



دانشگاه سیستان و بلوچستان

تحصیلات تکمیلی

پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته علوم تربیتی - مدیریت آموزشی

عنوان:

**بررسی میزان انطباق بین انتظارات و کیفیت خدمات**

**ارائه شده به دانشجویان دانشگاه سیستان و**

**بلوچستان در سال ۱۳۹۰**

استاد راهنما:

دکتر سید علی قلی روشن

استاد مشاور:

دکتر یحیی کاظمی

نگارنده:

مصطفی کرمزادی

بهمن ۱۳۹۰

اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِ مُحَمَّدٍ  
وَعَلِّمْهُمْ حَقَّ دِينِهِمْ

## بسمه تعالی

این پایان نامه با عنوان بررسی میزان انطباق انتظارات و کیفیت خدمات ارائه شده به دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان در سال ۱۳۹۰ قسمتی از برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد علوم تربیتی - مدیریت آموزشی توسط دانشجو مصطفی کرمزادی تحت راهنمایی دکتر سید علیقلی روشن تهیه شده است. استفاده از مطالب آن به منظور اهداف آموزشی با ذکر مرجع و اطلاع کتبی به حوزه تحصیلات تکمیلی دانشگاه سیستان و بلوچستان مجاز می‌باشد.

(نام و امضاء دانشجو)

این پایان نامه ۴ واحد درسی شناخته می‌شود و در تاریخ ..... توسط هیئت داوران بررسی و درجه ..... به آن تعلق گرفت.

نام و نام خانوادگی	امضاء	تاریخ
استاد راهنما:	دکتر سید علی قلی روشن	
استاد مشاور:	دکتر یحیی کاظمی	

داور ۱:

داور ۲:

نماینده تحصیلات تکمیلی:

## تعهدنامه اصالت اثر

اینجانب **مصطفی کرمزادی** تأیید می‌کنم که مطالب مندرج در این پایان نامه حاصل کار پژوهشی اینجانب است و به دستاوردهای پژوهشی دیگران که در این نوشته از آن استفاده شده است مطابق مقررات ارجاع گردیده است. این پایان نامه پیش از این برای احراز هیچ مدرک هم سطح یا بالاتر ارائه نشده است.

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به دانشگاه سیستان و بلوچستان می‌باشد.

نام و نام خانوادگی دانشجو:

مصطفی کرمزادی

امضاء

تقدیم با بوسه بر دستان پدرم:

به او که نمی دانم از بزرگی اش بگویم یا مردانگی سخاوت، سکوت، مهربانی و ...

پدرم راه تمام زندگیست

پدرم دلخوشی همیشگیست

تقدیم به مادر عزیزتر از جانم:

مادرم هستی من ز هستی توست تا هستم و هستی دارم دوست

غمگسار جاودانی مادر است

چشم سار مهربانی مادر است

## سپاسگزاری

سپاس خدایی را که هر گاه از او چیزی خواسته‌ایم عطا می‌کند و آنگاه که امیدی به او داشته‌ایم به امیدمان می‌رساند، خدای مهربانی که با کرم و احسان خویش هر کس روی به او بیاورد او را محروم نمی‌کند و امیدش را نا امید نمی‌گرداند، نازنینم تو که می‌دانی خواسته‌هایم را، دغدغه‌هایم را ... امید به تو بسته‌ام، چشم انتظار رحمت تو آنچنان که شایسته توست؛ می‌مانم ...

«مَنْ لَمْ يَشْكُرِ الْمُنْعِمَ مِنَ الْمَخْلُوقِينَ لَمْ يَشْكُرِ اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ»

هر کس مخلوق‌های نعمت دهنده را سپاس نگوید، خدا را سپاس نگفته است.

ای تو مرا نادره آموزگار، افسر زرین به سر روزگار، روشنی جان من از جان توست، خنده من از لب خندان توست. معلمی سوختن است، سوختنی که می‌سوزد ولی نمی‌سوزاند، هدایت می‌کند و گمراه نمی‌سازد، آتش درونش برد است و سلام، و دود او همچون عود، و رایحه‌اش جهانگیر. معلم چراغ هدایت و کشتی نجات است.

