

## ارائه مدلی جهت بررسی و ارزیابی کیفیت خدمات در پایانه‌های کانتینری (موردکاوی: پایانه کانتینری بندر شهید رجایی بندرعباس)

سبحان ایرانشاهی<sup>۱</sup>، سید جعفر سجادی پارسا<sup>۲</sup>، مجتبی عباسپور<sup>۳</sup>

۱. سازمان بنادرو دریانوردی، اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان، بندرعباس، بندر شهید رجایی
۲. دانشگاه دریانوردی و علوم دریایی چابهار، دانشکده مهندسی دریا، چابهار
۳. دانشگاه علوم و فنون دریایی خرمشهر، دانشکده اقتصاد و مدیریت دریا

### چکیده

این پژوهش به منظور ارزیابی کیفیت ارائه خدمات در پایانه کانتینری بندر شهید رجایی بندرعباس با استفاده از مدل سروکوال<sup>۱</sup> که ابزاری برای اندازه‌گیری کیفیت خدمات و شناسایی و تحلیل شکاف‌های موجود بین انتظارات و ادراکات دریافت‌کنندگان خدمات می‌باشد، انجام گرفته است. جامعه آماری این پژوهش را مشتریان پایانه کانتینری در بندر شهید رجایی تشکیل می‌دهند. برای انتخاب نمونه آماری از روش نمونه‌گیری نظری (قضاوتی) استفاده شده است. پرسشنامه‌های استاندارد و بومی‌سازی شده با ضریب آلفای کرونباخ در بخش ادراکات ۰/۹۲۱ و در بخش انتظارات ۰/۸۹۵ در بین ۱۵۰ نفر از اعضای نمونه توزیع گشت که از این تعداد ۱۰۲ (۶۸ درصد) پرسشنامه بازگشت داده شد. برای تحلیل داده‌های بدست آمده ابتدا از نرم افزار لیزرل جهت بررسی پایایی مدل سروکوال (مدل اندازه‌گیری مرتبه اول و دوم) و سپس نرم افزار SPSS جهت انجام آزمون تی جفت نمونه‌ای برای بررسی معناداری شکاف بین انتظارات و ادراکات پاسخ‌دهندگان استفاده شد. نتایج بدست آمده در این تحقیق بیانگر این است که بین خدمات مورد انتظار مشتریان و خدمات ارائه شده به آنها از سوی پایانه کانتینری بندر شهید رجایی در کلیه ابعاد پنج‌گانه کیفیت خدمات، شکاف وجود دارد و از نظر اهمیت وزنی هر یک از ابعاد نیز بعد فیزیکی به عنوان مهم‌ترین بُعد و پس از آن به ترتیب قابلیت اعتماد، قابلیت اطمینان، پاسخگویی و همدلی قرار داشتند. علاوه بر این بیشترین میزان شکاف بین انتظارات و ادراکات در مورد بعد فیزیکی و کمترین میزان شکاف در بعد همدلی است.

**واژگان کلیدی:** ارزیابی کیفیت خدمات، مدل سروکوال، پایانه کانتینری، بندر شهید رجایی

## ۱. مقدمه

خدمت نوعی محصول است که در تجارت سهم قابل ملاحظه ای دارد و از توسعه کمی و کیفی بالای هزاره سوم برخوردار شده است. خدمات و کیفیت به ابزاری کلیدی در دستیابی به تمایز رقابتی و ترویج وفاداری مخاطبان یعنی مشتریان تبدیل شده است (شاهوردیانی، ۱۳۸۹). بنادر به عنوان یک پایگاه خدماتی و پل ارتباطی بین حمل و نقل دریایی و زمینی محسوب می‌شوند، که کار اصلی آنها تضمین تداوم کافی کالا و مسافر تا حد قابل انعطاف در زنجیره حمل و نقل می‌باشد. بندر بیانگر هماهنگی زیر ساخت‌ها، کالاهای صادره و وارده، خدمات و سیستم‌های اطلاعاتی و ارتباطی جهت ارائه حمل و نقل چند وجهی می‌باشد، بدان معنا که برقراری ارزش افزوده در خدمات "در-تا-در" را تضمین می‌کند (SPO, 2003).

حجم عملیات بنادر کانتینری ایران در سال ۲۰۰۹ علیرغم رکود اقتصادی جهان، رشدی معادل با ۱۰/۳۱ درصد داشته است. و این میزان رشد در سال ۲۰۱۰ به میزان ۱۷/۵ درصد بوده است (UNCTAD, 2011). این آمار حاکی از آن است که در سال‌های اخیر استفاده از کانتینر رشد چشمگیری داشته است و سهم بیشتری از کل تجارت جهانی را به خود اختصاص داده است. در نتیجه می‌توان گفت که بنادر کانتینری به‌عنوان پایه و اساس توسعه اقتصادی یک کشور، یکی از نواحی اصلی جهت سرمایه‌گذاری و کسب منفعت می‌باشند. از این رو هر گونه تغییر در ترافیک، عملکرد و سازماندهی بنادر کانتینری بر اقتصاد ملی آن کشور تأثیر می‌گذارد (Begum, 2007). ارائه خدمات با کیفیت بالاتر به منظور حمل و نقل دریایی کالا موجب افزایش چشم‌گیر وفاداری مشتری در یک دوره کوتاه مدت و همچنین تقاضای جدید در یک دوره میان مدت و بلند مدت می‌گردد. این تأثیر تجاری به تدریج در بازار خدمات بندری که دستخوش

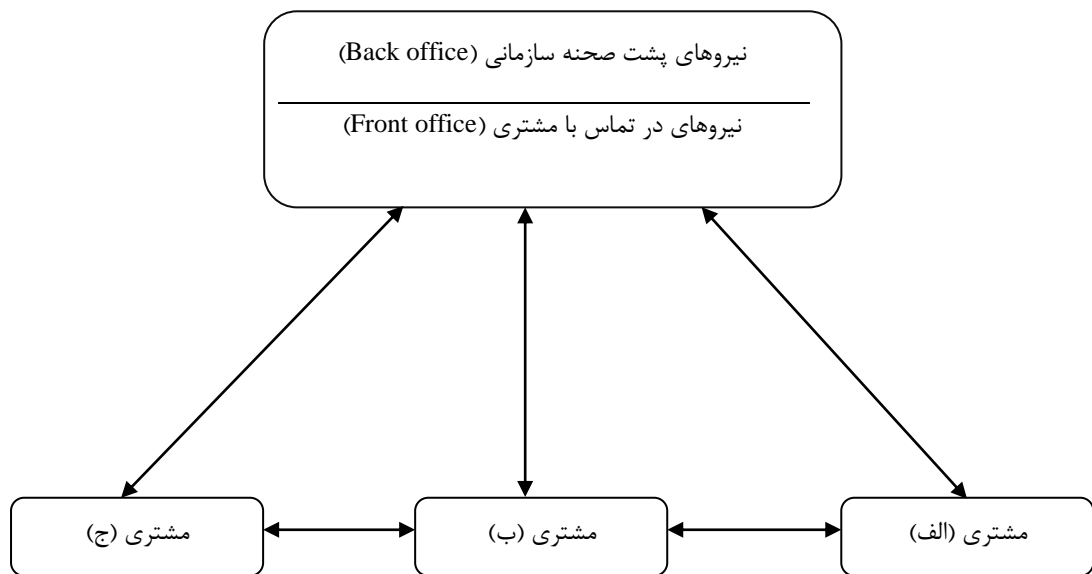
فرایند رقابت روز افزون شده مشاهده می‌شود (SPO, 2003).

مدیریت کیفیت در پایانه‌های کانتینری هنوز به صورت سنتی می‌باشد و این امر باعث شده که حمل کننده‌گان کانتینر<sup>۲</sup> خود عملیات پایانه‌های کانتینری را بر عهده بگیرند (Dundovic, 2011). برخی از تحقیقات در زمینه حمل و نقل در اروپا، عناصر کیفی مهم در حمل و نقل را زمان، قابلیت اطمینان، انعطاف‌پذیری، صلاحیت، دسترسی، کنترل، قیمت، تناوب، سرعت، برنامه‌ریزی بلند مدت، مدیریت، ایمنی و امنیت می‌داند (TERMINET, 1998).

