

# بررسی میزان رضایت مراجع کنندگان از سطح کیفیت خدمات

## مراکز خدمات اجتماعی - انتظامی<sup>۱</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۹۰/۲/۲۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۰/۶/۲۹

روح الله لثنی پارسا\*، طاهره خیرخواه\*\*

### چکیده:

خدمات اجتماعی - انتظامی، به مثابه یکی از مهم‌ترین وظایف پلیس، نقشی اساسی در کاهش مسائل و مشکلات مردم دارد. به دلیل گستردگی حوزه‌ی فعالیت‌ها در این بخش، شناخت میزان رضایت مردم از این خدمات نقشی اساسی در شناخت میزان رضایت کلی مردم از پلیس خواهد داشت. مقاله‌ی حاضر میزان رضایت مردم از این خدمات را در مراکز صدور گذرنامه، معاینه‌ی فنی خودرو، دفاتر خدمات انتظامی (دفاتر پلیس + ۱)، اماکن عمومی، صدور گواهینامه، خدمات وظیفه‌ی عمومی، تشخیص هویت و اداره‌ی اجرائیات و صدور خلافی خودرو، با هدف احصای شاخص‌های مناسب برای اندازه‌گیری میزان رضایت مردم از خدمات اجتماعی - انتظامی پلیس، بررسی کرده است. این پژوهش در سه استان کشور با استفاده از روش پیمایش و نمونه‌ی ۳۴۹۲ نفری صورت گرفته است. الگوی مفهومی و پرسش‌نامه‌ی این پژوهش دارای پنج بُعد تجهیزات اداری، ویژگی‌های حرفه‌ای، ویژگی‌های رفتاری، نظام اداری و نظام کنترل بر مراکز است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که میزان رضایت از خدمات بر اساس متغیرهای سن، میزان درآمد و میزان تحصیلات و شغل پاسخ‌گویان متفاوت است. علاوه بر این، میزان رضایت مردم از تجهیزات اداری بیش از سایر ابعاد است و کم‌ترین رضایت در بُعد نظام کنترل و نظارت بر مراکز حاصل شده است. در میان مراکز خدمات‌دهندگان، ادارات وظیفه‌ی عمومی بیش‌ترین رضایت و ادارات تشخیص هویت کم‌ترین رضایت را در بین مراجعان تأمین کرده است. از بین استان‌های بررسی‌شده نیز مراکز خدمات اجتماعی - انتظامی پلیس در استان مازندران بالاترین رضایت را ایجاد کرده‌اند و کم‌ترین رضایت در استان فارس حاصل شده است.

### کلیدواژه‌ها:

کیفیت خدمات، رضایت‌مندی مراجعان، نیروی انتظامی، سنجش کیفیت، عوامل مؤثر بر رضایت.

۱. این مقاله برگرفته از تحقیقی با همین عنوان است که با حمایت دفتر تحقیقات کاربردی معاونت طرح و برنامه و بودجه ناجا تهیه شده است

\*. دانش آموخته کارشناسی ارشد علوم اجتماعی دانشگاه تهران

\*\* . دانش آموخته کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران

## مقدمه

خدمت‌ فعالیت یا مجموعه‌ای از فعالیت‌های کم‌و بیش ناملموس است که معمولاً، و نه لزوماً، در تعاملات بین مشتری و کارکنان خدمات، یا منابع فیزیکی یا کالاها و یا نظام‌های عرضه‌کننده‌ی خدمات صورت می‌گیرد و به مثابه راه‌حلی برای مشکلات مشتری عرضه می‌شود. خدمات عمومی دولتی نقشی حیاتی در ایجاد محیطی با ثبات برای سرمایه‌گذاری و رشد اقتصادی ایفا می‌کند. خدماتی چون آموزش دولتی، بهداشت، جاده‌های ایمن، آب آشامیدنی سالم، هوای پاک و امنیت اجتماعی برای بقای هر کشور و برای خوشبختی مردم ضروری و حیاتی است. از این رو، باید پذیرفت که خدمات‌ فعالیت جانبی و فرعی نیست، بلکه از اجزای اصلی جامعه است. خدمات برای حیات، بقا و سلامت ابعاد گوناگون جامعه ضروری است و در قلب جامعه جای دارد. ولی نکته‌ی اساسی در این زمینه نحوه‌ی عرضه‌ی خدمات و میزان رضایت خدمات‌گیرندگان از آن است. البته ارزیابی این رضایت کار ساده‌ای نیست و نیازمند توجه به عوامل و ابعاد گوناگونی است.

یکی از مهم‌ترین سازمان‌های خدماتی در جوامع نوین که نقشی اساسی در هماهنگی اجزای گوناگون جامعه ایفا می‌کند و تأثیر فراوانی بر ابعاد گوناگون اجتماع بر جای می‌گذارد پلیس است. پلیس نمونه‌ی سازمانی است که اصل جامعه‌محوری را رعایت کند و تا حد امکان در جلب مشارکت مردم بکوشد. چنین سازمانی دارای پایگاه مردمی است و همین پایگاه مردمی تأثیر بسیار مثبتی بر افزایش اقتدار و موفقیت پلیس بر جای می‌گذارد. کسب پایگاه و وجهه‌ی مثبت مردمی در گرو جلب رضایت مردم در زمینه‌ی عرضه‌ی درست خدمات گوناگون پلیسی است؛ این جلب رضایت و حمایت مردم فلسفه‌ی وجودی پلیس جامعه‌محور است.

