

ارزیابی سطح کیفیت خدمات مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی

- غیردولتی با استفاده از مدل تحلیل شکاف

(مطالعه موردی: مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی استان گیلان)

جمال خانی جزنی *

الهام فروزانفر **

الناز فروزانفر ***

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تعیین کیفیت خدمات مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی در استان گیلان با استفاده از مدل تحلیل شکاف (SERVQUAL) که ابزاری برای اندازه‌گیری کیفیت خدمات و تجزیه و تحلیل شکاف‌های موجود بین انتظارات و ادراکات دریافت کنندگان خدمات (دانشجویان) است، انجام گرفته است. این پژوهش بر حسب هدف، کاربردی و بر اساس شیوه گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع پیمایشی است. برای تعیین روایی ابزار از پرسشنامه و برای تعیین پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. جامعه پژوهش همه دانشجویان مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی استان گیلان بودند، و نمونه‌ای با حجم ۳۸۴ نفر، پرسشنامه را تکمیل نمودند. روش نمونه‌گیری بر حسب جنسیت دانشجویان، طبقه‌ای و در انتخاب نهایی برای تکمیل پرسشنامه، تصادفی ساده بود. تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از روش‌های آماری آزمون رتبه‌بندی فریدمن و آزمون تی جفتی^۱ می‌باشد. نتایج این مطالعه نشان داد انتظارات دانشجویان در تمامی ابعاد خدمت برآورده نمی‌شود. لذا پاسخگویی، بهبود فرایندهای انجام کار، بهبود فضاها و امکانات آموزشی و توجه به سایر ابعاد در برنامه‌ریزی‌ها می‌تواند نقش مؤثری در ارتقای کیفیت خدمات آموزشی داشته باشد.

واژگان کلیدی: کیفیت خدمات، مدل SERVQUAL، پاراسورامان، بعد ملموسات، بعد قابلیت اعتماد، بعد پاسخگویی، بعد اطمینان، بعد همدلی، مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی

* دانشیار سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران

** کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی (گرایش بازاریابی) و مدرس مؤسسه آموزش عالی غیر انتفاعی دیلمان

لاهیجان (مسئول مکاتبات: e.forouzanfar@yahoo.com)

*** دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (گرایش مالی) دانشگاه ارومیه

1. paired sample T-test

مقدمه

سنجش کیفیت خدمات، پیش زمینه ضروری برنامه‌ریزی در جهت بهبود کیفیت خدمات سازمان‌هاست. هر چند مطالعه کیفیت جنبه‌های مختلف خدمات سازمان‌ها از دیدگاه استفاده‌کنندگان، از دیرباز موضوع پژوهش‌های متعددی بوده است، این نوع بررسی‌ها با مطرح شدن مدل تحلیل شکاف^۱، دستخوش تحول بنیادینی شده‌اند. از ویژگی‌های مهم آموزش عالی در عصر کنونی رقابتی شدن است. نظام آموزش عالی به عنوان نظامی پویا و هدفمند دارای دو بعد کمی و کیفی است که توسعه پایدار آن در گرو رشد موزون هر دو بعد کمی و کیفی است (توفیقی و نورشاهی، ۱۳۹۰: ۲۷-۱). مدل کیفیت خدمات (SERVQUAL)^۲ توسط پاراسورامان و همکارانش برای سنجش کیفیت خدمات سازمان‌ها مطرح گردید (پاراسورامان^۳ و دیگران، ۱۹۸۸: ۳۷-۱۲). به عقیده بیشتر صاحب‌نظران مطمئن‌ترین راه به منظور کسب موفقیت، باقی ماندن در ذهن مشتریان است و این مهم تنها در سایه تولیدات و خدمات با کیفیت به دست می‌آید.

بیان مسئله و اهمیت موضوع

از آنجا که دانشگاه مبدأ همه تحولات است و نقش به‌سزایی در تربیت دانشجویان ایفا می‌کند و دانشجویان نیز آینده‌ساز جامعه‌اند، از این نظر می‌توان اظهار داشت که سنجش کیفیت خدمات ارائه شده به دانشجویان توسط کارکنان و اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها مهم به نظر می‌رسد، لذا مدل «کیفیت خدمات» به عنوان ابزار مناسبی برای سنجش کیفیت خدمات از طریق تحلیل شکاف، برای سازمان‌های مختلف همچنین برای سنجش کیفیت خدمات ارائه شده در دانشگاه‌ها می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. در این پژوهش به کمک این ابزار پرکاربرد و پایا اندازه‌گیری کیفیت خدمات (دونلی^۴ و دیگران، ۲۰۰۶: ۹۸) وضعیت کیفیت خدمات در دانشگاه‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد. با توجه به ماهیت این مدل، از انواع خدماتی که در مراکز دانشگاهی ارائه می‌شود فقط موارد مورد تأکید در مدل، مورد توجه قرار گرفته است و خدماتی مانند کیفیت تدریس و سطح یادگیری، خدمات پشتیبانی و خدمات ارائه شده به دانشجویان

-
1. Gap Analysis Model
 2. SERVQUAL (Service Quality Model)
 3. Parasuraman & et al
 4. Donnelly & et al

و هیأت علمی به دلیل ماهیت مدل مورد توجه قرار نگرفته است و نتایج حاصل از آن، فقط منعکس کننده برداشت دانشجویان از خدمات مورد اشاره شده در این مدل می باشد.

هدف نویسندگان از انجام این پژوهش یافتن پاسخ سؤالات زیر می باشد:

میزان رضایت دانشجویان از عملکرد مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی چگونه است؟ بر اساس مدل «کیفیت خدمات» انتظارات و ادراکات دانشجویان از این مؤسسات به چه صورت می باشد؟ کیفیت خدمات ارائه شده دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی به دانشجویان چگونه است؟

بخش خدمات از مجموعه زیادی از صنایع و مؤسسات انتفاعی و غیرانتفاعی تشکیل می شود. بخش خدماتی، محصولی به نام خدمت دارند که بازاریابی آن با بازاریابی محصولات فیزیکی تفاوت دارد. کیفیت خدمت از مباحثی است که در بازاریابی خدمات به آن توجه ویژه ای می شود. تلاش برای درک و اندازه گیری کیفیت خدمات از چالش های مدیران و رؤسای سازمان های مختلف در عصر رقابتی امروز می باشد. کیفیت خدمات به ابزار کلیدی بازاریابی برای دستیابی به مزیت رقابتی تبدیل شده است (بردی^۱، ۲۰۰۲: ۲۳-۱۷). کیفیت خدمات از مقایسه آنچه که مشتریان تصور می کنند ارائه دهنده خدمات باید عرضه کند (انتظارات مشتریان) با آنچه که ارائه دهنده خدمات عملاً ارائه می دهد ناشی می شود (زیتامل و پارسورامان، ۱۳۸۹: ۱۸). مدیران و رؤسای موفق، راهبردهای خدمات خود را بر بازخورد مستمر از مشتری به منظور شناسایی نیازهای وی و ارضای آنها و در نهایت اندازه گیری رضایت مشتری متمرکز نموده اند. رمز موفقیت در گرو آن است که انتظارات مشتریان را نسبت به کیفیت خدمات برآورده سازیم یا حتی از آن پیشی گیریم (کاتلر^۲، ۱۳۹۱: ۴۰۵).

دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی هر ساله از طریق کنکور سراسری تعداد زیادی از دانشجویان را جذب می کنند و به علت تعداد بیش از حد این مؤسسات در چند سال اخیر، خدمت رسانی به دانشجویان در بین این مؤسسات کاملاً به یک امر رقابتی تبدیل شده است. بنابراین لازمه حیات و گستردگی فعالیت این مؤسسات و جذب هرچه بیشتر دانشجویان، آگاهی رؤسا و کارکنان از شکاف بین

1. Brady

2. kotler

ادراکات و انتظارات دریافت کنندگان خدمت (دانشجویان) و ادراکات و انتظارات واقعی آنها می‌باشد. اگر دریافت کنندگان خدمت نتوانند تناسبی بین آن دو برقرارکنند به طور حتم کیفیت خدمات ارائه شده توسط این مؤسسات صدمه خواهد دید. در این پژوهش تلاش می‌شود تا انتظارات و ادراکات دانشجویان از خدمات ارائه شده توسط مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی مشخص شود.

از آنجا که دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی، به عنوان مراکز تربیت دانشجو برای کشور، اهمیت ویژه‌ای دارند، ارتقای سطح کیفی خدمات این مراکز حساس علمی، نقش بنیادینی در تحقق هدف‌های جامعه در پیشرفت علم دارد. با توجه به اهتمام دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی به ارتقای سطح کیفیت خدمات ارائه شده، سنجش کیفیت خدمات این مراکز و اطلاع از شکاف میان انتظارات استفاده‌کنندگان از این خدمات (دانشجویان) و سطح خدمات دریافتی آنها از این مؤسسات می‌تواند به شناخت نقاط قوت و ضعف منجر شود که آن نیز به نوبه خود بستر مناسبی برای برنامه‌ریزی‌های راهبردی در جهت بهبود کیفی حوزه‌های مختلف خدمت رسانی در مراکز مورد بررسی خواهد بود. این پژوهش با استفاده از مدل تحلیل شکاف و با به‌کارگیری ابزار «کیفیت خدمات» (SERVQUAL) به مطالعه سطح کیفی خدمات مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی استان گیلان پرداخته و شکاف خدمات ارائه شده فعلی با سطح مطلوب خدمات از دیدگاه استفاده‌کنندگان (دانشجویان) را بررسی نموده است. یافته‌های این پژوهش می‌تواند اطلاعات زمینه‌ای لازم برای برنامه‌ریزی‌های راهبردی خدمات این مؤسسات را فراهم آورد.

پیشینه پژوهش

در برخی مطالعات نشان داده شده است که شکاف کیفیت خدمات آموزشی برای دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی زاهدان وجود داشته و کیفیت خدمات ارائه شده دارای شکاف منفی است (کبریایی و همکاران، ۱۳۸۴: ۴۶-۳۹). همچنین آقاملائی و همکاران در سال ۱۳۸۵ در بررسی شکاف کیفیت در میان دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان مشاهده نمودند که در بین انتظارات و ادراک دانشجویان آن دانشگاه تفاوت معنادار در هر پنج بعد مشاهده می‌شود که بیانگر برآورده نشدن انتظارات آنان می‌باشد (آقاملائی، زارع و عابدینی، ۱۳۸۵).

اما با توجه به تازه تأسیس بودن مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی، پژوهشی که کاملاً با موضوع مرتبط باشد، یافت نشد و تنها پژوهش‌هایی که در ارتباط با کیفیت خدمات می‌باشند در جدول زیر به صورت خلاصه ارائه می‌گردد:

جدول (۱) خلاصه نتایج به دست آمده از پژوهش‌های مورد مطالعه

عنوان پژوهش	هدف پژوهش	نتایج پژوهش
بررسی کیفیت خدمات کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های علوم پزشکی تابعه وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و دانشگاه آزاد اسلامی مستقر در تهران، از طریق مدل تحلیل شکاف (حریری و افغانی، ۱۳۸۸)	تحلیل شکاف میان انتظارهای استفاده‌کنندگان و برداشت آنها از وضعیت موجود خدمات کتابخانه مرکزی دانشگاه علوم پزشکی ایران، شهید بهشتی و دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم پزشکی تهران نیست. خدمات هر سه کتابخانه در بُعد کنترل اطلاعات، نسبت به ابعاد دیگر فاصله بیشتری با ابعاد خدمات کتابخانه‌ای از نظر کل خدمات و هر یک از ابعاد خدمات کتابخانه‌ای	خدمات کتابخانه مرکزی دانشگاه علوم پزشکی ایران نسبت به کتابخانه‌های دو دانشگاه دیگر کیفیت بالاتری دارد، اما خدمات کتابخانه مرکزی دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی و دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم پزشکی تهران دارای تفاوت معناداری نیست. خدمات هر سه کتابخانه در بُعد کنترل اطلاعات، نسبت به ابعاد دیگر فاصله بیشتری با ابعاد خدمات کتابخانه‌ای از نظر کل خدمات و هر یک از ابعاد خدمات کتابخانه‌ای
بررسی کیفیت خدمات در صنعت بانکداری خصوصی (مطالعه پژوهشی بانک سامان) (کریمی، ۱۳۸۹)	تعیین عوامل تأثیرگذار بر امر کیفیت بانکی و اولویت‌بندی این عوامل	بین خدمات مورد انتظار مشتریان و خدمات ارائه شده به آنها از سوی بانک در کلیه ابعاد پنج‌گانه شکاف وجود دارد. میزان این شکاف در مورد بعد موارد ملموس و پس از آن بعد اطمینان از بقیه ابعاد کمتر است. بعد از این دو، ابعاد اعتبار و همدلی با نتایج تقریباً مشابه، شکاف عمیق‌تری دارند و در نهایت بعد پاسخگویی عمیق‌ترین شکاف را داراست.
ارزیابی کیفیت خدمات در دفاتر پلیس ۱۰۴ با استفاده از روش سروکوال (نایب زاده و فتاحی زارچ، ۱۳۸۹)	بررسی میزان شکاف موجود بین انتظارات و خدمات ادراک شده توسط مشتریان دفاتر پلیس ۱۰۴ در هر یک از ابعاد پنج‌گانه کیفیت خدمات و سپس رتبه‌بندی هر یک از ابعاد	بین خدمات مورد انتظار مشتریان و خدمات ارائه شده به آنها از سوی این دفاتر در کلیه ابعاد پنج‌گانه شکاف وجود دارد. و از نظر اهمیت نسبی اطمینان به عنوان مهم‌ترین بعد و پس از آن به ترتیب ابعاد قابلیت اعتماد، پاسخگویی و همدلی قرار دارند و موارد ملموس کم اهمیت‌ترین بعد شناخته شده است.
		آزمون آماری: آزمون فریدمن، آزمون رتبه‌های علامت‌دار ویل کاکسون و آزمون مقایسه t تک نمونه

