

جدول عوامل موثر بر میزان رضایت‌مندی از عملکرد شهرداریهای مناطق

رضایت از شهرداریهای مناطق	تعداد دفعات مراجعه	دلیل مراجعه	تعداد دفعات مراجعه
	+	میزان رضایت‌مندی در افرادی که برای تعیین عوارض مراجعه نموده‌اند از سایر دلایل مراجعه کمتر است	

جدول عوامل موثر بر میزان رضایت‌مندی از کار کارکنان شهرداری

رضایت از کار کارکنان شهرداری	تعداد دفعات مراجعه	وضعیت مسکن	دلیل مراجعه
+		رضایت در افراد دارای منزل شخصی بطور معنی داری از شهروندان با منزل اجاره‌ای کمتر است.	* شهرت

راهنما: علامت (+) نشانه رابطه مستقیم، علامت (-) نشانه رابطه معکوس و علامت (*) نشانه عدم وجود رابطه

۲۳. در بین سازمان‌ها بیشترین رضایت‌مندی شهروندان شهر مشهد از شرکت پست و مخابرات می‌باشد. از نظر ۳۴٪ درصد شهروندان شرکت پست و مخابرات تسهیلات بیشتری برای مردم ایجاد می‌کند. پس از آن بیشترین رضایت از ارائه تسهیلات بترتیب از شرکت برق، شرکت گاز، شهرداری و شرکت آب و فاضلاب می‌باشد.

۲۴. ۳۷٪ درصد شهروندان معتقدند شهرداری از سایر سازمانها مشکلات بیشتری برای شهروندان ایجاد می‌کند. از نظر ۳۸٪ درصد شهروندان فاضلاب، ۱۳٪

رضایت‌مندی شهروندان از شهرداری بر پایه خواسته‌ها و دانسته‌ها

۲۵٪ اتوبوسرانی ۲۹۰/۴۲، تاکسیرانی ۲۲۵۰/۴۴، کارکنان شهرداری ۲۲/۰۶، عملکرد سازمانی شهرداری ۱۹۷۰/۰۵، پل‌ها و خیابانها ۱۹۴۵/۲۱، خانه‌های فرهنگ ۱۷۴۷/۰۶، اطلاع رسانی ۱۳۵۰/۹۶ می‌باشد

پهنه‌های کاربردی تحقیق

نکته ۱: با توجه به ویژگیهای دموگرافیک نمونه و فرایند علمی نمونه گیری می‌توانیم اطمینان بالایی گفت که نمونه ۲۵۰۰ نفری این پژوهش می‌تواند معرف نسبتاً خوبی از جامعه آماری شهروندان مشهدی باشد

نکته ۲: با توجه به اینکه نتایج گسترده‌ای از این پژوهش حاصل گردیده در اینجانب مدار برخی نتایج کار بردی بدون اشاره به مبانی نظری پژوهش ارائه می‌گردد
نکته ۳: پیشنهادهای زیر بر اساس نتایج تحلیل آماری داده‌ها، پاسخ سزالات با مطالعاتی فاز صفر پروژه می‌باشد.

۱. مأموران رفت و روپ: با توجه به اینکه در مقایسه ابعاد گوناگون عملکرد ماموران روپ، بیشترین رضایت‌مندی از ادب، مهارت در انجام کار و کمترین رضایت‌مندی از مأمورانی ماموران به رفت و روپ رسمی آنها در رفع نواقص می‌باشد لذا ضرورتی است که با تشکیل نشست‌ها و کلاس‌های توجیهی و اقدامات زیر زمینه تقویت رضایت‌مندی شهروندان را فراهم نمود.

۲. مأموران رفت و روپ اطلاع‌رسانی شود که مردم از آنها به‌ویژه درباره نحوه تردد با مردم، ادب، مهارت و نظافت به موقع، رضایت بیشتری دارند تا موجب رضایت آنها به کارشان و رضایت درونی آنها فراهم شود؛

۳. با تکمیل بیشتر از طریق رسانه‌ها، توجه بیشتر به حقوق دریافتی آنها، انتخا کن نمونه در هر سال و تقدیر از آنها، زمینه افزایش علاقمندی به کارشان را فراهم

جدول عوامل موثر بر میزان رضایت‌مندی از شهرداری در مشهد

عوامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
تلفات	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ملاج‌رسانی	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
امکانات رفاهی، تفریحی	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ملک‌گرد	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*
سازمانی	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*
کارکنان	-	*	*	*	*	*	*	*	*	*
کلیه زمینها	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

راهنما: علامت (+) نشانه رابطه مستقیم، علامت (-) نشانه رابطه معکوس

(*) نشانه عدم وجود رابطه

جدول عوامل موثر بر میزان رضایت‌مندی از خانه‌های فرهنگ

عوامل	دلیل مراجعه	تعداد دفعات مراجعه	رضایت از خانه‌های فرهنگ
	*	-	

جدول عوامل موثر بر میزان رضایت‌مندی از عملکرد شهرداری مرکزی

کسب ارزش از سازمان‌های دیگر؛ درک از میزان وارد شدن محرومیت یا هزینه‌ها؛ جانب دیگر دستگاه‌ها؛ تعداد راه‌ها و فرصت‌های پیگیری شده برای نيل به انتظارات؛ شهرداری؛ میزان اثربخشی راه‌ها و فرصت‌های پیگیری شده؛ درک از میزان تکرار اختلال در فعالیت‌های هدفمند برای نيل به انتظارات؛ درک از میزان توانایی شهرداری برای برآوردن انتظارات؛ درک از نرخ بسط و توسعه ذخایر ارزشی در شهرداری؛ درک از میزان برخورداری از فرصت برای کسب ارزش از شهرداری؛ میزان پذیرش باورها و عملکردها؛ که انتظارات بیشتر از شهرداری را توجیه کنند؛ میزان آشنایی با عملکرد شهرداری در شهرهای دیگر؛ درک از میزان برخورداری شهروندان شهری دیگر از ارزش‌ها؛ تصور از میزان انعطاف پذیر بودن قوانین؛ میزان درآمد؛ سن؛ جنسیت؛ وضعیت تاهل و وضعیت فعالیت.

از بیست متغیر وارد شده در مدل با استفاده از روش قدم به قدم (stepwise)، اثر شش متغیر مستقل:

- میزان اثر بخشی راه‌ها و فرصت‌ها پیگیری شده «همان»؛ شدت محرومیت نسبی بسته به نسبت فرصت‌های ارزشی‌ای که در آنها اختلال ایجاد شده یا انتظار می‌رود ایجاد شود، تغییر می‌کند؛ براساس این برداشت، افزایش فرصت‌های انسان‌ها، پتانسیل نارضایتی و بی نظمی مدنی را کاهش می‌دهد
- درک از میزان تکرار اختلال در فعالیت‌های هدفمند برای نيل به انتظارات
- میزان کسب تسهیلات و فرصت در نتیجه وارد شدن هزینه و محرومیت از جانب شهرداری «همان»؛ شدت محرومیت نسبی به شکلی معادل به نسبت طبقات ارزشی‌ای که فاصله از آنها احساس می‌شود تغییر می‌کند
- تصور از میزان انعطاف‌پذیری قوانین «همان»؛ دانسته‌ها و توانایی‌های متصوره قویا