در این میان، خدمات اجتماعی- انتظامی، که از مهم‌ترین وظایف خدماتی پلیس است، نقشی اساسی در کاهش مسائل و مشکلات مردم دارد؛ به دلیل گستردگی حوزه‌ی فعالیت‌ها در این بخش، شناخت میزان رضایت مردم از این خدمات نقشی اساسی در شناخت تأمین رضایت کلی مردم از پلیس ایفا می‌کند. خدمات اجتماعی- انتظامی پلیس شامل خدمات مراکز صدور گذرنامه، معاینه‌ی فنی خودرو، دفاتر خدمات انتظامی (دفاتر پلیس +۱۰)، اماکن عمومی، صدور گواهینامه، خدمات وظیفه‌ی عمومی (سربازی)، تشخیص هویت، اداره‌ی

اجرائیات و صدور خلاقی خودرو است. این خدمات، به دلیل تعداد زیاد مراجعان و تأثیر میزان رضایت این مراجعان بر رضایت از کل سازمان ناجا، نقشی حیاتی در افزایش منزلت و محبوبیت ناجا در میان مردم ایفا می‌کند.

بدون تردید، سنجش میزان رضایت مردم از عرضه‌ی این خدمات و شناخت نقاط قوت و ضعف پلیس در این بخش، علاوه بر این که نقش بسیار مؤثری در شناخت درست مسیر آینده ایفا می‌کند، کمک بسیاری به عرضه‌ی بهتر این گونه خدمات طبق نیازهای مردم بوده و سرانجام موجب افزایش میزان رضایت مردم از نحوه‌ی عرضه‌ی این گونه خدمات نیروی انتظامی می‌شود.

با توجه به مطالب ذکر شده، هدف اصلی مقاله‌ی حاضر سنجش میزان رضایت مردم از خدمات اجتماعی - انتظامی نیروی انتظامی است که در نُه استان بررسی شده است؛ این مقاله در پی پاسخ‌گویی به سؤالات زیر است: آیا میزان رضایت از خدمات اجتماعی - انتظامی پلیس در بین اقشار گوناگون جامعه متفاوت است؟ کدام شاخص‌های رضایت مردم از خدمات اجتماعی - انتظامی پلیس برای ارتقای رضایت‌مندی مردم نیاز به اصلاح دارند؟ و آیا میزان رضایت از خدمات اجتماعی - انتظامی پلیس در بین استان‌های گوناگون کشور متفاوت است؟

نکته‌ی حایز اهمیت پژوهش این است که در این پژوهش رضایت مراجعان نُه استان بررسی شده است و خدمات تمامی مراکز خدمات اجتماعی - انتظامی پلیس در تمامی ابعاد عرضه‌ی خدمات در مقایسه با یکدیگر بررسی شده است. روشن است که نتایج این تحقیق، برای اظهار نظر درباره‌ی ابعاد نیازمند اصلاح یا ابعادی که در وضعیت مطلوب قرار دارند و نیز مراکزی که خدمت‌رسانی بهتری دارند یا نیازمند بازنگری در خصوص کیفیت برخی خدمات‌اند، کارآمد خواهد بود.

### خدمات چیست

خدمات شامل همه‌ی فعالیت‌های اقتصادی می‌شود که خروجی آن کالا یا سازه‌ای فیزیکی نیست، عموماً در همان زمان تولید مصرف می‌شود و ارزش افزوده را به شکل‌های

گوناگون (مثل راحتی، سرگرمی، به موقع بودن، آسایش یا بهداشت) که برای اولین خریدار لزوماً ناملموس است، خلق می‌کند. جیمز و مونا فیتزسیمونز (ترجمه‌ی ایزدی و اعرابی؛ ۱۳۷۸) خدمت را تجربه‌ای می‌داند ناملموس، زودمصرف و زایل‌شدنی برای مشتری که در واقع مثل همکار تولیدکننده عمل می‌کند (یعنی در فرایند تولید مشارکت می‌کند).

تنر و ارودیتور (ترجمه‌ی شرکت، ۱۳۷۶) نیز خدمات را شامل فعالیت‌های نامحسوس و ناملموسی می‌دانند که موجب منفعت و یا ارضای خاطر می‌شود، اما مالکیت چیزی را نیز به دنبال ندارد. وظیفه‌ای که «خدمات به مشتریان» نامیده می‌شود پیچیده‌تر از سفارش گرفتن، پس گرفتن محصولات بازگردانده‌شده، یا پاسخ‌گویی به شکایت‌هاست. بر اساس این نگرش، خدمت به مشتریان شامل همه‌ی اموری است که سازمان‌ها به منظور جلب رضایت مشتریان و کمک به آن‌ها برای حصول بیش‌ترین ارزش از محصولات یا خدمات عرضه‌شده انجام می‌دهند. به طور کلی، هر چیزی که علاوه بر محصول فیزیکی عرضه و موجب تفکیک محصول از رقبا می‌شود جزئی از خدمت به مشتریان محسوب می‌شود (روستا و دیگران، ۱۳۷۵).

### طبقه‌بندی خدمات

کارشناسان اقتصادی خدمات را به گونه‌های متفاوتی طبقه‌بندی کرده‌اند. در سال ۱۹۷۵، در یک طبقه‌بندی، براوینگ خدمات را به خدمات تولیدکننده (شامل حمل‌ونقل، نگهداری، ارتباطات، عمده‌فروشی، خرده‌فروشی و...)، خدمات اجتماعی (شامل بهداشت، آموزش، خدمات پستی و رفاهی و...)، خدمات مالی واسطه‌ای (شامل بانک‌داری و بیمه) و خدمات فردی (شامل فروشگاه‌ها، نمایشگاه‌ها، هتل‌داری و...) تقسیم کرده است. در سال ۱۹۸۷، سازمان ارزیابی فناوری آمریکا طبقه‌بندی دیگری از خدمات را عرضه کرد که به دو شاخه‌ی خدمات مبتنی بر دانش شامل خدماتی که اندازه‌گیری نقش سرمایه‌های انسانی در آن‌ها نسبتاً با میزان تحصیلات دانشگاهی ممکن است (مانند بیمه، بانک‌داری، خدمات اطلاعات، تبلیغات) و خدمات ثالثه که عمدتاً شامل آن دسته از فعالیت‌هایی می‌شود که نیروی انسانی کم‌تری را به خود جذب می‌کند، اما، از نظر استاندارد تولید، روش‌های شناخته‌شده‌ای دارد (مانند خدمات حمل‌ونقل، خرده‌فروشی، اجاره، و خدمات اجتماعی و فردی) تقسیم کرد.

