

تعاون و کشاورزی، سال چهارم، شماره ۱۳، بهار ۱۳۹۴

ارزیابی میزان رضایت‌مندی اعضای شرکت‌های تعاونی تولید روستایی استان چهارمحال و بختیاری از کیفیت خدمات داخلی این شرکت‌ها

شکیبا مهدیان^{۱*}، امیرمظفر امینی^۲، علی یوسفی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۶/۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۱/۸

چکیده

این مطالعه به دنبال یافتن نمونه کاربردی از مدل سروکوال برای سنجش میزان رضایت‌مندی اعضا از کیفیت خدمات داخلی ارائه شده در شرکت‌های تعاونی تولید روستایی است. جامعه آماری این پژوهش را اعضای شرکت‌های تعاونی تولید روستایی فعال استان چهارمحال و بختیاری به تعداد ۳۷۱۵ نفر تشکیل داده‌اند که از میان آنان ۱۶۰ نفر به روش نمونه‌گیری کاملاً تصادفی به عنوان نمونه آماری تعیین شدند. این پژوهش به روش پیمایشی انجام گرفته و پرسش‌نامه‌ای جهت گردآوری داده‌ها تهیه شده است. به منظور بررسی روایی پرسش‌نامه از نظر استادان گروه توسعه روستایی دانشگاه صنعتی اصفهان و برای سنجش پایایی آن از پیش‌آزمون و ضریب آلفای کرونباخ بهره گرفته شد که میانگین این ضریب ۰/۹۶ به دست آمد. نتایج این پژوهش نشان داد مدل تطبیق یافته سروکوال ابزار مناسبی برای سنجش میزان رضایت‌مندی اعضا در شرکت‌های تعاونی تولید روستایی است. همچنین مطابق یافته‌ها، این شرکت‌ها تنها در بُعد "اطمینان خاطر" توانسته‌اند انتظارات اعضا را برآورده سازند و در سایر ابعاد ناموفق عمل کرده‌اند. علاوه بر این، نتایج آزمون کروسکال والیس نشان داد که تفاوت معنی‌داری بین سطح رضایت‌مندی افراد مورد مطالعه با ویژگی‌های فردی مختلف از جمله سن، سطح تحصیلات و سابقه عضویت وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: شرکت‌های تعاونی تولید روستایی، مدل سروکوال، کیفیت خدمات داخلی، رضایت‌مندی، استان چهارمحال و بختیاری

۱. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد توسعه روستایی، دانشگاه صنعتی اصفهان

E-mail: mahdian1492@gmail.com

*نویسنده مسئول

۲. استادیار گروه توسعه روستایی، دانشگاه صنعتی اصفهان

۳. استادیار گروه توسعه روستایی، دانشگاه صنعتی اصفهان

مقدمه

از جمله مهم‌ترین موانع موجود در راه توسعه بخش کشاورزی در ایران، خردی و پراکندگی زمین‌های کشاورزی است. شاید بتوان گفت یکی از بهترین راه‌های مقابله با این واقعیت، برپایی واحدهای بهره‌برداری گروهی می‌باشد. در این میان، بی‌شک شرکت‌های تعاونی تولید روستایی، به دلیل رعایت اصول سه‌گانه "مالکیت"، "حاکمیت" و "فاعلیت"، مورد استقبال بیشتری در مقایسه با دیگر واحدهای بهره‌برداری جمعی قرار گرفته‌اند. با این حال، این شرکت‌ها با داشتن ده‌ها سال قدمت هنوز آن جایگاه بایسته و متناسب با شأنشان را در بخش تولید به دست نیاورده‌اند. مطالعات گوناگون نشان می‌دهند عدم مشارکت اعضا در امور این شرکت‌ها از جمله دلایل ناکامی این شرکت‌هاست (امینی و رضانی، ۱۳۸۵؛ عیدی و همکاران، ۱۳۹۱؛ Bhuyan, 2007؛ Hakelius, 1996). این در حالی است که بر اساس نظریات مختلف، نیروی انسانی عمده‌ترین سرمایه هر سازمان است به طوری که نیروی انسانی راضی و با انگیزه نقش مهمی در پیشبرد اهداف سازمان و موفقیت آن‌ها ایفا می‌کند. اگر کارکنان انگیزه لازم را داشته باشند و به خواسته‌های آن‌ها توجه گردد و اختیارات لازم نیز به آن‌ها تفویض شود و در مجموع رضایت آن‌ها تأمین شود، رفتار آن‌ها در جهت اهداف سازمان خواهد بود (امیری و همکاران، ۱۳۸۷). این مسئله به خصوص در شرکت‌های تعاونی، که حتی دوام و بقای آن‌ها بر پایه مشارکت و همکاری اعضاست، اهمیت ویژه‌ای دارد. بر این اساس، هدف کلی این پژوهش سنجش میزان رضایت اعضا از کیفیت خدمات داخلی در شرکت‌های تعاونی تولید روستایی استان چهارمحال و بختیاری است. با توجه به هدف کلی این پژوهش، اهداف اختصاصی عبارت‌اند از:

- ارائه مدلی کاربردی برای سنجش کیفیت خدمات داخلی در شرکت‌های تعاونی تولید روستایی؛
 - تعیین میزان رضایت‌مندی اعضای شرکت‌های تعاونی تولید روستایی از کیفیت خدمات ارائه شده در این شرکت‌ها؛

- مقایسه ویژگی‌های فردی اعضا با میزان رضایت آن‌ها از کیفیت خدمات داخلی ارائه شده در شرکت‌ها.

گفتنی است این مطالعه برای نخستین بار در ایران به دنبال یافتن نمونه‌ای قابل اجرا از مدل سروکوال برای سنجش کیفیت خدمات داخلی شرکت‌های تعاونی تولید روستایی از نظر اعضاست. نتایج این پژوهش می‌تواند به مدیران در دستیابی به تصویر صحیحی از میزان رضایت اعضا از کیفیت خدمات ارائه شده در شرکت و ابعاد نیازمند توجه جدی‌تر آن یاری رساند.

