

بررسی رابطه رضایت از کیفیت خدمات بر اساس مدل ECSI و رفتار
شهروندی سازمانی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی
واحد بجنورد)

Examining the Relationship between Satisfaction from Services
Quality based on ECSI Model and Organizational Citizenship
Behavior (Case Study: Students of Islamic Azad University,
Bojnourd Branch)

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۶/۰۷/۱۶

Hamide Rostami
Behrang Esmaeili Shad

Abstract: The study aimed at investigating the relationship between satisfaction from services quality and organizational citizenship behavior among students of Islamic Azad University, Bojnourd Branch. In this descriptive-correlational study, two questionnaires of Satisfaction from Services Quality based on ECSI Model and Organizational Citizenship Behavior Questionnaire (Podsakoff et. al., 2000) were used to collect the required data. The concerned questionnaires were embedded with desirable levels of face and content validity and their reliability coefficients were obtained using Cronbach's Alpha (0.764 and 0.879, respectively). The statistical population included all students of the Faculty of Humanities at Islamic Azad University, Bojnourd Branch, in the Academic Year 2015-2016 (N=2453). Having used the Cochran's Formula, the sample size was determined as 332 through relative stratified random sampling method. Next, the data were analyzed using SPSS (Version. 21), Pearson Correlation Coefficient, Regression and Independent T-test. The findings showed that there was a significant positive relationship between satisfaction from service quality and sub-components of quality of extra services and organizational reputation and the organizational citizenship behavior. However, there was not a significant relationship between realization of expectations and received quality and the organizational citizenship behavior.

Key words: Services quality (ECSI), organizational citizenship behavior, quality of extra services, organizational reputation, expectations, received quality.

تاریخ دریافت مقاله: ۹۶/۰۶/۰۴

حمیده رستمی *

بهرنگ اسماعیلی شاد**

چکیده: هدف از اجرای این پژوهش، بررسی رابطه رضایت از کیفیت خدمات و رفتار شهروندی سازمانی در دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد بود. روش پژوهش، توصیفی از نوع همبستگی و ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه رضایت از کیفیت خدمات با استناد به مدل ECSI و پرسشنامه رفتار شهروندی سازمانی پادساکف و همکاران (۲۰۰۰) بود که دارای روایی صوری و محتوایی بوده و ضریب پایایی آنها با آلفای کرونباخ ۰/۷۶۴ و ۰/۸۷۹ به دست آمد. جامعه آماری، همه دانشجویان دانشکده علوم انسانی در سال تحصیلی ۱۳۹۵-۱۳۹۴ به تعداد ۲۴۵۳ تن بود. برحسب فرمول کوکران، نمونه ۳۳۲ نفر تعیین شد و روش نمونه‌گیری در این پژوهش به صورت تصادفی طبقه‌ای نسبی بود. داده‌ها با آزمون‌های آماری ضریب همبستگی، رگرسیون و T با نرم‌افزار Spss21 تحلیل شدند. یافته‌ها نشان‌دهنده آن بود که بین رضایت از کیفیت خدمات و زیرمؤلفه‌های کیفیت خدمات جانبی و شهرت سازمان با متغیر رفتار شهروندی سازمانی ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد. بین مؤلفه‌های برآورده شدن انتظارات و کیفیت دریافتی با متغیر رفتار شهروندی سازمانی ارتباط معنی‌داری دیده نشد.

واژگان کلیدی: کیفیت خدمات (ECSI)، رفتار شهروندی سازمانی، کیفیت خدمات جانبی، شهرت سازمان، انتظارات، کیفیت دریافتی

* دانش‌آموخته گروه علوم تربیتی، واحد بجنورد، دانشگاه آزاد اسلامی، بجنورد، ایران
** استادیار گروه علوم تربیتی، واحد بجنورد، دانشگاه آزاد اسلامی، بجنورد، ایران (نویسنده مسئول):
(behrang_esmaeeli@yahoo.com)

مقدمه

توجه به کیفیت کالا و حساسیت به خدمات مطلوب‌تر از مهم‌ترین نکاتی است که جامعه جهانی در عصر حاضر برای آنها اهمیت خاصی قائل است (رمضانیان و همکاران، ۱۳۹۲، ۶۶). در طول دو دهه گذشته، پژوهشگران توجه ویژه‌ای را به مطالعه کیفیت خدمات اختصاص داده‌اند اما با توجه به ماهیت ناملموس خدمات، ارزشیابی آنها دشوارتر از ارزشیابی محصولات است. از آنجایی که خدمات سهم قابل توجهی از فعالیت‌های اقتصادی (در حدود ۵۰ تا ۷۰ درصد) در کشورهای پیشرفته را دارند، پژوهشگران برای طراحی و توسعه الگویی برای ارزشیابی کیفیت خدمات تمایل زیادی نشان می‌دهند (خورشیدی، نقاش و محمدیان، ۱۳۹۱، ۱۵۲).

کیفیت خدمات همواره به‌عنوان بخش مهمی از اقتصاد کشورها مطرح بوده و در زمان حاضر پیش‌نیاز موفقیت در دنیای پرقاب است. بررسی‌های مختلف در این زمینه نشان داده است که کیفیت خدمات می‌تواند به رضایت و به دنبال آن وفاداری مشتریان و همچنین جذب مشتریان جدید منجر شود و در این صورت سازمان‌های خدماتی می‌توانند با اثربخشی بیشتری به فعالیت ادامه دهند (کروبی و یوسفی، ۱۳۸۹، ۶۶). امروزه کیفیت را خواسته مشتری تعریف می‌کنند و ادراکات و انتظارات مشتری را اصلی‌ترین عامل تعیین‌کننده کیفیت می‌دانند (رمضانیان و همکاران، ۱۳۹۲، ۶۶)؛ پویایی محیط و رقابت فزاینده، سازمان‌ها را بر آن داشته تا برای فعالیت، رقابت‌پذیرتر شوند، رضایت مشتریان خود را به دست آورند و مشتریان جدیدی نیز کسب کنند (طباطبایی هنزایی و اخوان، ۱۳۸۹، ۱)؛ زیرا بقای هر سازمانی مبتنی بر مشتریان آن است. بنابراین هر سازمانی باید نیازمندی‌های آنها را شناسایی کند و رضایت آنها را برآورده سازد و پیوسته در جهت افزایش رضایت آنها اقدام کند (شکسته‌بند، ۱۳۸۸، ۶۰). توجه به کیفیت خدمات از عوامل مؤثر در موفقیت و بقای هر سازمانی از جمله سازمان‌ها و مؤسسات آموزش عالی است (عباسیان و همکاران، ۱۳۹۰، ۹۲). کاتبرت^۱ (a,b, ۱۹۹۶) فعالیت آموزش در دانشگاه را نیز به این دلیل که چون ناملموس است و با معیار جداناپذیری ارائه کننده و گیرنده خدمات و هم‌زمانی وجود آنها در یک زمان و غیرقابل ذخیره بودن مشخص می‌شود، نوعی ارائه خدمات می‌داند.

