

# ابعاد و شاخص‌های کیفیت خدمات انتظامی کلانتری‌ها از دیدگاه مردم

سرپرست دکتر عبدالعزیز مجیدی<sup>۱</sup>  
دکتر قاسم انصاری زرنانی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۸۸/۴/۱۵

تاریخ تأیید مقاله: ۸۸/۶/۲

## چکیده

روش تحقیق: حاضر، از نوع پیمایشی بوده است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه مراجعه‌کنندگان کلانتری‌های تهران بزرگ را تشکیل می‌داد که ۱۴۲ نفر از آنها به روش اتفاقی ساده نمونه‌گیری و مورد سنجش قرار گرفتند.

یافته‌ها: ۲/۶۸ میانگین کیفیت خدمات پلیسی به مراجعه‌کنندگان می‌باشد که ابعاد آن یعنی جنبه ظاهری، قابلیت اعتماد بودن، مسئولیت‌پذیری، اطمینان دادن، همدردی و خط و مشی سازمانی تفاوت برجسته‌ای با هم ندارند.

همچنین بیش از ۵۴ درصد مراجعه‌کنندگان به کلانتری‌ها بیش از دو بار از پلیس خدمت دریافت کرده‌اند.

نتایج: در این تحقیق، ابعاد و شاخص‌های همدردی با مردم حادثه دیده تمایل زیاد برای کمک به مراجعه‌کنندگان، انجام خدمت در مهلت مقرر (سرعت عمل)، انجام خدمت به طور صحیح، احساس امنیت توسط مراجعه‌کنندگان، سهولت دسترسی به واحدهای اجرایی، احساس مسئولیت و پاسخگو بودن بالاترین سطح ارزیابی خدمات انتظامی کلانتری‌ها از دیدگاه مردم بود.

## واژگان کلیدی

پلیس جامعه محور (Community Policing)، کیفیت خدمات (Service quality)، خدمات پلیسی (Services of Police)، کلانتری (Police station).

۱- عضو هیئت علمی دانشگاه علوم انتظامی

۲- دانشیار دانشگاه علامه طباطبائی

## مقدمه

در محیط‌های ثابت، مسائل تکراری و یکنواخت را می‌توان با استفاده از راهکارهای شناخته شده و از پیش تعیین شده، حل کرد. اما در محیط‌های پیچیده و پویا که هر لحظه، مسئله‌ای جدید وجود دارد که برای حل آن راه حل‌های شناخته شده‌ای وجود ندارد، اکتفا کردن به راه حل‌های استاندارد شده معنا ندارد و حتی ممکن است جلوی خلاقیت افراد را بگیرد. رویکرد جامعه محوری پلیس، مناسب چنین محیط پیچیده و پویایی است. میس و اورتمایر<sup>۱</sup> (۱۳۸۵: ۴۲۳) بیان می‌کنند: دو عنصر اصلی و اساسی که موفقیت پلیس جامعه محور را در این محیط تضمین می‌کند، اعتماد مردم به پلیس و مشارکت اجتماعی آنها برای حل مسائل است. رویکرد پلیس جامعه محور یک راهبرد پلیسی است که در آن مأموران پلیس با حفظ اقتدار داخلی به دنبال ایجاد اعتماد و جلب مشارکت مردم برای شناسایی و حل مسائل پیش آمده هستند. بنابراین، ارائه خدمات پلیسی با کیفیت بالا به مردم مانند: خدمات انتظامی در کلانتری‌ها، خدمات الکترونیکی انتظامی، خدمات تعویض پلاک و...، فرصتی است که پلیس می‌تواند برای جلب اعتماد و مشارکت مردم، از آن استفاده کند. بدین جهت سازمان پلیس رضایت مردم را از مهم ترین شاخص‌های ارزیابی عملکرد خود قرار داده است و با رویکرد جامعه محوری به دنبال آن است که از طریق کسب رضایت و اعتماد مردم مشارکت آنها را در شناسایی مشکلات جامعه و اداره امور پلیسی جلب کند. با توجه به مطالب پیش گفته سؤال اصلی این است که مراجعه کنندگان به کلانتری در هنگام دریافت خدمات چه انتظاراتی دارند و بر اساس چه شاخص‌هایی خدمات ارائه شده توسط کلانتری‌ها را ارزیابی می‌کنند. در پاسخ به سؤال فوق اهداف زیر دنبال می‌شوند.

- ۱- مرور ادبیات مرتبط با پلیس جامعه محور و احصاء ابعاد و مؤلفه‌های کیفیت خدمات کلانتری‌ها.
- ۲- تدوین شاخص‌های ارزیابی کیفیت خدمات ارائه شده توسط کلانتری‌ها.

## مبانی نظری

## خدمات انتظامی (کلانتری‌های تهران بزرگ)

کلانتری‌های تهران بزرگ شامل ۸۳ کلانتری هستند که در مناطق مختلف شهرداری تهران و زیرنظر ۹ سر کلانتری انجام وظیفه می‌کنند. هر سر کلانتری وظیفه نظارت و هماهنگی چند کلانتری و ارتباط آنها با فرماندهی تهران بزرگ را به عهده دارد و خدماتی مانند: انجام گواهی امضاء، تنظیم پرسشنامه صغار، تأییدیه مربوط به استخدام در نیروهای مسلح، گواهی عکس،

1. Meese & Ortmeier





حل اختلاف، طرح شکایت منجر به تشکیل پرونده و ارجاع به مقام قضایی و سایر خدمات انتظامی به ارباب رجوع را ارایه می دهند (پور مراد، ۱۳۸۳: ۵۰).