مبانی نظری

شرکت‌های تعاونی نهادهای خودجوش و مردمی به شمار می‌آیند که تنها با همکاری فیزیکی و مالی همه اعضا قادر به ادامه فعالیت می‌باشند. بنابراین، رضایت اعضا در این نهادها بیش از هر سازمان دیگری اهمیت دارد. پژوهش‌های متعددی در زمینه سنجش رضایت‌مندی کارکنان در سازمان‌های مختلف انجام گرفته است، اما کمتر پژوهشی این مسئله را به صورت منسجم و بر اساس الگوی مشخص در شرکت‌های تعاونی بررسی کرده است؛ مبحثی که در ادبیات بازاریابی داخلی مورد بحث قرار می‌گیرد. بازاریابی داخلی یکی از مباحث بازاریابی است که در سال ۱۹۸۱ توسط بری برای حل مسائل و مشکلات مربوط به کارکنان سازمان‌ها و ارائه خدمات با کیفیت به آنان مطرح شد. در بازاریابی داخلی، کارکنان به عنوان مشتریان داخلی در نظر گرفته می‌شوند که می‌بایست از طریق ارتقای کیفیت خدمات داخلی در جهت ایجاد انگیزه در آن‌ها تلاش کرد. کیفیت خدمات داخلی بر اقدامات درونی اشاره دارد که مدیر با اجرای آن‌ها باید از ارائه خدمات با کیفیت به کارکنان اطمینان حاصل کند (Caruana & Pitt, 1997). بهبود کیفیت خدمات داخلی منجر به ارتقای کیفیت خدمات خارجی و در نتیجه موفقیت سازمان می‌گردد (امیری و همکاران، ۱۳۸۷). امروزه مدل‌ها و الگوهای متنوعی برای ارزیابی کیفیت خدمات وجود دارند که مدل سروکوال یکی از پرکاربردترین آن‌هاست که توسط پاراسرمن و همکاران در سال ۱۹۸۵ با ۲۲ گویه تدوین شد و بر پایه نظریه «عدم تأیید انتظارات» بنا شده است. بر اساس این نظریه، اگر

عملکرد ادراک شده توسط فرد^۱ از انتظارات او^۲ بیشتر باشد، فرد احساس رضایت می‌کند و اگر عملکرد ادراک شده از انتظارات فرد کمتر باشد، شخص احساس نارضایتی می‌کند.

استقبال زیاد محققان از این مدل به دلیل وجود مزیت آن نسبت به سایر مدل‌های سنجش کیفیت خدمات می‌باشد. از جمله مزایای این مدل می‌توان به امکان تطبیق ابعاد سروکوال با انواع محیط‌های خدماتی، اهمیت ابعاد پنجگانه آن در سنجش کیفیت خدمات و توانایی تحلیل بر اساس ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و روان‌شناختی اشاره کرد (فعلی و همکاران، ۱۳۹۰).

با توجه به اهمیت و مزایای مدل سروکوال، در این پژوهش برای نخستین بار در کشور از شکل تطبیق یافته این مدل برای سنجش میزان رضایت اعضا از کیفیت خدمات داخلی ارائه شده در شرکت‌های تعاونی تولید روستایی استان چهارمحال و بختیاری استفاده شد.

استان چهارمحال و بختیاری در جنوب غرب کشور واقع شده است. مرکز این استان شهرکرد می‌باشد و با توجه به میزان بارش‌های جوی و وجود رودخانه‌های پرآب (رودخانه کارون و زاینده رود)، کشاورزی یکی از مهم‌ترین ارکان اقتصادی، به ویژه در شرق این استان، است. یکی از مهم‌ترین مشکلات بخش کشاورزی این استان مسئله خرده‌مالکی است. به همین دلیل، ایجاد تشکل‌های تعاونی همواره مورد توجه مسئولان استان بوده است. نتایج این پژوهش می‌تواند مدیران این شرکت‌ها را برای ایجاد انگیزه در بین اعضا و در نتیجه موفقیت این نهادهای مردمی یاری رساند.

پیشینه پژوهش

مطالعات مربوط به کیفیت خدمات از سال ۱۹۸۰، یعنی زمانی که گرانروس برای اولین بار مدلی برای سنجش کیفیت خدمات طراحی نمود، آغاز شد. سپس در سال ۱۹۸۵ پاراسرمن و همکاران مدل سروکوال را ارائه کردند (Saraei & Amini, 2012). این مدل کیفیت خدمات را به عنوان اختلاف بین سطح انتظارات و ادراکات مشتریان معرفی نمود. آن‌ها در مطالعات اولیه خود

1. Perception
2. Expectation

در سال ۱۹۸۵ به ۱۰ شاخص زیر برای سنجش کیفیت خدمات دست یافتند: قابلیت اطمینان، پاسخگویی، شایستگی، دسترسی، ادب، ارتباطات، اعتماد، امنیت، درک و شناخت مشتریان، و شواهد فیزیکی و ملموس. در نتیجه مطالعاتی که این گروه در سال ۱۹۸۸ انجام دادند، ۱۰ شاخص کیفیت خدمات فوق (به دلیل وجود همبستگی زیاد بین بعضی از شاخص‌ها) به ۵ شاخص زیر کاهش داده شد (Buttle, 1996):

۱. ویژگی‌های فیزیکی: ظاهر تجهیزات و وسایل و ابزار فیزیکی موجود در محل کار و کارکنان؛
۲. اعتماد: توانایی سازمان خدمت‌دهنده در عمل به وعده‌های خود به‌طور دقیق و مستمر؛
۳. پاسخگویی: تمایل و اشتیاق سازمان برای کمک به مشتریان و ارائه به‌موقع خدمات؛
۴. اطمینان خاطر: دانش و مهارت و شایستگی کارکنان و سازمان در القای حس اعتماد و اطمینان به مشتری؛
۵. دلسوزی: نزدیکی و همدلی با مشتری و تلاش در جهت درک نیازهای مشتری (Allan, 2003).
به‌طور خلاصه، مدل پاراسرمن و همکاران برای تعیین کیفیت خدمات نشان می‌دهد که اگر عملکرد ادراک شده فرد از انتظارات او بیشتر باشد، فرد احساس رضایت می‌کند و اگر عملکرد ادراک شده از انتظارات فرد کمتر باشد شخص احساس نارضایتی می‌کند (دیوانداری و دلخواه، ۱۳۸۴). از سال ۱۹۸۸، مدل سروکوال به‌طور گسترده در تحقیقات مختلف برای اندازه‌گیری کیفیت خدمات در صنایع مختلف به کار گرفته شد. هرنون و آلتمن (Heron & Altman, 2002) از این مدل برای سنجش میزان رضایت مشتریان کتابخانه شیکاگو استفاده نمودند. آکبابا (Akbaba, 2006) کیفیت خدمات در صنعت هتلداری ترکیه را با استفاده از این مدل سنجید. کومار و همکاران (Kumar et al., 2009) از این مدل برای تعیین اهمیت نسبی عوامل کیفیت خدمات از دید مشتریان بانک‌ها در مالزی استفاده نمودند. فعلی و همکاران (۱۳۹۰) از مدل سروکوال برای سنجش میزان رضایت دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس از کیفیت خدمات آموزشی بهره‌بردند. زارعی (۱۳۸۸) از مدل سروکوال برای ارزیابی میزان رضایت‌مندی