به طور معمول مثلث خدمات در پایانه‌های کانتینری شامل ۳ عامل می‌باشد (Vries et al., 1994):

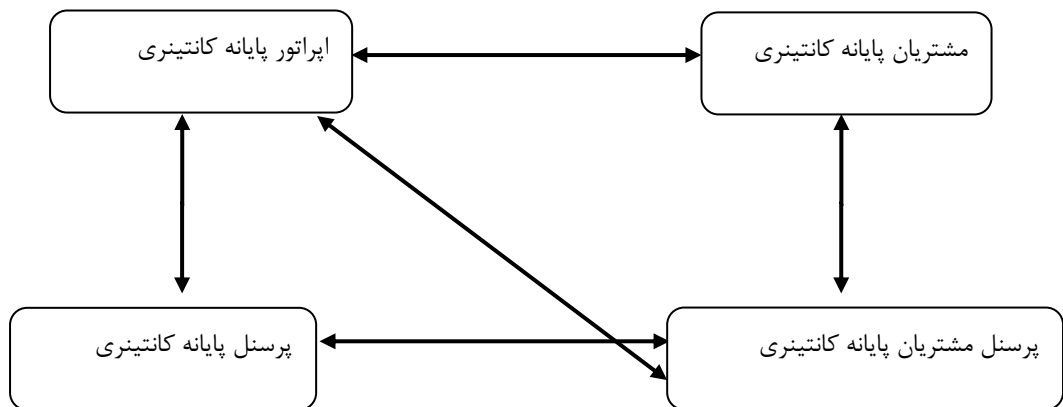
۱. نیروهای پشت صحنه سازمانی (Back office)
۲. نیروهای در تماس با مشتری (front office)
۳. مشتریان (Customers)

فرایند تولید یک خدمت می‌تواند براساس مشتری مداری، رقابت‌گرایی و بازارگرایی باشد. در مشتری-گرایی هدف اصلی تولیدکننده برآورده کردن نیازهای مشتری می‌باشد. در رقابت‌گرایی تولیدکننده به تولید خدمت با کیفیت‌تر و ارزانتر از رقیب خود می‌پردازد و در بازارگرایی تولیدکننده خدمات خود را طبق مشتری‌گرایی و رقابت‌گرایی ارائه می‌دهد (Carr and Lopez, 2007). اخیراً نیز عامل جدیدی به نام فرایندگرایی به عوامل بالا اضافه شده است. در این عامل خدمت به عنوان بخشی از تمام زنجیره تأمین به نظر می‌رسد و یک تبادل گسترده از اطلاعات بین عوامل وجود دارد (and Philip, 2009, Gudlaugsson).



شکل ۱. مثلث خدمات (Vries et al., ۱۹۹۴)

اگر به رابطه بین اپراتور پایانه کانتینری و مشتریانش توجه کنیم مشاهده می‌شود که ۴ عامل در فرایند خدمات وجود دارد که عبارتند از: اپراتور پایانه، پرسنل پایانه، مشتریان پایانه و پرسنل مشتریان که در شکل ۲ نیز نشان داده شده است (Kolanovic et al., 2004).



شکل ۲. مربع خدمات پایانه کانتینری و عوامل دخیل در آن (Kolanovic et al., 2004)

بهبود در ارزیابی کیفیت خدمات در بخش دولتی باید انتظارات مشتریان را به اندازه ادراکات از خدمات مدنظر قرار داد (Wisniewski, 2001). هر چند کالا و خدمات از بخش‌های دارای رشد سریع در کشورهای در حال توسعه محسوب می‌شود، اما با این وجود در این کشورها کمتر به کیفیت ارائه

کیفیت خدمات یکی از مهمترین و حیاتی‌ترین موضوعات و بعنوان یکی از ابزارهای کارا در خلق مزیت رقابتی و بهبود عملکرد سازمان‌ها است (Lewis, 1993). ایجاد سطح خدمات با کیفیت بالا، رضایت و وفاداری به نوبه خود منجر به افزایش سهم بازار و سوددهی می‌شود (Kersten, 2010). از دیدگاه ارزش

۱. حمل کننده‌گان کانتینر ( شرکت های کشتیرانی)
  ۲. شرکت‌های حمل و نقل (ریلی، جاده‌ای و دریایی)
  ۳. واردکننده‌گان و صادرکننده‌گان
  ۴. شرکت‌های ارسال کننده و دریافت کننده کالا
- مشخص کردن گروه‌های اصلی مشتری، به پایانه‌های کانتینری در ارائه خدمات منطبق با هر گروه کمک می‌کند ( kreutzborgar and Koning, 2001). فرایند خرید خدمات در پایانه‌های کانتینری را می‌توان به ۳ دسته تقسیم کرد (Kolanovic et al., 2011):

- مرحله قبل از خرید<sup>۶</sup>
- مصرف خدمات پایانه<sup>۷</sup>
- مرحله بعد از خرید<sup>۸</sup>

در مرحله قبل از خرید بازیگران اپراتور پایانه و مشتریان پایانه هستند، معمولاً پرسنل مشتریان پایانه و اپراتور پایانه خدمات ترمینال را مصرف می‌کنند و در پایان مشتریان پایانه‌ها و پرسنل مشتریان خدمات را ارزیابی می‌کنند. در شکل ۳ عناصر اصلی تأثیر گذار در کیفیت خدمات پایانه کانتینری نشان داده شده است.

فرضیات تحقیق:

- بین انتظارات و خدمات ادراک شده توسط مشتریان پایانه کانتینری بندر شهید رجایی از بعد فیزیکی تفاوت معناداری وجود دارد.
- بین انتظارات و خدمات ادراک شده توسط مشتریان پایانه کانتینری بندر شهید رجایی از بعد قابلیت اعتماد تفاوت معناداری وجود دارد.

خدمات توجه می‌شود و همچنین به دلیل متفاوت بودن شرایط بازار فروش در کشورهای در حال توسعه، مطالعات مرتبط با موضوع خدمات تا حد زیادی مورد غفلت واقع شده است. بخشی از این بی توجهی و بی علاقه‌ای ناشی از این واقعیت است که از گذشته درک اندکی از تمایز بین مدیریت خدمات و مدیریت سازمان‌های تولیدی وجود داشته است ( Wang et al., 2003).

به منظور ارزیابی کیفیت خدمات در پایانه کانتینری ابتدا باید تمایزی بین عناصر خدماتی پایانه‌های مختلف ایجاد کرد. در پایانه‌های کانتینری مهمترین فعالیت ابتدا جابجایی کانتینر<sup>۱</sup> و سپس نگهداری کانتینر (انبارداری)<sup>۲</sup> است. فعالیت جابجایی کانتینر شامل بارگیری، تخلیه و ترانشیپ می‌باشد. خدماتی که در یک پایانه کانتینری انجام می‌شود به شرح زیر است (Bowersox et al., 1986):

- خدمات مربوط به کشتی<sup>۳</sup> - خدمات مربوط به محوطه<sup>۴</sup> - خدمات پایانه<sup>۵</sup>.
- حمل کننده‌گان کانتینر ( شرکت های کشتیرانی)
- شرکت‌های حمل و نقل (ریلی، جاده‌ای و دریایی)
- واردکننده‌گان و صادرکننده‌گان
- شرکت‌های ارسال کننده و دریافت کننده کالا

علاوه بر خدمات ارائه شده مشتریان نیز مهم هستند چراکه قضاوت کننده‌گان اصلی درباره کیفیت خدمات، مشتریان هستند. مشتریان ترمینال‌های کانتینری را می‌توان به ۴ گروه تقسیم کرد که به شرح زیر است (Koning and kreutzborgar, 2001):

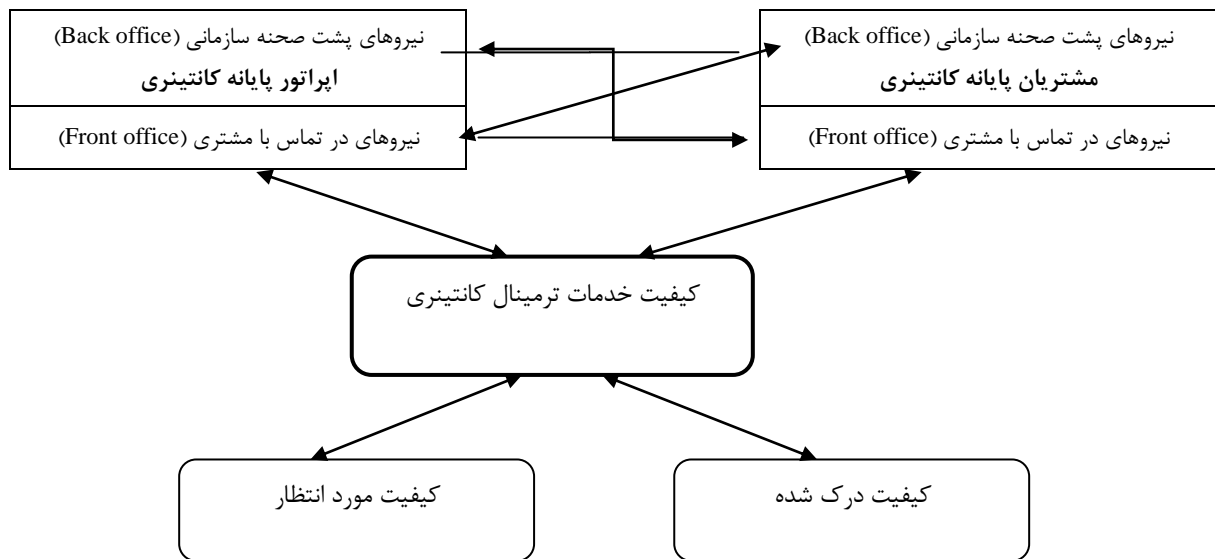
1. Movement
2. Warehousing
3. Ship oriented services
4. Yard oriented services
5. Terminal Services

6. Pre-Purchase Phase
7. consumption of the terminal service
8. post-purchase phase

خدمات ادراک شده توسط مشتریان پایانه کانتینری بندر شهید رجایی از بعد پاسخگویی تفاوت معناداری وجود دارد.