## رضایت مشتریان (مراجعان) از خدمات

در تعریف رضایت مشتری، که پذیرفته شده‌ی بسیاری از صاحب نظران است، این گونه آمده که رضایت مشتری نتیجه‌ای است که از مقایسه‌ی پیش از خرید مشتری از عملکرد مورد انتظار با عملکرد واقعی ادراک شده و هزینه‌ی پرداخت شده به دست می‌آید. دیواندروی (۱۳۸۴) دو امر کیفیت ادراک شده و حصول انتظارات را در رضایت‌مندی مشتریان حایز اهمیت می‌داند.

شاخص‌های رضایت‌مندی مشتری در بخش عمومی، تفاوت‌های عمده‌ای با بخش خصوصی (بازرگانی) دارد. انتظارات و خواسته‌های مشتریان در بخش خصوصی از محصولات عرضه شده شامل مواردی مانند بهای پایین، کیفیت بالا، تحویل به موقع، دوام محصولات، خدمات پس از فروش، شکل ظاهری، کارکرد و... است. اما شاخص‌های رضایت‌مندی در بخش عمومی می‌تواند ابعاد گوناگونی داشته باشد و این ابعاد بسیار فراتر از نگرشی است که مشتری در بخش خصوصی به کالا یا شیء دارد (ریاحی، ۱۳۸۱). از دیدگاه زیتهامل، شاخص‌های رضایت‌مندی مراجعان در بخش دولتی عبارت است از: ملموس و محسوس بودن؛ نمایش فیزیکی و آسان وسایل، کارکنان و عناصر ارتباطی؛ شایان اعتماد بودن کارکنان و سازمان؛ مسئولیت‌پذیری کارکنان؛ صلاحیت و شایستگی، یعنی، داشتن دانش و مهارت‌های لازم برای خدمت؛ تواضع و ادب و احترام در برخورد با مراجعان؛ اعتبار، یعنی، معتبر بودن و مشروعیت عرضه‌دهندگان خدمت؛ ایمنی، یعنی، داشتن آرامش کافی و دور از خطر بودن؛ در دسترس بودن، یعنی، دسترس‌پذیر بودن و سهولت تماس و ارتباط با کارکنان؛ ارتباط مناسب، یعنی، آگاه ساختن مشتریان به زبانی که آن‌ها بفهمند و گوش کنند و درک کردن، یعنی، تلاش برای درک نیازها و خواسته‌های مراجعان.

از نگاهی دیگر، شاخص‌های رضایت‌مندی مراجعان در بخش دولتی عبارت است از:

- **فروتنی:** استقبال از مشتری، توجه به حضور مشتری، با روی گشاده و خوشایند سخن گفتن، مؤدب و یاری دهنده بودن، پایان دادن به دیدار به گونه‌ای دوستانه؛
- **موجز بودن:** واکنش سریع داشتن، عرضه‌ی توضیحات و دستور کارهای موجز، تمرکز به موضوع‌های کاری؛

- **کامل بودن:** عرضه‌ی خدمات به طور کامل، عرضه‌ی دستور کارها و پاسخ‌های کامل؛
- **پاکیزگی:** ظاهر آراسته و تمیز داشتن، حفظ محیط کاری تمیز و مرتب و ایمن؛
- **وضوح:** به وضوح صحبت و پرسش کردن، عرضه‌ی دستور کارهای روشن، عرضه‌ی توضیحات شفاف و مفهوم، استفاده نکردن از واژه‌های ویژه‌ی فنی و نامفهوم؛
- **توجه به مشتری:** با توجه کامل به سخنان مشتری گوش دادن. (ریاحی، ۱۳۸۱)

### اندازه‌گیری رضایت‌مندی مراجعان

انواع اندازه‌گیری رضایت‌مندی مراجعان به این شرح است:

#### ● اندازه‌گیری رضایت‌مندی اولیه و نهایی:

ارزیابی دیدگاه‌های مراجعان مستقیم، درست بعد از دریافت کالا یا خدمت در مورد کیفیت کار صورت گرفته، را اندازه‌گیری رضایت اولیه می‌گویند. معمولاً بعضی وقت‌ها بین کار صورت گرفته (کالا و خدمت دریافت شده) و ارزیابی دیدگاه‌های مشتریان فاصله وجود دارد. به این صورت که دیدگاه‌ها مشتریان را هنگام دریافت کالا یا خدمات ارزیابی نمی‌کنند و این کار را، با فاصله، انجام می‌دهند. این نوع ارزیابی را اندازه‌گیری رضایت‌مندی نهایی می‌گویند.

#### ● اندازه‌گیری ذهنی و عینی رضایت‌مندی:

■ **اندازه‌گیری ذهنی:** این نوع اندازه‌گیری به احساسات و نگرش‌های مشتریان مربوط می‌شود که با استفاده از ابزار پرسش‌نامه و به صورت نظرسنجی از مراجعان اندازه‌گیری می‌شود.

■ **اندازه‌گیری عینی:** این نوع اندازه‌گیری از راه بررسی اسناد و مدارک سازمانی و جمع‌آوری داده‌های واقعی صورت می‌گیرد. از جمله‌ی شاخص‌های عینی برای سنجش رضایت‌مندی مراجعان می‌توان به حجم شکایت عمومی، سهام بازار، سطح فعالیت‌ها و... اشاره کرد.

به‌طور کلی، سنجش رضایت‌مندی مراجعان فرایندی شامل این گام‌ها و مراحل است:

- تعیین عوامل و شاخص‌ها برای رضایت‌مندی مراجعان؛

- انتخاب روش سنجش؛
- ارزیابی رضایت‌مندی مراجعان؛
- گزارش رضایت‌مندی مراجعان؛
- تحلیل داده‌ها (Todorov, 1999).

