

بررسی کیفیت خدمات و رابطه آن با اثربخشی

دکتر محمد باقر گرجی*

* استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد

چکیده

با توجه به افزایش نقش سازمان‌های دولتی در عرصه‌های اقتصادی و اهمیت کیفیت در عرصه‌های رقابتی، کیفیت خدمات به عنوان یکی از محورهای کلیدی رقابت شناخته شده است. هدف اصلی این پژوهش بررسی کیفیت خدمات و رابطه آن با اثربخشی سازمان جهاد کشاورزی مازندران است و تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نوع توصیفی - پیمایشی می باشد. جامعه آماری کلیه ارباب رجوع‌های سازمان مذکور و روش نمونه‌گیری خوشه‌ای مرحله‌ای می باشد. حجم نمونه با استفاده از جدول کرجسی و مورگان، ۳۸۴ نفر تعیین گردیده است. گردآوری اطلاعات به دو روش کتابخانه‌ای و میدانی انجام شده و ابزار گردآوری پرسشنامه بوده و برای تجزیه و تحلیل از آمار توصیفی و آمار استنباطی (آزمونهای T، کای دو و همبستگی پیرسون) با کمک نرم افزار Spss استفاده شده است.

یافته‌های تحقیق در سطح اطمینان ۹۵٪ به شرح زیرمورد تأیید قرار گرفت:
فرضیه اصلی ۱: بین انتظارات ارباب رجوع از کیفیت خدمات سازمان و ادراکات آنها تفاوت معنی داری وجود دارد.

فرضیه اصلی ۲: بین اعمال کیفیت خدمات و اثربخشی سازمان رابطه معنی دار وجود دارد.
همچنین بین ابعاد مسئولیت پذیری، قابلیت اطمینان و ضمانت و تضمین با اثربخشی رابطه معنی داری وجود دارد، در حالی که میان ابعاد فیزیکی و همدلی با اثربخشی چنین رابطه‌ای به دست نیامد. لازم به ذکر است تمامی متغیرهای آخر به عنوان فرضیه‌های فرعی ارائه گردیدند.

واژه‌های کلیدی: کیفیت خدمات، اثربخشی، سروکوال، قابلیت اطمینان، همدلی، مسئولیت پذیری، ابعاد فیزیکی

مقدمه

چگونه است؟ این نیاز موجب شده است که سازمان‌های بخش دولتی بیش از گذشته در پی اندازه‌گیری کیفیت خدمات خود باشند. مشکل جدی سازمان‌های دولتی این است که چگونه ارزیابی مسأله‌ای را بر عهده بگیرند که اندازه، نوع و ارائه آن متفاوت است. بنابراین

سازمان‌های بخش دولتی به علت تنوع و تعدد مشتریان خود نه تنها بایستی مراقبت نمایند که انتظارات مشتریان برآورده شود، بلکه باید تلاش نموده تا دریابند طرز نگرش مشتریان نسبت به سازمان‌هایشان و نحوه ارائه خدمت آنان

از این سازمان‌ها، سازمان جهاد کشاورزی مازندران می‌باشد. لذا سوال اصلی تحقیق حاضر این است: آیا اعمال کیفیت خدمات در سازمان جهاد کشاورزی مازندران بر اثربخشی این سازمان موثر است؟

مبانی نظری تحقیق

کیفیت چیست؟

کیفیت از جمله واژه‌هایی است که علی‌رغم قدمت آن، از تعریف مشخص و یکسانی نزد همگان برخوردار نیست. از جمله این تعاریف عبارتند از:

کیفیت مساوی است با رضایت مشتری و توجه به نیازهای او به منزله قلب کیفیت. کیفیت عبارت است از انطباق با مشخصات (gil, ore, 1974, levitt, 1979)، انطباق با نیازمندی‌ها (Crosby, 1979)، شایستگی جهت استفاده (juran & binghman, 1974)، ارزش (feigenbaum, 1951)، پرهیز از ضرر (taguchi, 1979)، برآوردن و یا فراتر رفتن از انتظارات مشتریان (parasurman et al., 1985, groenroos, 1983) گاروینت هشت بعد برای کیفیت بر می‌شمارند: عملکرد، ویژگی‌ها، قابلیت اطمینان، قابلیت دوام، قابلیت تغییر پذیری، زیبایی و کیفیت درک شده. کیفیت باید در راستای برطرف کردن خواسته‌های مشتریان در زمان حال و آینده نشانه گرفته شود (deming)، کیفیت عبارت است از کل ویژگی‌ها و مشخصه‌های یک محصول یا خدمت که آن را قادر می‌سازد تا خواسته‌ها یا نیازهای شخصی را برآورد کند.

چرا کیفیت مهم است؟

یکی از سوالات کلیدی که می‌تواند مطرح باشد این است که چرا باید به کیفیت محصولات پرداخت. به عبارت دیگر توجه به کیفیت چه فرصت‌ها و مزیت‌هایی برای سازمان ایجاد می‌کند؟ از طرفی با توجه به کیفیت محصول نه تنها برخلاف بسیاری از ذهنیت‌ها، هزینه‌های شرکت، افزایش نمی‌یابد بلکه به دوطریق موجب افزایش سود آوری می‌شود: (توکلی، ۱۳۸۲، ص ۴).

