



بررسی کیفیت خدمات ارائه شده به مراجعان مناطق شهری با بهره‌گیری از مدل سروکوآل (مطالعه موردی: خدمات مناطق شهرداری مشهد)

مجتبی شاکری روش^۱، محمد تقی زاده^۲، محمدرضا شاکری^۳

شهرداری مشهد، مدیر توسعه و پژوهش
mrdm.mashhad@yahoo.com

چکیده

در مقوله کیفیت محصولات که کالا و خدمات را در بر می‌گیرد، امروزه موضوع کیفیت خدمات از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. ایجاد و پیاده‌سازی سیستم‌های سنجش و پایش رضایت‌مندی مشتری به عنوان مهم‌ترین شاخص در امر بهبود کیفیت خدمات و ارتقاء عملکرد، از نیازهای اساسی سؤلمن‌های امروزی به شمار می‌رود. در این پژوهش با بهره‌گیری از روش سروکوآل ابتدا به بررسی سطح انتظارات و خواسته‌های مراجعان از مناطق شهرداری مشهد در پنج بعد ملموسات، اعتماد، پاسخگویی، تضمین و همدلی پرداخته و سپس سطح ادراکات و برداشت مراجعین از نحوه عملکرد مناطق سنجیده شده است. نهایتاً شکاف موجود بین سطح انتظارات و ادراکات مراجعان محاسبه شده که سطح کیفیت خدمات را مشخص می‌نماید. نتایج پژوهش حاکی از آن است که بین سطح انتظارات مراجعان و درک آنان از نحوه عملکرد مناطق شهرداری مشهد شکاف وجود دارد.

واژگان کلیدی: کیفیت خدمات، مدل سروکوآل، رضایت‌مندی شهروندان

مقدمه

امروزه ارائه خدمات در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، بخش مهمی از تولید ناخالص داخلی را تشکیل می‌دهد. تلاش و کوشش فراوانی که امروزه در جهت ارتقای ابزارهای مدیریت عملکرد و گسترش نگرش مشتری مداری توسط محققان، کارشناسان و مدیران سازمان‌های تجاری صورت می‌گیرد، نشان‌دهنده آن است که در حال

۱. کارشناس ارشد مهندسی صنایع، مدیر توسعه و پژوهش شهرداری مشهد

۲. کارشناس ارشد مهندسی صنایع، گروه توسعه سازمانی شهرداری مشهد

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، گروه توسعه سازمانی شهرداری مشهد





حاضر رضایت‌مندی مشتری یکی از مهم‌ترین عوامل در تعیین موفقیت سازمان‌ها به شمار می‌آید. بنابراین ایجاد و پیاده‌سازی سیستم‌های سنجش و پایش رضایت‌مندی مشتری به عنوان مهم‌ترین شاخص در امر بهبود عملکرد، از نیازهای اساسی سازمان‌های امروزی به شمار می‌رود (دیواندری، ۱۳۸۴).

توجه به مراجعان و یا در واقع مشتریان مؤسسات خدماتی که دارای ماهیت عمومی می‌باشند (از جمله شهرداری‌ها) به دو دلیل از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است: اولاً اغلب محصولات این سازمان‌ها که به مراجعان ارائه می‌گردد، ناملموس و غیر قابل لمس می‌باشد. ثانیاً خدماتی که به هنگام فروش و پس از آن (رفتار مناسب، رابطه مؤثر، پاسخگویی و...) ارائه می‌شود، عوامل پنهان و غیر آشکار هستند. از این رو پاسخگویی و برآورده ساختن رضایت مراجعین در این مؤسسات در مقایسه با سایر سازمان‌ها از اهمیت بیشتری برخوردار است و برای برآورده ساختن این مهم، مؤسسات مذکور ملزم به اتخاذ یک فلسفه و یا رویکرد پاسخگو بودن هستند.

این پژوهش به بررسی کیفیت خدمات ارائه شده به مراجعان مناطق شهرداری مشهد می‌پردازد. در واقع در این پژوهش با استفاده از روش سروکوآل ابتدا به بررسی سطح انتظارات و خواسته‌های مراجعان از مناطق شهرداری مشهد در پنج بعد ملموسات، اعتماد، پاسخگویی، تضمین و همدلی پرداخته و سپس سطح ادراکات و برداشت مراجعین از نحوه‌ی عملکرد مناطق دوازده‌گانه و ثامن شهرداری مشهد سنجیده شده است. نهایتاً شکاف موجود بین سطح انتظارات و ادراکات مراجعان از نحوه‌ی عملکرد مناطق محاسبه شده که سطح کیفیت خدمات ارائه شده به مراجعان را مشخص می‌نماید. هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی کیفیت خدمات ارائه شده به مراجعان شهرداری مشهد می‌باشد.

