

تبیین شاخص‌ها و بررسی کیفیت خدمات ارائه شده در دانشگاه خلیج فارس بوشهر

منیجه بحرینی‌زاده^۱، مسعود حراقی^۲ و مریم حراقی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۰۷/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۲/۱۰

چکیده

دانشجویان به عنوان مشتریان اصلی خدمات آموزشی، به منظور قضاوت در مورد کیفیت این خدمات، به مقایسه‌ی انتظار خود از خدماتی که باید ارائه شود (وضع مطلوب) و ادراک خود از خدماتی که هم اکنون دریافت می‌کنند (وضع موجود)، می‌پردازند. اختلاف بین این توقع و ادراک «شکاف کیفیت خدمات» نامیده می‌شود. هدف اصلی از انجام این پژوهش شناسایی شاخص‌های موثر در کیفیت خدمات دانشگاهی و بررسی شکاف کیفیت خدمات آموزشی در دانشگاه خلیج فارس بوشهر می‌باشد. در این مطالعه‌ی ۵۰۰ نفر از دانشجویان این دانشگاه به طور تصادفی خوشه‌ای بر حسب دانشکده انتخاب شدند و براساس تحلیل عاملی و مرور پیشینه تحقیق ابتدا شاخص‌های ارزیابی شامل تسهیلات فیزیکی، ارتباط با پرسنل، مشاوره‌ی تحصیلی، خدمات کتابخانه، تقویم و برنامه آموزشی شناسایی شد و در نهایت از مقیاس سروکوال برای ارزیابی کیفیت خدمات در شش بُعد مذکور استفاده گردید. نتایج بدست آمده از تحقیق نشان می‌دهد، در هر شش بُعد از ابعاد مورد مطالعه شکاف منفی کیفیت خدمات وجود دارد که بیشترین شکاف در بُعد مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی (۲/۰۳۸-) و کمترین شکاف در بُعد تسهیلات فیزیکی (۱/۳۷۱-) وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: کیفیت خدمات دانشگاهی، دانشگاه خلیج فارس، برنامه ریزی آموزشی

^۱ - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه خلیج فارس بوشهر، mbahrainizadeh@pgu.ac.ir

^۲ - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه خلیج فارس بوشهر (نویسنده مسئول)،

masoud.haraghi@yahoo.com

^۳ - دانشجو کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه لرستان، maryam.haraghi@yahoo.com

مقدمه

امروزه کیفیت، یکی از عوامل کلیدی است که شرکت‌ها را قادر می‌سازد به توان رقابتی دست یافته، آن را تقویت و حفظ نمایند. (ماگد^۱، ۲۰۰۳) تحقیقات بسیاری نشان داده است که ارتباط مثبتی بین کیفیت خدمات و رضایت مشتری وجود دارد. (هنیف^۲، ۲۰۱۰؛ یونس^۳، ۲۰۱۰؛ کلمس^۴، ۲۰۰۸؛ ابوحسن و همکاران^۵، ۲۰۰۸؛ آگا و سافکلی^۶، ۲۰۰۷؛ آثیامان^۷، ۱۹۹۷؛ آندرسون^۸، ۱۹۹۴) همچنین نشان داده شده که کیفیت خدمات از لحاظ تجربی، اعتماد و وفاداری مشتریان را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. (عمر^۹، ۲۰۰۹؛ لین و یو^{۱۰}، ۲۰۰۱) در بافت آموزشی عالی، کیفیت خدمات، به دلیل رقابت شدید بین دانشگاه‌ها، تمایل به بین المللی کردن دانشگاه، انتظارات بالاتر از مؤسسات آموزش عالی، افزایش شهریه و تقسیم بندی آموزش به عنوان خدماتی که قابلیت بازاریابی دارند (رقابت برای جذب دانشجو)، اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است. (کووک^{۱۱}، ۲۰۱۰)

از آنجا که دانشجویان مشتریان اصلی دانشگاه‌ها می‌باشند، کیفیت خدمات دانشگاه‌ها معمولاً با استفاده از برداشت‌های ذهنی دانشجویان ارزیابی می‌شود. (ساکسیول^{۱۲}، ۲۰۰۵؛ هیل^{۱۳}، ۱۹۹۵؛ زایری^{۱۴}، ۱۹۹۵) مقالات متعددی کیفیت خدمات دریافتی دانشجویان را مورد بحث قرار داده‌اند. اما از سوی دیگر، از نظر تجربی، برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهند که دانشجویان به دلیل فرهنگ‌های متفاوت، نگرش‌های متفاوتی نسبت به کیفیت خدمات ارائه شده توسط دانشگاه‌ها دارند. (فورد^{۱۵}، ۱۹۹۹؛ لاگروسن^{۱۶}، ۲۰۰۴؛ کاو^{۱۷}، ۲۰۰۷) در ایران دانشگاه‌های دولتی چندین نوع دوره‌ی کارشناسی و تحصیلات تکمیلی، از جمله دوره‌های روزانه، شبانه،

1. Magd
2. Hanief
3. Yunus
4. Clemes
5. Abu Hasan et al.
6. Aga & Safakli
7. Athiyaman
8. Anderson
9. Omar
10. Lien and Yu
11. Kwek
12. Sakthivel
13. Hill
14. Zairi
15. Ford
16. Lagrosen
17. Kao

فراگیر و نیز دوره‌های بین‌المللی را ارائه می‌نمایند. دوره‌های روزانه دوره‌هایی هستند که توسط دانشگاه با یارانه دولتی، ارائه می‌شوند بطوری که دانشجویان متحمل بار سنگین شهریه‌ها نمی‌شوند. با این وجود برای استقلال خط مشی دانشگاهی بعضی دانشگاه‌های دولتی به نحو قابل توجهی شهریه دوره‌های آموزشی خود را تحت عنوان دوره‌های بین‌المللی بالا برده‌اند، بطوری که شهریه‌ها تفاوت چندانی با دانشگاه‌های خصوصی ندارند و در بعضی موارد شهریه دانشگاه‌های دولتی از خصوصی بالاتر است. این پدیده توجه نویسندگان را به ادراک دانشجویان از کیفیت خدمات در بافت دانشگاه‌های دولتی جلب نموده است. ارائه‌کننده خدمت باید مطمئن شود که خدماتی با کیفیت، رضایت‌بخش یا ایده‌آل در هر لحظه از زمان ارائه می‌نماید، یا به بیان دیگر، مشتری از خدمت ارائه شده راضی است. در بخش خدمات، ارزیابی کیفیت خدمت ارائه شده اهمیت بالایی دارد و مسئله مهمتر، داشتن ابزاری معتبر برای سنجش کیفیت خدمات است. (کاو، ۲۰۰۷) زیرا مدیریت باید بتواند به ابزار و نتایج کسب شده از آن، اعتماد کرده و در زمینه‌های مناسب، سرمایه‌گذاری نماید. بنابراین مسئله اصلی در این تحقیق، شناسایی شاخص‌های مهم کیفیت خدمات دانشگاهی و سنجش میزان رضایت دانشجویان دانشگاه خلیج فارس بوشهر از کیفیت خدمات دریافتی در شاخص‌های مذکور می‌باشد.