- از طریق بازار؛ این امر با به دست آوردن سهم

سازمان‌های دولتی جهت اندازه‌گیری کیفیت خدمات خود نیازمند مدل‌های تعریف شده‌ای هستند که توانایی دستگاه ارزیابی کیفیت خدمات در بخش دولتی را به اثبات رسانده و معیار مناسبی جهت اندازه‌گیری سطح رضایت مندی مشتریان (ارباب رجوع) ارائه نمایند. از سوی دیگر، اثربخشی خدمات دولتی به میزان تحقق اهداف و مقاصد سازمان‌های دولتی به منظور تامین نیازها و خواسته‌های شهروندان و ارباب رجوع سازمان تعریف شده است و در سنجش آن در واقع سازمان به بیرون می‌نگرد تا دریابد خدمات چه اثراتی بر جامعه و مشتریان بجای گذاشته است. (الوانی و ریاحی، ۱۳۸۲، صفحه ۳۵)

بیان مساله

سازمان‌های دولتی به دلیل تنوع و تعداد مشتریان خود نه تنها بایستی مراقبت نمایند که انتظارات مشتریان برآورده شود، بلکه باید تلاش نمایند تا دریابند طرز نگرش مشتریان نسبت به سازمان‌های آنان در مقایسه با سازمان‌های بخش خصوصی چگونه است؟ امروزه به دلایل مختلف سازمان‌های دولتی در پی شناسایی نیازهای مشتریان خود و بررسی طرز تلقی آنها از خدمات ارائه شده هستند. سازمان‌های دولتی دریافته‌اند که دیگر هر آنچه ارائه می‌دهند، نمی‌تواند مورد رضایت مشتریان قرار گیرد و آنها ناچارند انتظارات مشتریان خود را شناسایی نموده و آن را اندازه‌گیری نمایند. از سویی دیگر، بهره‌وری بخش دولتی را می‌توان پاسخگویی و حساس بودن به نیازها و خواسته‌های شهروندان یا صرف بهینه منابع دانست. بدیهی است، هدف اصلی سازمان‌های دولتی، پاسخگویی به نیازها و خواسته‌های شهروندان بوده و هرگاه این هدف با استفاده بهینه از منابع صورت گیرد، بهره‌وری حاصل گردیده است. (الوانی، ریاحی، ۱۳۸۲، صفحه ۳۷).

با توجه به افزایش نقش سازمان‌های خدماتی در عرصه‌های اقتصادی و اهمیت کیفیت در عرصه‌های رقابتی، سازمان‌های خدماتی و دولتی باید با رویکردی استراتژیک و پویا به مدیریت خدمات کیفیت بنگرند و درک واضحی از وضعیت کیفیت خدمات، انتظارات ارباب رجوع و مشخصه‌های عمومی کیفیت داشته باشند که یکی

بیشتری از بازار میسر می‌گردد.

- از طریق صرفه جویی در هزینه؛

امروزه، کیفیت یک لغت شناخته شده در سرتاسر جهان است و به شدت مورد توجه مشتریان قرار گرفته است. از طرف دیگر، مفهوم کیفیت به شکلی مطرح است که بیانگر نوع مدیریت یک سازمان می‌باشد و در واقع کیفیت جوهره مدیریت یک سازمان است. اینجا است که آن را به عنوان یک سیستم جامع و فراگیری می‌دانند که با مشارکت کلیه افراد در پس افزایش بهره‌وری و بهبود مستمر فرایند و فرآورده‌های سازمان و تامین نیازها و انتظارات حال و آینده مشتریان می‌باشد. از سوی دیگر، سازمان‌های دولتی باید برای اثر بخش بودن، نیازها و خواسته‌های شهروندان را از روی اظهار نظرات آنان، برخی فعالیت‌هایشان و در برخی موارد از سنت‌ها، آداب و ارزش‌های حاکم بر جامعه تشخیص دهند. بر اساس این اطلاعات اثربخشی به تامین نیازها و خواسته‌های شهروندان و ارباب رجوع‌های سازمان تعریف شده است. بدین ترتیب اثربخشی درجه پاسخگویی و واکنش سازمان‌ها نسبت به نیازها و خواسته‌های جامعه، شهروندان و استفاده‌کنندگان از امکانات دولتی است.

کیفیت در بخش خدمات

ما همه به نحوی از خدمات استفاده می‌کنیم. عموماً کیفیت خدمات ارائه شده می‌تواند روی کیفیت زندگی تاثیر بگذارد. از جمله این خدمات می‌توان به خدمات بانکی، بیمه‌ای، حمل و نقل، درمانی، آموزشی، هتل داری و ... اشاره نمود. سیستم‌های خدماتی را می‌توان از نظر تماس با مشتری و نوع تکنولوژی در چهار طبقه عمده دسته بندی کرد: در دسته اول از این سیستم‌ها نظیر خدمات پستی، تماس با مشتری کم بوده و تاکید بر استفاده از تکنولوژی پیشرفته است. در دسته دوم تماس با مشتری زیاد بوده و علاوه بر آن به کارگیری تکنولوژی پیشرفته نیز مورد تاکید است. سیستم‌های مخابراتی و تماس تلفنی و سیستم‌های پزشکی برای تشخیص و درمان در این طبقه قرار می‌گیرند. دسته سوم شامل سیستم‌های خدماتی است که در آنها تماس با مشتری کم

بوده و تاکید زیادی بر کیفیت نیروی انسانی می‌باشد. تدریس و سخنرانی در این دسته از سیستم‌ها قرار می‌گیرند و دسته چهارم که پزشکان و خدمات مشاوره‌ای از مثال‌های عمده آن محسوب می‌شود، سیستم‌هایی هستند که علاوه بر آنکه تماس با مشتری در آنها زیاد می‌باشد، نیروی انسانی نیز از اهمیت قابل توجهی برخوردار است. (Juran, 1998, 184)

اثربخشی چیست؟

درک هدف‌های سازمانی از نخستین گام‌هایی است که باید در راه درک اثربخشی سازمان برداشت. هدف‌های سازمان باید نشان دهنده علت وجودی آن و آنچه که در پی دستیابی به آن است باشد. اثربخشی مبحثی است که حدود ۵۰ سال پیش پیتر دراکر^۱، آن را به طور علمی مطرح کرد.

