

Design and Validation of a Customer Satisfaction Measurement Tool in the Iranian Higher Education System (Case Study: University of Qom)

Ebrahim Javaheri Zadeh*

Assistant Professor, Department of Business Management College of Economic and Administrative Sciences, University of Qom, Qom, Iran.

Fatemeh Ghasemi Banabari

PhD Candidate In Public Administration (Human Resource Management) College of Economics, Management and Administrative Sciences, Semnan University, Semnan, Iran.

Abstract

The aim of the research was to design and validate a tool to measure client satisfaction at Qom University. The research was applied in terms of orientation and has a mixed methodology (qualitative, quantitative). The research community in the qualitative phase and in the library section included research related to the subject and 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. The data collection tools in the qualitative phase were through library studies, upstream document analysis, conversation and discussion in focus groups, and 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 366 questionnaires were completed by service recipients. The data in the qualitative phase were analyzed using the theme analysis method, and to complete this process, the opinions of experts in the form of focus groups were used. The content validity of the scale provided was examined by experts; also, exploratory factor analysis was used to obtain the construct validity of the instrument. The reliability of the instrument was confirmed by examining the Cronbach's alpha

* Corresponding Author: Javaheri1390@gmail.com

How to Cite:

Original Research

Accepted:

Review

Received:

value. Based on the research findings, the prepared instrument has the components of "interaction", "efficiency", "physical", and "accessibility", which consist of 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 is related to the environmental conditions and the cleanliness of service providers, and the accessibility component covers the dimensions of 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 groups of clients, 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 without sufficient localization and psychometric validation. Therefore, the present study aimed to design and validate a comprehensive instrument for measuring client satisfaction in 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 marketing and service management literature, has been widely extended to public administration and higher education, emphasizing citizen-oriented and client-centered service delivery. Prominent models such as SERVQUAL and excellence frameworks have identified dimensions related to interaction quality, service efficiency, accessibility, and 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, which led to the identification and refinement of the core dimensions of client satisfaction in the university context. The preliminary items were reviewed by experts to establish content validity.

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

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 based on 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 context of the University of Qom. The instrument demonstrated satisfactory content validity, construct validity, and reliability, and comprises four dimensions: Interactivity, Efficiency, Physical, and Accessibility. The proposed tool can be used by university managers and policymakers to assess service quality, identify areas for improvement, and enhance responsiveness to the needs of service recipients. 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.



طراحی و اعتباریابی ابزار سنجش رضایت ارباب رجوع در نظام آموزش عالی ایران (مورد مطالعه: دانشگاه قم)^۱

استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه قم، قم، ایران.

ابراهیم جواهری زاده * 

دانشجوی دکتری مدیریت دولتی (مدیریت منابع انسانی)، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران.

فاطمه قاسمی بنابری 

چکیده

هدف پژوهش، طراحی و اعتباریابی ابزار سنجش رضایت ارباب رجوع در دانشگاه قم بوده است. تحقیق از نظر جهت گیری، کاربردی بوده و از روش شناسی آمیخته (کیفی، کمی) برخوردار است. جامعه پژوهشی 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 بوده 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 بوده است. روش نمونه‌گیری در بخش کیفی هدفمند بوده است و در بخش کمی تصادفی ساده است. حجم نمونه در بخش کمی با استفاده از فرمول کوکران بدست آمده است 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 محتوا سنجه ارائه شده توسط خبرگان مورد بررسی قرار گرفت؛ 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. مؤلفه‌ی تعاملی بر کیفیت تعاملات انسانی نظیر توجه، همدلی، گشاده‌رویی دلالت دارد. مؤلفه کارآمدی بیانگر

^۱ مقاله حاضر برگرفته طرح پژوهشی با عنوان «طراحی و اعتباریابی ابزار سنجش رضایت ارباب رجوع در دانشگاه قم» با حمایت دانشگاه قم است.

* نویسنده مسئول: Javaheri1390@gmail.com

شفافیت و اثربخشی فرایندهای خدمت‌رسانی و پابندی 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 ارباب رجوع، تحلیل تم، تحلیل عاملی اکتشافی، دانشگاه قم.

آماده انتشار

مقدمه و بیان مسئله

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 مورد تأکید جدی مسئولین کشوری و مدیران عالی سازمان‌های دولتی قرار دارد. در همین راستا و به منظور ایجاد ساز و کارهای 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 ارباب رجوع در نظام اداری» است که در سال ۱۳۸۱ در شورای عالی اداری کشور به شماره ۱۳/۱۸۵۴۰ به تصویب رسید و به همه دستگاه‌های اجرایی ابلاغ گردید (هوازده امامی و همکاران، ۱۴۰۱). این سیاست کلان نشان می‌دهد که رضایت مردم و کرامت مردم از جمله مهم‌ترین سیاست‌های مورد تأکید مقامات عالی‌رتبه جمهوری اسلامی، مخصوصاً مقام معظم رهبری بوده است که ایشان تأکید دارند "باید ترتیبی اتخاذ شود و ساز و کاری به وجود بیاید که کارگزاران حکومتی، خودشان را به معنای حقیقی کلمه خدمتگزاران مردم بدانند" (بیانات در دیدار کارگزاران نظام، ۱۳۶۹).

از سوی دیگر 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 (ارباب رجوع^۱)، اقدامات ویژه خود را طراحی و اجرا نمایند (یاراحمدی و همکاران، ۱۴۰۳). در مدیریت دولتی نوین بر خلاف رویکردهای سنتی، شاخص‌هایی که به صورت عمده غیر مالی هستند؛ مانند رضایتمندی گیرندگان خدمت (مشتری‌مداری)، مورد توجه قرار دارد. زمانی رضایت گیرندگان خدمت و ارباب رجوع حاصل می‌شود که سازمان بکوشد با شناسایی نیازهای واقعی گیرندگان خدمت، تصویر شفاف و روشنی از کم و کیف خدمات قابل ارائه به دست آورده و با منطبق کردن رفتار خود با نیازهای مخاطبان، امکان رضایت آنان را فراهم آورد (شیخی و سلطان پناه، ۱۴۰۰). تکریم

ارباب رجوع^۱ نقطه عطفی در نظام اداری کشور است که بیشترین انطباق را با نگرش‌های نوین مدیریتی دارد (الوانی و دانایی فرد، ۱۳۹۶).

هر سازمانی برای رسیدن به اهداف خود نیازمند توجه به خواسته‌های گیرندگان خدمات خود می‌باشد (یار احمدی و همکاران، ۱۴۰۳)، دانشگاه قم نیز به عنوان 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 بعد از این که از سال ۱۳۷۶ به صورت رسمی و به عنوان دانشگاه جامع، دوران جدیدی از حیات خود را آغاز کرد، به صورت پیوسته در حال رشد و پویایی بوده است. بر اساس اطلاعات پورتال رسمی دانشگاه، ۹۶۹۹ دانشجو ایرانی و بین المللی، ۳۲۰ نفر عضو هیئت علمی (www.qom.ac.ir) 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 ارباب رجوع را به عنوان دریافت کنندگان اصلی و فعال خدمات جلب کنند؛ زیرا ارباب رجوع می‌تواند به عنوان 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 به عنوان کارمند و بدنه اجرایی مشغول انجام وظیفه هستند، مضاعف است زیرا بسیاری از خدمات به ارباب رجوع و گیرندگان خدمت توسط این گروه انجام می‌پذیرد (Lucia et al., 2020). مسئولین دانشگاه قم نیز سال‌هاست که نقش با اهمیت 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 ارباب رجوع است.

