

ساخت و استانداردسازی ابزار اندازه گیری رضایت از عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی^۱

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۵/۳۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۷/۲۴

داوود مهدوی*

چکیده:

امروزه سنجش رضایت‌مندی جامعه یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت سازمان‌ها، اعم از دولتی و خصوصی در جهت نیل به اهداف و رسالت آن‌ها است. چرا که شناخت دیدگاه‌های مردم از جمله مهم‌ترین و مفیدترین ابزار مدیریت، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای مدیران و برنامه‌ریزان سازمان‌ها محسوب می‌گردد. از این رو می‌باید سازمان‌ها تصویر روشنی از بازتاب‌های اجتماعی و ارزیابی‌های مردمی از اقدامات و سیاست‌های اجرا شده در سطح جامعه داشته باشد تا بتواند از طریق این ارزیابی‌ها و بازخوردها، اصلاحات لازم را در برنامه‌ها و سیاست‌های جاری و آینده‌ی سازمان خود، برای رسیدن به حد مطلوب به‌وجود آورند. در این راستا پلیس راهنمایی و رانندگی با توجه به اهداف و مأموریت‌های محوله آن، نسبت به سایر رده‌ها و بخش‌های سازمان ناجا در تعامل، تماس مستقیم و ارتباط نزدیک‌تری با مردم است. مقاله‌ی حاضر با هدف اصلی تهیه و استاندارد ساختن ابزاری صحیح و معتبر به منظور سنجش رضایت مردم از عملکرد پلیس راهور در سراسر کشور، تلاش دارد تا با استفاده از روش‌های تحقیق همبستگی و زمینه‌یابی (پیمایش) معیارها و مؤلفه‌های رضایت‌مندی جامعه، عملکرد پلیس راهور را در جهت رفع نقاط ضعف و افزایش توانمندی‌های نیرو، شناسایی و به دو صورت اسنادی و میدانی آن‌ها را مورد ارزیابی و سنجش قرار دهد؛ هم‌چنین به لحاظ ارزیابی مؤلفه‌ها به ترتیب مؤلفه‌های ایجاد امنیت، تبحر و مهارت، ادب و نزاکت پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا بیشترین رضایت را به خود اختصاص داده و مؤلفه‌های پاسخ‌گویی، ارتباط و نزدیکی با مردم و مؤلفه شفافیت پلیس راهنمایی و رانندگی کمترین رضایت‌مندی را داشته‌اند.

کلید واژه‌ها:

استانداردسازی، مقیاس، اندازه‌گیری رضایت، عملکرد، پلیس راهنمایی و رانندگی.

۱. این مقاله برگرفته از پروژه‌ای با همین عنوان است که در دفتر تحقیقات معاونت طرح و برنامه و بودجه ناجا انجام شده است.

* دانشجوی دکتری دانشگاه تربیت مدرس

مقدمه

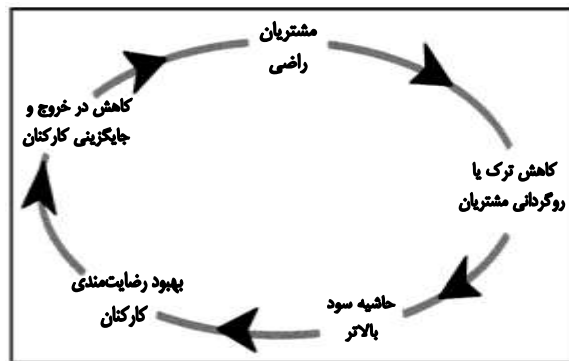
تغییر و تحول در زندگی بشر راه پرفراز و نشیبی پیموده و یکی از ویژگی‌های دنیای جدید، شدت و سرعت در تحول است. تفاوت عمده‌ی جهان پیشرفته با جهان در حال توسعه در همین معنا نهفته است. وجود رقابت‌های سخت در عرصه‌های گوناگون، بقای جوامع و سازمان‌ها را متلاطم و نیازمند توانمندی‌های خاص آن کرده است. ارائه‌ی دائمی و فزاینده‌ی کالاها و خدمات نو، نتیجه‌ی این رقابت‌ها و نشان‌دهنده‌ی تلاشی مستمر برای این بقاست. تولید و ارائه‌ی خدمات نو با خصوصیات منحصر به فرد، نیازمند سازمان‌هایی با تفکر و راهبردهای نوین است. سازمان‌هایی که سرعت و شدت در تحول محیط درونی‌شان را با نیازهای محیط بیرونی سامان داده و با هوشمندی تمام، توانایی درک این نیازها را داشته و قادرند آن را به موقع تأمین نمایند. (کاوسی و سقایی، ۱۳۸۵، ص ۱)

بدون شک امروزه سنجش رضایت‌مندی جامعه یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت سازمان‌ها اعم از دولتی و خصوصی در جهت نیل به اهداف و رسالت آن سازمان‌هاست. چراکه شناخت نظریات و دیدگاه‌های مردم در خصوص ویژگی‌ها و عملکرد فعالیت‌ها و خدمات سازمان‌هایی که در ارتباط مستقیم با اقشار مختلف جامعه هستند، از جمله‌ی مهم‌ترین و مفیدترین ابزار مدیریت، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای مدیران و برنامه‌ریزان سازمان محسوب می‌گردد. عدم آگاهی از چنین شناختی و عدم توجه به این اصل که هرگونه برنامه‌ریزی می‌باید مطابق با واقعیت جامعه باشد، چه بسا موجب شده تا تمامی برنامه‌ها و سیاست‌های اتخاذ شده با شکست مواجه شود؛ هم‌چنین علاوه بر اتلاف زمان و هزینه، اعتماد و اطمینان عمومی نیز نسبت به سازمان و اهداف آن مورد سؤال قرارگیرد. از این‌رو به منظور برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری جامع و دقیق و مطابق با واقعیت‌های موجود در جامعه، سازمان می‌باید تصویر روشنی از بازتاب‌های اجتماعی و ارزیابی‌های مردمی از اقدامات و سیاست‌های اجراء شده در سطح جامعه داشته باشد؛ در این صورت خواهد توانست با استفاده از این ارزیابی‌ها و بازخوردها اصلاحات لازم را در برنامه‌ها و سیاست‌های جاری و آینده‌ی سازمان برای رسیدن به حد مطلوب به وجود آورد.

