

# Identifying and Ranking Satisfaction Requirements of Users of the Islamic World Science Citation Center (ISC) using the Kano Model

## Saeed Farsi

PhD Candidate; Department of Information Science; Research Branch; Islamic Azad University; Tehran, Iran;  
Email: saeedfarsi1404@gmail.com

## Sedigheh Mohammad Ismail\*

PhD in Knowledge and Information Science; Associate Professor; Department of Information Science; Research Sciences Branch; Islamic Azad University; Tehran, Iran Email: m.esmaeil2@gmail.com

## Fahimeh Bab Al-Hawajji

PhD in Knowledge and Information Science; Associate Professor; Department of Information Science; Research Sciences Branch; Islamic Azad University; Tehran, Iran;  
Email: f.babalhavaeji@gmail.com

## Fatemeh Nooshin Fard

PhD in Knowledge and Information Science; Associate Professor; Department of Information Science; Research Branch; Islamic Azad University; Tehran, Iran Email: nooshinfar2000@yahoo.com

Received: 14, Jan. 2020 Accepted: 06, Apr. 2020

**Abstract:** The purpose of this study is to identify and rank the users satisfaction requirements of Islamic World Science Citation Center (ISC) based on Kano model. This study is applied and in terms of type, descriptive-survey of field branch. The statistical population of the study was all full-time faculty members of the universities affiliated to the Ministry of Science, Research and Technology, Islamic Azad University and Payame Noor University. A researcher-made questionnaire based on Kano model was used for data collection. The questionnaire used consisted of 38 pairs of questions, one functional (positive) and one non-functional (negative). Its validity was evaluated and approved by experts. Cronbach's alpha test (0.81) was used to determine reliability. The sample size was 382 persons according to Morgan table and questionnaires were distributed in the framework of available sampling. The data were analyzed according to Kano model evaluation table using Excel and SPSS software. The results showed that out of basic requirements the ranking status with the highest satisfaction factor 0.52, out of five functional requirements the citation status of the article visited

\* Corresponding Author

Iranian Journal of  
Information  
Processing and  
Management

Iranian Research Institute  
for Information Science and Technology  
(IranDoc)

ISSN 2251-8223

eISSN 2251-8231

Indexed by SCOPUS, ISC, & LISTA

Vol. 35 | No. 4 | pp. 1095-1118

Summer 2020



by users in other databases was cited by ISC with the highest co-efficient 0.60, and out of seven attractive requests information about user's favorite publications with the highest satisfaction rate of 0.74 are at the top.

**Keywords:** Satisfaction, User, Citation database, Islamic World, Kano Model

# شناسایی و رتبه‌بندی الزامات رضایتمندی کاربران پایگاه استنادی علوم جهان اسلام ISC با استفاده از مدل کانو

سعید فارسی

دانشجوی دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی؛ واحد  
علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی؛ تهران، ایران؛  
saeedfarsi1404@gmail.com

صدیقه محمداسماعیل

دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی؛ دانشیار؛ گروه  
علم اطلاعات و دانش‌شناسی؛ واحد علوم و تحقیقات؛  
دانشگاه آزاد اسلامی؛ تهران، ایران؛  
m.esmaeil2@gmail.com پدیدآور رابط

فهیمة باب الحوائجی

دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی؛ دانشیار؛ گروه  
علم اطلاعات و دانش‌شناسی؛ واحد علوم و تحقیقات؛  
دانشگاه آزاد اسلامی؛ تهران، ایران؛  
f.babalhavaeji@gmail.com

فاطمه نوشین فرد

دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی؛ دانشیار؛ گروه  
علم اطلاعات و دانش‌شناسی؛ واحد علوم و تحقیقات؛  
دانشگاه آزاد اسلامی؛ تهران، ایران؛  
nooshinfar2000@yahoo.com



مقاله برای اصلاح به مدت ۵ روز نزد پدیدآوران بوده است.

پذیرش: ۱۳۹۹/۰۱/۱۸

دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۲۴

فصلنامه | علمی پژوهشی  
پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران  
(ایرانداک)

شاپا (چاپی) ۸۲۲۳-۲۲۵۱

شاپا (الکترونیکی) ۸۲۳۱-۲۲۵۱

نمایه در SCOPUS، ISC، LISTA، و

jipm.irandoc.ac.ir

دوره ۳۵ | شماره ۴ | صص ۱۰۹۵-۱۱۱۸

تابستان ۱۳۹۹



**چکیده:** هدف پژوهش حاضر شناسایی و رتبه‌بندی الزامات رضایتمندی کاربران «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC)» بر اساس مدل «کانو» است. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر نوع، توصیفی-پیمایشی از شاخه میدانی است. جامعه آماری این پژوهش کلیه اعضای هیئت علمی تمام‌وقت دانشگاه‌های تابعه «وزارت علوم، تحقیقات و فناوری»، «دانشگاه آزاد اسلامی» و «دانشگاه پیام نور» بود. ابزار گردآوری پرسشنامه محقق ساخته بر اساس مدل «کانو» بود. پرسشنامه استفاده شده دارای ۳۸ سؤال به صورت زوجی، یک سؤال عملکردی (مثبت) و یک سؤال غیرعملکردی (منفی) بود. روایی آن از دیدگاه صاحب نظران بررسی و مورد تأیید قرار گرفت. برای تعیین پایایی از آزمون آلفای «کرونباخ» و مورد تأیید قرار گرفت. حجم نمونه طبق جدول «مورگان» ۳۸۲ نفر در (۰/۸۱ درصد) استفاده شد.

نظر گرفته شد که در چارچوب نمونه‌گیری در دسترس پرسشنامه‌ها توزیع و گردآوری گردید. داده‌های به‌دست آمده بر اساس جدول ارزیابی مدل «کانو» با استفاده از نرم‌افزارهای «اکسل» و «اس‌پی‌اس‌اس» مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته‌ها نشان داد که از ۱۹ خواسته بررسی شده در پرسشنامه، هفت خواسته اساسی، پنج خواسته عملکردی و هفت خواسته جذاب بود. پاسخ‌دهندگان هیچ خواسته‌ای را به‌عنوان معکوس در نظر نگرفته و نسبت به هیچ کدام از گزینه‌ها بی‌تفاوت نبودند. نتایج نشان داد که از هفت خواسته اساسی، ارائه وضعیت رتبه‌بندی با بیشترین ضریب رضایت (۰/۵۲ درصد)، از پنج خواسته عملکردی، ارائه وضعیت استنادی مقاله بازدیدشده توسط کاربر در سایر پایگاه‌های استنادی توسط «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام» با بیشترین ضریب رضایت (۰/۶۰ درصد) و از هفت خواسته جذاب، اطلاع‌رسانی در خصوص انتشارات مورد علاقه کاربر با بیشترین ضریب رضایت (۰/۷۴ درصد) در صدر قرار دارند.

کلیدواژه‌ها: رضایت، کاربر، پایگاه استنادی، جهان اسلام، مدل کانو

#### ۱. مقدمه

با توجه به گسترش روزافزون تولید اطلاعات و عرضه در محیط وب، کاربران دانشگاهی برای گزینش بهترین اطلاعات از میان انبوه اطلاعات علمی تولیدشده به سمت پایگاه‌های استنادی می‌روند. پایگاه‌های استنادی سازمان‌های خدماتی محسوب می‌شوند. مدیران سازمان‌های خدماتی نیازمند درک چگونگی تأثیرگذاری خدمات بر رضایت مشتریان (کاربران) هستند (Finn 2011). «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC)» پایگاهی است که وظیفه ارزیابی عملکرد علمی و پژوهشی دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی ۵۷ کشور اسلامی را بر عهده دارد. این پایگاه از طریق تدوین گزارش‌های علمی و تهیه استانداردهای لازم برای انتشارات علمی و نیز با تحلیل استنادی عملکردهای پژوهشی، مؤلفه‌هایی مانند دانشگاه‌ها، سازمان‌ها و نهادهای تحقیقاتی، دانشمندان و پژوهشگران، نشریات علمی و رشته‌های موضوعی را در کشورهای اسلامی مورد مطالعه قرار می‌دهد (مهراد و فرمانی ۱۳۹۲).

در هزاره سوم، سازمان‌ها از محصول-محوری به سمت مشتری-محوری حرکت کرده‌اند (صادقی شاهدانی، طباطبایی مزدآبادی، و علیزاده ۱۳۹۲). هر سازمانی سعی می‌کند رضایت کاربران خود را با استفاده از راهبردهایی خاص جلب کند. این امر به قدرت خلاقیت سازمان بستگی دارد تا با ارائه ایده‌های نوآورانه در محصول یا خدمت خود بتواند کاربران را راضی سازد (Juznik Rotar and Kozar 2017). ارزیابی رضایت کاربر

باید یک هدف اولیه در هر سازمان باشد (Garibay, Gutierrez and Figueroa 2010). برای سنجش رضایت مشتری باید مدل و روشی طرح‌ریزی گردد به نحوی که از زیربنای نظری محکم و ساخت یافته‌ای برخوردار باشد. به‌طور کلی، مدل‌های سنجش رضایت مشتری دارای دو رویکرد کلی هستند: (۱) عینی، و (۲) ذهنی/نظری یا مفهومی. در روش ذهنی به‌طور مستقیم از نظرات مشتریان درباره اندازه‌گیری میزان رضایت آنان استفاده می‌شود. لذا، این روش، اعتبار بیشتری نسبت به روش‌های عینی دارد (ملکی و دارابی ۱۳۸۷). مدل‌های مختلفی برای سنجش رضایت مشتری به کار گرفته شده است که از آن جمله می‌توان به «سروکوال»<sup>۱</sup>، «کانو»<sup>۲</sup>، «فورنل»<sup>۳</sup> (صادقی شاهدانی، طباطبایی مزدآبادی و علیزاده ۱۳۹۲)، «پارادایم انتظار عدم تطبیق»<sup>۴</sup>، «عدم تطبیق الیور»<sup>۴</sup>، «انگل»<sup>۵</sup> و «بلکول»<sup>۶</sup> (باقری، شریف و تجعفری ۱۳۹۶)، و «اسکمپر»<sup>۷</sup> (ملکی و دارابی ۱۳۸۷، روحمند، اسمعیلی گیوی و پورعزت ۱۳۹۶) اشاره کرد. با توجه به هدف اصلی پژوهش حاضر که شناسایی و رتبه‌بندی الزامات رضایتمندی کاربران «پایگاه استنادی جهان اسلام» است، مدل «کانو» انتخاب گردید. سؤالات مطرح در این پژوهش عبارت‌اند از: (۱) نیازها و خواسته‌های اعضای هیئت علمی در کدام طبقه از الزامات مطرح شده در مدل «کانو» قرار می‌گیرند؟ و (۲) سطح رضایتمندی و عدم رضایت اعضای هیئت علمی از عملکرد پایگاه استنادی علوم جهان اسلام چگونه است؟

