فصل‌نامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی- فرهنگی، دوره‌ی هشتم، شماره‌ی ۲، پاییز ۹۸، صفحات ۱۷٤-۱٤۹

ارائه‌ی مدل بهینه برای جلب اعتماد عمومی به سامانه‌ی رسیدگی به شکایت‌ها و اعلامات سازمان بازرسی

عنایت داودی[۱]، افسانه مظفری[۲]، علی‌اصغر کیا[۳]، مهناز هاشمی[٤]

تاریخ دریافت:۱۳۹۷/۱۲/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۵/۱۷

چکیده

رسیدگی مؤثر به شکایت‌های شهروندان یکی از روش‌هایی است که دستگاه‌های دولتی می‌توانند در جهت صیانت از حقوق شهروندان اتخاذ نمایند. این پژوهش به دنبال ارائه‌ی مدل بهینه برای جلب اعتماد عمومی به سامانه‌ی رسیدگی به شکایت‌ها و اعلامات سازمان بازرسی است. در این تحقیق از روش پیمایش و ابزار پرسش‌نامه‌ی محقق‌ساخته استفاده شده است. جامعه‌ی آماری این پژوهش را مشتریان و کاربران سامانه‌ی رسیدگی به شکایت‌ها و اعلامات سازمان بازرسی استان مازندران تشکیل می‌دهند که در سال ۱۳۹٦ تعداد آن‌ها برابر با ۲٤۸۸٤ نفر بوده است که ۳۷۸ نفر از آن‌ها در مطالعه شرکت کردند. پرسش‌نامه‌ها بر اساس روش نمونه‌گیری سیستماتیک در جامعه‌ی نمونه توزیع شد. نتایج به‌دست‌آمده منجر به تدوین یک مدل شد. مدل تدوینی برای تبیین تغییرات میزان موفقیت در جلب اعتماد عمومی به سامانه‌ی شکایت‌ها سازمان بازرسی، نشان‌دهنده‌ی تأثیر معنادار متغیر بیرونی ویژگی‌های مشتری و متغیرهای درونی فن‌آوری، کیفیت وب‌سایت و ویژگی‌های سازمان بر اعتماد عمومی به سامانه است. به طور کلی نتایج تحقیق نشان می‌دهد با بهبود کیفیت وب‌سایت، وضعیت فن‌آوری و ویژگی‌های سازمان، می‌توان انتظار داشت ویژگی‌های مدنظر مشتریان بیش‌تر تأمین شود و میزان اعتماد آن‌ها به سامانه‌ی رسیدگی به شکایت‌ها افزایش یابد.

واژه‌های کلیدی: اعتماد؛ رسیدگی به شکایت‌ها؛ سازمان بازرسی.

[۱] دانشجوی دکتری گروه علوم ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
enayat_۱۱۰_reporter@yahoo.com

[۲] دانشیار گروه علوم ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، (نویسنده‌ی مسؤول)
dr.afsaneh.mozaffari@gmail.com

[۳] استاد گروه علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران Keya@atu.ac.ir

[٤] دانشیار سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، وزارت آموزش و پرورش، تهران، ایران Shahnaz_hashemi@yahoo.com

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

مقدمه و بیان مسأله

مردم به عنوان خدمات‌گیرندگان این نظام بوده و از این‌رو سازوکارهای لازم در ارائه‌ی خدمات مطلوب و مناسب و مؤثر به مردم، اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا علت وجودی هر سازمان و دستگاهی به خدماتی است که به افراد مختلف ارائه می‌دهد. اهمیت یک سازمان امروزه به میزان اعتمادی است که مردم به آن دارند و این مهم تحقق نمی‌یابد مگر با جلب رضایت مراجعین که از طریق برخوردهای صمیمی و سازنده‌ی هر دستگاه و ارائه‌ی خدمات مناسب به آن‌ها ممکن می‌شود. جلب اعتماد مردم و افزایش آن از اصول اساسی و بنیادی سرمایه‌ی اجتماعی است و به طور کلی میزان سرمایه‌ی اجتماعی در هر گروه یا جامعه‌ای نشان‌دهنده‌ی میزان اعتماد افراد به یکدیگر است(عبدی،۱۳۹۳: ٦٢). از این رهگذر دولت‌ها از طریق پاسخ‌گویی شفاف و مسؤولانه به مردم به عنوان ارباب رجوع، می‌توانند پایه‌های اعتماد عمومی را محکم کرده و با تقویت سرمایه‌ی اجتماعی، پشتوانه‌ی مردمی خود را نیز تقویت کنند.

در نتیجه در مدیریت دولتی نوین، دولت‌ها در پی ایجاد نظام‌های پاسخ‌گویی و رسیدگی به شکایت‌های مردمی هستند، تا بتوانند رضایت و اعتماد مردم را جلب کنند و مشارکت آن‌ها را در عرصه‌ی اجتماع بالاتر ببرند. پاسخ‌گویی به مردم توسط دولت سبب ایجاد اعتماد و افزایش آن در بین مردم می‌شود. اعتماد نیز از بنیادی‌ترین اصول سرمایه‌ی اجتماعی است. لذا ظهور و تقویت اعتماد اجتماعی به طور غیرمستقیم تسهیل‌کننده‌ی همکاری اعضای جامعه برای رسیدن به منافع مشترک است(نجف‌پور،١٣٩٤: ۳۰).

بنابراین پاسخ‌گویی یکی از ارزش‌های کلیدی هر نظام است. بر اساس برخی یافته‌های صاحب-نظران با توجه به این‌که در سالیان اخیر اعتماد عمومی نسبت به بخش دولتی عمدتاً با کاهش مواجه بوده، تقاضا و فشار برای افزایش پاسخ‌گویی در بخش عمومی نسبت به گذشته بیش‌تر شده است. علّت، این است که ماهیت بخش عمومی دائماً در حال تغییر است. این بخش از نظر اندازه، منابع و مسؤولیت‌ها رشد پیدا کرده و نوعی رقابت و کارآفرینی را در چارچوب مدیریت‌گرایی به خود دیده است. در حقیقت شواهد نشان می‌دهد که افزایش منابع و مسؤولیت‌های این بخش با میزان پاسخ‌گویی آن هماهنگ نبوده است. در نتیجه توانایی اجرای استانداردهای رسمی با افول مواجه شده است. طبعاً این افول در پاسخ‌گویی به بی‌اعتمادی منجر می‌شود. به اعتقاد دنهارت[1] هیچ چیز،

[1]. Denhardt

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

نه خطاهای قضاوت، نه عدم کارایی، نه ضایعات، نه مالیات‌های سنگین، نه وجود مقررات بیش از حد و نه حتی شکست در جنگ، دولت‌ها را از ریشه نمی‌لرزاند، مگر وجود این باور که عامه‌ی مردم تصور کنند حاکمان و مدیران دولتی به جای توجه به منفعت عامه به منفعت شخصی خویش می‌اندیشند(اوجاقلو و زاهدی،۱۳۸٤:۹۹). زمانی که این باورها میان عامه‌ی مردم فراگیر شد و برای مدتی طولانی دوام یافت، عامه‌ی مردم اعتماد خود را نسبت به دولت‌مردان و نهادهای دولتی از دست خواهند داد. اگر عامه‌ی مردم به نهادهای دولتی و افراد منتخب و منتصب دولتی ایمان و اعتماد نداشته باشند، در اجرای تصمیمات دشوار، خصوصاً تصمیماتی که مستلزم ایمان و فداکاری است، همکاری نخواهند کرد. بروز رفتار منفعت‌طلبانه از سوی مدیران و کارکنان دولت، اعتماد عمومی را مخدوش می‌کند و به ازدست‌دادن اعتماد عمومی به نهادهای مزبور می‌انجامد. پس برای این‌که مدیران و مسؤولان دولت نشان دهند که به منفعت عامه پایبند هستند، باید پاسخ‌گویی به شهروندان را سرلوحه‌ی کار خویش قرار دهند و این امر را در طرق مختلف به انجام برسانند.

به طور کلی اعتماد در بسیاری از تعاملات اجتماعی که با عدم اطمینان و وابستگی درگیر است، عامل مهمی محسوب می‌شود. در سراسر مبادلات و روابط اجتماعی، اعتماد همچون روان‌کننده‌ای، چرخ‌های کنش اجتماعی را راحت‌تر به حرکت درمی‌آورد. اعتماد تسهیل‌کننده‌ی مبادلات در فضای اجتماعی است که هزینه‌ی مذاکرات و مبادلات را به حداقل می‌رساند. در نهایت این که در محیط-های کسب و کار امروزی به طور طبیعی کاربران و محیط طبیعی سیستم‌هایی را می‌پذیرند که از قابلیت اتکا و اعتماد بالایی برخوردار باشد(زارعی،۱۳۸۷). اعتماد و مکانیزم ایجاد اعتماد در تجارت الکترونیک مهم است؛ زیرا ریسک و عدم اطمینان ادراک‌شده‌ی مرتبط با مبادلات بی‌نام برخط را کاهش می‌دهد و به مشتری انگیزه می‌دهد برای پیوستن به رفتارهای اعتمادی مثل تغییر اطلاعات فردی و خرید کالاها اقدام کند(گرینر و وانگ[۱]، ۲۰۱۰).

