارد.

جدول (۷) حاوی نتایج مربوط به فرضیه دوم تحقیق است.

جدول (۷) نتایج مربوط به اثرگذاری مدیریت منابع انسانی الکترونیک بر رضایت مشتری

مسیر	ضریب مسیر (B)	مقدار تی (t-value)	سطح معناداری	نتیجه
مدیریت منابع انسانی الکترونیک ← رضایت مشتری	۰,۲۰۰	۳,۴۵۷	۰,۰۰۱	تایید

آماره تی و ضریب مسیر تاثیر مدیریت منابع انسانی الکترونیک بر رضایت مشتری به ترتیب برابر ۳,۴۵۷ و ۰,۲۰۰ محاسبه شد. با توجه به اینکه مقدار تی از ۱,۹۶ بیشتر و سطح معناداری از ۰,۰۵ کمتر است، تاثیر مدیریت منابع انسانی الکترونیک بر رضایت مشتری جمعیت هلال احمر استان بوشهر مورد تایید قرار گرفت.

۵- بحث و نتیجه گیری

۵-۱- محدودیت های تحقیق

محدودیت های در اختیار محقق

۱- پیدا نکردن جدیدترین منابع لاتین به جهت جدید بودن نوع پژوهش

۲- نبودن منابع فارسی به روز برای تهیه این پژوهش به دلیل بدیع بودن پژوهش

محدودیت های خارج از اختیار محقق

۱- عدم توجه به گویه ها در بین بعضی از پاسخ دهندگان به پرسشنامه برای تعیین دقیق مفهوم مورد نیاز.

۲- وجود فضای محافظه کارانه که ممکن است پاسخگویی به پرسشنامه ها را متأثر ساخته باشد.

۳- برگشت ندادن به موقع و تکمیل پرسشنامه از سوی برخی پاسخ دهندگان، یکی از عمده ترین مشکلاتی بود که باعث طولانی شدن پژوهش حاضر گردید.

۵-۲- پیشنهاد های کاربردی

بهبود سیستم های مدیریت کیفیت خدمات:

پیاده سازی نظرسنجی های دوره ای: برگزاری نظرسنجی های منظم از مشتریان برای ارزیابی کیفیت خدمات ارائه شده. تحلیل نتایج این نظرسنجی ها به شناسایی نقاط ضعف و بهبود فرآیندها کمک خواهد کرد.

اجرای استانداردهای کیفیت: تدوین و اجرای استانداردهای کیفیت خدمات بر اساس نیازهای مشتریان و بهترین شیوه های بین المللی. این استانداردها می توانند شامل ارزیابی های دوره ای و ممیزی های داخلی باشند.

استفاده از فناوری‌های نوین در مدیریت منابع انسانی:

استقرار سیستم‌های مدیریت منابع انسانی الکترونیک (HRIS): پیاده‌سازی سیستم‌های HRIS برای بهبود فرآیندهای استخدام، آموزش، ارزیابی عملکرد و مدیریت حقوق و دستمزد. این سیستم‌ها می‌توانند به کاهش خطاها و افزایش کارایی کمک کنند. توسعه پلتفرم‌های آموزشی آنلاین: ایجاد و ارائه دوره‌های آموزشی آنلاین برای کارکنان به منظور ارتقاء مهارت‌ها و افزایش بهره‌وری. این دوره‌ها می‌توانند شامل آموزش‌های تخصصی و مهارت‌های نرم مانند ارتباطات مؤثر باشند. تقویت روابط مشتری و ارتقاء تجربه مشتری:

برگزاری کارگاه‌های آموزش مهارت‌های ارتباطی: آموزش کارکنان در زمینه مهارت‌های ارتباطی و تعامل با مشتریان. این کارگاه‌ها می‌توانند به بهبود نحوه برخورد با مشتریان و ارائه خدمات بهتر کمک کنند. ایجاد کانال‌های ارتباطی چندگانه: ارائه کانال‌های ارتباطی متنوع (مانند تلفن، ایمیل، رسانه‌های اجتماعی) برای تسهیل ارتباط مشتریان با جمعیت هلال احمر و پیگیری سریع درخواست‌ها و شکایات. تحلیل و بهینه‌سازی فرآیندهای داخلی:

بررسی و بهبود فرآیندهای کاری: تحلیل فرآیندهای داخلی برای شناسایی و حذف ناکارآمدی‌ها و بهبود کارایی. این تحلیل می‌تواند شامل بررسی زمان‌های پاسخگویی، مدیریت منابع، و فرآیندهای خدمات رسانی باشد. استفاده از داده‌های تحلیلی: بهره‌برداری از داده‌های تحلیلی برای شناسایی الگوهای مرتبط با رضایت مشتری و بهینه‌سازی تصمیم‌گیری‌های استراتژیک. این داده‌ها می‌توانند به بهبود عملکرد و پیش‌بینی نیازهای آینده کمک کنند. ایجاد سیستم‌های بازخورد و ارزیابی عملکرد:

راه‌اندازی سیستم‌های بازخورد مشتری: توسعه سیستم‌های بازخورد که به مشتریان امکان می‌دهد نظرات و پیشنهادات خود را به راحتی ارائه دهند. این سیستم‌ها می‌توانند به صورت آنلاین یا از طریق نقاط تماس فیزیکی ایجاد شوند. تدوین برنامه‌های ارزیابی عملکرد: ایجاد و اجرای برنامه‌های ارزیابی عملکرد برای کارکنان بر اساس شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPIs) و معیارهای تعیین شده. این برنامه‌ها می‌توانند به شناسایی نیازهای آموزشی و بهبود عملکرد کمک کنند. تقویت انگیزه و رضایت شغلی کارکنان:

طراحی برنامه‌های انگیزشی: ایجاد برنامه‌های انگیزشی و پاداش برای کارکنان به منظور افزایش انگیزه و رضایت شغلی. این برنامه‌ها می‌توانند شامل پاداش‌های مالی، ارتقاء شغلی، و مزایای دیگر باشند. ارائه فرصت‌های رشد حرفه‌ای: فراهم کردن فرصت‌های آموزشی و پیشرفت شغلی برای کارکنان به منظور ارتقاء مهارت‌ها و توانمندی‌های آنان.

مدیریت و پاسخگویی به بحران‌ها:

ایجاد برنامه‌های مدیریت بحران: تدوین و پیاده‌سازی برنامه‌های مدیریت بحران برای آماده‌سازی کارکنان و بهبود پاسخگویی به موقع در شرایط اضطراری. این برنامه‌ها باید شامل آموزش‌های خاص و تمرین‌های منظم باشند. این پیشنهادات می‌توانند به جمعیت هلال احمر استان بوشهر کمک کنند تا کیفیت خدمات خود را بهبود بخشند، منابع انسانی خود را به طور مؤثر مدیریت کنند، و در نهایت رضایت مشتریان را افزایش دهند.

پیشنهادهای آتی

پژوهش‌های بیشتر در زمینه کیفیت خدمات و مدیریت منابع انسانی:

مطالعات تطبیقی: انجام تحقیقات تطبیقی با دیگر سازمان‌های مشابه در سایر استان‌ها یا کشورهای مختلف برای بررسی بهترین شیوه‌ها و مدل‌های موفق در مدیریت کیفیت خدمات و منابع انسانی.

تحقیقات کیفی: اجرای تحقیقات کیفی مانند مصاحبه‌های عمیق و گروه‌های کانونی برای درک عمیق‌تر از نیازها و انتظارات مشتریان و کارکنان، و تحلیل دقیق‌تر چالش‌ها و فرصت‌ها.

توسعه فناوری‌های پیشرفته:

تحقیقات در زمینه هوش مصنوعی (AI) و یادگیری ماشین: بررسی امکانات استفاده از هوش مصنوعی و یادگیری ماشین برای بهبود پیش‌بینی نیازهای مشتریان، تحلیل داده‌ها، و بهینه‌سازی فرآیندهای داخلی.

توسعه اپلیکیشن‌های موبایل و وب: طراحی و پیاده‌سازی اپلیکیشن‌های موبایل و وب برای تسهیل دسترسی به خدمات، ارائه نظرات و پیشنهادات، و پیگیری درخواست‌ها به صورت آنلاین.

ارزیابی و بهینه‌سازی مداوم فرآیندها:

پیاده‌سازی سیستم‌های مدیریت کیفیت جامع: استفاده از استانداردهای جهانی مانند ISO برای ارزیابی و بهینه‌سازی مستمر فرآیندها و کیفیت خدمات.