همزمان با نهادینه شدن سیستم‌های سنجش و ارزیابی رضایت ارباب رجوع در سازمان به صورت عمومی و در دانشگاه قم به صورت اختصاصی، نارضایتی زیادی هم از طرف 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

1 . Clients tribute

گذشت ۱۳ سال از استقرار سیستم فعلی در دانشگاه قم، اکنون زمان آن رسیده است که دانشگاه اقدام به بازنگری اساسی در معیارها و ابزارهای اندازه گیری نماید و آن را بروزرسانی نماید. یکی از مهم ترین معیارهای عملکردی کارکنان که به اذعان مسئولین دانشگاه در اولویت ارزیابی ها قرار دارد و در پژوهش حاضر انتخاب و اقدام به ابزارسازی در مورد آن می شود، معیار رضایت ارباب رجوع و گیرندگان خدمت است. دانشگاه یک نهاد فرهنگی و خدمت محور است و در نهادهای فرهنگی و خدماتی، مسئله تکریم ارباب رجوع اهمیت زیادی دارد (یاراحمدی و همکاران، ۱۴۰۳)، زیرا باید تکریم ارباب رجوع در رأس ارزش های دانشگاه باشد.

جمله معروفی از کورت لوین وجود دارد که می گوید «اگر نتوانی چیزی را بسنجی آن چیز وجود ندارد» (رضائیان و گنجعلی، ۱۳۹۰)؛ با توجه به اینکه در حال حاضر ابزاری برای سنجش رضایت ارباب رجوع از عملکرد کارکنان در دانشگاه وجود ندارد، ضرورت دارد ابزاری برای سنجش رضایت ارباب رجوع به عنوان گیرندگان خدمت از عملکرد کارکنان دانشگاه طراحی و اعتباریابی شود و این پژوهش به همین منظور انجام پذیرفته است. پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به این پرسش است که ابزار سنجش رضایت ارباب رجوع در نظام آموزش عالی و به صورت مشخص دانشگاه قم دارای چه مؤلفه هایی است و از چه گویه هایی تشکیل می گردد؟ 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 ویژگی های مدیریت دولتی، مردم محوری است که براساس آن دولت های مردم سالار خدمت به مردم را وظیفه خود می دانند (بدرود و همکاران، ۱۴۰۰). مردم محوری به معنای ارضای تمایلات مردم (به عنوان گیرندگان خدمات دولتی) و مسئول دانستن خود در قبال آنهاست (Gong et al., 2020). ضرورت پاسخگو بودن سازمان های دولتی در برابر گیرندگان خدمات باعث شده است که دولت ها به مراجعه کنندگان از منظر جدید و به مثابه 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 با کیفیت مطلوب است به نحوی 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 برآورده شدن خواسته‌ها و انتظاراتشان در آن‌ها شکل گرفته، اطلاق می‌گردد (اسفنجانی، ۱۴۰۳). عامه مردم انتظار دارند مقامات و کارکنان سازمان‌های دولتی با اقدامات خود در تعامل با ارباب رجوع به انتظارات آنان پاسخ مثبت دهند؛ به عبارت دیگر رضایتمندی ارباب رجوع در صورتی حاصل می‌گردد که خواسته‌ها و انتظارات آنان به صورت 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 خط مشی 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 با کیفیت پایین را از علل شکست کاهش اعتماد عمومی و در ادامه پایین آمدن سطح رضایتمندی گیرندگان خدمت می‌دانند (Chen & Sun, 2019). ارائه خدمات با کیفیت می‌تواند منجر به بهبود و ارتقای ظرفیت نظام اداری جهت پاسخگویی به ارباب رجوع 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 ارباب رجوع شاهدهی بر این ادعا محسوب می‌شود (الوانی و دده بیگی، ۱۳۸۶). تکریم ارباب رجوع با هدف پاسخ‌دهی به نیازهای مراجعه‌کنندگان سازمان‌ها و رعایت جایگاه ارزشی مراجعه‌کنندگان ایجاد

شده است. تکریم ارباب رجوع فرایندی است که به افزایش و توسعه اثربخشی خدمات مورد انتظار، پاسخگویی بهتر و خلاقیت در تصمیمات می انجامد (دوازده امامی و همکاران، ۱۴۰۱). همانگونه که بیان داشتیم مبحث رضایت ارباب رجوع و گیرندگان خدمت، امروزه جز مباحث اساسی هر سازمان خدماتی است به طوری که نظریه ذینفعان، ارباب رجوع را عضوی از سازمان تلقی می کند که رضایت آن مستقیماً منجر به توسعه، پایداری و خوش نامی سازمان خواهد شد (Kim & Song, 2024). در همین راستا آگاهی از میزان رضایتمندی مراجعین یا مشتریان برای سازمان ها و دستگاه های دولتی مهم بوده و می تواند باعث افزایش سطح کیفیت خدمات و در نتیجه افزایش میزان رضایتمندی مراجعین و مشتریان شود؛ به همین علت، همواره سازمان ها به دنبال ارزیابی و سنجش میزان رضایتمندی مشتریان و خدمات گیرندگان خود هستند (شیخی و سلطان پناه، ۱۴۰۰).

با توجه به اهمیت موضوع سنجش رضایت مشتری، ارباب رجوع و گیرندگان خدمت پژوهشگران متعددی اقدام به ارائه مدل های متعددی در این زمینه نموده اند. مدل رضایت سنجی کانو^۱؛ مدل رضایتمندی فورنل^۲؛ مدل اندازه گیری سروکوال^۳؛ مدل شاخص ملی رضایت مشتری امریکا؛ مدل شاخص ملی رضایت مشتری اروپا؛ مدل شاخص ملی رضایت مشتری سوئیس و مدل رضایت مشتری مالزی من جمله مدل ها و شاخص های ارائه شده در این حوزه بوده اند.

مدل کانو کیفیت خدمات و محصولات را بر اساس سه بعد «کیفیت اساسی»، «کیفیت عملکردی» و «کیفیت انگیزشی» دسته بندی می کند و نشان می دهد که تحقق ویژگی های مختلف تا چه حد باعث رضایت یا عدم رضایت مشتریان می شود. این مدل به سازمان ها کمک می کند تا نیازهای اصلی و انگیزشی مشتریان را شناسایی و اولویت بندی کنند (مظفری، ۱۴۰۳).

مدل فورنل امکان اندازه گیری رضایت مشتری در سطح ملی و سازمانی را فراهم می آورد و ارتباط کیفیت خدمات با رفتار مشتریان را نشان می دهد. این مدل جامع و قابل مقایسه در محیط های مختلف است و به عنوان یک شاخص استاندارد در بسیاری از تحقیقات مورد استفاده قرار گرفته است (فراهانی و همکاران، ۱۴۰۳).

