

اثرات پرخاشگری مشتری بر کارکنان عملیاتی با در نظر گرفتن نقش تعدیل گر سبک رهبری ناظر؛ مورد مطالعه: شعب بانک مهر اقتصاد استان لرستان

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۱۹

کد مقاله: ۹۷۶۶۷

محمد صالحی^۱

چکیده

در طول دهه های اخیر، تحقیقات به طور فزاینده ای بر ساختار بندی رهبری در تئوری های انگیزش برای روشن کردن رابطه بین رهبر و پیرو متمرکز شده است. هدف از انجام این تحقیق اثرات پرخاشگری مشتری بر کارکنان عملیاتی با در نظر گرفتن نقش تعدیل گر سبک رهبری ناظر می باشد. این تحقیق بر حسب هدف کاربردی و بر شیوه گردآوری داده ها توصیفی و میدانی است. قلمرو این پژوهش در حوزه بازاریابی می باشد. قلمرو تحقیق کارکنان بانک مهر اقتصاد استان لرستان می باشد و قلمرو زمانی از خرداد آبان ماه ۱۳۹۸ تا بهمن ۱۳۹۸ می باشد. جامعه آماری این پژوهش کارکنان بانک مهر اقتصاد استان لرستان می باشد. در این پژوهش داده های جمع آوری شده توسط پرس نامه با نرم افزار SPSS و PLS برای انجام تحلیل های آماری از آمارهای توصیفی و استنباطی برای تجزیه و تحلیل داده ها مورد استفاده قرار گرفته است. نتایج نشان داد پرخاشگری مشتریان نشخوارذهنی، قصد انتقام، خروج از کار روزانه و استرس تأثیر مثبت و معناداری بر خدمات عملکرد کارکنان عملیاتی دارد. همچنین نقش تعدیلگر رهبری ناظر بر خدمات عملکرد کارکنان و پرخاشگری مشتریان مورد تأیید قرار گرفت.

واژگان کلیدی: پرخاشگری مشتری، کارکنان عملیاتی، نقش تعدیل گر سبک رهبری

۱. دانشجوی دانشگاه پیام نور الشتر/ رشته مدیریت بازرگانی/گرایش بازاریابی

در طول دهه های اخیر، تحقیقات به طور فزاینده ای بر ساختار بندی رهبری در تئوری های انگیزش برای روشن کردن رابطه بین رهبر و پیرو متمرکز شده است. به طور مشخص، نظریه خود تعین گری، نظریه خودسازگاری و نظریه تمرکز نظارتی چارچوب های انگیزشی هستند که یک دلیل منطقی برای فرآیندها و سازوکارهای روان شناختی فراهم می آورند که از طریق آن رهبران بر پیروان تأثیر می گذارند. در بین این چارچوب های نظری، نظریه تمرکز نظارتی از تحقیقات پشتیبانی می کند که ثابت می کند سبک های رهبری بسته به تمرکز نظارتی پیروان، پیامدهای متفاوتی دارند (McGinnis, 2007). تمرکز نظارتی ساختار انگیزشی را توصیف می کند که براساس آن افراد به حقایق مختلف توجه می کنند رفتار دیگران را تفسیر می کنند و اقدامات را انجام می دهند. اگرچه تمرکز نظارتی علنا از طریق ارتباطات کلامی آشکار شده است با این وجود این بیانات به احتمال خیلی دقیق برای شناخت دقیق تر مدیران هستند. تمرکز نظارتی بستگی به زمینه شخصی افراد دارد که هم موقعیتی و هم مژمن است. با این حال تحقیقات به طور معمول یک رویکرد مدیریتی را اتخاذ می کنند و به آزمایش های آزمایشگاهی متکی هستند که امکان دست کاری مناسب نظارتی را فراهم می کنند. بنابراین اگرچه قدرت تمرکز نظارتی در برابر دست کاری در محیط کار امری عادی است، اما رهبران باید سبک رهبری خود را با تمرکز نظارتی پیروان تطبیق دهند. تحقیق باید بر دستورالعمل هایی برای رهبران برای تمرکز نظارتی بر پیروان فراهم آورد. ال دمدرش (۲۰۱۸) تأثیر پرخاشگری کلامی مشتری بر فرسودگی شغلی کارکنان خط مقدم در هتل ها و آژانس های مسافرتی نقش تعدیل کننده حمایت ادراک شده سرپرست بیان داشت. این مطالعه با هدف ارزیابی تأثیر پرخاشگری کلامی مشتری بر فرسودگی شغلی در کارکنان خط مقدم در هتل ها و آژانس های مسافرتی انجام شده است و سعی بر این است تا مشخص شود که آیا بین این دو بخش تفاوت وجود دارد. این مطالعه علاوه بر این نقش تعدیل کننده پشتیبانی ناظر درک شده در رابطه بین پرخاشگری کلامی مشتری و فرسودگی شغلی در هتل ها و آژانس های مسافرتی را نیز مورد آزمایش قرار داده است. دو نسخه از پرسشنامه بصورت آنلاین توزیع شد ابتدا در بین کارمندان هتل ها و سپس در میان کارمندان آژانس های مسافرتی پخش گردید. ۶۱۳ پرسشنامه سالم گردآوری گردید و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که بین میزان پرخاشگری کلامی مشتری، فرسودگی شغلی و پشتیبانی ناظر ادراک شده در هتل ها و آژانس های مسافرتی تفاوت معنی داری وجود دارد اگرچه بین پرخاشگری کلامی مشتری و فرسودگی شغلی در بین کارکنان خط مقدم در هر دو جامعه رابطه معنی داری وجود داشت. به گفته محققان اخیرا و مطبوعات عمومی، مردم کمتر قادر به رفتار با همدیگر به صورت صریح و احترام آمیز در محل کار هستند در مطالعه این پدیده، رفتارهای کاری مانند فریاد زدن، بی ادبی و تهدیدات تحت برچسب های مختلفی از جمله تعامل، بی عدالتی، پرخاشگری کار، زورگویی در محل کار، بی انگیزگی و درگیری بین فردی انجام شده است (Tian, 2019) به طور کلی این رفتارها مربوط به واکنش های کار ناشایست از جمله استرس و مشکلات سلامتی، رفتارهای تلافی جویانه و گردش مالی است و این موضوع را به عنوان یک موضوع مهم برای مطالعه قرار می دهد. تئوری تحقیق و توسعه مقیاس در مورد این اشکال پرخاشگری کار به طور کلی بر اعضای درون سازمانی به عنوان منبع و اهداف این رفتارها متمرکز شده است. یک قسمت گمشده از ادبیات موجود این است که این رفتارهای ضد اجتماعی ممکن است از طرف افرادی باشد که سازمان در تلاش است تا به آنها کمک کند، یعنی مشتریان تحقیق در مورد سایر اقدامات مدیریتی مانند سبک رهبری یا رویکرد تعامل، که ممکن است عواقب شکل های مختلف انگیزه مشتری در کارکنان خط مقدم را کاهش دهد، وجود ندارد. در دنیای سازمانی نوین، یکی از مهمترین شاخص های تأثیر گذار بر جوامع، عنصر مدیریت است که شکل مطلوب آن مدیریت همراه با رهبری تلقی می شود. رهبری یکی از مفاهیم بنیادین اداره جامعه است و با تحولات اجتماعی همراه است؛ زیرا بنیان نظم و اداره هر جامعه و سازمان بر مبنای آن بنا شده است. بدون رهبری، پیش بردن اهداف اجتماعی و رسیدن به مطلوب ها یا امکان پذیر نبوده یا بسیار دشوار خواهد شد. سبک های رهبری به عنوان ترکیب مختلفی از فعالیت ها و رفتارهای ارتباطی که برای تأثیر گذاشتن بر دیگران جهت رسیدن به اهداف استفاده می شود، تعریف می شوند. در طول سه دهه گذشته مدیریت منابع انسانی تکامل یافته و در این حوزه پیوند بین مدیریت منابع انسانی و عملکرد سازمان به ویژه توجه محققان را به خود جلب کرده است. محققان تلاش تجربی قابل توجهی را برای درک رابطه عملکرد سازمانی و مدیریت منابع انسانی اختصاص داده اند. (Sagioglu, 2019) از سال ۱۹۹۴ این بحث در مراحل مشخص و با تمرکز اولیه بر جستجوی تأثیر شیوه های منفرد به بررسی تأثیر یک سیستم از اقدامات انسانی در چندین جنبه اندازه گیری عملکرد سازمانی تکامل یافته است. از طرفی کارمندان خط مقدم به وضوح در مورد نقش محیط اجتماعی و جوی که در آن سایر کارکنان دوستانه حامی و احترام به یکدیگر و اینکه چگونه این امر بر رفتارهای شهروندی خدمات مشتری مداری آنها تأثیر می گذارد توضیح می دهند. به ویژه روابط کاری در این زمینه متعلق به کارمندان نیز در ارزیابی کارمندان از نحوه اعمال و درک شیوه های مدیریت منابع انسانی بسیار مهم به نظر می رسد. بدین منظور تحقیق حاضر به دنبال اثرات پرخاشگری مشتری بر کارکنان عملیاتی با در نظر گرفتن نقش تعدیل گر سبک رهبری ناظر بود.

