

طراحی مدل ارزیابی کیفیت خدمات ادراک شده مشتریان در بانک‌های دولتی ایران

سیدعلیرضا سیدصالحی*

دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

چکیده

طی سالیان اخیر توجه ویژه‌ای از جانب محققین به مفهوم و مدل‌های کیفیت خدمات مبذول شده است. با توجه به تأثیر تفاوت‌های زمینه‌ای بر تعداد شاخص‌ها یا تعداد و مفهوم ابعاد کیفیت خدمات، بسیاری از محققین بر طراحی مدل‌های سنجش کیفیت خدمات به صورت بومی شده و مختص خدمات مختلف تأکید دارند. در این پژوهش نیز تلاش شده است با انجام تحقیقات کیفی و کمی، مدل ارزیابی کیفیت خدمات ادراک شده مشتریان بانک‌های دولتی ایران طراحی شود.

در این راستا با انجام تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی به مدل مورد نظر شامل ۲۴ شاخص و ابعاد چهارگانه کیفیت فنی ستاده، کیفیت فرآیندی، کیفیت رفتاری کارکنان و کیفیت محیط خدماتی دست یافتیم. مدل طراحی شده ویژگی‌های منحصر بفردی دارد که منعکس‌کننده شرایط و مقتضیات خاص صنعت بانکداری ایران است.

واژه‌های کلیدی: کیفیت خدمات، کیفیت فنی ستاده، کیفیت کارکردی (وظیفه‌ای) فرآیند.

۱- مقدمه

امروزه افراد در محیطی زندگی می‌کنند که به طور روزافزون به سوی اقتصاد مبتنی بر خدمات پیش می‌رود. اگرچه صنایع خدماتی بیش از نیم قرن بر اقتصاد کشورهای صنعتی سلطه داشته‌اند، با این حال مطالعه کیفیت خدمات از اواخر دهه ۱۹۷۰ مطرح شده است. این در حالی است که شرایط مطالعاتی در حوزه کیفیت خدمات در ایران بسیار نامساعدتر است. چرا که در هر دو بخش پژوهش و اجرا شاهد نقصان‌های عدیده‌ای می‌باشیم. این گونه نارسایی‌ها در گستره متنوعی از خدمات و مین جمله صنعت بانکداری اثرات زبان‌بار خود را بر جای می‌گذارد. صنعت بانکداری با توجه به توسعه روز افزون و همچنین افزایش شدت رقابت در آن از جمله بخش‌هایی است که نیازمند نگاهی دقیق‌تر به موضوع کیفیت خدمات و ابعاد گوناگون آن می‌باشد.*

مانند هر موضوع دیگری یکی از اولین چالش‌های پیش‌رو در زمینه کیفیت خدمات درک مفهوم و معنای دقیق آن می‌باشد. دیدگاه غالب در این زمینه بیان می‌دارد، مردم ارزیابی‌شان را از کیفیت خدمات بر اساس جنبه‌های متفاوتی از تجربه خدمت بنا می‌نهند. اندازه‌گیری کیفیت خدمات نوعاً براساس این فرض ضمنی بوده است که کیفیت خدمات ساختاری چند بعدی دارد [۱۸]. لذا در این تحقیق به دنبال پاسخ به این سؤال هستیم که "مدل کیفیت خدمات ادراک شده مشتریان در بانک‌های دولتی ایران شامل چه ابعادی است؟" و همچنین "هریک از ابعاد این مدل شامل چه شاخص‌هایی می‌باشند؟"

۲- کیفیت خدمات و ابعاد آن

به طور کلی، انواع مختلف مدل‌ها و ابعاد عمومی کیفیت خدمات (شامل مدل سروکوال، مدل گرونروس و یا دیگر مدل‌های مشابه)، غالباً باید فقط به عنوان چارچوبی کلی برای اندازه‌گیری کیفیت خدمات مورد استفاده قرار گیرند. لذا برای تطبیق با زمینه‌های خاص باید تغییر یافته یا مورد اصلاح واقع شوند. این تغییرات ممکن است شامل اضافه کردن ابعادی جدید (به خاطر جنبه‌های منحصر به فرد خدمات در یک صنعت) یا در حد تصحیح نامگذاری ابعاد و مؤلفه‌های مربوط به آن‌ها باشد.

البته گاهی از اوقات تفاوت‌ها بسیار فراتر از موارد فوق‌الذکر می‌باشد. مثلاً، بسیاری از محققینی که مدل سروکوال را در پژوهش‌هایشان به کار برده‌اند به این نتیجه رسیده‌اند که تنها یک یا دو مورد از ابعاد این مدل در حیطه مورد توجه‌شان قابل استفاده بوده است.

مشکلات موجود در زمینه کفایت ابعاد مطرح شده در مدل‌های عمومی کیفیت خدمات و همچنین نحوه تعبیر و تفسیر این ابعاد، بعضی از پژوهشگران را به این اظهارنظر واداشته است که:

"هیچ مجموعه جهان شمولی از ابعاد و عوامل کیفیت خدمات که با تمامی صنایع خدماتی تناسب داشته باشد، وجود ندارد." [۶، ۱۰].

۲-۱ کیفیت خدمات در صنعت بانکداری

تاکنون تحقیقات مختلفی در خصوص کیفیت خدمات بانکی به انجام رسیده است. اغلب این تحقیقات کیفیت خدمات را از طریق کاربرد مدل

* sas_salehi@yahoo.com

سروکوال یا مدل تعدیل شده آن مورد سنجش قرار داده‌اند. تعداد کمتری از پژوهش‌ها، ایده‌های گرونروس در زمینه کیفیت خدمات را مورد استفاده قرار داده‌اند. البته بعضی از پژوهشگران نیز مدل‌های جدیدی، خاص خدمات بانکی ارائه نموده‌اند. در مجموع می‌توان مهم‌ترین مدل‌های کیفیت خدمات را به شرح جدول شماره ۱ مورد اشاره قرار داد.