اثربخشی^۲ سازمان عبارت است از درجه یا میزانی که سازمان به هدف‌های مورد نظر خود نایل می‌آید.

امروزه در سازمان‌های پیشرفته و موفق جهان سعی می‌شود تا برای اثربخشی سازمان، اهداف روشن و مشخصی در نظر گرفته و سپس در جهت نیل به آنها همه توان خود را به کار گیرند. مثلاً آنچه را که می‌توان در همه سازمان‌های موفق مشاهده کرد، وجه اشتراک آنها توجه به کیفیت و رضایت مشتری است. اما برای نیل به این اهداف باید فرهنگ سازمانی لازم، معیارها، ارزش‌ها، هنجارها و اصول مرتبط، در سازمان طراحی شود. در واقع موضوع، هدف و راه‌های نیل به اثربخشی باید در سازمان‌ها برای کارکنان روشن باشد و سپس مدیریت بکوشد تا ویژگی‌های مربوط به اثر بخشی به صورت دیدگاهی مشترک^۳، برای همه افراد سازمان نهادینه شود. در این حالت است که می‌توان سازمان را به سوی اثربخشی سوق داد. (Tangen, 2003, 46)

به عنوان ساده ترین تعریف، اثربخشی در یک سازمان به میزان دستیابی سازمان به اهدافش گفته می‌شود. در مقابل موضوع دیگری که مطرح می‌شود کارایی است.

1 - Piter drucker
2- Effectiveness
3 - Shared vision

رابطه روشنی وجود دارد.

روش مبتنی بر فرایند درونی سازمانی

مطابق این روش، سازمان اثربخش سازمانی است که از سلامت سازمانی لازم برخوردار بوده و افرادی داشته باشد که دارای انگیزش، علاقه مندی، احساس مسئولیت و نسبت به سازمان متعهد باشند.

مدل استراتژیک پایه گذاران سازمان

بر اساس این مدل اثربخشی سازمانی، سازمان اثربخش، سازمانی است که به خواسته‌ها و نظرات کسانی که آن را پایه گذاری کرده‌اند پاسخ دهد؛ مانند دانشگاه‌ها. در دانشگاه‌ها تاکید بر آموزش دانشجویان و در نهایت فارغ التحصیل شدن آنان است و در مورد کاربایی و اشتغال فارغ التحصیلان هدفی مدنظر نیست. بدین ترتیب بقای دانشگاه حفظ می‌شود.

اندازه گیری کیفیت خدمات (مدل سروکوال)

صاحب‌نظران مختلف برای اندازه گیری ادراک مشتریان از کیفیت خدمات تلاش بسیاری کرده‌اند. یکی از مدل‌های توسعه یافته در اندازه گیری کمی کیفیت خدمات متعلق به زتهامل و همکارانش است. در سال ۱۹۸۸ زتهامل، پاراسورمان و لئونارد بری با استفاده از پنج مولفه کیفیت خدمات، ابزاری را به وجود آوردند که با استفاده از آن می‌توان کیفیت خدمات را از نظر مشتری ارزیابی نمود. این ابزار در ادبیات کیفیت با نام سروکوال (SERVQUAL) معروف گردیده است. (1990, 15-17, Zeithamel & Parasuraman & Berry)

مقیاس سروکوال در شکل اولیه خود شامل ۵ بُعد و ۲۲ مولفه است که نیمی از این مولفه‌ها سطح انتظار مصرف کننده از یک خدمت خاص و نیمی دیگر سطح درک شده از کیفیت خدمات ارائه شده به وسیله آن سازمان خاص را اندازه گیری می‌کنند. کیفیت خدمت به وسیله تفاضل بین نمرات، سطح ادراک و سطح مودانتظار مشتری از خدمات اندازه گیری می‌شود. می‌توان فرمول کیفیت خدمات را به شرح زیر بیان کرد:

کارایی نیز در ساده ترین تعریف به میزان منابع استفاده شده برای تولید یک واحد بازده در سازمان اطلاق می‌شود. توجه به این نکته ضروری است که علیرغم اینکه اثربخشی و کارایی تمایل به همخوانی با یکدیگر دارند، اما همیشه این اتفاق نمی‌افتد. به عبارت دیگر ممکن است سازمانی در عین کارایی اثربخشی نباشد و بالعکس. (1998, 58, Daft)

معیارهای سنجش اثربخشی

از دیدگاه مدیران نتیجه کوشش‌ها و برنامه ریزی‌های آنان برای نیل به اهداف سازمانی باید به سنجیده شده و مشخص شود که سازمان تا چه حد به اهدافش دست یافته است. پیتر دراگر گفته است که عملکرد سازمان‌ها را می‌توان بر اساس درجه اثربخشی و کارایی آنها شناخت. بنابراین، باید درصدد بود تا با استفاده از معیارهایی بتوان از وضعیت عملکرد سازمان‌ها مطلع شد. هوج در کتاب تئوری سازمان و رابینز در کتاب تئوری سازمان، از دیدگاه کمپبل^۱، سی معیار در زمینه اثربخشی و عملکرد سازمان را معرفی کرده‌اند. در زمینه روش‌های سنجش اثربخشی کیم کامرون^۲، به چهار مدل اشاره کرده است که به شرح مختصر این مدل‌ها می‌پردازیم. (1999, 76-93, Mccan)

روش مبتنی بر دستیابی به هدف

به منظور سنجش اثربخشی سازمان، باید هدف‌های مورد نظر سازمان شناخته و سپس عملکرد اندازه گرفته شود. بنابراین، در این روش ابتدا باید مشخص نمود که هدف‌ها چه بوده است.