## ۲. معرفی مدل کانو

«کانو» و همکاران از طریق یک مقاله مدل خود را ارائه دادند (Kano et al. 1984). منشأ ارائه این مدل به نظریه «هرزبرگ»<sup>۸</sup> برمی‌گردد (Madzik et al. 2019). «هرزبرگ» رضایتمندی افراد از محیط کارشان را «عامل انگیزه»<sup>۹</sup> و نارضایتی افراد از محیط کاری و روابطشان را «عامل سلامت»<sup>۱۰</sup> نامید. نظریه «هرزبرگ» در مورد «انگیزش» با عنوان یک نظریه دو عاملی شناخته می‌شود (Meng and Dong 2018). این مدل خواسته‌های کاربران را در پنج طبقه قرار می‌دهد که ویژگی‌های این پنج طبقه به شرح زیر است:

1. Servqual	2. Kano etal.	3. Fornel
4. disconfirmation – expectancy paradigm/ Oliver		5. Engel
6. Blakwell	7. SCAMPER	8. Herzberg theory
9. incentive factor	10. health factor	

۱-۲. **اساسی (ضروری)**<sup>۱</sup>: این خواسته‌ها ابتدایی و اولیه هستند که باید در هر کالا یا خدمتی موجود باشند و مشتریان وجود آن‌ها را بدیهی و ضروری می‌دانند (نصیری و عموزاد مهدیریجی ۱۳۹۳). این نیازها توسط مشتریان بیان نمی‌شوند، بلکه حداقل‌هایی از خدمات هستند که توسط سازمان عرضه می‌شوند (Madzik et al. 2019).

۲-۲. **عملکردی (تک‌بعدی)**<sup>۲</sup>: این نوع خواسته‌ها به صورت صریح و آشکار توسط کاربر بیان می‌شود و معمولاً از سوی سازمان‌ها تأمین و در رسانه‌ها منعکس می‌شود. الزامات عملکردی از نوع استانداردهای مربوط به کالاها و خدمات هستند و کاربر قبل از استفاده نیز می‌تواند درباره آن‌ها صحبت کند (Madzik et al. 2019). مشتریان در نظرسنجی‌ها از عملکرد مورد نیاز در قالب پیشنهاد، نیازهای خود را بیان می‌کنند. اطلاعات مشتری در مورد نیازهای عملکردی اغلب صدای مشتری<sup>۳</sup> نامیده می‌شود، زیرا مشتریان علاقمند هستند در مورد این مشخصه‌ها صحبت کنند (مهرگان و قاسمی ۱۳۸۱).

۳-۲. **انگیزشی (جذاب)**<sup>۴</sup>: در مدل «کانو» این نوع خواسته‌ها کیفی هستند. فقدان ویژگی‌های جذاب فی‌النفسه باعث نارضایتی کاربر نمی‌شود، چون ممکن است کاربران از وجود چنین ویژگی‌هایی در خدمات مطلع نباشند. در عین حال، وجود چنین خدماتی باعث افزایش رضایت کاربران شده، آن‌ها را به هیجان آورده، و رضایت و خشنودی بالایی در آن‌ها پدید می‌آورد (روحمند، اسمعیلی گیوی و پورعزت ۱۳۹۶).

۴-۲. **بی تفاوت یا خنثی**<sup>۵</sup>: نیازهایی که بود و نبود آن‌ها برای کاربر مهم نیست و تأثیری بر رضایت کاربر ندارد (خانی جزی و حسنونند ۱۳۹۶؛ باقری، شریف و تجعفری ۱۳۹۶). به عبارت دیگر، کاربر قادر نیست بیان کند که نیاز مورد نظر باعث افزایش یا کاهش رضایتمندی وی می‌شود یا خیر (Lee, Lin and Wang 2014).

۵-۲. **معکوس**<sup>۶</sup>: وجود چنین نیازهایی موجب نارضایتی و فقدان آن‌ها باعث رضایتمندی کاربر می‌شود (باقری، شریف و تجعفری ۱۳۹۶). وجود نیازهای معکوس کاهنده رضایت مشتری هستند (علوی، نجفی سیاهرودی و رحیم‌زاده ۱۳۹۴). در خصوص این نیاز کاربران ممکن است نظری مخالف با پژوهشگر داشته باشند.

1. must be/basic quality/ fundamental requirements/basic needs

2. one dimensional/ Performance requirements/ Performance needs/

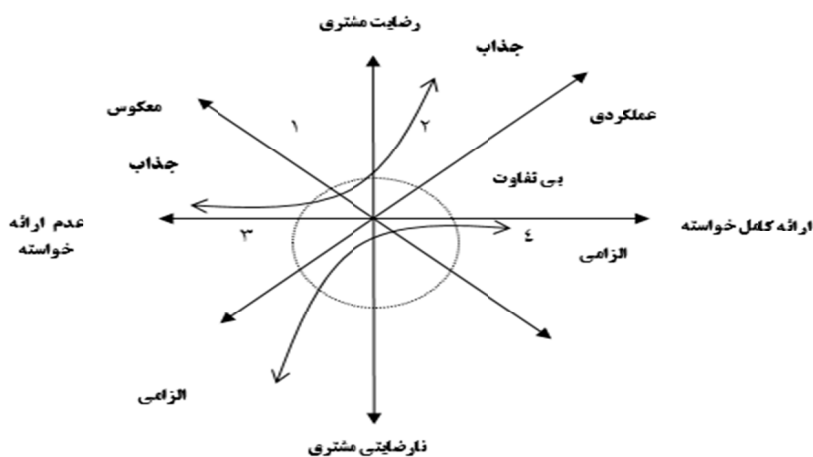
3. voice of customer

4. attractive or excitement needs/ excitement requirements

5. indifferent

6. reverse

با توجه به شکل ۱، نیازهای مشتریان به پنج دسته تقسیم و هر پنج نوع نیاز در یک نمودار دو بُعدی نشان داده شده است. محور عمودی (Y): بالاترین نقطه از محور عمودی، میزان رضایت و یا خشنودی مشتری و پایین‌ترین نقطه از این محور نارضایتی مشتریان را نشان می‌دهد. محور افقی (X): میزان ارائه الزام کیفی مورد نظر مشتری را نشان می‌دهد. سمت راست محور افقی (ناحیه ۴ و ۲) بیانگر جایی است که خواسته‌های مورد انتظار مشتری عرضه شده است و سمت چپ محور افقی (ناحیه ۱ و ۳)، نشان‌دهنده آن است که خواسته‌های مورد انتظار مشتری در محصول یا خدمت لحاظ نشده است (ظاهری‌کیا، فخاریان و لاجوردی ۱۳۹۱). محل تلاقی محور عمودی و افقی بیانگر جایی است که مشتری در حالت تعادل از نظر رضایت و نارضایتی قرار دارد.



شکل ۱. مدل کانو (شاهین و صالح‌زاده ۱۳۹۰)

### ۳. پیشینه پژوهش

در خارج از کشور پژوهش‌های متعددی با استفاده از مدل «کانو» انجام شده است. پژوهشگرانی چون «میکولیک»، ۴۶ مورد از تحقیقات مرتبط با مدل «کانو» مربوط به سال‌های ۱۹۸۴ تا ۲۰۰۶ حوزه صنعت را بازبینی کرد (2007 Mikulic). «لوفگرن و ویتل»، ۳۳ مقاله از پایگاه‌های «آی‌اس‌آی»، و «امرآلد»<sup>۱</sup> استخراج و به تحلیل کلمات کلیدی منتخبی

همچون «کانو»، ابعاد کیفی، مشخصه‌های جذاب و رضایت مشتری پرداختند (Lofgren & Witell 2008). «رشید» از طریق بازنگری مطالعات پیشین متوجه شد که مدل «کانو» در جهت کشف رویکردهای آتی مطالعاتی مفید است. او معتقد بود که با تلفیق مدل می‌توان مشکل از بین رفتن اطلاعات در تحقیقات پیمایشی و پرسشنامه‌ای مدل «کانو» را برطرف نمود (Rashid 2010). «شاهین» و همکاران در مورد «کانو» به بررسی تحقیقات پیشین از سال ۱۹۷۹ تا ۲۰۱۰ پرداختند (Shahin et al. 2013). «لور» و همکاران ۵۲ مقاله چاپ شده در نمایه استادی علوم<sup>۱</sup> و نمایه استادی علوم اجتماعی<sup>۲</sup> را مورد توجه قرار دادند. آن‌ها متوجه شدند که مطالعات با استفاده از مدل «کانو» افزایش یافته، محتویات تحقیقات عمیق‌تر شده و تأثیر مدل در حال گسترش است. آن‌ها همچنین، متوجه شدند که اکثر محققان در این حوزه، از آسیا، آفریقا، آمریکا و اروپا هستند (Luor et al. 2015). «ماترلا، کودنی و آنتونی»، اطلاعات مقالات تولیدشده با استفاده از مدل «کانو» (در سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۶) در حوزه خدمات سلامت و پزشکی را از پایگاه‌های اطلاعاتی «ساینس دایرکت»<sup>۳</sup>، «گوگل اسکولار»<sup>۴</sup> و «وب‌آوساینس» استخراج و کلمات کلیدی همچون مدل «کانو»، سلامت و مراقبت و کیفیت خدمات در آن‌ها را جست‌وجو کردند. نتایج نشان داد که مدل «کانو» در صنایع بهداشت به کار گرفته شده است (Materla, Cudney and Antony 2017). «منگ و دنگ»، در پژوهش خود با استفاده از پایگاه داده‌ای «وب‌آوساینس» و با جست‌وجوی نام «کانو» ۱۲۶۱ مقاله به زبان انگلیسی و از طریق «پایگاه دانش چین»<sup>۵</sup> تعداد ۷۵۷ مقاله در حوزه مدل «کانو» را بازیابی کردند. سپس، با استفاده از نرم‌افزار بصری «هیست‌سایت»<sup>۶</sup> و «سایت‌ایسپیس»<sup>۷</sup> اقدام به تحلیل استنادی کرده و مقاله‌های هسته را شناسایی نمودند (Meng and Dong 2018).