اعضای هیئت علمی دانشگاه آزاد واحد مرودشت استفاده کرد. دیواندری و دلخواه (۱۳۸۴) میزان رضایت مشتریان بانک ملت را با استفاده از این مدل سنجیدند. علاوه بر این، در تعدادی از پژوهش‌ها از این مدل برای سنجش کیفیت خدمات داخلی استفاده شد که از آن جمله می‌توان به پژوهش پارسکواس (Paraskevas, 2001) اشاره کرد که از این مدل برای اندازه‌گیری سطح کیفیت خدمات داخلی در صنعت هتلداری استفاده کرد. در مدل سروکوال مورد استفاده در این پژوهش علاوه بر ابعاد فیزیکی، قابلیت اطمینان، قابلیت اعتماد، مسئولیت‌پذیری و همدلی، ابعاد قابلیت ارتباط و انعطاف‌پذیری نیز در نظر گرفته شد. نتایج نشان داد مدل سروکوال همچنان مدل مناسبی برای سنجش کیفیت خدمات داخلی در صنعت هتلداری می‌باشد. همچنین کانگ و همکاران (Kang et al., 2002) از مدل سروکوال برای اندازه‌گیری سطح کیفیت خدمات داخلی در سازمان استفاده کردند که مدل به کار رفته هر ۵ بعد قابلیت اطمینان، قابلیت اعتماد، ملموس بودن، همدلی و مسئولیت‌پذیری را شامل می‌شود. کاروانا و پیت (Caruana & Pitt, 1997) علاوه بر استفاده از مدل سروکوال برای سنجش کیفیت خدمات داخلی، به بررسی رابطه کیفیت خدمات و عملکرد سازمان پرداختند و نشان دادند که کیفیت خدمات داخلی بر عملکرد سازمان اثر دارد. امیری و همکاران (۱۳۸۷) از مدل سروکوال برای سنجش کیفیت خدمات داخلی واحدهای شرکت گاز تهران استفاده نمودند و به این نتیجه رسیدند که بازاریابی درونی بر کیفیت خدمات خارجی اثر مثبت و معنادار نداشته است. همچنین شاهین و ابوالحسنی (۱۳۸۹) از این مدل برای سنجش کیفیت خدمات داخلی در صنعت بیمه استفاده کردند.

با وجود اهمیت سنجش کیفیت خدمات داخلی، در شرکت‌های تعاونی به‌منظور ایجاد انگیزه در اعضا برای مشارکت در امور، پژوهش‌های محدودی در این زمینه انجام گرفته است. بر این اساس، چنان که گفته شد، این پژوهش به دنبال ارزیابی میزان رضایت اعضا از کیفیت خدمات داخلی ارائه شده در شرکت‌های تعاونی تولید روستایی استان چهارمحال و بختیاری با استفاده از مدل سروکوال می‌باشد.

روش تحقیق

این تحقیق به روش پیمایشی انجام شده است و از نوع توصیفی تحلیلی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش را اعضای شرکت‌های تعاونی تولید روستایی فعال استان چهارمحال و بختیاری به تعداد ۳۷۱۵ نفر تشکیل داده‌اند. نمونه‌گیری از تمام این شرکت‌ها انجام گرفت و برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران با مقدار p برابر $0/18$ در سطح اطمینان ۹۵ درصد و با دقت $0/06$ استفاده شد که حجم نمونه ۱۶۰ نفر تعیین گردید (Cochran, 1976) و سپس سهم هر شرکت به روش انتساب متناسب تعیین شد.

ابزار مورد استفاده در این پژوهش برای گردآوری اطلاعات، پرسش‌نامه بوده که سؤالات آن در دو بخش طراحی شده است؛ بخش نخست پرسش‌نامه برای کسب اطلاعات فردی اعضا تدوین شد و در بخش دوم پرسش‌های مرتبط با ارزیابی میزان انتظارات و ادراکات اعضا از خدمات ارائه شده در یک مقیاس ۵ سطحی لیکرت طراحی گردید. پرسش‌نامه اصلی سروکوال شامل ۲۲ سؤال زوجی می‌باشد که میزان انتظارات و ادراکات مشتریان را در ۵ بعد به طور جداگانه می‌سنجد. به منظور استفاده از این پرسش‌نامه برای سنجش کیفیت خدمات داخلی در شرکت‌های تعاونی تولید روستایی، این سؤالات با نظر کارشناسان به ۵۷ سؤال زوجی در قالب ۵ بعد افزایش یافت و از پاسخ‌دهندگان خواسته شد تا نظر خود را در یک مقیاس ۵ سطحی لیکرت از شدیداً مخالف (عدد ۱) تا شدیداً موافق (عدد ۵) ابراز نمایند. سپس به منظور بررسی مقدماتی، تعداد ۳۰ پرسش‌نامه تکمیل و پس از اعمال اصلاحات لازم، پرسش‌نامه نهایی تدوین شد. برای تعیین تطابق پرسش‌ها با مفاهیم برگرفته از چارچوب نظری پژوهش یا روایی پرسش‌نامه، از روش تحلیل عاملی بهره گرفته شد. همچنین برای تعیین میزان تناسب متغیرها در ماتریس همبستگی از آماره KMO استفاده گردید (دوواس، ۱۳۷۶). از سوی دیگر برای اطمینان از مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی مبنی بر اینکه ماتریس همبستگی که پایه تحلیل عاملی قرار می‌گیرد در جامعه برابر صفر نباشد، آزمون بارتلت مورد استفاده قرار گرفت. همچنین برای سنجش قابلیت اعتماد یا پایایی پرسش‌نامه، که نشان می‌دهد ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسان می‌دهد،

از ضرایب آلفای کرونباخ استفاده شد (سرمد، ۱۳۸۵). جدول ۱ میزان پایایی و روایی مفاهیم به کار رفته در پرسش نامه را نشان می دهد.