روش سیستم تامین منابع

بنا به روش سیستم تامین منابع، اثربخشی سازمان به میزان یا درجه موفقیت سازمان در کسب منابع مورد نظرش از محیط مربوط است. استدلال و فرضیه این سیستم بر این مبنا استوار است که در بین سیستم ورودی‌های سازمان از محیط کلان خود و عملکرد سازمان

1 - Campbell

2 - k. cameeron

3- Service Quality

بررسی ماهیت ویژگی‌ها و ادراکات مردم از طریق تجزیه و تحلیل پاسخ به پرسش‌هایی است که به دقت تدوین شده‌اند. کلیه ارباب رجوع‌های سازمان جهاد کشاورزی استان مازندران و واحدهای تابعه جامعه آماری پژوهش حاضر را تشکیل می‌دهند که بیش از ۱۰۰۰۰۰ نفر می‌باشند. حجم نمونه براساس جدول کرجسی و مورگان ۳۸۴ نفر تعیین گردیده است. همچنین روش نمونه‌گیری در این تحقیق با توجه به حجم جامعه، خوشه‌ای بوده است. جهت جمع‌آوری داده‌ها از سه پرسشنامه استفاده گردیده است که یکی جهت اندازه‌گیری ادراکات ارباب رجوع از خدمات و دیگری به منظور اندازه‌گیری ادراکات ارباب رجوع از خدمات و سومی به منظور اندازه‌گیری اثربخشی، که هر سه بر اساس طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای (کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) تهیه گردیده است. پایایی ابزار با استفاده از روش آلفای کرونباخ به ترتیب عبارتند از: پرسشنامه ادراکات ۰/۹۰، پرسشنامه انتظارات ۰/۸۳ و پرسشنامه اثربخشی ۰/۷۸، و روایی دو پرسشنامه ادراکات و انتظارات با استفاده از روایی محتوایی مورد تأیید قرار گرفت و روایی پرسشنامه اثربخشی با استفاده از روایی ملاکی برابر ۰/۸۰ تعیین گردید. همچنین به منظور بررسی و آزمون فرضیه‌های تحقیق از روش‌های آماری T استیودنت، ضریب همبستگی پیرسون و کای دو استفاده شده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

الف- محاسبه شکاف خدمات

به منظور بررسی و آزمون فرضیه‌ها در ابتدا لازم است که میزان انتظارات و ادراکات ارباب رجوع از کیفیت خدمات در سازمان مورد نظر سنجیده و سپس از طریق مقایسه آنها میزان شکاف احتمالی تعیین گردد. بنابراین، با استفاده از دو پرسشنامه طراحی شده، بر اساس مدل سروکوال که یکی برای سنجش انتظارات و دیگری به منظور سنجش ادراکات ارباب رجوع از خدمات بود، میزان آنها اندازه‌گیری گردید که نتایج در جدول شماره ۱، ارائه شده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود نتیجه حاصل از دو پرسشنامه میزان شکاف موجود در خدمات سازمان را

کیفیت خدمات = انتظارات مصرف‌کننده از خدمات - ادراکات مصرف‌کننده از خدمات

براساس مدل سروکوال ابعاد اساسی کیفیت خدمات شامل موارد زیر می‌باشد: (Parasuraman, 1989, 41)

الف- ابعاد فیزیکی (Tangibles): ابعاد فیزیکی شامل وجود تسهیلات، تجهیزات، پرسنل و کالاهای ارتباطی است. تمام این ابعاد تصویری را فراهم می‌سازند که مشتری (خصوصاً مشتری جدید) برای ارزیابی کیفیت آن را مد نظر قرار می‌دهد.

ب- قابلیت اطمینان (Reliability): توانایی انجام خدمات به شکلی مطمئن و قابل اعتماد می‌باشد، به طوری که انتظارات مشتری تامین شود. معنای دیگر قابلیت اطمینان عمل به تعهدات است؛ یعنی اگر سازمان خدماتی در زمینه زمان ارائه خدمت، شیوه ارائه خدمت و هزینه خدمت وعده‌هایی می‌دهد باید به آن عمل نماید.

ج- مسئولیت پذیری (Responsiveness): مراد از مسئولیت پذیری تمایل به همکاری و کمک به مشتری است. این بعد از کیفیت خدمت تأکید بر نشان دادن حساسیت و هوشیاری در قبال درخواست‌ها، سوالات و شکایات مشتری دارد. معیار تعریف مسئولیت پذیری مدت زمانی است که، مشتری مجبور است برای دریافت کمک یا پاسخ به سوالاتش منتظر بماند.

د- ضمانت و تضمین (Assurance): ضمانت و تضمین بیانگر شایستگی و توانایی کارکنان سازمان برای القای یک حس اعتماد و اطمینان به مشتری نسبت به سازمان است. این بعد از کیفیت خدمت مخصوصاً در خدماتی مهم است که دارای ریسک بالاتری باشند.

ه- همدلی (Empathy): یعنی اینکه با توجه به روحیه افراد، با هر کدام از آنها برخورد ویژه‌ای می‌شود. بطوری که مشتریان قانع شوند که سازمان آنها را درک کرده است و برای سازمان مهم هستند.

روش شناسی تحقیق

روش تحقیق در پژوهش حاضر از نوع کاربردی و نیز توصیفی/پیمایشی می‌باشد. این تحقیق روشی برای

جدول ۲: نتایج آزمون T در مورد ادراکات و انتظارات ارباب رجوع

	Mean	N	std.Deviation	std Error Mean
Pair 1 EDRAKAT	0.5	384	0.03401	0.00888
ENTEZARAT	0.7802	384	0.02114	0.00565

	Paired Differences	t	df	sig.	95% Confidence interval of the Difference		t	df	sig (2-tailed)
					Lower	Upper			
Mean	std. Deviation	Mean	std. Error						
Pair 1 Edrakat- Entezarat	-0.28	0.04811	0.01248		-0.3021	-0.2521	-22.489	349	0000

این تست در مورد کلیه ابعاد سروکوال بکار برده شده که در تمامی موارد برابری میانگین‌ها رد شد و وجود تفاوت در تمامی ابعاد مورد تایید قرار گرفته است.

