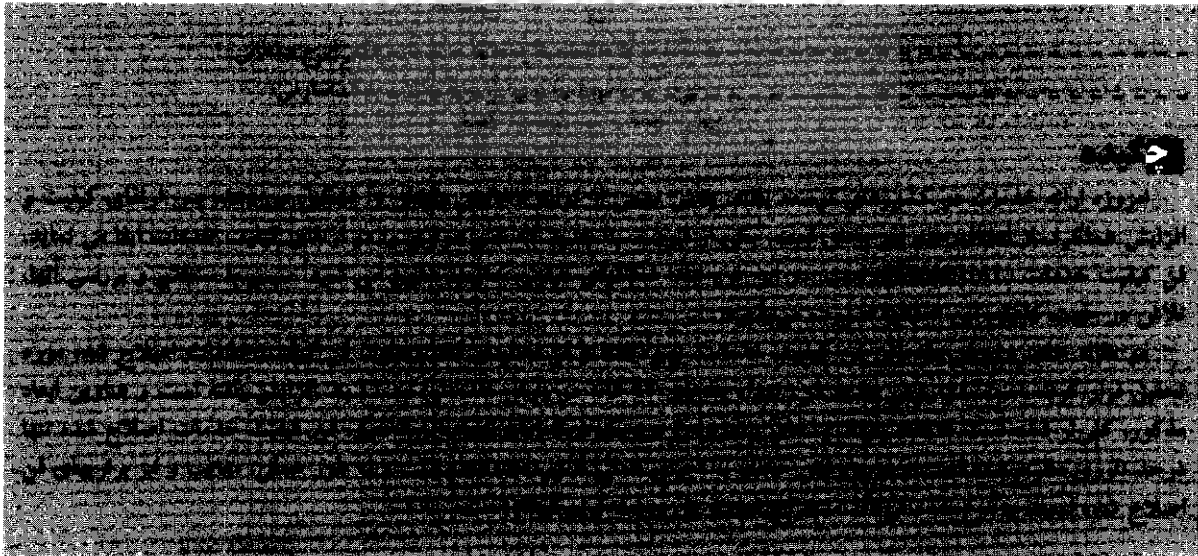


# SERVQUAL

مروری بر

فن کیفیت خدمات

ژویشگاه علمدراز و مطالعات فرهنگی



## ادبیات تحقیق

فن کیفیت خدمات مخفف عبارتی لاتین و به مفهوم کیفیت خدمت است. فن کیفیت خدمات در واقع ابزاری جهت تعیین میزان شکافهای موجود، بین سطوح موردنظر و سطوح عملکرد واقعی در یک سازمان خدماتی و یا بخش خدماتی یک سازمان تولیدی است. پایه و اساس فن کیفیت خدمات، طرح پرسشنامه و سنجش نگرشهاست. بنابراین هر محققی که گام در این حوزه می گذارد، باید بخوبی با اصول طراحی پرسشنامه آشنا باشد. دستیابی به چنین امری نیازمند ابزاری است که بتواند انتظارات و ادراکات مشتری، کارکنان و مدیران را بدون دخیل کردن هیچگونه قضاوت شخصی اندازه گیری کند که این ابزار همان پرسشنامه است. همچنین ذکر می شود که تهیه ابزاری قابل لمس جهت ارزش دهی به مشتری و ارضای نیازهای وی بسیار مورد نیاز است.

## SERVQUAL و مدل شکافهای کیفیت خدمات

در فن کیفیت خدمات مقدماتی چند شکاف وجود دارد که عبارتند از: شکاف ۱ - تفاوت بین ادراکات مدیریت از آنچه مشتریان انتظار دارند و انتظارات واقعی مشتریان. شکاف ۲ - تفاوت بین ادراکات مدیریت و مشخصات کیفیت خدمات (استانداردهای کیفیت خدمات) شکاف ۳ - تفاوت بین مشخصات کیفیت خدمت و ارائه خدمت واقعی؛ آیا استانداردها به طور مداوم رعایت شده اند؟ شکاف ۴ - تفاوت بین ارائه خدمت و آنچه که در خارج از سازمان مورد نظر است؛ آیا به تعهدات به صورت مداوم عمل شده است؟ شکاف ۵ - تفاوت بین آنچه که مشتریان از یک خدمت انتظار دارند و آنچه را که عملاً دریافت می کنند.