با عنایت به مطالب فوق می‌توان اذعان نمود که رضایت‌مندی مشتریان، تأثیری شگرف بر حیات حال و آینده‌ی یک سازمان خواهد داشت. اشلسپینگر و هسکیت (۱۹۹۱) با ارائه‌ی یک

ساخت و استنادسازی ابزار اندازه‌گیری رضایت از عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی

نظریه تحت عنوان «چرخه‌ی خدمت مطلوب» اعتقاد خویش را مبنی بر وجود رابطه بین مشتریان و کارکنان رضایت‌مند در سازمان به صراحت بیان کرده‌اند (شکل شماره ۱).



شکل شماره (۱): چرخه‌ی مطلوب خدمت

مطابق نظریه‌ی مذکور، احساس رضایت‌مندی، موجب افزایش آستانه‌ی تحمل برای پرداخت بهای بیشتر در قبال محصول مورد نیاز خواهد شد؛ از این طریق می‌توان میزان مزایا و سطح دست‌مزد پرداختی به کارکنان سازمان را افزایش داد. این امر، خروج و جایگزینی نیروهای کار را کاهش می‌دهد و علاوه بر تأمین رضایت شغلی کارکنان و بهبود روحیه‌ی کاری، احتمال تأمین رضایت مشتری نیز بیشتر می‌گردد.

سازمانی که این فلسفه را دنبال می‌نماید، موفق‌تر و در نهایت دارای سود بیشتری می‌شود. در این وضعیت منافع کارکنان، مشتریان و صاحبان سازمان تأمین می‌گردد؛ بنابراین وضعیت برد - برد، حاکم می‌گردد. (کاوسی و سقایی، ۱۳۸۵، ص ۱۰)

اولین قدم در این مسیر، شناسایی مفاهیم روش‌های اندازه‌گیری رضایت مشتریان و راه‌کارهای بهبود آن در عملکرد سازمان است. هم‌چنین در این بخش، آنچه در این راه در جهان هموار شده مورد توجه قرار خواهد گرفت. سپس در بخش بعدی این مقاله با توجه به این مباحث، الگو و مدل مفهومی تحقیق از دل مباحث نظری و وضعیت موجود سازمان پلیس راهنمایی و رانندگی ترسیم شده‌است.

روش‌ها، مدل‌ها و شاخص‌های سنجش رضایت مشتری

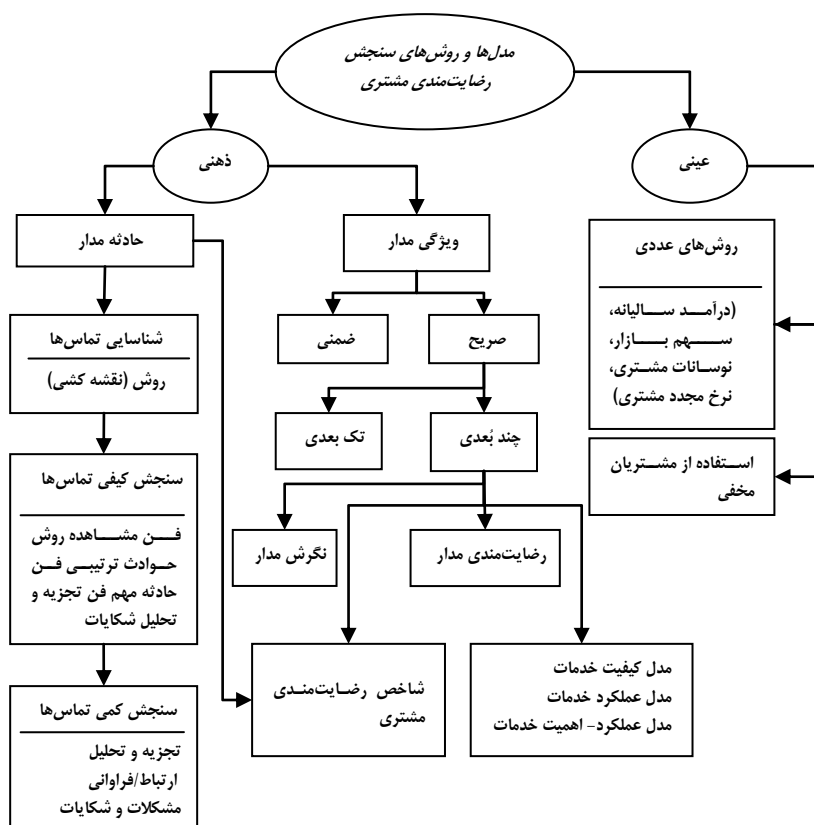
رضایت‌مندی مشتری، یکی از اهداف اساسی هر سازمانی است و مشتریان رضایت‌مند از عوامل کلیدی موفقیت سازمان به شمار می‌آیند. بنابراین سازمان‌ها در تلاش هستند تا سطح رضایت‌مندی مشتریان را بیش از پیش افزایش دهند. به منظور مشخص کردن سطح رضایت‌مندی مشتریان از سنجش رضایت‌مندی مشتری استفاده می‌شود. هدف از سنجش رضایت‌مندی مشتری به دست آوردن بازخوردی از عملکرد سازمان به منظور اداره‌ی فعالیت‌های سازمان به نحوی است که روابط بلندمدت با مشتریان مدنظر باشد. اگر سازمان بخواهد مشتریانی کاملاً رضایت‌مند داشته باشد، باید سطح رضایت‌مندی به طور مداوم سنجیده شده و سعی شود تا دلایل نارضایتی احتمالی مشتریان شناسایی شود. به منظور سنجش رضایت‌مندی مشتری می‌توان از الگوهای مختلفی استفاده نمود. بر اساس نوعی تقسیم‌بندی که مورد توافق توفر^۱ و سباستین پافرات^۲ و همکارانش است مدل‌های سنجش به دو نوع عینی و ذهنی تقسیم‌بندی می‌شوند. در شکل شماره‌ی (۲) تقسیم‌بندی الگوهای سنجش رضایت‌مندی مشتری مطرح شده است.