جدول شماره (۱): مدل‌های کیفیت ادراک شده خدمات بانکی

ردیف	پژوهشگران/ مولفین	ابعاد	تعداد شاخص‌ها	روش تحلیل
۱	بلانچارد، گالووی [۸]	عوامل سخت، عوامل نرم، عوامل سخت و نرم/ عوامل عینی، عوامل ذهنی، عوامل عینی و ذهنی	۳۱	دسته بندی مؤلفه ها
۲	اُپوال، وریس [۱۶]	دسترسی به بانک، شایستگی کارکنان، صحت عملکرد و رفتار دوستانه، عوامل ملموس	۲۸	تجزیه و تحلیل مشترک (توآمان)
۳	باهیا، ناننل [۷]	اثربخشی و اطمینان، دسترسی، قیمت، عوامل ملموس، سبب خدمات، و اعتماد	۳۱	تحلیل عاملی (اکتشافی و تأییدی)
۴	سورشچاندار، راجندرال، آنانتارامان [۱۹]	عوامل انسانی، ظواهر فیزیکی، اصل خدمات، عوامل غیر انسانی، پاسخگویی	۳۹	تحلیل عاملی تأییدی
۵	جینون، التیمی [۱۳]	مهارت های انسانی، همدلی، عوامل ملموس	۳۰	تحلیل عاملی
۶	الدلیگان، باتل [۴]	سیستم خدمات، رفتار خدماتی، صحت تبادلات، دستگاه‌ها، نحوه ارائه خدمات	۲۱	تحلیل عاملی اکتشافی
۷	راجپوت [۱۷]	صمیمیت، شخصی سازی، رسمیت، عوامل ملموس، اعتبار، اطمینان	۲۴	تحلیل عاملی
۸	جینون، خلیفه [۱۴]	مهارت های شخصی، اعتبار، ارزشها، تصویر بانک	۳۰	تحلیل عاملی/ رگرسیون
۹	کاراتپ، یاواس، باباکوس [۱۵]	محیط خدماتی، کیفیت تعامل، همدلی، اعتبار	۲۰	تحلیل عاملی
۱۰	جیو، داف، هایر [۱۲]	اعتبار، سرمایه انسانی، فن آوری ارتباطات	۲۰	تحلیل عاملی (اکتشافی و تأییدی)
۱۱	امین، عیسی [۵]	عوامل ملموس، اعتبار، پاسخگویی، اطمینان، همدلی، اسلامی بودن	۲۶	تحلیل عاملی تأییدی/ مدل معادلات ساختاری

۳- روش تحقیق

در پژوهش حاضر از میان انواع روش‌ها به انجام مصاحبه و تشکیل گروه‌های متمرکز (که روش‌های غالب در تحقیقات کیفیت خدمات می‌باشند) اکتفا شده است.

باهداف دستیابی به شاخص‌های مورد نظر مشتریان، ۳۰ مصاحبه عمیق به صورت انفرادی با مشتریان شعب مرکزی مجموعه ای از بانکها انجام شد.

در گام بعدی، بازبینی و جمع بندی نظرات مشتریان از طریق فرایند تحلیل محتوا با هدف دستیابی به مجموعه‌ای قابل اتکاء از شاخص‌های مؤثر بر ادراک مشتریان از کیفیت خدمات امری گریز ناپذیر می‌نمود. البته از آنجایی که در این تحقیق شاخص‌های مورد نظر مشتریان به وضوح از جانب آنان تبیین گردیده است، به منظور جمع بندی نتایج فقط از ساختار کلی تحلیل محتوا تبعیت شده است.

پیش از انجام تحلیل محتوا، جمع بندی شاخصهای مطرح شده در ادبیات ضروری می نمود چرا که این شاخصها می توانستند نقطه آغازی جهت

پاسخگویی به سؤالات پژوهشی (ابعاد و شاخص‌های کیفیت خدمات ادراک شده مشتریان در بانک‌های دولتی ایران) مستلزم انجام تحقیقاتی است که از لحاظ نوع، بنیادی و از لحاظ هدف اکتشافی بوده و به منظور اجرای آن روشهای پیمایش مقطعی برای توصیف و تبیین روابط بین متغیرهای تحقیق استفاده شود. در راستای اجرای این تحقیق و با توجه به ماهیت فعالیت‌های پژوهشی، فرایند تحقیق به دو بخش کیفی و کمی تفکیک گردید.

۳-۱ بخش کیفی تحقیق

اولین گام در بخش کیفی تحقیق، گردآوری داده‌ها است. در این مرحله می‌توان از روشهای ترکیبی بهره جست.

۳-۳ جامعه آماری و روش نمونه گیری

جامعه آماری این تحقیق عبارت است از مشتریان بانکهای تجاری دولتی ایران. انجام تحقیق در چنین جامعه آماری وسیعی مستلزم استفاده از طرح نمونه گیری تصادفی است. چراکه اگر قرار باشد نتایج حاصل از نمونه گیری را به جامعه تعمیم دهیم باید از نمونه گیری احتمالی (تصادفی طبقه ای) استفاده کنیم.

پرسشنامه ها به نسبت تعداد مجموع شعب بانک های دولتی به کل شعب موجود در کلان شهرهای مورد مطالعه توزیع شدند.

نمونه گیری در تهران و پنج کلان شهردیگر شامل: اصفهان، مشهد، کرج، شیراز و تبریز انجام شد. تعداد پرسشنامه توزیعی در هر یک از این شش شهر متناسب با نسبت جمعیت آنها به مجموع بود.

در فرایند های تحلیل عاملی برای دستیابی به عاملهای معتبر، نمونه ها هم باید معرف باشند و هم اینکه حجم آنها کافی باشد.

در این پژوهش به جمع آوری ۳۴۸ پرسشنامه اقدام گردید. که در محدوده میان تعداد متوسط و خوب نمونه جهت انجام تحلیل عاملی جای دارد.

