

بررسی تاثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر کیفیت خدمات مشتریان بیمارستان ارس

سحر حمدانی^۱، سید مهدی موسوی تولون^۲

تاریخ دریافت: ۱۵ فرودین ۱۴۰۱

تاریخ پذیرش: ۳۰ اردیبهشت ۱۴۰۱

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر کیفیت خدمات مشتریان بیمارستان ارس انجام گرفته است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری تحقیق را ۳۵۰ نفر از کارکنان بیمارستان (اداری، خدماتی پرستاران) تشکیل می‌دهند که حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران (۱۸۴) نفر انتخاب شد و گردآوری اطلاعات با استفاده از روش نمونه‌گیری غیر تصادفی در دسترس بوده است. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه‌های استاندارد مدیریت استراتژیک منابع انسانی چانگ و هانگ (۲۰۰۵)، کیفیت خدمات مشتریان عندلیبی (۱۳۹۶) استفاده گردیده است. برای تجزیه و تحلیل فرضیه‌های تحقیق از مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار آموس استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که در مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر کیفیت خدمات مشتریان تاثیر دارد.

واژه‌های کلیدی: منابع انسانی، مدیریت استراتژیک منابع انسانی، کیفیت خدمات مشتریان

مقدمه

منابع انسانی مهم‌ترین دارایی یک سازمان است و مدیریت اثربخش آن، کلید موفقیت سازمان می‌باشد به طوری که اگر سیاست‌ها و رویه‌های مربوط به کارکنان سازمان با همدیگر تطابق داشته باشد

^۱ گروه مدیریت، واحد گرمی، دانشگاه آزاد اسلامی، گرمی، ایران

^۲ گروه مدیریت بحران، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

دستیابی به موفقیت سازمانی محتمل تر است و در این خصوص، رفتار مدیریتی و یکپارچگی تمام اعضا سازمان با داشتن حسی از مقصود مشترک بسیار موثر می باشد.

در مدیریت منابع انسانی دو رویکرد وجود دارد. ۱- رویکرد سخت ۲- رویکرد نرم

در رویکرد سخت به کارکنان مانند دیگر منابع نگاه می شود که باید معادله ورودی - خروجی برقرار شود و به صورت کارآمد اداره شوند ولی در رویکرد نرم به منابع انسانی متفکر که در مقابل رفتارهای سازمانی عکس العمل نشان می دهند توجه بیشتری می باشد ولذا برای دستیابی به تعهدات مستلزم آگاه ساختن کارکنان از مأموریت، ارزش ها، برنامه های سازمان و شرایط محیطی و مشارکت کارکنان تاکید بیشتری می شود. در واقع رویکرد سخت برفرآیند مدیریت امور کارکنان تمرکز می کند در حالی که رویکرد نرم بر تفکر کارکنان و چگونگی رفتار با آنان تاکید دارد رویکرد سخت سیستم ها و رویه ها و دستورالعمل و چگونگی انجام فرآیند ها را بررسی می کند و رویکرد نرم عوامل انسانی و رفتاری را در نظر می گیرد.

تمایل به کیفیت خدمات نقش مهمی در سازمانهای خدماتی نظیر خدمات بیمه ای، بهداشتی و ... ایفا می نماید چرا که کیفیت خدمات برای بقا و سودآوری سازمان امری حیاتی به شمار می رود. در حقیقت امروزه رضایت مشتری و کیفیت خدمات به عنوان مسائل حیاتی در اغلب صنایع خدماتی به شمار می روند. به ویژه در رابطه با خدمات مالی که به طور کلی متمایز سازی خدمات در آن مشکل است، حائز اهمیت بیشتری می باشد (ستافورد^۴، ۱۹۹۸، ص ۴۲۶). با توجه به موضوع در تحقیق حاضر به دنبال پاسخ به این سوال هستیم که میزان تاثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر کیفیت خدمات مشتریان بیمارستان ارس چقدر است؟

ادبیات نظری و پیشینه مطالعاتی

۱- مدیریت منابع انسانی استراتژیک

به عقیده دوچینزو رابینز^۴ برنامه ریزی منابع انسانی فرایندی است که به وسیله آن سازمان معین می کند که برای نیل به اهداف خود به چه تعداد کارمند، با چه تخصص و مهارتهایی برای چه مشاغلی و در چه زمانی نیاز دارد (کاخکی و قلی پور، ۱۳۸۶) هدف برنامه ریزی منابع انسانی تجزیه و بررسی تعادل عرضه و تقاضا با یک روش ساختاریافته است، این امر با یک تصویر روشن و با حرکت سریع باتوجه به آینده آغاز می گردد و مقصود آن است که زمینه های عملی را به عنوان یک نتیجه، تجزیه و تحلیل و تعیین کرد. در برنامه ریزی منابع انسانی ما به شناخت اعضا و مهارتهای مورد نیاز برای انجام وظایف روزمره و تغییراتی که ممکن است ظرفیت کار را در آینده و حجم فعالیتهای تعهد شده را تغییر دهد نیازمندیم. این