^۱ . Cuthbert

برای اینکه دانشگاه‌ها از مرحله کمی به کیفی سوق داده شوند، ضرورت ارزیابی ادراکات و انتظارات دانشجویان به منظور تحلیل شکاف‌های برنامه‌ریزی در جهت کاهش یا حذف این کاستی‌ها، مقایسه وضعیت موجود با سایر رقبا، بازبینی فرایندها، کسب مزیت رقابتی بیشتر احساس می‌شود (محبی‌فر و همکاران، ۱۳۹۲، ۵)؛ در صنعت دانشگاه‌داری با توجه به نوع خدماتی که ارائه می‌شود و با مدنظر قرار گرفتن نوع ارتباط تنگاتنگی که بین سازمان و دانشجویان آن وجود دارد، اهمیت دانشجویان دوچندان می‌شود؛ بنابراین از زمان تولید خدمت تا عرضه آن به دانشجو باید نظرها، سلیقه‌ها و تمایلات وی کاملاً مورد توجه و رسیدگی قرار گیرد (درویش متولی و همکاران ۱۳۹۰، ۵۲). اطمینان از کیفیت مطلوب عملکرد - در دانشگاه‌ها - به‌منظور جلوگیری از هدر رفتن سرمایه‌های انسانی و مادی و نیز داشتن توانایی رقابت در دنیای آینده که در آن کیفیت مهم‌ترین مؤلفه برای ادامه حیات هر سازمان است، ضرورتی انکارناپذیر است (فعلی و همکاران، ۱۳۹۰، ۱۹۹). با توجه به تغییرات در عرصه‌های جهانی و در نتیجه در آموزش عالی، آموزش با هر کیفیتی مورد قبول نیست. امروزه، اغلب دانشگاه‌ها دریافته‌اند که باید کیفیت خدمات آموزشی خود را ارتقا دهند (ووس و همکاران^۱، ۲۰۰۷، ۹۴۹). خدماتی که در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی ارائه می‌شود، از مهم‌ترین حوزه‌های خدماتی در هر جامعه‌ای است بنابراین توجه به ارتقای کیفیت خدمات آموزشی امری ضروری به نظر می‌رسد (نورالنسا و همکاران^۲، ۲۰۰۸). از نظر یونسکو، کیفیت در آموزش عالی، مفهومی چندبعدی است که به میزان زیادی به وضعیت محیطی نظام دانشگاهی، مأموریت و شرایط دانشگاهی بستگی دارد (سبحانی‌نژاد و فردائی بنام، ۱۳۸۸).

از دهه ۱۹۷۰ پژوهشگران، مطالعات جامعی را درباره رضایتمندی مشتری آغاز کردند و در اواسط دهه ۱۹۹۰ شاخص رضایتمندی مشتری (ECSI) به‌عنوان یک ابزار مفید برای اندازه‌گیری کیفیت خروجی سازمان مورد توجه واقع شد که در آن محرک‌های رضایتمندی مشتری، تصویر درک شده توسط مشتری، انتظارات مشتری، کیفیت درک شده و ارزش درک شده و وفاداری مشتری مورد توجه بود (صدقی و همکاران، ۱۳۸۸، ۱۰۴)؛ قابل ذکر است که توجه به کیفیت خدمات در آموزش عالی نیز از دهه ۱۹۸۰ شروع شد که این افزایش توجه، ریشه در نیاز مؤسسات در تطبیق با

^۱. Voss et al

^۲. Norolnesa et al

وضعیت مالی و فشار مشتریان برای بهبود کیفیت خدمات دارد (زاهدی، ۱۳۹۰، ۲). مشتریان نظام آموزشی، نیازها و انتظارات متفاوتی از نظام آموزشی دارند و شناخت این انتظارات و برآورده کردن آنها، از ویژگی‌های اصلی دانشگاه پاسخ‌گو و باکیفیت است (جمالی زواره و همکاران، ۱۳۹۲، ۷).

اهمیت کیفیت خدمات نه تنها به بحث سودآوری و اقتصاد سازمان مربوط می‌شود بلکه امروزه سازمان‌ها دریافته‌اند که مجموعه رفتارهای افراد تأثیر قابل توجهی بر موفقیت سازمان‌ها دارد به‌ویژه رفتار داوطلبانه و اختیاری که - در جهت هدف‌های سازمانی - انجام می‌دهند (بهادری فر و همکاران، ۱۳۹۰، ۲۴). عنوان رفتارهای داوطلبانه افراد در سازمان، «رفتار شهروندی سازمانی» است.

سازمان‌ها بدون تمایل داوطلبانه افراد به همکاری، قادر به توسعه خود نیستند؛ زیرا در همکاری داوطلبانه، افراد، کوشش و انرژی و بصیرت خود را برای شکوفایی توانایی‌های خود به نفع سازمان ابراز می‌کنند و این امر در دنیای کنونی، عاملی کلیدی در اجرای مؤثر تصمیم‌های راهبردی شناخته شده است (زارعی متین و احمدی، ۱۳۸۸)؛ رفتار شهروندی سازمانی به‌عنوان رفتاری اختیاری و فراتر از وظیفه که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم به‌وسیله سیستم پاداش رسمی سازمان مورد تقدیر قرار نمی‌گیرد، شناخته می‌شود و باعث ایجاد تنوعی از رفتارها مانند انجام وظایف جانبی، کمک‌رسانی داوطلبانه به دیگر افراد، توسعه حرفه‌ای، اطاعت از مقررات سازمانی، تلاش در جهت ارتقای سازمان و کمک به حفظ نگرش مثبت و تحمل ناملازمات در کار تعریف می‌شود (عظیم‌زاده و همکاران، ۱۳۸۹، ۲۸). به‌زعم پودساکف و همکاران^۱ (۲۰۰۰) مفهوم رفتار شهروندی سازمانی، سازه‌ای درباره نحوه تعاملات پیوسته اعضای واحدهای سازمانی است. رفتار مذکور سطح و چگونگی پیامدهای سازمانی را در جهت مطلوب تقویت کرده، حفظ و نگهداری افراد در سازمان را آسان‌تر می‌کند و با اختصاص زمان بیشتر برای برنامه‌ریزی و حل مشکلات کارکنان، توانایی آنان را در راستای اثربخشی سازمانی بهبود خواهد بخشید.

رفتار شهروندی سازمانی از ابعاد مهم جامعه‌شناسی سازمان‌ها از جمله دانشگاه‌هاست. کارکنان دانشگاهی با رفتارهای نوع‌دوستانه و جوانمردانه، همراه با ادب و مهربانی، خوش‌خویی و حس وظیفه‌شناسی به افزایش کیفیت در دانشگاه

^۱. Podsakoff et al

کمک مؤثری خواهند کرد. رفتار شهروندی سازمانی از شاخص‌هایی است که موجب بهبود عملکرد کارکنان می‌شود و سازمان را به سوی تحقق هدف‌ها سوق می‌دهد (هویدا و نادری، ۱۳۸۸، ۷). با بررسی رفتار شهروندی سازمانی در نظام آموزش عالی، تلاش می‌شود تا با تمرکز بر مدیریت رفتار نیروی انسانی، حرکت مراکز آموزش عالی برای دستیابی به هدف‌های عالی تسریع شود تا در نهایت باعث بهبودی و توسعه عملکرد هرچه بیشتر سازمان‌ها و حتی وضعیت اجتماعی جامعه شود. به این ترتیب مطالعه و بررسی این‌گونه رفتارها در مراکز آموزش عالی، بسیار ضروری و مهم به نظر می‌رسد (موسی‌خانی، ۱۳۹۱، ۴۶). به‌زعم ییلماز و تاسدان^۱ (۲۰۰۹) درک بهتر رفتار شهروندی سازمانی در مؤسسات آموزشی، می‌تواند به رشد و اثربخشی آن مؤسسات کمک کند.