۱- فرضیات تحقیق

- بین سطح انتظارات مراجعین و ارزیابی عملکرد آنان از مناطق شهرداری مشهد شکاف وجود دارد.
 - بین سطح انتظارات مراجعین و ارزیابی عملکرد آنان از عامل ملموسات مناطق شهرداری مشهد شکاف وجود دارد.
 - بین سطح انتظارات مراجعین و ارزیابی عملکرد آنان از عامل اطمینان و اعتماد مناطق شهرداری مشهد شکاف وجود دارد.
 - بین سطح انتظارات مراجعین و ارزیابی عملکرد آنان از عامل پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری مناطق شهرداری مشهد شکاف وجود دارد.
 - بین سطح انتظارات مراجعین و ارزیابی عملکرد آنان از عامل تضمین مناطق شهرداری مشهد شکاف وجود دارد.
 - بین سطح انتظارات مراجعین و ارزیابی عملکرد آنان از عامل همدلی شهرداری مشهد شکاف وجود دارد.
- سطح انتظارات مراجعین مناطق سیزده‌گانه شهرداری مشهد متفاوت است.
- میزان رضایت‌مندی مراجعین مناطق سیزده‌گانه شهرداری مشهد متفاوت است.
- عملکرد مناطق سیزده‌گانه شهرداری مشهد در پاسخگویی به مراجعین متفاوت است.
- مراجعات مستمر در ارزیابی مطلوب‌تر عملکرد مناطق شهرداری مشهد تأثیر دارد.
- مشخصه‌های فردی و عمومی مراجعین در ارزیابی عملکرد مناطق شهرداری مشهد مؤثر می‌باشد.





۲- مبانی نظری

با توجه به ابعاد ده گانه کیفیت در حوزه خدمات، زیت هامل، پارسورامان و بری به تهیه ابزاری برای اندازه گیری تلقی مشتریان از کیفیت خدمات پرداختند که روشی آسان و ارزان است که اطلاعات ارزشمندی را برای سازمان های خدماتی به ارمغان می آورد. (Ching-Wen and Liou, ۲۰۰۶)

مدل سروکوآل که مخفف مدل کیفیت خدمات می باشد، یکی از مدل هایی است که از طریق تحلیل اکتشاف بین انتظار و ادراک مراجعان سعی در ارزیابی و سنجش میزان پاسخگویی در کیفیت ارائه خدمات دارد. این مدل همچنین به مدل تحلیل شکاف نیز معروف است (Brooks, ۱۹۹۹). این مدل کیفیت خدمات ارائه شده را از پنج بعد مورد ارزیابی قرار می دهد. این پنج بعد که متغیرهای تحقیق محسوب می گردند به شرح ذیل اند:

- ملموسات: ظاهر تجهیزات و وسایل و ابزار فیزیکی موجود در محل کار و کارکنان.
 - اعتماد: توانایی سازمان خدمت دهنده در عمل به وعده های خود به طور دقیق و مستمر.
 - پاسخگویی: تمایل و اشتیاق سازمان برای کمک به مشتریان (مراجعان) و ارائه به موقع خدمات.
 - تضمین: دانش، مهارت و شایستگی کارکنان و سازمان در القای حسن اعتماد و اطمینان به مشتری.
 - همدلی: نزدیکی، دلسوزی و همدلی با مشتری و توجه ویژه و فردی به وی و تلاش در جهت درک او.
- مدل سروکوآل بر اساس ۲۲ مؤلفه، انتظارات و نیازهای مراجعان از خدمات و ادراکات آن ها را مورد سنجش قرار داده و با استفاده از تحلیل شکاف ها به بررسی کیفیت خدمات و میزان پاسخگویی در ارائه این خدمات می پردازد. هدف غایی این مدل، رهنمون ساختن سازمان به سوی تعالی عملکرد می باشد (Bodvarson, ۲۰۰۵).
- سنجش کیفیت خدمات در توریسم (Prabaharan, ۲۰۰۸)، آموزش عالی (De Oliveira, ۲۰۰۹) و بررسی تاثیر کیفیت خدمات بر رضایتمندی مشتریان (Ravi Chandran, ۲۰۱۰) نمونه هایی از به کارگیری مدل سروکوآل هستند که حاکی از گستردگی و تنوع کاربرد آن می باشند.