## ابعاد موجود در SERVQUAL مقدماتی

## الف) ملموسات:

- ۱ - تجهیزات مدرن
- ۲ - تسهیلات جذاب از لحاظ ظاهری

## ۳ - ظاهر پاکیزه کارکنان

۴ - جذابیت مواد موجود (مثل نشریات و فاکتورها) از لحاظ ظاهری.

## ب) ادب و اعتماد:

۱ - پرسنل مجاب به دقت و تعاملات صمیمانه

۲ - پرسنل مؤدب

۳ - کارکنان توانمند در پاسخ به درخواستهای مشتریان

۴ - کارکنان الفاکتنده صمیمیت به مشتریان.

## ج) قابلیت اطمینان:

۱ - حفظ سفارشهای عاری از خطا

۲ - قابلیت اطمینان در بررسی مشکلات خدمت به مشتریان

۳ - ارائه خدمات تعهد شده

۴ - ارائه خدمات در زمان قول داده شده

۵ - اجرای خدمات به صورت صحیح و در اول وقت.

## د) مسئولیت و پاسخ دهی:

۱ - آمادگی برای پاسخگویی به سوالات مشتریان

۲ - نگهداری مشتریان به صورت مطلع در هنگامی که خدمات انجام می شوند

۳ - ارائه سریع خدمات به مشتریان

۴ - خواستارمند بودن در جهت کمک به مشتریان.

## ه) همدلی:

۱ - راحت بودن ساعات کاری اداری و تجاری

۲ - توجه منحصر به فرد به مشتریان

۳ - کارکنانی که نیازهای مشتریان را بفهمند

۴ - مدنظر قراردادن بهترین علاقه های مشتریان

۵ - کارکنانی که با مشتری به صورت مشتاقانه مواجه شوند.

## فن کیفیت خدمات اصلاح شده.

برخی از محققان همچون اسکات در سال ۲۰۰۳ و همچنین برخی از صاحب نظران مثل سورشکاندر و راجندران و کاملاتیان در سال ۲۰۰۱ معتقد بودند که فن کیفیت خدمات مقدماتی، ایراداتی دارد که مهمترین این ایرادات، مربوط به موضوع است که پنج

بعد موجود در فن کیفیت خدمات مقدماتی، تمامی موارد مورد نیاز جهت دستیابی به کیفیت را شامل نمی شود. بنابراین آنها با ایجاد تغییراتی در ابعاد ذکر شده در فن کیفیت خدمات مقدماتی، یک زمینه جدید به نام فن کیفیت خدمات تجدیدنظر شده را فراهم کردند. البته آنان در این کار، فوق العاده متأثر از فن کیفیت خدمات ابتدایی بوده اند. در این فن، همانند فن پیشین، پنج بعد اساسی مدنظر قرار می گیرد. اما این پنج بعد تا حدودی متفاوت از پنج بعد مذکور در فن کیفیت خدمات مقدماتی است. همچنین سوالاتی که در این فن به کار گرفته می شود، شامل ۴۱ سوال است که در مقایسه با فن قبلی، افزایش سوالات را شامل می شود.

## ابعاد فن کیفیت خدمات اصلاح شده

الف) بعد ملموسات خدمت: این بعد در واقع همان بعد ملموسات، در فن پیشین است. آیتم های این بعد، اصلاح شده و دو آیتم از آیتم های فن قبلی حذف شده اند. این دو آیتم شامل تجهیزات مدرن و پاکیزه بودن ظاهر پرسنل است. سایر بندهای این بعد، به شرح زیر هستند:

۱ - اثربخش بودن فرایندهای شکایات مشتری

۲ - جذابیت ظاهری مواد و تسهیلات

۳ - چیرگی بر وضعیت های نامطلوب مثل دما، تهویه، سروصدا، بو، رایحه و... در سازمان

۴ - ارائه خدمات به صورت صحیح و در اول وقت

۵ - جذابیت ظاهری علامت، نشانه ها، تابلوها، تبلیغات، جزوه ها و دیگر مصنوعات در سازمان

۶ - ارائه خدمات متعهد شده

۷ - راحت بودن جانمایی فیزیکی تجهیزات و دیگر مبلمان برای مشتری، جهت تعامل با کارکنان

۸ - ارائه سریع خدمت به مشتری

۹ - ارائه خدمات تعهد شده در جدول زمانبندی

۱۰ - توجه به خانه داری به عنوان یک حق تقدم و در بالاترین سطح سفارش سازمان.