عنوان پژوهش	هدف پژوهش	نتایج پژوهش
ارزیابی کیفیت خدمات در صنعت هتلداری در ترکیه با استفاده از روش سروکوال (آکبابا ^۱ ، ۲۰۰۶)	بررسی انتظارات مشتریان هتل‌ها از کیفیت خدمات و همچنین بررسی اینکه آیا ابعاد روش سروکوال به صورت بین‌المللی و جهان‌شمول قابل استفاده هستند یا خیر	از دید مشتریان هتل بعد ملموسات مهم‌ترین و پس از آن بقیه ابعاد قرار گرفتند.
بررسی کیفیت خدمات کتابخانه‌های دانشگاه (انجمن گلاسکو کتابخانه‌های پژوهشی، ۲۰۱۲)	تعیین سطح مهم‌ترین نقاط قوت کتابخانه‌ها در این دانشگاه از جمله وجود محیط راحت و خوشایند، فضای مناسب برای مطالعه و یادگیری گروهی و توجه کتابداران به دانشجویان	شکاف کفایت خدمات و شکاف برتری خدمات در مورد کتابخانه‌های یادشده به ترتیب ۰/۸۵- و ۰/۴۹- وجود محیط راحت و خوشایند، و شکاف کفایت خدمات در بُعد منابع اطلاعاتی مورد دسترس ۰/۵۲-، ارائه خدمات از سوی کارکنان ۰/۷۵-، فضا و مکان کتابخانه ۰/۵۹- و امکانات دستیابی شخصی به منابع ۰/۳۱- و شکاف برتری خدمات در ابعاد فوق به ترتیب ۱/۱۳-، ۰/۵۶-، ۰/۷۶- و ۱/۱۲- است.
ارزیابی تجربی و کاربردی در زمینه سروکوال در صنعت ارتباطات در چین (لی ^۲ و همکاران، ۲۰۰۷)	ارزیابی اعتبار و پایایی ابزار سروکوال و کاربرد این ابزار در صنعت ارتباطات در چین	ابعاد پاسخگویی، همدمی و اطمینان در اولین رده، ابعاد راحتی و قابلیت اعتماد در دومین رده و سومین رده شامل بعد ملموسات بوده است.

چهارچوب نظری پژوهش

برای اولین بار سه محقق به نام‌های پاراسورامان، زیتامل و بری در سال ۱۹۸۸ در حوزه کیفیت خدمات به ارائه مدلی مفهومی و تعریف آن بر اساس جهت و میزان اختلاف بین ادراک مشتری از خدمت و انتظاراتش پرداختند. آنها همچنین سه سال بعد برای اولین بار ابزاری برای ارزیابی کیفیت خدمات بنام مدل «کیفیت خدمات» ارائه کردند، که معتبرترین مقیاس اندازه‌گیری مطالعات این حوزه بازاریابی در جهان می‌باشد که دیدگاهی به مفهوم کیفیت خدمات است. روش اندازه‌گیری کیفیت خدمات در سال‌های اخیر توجه زیادی را به خود جلب کرده است. این روش ابزاری برای اندازه‌گیری و سنجش کیفیت خدمات فراهم کرده است و با این فرض شروع می‌شود که سطح کیفیت خدماتی که مشتریان تجربه می‌کنند توسط شکاف میان انتظاراتی که معمولاً از خدمات دارند و ادراکات‌شان از خدماتی که از یک ارائه دهنده خدمات دریافت می‌کنند تعیین می‌شود (دونلی^۳ و دیگران، ۲۰۰۶: ۹۸). در مدل اصلی،

1. Akbaba
2. Lai & et al
3. Donnelly & et al

پاراسورامان و همکارانش ده ملاک را شناسایی کردند که مشتریان به کمک آنها کیفیت خدمات را ارزیابی می‌کنند که عبارتند از: قابلیت اعتماد، قابلیت پاسخگویی، شایستگی، دسترسی، ملاحظه، ارتباطات، قابلیت پذیرش، امنیت و درک مشتری و ملموسات. در مدل پاراسورامان و همکارانش پس از تجزیه و تحلیلی عملی برای تعیین روابط متقابل این ابعاد، سه مورد از ده مورد اصلی یعنی موارد ملموس، قابلیت اعتماد و قابلیت پاسخگویی، بدون تغییر باقی ماند و هفت مورد دیگر به دو بعد کلی تر دسته‌بندی شدند که آنها را اطمینان و همدلی نامیدند. مقیاس اصلی شامل تحقیقاتی در دو بخش و متشکل بر ۲۲ ویژگی خدماتی بود که در پنج بُعد اطمینان، همدلی، قابلیت پاسخگویی و موارد ملموس گروه‌بندی شده بود. طبقه‌بندی نهایی ابعاد کیفیت خدمات به شرح زیر است:

۱. ملموسات^۱: شکل ظاهری تسهیلات، تجهیزات، کارکنان و ابزارهای ارتباطی
۲. قابلیت اعتماد^۲: توانایی انجام خدمات وعده داده شده به طور قابل اطمینان و دقیق
۳. پاسخگویی^۳: تمایل در کمک به مشتریان و ارائه خدمات سریع
۴. اطمینان^۴: آگاهی و ادب کارکنان و توانایی آنها برای رساندن اطمینان و اعتماد
۵. همدلی^۵: دلسوزی و توجه فردی سازمان به مشتریانش (زیتامل و پاراسورامان، ۱۳۸۹: ۳۴-۳۳)

مقیاس «کیفیت خدمات» می‌تواند در سازمان‌ها و برای مقاصد زیر به کار برده شود. اول ابعاد کیفیت خدمات را می‌توان به ترتیب اهمیت از نظر مشتری رتبه‌بندی کرد. دوم در این که مشتریان چگونه هر بعد کیفیت خدمات را براساس تجارب واقعی خود از سازمان ارائه دهنده خدمات رتبه‌بندی می‌کنند، ارزیابی به دست آورد. سپس می‌توان درباره تمرکز سازمان نتیجه‌گیری کرد. یعنی، سازمان در عواملی که از نظر مشتریانش بیشترین اهمیت را دارد تا چه اندازه به درستی عمل می‌کند. سوم، امکان می‌دهد انتظارات کلی مشتریان و ادراکات شان از یک سازمان در طول زمان پیگیری و دنبال شود. بدین ترتیب می‌توان تأثیر عملکرد مدیریت بر کیفیت خدمات را تحت نظارت و ارزیابی قرارداد. علاوه بر این، درک تغییر در انتظارات مشتری ممکن است

