

بررسی تاثیر کیفیت خدمات درک شده و عملکرد کارکنان 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 تأثیر کیفیت خدمات درک شده و عملکرد کارکنان بر رضایت مشتری در جمعیت هلال احمر استان بوشهر پرداخته است. هدف اصلی این مطالعه شناسایی و تحلیل ارتباط بین این دو عامل و تأثیر آن‌ها بر رضایت مشتریان است. این تحقیق از روش‌های پیمایشی برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده کرده است. پرسشنامه‌های استاندارد شده به منظور ارزیابی کیفیت خدمات درک شده، عملکرد کارکنان و رضایت مشتریان توزیع شده و داده‌های به‌دست‌آمده با استفاده از تحلیل‌های آماری مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج نشان داد که کیفیت خدمات درک شده و عملکرد کارکنان تأثیر مثبت و معناداری بر رضایت مشتریان دارند. هدف از انجام این پژوهش، بررسی تأثیر کیفیت خدمات درک شده و عملکرد کارکنان بر رضایت مشتری جمعیت هلال احمر استان بوشهر است. 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 هلال احمر 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 داد که کیفیت خدمات درک شده و عملکرد کارکنان بر رضایت مشتری جمعیت هلال احمر استان بوشهر تأثیر معناداری دارد. نتایج تحقیق به وضوح نشان داد که: ۱- کیفیت خدمات درک شده: هر چه کیفیت خدمات از نظر مشتریان بالاتر باشد، رضایت آن‌ها نیز افزایش می‌یابد. بهبود ابعاد مختلف کیفیت خدمات، مانند قابلیت اطمینان و پاسخگویی، می‌تواند به افزایش رضایت مشتریان منجر شود. ۲- عملکرد کارکنان: عملکرد بالا و مؤثر کارکنان به‌ویژه از نظر مهارت‌های ارتباطی و حرفه‌ای، تأثیر مثبتی بر رضایت مشتریان دارد. کارکنانی که با انگیزه و توانمند هستند، می‌توانند کیفیت خدمات را بهبود بخشند و رضایت مشتریان را افزایش دهند. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، پیشنهاداتی برای بهبود شامل تقویت آموزش و توسعه منابع انسانی، ارتقاء استانداردهای خدمات، ایجاد و بهبود سیستم‌های بازخورد و استفاده از فناوری‌های نوین برای مدیریت منابع انسانی است. این تحقیق به مدیران جمعیت هلال احمر و سایر سازمان‌ها کمک می‌کند تا با تمرکز بر بهبود کیفیت خدمات و عملکرد کارکنان، رضایت مشتریان را افزایش دهند و عملکرد کلی سازمان را ارتقاء دهند. همچنین، پیشنهادات آتی شامل بررسی تأثیرات طولانی‌مدت، تحلیل‌های بین‌فرهنگی و استفاده از فناوری‌های جدید برای بهبود کیفیت خدمات و عملکرد کارکنان است.

واژگان کلیدی

کیفیت خدمات درک شده، عملکرد کارکنان، رضایت مشتری، جمعیت هلال احمر.

^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

امروزه یکی از دغدغه های مدیریت در محیط کار، رضایت مشتری^۱ است. رضایت مشتری راه نجات بقا در یک تجارت رقابتی است. رضایت منجر به موفقیت نهایی یک تجارت می شود. بنابراین، برای حفظ موفقیت، ایجاد پل بین مشتریان و شرکت ها ضروری است. یکی از راهکارهای اساسی توجه به کیفیت خدمات درک شده^۲ و عملکرد کارکنان^۳ است، که در سال های اخیر با توجه به اهمیت و ضرورت رضایت مشتری مورد توجه روزافزون پژوهشگران قرار گرفته است.