ب) بعد روشمند کردن ارائه خدمت: این

مشتریان را داشته باشند.

۷ - محیطی که در آن، جهت بهبود استانداردهای خدمت از بازخور مشتریان استفاده شود.

۸ - راضی نگه داشتن مشتریان از لحاظ امنیت، رضایت و خشنودی در تعاملاتشان.

۹ - رسیدگی و توجه منحصر به فرد به مشتریان به وسیله مدنظر داشتن بهترین علاقه های مشتریان در بطن سازمان

۱۰ - کارکنانی که همیشه مؤدب و باصفا هستند.

۱۱ - درجه سازمان در بازگرداندن وضعیت نرمال، هنگامی که یک مشکل بحرانی پیش می آید.

۱۲ - وجود کارکنانی با ظاهر آراسته و پاکیزه

۱۳ - برآورد کردن مداوم اطلاعات مشتریان از کیفیت خدمت و عملکرد واقعی خدمات در مقابل اهداف سازمان.

### کاربردهای فن کیفیت خدمات

کاربرد این فن را می توان در موارد زیر تشریح کرد:

۱ - دستیابی به مبانی ایزو ۹۰۰۱؛

۲ - بازاریابی و بازرسی فرایند؛

۳ - کسب مزایای رقابتی؛

۴ - رفع و یا کاهش ایرادات ممکن؛

۵ - مقایسه وضعیت خود با شرایط رقبا.

### محدودیت‌های فن کیفیت خدمات اصلاح شده

۱ - اساسی ترین ایراد این تکنیک، تعداد سوالات بسیار آن است که این امر، دربرکردن پرسشنامه ها بخصوص توسط مشتریان، ایجاد مشکل می کند. البته در سازمانهای خدماتی که تعداد مشتریان زیاد است، می توان با تقسیم کردن پرسشنامه به دو قسمت، مشکل را کاهش داد. در این زمینه، فن کیفیت خدمات مقدماتی این مزیت را داشت که تعداد سوالات آن ۲۲ سوال بود و مشتری در پاسخ دادن به پرسشها دچار خستگی نمی شد و با حوصله بیشتری پرسشنامه را تکمیل کرد.

۲ - اساسا تمامی بندهای تکنیک اصلاح شده در یک صنعت خاص، جوابگو هستند.

### هرچند که افزوده شدن

### ۱۹ سوال به پرسشنامه

### روش مقدماتی فن کیفیت

### خدمات باعث غنی تر

### شدن ابعاد روش اصلاح

### شده این فن است، اما

### به نوعی باعث خستگی

### و بی حوصلگی مشتریان

### در پاسخگویی به این

### پرسشنامه می شود.

بعد کیفیت به فرایندها، راه‌حلهای، نظامها و تکنولوژی می پردازد که خدمات را موثر و کارا می کنند. پیامد این بعد، تحویل روان خدمات مداوم، بدون کار اضافی و انحرافات عظیم است.

بندهای این بعد، شامل موارد زیر است:

۱ - وجود پرسنل لازم و کافی برای ارائه خدمت خوب به مشتری

۲ - ارتقای ظرفیت جهت خدمت اثربخش تر به مشتری

۳ - وجود یک فرایند ساده و استاندارد ارائه خدمات بدون دیوانسالاریهای اضافی

۴ - تسهیلات کافی و لازم جهت ارائه خوب خدمات به مشتری

۵ - درجه ای از رویه ها و فرایندهای محفوظ از خطا

۶ - وجود فرایندهای ارائه ساختارمند و ساده به طوری که زمان ارائه خدمات در حداقل ممکن باشد.

**ج) مغز خدمت:** شامل خدمت واقعی، فراتر از چگونگی ارائه آن است و این بعد را می توان مهمترین بعد فن کیفیت خدمات تجدیدنظر شده دانست. این بعد، بندهای زیر را دربرمی گیرد:

۱ - گوناگونی و طیف خدمات

۲ - نوآوری در خدمات

۳ - شدت و عمق خدمات

۴ - اداره راحت ساعات و روزهای ارائه خدمات

۵ - وجود عملیات بیش ازحد در بخشهای سازمان خدماتی.