- بین انتظارات و خدمات ادراک شده توسط مشتریان پایانه کانتینری بندر شهید رجایی از بعد قابلیت اطمینان تفاوت معناداری وجود دارد.

- بین انتظارات و خدمات ادراک شده توسط مشتریان پایانه کانتینری بندر شهید رجایی از بعد همدلی تفاوت معناداری وجود دارد. بین انتظارات و



شکل ۳. محیط کیفیت خدمات در پایانه کانتینری (Vrise & et al, 1994)

#### اهداف تحقیق:

- بعد فیزیکی: شامل تمام عوامل تصویری را می‌شود که مشتری برای ارزیابی کیفیت آن را مد نظر قرار می‌دهد. به عنوان مثال: توانایی ترمینال‌ها در تأمین تجهیزات مدرن و متناسب با حجم و نوع عملیات.

- بعد قابلیت اعتماد: توانایی انجام خدمات وعده داده شده به طور کامل، با کیفیت و در زمان مقرر بطوریکه انتظارات مشتری تأمین شود. یعنی اگر ترمینال مربوطه، در زمینه زمان ارائه خدمت (مثلاً تخلیه، بارگیری، جابجایی و انبارداری کالا) و هزینه‌های انجام آن فعالیت (مثلاً: دادن برخی تخفیفات و رعایت تعرفه های بندری) وعده‌هایی می‌دهد باید به آنها عمل کند.

- معرفی یک مدل مناسب جهت ارزیابی کیفیت خدمات در پایانه کانتینری بندر شهید رجایی

- بررسی میزان شکاف بین انتظارات و خدمات ادراک شده توسط مشتریان پایانه کانتینری بندر شهید رجایی در ابعاد پنجگانه سروکوال (بعد فیزیکی، قابلیت اعتماد، پاسخگویی، قابلیت اطمینان و همدلی).

#### متغیرهای تحقیق

متغیر وابسته در این تحقیق کیفیت ارائه خدمات می‌باشد و متغیرهای مستقل نیز شامل ابعاد پنجگانه سروکوال می‌باشد که عبارتند از:

کیفیت در بنادر نیجریه می‌پردازند. آنها از مدل سروکوال برای انجام تحقیق خود استفاده کرده‌اند و ۱۲ عامل را در قالب پرسشنامه‌ای به سبک طیف لیکرت برای تعیین انتظارات و ادراکات کاربران بندر بکار برده‌اند. این ۱۲ عامل عبارتند از: ظاهر کارکنان، تجهیزات مدرن، پاییند بودن به وعده‌ها، زمان ترانزیت، زمان انتظار، حل و فصل شکایات، اعتماد، شایستگی و صلاحیت کارکنان، ارزش افزوده، حل کردن مشکلات و تناوب کشتیرانی. پس از تجزیه تحلیل اطلاعات آنها به این نتیجه رسیدند که رضایت در بندر هارکوت<sup>۱</sup> نسبت به بنادر دیگر بیشتر است و شکاف بین انتظارات و ادراکات در بنادر متفاوت است لذا مدیران بنادر باید بر روی عواملی که بیشترین شکاف را با انتظارات مشتریان دارد تمرکز کنند.

#### بندر موردکاوی

مجتمع عظیم بندری شهیدرجایی با دراختیار داشتن بزرگترین و پیشرفته ترین ترمینال‌های کانتینری کشور عملکردی بیش از ۲/۵ میلیون TEU و ۵۰٪ میزان صادرات و واردات کالاهای کشور را به خود اختصاص داده است. حوضچه اصلی بندر شهید رجایی که توسط دومیچ شکن ایجاد گردیده دارای وسعتی بالغ بر ۳/۲ میلیون مترمربع بوده و مجموعاً توسط سه حوضچه فرعی مجزا قابلیت پهلودهی همزمان ۲۲ کشتی اقیانوس پیما را در اسکله های موجود به طول ۵۹۰۰ متر دارا می باشد . با توسعه اخیرمرحله اول حوضچه های فرعی ۳ و ۲ واحداث ۳ پست اسکله کانتینری به طول ۱۰۰۰ متر و عمق آبخور ۱۷ متر شرایط لازم برای پذیرش کشتی های نسل هفتم با ظرفیت ۱۲۰۰۰ TEU و پهلودهی شناورهای با ظرفیت ۱۴۵۰۰۰ تن فراهم گردیده است و علاوه برافزایش اراضی کانتینری به میزان ۶۷ هکتار ظرفیت کانتینری بندر را به ۳۱۰۰۰۰۰ TEU افزایش داده است. همچنین احداث ۲۰۲۰ متر اسکله دیگر در

- بعد پاسخگویی و مسئولیت پذیری: یعنی تمایل کارکنان و مسئولین در کمک و همکاری با مشتری است، این بعد از کیفیت خدمت بر نشان دادن حساسیت و هوشیاری در قبال درخواست‌ها، سؤال‌ها و شکایات مشتری تأکید دارد.

- بعد تضمین و قابلیت اطمینان: این بعد بیانگر شایستگی و توانایی کارکنان در القای یک حس اعتماد و اطمینان به مشتری نسبت به ترمینال است.

- بعد همدلی: یعنی باید به گونه‌ای با مشتریان برخورد کنند که مشتریان قانع شوند که شرکت آنها را درک کرده است و برای شرکت مهم هستند.

Parasuraman و همکارانش (۱۹۸۵) اولین کسانی بودند که تلاش کردند تا روش های مختلف ارزیابی کیفیت را مقایسه و طبقه بندی نمایند. آنها مدل کیفیت خدمات را در سال ۱۹۸۵ ارائه کردند و هدف آنان ارزیابی کیفیت خدمات بود. در این مدل کیفیت خدمات نتیجه مقایسه انتظارات و ادراکات مشتریان می‌باشد (سیمونز و جی، ۱۳۸۲). اولین مقالات منتشره در حوزه کیفیت خدمات (در نیمه اول دهه ۱۹۸۰ میلادی) این مفهوم را این گونه تشریح می‌کنند: کیفیت درک شده از خدمات، در نتیجه مقایسه اینکه انتظار مشتری از خدمت پیشنهاد شده از طرف ارائه کننده خدمت، و نحوه عملکرد واقعی همان ارائه دهنده خدمت تعریف می‌گردد (نایب‌زاده و فتاحی، ۱۳۸۸).

اکثر تعاریف کیفیت خدمات بر محور مشتری است و در واقع رضایت مشتری تابعی از کیفیت درک شده است و یا بالعکس کیفیت درک شده تابعی از رضایت مشتری است (Sahney et al., 2003).