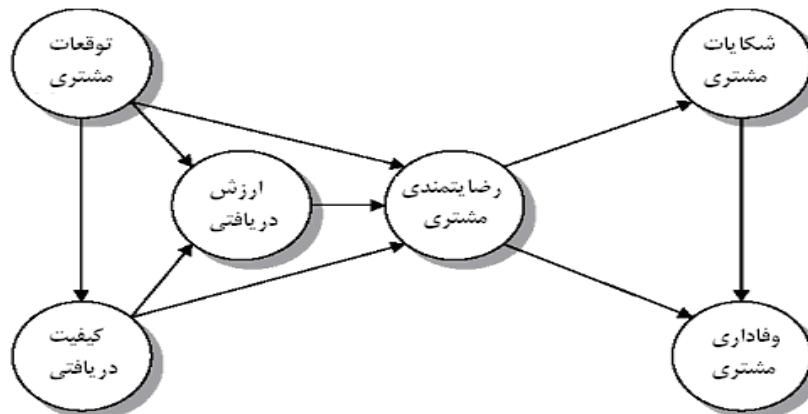
زافیروپولوس و ورانا^۲ (۲۰۰۸) بر رابطه کیفیت و رضایت مشتری تأکید داشتند. توجه به کیفیت خدمات برای ایجاد رفتار شهروندی سازمانی در دانشگاه‌ها می‌تواند فواید آتی بسیاری مانند افزایش جذب دانشجو و افزایش ماندگاری دانشجویان و در نتیجه جلوگیری از آنتروپی مثبت در پی داشته باشد. همچنین در ارتباط با فواید آتی، توجه به این موضوع در دانشگاه‌ها با توجه به کلیدی بودن این سازمان در تربیت نسل آینده و اثرگذاری آن در افزایش کارایی و اثربخشی دیگر نهادها می‌توان گفت که افزایش کیفیت و اثربخشی دانشگاه‌ها شرایطی را فراهم خواهد کرد که در آن افرادی پرورش یابند که نه تنها دارای توانمندی و کارایی بالایی در انجام وظایف محوله خود خواهند بود بلکه برخوردار از وجدان کاری بالایی نیز باشند. با توجه به مطالب مذکور و نظر به اینکه تاکنون در هیچ پژوهش داخلی، رابطه رضایت از کیفیت خدمات در بروز رفتارهای فراتر از حوزه آموزش عالی بررسی نشده است و همچنین با عنایت به اینکه در میان انبوه مؤسسات آموزش عالی غیر دولتی، مؤسسه‌ای (دانشگاهی) در جذب دانشجویان موفق‌تر خواهد بود که شهرت بهتری در میان مشتریان خود داشته باشد، بر این اساس در پژوهش حاضر، پاسخ به این پرسش مد نظر است که آیا بین رضایت از کیفیت خدمات بر اساس مدل ECSI و رفتار شهروندی سازمانی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد رابطه وجود دارد؟

1. Yilmaz & Tasdan

2. Zafiroopoulos & Vrana

پیشینه پژوهش

سازمان‌ها برای اندازه‌گیری رضایت مشتری باید شاخص‌هایی برای این منظور تنظیم کنند. از دهه ۱۹۷۰ پژوهشگران در زمینه رفتار مصرف‌کننده و بازاریابی، مطالعه جامعی را درباره رضایتمندی مشتری آغاز کردند. در اواسط دهه ۱۹۹۰ شاخص‌های رضایتمندی مشتری (CSI)^۱ به‌عنوان ابزاری مفید برای اندازه‌گیری کیفیت خروجی سازمان، مورد توجه دولت‌ها و شرکت‌ها واقع شد. در سال ۱۹۹۴ انجمن کیفیت آمریکا و دانشکده تجارت دانشگاه میشیگان، شاخص ACI را ارائه دادند که برای سنجش کیفیت خدمات ارائه شده به مشتری، عواملی به شرح شکل (۱) باید مورد سنجش قرار گیرد.

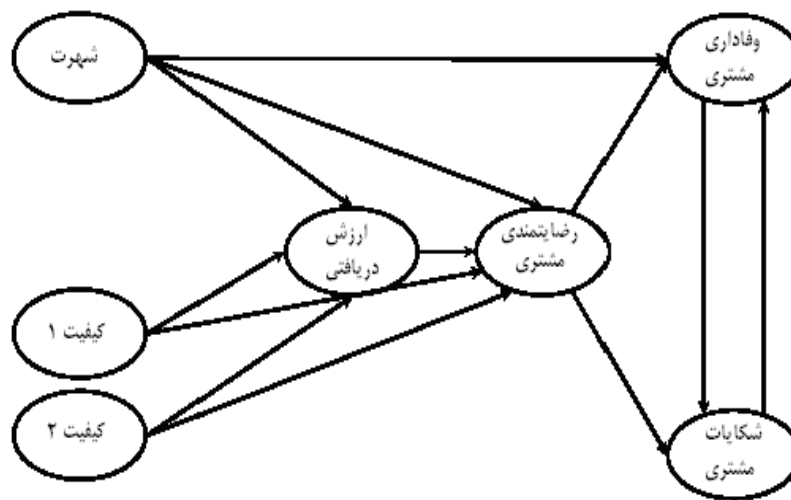


شکل (۱) مدل ACSI

مدل ECSI^۲ که در سال ۲۰۰۰ ارائه شده است، در واقع شکل جدید و اصلاح شده ACSI است. انتظارات مشتری، کیفیت دریافتی، ارزش دریافتی و وفاداری مشتری دقیقاً مشابه مدل ACSI است. نکته قابل توجه این مدل افزودن عامل «شهرت سازمان» است.

1. Customer Satisfaction Index

2. European Customer Satisfaction Index



شکل (۲) مدل ECSI

بسیاری از پژوهشگران به تأثیر کیفیت خدمات بر رفتار مشتریان اذعان دارند، بنابراین مؤلفه دیگری که در پژوهش حاضر مد نظر قرار گرفته، «رفتار شهروندی سازمانی» است. تلاش‌هایی که فراتر از وظایف تعریف شده کارکنان باشد، رفتار شهروندی سازمانی نامیده می‌شود. نخستین نظریه‌پردازی‌ها در خصوص رفتار شهروندی سازمانی در سال ۱۹۳۸ مربوط به چستر بارنارد است. بارنارد با بیان مفهوم «تمایل و اشتیاق به همکاری» این رفتار را مورد توجه قرار داد. برخی صاحب‌نظران دیگر معتقدند پیشینه مفهوم رفتار شهروندی سازمانی را می‌توان در نظرات کاتز (۱۹۶۴) جستجو کرد. وی با تمایز قائل شدن بین عملکرد نقش و رفتارهای نوآورانه و خودجوش کارکنان از اولین نظریه‌پردازان رفتار شهروندی سازمانی است (پودساکف و همکاران، ۲۰۰۰، ۵۵۱). به‌زعم پودساکف و همکاران (۲۰۰۰) مفهوم رفتار شهروندی سازمانی، سازه‌ای پیرامون نحوه تعاملات پیوسته اعضای واحدهای سازمانی است. این رفتار، سطح و چگونگی پیامدهای سازمانی را در جهت مطلوب تقویت می‌کند، نیاز سازمان به اختصاص بخشی از منابع کمیاب برای انجام وظایف ساده سازمانی را کاهش می‌دهد، حفظ و نگهداری مکرر کارکنان در سازمان را میسرتر کرده و با اختصاص زمان بیشتر برای برنامه‌ریزی و حل مشکلات کارکنان، توانایی آنان را در جهت اثربخشی سازمانی بهبود خواهد بخشید.