**د) بعد مسئولیت اجتماعی:** این بعد، به موارد اخلاقی و مسئولیت سازمان درقبال دیگران باز می گردد. این بعد، اثر خوبی بر ذهنیت مشتریان می گذارد. بندهای این بعد شامل موارد زیر است:

۱ - رفتار عادلانه سازمان به گونه ای که با همه مشتریان یکسان برخورد شود.

۲ - ارائه خدمات خوب با هزینه حداقل

۳ - برتری خدمت یعنی مشتری تشنه نیس دهد که نیاز بیان نشده بالقوه او، بیش از آنچه که او انتظار دارد، پاسخ داده می شود.

۴ - احساس تعهد کارکنان

۵ - داشتن شعبه در مکانهای مختلف جهت دسترسی آسان تمام اقشار جامعه

۱۳ - در نوع اصلاح شده تکنیک، علاوه بر پاکیزگی لباسهای کارکنان، توجه خاصی به دانش و توانایی آنها شده و حتی به نوع برخورد های آنان با مشتریان نیز توجه شده است.

۱۴ - بازخورد مشتریان نقشی اساسی در فن کیفیت خدمات اصلاح شده دارد.

۱۵ - در این تکنیک، توجه ویژه ای به وضعیت های بحرانی و وقایع غیر قابل پیش بینی شده است. □

### منابع:

- 1- EDVARSDEN, B, TOMASSON, B. AND OVRETVEIT, J. (1994), QUALITY OF SERVICE: MAKING IT REALLY WORK, MCGRAW-HILL, NEW YORK, NY.
- 2- G.SCOTT, DAVIS, BS, CSW, (2003), CUSTOMER SATISFACTION FOR PROFESSIONAL SERVICES GROUP, MASTER OF SCIENCE DEGREE THESIS, WISCONSIN UNIVERSITY.
- 3- SAREMI, B, M.A THESIS, INVESTIGATING THE ROLE OF MODIFIED SERVQUAL IN RECOGNIZING SERVICE QUALITY GAPS WITH A CASE STUDY ON ALIQAPU HOTEL IN ISFAHAN-2005, THESIS SUPERVISOR: IRAJ SOLTANI (PH.D.), NAJAFABAD UNIVERSITY.
- 4- SELBER, K. & STREETER, C. (2000). A CUSTOMER-ORIENTED MODEL FOR MANAGING QUALITY IN HUMAN SERVICES. ADMINISTRATION IN SOCIAL WORK, 24 (2), 1-14.
- 5- SURESHCHANDER, G.S, RAJENDRAN, C. & KAMALANABHAN, T.J. (2001). CUSTOMER PERCEPTIONS OF SERVICE QUALITY: A CRITIQUE. TOTAL QUALITY MANAGEMENT, 12(1), 111-125.
- 6- ZEITHAML, V.A. PARASURAMAN, A. AND BERRY, L.L.(1990), DELIVERING QUALITY SERVICES BALANCING CUSTOMER PERCEPTIONS AND EXPECTATIONS, FREE PRESS, NEW YORK, NY.

- دکتر ایرج سلطانی: عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد و مدیر آموزش و توسعه منابع انسانی شرکت فولاد مبارکه اصفهان
- بابک صارمی: کارشناس ارشد مدیریت صنعتی و مدیر اداری دانشگاه آزاد واحد فلاورجان

ابعاد، در واقع بستر هریک از ابعاد را بازتر کرده است و دست پژوهشگران را در افزودن بند هایی به هریک از ابعاد، باز می گذارد.

۲ - اضافه شدن تعداد بندهای هر کدام از ابعاد، کمک بیشتر و گسترده تری به شناخت شکاف های کیفیتی و در نهایت کاهش شکافها می کند.

۳ - این تکنیک، توجه ویژه ای به اثربخش بودن فرایندهای شکایات مشتری دارد که در مبحث مقدماتی آن مورد توجه قرار نگرفته بود.