کیفیت خدمات یک ابزار مهم برای مبارزه شرکت در بازار است از آن جهت که با این ابزار خودش را از رقبا متمایز می‌کند (Ladhari, 2009). Ugboma و دیگران (۲۰۰۴) در تحقیقی تحت عنوان ارزیابی کیفیت خدمات در بنادر کشورهای در حال توسعه به بررسی

ارزیابی می‌کنند: ۱. قابلیت اعتماد<sup>۳</sup> ۲. قابلیت پاسخگویی<sup>۴</sup> ۳. شایستگی<sup>۵</sup> ۴. دسترسی<sup>۶</sup> ۵. ملاحظه<sup>۷</sup> ۶. ارتباطات<sup>۸</sup> ۷. قابلیت پذیرش<sup>۹</sup> ۸. امنیت<sup>۱۰</sup> ۹. درک مشتری<sup>۱۱</sup> و ۱۰. ملموسات<sup>۱۲</sup> (Buttle, 1995). در سال ۱۹۸۸ پاراسورامان و همکارانش پس از یک تجزیه و تحلیل عملی برای تعیین روابط متقابل میان این ابعاد، سه مورد از ده مورد اصلی یعنی موارد ملموس، قابلیت اعتماد و قابلیت پاسخگویی را بدون تغییر باقی گذاشتند و هفت مورد دیگر را به دو بعد کلی تر دسته‌بندی کردند و آنها را اطمینان<sup>۱۳</sup> و همدلی<sup>۱۴</sup> نامیدند، بنابراین طبقه‌بندی نهایی در زمینه ابعاد کیفیت خدمات به شرح زیر مورد استفاده قرار گرفت (زیتامل و پاراسورامان، ۱۳۸۷):

۱. ملموسات: شکل ظاهری تسهیلات، تجهیزات، پرسنل و ابزار ارتباطی
۲. قابلیت اعتماد: توانایی انجام خدمات وعده داده شده بطور قابل اطمینان و دقیق
۳. پاسخگویی: تمایل به کمک به مشتریان و ارائه خدمات سریع
۴. اطمینان: آگاهی و ادب کارکنان و توانایی آنها برای رساندن اطمینان و اعتماد
۵. همدلی: دلسوزی و توجه فردی سازمان به مشتریان

مدل سروکوال، رویکرد برجسته‌ای برای ارزیابی کمی کیفیت خدمات است. سروکوال با استفاده از رویکردی تحقیقاتی، آمار انتظارات و درک مخاطبان در خصوص هر یک از ابعاد پنجگانه و ویژگی آنها را استخراج می‌کند که نتیجه آن شناسایی شکاف بین انتظار و ادراک

مرحله دوم توسعه حوضچه های ۳ و ۲ در حال انجام بوده که با اتمام آن ظرفیت کانتینری بندر به ۵/۷۵ میلیون TEUS در سال ۱۳۹۰ خواهد رسید (پورتال اینترنتی سازمان بنادر و دریانوردی، ۱۳۹۲).

## ۲. مواد و روش ها

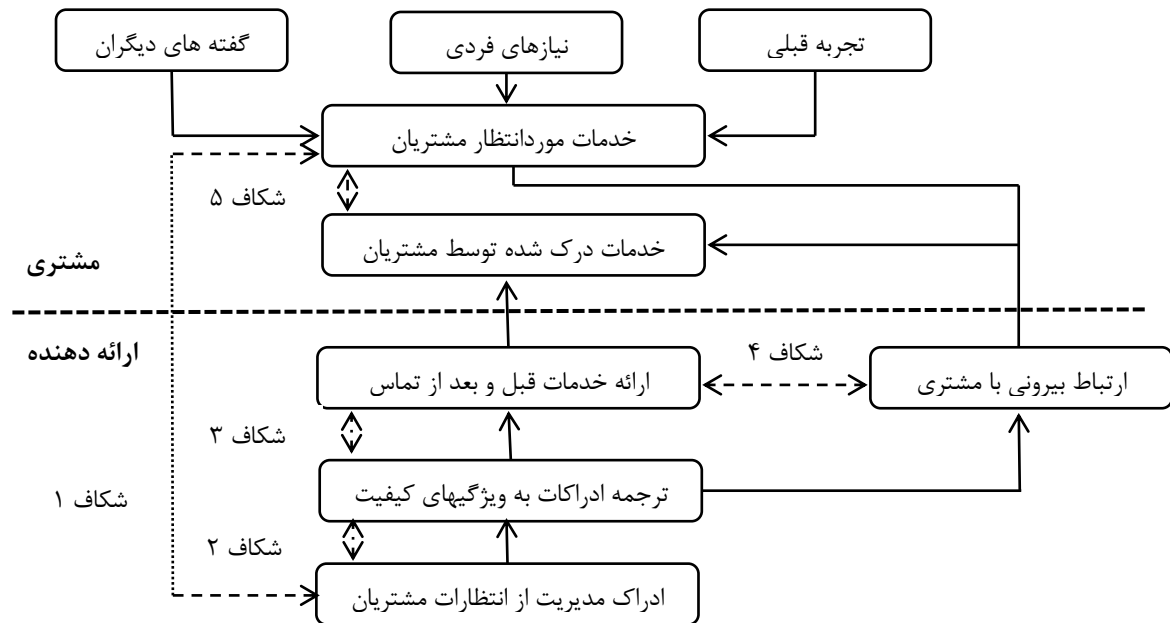
روش سروکوال: برای اولین بار سه محقق به نام های Zeithaml, Parasuraman و Berry در سال ۱۹۸۵ در حوزه کیفیت خدمات به ارائه مدلی مفهومی و تعریف آن پرداختند: جهت و میزان اختلاف بین ادراک مشتری از خدمت و انتظاراتش. آنها همچنین سه سال بعد (۱۹۸۸) برای اولین بار ابزاری برای ارزیابی کیفیت خدمات بنام سروکوال<sup>۱</sup> ارائه دادند که معتبرترین مقیاس اندازه گیری مطالعات این حوزه بازاریابی در جهان می باشد و دیدگاهی آمریکایی به مفهوم کیفیت خدمات است (Pantouvakis et al., 2008). این روش در سال های اخیر توجه زیادی را به خود جلب کرده است و یک تکنولوژی برای اندازه گیری و سنجش کیفیت خدمات فراهم کرده است (نایب زاده و فتاحی، ۱۳۸۸). و با این فرض شروع می شود که سطح کیفیت خدماتی که مشتریان تجربه می کنند توسط شکاف<sup>۲</sup> میان انتظاراتی که معمولاً از خدمات دارند و ادراکاتشان از خدماتی که از یک ارائه دهنده خدمات دریافت می کنند تعیین می شود (Donnelly et al, 2006). این روش یک تکنولوژی برای اندازه گیری و سنجش کیفیت خدمات فراهم کرده است. و با این فرض شروع می شود که سطح کیفیت خدماتی که مشتریان تجربه می کنند توسط شکاف میان انتظاراتی که معمولاً از خدمات دارند و ادراکات شان از خدماتی که از یک ارائه دهنده خدمات دریافت می کنند تعیین می شود (Donnelly et al., 2006). در مدل اصلی، پاراسورامان و همکارانش در سال ۱۹۸۵، ۱۰ عامل را شناسایی کردند که مشتریان به کمک آنها کیفیت خدمات را

3. Reliability
4. Responsiveness
5. Competence
6. Access
7. Courtesy
8. Communication
9. Credibility
10. Security
11. Understanding the Customer
12. Tangibles
13. Assurance
14. Empathy

1. Servqual
2. Gap

کرد (Luk and Layton, 2002). در شکل ۴ چارچوب مدل سروکوال نشان داده شده است.

است. که با تحلیل نتایج از یک طرف از وجود شکاف و از طرف دیگر با تحلیل شکاف می‌توان راهکارهای کاهش شکاف و ارتقاء کیفیت خدمات را شناسایی



شکل ۴. مدل تحلیل شکاف سروکوال (Luk and Layton, 2002)

این ابزار مدیران بخش دولتی و تصمیم گیرندگان مرتبط را، به اطلاعاتی درباره ادراکات مشتریان خدمت فعلی مجهز می‌کند، که آن‌ها دریابند انتظارات و نیازهای مشتریان چه چیزی است. بدین ترتیب ابزار سروکوال قابلیت بکارگیری برای گروه‌های مختلف مشتری به ازای یک فراهم کننده خدمت یکسان را دارد (الوانی و ریاحی، ۱۳۸۲).

بررسی تحقیقات گذشته نشان می‌دهد که مکاتب متنوعی توسط صاحب‌نظران جهت سنجش کیفیت خدمات با استفاده از معیارهای مدل سروکوال در سازمان‌های خدماتی ارائه شده است و برای سنجش کیفیت خدمات در صنایع خدماتی بسیاری مورد استفاده قرار گرفته است. این صنایع شامل بخش بهداشت و درمان (Carman, 1990 and, Zhou et al., 2004)، بانکداری (Keliborn)، سیستم‌های اطلاعاتی (Jiang et al., 2000)،

در مدل مذکور پنج شکاف شناسایی می‌شود که عبارتند از:

- (۱) ندانستن آنچه که مشتریان انتظارش را دارند
- (۲) عدم انتخاب طرح و استانداردهای مناسب خدماتی
- (۳) عدم اجرای ملاک‌های خدماتی،
- (۴) عدم تناسب عملکرد با تعهدات و وعده‌ها
- (۵) نهایتاً سنجش شکاف خدمات مورد انتظار از خدمات ادراک شده.

