

طراحی ابزار سنجش کیفیت خدمات پژوهشی مبتنی بر مدل سروکوآل

شادی شاهوردیانی^۱

تاریخ پذیرش: ۸۹/۰۶/۳۱

تاریخ دریافت: ۸۹/۰۵/۰۲

چکیده:

ارزیابی و کنترل عملیات داخل سازمان یکی از اهداف نهایی فرآیند حسابداری مدیریت می باشد. در این راستا از ابزار و مدل های علمی متنوع متناسب با وضعیت و عملیات هر سازمان استفاده می گردد. مدل سروکوآل از مدل های معتبر و متداول سنجش کیفیت خدمات است که در آن از ابزار پرسشنامه استاندارد شده استفاده می شود و توسط "پاراسورامان" و "زیتامل" معرفی گردیده است. سنجش کیفیت خدمات پژوهشی در برای ارزیابی توان رقابت پذیری مراکز پژوهشی و دانشگاهی از جمله موضوعاتی است که در این حوزه وارد شده است. مقاله حاضر، نتیجه پژوهش کتابخانه ای است که در چارچوب روش شناسی علمی اجرا گردیده و هدف آن طراحی ابزاری برای سنجش کیفیت خدمات پژوهشی در چارچوب مدل سروکوآل است. در چارچوب نتایج حاصل از مطالعه، ابزار سنجش کیفیت خدمات پژوهشی مبتنی بر مدل SERVQUAL که مشتمل بر پارامترهای خدمات پژوهشی است، طراحی و معرفی شده است.

واژه های کلیدی: کیفیت خدمات پژوهشی، ابزار سنجش کیفیت خدمات پژوهشی، مدل سروکوآل.

۴ عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرقدس shshahverdiani@yahoo.com

* این مقاله نتیجه طرح پژوهشی اجرا شده در واحد شهرقدس دانشگاه آزاد اسلامی است.

نهادهای متولی امر پژوهش از منظر دیگر حائز اهمیت است. آگاهی از رقابت پذیری نهادهای علمی و دانشگاهی در حوزه کیفیت خدمات پژوهشی مستلزم اندازه گیری و سنجش آن است که در این عرصه قدمتی کمتر از بیست سال دارد. تحقیقات Parasuraman, Zeithamel & Berry (1985) نقطه آغازین بررسی ها و مطالعات علمی در زمینه سنجش کیفیت خدمات به شمار می رود که نتیجه آن معرفی و توسعه مدلی با عنوان "سروکوآل" است. همچنین تحقیقات علمی بر این امر نیز تأکید دارد که اندازه گیری و سنجش مستلزم بهره مندی و کاربست ابزار مناسب سنجش است که در مدل "سروکوآل" این ابزار عبارت است از پرسشنامه استاندارد شده با بهره گیری از ۲۲ مؤلفه که هر مؤلفه مشخصه یک سؤال است و متشکل از ابعاد پنجگانه نیز می باشد که با ویژگی عمومی متأثر از موضوع سنجش کیفیت خدمات است. سؤال این است که آیا این ابزار سنجش قابلیت بکارگیری و استخراج نظرات مخاطبین بدون تعریف روشن و عملیاتی موضوع مورد مطالعه نظیر خدمات پژوهشی، از توان تبیین بالایی برخوردار است؟ یا نیاز به شناسایی متغیرهای با اهمیت و مرتبط با موضوع در قالب سؤال مرتبط با موضوع دارد؟ تحقیق حاضر تلاشی مبتنی بر چارچوب مدل "سروکوآل" و ابزار استاندارد شده آن برای طراحی و ارائه ابزار سنجش کیفیت خدمات پژوهشی است. مقاله در چهار بخش مشتمل بر تبیین مبانی نظری و پیشینه، روش شناسی، مقایسه تطبیقی پرسشنامه استاندارد شده مدل "سروکوآل" با ویژگی های خدمات پژوهشی و تحلیل آن، طراحی و ارائه ابزار سنجش کیفیت خدمات پژوهشی و نهایتاً نتیجه گیری و بحث و پیشنهادات تنظیم و ارائه شده است.