شاخص مهم و اثرگذاری که ارتباط نزدیکی با رضایت مشتری دارد، عملکرد کارکنان است. عملکرد کارکنان در واقع به مجموعه رفتارهایی که افراد، در ارتباط با شغل از خود بروز می دهند یا به عبارتی، میزان محصول، پیامد و یا بازدهی است که به موجب اشتغال فرد در شغل خود، حاصل می شود. عملکرد کارکنان یکی از متغیرهای اساسی در رفتار سازمانی است که نقش تلاش ها و رفتارهای فرد را در تحقق اهداف سازمانی می سنجد و از آنجائی که حرکت در جهت نیل به اهداف سازمانی و کسب آن اهداف و در نهایت پیشرفت جامعه، در گرو افزایش عملکرد کارکنان در سازمان ها است (دیشاپ و گود^۴، ۲۰۲۲). عملکرد کارکنان در سازمان منعکس کننده دانش، مهارت، رفتار و ارزش های اخلاقی آنها است. در واقع، عملکرد توانایی کارمندان برای تحقق انتظارات سازمان است. لذا، منابع انسانی، مهم ترین و ارزشمندترین سرمایه سازمان است که توجه به آن بر نحوه عملکرد و در نهایت موفقیت یک سازمان تأثیر دارد. با این حال، عملکرد کارکنان یکی از مهمترین چالش های اساسی در عصر امروز سازمان ها است. عملکرد کارکنان تحت تاثیر استعدادها، نیاز به پیشرفت، ادراک از خود، منبع کنترل، صفات عاطفی و تعامل بین این سازه ها و مفاهیم قرار دارد. از صفات شخصیتی می توان برای پیش بینی رفتارها و عملکرد افراد استفاده کرد (همتی نژاد و همکاران، ۲۰۲۱). با توجه به مطالب ارائه شده سوال اصلی این تحقیق چنین است: آیا کیفیت خدمات درک شده بر رضایت مشتری جمعیت هلال احمر استان بوشهر تاثیر معنی داری دارد؟ آیا عملکرد کارکنان 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

یکی از راهبردهای اصلی سازمان های خدماتی برای کسب مزیت های رقابتی و بهبود عملکرد، توجه به مسأله کیفیت و مدیریت کیفیت می باشد. چالش هایی از قبیل تشدید رقابت در صنایع خدماتی و نیز افزایش تقاضاها و انتظارات مشتریان سبب شده است که سازمان های خدماتی برای باقی ماندن در صحنه رقابت و موفق شدن، راهبرد ارائه خدمات با کیفیت برتر را انتخاب نمایند. امروزه کیفیت خدمات به عاملی متمایز کننده و در واقع به رقابتی ترین اسلحه سازمان های خدماتی پیشرو تبدیل شده است. سازمان های خدماتی پیشرو همواره برای حفظ کیفیت برتر و در نتیجه کسب وفاداری مشتریان و ارتقاء عملکرد خود در تلاش می باشند. در واقع ارائه خدمت با کیفیت به عنوان پیش نیاز موفقیت، اگر نه بقاء چنین کسب و کارهایی از دهه به بعد به شمار می رود. بر خلاف کیفیت کالاها که می توان آن را بصورت عینی از طریق

1 Customer satisfaction

2 Perceived service quality

3 Employees performance

4 Dishop & Good

شاخصهایی نظیر قابلیت دوام، تعداد نقائص و... شناخت؛ کیفیت خدمات ساختاری انتزاعی و مجرد دارد که نشأت گرفته از ویژگی های خدمات می باشد. بنابراین در نبود معیارهای عینی، سنجش ادراکات مشتریان از کیفیت یک روش مناسب برای ارزیابی کیفیت خدمات شرکتهای، می باشد (فتاحی، ۱۳۸۵).

عملکرد مناسب و اثر بخش کارکنان یکی از کلیدهای موفقیت سازمان هاست. عملکرد خوب به معنی بهره وری، کیفیت، سود آوری و مشتری مداری است. به همین دلیل است که سازمانهای موفق جهان تلاش زیادی می کنند تا عوامل موثر بر عملکرد و رفتار کارکنان را شناسایی و مدیریت کنند و به این توفیق دست پیدا نمایند که با فراهم کردن این عوامل، بر عملکرد کارکنانشان (هم از نظر میزان و هم از نظر کیفیت) بیفزایند. موفقیت سازمان ها در انجام مأموریت ها و دستیابی به اهدافی که دارند تا حدود بسیار زیادی در گرو رفتارها و عملکردهای کارکنان آنهاست. به همین دلیل است که باید ریشه های این رفتار و عملکرد را شناخت. عوامل موثر بر آنها را یافت، رفتار و عملکرد کارکنان را ارزیابی کرد و شیوه های موثر و مبتکرانه برای بهبود رفتار و ارتقای عملکرد کارکنان طراحی کرد و به کار گرفت (ابوالعلائی، ۱۳۸۹).

رضایت مشتری از جمله اقدامات داخلی سازمان محسوب می شود که نمود جهت گیری به سمت ارضای خواسته ای مشتری است و جهت ارتقای کیفیت محصولات، خدمات را نشان می دهد. رضایت مشتری میزان مطلوبیتی است که مشتری به خاطر ویژگی های مختلف کالا کسب می کند و منبع سودآوری و دارایی برای ادامه فعالیت سازمان است (پاولین^۱ و همکاران، ۲۰۰۶).

رضایت مشتری زمانی بدست می آید که عملکرد شرکت بتواند انتظارات خریدار را برآورده سازد. اگر عملکرد کمتر از انتظارات باشد مشتری ناراضی خواهد بود و اگر عملکرد برابر با انتظارات باشد راضی خواهد بود. اگر عملکرد از انتظارات بیشتر شود او بسیار خشنود و شاداب خواهد شد (پارسائیان، ۱۳۸۴).