مدل سروکوال براساس ۲۲ مولفه (حول ابعاد ۵ گانه) انتظارات مشتریان از خدمات و ادراک آن‌ها را مورد سنجش قرار داده است. که این پنج بعد شامل: محسوس، قابلیت اعتبار، پاسخگویی، اطمینان خاطر، همدلی است (Alves and Virira, 2006). ساختار نهفته در شالوده ابزار سروکوال برای جمع بندی کیفیت خدمت در بخش عمومی بسیار مناسب است.



مت، در برآوردن انتظارات مشتری موجب می‌شود که سازمان برای توسعه پیشرفت-های خدمات آتی خود اولویت بندی بهتری را لحاظ نماید.

مدل پیشنهادی تحقیق: در تحقیق حاضر چند شاخص با یکدیگر تشکیل دهنده‌ی یک بعد می‌شوند که این ابعاد در مجموع، تعیین کننده رضایت مشتریان و کیفیت ارائه خدمات هستند. لازم است نحوه تاثیرگذاری این فاکتورها از طریق رسم نمودار نشان داده شوند که در شکل ۵ آمده است. ابعاد فیزیکی، قابلیت اعتماد، پاسخگویی، قابلیت اطمینان و همدلی به عنوان پنج بعد اصلی جهت ارزیابی کیفیت خدمات شناخته شده‌اند. که در ادامه به کمک آزمون-هایی (تحلیل عاملی) نشان داده می‌شود که این مدل که در واقع برگرفته از مدل سروکوال است قابل تأیید است و این پنج بعد قابلیت ارزیابی کیفیت ارائه خدمات در پایانه کانتینری بندر شهید رجایی را دارند.

مؤسسات آموزشی (Adams and Emanuel, 2004)؛ (Funch et al., 2004) (۵۰) و بنادر (kolanovic et al., 2011 and Wiegmans et al., 2004).

مدل سروکوال می‌تواند به وسیله شرکت‌ها و برای مقاصد زیر به کار برده شود (Donnelly et al., 2006)؛  
زیتامل و پاراسورامان، (۱۳۸۷):

- رتبه بندی ابعاد کیفیت خدمات به ترتیب اهمیت از نقطه نظر مشتری
- پیگیری انتظارات کلی مشتریان و ادراکاتشان از یک سازمان در طول زمان، بدین ترتیب می‌توان تأثیر عملکرد مدیریت بر کیفیت خدمات را تحت نظارت و ارزیابی قرار داد.
- درک تغییر در انتظارات مشتری، که ممکن است اطلاعات مهمی را در بر داشته باشد که بر طرح، مشخصات و توسعه خدمات تحت بررسی سازمان تأثیر بگذارد
- ارزیابی کیفیت خدمات داخلی، یعنی کیفیت خدمات عرضه شده توسط یک بخش یا یک قسمت از یک شرکت به دیگران در همان شرکت
- مقایسه کیفیت خدمات شرکت با کیفیت خدمات رقبا
- شناسایی و تعیین کمیت شکاف های ابعاد



شکل  
مدل .

پیشنهادی جهت ارزیابی کیفیت ارائه خدمات در پایانه کانتینری شهید رجایی

### ۳. نتایج

روش مطالعه در این تحقیق، تحلیلی و بر مبنای داده-های کتابخانه‌ای، اسناد و مدارک است. این تحقیق با استفاده از بررسی و پژوهش میدانی، تجربیات و مشاهدات مستقیم محقق است. در این تحقیق سعی بر آن شده که با استفاده از یک پرسشنامه در سه بخش طبق مدل سروکوال سطح کیفی خدمات در پایانه کانتینری بندر شهید رجایی مورد ارزیابی قرار گیرد. بخش اول پرسشنامه جهت تعیین اهمیت وزنی ابعاد پنجگانه، بخش دوم جهت تعیین انتظارات مشتریان و بخش سوم جهت تعیین ادراکات مشتریان استفاده شد. در مدل اصلی سروکوال ۲۲ سؤال در قالب ۵ بعد مطرح می‌شود اما با توجه به ویژگی‌های اقتضایی و مکانی عرصه خدمات، این پرسشنامه با استفاده از نظرات کارشناسان امور بندری، اساتید

راهنما و مشاور و برخی تحقیقات انجام شده جهت ارزیابی کیفیت خدمات در پایانه کانتینری بومی سازی شده است و به ۲۰ سؤال کاهش یافت. با توجه به اینکه بدنه اصلی سؤالات براساس مدل سروکوال طراحی شده است و این مدل از اعتبار بالایی برخوردار است لذا جهت تأکید دوباره بر این امر بعد از بومی سازی سؤالات، اعتبار پرسشنامه‌های تحقیق حاضر از طرف اساتید مجرب دانشگاهی و کارشناسان متخصص مربوطه در بندر شهید رجایی مورد تأیید واقع شده است. برای محاسبه ضریب پایایی ابزار اندازه‌گیری، شیوه‌های مختلف به کار برده می‌شود. در این پژوهش برای تعیین پایایی پرسشنامه از روش ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. جهت تعیین آلفای کرونباخ پرسشنامه‌ها در بین ۱۲ نفر از اعضای نمونه توزیع شد.

جدول ۱. میزان ضریب آلفای کرونباخ در پرسشنامه

بخش ادراکات	بخش انتظارات	
۰/۹۲۱	۰/۸۹۵	ضریب آلفای کرونباخ
۲۰	۲۰	تعداد سؤالات پرسشنامه
۱۲	۱۲	تعداد پرسشنامه

میزان آلفای کرونباخ در جدول ۱ مشخص شده است. با توجه به اینکه ضریب آلفای بدست آمده از جمعیت نمونه در مطالعه مقدماتی در بعد ۰/۹۲۱ و در بعد انتظارات ۰/۸۹۵ می‌باشد؛ این نتیجه حاصل خواهد شد که پرسشنامه‌ها از پایایی بسیار بالا و عالی برخوردار است. سوال‌های پرسشنامه‌ی تحقیق علاوه بر متغیرهای تحقیق، برخی از اطلاعات جمعیت

شناختی مربوط به پاسخ‌دهندگان را نیز مورد پرسش قرار داده است. در این قسمت، به تجزیه و تحلیل آن-ها در قالب جدول‌ها و نمودارها پرداخته می‌شود. فراوانی جنسیتی پاسخ‌دهندگان مطابق جدول ۲ می‌باشد. این بررسی، بیانگر این است که بیشتر مشتریان پایانه‌ها را مردان تشکیل می‌دهند. در این تحقیق تنها ۰/۳۹٪ از افراد نمونه را زنان تشکیل می‌دهند.

جدول ۲. وضعیت جنسیت پاسخ دهندگان تحقیق

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۹۸	٪۹۶۱
زن	۴	٪۰۳۹
جمع کل	۱۰۲	٪۱۰۰

جدول ۳ نشان می‌دهد که ۸۱ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای سابقه کاری کمتر از ۱۰ سال هستند. کمترین میزان نیز مربوط به سابقه کاری بیشتر از ۱۶ سال است که کمتر از ۸ درصد از کل جمعیت نمونه را تشکیل می‌دهند.

جدول ۳. وضعیت سابقه کاری پاسخ دهندگان

جمع کل	سابقه کاری پاسخ دهندگان			
	کمتر از ۵ سال	۶-۱۰	۱۱-۱۵	بیشتر از ۱۶ سال
۱۰۲	۴۶	۳۷	۱۱	۸
(/۱۰۰)	۰/۴۵۱	۰/۳۶۲	۰/۱۰۸	۰/۰۷۹

۱۵۰ پرسشنامه در بین نمونه مورد نظر توزیع، و حدود ۱۰۲ پرسشنامه برگشت داده شد که ۶۸ درصد از کل پرسشنامه‌ها را تشکیل می‌دهد. از طریق آزمون (آلفای کرونباخ) گرفته شده، نشان داده شده است که تمامی ۱۰۲ پرسشنامه قابل قبول هستند. در جدول ۵ مقدار شاخص KMO و آزمون بارتلت نشان داده شده است. از آن جایی که مقدار شاخص KMO برای ۲۰ شاخص اصلی برابر ۰/۸۳۹ (نزدیک به یک) و بیشتر از ۶ درصد است بنابراین تعداد پاسخ‌دهندگان در این تحقیق برای تحلیل عاملی کافی می‌باشد. همچنین مقدار سطح معنی‌داری آزمون بارتلت، کوچکتر از ۰/۰۵ است که نشان می‌دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار و مدل عاملی مناسب است و فرض شناخته شده بودن ماتریس همبستگی، رد می‌شود.

