

تاثیر سرمایه روانشناختی بر کیفیت خدمات ارائه شده به مشتری

(مطالعه موردی: مدیران و کارشناسان آموزش فنی و حرفه ای استان لرستان)

حبیب میرزایی (نویسنده مسئول) ۱

الهام نظری ۲

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی تاثیر سرمایه روانشناختی بر کیفیت خدمات ارائه شده به مشتری می باشد. این تحقیق از لحاظ هدف یک تحقیق کاربردی بوده و از نظر گردآوری اطلاعات یک تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی می باشد. جامعه آماری این پژوهش، مدیران و کارشناسان آموزش فنی و حرفه ای استان لرستان که متشکل از ۲۲۰ نفر می باشد. در این تحقیق برای انتخاب نمونه از روش نمونه گیری طبقه ای تصادفی استفاده گردیده است. تعداد نمونه آماری که از طریق فرمول کوکران به دست آمده است، ۱۴۰ نفر می باشد، به منظور سنجش سرمایه روانشناختی از پرسشنامه سرمایه روانشناختی (PCQ) لوتانز (۲۰۰۷) که مشتمل بر چهار بعد خودکار آمدی، تاب آوری، خوشبینی، امیدواری می باشد و جهت سنجش کیفیت خدمات ارائه شده از پرسشنامه سروکوال (۲۰۱۶) استفاده گردیده است. برای سنجش پایایی پرسشنامه ها از آلفای کرونباخ استفاده گردید که برای پرسشنامه روانشناختی ۰/۸۱۵ و برای پرسشنامه کیفیت خدمات ارائه شده ۰/۷۱۵ می باشد که نشاندهنده این است که این پرسش نامه ها از پایایی مطلوبی برخوردار هستند. به منظور اطمینان از روایی، از پرسش نامه های استاندارد استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم افزار SPSS و برای بررسی فرضیه مورد نظر از ترکیبی از آزمون T و ضریب همبستگی و تحلیل رگرسیون استفاده شده است. یافته های تحقیق حاکی از آن است که خوشبینی با بتای ۰/۳۱۵ بیشترین تاثیر را بر کیفیت خدمات ارائه شده به مشتری دارد و تاب آوری، امیدواری و خودکار آمدی به ترتیب با بتای ۰/۳۰۴، ۰/۲۰۷، ۰/۱۵۹ از اولویت های بعدی برخوردار می باشند و به طور کلی می توان عنوان کرد که سرمایه روانشناختی بر کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان موثر است.

کلید واژگان: سرمایه روانشناختی، کیفیت خدمات ارائه شده به مشتری، آموزش فنی و حرفه ای، استان لرستان

۱. دکتری مدیریت منابع انسانی، رئیس مرکز تخصصی کشاورزی فنی و حرفه ای کوهدهشت

habibmirzai@yahoo.com

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی elhamnazar161@mihanmail.ir

مقدمه

باگسترش روزافزون صنایع خدماتی، موضوع کیفیت خدمات به مسئله مهمی برای سازمان تبدیل شده است. تلاشهای فراوان سازمانها در این حوزه شهادی بر این ادعاست. درسال های گذشته، سازمانها سعی کردند از طریق مفاهیم و رویکردهای بازاریابی داخلی، کیفیت خدمات مناسب و رضایت بیشتر مشتریان خود را فراهم کنند. یکی از ویژگی های مهم خدمات، تعامل مستقیم کارکنان، مشتریان و نقش تعیین کننده ی رفتارهای مشتری مدارانه ی آن ها در برخورد با مشتریان است. بنابراین برای داشتن کیفیت خدمات برتر و در نهایت رضایت مشتری، موفقیت سازمان های خدماتی، مستلزم این است که تعهد کارکنان آن ها تضمین شود. کیفیت خدمات یکی از عوامل مهم رقابت در صنعت خدمات است. به سبب افزایش شدت رقابت برای جذب مشتریان، سازمان های خدمات رسانی با درگیر کردن کارکنان و ایجاد تعهد سازمانی در آن ها، تلاش می کنند سطح کیفیت خدمات موثر و پایه ای ارائه شده به مشتریان را افزایش دهند. با استفاده از علوم رفتاری سازمانی و منابع انسانی و رویکردهای جدیدی مانند رفتار سازمانی مثبت گرا و سرمایه روانشناختی در سازمان می تواند بازاریابی داخلی را به سمت و سویی هدایت کند تا منجر به افزایش و بهبود کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان شوند. رویکرد جدیدی که در راستای مدیریت و کنترل این عوامل و افزایش بهره وری سازمانی شکل گرفته است، رفتار سازمانی متأثر از رویکرد روانشناسی مثبت گرا است تاکید ویژه ای بر اتخاذ رویکردهای مثبت برای توسعه و مدیریت منابع انسانی در محیط های کاری دارد (فیاضی و همکاران، ۱۳۸۹). روابط قوی بین سازمان و کارکنان، نه تنها انگیزه ی کارکنان را نسبت به شغل افزایش می دهد تمایل آن ها را نیز برای خدمات رسانی بهتر به ارباب رجوع بهبود می بخشد. در تحقیق حاضر سعی بر آن است تا تاثیر سرمایه روان شناختی بر بر کیفیت خدمات ارائه شده به ارباب رجوع در آموزش فنی و حرفه ای استان لرستان مورد بررسی قرار گیرد. با توجه به مطالب بیان شده به طور کلی مسئله اصلی در این تحقیق آن است که آیا سرمایه های روان شناختی بر کیفیت خدمات ارائه شده به ارباب رجوع در اداره کل آموزش فنی و حرفه ای استان لرستان تاثیر دارد؟