۳-۴- مدل تحلیل شکاف های پنج گانه کیفیت

این مدل تعاملات بین فعالیت های درون سازمان را نشان داده و اتصالات میان آن ها را که مربوط به ارائه سطح رضایت بخش از کیفیت است، معرفی می نماید. این اتصالات به عنوان شکاف ها یا عدم تطابق ها توصیف می شوند. در این مدل مطابق شکل شماره ۱، پنج شکاف مورد بررسی قرار می گیرد

شکاف ۱: تفاوت بین خدمات مورد انتظار مشتریان و ادراک مدیران از این انتظارات.

شکاف ۲: این حالت در زمانی اتفاق می افتد که مدیر نتواند انتظارات مشتری را تبدیل به ویژگی کیفیت خدمات نماید. این شکاف ممکن است ناشی از عدم تعهد و عدم حساسیت مدیریت به کیفیت خدمات باشد.





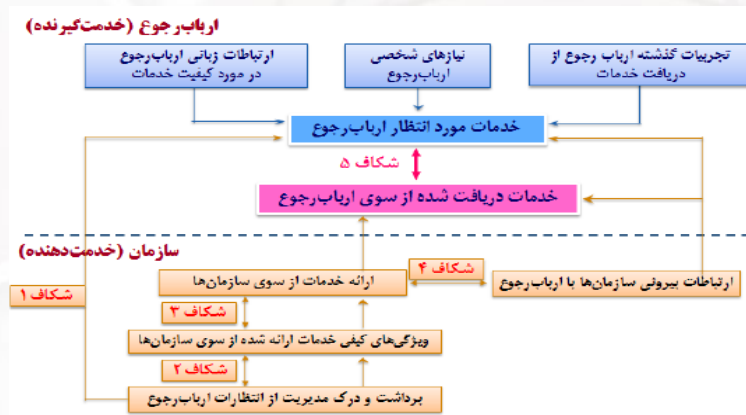
شکاف ۳: این شکاف به شکاف عملکرد خدمات موسوم است، زیرا تحویل و ارائه خدمات در عمل با آنچه که مدیریت شرکت وعده داده مطابقت ندارد.

شکاف ۴: این شکاف زمانی ایجاد می شود که مغایرت بین تحویل خدمات و ارتباطات بیرونی شرکت شکل گرفته است. اغراق و عدم اطلاعات کافی کارکنان، تبلیغات در روزنامه ها و سایر رسانه ها و بروشورهای تبلیغاتی و دیگر ارتباطات صورت گرفته با مشتری انتظارات مشتری را شکل می دهد.

شکاف ۵: این شکاف بیانگر فاصله بین ادراکات و انتظارات مراجعان به واحدهای خدمات رسانی است. مدل شکاف کیفیت خدمات توسط کری، لوک و لایتن تکمیل شد. در مدل جدید دو شکاف به ۵ مورد قبلی اضافه گردید که عبارتند از (ناظمی، شمس الدین، ۱۳۸۵) :

شکاف ۶: تفاوت و مغایرت بین انتظار مشتری و ادراکات کارمندان

شکاف ۷: تفاوت و مغایرت بین ادراک کارکنان و انتظارات مدیریت. البته در بحث سنجش کیفیت خدمات باید به این نکته توجه نمود که مواردی همچون فناپذیر بودن خدمت، تکنیک ناپذیری خدمت از خدمت دهنده و زمان و مکان ارایه آن، وابستگی کیفیت خدمات و نیز رضایت مندی خدمات رسانی را به موارد نسبی و مبهم بیشتر و بنابراین اندازه گیری آن را بسیار پیچیده تر می نماید. (میر غفوری و زارع، ۱۳۸۶)



شکل ۱ - مدل تحلیل سرویس پاراسورامان (Parasuraman, ۱۹۸۵)

۳-۳-۳- تعریف مشتری

از دید فیلیپ کاتلر، «مشتریان»، افراد و سازمان هایی هستند که فرآورده های شرکت را به منظور مصرف شخصی یا به کارگیری در تولید فرآورده های دیگر، خریداری می نمایند به عبارت ساده تر مشتری، نیاز و خواسته ای دارد و برای





برآوردن آن اقدام به خرید می کند. در جایی دیگر مشتری این گونه توصیف شده است: «مشتری» همان کسی است که نیازش را خود تعریف می کند؛ کالاها و خدمات تولیدی ما را مصرف می کند و حاضر است بابت آن هزینه مناسبی را بپردازد، ولی زمانی این هزینه را متقبل می شود که در کالاها یا خدمات تحویلی، ارزشی ببیند که پرداخت آن هزینه را توجیه نماید امروز مشتری به عنوان یک واحد غیر درآمدزا نیز مطرح است. بنابراین می توان مشتری را این طور نیز توصیف نمود: «مشتری کسی است که انجام معامله و داد و ستدی را در یک محیط رقابتی به عهده دارد و در حالت عملی چیزی را می دهد و چیزی را می گیرد» (محمدی، ۱۳۸۲).

