

استناد: عامری سیاهویی، رضا؛ مصطفی کاظمی، امید سلیمانی فرد و علیرضا پویا: (۱۳۹۹). «تحلیلی بر انتظارات مشتریان از سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری (مطالعه موردی: استان هرمزگان)» «توسعه سازمانی پلیس، دوره ۱۷، شماره ۳، صص ۹۷-۱۱۱».

تحلیلی بر انتظارات مشتریان از سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری (مطالعه موردی: استان هرمزگان)^۱

تاریخ دریافت مقاله: ۹۹/۱۱/۰۷

رضا عامری سیاهویی^۲، مصطفی کاظمی^۳، امید سلیمانی فرد^۴، علیرضا پویا^۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۹/۱۲/۰۹

چکیده:

درک و بررسی انتظارات مشتریان ابزاری کارآمد و از موضوعات و مفاهیم اساسی در مدیریت این سرمایه ارزشی محسوب می‌گردد و می‌تواند مبنایی برای ارتقای سطح کیفی خدمات گردد. لذا در این پژوهش به این مقوله پرداخته می‌شود که مشتریان از سازمان بسیج علمی، پژوهشی دارای چه انتظاراتی بوده و با اولویت و با اهمیت ترین انتظارات از منظر آنها کدام انتظارات می‌باشند. پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از حیث روش توصیفی و از نوع پیمایشی بوده و رویکرد کلی تحقیق استقرایی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش مدیران علمی در سطح پایگاه‌های بسیج استان هرمزگان که از میان آنها تعداد ۴۸۴ نفر به روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شدند. در ابتدا برای یافتن انتظارات پس از بررسی ادبیات تحقیق و مطالعات مشابه از مصاحبه نیمه ساختار یافته استفاده گردید، سپس با استفاده از تکنیک‌های آماری به تجزیه و تحلیل داده‌های جمع آوری شده از پرسشنامه محقق ساخته پرداخته شد. نتایج پژوهشگر بیانگر آن می‌باشد که تمامی انتظارات از منظر مشتریان بسیار با اهمیت بوده هم چنین انتظاراتی همچون "راه اندازی پایگاه‌های اطلاع رسانی و حضور مستمر و موثر در فضای مجازی"، "افزایش مهارت‌های تفکر خلاق، نوآوری و ایجاد رویکرد ایده پروری" و "حمایت از ایده‌ها و طرح‌های خلاقانه تا رسیدن به چرخه تولید" نسبت به سایر انتظارات دارای میانگین رتبه‌ای بالاتری بوده و به عنوان با اولویت ترین و مهمترین انتظارات مشتریان از سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری می‌باشند.

کلیدواژه‌ها:

انتظارات، مشتریان، سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری، استان هرمزگان.

۱. مقاله در راستای رساله دکتری دانشگاه فردوسی مشهد می‌باشد.

۲. دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی گرایش تحقیق در عملیات، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران

۳. استاد، گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران (نویسنده مسئول). kazemi@um.ac.ir

۴. دانشیار، گروه ریاضی کاربردی، دانشکده علوم ریاضی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران.

۵. استاد، گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران.

مقدمه

در نظام جمهوری اسلامی ایران بسیج همواره به عنوان مهمترین بستر حرکت مردمی و قاعده اصلی هرم سازمانی سپاه پیشگام تحول و تعالی بوده است (حبی و همکاران، ۱۳۸۹: ۴۲) بسیج یک نیروی مردمی است که باید از درون خود مردم سازماندهی و هدایت شود و بیشتر از آنکه بعد نظامی و رزمی همانند سایر نیروهای نظامی به خود بگیرد، باید صبغه مردمی داشته باشد. امام خمینی (ره) بسیج را ارتش بیست میلیونی و بسیج عمومی که با سازماندهی خود ملت مجهز می‌شود، تعریف کرده‌اند. بسیج، نعمت ارزشمند انقلاب اسلامی است. نباید حضور این نیرو را محدود به صحنه جنگ و دفاع کنیم، بلکه حضور بسیج در تمامی عرصه‌ها باید پررنگ‌تر از همیشه باشد (سبحانی نژاد و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۰۵-۱۰۴) بسیج با دو ویژگی گستردگی مردمی و حضور پیوسته شامل منابع نیروی انسانی، امکانات و خدماتی که یک کشور می‌تواند برای افزودن به قابلیت‌های موجود مورد استفاده قرار دهد (محمدنژاد و نوروزی، ۱۳۸۷: ۲۴۰)، این توانایی را دارا می‌باشد، که در زمینه‌های مختلفی فراخور نیاز کشور نقش آفرینی نماید. لذا یکی از اقشار قابل توجه و با اهمیت، قشر نخبگان علمی جامعه است که با توجه به نیاز بسیج برای حضور در محافل علمی کشور، توجه به این قشر علمی ضروری است (بیگلری و طاهریان، ۱۳۹۵: ۱۶۲).

از سوی دیگر موفقیت سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری منوط بر این بوده که پیوسته از انتظارات مشتریان خود آگاه باشد و در این راستا، یکی از مهم‌ترین رویه‌هایی که می‌تواند حرکت سازمانی را اثربخش و کارا سازد، ارائه برنامه‌ای منسجم و یکپارچه مبتنی بر انتظارات می‌باشد و از راه‌های ایجاد تعامل عمیق و اثربخش با مشتریان در حوزه علم و فناوری، تحلیل و بررسی انتظارات آن‌ها بوده که منجر به درک بهتر از مشتریان می‌گردد، که به سازمان بسیج علمی و پژوهشی در شناسایی فرصت‌های جدید در این راستا کمک می‌نماید، همچنین با توجه به نقش مشتریان به عنوان مهمترین سرمایه ارزشی در سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری جذب و حفظ آنها ضروری و اجتناب ناپذیر می‌باشد، که موفقیت در این خصوص مستلزم شناخت دقیق انتظارات می‌باشد. که این انتظارات پیش نیاز ارائه خدمات با کیفیت و خشنودی و رضایت بسیجیان بوده و دارای آثار بلند مدت می‌باشد و مهمترین متغیر برای مدیران در سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری، کنترل و مدیریت انتظارات بوده زیرا این مقوله اطلاعات قبل، حین و پس از رویارویی خدماتی را تشکیل می‌دهد (اسلامی و همکاران، ۱۳۹۸: ۴۰).

