



پژوهش های نوین  
در علوم انسانی  
First International Conference  
Second National Conference &  
on modern research  
in the Humanities  
12 June 2015



## بررسی وضعیت کیفیت خدمات بر مبنای الگوی شکاف های کیفیت خدمات ( مطالعه موردی بانک های صادرات استان کردستان )

سید شهاب موسوی جزی

دانشجوی کارشناسی ارشد ، مهندسی صنایع ، گرایش مدیریت سیستم و بهره وری ، دانشگاه علوم و فنون مازندران  
Shahab.mousavi1985@gmail.com

### چکیده

بانک ها نقش مهمی در اقتصاد هر جامعه ایفا می کنند و ارائه خدمات با کیفیت بهتر برای بانک هایی که در جهت دستیابی به رضایت مشتریان و وفاداری آن ها رقابت می کنند امری حیاتی است. هدف این مقاله بررسی و تعیین وضعیت کیفیت خدمات بر مبنای الگوی شکاف کیفیت خدمات در بانک بوده است. تحقیق حاضر کاربردی و از نظر روش توصیفی- پیمایشی و نمونه مورد مطالعه شامل تمامی مدیران به تعداد ۶۰ نفر ، کارکنان ۲۲۵ نفر و مشتریان سپرده گذار ۵۰۰ نفر بوده ، که به روش نمونه گیری تصادفی ساده و خوشه ای انتخاب شده اند. ابزار گردآوری داده ها چهار پرسشنامه استاندارد بوده که روایی آن ها با روش محتوایی و پایایی شان با استفاده از آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از آزمون T ، کای اسکووار و میانه استاندارد انجام شده است. نتایج نشان می دهد که هر ۵ شکاف در بانک وجود داشته و بیشترین شکاف مربوط به شکاف پنجم یعنی تفاضل ادراکات و انتظارات مشتریان بوده و بعد از آن شکاف چهارم یعنی تفاوت میان ارائه خدمات و خدمات تعهدات داده شده به مشتریان ، و شکاف سوم یعنی تفاوت میان استانداردها یا مشخصه های کیفیت خدمات و ارائه خدمات ، و شکاف اول یعنی تفاوت میان ادراکات مدیران از انتظارات مشتریان و در آخر شکاف دوم یعنی تفاوت میان ادراکات مدیران از انتظارات مشتریان و استانداردهای کیفیت خدمات بوده است. همچنین مشخص شده در بین ابعاد پنجگانه سروکوال ، بیشترین شکاف مربوط به قابلیت اطمینان و بعد از آن به ترتیب همدلی ، مسئولیت پذیری ، ضمانت و تضمین و عوامل محسوس (فیزیکی) بوده است.

واژگان کلیدی : کیفیت خدمات ، الگوی شکاف کیفیت ، سروکوال ، بانک



پژوهش های نوین  
در علوم انسانی  
First International Conference  
Second National Conference &  
on modern research  
in the Humanities  
12 June 2015



## Study of Service Quality on the Basis of Service Quality Gaps Model in Bank Saderat Kurdistan Province

### Abstract

Banks play an important role in the economy of many countries and it is most evident by the fact that delivering better service quality is critical to those banks competing to achieve customer satisfaction and their loyalty. The goal of present research is to provide a Gap model analysis of service quality in banking industry. This study enjoys an applied, descriptive-survey method. Using cluster and simple random sampling method, the data are collected from ۶۰ managers, ۲۲۰ employees and ۵۰۰ customers. Four questionnaires whose reliability and validity are verified by content and Cronbach's  $\alpha$  methods are also used to collect the research data. To analyze the data, T-test, Chi-square test and Standardized Median are used. The results point out to the existence of all ۵ Gaps in the bank and it is believed that a perception gap can appear between the expected service and the perceived service. This gap, believed to be the biggest one, is called the GAP ۵ and occurs if the customer is not satisfied. Then, the GAP ۴ is appearing between the external communication to customers and the service delivery. It appears when promises do not match the delivery. The service delivery depends on the service quality specifications. If they do not match each other the GAP ۳ appears. The GAP ۱ occurs between the management perceptions of customer expectations and the expected service. It appears because the service provider does not know what the customer expects. And finally, GAP ۲ occurs between the management perceptions of customer expectations and the service quality specifications if the wrong quality standards were consulted. Regarding the five dimensions of SERVQUAL model, it is also indicated that the largest gap is perceived in Reliability followed by Empathy, Responsiveness, Assurances and Tangibles, respectively.