با بررسی پایگاه‌های اطلاعاتی داخلی معلوم شد که در حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی پژوهشگرانی چون «حیاتی» و همکاران (۱۳۹۳)، «مظفری، حیاتی و مظفری» (۱۳۹۵)، «باقری، شریف و تجعفری» (۱۳۹۶)، «روحمند، اسمعیلی گیوی و پورعزت» (۱۳۹۶)، و «سعیدنیا» (۱۳۹۸) با استفاده از مدل «کانو» به پژوهش در حوزه کتابخانه‌ها پرداخته‌اند. بعد از شکل‌گیری رسمی «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC)» در سال ۱۳۸۷ پژوهش‌هایی با استفاده از داده‌های موجود در این پایگاه در قالب پایان‌نامه، مقالات

1. Science Citation Index (SCI)

2. Social Science Citation Index (SSCI)

3. Science Direct

4. Google Scholar

5. China Knowledge Infrastructure (CNKI)

6. HistCite

7. CiteSpace



مستقل و مستخرج از پایان‌نامه انجام شده است. در حقیقت، «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام» و خروجی‌های آن از سوی پژوهشگران مورد توجه واقع شده است، اما ابعاد توجه به این پایگاه از منظرهای مختلف است. Mehrad and Arastoopoor (2012)، Mehrad and Safahieh (2014) و Naseri (2010) در گزارش‌های پژوهشی منتشر شده خود به معرفی «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام» پرداختند. «عطاریور، نوروزی چاکلی و حسن‌زاده (۱۳۸۸)، «گل‌تاجی» (۱۳۸۸)، «مهراد و گل‌تاجی» (۱۳۸۸ و ۱۳۸۹)، «جوکار و گل‌تاجی» (۱۳۸۹)، «قانع و رحیمی» (۱۳۹۰)، «علی‌نژاد چمازکتی» و همکاران (۱۳۹۳)، «میرحق جو و علی‌نژاد چمازکتی» (۱۳۹۳ و ۱۳۹۴)، «نوروزی چاکلی و جعفری» (۱۳۹۳)، «دهقانی‌زاده، حاجی زین‌العابدینی و حسن‌زاده» (۱۳۹۵) و «رحیمی» و همکاران (۱۳۹۵) به مطالعات علم‌سنجی بر روی موضوعات تحت پوشش «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام» پرداخته و در حقیقت، از خروجی‌های این پایگاه استفاده نموده‌اند. «صمدی و محمداسماعیل» (۱۳۸۸)، «قاضی میرسعید» و همکاران (۱۳۹۱)، «قاضی میرسعید، معتمدی و پهلوان‌زاده» (۱۳۹۳)، «ریاحی‌نیا» و همکاران (۱۳۹۴)، و Alizade (۲۰۱۴) به بررسی تطبیقی «پایگاه استنادی جهان اسلام» با سایر پایگاه‌های استنادی خارجی از زوایای مختلف پرداخته‌اند. «نوروزی و جعفری» (۱۳۹۶) و Azadi et al. (2014) به بررسی فنی این پایگاه پرداخته‌اند.

با توجه به پیشینه‌های موجود، تاکنون پژوهشی در خصوص شناسایی و رتبه‌بندی خواسته‌های کاربران «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام» با استفاده از مدل «کانو» انجام نشده است. لذا، پژوهش حاضر آغازی است برای پر کردن شکاف پژوهشی در حوزه مورد نظر و انجام آن با توجه به وضعیت موجود قابل توجیه است.

#### ۴. روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نوع اکتشافی و از نظر روش، توصیفی-پیمایشی است که در چهار گام انجام شد. گام اول، درک و شناسایی خواسته‌های کاربران «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام» با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با گروه کانونی متشکل از ۲۰ نفر از صاحب‌نظران استفاده‌کننده از پایگاه بود. مصاحبه با ۱۰ تا ۲۰ نفر از مشتریان، تقریباً ۸۰ درصد از خواسته‌های آن‌ها را مشخص می‌کند (Hauser and Clausing 1998). گام دوم، تهیه ابزار سنجش. ابزار مورد استفاده در این پژوهش پرسشنامه تعدیل‌شده زوجی «کانو» بود. از طریق این پرسشنامه و به‌منظور طبقه‌بندی خواسته‌های کاربران، یک

سؤال مثبت (عملکردی) مطرح شد؛ به طور مثال، «نظر شما در خصوص ارائه متن مقاله به صورت رایگان در «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC)» چیست؟» برای پاسخ‌دهنده طیف «لیکرت» پنج‌گزینه‌ای از بسیار موافقم (۵)، یک نیاز ضروری است (۴)، نظر خاصی ندارم (۳)، مخالفم اما قابل تحمل است (۲) و بسیار مخالفم (۱) در نظر گرفته شد تا گزینه مورد نظر را انتخاب نماید. همچنین، یک سؤال منفی (غیرعملکردی)، مانند «نظر شما در خصوص عدم ارائه متن مقاله به صورت رایگان در «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC)» چیست؟» برای این سؤال هم پاسخ‌دهنده از طیف «لیکرت» پنج‌گزینه‌ای فوق استفاده کرد (جدول ۱). بر این اساس، یک ماتریس ۵×۵ شکل خواهد گرفت که برای پاسخ به سؤال مثبت و منفی ۲۵ حالت انتخاب پیش خواهد آمد (جدول ۲).

#### جدول ۱. نمونه سؤال طرح‌شده در پرسشنامه

نظر شما در خصوص ارائه متن مقاله به صورت رایگان در «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC)» چیست؟	بسیار موافقم	یک نیاز ضروری است	نظر خاصی ندارم	مخالفم اما قابل تحمل است	بسیار مخالفم
نظر شما در خصوص عدم ارائه مقاله به صورت رایگان در «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC)» چیست؟	بسیار موافقم	یک نیاز ضروری است	نظر خاصی ندارم	مخالفم اما قابل تحمل است	بسیار مخالفم

#### جدول ۲. ارزیابی پاسخ‌ها در مدل «کانو»

O=(عملکردی) M=(اساسی) I=(بی تفاوت) A=(انگیزشی) Q=(معکوس) R=(سؤال برانگیز)					صورت عملکردی سؤال (مثبت)	صورت غیرعملکردی سؤال (منفی)
بسیار موافقم	بسیار موافقم	بسیار موافقم	بسیار موافقم	بسیار موافقم	بسیار موافقم	بسیار موافقم
Q	A	A	A	A	O	بسیار موافقم
R	I	I	I	I	M	یک نیاز ضروری است
R	I	I	I	I	M	نظر خاصی ندارم
R	I	I	I	I	M	مخالفم اما قابل تحمل است
R	R	R	R	R	Q	مخالفم و قابل تحمل نیست

مأخذ (Witell and Lofgren 2007)

گزینه‌های انتخابی پاسخ‌دهنده از طریق پرسشنامه را با جدول ۲، که جدول ارزیابی مدل «کانو»ست، مطابقت می‌دهیم. جدول ارزیابی و طبقه‌بندی بدین صورت کاربرد دارد که به‌طور مثال، اگر انتخاب پاسخ‌دهنده در سؤال مثبت، گزینه «بسیار موافقم باشد» و در سؤال منفی، یکی از گزینه‌های «یک نیاز ضروری است / نظر خاصی ندارم و مخالفم اما قابل تحمل است» را انتخاب کرده باشد، انتخاب پاسخ‌دهنده به‌عنوان یک خواسته انگیزشی (A) در نظر گرفته می‌شود. در نهایت، جدول خواسته‌های کاربران پاسخ‌دهنده شکل می‌گیرد و در هر ستون تعداد پاسخ‌دهندگان انتخاب‌کننده گزینه مورد نظر درج می‌گردد (جدول ۳).

### جدول ۳. خواسته کاربران

طبقه خواسته	A	M	O	R	Q	I	خواسته کاربران
A	۱						ارائه متن مقاله به‌صورت رایگان
							...

بعد از آماده شدن پرسشنامه که دارای ۳۸ سؤال، شامل ۱۹ سؤال عملکردی (مثبت) و ۱۹ سؤال غیرعملکردی (منفی) بود، برای تعیین روایی صوری و محتوایی، بین ۱۰ نفر از صاحب‌نظران توزیع و ابهامات رفع گردید. سپس، برای بررسی پایایی ۳۰ پرسشنامه به‌طور اتفاقی در اختیار پاسخ‌دهندگان عضو هیئت علمی قرار گرفت و نتیجه پاسخ‌ها با استفاده از آزمون آلفای «کرونباخ» بررسی گردید و در نهایت، پایایی ۰/۸۱ به دست آمد که با توجه به بیشتر از ۰/۷۰ بودن آلفای به‌دست آمده اطمینان حاصل شد که سؤالات از پایایی لازم برخوردار است. بعد از اطمینان از پایایی، پرسشنامه توزیع گردید.