مطابق بیانیه انجمن ملی حسابداران، حسابداری مدیریت فرآیند شناسایی، اندازه گیری، جمع آوری، تجزیه و تحلیل، تدارک، مشارکت و ارتباط با اطلاعات مالی مورد استفاده مدیریت در برنامه ریزی، ارزیابی و کنترل عملیات داخل سازمان، تعریف شده است. (رهنما، ۸۷) حسابداری مدیریت نقش بسیار با اهمیتی در حصول اطمینان از اثربخشی فعالیت های سازمانها نظیر برنامه ریزی راهبردی، بودجه بندی، کنترل مالی و ... دارد. کسب و کار در حوزه خدمات از ویژگی های منحصر بفرد فعالیت های سازمان ها در عصر حاضر است که با ورود به هزاره سوم، شتاب بیشتری یافته است. خدمات، محصول ارائه شده بنگاه ها تلقی شده است که مشخصه های آن متفاوت از کالاها است. و ارزش زائی آن نیز برجسته تر بوده و تمایل شرکت های اقتصادی را بدان بیشتر معطوف کرده است. بطوریکه "کاتلر و آرمسترانگ" از اندیشمندان بازاریابی معتقدند که در عصر حاضر رشد فزاینده خدمات را شاهد هستیم و در عرصه رقابت نیز جایگاه متفاوت تری یافته است. طبقه بندی سازمان ها در گروه بندی صنایع، بگونه ای است که بخش مستقلی برای صنعت خدمات و فعالان آن ارائه شده است. از جمله این فعالان، می توان به دانشگاه ها و مراکز پژوهشی اشاره کرد که بصورت ذاتی محصول آنها خدمات عرضه شده است. خدمات این نهادها، در دو بخش اصلی تحت عنوان خدمات آموزشی و پژوهشی دسته بندی می شود که خدمات پژوهشی برجسته تر از خدمات آموزشی بوده و رقابت نیز در این بخش است. تحقیقات متعدد به این موضوع اشاره دارد که از مشخصه های منحصر بفرد خدمات، کیفیت آن است که در بقا سازمانها، نقش متفاوتی ایفا می کند. این مشخصه در خصوص خدمات پژوهشی و کیفیت ارائه آن به ذینفعان نظیر اساتید و دانشجویان از یک منظر و

۴ مبانی نظری و پیشینه

۴.۱ مبانی علمی

خدمات نوعی محصول است که در تجارت سهم قابل ملاحظه ای دارد و از توسعه کمی و کیفی بالایی هزاره سوم بر خوردار شده است. خدمات و کیفیت به ابزاری کلیدی در دستیابی به تمایز رقابتی و ترویج وفاداری مخاطبان یعنی مشتریان تبدیل شده است، که مورد توجه تحقیقات بازاریابی و حسابداری مدیریت قرار گرفته است.

سید جوادین و کیماسی (۱۳۸۴) معتقدند از نظر کرونروز، خدمت فرآیندی است، مشتمل بر یک سری از فعالیت های کم و بیش نامحسوس که بطور طبیعی اما نه لزوم آ همیشگی، در تعاملات بین مشتریان و کارکنان و یا منابع فیزیکی یا کالاها و یا سیستم های ارائه کننده خدمت روی داده تا راه حلی برای مسائل مشتریان باشد.

کاتلر و آرمسترانگ (۲۰۰۰) معتقدند خدمت، فعالیت یا منفعتی نامحسوس و لمس نشدنی است که از یک طرف به طرف دیگر عرضه می کند و مالکیت چیزی را به دنبال ندارد تولید خدمت ممکن است به کالای فیزیکی وابسته باشد یا نباشد. اشرافی (۱۳۸۶) برای تبیین پارادایم خدمت در رویکرد مشتری مداری به نقل از لاولاک و همکاران (۱۹۹۵) عنوان می کند که خدمات فعالیت اقتصادی هستند که در زمان و مکان معین برای مشتریان ارزش تولید می نمایند این فعالیت ها نتیجه آ یک تغییر مثبت دلخواه را به گیرنده خدمات خواهند رساند. تحقیقات مختلف در حوزه خدمات بر این موضوع تأکید دارد که از ویژگیهای منحصر بفرد و متمایز خدمات، کیفیت است که به تعبیر رهنمای رودپشتی (۱۳۸۷) یکی از ابعاد سه گانه بقا سازمان به همراه هزینه و کارایی عملیاتی ناشی از زمان تحویل کالا و خدمات است. همچنین تحقیقات مختلف نظیر اشرافی (۱۳۸۶)، کاتلر (۲۰۰۰)، روستا و