اورگان (۱۹۸۸) رفتار شهروندی سازمانی را رفتاری خودجوش و آگاهانه تعریف کرده است که به طور مستقیم یا صریح در نظام پاداش‌دهی رسمی سازمانی تقویت نشده اما در مجموع اثربخشی سازمانی را ارتقا می‌دهد. پودساکوف و همکاران (۲۰۰۰) مقیاس پنج بعدی از رفتار شهروندی سازمانی ارائه کردند که عبارت است از:

- نوع دوستی^۱: کمک به همکاران و کارکنان برای انجام وظایف در شرایط غیر معمول.
- وظیفه‌شناسی^۲: انجام وظایف تعیین شده به شیوه‌ای فراتر از آنچه انتظار می‌رود.
- جوانمردی^۳: تأکید بر جنبه‌های مثبت سازمان به جای جنبه‌های منفی آن.
- فضیلت مدنی^۴: مستلزم حمایت از عملیات‌های اداری سازمان است.
- ادب و نزاکت^۵: مشورت با دیگران پیش از اقدام، اطلاع دادن پیش از عمل و رد و بدل کردن اطلاعات.

در ادامه بحث، برخی پژوهش‌های انجام گرفته درباره کیفیت در آموزش عالی معرفی می‌شود. روحانی و امانی (۲۰۱۶) به این نتیجه دست یافتند که رابطه مثبتی بین فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد. حیدری سورشجانی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش «ارزیابی کیفیت خدمات آموزشی تحصیلات تکمیلی بر اساس مدل سروکوال از دیدگاه دانشجویان دانشگاه رازی» نشان دادند که کیفیت خدمات آموزشی در حد مطلوب نیست. تقی‌پور و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود دریافتند که بین میزان رضایت دانشجویان از کیفیت خدمات آموزشی برحسب رشته تحصیلی، معدل کل نمره‌ها و جنسیت تفاوت معنی‌داری وجود دارد. نعیمی و همکاران (۱۳۹۴) نشان دادند که بین متغیرهای سن، سابقه شغلی، معدل و رضایت از رشته تحصیلی، همبستگی مثبت و معنی‌داری با متغیر رضایت از کیفیت آموزشی وجود دارد. غنچی و خشنودی‌فر (۱۳۹۳) در پژوهش خود نشان دادند که مؤلفه‌های همدلی استادان، دسترسی به استادان، امکانات اداری - آموزشی و مهارت‌های تدریس در مجموع ۸۳/۰۷ درصد کل واریانس کیفیت خدمات آموزشی را تبیین می‌کنند. نتایج

1. Altruism

2. Conscientiousness

3. Sportsmanship

4. Civic virtue

5. courtesy

پژوهش حیدری رفعت و همکاران (۱۳۹۲) نشان داد که ادراک و انتظار دانشجویان از کیفیت خدمات آموزشی در همه ابعاد، بیشتر از حد متوسط است و بین ادراک و انتظار دانشجویان از کیفیت خدمات آموزشی تفاوت معنی‌داری وجود داشت. بررسی‌ها نشان داد که بین ادراکات دانشجویان دانشکده فنی دانشگاه تهران از کیفیت خدمات آموزشی از لحاظ جنسیت به‌جز در بعد اطمینان در سایر ابعاد تفاوتی دیده نمی‌شود. بین انتظارات دو گروه دختر و پسر در ابعاد پنجگانه سروکوال نیز تفاوتی دیده نشد.

یافته‌های صفرنیا و همکاران (۱۳۹۲) نشان داد که درک عدالت توسط مشتری بر رضایت و رفتار شهروندی وی تأثیر می‌گذارد. طالقانی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش خود بر اهمیت شهرت سازمانی تأکید کرده و اظهار داشتند بین شهرت سازمان با تعهد سازمانی رابطه وجود دارد. خطیبی و همکاران (۱۳۹۰) نشان دادند در پنج بعد کیفیت خدمات آموزشی (تضمین، پاسخ‌گویی، هم‌دلی، اطمینان، ملموس) بین وضع موجود و وضع مطلوب شکاف معنی‌دار و منفی وجود دارد. بیشترین شکاف کیفیت مربوط به بعد تضمین و کمترین آن مربوط به بعد ملموس بود. بررسی عوامل جمعیت‌شناختی نیز نشان داد شکاف کیفیت خدمات آموزشی در دانشجویان زن، به‌صورت معنی‌داری کمتر از دانشجویان مرد است، همچنین شکاف کیفیت خدمات گزارش شده در دانشجویان سال چهارم، به‌صورت معنی‌داری بیش از دانشجویان سال دوم و سوم است. مقایسه شکاف کیفیت خدمات در عبارت‌های پرسشنامه، نکات ارزشمندی برای تعیین استراتژی‌های بهبود کیفیت دربردارد.

پاولاچه-ایلای^۱ (۲۰۱۴) در تحقیق خود بیان کردند افرادی که از سازمان خود رضایت دارند، رفتارهای شهروندی سازمانی بیشتری از خود نشان می‌دهند و این امر با میزان خدمات ارائه شده در سازمان بستگی دارد. میائو^۲ (۲۰۱۱) در پژوهش خود نشان داد که بین حمایت سازمانی ادراک شده با رفتار شهروندی سازمانی رابطه وجود دارد. فاگانل^۳ (۲۰۱۰) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که شکاف معنی‌داری بین کیفیت خدمات دریافتی و کیفیت خدمات مورد انتظار وجود دارد. رورخام^۴ (۲۰۱۰)

1. Pavalache-Ilie

2. Miao

3. Faganel

4. Rurkkhum

در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه تعلق خاطر و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان» یادآور شد که بین تعلق خاطر و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان، رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

روش شناسی

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی، از نوع توصیفی و از حیث سنجش رابطه دو متغیر از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل همه دانشجویان دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد به تعداد ۲۴۵۳ دانشجو بود؛ شامل کاردانی ۱۲۱ نفر، ۵۶۵ نفر کارشناسی ناپیوسته، ۶۹۲ نفر کارشناسی پیوسته، ۱۰۰۶ نفر کارشناسی ارشد ناپیوسته و ۶۹ نفر دکترای تخصصی که بر اساس فرمول کوکران، حجم نمونه ۳۳۲ نفر به روش تصادفی طبقه‌ای نسبی در نظر گرفته شد.

در این پژوهش از پرسشنامه محقق ساخته سنجش رضایت مشتری از کیفیت خدمات با استناد بر مدل اروپایی (ECSI) دارای چهار زیر مؤلفه «کیفیت دریافتی، کیفیت خدمات جانبی، شهرت سازمان و برآورده شدن انتظارات» و پرسشنامه رفتار شهروندی سازمانی پادساکف و همکاران (۲۰۰۰) استفاده شد. پرسشنامه‌ها بر اساس طیف پنج‌گانه لیکرت است.