سرمایه روان شناختی

در سال های اخیر، توجه روان شناسان به روان شناسان مثبت گرا جلب شده است، به گونه ای که این جنبش به حوزه مدیریت و سازمان هم راه یافته است. به مرور زمان که روان شناسی مثبت گرا پیش می رود، کاربردهای آن برای محیط کار بیشتر می شود، همچون رفتار سازمانی مثبت گرا، پژوهش های سازمانی مثبت گرا و اخیرا سرمایه روان شناختی (فرزانه حسن زاده، ۱۳۸۹). امروزه پس از سرمایه انسانی و اجتماعی، سرمایه روان شناختی را می توان مبنای مزیت رقابتی در سازمان ها در نظر گرفت. سرمایه روان شناختی در واقع به مفهومچه کسی هستتید (خود واقعی) و چه کسی

می‌خواهید بشوید (خود ممکن) بر یک مبنای توسعه‌ای و رشد یابنده باز می‌گردد (آوولی و لوتانز، ۲۰۰۶). سرمایه روان‌شناختی چیزی ورای سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی است (لوتانز، ۲۰۱۰؛ لوتانز و همکاران، ۲۰۰۵ و لوتانز و همکاران، ۲۰۰۷). که این مسئله در مطالعات پژوهشی نیز به اثبات رسیده است به عنوان مثال مشخص شده است که سرمایه روان‌شناختی ممکن است نگرش‌های بیشتری درباره نگرش مثبت شغلی نسبت به رویکردهای شناخته شده سرمایه اجتماعی و انسانی فراهم سازد، همچنین نسبت به دو سرمایه دیگر برآورده کننده بهتری از تعهد و رضایت شغلی بین کارکنان است (نلسون و کوپر، ۲۰۰۷). امروزه اگرچه سرمایه روان‌شناختی اغلب مورد غفلت قرار گرفته است با این حال این که چه کسی هستیم به همان اندازه چه چیزی می‌دانم و چه کسانی را می‌شناسم اهمیت دارد (آوی^۳ و همکاران، ۲۰۰۹). لازم است به این نکته توجه کنیم که این چهار مؤلفه ویژگی‌های روان‌شناختی نیستند، بلکه حالت‌های روان‌شناختی هستند. خصیصه‌هایی هستند که فرد ممکن است در اختیار داشته باشد و یا این که نداشته باشد؛ بنابراین تا حد زیادی ارثی هستند؛ در صورتی که حالت‌های روان‌شناختی شامل رفتارها، افکار، و اعمالی می‌شود که قابلیت رشد و توسعه را از طریق یادگیری دارند (آوی و همکاران، ۲۰۰۹). حالت گونه بودن این ظرفیت‌های مثبت، قابلیت توسعه و بهبود را با استفاده از برنامه‌های مختصر آموزشی، فعالیت‌های ضمن کار، برنامه مداخلات بسیار متمرکز و کوتاه مدت، برای آن‌ها فراهم ساخته است (لوتانز و همکاران، ۲۰۰۶). علاوه بر اثبات وجود رابطه‌ای مثبت بین سرمایه روان‌شناختی و متغیرهای مطلوب سازمانی، نتایج تحقیقات تجربی نشان می‌دهد که سرمایه روان‌شناختی از طریق اجرای برنامه مداخلاتی موسوم به (PCI) از لحاظ نظری و تجربی قابلیت رشد و توسعه را دارد (لوتانز و همکاران، ۲۰۰۶؛ لوتانز و همکاران، ۲۰۰۷) همچنین برخلاف سرمایه‌های سنتی (انسانی و سرمایه اجتماعی) و دارایی‌های مشهود با سرمایه‌گذاری بسیار اندکی تحقق می‌یابد. هادگز (۲۰۱۰) در یک تحقیق همراه با گروه‌های آزمایشی نشان داد که دوره‌های آموزشی سرمایه روان‌شناختی تاثیر قابل ملاحظه‌ای بر روی مشارکت و عملکرد سازمانی دارد. این مداخلات مرتبط با توسعه سرمایه روان‌شناختی در دوره‌های آموزشی آنلاین نیز به طور مقدماتی آزمایش شده و به نتایج مثبتی نیز دست یافته است (لوتانز و همکاران، ۲۰۰۸). به عنوان

مثال لوتانز و همکاران (۲۰۰۷) بیان می‌دارند که مداخلات خرد سرمایه روان‌شناختی تا حداقل ۱۰ درصد بر روی عملکرد تاثیر می‌گذارند.

