Studies in Public Service Administration
Fall 2025, 3 (9), 153-198
spsa.atu.ac.ir
DOI: 10.22054/spsa.2026.90075.1092

ATU PRESS

Original Research

Design and Validation of a Customer Satisfaction Measurement Tool in the Iranian Higher Education System

Ebrahim Javaheri Zadeh *
Assistant Professor, Department of Business Management, Faculty of Economic and Administrative Sciences, University of Qom, Qom, Iran.

Fatemeh Ghasemi Banabari
PhD Candidate of Public Administration, Faculty of Economics, Management and Administrative Sciences, Semnan University, Semnan, Iran.

Abstract

The research aimed to design and validate a tool to measure client satisfaction at Qom University. The research was applied in terms of orientation and employed a mixed-methods approach (qualitative and quantitative). The research community in the qualitative phase and in the library section included research related to the subject and

* Corresponding Author: Javaheri1390@gmail.com

How to Cite: Javaherizadeh, E. and GhasemiBanabari, F. (2025). Design and Validation of a Customer Satisfaction Measurement Tool in the Iranian Higher Education System. *Studies in Public Service Administration*, *3*(9), 153- 198. doi: 10.22054/spsa.2026.90075.1092

ISSN: 3092-6270 eISSN: 3041-9484 Received: 01/12/2025 Revised: 03/02/2026 Accepted: 08/02/2026

upstream documents, and in the field section, focus groups consisting of 30 experts. Also, the research community in the quantitative phase was service recipients (students and faculty members) at Qom University. Data collection tools in the qualitative phase included library research, upstream document analysis, and focus group discussions; in the quantitative phase, questionnaires. The sampling method in the qualitative section was purposive, and in the quantitative section, simple random. The sample size in the quantitative section was obtained using the Cochran formula, and service recipients completed 366 questionnaires. The data in the qualitative phase were analyzed using the thematic analysis method, and to complete this process, expert opinions from focus groups were used. Experts examined the scale's content validity, and an exploratory factor analysis was used to assess its construct validity. The instrument's reliability was confirmed by examining the Cronbach's alpha value. Based on the research findings, the prepared instrument comprises the components "interaction", "efficiency", "physical", and "accessibility", with 24 items. The interaction component indicates the quality of human interactions such as attention, empathy, and openness. The efficiency component indicates the transparency and effectiveness of service delivery processes and adherence to work commitments. The physical component relates to environmental conditions and the cleanliness of service providers, while the accessibility component covers in-person and offline access.

Keywords*:* Measurement tool, Client satisfaction, theme analysis, exploratory factor analysis, University of Qom.

1. Introduction

Client (service recipient) satisfaction has become a central concern in public sector management, particularly in higher education institutions that are increasingly expected to provide high-quality,

responsive, and accountable services. Universities, as complex public organizations, serve diverse client groups, including students and faculty members, whose satisfaction significantly affects institutional effectiveness, legitimacy, and reputation. Despite the growing emphasis on quality assurance and evaluation in Iranian higher education, many universities lack context-specific, valid, and reliable instruments for systematically measuring client satisfaction. Existing tools are often adapted from private-sector models or international frameworks, but are often not sufficiently localized or psychometrically validated. Therefore, the present study aimed to design and validate a comprehensive instrument to measure client satisfaction at the University of Qom, grounded in the Iranian higher education context and informed by both theoretical and empirical evidence.

2. Literature Review

The concept of client satisfaction, originally developed in the marketing and service management literature, has been widely extended to public administration and higher education, emphasizing citizen-oriented, client-centered service delivery. Prominent models such as SERVQUAL and excellence frameworks have identified dimensions of interaction quality, service efficiency, accessibility, and the physical environment as key determinants of satisfaction. In higher education, empirical studies highlight the importance of respectful interpersonal interactions, transparency of administrative processes, responsiveness, and the adequacy of physical and virtual service environments. In the Iranian public sector context, previous research also points to the critical role of respectful treatment, clarity of procedures, and ease of access in shaping service recipients' satisfaction. However, the lack of validated, indigenous measurement tools remains a methodological gap that this study seeks to address.

3. Methodology

This applied research adopted a mixed-methods (qualitative–quantitative) design. In the qualitative phase, data were collected through library research on related studies, analysis of upstream and policy documents, and focus group discussions with 30 experts. Purposeful sampling was used in this phase. The qualitative data were analyzed using thematic analysis, resulting in the identification and refinement of the core dimensions of client satisfaction in the university context. Experts reviewed the preliminary items to establish content validity.

In the quantitative phase, the statistical population comprised service recipients at the University of Qom (students and faculty members). Simple random sampling was employed, and the sample size was determined using Cochran's formula. A total of 366 valid questionnaires were collected. An exploratory factor analysis (EFA) was conducted to assess construct validity, and reliability was assessed using Cronbach's alpha. The results confirmed the adequacy of the data for factor analysis and the instrument's internal consistency.

4. Results

The findings indicated that the finalized client satisfaction instrument consists of four main components and 24 items:

Interactivity: reflecting the quality of human interactions, including attention, empathy, courtesy, and openness in communication.

Efficiency: referring to the transparency and effectiveness of service delivery processes, clarity of procedures, and adherence to organizational commitments.

Physical: encompassing environmental conditions, physical facilities, and the appearance and orderliness of service providers.

Accessibility: covering both face-to-face and non-face-to-face (virtual) access to services and service providers.

The extracted factors demonstrated acceptable construct validity, and all components showed satisfactory reliability as indicated by Cronbach's alpha values. Together, these four dimensions provide a comprehensive framework for assessing client satisfaction in the University of Qom.

5. Discussion

The results underscore the multidimensional nature of client satisfaction in higher education, highlighting the combined importance of interpersonal human interactions, efficient administrative processes, accessible service channels, and supportive physical environments. The identified components are consistent with both international service quality models and prior national studies, while also reflecting the specific organizational and cultural context of Iranian universities. The validated instrument can support evidence-based management, continuous quality improvement, and more systematic performance evaluation in university administrative and support services.

6. Conclusion

This study designed and validated a 24-item client satisfaction measurement instrument tailored to the University of Qom context. The instrument demonstrated satisfactory content validity, construct validity, and reliability, and comprises four dimensions: Interactivity, Efficiency, Physical, and Accessibility. University managers and policymakers can use the proposed tool to assess service quality, identify areas for improvement, and enhance responsiveness to service recipients' needs. Although the study focused on one university, the instrument provides a basis for further refinement and adaptation in other higher education institutions in Iran. Future research may extend

this work through confirmatory factor analysis, comparative studies across universities, and the examination of relationships between client satisfaction and organizational performance indicators.

مطالعات مدیریت خدمات عمومی
دوره ۳، شماره ۹، پاییز ۱٤۰٤، ۱۵۳-۱۹۸
spsa.atu.ac.ir
DOI: 10.22054/spsa.2026.90075.1092

مقاله پژوهشی
تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۹/۱۰ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۱۱/۱۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۱/۱۹
eISSN: 3041-9484 ISSN:3092-6270

طراحی و اعتباریابی ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در نظام آموزش عالی ایران

ابراهیم جواهری‌زاده * استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه قم، قم، ایران

فاطمه قاسمی بنابری دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران

چکیده

هدف پژوهش حاضر، طراحی و اعتباریابی ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در دانشگاه قم است. تحقیق از نظر جهت‌گیری، کاربردی بوده و از روش‌شناسی آمیخته (کیفی، کمی) برخوردار است. جامعه‌پژوهشی در فاز کیفی و در بخش کتابخانه‌ای شامل پژوهش‌های مرتبط با موضوع و اسناد بالادستی و در بخش میدانی گروه‌های کانونی متشکل از ۳۰ خبره است. همچنین جامعه پژوهشی در فاز کمی گیرندگان خدمات (دانشجویان و اساتید هیئت علمی) در دانشگاه قم بودند. ابزارهای گردآوری داده در فاز کیفی از طریق مطالعات کتابخانه‌ای، تحلیل اسناد بالادستی، گفتگو و بحث در گروه‌های کانونی و در فاز کمی پرسش‌نامه است. روش نمونه‌گیری در بخش کیفی هدفمند و در بخش کمی تصادفی ساده است. حجم نمونه در بخش کمی با استفاده از فرمول کوکران بدست آمده‌است و ۳۶۶ پرسش‌نامه توسط گیرندگان خدمات تکمیل گشت. داده‌ها در فاز کیفی با روش تحلیل تم تحلیل و جهت تکمیل این روند از نظرات خبرگان در قالب گروه‌های کانونی استفاده شده است. روایی محتوای سنجه‌های ارائه شده توسط خبرگان مورد بررسی قرارگرفت؛ همچنین جهت حصول روایی سازه ابزار از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است. پایایی ابزار، با بررسی مقدار آلفای کرونباخ تأیید شد. براساس یافته‌های پژوهش ابزار تهیه شده دارای مؤلفه‌های "تعاملی"، "کارآمدی"، "فیزیکی" و "دسترسی" است که متشکل از ۲۴ گویه می‌باشد. مؤلفه تعاملی بر کیفیت تعاملات انسانی نظیر توجه، همدلی، گشاده‌رویی دلالت دارد. مؤلفه کارآمدی بیانگر شفافیت و اثربخشی فرایندهای خدمت‌رسانی و پایبندی به تعهدات کاری است. مؤلفه فیزیکی به شرایط محیطی و آراستگی ارائه‌دهندگان خدمت مربوط می‌شود و مؤلفه دسترسی نیز ابعاد دسترسی حضوری و غیرحضوری را پوشش داده است.

کلیدواژه‌ها: ابزار سنجش، رضایت ارباب‌رجوع، تحلیل تم، تحلیل عاملی اکتشافی، دانشگاه قم.

---

* نویسنده مسئول: Javaheri1390@gmail.com

مقاله حاضر برگرفته طرح پژوهشی با عنوان «طراحی و اعتباریابی ابزارسنجش رضایت ارباب رجوع در دانشگاه قم» با حمایت دانشگاه قم است.

مقدمه

امروزه بقا سازمان‌ها تا حد زیادی به رضایت گیرندگان خدمات آن‌ها وابسته است، به عبارتی بهبود خدمات‌دهی به مراجعه‌کنندگان و افزایش رضایتمندی آن‌ها سبب می‌گردد تا سازمان‌ها در مسیر توسعه و پیشرفت قرار گیرند (Habel et al., 2020)؛ به همین دلیل توجه به رضایتمندی گیرندگان خدمات موردتأکید جدی مسئولین کشوری و مدیران عالی سازمان‌های دولتی قرار دارد. در همین راستا و به‌منظور ایجاد سازوکارهای لازم در ارائه خدمات مطلوب، مناسب و مؤثر به گیرندگان خدمت جهت اخذ رضایتمندی و تکریم آن‌ها سیاست‌های مختلفی تدوین گردیده است (پرورش و همکاران، ۱۴۰۱)؛ از جمله مهم‌ترین آن‌ها «طرح تکریم و جلب رضایت ارباب‌رجوع در نظام اداری» است که در سال ۱۳۸۱ در شورای‌عالی اداری کشور به شماره ۱۳/۱۸۵۴۰ به تصویب رسید و به همه دستگاه‌های اجرایی ابلاغ گردید (دوازده‌امامی و همکاران، ۱۴۰۱). این سیاست کلان نشان می‌دهد که رضایت مردم و کرامت مردم از جمله مهم‌ترین سیاست‌های موردتأکید مقامات عالی‌رتبه جمهوری اسلامی، مخصوصاً مقام معظم رهبری بوده است که ایشان تأکید دارند "باید ترتیبی اتخاذ شود و سازوکاری به وجود بیاید که کارگزاران حکومتی، خودشان را به معنای حقیقی کلمه خدمتگزاران مردم بدانند" (بیانات در دیدار کارگزاران نظام، ۱۳۶۹).

ازسوی‌دیگر پیاده‌سازی چنین سیاست‌های کلانی نیاز به مکانیزم‌های اجرایی دارد که دستگاه‌های اجرایی خود می‌بایست اقدام به طراحی مکانیزم‌های بومی خود نموده و برای کسب رضایتمندی گیرندگان خدمت (ارباب‌رجوع[1])، اقدامات ویژه خود را طراحی و اجرا نمایند (یاراحمدی و همکاران، ۱۴۰۳). در مدیریت دولتی نوین بر خلاف رویکردهای سنتی، شاخص‌هایی که به‌صورت عمده غیرمالی هستند؛ مانند رضایتمندی گیرندگان خدمت (مشتری‌مداری)، موردتوجه قرار دارد. زمانی رضایت گیرندگان خدمت و ارباب‌رجوع حاصل می‌شود که سازمان بکوشد با شناسایی نیازهای واقعی گیرندگان خدمت، تصویر شفاف و روشنی از کم‌وکیف خدمات قابل‌ارائه به دست آورده و با منطبق کردن رفتار خود با نیازهای مخاطبان، امکان رضایت آنان را فراهم آورد (شیخی و سلطان

1 Client

پناه، ۱۴۰۰). تکریم ارباب‌رجوع[1] نقطه عطفی در نظام اداری کشور است که بیشترین انطباق را با نگرش‌های نوین مدیریتی دارد (الوانی و دانایی‌فرد، ۱۳۹۶).

هر سازمانی برای رسیدن به اهداف خود نیازمند توجه به خواسته‌های گیرندگان خدمات خود می‌باشد (یاراحمدی و همکاران، ۱۴۰۳)، دانشگاه قم نیز به‌عنوان یک نهاد دولتی از این قاعده مستثنی نیست. دانشگاه قم بزرگ‌ترین دانشگاه استان قم و یکی از بزرگ‌ترین دانشگاه‌های دولتی ایران محسوب می‌شود. این دانشگاه بعدازاین که از سال ۱۳۷۶ به‌صورت رسمی و به‌عنوان دانشگاه جامع، دوران جدیدی از حیات خود را آغاز کرد، به‌صورت پیوسته درحال‌رشد و پویایی بوده است. بر اساس اطلاعات پورتال رسمی دانشگاه، ۹۶۹۹ دانشجو ایرانی و بین‌الملل، ۳۲۰ نفر عضو هیئت‌علمی و بیش ۵۰۰ نفر کادر اجرایی و کارمندی در کنار صدها همکار علمی و اجرایی دیگر بدنه سرمایه انسانی دانشگاه قم را تشکیل می‌دهند.