جدول ۱. پایایی و روایی مفاهیم به کار رفته در پرسش نامه اعضا

انتظارات				ادراکات				مفهوم واسطه	عوامل
KMO	Bartlett's	sig	ضریب α	KMO	Bartlett's	sig	ضریب α	(ابعاد)	
۰/۷۸۰	۱۵۰/۱۷۳	۰/۰۰۰	۰/۷۹۳	۰/۸۴۵	۱۹۰۹/۸۵۷	۰/۰۰۰	۰/۸۷۷	فیزیکی	
۰/۶۴۰	۱۶۷/۹۳۴	۰/۰۰۰	۰/۷۴۳	۰/۸۹۷	۵۴۹/۹۸۵	۰/۰۰۰	۰/۹۰۲	شاخص اعتبار	
۰/۷۶۴	۴۳/۶۹۱	۰/۰۰۰	۰/۶۸۱	۰/۸۴۳	۳۴۷/۹۸۴	۰/۰۰۰	۰/۸۶۳	رضایت مندی پاسخگویی	
۰/۷۷۱	۱۶۴۰/۲۵۷	۰/۰۰۰	۰/۷۶۱	۰/۹۴۱	۲۳۵۷/۴۹۴	۰/۰۰۰	۰/۹۶۰	اطمینان	
۰/۸۱۸	۹۳۸/۱۸۳	۰/۰۰۰	۰/۷۶۲	۰/۹۰۵	۱۱۵۳/۳۰۷	۰/۰۰۰	۰/۹۱۳	همدلی	
KMO = ۰/۸۲۵			Bartlett's = ۱۶۴۲۴/۲۷۳	Sig = ۰/۰۰۰			Cronbach's Alpha = ۰/۹۶۲		

مأخذ: یافته های پژوهش

همان گونه که مشاهده می شود، ضرایب مورد محاسبه مبین پایایی و روایی بالای ابزار گردآوری اطلاعات میدانی پژوهش می باشند. این نشان می دهد که مدل اصلاح شده ۵ بعدی سروکوال ابزار مناسبی برای سنجش کیفیت خدمات داخلی در شرکت های تعاونی تولید روستایی است و از این مدل می توان در موارد مشابه استفاده نمود.

ابزار مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل داده ها نرم افزار Spss 17 بوده و برای توصیف اطلاعات گردآوری شده از جداول توزیع فراوانی بهره گرفته شد. برای آزمون گمانه های پژوهش نیز با توجه به اینکه عدم نرمال بودن توزیع داده ها با استفاده از روش کولموگروف-اسمیرنوف و شاپیرو ویلک به صورت عددی به اثبات رسید، از آزمون های ناپارامتریک ویلکاکسون و کروسکال والیس و نیز روش تحلیل خوشه ای یا کلاستر استفاده شد.

نتایج و بحث

میانگین سن افراد مورد مطالعه ۵۵ سال است. کمینه سن نمونه آماری پژوهش ۲۱ سال و بیشینه آن ۸۸ سال است. ۸۷/۵ درصد از نمونه آماری پژوهش را میانسالان و سالمندان تشکیل می‌دهند و بنابراین باید پذیرفت که در مجموع شرکت‌ها چهره جوانی ندارند. حدود ۲۲ درصد افراد بی‌سواد و ۱۲ درصد تحصیلات دانشگاهی دارند. سطح تحصیلات اکثر اعضا، مکتبی و ابتدایی می‌باشد که این می‌تواند بر موفقیت تعاونی‌ها تأثیر بگذارد. میانگین سابقه عضویت اعضا در شرکت‌های تعاونی ۱۲ سال است و ۴۵ درصد آن‌ها بیش از ۱۱ سال سابقه عضویت دارند. حدود ۷۰ درصد اعضا کمتر از ۵۰ درصد درآمد خود را از شرکت به دست می‌آورند که این مسئله از نکات قابل توجه در یافته‌های پژوهش می‌باشد. در حدود ۳۰ درصد اعضا اعلام کرده‌اند که اصلاً در جلسات مجمع عمومی سالانه شرکت‌ها شرکت نمی‌کنند و مهم‌ترین دلیل خود را عدم رضایت از عملکرد هیئت مدیره اعلام کرده‌اند.

در این پژوهش، برای مقایسه میزان انتظارات و ادراکات اعضا در هر یک از ۵ بُعد، از آزمون ناپارامتریک ویلکاکسون استفاده شد. در جدول ۲ میزان ادراکات و انتظارات اعضای شرکت‌ها در هر یک از ابعاد پنج‌گانه و نیز شکاف بین آن‌ها و همچنین سطح معنی‌داری در آزمون ویلکاکسون نشان داده شده است.

جدول ۲. بررسی میزان رضایت مندی اعضای شرکت‌های تعاونی تولید روستایی در ابعاد مختلف

عملکرد شرکت	بعد فیزیکی	بعد اعتبار	بعد پاسخگویی	بعد اطمینان	بعد همدلی	
۳/۳۳۷۹	۳/۰۴۳۸	۳/۶۲۵۳	۳/۲۷۴۶	۳/۳۵۴۳	۳/۳۳۵۷	میانگین ادراکات
۳/۷۴۹۰	۳/۵۰۱۲	۴/۲۳۹۲	۳/۹۰۹۷	۳/۳۷۹۴	۳/۸۵۲۱	میانگین انتظارات
-۰/۴۱۱۱	-۰/۴۵۷۴	-۰/۶۱۳۹	-۰/۶۳۵۱	-۰/۰۲۵۱	-۰/۵۱۶۴	شکاف کیفیت
-۵/۰۱۰	-۴/۴۴۸	-۶/۲۶۳	-۶/۷۵۹	-۰/۵۹۸	-۶/۲۳۳	آماره Z
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۳۵	۰/۰۰۰	سطح معنی داری