سپاس همه معلمان عالم را

## چکیده

برای ارتقاء آموزش نخست باید مشتریان را شناخت، این امر نیازمند تعریف و ارزیابی مشتریان، طرز تلقی، نیازها و خواسته‌های آنهاست. برای تحقق چنین امری، سازمان باید طوری برنامه‌های آموزشی خود را نظم ببخشد که ضمن برآورده ساختن خواسته‌ها و نیازهای مشتریان، خدمات ارائه شده فراتر از انتظارات آنها باشد. هدف اصلی این تحقیق بررسی میزان انطباق بین ادراکات و انتظارات دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان از کیفیت خدمات ارائه شده به آنها می‌باشد. برای انجام این امر از مدل سروکوال استفاده شده است که به بررسی میزان انتظارات و ادراکات مشتری از کیفیت خدمات می‌پردازد. برای آزمون فرضیات در این پژوهش، نمونه‌ای با حجم ۴۷۳ نفر از دانشجویان مورد بررسی قرار گرفته‌اند. ابزار گردآوری اطلاعات جهت انجام این پژوهش پرسشنامه می‌باشد. جهت سنجش پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که میزان پایایی برابر با ۹۳/۸ بدست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. بر اساس اطلاعات بدست آمده می‌توان بیان کرد که بیشترین میزان انطباق بین انتظارات دانشجویان و کیفیت خدمات ارائه شده از سوی دانشگاه مربوط به بعد اطمینان خاطر و کمترین میزان انطباق مربوط به بعد پاسخگویی می‌باشد. همچنین می‌توان گفت که بین ادراکات و انتظارات دانشجویان کارشناسی نسبت به دانشجویان کارشناسی ارشد، دانشجویان دوره روزانه نسبت به دوره شبانه و دانشجویان دختر نسبت به دانشجویان پسر میزان انطباق بیشتری وجود دارد. همچنین اطلاعات بدست آمده نشان می‌دهد که بعد پاسخگویی از بیشترین میزان اهمیت در بین دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان برخوردار می‌باشد و بعد فیزیکی کمترین میزان اهمیت را برای دانشجویان داراست.

**واژگان کلیدی:** انطباق، انتظارات، دانشجویان، کیفیت خدمات.

## فهرست

فصل اول: کلیات تحقیق .....	۱
۱-۱- مقدمه .....	۲
۲-۱- بیان مسئله .....	۳
۳-۱- اهمیت و ضرورت انجام تحقیق .....	۵
۱-۳-۱- افزایش انتظارات مشتریان .....	۵
۲-۳-۱- فعالیت رقبا .....	۵
۳-۳-۱- عوامل محیطی .....	۶
۴-۳-۱- ماهیت خدمات .....	۶
۵-۳-۱- عوامل درون سازمانی .....	۶
۶-۳-۱- مزایای ناشی از کیفیت خدمات .....	۶
۴-۱- اهداف تحقیق .....	۸
۵-۱- فرضیه های تحقیق .....	۸
۱-۵-۱- فرضیه اصلی .....	۸
۲-۵-۱- فرضیه های فرعی .....	۹
۶-۱- مدل تحلیلی تحقیق .....	۱۰
۷-۱- قلمرو تحقیق .....	۱۰
۱-۷-۱- قلمرو موضوعی .....	۱۰
۲-۷-۱- محدوده مکانی .....	۱۱
۳-۷-۱- محدوده زمانی .....	۱۱
۸-۱- چهارچوب نظری پایان نامه .....	۱۱
۹-۱- تعاریف مفاهیم .....	۱۱