همچنین قابل ذکر می‌باشد که مسئله تحلیل انتظارات همواره برای سازمان‌ها مقوله‌ای جدی بوده است و نظر به اینکه سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری دارای نقش بسیار مهمی در ارتقای دانش و

فناوری مشتریان دارا می‌باشد و یکی از ارکان اصلی ارائه خدمت در این حوزه است، در این پژوهش، مطالعه موردی به این سازمان اختصاص یافته است که اولویت بندی انتظارات مشتریان می‌تواند تلاش‌های سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری را در راستای بهبود ویژگی‌ها معطوف کند که منجر به ارتقای ارائه خدمات و ایجاد مزیتی پایدار برای سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری گردد. لازم به ذکر است که این پژوهش منجر به توسعه و غنای ادبیات انتظارات مشتریان در سازمان بسیج علمی و پژوهشی می‌گردد و افق دید معاونین و مدیران سازمان بسیج علمی در سطح مرکز، استان‌ها و شهرستان‌ها را تغییر داده که قابل توجه و با اهمیت می‌باشد. همچنین با بررسی‌های به عمل آمده و مطالعه تحقیقات صورت گرفته در این حوزه، تحقیقی که در ارتباط مستقیم با عنوان پژوهش باشد، وجود نداشته است، لذا با توجه به خلاء پژوهشی، این تحقیق در پی تحلیل و بررسی انتظارات از سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری در راستای ارائه مدلی اثربخش و کارا در راستای برنامه ریزی مسئولان مربوطه می‌باشد. در ضمن بدون بررسی دقیق و علمی، انتظارات بسیاری ذهن مدیران و برنامه ریزان را مشغول می‌سازد، به نحوی که نمی‌توانند به سادگی و بدون اولویت بندی دقیق و مشخص، انتظارات اثربخشی را انتخاب و در برنامه ریزی‌های خود قرار دهند، لذا تحلیل و بررسی انتظارات بسیار حیاتی می‌باشد. از این رو، این پژوهش به دنبال تحلیل و بررسی انتظارات مشتریان از سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری به منظور سازماندهی فعالیتها و برنامه‌های سازمان بسیج علمی و پژوهشی در راستای انتظارات مشتریان می‌باشد.

ادبیات موضوع و پیشینه

مبانی نظری

بسیج علمی، پژوهشی و فناوری

یکی از اصلی ترین ارکان اعتلای یک کشور پیشرفت علم و فناوری است. بسیج به عنوان امتداد مردمی همه دستگاه‌ها و نهادها می‌بایست در این زمینه فعالیت خود را بیش از گذشته گسترش دهد و همانگونه که تا به حال در همه زمینه‌ها خط شکن و پیشرو بوده در زمینه علمی نیز پیشتاز باشد. در سال ۱۳۸۷ به منظور هماهنگی، هدایت و توسعه هدفمند و شبکه سازی فعالیت‌های علمی در اقشار دانشور بسیج، سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری تاسیس گردید. از اهداف سازمان بسیج علمی می‌توان به تشکیل جبهه علمی، حفظ و ارتقای علمی کشور (شتاب علمی)، کمک به کاربست تحقیق و پژوهش، توسعه مرزهای

دانش و کمک به تولید علم نافع اشاره نمود. سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری با توجه به سیاست‌های کلی خود و در راستای تحقق اهداف راهبردی سازمان چهار محور اصلی شامل: "جریان‌سازی و نهادینه کردن گفتمان علمی در کشور؛ تقویت بنیه علمی و مهارتی مشتریان و پرورش کادر علمی تراز انقلاب؛ کمک به مدیریت دانش، توان و تکمیل چرخه علمی کشور؛ کمک به تحول در علوم (به ویژه علوم انسانی)" در راس امور قرار داده است (سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری، ۱۳۹۸).

انتظارات

انتظار در لغت به معنای چشم به راه بودن، دیده بانی؛ درنگ در امور و نوعی امید بستن به آینده می‌باشد و منتظر به کسی می‌گویند که از وضع موجود ناراضی و برای وضع بهتر در تلاش است (نصیری، ۱۳۹۳: ۱۱) انتظارات، اعتقاداتی در خصوص خدمات استاندارد ارائه شده در مقابل ادراک عملکرد خدمات هستند (زیتامل و بیتنر، ۲۰۰۰: ۱۰۲). بر طبق دیدگاه رادر و وانگ (۲۰۰۶) انتظارات به وسیله نیازهای شخصی، تشدید کننده‌های ناپایداری خدمت (نیازهای موقت و فردی مرتبط با خدمت)، تعهدات صریح خدمت (کارکنان، تبلیغات و نوشته‌های سایر نویسندگان)، تعهدات الزامی خدمت (قیمت و ملموسات مربوط به خدمت)، ارتباطات دهان به دهان با سایر مشتریان، دوستان و کارشناسان و همچنین به وسیله تجربیات پیش از خدمت، تحت تاثیر قرار می‌گیرد. ساندر (۲۰۰۲) بیان می‌دارد که انتظارات، ساختارهای روانشناسی اجتماعی هستند که با خواسته‌های فردی از آینده رنگ گرفته اند. انتظارات از پیش بینی‌هایی تشکیل شده اند که اغلب خوش بینانه هستند، راجع به آینده است و اغلب دور از منطقی می‌باشند. ایجاد یا شکل گیری انتظارات دارای ماهیت بنیادی پیچیده‌ای بوده و درک آن توسعه نیافته است (رحیمی و نجفی، ۱۳۹۳: ۳۲۷). انتظارات پویا بوده و می‌تواند با توجه به نوع مشتری و با توجه به شرایط و یا حتی به نوع خدمات متفاوت باشد. معمولاً ارتباطات کلامی، تجارب شخصی گذشته، نیازهای شخصی و ایمان به چیزهای امکان پذیر، در شکل گیری انتظارات افراد نقش دارند (میرزایی، ۱۳۹۶: ۴۰). بنابراین درک انتظارات پیش نیاز ارائه خدمت بهتر می‌باشد.

