

بررسی تاثیر روش های مدیریت منابع انسانی بر رضایت مراجعین با نقش میانجی نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: سازمان امور دانشجویان)

بهنوش جووری^{۲*}

روح اله پارسایی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۵/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۴/۰۷/۲۸

چکیده

هدف تحقیق حاضر بررسی تاثیر روش های مدیریت منابع انسانی بر رضایت مراجعین با نقش میانجی نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: سازمان دانشجویان) بود. این پژوهش بر حسب هدف، کاربردی و طرح تحقیق در این پژوهش توصیفی از نوع پیمایشی بود. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارکنان سازمان دانشجویان بود که این تعداد ۱۵۳ نفر بودند. حجم نمونه آماری از طریق فرمول کوکران تعداد ۱۱۰ نفر محاسبه شد که به شیوه تصادفی ساده انتخاب شدند. در بخش تحلیل داده ها با بهره گیری از آزمون های لازم در نرم افزار SPSS و نرم افزار اسمارت پی ال اس مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج تحلیل استنباطی نشان داد که خدمات مدیریت منابع انسانی در سازمان دانشجویان وزارت علوم بر تامین رضایت مراجعین موثر است. خدمات مدیریت منابع انسانی در سازمان دانشجویان وزارت علوم بر مبنای نقش میانجی نوآوری سازمانی بر تامین رضایت مراجعین موثر نیست.

واژگان کلیدی

روش های مدیریت منابع انسانی، رضایت مراجعین، نوآوری سازمانی، سازمان امور دانشجویان

^۱مقاله مستخرج از پایان نامه کارشناسی ارشد دانشجو است.

^۲نویسنده مسئول، گروه مدیریت دولتی و خط مشی گذاری عمومی، دانشکده مدیریت، واحد تهران مرکزی دانشگاه آزاد اسلامی، شهر

تهران، کشور ایران. رایانامه Behnoush.jovari@iau.ac.ir ; ORCID: 0000-0002-6426-0245

^۳دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. r.parsaei@saorg.ir

۱. مقدمه

مدیریت منابع انسانی عبارتست از رویکردی استراتژیک به جذب، توسعه، مدیریت، ایجاد انگیزش و دستیابی به تعهد منابع کلیدی سازمان؛ یعنی افرادی که در آن یا برای آن کار می‌کنند. مدیریت منابع انسانی فرایندی شامل چهار وظیفه جذب، توسعه، ایجاد انگیزش و نگهداشت منابع انسانی است (ناوانگساری و همکاران، ۲۰۲۳). مقصود از مدیریت منابع انسانی سیاست‌ها و اقدامات مورد نیاز برای اجرای بخشی از وظیفه مدیریت است که به جنبه‌هایی از فعالیت کارکنان بستگی دارد، به ویژه برای کارمندیابی، آموزش دادن به کارکنان، ارزیابی عملکرد، دادن پاداش و ایجاد محیطی سالم و منصفانه برای کارکنان سازمان. (سادیکین و همکاران، ۲۰۲۳). رضایت‌مندی مشتری یکی از موضوعات مهم نظری و تجربی برای اکثر بازاریابان و محققان بازاریابی است. رضایت‌مندی مشتری را می‌توان به عنوان جوهره موفقیت در جهان رقابتی تجارت امروز در نظر گرفت (میرسپاسی و حسین زاده، ۱۳۹۷). از این رو، رضایت‌مندی مشتری با نرخ در حال رشدی مورد توجه شرکت‌ها قرار گرفته است. امروزه مقوله “رضایت مشتری” برای مدیران سازمان‌ها اهمیت فوق العاده‌ای دارد. جلب رضایت مشتریان شرط بقای سازمان‌ها است، به عبارتی دیگر، اگر رضایت مشتری وجود نداشته باشد در اینصورت ممکن است منجر به ورشکستگی و از دست دادن رقابت شود و در نتیجه عدم رشد جامعه در آن زمینه شود و مشکلاتی را ایجاد کند. رضایت مشتری، احساس مثبتی است که در هر فرد پس از استفاده از کالا یا دریافت خدمت ایجاد می‌شود (کوهی و همکاران، ۱۳۹۸). اگر کالا یا خدمت دریافت شده از سوی مشتری، نیازها و انتظارات او را برآورده سازد، در او احساس رضایت ایجاد می‌شود، در صورتی که اگر سطح خدمت و کالا پایین‌تر از سطح انتظارات مشتری باشد، این امر به نارضایتی وی منجر خواهد شد (قاسمی، ۱۴۰۲). مطالعات در زمینه رضایت مشتری، از اواسط دهه ۱۹۷۰ در غرب بویژه در آمریکا شروع شده و اکثر تلاش‌های تحقیقاتی و مطالعاتی دهه‌های بعد نیز معطوف به یافتن الگویی مناسب برای محصولات و شرائط خاص بوده است. مفهوم جوهری نظریه‌های ارائه شده، این است که توقعات یا انتظارات مشتری از محصول یا خدمت، با عملکرد محصول یا خدمت، در طی یک فرایند، مقایسه می‌شود. نتیجه این مقایسه، رضایت یا نارضایتی مشتری خواهد بود. جمله معروف “با مشتری، تماس نزدیک برقرار سازید” مؤید این حقیقت است که چنانچه سازمان‌ها نتوانند با مشتریان خود ارتباط برقرار کنند باید این ریسک را بپذیرند که سازمان دیگری این ارتباط را برقرار خواهد کرد (نجم و همکاران، ۲۰۲۰). سازمان امور دانشجویان بر اساس تاکید قانون برنامه پنجم توسعه و مصوبه یکصد و چهلین جلسه شورای عالی اداری در مورخ ۱۳۸۹/۶/۳۰ به پیشنهاد وزارت علوم تحقیقات و فناوری و معاونت توسعه و مدیریت و سرمایه انسانی رئیس جمهور به منظور ایجاد انسجام تشکیلاتی و مدیریت واحد در انجام امور دانشجویان دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها، موسسات و مراکز آموزش عالی وابسته به وزارت علوم تحقیقات و فناوری، کاهش هزینه‌های نیروی انسانی، پست سازمانی و فضاهای اداری و به استناد بند ۲ وظایف و اختیارات شورا و موضوع ماده ۱۱۵ قانون مدیریت خدمات کشوری سازمان امور دانشجویان از ادغام معاونت دانشجویی وزارت علوم تحقیقات و فناوری، صندوق رفاه دانشجویان و پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی تشکیل شد. فدراسیون ملی ورزش‌های دانشگاهی نیز با حفظ هویت حقوقی خود با هدایت سازمان فعالیت می‌کند. این سازمان در سال ۱۳۹۰ فعالیت‌های خود را آغاز کرده است. ارزیابی و رتبه‌بندی مراکز مشاوره دانشگاه‌ها، ارزیابی و رتبه‌بندی مراکز بهداشت و درمان دانشگاه‌ها، پاسخ به درخواست‌های تجدید نظر آراء شوراهای انضباطی، رسیدگی به شکایات و اعتراضات، برگزاری مسابقات ورزشی (المپیادها، مسابقات دانشگاهی، منطقه‌ای، قهرمانی)، پذیرش دانشجویان قهرمان ورزشی، بورس تحصیلی و فرصت‌های

تحقیقاتی کوتاه مدت دانشجویان دوره دکتری داخل، صدور گواهی اشتغال به تحصیل برای نظام وظیفه، صدور معافیت تحصیلی برای ادامه تحصیل در خارج از کشور، تایید مدارک دانش آموختگان داخل (جهت ترجمه)، نظارت و ارزیابی بر عملکرد معاونت های دانشجویی دانشگاه ها، لغو تعهد ناشی از استفاده از خدمات آموزش رایگان، انتقالی و میهمانی دانشجویان داخل کشور، کمیسیون بررسی موارد خاص دانشجویان داخل، انتقال دانشجویان خارج به داخل، انتقالی و میهمانی دانشجویان شاهد و ایثارگر، ارزشیابی مدارک تحصیلی دانش آموختگان دانشگاه های خارج از کشور و صدور ارزشنامه تحصیلی، انتخاب و معرفی دانشجوی نمونه، برگزاری آزمون زبان MSRT و ارائه خدمات رفاهی به دانشجویان از اهم فعالیت های این سازمان است.

از سویی، پژوهش ها نشان می دهد سازمان هایی که تاکید بیشتری بر نوآوری سازمانی دارند نسبت به دیگر سازمان ها موفقترند (سahیادی و همکاران، ۲۰۲۲). به همین دلیل در چند دهه اخیر، توجه به نوآوری سازمانی به یک ضرورت غیرقابل اجتناب تبدیل شده است چرا که سازمانها از طریق نوآوری سازمانی می توانند شاخص های مزیت رقابتی خود را بهبود و توسعه دهند. مطالعات اخیر ادعا کرده اند که اگر یک سازمان نتواند نوآوری خود را حفظ کند، با شکست مواجه خواهد شد (اوبدیتو همکاران، ۲۰۲۳). از مهم ترین دلایل توجه به نوآوری سازمانی افزایش بهره وری سازمانی، توسعه و بهبود عملکرد سازمانی، رشد اقتصادی و ایجاد مزیت رقابتی میباشد. کانتر (۱۹۸۹) نوآوری را فرایند گردآوری هر نوع ایده جدید و مفید برای حل مسئله می خواند و معتقد است که نوآوری شامل شکل گرفتن ایده، پذیرش و اجرای آن است (ایشاک و همکاران، ۲۰۲۳). نوآوری اختراع تازه ای از دانش یا توسعه اطلاعات تازه نظیر مفهوم، تئوری یا فرضیه است؛ به عبارت دیگر، نوآوری به معنای چیزی جدید برای استفاده است. نوآوری سازمانی مستلزم تبدیل ایده به اشکال قابل استفاده سازمانی است و این ایده برای پیشبرد عملکرد سازمانی مورد استفاده قرار می گیرد (ویکم و ایمانی زاده، ۱۳۹۸). به طور کلی نوآوری، مجموعه ای از دانش، ایده، روش ها و مهارت هایی است که می تواند به عنوان ویژگی های منحصر به فرد برای شیوه های تولید و رقابتی شرکت باشد (قاسمی، ۱۴۰۲).