۲- روش و طرح تحقیق

این تحقیق بر حسب هدف کاربردی و بر شیوه گردآوری داده‌ها توصیفی و میدانی است. قلمرو این پژوهش در حوزه بازاریابی می‌باشد و متشکل از متغیرهای پرخاصگی مشتری و عملکرد خدمات کارکنان عملیاتی است. قلمرو تحقیق کارکنان بانک مهر اقتصاد استان لرستان می‌باشد و قلمرو زمانی از خرداد آبان ماه ۱۳۹۸ تا بهمن ۱۳۹۸ می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش کارکنان بانک مهر اقتصاد استان لرستان می‌باشد. حجم نمونه با استفاده از فرمول زیر محاسبه می‌شود که با توجه به محدود بودن جامعه آماری از فرمول کوکران حجم نمونه محاسبه گردید.

در این تحقیق برای بیشتر کردن شباهت نمونه و جامعه و افزایش دقت نمونه برداری برای پارامترهای جامعه و دخالت ویژگی‌های جامعه در نمونه، روش نمونه‌گیری تصادفی ساده در نظر گرفته شده است با توجه به مشخص بودن و محدود بودن حجم جامعه، تعداد ۱۳۳ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب می‌شوند. روش نمونه‌گیری در این تحقیق روش نمونه‌گیری ساده و تصادفی است. علت انتخاب این روش این است که به همه افراد شانس مساوی برای استفاده از نظرات و ایده‌های آن‌ها داده شود. به منظور دستیابی به نتایج مورد نظر و انجام پژوهش از روش‌های استفاده شده است که شامل مطالعات کتابخانه‌ای، تحقیقات میدانی، پرسشنامه می‌باشد. از روایی بدین منظور از ابتدا با دقت در مطالعات کتابخانه‌ای و استفاده از مدل‌های مرجع بین‌المللی و همچنین تحقیقات مشابه سعی گردید از شاخص‌ها و مولفه‌های مورد قبول و مناسب استفاده شود. روایی پرسشنامه این تحقیق از دو منظر روایی همگرا و روایی افتراقی استفاده گردید.