گام سوم، تحلیل یافته‌ها. با استفاده از نرم‌افزار «اکسل» جدول فراوانی ترسیم و از نرم‌افزار «اس‌پی‌اس‌اس» نسخه ۲۳ استفاده شد. ابتدا برای خواسته‌ها میانگین فراوانی‌ها محاسبه شد. پایه‌اساسی تحلیل نتایج پرسشنامه «کانو» روش‌های آماری و فراوانی پاسخ‌هاست. «ساوروین» و همکاران به بررسی درجه اهمیت از طریق درجه اهمیت خوداظهاری<sup>۱</sup> پرداختند (Sauerwein 1996). این روش بر این اصل استوار است که اگر نتوانستیم از طریق فراوانی‌ها، خواسته کاربران را در یکی از دسته‌های پنج‌گانه قرار دهیم،

1. self- sated importance

از قانون  $M < O < A < I$  استفاده می‌کنیم. «او، لی و گونتیلک» پیشنهاد دادند که از شاخص آماری مد اصلاح شده<sup>۱</sup> برای تحلیل نتایج نیز می‌توان استفاده کرد (Au, Li & Goonetilleke, 2006). فرمول مطرح‌شده به شرح زیر است:

$$\text{If } (f(A)+f(M)+f(O)) > (f(R)+f(Q)+f(I)), \text{ Then grade} = \text{Category of Max } (f(A), f(M), f(O))$$

$$\text{Else grade} = \text{Category of Max } (f(R), f(Q), f(I))$$

گام چهارم، پس از محاسبه فراوانی‌ها، ضریب رضایت<sup>۲</sup> و ضریب نارضایتی<sup>۳</sup> پاسخ‌دهندگان با استفاده از فرمول ۱ و ۲ محاسبه گردید (Sauerwein 1996).

$$\text{فرمول ۱} \quad \text{ضریب رضایت مشتری} = \frac{(A+O)}{(A+O+M+I)}$$

$$\text{فرمول ۲} \quad \text{ضریب عدم رضایت مشتری} = \frac{(O+M)}{(A+O+M+I)(-1)}$$

ضریب رضایت مشتریان ضریبی است که بین ۰ و ۱ متغیر است. این ضریب در مورد هر عامل قابل محاسبه است. هرچه این ضریب به ۱ نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده تأثیر عامل خدمت/خواست بر رضایت کاربر است و چنانچه به صفر نزدیک شود، نشان‌دهنده آن است که آن عامل کمترین تأثیر را بر رضایت کاربران دارد. به همین صورت، در ضریب عدم رضایت نیز هرچه به (-۱) نزدیک‌تر باشد، نشان می‌دهد که عدم ارائه خدمت/خواست مورد نظر تأثیر بیشتری بر نارضایتی کاربران خواهد داشت. مقدار صفر نیز نشان‌دهنده آن است که عدم ارائه آن خدمت باعث نارضایتی کاربر نخواهد بود (وظیفه‌دوست و عطاء‌الهی ۱۳۸۶). در محاسبه ضریب رضایت مینا این است که آیا با تأمین خواسته‌ای، رضایت کاربران افزایش پیدا خواهد کرد یا صرفاً از نارضایتی آن‌ها جلوگیری می‌کند. نکته این است که کاربران نیاز و خواسته‌های مختلفی دارند و به همین دلیل در بعضی اوقات یک ویژگی می‌تواند در دسته‌های مختلف قرار بگیرد. هنگام ارزیابی میزان رضایت می‌باید اثر متوسط هر خواسته بر رضایت کل کاربران در نظر گرفته شود که طبق فرمول ۱، انجام می‌شود (کلینی ممقانی و ایزدپناه ۱۳۹۱).

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه اعضای هیئت علمی تمام‌وقت شاغل در

1. modified mode statistic

2. extent of satisfaction

3. extent of dissatisfaction

دانشگاه‌های کشور جمهوری اسلامی (۷۵۰۰۰ نفر) بود که اطلاعات آماری جامعه مورد نظر از سالنامه آماری سال ۱۳۹۵، دریافت و با استفاده از جدول «مورگان» ۳۸۲ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. برای اطمینان از دریافت پرسشنامه به تعداد مورد نیاز، ۱۰ درصد بیشتر از نمونه به‌صورت دستی بین پاسخ‌دهندگان توزیع گردید و در نهایت، ۳۸۲ پرسشنامه قابل استفاده مورد تحلیل قرار گرفت.

## ۵. یافته‌ها

### ۵-۱. اطلاعات جمعیت‌شناختی

توزیع جنسیتی افراد مورد بررسی نشان می‌دهد که ۲۸ درصد پاسخ‌دهندگان زن و ۷۲ درصد مرد هستند. از این افراد ۴۰/۱ درصد مریبی، ۴۲/۱ درصد استادیار، ۱۲ درصد دانشیار و ۵/۸ درصد استاد هستند. محل خدمت ۵۲/۴ درصد از پاسخ‌دهندگان دانشگاه آزاد اسلامی، ۴۱/۴ درصد دانشگاه‌های دولتی و ۶/۳ پیام نور است. همچنین، وضعیت استخدامی آن‌ها ۲۹/۱ درصد پیمانی، ۱۱ درصد رسمی آزمایشی و ۵۹/۹ درصد رسمی قطعی است.

۵-۲. نیازها و خواسته‌های اعضای هیئت علمی از «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام» در کدام طبقه از الزامات مطرح‌شده در مدل «کانو» قرار می‌گیرد؟

نیازها و خواسته‌های پاسخ‌دهندگان که در قسمت روش‌شناسی (گام اول و دوم) شرح آن گذشت، از پرسشنامه زوجی محقق‌ساخته بر اساس مدل «کانو» در قالب ۳۸ گویه، شامل ۱۹ سؤال عملکردی (مثبت) و ۱۹ سؤال غیرعملکردی (منفی)، از نمونه آماری ۳۸۲ نفر استخراج گردید. داده‌های به‌دست آمده در جدول ۴، قابل مشاهده است.

جدول ۴. خواسته‌های کاربران از پایگاه استنادی علوم جهان اسلام

خواسته کاربر از پایگاه استنادی علوم جهان اسلام	A	M	O	Q	R	I	جمع طبقه
۱- ارائه تمام متن (فول‌تکست) مقاله	۳۵	۱۵۸	۱۱۳	۱۰	۶	۶۰	M ۳۸۲
در صد فراوانی	۹/۲	۴۱/۴	۲۹/۶	۲/۶	۱/۶	۱۵/۷	۱۰۰
۲- ارائه متن مقاله رایگان	۴۳	۱۲۵	۱۵۸	۱۲	۱۴	۳۰	O ۳۸۲
در صد فراوانی	۱۱/۳	۳۲/۷	۴۱/۴	۳/۱	۳/۷	۷/۹	۱۰۰

خواسته کاربر از پایگاه استنادی علوم جهان اسلام	A	M	O	Q	R	I	جمع	طبقه
۳- ارائه اطلاعات استنادی مقاله	۴۱	۱۷۰	۱۲۸	۸	۴	۳۱	۳۸۲	M
در صد فراوانی	۱۰/۷	۴۴/۵	۳۳/۵	۲/۱	۱/۰	۸/۱	۱۰۰	
۴- ارائه سابقه انتشارات نویسنده مقاله	۱۲۶	۸۵	۱۱۹	۱۵	۱۰	۲۷	۳۸۲	A
در صد فراوانی	۳۳/۰	۲۲/۳	۳۱/۲	۳/۹	۲/۶	۷/۱	۱۰۰	
۵- ارائه اطلاعات استناد به تولیدات علمی هر نویسنده	۵۳	۱۲۱	۱۴۰	۹	۱۱	۴۸	۳۸۲	O
در صد فراوانی	۱۳/۹	۳۱/۷	۳۶/۶	۲/۴	۲/۹	۱۲/۶	۱۰۰	
۶- اطلاع رسانی در خصوص انتشارات جدید مورد علاقه کاربر	۱۴۰	۷۸	۱۲۷	۱۱	۸	۱۸	۳۸۲	A
در صد فراوانی	۳۶/۶	۲۰/۴	۳۳/۲	۲/۹	۲/۱	۴/۷	۱۰۰	
۷- اطلاع رسانی در خصوص روابط علمی نویسندگان کشورهای اسلامی در حوزه های مورد علاقه به کاربر	۱۲۱	۹۳	۱۰۹	۱۴	۱۰	۳۵	۳۸۲	A
در صد فراوانی	۳۱/۷	۲۴/۳	۲۸/۵	۳/۷	۲/۶	۹/۲	۱۰۰	
۸- اطلاع رسانی در مورد مؤسسات پژوهشی فعال در کشورهای اسلامی مرتبط با حوزه مورد نظر کاربر	۱۳۶	۸۹	۱۰۳	۱۳	۱۴	۲۷	۳۸۲	A
در صد فراوانی	۳۵/۶	۲۳/۳	۲۷/۰	۳/۴	۳/۷	۷/۱	۱۰۰	
۹- اطلاع رسانی در خصوص مقالات تولید شده هر نویسنده کشور اسلامی در حوزه مورد نظر به کاربر	۱۲۵	۵۹	۱۰۵	۱۱	۱۶	۶۶	۳۸۲	A
در صد فراوانی	۳۲/۷	۱۵/۴	۲۷/۵	۲/۹	۴/۲	۱۷/۳	۱۰۰	
۱۰- ارائه وضعیت استنادی مقاله بازدید شده توسط کاربر در سایر پایگاه های استنادی	۵۲	۱۰۷	۱۶۶	۶	۱۰	۴۱	۳۸۲	O
در صد فراوانی	۱۳/۶	۲۸/۰	۴۳/۵	۱/۶	۲/۶	۱۰/۷	۱۰۰	
۱۱- ارائه H Index نویسنده مورد نظر به کاربر	۴۷	۱۷۵	۱۲۴	۹	۷	۲۰	۳۸۲	M
در صد فراوانی	۱۲/۳	۴۵/۸	۳۲/۵	۲/۴	۱/۸	۵/۲	۱۰۰	
۱۲- ارائه ضریب تأثیر (Impact Factor) مجله مورد نظر به کاربر	۵۳	۱۸۱	۱۱۸	۸	۱۰	۱۲	۳۸۲	M
در صد فراوانی	۱۳/۹	۴۷/۴	۳۰/۹	۲/۱	۲/۶	۳/۱	۱۰۰	
۱۳- ارائه وضعیت نمایه سازی مجله بازدید شده توسط کاربر در سایر پایگاه های استنادی	۳۳	۱۲۴	۱۵۷	۱۰	۱۱	۴۷	۳۸۲	O
در صد فراوانی	۸/۶	۳۲/۵	۴۱/۱	۲/۶	۲/۹	۱۲/۳	۱۰۰	