۴- تحلیل عاملی تأییدی و اکتشافی

در این پژوهش جهت تحلیل داده ها به طور همزمان از تحلیل عاملی تأییدی و اکتشافی استفاده شده است. بدین صورت که برای تعیین تعداد یا ماهیت عامل هایی که همپراشی بین متغیرها را توجیه می کنند از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است.

پس از تعیین تعداد و ماهیت عوامل، برای برآوردن هرچه دقیقتر بارهای ماتریس هدف، تحلیل عاملی تأییدی انجام می گیرد و بدین طریق می توان وجود ارتباط واقعی میان متغیرهای مشاهده شده و پنهانی را مورد آزمون قرار داد [۳].

با انجام آزمون وباتوجه به عدد کفایت نمونه گیری (بزرگتر از ۰/۷) و عدد معنی داری آزمون بارتلت ($\text{sig} < 0/05$) می توان داده ها را برای اجرای تحلیل عاملی مناسب دانست. لذا با استفاده از روش واریمکس به ماتریس چرخش یافته عاملی دست یافتیم.

توضیح این نکته ضروری است که با هدف تضمین یک بعدی بودن ابعاد حاصله از فرآیند تحلیل عاملی اکتشافی، به هنگام بررسی کیفی شاخص های تعلق یافته به هر یک از ابعاد موجود در جدول چرخش یافته، این رویه مدنظر قرار گرفته است که اولاً، فقط شاخص هایی با بارعاملی بالاتر از ۰/۴ در یک بعد جای گیرند و ثانیاً، در صورتی که بارعاملی یک شاخص در دو بعد مجزا بسیار نزدیک به هم باشد (تفاوت بارعاملی شاخص ها در دو بعد مختلف کمتر از ۰/۰۳) آن شاخص حذف شود.

البته با هدف تبیین هرچه بهتر نحوه استخراج شاخص ها و ابعاد، در جدول شماره ۲ فقط بار عاملی شاخص های ذیل هریک از ابعاد ذکر گردیده و به دلیل جلوگیری از اطاله کلام از ذکر ابعادی که در مدل نهایی امکان تخصیص شاخصی به آنها وجود نداشته و همچنین از تبیین میزان بار عاملی شاخص هایی که در مدل پیشنهادی حذف شده اند خودداری شده است.

کدگذاری داده ها و انجام تحلیل محتوا باشند. بدین ترتیب، باجمع بندی عوامل و مولفه های مطروحه درمدلهای تخصصی صنعت بانکداری در زمینه کیفیت خدمات و رضایت مشتریان، مجموعه ای شامل ۴۵ شاخص شناسایی شد.

در این مرحله، با استفاده از روش خلاصه سازی و کدگذاری به جمع بندی نتایج مصاحبه ها به شرح ذیل پرداخته شد. مطابق روش بکار گرفته شده در تمامی تحقیقات مشابه، دو کدگذارمستقل شروع به کد گذاری نمودند.

گام اول: در ابتدا، با مراجعه به متن پیاده سازی شده مصاحبه ها و کدگذاری مستقل متون، یک لیست اصلی شامل تعداد ۳۵۷ شاخص مورد نظر مشتریان به دست آمد.

گام دوم: از طریق خلاصه سازی و کدگذاری مستقل این ۳۵۷ مولفه، تعداد ۴۷ شاخص اولیه در مجموع پیشنهاد شد که بر ۳۹ مورد از آنها توافق وجود داشت. در این مرحله ضریب پایایی کدگذاری، معادل ۸۲/۹۸ به دست آمد.

گام سوم: پس از مباحثات نزدیکتر کدگذاران، ۴۳ شاخص نهایی مورد توافق قرار گرفت.

گام چهارم: با ترکیب مولفه های حاصل از مصاحبه ها با شاخص های به دست آمده از دیگر مدلها یا پژوهشهای مشابه، و حذف موارد مشترک یا موارد با همپوشانی زیاد، لیست نهایی شاخص ها شامل ۵۲ مورد به دست آمد.

گام پنجم: شاخص های بدست آمده در مرحله قبل، با هدف تحلیل روایی محتوایی آنها در اختیار خبرگان قرار گرفتند که بدین ترتیب، ۴۸ شاخص مورد تأیید واقع شدند.

۳-۲ بخش کمی تحقیق

در این مرحله از شاخص های مطرح شده در بخش کیفی تحقیق بعنوان مواد خام اولیه جهت ایجاد ابزار گردآوری داده ها استفاده شد و با انجام تحلیل عاملی اکتشافی (با استفاده از نرم افزار SPSS) و تحلیل عاملی تأییدی (با استفاده از نرم افزار LISREL) بر روی داده ها نهایتاً به مدل کیفیت خدمات ادراک شده مشتریان در بانکهای تجاری دولتی و همچنین به ابزار سنجش مربوطه دست یافتیم.