برای بررسی پایایی متغیرها از آلفای کرونباخ و پایایی مرکب استفاده گردید. علاوه بر آلفای کرونباخ در مدل‌های مسیری PLS از پایایی مرکب نیز برای بررسی پایایی سازگاری استفاده می‌شود. همچنین در تحقیق حاضر با استفاده از نرم افزار SPSS22 آلفای کرونباخ محاسبه گردید. متغیر به عاملی اطلاق می‌شود که بین افراد جامعه مشترک بوده و می‌تواند مقادیر و ارزش‌های متفاوتی داشته باشد. متغیرها انواع گوناگونی دارند و بر اساس مبانی مختلف طبقه‌بندی می‌شوند. در یک تحقیق علمی برای پاسخ دادن به سوالات تحقیق و آزمون فرضیه‌ها، تشخیص متغیرها امری ضروری است. متغیرها در این تحقیق شامل پرخاصگی مشتری متغیر مستقل، عملکرد خدمات کارکنان عملیاتی متغیر وابسته و

رهبری ناظر متغیر تعدیلگر است. تجزیه و تحلیل داده‌ها فرآیندی چند مرحله‌ای است که طی آن داده‌هایی که از طریق بکارگیری ابزارهای جمع‌آوری در نمونه (جامعه) آماری فراهم آمده‌اند، خلاصه‌کد بندی، دسته‌بندی و در نهایت پردازش می‌شوند تا زمینه برقراری انواع تحلیل‌ها و ارتباطات بین این داده‌ها به منظور آزمون فرضیه‌ها فراهم آید. در این پژوهش داده‌های جمع‌آوری شده توسط پرسشنامه با نرم افزار SPSS و PLS برای انجام تحلیل‌های آماری از آمارهای توصیفی و استنباطی برای تجزیه و تحلیل داده‌ها مورد استفاده قرار گرفته است.

۳- مبانی نظری

۳-۱- رهبری ناظر

رهبری ناظر و بازخورد عملکرد هر دو در فعال کردن انگیزه بیرونی و درونی کارکنان و شکل دادن به نگرش کارکنان مهم هستند. البته طیف وسیعی از عوامل ایجاد انگیزه و نگرش از جمله عوامل بیرونی به عنوان مثال فرهنگ‌ها و سیاست‌های سازمانی و عوامل داخلی به عنوان مثال اشتیاق به کار و توانمندسازی شخصی وجود دارد. ما به طور خاص روی رهبری ناظر و بازخورد عملکرد تمرکز می‌کنیم زیرا، در زمینه توسعه کارکنان، آنها رفتارهای رهبری حیاتی را نشان می‌دهند که ممکن است ارتباط بین سبک‌های رهبری و نتایج مهم کارمندان را توضیح دهد مسیری تحت‌تأثیر و تحقیق شده است. (Rice, 2018) تحقیقات برای پاسخ به این سوال کمک می‌کند. به طور خاص، ما با توضیح این که چگونه رهبران بر نتایج کارمندان تأثیر می‌گذارند توضیح می‌دهند که چرا برخی از سبک‌های رهبری نسبت به سایر سبک‌ها در تأثیرگذاری بر نگرش کارکنان مؤثر است، از طریق تهیه منابع شغلی مهم، انواع مختلف منابع شغلی کارکردها، نقش‌ها و تأثیرات مختلفی دارند. رهبری یعنی توانایی جمع‌آوری یک گروه از افراد پیرامون اهداف و مجموع کل دانش و توانایی‌های مورد نیاز برای رسیدن به این اهداف. در سال‌های اخیر، موضوع رهبری توجه محققان و پژوهشگران زیادی را به خود جلب کرده است. شاید دوره‌های بود که مدیریت و رهبری می‌توانستند به صورت جداگانه مطرح شوند ولی زمانی که مزیت رقابتی سازمان‌ها، کارکنان دانشی آنان است که برای سازمان ارزش می‌آفرینند، دیگر کارکنان مدیرانی نمی‌خواهند که فقط تقسیم وظایف کنند یا کارایی را بالا ببرند. مدیرانی می‌خواهند که مأموریت تعریف کنند و آنها را توانمند سازند، استعدادهایشان را توسعه دهند و بازخورد مؤثر و به هنگام ارائه دهند. به عبارت دیگر، رهبری و مدیریت، دو کارکرد هم‌پوشاننده دارند، در واقع هر دو برای موفقیت سازمان‌ها حیاتی‌اند. با گذشت زمان، نظریه پردازان نظریه‌های مختلفی را برای رهبری ارائه داده‌اند. بیشتر نظریه‌های رهبری بر سه رویکرد تمرکز داشته‌اند رهبری با رویکرد فرآیند یا ارتباط، رهبری با رویکرد ترکیبی از شخصیت و ویژگی‌های فیزیکی، یا رهبری با رویکرد رفتارهای خاص یا مهارت‌های

رهبری. نظریه های رهبری سنتی بیشتر بر فرآیند منطقی متمرکز می شدند ولی نظریه رهبری نوین به خصوص رهبری تحول آفرین بر احساسات و ارزش ها تمرکز دارد. رهبری تحول آفرین افراد را از طریق احساسات، ارزش ها، اخلاقیات، استانداردها و اهداف بلندمدت متحول می سازد، در جستجوی اتصال میان علایق فردی و جمعی است تا از این طریق به زیردستان اجازه دهد برای اهداف متعالی تلاش کنند و بدین گونه در اهداف و اعتقادات پیروان خود تغییر ایجاد می کنند. رهبری یکی از ضرورت های اصلی برای انجام فعالیت های بسیاری از سازمان های امروزی است. از نظر هرسی و بالنچارد، سازمان های موفق مشخصه عمده ای دارند که به وسیله آن از سازمان های ناموفق متمایز می شوند این مشخصه، رهبری پویا و اثربخش است. اهمیت هدایت به حدی است که برخی از صاحب نظران علم مدیریت، موفقیت هر مدیر را در گرو توان او در هدایت نیروی انسانی می دانند. (Byrd, 2018) شیوه های رهبری به شدت تحت تاثیر محیط فرهنگی جوامع قرار دارند؛ به طوری که می توان گفت شیوه های رهبری و مدیریت در هر تمدن، جلوه های از ساخت فرهنگی آن تمدن است. شاید گزافه نباشد که بگوییم، به تعداد افرادی که در زمینه مدیریت نظریه پردازی کرده اند، در مورد رهبری تعریف وجود دارد. جورج تری معتقد است که رهبری فعالیت اثرگذاری بر افراد است. به طوری که این افراد با رضایت خود، در جهت رسیدن به اهداف گروهی تلاش کنند. به علاوه تریلور و همکارانش رهبری را این گونه تعریف کرده اند رهبری، فرآیند نفوذ اجتماعی است که رهبر در جستجوی مشارکت داوطلبانه زیردستان برای تلاش در جهت رسیدن به اهداف سازمان است. به طور کلی رهبری فرآیندی است که ضمن آن مدیریت سازمان می کوشد تا با ایجاد انگیزه و ارتباطی موثر انجام سایر وظایف خود را در تحقق اهداف سازمانی تسهیل و کارکنان را از روی میل و علاقه به انجام وظایف شان ترغیب کند.