همکاران (۱۳۷۶)، Fiegenbaum (۱۹۹۱)، Sun (۲۰۰۰)، پارسورامان و همکاران (۲۰۰۸)، Neves (۲۰۰۸) و نظایر اینها کیفیت را از ویژگیهای منحصر بفرد در عرصه رقابت و موفقیت سازمان ها می دانند که به مؤلفه بی بدیل ارزیابی خدمات تبدیل شده است، بطوریکه انجمن بازاریابی امریکا از آن به عنوان وسیله ای که انتظارات مشتریان را تأمین و یا فراتر از آن خلق می کند، تعبیر می کند. پارسورامان و زیتامل (۱۳۸۷) کیفیت خدمات را به عنوان تفاوت بین انتظارات مشتری از عملکرد و درک وی از عملکرد واقعی تعریف کرده اند و Cronin & Taylor (۱۹۹۲) معتقد هستند که کیفیت خدمات با عملکرد خدمات برابر است. بر اساس تحقیقات Perez و همکاران (۲۰۰۷) هورویترز^۱ کیفیت خدمات را بر اساس سه ویژگی متمایز آن: ۱) کیفیت خدمات در همان زمانی که تولید می شود مصرف می گردد، بنابراین مصرف کننده تمام عیب های کیفیت خدمات را در می یابد؛ ۲) مجموعه ای از مزایا هستند ولی غالب آ کسب یک تجربه است و ۳) کیفیت روابط فی ما بین تهیه کنندگان خدمات و مصرف کنندگان آن به عنوان یکی از جنبه های ضروری کیفیت خدمات می باشد، تعریف کرده است. پژوهشگران مختلفی، ابعاد و جنبه های مختلف از کیفیت خدمات را شناسایی و ارائه داده اند از جمله لیتنن (۱۹۸۲) به کیفیت فیزیکی، سازمانی و تعاملی اشاره دارد و محققان دیگر نظیر پارسورامان، بری و زیتامل مؤلفه هایی نظیر موارد ملموس^۲، قابلیت اعتماد^۳، قابلیت پاسخگویی^۴، شایستگی^۵، ملاحظه^۶، قابلیت پذیرش^۷، امنیت^۸، دسترسی^۹، ارتباطات^{۱۰} و درک مشتری^{۱۱} را مطرح کرده اند. از مهم ترین و متداول ترین مطالعه مرتبط با شناسایی ابعاد و جنبه های کیفیت خدمات مربوط به تحقیق پارسورامان و زیتامل مدل اولیه خود را در سال ۲۰۰۸ تعدیل کرده اند و از پنج بعد، کیفیت خدمات را

۴۴ پیشینه تحقیق

تحقیقات وسیعی در حوزه کیفیت خدمات بصورت کلاسیک عمدتاً در چارچوب مدل SERVQUAL انجام شده است که ذیل آن مبتنی بر پژوهش Landhari (2008) و تحقیق زارع و همکاران (۲۰۰۹) در جداول ۲ و ۳ ارائه شده است.

سنجش نمودند. که عبارتند از اطمینان^{۱۲} (ترکیبی از جنبه های اصلی شایستگی، نزاکت، اعتبار و امنیت از ابعاد ده گانه)، همدلی^{۱۳} (ترکیبی از جنبه های دسترسی، ارتباطات و درک مشتری)، قابلیت اعتماد، قابلیت پاسخگویی و موارد ملموس.

۴۴ مدل‌های سنجش کیفیت خدمات

۴ روش شناسی تحقیق

پژوهش حاضر مبتنی بر رویکرد تئوریک و علمی به موضوع مورد مطالعه می پردازد. در حقیقت بر اساس این رویکرد، محقق قصد دارد، از منظر نظری ارزیابی کیفیت خدمات پژوهشی را تبیین کند و به سؤالاتی نظیر آیا کیفیت خدمات پژوهشی عینی و قابل اندازه گیری است؟ آیا می توان ابزار مبتنی بر مدل SERVQUAL را در حوزه کیفیت خدمات پژوهشی تعدیل و ارائه نمود؟ پاسخ دهد.

ادبیات علمی و پیشینه مطالعه شده قابل دسترس پیرامون سنجش کیفیت خدمات روش شناسی های فراوانی را برای ارزیابی و اندازه گیری آن ذکر کرده که بعضی از این روش شناسی ها به عنوان مدل‌های مفهومی ارائه شده است. بطور کلی مطرح ترین مدل های سنجش کیفیت خدمات بر اساس تحقیقات Seth, Deshmukh & Vart (2005) در جدول شماره ۱ آورده شده است.