ادبیات نظری پژوهش:

خدمت

امروزه افراد در محیطی زندگی می‌کنند که به طور روزافزون به سوی اقتصاد مبتنی بر خدمات پیش می‌رود. دیگر خدمات بخش کوچکی از اقتصاد به شمار نمی‌رود، بلکه به عنوان قلب ارزش‌آفرینی در اقتصاد مطرح است، از سوی دیگر، خدمات به خدمات بانکی، پستی، بهداشتی و آموزشی محدود نمی‌شود و اغلب محصولات که خریداری می‌نماییم، عناصری از خدمت را نیز شامل می‌شوند. در واقع طیف وسیعی از کالاها برای داشتن مزیت رقابتی بر فعالیت‌های مبتنی بر خدمت تکیه دارند. برخلاف برخی باورهای نادرست در خصوص بی‌اهمیت بودن بخش خدمات در اقتصاد، امروزه به پیامدهای مستقیم و غیرمستقیم خدمات در بخش‌های اقتصادی توجه قابل ملاحظه‌ای می‌شود. (امینی، فرجام، ۱۳۸۷)

با توجه به آنچه بیان شد، بدست آوردن درک صحیحی از مفهوم واژه "خدمت" ضروری می‌باشد. خدمت، مفهومی پیچیده است که دارای معنای مختلفی می‌باشد و طیفی از خدمات شخصی تا خدمت به عنوان یک محصول را در بر می‌گیرد. (امینی، فرجام، ۱۳۸۷) به دلیل

همین گستردگی و پیچیدگی، در طول دهه‌های ۶۰ تا ۸۰، طیف وسیعی از تعاریف در ارتباط با خدمت ارائه گردید که در ادامه زیر به چند تعریف از خدمت اشاره می‌شود:

✓ **خدمت:** فعالیت یا منفعتی است که از طرف به طرف دیگر عرضه می‌شود، این فعالیت اساساً نامحسوس بوده و مالکیت چیزی را در بر ندارد، نتیجه آن ممکن است محصول فیزیکی یا غیرمادی باشد. (کاتلر، ۲۰۰۳)

✓ **خدمت:** فرآیندی است مشتمل بر یک سری از فعالیت‌های کم و بیش نامحسوس که به طور طبیعی و اما نه لزوماً همیشگی، در تعاملات بین مشتریان و کارکنان و یا منابع فیزیکی یا کالاها و یا سیستم‌های ارائه کننده خدمت، روی داده تا به عنوان راه حلی برای برطرف نمودن مسائل پیش و روی مشتریان باشد. (گرونروس^۱، ۲۰۰۰)

✓ **خدمت:** پیامدی است که مشتریان خواستار آن هستند. (هاروی^۲، ۱۹۹۸)

✓ **خدمت:** ایجاد منفعتی اساساً ناملموس، که به خودی خود به عنوان یک محصول منفرد یا عنصری مهم از محصول ملموس و به واسطه وقوع شکلی از مبادله، نیاز شناخته شده‌ای از مشتری را برآورده می‌سازد. (پالمر و کول^۳، ۱۹۹۵)

کیفیت خدمات

کیفیت به عنوان یک گزینه و مزیت رقابتی می‌تواند شرکت‌ها را به گونه‌ای متمایز نماید که تقلید از آن برای رقبا امر مشکل و نشدنی تلقی شود. شرکت‌هایی که عمیقاً کیفیت‌گرا می‌شوند، کیفیت را در هر دو جنبه فرهنگ درونی و شهرت بیرونی توسعه می‌دهند. کیفیت خدمات درک شده را نتیجه مقایسه‌ی تجربه واقعی و انتظارات مشتری قبل از دریافت خدمت می‌دانند. پاراسورامان کیفیت خدمات را به صورت شکاف میان آنچه مشتریان درباره‌ی خدمات حس می‌کنند (انتظارات مشتریان) و درک آن‌ها از خدمات ارائه شده (خدمات دریافت شده)، تعریف کرده است. (شاهین و جنتیان، ۱۳۸۹) پاراسورامان و همکارانش، در ابتدا ده بُعد را برای ارزیابی کیفیت خدمات معرفی کردند، که شامل قابلیت اطمینان، شایستگی، دسترسی، ارتباطات، ادب و تواضع، تضمین، امنیت، درک مشتری، پاسخگویی و ملموسات می‌باشد. سپس این ابعاد در پنج بعد اصلی خلاصه شد، که برای هر یک از این ابعاد توضیح مختصری در زیر ارائه شده است:

¹. Gronroos

². Harvey

³. Palmer & cole

- ✓ **قابلیت اطمینان^۱**: توانایی انجام خدمت قول داده شده به مشتری، مطابق با خواسته‌های او می‌باشد، یا به مفهومی دیگر، اجرای قابل اعتماد خدمات مورد توقع مشتری.
- ✓ **پاسخ دهی^۲**: اشتیاق برای کمک به مشتریان و عرضه خدمات به آنان بدون اتلاف وقت، در واقع معطل نگه داشتن مشتریان (به خصوص اگر دلیل خاصی برای تاخیر در ارائه خدمات وجود نداشته باشد)، نارضایتی و برداشت منفی مشتری را نسبت به کیفیت خدمات ارائه شده در او ایجاد می‌نماید.
- ✓ **تضمین^۳**: دانش و تواضع کارکنان و توانایی آنها برای ایجاد اطمینان و اعتماد در مشتری حین ارائه خدمت، این بعد شامل شایستگی ارائه خدمات، احترام گذاشتن به مشتری، مؤدب بودن و باور بر این اصل کلی که جلب محبت و اعتماد مشتری نسبت به فرد خدمت‌گذار برترین امتیاز و منفعت برای اوست.
- ✓ **همدلی^۴**: توجه ویژه و خاص سازمان خدماتی به هر یک از مشتریانش. همدلی شامل این ویژگی‌هاست: مشتری بتواند به فرد ارائه دهنده خدمت نزدیک شود (گرم و خوش اخلاق بودن ارائه‌دهنده خدمات)، حساس بودن نسبت به نیازهای مشتری و تلاش برای درک آنها.
- ✓ **ملموسات^۵**: در واقع، توجه به امکانات فیزیکی، تجهیزات و ظاهر کارکنان و ابزار ارتباطی موجود در محل عرضه خدمات می‌باشد. (شاهین و جنتیان، ۱۳۸۹)

کیفیت خدمات در دانشگاه

کیفیت خدمات ادراک شده یکی از مفاهیم مهم در ادبیات مدیریت کیفیت می‌باشد. در آغاز، کیفیت خدمات ادراک شده غالباً با رضایت مشتری برابر دانسته می‌شد، تا اینکه پاراسورامان^۶ (۱۹۹۴) تمایزی آشکار را بین این دو شناسایی نمود. پاراسورامان و همکارانش (۱۹۹۴) رضایت مشتری را شامل کیفیت خدمات ادراک شده، کیفیت و قیمت محصول تعریف کردند. زایتمال و بیتنر توضیح دادند که اندازه‌گیری رضایت مشتری علاوه بر کیفیت خدمات ادراک شده، عوامل بسیاری را پوشش می‌دهد که شامل کیفیت ادراک شده کالا، قیمت،

1. Reliability

2. Responsiveness

3. Assurance

4. Empathy

5. Tangibility

6. Parasuraman

موقعیت، صفات شخصی می‌باشد. (لین و یو، ۲۰۰۱) بنابراین، کیفیت خدمات ادراک شده محدود به ارزیابی سطح خدمات عملکردی است که توسط شرکت ارائه می‌شود و ارزیابی قیمت و تصویر شرکت مستثنی از آن می‌باشد.