مأخذ: یافته‌های پژوهش

چنان‌که داده‌های جدول ۲ نشان می‌دهد، اختلاف بین میانگین انتظارات و ادراکات اعضای شرکت‌های تعاونی تولید روستایی استان از عملکرد کلی شرکت در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی‌دار می‌باشد و بنابراین می‌توان گفت این شرکت‌ها در مجموع نتوانسته‌اند انتظارات اعضا را برآورده کنند. همچنین اختلاف بین میانگین انتظارات و ادراکات اعضای شرکت‌ها در همه ابعاد مدل، به‌جز بُعد اطمینان، در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی‌دار می‌باشد لذا می‌توان پذیرفت که این شرکت‌ها فقط در بُعد اطمینان نتوانسته‌اند انتظارات اعضا را برآورده سازند و در سایر ابعاد میانگین انتظارات به‌طور معنی‌داری بالاتر از میانگین ادراکات اعضاست. داده‌ها نشان می‌دهد بیشترین میزان شکاف کیفیت خدمات متعلق به بعد پاسخگویی می‌باشد که این مسئله می‌تواند دستیابی به اهداف بلند مدت شرکت را به شدت تحت تأثیر قرار دهد. از طرفی، اگرچه عملکرد شرکت (سطح ادراکات) در بعد فیزیکی کمتر از سایر ابعاد ارزیابی شده، اما با توجه به اینکه میزان انتظارات در این بعد نیز نسبت به سایر ابعاد پایین‌تر می‌باشد، شکاف کیفیت خدمات در این بعد چندان چشمگیر نیست. این مسئله نشان دهنده نقطه قوت مدل سروکوال است که در آن علاوه بر عملکرد سازمان، میزان انتظارات اعضا نیز در نظر گرفته می‌شود و بنابراین می‌تواند راهنمای خوبی برای مدیران سازمان‌ها در جهت ارائه خدمات مناسب به کارکنان باشد.

به‌منظور بررسی کیفیت خدمات داخلی در شرکت‌های تعاونی تولید روستایی مورد مطالعه، میانگین انتظارات و ادراکات اعضا از عملکرد کلی شرکت و نیز اختلاف بین آن‌ها به‌طور جداگانه در تک‌تک شرکت‌ها محاسبه شد و سپس با استفاده از آزمون ناپارامتریک کروسکال والیس میانگین شکاف کیفیت خدمات در بین ۱۳ شرکت مورد مقایسه قرار گرفت. سپس با استفاده از روش تحلیل خوشه‌ای یا کلاستر، این شرکت‌ها از نظر برآورده کردن انتظارات اعضا به سه گروه موفق، نیمه‌موفق و ناموفق دسته‌بندی شدند.

در جدول ۳ میانگین انتظارات و ادراکات و نیز شکاف کیفیت خدمات در بین این سه دسته نشان داده شده است. در این پژوهش، با توجه به میانگین دامنه تغییرات شکاف کیفیت خدمات در شرکت‌ها، شکاف بین ۱/۲- تا صفر به عنوان شرکت‌های نیمه موفق (با موفقیت

متوسط)، شرکت‌هایی با شکاف کیفیت خدمات پایین‌تر از ۱/۲- به عنوان شرکت‌های ناموفق و شرکت‌هایی با شکاف کیفیت خدمات بالاتر از صفر به عنوان شرکت موفق در نظر گرفته شدند.

جدول ۳. مقایسه شرکت‌ها تعاونی تولید روستایی از نظر میزان رضایت‌مندی اعضا

نوع شرکت	ادراکات	انتظارات	شکاف کیفیت خدمات
موفق	۴/۳۰۸۲	۳/۷۴۳۲	۰/۵۶۵
نیمه موفق یا باموفقیت متوسط	۳/۳۱۷۰	۳/۸۳۴۶	-۰/۵۱۷۶
ناموفق	۱/۸۸۰۵	۳/۵۷۴۳	-۱/۶۹۳۸
نتیجه آزمون کروسکال والیس		Sig=۰/۰۰۰	df=۱۲

مأخذ: یافته‌های پژوهش

چنان‌که نتایج آزمون کروسکال والیس نشان می‌دهد، اختلافی معنی‌دار بین میانگین رضایت‌مندی اعضای شرکت‌ها از عملکرد کلی شرکتشان در سطح اطمینان ۹۹ درصد وجود دارد؛ به عبارت دیگر، میزان رضایت‌مندی اعضای همه شرکت‌ها یکسان نیست. همان‌طور که داده‌های جدول نشان می‌دهد، تفاوت بین شکاف کیفیت خدمات در بین شرکت‌های موفق و ناموفق زیاد است و این تفاوت ناشی از برداشتی می‌باشد که اعضا از عملکرد شرکت‌ها در ابعاد پنجگانه داشته‌اند (ادراکات) و نه انتظارات اعضا که این مسئله مورد توجه مدیران شرکت‌ها قرار گیرد.

مقایسه ویژگی‌های فردی اعضا با میزان رضایت آن‌ها از کیفیت خدمات داخلی شرکت‌ها

به منظور مقایسه میزان رضایت‌مندی اعضا با ویژگی‌های فردی، از آزمون ناپارامتریک کروسکال والیس استفاده شد. نتایج نشان می‌دهد که اختلاف معنی‌داری بین میانگین سطح رضایت‌مندی اعضای شرکت‌های مورد مطالعه در گروه‌های سنی مختلف وجود دارد. همان‌گونه که جدول ۴ نشان می‌دهد، بیشترین میزان شکاف کیفیت خدمات متعلق به گروه سنی ۶۱ سال و بالاتر و کمترین میزان شکاف مربوط به گروه ۴۱ تا ۶۰ سال می‌باشد. همچنین بر اساس نتایج، با

افزایش سن میانگین انتظارات افراد افزایش می‌یابد در حالی که پایین‌ترین سطح ادراکات مربوط به افراد ۶۱ ساله و بیشتر است.

جدول ۴. مقایسه میزان رضایت‌مندی افراد نمونه مورد مطالعه در گروه‌های سنی مختلف

رده سنی	میانگین ادراکات	میانگین انتظارات	شکاف کیفیت خدمات
۴۰ و کمتر	۳/۵۰۲۱	۳/۸۷۲۲	-۰/۳۷۰۱
۴۱ تا ۶۰	۳/۵۳۱۵	۳/۷۵۶۳	-۰/۲۲۴۸
۶۱ و بیشتر	۲/۹۳۵۵	۳/۶۸۷۹	-۰/۷۵۲۴
نتایج آزمون کروسکال والیس			
	Sig=۰/۰۰۳	df=۲	Chi-square=۱۱/۶۰۲

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتایج این آزمون همچنین نشان می‌دهد که اختلاف معنی‌داری بین میانگین رضایت‌مندی افراد با سطح سواد آنها وجود دارد. چنان‌که داده‌های جدول ۵ نشان می‌دهد، با افزایش سطح سواد اعضا، بر سطح انتظارات آنها در غالب موارد افزوده شده، لیکن سطح ادراکاتشان کاهش می‌یابد. بر اساس نتایج، بیشترین میزان شکاف کیفیت خدمات متعلق به گروه با سطح تحصیلات دانشگاهی و کمترین شکاف مربوط به گروه با سطح تحصیلات راهنمایی می‌باشد.