^۳ Stafford

^۴ Decenzo Robbins

درک خوبی از استراتژی و برنامه های تجاری جزئی تر را دربرمی گیرد. بعد از آن ما باید وضعیت عرضه نیروی انسانی را از نظر فهرست موجودی نیروی انسانی جاری و نیازهای آنان که چقدر باید تغییر کند را در نظر داشته باشیم. این موضوع بیانگر آن است که سازمانها نیاز به شناخت دقیق از اعضا و ویژگیها و روابط بین آنان با سازمان دارد. برنامه ریزی استراتژیک منابع انسانی فرایندی است درجهت برقراری اهداف منابع انسانی و توسعه استراتژی های منابع انسانی برای نیل به اهداف، سیاستها از طریق بسیج، توسعه و نگهداری منابع انسانی (حسین پور و همکاران، ۱۳۹۰) برنامه ریزی منابع انسانی با مفاهیم محیط و عملیات سازمان در ارتباط بوده و شامل عوامل داخلی و خارجی می شود. عوامل خارجی همچون فشارهای اقتصادی، تغییرات تکنولوژی، قوانین و مقررات، وضعیت سیاسی، بازار نیروی کار و آموزش، عوامل داخلی شامل اهداف و مقاصد سازمان، فرهنگ، ساختار، منابع انسانی و ذینفعان می گردد.

برنامه ریزی منابع انسانی ویژگیهای ممتاز و مشخصه ذیل را داراست:

۱ - آگاهی: مفروضات روشن و آشکار را در مبحث منابع انسانی به وجود آورد؛

۲ - تحلیلی: بر یک سری قضاوتها و واقعیات متکی است؛

۳ - هدف گرایی: ابزاری برای تصمیم گیری سازمانی درجهت نیل به اهداف منابع انسانی بویژه مقاصد سازمانی است؛

۴ - چشم انداز به آینده: مسائل منابع انسانی را پیش بینی و آینده نگری می کند؛

۵ - اجتماعی یا جمع گرایی: بر گروهها توجه دارد نه به افراد؛

۶ - کمی: به افراد و اعضای سازمان توجه می کند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۱)

مفهوم مدیریت استراتژیک منابع انسانی، بر نقش مهم مدیریت منابع انسانی استوار است که بر ماهیت استراتژیک منابع انسانی و بر یکپارچه شدن استراتژی منابع انسانی با استراتژی سازمان تأکید می کند. شولر^۵ مدیریت استراتژیک منابع انسانی را چنین توصیف کرده است: «تمامی فعالیتهای مؤثر بر رفتار افراد در برانگیختن آنها به طراحی و اجرای نیازهای استراتژیک سازمان». رایت^۶ و مک ماهان^۷ نیز مدیریت استراتژیک منابع انسانی را الگوی تخصیص برنامه ریزی شده منابع انسانی و انجام فعالیت های مورد نظر برای کمک به سازمان در رسیدن به اهدافش می دانند. مدیریت استراتژیک منابع انسانی، روشی است برای تصمیم گیری درباره مقاصد و طرح های سازمان که به مسائلی، مانند: اشتغال، کارمندیابی، آموزش، پاداش

^۵ Shuller

^۶ Write

^۷ Mc Mahan

و مدیریت عملکرد کارکنان مربوط می‌شوند. در واقع مدیریت استراتژیک منابع انسانی به طور کلی به روابط میان مدیریت منابع انسانی و مدیریت استراتژیک سازمان می‌پردازد (ممیشی، ۱۳۹۲).