-
1. KANO
 2. Fornell
 3. SERVQUAL

مدل سروکوال کیفیت خدمات را به عنوان فاصله بین انتظارات و دریافت مشتری تعریف می کند و پنج بعد اصلی «قابلیت اطمینان»، «پاسخ گویی»، «تضمین»، «همدلی» و «ملموسات» را برای ارزیابی کیفیت خدمات در نظر می گیرد. این مدل به دلیل سازگاری با محیط های مختلف و پایایی بالای خود، یکی از پرکاربردترین ابزارها در سنجش رضایت ارباب رجوع در سازمان های دولتی و آموزشی است (رحیمی و همکاران، ۱۴۰۳).

با وجود کاربرد گسترده این مدل ها، هر کدام محدودیت هایی دارند؛ مدل کانو بیشتر بر ویژگی های کیفی تمرکز دارد، مدل فورنل عمدتاً برای سطح ملی طراحی شده و سروکوال برخی ابعاد جزئی رضایت مشتری را به طور کامل پوشش نمی دهد. بنابراین، خلأ پژوهشی موجود نشان می دهد که برای پاسخ به سؤال پژوهش حاضر و سنجش رضایت ارباب رجوع در نهادهای دولتی، نیازمند طراحی یا استفاده از ابزار مناسب مبتنی بر ویژگی های خاص این سازمان هستیم.

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

پیشینه پژوهش

جدول ۱. پیشینه های تجربی (داخلی و خارجی) پژوهش

ردیف	پژوهشگران / سال انتشار	هدف	جامعه پژوهشی / روش شناسی	یافته ها
۱	Al Alyani (2024)	بررسی چگونگی رضایت دانشجویان به عنوان یک معیار کیفیت جهت ارزیابی و اعتباریابی مؤسسات آموزش عالی	کلیه پژوهش های صورت پذیرفته در حوزه مورد بررسی / مرور ادبیات پژوهش	یافته ها نشان داد در حالیکه معیارهای کیفی متعددی در ارزیابی مؤسسات آموزش عالی استفاده می گردد، رضایت دانشجویان به عنوان گیرندگان خدمت به طور فزاینده ای به یک عامل مهم برای ارزیابی کیفیت مؤسسات آموزش عالی تبدیل شده است؛ همچنین این پژوهش اهمیت رضایت دانشجویان را به عنوان شاخصی از کیفیت مؤسسه برجسته نموده و بیشهایی در

			زمینه مدل‌ها و روش‌های مورد استفاده براس سنجش و ارزیابی رضایت دانشجویان ارائه داده‌است.
۲	Nurhidayah et al (2024)	ارزیابی رضایت دانشجویان از خدمات آموزش عالی	دانشجویان یکی از دانشگاه‌های اسلامی ایالتی در شرق جاوه/ بررسی آمار توصیفی داده‌های بدست آمده از پرسشنامه
۳	Olmos-Gómez et al (2023)	طراحی و اعتبارسنجی پرسش‌نامه‌ای برای ارزیابی کیفیت آموزش در محیط دانشگاه و نیز یافتن عواملی که می‌تواند به بهبود سیستم آموزشی کمک نمایند.	اسناد بالا دستی 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)
۴	Sann et al (2023)	طراحی و اعتباریابی یک مقیاس سنجش برای کیفیت خدمات دانشگاهی در طول پاندومی کرونا	اسناد بالا دستی مربوط به شرح مشاغل و نظرات خبرگان در بخش کیفی و دریافت کنندگان خدمات دانشگاهی در بخش کمی/
			مقیاس سنجش ارائه شده با مجموع ۱۶ گویه، یک مقیاس معتبر و قابل اعتماد برای سنجش کیفیت خدمات دانشگاه‌ها بوده‌است. همچنین پژوهشگران دریافتند که در دسترس بودن پاسخگویی و همدلی به طور قابل توجهی با رضایت دانشجویان از

			آمیخته (در بخش کیفی طراحی پرسشنامه و در بخش کمی اعتبارسنجی پرسشنامه)	کیفیت خدمات دانشگاه ارتباط مثبت و معناداری داشته است.
۵	Ibrahim et al (2023)	طراحی و اعتباریابی یک مقیاس معتبر رضایت‌سنجی دانشجویی مبتنی بر وب	اسناد بالا دستی مربوط به شرح مشاغل و نظرات خبرگان در بخش کیفی و دریافت کنندگان 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 قابل اجرا می‌باشد.
۶	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 کیفی، سنجی 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.
۷	عباسی اسفنجانی (۱۴۰۳)	به بررسی تأثیر کار عاطفی بر درک کیفیت خدمات و	گیرندگان خدمات در سازمان جهاد کشاورزی استان آذربایجان شرقی/ روش کمی (براساس	نتایج پژوهش حاضر نشان داد براساس تحلیل‌های آماری و مقادیر آماره تی کار عاطفی به طور مستقیم بر رضایت ارباب رجوع و

		رضایت ارباب رجوع	تحلیل‌های آماری و مقادیر آماره‌تی)	درک از کیفیت خدمات تأثیرگذار است؛ همچنین درک از کیفیت خدمات به طور مستقیم بر رضایت ارباب رجوع تأثیرگذار بوده‌است.
۸	شیخی و سلطان‌پناه (۱۴۰۰)	سنجش میزان رضایت ارباب رجوع 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 در رابطه با 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.
۹	هاشمی و سبزیان (۱۳۹۹)	سنجش رضایتمندی خانواده شهدای ناجا از خدمات امور ایثارگران براساس 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 صورت گرفته در حوزه سنجش رضایت ارباب رجوع، 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 (2023) et al نشان می‌دهد که طراحی و اعتبارسنجی ابزارهای استاندارد و چندبعدی برای ارزیابی

کیفیت خدمات آموزشی، می‌تواند به‌طور 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.

از سوی دیگر، 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 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. ▽

برآیند کلی این مطالعات نشان می‌دهد که سنجش رضایت ارباب‌رجوع، به‌ویژه در نهادهای دانشگاهی، نیازمند ابزارهایی است که نه تنها از لحاظ روان‌سنجی معتبر و پایا باشند، بلکه بتوانند ابعاد چندگانه کیفیت خدمات را به‌صورت نظام‌مند و بومی‌سازی‌شده پوشش دهند. از این‌رو، طراحی و ابزارهایی پرسش‌نامه‌ای جامع و متناسب با ساختارها و فرایندهای دانشگاهی می‌تواند گامی اساسی در جهت ارتقای کیفیت خدمات و سیاست‌گذاری‌های بهبودمحور در دانشگاه‌ها به‌شمار آید. به‌طور کلی در تحقیقات پیشین به‌صورت موردی و پراکنده به طراحی و اعتباریابی ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در دانشگاه پرداخته شده‌است. 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 پرداخته؛ وجود نداشته‌است. به همین دلیل و با توجه به نبود ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در دانشگاه، پژوهشگران سعی دارند تا با بهره‌گیری از مطالعات کتابخانه‌ای، تحلیل استاد بالادستی و تشکیل گروه‌های قانونی اقدام به طراحی ابزار سنجش رضایت ارباب‌رجوع در دانشگاه قم

نمایند و در ادامه با به کارگیری تکنیک تحلیل عامل اکتشافی ابزار طراحی شده اعتباریابی خواهد شد.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نظر جهت‌گیری، کاربردی بوده و از حیث بنیان فلسفی، به علت استفاده از فنون کیفی و کمی یک مطالعه پراگماتیستی 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 به‌طور جداگانه و نظام‌مند ارائه می‌شود.