الف- الگوهای عینی:

الگوهای عینی بر اساس این ایده شکل می‌گیرند که رضایت‌مندی مشتری از طریق شاخص‌هایی که به شدت با رضایت‌مندی مشتری همبستگی دارند، قابل سنجش است. این دسته الگوها از شاخص‌هایی مانند سهم بازار، تعداد شکایات، سود سالیانه و... استفاده می‌کنند. در این رابطه باید توجه داشت که این شاخص‌ها عقاید شخصی مشتریان نبوده لذا اعتبار این الگوها تردید برانگیز است. برای مثال، میزان فروش یک محصول سازمان را نمی‌توان صرفاً به عنوان رضایت‌مندی مشتری تفسیر کرد. این در حالی است که شاخص مذکور به عنوان یکی از شاخص‌های عینی در نظر گرفته می‌شود. از جمله بهترین شاخص‌های دارای اعتبار الگوهای عینی، می‌توان نرخ نوسانات مشتری و نرخ جدید مجدد

1. Toepfer
2. Sebastian Paffrath

مشتریان را در نظر گرفت. اما حتی این شاخص ها به وسیله محرک های دیگری مثل فعالیت رقباء تحت تأثیر قرار می گیرند.



شکل شماری (۲): تقسیم بندی مدل‌های سنجش رضایت‌مندی مشتری

(کردنائیج و دلخواه، ۱۳۸۳، ص ۹۴)

ب) الگوهای ذهنی

الگوهای ذهنی بر اساس رضایت‌مندی نیازهای مشتریان شکل می گیرند. به عبارت دیگر این الگوها بر اساس ادراک خود مشتریان از رضایت‌مندی‌شان عمل می کنند.

این الگوها رویکردی از رضایت‌مندی مشتریان ارائه می‌دهند که به ادراک مشتریان نزدیک‌تر است. الگوهای ذهنی به دو دسته روش‌های ویژگی‌مدار^۱ و روش‌های حادثه‌مدار^۲ تقسیم می‌شوند که در ادامه به تشریح روش‌های ویژگی‌مدار پرداخته می‌شود.

روش‌های ویژگی‌مدار بر این اساس است که رضایت‌مندی نتیجه‌ی ارزیابی ذهنی ویژگی‌های فردی است که از عملکرد شرکت مشتق شده و می‌تواند از طریق مقیاس‌های رتبه‌ای ارزیابی شوند. این روش‌ها به دو دسته‌ی سنجش صریح و سنجش ضمنی تقسیم‌بندی می‌شوند. سنجش ضمنی یا تلویحی از معیارهای غیر مستقیم رضایت‌مندی است که می‌توان از آن‌ها رضایت‌مندی را استنتاج کرد (برای مثال تعداد شکایات کم نشان دهنده سطح بالایی از رضایت‌مندی مشتری است). مزیت این روش آن است که برای تجزیه و تحلیل کردن بسیار آسان بوده و پیچیدگی کمی دارد. ولی در تجزیه و تحلیل، رضایت‌مندی مشتری را به اندازه‌ی کافی متمایز نمی‌کند. به علاوه رضایت‌مندی سنجیده شده از نتایج سنجش به وسیله‌ی مقیاس‌های چند بُعدی معنی‌دارتر است. مقیاس‌های چند بُعدی که مشهور به روش‌های چندنگرشی نیز هستند، از تعدادی ویژگی‌های فردی متفاوت تشکیل شده‌اند که برای محاسبه‌ی کل رضایت‌مندی مشتری استفاده می‌شوند. از این ویژگی‌ها، می‌توان سطح رضایت‌مندی مشتری را قضاوت کرد. روش‌های چند بُعدی از فنون سنجش الگوی کیفیت خدمات، الگوی عملکرد خدمات و الگوی عملکرد - اهمیت خدمات و در نهایت شاخص رضایت‌مندی مشتری تشکیل شده‌اند؛ در ادامه الگوی کیفیت خدمات تشریح می‌شود:

الگوی کیفیت خدمات^۳

در اواسط دهه‌ی ۱۹۸۰ پاراسرمن و همکارانش، شروع به مطالعه‌ی شاخص‌های کیفیت خدمات و چگونگی ارزیابی کیفیت خدمات توسط مشتریان بر اساس مفهوم کیفیت ادراک شده خدمات کردند. در ادامه شاخص‌های کیفیت خدمات حاصل از مطالعه‌ی اولیه‌ی آن‌ها در جدول شماره‌ی (۱) آورده شده است. (Parasurman, et al., 1985):