جدول ۵. مقایسه میزان رضایت‌مندی افراد نمونه مورد مطالعه در سطوح تحصیلی مختلف

سطح تحصیلات	میانگین ادراکات	میانگین انتظارات	شکاف کیفیت خدمات
بی سواد	۲/۹۷۷۵	۳/۷۳۱۱	-۰/۷۵۳۶
مکتبی و ابتدایی	۴/۰۸۱۹	۳/۷۴۹۵	۰/۳۳۲۴
راهنمایی	۳/۵۵۰۱	۳/۵۸۴۱	-۰/۰۳۴
متوسطه	۳/۳۲۱۱	۳/۸۲۰۶	-۰/۴۹۹۵
دانشگاهی	۳/۰۲۱۴	۴/۲۳۰۲	-۱/۲۰۸۸
نتایج آزمون کروسکال والیس			
	Sig=۰/۰۰۰	df=۴	Chi-square=۴۲/۵۲۷

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتایج آزمون کروسکال والیس همچنين نشان می‌دهد که بين میانگین سطح رضایت مندی افراد مورد مطالعه با سابقه عضویت اختلافی معنی دار وجود دارد. براساس داده‌های جدول ۶، مشاهده می‌شود که بیشترین میزان شکاف کیفیت خدمات در بین افراد با سابقه عضویت ۶ تا ۱۰ سال وجود دارد.

جدول ۶. مقایسه میزان رضایت مندی افراد نمونه مورد مطالعه با میزان سابقه عضویت متفاوت

سابقه	میانگین ادراکات	میانگین انتظارات	شکاف کیفیت خدمات
۵ سال و کمتر	۴/۰۰۹۲	۳/۷۴۴۶	۰/۲۶۴۶
۶ تا ۱۰ سال	۳/۰۴۰۷	۳/۶۵۴۰	-۰/۶۱۳۲
۱۱ سال و بیشتر	۳/۳۵۱۳	۳/۸۳۲۳	-۰/۴۸۱۰
نتایج آزمون کروسکال والیس			
	Sig=۰/۰۰۰	df=۲	Chi-square=۱۹/۴۲۷

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های تعاونی مشارکت اعضا در امور مربوط به شرکت می‌باشد که این خود مستلزم جلب رضایت و ایجاد انگیزه در آنهاست. اگرچه تا به امروز میزان رضایت کارکنان از کیفیت خدمات داخلی در بسیاری از سازمان‌ها مورد سنجش قرار گرفته اما با وجود اهمیت رضایت اعضا در شرکت‌های تعاونی، این مهم تا به حال بر اساس مدل منسجم و معتبری سنجیده نشده است. بر این اساس، مطالعه حاضر به دنبال یافتن نمونه کاربردی از مدل سروکوال برای سنجش میزان رضایت مندی اعضا از کیفیت خدمات داخلی در شرکت‌های تعاونی تولید روستایی و نیز تعیین میزان رضایت آنها از این خدمات می‌باشد. یافته‌ها نشان داد مدل اصلاح شده سروکوال ابزار مناسبی برای سنجش کیفیت خدمات داخلی در شرکت‌های تعاونی تولید روستایی است. بنابراین، با توجه به اهمیت ابعاد پنجگانه مدل سروکوال در سنجش کیفیت خدمات و در نظر گرفتن انتظارات اعضا در هر کدام از ابعاد، این مدل می‌تواند راهنمای خوبی برای مدیران در فرایند تصمیم‌گیری باشد. بر اساس نتایج به دست آمده، در مجموع شرکت‌های

تعاونی تولید روستایی در برآوردن انتظارات اعضای خود موفق نبوده‌اند. همچنین بررسی تک‌تک ابعاد نشان داد که اختلاف بین میانگین ادراکات و انتظارات اعضای شرکت‌های تعاونی تولید روستایی استان چهارمحال و بختیاری در همه ابعاد مدل رضایت‌سنجی سروکوال، به جز بعد اطمینان خاطر، در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی‌دار است و لذا این شرکت‌ها تنها در بعد اطمینان خاطر توانسته‌اند انتظارات اعضا را برآورده سازند و در سایر ابعاد، میانگین انتظارات به طور معنی‌داری بالاتر از میانگین ادراکات اعضاست. از آنجا که بعد اطمینان خاطر بیان‌کننده میزان اعتماد اعضا به مدیران شرکت می‌باشد و با توجه به کوچک بودن محیط روستا، وجود اعتماد در بین مردم امری طبیعی است. همچنین بر اساس یافته‌های پژوهش، بیشترین میزان شکاف مربوط به بعد پاسخگویی است درحالی که بر اساس قوانین سازمان تعاون، تعیین خط‌مشی و برنامه‌های شرکت بر عهده مجمع عمومی است و هیئت‌مدیره در واقع مجری تصمیمات اخذ شده توسط اعضا می‌باشد. بنابراین، هیئت‌مدیره می‌بایست نسبت به روند اجرای برنامه‌ها در برابر اعضا پاسخگو باشد. بی‌توجهی به این مسئله در شرکت‌های تعاونی می‌تواند تحقق اهداف بلندمدت شرکت را به شدت تحت تأثیر قرار دهد. یافته‌های پژوهش حاضر با یافته‌های مطالعات امینی و رضایی (۱۳۸۵)، کرمی و آگهی (۱۳۸۹)، نکویی نایینی و همکاران (۱۳۸۸)، برونیس و همکاران (Bruynis et al., 2001) و آنال و همکاران (Unal et al., 2009) مبنی بر عدم رضایت اعضا از عملکرد شرکت انطباق دارد، در حالی که مخالف نتایج به دست آمده از پژوهش‌های لطیفیان (۱۳۸۵) و پورطاهری و همکاران (۱۳۹۱) می‌باشد. به نظر می‌آید مهم‌ترین دلیل عدم تطابق این نتایج، شاخص‌های در نظر گرفته شده برای موفقیت می‌باشد.