خواسته کاربر از پایگاه استنادی علوم جهان اسلام	A	M	O	Q	R	I	جمع طبقه
۱۴- ارائه وضعیت رتبه‌بندی مؤسسات پژوهشی کشورهای اسلامی مورد نظر به کاربر در پایگاه جهان اسلام	۶۲	۱۴۶	۱۲۴	۷	۱۲	۳۱	۳۸۲
در صد فراوانی	۱۶/۲	۳۸/۲	۳۲/۵	۱/۸	۳/۱	۸/۱	۱۰۰
۱۵- ارائه اطلاعات پراستنادترین نویسندگان در حوزه مورد نظر به کاربر	۵۵	۱۶۳	۱۲۱	۶	۹	۲۸	۳۸۲
در صد فراوانی	۱۴/۴	۴۲/۷	۳۱/۷	۱/۶	۲/۴	۷/۳	۱۰۰
۱۶- ارائه وضعیت رتبه‌بندی مؤسسات پژوهشی کشورهای اسلامی مورد نظر کاربر در سایر نظام‌های رتبه‌بندی	۵۲	۱۱۹	۱۴۷	۶	۸	۵۰	۳۸۲
در صد فراوانی	۱۳/۶	۳۱/۲	۳۸/۵	۱/۶	۲/۱	۱۳/۱	۱۰۰
۱۷- ارائه چکیده مقاله کشورهای اسلامی مورد نظر به زبان بومی کاربر	۱۳۲	۷۶	۱۲۶	۱۴	۱۲	۲۲	۳۸۲
در صد فراوانی	۳۴/۶	۱۹/۹	۳۳/۰	۳/۷	۳/۱	۵/۸	۱۰۰
۱۸- امکان ارسال بررسی مجله برای ورود به پایگاه توسط کاربر	۱۲۵	۵۰	۱۱۲	۲	۲۸	۶۵	۳۸۲
در صد فراوانی	۳۲/۷	۱۳/۱	۲۹/۳	۰/۵	۷/۳	۱۷/۰	۱۰۰
۱۹- برگزاری کارگاه‌های آموزشی دوره‌ای برای کاربران	۴۵	۱۶۵	۱۲۰	۶	۴	۴۲	۳۸۲
در صد فراوانی	۱۱/۸	۴۳/۲	۳۱/۴	۱/۶	۱/۰	۱۱/۰	۱۰۰

تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از پرسشنامه «کانو» بر اساس بیشترین فراوانی نشان داد که پاسخ‌دهندگان از مجموع ۱۹ خواسته، ۷ خواسته را به عنوان خواسته اساسی (M)، ۵ خواسته را به عنوان خواسته عملکردی (O) و ۷ خواسته را به عنوان خواسته جذاب (A) در نظر گرفتند و خواسته معکوس و بی تفاوتی را به صورت عمده مد نظر قرار ندادند. اولویت هر یک از سه خواسته اساسی، عملکردی و جذاب در جدول ۵، قابل مشاهده است.

جدول ۵. اولویت به ترتیب بیشترین درصد فراوانی

درصد فراوانی	ردیف خواسته‌های اساسی (M)
۴۷/۴	۱۲ ارائه ضریب تأثیر (Impact Factor) مجله مورد نظر به کاربر
۴۵/۸	۱۱ ارائه H Index نویسنده مورد نظر به کاربر

درصد فراوانی	ردیف	خواسته‌های اساسی (M)
۴۴/۵	۳	ارائه اطلاعات استنادی مقاله بازدید شده به کاربر
۴۳/۲	۱۹	برگزاری کارگاه‌های آموزشی دوره‌ای برای کاربران
۴۲/۷	۱۵	ارائه اطلاعات پر استنادترین نویسندگان در حوزه مورد نظر به کاربر
۴۱/۴	۱	ارائه تمام متن (فول تکست) مقاله به کاربر
۳۸/۲	۱۴	ارائه وضعیت رتبه‌بندی مؤسسات پژوهشی کشورهای اسلامی مورد نظر به کاربر در پایگاه جهان اسلام
<b>خواسته‌های عملکردی (تک بعدی O)</b>		
۴۳/۵	۱۰	ارائه وضعیت استنادی مقاله بازدید شده توسط کاربر در سایر پایگاه‌های استنادی
۴۱/۴	۲	ارائه متن مقاله رایگان
۴۱/۱	۱۳	ارائه وضعیت نمایه‌سازی مجله بازدید شده توسط کاربر در سایر پایگاه‌های استنادی
۳۸/۵	۱۶	ارائه وضعیت رتبه‌بندی مؤسسات پژوهشی کشورهای اسلامی مورد نظر کاربر در سایر نظام‌های رتبه‌بندی
۳۶/۶	۵	ارائه اطلاعات استناد به تولیدات علمی هر نویسنده بازدید شده توسط کاربر
<b>خواسته‌های جذاب (A)</b>		
۳۶/۶	۶	اطلاع‌رسانی در خصوص انتشارات جدید مورد علاقه کاربر
۳۵/۶	۸	اطلاع‌رسانی در مورد مؤسسات پژوهشی فعال در کشورهای اسلامی مرتبط با حوزه موضوعی مورد نظر کاربر
۳۴/۶	۱۷	ارائه چکیده مقاله کشورهای اسلامی مورد نظر به زبان بومی کاربر
۳۳/۰	۴	ارائه سابقه انتشارات نویسنده مقاله بازدید شده توسط کاربر
۳۲/۷	۹	اطلاع‌رسانی در خصوص مقالات تولید شده هر نویسنده کشور اسلامی در حوزه مورد نظر به کاربر
۳۲/۷	۱۸	امکان ارسال بررسی مجله برای ورود به پایگاه توسط کاربر
۳۱/۷	۷	اطلاع‌رسانی در خصوص روابط علمی نویسندگان کشورهای اسلامی در حوزه‌های مورد علاقه به کاربر

همان‌گونه که در جدول ۵، قابل مشاهده است، از مجموع ۱۹ خواسته، هفت خواسته به‌عنوان خواسته اساسی مد نظر کاربران پاسخ‌دهنده بوده است. همچنین، جدول ۵، نشان می‌دهد که ۴۷/۴ درصد پاسخ‌دهندگان، به‌طور مثال، «ارائه ضریب تأثیر مجله توسط پایگاه استنادی علوم جهان اسلام» را یک خواسته اساسی (M) می‌دانند. آن‌گونه که در جدول ۴، قابل مشاهده است، ۳۰/۹ درصد پاسخ‌دهندگان این خواسته را خواسته‌ای عملکردی و ۱۳/۹ درصد آن را خواسته‌ای جذاب دانسته و درصد اندکی، ۳/۱ درصد، نسبت به آن بی‌تفاوت



بوده است. همچنین، ۲/۶ درصد هم نظری مخالف پژوهشگر داشته‌اند. از مجموع ۱۹ خواسته، پنج خواسته به‌عنوان خواسته عملکردی (O) مد نظر کاربران پاسخ‌دهنده بوده است. به‌طور مثال، جدول ۵، نشان می‌دهد که ۴۳/۵ درصد پاسخ‌دهندگان خواسته «ارائه وضعیت استنادی مقاله بازدیدشده توسط کاربر در سایر پایگاه‌های استنادی توسط پایگاه استنادی علوم جهان اسلام» را یک خواسته عملکردی (O) با اهمیت می‌دانند. همان‌گونه که در جدول ۴، قابل مشاهده است، همین خواسته را ۱۳/۳ درصد از پاسخ‌دهندگان به‌عنوان خواسته‌ای جذاب، ۲۸ درصد آن را به‌عنوان خواسته‌ای اساسی و درصد اندکی، ۲/۶ درصد، نظری مخالف با پژوهشگر داشته و ۱۰/۷ درصد نسبت به آن بی‌تفاوت بوده‌اند. پاسخ‌دهندگان از مجموع ۱۹ خواسته، هفت خواسته را به‌عنوان خواسته جذاب (A) در نظر گرفته‌اند. به‌طور مثال، ۳۶/۶ درصد پاسخ‌دهندگان «اطلاع‌رسانی در خصوص انتشارات جدید مورد علاقه کاربر» را خواسته‌ای جذاب می‌دانند. همان‌گونه که در جدول ۴، قابل مشاهده است، همین خواسته را ۲۰/۴ درصد کاربران خواسته‌ای اساسی، ۳۳/۲ درصد آن را خواسته‌ای عملکردی و ۲/۹ درصد آن را سؤال‌برانگیز دانسته و ۲/۱ درصد پاسخ‌دهندگان نظری متفاوت با نظر پژوهشگر داشته و ۴/۷ درصد هم نسبت به این خواسته بی‌تفاوت بوده‌اند.

### ۳-۵. سطح رضایتمندی و عدم رضایت اعضای هیئت علمی از عملکرد «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام» چگونه است؟

بر اساس نتایج به‌دست آمده از تجزیه و تحلیل پرسشنامه «کانو»، رضایت و عدم رضایت پاسخ‌دهندگان از عملکرد «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام» در جدول ۶، قابل مشاهده است.