مدیران دانشگاهی اگر بخواهند در رقابت با دانشگاه‌های دیگر حضور داشته باشند باید بتوانند رضایت ارباب‌رجوع را به‌عنوان دریافت‌کنندگان اصلی و فعال خدمات جلب کنند؛ زیرا ارباب‌رجوع می‌تواند به‌عنوان مدافع یا مخالف خدمات دانشگاه عمل کنند. در یک دید وسیع‌تر توجه به کیفیت خدمات دانشگاه می‌تواند باعث بهبود شهرت منطقه و حتی کشوری که دانشگاه به آن تعلق دارد، شود (Marimon et al., 2019). در این میان، اهمیت سرمایه‌های انسانی دانشگاه که به‌عنوان کارمند و بدنه اجرایی مشغول انجام‌وظیفه هستند، مضاعف است؛ زیرا بسیاری از خدمات به ارباب‌رجوع و گیرندگان خدمت توسط این گروه انجام می‌پذیرد (Lucia et al., 2020). مسئولین دانشگاه قم نیز سال‌هاست که نقش بااهمیت کارکنان را در دسترسی به اهداف و چشم‌انداز دانشگاه درک نموده و از سال ۱۳۹۰ در بستر اتوماسیون اداری اقدام به ارزیابی عملکرد کارکنان نموده‌اند که یکی از مهم‌ترین معیارهای آن تکریم و رضایت ارباب‌رجوع است.

هم‌زمان با نهادینه‌شدن سیستم‌های سنجش و ارزیابی رضایت ارباب‌رجوع در سازمان به‌صورت عمومی و در دانشگاه قم به‌صورت اختصاصی، نارضایتی زیادی هم از طرف

1 Clients tribute

مدیران و هم از طرف کارکنان گزارش می‌شود که به دلیل به‌روز نبودن ابزارهای ارزیابی متناسب با تغییرات محیطی، ضعف در روایی ابزارهای اندازه‌گیری، ابهام در تعریف عملکرد و معیارهای آن و جامع نبودن سیستم‌های ارزیابی است (رضائیان و گنجعلی، ۱۳۹۰). بعد از گذشت ۱۳ سال از استقرار سیستم فعلی در دانشگاه قم، اکنون زمان آن رسیده‌است که دانشگاه اقدام به بازنگری اساسی در معیارها و ابزارهای اندازه‌گیری نماید و آن را بروزرسانی نماید. یکی از مهم‌ترین معیارهای عملکردی کارکنان که به اذعان مسئولین دانشگاه در اولویت ارزیابی‌ها قرار دارد و در پژوهش حاضر انتخاب و اقدام به ابزارسازی در مورد آن می‌شود، معیار رضایت ارباب‌رجوع و گیرندگان خدمت است. دانشگاه یک نهاد فرهنگی و خدمت‌محور است و در نهادهای فرهنگی و خدماتی، مسئله تکریم ارباب‌رجوع اهیمت زیادی دارد (یاراحمدی و همکاران، ۱۴۰۳)، زیرا باید تکریم ارباب‌رجوع در رأس ارزش‌های دانشگاه باشد.

جمله معروفی از کرت لوین وجود دارد که می‌گوید «اگر نتوانی چیزی را بسنجی آن چیز وجود ندارد» (رضائیان و گنجعلی، ۱۳۹۰)؛ با توجه به اینکه در حال حاضر ابزاری برای سنجش رضایت ارباب‌رجوع از عملکرد کارکنان در دانشگاه وجود ندارد، ضرورت دارد ابزاری برای سنجش رضایت ارباب‌رجوع به‌عنوان گیرندگان خدمت از عملکرد کارکنان دانشگاه طراحی و اعتباریابی شود و این پژوهش به همین منظور انجام پذیرفته‌است. پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به این پرسش است که ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در نظام آموزش عالی و به صورت مشخص دانشگاه قم دارای چه مؤلفه‌هایی است و از چه گویه‌هایی تشکیل می‌گردد؟ و در ادامه تلاش دارد تا پایایی، روایی سازه و روایی محتوای ابزار ارائه شده را مورد بررسی قرار دهد.

مبانی نظری

نهادهای دولتی و عمومی در واقع محل رفع نیازهای مادی و معنوی مردم هستند (شیخی و سلطان پناه، ۱۴۰۰). یکی از ویژگی‌های مدیریت دولتی، مردم‌محوری است که بر اساس آن دولت‌های مردم‌سالار خدمت به مردم را وظیفه خود می‌دانند (پدرود و همکاران، ۱۴۰۰). مردم‌محوری به معنای ارضای تمایلات مردم (به‌عنوان گیرندگان خدمات دولتی)

و مسئول دانستن خود در قبال آن‌هاست (Gong et al., 2020). ضرورت پاسخگو بودن سازمان‌های دولتی در برابر گیرندگان خدمات باعث شده است که دولت‌ها به مراجعه‌کنندگان از منظر جدید و به‌مثابه مشتریان بخش خصوصی بنگرند و تلاش نمایند حداکثر رضایتمندی را برای آنان فراهم سازند (اسفنجانی، ۱۴۰۳).

یکی از اهداف اصلی هر سازمان جلب رضایت مشتریان و خدمات گیرندگان از طریق ارائه خدمات باکیفیت مطلوب است به‌نحوی که سازمان‌ها با روش‌های گوناگون تلاش دارند خواسته‌های منطقی و قانونی متقاضیان خدمات را اخذ و در قبال آن پاسخ مناسب داشته باشند (Brundin et al., 2022). مفاهیم مربوط به رضایت، ابتدا در حوزه کالا مطرح و با افزایش رقابت از اهمیت بیشتری برخوردار شد؛ طولی نکشید که مؤسسات خدماتی و دولتی نیز به اهمیت این موضوع پی برده و از آن بهره‌گیری کردند (Hokka et al., 2023). همچنین در سازمان‌های دولتی نوین رضایتمندی یکی از معیارهای مهم سنجش عملکرد سازمانی به شمار می‌رود. رضایتمندی به ادراک مراجعه‌کنندگان از عملکرد سازمان (خدمات دریافت شده) یا احساسی که از برآورده‌شدن خواسته‌ها و انتظاراتشان در آن‌ها شکل‌گرفته، اطلاق می‌گردد (اسفنجانی، ۱۴۰۳). عامه مردم انتظار دارند مقامات و کارکنان سازمان‌های دولتی با اقدامات خود در تعامل با ارباب‌رجوع به انتظارات آنان پاسخ مثبت دهند؛ به‌عبارت‌دیگر رضایتمندی ارباب‌رجوع در صورتی حاصل می‌گردد که خواسته‌ها و انتظارات آنان به‌صورت مطلوب از سوی متولیان امور دولتی پاسخ داده شود. رضایتمندی همچنین بیانگر احساس مثبت گیرندگان خدمات در نتیجه ارزیابی است که از برخورد دولت و دستگاه‌های دولتی به هنگام استفاده از امکانات و دریافت خدمات دارند (رشیدی و همکاران، ۱۴۰۰).در سازمان‌های دولتی برخورداری از رویکرد کیفیت‌مدار به شهروندان در خدمات عمومی، می‌تواند یک خط‌مشی عمومی مناسب جهت افزایش رضایتمندی گیرندگان خدمات باشد (Algan et al., 2016). نارسایی در ارائه خدمات عمومی برای حکومت تبعات گسترده‌ای دارد (Bew, 2014). برخی اندیشمندان مدیریت دولتی، ارائه خدمات عمومی باکیفیت پایین را از علل شکست کاهش اعتماد عمومی و در ادامه پایین آمدن سطح رضایتمندی گیرندگان خدمت

می‌دانند(Chen & Sun , 2019). ارائه خدمات باکیفیت می‌تواند منجر به بهبود و ارتقای ظرفیت نظام اداری جهت پاسخگویی به ارباب‌رجوع شده و در همین راستا شاهد کاهش فشار از سوی آنان به سازمان‌های دولتی باشیم (پدرود و همکاران، ۱۴۰۰).

سازمان‌های عمومی و دولتی در کشور ما در دهه اخیر توجه چشمگیری به موضوع بهبود کیفیت خدمات نشان داده‌اند و اجرای طرح‌هایی چون تکریم ارباب‌رجوع شاهدی بر این ادعا محسوب می‌شود (الوانی و دده بیگی، ۱۳۸۶). تکریم ارباب‌رجوع باهدف پاسخ‌دهی به نیازهای مراجعه‌کنندگان سازمان‌ها و رعایت جایگاه ارزشی مراجعه‌کنندگان ایجاد شده است. تکریم ارباب‌رجوع فرایندی است که به افزایش و توسعه اثربخشی خدمات موردانتظار، پاسخگویی بهتر و خلاقیت در تصمیمات می‌انجامد (دوازده‌امامی و همکاران، ۱۴۰۱).

همان‌گونه که بیان داشتیم مبحث رضایت ارباب‌رجوع و گیرندگان خدمت، امروزه جز مباحث اساسی هر سازمان خدماتی است به‌طوری که نظریه ذی‌نفعان، ارباب‌رجوع را عضوی از سازمان تلقی می‌کند که رضایت آن مستقیماً منجر به توسعه، پایداری و خوش‌نامی سازمان خواهد شد (Kim & Song, 2024). در همین راستا آگاهی از میزان رضایتمندی مراجعین یا مشتریان برای سازمان‌ها و دستگاه‌های دولتی مهم بوده و می‌تواند باعث افزایش سطح کیفیت خدمات و در نتیجه افزایش میزان رضایتمندی مراجعین و مشتریان شود؛ به همین علت، همواره سازمان‌ها به دنبال ارزیابی و سنجش میزان رضایتمندی مشتریان و خدمات گیرندگان خود هستند (شیخی و سلطان پناه، ۱۴۰۰).

باتوجه‌به اهمیت موضوع سنجش رضایت مشتری، ارباب‌رجوع و گیرندگان خدمت پژوهشگران متعددی اقدام به ارائه مدل‌های متعددی در این زمینه نموده‌اند. مدل رضایت‌سنجی کانو[1]؛ مدل رضایتمندی فورنل[2]؛ مدل اندازه‌گیری سروکوال[3]؛ مدل شاخص ملی رضایت مشتری امریکا؛ مدل شاخص ملی رضایت مشتری اروپا؛ مدل شاخص ملی

1. KANO
2. Fornell
3. SERVQUAL

رضایت مشتری سوئیسی و مدل رضایت مشتری مالزی من‌جمله مدل‌ها و شاخص‌های ارائه شده در این حوزه بوده‌اند.

مدل کانو کیفیت خدمات و محصولات را بر اساس سه بعد «کیفیت اساسی»، «کیفیت عملکردی» و «کیفیت انگیزشی» دسته‌بندی می‌کند و نشان می‌دهد که تحقق ویژگی‌های مختلف تا چه حد باعث رضایت یا عدم رضایت مشتریان می‌شود. این مدل به سازمان‌ها کمک می‌کند تا نیازهای اصلی و انگیزشی مشتریان را شناسایی و اولویت‌بندی کنند (مظفری، ۱۴۰۳).

مدل فورنل امکان اندازه‌گیری رضایت مشتری در سطح ملی و سازمانی را فراهم می‌آورد و ارتباط کیفیت خدمات با رفتار مشتریان را نشان می‌دهد. این مدل جامع و قابل‌مقایسه در محیط‌های مختلف است و به‌عنوان یک شاخص استاندارد در بسیاری از تحقیقات مورداستفاده قرار گرفته است (فراهانی و همکاران، ۱۴۰۳).

مدل سروکوال کیفیت خدمات را به‌عنوان فاصله بین انتظارات و دریافت مشتری تعریف می‌کند و پنج بعد اصلی «قابلیت اطمینان»، «پاسخ‌گویی»، «تضمین»، «همدلی» و «ملموسات» را برای ارزیابی کیفیت خدمات در نظر می‌گیرد. این مدل به دلیل سازگاری با محیط‌های مختلف و پایایی بالای خود، یکی از پرکاربردترین ابزارها در سنجش رضایت ارباب‌رجوع در سازمان‌های دولتی و آموزشی است (رحیمی و همکاران، ۱۴۰۳).

باوجود کاربرد گسترده این مدل‌ها، هر کدام محدودیت‌هایی دارند؛ مدل کانو بیشتر بر ویژگی‌های کیفی تمرکز دارد، مدل فورنل عمدتاً برای سطح ملی طراحی شده و سروکوال برخی ابعاد جزئی رضایت مشتری را به طور کامل پوشش نمی‌دهد؛ بنابراین، خلأ پژوهشی موجود نشان می‌دهد که برای پاسخ به سؤال پژوهش حاضر و سنجش رضایت ارباب‌رجوع در نهادهای دولتی، نیازمند طراحی یا استفاده از ابزار مناسب مبتنی بر ویژگی‌های خاص این سازمان هستیم.

پیشینه پژوهش

در ادامه تحقیقات انجام شده در طراحی و اعتباریابی ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در مطالعات داخلی و خارجی ارائه شده است.