پژوهش‌های انجام شده در زمینه رفتار سازمانی مثبت حاکی از آن است که ظرفیت‌های روان‌شناختی از قبیل امیدواری، تاب‌آوری خوش‌بینی و خودکارآمدی، در مجموع یک منبع یا عامل نهفته جدیدی را تشکیل می‌دهند که در هر یک از متغیرها، نمایان است (آوی و همکاران، ۲۰۰۹). در واقع لوتانز و همکارانش (۲۰۰۸) در توسعه چارچوب رفتار سازمانی مثبت در سازمان‌ها، سرمایه روان‌شناختی را به عنوان عامل ترکیبی و منبع مزیت رقابتی سازمان‌ها مطرح کرده‌اند. آن‌ها بر این باورند که سرمایه روان‌شناختی با تکیه بر متغیرهای روان‌شناختی مثبت همچون: امید، خوش‌بینی، تاب‌آوری و خودکارآمدی، منجر به ارتقای ارزش سرمایه انسانی (دانش و مهارت‌های افراد) و سرمایه اجتماعی (شبکه روابط میان آن‌ها) در سازمان می‌شود. بنابراین سرمایه روان‌شناختی از متغیرهای روان‌شناختی مثبتی تشکیل شده است که قابل اندازه‌گیری، توسعه و پرورش هستند و امکان اعمال مدیریت بر آن‌ها وجود دارد. لوتانز پیشگام رفتار سازمانی مثبت گرا، کاربرد مثبت‌گرایی در محیط کار را بیشتر در راستای توجه و تقویت توانمندسازی کارکنان می‌دید تا مدیریت نقاط ضعف آن‌ها (نلسون و کوپر، ۲۰۰۷). لوتانز (۲۰۰۰) رفتار سازمانی مثبت‌گرا را به عنوان مطالعه و کاربرد مثبت‌گرایی در توانمندی‌های منابع انسانی و ظرفیت‌های روان‌شناسی آن‌ها تعریف کرده و بیان می‌نماید که باید شامل سازه‌های باشد که قابل اندازه‌گیری و توسعه بوده و برای بهبود عملکرد به کار بسته شوند. ظرفیت‌های شناخته شده اصلی رفتار سازمانی مثبت‌گرا که تاکنون اثبات شده و تا حد زیادی ملاک‌های رفتار سازمانی مثبت‌گرا را برآورده می‌کنند، عبارتند از: خودکارآمدی (اعتماد به نفس)، امیدواری، خوش‌بینی و انعطاف‌پذیری (لوتانز و همکاران، ۲۰۰۷).

کیفیت خدمات

خدمت‌واژه پیچیده‌ای است. این واژه دارای تعاریف مختلفی است و طیفی از خدمات شخصی تا خدمات به عنوان یک محصول را در بر می‌گیرد. خدمت، فعالیت یا منفعتی است که یک طرف به طرف دیگر عرضه می‌کند که اساساً نامحسوس بوده و مالکیت چیزی را در بر ندارد (کاتلر و آرمسترانگ، ۲۰۰۰). کیفیت خدمات یکی رشته علمی نسبتاً جوانی است که در حدود دو دهه از

تحقیقات در این زمینه می گذرد (کارونا و پیت^۱، ۱۹۹۷). ارائه خدمات با کیفیت به این معنی است که خدمات منطبق با انتظارات مشتری باشد (متسون^۲، ۱۹۹۴). در بخش خدمات، ارزیابی کیفیت طی فرآیند ارائه خدمات انجام می گیرد. محققان بازاریابی پنج بعد اصلی خدمات را کشف و شناسایی کرده اند که مشتریان از آنها برای قضاوت درباره کیفیت خدمات استفاده می کنند (پاراسورامان و همکاران^۳، ۱۹۸۵).