-
1. Attribute- Oriented Methods
 2. Event- Oriented Methods
 3. Service Quality

جدول شماره ۱ (۱): شاخص های کیفیت خدمات

انجام دادن خدمات در اولین مراجعه	قابلیت اعتماد ^۱ : ثبات و قابلیت اطمینان عملکرد
دقت در صورت حسابها	
نگهداری اسناد به صورت درست	
انجام خدمات در موعد مقرر	
به موقع بودن خدمات	پاسخ گویی ^۲ : تمایل یا توان کارکنان برای فراهم آوردن خدمات
تعاملات پستی سریع	
پاسخ گویی تلفنی سریع	
ارائه خدمات فوری	شایستگی ^۳ : کسب دانش و مهارت های مورد نیاز
دانش و مهارت کارکنان در تماس مستقیم با مشتری	
دانش و مهارت پرسنل عملیاتی	
توانایی تحقیق سازمان	
قابل دسترس بودن خدمات به وسیله تلفن	دسترسی ^۴ : امکان دسترسی و راحتی تماس
زیاد نبودن زمان مورد انتظار برای دریافت خدمات	
ساعات کاری مناسب	
موقعیت مناسب تسهیلات خدماتی	ادب ^۵ : ادب، احترام، توجه و دوستانه بودن کارکنان در تماس با مشتری
توجه به ویژگی های مصرف کننده	
پاکیزگی و آراستگی ظاهر کارکنان در تماس با مشتری	
توصیف ماهیت خدمات	
توصیف هزینه خدمات	ارتباطات ^۶ : مطلع نگه داشتن مشتریان و گوش دادن به حرف های آنها
توصیف و مقایسه هزینه / فایده خدمات	
مطمئن ساختن مشتری نسبت به حل مشکل وی	
نام سازمان	اعتبار ^۷ : قابلیت اعتماد، صداقت، نگه داشتن بهترین علائق مشتریان در قلب سازمان
شهرت سازمان	
ویژگی های شخصی کارکنان در تماس با مشتری	
حفاظت فیزیکی	حفاظت ^۸ : حفاظت از خطر، ریسک
حفاظت مالی	
محرمانه ماندن اطلاعات مشتریان (حفاظت اطلاعات)	
شناخت نیازمندی های خاص مشتریان	درک و شناخت مشتریان ^۹ : تلاش برای درک نیازهای مشتریان
ارائه خدمات مشتری پسند ^{۱۰}	
شناسایی مشتریان عادی	
تسهیلات فیزیکی	شواهد فیزیکی و ملموس ^{۱۱} : شواهد فیزیکی خدمات
ظاهر کارکنان	
ابزار یا تجهیزات به کار رفته برای فراهم آوردن خدمات	
نمایش دهنده های فیزیکی خدمات	
تسهیلات خدماتی برای سایر مشتریان	

1. Reliability
2. Responsiveness
3. Competeness
4. Access
5. Courtesy
6. Communication
7. Credibility
8. Security
9. Understading/ Konwing the Customer
10. Customized
11. Tangibles

از ۱۰ شاخص فوق، شایستگی در ارتباط با کیفیت فنی است و اعتبار به شدت وابسته به تصویر سازمان است. همچنین سایر شاخص‌ها کم و بیش با بُعد فرایندی کیفیت (کیفیت کارکردی) در ارتباط هستند. با توجه به این مطالعات آنچه نمود پیدا می‌کند اهمیت بسیار زیاد بُعد کارکردی کیفیت خدمات است در مجموع از ۳۶ ویژگی برای توصیف ۱۰ شاخص فوق استفاده می‌شود؛ از پاسخ‌گویان خواسته می‌شود تا نظر خود را در رابطه با این‌که از خدمات چه انتظاری دارند و این‌که چگونه خدمات واقعی سازمان را درک می‌کنند، در یک مقیاس ۷ تایی از «کاملاً موافق» تا «کاملاً مخالف» بیان کنند. در نهایت بر اساس اختلاف بین انتظارات و تجارب پاسخ‌گویان از ۳۶ ویژگی فوق امتیاز کیفیت کلی محاسبه می‌شود. به عبارت دیگر این فن از یک مقیاس دو بُعدی برای درک رضایت‌مندی مشتری استفاده می‌کند؛ در نهایت مجموع اختلاف بین وضع مطلوب و وضع موجود تمامی شاخص‌های ۳۶ گانه، میزان عدم رضایت را نشان می‌دهد.

روش تحقیق

در این پژوهش با توجه به اهداف تحقیق از دو روش تحقیق همبستگی و زمینه‌یابی استفاده شده است. لازم به ذکر است که جامعه‌ی آماری این پژوهش کلیه‌ی رانندگان و مسافران درون شهری و برون شهری است که در مراکز استان‌های مختلف کشور زندگی کرده و سن آن‌ها بالاتر از ۱۸ سال است. جهت انتخاب بخشی از جامعه‌ی آماری، از نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده شده است. روش جمع‌آوری و گردآوری اطلاعات در این تحقیق از نوع اسنادی و کتابخانه‌ای و نیز از نوع میدانی و حضور در محل است. با توجه به نوع پژوهش یعنی روش پیمایشی، از تکنیک پرسش‌نامه برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. به‌طور کلی در این تحقیق از یک پرسش‌نامه‌ی مربوط به مردم استفاده شده است.