## پلیس جامعه محور

### الف) تعاریف پلیس جامعه محور

- توجه به پلیس جامعه محور رویکرد جدیدی است. چنین رویکردی، مشارکت ضابطان قانون و جامعه را در شناسایی مشکلات و ریشه یابی آنان و پیدا کردن راه حلی که مشکل را به طور دائم از بین برد یا کاهش دهد، برمی انگیزد (ترویانوویچ و باکوروکس، ۱۳۸۳: ۳).
- سیگریو<sup>۱</sup> اداره امور پلیسی جامعه محور را در وسیع ترین مفهوم خود رویکردی که مستلزم تغییر سازمانی قابل ملاحظه و بنیادین است می داند و آن را نوعی شناخت و پذیرفتن جامعه در تأثیرگذاری بر مدیریت و ارائه خدمات پلیسی تعریف می کند.
- ویو دریت<sup>۲</sup> (۱۹۹۷) می گوید: اداره امور پلیس جامعه محور، مربوط به تغییر طرز فکر اداره امور پلیس برای تأکید بر مفاهیم خدمت، انعطاف پذیری، پاسخگویی به مراجعه کنندگان، دلسوزی، مشاهده و مذاکره است.
- تروجانو و پکزوبوکر<sup>۳</sup> می گویند: ادارات پلیس جامعه محور، روابط جدیدی با افراد مطیع قانون در جامعه برقرار می کنند و به آنها اجازه اظهارنظر بیشتر در تدوین اولویت های پلیس محلی را می دهند. این ادارات با درگیر کردن مردم در امور محلی، توجه پلیس را به حل کردن مسائل و مشکلات جامعه متمرکز می کند (کارن و میلر، ۱۳۸۲: ۴۲-۳۲).

### ب) ویژگی های سازمان پلیس جامعه محور

- میس و بی جی در بررسی خود تعاریف و ویژگی های زیر را برای پلیس جامعه محور مطرح می کنند:
- ۱- پلیس جامعه محور، نوعی ارتباط بین عموم مردم و سازمان پلیس است که موجب ارتقای رفاه جامعه می شود.
  - ۲- پلیس جامعه محور، بازتاب دیدگاه کلی و جامع مشارکت دولت و جامعه است.
  - ۳- در پلیس جامعه محور، مأموران با کمک جامعه کار می کنند و به صورت فعال، هدفمند و مؤثر، یافتن پاسخ برای حل مشکلات اجتماعی را مدنظر دارند.



1. Seogrove  
2. Weatheritt  
3. Trojanowicz and Bucqueroux



- ۴- پلیس جامعه محور تلاش‌های مبتنی بر جامعه را تقویت و تحکیم می‌کند.
- ۵- پلیس جامعه محور، توجه پلیس را از رسیدگی به یک رویداد (معلول) به سمت حل مشکلات شناسایی شده توسط جامعه با پلیس معطوف می‌دارد.
- ۶- شیوه پلیس جامعه محور ایجاب می‌کند که تعهد و رابطه مداوم بین پلیس و جامعه برقرار باشد.
- ۷- شیوه پلیس جامعه محور الگوهای جدیدی را برای انتظارات مردم از پلیس تعریف می‌کند و شاخص‌های نوینی را برای موفقیت پلیس ارائه می‌دهد.
- ۸- دو عنصر اصلی و اساسی پلیس جامعه محور، مشارکت اجتماعی و حل مشکل است که این دو مؤلفه باید به یک اندازه مورد توجه قرار گیرند.
- ۹- در یک دیدگاه، پلیس جامعه محور تعارض کلی با پلیس سنتی ندارد، زیرا مهارت‌های پلیس سنتی در پلیس جامعه محور کاربرد دارد. به عبارتی سازماندهی مجدد همه واحدهای پلیس موجود ضرورت ندارد، و به اصلاحات جزئی نیاز است. در دیدگاهی دیگر عنوان می‌شود که برای دستیابی به پلیس جامعه محور نه تنها یک بازسازی سازمانی، بلکه تحول و دگرگونی همه جانبه‌ای در شیوه تفکر و عمل پلیس مورد نیاز است.
- ۱۰- پلیس جامعه محور انعطاف پذیری مداوم می‌طلبد تا بتواند پاسخگوی همه موضوعات نوظهور باشد.
- ۱۱- پلیس جامعه محور به سیاست‌ها و روش‌های جدید استخدام، جلب نیروی انسانی و شیوه ارتقا نیاز دارد.
- ۱۲- پلیس جامعه محور مأموران را متعهد می‌کند که از طریق تحصیل علم و گذراندن دوره‌های آموزشی نسبت به پرورش مهارت خود اقدام کنند.
- ۱۳- در پلیس جامعه محور، شهروندان دو نقش را ایفا می‌کنند، از یک طرف مشتری و خریدار خدمات پلیسی هستند و در مواردی هم خودشان همکار پلیس محسوب می‌شوند.
- ۱۴- در محیط پلیس جامعه محور، انواع گروه‌های سازمان یافته، اراذل و اوباش و محل‌های خرید و فروش مواد مخدر، جامعه به حساب می‌آیند. باید توجه داشت که جوامع همیشه مطیع قانون نیستند و سلوک پلیس با هر جامعه‌ای کاملاً متفاوت است. برای مثال؛ پلیس می‌تواند از شهروندان مطیع قانون انتظار داشته باشد که از جمع آوری شیره‌کش خانه‌ها حمایت کنند، درحالی که جامعه مصرف کنندگان مواد مخدر در مقابل این اقدام مقاومت می‌کنند (میس و اورتمایر، ۱۳۸۵: ۴۳۶ - ۳۹۱).
- تروجانو و پکزوبوکر<sup>۱</sup> نیز چند ویژگی عمده برای پلیس جامعه محور بیان

1. Trojanowicz and Bucqueroux



می‌کنند که به برخی از آنها اشاره می‌شود:

- ۱- نفوذ و احترام برای مأموران پلیس در داخل و خارج اداره وجود دارد.
- ۲- شهروندان، مشکلات را شناسایی و در تعیین دستور کار، با پلیس همکاری می‌کنند.
- ۳- مسئولیت پذیری پلیس، علاوه بر روش‌های اداری، به وسیله شهروندان نیز تضمین می‌شود.
- ۴- افزایش اعتماد میان مأمور پلیس و شهروندان به دلیل نتایج ارتباط منظم و درازمدت باعث افزایش جریان اطلاعات به سوی پلیس می‌شود.
- ۵- مأمور پلیس همواره شخصاً یا از طریق تلفن یا یک دفتر کار غیرمتمرکز در دسترس است.
- ۶- پلیس، الگو و نمونه است (کارن و میلر، ۱۳۸۲: ۵۳-۵۲).