این ابعاد به ترتیب و بر اساس اهمیت نسبی آن برای مشتری، به شرح زیر هستند: قابل اعتماد بودن، پاسخگو بودن، اطمینان دادن، همدلی داشتن و حفظ ظاهر کردن. یکی از ویژگی های اصلی بیشتر فعالیت های خدماتی، مواجهه و برخورد بین عرضه کننده و مشتری است. ریچارد نورمان این لحظه را که معرف کیفیت خدمات در ذهن مشتری است را لحظه حقیقت نامیده است. طی این برخورد کوتاه مشتری به ارزیابی خدمات و قضاوت درباره کیفیت آن می پردازد. مدیران موفق در زمینه خدمات، ضرورت تماس با مشتری را به عنوان عامل سودمند در مقوله خدمات درک کرده اند. رقابت موجود در سازمانهای خدماتی این امر را برای سازمانها ضروری کرده است که با درگیر کردن کارکنان و ایجاد تعهد سازمانی در آنها، به افزایش کیفیت خدمات موثر و پایه ای مشتریان دست یابند (اوگانیک^۴، ۲۰۱۱).

از آنجا که کارکنان بیانگر سازمان هستند و مستقیماً می توانند رضایتمندی مشتری را تحت تاثیر قرار دهند، نقش بازاریاب ها را ایفا می کنند (توشوف و تیت^۵، ۱۹۹۶). بازاریابی داخلی به منظور ایجاد ارزش برتر برای مشتریان، به عنوان روندی از شروع، حفظ و توسعه روابط بین کارکنان، مدیریت آنها و سازمان تعریف می شود. بازاریابی داخلی، راه کارهایی مانند رضایت شغلی و شاد ساختن را برای بهبود عملکرد کارمند به کار می گیرد. هنگامی که رضایت شغلی کارکنان افزایش یافته است، کارکنان، نگرش مثبتی در ارائه خدمات مشتریان خارجی اتخاذ میکنند (می یو و آلن^۶، ۱۹۸۴). ایجاد یک فضای خوب خدمت، نه تنها زندگی روزانه کارکنان را لذت بخش میکند، بلکه تاثیر مستقیمی بر مشتری دارد. تحقیقات گوناگون اثبات کرده است که کارکنان همانگونه که با آنها در سازمان رفتار می شود، با مشتریان رفتار می کنند (استوارت و براون^۷، ۱۳۹۱).

-
- 1 Caruana & Pitt
 - 2 Mattson
 - 3 Parasuraman, Zetihamel, & Berry
 - 4 Ogunnaike
 - 5 Toshoff & Tait
 - 6 Meyer & Allen

پیشینه تحقیق

پژوهش‌ها در زمینه تاثیر سرمایه روان‌شناختی بر کیفیت خدمات ارائه شده به وسیله کارکنان بسیار محدود است. بسیاری از این پژوهش‌ها تاثیر این متغیر بر عملکرد کارکنان را مورد سنجش قرار داده‌اند که از جمله این پژوهش‌ها، پژوهش لوتانز و همکارانش (۲۰۰۵) است که روی کارگران چینی انجام گرفت. آنان نشان دادند که عناصر رفتار سازمانی مثبت‌گرا، رابطه معنادار و مستقیمی با عملکرد دارند. همچنین یوسف و همکارانش (۲۰۰۷) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که منابع روان‌شناختی مثبت با متایجی شامل: عملکرد، رضایت شغلی، تعهد سازمانی و شادی در کار مرتبط است. در پژوهشی که سید جوادین و همکاران (۱۳۹۳) با عنوان بررسی تاثیر سرمایه روان‌شناختی بر کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان توسط کارکنان باجه با میانجی‌گری تعهد سازمانی در بانک انصار تهران روی ۳۲۰ کارمند باجه انجام دادند، که تاثیر سرمایه روان‌شناختی بر کیفیت خدمات تایید گردید.

مدل مفهومی و فرضیه‌های تحقیق

با توجه به ادبیات پژوهش مدل مفهومی و فرضیه‌های تحقیق حاضر به شکل زیر است.

فرضیه اصلی: سرمایه‌های روان‌شناختی بر کیفیت خدمات ارائه شده به ارباب رجوع در اداره کل فنی و حرفه‌ای استان لرستان تاثیر مثبت و معناداری دارد.