۴ - در نوع اصلاح شده تکنیک، جذابیت ظاهری مواد و تسهیلات از یکدیگر تفکیک شده است که این امر از شک و دوگانگی در پرکردن پرسشنامه ها می کاهد.

۵ - در فن کیفیت خدمات تجدیدنظر شده، نظافت در اولویت قرار دارد و این امر از منظر «کیفیت پایدی» مدنظر قرار گرفته است.

۶ - در نوع تجدیدنظر شده تکنیک، نوعی نگرش به آینده ایجاد شده است که این موضوع مستقیما به ارتقای ظرفیت جهت خدمت اثربخش تر به مشتری بازمی گردد.

۷ - در تکنیک جدید، توجه خاصی به روند فرایندها و دیوانسالاری شده است.

۸ - آنچه که در تکنیک جدید بسیار جلب توجه می نماید، توجه به گوناگونی خدمات و نیز وجود نوآوری در خدمات است.

۹ - زمان در فن کیفیت خدمات اصلاح شده ارزش خاصی دارد. به گونه ای که اداره راحت ساعات و روزهای ارائه خدمات، از اهمیت خاصی برخوردار است.

۱۰ - این تکنیک سعی در شناخت عملیات اضافی دارد.

۱۱ - مسائل اخلاقی در تکنیک جدید مدنظر قرار گرفته اند. این موارد شامل الگو بودن سازمان از نظر اخلاقی و همچنین رفتار عادلانه با همه اقشار جامعه است.

۱۲ - بیشتر برخی از محققان، در آزمون فن کیفیت خدمات مقدماتی، به صورت پراکنده و جسته و گریخته، هزینه خدمات را نیز در پرسشنامه های خود مورد توجه قرار می دادند که این امر در فن کیفیت خدمات اصلاح شده، عملا به پرسشها افزوده شده است.

به عنوان مثال، یکی از بندها اشاره به وجود نمایندگی از جانب سازمان در نقاط مختلف بود که این امر مثلا در قبال صنعت هتل داری، عملا قابل پیاده سازی نیست.

۳ - برخی از بندهای تکنیک جدید، به هر صورتی که بیان شوند، برای متوسط مشتریان و حتی بسیاری از کارکنان غیر قابل درک هستند و مفاهیمی کاملا مدیریتی هستند. این بندها شامل برآورد کردن مداوم اطلاعات مشتریان از کیفیت خدمت و عملکرد واقعی خدمات در مقابل اهداف سازمان و نیز محیطی که در آن، جهت بهبود استانداردهای خدمت از بازخور مشتریان استفاده شود هستند.

۴ - برخی از ابعاد، بیش از یک سوال را دربردارند که این موضوع، پاسخگویان را دچار سردرگمی می کند.

۵ - اساسا بهتر است که سازمان بانک سوالاتی در خصوص این تکنیک برای خود تشکیل دهد و از سوالات آن براساس اقتضا و نیاز استفاده کند. البته این نباید موجب چشم پوشی از سایر موارد شود.

۶ - فن کیفیت خدمات تجدیدنظر شده نیز برخی از موارد بسیار ضروری را در بندهای ابعاد نگنجانده است. به عنوان نمونه می توان از موارد مرتبط با سازمان اما بیرون از آن نام برد. مثلا در صنعت هتل داری، وجود پارکینگ، استخر، سونا و محیط بیرونی هتل از اهمیت خاصی برخوردارند. البته این موارد نیز جزو بندهای شناور هستند که مجددا لزوم طراحی تخصصی بانک سوالات را ایجاب می نمایند.

۷ - بند دو بعد ارائه روشمند خدمت (ارتقای ظرفیت جهت خدمت اثربخش تر به مشتری) در بسیاری از صنعتها مثل هتل داری نمی تواند بدرستی توسط مشتری پاسخ داده شود. پاسخ صحیح به این بند نیازمند ارتباط طولانی مدت مشتریان با سازمان است. بند سیزده بعد عامل انسانی (برآورد کردن مداوم اطلاعات مشتریان از کیفیت خدمت و عملکرد واقعی خدمات در مقابل اهداف سازمان) نیز دقیقا همین شرایط را دارد.

### بحث و نتیجه گیری

۱ - تکنیک جدید، با تغییر نام هریک از