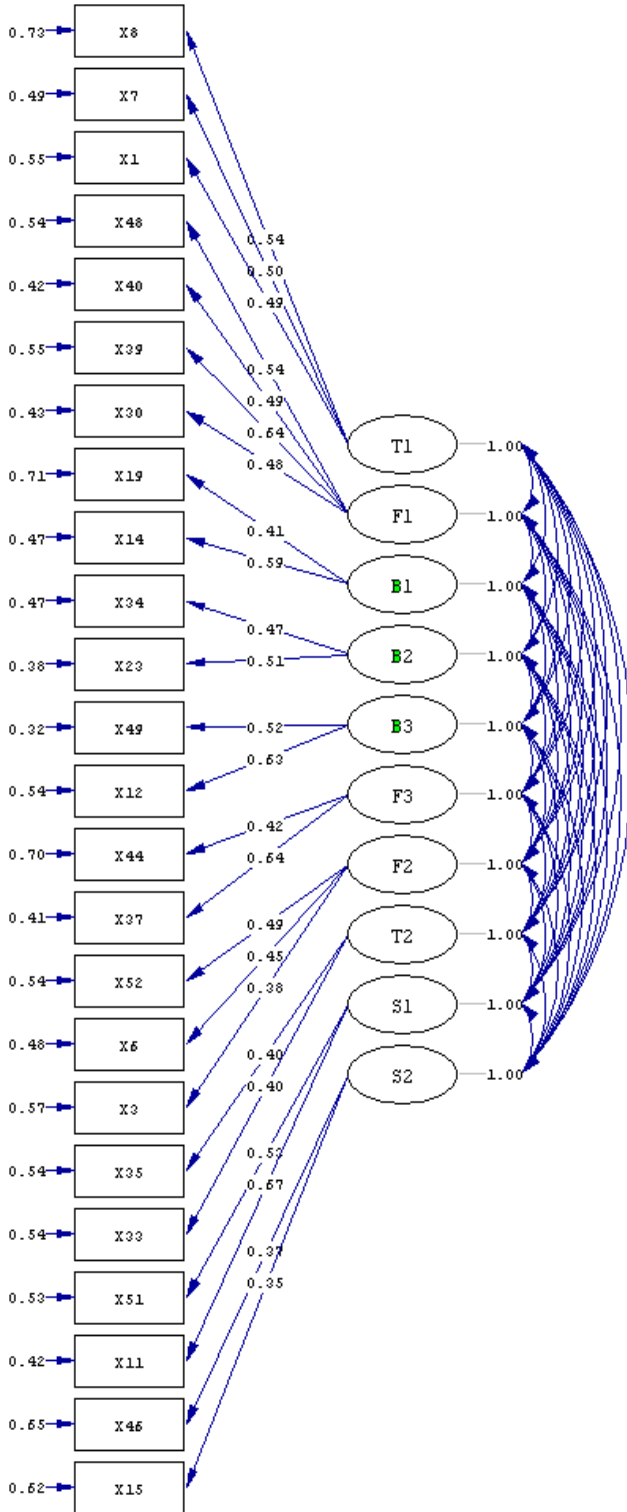
در بخش کمی تحقیق مهم ترین ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه می باشد. همانطور که اشاره شد، پرسشنامه این تحقیق با توجه به مبانی نظری و نتایج حاصل از بخش کیفی فرایند اجرایی پژوهش طراحی گردیده است.

پرسشنامه مورد اشاره شامل دو قسمت می باشد. قسمت اول شامل سؤالات اصلی پرسشنامه می باشد که استفاده از آنها به طراحی ابزار اندازه گیری کیفیت خدمات ادراک شده مشتریان منتهی شده است. در طراحی سؤالات مربوط به بخش اصلی پرسشنامه از مقیاس پنج گزینه ای لیکرت استفاده شده است.

قسمت دوم حاوی سؤالاتی درخصوص مشخصات پرسش شونده می باشد.

جدول شماره (۲): ماتریس چرخش یافته عاملی شاخص‌های کیفیت خدمات در بانک‌های دولتی

	T1	F1	B1	B2	B3	F3	S1	F2	T2	S2
سوال ۵۲								۰/۵۹۵		
سوال ۵۱							۰/۴۳۸			
سوال ۴۹					۰/۵۴۱					
سوال ۴۸	۰/۶۶۹									
سوال ۴۶									۰/۷۲۱	
سوال ۴۴							۰/۶۸۲			
سوال ۴۰	۰/۵۱۷									
سوال ۳۹	۰/۶۴۹									
سوال ۳۷						۰/۴۲۲				
سوال ۳۵									۰/۵۳۲	
سوال ۳۴					۰/۶۴۷					
سوال ۳۳									۰/۴۸۹	
سوال ۳۰	۰/۴۸۰									
سوال ۲۳					۰/۵۵۷					
سوال ۱۹			۰/۶۹۸							
سوال ۱۵										۰/۴۹۷
سوال ۱۴			۰/۴۱۲							
سوال ۱۲					۰/۶۸۴					
سوال ۱۱							۰/۶۸۵			
سوال ۸	۰/۵۳۰									
سوال ۷	۰/۶۳۹									
سوال ۶								۰/۴۷۶		
سوال ۳								۰/۵۲۶		
سوال ۱	۰/۶۲۶									



Chi-Square=501.25, df=207, P-value=0.00000, RMSEA=0.053

شکل شماره (۱): تحلیل عاملی تائیدی مدل کیفیت خدمات بانک‌های دولتی

فرضیه ۱: بین متغیر مکنون کیفیت فنی ستاده با متغیر مکنون اولیه T^1 رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

فرضیه ۲: بین متغیر مکنون کیفیت فنی ستاده با متغیر مکنون اولیه T^2 رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

فرضیه ۳: بین متغیر مکنون کیفیت کارکردی فرآیند با متغیر مکنون اولیه F^1 رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

فرضیه ۴: بین متغیر مکنون کیفیت کارکردی فرآیند با متغیر مکنون اولیه F^2 رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

فرضیه ۵: بین متغیر مکنون کیفیت کارکردی فرآیند با متغیر مکنون اولیه F^3 رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

فرضیه ۶: بین متغیر مکنون کیفیت رفتاری کارکنان با متغیر مکنون اولیه B^1 رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

فرضیه ۷: بین متغیر مکنون کیفیت رفتاری کارکنان با متغیر مکنون اولیه B^2 رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

فرضیه ۸: بین متغیر مکنون کیفیت رفتاری کارکنان با متغیر مکنون اولیه B^3 رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

فرضیه ۹: بین متغیر مکنون کیفیت محیط خدماتی با متغیر مکنون اولیه S^1 رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

فرضیه ۱۰: بین متغیر مکنون کیفیت محیط خدماتی با متغیر مکنون اولیه S^2 رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

آزمون فرضیات فوق مستلزم مراجعه به حالت استاندارد و همچنین حالت معنی داری مدل می‌باشد که خلاصه نتایج آن در جدول ۳ آمده‌اند.