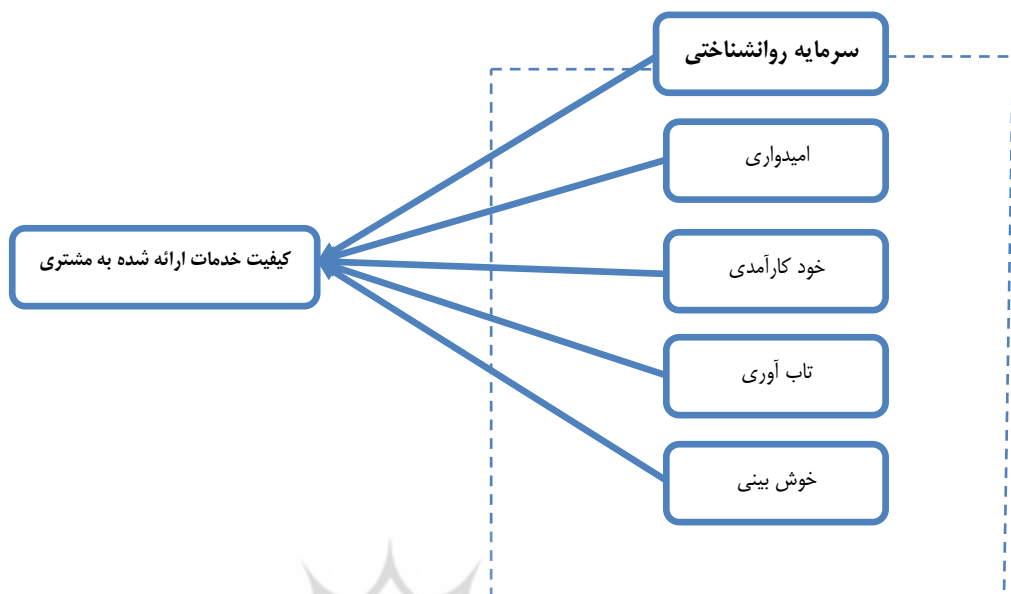
فرضیه‌های فرعی:

امیدواری بر کیفیت خدمات ارائه شده به ارباب رجوع در اداره کل فنی و حرفه‌ای استان لرستان تاثیر مثبت و معناداری دارد.

خودکارآمدی بر کیفیت خدمات ارائه شده به ارباب رجوع در اداره کل فنی و حرفه‌ای استان لرستان تاثیر مثبت و معناداری دارد.

تاب‌آوری بر کیفیت خدمات ارائه شده به ارباب رجوع در اداره کل فنی و حرفه‌ای استان لرستان تاثیر مثبت و معناداری دارد.

خوش‌بینی بر کیفیت خدمات ارائه شده به ارباب رجوع در اداره کل فنی و حرفه‌ای استان لرستان تاثیر مثبت و معناداری دارد.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش شناسی

پژوهش انجام گرفته با توجه به هدفش پژوهشی کاربردی بوده و از نظر دسته بندی پژوهشهای برحسب نحوه گردآوری داده ها، در زمره پژوهش های توصیفی (غیرآزمایشی) از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری این پژوهش، مدیران و کارشناسان آموزش فنی و حرفه ای استان لرستان که متشکل از ۲۲۰ نفر می باشد. در این تحقیق برای انتخاب نمونه از روش نمونه گیری طبقه ای تصادفی استفاده گردیده است. تعداد نمونه آماری که از طریق فرمول کوکران به دست آمده است، ۱۴۰ نفر می باشد، به منظور سنجش سرمایه روانشناختی از پرسشنامه سرمایه روانشناختی (PCQ) لوتانز (۲۰۰۷) که مشتمل بر چهار بعد خودکارآمدی، تاب آوری، خوشبینی، امیدواری می باشد و جهت سنجش کیفیت خدمات ارائه شده از پرسشنامه سروکوال (۲۰۱۶) استفاده گردیده است. در این خصوص یک پرسشنامه بر اساس طیف ۵ گزینه ای لیکرت طراحی گردید که شامل سه بخش خصوصیات شخصیتی با ۵ سؤال، سرمایه روانشناختی با ۲۴ سؤال و کیفیت خدمات ارائه شده با ۱۰ سؤال بوده است. برای سنجش پایایی پرسشنامه ها از آلفای کرونباخ استفاده گردید که برای پرسشنامه روانشناختی ۰/۸۱۵ و برای پرسشنامه کیفیت خدمات ارائه شده ۰/۷۱۵ می باشد که

نشاندهنده این است که این پرسش‌نامه‌ها از پایایی مطلوبی برخوردار هستند. به منظور اطمینان از روایی، از پرسش‌نامه‌های استاندارد استفاده شده است همچنین از نظر افراد متخصص نیز استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم افزار SPSS و برای بررسی فرضیه مورد نظر از ترکیبی از ضریب همبستگی و تحلیل رگرسیون استفاده شده است.

جدول ۱- مقادیر آلفای کرونباخ برای متغیرها

متغیر	آلفای محاسبه شده
سرمایه روانشناختی	۰/۸۱۵
کیفیت خدمات ارائه شده	۰/۷۱۵

یافته های تحقیق

نتایج آزمون T تک نمونه ای

جدول ۲، توصیف شاخص های مرکزی و پراکندگی متغیرهای تحقیق

تعداد	میانگین	میانه	انحراف	کمترین	بیشترین	t	سطح معنی داری
۱۴۰	۳/۵۷	۳/۶۸	۰/۶۷۵	۱/۶۹	۶/۲۱	۱۱/۰۷	۰/۰۰
۱۴۰	۳/۴۰	۳/۳۵	۰/۶۷۳	۱/۶۹	۵/۳۵	۷/۶۲	۰/۰۰
۱۴۰	۳/۷۳	۳/۶۸	۰/۶۴۱	۱/۳۵	۴/۳۷	۷/۶	۰/۰۰
۱۴۰	۳/۴۱	۳/۳۵	۰/۷۱۶	۱/۳۵	۴/۴۱	۷/۳۸	۰/۰۰
۱۴۰	۳/۳۶	۳/۳۵	۰/۶۹۲	۱	۵	۶/۵۱	۰/۰۰