سازمان بازرسی کل کشور در اجرای اصل ۱۷٤ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و به منظور نظارت بر حسن جریان امور و اجرای صحیح قوانین تشکیل شده و بر اساس قانون تشکیل و آئین‌نامه‌ی اجرایی آن، سازمان بازرسی کل کشور عهده‌دار مسؤولیت رسیدگی و پاسخ‌گویی به شکایت‌های مردمی نیز هست. همچنین در ماده‌ی ۲۵ قانون ارتقای سلامت نظام اداری و مقابله با فساد، در راستای تسریع و تسهیل در رسیدگی به شکایت‌های مردمی، تکالیفی برای دستگاه‌های

[۱] Greiner & Wang

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

اداری و اجرایی کشور تعیین شده و بر اساس تبصره‌ی یک ماده‌ی مذکور، سازمان بازرسی کل کشور مسؤول نظارت بر حسن اجرای این ماده است.

سامانه‌ی رسیدگی به شکایت‌ها و اعلامات سازمان بازرسی کل کشور، روش بهبودیافته‌ی فرآیند بازرسی سنتی است که در آن، داده‌ها به صورت دیجیتال ذخیره و پردازش می‌گردند. از جمله کاربردهای این سامانه، ثبت و بررسی شکایت‌ها و همچنین ارزیابی و نظرسنجی می‌باشد که با توجه به اهمیت کاربرد آن لازم است امنیت کافی برای استقرار آن فراهم گردد تا اعتماد و اطمینان کاربران به آن جلب شده و مورد بهره‌برداری قرار گیرد. از ویژگی‌های بارز این سامانه، صرفه‌جویی در هزینه و زمان بوده که شهروندان بدون محدودیت مکانی، به مشارکت بیش‌تر در این زمینه ترغیب خواهند شد. مقابله با تهدیدات امنیتی این سامانه و استفاده از پروتکل‌های رمزنگاری، مهم‌ترین چالش در استفاده از آن می‌باشد .

به عبارت دیگر سهولت دسترسی مردمی به سازمان، سرعت‌دادن و کاهش زمان در رسیدگی به شکایت‌ها، ایجاد حداکثر شفافیت برای شاکی، افزایش رضایت‌مندی مردم و افزایش اعتماد عمومی و ارتقای سرمایه‌ی اجتماعی را از اهداف ایجاد مرکز رسیدگی به شکایت‌های مردمی و بسط و گسترش راه‌های ارتباطی مردم با این مرکز به منظور تحقق اهداف ذیل صورت پذیرفته است.

بنابراین با توجه به این‌که اعتماد به عنوان یک مکانیسم کاهش ریسک و عدم اطمینان نقش بسیار مهمی را در موفقیت سازمان‌ها در بهره‌گیری از خدمات الکترونیک دارد، در این تحقیق موفقیت سازمان بازرسی در ایجاد اعتماد عمومی به سامانه‌ی رسیدگی به شکایت‌ها مورد بررسی قرار گرفته است.

لذا تحقیق حاضر درصدد پاسخ به این سؤال اساسی است:

موفقیت سامانه‌ی رسیدگی به شکایت‌ها و اعلامات سازمان بازرسی کل کشور در جلب اعتماد عمومی به چه میزان است و مدل بهینه‌ی آن کدام است؟

چارچوب نظری پژوهش

در این تحقیق میزان موفقیت سامانه‌ی رسیدگی به شکایت‌های سازمان بازرسی بررسی خواهد شد؛ لذا دو موضوع اعتماد و کیفیت خدمت‌رسانی این سامانه مدنظر قرار دارد.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

اعتماد[۱] یکی از جنبه‌های مهم روابط انسانی و زمینه‌ساز مشارکت و همکاری میان اعضای جامعه است. همچنان که از شواهد کتاب‌ها و مقالات بسیاری که اخیراً در مورد مفهوم اعتماد و نظریه‌های مربوط به آن نوشته شده برمی‌آید، اعتماد را به آسانی نمی‌توان تعریف کرد. به علاوه، آن‌چه موضوع را بیش‌تر پیچیده می‌کند، مترادف‌های بسیاری است که برای آن وجود دارد؛ از جمله اشتراک، هم‌دلی، تحمل و برادری، وابستگی، اطمینان، اعتقاد، وثوق، باور، ایمان، به دیگری تکیه‌کردن و غیره...

به عنوان مثال امیل دورکیم[۲]، اعتماد را آرامشی می‌داند که حاصل زندگی مسالمت‌آمیز بشر در کنار هم‌نوعانش در حالت صلح و به دور از هرگونه دشمنی و خصومت است. گئورگ زیمل[۳]، «اعتماد را معادل کلمه‌ی ایمان به کار می‌برد و به اعتقاد وی نوعی ایمان و اعتقاد به افراد جامعه است»(گلابی،۱۳۸٤:۲۸). در کارهای فردیناند تونیس[٤] «در جوامع سنتی یا گماین شافت[٥] اعتماد مانند احترام و حس تعلق شخصی، فضیلتی برای افراد است، در حالی که در جوامع مدرن یا گزل شافت[٦] اعتماد غیر شخصی و رسمی است»(ازکیا و غفاری،۱۳۸٤:۱٥٦).

تالکوت پارسنز[۷] عامل ایجاد اتحاد و انسجام اجتماعی و ثبات و نظم را اعتماد می‌داند. به عقیده‌ی وی اعتماد، این باور را در افراد ایجاد می‌کند که دیگران به منظور دستیابی به یک موقعیت گروهی از منافع شخصی دست می‌کشند. «وی نظام منسجم را نظامی می‌داند که بتوان به عاملان آن در انجام وظایفشان اعتماد کرد که این امر خود به پایداری و نظم سیستم اجتماعی کمک می‌کند»(انعام،۱۳۸۰:۲٥).

آنتونی گیدنز[۸] در تعریف اعتماد به فرهنگ آکسفورد استناد می کند و «اعتماد را به عنوان اطمینان یا اتکا به نوعی کیفیت، یا صفت و یا اطمینان به حقیقت عبارت یا گفته‌ای توصیف می‌کند. به اعتقاد وی اعتماد نوع خاصی از اطمینان است و چیزی یک‌سره متفاوت از آن نیست»(گیدنز،۱۳۸٤:۳۷).

---

۱ Trust
۲ . Emile Durkheim
۳ . Georg Simmel
٤ . Ferdinand Tunisia
٥ . Gemeinschaft
٦ . Gesellschaft
۷ . Talcott Parsons
۸ . Anthony Giddens

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

رونالد اینگلهارت[۱] در تعریف خود از اعتماد به جنبه‌ی قابلیت پیش‌بینی رفتار توجه داشته و عقیده دارد «اعتماد یا عدم اعتماد به تشکیل انتظارات در شرایط اطلاعاتی ناقص کمک می‌کند و اعتماد این انتظارات را دربرمی‌گیرد که رفتار دیگری به طرز قابل پیش‌بینی دوستانه خواهد بود و در جهت مخالفت رفتار موذیانه یا غیرقابل اعتماد افراد، عدم اعتماد تلقی می‌شود»(اینگلهارت،۱۳۸۲: ۵۳).

نیکلاس لوهمان[۲] «اعتماد را به معنی مطمئن‌بودن درباره‌ی کنش‌های احتمالی دیگران در آینده تعریف می‌کند و عنوان می‌کند که اعتماد با مفهوم مخاطره و ریسک در ارتباط است. به اعتقاد لوهمان کارکرد اعتماد در نظام اجتماعی این است که عدم تعین اجتماعی را کاهش می‌دهد»(امیر کافی،۱۱:۱۳۷٤).

پیوتر زتومکا[۳] «اعتماد و اعتمادکردن را نوعی استراتژی مهم در مواجهه با شرایط نامعین و کنترل آینده می‌داند(زتومکا،۱۳۸٦: ۲۹). جیمز کلمن[٤] اعتماد را واردکردن عنصر خطر در کنش با دیگران دانسته و اعتماد را با مخاطره در ارتباط می‌داند»(کلمن،۱۳۷۷).

فرانسیس فوکویاما[۵] «اعتماد را به عنوان انتظاری که در یک جامعه از رفتار مقرراتی، مسؤولانه و همیارانه‌ی بخشی از اعضای دیگر جامعه که بر هنجارهای مشترک عام مبتنی است، تعریف می‌کند»(فوکویاما،۱۰:۱۳۷۹).

از نظر کلاوس اوفه[٦] «اعتماد به معنای باور به عملی است که از دیگران انتظار می‌رود. وی همچنین اعتماد را فرضی شناختی می‌داند که کنش‌گران فردی یا جمعی/ گروهی در تعامل با دیگران به کار می‌بندند»(تاجبخش،۲۰۸:۱۳۸٤).