جدول (۱) پرسشنامه‌های پژوهش

پرسشنامه رضایت از کیفیت خدمات با استناد بر مدل اروپایی		
ردیف	مؤلفه‌ها	گزاره‌ها
۱	کیفیت دریافتی	۱، ۲، ۳، ۴، ۵ و ۶
۲	کیفیت خدمات جانبی	۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱ و ۱۲
۳	شهرت سازمان	۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷ و ۱۸
۴	برآورده شدن انتظارات	۱۹، ۲۰، ۲۱، ۲۲ و ۲۳
پرسشنامه رفتار شهروندی سازمانی پادساکف		
۱	نوع دوستی	۲۰، ۲۱، ۲۲ و ۲۴
۲	وجدان کاری	۱، ۲، ۳، ۴ و ۵
۳	احترام به دیگران	۱۶، ۱۷، ۱۸ و ۱۹
۴	رادمردی و گذشت	۶، ۷، ۸، ۹ و ۱۰
۵	رفتار منلی	۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴ و ۱۵

پرسشنامه‌ها بر اساس نظر ۱۰ تن از اعضای هیئت علمی دانشگاه، دارای روایی صوری و محتوایی است. ضریب آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی پرسشنامه‌ها به ترتیب ۰/۷۶۴ و ۰/۸۹ است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار آماری Spss21 از آزمون‌های ضریب همبستگی پیرسون، آزمون تی مستقل و تحلیل رگرسیون استفاده شد.

یافته‌ها

بر اساس یافته‌های جمعیت‌شناختی، ۱۴۹ نفر یعنی ۴۴/۸۸ درصد از پاسخگویان مرد و ۱۸۳ نفر یعنی ۵۵/۱۲ درصد زن هستند. از این تعداد ۱۱ دانشجوی در مقطع کاردانی، ۱۸۶ کارشناسی، ۱۲۲ کارشناسی ارشد و ۱۳ دانشجوی دکتری بودند. تحلیل توصیفی متغیرهای پژوهش نیز به شرح زیر است:

جدول (۲) توصیف متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	میانگین	میان	مد	انحراف معیار	واریانس	دامنه تغییرات	کمینه	بیشینه
کیفیت دریافتی	۳/۱۲۲	۳/۱۶۷	۳/۸۳۳	۰/۷۳۳	۰/۵۳۸	۳/۸۳۳	۱/۰۰۰	۴/۸۳۳
کیفیت خدمات جانبی	۲/۹۳۳	۳/۰۰۰	۲/۶۶۷	۰/۶۴۸	۰/۴۱۹	۳/۵۰	۱/۰۰۰	۴/۵۰۰
شهرت سازمانی	۳/۱۰۱	۳/۱۶۷	۳/۳۳۳	۰/۷۳۱	۰/۵۳۴	۴/۰۰۰	۱/۰۰۰	۵/۰۰۰
برآورده شدن انتظارات	۲/۸۴۰	۳/۰۰۰	۳/۶۰۰	۰/۷۸۴	۰/۶۱۵	۳/۲۰۰	۱/۰۰۰	۴/۲۰۰
رفتار شهروندی	۳/۱۰۸	۳/۰۴۲	۳/۰۴۲	۰/۴۳۱	۰/۱۸۶	۳/۲۹۲	۱/۷۰۸	۵/۰۰۰
رضایت از کیفیت خدمات	۳/۰۰۶	۳/۰۸۷	۳/۶۰۹	۰/۶۰۶	۰/۳۶۷	۳/۳۹۱	۱/۰۰۰	۴/۳۹۱

فرضیه اول: بین رضایت از کیفیت خدمات بر اساس مدل ECSI و رفتار شهروندی سازمانی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد رابطه وجود دارد.

جدول (۳) خروجی ضریب همبستگی پیرسون برای فرضیه اول

متغیرهای مورد بررسی	تعداد نمونه	ضریب همبستگی	معنی داری	نتیجه آزمون
رضایت از کیفیت خدمات رفتار شهروندی	۳۳۲	۰/۶۲۱	۰,۰۰۰	تأیید فرض H_1

ضریب همبستگی پیرسون میان دو متغیر رضایت از کیفیت خدمات بر اساس مدل ECSI و رفتار شهروندی ۰,۶۲۱ به دست آمده است. مقدار معنی داری ۰/۰۰۰ از سطح خطای ۱٪ کوچک تر بوده و نشان می دهد همبستگی مشاهده شده معنی دار است؛ بنابراین با اطمینان ۹۹٪ بین رضایت از کیفیت خدمات بر اساس مدل ECSI و رفتار شهروندی رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیه دوم: بین کیفیت دریافتی و رفتار شهروندی سازمانی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد رابطه وجود دارد.

با توجه به جدول (۴)، ضریب همبستگی پیرسون میان دو متغیر کیفیت دریافتی و رفتار شهروندی ۰/۱۰۷ - به دست آمده است. مقدار معنی داری ۰/۰۵۲ از سطح خطای ۱٪ بزرگ تر بوده و نشان می دهد این همبستگی، معنی دار نیست؛ بنابراین با اطمینان ۹۵٪ بین کیفیت دریافتی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معنی داری وجود ندارد.

فرضیه سوم: بین کیفیت خدمات جانبی و رفتار شهروندی سازمانی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد رابطه وجود دارد.

ضریب همبستگی پیرسون میان دو متغیر کیفیت خدمات جانبی و رفتار شهروندی ۰,۴۳۷ به دست آمده است. مقدار معنی داری ۰/۰۰۰ از سطح خطای ۱٪ کوچک تر بوده و نشان می دهد این همبستگی، معنی دار است؛ بنابراین با اطمینان ۹۹٪ بین کیفیت خدمات جانبی و رفتار شهروندی رابطه وجود دارد.

فرضیه چهارم: بین شهرت سازمان و رفتار شهروندی سازمانی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد رابطه وجود دارد.

با توجه به جدول (۴)، ضریب همبستگی میان دو متغیر شهرت سازمان و رفتار شهروندی ۰/۶۷۲ به دست آمده است. مقدار معنی داری ۰/۰۰۰ از سطح خطای ۱٪

کوچکتر بوده و نشان می‌دهد این همبستگی، معنی‌دار است؛ بنابراین با اطمینان ۹۹٪ بین شهرت سازمان و رفتار شهروندی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

فرضیه پنجم: بین برآورده شدن انتظارات و رفتار شهروندی سازمانی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد رابطه وجود دارد.

با توجه به جدول (۴)، ضریب همبستگی پیرسون میان دو متغیر برآورده شدن انتظارات و رفتار شهروندی ۰/۱۱۷ - به دست آمده است. مقدار معنی‌داری نیز ۰/۰۳۲ به دست آمده است که از سطح خطای ۱٪ بزرگتر بوده و نشان می‌دهد این همبستگی، معنی‌دار است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵٪ بین برآورده شدن انتظارات و رفتار شهروندی رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

جدول (۴) خروجی ضریب همبستگی پیرسون برای فرضیه‌های دوم تا پنجم

متغیرهای مورد بررسی	تعداد نمونه	ضریب همبستگی	معنی‌داری	نتیجه آزمون
کیفیت دریافتی رفتار شهروندی	۳۳۲	- ۰/۱۰۷	۰/۰۵۲	رد فرض H_1
کیفیت خدمات جانبی رفتار شهروندی	۳۳۲	۰/۴۳۷	۰/۰۰۱	تأیید فرض H_1
شهرت سازمان رفتار شهروندی	۳۳۲	۰/۶۷۲	۰/۰۰۱	تأیید فرض H_1
برآورده شدن انتظارات و رفتار شهروندی سازمانی	۳۳۲	- ۰/۱۱۷	۰/۰۳۲	رد فرض H_1

فرضیه ششم: رضایت از کیفیت خدمات بر رفتار شهروندی سازمانی دانشجویان تأثیر دارد.