1. Tangibility
2. Reliability
3. Responsiveness
4. Assurance
5. Empathy

اطلاعات مهمی را در برداشته باشد که بر طرح، مشخصات و توسعه خدمات تحت بررسی و سایر خدمات سازمان تأثیر بگذارد. چهارم، به منظور ارزیابی کیفیت خدمات داخلی (یعنی کیفیت خدمات عرضه شده توسط یک بخش یا یک قسمت از یک سازمان به دیگران در همان سازمان). پنجم، مقایسه کیفیت خدمات شرکت با کیفیت خدمات رقبا (زیتامل و پاراسورامان، ۱۳۸۹: ۴۲) و سرانجام، شناسایی و تعیین کمیت شکاف‌های ابعاد خدمات، در برآوردن انتظارات مشتری موجب می‌شود که سازمان برای توسعه پیشرفت‌های خدمات آتی خود اولویت‌بندی بهتری را اعمال نماید. مدل در مقایسه با سایر مدل‌های ارزیابی دارای مزایای قابل توجهی است که به کارگیری آن را، به خصوص برای انجام این پژوهش توجیه می‌کند. برخی از این مزیت‌ها در زیر آمده است:

۱) به دلیل استفاده بسیار زیاد از مدل «کیفیت خدمات»، این مدل به عنوان استاندارد برای ارزیابی ابعاد مختلف کیفیت خدمات شناخته شده است. آسوبونتینگ^۱ و همکارانش بیان می‌کنند که تا زمانی که مدلی بهتر و در عین حال به سادگی این مدل طراحی نشده باشد، مدل «کیفیت خدمات» همچنان بهترین ابزار برای سنجش کیفیت خدمات می‌باشد (آسوبونتینگ و دیگران ۲۰۰۹: ۸۱-۶۲).

۲) اعتبار و قابلیت اعتماد این مدل در بسیاری از مطالعات، تأیید شده است (کنگ^۲ و دیگران، ۲۰۰۶: ۱۶۴-۱۵۱).

این بدین معنی است که این پرسشنامه نظرات مشتری را به طور صحیح ارزیابی می‌کند و پرسش‌های آن کیفیت خدمات را به طور دقیقی اندازه‌گیری می‌کند.

۳) تجزیه و تحلیل‌های استاندارد برای تفسیر نتایج آن وجود دارد که به راحتی قابل انجام است.

۴) اندازه‌گیری انتظارات مشتری در مدل «کیفیت خدمات» مزیت دیگر این مدل در برنامه‌های بهبود کیفیت است. زیرا کیفیت بهتر چیزی نیست، جز تطبیق خدمات با خواسته‌های مشتری. بنابراین آگاهی از خواسته‌ها و انتظارات مشتری برای دست یافتن به کیفیت بهتر امری ضروری است (ببکو^۳، ۲۰۰۰: ۲۶-۹).

1. Asubonteg & et al
2. kang & et al
3. Bebko

۵) عده‌ای از محققان بیان کرده‌اند که می‌توان این مدل را بر اساس برنامه‌ای منظم، برای ارزیابی مکرر و نیز مقاصد الگوبرداری مقایسه‌ای، به کار گرفت (شاهین^۱، ۲۰۰۶: ۵۲-۴۵).

۶) این مدل دارای برتری بسیار مهمی می‌باشد. این مزیت مربوط به قابلیت به کارگیری آن به عنوان ابزاری، آزموده شده در پروژه‌های الگوبرداری است (بریسلند^۲ و دیگران، ۲۰۰۱: ۴۰۱-۳۸۴).

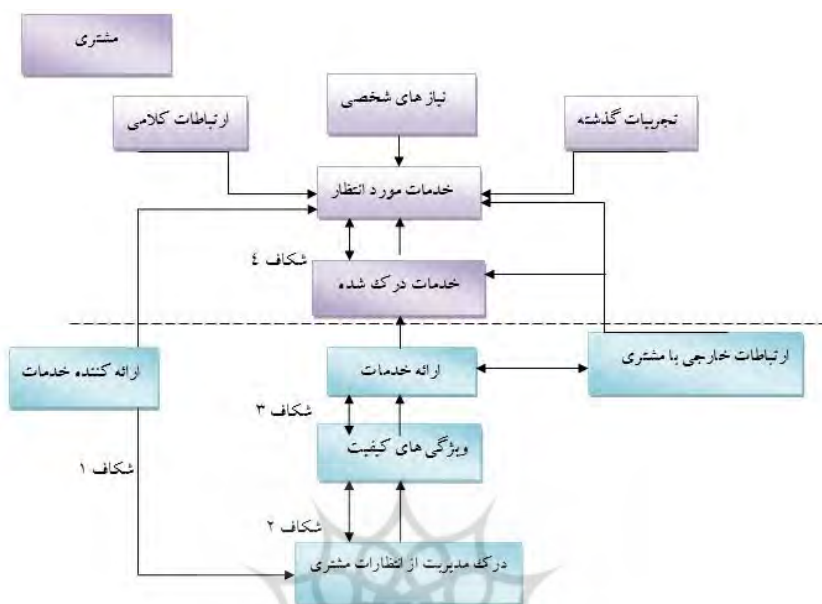
همچنین در مورد بهبود کیفیت خدمات نیز تحقیقاتی توسط پارسورامان و همکارانش صورت گرفت. در حقیقت در مدل ارائه شده توسط آنها کیفیت تابعی از شکاف بین انتظارات و عملکردها می‌باشد. این مدل به دنبال یافتن و برطرف کردن شکاف‌هایی است که منجر به نارضایتی مشتریان می‌شود (رویتر^۳ و همکاران، ۱۹۹۷: ۳۹۰).

پژوهش حاضر چهار شکاف را میان انتظارات مشتریان و درک آنها از خدمات دریافتی نشان می‌دهد. مدل تحلیلی شکاف خدماتی در نمودار (۱) این شکاف‌ها را نشان می‌دهد. این شکاف‌ها عبارتند از:

شکاف ۱: فاصله میان انتظارات مشتری و تصورات مدیریت از این انتظارات
 شکاف ۲: فاصله میان تصورات مدیریت از انتظارات مشتری و مشخصات فنی کیفیت خدمات

شکاف ۳: فاصله میان مشخصات فنی کیفیت خدمات و ارائه واقعی آنها
 شکاف ۴: فاصله میان تصورات مشتریان از خدمات و آنچه که توسط سازمان ارائه می‌گردد (زیتامل و پارسورامان، ۱۳۸۹: ۵۷).

1. Shahin
 2. Brysland & et al
 3. Ruyter & et al



نمودار (۱) مدل تحلیلی شکاف خدماتی (قبادیان^۱ و همکاران، ۱۱۹۴: ۴۳)

در این مورد نیز پارسورامان و همکارانش ابزارهایی برای ارزیابی اندازه این شکاف‌ها و تعیین علل شکاف‌ها را ارائه کردند. گرچه انتقادهای زیادی بر این روش وارد آمده است، اما همچنان روشی پرکاربرد و پایا برای اندازه‌گیری تصورات و انتظارات مشتری به شمار می‌آید (دونلی و همکاران، ۲۰۰۶: ۹۸). لذا در پژوهش حاضر نیز برای ارزیابی ادراکات و انتظارات دانشجویان از خدمات مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی به این روش معتبر مراجعه شده است.