جدول ۱: خلاصه مدل‌های اندازه گیری کیفیت خدمات

| شماره مدل | نام مدل | نویسنده / نویسندگان | سال | اندازه گیری کیفیت خدمات از طریق |
|-----------|---|-----------------------|------|--|
| مدل (۱) | مدل کیفیت کارکردی تکنیکی | گرونروس | ۱۹۸۴ | کیفیت کارکردی و تکنیکی |
| مدل (۲) | مدل شکاف | پاراسورامان و همکاران | ۱۹۸۵ | ابعاد ۱۰ گانه کیفیت خدمات |
| مدل (۳) | مدل ترکیب شده کیفیت خدمات | بروگوویز و همکاران | ۱۹۹۰ | کیفیت کارکردی و تکنیکی بر اساس فعالیتهای سنتی مدیریت (برنامه ریزی، اجرا و کنترل) |
| مدل (۴) | مدل مبتنی بر عملکرد | کرونین تیلور | ۱۹۹۲ | بر اساس آئتم های ۲۲ گانه SERVQUAL ولی تنها مبتنی بر عملکرد |
| مدل (۵) | مدل پیوندی IT | برکلی و گوپتا | ۱۹۹۴ | |
| مدل (۶) | مدل ویژگی PCP | فلیپ و هزات | ۱۹۹۷ | ویژگی های محوری، میانی (مرکزی) و جانبی |
| مدل (۷) | مدل کیفیت خدمات خرده فروشی ارزش ادراک شده | اس و نجاو و همکاران | ۱۹۹۷ | کیفیت کارکردی از طریق ابعاد ۵ گانه SERVQUAL و کیفیت تکنیکی از طریق یکی از ابعاد SERVQUAL |
| مدل (۸) | مدل مبتنی بر IT | زو و همکاران | ۲۰۰۲ | ابعاد SERVQUAL تنها مبتنی بر ادراکات |
| مدل (۹) | مدل کیفیت خدمات الکترونیکی | سانتوس | ۲۰۰۳ | از طریق ابعاد فعالیت ها و انکباتوری |

جدول ۲: خلاصه ای از تحقیقات مبتنی بر پژوهش *Ladhar*

| ردیف | نام محققان | سال | کشور | صنعت | تعداد نمونه | مقیاس |
|------|---------------------------------|------|----------|---------------------|---------------------|--------------------------------|
| ۱ | صالح، آریان ^{۱۴} | ۱۹۹۱ | کانادا | هتل داری | ۲۰۰ مهمان + ۱۷ مدیر | ۳۲ گزینه ای - طیف ۵ تایی لیکرت |
| ۲ | وندمه، لئونیز ^{۱۵} | ۱۹۹۳ | بلژیک | خدمات بهداشتی | ۷۰ بیمار | ۱۷ گزینه ای، طیف ۷ تایی لیکرت |
| ۳ | تومس، ان جی ^{۱۶} | ۱۹۹۵ | انگلستان | خدمات بیمارستانی | ۱۳۲ بیمار | ۴۹ گزینه ای |
| ۴ | لام، زهنگ ^{۱۷} | ۱۹۹۹ | هنگ کنگ | آژانس های مسافرتی | ۲۰۹ استفاده کننده | ۲۳ گزینه ای، طیف ۷ تایی لیکرت |
| ۵ | منتزر و همکاران ^{۱۸} | ۱۹۹۹ | امریکا | کیفیت خدمات لجستیکی | ۵۵۳۱ استفاده کننده | ۲۵ گزینه ای، طیف ۵ تایی لیکرت |
| ۶ | کوک، تامپسون ^{۱۹} | ۲۰۰۱ | امریکا | خدمات کتابخانه ای | ۴۴۰۷ عضو | ۳۴ گزینه ای، طیف ۵ تایی |
| ۷ | گوناریز ^{۲۰} | ۲۰۰۵ | یونان | <i>B2B</i> | ۵۱۵ مدیرعامل | ۲۹ گزینه ای |
| ۸ | جانبون، خلیفه ^{۲۱} | ۲۰۰۵ | امارات | بانک | ۲۳۰ مشتری | ۲۹ گزینه ای |
| ۹ | ویلیکنز و همکاران ^{۲۲} | ۲۰۰۷ | استرالیا | هتل داری | ۶۴۴ مسافر | ۳۰ گزینه ای |