جدول شماره (۳): خلاصه وضعیت فرضیه‌های مربوط به سطح اول ابعاد

کیفیت خدمات در بانک‌های دولتی

نام فرضیه	همبستگی	معنی داری	عدم رد/رد
فرضیه یک	۰/۵۹	۱۲/۶۸	عدم رد
فرضیه دو	۰/۶۰	۱۲/۹۰	عدم رد
فرضیه سه	۰/۷۴	۱۷/۹۱	عدم رد
فرضیه چهار	۰/۷	۱۶/۶۲	عدم رد
فرضیه پنج	۰/۶۱	۱۳/۸۵	عدم رد
فرضیه شش	۰/۶۶	۱۵/۶۲	عدم رد
فرضیه هفت	۰/۶۳	۱۴/۷۷	عدم رد
فرضیه هشت	۰/۷۲	۱۷/۴۳	عدم رد
فرضیه نه	۰/۵۴	۱۰/۶۷	عدم رد
فرضیه ده	۰/۶۹	۱۲/۶۴	عدم رد

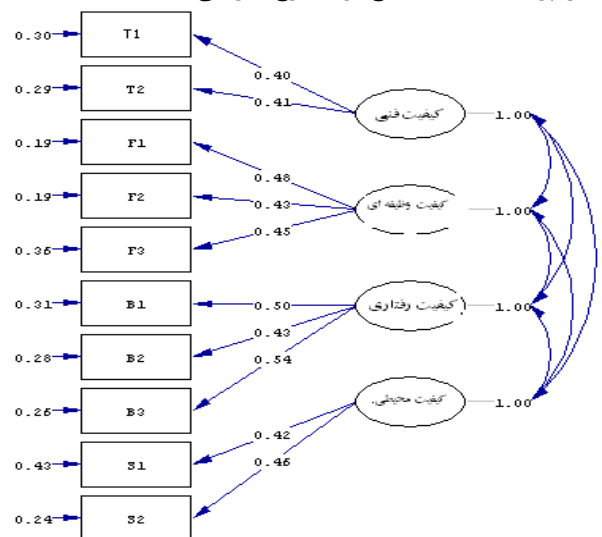
با توجه به نتایج جدول ۳، مشخص است که تمامی فرضیات مطرحه مورد تایید می‌باشند که این مساله نشان دهنده ساختار سلسله مراتبی این مدل (شامل ده عامل اولیه و چهار عامل کلان در سطح دوم) می‌باشد.

۴-۱ مدل کیفیت خدمات ادراک شده مشتریان در بانک‌های دولتی ایران با توجه به برآزش تحلیل عاملی تأییدی و همچنین تأیید تمامی روابط و همبستگی‌های میان شاخص‌ها و ابعاد کیفیت خدمات می‌توان مدل نهایی کیفیت خدمات در بانک‌های دولتی که در بردارنده روابط میان هریک از ابعاد چهارگانه، با کیفیت خدمات ادراک شده مشتریان است را مورد بررسی و تحلیل قرار داد.

همانطور که مشخص است این مدل از لحاظ شاخص‌های تناسب در وضعیت مطلوبی قرار داد به گونه‌ای که نسبت "کای دو" به درجه آزادی (χ^2/df) آن معادل ۲/۴۲ و شاخص RMSEA آن برابر ۰/۰۵۳ می‌باشد. با مراجعه به نتایج تحلیل عاملی تأییدی در حالت تخمین استاندارد مشاهده می‌شود که تمامی متغیرهای مشاهده‌گر (شاخص‌ها) مربوط به متغیرهای مکنون ده‌گانه کیفیت خدمات، دارای همبستگی قابل قبولی با ابعاد مربوطه می‌باشند و این همبستگی بین ۷۲ درصد (همبستگی میان متغیر مشاهده‌گر X^{11} با متغیر مکنون S^1) و ۴۰ درصد (همبستگی میان متغیر مشاهده‌گر X^{15} با متغیر مکنون S^2) در نوسان است.

همچنین با مراجعه به نتایج تحلیل عاملی تأییدی در حالت معنی داری مشاهده می‌شود اعداد معنی داری مربوط به روابط کلیه متغیرهای مشاهده‌گر و مکنون (اعم از بارعاملی و خطاهای آن) معنی دار شده است زیرا عدد معنی داری آنها از ۱/۹۶ بزرگتر است. لذا شاخص‌های مورد بررسی ذیل تمامی ابعاد حفظ می‌شوند.

مدل فوق با وجود تناسب کافی و تأیید همگی فرضیات مرتبط از نقیصه‌ای رنج می‌برد، چراکه ذیل ۷ مورد از متغیرهای مکنون این مدل تنها دو متغیر مشاهده‌گر وجود دارد که بالطبع روایی مدل جهت سنجش تفکیکی هریک از متغیرهای مکنون را کاهش می‌دهد. همچنین، متغیرهای مکنون استخراج شده به‌طور آشکاری جنبه‌های مختلفی از ابعاد سطح بالاتری را نشان می‌دهند. لذا، با هدف بهبود مدل حاصله از لحاظ مفهومی به تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم متغیرهای مکنون این مدل پرداخته شد که نتایج آن به شرح ذیل می‌باشد.



Chi-Square=79.10, df=29, P-value=0.00000, RMSEA=0.058

شکل شماره (۲): تحلیل عاملی تأییدی ثانویه کیفیت خدمات بانک‌های دولتی

همانطور که مشخص است این مدل نیز از لحاظ شاخص‌های تناسب در وضعیت مطلوبی قرار داد به گونه‌ای که نسبت "کای دو" به درجه آزادی (χ^2/df) آن معادل ۲/۷۲، شاخص RMSEA آن برابر ۰/۰۵۸ و شاخص‌های GFI و AGFI به ترتیب ۰/۹۳ و ۰/۹۰ می‌باشند.