در یک جمع‌بندی کلی اشتراکات تعاریف فوق را می‌توان این چنین برشمرد: ۱- اعتماد در فرایند روابط اجتماعی بین افراد و سازمان‌های اجتماعی با همدیگر تبلور می‌یابد. ۲- اعتماد متضمن نوعی انتظار است. ۳- اعتماد در شرایط و وضعیت مخاطره‌آمیز وجود دارد. مفهوم عدم تعین اجتماعی، یعنی عدم پیش‌بینی رفتارها و امور نیز با مفهوم اعتماد توأم می‌باشد. ٤- حسن ظن

---

۱. Ronald Inglehart
۲. Niklas Luhmann
۳. Piotr, Sztompka
٤ Colman
۵. Francis Fukuyama
٦. Claus, Offe

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

فرد نسبت به سایر اعضای جامعه نیز عنصر کلیدی اعتماد محسوب می‌شود؛ چراکه با وجود عدم قطعیت‌ها و وجود خطر در روابط، افراد به خاطر حسن ظن و احساس مثبتی که به یکدیگر دارند به هم اعتماد می‌کنند. ۵- اعتماد واقعیتی اجتماعی و فرهنگی است. ٦- اعتماد خصلت نسبی و متغیر دارد؛ یعنی این‌که در دوره‌های مختلف تاریخی یک جامعه تغییر می‌کند.

به طور کلی اعتماد پدیده‌ای چندوجهی، چندسطحی، نسبی، وابسته به زمینه‌ی زندگی اجتماعی و گذشته‌ی تاریخی هر جامعه یا اجتماع خاص و دارای انواع متعدد است. تعاریف متعددی از آن وجود دارد و به صورت‌های گوناگونی مفهوم‌پردازی و سنجیده شده است. همه‌ی ویژگی‌های فوق پیچیدگی‌های ارزیابی و شناسایی وضعیت اعتماد را برای اندیشJمندان علوم اجتماعی سخت‌تر می‌کند. اما اکثر نظریات مربوط به باورها، فرهنگ، میزان جرایم و امنیت عمومی و نوع تعاملات بین مردم با یکدیگر و با دستگاه‌های سیاسی و حاکم را به عنوان عوامل اصلی مرتبط با میزان اعتماد در هر جامعه‌ای عنوان کرده‌اند. یکی از مهم‌ترین ابعاد و انواع اعتماد، اعتماد نهادی است که به چگونگی عملکرد مجریان نهادهای رسمی و سازمانی و نحوه‌ی برخورد آن‌ها با مردم مربوط می‌شود. به‌ویژه در کشورهای درحال‌توسعه که نهادها و سازمان‌ها نتوانسته‌اند به خوبی نیازهای مردم را در محیط‌های اجتماعی – سیاسی جدید برآورده کنند.

زتومکا[۱] بین اعتماد شخصی و اعتماد اجتماعی تفاوت بنیادی نمی‌بیند. او آن‌ها را به عنوان "دوایر متحدالمرکزی از اعتماد" یا به تعبیر فوکویاما "شعاع‌های اعتماد" ی می‌داند که به تدریج از عینی‌ترین روابط بین شخصی به سمت روابط انتزاعی‌تر که معطوف به موضوعات اجتماعی هستند، بسط پیدا می‌کند. به نظر زتومکا، تعیین برخی نقش‌ها به عنوان نقش‌های قابل اعتماد و یا غیر قابل اعتماد در میان جوامع مختلف و در دوره‌های تاریخی مختلف ممکن است متفاوت باشد.

یکی از عوامل مؤثر بر اعتماد، به‌خصوص در مورد اعتماد نهادی، کیفیت ارائه‌ی خدمات است.

توصیف دقیقی از واژه‌ی "کیفیت" دشوار و مبهم است و معمولاً به کلیه‌ی ویژگی‌هایی که برطرف‌کننده‌ی نیازهای مشتری است، کیفیت اطلاق می‌شود. هر خدمتی که تأمین‌کننده‌ی نیازهای مشتریان باشد، خدمتی باکیفیت است. تعریف و سنجش کیفیت خدماتی که ماهیت فیزیکی ندارند کاری دشوار است و این دشواری ناشی از ابعاد و ویژگی‌های خاص خدمات است. ابعاد کیفیت،

۱. Sztompka

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

عواملی هستند که انتظارات و نیازهای مشتریان در آن ابعاد گنجانده می‌شود. "پاراسورامان[۱]"، "زتامل[۲]" و " گاروین[۳]" هرکدام ابعاد مختلفی را جهت استقرار مدیریت کیفیت بیان کرده‌اند که در جدول زیر برخی موارد متفاوت آن‌ها درج شده است(ابطحی و مرآت نیا،۱۳۸۷: ۱۲٤):

جدول شماره‌ی یک- ابعاد کیفیت مدلهای استقرار مدیریت کیفیت

پیشنهاددهنده	ابعاد کیفیت	شرح ابعاد کیفیت
پاراسورامان Parasuraman	ملموس‌ها (Tangibles)	تأسیسات فیزیکی، ابزار، ماشین‌آلات، کارکنان، مسیرهای ارتباطی
	قابلیت اتکاء (Reliability)	توانایی اجرای خدمت وعده‌داده‌شده به نحو درست و قابل اتکا
	پاسخگویی (Responsiveness)	علاقمندی به فراهم‌کردن خدمت مناسب و کمک به مشتریان جهت دریافت بهترین خدمت
	اعتماد (Assurance)	توانایی و تلاش کارکنان در جلب اعتماد مشتریان جهت بازگشت مجدد آن‌ها
	دلسوزی و تعهد (هم‌دلی) (Empathy)	احساس تعلق و تعهد سازمان نسبت به فرد فرد مشتریان
گاروین Garvin	اطلاع‌رسانی و ارتباطات (Communication)	در دسترس قراردادن اطلاعات سریع و دقیق برای همگان
	سرعت در ارائه‌ی خدمات (Speed of Response)	تسریع در ارائه‌ی خدمات مورد نظر مشتری
	صحت خدمات (Accuracy)	درستی نتایج کارهای انجام شده و جلوگیری از اشتباهات مکرر
	شکل ظاهری (Personal Characteristics)	مقبولیت فرآورده برحسب نوع خدمت
	رفتار مناسب (Courtesy)	ارائه‌ی خدمات با رفتار مشتری‌مدارانه
	قانونمندی (Legal Actions)	پایبندی کارکنان به قوانین و ضوابط و عدم تبعیض بین مشتریان

[۱] Parasuraman
[۲] Zeithaml
[۳] Garvin

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

مدل تحلیل شکاف کیفی خدمات

در این مدل فعالیت‌های برجسته‌ی یک سازمان خدماتی و تعامل و ارتباط بین آن‌ها(که بر درک کیفیت و ارائه‌ی یک سطح رضایتمندانه از کیفیت خدمت تأثیر دارند) مشخص می‌شود. این ارتباطات به‌وسیله‌ی شکاف‌ها یا مغایرت‌ها به این گونه توصیف می‌شوند که «یک شکاف مانع مهمی برای دست‌یافتن به یک سطح رضایت‌بخش کیفیت خدمت است».(شاهین[۱]، ۲۰۰۲).

مدل‌های تحلیل شکاف کیفی هریک با یک تمرکز و تأکید متفاوت طراحی شده‌اند. ضمن آن‌که هر مدل برای زمینه‌های متفاوتی، مفید است؛ ولی به طور کلی مدل‌های مفهومی کیفیت به دلایلی از قبیل تعیین عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات سازمان، تعیین چگونگی نواقص کیفی و تعیین چارچوبی برای انجام برنامه‌های بهبود کیفیت مهم تلقی می‌شوند(زاهدی و همکاران،۱۳۹۲: ۹۱).

یک مدل کیفیت مطلوب، باید مدیریت را در تشخیص منابع، کشف مشکلات، مشخص‌کردن علل مشکل مشاهده‌شده در زمینه‌ی کیفیت و ارائه‌ی راهکارهای عملی ممکن، یاری کند(پاراسورامان و همکاران،۱۹۹٤) سطوح شکاف‌های مدل پاراسورامان عبارتند از:

- **شکاف(۱) انتظار مشتری- درک مدیریت:** مدیریت ممکن است درک نادرستی از انتظارات واقعی مشتری داشته باشد. دلیل این شکاف فقدان تمرکز مناسب بر مشتری یا بازار است. حضور یک بخش بازاریابی لزوماً تضمین‌کننده‌ی تمرکز بر بازار نیست، بلکه به فرآیند مدیریت مناسب، ابزارها و نگرش تجزیه و تحلیل بازار نیاز دارد.
- **شکاف(۲) مشخصات کیفیت خدمات:** ممکن است سازمان در ترجمه‌ی انتظارات مشتری به ویژگی‌های کیفی خدمت ناتوان باشد. این شکاف به جنبه‌های طراحی خدمت مرتبط است.
- **شکاف(۳) ارائه‌ی خدمت:** دستورالعمل‌ها در مورد ارائه یا عملکرد خدمت به تنهایی تضمین‌کننده‌ی ارائه‌ی خدمت با کیفیت بالا نیست. چند دلیل برای این مورد وجود دارد: فقدان حمایت کافی از کارکنان خط مقدم، مشکلات فرایندی، تغییرپذیری عملکرد کارکنان خط مقدم/ ارتباطی.
- **شکاف(٤) ارتباطات خارجی:** انتظارات مشتری به وسیله‌ی ارتباطات خارجی یک سازمان شکل داده می‌شود. یک انتظار واقع‌گرا، درک مثبت از کیفیت خدمت را ارتقا می‌دهد. لذا بخش بازاریابی یک سازمان خدماتی، باید خدمات و روش ارائه‌ی خدمات را به طور دقیق توصیف کند.