جدول ۳: خلاصه ای از تحقیقات مبتنی بر پژوهش زارع و همکاران

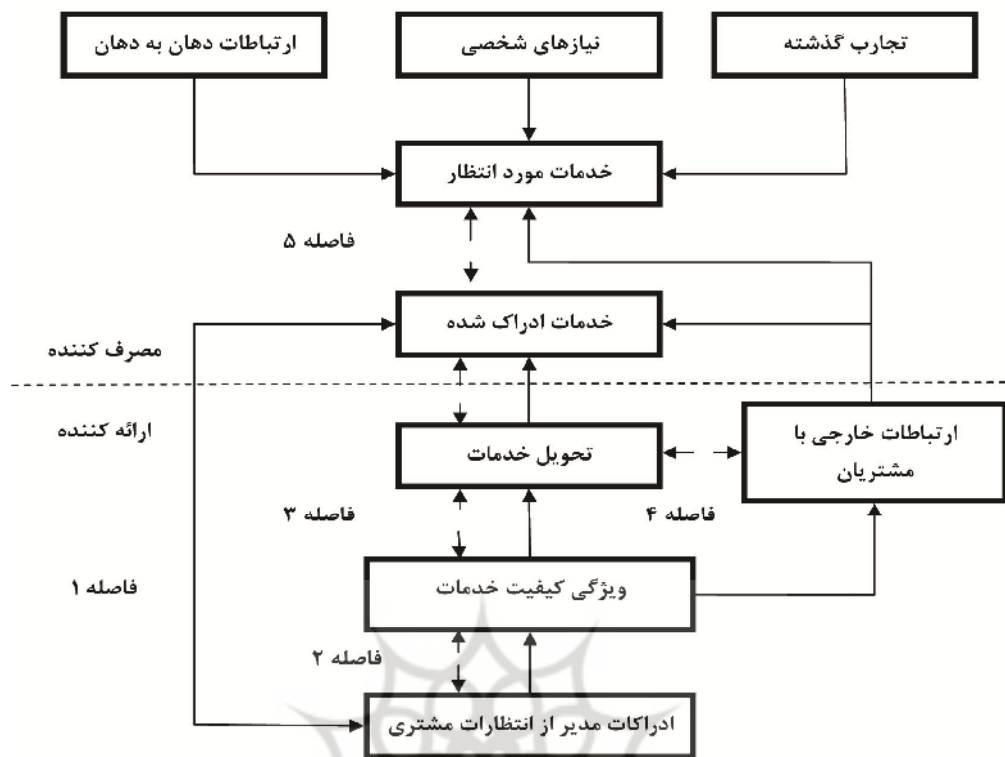
| عنوان | محققین | شیوه مطالعه |
|--|---|--|
| اثر مبادلات آن لاین بر روی رضایت مشتریان در بورس اوراق بهادار تهران | دلبر جعفرپور | مطالعه توصیفی از طریق پرسشنامه سروکوآل و مصاحبه با افراد در سال ۲۰۰۶ |
| رضایت مشتریان، کیفیت خدمات در خریده های آن لاین در ایران | رعنا مستقل | مطالعه کمی - توصیفی با استفاده از پرسشنامه سروکوآل بر روی ۱۷۴۲ نفر در قالب ۴ گروه در سال ۲۰۰۶ |
| اندازه گیری کیفیت خدمات <i>IT</i> : ارزیابی با مدل سروکوآل ^{۳۳} | هلن کنگ، گراهام برادلی | پرسشنامه سه قسمتی سروکوآل در یکی از دانشگاه های استرالیا بر روی نمونه ۹۸ نفری |
| ارزیابی موزه به عنوان یک مکان جهانگردی با استفاده از روش سروکوآل | مارک نوآکی ^{۲۴} | مطالعه بر روی نمونه ۱۰۲ نفری با استفاده از پرسشنامه سروکوآل در یکی از موزه های لهستان |
| کیفیت خدمات در آموزش عالی، نقش انتظارات دانشجویان | رودیگر واس، ترستن گرابر، ایزابل سزمیگین ^{۲۵} | پژوهش توصیفی در یک دانشگاه اروپایی در سال های ۲۰۰۴ و ۲۰۰۵ از طریق پرسشنامه بر روی نمونه ۵۳ نفری و با مصاحبه از ۲۹ دانشجو |
| کیفیت خدمات ارائه شده در کتابخانه مرکزی دانشگاه علوم پزشکی زاهدان | رضا حکیمی، زهره سوری نظامی | پژوهش با استفاده از مدل سروکوآل بر روی نمونه ۳۴۲ نفری در پائیز ۸۳ |
| ارزیابی کیفیت خدمت: رضایت انتظارات مشتریان کتابخانه شیکاگو | پیتر هرنون، الن آلمن | ارزیابی با استفاده از مدل سروکوآل بر روی نمونه تصادفی ۵۲۳ نفری در سال ۲۰۰۲ |

۴ مطالعه تطبیقی پرسشنامه استاندارد شده مدل سروکوآل با ویژگی های خدمات پژوهشی و ارائه ابزار سنجش کیفیت خدمات پژوهشی

استخراج می کند که نتیجه آن شناسایی شکاف بین انتظار و ادراک است. که با تحلیل نتایج از یک طرف از وجود شکاف و از طرف دیگر با تحلیل شکاف می توان راهکارهای کاهش شکاف و ارتقاء کیفیت خدمات را شناسایی کرد. در نمودگر شماره (۱) چارچوب مدل سروکوآل ارائه شده است

مدل سروکوآل، رویکرد برجسته ای برای ارزیابی کمی کیفیت خدمات است. سروکوآل با استفاده از رویکردی تحقیقاتی، آمار انتظارات و درک مخاطبان در خصوص هر یک از ابعاد پنجگانه و ویژگی آنها را