وجه تمایز اصلی میان مفاهیم سنتی مدیریت منابع انسانی و مدیریت استراتژیک منابع انسانی، از دیدگاه گست^۸ میزان یکپارچگی مدیریت منابع انسانی با فرایندهای تصمیم‌گیری استراتژیک سازمان به منظور مقابله با تغییرات محیطی است (آرمسترانگ، ۲۰۰۹). هدف اصلی مدیریت استراتژیک منابع انسانی، ایجاد دیدگاه کلانی است که امکان پرداختن به مسائل اساسی کارکنان را فراهم آورد. مدیریت استراتژیک منابع انسانی موجب بهره‌مندی سازمان از کارکنان ماهر، متعهد و با انگیزه در تلاش برای رسیدن به مزیت رقابتی پایدار می‌شود. هدف آن، ایجاد حس هدفمندی و جهت‌دار بودن در محیط‌های اغلب پرتلاطم امروزی است تا بدین وسیله نیازهای تجاری سازمان و نیازهای فردی و گروهی کارکنانش از راه طراحی و اجرای برنامه‌ها و سیاست‌های منسجم و عملی منابع انسانی تأمین شود. دای و هولدر^۹ بر این باورند که مدیریت استراتژیک منابع انسانی باید چارچوبی واحد، گسترده، اقتضایی، و یکپارچه ایجاد کند (آرمسترانگ، ۲۰۱۳).

عناصر الگوی برنامه ریزی استراتژیک منابع انسانی عبارتند از:

۱ - فرایند استراتژیک؛

۲ - فرایند برنامه‌ریزی منابع انسانی؛

۳ - برنامه‌ها؛

الگوی برنامه‌ریزی استراتژیک منابع انسانی مفهومی برای انسجام برنامه‌ریزی منابع انسانی و برنامه‌ریزی استراتژیک موسسه است. این الگو با هدف و مفهوم کاربردی که بیانگر استقلال سازمانی است طراحی و در سطوح متفاوت ساختارهای سازمانی می‌تواند به کار رود. اهداف و مقاصد الگو به شرح زیر است:

- مشارکت در بهبود کلی عملکرد سازمانی؛

- نمایش اهمیت نقش منابع انسانی. نقش فعال در توسعه منابع انسانی موردی است که از بهبود مستمر سازمانها حمایت می‌کند؛

- ایجاد ارتباط روشن بین فعالیتهای اصلی تجاری و منابع انسانی؛ طراحی ابزار برنامه‌ریزی که حمایتها و تسهیلات لازم برای توسعه منابع انسانی به وجود آورد (نوروززاده و علیپور، ۱۳۹۴).

^۸ Gest

^۹ Day and Holder

۲- کیفیت خدمات مشتریان

بهبود کیفیت خدمات منجر به جذب مشتریان جدید شده و همچنین سازمان را قادر می سازد تا مشتریانش را حفظ نماید (زیتمان و بیت^{۱۰}، ۱۹۹۶، ۲۵۲). همچنین کیفیت خدمات می تواند به یک سازمان جهت متمایز کردن خود از دیگر سازمان ها و دستیابی به مزیت رقابتی پایدار کمک کند. کیفیت بالای خدمات به عنوان عامل اساسی در سودآوری بلند مدت نه تنها برای شرکت های خدماتی بلکه برای سازمانهای تولیدی نیز به شمار می رود. حتی در برخی از صنایع تولیدی کیفیت خدمات دارای اهمیت بیشتری نسبت به کیفیت محصول به شمار می رود. ارائه خدمات بهتر به مشتریان باعث تکرار خرید و گسترش تبلیغات دهان به دهان مثبت به مشتریان بالقوه می گردد. دیگر اثر مستقیم کیفیت خدمات، افزایش توانایی سازمان جهت ارائه خدمات بصورتی کارا و اثربخش به مشتریان می باشد. با افزایش کارایی و اثر بخشی در ارائه خدمات سودآوری سازمان افزایش خواهد یافت (چنگ و چن^{۱۱}، ۱۹۹۸، ۲۴۷).

کیفیت یک پدیده تک بعدی نیست بلکه پدیده ای چند بعدی است. بنابراین رسیدن به کیفیت خدمات با کیفیت، بدون شناسایی جنبه های مهم کیفیت ممکن نمی باشد. یک مدل ارزیابی کیفیت خدمات بایستی به طور ایده ال موارد زیر را محقق می سازد:

- تشخیص نتایج کیفیت
- کشف مشکلات کیفیت
- مشخص نمودن علل مشکل مشاهده شده در زمینه کیفیت
- ارائه راهکارهای علمی ممکن (درخشان و حسن زاده ، ۱۳۸۶).

سازمان های خدماتی در برخورد با مقوله کیفیت خدمات ممکن است یکی از دو شیوه اصلی مدیریت کیفیت خدمات را اتخاذ نمایند.