بنا به ضرورت این تحقیق از روش نظری یا قضاوتی جهت نمونه‌گیری استفاده شده است. تعداد جامعه آماری این تحقیق (که شامل مشتریان یا پرسنل مشتریان می‌باشد) به طور دقیق مشخص نیست. طبق آماري که از کارشناسان اداره گمرک و اداره بنادر و دریانوردی بندر شهید رجایی بدست آمده کمتر از ۶۰ شرکت حق‌العملکار در بندر شهید رجایی به طور ثابت فعال هستند که هر کدام دارای پرسنلی (ترخیص‌کاران) هستند که به طور مستقیم با پایانه کانتینری در ارتباط هستند. جمعیت تقریبی این شرکتها ۲۰۰ نفر برآورد شده است. حجم نمونه طبق فرمول کوکران ۱۳۲ نفر می‌باشد. بعلت تغییرات حجم صادرات و واردات در طول ماه و به دنبال آن تغییر در تعداد مشتریان، عملیات توزیع و جمع‌آوری اطلاعات در یک بازه زمانی ۲ ماهه انجام گرفت. در این مدت

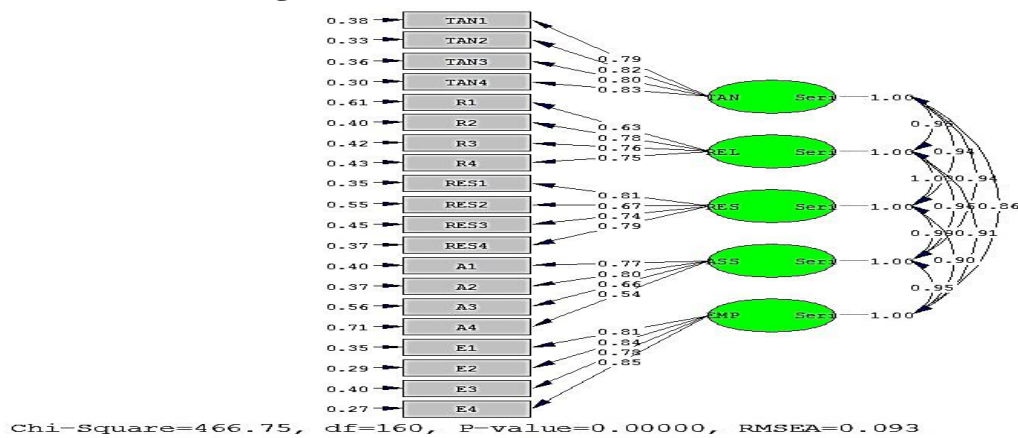
جدول ۵. مقدار شاخص KMO و آزمون بارتلت

آزمون‌ها و ضریب‌ها	۲۵ شاخص اصلی
مقدار شاخص KMO	۰/۸۳۹
مقدار آماره آزمون بارتلت	۱۱۳۴۰/۲۷۸
درجه آزادی آزمون بارتلت	۱۹۰
سطح معنی‌داری آزمون بارتلت	۰/۰۰۰

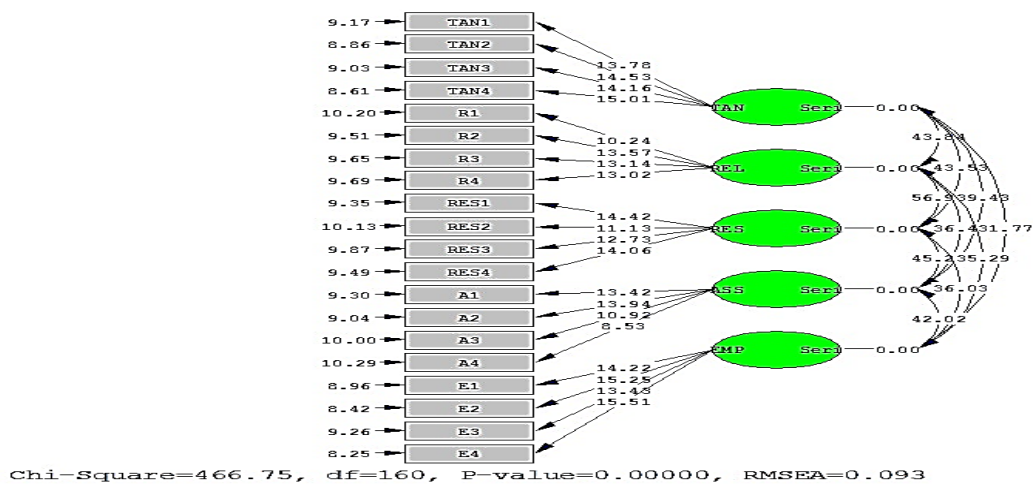
همانطور که در شکل ۵ مشاهده می‌شود بارهای عاملی که به بررسی رابطه متغیرهای مکنون و متغیرهای مشاهده شده یعنی سوالات پرسشنامه پرداخته شده است بین تمامی متغیرها از میزان مناسبی (بیشتر از ۰/۳) برخوردار می‌باشند. همچنین، شاخص برازش RMSEA، کمتر از ۰/۱ و نسبت کای مربع (Chi-Square) به درجه آزادی (df) نیز کمتر از ۳ می‌باشد. همچنین شکل ۶ نیز مقادیر معناداری (تی) را نشان داده که همگی بیشتر از قدر مطلق ۱/۹۶ می‌باشند. لذا مدل اندازه گیری مرتبه اول مورد تأیید قرار می‌گیرد.

در آزمون تحلیل عاملی تاییدی مدل سروکوال کیفیت خدمات می‌بایستی از تحلیل عاملی مرتبه دوم استفاده شود. یعنی ابتدا رابطه متغیرهای مکنون کیفیت خدمات در مدل سروکوال (فیزیکی، قابلیت اعتماد، پاسخگویی، قابل اطمینان و همدلی) را با شاخص‌های مشاهده شده بررسی کرد؛ و در صورت تایید بارهای عاملی آن‌ها در مدل اندازه گیری مرتبه دوم به رابطه ابعاد مکنون کیفیت خدمات و خود متغیر کیفیت خدمات بررسی شود.

- مدل اندازه گیری مرتبه‌ی اول



شکل ۶. بارهای عاملی مدل اندازه‌گیری مرتبه اول

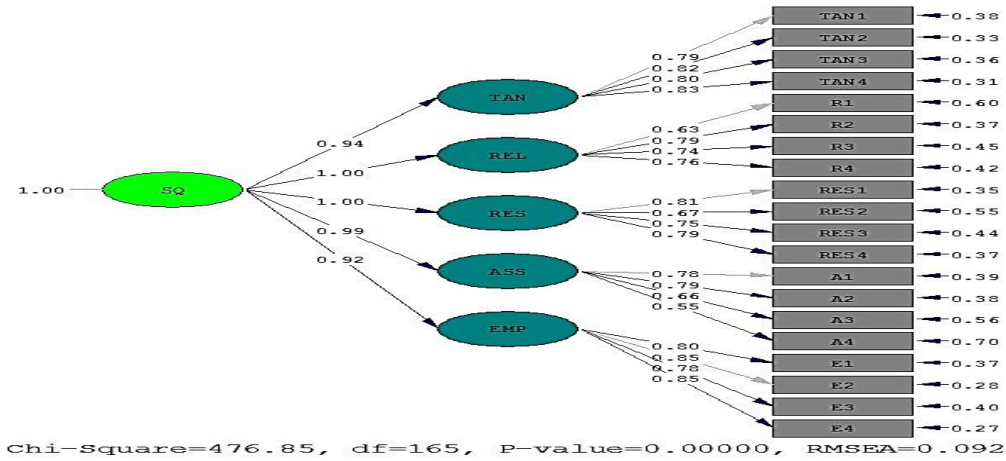


شکل ۷. مقادیر تی (t-value) در مدل اندازه گیری مرتبه‌ی اول

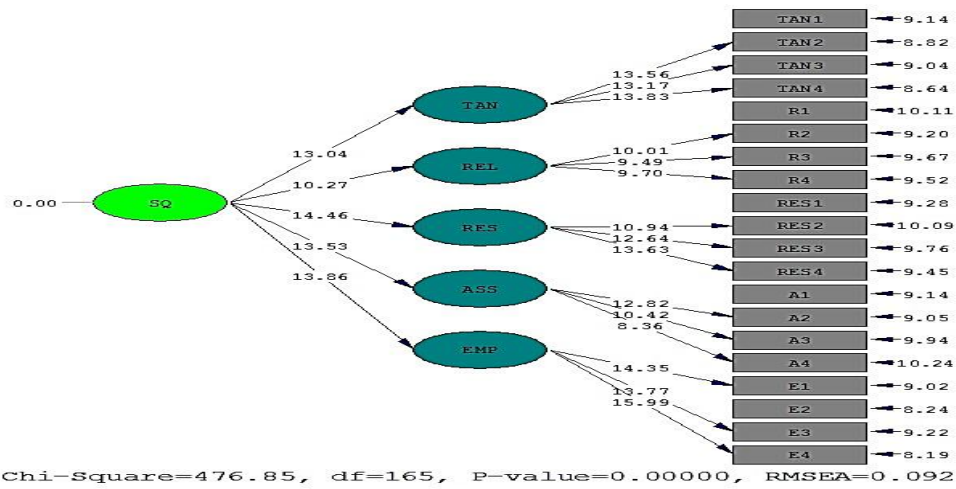
اندازه‌گیری مرتبه دوم به رابطه متغیرهای فیزیکی، قابلیت اعتماد، پاسخگویی، قابلیت اطمینان و همدلی با متغیر کیفیت خدمات پرداخته می‌شود.