۳-۲- پرخاشگری مشتری

بیشتر مطالعات در مورد پرخاشگری در محل کار در درجه اول بر منبع پرخاشگری مانند سرپرستان یا همکاران متمرکز شده است. در زمینه خدمات، با این وجود، مشتریان همچنین می توانند منبع بالقوه پرخاشگری در محیط کار باشند، زیرا کارمندان خدماتی بیشتر از سایر کارمندان وقت خود را با مشتری می گذرانند. تعداد زیادی از محققان گزارش کرده اند که رفتارهای ناهنجار مشتریان بر نتایج سازمانی تأثیر منفی می گذارد و باعث بروز مشکلاتی همچون فرسودگی عاطفی، ناهوشیاری، قصد ترک شغل، خراب کاری در برابر مشتریان و نگرش های منفی در مورد کار می شود. با این وجود مطالعات کمی در این زمینه وجود دارد. (Karlin, 2018) یکی از انواع پاسخ های رفتاری که توسط کارمندان که پرخاشگری مشتری را در محیط کار تجربه می کنند نشان داده می دهد رفتار انحرافی است که شامل نقض هنجارها با نیت مثبت یا منفی نسبت به سازمان است. هنگامی که کارکنان رفتار پایدار ناکارآمد مشتری را تجربه می کنند ممکن است تمایل فرآیندهای برای تلافی به عنوان یک اثر احساسی کوتاه مدت نشان دهند. با این حال انحراف هنگامی که به عنوان نقض هنجارها تعریف شود می تواند به هر دو اثر مثبت و منفی منجر شود. علاوه بر این پاسخ های فردی به تجاوز مشتری ممکن است در افراد متفاوت باشد. ما پیشنهاد می کنیم که مالکیت روانشناختی ممکن است رابطه را بین پرخاشگری مشتری و انحراف محل کار با عملکرد به عنوان شکل مهمی از سرمایه روان شناختی که کارمندان هنگام مواجهه با پرخاشگری مشتری می توانند از آن استفاده کنند تعدیل کند. پرخاشگری مشتری نه تنها کارمندان خدمات بلکه شرکت های خدماتی نیز تأثیرات مخربی دارد. پرخاشگری به مشتری منجر به کاهش عملکرد روزانه در کوتاه مدت و از دست دادن اعتماد به سیستم و ناتوانی سازمانی در دراز مدت در سطح سازمانی می شود. سرانجام، مشتریان بی گناه می توانند قربانی پرخاشگری به مشتری شوند که منجر به خصومت کارکنان خدمات به سمت مشتری می شود. نتایج نشان می دهد که حتی پرخاشگری جزئی از مشتریان عملکرد شناختی کارکنان خدمات را تشدید می کند. با توجه به اینکه تجاوز مشتری در بسیاری از مواقع احساسات خود آگاهانه کارکنان مانند شرم و خجالت را برانگیخته می تواند بر میزان فروش و کیفیت تعامل فروش نیز تأثیر منفی بگذارد. در این راستا برای جلوگیری از تأثیر مضر آن بر کارکنان خدمات یا شرکت ها و افزایش رضایت مشتری، توجه بیشتر به پرخاشگری مشتری لازم است. به ویژه فهمیدن پیشینه های پرخاشگری به مشتری برای فهمیدن اینکه چه اقداماتی در مورد مشتریان متجاوز انجام خواهد داد مفید خواهد بود. (Thurasamy, 2017) تحقیقات قبلی در مورد پرخاشگری مشتری ویژگی های مختلف شخصیتی مهاجم مثلا سن، وضعیت عاطفی، آستانه پایین یا شخصیت طلب دار و غیره و مورد حمله قرار داده است مثلا رفتارهای ناکارآمد کارمندان، تجربیات شغلی، اضطراب، یا مهارت های بین فردی و همچنین ویژگی های تعامل خدمات به عنوان مثال استحکام و انعطاف پذیری، عدالت بین فردی و غیره به عنوان اجزای پرخاشگری به مشتری است. پرخاشگری به مشتری در رفتار در وضعیت خدماتی است که معیارهای پذیرفته شده اجتماعی را که توسط بازاریابان و بیشتر مشتری ها در نظر گرفته شده است نقض می کند، تأثیر منفی بر کارکنان و عوامل سازمانی دارد. برخورد با مشتریان سوء استفاده کننده ممکن است عواقب روانشناختی طولانی مدت مانند کاهش عزت نفس و اختلالات استرس، و همچنین اثرات عاطفی کوتاه مدت برای کارمندان خط مقدم داشته باشد. علاوه بر این پرخاشگری به مشتری امکان ایجاد خطا را افزایش می دهد و همچنین باعث افزایش

احتمال خرابکاری مشتری می شود که این به نوبه خود بر عملکرد کلی کارکنان تأثیر منفی می گذارد. پرخاشگری را که توسط کارمندان خط مقدم انجام می شود تشدید می کند. رهنمودهای سازمانی غالباً به ویژه مانترهای سازمانی مبنی بر اینکه مشتری همیشه درست است روابط نامتعارفی بین تراکنش ها بین مشتریان و کارگران ایجاد می کند که در تبدیل کارکنان به هدف رفتارهای پرخاشگرانه مشتریان نقش اساسی دارد. (Groeneveld, 2019) پیروی از هنجارهای سازمان نه تنها می تواند منجر به عواقب روانی و نگرشی برای کارکنان شود از جمله کاهش عزت نفس، افسردگی و فرسودگی شغلی، بلکه به رفتارهای انحرافی نیز منجر می شود که در نهایت ممکن است بر عملکرد سازمان تأثیر بگذارد.