### ج) ویژگی‌های مأموران پلیس جامعه محور

- اتحادیه بین المللی رؤسای پلیس، برای معیارها و رهنمودهای عملی به پلیس، خط مشی و دستورالعملی را تدوین کرده است، که به طور خلاصه و به عنوان ویژگی‌های مأموران پلیس جامعه محور به بعضی از آنها به شرح زیر اشاره می‌شود:
- ۱- وظایف اصلی پلیس، خدمت به جامعه، حفاظت از جان و مال مردم، دفاع از بی گناه، محترم شمردن حقوق اساسی مردم یعنی آزادی، مساوات و عدالت است.
  - ۲- مأمور پلیس وظایف خود را بی طرفانه و بدون چشم‌داشت انجام می‌دهد.
  - ۳- مأمور پلیس اختیارات را مسئولانه و در چارچوب قانون به کار می‌برد.
  - ۴- یک مأمور پلیس، هرگز قدرت غیر زور و خشونت را به کار نخواهد گرفت و در تمام شرایط به صورت منطقی و صرفاً برای انجام وظیفه از قدرت استفاده می‌کند.
  - ۵- هرگاه پلیس موضوع محرمانه‌ای را بشنود یا ببیند، آن مطلب را به عنوان راز، نزد خود نگه خواهد داشت، مگر آنکه انجام وظیفه یا شرایط قانونی وضع دیگری را اقتضا کند.
  - ۶- مأمور پلیس نه تنها خود وارد فعالیت‌های مربوط به فساد و رشوه نمی‌شود، بلکه ارتکاب چنین مواردی از طرف همکاران خود را هم تحمل نمی‌کند.
  - ۷- افراد پلیس برای دستیابی به عدالت با تمام دستگاه‌های مجاز و قانونی و نمایندگان آنها همکاری خواهند کرد.
  - ۸- مأموران پلیس در همه حال و با رعایت احترام و دلسوزی با همکاران خود نهایت همکاری و هماهنگی را دارند.
  - ۹- مأموران پلیس از هر فرصتی برای ارتقا و بهبود سطح دانش و توانمندی خود بهره





می‌جویند.

۱۰- مأموران پلیس به گونه‌ای رفتار می‌کنند که اعتبار شخصی و سازمانی آنها خدشه‌دار نشود. در این رابطه، شخصیت و رفتار پلیس حتی در خارج از ساعات خدمت مقرر باید سرمشق و نمونه باشد.

همچنین برای این که پلیس موفق باشد، لازم است که مهارت‌های لازم را برای رهبری اخلاقی داشته باشد. در محیط پلیسی مأمورانی دارای مهارت‌های رهبری اخلاقی هستند که: از تحول استقبال می‌کنند، فکر خلاق دارند، قاطع و مصمم هستند، اعتمادسازی می‌کنند و به تصمیم‌گیری غیرمتمرکز باور دارند، اهل عمل هستند، با دیگران به خوبی ارتباط برقرار می‌کنند، انحصار طلب نیستند، دیدگاه خود را به روشنی بیان می‌کنند، درستکار و صادق هستند و تعهد و مسئولیت پذیرند. (میس و اورتمایر، ۱۳۸۵: ۱۴۹-۱۴۵).

### کیفیت خدمات<sup>۱</sup>

ارزیابی کیفیت خدمات، قضاوت در مورد جنبه‌های کمی و کیفی یک خدمت، بر مبنای ویژگی‌های خاص و نیازمندی‌ها و نحوه تعامل کارکنان ارائه دهنده خدمت، با مراجعه کنندگان است که از طریق مقایسه کیفیت ادراک شده با کیفیت مورد انتظار، توسط مراجعه کنندگان انجام می‌شود.

#### الف) ابعاد کیفیت خدمات

با توجه به تحقیقات انجام شده و ابعاد کیفیت خدمات ارائه شده توسط آنها، ابعادی که در انواع واحدهای خدماتی استفاده شده بود، برای اندازه‌گیری کیفیت خدمات در این تحقیق انتخاب شدند. ابعاد کیفیت خدمات به طور کلی عبارت‌اند از: قابلیت اعتماد، مسئولیت‌پذیری، اطمینان دادن، همدردی و جنبه ظاهری که از شاخص سرو کوئال انتخاب شدند. ولی مؤلفه‌های مربوط به این ابعاد علاوه بر شاخص سرو کوئال از شاخص‌های سایر تحقیقات نیز انتخاب شدند. تحقیقات انجام شده و ابعاد مختلف کیفیت خدمات مربوط به آنها در جدول شماره ۱ به طور خلاصه نشان داده شده‌اند.





جدول شماره ۱: ابعاد کیفیت خدمات در تحقیق‌های مختلف

پاراشرامن و...: ۱۹۸۵: ۴۱	پاراشرامن ... و ۱۹۹۱ الف: ۳۳۵	پراتیبا و همکاران: ۱۹۹۶: ۳	زیتمال و... ۲۰۰۲: ۳۶۲	کانگ و جفری، : ۲۰۰۴ ۲۶۶-۲۷۷	مدل اتمن و اون، ۲۰۰۲ : ۱-۱۲	پورمراد، ۱۳۸۳: ۵۶-۵۳
* اعتماد * مسئولیت پذیری * شایستگی * ادب * ارتباطات * اعتبار * امنیت * شناخت مشتری * در دسترس بودن * ظاهر	* اعتماد * مسئولیت * پذیري * اطمینان دادن * همدردی * ظاهر	* قابلیت اعتماد (تهد کاری و انجام صحیح کارها) * روابط شخصی (اعتماد و ادب) * جنبه‌های فیزیکی (ظاهر و راحت بودن) * حل مسئله * خط مشی	* قابلیت اعتماد * آسانی در استفاده * امنیت * روابط * اطلاعات در دسترس * شکل گرافیکی * آرایه اطلاعات * سابقه کار * منابع سایت	* اعتماد * مسئولیت * پذیري * اطمینان دادن * همدردی * ظاهر * پذیرش	* اعتماد * مسئولیت * پذیري * اطمینان دادن * همدردی * ظاهر * پذیرش	* مهارت‌های انسانی * فرایند آرایه خدمات * کیفیت خدمات * ظاهر خدمات

ابعاد کیفیت خدمات با توجه به مطالب فوق در تحقیق حاضر و مؤلفه‌های مربوط به آنها به شرح زیر هستند:

- **جنبه‌های ظاهری:** این بُعد شامل مؤلفه‌هایی مانند: مدرن بودن لوازم و تجهیزات، زیبا و جذاب بودن تسهیلات، چیدمان مناسب وسایل و آراستگی ظاهری کارکنان است.