۱۸. برای بررسی ارتباط رضایت از عملکرد شهرداری و جنسیت از آزمون استفاده نمودیم، میانگین رضایتمندی در شهروندان خانم ۲/۴۹ و در شهروندان آقا ۲/۴۸ حاصل گردیده است. همچنین آماره t ، $۰/۵۰۲$ محاسبه شد. نسبت و با توجه به اینکه سطح معنی داری آزمون بیشتر از $۰/۰۵$ است ($value = P_{0/01}$) می‌توان گفت بین رضایت از عملکرد شهرداری و جنسیت ارتباط معنی داری وجود ندارد.
۱۹. برای بررسی ارتباط رضایت از عملکرد شهرداری و وضعیت تاهل از آزمون t استفاده کردیم. میانگین رضایتمندی در شهروندان متأهل ۲/۴۹ و در شهروندان مجرد ۲/۴۸ حاصل گردیده است. همچنین آماره t ، $۰/۱۸۸$ و سطح معنی داری آزمون از $۰/۰۵$ به دست آمده است ($value = P_{0/05}$) می‌توان نتیجه گرفت که بین رضایت از عملکرد شهرداری و وضعیت تأهل از نظر آماری وجهی ندارد.
۲۰. برای بررسی ارتباط رضایت از عملکرد شهرداری و نسبت با سرپرست خانوار ANOVA استفاده شد. سطح معنی داری آزمون بیش از پنج صدم محاسبه شد. همچنین آماره F ، $۰/۸۵۷$ است. می‌توان چنین نتیجه گیری نمود که بین رضایت از عملکرد شهرداری و نسبت با سرپرست خانوار ارتباط معنی داری وجود ندارد.
۲۱. برای بررسی ارتباط رضایت از عملکرد شهرداری و سن از ضریب همبستگی پیرسون استفاده نمودیم. مقدار ضریب همبستگی پیرسون $-۰/۰۵۰$ است. و چون سطح معنی داری آزمون بیشتر از $۰/۰۵$ است ($value = P_{0/023}$)، رابطه از نظر آماری معنی ندارد. یعنی بین میزان رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری و سن همبستگی معنی داری وجود ندارد.
۲۲. در رگرسیون چند متغیره از مدل معادلات همبستگی استفاده نمودیم. سطح معنی داری آزمون بیش از پنج صدم محاسبه شد. همچنین آماره F ، $۰/۰۵۸$ است. می‌توان چنین نتیجه گرفت که بین رضایت از عملکرد شهرداری و وضع فعالیت شهروندان ارتباط معنی داری وجود ندارد.
۲۳. برای بررسی ارتباط رضایت از عملکرد شهرداری و وضعیت اشتغال شهروندان از ANOVA استفاده شده است. سطح معنی داری آزمون فوق بیشتر از پنج صدم است ($value = P_{0/026}$)؛ می‌توان چنین نتیجه گرفت که میزان رضایت از عملکرد شهرداری همبستگی تأیید نشده است.
۲۴. برای بررسی ارتباط رضایت از عملکرد شهرداری و درآمد شهروندان از ضریب همبستگی «پیرسون» استفاده نمودیم. مقدار ضریب همبستگی پیرسون $-۰/۰۸۰$ و سطح معنی داری آزمون بیشتر از $۰/۰۵$ محاسبه شده است ($value = P_{0/073}$)؛ رابطه از نظر آماری معنی دار نیست. یعنی بین درآمد ماهیانه و میزان رضایتمندی شهروندان عملکرد شهرداری همبستگی تأیید نشده است.
۲۵. برای بررسی ارتباط رضایت از عملکرد شهرداری و وضع فعالیت شهروندان از ANOVA استفاده نمودیم. سطح معنی داری آزمون فوق بیش از پنج صدم حاصل گردیده است ($value = P_{0/08}$)؛ می‌توان چنین نتیجه گرفت که بین رضایت از عملکرد شهرداری و وضع فعالیت شهروندان ارتباط معنی داری وجود ندارد.
۲۶. برای بررسی ارتباط میزان رضایتمندی از عملکرد شهرداری و وضعیت اشتغال شهروندان از ANOVA استفاده شده است. سطح معنی داری آزمون فوق بیشتر از پنج صدم است ($value = P_{0/026}$)؛ می‌توان چنین نتیجه گرفت که میزان رضایت از

۱۲. برای بررسی ارتباط رضایت از عملکرد شهرداری و پرداخت جریمه از آزمون t استفاده کردیم. میانگین رضایتمندی از عملکرد شهرداری در شهروندانی که تاکنون جریمه نشده‌اند $۲/۵۰$ و در شهروندانی که جریمه شده‌اند $۲/۴۵$ حاصل شد. است مقدار آماره t ، $۱/۵۲۴$ محاسبه شده است و با توجه به سطح معنی داری محاسبه شده ($value = P_{0/128}$) می‌توان نتیجه گرفت که بین رضایت از عملکرد شهرداری و پرداخت جریمه ارتباط معنی داری وجود ندارد.
۱۳. برای بررسی ارتباط میزان رضایتمندی از عملکرد شهرداری و وضعیت مسکن از ANOVA استفاده نمودیم و با توجه به اینکه سطح معنی داری آزمون بیش از پنج صدم حاصل گردیده است ($value = P_{0/623}$)؛ این گونه نتیجه گرفتیم که بین رضایت از شهرداری و وضعیت مسکن ارتباط معنی داری وجود ندارد.
۱۴. برای بررسی ارتباط رضایت از عملکرد شهرداری و درآمد شهروندان از ضریب همبستگی «پیرسون» استفاده نمودیم. مقدار ضریب همبستگی پیرسون $-۰/۰۸۰$ و سطح معنی داری آزمون بیشتر از $۰/۰۵$ محاسبه شده است ($value = P_{0/073}$)؛ رابطه از نظر آماری معنی دار نیست. یعنی بین درآمد ماهیانه و میزان رضایتمندی شهروندان عملکرد شهرداری همبستگی تأیید نشده است.
۱۵. برای بررسی ارتباط رضایت از عملکرد شهرداری و وضع فعالیت شهروندان از ANOVA استفاده نمودیم. سطح معنی داری آزمون فوق بیش از پنج صدم حاصل گردیده است ($value = P_{0/08}$)؛ می‌توان چنین نتیجه گرفت که بین رضایت از عملکرد شهرداری و وضع فعالیت شهروندان ارتباط معنی داری وجود ندارد.
۱۶. برای بررسی ارتباط میزان رضایتمندی از عملکرد شهرداری و وضعیت اشتغال شهروندان از ANOVA استفاده شده است. سطح معنی داری آزمون فوق بیشتر از پنج صدم است ($value = P_{0/026}$)؛ می‌توان چنین نتیجه گرفت که میزان رضایت از

آزمون LSD به صورت زیر می باشد:

میزان رضایت شهروندان منطقه ۹ از مناطق ۱۳، ۶، ۲، ۳، ۷ و ۴ بطور

کمتر است.

میزان رضایت شهروندان منطقه ۸ از مناطق ۶، ۲، ۳، ۷ و ۴ بطور معنی

کمتر است.

میزان رضایت شهروندان منطقه ۱ از مناطق ۳، ۲، ۷ و ۴ بطور معنی

کمتر است.

میزان رضایت شهروندان مناطق ۱۰ و ۱۱ از مناطق ۲، ۷ و ۴ بطور

کمتر است.

میزان رضایت شهروندان منطقه ۱۲ از منطقه ۴ بطور معنی داری کمتر از

۱۱. میانگین رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری در مناطقی که

میانگین رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری در مناطق مسکونی

جدول میانگین رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری در مناطق مسکونی

مختلف در جدول زیر آمده است:

مناطق مسکونی	میانگین رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری در مناطق مسکونی	
	میانگین رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری در مناطق مسکونی	میانگین رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری در مناطق مسکونی
مناطق مسکونی	۲/۳۷	۲/۴۲
مناطق مسکونی	۲/۶۰	۲/۴۲

همانگونه که در جدول فوق مشاهده می گردد میزان رضایتمندی از

داری برترتیب در مناطق مسکونی متوسط قدیم، پایین، متوسط جدید و بر

را دارد.

نتیجه بررسی معنی داری اختلافات موجود از ANOVA استفاده شده است.

همانگونه که در جدول فوق مشاهده می گردد بیشترین رضایتمندی در مناطق

داری معنی داری

درصد دارای مشاغل کارمندی پایین، ۵/۸ درصد دارای مشاغل فروش پایین، ۴،

درصد کارگران کشاورزی، ۵/۵ درصد دارای مشاغل خدماتی پایین، ۹/۵ درصد دارای

مشاغل تولیدی پایین و ۷/۹ درصد دارای شغل آزاد می باشند.