- مدل اندازه گیری مرتبه دوم

- پس از اینکه مدل اندازه گیری مرتبه اول مورد تأیید واقع شد، با استفاده از مدل



شکل ۸: ضرایب مسیر و بارهای عاملی مدل اندازه گیری مرتبه دوم



شکل ۹: مقادیر T-value

جدول ۶. شاخص های برازش

شاخص	میزان استاندارد شاخص	مقدار شاخص در مدل موردنظر	نتیجه گیری
کای دو به درجه آزادی	کمتر از ۳	۲/۸۹	مناسب
P-Value	بیشتر از ۰/۰۵	۰/۰۰۰	نا مناسب
RMSEA	کمتر از ۰/۱	۰/۰۹۲	مناسب
NFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۶	مناسب
CFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۸	مناسب
IFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۸	مناسب
RFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۶	مناسب
GFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۴	مناسب

۰/۰۵ می باشد. با استفاده از نتایج حاصل از این آزمون فرضیه های مطرح شده در این تحقیق مورد پذیرش قرار می گیرند.

نتایج آزمون در جدول ۷ نشان می دهد که تمامی ابعاد در بندر شهیدرجایی دارای شکاف و تفاوت معنادار می باشند. ستون آخر سطح معناداری را نشان می دهد که تمامی ابعاد دارای سطح معناداری کمتر از

جدول ۷: نتایج آزمون تی جفت نمونه ای برای بندر شهید رجایی

نتایج فرضیات	آزمون تی جفت نمونه‌ای		شکاف	میانگین انتظارات وزن یافته	میانگین ادراکات وزن یافته	ابعاد کیفیت خدمات (مدل سروکوال) فیزیکی
	مقدار تی	سطح معناداری				
تأیید فرضیه اول	-۵/۸	(۰/۰۰۰)	-۲۱/۲۷	۱۲۳/۴۱	۱۰۱/۸	قابلیت اعتماد
تأیید فرضیه دوم	-۷/۸	(۰/۰۰۰)	-۱۸/۱۱	۹۶/۲۴	۷۸/۱۳	پاسخگویی
تأیید فرضیه سوم	-۹/۷	(۰/۰۰۰)	-۱۲/۱۲	۶۵/۴	۵۳/۲۸	قابلیت اطمینان
تأیید فرضیه چهارم	-۸/۸	(۰/۰۰۰)	-۱۶/۷۸	۹۰/۸	۷۳/۰۳	همدلی
تأیید فرضیه پنجم	-۹/۵	(۰/۰۰۰)	-۱۰/۸۹	۵۷/۱۲	۴۶/۲۳	

پایانه کانتینری بندر شهید رجایی

#### ۴. بحث و نتیجه گیری

هدف این تحقیق ارائه مدلی جهت بررسی و ارزیابی کیفیت خدمات در پایانه‌های کانتینری بوده است. به منظور ارزیابی کیفیت خدمات، مدل سروکوال یکی از گسترده‌ترین مدل‌های کاربردی است. مدل سروکوال که دارای ۵ بعد اصلی یعنی ابعاد فیزیکی (عوامل محسوس)، قابلیت اعتبار، پاسخگویی، اطمینان و همدلی بوده و شامل ۲۲ مؤلفه فرعی که پس از بومی سازی پرسشنامه به ۲۰ مؤلفه کاهش پیدا کرد. جهت تعیین وضعیت کیفیت خدمات از مدل سروکوال استفاده شد که از طریق یک پرسشنامه در سه بخش که بخش اول مربوط سنجش اهمیت وزنی ابعاد ۵ گانه از دید مشتریان و بخش دوم مربوط به سنجش انتظارات و بخش سوم مربوط به سنجش ادراکات آنها از کیفیت ارائه خدمات است. نتیجه حاصل شده از آزمون تحلیل عاملی بیانگر مناسب بودن مدل پیشنهادی (شکل ۵) برای انجام ارزیابی کیفیت خدمات ارائه شده در پایانه کانتینری بندر شهید رجایی است و سایر نتایج بدست آمده از تجزیه و تحلیل اطلاعات به شرح زیر می‌باشد:

۱. بعد فیزیکی یا محسوسات از نظر مشتریان پایانه کانتینری بندر شهید رجایی بیشترین

شکاف را نسبت به سایر ابعاد دارد. همانطور که از شاخص‌های این بعد پیداست بحث‌های مربوط به زیرساخت‌ها و روساخت‌ها برای مشتریان بسیار مهم است. منظور از زیرساخت‌ها در یک پایانه کانتینری می‌تواند اصول ساخت محوطه‌ها، انبارهای CFS و هانگار و راههای ارتباطی مناسب مانند جاده و ریل از محوطه‌ها به پسرانه‌ها باشد.

۲. بعد قابلیت اعتماد در رتبه دوم قرار دارد. یکی از شاخص‌های مهم در این بعد که مشتریان نسبت به آن انتظار زیادی داشتند شاخص اول این بعد می‌باشد که شامل توانائی انجام خدمات وعده داده شده به طور کامل، با کیفیت و در زمان مقرر است به طوریکه انتظارات مشتری تأمین شود. یعنی اگر پایانه کانتینری در زمینه زمان ارائه خدمت (مثلاً تخلیه، بارگیری، جابجایی و انبارداری کالا) و هزینه‌های انجام آن فعالیت وعده‌هایی (مثلاً: وعده دادن برخی تخفیفات و رعایت تعرفه های بندری) می‌دهد، باید به آنها عمل کند.

۳. در بخش انتظارات شاخص احساس امنیت در انجام تعاملات مالی و عملیاتی در این بعد

مشتریان نیز اختصاص دادن ساعت‌های عملیاتی مناسب برای همه آنها است. به طور کل، بر اساس نتایج به دست آمده از شکاف بین انتظارات و ادراکات در تمامی ابعاد مدل سروکوال در پایانه کانتینری بندر شهید رجایی مشاهده می‌شود سطح رضایت مشتریان از کیفیت خدمات پائین است چرا که میزان کیفیت خدمات در تمام ابعاد منفی است. همان طور که از نتایج تحقیق بر می‌آید بیشترین شکاف مربوط به عوامل محسوس می باشد. ترتیب شکاف کیفیت خدمات نیز به شرح ذیل بدست آمد: (۱) عوامل محسوس (۲) قابلیت اعتماد (۳) اطمینان خاطر (۴) پاسخگویی (۵) همدلی. این ترتیب به خوبی بیان می‌دارد که مدیران به منظور افزایش کیفیت خدمات، برنامه ریزی خود را بر چه ابعادی بیشتر متمرکز نمایند.

#### منابع

الوانی، م.، ریاحی، ب. ۱۳۸۲. سنجش کیفیت خدمات در بخش عمومی، انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی، تهران، ص. ۱۶-۲۰.

سیمونز، ف.، و جی، م. ۱۳۸۲. مدیریت خدمات؛ استراتژی، عملیات و تکنولوژی اطلاعات، ترجمه دکتر سید محمد اعرابی و داود ایزدی، چاپ اول، تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی، ص. ۶۷-۸۰.

پاراسورامان، ز. ۱۳۸۷. مدل سروکوال، ترجمه کامبیز حیدرزاده، انتشارات کساکوش، تهران.

پورتال اینترنتی سازمان بنادر و دریانوردی، (<http://research.pmo.ir/fa/researchcenter/rea14>)

، تاریخ دسترسی ۱۳۹۲/۰۵/۱۱. ساعت ۱۱:۰۰.

زیتامل والری، آ.، و پاراسورامان، ز. ۱۳۷۸. کیفیت خدمات بررسی و نقد مدل سروکوال و ارایه مدل های نوین. ترجمه کامبیز حیدر زاده و علی حاجیها، چاپ اول، انتشارات کسا کوش، تهران.