پیشینه پژوهش

در این بخش به بررسی پژوهش‌های صورت گرفته پیرامون موضوع پژوهش و یا موضوعات نزدیک به آن پرداخته شده است. لذا در این راستا سعی شده مطالعاتی انتخاب شوند که به محقق در راستای پیشبرد اهداف پژوهش کمک نمایند.

پور احمدی (۱۳۸۶) در پژوهشی به "بسیج، قدرت نرم و تولید علم و فناوری" پرداخته، سوال اصلی پژوهش معطوف به آن است که بسیج در چارچوب معرفتی تازه (که قدرت با دانایی فهم و درک می‌شود) چه نقش و جایگاهی دارد. و ضمن ارائه یک رویکرد تحلیلی به بررسی ظرفیت‌های بسیج در این حوزه می‌پردازد و در نهایت اشاره می‌نماید که برخورداری بسیج از جایگاه اجتماعی معتبر، داشتن امکانات وسیع علمی و آموزشی در کنار توان بالقوه (جوان و کارآمد) برای وارد شدن در حوزه علمی و پژوهشی از نکات مهم در این راستا می‌باشد. صادقی و رادمرد (۱۳۸۶) در پژوهشی به "بسیج، تولید علم و فناوری" پرداختند، و اشاره می‌نماید بسیجیان که پاسداران انقلاب اسلامی بوده، در ایجاد تحول عمومی برای تولید علم و نرم افزارهای بومی و دینی کارآمد و روزآمد جهت تحقق آرمان‌های انقلاب اسلامی و ایجاد تمدن اسلامی از طریق شناسایی نیازها و بازشناسی و باسازی فرهنگ و جامعه و ظرفیت‌های علمی کشور نقش بسزایی دارند و در نهایت در این پژوهش به تولید علم و نقش بسیجیان در ایجاد و توسعه آن پرداخته و راهکارهایی در تبیین علمی و کاربردی در این خصوص ارائه شده است. در نهایت می‌توان اشاره نمود که حاجی زاده نداف و مهدیزاده (۱۳۹۳) در پژوهشی به "بررسی دیدگاه بسیجیان در مورد نقش بسیج محلات در ارتقای سطح علمی- فرهنگی اعضای بسیج" پرداختند. در این پژوهش به اهمیت نقش بسیج در ارتقای سطح علمی- فرهنگی اعضای خود و برنامه ریزی در این راستا تاکید شده است و نتایج پژوهش بیانگر آن می‌باشد که بسیج محلات در ارتقای سطح علمی بسیجیان موثر هستند، همچنین بسیجیان برای همکاری در موضوعات علمی با پایگاه بسیج تمایل دارند و در نهایت از نظر پاسخگویان راه اندازی و توسعه پایگاه‌های اطلاع رسانی و فضای مجازی از جمله عوامل رشد علمی- آموزشی بسیجیان است.

حال در این بخش به پژوهش‌های صورت گرفته در خصوص انتظارات در راستای اهداف پژوهش اشاره می‌گردد. مصباح و عبدالمالکی (۱۳۸۲) در پژوهشی به "بررسی توقعات و انتظارات مردم و بسیجیان از بسیج" پرداختند و اشاره می‌نماید امروزه انتظار از بسیج، برای حفظ انقلاب و دفاع از دستاوردهای آن و حضور موثر و کارآمد در تمامی میدان‌های مورد نیاز انقلاب و کشور بیش از هر زمانی اهمیت و ضرورت یافته است. نتایج پژوهش بیانگر آن می‌باشد که در مجموع انتظارات بسیجیان و مردم از بسیج بسیار زیاد است و انتظارات آنان به میزان زیادی منطبق بر انتظارات مقام معظم رهبری (مدظله العالی) از بسیج بوده و عمده انتظارات ماهیت همه جانبه گرای و فراگیر بودن حوزه، فعالیت‌ها، ماموریت و ساختار سازمان و تشکیلات بسیج را بیان می‌کند. اسلامی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی به بخش بندی و تحلیل انتظارات مشتریان پرداخته که براساس هدف، از نوع تحقیقات کاربردی و براساس ماهیت و روش انجام کار، توصیفی- تحلیلی می‌باشد. نتایج پژوهش نشان

می‌دهد که انتظارات مشتریان شامل اطلاع رسانی، خوش نامی و وجه مناسب، نبود بوروکراسی‌های بی مورد موجود در سازمان، توانایی پاسخگویی بوده که مهمترین آن رعایت عدالت می‌باشد. منذر و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی به انتظارات مشتریان خدمات آنلاین پرداختند، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ارتباط برند با مشتری به ویژه در ارائه خدمات از طریق کانال‌های آنلاین اساسی بوده و سازمان‌ها بایستی بدانند که چه عواملی در شکل‌گیری انتظارات فردی در یک محیط آنلاین تاثیر می‌گذارد که پاسخ درک سودمندی، سهولت استفاده، تعداد دفعات استفاده، شهرت و هنجارهای ذهنی می‌باشند. همچنین متوانی (۲۰۱۴) در پژوهشی به یک مطالعه تجربی از انتظارات و ادراکات مشتریان پرداخته، که برخی از انتظارات در نظر گرفته شده در این پژوهش شامل ارائه خدمت طبق توافق، در زمان مناسب و بدون خطا، دسترسی به ارائه دهنده گان در هر زمان، ارائه خدمات فوری، رسیدگی سریع به شکایات، رفتار مودبانه و با احترام کارکنان، دانش و مهارت بالای کارکنان، درک نیازهای مشتریان، تجهیزات و وسایل مدرن و محل استقرار مناسب می‌باشند.