موفقیت شرکت و رضایت مندی مشتری دو مفهومی هستند که خیلی به هم نزدیک اند و اگر رضایت مندی مشتری یکی از عوامل موفقیت است، پس می تواند استنتاج کرد که به منظور کسب موفقیت، شرکت باید مشتریان رضایتمند داشته باشد.

۳- روش تحقیق

پژوهش حاضر یک تحقیق کاربردی بوده که با استفاده از روش توصیفی به شناسایی سطح انتظارات و خواسته های مراجعین و سنجش ادراکات مراجعان از نحوه عملکرد مناطق شهرداری مشهد پرداخته شده است. این مطالعه به دلیل ماهیت آن از نوع پیمایشی بوده که با استفاده از مصاحبه های ساختار یافته، اطلاعات مورد نیاز در پرسشنامه های طرح مذکور جمع آوری گردیده اند.

در روش مصاحبه ساختار یافته (برنامه ریزی شده)، پژوهشگر از قبل سئول های مورد نظر را تنظیم کرده و در زمان مصاحبه آن ها را در اختیار مصاحبه شوندگان قرار می دهد یا آن ها را به طور منظم از مصاحبه شونده می پرسد. در تحقیق حاضر با بهره گیری از این نوع مصاحبه سعی گردید تا اطلاعات مورد نیاز تحقیق از طریق ارتباط مستقیم بین تیم تحقیق و پاسخگویان جامعه هدف گردآوری گردد. این اطلاعات، فعالیت های عمده سازمانی بودند که ادراک مراجعان به شهرداری را از کیفیت تحت تأثیر قرار می دادند. در این راه تیم تحقیق به صورت مصاحبه با تعدادی از خدمت گیرندگان حقیقی و حقوقی در مناطق منتخب شهرداری مشهد که با فرآیندها و خدمات شهرداری آشنایی داشتند، نظرات و دیدگاه های آنان را در خصوص شاخص های گردآوری شده از پیشینه تحقیق، جویا شده و در تبیین عوامل و شاخص ها و تدوین پرسشنامه مورد استفاده قرار دادند.

جامعه آماری تحقیق کلیه مراجعین حقیقی و حقوقی مناطق سیزده گانه شهرداری مشهد در اسفند ماه سال ۱۳۸۸ می باشد که در سه ماهه دوم سال ۱۳۸۸ مجموعاً ۲۳۵۵۹ مراجعه گزارش گردیده بود و همین تعداد به عنوان حجم جامعه آماری در نظر گرفته شد. برای انتخاب نمونه از «شیوهی نمونه گیری تصادفی با طبقه بندی و با تخصیص

^۱ Structured





متناسب» سود جسته شد. بر این مینا از جامعه آماری فوق ۲۷۷۰ نمونه از مناطق سیزده گانه شهرداری مشهد و نواحی متعلق به هر یک از مناطق اخذ گردید. ۵ عامل و ۲۲ شاخص مدل سروکوال مطابق جدول شماره ۱ می باشند:

جدول ۱- عوامل و شاخص های مدل سروکوال

عوامل	شاخص های مرتبط
منویات	تجهیزات اداری مدرن و پیشرفته
	ظاهر جذاب تسهیلات و امکانات فیزیکی
	ظاهر مرتب و آراسته کارکنان
	جذاب و قابل فهم بودن بروشورها و توضیحات ارائه خدمات
عامل اطمینان و اعتماد	انجام به موقع قول و تعهدات کاری
	جدیت و علاقه صادقانه برای حل مشکل مراجعان
	انجام خدمات صحیح و به موقع
	انجام خدمات در زمن تعهد شده
پاسخگویی و مسئولیت پذیری	حفظ سوابق و پرونده های مراجعان بدون خطا و اشتباه
	اطلاع زمان دقیق نتیجه خدمت به مراجعان
	ارائه خدمات سریع به مراجعان
	تمایل همیشگی برای کمک به مراجعان
تفهمین	عدم مشغله کاری برای پاسخ به درخواست های مراجعان
	نحوه رفتار کارکنان برای ایجاد اعتماد در مراجعان
	احساس آرامش و امنیت مراجعان در مبادلات و ارتباطات خود
	رفتار مؤدبانه ی همیشگی کارکنان با مراجعان
همدلی	دانش لازم کارکنان در پاسخگویی به سوالات مراجعان
	توجه به وضعیت فردی و خاص هر یک از مراجعان
	مناسب بودن ساعات کاری برای همه مراجعان
	توجه خاص کارکنان به ارزش ها و عواطف مراجعان
	علاقه زیاد به مراجعان
	درک نیازهای خاص مراجعان توسط کارکنان