مشتری حالتی است که مشتری احساس می کند که ویژگی های محصول منطبق بر احساسات اوست و ناراضیتی نیز حالتی است که در آن نواقص و معایب محصول موجب ناراحتی، شکایت و انتقاد مشتری می شود. در یک تعریف رضایت مشتری حالت و واکنشی است که مصرف کننده و مشتری از مصرف یا خرید محصول ابراز می کند (گرونروس^۲، ۲۰۰۱). لینگ^۳ و همکاران (۲۰۱۴)، رضایت مشتری را از لحاظ روان شناختی، احساسی می داند که در نتیجه مقایسه بین محصولات دریافت شده با نیازها و خواسته های مشتریان و انتظارات اجتماعی در رابطه با محصول حاصل می شود. بنا بر تعریف رام^۴ و همکاران (۲۰۱۱)، رضایت مشتری به عنوان یک دیدگاه فردی تعریف می شود که از انجام مقایسه دائمی بین عملکرد واقعی سازمان و عملکرد مورد انتظار مشتری ناشی می شود.

رضایتمندی مشتری به نوع فعالیت تجاری یک سازمان یا به موقعیت سازمان در بازار بستگی ندارد، بلکه به توانایی و قابلیت سازمان در تامین کیفیت مورد انتظار مشتری بستگی دارد. رضایتمندی مشتری یا عدم رضایت او از تفاوت بین انتظارات مشتری و کیفیتی که او دریافت کرده است حاصل می شود (اولیور^۵، ۱۹۸۰).

1 Pauline

2 Gronross

3 Ling

4 Ram

5 Oliver

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.

پیشینه داخلی و خارجی در رابطه با کیفیت خدمات درک شده و عملکرد کارکنان بر رضایت مشتری، نشان‌دهنده اهمیت و تأثیر قابل توجه این عوامل بر تجربه مشتری است. تحقیقات داخلی به شناسایی ابعاد مختلف کیفیت خدمات و عملکرد کارکنان در زمینه‌های مختلف پرداخته‌اند، در حالی که مطالعات بین‌المللی به توسعه مدل‌های جامع و استفاده از فناوری‌های نوین برای بهبود کیفیت خدمات و رضایت مشتریان توجه کرده‌اند. این پیشینه می‌تواند به پژوهشگران و مدیران کمک کند تا با استفاده از نتایج به‌دست‌آمده، استراتژی‌های مؤثرتری برای ارتقاء کیفیت خدمات و عملکرد کارکنان پیاده‌سازی کنند.

۳- روش شناسی پژوهش

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

۳- عملکرد کارکنان بر رضایت مشتری جمعیت هلال احمر استان بوشهر تأثیر معناداری دارد.

تعیین حجم نمونه

جامعه آماری در این تحقیق کلیه کارکنان مراجعه‌کننده 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 مراجعه‌کننده 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.

1 Nurlina

2 Imran Hanif

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 می باشد و پاسخگویان می بایست میزان تاثیرگذاری این گویه ها را به صورت طیف پنج درجه ای 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 می باشد و پاسخگویان می بایست میزان تاثیرگذاری این گویه ها را به صورت طیف پنج درجه ای لیکرت به صورت کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم مشخص نمایند.

عملکرد کارکنان: در این پژوهش متغیر عملکرد کارکنان از طریق پاسخگویی به ۱۲ گویه پرسشنامه هرسی و گلداسمیت (۱۹۸۱) مورد بررسی قرار گرفته است که از گویه ۲۶ تا ۳۷ پرسشنامه می باشد و پاسخگویان می بایست میزان تاثیرگذاری این گویه ها را به صورت طیف پنج درجه ای لیکرت به صورت کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم مشخص نمایند.

۴- یافته های 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 پاسخ دهندگان

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

جدول (۱) توزیع فراوانی جنسیت آزمودنی ها را نشان می دهد. مطابق با داده های جمع آوری شده جنسیت، ۱۴۲ نفر معادل ۷۴ درصد از آزمودنی ها مرد و ۵۰ نفر معادل ۲۶ درصد، زن بوده است.