در پژوهش دیگری بیان شد که کیفیت خدمات ادراک شده، ارزشیابی کلی خدمات است. (اسماعیل^۱، ۲۰۰۹) علاوه بر این کیفیت خدمات ادراک شده، را تفاوت بین انتظارات مشتری و ادراک او از عملکرد خدماتی به دست آمده نیز می‌توان تعریف کرد. اگر رضایت مشتری از انتظاراتش بیشتر باشد پس مشتری کیفیت خدمات دریافتی بالاتری خواهد داشت و بالعکس. (پاراسورامان، ۱۹۸۸) کرونین و تیلر^۲ (۱۹۹۲) ادعا کردند که کیفیت خدمات دریافتی را باید به عنوان رویکرد «مشابه با طرز تلقی» مفهوم‌سازی نمود. براساس این ملاحظات، در این پژوهش نویسنده، کیفیت خدمات ادراک شده‌ی دانشجویان را به عنوان ارزیابی عاطفی/ احساسی دانشجویان از سطح عملکرد خدماتی مؤسسه‌ی آموزشی که در مقایسه با سطح انتظاراتشان ادراک نموده‌اند، تعریف نموده است.

کیفیت خدمات دریافتی، مفهومی انتزاعی است. نویسندگان بسیاری تلاش نموده‌اند که ابعادی را برای اندازه‌گیری این مفهوم پیشنهاد دهند یا شناسایی نمایند. اما تفاوت‌های اندکی بین ادبیات در این حوزه وجود دارد. برخی پژوهشگران (کیوسبرت^۳، ۱۹۹۶؛ پارسیو و مک دانیل^۴، ۱۹۹۷؛ هم و هیدوک^۵، ۲۰۰۳؛ ابو حسن^۶، ۲۰۰۸) استفاده از ابعاد مدل سروکوال^۷ را که پاراسورامان مطرح کرده است را برگزیده‌اند یعنی پاسخ‌دهی، همدلی، اطمینان، موارد ملموس و پایایی. در عین حال پژوهشگران دیگر مفاهیم متفاوت دیگری را پیشنهاد نموده‌اند. برای مثال سوتار و مک نیل^۸ (۱۹۹۶) دو نوع کیفیت خدمات دریافتی، شامل ابعاد دانشگاهی و غیر دانشگاهی را شناسایی نمودند. ابعاد دانشگاهی شامل پایایی، موارد ملموس، پاسخ‌دهی، اطمینان، همدلی، دانش و ارتباطات می‌شود، در حالی که ابعاد غیردانشگاهی شامل موارد ملموس، پاسخ‌دهی، اطمینان، همدلی، دانش و سیستم می‌شود. آیتامان^۹ (۱۹۹۷) توضیح می‌دهد که کیفیت خدمات دریافتی دانشجویان شامل قابلیت تدریس، دسترسی به کارمندان،

1. Ismail

2. Crownin & Tailor

3. Cuthbert

4. Pariseau & McDaniel

5. Ham & Hayduk

6. Abu Hasan

7. SERVQUAL

8. Soutar & McNeil

9. Athiyaman

خدمات کتابخانه، تسهیلات محاسباتی، اندازه کلاس، محتوای رشته، بار کاری دانشجویان، تسهیلات تفریحی می‌شود. علاوه بر این، هیل^۱ (۱۹۹۵) ۱۴ بعد را برای اندازه‌گیری کیفیت خدمات دریافتی دانشجویان مطرح کرد، یعنی کیفیت و شیوه تدریس، درگیری دانشجویان در برنامه درسی، مشاوره‌ی تحصیلی، تخصص کاری (انتصابات)، تسهیلات، خدمات کتابخانه، وجود غرفه‌های فروش کتاب در دانشگاه، خدمات شغلی، مشاوره/ تأمین اجتماعی، خدمات مالی، خدمات درمانی، اسکان، انجمن‌های دانشجویی، خدمات غذایی، تربیت بدنی و خدمات مسافرتی. توضیحات بیشتر درباره‌ی ابعاد کیفیت خدمات دانشگاهی را در جدول زیر می‌توانیم مشاهده نماییم:

جدول ۱: ابعاد کیفیت خدمات ادراک شده توسط دانشجویان

ردیف	نویسنده	تعداد نمونه	ابعاد کیفیت خدمات ادراک شده توسط دانشجویان
۱	هیل (۱۹۹۵)	۶۲	شیوه تدریس، درگیری دانشجویان در برنامه درسی، مشاوره‌ی تحصیلی، تخصص کاری (انتصابات تخصصی در مشاغل دانشگاهی)، تسهیلات رفاهی، خدمات کتابخانه، وجود غرفه‌های فروش کتاب در دانشگاه، خدمات شغلی پس از فارغ-التحصیلی، مشاوره/مشارکت‌های اجتماعی، ارائه خدمات مالی (وام‌های دانشجویی)، ارائه خدمات درمانی، فراهم نمودن خوابگاه، برپایی و حمایت از انجمن‌های دانشجویی، خدمات غذایی (سلف سرویس)، تربیت بدنی و خدمات مسافرتی- تفریحی
۲	سوتار و مک نیل (۱۹۹۶)	۱۰۹	ابعاد دانشگاهی و ابعاد غیر دانشگاهی شامل پایایی، موارد ملموس، پاسخ دهی، اطمینان، همدلی، دانش و ارتباطات
۳	کیوسبرت (۱۹۹۶)	۱۳۴	پاسخ دهی، همدلی، اطمینان، موارد ملموس و پایایی
۴	آیتامان (۱۹۹۷)	۴۹۷	ظرفیت آموزشی، در دسترس بودن اساتید، خدمات کتابخانه‌ای، تجهیزات رایانه‌ای، ظرفیت کلاس‌ها، محتوای موضوعی دروس تدریسی در دانشگاه، حجم تکالیف محوله به دانشجویان، تجهیزات و وسایل تفریحی
۵	لی بلنس و انگیبین ^۲ (۱۹۹۷)	۳۸۸	ارتباط با پرسنل و هیات علمی، شهرت و خوشنامی دانشگاه، تسهیلات فیزیکی، محتوای برنامه درسی، پاسخگویی، دسترسی به امکانات

^۱. Hill

^۲. LeBlanc & Nguyen

ادامه‌ی جدول ۱: ابعاد کیفیت خدمات ادراک شده توسط دانشجویان

ردیف	نویسنده	تعداد نمونه	ابعاد کیفیت خدمات ادراک شده توسط دانشجویان
۶	فورد (۱۹۹۹)	۶۱۶	تقویم آموزشی، شهرت موسسه‌ی آموزشی، تسهیلات فیزیکی و رفاهی دانشگاه، ارائه فرصت‌های پیشرفت تحصیلی، جایگاه جغرافیایی و سهولت دسترسی به دانشگاه، دیگر جنبه‌های تاثیرگذار مانند: تاثیر خانواده و همکاران بر انتخاب دانشگاه و تبلیغات دهان به دهان
۷	اولدفیلد و بارون ^۱ (۲۰۰۰)	۳۳۳	عناصر لازم، عناصر قابل قبول، عناصر عملکردی
۸	هم و هایدوک ^۲ (۲۰۰۳)	۲۰۹	قابلیت اطمینان، پاسخگویی، تضمین، همدلی، ملموسات
۹	سهایل و شایخ ^۳ (۲۰۰۴)	۳۱۰	ارتباط با پرسنل، تجهیزات فیزیکی دانشگاه، اعتبار و شهرت دانشگاه، پاسخ‌دهی کارکنان دانشگاه، دسترسی به امکانات، تقویم آموزشی
۱۰	لاگروسن ^۴ (۲۰۰۴)	۲۶۴	همکاری با صنعت، تقویم آموزشی، ارزیابی داخلی (نظرسنجی از دانشجویان)، تجهیزات رایانه‌ای، دسترسی به منابع کتابخانه‌ای
۱۱	روسل ^۵ (۲۰۰۵)	۴۳	کیفیت آموزش در خارج از کشور، امکانات/ محیط تحصیلی در خارج از کشور، بهبود/ یادگیری زبان، امکانات آموزش زبان؛ به رسمیت شناخته شدن مدارک تحصیلی دانشگاه‌های خارجی در کشورهای دیگر، تاثیرات خانوادگی، احساس غربت، حمایت مدارس از تحصیل در کشورهای دیگر، ارائه خدمات مشاوره‌ی دانشگاهی، پشتیبانی دانشگاهی
۱۲	جوزف ^۶ (۲۰۰۵)	۴۵۰	طرز برخورد کارکنان دانشگاه، فعالیت‌های تفریحی، سطح امکانات دانشگاهی، محیط خوابگاهی، اعتبار، هزینه، حمایت و معرفی خانواده/ دوستان، اندازه دانشگاه، برنامه تحصیلی
۱۳	کاو (۲۰۰۷)	۲۲۳	کیفیت تعامل و ارتباطات، کیفیت محیط فیزیکی، پیامدهای کیفیت
۱۴	ابو حسن (۲۰۰۸)	۲۰۰	ملموسات، پاسخگویی، قابلیت اطمینان، تضمین و همدلی
۱۵	کووک و همکاران (۲۰۱۰)	۴۵۸	تماس با پرسنل، کیفیت کتابخانه، دسترسی به امکانات آموزشی-دانشگاهی، برنامه درسی، پاسخگویی کارکنان بخش آموزش، اخذ اعتبار از نهادهای آموزش عالی، برگزاری برنامه‌های علمی دانشگاه، میزان فعالیت‌های تفریحی و اجتماعی، شهریه