- **قابلیت اعتماد:** این بُعد شامل مؤلفه‌هایی مانند: عمل به وعده، علاقه صادقانه به حل مشکل مشتری، انجام خدمت در اول وقت، انجام خدمت در وقت تعیین شده و حفظ دقیق سوابق مشتری است.

- **مسئولیت پذیری:** این بُعد شامل مؤلفه‌هایی مانند: آمادگی و تمایل به آرایه فوری خدمت، آرایه خدمات پیشرفته به مشتری، تمایل کمک به مشتری در استفاده از خدمات و عدم اشتغال به کار دیگر در هنگام آرایه خدمت است.

- **اطمینان دادن:** این بُعد شامل مؤلفه‌هایی مانند: اطلاع رسانی با زبانی که برای مشتریان قابل فهم باشد، توضیح درباره خدمت و هزینه‌های مربوطه، احساس امنیت فیزیکی مشتری در هنگام استفاده از خدمت، مؤدب بودن کارکنان، داشتن دانش و مهارت لازم توسط کارکنان برای پاسخگویی به مشتریان و آرایه خدمت در ساعات مناسب است.

- **همدردی:** این بُعد شامل مؤلفه‌هایی مانند: خصوصی کردن خدمات، دسترسی راحت و ساده مشتریان به استفاده از انواع خدمات، مطلوب بودن مکان استفاده از خدمات، مطلوب بودن زمان انتظار برای دریافت خدمات، مطلوب بودن ساعات استفاده از خدمات است.

۱. خصوصی کردن خدمات به این معنا است که به سلیقه و نیاز مشتریان توجه می‌شود.



پیشینه تحقیق

فاسمی و رشیدی (۱۳۸۶)، تحقیقی با عنوان رضایت مردم از رفتار کارکنان کلاتری‌های تهران بزرگ از دیدگاه مردم و کارکنان انجام داده‌اند. آنها تعداد ۱۵۰۰ نفر از ساکنان شهر تهران که سن آنها بالای ۱۵ سال بوده است، را به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای و تعداد ۶۲۲ نفر از کارکنان کلاتری‌های تهران بزرگ را به روش نمونه‌گیری چند مرحله‌ای انتخاب و در این تحقیق شرکت دادند. نوع تحقیق کاربردی و روش جمع‌آوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی بوده است که از طریق دو پرسشنامه محقق ساخته، یکی برای مردم و دیگری برای کارکنان و با ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۹ و ۰/۹۰، نظر مردم و نظر کارکنان کلاتری‌ها جمع‌آوری شده است. نتیجه نشان داده است: میانگین رضایت مردم از رفتار کلاتری‌ها از نظر مردم و میانگین رضایت مردم از رفتار کلاتری‌ها از نظر کارکنان کلاتری تفاوت دارد، ساکنان نواحی شمال شرقی، جنوب غربی و شمال غربی تهران به ترتیب، بیشترین میزان رضایت و ساکنان نواحی شمال، شرق و جنوب شرقی به ترتیب، کمترین میزان رضایت را از رفتار کارکنان کلاتری‌ها دارند. بین میزان رضایت مردان و زنان تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. بین سن افراد و میزان رضایت آن‌ها از رفتار کارکنان کلاتری‌ها رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. میزان رضایت افراد متأهل از رفتار کارکنان کلاتری‌ها، نسبت به افراد مجرد بیشتر است. هر چه تحصیلات افراد بالاتر بوده، میزان رضایت آن‌ها کمتر بوده است. بین میانگین رضایت مراجعه‌کنندگان به کلاتری‌ها و افرادی که به کلاتری‌ها مراجعه نکرده‌اند، تفاوت معناداری وجود ندارد. نوزده شاخص رفتاری که برای اندازه‌گیری رضایت مردم از نحوه رفتار کارکنان کلاتری‌ها استفاده شده شامل: صداقت، امانت‌داری، رازداری، عفت کلام، قاطعیت در برخورد با مجرمان و متخلفان، ترک منت (منت نگذاشتن و عدم بزرگ‌نمایی کار انجام شده)، گشاده‌رویی، حفظ حرمت و آبروی مردم، خویشتن‌داری، آراستگی وضعیت ظاهری، دقت عمل، صحت عمل، سرعت عمل، پرهیز از تندخویی، رعایت انصاف و عدم تبعیض، پرهیز از رفتارهای مغایر با شئون پلیس، دلسوزی، پرهیز از خشونت، وقت‌شناسی و حضور به موقع در محل خدمت است.







## مواد و روش‌ها

مطالعه حاضر، به لحاظ اجرا از نوع پیمایشی است. ضمن آنکه برای تدوین چارچوب نظری تحقیق و مروری بر تحقیقات پیشین از روش مطالعه اسنادی نیز بهره گرفته شده است.

## جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق، مراجعه کنندگان کلانتری‌های تهران بزرگ هستند که بر اساس آخرین آمار روزانه به طور متوسط ۱۳۳۳ نفر برای دریافت خدماتی مانند: انجام گواهی امضا، تنظیم پرسشنامه صغار، تأییدیه مربوط به استخدام در نیروهای مسلح، گواهی عکس، حل اختلاف، طرح شکایت منجر به تشکیل پرونده و ارجاع به مقام قضایی به کلانتری‌های تهران بزرگ مراجعه می‌کنند. تعداد مراجعه کنندگان به تفکیک سرکلانتری‌ها در جدول شماره ۲ ارائه شده است

جدول شماره ۲: فهرست سرکلانتری‌ها، شماره کلانتری‌ها و آمار مراجعه کنندگان کلانتری‌های تهران بزرگ