۴-۳-روایی و پایایی

به منظور سنجش پایایی پرسشنامه پس از انجام پیش آزمون در یک نمونه ۶۴ تایی، آلفای کرونباخ محاسبه گردید. این ضریب برای قسمت اول پرسشنامه برابر با ۰/۸۲۰ و برای قسمت دوم پرسشنامه برابر با ۰/۹۳۱ به دست آمد بنابراین نتایج حاصله نشان از پایایی بالای ابزار سنجش داشت. به منظور قوت بخشیدن هرچه بیشتر به ابزار اندازه گیری و بررسی روایی پرسشنامه محقق ساخته، همان گونه که ذکر شد، پرسشنامه تنظیم شده و مراحل تنظیم آن به رؤیت چند تن از اعضاء هیأت علمی صاحب نظر، مدیران و کارشناسان خبره شهرداری و چند متخصص امر در حوزه این تحقیق رسید و پس از اخذ نقطه نظرات آنان نسبت به اصلاح آن اقدام و در نهایت پرسشنامه نهایی تنظیم گردید و بر این اساس روایی وسیله اندازه گیری به طریق محتوایی و یا روایی صورتی حاصل شد.

۴-۴- استخراج نتایج و گزارش یافته ها

۴-۴-۱- یافته های توصیفی

اشکال زیر نشان دهنده برخی ویژگی های توصیفی در نمونه انتخابی شامل توزیع جنسی، دفعات مراجعه، میزان تحصیلات و نوع فعالیت پاسخگویان می باشند



شکل ۲- دفعات مراجعه پاسخگویان



شکل ۳- توزیع جنسی پاسخگویان



شکل ۵- نوع فعالیت پاسخگویان

جدول شماره ۲ نمایانگر وضعیت هر یک از عوامل پنج گانه مدل سروکوآل در مناطق مختلف شهرداری مشهد است. همان گونه که مشاهده می گردد مراجعان به مناطق سیزده گانه شهرداری مشهد، بیشترین شکاف را در عامل اطمینان و اعتماد و کمترین شکاف یا مطلوب ترین کیفیت خدمات را در عامل تضمین برشمرده اند.