جدول (۵) خروجی تحلیل رگرسیون

ضریب استاندارد نشده		ضریب استاندارد شده	مقدار تی	معنی داری	
B	انحراف استاندارد	بتای استاندارد	B	انحراف استاندارد	
۳/۳۹۶	۰/۱۲۲		۲۷/۷۸۰	۰/۰۰۰	(Constant)
-۰/۰۳۲	۰/۰۷۴	-۰/۰۴۸	-۰/۴۳۳	۰/۶۶۶	کیفیت خدمات جانبی
۰/۰۴۲	۰/۰۸۰	-۰/۰۷۲	۰/۵۲۹	۰/۷۹۵	شهرت سازمانی
-۰/۰۰۹	۰/۰۶۲	-۰/۰۱۷	-۰/۰۵۱	۰/۸۸۰	برآورده شدن انتظارات
-۰/۰۹۹	۰/۱۷۶	-۰/۱۳۹	-۰/۵۶۲	۰/۵۷۵	رضایت از کیفیت خدمات
-۰/۰۵۴	۰/۰۲۵	-۱/۲۵۳	۰/۶۸۲	۰/۴۹۶	کیفیت دریافتی

با توجه به جدول (۵) ملاحظه می شود میزان معنی داری تمامی متغیرها بزرگتر از عدد استاندارد ۰/۰۵ به دست آمد و نشان دهنده این است که تمامی مؤلفه ها بر متغیر رفتار شهروندی اثرگذار نیستند.

همچنین با توجه به نتایج می توان گفت که ضریب همبستگی رگرسیون میان دو متغیر رضایت از کیفیت خدمات بر اساس مدل ECSI و رفتار شهروندی ۰/۶۲۱- به دست آمده است. مقدار معنی داری نیز ۰/۰۰۸ به دست آمد و نشان می دهد این همبستگی، معنی دار است.

ضریب همبستگی رگرسیون میان دو متغیر کیفیت خدمات جانبی و رفتار شهروندی ۰/۴۳۷ و مقدار معنی داری ۰/۰۰۲ و ضریب همبستگی رگرسیون میان دو متغیر شهرت و رفتار شهروندی ۰/۶۷۲ با مقدار معنی داری ۰/۰۰۰ به دست آمد که نشان می دهد این همبستگی، معنی دار است.

ضریب همبستگی رگرسیون میان کیفیت دریافتی و رفتار شهروندی ۰/۱۰۷- و مقدار معنی داری ۰/۴۹۶ و ضریب همبستگی رگرسیون بین برآورده شدن انتظارات و رفتار شهروندی ۰/۱۱۷- و مقدار معنی داری ۰/۸۸ به دست آمد که نشان می دهد بین این متغیرها همبستگی معنی دار نیست.

برای بررسی وضعیت متغیرهای پژوهش از آزمون t تک‌نمونه استفاده شده است.

جدول (۶) نتایج آزمون t تک‌نمونه برای متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	میانگین	مقدار t	مقدار معنی‌داری	فاصله اطمینان ۹۵٪	
				حد بالا	حد پایین
کیفیت دریافتی	۳/۱۲۲	۳/۰۳۱	۰/۰۰۳	۰/۰۴۳	۰/۲۰۱
کیفیت خدمات جانبی	۲/۹۳۳	۳/۴۷۹	۰/۰۱۱	۰/۰۳۷	۰/۱۴۰
شهرت سازمانی	۳/۱۰۱	۲/۵۱۷	۰/۰۱۲	۰/۰۲۲	۰/۱۸۰
برآورده شدن انتظارات	۲/۸۴۰	-۳/۷۰۹	۰/۰۰۱	-۰/۲۴۴	-۰/۰۷۵
رضایت از کیفیت خدمات	۳/۰۰۶	۴/۴۶۸	۰/۰۰۱	۰/۰۵۹	۱/۰۷۱

میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد رضایت از کیفیت خدمات ۳/۰۰۶ به دست آمد که بزرگ‌تر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معنی‌داری نیز ۰/۰۰۱ به دست آمد که کوچک‌تر از سطح خطای ۰/۰۵ است؛ بنابراین میانگین مشاهده شده معنی‌دار است. مقدار آماره t نیز ۴/۴۶۸ به دست آمد که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ‌تر است. به استناد هریک از این یافته‌های آماری با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت: رضایت از کیفیت خدمات در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد کیفیت دریافتی ۳/۱۲۲ به دست آمده است که بزرگ‌تر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معنی‌داری نیز ۰/۰۰۳ به دست آمده که کوچک‌تر از سطح خطای ۰/۰۵ است؛ بنابراین میانگین مشاهده شده معنی‌دار است. مقدار آماره t نیز ۳/۰۳۱ به دست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ‌تر است. همچنین هر دو کران بالا و پایین فاصله اطمینان مقداری بزرگ‌تر از صفر بوده. به استناد هریک از این یافته‌های آماری با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت کیفیت دریافتی در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد کیفیت خدمات جانبی ۲/۹۳۳ به دست آمده است که بزرگ‌تر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معنی‌داری نیز ۰/۰۱۱ به دست آمده که کوچک‌تر از سطح خطای ۰/۰۵ است بنابراین میانگین مشاهده شده معنی‌دار است. مقدار آماره t نیز ۳/۴۷۹ به دست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶

بزرگ‌تر است. به استناد هریک از این یافته‌های آماری با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت کیفیت خدمات جانبی در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد شهرت سازمانی ۳/۱۰۱ به دست آمده است که بزرگ‌تر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معنی‌داری نیز ۰/۰۱۲ به دست آمده که کوچک‌تر از سطح خطای ۰/۰۵ است بنابراین میانگین مشاهده شده معنی‌دار است. مقدار آماره t نیز ۲/۵۱۷ به دست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ‌تر است. همچنین هر دو کران بالا و پایین فاصله اطمینان مقداری بزرگ‌تر از صفر بوده (مثبت) و ادعای آزمون تأیید می‌شود. به استناد هریک از این یافته‌های آماری با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت شهرت سازمانی در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد برآورده شدن انتظارات ۲/۸۴ به دست آمده است که بزرگ‌تر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معنی‌داری نیز ۰/۰۰۱ به دست آمده که کوچک‌تر از سطح خطای ۰/۰۵ است بنابراین میانگین مشاهده شده معنی‌دار است. مقدار آماره t نیز ۳/۷۰۹ - به دست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ کوچک‌تر است. به استناد هریک از این یافته‌های آماری با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت برآورده شدن انتظارات در وضعیت مطلوبی قرار ندارد.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از اجرای این پژوهش، بررسی رابطه رضایت از کیفیت خدمات و رفتار شهروندی سازمانی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد بود. نظر به تعدد مؤسسات آموزش عالی غیر دولتی که سعی در جذب دانشجو دارند، در این پژوهش، علاوه بر بررسی رابطه مؤلفه‌های کیفیت دریافتی و برآورده شدن انتظارات مشتری، بررسی رابطه عامل «شهرت سازمانی» با رفتار مشتریان- یا درواقع دانشجویان- نیز مدنظر است. بر این اساس، پژوهش با استناد به مدل ECSI انجام گرفت و یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده رابطه رضایت از کیفیت خدمات و رفتار شهروندی سازمانی دانشجویان است که همسو با یافته‌های صفرنیا و همکاران (۱۳۹۲)، پاوالاچه-ایلا (۲۰۱۴)، میائو (۲۰۱۱) و رورخام (۲۰۱۰) است که نشان دادند برآورده شدن انتظارات توسط مشتری بر رفتار شهروندی وی تأثیر می‌گذارد. تأیید رابطه شهرت سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی نیز همسو با نتایج طالقانی و همکاران (۱۳۹۱) است. همچنین

نتایج پژوهش را می‌توان به‌گونه‌ای مؤید نتایج پژوهش روحانی و امانی (۲۰۱۶) دانست که به رابطه فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی اشاره داشتند.