۳-۳- مدیریت منابع انسانی

مدیریت منابع انسانی و روش های ارزیابی عملکرد کارکنان در حوزه کسب و کار خصوصاً مدیریت منابع انسانی و ارزیابی عملکرد کارکنان، پارامترهای زیادی جهت حداکثرسازی بهره وری و استفاده از تمامی پتانسیل های موجود در کسب و کار وجود دارند، که الزاماً این پارامترها و اجرای آنها چندان پیچیده و سخت نیست. رمز بهینه سازی و افزایش بهره وری در کسب و کار و خصوصاً پرسنل، قرار دادن تکه های کوچک پازل کسب و کار در کنار هم است. (Tampi, 2018) یعنی در این حوزه شما الزاماً راهکارهای بزرگی به اجرا در نیآورده، بلکه فرمول های کوچکی را به دقت و به صورت مداوم به اجرا در می آورید. یکی از بخش هایی که در سازمان از اهمیت ویژه ای برخوردار است و با عنوان هایی همچون سرمایه سازمان، رمز موفقیت سازمان و... یاد می شود، پرسنل و منابع انسانی هر کسب و کاری است. مدیریت منابع انسانی هر کسب و کاری در مسیر تحقق مأموریت و اهداف و همچنین اجرای استراتژی های خود باید اقداماتی را در زمینه مدیریت منابع انسانی انجام دهد. مقاله مقدمه ای بر مدیریت منابع انسانی در سازمان در مدیر نو، به نکات مهمی در این زمینه می پردازد. اینکه چه نوع سبک مدیریتی در کسب و کارتان استفاده می کنید، به خودی خود می تواند پاسخگوی بیش از ۵۰٪ موفقیت های کسب و کارتان باشد. اما قبل از هر چیز باید سبک مدیریتی خود را بشناسید و بتوانید فاصله بین خود و سبک مدیریتی ایده آل را با گام های موثر پر کنید. برای این منظور می توانید از تست سبک رهبری برای شناخت هر چه بهتر نوع عملکرد خود در کسب و کار و همچنین راه کارهای ارائه شده جهت بهبود آن استفاده کنید. معیارهای عینی عملکرد منابع انسانی، بر رفتار و پیامدهای (نتیجه) آنان تمرکز دارد. این معیار بر اساس نتیجه پایانی فرد را مورد سنجش قرار می دهد، که از نقاط قوت و وضعی نیز برخوردار است. بارزترین نقطه ضعف آن، عدم توجه به شرایط و روندهای کاری است. یعنی تمرکز تنها به نتیجه پایانی نمی تواند همکاران را به درستی قضاوت کند. (Kim, 2017) فرض بر این است دو همکار در شرکت مدیران نواندیش مورد سنجش قرار می گیرند. خروجی عملکردی یکی ۲۰ مقاله در ماه و دیگری ۱۰ مقاله است. با توجه به معیارهای عینی، همکار اول از عملکرد بالاتری برخوردار است در صورتی که همکار دوم با توجه به فعالیت های جانبی دیگر و همچنین سیستم کامپیوتری قدیمی تر چنین عملکردی از خود بروز می دهد. معیارهای ذهنی عملکرد، بر اساس قضاوت سرپرستان و مدیران صورت می گیرد. این معیار نیز دارای مزایا و معایب خاص خود است. از جمله مهم ترین ضعف آن جانب داری و تعصب های شخصی مدیران نسبت به برخی همکاران است.

۴- یافته های تحقیق

۴-۱- آمار توصیفی

منظور از آمار توصیفی جمع بندی و خلاصه کردن داده ها برای بهتر نشان دادن آنها به خوانندگان می باشد. آمار توصیفی آماری است که الگوی پاسخ های افراد نمونه را تلخیص می کند. یافته های توصیفی این پژوهش شامل جداول فراوانی و درصد مشخصات فردی افراد نمونه و شاخص های آماری توصیفی مانند میانگین و انحراف استاندارد می باشد که برای کلیه متغیرهای مورد مطالعه در این تحقیق ارائه شده است.

جدول ۲. توزیع فراوانی پاسخ دهندگان برحسب

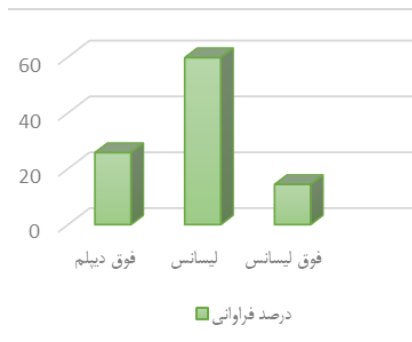
تحصیلات

تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی
فوق دیپلم	۳۴	۲۵,۸
لیسانس	۷۹	۵۹,۸
فوق لیسانس	۱۹	۱۴,۴
کل	۱۳۲	۱۰۰,۰

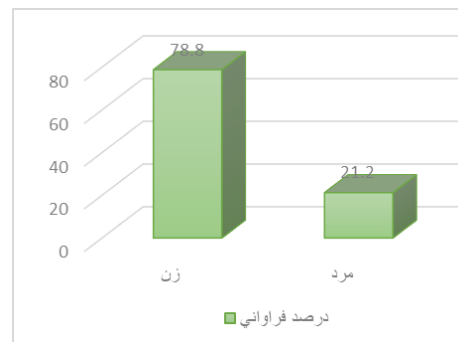
جدول ۱. توزیع فراوانی پاسخ دهندگان برحسب

جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی
زن	۱۰۴	۷۸,۸
مرد	۲۸	۲۱,۲
کل	۱۳۲	۱۰۰,۰



نمودار ۲. توزیع فراوانی پاسخ دهندگان برحسب تحصیلات



نمودار ۱. توزیع فراوانی پاسخ دهندگان برحسب جنسیت

۲-۴- آمارهای توصیفی متغیرهای تحقیق

یافته های جدول ۳ نشان می دهند که بیشترین میانگین را متغیرهای استرس و خروج از کار روزانه و کمترین میانگین را متغیر نشخوار ذهنی دارد.