1. Oldfield & Baron

2. Ham and Hayduk

3. Sohail and Shaikh

4. Lagrosen

5. Russell

6. Joseph

ابعاد کیفیت خدمات دریافتی دانشجویان

براساس پیشینه مطالعه شده، شش بعد را برای اندازه‌گیری شکاف کیفیت خدمات دریافتی دانشجویان براساس اهمیت این ابعاد و همچنین نظرخواهی از اساتید و دانشجویان مطرح گردید؛ که این ابعاد شامل برنامه آموزشی، تسهیلات رفاهی و محیط فیزیکی، تماس با پرسنل، مشاوره‌های تحصیلی و همکاری اساتید با دانشجویان، مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی دانشگاه و کیفیت خدمات کتابخانه دانشگاه می‌باشد. هر یک از این ابعاد در ادامه توضیح داده شده‌اند:

۱. **برنامه درسی یا تقویم آموزشی**، در ارتباط با برنامه کلاسی و تقویم امتحانات دانشگاهی داده شده به دانشجویان می‌باشد. که از آن در پژوهش‌های مختلف با عناوین متفاوتی یاد شده است. پژوهش‌های یاد شده، نشان می‌دهند که برنامه درسی عامل تعیین کننده‌ای در کیفیت خدمات دریافتی دانشجویان است. (کووک و همکاران، ۲۰۱۰؛ پنگ و ساما، ۲۰۰۶) و پژوهش‌های دیگر نشان می‌دهد که تقویم آموزشی ارتباط مثبتی با کیفیت کلی خدمات دریافتی دانشجویان دارد. (لی بلنس و انگویین، ۱۹۹۷؛ کووک و همکاران، ۲۰۱۰)

۲. **تسهیلات فیزیکی**، که شامل تجهیزات فیزیکی و دسترسی به تسهیلاتی می‌شود، که پشتیبان فعالیت‌های دانشگاهی و غیر دانشگاهی است. (جوزف، ۲۰۰۵؛ پنگ و ساما، ۲۰۰۶؛ کووک، ۲۰۱۰) در پژوهش‌های مختلف از آن به عناوین متفاوتی یاد می‌شود یا آن را به جنبه‌ها یا حتی ابعاد فیزیکی خاص دیگر تغییر داده‌اند. مطالعه‌ای که توسط جوزف و دیگران روی ۴۵۰ دانشجوی دانشکده هنرهای زیبا در آمریکا (با استفاده از روش‌های تحلیل اهمیت-عملکرد) انجام شد نشان می‌دهد که تسهیلات، عامل بسیار مهمی تلقی می‌شود. نتایج این مطالعه حاکی از آن بود که تسهیلات از دیدگاه دانشجویان مهم است. یافته‌های لی بلنس و انگویین (۱۹۹۷) نیز همین نتایج را تأیید می‌نماید.

۳. **ارتباط با کارکنان**، مربوط به دسترسی، شایستگی، قابلیت و نگرش پرسنل (کارکنان و اساتید) در انجام مسئولیت‌هایشان در قبال دانشجویان و همچنین کمک به دانشجویان می‌باشد. جوزف آن را بعد کارکنان دانشگاه نامیده‌اند، در حالی که آیتامان این بعد را به نوع قابلیت تدریس و دسترسی کارکنان و اساتید دانشگاه تقسیم کرده است. از نظر بیتنر، تعامل انسانی بر ارزیابی کیفیت خدمات دریافتی مشتری تأثیر می‌گذارد. پژوهش سه‌پایل و شایخ (۲۰۱۰) نیز نشان می‌دهد که بعد تماس با پرسنل در کیفیت خدمات دریافتی دانشجویان عاملی تعیین کننده است.

۴. **فعالیت‌های اجتماعی**، به دسترسی به فعالیت‌ها و انجمن‌هایی اطلاق می‌شود که دانشجویان می‌توانند به آنها بپیوندند. (پنگ و ساماه، ۲۰۱۰) در چندین پژوهش اسن بعد اتحادیه دانشجویان خوانده شده است در حالیکه جوزف و دیگران، آن را در بعد فعالیت‌های تفریحی نامیده‌اند. پژوهشی که توسط روسل (۲۰۰۵) روی ۴۳ دانشجوی بین‌المللی دوره‌ی کارشناسی ارشد و ۵۰ دانشجوی بین‌المللی دوره‌ی کارشناسی در بریتانیا انجام شد، دریافت که دلتنگی برای خانه یکی از عوامل در انتخاب دانشگاه است. فعالیت اجتماعی می‌تواند مانع از دلتنگی برای خانه شود. علاوه بر این، مطالعات پنگ و ساماه نیز نشان می‌دهد که این عاملی تعیین کننده در انتخاب دانشگاه و ادامه تحصیل دانشجویان در دانشگاه می‌باشد. علاوه بر این شرکت دادن دانشجویان در برنامه‌هایی که آن‌ها را به پذیرش در شغل آینده‌شان کمک می‌کند، در این زمره از فعالیت‌های قرار می‌گیرد.

۵. **مشاوره‌ی تحصیلی**، در ارتباط با دسترسی به خدمات مشاوره‌ی آموزشی و برنامه‌های مشاوره‌ی درسی و روانشناسی می‌باشد. راسل این را بعد خدمات مشاوره‌ی دانشگاه نامید. دیگران نیز آن را بعد تأمین اجتماعی/مشاوره نامیده‌اند. (پنگ و ساماه، ۲۰۰۶) تحقیقات راسل (۲۰۰۵) نشان داد که این بعد عاملی مهم در انتخاب دانشگاه برای دانشجویان است. علاوه بر این پژوهش هیل (۱۹۹۵) نیز اهمیت این بعد برای دانشجویان را نشان می‌دهد. این بعد از کیفیت خدمات، به خصوص برای تحصیلات تکمیلی و ادامه تحصیل دانشجویان در مقاطع بالاتر مورد توجه قرار می‌گیرد.

