

تبیین ابعاد و شاخص‌های کیفیت خدمات انتظامی کلانتری‌های استان

بوشهر از دیدگاه مردم و تعیین اولویت‌ها و ارائه راهکارهای

ارتقای آن با استفاده از مدل تحلیل شکاف سروکوال^۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۰۶/۲۸
تاریخ اصلاح: ۱۳۹۱/۰۹/۲۱
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۱۰/۰۳

دکتر منیجه بحرینی زاده^۱ و سید احمد موسوی^۲

چکیده

زمینه و هدف: ارزیابی کیفیت خدمات پلیس و نیروهای انتظامی به دلیل ماهیت مشتریان، تصمیم‌گیرندگان و پیچیدگی محیطی که نیروهای پلیس تجربه می‌کنند، مشکل است. در این پژوهش سطح کیفیت خدمات انتظامی کلانتری‌های استان بوشهر از دیدگاه استفاده‌کنندگان از این خدمات (مردم) با استفاده از مدل سروکوال، مورد بررسی قرار گرفته و با شناسایی شکاف‌های موجود در ارائه خدمات مطلوب، پیشنهادهایی برای رفع این شکاف‌ها ارائه گردیده است.

روش: این پژوهش از نظر هدف، کاربردی، از نظر میزان واپایش متغیرها، توصیفی و از بعد روش اجرا، پیمایشی است. به منظور جمع‌آوری اطلاعات، از پرسش‌نامه سنجش کیفیت خدمات بر اساس مؤلفه‌های استاندارد مدل سروکوال و دو بعد اضافه شده چو (۲۰۱۰) برای کاربردی کردن این مقیاس در خدمات پلیس استفاده شده است. به منظور تأمین تعداد نمونه مورد نیاز و کفایت نمونه برای تعمیم‌پذیری بیشتر نتایج، تعداد ۱۰۰۰ پرسشنامه تکمیل و در تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار گرفت. در این پژوهش برای آزمون پایایی مقیاس و سازه‌های مورد مطالعه از روش سازگاری داخلی و شاخص الفای کرونباخ، جهت آزمون اعتبار سازه‌های مورد مطالعه، علاوه بر استفاده از نظر متخصصان و صاحب‌نظران از روش‌های آماری تحلیل عاملی و برای آزمون فرضیه‌ها و سؤالات اساسی از آماره آزمون t (آزمون تفاوت میان میانگین‌ها در نمونه‌های زوجی) استفاده شده است.

یافته: نتایج تجزیه و تحلیل آماری برای بررسی معنی‌داری بین میانگین ادراکات و انتظارات افراد در ابعاد هفت‌گانه کیفیت خدمات با استفاده از آزمون t نمونه‌های زوجی روشن نمود که بین ادراکات و انتظارات مردم از ویژگی‌های ملموس کیفیت خدمات، قابلیت اطمینان کیفیت خدمات، رغبت و اشتیاق به پاسخگویی، تضمین و اعتبار کیفیت خدمات، همدلی کیفیت خدمات، به موقع عمل نمودن زمانی و مکانی و مشروعیت کیفیت خدمات، تفاوت معنی‌دار وجود دارد.

نتیجه‌گیری: با توجه به اینکه ارزیابی کیفیت خدمات در بخش خدمات عمومی به‌طور کلی و در کلانتری‌ها به‌صورت خاص و با استفاده از شاخص تعدیل شده سروکوال بر مبنای دو بعد مشروعیت و اقدامات فوری زمانی و مکانی برای بومی‌سازی و کاربردی کردن آن در ایران برای اولین بار انجام می‌شود، این تحقیق می‌تواند روزه‌های جدیدی را برای انجام تحقیقات بعدی باز نماید.

کلیدواژه‌ها:

کیفیت خدمات، سروکوال، تحلیل شکاف، کلانتری‌ها

□ استناد: بحرینی‌زاده، منیجه؛ موسوی، سید احمد (۱۳۹۱، زمستان). تبیین ابعاد و شاخص‌های کیفیت خدمات انتظامی کلانتری‌های استان بوشهر از دیدگاه مردم و تعیین اولویت‌ها و ارائه راهکارهای ارتقای آن با استفاده از مدل تحلیل شکاف سروکوال. *نصنامه پژوهش‌های مدیریت انتظامی*، ۷ (۴)، ۵۶۹-۵۹۵.

۱. استادیار دانشگاه خلیج فارس بوشهر mbahrainizadeh@pgu.ac.ir

۲. کارشناسی ارشد حقوق قضایی s.a.mousavi1355@gmail.com

مقدمه

امنیت، محصول تعامل نیروی انتظامی و مردم است و پلیس نقش تعیین کننده‌ای در افزایش ضریب امنیت جامعه و وظیفه‌ای بس سنگین بر دوش دارد. لازمه انجام این وظایف سنگین؛ اقتدار، تدبیر، تعقل، تفکر، جلب و تقویت اعتماد مردم است. اهمیت و ارزش کار پلیس به اندازه اهمیت وجودی اصل امنیت و پایه اصلی تداوم و تعالی جامعه است؛ چرا که هرگونه پیشرفت علمی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی در بستر امنیت عمومی اتفاق می‌افتد و پیامد نهاده شده آن، توسعه و پیشرفت همه جانبه است.

از آنجایی که مردم به‌عنوان دریافت‌کنندگان اصلی خدمات، نقشی اساسی در به انجام رسیدن مأموریت‌های ناجا دارند، لازم است تا درباره نقش محوری مردم مطالعاتی انجام شود. یکی از این مطالعات ارزیابی کیفیت خدمات است. بدین منظور هر سازمان خدماتی، برای ارزیابی و بهبود کیفیت خدمات خود در درجه اول می‌بایستی نیازها و انتظارات مشتریان خود را شناسایی و در فواصل زمانی مشخصی میزان رضایت مشتریان خود را از خدمات خود بررسی کند و نسبت به بهبود آن تمام تلاش خود را به کار گیرد. با این وصف، از مهم‌ترین مدل‌های که به منظور ارزیابی کیفیت خدمات شرکت‌های خدماتی از دیدگاه مشتریان به‌طور وسیعی مورد استفاده قرار گرفته است، مدل سروکوال می‌باشد، که در این تحقیق از این مدل استفاده می‌شود.

سالیان بسیار زیادی است که بررسی و ارزیابی کیفیت کالاها در حال انجام است، با این همه، ارزیابی کیفیت خدمات عمدتاً از دهه ۷۰ میلادی آغاز شده و در مسیر تکامل خود می‌باشد. علی‌رغم این که محققان زیادی در مورد مفهوم خدمات تحقیق نموده‌اند، تاکنون برسر مفهوم کیفیت خدمات، اجماعی حاصل نشده است؛ زیرا هر محقق بر بخشی از کیفیت خدمات تأکید کرده است. طبق متداول‌ترین تعریف ارائه شده، کیفیت خدمات، حاصل ادراک مشتری از مطلوبیت خدمات ارائه شده می‌باشد در واقع می‌توان گفت که کیفیت خدمات، به برداشت و طرز تلقی مشتریان از خدمات ارائه شده بستگی دارد. مدل سروکوال یا مدل تحلیل شکاف یکی از مدل‌های

مورد استفاده جهت سنجش کیفیت خدمات ارائه شده سازمان‌های خدماتی است. این مدل توسط پاراسورامان و زیتامل ارائه گردید. پس از ارائه این مدل، تحقیقات بسیاری در راستای کاربرد و توسعه این فن جهت سنجش کیفیت خدمات مختلف انجام گرفت. این مدل در بخش‌های خدمات عمومی کمتر مورد ارزیابی قرار گرفته است. ارزیابی کیفیت خدمات پلیس و نیروهای انتظامی به دلیل ماهیت مشتریان (شهروندان)، تصمیم‌گیرندگان، و پیچیدگی محیطی که نیروهای پلیس تجربه می‌کنند، مشکل است. ماهیت خاص مشتریان در این است که:

✓ برخی از آحاد مردم نه قربانی هستند نه مجرم، نه شاهد و نه داور و به ندرت در تعامل مستقیم با پلیس قرار می‌گیرند.

✓ قربانی یک جرم و مجرم، هر دو، مشتری خدمات دریافتی نیروی انتظامی هستند.

✓ موقعیت‌هایی که نیروی انتظامی در آن قرار می‌گیرد، مستلزم حفاظت از حقوق طرف‌ها با منافع متضاد است.

✓ شهروندانی که تحت تعقیب هستند تا زمانی که جرمشان ثابت نشده است، بی‌گناه تلقی می‌شوند.

از این رو این پیچیدگی‌ها، چالش‌هایی اساسی در ارزیابی کیفیت خدمات پلیس ایجاد می‌کند. هدف اصلی این پژوهش بررسی ابعاد و شاخص‌های کیفیت خدمات انتظامی کلانتری‌های استان بوشهر از دیدگاه مردم و تعیین اولویت‌ها و ارائه راهکارهای ارتقای آن با استفاده از مدل تحلیل شکاف می‌باشد. سؤالات این پژوهش به قرار زیر است:

سؤال اصلی: آیا بین انتظارات مردم از کیفیت خدمات نیروی انتظامی و ادراک آنها از کیفیت خدمات ارائه شده تفاوت وجود دارد؟

ب- سؤالات فرعی:

۱- آیا بین انتظارات مردم از ویژگی‌های ملموس کیفیت خدمات نیروی انتظامی و ادراک آنها از ویژگی‌های ملموس تفاوت وجود دارد؟

۲- آیا بین انتظارات مردم از بُعد قابلیت اطمینان کیفیت خدمات نیروی انتظامی و ادراک آنها قابلیت اطمینان کیفیت خدمات تفاوت وجود دارد؟