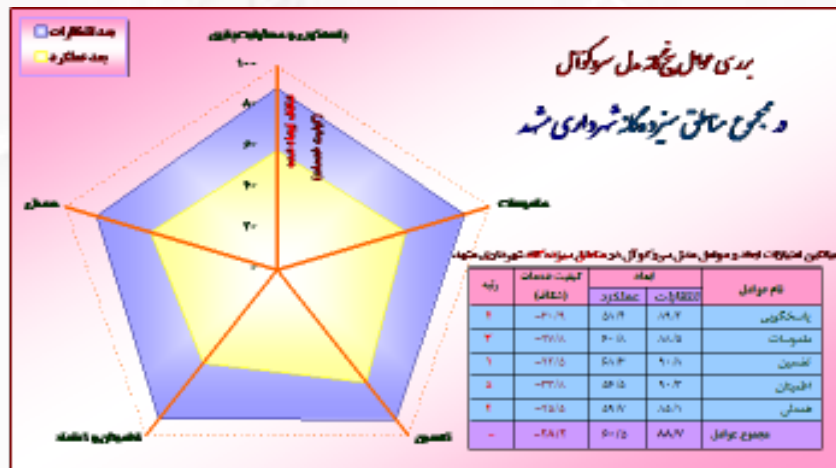




جدول ۲- نتایج کلی از وضعیت هر یک از عوامل پنج گانه مدل سروکوآل به تفکیک مناطق

شکل مورد مطالعه	بازتابیافته ترین عامل هر منطقه (بیشترین شکاف)	بازتابیافته ترین عامل هر منطقه (کمترین شکاف)
شکل الف	اطمینان و اعتماد	همدلی
شکل ب	اطمینان و اعتماد	تصمیم
شکل پ	اطمینان و اعتماد	تصمیم
شکل ث	اطمینان و اعتماد	همدلی
شکل ج	اطمینان و اعتماد	تصمیم
شکل د	ملموسات	تصمیم
شکل ه	اطمینان و اعتماد	تصمیم
شکل و	اطمینان و اعتماد	تصمیم
شکل ز	اطمینان و اعتماد	تصمیم
شکل ح	پاسخگویی و مسئولیت پذیری	ملموسات
شکل ط	پاسخگویی و مسئولیت پذیری	تصمیم
شکل ق	پاسخگویی و مسئولیت پذیری	ملموسات
شکل ر	اطمینان و اعتماد	همدلی

در شکل شماره ۶ شکافهای ایجاد شده در عوامل پنج گانه مدل از دیدگاه مراجعان در قالب یک نمودار عنکبوتی به تصویر درآمده است.



شکل ۴- امتیازات کسب شده متغیرهای مدل سروکوآل در مناطق سیزده گانه شهرداری مشهد



۵-۳- تحلیل های آماری

به منظور انجام تجزیه و تحلیل های آماری، فرضیات تحقیق با استفاده از آزمون t - اتودنت دو نمونه ای برای مقایسه میانگین دو گروه وابسته (نمونه های جفت شده که یک جفت آن نمره بعد انتظار و جفت دیگر آن نمره بعد عملکرد از دیدگاه یک مراجعه کننده است) مورد سنجش قرار گرفت. البته نرمال بودن مشاهدات داده های این دو گروه توسط آزمون شاپیرو ویلک مورد تأیید قرار گرفت. بر این اساس پس از محاسبه و برآورد آماره های مورد نیاز، آزمون فوق برای تمام فرضیات تحقیق و بر روی امتیازات گردآوری شده از نمونه مورد مطالعه، اجرا شده و نتایج حاصل از آزمون t - اتودنت استخراج گردید. به عنوان نمونه نتایج آزمون، برای اولین فرضیه تحقیق در جدول شماره ۳ نشان داده شده است. برای سایر فرضیات نیز آزمون مذکور به صورت مشابه انجام گرفت.

جدول ۳- نتایج آزمون t - اتودنت برای نمونه های جفت شده مربوط به فرضیه اول

P-value	درجه آزادی	آماره آزمون t	میانگین اختلافات	انحراف معیار	میانگین	مجموع عوامل
۰/۰۰۰	۲۷۶۹	۶۳/۹۸	۲۸/۲	۱۵/۳۴	۸۸/۷	بعد انتظارات
				۲۰/۱۸	۶۰/۵	بعد عملکرد

همان گونه که از نتایج جدول نیز مشخص است، بین سطح انتظارات مراجعان و درک آنان از نحوه عملکرد مناطق شهرداری مشهد شکاف وجود دارد. به قسمی که حدوداً تنها ۶۸٪ از انتظارات مراجعان توسط عملکرد شهرداری های مناطق پاسخ داده می شود و ۳۲٪ دیگر آن احتمالاً از کیفیت خدمات ارائه شده ایجاد نارضایتی خواهد نمود میزان کیفیت خدمات به تفکیک هر یک از عوامل مدل سروکوال برای مجموع مناطق سیزده گانه شهرداری مشهد، در جدول شماره ۳ آمده است:

جدول ۳- کیفیت خدمات ارائه شده در مجموع مناطق شهرداری مشهد به تفکیک اجزاء مدل

میزان رضایت / کیفیت خدمات به درصد	مدل
۶۹٪	منابع
۶۳٪	تأمین و نگهداری
۶۵٪	پاسخگویی و مسئولیت پذیری
۷۵٪	نظمین
۷۰٪	عملکرد