### جایگاه خدمات اجتماعی - انتظامی پلیس

یکی از نهادهایی که برای تأمین امنیت و ایجاد نظم در جامعه تشکیل شده است سازمان یا نهاد پلیس است. وظایف نیروی انتظامی به دو دسته تقسیم می‌شود: ۱- وظایف خطی یا اصلی ۲- وظایف پشتیبانی.

وظایف اصلی عبارت است از انجام دادن وظایف و مأموریت‌هایی که هدف ایجاد نیروی انتظامی بوده است که، با توجه به تنوع و تعدد آن، می‌توان به شکل زیر تقسیم‌بندی کرد:

#### ■ وظایف خدماتی نیروی انتظامی: وظایفی است که انجام دادن آن در ارتباط با جرم و

جنایت و وظایف خاص کلی که در تمام کشورها مرسوم بوده نیست، بلکه، بنا بر تقسیم کار در کشور و گرایش کاری و تشخیص مسئولان، انجام دادن این خدمات بر عهده نیروی انتظامی قرار داده شده است؛ مانند صدور گواهی‌نامه‌ی رانندگی، شماره‌دار کردن خودرو، صدور گواهی عدم سوء پیشینه‌ی کیفری، صدور گذرنامه، خدمت وظیفه‌ی عمومی و غیره که هر کدام از این وظایف را می‌توان به مرور زمان به سایر دستگاه‌های اجرایی مانند وزارت خارجه (امور گذرنامه)، دادگستری (امور عدم سوء پیشینه)، وزارت بازرگانی (امور شماره‌گذاری خودرو) و غیره واگذار کرد.

#### ■ وظایف انتظامی پلیس: همه‌ی اقداماتی است که نیروی انتظامی انجام می‌دهد و از

آن طریق مانع ارتکاب جرم می‌شود. بزرگ‌ترین وظیفه‌ی فرد در نیروی انتظامی انجام‌دادن اموری است که مانع وقوع جرم شود.

#### ■ وظایف امنیتی، اطلاعاتی و مرزبانی پلیس: وظایفی است که پلیس همگام و مشابه با

مؤسسات و سازمان‌های اطلاعاتی کشور در زمینه‌ی طرح امنیتی در قالب ملی و

سیاسی و در ارتباط با خط مشی وزارت اطلاعات و مقررات ایمنی در محدوده و اختیارات و وظایف مربوط انجام می‌دهد.

■ **وظایف قضایی:** وظایفی است که نیروی انتظامی در قالب ضابط قوه‌ی قضائیه انجام می‌دهد. در این مسیر همه‌ی کارکنانی که بنا بر وظایف اجرایی مربوط در واحدهای انتظامی و امنیتی به عنوان ضابط دادگستری شناخته می‌شوند موظف به اجرای دستورهای دادستان‌اند که رئیس ضابطان دادگستری است و باید در مسیر کشف جرم، جلوگیری از فرار مجرم، دستگیری مجرم و ابلاغ و اجرای حکم اقدام و عمل کنند. بنابراین وظایف قضایی ناجا به عنوان ضابط دادگستری زمانی بروز می‌کند که مثلاً مالی به سرقت رفته باشد.

اما درباره‌ی وظایف پشتیبانی نیروی انتظامی باید گفت که هدف از تشکیل نیروی انتظامی امور پشتیبانی نبوده است؛ بلکه، به محض این که ناجا به مشابعت سایر تشکیلات سازمان‌های کشور به وجود می‌آید، الزاماً برای اجرای مأموریت و وظایف خود باید امور پشتیبانی داشته باشد. بیش‌تر وظایف پشتیبانی تمام سازمان‌ها، به‌ویژه نیروهای مسلح، شبیه به هم است و اهمیت و گسترش و یا محدودیت آن بنا به مأموریتی است که سازمان انجام می‌دهد. مثلاً، پشتیبانی لجستیک در نیروهای مسلح از مهم‌ترین قسمت‌های کاری است و اجرای وظایف نیروهای مسلح ارتباط انکارناپذیری با آن دارد. از این رو، بنا به مطالب بالا، وظایف پشتیبانی نیروی انتظامی عبارت است از:

■ **پشتیبانی نیروی انسانی:** استخدام و گزینش، و حفظ و نگهداری نیروی انسانی و کاربرد آن.

■ **پشتیبانی آموزشی:** آموزش، پرورش و به‌سازی نیروی انسانی.

■ **پشتیبانی لجستیک:** اجرای امور همه‌ی اقدامات تدارکاتی مانند خرید، تهیه، انبار کردن، توزیع و غیره.



### الگوی مفهومی ابعاد خدمات اجتماعی - انتظامی پلیس

پس از بررسی الگوهای موجود در منابع علمی برای بررسی میزان رضایت مردم از خدمات با استخراج الگوی مفهومی، مقاله‌ی حاضر به بررسی میزان رضایت مراجعان از خدمات اجتماعی - انتظامی پلیس پرداخته است. این الگو با استفاده از مبانی نظری موضوع، که شامل الگوهای گوناگونی مثل مصاحبه با تعدادی از صاحب‌نظران، استادان دانشگاه، کارکنان ناجا و هم‌چنین اجرای مقدماتی پرسش‌نامه است، در پنج بُعد که در شکل شماره‌ی (۱) نیز نشان داده شده است به شرح ذیل حاصل شده است:

■ **بُعد تجهیزات اداری و امکانات مراکز:** منظور ویژگی‌هایی هم‌چون کیفیت نامه‌ها و برگه‌های مراکز، نظافت و آراستگی مراکز (نظافت روزانه‌ی مراکز)، امکان همکاری کارکنان از طریق تماس تلفنی، نحوه‌ی نوبت‌دهی به مراجعان و استفاده از فناوری‌های نوین در عرضه‌ی خدمات (عرضه‌ی خدمات به صورت اینترنتی و...) است.