فازی کیفی پژوهش (فاز نخست)

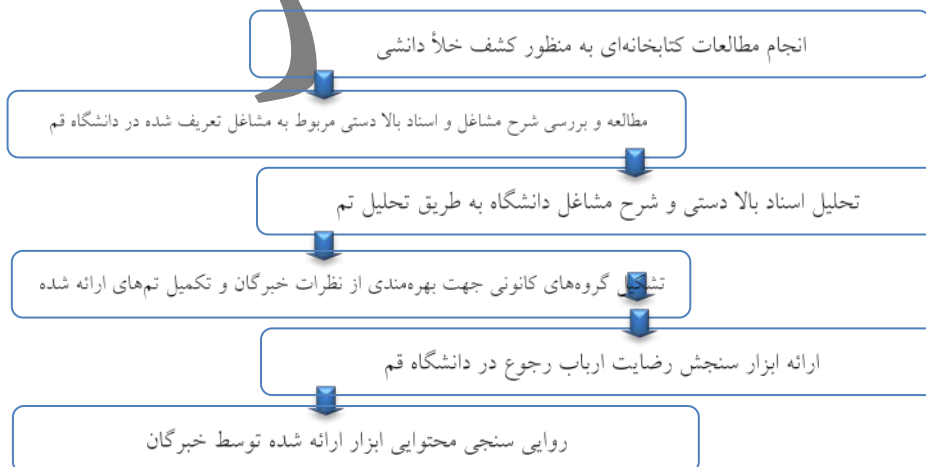
هدف پژوهش حاضر در بخش کیفی، طراحی ابزار سنجش رضایت ارباب رجوع در دانشگاه قم بوده است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات کیفی در پژوهش، استفاده از نظرات خبرگان از طریق تشکیل گروه‌های کانونی، بررسی مطالعات پیشین و بررسی اسناد و مدارک است. نمونه‌گیری در بخش مرور مطالعات پیشین درباره رضایت‌سنجی و بررسی اسناد بالادستی به صورت هدفمند بوده است و به منظور 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 به کارگیری تکنیک تحلیل تم، تحلیل نمود. در پژوهش حاضر، از فرایند تحلیل تم King & Horrocks (2010) 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 استفاده کرده است. گفتنی است نرم‌افزارهای کیفی برخلاف نرم‌افزارهای کمی از عهده‌ی تحلیل و تفسیر داده‌ها برنمی‌آیند؛ این نرم‌افزارها صرفاً پژوهشگر را در مدیریت حجم انبوهی از داده‌های کیفی یاری می‌رسانند و درنهایت، تحلیل و تفسیر بر عهده پژوهشگر خواهد بود (جوهری‌زاده و همکاران، ۱۴۰۳). پس از تحلیل داده‌های حاصل از بررسی مطالعات پیشین حوزه پژوهش و اسناد بالادستی به شیوه‌ی تحلیل تم، نتایج کدگذاری‌ها در گروه‌های کانونی متشکل از ۳۰ خبره ارائه گشت تا با بحث و

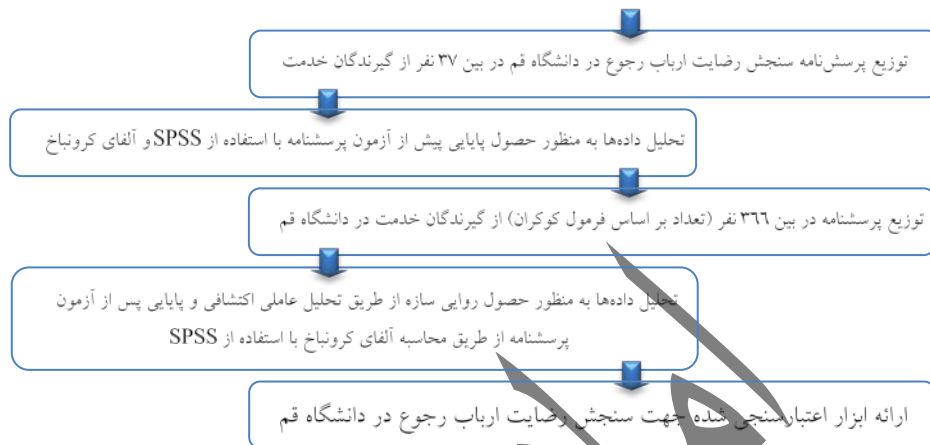
گفتگو در مورد تم‌های حاصل شده و نیز بهره‌گیری از نظرات گروه‌های کانونی، تم‌های ارائه شده در مرحله پیش تکمیل گردید. خروجی این مرحله، پرسش‌نامه سنجش رضایت ارباب رجوع در دانشگاه قم است. پژوهشگران جهت حصول روایی محتوای ابزار ارائه شده در بخش کیفی پژوهش، این پرسش‌نامه را در اختیار خبرگان قرار دادند و بدین طریق با استفاده از نظرات آن‌ها روایی محتوا ابزار سنجش تأیید گشت.

فاز کمی پژوهش (فاز دوم)

هدف این فاز از پژوهش، اعتباریابی ابزار ارائه شده در فاز نخست پژوهش می‌باشد. جهت تحقق این امر، پرسش‌نامه به عنوان ابزار جمع‌آوری داده مورد استفاده قرار گرفته است. در بخش کمی پژوهش، نمونه‌گیری تصادفی ساده بوده‌است و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران محاسبه گردیده‌است. در این بخش از پژوهش، به منظور حصول پایایی پیش از آزمون ابزار ارائه شده پرسش‌نامه طراحی شده در بین ۳۷ نفر از گیرندگان خدمات دانشگاه قم (دانشجویان و اساتید هیئت علمی) توزیع گشت و جهت تحلیل مقدار آلفای کرونباخ به وسیله نرم‌افزار SPSS بدست 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 به کارگیری تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی و با استفاده از نرم‌افزار SPSS، تحلیل گشت. همچنین با بدست آوردن مقادیر آلفای کرونباخ ۰.۸۶۶ پرسش‌نامه تکمیل شده، پایایی پس از آزمون ابزار ارائه شده تأیید شد.

شکل ۱. مراحل اجرای پژوهش





یافته‌های پژوهش

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 قرار گرفت. با مرور ادبیات گسترده‌ای که انجام شد، پرسشنامه‌های سنجش رضایت ارباب رجوع از میز خدمات سازمان‌های دولتی، مدل سروکوال، مقیاس سنجش میزان رضایتمندی ارباب رجوع اداره کل تربیت بدنی استان اصفهان، پرسشنامه رضایت ارباب رجوع افشاری (۱۳۹۴)، پرسشنامه رضایت ارباب رجوع ویشلی (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 ارائه خدمات آموزش (مدل EFQM)، وفاداری به دانشگاه (مدل EFQM)، مدل عمومی برای سنجش رضایت مشتری از عناصر قابل کنترل تجربه خرید درون فروشگاه‌های^۱ به عنوان 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

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

تکراری و مشابه تم‌های فرعی شکل گرفتند. در مجموع ۱۰۳ کد به عنوان 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 داده است، 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 (جوهری زاده 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 می شود.