فرضیه‌های پژوهش

با توجه به سؤال‌های پژوهش در بیان مسئله، فرضیه‌های پژوهش به صورت زیر تدوین شده است:

۱. بین انتظارات و خدمات ادراک شده توسط دانشجویان مؤسسات آموزش عالی غیر انتفاعی از بعد موارد ملموس تفاوت معنی‌دار وجود دارد.

۲. بین انتظارات و خدمات ادراک شده توسط دانشجویان مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی از بعد همدلی تفاوت معنی دار وجود دارد.
۳. بین انتظارات و خدمات ادراک شده توسط دانشجویان مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی از بعد قابلیت اعتماد تفاوت معنی دار وجود دارد.
۴. بین انتظارات و خدمات ادراک شده توسط دانشجویان مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی از بعد پاسخگویی تفاوت معنی دار وجود دارد.
۵. بین انتظارات و خدمات ادراک شده توسط دانشجویان مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی از بعد اطمینان تفاوت معنی دار وجود دارد.

روش اجرای پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، از آن جهت که نتایج آن می‌تواند برای بهبود کیفیت خدمات مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی مفید واقع شود، پژوهشی کاربردی محسوب می‌شود و با توجه به نوع و ماهیت مسئله، اهداف و سؤال‌های پژوهش از روش توصیفی و برای جمع‌آوری اطلاعات از روش پیمایشی استفاده می‌شود. جامعه آماری پژوهش را کلیه دانشجویان مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی در استان گیلان تشکیل می‌دهند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش طبقه‌ای تصادفی می‌باشد. روش نمونه‌گیری بر حسب جنسیت دانشجویان طبقه‌ای و در انتخاب نهایی برای تکمیل پرسشنامه تصادفی ساده خواهد بود.

در این پژوهش برای تعیین حجم نمونه از فرمول زیر استفاده شد:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 p (1-p)}{\epsilon^2} = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 (1-0.5)}{0.05^2} = 384$$

در فرمول فوق، نمونه‌گیری در سطح اطمینان ۹۵ درصد و با لحاظ نمودن پنج درصد خطا انجام شد. بر این اساس حجم نمونه، یعنی تعداد دانشجویان انتخاب شده برابر با ۳۸۴ نفر است اما برای اطمینان از دستیابی به تعداد نمونه محاسبه شده، پس از توزیع چهارصد پرسشنامه، ۳۸۴ پرسشنامه قابل استناد استخراج شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

ابزار گردآوری داده‌ها در پژوهش حاضر، پرسشنامه می‌باشد که برای گردآوری داده‌ها از دانشجویان از پرسشنامه استاندارد «کیفیت خدمات» استفاده گردید. این پرسشنامه شامل ۲۲ سؤال می‌باشد که پنج بعد کیفیت خدمات مؤسسات آموزش عالی

غیرانتفاعی را بر اساس طیف پنج‌گانه لیکرت اندازه‌گیری می‌کند. از دانشجویان این مؤسسات خواسته شد تا بر اساس تجربیات خود برای هر یک از ۲۲ پرسش، دور عددی را که نشان دهنده انتظارات و دریافت‌های آنها از این مؤسسات می‌باشد خط بکشند. بدین ترتیب انتظارات و خدمات ادراک شده دانشجویان از این مؤسسات با استفاده از مقیاس پنج امتیازی لیکرت (از بسیار کم تا بسیار زیاد) سنجیده شد.

جدول (۲) ابعاد و مشخصات کیفیت خدمات

ابعاد	مشخصه‌ها
ملموسات	۱. تجهیزات روزآمد و جدید دارند. ۲. تجهیزات فیزیکی ظاهری جذاب دارند. ۳. کارکنان دانشگاه ظاهری تمیز و مرتب دارند. ۴. محیط دانشگاه تمیز و پاکیزه است.
اطمینان	۱. وقتی کاری را تعهد می‌کنند آن را انجام می‌دهند. ۲. به حل مشکلات دانشجویان علاقه نشان می‌دهند. ۳. خدمت را در اولین دفعه به طور صحیح انجام می‌دهند. ۴. در زمان وعده داده شده خدمت را ارائه می‌کنند. ۵. سوابق را به طور دقیق نگهداری می‌کنند.
پاسخگویی	۱. به دانشجو گفته خواهد شد که چه زمانی خدمت انجام می‌شود. ۲. خدمت سریع انجام می‌شود. ۳. کارکنان دانشگاه همیشه مشتاق هستند که به دانشجو کمک کنند. ۴. هیچ‌گاه کارکنان آن قدر مشغول نیستند که نتوانند به درخواست دانشجو پاسخ دهند.
قابلیت اعتماد	۱. می‌توان به کارکنان دانشگاه اعتماد کرد. ۲. دانشجو در تماس با کارکنان دانشگاه احساس آرامش می‌کند. ۳. کارکنان دانشگاه مؤدب و فروتن هستند. ۴. کارکنان دانشگاه دانش لازم برای پاسخگویی به سؤالات را دارند.
همدلی	۱. به فرد فرد دانشجویان توجه می‌شود. ۲. ساعات کاری برای دانشجویان مناسب است. ۳. کارکنان به دانشجویان توجه خاصی دارند. ۴. واقعا به دانشجویان علاقه‌مند هستند. ۵. کارکنان نیازهای خاص دانشجویان را درک می‌کنند.

روایی و پایایی پژوهش

در این پژوهش برای سنجش پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است که با استفاده از نرم‌افزار (spss) مقدار آلفا برای نمونه ۳۰ تایی پرسشنامه که به صورت تصادفی بین دانشجویان یکی از این مؤسسات توزیع و جمع‌آوری شد. به صورت

کلی برابر با ۰,۸۹۱۲ و همچنین ضریب آلفای کرونیباخ برای انتظارات ۰,۸۵۹ و برای دریافت‌ها ۰,۹۱۰ به دست آمده است. با توجه به حداقل ضریب پایایی لازم برای اندازه‌گیری که برابر با ۰,۷ می‌باشد، پایایی ابزار اندازه‌گیری تأیید شد. همچنین روایی این پژوهش بر اساس پرسشنامه استاندارد تأیید شد.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از هر دو روش آمار توصیفی و استنباطی استفاده گردیده است.

برای توصیف متغیرهای پژوهش از جمله میزان انتظارات و ادراکات از ابعاد پنجگانه مدل «کیفیت خدمات» (موارد ملموس، قابلیت اعتماد، پاسخگویی، همدلی و اطمینان) در قالب جدول و نمودار از آمار توصیفی استفاده شده است. در آمار استنباطی، برای تحلیل میزان انطباق و یا شکاف بین انتظارات و ادراکات دانشجویان از عملکرد مؤسسات آموزش عالی از آزمون رتبه‌بندی فریدمن و آزمون تی جفتی (paired sample T-test) استفاده شده است.