جدول ۱. پیشینه‌های تجربی (داخلی و خارجی) پژوهش

پژوهشگران/ سال انتشار	هدف	جامعه‌پژوهشی/ روش‌شناسی	یافته‌ها
Al Alyani (2024)	بررسی چگونگی رضایت دانشجویان به‌عنوان یک معیار کیفیت جهت ارزیابی و اعتباریابی مؤسسات آموزش عالی	کلیه پژوهش‌های صورت پذیرفته در حوزه مورد بررسی/ مرور ادبیات‌پژوهش	یافته‌ها نشان داد درحالی‌که معیارهای کیفی متعددی در ارزیابی مؤسسات آموزش عالی استفاده می‌گردد، رضایت دانشجویان به‌عنوان گیرندگان خدمت به طور فزاینده‌ای به یک عامل مهم برای ارزیابی کیفیت مؤسسات آموزش عالی تبدیل شده است؛ همچنین این پژوهش اهمیت رضایت دانشجویان را به‌عنوان شاخصی از کیفیت مؤسسه برجسته نموده و بینش‌هایی در زمینه مدل‌ها و روش‌های مورداستفاده برای سنجش و ارزیابی رضایت دانشجویان ارائه داده است.
Nurhidayah et al. (2024)	ارزیابی رضایت دانشجویان از خدمات آموزش عالی	دانشجویان یکی از دانشگاه‌های اسلامی ایالتی در شرق جاوه/ بررسی آمار توصیفی داده‌های به‌دست‌آمده از پرسش‌نامه	نتایج تحلیل پرسش‌نامه‌هایی مبتنی بر نظریه کیفیت خدمات که پنج بعد ملموس بودن، پاسخگویی، قابلیت اطمینان، تضمین و همدلی را از نظر دانشجویان به‌عنوان گیرندگان خدمات مؤسسات آموزش عالی مورد پرسش قرار می‌داد نشان داد کیفیت خدمات آموزش عالی در سطح پایینی قرار داشته و نیازمند توجه و بهبود مستمر است.
Olmos-Gómez et al. (2023)	طراحی و اعتبارسنجی پرسش‌نامه‌ای برای ارزیابی کیفیت آموزش در محیط دانشگاه و یافتن عواملی که می‌توانند به بهبود سیستم آموزشی کمک نمایند.	اسناد بالادستی مربوط به شرح مشاغل و نظرات خبرگان در بخش کیفی و ۱۳۰۲ نفر از دانشجویان در یک مرکز آموزش عالی در بخش کمی/ آمیخته (بخش کیفی: طراحی پرسش‌نامه و بخش کمی: اعتبارسنجی پرسش‌نامه)	نتایج پژوهش نشان داد این پرسش‌نامه طراحی شده در سطح بالایی از روایی و پایایی قرار دارد و اطلاعاتی در زمینه نظرات دانشجویان در مورد کیفیت آموزش در محیط دانشگاه ارائه می‌دهد و می‌تواند به‌عنوان ابزاری جهت اندازه‌گیری عملکرد سیستم آموزشی به روشی مؤثر و کارآمد عمل نماید.

ادامه جدول ۱.

پژوهشگران/ سال انتشار	هدف	جامعه‌پژوهشی/ روش‌شناسی	یافته‌ها
Olmos-Gómez et al. (2023)	طراحی و اعتبارسنجی پرسش‌نامه‌ای برای ارزیابی کیفیت آموزش در محیط دانشگاه و نیز یافتن عواملی که می‌توانند به بهبود سیستم آموزشی کمک نمایند.	اسناد بالادستی مربوط به شرح مشاغل و نظرات خبرگان در بخش کیفی و ۱۳۰۲ نفر از دانشجویان در یک مرکز آموزش عالی در بخش کمی/ آمیخته (در بخش کیفی طراحی پرسش‌نامه و در بخش کمی اعتبارسنجی پرسش‌نامه)	نتایج پژوهش نشان داد این پرسش‌نامه طراحی شده در سطح بالایی از روایی و پایایی قرار دارد و اطلاعاتی در زمینه نظرات دانشجویان در مورد کیفیت آموزش در محیط دانشگاه ارائه می‌دهد و می‌تواند به‌عنوان ابزاری جهت اندازه‌گیری عملکرد سیستم آموزشی به روشی مؤثر و کارآمد عمل نماید.
Sann et al. (2023)	طراحی و اعتباریابی یک مقیاس سنجش برای کیفیت خدمات دانشگاهی در طول پاندمی کرونا	اسناد بالادستی مربوط به شرح مشاغل و نظرات خبرگان در بخش کیفی و دریافت‌کنندگان خدمات دانشگاهی در بخش کمی/ آمیخته (در بخش کیفی طراحی پرسش‌نامه و در بخش کمی اعتبارسنجی پرسش‌نامه)	مقیاس سنجش ارائه شده با مجموع ۱۶ گویه، یک مقیاس معتبر و قابل‌اعتماد برای سنجش کیفیت خدمات دانشگاه‌ها بوده است. همچنین پژوهشگران دریافتند که دردسترس‌بودن، پاسخگویی و همدلی به طور قابل‌توجهی با رضایت دانشجویان از کیفیت خدمات دانشگاه ارتباط مثبت و معناداری داشته است.
Ibrahim et al. (2023)	طراحی و اعتباریابی یک مقیاس معتبر رضایت‌سنجی دانشجویی مبتنی بر وب	اسناد بالادستی مربوط به شرح مشاغل و نظرات خبرگان در بخش کیفی و دریافت‌کنندگان خدمات دانشگاهی در بخش کمی/ رویکرد آمیخته و با ترکیبی از مصاحبه‌های کیفی و نظرسنجی‌های کمی	در نهایت پژوهشگران مقیاسی طراحی نمودند که دارای ارزش تشخیصی و پیش‌بینی‌کننده برای بهبود اهداف تضمین کیفیت بوده است؛ همچنین یافته‌های بخش کمی پژوهش مؤید آن است که مقیاس طراحی شده معتبر، پایا و قابل‌اجرا می‌باشد.

ادامه جدول ۱.

پژوهشگران/ سال انتشار	هدف	جامعه‌پژوهشی/ روش‌شناسی	یافته‌ها
Monakhova (2023)	بررسی جنبه‌های روش‌شناختی طراحی یک زیرسیستم برای پایش رضایت ذی‌نفعان کلیدی در چارچوب یک نظام یکپارچه ارزیابی کیفیت فعالیت‌های آموزشی دانشگاه	پژوهش‌های پیشین، اسناد مربوطه و نظرات خبرگان در بخش کیفی و نظرات دانشجویان، کارفرمایان و کارکنان در قالب پرسش‌نامه در بخش کمی/ رویکرد آمیخته (ترکیبی از روش‌های کیفی و روش‌های کمی)	یافته‌های پژوهش نشان داد که بهره‌گیری از روش‌های کیفیت‌سنجی و محاسبه شاخص‌های فردی و گروهی با استفاده از میانگین‌گیری وزنی، امکان ارزیابی جامع و دقیق‌تری از سطح رضایت مصرف‌کنندگان خدمات آموزشی را فراهم می‌سازد. در این راستا، شاخص جامع رضایت که بر اساس نظرات دانشجویان، کارفرمایان و کارکنان دانشگاه محاسبه گردید، عدد ۰/۸۶ را نشان داد که بیانگر سطح رضایت بالا و وضعیت مطلوب دانشگاه در حوزه کیفیت فعالیت‌های آموزشی است.
عباسی اسفنجانی (۱۴۰۳)	به بررسی تأثیر کار عاطفی بر درک کیفیت خدمات و رضایت ارباب‌رجوع	گیرندگان خدمات در سازمان جهاد کشاورزی استان آذربایجان شرقی/ روش کمی (بر اساس تحلیل‌های آماری و مقادیر آماره تی)	نتایج پژوهش حاضر نشان داد بر اساس تحلیل‌های آماری و مقادیر آماره تی کار عاطفی به طور مستقیم بر رضایت ارباب‌رجوع و درک از کیفیت خدمات تأثیرگذار است؛ همچنین درک از کیفیت خدمات به طور مستقیم بر رضایت ارباب‌رجوع تأثیرگذار بوده است.
شیخی و سلطان پناه (۱۴۰۰)	سنجش میزان رضایت ارباب‌رجوع به روش تصمیم‌گیری چندمعیاره کریتیک	ایثارگران تحت پوشش بنیاد شهید و امور ایثارگران شهرستان بانه/ روش کمی (بر اساس روش تصمیم‌گیری چندمعیاره کریتیک)	نتایج نشان داد که به ترتیب معیارهای واحد پذیرش، واحد مددکاری اجتماعی و ارتباطات مراجعات رتبه‌های اول تا سوم را دررابطه‌با میزان رضایتمندی مراجعین بنیاد شهید و امور ایثارگران شهرستان بانه به خود اختصاص دادند. محورهای مورد سنجش پرسش‌نامه عبارت است از: شفافیت فرایند، پاسخ‌گویی و مسئولیت‌پذیری، تسلط بر فرایند، زمان فرایند، نظام‌مند بودن فرایند.

ادامه جدول ۱.

پژوهشگران/ سال انتشار	هدف	جامعه‌پژوهشی/ روش‌شناسی	یافته‌ها
هاشمی و سبزیان (۱۳۹۹)	سنجش رضایتمندی خانواده شهدای ناجا از خدمات امور ایثارگران بر اساس مدل بومی	خانواده شهدای ناجا/ کمی (بر اساس تحلیل‌های آماری صورت پذیرفته)	در نهایت هاشمی و سبزیان بیان داشتند مؤلفه‌های مورد سنجش در محور عملکرد ارائه‌کنندگان خدمات شامل اطلاع‌رسانی خدمات، تسهیل دسترسی به خدمات، ایجاد فضا و امکانات مناسب در اداره برای ارائه خدمات، برخورد مناسب و همدلانه در ارائه خدمات و مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی در ارائه خدمات می‌باشد.

مرور مطالعات صورت‌گرفته در حوزه سنجش رضایت ارباب‌رجوع، به‌ویژه در بستر آموزش عالی، گویای آن است که رضایت‌مندی گیرندگان خدمات به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های بنیادین در ارزیابی کیفیت خدمات، جایگاهی برجسته و فزاینده یافته است. یافته‌های پژوهش‌های بین‌المللی نظیر Olmos-Gómez et al. (2023) و Sann et al.(2023) نشان می‌دهد که طراحی و اعتبارسنجی ابزارهای استاندارد و چندبعدی برای ارزیابی کیفیت خدمات آموزشی، می‌تواند به طور مؤثری در شناخت نقاط قوت و ضعف سیستم‌های آموزش عالی مؤثر باشد. این مطالعات بر ویژگی‌هایی چون روایی ساختاری، پایایی درونی، و قابلیت تعمیم ابزارها در محیط‌های دانشگاهی تأکید دارند.

ازسوی‌دیگر، مطالعاتی چون Alalyani(2024) و Nurhidayah et al. (2024) ، ضمن تحلیل نقش رضایت دانشجویان در سازوکار ارزیابی مؤسسات آموزش عالی، بر اهمیت رویکردهای مدل‌محور و چندبعدی در سنجش کیفیت خدمات تأکید کرده‌اند. همچنین پژوهش‌هایی با رویکرد آمیخته همچون تحقیق Ibrahim et al. (2023) و نیز مطالعات دارای رویکرد سامانه‌ای نظیر پژوهش Monakhova(2023) ، افق‌های جدیدی در طراحی ابزارهای پایش رضایت با رویکردهای فناورانه و چندذی‌نفعی ترسیم کرده‌اند.

در سطح ملی نیز، هرچند پژوهش‌ها عمدتاً محدود به سازمان‌های دولتی و غیرآموزشی بوده‌اند، اما یافته‌های مطالعاتی نظیر اسفنجانی (۱۴۰۳)، شیخی و سلطان‌پناه (۱۴۰۰) و هاشمی و سبزیان (۱۳۹۹) بر اهمیت طراحی ابزارهای بومی، متناسب با زمینه سازمانی و نوع خدمت تأکید دارند. در این مطالعات، مؤلفه‌هایی چون کار عاطفی کارکنان، شفافیت فرآیند، تسهیل دسترسی، مسئولیت‌پذیری، و تعامل همدلانه به‌عنوان عوامل کلیدی مؤثر بر ادراک ارباب‌رجوع از کیفیت خدمات و رضایت نهایی آنان شناسایی شده‌اند.

برآیندکلی این مطالعات نشان می‌دهد که سنجش رضایت ارباب‌رجوع، به‌ویژه در نهادهای دانشگاهی، نیازمند ابزارهایی است که نه‌تنها از لحاظ روان‌سنجی معتبر و پایا باشند، بلکه بتوانند ابعاد چندگانه کیفیت خدمات را به‌صورت نظام‌مند و بومی‌سازی شده پوشش دهند. ازاین‌رو، طراحی و ابزاریابی پرسش‌نامه‌ای جامع و متناسب با ساختارها و فرایندهای دانشگاهی می‌تواند گامی اساسی در جهت ارتقای کیفیت خدمات و سیاست‌گذاری‌های بهبود محور در دانشگاه‌ها به شمار آید. به‌طورکلی در تحقیقات پیشین به‌صورت موردی و پراکنده به طراحی و اعتباریابی ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در دانشگاه پرداخته شده است. اغلب مطالعات انجام شده در این زمینه خارجی بوده و در سطح ملی پژوهشی که به طراحی و اعتباریابی ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در دانشگاه بپردازد؛ وجود نداشته است. به همین دلیل و باتوجه‌به نبود ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در دانشگاه، پژوهشگران سعی دارند تا با بهره‌گیری از مطالعات کتابخانه‌ای، تحلیل استاد بالادستی و تشکیل گروه‌های کانونی اقدام به طراحی ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در دانشگاه قم نمایند و در ادامه با به‌کارگیری تکنیک تحلیل عامل اکتشافی ابزار طراحی شده اعتباریابی خواهد شد.