[۱] Shahin

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

● **شکاف(۵) خدمت مورد انتظار– خدمت درک‌شده:** کیفیت درک‌شده‌ی خدمت بستگی به اندازه(تفاوت میان Expectation و Perception) و جهت شکاف پنجم دارد. تفاوت منفی بین انتظارات و ادراکات مشتری، بیان‌گر سطحی از کیفیت خدمات کم‌تر از حد انتظار مشتری است و بالعکس، که در مجموع با ماهیت شکاف‌های بازاریابی، طراحی و ارائه‌ی خدمت ارتباط دارد.

مشاهده می‌شود که مهم‌ترین شکاف در این مدل، شکاف مشتری یا شکاف پنجم(فاصله بین خدمت مورد انتظار و خدمت درک‌شده از سوی مشتری) است و عامل کلیدی در کاهش آن، رفع شکاف‌های چهارگانه‌ی دیگر است.

بر این اساس متغیرهای تحقیق عبارتند از:

- متغیر وابسته

متغیر وابسته‌ی تحقیق حاضر، میزان موفقیت در جلب اعتماد عمومی به سامانه‌ی رسیدگی به شکایت‌ها و اعلامات سازمان بازرسی کل کشور است.

- متغیرهای مستقل:

متغیرهای مستقل در واقع عوامل اعتمادزا هستند که بر اساس چهارچوب نظری به ٤ دسته تقسیم می‌شوند:

- **عوامل مرتبط با فن‌آوری:** فن‌آوری‌های مدرن، کانال‌های ارتباطی متنوع و عملکرد فن-آوری.
- **عوامل مرتبط با ویژگی‌های سازمان:** کنترل‌های امنیتی، کنترل حریم خصوصی، صداقت، شایستگی و خیرخواهی.
- عوامل مرتبط با کیفیت وب سایت: کیفیت خدمات، کیفیت اطلاعات و کیفیت سایت(طراحی گرافیک، ساختار و محتوا).
- عوامل مرتبط با ویژگی‌های مشتری: اعتماد، سودمندی درک‌شده، سهولت استفاده و راحتی.

مواد و روش‌های پژوهش

روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی است که در آن از روش پیمایش برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. جامعه‌ی آماری این پژوهش را مشتریان و کاربران سامانه‌ی رسیدگی به شکایت‌ها و اعلامات سازمان بازرسی استان مازندران تشکیل می‌دهند. بر اساس آمار ماخوذه از سازمان بازرسی کل کشور، تعداد شکایت‌های ثبت‌شده در سامانه‌ی سازمان بازرسی استان

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

مازندران در سال ۱۳۹۶ برابر با ۲٤۸۸٤ مورد است که بر اساس فرمول کوکران ۳۷۸ نفر در مطالعه شرکت داده شدند. پرسش‌نامه‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری سیستماتیک توزیع شده است.

در پژوهش حاضر با توجه به ماهیت موضوع و روش تحقیق از ابزار پرسش‌نامه‌ی محقق-ساخته استفاده شده است. این سؤالات در طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای شامل گزاره‌های کاملاً موافق، موافق، بی‌نظر، مخالف و کاملاً مخالف تنظیم شده است. جدول۱، تناظر سؤالات پرسش‌نامه را با متغیرهای تحقیق نشان می‌دهد:

جدول شماره‌ی دو- تناظر سؤالات پرسش‌نامه با متغیرهای تحقیق

متغیر اصلی	شاخص	گویه
عوامل مرتبط با فن‌آوری	فن‌آوری-های مدرن	به نظر می‌رسد سازمان از فن‌آوری‌های مدرن در این سامانه استفاده کرده است.
		فن‌آوری‌های به‌کاررفته در این سامانه برای انجام فعالیت‌ها مناسب و به‌روز است.
		کیفیت اینترنت برای استفاده از خدمات این سامانه مناسب نیست.
		کیفیت این سامانه در مقایسه با سامانه‌های مشابه دیگر خوب است.
	کانال‌های ارتباطی متنوع	اطلاع‌رسانی در این سامانه از طریق پست، پیامک، تماس تلفنی و ... امکان‌پذیر است.
		در صورتی که مشکلی در مراحل رسیدگی به شکایت پیش بیاید با من تماس گرفته خواهد شد.
		امکان پیگیری شکایت در سامانه وجود دارد.
	عملکرد فن‌آوری	دسترسی به فرایند رسیدگی به شکایت‌ها باید برای شاکی، بدون هزینه است.
		میزان پیشرفت شکایت در فرایند رسیدگی به اطلاع شاکیان رسانده می‌شود.
		استقرار فرایند رسیدگی به شکایت‌ها به آسانی، قابل دسترسی است.
		نظام رسیدگی به شکایت‌ها کارآمد است.
عوامل مرتبط با ویژگی‌های سازمان	کنترل‌های امنیتی	دستورالعمل مدونی برای رسیدگی به شکایت‌ها در سازمان وجود دارد.
		به نظر می‌رسد این سامانه از امنیت لازم برخوردار است.
		اطلاعات مربوط به شاکی در جایی که مورد نیاز است در دسترس است؛ اما فقط به منظور رسیدگی به شکایت است و از افشای آن جلوگیری می‌شود مگر اینکه خود شاکی صریحاً به افشای آن رضایت داده باشد.
	حفظ حریم خصوصی	دسترسی به پایگاه اطلاعاتی شکایت‌ها محدود به افرادی خاص و دارای اختیارات ویژه است.
		شماره‌ی شناسایی منحصربه‌فرد برای هر شاکی در نظر گرفته شده است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

		اختصاص شماره و کد رهگیری جداگانه‌ای برای هر شاکی در نظر گرفته شده است.
		به طور کلی احساس می‌کنم کسی غیر از من و سازمان بازرسی به اطلاعات من دسترسی ندارد و حریم خصوصی من حفظ شده است.
	شایستگی و صداقت	سازمان توانایی پاسخ‌گویی به نیازهای مرا دارد.
		کارکنان ماهر و آموزش‌دیده برای رسیدگی مؤثر به شکایت‌ها در سازمان وجود دارد.
		تمامی شکایت‌ها چه ساده و چه پیچیده، در اولین فرصت ممکن حل و فصل می‌شوند.
		مطمئنم سازمان امانت‌داری لازم را رعایت خواهد کرد.
	خیرخواهی	سازمان نگرانی مرا در زمینه‌ی ارائه‌ی شکایت درک می‌کند.
		در مورد این که سازمان به شکایتم رسیدگی می‌کند نگرانی ندارم.
		هر تصمیمی که سازمان بگیرد به نفع من خواهد بود.
		با شکایت به گونه‌ای محرمانه برخورد خواهد شد بدون این که عواقبی برای شاکی داشته باشد.
عوامل مرتبط با ویژگی‌های وب سایت	کیفیت خدمات	ثبت اطلاعات در این سامانه آسان است.
		قابلیت جست‌وجو در حوزه‌های مختلف وجود دارد.
		پیگیری پیشرفت و وضعیت شکایت امکان‌پذیر است.
		در حداقل زمان ممکن به شکایتم رسیدگی و به من اعلام شد.
		به طور کلی خدمات مناسب و شایسته‌ای در این سامانه ارائه شد.
	کیفیت اطلاعات	این سامانه منبع مناسبی از اطلاعات است.
		این سامانه منبع خوبی از اطلاعات را فراهم می‌کند.
		این سامانه اطلاعات به‌موقع (به هنگامی) را فراهم می‌آورد.
	کیفیت وب سایت	طراحی گرافیک این سامانه مناسب است.
		این سامانه ساختار خوبی دارد.
		محتوای این سامانه مناسب است و کلیه‌ی اطلاعات مورد نیاز در اختیار مشتری قرار می‌گیرد.
		امکان ارتباط و تبادل پیام در این سامانه وجود دارد.
ویژگی ت	اعتماد	روش رسیدگی به شکایت در این سامانه صحیح است.
		شیوه‌ی رسیدگی به شکایت در این سامانه مطمئن است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

		به این‌که شکایتم بررسی و ترتیب اثر داده خواهد شد اعتماد کامل دارم.
	سودمندی درک‌شده	استفاده از این سامانه مرا قادر به طرح شکایت می‌کند.
		استفاده از این سامانه کارایی مرا در تسهیم (به اشتراک‌گذاری) اطلاعات بهبود می‌بخشد.
		این یک برنامه‌ی خدماتی مفید برای طرح شکایت و رسیدگی به آن است.
		به‌طورکلی این سامانه برای من مفید و سودمند است.
	سهولت استفاده	یادگیری استفاده از این سامانه آسان است.
		تبدیل‌شدن به فردی ماهر در استفاده از این سامانه برایم آسان است.
		به‌طور کلی، استفاده‌کردن از این سامانه سهل و آسان است.
	راحتی	استفاده از این سامانه مرا قادر می‌سازد تا در هر زمانی که مناسب می‌دانم شکایت خود را مطرح کنم.
		ثبت اطلاعات در این سامانه آسان است.
		استفاده از این سامانه به من برای مطرح‌کردن شکایت آسودگی خاطر می‌دهد.
		این سامانه را مناسب و راحت می‌دانم.