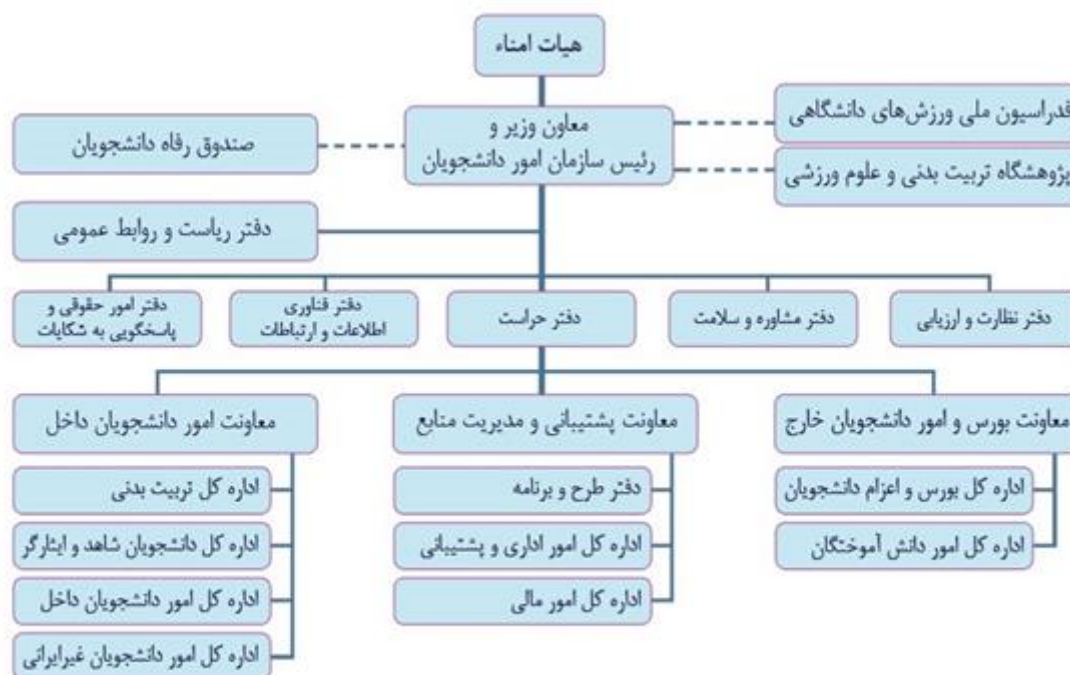
اهمیت و جایگاه منحصر به فرد نیروی انسانی در موقعیت رقابتی سازمان ها، هر سازمانی را بر آن می دارد تا در مقوله مزیت رقابتی به نیروی انسانی به عنوان با ارزش ترین منبع نگاه کند. سازوکار دانایی، مهارت، تجربه و انگیزه افراد سازمانی در کنار مسئولیت پذیری و مشارکت جویی آنها می تواند مزیت رقابتی پایدار برای سازمان ایجاد کند، مشروط به اینکه محیط مناسب و سازوکار موفقیت در سازمان وجود داشته باشد (عظیمی و بیات، ۱۴۰۲). بنابراین مدیران باید از نقش اهمیت نیروی انسانی در خلق وضعیت رقابتی پایدار غافل نباشند و با استفاده از مدیریت نوین، قابلیت های مزیت رقابتی نیروی انسانی را بشناسد و به صورت نظام یافته و در یک محیط انگیزشی مناسب، برای خلق موقعیت رقابتی به کار گیرد (سوری و زمانی مقدم، ۱۴۰۲). شرایط بد سازمانی و شغلی در سازمان های دولتی، سبب کاهش انگیزه و تغییر نگرش شغلی و در نهایت باعث ترک خدمت، یا کم کاری کارکنان در سازمان می شود و بی شک باعث هدر دادن هزینه های مرتبط با گزینش، استخدام و آموزش و تهدیدی برای کیفیت کالا و خدمات می شود. هزینه مالی ترک خدمت حداقل حدود ۱۵۰ تا ۲۰۰ درصد حقوق سالانه کارکنان برآورد شده است (پاپادیمتریو و همکاران، ۲۰۲۳). همچنین، هزینه های غیرمستقیم ترک خدمت شامل کاهش وجدان کاری و اخلاق، تضعیف فرهنگ سازمانی، فشار بر کارکنان باقیمانده، هزینه یادگیری و از دست رفتن سرمایه اجتماعی یا حافظ سازمانی است و باعث انتقال قابلیت ها به شرکت های رقیب و از دست دادن مزیت رقابتی سازمان می شود. اصل اساسی مدیریت منابع انسانی این است که کارکنان برای سازمان دارایی هستند و نه

هزینه لذا منابع انسانی سازمان، با توجه به الزامات مربوط به تعاریف جدید جایگاه تازه‌ای در برنامه‌های مربوط به بهبود اقدامات و عملکردهای منابع انسانی در سازمان دست‌یافت. اکنون مسئولیت بخش منابع انسانی در چارت سازمانی بسیار گسترده‌تر و استراتژیک‌تر از زمان ظهور اولیه آن در سازمان‌ها است. در اوایل دغدغه‌های اصلی بخش منابع انسانی معطوف به استخدام، اخراج، اداره برنامه مربوط به پرداخت حقوق و دستمزد و دستیابی به سود بود ولی هم‌اکنون با توجه به ظهور فناوری در امور مربوط به بررسی و گزینش کارمندان، آزمون‌ها و مصاحبه‌ها، ارزیابی عملکرد و جبران خدمات و پاداش دادن به کارمندان توجه ویژه‌ای را به امر انتخاب کارمند، آموزش و ارتقاء کارمندان معطوف کرده است (کریمی و روستا، ۱۴۰۱). دید معمول سازمان‌ها به فعالیت‌های مربوط به جذب، نگهداری، آموزش و ارتقاء و درنهایت خاتمه دادن به خدمت کارکنان نشانگر همین مطلب است. مدیریت منابع انسانی را شناسایی، انتخاب، استخدام، تربیت و پرورش نیروی انسانی به‌منظور نیل به اهداف سازمانی تعریف کرده‌اند (رضایی و همکاران، ۱۳۹۵). مدیریت منابع انسانی یک رویکرد متمایز به مدیریت استخدام است که به دنبال دستیابی به مزیت رقابتی از طریق آرایش راهبری نیروی کار توانمند با تعهد بالا و نیز استفاده از چیدمان یا یکپارچه‌ای از روش‌های فرهنگی، ساختاری و نیز روش‌های مدیریت کارکنان می‌باشد (خیریت، ۱۳۹۷). بنابراین این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سوال است که آیا نوآوری سازمانی نقش میانجیگری در رابطه روش‌های مدیریت منابع انسانی و رضایت مشتری دارد؟

۲. مبانی نظری و ادبیات پژوهش

هیچ سازمانی بدون اندازه‌گیری شاخص رضایت مشتری از شرایط خود اطلاع پیدا نمی‌کند. در حال حاضر کسب و کارهای زیادی با آنالیز دقیق و حرفه‌ای رضایت مشتری مسیر آینده خود را مشخص می‌کنند. زمانی که شما اطلاعی از رضایت‌مندی مشتریان در دست نیست، نمی‌توان استراتژی درستی برای ادامه‌ی کار داشت. رضایت مشتری در سال‌های اخیر اهمیت زیادی یافته و به یک موضوع مهم برای مدیران بازاریابی به ویژه مدیران فعال در صنایع خدماتی تبدیل شده است. اهمیت رضایت مشتری برای سازمان‌ها تا جایی است که مشتری راضی یک دارایی مثبت برای سازمان محسوب می‌شود. چون از طریق استفاده مجدد از خدمت، خرید مجدد محصول یا تبلیغ دهان به دهان به افزایش سود سازمان منجر می‌شود. برای بقا در بازارهای رقابتی، سازمان‌ها باید کالاها و خدماتی را تولید کنند که به رضایت مشتریان منجر می‌شود. بررسی شیوه‌های مدیریت منابع انسانی (HRM)، رضایت مشتری و نوآوری در خدمات برای سازمان امور دانشجویان اهمیت بسیار زیادی دارد. این سازمان بر اساس تاکید قانون برنامه پنجم توسعه و مصوبه یکصد و چهلین جلسه شورای عالی اداری در مورخ ۱۳۸۹/۶/۳۰ به پیشنهاد وزارت علوم تحقیقات و فناوری و معاونت توسعه و مدیریت و سرمایه انسانی رئیس جمهور به منظور ایجاد انسجام تشکیلاتی و مدیریت واحد در انجام امور دانشجویان دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها، موسسات و مراکز آموزش عالی وابسته به وزارت علوم تحقیقات و فناوری، کاهش هزینه‌های نیروی انسانی، پست سازمانی و فضاهای اداری و به استناد بند ۲ وظایف و اختیارات شورا و موضوع ماده ۱۱۵ قانون مدیریت خدمات کشوری سازمان امور دانشجویان از ادغام معاونت دانشجویی وزارت علوم تحقیقات و فناوری، صندوق رفاه دانشجویان و پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی تشکیل شد. فدراسیون ملی ورزش‌های دانشگاهی نیز با حفظ هویت حقوقی خود با هدایت سازمان فعالیت می‌کند. این سازمان در سال ۱۳۹۰ فعالیت‌های خود را آغاز کرده است. ارزیابی و رتبه‌بندی مراکز مشاوره دانشگاه‌ها، ارزیابی و رتبه‌بندی مراکز بهداشت و درمان دانشگاه‌ها، پاسخ به درخواست‌های تجدید نظر آراء شوراهای انضباطی، رسیدگی به شکایات و اعتراضات، برگزاری مسابقات ورزشی (المپیادها، مسابقات دانشگاهی،

منطقه ای، قهرمانی)، پذیرش دانشجویان قهرمان ورزشی، بورس تحصیلی و فرصت های تحقیقاتی کوتاه مدت دانشجویان دوره دکتری داخل، صدور گواهی اشتغال به تحصیل برای نظام وظیفه، صدور معافیت تحصیلی برای ادامه تحصیل در خارج از کشور، تایید مدارک دانش آموختگان داخل (جهت ترجمه)، نظارت و ارزیابی بر عملکرد معاونت های دانشجویی دانشگاه ها، لغو تعهد ناشی از استفاده از خدمات آموزش رایگان، انتقالی و میهمانی دانشجویان داخل کشور، کمیسیون بررسی موارد خاص دانشجویان داخل، انتقال دانشجویان خارج به داخل، انتقالی و میهمانی دانشجویان شاهد و ایثارگر، ارزیابی مدارک تحصیلی دانش آموختگان دانشگاه های خارج از کشور و صدور ارزشنامه تحصیلی، انتخاب و معرفی دانشجوی نمونه، برگزاری آزمون زبان MSRT و ارائه خدمات رفاهی به دانشجویان از اهم فعالیت های این سازمان است. شکل ۱ نمودار سازمانی سازمان امور دانشجویان را نشان می دهد.