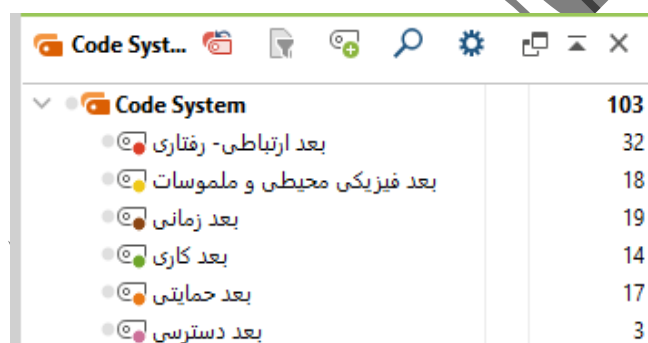
جدول ۲. بخشی از داده‌های استخراج شده از پیشینه تحقیق

ابعاد	گویه	منبع
عوامل محسوس	برخورداری از تجهیزات به روز	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.	پرسش نامه رضایت ارباب رجوع ویشلقی
	ساعات ارائه خدمات مناسب و به موقع است.	پرسش نامه رضایت ارباب رجوع ویشلقی
	نحوه دریافت خدمات مناسب می باشد.	پرسش نامه رضایت ارباب رجوع ویشلقی
تعامل فردی	کارکنان ... همیشه مایل به کمک به من هستند.	مدل عمومی برای سنجش رضایت مشتری از عناصر قابل کنترل تجربه خرید درون فروشگاه
	کارکنان به من توجه شخصی دارند .	مدل عمومی برای سنجش رضایت مشتری از عناصر قابل کنترل تجربه خرید درون فروشگاه
	کارکنان به صورت مداوم مودب هستند .	مدل عمومی برای سنجش رضایت مشتری از عناصر قابل کنترل تجربه خرید درون فروشگاه

در گام بعدی پژوهشگر تم‌های فرعی بدست آمده 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.

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

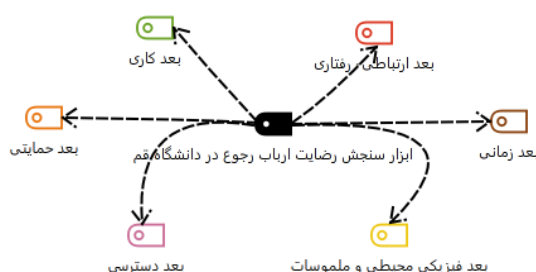
شکل ۲. فراوانی کدهای ابزار سنجش رضایت ارباب رجوع در دانشگاه قم



Code System	Frequency
Code System	103
بعد ارتباطی- رفتاری	32
بعد فیزیکی محیطی و ملموسات	18
بعد زمانی	19
بعد کاری	14
بعد حمایتی	17
بعد دسترسی	3

در شکل شماره ۳ نیز خروجی نرم افزار به شکل Map نمایش داده شده است. در این شکل تم‌های اصلی قابل مشاهده است.

شکل ۳. تم‌های اصلی تشکیل دهنده ابزار سنجش رضایت ارباب رجوع در دانشگاه قم (MAXQDA MAP ، نسخه ۲۰۲۰)



پس از پایان تحلیل تم، تم‌های بدست آمده از مرحله قبل، جهت تکمیل و بهره‌مندی از نظرات خبرگان هر یک از معاونت‌های دانشگاه، در گروه‌های کانونی (مشکل از ۳۰ خبره از ۵ معاونت دانشگاه قم که هر یک 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 بالا دستی به شیوه‌ی تحلیل تم و نیز بهره‌مندی از نظرات گروه‌های کانونی اقدام به تدوین پرسشنامه سنجش رضایت ارباب رجوع در دانشگاه قم نمود.

در مرحله بعد، به منظور حصول روایی محتوا ابزار سنجش ارائه شده در بخش کیفی، پژوهشگر از نظرات خبرگان استفاده نموده است بدین طریق 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 ارباب رجوع 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 تا ۰/۸ 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.

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

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 با توجه به 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.

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

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 گردآوری شده 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 ۴. 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 به خوبی 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 ارباب رجوع 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 ارباب رجوع تکمیل و مشکل رفع شده‌است		.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 ارباب رجوع 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
توضیحاتی که مسئول ارائه خدمت درباره روند کار به من می‌دهند، درست، روشن و قابل فهم است.	.647	.675
مسئول ارائه خدمت از قوانین و مقررات، ضوابط و تصویب‌نامه‌های حوزه کاری خود آگاهی دارد (مراحل انجام کار را می‌داند).	.538	.544
مسئول ارائه خدمت به قول‌ها و وعده‌های کاری خود عمل می‌نماید.	.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 کرده‌است.	.542	.619
مسئول ارائه خدمت در زمان اداری کاملاً در دسترس و آماده پاسخگویی هستند.	.592	.643
مسئول ارائه خدمت، خدمات را در زمان وعده داده شده و به موقع به ارباب رجوع ارائه می‌دهند.	.619	.586
من به شکل غیر حضوری از طریق تلفن و یا پیام‌رسان‌های اجتماعی مورد تأیید دانشگاه و صندوق پست الکترونیک می‌توانم به مسئول ارائه خدمت دسترسی داشته‌باشم.	.502	.535
تعداد دفعات مراجعه به دفتر کار مسئول ارائه خدمت برای دریافت خدمت منطقی به نظر می‌رسد.	.562	.548
هنگامی که برای دریافت خدمات به مسئول مربوطه مراجعه نمودم؛ فضای داخلی اتاق کار مسئول ارائه خدمت تمیز، مرتب و به اندازه کافی جذاب بوده‌است.	.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 تهویه مطبوع، آب سردکن و غیره در دسترس است.	.423	.417
تجهیزات و وسایل مورد نیاز اداری مانند رایانه، پرینتر، اینترنت و غیره در محل کار موجود و مورد استفاده 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.

جدول ۶. 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

خروجی چهارم (جدول ۷) به منظور تفسیر بارهای عاملی به کار می‌رود. از آنجا که بارهای عاملی در حالت بدون چرخش تبیین روشنی ندارند، معمولاً از جدول مربوط به ماتریس اجزای چرخیده شده استفاده می‌شود. این جدول بار عاملی هر یک از متغیرها را در عامل‌های باقی مانده 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 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 مواجهه 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 به خوبی 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 ارباب رجوع 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 ارباب رجوع تکمیل و مشکل رفع شده‌است	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 ارباب رجوع 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 قابل فهم است.	417	648		
مسئول ارائه خدمت از قوانین و مقررات، ضوابط و تصویب‌نامه‌های حوزه کاری خود آگاهی 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 کرده‌است.				697
مسئول ارائه خدمت در زمان اداری کاملاً در دسترس و آماده پاسخگویی هستند.	366			661
مسئول ارائه خدمت، خدمات را در زمان وعده داده شده و به موقع به ارباب رجوع ارائه می‌دهند.	504			437
من به شکل غیر حضوری از طریق تلفن و یا پیام‌رسان‌های اجتماعی مورد تأیید دانشگاه و صندوق پست الکترونیک می‌توانم به مسئول ارائه خدمت دسترسی داشته‌باشم.		323		592
تعداد دفعات مراجعه به دفتر کار مسئول ارائه خدمت برای دریافت خدمت منطقی به نظر می‌رسد.	398		363	468
هنگامی‌که برای دریافت خدمات به مسئول مربوطه مراجعه نمودم؛ فضای داخلی اتاق کار مسئول ارائه خدمت تمیز، مرتب و به اندازه کافی جذاب بوده‌است.			730	