نتایج توصیف متغیرها و آزمون t تک نمونه نشان می دهد که وضعیت سرمایه روان شناختی و کیفیت خدمات ارائه شده رضایت بخش می باشد

در اولین گام در آزمون فرضیه ها، برای تعیین نرمال بودن توزیع متغیرهای تحقیق از آزمون کلموگراف-اسمیرنوف استفاده شده است که نتایج آن در جدول زیر آمده است.

جدول ۳: نتایج آزمون کلموگراف-اسمیرنوف

متغیرها	کیفیت خدمات ارائه شده	سرمایه روان شناختی
Z کلموگروف-اسمیرنوف	۱/۲۳۸	۱/۲۰۵
سطح معنی داری	۰/۰۹۳	۰/۱۱۰

در جدول فوق مشاهده می شود که سطح معنی داری آزمون کلموگروف-اسمیرنف برای متغیر های تحقیق از ۵ درصد بیشتر است لذا توزیع این متغیر نرمال می باشد. بنابراین می توان از آمار پارامتریک و ضریب همبستگی پیرسون برای آزمون فرضیات استفاده کرد.

جدول ۴- ضریب همبستگی پیرسون بین سرمایه روان شناختی و کیفیت خدمات ارائه شده

F	سطح معنی داری	تعداد (n)	ضریب همبستگی پیرسون (r)	
۱۵/۶۸۹	۰/۰۰۱	۱۴۰	۰/۳۲۱***	سرمایه روان شناختی
۶/۲۰۵	۰/۰۰۱	۱۴۰	۰/۲۰۷**	امیدواری
۳/۵۶۸	۰/۰۰۱	۱۴۰	۰/۱۵۹**	خودکارآمدی
۱۴/۰۹۴	۰/۰۰۱	۱۴۰	۰/۳۰۴**	تاب آوری
۱۹/۶۵	۰/۰۰۱	۱۴۰	۰/۳۵۴**	خوش بینی

$P < 0/01$ n=140***

ضرایب رگرسیونی استاندارد شده (β) و آزمونهای معنی داری مربوطه (t)

جدول ۵. ضرایب رگرسیونی استاندارد شده (β) و آزمونهای معنی داری مربوطه (t)

مقادیر ثابت (β)	سطح معنی داری (Sig)	t	ضرایب استاندارد (β)	متغیرهای پیش بین
۳/۰۸۴	۰/۰۰۰	۳/۹۶۱	۰/۳۲۱	سرمایه روان شناختی
۳/۸۲۴	۰/۰۱۴	۰/۴۹۱	۰/۲۰۷	امیدواری
۳/۹۴۶	۰/۰۴۱	۱/۸۸۹	۰/۱۵۹	خودکارآمدی
۳/۴۵۶	۰/۰۰۰	۳/۷۵۴	۰/۳۰۴	تاب آوری
۳/۱۹۹	۰/۰۰۰	۴/۴۴۳	۰/۳۵۶	خوش بینی

بر اساس اطلاعات به دست آمده در جدول ۴ و ۵ نتایج آزمون فرضیه ها در جدول ۶، آمده است.

جدول ۶. نتایج آزمون فرضیه‌ها

نتیجه	فرضیه‌های تحقیق
تایید	فرضیه اصلی: سرمایه‌های روان‌شناختی بر کیفیت خدمات ارائه شده به ارباب رجوع در اداره کل فنی و حرفه‌ای استان لرستان تاثیر مثبت و معناداری دارد.
تایید	فرضیه فرعی اول: امیدواری بر کیفیت خدمات ارائه شده به ارباب رجوع در اداره کل فنی و حرفه‌ای استان لرستان تاثیر مثبت و معناداری دارد.
تایید	فرضیه فرعی دوم: خودکارآمدی بر کیفیت خدمات ارائه شده به ارباب رجوع در اداره کل فنی و حرفه‌ای استان لرستان تاثیر مثبت و معناداری دارد.
تایید	فرضیه فرعی سوم: تاب‌آوری بر کیفیت خدمات ارائه شده به ارباب رجوع در اداره کل فنی و حرفه‌ای استان لرستان تاثیر مثبت و معناداری دارد.
تایید	فرضیه فرعی چهارم: خوش‌بینی بر کیفیت خدمات ارائه شده به ارباب رجوع در اداره کل فنی و حرفه‌ای استان لرستان تاثیر مثبت و معناداری دارد.