۸، ۸۷/۲ درصد نمونه مورد بررسی را متأهلین و ۱۳/۸ درصد را افراد مجرد تشکیل

داده اند.

۹. میانگین میزان رضایتمندی از عملکرد شهرداری (در کلیه زمینه ها) ۲/۹۹۱ محاسبه

شده است که نشان دهنده رضایتمندی کم شهروندان از عملکرد شهرداری شهر

می باشد.

۱۰. میانگین رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری در مناطق مختلف

شهرداری در جدول زیر آمده است:

جدول میانگین رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری در مناطق مختلف شهرداری

مناطق شهرداری	میانگین رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری در مناطق مختلف شهرداری											
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
مناطق شهرداری	۲/۳۲	۲/۵۱	۲/۵۵	۲/۵۶	۲/۶۱	۲/۶۵	۲/۶۸	۲/۷۱	۲/۷۲	۲/۷۳	۲/۷۴	۲/۷۵

همانگونه که در جدول فوق مشاهده می گردد بیشترین رضایتمندی در مناطق

داری معنی داری

درباره محرومیت نسبی صعوری و محرومیت نسبی مبتنی بر بلندپروازی، میزان اختلاف فاصله‌ای است که میان موقعیت ارزشی مطلوب و پتانسیل ارزشی احساس می‌شود. درباره محرومیت نسبی نزولی، میزان اختلاف فاصله‌ای است که میان موقعیت ارزشی موجود در گذشته و موقعیت ارزشی بر جای مانده احساس می‌شود. (همان، ۱۰۵)

تد رابرت گر، در اثر خود با عنوان *چرا انسان‌ها شورش می‌کنند*، عواملی را که تأثیر مستقیمی بر میزان محرومیت نسبی دارند و عواملی را که با کاهش یا افزایش «انتظارات و خواسته‌ها» یا «داشته‌ها» به‌طور غیرمستقیم بر میزان محرومیت نسبی تأثیر می‌گذارند، در قالب فرضیه‌های اصلی و فرعی، به شرح زیر مشخص کرده است:

الف. عوامل تعیین‌کننده شدت محرومیت نسبی

شدت محرومیت نسبی میزان تأثیر منفی‌ای است که با درک آن همراه است و یا به بیان دیگر حدت نارضایی یا خشمی است که محرومیت نسبی بر می‌انگیزد. (همان، ۶۰)

شدت محرومیت نسبی، متغیری روانی - فرهنگی است و واحد تحلیل آن فرد می‌باشد. (همان، ۱۳۳)

۱. محرومیت نسبی قویا تحت تأثیر میزان متوسط اختلاف درک شده میان خواسته‌ها و داشته‌ها قرار دارد. (همان، ۱۰۴)

بر این مبنا می‌توان نتیجه گرفت:

- ۱-۱. هرگونه افزایش در سطح متوسط انتظارات در یک جمع بدون آنکه به موازات همزمان داشته‌ها به موازات آن، شدت محرومیت نسبی را افزایش می‌دهد.
- ۲-۱. هرگونه کاهش در سطح متوسط داشته‌ها در یک جمع بدون آنکه به موازات آن کاهش در انتظارات پدیدآید، شدت محرومیت نسبی را افزایش می‌دهد.
۲. شدت محرومیت نسبی قویا تحت تأثیر اهمیت خواسته‌ای که فرد احساس می‌کند با آن فاصله دارد تغییر می‌کند. (همان، ۱۱۱)

این فرضیه به این معناست که هر چه مرده انگیزه داشته و نسبت به هدفی داشته

مثال، شدت محرومیت نسبی حاصل از اختلال در یک ارزش نسبتاً مهم مانند مشارکت سیاسی، احتمالاً در صورتی کاهش می‌یابد که در نتیجه آن ارزش‌های رفاهی و امنیت‌مهری افزایش یابد. به همین ترتیب، پرداخت مالیات یا عوارض شهرداری نیز به‌گونه‌ای برای شهروندان توجیه می‌شود که برای حفظ امنیت و ارزش‌های جمعیتی نظیر نظافت و زیبایی شهر ضرورت دارد. اگر تأثیر خالص هر کدام از این سیاست‌ها - که باعث اختلال در کسب ارزش‌هایی شده است - در مجموع، توانایی‌ها و داشته‌های یا گروه را افزایش دهد، شدت محرومیت نسبی کاهش می‌یابد؛ اگر دیگر توانایی‌ها نیز کاهش یابد، محرومیت نسبی شدت می‌یابد. (همان، ۱۱۲)

میزان نزدیکی به آن قرار دارد؛

۱-۲. اهمیت یک خواسته بر طبق میانگین تلاشی که برای کسب یا حفظ موقعیت

تولوب آن خواسته به کار گرفته شده است، تغییر می‌کند. (همان، ۱۱۹)

۲-۲. در موارد محرومیت ناشی از بلندپروازی، با توجه به تصور نزدیک‌برد

خواسته یا موقعیت ارزشی مطلوب در زمانی که اختلاف برای اولین بار تجربه می‌شود

اهمیت خواسته تغییر می‌کند. (همان، ۱۱۹) اهمیت فزاینده یک هدف در زمانی که

مکان‌ها به آن نزدیک می‌شوند بر اساس درکی که از این نزدیکی دارند و نه میزان

نسبی نزدیکی به آن تغییر می‌کند. حادثه‌ای که احساس محرومیت نسبی را به‌وجود

آورد، ممکن است صرفاً تشخیص این مسئله باشد که هدفی که نزدیک انگاشت

شده، هنوز بسیار دور است. (همان، ۱۱۸)

عزای مثال اگر مردم تصور کنند با ساخت و ساز غیر قانونی همراه با پرداخت

نظری جریمه به شهرداری می‌توانند صاحب مسکن بهتر و بزرگ‌تری شوند، اما بعد

که برای انشعاب آب، برق، تلفن و گاز نیز دچار مشکل می‌شوند، ارزش چیز

سخت و سازهایی کاهش می‌یابد.

۱۵. مشتری انتظار دارد که خدمت را باایمنی کامل دریافت کند.

۱۶. مشتری انتظار دارد که ارائه دهنده خدمت در مراحل کار اداری، از مراحل

رفته و مانده کار، گزارش بدون غلطی به او بدهد.

۱۷. مشتری انتظار دارد که اگر ارائه دهنده خدمت به صورت نادرست یا ناکارآمد

خدمتی را ارائه کرد، به سرعت آن را اصلاح کند و اگر به سبب آن خسارتی به مشتری

وارد شده بود، آن را جبران نماید.

۱۸. مشتری انتظار دارد که به او وعده دقیق و معین داده شود.

۱۹. مشتری انتظار دارد که به وعده داده شده به او عمل شود.

۴. داشته‌ها و توانایی‌ها

۲۰. داشته‌ها مضامینی مربوط به حال و آینده دارند. نمونه داشته‌ها در زمان حاضر

پیشروهایی است که انسان‌ها واقعاً قادر به کسب آنها بوده‌اند یا محیط برای آنها فراهم

گرفته است؛ یعنی موقعیت ارزشی آنها، داشته‌ها در آینده، چیزهایی هستند که انسان‌ها

مبتعدند مهارت‌های خودشان و وجود دوستان و زلملداران‌شان طی زمان امکان کند

توسعه آنها را فراهم خواهند آورد؛ یعنی پتانسیل ارزشی آنها. (همان، ۵۸) مثلاً می‌تواند

بخسایر درآمدهای شهرداری، فرصت‌ها و ظرفیت‌های قانونی شهرداری به

توسعه‌گیری و عمل، میزان توانایی مسئولان شهرداری، میزان کارآمدی مسؤولان

شهرداری و میزان تجهیزات شهرداری، موقعیت ارزشی واقعی است و تصور مردود

میزان‌ها، پتانسیل ارزشی آنها محسوب می‌شود.

۵. میزان محرومیت نسبی و رضایتمندی

سه وضعیت متمایز را می‌توان برای محرومیت نسبی مشخص کرد:

۱. محرومیت نزولی؛ وضعیتی که در آن خواسته‌های یک گروه نسبتاً ثابت به

علاوه بر این تصور وجود دارد که داشته‌ها، به به کاهش هستند.