نویسندگان (سال پژوهش)	اهداف و یا سئوالات اصلی	مهمترین یافته ها
پور احمدی (۱۳۸۶)	بسیج در چارچوب معرفی تازه(که قدرت با دانایی فهم و درک می‌شود) چه نقش و جایگاهی دارد؟	برخورداری بسیج از جایگاه اجتماعی معتبر، داشتن امکانات وسیع علمی و آموزشی در کنار توان بالقوه(جوان و کارآمد) برای وارد شدن در حوزه علمی و پژوهشی از نکات مهم در این راستا می‌باشد.
صادقی و رادمدرد(۱۳۸۶)	تولید علم و نقش بسیجیان در ایجاد و توسعه به چه صورت می‌باشند؟	در ایجاد تحول عمومی برای تولید علم و نرم افزارهای بومی و دینی کارآمد و روزآمد جهت تحقق آرمان‌های انقلاب اسلامی و ایجاد تمدن اسلامی از طریق شناسایی نیازها و بازشناسی و بازسازی فرهنگ و جامعه و ظرفیت‌های علمی کشور نقش بسزایی دارند.
حاجی زاده نذاف و مهدیزاده(۱۳۹۳)	نقش بسیج محلات در ارتقای سطح علمی- فرهنگی اعضای بسیج از منظر بسیجیان به چه صورت می‌باشد؟	بسیج محلات در ارتقای سطح علمی بسیجیان موثر هستند، همچنین بسیجیان برای همکاری در موضوعات علمی با پایگاه بسیج تمایل دارند و در نهایت از نظر پاسخگویی راه اندازی و توسعه پایگاه‌های اطلاع رسانی و فضای مجازی از جمله عوامل رشد علمی- آموزشی بسیجیان است.
مصباح و عبدالمالکی (۱۳۸۲)	توقعات و انتظارات بسیجیان و مردم از بسیج در چه سطحی می‌باشد؟	در مجموع انتظارات بسیجیان و مردم از بسیج بسیار زیاد است و انتظارات آنان به میزان زیادی منطبق بر انتظارات مقام معظم رهبری(مدظله العالی) از بسیج بوده و عمده انتظارات ماهیت همه جانبه گرای و فراگیر بودن حوزه، فعالیت‌ها ماموریت و ساختار و سازمان و تشکیلات بسیج را بیان می‌کند.
اسلامی و همکاران(۱۳۹۸)	انتظارات مشتریان کدامند و بخش بندی آنها براین اساس به چه صورت می‌باشد؟	انتظارات مشتریان شامل دوری و نزدیکی به سازمان، اطلاع رسانی، خوش نامی و وجه مناسب، نبود بوروکراسی‌های بی مورد موجود در سازمان، توانایی پاسخگویی بوده که مهمترین آن رعایت عدالت می‌باشند.
منذر و همکاران(۲۰۱۷)	مشتریان خدمات آنلاین دارای چه انتظاراتی می‌باشند؟	ارتباط برند با مشتری به ویژه در ارائه خدمات از طریق کانال‌های آنلاین اساسی بوده و پاسخ درک سودمندی، سهولت استفاده، تعداد دفعات استفاده، شهرت و هنجارهای ذهنی در شکل‌گیری انتظارات فردی در یک محیط آنلاین تاثیر می‌گذارد.
متوانی(۲۰۱۴)	مشتریان داری چه انتظاراتی بوده و ادراکات آنها به چه صورت می‌باشند؟	انتظارات در این پژوهش شامل ارائه خدمت طبق توافق، در زمان مناسب و بدون خطا، دسترسی به ارائه دهنده گان در هر زمان، ارائه خدمات فوری، رسیدگی سریع به شکایات، رفتار مودبانه و با احترام کارکنان، دانش و مهارت بالای کارکنان، درک نیازهای مشتریان، تجهیزات و وسایل مدرن و محل استقرار مناسب می‌باشند.

بررسی پیشینه تحقیقات در حوزه‌های مختلف به پژوهشگر کمک می‌کند تا احتمال دوباره کاری را بسیار کاهش داده و همچنین از اطلاعاتی که در گذشته جمع آوری شده، استفاده نماید. هرچند که پیشینه‌های مطرح شده به طور مستقیم با موضوع تحقیق مورد مطالعه در این پژوهش ارتباط ندارند اما این پیشینه‌ها هم از نظر موضوعی و هم از نظر محتوایی زمینه‌ها و زاویه‌های دید مناسب را برای اجرای اثر بخش‌تر پژوهش فراهم می‌نمایند. در خصوص وجه تمایز این پژوهش از پژوهش‌های قبلی می‌توان اشاره نمود که تحقیقات داخلی و خارجی بسیاری در خصوص شناسایی انتظارات صورت گرفته است که با توجه به نوع نگاه، شرایط و مقتضیات که پژوهش‌ها در آن انجام شده ابعاد و شاخص‌های متفاوتی مورد شناسایی قرار گرفته اند و همچنین الگوهای مختلفی در این زمینه طراحی شده است اما آنچه که با بررسی این مطالعات آشکار می‌گردد تفاوت ابعاد و شاخص‌ها تحت موقعیت‌های متفاوت و نیاز به الگوی خاص و بومی می‌باشد، لذا در این پژوهش به دنبال شناسایی انتظارات مشتریان از سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری بوده که این امر می‌تواند زمینه ساز ایجاد شرایطی برای تصمیم‌گیری اثر بخش و کارا در این خصوص باشد. همچنین در نهایت قابل ذکر است که سازمان بسیج علمی و پژوهشی از سابقه زیادی برخوردار نیست، مطالعاتی وسیع در این خصوص انجام نشده یا اینکه به صورت موضوعی فرعی به آن توجه شده است، حال با توجه به اهمیت روز افزون آنها نیاز به شناخت دقیق در این زمینه می‌باشد، لذا این پژوهش می‌تواند در این راستا اثربخش باشد.