۱۵	..... خلاصه فصل:
۱۶	..... فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه تحقیق
۱۷	..... ۱-۲- انتظارات
۱۹	..... ۲-۱-۲. عوامل مؤثر بر انتظارات مشتری
۲۱	..... ۲-۲. ادراکات مشتری:
۲۵	..... ۳-۲. خدمات
۲۵	..... ۱-۳-۲. تعریف خدمت:
۲۶	..... ۲-۳-۲. اهمیت خدمات
۲۷	..... ۳-۳-۲. طبقه بندی خدمات
۳۰	..... ۴-۳-۲. مشخصه‌های ویژه خدمات و وجوه تمایز آنها با کالاها:
۳۱	..... ۴-۲. کیفیت
۳۲	..... ۱-۴-۲. مفهوم کیفیت
۳۲	..... ۲-۴-۲. تعاریف کیفیت
۳۵	..... ۳-۴-۲. تأملی بر نظریه‌های پیشروان کیفیت
۳۹	..... ۵-۲. کیفیت خدمات
۳۹	..... ۱-۵-۲. مفهوم کیفیت خدمات
۴۰	..... ۲-۵-۲. عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات
۴۱	..... ۳-۵-۲. روند توسعه مدل های کیفیت خدمات
۴۱	..... ۱-۳-۵-۲. مدل کیفیت فنی و کارکردی ( Technical and Functional Model )
۴۳	..... ۲-۳-۵-۲. مدل شکاف (Gap Model)
۴۶	..... ۳-۳-۵-۲. مدل عملکرد خدمت
۴۷	..... ۴-۳-۵-۲. مدل بهبود کیفیت خدمات سازمانی
۴۸	..... ۵-۳-۵-۲. مدل کیفیت خدمت، ارزش مشتری و رضایت مشتری
۴۹	..... ۶-۳-۵-۲. مدل سلسله مراتب کیفیت خدمات

۴۹	..... مدل ترتیب بندی تکنولوژی اطلاعات
۵۰	..... مدل بانکداری اینترنتی (Internet Banking Model)
	..... مدل کیفیت خدمات معاملهای تجاری و سیستمی (System and TRA Sectional
۵۲	..... SQ(system sq))
۵۲	..... سروکوال (SERVQUAL) به عنوان مدل مورد استفاده در تحقیق حاضر
۵۵	..... ۶-۲. پیشینه تحقیق در داخل و خارج از کشور
۵۵	..... ۱-۶-۲. تحقیقات داخل کشور
۵۶	..... ۲-۶-۲. تحقیقات خارج از کشور
۵۸	..... خلاصه فصل:
۵۹	..... فصل سوم: روش شناسی تحقیق
۶۰	..... ۱-۳. روش تحقیق
۶۱	..... ۲-۳. جامعه آماری
۶۱	..... ۳-۳. حجم نمونه
۶۲	..... ۴-۳. روش نمونه گیری
۶۲	..... ۵-۳. ابزار جمع آوری
۶۴	..... ۶-۳. روایی و پایایی پرسشنامه
۶۴	..... ۱-۶-۳. روایی پرسشنامه
۶۴	..... ۲-۶-۳. پایایی پرسشنامه
۶۵	..... ۸-۳. مدل تحلیلی تحقیق:
۶۸	..... خلاصه فصل:
۶۹	..... فصل چهارم: تجزیه و تحلیل اطلاعات
۷۰	..... ۱-۴. یافته های توصیفی
۷۲	..... ۲-۴. یافته های استنباطی
۷۲	..... ۱- فرضیه اول:

۷۴	..... فرضیه دوم:
۷۶	..... فرضیه سوم:
۷۸	..... فرضیه چهارم:
۷۹	..... فرضیه پنجم:
۸۱	..... فرضیه ششم:
۸۴	..... خلاصه فصل:
۸۵	..... فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری
۸۶	..... ۱-۵. بحث و نتیجه گیری
	فرضیه اول: بین ادراکات و انتظارات دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان از کیفیت خدمات ارائه شده به آنها تفاوت وجود دارد.....
۸۶	..... فرضیه دوم: بین ادراکات و انتظارات دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان از کیفیت خدمات ارائه شده به آنها در بعد عوامل محسوس تفاوت وجود دارد.....
	فرضیه سوم: بین ادراکات و انتظارات دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان از کیفیت خدمات ارائه شده به آنها در بعد قابلیت اعتبار تفاوت وجود دارد.....
۸۸	..... فرضیه چهارم: بین ادراکات و انتظارات دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان از کیفیت خدمات ارائه شده به آنها در بعد پاسخگویی تفاوت وجود دارد.....
۸۹	..... فرضیه پنجم: بین ادراکات و انتظارات دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان از کیفیت خدمات ارائه شده به آنها در بعد اطمینان خاطر تفاوت وجود دارد.....
۹۰	..... فرضیه ششم: بین ادراکات و انتظارات دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان از کیفیت خدمات ارائه شده به آنها در بعد همدلی تفاوت وجود دارد.....
۹۱	..... ۲-۵. نتایج کلی تحقیق:
۹۲	..... ۳-۵. پیشنهادهای مبتنی بر نتایج تحقیق
۹۲	..... ۴-۵. پیشنهادهایی برای محققان آینده
۹۴	..... ۵-۵. محدودیتها
۹۴	..... منابع و مآخذ