■ **بُعد ویژگی‌های حرفه‌ای - عملکردی کارکنان:** منظور از این بُعد ویژگی‌هایی هم‌چون مشخص بودن وظایف هر یک از کارکنان برای مراجعان، احساس مسئولیت کارکنان درباره‌ی مراجعان، داشتن سرعت عمل در انجام دادن امور مراجعان، کاردانی و تخصص کارکنان در ادای وظایف، توجه و رسیدگی به مشکلات مراجعان، انجام دادن کارها بر اساس ضوابط و قوانین و... است.

■ **بُعد ویژگی‌های رفتاری - اخلاقی کارکنان:** منظور از این بُعد ویژگی‌هایی هم‌چون خوش‌اخلاقی و خوش‌برخوردی کارکنان، احترام به مراجعان، شایان اعتماد بودن کارکنان، حمایت از حقوق مراجعان، رعایت ارزش‌ها و دستورهای دینی در محل کار و... است.

■ **بُعد نظام اداری و بخش‌نامه‌های مراکز:** منظور از این بُعد ویژگی‌هایی هم‌چون توجه قوانین و بخش‌نامه‌ها به منافع مراجعان، یکسان بودن قوانین و بخش‌نامه‌ها برای همه‌ی مراجعان، توجه قوانین و بخش‌نامه‌ها به همه‌ی جزئیات، اصولی بودن قوانین و بخش‌نامه‌ها (برای مراجعان دست‌وپاگیر و اجراپذیر نباشد) و... است.

■ **بُعد نظام کنترل و نظارت مراکز:** منظور ویژگی‌هایی هم‌چون وجود مرجعی برای شکایت (اعم از فرد یا بخش)، توجه و رسیدگی به شکایات، توانایی و قدرت کافی بخش نظارتی برای رسیدگی به شکایات، سرعت در پاسخ‌گویی به شکایات مراجعان، نظرسنجی درباره‌ی نحوه‌ی عرضه‌ی خدمات (برگه‌های نظرسنجی)، امکان عرضه‌ی انتقادات و پیشنهادهای بدون ترس از عواقب احتمالی آن و... است.



شکل شماره‌ی (۱): الگوی مفهومی تحقیق (ابعاد رضایت از خدمات اجتماعی - انتظامی)

## روش تحقیق

زمینه‌یابی روش تحقیق در این بررسی است. زمینه‌یابی روشی پژوهشی است که به منظور جمع‌آوری اطلاعات درباره‌ی این مسئله که گروهی از مردم درباره‌ی موضوعی خاص چه می‌دانند، چه فکر می‌کنند یا چه کاری انجام می‌دهند اجرا می‌شود. منظور از «چه می‌دانند» این است که مردم چه اطلاعاتی را در زمینه‌ی هدف یا موضوعی درونی پدید آورده‌اند. منظور از «فکر کردن» نیز این است که عقاید، نگرش‌ها و ارزش‌ها و باورهای مردم چیست (دلاور، ۱۳۷۴). گفتنی است که این روش به دلایل زیر انتخاب شد: به‌وسیله‌ی آن

بتوانیم ابعاد گوناگون رضایت‌مندی مردم از خدمات اجتماعی - انتظامی ناجا را توصیف کنیم؛ اطلاعات وسیعی از جامعه به‌دست آوریم و اجزای نمونه را با یکدیگر مقایسه کنیم.

## اعتبار و پایایی ابزار تحقیق

پس از طراحی پرسش‌نامه، برای بررسی اعتبار پرسش‌نامه‌های تحقیق، ویژگی‌های استخراج‌شده دست‌بندی و، پس از بررسی و دو بار ویرایش، در قالب پرسش‌نامه‌ی اولیه برای بررسی اعتبار محتوا<sup>۱</sup> در اختیار صاحب‌نظران قرار گرفت. پس از بررسی دیدگاه‌ها و پیشنهادهای صاحب‌نظران، تغییرات لازم در پرسش‌نامه‌ی اولیه ایجاد و دومین نسخه‌ی آزمون‌ها تهیه شد. سرانجام دومین نسخه‌ی آزمون‌ها در بین نمونه‌ی سی‌نفری اجرا و از آنان خواسته شد تا، ضمن پاسخ‌گویی به سؤالات، دیدگاه‌های خود را درباره‌ی مفهوم‌بودن سؤالات بیان کنند. در تحقیقات اجتماعی، محقق به کمک برخی روش‌ها اعتماد یا پایایی ابزارهای اندازه‌گیری را مشخص می‌کند. مهم‌ترین این روش‌ها عبارت است از: روش بازآزمایی<sup>۲</sup>، روش موازی یا آزمون همتا<sup>۳</sup>، روش دونیمه‌کردن<sup>۴</sup>، روش ضریب ثبات<sup>۵</sup>، روش کودر ریچاردسون<sup>۶</sup> و روش آلفای کرونباخ<sup>۷</sup>. معمولاً استفاده از آلفای کرونباخ از عمومیت بیش‌تری برخوردار است که برای محاسبه‌ی انسجام درونی ابزار اندازه‌گیری یا مقیاس‌ها به کار برده می‌شود. بدین منظور از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. این ضریب نشان می‌دهد که آیا برداشت پاسخ‌گویان از گویه‌ها یکسان بوده و یا آن‌که هر کس برداشت خاصی از آن داشته است. حال، این‌که ابزاری پایایی داشته باشد بدین معناست که اگر ویژگی سنجش‌شده با همان وسیله و تحت شرایط مشابه و به مرور زمان اندازه‌گیری شود، نتایج حاصل یکسان خواهد بود. آلفای کرونباخ بین صفر و یک نوسان دارد. هر چه این رقم به سمت یک میل کند، نشان از پایایی بالاتر متغیرهای پرسش‌نامه است و، بر عکس، هر چه به صفر نزدیک‌تر

1. Content Validity
2. Test -Retest Method
3. Parallel or Equivalent Method
4. Split -Half Method
5. Stability Coefficient Method
6. Kuder- Richardson Method
7. Cronbach, Alpha

باشد، نشان از ناپایایی در پرسش‌نامه است. در این پژوهش، اندازه‌ی آلفا عدد بالای ۰/۷۰ به دست آمده که میزان مناسبی است و پایایی ابزار را نشان می‌دهد.