روش تحقیق

روش تحقیق مجموعه‌ای از قواعد، ابزار و راه‌های معتبر و قابل اطمینان و نظام یافته برای بررسی واقعیت‌ها، کشف مجهولات و دستیابی به راه حل مشکلات است (امیر حسینی و همکاران، ۱۳۹۶: ۴) پژوهش حاضر از حیث هدف، به دلیل آن که نتایج آن برای سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری مفید بوده و به مهم ترین خواسته‌های آن‌ها پاسخ داده و منجر به افزایش کارایی و اثربخشی آنها در ماموریت‌های محوله می‌گردد، از نوع کاربردی بوده و از حیث روش توصیفی و از نوع پیمایشی می‌باشد. در این پژوهش از دو استراتژی بهره گرفته شده است. بدین صورت در ابتدا در بخش کیفی با استفاده از روشی مشخص به شناسایی انتظارات پرداخته شده است و سپس از روشی کمی استفاده شده به تحلیل داده‌های جمع آوری شده و اولویت بندی انتظارات پرداخته شده است. و نظر به اینکه در این پژوهش حرکت از جزء به کل است رویکرد کلی تحقیق استقرایی می‌باشد. در این پژوهش برای گردآوری داده‌های

مورد نیاز مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی صورت پذیرفته است. از مطالعات کتابخانه‌ای و اینترنتی برای تکمیل مبانی نظری پژوهش استفاده شده و هم‌چنین برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه نیمه ساختار یافته با خبرگان و متخصصان در این حوزه و پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. برای تحلیل داده‌های کمی جمع‌آوری شده از پرسشنامه با توجه به سوالات پژوهش، از تکنیک‌های آماری (آزمون تی تک نمونه‌ای و آزمون فریدمن) در نرم افزار SPSS استفاده گردید. جامعه آماری این پژوهش را مدیران علمی در سطح پایگاه‌های بسیج استان هرمزگان تشکیل می‌دهند. که از میان آنها تعداد ۴۸۴ نفر به روش نمونه‌گیری هدفمند (شیوه‌ای از نمونه‌گیری است که در آن افرادی برای پژوهش انتخاب می‌شوند که با توجه به اهداف تحقیق، اطلاعات غنی داشته باشند. هدف از این شیوه نمونه‌گیری فهم عمیق‌تر پدیده‌های مورد بررسی است) (ذوالقدر و علیزاده برمی، ۱۳۹۵؛ ۱۲۲)) از تمامی شهرهای استان انتخاب شدند.

برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز از پرسشنامه محقق ساخته، بهره گرفته شده است. پرسشنامه مورد نظر در قالب طیف لیکرت پنج تایی با پانزده گویه طراحی گردید. در این تحقیق، پژوهشگر از روایی برای افزایش دقت سوالات پرسشنامه استفاده نموده، که در این راستا پرسشنامه در اختیار هشت نفر از خبرگان و صاحب نظران این حوزه قرار داده و از آنها خواسته شد که نظرات خود را در این خصوص اعلام نمایند، پس از جمع‌آوری نظرات و اصلاحات جزئی پرسشنامه نهایی مورد استفاده قرار گرفت. هم‌چنین در خصوص سنجش پایایی سوالات پرسشنامه، پرسشنامه اولیه به صورت تصادفی در میان گروه ۳۰ نفری از جامعه هدف توزیع و داده‌ها جمع‌آوری گردیده و در نهایت با روش آلفای کرونباخ به بررسی آنها پرداخته و نظر به اینکه مقدار ضریب آلفای کرونباخ ۰٫۹۳۲ بوده و بیش از ۰٫۷ می‌باشد، نشان دهنده آن بوده که ابزار اندازه‌گیری پایا می‌باشد. در نهایت نظر به اینکه در این پژوهش برآنیم که به تحلیل و بررسی انتظارات مشتریان از سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری پرداخته می‌شود. فرآیند پژوهش را به صورت ذیل تعریف نموده ایم:

- **شناسایی انتظارات مشتریان:** در این گام با بررسی ادبیات تحقیق و مطالعات مشابه ابتدا انتظاراتی شناسایی گردید. سپس با استفاده از نظرات خبرگان و مصاحبه نیمه ساختار یافته با چهارده نفر از آنها که شامل خبرگان و متخصصان این حوزه، انتظارات نهایی شناسایی شد که شامل پانزده انتظار می‌باشد.
- **تدوین پرسشنامه، جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها:** در این گام از پژوهش با توجه به یافته‌های گام قبل، پرسشنامه‌ای محقق ساخته با پانزده انتظار تهیه و در بین جامعه هدف توزیع گردید و

سپس داده‌های جمع آوری شده با استفاده از تکنیک آماری (آزمون تی تک نمونه ای، آزمون فریدمن) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

- **تعیین با اهمیت ترین انتظارات:** در این گام با توجه به تحلیل داده‌ها در مراحل قبل، مهمترین و با اولویت ترین انتظارات با آزمون فریدمن شناسایی گردیدند و در نهایت به بحث، نتیجه گیری و ارائه پیشنهادات پرداخته شد.