منابع فارسی ..... ۹۵

منابع لاتین: ..... ۹۹

پیوستها: ..... ۱۰۳

پیوست شماره یک پرسشنامه تحقیق ..... ۱۰۴

## فهرست جداول

جدول (۱-۳) توزیع فراوانی جامعه آماری .....	۶۰
جدول (۲-۳) پراکندگی نمونه در دانشکده‌ها .....	۶۱
جدول (۳-۳) ابعاد کیفیت خدمات .....	۶۲
جدول (۴-۳) ابعاد کیفیت و شماره‌ی سوالات .....	۶۳
جدول (۵-۳) نمره گذاری سوالات پرسشنامه کیفیت خدمات .....	۶۳
جدول (۶-۳) نتایج حاصل از بررسی پایایی پرسشنامه در هر یک از ابعاد کیفیت خدمات .....	۶۵
جدول ۱-۴ شاخص های آماری مربوط به متغیرها .....	۶۹
جدول ۲-۴ شاخصهای آماری مربوط به جنسیت .....	۷۰
جدول ۳-۴ شاخصهای آمار مربوط به دانشکده‌ها .....	۷۰
جدول ۴-۴ شاخص های آماری مربوط به دوره های تحصیلی .....	۷۱
جدول ۵-۴ نتایج حاصل از بررسی فرضیه اول .....	۷۱
جدول ۶-۴ نتایج حاصل از بررسی نقش جنسیت در تفاوت بین ادراکات و انتظارات دانشجویان از کیفیت خدمات .....	۷۲

جدول ۷-۴ نتایج حاصل از بررسی نقش دانشکده‌ها در تفاوت بین ادراکات و انتظارات دانشجویان از کیفیت خدمات	۷۴
جدول ۸-۴ نتایج حاصل از بررسی فرضیه دوم.....	۷۵
جدول ۹-۴ نتایج حاصل از بررسی فرضیه سوم.....	۷۶
جدول ۱۰-۴ نتایج حاصل از بررسی نقش مقطع تحصیلی در تفاوت بین ادراکات و انتظارات دانشجویان از کیفیت خدمات.....	۷۷
جدول ۱۱-۴ نتایج حاصل از بررسی فرضیه چهارم.....	۷۸
جدول ۱۲-۴ نتایج حاصل از بررسی فرضیه پنجم.....	۷۹
جدول ۱۳-۴ نتایج حاصل از بررسی نقش مقطع تحصیلی در تفاوت بین ادراکات و انتظارات دانشجویان از کیفیت خدمات.....	۸۰
جدول ۱۴-۴ نتایج حاصل از بررسی فرضیه ششم.....	۸۱
جدول ۱۵-۴ نتایج حاصل از بررسی نقش جنسیت در تفاوت بین ادراکات و انتظارات دانشجویان از کیفیت خدمات.....	۸۲
جدول ۱۶-۴ نتایج حاصل از بررسی نقش دانشکده‌ها در تفاوت بین ادراکات و انتظارات دانشجویان از کیفیت خدمات.....	۸۲