جدول شماره‌ی ۱- میزان آلفای به دست آمده برای ابعاد خدمات اجتماعی-انتظامی پلیس

میزان آلفا	ابعاد
۰/۸۸۷	تجهیزات اداری
۰/۸۳۲	عملکرد حرفه‌ای
۰/۸۷۷	رفتار کارکنان
۰/۹۰۶	نظام اداری و بخش‌نامه
۰/۸۷۱	نظام کنترل و نظارت

پس از اطمینان از ابزار اجرای تحقیق (پرسش‌نامه)، بر اساس جامعه‌ی آماری و نمونه‌ی به دست آمده، پرسش‌نامه‌ها بین مراجعان توزیع و از طریق روش‌های آماری با استفاده از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس ۱۵ تحلیل شد.

### جامعه و نمونه‌ی آماری

جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر شامل همه‌ی افرادی است که به صورت مراجعه‌کننده به ادارات مرتبط با خدمات اجتماعی-انتظامی ناجا شامل: ۱- صدور گذرنامه؛ ۲- معاینه‌ی فنی خودرو؛ ۳- دفاتر خدمات انتظامی (دفاتر پلیس +۱۰)؛ ۴- اماکن عمومی؛ ۵- صدور گواهینامه؛ ۶- خدمات وظیفه‌ی عمومی؛ ۷- تشخیص هویت؛ ۸- اجرائیات و صدور خلاقی خودرو مراجعه کرده‌اند و از نزدیک با نحوه‌ی عرضه‌ی خدمات در این مراکز آشنایی دارند. برای تعیین تعداد نمونه‌ی مورد نیاز از فرمول زیر استفاده شد.

$$n = \frac{zpq^2}{d^2}$$

به منظور نیل به بیشینه‌ی واریانس،  $p=0/5$  و  $q=0/5$  در نظر گرفته شد. برای کاهش خطا و افزایش دقت تحقیق  $d=0/05$  در نظر گرفته شد. به این ترتیب، با توجه به مقادیر فوق و سطح اطمینان ۹۵ درصد، تعداد نمونه‌ی مورد نیاز ۳۸۴ نفر در هر استان است که برای

تحصیل اطمینان تعداد ۴۰۰ پرسش نامه اجرا شد. برای انتخاب بخشی از جامعه آماری به طور نمونه - که در عین حال نمونه‌ای معتبر نیز باشد - از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. در این نوع نمونه‌گیری، هر یک از اجزا یا عناصر جامعه آماری دارای شانس مساوی در جا یافتن در جمعیت نمونه است.

### یافته‌های تحقیق

بر اساس یافته‌های تحقیق، بین میزان رضایت شهروندان از خدمات اجتماعی - انتظامی پلیس و متغیرهای جنسیت و وضعیت تأهل مراجعان رابطه‌ی معناداری وجود ندارد.

هم‌چنین، رابطه‌ی معناداری بین سن مراجعان و میزان رضایت آنان از خدمات اجتماعی - انتظامی پلیس وجود دارد؛ بدین معنی که افراد دارای سن ۵۸ تا ۶۲ سال بیش از سایرین اظهار رضایت کرده‌اند و مراجعان ۳۸ تا ۴۲ ساله ناراضی‌ترین گروه سنی مراجعان بودند؛ نیز بر اساس یافته‌ها بین میزان درآمد پاسخ‌گویان و میزان رضایت آنان از خدمات رابطه‌ی معناداری وجود دارد؛ به نحوی که کسانی که درآمد بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان دارند بیش از سایر مراجعان و کسانی که درآمد ۵۰۱ تا ۶۰۰ هزار تومان دارند کم‌تر از بقیه اظهار رضایت کرده‌اند. علاوه بر این، بین تحصیلات مراجعان به مراکز خدماتی پلیس و میزان رضایت آنان از خدمات عرضه‌شده رابطه‌ی معناداری وجود دارد؛ به این صورت که مراجعان دارای تحصیلات کارشناسی ارشد بیش از سایرین و مراجعان دارای تحصیلات در سطح دکتری کم‌تر از سایر پاسخ‌گویان از خدمات راضی بوده‌اند. هم‌چنین رابطه‌ی معناداری بین شغل مراجعان و میزان رضایت آنان نیز مشاهده شده است؛ بدین صورت که مراجعان نظامی بیش از سایرین از خدمات اجتماعی - انتظامی پلیس راضی بوده‌اند و زنان خانه‌دار مراجعه‌کننده کم‌تر از سایر مراجعان از خدمات راضی بوده‌اند.

نکته‌ی شایان توجه این‌که مراجعان رضایت خود را در طیفی از هیچ تا خیلی زیاد (۰ تا ۶) اعلام کرده‌اند؛ به طوری که عدد ۰ تا ۲ رضایت پایین، عدد ۳ رضایت در حد متوسط و عدد ۴ تا ۶ رضایت بالای مراجعان از خدمات را نشان می‌دهد.