بدین ترتیب با تأیید تناسب این مدل، آزمون فرضیات مرتبط با هر عامل مورد بررسی قرار گرفت:

بررسی این مدل و تحلیل آن مستلزم آزمون فرضیاتی به شرح ذیل می‌باشد:

فرضیه ۱: بین کیفیت خدمات ادراک شده مشتریان با متغیر کیفیت فنی ستاده رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

فرضیه ۲: بین کیفیت خدمات ادراک شده مشتریان با متغیر کیفیت کارکردی فرآیند رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

فرضیه ۳: بین کیفیت خدمات ادراک شده مشتریان با متغیر کیفیت رفتاری رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

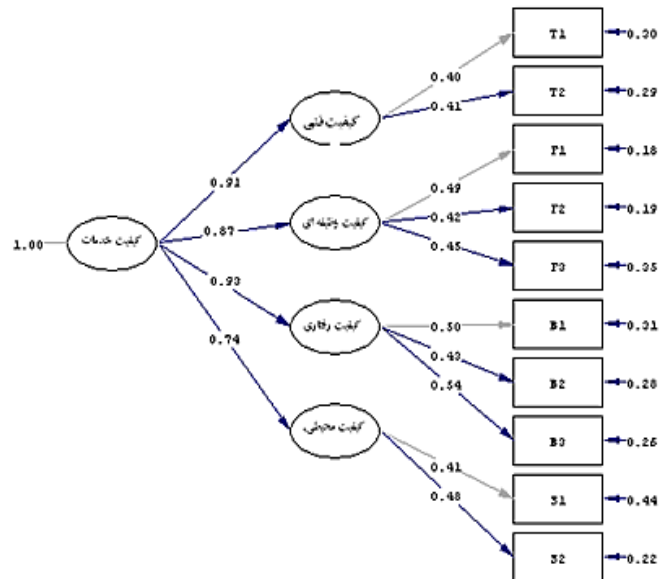
فرضیه ۴: بین کیفیت خدمات ادراک شده مشتریان با متغیر کیفیت محیطی رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

آزمون فرضیات فوق مستلزم مراجعه به حالت تخمین استاندارد و همچنین حالت معنی داری مدل می‌باشد که نتایج آن به طور خلاصه در جدول ۴ ذکر گردیده است.

جدول شماره (۴): خلاصه وضعیت فرضیه‌های سطح دوم ابعاد کیفیت

خدمات در بانک‌های دولتی

نام فرضیه	همبستگی	معنی داری	عدم رد/رد
فرضیه یک	۰/۹۲	۱۵/۴۸	عدم رد
فرضیه دو	۰/۸۹	۱۶/۶۹	عدم رد
فرضیه سه	۰/۹۳	۱۵/۲۷	عدم رد
فرضیه چهار	۰/۷۴	۸/۳۷	عدم رد



Chi-Square=85.47, df=31, P-value=0.00000, RMSEA=0.059

شکل شماره (۳): مدل کیفیت خدمات بانک‌های دولتی

همچنین شاخص‌های تناسب (برازش) مدل برای نسبت "کای دو" به درجه آزادی (χ^2/df) معادل ۲/۷۶، RMSEA معادل ۰/۰۵۹، GFI مساوی ۰/۹۳ و نهایتاً در مورد AGFI ۰/۹۰ بود که نشان‌دهنده برازش مناسب این مدل می‌باشند.

جدول شماره (۵): ابعاد و شاخص‌های مدل کیفیت خدمات در بانک‌های دولتی

شرح	شاخص	ابعاد اولیه	ابعاد ثانویه
هر یک از انواع خدمات بانک (پس‌اندوخته، مدت، بلند مدت، جاری، کارت اعتباری و...) دارای شرایط و امکانات مختلفی متناسب با نیاز مشتری می‌باشد (ملاحظه‌های پس‌اندوخته، جداول سود مفولت و...) ارتباط و یکپارچگی مناسبی با خدمات دیگر شعب این بانک در شهرستان‌ها و همچنین سایر بانک‌ها وجود دارد.	X ₁ X ₇ X ₈	T ₁	کیفیت فنی
پول یا چک پول مورد نیاز در همه زمانها در شعب مختلف این بانک وجود دارد.	X ₃₃ X ₃₅		
عملکرد کارکنان این بانک با حداقل اشتباه می‌باشد	X ₃₀	T ₂	کیفیت فرآیند
خدمات ارائه شده، و تبادلات مالی و نقل و انتقالات از دقت و صحت کافی برخوردارند.	X ₃₉		
در خصوص زمان دقیق ارائه خدمات، اطلاع رسانی مناسبی صورت می‌پذیرد.	X ₄₀ X ₄₈	F ₁	کیفیت رفتاری
خدمات این بانک به همه اقشار جامعه (نیازمندان، کارآفرینان، طبقات پایین اجتماعی و...) با در نظر گرفتن شرایط ساده‌تر اعتباری و مکانیزم‌های بازپرداخت منعطف‌تر، ارایه می‌گردد.	X ₃ X ₆		
در این بانک شاهد تعاطف پذیری و عدم سخت‌گیری بی‌مورد در ارائه خدمات می‌باشیم.	X ₅₂ X ₃₇ X ₄₄	F ₂	کیفیت محیطی
روزهای کاری و ساعات کاری شعبه‌های این بانک مناسب است. (مثلاً، فعالیت برخی از شعب این بانک در روزهای تعطیل و یا ادامه ساعات ارایه خدمات در بعد از ظهرها)	X ₁₄ X ₁₉		
در این بانک شاهد ثبات رویه نسبی در تعیین نرخ سود و کارمزد، فرایندها، و قوانین و مقررات می‌باشیم.	X ₂₃ X ₃₄	F ₃	کیفیت رفتاری
در خصوص انواع خدمات بانکی و آئین نامه‌ها و مقررات، اطلاع رسانی مناسب و کافی صورت می‌پذیرد.	X ₁₂ X ₄₉		
سرعت ارائه خدمات و زمان انجام عملیات (نقل و انتقالات وجه، وصول چک‌های شهرستان، و تأییدات لازم برای دریافت وام) مناسب می‌باشد.	X ₁₁ X ₅₁	B ₁	کیفیت محیطی
کارکنان بانک، مشاوره‌ها و راهنمایی‌های لازم را به شیوه‌ای مناسب ارائه می‌نمایند.	X ₁₅ X ₄₆		
کارکنان این بانک رفتار مودبانه و متواضعانه‌ای دارند.		B ₂	کیفیت رفتاری
کارکنان شعبه‌های این بانک مطابق با موازین و اصول شرعی و اسلامی است.			
کارکنان شعبه‌های این بانک، رفتاری ضابطه‌مند، قانونی، و به دور از منفعت‌طلبی شخصی دارند.		B ₃	کیفیت رفتاری
شایستگی، مهارت، و تخصص کارکنان در جهت ارائه خدمات به مشتریان در حد مناسبی است.			
لباس و پوشش کارکنان این بانک زیبا و مرتب است.		S ₁	کیفیت محیطی
نظافت و پاکیزگی شعبه به خوبی رعایت می‌شود.			
تجهیزات، امکانات، نمای بیرونی، تابلوها، پوسترها و ملزومات موجود در شعبه از زیبایی و جذابیت ظاهری برخوردارند.		S ₂	کیفیت محیطی
چیدمان فیزیکی تجهیزات و پیشخوان برای مشتریان، جهت تعامل با کارکنان از راحتی و امنیت کافی برخوردار است.			