## فهرست شکل‌ها

- شکل (۱-۱) ضرورت توجه به کیفیت خدمات ..... ۷
- شکل (۱-۲) مدل تحلیلی تحقیق ..... ۱۰
- شکل ۱-۳ چهارچوب نظری پایان نامه ..... ۱۱
- شکل (۱-۲) مرز بین خدمت مطلوب و خدمت کافی ..... ۱۸
- شکل (۲-۲) فاکتورهای مؤثر بر ادراکات مشتری از خدمت ..... ۲۲
- شکل (۳-۲) مدل تعاملی اقتصادی ..... ۲۷
- شکل (۴-۲) انواع منابع خدماتی برحسب منشأ ایجاد آن ..... ۲۸
- شکل (۵-۲) انواع منابع خدماتی بر حسب منشأ ایجاد آن ..... ۲۹
- شکل (۶-۲) کیفیت ترکیبی از قابلیت و اثربخشی ..... ۳۳
- شکل (۷-۲) واکنش زنجیره‌های رویکرد کیفی ..... ۳۶
- شکل (۸-۲) مدل کیفیت فنی و کارکردی ..... ۴۱
- شکل (۹-۲) مدل تحلیل شکاف ..... ۴۴
- شکل (۱۰-۲) مدل بهبود کیفیت خدمت رسانی ..... ۴۶
- شکل (۱۱-۲) مدل کیفیت خدمت، ارزش مشتری و رضایت مشتری ..... ۴۷
- شکل (۱۲-۲) مدل ترتیب بندی تکنولوژی اطلاعات ..... ۴۹
- شکل ۱۳-۲ مدل کیفیت خدمات در بانکداری اینترنتی ..... ۵۰
- شکل (۷-۳) مدل تحلیلی تحقیق ..... ۶۵

## فصل اول

### کلیات تحقیق



امروزه یکی از ارکان اساسی موفقیت در سازمان کسب رضایت مشتری است؛ زیرا محرک اصلی برای سازمان‌هایی که به دنبال بهبودی در مسیر پیشرفت خویش هستند همانا مراجعین و اعضای آن سازمان می‌باشند. از سوی دیگر گسترش فن‌آوری و وجود خدمات متعدد در عصر حاضر باعث فزونی عرضه بر تقاضا گردیده است در این شرایط سازمان‌هایی پیشرو هستند که در صدد جلب رضایت هر چه بیشتر مشتریانانشان باشند. این رضایت در سایه ارائه خدمات با کیفیت برتر، عملی و میسر خواهد شد (کشاورز، ۱۳۸۶). آگاهی از مفهوم کیفیت خدمات و تلاش برای بهبود آن به ارائه خدمات کیفی‌تر منجر شده و از طریق افزایش سطح کیفیت خدمات می‌توان افزایش رضایت‌مندی مشتریان را انتظار داشت. تحقیقات اخیر تأثیر "کیفیت خدمات" در وفاداری و جلب رضایت مشتری را نشان می‌دهد.

کیفیت خدمات بر کاهش هزینه‌ها، افزایش سطح رضایت‌مندی و وفاداری مشتریان، افزایش بهره‌وری و همچنین بر عملکرد کلی سازمان تأثیر عمده‌ای دارد، سازمان‌ها مطمئن‌ترین راه برای افزایش بهره‌وری خود را از طریق توجه به مشتریان جستجو می‌کنند، شاید به همین دلیل است که طی دهه اخیر توجه بسیاری از مدیران و پژوهشگران به کیفیت خدمات و شیوه‌های اندازه‌گیری و پالایش آن معطوف شده است (کرمی، ۱۳۸۶). همچنین نقش کیفیت خدمات به طور گسترده به عنوان تعیین کننده اصلی موفقیت سازمان در محیط رقابتی امروز شناخته شده است (محمدی و همکاران، ۱۳۸۲).

برای ارتقاء آموزش، نخست باید مشتریان را شناخت، این امر نیازمند تعریف و ارزیابی مشتریان، طرز تلقی، نیازها و خواسته‌های آن‌هاست. برای تحقق چنین امری، سازمان باید طوری برنامه‌های آموزشی خود را نظم ببخشد که ضمن برآورده ساختن خواسته‌ها و نیازهای مشتریان، خدمات ارائه شده، فراتر از انتظارات آن‌ها باشد (رهنورد و عباسپور، ۱۳۸۵). دانشگاه سازمانی است که بر اساس دیدگاه سیستمی، دارای ورودی‌هایی شامل سرمایه، ساختمان، تجهیزات، برنامه، امکانات، نیروی انسانی و نهایتاً جوانی که به نام دانشجو پذیرفته شده، می‌باشد،