پس از انجام مراحل نمونه‌گیری و مشخص شدن نمونه‌ی مورد نظر و برقراری هماهنگی‌های لازم با مجموعه‌ی نیروی انسانی ناجا، از نمایندگان هر استان دعوت به عمل آمد؛ طی جلسه‌ای در مرکز تحقیقات معاونت طرح و برنامه و بودجه ناجا، نمایندگان در خصوص نحوه‌ی پرکردن پرسش‌نامه‌ها توجیه شده و با یاری گرفتن از آن‌ها اجرای پرسش‌نامه‌ها آغاز

گردید. سپس پرسش‌نامه‌های تحویل داده شده در موعد مقرر جمع‌آوری و مورد بررسی قرار گرفت؛ پرسش‌نامه‌های بدون نقص برای ورود به رایانه مشخص و کدبندی شدند. سرانجام، داده‌های آماری با استفاده از نرم افزار آماری SPSS / 11^۱ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت؛ در ضمن در این پژوهش، جهت تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده و پاسخ‌گویی به سؤالات پژوهش از روش‌های آماری متعددی بهره گرفته شد که عبارتند از: روش‌های آماری توصیفی شامل جداول توزیع فراوانی، نمودارهای چند ضلعی فراوانی و نمودار ستونی و هم‌چنین روش نمونه‌گیری‌های آماری استنباطی همانند ضریب آلفای کرانباخ^۲، اجرای تحلیل عاملی اکتشافی، آزمون U من ویتنی و کروسکال والیس، تحلیل رگرسیون چندمتغیری خطی^۳.

ساخت و استاندارد سازی ابزار اندازه گیری رضایت از عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی

به منظور ساخت و استانداردسازی ابزار اندازه‌گیری رضایت از عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی، طی مراحل زیر ابزار لازم تهیه و تدوین شد.

- ۱- استخراج مدل مفهومی تحقیق با توجه به ادبیات نظری تحقیق؛
- ۲- استخراج ویژگی‌ها و شاخص‌های اساسی مؤلفه‌های مدل مفهومی تحقیق؛
- ۳- ساخت ابزار و تعیین اعتبار و پایایی آن.

الف- استخراج مدل مفهومی تحقیق

در مرحله اول لازم بود که مدل مفهومی تحقیق طراحی گردد. برای این کار با مطالعه مبانی نظری موضوع مورد پژوهش و هم‌چنین مصاحبه با صاحب‌نظران ابعاد مهم و کلیدی امنیت به شرح مدل ارائه شده در شکل شماره ۳ مشخص گردید.

ب- استخراج ویژگی‌ها و شاخص‌های اساسی مؤلفه‌های مدل مفهومی تحقیق

در این مرحله ضمن استفاده از مبانی تئوریک موضوع، مصاحبه با تعدادی از صاحب‌نظران، دانشجویان، کارکنان ادارات، نیروهای نظامی و انتظامی، مردم عادی و

1. Statistical Package for Social Sciences

2. Coefficient Alpha

3. Linear Multiple Regression

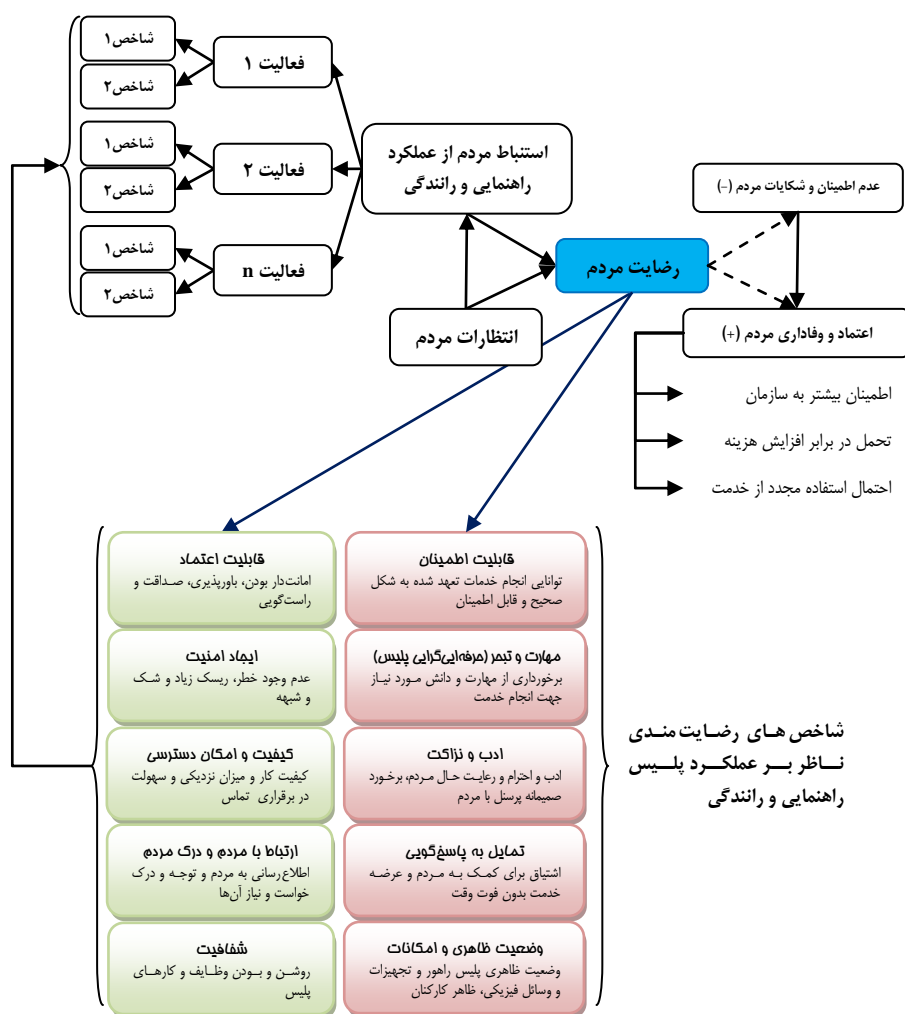
هم‌چنین اجرای مقدماتی پرسش‌نامه، ویژگی‌ها و شاخص‌های اساسی مؤلفه‌های مدل مفهومی تحقیق استخراج گردید. شاخص‌ها و مؤلفه‌های عمده‌ی تحقیق حاضر عبارتند از:

- ۱- قابلیت اطمینان: توانایی انجام خدمات تعهد شده به شکل صحیح و قابل اطمینان؛
- ۲- مهارت و تبحر (حرفه‌ای گرایی پلیس): برخورداری از مهارت و دانش مورد نیاز جهت انجام خدمت؛
- ۳- ادب و نزاکت: ادب و احترام، رعایت حال مردم، برخورد صمیمانه‌ی پرسنل با مردم؛
- ۴- تمایل به پاسخ‌گویی: اشتیاق برای کمک به مردم و عرضه‌ی خدمت بدون فوت وقت؛
- ۵- وضعیت ظاهری و امکانات: وضعیت ظاهری پلیس راهنمایی و رانندگی و تجهیزات و وسایل فیزیکی، و ظاهر کارکنان؛
- ۶- قابلیت اعتماد: امانت‌دار بودن، باورپذیری، صداقت و راست‌گویی؛
- ۷- ایجاد امنیت: عدم وجود خطر، ریسک زیاد و شک و شبهه؛
- ۸- کیفیت و امکان دسترسی: کیفیت کار و میزان نزدیکی و سهولت در برقراری تماس؛
- ۹- ارتباط با مردم و درک مردم: اطلاع‌رسانی به مردم، توجه و درک خواست و نیاز آن‌ها؛
- ۱۰- شفافیت: روشن بودن وظایف و کارهای پلیس.

ج- ساخت پرسش‌نامه و تعیین اعتبار آن

با توجه به ویژگی‌ها و شاخص‌های استخراج شده در مرحله‌ی فوق ابزار تحقیق تهیه گردید. برای بررسی اعتبار پرسش‌نامه، ویژگی‌های استخراج شده دسته‌بندی و پس از بررسی، دو مرحله ویرایش در قالب پرسش‌نامه‌ی اولیه، برای بررسی اعتبار محتوا^۱ در اختیار صاحب‌نظران قرار گرفت. پس از بررسی نظرات و پیشنهادات صاحب‌نظران، تغییرات لازم در فرم اولیه ایجاد و فرم ثانوی آزمون تهیه گردید. سرانجام فرم ثانوی آزمون در بین یک

نمونه‌ی ۳۰ نفری اجراء و از آنان خواسته شد، تا ضمن پاسخ گویی به سؤالات، نظرات خود را در خصوص مفهوم بودن سؤالات بیان نمایند. پس از جمع آوری پرسش نامه‌ها و تجزیه و تحلیل سؤالات و رفع اشکال‌های مشخص شده، پرسش نامه‌ی نهایی تهیه و در بین نمونه‌ی آماری مورد مطالعه، شامل شهروندان استان‌های مختلف کشور (۳۱ استان) اجرا گردید.



شکل شماره‌ی (۳): مدل مفهومی تحقیق

نتایج و یافته‌های تحقیق

- الف- نتایج مقایسه‌ای در مؤلفه‌های رضایت از عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا بر حسب استان.
- به منظور سنجش میزان رضایت مردم از عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا بر حسب وضعیت تأهل پاسخ‌گویان، قبل از اجرای آزمون، به بررسی مفروضه‌ی نرمال بودن توزیع نمرات در هر یک از گروه‌ها (با استفاده از آزمون کالموگروف اسمیرنوف تک بُعدی) پرداخته شد؛ نتایج نشان‌دهنده‌ی نرمال نبودن توزیع نمرات بود؛ به همین دلیل از آزمون کروسکال والیس (معادل ناپارامتریک آزمون تحلیل واریانس یک راهه) استفاده گردید که یافته‌های تحلیل را با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان به صورت زیر ملاحظه نمود:
- میزان رضایت از قابلیت اطمینان به پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا در استان‌های مختلف با یکدیگر تفاوت معناداری دارد ($p < 0/05$, $\chi^2 = 726/093$). در ضمن با توجه به میانگین رتبه‌های به دست آمده می‌توان نتیجه گرفت در این زمینه راضی‌ترین استان‌ها به ترتیب مازندران، گلستان و آذربایجان شرقی و ناراضی‌ترین استان‌ها به ترتیب فارس، لرستان و خوزستان هستند.
 - میزان رضایت مردم در استان‌های مختلف از مؤلفه‌ی مهارت و تبحر پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا با یکدیگر تفاوت معناداری دارد ($p < 0/05$, $\chi^2 = 783/396$). در ضمن با توجه به میانگین رتبه‌های به دست آمده می‌توان نتیجه گرفت در این زمینه راضی‌ترین استان‌ها به ترتیب مازندران، آذربایجان شرقی و گلستان و ناراضی‌ترین استان‌ها به ترتیب فارس، خوزستان و لرستان هستند.
 - میزان رضایت مردم در استان‌های مختلف از مؤلفه‌ی ادب و نزاکت پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا با یکدیگر تفاوت معناداری ندارد ($p < 0/05$, $\chi^2 = 729/311$). در ضمن با توجه به میانگین رتبه‌های به دست آمده می‌توان نتیجه گرفت در این زمینه راضی‌ترین استان‌ها به ترتیب مازندران، گلستان و آذربایجان شرقی و ناراضی‌ترین استان‌ها به ترتیب فارس، خوزستان و اصفهان هستند.
 - میزان رضایت مردم در استان‌های مختلف از مؤلفه‌ی تمایل به پاسخ‌گویی پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا با یکدیگر تفاوت معناداری ندارد ($p < 0/05$, $\chi^2 = 657/87$).