شبکه بانکی قرار گیرد، کیفیت رفتاری کارکنان می باشد که اساسی ترین ابزارهای دست یابی به این مهم شامل موارد زیر می باشد:

- آموزش مستمر کارکنان در بدو خدمت و همچنین در طی خدمت
- تعدیل سیستم های ارزیابی عملکرد و پاداش با تاکید بر شاخص های مرتبط با کیفیت رفتاری کارکنان
- بهبود و ارتقاء فرهنگ مشتری مداری در بدنه سیستم بانکی
- پشتیبانی مناسب از کارکنان شعب (به طور خاص کارکنان پشت باجه) با هدف تسهیل خدمت رسانی آنان به مشتریان و ارتقاء سطح عمومی رضایت آنان.

البته بدیهی است با توجه به همبستگی بسیار بالای دیگر ابعاد شناسایی شده، با کیفیت خدمات، مدیریت و ارتقاء کیفیت خدمات بانکی مستلزم بذل توجه ویژه به این عوامل نیز می باشد. که تبیین جزئیات اقدامات قابل انجام در این مختصر نمی گنجد.

۷- پیشنهادت پژوهشی

ماهیت این تحقیق پژوهشهای تکمیلی جدیدی را مشخص ساخته است که در ادامه به تبیین مجموعه این موارد خواهیم پرداخت. الف) همانطور که مشخص می باشد، این پژوهش صرفاً به موضوع کیفیت خدمات بانکی در کلان شهرهای ایران پرداخته است. لذا، عناوین پژوهشی به شرح ذیل پیشنهاد می گردند:

- بررسی و تحلیل مجدد این مدل در دیگر زمینه های فرهنگی اعم از بین المللی یا داخلی (خرده فرهنگ های کرد، لر، بلوچ، عرب، ...)
- بررسی مجدد این مدل در دیگر انواع بانک ها (بانکهای تخصصی، توسعه ای و تجاری خصوصی) جهت تحلیل امکان استفاده از آن در این گونه مؤسسات و یا در صورت لزوم اصلاح و بازبینی شاخص ها و ابعاد این مدل.
- بررسی امکان استفاده از این مدل در شهرستان ها و مناطق روستایی با توجه به تفاوت های موجود در شرایط اجتماعی و اقتصادی آنها

ب) واضح است که افرادی با ویژگی های روانی و جمعیت شناختی گوناگون نگاهی متفاوت به این شاخص ها و ابعاد داشته باشند. لذا تحلیل خوشه ای نتایج و شناسایی این تفاوت ها یا حتی شباهت ها گامی بسیار مؤثر در جهت شناخت دقیق تر مفهوم کیفیت خدمات می باشد.

ج) رویکرد این تحقیق بر اساس سنجش ادراکات مشتریان از کیفیت خدمات می باشد. اما، بسیاری از مدل های مطرح، از رویکرد تفاضل انتظارات و ادراکات در سنجش کیفیت خدمات استفاده می نمایند. این مسأله می تواند به دلیل برتری این رویکرد در عارضه یابی کیفیت خدمات باشد. بدین ترتیب تحلیل مجدد این مدل و کاربرد آن با رویکرد استفاده از تفاضل امتیاز انتظارات و ادراکات مشتریان می تواند مفید باشد.

د) بدیهی است که تفاوت های موجود در انتظارات مشتریان کلان بانکی با توجه به نوع خدمات دریافتی و پایگاه اجتماعی و اقتصادی آنان می تواند به شاخص ها و ابعاد جدیدی در سنجش کیفیت خدمات بیانجامد

۴-۲ مدل کیفیت خدمات ادراک شده مشتریان در بانک های دولتی

با توجه به تأیید تمامی روابط و همبستگی های میان شاخص ها و ابعاد کیفیت خدمات می توان مدل کیفیت خدمات در بانک های دولتی که در بردارنده روابط میان هر یک از ابعاد چهارگانه، با کیفیت خدمات ادراک شده مشتریان است را مورد بررسی و تحلیل قرار داد. این مدل در بردارنده شاخص ها و ابعادی به شرح جدول شماره ۵ (صفحه قبل) می باشد.

۵- روایی و پایایی ابزار سنجش کیفیت خدمات

در تحقیقاتی که انجام می شود معمولاً انجام تحلیل عاملی تأییدی بر اساس نتایج تحلیل عاملی اکتشافی را به طور غیر مستقیم متضمن روایی ابزار حاصله می دانند. علی الخصوص در صورتیکه شاخص های تناسب مدل نیز وضعیت مناسبی داشته باشد. اما در اینجا با هدف آزمون دقیق تر روایی و پایایی از روش های تکمیلی دیگری نیز استفاده شده است.