فراگردهای دانشگاه شامل آموزش، پژوهش، خدمات رفاهی، انتقال میراث فرهنگی، علمی و فنی است و خروجی‌های آن شامل نیروی انسانی متخصص و ماهر در زمینه‌های مختلف و همچنین اختراع و اکتشاف، نوآوری علمی و گسترش دامنه علم و دانش است و در واقع یکی از پرارزش‌ترین سازمانها که جامعه برای پیشرفت و توسعه در اختیار دارد دانشگاه است. بسیاری از صاحب نظران بر این باورند که هر چه آموزش بهتر و با کیفیت‌تر باشد توسعه ملی سریع‌تر صورت خواهد گرفت. جولیوس نیرره رئیس جمهوری تانزانیا می‌گوید: نقش دانشگاه در یک کشور در حال توسعه، همکاری کردن، خلق افکار بدیع، ارائه نیروی انسانی و کمک به افزایش برابری انسانها، کمک به تعالی مقام بشری و تکامل انسان کامل است، بنابراین بازنگری مداوم خدمات و ارتقاء مستمر کیفیت و بررسی رضایت دانشجویان به عنوان مشتریان گیرنده این خدمات ضرورت داشته و برای مدیریت موفق و اثربخش اجتناب ناپذیر می‌باشد (منصوریان، ۱۳۸۰).

## ۲-۱- بیان مسئله

نظام آموزش عالی، عهده دار وظایف و مسئولیتهای مهمی در زمینه رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و تربیتی جوامع است. در کشور ما نیز آموزش عالی وظیفه مهم تربیت نیروی انسانی متخصص مورد نیاز بخش‌های مختلف را برای تامین خود کفائی در علوم و فنون، صنعت، کشاورزی و ... به عهده دارد. نگاهی به روند تحولات جاری نظام آموزش عالی، حاکی از آن است که آموزش عالی باید ضمن توجه به بحران افزایش کمی و تنگناهای مالی، به حفظ، بهبود و ارتقای کیفیت بپردازد. اکنون که در کشور ما نیز گسترش دانشگاه‌ها از مرحله کمی به مرحله کیفی سوق داده شده است ضرورت انجام چنین پژوهش‌هایی بیش از پیش احساس می‌شود (کبریائی و همکاران، ۱۳۸۴).

اخیراً علاقه‌مندی به کیفیت در آموزش عالی و دانشگاه‌ها نیز به طور چشمگیری افزایش یافته است و در سطح بین-المللی در تحقیقات آموزشی مورد توجه قرار گرفته است. آموزش دانشگاهی از نظر تحول در نظامهای آموزش عالی، رشد نقش اطلاعات و ارتباطات و تقاضا برای دانش با تحول و اصلاحات مهمی همراه بوده است. بنابراین کیفیت در رأس اغلب امور قرار دارد و بهبود خدمات از مهمترین وظایف هر مؤسسه یا دانشگاه است. همچنین فعالیت‌های آموزشی نوعی خدمات محسوب می‌شود، چون ملموس و نا متجانس است و با معیار جدانپذیری ارائه دهنده و

گیرنده خدمات و همزمانی وجود آنها در یک زمان، غیر قابل ذخیره بودن و با فرض مشارکت دانشجویان در فرآیند ارائه خدمات مواجه می‌شود (زوار و همکاران، ۱۳۸۶).

با وجود تاکید بر کسب بازخورد از مشتریان، اغلب بین تلقی مدیریت از ادراک و انتظار دریافت کنندگان خدمات و ادراک و انتظار واقعی آنها تناسب وجود ندارد و این امر موجب صدمه دیدن کیفیت خدمت می‌گردد. در چنین حالتی، تصمیم گیران نمی‌توانند به درستی اولویت امور را تعیین کنند و این امر باعث می‌شود که عملکرد خدمت نتواند جواب گوی انتظار مشتریان بوده و بنابراین، شکاف کیفیت به وجود می‌آید. گام اساسی برای جبران این شکاف، شناخت ادراک و انتظار مشتری از کیفیت خدمت و تعیین میزان شکاف و در پی آن اتخاذ استراتژی‌هایی برای کاهش شکاف و تامین نظر مشتری است. در این صورت، نه تنها اولویت گذاری آگاهانه و تخصیص منابع استراتژیک تسهیل می‌شود بلکه مبنایی فراهم می‌گردد تا بتوان کیفیت خدمات ارائه شده را بهبود بخشید، بر اثربخشی آن افزود و رضایت دریافت کنندگان را فراهم کرد (کبریایی و رودباری، ۱۳۸۴).