آزمون فرضیه فرعی ۱:

بین ابعاد فیزیکی و اثربخشی رابطه وجود ندارد. H_0 :
 بین ابعاد فیزیکی و اثربخشی رابطه وجود دارد. H_1 :
 به منظور آزمون فرضیه‌های فرعی تحقیق از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. جدول شماره ۳، رابطه بعد فیزیکی کیفیت خدمات را با اثربخشی مورد سنجش قرار می‌دهد. چون این رابطه صادق نیست یعنی عدد به دست آمده بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد. بنابراین، فرض صفر تایید می‌شود و فرضیه تحقیق رد می‌گردد.
 جدول ۳: نتایج مربوط به ضریب همبستگی میان بعد فیزیکی و اثربخشی

	asarbakhsh	Fiziki
asarbakhshi Pearson Correlation	1	0.201
Sig.(2-tailed)	0	0.473
N	384	384
Fiziki Pearson Correlation	0.201	1
Sig.(2-tailed)	0.473	0
N	384	384

نشان می‌دهد. از سوی دیگر، این نتایج نشان دهنده آن است که در هیچ یک از ابعاد پنجگانه ذکر شده، سازمان نتوانسته به میزان استاندارد از کیفیت خدمات دست یابد. همچنین بیشترین شکاف در بعد قابلیت اطمینان و کمترین در همدلی دیده می‌شود.

جدول شماره ۱: مقایسه انتظارات و ادراکات و برآورد میزان شکاف در سازمان

مقیاس‌های سروکوال	انتظارات ارباب رجوع	ادراکات ارباب رجوع	میزان شکاف خدمات
ابعاد فیزیکی	۰/۷۶/۸۲	۰/۵۴/۵	۰/۲۲/۳۲
قابلیت اطمینان	۰/۷۹/۳	۰/۶۵/۴۵	۰/۲۲/۸۵
پاسخگو بودن	۰/۷۷/۳۷	۰/۵۷/۵	۰/۱۹/۵۸
ضمانت و تضمین	۰/۷۹/۲۵	۰/۶۰/۸	۰/۱۸/۴۵
همدلی	۰/۷۴/۲	۰/۵۴/۵	۰/۱۵/۷

ب- آزمون فرضیه‌ها

فرضیه اصلی ۱: بین انتظارات ارباب رجوع از کیفیت خدمات و ادراکات آنها تفاوتی معنی داری وجود دارد. برای آزمون این فرض از روش T استیودنت، جهت مقایسه میانگین‌ها استفاده گردیده است.

اطلاعات جدول شماره ۲، نتایج آزمون T در مورد ادراکات و انتظارات ارباب رجوع از خدمات ارائه شده سازمان است. جدول اول یعنی paired samples statistics شامل اطلاعات توصیفی در مورد این دو شاخص ادراکات و انتظارات است و در جدول بعدی paired samples t- test، زیر عنوان mean میانگین تفاضل‌ها را ارائه شده است که برابر ۰/۲۸- و آماره T برابر ۲۲/۴۸۹- می‌باشد. با مراجعه به جدول T با سطح اطمینان ۰/۹۵ (۰/۰۵) و درجه آزادی ۳۴۹، عدد ۱/۷۶ به دست می‌آید که چون کوچک‌تر از قدر مطلق ۲۲/۴۸۹ می‌باشد، فرض برابری میانگین‌ها رد می‌شود. همچنین نتیجه را می‌توانیم با مقدار P-value به دست آوریم. همان‌طور که ملاحظه می‌شود میزان sig عدد صفر به دست آمده است و چون $0 < 0/05$ است، فرض صفر یعنی برابری میانگین‌ها رد می‌شود و این مسأله موید وجود شکاف است و فرضیه اول تایید می‌گردد.

جدول ۵: نتایج مربوط به ضریب همبستگی میان مسئولیت پذیری و اثربخشی

Correlation		
	asarbakhsh	Masooliatpaziri
asarbakhshi Pearson Correlation	1	0.721 *
Sig.(2-tailed)	0	0.02
N	384	384
Masooliatpaziri Pearson Correlation	0.721 *	1
Sig.(2-tailed)	0.02	0
N	384	384

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

آزمون فرضیه فرعی ۴:

بین ضمانت و تضمین با اثربخشی رابطه وجود ندارد :

H_0

بین ضمانت و تضمین با اثربخشی رابطه وجود دارد . :

H_1

با توجه به میزان ضریب همبستگی درج شده در جدول شماره ۶، فرض صفر با ۹۵٪ اطمینان رد می شود.

جدول ۶: نتایج مربوط به ضریب همبستگی میان ضمانت و تضمین و اثربخشی

Correlation		
	asarbakhsh	tazmin
asarbakhshi Pearson Correlation	1	0.519 *
Sig.(2-tailed)	0	0.۰۴۷
N	384	384
tazmin Pearson Correlation	0.519 *	1
Sig.(2-tailed)	0.۰۴۷	0
N	384	384

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

آزمون فرضیه فرعی ۵:

بین همدلی و اثربخشی رابطه وجود ندارد: H_0

بین همدلی و اثربخشی رابطه وجود دارد: H_1

با توجه به میزان ضریب همبستگی درج شده در جدول شماره ۷، فرض صفر با اطمینان ۹۵٪ تایید می شود

آزمون فرضیه فرعی ۲:

جدول شماره ۴، میزان (قابل اعتماد بودن سازمان) منتج از پرسشنامه انتظارات و ادراکات را با اثربخشی سازمان مورد سنجش قرار می دهد:

بین قابلیت اطمینان و اثربخشی رابطه وجود ندارد.