عدم رضایت اعضا از عملکرد شرکت در بسیاری از پژوهش‌ها یکی از موانع موجود بر سر راه مشارکت آن‌ها بر شمرده شد؛ بنابراین به نظر می‌رسد مدیران شرکت‌های تعاونی برای جلب مشارکت اعضا، که یکی از عوامل مهم در موفقیت آن‌هاست، بایستی در حد امکان رضایت اعضا را تأمین کنند. بعد فیزیکی به شدت بستگی به امکانات و توان مالی شرکت‌ها دارد و شاید برآوردن انتظارات اعضا در این بعد به سادگی امکان‌پذیر نباشد، در حالی که سایر ابعاد مانند بعد

پاسخگویی، همدلی و اعتماد، تنها نیاز به توجه جدی‌تر مدیران شرکت‌ها به اعضا دارد؛ آنچه در قوانین شرکت‌های تعاونی نیز بر آن تأکید شده است. نتایج پژوهش همچنین نشان داد بین سطح رضایت‌مندی افراد مورد مطالعه با ویژگی‌های فردی مختلف تفاوت معنی‌دار وجود دارد به گونه‌ای که با افزایش سن، میانگین انتظارات افراد افزایش می‌یابد، چرا که تغییرات رفتاری انسان نظیر احساس بی‌اعتمادی و بدبینی به‌دیگران با بالا رفتن سن ممکن است افزایش یابد. در غیر این صورت باید بپذیریم که این واقع‌نگری می‌تواند برخاسته از تجربیات سالمندان باشد. همچنین با افزایش سطح سواد اعضا، سطح انتظارات آن‌ها افزایش و سطح ادراکاتشان کاهش می‌یابد. بدیهی است انتظار منطقی هم می‌تواند این باشد که با افزایش سطح تحصیلات میزان انتظارات انسان‌ها از محیط پیرامونی‌شان فزونی گیرد و کیفیت خدمات ارائه شده را در سطح پایین‌تر ارزیابی کنند. سابقه عضویت اعضا بر میزان رضایت‌مندی آن‌ها از خدمات ارائه شده در شرکت نیز تأثیر می‌گذارد به طوری که می‌توان گفت با افزایش سابقه عضویت اعضا بر میزان انتظارات آن‌ها افزوده می‌شود.

با توجه به یافته‌های پژوهش پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

۱. از آنجا که مدل سروکوال می‌تواند ابزار مناسبی برای سنجش کیفیت خدمات داخلی در شرکت‌های تعاونی باشد، مدیران شرکت‌ها می‌توانند با بهره‌گیری از این ابزار، ابعادی از خدمات را شناسایی نمایند که نیاز به توجه جدی‌تر دارد و به این ترتیب در جهت جلب رضایت اعضا و ایجاد انگیزه در آن‌ها برای مشارکت در امور شرکت‌ها گام بردارند.

۲. با توجه به اینکه بیشترین میزان شکاف کیفیت خدمات متعلق به بعد پاسخگویی می‌باشد، مدیران می‌توانند با برگزاری به‌موقع جلسات مجمع عمومی و توجه به خواسته‌ها و نظرهای اعضا، آنان را برای پیشبرد اهداف شرکت با خود همراه سازند.

۳. با توجه به اینکه بین میزان رضایت‌مندی اعضا با ویژگی‌های فردی مختلف تفاوت معنی‌دار وجود دارد، مدیران در برآوردن انتظارات اعضا باید به این نکته توجه نمایند و به علاوه،

با شناسایی ترکیب کلی شرکت‌ها و ویژگی‌های فردی اعضا حداکثر تلاش خود را در برآورده کردن انتظارات و خواسته‌های اعضا انجام دهند.

۴. بر اساس نتایج پژوهش، یکی از مشکلات شرکت‌های تعاونی بالا بودن سن اعضای شرکت‌های تعاونی و سطح سواد پایین آن‌هاست. پیشنهاد می‌شود پژوهش جامعی در زمینه دلایل عدم گرایش نیروهای جوان و تحصیل کرده به تعاونی‌ها انجام شود.

۵. با توجه به تفاوت چشمگیر عملکرد مدیران در برآورده کردن انتظارات اعضا در بین شرکت‌های مختلف پیشنهاد می‌شود پژوهشی با هدف بررسی رابطه بین ویژگی‌های فردی مدیران با عملکرد آن‌ها در این زمینه انجام شود. نتایج این پژوهش می‌تواند به اعضا در انتخاب مدیران شایسته‌تر یاری رساند.

۶. پیشنهاد می‌شود پژوهشی با هدف بررسی رابطه بین کیفیت خدمات داخلی در شرکت‌های تعاونی و میزان موفقیت این شرکت‌ها انجام شود.

منابع

۱. امیری، م.، یزدانی، ح. و اکرام نصرتیان، ن. (۱۳۸۷). سنجش کیفیت خدمات داخلی و سطح بازاریابی درونی شرکت گاز تهران بزرگ و ارتباط اقدامات بازاریابی درونی آن با کیفیت خدمات خارجی. *مجله دانش مدیریت*، ۲۱(۸۱)، ۳-۱۸.
۲. امینی، ا. و رمضانی، م. (۱۳۸۵). بررسی علل موثر در موفقیت شرکت‌های تعاونی کشاورزی مرغداران گوشتی استان اصفهان. *علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی*، ۱۰(۱)، ۱۲۱-۱۳۵.
۳. پورطاهری، م.، پاپلی، م. و فلاحی، ع. (۱۳۹۱). ارزیابی عملکرد تعاونی‌های کشاورزی در مناطق روستایی (مطالعه موردی: شهرستان خرم‌آباد). *مجله جغرافیا و توسعه*، ۱۰(۲۶)، ۴۹-۶۰.
۴. دوواس، د. (۱۳۷۶). *پیمایش در تحقیقات اجتماعی*. ترجمه هوشنگ نایی. تهران: نشر نی.

