

سنجش رضایتمندی شهروندان از کیفیت خدمات شهرداری بندرلنگه

سعید امانپور

دانشیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه شهید چمران اهواز

سعید ملکی

دانشیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه شهید چمران اهواز

نعیم اکرامی*

کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه شهید چمران اهواز

پذیرش: ۱۳۹۶/۱۱/۲۰

دریافت: ۱۳۹۶/۶/۲۰

چکیده

پژوهش حاضر با هدف سنجش عوامل موثر بر میزان رضایتمندی شهروندان از کیفیت خدمات ارائه شده در شهرداری شهر بندرلنگه انجام یافته است. این پژوهش بر اساس هدف؛ کاربردی، از نظر ماهیت و روش بررسی؛ پیمایشی و از نوع توصیفی-تحلیلی می‌باشد. جامعه آماری آن شامل کلیه افرادی است که به شهرداری بندرلنگه مراجعه نموده‌اند. حجم نمونه به طور تقریبی ۳۵۱ نفر تعیین گردید. ابزار اندازه‌گیری؛ پرسشنامه برگرفته از پژوهش بحرانی و همکاران (۱۳۸۷) بوده و به منظور تعیین پایایی پرسشنامه‌ها؛ از روش آلفای کرونباخ استفاده شد، که مقدار آلفای آن ۰/۸۱ به دست آمد. تجزیه و تحلیل اطلاعات، در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی و به-وسیله نرم‌افزارهای Spss22 و Amos23 انجام گردیده است. نتایج تحقیق نشان داده است که: میزان رضایتمندی شهروندان از شهرداری شهر بندرلنگه کمتر از حد متوسط بوده است. بین سن شهروندان و میزان رضایتمندی آنها از شهرداری رابطه مثبت و معنادار و بین تحصیلات شهروندان و میزان رضایتمندی آنها از شهرداری رابطه منفی و معنادار وجود دارد. میزان رضایتمندی از شهرداری بر اساس جنسیت و وضعیت اشتغال شهروندان متفاوت بوده است. بین کیفیت خدمات و ابعاد پنجگانه آن (رضایت از شرایط فیزیکی، رضایت از نحوه پاسخگویی، رضایت از کیفیت راهنمایی، رضایت از نحوه برخورد کارکنان و اعتماد و اطمینان به کارکنان) با میزان رضایتمندی شهروندان از شهرداری بندرلنگه رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. بین انتظارات شهروندان از ارائه خدمات و میزان رضایتمندی آنها رابطه منفی و معنادار وجود داشته است. در آخر هم بین متغیرهای نگرش نسبت به شهرداری و ارزش درک شده از خدمات با میزان رضایتمندی شهروندان از شهرداری رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه نیز نشان داد که در مجموع؛ متغیرهای پیش‌بین تحقیق، حدود ۵۳ درصد از واریانس متغیر ملاک (رضایتمندی شهروندان از شهرداری) را تبیین می‌کنند.

واژگان کلیدی: رضایتمندی، شهروندان، کیفیت خدمات، شهرداری، بندرلنگه

مقدمه

تا چند دهه قبل ارائه خدمات از سوی شهرداری‌ها، بیش از آنکه منطبق با خواسته‌های شهروندان باشد، نتیجه فکر خلاق مهندسان طراح شهرداری به حساب می‌آمد و نقش شهروندان، تنها به یک مصرف‌کننده خدمات محدود می‌شد؛ اما این تفکر تنها تا دهه‌های آخر قرن گذشته دوام داشت و افزایش سطح توقعات و الزامات شهروندان، موجب توجه و اهمیت به خواسته‌ها و الزامات شهروندان گردید (نصیری و مهدیرجی، ۱۳۹۳: ۹۸). در سازمان‌ها عملکردهایی وجود دارد که باعث نگرش مثبت و منفی شهروندان نسبت به سازمان (شهرداری) می‌گردد. بنابراین سازمان‌ها نقش بسیار مهمی در ایجاد رضایت یا نارضایتی دارند. اگرچه عملکردهای سازمانی طیف بسیار گسترده‌ای را شامل می‌شوند، اما هدف نهایی تمام عملکردها؛ ایجاد رضایتمندی بین سازمان و شهروندان است (معیدفر و ذهانی، ۱۳۸۴). اکثر سازمان‌ها برای بهبود فعالیت خویش و هماهنگی هر چه بیشتر با اجتماع، به سوی نتایج پژوهش‌ها و سنجش افکار عمومی روی آورده و به این نتیجه رسیده‌اند که؛ دیدگاه‌های مردم و ارباب رجوع می‌تواند نقش بسزایی در بالا بردن سطح کیفیت و بهبود روشها و همکاری مستمر آنان داشته باشد (حسینی مقدم و همکاران، ۱۳۹۱: ۸۶). به علاوه عدم رضایت اکثریت شهروندان و یا قشر قابل توجهی از آنها برای هر نظم اجتماعی و عملکرد سازمانی خطرناک است؛ چرا که تداوم و گسترش آن باعث کمرنگ شدن تعهد شهروندان نسبت به نظام ارزشی و افراد سازمان و غیره شده که چه بسا منشاء بسیاری از نابهنجاری‌های اجتماعی گردد (حکمت‌نیا و موسوی، ۱۳۸۶: ۱۸۲). یکی از نوید بخش‌ترین ابتکارات مدیریتی که در بخش خدمات طی دو دهه قبل صورت گرفته، مدیریت کیفیت خدمات می‌باشد (حمیدی و طیبی، ۱۳۸۳: ۳۷). مولفه‌هایی از قبیل کیفیت انجام امور، نحوه رفتار و برخورد با ارباب رجوعان، هزینه‌های انجام خدمات، شفافیت و اطلاع‌رسانی مناسب عواملی هستند که ضمن جلب رضایت مردم در ارتباط با دریافت خدمات از ارگان‌ها، موجبات افزایش اعتماد عمومی که بزرگترین سرمایه و تکیه‌گاه برای نظام اداری می‌باشد، را نیز فراهم می‌سازند؛ لذا به حداقل رسیدن نارضایتی و به حداکثر رسیدن رضایت ارباب رجوعان هم برای سازمان و هم برای مراجعه‌کنندگان اهمیت بسزایی دارد. به همین دلیل ارزیابی کارایی سازمان‌ها بخش اساسی از برنامه سازمان‌های پیش رو را تشکیل می‌دهد (بحرانی و همکاران، ۱۳۸۷: ۳).

شهرداری یکی از نهادهای جامعه مدنی است که در قانون اساسی در چارچوب حاکمیت در عرصه- های اجتماعی، محلی و شهری جزو ساختار توسعه ای و مشارکتی کشور محسوب می شود و یکی از ضرورت های نظام اجتماعی است، که الزاما با ساختاری که تنها از طریق مداخله مردم امکان پذیر است، نمایان می گردد. در واقع سازمان شهرداری به عنوان سازمان محلی و غیردولتی به منظور اداره امور محلی و ارائه خدمات لازم با هدف مدیریت و توسعه ی کالبدی، اقتصادی، اجتماعی در محدوده شهر و اطراف آن به وجود آمده است و وظیفه آن برآورده ساختن نیازهای مشترک شهروندان بوده که هرکدام از افراد به تنهایی قادر به برآورده ساختن آنها نیستند (رجب صلاحی، ۱۳۸۱: ۱۱۲).

شهرداری ها زمانی در رسیدن به اهداف خود و حفظ تعادل بین نیازهای حال و آینده موفق خواهند شد، که رضایت شهروندان را مد نظر داشته باشند. رضایت شهروندان موجب خواهد شد که آنها در انجام امور و مسئولیت ها حضور فعال داشته باشند و مشارکت شهروندی به عنوان محور اصلی تصمیم گیری مد نظر قرار گیرد. رضایت شهروندان عامل اصلی بهبود مستمر در فرآیند کارهایی است که در جهت افزایش کارایی و بهبود کیفیتی مدیریت جامع شهری صورت می گیرد (شیخ محمدی و تولیت زواره، ۱۳۸۴: ۱۵). در میان سازمان های مختلف، شهرداری یکی از دستگاه هایی است که ارتباط مداوم و تنگاتنگی با عموم مردم دارد و در بخش های مختلف از جمله: صدور مجوز و پروانه ساختمان های بلند مرتبه و معمولی، صدور و اصلاح پایان کار و گواهی عدم خلاف ساختمان های معمولی و بلند مرتبه، صدور مجوزهای تفکیک، تغییر کاربری و دیوارگذاری، پرداخت عوارض، کسب و معاملات، تخلفات و امور مربوط به شهر خدمات ارائه می دهد؛ لذا ضرورت این پژوهش به خاطر اهمیت خدمات شهرداری برای زندگی پیشرفته امروزی است و امری مهم تلقی می شود؛ چون زندگی کنونی بدون بهره گیری از این خدمات و از سوی دیگر رضایت شهروندان از این خدمات، امکان پذیر نیست. لذا شهرداری ها به دلیل حفظ موقعیت خود در جامعه پیشرفته کنونی از یک سو و رضایت شهروندان از خدمات ارائه شده از سوی دیگر باید به دنبال پاسخگویی به این سوال باشند که میزان رضایت شهروندان از شهرداری در چه سطحی است و چه عواملی بر میزان رضایتمندی آنها تاثیر دارد؟