## رضایت مراجعان از خدمات عرضه‌شده به تفکیک مراکز عرضه‌ی خدمات

جدول شماره‌ی ۲- مقایسه‌ی میانگین رضایت مراجعان از خدمات عرضه‌شده به تفکیک مراکز عرضه‌ی خدمات

نظام کنترل و نظارت	نظام اداری و بخش‌نامه‌ها	ویژگی‌های رفتاری- اخلاقی	ویژگی‌های حرفه‌ای- عملکردی	تجهیزات اداری و امکانات	
۳۸/۲	۵۹/۲	۶۵/۲	۴۸/۲	۲۹/۳	پلیس +۱۰
۷۴/۱	۰۰/۲	۰۹/۲	۷۳/۱	۱۰/۳	اداره اماکن عمومی
۸۴/۱	۱۰/۲	۹۷/۱	۷۸/۱	۱۷/۳	ادارات صدور گواهی‌نامه
۲۵/۲	۷۱/۲	۶۲/۲	۶۳/۲	۴۴/۳	ادارات وظیفه عمومی
۰۰/۲	۳۰/۲	۴۸/۲	۰۳/۲	۱۵/۳	مراکز معاینه فنی
۱۵/۲	۴۲/۲	۳۸/۲	۲۷/۲	۰۳/۳	ادارات گذرنامه
۶۱/۱	۸۲/۱	۹۲/۱	۶۷/۱	۷۹/۲	تشخیص هویت
۳۵/۲	۶۷/۲	۴۹/۲	۴۶/۲	۲۲/۳	اجرائیات و صدور خلافی خودرو

بر اساس مقایسه‌ی میانگین رضایت مراجعان به مراکز خدماتی پلیس در کل کشور، نظام کنترل و نظارت بر مراکز بیش از سایر خدمات نیازمند اصلاح است. در جدول شماره‌ی (۲)، میزان رضایت از خدمات به تفکیک مراکز پُر شدن پرسش‌نامه آمده است؛ بر این اساس، ویژگی‌های حرفه‌ای و عملکردی کارکنان ادارات اماکن و ادارات صدور گواهی‌نامه نیز نیاز به اصلاح و بهبود دارد.

## مقایسه‌ی میزان رضایت مراجعان از خدمات اجتماعی- انتظامی پلیس به تفکیک استان

جدول شماره‌ی ۳- مقایسه‌ی رضایت مراجعان از مجموعه‌ی خدمات به تفکیک استان

مجموع	میزان رضایت از مجموعه خدمات			استان
	زیاد	متوسط	کم	
۰/۱۰۰	۷/۷۹	۹/۱۴	۴/۵	مازندران
۰/۱۰۰	۱/۶۸	۵/۲۱	۵/۱۰	خراسان رضوی
۰/۱۰۰	۲/۶۲	۵/۲۱	۳/۱۶	کرمان
۰/۱۰۰	۲/۶۰	۱/۱۹	۷/۲۰	خوزستان
۰/۱۰۰	۵۷	۳/۲۵	۷/۱۷	آذربایجان شرقی
۰/۱۰۰	۵۴	۱۹	۲۷	تهران
۰/۱۰۰	۹/۳۹	۷/۱۶	۵/۴۳	تهران بزرگ
۰/۱۰۰	۶/۱۹	۷/۲۷	۶/۵۲	اصفهان
۰/۱۰۰	۲/۱۵	۵/۱۸	۳/۶۶	فارس
۰/۱۰۰	۰/۵۰	۶/۲۰	۴/۲۹	مجموع

بر اساس داده‌های جدول شماره‌ی (۳)، مراجعان در استان مازندران بیش از سایر استان‌ها از خدمات اجتماعی انتظامی پلیس راضی‌اند و مراجعان در استان فارس از خدمات بسیار ناراضی‌اند.

### مقایسه‌ی استان‌ها از نظر رضایت مراجعان از مجموعه خدمات اجتماعی - انتظامی پلیس

در جدول شماره‌ی (۴)، به تفکیک استان‌ها، رضایت‌مندی از ابعاد گوناگون خدمات نشان داده شده است.

جدول شماره‌ی ۴- مقایسه‌ی میانگین رضایت مراجعان از خدمات به تفکیک استان

نظام کنترل و نظارت	نظام اداری و بخش‌نامه‌ها	ویژگی‌های رفتاری - اخلاقی کارکنان	ویژگی‌های حرفه‌ای عملکردی کارکنان	تجهیزات اداری و امکانات	
۹۷/۲	۱۹/۳	۳۰/۳	۰۹/۳	۷۵/۳	تهران
۶۴/۲	۶۱/۲	۷۳/۲	۲۸/۲	۳۵/۳	تهران بزرگ
۹۸/۲	۳۵/۳	۲۱/۳	۱۷/۳	۱۶/۴	خراسان رضوی
۵۲/۳	۷۳/۳	۹۴/۳	۶۷/۳	۳۵/۴	مازندران
۲۲/۳	۴۳/۳	۵۶/۳	۲۰/۳	۹۳/۳	کرمان
۶۳/۲	۳۲/۳	۳۷/۳	۱۶/۳	۴۹/۳	آذربایجان شرقی
۲۹/۲	۲۴/۲	۱۹/۲	۱۴/۲	۱۴/۳	فارس
۴۰/۳	۵۷/۳	۶۴/۳	۵۵/۳	۱۱/۴	خوزستان
۳۱/۲	۴۲/۲	۳۶/۲	۲۵/۲	۴۳/۳	اصفهان

بر اساس یافته‌های تحقیق، میزان رضایت مراجعان در استان‌های گوناگون از خدمات اجتماعی انتظامی پلیس متفاوت بوده است. بدین صورت که تجهیزات اداری و امکانات مراکز در همه‌ی استان‌ها رتبه‌ی نخست رضایت را دارد، اما نظام کنترل و نظارت بر مراکز در استان‌های تهران، خراسان رضوی، مازندران، آذربایجان شرقی و خوزستان نیاز به بازبینی و اصلاح امور دارد. مراجعان از ویژگی‌های حرفه‌ای و عملکردی کارکنان مراکز استان تهران بزرگ، کرمان، فارس و اصفهان ناراضی بوده‌اند، که باید در فرایندی اصلاحی تدابیری برای بهبود وضعیت فعلی اندیشید.