۲۱. مشتری انتظار دارد که ارائه دهنده خدمت به زمانی قابل فهم مشتری به او

تلاش نماید خواسته و مشکل او را بخهد.

۲۲. مشتری انتظار دارد که ارائه دهنده خدمت به سوالات و ابهامات مشتری سرچشمه

پاسخگویی کند.

۲۳. مشتری انتظار دارد که ارائه دهنده خدمت متماثل و علاقمند ارائه خدمت باشد

و از انجام آن لذت ببرد.

۲۴. مشتری انتظار دارد که ارائه دهنده خدمت مؤدب، بانواکت، آراسته و منظم باشد.

۲۵. مشتری انتظار دارد که ارائه دهنده خدمت با توانمندی، نحوه انجام وظیفه، مراحل

انجام کارهای اداری، انواع مسائل و راه‌حل آنها کاملاً آگاه باشد.

۲۶. مشتری انتظار دارد که ارائه دهنده خدمت با دقت به حرف‌های او گوش دهد و

تلاش نماید خواسته و مشکل او را بخهد.

۲۷. مشتری انتظار دارد که ارائه دهنده خدمت به زمانی قابل فهم مشتری به او

تلاش نماید خواسته و مشکل او را بخهد.

۲۸. مشتری انتظار دارد که ارائه دهنده خدمت به سوالات و ابهامات مشتری سرچشمه

پاسخگویی کند.

۲۹. مشتری انتظار دارد که ارائه دهنده خدمت متماثل و علاقمند ارائه خدمت باشد

و از انجام آن لذت ببرد.

۳۰. مشتری انتظار دارد که ارائه دهنده خدمت مؤدب، بانواکت، آراسته و منظم باشد.

۳۱. مشتری انتظار دارد که ارائه دهنده خدمت با توانمندی، نحوه انجام وظیفه، مراحل

انجام کارهای اداری، انواع مسائل و راه‌حل آنها کاملاً آگاه باشد.

۳۲. مشتری انتظار دارد که ارائه دهنده خدمت با دقت به حرف‌های او گوش دهد و

تلاش نماید خواسته و مشکل او را بخهد.

۳۳. مشتری انتظار دارد که ارائه دهنده خدمت به زمانی قابل فهم مشتری به او

تلاش نماید خواسته و مشکل او را بخهد.

- ۴.۲ کارکنان در هر حال آماده پاسخگویی به سئوالات مشتریان هستند.
- ۴.۳ کارکنان به مرور در مشتریان، اعتماد ایجاد می‌کنند؛
- ۴.۴ اطمینان خاطر شامل: دانش و ادب کارکنان و توانایی آنها برای ایجاب خاطر و اعتماد در مشتریان؛
- ۴.۵ مشتریان در تعاملاتشان با ارائه‌کنندگان خدمت، احساس امنیت می‌کنند؛
- ۴.۶ کارکنان همواره در برخورد با مشتریان باادب و تواضع رفتار می‌کنند؛
- ۴.۷ کارکنان، دانش کافی برای پاسخگویی به سئوالات مشتریان دارند؛
- ۴.۸ همدمی شامل: مهم شمردن مشتریان و توجه فردی به آنها؛
- ۴.۹ کارکنان به مشتریان توجه فردی می‌کنند؛
- ۴.۱۰ کارکنان نیازهای خاص مشتریان را می‌فهمند؛
- ۴.۱۱ ارائه‌کنندگان خدمات، زمان و مکان مناسب و راحتی برای ترخیص می‌کنند؛
- ۴.۱۲ کارکنان خواستار بهترین منافع برای مشتریان خود هستند.
- ۴.۱۳ همچنین مهم‌ترین عامل تأثیر گذار بر رضایت مشتریان در شرکت‌ها رفتار مناسب با آنهاست. از این رو باید در انتخاب کارکنانی که با تلفن به مشتریان در تماس هستند، دقت ویژه‌ای کرد. نتیجه یکی از تازه‌ترین محسوس میزان رضایت مشتریان در یکی از بخش‌های خدماتی کشور است که رضایت مشتریان در مواردی که حتی کیفیت خدمات در حد متوسط به دلیل رفتار مناسب کارکنان بالا بوده است. (عالی، ۱۳۸۱)

مهم‌ترین انتظارات مشتری از سازمان خدماتی

۱. بالاترین‌های پژوهشی یاد شده را درباره انتظارات مشتری از سازمان خدماتی و هم پوشی‌های فراوانی نیز دارند - می‌توان به صورت زیر جمع‌آوری، انتظار داد به این اطلاعات: از شهروندان که در خدمت‌ها و

۱. قابلیت اطمینان بودن خدمات پاسخگو بودن
 ۲. شایستگی (دانش و مهارت کارکنان) همدمی با مشتری
 ۳. (رنجیریان، رشید کابلی، حق شناس و یآوری، ۱۳۸۱) «پاراسورامان» عقیده دارد که کیفیت خدمات شامل:
 ۱. انتظارات قبل از خرید مشتری؛
 ۲. کیفیت ادراک شده از فرایند خرید؛ و
 ۳. کیفیت ادراک شده از نتیجه است.
- وی کیفیت خدمات را فاصله و شکاف بین انتظارات مشتری از خدمت و ادراکات او از خدمت دریافت شده معرفی می‌کند. مقیاس کیفیت خدمات شامل ۲۲ مؤلفه استاندارد شده برای اندازه‌گیری انتظارات و ادراکات مشتری درباره ابعاد مهم کیفیت به کار می‌رود. این مقیاس شامل پنج بعد اساسی است:
۱. عوامل محسوس (شواهد فیزیکی) شامل: ظاهر امکانات فیزیکی، تجهیزات، دکوراسیون، ظاهر و آراستگی کارکنان و به عبارت دیگر عوامل محسوس عبارتند از:
 - ۱-۱. تجهیزات مدرن؛
 - ۲-۱. امکانات فیزیکی خوب؛
 - ۳-۱. آراستگی و تمیزی ظاهر کارکنان؛
 - ۴-۱. مرتب و منظم بودن اسناد و مدارک؛
 ۲. قابلیت اعتماد شامل توانایی ارائه خدمت به شکلی صحیح و تا زمان وعده داده شده؛
 - ۱-۲. انجام دادن کار یا خدمات وعده داده شده تا زمان معین؛
 - ۲-۲. علاقه نشان دادن به رفع مشکلات مشتریان؛
 - ۳-۲. اصلاح خدمت در اولین زمان؛

مصرف، بر اساس همین مخاطره‌ها، احساس رضایت یا نارضایتی می‌کند. این مخاطره‌ها پدیده‌های منفی هر نوع مصرف هستند و عبارتند از:

الف. مخاطره مالی: مخاطره‌ای که پیامد مصرف، صدمه مالی به مصرف‌کننده است؛
ب. مخاطره عملکردی: مخاطره‌ای که در آن، مصرف کالا یا خدمت، آن‌گونه که انتظار می‌رود، اثربخش نیست؛

ج. مخاطره جسمانی: مخاطره‌ای که در آن، مصرف کالا یا خدمت، ضرر جسمانی به مصرف‌کننده بزند؛

د. مخاطره روانشناختی: مخاطره‌ای که در آن، مصرف کالا یا خدمت، خود، انگارکننده یا مصرف‌کننده را پایین آورد؛

ه. مخاطره اجتماعی: مخاطره‌ای که در آن، مصرف کالا یا خدمت موجب شود که همستان و آشنایان مورد استهزاء قرار بگیرند.