پیشینه تحقیق

فان رایزن و همکارانش (۲۰۰۴)، با توجه به مدل؛ شاخص های رضایت مشتریان آمریکایی (ACSI)، به ارائه مدلی در زمینه ی شاخص های رضایت شهروندان برای شهر نیویورک پرداخته اند. بر اساس مدل، شاخص های رضایت شهروندان، کیفیت فعالیت های مختلف دولت همانند مدارس، آتش نشانی، پلیس و ... بر رضایت شهروندان تأثیر مستقیم دارد. در این میان، انتظارات هم بر کیفیت و هم بر رضایت تأثیرگذار است. در صورت تأمین رضایت دولت قابل اعتماد می شود و در غیر این صورت، ممکن است به مهاجرت شهروندان از شهر و خروج آنها منجر شود. هارتمن و ایبازن^۱ (۲۰۰۷) در مقاله خود نشان داده اند که رضایت مشتری، اعتماد به نام تجاری و هزینه درک شده بصورت مثبت و معناداری با وفاداری مشتری رابطه داشته است. نتایج نشان دهنده اثرات معنادار درک کیفیت خدمات و تعهدات محیطی و اجتماعی از طریق رضایت مشتری بر وفاداری او است. لین^۲ (۲۰۰۷) در مقاله خود نشان می دهد که خدماتی که متضمن روابط بین فردی هستند از نظر کارکردی بهتر از خدماتی هستند که با واسطه گری تکنولوژی انجام می شوند. کیفیت خدمات نیز تأثیر مثبت و معناداری بر ارزش خدمات داشته و ارزش خدمات نیز تأثیر مثبت و معناداری بر رضایت مشتری نشان داده است. هونگ (۲۰۱۲) در مقاله ای به بررسی رضایتمندی از مسکن در خانه های متوسط و گران قیمت در کوالالمپور مالزی پرداخته است. نتایج تحقیق نشان می دهد که درجه رضایتمندی از مسکن به انواعی از اثرات جانبی مالکیت خانه نظیر امنیت محلی، سرمایه گذاری اجتماعی و پایداری همسایگی بستگی دارد. همچنین عوامل تعیین کننده اجتماعی - اقتصادی و دموگرافیکی نیز در این مطالعه معنا دار بودند. دنیز آگول^۳ (۲۰۱۲) در مقاله ای با عنوان اندازه گیری میزان رضایت شهروندان از خدمات ارائه شده در شهرداری کریشایر، به این نتیجه رسید که؛ میزان رضایتمندی از خدمات شهرداری با توجه به منطقه ای که افراد زندگی می کنند و گاهی (بسته به اهمیت عملکرد) بر حسب جنسیت، تحصیلات، وضعیت تأهل و میزان درآمد، متفاوت است. هم چنین تفاوت معناداری بین سن و عامل خدمات وجود ندارد. در یک نگاه کلی، نگرش عمومی نسبت به شهرداری منفی است و در نهایت خدمات شهرداری انتظارات شهروندان را برآورده نمی کند. بحرانی و همکاران (۱۳۸۷) در پژوهشی به

1 . Hartmann & Ibáñez

2 . Lin

3 . Akgul, Deniz

بررسی میزان و عوامل موثر بر رضایت ارباب رجوعان مناطق ۹ گانه شهرداری شیراز از کیفیت خدمات ارائه شده پرداخته است. نتایج این تحقیق نشان داده است که متغیرهای سن، تحصیلات، درآمد و شغل بر میزان رضایت ارباب رجوعان از شهرداری تاثیر داشته است. اما بین جنسیت و رضایتمندی رابطه‌ای یافت نشد. همچنین بین متغیرهای کیفیت خدمات و ارزش درک شده خدمات با میزان رضایتمندی از شهرداری رابطه مثبت و بین متغیر انتظارات با میزان رضایتمندی از شهرداری رابطه منفی و معناداری وجود دارد. هدایتی و علمی (۱۳۹۱) در پژوهشی به تعیین میزان رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری و بررسی عوامل اجتماعی و اقتصادی مرتبط با آن در شهر نقده پرداخته است. نتایج یافته‌ها حاکی از آن است که میزان رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری در سطح متوسط به پایین قرار دارد. عواملی هم‌چون مشارکت اجتماعی و میزان انتظارات بر رضایتمندی شهروندان تأثیرگذار بوده‌اند. ولی جنسیت و کیفیت خدمات بر میزان رضایتمندی شهروندان تأثیری نداشته است. امانپور و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی تحت عنوان بررسی عوامل موثر بر رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری هندیجان نشان داده که میزان رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری هندیجان در سطح پایینی قرار دارد. آزمون‌های آماری نیز نشان داده که بین مولفه‌های شخصی و میزان رضایتمندی از عملکرد شهرداری رابطه معناداری وجود ندارد. همچنین افزایش آگاهی از وضعیت (امکانات) شهرداری بر میزان رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری موثر بوده است. رسولی‌فر (۱۳۹۳) در تحقیقی به بررسی رابطه بین کیفیت خدمات شهری شهرداری شوشتر و رضایتمندی مشتریان پرداخته است. نتایج نشان داده است که بین انتظارات و ادراک مشتری در شواهد فیزیکی و ملموسات، قابلیت اعتماد، قابلیت اطمینان، سیستم پاسخگویی، همدلی کارکنان تفاوت وجود دارد. صفائی‌پور و همکاران (۱۳۹۴) تحقیقی با نام سنجش رابطه میان رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری و شاخص‌های پایداری محیط زیست شهری در شهر دزفول انجام داده‌اند. نتایج نشان دهنده؛ متوسط به پایین بودن رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری را نشان می‌دهد. همچنین بین سن و میزان رضایتمندی از عملکرد شهرداری تفاوت معنی‌داری وجود دارد. بین تحصیلات و رضایتمندی از شهرداری ارتباط معنادار وجود دارد اما بین اشتغال و جنسیت با رضایتمندی از شهرداری رابطه معناداری یافت نشد.

مبانی نظری تحقیق

نظریات پیرامون رضایتمندی

نظریه مبادله: هومنز با توجه به دو متغیر اساسی قضایای خود را بیان میکند. این دو متغیر عبارتند از: ارزش و کمیت؛ یعنی ارزش "واحد عمل" که بر شخص وارد می‌شود و تعداد چنان واحدهایی، که در طول زمان معینی اتفاق می‌افتند (توسلی، ۱۳۹۱: ۳۸۷). از نظر هومنز نظریه مبادله؛ رفتار اجتماعی را بعنوان یک مبادله فعالیت ملموس یا غیر ملموس و کم و بیش پاداش دهنده یا غرامت آمیز میان دست کم دو شخص، در نظر می‌گیرد. هومنز می‌گوید: نهادهای اجتماعی بر همان اصول اساسی مبادله استوار است، که رفتارهای میان دو فرد و تفاوت آنها صرفاً در این است که نهادها شبکه روابط بسیار پیچیده‌تری را شامل می‌شوند، که به پیچیدگی فعالیت‌ها و روابط غیرمستقیم مبادله مربوط می‌شود (آزاد ارمکی، ۱۳۹۰: ۴۱۲). پیتر بلا برخلاف هومنز که آشکارا قضایای خود را در محدوده روابط شخصی باقی نگه داشته بود، تلاش کرد تا فرایندهای اجتماعی را که حاکم بر ساخت‌های پیچیده اجتماعات و جوامع هستند، از فرایندهای ساده‌تر که در روابط روزمره میان افراد رایجند و روابط شخصی آنها را سامان می‌دهند، استنتاج کند. هدف او این است که با مطالعه فرایندهای اولیه بین شخصی، فهم بهتری از تحول ساخت‌های پیچیده تعاون میان انسان‌ها بدست دهد. همچنین زیمل چهار اصل مبادله‌ای خود را به صورت زیر بیان می‌کند:

اصل جاذبه: هر چه کنشگران منابع یکدیگر را ارزشمندتر بدانند، احتمال بیشتری وجود دارد که رابطه تبادلی بین دو طرف بوجود آید.

اصل ارزش: هر چه نیازهای یک کنشگر برای نوع خاصی از منابع بیشتر باشد و هر چه این منبع کمیاب‌تر باشد، ارزش این منبع برای کنشگر بیشتر است.

اصل قدرت: هر چه یک کنشگر منابع را در اختیار کنشگر دیگر را ارزشمندتر تلقی کند، قدرت کنشگر دوم بر اول بیشتر خواهد بود. همچنین هر چه منابع یک کنشگر انعطاف‌پذیرتر باشد، بدیلهای و گزینه‌های مبادله‌های بیشتری خواهد داشت و بنابراین قدرت این کنشگر در مبادلات اجتماعی بیشتر خواهد بود.

اصل تنش: هر چه کنشگران در یک مبادله موقعیت را برای بیان نادرست نیازهایشان برای دیگری یا میزان در دسترس بودن منبع با ارزش، دستکاری کنند، پتانسیل بروز تضاد افزایش می‌یابد (ترنر، ۱۹۹۸).

نظریه شبکه‌ای مبادله: امرسون نظریه شبکه‌ای مبادله‌ای را مطرح کرد و نظریه مبادله را بیش از پیش تحت تأثیر خود قرار داد. در نظریه امرسون ارتباطات مبادله‌ای با حداقل دو کنشگر تحلیل می‌شوند که با: ۱- فرصت‌های دریافتی توسط یک کنشگر. ۲- آغاز شدن رفتار. ۳- بوجود آمدن پیوند متقابلی که در آن هر طرف طرف دیگر را تقویت میکند، مشخص شده است. چنانچه آغاز مبادله‌ای عاری از پاداش باشد، مبادله گسترش و تداوم نخواهد داشت. امرسون به استفاده از قدرت و ارتباط بین کنشگران مبادله توجه داشت. از نظر امرسون برتری قدرت نشان‌دهنده نابرابری در جریان مبادله است. گرچه امرسون به تبادل دو نفره می‌پردازد. اما به نظر او از طریق بررسی کنش متقابل دو طرفه چیز زیادی را نمی‌توان درباره قدرت فهمید؛ زیرا قدرت به صورت معنی‌دار و جامعه‌شناختی آن، در واقع یک پدیده اجتماعی ساختاری است. کوک و امرسون در یک بررسی تجربی در سال ۱۹۷۸، اثبات کرده‌اند که قدرت؛ کارکرد جایگاهی است، که کنشگران در یک ساختار بزرگتر اشغال می‌کنند، حتی اگر کنشگران اشغال‌کننده این جایگاه‌ها از شبکه ساختاری و جایگاهشان در آن شبکه آگاهی نداشته باشند. کاربرد نظریه مبادله به این صورت به بررسی مبادله میان جایگاه‌ها در داخل شبکه‌ها منجر میشود (ریتزر، ۱۳۸۱: ۶۱۷).