- ۳- آیا بین انتظارات مردم از بُعد رغبت و اشتیاق به پاسخگویی کیفیت خدمات نیروی انتظامی و ادراک آنها از بعد رغبت و اشتیاق، تفاوت وجود دارد؟
- ۴- آیا بین انتظارات مردم از بُعد تضمین و اعتبار کیفیت خدمات نیروی انتظامی و ادراک آنها از تضمین و اعتبار کیفیت خدمات نیروی انتظامی تفاوت وجود دارد؟
- ۵- آیا بین انتظارات مردم از بُعد همدلی کیفیت خدمات نیروی انتظامی و ادراک آنها از همدلی نیروی انتظامی تفاوت وجود دارد؟
- ۶- آیا بین انتظارات مردم از به موقع عمل نمودن زمانی و مکانی نیروی انتظامی و ادراک آنها از به موقع اقدام نمودن زمانی و مکانی تفاوت وجود دارد؟
- ۷- آیا بین انتظارات مردم از بُعد مشروعیت کیفیت خدمات نیروی انتظامی و ادراک آنها از بُعد مشروعیت تفاوت وجود دارد؟

مبانی نظری

ارائه تعریفی جامع و دقیق از کیفیت خدمات در مقایسه با کیفیت کالا کار مشکلی است. علت این دشواری آن است که ارائه خدمات، عوامل رفتاری فراوانی را شامل می‌شود. کیفیت ناچیز یا فقدان کیفیت در کالاها اغلب ناشی از نقص مواد و اجزای تشکیل دهنده آن می‌باشد و عیب، ممکن است از طراحی یا عدم تطبیق مشخصات تعیین شده با مشخصات محصول تولید شده به وجود آمده باشد. در صورتی که کیفیت ناچیز در خدمات معمولاً از رفتارها و برخوردهای کارکنان ناشی می‌شود. بی تفاوتی نسبت به کار، فقدان انگیزه، بی توجهی، نادیده گرفتن زمان و بی دقتی اغلب از دلایل اصلی تنزل کیفیت خدمات هستند (کزاز و دهقانی، ۱۳۸۲).

عده‌ای به برآورده ساختن احتیاجات و نیازهای مشتریان تأکید دارند؛ مثلاً خدمات با کیفیت یعنی جلب رضایت مشتری و اینکه در مواقع ضروری این خدمت در دسترس مشتری باشد و هزینه بالایی را هم تحمیل نکند. برخی دیگر کیفیت را شاخصی می‌دانند که هماهنگی بین خدمات ارائه شده با انتظارات مشتریان را مورد سنجش قرار می‌دهد.

ماهیت اغلب خدمات این چنین است که مشتری در فرایند ارائه خدمت حضور دارد؛ این بدان

معناست که ادراک مشتری از کیفیت نه تنها از ستاده خدمت بلکه همچنین از فرایند ارائه خدمت نیز متأثر است (سید جوادین و کیماسی، ۱۳۸۴).

نظریه بازاریابی خدمات

این نظریه به رابطه میان خدمات مورد انتظار و خدمات واقعی ارائه شده از سوی سازمان اشاره دارد (کارمان، ۱۹۹۰). در این رویکرد بر ادراک دریافت‌کننده خدمات نسبت به ارزیابی خدمات تأکید شده است. بر اساس این رویکرد قبل از اینکه مشتریان خدمتی را خریداری کنند در مورد آن انتظاراتی دارند. این انتظارات بر مبنای تجربیات گذشته خود، تجربیات گذشته دیگران و انتظارات شخصی، تبلیغات سازمان، و توصیه‌هایی که از سایر افراد شنیده‌اند، شکل می‌گیرد. انتظارات مشتریان مستلزم چند عامل است: که خدمات مورد نظر، خدمات مناسب، خدمات پیش‌بینی شده، و منطقه تحمل‌پذیری را شامل می‌شود (پاراسورامان و همکاران، ۱۹۹۱). خدمت مورد نظر خدمتی است که مشتریان امیدوارند آن را دریافت کنند. خدمت مناسب حداقل خدمتی است که مشتریان بدون ناراضی شدن خواهند پذیرفت و خدمات پیش‌بینی شده، سطحی از خدمات است که مشتریان واقعاً از تأمین‌کننده خدمت انتظار دارند. منطقه تحمل‌پذیری محدوده‌ای است که اگر خدمات در آن ارائه شود، سبب نارضایتی مشتریان نخواهد شد. ارائه خدمت در سطحی پایین‌تر از خدمات مناسب سبب نارضایتی و ناامیدی مشتریان خواهد شد. مشتریان پس از خرید و مصرف، آنچه را توقع داشته‌اند با آنچه که واقعاً دریافت نموده‌اند مقایسه می‌کنند. اگر آنچه را دریافت کرده‌اند، در سطحی پایین‌تر از انتظاراتشان باشد، یا در سطحی پایین‌تر از خدمات مناسب باشد، اختلاف و شکافی بین عملکرد سازمان و خواسته‌های مشتریان ایجاد می‌شود. این شکاف‌ها عبارتند از (کریستوفر، ۱۹۹۹):

- شکاف در معلومات: اختلاف بین آنچه تأمین‌کننده خدمت معتقد است و آنچه مشتریان انتظار دارند و از نیازها و انتظارات واقعی آنان ناشی می‌شود.
- شکاف در استانداردها: اختلاف بین ادراک مدیریت از انتظارات مشتری و استانداردهای کیفیتی

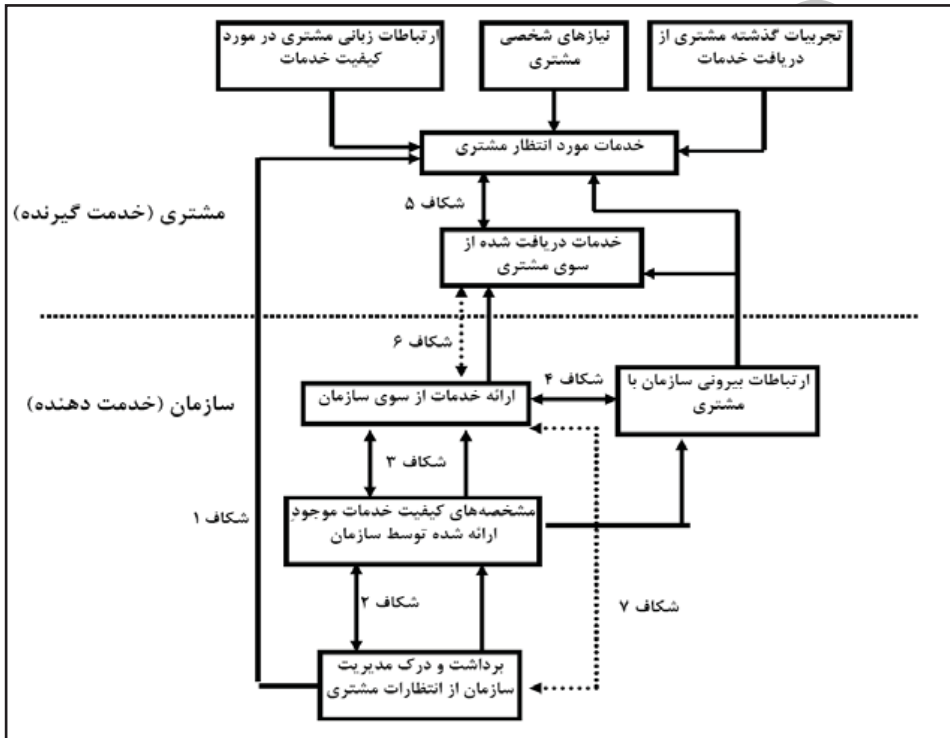
مقرر شده برای تحویل خدمت.

- شکاف در تحویل: اختلاف بین استانداردهای تحویل مشخص شده و عملکرد واقعی تأمین کننده خدمت.
 - شکاف در ارتباطات داخلی: اختلاف بین نظر کارکنان بخش آگهی‌ها و فروش در مورد ویژگی‌های خدمت و عملکرد و سطح کیفیت آن و آنچه شرکت واقعاً قادر به تحویل آن است.
 - شکاف در ادراک: اختلاف بین آنچه واقعاً تحلیل می‌شود و آنچه مشتریان درک می‌کنند که دریافت کرده‌اند.
 - شکاف در تفسیر: اختلاف بین آنچه تأمین کننده خدمت در تلاش‌های ارتباطی وعده می‌دهد و آنچه مشتریان تصور می‌کنند از طریق این ارتباطات وعده شده بود.
 - شکاف در خدمات: اختلاف بین آنچه مشتریان انتظار دارند دریافت کنند و ادراک آنها از خدماتی که واقعاً تحویل می‌گردد.
- شکاف در کیفیت خدمات ادراک شده برآیند تمام شکاف‌های فوق است. این شکاف به این معنی است که خدمات ادراک شده یا تجربه شده با خدمات مورد انتظار او سازگاری ندارد.
- شکاف‌های فوق را می‌توان به کمک مدل سروکوال مورد بررسی قرار داد. مدل سروکوال یکی از مدل‌های توسعه یافته در اندازه‌گیری کیفیت خدمات است که توسط زیتامل، پاراسومان و بروی بیان شده است. این مدل سعی در اندازه‌گیری کیفیت خدمات، جایی که کیفیت خدمات به‌عنوان یک ضرورت جهت درک انتظارات مشتری و کیفیتی که از خدمات ارائه شده دارد به کار می‌رود (کریستوفر، ۱۹۹۹).

معرفی مدل تحلیل شکاف کیفیت خدمات

مدل مفهومی کیفیت خدمات، ابتدا در سال ۱۹۸۵ با ارائه مفهومی به نام شکاف کیفیت خدمات در چارچوب مدل تحلیل شکاف توسط پاراسورامان و همکارانش مطرح گردید (پاراسورامان و همکاران، ۱۹۹۹). آنها کیفیت خدمات را فاصله و شکاف بین انتظارات مشتری از خدمات و ادراکات او از خدمات دریافت شده عنوان می‌کنند. مدل تحلیل شکاف تعامل بین فعالیت‌های سازمان و همچنین پیوند بین این فعالیت‌ها و سطح رضایت بخش کیفیت خدمات ارائه شده از دیدگاه مشتریان را به نمایش می‌گذارد. در بین این پیوندها، شکاف‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرند.