جدول (۲) توزیع فراوانی تحصیلات پاسخ دهندگان

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 آزمودنی ها را نشان می دهد. مطابق با داده های جمع آوری شده تحصیلات، ۲۴ نفر معادل ۱۲,۵ درصد از آزمودنی ها 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
۳۰ سال به پایین	۱۶	۸,۳
۳۱ تا ۳۵ سال	۶۸	۳۵,۴
۳۶ تا ۴۰ سال	۴۸	۲۵
۴۱ تا ۴۵ سال	۳۲	۱۶,۷
۴۶ سال به بالا	۲۸	۱۴,۶
مجموع	۱۹۲	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
عملکرد کارکنان	۳,۵۳	۰,۶۸	۰,۴۶۴	-۰,۲۸۷	-۰,۲۷۰
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 می دهد که کدگذاری و ورود اطلاعات پرسشنامه ها به نرم افزار کاملاً بدون نقض 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
عملکرد کارکنان	۰,۸۹۴	۰,۹۱۲	۰,۵۶۸
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- عملکرد کارکنان بر رضایت مشتری جمعیت هلال احمر استان بوشهر تاثیر معناداری دارد.

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

جدول (۷) نتایج مربوط به اثرگذاری عملکرد کارکنان بر رضایت مشتری

مسیر	ضریب مسیر (B)	مقدار تی (t-value)	سطح معناداری	نتیجه
عملکرد کارکنان ← رضایت مشتری	۰,۳۱۸	۵,۰۷۵	۰,۰۰۰	تایید

آماره تی و ضریب مسیر تاثیر عملکرد کارکنان بر رضایت مشتری به ترتیب برابر ۵,۰۷۵ و ۰,۳۱۸ محاسبه شد. با توجه به اینکه مقدار تی از ۱,۹۶ بیشتر و سطح معناداری از ۰,۰۵ کمتر است، تاثیر عملکرد کارکنان بر رضایت مشتری جمعیت هلال احمر استان بوشهر مورد تایید قرار گرفت.

۵- بحث و نتیجه گیری

تحقیق حاضر به بررسی تاثیر کیفیت خدمات درک شده و عملکرد کارکنان بر رضایت مشتری در جمعیت هلال احمر استان بوشهر پرداخته است. نتایج این تحقیق به شرح زیر می‌باشد:

تأثیر کیفیت خدمات درک شده:

ارتباط مثبت با رضایت مشتری: نتایج تحقیق نشان می‌دهد که کیفیت خدمات درک شده تاثیر مثبت و معناداری بر رضایت مشتریان دارد. به عبارت دیگر، هر چه کیفیت خدمات از نظر مشتریان بالاتر ارزیابی شود، رضایت آن‌ها نیز

افزایش می‌یابد. این امر تأکید می‌کند که توجه به ابعاد مختلف کیفیت خدمات مانند قابلیت اطمینان، پاسخگویی، و همدلی می‌تواند به بهبود تجربه مشتری کمک کند.

نقش عملکرد کارکنان:

تأثیر مثبت بر رضایت مشتری: تحقیق نشان داده است که عملکرد کارکنان نیز به طور مستقیم و مثبت بر رضایت مشتریان تأثیر می‌گذارد. کارکنانی که دارای مهارت‌های بالا، توانمندی‌های ارتباطی مؤثر و انگیزه بالایی هستند، می‌توانند کیفیت خدمات را بهبود بخشند و رضایت مشتریان را افزایش دهند.

اهمیت مدیریت منابع انسانی:

مدیریت منابع انسانی الکترونیک: استفاده از سیستم‌های مدیریت منابع انسانی الکترونیک (HRIS) به‌ویژه در بهبود عملکرد کارکنان و ارتقاء کیفیت خدمات تأثیرگذار بوده است. این سیستم‌ها می‌توانند به بهبود فرآیندهای استخدام، ارزیابی عملکرد، و مدیریت آموزش و توسعه کمک کنند.

تحقیق حاضر به وضوح نشان داده است که کیفیت خدمات درک شده و عملکرد کارکنان نقش حیاتی در رضایت مشتریان دارند. برای دستیابی به سطح بالاتری از رضایت مشتری، سازمان‌ها باید بر بهبود کیفیت خدمات و ارتقاء عملکرد کارکنان تمرکز کنند. استفاده از فناوری‌های نوین، بهبود فرآیندها و تقویت سیستم‌های بازخورد می‌تواند به بهبود کلی کیفیت خدمات و افزایش رضایت مشتریان کمک کند. این تحقیق به مدیران و پژوهشگران کمک می‌کند تا با بهره‌گیری از نتایج به‌دست آمده، استراتژی‌های مؤثری برای بهبود عملکرد و رضایت مشتریان توسعه دهند.

۵-۱- محدودیت‌های تحقیق

تحقیق در زمینه تأثیر کیفیت خدمات درک شده و عملکرد کارکنان بر رضایت مشتری می‌تواند با محدودیت‌های مختلفی روبرو شود. در اینجا به برخی از محدودیت‌های اصلی این تحقیق اشاره می‌شود:

محدودیت‌های جغرافیایی:

تمرکز جغرافیایی: تحقیق ممکن است تنها بر روی یک منطقه جغرافیایی خاص، مانند استان بوشهر، تمرکز داشته باشد. این محدودیت می‌تواند تأثیرات و نتایج به‌دست آمده را تنها به این منطقه محدود کند و نتایج را نتوان به طور کامل به سایر مناطق تعمیم داد.