روش

پژوهش حاضر از نظر جهت‌گیری، کاربردی بوده و از حیث بنیان فلسفی، به علت استفاده از فنون کیفی و کمی یک مطالعه پراگماتیسمی یا عمل‌گرا است. به علت استفاده از فنون کیفی و کمی برای تحلیل داده‌ها، تحقیق از روش‌شناسی آمیخته برخوردار است. در ادامه، روش‌شناسی هر فاز پژوهش به طور جداگانه و نظام‌مند ارائه می‌شود.

فاز نخست- فازی کیفی پژوهش

هدف پژوهش حاضر در بخش کیفی، طراحی ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در دانشگاه قم بوده است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات کیفی در پژوهش، استفاده از نظرات خبرگان از طریق تشکیل گروه‌های کانونی، بررسی مطالعات پیشین و بررسی اسناد و مدارک است.

نمونه‌گیری در بخش مرور مطالعات پیشین درباره رضایت‌سنجی و بررسی اسناد بالادستی به‌صورت هدفمند بوده است و به‌منظور بهره‌مندی از نظرات خبرگان پس از تحلیل ادبیات و اسناد بالادستی مربوط به شرح مشاغل در دانشگاه قم، گروه‌های کانونی متشکل از ۳۰ خبره از ۵ معاونت دانشگاه قم تشکیل گردید که هریک از این گروه‌های کانونی مربوط به یکی از معاونت‌های دانشگاه قم بود و ۶ نفر خبره و متخصص مرتبط با فعالیت‌های آن معاونت حضور داشتند. در ادامه پژوهشگر داده‌های جمع‌آوری شده در بخش کیفی پژوهش را با به‌کارگیری تکنیک تحلیل تم، تحلیل نمود. در پژوهش حاضر، از فرایند تحلیل تم معرفی شده توسط(2010) King & Horrocks شامل کدگذاری توصیفی، تفسیری و فراگیر برای تحلیل داده‌های مرحله کیفی استفاده شد.

پژوهشگر جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار تحلیل داده‌های کیفی MAXQDA نسخه ۲۰۲۰ استفاده‌کرده‌است. گفتنی است نرم‌افزارهای کیفی برخلاف نرم‌افزارهای کمی از عهده‌ی تحلیل و تفسیر دادها برنمی‌آیند؛ این نرم‌افزارها صرفاً پژوهشگر را در مدیریت حجم انبوهی از داده‌های کیفی یاری می‌رسانند و درنهایت، تحلیل و تفسیر بر عهده پژوهشگر خواهدبود (جواهری‌زاده و همکاران، ۱۴۰۳). پس از تحلیل داده‌های حاصل از بررسی مطالعات پیشین حوزه پژوهش و اسناد بالادستی به شیوه تحلیل تم، نتایج کدگذاری‌ها در گروه‌های کانونی متشکل از ۳۰ خبره ارائه گشت تا با بحث و گفتگو در مورد تم‌های حاصل شده و نیز بهره‌گیری از نظرات گروه‌های کانونی، تم‌های ارائه شده در مرحله پیش تکمیل گردند. خروجی این مرحله، پرسش‌نامه سنجش رضایت ارباب‌رجوع در دانشگاه قم است.

پژوهشگران جهت حصول روایی محتوای ابزار ارائه شده در بخش کیفی پژوهش، این پرسش‌نامه را در اختیار خبرگان قرار دادند و بدین طریق با استفاده از نظرات آن‌ها روایی محتوا ابزار سنجش تأیید گشت.

فاز دوم- فاز کمی پژوهش

هدف این فاز از پژوهش، اعتباریابی ابزار ارائه شده در فاز نخست پژوهش می‌باشد. جهت تحقق این امر، پرسش‌نامه به‌عنوان ابزار جمع‌آوری داده مورداستفاده قرار گرفته است. در بخش کمی پژوهش، نمونه‌گیری تصادفی ساده بوده است و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران محاسبه گردیده است. در این بخش از پژوهش، به‌منظور حصول پایایی پیش از آزمون ابزار ارائه شده، پرسش‌نامه طراحی شده در بین ۳۷ نفر از گیرندگان خدمات دانشگاه قم (دانشجویان و اساتید هیئت‌علمی) توزیع گشت و جهت تحلیل مقدار آلفای کرونباخ به‌وسیله نرم‌افزار SPSS به دست آمد.

همچنین جهت حصول روایی سازه ابزار طراحی شده در پژوهش حاضر، داده‌های حاصل از پرسش‌نامه‌های توزیع شده در بین ۳۶۶ نفر از گیرندگان خدمت در دانشگاه قم با به‌کارگیری تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی و با استفاده از نرم‌افزار SPSS، تحلیل گشت. همچنین با به‌دست‌آوردن مقادیر آلفای کرونباخ ۳۶۶ پرسش‌نامه تکمیل شده، پایایی پس از آزمون ابزار ارائه شده تأیید شد.

شکل ۱. مراحل اجرای پژوهش

یافته‌ها

داده‌های جمع‌آوری شده از مرور ادبیات و نیز بررسی اسناد مرتبط با شرح مشاغل معاونت‌های دانشگاه قم با تکنیک تحلیل تم مورد تجزیه و تحلیل قرارگرفت. با مرور ادبیات گسترده‌ای که انجام شد، پرسش‌نامه‌های سنجش رضایت ارباب‌رجوع از میز خدمات سازمان‌های دولتی، مدل سروکوال، مقیاس سنجش میزان رضایتمندی ارباب‌رجوع اداره کل تربیت بدنی استان اصفهان، پرسش‌نامه رضایت ارباب‌رجوع افشاری (۱۳۹۴)، پرسش‌نامه رضایت ارباب‌رجوع ویشلقی (۱۳۹۵)، ارزیابی رضایت مشتریان شرکت ایرانول، رضایت از چهار حیطه عملکرد مدیریت خدمات آموزشی از دید مدرسان (سیادت و همکاران)، تصویر کلی از گروه آموزشی (مدل EFQM)، خدمات

آموزشی(مدل EFQM)، ارائه و پیگیری پس از ارائهٔ خدمات آموزش(مدل EFQM)، وفاداری به دانشگاه (مدل EFQM)، مدل عمومی برای سنجش رضایت مشتری از عناصر قابل کنترل تجربه خرید درون فروشگاهی[1] به‌عنوان منبع داده مناسب تشخیص داده شد و گویه‌هایی از آن‌ها استخراج گردید. همچنین برای استخراج گویه‌های مرتبط با فعالیت‌های کاری مشاغل نیز، شرح مشاغل دانشگاه که بالغ بر ۲۰۸ صفحه می‌باشد از مسئولین مرتبط دریافت و آماده تحلیل گردید. پژوهشگر در گام بعدی اقدام به کدگذاری توصیفی داده‌های جمع‌آوری شده نمود و بدین ترتیب در ابتدا کدهای اولیه مشخص شدند و پس از آن با ادغام کدهای تکراری و مشابه تم‌های فرعی شکل گرفتند. در مجموع ۱۰۳ کد به‌عنوان تم فرعی شناسایی شد. فرایند کدگذاری در مرحله اول این گونه بوده است که محقق ابتدا متن را کلمه به کلمه، جمله به جمله، پاراگراف به پاراگراف به صورت دقیق مطالعه کرده و سپس با استفاده از حساسیت نظری، قسمتی از متن را که پاسخ پرسش پژوهش تشخیص داده‌است، انتخاب کرده و سپس کدی را برای آن در نظر می گیرد. حساسیت نظری به محقق می گوید که کدام کلمه، عبارت و یا جمله را برای کدگذاری انتخاب نماید (جواهری‌زاده و همکاران، ۱۴۰۳). به دلیل حجم زیاد کدگذاری مرحله اول به نمایش برشی از داده‌های استخراج شده از پیشینه پژوهش در جدول شماره ۲ بسنده می‌شود.

در گام بعدی پژوهشگر تم‌های فرعی به‌دست‌آمده را که بیشترین قرابت معنا و مفهوم را نسبت به هم داشتند کنار هم قرار داده و به خلق معانی و واژه‌های جدید پرداخت و تم‌های فرعی را در قالب تم‌های اصلی دسته‌بندی کرد (قاسمی بنابری، ۱۴۰۲) و بدین صورت تعداد ۶ تم اصلی (بعد دسترسی، بعد حمایتی، بعد کاری، بعد فیزیکی محیطی و ملموسات، بعد زمانی و بعد ارتباطی) شکل گرفت که در بخش کیفی پژوهش حاضر معادل مؤلفه پرسش‌نامه محسوب می‌شد.

---

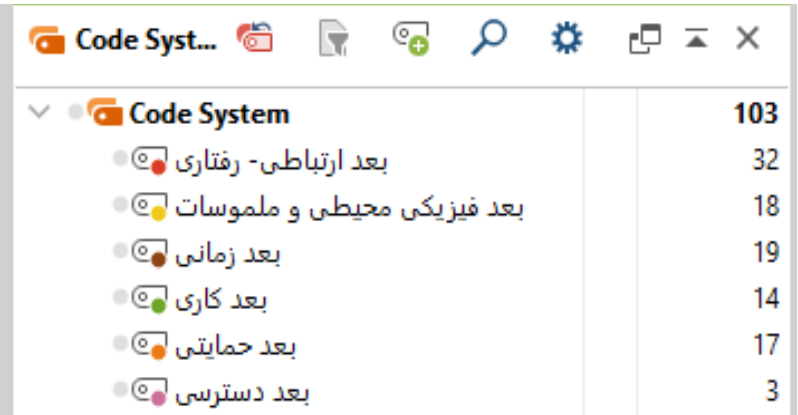
1 A generic instrument to measure customer satisfaction with the controllable elements of the in-store shopping experience

کلیه کدگذاری‌ها در نرم‌افزار تحلیل داده‌های کیفی MAXQDA نسخه ۲۰۲۰ انجام شده است. در شکل شماره ۲ فراوانی کدهای اولیه (۱۰۳ کد) گویه‌های سنجش رضایت ارباب‌رجوع از خدمات دانشگاه قم در ۶ تم اصلی نمایش داده شده‌است.

جدول ۲. بخشی از داده‌های استخراج شده از پیشینه تحقیق

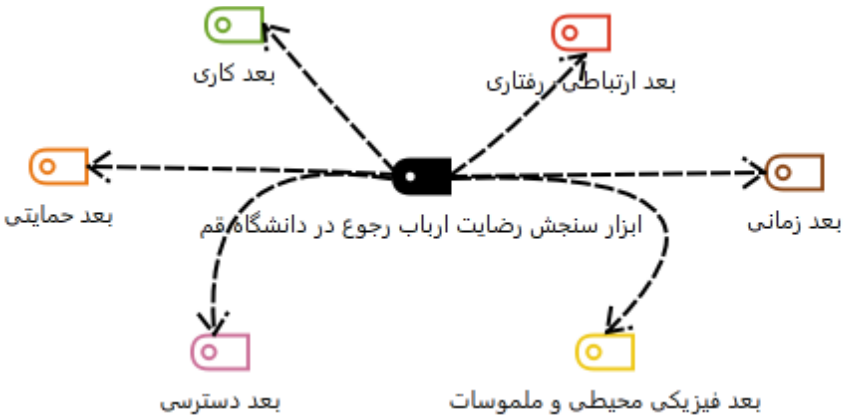
ابعاد	گویه	منبع
عوامل محسوس	برخورداری از تجهیزات به‌روز	مدل سروکوال
	جذابیت بصری تسهیلات فیزیکی شرکت	مدل سروکوال
	پاکیزگی و آراستگی ظاهر کارکنان	مدل سروکوال
دسترسی	علائم نصب شده برای راهنمایی توسط شهرداری مناسب است.	پرسش‌نامه رضایت ارباب‌رجوع ویشلقی
	ساعات ارائه خدمات مناسب و به‌موقع است.	پرسش‌نامه رضایت ارباب‌رجوع ویشلقی
	نحوه دریافت خدمات مناسب می‌باشد.	پرسش‌نامه رضایت ارباب‌رجوع ویشلقی
تعامل فردی	کارکنان... همیشه مایل به کمک به من هستند.	مدل عمومی برای سنجش رضایت مشتری از عناصر قابل‌کنترل تجربه خرید درون فروشگاهی
	کارکنان... به من توجه شخصی دارند.	مدل عمومی برای سنجش رضایت مشتری از عناصر قابل‌کنترل تجربه خرید درون فروشگاهی
	کارکنان به‌صورت مداوم مؤدب هستند.	مدل عمومی برای سنجش رضایت مشتری از عناصر قابل‌کنترل تجربه خرید درون فروشگاهی

شکل ۲. فراوانی کدهای ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در دانشگاه قم



در شکل شماره ۳ نیز خروجی نرم افزار به شکل Map نمایش داده شده‌است. در این شکل تم‌های اصلی قابل مشاهده‌است.

شکل ۳. تم‌های اصلی تشکیل‌دهنده ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در دانشگاه قم (MAXQDA MAP ، نسخه ۲۰۲۰)



پس از پایان تحلیل تم، تم‌های به‌دست‌آمده از مرحله قبل، جهت تکمیل و بهره‌مندی از نظرات خبرگان هر یک از معاونت‌های دانشگاه، در گروه‌های کانونی (متشکل از ۳۰ خبره از ۵ معاونت دانشگاه قم که هریک از این گروه‌های کانونی مربوط به یکی از معاونت‌های اصلی دانشگاه بود و ۶ نفر خبره و متخصص مرتبط با فعالیت‌های آن معاونت حضور داشتند) مطرح گشت. بدین صورت پژوهشگر از طریق تحلیل پیشینه ادبیات مرتبط با موضوع پژوهش و اسناد بالادستی به شیوهٔ تحلیل تم و نیز بهره‌مندی از نظرات گروه‌های کانونی اقدام به تدوین پرسش‌نامه سنجش رضایت ارباب‌رجوع در دانشگاه قم نمود.