یافته‌های تحقیق

در این بخش از پژوهش در ابتدا با استفاده از آزمون تک نمونه‌ای به تحلیل و بررسی انتظارات مشتریان از سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری پرداخته می‌شود و نتایج در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱: نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای در خصوص انتظارات مشتریان از سازمان بسیج علمی و پژوهشی

سطح معناداری	درجه آزادی	T	میانگین	تعداد نمونه	انتظارات
.000	483	4.147	3.2149	484	راه اندازی و توسعه نشریات علمی معتبر داخلی در راستای نشر آثار علمی و پژوهشی
.000	483	8.540	3.4194	484	تشکیل و تقویت هیئت‌های اندیشه ورز، کارگروه‌های مسئله یاب و هسته‌های پژوهشی
.000	483	9.924	3.5393	484	حمایت از ایده‌ها و طرح‌های خلاقانه تا رسیدن به چرخه تولید
.000	483	11.027	3.5620	484	افزایش مهارت‌های تفکر خلاق، نوآوری و ایجاد رویکرد ایده پروری
.000	483	6.274	3.3306	484	بازسازی نگرش و ذهنیت اجتماعی راجع به جایگاه سازمان بسیج علمی و پژوهشی
.001	483	3.437	3.1798	484	برگزاری همایش‌ها، کنفرانس‌های علمی، منطقه ای، ملی و بین المللی
.000	483	6.390	3.3533	484	هدفمند سازی تحقیقات و پایان نامه‌های دانشگاهی در راستای مسائل و نیازهای استانی و کشوری
.000	483	6.229	3.3140	484	ایجاد مکانیزم هایی در راستای تقویت ارتباطات با مراکز علمی و دانشگاهی
.000	483	6.106	3.3161	484	تعریف مشوق‌های مناسب در راستای جذب و نگهداشت متخصصان علوم مختلف
.000	483	12.191	3.6178	484	راه اندازی پایگاه‌های اطلاع رسانی و حضور مستمر و موثر در فضای مجازی
.000	483	7.885	3.4050	484	تعریف ساز و کارهای تقویت و افزایش تعامل فکری بین نخبگان و پژوهشگران
.000	483	9.613	3.5041	484	ایجاد مراکز مشاوره پژوهشی و آموزشی در راستای کمک به متخصصین
.000	483	7.385	3.3822	484	ایجاد ساز و کار ارتباطی با مراکز اجرایی و صنایع در راستای عملیاتی کردن تحقیقات
.000	483	8.356	3.4277	484	تعریف ساز و کارهای نقش آفرینی موثرتر اقشار دانشور بسیج در فعالیتهای علمی و پژوهشی
.000	483	8.617	3.4690	484	حضور مستمر در میدان مطالعه گری و جهت دهی فضای علمی و پژوهشی در سطح استان ها

با توجه نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای در خصوص انتظارات مشتریان از سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری از جدول شماره ۱ می‌توان اشاره کرد که با در نظر گرفتن میانگین فرضی عدد سه و اطمینان ۰,۹۹، مقدار سطح معنادار در هر پانزده انتظار کوچکتر از ۰,۰۱ بوده، لذا براساس نظرات بسیجیان تمامی انتظارات از سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری دارای اولویت و اهمیت می‌باشند.

جدول ۲. میانگین رتبه انتظارات مشتریان از سازمان بسیج علمی و پژوهشی

رتبه میانگین	انتظارات
9.11	راه اندازی پایگاه‌های اطلاع رسانی و حضور مستمر و موثر در فضای مجازی
8.74	افزایش مهارت‌های تفکر خلاق، نوآوری و ایجاد رویکرد ایده پروری
8.68	حمایت از ایده‌ها و طرح‌های خلاقانه تا رسیدن به چرخه تولید
8.51	ایجاد مراکز مشاوره پژوهشی و آموزشی در راستای کمک به متخصصین
8.40	حضور مستمر در میدان مطالبه گری و جهت دهی فضای علمی و پژوهشی در سطح استان ها
8.07	تعریف ساز و کارهای نقش آفرینی موثرتر اقشار دانشور بسیج در فعالیتهای علمی و پژوهشی
8.03	تشکیل و تقویت هیئت‌های اندیشه ورز، کار گروه‌های مسئله یاب و هسته‌های پژوهشی
8.00	تعریف ساز و کارهای تقویت و افزایش تعامل فکری بین نخبگان و پژوهشگران
7.93	ایجاد ساز و کار ارتباطی با مراکز اجرایی و صنایع در راستای عملیاتی کردن تحقیقات
7.66	هدفمند سازی تحقیقات و پایان نامه‌های دانشگاهی در راستای مسائل و نیازهای استانی و کشوری
7.61	تعریف مشوق‌های مناسب در راستای جذب و نگهداشت متخصصان علوم مختلف
7.60	بازسازی نگرش و ذهنیت اجتماعی راجع به جایگاه سازمان بسیج علمی و پژوهشی
7.56	ایجاد مکانیزم‌هایی در راستای تقویت ارتباطات با مراکز علمی و دانشگاهی
7.05	راه اندازی و توسعه نشریات علمی معتبر داخلی در راستای نشر آثار علمی و پژوهشی
7.04	برگزاری همایش‌ها، کنفرانس‌های علمی، منطقه ای، ملی و بین المللی

جدول ۲ نتایج آزمون فریدمن در خصوص انتظارات مشتریان از سازمان بسیج علمی و پژوهشی می‌باشد و نتایج بیانگر آن می‌باشد که انتظاراتی همچون " راه اندازی پایگاه‌های اطلاع رسانی و حضور مستمر و موثر در فضای مجازی " با میانگین رتبه ۹,۱۱، " افزایش مهارت‌های تفکر خلاق، نوآوری و ایجاد رویکرد ایده پروری " با میانگین رتبه ۸,۷۴ و " حمایت از ایده‌ها و طرح‌های خلاقانه تا رسیدن به چرخه تولید " با میانگین رتبه ۸,۶۸ نسبت به سایر انتظارات دارای میانگین رتبه‌ای بالاتری می‌باشند و به عنوان با اولویت ترین و مهمترین انتظارات مشتریان از سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری می‌باشند و سایر انتظارات رتبه‌های پایین تری را دارند. همچنین براساس نتایج جدول شماره ۲ انتظاراتی همچون

"راه اندازی و توسعه نشریات علمی معتبر داخلی در راستای نشر آثار علمی و پژوهشی" با میانگین رتبه ۷,۰۵ و "برگزاری همایش‌ها، کنفرانس‌های علمی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی" با میانگین رتبه ۷/۰۴ دارای پایین‌ترین میانگین رتبه‌ها نسبت به سایر انتظارات می‌باشند. بنابراین براساس نظر مشتریان این دو انتظار نسبت به سایر انتظارات دارای اهمیت کمتری می‌باشند.