الف- واکنشی یا انفعالی:

در حالت انفعالی به کیفیت بعنوان یک منبع عمده تمایز یا مزیت رقابتی نگریسته نمی شود. در کنترل و برنامه ریزی واکنشی کیفیت، تاکید اصلی بر حداقل سازی ناراحتی مشتریان تا جلب رضایت مشتریان است. در این رویکرد فعالیت های برنامه ریزی و کنترل کیفیت بر عوالم بهداشتی تاکید دارند. عوامل بهداشتی (برای مثال تمیزی میزها) برای جلب رضایت مشتریان کافی نیستند، چرا که برآورده ساختن

^{۱۰} Zeithaml & Bit.

^{۱۱} Chen J, Zhaohui Z and Hong

این نیازها، مشتریان را خشنود نخواهد ساخت، در حالی که فقدان آنها بصورت طبیعی نارضایتی مشتریان را در پی خواهد داشت.

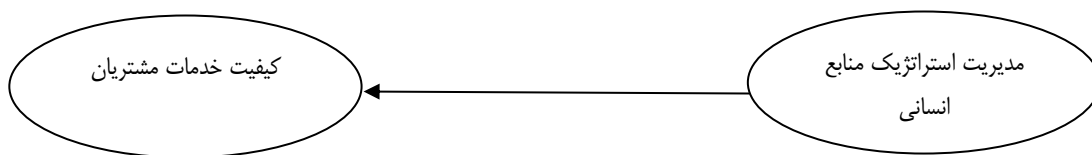
ب- استراتژیک یا فعالانه :

در نگرش استراتژیک یا فعالانه، از کیفیت بعنوان تمایز استفاده می شود. کیفیت در قلب استراتژی سازمان جهت رسیدن به مزیت رقابتی جای دارد. در اینجا، معمولاً کیفیت یکی از محرکهای جلو برنده اولیه کسب و کار به شمار می رود و تصویر ذهنی شرکت در حول و حوش کیفیت ایجاد می شود. در این نگرش تاکید بر رضایت مداوم مشتری است و به پدیده کیفیت به عنوان منبعی برای برتری و تمایز خدمات سازمان از خدمات رقبا نگریسته می شود. (سید جوادین، ۱۳۹۰، ص ۴۴).

برای سنجش کیفیت خدمات برای سازمان های مختلف عمومی و خصوصی مدل های مختلفی از جمله مدل گرونروز ، مدل جانسون ، مدل مقیاس کیفیت ، مدل سرکوال با توجه به رویکردهای مختلف ارائه شده است (نعمتی و همکاران، ۱۳۹۲).

چارچوب نظری و مدل مفهومی

در تحقیق حاضر با توجه به متغیرهای تحقیق در مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر اساس نظریه چانگ و هانگ (۲۰۰۵) با ۶ مولفه؛ آموزش و توسعه نیروی انسانی، استخدام با دقت، ارتباط موثر با کارکنان، توسعه مدیریت، برنامه های کاری منعطف و فرصت های شغلی برابر می باشد. متغیر کیفیت خدمات ارتباط با مشتری عنصلیبی (۱۳۹۶) با سه بعد؛ کیفیت خدمات، رضایتمندی مشتریان، ارزش مشتری مورد استفاده قرار گرفته است. که نمودار شماره یک بر اساس ارتباط متغیرها مدل مفهومی تحقیق آورده شده است.



نمودار شماره ۱: مدل مفهومی تحقیق

باتوجه به مدل مفهومی فوق فرضیه های زیر برای تجزیه و تحلیل این تحقیق ارائه می گردند:

۱. مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر کیفیت خدمات مشتریان تاثیر دارد

با توجه به فرضیه اصلی فوق فرضیه های فرعی زیر ارائه می گردد:

۱. آموزش و توسعه نیروی انسانی بر کیفیت خدمات مشتریان تاثیر دارد.
۲. استخدام با دقت بر کیفیت خدمات مشتریان تاثیر دارد
۳. ارتباط موثر با کارکنان بر کیفیت خدمات مشتریان تاثیر دارد
۴. توسعه مدیریت بر کیفیت خدمات مشتریان تاثیر دارد
۵. برنامه های کاری منعطف بر کیفیت خدمات مشتریان تاثیر دارد
۶. فرصت های شغلی برابر بر کیفیت خدمات مشتریان تاثیر دارد