نظریه احساسات: قدرت یا وابستگی در روابط مبادله‌ای، باعث ایجاد احساسات مختلف در افراد می‌شود. تئودور کمپر یکی از پیشگامان جامعه‌شناسی احساسات است و اساساً رویکردش را تئوری کنش متقابل اجتماعی احساسات نامیده است. اساس این نظریه کاملاً ساده است؛ قدرت نسبی و منزلت و تغییر آنها اثرات مهمی در حالتهای احساساتی افراد دارد. احساسات در این نظریه به چند دسته مجزا تقسیم می‌شود:

- احساسات ساختاری که بوسیله تأثیر قدرت و منزلت نسبی افراد در ساختار اجتماعی ایجاد می‌شود.

- احساسات موقعیتی که در اثر تغییر در قدرت و منزلت طی فرایند کنش متقابل ایجاد می‌شود

- احساسات پیش‌نگرانه که حول انتظارات در مورد قدرت و منزلت در روابط اجتماعی می‌چرخد (بحرانی و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۹).

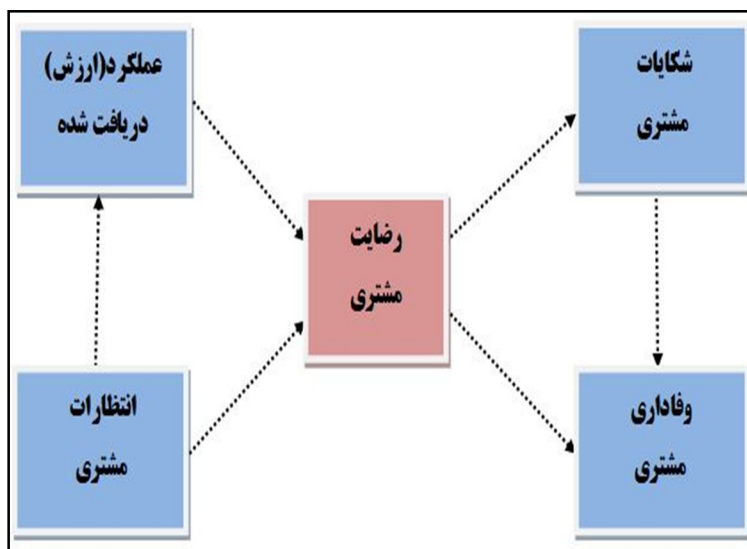
کمپر می‌گوید: وقتی مردم قدرت دارند و قدرت آنها در روابط اجتماعی افزایش می‌یابد، احساس رضایت، امنیت و اعتماد می‌کنند ولی اگر افراد قدرت نداشته باشند و یا مهمتر از آن قدرت خود را از دست بدهند، دچار اضطراب و ترس می‌شوند و اعتمادشان از بین می‌رود (بحرانی و همکاران، ۱۳۸۷: ۴۰).

مدل‌های اندازه‌گیری رضایت مشتری

کوشش برای ایجاد یک مدل علی و کاربردی به منظور اندازه‌گیری عملی رضایت مشتری در کشورهای اروپایی و آمریکایی انجام گرفته و تحقیقاتی برای مشخص کردن عوامل موثر بر رضایتمندی و همچنین پیامدهای آن صورت گرفته است. اولین شاخص رضایت مشتری بطور ملی در سال ۱۹۹۲ در سوئد برای خدمات و محصولات خانگی بوجود آمد. این شاخص که SCSB نامیده می‌شود، در ۱۳۰ شرکت از ۳۲ صنعت بزرگ سوئد اجرا شد. شاخص آمریکایی رضایت مشتری (ACSI) در سال ۱۹۹۴ توسط دانشگاه میشیگان پیشنهاد شد و برای ۲۰۰ شرکت در ۳۴ صنعت اجرا شد. بدنبال آن شاخص رضایت مشتری در نروژ در سال ۱۹۹۶ معرفی شد و برای ۴۲ شرکت در ۱۲ صنعت مورد توجه قرار گرفت. آخرین ویرایش این شاخص، شاخص اروپایی رضایت مشتری (ECSI) است، که توسط ۱۱ کشور اتحادیه اروپای و برای ۴ صنعت بکار رفته است. شاخص‌های ملی دیگری که طی سال‌های ۱۹۹۹ تاکنون در کشورهای نظیر سوئیس، مالزی، کره، هنگ کنگ و... معرفی شده است، عینا یا کلا برگرفته شده از شاخص آمریکایی و اروپایی رضایت مشتری هستند. در این بخش برخی از این شاخص‌ها را بررسی می‌کنیم:

مدل سوئدی (SCSB)

مدل سوئدی اولین شاخص رضایت مشتری بود، که بطور ملی معرفی شد. در این مدل متغیرهایی مانند: عملکرد (ارزش) دریافت شده، انتظارات مشتری، رضایت، شکایات و وفاداری مشتری وجود دارد.



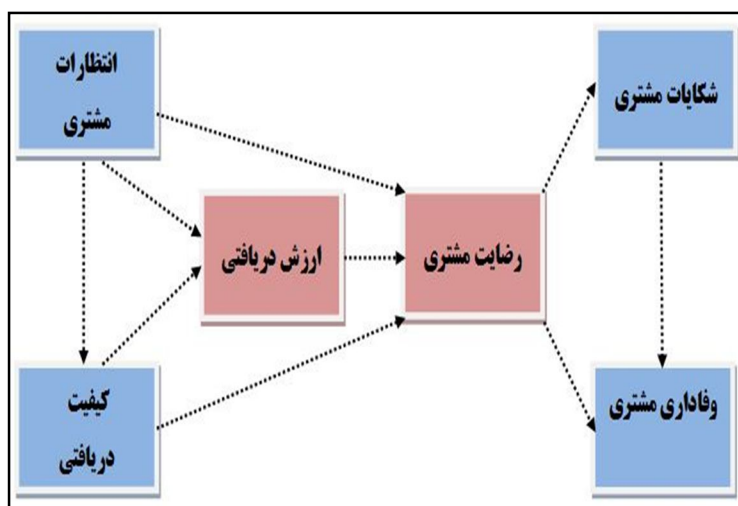
شکل ۱. مدل سوئدی رضایت مشتری (جانسون و همکاران، ۲۰۰۱)

دریافت مشتری از عملکرد شرکت درباره یک محصول یا خدمت و انتظارات مشتری، با در نظر گرفتن همان محصول یا خدمت ورودی، برای اندازه‌گیری رضایت مشتری در این مدل را تشکیل می‌دهند. عملکرد درک شده با ارزش درک شده یا سطح کیفیت درک شده در مقایسه با قیمت پرداخت شده، مساوی است (جانسون و همکاران، ۲۰۰۱: ۲۲۱). به طور دقیق‌تر؛ ارزش درک شده برابر است با سطح دریافت شده از کیفیت، نسبت به قیمت پرداخت شده. کیفیت نسبت به پول پرداختی یکی از شاخص‌هایی است که آن محصولات و خدمات مختلف را با هم مقایسه می‌کند (Aydin & ozer, 2005: p 487). کیفیت به ازای هر دلار یا قیمت و ارزش از دید مشتری، معیاری معمول است که مشتریان از آن برای مقایسه خدمات مختلف استفاده می‌کنند. پیش‌بینی اساسی این مدل این است؛ که وقتی ارزش درک شده افزایش پیدا می‌کند رضایت نیز افزایش می‌یابد. انتظارات مشتریان نیز بطور مثبتی بر رضایت مشتریان تاثیر دارد؛ زیرا به عنوان یک شاخص شناختی

عمل می‌کند و بالاخره انتظارات مشتریان بطور مثبت در ارتباط با ارزش دریافت شده است. پیامدهای رضایت در مدل سوئدی از تئوری خروج - صدا هیرشمن استنتاج شده است. طبق نظر هیرشمن؛ سازمان از طریق دو نوع بازخورد در می‌یابد که رضایت کاهش یافته است: خروج مشتریان از جرگه مصرف‌کنندگان یا متقاضیان و شکایات آنها. بنابراین افزایش رضایت مشتریان منجر به کاهش شکایات و وفاداری مشتریان خواهد شد (جانسون و همکاران، ۲۰۰۱: ۲۲۱).

مدل آمریکایی (ACSI)

مدل آمریکایی رضایت مشتری یکی از شناخته شده ترین شاخص‌های رضایت مشتری است که توسط دانشکده تجارت میشیگان هدایت و پشتیبانی می‌شود. نمره این شاخص بین صفر تا صد تغییر می‌کند.