یافته‌های پژوهش

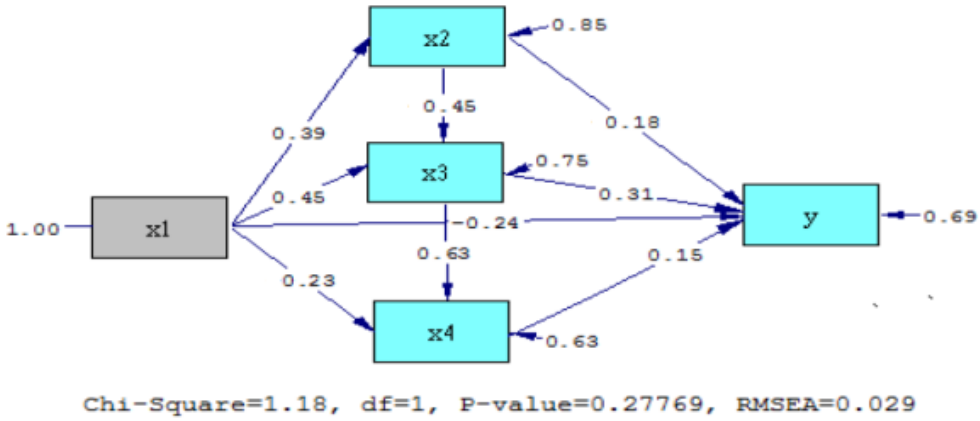
ارائه‌ی مدل بهینه برای جلب اعتماد عمومی به سامانه

برای طراحی مدل بهینه برای جلب اعتماد عمومی به سامانه از روش تحلیل مسیر و معادلات ساختاری استفاده شد. پس از طی مراحل مختلف، تدوین معادلات ساختاری و اصلاح مسیرهای اثرگذاری متغیرهای مدل بر اعتماد عمومی به سامانه در نهایت، مطلوب‌ترین مدل معادلات ساختاری جهت تبیین میزان اعتماد به سامانه شکایت‌ها تدوین شد. مدل نهایی و برازش‌شده توسط داده‌های تحقیق در سطح مناسبی از نظریه‌ها و تحقیقات انجام‌شده حمایت کرده و مدل مناسبی برای تبیین میزان اعتماد عمومی به سامانه محسوب می‌شود؛ زیرا نخست مجذورخی مدل معنی‌دار نبوده و مقدار RMSEA نیز نزدیک صفر است. دوم AIC و CAIC مدل نسبت به مدل-های مستقل و اشباع مقادیر کم‌تری دارند. سوم شاخص‌های برازش نسبی و برازش مطلق در سطح مناسب و قابل قبولی هستند. مدل معادلات ساختاری برازش‌شده مدل مناسبی برای تبیین تغییرات میزان اعتماد به سامانه‌ی رسیدگی به شکایت‌ها بوده و به طور معناداری ۳۱ درصد از تغییرات را تبیین کرده است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

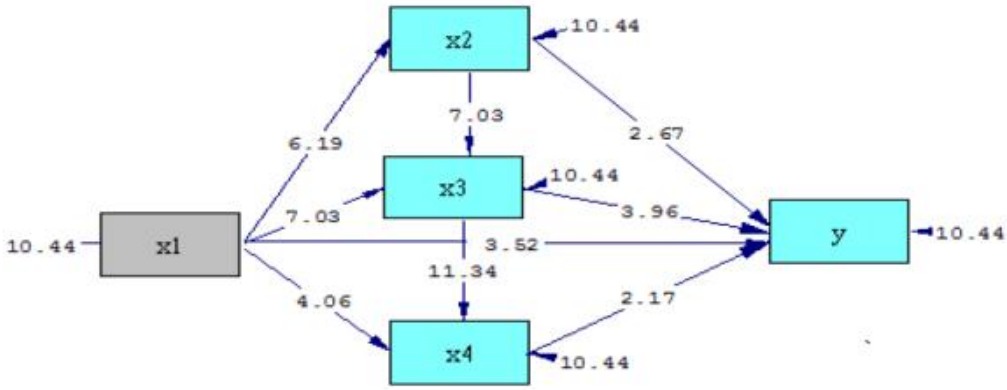
جدول شماره‌ی سه- شاخص‌های برازش مدل ساختاری میزان موفقیت در جلب اعتماد عمومی به سامانه‌ی شکایت‌ها

شاخص‌های کلی		شاخص‌های معیار اطلاعات		شاخص‌های برازش نسبی		شاخص‌های برازش مطلق	
R۲	۰/۳۱	شکل AIC	۲۹/۱۸	NFI	۱	GFI	۱
T	۱۰/٤٤	شکل مستقل AIC	۲٦۸/۵۱	NNFI	۰/۹۹	AGFI	۰/۹۷
مجذورخی	۱/۱۸	شکل اشباع AIC	۳۰	PNFI	۰/۱۰	PGFI	۰/۰٦۷
درجه‌ی آزادی	۱	شکل CAIC	۹۰/٦۹	CFI	۱	–	–
RMSEA	۰/۰۲۹	شکل CAIC مستقل	۲۹۰/٤۸	IFI	۱	–	–
معناداری	۰/۲۸	شکل CAIC اشباع	۹۵/۹۰	RFI	۰/۹۵	–	–



شکل شماره‌ی یک- مدل ساختاری اصلاح‌شده و نهایی موفقیت در جلب اعتماد عمومی به سامانه

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]



شکل شماره‌ی دو- مدل ساختاری اصلاح‌شده و نهایی موفقیت در جلب اعتماد عمومی به سامانه با مقدار T

مدل ساختاری نهایی موفقیت در جلب اعتماد عمومی به سامانه‌ی بررسی شکایت‌ها در شکل ۱ و ۲ ارائه شده است. در این شکل متغیر وابسته (Y) اعتماد عمومی به سامانه و متغیرهای مستقل X۱ ویژگی‌های مشتری، X۲ عوامل مرتبط با فن‌آوری، X۳ کیفیت وب‌سایت و X٤ ویژگی‌های سازمان است.

مدل تدوینی برای تبیین تغییرات میزان موفقیت در جلب اعتماد عمومی به سامانه‌ی شکایت-های سازمان بازرسی، نشان‌دهنده‌ی تأثیر معنادار متغیر بیرونی ویژگی‌های مشتری و متغیرهای درونی فن‌آوری، کیفیت وب‌سایت و ویژگی‌های سازمان بر اعتماد عمومی به سامانه است. نتایج ضریب مسیر در مدل نشان داد که اثر مستقیم همه‌ی متغیرهای مدل بر اعتماد به سامانه معنادار بوده است. در مدل ساختاری تدوین‌شده مهم‌ترین عاملی که تأثیر مستقیم آن در بین عوامل دیگر بر اعتماد به سامانه شایان توجه است، متغیر درونی کیفیت وب‌سایت و متغیر بیرونی ویژگی‌های مشتری تلقی می‌شود. به عبارت دیگر کیفیت وب‌سایت، زمینه را برای افزایش اعتماد به سامانه فراهم می‌کند و ویژگی‌های مشتری باعث افزایش میزان اعتماد به سامانه می‌شود. در مدل تحلیل مسیر، اثر غیر مستقیم فن‌آوری بر اعتماد به سامانه به اندازه‌ی اثر مستقیم بوده و نوع اثر نیز مثبت می‌باشد؛ یعنی با افزایش میزان فن‌آوری، کیفیت وب‌سایت افزایش یافته و در نهایت منجر به افزایش اعتماد به سازمان و سامانه‌ی بررسی شکایت‌ها می‌شود. این امر به نوبه‌ی خود در موفقیت سازمان نسبت به جلب اعتماد عمومی به سامانه مؤثر است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

اثر غیر مستقیم کیفیت وب سایت بر میزان اعتماد عمومی به سامانه عمدتاً از طریق ویژگی‌های سازمان بوده است. بدین صورت که کیفیت وب‌سایت در بین مشتریان، بر دیدگاه آن‌ها در مورد ویژگی‌های سازمان مؤثر بوده و منجر به افزایش اعتماد آن‌ها به سامانه می‌شود. همچنین ویژگی‌های مشتری اثر غیر مستقیم معناداری ندارد؛ زیرا مقدار آن نزدیک صفر است.

در مجموع بر اساس اثرات کل در مدل ساختاری، به ترتیب متغیرهای کیفیت وب‌سایت، فن‌آوری و ویژگی‌های سازمان، کم‌ترین تأثیر را در جلب اعتماد عمومی به سامانه داشته‌اند.

جدول شماره‌ی چهار- اثرات متغیرهای تحقیق بر میزان موفقیت در اعتماد عمومی به سامانه

اثرات	ویژگی‌های مشتری	فن-آوری	کیفیت وب‌سایت	ویژگی‌های سازمان	مقدار T	ضریب تعیین
اثرمستقیم	۰/۲٤	۰/۱۸	۰/۳۱	۰/۱۵	۱۰/٤٤	۰/۳۱
اثر غیرمستقیم	۰/۰۱	۰/۱۸	۰/۱۰	۰		
اثر کل	۰/۲٤	۰/۳٦	۰/٤۱	۰/۱۵		

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه سازمان‌ها به شکل بنیادین تغییر کرده و دیگر شباهتی به سازمان‌های دیروز ندارند. سازمان‌ها در دنیایی به سر می‌برند که پویایی، تغییر و پیچیدگی جزء عناصر اصلی آن است و برای بهره‌وری از فرصت‌های زودگذر عصر حاضر، ناچار به ایجاد ساختار منعطف و بهره‌مندی از امکانات بیرون سازمان هستند. آن‌چه در سازمان‌های امروزی مشاهده می‌شود، تغییرات اساسی در ساختارها و رفتارها و شبکه‌ای‌شدن فعالیت‌های آن‌هاست.