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی است چراکه به دنبال بررسی تاثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر کیفیت خدمات مشتریان است. با توجه به استفاده از ابزار پرسشنامه برای جمع آوری داده‌ها، تحقیق حاضر از نوع کمی می‌باشد. از نظر نحوه گردآوری داده‌ها تحقیق حاضر توصیفی از نوع همبستگی است جامعه آماری تحقیق را ۳۵۰ نفر از کارکنان بیمارستان (اداری، خدماتی، پرستاران) تشکیل می‌دهند در سال ۱۴۰۱ می‌باشد. بر اساس فرمول حجم نمونه کوکران (۱۸۴) نفر به عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شدند. روش نمونه‌گیری در پژوهش حاضر، روش نمونه‌گیری غیر تصادفی در دسترس بوده است. در این پژوهش برای گردآوری داده‌های مورد نیاز تحقیق از ابزار پرسشنامه استاندارد مدیریت استراتژیک منابع انسانی چانگ و هانگ (۲۰۰۵) با ۱۴ سوال و کیفیت خدمات مشتریان عندلیبی (۱۳۹۶) با ۱۸ سوال استفاده شده است. در این تحقیق به منظور تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. بدین منظور یک نمونه اولیه شامل ۲۵ پرسشنامه پیش آزمون گردید و سپس با استفاده از داده‌های به دست آمده از این پرسشنامه‌ها و به کمک نرم افزار آماری SPSS میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد که عدد به دست آمده برای هر ابزار به شرح زیر می‌باشد. این اعداد نشان دهنده آن است که پرسشنامه‌های مورد استفاده، از قابلیت اعتماد و یا به عبارت دیگر از پایایی لازم برخوردار می‌باشد.

جدول ۳: ضرایب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه تحقیق

متغیرهای مورد بررسی	ضریب پایایی
مدیریت استراتژیک منابع انسانی	۰/۹۰
کیفیت خدمات مشتریان	۰/۹۲

در این تحقیق، برای تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از نمونه‌ها هم از روش های آمار توصیفی و هم از روشهای آمار استنباطی استفاده شده است. در بخش توصیفی از، درصد و درصد تجمعی و در بخش استنباطی آزمون رگرسیون خطی استفاده گردیده است.

۴- تجزیه و تحلیل استنباطی

بر اساس نتایج حاصل شده از آمار توصیفی پژوهش، بیشترین فراوانی معادل ۷۰ درصد مربوط به گروه زنان و کمترین فراوانی معادل ۳۰ درصد مربوط به گروه مردان، بیشترین فراوانی معادل ۴۰ درصد مربوط به گروه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال و کمترین فراوانی معادل ۱۴ درصد مربوط به گروه سنی بالاتر از ۵۰ سال، بر اساس نتایج حاصل شده، بیشترین فراوانی معادل ۴۵ درصد مربوط به گروه تحصیلاتی کارشناسی و کمترین فراوانی معادل ۲ درصد مربوط به گروه تحصیلاتی دکتری و بالاتر از آن می باشد؛ به طور کلی، ۶۰ درصد از کارکنان دارای مدرک تحصیلی کارشناسی و کارشناسی ارشد می باشد که به نوع خود حائز اهمیت است و بیشترین فراوانی معادل ۲۵ درصد مربوط به کارکنان با سابقه کاری ۱۶ تا ۲۰ سال و کمترین فراوانی معادل ۱۲ درصد مربوط به کارکنان با سابقه کاری پایین تر از ۵ سال می باشد. همان طور که ذکر شد هدف تحقیق حاضر، تعیین تاثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر کیفیت خدمات مشتریان می باشد، برای نیل به این هدف از آزمون همبستگی استفاده شده است که خروجی نهایی مدل با استفاده از نرم افزار اس پی اس اس می باشد.

قبل از آنکه به بررسی فرضیه های تحقیق پرداخته شود. برای تک تک متغیرها از آزمون کالموگروف-اسمیرنف استفاده شد. منطق استفاده از این آزمون مشخص کردن وضعیت نرمال بودن داده ها می باشد که در صورت نرمال بودن داده ها (سطح معنی داری بیشتر از ۰,۰۵ و مقدار عددی کولموگروف اسمیرنف کمتر از ۱,۳۵) مجوز استفاده از آزمونهای پارامتریک (همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی) و در صورت غیرنرمال بودن (سطح معنی داری کمتر از ۰,۰۵ و مقدار عددی کولموگروف اسمیرنف بیشتر از ۱,۳۵) از آزمونهای ناپارامتریک (همبستگی اسپیرمن و رگرسیون غیر خطی) صادر می شود. داده های این آزمون در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲- نتایج آزمون کالموگراف-اسمیرنف

شاخص آماری	مدیریت استراتژیک منابع انسانی	کیفیت خدمات مشتریان
میانگین	۵۹,۳۹۴	۴۰,۷۱۲
انحراف معیار	۱۰,۴۴	۷,۰۵۳
Z	۰,۸۱۰	۱,۲۶۳
Sig	۰,۵۲۸	۰,۰۸۲