### جدول ۶. ضریب رضایت و نارضایتی کاربران

ضریب رضایت	ضریب نارضایتی	ردیف خواسته‌های اساسی (M)
+۰/۴۷	-۰/۸۳	۱۲ ارائه ضریب تأثیر (Impact Factor) مجله مورد نظر به کاربر
+۰/۴۷	-۰/۸۲	۱۱ ارائه H Index نویسنده مورد نظر به کاربر
+۰/۴۶	-۰/۸۱	۳ ارائه اطلاعات استنادی مقاله بازدیدشده به کاربر
+۰/۴۵	-۰/۷۷	۱۹ برگزاری کارگاه‌های آموزشی دوره‌ای برای کاربران

ردیف		خواسته‌های اساسی (M)	
ضریب رضایت	ضریب نارضایتی		
۱۵	۰/۷۸-	۰/۴۸+	ارائه اطلاعات پر استنادترین نویسندگان در حوزه مورد نظر به کاربر
۱	۰/۷۵-	۰/۴۱+	ارائه تمام متن (فول تکست) مقاله به کاربر
۱۴	۰/۷۵-	۰/۵۲+	ارائه وضعیت رتبه‌بندی مؤسسات پژوهشی کشورهای اسلامی مورد نظر به کاربر در پایگاه جهان اسلام
خواسته‌های عملکردی (O)			
۱۰	۰/۷۵-	۰/۶۰+	ارائه وضعیت استنادی مقاله باز دیده شده توسط کاربر در سایر پایگاه‌های استنادی
۲	۰/۸۰-	۰/۵۷+	ارائه متن مقاله به صورت رایگان
۱۳	۰/۷۸-	۰/۵۳+	ارائه وضعیت نمایه‌سازی مجله باز دیده شده توسط کاربر در سایر پایگاه‌های استنادی
۱۶	۰/۷۳-	۰/۵۵+	ارائه وضعیت رتبه‌بندی مؤسسات پژوهشی کشورهای اسلامی مورد نظر کاربر در سایر نظام‌های رتبه‌بندی
۵	۰/۷۳-	۰/۵۴+	ارائه اطلاعات استناد به تولیدات علمی هر نویسنده باز دیده شده توسط کاربر
خواسته‌های جذاب (A)			
۶	۰/۵۷-	۰/۷۴+	اطلاع‌رسانی در خصوص انتشارات جدید مورد علاقه کاربر
۸	۰/۵۵-	۰/۶۸+	اطلاع‌رسانی در مورد مؤسسات پژوهشی فعال در کشورهای اسلامی مرتبط با حوزه موضوعی مورد نظر کاربر
۱۷	۰/۵۷-	۰/۷۳+	ارائه چکیده مقاله کشورهای اسلامی مورد نظر به زبان بومی کاربر
۴	۰/۵۸-	۰/۶۹+	ارائه سابقه انتشارات نویسنده مقاله باز دیده شده توسط کاربر
۹	۰/۴۷-	۰/۶۵+	اطلاع‌رسانی در خصوص مقالات تولید شده هر نویسنده کشور اسلامی در حوزه مورد نظر به کاربر
۱۸	۰/۴۷-	۰/۶۸+	امکان ارسال بررسی مجله برای ورود به پایگاه توسط کاربر
۷	۰/۵۷-	۰/۶۵+	اطلاع‌رسانی در خصوص روابط علمی نویسندگان کشورهای اسلامی در حوزه‌های مورد علاقه به کاربر

همان‌گونه که در جدول ۶، مشاهده می‌شود، از ۱۹ خواسته بررسی شده، هفت خواسته اساسی بوده است. میانگین ضریب میزان رضایت از هفت خواسته اساسی (۰/۴۶+) است. به‌طور مثال، بیشترین رضایت به‌دست آمده مربوط به «ارائه وضعیت رتبه‌بندی مؤسسات پژوهشی کشورهای اسلامی مورد نظر به کاربر در پایگاه استنادی جهان اسلام» (۰/۵۲+) است. در سنجش میزان رضایت، هرچه رضایت به عدد یک نزدیک‌تر باشد، نمایانگر این موضوع است که در صورت تأمین خواسته‌ای، رضایت افزایش پیدا می‌کند و هرچه به صفر نزدیک‌تر شود، بدین معناست که تلاش برای تأمین بیشتر خواسته، تأثیری بر

رضایت بیشتر کاربر ندارد. در این خصوص رضایت کاربران در حد متوسطی قابل ارزیابی است. میانگین ضریب میزان نارضایتی از هفت خواسته‌ی اساسی (۷۸-) است. همان‌گونه که در جدول ۶، مشاهده می‌شود، میانگین بیشترین نارضایتی در خصوص خواسته‌ی اساسی «ارائه‌ی ضریب تأثیر مجله‌ی مورد نظر کاربر (۸۳-)» است. در سنجش میزان عدم رضایت، هرچه میزان نارضایتی به عدد ۱- نزدیک‌تر باشد، بدین معناست که عدم تأمین خواسته‌ی کاربران باعث افزایش نارضایتی آن‌ها می‌شود و هرچه به صفر نزدیک‌تر باشد، نشانگر آن است که اگر خواسته‌ی مورد نظر باشد، ولی در حال حاضر وجود نداشته باشد، سبب نارضایتی نخواهد شد. میانگین میزان رضایت از پنج خواسته‌ی عملکردی (۴۶+) و میزان عدم رضایت (۷۸-) است و همچنین، میانگین میزان رضایت از هفت خواسته‌ی جذاب (۵۶+) و میزان عدم رضایت (۷۶-) است.

## ۶. نتیجه‌گیری

خواسته‌های اساسی در حقیقت الزام‌آور، پایه، ابتدایی، بدیهی، اولیه و مورد انتظار کاربران هستند و چنانچه چنین خواسته‌هایی از طریق «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC)» ارائه نشود، کاربران کاملاً نارضاعی خواهند شد. اگر تأمین خواسته‌های اساسی از سوی مدیران پایگاه، رضایت کاربران را افزایش ندهد، ولی از عدم رضایت آن‌ها جلوگیری می‌نماید. کاربران ارائه‌ی چنین خواسته‌هایی را از سوی «پایگاه» واجب و حتمی می‌دانند و در نتیجه، چنین خواسته‌هایی را به صراحت درخواست نمی‌کنند. به‌طور مثال، اگر «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام» ضریب تأثیر مجلات یا شاخص هرش برای هر نویسنده را ارائه ندهد، کاربران در صورتی که پایگاه استنادی دیگری را سراغ داشته باشند که چنین خواسته‌هایی را تأمین می‌کند، به سراغ آن پایگاه خواهند رفت تا نیازهای خود را رفع نمایند. وجود سیستم اعلام نیاز و شکایت از راه‌های شناسایی خواسته‌های اساسی کاربران است که لازم است مدیران «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام» به آن توجه نمایند. اگر مدیران اطلاع کافی از چنین خواسته‌هایی داشته باشند و آن‌ها را تأمین نموده باشند می‌توانند وقت و بودجه‌ی پایگاه را برای تأمین خواسته‌های دیگر صرف کنند.

خواسته‌های عملکردی، خواسته‌های تک‌بعدی هستند، یعنی هرچه بیشتر تأمین شوند رضایت کاربران افزایش پیدا خواهد کرد. در حقیقت، خواسته‌هایی هستند که نشان‌دهنده‌ی کارایی «پایگاه استنادی جهان اسلام» هستند. چنین خواسته‌هایی بر خلاف خواسته‌های

اساسی از سوی کاربران به‌طور معمول به‌صراحت بیان می‌شوند و مورد تقاضای آنها هستند؛ به‌طور مثال، ارائه متن مقاله به‌صورت رایگان. کاربران «پایگاه استنادی جهان اسلام» برای دسترسی به خواسته‌هایشان، پایگاه‌های در دسترس را با همدیگر مقایسه خواهند کرد و با توجه به اصل هرچه بیشتر بهتر و هرچه راحت‌تر بهتر، به سمت پایگاه‌هایی که بیشتر مقالات را به‌صورت رایگان و راحت‌تر در اختیارشان می‌گذارند، خواهند رفت.

خواسته‌های انگیزشی خواسته‌هایی هستند که بیشترین تأثیر را بر روی رضایت کاربر از خدمات «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام» دارند. این گونه خواسته‌ها نه به‌صراحت از سوی کاربران بیان می‌شوند و نه از سوی آن‌ها مورد انتظار است. تأمین چنین خواسته‌هایی باعث افزایش رضایت و خشنودی کاربر خواهد شد و عدم تأمین چنین خواسته‌هایی نارضایتی کاربران پایگاه را به‌دنبال نخواهد داشت. به‌طور مثال، ارائه چکیده به‌زبان بومی کاربر توسط «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام» را در نظر بگیرید. این خواسته در بدو ارائه باعث هیجان و خشنودی کاربران می‌شود و بعد از مدتی که توسط پایگاه‌های مشابه نیز تقلید و ارائه شد، به یک خواسته عملکردی تبدیل می‌شود که هرچه بیشتر عرضه شود، باعث رضایت بیشتر می‌شود و سپس، در ادامه، به‌عنوان یک خواسته عادی و بدیهی تلقی شده و به‌عنوان یک نیاز پایه و اساسی از سوی کاربران در نظر گرفته می‌شود. شناسایی خواسته‌های انگیزشی از سوی مدیران «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام» می‌تواند مزیت رقابتی برای پایگاه ایجاد نماید و کاربران بیشتری از کشورهای جهان اسلام را به سوی خود بکشاند. توجه صرف به خواسته‌های اساسی و عملکردی از سوی کاربران یکسان تلقی می‌شود و در نتیجه، از سوی کاربران قابل جایگزین شدن هستند.

## ۷. پیشنهادی منتج از پژوهش

۱. به‌علت تغییر دائمی خواسته‌های کاربران، مدیران «پایگاه استنادی جهان اسلام (ISC)» با قرار دادن پرسشنامه «کانو» به‌صورت برخط بر روی سایت به‌طور دائم خواسته‌های کاربران را مورد پایش قرار دهند.
۲. مدیران پایگاه قبل از اقدام به طراحی و ارائه محصول و خدمت جدید با پایش نیازها و خواسته‌های کاربران تمام کشورهای اسلامی، با استفاده از مدل «کانو» و ادغام آن با سایر مدل‌ها، درک بهتری از خواسته‌های کاربران به‌دست آورند.
۳. با ارائه خدمات جذاب نسبت به افزایش رضایت و جلب کاربران بیشتر از کشور

خودمان و سایر کشورهای جهان اسلام اقدام نمایند.