سازمان‌ها برای ارتقای سطح عملکرد و بهره‌وری خود، نیازمند این هستند که ضمن ارزیابی برنامه‌ها و سیاس‌ها، به شکایت‌های رسیده از سوی مخاطبان نیز پاسخ گویند.

رسیدگی به شکایت‌ها در سازمان‌های دولتی، عمومی و خصوصی متفاوت است. اگرچه در تمامی این سازمان‌ها، منافع مردم در اولویت است، ولی هر سازمانی با توجه به سیاست‌ها، اهداف و برنامه‌های خود رویکرد مشخصی در رسیدگی به شکایت‌ها دارد. در سازمان‌های خصوصی رویکرد اقتصادی و جلب رضایت مشتری در اولویت اول است. اما در سازمان‌های عمومی، توجه به منافع جمعی و حقوق جمعی، اولویت داشته و در سازمان‌های دولتی نیز هدف از رسیدگی به

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

شکایت‌ها، پیش‌گیری از فساد سازمانی، نیل به اهداف دولت و نظام و همچنین تعالی اخلاق سازمانی است.

رسیدگی به شکایت‌ها در کشورهای مختلف بر اساس ظرفیت‌ها و توانمندی‌ها و همچنین سیاست‌های دولت آن‌ها متفاوت است. در برخی از کشورها بر ظرفیت‌های قانونی، در برخی دیگر بر ظرفیت‌های اجتماعی و مردمی و در برخی دیگر بر ظرفیت‌های سازمان‌های مردم‌نهاد توجه می‌شود. رسیدگی به شکایت‌ها در کشورهای مختلف در قوانین، وزارت‌خانه‌ها و سازمان‌های مربوطه متفاوت است؛ ولی آن‌چه اهمیت به‌سزایی دارد، توجه جدی سازمان‌ها به رسیدگی و فرجام شکایت‌هاست.

شکایت، ابراز نارضایتی است که نیاز به پاسخ‌گویی و رسیدگی دارد. رسیدگی به شکایت‌ها نه‌تنها آزاردهنده و زاید نیست، بلکه بسیار مفید و آموزنده است. با استخراج اطلاعات مورد نیاز از شکایت‌های صورت‌گرفته، می‌توان کیفیت خدمات را ارزیابی کرده و همچنین با جبران نواقص و کمبودها، نقاط ضعف را از بین برد. رسیدگی به شکایت‌ها و بررسی آن‌ها، ابزاری بسیار مؤثر برای ارتقای کیفیت خدمات است(موحدنیا و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۸).

مفهوم رسیدگی به شکایت‌های مردمی اگرچه در نگاه اول ممکن است رویکردی پلیسی به نظر برسد، ولی بیش‌تر از جنبه‌ی مردمی و نهادهای غیر پلیسی در ایران مطرح است. هدف این نهادها این است که بدون دخالت پلیس تا حد امکان وضعیت شکایت‌های مردمی که بیش‌تر از مسایل و مشکلات اداری است، بررسی، رسیدگی و حل شود.

از سوی دیگر رسیدگی سازمان‌ها به شکایت‌های مردم، ثمرات بسیاری برای نظام جامع دولتی خواهند داشت و بهره‌وری سازمان به‌واسطه‌ی ارتقای سطح رضایت مردم بیش‌تر خواهد شد.

در نگاه مردم، از میان سازمان‌های دولتی، سازمان بازرسی، مهم‌ترین نقش را در رسیدگی به شکایت‌ها دارد و این پژوهش می‌تواند جای‌گاه مردم را به عنوان یک عنصر اساسی روشن کند.

پدیده‌ی رسیدگی به شکایت‌ها در راستای خدمت‌رسانی به مردم است و این موضوع در بطن سازمان‌های دولتی در جمهوری اسلامی ایران اهمیت به‌سزایی دارد. این رویه در راستای رفع ضعف‌های اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی، ایجاد بستر مناسب برای ارتقای سطح رضایت، جلوگیری از اتلاف وقت و تردد اضافی و نیز کاهش اتلاف سرمایه‌های انسانی در نظر گرفته شده است.

پژوهش‌ها نشان می‌دهد ٤٥ درصد مردم حتی با اعلام نارضایتی، شکایت نمی‌کنند و۵۰ درصد شکایت کرده ولی منصرف شده و تنها ۵ درصد هستند که شکایت خود را پیگیری کرده و پاسخ

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

می‌گیرند. با استخراج اطلاعات مورد نیاز از شکایت‌های صورت‌گرفته، می‌توان کیفیت خدمات را ارزیابی کرد و ضمن تقویت نقاط مثبت بر نقاط منفی چیره شد. رسیدگی به شکایت‌ها و بررسی آن‌ها، ابزاری بسیار مؤثر برای ارتقای کیفیت خدمات است(موحدنیا و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۱).

با این کار اعتماد مردم به دولت و نظام، تقویت شده و مشارکت آن‌ها در برنامه‌های مختلف سازمانی و بهبود عملکرد سازمانی افزایش می‌یابد.

در این تحقیق میزان اعتماد به سامانه‌ی رسیدگی به شکایت‌های سازمان بازرسی مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج تحقیق نشان داد که عوامل مرتبط با فن‌آوری، عوامل مرتبط با ویژگی‌های سازمان، عوامل مرتبط با کیفیت وب‌سایت و ویژگی‌های مشتری با جلب اعتماد عمومی به سامانه، رابطه‌ی معناداری دارد. درواقع ویژگی‌های مشتری با میانجی‌گری فن‌آوری، کیفیت وب‌سایت و ویژگی‌های سازمان بر اعتماد به سامانه‌ی رسیدگی به شکایت‌های بازرسی مؤثر است.

بررسی تطبیقی نتایج به‌دست‌آمده از تحقیق حاضر با نظریه‌ها و تحقیقات داخلی و خارجی از جمله تحقیقات محمدی کره ناب(۱۳۹۳)، کازالو و همکاران[۱](۲۰۱۱)، کانولی و بنیستر[۲](۲۰۰۹)، یانگ و همکاران[۳](۲۰۰۹)، لومسدن و مک کی[٤](۲۰۰٦)، کیم و همکاران[٥](۲۰۰۵) و بارت و همکاران[٦](۲۰۰۵) نشان از هم‌سویی و سازگاری بالا دارد.

"پاراسورامان[۷]"، "زتامل[۸]" و " گاروین[۹]" در تحقیقات خود به ابعاد کیفیت از جمله ویژگی‌های مرتبط با مشتری، سازمان و نحوه‌ی ارائه‌ی خدمات اشاره کردند که در نهایت رضایتمندی مشتریان را به دنبال دارد. در این زمینه، بحث شکاف کیفی خدمات ارائه شد که در آن تأثیر فعالیت‌های برجسته‌ی یک سازمان خدماتی و تعامل و ارتباط بین آن‌ها بر درک کیفیت و ارائه‌ی یک سطح رضایتمندانه از کیفیت خدمت مورد تحلیل قرار گرفت. تحلیل نتایج تحقیق بر اساس سطوح شکاف‌های مدل پاراسورامان عبارتند از:

---

۱ Casaló
۲ Connolly
۳ Yang et.al
٤ Lumsden & MacKay
٥ Kim
٦ Bart
۷ Parasuraman
۸ Zeithaml
۹ Garvin

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

۱- **شکاف انتظار مشتری- درک مدیریت** : مدیریت ممکن است درک نادرستی از انتظارات واقعی مشتری داشته باشد. دلیل این شکاف فقدان تمرکز مناسب بر مشتری یا بازار است. در این تحقیق این شکاف مشاهده نشده است. به عبارت دیگر بر اساس دیدگاه پاسخگویان مدیریت به نیازهای آنها توجه نموده و هر شکایتی با روال قانونی خود و در اسرع وقت در این سامانه قابل رسیدگی است.

۲- **شکاف مشخصات کیفیت خدمات:** کیفیت ارائه‌ی خدمات یکی دیگر از عوامل مؤثر بر اعتماد مشتریان است. در این تحقیق به کیفیت وب‌سایت، کیفیت ارائه‌ی خدمات و کیفیت اطلاعات اشاره شده است. این شکاف به جنبه‌های طراحی خدمت مرتبط است.

۳- شکاف ارائه‌ی خدمت: دستورالعمل‌ها در مورد ارائه یا عملکرد خدمت به تنهایی تضمین‌کننده‌ی ارائه‌ی خدمت با کیفیت بالا نیستند. چندین دلیل برای این مورد وجود دارد: فقدان حمایت کافی از کارکنان خط مقدم، مشکلات فرایندی، تغییرپذیری عملکرد کارکنان خط مقدم/ ارتباطی.

٤- **شکاف ارتباطات خارجی:** انتظارات مشتری به وسیله‌ی ارتباطات خارجی یک سازمان شکل داده می‌شود. یک انتظار واقع‌گرا، درک مثبت از کیفیت خدمت را ارتقا می‌دهد. لذا بخش بازاریابی یک سازمان خدماتی باید خدمات و روش ارائه‌ی خدمات را به‌طور دقیق توصیف کند.