جدول ۳. آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیرها	تعداد	ماکزیمم	مینیمم	میانگین	انحراف معیار
استرس	۱۳۲	۵,۰۰	۱,۶۷	۴,۰۳۲۸	۰,۷۳۸۹۱
نشخوار ذهنی	۱۳۲	۵,۰۰	۲,۳۳	۳,۹۸۲۳	۰,۵۷۲۶۵
قصد انتقام	۱۳۲	۵,۰۰	۳,۰۰	۴,۰۰۷۶	۰,۵۳۴۵۸
خروج از کار روزانه	۱۳۲	۵,۰۰	۲,۳۳	۴,۰۱۷۷	۰,۷۰۴۱۸
پرخاشگری	۱۳۲	۵,۰۰	۲,۵۰	۴,۰۱۰۱	۰,۵۷۷۲۶
رهبری	۱۳۲	۴,۳۳	۱,۰۰	۱,۴۴۱۹	۰,۶۳۲۰۵
عملکرد خدمات کارکنان عملیاتی	۱۳۲	۳,۰۰	۱,۰۰	۱,۳۸۶۴	۰,۵۴۷۶۹

۳-۴- آمار استنباطی

تکنیک هایی آماری که در هر تحقیق مورد استفاده قرار می گیرد، بنا به ضرورت تحقیق و در جهت اثبات یا رد فرضیه های تحقیق می باشد. در این بخش به توجه نرمال یا غیر نرمال بودن توزیع داده ها از تکنیک های آماری مرتبط استفاده می گردد. جهت بررسی توزیع داده ها از نظر نرمال یا غیرنرمال بودن، از آزمون کولموگروف-اسمیرنف استفاده می شود و سپس از تکنیک آماری ضریب همبستگی و معادلات ساختاری جهت آزمون فرضیه های تحقیق استفاده می گردد. برای کلیه تحلیل ها از نرم افزار spss و pls استفاده گردید.

جدول ۴. نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنف

متغیر	استرس	نشخوار ذهنی	قصد انتقام	خروج از کار روزانه	پرخاشگری	رهبری ناظر	عملکرد خدمات کارکنان عملیاتی
N	۱۳۲	۱۳۲	۱۳۲	۱۳۲	۰,۱۲۲	۰,۲۷۳	۰,۲۹۸
کولموگروف-اسمیرنف	۰,۲۰۲	۰,۱۷۰	۰,۱۵۷	۰,۱۹۹	۰,۱۲۲	۰,۲۷۳	۰,۷۶۶
مقدار معناداری	۰,۰۰۰ ^C	۰,۰۰۰ ^C	۰,۰۰۰ ^C	۰,۰۰۰ ^C	۰,۰۰۰ ^C	۰,۰۰۰ ^C	۰,۰۰۰ ^C

آزمون نرمال بودن داده ها تکنیک هایی آماری که در هر تحقیق مورد استفاده قرار می گیرد، بنا به ضرورت تحقیق و در جهت اثبات یا رد فرضیه های تحقیق می باشد. در این بخش به توجه نرمال یا غیر نرمال بودن توزیع داده ها از تکنیک های آماری مرتبط استفاده می گردد. برای بررسی نرمال بودن داده ها، فرض صفر مبتنی بر نرمال بودن توزیع داده ها، در سطح خطای ۵٪

آزمون می شود. بنابراین اگر مقدار معناداری بزرگتر مساوی ۰,۰۵ بدست آید، در این صورت دلیلی برای رد فرض صفر وجود نخواهد داشت. به عبارت دیگر توزیع داده ها نرمال خواهد بود. برای آزمون نرمال بودن داده ها از تکنیک کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شده و فرض های آماری به صورت زیر تنظیم می شود.

بر اساس نتایج مندرج در جدول ۴ چون موارد مقدار معناداری همه متغیرها بزرگتر از ۰/۰۵ بدست آمده است. بنابراین فرض صفر تایید شد. یعنی توزیع داده ها نرمال است. بنابراین می توان از آزمون های پارامتریک استفاده کرد.

۴-۴- آزمون همبستگی اسپیرمن

برای بررسی وجود یا عدم وجود رابطه و همچنین میزان شدت رابطه بین دو متغیر کمی، از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده می شود. این ضریب بین -۱ تا ۱ می باشد، که علامت منفی آن نشانگر همبستگی در جهت عکس و علامت مثبت آن نشان دهنده ارتباط مستقیم دو متغیر است. هرچه قدر مطلق ضریب همبستگی به ۱ نزدیک باشد شدت همبستگی بیشتر بوده و هر اندازه قدر مطلق آن به صفر نزدیک باشد بیانگر ضعیف بودن همبستگی است. همزمان با تعیین میزان همبستگی، معنی دار بودن آن نیز آزمون می شود. یعنی دو فرض H_0 مبنی بر صفر بودن همبستگی در جامعه در برابر فرض H_1 مبنی بر غیر صفر بودن ضریب همبستگی در جامعه؛ در خطای α مورد آزمون قرار می گیرد.

$$H_0: P=0$$

$$H_1: P \neq 0$$

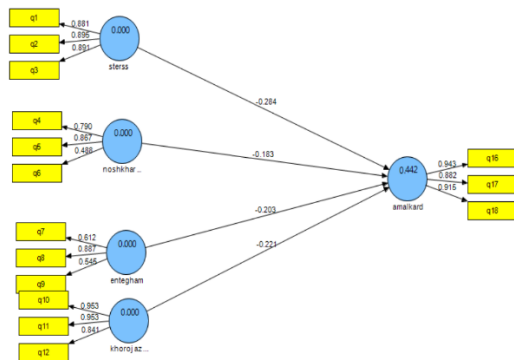
چنانچه مؤلفه p (مقدار) برای آزمون همبستگی از سطح آزمون کمتر باشد، فرض H_0 رد می شود و اگر از سطح آزمون بیشتر باشد، آنگاه دلیلی بر رد فرض H_0 وجود ندارد.