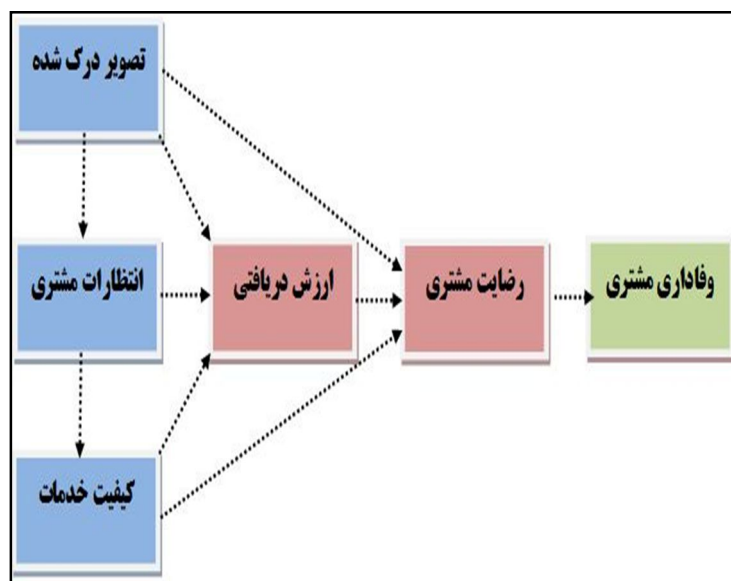
شکل ۲. مدل آمریکایی رضایت مشتری (جانسون و همکاران، ۲۰۰۱)

این مدل برای هر یک از واحدها با استفاده از یک نمونه تصادفی از مشتریان ارزیابی می‌شود. ۱۵ سوال پرسشنامه برای عملیاتی کردن ۶ متغیر موجود در مدل طراحی شده است. که به هر یک از سوالات از صفر تا ده نمره تعلق می‌گیرد. به استثنای سوال تحمل قیمت و شکایت مشتری، که یک متغیر دو وجهی است، که نشان می‌دهد که: آیا مشتری شکایت کرده است یا خیر. مهمترین تفاوت مدل آمریکایی با مدل سوئدی اضافه شدن متغیر کیفیت درک شده است، به طوری که اگر این متغیر را

با اتصالات آن از مدل حذف کنیم، مدل سوئدی به دست می‌آید. در این مدل کیفیت دریافت شده با سه سوال بدست می‌آید: مشتری مداری، اعتماد پذیری و کیفیت کلی محصول از دید پاسخگو. اندازه‌گیری ارزش دریافتی شبیه مدل سوئدی انجام می‌شود؛ اما به اندازه‌گیری متغیر انتظارات مشتری دو شاخص اضافه شده است و مشتری‌مداری مورد انتظار و اعتمادپذیری مورد انتظار نیز در مدل امریکایی پرسیده شده است (جانسون و همکاران، ۲۰۰۱: ۲۲۳).

مدل اروپایی (EC SI)

مدل اروپایی؛ رضایت مشتری را همراه با وفاداری مورد بررسی قرار می‌دهد. محرک‌های رضایت مشتری در این مدل عبارتند از: تصویر درک شده، انتظارات مشتری، کیفیت درک شده و ارزش درک شده (Aydin & ozer, 2005: 487).



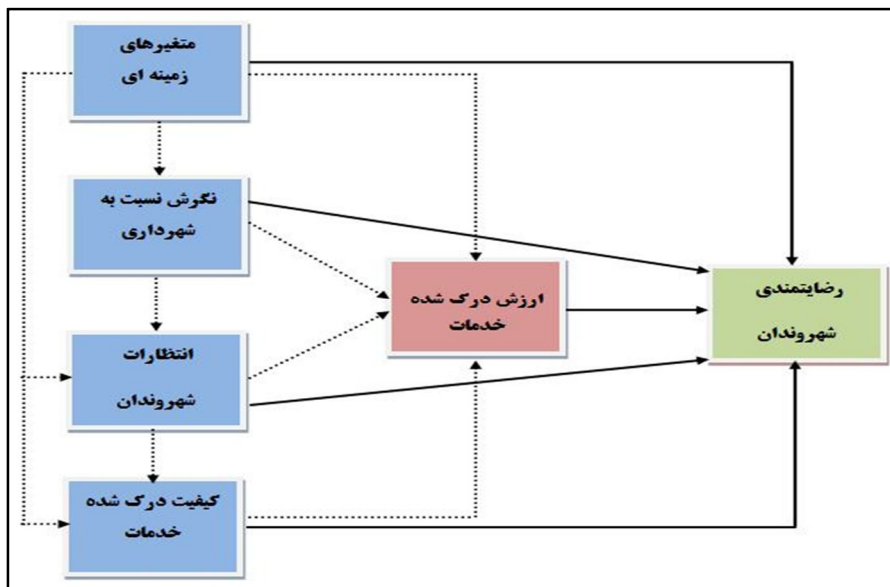
شکل ۳. مدل اروپایی رضایت مشتری (جانسون و همکاران، ۲۰۰۱)

اولین کاربرد مدل اروپایی در سال ۱۹۹۹ در ۱۱ کشور اروپایی بوده است، که به وسیله سازمان کیفیت اروپایی و بنیاد اروپایی مدیریت کیفیت استفاده شده‌اند. مدل اروپایی ویرایش دیگری از مدل آمریکایی است و تفاوت آن با مدل آمریکایی در نحوه اندازه‌گیری متغیرها است. به علاوه این مدل

شکایات مشتریان را در خود ندارد و بالاخره اینکه متغیر تصویر سازمان در آن گنجانده شده است، که هم دارای اثر مستقیم و هم غیر مستقیم بر رضایت مشتریان است (جانسون و همکاران، ۲۰۰۱: ۲۲۵).

مدل مفهومی پژوهش

پس از بررسی پیشینه‌های تحقیقاتی و مبانی نظری تحقیق؛ بر اساس چارچوب پژوهش بحرانی و همکاران (۱۳۸۷) و با استفاده از نظریه شبکه‌ای مبادله امرسون و نظریه احساسات رالف ترنر و همچنین بر اساس مدل اروپایی رضایت مشتری، مدل مفهومی (علی) این تحقیق تدوین می‌گردد، که تاثیر متغیرهای زمینه‌ای (سن و تحصیلات)، رضایت از میزان کیفیت درک شده خدمات، میزان انتظارات، ارزش درک شده خدمات و نگرش نسبت به سازمان را در بردارد. برخی از این متغیرها مانند: میزان انتظارات مشتری، در نظریات مبادله و مدل‌های رضایت مشتری هر دو دارای اهمیت است.



شکل ۴. مدل مفهومی پژوهش

فرضیه‌های تحقیق

- میزان رضایتمندی شهروندان از شهرداری بندرلنگه در سطح پایینی قرار دارد.
- بین متغیرهای سن و تحصیلات با رضایتمندی شهروندان از شهرداری رابطه معنادار وجود دارد.
- بین میزان انتظارات از ارائه خدمات و رضایتمندی شهروندان از شهرداری رابطه معنادار وجود دارد.

- بین کیفیت درک شده از خدمات و رضایتمندی شهروندان از شهرداری رابطه معنادار وجود دارد.
- بین ارزش درک شده از خدمات و رضایتمندی شهروندان از شهرداری رابطه معنادار وجود دارد.
- بین نگرش نسبت به شهرداری و رضایتمندی شهروندان از شهرداری رابطه معنادار وجود دارد.

روش تحقیق

این تحقیق بر اساس هدف؛ کاربردی، از نظر ماهیت؛ پیمایشی و روش بررسی آن توصیفی-تحلیلی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه شهروندانی است که به شهرداری بندرلنگه مراجعه نموده‌اند. با توجه به اینکه حجم کل جامعه آماری (تعداد کل مراجعہ کنندگان به شهرداری) در دست نبود، تعداد نمونه به طور تقریبی ۳۵۱ نفر محاسبه گردید. در این تحقیق جهت جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است. این پرسشنامه بر اساس پرسشنامه رضایت شهروندان پژوهش بحرانی و همکاران (۱۳۸۷)، ساخته و کامل شد؛ بنابراین روایی آن تأیید شده است. پرسشنامه پس از رفع ایرادات اولیه با استفاده از روش اعتبار محتوایی، به چند نفر از اساتید ارائه شد و نظرات کارشناسی آنان نیز در پرسشنامه اعمال گردید، تا از نظر روایی اعتبار؛ ایرادات احتمالی آن رفع گردیده باشد. در این پژوهش برای سنجش قابلیت اعتماد پرسشنامه؛ از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است، که مقدار ضریب آلفا برای پرسشنامه ۰/۸۱ به دست آمد. این مقدار بیش از ۰/۷ است؛ لذا پایایی پرسشنامه نیز تأیید گشته است. پس از جمع‌آوری، داده‌های اصلی پرسشنامه وارد کامپیوتر شده و با استفاده از نرم‌افزارهای Spss22 و Amos23 تحلیل داده‌ها انجام گرفته است.

معرفی متغیرهای تحقیق

۱) کیفیت خدمات: لن بری و همکارانش با استفاده از ۵ مولفه (قابلیت اطمینان، مسئولیت‌پذیری، برخورد متناسب با افراد، ضمانت و تضمین و ابعاد فیزیکی) کیفیت خدمات را اندازه‌گیری نموده- اند (والری^۴ و همکاران، ۱۹۹۸: ۳۸-۳۵). در این تحقیق شاخص‌های میزان رضایت از کیفیت خدمات بر اساس خدماتی که توسط شهرداری به شهروندان ارائه می‌گردد، عبارتند از:

⁴. valarie

الف) رضایت از شرایط فیزیکی سازمان شهرداری: برای سنجش این متغیر از ۷ گویه در طیف لیکرت (از گزینه خیلی زیاد با نمره ۵ تا گزینه خیلی کم با نمره ۱) استفاده شده است.

ب) رضایت از پاسخگویی که شامل صحت و سرعت پاسخگویی است: برای سنجش میزان رضایت از پاسخگویی از ۶ گویه در طیف لیکرت (از گزینه خیلی زیاد با نمره ۵ تا گزینه خیلی کم با نمره ۱) استفاده شده است.

ج) رضایت از کیفیت راهنمایی (ارتباطات): برای سنجش میزان رضایت از کیفیت راهنمایی از ۴ گویه در طیف لیکرت (از گزینه خیلی زیاد با نمره ۵ تا گزینه خیلی کم با نمره ۱) استفاده شده است.

د) رضایت از نحوه برخورد و حسن رفتار کارکنان: برای سنجش میزان رضایت از نحوه برخورد کارکنان از ۴ گویه در طیف لیکرت (از گزینه خیلی زیاد با نمره ۵ تا گزینه خیلی کم با نمره ۱) استفاده شده است.