۶۷۵.	مسئول ارائه خدمت به آراستگی خود اهمیت می‌دهند و ضمن رعایت هنجارهای اجتماعی دارای پوششی تمیز و مرتب و مطلوب هستند.	
۵۸۷.	هنگامی که برای دریافت خدمات مراجعه می‌کنم امکانات رفاهی لازم مانند نیمکت، سیستم تهویه مطبوع، آب سردکن و غیره در دسترس است.	
۴۶۲.	تجهیزات و وسایل مورد نیاز اداری مانند رایانه، پرینتر، اینترنت و غیره در محل کار موجود و مورد استفاده قرار می‌گیرد.	

در جدول شماره ۸ نتایج تحلیل عاملی اکتشافی ارائه شده است.

جدول ۸. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی

ردیف	گویه‌ها	۱	۲	۳	۴
۱	مسئول ارائه خدمت به تقاضاهای من با صبر و حوصله گوش می‌دهند.	۰/۷۶۴			
۲	مسئول ارائه خدمت هنگام ارائه خدمت به تمام درخواست‌های من توجه دارند.	۰/۷۳۸			
۳	مسئول ارائه خدمت با روی گشاده منتظر شنیدن درخواست‌های من شدند.	۰/۷۰۲			
۴	مسئول ارائه خدمت در هنگام مواجه با مشکلات با من همدردی می‌کنند.	۰/۶۹۹			
۵	مسئول ارائه خدمت در صورت عدم توانایی برای انجام درخواست، راهنمایی و مشاوره لازم برای حل مشکل را ارائه می‌دهند.	۰/۶۵۵			
۶	مسئول ارائه خدمت فوریت‌ها و اضطرارهای کاری من را به خوبی درک کرده و در چارچوب قوانین پاسخ مناسب می‌دهد.	۰/۶۱۵			
۷	مسئول ارائه خدمت هنگام ارتباط با من ادب، نزاکت و احترام را رعایت می‌کنند.	۰/۵۷۳			
۸	مسئول ارائه خدمت در ارائه خدمت به ارباب رجوع بدون تبعیض عمل می‌کند و با همه برخورد یکسانی دارند.	۰/۵۶۲			
۹	مسئول ارائه خدمت پس از مراجعه، پیگیری لازم را	۰/۵۵۷			

				انجام می‌دهد تا اطمینان حاصل شود که درخواست ارباب رجوع تکمیل و مشکل رفع شده‌است	
۱۰		۰/۷۷۳		مسئول ارائه خدمت در همان مرحله اول در صورت لزوم مدارک لازم برای انجام کار را مشخص می‌کنند.	
۱۱		۰/۳۹۶		مسئول ارائه خدمت به هنگام مواجهه با مشکلات، ابتکار عمل لازم را به کار می‌گیرد تا درخواست ارباب رجوع به بهترین نحو مرتفع گردد.	
۱۲		۰/۶۴۰		مسئول ارائه خدمت در انجام فعالیت‌های کاری مستندسازی لازم را انجام می‌دهد و از درخواست مجلد مدارک خودداری می‌نماید.	
۱۳		۰/۶۴۸		توضیحاتی که مسئول ارائه خدمت درباره روند کار به من می‌دهند، درست، روشن و قابل فهم است.	
۱۴		۰/۵۸۵		مسئول ارائه خدمت از قوانین و مقررات، ضوابط و تصویب‌نامه‌های حوزه کاری خود آگاهی دارد (مراحل انجام کار را می‌داند).	
۱۵		۰/۵۰۹		مسئول ارائه خدمت به قول‌ها و وعده‌های کاری خود عمل می‌نمایند.	
۱۶		۰/۷۳۰		هنگامی که برای دریافت خدمات به مسئول مربوطه مراجعه نمودم؛ فضای داخلی اتاق کار مسئول ارائه خدمت تمیز، مرتب و به اندازه کافی جذاب بوده‌است.	
۱۷		۰/۶۷۵		مسئول ارائه خدمت به آراستگی خود اهمیت می‌دهند و ضمن رعایت هنجارهای اجتماعی دارای پوششی تمیز و مرتب و مطلوب هستند.	
۱۸		۰/۵۸۷		هنگامی که برای دریافت خدمات مراجعه می‌کنم امکانات رفاهی لازم مانند نیمکت، سیستم تهویه مطبوع، آب سردکن و غیره در دسترس است.	
۱۹		۰/۴۶۲		تجهیزات و وسایل مورد نیاز اداری مانند رایانه، پرینتر، اینترنت و غیره در محل کار موجود و مورد استفاده قرار می‌گیرد.	
۲۰	۰/۶۹۷			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.	
۰/۶۶۱				مسئول ارائه خدمت در زمان اداری کاملاً در دسترس و آماده پاسخگویی هستند.	۲۱
۰/۴۳۷				مسئول ارائه خدمت، خدمات را در زمان وعده داده شده و به موقع به ارباب رجوع ارائه می دهند.	۲۲
۰/۵۹۲				من به شکل غیر حضوری از طریق تلفن و یا پیام رسان های اجتماعی مورد تأیید دانشگاه و صندوق پست الکترونیک می توانم به مسئول ارائه خدمت دسترسی داشته باشم.	۲۳
۰/۴۶۸				تعداد دفعات مراجعه به دفتر کار مسئول ارائه خدمت برای دریافت خدمت منطقی به نظر می رسد.	۲۴

در جدول (۸) عامل ۱ شامل ۹ متغیر است که به وضوح بیانگر گویه های سنجش مؤلفه های رفتاری و تعاملی در ارائه دهندگان خدمت در دانشگاه قم می باشد. عامل دوم شامل ۶ گویه است که مؤلفه های مربوط به شرایط کاری و کارآمدی ارائه دهندگان خدمت در دانشگاه قم را شامل می گردد. عامل سوم شامل ۴ گویه است که موارد مربوط به امکانات فیزیکی، محیطی و ملموسات را شامل می گردد و در نهایت عامل چهارم شامل ۵ گویه است که مؤلفه های مرتبط با دسترسی گیرندگان خدمات به ارائه دهندگان خدمات در دانشگاه قم را در بر می گیرد. در نهایت پس از تحلیل عاملی پرسش نامه ۴ مؤلفه شناسایی شد که پس از بررسی نهایی توسط دو نفر صاحب نظر و دکتری مدیریت بازرگانی و مدیریت دولتی، برای هریک از مؤلفه ها متناسب با گویه های زیرمجموعه عنوان مناسب شامل مؤلفه "تعاملی"، "کارآمدی"، "فیزیکی" و "دسترسی" در نظر گرفته شد.