۶. **کیفیت خدمات کتابخانه‌ای**، امروزه بهبود کیفیت خدمات کتابخانه دانشگاهی، به عنوان یکی از مهمترین بخش‌های محیط آموزشی الزامی است. بنابراین به منظور ارائه بهتر خدمات لازم است کیفیت خدمات کتابخانه مورد ارزیابی قرار گیرد. در گذشته کیفیت خدمات دانشگاهی براساس مجموعه، میزان موجودی و دفعات استفاده از آن توصیف و ارزیابی می‌شد. اما ارزیابی صرف براساس کیفیت خدمات کتابخانه‌ای به تدریج فراموش شده است. زیرا در این رویکرد، عنصری مهم در کتابخانه یعنی کاربر نادیده گرفته می‌شود. بنابراین نیاز به درک آن چه کاربران انتظار دارند الزامی است. برای ارزیابی کیفیت خدمات کتابخانه‌ها باید رویکردی اتخاذ گردد که در آن نظرات کاربران کتابخانه اهمیت بسیار بالایی داشته باشد. (اشرفی ریزی، کاظم پور و شعبانی، ۱۳۸۷) که در این پژوهش، کیفیت خدمات کتابخانه‌ای با توجه به نظر کاربران یعنی دانشجویان سنجیده خواهد شد.

روش‌شناسی پژوهش

جامعه‌ی مورد بررسی در این مطالعه‌ی توصیفی-مقطعی، را دانشجویان دانشگاه خلیج فارس بوشهر که در سال تحصیلی ۱۳۹۰-۱۳۹۱ مشغول به تحصیل بودند و حداقل یک نیمسال تحصیلی را به پایان رسانده بودند، تشکیل می‌دهند. با استفاده از لیست اسامی دانشجویان در آموزش کل، تعداد ۵۰۰ دانشجو با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای بر حسب دانشکده (دانشگاه خلیج فارس دارای ۵ دانشکده می‌باشد) انتخاب شدند.

در این مطالعه به منظور سنجش ادراکات و انتظارات دانشجویان در مورد کیفیت خدمات آموزشی از پرسشنامه محقق ساخته‌ای استفاده شد که روایی آن توسط اساتید و متخصصین امر مورد تایید قرار گرفت و پایایی آن برحسب آلفای کرونباخ ۰/۹۴ درصد می‌باشد. این پرسشنامه شامل ۴۲ جفت سوال متناظر می‌باشد و علاوه بر این در هر سوال اهمیت آن گویه نیز از نظر دانشجویان مورد بررسی قرار گرفت، که دانشجو عددی بین ۱ تا ۱۰ را بر حسب اهمیت هر مورد به سوالات اختصاص می‌داد. کیفیت خدمات ادراک شده و کیفیت خدمات انتظاری بر حسب طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای از خیلی کم تا خیلی زیاد مورد سنجش قرار گرفت. در این پرسشنامه شش بعد کیفیت خدمات آموزشی دانشگاه که توسط محقق با توجه به پیشینه تحقیق و مطالعات قبلی و با نظرخواهی از اساتید، دانشجویان و کارکنان دانشگاه استخراج شده بود، مورد مطالعه قرار گرفت که عبارتند از: تسهیلات دانشگاهی، برنامه درسی یا تقویم آموزشی، ارتباط دانشجویان با کارکنان و اساتید، مشارکت دانشجویان در فعالیتهای اجتماعی، مشاوره‌ی تحصیلی، کیفیت خدمات کتابخانه.

در هر بعد، نمره‌ی سوالات با هم جمع و بر تعداد سوالات تقسیم گردید، که به این ترتیب نمره‌ی ادراک و انتظار در هر کدام از ابعاد عددی بین ۱ و ۵ متغیر می‌باشد. به همین ترتیب میانگین اهمیت هر بعد از نظر دانشجویان نیز عددی بین ۱ تا ۱۰ می‌باشد. شکاف کیفیت خدمات آموزشی با تفاضل نمرات سطح ادراک و سطح انتظار خدمات به دست آمد، نمره‌ی مثبت کیفیت خدمات به معنای این است که خدمات ارائه شده آموزشی فراتر از حد انتظارات دانشجویان بوده و نمره‌ی منفی کیفیت بیانگر این است که شکاف کیفیت خدمات وجود دارد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS18، روش‌های توصیفی و آزمون t زوجی برای آزمون معناداری تفاوت میانگین ادراکات و انتظارات افراد استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

از مجموع ۵۰۰ پرسشنامه توزیع شده، اطلاعات ۴۲۰ پرسشنامه قابل استفاده بود. که از این تعداد ۱۷۸ نفر آقا و ۲۴۲ نفر خانم بودند. بیشترین نسبت دانشجویان مورد مطالعه (۷۱)

درصد) در مقطع لیسانس و کمترین نسبت (حدود ۱ درصد) در مقطع دکتری تحصیل می‌کردند. میانگین سنی شرکت‌کنندگان در تحقیق 31.5 ± 3.5 می‌باشد، شرکت‌کنندگان حداقل ۱۸ و حداکثر ۲۸ سال سن داشته‌اند. بیشترین نسبت شرکت‌کنندگان در تحقیق در دانشکده ادبیات و علوم انسانی و مهندسی با نسبت تقریباً برابر ۳۴ درصد و کمترین میزان شرکت در تحقیق مربوط به دانشکده نفت و گاز با میزان ۱.۷ درصد می‌باشد. که اطلاعات به صورت تفصیلی در جدول زیر آمده است:

مقطع تحصیلی	تعداد	درصد
فوق دیپلم	۳۳	۰/۰۸
لیسانس	۲۶۹	۰/۶۴
فوق لیسانس	۱۱۴	۰/۲۷
دکتری	۴	۰/۱

دانشکده	تعداد	درصد
ادبیات و علوم انسانی	۱۴۱	۰/۳۳.۷
علوم پایه	۷۹	۰/۱۸.۷
دانشکده مهندسی	۱۴۳	۰/۳۴
دانشکده نفت و گاز	۷	۰/۱.۷
دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی	۵۰	۰/۱۱.۹

جنسیت	تعداد	درصد
زن	۲۴۲	۰/۵۷
مرد	۱۷۸	۰/۴۳

همانطور که ذکر شد برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌ای مبتنی بر مدل سروکوال حاوی ۴۲ سوال استفاده گردید که روایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ برابر با ۰.۹۳ درصد محاسبه گردید. روایی سازه پرسشنامه نیز از طریق تحلیل عاملی سنجیده شد. نتیجه آزمون KMO برابر با ۰/۹۱۲ می‌باشد، که نشان دهنده قابلیت ماتریس همبستگی برای تحلیل عاملی می‌باشد. همچنین مقدار شاخص بارتلت نیز برابر با ۸۶۸۶/۰۶۹ بدست آمد که دارای سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ بود و نشان دهنده همبستگی قابل قبول بین آیتم‌های انتخابی می‌باشد. در جدولی که در ادامه آمده، نتایج تحلیل عاملی همچنین مقدار روایی، پایایی و همچنین واریانس کل هر سازه نمایش داده شده است.