**Key words:** service quality; service quality gap model; SERVQUAL; bank.



پژوهش‌های نوین  
در علوم انسانی  
First International Conference  
Second National Conference  
&  
on modern research  
in the Humanities  
12 June 2015



## ۱- مقدمه

تمایل به ارائه خدمات با کیفیت نقش مهمی در صنایع خدماتی نظیر خدمات بیمه ای، بانکی و ... ایفا می نماید چرا که کیفیت خدمات برای بقا و سودآوری این سازمان ها امری حیاتی به شمار می رود. در واقع امروزه رضایت مشتری و کیفیت خدمات به عنوان مسائل حیاتی در اغلب صنایع خدماتی به شمار می روند. اندازه گیری کیفیت خدمات به منظور درک مناسب

از خدماتی که سازمان ها باید ارائه نمایند و اینکه آیا این خدمات متناسب با انتظارات مشتریان می باشد یا خیر؟ و مقایسه کیفیت خدمات یک سازمان با سازمان های دیگر انجام می شود. این اندازه گیری درجه و مسیر اختلاف بین انتظارات مشتری و خدمات سازمان ها را مشخص می سازد (جوادین، کیماسی، ۱۳۸۴).

در این راستا صنعت بانکداری باید تفکری استراتژیک را برای ارائه محصولات و خدمات با کیفیت، به منظور دستیابی به رضایت مشتریان در پیش گیرد. برای این منظور آن ها نیاز دارند که در درجه اول سطوح انتظارات و ادراکات مشتریان از کیفیت خدماتشان را از دیدگاه مشتریان بررسی نمایند چون بواسطه این یافته هاست که خواهند توانست کیفیت خدمات خود را به منظور تناسب با بازار های محلی و جهانی مطابقت دهند. (Tahir, Abu Bakar, ۲۰۰۷)

با توجه به افزایش نقش سازمان های خدماتی در عرصه های اقتصادی و اهمیت کیفیت در عرصه های رقابت، سازمان های خدماتی و عمومی باید با رویکردی استراتژیک و پویا به مدیریت کیفیت خدمات بنگرند و درک واضحی از وضعیت کیفیت خدمات، انتظارات مشتری و مشخصه های عمومی کیفیت داشته باشند که یکی از این سازمان ها، بانک ها می باشند. بنابراین سؤال اصلی پژوهش این است که: وضعیت کیفیت خدمات بر مبنای الگوی شکاف های کیفیت خدمات در بانک ها چگونه است؟

## ۲- روش شناسی تحقیق

مطالعه حاضر کاربردی از نوع توصیفی- پیمایشی بوده و جامعه مورد مطالعه مدیران بانک ها به تعداد ۶۰ نفر، کارکنان ۲۲۵ نفر و مشتریان ۵۰۰ نفر بوده اند. ابزار گردآوری داده ها چهار پرسشنامه استاندارد بوده که به منظور سنجش شکاف های پنجگانه کیفیت بکار گرفته شده است. پرسشنامه اول برای اندازه گیری انتظارات مشتریان از خدمات و پرسشنامه دوم برای اندازه گیری ادراکات مشتریان از خدمات بوده که هر دو توسط مشتریان پاسخ داده شد و به منظور تعیین شکاف پنجم بکار گرفته شد. پرسشنامه سوم برای اندازه گیری ادراکات مدیران از انتظارات مشتریان و نیز مشخصه های کیفیت خدمات بوده که توسط مدیران پاسخ داده شد و به منظور تعیین شکاف های اول و دوم بکار گرفته شدند. پرسشنامه چهارم برای اندازه گیری ارائه خدمات و نیز خدمات تعهدات داده شده به مشتریان بوده که توسط کارکنان پاسخ داده شد و به منظور تعیین شکاف های سوم و چهارم بکار گرفته شدند. روایی ابزار گردآوری داده ها با روش محتوایی و پایایی آن ها با روش کرونباخ و به ترتیب با ضریب ۰/۸۰، ۰/۸۷، ۰/۸۵ و ۰/۸۷ مورد تأیید قرار گرفته است. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از آمار توصیفی و آزمون های T، کای اسکوار و میانه استاندارد انجام شده است.

## ۳- یافته های تحقیق

نتایج آزمون فرضیه های تحقیق در راستای تعیین وضعیت شکاف های پنجگانه کیفیت خدمات در جدول شماره ۱ نشان داده شده است.