در مرحله بعد، به‌منظور حصول روایی محتوا ابزار سنجش ارائه شده در بخش کیفی، پژوهشگر از نظرات خبرگان استفاده نموده است بدین‌طریق که پرسش‌نامه طراحی شده را در اختیار خبرگان قرار داده و از نظرات آن‌ها در جهت اصلاح و یا تأیید ابزار سنجش بهره‌مند گردید و بدین ترتیب روایی محتوای ابزار ارائه شده توسط خبرگان تأیید گشت.

پس از طراحی و اطمینان از روایی محتوای ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در دانشگاه قم، پژوهشگر در ابتدا اقدام به توزیع پرسش‌نامه در بین ۳۷ نفر از گیرندگان

خدمات (دانشجویان و اساتید هیئت علمی) در دانشگاه قم نمود؛ انتخاب مشارکت کنندگان در این بخش به شیوه تصادفی ساده بوده است. در ادامه جهت سنجش پایایی پیش از آزمون پرسش‌نامه پژوهشگر داده‌های حاصل از پرسش‌نامه‌های تکمیل شده را با استفاده از نرم‌افزار SPSS و بررسی مقدار آلفای کرونباخ مورد تحلیل قرار داد. معمولاً آلفای کم‌تر از ۰/۶ پایایی ضعیف، ۰/۶ تا۰/۸ قابل قبول و بالاتر از ۰/۸ نشان‌دهنده‌ی پایایی بالا می‌باشد که هر چه این عدد به یک نزدیک‌تر باشد بهتر است (قاسمی بنابری، ۱۳۹۸). در این مرحله، پایایی پیش از آزمون پرسش‌نامه با آلفای ۰/۹۴۹ مورد تأیید قرار گرفت.

جدول ۳. ضریب آلفای کرونباخ (خروجی SPSS نسخه ۲۷)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.949	24

در گام بعدی پژوهش، پژوهشگر جهت سنجش روایی سازه ابزار طراحی شده، اقدام به توزیع پرسش‌نامه در بین ۳۶۶ نفر از گیرندگان خدمات (دانشجویان و اساتید هیئت علمی) در دانشگاه قم نمود. به طور کلی جهت تعیین حجم نمونه بسته به این مورد که حجم جامعه معلوم باشد و نامعلوم دو فرمول کلی وجود دارد. در حالتی که حجم جامعه معلوم باشد از فرمول زیر که فرمول کوکران معروف است، برای تعیین حجم نمونه استفاده می‌شود.

$$n = \frac{N \cdot z_{\frac{\alpha}{2}}^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N-1) + z_{\frac{\alpha}{2}}^2 \cdot p \cdot q} \qquad (۱)$$

در فرمول فوق منظور از N حجم جامعه آماری است. (p) و (q) معمولاً برابر ۵۰ درصد قرار داده می‌شوند، (e) عددی کوچک‌تر از ۱۰ درصد انتخاب می‌گردد و مقدار (z) با فرض (α) برابر ۵ درصد از جدول توزیع نرمال بدست می‌آید (قاسمی بنابری، ۱۳۹۸).

در پژوهش حاضر باتوجه‌به اینکه حجم جامعه ۷۰۰۰ نفر از دانشجویان دانشگاه قم و ۳۲۰ نفر از اعضای هیئت علمی این دانشگاه تعیین شد، در ادامه با در نظر گرفتن(e) برابر (۰/۰۵) و در سطح اطمینان (۰/۹۵) حجم نمونه از طریق فرمول بالا ۳۶۶ نفر بدست آمد.

$$366 = \frac{7320\times1/96^2\times0/50\times0/50}{0/05^2\times(7320-1)+1/96^2\times0/50\times0/50} \qquad (۲)$$

به طور معمول از دو رویکرد تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل عاملی اکتشافی می‌توان در ابزارسازی استفاده نمود (زوارقی، ۱۴۰۲). در این پژوهش با توجه به عدم وجود دیدی اولیه راجع به حوزه موضوعی مورد بررسی، از تحلیل عاملی اکتشافی در راستای کشف و شناسایی گویه‌ها و عوامل سنجش رضایت گیرندگان خدمات از خدمات آموزشی ارائه شده در دانشگاه قم استفاده شد. بدین منظور پژوهشگر اقدام به تحلیل داده‌های پرسش‌نامه‌های تکمیل شده توسط ۳۶۶ نفر از گیرندگان خدمات در دانشگاه قم که همگی از دانشجویان و اساتید هیئت علمی این دانشگاه بودند؛ با استفاده از نرم‌افزار SPSS نمود. گفتنیست حجم نمونه جهت تکمیل پرسش‌نامه از طریق فرمول کوکران محاسبه شده است و این افراد به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. جهت انجام تحلیل عاملی اکتشافی ابتدا ماتریس داده‌ها تشکیل شد. ماتریس داده‌ها در این پژوهش، ماتریسی متشکل از ۲۴ ستون و ۳۶۶ سطر است که ستون‌های آن معرف متغیرهای پژوهش(گویه‌های پرسش‌نامه سنجش رضایت گیرندگان خدمات آموزشی در دانشگاه قم) و سطرهای آن معرف نظرات پاسخ‌دهندگان (گیرندگان خدمات آموزشی در دانشگاه قم شامل دانشجویان و اساتید هیئت علمی) درباره هر کدام از گویه‌های پرسش‌نامه است. پیش از اجرای تحلیل عاملی، ضروری است اطمینان حاصل شود که داده‌های گردآوری‌شده قابلیت تحلیل دارند. برای این منظور، معمولاً از شاخص کفایت نمونه‌گیری KMO و آزمون بارتلت استفاده می‌شود. شاخص KMO میزان کفایت نمونه‌گیری را نشان داده و با بررسی همبستگی‌های جزئی میان متغیرها، مشخص می‌کند که آیا واریانس متغیرهای پژوهش از طریق عوامل بنیادی و پنهان تبیین می‌شود یا خیر. همچنین، آزمون بارتلت به

ارزیابی معناداری ماتریس همبستگی پرداخته و مشخص می‌سازد که آیا داده‌ها برای استخراج ساختار عاملی مناسب هستند یا خیر (قاسمی بنابری، ۱۳۹۸).

جدول ٤. آزمون KMO و آزمون بارتلت (خروجی SPSS نسخه ۲۷)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.951
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	5905.156
	df	276
	Sig.	.000

بر اساس نتایج جدول KMO مقداری که بالاتر از ۰.۶ را نشان می‌دهد، می‌توان نتیجه گرفت داده‌های پژوهش برای تحلیل عاملی مناسب هستند (قلی‌پور و همکاران، ۱۴۰۲). علاوه بر این، خروجی آزمون بارتلت بیانگر آن است که این آزمون در سطح خطای کمتر از ۰.۰۱ معنادار شده است. به این ترتیب، ماتریس همبستگی بین گویه‌ها یک ماتریس واحد یا همانی محسوب نمی‌شود و در نتیجه ارتباط‌های معناداری میان گویه‌ها برقرار است. وجود این روابط امکان شناسایی و استخراج عامل‌های جدید را بر اساس همبستگی متغیرها فراهم می‌سازد. بنابراین می‌توان گفت تحلیل عاملی در این تحقیق جهت کشف ساختار مدل (مدل عاملی) داده‌ها مناسب خواهد بود، زیرا فرض همانی بودن ماتریس همبستگی رد شده است.

خروجی دوم که با عنوان ماتریس اشتراکات (جدول ۵) ارائه می‌شود، شامل دو بخش اشتراک اولیه و اشتراک استخراجی است. در فرآیند تحلیل، تمرکز اصلی بر ستون اشتراک استخراجی قرار دارد؛ زیرا هرچه مقدار این شاخص بزرگ‌تر باشد، نشان می‌دهد عامل استخراج‌شده توانایی بیشتری در تبیین متغیرها دارد. با توجه به اینکه مقادیر تمامی گویه‌ها مثبت بوده و عمدتاً بالاتر از ۰.۴ قرار دارند (در حالی که در بسیاری از منابع همچون پژوهش قاسمی بنابری (۱۳۹۸)، مقدار آستانه ۰.۳ ذکر شده است)، می‌توان نتیجه گرفت

که تحلیل با در نظر گرفتن تمامی متغیرها آغاز شده و همه سنجه‌ها در مدل نهایی حفظ می‌شوند.

جدول ۵. ماتریس اشتراکات(خروجی SPSS نسخه ۲۷)

Communalities		
	Initial	Extraction
مسئول ارائه خدمت به تقاضاهای من با صبر و حوصله گوش می‌دهند.	.762	.739
مسئول ارائه خدمت هنگام ارائه خدمت به تمام درخواست‌های من توجه دارند.	.791	.733
مسئول ارائه خدمت با روی گشاده منتظر شنیدن درخواست‌های من شدند.	.706	.687
مسئول ارائه خدمت در هنگام مواجه با مشکلات با من همدردی می‌کنند.	.574	.569
مسئول ارائه خدمت در صورت عدم توانایی برای انجام درخواست، راهنمایی و مشاوره لازم برای حل مشکل را ارائه می‌دهند.	.601	.594
مسئول ارائه خدمت فوریت‌ها و اضطرارهای کاری من را به‌خوبی درک کرده و در چارچوب قوانین پاسخ مناسب می‌دهد.	.658	.624
مسئول ارائه خدمت هنگام ارتباط با من ادب، نزاکت و احترام را رعایت می‌کنند.	.582	.549
مسئول ارائه خدمت در ارائه خدمت به ارباب‌رجوع بدون تبعیض عمل می‌کند و با همه برخورد یکسانی دارند.	.487	.462
مسئول ارائه خدمت پس از مراجعه، پیگیری لازم را انجام می‌دهد تا اطمینان حاصل شود که درخواست ارباب‌رجوع تکمیل و مشکل رفع شده است	.565	.536
مسئول ارائه خدمت در همان مرحله اول در صورت لزوم مدارک لازم برای انجام کار را مشخص می‌کنند.	.661	.742
مسئول ارائه خدمت به هنگام مواجهه با مشکلات، ابتکار عمل لازم را به کار می‌گیرد تا درخواست ارباب‌رجوع به بهترین نحو مرتفع گردد.	.716	.692
مسئول ارائه خدمت در انجام فعالیت‌های کاری مستندسازی لازم را انجام می‌دهد و از درخواست مجدد مدارک خودداری می‌نماید.	.613	.598

ادامه جدول ۵.

Communalities		
	Initial	Extraction
توضیحاتی که مسئول ارائه خدمت درباره روند کار به من می‌دهند، درست، روشن و قابل‌فهم است.	.647	.675
مسئول ارائه خدمت از قوانین و مقررات، ضوابط و تصویب‌نامه‌های حوزه کاری خودآگاهی دارد (مراحل انجام کار را می‌داند).	.538	.544
مسئول ارائه خدمت به قول‌ها و وعده‌های کاری خود عمل می‌نمایند.	.645	.631
در صورت عدم حضور مسئول ارائه خدمت در محل کار، عدم حضور خود را اطلاع‌رسانی کرده و همکار جایگزین برای انجام کارهای ضروری مشخص کرده است.	.542	.619
مسئول ارائه خدمت در زمان اداری کاملاً در دسترس و آماده پاسخگویی هستند.	.592	.643
مسئول ارائه خدمت، خدمات را در زمان وعده‌داده‌شده و به‌موقع به ارباب‌رجوع ارائه می‌دهند.	.619	.586
من به شکل غیرحضوری از طریق تلفن و یا پیام‌رسان‌های اجتماعی موردتأیید دانشگاه و صندوق پست الکترونیک می‌توانم به مسئول ارائه خدمت دسترسی داشته باشم.	.502	.535
تعداد دفعات مراجعه به دفتر کار مسئول ارائه خدمت برای دریافت خدمت منطقی به نظر می‌رسد.	.562	.548
هنگامی‌که برای دریافت خدمات به مسئول مربوطه مراجعه نمودم؛ فضای داخلی اتاق کار مسئول ارائه خدمت تمیز، مرتب و به‌اندازه کافی جذاب بوده است.	.528	.603
مسئول ارائه خدمت به آراستگی خود اهمیت می‌دهند و ضمن رعایت هنجارهای اجتماعی دارای پوششی تمیز و مرتب و مطلوب هستند.	.526	.582
هنگامی که برای دریافت خدمات مراجعه می‌کنم امکانات رفاهی لازم مانند نیمکت، سیستم تهویه‌مطبوع، آب‌سردکن و غیره در دسترس است.	.423	.417
تجهیزات و وسایل موردنیاز اداری مانند رایانه، پرینتر، اینترنت و غیره در محل کار موجود و مورداستفاده قرار می‌گیرد.	.338	.331

خروجی سوم (جدول ۶) حاوی سه قسمت است. قسمت اول (با برچسب Initial Eigenvalues) مربوط به مقادیر ویژه است و تعیین کننده عامل‌هایی است که در تحلیل باقی می‌مانند و عامل‌هایی که مقادیر ویژه کم‌تر از ۱ دارند از تحلیل خارج می‌شوند. عامل خارج شده از تحلیل، عواملی هستند که حضور آن‌ها باعث تبیین بیشتر واریانس نمی‌شود. قسمت دوم (با برچسب Extraction Sums Of Squared Loading) مربوط به عوامل ویژه عوامل استخراجی بدون چرخش است و قسمت سوم (با برچسب Rotation Sums Of Squared Loading) نشان‌دهنده عوامل ویژه استخراجی با چرخش می‌باشد(قلی‌پور و همکاران، ۱۴۰۲). در مثال حاضر، چهار عامل نخست دارای مقادیر ویژه بزرگ‌تر از ۱ بوده و قادرند حدود ۵۹ درصد از واریانس متغیرها را توضیح دهند. همچنین، خروجی ماتریس مؤلفه‌ها در نرم‌افزار SPSS نشان می‌دهد که داده‌ها در قالب چهار خوشه یا عامل اصلی گروه‌بندی شده‌اند؛ بدین معنا که پدیده مورد مطالعه از چهار عامل بنیادی تشکیل شده است.