به این معنی که وجود شکاف‌ها و بزرگتر شدن آنها مانع دستیابی به سطح رضایت بخش کیفیت خدمات محسوب می‌شوند. مدل مفهومی تحلیل شکاف، در شکل ۱ ارائه شده است. در این مدل پس از بررسی انتظارات مشتریان، به شکاف‌های موجود بین عوامل موثر بر کیفیت خدمات و انتظارات مشتریان پرداخته می‌شود.



شکل ۱. مدل تحلیل شکاف یا مدل پاراسورامان

پاراسورامان و همکارانش کیفیت خدمات را حاصل تفاوت بین ادراکات و انتظارات مشتریان تعریف نمودند که شکاف شماره ۵، در مدل تحلیل شکاف، آن را نشان می‌دهد. بنابراین برای ارزیابی کیفیت خدمات، بایستی انتظارات و ادراکات مشتریان را سنجید. از این رو پاراسورامان و همکارانش در ادامه پژوهش‌های خود با تکیه بر تحقیقات قبلی و بر مبنای مدل مفهومی تحلیل شکاف، ابزاری برای سنجش کیفیت خدمات مطرح کردند. این ابزار مقیاس کیفیت خدمات 'نام

داشت و به ابزار استاندارد جهت اندازه‌گیری کیفیت خدمات تبدیل شد. این ابزار در ادبیات کیفیت خدمات، با نام مدل سروکوآل مطرح گردیده است. مدل سروکوآل دارای مؤلفه‌های استاندارد شده‌ای است که برای اندازه‌گیری انتظارات و ادراکات مشتریان درباره کیفیت خدمات به کار می‌رود (بر اساس شکاف شماره ۵ در مدل تحلیل شکاف). معادله اولیه کیفیت خدمات که اصطلاحاً شکاف کیفیت نام دارد، به صورت زیر می‌باشد که بر اساس مؤلفه‌های مدل سروکوآل سنجیده می‌شود:

انتظارات مشتریان - ادراکات مشتریان = شکاف کیفیت خدمات

به این صورت که در تمامی مؤلفه‌های سروکوآل، ادراکات و انتظارات مشتریان مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. اما از آن جایی که مؤلفه‌های کیفیت خدمات از دیدگاه مشتریان، اهمیت یکسانی ندارد، میزان اهمیت مؤلفه‌ها (WI) نیز در معادله وارد می‌شود؛

(انتظارات مشتریان - ادراکات مشتریان) میزان اهمیت مؤلفه‌ها = نمره کیفیت خدمات

$$SQ = w_i (P_{ij} - E_{ij})$$

بر این اساس، نمره کیفیت خدمات در هر مؤلفه به دست می‌آید.

ابعاد پنج گانه این مدل عبارتند از (پاراسورامان و زیتامل، ۱۹۹۹):

۱- وضعیت ظاهر (ظاهر تجهیزات فیزیکی، ابزار ارتباطی در محیط کار و به طور کلی لوازم مشهود)؛

۲- قابلیت اطمینان (توانایی سازمان خدمت دهنده در عمل به وعده‌های خود به طور دقیق و مستمر)؛

۳- رغبت یا اشتیاق برای پاسخگویی (تمایل سازمان خدمت دهنده به یاری رسانی به ارباب رجوع و ارائه خدمات به موقع و سریع)؛

۴- تضمین (قابلیت نظام و اعتبار آن در تضمین خدمات خود)؛

۵- همدلی (نزدیکی و همدلی با ارباب رجوع و تلاش خدمت دهندگان برای درک نیازهای مشتری و تأمین آنها).

پنج جنبه مختلف سروکوآل که از طریق تجزیه و تحلیل‌های نظام‌اتیک امتیازات مشتریان

حاصل از انجام مصاحبه‌های فراوان در صنایع خدماتی متعدد به دست آمده است در واقع به طور موجز و مختصر نمایانگر معیارهای اساسی مشتریان جهت ارزیابی کیفیت خدمات می‌باشد. بنابراین منطقی به نظر می‌رسد که تمامی این جنبه‌های مختلف برای مشتریان از اهمیت منحصر بفردی برخوردار باشد. بدین منظور هنگام استفاده از مدل سروکوال، از مشتریان خواسته می‌شود تا میزان اهمیت هر یک از ابعاد را به وسیله عددی ۱ = کاملاً بی اهمیت تا ۱۰ = به شدت حائز اهمیت، بیان کنند.

زیتامل، پاراسورامان و پری به این نتیجه رسیدند که بدون توجه به نوع خدماتی که به مشتریان عرضه می‌شود، قابلیت اطمینان مهم‌ترین جنبه در ارائه خدمات به مشتریان به شمار می‌رود. از سوی دیگر، وضعیت ظاهری و تسهیلات سازمان در قیاس با دیگر ابعاد کیفیت، کم اهمیت‌ترین جنبه منظور شده است. سه بعد دیگر، بسته به نوع صنایع خدماتی دارای رتبه‌های متفاوتی بودند. هنگامی که نتایج حاصل به طور کلی مورد بررسی قرار می‌گیرند، متضمن پیامی بسیار مهم برای عرضه کنندگان خدمات می‌باشد:

به لحاظ ظاهری کاملاً مرتب و سازمان یافته باشید؛ با رغبت و اشتیاق به مشتریان خدمت ارائه کنید؛ آرامش خاطر و اطمینان مشتریان را جلب کنید و با آنان همدل و یکرنگ باشید؛ اما مهم‌تر از همه، قابل اطمینان باشید یعنی اگر برای انجام کاری به مشتری خود تعهد می‌دهید آن را به انجام رسانید.

پس از ارائه این مدل، تحقیقات بسیاری در راستای کاربرد و توسعه این فن جهت سنجش کیفیت خدمات مختلف انجام گرفت. از جمله تحقیقات کاربردی، می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

گی و اونیل از این مدل در سنجش کیفیت خدمات هتل‌ها استفاده کرده و علاوه بر تعیین سطح رضایت مشتریان هتل‌های مورد مطالعه، میزان شکاف بین انتظارات مشتریان با خدمات درک شده را نیز مورد سنجش قرار دادند (گی و اونیل، ۱۹۹۶). بیمارستان‌ها به عنوان یکی دیگر از مراکز خدماتی هستند که از این مدل به طور گسترده جهت سنجش میزان رضایت بیماران و مراجعه کنندگان خود استفاده می‌کنند. از جمله مطالعات انجام شده در این زمینه می‌توان به

مطالعات باباکوس، من گلد و زیفکو اشاره نمود (باباکوس و من گلد، ۱۹۹۲). از دیگر کاربردهای گسترده این فن، سنجش رضایت دانشجویان در مؤسسه‌های آموزشی است (آدامز و امانوئل، ۲۰۰۴).

از این مدل برای ارزیابی خدمات مراکز فناوری اطلاعات (بدری معسود و همکاران، ۲۰۰۵)، ارزیابی کیفیت خدمات زنجیره‌های عرضه (ست نیتین و همکاران، ۲۰۰۶)، سنجش کیفیت خدمات در بخش بهداشت (سیمون، ۱۹۹۷)، و سنجش کیفیت خدمات در بخش بانکداری استفاده شده است. در ایران از این مدل برای ارزیابی خدمات پست جمهوری اسلامی ایران (کزازی و دهقانی، ۱۳۸۲) و ارزیابی خدمات بانکی استفاده شده است (اردکانی، میرفخرالدینی و زارعیان، ۱۳۸۸) و (زارع، ۱۳۸۸).

همچنین، تحقیقات توسعه‌ای در راستای بومی‌سازی کاربرد این مدل در سازمان‌های خاص صورت گرفته که یکی از این تحقیقات، برای ارزیابی کیفیت خدمات ارائه شده توسط پلیس اسکاتلند با استفاده از مدل سروکوال صورت گرفته است که نتایج جالبی در پی داشته است (دونلی میکه و همکاران، ۲۰۰۶). همچنین تحقیق دیگری توسط نیروی پلیس تایوان (۲۰۱۰) با استفاده از این مدل انجام گرفته است (چو و همکاران، ۲۰۱۰). نتایج حاصل از تمامی این تحقیقات، نشانگر توانایی بالای مدل در سنجش کیفیت خدمات است.

روش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی، از نظر میزان واپایش متغیرها، توصیفی و از بعد روش اجراء، پیمایشی است. در پژوهش حاضر به منظور جمع‌آوری اطلاعات، از پرسش‌نامه سنجش کیفیت خدمات بر اساس مؤلفه‌های استاندارد مدل سروکوال البته با برخی تغییرات و افزودن برخی گویه‌ها به خاطر تناسب بیشتر مقیاس با ماهیت ویژه خدمات نیروی انتظامی و دو بُعد اضافه شده چو (۲۰۱۰) برای کاربردی کردن این مقیاس در خدمات پلیس استفاده شده است. به این ترتیب در مطالعه کنونی از مدل تحلیل شکاف سروکوال تعدیل شده استفاده شده است. ابزار اندازه‌گیری این پژوهش از سه قسمت تشکیل شده است. در قسمت اول اهمیت ابعاد مورد بررسی در قالب هفت

بعد و در ۳۴ سؤال بر اساس طیف وزن دهی از ۱ تا ۱۰ (=۱۰ = بیشترین اهمیت و ۱ = کمترین اهمیت)، مورد ارزیابی قرار گرفته است. در قسمت دوم ابزار اندازه‌گیری ادراک افراد از خدمات دریافت شده در هفت بعد مورد بررسی و در ۳۴ سؤال بر اساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (=۵ = بسیار موافقم و ۱ = بسیار مخالفم) سنجیده شده است. قسمت سوم ابزار اندازه‌گیری شامل ارزیابی انتظارات افراد از خدمات دریافت شده در هفت بعد مورد بررسی و در ۳۴ سؤال بر اساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (=۵ = بسیار موافقم و ۱ = بسیار مخالفم) است. ابعاد ارزیابی شده در این پژوهش و مقیاس به شرح ذیل است:

بعد وضعیت ظاهر و ویژگی‌های ملموسی با گویه‌های:

۱. تجهیزات روز آمد و مدرن؛
۲. مرتب بودن و آراستگی ظاهری کارکنان نیروی انتظامی؛
۳. زیبایی تسهیلات فیزیکی مثل ساختمان و نمای درونی کلانتری‌ها؛
۴. پاکیزگی و تمیزی محیط فیزیکی کلانتری‌ها.