H_0 :

بین قابلیت اطمینان و اثربخشی رابطه وجود دارد. : H_1

چون این رابطه برقرار است، فرض صفر رد می شود و فرضیه تحقیق تأیید می گردد. یعنی بین دو عامل همبستگی وجود دارد و افزایش یکی می تواند با افزایش دیگری رابطه داشته باشد.

جدول ۴: نتایج مربوط به ضریب همبستگی میان قابلیت اطمینان و اثربخشی

Correlation		
	asarbakhsh	Ghabeliat etminan
asarbakhshi Pearson Correlation	1	0.۶ *
Sig.(2-tailed)	0	0.0۱۸
N	384	384
Ghabeliat etminan Pearson Correlation	0.۶ *	1
Sig.(2-tailed)	0.0۱۸	0
N	384	384

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

آزمون فرضیه فرعی ۳:

بین مسئولیت پذیری و اثربخشی رابطه وجود ندارد.

H_0 :

بین مسئولیت پذیری و اثربخشی رابطه وجود دارد.

H_1 :

با توجه به جدول شماره ۵، و براساس رابطه P-Value $0.01 < 0.002 =$ ، با ۹۵٪ اطمینان فرض صفر رد می شود و فرضیه تحقیق تأیید می شود.

خروجی‌های جداول پیرسون می‌نگریم. هر کدام با قاطعیت بیشتری فرض صفر را رد نماید؛ یعنی با قاطعیت بیشتر همبستگی با اثربخشی را تایید می‌کند و اثر بیشتری از لحاظ میزان تاثیر بر اثربخشی دارد که نتایج این مقایسه به شرح زیر است:

۱. مسئولیت پذیری
۲. قابلیت اطمینان
۳. ضمانت و تضمین
۴. همدلی
۵. ابعاد فیزیکی

با رد فرضیه‌های فرعی ۱ و ۵ می‌توان گفت، از آنجایی که ارباب رجوع‌های سازمان جهاد کشاورزی از جامعه روستایی کشور می‌باشند، ابعاد همدلی و فیزیکی از نظر آنان نتوانسته با اثربخشی رابطه معنی داری را نشان دهد.

نتایج تحقیق

در پژوهش حاضر به منظور بررسی رابطه کیفیت خدمات و اثربخشی در سازمان جهاد کشاورزی مازندران، تاکید بر مقیاس سروکوال می‌باشد که دارای ۵ بعد اصلی یعنی ابعاد فیزیکی، مسئولیت پذیری، قابلیت اطمینان، ضمانت و تضمین و همدلی بوده و شامل ۲۲ مولفه فرعی می‌باشد. ابتدا جهت تعیین وضعیت کیفیت خدمات در سازمان مذکور دو پرسشنامه انتظارات و ادراکات کیفیت خدمات تنظیم و بین ارباب رجوع توزیع گردید و از آنها خواسته شد ابتدا این مولفه‌ها را به لحاظ انتظاراتشان از خدمات سازمان رتبه بندی کنند. سپس ادراکات خود از خدمات دریافت شده را از نظر همان ویژگی رتبه بندی نمایند. نتایج این دودسته رتبه بندی مقایسه می‌شوند، اگر خدمات ادراک شده پایین تر از انتظارات افراد باشد، نشانه ضعیف بودن کیفیت است و برعکس بالاتر بودن خدمات ادراک شده نسبت به انتظارات مشتری نشانه بالا بودن کیفیت است.

مقایسه انتظارات و ادراکات ارباب رجوع، میزان کیفیت خدمات را در سازمان ضعیف و کمتر از میزان انتظارات ارباب رجوع نشان می‌دهد. براساس نتایج به دست آمده شکاف بین انتظارات و ادراکات در تمامی ابعاد مدل

و فرضیه تحقیق رد می‌گردد. یعنی در این سازمان بین همدلی و اثربخشی رابطه معنی داری وجود ندارد.

جدول ۷: نتایج مربوط به ضریب همبستگی میان همدلی و اثربخشی

	asarbakhsh	hamdeli
asarbakhshi		
Pearson Correlation	1	0.347 *
Sig.(2-tailed)	0	0.205
N	384	384
hamdeli		
Pearson Correlation	0.347 *	1
Sig.(2-tailed)	0.205	0
N	384	384

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

فرضیه اصلی ۲: بین اعمال کیفیت خدمات و اثربخشی سازمان رابطه معنی دار وجود دارد.

جهت آزمون رابطه کیفیت خدمات و اثربخشی، ابعاد سروکوال را با اثربخشی در قالب فرضیه‌های فرعی مورد بررسی قرار داده و با توجه به نتایج حاصل از فرضیه‌های فرعی و محاسبات انجام شده مطابق جدول شماره ۸، مشاهده می‌گردد که فرضیه اصلی ۲، مورد تایید قرار گرفت.

جدول ۸: نتایج مربوط به ضریب همبستگی میان کیفیت خدمات و اثربخشی

	asarbakhsh	Keifiat khademat
asarbakhshi		
Pearson Correlation	1	0.632 *
Sig.(2-tailed)	0	0.011
N	384	384
Keifiat khademat		
Pearson Correlation	0.632 *	1
Sig.(2-tailed)	0.011	0
N	384	384

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

ترتیب اهمیت ابعاد سروکوال از نظر میزان تاثیر گذاری بر اثربخشی

برای تشخیص ترتیب اهمیت ابعاد به مقدار SIG در

خواسته‌های شهروندان از روی اظهار نظر آنان، فعالیت‌هایشان و در برخی موارد از سنت‌ها، آداب و ارزش‌های حاکم بر جامعه می‌باشند تا بر اساس این اطلاعات بر تامین نیازها و خواسته‌های شهروندان اقدام نمایند.