۵- شکاف خدمت مورد انتظار– خدمت درک‌شده: کیفیت درک‌شده‌ی خدمت بستگی به اندازه و جهت انتظارات مشتریان و درک آن‌ها از سودمندی خدمات ارائه‌شده دارد. تفاوت منفی بین انتظارات و ادراکات مشتری، بیان‌گر سطحی از کیفیت خدمات کم‌تر از حد انتظار مشتری است و بالعکس؛ که در مجموع با ماهیت شکاف‌های کیفیت خدمات، طراحی و ارائه‌ی خدمت ارتباط دارد.

مشاهده می‌شود که مهم‌ترین شکاف در این مدل، شکاف مشتری(فاصله‌ی بین خدمت مورد انتظار و خدمت درک‌شده از سوی مشتری) است و عامل کلیدی در کاهش آن، رفع شکاف‌های چهارگانه‌ی دیگر است.

مدل تدوینی برای تبیین تغییرات میزان موفقیت در جلب اعتماد عمومی به سامانه‌ی شکایت-های سازمان بازرسی، برای پرکردن این خلاها و رفع این شکاف‌ها ارائه شده است. آزمون‌های

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

آماری نشان داد که مدل طراحی‌شده از برازش مناسبی برای تبیین اعتماد عمومی به سامانه برخوردار است.

با مطالعه‌ی یافته‌های مرتبط با موضوع پژوهش برای تبیین و توضیح این نتایج، می‌توان گفت همان‌گونه که محققان مطرح کردند، وقتی کیفیت ارائه‌ی خدمات افزایش یابد، امکان بهبود خدمت‌رسانی در فعالیت‌های کلیدی سازمان افزایش و بهره‌وری و کارآیی سازمان بهبود می‌یابد و آمادگی سازمان در قبال تغییرات افزایش پیدا می‌کند و به طور کلی اعتماد به سازمان افزایش می‌یابد. بنابراین تلاش برای بهبود کیفیت خدمات و تسهیل فرایند رسیدگی به شکایت‌ها موجب ارتقای اعتماد عمومی به سامانه‌ی رسیدگی به شکایت‌ها خواهد شد.

لذا به نظر می‌رسد در راستای تقویت رسیدگی به شکایت‌ها در سازمان‌های دولتی باید بستر قانونی، ساختار منسجم، دریافت پاسخ‌گویی سریع و کم‌هزینه‌ی شکایت، یک سازمان یا حتی وزارت‌خانه، پشتیبانی و نیروهای انسانی مورد اعتماد، پاسخ‌گویی قاطع و الزام‌آور، جبران هزینه‌ها و حمایت از فرد شاکی، مردمی مشارکت‌جو و پیگیر، فرایندهای مکانیزه و الکترونیکی، مصونیت حقوقی و سیاسی شاکی، فعالیت آزادانه‌ی سازمان‌های مردم‌نهاد مرتبط، ساختار پیش‌گیری‌کننده از بروز شکایت، وجود واحدهای رسیدگی به شکایت‌ها در هر سازمان دولتی، تعامل مؤثر سازمان‌های مختلف نظارت‌کننده و آموزش‌های شهروندی، سازمانی و اجرایی وجود داشته باشد.

پیشنهادها

با توجه به این که طبق مطالعات انجام‌گرفته در داخل و خارج از کشور و همچنین یافته‌های این بررسی، به نظر می‌رسد در راستای تقویت رسیدگی به شکایت‌ها در سازمان‌های دولتی باید بستر قانونی، ساختار منسجم، دریافت پاسخ‌گویی سریع و کم‌هزینه‌ی شکایت، یک سازمان یا حتی وزارت‌خانه، پشتیبانی و نیروهای انسانی مورد اعتماد، پاسخ‌گویی قاطع و الزام‌آور، جبران هزینه‌ها و حمایت از فرد شاکی، مردمی مشارکت‌جو و پیگیر، فرایندهای مکانیزه و الکترونیکی، مصونیت حقوقی و سیاسی شاکی، فعالیت آزادانه‌ی سازمان‌های مردم نهاد مرتبط، ساختار پیش‌گیری‌کننده از بروز شکایت، وجود واحدهای رسیدگی به شکایت‌ها در هر سازمان دولتی، تعامل مؤثر سازمان‌های مختلف نظارت‌کننده و آموزش‌های شهروندی، سازمانی و اجرایی وجود داشته باشد. برخی از پیشنهادها در این حوزه عبارتند از:

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

- **تدوین ساختار منسجم رسیدگی به شکایت‌ها در قالب یک واحد سازمانی مقتدر**

اگرچه در سازمان بازرسی کل کشور واحد رسیدگی به شکایت‌ها وجود دارد، ولی به نظر می‌رسد، موضوع رسیدگی به شکایت‌ها از چنان اهمیتی برخوردار است که برای آن یک واحد سازمانی بااقتدار و استقلال بیش‌تر در راستای تقویت چهره‌ی آمبودزمانی سازمان تأسیس شود. هر قدر ساختار رسیدگی به شکایت‌ها منسجم‌تر شود، مردم نیز به ارائه و پیگیری شکایت‌های خود بیش‌تر بها می‌دهند.

یک ساختار رسیدگی‌کننده به شکایت‌های مردمی باید شامل موارد زیر باشد:

- فرمت‌های مناسب و ساده‌سازی‌شده‌ی شکایت نامه و کدهای رهگیری و شناسایی؛
- مسیرهای ارتباطی متنوع پستی، تلفنی، اینترنتی و تماس صوتی؛
- سامانه‌ی پاسخ‌گویی مناسب و ساده برای شهروندان؛
- نظام پشتیبانی و حمایتی از شاکیان و ارائه‌ی مشورت‌های مناسب به مردم؛
- نظام بررسی و مدیریت شکایت‌های مناسب و قابل شناسایی برای مردم؛
- فرایندهای روشن برخورد با سازمان‌ها و دریافت پاسخ از آن‌ها؛
- ارائه‌ی پاسخ‌های روشن و قابل بررسی و شناسایی به مردم از طرق گوناگون.

- **کاهش هزینه‌ها و زمان رسیدگی به شکایت‌های مردمی**

از مهم‌ترین مسایلی که مورد توجه است، رایگان‌بودن(نداشتن هزینه‌های پنهانی) و جبران هزینه‌های شاکیان از سازمان‌های دولتی است. به عبارت دیگر انتظار می‌رود شکایت‌کردن از سازمان‌های دولتی هزینه‌ی آشکار یا پنهانی برای مردم نداشته باشد.

از سوی دیگر زمان رسیدگی به شکایت‌ها نیز بسیار اهمیت دارد. گاهی لازم است در همان زمان وقوع، به شکایت‌ها رسیدگی شود و در صورت طولانی‌شدن زمان رسیدگی به شکایت‌ها، مردم روزبه‌روز از ارائه‌ی شکایت‌های خود منصرف‌تر می‌شوند. این موضوع در بررسی مسایل حقوقی کشور بسیار شایع است و سبب شده تا بسیاری از مردم از پیگیری شکایت‌های حقوقی خود منصرف شده و یا شکایتی نداشته باشند.

- **پاسخ‌گویی قاطع و الزام‌آور سازمان‌های رسیدگی‌کننده به شکایت‌ها**

از دیگر مسایلی که در ایران بسیار اهمیت دارد و باعث می‌شود فرهنگ شکایت‌ها و رسیدگی به آن‌ها تقویت شده و مردم بیشتر شکایت‌های خود را ارائه کنند، نتیجه‌ی شکایت-هاست. در صورتی که مردم به این نتیجه برسند شکایت‌کردن نتیجه‌ای نداشته و فرایندها بیشتر

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

نمادین و ظاهری است، کم‌تر به سراغ شکایت‌های مدیریت‌شده خواهند رفت و مشکلات را توسط خود حل می‌کنند. به همین منظور به نظر می‌رسد در مسیر رسیدگی به شکایت‌ها، مردم از نتیجه‌ی شکایت‌های خود در عمل آگاه شده و تغییرات را در سازمان مشاهده کنند.

- **جبران هزینه‌ها و حمایت از فرد شاکی توسط سازمان‌های دولتی**

پاسخ‌گویی قاطع به شکایت‌ها و رفع مشکلات موجود در سازمان، اهمیت به‌سزایی در فرایند رسیدگی به شکایت‌ها دارد. در اغـلب موارد شهروندان هزینه‌های بسیاری را اعم از جابه‌جایی، زمان، اسکان، پیگیری‌ها و نامه‌نگاری‌ها متقبل می‌شوند که هیچ وقت جبران نمی‌شود. سازمان‌های دولتی نیز گویا همان که پاسـخ‌گوی مشـکل هستند، آن را کافی می‌دانند. به نظر می‌رسد در مسیر رسیدگی به شکایت‌ها باید هزینه‌های جانبی نیز بررسی شده و برای فرد شاکی لحاظ گردد. یکی از علل اصلی عدم ارائه و پیگیری شکایت توسط مردم، هزینه‌ها و ارزش شکایت‌ها و نتیجه‌ی آن برای مردم است. در صورتی که مشخص شود سازمان در کار خود قصور کرده است، لازم است هزینه‌های جانبی نیز جبران شود.