بعد قابلیت اطمینان با گویه‌های:

۱. انجام کارها و امور وعده داده شده؛
۲. علاقه مندی به حل مشکلات مردم؛
۳. انجام خدمات در موعد مقرر؛
۴. انجام خدمات در اولین مراجعه؛
۵. نگهداری و حفظ درست اسناد و مدارک مورد نیاز.

بعد مسئولیت پذیری و پاسخگویی با گویه‌های:

۱. به مراجعان گفته شود که درست در چه زمانی خدمت مورد نظر انجام خواهد شد؛
۲. رسیدگی به مشکلات مراجعان در اسرع وقت؛
۳. تلاش و اشتیاق کارکنان نیروی انتظامی در کمک به مردم و مراجعان؛
۴. تلاش جهت پاسخگویی به نیازهای مردم و مراجعان؛
۵. پاسخگویی فوری به تماس‌های تلفنی مردم و مراجعان و ارائه خدمات.

بعد تضمین با گویه‌های:

۱. رفتار اعتماد آمیز کارکنان نیروی انتظامی با مردم و مراجعان؛
۲. احساس آرامش مردم و مراجعان در تماس با کارکنان نیروی انتظامی؛
۳. ادب و فروتنی کارکنان نیروی انتظامی در برخورد با مردم؛
۴. دانش و مهارت و آگاهی کارکنان نیروی انتظامی در پاسخگویی به پرسش مردم و مراجعان.

بعد همدلی با گویه‌های:

۱. توجه ویژه به هر یک از افراد و مراجعان با توجه به ماهیت مشکلات آنها
۲. مناسب بودن ساعات کاری کلانتری‌ها
۳. علاقه‌مندی واقعی و قلبی نیروی انتظامی نسبت به مردم
۴. درک نیازها و مشکلات و مسائل مردم توسط کارکنان نیروی انتظامی
۵. مهربانی و عطف کارکنان نیروی انتظامی در رفتار با مردم

بعد به موقع اقدام نمودن زمانی و مکانی با گویه‌های:

۱. به موقع اقدام نمودن زمانی و مکانی با فوریت بسیار زیاد؛
۲. قابلیت کارکنان نیروی انتظامی در واکنش سریع در موقعیت‌های مختلف؛
۳. انجام خدماتی که فوریت بسیار دارد مثل دستگیری مجرمین در حین ارتکاب جرم به محض

اطلاع؛

۴. تلاش نیروی انتظامی در برقراری نظم و آرامش جامعه؛
۵. حمایت از آزادی و حقوق افراد مطابق با قانون.

بعد مشروعیت با گویه‌های:

۱. مانوس بودن کارکنان نیروی انتظامی با قانون در حین انجام وظیفه؛
۲. تشریح خدمات انجام شده به مردم؛
۳. پایبندی به رعایت اصول اخلاقی و قانونی در برخورد با مردم؛
۴. حفظ حقوق شهروندان در انجام مأموریت‌ها و انجام خدمات؛
۵. رعایت عدالت و انصاف در برخورد با مردم؛

۶. حفظ اسرار و رعایت رازداری در برخورد با مسائل و مشکلات و مردم و مراجعان. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه افراد ساکن در استان بوشهر است. به دلیل عدم توانایی در مطالعه کل جامعه و با توجه به تعامل بیشتر نیروی انتظامی با مراجعان و دسترسی آسان تر، این گروه از افراد در کلانتری‌های به‌عنوان واحدهای نمونه، مورد بررسی و پرسش قرار گرفتند. به علت نامحدود بودن جامعه مراجعان، حجم نمونه با استفاده از فرمول نمونه‌گیری از جوامع نامحدود و تخمین برخی پارامترها بر مبنای تحقیقات مشابه به‌صورت فرمول ذیل تعیین می‌گردد:

$$n \geq \frac{z_{\alpha/2}^2 \cdot \sigma^2}{\varepsilon^2}$$

که در آن $z_{\alpha/2}$ عدد بحرانی توزیع نرمال در سطح α می‌باشد. با توجه به اینکه در اغلب تحقیقات احتمال عدم برگشت پرسش نامه وجود دارد و به منظور تامین تعداد نمونه مورد نیاز و کفایت نمونه برای تعمیم‌پذیری بیشتر نتایج، تعداد ۱۰۰۰ پرسشنامه تکمیل و در تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار گرفته است.

برای بررسی پایایی پرسشنامه این تحقیق روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. جهت آزمون اعتبار سازه‌های مورد مطالعه، از روایی ظاهری و محتوایی استفاده گردید. بدین صورت که پرسشنامه حاضر در اختیار گروهی از استادان و کارشناسان قرار گرفته و پس از جمع‌آوری نظرهای آنان ابهاماتی که در طرح بعضی سؤالات و درک آنها وجود داشته اصلاح گردیده است. برای آزمون اعتبار کلی هر یک از سازه‌ها از تحلیل عاملی استفاده شده است. شاخص‌هایی چون $K.M.O^1$ و $B.T.S^2$ هم محاسبه گردیده است. شاخص $K.M.O$ آزمونی برای کفایت نمونه است. آزمون $B.T.S$ هم نشان دهنده این است که مدل عاملی مناسب است یا خیر؟ به‌طور کلی این دو شاخص با هم نشان می‌دهند که استفاده از تحلیل عاملی برای طیف مذکور مناسب است.

در این مطالعه همه مقیاس‌های به کار برده شده پایایی و اعتبار بالایی خود را به اثبات رسانده‌اند. با روشن شدن عوامل و ابعاد کیفیت خدمات در کلانتری‌ها، این تحقیق در توسعه و بسط پایایی

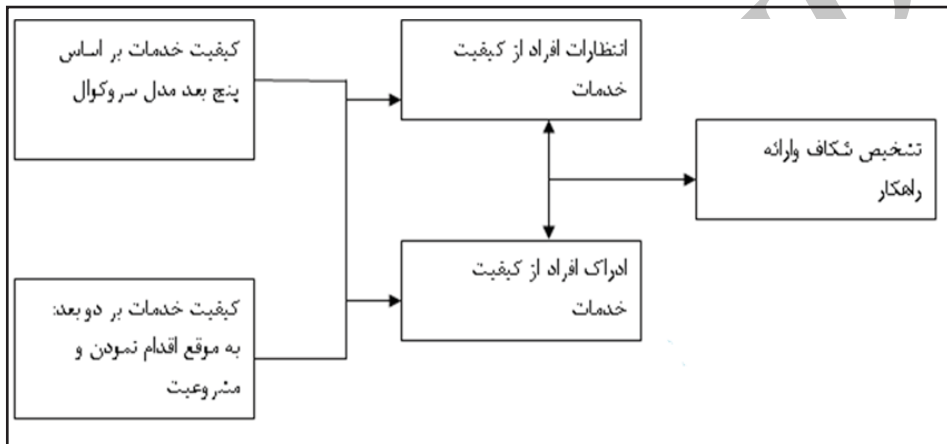
1. -Kaiser-Mayer- Olkin measure of sampling adequency test

2. -Bartlett Test

و اعتبار مقیاس‌های مورد نظر، سهم است. همچنین آزمون فرضیه‌ها و سؤالات اساسی از آماره آزمون t (آزمون تفاوت میان میانگین‌ها در نمونه‌های زوجی) استفاده شده است.

مدل مفهومی

اجزاء مدل تحقیق به شرح شکل ۲ است:



شکل ۲. مدل مفهومی پژوهش

یافته و بحث نتیجه‌گیری

۱- شکاف موجود در ابعاد مختلف کیفیت خدمات و تعیین اولویت مؤلفه‌ها جهت انجام اقدامات اصلاحی در این بخش از تجزیه و تحلیل داده‌ها، شکاف موجود در ابعاد مختلف کیفیت خدمات در کلانتری‌های استان بوشهر بر اساس مدل تحلیل شکاف مورد بررسی قرار می‌گیرد. به این منظور ابتدا نمرات ادراکات و انتظارات مراجعان از پرسش‌نامه‌ها استخراج سپس شکاف کیفیت خدمات که حاصل تفاوت بین ادراکات و انتظارات مراجعان بود (ستون آخر جدول) محاسبه گردید. نمره منفی شکاف کیفیت خدمات مؤلفه‌ها، نشان‌دهنده این مطلب است که در مؤلفه‌های مزبور، نیروی انتظامی نتوانسته است انتظارات مردم را برآورده نماید.

در نظر گرفتن شکاف کیفیت به تنهایی، نمی‌تواند راهگشا باشد؛ زیرا مؤلفه‌های کیفیت خدمات بانکی از نظر مراجعان اهمیت یکسانی نداشته و باید متغیر میزان اهمیت مؤلفه‌ها را در

ارزیابی کیفیت خدمات وارد نمود. از این رو در جدول (۱)، میزان اهمیت هر مؤلفه (Wi) آورده شده است. بر اساس معادله مدل سروکوآل [SQ=wi (Pij - Eij)]، میزان اهمیت هر مؤلفه در میزان شکاف کیفیت همان مؤلفه ضرب شده تا نمره کیفیت هر مؤلفه به دست آید. هر چقدر نمره کیفیت مؤلفه‌ای منفی‌تر باشد، نشان دهنده این مطلب است که اولاً میزان اهمیت آن مؤلفه از دیدگاه مراجعان بیشتر بوده و ثانیاً بر اساس ادراکات پاسخگویان، سازمان در آن مؤلفه نتوانسته است انتظارات مردم را برآورده نماید. بنابراین آن مؤلفه برای انجام اقدامات اصلاحی، اولویت بیشتری دارد. همان‌طور که از ستون آخر جدول پیداست، مؤلفه‌ها در این نگاره بر اساس اولویت آنها جهت انجام اقدامات اصلاحی رتبه بندی شده‌اند تا راهگشای مسئولان نیروی انتظامی جهت انجام اقدامات اصلاحی در آن زمینه باشند.