شکل ۱. نمودار سازمانی سازمان امور دانشجویان

بنابراین هر سه عامل به طور مستقیم بر عملکرد و موفقیت این سازمان تأثیر می گذارند. در ادامه، به برخی از اهمیت ها و ضرورت های هر یک از این عناصر در سازمان امور دانشجویان اشاره می شود:

مدیریت منابع انسانی (HRM):

توسعه استعدادها: با توجه به محیط پویای آموزشی و فرهنگی، توسعه و تقویت مهارت های کارکنان در سازمان امور دانشجویان بسیار حیاتی است. HRM می تواند با برنامه های توسعه فردی و سازمانی، استعدادها را شناسایی و توسعه دهد. حفظ نیروی انسانی با کیفیت: حفظ کارکنان ماهر و با تجربه، از اهمیت ویژه ای برخوردار است، زیرا این افراد با دانش و تجربه ی خود به بهبود کیفیت خدمات و رضایت مشتریان کمک می کنند. تشویق به همکاری و تیم ورک: تشویق به همکاری و ایجاد فضای کاری محیطی که تیم ها بتوانند با همکاری به نوآوری و بهبود مستمر خدمات دست پیدا کنند، از طریق HRM امکان پذیر است.

رضایت مشتری:

تأثیر بر ارزش دانشجویان: رضایت دانشجویان از خدمات ارائه شده توسط سازمان امور دانشجویان، بر ارزش و شهرت این سازمان تأثیرگذار است. ارتقاء رضایت دانشجویان می‌تواند به افزایش جذابیت و موفقیت این سازمان کمک کند. ایجاد وفاداری: رضایت مشتریان، به ویژه دانشجویان، به عنوان عامل اصلی در ایجاد وفاداری به سازمان محسوب می‌شود. دانشجویانی که از خدمات راضی هستند، احتمالاً به عنوان سفیران سازمانی عمل کنند و دیگران را به انتخاب این سازمان تشویق کنند.

بهبود روابط و ارتباطات: بهبود رضایت مشتریان می‌تواند منجر به ارتقای روابط و ارتباطات بین سازمان امور دانشجویان و دانشجویان، همچنین سایر ذینفعان، شود.

نوآوری در خدمات:

تطبیق با نیازهای جدید: برطرف کردن نیازهای جدید و تغییرات درخواستی دانشجویان نیازمند نوآوری و ابتکار در ارائه خدمات است. توانایی سازمان در پذیرش تغییرات و ارائه راه‌حل‌های نوآورانه برای این نیازها، برای رضایت دانشجویان بسیار اساسی است.

افزایش کیفیت و کارایی: نوآوری در خدمات می‌تواند بهبود کیفیت و کارایی فرآیندهای سازمانی را به همراه داشته باشد. استفاده از فناوری، تغییر رویکردها و ایجاد روش‌های جدید، می‌تواند باعث بهبود مستمر خدمات به دانشجویان شود. به طور کلی، بررسی و بهبود شیوه‌های مدیریت منابع انسانی، رضایت مشتری و نوآوری در خدمات به عنوان سه عامل اساسی، می‌تواند به بهبود عملکرد و موفقیت سازمان امور دانشجویان کمک کند و رقابت‌پذیری و پایداری آن را تضمین کند.

عظیمی و بیات (۱۴۰۲) در پژوهشی با هدف بررسی میزان تأثیر فعالیت‌های مدیریت دانش و مدیریت منابع انسانی بر نوآوری با استفاده از روش تحقیق توصیفی پیمایشی به اجرا درآمده است. جامعه آماری، کارکنان شرکت‌های مستقر در مراکز رشد و فناوری بوده و با استفاده از فرمول کوکران ۱۲۰ نفر از نمونه‌های آماری به پرسشنامه‌ها پاسخ دادند. پایایی پرسشنامه با پایایی ترکیبی بیش از ۶/۰ و ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۸۹۲/۰ مورد تأیید قرار گرفت. روایی آن نیز با روایی محتوا و روایی همگرا با معیار میانگین واریانس مربوط به سازه‌ها که بیش از ۴/۰ بود، مورد تأیید قرار گرفت. در نهایت مدل مفهومی پژوهش با استفاده از مدل معادلات ساختاری در نرم‌افزار PLS برازش شد و نتایج نشان داد عوامل متعدد در زیرمجموعه مدیریت دانش اعم از اقدامات سرپرستی، جبران خدمت دانش‌محور، مکانیسم یادگیری و اقدامات فناوری اطلاعات بر نوآوری تأثیر دارد. ضمن این‌که معنی‌دار بودن تأثیر عواملی از قبیل حفاظت دانش، مدیریت استراتژیک دانش و شایستگی، استخدام دانش‌محور، آموزش و توسعه دانش‌محور، ارزیابی عملکرد دانش‌محور و سازماندهی کار بر نوآوری مورد تأیید قرار نگرفت.

قاسمی (۱۴۰۲) در پژوهشی به بررسی چگونگی تأثیر شیوه‌های مدیریت منابع انسانی پایدار بر رابطه‌ی بین رضایت مشتری با نوآوری در هتل‌های سوئدی پرداخته است. هتل‌های مورد مطالعه به چهار گروه بر اساس مشارکت آنها در دو شیوه مدیریت منابع انسانی پایدار، تقسیم شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد که ارتباط بین نوآوری و رضایت مشتری بستگی به شیوه‌های مدیریت منابع انسانی پایدار در سازمان دارد. اگرچه نوآوری و شیوه‌های مدیریت منابع انسانی پایدار بر رضایت مشتری تأثیر مثبت می‌گذارد، اثر متقابل آنها نشان می‌دهد که یکی می‌تواند جایگزین دیگری برای دستیابی به رضایت

مشتری بهتری شود. این مطالعه نشان می دهد که شیوه های مدیریت منابع انسانی پایدار، توانایی هتل در ایجاد نوآوری و رضایت مشتریان را افزایش می دهد. رابطه بین شیوه های پایدار مدیریت منابع انسانی و نوآوری مورد بحث قرار گرفته است.

کریمی و روستا (۱۴۰۱)، تاثیر مدیریت راهبردی منابع انسانی و بازاریابی داخلی بر سیاست توسعه منابع انسانی با نقش میانجی رضایت شغلی و اعتماد سازمانی در شرکتهای دانش بنیان را مورد مطالعه قرار دادند. روش تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر شیوه جمع آوری داده ها، توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش، تمامی کارکنان شرکت های دانش بنیان مستقر در پارک فناوری پردیس تهران در سال ۱۴۰۱ است. همچنین ۳۸۴ نفر با روش فرمول کوکران به عنوان نمونه تعیین شده و ۴۱۵ پرسش نامه با استفاده از روش نمونه گیری د ر دسترس توزیع و ۳۸۷ پرسشنامه جمع آوری شده است. پایایی پرسش نامه با ارزیابی ضریب آلفای کرونباخ سنجیده شده که به میزان ۰/۷۷۵ بوده است. نتایج حاصل از بررسی فرضیه های پژوهش حاکی از آن است که بازاریابی داخلی و مدیریت راهبردی منابع انسانی بر رضایت شغلی کارکنان اثرگذار است و نقش عدالت سازمانی و عدالت رویه ای بر اعتماد سازمانی کارکنان تأیید شد. همچنین اعتماد سازمانی بر رضایت شغلی کارکنان و رضایت شغلی و اعتماد سازمانی بر توسعه منابع انسانی تأثیر مثبت دارند.