- **آموزش و اطلاع**رسانی **فرایندهای رسیدگی به شکایت‌های مردمی**

ارائه‌ی آموزش به مردم برای آشنایی با شیوه‌های طرح شکایت‌ها و فرایندهای آن از اهمیت بالایی برخوردار است. این موضوع باعث شده تا درصد قابل توجهی از مردم از نظام‌های رسیدگی به شکایت‌ها اطلاع نداشته باشند. البته در این رابطه آمار دقیقی وجود ندارد. حتی مردم اطلاع ندارند که سازمان بازرسی چه وظایف و اختیاراتی دارد. آموزش مردم از طریق رسانه‌ها، سخنرانی‌ها و شبکه‌های اجتماعی باعث می‌شود تا مردم به جای پیگیری فردی شکایت‌ها، از طریق نظام‌های رسیدگی به شکایت‌ها به شکایت‌های خود رسیدگی کنند. همچنین در ادارات توسط روابط عمومی‌ها باید این نظام‌ها معرفی شود. در سایت‌های سازمان‌ها، لینک‌های مناسب و قابل رؤیت برای رسیدگی به شکایت‌ها تعبیه شود.

در صورت حصول این موارد است که موضوع رسیدگی به شکایت‌ها در بین مردم و مراجعان به سازمان‌ها پراکنده شده و فرهنگ‌سازی صورت می‌گیرد.

- **مصونیت** حقوقی **و سیاسی شاکیان در کشور**

در صورتی که محرز شود شکایت شهروندان به حق بوده است، لازم است تمهیداتی اندیشیده شود تا آن‌ها در موارد خاص از نظر حقوقی و سیاسی تحت تعقیب قرار نگیرند. به باور بسیاری از مردم، شکایت‌کردن از یک سازمان باعث می‌شود سازمان مورد نظر در زمینه‌های

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

دیگر مشکلاتی را برای آن‌ها به وجود آورد. مخصوصاً این‌که فرایندهای رسیدگی به شکایت‌ها واضح شده و شاکی و کارمند یا نظام سازمانی همدیگر را خواهند شناخت. در همین راستا باید تمهیداتی اندیشیده شود که مشکلات ثانوی برای شاکیان پیش نیاید.

- **تقویت واحدهای** رسیدگی **به شکایت‌ها در هر سازمان دولتی**

چند سالی است واحدهای رسیدگی به شکایت‌ها در سازمان‌ها مستقر و شروع به فعالیت کرده است. این واحدها در بسیاری از موارد اقدامات مناسبی انجام داده و مشکل‌گشای مردم در مراجعات به ادارات بوده‌اند. بررسی وضعیت این واحدها و تقویت آن‌ها از جمله موضوعاتی است که انتظار می‌رود در مسیر رسیدگی به شکایت‌ها مورد توجه قرار گیرد. این واحدها سبب شده‌اند فرایند رسیدگی به شکایت‌ها سریع‌تر انجام شود.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

منابع و مآخذ

۱. ابطحی، سید ابراهیم؛ مرآت نیا، احمد(۱۳۸۷). مدلی تلفیقی برای ارتقاء کیفیت خدمات بانکداری الکترونیکی از طریق کیفیت سنجی مستمر خدمات و رضایت‌سنجی ادواری مشتریان. **دومین کنفرانس جهانی بانکداری الکترونیکی.**

۲. ازکیا و غفاری(۱۳۸٤) **جامعه‌شناسی توسعه**، تهران: انتشارات کیهان.

۳. امیرکافی، مهدی(۱۳۷٤) «اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن»، **نمایه‌ی پژوهش**، شماره‌ی ۱۸: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: ۹-٤۲.

٤. انعام، راحله(۱۳۸۰) «**بررسی اعتماد بین‌شخصی در میان روستاییان شهریار**»، پایان-نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا.

۵. اوجاقلو، سجاد و زاهدی، محمدجواد(۱۳۸٤) «بررسی اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در بین ساکنان شهر زنجان»، **مجله‌ی جامعه‌شناسی ایران**، دوره‌ی ششم:۹۲-۱۲۵.

٦. اینگلهارت، رونالد(۱۳۸۲) **تحول فرهنگی در جامعه‌ی پیشرفته‌ی صنعتی**، ترجمه‌ی مریم وتر، تهران: نشر کویر.

۷. تاجبخش، کیان؛ پویان، حسن؛ خاکباز، افشین(۱۳۸٤). **اعتماد، دموکراسی و توسعه**، تهران: نشر شیرازه.

۸. زارعی، ایوب(۱۳۸۷) «اعتماد و نهادهای مدنی به مثابه‌ی کارگزاران سرمایه‌ی اجتماعی»، **پژوهش‌نامه‌ی اعتماد اجتماعی**، پژوهشکده‌ی تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، شماره‌ی ۱٦:٦۷-۹۱.

۹. زاهدی، سعید؛ عارف، محمدرضا و ابراهیمی آتانی، رضا(۱۳۹۲) «مدل‌سازی اعتماد در کنترل امنیت و اعتماد به سامانه‌های نرم‌افزاری»، **اولین همایش ملی رویکردهای نوین در مهندسی کامپیوتر و بازیابی اطلاعات**، رودسر: دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودسر و املش: ۱۲۱۰-۱۳۱٤.

۱۰. زتومکا، پیوتر(۱۳۸٦) **اعتماد یک نظریه‌ی جامعه‌شناختی**، ترجمه‌ی فاطمه گلابی، تهران: چاپ افست اتحاد.

۱۱. عبدی، معصومه(۱۳۹۳) «رسیدگی به شکایات و موقعیت‌های تنش‌زا»، **دوماه‌نامه‌ی سازمان برتر**، سال پنجم، شماره‌ی ۱۱: ٦۲-۷۰.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

۱۲. فوکویاما، فرانسیس(۱۳۷۹) **پایان نظم؛ سرمایه‌ی اجتماعی و حفظ آن**، ترجمه‌ی غلامعباس توسلی، تهران: جامعه‌ی ایرانیان.

۱۳. کلمن، جیمز(۱۳۷۷) **بنیاد نظریه‌های اجتماعی**، ترجمه‌ی منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.

۱٤. گلابی، فاطمه(۱۳۸٤) «**نقش اعتماد در امر توسعه با تأکید بر عملکرد و نقش شوراهای اسلامی**»، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی، دانشکده‌ی علوم اجتماعی: دانشگاه تهران.

۱۵. گیدنز، آنتونی(۱۳۸٤) **پیامدهای مدرنیت**، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.

۱٦. محمدی کره ناب(۱۳۹۳) «روش اجرایی رسیدگی به شکایت‌های مشتری و تأثیر آن بر بهره‌وری تولید»، **ماه‌نامه‌ی بسپار(علوم و صنایع پلیمر)**، شماره‌ی ۱۳۱:۱٤۳-۱۳۵.

۱۷. موحدنیا، سعیده؛ پرتوی شایان، زینب و باستانی، محمود(۱۳۹۳) «بررسی میزان شکایت‌ها و عوامل مؤثر بر آن در بیمارستان فیروزگر تهران»، **پیاورد سلامت**، سال ۸، شماره‌ی ۱: ۲۵-۳۳.

۱۸. نجف‌پور، شعبان و داداش‌زاده، علیرضا(۱۳۹٤) «کرامت انسانی، نظام اداری و سرمایه‌ی اجتماعی»، **گزارش پژوهشی سازمان بازرسی کل کشور**، سال هشتم، شماره‌ی ۷۳.

۱۹. Bart ,Iakov Y.; Shankar, Venkatesh.; Sultan ,Fareena,; Urban, Glen L(۲۰۰۵).”Are the Drivers and Role of Online Trust the Same for all Web Sites and Consumers: A Large Scale xploratory Empirical Study”, *A research and education initiative at the MIT Sloan School of anagement*,۱-٤۳.

۲۰. Casaló, Luis V.; Flavián, Carlos. ; Guinalíu, Miguel. & Guinalí, Miguel(۲۰۱۱).” The Generation of Trust in the Online ServiceS and Product Distribution :The Case OF Spanish Electrinic Commerce" ,*Journal of Electronic Commerce Research*, ۱۲(۳)

۲۱. Connolly ,Regina and Bannister , Frank(۲۰۰۹). “Consumer Trust in Electronic Commerce: Social & Technical Antecedents”, *World Academy of Science, Engineering and Technology*, ۳٤, ۲۳۹-۲٤۸.

۲۲. Kim ,Euijin, and Tadisina, Suresh(۲۰۰۷).’’ A Model of Customer Trust in E-Businesses : Micro- Level Inter-Party Trus Formation*”, The Journal of Computer Information Systems*, ٤۸(۱),۸۸-۱۰٤.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

۲۳. Parasuraman A, Zeithaml V. A., Berry L. L. (۱۹۹٤), "Reassessment of explanation as a comparison standard in measuring service quality: implication for future research", Journal of Marketing, Vol.۵۸.

۲٤. Shahin A. (۲۰۰۲), "SERVQUAL and model of service quality gaps: A framework for determining and prioritizing the critical factors in delivering quality services", Proceeding of IMC.

۲۵. Yang, Ming-Hsieh.; Chandlrees, Natalyn .; Lin ,Binshan., and Chao ,Hung-Yi(۲۰۰۹)."The Effect of Perceived Ethical Perfomance of Shopping Websites on Customer Trust",*Journal of Computer Information Systems*,۱۵-۲٤.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]