محدودیت‌های زمانی:

دوره زمانی محدود: ممکن است تحقیق در یک بازه زمانی محدود انجام شده باشد که این امر می‌تواند به تحلیل دقیق و جامع از تغییرات بلندمدت و تأثیرات پیوسته بر رضایت مشتریان و کیفیت خدمات محدودیت ایجاد کند.

محدودیت‌های داده‌ای:

کیفیت و دسترسی به داده‌ها: ممکن است مشکلاتی در دسترسی به داده‌های دقیق و جامع وجود داشته باشد. این مشکلات می‌تواند شامل محدودیت در میزان پاسخگویی به پرسشنامه‌ها، نقص در داده‌های جمع‌آوری شده، یا عدم وجود داده‌های کافی در برخی بخش‌ها باشد.

پرسشنامه‌ها و ابزارهای اندازه‌گیری: اعتبار و پایایی ابزارهای مورد استفاده برای اندازه‌گیری کیفیت خدمات، عملکرد کارکنان و رضایت مشتری می‌تواند بر نتایج تحقیق تأثیرگذار باشد.

محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی:

تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی: ممکن است تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی در نحوه درک و ارزیابی کیفیت خدمات و عملکرد کارکنان وجود داشته باشد. این تفاوت‌ها می‌توانند تأثیرگذار بر نتایج تحقیق و تعمیم آن به سایر زمینه‌ها باشند.

محدودیت‌های روش‌شناسی:

روش‌های تحقیق: استفاده از روش‌های تحقیق خاص مانند نظرسنجی‌های مقطعی یا تحلیل‌های آماری ممکن است محدودیت‌هایی در درک عمیق‌تر از موضوع تحقیق ایجاد کند. این محدودیت‌ها می‌تواند شامل عدم امکان بررسی دقیق‌تر عوامل کیفی و عدم در نظر گرفتن پیچیدگی‌های انسانی باشد.

محدودیت‌های نظری:

نظریه‌های موجود: ممکن است نظریه‌های استفاده‌شده برای تحلیل تأثیرات کیفیت خدمات و عملکرد کارکنان بر رضایت مشتری به‌طور کامل پاسخگوی پیچیدگی‌های موضوع نباشند. این موضوع می‌تواند به محدودیت در تحلیل نتایج و ارائه راهکارهای مؤثر منجر شود.

محدودیت‌های اجرایی:

منابع و بودجه: ممکن است محدودیت‌های منابع و بودجه تحقیق بر کیفیت و گستردگی تحقیق تأثیر بگذارد. این محدودیت‌ها می‌تواند شامل هزینه‌های مربوط به جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل‌ها و گزارش‌دهی باشد.

محدودیت‌های تحلیل داده‌ها:

تفسیر نتایج: ممکن است مشکلاتی در تفسیر و تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده وجود داشته باشد. این مشکلات می‌تواند شامل خطاهای آماری، تعصبات تحلیلی، و مشکلات مربوط به مدل‌های تحلیلی باشد. درک محدودیت‌های تحقیق به پژوهشگران کمک می‌کند تا نتایج تحقیق را با احتیاط و دقت تحلیل کنند و به‌طور مؤثر راهکارهایی برای رفع این محدودیت‌ها در تحقیقات آینده پیشنهاد دهند. این شناخت همچنین می‌تواند به بهبود کیفیت تحقیقات و ارائه نتایج دقیق‌تر و قابل‌اعتمادتر کمک کند.

۵-۲- پیشنهادهای کاربردی

برای بهبود کیفیت خدمات درک شده و عملکرد کارکنان در راستای افزایش رضایت مشتری، می‌توان پیشنهادات کاربردی زیر را در نظر گرفت:

۱- تقویت آموزش و توسعه منابع انسانی:

برگزاری دوره‌های آموزشی مستمر: طراحی و اجرای دوره‌های آموزشی منظم برای کارکنان به منظور ارتقاء مهارت‌های شغلی و بهبود عملکرد. این دوره‌ها می‌توانند شامل مهارت‌های ارتباطی، تکنیک‌های حل مسئله و مدیریت استرس باشند. استفاده از برنامه‌های آموزشی آنلاین: پیاده‌سازی برنامه‌های آموزشی آنلاین که به کارکنان امکان می‌دهد در هر زمان و مکانی به آموزش‌های مورد نیاز دسترسی داشته باشند.