جدول ۳. سطح معناداری آزمون فریدمن در خصوص انتظارات مشتریان از سازمان بسیج علمی و پژوهشی

484	تعداد نمونه
166.875	آماره کای-اسکوایر
14	درجه آزادی
۰.000	سطح معناداری

براساس جدول شماره ۳ نتیجه حاصل از آزمون فریدمن درباره میانگین رتبه‌های انتظارات مشتریان از سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری نشان می‌دهد که تفاوت‌های موجود در میانگین رتبه‌ها در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار می‌باشند (به دلیل اینکه سطح معنادار صفر می‌باشد)، لذا می‌توان گفت که انتظاراتی که دارای میانگین رتبه بالاتری هستند به طور معناداری نسبت به انتظاراتی که میانگین رتبه پایین‌تری دارند دارای اولویت و اهمیت بیشتری می‌باشند.

بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بسیج به لحاظ ترکیب خاص خود و داشتن ارتباط عمیق با مردم در سطوح و اقشار مختلف، بهترین ظرفیت را دارا می‌باشد، زیرا نخست، بسیج نهادی است که از بطن جامعه برخاسته و ظهور آن از پایین به بالا می‌باشد و دوم، مدیریت بسیج در عین اینکه به عنوان یک نهاد دولتی از پایین به بالا است اما در تصمیم‌گیری‌های اقشار جامعه نقش بسزایی دارا می‌باشد (بزاز زاده، ۱۳۸۸: ۳۲) همچنین هنگامی که مقام معظم رهبری حضرت امام خامنه‌ای (مدظله العالی)، لزوم حضور در عرصه‌های علم و فناوری را به عنوان عرصه جدید راهبردی انقلاب اسلامی مطرح نمودند. بسیجیان، خط شکنان عرصه تولید علم و فناوری شدند، به گونه‌ای که اکنون، ایران در زمره یکی از مهم‌ترین کشورهای پیشرو در عرصه تولیدات علم شده است و دستاوردهای غرور آفرین علمی و فناوری کشور هر روز ابعاد گسترده‌تری پیدا می‌کند (ذوالقدر و علیزاده برمی، ۱۳۹۵: ۱۲۰) لذا می‌توان بیان نمود که اهمیت نقش مشتریان در مباحث علمی، پژوهشی و فناوری با اندک تامل قابل درک می‌باشد. حال بایستی به روش‌هایی به شناختن و

سامان بخشیدن به انتظارات مشتریان در این مقوله پرداخت و نظر به اینکه شناسایی و تعیین با اولویت ترین انتظارات مشتریان در مباحث علمی و پژوهشی از موضوعات اساسی و مهم در مدیریت این سرمایه انسانی می‌باشد و ارائه خدمات مطلوب به انتظارات مشتریان وابسته بوده و در صورتی که این مهم تحقق نیابد سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری با مشکل مواجه می‌گردد. بایستی این سازمان اهداف عملی خود در ارائه خدمات را برپایه انتظارات مشتریان طرح ریزی نماید تا بتواند در آینده به موفقیت‌های روز افزونی دست یابد. چرا که با حضور مشتریان است که این سازمان می‌تواند به صورت اثربخش و کارا به فعالیت‌های خود ادامه دهد و در آینده مزیت‌های پایداری برای خود در این راستا دست یابد. هدف پژوهش حاضر تحلیل و بررسی انتظارات مشتریان از سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری استان هرمزگان می‌باشد. لذا پژوهش از حیث هدف کاربردی بوده و از حیث روش توصیفی و از نوع پیمایشی می‌باشد. برای گردآوری داده‌ها از مطالعات کتابخانه‌ای و روش میدانی استفاده و سپس با تکنیک‌های آماری به تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته شد. نتایج پژوهش بیانگر آن می‌باشد که براساس نظرات بسیجیان هر پانزده انتظار از سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری دارای اهمیت می‌باشند و در خصوص اولویت بندی انتظارات می‌توان اشاره نمود که انتظاراتی همچون "راه اندازی پایگاه‌های اطلاع رسانی و حضور مستمر و موثر در فضای مجازی"، "افزایش مهارت‌های تفکر خلاق، نوآوری و ایجاد رویکرد ایده پروری" و "حمایت از ایده‌ها و طرح‌های خلاقانه تا رسیدن به چرخه تولید" نسبت به سایر انتظارات دارای اولویت بالاتری می‌باشند و همچنین انتظاراتی همچون "راه اندازی و توسعه نشریات علمی معتبر داخلی در راستای نشر آثار علمی و پژوهشی" و "برگزاری همایش‌ها، کنفرانس‌های علمی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی" دارای اولویت پایین‌تری نسبت به سایر انتظارات می‌باشند. نظریه اینکه این پژوهش به تحلیل و بررسی انتظارات پرداخته، تصمیم‌گیرندگان مربوطه می‌توانند برای مدیریت بهتر در راستای افزایش کارایی و اثربخشی سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری از آن استفاده نمایند. در ضمن این پژوهش با انجام تغییراتی این قابلیت را دارا بوده که برای سایر مطالعات موردی (سایر استان‌ها) مورد استفاده قرار گیرد. لذا سایر استان‌ها می‌توانند با تغییر اندکی مطابق با شرایط کاری سیستم خود استفاده نمایند. همچنین پیشنهاد می‌گردد به دلیل وجود فرهنگ‌ها و قومیت‌های مختلف در کشور ایران و تفاوت انتظارات در این نوع مشتریان، تحقیقاتی در این خصوص با توجه به تفکیک افراد نسبت به قومیت و فرهنگ‌ها صورت پذیرد.