در انتها جهت سنجش پایایی پس از آزمون پرسش نامه پژوهشگر داده های حاصل از ۳۶۶ پرسش نامه های تکمیل شده را با استفاده از نرم افزار SPSS و بررسی مجدد مقدار آلفای کرونباخ مورد تحلیل قرار داد. در این مرحله نیز، پایایی پس از آزمون پرسش نامه 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

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

تحقیق حاضر با هدف طراحی و اعتباریابی ابزار سنجش رضایت ارباب رجوع در دانشگاه قم انجام شد. یافته اصلی پژوهش حاضر ابزار سنجش رضایت ارباب رجوع در دانشگاه قم است. ابزار به دست آمده چهار مؤلفه اصلی شامل مؤلفه "تعاملی"، "کارآمدی"، "فیزیکی" و "دسترسی" دارد و به طور کلی ۲۴ گویه را جهت سنجش رضایت ارباب رجوع از خدمات ارائه شده در دانشگاه قم معرفی می‌نماید. پس از طراحی ابزار سنجش رضایت ارباب رجوع 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 شماره ۱۰ ابزار سنجش رضایت ارباب رجوع در دانشگاه قم را نشان داده است.

جدول ۱۰. ابزار سنجش رضایت ارباب رجوع 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.					

۴	مسئول ارائه خدمت در هنگام مواجهه با مشکلات با من همدردی می کنند.				
۵	مسئول ارائه خدمت در صورت عدم توانایی برای انجام درخواست، راهنمایی و مشاوره لازم برای حل مشکل را ارائه می دهند.				
۶	مسئول ارائه خدمت فوریت ها و اضطرارهای کاری من را به خوبی درک کرده و در چارچوب قوانین پاسخ مناسب می دهد.				
۷	مسئول ارائه خدمت هنگام ارتباط با من ادب، نزاکت و احترام را رعایت می کنند.				
۸	مسئول ارائه خدمت در ارائه خدمت به ارباب رجوع بدون تبعیض عمل می کند و با همه برخورد یکسانی دارند.				
۹	مسئول ارائه خدمت پس از مراجعه، پیگیری لازم را انجام می دهد تا اطمینان حاصل شود که درخواست ارباب رجوع تکمیل و مشکل رفع شده است.				
مؤلفه کارآمدی					
۱۰	مسئول ارائه خدمت در همان مرحله اول در صورت لزوم مدارک لازم برای انجام کار را مشخص می کنند.				
۱۱	مسئول ارائه خدمت به هنگام مواجهه با مشکلات، ابتکار عمل لازم را به کار می گیرد تا درخواست ارباب رجوع به بهترین نحو مرتفع گردد.				
۱۲	مسئول ارائه خدمت در انجام فعالیت های کاری مستندسازی لازم را				

				انجام می‌دهد و از درخواست مجدد مدارک خودداری می‌نماید.	
				توضیحاتی که مسئول ارائه خدمت درباره روند کار به من می‌دهند، درست، روشن و قابل فهم است.	۱۳
				مسئول ارائه خدمت از قوانین و مقررات، ضوابط و تصویب‌نامه‌های حوزه کاری خود آگاهی دارد (مراحل انجام کار را می‌داند).	۱۴
				مسئول ارائه خدمت به قول‌ها و وعده‌های کاری خود عمل می‌نماید.	۱۵
مؤلفه فیزیکی					
				هنگامی که برای دریافت خدمات به مسئول مربوطه مراجعه نمودم؛ فضای داخلی اتاق کار مسئول ارائه خدمت تمیز، مرتب و به اندازه کافی جذاب بوده است.	۱۶
				مسئول ارائه خدمت به آراستگی خود اهمیت می‌دهند و ضمن رعایت هنجارهای اجتماعی دارای پوششی تمیز و مرتب و مطلوب هستند.	۱۷
				هنگامی که برای دریافت خدمات مراجعه می‌کنم امکانات رفاهی لازم مانند نیمکت، سیستم تهویه مطبوع، آب سردکن و غیره در دسترس است.	۱۸
				تجهیزات و وسایل مورد نیاز اداری مانند رایانه، پرینتر، اینترنت و غیره در محل کار موجود و مورد استفاده قرار می‌گیرد.	۱۹
مؤلفه دسترسی					

۲۰	در صورت عدم حضور مسئول ارائه خدمت در محل کار، عدم حضور خود را اطلاع رسانی 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 وعده داده شده و به موقع به ارباب رجوع ارائه می دهند.				
۲۳	من به شکل غیر حضوری از طریق تلفن و یا پیام رسان های اجتماعی مورد تأیید دانشگاه و صندوق پست الکترونیک می توانم به مسئول ارائه خدمت دسترسی داشته باشم.				
۲۴	تعداد دفعات مراجعه به دفتر کار مسئول ارائه خدمت برای دریافت خدمت منطقی به نظر می رسد.				

"مؤلفه تعاملی" با مواردی از قبیل توجه به دریافت کنندگان خدمت، گشاده رویی، همدری، ارائه راهنمایی و مشاوره لازم به اربابان رجوع، رعایت ادب، احترام و گوش دادن فعال، مبتنی بر مقیاس ارزیابی مشتریان شرکت ایرانول، مقیاس ارزیابی خدمات آموزشی براساس مدل EFQM، مطالعات شیخی و سلطان پناه (۱۴۰۰)، پرسش نامه سنجش رضایت ارباب رجوع از میز خدمات سازمان های دولتی، مدل سروکوال، مقیاس سنجش میزان رضایتمندی ارباب رجوع اداره کل تربیت بدنی اصفهان، پرسش نامه رضایت ارباب رجوع افشاری (۱۳۹۴) و پرسش نامه رضایت ارباب رجوع وبشقلی (۱۳۹۵) طراحی شده است. این بعد به عنوان یکی از عوامل بنیادین در ارتقای رضایت و کیفیت خدمات نه گویه از پرسش های پرسش نامه سنجش رضایت ارباب رجوع در دانشگاه قم را شامل می گردد. مطالعات Nurhidayah et al (2024)، Sann et al (2023) در سطح بین الملل و

پژوهش هاشمی و سبزیان (۱۳۹۹) در سطح ملی نیز، بر نقش مؤلفه تعاملی به عنوان عاملی مهم در رضایتمندی گیرندگان خدمات اشاره داشته‌اند.

"مؤلفه کارآمدی"، با گویه‌هایی همچون شفاف‌سازی مدارک موردنیاز در آغاز فرایند، ارائه توضیحات روشن و قابل فهم، مستندسازی فعالیت‌ها، پایبندی به وعده‌های کاری و به‌کارگیری ابتکار عمل در مواجهه با مشکلات، معرفی گردیده است. اساس طراحی گویه‌های مربوط به این مؤلفه براساس مطالب موجود در شرح مشاغل دانشگاه قم و نیز نظرات خبرگان در گروه‌های کانونی بوده‌است و به عنوان عاملی کلیدی در ایجاد اعتماد و رضایت عمیق‌تر ارباب رجوع شناخته می‌شود؛ با این حال در بررسی پیشنهادها صورت پذیرفته، مدل عمومی برای سنجش رضایت مشتری از عناصر قابل کنترل تجربه خرید درون فروشگاه‌های به این عامل اشاره داشته‌است 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 ارباب رجوع ایفا می‌نماید، برگرفته از ابزارهایی همچون پرسش‌نامه سنجش رضایت ارباب رجوع 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 ارائه دهندگان خدمت در ارتقای کیفیت خدمات، تأیید شده و با پیشنهاد پژوهش داخلی (اسفنجانی، ۱۴۰۳) همخوانی دارد. لازم به توضیح است موارد زیر مجموعه مؤلفه فیزیکی به عنوان نخستین مواردی که گیرندگان خدمت با آن مواجه خواهند شد، تأثیر قابل توجهی بر میزان رضایت گیرندگان خدمت خواهند داشت.