ضمن با توجه به میانگین رتبه‌های به دست آمده می‌توان نتیجه گرفت در این زمینه راضی‌ترین استان‌ها به ترتیب مازندران، گلستان و آذربایجان شرقی و ناراضی‌ترین استان‌ها به ترتیب فارس، خوزستان و لرستان هستند.

- میزان رضایت مردم استان‌های مختلف از مؤلفه‌ی وضعیت ظاهری و امکانات پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا با یکدیگر تفاوت معناداری ندارد ($\chi^2=648/194$, $p<0/05$). در ضمن با توجه به میانگین رتبه‌های به دست آمده می‌توان نتیجه گرفت در این زمینه راضی‌ترین استان‌ها به ترتیب مازندران، خراسان شمالی و گلستان و ناراضی‌ترین استان‌ها به ترتیب فارس، خوزستان و لرستان هستند.

- میزان رضایت از مؤلفه‌ی قابلیت اعتماد استان‌های مختلف به پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا با یکدیگر تفاوت معناداری ندارد ($\chi^2=700/088$, $p<0/05$). در ضمن با توجه به میانگین رتبه‌های به دست آمده می‌توان نتیجه گرفت در این زمینه راضی‌ترین استان‌ها به ترتیب مازندران، گلستان و آذربایجان شرقی و ناراضی‌ترین استان‌ها به ترتیب فارس، خوزستان و لرستان هستند.

- میزان رضایت مردم از مؤلفه ایجاد امنیت پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا در استان‌های مختلف با یکدیگر تفاوت معناداری ندارد ($\chi^2=797/035$, $p>0/05$). در ضمن با توجه به میانگین رتبه‌های به دست آمده می‌توان نتیجه گرفت در این زمینه راضی‌ترین استان‌ها به ترتیب مازندران، گلستان و آذربایجان شرقی و ناراضی‌ترین استان‌ها به ترتیب فارس، اصفهان و لرستان هستند.

- میزان رضایت مردم از مؤلفه‌ی کیفیت و امکان دسترسی به پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا در استان‌های مختلف با یکدیگر تفاوت معناداری دارد ($\chi^2=742/12$, $p<0/05$). در ضمن با توجه به میانگین رتبه‌های به دست آمده می‌توان نتیجه گرفت در این زمینه راضی‌ترین استان‌ها به ترتیب مازندران، گلستان و آذربایجان شرقی و ناراضی‌ترین استان‌ها به ترتیب فارس، خوزستان و لرستان هستند.

- میزان رضایت مردم از مؤلفه‌ی نحوه ارتباط با مردم و درک مردم توسط پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا در استان‌های مختلف با یکدیگر تفاوت معناداری دارد ($\chi^2=734/49$, $p<0/05$). در ضمن با توجه به میانگین رتبه‌های به دست آمده می‌توان

نتیجه گرفت در این زمینه راضی‌ترین استان‌ها به ترتیب مازندران، گلستان و آذربایجان شرقی و ناراضی‌ترین استان‌ها به ترتیب فارس، خوزستان و لرستان هستند.

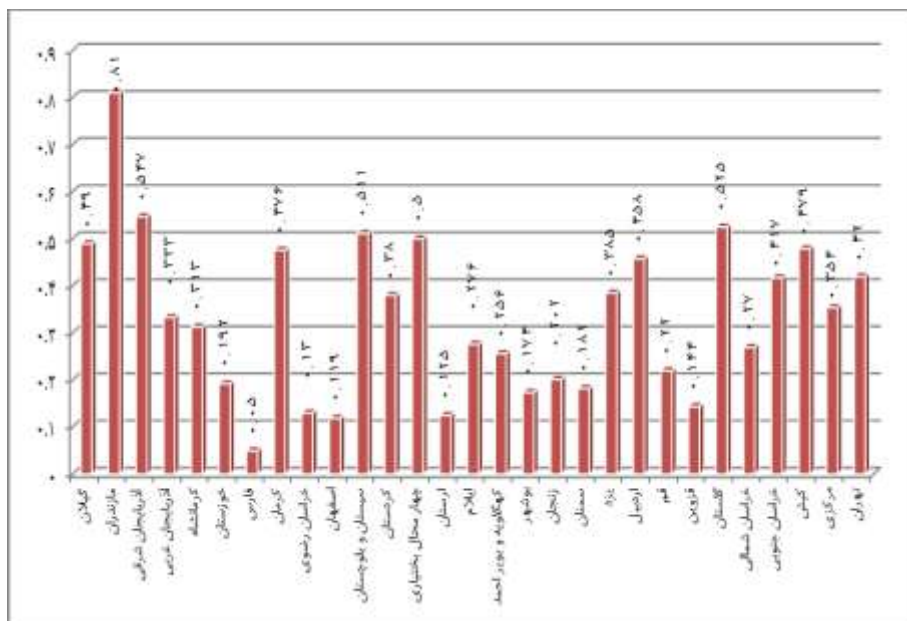
- میزان رضایت مردم از مؤلفه‌ی میزان شفافیت پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا در استان‌های مختلف با یکدیگر تفاوت معناداری دارد ($\chi^2=628/023, p<0/05$). در ضمن با توجه به میانگین رتبه‌های به دست آمده می‌توان نتیجه گرفت در این زمینه راضی‌ترین استان‌ها به ترتیب مازندران، گلستان و آذربایجان شرقی و ناراضی‌ترین استان‌ها به ترتیب فارس، خوزستان و لرستان هستند.