۴-۱- آزمون فرضیه

برای یافتن اثر هر یک متغیرها بر روی متغیر وابسته از رگرسیون خطی چندگانه استفاده شد، و با استفاده از رگرسیون چند متغیره به تعیین مدل رگرسیونی پرداخته شد. رگرسیون خطی ساده مشروط به معنی دار بودن ضریب همبستگی است. اما وجود و یا عدم وجود رگرسیون خطی چندمتغیره ارتباطی به معنی دار

بودن ضریب همبستگی ندارد. به غیر از نرمال بودن متغیر وابسته، پیش فرض‌های دیگر رگرسیون خطی چند متغیره عدم وجود خود همبستگی در متغیر وابسته و عدم وجود هم خطی در متغیرهای مستقل و نرمال بودن خطاها می‌باشد. یکی از مفروضاتی که در رگرسیون مد نظر قرار می‌گیرد، استقلال خطاها (تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش بینی شده توسط معادله رگرسیون) از یکدیگر است. در صورتی که فرضیه استقلال خطاها رد شود و خطاها با یکدیگر همبستگی داشته باشند امکان استفاده از رگرسیون وجود ندارد به منظور بررسی استقلال خطاها از یکدیگر از آزمون دوربین- واتسون استفاده می‌شود. چنانچه آماره دوربین- واتسون در بازه ۱,۵ یا ۲,۵ قرار گیرد. H1 آزمون (عدم همبستگی بین خطاها) پذیرفته می‌شود و در غیر این صورت H1 رد می‌شود یعنی همبستگی بین خطاها وجود دارد (مومنی، ۱۳۸۷، ص ۱۲۸).

فرضیه محقق: مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر کیفیت خدمات مشتریان تاثیر دارد.

فرضیه صفر: مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر کیفیت خدمات مشتریان تاثیر ندارد.

با توجه به نمودار توزیع نرمال و میانگین ارائه شده و انحراف معیار خطاها که نزدیک به یک است، می‌توان نتیجه گرفت که توزیع خطاها تقریباً نرمال است پس می‌توان از رگرسیون استفاده کرد.

جدول ۳- خلاصه مدل رگرسیون برای فرضیه

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	دوربین واتسون
۰,۷۱۲	۰,۵۰۶	۰,۵۰۴	۱,۹۵۸

طبق نتایج جدول (۳) ضریب همبستگی بین مولفه‌های مدیریت استراتژیک منابع انسانی با کیفیت خدمات مشتریان برابر ۰,۷۰۸ است و ضریب تعیین نیز برابر ۰,۵۰۶ است. با توجه به ضریب تعیین که عبارت است از نسبت تغییرات توضیح داده شده توسط متغیر X به تغییرات کل، ۰,۵۰۶ می‌باشد. می‌توان بیان نمود که ۵۰ درصد تغییرات در کیفیت خدمات مشتریان، توسط تغییرات در مدیریت استراتژیک منابع انسانی می‌باشد. چنانچه آماره دوربین- واتسون در بازه قابل قبول ۱,۵ تا ۲,۵ قرار گیرد عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می‌شود. با توجه به این که آماره دوربین واتسون برابر ۱,۹۵۸ است، بنابراین می‌توان گفت که عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می‌شود.

جدول ۴- نتایج تحلیل واریانس یک طرفه فرضیه

مجموع	درجه آزادی	میانگین	F	سطح معنی
مجذورات		مجذورات		داری

رگرسیون	۳۲۹۹,۱۲۳	۱	۳۲۹۹,۱۲۳	۱۸۶,۶۶۹	۰,۰۰۰
اختلاف	۳۲۱۶,۶۱۱	۱۸۲	۱۷,۶۷۴	-	-
کل	۶۵۱۵,۳۴	۱۸۳	-	-	-

طبق نتایج جدول (۴) و با توجه به این که سطح معنی داری خطای آزمون f برای سطح اطمینان ۰,۹۵ کمتر از ۰,۰۵ است (بالا تر از عدد بحرانی ۳,۸۹)، (۱۸۶,۶۶۹) بنابراین می توان گفت که استفاده از مدل خطی رگرسیون بلامانع است و یا به عبارتی متغیر مستقل توان پیش بینی متغیر وابسته را دارد.