نتیجه‌گیری نهایی یافته‌ها

با توجه به یافته‌های تحقیق که در بخش قبل ارائه گردید تمامی فرضیه‌های مطرح شده در این تحقیق تایید گشتند، به منظور مقایسه بین نتایج به دست آمده از این پژوهش با سایر پژوهش‌های صورت گرفته باید عنوان نمود که یافته‌های این پژوهش با یافته‌های لوتانز و همکاران (۲۰۰۵)، یوسف و همکاران (۲۰۰۷) و سید جوادین و همکاران (۱۳۹۲) همخوانی دارد. با توجه به نتایج به دست آمده پیشنهادها زیر ارائه می‌گردد.

باتوجه به آزمون‌های آماری که اشاره شد، میزان تأثیر سرمایه روان‌شناختی بر کیفیت خدمات به مراتب از مولفه‌های تشکیل دهنده‌های بیشتر است، لذا می‌توان بیان نمود که سرمایه روان‌شناختی مجموعه‌ای است که از اجزای خود (خودکارآمدی، امیدواری، تاب‌آوری، خوشبینی) بیشتر است و دارای هم‌افزایی است. پس به مدیران توصیه می‌شود به جای تمرکز بر تک تک مولفه‌ها، به تمام ابعاد آن به صورت یکجا توجه کنند و با اتخاذ رویکرد نظام مند، تلاش کنند تا سرمایه روان‌شناختی کارکنان را افزایش دهند. مدیران پیش از آنکه بر کمبود و کاستی‌های کارکنان متمرکز شوند، بر نقاط قوت، قابلیت‌ها، و توانایی‌های ذاتی آنان تاکید کنند. و این کار باتوجه به آموزش پذیر بودن سرمایه روان‌شناختی و رفع نیازهای کارکنان می‌توان ان را در دوره‌های آموزشی در بین کارکنان لحاظ کرد تا بر کیفیت خدمات بیش از پیش بهره مند شوند.

براساس نتایج فرضیه اصلی تحقیق: باید بابه کار بردن موارد زیر عملکرد کارکنان را بهبود بخشد:

- (۱) اعتماد به کارکنان از عوامل مهمی است که مدیران برای بهبود کیفیت کاری کارکنان باید به آن توجه داشته باشند. (۲) اعتماد شخص به خود می تواند در پیشبرد امور محوله به او و انجام وظایفش تاثیر به سزای داشته باشد. (۳) داشتن اعتماد به نفس کارکنان در هنگام بروز مشکل و مواجهه با مشکلات یکی از موارد مهمی است که باید به آن توجه کرد. (۴) خوشبینی در زمانیکه با مانعی در امور کاری روبرو شوند از عوامل مهم در بهبود کیفیت است. (۵) توجه به جنبه مثبت کار انجام شده در بهبود کیفیت کاری تاثیر گذار است. (۶) داشتن تجهیزات مدرن و پیشرفته در حین انجام کار می تواند در نتیجه کار بسیار مهم باشد. (۷) انجام کارها و خدمات وعده داده شده به شکل یکسان در هر زمان از جانب مسئولان. (۸) آمادگی دائمی در کارکنان برای بهتر انجام شدن وظیفه مهم است.

براساس نتایج فرضیه فرعی اول تحقیق: باید برای بهبود کیفیت با به کار بردن موارد زیر کیفیت کاری کارکنان را بهبود بخشد: (۱) با اعتماد یک مسئله طولانی را بررسی کرده تایک راه حل مناسب پیدا شود. (۲) در کارهای جمعی تمام وظایف در بین کارکنان تقسیم گردد. (۳) با دادن اطلاعات کامل و آموزش ضمن خدمت بر بهبود کیفیت کاری افزوده شود.

براساس نتایج فرضیه فرعی دوم تحقیق: باید با به کار بردن موارد زیر کیفیت خدمات را بهبود بخشند: (۱) با آموزش اینکه برای حل هر مشکل راه حل های زیادی وجود دارد که در برخورد با مشکلات کارساز است. (۲) امیدوار بودن به آینده شغلی در پیش رو در بهبود ارائه خدمات تاثیر زیادی دارد. (۳) دنبال کردن اهداف تحصیلی در حین کار می تواند امیدواری زیادی نسبت به آینده در شخص فراهم آورد. (۴) باطمینان به اینکه راههای زیادی برای حل هر مشکل وجود دارد.

براساس نتایج فرضیه فرعی سوم تحقیق: باید با به کار بردن موارد زیر کیفیت خدمات را بهبود بخشند: (۱) زمانیکه در امور کاری و تحصیلی با مانعی روبرو شوند با زحمت کمی آن را اصلاح کرده و به کارشان ادامه دهد. (۲) با مدیریت مشکلات متنوع در جهت رفع آنها تلاش کنند تا زمانی که آن را حل نکرده اند دست از کار نکشند. (۳) در مواقع فشار کاری که آنها را آرام می کنند انجام دهند و با به دست آوردن آرامش مجدد به محل کار برگردند. (۴) در هنگام انجام امور کارهای که باعث بالا رفتن آرامش آنها شده و همچنین در انجام درست کار کمک میکنند انجام دهند مثلا حرف زدن هنگام کار.