۵. دیواندری، ع. و دلخواه، ج. (۱۳۸۴). تدوین و طراحی مدلی برای سنجش رضایت‌مندی مشتریان در صنعت بانکداری و اندازه‌گیری رضایت‌مندی مشتریان بانک ملت بر اساس آن. *پژوهشنامه بازرگانی*، ۳۷، ۱۸۵-۲۲۳.
۶. زارعی، ر. (۱۳۸۸). ارزیابی سنجش میزان رضایت‌مندی اعضای هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت. *فصلنامه علمی پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*، ۱۲ (۵)، ۱۴۵-۱۶۰.
۷. سرمد، ز.، بازرگان، ع. و حجازی، ا. (۱۳۸۵). *روش‌های تحقیق در علوم رفتاری*. تهران: نشر آگه.
۸. شاهین، ا. و ابوالحسنی، ز. (۱۳۸۹). سنجش تفاوت مشخصات کیفیتی خدمات و نحوه ارائه خدمات در صنعت بیمه (بررسی موردی: شرکت بیمه ایران در استان اصفهان). *مجله دانش و توسعه*، ۱۸ (۳۱)، ۷۵-۹۶.
۹. عیدی، س.، سعدی، ح. و حسینی‌نیا، غ. (۱۳۹۱). سنجش عوامل مؤثر بر میزان موفقیت تعاونی‌های برتر در شهرستان‌های استان چهارمحال و بختیاری. *فصلنامه علمی پژوهشی برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، ۲ (۷)، ۳۹-۵۱.
۱۰. فعلی، س.، بیگلری، ن. و پزشکی‌راد، غ. (۱۳۹۰). رضایت‌مندی دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس از کیفیت خدمات آموزشی ارائه شده به آنها با استفاده از مدل کیفیت خدمات SERVQUAL. *مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*، ۴۲ (۲)، ۱۹۹-۲۰۷.
۱۱. کرمی، ش. و آگهی، ح. (۱۳۸۹). عوامل مؤثر در موفقیت تعاونی‌ها: مطالعه موردی تعاونی‌های تولیدی محصولات خارج از فصل در استان کرمانشاه. *فصلنامه روستا و توسعه*، ۱۲ (۲)، ۳۱-۶۰.
۱۲. لطیفیان، ا. (۱۳۸۵). بررسی عملکرد تعاونی‌های کشاورزی استان خراسان بزرگ. *دوماهنامه علمی پژوهشی دانشگاه شاهد*، سال ۲۰، ۶۱-۸۴.

۱۳. نکوئی نایینی، ع.، علی بیگی، ا. و زرافشان، ک. (۱۳۸۸). واکاوی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های روستایی شهرستان کرمانشاه. فصلنامه روستا و توسعه، ۱۲(۴)، ۱-۲۲.
14. Akbaba, A. (2006). Measuring service quality in the hotel industry: A study in a business hotel in Turkey. *Hospitality Management*, 25(2), 170-192.
15. Allan, Y. (2003). Customer satisfaction measurement practice in Taiwan hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 23(4), 397-408
16. Bhuyan, S. (2007). The people factor in cooperatives: An analysis of members' attitudes and behavior. *Canadian Journal of Agricultural*, 55(3), 275-298.
17. Bruynis, C., Goldsmith, P. D., Hahn, D. E., & Taylor, W. J. (2001). Critical success factors for emerging agricultural marketing cooperatives. *Journal of Cooperation*, 16(2), 14-24.
18. Buttle, F. (1996). SERVQUAL: review, critique, research agenda. *European Journal of Marketing*, 30(1), 8-32.
19. Caruana, A., & Pitt, L. (1997). INTQUAL and Internal measure of service quality and the link between service quality and business performance. *European Journal of Marketing*, 31(8), 604-616.
20. Cochran, W. G. (1976). *Sampling techniques*. New York: John Willey Sons.
21. Hakelius, K. (1996). *Cooperative values farmers cooperatives in the minds of the farmers*. Swedish: Uppsala.
22. Herson, P., & Altman, E. (2002). *Assessing Service Quality: Satisfying the expectations of library customers*, American: Library Association.

23. Kang, G., James, J., & Alexandris, K. (2002). Measurement of internal service quality: Application of the SERVQUAL battery to internal service quality. *Managing Service Quality*, 12(5), 278-291.
24. Kumar, M., Kee, F.T., & Manshor, A.T. (2009). Determining the relative importance of critical factors in delivering service quality of banks; an application of dominance analysis in SERVQUAL model. *Managing Service Quality*, 19(2), 211-228.
25. Paraskevas, A. (2001). Exploring hotel internal service chains. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(5), 251- 258.
26. Saraei, S., & Amini, A. (2012). A study of service quality in rural ICT renters of Iran by SERVQUAL. *Telecommunications Policy*, 36(7), 571-578.
27. Unal, V. U., Guclusoy, H., & Franquesa, R. (2009). A comparative study of success and failure of fishery cooperatives in the Aegean, Turkey. *Journal of Applied Ichthyology*, 25(4) 394-400.

Assessing the Satisfaction Level of Rural Production Cooperative Members regarding Internal Service Quality in Chahar Mahal and Bakhtiari Province

Sh. Mahdian^{1}, A. M. Amini², A. Yousefi³*

Received: 30/08/2014 Accepted: 30/01/2015

Abstract

This study aimed at assessing the satisfaction level of rural production cooperative members regarding internal service quality by using SERVQUAL model. The statistical population of this research included 3715 members of rural production cooperatives of ChaharMahal and Bakhtiari Province. The sample included 160 individuals who were selected by random sampling method. Survey method was used, and a questionnaire was used to gather data. Faculty members of Isfahan Industrial University at Department of Rural Development validated the instrument. A pilot test was implemented. Cronbach's alpha coefficient was used to measure reliability (0.96). The results of this research revealed that the adjusted model of SERVQUAL was a suitable tool for measuring the members' satisfaction of rural production cooperatives. Also, according to the results, these cooperatives had met the members' expectations merely in confidence dimension respect, and regarding the other dimensions were unsuccessful. Moreover, the result of Kruskal-Wallis Test revealed that there was a significant difference between individual's satisfaction level and their characteristics.

Keywords: Rural Production Cooperatives, SERVQUAL Model, Internal Services Quality, Satisfaction, Chahar Mahal and Bakhtiari Province

1. Former Master Student, Department of Rural Development, Isfahan Industrial University, Isfahan, Iran

*Corresponding Author

E-mail: mahdian1492@gmail.com

2. Assistant Professor, Department of Rural Development, Isfahan Industrial University, Isfahan, Iran

3. Assistant Professor, Department of Rural Development, Isfahan Industrial University, Isfahan, Iran