و. مخاطره زمانی: مخاطره‌ای است که در آن مصرف کالا یا خدمت وقت زیادی می‌گیرد؛

ز. مخاطره هزینه فرصت: مخاطره‌ای که مصرف‌کننده با مصرف کالا یا خدمت، چیزی از مصرف کالا یا خدمت دیگری که برای او اهمیت دارد، باز ماند. (سورن و همپنر، ۱۳۸۲: ۱۹۵)

از دیدگاه «لئونارد بری» ویژگی‌های اصلی خدمت و میزان اهمیت هر یک از آنها که مورد توجه سازمانهای خدماتی قرار بگیرند، به شرح زیر است:

۱. قابل اتکا بودن، توانایی انجام خدمت طبق وعده یا درستی و اطمینان (۳۲ درصد)
۲. واکنش‌پذیری، علاقه و تمایل برای کمک به مشتریان و ارائه فوری خدمات (۲۲ درصد)
۳. برخورد، دانش و ادب کارکنان و توانایی آنها برای انتقال اطمینان و اعتماد (۱۹ درصد)

۴. همدلی، مراقبت و توجه فردی به مشتری (۱۶ درصد)
۵. عوامل...

۷.۱. انتظارات و خواسته‌ها

«تد رابرت گر» مفهوم «موقعیت ارزشی» را به کار می‌برد؛ به این معنا که موقعیت ارزشی، میزان یا سطح ارزشی است که واقعا به دست می‌آید. او سپس می‌افزاید که خواسته‌های یک جمع، میانگین موقعیت‌های ارزشی‌ای است که اعضای آن خورد را به گونه‌ای توجیه‌پذیر مستحق آن می‌دانند. خواسته‌ها هم به وضعیت فعلی و هم به وضعیت آتی اشاره دارد. انسان‌ها معمولا تمایل به حفظ داشته‌های خود دارند؛ همچنین به‌طور کلی نسبت به آنچه در آینده باید داشته باشند، انتظارات و تقاضاهایی دارند که معمولا به اندازه زمان حاضر یا بیش از چیزی است که در حال حاضر دارند. خواسته‌ها یا ارجاع به موقعیت‌های ارزشی توجیه‌پذیر تعریف می‌شوند. (همان، ۵۷)

میان انتظار یا خواسته و بلندپروازی یا آرزو باید تمایز قائل شد؛ انتظارات، تجلی هنجارهای مسلطی هستند که محیط بلافصل اجتماعی و فرهنگی آنها را تعیین می‌کند. مبنای انتظارات فرد - صرف نظر از اینکه بیانی اقتصادی یا اجتماعی داشته باشند احساس استحقاق است. منبع این احساس استحقاق، ممکن است چیزهایی باشد که پیشینیان از آن بهره‌مند بوده‌اند، چیزی که شخص در گذشته داشته، چیزی که سنت است و یا ناشی از موقعیت شخص در ارتباط با دیگران است. از سوی دیگر، آرمان‌ها نمایانگر چیزهایی هستند که شخص می‌خواهد داشته باشد، اما لزوما آنها را ندارد و با خود را مستحق داشتن آنها نمی‌داند. (همان، ۵۸)

۷.۲. انتظارات عمومی

ارزش‌ها، حوادث، اهداف یا شرایطی مطلوب هستند که انسان‌ها در راه دسترسی به آنها تلاش می‌کنند. ارزش‌هایی که متناسب با یک نظریه برای تبیین نارضایتی و خشنودی سیاسی هستند، مفاهیم و مقولاتی کلی هستند و شرایطی را بیان می‌کنند که بسیاری از انسان‌ها برای ارزش قائلند، نه ارزش‌هایی که مطلوب افراد خاصی هستند. ارزش‌ها

۳. به وجود آمدن این تعادل بستگی به نحوه ارزیابی فرد از میزان رضای نیاز ی دارد.

که به آن منظور کاری انجام شده است؛ هر قدر ارزیابی فرد مثبت‌تر باشد، رضایت بیشتر خواهد بود.

۴. ملاک این ارزیابی باورها، ارزش‌ها و انتظارات ناشی از آن باورها و ارزش‌ها است.

بنابراین «رضایتمندی» احساسی مثبت است که امکان دارد به‌دنبال نوعی «شناخت

و «ارزیابی» به‌وجود آید؛ این ارزیابی، ارزیابی از «میزان رضای نیاز» است که بر اساس

انتظاری که از قبل وجود داشته، شکل می‌گیرد. این تعریف، «رضایتمندی» را در رابطه

تنگاتی با مفهوم «محرومیت نسبی» قرار می‌دهد. چگونگی این رابطه در قسمتی

پسلی تشریح می‌شود.

۴. مفهوم محرومیت نسبی

«محرومیت نسبی اصطلاحی است که برای نشان دادن تنش برخاسته از اختلافات

نیاز «باید» و «هست» در ارضای نیازها بکار گرفته می‌شود و عبارت است از

داشت کسگران از وجود اختلاف میان انتظارات ارزشی [خواسته‌ها] و توانایی‌های

ارزشی [داشته‌ها]شان. (گر، ۱۳۷۹: ۵۳) انتظارات ارزشی یا خواسته‌ها، کالاها، خدمات

شرایط زندگی‌ای هستند که مردم خود را مستحق آنها می‌دانند (خواسته‌ها

نیایی‌های ارزشی، کالاها، خدمات و شرایطی هستند که مردم عملاً توانایی کسب

مطلوب آنها را دارند یا گمان می‌کنند که در شرایط موجود، می‌توانند آنها را داشت

کنند (داشته‌ها). (همان، ۵۴)

بنابراین می‌توان گفت «رضایتمندی» احساسی مثبت است که ممکن است در پی

نیایی از «میزان ارضای نیاز» یا ارزیابی از «میزان محرومیت نسبی» ایجاد شود و با آن

۵. جامعه آماری، تعیین حجم نمونه و روش نمونه‌گیری

در تحقیق حاضر، جامعه آماری، شهروندان بالای ۲۵ سال ساکن شهر مشهد هستند.

برای تخمین حجم نمونه از یافته‌های نظرسنجی که توسط روابط عمومی و بین‌الملل شهرداری مشهد در سال ۱۳۸۳ انجام گردید، استفاده شده است. پس از به‌کار گیری فرمول مربوطه حجم نمونه مورد نیاز ۳۷۱ نفر برآورد شده است که برای افزایش دقت حجم نمونه را ۵۰۰ نفر در نظر گرفتیم.

روش نمونه‌گیری برای انتخاب افراد نمونه «نمونه‌گیری خوشه‌ای» است که نمونه‌برداری، با توجه به نقشه بلوک‌های مسکونی شهر مشهد صورت گرفته است. در مرحله دوم نیز نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک بوده است.

گمرور بر ادبیات تحقیق

مفهوم رضایت

گروهی از محققان رضایتمندی را عکس‌العملی احساسی تعریف کرده‌اند.

(Jenkins, Woodruff, Reilly Cadotte, Westebrook)

گروه دیگری از پژوهشگران رضایتمندی را عکس‌العملی شناختی یا درک متقابل

دانسته‌اند. (Trawick, Tse and Swan—Howard and Sheth, Bolton and Drew)

(Carroll—Wilton

در سال‌های اخیر بیشتر محققان رضایتمندی را به‌عنوان مقوله‌ای احساسی (عاطفی)

بررسی و تحقیق کرده‌اند. (Hartman and Shmidt, Mano and Oliver/

1996—1996/ Mackenzie and Olishavsky) (رسول‌اف، سیفی، رشیدی، ۱۳۷۹)

با توجه به مطالب فوق به نظر می‌رسد:

۱. اگر نیاز فرد برآورده شود، تعادل روانی را - حد اقل نسبت به یک امر- تجربه

- بر این اساس، اهداف جزئی این پژوهش عبارتند از:
- شناسایی میزان رضایت مردم از شهرداری در بعد نظافت و جمع‌آوری زباله
- شناسایی میزان رضایت مردم از شهرداری در بعد خدمات تفریحی
- نضای سبز، ورزشگاه‌ها، برگزاری مسابقات ورزشی؛
- شناسایی میزان رضایت مردم از شهرداری در بعد خانه فرهنگ، مشاوره حرفه‌ای؛
- شناسایی میزان رضایت مردم از شهرداری در بعد معابر، احداث و تعمیر خیابان و پارکینگ؛
- شناسایی میزان رضایت مردم از شهرداری در بعد حمل و نقل
- شناسایی سازمان تاکسیرانی؛
- شناسایی متغیرهای تاثیر گذار بر میزان رضایت از شهرداری؛
- شناسایی راهکارهای مناسب برای خدمت‌رسانی بهتر شهرداری و ارتقای رضایتمندی شهروندان در ابعاد فوق؛