نمودگر ۱: مدل فواصل کیفیت خدمات



خدمات پژوهشی اهمیت و ضرورت دارد. بر این اساس سنجش کیفیت خدمات پژوهشی از دو منظر ساختاری یعنی امکانات و زیرساخت های سخت افزاری و نرم افزاری پژوهشی و عملکردی یعنی نتایج و خروجی های مورد انتظار دانشگاه که تابعی از نتایج و خروجی های مورد انتظار اساتید و پژوهشگران است، صورت می گیرد که می بایستی در سؤالات پرسشنامه لحاظ شود و به عنوان پارامترهای سنجش کیفیت خدمات پژوهشی در هر یک از ابعاد مورد نظر مدل سروکوآل تلقی و آزمون گردد. با مطالعه ویژگی های خدمات پژوهشی و موارد مذکور، پرسشنامه استاندارد شده مدل "سروکوآل" با لحاظ نمودن مشخصه های خدمات پژوهشی در جدول شماره (۴) بصورت تطبیقی ارائه شده است که از جمله یافته های مطالعه حاضر است.

در مدل مذکور چهار فاصله شناسایی می شود که عبارتند از: (۱) ندانستن آنچه که مشتریان انتظارش را دارند، (۲) عدم انتخاب طرح و استانداردهای مناسب خدماتی، (۳) عدم اجرای ملاک های خدماتی، (۴) عدم تناسب عملکرد با تعهدات و وعده ها و (۵) ناهماهنگی سنجش شکاف خدمات مورد انتظار از خدمات ادراک شده.

ابزار سنجش کیفیت خدمات، پرسشنامه ۲۲ سؤالی است که در ۵ بعد دسته بندی شده است. کاربست سؤالات این پرسشنامه در ابعاد پنجگانه برای سنجش کیفیت خدمات پژوهشی با رویکرد اقتضائی یعنی توجه به شرایط و ویژگی های عرصه خدمات پژوهشی در این مطالعه مدنظر محقق قرار گرفت. از مهم ترین ویژگی این عرصه، نوع خدمات و مؤلفه های قابل سنجش مبتنی بر اهداف، سیاست ها و برنامه های پژوهشی ابلاغی است که در سنجش کیفیت

| ردیف | ابعاد پنجگانه مدل | سؤالات استاندارد شده در مدل (نونوس و صفاتیان، ۱۳۸۸) | سؤالات استاندارد شده مبنی بر مدل در سنجش کیفیت خدمات پژوهشی |
|------|-------------------|--|---|
| ۱ | عوامل محسوس | تجهیزات مدرن مکانات فیزیکی قابل توجه کارکنانی با ظاهر تمیز و آراسته مدارک مرتبط و منظم | ۱- داشتن تجهیزات مدرن و پیشرفته پژوهشی نظیر آزمایشگاهی، اینترنتی... ۲- موجود مدارک مرتب و منظم نظیر مدارک و سوابق زوکن ها ۳- فضای داخلی منظم، کارکنان با ظاهر آراسته و لباس مرتب ۴- داشتن امکانات و تسهیلات فیزیکی مناسب نظیر مکان آرام و تمیز جهت انتظار، پارکینگ و ... |
| ۲ | قابل اعتماد بودن | انجام خدمات وعده شده در زمان معین نشان دادن علاقه خالصانه برای حل مشکلات مشتری انجام اصلاحات در خدمات در اولین زمان ارائه و انجام خدمات در زمانی که وعده داده شده ارائه گزارشات بدون غلط | ۵- انجام کارها و خدمات وعده داده شده به شکل یکسان در هر زمان از جانب مسئولان / کارکنان حوزه پژوهشی ۶- نشان دادن علاقه خالصانه برای حل مشکلات استیاد و پژوهشگران ۷- رفع سریع مشکلات در خدمات مورد نیاز از جانب معاونت پژوهشی و دانشگاه ۸- انجام اصلاحات در خدمات در اولین زمان ۹- ارائه صحیح و بدون تشبیه گزارشات (سفر، طرح های پژوهشی و ...) |
| ۳ | پاسخگویی | کارکنان به مشتریان می گویند که دقیقاً چه خدماتی را انجام خواهند داد کارکنان خدمات فوری به مشتریان ارائه می دهند کارکنان همیشه بر روی کمک به مشتریان تمایل دارند کارکنان در هر حال آماده پاسخگویی به سؤالات مشتریان هستند | ۱۰- سپاهان دقیق خدماتی که ارائه خواهد شد ۱۱- ارائه خدمات فوری به استیاد و پژوهشگران از جانب دانشگاه ۱۲- تمایل دائمی مسئولان / کارکنان حوزه پژوهشی و دانشگاه برای کمک به استیاد و پژوهشگران ۱۳- آمادگی دائمی در کارکنان برای پاسخگویی به سؤالات استیاد و پژوهشگران |
| ۴ | اطمینان خاطر | رفتار کارکنان به مرور (تدریجی) اعتماد را در مشتریان ایجاد می کند مشتریان در تعامل خود با مؤسسه خدمتی، احساس امنیت می کنند کارکنان همواره نسبت به مشتریان با ادب رفتار می کنند کارکنان برای پاسخگویی به سؤالات مشتریان دارای دانش کافی هستند | ۱۴- ایجاد تدریجی اعتماد در استیاد و پژوهشگران از طریق رفتارهای مطلوب مسئولان / کارکنان ۱۵- حس امنیت استیاد و پژوهشگران در تعاملات خود با دانشگاه و حوزه پژوهشی ۱۶- رفتار مؤدبانه و محترمانه کارکنان با استیاد و پژوهشگران ۱۷- داشتن دانش کافی از جنب کارکنان و کفایت آنان برای پاسخگویی به سؤالات استیاد و پژوهشگران |
| ۵ | همدلی | توجه فردی به مشتریان ساعات کاری مناسب برای تمامی مشتریان کارکنان به مشتریان توجه شخصی نشان می دهند خوابناز بهترین منابع برای مشتریان بودن کارکنان نیازهای خاص مشتریان را درک می کنند | ۱۸- توجه ویژه خاص مسئولان / کارکنان به هر یک از استیاد و پژوهشگران ۱۹- مسئولان / کارکنان به استیاد و پژوهشگران توجه شخصی نشان می دهند (به توجه به شخصیت هر یک از آنها) ۲۰- وجود درک صحیح مسئولان / کارکنان از نیازهای فردی استیاد و پژوهشگران ۲۱- سخاوتمندانه بهترین منابع برای استیاد و پژوهشگران ۲۲- مناسب بودن ساعات کاری دانشگاه و حوزه پژوهش |