جدول ۵- نتایج ضریب رگرسیون چند متغیره برای فرضیه

متغیر پیش بین	ضرایب غیر استاندارد			ضرایب استاندارد	t	sig
	B	SE	BETA			
مقدار ثابت	۱۵,۱۲۳	۲,۷۱۵	-	۵,۵۷۰	۰,۰۰۰	
آموزش و توسعه نیروی انسانی	۰,۵۶۴	۰,۳۲۵	۰,۱۹۶	۲,۵۹۹	۰,۰۰۱	
استخدام با دقت	۰,۷۸۹	۰,۳۳۲	۰,۲۰۸	۳,۳۱۲	۰,۰۰۰	
ارتباط موثر با کارکنان	۰,۴۵۶	۰,۲۸۹	۰,۲۱۵	۲,۵۴۶	۰,۰۰۱	
توسعه مدیریت	۰,۶۵۵	۰,۲۷۰	۰,۲۷۱	۲,۵۴۳	۰,۰۰۱	
برنامه های کاری منعطف	۰,۵۵۳	۰,۴۱۸	۰,۲۵۳	۲,۰۸۴	۰,۰۰۶	
فرصت های شغلی برابر	۰,۴۲۵	۰,۲۸۰	۰,۲۲۹	۲,۳۱۷	۰,۰۰۲	

طبق نتایج جدول (۵) و با توجه به این که سطح معنی داری خطای آزمون کمتر از ۰,۰۵ است، بنابراین می توان گفت که فرضیه تایید می شود و مولفه های (استخدام با دقت و آموزش و توسعه نیروی انسانی، ارتباط موثر با کارکنان، توسعه مدیریت، برنامه های کاری منعطف و فرصت های شغلی برابر) تاثیر معنی داری بر کیفیت خدمات مشتریان دارد. یعنی t به دست آمده برای آن ها در بازه بحرانی ۱,۹۶+ و ۱,۹۶- قرار نگرفته دارای سطح معنی داری کمتر از سطح معنی داری استاندارد ۰,۰۵ می باشند در واقع می توان گفت این متغیرها در کنار سایر مولفه ها قادر به پیش بینی متغیر ملاک کیفیت خدمات مشتریان هستند. با توجه به ضریب بتای به دست آمده در بین مولفه های مدیریت استراتژیک منابع انسانی که قادر

به پیش بینی متغیر ملاک کیفیت خدمات مشتریان هستند استخدام با دقت با دیگران با ضریب بتای ۰,۷۸۹، قادر به پیش بینی ۷۹ درصد از میزان تاثیر متغیر پیش بین مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر متغیر ملاک می باشد.

۵- نتیجه گیری و پیشنهادها

تحقیق حاضر برای دستیابی به نقش مثبت و معنادار مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر کیفیت خدمات مشتریان ارائه شده از سوی بیمارستان ارس شهر پارس آباد می باشد. نتایج به دست از فرضیه های تحقیق نشان داد که مدیریت استراتژیک منابع انسانی تاثیر مثبت و معناداری بر بهبود کیفیت خدمات مشتریان دارند. همچنین تاثیر مولفه های استخدام با دقت و آموزش و توسعه نیروی انسانی، ارتباط موثر با کارکنان، توسعه مدیریت، برنامه های کاری منعطف و فرصت های شغلی برابر بر بهبود کیفیت خدمات مشتریان ارائه شده توسط بیمارستان تایید شده است.

می توان نتیجه گرفت که تاثیر دستاوردهای مدیریت منابع انسانی شامل مهارتها، نگرشها و رفتارهای کارکنان بر کیفیت خدمات مشتریان از طریق تغییر در مهارتها و رفتارهای کارکنان حاصل آید. فعالیتهای مرتبط با مدیریت منابع انسانی در جهت تسهیل و یکپارچهسازی فعالیتهای کارکنان، شکلگیری سرمایه اجتماعی ارزشمند و رهبری فعالیت های جهت دستیابی به مزیت رقابتی ارزشمند است و میتواند از طریق جذب اثربخش، توسعه و مدیریت دانش و استعدادهای سازمانی به بهبود عملکرد و بهبود کیفیت خدمات سازمانی منجر گردد.