۲. سوالات پژوهش

- رضایت مردم از شهرداری در بعد نظافت و جمع‌آوری زباله به چه میزان است؟
- رضایت مردم از شهرداری در بعد خدمات تفریحی، پارک‌ها و فضاهای تفریحی، ورزشگاه‌ها، برگزاری مسابقات ورزشی به چه میزان است؟
- رضایت مردم از شهرداری در بعد خانه فرهنگ، مشاوره، آموزش حرفه‌ای و مشاوره حرفه‌ای؟
- رضایت مردم از شهرداری در بعد معابر، احداث و تعمیر خیابان و پارکینگ،
- رضایت مردم از شهرداری در بعد حمل و نقل

تعطیلات تابستانی گاه جمعیتی دو برابر جمعیت بومی را در خود جای می‌دهد، مستعد ناهم‌بخاری‌ها و اغتشاشات زیادی است. پیشگیری از این گونه اغتشاشات مستلزم کنی کردن خدمات شهری است که بخش عمده‌ای از این خدمات توسط شهرداری ارائه می‌گردد. کنی کردن خدمات شهرداری مستلزم آن است که سازمان شهرداری ابتدا خدمات مطلوب و نحوه ارائه مطلوب خدمات از نظر شهروندان را به دقت شناسایی کند، آن‌گاه بر مبنای اطلاعات به دست آمده، اهداف اصلی و فرعی خود را مشخص، سپس برای تخصیص بهینه منابع مالی و انسانی خود برنامه‌ریزی کند. این پژوهش، گامی است در جهت شناسایی خدمات مطلوب و نحوه مطلوب ارائه آن خدمات از نظر شهروندان.

۲-۲. شهرداری عرضه کننده منحصر به فرد خدماتی است که متقاضیان چاره‌ای جز مراجعه به آن ندارند. آفتی که این گونه سازمان‌ها را تهدید می‌کند، کم توجهی به نظر و خواسته مشتری است.

۲-۳. اخیراً رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری اهمیت بیشتری یافته است؛ با برگزاری انتخابات شوراهای شهر، مردم بیشتر حس می‌کنند که شورای شهر و شهرداری نماینده آنهاست، به این ترتیب انتظاراتشان از شهرداری و شورای افزایش یافته است و در نتیجه مستعد ناراضایی بیشتری نیز از عملکرد آنها شده‌اند. این در حالی است که کارایی مدیریت در شهر بزرگی مانند مشهد که حجم زیادی از فعالیت‌های متنوع را در خود جای داده است، مستلزم همکاری و مشارکت همه‌جانبه شهروندان در امور شهر - از پرداخت عوارض گرفته تا جمع‌آوری و دفع زباله - است. میزان رضایتمندی شهروندان از شورای شهر و شهرداری در نحوه برخوردشان با انتخابات شوراهای شهر، بنابراین با افزایش ناراضایی مردم، مشکلات شهرداری به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد یافت.

پیشتری در گری است، برابری می‌کند؛ چنان‌که تحقیق نصرت‌الله محمودزاده در سال ۱۳۷۷ میزان نارضایتی شهروندان تهران را از عملکرد شهرداری آن شهر ۴۲/۴ درصد اعلام کرده است.

نظرسنجی‌های انجام شده توسط روابط عمومی شهرداری مشهد در سال‌های ۱۳۸۱ و ۱۳۸۲ عمده‌ترین جنبه نارضایتی شهروندان را، نارضایتی از نحوه اطلاع‌رسانی به شهروندان در باره امور مختلف شهری (به میزان ۶۱ درصد) و عمده‌ترین جنبه نارضایتی ارباب رجوع شهرداری مشهد را نارضایتی از عدم سرعت در پاسخگویی به آنها (به میزان ۵۳ درصد) گزارش کرده‌اند.

این شواهد گواهی است بر کیفی نبودن خدمات شهرداری، بنابراین وجود تفکر کیفی در ارائه خدمات شهرداری مشهد امری ناگزیر است. شناخت خدمات کیفی شهرداری، مستلزم سنجش انتظارات و رضایتمندی شهروندان است.

بنابراین این پژوهش به دنبال سنجش میزان رضایت شهروندان مشهدی از عملکرد شهرداری در ابعاد زیر است:

- تفاوت و جمع آوری زیاد
- خدمات تفریحی: پارک‌ها و فضاهای سبز، ورزشگاه‌ها، برگزاری مسابقات ورزشی
- خانه فرهنگ: مشاوره، آموزش حرفه‌ای
- معابر: احداث و تعمیر خیابان و پل
- حمل و نقل: سازمان اتوبوسرانی و سازمان تاکسیرانی

۱۲ اهمیت موضوع

۱۲-۱. چنان‌که در مقدمه آمد، امروزه میزان زیادی از مشکلات و مسائل اجتماعی به شهر و شهرنشین مربوط می‌شود که هر روز بر تعداد و تنوع آنها افزوده می‌شود. بنابراین محیط شهری به ویژه شهر مشهد که دوسمین کلان‌شهر مذهبی جهان اسلام محسوب می‌شود و سالانه میزان میلیون‌ها زائر ایرانی و غیرایرانی هست و درایام

تعداد روابط اجتماعی) بیشتر شود، به همان نسبت، روابط آنها سطحی‌تر و محدود و شناخت افراد از یکدیگر به طواهر و رفتارهای گذرا کنترل می‌یابند، فرایند کنترل اجتماعی غیر رسمی و مردمی، هر چه بیشتر تضعیف می‌شود.

(۱۳۷۳:۲۹۱)

پیل، نیز مانند ماکس وبر افزایش تراکم جمعیت را با شدت کنترل اجتماعی ماکس می‌بینند و معتقد است که با افزایش تراکم جمعیت فاصله بین ساختار کلان جامعه و اراده فردی افزایش یافته، کنترل اجتماعی (به ویژه کنترل رسمی) ضعیف‌تر و فرد از آزادی عمل بیشتری برخوردار می‌شود. (ریترن داد هنجارهای اجتماعی، پیچیدگی ساختار اجتماعی، افزایش تقاضا برای روابط اجتماعی سطحی، افزایش ناشناسی و کاهش کنترل اجتماعی غیر رسمی تسهیل کننده رشد ناهنجاری‌های اجتماعی هستند، و اینها همه اصلی شهرهای بزرگ امروزی است. بنابراین با توجه به رشد فزاینده‌تری و پیامدهای آن پیش‌بینی‌پذیر است که بیشتر مشکلات اجتماعی شهری و بیشترین میزان نارضایتی نیز مربوط به زندگی در شهر خواهد بود. مذهبی مشهد یکی از نمونه‌های نسبتاً ناب شهرهای بزرگی است که جمعیت خود، سالانه پذیرای میلیون‌ها زائر از اقصی نقاط در داخل و خارج ننگ‌ها، نیازها و انتظارات متنوع است. بنابراین می‌تواند به صورت مفاهیمی و افزایش نارضایتی باشد.