همان طور که می دانیم در مدل های PLS مدل های اندازه گیری یا همان سازه ها به دو دسته سازه های انعکاسی و سازه های ترکیبی تقسیم می شود. در این مطالعه تمام مدل های اندازه گیری از نوع انعکاسی هستند. اولین معیاری که در مدل های اندازه گیری انعکاسی بررسی می شود، پایایی سازگاری درونی است. معیار سنتی برای کنترل آن آلفای کرونباخ است که برآوردی را برای پایایی براساس همبستگی درونی معرف ها ارائه می دهد. اگر آلفای کرونباخ بیشتر از ۰/۷۰ باشد، سازگاری درونی تایید می گردد. علاوه بر آلفای کرونباخ، در مدل های مسیری PLS از پایایی مرکب نیز برای بررسی پایایی سازگاری استفاده می شود. اگر میزان این شاخص که به P دیلون-گلدشتاین معروف است، بیشتر از ۰,۷۰ باشد، پایایی مرکب مدل تایید می شود. نتایج و گزارش خروجی نرم افزار PLS برای این دو شاخص در جدول ۵ آورده شده است.

جدول ۵. جدول پایایی مرکب

متغیر	آلفای کرونباخ	پایایی مرکب
عملکرد خدمات کارکنان عملیاتی	۰,۹۰۳۲۶۷	۰,۹۳۹۴۲۷
پرخاشگری	۰,۹۰۷۴۹۶	۰,۹۲۷۷۸۴
پرخاشگری* رهبری ناظر	۰,۹۸۴۶۷۹	۰,۹۸۶۱۳۶
رهبری ناظر	۰,۹۲۵۰۷۶	۰,۹۵۲۳۸۱

همان طور که می بینید مقادیر به دست آمده برای آلفای کرونباخ و پایایی مرکب بیشتر از ۰/۷۰ است که نشان دهنده پایایی مطلوب متغیرهای تحقیق است. بنابراین مدل اندازه گیری از پایایی مطلوبی برخوردارند. این شاخص ها از طریق بررسی همبستگی درونی یا بارهای عاملی بین معرف ها در مورد پایایی همزمان متغیرها نتیجه می گیرند. اما از آنجا که پایایی معرف ها متفاوت است، پایایی هر معرف باید به تنهایی ارزیابی شود. محققان معتقدند که متغیرهایی که دارای بارهای عاملی همبستگی بین یک سازه و هر کدام از متغیرهای مشاهده شده آن کمتر از ۰/۴ باشند، باید از مدل اندازه گیری حذف شوند. پایایی معرف ها یا همان بارهای عاملی در جدول ۵ آورده شده است.



شکل ۱- مدل پژوهش

۴-۵- روایی همگرا

اولین روایی مورد بررسی برای تایید روا بودن مدل های اندازه گیری روایی همگرا است. روایی همگرا به این معناست که مجموعه ی معرف ها، سازه ی اصلی را تبیین می کنند. فورنل و لاکر (۱۹۸۱) استفاده از متوسط واریانس استخراج شده (AVE) را به عنوان معیاری برای اعتبار همگرا، پیشنهاد می کنند. حداقل AVE معادل ۰/۵ بیانگر اعتبار همگرایی کافی است، به این معنی که یک متغیر مکنون می تواند به طور میانگین بیش از نیمی از پراکندگی معرف هایش را تبیین کند. نتایج محاسبه این شاخص در جدول ۶ خلاصه شده است.

جدول ۶. نتایج محاسبه شاخص متوسط واریانس

متغیر	AVE
عملکرد خدمات کارکنان عملیاتی	۰,۸۳۷۹۲۹
پرخاشگری	۰,۷۶۲۶۰۳
پرخاشگری* رهبری ناظر	۰,۸۵۵۶۶۳
رهبری ناظر	۰,۸۶۹۵۷۲

همان طور که در جدول بالا مشاهده می شود مقدار AVE برای متغیرهای مکنون بالاتر از ۰/۵ است. بنابراین می توان گفت که روایی همگرایی مدل های اندازه گیری مطلوب می باشد.

۴-۶- برازش مدل

شاخص اشتراک، کیفیت مدل اندازه گیری هر بلوک را می سنجد. شاخص حشو یا افزونگی که به آن Q^2 استون گیسر نیز می گویند با در نظر گرفتن مدل اندازه گیری کیفیت مدل ساختاری را برای هر بلوک دورن زا اندازه گیری می کند. مقادیر مثبت این شاخص ها نشانگر کیفیت مناسب و قابل قبول بودن مدل اندازه گیری و ساختاری می باشند. شاخص GOF این معیار به صورت میانگین هندسی R^2 و متوسط اشتراک محاسبه می شود.

$$GOF = \sqrt{Communnality \times R^2}$$

مثبت بودن مقدار شاخص اشتراک و شاخص افزونگی همان طور که در جدول ۷ نشان داده شده است، به ترتیب نشان دهنده کیفیت مطلوب مدل اندازه گیری و کیفیت مطلوب مدل ساختاری است. مثبت بودن شاخص نیکویی برازش GOF که دارای مقدار ۰,۴۲ است، برازش کلی مدل را نشان می دهد.