هدف از پژوهش سوری و زمانی مقدم (۱۴۰۰) بررسی و تبیین مدل مدیریت منابع انسانی در سازمان های دولتی ارباب رجوع محور (مورد مطالعه سازمان ثبت احوال کشور) بود زیرا مسئله عدم هماهنگی بین مدیریت منابع انسانی و سایر زیر نظام های مدیریت های سازمان ثبت احوال می باشد. روش تحقیق با توجه به فرایند انجام تحقیق که شناسایی شاخص ها و رتبه بندی و اعتبارسنجی مدل، توصیفی-پیمایشی و طرح تحقیق آمیخته می باشد. جامعه آماری در بخش کیفی شامل خبرگان دانشگاهی و اعضای هیات علمی و صاحب نظران حوزه مدیریت منابع انسانی به عنوان خبرگان آشنا میباشند که از طریق روش نمونه گیری هدفمند ده نفر انتخاب شده است و در بخش کمی تمام مدیران سازمان نفر می باشند به روش تمام شماری انتخاب ۲۶۰ های ثبت احوال تهران به تعداد گردیدند. ابزار جمع آوری اطلاعات مصاحبه و پرسشنامه محقق ساخته بوده است که نتایج تحلیل مصاحبه ها با روش دلفی نشان داد که ابعاد مدل مدیریت منابع انسانی در سازمان های ارباب رجوع محور عبارتند از: مدیریت عملکرد (رضایت ارباب رجوع، عملکرد کار گروهی، مسئولیت پذیری، مهارت های فردی، کارایی و اثربخشی)؛ مدیریت استعداد (کشف و شناسایی استعداد افراد، ارزیابی و بکارگیری استعداد افراد، ایجاد بستر رشد و توسعه استعدادها؛ جذب، نگهداری و ارتقاء (نتایج عملکرد، شایستگی ها، ایجاد برنامه های انگیزشی)؛ جانشین پروری (تدوین برنامه مدیریت جانشین پروری، تعیین شایستگی های مورد نیاز، سنجش وضعیت شایستگی های افراد)، حقوق و دستمزد (عملکرد فردی، تجربه و سابقه کاری، سیستم پاداش و تنبیه و آموزش و توسعه فردی (نیازسنجی آموزشی، آموزش های تخصصی، آموزش ضمن خدمت، آموزش های عمومی).

پاپادمتریو و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهشی به بررسی تأثیر شیوه های مدیریت منابع انسانی پایدار بر رضایت مشتری، کیفیت خدمات و عملکرد سازمانی در کسب و کارهای هتل های درون شهری پرداختند. اطلاعات با مطالعه هتل های درون شهری قبرس جمع آوری شد. یک روش کمی برای جمع آوری داده ها از مدیران HRM، کارکنان و مشتریان در هر هتل درون شهری مورد مطالعه استفاده شد. پرسشنامه ها به طور خاص توسط محققین به کار گرفته شد. بر اساس یافته های این مطالعه، تکنیک های مدیریت منابع انسانی تأثیر بسزایی بر رضایت مشتری دارد. مهمترین رابطه بین رضایت مشتری و

عملکرد سازمانی کشف شد که نتیجه مهمی است. این یافته اهمیت فوق العاده ای دارد زیرا این اولین بار است که در یک مطالعه مربوط به کسب و کار هتل های درون شهر نشان داده شده است. رضایت مشتری هم تحت تأثیر شیوه های مدیریت منابع انسانی و هم از کیفیت خدمات است. در نهایت، این تحقیق از ارتباط نزدیک بین شیوه های HRM و عملکرد هتل پشتیبانی می کند. هر دو روش مدیریت منابع انسانی و شیوه های کیفیت خدمات تأثیر خود را بر شادی مشتری نشان داده اند. در نهایت، این تحقیق شواهدی برای رابطه نزدیک بین عملکرد هتل و شیوه های HRM ارائه می کند.

سahیادی و همکاران (۲۰۲۲) اثرات مثبت سبک های رهبری پایدار و شیوه های مدیریت منابع انسانی بر رضایت شغلی و عملکرد مشاور در شرکت های اندونزی را بررسی نمودند و نتایج نشان داد اولاً، سبک های رهبری پایدار مدیران اجرایی (مدیرعامل) و شیوه های مدیریت منابع انسانی به طور مثبت بر رضایت شغلی مشاور تأثیر می گذارند. دوم، رضایت شغلی مشاور بر عملکرد مشاور تأثیر مثبت دارد. بنابراین، سبک های رهبری پایدار و شیوه های مدیریت منابع انسانی پایدار متغیرهای مستقل هستند. رضایت شغلی واسطه است.

مطالب بیان شده پژوهش حاضر در صدد پاسخگویی به این سوال است که آیا نوآوری سازمانی نقش میانجیگری در رابطه روش های مدیریت منابع انسانی و رضایت مشتری دارد؟

بنابراین در تبیین نوآوری تحقیق فعلی می توان اذعان نمود پژوهش های متفاوتی نزدیک به موضوع پژوهش حاضر در حوزه روش های مدیریت منابع انسانی صورت گرفته است که شکاف هایی در این مطالعات وجود دارد از جمله: کمبود پژوهش های تجربی در محیط های خاص، عدم توجه کافی به نقش میانجی نوآوری سازمانی، نیاز به تحقیقات بیشتر در زمینه های فرهنگی و اجتماعی مختلف، در حالی که در این پژوهش به واکاوی نوآوری در روش های مدیریت منابع انسانی پرداخته شده است.

۳. روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ روش پژوهش کمی توصیفی از نوع پیمایشی به شمار می رود. توصیفی به جهت اینکه تصویری از وضع موجود را نشان می دهد و با توجه به موضوع، گردآوری اطلاعات بصورت کتابخانه ای و میدانی انجام شد. تمامی مباحث مرتبط به ادبیات تحقیق با استفاده از مطالعات کتابخانه ای شامل بررسی و مرور منابع مکتوب صورت گرفت. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارکنان سازمان دانشجویان وزارت علوم، تحقیقات و فناوری بود که این تعداد ۱۵۳ نفر بودند. در این پژوهش حجم نمونه آماری از طریق فرمول کوکران به تعداد ۱۱۰ نفر محاسبه و از روش نمونه گیری تصادفی ساده برای انتخاب کارکنان استفاده شد. براب تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و نرم افزار SPSS و آمار استنباطی استفاده شد. و برای آنالیز داده ها و مدل سازی مسیر از نرم افزار Smart PLS استفاده شد. در پژوهش حاضر به منظور جمع آوری داده ها و اطلاعات از ابزار پرسشنامه استفاده شد. پرسشنامه مورد استفاده از پنج بخش بود و مقیاس آن لیکرت بود. تعیین روایی پرسشنامه طراحی شده با روایی محتوا (از طریق نظرخواهی از اساتید) و روایی سازه (با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی) انجام شد. برای بررسی پایایی مدل از سه شاخص آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شد. در نتیجه بررسی مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای تمامی متغیرهای پژوهش بیشتر از ۰/۷ به دست آمد و مقدار میانگین واریانس استخراج شده برای متغیرهای پژوهش بیشتر از ۰/۵ به دست آمد که نشان دهنده پایایی و روایی همگرایی قابل قبول متغیرهای پژوهش است (جدول شماره ۱) روایی واگرایی متغیرها نیز بررسی شد که یافته های آن در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۱. یافته های برازش مدل های اندازه گیری

پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراج شده	آلفای کرونباخ	
۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	سیستم پاداش
۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	ارتباط موثر با کارکنان
۰/۹۴۱	۰/۶۹۷	۰/۹۲۸	رضایت مشتری
۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	استخدام با دقت
۰/۸۹۲	۰/۵۰۰	۰/۸۵۳	نوآوری
۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	توسعه مدیریت
۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	روشهای مدیریت منابع انسانی
۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	فرصت های شغلی برابر
۰/۹۵۳	۰/۹۱۱	۰/۹۰۲	آموزش و توسعه نیرو
۰/۸۶۱	۰/۷۵۶	۰/۷۶۲	برنامه های کاری منعطف

جدول ۲. یافته های روایی واگرا فورنل و لارکر

سیستم پاداش	ارتباط موثر با کارکنان	رضایت مشتری	استخدام با دقت	نوآوری	توسعه مدیریت	روشهای مدیریت منابع انسانی	فرصت های شغلی برابر	آموزش و توسعه نیرو	برنامه های کاری منعطف
سیستم پاداش	۱/۰۰۰								
ارتباط موثر با کارکنان	۰/۰۸۲	۱/۰۰۰							
رضایت مشتری	۰/۳۴۸	۰/۳۷۳	۰/۸۳۵						
استخدام با دقت	۰/۲۹۹	۰/۲۸۷	۰/۵۳۹	۱/۰۰۰					
نوآوری	۰/۳۱۲	۰/۷۷۰	۰/۵۶۴	۰/۵۷۷	۰/۷۰۷				
توسعه مدیریت	۰/۱۷۴	۰/۶۳۱	۰/۳۰۸	۰/۲۴۹	۰/۷۴۹	۱/۰۰۰			
روشهای	۰/۵۳۲	۰/۵۶۰	۰/۶۸۸	۰/۶۵۹	۰/۸۴۷	۰/۵۸۸	۱/۰۰۰		

مدیریت منابع انسانی	سیستم پاداش	ارتباط موثر با کارکنان	رضایت مشتری	استخدام با دقت	نوآوری	توسعه مدیریت	روشهای مدیریت منابع انسانی	فرصت های شغلی برابر	آموزش و توسعه نیرو	برنامه های کاری منعطف
مدیریت منابع انسانی										
فرصت های شغلی برابر	۰/۱۷۳	۰/۶۳۱	۰/۳۱۹	۰/۳۸۱	۰/۷۵۵	۰/۵۵۸	۰/۷۸۰	۱/۰۰۰		
آموزش و توسعه نیرو	۰/۸۰۹	۰/۰۶۷	۰/۴۱۵	۰/۳۱۴	۰/۳۵۸	۰/۰۵۶	۰/۵۵۱	۰/۲۶۰	۰/۹۵۴	
برنامه های کاری منعطف	۰/۲۷۰	۰/۵۱۸	۰/۳۲۸	۰/۴۱۰	۰/۷۷۹	۰/۷۸۵	۰/۷۲۷	۰/۷۲۵	۰/۱۴۹	۰/۸۶۹

۴. یافته‌های پژوهش

۴.۱. یافته‌های توصیفی

ویژگی‌های جمعیت شناختی مشارکت کنندگان (سن، جنسیت، سطح تحصیلات) بررسی شد. یافته‌ها برای سن نشان داد از بین ۱۱۰ نفر مشارکت کننده، ۵۱ نفر بین ۳۰ تا ۴۰ سال، ۴۰ نفر بین ۴۰ تا ۵۰ سال و ۱۹ نفر بین ۵۰ تا ۶۰ سال سن داشتند. از منظر جنسیت ۵۳ نفر از مشارکت کنندگان مرد و ۵۷ نفر از مشارکت کنندگان زن بودند. یافته‌های مربوط به مدرک تحصیلی نشان داد ۷۸ نفر مدرک کارشناسی و ۳۲ نفر مدرک کارشناسی ارشد بود.