جدول (۱) میزان شکاف های کیفیت خدمات

میزان شکاف اول	میزان شکاف دوم	میزان شکاف سوم	میزان شکاف چهارم	میزان شکاف پنجم
۰/۳۱	۰/۳۵	-۰/۲۱	-۰/۳۱	-۰/۶۸



نتایج آزمون فرضیه اول مبنی بر اینکه بین ادراکات مدیران از انتظارات مشتریان و انتظارات مشتریان از خدمات تفاوت معناداری وجود دارد، (یعنی وضعیت شکاف اول) و فرضیه دوم مبنی بر اینکه بین ادراکات مدیران از انتظارات مشتریان و استانداردها یا مشخصه های کیفیت خدمات تفاوت معناداری وجود دارد (یعنی وضعیت شکاف دوم) در جدول شماره ۱، نشان

می دهد که میزان شکاف های اول و دوم مثبت است و بدین ترتیب این دو فرضیه رد می شوند. همچنین با توجه به نتایج آزمون فرضیه سوم مبنی بر اینکه بین استانداردها یا مشخصه های کیفیت خدمات و ارائه خدمات تفاوت معناداری وجود دارد (یعنی وضعیت شکاف سوم) و فرضیه چهارم مبنی بر اینکه بین ارائه خدمات و خدمات تعهدات داده شده به مشتریان تفاوت معناداری وجود دارد (یعنی وضعیت شکاف چهارم) و فرضیه پنجم مبنی بر اینکه بین ادراکات مشتریان از خدمات ارائه شده و انتظارات مشتریان از خدمات تفاوت معناداری وجود دارد (یعنی وضعیت شکاف پنجم) که در جدول شماره ۱، نشان داده شده می توان دریافت که میزان شکاف ها منفی بوده و این موضوع نشان دهنده تأیید فرضیه ها می باشد.

به علاوه با توجه به چارچوب نظری تحقیق، مبنی بر اینکه تعیین وضعیت کیفیت خدمات بر اساس الگوی شکاف خدمات، با تأکید بر شکاف پنجم مشخص می شود. به این صورت که وجود یا عدم وجود چهار شکاف اول وضعیت شکاف پنجم را مشخص می کند که این شکاف نیز بر اساس مدل سروکوال تعیین می شود. وضعیت کیفیت خدمات بر اساس مدل سروکوال در بانک در جدول شماره ۲، نشان داده شده است.

جدول (۲) میزان شکاف کیفیت خدمات بر اساس مدل سروکوال

ابعاد سروکوال	میانگین انتظارات	میانگین ادراکات	میزان شکاف کیفیت خدمات
ابعاد فیزیکی	۲/۲	۱/۷۵	-۰/۴۵
قابلیت اطمینان	۲/۵۴	۱/۵۷	-۰/۹۷
مسئولیت پذیری	۲/۳	۱/۶۵	-۰/۶۵
ضمانت و تضمین	۲/۱۴	۱/۶۵	-۰/۴۹
همدلی	۲/۶۵	۱/۹۳	-۰/۷۲

همانطور که در جدول شماره ۲ مشاهده می شود وضعیت کیفیت خدمات در تمامی ابعاد مدل سروکوال منفی است و این به معنای وجود اختلاف بین وضعیت مطلوب و وضعیت موجود کیفیت خدمات در بانک است. همچنین بر اساس آزمون فریدمن مشخص شد که به ترتیب بیشترین شکاف مربوط به ابعاد قابلیت اطمینان، همدلی، مسئولیت پذیری، ضمانت و تضمین و فیزیکی است.

#### ۴- نتیجه گیری

هدف از این مطالعه تعیین وضعیت کیفیت خدمات بر مبنای الگوی شکاف کیفیت خدمات در بانک بوده است. نتایج نشان داد که شکاف های اول و دوم مثبت هستند به این معنا که تفاوتی بین درک مدیران از انتظارات مشتریان و خود انتظارات مشتریان وجود ندارد و اینکه بین درک مدیران از انتظارات مشتریان و تعیین مشخصه های کیفیت نیز تفاوتی وجود ندارد. لازم به ذکر است بر اساس الگوی شکاف ها، هرگاه کلیه شکاف های اول تا چهارم، کاهش یابند یا از بین بروند آنگاه شکاف پنجم که تفاوت میان ادراکات و انتظارات مشتری است نیز کاهش یافته یا از بین می رود، زیرا این شکاف تابعی از ۴ شکاف قبل بوده و در نتیجه وجود این شکاف ها به وجود می آید. بنابراین اگر چه میزان شکاف های اول و دوم، عددی مثبت است، اما از آنجائی که شکاف های بعدی منفی هستند این موضوع دال بر درک نادرست از انتظارات مشتریان توسط مدیران و