ذ) اعتماد و اطمینان به کارکنان: برای سنجش میزان اعتماد و اطمینان به کارکنان از ۴ گویه در طیف لیکرت (از گزینه خیلی زیاد با نمره ۵ تا گزینه خیلی کم با نمره ۱) استفاده شده است.

۲) ارزش درک شده خدمات: به معنای نظر شهروندان در مورد این مطلب است که؛ آیا خدماتی که توسط شهرداری ارائه می شود ارزش مالی و زمانی که برای آن صرف می شود را دارد یا خیر (بحرانی و همکاران، ۱۳۸۷: ۵۶). برای سنجش این متغیر از ۳ گویه در طیف لیکرت (از گزینه خیلی زیاد با نمره ۵ تا گزینه خیلی کم با نمره ۱) استفاده شده است.

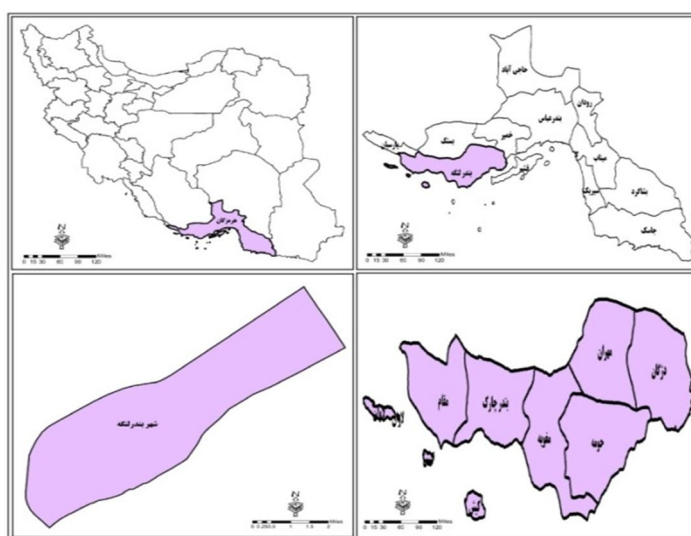
۳) نگرش نسبت به شهرداری: منظور نگرش شهروندان نسبت به شهرداری است. نگرش عکس العملی ارزشیابانه است که رفتار را تشویق می کند (بحرانی و همکاران، ۱۳۸۷: ۵۶). برای سنجش این متغیر از ۴ گویه در طیف لیکرت (از گزینه کاملاً موافق با نمره ۵ تا گزینه کاملاً مخالف با نمره ۱) استفاده شده است.

۴) میزان انتظارات: به معنای میزان انتظار شهروندان از شهرداری در باره کیفیت خدمات و میزان مشکلات موجود در زمینه خدمات می باشد و در واقع تفاوت وضعیت موجود شهرداری را با یک وضعیت مطلوب (موقعیت ایده آل) نشان می دهد (بحرانی و همکاران، ۱۳۸۷: ۵۵). برای سنجش این متغیر از ۱۶ گویه در طیف لیکرت استفاده شده است.

۵) رضایتمندی از شهرداری: در این تحقیق رضایتمندی مشتری به معنای مقدار احساس رضایت شهروندان از شهرداری است که با شاخص‌هایی مانند برآورده شدن انتظارات، میزان برآورده شدن نیازها توسط شهرداری و رضایت از عملکرد شهرداری اندازه‌گیری می‌شود. برای سنجش میزان رضایتمندی شهروندان از ۴ گویه در طیف لیکرت (از گزینه خیلی زیاد با نمره ۵ تا گزینه خیلی کم با نمره ۱) استفاده شده است.

موقعیت و قلمرو پژوهش

شهر بندرلنگه مرکز شهرستان بندرلنگه می‌باشد که در غرب استان هرمزگان و با مساحتی در حدود ۱۳ کیلومتر مربع واقع شده است. این شهر در موقعیتی بین ۵۴ درجه و ۳۰ دقیقه طول شرقی از نصف النهار گرینویچ و بین ۲۶ درجه تا ۱۸ دقیقه عرض شمالی از استوا قرار گرفته است و ارتفاع آن از سطح دریا ۱۴ متر می‌باشد. شهر بندرلنگه در ۱۶۳۱ کیلومتری تهران و در فاصله ۱۹۲ کیلومتری جنوب غربی بندرعباس قرار دارد. بندرلنگه از شمال به شهرستان بستک، از شرق به شهرستان بندرخمیر، از جنوب به آب‌های خلیج فارس و از مغرب به شهرستان پارسیان محدود می‌گردد. از نظر موقعیت محلی از سمت شمال به بخش مهران، از سمت شرق به شهر بندرکنگ، از جنوب به خلیج فارس و از سمت غرب به روستای شناس و مغویه محدود می‌شود (سالنامه آماری استان هرمزگان، ۱۳۹۲).



شکل ۵. موقعیت جغرافیایی شهر بندرلنگه

یافته‌های تحقیق

در این بخش یافته‌های تحقیق در دو بخش توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم‌افزار ارائه شده است. بررسی خصوصیات پاسخگویان نشان می‌دهد که اکثریت پاسخگویان (۵۷٪) در گروه سنی ۳۱ تا ۵۰ سال بوده‌اند. همچنین بیشتر آنها (۳۲٪) دارای تحصیلات دیپلم بوده‌اند.

جدول ۱. ویژگی‌های پاسخگویان

متغیر	گروه	فراوانی	درصد
سن	زیر ۲۰ سال	۱۲	۴
	۲۱ تا ۳۰ سال	۷۹	۲۲
	۳۱ تا ۴۰ سال	۱۰۲	۲۹
	۴۱ تا ۵۰ سال	۹۹	۲۸
	۵۱ سال و بیشتر	۵۹	۱۷
جنسیت	مرد	۲۲۴	۶۴
	زن	۱۲۷	۳۶
تحصیلات	زیر دیپلم	۹۳	۲۶
	دیپلم	۱۱۲	۳۲
	فوق دیپلم	۳۷	۱۱
	لیسانس	۶۴	۱۸
	فوق لیسانس	۴۵	۱۳

آزمون فرضیه‌ها

قبل از هر تحلیل بر روی داده‌ها باید از نرمال بودن داده‌ها نیز مطمئن شویم تا بتوانیم سایر تحلیل‌ها و آزمون‌های پارامتریک را بر روی آن انجام داد. در این تحقیق از آزمون کولموگروف-اسمیرنیوف استفاده شد و مشخص گردید، تمام آماره آزمون‌ها (Sig) به دست آمده عددی بزرگتر از ۰/۰۵ بوده است؛ در نتیجه کلیه شاخص‌های تحقیق از پراکندگی نرمالی برخوردار بودند. در هر تحقیق آماری زمانی که بتوان نرمال بودن داده‌ها را به اثبات رساند، می‌توان از آزمون‌های پارامتری مانند: مقایسه میانگین و آنالیز واریانس، همبستگی، رگرسیون و ... برای بررسی فرضیات مطرح شده استفاده نمود. در این بخش به بررسی فرضیات می‌پردازیم.

جدول ۲. آزمون فرضیات تحقیق

متغیر وابسته: رضایتمندی شهروندان از شهرداری			
معناداری	همبستگی	تعداد	نام متغیرها (مستقل)
۰/۰۰۱	۰/۱۹۲	۳۵۱	سن
۰/۰۰۶	-۰/۱۸۷	۳۵۱	تحصیلات
۰/۰۰۱	۰/۳۷۶	۳۵۱	شرایط فیزیکی
۰/۰۰۰	۰/۴۶۸	۳۵۱	رضایت از پاسخگویی
۰/۰۰۲	۰/۲۹۰	۳۵۱	رضایت از راهنمایی
۰/۰۰۰	۰/۳۸۴	۳۵۱	رضایت از برخورد
۰/۰۰۰	۰/۴۶۱	۳۵۱	اعتماد به کارکنان
۰/۰۰۰	۰/۵۹۳	۳۵۱	کیفیت کلی خدمات
۰/۰۰۰	۰/۵۵۸	۳۵۱	نگرش
۰/۰۰۰	-۰/۴۶۱	۳۵۱	انتظارات
۰/۰۰۰	۰/۵۲۴	۳۵۱	ارزش درک شده

براساس جدول فوق: ضریب همبستگی اسپیرمن بین متغیرهای زمینه‌ای (سن و تحصیلات) با میزان رضایتمندی شهروندان از شهرداری بندرلنگه محاسبه شده است. ضریب همبستگی برای سن برابر با (۰/۱۹۲) و برای سطح تحصیلات برابر با (۰/۱۸۷) بدست آمده است. همبستگی مثبت نشان دهنده رابطه مستقیم بین متغیرها و همبستگی منفی نشان دهنده رابطه معکوس بین متغیرهاست. بدین معنی که هر چه سن پاسخگویان افزایش یابد، میزان رضایتمندی آنها بیشتر و هرچه سطح تحصیلات پاسخگویان افزایش یابد، میزان رضایتمندی آنها کاهش خواهد یافت و بالعکس. سطح معناداری (Sig) آزمون نیز نشان می‌دهد که بین متغیرهای زمینه‌ای سن و سطح تحصیلات با میزان رضایتمندی شهروندان از شهرداری بندرلنگه رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد اطمینان وجود دارد. برای بررسی رابطه کیفیت خدمات و ابعاد آن با میزان رضایتمندی شهروندان از شهرداری از همبستگی پیرسون استفاده شده است. ضریب همبستگی برای کلیه شاخص‌ها مثبت و نشان دهنده همبستگی مستقیم بین کیفیت خدمات و ابعاد آن با رضایتمندی شهروندان از شهرداری است. سطح معناداری (Sig) آزمون نیز نشان می‌دهد که بین ابعاد کیفیت خدمات و میزان رضایتمندی شهروندان از شهرداری، رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد اطمینان وجود دارد. به بیان دیگر می‌توان گفت که رضایت شهروندان از ابعاد مختلف کیفیت خدمات بر میزان رضایتمندی آنها از شهرداری تاثیر داشته است. بنابراین هرچه رضایت از کیفیت خدمات و ابعاد آن بیشتر باشد؛ به احتمال زیاد میزان