۴.۲. یافته‌های استنباطی

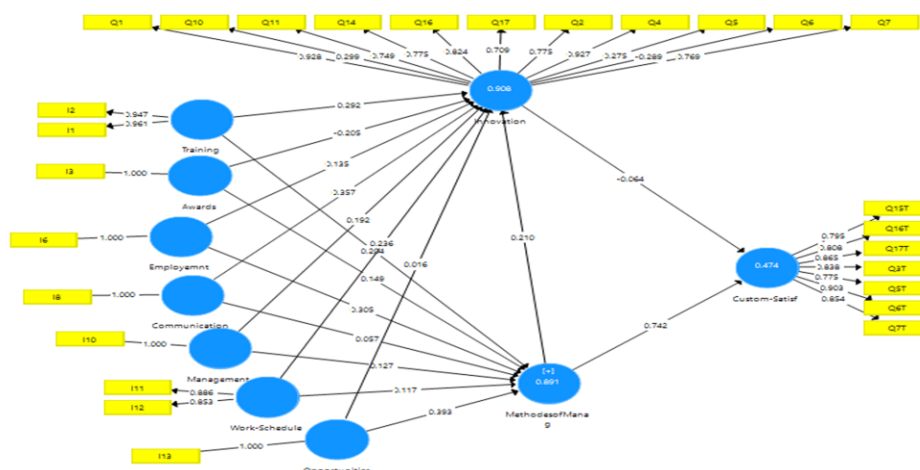
داده‌ها با مدل سازی معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی تحلیل شد. برای برازش مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری، برازش مدل کل، اثر غیرمستقیم و اثر کل از نرم افزار Smart Pls استفاده شد.

برازش مدل‌های اندازه‌گیری:

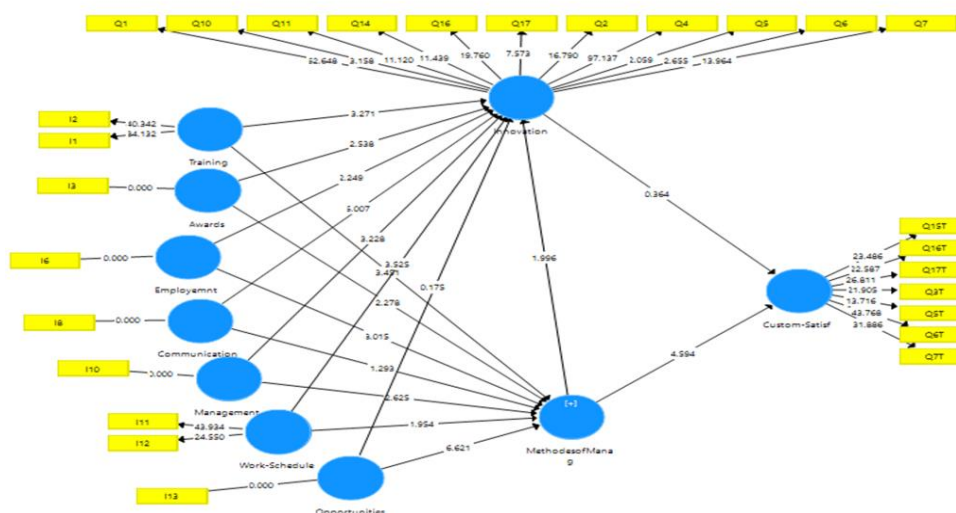
برای بررسی پایایی سنج‌های مورد مطالعه از تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. باتوجه به یافته‌ها مقدار بارهای عاملی برای تمامی سوالات بیشتر از ۰/۷ به دست آمد و مقدار شاخص تورم واریانس برای تمامی سوالات کمتر از ۵ به دست آمد بنابراین هیچ کدام از سوالات از مدل مفهومی حذف نشدند.

ارزیابی مدل ساختاری:

برای بررسی نوع و شدت ارتباط بین متغیرهای پژوهش از ضریب استاندارد شکل ۲ و جهت بررسی اثر مستقیم و غیرمستقیم و اثر کل و آزمون فرضیه‌ها از ضریب معناداری شکل ۳ استفاده شد.



شکل ۲. خروجی ضریب استاندارد برای مدل پژوهش



شکل ۳. خروجی ضریب معناداری برای مدل پژوهش

فرضیه اول: خدمات مدیریت منابع انسانی در سازمان دانشجویان وزارت علوم بر تامین رضایت مراجعین موثر است.

ضریب مسیر خدمات مدیریت منابع انسانی در سازمان دانشجویان وزارت علوم بر تامین رضایت مراجعین ۰/۷۴۲ می باشد. مقدار آمار t برابر با ۴/۵۹۴ است که این مقدار بزرگتر از ۲/۵۸ می باشد. بنابراین ضریب مسیر فوق در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار می باشند. بنابراین فرضیه اول پژوهش تایید می شود.

فرضیه دوم: نوآوری در سازمان دانشجویان وزارت علوم بر تامین رضایت مراجعین موثر است.

ضریب مسیر نوآوری بر رضایت مشتری ۰/۰۶۴- است. مقدار آمار t برابر با ۰/۳۶۴ می باشد که کوچکتر از ۱/۹۶ است. بنابراین، این ضریب مسیر معنادار نیست و فرضیه دوم پژوهش تایید نمی شود.

فرضیه سوم: هریک از ابعاد مدیریت منابع انسانی در سازمان دانشجویان وزارت علوم بر مدیریت منابع انسانی موثر است.

ضریب مسیر بین سیستم پاداش و روش‌های مدیریت منابع انسانی برابر با ۰/۱۴۹ می‌باشد. مقدار آمار t برابر با ۲/۲۷۸ است که این مقدار بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می‌شود.

ضریب مسیر ارتباط موثر با کارکنان و روش‌های مدیریت منابع انسانی برابر با ۰/۰۵۷ می‌باشد. مقدار آمار t برابر با ۱/۲۹۳ است که این مقدار کمتر از ۱/۹۶ می‌باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار نیست. بنابراین فرضیه پژوهش رد می‌شود.

ضریب مسیر استخدام با دقت و روش‌های مدیریت منابع انسانی برابر با ۰/۳۰۵ می‌باشد. مقدار آمار t برابر با ۸/۰۱۵ است که این مقدار بزرگتر از ۲/۵۸ می‌باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می‌شود.

ضریب مسیر توسعه مدیریت و روش‌های مدیریت منابع انسانی برابر با ۰/۱۲۷ می‌باشد. مقدار آمار t برابر با ۲/۶۲۵ است که این مقدار بزرگتر از ۲/۵۸ می‌باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می‌شود.

ضریب مسیر بین فرصت‌های شغلی برابر و روش‌های مدیریت منابع انسانی برابر با ۰/۳۹۳ می‌باشد. مقدار آمار t برابر با ۶/۶۲۱ است که این مقدار بزرگتر از ۲/۵۸ می‌باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می‌شود.

ضریب مسیر آموزش و توسعه نیرو و روش‌های مدیریت منابع انسانی برابر با ۰/۲۰۴ می‌باشد. مقدار آمار t برابر با ۳/۴۵۱ است که این مقدار بزرگتر از ۲/۵۸ می‌باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می‌شود.

ضریب مسیر بین برنامه‌های کاری منعطف و روش‌های مدیریت منابع انسانی برابر با ۰/۱۱۷ می‌باشد. مقدار آمار t برابر با ۱/۹۵۴ است که این مقدار کمتر از ۱/۹۶ می‌باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار نیست. بنابراین فرضیه پژوهش رد می‌شود.

فرضیه چهارم: ابعاد خدمات مدیریت منابع انسانی در سازمان دانشجویان وزارت علوم بر نوآوری موثر است.

ضریب مسیر بین سیستم پاداش و نوآوری برابر با ۰/۲۰۵ می‌باشد. مقدار آمار t برابر با ۲/۵۳۸ است که این مقدار بزرگتر از ۱/۲ می‌باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می‌شود.

ضریب مسیر ارتباط موثر با کارکنان و نوآوری برابر با ۰,۳۵۷ می باشد. مقدار آمار t برابر با ۶/۰۰۷ است که این مقدار بزرگتر از ۱/۲ می باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می شود.

ضریب مسیر استخدام با دقت و نوآوری برابر با ۰,۱۳۵ می باشد. مقدار آمار t برابر با ۲/۲۴۹ است که این مقدار بزرگتر از ۱/۲ می باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می شود.

ضریب مسیر توسعه مدیریت و نوآوری برابر با ۰,۱۹۲ می باشد. مقدار آمار t برابر با ۳/۲۲۸ است که این مقدار بزرگتر از ۱/۲ می باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می شود.

ضریب مسیر بین روش های مدیریت منابع انسانی و نوآوری برابر با ۰,۲۱۰ می باشد. مقدار آمار t برابر با ۱/۹۹۶ است که این مقدار کمتر از ۱/۲ می باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار نیست. بنابراین فرضیه پژوهش رد می شود.

ضریب مسیر بین فرصت های شغلی برابر و نوآوری برابر با ۰,۰۱۶ می باشد. مقدار آمار t برابر با ۰/۱۷۵ است که این مقدار کمتر از ۱/۲ می باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار نیست. بنابراین فرضیه پژوهش رد می شود.

ضریب مسیر آموزش و توسعه نیرو و نوآوری برابر با ۰,۲۹۲ می باشد. مقدار آمار t برابر با ۳/۲۷۱ است که این مقدار بزرگتر از ۱/۲ می باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می شود.

ضریب مسیر بین برنامه های کاری منعطف و نوآوری برابر با ۰,۲۳۶ می باشد. مقدار آمار t برابر با ۳/۵۲۵ است که این مقدار بزرگتر از ۱/۲ می باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می شود.