گویه‌ها	بار عاملی	پایایی (KMO)	روایی	درصد واریانس
۱- تنظیم زمانی صحیح و اطلاع رسانی به موقع در مورد زمان انتخاب واحد، حذف و اضافه، برگزاری کلاس‌ها و امتحانات	۰/۸۳	۰/۸۱	۰/۷۳	۲۸/۶۳

			۰/۷۶	۲- برگزاری کلاس‌های آموزشی در ساعاتی که دانشجویان و اساتید آمادگی بیشتری برای درک مطالب آموزشی دارند.	
			۰/۶۹	۳- منظم بودن و حضور به موقع اساتید در کلاس‌های درسی	
			۰/۷۸	۴- تعداد واحدهای درسی که هر ترم ارائه می‌شود و متناسب بودن آن‌ها با نیازهای تحصیلی دانشجویان	
			۰/۸۶	۵- مناسب بودن مقاطع تحصیلی (فوق دیپلم، لیسانس، فوق لیسانس و دکتری) و محتوی آموزشی این مقاطع تحصیلی ارائه شده	
			۰/۷۹	۶- گسترش سطوح بالاتر تحصیلی از جمله کارشناسی ارشد و دکتری در رشته‌های مختلف	
			۰/۸۱	۷- به روز بودن و کاربردی بودن سرفصل‌های دروس تدریسی	
۲۱/۵۸	۰/۹۲	۰/۸۶	۰/۷۳	۱- رفتار توأم با احترام و ادب مدیران و کارکنان دانشگاه با دانشجویان	
			۰/۸۷	۲- رفتار توأم با احترام و ادب استاد با دانشجویان	
			۰/۷۳	۳- ارائه خدمات (ثبت نام، معرفی برنامه‌ی درسی، برگزاری کلاس‌ها، تسهیلات رفاهی و مانند این‌ها) در حداقل زمان ممکن به دانشجویان= کارکنان و مدیران اجرایی دانشگاه دانش خوبی از روندهای و رویه‌های اداری دارند و وظایف خود را به درستی انجام می‌دهند.	
			۰/۶۸	۴- منظم و آراسته بودن اساتید دانشگاه	
			۰/۷۶	۵- منظم و آراسته بودن مدیران و کارکنان دانشگاه	
			۰/۷۹	۷- در دسترس بودن کارکنان و مدیران اداری دانشگاه	
۱۸/۶۴	۰/۸۴	۰/۷۵	۰/۶۷	۱- آماده نمودن دانشجویان برای شغل آینده با ارائه آموزش‌های نظری و عملی در دانشکده و معرفی نمودن آنها به بازار کار	مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی
			۰/۸۳	۲- همکاری مناسب دانشگاه با نهادهای اجتماعی- عقیدتی مانند: بسیج، انجمن‌های علمی- اسلامی و ...	
			۰/۷۶	۳- تسهیل بحث و تبادل نظر درباره‌ی موضوعات اجتماعی و فرهنگی از سوی مسئولان دانشگاه	
			۰/۷۲	۴- برگزاری رویدادها و مناسبت‌های اجتماعی مختلف از سوی دانشگاه	
			۰/۸۱	۵- ارائه فرصت به دانشجویان برای مشارکت در تیم‌های ورزشی و گروه‌های تئاتر و ...	
			۰/۹۱	۶- وجود تشکل‌های دانشجویی که فعالیت‌های فوق برنامه را ارائه می‌نمایند	
درصد واریانس	روایی	پایایی (KMO)	بار عاملی	گویه‌ها	
۱۵/۹۷	۰/۷۴	۰/۸۳	۰/۷۴	۱- اختصاص دادن وقت کافی از سوی اساتید راهنما و مشاور برای پاسخ و توضیح مطالب برای دانشجو در خارج از ساعات کلاسی	تحصیل

			۰/۸۳	۲- در دسترس بودن اساتید راهنما و مشاور به هنگام نیاز دانشجو
			۰/۶۹	۳- ارائه منابع مطالعاتی مناسب به دانشجویان برای انجام تحقیقات و مطالعه‌ی درسی توسط اساتید
۱۴/۷۲	۰/۸۲	۰/۷۶	۰/۸۴	۱- جذاب بودن ظاهری تسهیلات فیزیکی دانشگاه (چیدمان کلاسی، فضای دانشکده و ...)
			۰/۷۶	۲- استفاده از تجهیزات آموزشی و کمک آموزشی پیشرفته و به روز (وایت برد، ویدئوپروژکتور و ...)
			۰/۶۵	۳- تامین فضای آموزشی مناسب از نظر نور، تهویه، سکوت و ...
			۰/۹۳	۴- ثبت و نگهداری سوابق تحصیلی دانشجو بدون کم و کاست و اشتباه
			۰/۸۴	۵- دسترسی به پارکینگ
			۰/۷۹	۶- دسترسی به تجهیزات کامپیوتری و سایت دانشجویی
			۰/۷۲	۷- دسترسی به سالن مطالعه
			۰/۷۸	۸- دسترسی به اینترنت در دانشکده‌ها
			۰/۶۷	۹- وجود وب سایت مناسب انتخاب واحد و پرداخت الکترونیکی شهریه
			۰/۷۷	۱۰- وجود خوابگاه‌های مناسب برای دانشجویان
			۰/۸۵	۱۱- وجود وسایل حمل و نقل مناسب
۱۰/۷۶	۰/۹۱	۰/۸۸	۰/۸۷	۱- مسئولان کتابخانه آمادگی دائمی برای پاسخگویی به سوالات و درخواست‌های دانشجویان دارند.
			۰/۹۱	۲- مسئولان کتابخانه افراد شایسته‌ای برای پاسخ به دانشجویان می‌باشند و حس اعتماد و اطمینان را در آنها پدید می‌آورند.
			۰/۸۲	۳- مسئولان کتابخانه خدماتی قابل اعتماد، پیوسته و دقیق را به دانشجویان ارائه می‌دهند.
			۰/۷۹	۴- مسئولان کتابخانه برای درک نیازهای دانشجویان تلاش می‌کنند.
			۰/۸۱	۵- کتابخانه به سیستم‌های رایانه‌ای و نرم افزاری جهت جستجو مجهز می‌باشد.
			۰/۷۵	۶- فضای کتابخانه برای مطالعه، آرام و مناسب می‌باشد.
			۰/۹۱	۷- دسترسی به پایگاه‌های داده، کتابخانه‌های آنلاین و مقالات داخلی و بین‌المللی
			۰/۸۷	۸- امکان دسترسی به منابع اطلاعات الکترونیکی کتابخانه از خانه یا محل کار
			۰/۷۹	۹- مشخص بودن زمان ارائه خدمات کتابخانه

تسهیلات فیزیکی

کیفیت کتابخانه

بحث و بررسی نتایج پژوهش

در جدول زیر میانگین ادراکات و انتظارات و همچنین شکاف بین انتظارات و ادراکات دانشجویان از خدمات آموزش دانشگاه خلیج فارس بوشهر بر حسب هر شش بُعد مورد مطالعه در تحقیق به صورت جداگانه نمایش داده شده است.

شکاف انتظارات و ادراکات	انتظارات		ادراک شده		تعداد	فاکتور	
	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین			
۰/۹۲۶	-۱/۸۲۷	۰/۶۵۵	۴/۳۰۳	۰/۶۱۷	۲/۴۶۵	۴۲۰	تقویم آموزشی
۱/۰۷۹	-۱/۴۱۲	۰/۸۵۵	۴/۳۲۷	۰/۷۱۱	۲/۹۲۵	۴۲۰	ارتباط با پرسنل
۱/۱۲۲	-۲/۰۳۸	۰/۸۲۹	۴/۲۴۲	۰/۷۰۱	۲/۲۱۴	۴۲۰	مشارکت در فعالیتهای اجتماعی و فرهنگی
۰/۹۴۸	-۱/۳۷۱	۰/۷۳۷	۴/۳۲۶	۰/۶۳۹	۲/۹۵۵	۴۲۰	تسهیلات فیزیکی
۱/۱۵۶	-۱/۴۵۶	۰/۸۷۷	۴/۱۹۷	۰/۷۲۵	۲/۷۳۱	۴۲۰	مشاوره تحصیلی
۰/۸۶۵	-۱/۴۶۹	۰/۶۸۱	۴/۳۲۷	۰/۴۵۷	۲/۸۴۵	۴۲۰	خدمات کتابخانه ای

همچنین برای اینکه بتوانیم نمره‌ی کیفیت خدمات را بدست آوریم. در پرسشنامه میزان اهمیت هر یک از ابعاد را به صورت طیفی از ۱ تا ۱۰ گنجانیدیم. جامعه‌ی آماری مورد مطالعه بر حسب اهمیت هر یک از شاخص‌ها عددی بین ۱ تا ۱۰ را انتخاب نموده است. که اطلاعات مربوط به اهمیت هر یک از ابعاد در جدول زیر آمده است.