نیز انتخاب اشتباه استانداردهای اجرایی برای خدمات بر مبنای آن می‌باشد. همچنین نتایج نشان داد که بر اساس مدل سروکوال وضعیت کیفیت خدمات موجود از وضعیت مطلوب پائین تر است و از بین ابعاد سروکوال قابلیت اطمینان بیشترین و عامل فیزیکی کمترین تأثیر را در کیفیت خدمات دارند. (الوانی، دده بیگی، ۱۳۸۶)

همچنین نتایج به دست آمده از یافته‌های تحقیق مشخص کرد که استفاده از مدل سروکوال و الگوی شکاف خدمات، ابزاری مناسب جهت سنجش کیفیت خدمات در صنعت خدمات است، بنابراین پیشنهاد می‌شود که از این مدل در سنجش کیفیت خدمات به طور دائم استفاده گردد. لازم به ذکر است که درجه اولویت معیارهای کیفیت خدمات در سازمان‌ها و جوامع مختلف با توجه به رسالت سازمان و فرهنگ حاکم بر جامعه متفاوت می‌تواند باشد، اما به یقین می‌توان گفت که معیار قابلیت اطمینان در صنعت بانکداری بیشترین مهمترین تأثیر را بر رضایت مشتریان و کیفیت خدمات خواهد داشت. (اعرابی، اسفندیاری، ۱۳۸۲)

##### ۵- محدودیت‌های تحقیق و پیشنهادات برای تحقیقات آینده

- در جهت اعتبار و غنای هرچه بیشتر این تحقیق و امکان تعمیم دقیق تر نتایج آن به کل کشور، پیشنهاد می‌شود تا در قالب یک طرح کشوری و در کلیه شعب بانک صادرات ایران، عوامل مؤثر بر بهبود کیفیت خدمات این بانک شناسایی، طبقه بندی و رتبه بندی گردند.
- بهتر است، این تحقیق در استان‌های دیگر و در سایر بانک‌ها و یا حتی به صورت مطالعه تطبیقی با بانک صادرات نیز انجام گیرد.
- بهتر است، این تحقیق با استفاده از سایر ابزارهای گردآوری داده‌ها انجام گیرد.
- به علت کیفی بودن داده‌های جمع‌آوری شده به وسیله پرسشنامه، انجام تحلیل‌ها با استفاده از تکنیک‌های تصمیم‌گیری چند معیاره فازی می‌تواند باعث واقعی‌تر شدن نتایج شود.
- با توجه به خصوصی سازی و اهمیت آن پیشنهاد می‌گردد که کیفیت خدمات بانک‌های خصوصی نیز اندازه‌گیری گردد و کیفیت خدمات این بانک‌ها با بانک‌های دولتی مقایسه شود.
- پیشنهاد می‌شود با نظرسنجی از مشتریان بانک‌ها و با توجه به شرایط فرهنگی کشورمان ابعاد مؤثر در ارزیابی کیفیت خدمات بانکی بطور کامل شناسایی و مدل مناسب ارائه گردد.
- مهم‌ترین محدودیت که گریبانگیر این تحقیق و کلیه تحقیقات پرسشنامه‌ای می‌باشد عدم همکاری مردم در تکمیل فرم‌های پرسشنامه می‌باشد. متأسفانه زیاد شدن تحقیقات پرسشنامه‌ای در سال‌های اخیر و عدم مشاهده نتایج آن‌ها در جامعه، افراد را از همکاری صمیمانه در پاسخگویی دل‌سرد نموده است.
- کم توجهی به امر تحقیق و پژوهش در جامعه خصوصاً تحقیقات کاربردی باعث گردیده است که پاسخ دهندگان در مراجعات متعدد جهت کسب اطلاعات و تکمیل پرسشنامه، موضوع را جدی نگیرند.
- بزرگ بودن جامعه مورد تحقیق و به تبع آن بزرگی حجم نمونه که سبب افزایش خطای انسانی در استخراج دقیق اطلاعات می‌گردد.
- گسترده بودن حوزه تحقیق و پراکندگی شهرها که حضور محقق را در کلیه مکان‌ها دچار مشکل می‌ساخت و عملاً نظارت محقق بر چگونگی پاسخگویی نمونه‌ها را کاهش می‌داد.