جدول ۷. شاخص های بررسی اعتبار اشتراک، حشو و GOF

متغیرها	communality	R^2	Q^2	GOF
عملکرد خدمات کارکنان عملیاتی	۰,۸۳۷۹۲۹	۰,۶۵۲۹۵۲	۰,۰۰۲۱۶۹	۰,۴۲
پرخاشگری	۰,۷۶۲۶۰۴	برونزا	برونزا	
پرخاشگری* رهبری ناظر	۰,۸۵۵۶۶۳	برونزا	برونزا	
رهبری ناظر	۰,۸۶۹۵۷۲	برونزا	برونزا	
میانگین	۰,۸۳۱۴۴۲	۰,۶۵۲۹۵۲	۰,۰۰۲۱۶۹	

رهبری ناظر در رابطه بین پرخاشگری مشتریان و عملکرد خدمات کارکنان عملیاتی در شعب بانک مهر اقتصاد لرستان نقش تعدیلگر دارد.

فرضیه	ضریب رگرسیون تعاملی	آماره T تعاملی	نتیجه آزمون
رهبری ناظر در رابطه بین پرخاشگری مشتریان و عملکرد خدمات کارکنان عملیاتی در شعب بانک مهر اقتصاد لرستان نقش تعدیلگر دارد	۰,۵۳۴	۲,۰۵۳	تائید فرضیه

۵- نتیجه گیری

نتیجه‌گیری از توصیف مشاهدات استفاده از آمار توصیفی به منظور تلخیص اطلاعات جمع‌آوری شده و شناخت بیشتر جامعه مورد بررسی صورت پذیرفته است و هدف آن نیز توصیف، استخراج نکات اساسی و ترکیب داده‌ها به کمک زبان اعداد می‌باشد. این قسمت به نتایج حاصل خواهیم پرداخت. همان طوری که گفته شد افراد به لحاظ میزان تحصیلات نتایج نشان داد که ۵۹,۸ درصد از پاسخ دهندگان دارای مدرک لیسانس فوق دیپلم ۲۵,۸ و ۱۴,۴ دارای مدرک کارشناسی ارشد می‌باشند. پرخاشگری مشتری بر عملکرد خدمات کارکنان عملیاتی در شعب بانک مهر اقتصاد لرستان تأثیر مثبت و معناداری دارد. ضریب استاندارد برای این فرضیه برابر با ۰,۲۳۵- است که بین ۱,۹۶+ و ۱,۹۶- است و همچنین عدد معناداری برای آن برابر با ۲,۳۱۵ می‌باشد که بیشتر از ۱,۹۶+ است. لذا این فرضیه مورد تأیید قرار می‌گیرد.

۵-۱- پیشنهادها

پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات آتی تأثیر پرخاشگری مشتریان بر خدمات عملکرد کارکنان با نقش میانجی رهبری ناظر انجام گیرد. پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات آتی رابطه پرخاشگری مشتری با کارکنان عملیاتی مورد بررسی قرار گیرد. پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات آتی به شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر پرخاشگری مشتریان مورد بررسی قرار گیرد. پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات آتی تأثیر پرخاشگری مشتریان بر عملکرد خدمات کارکنان در جوامع آماری دیگر مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

1. Cunningham, R. L., & McGinnis, M. Y. (2007). Factors influencing aggression toward females by male rats exposed to anabolic androgenic steroids during puberty. *Hormones and behavior*, 51(1), 135-141.
2. Deng, J., Guo, Y., Ma, T., Yang, T., & Tian, X. (2019). How job stress influences job performance among Chinese healthcare workers: a cross-sectional study. *Environmental health and preventive medicine*, 24(1), 2.
3. Greitemeyer, T., & Sagioglou, C. (2019). The impact of personal relative deprivation on aggression over time. *The Journal of social psychology*, 159, 664-675.(6)
4. Griffith, T. L., Nordbäck, E. S., Sawyer, J. E., & Rice, R. E. (2018). Field study of complements to supervisory leadership in more and less flexible work settings. *Journal of Organization Design*, 7(1), 10.
5. Hoch, J. E., Bommer, W. H., Dulebohn, J. H., & Wu, D. (2018). Do ethical, authentic, and servant leadership explain variance above and beyond transformational leadership? A meta analysis. *Journal of Management*, 44(2), 501-529.
6. Jiang, L., Probst, T. M., Benson, W., & Byrd, J. (2018). Voices carry: effects of verbal and physical aggression on injuries and accident reporting. *Accident Analysis & Prevention*, 118, 190-199.
7. Karlin, D. S. (2018). Mindfulness in the workplace. *Strategic HR Review*. Elo, A. L., Leppänen, A., & Jahkola, A. (2003). Validity of a single-item measure of stress symptoms. *Scandinavian journal of work, environment & health*, 444-451.
8. Kashif, M., Zarkada, A., & Thurasamy, R. (2017). Customer aggression and organizational turnover among service employees. *Personnel Review*.
9. Keulemans, S., & Groeneveld, S. (2019). Supervisory leadership at the frontlines: Street-level discretion, supervisor influence, and street-level bureaucrats' attitude towards clients. *Journal of Public Administration Research and Theory*.
10. Kong, H., & Kim, H. (2017). Customer aggression and workplace deviance: The moderating role of psychological ownership. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 45-1761-1773 (11)
11. Kwon, Y., & Yi, Y. (2019). The effect of perceived economic mobility on customer aggression toward service employees: A darker aspect of customer behavior. *Psychology & Marketing*, 36, 1120-1132 (11)
12. Lee, M. C. C., Idris, M. A., & Tuckey, M. (2019). Supervisory coaching and performance feedback as mediators of the relationships between leadership styles, work engagement, and turnover intention. *Human Resource Development International*, 22(3), 257-282.

13. Luthans, F., & Avolio, B. J. (2003). Authentic leadership development. *Positive organizational scholarship*, 241, 258.
14. McCreery, M. P., & Krach, S. K. (2018). How the human is the catalyst: Personality, aggressive fantasy, and proactive-reactive aggression among users of social media. *Personality and Individual Differences*, 133, 91-95.
15. Pio, R. J., & Tampi, J. R. E. (2018). The influence of spiritual leadership on quality of work life, job satisfaction and organizational citizenship behavior. *International Journal of Law and Management*.