توصیف و تحلیل متغیرهای پژوهش

ویژگی‌های جمعیت شناختی دانشجویان به پرسشنامه در جدول (۳) نشان داده شده است.

جدول (۳) توزیع فراوانی پاسخ دهندگان بر حسب جنسیت و مقطع تحصیلی

مقطع تحصیلی	جنسیت		تعداد	درصد
	مرد	زن		
کارشناسی	۱۲۶	۲۰۹	۳۳۵	۵۴٪
کارشناسی ارشد	۲۵۸	۱۷۵	۴۳۳	۴۶٪
	۳۸۴	۳۸۴	۷۶۸	۶۷٪

نتایج حاصل از فرضیه‌های پژوهش

با استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده و به کارگیری آزمون‌ها نتایج فرضیه‌های پژوهش به قرار زیر است:

فرضیه اول پژوهش

بین انتظارات و خدمات ادراک شده توسط دانشجویان مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی از بعد موارد ملموس تفاوت معنی‌دار وجود دارد.

نتیجه آزمون فرضیه اول پژوهش

با استفاده از آزمون (paired T-test) معنی‌داری این تفاوت مورد بررسی قرار گرفت است. نتایج حاصل از این آزمون برای مقایسه انتظارات و ادراکات دانشجویان از بعد موارد ملموس نشان داد که سطح مورد انتظار دانشجویان مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی در بعد موارد ملموس به صورت معنی‌دار بیشتر از خدمات دریافت شده بود. تفاوت میانگین خدمات مورد انتظار و خدمات درک شده دانشجویان در بعد موارد ملموس مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی برابر ۰٫۸۵ بود. در واقع این مقدار بیانگر شکاف خدمات مورد انتظار و خدمات درک شده دانشجویان در بعد موارد ملموس مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی بود.

فرضیه دوم پژوهش

بین انتظارات و خدمات ادراک شده توسط دانشجویان مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی از بعد همدلی تفاوت معنی‌دار وجود دارد.

نتیجه آزمون فرضیه دوم پژوهش

با استفاده از آزمون (paired T-test) معنی‌داری این تفاوت مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج حاصل از این آزمون برای مقایسه انتظارات و ادراکات دانشجویان از بعد همدلی نشان داد که سطح مورد انتظار دانشجویان مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی در بعد همدلی به صورت معنی‌دار بیشتر از خدمات دریافت شده بود. تفاوت میانگین خدمات مورد انتظار و خدمات درک شده دانشجویان در بعد همدلی مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی برابر ۱٫۱۳ بود. در واقع این مقدار بیانگر شکاف خدمات مورد انتظار و خدمات درک شده دانشجویان در بعد همدلی مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی بود.

فرضیه سوم پژوهش

بین انتظارات و خدمات ادراک شده توسط دانشجویان مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی از بعد قابلیت اعتماد تفاوت معنی‌دار وجود دارد.

نتیجه آزمون فرضیه سوم پژوهش:

با استفاده از آزمون (paired T-test) معنی‌داری این تفاوت مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج حاصل از این آزمون برای مقایسه انتظارات و ادراکات دانشجویان از بعد قابلیت اعتماد نشان داد که سطح مورد انتظار دانشجویان مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی در بعد قابلیت اعتماد به صورت معنی‌دار بیشتر از خدمات دریافت شده بود. تفاوت میانگین خدمات مورد انتظار و خدمات درک شده دانشجویان در بعد قابلیت اعتماد مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی برابر ۱,۶۲ بود. در واقع این مقدار بیانگر شکاف خدمات مورد انتظار و خدمات درک شده دانشجویان در بعد قابلیت اعتماد مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی بود.

فرضیه چهارم پژوهش:

بین انتظارات و خدمات ادراک شده توسط دانشجویان مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی از بعد پاسخگویی تفاوت معنی‌دار وجود دارد.

نتیجه آزمون فرضیه چهارم پژوهش:

با استفاده از آزمون (paired T-test) معنی‌داری این تفاوت مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاصل از این آزمون برای مقایسه انتظارات و ادراکات دانشجویان از بعد پاسخگویی نشان داد که سطح مورد انتظار دانشجویان مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی در بعد پاسخگویی به صورت معنی‌دار بیشتر از خدمات دریافت شده بود. تفاوت میانگین خدمات مورد انتظار و خدمات درک شده دانشجویان در بعد پاسخگویی مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی برابر ۱,۴۶ بود. در واقع این مقدار بیانگر شکاف خدمات مورد انتظار و خدمات درک شده دانشجویان در بعد پاسخگویی مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی بود.

فرضیه پنجم پژوهش:

بین انتظارات و خدمات ادراک شده توسط دانشجویان مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی از بعد اطمینان تفاوت معنی‌دار وجود دارد.

نتیجه آزمون فرضیه پنجم پژوهش:

با استفاده از آزمون (paired T-test) معنی‌داری این تفاوت مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاصل از این آزمون برای مقایسه انتظارات و ادراکات دانشجویان از بعد اطمینان نشان داد که سطح مورد انتظار دانشجویان مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی در بعد

اطمینان به صورت معنی‌دار بیشتر از خدمات دریافت شده بود. تفاوت میانگین خدمات مورد انتظار و خدمات درک شده دانشجویان در بعد اطمینان مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی برابر ۱,۲۸ بود. در واقع این مقدار بیانگر شکاف خدمات مورد انتظار و خدمات درک شده دانشجویان در بعد اطمینان مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی بود.

جدول (۴) خلاصه نتایج به دست آمده از آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتیجه آزمون			فرضیه‌های پژوهش
نتیجه نهایی	فرض مخالف	فرض صفر	
	نا برابر بودن	برابر بودن	
بین انتظارات و خدمات درک شده از بعد موارد ملموس تفاوت معنادار وجود دارد	تأیید	-	فرضیه اول: بین انتظارات و خدمات درک شده دانشجویان از بعد موارد ملموس تفاوت معنی‌دار وجود دارد
بین انتظارات و خدمات درک شده از بعد همدلی تفاوت معنادار وجود دارد	تأیید	-	فرضیه دوم: بین انتظارات و خدمات درک شده دانشجویان از بعد همدلی تفاوت معنی‌دار وجود دارد
بین انتظارات و خدمات درک شده از بعد قابلیت اعتماد تفاوت معنادار وجود دارد	تأیید	-	فرضیه سوم: بین انتظارات و خدمات درک شده دانشجویان از بعد قابلیت اعتماد تفاوت معنی‌دار وجود دارد
بین انتظارات و خدمات درک شده از بعد پاسخگویی تفاوت معنادار وجود دارد	تأیید	-	فرضیه چهارم: بین انتظارات و خدمات درک شده دانشجویان از بعد پاسخگویی تفاوت معنی‌دار وجود دارد
بین انتظارات و خدمات درک شده از بعد اطمینان تفاوت معنادار وجود دارد	تأیید	-	فرضیه پنجم: بین انتظارات و خدمات درک شده دانشجویان از بعد اطمینان تفاوت معنی‌دار وجود دارد

نتیجه‌گیری

در این پژوهش به ارزیابی خدمات ارائه شده به دانشجویان در مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی با توجه به ابعاد پنج‌گانه کیفیت خدمات پرداختیم. نتایج به دست آمده از این پژوهش، همان‌طور که از قبل انتظار می‌رفت، به ویژه بیانگر این است که بین خدمات مورد انتظار دانشجویان و خدمات ارائه شده به آنها از سوی مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی در همه ابعاد پنج‌گانه کیفیت خدمات شکاف وجود دارد.