به نتایج به دست آمده پیشنهاد میگردد مدیران بیمارستان با فعالیتهای و اقدامات استراتژیک مدیریت منابع انسانی آشنایی کافی را داشته باشند. آنها می توانند با شرکت در کارگاههای آموزشی و سمینارهای مختلف آموزشی راجع به مفاهیم مدیریت منابع انسانی آشنایی کافی پیدا کرده و موجبات آن را رقم بزنند تا کل سازمان درگیر اقدامات مدیریت منابع انسانی گردند. پیشنهاد می شود تا در راستای بهبود کیفیت خدمات، توجه کافی به نیازهای مشتریان داشته باشند و بتوانند در اولین فرصت ممکن با خلاقیت و نوآوری، ایدههای جدید در راستای رفع نیازهای مشتریان ارائه دهند. پیشنهاد می گردد با تشویق کارهای تیمی و گروهی در بین کارکنان و با انجام تفویض اختیار به کارکنان، بحث مشارکت را در بین کارکنان بالا برده و انگیزه مشارکتجویی را در راستای دستیابی به اهداف سازمانی تقویت نمایند. در نهایت پیشنهاد می گردد تا کارکنان را آموزش داده و نیازهای مالی و پاداش ریالی را برای آنان تعیین کرد تا از انگیزه کافی برای انجام امور محوله در راستای بهبود کیفیت خدمات مشتریان ارائه شده برخوردار گردد.

منابع و مأخذ

حیدری، ح، موسوی، ف، حسینی، س.ر. ۱۳۹۳. طراحی مدل ساختاری مدیریت منابع انسانی برای دستیابی به وفاداری سازمانی، نشریه مدیریت دولتی، دوره ۶، شماره ۳.

عنوان مقاله : بررسی تاثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر کیفیت خدمات...

درخشان م، حسن زاده م. ۱۳۸۶. ارزیابی کیفیت خدمات کتابخانه مرکزی سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور. فصلنامه کتاب، ۷۰: ۴۰-۲۵.

سید جوادین ر، کیماسی م. ۱۳۹۰. مدیریت کیفیت خدمات. تهران: نگاه دانش، ۲۱۵، صفحه.

نعمتی حسین، علی پور حسین، حسن زاده محمد، ۱۳۹۲، بررسی رابطه سرمایه های فکری با کیفیت خدمات در زندانهای استان آذربایجان شرقی، پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت دولتی گرایش مدیریت مالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمی

نوروززاده عسگر، علیپور حسین، ۱۳۹۴، بررسی رابطه کارکردهای مدیریت منابع انسانی با خلاقیت کارکنان و عملکرد نیروی انسانی (مورد مطالعه: اداره کل سازمان تامین اجتماعی استان اردبیل)، پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت اجرایی، گرایش استراتژیک، دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمی

حسینی ی، موسوی ع، ابراهیمی ا. ۱۳۹۱. تأثیر سازگاری راهبردهای مدیریت منابع انسانی و راهبردهای کسب و کار بر عملکرد نیروی انسانی سازمانی. فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۲۲ (۷): ۲۰۱-۲۲۶.

حسینی کاخکی ا، قلی پور آ. ۱۳۸۶. رفتار شهروندی سازمانی: گامی دیگر در جهت بهبود عملکرد نیروی انسانی سازمان در قبال مشتری. پژوهشنامه بازرگانی، ۱۲(۴۵): ۱۱۵-۱۴۵
حسین پور د، آذر م. ۱۳۹۰. بررسی رابطه سرمایه فکری و اجتماعی با عملکرد نیروی انسانی سازمانی، از نظر مدیران و کارکنان. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۷: ۱۹-۲۹.
ممیشی ی. ۱۳۹۲. بررسی تأثیر مدیریت دانش بر توانمندسازی کارکنان سازمان تأمین اجتماعی استان اردبیل. پایان نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزش عالی البرز، دانشکده مدیریت فناوری اطلاعات.

Armstrong, M. 2013. A Handbook of Human Resource Management Practice”, Kogan Page.

Burnett.(2001).Handbook of key Customer Relationship Management :”The Definitive Guide to Winning, Managing and Developing key Account Business; prentice Hall : new Jersey.

Chen J, Zhaohui Z and Hong Y. 2004. Measuring intellectual capital. A new model and empirical study. Journal of Intellectual Capital, Vol. 5, No. 1, pp:195-212.

MacDuffie, J.P. (1995). Human resource bundles and manufacturing: Organizational logic and flexible production systems in the world auto industry. Industrial and Labor Relations Review, 48(2):197-221.

- Price, A. (2007). Human Resource Management in a Business Context.(3 rd ed.) London: Thomson Learning. 648 p.
- Swift R.S (2002). Accelerating Customer Relationship: using CRM and technologies, prentice Hal, NJ.
- Thompson, Bob, (2004), "What is CRM?" Wild K.D, H.Hi Pner, C. Frieltiz and S.Martin (2001); Marketing E-CRM: absatzwirtschaft, Dusseldorf.
- Zeithaml Va , Mary jo Bit. 1996. Services Marketing. McGraw Hill, Singapore.