خروجی چهارم (جدول ۷) به منظور تفسیر بارهای عاملی به‌کار می‌رود. از آنجا که بارهای عاملی در حالت بدون چرخش تبیین روشنی ندارند، معمولاً از جدول مربوط به ماتریس اجزای چرخیده‌شده استفاده می‌شود. این جدول بار عاملی هر یک از متغیرها را در عامل‌های باقی‌مانده پس از فرایند چرخش نشان می‌دهد. هرچه مقدار مطلق ضرایب بزرگ‌تر باشد، بیانگر آن است که عامل مورد نظر سهم بیشتری در تبیین واریانس متغیر مربوطه ایفا می‌کند (قلی‌پور و همکاران، ۱۴۰۲).

جدول ٦. ماتریس کل توضیح داده شده(خروجی SPSS نسخه ۲۷)

Total Variance Explained									
Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	11.805	49.187	49.187	11.416	47.565	47.565	5.638	23.493	23.493
2	1.560	6.501	55.688	1.129	4.704	52.268	3.184	13.268	36.760
3	1.377	5.739	61.427	.977	4.070	56.339	2.712	11.300	48.060
4	1.103	4.596	66.023	.719	2.998	59.337	2.706	11.276	59.337
5	.746	3.109	69.132						
6	.699	2.911	72.043						
7	.686	2.859	74.902						
8	.624	2.600	77.502						
9	.565	2.355	79.857						
10	.501	2.089	81.946						
11	.465	1.936	83.882						
12	.434	1.808	85.690						
13	.386	1.607	87.297						
14	.384	1.600	88.898						
15	.373	1.556	90.453						
16	.362	1.509	91.963						
17	.313	1.303	93.266						
18	.297	1.238	94.503						
19	.289	1.204	95.707						
20	.251	1.046	96.753						
21	.228	.948	97.701						
22	.221	.919	98.620						
23	.202	.843	99.463						
24	.129	.537	100.000						

جدول ۷. ماتریس اجزا چرخیده شده(خروجی SPSS نسخه ۲۷)

Rotated Factor Matrix				
	Factor			
	1	2	3	4
مسئول ارائه خدمت به تقاضاهای من با صبر و حوصله گوش می‌دهند.	.764			
مسئول ارائه خدمت هنگام ارائه خدمت به تمام درخواست‌های من توجه دارند.	.738		.320	
مسئول ارائه خدمت با روی گشاده منتظر شنیدن درخواست‌های من شدند.	.702		.335	
مسئول ارائه خدمت در هنگام مواجه با مشکلات با من همدردی می‌کنند.	.699			
مسئول ارائه خدمت در صورت عدم توانایی برای انجام درخواست، راهنمایی و مشاوره لازم برای حل مشکل را ارائه می‌دهند.	.655	.337		
مسئول ارائه خدمت فوریت‌ها و اضطرارهای کاری من را به‌خوبی درک کرده و در چارچوب قوانین پاسخ مناسب می‌دهد.	.615	.394		
مسئول ارائه خدمت هنگام ارتباط با من ادب، نزاکت و احترام را رعایت می‌کنند.	.573		.347	
مسئول ارائه خدمت در ارائه خدمت به ارباب‌رجوع بدون تبعیض عمل می‌کند و با همه برخورد یکسانی دارند.	.562			
مسئول ارائه خدمت پس از مراجعه، پیگیری لازم را انجام می‌دهد تا اطمینان حاصل شود که درخواست ارباب‌رجوع تکمیل و مشکل رفع شده است	.557			.406
مسئول ارائه خدمت در همان مرحله اول در صورت لزوم مدارک لازم برای انجام کار را مشخص می‌کنند.		.773		
مسئول ارائه خدمت به هنگام مواجهه با مشکلات، ابتکار عمل لازم را به کار می‌گیرد تا درخواست ارباب‌رجوع به بهترین نحو مرتفع گردد.	.633	.396		.307
مسئول ارائه خدمت در انجام فعالیت‌های کاری مستندسازی لازم را انجام می‌دهد و از درخواست مجدد مدارک خودداری می‌نماید.		.640		
توضیحاتی که مسئول ارائه خدمت درباره روند کار به من می‌دهند، درست، روشن و قابل‌فهم است.	.417	.648		
مسئول ارائه خدمت از قوانین و مقررات، ضوابط و تصویب‌نامه‌های حوزه کاری خودآگاهی دارد (مراحل انجام کار را می‌داند).		.585		
مسئول ارائه خدمت به قول‌ها و وعده‌های کاری خود عمل می‌نمایند.	.449	.509		
در صورت عدم حضور مسئول ارائه خدمت در محل کار، عدم حضور خود را اطلاع‌رسانی کرده و همکار جایگزین برای انجام کارهای ضروری مشخص کرده است.				.697
مسئول ارائه خدمت در زمان اداری کاملاً در دسترس و آماده پاسخگویی هستند.	.366			.661
مسئول ارائه خدمت، خدمات را در زمان وعده‌داده‌شده و به‌موقع به ارباب‌رجوع ارائه می‌دهند.	.504			.437
من به شکل غیرحضوری از طریق تلفن و یا پیام‌رسان‌های اجتماعی موردتأیید دانشگاه و صندوق پست الکترونیک می‌توانم به مسئول ارائه خدمت دسترسی داشته باشم.		.323		.592
تعداد دفعات مراجعه به دفتر کار مسئول ارائه خدمت برای دریافت خدمت منطقی به نظر می‌رسد.	.398		.363	.468
هنگامی که برای دریافت خدمات به مسئول مربوطه مراجعه نمودم؛ فضای داخلی اتاق کار مسئول ارائه خدمت تمیز، مرتب و به‌اندازه کافی جذاب بوده است.			.730	
مسئول ارائه خدمت به آراستگی خود اهمیت می‌دهند و ضمن رعایت هنجارهای اجتماعی دارای پوششی تمیز و مرتب و مطلوب هستند.			.675	
هنگامی که برای دریافت خدمات مراجعه می‌کنم امکانات رفاهی لازم مانند نیمکت، سیستم تهویه‌مطبوع، آب‌سردکن و غیره در دسترس است.			.587	
تجهیزات و وسایل موردنیاز اداری مانند رایانه، پرینتر، اینترنت و غیره در محل کار موجود و مورداستفاده قرار می‌گیرد.			.462	

در جدول شماره ۸ نتایج تحلیل عاملی اکتشافی ارائه شده‌است.

جدول ۸. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی

گویه‌ها	۱	۲	۳	٤
مسئول ارائه خدمت به تقاضاهای من با صبر و حوصله گوش می‌دهند.	۰/۷٦٤			
مسئول ارائه خدمت هنگام ارائه خدمت به تمام درخواست‌های من توجه دارند.	۰/۷۳۸			
مسئول ارائه خدمت با روی گشاده منتظر شنیدن درخواست‌های من شدند.	۰/۷۰۲			
مسئول ارائه خدمت در هنگام مواجه با مشکلات با من همدردی می‌کنند.	۰/٦۹۹			
مسئول ارائه خدمت در صورت عدم توانایی برای انجام درخواست، راهنمایی و مشاوره لازم برای حل مشکل را ارائه می‌دهند.	۰/٦٥٥			
مسئول ارائه خدمت فوریت‌ها و اضطرارهای کاری من را به‌خوبی درک کرده و در چارچوب قوانین پاسخ مناسب می‌دهد.	۰/٦۱٥			
مسئول ارائه خدمت هنگام ارتباط با من ادب، نزاکت و احترام را رعایت می‌کنند.	۰/٥۷۳			
مسئول ارائه خدمت در ارائه خدمت به ارباب‌رجوع بدون تبعیض عمل می‌کند و با همه برخورد یکسانی دارند.	۰/٥٦۲			
مسئول ارائه خدمت پس از مراجعه، پیگیری لازم را انجام می‌دهد تا اطمینان حاصل شود که درخواست ارباب‌رجوع تکمیل و مشکل رفع شده است	۰/٥٥۷			
مسئول ارائه خدمت در همان مرحله اول در صورت لزوم مدارک لازم برای انجام کار را مشخص می‌کنند.		۰/۷۷۳		
مسئول ارائه خدمت به هنگام مواجهه با مشکلات، ابتکار عمل لازم را به کار می‌گیرد تا درخواست ارباب‌رجوع به بهترین نحو مرتفع گردد.		۰/۳۹٦		
مسئول ارائه خدمت در انجام فعالیت‌های کاری مستندسازی لازم را انجام می‌دهد و از درخواست مجدد مدارک خودداری می‌نماید.		۰/٦٤۰		
توضیحاتی که مسئول ارائه خدمت درباره روند کار به من می‌دهند، درست، روشن و قابل‌فهم است.		۰/٦٤۸		

ادامه جدول ۸.

گویه‌ها	۱	۲	۳	٤
مسئول ارائه خدمت از قوانین و مقررات، ضوابط و تصویب‌نامه‌های حوزه کاری خودآگاهی دارد (مراحل انجام کار را می‌داند).		۰/۵۸۵		
مسئول ارائه خدمت به قول‌ها و وعده‌های کاری خود عمل می‌نمایند.		۰/۵۰۹		
هنگامی‌که برای دریافت خدمات به مسئول مربوطه مراجعه نمودم؛ فضای داخلی اتاق کار مسئول ارائه خدمت تمیز، مرتب و به‌اندازه کافی جذاب بوده است.			۰/۷۳۰	
مسئول ارائه خدمت به آراستگی خود اهمیت می‌دهند و ضمن رعایت هنجارهای اجتماعی دارای پوششی تمیز و مرتب و مطلوب هستند.			۰/٦۷۵	
هنگامی که برای دریافت خدمات مراجعه می‌کنم امکانات رفاهی لازم مانند نیمکت، سیستم تهویه‌مطبوع، آب‌سردکن و غیره در دسترس است.			۰/۵۸۷	
تجهیزات و وسایل موردنیاز اداری مانند رایانه، پرینتر، اینترنت و غیره در محل کار موجود و مورداستفاده قرار می‌گیرد.			۰/٤٦۲	
در صورت عدم حضور مسئول ارائه خدمت در محل کار، عدم حضور خود را اطلاع‌رسانی کرده و همکار جایگزین برای انجام کارهای ضروری مشخص کرده است.				۰/٦۹۷
مسئول ارائه خدمت در زمان اداری کاملاً در دسترس و آماده پاسخگویی هستند.				۰/٦٦۱
مسئول ارائه خدمت، خدمات را در زمان وعده‌داده‌شده و به‌موقع به ارباب‌رجوع ارائه می‌دهند.				۰/٤۳۷
من به شکل غیرحضوری از طریق تلفن و یا پیام‌رسان‌های اجتماعی موردتأیید دانشگاه و صندوق پست الکترونیک می‌توانم به مسئول ارائه خدمت دسترسی داشته باشم.				۰/۵۹۲
تعداد دفعات مراجعه به دفتر کار مسئول ارائه خدمت برای دریافت خدمت منطقی به نظر می‌رسد.				۰/٤٦۸

در جدول (۸) عامل ۱ شامل ۹ متغیر است که به وضوح بیانگر گویه‌های سنجش مؤلفه‌های رفتاری و تعاملی در ارائه‌دهندگان خدمت در دانشگاه قم می‌باشد. عامل دوم شامل ۶ گویه است که مؤلفه‌های مربوط به شرایط کاری و کارآمدی ارائه‌دهندگان

خدمت در دانشگاه قم را شامل می‌گردد. عامل سوم شامل ۴ گویه است که موارد مربوط به امکانات فیزیکی، محیطی و ملموسات را شامل می‌گردد و در نهایت عامل چهارم شامل ۵ گویه است که مؤلفه‌های مرتبط با دسترسی گیرندگان خدمات به ارائه‌دهندگان خدمات در دانشگاه قم را در برمی‌گیرد. در نهایت پس از تحلیل عاملی پرسش‌نامه ۴ مؤلفه شناسایی شد که پس از بررسی نهایی توسط دو نفر صاحب‌نظر و دکتری مدیریت بازرگانی و مدیریت دولتی، برای هریک از مؤلفه‌ها متناسب با گویه‌های زیرمجموعه عنوان مناسب شامل مؤلفه"تعاملی"، "کارآمدی"، "فیزیکی" و "دسترسی" در نظر گرفته‌شد.

در انتها جهت سنجش پایایی پس از آزمون پرسش‌نامه پژوهشگر داده‌های حاصل از ۳۶۶ پرسش‌نامه‌های تکمیل شده را با استفاده از نرم‌افزار SPSS و بررسی مجدد مقدار آلفای کرونباخ مورد تحلیل قرار داد. در این مرحله نیز، پایایی پس از آزمون پرسش‌نامه با آلفای ۰/۹۵۴ مورد تأیید قرار گرفت.

جدول ۹. بررسی پایایی پس از آزمون از طریق ضریب آلفای کرونباخ (خروجی SPSS نسخه ۲۷)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.954	24

بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر باهدف طراحی و اعتباریابی ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در دانشگاه قم انجام شد. یافته اصلی پژوهش ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در دانشگاه قم است. ابزار به‌دست‌آمده چهار مؤلفه اصلی شامل مؤلفه"تعاملی"، "کارآمدی"، "فیزیکی" و "دسترسی" دارد و ۲۴ گویه را جهت سنجش رضایت ارباب‌رجوع از خدمات ارائه شده در دانشگاه قم معرفی می‌نماید. پس از طراحی ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در دانشگاه قم در بخش کیفی پژوهش، روایی محتوا توسط گروه‌های کانونی و در بخش کمی پژوهش روایی سازه و پایایی ابزار ارائه شده نیز مورد بررسی و در نتیجه تحلیل‌های صورت گرفته؛ تأیید شد. جدول ۱۰ ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در دانشگاه قم را نشان داده‌است.