انحراف معیار	میانگین	حداکثر	حداقل	تعداد	فاکتور
۰/۶۱۷	۸/۳۱۸	۹/۹۳	۲/۹۳	۴۲۰	تقویم آموزشی
۰/۷۱۱	۸/۳۸۶	۱۰	۳/۶۷	۴۲۰	ارتباط با پرسنل
۰/۷۰۱	۸/۱۰۵	۱۰	۱/۶۷	۴۲۰	مشارکت در فعالیتهای اجتماعی و فرهنگی
۰/۶۳۹	۸/۲۶۰	۱۰	۴/۵۰	۴۲۰	تسهیلات فیزیکی
۰/۷۲۵	۸/۱۲۲	۱۰	۳/۰۰	۴۲۰	مشاوره تحصیلی
۰/۳۵۱	۸/۷۵۲	۱۰	۲/۶۷	۴۲۰	خدمات کتابخانه ای

برای بدست آوردن نمره‌ی کیفیت خدمات در هر بعد از فرمول زیر استفاده می‌نماییم:

نمره‌ی کیفیت خدمات = وزن هر شاخص (ω_i) * شکاف هر شاخص

میانگین اهمیت هر بعد

$$\omega_i = \frac{\text{مجموع میانگین هر بعد}}{n}$$

که نمره‌ی کیفیت خدمات برای هر بعد مطابق با فرمول بالا محاسبه شده و در جدول زیر آورده شده است:

فاکتور	تعداد	میانگین نمره‌ی کیفیت خدمات	انحراف معیار
تقویم آموزشی	۴۲۰	-۰/۳۷۰۶	۰/۱۹۰۹۶
ارتباط با پرسنل	۴۲۰	-۰/۲۸۷۳	۰/۲۲۴۲۹
مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی	۴۲۰	-۰/۴۱۹۸	۰/۲۱۶۵۶
تسهیلات فیزیکی	۴۲۰	-۰/۲۷۲۷	۰/۱۸۷۱۲
مشاوره‌ی تحصیلی	۴۲۰	-۰/۲۸۶۱	۰/۲۳۱۰۷
خدمات کتابخانه‌ای	۴۲۰	-۰/۳۴۶۷	۰/۱۹۶۵۷

برای اطمینان از معنادار بودن میانگین شکاف کیفیت خدمات از آزمون «تی-زوجی» استفاده شده است. که نتایج آن در جدولی که در ادامه آمده، نشان داده شده است:

فاکتور	میانگین ادراکات	میانگین انتظارات	میانگین شکاف	df.	T	sig.(2-tailed)	نتیجه
تقویم آموزشی	۲/۴۶۵	۴/۳۰۳	-۱/۸۲۷	۴۱۹	۲۲/۵۲۳	۰/۰۰۰	قبول
ارتباط با پرسنل	۲/۹۲۵	۴/۳۲۷	-۱/۴۱۲	۴۱۹	۲۵/۸۵۹	۰/۰۰۰	قبول
مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی	۲/۲۱۴	۴/۲۴۲	-۲/۰۳۸	۴۱۹	۳۲/۴۸۴	۰/۰۰۰	قبول
تسهیلات فیزیکی	۲/۹۵۵	۴/۳۲۶	-۱/۳۷۱	۴۱۹	۲۳/۳۸۹	۰/۰۰۰	قبول
مشاوره‌ی تحصیلی	۲/۷۳۱	۴/۱۹۷	-۱/۴۵۶	۴۱۹	۳۲/۲۹۳	۰/۰۰۰	قبول
خدمات کتابخانه‌ای	۲/۸۴۵	۴/۳۲۷	-۱/۴۶۹	۴۱۹	۲۴/۴۵۸	۰/۰۰۰	قبول

با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ می باشد بنابراین شکاف بین ادراکات و انتظارات دانشجویان از کیفیت خدمات ارائه شده در دانشگاه خلیج فارس بوشهر، معنادار است.

نتیجه گیری

اندازه‌گیری و مقایسه‌ی ساختار، کارایی و عملکرد دانشگاه‌ها با یکدیگر وسیله خوبی برای شناسایی بهترین‌ها در هر قسمت از سیستم آموزشی است. این مقایسه به عنوان یکی از روش‌های کارآمد تحلیل وضعیت موجود شناخته شده و می‌تواند به صورت الگویی برای برنامه‌ریزی و تعیین اولویت برنامه‌ها و اهداف هر دانشگاه استفاده شود.

هدف اصلی از پژوهش حاضر ارزیابی کیفیت خدمات آموزشی دانشگاه خلیج فارس بوشهر می‌باشد. براساس یافته‌های بدست آمده در جداول بالا می‌توان نتیجه می‌گرفت که شکاف منفی کیفیت خدمات در تمام ابعاد مورد بررسی وجود دارد و در هر شش بُعد مورد بررسی کیفیت خدمات پایین و انتظارات دانشجویان بالاتر می‌باشد. بیشترین شکاف در بُعد مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی (۲/۰۳۸-) وجود دارد، همچنین وجود شکاف در ابعاد دیگر به ترتیب عبارتند از: تسهیلات فیزیکی (۱/۳۷۱-)، ارتباط با پرسنل (۱/۴۱۲-)، مشاوره‌ی تحصیلی (۱/۴۵۶-)، خدمات کتابخانه‌ای (۱/۴۶۹-)، تقویم و برنامه آموزشی (۱/۸۲۷-).

نتایج برخی مطالعات در داخل کشور نیز مؤید نتایج این تحقیق است چنانکه در مطالعه‌ی آقاملائی و همکاران نیز کیفیت خدمات آموزشی دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان را مورد بررسی قرار داده نتایج مشابه‌ای ارائه شده‌اند به گونه‌ای که در هر پنج بعد مورد بررسی در آن مطالعه شکاف در کیفیت خدمات مشاهده شده است. تشابه نتایج فوق می‌تواند بیانگر فاصله زیاد خواسته‌ها و انتظارات دانشجویان دانشگاه‌های کشور با وضعیت موجود ارائه خدمات آموزشی باشد. از سویی دیگر، این نتایج مشابه می‌تواند نشان دهنده نارضایتی دانشجویان از کیفیت ارائه خدمات آموزشی در دانشگاه‌های مورد مطالعه نیز باشد؛ چرا که کاهش کیفیت خدمات آموزشی با میزان رضایت‌مندی دانشجویان نسبت مستقیم دارد. این استدلال مبتنی بر نتایج تحقیقات مشابهی است که در محیط‌های آموزشی و غیر آموزشی صورت پذیرفته است. در حقیقت همان طور که در بیرون از محیط‌های آموزشی و دانشگاهی، مطالعات دلالت بر این نکته دارند که کیفیت خدمات ارائه شده تأثیر مثبت و معناداری بر رضایت‌مندی دریافت‌کنندگان خدمات آن مؤسسات داشته‌اند در محیط‌های آموزشی نیز مطالعات نشان داده‌اند که رابطه مثبت و

معناداری بین کیفیت خدمات آموزشی و رضایت‌مندی دانشجویان و حتی مدرسان وجود دارد. (جنسن^۱، ۲۰۰۵)

در این میان، آنچه از بعد آموزشی حائز اهمیت است؛ توجه به این نکته است که عدم رضایت‌مندی دانشجویان از کیفیت خدمات آموزشی می‌تواند بر عملکرد تحصیلی آنها تأثیر منفی بگذارد. برخی مطالعات متمرکز بر راهبردهای آموزش به خوبی نشان داده‌اند دانشجویانی که احساس می‌کردند کیفیت خدمات دریافتی توسط آنها در سطح بالایی است، نسبت به دانشجویانی که چنین احساسی نداشته‌اند دارای سطح یادگیری و تکاملی بالاتری بوده‌اند. بر این اساس، بسیار مهم است که مدیران و ارائه‌دهندگان خدمات آموزشی اعم از کارکنان و مدرسان به موضوع رضایت‌مندی دانشجویان توجه بیشتری نشان داده و با ارزیابی انتظارات و بهره‌گیری از دیدگاه‌های آنها زمینه را برای ارتقای کیفیت خدمات آموزشی فراهم نمایند.