شماره کلانتری	شماره کلانتری‌ها	میانگین مراجعات روزانه به کلانتری
یکم	۱۰۱-۱۲۲-۱۲۳-۱۶۲-۱۶۳-۱۶۴-۱۶۵-۱۶۶	۶۸
دوم	۱۱۸-۱۳۳-۱۳۴-۱۳۷-۱۳۸-۱۳۹-۱۴۰-۱۴۱-۱۴۲-۱۴۳	۲۰۵
سوم	۱۰۳-۱۰۴-۱۰۵-۱۰۶-۱۰۷-۱۲۴-۱۲۵-۱۴۵-۱۴۸	۱۴۰
چهارم	۱۰۲-۱۲۶-۱۲۷-۱۳۶-۱۴۴-۱۴۷-۱۹۰-۲۰۶-۲۰۷	۱۶۸
پنجم	۱۱۹-۱۳۵-۱۵۱-۱۵۲-۱۵۳-۱۵۴-۲۰۹	۱۷۷
ششم	۱۱۰-۱۱۴-۱۲۱-۱۲۸-۱۳۲-۱۵۶-۱۵۷-۱۵۸-۱۵۹-۱۶۹-۲۱۰	۱۳۴
هفتم	۱۰۹-۱۱۳-۱۱۶-۱۱۷-۱۳۰-۱۶۰-۲۰۸	۱۳۵
هشتم	۱۰۸-۱۱۱-۱۱۲-۱۱۵-۱۲۹-۱۶۱	۱۸۶
نهم	۱۳۱-۱۶۷-۱۶۸-۱۷۰-۱۷۱-۱۷۲-۱۷۳-۱۷۴-۱۷۵-۱۷۶-۱۷۷-۲۰۵	۱۲۰
جمع	۸۱	۱۳۳۳

اعاد شخص نامی کیفیت خدمات نظامی کلانتری‌ها از دیدگاه مردم

## حجم نمونه و روش نمونه گیری

### مرحله اول: انتخاب کلانتری‌ها

در این مرحله از هر سرکلانتری<sup>۱</sup>، یک کلانتری با استفاده از روش تصادفی ساده انتخاب



۱. بعد از تغییرات در ساختار پلیس تهران بزرگ، ستادهای تهران بزرگ حذف و هر چند کلانتر زیر نظر یک سر کلانتری قرار گرفتند.

گردید. بدین ترتیب که کدهای کلانتری‌های هر سرکلانتری به صورت مجزا روی کاغذ نوشته شد و از هر سرکلانتری به طور تصادفی یک برگ که کد کلانتری انتخابی بر روی آن نوشته شده بود، برداشته شد.

### مرحله دوم: حجم نمونه و روش نمونه گیری

با نگرش به آمار متوسط روزانه مراجعه کنندگان به کلانتری‌ها یعنی ۱۳۳۳ مراجعه کننده، با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه به تعداد ۱۴۶ نفر محاسبه، و سپس سهم هر سرکلانتری به نسبت مشخص و در طول هفته و ساعات مختلف روز با استفاده از روش نمونه گیری اتفاقی، نمونه گیری انجام شد.

فهرست کلانتری‌ها، انتخابی و حجم نمونه مراجعه کنندگان آنها با توجه به سرکلانتری‌ها مربوطه به شرح جدول شماره ۳ است.

جدول شماره ۳: کلانتری‌های انتخاب شده در هر سر کلانتری

سر کلانتری	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
شماره کلانتری انتخابی	۱۶۲	۱۳۷	۱۴۸	۱۴۴	۱۳۵	۱۲۸	۱۱۷	۱۰۸	۱۷۶	۹
نمونه مراجعه کنندگان	۸	۲۲	۱۵	۱۸	۱۹	۱۵	۱۵	۲۰	۱۴	۱۴۶

### ابزار جمع‌آوری و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای ارزیابی کیفیت خدمات از ابعاد شاخص اصلاح شده سروکونال مربوط به پاراشرامن و همکاران (۱۹۹۱ الف و ۱۹۸۶)، استفاده و بُعد خط مشی سازمانی به این شاخص‌ها اضافه شد. شاخص‌های شمارش شده با استفاده از نظر تعدادی از خبرگان انتظامی اصلاح و بومی سازی شد. ۱۲۱ پرسشنامه تکمیل شده جمع‌آوری و با استفاده از نرم افزار SPSS و نرم افزار لیزرل<sup>۱</sup> تحلیل عاملی انجام گردید. ابعاد و شاخص‌های مربوط به پرسشنامه به شرح جدول شماره ۴ هستند: همان‌طور که مشاهده می‌شود این پرسشنامه دارای ۳۲ سؤال به شرح جدول شماره ۴ است:

1. LISREL



جدول شماره ۴: ابعاد و مؤلفه‌های کیفیت خدمات انتظامی کلانتری ها



اعاد و شاخص های کیفیت خدمات انتظامی کلانتری ها از دیدگاه مردم



ابعاد	مؤلفه ها	مآخذ
جنبه ظاهری	۱- آراستگی ظاهری کارکنان	پاراشرمن و...، ۱۹۸۶:۴۱
	۲- سالن انتظار مناسب برای مراجعه کنندگان	پور مراد، ۱۳۸۳:۵۶
	۳- مدرن بودن تجهیزات و خود روهای پلیس	پاراشرمن و...، ۱۹۸۶:۴۱
	۴- تمیز بودن نمای بیرونی و محوطه کلانتری	پاراشرمن و...، ۱۹۸۶:۴۱
قابلیت اعتماد	۵- علاقه صادقانه برای حل مشکل ارباب رجوع	پاراشرمن و...، ۱۹۸۶:۴۱
	۶- انجام خدمت در مهلت مقرر (سرعت عمل)	پاراشرمن و...، ۱۹۸۶:۴۱
	۷- حضور به موقع پلیس در محل وقوع حادثه	پور مراد، ۱۳۸۳:۵۶
	۸- انجام خدمت به طور صحیح	پراتیبا و...، ۱۹۹۶:۳
	۹- سهولت در دسترسی به واحدهای اجرایی	پراتیبا و...، ۱۹۹۶:۳
	۱۰- انجام خدمت بدون چشم داشت	میس و اورتمایر، ۱۳۸۵:۳۹۱
مسئولیت پذیری	۱۱- تمایل زیاد برای کمک به ارباب رجوع	پاراشرمن و...، ۱۹۸۶:۴۱
	۱۲- اشتغال به کار دیگر در هنگام ارایه خدمت	پاراشرمن و...، ۱۹۸۶:۴۱
	۱۳- احساس مسئولیت و پاسخگو بودن	پاراشرمن و...، ۱۹۸۶:۴۱
	۱۴- ارایه مشاوره به ارباب رجوع	اتمن و اون، ۲۰۰۲:۱۲-۱
اطمینان دادن	۱۵- داشتن دانش و اطلاعات کافی	پاراشرمن و...، ۱۹۸۶:۴۱
	۱۶- صحبت نکردن با لهجه و زبان غیر رسمی	پور مراد، ۱۳۸۳:۵۶
	۱۷- برخورد قاطع با مجرمان و تبهکاران، اراذل و...	پور مراد، ۱۳۸۳:۵۶
	۱۸- انجام و پیگیری کارها مطابق با قانون	پور مراد، ۱۳۸۳:۵۶
	۱۹- پرهیز از پرونده سازی بی مورد و عدم ارجاع غیر ضروری به دادگاه	پور مراد، ۱۳۸۳:۵۶
	۲۰- برخورد مؤدبانه و راهنمایی مناسب مراجعه کنندگان	پاراشرمن و...، ۱۹۸۶:۴۱
	۲۱- احساس امنیت توسط مراجعه کنندگان	پاراشرمن و...، ۱۹۸۶:۴۱
	۲۲- استفاده از قدرت به صورت منطقی و برای انجام وظایف	میس و اورتمایر، ۱۳۸۵:۳۹۱
همدردی	۲۳- توجه به تک تک مراجعه کنندگان	پاراشرمن و...، ۱۹۸۶:۴۱
	۲۴- تلاش کم برای درک نیاز مراجعه کنندگان	پاراشرمن و...، ۱۹۸۶:۴۱
	۲۵- هم دردی با مردم حادثه دیده	کارشناس انتظامی، ۱۳۸۸
	۲۶- رعایت عدالت در رسیدگی به امور و مشکلات مراجعه کنندگان	میس و اورتمایر، ۱۳۸۵:۳۹۱
خطمی سازمان	۲۷- پارکینگ کافی برای مراجعه کنندگان	نورخالیده و...، ۲۰۰۴:۳۲۷
	۲۸- شرکت پلیس در اجتماعات مردمی	پور مراد، ۱۳۸۳:۵۶
	۲۹- برگزاری مسابقات علمی، ورزشی و فرهنگی توسط کلانتری	پور مراد، ۱۳۸۳:۵۶



ابعاد	مؤلفه ها	مآخذ
	۳۰-برگزاری کلاس و دوره‌های آموزشی پیشگیری از وقوع جرم برای مدارس	پور مراد، ۱۳۸۳:۵۶
	۳۱-گشت زنی در طول شبانه روز در محل‌های مورد نیاز	پور مراد، ۱۳۸۳:۵۶
	۳۲-مناسب بودن محل استقرارکلانتری	نورخالیده و...، ۲۰۰۴:۳۲۷
	۳۳-نظر خواهی مستمر از مردم در باره عملکرد کلانتری	نورخالیده و...، ۲۰۰۴:۳۲۷

### روایی و پایایی پرسشنامه

برای بررسی اعتبار محتوایی پرسشنامه‌ها، مؤلفه‌های استخراج شده از ادبیات، دسته بندی و ویرایش گردید. سپس در قالب پرسشنامه در اختیار کارشناسان انتظامی قرار گرفت. پس از بررسی نظرات و پیشنهادهای صاحب نظران، تغییرات لازم در فرم اولیه ایجاد و پرسشنامه نهایی تهیه شد. پس از تحلیل عاملی آزمون آلفای کرونباخ برای بررسی پایایی شاخص‌های باقی مانده به تفکیک ابعاد استفاده شد که همگی از نظر آماری قابل قبول بودند. ابعاد سؤال‌ها و ضرایب آلفای کرونباخ مربوط به آنها در جدول شماره ۵ ارایه شده اند.

جدول شماره ۵: ابعاد، شاخص‌ها و ضریب کرونباخ آنها

ابعاد	سؤال‌های نهایی	ضریب آلفا
قابلیت اعتماد	۵، ۶، ۷، ۸، ۹	٪۸۹
مسئولیت پذیری	۱۱، ۱۳، ۱۴	٪۸۱
اطمینان دادن	۱۵، ۲۰، ۲۱	٪۸۳
همدردی	۲۲، ۲۵، ۲۶	٪۷۷
خط مشی سازمانی	۲۸، ۲۹، ۳۰	٪۷۶

### یافته‌ها

جدول فراوانی تحصیلات مراجعه کنندگان شرکت کننده در تحقیق در جدول شماره ۶ نشان داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود افرادی که مورد پرسش قرار گرفته اند، از کلیه گروه‌های مختلف تحصیلی بوده و بیشتر آنها دارای مدرک تحصیلی دیپلم به بالا هستند.

فصلنامه علمی - پژوهشی انتظام اجتماعی / سال اول / شماره اول / بهار ۱۳۸۸





جدول شماره ۶: جدول فراوانی مربوط به تحصیلات مراجعہ کنندگان به تفکیک انواع خدمات

مقطع تحصیلی	ارشد و بالا	کارشناسی	کاردانی	دیپلم	زیر دیپلم	نامشخص	جمع
فراوانی	۴	۲۱	۱۲	۴۸	۲۴	۱۲	۱۲۱
درصد	۳	۱۷	۱۰	۴۰	۲۰	۱۰	۱۰۰

تعداد مراجعہ افراد شرکت کننده به کلانتری برای دریافت خدمات در جدول شماره ۷ ارایه شده است، همان طور که مشاهده می شود اکثر شرکت کنندگان بیش از دو بار برای دریافت خدمت مراجعہ کرده اند.

جدول شماره ۷: جدول فراوانی تعداد مراجعات مراجعہ کنندگان به تفکیک انواع خدمات

تعداد دفعات مراجعہ	بیشتر از سه بار	دو تا سه بار	یک بار	کمتر از یک بار	جمع
فراوانی	۳۶	۲۹	۴۶	۱۰	۱۲۱
درصد	۳۰	۲۴	۳۸	۸	۱۰۰

میانگین و انحراف معیار ابعاد کیفیت خدمات کلانتری قبل از تحلیل عاملی در جدول شماره ۸ ارایه شده است. همان طور که مشاهده می شود، میانگین آنها تفاوت برجسته ای با هم ندارند.