جدول ۱۰. ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در دانشگاه قم

ردیف	گویه	کاملاً موافق	موافق	نه موافق و نه مخالف	مخالف	کاملاً مخالف
	مؤلفه تعاملی					
۱	مسئول ارائه خدمت به تقاضاهای من با صبر و حوصله گوش می‌دهند.					
۲	مسئول ارائه خدمت هنگام ارائه خدمت به تمام درخواست‌های من توجه دارند.					
۳	مسئول ارائه خدمت با روی گشاده منتظر شنیدن درخواست‌های من شدند.					
٤	مسئول ارائه خدمت در هنگام مواجه با مشکلات با من همدردی می‌کنند.					
٥	مسئول ارائه خدمت در صورت عدم توانایی برای انجام درخواست، راهنمایی و مشاوره لازم برای حل مشکل را ارائه می‌دهند.					
٦	مسئول ارائه خدمت فوریت‌ها و اضطرارهای کاری من را به‌خوبی درک کرده و در چارچوب قوانین پاسخ مناسب می‌دهد.					
۷	مسئول ارائه خدمت هنگام ارتباط با من ادب، نزاکت و احترام را رعایت می‌کنند.					
۸	مسئول ارائه خدمت در ارائه خدمت به ارباب‌رجوع بدون تبعیض عمل می‌کند و با همه برخورد یکسانی دارند.					
۹	مسئول ارائه خدمت پس از مراجعه، پیگیری لازم را انجام می‌دهد تا اطمینان حاصل شود که درخواست ارباب‌رجوع تکمیل و مشکل رفع شده است.					
۱۰	مسئول ارائه خدمت در همان مرحله اول در صورت لزوم مدارک لازم برای انجام کار را مشخص می‌کنند.					

ادامه جدول ۱۰.

ردیف	گویه	کاملاً موافق	موافق	نه موافق و نه مخالف	مخالف	کاملاً مخالف
	مؤلفه کارآمدی					
۱۱	مسئول ارائه خدمت به هنگام مواجهه با مشکلات، ابتکار عمل لازم را به کار می‌گیرد تا درخواست ارباب‌رجوع به بهترین نحو مرتفع گردد.					
۱۲	مسئول ارائه خدمت در انجام فعالیت‌های کاری مستندسازی لازم را انجام می‌دهد و از درخواست مجدد مدارک خودداری می‌نماید.					
۱۳	توضیحاتی که مسئول ارائه خدمت درباره روند کار به من می‌دهند، درست، روشن و قابل‌فهم است.					
۱٤	مسئول ارائه خدمت از قوانین و مقررات، ضوابط و تصویب‌نامه‌های حوزه کاری خودآگاهی دارد (مراحل انجام کار را می‌داند).					
۱۵	مسئول ارائه خدمت به قول‌ها و وعده‌های کاری خود عمل می‌نمایند.					
	مؤلفه فیزیکی					
۱٦	هنگامی‌که برای دریافت خدمات به مسئول مربوطه مراجعه نمودم؛ فضای داخلی اتاق کار مسئول ارائه خدمت تمیز، مرتب و به‌اندازه کافی جذاب بوده است.					
۱۷	مسئول ارائه خدمت به آراستگی خود اهمیت می‌دهند و ضمن رعایت هنجارهای اجتماعی دارای پوششی تمیز و مرتب و مطلوب هستند.					
۱۸	هنگامی که برای دریافت خدمات مراجعه می‌کنم امکانات رفاهی لازم مانند نیمکت، سیستم تهویه‌مطبوع، آب‌سردکن و غیره در دسترس است.					
۱۹	تجهیزات و وسایل موردنیاز اداری مانند رایانه، پرینتر، اینترنت و غیره در محل کار موجود و مورداستفاده قرار می‌گیرد.					

ادامه جدول ۱۰.

ردیف	گویه	کاملاً موافق	موافق	نه موافق و نه مخالف	مخالف	کاملاً مخالف
	مؤلفه دسترسی					
۲۰	در صورت عدم حضور مسئول ارائه خدمت در محل کار، عدم حضور خود را اطلاع‌رسانی کرده و همکار جایگزین برای انجام کارهای ضروری مشخص کرده است.					
۲۱	مسئول ارائه خدمت در زمان اداری کاملاً در دسترس و آماده پاسخگویی هستند.					
۲۲	مسئول ارائه خدمت، خدمات را در زمان وعده‌داده‌شده و به‌موقع به ارباب‌رجوع ارائه می‌دهند.					
۲۳	من به شکل غیرحضوری از طریق تلفن و یا پیام‌رسان‌های اجتماعی موردتأیید دانشگاه و صندوق پست الکترونیک می‌توانم به مسئول ارائه خدمت دسترسی داشته باشم.					
۲٤	تعداد دفعات مراجعه به دفتر کار مسئول ارائه خدمت برای دریافت خدمت منطقی به نظر می‌رسد.					

" *مؤلفه تعاملی* " با مواردی از قبیل توجه به دریافت‌کنندگان خدمت، گشاده‌رویی، همدردی، ارائه راهنمایی و مشاوره لازم به اربابان رجوع، رعایت ادب، احترام و گوش‌دادن فعال، مبتنی بر مقیاس ارزیابی مشتریان شرکت ایرانول، مقیاس ارزیابی خدمات آموزشی بر اساس مدل EFQM ، مطالعات شیخی و سلطان پناه (۱۴۰۰)، پرسش‌نامه سنجش رضایت ارباب‌رجوع از میز خدمات سازمان‌های دولتی، مدل سروکوال، مقیاس سنجش میزان رضایتمندی ارباب‌رجوع اداره کل تربیت بدنی اصفهان، پرسش‌نامه رضایت ارباب‌رجوع افشاری (۱۳۹۴) و پرسش‌نامه رضایت ارباب‌رجوع وبشقلی (۱۳۹۵) طراحی شده‌است. این بعد به‌عنوان یکی از عوامل بنیادین در ارتقای رضایت و کیفیت خدمات نه گویه از پرسش‌های پرسش‌نامه سنجش رضایت ارباب‌رجوع در دانشگاه قم را شامل

می‌گردد. مطالعات Nurhidayah et al. (2024) و Sann et al. (2023) در سطح بین‌الملل و پژوهش هاشمی و سبزیان (۱۳۹۹) در سطح ملی نیز، بر نقش مؤلفه تعاملی به‌عنوان عاملی مهم در رضایتمندی گیرندگان خدمات اشاره داشته‌اند.

"مؤلفه کارآمدی"، با گویه‌هایی همچون شفاف‌سازی مدارک موردنیاز در آغاز فرایند، ارائه توضیحات روشن و قابل‌فهم، مستندسازی فعالیت‌ها، پایبندی به وعده‌های کاری و به‌کارگیری ابتکار عمل در مواجهه با مشکلات، معرفی گردیده است. اساس طراحی گویه‌های مربوط به این مؤلفه بر اساس مطالب موجود در شرح مشاغل دانشگاه قم و نیز نظرات خبرگان در گروه‌های کانونی بوده است و به‌عنوان عاملی کلیدی در ایجاد اعتماد و رضایت عمیق‌تر ارباب‌رجوع شناخته می‌شود؛ بااین‌حال در بررسی پیشینه‌های صورت پذیرفته، مدل عمومی برای سنجش رضایت مشتری از عناصر قابل‌کنترل تجربه خرید درون فروشگاهی به این عامل اشاره داشته است که در مطالعات Nurhidayah et al. (2024)، شیخی و سلطان پناه (۱۴۰۰) و هاشمی و سبزیان (۱۳۹۹) نیز مورد توجه قرار گرفته‌است.

" مؤلفه فیزیکی " که نقش اساسی در تجربه کلی ارباب‌رجوع ایفا می‌نماید، برگرفته از ابزارهایی همچون پرسش‌نامه سنجش رضایت ارباب‌رجوع از میز خدمات سازمان‌های دولتی، مدل سروکوال و مقیاس ارزیابی رضایت مشتریان شرکت ایرانول است. این بعد با توجه به اهمیت امکانات رفاهی، تجهیزات و نظم محیطی و نیز آراستگی ظاهری ارائه‌دهندگان خدمت در ارتقای کیفیت خدمات، تأیید شده و با پیشینه پژوهش داخلی (اسفنجانی، ۱۴۰۳) همخوانی دارد. لازم به توضیح است موارد زیر مجموعه مؤلفه فیزیکی به‌عنوان نخستین مواردی که گیرندگان خدمت با آن مواجه خواهند شد، تأثیر قابل‌توجهی بر میزان رضایت گیرندگان خدمت خواهند داشت.

در نهایت، "مؤلفه دسترسی" که به فراهم‌آوردن دسترسی‌های حضوری و غیرحضوری، اطلاع‌رسانی دقیق درباره حضور کارکنان و نیز درنظرگرفتن همکار جایگزین اشاره دارد برگرفته از مقیاس اداره کل تربیت‌بدنی استان اصفهان، پرسش‌نامه رضایت ارباب‌رجوع ویشقلی (۱۳۹۵)، پرسش‌نامه سنجش رضایت ارباب‌رجوع از میز

خدمات سازمان‌های دولتی، مدل سروکوال و تصویر کلی از گروه آموزشی (مدل EFQM) است. این مؤلفه در محیط‌های دانشگاهی باتوجه‌به اهمیت فناوری‌های نوین و ارتباطات چندکاناله، در راستای مطالعات Sann et al. (2023) و Nurhidayah et al. (2024) جایگاه ویژه‌ای یافته است.

باتوجه‌به طراحی و اعتباریابی ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در این پژوهش، پیشنهاد می‌شود دانشگاه قم از این ابزار به‌عنوان بخشی از نظام ارزیابی عملکرد خود بهره‌برداری کند. به‌منظور تسهیل فرایند اجرا، شایسته است ابزار مذکور با همکاری واحد فناوری اطلاعات به سامانه‌ای الکترونیکی تبدیل شده و نتایج حاصل، از طریق داشبورد مدیریتی در اختیار سطوح مختلف تصمیم‌گیری قرار گیرد. اجرای آزمایشی در سطح یکی از معاونت‌ها، ترجیحاً معاونت آموزشی، می‌تواند زمینه بهبود و اصلاحات لازم را فراهم سازد و در صورت موفقیت، امکان تعمیم آن به سطح کل دانشگاه مهیا گردد. همچنین بازنگری و بازنویسی علمی شرح مشاغل موجود، باهدف رفع هم‌پوشانی‌ها و نارسایی‌های شناسایی‌شده، ضرورتی اساسی در جهت به‌روزرسانی ساختار سازمانی و ارتقای بهره‌وری نظام اداری دانشگاه محسوب می‌شود.

یافته‌های پژوهش حاضر مبتنی بر داده‌های گردآوری‌شده از گیرندگان خدمت داخلی دانشگاه قم، شامل دانشجویان، اعضای هیئت‌علمی و کارکنان بوده است؛ ازاین‌رو، تعمیم نتایج به سایر ذی‌نفعان بیرونی نظیر گیرندگان خدمات موقت، مراجعان سازمانی و شرکت‌های طرف قرارداد، با محدودیت‌هایی همراه است. همچنین یکی از منابع اصلی برای استخراج مؤلفه‌ها و گویه‌های مربوط به رضایت‌سنجی، شرح مشاغل مصوب دانشگاه بوده که آخرین بار در سال ۱۳۹۳ بازنگری شده است. این اسناد نه‌تنها با ساختار فعلی دانشگاه انطباق کامل ندارند، بلکه استفاده از عبارات کلی و مبهم در تدوین آن‌ها، ممکن است در دقت و غنای برخی گویه‌های تخصصی تأثیرگذار بوده باشد. این موارد به‌عنوان محدودیت‌های پژوهش باید در تفسیر نتایج موردتوجه قرار گیرند.

همچنین پیشنهاد می‌شود تحقیقات آتی باتکیه‌بر این ابزار، اثربخشی سیاست‌های بهبود کیفیت را به طور مستمر ارزیابی نمایند. پژوهشگران آتی می‌توانند با استفاده از تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره، نظیر تکنیک مارکوس اقدام به رتبه‌بندی مؤلفه‌های کشف شده در این پژوهش نمایند. همچنین این پژوهش می‌تواند در بدنهٔ دیگر بخش‌های دولتی کشور انجام شود و نتایج آن با نتایج تحقیق حاضر مقایسه گردد.

تعارض منافع

تعارض منافع وجود ندارد.

ORCID

Ebrahim Javaheri Zadeh http://orcid.org/0000-0003-1233-334x
Fatemeh Ghasemi Banabari http://orcid.org/0009-0008-4388-5140

منابع

۱. الوانی، سید مهدی، دانایی‌فرد، حسن (۱۳۹۶). *گفتارهایی در فلسفه تئوری‌های سازمان دولتی*. تهران، انتشارات صفار، چاپ سوم.
۲. الوانی، سید مهدی، دده بیگی، مینا (۱۳۸۶). تأثیر آموزش هوش عاطفی بر کیفیت خدمات شعب بانک ملت، *فصلنامه علوم مدیریت ایران*، ۲(۷)، ۱-۲۹.
۳. پدرود، اسدالله، رهنورد، فرج اله، طاهرپور کلانتر، حبیب‌الله (۱۴۰۰). استقرار منشور شهروندی در سازمان‌های دولتی: روش فراترکیب. *فصلنامه مجلس و راهبرد*، ۳۰(۱۱۳)، ۲۱۳-۲۵۲.
۴. پرورش، محمد، دوازده‌امامی، حمید، شریفی، سعید (۱۴۰۱). تدوین الگوی مناسب برای تکریم ارباب‌رجوع، *فصلنامه مطالعات روان‌شناسی صنعتی و سازمانی*، ۹(۱)، ۱۲۹-۱۵۰.
۵. جواهری‌زاده، ابراهیم، قاسمی بنابری، فاطمه، ملکی، محمدحسن (۱۴۰۳). ارائه چارچوبی برای شناسایی و تحلیل عوامل تأثیرگذار بر جذب استعدادها در استارتاپ‌ها، *فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)*، ۱۶(۱)، ۴۹-۷۴.
۶. دوازده‌امامی، حمید، پرورش، محمد، شریفی، سعید (۱۴۰۱). ارائه الگوی تکریم ارباب‌رجوع در دادگستری اصفهان به شیوه داده‌بنیاد، *فصلنامه دیدگاه‌های حقوق قضائی*، ۲۷(۹۹)، ۲۵۷-۲۸۵.