در نهایت، "مؤلفه دسترسی" که به فراهم آوردن دسترسی‌های حضوری و غیرحضوری، اطلاع‌رسانی دقیق درباره حضور کارکنان و نیز در نظر گرفتن همکار جایگزین اشاره دارد برگرفته از مقیاس اداره کل تربیت بدنی استان اصفهان، پرسش‌نامه رضایت ارباب رجوع ویشقلی (۱۳۹۵)، پرسش‌نامه سنجش رضایت ارباب رجوع از میز خدمات سازمان‌های دولتی، مدل سروکوال و تصویر کلی از گروه آموزشی (مدل EFQM) است. این مؤلفه در محیط‌های دانشگاهی با توجه به اهمیت فناوری‌های نوین و ارتباطات چندکاناله، در راستای مطالعات Sann et al (2023) و Nurhidayah et al (2024) جایگاه ویژه‌ای یافته است.

با توجه به طراحی و اعتباریابی ابزار سنجش رضایت ارباب رجوع در این پژوهش، پیشنهاد می‌شود دانشگاه قم از این ابزار به عنوان بخشی از نظام ارزیابی عملکرد خود بهره‌برداری کند. به منظور 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، با هدف رفع هم‌پوشانی‌ها و نارسایی‌های شناسایی شده، ضرورتی اساسی در جهت به‌روزرسانی ساختار سازمانی و ارتقای بهره‌وری نظام اداری دانشگاه محسوب می‌شود.

یافته‌های پژوهش حاضر مبتنی بر داده‌های گردآوری شده از گیرندگان خدمت داخلی دانشگاه قم، شامل دانشجویان، اعضای هیئت علمی و کارکنان بوده است؛ از این رو، 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 نه تنها 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 به عنوان محدودیت‌های پژوهش باید در تفسیر نتایج مورد توجه قرار گیرند.

همچنین پیشنهاد می‌شود تحقیقات آتی با تکیه بر این ابزار، اثر بخشی 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 بدنه‌ی دیگر بخش‌های دولتی کشور انجام شود و نتایج آن با نتایج تحقیق حاضر مقایسه گردد.

تعارض منافع

هیچ گونه تعارض منافع وجود ندارد.

ORCID

ابراهیم جواهری زاده



<http://orcid.org/0000-0003-1233-334x>

فاطمه قاسمی بنابری



<http://orcid.org/0009-0008-4388-5140>

منابع

۱. الوانی، سید مهدی، دانایی فرد، حسن (۱۳۹۶). گفتارهایی در فلسفه تئوریهای سازمان دولتی. تهران، انتشارات صفار، چاپ سوم.
۲. الوانی، سیدمهدی، دده بیگی، مینا (۱۳۸۶). تاثیر 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، حبیب الله (۱۴۰۰). استقرار منشور شهروندی در سازمان های دولتی: روش فراترکیب. فصلنامه مجلس و راهبرد، ۳۰(۱۱۳)، ۲۱۳-۲۵۲.
۴. پرورش، محمد، دوازده امامی، حمید، شریفی، سعید (۱۴۰۱). تدوین الگوی مناسب برای تکریم ارباب رجوع. فصلنامه مطالعات روان شناسی صنعتی و سازمانی، ۹(۱)، ۱۲۹-۱۵۰.
۵. جواهری زاده، ابراهیم، قاسمی بنابری، فاطمه، ملکی، محمد حسن (۱۴۰۳). ارائه چارچوبی برای شناسایی و تحلیل عوامل تأثیرگذار بر جذب استعدادها در استارت آپ ها. فصلنامه پژوهش های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)، ۱۶(۱)، ۴۹-۷۴.
۶. دوازده امامی، حمید، پرورش، محمد، شریفی، سعید (۱۴۰۱). ارائه الگوی تکریم ارباب رجوع در دادگستری اصفهان به شیوه داده بنیاد. فصلنامه دیدگاه های حقوق قضائی، ۲۷(۹۹)، ۲۵۷-۲۸۵.
۷. رحیمی، اکبر، کریمی گوارشکی، محمد حسین، برارنیا فیروز جایی، 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 سازمان های دولتی ایران با تاکید بر نوع سازمان و نوع ارباب رجوع، 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 داده ای 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 ارباب رجوع 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 ارباب رجوع 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 سنجش پژوهشی، رساله دکتری رشته مدیریت دولتی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.
۱۵. قاسمی بنابری، فاطمه (۱۴۰۲). ارائه چارچوب جذب استعداد در استارت‌آپ‌ها با استفاده از رویکرد کیفی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت، دانشگاه قم، قم، ایران.
۱۶. قلی‌پور، آری، قاسمی بنابری، حمید رضا، رجب نیا چناری، محمد (۱۴۰۲). واکاوی راهکارهای مقابله با قلدری در سازمان‌های دولتی. فصلنامه پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۱۶(۶۲)، ۳۵-۶۲.
۱۷. مظفری، عظیمه (۱۴۰۳). رضایتمندی مشتریان شرکت آب و فاضلاب شیراز: کاربرست 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، احمدی مقدم، اسماعیل، عادلی، علیرضا، کیانی، جواد (۱۴۰۳). طراحی الگوی کلاستری 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 Standards 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., Kassemeyer, 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 Satisfaction 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.
37. www.qom.ac.ir ۱۴۰۴/۵/۱۳ تاریخ دسترسی

[In Persian]

1. Alvani, Seyed Mahdi., & Danaeifard, Hassan. (2017). *Discourses on the Philosophy of Governmental Organization Theories*. Tehran: Saffar Publications, Third Edition. [In Persian]
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. [In Persian]
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. [In Persian]
4. Davazdah Emami, H., Parvareh, 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. [In Persian]
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. [In Persian]
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. [In Persian]
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. [In Persian]
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. [In Persian]
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. [In Persian]
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. [In Persian]
 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. [In Persian]
 12. Parvaresh, M., Davazdahemami, H., & Sharifi, S. (2022). *Developing a suitable model for customer respect. Industrial and Organizational Psychology Studies*, 9(1), 129-150. [In Persian]
 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. [In Persian]
 14. Rahimi, A., karimi govareshki, M. H., & baramia, 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. [In Persian]
 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. [In Persian]
 16. Rezaian, A., & Ganjali, A. (2011). *Performance Management: What, Why and How*. Tehran: Imam Sadeq University Press. [In Persian]
 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. [In Persian]
 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. [In Persian]
 19. Zavarraqi, 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 [In Persian]