فرضیه پنجم: ابعاد خدمات مدیریت منابع انسانی در سازمان دانشجویان وزارت علوم بر مبنای نقش میانجی نوآوری سازمانی بر تامین رضایت مراجعین موثر است.

ضریب مسیر خدمات مدیریت منابع انسانی در سازمان دانشجویان وزارت علوم بر مبنای نقش میانجی نوآوری سازمانی بر تامین رضایت مراجعین ۰/۰۱۴- می باشد. مقدار آمار t برابر با ۰/۷۶۳ است که این مقدار کوچکتر از ۱/۹۶ می باشد. ضریب مسیر فوق معنادار نمی باشد. بنابراین این فرضیه رد می شود.

ضریب مسیر بین سیستم پاداش و رضایت مشتری با نقش میانجی نوآوری برابر با ۰,۰۱۳ می باشد. مقدار آمار t برابر با ۰/۳۹۶ است که این مقدار کوچکتر از ۱/۹۶ می باشد. بنابراین، ضریب مسیر فوق معنادار نمی باشد. بنابراین این فرضیه رد می شود.

ضریب مسیر بین ارتباط موثر با کارکنان و رضایت مشتری با نقش میانجی نوآوری برابر با -0.23 می باشد. مقدار آمار t برابر با 0.396 است که این مقدار کوچکتر از $1/96$ می باشد. بنابراین، ضریب مسیر فوق معنادار نمی باشد. بنابراین این فرضیه رد می شود.

ضریب مسیر بین استخدام با دقت و رضایت مشتری با نقش میانجی نوآوری برابر با -0.09 می باشد. مقدار آمار t برابر با 0.399 است که این مقدار کوچکتر از $1/96$ می باشد. بنابراین، ضریب مسیر فوق معنادار نمی باشد. بنابراین این فرضیه رد می شود.

ضریب مسیر بین توسعه مدیریت و رضایت مشتری با نقش میانجی نوآوری برابر با -0.12 می باشد. مقدار آمار t برابر با 0.395 است که این مقدار کوچکتر از $1/96$ می باشد. بنابراین، ضریب مسیر فوق معنادار نمی باشد. بنابراین این فرضیه رد می شود.

ضریب مسیر بین فرصت های شغلی برابر و رضایت مشتری با نقش میانجی نوآوری برابر با -0.01 می باشد. مقدار آمار t برابر با 0.40 است که این مقدار کوچکتر از $1/96$ می باشد. بنابراین، ضریب مسیر فوق معنادار نمی باشد. بنابراین این فرضیه رد می شود.

ضریب مسیر بین آموزش و توسعه نیرو و رضایت مشتری با نقش میانجی نوآوری برابر با -0.19 می باشد. مقدار آمار t برابر با 0.407 است که این مقدار کوچکتر از $1/96$ می باشد. بنابراین، ضریب مسیر فوق معنادار نمی باشد. بنابراین این فرضیه رد می شود.

ضریب مسیر بین برنامه های کاری منعطف و رضایت مشتری با نقش میانجی نوآوری برابر با -0.15 می باشد. مقدار آمار t برابر با 0.347 است که این مقدار کوچکتر از $1/96$ می باشد. بنابراین، ضریب مسیر فوق معنادار نمی باشد. بنابراین این فرضیه رد می شود.

برازش مدل پژوهش

پس از بررسی برازش بخش اندازه گیری و بخش ساختاری مدل کلی تحقیق با معیار GOF برای برازش بخش کلی مدل ارزیابی شد. معیار GOF از فرمول رابطه ۱ محاسبه شد.

$$GOF = \sqrt{\text{communalities} \times R^2} \quad \text{رابطه (۱)}$$

که در آن communalities نشانگر میانگین مقادیر اشتراکی هر سازه است. و R^2 مقدار میانگین R Squares سازه های درون زای مدل است که در داخل دایره ها در شکل خروجی نرم افزار Smart Pls نشان داده شد. سه مقدار 0.01 ، 0.25 و 0.36 به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است. در تحقیق حاضر مقدار GOF معادل 0.44 است که از 0.36 بیشتر است که نشانگر برازش قوی مدل کلی تحقیق است.

۵. بحث و نتیجه گیری

هدف تحقیق حاضر بررسی تاثیر روشه ای مدیریت منابع انسانی بر رضایت مراجعین با نقش میانجی نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: سازمان دانشجویان وزارت علوم) بود. پس از بررسی و مطالعه مباحث و دیدگاه های گوناگون انجام شده درباره موضوع مورد بحث فرضیات و سوالاتی مطرح شد. با توجه به یافته های تحقیق مشاهده گردید ضریب مسیر خدمات مدیریت منابع انسانی در سازمان دانشجویان وزارت علوم بر تامین رضایت مراجعین ۰/۷۴۲ می باشد. مقدار آمار t برابر با ۴/۵۹۴ است که این مقدار بزرگتر از ۲/۵۸ می باشد. بنابراین ضریب مسیر فوق در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار می باشند. بنابراین فرضیه اول پژوهش تایید می شود.

نتیجه این فرضیه تحقیق نشان داد که خدمات مدیریت منابع انسانی در سازمان دانشجویان وزارت علوم بر تامین رضایت مراجعین موثر است. این یافته با نتایج قاسمی (۱۴۰۲) سوری و زمانی مقدم (۱۴۰۰) کوهی و همکاران (۱۳۹۸) ویکم و ایمانی زاده (۱۳۹۸) میرسپاسی و حسین زاده (۱۳۹۷) جمشیدیان (۱۳۹۶) صادقیان و همکاران (۱۳۹۵) پاپادمتریو و همکاران (۲۰۲۳) ساهیادی و همکاران (۲۰۲۲) نجم و همکاران (۲۰۲۰) ویکام (۲۰۱۹) همسو است. با توجه به یافته های تحقیق مشاهده گردید ضریب مسیر نوآوری بر رضایت مشتری ۰/۰۶۴- است. مقدار آمار t برابر با ۰/۳۶۴ می باشد که کوچکتر از ۱/۹۶ است. بنابراین، این ضریب مسیر معنادار نیست و فرضیه دوم پژوهش تأیید نمی شود.

نتیجه این فرضیه نشان داد که نوآوری در سازمان دانشجویان بر تامین رضایت مراجعین موثر نیست. به عبارتی، هرچند ممکن است نوآوری در بخش هایی از سازمان اتفاق بیفتد، این نوآوری مستقیماً به تغییر چشمگیری در سطح رضایت مراجعین منجر نشده است. این یافته با نتایج قاسمی (۱۴۰۲) همسو و با نتایج پاپادمتریو و همکاران (۲۰۲۳) ساهیادی و همکاران (۲۰۲۲) نجم و همکاران (۲۰۲۰) ناهمسو است. با توجه به نتایج تحقیق مشاهده گردید ضریب مسیر بین سیستم پاداش و روش های مدیریت منابع انسانی برابر با ۰/۱۴۹ می باشد. مقدار آمار t برابر با ۲/۲۷۸ است که این مقدار بزرگتر از ۱/۹۶ می باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می شود.

ضریب مسیر ارتباط موثر با کارکنان و روش های مدیریت منابع انسانی برابر با ۰/۰۵۷ می باشد. مقدار آمار t برابر با ۱/۲۹۳ است که این مقدار کمتر از ۱/۹۶ می باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار نیست. بنابراین فرضیه پژوهش رد می شود.

ضریب مسیر استخدام با دقت و روش های مدیریت منابع انسانی برابر با ۰/۳۰۵ می باشد. مقدار آمار t برابر با ۸/۰۱۵ است که این مقدار بزرگتر از ۲/۵۸ می باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می شود.

ضریب مسیر توسعه مدیریت و روش های مدیریت منابع انسانی برابر با ۰/۱۲۷ می باشد. مقدار آمار t برابر با ۲/۶۲۵ است که این مقدار بزرگتر از ۲/۵۸ می باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می شود.

ضریب مسیر بین فرصت های شغلی برابر و روش های مدیریت منابع انسانی برابر با ۰/۳۹۳ می باشد. مقدار آمار t برابر با ۶/۶۲۱ است که این مقدار بزرگتر از ۲/۵۸ می باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می شود.

ضریب مسیر آموزش و توسعه نیرو و روش‌های مدیریت منابع انسانی برابر با ۰/۲۰۴ می‌باشد. مقدار آمار t برابر با ۳/۴۵۱ است که این مقدار بزرگتر از ۲/۵۸ می‌باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می‌شود.

ضریب مسیر بین برنامه‌های کاری منعطف و روش‌های مدیریت منابع انسانی برابر با ۰/۱۱۷ می‌باشد. مقدار آمار t برابر با ۱/۹۵۴ است که این مقدار کمتر از ۱/۹۶ می‌باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار نیست. بنابراین فرضیه پژوهش رد می‌شود.

نتیجه این فرضیه نشان داد که سیستم پاداش، استخدام با دقت، توسعه مدیریت، فرصت‌های شغلی برابر، آموزش و توسعه نیرو بر مدیریت منابع انسانی موثر است. به عبارت دیگر، این عناصر می‌توانند به بهبود عملکرد و کارایی مدیریت منابع انسانی کمک کنند. این یافته با نتایج قاسمی (۱۴۰۲) همسو و با نتایج پادامتریو و همکاران (۲۰۲۳) ناهمسو است.

با توجه به نتایج پژوهش مشاهده گردید ضریب مسیر بین سیستم پاداش و نوآوری برابر با ۰/۲۰۵- می‌باشد. مقدار آمار t برابر با ۲/۵۳۸ است که این مقدار بزرگتر از ۱/۲ می‌باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می‌شود.

ضریب مسیر ارتباط موثر با کارکنان و نوآوری برابر با ۰/۳۵۷ می‌باشد. مقدار آمار t برابر با ۶/۰۰۷ است که این مقدار بزرگتر از ۱/۲ می‌باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می‌شود.