۷. رحیمی، اکبر، کریمی گوارشکی، محمدحسین، برارنیا فیروزجایی، مهدی (۱۴۰۳). ارائه مدلی برای ارزیابی عملکرد مراکز آموزشی و پژوهشی دفاعی با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی و مدل‌سازی معادلات ساختاری، *فصلنامه مدیریت نظامی*، ۲۴(۹۵)، ۲۷-۷۹.

۸. رشیدی، سیاوش، جزنی، نسرین، مبینی، محمد (۱۴۰۰). طراحی مدل بهینه اعتماد عمومی به سازمان‌های دولتی ایران با تأکید بر نوع سازمان و نوع ارباب‌رجوع، *فصلنامه امنیت ملی*، ۱۱(۴۱)، ۳۷۱-۴۱۰.

۹. رضائیان، علی، گنجعلی، اسدالله (۱۳۹۰). *مدیریت عملکرد چیستی، چرایی و چگونگی*، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).

۱۰. زوارقی، رسول، قنبری، خدیجه، عطاپور، هاشم (۱۴۰۲). طراحی و اعتباریابی ابزار سنجش سواد داده‌ای برای دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز، *فصلنامه علوم و فنون مدیریت اطلاعات*، ۹(۴)، ۳۵-۵۴.

۱۱. شیخی، حسن، سلطان پناه، هیرش (۱۴۰۰). سنجش میزان رضایت ارباب‌رجوع به روش تصمیم‌گیری چندمعیاره کریتیک، *فصلنامه حکمرانی و توسعه*، ۲(۱)، ۱۱۵-۱۲۷.

۱۲. عباسی اسفنجانی، حسین (۱۴۰۳). الگوی تحلیلی رابطه کار عاطفی کارکنان با ادراک کیفیت خدمات و رضایت ارباب‌رجوع در سازمان جهاد کشاورزی استان آذربایجان شرقی، *فصلنامه مدیریت سازمان‌های دولتی، ۱۲(۳)*، ۱-۲۰.

۱۳. فراهانی، ابوالفضل، لقمان، کشاورز، قمی، امید (۱۴۰۳). بررسی کیفیت خدمات باشگاه‌های ورزشی بر مبنای مدل سروکوال: (مطالعه موردی باشگاه‌های ورزشی شهر تهران)، *فصلنامه مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۶(۸۳)، ۱۷-۳۲.

۱۴. قاسمی بنابری، حمیدرضا (۱۳۹۸). واکاوی ابعاد کیفیت مدیر و کارمند در سازمان‌های دولتی ایران: طراحی و اعتبارسنجی یک سنجه پژوهشی، رساله دکتری رشته مدیریت دولتی، دانشگاه تربیت‌مدرس، تهران، ایران.

۱۵. قاسمی بنابری، فاطمه (۱۴۰۲). ارائه چارچوب جذب استعداد در استارتاپ‌ها با استفاده از رویکرد کیفی، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، رشته مدیریت، دانشگاه قم، قم، ایران.

۱۶. قلی‌پور، آرین، قاسمی بنابری، حمیدرضا، رجب‌نیا چناری، محمد (۱۴۰۲). واکاوی راهکارهای مقابله با قلدری در سازمان‌های دولتی، *فصلنامه پژوهش‌های مدیریت عمومی*، ۱۶(۶۲)، ۶۲-۳۵.

۱۷. مظفری، عظیمه (۱۴۰۳). رضایت‌مندی مشترکان شرکت آب و فاضلاب شیراز: کاربست مدل کانو، *مجله آب و فاضلاب*، ۳۵(۱)، ۱-۲۰.

۱۸. هاشمی، صدیقه سادات، سبزیان، محمد (۱۳۹۹). سنجش رضایت‌مندی خانواده شهدای ناجا از خدمات امور ایثارگران براساس مدل بومی (مورد مطالعه: فرماندهی انتظامی استان مرکزی)، *دوفصلنامه پژوهش‌های انتظامی – اجتماعی زنان و خانواده*، ۸(۲)، ۳۵۵-۳۸۰.

۱۹. یاراحمدی، حسین، بیرانوند، رضا، احمدی‌مقدم، اسماعیل، عادلی، علیرضا، کیانی، جواد (۱۴۰۳). طراحی الگوی کلانتری مطلوب در فرماندهی انتظامی جمهوری اسلامی ایران، *فصلنامه پژوهش‌های مدیریت انتظامی*، ۱۹(۷۱)، ۱۰-۴۲.

20. Al Alyani, W. R. (2024). Exploring models and literature to check student satisfaction as a quality criteria for higher education institution's accreditation. *Evaluating Global Accreditation Standards for Higher Education,* 129-148.
21. Algan, Y., Cahuc, P., & Sangnier, M. (2016). Trust and the Welfare State: The Twin Peaks Curve. *The Economic Journal*, 126(593), 861-883.
22. Bew, Lord Paul. (2014). *Ethical Stand ards for Providers of Public Services Committee on Standards in Public Life.*
23. Brundin, E., Liu, F., & Cyron, T. (2022). Emotion in strategic management: A review and future research agenda. *Long Range Planning*, 55(4), 102144 .https://doi.org/10.1016/j.lrp.2021.102144
24. Chen, J., & Sun, L. (2019). Media Influence on Citizens' Government Trust: A Cross-Sectional Data Analysis of China. *International Journal of Public Administration*, 42 (13), 1122–1134.
25. Gong, T., Park, J. K., & Hyun, H. (2020). Customer Response toward Employees' Emotional Labor in Service Industry Settings. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52(C), 1-11. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101899
26. Habel, J., Kassemeier, R., Alavi, S., Haaf, P., Schmitz, C., & Wieseke, J. (2020). When do customers perceive customer centricity? The role of a firm's and salespeople's customer orientation. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 40(1), 25-42.
27. Hokka, P., Vähäsantanen, K., & Ikävalko, H. (2023). An Integrative Approach to Emotional Agency at Work. *Vocations and Learning*, 16(1), 23-46. https://doi.org/10.1007/s12186-022- 09299-3
28. Ibrahim, A. R., Yusup, M., Wicaksono, D. T., & Amalia, P. (2023). Developing A SERVQUAL-Based Scale for Measuring Student

Satisfaction with Academic Service in Higher Education. *Education Quarterly Reviews*, 6(4).

29. Kim, Hye-Kyung, & Seong, So-Yeon. (2024). Development of a university education satisfaction measurement tool based on student monitoring and analysis of differences according to student characteristics - Focusing on H University major education. *Safety Culture Research*, 337-352.
30. King, N. and Horrocks, C. (2010). *Interviews in qualitative research.* Sage.
31. Lucia-Palacios, L., Pérez-López, R., & Polo-Redondo, Y. (2020). How situational circumstances modify the effects of frontline employees' competences on customer satisfaction with the store. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52(6), 101- 117.
32. Marimon, F., Mas-Machuca, M., Berbegal-Mirabent, J., & Llach, J. (2019). UnivQual: a holistic scale to assess student perceptions of service quality at universities. *Total Quality Management & Business Excellence*, 30(2), 184-200.
33. Monakhova, P., Erikova, M., & Chapurina, N. (2023). Methodological Aspects Of Designing A Subsystem For Monitoring Customer Satisfoction In The University Quality Assessment System, no 6. 85-93.
34. Nurhidayah, Larasati Sukma., & Slamet, Slamet. (2024). Assessment of Students' Satisfaction with Higher Education Services: Customer Satisfaction Index Method. *Iqtishoduna: Journal of Islamic Economics and Business*, 20 (1). pp. 39-51. ISSN 1829-524X
35. Olmos-Gómez, M. d. C., Luque-Suárez, M., Castán-García, M.; Portillo-Sánchez, R. (2024). Validation of Educational Quality as a Tool to Measure the Degree of Satisfaction of University Students. *Educ. Sci*,14(2). https://doi.org/10.3390/ educsci14010002
36. Sann, R., Lai, P. C., Liaw, S. Y., & Chen, C. T. (2023). Multidimensional scale development and validation: University service quality (UNIQUAL). *Journal of Hospitality and Tourism Insights,* 6(5), 2565-2594.

References [In Persian]

1. Alvani, Seyed Mahdi., & Danaeifard, Hassan. (2017). *Discourses on the Philosophy of Governmental Organization Theories*. Tehran: Saffar Publications, Third Edition.
2. Alvani, S. M., & Dede Beigi, M. (2007). The Effect of Emotional Intelligence Training on the Service Quality of Mellat Bank Branches. *Iranian journal of management sciences*, 2(7), 1-29.

3. Abbasi Esfanjani, H. (2024). Analytical Model of the Relationship between Employees' Emotional Labor and the Perception of Service Quality and Customer Satisfaction in the Organization of Agricultural Jihad of East Azarbaijan Province. *Public Organizations Management*, 12(3), 1-20.
4. Davazdah Emami, H., Parvaresh, M., & Sharifi, Saeed. (2022). Presenting a model of client respect in the Isfahan judiciary using a data-based approach. *Quarterly Journal of Judicial Law Perspectives*, 27(99), 257-285.
5. Farahani, A., Keshavarz, L., & Ghomi, O. (2024). Investigating the Quality of Sports Club Services Based on the SERVQUAL Model: A Case Study of Sports Clubs in Tehran. *Sport Management Studies*, 16(84), 17-32. doi: 10.22089/smrj.2023.3755.
6. Ghasemi Banabari, H, R. (2019). Analyzing the dimensions of manager and employee quality in Iranian government organizations: Design and validation of a research measure, PhD thesis in public administration, Tarbiat Modarres University, Tehran, Iran.
7. Ghasemi Banabari, F. (2023). Presenting a framework for attracting talent in startups using a qualitative approach, Master's thesis, Management, University of Qom, Qom, Iran.
8. Gholi pour, A., Ghasemi Banabari, H. R., & Rajabnia Chenari, M. (2024). Analyzing the Strategies of Coping with Bullying in Government Organizations. *Public Management Researches*, 16(62), 35-62. doi: 10.22111/jmr.2023.44683.5950.
9. Hashemi, S., & Sabzian, M. (2019). Measuring the satisfaction of the families of martyrs of Najja with the services of veterans' affairs based on the local model (case study: Police Command of Markazi Province). *Bi-Quarterly Journal of Police-Social Research on Women and Family*, 8(2), 355-380.
10. Javaherizadeh, E., Ghasemi Banabari, F., & Maleki, M. H. (2024). A framework for identifying and analyzing the factors affecting the recruitment of talents in startups. *Journal of Research in Human Resources Management*, 16(1), 49-74.
11. Mozaffari, A. (2014). Customer satisfaction of Shiraz Water and Wastewater Company: Application of Kano model. *Journal of Water and Wastewater*, 35(1), 1-20.
12. Parvaresh, M., Davazdahemami, H., & Sharifi, S. (2022). Developing a suitable model for customer respect. *Industrial and Organizational Psychology Studies*, 9(1), 129-150.

13. Pedroud, A., Rahnavard, F., & Taherpour Kalantar, H. (2023). Implementing Citizens Charter in government organizations: A meta-synthesis Approach. *Majlis and Rahbord*, 30(113), 213-252. doi: 10.22034/mr.2022.4927.4754.
14. Rahimi, A., karimi govareshki, M. H., & bararnia, M. (2024*)*. Providing a model for evaluating the performance of defense educational and research centers using exploratory factor analysis and structural equation modeling. *Military management quarterly*, 24(95), 27-79. doi: 10.22034/iamu.2024.2002946.2886.
15. Rashidi, S., Jazani, N., & Mobini, M. (2021). Designing an optimal model of public trust in Iranian public organizations with emphasis on the type of organization and the type of client*.* *National Security*, 11(41), 371-410.
16. Rezaian, A., & Ganjali, A. (2011). *Performance Management: What, Why and How*. Tehran: Imam Sadeq University Press.
17. Sheikhi, H., & Sultanpanah, H. (2021). Measuring customer satisfaction with the critical multi-criteria decision-making method. *Quarterly Journal of Governance and Development*, 2(1), 115-127.
18. Yarahmadi, H., Beiranvand, R., Ahmadi-Moghaddam, E., Adeli, A., & Kiani, J. (2025). Designing a model of a desirable police station in the police command of the Islamic Republic of Iran. *Quarterly Journal of Police Management Research*, 19(71), 10-42.
19. Zavaraqi, R., Ghanbari, K., & Atapour, H. (2023). Design and Validation of Data Literacy Assessment Tool for Graduate Students. *Sciences and Techniques of Information Management*, 9(4), 35-54. doi: 10.22091/stim.2023.8964.1913

استناد به این مقاله: جواهری‌زاده، ابراهیم و قاسمی بنابری، فاطمه . (۱۴۰۴). طراحی و اعتباریابی ابزارسنجش رضایت ارباب‌رجوع در نظام آموزش عالی ایران. *مطالعات مدیریت خدمات عمومی*، ۳ (۹)، ۱۵۳ – ۱۹۸.

doi: 10.22054/spsa.2026.90075.1092

Studies in Public Service Administration is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.