بر اساس میزان اهمیت مؤلفه‌ها و با توجه به شکاف کیفیت خدمات، نمره کیفیت خدمات به صورت جدول (۱) محاسبه می‌شود:

جدول ۱. شکاف موجود در ابعاد مختلف کیفیت خدمات و تعیین اولویت مؤلفه‌ها

جهت انجام اقدامات اصلاحی

مؤلفه‌های کیفیت خدمات کلانتری‌ها	میزان اهمیت مؤلفه‌ها	شکاف کیفیت خدمات	نمره کیفیت خدمات	اولویت جهت اقدامات اصلاحی
تجهیزات روز آمد و مدرن	۰،۰۲۹	-۱،۷۲۹	-۰،۰۴۹۷	۱
انجام کارها و امور وعده داده شده	۰،۰۲۹	-۱،۵۹۳۲	-۰،۰۴۶۸	۲
انجام خدمات در موعد مقرر	۰،۰۳۰	-۱،۵۵۸۹	-۰،۰۴۶۲	۳
دانش و مهارت و آگاهی کارکنان نیروی انتظامی در پاسخگویی به پرسش مردم و مراجعان	۰،۰۳۰	-۱،۵۳۳۷۵	-۰،۰۴۵۸	۴
رسیدگی به مشکلات مراجعان در اسرع وقت	۰،۰۳۰	-۱،۵۱۲	-۰،۰۴۵۰	۵
انجام خدمات در اولین مراجعه	۰،۰۲۹	-۱،۵۳۸۱	-۰،۰۴۴۵۴	۶
انجام خدماتی که فوریت بسیار دارد مثل دستگیری مجرمین در حین ارتکاب جرم به محض اطلاع	۰،۰۳۰	-۱،۴۸۲۱	-۰،۰۴۴۴	۷

۸	-۰,۰۴۴۲	-۱,۴۹۶۸	۰,۰۳۰	علاقه مندی به حل مشکلات مردم
۹	-۰,۰۴۳۵	-۱,۴۷۴۷	۰,۰۳۰	به موقع اقدام نمودن زمانی و مکانی با فوریت بسیار زیاد
۱۰	-۰,۰۴۳۰	-۱,۴۴۹۱	۰,۰۳۰	قابلیت کارکنان نیروی انتظامی در واکنش سریع در موقعیت‌های مختلف
۱۱	-۰,۰۴۲۳	-۱,۴۴۲۵	۰,۰۲۹	توجه ویژه به هر یک از افراد و مراجعان با توجه به ماهیت مشکلات آنها
۱۲	-۰,۰۴۱۹	-۱,۳۹۴۲	۰,۰۳۰	رعایت عدالت و انصاف در برخورد با مردم
۱۳	-۰,۰۴۱۶	-۱,۳۹۶۹	۰,۰۳۰	مانوس بودن کارکنان نیروی انتظامی با قانون در حین انجام وظیفه
۱۴	-۰,۰۴۱۵	-۱,۳۸۵	۰,۰۳۰	تلاش و اشتیاق کارکنان نیروی انتظامی در کمک به مردم و مراجعان
۱۵	-۰,۰۴۱۰	-۱,۴۱۲۷	۰,۰۲۹	علاقه مندی واقعی و قلبی نیروی انتظامی نسبت به مردم
۱۶	-۰,۰۴۰۷	-۱,۳۸۸۳	۰,۰۲۹	به مراجعان گفته شود که درست در چه زمانی خدمت مورد نظر انجام خواهد شد.
۱۷	-۰,۰۴۰۳	-۱,۳۶۰	۰,۰۳۰	احساس آرامش مردم و مراجعان در تماس با کارکنان نیروی انتظامی
۱۸	-۰,۰۴۰۱	-۱,۳۴۶۶	۰,۰۳۰	تلاش جهت پاسخگویی به نیازهای مردم و مراجعان
۱۸	-۰,۰۴۰۱	-۱,۳۱۹۹	۰,۰۳۰	پاسخگویی فوری به تماس‌های تلفنی مردم و مراجعان و ارائه خدمات فوری
۱۹	-۰,۰۴۰	-۱,۳۸۶	۰,۰۲۹	تشریح خدمات انجام شده به مردم
۲۰	-۰,۰۳۹۴	-۱,۳۴۳۷	۰,۰۲۹	درک نیازها و مشکلات و مسائل مردم توسط کارکنان نیروی انتظامی
۲۱	-۰,۰۳۹۰	-۱,۳۰۲۴	۰,۰۳۰	حفظ حقوق شهروندان در انجام مأموریت‌ها و انجام خدمات
۲۲	-۰,۰۳۸۷	-۱,۲۹۸۸	۰,۰۳۰	پایبندی به رعایت اصول اخلاقی و قانونی در برخورد با مردم
۲۳	-۰,۰۳۸۶	-۱,۳۰	۰,۰۳۰	حمایت از آزادی و حقوق افراد مطابق با قانون
۲۴	-۰,۰۳۸۵	-۱,۲۹۸۸	۰,۰۳۰	ادب و فروتنی کارکنان نیروی انتظامی در برخورد با مردم
۲۴	-۰,۰۳۸۵	-۱,۳۰۵	۰,۰۳۰	رفتار اعتماد آمیز کارکنان نیروی انتظامی با مردم و مراجعان
۲۵	-۰,۰۳۶۸	-۱,۲۸۰۹	۰,۰۲۹	مهربانی و عطف کارکنان نیروی انتظامی در رفتار با مردم

۲۶	-۰,۰۳۶۰	-۱,۱۹۳۷	۰,۰۳۰	تلاش نیروی انتظامی در برقراری نظم و آرامش جامعه
۲۷	-۰,۰۳۵۹	-۱,۱۹۲۹	۰,۰۳۰	نگهداری و حفظ درست اسناد و مدارک مورد نیاز
۲۸	-۰,۰۳۵۸	-۱,۱۸۳۲	۰,۰۳۰	حفظ اسرار و رعایت رازداری در برخورد با مسائل و مشکلات و مردم و مراجعان
۲۹	-۰,۰۳۲۱	-۱,۱۴۸	۰,۰۲۸	مرتب بودن و آراستگی ظاهری کارکنان نیروی انتظامی
۳۰	-۰,۰۳۱۳	-۱,۱۳۹۳	۰,۰۲۸	پاکیزگی و تمیزی محیط فیزیکی کلانتری‌ها
۳۱	-۰,۰۳۱۱	-۱,۰۳۷	۰,۰۳۰	مناسب بودن ساعات کاری کلانتری‌ها
۳۲	-۰,۰۳۰۷	-۱,۲۱۶۸	۰,۰۲۵	زیبایی تسهیلات فیزیکی مثل ساختمان و نمای درونی کلانتری‌ها

با توجه به مقادیر ادراکات و انتظارات، بیشترین میزان شکاف به ترتیب در ابعاد قابلیت اطمینان با میانگین، مسئولیت پذیری با میانگین، به موقع اقدام نمودن زمانی و مکانی، تضمین کیفیت خدمات، مشروعیت، همدلی، وضعیت ظاهر و ویژگی‌های ملموس مشاهده شده است. با توجه به نمره کیفیت خدمات، استفاده از تجهیزات روز آمد و مدرن، انجام کارها و امور وعده داده شده، انجام خدمات در موعد مقرر، دانش و مهارت و آگاهی کارکنان نیروی انتظامی در پاسخگویی به پرسش مردم و مراجعان، رسیدگی به مشکلات مراجعان در اسرع وقت، انجام خدمات در اولین مراجعه، انجام خدماتی که فوریت بسیار دارد مثل دستگیری مجرمین در حین ارتکاب جرم به محض اطلاع، علاقه مندی به حل مشکلات مردم، به موقع اقدام نمودن زمانی و مکانی با فوریت بسیار زیاد، قابلیت کارکنان نیروی انتظامی در واکنش سریع در موقعیت‌های مختلف در اولویت‌های اول تا دهم قرار گرفته اند و مواردی چون مرتب بودن و آراستگی ظاهری کارکنان نیروی انتظامی، پاکیزگی و تمیزی محیط فیزیکی ادارات نیروی انتظامی، مناسب بودن ساعات کاری کلانتری‌ها و اداره‌ها نیروی انتظامی و زیبایی تسهیلات فیزیکی مثل ساختمان و نمای درونی اداره‌ها نیروی انتظامی که غالب این موارد در بعد وضعیت ظاهر و ویژگی‌های ملموس هستند، در اولویت‌های آخر جهت اقدامات اصلاحی قرار می‌گیرند.

۲- بررسی معناداری تفاوت میانگین ادراکات و انتظارات افراد(شکاف) در ابعاد مختلف کیفیت خدمات پیش از پرداختن به آزمون سؤالات اصلی تحقیق به بررسی معناداری تفاوت میانگین ادراکات و انتظارات افراد در کلیه ابعاد کیفیت خدمات می‌پردازیم. نتیجه تجزیه و تحلیل با استفاده از آزمون t برای اختلاف میانگین‌های زوجی در جدول (۲) آورده شده است.