جدول شماره ۸: میانگین کیفیت خدمات کلانتری و ابعاد آن

کیفیت خدمات	ابعاد کیفیت خدمات کلانتری					
	جنبه ظاهری	قابلیت اعتماد	مسئولیت پذیری	اطمینان دادن	همدردی	خط مشی سازمانی
میانگین	۲/۷۲	۲/۶۱	۲/۶۲	۲/۵۸	۲/۶۲	۲/۶۸
انحراف معیار	۰/۸۶	۰/۹۲	۰/۹۶	۰/۷۷	۰/۹۰	۰/۷۲

### تحلیل عاملی برای تعیین ابعاد و شاخص ها

به منظور تعیین ابعاد و شاخص های کیفیت خدمات کلانتری ها، تحلیل عاملی به عمل آمد.

اعاد و شاخص های کیفیت خدمات کلانتری با آزمون کلامی



بنابراین، با استفاده از شاخص کی سر- مایر- الکین<sup>۱</sup> و آزمون بارتلت<sup>۲</sup>، کفایت نمونه برای تحلیل عاملی بررسی شد، که مقدار آن بیشتر از ۷۰ درصد بود. این نتیجه بیانگر آن است که نمونه برای آزمون تحلیل عاملی کفایت می‌کند. سپس، مؤلفه‌ها مرحله به مرحله حذف شدند تا این که ضرایب اولیه مؤلفه‌ها، مساوی و بالاتر از ۵۰ درصد گردیدند. سپس ابعاد و شاخص‌های هر بعد بررسی شدند این نتایج در جدول شماره ۹ نشان داده شده اند.

جدول شماره ۹: ابعاد و شاخص‌های کیفیت خدمات انتظامی کلانتری‌ها

ابعاد	شاخص‌ها	مقدار t	بار عاملی
قابلیت اعتماد	علاقه صادقانه برای حل مشکل ارباب رجوع	۱۰/۵	۰/۶۶۵
	انجام خدمت در مهلت مقرر (سرعت عمل)	۱۱/۰۷	۰/۷۱۵
	حضور به موقع پلیس در محل وقوع حادثه	۸/۴۲	۰/۵۳۲
	انجام خدمت به طور صحیح	۱۰/۹۹	۰/۷۰۲
	سهولت در دسترسی به واحدهای اجرایی	۱۰/۷۱	۰/۶۶۲
مسئولیت پذیری	تمایل زیاد برای کمک به مراجعه کنندگان	۱۱/۳۰	۰/۷۳۵
	احساس مسئولیت و پاسخگو بودن	۱۰/۱۹	۰/۶۷۲
	ارایه مشاوره به مراجعه کنندگان	۸/۳۰	۰/۵۳۹
اطمینان دادن	داشتن دانش و اطلاعات کافی	۸/۱۲	۰/۵۰۳
	برخورد مؤدبانه و راهنمایی مناسب مراجعه کنندگان	۹/۷۸	۰/۶۰۳
	احساس امنیت توسط مراجعه کنندگان	۱۰/۴۸	۰/۵۷۶
همدردی	استفاده از قدرت به صورت منطقی و برای انجام وظایف	۶/۹۵	۰/۵۱۲
	هم دردی با مردم حادثه دیده	۱۱/۳۷	۰/۶۴۷
	رعایت عدالت در رسیدگی به امور و مشکلات مراجعه کنندگان	۱۰/۱۲	۰/۵۷۹
خط مشی سازمانی	شرکت پلیس در اجتماعات مردمی	۸/۳۸	۰/۶۲۰
	برگزاری مسابقات علمی، ورزشی و فرهنگی توسط کلانتری	۸/۹۵	۰/۶۶۳
	گشت زنی در طول شبانه روز در محل‌های مورد نیاز	۸/۲۶	۰/۵۵۱

1. Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)

2. Bartlett





## نتیجه گیری و پیشنهادها

با توجه به یافته‌های تحقیق می‌توان نتایج زیر را به دست آورد:

- ۱- جنبه ظاهری کیفیت خدمات مانند: سالن انتظار مناسب، مدرن بودن تجهیزات و نما و محوطه کلانتری از معیارهای مهم مراجعه کنندگان در ارزیابی کیفیت خدمات محسوب نمی‌شود.
- ۲- از لحاظ قابلیت اعتماد، شاخص‌های: علاقه صادقانه کارکنان برای حل مشکلات مراجعه کنندگان، سرعت عمل در انجام خدمات، حضور به موقع پلیس در محل وقوع حادثه، انجام صحیح خدمات و سهولت در دسترسی به واحدهای مختلف اجرایی از معیارهای مهم مراجعه کنندگان در ارزیابی خدمات می‌باشند. بنابراین، انجام خدمات بدون چشمداشت از معیارهای مورد توجه مراجعه کنندگان نیست.
- ۳- از لحاظ مسئولیت پذیری، شاخص‌های: کمک به مراجعه کنندگان، احساس مسئولیت و ارایه مشاوره به مراجعه کنندگان از معیارهای مهم مراجعه کنندگان در ارزیابی خدمات می‌باشند. اشتغال به کار دیگر به عنوان یک شاخص برای ارزیابی کیفیت خدمات تأیید نشد.
- ۴- از لحاظ اطمینان دادن، شاخص‌های: دانش و اطلاعات کارکنان کلانتری، انجام کارها مطابق قانون، برخورد مؤدبانه، راهنمایی مناسب و احساس امنیت در قبال خدمات دریافتی از شاخص‌هایی است که مراجعه کنندگان در ارزیابی کیفیت خدمات کلانتری‌ها به آن توجه می‌کنند. شاخص‌هایی مانند: با لهجه صحبت نکردن، برخورد قاطع با مجرمان و عدم ارجاع بی‌مورد به دستگاه‌های قضایی مورد توجه مراجعه کنندگان نمی‌باشد. دلیل تأیید نشدن این شاخص‌ها به نظر می‌رسد این باشد که افراد شرکت کننده در این تحقیق از بین مراجعه کنندگان برای دریافت خدمات بوده اند و چنانچه نظر مردم غیر مراجعه کننده برای دریافت خدمت در این خصوص بررسی شود احتمال آن می‌رود که این شاخص‌ها نیز تأیید شوند.
- ۵- از لحاظ همدردی، شاخص‌های: همدردی با مردم حادثه دیده و رعایت عدالت در رسیدگی به امور مراجعه کنندگان، از شاخص‌هایی است که مراجعه کنندگان بیان کرده اند که در ارزیابی کیفیت خدمات کلانتری‌ها به آن توجه می‌کنند. شخصی کردن خدمات یعنی خدمات را مناسب سلیقه و نیاز هر فرد ارایه دادن، از معیارهای مراجعه کنندگان نمی‌باشد. در توجیه آن می‌توان گفت خدماتی که در کلانتری‌ها ارایه می‌شود خدمات استاندارد است که برای همه افراد یکسان است و تحت تأثیر سلیقه و نیاز افراد قرار نمی‌گیرد.
- ۶- از لحاظ خط مشی سازمانی شاخص‌هایی مانند: شرکت پلیس در اجتماعات مردمی، برگزاری مسابقات علمی، ورزشی و فرهنگی توسط کلانتری، برگزاری کلاس و دوره‌های آموزشی پیشگیری از وقوع جرم برای مدارس، گشت زنی در طول شبانه روز در محل‌های مورد