مراجعه به الگوهای برتر: مطالعه و پیاده‌سازی الگوهای برتر در مدیریت منابع انسانی و کیفیت خدمات از سازمان‌های پیشرو در این زمینه.

تقویت آموزش و توسعه منابع انسانی:

برنامه‌های آموزش پیشرفته: طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی پیشرفته برای کارکنان در زمینه‌های تخصصی و مدیریتی به منظور ارتقاء مهارت‌ها و کارایی.

توسعه مهارت‌های رهبری: ایجاد برنامه‌های آموزش و توسعه مهارت‌های رهبری برای مدیران به منظور تقویت توانایی‌های مدیریتی و ارتقاء عملکرد تیم‌ها.

توسعه استراتژی‌های بازاریابی و ارتباطات:

استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال: استفاده از استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال برای افزایش آگاهی از خدمات و جذب مشتریان جدید. این می‌تواند شامل استفاده از رسانه‌های اجتماعی، تبلیغات آنلاین، و کمپین‌های بازاریابی هدفمند باشد.

بهبود روابط عمومی و تعامل با جامعه: تقویت روابط عمومی و تعامل با جامعه از طریق برگزاری رویدادها، کارگاه‌ها، و فعالیت‌های اجتماعی که به افزایش آگاهی و رضایت مشتریان کمک کند.

توسعه و پیاده‌سازی سیستم‌های بازخورد و ارتقاء کیفیت:

ایجاد سیستم‌های پیشرفته بازخورد: توسعه سیستم‌های بازخورد پیشرفته که به مشتریان امکان می‌دهد نظرات و تجربیات خود را به راحتی به اشتراک بگذارند و بهبود مستمر خدمات را تسهیل کنند.

تجزیه و تحلیل داده‌های بازخورد: استفاده از تجزیه و تحلیل داده‌های بازخورد برای شناسایی الگوهای مشترک، مشکلات رایج، و فرصت‌های بهبود.

تحقیقات در زمینه اثرات اجتماعی و اقتصادی:

تحلیل اثرات اجتماعی و اقتصادی: بررسی تأثیرات اجتماعی و اقتصادی کیفیت خدمات و مدیریت منابع انسانی بر جامعه و اقتصاد محلی، و استفاده از نتایج برای بهبود استراتژی‌ها و فرآیندها.

توسعه برنامه‌های نوآورانه:

راه‌اندازی پروژه‌های آزمایشی: ایجاد پروژه‌های آزمایشی برای آزمایش و ارزیابی روش‌ها و تکنیک‌های جدید در مدیریت منابع انسانی و کیفیت خدمات. این پروژه‌ها می‌توانند به شناسایی راهکارهای نوآورانه و مؤثر کمک کنند.

این پیشنهادات آتی می‌توانند به جمعیت هلال احمر استان بوشهر کمک کنند تا با استفاده از فناوری‌های نوین، بهبود مستمر، و استراتژی‌های پیشرفته، کیفیت خدمات خود را افزایش دهند و رضایت مشتریان را بهبود بخشند.