رضایتمندی از شهرداری نیز بیشتر خواهد بود. برای بررسی رابطه نگرش نسبت به شهرداری و ارزش درک شده خدمات با رضایتمندی شهروندان از شهرداری بندرلنگه از همبستگی پیرسون استفاده شده است. سطح معناداری (Sig) آزمون نشان می‌دهد که بین این دو متغیر با رضایتمندی شهروندان از شهرداری رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد اطمینان وجود دارد. ضریب همبستگی برای هر دو شاخص مثبت است که نشان دهنده رابطه مستقیم بین متغیرهاست. بدین معنی که هرچه نگرش شهروندان نسبت به شهرداری مثبت باشد، میزان رضایتمندی آنها از شهرداری افزایش می‌یابد و بالعکس. همچنین هرچه شهروندان ارزش خدمات دریافت کرده را به نسبت پولی که پرداخت کرده‌اند بالاتر بدانند، میزان رضایتمندی آنها از شهرداری افزایش می‌یابد و بالعکس. برای بررسی رابطه میزان انتظارات از ارائه خدمات با رضایتمندی شهروندان از شهرداری بندرلنگه از همبستگی پیرسون استفاده شده است. سطح معناداری (Sig) آزمون نشان می‌دهد که بین دو متغیر میزان انتظارات از ارائه خدمات و رضایتمندی شهروندان از شهرداری رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد اطمینان وجود دارد. ضریب همبستگی برای این دو شاخص برابر با (۰/۶۶۱-) می‌باشد. این عدد نشان دهنده همبستگی منفی و معکوس بین دو متغیر است. بدین معنی که هر چه میزان انتظارات شهروندان از شهرداری افزایش یابد، میزان رضایتمندی آنها کاهش خواهد یافت و بالعکس.

جدول ۳. بررسی میزان رضایتمندی شهروندان از شهرداری

TEST VALUE = 3							نام متغیر
میانگین فرضی	سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار T	فراوانی	انحراف استاندارد	اختلاف میانگین	
۳	۰/۰۰۰	۳۵۰	-۳/۹۲	۳۵۱	۱/۳۶	-۰/۲۸	رضایتمندی

برای بررسی این فرضیه از تحقیق از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شده است. یافته‌های جدول فوق نشان می‌دهد که میانگین نظرات پاسخگویان در ارتباط با میزان رضایتمندی شهروندان از شهرداری بندرلنگه (Mean = 2/71) می‌باشد. که این عدد از مقدار میانگین فرضی که ۳ است، کمتر می‌باشد و همچنین با توجه به معناداری (Sig) برآورد شده که کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد (P<0/05)؛ بنابراین در سطح ۹۵ درصد اطمینان می‌توان ادعا نمود که میزان رضایتمندی شهروندان از شهرداری

بندرننگه کمتر از حد متوسط است. بنابر نتایج به دست آمده از آزمون تی تک نمونه‌ای فرضیه فوق پذیرفته می‌شود.

رگرسیون چندگانه

برای مطالعه تاثیر همزمان متغیرهای مستقل بر روی متغیر وابسته (رضایتمندی شهروندان از شهرداری بندرننگه) از تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شده است. به این منظور در ابتدا متغیر میزان رضایت شهروندان به عنوان متغیر وابسته و متغیرهای کیفیت خدمات، میزان انتظارات، ارزش درک شده خدمات، نگرش نسبت به شهرداری و متغیرهای زمینه‌ای سن و تحصیلات بعنوان متغیرهای مستقل وارد شده اند و با روش گام به گام مورد مطالعه قرار گرفته‌اند.

جدول ۴. ضرایب رگرسیون گام به گام رضایتمندی از شهرداری

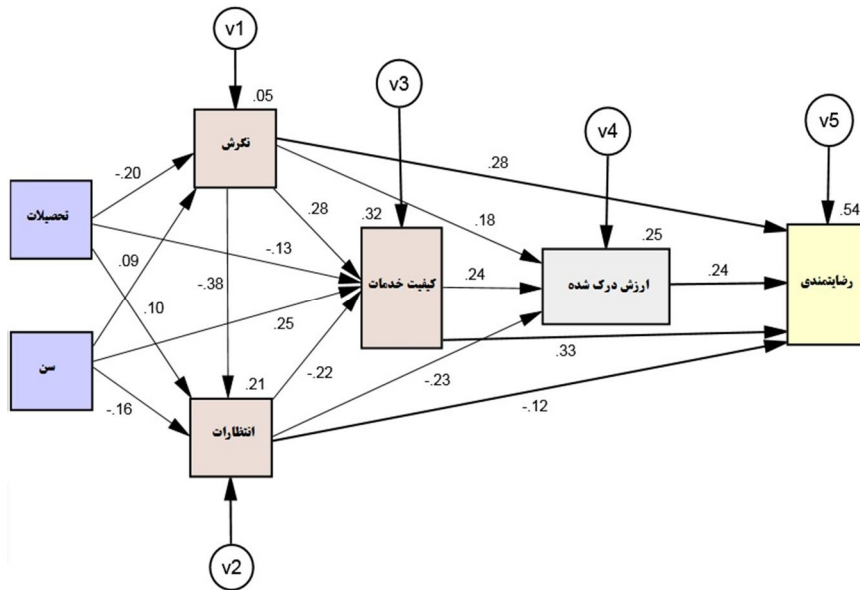
متغیرها	R	R ²	B	BETA	T	معناداری
کیفیت خدمات	۰/۵۹۳	۰/۳۵۱	۰/۱۱۵	۰/۳۳۱	۷/۶۶	۰/۰۰۰
نگرش شهروندان	۰/۶۸۵	۰/۴۶۹	۰/۳۸۳	۰/۲۸۴	۶/۶۳	۰/۰۰۰
ارزش خدمات	۰/۷۲۴	۰/۵۲۵	۰/۳۱۱	۰/۲۴۱	۵/۶۷	۰/۰۰۰
انتظارات	۰/۷۳۱	۰/۵۳۵	-۰/۰۲۹	۰/۱۱۶	-۲/۷۰	۰/۰۰۷

بر اساس نتایج مندرج در جدول شماره (۴) می‌توان نتیجه گرفت؛ در تبیین رضایتمندی از شهرداری از روی متغیرهای (کیفیت خدمات، نگرش شهروندان نسبت به شهرداری، ارزش درک شده خدمات و میزان انتظارات شهروندان)؛ در مجموع متغیرهای پیش‌بین $R^2 = ۰/۵۳۵$ از واریانس متغیر ملاک را تبیین می‌کنند؛ یعنی متغیرهای پیش‌بین ۵۳ درصد نمره رضایتمندی از شهرداری را تبیین می‌کنند. نتایج رگرسیون نشان می‌دهد که مهمترین متغیر تاثیر گذار بر میزان رضایت شهروندان از شهرداری، کیفیت خدمات می‌باشد که به تنهایی ۳۵ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌کند. بعد از آن متغیر نگرش نسبت به شهرداری قرار گرفته است که ۱۲ درصد به قدرت تبیین مدل افزوده است. میزان ارزش درک شده خدمات متغیر تاثیرگذار بعدی است که ۵ درصد به قدرت تبیین مدل افزوده است. همچنین تاثیر کلیه متغیرها به جزء متغیر انتظارات شهروندان از کیفیت خدمات، بر متغیر میزان

رضایتمندی شهروندان از شهرداری مثبت و در سطح ۹۵ درصد معنادار می‌باشد. بدین صورت است که با افزایش هر واحد متغیر مستقل، نمره متغیر وابسته به اندازه چند واحد ضریب رگرسیون (β) تغییر می‌کند.

تحلیل مسیر

روش تحلیل مسیر نیازمند وجود یک مدل نظری است که با توجه به پژوهش‌های پیشین، مبانی نظری و استدلال‌های پژوهشگر تدوین می‌شود و سپس این مدل مفهومی به آزمون گذاشته می‌شود. با توجه به اینکه مدل پیشنهادی تحقیق، مدل ساده علی نبوده و دارای متغیرهای واسطه‌ای می‌باشد؛ برای بدست آوردن مدل نهایی تحقیق باید تحلیل مسیرهای موجود در این مدل انجام شود. برای تعیین شدت و جهت تأثیر متغیرهای پژوهش بر همدیگر از یک مدل معادله ساختاری بهره گرفته شده است. به این منظور از نرم افزار Amos²³ استفاده شده و مدل تحقیق مورد آزمون قرار گرفته است. در این مدل عوامل موثر بر میزان رضایتمندی شهروندان از شهرداری مشاهده می‌شود. در این مدل سه دسته متغیر وجود دارد: سن و تحصیلات (متغیرهای مستقل)، نگرش نسبت به شهرداری، میزان انتظارات شهروندان، کیفیت خدمات و ارزش خدمات درک شده (متغیرهای وابسته میانی) و میزان رضایتمندی شهروندان از شهرداری (وابسته نهایی). مدل به این صورت است که: متغیرهای سن و تحصیلات به صورت غیر مستقیم (از طریق متغیرهای میانجی نگرش نسبت به شهرداری، میزان انتظارات شهروندان و کیفیت خدمات) بر میزان رضایتمندی از شهرداری موثر است. متغیرهای نگرش نسبت به شهرداری، میزان انتظارات شهروندان و کیفیت خدمات هم به صورت مستقیم و هم به صورت غیر مستقیم (از طریق متغیر ارزش درک شده خدمات) بر میزان رضایتمندی از شهرداری تأثیر دارند. متغیر ارزش درک شده خدمات هم تنها به صورت مستقیم بر میزان رضایتمندی از شهرداری تأثیر دارد.