## ۸. پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی:

۱. مشابه تحقیق حاضر در سایر دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی و آموزش عالی کشور به صورت مطالعه موردی با جامعه آماری اعضای هیئت علمی و دانشجویان تحصیلات تکمیلی تکرار شود تا از زوایای مختلف نیازهای کاربران «پایگاه استنادی علوم جهان اسلام» شناسایی و رتبه‌بندی گردد.
۲. برای شناسایی و درک بهتر خواسته‌های کاربران، پژوهشگران مدل «کانو» را با مدل‌های دیگری نظیر (QFD) ادغام نمایند.
۳. این تحقیق برای شناسایی بهتر خواسته‌های کاربران بالفعل و بالقوه سایر کشورهای اسلامی با جامعه آماری مختلف تکرار شود.

## فهرست منابع

- باقری، معصومه، عاطفه شریف و معصومه تجعفری. ۱۳۹۶. دسته‌بندی خدمات عمومی کتابخانه‌های دانشگاهی دانشگاه فردوسی مشهد بر اساس مدل رضایت‌مندی کانو. پژوهش‌های نظری و کاربردی در علم اطلاعات و دانش‌شناسی ۷(۱): ۱۹۲-۲۱۷.
- جوکار، عبدالرسول و مرضیه گل‌تاجی. ۱۳۸۹. مطالعه میزان خوداستنادی در دو نشریه فصلنامه کتاب و فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی در سال‌های ۱۳۸۲ تا ۱۳۸۶ بر اساس پایگاه گزارش‌های استنادی نشریه‌های فارسی پایگاه استنادی علوم جهان اسلام. فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی ۱۳(۱): ۹۱-۱۱۰.
- حیاتی، زهیر، عظیمه مظفری، افسانه مظفری، و روح‌اله منوچهری. ۱۳۹۳. بخش‌بندی مراجعه‌کنندگان، کتابخانه‌های عمومی بر مبنای نیازهایشان با استفاده از شبکه عصبی مصنوعی، تحلیل سلسله‌مراتبی و مدل کانو. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی ۲۰(۳): ۵۱۳-۵۳۳.
- خانی جزینی، رضا و مصطفی حسونند. ۱۳۹۶. شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر رضایتمندی کاربر با تلفیق QFD و مدل کانو: بررسی آموزشگاه‌های فنی و حرفه‌ای در تهران. مجله ارگونومی ۵(۴): ۲۶-۳۷.
- دهقانی‌زاده، مهستی، محسن حاجی‌زین‌العابدینی و محمد حسن‌زاده. ۱۳۹۵. تحلیل استنادی مقالات اعضای هیئت علمی دانشگاه تهران در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) از سال ۱۳۸۵-۱۳۹۰. پژوهشنامه علم‌سنجی ۲(۱): ۹۹-۱۱۱.
- رحیمی، فروغ، فاطمه علی‌نژاد چمازکنتی، مرضیه کهندل جهرمی، و سعیده میرحق‌جو لنگرودی. ۱۳۹۵. رویکرد اخلاقی سردبیران و سهم آن‌ها از انتشار مقالات در نشریه خودی. اخلاق در علوم و فناوری ۱۱(۱): ۲۶-۵۱.

روحمند، سعیده، محمدرضا اسمعیلی گیوی، و علی اصغر پورعزت. ۱۳۹۶. اولویت‌بندی کیفیت خدمات مراکز اطلاعاتی بر اساس مدل کانو و تأثیر عملکرد متقارن. *پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات* ۳۳ (۲): ۵۸۹-۶۱۴.

ریاحی‌نیا، نصرت، فروغ رحیمی، معصومه لطیفی، و لیلی بخشیان. ۱۳۹۴. بررسی میزان انطباق ربط سیستمی و ربط کاربرمداران در پایگاه‌های اطلاعاتی Google Scholar-ISC-SID. *تعامل انسان و اطلاعات* ۲ (۱): ۱۱-۱. سعیدنیا، حمیدرضا. ۱۳۹۸. شناسایی و دسته‌بندی خدمات مبتنی بر وب مطلوب در وبسایت کتابخانه‌های عمومی ایران بر اساس مدل سنجش رضایت مشتری کانو. *مطالعات دانش‌شناسی* ۵ (۱۹): ۶۳-۸۸. شاهین، آرش، و رضا صالح‌زاده. ۱۳۹۰. طبقه‌بندی نیازهای مشتریان و تجزیه و تحلیل رفتار آن‌ها با استفاده از الگوی تلفیقی کانو و قوانین انجمنی. *تحقیقات بازاریابی نوین* ۱ (۲): ۱-۱۶.

صادقی‌شاهدانی، مهدی، محسن طباطبایی مزدآبادی، و مهدی‌علیزاده. ۱۳۹۲. *آموزش مدل‌سازی رضایت مشتری با رویکرد کانو*. تهران: کوهسار.

صمدی، لاله، و صدیقه محمداسماعیل. ۱۳۸۸. بررسی معیارهای ارزیابی مجله‌ها در گزارش‌های استنادی نشریات فارسی در پایگاه استنادی علوم کشورهای اسلامی مرکز منطقه‌ای اطلاع‌رسانی علوم و فناوری. *پیام کتابخانه* ۱۵ (۱): ۱۲۹-۱۴۷.

طاهری‌کیا، فریز، میثم فخاریان، و مسعود لاجوردی. ۱۳۹۱. شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر رضایت مشتریان از محصول پودر آب. شرکت‌کنندگان با استفاده از مدل کانو. *فصلنامه مدیریت* ۸ (۲۲): ۶۱-۸۱. عطاری‌پور، هاشم، عبدالرضا نوروزی چاکلی، و محمد حسن‌زاده. ۱۳۸۸. بررسی و عوامل مؤثر بر ضریب تأثیر نشریات حوزه اقتصاد مورد تأیید وزارت علوم، تحقیقات و فناوری. *فصلنامه سیاست علم و فناوری* ۲ (۱): ۵۳-۶۴.

علوی، سیدمسلم، مهدی نجفی سیاه‌رودی، و مریم رحیم‌زاده. ۱۳۹۴. شناسایی و طبقه‌بندی نیازهای مشتریان یک باشگاه ورزشی با استفاده از مدل کانو (مطالعه در باشگاه ورزشی نرجس شیراز). *پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی* ۴ (۱۵): ۵۳-۶۵.

علی‌نژاد چمازکتی، فاطمه، و سعیده میرحق‌جو لنگرودی. ۱۳۹۴. ارزیابی و سنجش مقالات جغرافیا و برنامه‌ریزی طی سال‌های ۱۳۸۹-۱۳۹۳ در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام ISC. *جغرافیا و برنامه‌ریزی* ۱۹ (۵۴): ۳۲۹-۳۴۴.

\_\_\_\_\_. فروغ رحیمی، و مرضیه کهن‌دل. ۱۳۹۳. بررسی شاخص‌های هم‌تألفی در مقالات مجله انجمن ایرانی زبان و ادبیات عربی در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) طی سال‌های ۲۰۱۳-۲۰۱۲. *مجله انجمن ایرانی زبان و ادبیات عربی* ۳۳: ۹۷-۱۱۷.

قاضی میرسعید، جواد، ادیا معتمدی، و باقر پهلوان‌زاده. ۱۳۹۳. تأثیر خوداستنادی نویسنده بر ضریب تأثیر مجلات پزشکی ایرانی در دو نمایه‌نامه وبگاه علوم و پایگاه استنادی علوم جهان اسلام. *مدیریت اطلاعات سلامت* ۱۱ (۱): ۳۸-۴۸.