۶- منابع

۱. پورجعفر، رحیمه (۱۴۰۲). بررسی تأثیر کیفیت خدمات و ارزش درک‌شده مشتری بر رضایت مشتری با نقش میانجی اعتماد. پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی تاکستان.
۲. حدادی آذر، محمدرضا (۱۴۰۱). بررسی تأثیر کیفیت خدمات فیزیکی و کیفیت خدمات ادراک شده بر رضایت مشتریان با توجه به متغیر میانجی تصویر شرکت (مورد مطالعه: مشتریان رستوران های تبریز). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور مرکز بابل.
۳. خداویردی پور، سالار (۱۴۰۱). بررسی تأثیر کیفیت خدمات و ارزش ادراک شده بر رضایت مشتریان با نقش میانجیگری اعتماد مشتریان. پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی چرخ نیلوفری آذربایجان.
۴. دهستان آبکنار، اکبر (۱۴۰۱). بررسی رابطه کیفیت خدمات، ارزش درک شده مشتری و اعتماد با رضایت مشتری در شعب بانک ملت بندرعباس. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور مرکز قشم.
۵. سالخورده، سیران (۱۴۰۱). بررسی تأثیر کیفیت خدمات الکترونیک بر رضایت مشتریان با توجه به نقش میانجی ارزش ادراک شده و اعتماد. پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی سناباد گلپه‌ار.
6. Abdullah, A., & Kasmi, M. (2021). The Effect of Quality of Service on Customer Satisfaction. *Journal Management Management*, 8(2), Article 2 .
7. Huang, P.-L., Lee, B. C. Y., & Chen, C.-C. (2019). The influence of service quality on customer satisfaction and loyalty in B2B technology service industry. *Total Quality Management & Business Excellence*, 30(13-14), 1449-1465 .
8. Imran Hanif, M., Ahsan, M., Kashif Bhatti, M., Sajjad Loghari, M. (2020). The Effect of Electronic Customer Relationship Management on Organizational Performance with Mediating Role of Customer Satisfaction. *International Review of Management and Marketing*.
9. Islam, M. S., & Akkas, M. A. (2022). Association between Electronic Human Resource Management Usage and Organizational Citizenship Behavior. *Dhaka University Journal of Management*, Special, 13-33 .
10. Jesmin, F., Shariful Islam, M., Moniruzzaman, A.K.M. (2023). Nexus between perceived service quality, electronic human resources management usage, extra-role performance and customer satisfaction. *Jilin Daxue Xuebao (Gongxueban)/Journal of Jilin University (Engineering and Technology Edition)*, Vol: 42.
11. Nurlina, N., Situmorang, J., Akob, M., Quilim, C.A., Arfah, A. (2020). Influence of e-HRM and human resources service quality on employee performance. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*.
12. Nyathi, M. and Kekwaletswe, R. (2023), "The relationship between electronic human resource management and employee job satisfaction in organizational value-creation in Africa: the case of Zimbabwe", *African Journal of Economic and Management Studies*, Vol. 14 No. 4, pp. 524-538 .
13. Riska Suci Ramdhani, I., & Reni, A. (2020). The Effect Of Service Quality And Marketing Mix On Customer Satisfaction And Loyalty In Grab Application Service Users In Makassar. *GSJ*, 8.(۲)
14. Solomon, M., Hogg, M., & Askegaard, S. (2019). *Consumer Behaviour: A European Perspective* (Higher Edition). Pearson .

Investigating the impact of perceived service quality and employee performance on customer satisfaction of Red Crescent population in Bushehr province

Saeed Ebrahimzadeh
Esmaeil Kamali Rad

Abstract

The present research examines the impact of perceived service quality and electronic human resources management on customer satisfaction of the Red Crescent Society of Bushehr province. The main purpose of this study is to analyze the effect of service quality and electronic human resource management systems (HRIS) on the satisfaction of the customers of this organization. To achieve the research objectives, data were collected through standardized questionnaires. The questionnaires included evaluation scales of perceived service quality, efficiency of HRIS systems, and customer satisfaction level. The obtained data were analyzed using descriptive and analytical statistical analysis. This research has investigated the effect of perceived service quality and electronic human resource management on customer satisfaction in the Red Crescent population of Bushehr province. The main purpose of this study is to identify key factors affecting customer satisfaction and analyze the role of electronic human resources management in improving the quality of services provided. In this research, service quality from the point of view perceived by customers and the use of electronic technologies in human resource management has been investigated. To conduct this research, research methods including surveys, data analysis and case studies have been used. Data were collected and analyzed through standardized questionnaires to determine the relationship between service quality, electronic human resource management and customer satisfaction. The data collection tool is a questionnaire. The statistical population of this research is the employees of the Customs Organization of Bushehr province, who were selected using Cochran's formula, 192 people as a sample using available sampling method. In this way, by referring to the organization, random sampling was done from the employees and the questionnaire was distributed among them. The validity of the questionnaire was determined through convergent validity and the reliability of the questionnaire was determined through Cronbach's alpha, which was above 0.7. The research hypotheses were tested with the help of PLS3 and Spss26 software. The results show that perceived service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction of Red Crescent population in Bushehr province. Electronic human resources management has a positive and significant effect on customer satisfaction of Red Crescent population of Bushehr province.

Keywords

Perceived service quality, electronic human resource management, customer satisfaction