نتایج پژوهش نشان داد برآورده شدن انتظارات در وضعیت مطلوبی قرار ندارد. این یافته با یافته‌های حیدری سورشجانی و همکاران (۱۳۹۵) و خطیبی و همکاران (۱۳۹۰) همسوست که بیان کردند -در جامعه آماری مورد نظر- بین وضع موجود و وضع مطلوب شکاف معنی‌دار و منفی وجود دارد؛ اما با نتایج حیدری رفعت و همکاران (۱۳۹۲) مطابقت ندارد که نشان دادند کیفیت خدمات آموزشی در همه ابعاد، بیشتر از حد متوسط است.

امروزه به علت تقاضاهای فزاینده برای آموزش و منافع بالای آموزش، در کنار دانشگاه‌های دولتی سایر بخش‌ها نیز به عرضه آموزش روی آورده‌اند. دانشگاه‌های پیام نور، غیرانتفاعی، دانشگاه آزاد اسلامی و دانشگاه جامع علمی و کاربردی، هر کدام به‌نوعی برای جذب مشتریان و دانشجویان بیشتری در نظام خود می‌کوشند تا از مزایای آن بهره‌مند شوند. در این کشاکش، دانشگاهی برنده خواهد شد که به نیازهای مشتریان خود، آگاه و حساس باشد و در رفع آن نیازها تلاش کند و به‌اصطلاح عام «مشتری‌مدار» باشد؛ در نتیجه دانشگاه باید به‌طور فراگیر نتایج مهم مرتبط با مشتریان خود را اندازه‌گیری کند. همچنین مشخص کند که در ارتباط با مشتریان خود چه نتایجی به دست می‌آورند (ایزدی و همکاران، ۱۳۸۷، ۲۸). شناخت مشتریان نظام آموزشی، یکی از مسائل اساسی مدیریت و ارزیابی کیفیت در آموزش عالی است. به علت تنوع مشتریان، دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی باید به این اجماع نظر دست یابند که مشتریان آنها مهم هستند و در درجه اول به نیازها و خواسته‌های آنها توجه کنند. توجه به نیازها و انتظارات دانشجویان می‌تواند گامی مهم در بهبود کیفیت نظام آموزشی باشد. با توجه به مسئله رقابت در بازارهای داخلی و بین‌المللی در عرضه آموزش و از همه مهم‌تر جذب دانشجویان و با عنایت به طیف گسترده جوانان خواستار آموزش‌های عالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد نیز مانند هر سازمان دیگری، باید در جهت رضایت مشتریان خود یعنی دانشجویان تلاش کند.

با عنایت به یافته‌های پژوهش، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- برنامه‌ریزی‌های کلاس‌ها دقیق و به‌موقع انجام گیرد، منابع اطلاعاتی استفاده شده از سوی استادان و دانشگاه، مناسب و به‌روز شوند.

-
- قوانین آموزشی و پژوهشی دانشگاه به صورت واضح و مشخص بوده و به خوبی اطلاع رسانی شوند.
 - بر خدماتی که دانشگاه ارائه می کند نظارت دقیق تری صورت گیرد، امکانات رفاهی مناسب و ارزان از سوی دانشگاه ارائه شود.
 - ارتباط علمی بیشتری با مجامع علمی داخلی و بین المللی در جهت افزایش کیفیت محتوای آموزشی به منظور بهبود تصویر و شهرت سازمانی دانشگاه آزاد اسلامی برقرار شود.

منابع

- ایزدی، صمد؛ صالحی، ابراهیم و قره‌باغی، محمدمهدی (۱۳۸۷). بررسی میزان رضایتمندی دانشجویان با توجه به معیار نتایج مشتری مدل EFQM (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه مازندران). *فصلنامه آموزش عالی ایران*، ۳، ۲۷ - ۵۸.
- بهادری‌فر، علی؛ جواهری کامل، مهدی و احمدی؛ سید علی‌اکبر (۱۳۹۰). رفتار اخلاقی و رفتاری شهروندی سازمانی: تأثیر ارزش‌های اخلاقی، عدالت و تعهد سازمانی. *پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی*، ۱ (۱)، ۲۳ - ۴۲.
- حسینی کاخکی، احمد و قلی‌پور، آرین (۱۳۸۶). رفتار شهروندی سازمانی، گامی دیگر در جهت بهبود عملکرد سازمان در قبال مشتری. *فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی*، ۱۲ (۴۵)، ۱۱۵ - ۱۴۵.
- حیدری رفعت، ابوذر؛ عنایتی نوین‌فر، علی و پروری، امین (۱۳۹۲). ارزیابی کیفیت خدمات آموزشی دانشکده فنی دانشگاه تهران از دیدگاه دانشجویان بر اساس مدل سروکوآل. *نامه آموزش عالی*، ۶ (۲۲)، ۲۵ - ۳۹.
- خورشیدی، غلامحسین؛ نقاش، آرش و محمدیان، میلاد (۱۳۹۳). ارزیابی و تحلیل شکاف کیفیت خدمات بر اساس الگوی کیفیت خدمت سلسله‌مراتبی در بانک کشاورزی. *فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی*، ۱۴ (۱)، ۱۵۱ - ۱۶۸.
- خطیبی، امین؛ سجادی، نصرالله و سیف پناهی، جبار (۱۳۹۰). مطالعه کیفیت خدمات آموزشی دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران از دیدگاه دانشجویان کارشناسی. *فصلنامه مطالعات مدیریت ورزشی*، ۹، ۷۷ - ۹۴.
- درویش متولی، محمدحسین؛ درویش متولی، محمود و اصفهانی، سعید (۱۳۹۰). سنجش رضایت دانشجو با بهره‌گیری از رویکرد فازی (مطالعه موردی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه). *فصلنامه پژوهشگر (مدیریت)*، ۸ (ویژه‌نامه)، ۵۱ - ۶۷.
- رمضانیان، محمدرحیم؛ فرجی، رسول؛ خوشنویس، فرهاد و دانش‌ثانی، کاظم (۱۳۹۲). بررسی کیفیت خدمات اماکن ورزشی دانشگاه‌ها مبتنی بر مدل سروکوآل (مطالعه موردی: دانشگاه گیلان). *فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش*، ۲ (۱)، ۶۵ - ۸۳.
- زارعی متین، حسن و احمدی، فریدون (۱۳۸۸). نقش دانشگاه در توسعه رفتار شهروندی سازمانی. *فصلنامه مدیریت در دانشگاه اسلامی*، ۱۳ (۱)، ۲۲ - ۴۳.