شکل ۶. الگوی معادله ساختاری تحقیق

نتایج حاصل از این مدل نشان می‌دهد که: ۱- ضرایب تاثیر متغیرهای سن و تحصیلات بر متغیر وابسته میانی (نگرش نسبت به شهرداری) به ترتیب $(0/09)$ و $(-0/20)$ می‌باشد. متغیر تحصیلات دارای تاثیر کاهنده و متغیر سن دارای تاثیر افزایشی می‌باشد. ۲- متغیرهای سن، تحصیلات و نگرش نسبت به شهرداری به ترتیب با ضرایب $(-0/16)$ ، $(0/10)$ و $(-0/38)$ ؛ ۲۱ درصد از واریانس متغیر انتظارات شهروندان را تبیین می‌کنند. ۳- متغیرهای سن، تحصیلات، نگرش نسبت به شهرداری و انتظارات شهروندان در مجموع ۳۲ درصد از واریانس متغیر کیفیت خدمات را تبیین می‌کنند. ضرایب تاثیر این متغیرها به ترتیب $(0/25)$ ، $(-0/13)$ ، $(0/28)$ و $(-0/22)$ می‌باشد. ۴- متغیرهای نگرش نسبت به شهرداری، انتظارات شهروندان و کیفیت خدمات با ضرایب تاثیر $(0/18)$ ، $(-0/23)$ و $(-0/23)$ و $(0/24)$ ؛ ۲۵ درصد از واریانس متغیر ارزش درک شده خدمات را تبیین می‌نمایند. ۵- ضرایب تاثیر مستقیم متغیرهای نگرش نسبت به شهرداری، انتظارات شهروندان، کیفیت خدمات و ارزش درک شده خدمات بر متغیر میزان رضایتمندی از شهرداری به ترتیب $(0/28)$ ، $(-0/12)$ ، $(0/24)$ و $(0/24)$ بوده است. متغیر انتظارات دارای تاثیر کاهنده و بقیه متغیرها دارای تاثیر افزایشی می‌باشند. ضمن اینکه این متغیرها در مجموع حدود ۵۴ درصد از واریانس رضایتمندی از شهرداری را پیش‌بینی مینمایند.

برازش مدل

برای بررسی برازش مدل از شاخص‌های برازش استفاده می‌شود. شاخص‌های برازش، مقادیری آماری را به دست می‌آورند که محقق را در تصمیم‌گیری نسبت به تشخیص یا انتخاب مدل مناسبتر، یاری می‌کنند. همچنین شاخص‌های برازش گویای این واقعیت است که داده‌های پژوهش از شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق حمایت می‌کنند. شاخص‌های برازش زیادی وجود دارند؛ اما پرکاربردترین آنها که در عین حال، پایه و اساس سایر شاخصها محسوب میشود X^2 است. هرچه مقدار مجذور کاری به صفر نزدیکتر باشد، نشان دهنده برازش بهتر مدل است. از آنجا که مقدار مجذور کای تحت تاثیر حجم نمونه و تعداد روابط مدل قرار میگیرد و مقدار آن بزرگ میشود؛ بنابراین با اتکا بر مقدار مجذور کای نمیتوان به نتایج مطلوب دست یافت. در نتیجه در کنار این شاخص، از شاخصهای دیگری نیز برای برازش مدل‌ها استفاده میشود. شاخص دیگری که برای از میان برداشتن این محدودیت مجذور کای معرفی شده، شاخص $X^2 df$ است، که اگر کوچکتر باشد، نشان دهنده برازندگی الگو است. بر اساس قاعده کلی؛ شاخص‌های نیکویی برازش (GFI)، نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI)، برازندگی تطبیقی (CFI)، نرم شده برازندگی (NFI) و نرم نشده برازندگی (NNFI) برای مدل‌های خوب بین ۰/۹۰ تا ۰/۹۵ تفسیر میشوند و مقادیر بالای ۰/۸ نیز نشان دهنده برازش نسبتاً خوب مدل هستند. همچنین شاخص ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب (RMSEA) که در صورتی که کوچکتر از ۰/۰۸ باشد، نشانگر برازندگی خوب، ۰/۰۸ تا ۰/۱ نشانگر برازندگی قابل قبول و مقادیر نزدیک به صفر نشان دهنده بیشترین برازندگی هستند (لهسایی-زاده و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۴۹-۴۸). در جدول (۵) نتایج تحلیل ساختاری برای مدل نهایی تحقیق را نشان میدهد. در کل شاخص‌های برازش؛ گویای برازش مطلوب و مناسبی برای مدل پژوهش هستند.

جدول ۵. شاخص‌های برازندگی مدل تحقیق

شاخص	مقدار	شاخص	مقدار
CMIN	۹/۷۸	GFI	۰/۹۹
RMSEA	۰/۰۵	AGFI	۰/۹۶
CMIN/DF	۱/۹۵	CFI	۰/۹۹
NFI	۰/۹۸	RFI	۰/۹۳

بحث و نتیجه‌گیری

اکثر سازمان‌ها و مؤسسات برای بهبود فعالیت خویش و هماهنگی هر چه بیشتر با اجتماع، به سوی نتایج پژوهش‌ها و سنجش افکار عمومی روی آورده و به این نتیجه رسیده‌اند؛ که دیدگاه‌های مردم و شهروندان می‌تواند نقش بسزایی در بالا بردن سطح کیفیت و بهبود روشها و همکاری مستمر آنان داشته باشد. با توجه به توقعات و انتظارات روزافزون و به حق شهروندان، بعنوان مهمترین مشتریان شهرداریها، این سازمان در جهت خدمت به شهروندان با چالشهایی مواجه است؛ لذا باید به دنبال راه‌های مناسب برای خدمت‌رسانی بهتر باشد، که این امر تنها با بررسی عوامل مؤثر بر ایجاد رضایت شهروندان میسر خواهد بود؛ به همین منظور پژوهش حاضر عوامل مؤثر بر میزان رضایتمندی شهروندان از کیفیت خدمات ارائه شده در شهرداری شهر بندرلنگه را مورد بررسی قرار داده است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه شهروندانی بوده است که به شهرداری بندرلنگه مراجعه نموده‌اند، که با توجه به اینکه حجم کل جامعه آماری در دست نبود، حجم نمونه به طور تقریبی ۳۵۱ نفر محاسبه گردید. تجزیه و تحلیل اطلاعات در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی و بوسیله نرم افزارهای Spss و Amos انجام گردید. که نتایج آن خلاصه‌وار شامل موارد زیر می‌شود: بررسی‌های مربوط به آمار توصیفی تحقیق نشان می‌دهد؛ اکثریت پاسخگویان (۵۷ درصد) بین ۳۱ تا ۵۰ سال سن داشتند. ۶۴ درصد پاسخگویان را مردان و ۳۶ درصد را زنان تشکیل داده‌اند. تحصیلات اکثر پاسخگویان (۵۸ درصد) دیپلم و زیر دیپلم بوده است. در بحث آزمون فرضیات نیز نتایج به این صورت بوده است که: میزان رضایتمندی شهروندان از شهرداری شهر بندرلنگه کمتر از حد متوسط بوده است. نتیجه حاصل از این فرضیه با یافته‌های تحقیقات دنیز آکگول (۲۰۱۲)، هدایتی و علمی (۱۳۹۱)، امانپور و همکاران (۱۳۹۳) و صفائی‌پور و همکاران (۱۳۹۴) همسو است. بین سن شهروندان و میزان رضایتمندی آنها از شهرداری رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. نتیجه حاصل از این فرضیه با نتایج تحقیقات هونگ (۲۰۱۲)، بحرانی و همکاران (۱۳۸۷) و صفائی‌پور و همکاران (۱۳۹۴) همسو، اما با نتایج پژوهش‌های دنیز آکگول (۲۰۱۲) و امانپور و همکاران (۱۳۹۳) ناهمسو است. بین تحصیلات شهروندان و میزان رضایتمندی آنها از شهرداری رابطه منفی و معنادار وجود دارد. نتیجه حاصل از این فرضیه با نتایج تحقیقات دنیز آکگول (۲۰۱۲)، هونگ (۲۰۱۲)، بحرانی

و همکاران (۱۳۸۷) و صفائی پور و همکاران (۱۳۹۴) همسو است، اما با نتایج تحقیقات امانپور و همکاران (۱۳۹۳) مطابقت ندارد. بین کیفیت خدمات و ابعاد پنجگانه آن (رضایت از شرایط فیزیکی، رضایت از پاسخگویی، رضایت از کیفیت راهنمایی، رضایت از نحوه برخورد کارکنان و اعتماد و اطمینان به کارکنان) با میزان رضایتمندی شهروندان از شهرداری بندرلنگه رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتیجه حاصل با تحقیقات فان رایزن و همکارانش (۲۰۰۴)، لین (۲۰۰۷)، هارتمن و ایباز (۲۰۰۷)، بحرانی و همکاران (۱۳۸۷)، امانپور و همکاران (۱۳۹۳)، خادم و همکاران (۱۳۹۳) و رسولی فر (۱۳۹۳) همسو ولی با نتیجه تحقیق هدایتی و علمی (۱۳۹۱) ناهمسو است. بین میزان انتظارات شهروندان از ارائه خدمات و میزان رضایتمندی آنها رابطه منفی و معنادار وجود داشته است. نتیجه حاصل با نتایج تحقیقات فان رایزن و همکارانش (۲۰۰۴)، بحرانی و همکاران (۱۳۸۷)، هدایتی و علمی (۱۳۹۱) و رسولی فر (۱۳۹۳) همسو میباشد. بین نگرش نسبت به شهرداری با میزان رضایتمندی شهروندان از شهرداری رابطه مثبت و معنادار وجود داشته است. نتیجه حاصل از این فرضیه با تحقیقات هارتمن و ایباز (۲۰۰۷) و بحرانی و همکاران (۱۳۸۷) همسو بوده است. همچنین بین ارزش درک شده خدمات و میزان رضایتمندی شهروندان از شهرداری رابطه مثبت و معنادار یافت شده است. نتیجه این فرضیه با تحقیقات لین (۲۰۰۷)، هارتمن و ایباز (۲۰۰۷) و بحرانی و همکاران (۱۳۸۷) همسو است. در آخر هم برای بررسی تاثیر همزمان متغیرهای مستقل تحقیق بر روی متغیر رضایتمندی از شهرداری، از آزمون رگرسیون چندگانه بهره گرفته شد و نتایج این آزمون نشان داد که متغیرهای (کیفیت خدمات، نگرش شهروندان نسبت به شهرداری، ارزش درک شده خدمات و میزان انتظارات شهروندان) تحقیق در مجموع حدود ۵۳ درصد از واریانس متغیر ملاک (رضایتمندی از شهرداری) را تبیین می نمایند.