براساس داده‌های جمع‌آوری شده از پرسشنامه‌ها، فراوانی پاسخ‌های ارائه شده توسط دانشجویان در مورد انتظارات و ادراکات آنها در جدول (۵) نشان داده شده است.

جدول (۵) میانگین انتظارات و ادراکات دانشجویان از هر یک از ابعاد کیفیت خدمات

سطح معنی‌داری	درجه آزادی	مقدار آماره f	ادراکات		انتظارات		ابعاد کیفیت خدمات	
			شکاف میانگین	میانگین	تعداد	میانگین		
۰,۰۰۰	۳۸۳	۱۸,۳۶	۰,۸۵	۵,۶۴	۳۸۴	۶,۴۹	۳۸۴	ملموسات
۰,۰۰۰	۳۸۳	۱۵,۵۲	۱,۱۳	۴,۹۳	۳۸۴	۶,۰۶	۳۸۴	همدلی
۰,۰۰۰	۳۸۳	۲۱,۳۷	۱,۶۲	۴,۸۶	۳۸۴	۶,۴۸	۳۸۴	قابلیت اعتماد
۰,۰۰۰	۳۸۳	۱۸,۷۳	۱,۴۶	۵,۱	۳۸۴	۶,۵۶	۳۸۴	پاسخگویی
۰,۰۰۰	۳۸۳	۲۱,۷۱	۱,۲۸	۵,۲۸	۳۸۴	۶,۵۶	۳۸۴	اطمینان

همان‌طوری که در جدول فوق مشاهده می‌شود، برخلاف تصور این مؤسسات مبنی بر اینکه تنها مشکل موجود نبود امکانات است و دانشجویان از امکانات ضعیف شکایت دارند، نتایج پژوهش بیانگر این مطلب است که بیشترین شکاف بین انتظارات و ادراکات در بعد قابلیت اعتماد و کم‌ترین شکاف مربوط به بعد ملموسات است و دانشجویان این مؤسسات بیشتر از اینکه از نبود امکانات آموزشی شکایت داشته باشند از عدم اعتماد بین دانشجویان و کارکنان ناراحت می‌باشند. همان‌طور که در جدول (۶) نشان داده شده است از نظر اهمیت نسبی هر یک از ابعاد قابلیت اعتماد به عنوان مهم‌ترین بعد و پس از آن به ترتیب ابعاد پاسخگویی، همدلی و اطمینان قرار دارند و بعد ملموسات، کم اهمیت‌ترین بعد شناخته شده است. همچنین نتایج نشان می‌دهد که انتظارات دانشجویان دختر و پسر از کیفیت خدمات مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی تقریباً یکسان است. اما دانشجویان دختر از ابعاد ملموس انتظار بیشتری دارند.

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آماری، مهر تأییدی بر تمام فرضیه‌ها زده است و همه فرضیه‌ها قبول شدند و از این جهت می‌توان این پژوهش را پژوهشی مورد قبول برای ارزیابی سطح کیفیت خدمات مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی - غیردولتی دانست و از این نتایج برای شناسایی نقاط ضعف و قوت مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی و در نتیجه بهبود کیفیت خدمات استفاده نمود. نتایج به دست آمده از این

پژوهش بیانگر این است که بین خدمات مورد انتظار دانشجویان و خدمات ارائه شده به آنها از سوی مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی در همه ابعاد پنج‌گانه کیفیت خدمات شکاف وجود داشت و مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی نتوانسته بودند انتظارات دانشجویان در همه ابعاد پنج‌گانه را برآورده سازند. بنابراین مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی باید تلاش کنند تا این فاصله‌ها را به حداقل برسانند. بنابراین برای ایجاد اعتماد بین دانشجویان و کارکنان این مؤسسات، باید محیطی برای دانشجویان فراهم شود تا آنها احساس آرامش نمایند و با داشتن اطلاعات کافی و با ادب و احترام پاسخگویی سؤالات دانشجویان در زمان تعیین شده باشند. کارکنان این مؤسسات باید به مشکلات فرد فرد دانشجویان توجه داشته باشند و خود را در رفع این مشکلات مسئول بدانند و خدمت را در اولین فرصت و در زمان وعده داده شده انجام دهند و در نگهداری سوابق و اطلاعات دانشجویان دقت لازم را داشته باشند و در نهایت از تجهیزات فیزیکی جدید و به روز در این مؤسسات استفاده شود.

جدول (۶) آزمون رتبه‌بندی فریدمن برای مقایسه ابعاد کیفیت خدمات

ابعاد کیفیت خدمات	میانگین رتبه	مقایسه با دیگر ابعاد	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
قابلیت اعتماد	۳٫۸۴	رتبه اول	۴	۰/۰۰۰
پاسخگویی	۳٫۵۵	رتبه دوم	۴	۰/۰۰۰
همدلی	۳٫۱۸	رتبه سوم	۴	۰/۰۰۰
اطمینان	۳٫۰۹	رتبه چهارم	۴	۰/۰۰۰
ملموسات	۲٫۸۹	رتبه پنجم	۴	۰/۰۰۰

در پایان پیشنهادهایی کاربردی ارائه می‌شود:

باتوجه به اینکه ابعاد قابلیت اعتماد و پاسخگویی، مهم‌ترین ابعاد کیفیت خدمات در مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی می‌باشند، پیشنهاد می‌شود که مسئولان و تصمیم‌گیران در این مؤسسات به این ابعاد توجه ویژه داشته باشند. لذا این مؤسسات باید در برای پاسخگویی هرچه بهتر و خدمت‌رسانی سریع‌تر به دانشجویان با ارائه خدمات به صورت آنلاین و اطلاع‌رسانی جامع و به هنگام در پایگاه اطلاع‌رسانی دانشگاه و همچنین با افزایش تعداد کارکنان خود، تمهیداتی بیاندیشند.

این مؤسسات باید با استخدام نیروهای جوان، پراورژی و تحصیل کرده در کادر اداری و آموزشی خود، تمامی اطلاعات مورد نیاز دانشجویان را در اختیار آنها قرار دهند.

کارکنان باید آموزش‌های لازم را برای پاسخ‌گویی به سؤالات دانشجویان ببینند و دانش لازم را برای پاسخ‌گویی به سؤالات آنها کسب کنند. کارکنان باید مشتاقانه با دانشجویان ارتباط برقرار کنند و با آنها برخوردی مؤدبانه داشته باشند.

پاسخ‌های ارائه شده از جانب کارکنان باید کاملاً واضح و روشن و دور از هر گونه ابهام و پیچیدگی باشد.