با محاسبه آلفای کرونباخ برای پرسشنامه حاصله ضریبی معادل ۰/۸۹۲۷ بدست آمد که نشاندهنده پایایی مناسب ابزار می باشد.

برای سنجش روایی پیش بینی همبستگی میان میانگین امتیازات مجموع سؤالات با امتیاز سؤال پرسیده شده در خصوص کیفیت کلی ادراک شده خدمات محاسبه گردید که نتایج نشاندهنده همبستگی معنی داری به میزان ۰/۴۸۷ بود که وجود روایی پیش بینی برای این ابزار سنجش کیفیت خدمات را اثبات می نماید.

همچنین برای بررسی روایی سازه، از "روایی همگرای" ابزار استفاده شد. روایی همگرا را می توان با محاسبه آلفای کرونباخ یا ضریب بنتلر بونت برای هریک از ابعاد مورد تأیید قرار داد [۱۹]. با وجود تعداد اندک شاخص های هریک از ابعاد که محاسبات و اخذ نتایج مناسب را با مشکل مواجه می سازد آلفای کرونباخ برای هریک از ابعاد کیفیت خدمات بانک های دولتی به ترتیب برای کیفیت فنی ستاده، ۰/۷۰۱۹، کیفیت وظیفه ای فرآیند ۰/۷۹۰۶، کیفیت رفتاری ۰/۷۳۹۰، و کیفیت محیط خدماتی ۰/۷۶۵ می باشد که نشان دهنده روایی همگرای ابزار است.

۶- نتیجه گیری و پیشنهادت

همان طور که مشاهده شد، مدل کیفیت خدمات بانک های دولتی شامل ۲۴ شاخص و ده متغیر مکنون اولیه بود. که با دریافت و بررسی نظرات خبرگان این ابعاد ده گانه در قالب چهار متغیر مکنون (عامل) شامل کیفیت رفتاری کارکنان، کیفیت فنی ستاده، کیفیت کارکردی فرآیند، و کیفیت محیط خدماتی دسته بندی شده و با بهره گیری از تحلیل عاملی تأییدی، این دسته بندی مورد آزمون قرار گرفت. با بررسی ضرایب همبستگی این ابعاد با کیفیت کلی ادراک شده خدمات مشخص شد که به ترتیب کیفیت رفتاری کارکنان، کیفیت فنی ستاده، کیفیت کارکردی فرآیند، و کیفیت محیط خدماتی دارای بیشترین تا کمترین همبستگی با کیفیت خدمات می باشند. لذا، بدیهی است مهمترین متغیری که باید در راستای مدیریت کیفیت خدمات بانکی مورد توجه تصمیم گیرندگان

که این مسأله نقطه آغازی است جهت انجام تحقیقاتی جدید در این زمینه.

۸- منابع و مآخذ

- [۱] حریری نجلا (اصول و روش های پژوهش کیفی)، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی- واحد علوم و تحقیقات. (۱۳۸۵).
- [۲] کلاین پل (راهنمای آسان تحلیل عاملی)، ترجمه دکتر سید جلال صدرالسادات و اصغر مینایی، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها. (۱۳۸۰).
- [۳] کیم آن، مولر جان (کاربرد تحلیل عاملی در پژوهش اجتماعی)، ترجمه مسعود کوثری، تهران، انتشارات سلمان. (۱۳۷۸).
- [4] Adlaigan, A. H., Buttle, F. A. (2002). SYSTRA-SQ: a new measure of bank service quality: *International Journal of Service Industry Management*, 3(4), 362 - 381.
- [5] Amin, M., Isa, Z. (2008). An examination of the relationship between service quality perception and customer satisfaction. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 1(3), 191 - 209.
- [6] Babakus, E., Boller, G. (1992). An empirical assessment of the SERVQUAL scale: *Journal of Business Research*, 4, 253-268.
- [7] Bahia, K., Nantel, J. (2000). A reliable and valid measurement scale for the perceived service quality of banks. *International Journal of Bank Marketing*, 18(2), 84 - 91.
- [8] Blanchard, R. F., Galloway, R. L. (1994). Quality in retail banking, *International Journal of Service Industry Management*, 5(4), 5-23
- [9] Brady, M., Cronin, J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach. *Journal of Marketing* 65(3), 34-49.
- [10] Cronin, J. J., Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A examination and extension. *Journal of Marketing* 56, 55-68.
- [11] Gronroos, C. (1988). A service quality model and it's marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44
- [12] Guo, X., Duff, A., Hair, M. (2008). Service quality measurement in the Chinese corporate banking market. *International Journal of Bank Marketing*, 26(5), 305 - 327.
- [13] Jabnoun, N., Al-Tamimi, H. (2002). Measuring perceived service quality at UAE commercial banks. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 20(4), 458 - 472.
- [14] 14. Jabnon, N., Khalifa, A. (2005). A customized measure of service quality in the UAE. *Managing service Quality*, 15(4), 374 - 388.
- [15] 15. Karatepe, O.M., Yavas, U., Babakus, E. (2005). Measuring service quality of banks: scale development and Validation. *Journal of Retailing and consumer services*, 12, 373-383.
- [16] 16. Oppewal, H., Vriens, M. (2000). Measuring perceived service quality using integrated conjoint experiments. *International Journal of Bank Marketing*, 18(4), 154 -162.
- [17] Raajpoot, N. (2004). Reconceptualization service encounter quality in a non-western context. *Journal of Service Research*, 7(2), 181 - 201.
- [18] Schneider, B., White, S. (2004). *Service Quality: Research Perspective*. UK. London: SAGE Publications Ltd.
- [19] Sureshchandar, G. S., Rajendran, C., Anantharaman, R. N. (2002). Determinants of customer-perceived Service quality. *Journal of Services Marketing*, 16 (1), 9-34