- میزان درک (برداشت) مراجعان از نحوه عملکرد مناطق سیزده گانه شهرداری مشهد متفاوت است. به قسمی که در مناطق «ر» و «ب» مراجعان درک مطلوبی از نحوه عملکرد این مناطق داشته اند و در مقابل مراجعان مناطق «پ»، «ز»، «الف»، «خ» و «ذ» نحوه عملکرد این مناطق را در ارائه خدمات به خود نامناسب ارزیابی نموده اند.
- کیفیت خدمات ارائه شده به مراجعان در مناطق سیزده گانه شهرداری مشهد متفاوت است. این نتیجه در حالی است که در مناطق «ج» و «ر» با یک اختلاف معنی دار نسبت به سایر مناطق کمترین شکاف یا مطلوب ترین کیفیت را در ارائه خدمات می توان مشاهده نمود و در نقطه مقابل مناطق «ذ»، «خ» و «الف» با ضعف عملکردی در پاسخ گویی به انتظارات مراجعان خود دارای بیشترین شکاف کیفیتی می باشند.
- مراجعات مستمر به مناطق شهرداری مشهد سبب ارزیابی مطلوب تر مراجعان از کیفیت خدمات ارائه شده در این مناطق نمی گردد. به عبارت دیگر مراجعات مکرر سبب نشده است تا سطح انتظارات این نوع مراجعان به گونه ای توسط عملکرد مناطق شهرداری پوشش داده شود.
- مشخصه های فردی و عمومی مراجعان به مناطق شهرداری مشهد در ارزیابی آنان از کیفیت خدمات دریافت شده مؤثر می باشد. در این خصوص ۱۶ آزمون مختلف آماری انجام پذیرفت و نتایج ذیل کلیاتی از این یافته ها است:
- زنان مراجعه کننده به مناطق سیزده گانه شهرداری مشهد نسبت به مردان کم انتظارت تر بوده و دارای درک مطلوب تری از نحوه عملکرد مناطق اند.
- بین سن با سطح انتظارات و درک مراجعان از نحوه عملکرد مناطق ارتباط خطی مستقیم وجود دارد، یعنی با افزایش سن سطح انتظارات و ادراکات مراجعان افزایش یافته و برعکس هرچه سن کاهش می یابد، انتظار کم می شود.
- هرچه تحصیلات مراجعان بیشتر است، ارزیابی آنان از کیفیت خدمات ارائه شده کاهش می یابد.
- نوع فعالیت مراجعان به مناطق سیزده گانه شهرداری مشهد سبب ارزیابی های متفاوت از کیفیت خدمات گردیده است، به قسمی که در بین مراجعان وجود کمترین شکاف و یا مطلوب ترین ارزیابی در بین خانه داران بوده است، مراجعان بیکار، بازنشسته و دارای شغل آزاد نیز اختلاف معنی داری از لحاظ آماری با مراجعان خانه دار ندارند اما در مقابل مراجعان شاغل در بخش خصوصی، محصلین و دانشجویان و شاغلین در بخش دولتی، کیفیت خدمات را ضعیف ارزیابی نموده اند.

۵- ارائه پیشنهادات

در پایان با عنایت به یافته های این تحقیق و اهمیت موضوع آن در سازمان ها و حوزه های مختلف خدماتی و بالخصوص شهرداری مشهد، پیشنهادات ذیل که همسو و نشأت گرفته از یافته پژوهش می باشد، در دو بخش عمده به شرح ذیل ارائه می گردد.





- یافته پژوهش نشان داد که بیشترین شکاف در عمل اطمینان و اعتماد ایجاد شده است. عنایت به مؤلفه‌های این عمل بی‌شک می‌تواند در افزایش سطح رضایت‌مندی مراجعان به مناطق شهرداری مشهد و در نتیجه کاهش شکاف، مفید واقع گردد. بنابراین با در نظر داشتن اصل پارتو، مدیران و مسئولین مناطق شهرداری مشهد با برنامه‌ریزی و رفع مشکلات این شاخص‌ها به عنوان مثال، راهکارهایی در زمینه افزایش تعهد کاری و مسئولیت‌پذیری کارکنان مناطق شهرداری، می‌توانند سبب یک افزایش چشمگیر در افزایش کیفیت خدمات ارائه شده به مراجعان گردند.
- پس از عامل اطمینان و اعتماد، عامل پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری دارای بیشترین شکاف در بین عوامل مورد مطالعه می‌باشد. در مجموع بر اساس اصل پارتو با رفع کردن مشکلات ناشی از دو عامل اخیر تا حد بسیار زیادی می‌توان سطح رضایت مراجعه‌کنندگان از خدمات ارائه شده را افزایش داد. برای رفع مشکلات این دو عامل، دو پیشنهاد اساسی به صورت ذیل ارائه می‌گردد: اولاً بازنگری و اصلاح در روش‌ها و فرآیندهای انجام امور مرتبط با مراجعان و ثانیاً ارتقاء کیفیت نیروی انسانی شاغل در مناطق شهرداری مشهد.
- در راستای بهبود دو عامل فوق، پیشنهاد می‌شود با برگزاری دوره‌ها، همایش‌ها و سمینارهای آموزشی، کارکنان با تخصص‌های کاری خود و علوم نوین در حوزه تخصصی خویش بیشتر آشنا گردند و از تنزل آنان جلوگیری گردد. بی‌شک این پیشنهاد می‌تواند در اعتمادسازی مراجعین به مناطق سیزده‌گانه شهرداری مشهد، که بیشترین شکاف را به خود اختصاص داده بود، بسیار مفید واقع گردد.
- با توجه به ناحیه محوری در مناطق شهرداری مشهد می‌بایست به مباحث فضا و تجهیزات اداری بروز و کارآمد در این نواحی توجه ویژه‌ای شود و با پیش‌بینی امکانات و تسهیلات لازم، نسبت به رفع نیازهای اولیه مراجعین همچون فضای کافی و زیبا، صندلی‌های نشیمن مرتب و تمیز، باجه‌های تلفن عمومی، آب‌سردکن‌های بهداشتی، فضایی تمیز و آراسته و اقدامات مقتضی صورت پذیرد.
- طرح نتایج در جلسه شورای عالی اداری شهرداری و تشویق مناطق برتر به عنوان پلسخگوترین مناطق در بین مناطق سیزده‌گانه شهرداری مشهد؛ جهت ایجاد انگیزه و تقدیر از عملکرد مطلوب کارکنان و مسئولین مناطق مذکور و ایجاد زمینه‌ای برای حرکت و پویایی سایر مناطق پیشنهاد می‌شود.