دانشجویان مشتریان اصلی دانشگاهها هستند و تعیین ادراک و انتظار آنها از کیفیت خدمات آموزشی می‌تواند اطلاعات با ارزشی در اختیار برنامه‌ریزان جهت ارتقای کیفیت خدمات آموزشی قرار دهد (آقاملائی و همکاران، ۱۳۸۵).

کیفیت خدمات موضوع پیچیده‌ای است و تعریف آن پنج بعد را شامل می‌شود:

(۱) ابعاد فیزیکی (۲) قابلیت اعتبار (۳) پاسخگویی (۴) اطمینان خاطر (۵) همدلی، که از این ابعاد برای بیان مفهوم شکاف خدمات استفاده می‌شود. این شکاف بر اساس تفاوت بین انتظار مشتری از یک خدمت و برداشتها و ادراکات آنها از آنچه دریافت می‌کنند استوار و مبتنی می‌باشد. با توجه به اهمیت کیفیت در عرصه‌های رقابتی، کیفیت خدمات به عنوان یکی از محورهای کلیدی رقابت شناخته شده است، لذا دانشگاه می‌تواند راههای جدید برای سنجش کیفیت خود را بیاموزد تا با افزایش رضایت مشتری و کاهش شکایات بتواند سهم خود را در بازار دانشگاهها افزایش دهد و چاره‌ای جز افزایش کیفیت، ایجاد فرآیندهای دارای ارزش افزوده، تبدیل نیازمندیها و نظارت بر فرآیندها و استفاده از ابزارهای مهندسی کیفیت ندارد (بحرینی و همکاران، ۱۳۸۸).

### ۳-۱. اهمیت و ضرورت انجام تحقیق

بررسی تحولات سالهای اخیر نشان می‌دهد که خدمات به صورتی وسیع گسترش یافته و این روند در سالهای آتی با سرعت بیشتر توسعه می‌یابد. صنعت کوچک و خدمات بزرگ می‌شود. مدیران مؤسسات تولیدی و خدماتی در کلیه بخش‌های دولتی، تعاونی و خصوصی به تدریج پی می‌برند که تنها کیفیت محصول نمی‌تواند موجب تمایز آنها از دیگران شود، بلکه باید کانون را از بازار گرائی به مشتری گرائی تغییر داد (هورویتز؛ اعرابی و ایزدی، ۱۳۸۰: پیشگفتار). تمایل به کیفیت خدمات نقش مهمی در صنایع خدماتی دانشگاهی، بیمه‌ای، بانکی و... ایفا می‌کند چرا که کیفیت خدمات برای بقاء و سودآوری سازمان امری حیاتی به شمار می‌رود. در حقیقت امروزه رضایت مشتری و کیفیت خدمات به عنوان مسائل حیاتی در اغلب صنایع به شمار می‌رود (سیدجوادی و الماسی، ۱۳۸۲). همچنین امروزه به دلیل مباحث رقابتی جدیدی که در بسیاری از دانشگاههای ایران به وجود آمده، آنها را در یک فرآیند درگیر نموده است که بر این اساس آنها سعی می‌کنند تا با تطبیق خود با مباحث جدید، رضایت بیشتری را برای مشتریان و دانشجویان خود فراهم کنند (شفیعی رود پستی و میر غفوری، ۱۳۸۷). سرانجام دلایل متعددی را می‌توان برشمرد که بدان جهت سازمانها باید به دنبال ارائه خدمات با کیفیت به مشتریان خود باشند که در شکل (۱-۱) بصورت خلاصه آورده شده است.

### ۱-۳-۱- افزایش انتظارات مشتریان

واقعیت آن است که انتظارات مشتریان نسبت به گذشته افزایش یافته است. افزایش انتظارات مشتریان را می‌توان به چندین عامل ربط داد؛ از جمله، افزایش آگاهی‌ها و سطح دانش مشتریان، تبلیغات سازمان، عملکرد رقبا و ... .

### ۱-۳-۲- فعالیت رقبا