ضریب مسیر استخدام با دقت و نوآوری برابر با ۰/۱۳۵ می‌باشد. مقدار آمار t برابر با ۲/۲۴۹ است که این مقدار بزرگتر از ۱/۲ می‌باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می‌شود.

ضریب مسیر توسعه مدیریت و نوآوری برابر با ۰/۱۹۲ می‌باشد. مقدار آمار t برابر با ۳/۲۲۸ است که این مقدار بزرگتر از ۱/۲ می‌باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می‌شود.

ضریب مسیر بین روش‌های مدیریت منابع انسانی و نوآوری برابر با ۰/۲۱۰ می‌باشد. مقدار آمار t برابر با ۱/۹۹۶ است که این مقدار کمتر از ۱/۲ می‌باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار نیست. بنابراین فرضیه پژوهش رد می‌شود.

ضریب مسیر بین فرصت‌های شغلی برابر و نوآوری برابر با ۰/۰۱۶ می‌باشد. مقدار آمار t برابر با ۰/۱۷۵ است که این مقدار کمتر از ۱/۲ می‌باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار نیست. بنابراین فرضیه پژوهش رد می‌شود.

ضریب مسیر آموزش و توسعه نیرو و نوآوری برابر با ۰/۲۹۲ می‌باشد. مقدار آمار t برابر با ۳/۲۷۱ است که این مقدار بزرگتر از ۱/۲ می‌باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می‌شود.

ضریب مسیر بین برنامه‌های کاری منعطف و نوآوری برابر با ۰/۲۳۶ می‌باشد. مقدار آمار t برابر با ۳/۵۲۵ است که این مقدار بزرگتر از ۱/۲ می‌باشد. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش تایید می‌شود.

نتیجه این فرضیه نشان داد که سیستم پاداش، ارتباط موثر با کارکنان، استخدام با دقت، توسعه مدیریت، فرصت های شغلی برابر، آموزش و توسعه نیرو و برنامه های کاری منعطف بر نوآوری موثر است. به بیان دیگر، این مؤلفه ها می توانند به تقویت فرهنگ نوآوری در سازمان کمک کنند و بستر مناسبی برای بهبود و پیشرفت خلاقیت در فرآیندها و خدمات سازمانی فراهم آورند. این یافته با نتایج قاسمی (۱۴۰۲) همسو و با نتایج نجم و همکاران (۲۰۲۰) ناهمسو است.

با توجه به نتایج تحقیق مشاهده گردید ضریب مسیر خدمات مدیریت منابع انسانی در سازمان دانشجویان وزارت علوم بر مبنای نقش میانجی نوآوری سازمانی بر تامین رضایت مراجعین $0/014$ - می باشد. مقدار آمار t برابر با $0/763$ است که این مقدار کوچکتر از $1/96$ می باشد. ضریب مسیر فوق معنادار نمی باشد. بنابراین این فرضیه رد می شود.

ضریب مسیر بین سیستم پاداش و رضایت مشتری با نقش میانجی نوآوری برابر با $0/013$ - می باشد. مقدار آمار t برابر با $0/396$ است که این مقدار کوچکتر از $1/96$ می باشد. بنابراین، ضریب مسیر فوق معنادار نمی باشد. بنابراین این فرضیه رد می شود.

ضریب مسیر بین ارتباط موثر با کارکنان و رضایت مشتری با نقش میانجی نوآوری برابر با $0/023$ - می باشد. مقدار آمار t برابر با $0/396$ است که این مقدار کوچکتر از $1/96$ می باشد. بنابراین، ضریب مسیر فوق معنادار نمی باشد. بنابراین این فرضیه رد می شود.

ضریب مسیر بین استخدام با دقت و رضایت مشتری با نقش میانجی نوآوری برابر با $0/009$ - می باشد. مقدار آمار t برابر با $0/399$ است که این مقدار کوچکتر از $1/96$ می باشد. بنابراین، ضریب مسیر فوق معنادار نمی باشد. بنابراین این فرضیه رد می شود.

ضریب مسیر بین توسعه مدیریت و رضایت مشتری با نقش میانجی نوآوری برابر با $0/012$ - می باشد. مقدار آمار t برابر با $0/395$ است که این مقدار کوچکتر از $1/96$ می باشد. بنابراین، ضریب مسیر فوق معنادار نمی باشد. بنابراین این فرضیه رد می شود.

ضریب مسیر بین فرصت های شغلی برابر و رضایت مشتری با نقش میانجی نوآوری برابر با $0/001$ - می باشد. مقدار آمار t برابر با $0/040$ است که این مقدار کوچکتر از $1/96$ می باشد. بنابراین، ضریب مسیر فوق معنادار نمی باشد. بنابراین این فرضیه رد می شود.

ضریب مسیر بین آموزش و توسعه نیرو و رضایت مشتری با نقش میانجی نوآوری برابر با $0/019$ - می باشد. مقدار آمار t برابر با $0/407$ است که این مقدار کوچکتر از $1/96$ می باشد. بنابراین، ضریب مسیر فوق معنادار نمی باشد. بنابراین این فرضیه رد می شود.

ضریب مسیر بین برنامه های کاری منعطف و رضایت مشتری با نقش میانجی نوآوری برابر با $0/015$ - می باشد. مقدار آمار t برابر با $0/347$ است که این مقدار کوچکتر از $1/96$ می باشد. بنابراین، ضریب مسیر فوق معنادار نمی باشد. بنابراین این فرضیه رد می شود.

نتیجه این فرضیه تحقیق نشان داد که خدمات مدیریت منابع انسانی در سازمان دانشجویان وزارت علوم بر مبنای نقش میانجی نوآوری سازمانی بر تامین رضایت مراجعین موثر نیست. این یافته با نتایج قاسمی (۱۴۰۲) همسو و با نتایج پادامتریو و همکاران (۲۰۲۳) ساهبادی و همکاران (۲۰۲۲) نجم و همکاران (۲۰۲۰) ناهمسو است. برای تبیین اینکه چرا خدمات مدیریت منابع انسانی در سازمان دانشجویان وزارت علوم، بر مبنای نقش میانجی نوآوری سازمانی بر تامین رضایت

مراجعین تاثیر معناداری ندارد، باید به چند نکته مهم توجه کرد: در سازمان‌های دانشجویی، خدمات ارائه شده غالباً استاندارد و روتین هستند. دانشجویان معمولاً به دنبال دریافت خدمات پایه‌ای مانند مشاوره، راهنمایی، یا انجام فرآیندهای اداری ساده هستند. در چنین محیط‌هایی، نوآوری‌های پیچیده و پیشرفته ممکن است نیازهای اصلی مراجعین را برآورده نکند و حتی ممکن است باعث پیچیدگی‌های بیشتری شود که رضایت آن‌ها را کاهش دهد. در بسیاری از مواقع، مراجعین از کیفیت خدمات و نحوه ارائه آن‌ها رضایت دارند، نه به‌خاطر نوآوری‌های پیچیده، بلکه به دلیل اجرای صحیح و منظم فرآیندها و رعایت استانداردهای کیفی. اگر مدیریت منابع انسانی بر بهبود این فرآیندها تمرکز کند، تاثیر بیشتری بر رضایت مراجعین خواهد داشت تا تمرکز بر نوآوری‌های سازمانی که ممکن است مرتبط با نیازهای روزمره مراجعین نباشد. نوآوری‌های سازمانی ممکن است به‌طور کلی در بهبود فرآیندها یا ایجاد خدمات جدید موثر باشند، اما اگر این نوآوری‌ها با نیازها و انتظارات واقعی مراجعین مطابقت نداشته باشد، نمی‌تواند رضایت آن‌ها را تضمین کنند. به عبارت دیگر، اگر نوآوری‌های انجام‌شده در خدماتی باشد که مراجعین اهمیت چندانی به آن‌ها نمی‌دهند یا به‌طور کامل آن را درک نمی‌کنند، تاثیر مثبتی بر رضایت آن‌ها نخواهد داشت. در این سازمان، تعاملات انسانی، پاسخگویی و حمایت‌های فردی از سوی کارکنان معمولاً مهم‌ترین عوامل در رضایت مراجعین هستند. اگر تمرکز بیش از حد بر نوآوری‌های سازمانی باشد، ممکن است این تعاملات کمتر مورد توجه قرار گیرند، که می‌تواند به کاهش رضایت مراجعین منجر شود. نوآوری‌های سازمانی معمولاً زمان می‌برد تا به‌طور کامل در سیستم‌ها و فرآیندها جایفتند و تاثیر آن‌ها به‌صورت محسوس برای مراجعین قابل مشاهده شود. بنابراین، در کوتاه‌مدت ممکن است این نوآوری‌ها تاثیری بر رضایت مراجعین نداشته باشند و حتی ممکن است در برخی موارد منجر به نارضایتی شود. با توجه به این عوامل، می‌توان نتیجه گرفت که اگرچه نوآوری سازمانی می‌تواند در بهبود کلی عملکرد سازمان موثر باشد، اما در سازمان‌های دانشجویی مانند وزارت علوم، این نوآوری‌ها ممکن است تاثیر معناداری بر رضایت مراجعین نداشته باشند. به جای آن، تمرکز بر بهبود عملکرد روزمره، کیفیت خدمات ارائه شده، و تعاملات انسانی مستقیم، معمولاً نتایج بهتری در تامین رضایت مراجعین به همراه خواهد داشت.