^۱. Jensen

منابع

امینی؛ محمد، فرجام؛ سعید، (۱۳۸۸)، بررسی ارائه کیفیت خدمات در بخش عمومی، *اندیشه مدیریت*، سال سوم، ۱۶۵-۱۸۹.

شاهین؛ آرش، جنتیان؛ نسیمه (۱۳۹۰)، طراحی اثر زدای کیفیت خدمات با تلفیق آزمایش‌های تاگوچی و روش سروکوال در یک آژانس مسافرتی، *مجله مدیریت و عملیات*، تهران، دوره‌ی دوم، ۸۳-۱۰۶.

اشرفی، حسن؛ کاظم پور، زهرا؛ شعبانی، احمد؛ (۱۳۸۷)، ارزیابی کیفیت خدمات کتابخانه دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرکرد از دیدگاه کاربران براساس مدل لایبیکوال، *مجله کتابداری*، سال چهل و دوم، دوره‌ی سوم، ۲۵-۵۰.

Abu Hasan, H.F.A., Ilias, A. & Rahman, R.A. (2008). "Service quality and student satisfaction: a case study at private higher education institutions", *International Business Research*, Vol. 1 No. 3, pp. 163-75.

Aga, M. & Safakli, O.V. (2007). "An empirical investigation of service quality and customer satisfaction in professional accounting firms: evidence from North Cyprus", *Problems and Perspectives in Management*, Vol. 5 No. 3, pp. 84-98.

Anderson, E., Fornell, C. & Lehmann, D. (1994), "Customer satisfaction, market share, and profitability: findings from Sweden", *Journal of Marketing*, Vol. 58, pp. 53-66

Athiyaman, A. (1997). "Linking student satisfaction and service quality perceptions: the case of university education", *European Journal of Marketing*, Vol. 31 No. 7, pp. 528-40.

Clemes, M.D., Gan, C. & Min, R. (2008), "An empirical analysis of customer satisfaction in international air travel", *Innovative Marketing*, Vol. 4 No. 2, pp. 50-62.

Cuthbert, P.F. (1996). "Managing service quality in HE: is SERVQUAL the answer? Part 1", *Managing Service Quality*, Vol. 6 No. 2, pp. 11-16.

Cuthbert, P.F. (1996). "Managing service quality in HE: is SERVQUAL the answer? Part 1", *Managing Service Quality*, Vol. 6 No. 2, pp. 11-16.

Ford, J.B., Mathew, J. & Beatriz, J. (1999). "Importance-performance analysis as a strategic tool for service marketers: the case of service quality perceptions of business students in New Zealand and the USA", *The Journal of Services Marketing*, Vol. 13 No. 2, pp. 171-86.

-
- Ham, L. & Hayduk, S. (2003), "Gaining competitive advantage in higher education: analyzing the gap between expectations and perceptions of service quality", *International Journal of Value-Based Management*, Vol. 16 No. 3, pp. 223-42.
- Hanief, M, et al. (2010), "Factors affecting customer satisfaction", *International Research Journal of Finance and Economics*, No. 60, pp. 44-52.
- Hill, F.M. (1995), "Managing service quality in higher education: the role of students as primary consumer", *Quality Assurance in Education*, Vol. 3 No. 3, pp. 10-21.
- Ismail, A. et al., (2009). "Exploring the relationships among service quality features, perceived value and customer satisfaction", *JIEM*, Vol. 2 No. 1, pp. 230-50.
- ISO. (2007). IWA 2, Quality Management Systems – Guidelines for The Application of ISO 9001:2000 in Education, ISO, Geneva
- Joseph, M., Yakhou, M. & Stone, G. (2005). "An educational institution's quest for service quality: customers' perspective", *Quality Assurance in Education*, Vol. 13 No. 1, pp. 66-82.
- Kao, T.H. (2007), "University students' satisfaction: an empirical analysis", Master of Commerce and Management thesis, Lincoln University, Jefferson City, MO.
- Kwek, C.L. et al., (2010). "The inside-out' and 'outside-in' approaches on students' perceived service quality: an empirical evaluation", *Management Science and Engineering*, Vol. 4 No. 2, pp. 1-26.
- Lagrosen, S., Seyed-Hashemi, R. and Leitner, M. (2004). "Examination of the dimension of quality in higher education", *Quality Assurance in Education*, Vol. 12 No. 2, pp. 61-9.
- Le Blanc, G. & Nguyen, N. (1997). "Searching for excellence in business education: an exploratory study of customer impressions of service quality", *International Journal of Educational Management*, Vol. 11 No. 2, pp. 72-9.
- Lien, T.B. & Yu, C.C. (2001). "An integrated model for the effects of perceived product, perceived service quality, and perceived price fairness on customer satisfaction and loyalty", *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction, and Complaining Behaviour*, Vol. 14, pp. 125-40.
- Magd, H., Kadasah, N. & Curry, A. (2003). "ISO 9000 implementation: a study of manufacturing companies in Saudi Arabia", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 18 No. 4, pp. 313-22
- Mai, L.W. (2005). "A comparative study between UK and US: the student satisfaction in higher education and its influential factors", *Journal of Marketing Management*, Vol. 21 No. 7, p. 859

- Oldfield, B.M. & Baron, S. (2000). "Student perceptions of service quality in a UK university business and management faculty", *Quality Assurance in Education*, Vol. 8 No. 2, pp. 85-95.
- Omar, N.A., Nazri, M.A., Abu, N.K. & Omar, Z. (2009). "Parents' perceived service quality, satisfaction and trust of a childcare centre: implication on loyalty", *International Review of Business Research Papers*, Vol. 5 No. 5, pp. 299-314.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1988). "SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality", *Journal of Retailing, Spring*, pp. 12-40.
- Pariseau, S.E. & McDaniel, J.R. (1997). "Assessing service quality in schools of business", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 14 No. 3, pp. 204-18.
- Russell, M. (2005). "Marketing education: a review of service quality perceptions among international students", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 17 No. 1, pp. 65-77.
- Sakthivel, P.B. et al., (2005). "TQM implementation and students satisfaction of academic performance", *The TQM Magazine*, Vol. 17 No. 6, pp. 573-89.
- Jensen JB, Artz N. Using quality management tools to enhance feedback from student evaluations.
Decision Sciences Journal of Innovative Education. 2005; 3(1): 47-72.
- Soutar, G. & McNeil, M. (1996). "Measuring service quality in a tertiary institution", *Journal of Educational Administration*, Vol. 34 No. 1, pp. 72-82.
- Yunus, N.K.Y, et al. (2010). "Motivation, empowerment, service quality and polytechnic students' level of satisfaction in Malaysia", *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 1 No. 1, pp. 120-8.
- Zairi, M. (1995). "Total quality education for superior performance", *Training for Quality*, Vol. 3 No. 1, pp. 29-35.