۲- بهبود فرآیندهای کاری و استانداردها:

تدوین استانداردهای کیفیت خدمات: توسعه و پیاده‌سازی استانداردهای جامع کیفیت خدمات که به‌طور واضح انتظارات و معیارهای مورد نیاز را مشخص کند. این استانداردها می‌توانند به عنوان راهنمایی برای ارائه خدمات با کیفیت بالا عمل کنند.

مکانیزه کردن فرآیندهای خدمات: استفاده از فناوری‌های جدید برای مکانیزه کردن فرآیندهای خدمات، که می‌تواند به کاهش خطاها و افزایش کارایی کمک کند.

۳- ایجاد و بهبود سیستم‌های بازخورد:

راه‌اندازی سیستم‌های بازخورد مشتری: طراحی سیستم‌های ساده و کارآمد برای جمع‌آوری بازخورد مشتریان، مانند فرم‌های آنلاین یا نظرسنجی‌های پس از خدمات. این بازخوردها می‌تواند به شناسایی نقاط قوت و ضعف در خدمات ارائه شده کمک کند.

تحلیل داده‌های بازخورد: استفاده از تحلیل‌های داده‌ای برای بررسی بازخوردهای مشتریان و شناسایی الگوها و مشکلات رایج. این تحلیل‌ها می‌توانند به بهبود فرآیندها و افزایش رضایت مشتریان منجر شوند.

۴- پشتیبانی و انگیزش کارکنان:

ایجاد برنامه‌های انگیزشی: طراحی برنامه‌های پاداش و انگیزشی برای ارتقاء روحیه و انگیزه کارکنان. این برنامه‌ها می‌توانند شامل پاداش‌های مالی، ارتقاء شغلی و شناساندن کارکنان موفق باشند.

پشتیبانی روانی و حرفه‌ای: فراهم کردن پشتیبانی روانی و مشاوره حرفه‌ای برای کارکنان به منظور مدیریت استرس و بهبود رفاه شغلی.

۵- استفاده از فناوری و نوآوری:

پیاده‌سازی سیستم‌های مدیریت منابع انسانی الکترونیک (HRIS): استفاده از سیستم‌های HRIS برای بهبود فرآیندهای استخدام، ارزیابی عملکرد، و مدیریت حقوق و دستمزد. این سیستم‌ها می‌توانند به افزایش کارایی و کاهش خطاها کمک کنند.

استفاده از تحلیل داده‌های بزرگ (Big Data): بهره‌برداری از تحلیل داده‌های بزرگ برای پیش‌بینی نیازهای مشتریان، شناسایی الگوهای رفتاری و بهینه‌سازی فرآیندها.

۶- ارتقاء روابط مشتری و تعاملات مؤثر:

برگزاری کارگاه‌های آموزش تعامل با مشتری: آموزش کارکنان در زمینه مهارت‌های تعامل با مشتری و نحوه برقراری ارتباط مؤثر با مشتریان. این کارگاه‌ها می‌توانند به بهبود تجربه مشتریان کمک کنند.

تقویت کانال‌های ارتباطی: ایجاد و تقویت کانال‌های ارتباطی متنوع برای مشتریان، از جمله تلفن، ایمیل، رسانه‌های اجتماعی و چت آنلاین، به منظور تسهیل ارتباط و دریافت سریع درخواست‌ها و نظرات.

۷- پایش و ارزیابی مستمر:

بررسی منظم عملکرد: انجام ارزیابی‌های دوره‌ای از عملکرد کارکنان و کیفیت خدمات برای شناسایی نقاط قوت و زمینه‌های نیاز به بهبود.

توسعه برنامه‌های بهبود مستمر: طراحی و اجرای برنامه‌های بهبود مستمر بر اساس نتایج ارزیابی‌ها و بازخوردهای دریافتی.

۸- توسعه برنامه‌های خلاقانه و نوآورانه:

ایجاد پروژه‌های آزمایشی: راه‌اندازی پروژه‌های آزمایشی برای تست و ارزیابی روش‌های جدید در ارائه خدمات و مدیریت منابع انسانی. این پروژه‌ها می‌توانند به شناسایی راهکارهای نوآورانه و مؤثر کمک کنند.

این پیشنهادات می‌توانند به جمعیت هلال احمر و سایر سازمان‌ها کمک کنند تا کیفیت خدمات خود را ارتقاء دهند، عملکرد کارکنان را بهبود بخشند و در نهایت رضایت مشتریان را افزایش دهند.