### رضایت‌مندی مراجعان به مراکز گوناگون از خدمات اجتماعی - انتظامی پلیس

علاوه بر این، مقایسه‌ای نیز بین رضایت مراجعان به مراکز گوناگون درباره‌ی میزان

رضایت آنان از خدمات اجتماعی - انتظامی پلیس نیز به تفکیک مراکز و استان‌ها صورت گرفته که به شرح جدول شماره‌ی (۵) آورده شده است:

جدول شماره‌ی ۵ - میزان رضایت‌مندی مراجعان به مراکز گوناگون از خدمات اجتماعی - انتظامی پلیس

مجموع	میزان رضایت از مجموعه‌ی خدمات			محل پُر شدن پرسش‌نامه
	زیاد	متوسط	کم	
۰/۱۰۰	۹/۶۱	۲/۱۴	۸/۲۳	ادارات و وظیفه عمومی
۰/۱۰۰	۲/۶۱	۱/۱۷	۷/۲۱	پلیس ۱۰+
۰/۱۰۰	۹/۵۹	۱/۱۶	۲۴	اجرائیات و صدور خلافی خودرو
۰/۱۰۰	۶/۵۵	۱۶	۴/۲۸	ادارات گذرنامه
۰/۱۰۰	۸/۴۵	۳/۳۱	۹/۲۲	مراکز معاینه فنی
۰/۱۰۰	۷/۴۱	۷/۱۸	۶/۳۹	ادارات صدور گواهی‌نامه
۰/۱۰۰	۱/۴۰	۳/۲۳	۶/۳۶	اداره اماکن عمومی
۰/۱۰۰	۲/۲۷	۸/۳۰	۴۲	تشخیص هویت
۰/۱۰۰	۰/۵۰	۶/۲۰	۴/۲۹	مجموع

بر اساس نتایج این جدول، ادارات و وظیفه‌ی عمومی بیش از سایر مراکز خدمات عمومی پلیس توانسته‌اند رضایت مراجعان را در کل کشور جلب کنند و ادارات تشخیص هویت کم‌ترین رضایت را در بین مراجعان ایجاد کرده‌اند.

### بحث و نتیجه‌گیری

عرضه‌ی خدمات با کیفیت مناسب و مطلوب موجب کسب رضایت مشتری و افزایش اعتماد و اعتبار هر چه بیش‌تر مجموعه عرضه‌دهنده خدمات گردیده و این سازمان‌ها را به عرضه‌ی خدمات بهتر تشویق می‌کند.



با توجه به رویکردهای جدید مشتری مداری مطرح شده در عرضه‌ی خدمات عمومی در سازمان‌ها به مردم، روزه‌روز، اهمیت جلب رضایت مردم و تلاش برای بهبود وضعیت موجود و تلاش برای رسیدن به وضع مطلوب بیش‌تر می‌شود. بر مبنای آنچه در الگوی مفهومی تحقیق که با عنوان «ابعاد رضایت مراجعان از خدمات اجتماعی - انتظامی پلیس»، با توجه به اهمیت و جایگاه ویژه‌ی نیروی انتظامی در عرضه‌ی خدمات به مردم، مطرح و در جریان تحقیق بررسی شد، بخشی از ابعاد خدمات نیازمند اصلاح و بهبود شناخته شدند که هر کدام از این ابعاد بسته به مرکز عرضه‌ی خدمات و استان نیز متفاوت بوده است؛ نیز ویژگی‌های گوناگون پاسخ‌گویان در میزان رضایت آنان مؤثر شناخته شد.

بر مبنای مقولات بررسی‌شده در هر کدام از ابعاد می‌توان راه‌کارهایی بر مبنای جزئیات خدمات عرضه‌شده برای اصلاح و بهبود وضعیت فعلی عرضه‌ی خدمات عرضه کرد. برای مثال، تجهیزات اداری و امکانات وضعیت بهتری برای سایر خدمات در کل مراکز داشته‌اند، اما نظام کنترل و نظارت بر مراکز نیازمند بازبینی و عرضه‌ی اطمینان بیش‌تر به مراجعان است. مراجعان به مراکز تشخیص هویت استان‌ها از مجموعه‌ی خدمات عرضه‌شده ناراضی بودند و نیز مراجعان در استان فارس از خدمات ابراز ناراضی‌تایی کرده‌اند که به جزئیات ابعاد ناراضی‌تایی و مراکز ناموفق در جلب رضایت مراجعان، در جداول ۲ تا ۵، اشاره شد.

با توجه به نتایج تحقیق، برای افزایش میزان رضایت مراجعان از مراکز خدمات اجتماعی - انتظامی پلیس باید توجه بیش‌تری به نظام کنترل و نظارت مراکز شود و بررسی و رسیدگی به شکایات در اولویت کاری ناجا قرار گیرد؛ چرا که، در غیر این صورت، تمامی زحمات و برنامه‌ریزی‌های چندساله‌ی اخیر به هدر می‌رود و روز به روز بر مشکلات و ناراضی‌تایی مراجعان افزوده می‌شود.

## منابع

- تنر، آرتور؛ دیتورو، ایرونیک (۱۳۷۶). مدیریت کیفیت فراگیر *TPM* ترجمه‌ی حبیب‌الله شرکت، اصفهان: ارکان.
- دلاور، علی (۱۳۷۴). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران: رشد.
- دیواندری، علی و دلخواه جلیل (۱۳۸۴). تدوین و طراحی الگوی برای سنجش رضایت‌مندی مشتریان در صنعت بانکداری و اندازه‌گیری رضایت‌مندی مشتریان بانک ملت بر اساس آن، پژوهش‌های بازرگانی، ش ۳۷.
- روستا، احمد؛ ونوس داور و عبدالمجید ابراهیمی (۱۳۷۵). مدیریت بازاریابی، تهران: سمت.
- ریاحی، بهروز (۱۳۸۱). مدیریت کیفیت جامع در بخش عمومی، مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران، تهران: مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران.
- فیتزسیمونز، جیمز؛ مونا فیتزسیمونز (۱۳۸۷). مدیریت خدمات: استراتژی، عملیات و فناوری اطلاعات، ترجمه‌ی داود ایزدی و سیدمحمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- *Todorov, Branimiy (1999), Building Customer Focus Organization (with Iso 9000:2000 Family), BTA, Inc.*