خدمات پژوهشی نیز مصداق دارد. مبانی علمی و پیشینه بررسی شده در دسترس در این مقاله، اهمیت خدمات، ویژگیهای آن، نقش کیفیت خدمات و انواع مدل های نظری سنجش کیفیت خدمات و پیشینه مطالعات در این حوزه را ارائه نمود بطوریکه خدمات و کیفیت خدمات معیار بی بدیل سنجش عملکرد که از اهداف با اهمیت فرآیند حسابداری مدیریت می باشد، تلقی شده است. مقاله حاضر با هدف دستیابی به ابزار سنجش کیفیت خدمات پژوهشی در چارچوب پرسشنامه استاندارد شده مدل سروکوآل، به این نتیجه دست یافت که در طراحی ابزار سنجش کیفیت خدمات پژوهشی به ویژگی های خدمات پژوهشی، اهداف، سیاست ها و انتظارات متأثر از خدمات

هر یک از سؤالات را می توان بر اساس طیف لیکرت ۵،۷ و ۹ گزینه ای نظیر خیلی کم تا خیلی زیاد، کم اهمیت تا با اهمیت، کم تأثیر تا بسیار اثرگذار و نظایر اینها، طبقه بندی و پرسش نمود. پرسشنامه استاندارد شده برای سنجش کیفیت خدمات پژوهشی در واحد دانشگاهی شهرقدس دانشگاه آزاد اسلامی آزمون گردید که نتایج آزمون آلفای کرونباخ برای تأیید پایایی و اعتبار پرسشنامه در بعد انتظارات ۷۳/۴ و در بعد ادراکات ۸۷/۶ حاصل گردید.

۵ نتیجه گیری، بحث و پیشنهادات

خدمات و کیفیت خدمات از مشخصه های بقاء سازمانها در عصر رقابت است که این امر در خصوص