جدول ۲. بررسی معناداری تفاوت میانگین ادراکات و انتظارات مراجعان کلانتری‌های استان در کلیه ابعاد کیفیت خدمات

ابعاد کیفیت خدمات	میانگین ادراکات	میانگین انتظارات	شکاف کیفیت خدمات	درجه آزادی	مقدار T	سطح معناداری	نتیجه
۱- تجهیزات روز آمد و مدرن	۲,۹۲۴۴	۴,۶۵۱۲	۱,۷۲۶۸۱-	۹۹۱	۴۱,۰۸۱-	۰,۰۰۰	تفاوت معنادار است
۲- مرتب بودن و آراستگی ظاهری کارکنان نیروی انتظامی	۳,۳۳۶۴	۴,۴۸۶۴	۱,۱۵۰۰۵-	۹۹۲	۲۹,۳۶۷-	۰,۰۰۰	تفاوت معنادار است
۳- زیبایی تسهیلات فیزیکی مثل ساختمان و نمای درونی کلانتری‌ها	۳,۳۳۶۴	۴,۴۸۶۴	۱,۲۱۷۵۲-	۹۹۲	۲۷,۳۳۰-	۰,۰۰۰	تفاوت معنادار است
۴- پاکیزگی و تمیزی محیط فیزیکی کلانتری‌ها	۳,۳۲۸۰	۴,۴۶۸۸	۱,۱۴۰۸۵-	۹۹۳	۲۷,۸۱۷-	۰,۰۰۰	تفاوت معنادار است
۵- انجام کارها و امور وعده داده شده	۳,۰۸۳۶	۴,۶۷۶۷	۱,۵۹۳۱۵-	۹۹۲	۳۸,۲۸۶-	۰,۰۰۰	تفاوت معنادار است
۶- علاقه مندی به حل مشکلات مردم	۳,۰۹۰۵	۴,۵۸۸۵	۱,۴۹۷۹۹-	۹۹۳	۳۵,۲۷۰-	۰,۰۰۰	تفاوت معنادار است
۷- انجام خدمات در موعد مقرر	۳,۰۸۲۷	۴,۶۴۴۸	۱,۵۶۲۰۶-	۹۹۰	۳۷,۳۲۹-	۰,۰۰۰	تفاوت معنادار است
۸- انجام خدمات در اولین مراجعه	۳,۰۱۱۱	۴,۵۵۲۹	۱,۵۴۱۷۹-	۹۹۲	۳۴,۵۰۷-	۰,۰۰۰	تفاوت معنادار است
۹- نگهداری و حفظ درست اسناد و مدارک مورد نیاز	۳,۴۸۰۳	۴,۶۷۱۰	۱,۱۹۰۷۲-	۹۹۰	۲۹,۷۳۸-	۰,۰۰۰	تفاوت معنادار است
۱۰- به مراجعان گفته شود که درست در چه زمانی خدمت مورد نظر انجام خواهد شد.	۳,۱۷۶۱	۴,۵۶۴۴	۱,۳۸۸۳۳-	۹۹۳	۳۲,۶۵۵-	۰,۰۰۰	تفاوت معنادار است
۱۱- رسیدگی به مشکلات مراجعان در اسرع وقت	۳,۱۰۹۰	۴,۶۲۱۶	۱,۵۱۲۶۱-	۹۹۰	۳۴,۹۵۱-	۰,۰۰۰	تفاوت معنادار است
۱۲- تلاش و اشتیاق کارکنان نیروی انتظامی در کمک به مردم و مراجعان	۳,۱۸۲۵	۴,۵۷۰۶	۱,۳۸۸۱۰-	۹۹۱	۳۲,۰۳۷-	۰,۰۰۰	تفاوت معنادار است
۱۳- تلاش جهت پاسخگویی به نیازهای مردم و مراجعان	۳,۲۳۷۹	۴,۵۸۸۷	۱,۳۵۰۸۱-	۹۹۱	۳۲,۲۷۶-	۰,۰۰۰	تفاوت معنادار است
۱۴- پاسخگویی فوری به تماس‌های تلفنی مردم و مراجعان و ارائه خدمات فوری	۳,۳۵۳۱	۴,۶۷۳۰	۱,۳۱۹۹۲-	۹۹۳	۳۱,۸۰۲-	۰,۰۰۰	تفاوت معنادار است

تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۳۰,۸۱۹-	۹۹۲	۱,۳۰۵۱۴-	۴,۶۷۲۷	۳,۳۶۷۶	۱۵- رفتار اعتماد آمیز کارکنان نیروی انتظامی با مردم و مراجعان
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۳۱,۷۳۲-	۹۹۳	۱,۳۵۹۱۵-	۴,۶۹۱۱	۳,۳۳۲۰	۱۶- احساس آرامش مردم و مراجعان در تماس با کارکنان نیروی انتظامی
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۳۰,۰۳۰-	۹۹۳	۱,۲۹۸۷۹-	۴,۶۲۹۸	۳,۳۳۱۰	۱۷- ادب و فروتنی کارکنان نیروی انتظامی در برخورد با مردم
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۳۶,۵۵۸-	۹۹۲	۱,۵۳۱۷۲-	۴,۷۳۱۱	۳,۱۹۹۴	۱۸- دانش و مهارت و آگاهی کارکنان نیروی انتظامی در پاسخگویی به پرسش مردم و مراجعان
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۳۳,۲۰۱-	۹۹۲	۱,۴۴۳۱۰-	۴,۶۱۶۳	۳,۱۷۳۲	۱۹- توجه ویژه به هر یک از افراد و مراجعان با توجه به ماهیت مشکلات آنها
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۲۴,۷۱۹-	۹۹۲	۱,۰۳۵۲۵-	۴,۵۹۷۲	۳,۵۶۱۹	۲۰- مناسب بودن ساعات کاری کلانتری‌ها و اداره‌ها نیروی انتظامی
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۳۲,۱۰۲-	۹۹۰	۱,۴۱۶۷۵-	۴,۵۶۰۰	۳,۱۴۳۳	۲۱- علاقه مندی واقعی و قلبی نیروی انتظامی نسبت به مردم
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۳۰,۳۳۲-	۹۹۰	۱,۳۴۶۱۲-	۴,۵۰۶۶	۳,۱۶۰۴	۲۲- درک نیازها و مشکلات و مسائل مردم توسط کارکنان نیروی انتظامی
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۲۸,۹۹۶-	۹۹۳	۱,۲۸۲۷۰-	۴,۵۲۰۱	۳,۲۳۷۴	۲۳- مهربانی و عطف کارکنان نیروی انتظامی در رفتار با مردم
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۳۴,۷۰۸-	۹۹۳	۱,۴۷۳۸۴-	۴,۶۹۹۲	۳,۲۲۵۴	۲۴- به موقع اقدام نمودن زمانی و مکانی با فوریت بسیار زیاد
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۳۴,۱۸۴-	۹۹۱	۱,۴۴۸۵۹-	۴,۶۸۱۵	۳,۲۳۲۹	۲۵- قابلیت کارکنان نیروی انتظامی در واکنش سریع در موقعیت‌های مختلف
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۳۵,۵۶۴-	۹۹۱	۱,۴۸۴۸۸-	۴,۷۳۵۹	۳,۲۵۱۰	۲۶- انجام خدماتی که فوریت بسیار دارد مثل دستگیری مجرمین در حین ارتکاب جرم به محض اطلاع
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۳۰,۰۷۵-	۹۹۲	۱,۱۹۴۳۶-	۴,۷۲۳۱	۳,۵۲۸۷	۲۷- تلاش نیروی انتظامی در برقراری نظم و آرامش جامعه

تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۳۲,۲۵۴-	۹۹۱	۱,۳۰۵۴۴-	۴,۶۹۲۵	۳,۳۸۷۱	۲۸- حمایت از آزادی و حقوق افراد مطابق با قانون
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۳۳,۳۹۴-	۹۹۳	۱,۳۹۶۳۸-	۴,۶۶۴۰	۳,۲۶۷۶	۲۹- مانوس بودن کارکنان نیروی انتظامی با قانون در حین انجام وظیفه
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۳۲,۶۶۵-	۹۹۱	۱,۳۸۹۱۱-	۴,۵۵۱۴	۳,۱۶۲۳	۳۰- تشریح خدمات انجام شده به مردم
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۳۱,۷۲۵-	۹۹۳	۱,۲۹۸۷۹-	۴,۶۹۵۲	۳,۳۹۶۴	۳۱- بایبندی به رعایت اصول اخلاقی و قانونی در برخورد با مردم
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۳۱,۵۰۱-	۹۹۲	۱,۳۰۳۱۲-	۴,۶۹۴۹	۳,۳۹۱۷	۳۲- حفظ حقوق شهروندان در انجام مأموریت‌ها و انجام خدمات
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۳۳,۹۲۵-	۹۹۳	۱,۳۹۴۳۷-	۴,۷۲۹۴	۳,۳۳۵۰	۳۳- رعایت عدالت و انصاف در برخورد با مردم
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۲۸,۳۴۵-	۹۹۲	۱,۱۸۳۲۸-	۴,۶۸۶۸	۳,۵۰۳۵	۳۴- حفظ اسرار و رعایت رازداری در برخورد با مسائل و مشکلات و مردم و مراجعان

همانطور که در جدول (۲) مشاهده می‌شود، در تمام ۳۴ مؤلفه کیفیت خدمات، تفاوت میانگین بین انتظارات و رضایت مراجعان تفاوت معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر کلانتری‌های استان بوشهر نتوانسته‌اند انتظارات مردم را برآورده سازند. حال به بررسی معناداری تفاوت در هر یک از ابعاد هفت گانه، برای پاسخگویی به سؤال‌های اصلی پژوهش می‌پردازیم.

نتایج تجزیه و تحلیل آماری برای بررسی معناداری بین میانگین ادراکات و انتظارات افراد در ابعاد هفت گانه کیفیت خدمات با استفاده از آزمون t برای اختلاف میانگین‌های زوجی در جدول (۳) آورده شده است.