باگسترش روز افزون بکارگیری مدیریت کیفیت خدمات، به دلیل تغییرات سریع در فناوری و بالا رفتن سطح آگاهی ارباب رجوع و انتظارات آنها نسبت به گذشته و مقایسه خدمات سازمان‌ها با یکدیگر، پیاده شده طرح تکریم ارباب رجوع و ایجاد جو رقابتی با رتبه بندی شدن سازمان‌های دولتی در این طرح از لحاظ میزان رضایت‌مندی ارباب رجوع لازم است. سازمان با دید استراتژیک به دنبال افزایش کیفیت خدمات خود باشد تا رضایت‌مندی ارباب رجوع را افزایش دهد و از این نظر سازمانی اثربخش محسوب گردد. این مهم محقق نخواهد شد مگر آنکه شکاف‌های کیفیت به درستی شناخته شوند و برای هر کدام از آنها راهکارهایی معرفی و اجرا شوند. در ادامه با توجه به فرضیه‌های تحقیق پیشنهاداتی به شرح زیر ارائه می‌شود:

۱- به منظور کاهش شکاف بین انتظارات و ادراکات ارباب رجوع و افزایش کیفیت خدمات لازم است:

۱-۱- مدیران سازمان درک درستی از انتظارات ارباب رجوع خود داشته باشند که این مهم با ارتباط بیشتر مدیران با ارباب رجوع و مطالعات علمی در خصوص شناسایی انتظارات ارباب رجوع قابل دستیابی است.

۱-۲- کم کردن فاصله بین خدمات ارائه شده با وعده‌ها و تعهدات داده شده.

۲- شکاف بزرگی در بعد ابعاد فیزیکی به دست آمده، در این بعد با اینکه پایین ترین میزان انتظارات به دست آمده ولی به دلیل پایین بودن سطح ادراکات و عدم توجه سازمان به مولفه‌های ابعاد فیزیکی (تسهیلات، تجهیزات، پرسنل) شکاف بزرگی پدید آورده است، در این خصوص پیشنهاد می‌گردد:

۱-۲- تجهیزات جدیدی و بروز در سازمان‌ها و سایر مراکز محل حضور ارباب رجوع در این سازمان قرار گیرد.

۲-۲- امکانات مناسب جهت مدت زمان انتظار ارباب

سروکوال در سازمان مشاهده می‌گردد که این نشان دهنده پایین بودن سطح رضایت ارباب رجوع از این سازمان است؛ چرا که میزان کیفیت خدمات در تمام ابعاد منفی است. در فرضیه ۱ این تحقیق، محقق وجود تفاوت معنی‌دار میان میزان انتظارات و ادراکات ارباب رجوع را می‌سنجد که این فرضیه با اطمینان ۹۵٪ تایید شده و تفاوت معنی‌دار میان انتظارات و ادراکات به دست می‌آید.

در فرضیه ۲ بررسی می‌گردد که بین اعمال کیفیت خدمات در سازمان جهاد کشاورزی مازندران و اثربخشی این سازمان رابطه وجود دارد. این فرضیه نیز بر اساس محاسبات آماری انجام شده تایید می‌گردد و یک همبستگی قوی را میان میزان کیفیت خدمات سازمان و میزان اثربخشی آن نشان می‌دهد.

در فرضیه‌های فرعی رابطه ابعاد سروکوال و اثربخشی مورد ارزیابی قرار گرفت که بر اساس نتایج به دست آمده سه بعد مسئولیت پذیری، قابلیت اطمینان و تضمین با اثربخشی در این سازمان رابطه معنی‌دار داشته است. همچنین نتایج آماری هیچ نوع رابطه معنی‌داری بین همدلی و ابعاد فیزیکی در این سازمان و اثربخشی آن نشان نداده است که دلیل آن را می‌توان روستایی بودن جامعه ارباب رجوع‌های سازمان جهاد کشاورزی و پایین بودن سطح انتظارات آنها در این ابعاد دانست.

همچنین یافته‌های پژوهش حاضر ترتیب اهمیت ابعاد سروکوال از نظر میزان تاثیر گذاری بر اثربخشی را به شرح زیر نشان می‌دهد:

۱. مسئولیت پذیری
۲. قابلیت اطمینان
۳. ضمانت و تضمین
۴. همدلی
۵. ابعاد فیزیکی

این ترتیب به خوبی بیان می‌دارد که مدیران به منظور افزایش اثربخشی این سازمان برنامه ریزی خود را بر چه ابعادی بیشتر متمرکز نمایند.

پیشنهادات تحقیق

سازمان‌های دولتی برای اثربخش بودن به عنوان عنصر اصلی بهره‌وری دولتی، ناگزیر به شناسایی نیازها و

بر سنجش وضعیت کنونی ارائه خدمات به سنجش انتظارات ارباب رجوع خود پردازند و سعی نمایند با کم کردن این شکاف گام‌های بلندی در جهت افزایش اثر بخشی سازمان خود بردارند.

۳-۹- تقویت بخش روابط عمومی سازمان به منظور تبلیغات لازم و شناساندن انواع خدمات و توانایی‌های سازمان به ارباب رجوع و ممانعت از بروز توقعات بالا در ارباب رجوع و شناساندن حقوق ارباب رجوع به آنها.