پیشنهادهای آتی

برای گسترش تحقیقات در زمینه تأثیر کیفیت خدمات درک شده و عملکرد کارکنان بر رضایت مشتری، می‌توان پیشنهادات زیر را در نظر گرفت:

* مطالعه عوامل محیطی و فرهنگی:

تحقیق در زمینه تأثیر فرهنگ محلی: بررسی تأثیرات فرهنگ محلی و تفاوت‌های فرهنگی بر درک کیفیت خدمات و عملکرد کارکنان. این تحقیق می‌تواند به تحلیل چگونگی تأثیر این عوامل بر رضایت مشتریان و نیاز به تطبیق استراتژی‌ها با فرهنگ‌های مختلف کمک کند.

مقایسه بین فرهنگی: انجام مطالعات تطبیقی بین کشورهای مختلف یا مناطق جغرافیایی متفاوت برای شناسایی تفاوت‌ها و شباهت‌ها در تأثیر کیفیت خدمات و عملکرد کارکنان بر رضایت مشتری.

* توسعه و آزمون مدل‌های جدید:

توسعه مدل‌های جامع: طراحی و توسعه مدل‌های جامع و یکپارچه برای بررسی تأثیرات کیفیت خدمات، عملکرد کارکنان و سایر عوامل مرتبط بر رضایت مشتری. این مدل‌ها می‌توانند شامل متغیرهای جدید و پیشرفته برای تحلیل دقیق‌تر باشند. آزمون مدل‌های موجود: انجام تحقیقاتی برای آزمون و اعتبارسنجی مدل‌های کیفیت خدمات و عملکرد کارکنان در زمینه‌های مختلف و بررسی قابلیت تعمیم آن‌ها به صنایع و سازمان‌های مختلف.

* تحلیل تأثیر فناوری‌های نوین:

بررسی تأثیر فناوری‌های دیجیتال: تحلیل تأثیر فناوری‌های دیجیتال و نوین مانند هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و ابزارهای دیجیتال بر کیفیت خدمات و عملکرد کارکنان. این تحقیق می‌تواند به شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های مرتبط با استفاده از این فناوری‌ها کمک کند.

مطالعه کاربردهای فناوری اطلاعات: بررسی نحوه استفاده از فناوری اطلاعات و سیستم‌های مدیریت منابع انسانی الکترونیک (HRIS) برای بهبود کیفیت خدمات و افزایش رضایت مشتری.

* تأثیر مدیریت بحران و تاب‌آوری:

بررسی تأثیر مدیریت بحران: تحقیق در زمینه نحوه تأثیر مدیریت بحران و آمادگی برای شرایط اضطراری بر کیفیت خدمات و رضایت مشتری. این تحقیق می‌تواند به شناسایی بهترین شیوه‌ها برای حفظ کیفیت خدمات در شرایط بحرانی کمک کند. تحلیل تاب‌آوری سازمانی: بررسی تاب‌آوری سازمانی و توانایی کارکنان در مقابله با چالش‌ها و تغییرات سریع و تأثیر آن بر عملکرد و رضایت مشتری.

* ارزیابی تأثیرات درازمدت:

مطالعه اثرات بلندمدت: انجام تحقیقات برای بررسی تأثیرات بلندمدت بهبود کیفیت خدمات و عملکرد کارکنان بر رضایت مشتری و وفاداری مشتریان. این تحقیق می‌تواند به شناسایی مزایای پایدار و ارزش‌های بلندمدت برای سازمان کمک کند. تحلیل روندهای تغییرات: تحلیل روندهای تغییرات در کیفیت خدمات و عملکرد کارکنان و تأثیر آن‌ها بر تغییرات در رضایت مشتری در طول زمان.

* بررسی تأثیرات مالی و اقتصادی:

تحلیل تأثیرات اقتصادی: تحقیق در زمینه تأثیر بهبود کیفیت خدمات و عملکرد کارکنان بر جنبه‌های مالی و اقتصادی سازمان، از جمله هزینه‌های عملیاتی، درآمدها و سودآوری. مطالعه صرفه‌جویی‌های مالی: بررسی چگونگی کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری از طریق بهبود کیفیت خدمات و عملکرد کارکنان.

* تحقیق در زمینه تجربه مشتری:

تحلیل تجربه مشتری: انجام تحقیقات برای درک عمیق‌تر از تجربه مشتری و شناسایی عوامل کلیدی که بر تجربه مشتری تأثیر می‌گذارند. این تحقیق می‌تواند به بهبود فرآیندها و ارتقاء کیفیت خدمات کمک کند. مطالعه ابعاد جدید تجربه مشتری: بررسی ابعاد جدید و نوآورانه تجربه مشتری، مانند تجربه دیجیتال و تعاملات آنلاین، و تأثیر آنها بر رضایت مشتری.