جدول ۳. بررسی معناداری تفاوت میانگین ادراکات و انتظارات مراجعان

در ابعاد هفت گانه کیفیت خدمات

نتیجه	سطح معناداری	درجه آزادی	T	فاصله اطمینان ۹۵٪ برای اختلاف		میانگین شکاف کیفیت خدمات	میانگین رضایت	میانگین انتظارات	ابعاد کیفیت خدمات
				بیشترین	کمترین				
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۹۹۰	۳۸,۱۵۲-	۵,۵۰۰۱۴-	۴,۹۶۲۰۲-	۵,۲۳۱۰۸-	۱۲,۶۰۸۵	۱۷,۸۳۹۶	وضعیت ظاهر و ویژگی‌های ملموس
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۹۸۶	۴۱,۳۸۸-	۷,۷۴۴۷۱-	۷,۰۴۳۵۴-	۷,۳۹۴۱۲-	۱۵,۷۴۶۷	۲۳,۱۴۰۸	قابلیت اطمینان
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۹۸۸	۳۷,۹۹۴-	۷,۳۲۲۲۰-	۶,۶۰۲۹۸-	۶,۹۶۲۵۹-	۱۶,۰۵۷۶	۲۳,۰۲۰۲	مسئولیت پذیری و پاسخگویی
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۹۹۱	۳۷,۰۹۷-	۵,۷۷۸۲۰-	۵,۱۹۷۶۰-	۵,۴۸۷۹۰-	۱۳,۲۳۴۹	۱۸,۷۲۲۸	تضمین کیفیت خدمات
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۹۹۱	۳۷,۰۹۷-	۵,۷۷۸۲۰-	۵,۱۹۷۶۰-	۵,۴۸۷۹۰-	۱۶,۲۸۰۱	۲۲,۸۰۴۹	همدلی
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۹۸۸	۳۹,۲۰۵-	۷,۲۶۳۳۲-	۶,۵۷۰۸۶-	۶,۹۱۷۰۹-	۱۶,۶۳۲۰	۲۳,۵۴۹۰	به موقع اقدام نمودن زمانی و مکانی
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۹۹۱	۳۷,۷۹۰-	۸,۳۷,۸۹-	۷,۵۴۴۴۳-	۷,۹۵۷۶۶-	۲۰,۰۶۱۵	۲۸,۰۱۹۲	مشروعیت
تفاوت معنادار است	۰,۰۰۰	۹۷۱	-۴۱,۹۳۴	-۶,۹۳۵	-۶,۳۱۵	-۶,۶۲۵	۱۵,۸۳۵	۲۲,۴۶	کیفیت کلی خدمات

بر اساس داده‌های جدول (۳) و معناداری مقدار t و اینکه مقدار شکاف صفر (عدم وجود شکاف) برای هیچکدام از ابعاد، در فاصله اطمینان ۹۵ درصد قرار ندارد، بنابراین تفاوت میانگین‌ها معنادار است. فرض عدم وجود شکاف رد و فرض وجود شکاف تایید می‌شود. از این رو با انجام این آزمون آماری در ابعاد مختلف مطالعه شده، روشن می‌شود که:

✓ بین انتظارات مردم از کیفیت خدمات نیروی انتظامی استان بوشهر و ادراک مردم از کیفیت خدمات ارائه شده تفاوت معنادار وجود دارد.

✓ بین انتظارات مردم از ویژگی‌های ملموس کیفیت خدمات نیروی انتظامی استان بوشهر و ادراک آنها از ویژگی‌های ملموس تفاوت معنادار وجود دارد.

✓ بین انتظارات مردم از بعد قابلیت اطمینان کیفیت خدمات نیروی انتظامی استان بوشهر و

- ادراک آنها قابلیت اطمینان کیفیت خدمات تفاوت معنادار وجود دارد.
- ✓ بین انتظارات مردم از بعد رغبت و اشتیاق به پاسخگویی کیفیت خدمات نیروی انتظامی استان بوشهر و ادراک آنها از بعد رغبت و اشتیاق تفاوت معنادار وجود دارد.
- ✓ بین انتظارات مردم از بعد تضمین و اعتبار کیفیت خدمات نیروی انتظامی استان بوشهر و ادراک آنها از تضمین و اعتبار کیفیت خدمات نیروی انتظامی تفاوت معنادار وجود دارد.
- ✓ انتظارات مردم از بعد همدلی کیفیت خدمات نیروی انتظامی استان بوشهر و ادراک آنها از همدلی نیروی انتظامی تفاوت معنادار وجود دارد.
- ✓ بین انتظارات مردم از به موقع عمل نمودن زمانی و مکانی نیروی انتظامی استان بوشهر و ادراک آنها از به موقع اقدام نمودن زمانی و مکانی تفاوت معنادار وجود دارد.
- ✓ بین انتظارات مردم از بعد مشروعیت کیفیت خدمات نیروی انتظامی استان بوشهر و ادراک آنها از بعد مشروعیت تفاوت معنادار وجود دارد.
- نتایج تجزیه و تحلیل آماری برای بررسی معنی‌داری بین میانگین ادراکات و انتظارات افراد در ابعاد هفت گانه کیفیت خدمات با استفاده از آزمون t نمونه‌های زوجی روشن نمود که کلانتری‌های استان بوشهر در هیچکدام از شاخص‌های کیفیت خدمات در وضعیت مناسبی قرار نداشته و نتوانسته اند انتظارات مراجعان و مردم را برآورده سازند. مدیریت کلانتری‌ها با برنامه‌ریزی و سنجش مستمر انتظارات مراجعان می‌توانند در رفع نیازها، خواسته‌ها و انتظارات آنها عمل نمایند. مسئولان کلانتری‌ها و نیروی انتظامی بر اساس رویکرد شهروند محوری باید دیدگاه‌های مردم را ملاک عمل قرار داده و بر مبنای آن عمل نمایند.
- به این منظور می‌توان راهکارهای زیر را به کار برد: انجام تحقیقات و دریافت دیدگاه‌های مردم و مراجعان به منظور شناخت صحیح انتظارات آنان، ارائه تعاریف دقیق و عملیاتی از انتظارات مردم و توجیه کارکنان نسبت به انتظارات مردم. همچنین نمره ادراکات مراجعان از کیفیت خدمات ناجا، نشان می‌دهد که از دیدگاه آنها، سطح کیفیت خدمات در تمامی مؤلفه‌ها به جز در مورد وجود تجهیزات روزآمد و مدرن کمی از حد متوسط بیشتر بوده است. بیشترین نمره ارزیابی به زیبایی تسهیلات فیزیکی مثل ساختمان و نمای درونی ادارات ناجا اختصاص یافت که

البته بالا بودن این نمره بیشتر به این موضوع مربوط است که در این مورد سطح انتظار مردم نسبتاً پایین بوده است و پایین‌ترین نمره ارزیابی به تجهیزات روز آمد و مدرن اختصاص داشت که این نمره هم از پایین بودن سطح نسبی مراجعان در این مورد ناشی می‌شود. بیشترین شکاف مشاهده شده در بعد مشروعیت و قابلیت اطمینان که هر دو در جلب اعتماد مردم بسیار مهم هستند، دیده شده است. مشروعیت نیروی انتظامی و کلانتری‌ها به این معنی است که کارکنان نیروی انتظامی در حین انجام وظیفه با قانون مانوس بوده و اعمال قانون مدار انجام می‌دهند. خدمات خود را به مردم تشریح و روشن‌گری می‌کنند، در برخورد با مردم به رعایت اصول اخلاقی و قانونی پایبند هستند و حقوق شهروندان را در انجام مأموریت‌های خود حفظ می‌کنند، حافظ اسرار و مسائل و مشکلات مردم بوده و در برخورد با مردم به عدالت برخورد می‌کنند. همچنین اعتبار و قابلیت اطمینان کیفیت خدمات، شامل ارائه خدمت در زمان مورد نظر، ارائه خدمت با کیفیت مورد نظر و ارائه خدمت بدون خطای اضافی است. کم‌ترین شکاف مربوط به وضعیت ظاهر چون نما و تزئینات داخلی و خارجی کلانتری‌ها، شکل فیزیکی و ظاهری تجهیزات، بروشورها، اعلامیه‌ها و وضعیت ظاهری کارکنان است.

پیشنهادها

با در نظر گرفتن اهمیت کیفیت خدمات در سازمان‌های خدماتی با توجه به اینکه استفاده از این روش در بخش‌های مختلف خدماتی در دنیا همچنان ادامه دارد، نتایج این تحقیق کاربردهای ارزشمندی برای فرماندهان ناجا خواهد داشت تا بتوانند ضمن شناسایی ابعاد موثر در کیفیت خدمات، وضعیت موجود خود را در این زمینه به خوبی بررسی نموده و راهبردهایی تدوین نمایند که با اصلاح شکاف‌های کیفیت خدمات و ارتقای سطح کیفی خدمات کلانتری‌ها، در ایجاد رضایتمندی در مردم و جلب اعتماد آنها برای مشارکت در طرح‌های انتظامی و اجتماعی پلیس کوشا باشند.

از دیدگاه مدیریتی، این مطالعه بینش و نگرش ارزشمندی را نسبت به درک مقوله کیفیت خدمات و ابعاد آن فراهم می‌آورد. مدیران ارشد کلانتری‌ها و پلیس نیاز به درک اهمیت این موضوع دارند؛ زیرا از آن می‌توانند به مثابه ابزاری مدیریتی جهت افزایش اثربخشی و کارایی منابع انسانی خود در راستای مردم محوری که مهم‌ترین عامل در نظام مقدس جمهوری اسلامی، استفاده کنند.