۶- مراجع

۱. دیواندری، علی و دلخواه، جلیل (۱۳۸۴)، تنوین و طراحی مدلی برای سنجش رضایت‌مندی مشتریان در صنعت بانکداری و اندازه‌گیری رضایت‌مندی مشتریان بانک ملت بر اساس آن، فصلنامه علمی- پژوهشی بازرگانی، شماره ۳۷، ص. ۲۲۳-۱۸۵.
۲. محمدی، اسماعیل (۱۳۸۲)، مشتری‌مداری، تکریم ارباب‌رجوع، چاپ اول، انتشارات خدمت فرهنگی رسا.
۳. میر غفوری، سید حبیب‌اله و حبیب زارع احمد آبادی، (۱۳۸۶). تجزیه و تحلیل کیفیت خدمت مراکز درمانی با استفاده از مدل سروکوآل (مطالعه موردی: بیمارستان شهید رهنمون یزد)، مجله علمی- پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی و خدمت بهداشتی- درمانی شهید صدوقی یزد، دوره پانزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۳۸۶، ص. ۹۲-۸۴.
۴. ناظمی، شمس‌الدین و پدرام نیه سارا (۱۳۸۵): بررسی و تحلیل ابعاد کیفیت خدمات با استفاده از مقیاس و ابزار سروکوآل (مطالعه موردی: فضای سبز شهری مشهد)
۵. Bodvarsson O. B. & Gibson, W. A. (۲۰۰۵) Tipping and Service Quality: A Reply to LYNN, The Social Science Journal, pp. ۴۷۶-۴۷۱
۶. Brooks R. F. & Lings I. N. & Botschen M. A. (۱۹۹۹) Internal Marketing and customer driven wave fronts, Service Industries Journal, pp. ۶۷-۴۹.
۷. Ching-Wen C. & Liou T.; (۲۰۰۶) Subjective appraisal of service quality using fuzzy linguistic assessment, International Journal of Quality & Reliability Management, Vol. ۲۳ No. ۸, pp ۹۲۹-۹۳۰.
۸. De Oliveira O., Ferreira E. (۲۰۰۹) Adaption and application of the SERVQUAL scale in higher education, POMS ۲۰th Annual Conference, Florida U.S. A
۹. Parasuraman, A., Zeithamel, V. A., & Berry, L. (۱۹۸۵). A Conceptual Model of Service Quality and it's Implication for Future Research Journal of Marketing, ۳۶.
۱۰. Prabaharan B., Arulraj. A., Rajagopal. V., (۲۰۰۸) Service Quality on Tourism: Application of Structural Equation Modeling, Conference on Tourism in india- Challenges Ahead.
۱۱. Ravichandran K. Tamil Mani B. Arun Kumar S. (۲۰۱۰) Influence of Service Quality on Customer Satisfaction Application of Servqual Model, International Journal of Bussiness and Management Vol ۵, No. ۴



This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.