منابع:

منابع فارسی

- اسلامی، محمدرضا؛ عباس بیکی احمد آبادی؛ سید محمدرضا داودی و مسعود عطائی قراچه (۱۳۹۸). بخش بندی و تحلیل انتظارات مشتریان با استفاده از مدل *FAHP*، *KANO* و *FTOPSIS*، مجله تحقیقات اقتصاد کشاورزی، دوره دوازدهم، شماره دوم، صفحه ۶۶-۳۹.
- امیرحسینی، زهرا؛ شادی ادیبی فرد و امیرحسین پهلوان (۱۳۹۶). بررسی تاثیر انتظارات مشتریان در استفاده نهایی از اینترنت بانک. اولین کنفرانس علمی پژوهشی رهیافت های نوین در علوم انسانی ایران، صفحه ۱۹-۱.
- بزاززاده، زهرا (۱۳۸۸). سازندگی در کلام امام خمینی (ره). چکیده مقالات هم اندیشی بسیج، تهران، پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج.
- بیگلری، محمد، حمید طاهریان (۱۳۹۵). علل و عوامل موثر بر جذب و به کار گیری نخبگان بسیج دانشجویی برای عضویت در سپاه. فصلنامه مدیریت و پژوهش های دفاعی دانشکده و پژوهشکده دفاعی (دافوس)، سال پانزدهم، شماره هشتاد و یکم، صفحه ۱۹۸-۱۶۱.
- پور احمدی، حسین (۱۳۸۶). بسیج، قدرت نرم و تولید علم و فناوری. همایش بسیج و قدرت نرم، پژوهشکده ارتش بیست میلیونی.
- حاجی زاده ندف، صادق، عفت سادات مهدی زاده (۱۳۹۳). بررسی دیدگاه بسیجیان در مورد نقش بسیج محلات در ارتقای سطح علمی، فرهنگی اعضای بسیج، فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال هفدهم، شماره شصت و دوم، صفحه ۱۵۸-۱۳۵.
- حبی، محمداقبر، مژگان فقیری، سیداسماعیل موسوی، آمنه سلیقه دار، رضا اسلامی و هادی ایمانی (۱۳۸۹). نیاز سنجی تربیتی و آموزشی و اولویت بندی آن در بسیج. فصلنامه روانشناسی نظامی، سال اول، شماره دوم، صفحه ۵۰-۴۱.
- ذوالقدر، محمد باقر، علی اکبر علیزاده برمی (۱۳۹۵). انتظارات اساسی فرمانده معظم کل قوا حضرت آیت الله العظمی امام خامنه ای (مدظله العالی) از بسیج مستضعفین، فصلنامه مطالعات دفاعی استراتژیک، سال چهاردهم، شماره شصت و ششم، صفحه ۱۴۰-۱۱۳.

- رحیمی، معصومه و امیر نجفی (۱۳۹۳). شناسایی و اولویت بندی انتظارات مشتریان با تکنیک ANP فازی، همایش بین المللی مدیریت، تهران، صفحه ۳۴۱-۳۲۳.
- سبحانی نژاد، مهدی، عبدالله افشار و غلامرضا محمدی (۱۳۹۱). تبیین کیفی راهکارهای ارتقای بصیرت بسیجیان، فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال پانزدهم، شماره پنجاه و چهارم، صفحه ۹۷-۱۱۵.
- صادقی، علیرضا و صغری رادمرد (۱۳۸۶). بسیج، تولید علم و فناوری. همایش بسیج و قدرت نرم، پژوهشکده ارتش بیست میلیونی.
- محمد نژاد، میرعلی و نوروزی، محمد تقی (۱۳۸۷). فرهنگ استراتژی. تهران، انتشارات سنا.
- مصباح، حسین و هادی عبدالمالکی (۱۳۸۲). بررسی توقعات و انتظارات مردم و بسیجیان از بسیج. فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، شماره هیجده و نوزده، صفحه ۱۸۴-۱۷۱.
- میرزایی، موسی (۱۳۹۶). بررسی تاثیرات انتظارات و ارزش درک شده بر وفاداری مشتریان از طریق نقش میانجی رضایتمندی (مطالعه موردی: بانک ایران زمین شعب مشهد). پایان نامه کارشناسی ارشد، گروه آموزشی مدیریت، موسسه آموزش عالی غیردولتی- غیرانتفاعی عطار، صفحه ۹۸-۱.
- نصیری، مریم (۱۳۹۳). شناسایی و اولویت بندی انتظارات گردشگری اروپایی از مکان اقامتی در مقاصد فرهنگی (مورد مطالعه ایران)، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی گرایش بازاریابی، دانشکده علوم گردشگری، دانشگاه علم و هنر، صفحه ۱۲۸-۱.

منابع لاتین

- Mendez- Aparicio MD, Izquierdo-Yusta A and Jimenez-Zarco AI (2017). *Counsumer Expectations of online services in the Insurance industry: An Exploratory Study of Drivers and outcomes*. *Frontiers in Psychology*, 8:1254.
- Motwani, Dharmesh (2014). *An Empirical study of customer expectation and perception in organized retail sector*. *Abhinav-national monthly refereed journal of research in commerce and management*, Vol.2, No. 3, pp. 144-153.
- Raddar, Laetitia, and Wang, Yi. (2006). *Dimensions of guest house service: Managers' perceptions and business travellers' expectations*. *International Journal of contemporary hospitality management*, Vol.18, No. 7, pp. 554-562.
- Sunder, S. (2002). *Management control, expectation, common knowledge, and culture*, *Journal of management accounting research*, Vol.14, No. 1, pp. 173-187.
- Zeithmal, V.A & Bitner, M.J. (2000). *Service Marketing: Integrating customer focus across the firm.*, McGraw-Hill, New York, NY.