اگر دانشجویان اعتراض یا شکایتی نسبت به ارائه خدمات داشته باشند، دانشگاه خود را متعهد به پیگیری آن بداند تا بتواند اعتماد دانشجویان را به خود جلب نماید. به طور کلی این مؤسسات باید ضعف‌هایی را که در اتوماسیون اداری آنها وجود دارد با کمک دانشجویان بیابند و بهبود بخشند.

ابعاد همدلی و اطمینان نسبت به بعد قابلیت اعتماد و بعد پاسخگویی اهمیت نسبتاً کمتری دارند. این مؤسسات باید به نیاز تک تک دانشجویان توجه داشته باشند و با آنها در تمام زمینه‌ها احساس همدلی کنند.

زمان خدمت‌رسانی به دانشجویان در ساعت حضور آنها در دانشگاه با توجه به ساعت حضور کارشناس مربوط به تفکیک رشته تحصیلی مشخص گردد. از ضایع شدن حق دانشجویان جلوگیری نموده و تمام توان خود را برای حل مشکلات آنها به کار برند.

این مؤسسات، در زمان مقرر به وعده‌های داده شده به دانشجویان عمل کنند. خدمت در اولین بار به طور صحیح توسط پرسنل اداری و کارکنان این مؤسسات انجام شود.

در نگهداری پرونده‌ها و سوابق دانشجویان دقت لازم به عمل آید. بعد ملموسات در بین دیگر ابعاد کیفیت خدمات کمترین اهمیت را دارد. لذا پیشنهاد می‌شود که کلاس‌های درس از لحاظ پاکیزگی و تجهیزات آموزشی برای پذیرش دانشجویان آماده باشند.

وضعیت ظاهری کارکنان آراسته و مرتب باشد و هنگام ارائه خدمت کارکنان از لباس‌های فرم با رنگ روشن، استفاده کنند.

این مؤسسات باید با توجه به نیاز دانشجویانی که در طول روز از پایگاه اطلاع‌رسانی استفاده می‌کنند، مجهز به تعدادی رایانه با تجهیزات کمک آموزشی باشد. در پایان این نکته شایان ذکر است که انتظارات و ادراکات دانشجویان در طول زمان در حال تغییر است، پیشنهاد می‌شود که به صورت مستمر انتظارات و ادراکات دانشجویان از مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی سنجیده شود تا موجبات بهبودی ارائه خدمات و در نتیجه رضایت نسبی دانشجویان فراهم شود.



منابع

- آقاملائی، تیمور؛ زارع، شهرام و عابدینی، صدیقه (۱۳۸۵). شکاف کیفیت خدمات آموزشی از دیدگاه دانشجویان در دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان، گام‌های توسعه در آموزش پزشکی، ۳ (۲): ۷۸ - ۸۵.
- توفیقی، جعفر و نورشاهی، نسرين (۱۳۹۰). ضرورت نظام تضمینی کیفیت در آموزش عالی. مجموعه مقالات پنجاه و یکمین نشست رؤسای دانشگاه‌ها و مراکز علمی و تحقیقاتی، تهران: صص ۱-۲۷.
- حریری، نجلا و افنانی، فریده (۱۳۸۸). بررسی کیفیت خدمات کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های علوم پزشکی تابعه وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و دانشگاه آزاد اسلامی مستقر در تهران، از طریق مدل تحلیل شکاف. فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۱ (۴۲): ۲۵ - ۵۲.
- زیتامل، والرئ و پارسورامان، آ. (۱۳۸۹). کیفیت خدمات: بررسی و نقد مدل سروکوال و ارائه مدل‌های نوین؛ ترجمه کامبیز حیدرزاده و علی حاجیها، تهران: کساکوش.
- کاتلر، فیلیپ (۱۳۹۱). مدیریت بازاریابی؛ ترجمه بهمن فروزنده، تهران: آتروپات.
- کبریایی، علی؛ رودباری، مسعود؛ رخشانی‌نژاد، مالک و میرلطفی، پرویزرضا (۱۳۸۴). ارزیابی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی زاهدان از کیفیت خدمات آموزشی ارائه شده به آنان، مجله تحقیقات علوم پزشکی زاهدان (طیب شرق)، ۷ (۲): ۱۳۹ - ۱۵۸.
- کرمی، پریسا (۱۳۸۹). بررسی کیفیت خدمات در صنعت بانکداری خصوصی (مطالعه پژوهشی بانک سامان). پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، دانشگاه شهید بهشتی.
- نایب‌زاده، شهناز و فتاحی زارچ، محمدمجید (۱۳۸۹). ارزیابی کیفیت خدمات در دفاتر پلیس +۱۰ با استفاده از روش سروکوال. مجله مدیریت بازاریابی، ۴ (۲۲): ۱۱۵ - ۱۳۶.
- Akbaba, A. (2006). Measuring service quality in the hotel industry: A study in a business hotel in Turkey. *International Journal of Hospitality Management*, 25 (2): 170-192.

- Asubonteng, P.; McCleary, K. J. & Swan, J. E. (1996). Servqual revisited: a critical review of service quality. *Journal of Services Marketing*, 10 (6): 62-81.
- Bebko, C. P. (2000). Service intangibility and its impact on consumer expectations of service quality. *Journal of Services Marketing*, 14 (1) : 9 – 26.
- Brady, M. K.; Cronin, J. J. & Brand, R. R. (2002). Performance-only measurement of service quality: A replication and extension. *Journal of Business Research*, 55 (1): 17–31.
- Bryslan, A. & Curry, A.C. (2001), Service improvements in public services using SERVQUAL, *Managing Service Quality*, 11 (6): 389 – 401.
- Donnelly, M.; Kerr, N. J.; Rimmer, R. & Shiu, E. M. (2006). Assessing the quality of police services using SERVQUAL. *Policing: An International Journal of Police Strategies and Management*, 29(1): 92 – 105.
- Ghobadian, A., Speller, S. & Jones, M. (1994). Service Quality Concepts and Models. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 11(9): 43-66.
- Kang, H., & Bradley, G. (2002). Measuring the performance of IT services: An assessment of SERVQUAL. *International Journal of Accounting Information Systems*, 3: 151-164.
- Lai, Fujun; Hutchinson, Joe; Li, Dahui; Bai, Changhong (2007). An empirical assessment and application of SERVQUAL in mainland Chinas mobile communications industry, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 24 (3): 242 – 262.
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V. and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64 (1): 12 - 37.
- Ruyter, K.; Bloemer, Jose & Peters, Pascal (1997). Measuring service quality and service satisfaction: an empirical test of an integrative model. *Journal of Economic Psychology*, 18 (4): 387-406.
- Shahin, Arash (2006). *SERVQUAL and model of service quality gaps: A framework for determining and prioritizing critical factors in delivering quality services*. In: Partha Sarathy V. (Ed.). *Service quality – An introduction* (pp. 117-131). Andhra Pradesh: ICFAI University Press.