به این ترتیب پیشنهادهای محقق برای تحقق این مهم به شرح زیر است:

۱. خدمات نیروی انتظامی و پلیس در راستای اهداف دولت، قانون محوری، آرامش، امنیت و ایجاد جامعه سالم برای مردم است. بزرگ‌ترین چالش نیروی انتظامی در این زمینه این است که چگونه بین این اهداف تعادل ایجاد کند. از این رو ضروری است تا تیم‌های خاصی تشکیل گردد تا به صورت مستمر انتظارات و سطح رضایت مردم را ارزیابی کنند. در انجام مأموریت‌ها باید نظارت و واپایش به عمل آید تا از برنامه‌های تدوین شده به خوبی استفاده شود. باید توجه داشت که اجرای درست برنامه‌های کیفی مستلزم تقدیر از واحدها و نیروی انسانی فعال در این امر است.
۲. در بسیاری از مأموریت‌های انتظامی با توجه به حساسیت مسئله، مردم و پلیس در تقابل هم قرار می‌گیرند و اعتماد بین آنها کم رنگ است. برای افزایش حس اعتماد و اطمینان در مردم، لازم است جلسات هم‌اندیشی بین کلانتری‌ها و نمایندگان امین مردم یا شوراهای اسلامی در شهرها و روستا تشکیل شود.
۳. با توجه به اینکه در تمام ابعاد کیفیت خدمات و موارد تشکیل دهنده آن در کلانتری‌های مطالعه شده، شکاف مشاهده می‌شود، پیشنهاد می‌شود به ترتیب میزان شکاف مشاهده شده، انجام اقدامات اصلاحی در دستور کار قرار گیرد.
۴. جهت درک اهمیت این موضوع توسط واحدهای انتظامی و کارکنان، توجه به رضایت مردم و ایجاد بستر مناسب در کلانتری‌ها برای ارتقای سطح کیفی خدمات به‌عنوان هدفی راهبردی، در چشم‌انداز، رسالت و مأموریت‌های اساسی فرماندهی انتظامی گنجانده شود.
۵. توصیه می‌شود در یکی از واحدهای فرماندهی انتظامی کمیته‌ای مرکب از مدیران رده بالا تشکیل شود که به جدیت کیفیت خدمات کلانتری‌ها را تحت نظارت و واپایش داشته باشند و ارزیابی‌های دوره‌ای برای واپایش این موضوع صورت گیرد.
۶. با توجه به اینکه ممکن است کارکنان کلانتری‌ها با مقوله کیفیت خدمات و ابعاد و اهمیت آن آشنایی نداشته باشند، انجام دوره‌های آموزشی برای بازآموزی نیروی انسانی و بصیرت بیشتر سرمایه‌های انسانی ضرورت دارد.

۷. برای توجه بیشتر کلانتری‌ها به موضوع کیفیت خدمات، بخشی از ارزیابی‌های عملکردی در کلانتری‌ها بر اساس ارزیابی کیفیت خدمات انجام شود و بازخورد مناسب در این زمینه به آنها داده شود.

۸. با توجه به اینکه بیشترین میزان شکاف در ابعاد مشروعیت و قابلیت اطمینان مشاهده شده است و به دلیل بالا بودن انتظارات مردم در این زمینه، لازم است تا در این موارد برنامه‌های پیشبردی تنظیم شود. به‌عنوان مثال بروشورها و کتابچه‌هایی در خصوص حقوق شهروندان، قانون محوری و عدالت محوری در رفتار کارکنان نیروی انتظامی تدوین و در اختیار آنها گذارده شود. همچنین بروشورهای اطلاعاتی تدوین و در اختیار مردم گذارده شود که در آن ضمن تشریح خدمات و مأموریت‌های اساسی به مردم، بر جایگاه ویژه مردم در مأموریت‌های انتظامی تاکید گردد.

۹. به نظر می‌رسد مردم انتظار چندانی نسبت به زیبایی ساختمان و تجهیزات فیزیکی آن نسبت به سایر موارد ندارند و از این رو در وضعیتی که انتظارات پایین‌تر است با تغییرات و سرمایه‌گذاری جزیی می‌توان سطح رضایت مردم را بالا و سطح کیفی خدمت را افزایش داد.

۱۰. با توجه به اینکه مراجعان به کلانتری‌ها متقاضی خدمات متفاوتی هستند و نوع مراجعاتشان تفاوت‌های اساسی با هم دارند، توصیه می‌شود تا مراجعان بر اساس سطح انتظارات و درخواست هایشان طبقه بندی شده و به شیوه مناسب و متفاوت خدمات را دریافت کنند.

۱۱. توجه به ارتباطات با مردم و اینکه ارتباطات به سمت تشریک مساعی باشد. توصیه می‌شود علاوه بر ایجاد شیوه‌های سنتی ارتباطی مثل ایجاد سامانه‌های انتقادات و پیشنهادها و خطوط تلفن رایگان برای تعامل با مردم جهت دریافت شکایت‌ها و یا اطلاع از نظرها آنها، شبکه‌های ارتباطی مدرن همچون اتاق‌های گفتمان از طریق وب سایت و یا ایجاد پست الکترونیکی و مدیریت ارتباط با مراجعان و مردم در دستور کار قرار گیرد.

۱۲. توصیه می‌شود که راهکارهای بهینه برای افزایش جلب مشارکت مردم در طرح‌های انتظامی برای ایجاد رضایتمندی بیشتر در آنها بررسی و برنامه‌ریزی و اقدام لازم صورت گیرد.

۱۳. جهت دریافت اطلاعات مستمر از سطح رضایت و انتظارات مردم و توسعه مسئولیت‌پذیری

و پاسخگویی پلیس و افزایش احساس رضایت مردم از خدمات حرفه‌ای پلیس، چنین پیمایش‌هایی به صورت دوره‌ای جهت ارزیابی کیفیت خدمات انجام شود.

پیشنهادهایی به محققان آینده

این تحقیق می‌تواند زمینه انجام سایر تحقیقات مرتبط با این موضوع را جهت علاقه مندان به پژوهش فراهم آورد. زمینه‌هایی که به مطالعه بیشتر نیاز دارد و ما در این تحقیق نتوانسته ایم به آنها پردازیم شامل پیشنهادهای ذیل است:

۱- ارزیابی کیفیت خدمات و بررسی اهمیت شاخص‌های کیفی خدمات نیروی انتظامی با توجه به ماهیت مراجعان و بررسی اینکه آیا بین انتظارات و رضایت مراجعان با توجه به ماهیت خدمت دریافتی تفاوت وجود دارد؟

۲- انجام تحقیق‌های مشابه در این زمینه در سایر فرماندهی‌های انتظامی در ایران؛

۳- محاسبه اوزان اهمیت مؤلفه‌های کیفی با روش‌های کمی دیگر مثل روش‌های فاری؛

۴- انجام تحقیق درباره تأثیر هر بعد یا مؤلفه‌های کیفی در ایجاد شکاف؛

۵- تحقیقات مشابه می‌توانند با استفاده از تحلیل‌های به‌دست آمده از این مدل به بررسی چگونگی

بررسی تأثیر بهبود کیفیت خدمات با به کارگیری فن‌هایی همچون QFD^۱ پردازد.

این پیشنهادها دریچه‌های تازه‌ای را به روی محققان آینده باز نموده و به توسعه تئوری و

مفاهیم کمک بسیاری خواهد نمود.

منابع

منابع فارسی

- اردکانی، سعید، میرفخرالدینی، سیدحیدرو زارعیان، محمد (۱۳۸۸). ارزیابی کیفیت خدمات بانکی و تعیین اولویتها و راهکارهای ارتقای آن با استفاده از مدل تحلیل شکاف. نشریه مدیریت بازرگانی، ۱(۳و۴)، ۱۲۴-۱۰۷
- سید جوادین، سیدرضا و کیماسی، مسعود (۱۳۸۴). مدیریت کیفیت خدمات. تهران: نشر نگاه دانش.
- زارع، قاسم (۱۳۸۸). بررسی کیفیت خدمات در بانک ملی شیراز با استفاده از مدل پنج بعدی سروکوال (پایان نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه آزاد اسلامی واحد قشم.

کزازی ابوالفضل و یحیی دهقانی(۱۳۸۲). الگوی بهینه ارزیابی کیفیت خدمات پستی جمهوری اسلامی ایران. مدیریت صنعتی، (۳).

منابع انگلیسی

- Adams, J.N. & Emanuel, R. (2004), "Assessing student perceptions of instructor customerservice: A first step", Paper presented at the Southern States Communication Association Convention, Tampa, Florida, March.
- Babakus, E. & Mangold, W. G. (1992), "Adapting the SERVQUAL scale to hospital services: an empirical investigation", *Health Services Research*, 26(6), 767-786.
- Badri Masood, A. et al. (2005), "Information technology center service quality: Assessment and application of Servqul", *The International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol, 22 No 8/9.
- Carman, J. M. (1990), "Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions", *Journal of Retailing*, Vol, 66, pp 33-55.
- Chen, T.L., Yao, H, L (2006), "Kano Two-dimensional Quality Model and Important-Performance Analysis in the...", *Journal of American Academy of Business*, Cambridge, Vol, 9. No. 2, p 324.
- Cho, K.K, Chi- Hua Li, and Chiu, Po. (2010), "A study of the quality of police service in exercising public power in Taiwan", *Total Quality Management*, Vol. 21, No.5, pp. 537-551.
- Christopher, L.H. (1999), *principles of service marketing and management*.
- Donnelly, M., Neil, j. K., Russeii, R., & Shiu, E.M. (2006), "Assessing the quality of police services using SERVQUAL", *policing; An International Journal of Police Strategies & Management*, Vol, 29 No. 1, pp. 92-105.
- Gabbie, O. and O'Neill, M.A. (1996), "Servqul and the northern hotel sector: A competitive analysis-part 1", *Managing Service Quality*, Vol. 6, No. 6, PP. 25-33.
- Kotler, P (1994), *Marketing Management*, Prentice – Hall, New Jersey.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991), "Understanding customer expectations of service", *Sloan Management Review*, spring, pp. 39–48.
- Parasuraman, A., & Zeithaml, V. (1999), "Understanding Customer Expectations of Service", *Sloan Management Review*, 32(3).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. and Berry, L.L. (1985), "A Conceptual model of service quality and its implication for future research", *Journal of Marketing*, No. 49, PP. 41-50
- Parasuraman, A. V. A. Zeithaml and L. L. Berry (1996), "The behavioral consequence of service quality", *Journal of Marketing*, No. 60, PP. 35
- Parasuraman, A., Zeithaml, V and Berry, L.L. (1988), "servqual: A multi scale for measuring perception of service quality", *Journal of Retailing*, No. 64, PP. 12-40.
- Seth Nitin, S. G., Deshmukh, P.V. (2006), "A framework for measurement of quality of service in supply chains", *Supply Chain Management* Vol, 11 No. 1, pp. 82-90
- Stevenson, W. (2005), "Operation Management", 8th edition, McGrawHill, p. 11.
- Simon Lam, S. K. (1997), "SERVQUAL: A tool for measuring patients' opinions of hospital service quality in Hong Kong", *Total Quality Management*; Vol, 8 No. 4, pp. 145-152.
- Zeithaml, V. (1993). "The Nature of Customer Expectations", *Journal of Marketing Science*, 21(1).