انجام شده از سال ۱۳۷۷ تا سال ۱۳۸۳ نشان می‌دهند که میزان نارضایتی عملکرد شهرداری مشهد توسط شهروندان نه تنها قابل ملاحظه است، بلکه اندک است؛ تحقیق مؤگان عظیمی هاشمی در سال ۱۳۷۷، میزان نارضایتی سان داده، تحقیق علی‌اکبر محطی در سال ۱۳۷۸، این میزان را ۳۳ درصد

رضایتمندی شهروندان از شهرداری بر پایه خواسته‌ها و داشته‌ها (مطالعه موردی شهر مشهد)

سید کمال‌الدین حسینی*
غلامرضا صدیق‌اوری**
محسن نوغانی***

۱. مقدمه

زندگی اجتماعی به سرعت در حال شهری شدن است؛ پیش‌بینی می‌شود که تقریباً ۶۹ درصد از کل جمعیت ایران در سال ۱۳۸۵ و ۷۴ درصد در سال ۱۴۰۰ در مناطق شهری زندگی خواهند کرد. (فواد آتش ۱۳۸۲)

بنا بر نظریه‌های جامعه‌شناسان افزایش جمعیت در محدوده‌های معین، فرصت‌های زیادی برای رشد بی‌نظمی و افزایش نابهنجاری‌های اجتماعی به وجود می‌آورد؛ «امیل دورکیم» معتقد است که افزایش تراکم مادی جامعه (تراکم جمعیت) از یک سو باعث افزایش تراکم روابط اجتماعی، افزایش تقسیم کار اجتماعی و در نتیجه افزایش منجرهای اجتماعی و پیچیدگی هر چه بیشتر ساختار اجتماعی می‌شود و از سوی دیگر

* کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی
** عضو هیات علمی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد
*** عضو هیات علمی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد

می‌شوند. رونق گرفتن و گسترش فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی و افزایش نیازهای شهروندان و افزایش توقعات از شهرداری و خدمات آن، از یک سو و افزایش تراکم جمعیت و افزایش فشارهای اجتماعی و اقتصادی بر شهروندان، از سوی دیگر، باعث ایجاد مشکلات و تنش‌ها می‌شود. البته این بدان معنی نیست که همه آدم‌ها خوب و زاهد و مشکلات حل می‌شوند. اما بی‌تردید کارمند تحت و خود را آلوده فساد نشان می‌دهد و اگر بخشی از فسادها در گیرند، دیگر انجام نمی‌شوند. نتیجه دیگر این است که نظارت نفع فساد را افزایش می‌دهد و به محیط اداری در کشف فساد یاری می‌رساند. پیشنهاد افکار عمومی و افکار و چشم‌های نظارت کننده بر محیط مجازات‌ها را تقویت می‌کند؛ یعنی خیلی از مجازات‌هایی که بتواند قدرتی، مانع اجرای آنها شد، اگر نظارت صورت بگیرد، این مانع می‌شوند و حتی ممکن است فاسدترین رژیم‌ها مجبور به اجرای

دهنده از نظارت همگانی استعداد ایجاد نظام تشریفی و تشبیهی مناسب در اصل می‌گیرد. این نظام، هم اداری است و هم از پیشنهاد افکار همگانی تا کارمندی سالم در مقابل کارمندی مشکل‌دار تشویق شوند.

نتیجه محیط اداری و انسانی کمک شود.

همگانی همگاری امروزه جزء شاخص‌های فطری حکمرانی خوب است، نتیجه به نظارت همگانی در محیط‌های اداری می‌توان به موارد زیر

نتیجه ایجاد فساد:

همال کشف فساد:

همال کشف فساد با فساد
حمایت از برنامه‌ها و اقدامات برخورد با فساد
افکار عمومی برای حمایت از برنامه‌ها و اقدامات برخورد با فساد در
محیط اداری در کنار عامل پاسخ‌گوین نیز یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌ها در
نتیجه همگانی بر کنترل فساد اداری است.

پاسخگویی، امکان تماس تلفنی مردم، دادن وعده دقیق، کمترین درصد ر

پرخوردار است، بنابراین در موارد فوق، باید تجدیدنظر شود؛

• برگزاری کلاس‌های آموزشی برای افزایش آشنایی کارمندان شهرداری؛

• طرح تکریم ارباب رجوع؛

• نظارت بیشتر بر پرخورد کارکنان با ارباب رجوع؛

• نبود تبعیض بین مناطق: یکی از دلایل عمده نارضایتی شهروندان

شهرداری‌های مناطق و مرکز، تبعیض قائل شدن بین مناطق مختلف شه

پرخورد با شهروندان در شهرداری مرکز گرفته تا اختصاص امکانات به منا

گذاشتن قوانین برای رفع تبعیض و بی‌عدالتی در شهرداری و پرخورد با

مناطق شهرداری موجب اطمینان بیشتر شهروندان به ارگان شهرداری و افرو

می‌شود؛

• نکته جالب توجه این است که بر خلاف این تصور عامیانه، که افراد

بیشتری با شهرداری داشته‌اند، رضایت کمتری دارند، نتایج این پژوه

میکروس را نشان می‌دهد. شاید دلیل آن، ایجاد ذهنیت منفی در افکار عمو

شهرداری است که موجب شده کسانی که سروکار کمتری با شهرداری د

توجه به قالب ذهنی موجود در جامعه، نگرش منفی‌تری داشته باشند

می‌تواند فاکتوری برای تغییر نگرش نسبت به شهرداری توسط مسئولان پاد

با توجه به اینکه هرچه میزان خدمات شهرداری در آزاء وارد شدن هروز

شهرداری به مردم (مانند عوارض و جریمه) محسوس‌تر و بیشتر باشد، می

شهروندان از عملکرد شهرداری بیشتر خواهد بود. (تأیید در مدل رگرسیون

آنگه نمودن شهروندان از خدمات انجام شده شهرداری در سطح شهر و

صحت انجام شده، موجب بالا رفتن رضایتمندی شهروندان می‌شود. در

نگه گرفتن از رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون و رادیو و نشست‌های

راندگان و..... در نشست‌های تاکسیرانی مطرح و موجب تقویت رضایت درونی آنها
شود؛

• الزامی کردن استفاده راندگان از تاکسیمتر: با توجه به اینکه عمده‌ترین دلیل

نارضایتی شهروندان از عملکرد شرکت تاکسیرانی ثابت نبودن نرخ‌ها و استفاده نکردن

راندگان از تاکسیمتر است، الزامی کردن استفاده از تاکسیمتر و پرخورد با راندگان

متخلف، باعث افزایش رضایتمندی شهروندان می‌شود؛

• اتخاذ تمهیدات لازم برای توزیع تاکسی‌ها در سطح شهر؛

• رسیدگی و نظارت بیشتر بر عملکرد تاکسی‌های شخصی در سطح شهر؛

• به‌طور کلی، رضایتمندی از مجموع امکانات رفاهی در مناطق دوازده، یک، نه،

دو و همچنین مناطق بالای شهر و متوسط، کمتر از سایر مناطق است که در اینجا نیز

تئوری سطح انتظارات تأیید می‌شود. بنابراین تأکید می‌شود که مسئولان، به‌ویژه در

فضای انتخاباتی، با نیازآفرینی، سطح انتظارات مردم را خیلی بالا نبرند؛

• در تحلیل رگرسیون، متغیرهای کسب تسهیلات و در نتیجه وارد شدن هزینه،

درک از میزان پرخورداری از فرصت برای کسب ارزش، جنسیت، اثربخشی راه‌ها

فرصت‌های پیگیری و وضع ناهل، بر رضایتمندی از امکانات رفاهی تأثیر دارد.

بنابراین با توجه هزینه‌های انجام شده، توجه به نظرات مردم و تقویت این احساس که

مسئولان به نظرات آنها اهمیت می‌دهند، می‌توان رضایتمندی را در این بخش افزایش

داد.

در ارتباط با رضایتمندی از عملکرد شهرداری مرکز و مناطق

• نکته قابل توجه این است که میزان شناخت مردم از شهرداری مشهد ۳۳/۷ درصد

اما شناخت آنها از شهرداری منطقه‌شان، ۱۲/۲ درصد است. حال آنکه باید تعامل منطقه‌ای

مردمی که احساس می کنند میزان پرداخت‌شان (هزینه‌کردشان) بیشتر از میزان دریافت‌شان است، افزایش می‌یابد.

- در ارتباط با خانه‌های فرهنگ:

• میزان آشنایی مردم با خانه‌های فرهنگ، خیلی کم است، بنابراین آشنایی مردم با این بخش از فعالیت شهرداری ضرورت دارد؛

• خانه‌های فرهنگ محله می‌توانند پل ارتباطی مردم با شهرداری باشند و موجب تعامل بیشتر مردم با آن شوند. تئوری اثربخشی اقدامات مردم، تئوری برآورده شدن انتظار مردم، تئوری تحلیل هزینه و فایده، تحقق عملی پیدا کند و زمینه افزایش رضایتمندی شهروندان و بهبود فرآیند کار سازمانی شهرداری بر اثر بازخورد اقدامات انجام گرفته توسط شهرداری گردد.