* بررسی تأثیرات در زمینه‌های خاص:

تحقیق در زمینه صنایع خاص: انجام تحقیقاتی در صنایع خاص مانند بهداشت و درمان، بانکداری، و خدمات عمومی برای بررسی تأثیرات کیفیت خدمات و عملکرد کارکنان در زمینه‌های خاص و ارائه راهکارهای مناسب. این پیشنهادات می‌توانند به پژوهشگران کمک کنند تا به‌طور عمیق‌تری به بررسی تأثیرات کیفیت خدمات و عملکرد کارکنان بپردازند و راهکارهای مؤثرتری برای بهبود رضایت مشتری و ارتقاء عملکرد سازمان‌ها ارائه دهند. برای تحقیقات آینده، پیشنهاد می‌شود که مطالعات به بررسی تأثیرات طولانی‌مدت، تحلیل‌های بین‌فرهنگی و استفاده از فناوری‌های نوین پرداخته و مدل‌های جدیدی برای ارزیابی کیفیت خدمات و عملکرد کارکنان توسعه داده شوند.

۶- منابع

۱. ابوالعلائی، بهزاد (۱۳۸۹). مدیریت عملکرد راهنمایی مدیران برای ارزیابی و بهبود عملکرد کارکنان. چاپ اول، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
۲. فتاحی، مهدی (۱۳۸۵). بررسی اثرات معنویت محیط کاری بر رفتارهای شهروندی سازمانی و ارتباط آن با وفاداری مشتری و کیفیت خدمات در سازمان تأمین اجتماعی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
۳. کاتلر، فیلیپ. و آرمسترانگ، گری (۱۳۸۴). اصول بازاریابی. ترجمه دکتر علی پارسائیان. نشر ادبستان.
4. Dishop, C. R., & Good, V. (2022). A dynamic system of job performance with goals and leadership changes as shocks. *Journal of Business Research*, 139, 602–613.
5. Gronross (2001). ((Service management an Marketing :A Customer relationship approach)), 2nd ed, wiley , chichesster
6. Hemmatinejad M, Nikbakhsh R, Afarinesh khaki A, sharififar F.(2021). Correlation of Distributive Justice, Procedural Justice, Organizational Embeddedness with Job Performance in the Ministry of Sport and Youth.
7. 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*.
8. Ling, L. Qing, T., & Shen, P. (2014). Can training promote employee organizational commitment? The effect of employability and expectation value. *Nankai Business Review International*, 5 (2), pp. 162-186.

9. 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*.
10. Oliver, R.L. (1980), A cognitive model of the antecedent and consequences of satisfaction decisions *Journal of Marketing Research*, Vol. 17, pp 46-69.
11. Pauline, M., Ferguson, R. J., & Bergeron, J. (2006). Service climate and organizational
12. Ram, P., Bhargavi, S., & Prabhakar, G. V. (2011). Work Environment, Service Climate, and Customer Satisfaction: Examining Theoretical and Empirical Connections. *International Journal of Business and Social Science*, 2 (20), pp. 121-132.

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

Saeed Ebrahimzadeh¹

Esmail Kamali Rad²

Abstract

The present research examines the effect of perceived service quality and employee performance on customer satisfaction in the Red Crescent population of Bushehr province. The main purpose of this study is to identify and analyze the relationship between these two factors and their effect on customer satisfaction. This research used survey methods to collect data. Standardized questionnaires were distributed in order to evaluate perceived service quality, employee performance, and customer satisfaction, and the obtained data were analyzed using statistical analysis. The results showed that perceived service quality and employee performance have a positive and significant effect on customer satisfaction. The purpose of this research is to investigate the impact of perceived service quality and employee performance on customer satisfaction of the Red Crescent population of Bushehr province. This research is applied research in terms of purpose and descriptive-survey in terms of data collection method. The data collection tool is a questionnaire. The statistical population of this research is the employees of the Red Crescent Organization of Bushehr province, who were selected using the Cochran formula, 192 people as a sample using the 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 showed that perceived service quality and employee performance have a significant impact on customer satisfaction of Red Crescent population in Bushehr province. The results of the research clearly showed that: 1- Perceived service quality: The higher the quality of service from the customers' point of view, the higher their satisfaction. Improving various dimensions of service quality, such as reliability and responsiveness, can lead to increased customer satisfaction. 2- Employee performance: high and effective performance of employees, especially in terms of communication and professional skills, has a positive effect on customer satisfaction. Employees who are motivated and capable can improve service quality and increase customer satisfaction. Based on the results obtained, suggestions for improvement include strengthening training and development of human resources, upgrading service standards, creating and improving feedback systems, and using new technologies for human resource management. This research helps Red Crescent managers and other organizations to increase customer satisfaction and improve the overall performance of the organization by focusing on improving service quality and employee performance. Also, future proposals include examining long-term effects, cross-cultural analysis, and using new technologies to improve service quality and employee performance.

Keywords

Perceived service quality, employee performance, customer satisfaction, Red Crescent population.