- زاهدی، سکینه (۱۳۹۰). نقدی بر کاربرد مدل سروکوال در ارزیابی خدمات آموزشی دانشگاهی: مورد دانشکده مهندسی برق و کامپیوتر دانشگاه شهید بهشتی. پنجمین همایش ارزیابی کیفیت در نظام دانشگاهی، ایران، تهران.
- سبحانی نژاد، مهدی و فردائی بنام، کیوان (۱۳۸۸). اعتبارسنجی آموزشی رهیافتی نوین در ارزیابی و تضمین کیفیت آموزش عالی؛ مجموعه مقاله‌های همایش ملی نظارت و ارزیابی آموزش عالی، ۲۱ اسفند ۱۳۸۷، جلد ۲.
- شکسته‌بند، غلامرضا (۱۳۸۸). کیفیت خدمات و رضایت مشتریان (بررسی رابطه بین کیفیت خدمات بانک مسکن و رضایت مشتریان، با استفاده از مدل کیفیت خدمات در اهواز. نشریه بانک و اقتصاد (ویژه هفته بانکداری)؛ ۱۰۱، ۶۰ - ۶۴.
- صدقی، عباس؛ سیدجوادین، سید رضا؛ مطلبی، داود؛ حسینی؛ سید جابر و یزدانی، حمیدرضا (۱۳۸۸). بررسی مقایسه‌ای مدل‌های شاخص رضایت مشتری و ارائه مدلی برای سنجش رضایت مؤدیان مالیاتی سازمان امور مالیاتی کشور. مدیریت بازرگانی، ۱ (۲)، ۱۰۱ - ۱۱۸.
- صفرنیا، حسن؛ احمدی، پرویز و نثری، نیلوفر (۱۳۹۲). بررسی تأثیر درک عدالت توسط مشتری بر رضایت و رفتار شهروندی آنان. چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، ۱۵، ۱۴۵ - ۱۶۴.
- طالقانی، غلامرضا؛ نرگسیان، عباس؛ غریبی، مجتبی و کوشکی، علیرضا (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین شهرت سازمان با نگرش‌های شغلی کارکنان شرکت ایران خودرو. فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۰ (۱)، ۱۰۱.
- طباطبایی هنزایی، ولی و اخوان، نیما (۱۳۸۹). بررسی ارتباط بازاریابی درونی و کیفیت خدمات: مطالعه موردی بانک کشاورزی. همایش چالش‌های مدیریت و رهبری در سازمان‌های ایرانی، ایران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات اصفهان.
- عباسیان، مریم؛ چمن، رضا؛ موسوی، عباس؛ امیری، محمد؛ غلامی طارم‌سری، مهشید؛ ملکی، فهیمه و راعی، مهدی (۱۳۹۲). تحلیل شکاف بین ادراکات و انتظارات دانشجویان از کیفیت خدمات آموزشی با استفاده از مدل سروکوال. مجله دانشگاه علوم پزشکی قم، ۷ (۲)، ۲ - ۹.
- عظیم‌زاده، سید مرتضی؛ خبیری، محمد و اسدی، حسن (۱۳۸۹). تعیین ارتباط بین رفتار شهروندی سازمانی شخصیت و نقش تعدیل‌کننده متغیرهای جمعیت شناختی. فصلنامه مدیریت ورزشی، ۴، ۲۷ - ۴۲.

- فعلی، سعید؛ بیگلری، نگین و پزشکی راد، غلامرضا (۱۳۹۰). رضایتمندی دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس از کیفیت خدمات آموزشی ارائه شده به آنها با استفاده از مدل کیفیت خدمت SERVQUAL. *مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*، ۲-۴۲ (۲)، ۱۹۰-۲۰۵.
- کروبی، مهدی و یوسفی، جواد (۱۳۸۹). مقایسه ادراکات و انتظارات مهمانان نسبت به پنج بعد کیفیت خدمات در صنعت هتل‌داری (مطالعه موردی: هتل همای ۲ مشهد). *فصلنامه مطالعات گردشگری*، ۵ (۱۳)، ۶۵-۸۴.
- محبی‌فر، رفعت؛ عتیقه‌چیان، گلرخ، غلامعلی‌پور، سجاد و تقی‌زاده، ساناز (۱۳۹۲). تحلیل کیفیت خدمات آموزشی از دیدگاه دانشجویان دانشکده بهداشت و پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی قزوین بر اساس مدل SERVQUAL. *مجله علمی کمیته تحقیقات دانشجویی دانشگاه قزوین (ادراک)*، ۸ (۳۱)، ۴-۱۰.
- موسی‌خانی، مرتضی؛ الوانی، سیدمهدی؛ میرزایی، مهدی و محمدی، سمیه (۱۳۹۱). بررسی ارتباط میان رفتار شهروند سازمانی و عملکرد کارکنان. *فصلنامه پژوهشگر (مدیریت)*، ۹ (۲۵)، ۷۵-۹۰.
- هویدا، نادری (۱۳۸۸). بررسی سطح رفتار شهروندی سازمانی کارکنان. *پژوهشنامه مدیریت اجرایی*، ۹ (۱)، ۱۰۳-۱۱۸.

- Cuthbert, P. (1996a). Managing Service Quality in HE: Is SERVQUAL the Answer? Part 1; *Managing Service Quality*, 6 (2), 11-16.
- Cuthbert, P. (1996b). Managing Service Quality in HE: Is SERVQUAL the Answer? Part 2; *Managing service Quality*, Vol. 6, No. 3, pp. 31-35.
- Faganel, Armand (2010). Quality perception gap inside the higher education institution. *International Journal of Academic Research*, 2 (1), 213-215.
- Miao, Ren-Tao (2011). Perceived Organizational Support, Job Satisfaction, Task Performance and Organizational Citizenship Behavior in China. *Journal of Behavioral and Applied Management*, 12 (2), 105-127.
- Norolnesa, R.; Saghai, A.; Shadaloie, F. & Rhimy, N. (2008). The Measuring customer satisfaction of identify opportunities to improve service researches in higher education. *Research and Planning in Higher Education Quarterly*, 14 (3), 97- 120.
- Organ, D. W. (1988). *Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome*. Lexington, M. A; Lexington Books.

- Pavalache-Ilie, Mariela (2014). Organizational citizenship behavior, work satisfaction and employees' personality. *Journal of Social & Behavioral Sciences*, 127, 489 – 493.
- Podsakoff, P. M; Mackenzie, S. B; Paine, J. B & Bachrach, D. G. (2000) Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management*, 26 (3), 513-563.
- Rohani, Ali & Amani, Goli (2016). Entrepreneurship in the context of organizational culture. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 5 (3), 674-682.
- Rurkkhum, S. & Bartlett, R. (2010). *The relationship between employee engagement and organizational citizenship behavior in thai organizations*. Ph.D Dissertation, University of Minnesota.
- Voss, Roediger; Gruber, Thorsten & Szmigin, Isabelle (2007). Service quality in higher education: The role of student expectations. *Journal of Business Research*, 60 (9), 949-959.
- Zafiroopoulos, Costas; Vrana, Vasiliki (2008). Service quality assessment in a Greek higher education institute. *Journal of Business Economics and Management*, 9 (1), 33-45.