شاهوردیانی، ش. ۱۳۸۹. طراحی ابزار سنجش کیفیت خدمات پژوهشی مبتنی بر مدل سروکوال، مجله

بیشترین امتیاز را گرفته است لذا شرکت‌ها باید این زمینه را برای مشتریانشان فراهم کنند تا در کمال آرامش و اطمینان به تعاملات خود بپردازند. همچنین شایستگی و توانایی کارکنان در القای حس اعتماد و اطمینان به مشتری از دیگر شاخص‌های این بعد است. و این ملزم به داشتن کارکنانی با دانش و تجربه کافی و آشنا با فرایندهای به روز مختلف اسنادی (در بخش اسنادی) و دستورالعمل‌های استفاده از تجهیزات و تکنولوژی‌های جدید (در بخش عملیاتی) است که خود نمایانگر شایستگی و توانایی کارکنان برای القای حس اعتماد و اطمینان در مشتری است.

۴. بعد پاسخگویی که در برگیرنده تمایل کارکنان و مسئولین در کمک و همکاری با مشتری، است از کیفیت خدمت بر نشان دادن حساسیت و هوشیاری در قبال درخواست‌ها، سؤال‌ها و شکایات مشتری تأکید دارد. و شامل ارائه خدمات سریع و مطمئن به مشتریان، سرعت پاسخگویی به آنها، علاقه مندی به حل مسائل مشتریان، داشتن فرصت لازم برای پاسخ به فراگیران و ارائه بازخورد به مشتریان می‌شود. مهمترین شاخصی که در این بعد توجه مشتریان را جذب کرده است ارائه سریع خدمات به مشتریان است.

۵. و در پایان بعد همدلی است که کارکنان باید به گونه‌ای با مشتریان برخورد کنند که مشتریان قانع شوند که شرکت آنها را درک کرده است و برای شرکت مهم هستند. مثلاً: احترام گذاشتن به شخصیت مشتریان، توجه شخصی به مشتریان، دانستن علاقه‌مندی‌های مهم آنها، بهره‌گیری از کلمات فهمیدنی برای مشتریان و توجه به روحیه آنان. مهمترین شاخص در این بعد از دید

- Kaleappan, C. 2006. A Study of Logistic Service Quality in a Container Terminal Operations. Research Report in Partial Fulfillment of the Requirement for the Degree of Master of Business Administration, pp: 8-31.
- Kersten, W., Koch, J. 2010. The Effect of Quality Management on the Service Quality and Business Success of Logistics Service Providers. *Int. J. Qrm.* 27: 185-200.
- Kolanovic, I. Dundović, C., A. 2011. Customer Based Port Services Quality Model, *Transport Res. Rec.* 23(6): 495-502.
- Ladhari, R. 2009. A review of twenty years of SERVQUAL research. *Int. J. Qual.* 1: 172-198.
- Lam, T. 2002. Making Sense of SERVQUAL's Dimensions to the Chinese Customers in Macau. *Jmfm.* 5(10): 43-58.
- Lewis, B.R. 1993. Service quality: Recent Developments in Financial Services. *Ijbm.* 11(6): 19 – 25.
- Luk, S., and Layton, R. 2002. Perception Gaps in Customer Expectations, Managers versus Service Providers and Customers, *Serv. Ind. J.* 22(2): 109-128.
- Pantouvakis, A., Chlomoudis, C., and Dimas, A. 2008. Testing the SERVQUAL Scale in the Passenger Port Industry, *J. Marit. Pol. Mgmt.* 35(5): 449-467.
- Sahney, S. 2003. Enhancing Quality in education: application of Quality Function Deployment- an industry perspective. *Int. J. Ppm.* 52(6): 297-309.
- TERMINET. 1998. Indicators and Criteria for New-generation Bundling, Terminals and Terminal Nodes, Delft University of Technology.
- Vries, W. Jr., Kasper, H., and Helsdingen, P. 1994. *Diensten marketing*, Educative Partners Nederland BV, Houten.
- Wang, Y., Lo, H., and Lo, Y. 2003. The Antecedents of Service Quality and Product Quality and their Influences on Bank Reputation: Evidence from the Banking Industry in China. *Jmsq.* 13: 72 – 83.
- Wiegmans, B., Rietveld, P., and Nijkamp, P. 2004. Container Terminal Handling Quality, *European Transport*, PP: 61-80.
- حسابداری مدیریت، سال سوم، شماره ۵، ص. ۸۷-۹۵.
- نایب زاده، ش.، و فتاحی زارچ، م. ۱۳۸۸. ارزیابی کیفیت خدمات در دفاتر پلیس + ۱۰ با استفاده از روش سروکوال، *مجله مدیریت بازاریابی*، شماره ۷، ص. ۱۱۵-۱۳۶.
- Adams, J.N. and Emanuel, R. 2004. Assessing Student Perceptions of Instructor Customer Service: A first step. Paper presented at the Southern States Communication Association Conference, Tampa, Florida.
- Alves, A. and Vieira, A. 2006. SERVQUAL as a Marketing Instrument to Measure Service Quality in Higher Education Institutions. Second International Conference: Product Management- Challenges of the Future.
- Begum, H. 2007. Impact of Port Efficiency and Productivity on the Economy of Bangladesh. International Cargo Handling Coordination Association Biennial Conference. 29th May-2th June, Australia.
- Birdogan, B., Cigdem, S., Basfirinci, Z., and Ilker, M. A. R. 2009. An Application of Integrating SERVQUAL and KANO Model into QFD for Logistics Service (case study in turkey). *Asia Pac. J. Mark Logistic*, 21 (1): 106-125.
- Buttle, Francis. 1995. SERVQUAL: Review, Critique, Research Agenda. *Eur. J. Marketing*, 30(1): 8-32.
- Carman, J.M. 1990. Consumer perceptions of service quality: an assessment of the SERVQUAL dimensions. *J. Retailing*, 66: 33-55.
- Carr, J.C., and Lopez, T.B. 2007. Examining Market Orientation as Both Culture and Conduct: Modelling the Relationship between Market Orientation and Employee Responses. *J. Mtp*, 15: 113-125.
- Donnelly, M., Neil, J., Rimmer, R. and Shiu, M. 2006. Assessing the Quality of Police Service Using SERVQUAL". *Icon-Int. J. Policing*, 29(1): 92-105.
- Jiang, J.J., Klein, G. and Crampon, S.M. 2000. A note on SERVQUAL reliability and validity in information system service quality measurement, *Decision Sci.* 31(3): 725-44.



the banking context of China”, Asia Pacific, in  
Hunt, K. (eds). Adv. Consum Res. 5: 14-21.

Wisniewski, M. 2001. Using SERVQUAL to  
Assess Customer Satisfaction with Public  
Sector Service. Jmsq. 11(6): 380-388.

Zhou, L., Zhang, Y. and Xu, J. 2002. A critical  
assessment of SERVQUAL’s applicability in

## surveying and evaluation services quality in container terminals (case study: Shahid Rajae container terminal)

Sobhan Iranshahi<sup>1</sup>, Seyed Jafar Sajadi Parsa<sup>2</sup>, Mojtaba Abaspor<sup>3</sup>

1. Ports and Maritime Organization Hormozan Province Port & Maritime Authority, port of Rajaie
2. Chabahar Maritime University, Faculty of Maritime Engineering
3. Khorramshahr Marine Science and Technology University, Faculty of Economics and Sea Management

### Abstract

This research aims to evaluate quality services in the Rajae Port container terminal by using SERVQUAL model that is a tool for measuring quality services, identification and for analyzing available gaps between expectations and perceptions services. Container terminal customers at the port of Rajae are community statistics in this Research. Judgmental sampling method use for selecting sample. The standard and localized questionnaires with Cronbach's alpha coefficient in the perceptions section was 0.921 and in expectations section was 0.895 that was distributed among the 150 members of sample, which 102 (68%) questionnaires were available. First for analyze the data, the researcher used of LISREL software to check reliability SERVQUAL model (Size Making Model First and Second term) and then used SPSS software to do T Test pair sample for analyzing significant gap between expectations and perceptions respondents. Results obtained in this study indicated that there is a gap between customer's expectation services and perceptions services in container terminal of Rajae Port in all five dimension of quality services and from weight point of view, the physical dimension is the most important dimension between all dimensions and after that, reliability, assurance, responsiveness and empathy are also important. In addition, physical dimension have maximum gap and empathy dimension have minimum gap between customers' expectations and perceptions.

**Keywords:** *Evaluation of Service Quality, SERVQUAL model, Container Terminal, Port of Rajae*