براساس نتایج فرضیه فرعی چهارم: باید با به کار بردن موارد زیرکیفیت خدمات را بهبود بخشند: ۱) انتظار بهترین عملکرد را داشتن حتی زمانیکه اهداف کاری ام در حین انجام آنها نامشخص باشد. ۲) اگر چیز اشتباهی برایم پیش آید سعی می‌کنم عملکرد عاقلانه و بهتری را از خود نشان دهم. ۳) اگر چیز اشتباهی برایم پیش آید سعی می‌کنم عملکرد عاقلانه و بهتری را از خود نشان دهم. ۴) من همیشه جنبه مثبت کارم را می‌بینم.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

- استوارت، گ.، براون، ک. (۱۳۹۱). مدیریت منابع انسانی: پیوند استراتژی و عمل. مترجم سید محمد اعرابی، مرجان فیاضی، تهران: مه کامه.
- سید جوادین، س.ر.، فیاضی، م.، بلوچی، ح.، فارسی زاده، ح. (۱۳۹۳). بررسی تاثیر سرمایه روان شناختی بر کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان توسط کارکنان باجه با میانجی گری تعهد سازمانی، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، سال سوم، شماره ۴، صفحه ۱۱۴-۱۹.
- فیاضی، م.، سیمار اصل، ن.، کاوه، م. (۱۳۸۹). استفاده از روانشناسی مثبت گرا در مدیریت و رهبری سازمان (جنبشی رو به گسترش). همایش ملی چالشهای مدیریت و رهبری در سازمان های ایرانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات اصفهان.
- فرزانه حسن زاده، ژ. (۱۳۸۹). مثبت گرایی در رفتار سازمانی، مجله تدبیر، شماره ۲۱۶، صفحه ۲۹-۲۴.

- Allen, N. J., Meyer, John p. r. (1984). *Testing Theory of Organizational Commitment. Journal of Applied Psychology*; 69, (3), 372-378.
- Avey, J. B., Wernising, T. S., & Luthans, F. (2009). *Can positive employees help positive organizational chang? Impact of psychological capital and emotions on relevant attitudes and behaviors; Journal of Applied Behavioral Science*, 44, (1), 48-70.
- Caruana, A., Pitt, L. (1997). *Intequalan Internal Measure of Service Quality and the Link Between Service Quality and Business Performance. European Journal of Marketing*; 31, (8), 604-616.
- Kotler, P and Armestrang, G. (2000). *Marketing management. Prentice Hall, USA.*
- Luthans, F., Avey, J. B., Avolio, B. J., & Peterson, S. J. (2010). *The development and resulting performance impact of positive psychological capital. Human Resource Development Quar terly*; 21, 41-46.
- Luthans, F. Luthans, F. Avolio, B. J. Walumbwa, F. O. & Li, W. (2005). *The psychological capital of Chinese workers: Exploring the relationship with performance. Management and Organization Review*; 1, 247-269.
- Luthans, F. Norman, S. M., Avolio, B. J., & Avey, J. B., (2008). *The mediating role of psychological capital in the supportive organizational climate employee performance relationship. Journal of organizational behavior*; 29, 219-238.
- Luthans, F., Youssef, C., Avolio, B. J. (2007). *Psychological Capital: Developing the human competitive edge. Oxford University Press.*
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., Norman, S. M. (2007). *Positive psychological capital of Chinese workers: Exploring the relationship with performance. Management and Organization Review*; 1, 541-572.
- Mattson, J. (1994). *Improving Service Quality in Person To Person Ecounters. The service Industries journal, London* .45-61.
- Nelson, D. & Cooper, C. L. (2007). *Positive Organizational Behavior: An Inclusive View in California. SAGE Publications*, pp. 1-8.
- Ogunnaike, O. Oluseye. (2011). *Assessing the Effect of Organizational Commitment on Service Quality; a Study of Customer Contact Employee. The Global Journal of Management And Business Research*; 11, (2).

- Parasuraman, V.A., Zetihamel, and L.L.Berry. (1985). A conceptual model of service quality and Its Implications for future research, *journal of marketing*; 49: 48.
- Tshoff, c., Tait. M. (1996). Quality perception in the financial service sector: The Potential Impact of Internal Marketing. *International Journal of Service Industry management*; 7,(2),5-31.
- Youssef, C. M., Luthans, F. (2007). Positive Organizational Behavior in the Workplace: The Impact of Hope, Optimism, and Resilience. *Management Department Faculty Publications*. 774-800.