پیشنهادات

- نتایج این تحقیق نشان داد که رضایت از پرسنل تاثیر زیادی بر رضایت شهروندان دارد؛ بنابراین پیشنهاد می گردد تا کارکنانی که در ارتباط مستقیم و در خط اول خدمات رسانی به شهروندان کار می کنند، مورد توجه قرار گیرند و تلاش شود که این کارکنان انگیزه لازم برای خدمت رسانی داشته

باشند. کارکنانی که عزت نفس و کرامت انسانی بیشتری داشته باشند و در جهت اهداف سازمانی توجیه شده باشند، می‌توانند بهترین تاثیرها را بر ارباب رجوع داشته باشند.

- به مسئولان شهرداری شهر بندرلنگه پیشنهاد می‌گردد تا در جهت بالا بردن تکریم شهروندان از کارکنانی که میزان پاسخگو بودن، همدلی، مهربانی و صبر در آنان بیشتر است، جهت ارائه خدمات به مراجعه کنندگان استفاده نماید. برای شناسایی کارکنانی با مشخصات مطروحه می‌توان از آزمون-های غربالگری روانشناختی در بدو ورود به رده‌هایی که بیشترین برخورد با شهروندان را دارند، استفاده نمود.

- با عنایت به اینکه هدف اصلی شهرداری بندرلنگه، ارائه خدمات در کمترین زمان و کمترین دفعات مراجعه می‌باشد؛ بنابراین لازم است تدابیری اتخاذ گردد، که خدمات ارائه شده به مراجعین در اسرع وقت و در کمترین دفعات مراجعه ارائه گردد. در صورت بروز چنین امری، رضایت مراجعه کنندگان افزایش و نگرش مراجعہ کنندگان نسبت به دریافت خدمات بهبود می‌یابد. پیشنهاد می‌گردد تا متخصصینی را در جایی مانند طرح تکریم گمارده شوند، که به شهروندان جهت تسهیل انجام کارهایشان، راهنمایی‌های لازم را ارائه دهند. شهروندان باید بدانند برای انجام کاری که به شهرداری مراجعه می‌کنند، به کدام قسمت و کدام کارمند مراجعه کنند، تا از سردرگمی در محیط شهرداری رهایی یابند.

- پیشنهاد می‌گردد در تقویت وضعیت فضا، تجهیزات و امکانات در شهرداری تلاش بیشتری گردد؛ چراکه یکی از مؤلفه‌های تکریم شهروندان محسوب می‌گردد.

منابع

- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۹۰)، نظریه‌های جامعه‌شناسی، تهران، انتشارات سروش، چاپ سوم.
- امانپور، سعید؛ صفائی پور، مسعود و عباسپور، مریم (۱۳۹۳)، بررسی عوامل موثر بر رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری هندیجان، فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی شهری چشم انداز زاگرس، دوره هفتم، شماره ۲۳.
- بحرانی، شعله و همکاران (۱۳۸۷)، بررسی میزان و عوامل موثر بر رضایت ارباب رجوعان مناطق ۹ گانه شهرداری شیراز از کیفیت خدمات ارائه شده، طرح تحقیقاتی، معاونت پژوهشی جهاد دانشگاهی فارس، کارفرما: معاونت برنامه ریزی شهرداری شیراز.
- توسلی، غلامعباس (۱۳۹۱)، نظریه های جامعه شناسی، تهران، انتشارات سمت، چاپ پنجم.
- حسینی مقدم، سید علی و جمشیدی، مسلم و یزدی خواه، مهدیه السادات و سوری، احمد (۱۳۹۱)، بررسی رابطه میزان رضایتمندی با نحوه رفتار کارکنان کلاتری ها، فصلنامه پژوهش های انتظام اجتماعی، سال چهارم، شماره سوم، صص ۸۵-۱۰۴.
- حکمت نیا، حسن؛ موسوی، میرنجف (۱۳۸۶)، سنجش میزان و عوامل مؤثر بر رضایت مندی شهروندان از عملکرد شهرداری (مطالعه موردی شهر یزد)، مجله جغرافیا و توسعه، بهار و تابستان ۸۶.
- حمیدی، یدالله و طیبی، سیدجمال الدین (۱۳۸۳)، بررسی نتایج اجرای مدیریت کیفیت فراگیر در شبکه های بهداشت و درمان استان همدان، مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی همدان، دوره یازدهم، شماره اول، ۴۳-۳۷.
- خادم، سید مهدی، فخر سعادت، زهره و افراز کتجین، ضیاء (۱۳۹۳)، بررسی میزان رضایت مندی مراجعین به معاونت نیروی انسانی ناجا از کیفیت خدمات ارائه شده (تکریم ارباب رجوع)، فصلنامه منابع انسانی ناجا، سال نهم، شماره ۳۶، صص ۵۱-۷۶.
- رجب صلاحی، حسین (۱۳۸۱)، ساختار حکومت محلی، مدیریت شهری و شهرداری برنامه ریزی و مدیریت شهری، مسائل نظری و چالش های تجربی، انتشارات سازمان شهرداری های کشور، تهران.
- رسولی فر، امیر (۱۳۹۳)، بررسی رابطه بین کیفیت خدمات شهری شهرداری شوشتر و رضایتمندی مشتریان، پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: ایرج فروزان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهرود، دانشکده علوم انسانی.
- ریتزر، جورج (۱۳۸۱)، نظریه های جامعه شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، انتشارات علمی، تهران، چاپ هشتم.
- شیخ محمدی، مجید، تولیت زواره، محمد رضا (۱۳۸۴)، مدیریت مشارکت پذیر بر اساس نظام پیشنهادها، انستیتوایز ایران، تهران.
- لهسایی زاده، عبدالعلی و همکاران (۱۳۹۳)، زنان شهری و اولویتهای استفاده از امکانات آموزشی - فرهنگی شیراز، مجله مطالعات جامعه‌شناختی شهری، سال پنجم، شماره سیزدهم، صص ۲۷-۵۴.
- صفائی پور، مسعود و شه پریان، نبی الله و عباسی، مریم (۱۳۹۳)، سنجش میزان رضایتمندی و تمایل به مشارکت شهروندان در اجرای پروژه های زیر بنایی شهرداری (نمونه موردی شهرداری ایذه)، ششمین کنفرانس مدیریت و برنامه ریزی شهری با تاکید بر مولفه های شهر اسلامی، ۲۱ و ۲۲ آبان، مشهد مقدس.

معیدی فر، سعید و ذهانی، قربان‌علی (۱۳۸۴)، بررسی میزان نارضایتی شغلی معلمان و عوامل اجتماعی موثر بر آن (مطالعه موردی معلمان شهر نیشابور)، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ششم، شماره ۱، صص ۱۵۰-۱۳۵.

نصیری، اسماعیل و مهدیرجی، حسین عموزاد (۱۳۹۳)، بررسی رضایتمندی شهروندان از عملکرد خدماتی شهرداری با استفاده از مدل کانو مورد شناسی؛ شهرداری گرگان، جغرافیا و آمایش شهری - منطقه ای، شماره ۱۳، صص ۱۰۶-۹۷.

هدایتی، رقیه و علمی، محمود (۱۳۹۳)، بررسی میزان رضایتمندی شهروندان از عملکرد خدمات شهری و عوامل اجتماعی - اقتصادی مرتبط با آن در شهر نقدة، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناسی، دوره چهارم، شماره ۱۶، صص ۲۹-۴۷.

Akgul, Deniz (2012), Measuring the Satisfaction of citizens for the Services given by the municipality: the case of kirsehir municipality. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 62, P: 555.

Aydin S. oZer. Arasil O (2005), customer loyalty and the effect of Switching casts as a maderator variable, *Marketing Intellingence & planning*.vol 23, No 1, pp: 89-103.

Hartmann, P., & Ibáñez, V. A. (2007). Managing customer loyalty in liberalized residential energy markets: The impact of energy branding. *Energy Policy*, 35(4), 2661-2672.

Hong Tan (2012), Meeting first-time buyers' housing needs and preferences in greater Kuala Lumpur, *Cities*, Volume 29, Issue 6, December 2012, Pages 389-396.

Johenson, M., Gustafsson, a, Anderassen, T., Lervik, L. and Cha, J (2001), the Evolution and Future of National Customer Satisfaction Index Models, *Journal of Economic Psychology*, Vol. 22 pp: 417-445.

Lin W. (2007), the Exploration of Customer Satisfaction Model from a Comprehensive Perspective" *Expert System with Applications*, Vol. 33, and P: 110-121.

Turner, J. H, (1998), the Structure of Sociological Theory, Wadsworth Publising Company, Sixth Edition.

Valarie A, Zeithaml, Leonard L. Berry and A. Parasurman (1998), Communication and Control proesses in Delivery of Service Quality, *Journal of Marketing*, April, pp. 35-38, Mogrow- Hill Book company.

Van Ryzin, G (2004). *Pieces of a puzzle: Linking government performance, citizen satisfaction, and trust*, USA.