نیاز و مناسب بودن محل استقرار کلانتری مورد توجه مراجعه کنندگان هستند و نگرش سنجی مستمر از مردم در خصوص عملکرد کلانتری و داشتن پارکینگ از شاخص‌هایی هستند که از نظر مراجعه کنندگان مهم نیست.

با توجه به نتایج فوق پیشنهاد می‌شود: مانند گذشته و یا بهتر از آن موارد زیر مورد توجه قرار گیرد:

- ۱- دانش و اطلاعات افسران کلانتری به روز شود.
- ۲- مأموران کلانتری آمادگی ارایه مشاوره به مراجعه کنندگان را داشته باشند.
- ۳- در کلانتری‌ها خدمات به طور صحیح، سریع و مطابق با قانون انجام گیرد.
- ۴- مأموران کلانتری به موقع در محل حادثه حضور پیدا کنند، برخورد قاطع با مجرمان داشته باشند و درانظار مردم با لهجه صحبت نکنند.
- ۵- مأموران کلانتری با مردمی که برای دریافت خدمات مراجعه کرده اند برخورد مؤدبانه داشته باشند، با مردم حادثه دیده همدردی کنند و در ارایه خدمات به مردم عدالت را رعایت کنند.
- ۶- کلانتری‌ها در برنامه ریزی خود برای پیشگیری از جرم و جلب رضایت مردم به برگزاری کلاس‌ها و دوره‌های آموزشی برای مردم و گشت زنی در مناطق جرم خیز در طی شبانه روز توجه ویژه داشته باشند.
- ۷- بر اساس معیارهای فوق عملکرد کلانتری‌ها از لحاظ کیفیت خدمات ارایه شده مورد بررسی قرار گیرد.
- ۸- معیارهای کیفیت خدمات از نظر مراجعه کننده و مردم غیر مراجعه کننده برای دریافت خدمات و از نظر متهمان و مجرمان به نظر می‌رسد متفاوت باشند. بنابراین، پیشنهاد می‌شود که برای تعیین شاخص‌های هر کدام، تحقیق جداگانه انجام پذیرد.







## منابع

- پور مراد، مجید (۱۳۸۲). بررسی سبک رهبری رؤسای کلانتری‌های تهران بزرگ و رضایتمندی مراجعین. پایان نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشکده فرماندهی و ستاد دانشگاه علوم انتظامی.

- ترویانوویچ، رابرت؛ باکوروکس. بانی (۱۳۸۴). پلیس جامعه محور. ترجمه مرکز مطالعات و تحقیقات کاربردی طرح و برنامه ناجا. تهران: انتشارات فرات.

- رشیدی، مهدی؛ قاسمی، محمد (۱۳۸۶). سنجش رضایت مردم از رفتار کارکنان کلانتری‌های تهران بزرگ. تهران: پژوهشکده منابع انسانی سازمان تحقیقات و مطالعات ناجا.

- کارن، ام. هس و میلر، لیندا. اس (۱۳۸۲). پلیس در اجتماع، ترجمه: رضا کلهر. تهران: انتشارات دانشگاه علوم انتظامی.

- میس، ادویس؛ اور تمایز، پی جی (۱۳۸۵). رهبری اصول اخلاقی و امور پلیسی. مترجم: حسین شاکری، تهران: مرکز تحقیقات و پژوهش‌های ناجا.

- Kang Gi-Du, Jeffrey James. **Service quality dimensions: an examination of Gronroos's service quality model. Managing Service Quality**; Volume 14, Number 4. 2004. pp. 266-277.

- Nor Khalidah Abu, Kelana Jaya. **Service Quality Dimensions: A Study on Various Sizes of Grocery Retailers - A conceptual Paper. Proceeding of IBBC 2004**, pp: 327,635.

- Othman AbdulQawi, Owen Lynn. **The multi Dimensionality Of Carter Model to Measure Custome Service Quality (SQ) in Islamic Banking Industry: A Study in Kuwait Finance House.** International Journal of Islamic Financial Services; 2002; Vol. 3 No. 4, pp. 1-12.

- Parasuraman. A, Zeithaml. Valarie. A, Berry. Leonard. L. **A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research.** *Journal of Marketing (pre-1986)*; Fall 1985; 49, 000004; ABI/INFORM Global. pp. 41.

- Parasuraman, A.; Berry, Leonard L.; Zeithaml, Valarie A. **Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale.** *Journal of Retailing*; Winter(1991-a); 67, 4; ABI/INFORM Global , pp, 335-450.

- Pratibha, A, Dabholkar; Dayle, L, Thorpe; Joseph, O, Rentz. **A Measure of Service Quality for Retail Stores: Scale Develo.** *Academy of Marketing Science Journal*; Winter 1996; 24, 1; ABI/INFORM Global p. 3.

- Zeithaml Valarie A; Parasuraman A; Malhotra Arvind. **Service quality delivery through Web sites: A critical review of extant knowledge.** *Academy of Marketing Science. Journal*; Fall 2002; 30, 4; ABI/INFORM Global, p. 362.

