

ارائه مدل طراحی خدمات آموزشی و مالی اثربخش با رویکرد سروکوال و کانو (مورد مطالعه: واحد‌های دانشگاه آزاد اسلامی استان گلستان)

سید محمدرضا خلیل زاده^۱، عیسی نیازی^۲، رضا امیا^۳

^۱گروه حسابداری، مرکز آق قلا، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، آق قلا، ایران reza.khalilzade@yahoo.com

^۲گروه مدیریت، مرکز آق قلا، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، آق قلا، ایران e.niazi@ut.ac.ir

^۳گروه مدیریت، مرکز آق قلا، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، آق قلا، ایران re.amya50@gamil.com

چکیده

در سال‌های اخیر صنعت خدمات مالی و آموزشی در اغلب دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی کشورهای مختلف دنیا به یک موضوع محوری بسیار رقابتی و در حال رشدی تبدیل شده است. البته شرایط گوناگونی همچون تغییرات تکنولوژیک و قانونی و غیره که در کشورها بوجود آمده است که میزان توجه به این موضوع را افزایش داده است. در نهایت هم این جریان به شدت روند عملکرد مالی و غیر مالی شرکت‌های مختلف را با سوال‌های گوناگونی مواجه کرده است. بر این اساس، تجزیه و تحلیل متقابل اثربخش با رویکردهای مختلف برای پاسخگویی به ضرورت‌های مشتریان و سهولت کسب و کار و ایمن‌سازی و ارزش دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی، امری ضروری محسوب می‌شود. لذا؛ هدف اصلی پژوهش حاضر ارائه مدل طراحی خدمات آموزشی و مالی اثربخش با رویکردهای سروکوال و کانو در بین واحد‌های دانشگاه آزاد اسلامی استان گلستان، است. جامعه آماری مورد مطالعه این تحقیق واحد‌های دانشگاه آزاد اسلامی استان گلستان، می‌باشد، که با استفاده از روش گیری جدول کرجسی و مورگان به تعداد (۳۶۶)، نفر نمونه‌ی پژوهش انتخاب و مورد آزمون قرار گرفت. روش تحقیق حاضر از نوع تحقیقات توصیفی-همبستگی و به لحاظ روش در جمله تحقیقات پیمایشی می‌باشد. در این پژوهش از هر دو روش گردآوری اطلاعات یعنی روش‌های کتابخانه‌ای و روش‌های میدانی استفاده شده است. مطالعات و بررسی‌های لازم درباره مبانی نظری تحقیق، ادبیات موضوعی تحقیق، سوابق مسأله و موضوع تحقیق با استفاده از روش‌های کتابخانه‌ای و مطالعه منابع، پایان‌نامه‌ها و تحقیقات مرتبط با موضوع و استفاده از پایگاه‌های اینترنتی انجام شده است. برای برای آزمون فرضیه‌ها و تخمین مدل‌های تجربی پژوهش از معادله خط رگرسیونی چند متغیره استفاده شده است. همچنین، در پژوهش حاضر برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از دو روش آماری توصیفی و استنباطی شامل: تحلیل ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون برداری چند متغیره و آزمون (t)، برای سنجش متغیرها استفاده شده است. همچنین تمامی مراحل تجزیه و تحلیل آماری با نرم افزار آماری (SPSS)، انجام می‌شود. نتایج کلی تحقیق نشان می‌دهد که توجه به رویکرد خدمات آموزشی و مالی اثربخش با رویکرد سروکوال و کانو در بین واحد‌های دانشگاه آزاد اسلامی استان گلستان، معنادار می‌باشد.

همچنین نتایج حاصل از این آزمون را با اطمینان ۹۵ درصد به کل جامعه آماری تحقیق حاضر تعمیم داد.

واژه‌های کلیدی

خدمات آموزش، خدمات مالی، اثربخشی، رویکرد سروکوال و کانو، دانشگاه آزاد اسلامی استان گلستان.

مقدمه

امروزه، بسیاری از سازمان‌ها به این باور رسیده‌اند که یکی از با ارزش‌ترین دارایی‌هایشان، برند^۱ محصولات و خدمات آن‌ها است. پژوهشگران زیادی نیز به این موضوع اشاره کرده‌اند که ایجاد برندی قدرتمند یکی از عوامل کلیدی برای دستیابی به مزیت رقابتی و بقاء بلندمدت در بازار است (سانتوس^۲ و همکاران، ۲۰۱۳). البته، بخش خدمات در سال‌های اخیر از رشد چشمگیری برخوردار بوده است، به گونه‌ای که بیشترین سهم از تولید ناخالص ملی کشورهای توسعه یافته، مربوط به بخش خدمات است. در ایران، سهم کنونی بخش خدمات از اقتصاد ۴۸ درصد است و بالغ بر ۱۰ میلیون نفر در این بخش اشتغال دارند (قره‌چه و دابوئیان، ۱۳۹۰). لذا؛ در پژوهش حاضر به موضوع ارائه مدل طراحی خدمات آموزشی و مالی اثربخش با رویکردهای سروکوال و کانو در بین واحد‌های دانشگاه آزاد اسلامی استان گلستان، پرداخته می‌شود.

خدمات آموزشی و مالی اثربخش در آموزش عالی: از آنجایی که اندازه‌گیری دوره‌ای کیفیت خدمات در تعیین سطح و ارتقای مستمر کیفیت سازمان‌های خدماتی از جمله دانشگاه‌ها بسیار مؤثر است، تیم تحقیق در این بخش به منظور سنجش میزان کیفیت خدمات آموزشی از دیدگاه دانشجویان از یک مدل معتبر جهانی با نام سروکوال استفاده کرده است. این مقیاس توسط پاراسورامان و همکارانش در سال ۱۹۸۸ میلادی طراحی شده و تاکنون در بسیاری از سازمان‌های خدماتی سراسر دنیا مورد استفاده قرار گرفته است. برای درک بهتر مفهوم کیفیت خدمات ابتدا آن را تعریف می‌کنیم.

الف) کیفیت خدمت: اندازه و جهت مغایرت برای ادراک مشتری از خدمت و انتظارات او.

ب) کیفیت خدمت: قضاوت همه‌جانبه مشتری درباره‌ی ماهیت برتر خدمت نسبت به خدمات مشابه با مزیت‌های برجسته‌ی آن.

ج) کیفیت خدمت: میزان سازگاری سطوح مختلف خدمت با انتظارات مشتری.

د) کیفیت خدمت: سازگاری پایدار با انتظارات مشتری و شناخت انتظارات مشتری از خدمت خاص.

^۱-Brand

^۲-Santos