- قاضی میرسعید، جواد، محمدرضا قانع، نادیا معتمدی، فریدون آزاده، و باقر پهلوانزاده. ۱۳۹۱. مقایسه همبستگی خود-استنادی مجله با ضریب تأثیر مجلات انگلیسی پزشکی داخلی در دو نمایه‌نامه WOS و ISC. *مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران (پیاورد سلامت)* ۶ (۶): ۴۷۸-۴۸۸.
- قانع، محمدرضا، و فروغ رحیمی. ۱۳۹۰. تحلیل استنادی و الگوی همکاری نویسندگان شش نشریه ایرانی انگلیسی‌زبان حوزه فنی و مهندسی نمایه‌شده در استنادی علوم جهان اسلام (ISC). *فصلنامه پژوهشکده علوم و فناوری اطلاعات ایران. ویژه‌نامه علم‌سنجی* ۱۵۹-۱۷۵.
- کلینی ممقانی، ناصر، و پریسا ایزدپناه. ۱۳۹۱. کاربرد مدل کانو در طراحی و توسعه محصولات جدید. *نشریه هنرهای زیبا-هنرهای تجسمی* ۱۷ (۳): ۵۹-۶۶.
- گل تاجی، مرضیه. ۱۳۸۸. میزان همبستگی خوداستنادی مجله با ضریب تأثیر در نشریات معتبر علمی منتشرشده در سال‌های ۱۳۸۶-۱۳۸۰. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه شیراز.
- مظفری، عظیمه، زهیر حیاتی، و افسانه مظفری. ۱۳۹۵. اولویت‌بندی به نیازهای مراجعان کتابخانه ملی ایران با استفاده از متون داده کاوی و تصمیم‌گیری چندمعیاره. *فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات* ۲۷ (۳): ۱۱۳-۱۲۵.
- ملکی، آناهیتا، و ماهان دارابی. ۱۳۸۷. روش‌های مختلف اندازه‌گیری رضایت مشتری. *ماهنامه مهندسی خودررو و صنایع وابسته* ۱ (۳): ۲۷-۳۲.
- مهراد، جعفر، و مریم فرمانی. ۱۳۹۲. *آشنایی با پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC)*. شیراز: تخت جمشید.
- مهراد، جعفر، و مرضیه گل تاجی. ۱۳۸۸. میزان همبستگی خوداستنادی مجله با ضریب تأثیر در نشریات معتبر علمی حوزه علوم انسانی براساس پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC). *علوم و فناوری اطلاعات* ۲۵ (۲): ۱۸۹-۲۰۶.
- \_\_\_\_\_ الف. ۱۳۸۹. میزان همبستگی خوداستنادی مجله با ضریب تأثیر در نشریات علمی حوزه‌های علوم پزشکی منتشرشده بر اساس گزارش‌های پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC). *مدیریت اطلاعات سلامت* ۷ (۳): ۲۵۱-۲۵۹.
- \_\_\_\_\_ ب. ۱۳۸۹. میزان همبستگی خوداستنادی مجله با ضریب تأثیر در نشریات علمی حوزه‌های علوم فنی و مهندسی منتشرشده در سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۶ بر اساس گزارش‌های استنادی نشریات فارسی پایگاه استنادی علوم جهان اسلام. *تحقیقات کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاهی* ۴۴ (۵۱): ۲۷-۵۰.
- مهرگان، محمدرضا، و مهرداد قاسمی. ۱۳۸۱. استفاده از مدل کانو در تعیین امتیاز کیفیت شرکت‌های صنعتی. *مجله دانش مدیریت* ۱۵ (۵۶): ۶۱-۸۰.
- میرحق جو لنگرودی، سعیده، و فاطمه علی‌نژاد چمازکنی. ۱۳۹۳. کارنامه علمی مجله فضای جغرافیایی در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام ISC. *فصلنامه فضای جغرافیایی* ۱۵ (۵۱): ۲۸۱-۲۹۴.
- \_\_\_\_\_ ۱۳۹۴. ارزیابی و سنجش مقالات مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی طی سال‌های ۱۳۸۹-۱۳۹۳ در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام ISC. *جغرافیا و برنامه‌ریزی* ۱۹ (۵۴): ۳۴۴-۳۵۹.

نصیری، اسماعیل، و حسین عموزاد مهدرجی. ۱۳۹۳. بررسی رضایتمندی شهروندان از عملکرد خدماتی شهرداری با استفاده از مدل کانو موردشناسی؛ شهرداری گرگان. *جغرافیا و آمایش شهری-منطقه‌ای* ۴ (۱۳): ۹۷-۱۰۶.

نوروزی، یعقوب، و سکینه جعفری. ۱۳۹۶. سنجش آمادگی الکترونیکی برای پیاده‌سازی مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری (مورد مطالعه پایگاه استنادی علوم جهان اسلام). *رهیافت* ۶۸: ۶۱-۷۴.

نوروزی چاکلی، عبدالرضا، و سکینه جعفری. ۱۳۹۳. ارزیابی تحلیلی رابطه کیفیت و خوداستنادی مجلات در نشریات حوزه علوم انسانی. *علم‌سنجی کاسپین* ۱ (۲): ۵۷-۶۵.

وظیفه‌دوست، حسین، و پروانه عطاء‌الهی. ۱۳۸۶. ارزیابی رضایت مشتریان از خدمات پس از فروش محصولات سایپا با استفاده از مدل کانو. *مجله مدیریت بازاریابی* ۲ (۳): ۸۹-۱۰۳.

## References

- Alizade, Hamid. 2014. Performance analysis of ISC journals using scopus and ISC indicators. Special Issue. 2<sup>nd</sup> International conference on Scholarly journals. Editors- in- Chief (Islamic Countries, 1-2 Dec.) Shiraz, Iran.
- Au, E., W. Y. Li, & R. S. Goonetilleke. 2006. The challenge of applying Kanos method to footwear design. Conference on Biomedical Engineering. Hong Kong.
- Azadi, Tannaz., Rogheyyeh Eskrootchi, Roohangiz Jamshidi Orak, & Nillofar Mohaghegh. 2014. Usability evaluation of the Web pages of the Islamic World Science Citation Center (ISC). *International journal of Information Science and Management* 12 (1): 11-22.
- Finn, Adam. 2011. Investigating the nonlinear effects of e-service quality dimensions on customer satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services* 18 (1): 27-37.
- Garibay, Cecilia, Humberto Gutierrez and Arturo Figueroa. 2010. Evaluation of a digital library by means of quality function deployment (QFD) and the Kano model. *The Journal of Academic Librarianship* 36 (2): 125-132.
- Hauser, J. R. and D. Clausing. 1998. The House of Quality. *Harvard Business Review* 66 (3): 63-73.
- Juznik Roater, Laura, and Mitja Kozar. 2017. The use of the Kano model to enhance customer satisfaction. *Organizacija* 50 (4): 339-351.
- Kano, Noriaki, Nobuhiko Serako, Fumio Takahashi, and Shinichi Tsuji. 1984. Attractive quality and must be quality. *Hinshitsu: The journal of the Japanese Society for quality control* 41: 39-48.
- Lee, Yu-Cheng, Shao-Bin Lin and Ya-Li Wang. 2011. A New Kano's evaluation sheet. *The TQM Journal* 23: 179-195.
- Lofgren, Martin and Lars Witell. 2008. Two decades of using Kano's theory of attractive quality: A literature review. *Quality Management Journal* 15 (1): 59-75.
- Luor, Tainyi, His-Peng Lu, Kang-Min Chien, and Tzong – Chen Wu. 2015. Contribution to quality research: A literature review of Kano's model from 1998 to 2012. *Total Quality Management & Business Excellence* 26 (3-4): 234-247.
- Martela, Tejaswi, Elizabeth A. Cudney, and Jiju Antony. 2017. The application of Kano model in the healthcare industry: a systematic literature review. *Total quality Management & Business Excellence*. <https://doi.org/10.1080/14783363.2017.1328980> (accessed Nov. 23, 2019)
- Mazdik, Peter, Pavol Budaj, Dalibor Mikulas, and Dominik Zimon. 2019. Application of Kano model for a better understanding of customer requirements in higher education – A pilot study. *Administrative*



*Sciences* 9 (11): 2-18.

- Mehrad, Jaffar, and Sholeh Arastoopoor. 2012. Islamic World Science Citation Center (ISC): Evaluating Scholarly journals Based on Citation Analysis. *Acta Inform Med.* 20 (1): 40-43.
- Mehrad, Jaffar, and Milad Naseri. 2010. The Islamic World Science Citation Center: A New Scientometrics System for Evaluating Research Performance in OIC Region. *International journal of Information Science and Management* 8 (2): 1-10.
- Meng, Qingliang, and Jing Dong. 2018. Future direction and visual analysis of Kano model: A literature review. *Journal of service science and management* 11: 399-413.
- Mikulic, Josip. 2007. The Kano model – A review of its application in marketing research from 1984-2006. Proceeding of the 1<sup>st</sup> International Conference Marketing Theory Challenges in Transitional Countries Maribor: 87-96.
- Rashid, Mad Mamunur. 2010. A review of state of art Kano model for research direction. *International Journal of Engineering Science and Technology* 2 (12): 7481-7490.
- Sauerwein, Elmar. 1999. Experiences with the reliability and validity of the Kano Methods: Comparison to alternate forms of classification of product needs, Quality function deployment transaction. *The Eleventh Symposium, Navi, Michigan. USA.* ? : 416-429.
- \_\_\_\_\_, Franz Bailom, Kurt Matzler, and Hans H. Hinterhuber. 1996. The Kano model: how to delight your customer. *International Working Seminar on Production Economics (February 19-23). Preprints ol.I of IX:313-327. Innsbruck/Igls/Austria.*
- Safahieh, Hajar. 2014. Islamic World Science Citation Center's Journal Citation Reports (JCR). *Special Issue. 2<sup>nd</sup> International conference on Scholarly journals Editors- in- Chief (Islamic Countries, 1-2 Dec.)*. Shiraz, Iran.
- Shahin, Arash, Masoud Pourhamidi, Jiju Antony, and Sung Hyun Park. 2013. Typology of kano models: A critical review of literature and proposition of revised model. *International Journal of Quality & Reliability Management* 30: 341-358.
- Witell, Lars, and martin Lofgren. 2007. Classification of quality attributes. *Managing service Quality: an International journal* 17: 54-73.

#### سعيد فارسی

متولد سال ۱۳۴۹ هم‌اکنون عضو هیئت علمی گروه علوم تربیتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز است.  
پایگاه‌های استنادی، ارزیابی عملکرد، مدیریت دانش و اطلاعات، تحلیل محتوا، آموزش و یادگیری الکترونیکی از جمله علایق پژوهشی وی است.



**صدیقه محمداسماعیل**

متولد ۱۳۴۶ هم‌اکنون دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران است. داده‌کاوی، ترسیم نقشه دانش، مصورسازی علوم، مدیریت دانش، حاکمیت فناوری اطلاعات، داشبورد مدیریت اطلاعات، رایانش ابری، و اینترنت اشیا از جمله علایق پژوهشی وی است.

**فهیمه باب‌الحوادثی**

متولد ۱۳۳۵ دارای مدرک دکتری در رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی است. ایشان هم‌اکنون دانشیار گروه علوم ارتباطات و دانش‌شناسی واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد است. ذخیره و بازیابی اطلاعات، پردازش زبان طبیعی، مدیریت دانش و اطلاعات و تحلیل محتوا از جمله علایق پژوهشی وی است.

**فاطمه نوشین فرد**

متولد ۱۳۳۸ دارای مدرک دکتری در رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی است. ایشان هم‌اکنون دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران است. سبیرتیک، مدیریت دانش، رفتار اطلاع‌یابی، بازیابی اطلاعات، علم‌سنجی، کتابخانه‌های دیجیتال، و بازاریابی از جمله علایق پژوهشی وی است.