بنابراین با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد می‌شود با توجه به اینکه مدیریت منابع انسانی بر رضایت مراجعین تاثیر دارد، برگزاری دوره‌های آموزشی منظم و برنامه‌های توسعه حرفه‌ای برای کارکنان سازمان می‌تواند منجر به بهبود کیفیت خدمات و افزایش رضایت مراجعین شود. همچنین ایجاد یک سیستم ارزیابی منظم برای سنجش عملکرد کارکنان سازمان و ارتباط آن با رضایت مراجعین می‌تواند به شناسایی نقاط ضعف و بهبود مستمر در خدمات ارائه‌شده کمک کند. بهبود فرآیندهای ارتباطی بین کارکنان و مراجعین، از طریق ایجاد کانال‌های ارتباطی مؤثر و سریع، می‌تواند رضایت مراجعین را افزایش یابد. ارائه خدمات مشاوره‌ای بهتر، پاسخگویی سریع‌تر به نیازها و شفاف‌سازی اطلاعات می‌تواند در این راستا مؤثر باشد.

ایجاد برنامه‌های انگیزشی برای کارکنان، مانند پاداش‌های مالی یا تقدیرهای غیرمالی برای کارکنانی که در ارائه خدمات به مراجعین موفق عمل می‌کنند، می‌تواند انگیزه آنان را برای ارتقای کیفیت خدمات افزایش دهد. گاهی اوقات عدم تاثیر نوآوری به دلیل عدم پذیرش یا آگاهی کافی کارکنان از مزایای آن است. برگزاری جلسات آموزشی و توجیهی برای کارکنان سازمان در مورد اهمیت و مزایای نوآوری‌های جدید می‌تواند تاثیر مثبت این نوآوری‌ها بر رضایت مراجعین را افزایش دهد.

۶. منابع و مآخذ

۱. امیررضایی رودسری، سپیده (۱۳۹۵). بررسی تاثیر قابلیت فناوری اطلاعات بر عملکرد مالی شرکت: نقش میانجی نوآوری باز. پایان نامه کارشناسی ارشد غیردولتی. موسسه آموزش عالی کوشیار، دانشکده حسابداری و مدیریت.
۲. جمشیدیان، محمد امین. (۱۳۹۶). تاثیر اقدامات مدیریت منابع انسانی بر قصد ترک کارکنان با تاکید بر نقش میانجی تعهد سازمانی در اداره کل راه و شهرسازی استان مرکزی. فصلنامه مهندسی مدیریت نوین، ۶ (۱ و ۲)، ۸۹-۱۰۵.
<https://sanad.iau.ir/Journal/jmem/Article/1024785>
۳. خیریت، شاهین. (۱۳۹۷). تاثیر استراتژی منابع انسانی با رویکرد مزیت رقابتی و بازارمحوری از طریق کاهش هزینه کیفیت و قابلیت بازاریابی بر عملکرد سازمان (مطالعه موردی: اداره کل بنادر و دریانوردی استان خوزستان بندر امام خمینی). صنعت حمل و نقل دریایی، ۴ (۳)، ۶۰-۶۶. doi: 10.30474/jmti.2018.79614
۴. رضایی، سعید، سیدجوادین، سیدرضا، گنجعلی، اسداله، و عبدالمهی، بیژن. (۱۳۹۵). طراحی الگوی مدیریت منابع انسانی مشتری مدار در صنایع تولیدی. پژوهش های مدیریت عمومی، ۹ (۳۴)، ۳۱-۵۸. SID.
<https://sid.ir/paper/514838/fa>
۵. سوری، خدیجه، & زمانی مقدم، افسانه. (۱۴۰۰). بررسی و تبیین مدیریت منابع انسانی در سازمان های دولتی ارباب رجوع محور (مورد مطالعه سازمان ثبت احوال کشور). خطمشی گذاری عمومی در مدیریت، ۱۲ (۳)، ۱۱۳-۱۲۷.
<https://civilica.com/doc/1585859>
۶. صادقیان قراقیه، سعید، شکری، صابر، شاکری، زهره، و پورمغرب، گل آرا. (۱۳۹۵). بررسی تاثیر اقدامات مدیریت منابع انسانی بر رضایت شغلی (مطالعه موردی: کارکنان دانشگاه تهران). مدیریت دولتی، ۸ (۱)، ۱۶۷-۱۸۰. SID.
<https://sid.ir/paper/139917/fa>
۷. عظیمی، حسین، & بیات، رقیه. (۱۴۰۲). بررسی تاثیر فعالیت های مدیریت دانش و مدیریت منابع انسانی بر نوآوری در مراکز رشد و فناوری. مدیریت بهره وری، ۱۷ (۱۱۶۴)، ۲۴۹-۲۷۷. doi: 10.30495/qjopm.2022.1930852.3154
۸. قاسمی، فاطمه، نوآوری، مدیریت منابع انسانی پایدار و رضایت مشتری، اولین کنفرانس بین المللی توانمندی مدیریت، مهندسی صنایع، حسابداری و اقتصاد، بابل، <https://civilica.com/doc/1690838>
۹. کریمی، ابوالقاسم، & روستا، علیرضا. (۱۴۰۱). تاثیر مدیریت راهبردی منابع انسانی و بازاریابی داخلی بر سیاست های توسعه منابع انسانی با نقش میانجی رضایت شغلی و اعتماد سازمانی در شرکت های دانش بنیان. مطالعات راهبردی سیاست گذاری عمومی، ۱۲ (۴۴)، ۲۱۳-۱۹۰. doi: 10.22034/sspp.2022.563187.3310
۱۰. کوهی، عباس، صبوری، محمد صادق، & سمیعی، روح الله. (۱۳۹۸). ارائه مدل مدیریت دانش سازمانی در جهت رضایتمندی مشتریان و افزایش سهم بازار با رویکرد فرآیند گرا در بانک صادرات استان گلستان. فصلنامه علمی و پژوهشی نگرش های نو در جغرافیای انسانی، ۱۱ (۲)، ۱۱۷-۱۴۸.
<https://ensani.ir/fa/article/journal>
۱۱. میرسپاسی، نیلوفر، & حسین زاده، نایب. (۱۳۹۷). بررسی تاثیر توانمند سازهای مدیریت دانش بر رضایت مشتری با تاکید بر نقش توانمندسازی کارکنان (مورد مطالعه: ادارات مرکزی بانک قوامین تهران). مطالعات منابع انسانی، ۸ (۴)، ۱۰۷-۱۲۶.
https://www.jhrs.ir/article_84948.html

۱۲. ویکم واجدا، ایمانی زاده احسان. (۱۳۹۸). نوآوری، مدیریت منابع انسانی (HRM) پایدار و رضایت مشتری، منابع

انسانی ناجا، دوره ۱۳، شماره ۵۷، صفحه: ۱۰۵-۱۳۰ <https://www.magiran.com/p2108661>

13. Cahyadi, A., Poór, J., & Szabó, K. (2022). Pursuing Consultant Performance: The Roles of Sustainable Leadership Styles, Sustainable Human Resource Management Practices, and Consultant Job Satisfaction. *Sustainability*, 14(7), 3967. <https://doi.org/10.3390/su14073967>
14. Ishaq, M. I., Sarwar, H., Franzoni, S., & Palermo, O. (2023). The nexus of human resource management, corporate social responsibility and sustainable performance in upscale hotels: a mixed-method study. *International Journal of Emerging Markets*. DOI:[10.3390/su132413699](https://doi.org/10.3390/su132413699)
15. Najam, U., Ishaque, S., Irshad, S., Salik, Q. U. A., Khakwani, M. S., & Liaquat, M. (2020). A link between human resource management practices and customer satisfaction: A moderated mediation model. *SAGE Open*, 10(4), 2158244020968785. DOI:[10.1177/2158244020968785](https://doi.org/10.1177/2158244020968785)
16. NAWANGSARI, L. C., SISWANTI, I., & SOELTON, M. (2023, November). Human Resources Management Strategy For Business Sustainability In Msmes. In ICCD (Vol. 5, No. 1, pp. 514-518). DOI:[10.13140/RG.2.2.16236.95365](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.16236.95365)
17. Papademetriou, C., Anastasiadou, S., & Papalexandris, S. (2023). The Effect of Sustainable Human Resource Management Practices on Customer Satisfaction, Service Quality, and Institutional Performance in Hotel Businesses. *Sustainability*, 15(10), 8251. DOI:[10.3390/su15108251](https://doi.org/10.3390/su15108251)
18. Sadikin, A., Yodiansyah, H., Budiasih, Y., Sugianti, S., & Kusnadi, I. H. (2023). Adaptive Human Resource Management in Confrontation of Globalization's Challenges. *Jurnal Ekonomi*, 12(02), 1761-1767. DOI:[10.54209/ekonomi.v12i02.2096](https://doi.org/10.54209/ekonomi.v12i02.2096)
19. Wahyoedi, S., Suherlan, S., Rijal, S., Azzaakiyyah, H. K., & Ausat, A. M. A. (2023). Implementation of Information Technology in Human Resource Management. *Al-Buhuts*, 19(1), 300-318. DOI: 10.30603/AB.V19I1.3407

Investigating the Effect of Human Resource Management Methods on Client Satisfaction with the Mediating Role of Organizational Innovation (Case study: Student Affairs Organization)

Behnoush Jovari^{* 1}

Roohollah Parsaei²

Abstract

The aim of the present study was to investigate the effect of human resource management methods on client satisfaction with the role of mediating organizational innovation (case study: student organization). This research was applied in terms of its purpose and the research design in this study was descriptive of the survey type. The statistical population of this study included all employees of the student organization, which was 153 people. The statistical sample size was calculated using the Cochran formula as 110 people, who were selected by simple random method. In the data analysis section, they were examined using the necessary tests in SPSS and SmartPLS software. The results of the inferential analysis showed that human resource management services in the student organization of the Ministry of Science are effective in providing client satisfaction. Human resource management services in the student organization of the Ministry of Science are not effective in providing client satisfaction based on the role of mediating organizational innovation.

Keywords

Human resource management methods, Customer Satisfaction, Organizational Innovation, Student Affairs Organization

1. Corresponding Author, Assistant Professor, Department of Public Administration and Public Policy, Faculty of Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. E-mail: Behnoush.jovari@iau.ac.ir

2. Master of Public Administration, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. r.parsaei@saorg.ir.