• متأسفانه میزان رضایت افرادی که مراجعه بیشتری به خانه‌های فرهنگ داشته‌اند، کمتر بوده است، بنابراین بازنگری در برنامه‌های آنها ضروری است تا زمینه ارتقاء سطح کلاس‌های تشکیل شده و برنامه‌ها در خانه‌های فرهنگ فراهم شود. با تکراری نبودن برنامه‌های خانه‌های فرهنگ، به‌روز کردن موضوعات کلاس‌های تشکیل شده، گسترش امکانات تفریحی در خانه‌های فرهنگ، گسترش اردوها، بازدیدها، اجرای جشن‌ها با تأکید بر شادی‌بخش بودن آنها و تقویت توانایی خانه‌های فرهنگ در جذب جوانان (تأیید رابطه منفی بین تعداد دفعات مراجعه و رضایت‌مندی) از جمله مواردی است که می‌تواند میزان رضایت‌مندی شهروندان از خانه‌های فرهنگ را افزایش دهد.

از اقدامات دیگری که به بهبود عملکرد خانه‌های فرهنگ کمک می‌کند، می‌توان موارد زیر را برشمرد:

- تبلیغات و اطلاع‌رسانی بیشتر از فعالیت‌های خانه‌های فرهنگ؛
- استفاده از مریان و مشاوران مجرب‌تر؛
- وسعت بیشتر خانه‌های فرهنگ؛

شهرداری کمتر از میانگین نمرات است، بنابراین باید در اولویت کاری قرار گیرد. با هماهنگی سازمان‌های آب، مخابرات، شرکت گاز و... از تخریب مکرر خیابان‌ها جلوگیری شود؛

طرز احیای خیابان‌های عریض و افزایش پل‌های غیر همسطح با هدف کاهش

سطح شهر؛

رسیدگی به آسفالت خیابان‌ها؛ با توجه به اینکه عمده‌ترین دلیل نارضایتی شهروندان از وضعیت خیابان‌ها، رسیدگی نکردن به آسفالت خیابان‌ها و کوچه‌ها

تعمیر آسفالت بد خیابان‌ها و دست‌اندازها - که در زمان بارندگی رفت و آمد

پایه را دشوار می‌سازد - تاثیر به‌سزایی در زیباسازی شهر و افزایش رضایت شهروندان دارد.

استاندارد بودن پل‌های هوایی و خیابان‌ها؛

سرعت عمل در انجام پروژه‌ها.

در ارتباط با رضایتمندی از عملکرد شرکت اتوبوسرانی

فرهنگ‌سازی در زمینه نحوه استفاده از اتوبوس‌های شرکت واحد؛

افزایش تعداد اتوبوس‌ها در خطوط پرتردد، مانند مسیر حرم مطهر و مناطق پرتردد؛

گه شهروندان از اتوبوس بیشتر استفاده می‌کنند؛

سرویس‌دهی منظم و سرساعت؛

اصلاح نحوه دریافت بلیط؛

ویژگی‌های مثبت شرکت اتوبوسرانی از جمله رضایت‌مندی از اخلاق و رفتار

رانندگان جدید و... به کارکنان این مجموعه اعلام گردد تا احساس رضایت

گامی مؤثر در راه افزایش رضایت‌مندی شهروندان از پارک‌ها خواهد بود. در این می‌توان از اقداماتی چون قرار دادن نگهداری در همه پارک‌ها (یا در چند نقطه پارک‌های بزرگ)، و استخدام افرادی به‌عنوان پلیس پارک، برای برخورد با استفاده‌کنندگان

• ضمن رضایت از زیباسازی پارک‌ها، شهروندان خواستار تلاش بیشتر در این

استند؛

• احداث کتابخانه در پارک‌ها؛

• برای پاسخ به نیاز کافی نبودن پارک‌ها در سطح شهر، می‌توان از تبدیل زمین

پارک استفاده و مناسب برای ایجاد فضای سبز، به پارک‌های محل استفاده

شهروندان، در مجموع خواستار گسترش و احداث پارک‌ها در محلات مختلف

نزدیک منازل خود هستند؛

• ضمن رضایت از بهبود نظافت پارک‌ها، شهروندان خواستار نظافت بیشتر به

فوسرویس‌های بهداشتی و... هستند؛

• شهروندان خواستار تبلیغات بیشتر با هدف فرهنگ‌سازی در استفاده از پارک

استند؛

• تخصیص محل ویژه‌ای برای استفاده از اسکیت و دوچرخه؛

• در نظر گرفتن مکان مناسب برای ورزش بانوان؛

• اختصاص امکانات رفاهی برای استفاده جانبازان؛

• جلوگیری از ارائه وسائل غیرمجاز مثل قلیان در مراکز تفریحی؛

• تقاضای رسیدگی بیشتر به فضاهای سبز در منطقه یک شهرداری: رضایت‌مندی

شهروندان منطقه یک از وضعیت پارک‌ها به‌شکل معناداری، کمتر از مناطق دیگر است.

• نتیجه، نظریه «سطح انتظارات» را تأیید می‌کند، بدین گونه که هرچه سطح انتظ

مردم یک منطقه بالاتر باشد، حتی اگر بیشتر از سایر مناطق، امکانات به آنها ارائه

نشت‌های محلی در خانه‌های فرهنگ و... بیشتر انجام گیرد.

اطلاع‌رسانی درباره خدمات انجام گرفته به‌گونه‌ای مبالغه‌آمیز نباشد که عدالت منبع پیام زیر سؤال رود. احساس واقعی نبودن اطلاعات که موجب بی‌اعتمادی مخاطب به منبع پیام می‌شود، یکی از اصول تبلیغات است که برخی از شهروندان نیز به آن (اطلاع‌رسانی همراه با عمل و بدون بزرگ‌نمایی) اشاره داشته‌اند.

نیاز به تقویت اطلاع‌رسانی در همه مناطق وجود دارد، اما این احساس نیاز در شهروندان مناطق یک، سه و نهم بیشتر است، بنابراین در مناطق فوق، نیازمند فعالیت بیشتری هستیم.

این احساس نیازمندی به اطلاع‌رسانی در مناطق متوسط قدیمی - که با رنگ در نقشه مشخص شده است - بیشتر از سایر مناطق است، بنابراین در شهرداری‌های واقع در این مناطق، باید بیشتر به این بعد توجه شود.

تفاوتی بین جنسیت، ناهل، وضعیت اشتغال و سطح تحصیلات با رضایت از اطلاع‌رسانی وجود ندارد و همه گروه‌ها این احساس نیاز را تا اندازه زیادی طرح کرده‌اند.

در تحلیل رگرسیونی، میزان اثربخشی راه‌ها، کسب تسهیلات در نتیجه وارد شدن هزینه، اهمیت انتظارات برآورده نشده و سن، وارد معادله رضایت از اطلاع‌رسانی شد.

بنابراین اگر مردم احساس کنند که به خواسته‌های آنها توجه شده است، و مثلاً در تابلو‌اعانات این‌گونه اطلاع‌رسانی شود که «در پاسخ به خواست مردم، مراحل انجام کار» به شرح ذیل است» یا «برای رفاه حال ارباب رجوع یا برای رفع انتظارات شما» و... همچنین این ناخیرسندی از وضعیت اطلاع‌رسانی مربوط به افراد جوان‌تر است. شاید به دلیل سروکار داشتن افراد میان‌سال و جوان با شهرداری و آشنایی آنها با سازمان‌های جدید در جوامع و رشد آگاهی از فضای دولت - شهروندی به‌جای فضای ارباب‌رجوعی این نتیجه حاصل شده است، بنابراین تقاضای اطلاع‌رسانی بیشتری دارند.