##### منابع و مراجع

- [۱] ابوالحسنی، ز. (۱۳۸۷) "شکاف‌های داخلی کیفیت خدمات و تحلیل ارتباط آن با رضایتمندی شغلی کارکنان در شرکت بیمه ایران در استان اصفهان"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان.
- [۲] اعرابی، س. م. اسفندیاری، ش. (۱۳۸۲) "تعیین و اندازه‌گیری شاخص‌های کیفیت خدمات SERVQUAL"، فصلنامه مدیریت صنعتی، ۱۳۸۲، شماره ۲، ۱-۱۹.
- [۳] الوانی، س. م. دده بیگی، م. (۱۳۸۶) "تأثیر آموزش هوش عاطفی بر کیفیت خدمات شعب بانک ملت"، فصلنامه علوم مدیریت ایران، ۱۳۸۶، سال دوم، شماره ۷، ۱-۲۹.
- [۴] توکلی، غ. (۱۳۸۲) "راهکارهای مؤثر جهت کارایی مدیریت کیفیت خدمات در راستای رضایتمندی مشتری در بخش حمل و نقل کشور"، چهارمین کنفرانس مدیران کیفیت، ۱۳۸۲، تهران.



- [۵] سید جوادین، س. ر. کیماسی، م. (۱۳۸۴). مدیریت کیفیت خدمات، چاپ اول، تهران، انتشارات نگاه دانش.
- [۶] سرمد، ز. بازرگان، ع. حجازی، ا. (۱۳۸۴). روش های تحقیق در علوم رفتاری، انتشارات آگاه، تهران.
- [۶] Al-Rousan, M. and Mohamed, B. (۲۰۱۰). Customer loyalty and the impacts of service quality: The case of five star hotels in Jordan., *International Journal of Business and Economic Sciences*, ۲:۳(۲۰۱۰), ۲۰۲-۲۰۸.
- [۷] Akbaba, A. (۲۰۰۶). Measuring service quality in the hotel industry: A study in a business hotel in Turkey., *International Journal of Hospitality Management*, ۲۵(۲۰۰۶), ۱۷۰-۱۹۲.
- [۸] Hu, H., et al. (۲۰۱۰). Service quality gaps analysis based on Fuzzy linguistic SERVQUAL with a case study in hospital out-patient services., *The TQM Journal*, ۲۲:۵(۲۰۱۰), ۴۹۹-۵۱۵.
- [۹] Karatepe, O., et al. (۲۰۰۵). Measuring service quality of banks: Scale development and validation., *Journal of Retailing and Consumer Services*, ۱۲(۲۰۰۵), ۳۷۳-۳۸۳.
- [۹] Ladhari, R. (۲۰۱۰). Developing e-service quality: A literature review., *Journal of Retailing and Consumer Services*, ۱۷(۲۰۱۰), ۴۶۴-۴۷۷.
- [۱۰] Landrum, H., et al. (۲۰۰۷). A comparison of Magal's service quality instrument with SERVPERF., *Journal of Information and Management*, ۴۴(۲۰۰۷), ۱۰۴-۱۱۳.
- [۱۱] Large, O. and Konig, T. (۲۰۰۹). A gap model of purchasing's internal service quality: Concept, case study and internal survey., *Journal of Purchasing and Supply Management*, ۱۵(۲۰۰۹), ۲۴-۳۲.
- [۱۲] Maruak Sadek, d., et al. (۲۰۱۰). Service quality perceptions between cooperative and Islamic banks of Britain., *American Journal of Economics and Business Administration*, ۲:۱(۲۰۱۰), ۱-۵.
- [۱۳] Roses, L., et al. (۲۰۰۹). Management of perceptions of information technology service quality., *Journal of Business Research*, ۶۲(۲۰۰۹), ۸۷۶-۸۸۲.
- [۱۴] Tahir, I. and Bakar, N. (۲۰۰۷). Service quality gap and customers' satisfactions of commercial banks in Malaysia., *International Review of Business Research Papers*, ۳:۴(۲۰۰۷), ۳۲۷-۳۳۶.
- [۱۵] Urban, W. (۲۰۰۹). Service quality gaps and their role in service enterprises development., *Technological and Economic Development of Economy (Baltic Journal on Sustainability)*, ۱۵:۴(۲۰۰۹), ۶۳۱-۶۴۵.