- ۳) روستا، احمد، ونوس، داور، ابراهیمی، عبدالحمید (۱۳۷۶) «مدیریت بازاریابی» انتشارات سمت، چاپ دوم
- ۴) رهنمای رودپشتی، فریدون (۱۳۸۷) «حسابداری مدیریت»، انتشارات واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی
- ۵) زارع، محمدحسین و همکاران (۱۳۸۸) «تحلیل کیفیت خدمات در کارگزاری بورس اوراق بهادار تهران»، مجله مطالعات مالی، شماره ۱، صص ۴۵ ۵۶
- ۶) سید جوادین سیدرضا، کیماسی مسعود (۱۳۸۴) «مدیریت کیفیت خدمات»، انتشارات نگاه دانش، تهران، چاپ اول
- ۷) کاتلر، فیلیپ و گری آرمسترانگ (۱۳۷۷) اصول بازاریابی، بهمن فروزنده، نشر آتروپات
- ۸) ونوس، داور و میترا صفائیان (۱۳۸۱) روشهای کاربردی بازاریابی خدمات بانکی برای بانکهای ایرانی، نشر نگاه دانش
- 9) Cronin, J.J. & Brady, Michael & et al (1996) "A cross-sectional test of the effect and conceptualization of service value" *Journal of services marketing*, Vol. 11, No. 11, pp375-391
- 10) Fiengenbaum A. V(1991), "Total Quality control" New York, Mc Graw-Hill, 3rd ed
- 11) Kotler, Philip & Armstrong, Gary (2000) "Marketing an introduction" by, prentic-hall, 5th Edition, p 244-245.
- 12) Ladhari, Riadh (2008) "Alternative measures of service quality: a review" *managing service quality*, Vol.18, No. 1, pp 65-86.
- 13) Lovelock, C.H. (1983), "Classifying services to gain strategic marketing 'insights'", *Journal of Marketing*, Vol. 47(No. 3), pp. 9-20.
- پژوهشی در چارچوب رویکرد اقتضائی توجه نمود. با توجه به این اقتضائات، طراحی پرسشنامه ای معطوف به ویژگی های مذکور در حوزه خدمات پژوهشی از نتایج پژوهش حاضر است که پایایی و اعتبار آن نیز تأیید گردید. با توجه به نتایج این مطالعه، از پرسشنامه طراحی شده می توان شکاف بین انتظارات و ادراکات اساتید و پژوهشگران را در چارچوب مدل سروکوآل سنجش و تحلیل نمود و از یافته های آن برای ارتقاء عملکرد پژوهشی دانشگاه ها استفاده کرد. پیشنهادات حاصل از مطالعه حاضر را می توان در دو بخش راهبردی و اجرایی ارائه کرد از جمله پیشنهاد می گردد مسئولان پژوهشی دانشگاه ها، از نتایج نظرسنجی استفاده از پرسشنامه مطالعه حاضر استفاده کنند، و برای برنامه ریزی و تعیین اولویت های پژوهشی و ساماندهی خدمات پژوهشی بکار گیرند. همچنین، دانشگاه ها به منظور اعطای بودجه پژوهشی به گروه ای علمی از نتایج شکاف حاصل از بکارگیری پرسشنامه استاندارد شده این مطالعه استفاده کنند و در ارزیابی عملکرد اساتید آن را بکار بندند. به محققان آینده پیشنهاد می گردد که روش شناسی این مطالعه را برای طراحی پرسشنامه استاندارد شده مرتبط با موضوعات مورد مطالعه با رویکرد اقتضائی بکار بندند.

فهرست منابع

- ۱) اشرفی، سید محمد (۱۳۸۶) «بررسی کیفیت خدمات در سیستم بانکی دولتی و خصوصی با استفاده از مدل ۵ بعدی SERVQUAL» پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران ۸۶ ۸۵
- ۲) پارسورامان، زیتامل (۱۳۸۷) «مدل سروکوآل» ترجمه حیدرزاده و حاجیها، انتشارات کساکوش

یادداشت‌ها

- ¹ Horovitz
- ² Tangibles
- ³ Reliability
- ⁴ Responsiveness
- ⁵ Competence
- ⁶ courtesy
- ⁷ credibility
- ⁸ Security
- ⁹ Access
- ¹⁰ Communication
- ¹¹ Understanding
- ¹² Assurance
- ¹³ Empathy
- ¹⁴ Saleh and Ryan
- ¹⁵ Vandamme & Leunis
- ¹⁶ Tomes & Ng
- ¹⁷ Lam & Zhang
- ¹⁸ Mentzer et al
- ¹⁹ Cook & Thompson
- ²⁰ Gounaris
- ²¹ Jabnoun & Khalifa
- ²² Wilkins et al.
- ²³ Kang H and G bradley (2002)
- ²⁴ Nowacki, M (2005)
- ²⁵ Voss, R and T Gruber and I Szmigin (2007)

- 14) Parasuraman , A . Zeithaml , VALAREI & Berry , Leonard (1985) " A Conceptual model of service quality and its implications for future research" Journal of marketing , vol.49, pp 41-50.
- 15) Perez, Manuel sanches & et al (2007) " Effects of service quality dimension on behavioural purchas intentions " managing service quality, Vol.17, No.2, pp134-151.
- 16) Seth, Nitin & Deshmukh , S.G.& vart , prem (2005) " service quality models " international Journal of quality & Reliability management , Vol.22 , No.9, pp 913-949
- 17) sun,Hongyi (2000) " Total quality management , ISO 9000 , certification and performance improvement " international Journal of quality & Reliability management, Vol. 17 , No.2, pp168-179