۴- براساس نتایج پژوهش با وجود اینکه مسئولیت پذیری (پاسخگو بودن) سازمان بیشترین شکاف را در میان ابعاد نشان نمی‌دهد؛ ولی با مقایسه (sig) P-vaue ها در جدول پیرسون بیشترین همبستگی و رابطه را با اثربخشی این سازمان دارد. بنابراین، مدیران این سازمان باید دریابند که برای دستیابی به اثربخشی بالاتر باید به این بعد بیشتر توجه نمایند و برنامه ریزی دقیق تری به منظور پاسخگو بودن سازمان در برابر مسئولیت‌های اجتماعی اش داشته باشند.

۵- با توجه به اینکه درنتایج حاصله برای فرضیه اصلی ۲، همبستگی زیادی بین ادراکات ارباب رجوع از کیفیت خدمات و اثربخشی سازمان مشاهده گردید، پیشنهاد می‌گردد که مسئولان در خصوص نظرسنجی مرتب و نظارت بر چگونگی ارائه خدمات سازمان، توجه بیش از پیش از خود نشان دهند.

با توجه به تمام مواردی که ذکر شد چنین به نظر می‌رسد که استقرار سیستم کیفیت در سازمان‌های دولتی یک چاره نیست بلکه یک ضرورت است. واضح است که کیفیت تصادفی به وجود نمی‌آید و باید برای آن برنامه ریزی کرد. بنابراین، تعیین خط مشی کیفیت، نظام نامه کیفیت و تعیین روش‌های اجرایی از اهمیت بسزایی برخوردار است.

محدودیت‌های تحقیق

بی شک در فرآیند انجام هر گونه تحقیق و پروژه علمی یک سری علل و عواملی وجود دارند که به عنوان مانع، باعث کندی سرعت محقق و تحقیق جهت دستیابی به هدف می‌گردند که از این موانع می‌توان به عنوان

رجوع همچنین ابزارهای مناسب گرمایش و سرمایش استفاده گردند.

۲-۳- آراسته و پاکیزه بودن کارکنان و محیط کار از فاکتورهای اصلی امتیازدهی به کارکنان و مدیران بخش‌ها محسوب می‌شود.

۳- مسئولیت پذیری و قابلیت اطمینان به ترتیب بیشترین تاثیر را بر اثربخشی سازمان دارند که این مطلب وظایفی به شرح زیر برای مدیران سازمان ایجاد می‌نماید:

۳-۱- سازمان به منظور بالا بردن قابلیت اعتماد خود و در نتیجه بالا بردن میزان اثربخشی باید تلاش نماید وقتی کاری را تعهد می‌کنند آن را انجام دهند و از طریق تبلیغات غیرواقعی سطح انتظارات را در ارباب رجوع افزایش ندهند که در نتیجه آن اثر بخشی سازمان زیر سوال قرار گیرد.

۳-۲- نسبت به حل مشکلات ارباب رجوع خود علاقه‌مندی نشان دهند و در این خصوص اقدام نمایند.

۳-۳- خدمت را در اولین دفعه به طور صحیح انجام دهند و از امروز و فردا کردن و ایجاد بروکراسی زائد اداری بپرهیزند.

۳-۴- در زمان وعده داده شده خدمت را ارائه نمایند.

۳-۵- سوابق را به طور دقیق با استفاده از تجهیزات به روز نگهداری نمایند.

۳-۶- در انتخاب کارکنان نهایت دقت را بنمایند و از کارکنانی استفاده نمایند که دارای دانش و تخصص کافی برای پاسخگویی به ارباب رجوع باشند و از دوره‌های آموزشی برای به روز کردن دانش کارکنان خود بهره گیرند.

۳-۷- با توجه به نیازهای انگیزشی کارکنان، احترام به آنان این شعار را سرلوحه برنامه ریزی‌ها قرار دهند که کارکنان چگونگی برخورد سازمان با آنها را به ارباب رجوع منتقل نمایند. بنابراین، برای اینکه ارباب رجوع در برخورد با کارکنان احساس امنیت نماید ضمن آموزش این مطلب به کارکنان، امنیت لازم را در آنها ایجاد نمایند

۳-۸- با توجه به این نکته که میان شکاف انتظارات و ادراکات و اثربخشی سازمان همبستگی منفی شدیدی وجود دارد، بنابراین، لازم است برنامه ریزان سازمانی علاوه

۲. توکلی، غلامرضا، (۱۳۸۲) کارایی و اثربخشی، انتشارات، پیشروان تعالی کیفیت، تهران
- 3- Juran j.m.(1974) "Quality control hand book" third edition, mcgrow-hill
- 4- Mccan, Joseph. E.(1999) " Design principles for an invating company "academy of management executive 5 may
- 5- Parasuraman A., (1989)," Service Quality and productivity: a synergistic Perspective", Managing Service quality ,Vol 12, No 1, www.emeraldindight.com/0960-4529.htm
- 6- Tangen,S.(2003)"Avaluation and Revision of performance measurement system" novamber
- 7- Zeithaml A. Valariea ,Parasuraman A. & Leonardl .Berry (1990) "Delivering Quality Service" Maxwell macmillian,Inc , New York

محدودیت‌های تحقیق یاد کرد از جمله محدودیت‌ها و موانعی که بر سر راه پژوهش حاضر وجود داشته است می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

مهمترین محدودیت پژوهش حاضر را می‌توان عدم همکاری بسیاری از اعضای جامعه آماری در پاسخگویی به پرسشنامه‌ها دانست که در تمامی پژوهش‌های پیمایشی مشترک است.

پایین بودن سطح سواد اعضای جامعه آماری، امکان درک مشترک سوالات را دشوار می‌ساخت.

منابع و ماخذ

۱. الوانی، سید مهدی و بهروز ریاحی، (۱۳۸۲) سنجش کیفیت خدمات در بخش عمومی، چاپ اول، انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران، تهران

Archive of SID