نتایج مقایسه‌ای رضایت از عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا بر حسب استان

از آنجا که در این مرحله هر دو متغیر در سطح مقوله‌ای سنجش شده‌اند، برای پاسخ به این سؤال از آزمون خی دو، دو نمونه‌ای (آزمون استقلال) استفاده گردید؛ بر اساس نتایج به دست آمده می‌توان ملاحظه نمود که:

- بین نوع استان و میزان رضایت کلی از عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی به صورت کلی رابطه وجود دارد. به عبارت دیگر استان‌های مختلف در این زمینه تفاوت معناداری با یکدیگر در رضایت از عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی به صورت کلی دارند ($\chi^2=820/659, p<0/05$).

حال، برای محاسبه‌ی تفاوت بین استان‌ها در این‌جا درصدهای عالی و خوب با هم جمع شدند؛ سپس با توجه به این درصدهای محاسبه شده‌ی پاسخ‌ها، میزان رضایت کلی از عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی در استان‌های مختلف به دست آمده است. از این‌رو می‌توان گفت که راضی‌ترین و ناراضی‌ترین استان‌ها فارس، اصفهان و لرستان هستند. بدین‌گونه که (مطابق نمودار شماره‌ی ۱) استان‌های مازندران با ۸۱ درصد رضایت، آذربایجان شرقی با ۵۴ درصد رضایت و گلستان با ۵۲ درصد رضایت، سه استانی هستند که به ترتیب بیشترین میزان رضایت شهروندان از عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی را داشته‌اند. استان فارس با ۰/۰۵ درصد رضایت، اصفهان با ۱۱ درصد رضایت و لرستان با ۱۲ درصد رضایت، سه استانی هستند که به ترتیب کمترین میزان رضایت را از عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی داشته‌اند.



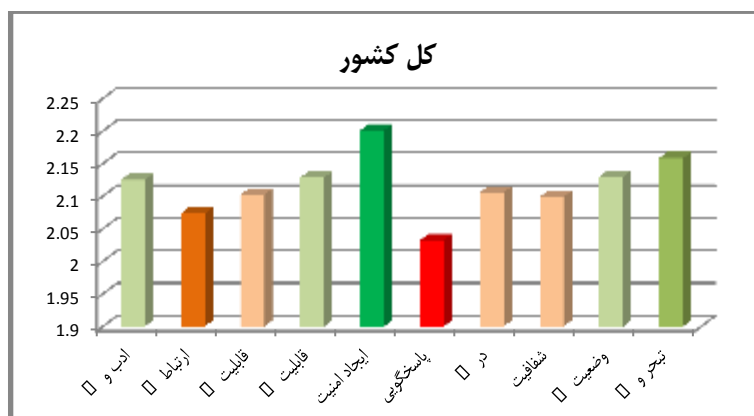
نمودار شماری (۱): مقایسه رضایت از عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا بر حسب استان محل اقامت

نتایج مقایسه بین مؤلفه‌ها و شاخص‌های تحقیق به تفکیک استان‌ها و کل کشور

به منظور درک این که کدام مؤلفه و شاخص نیازمند اصلاح و بهبود است، در این مرحله به تجزیه و تحلیل میانگین‌ها و هم‌چنین فراوانی و درصد‌های پاسخ داده شده به تفکیک استان‌ها و به صورت کشوری پرداخته شده است. با توجه به نتایج به دست آمده که در جدول و نمودار شماری (۲) نشان داده شده است، ملاحظه می‌گردد که در کل کشور در بین عوامل و مؤلفه‌های رضایت از عملکرد پلیس راهور ناجا به ترتیب مؤلفه‌های ایجاد امنیت، تبحر و مهارت، ادب و نزاکت پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا بیشترین رضایت را به خود اختصاص داده‌اند؛ مؤلفه‌های پاسخ‌گویی، ارتباط و نزدیکی با مردم و مؤلفه‌های شفافیت پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا کمترین رضایت‌مندی را داشته‌اند؛ لذا این شاخص‌ها می‌باید مورد اصلاح و بازنگری قرار گیرند.

جدول شماره‌ی (۲): مقایسه نتایج میانگین‌های بین مؤلفه‌ها و شاخص‌های تحقیق به تفکیک استانی و کشور

رتبه	استان	مؤلفه	ادب و نزاکت	ارتباط با مردم	قابلیت اطمینان	قابلیت اعتماد	ایجاد امنیت	پاسخ‌گویی	بودن در دسترس	شفافیت	وضعیت ظاهری و امکانات	تبحر و مهارت
۱	گیلان	2.4	2.3	2.3	2.3	2.3	2.4	2.3	2.3	2.3	2.3	2.4
۲	مازندران	2.9	2.9	2.9	2.9	2.8	2.9	2.8	2.9	2.9	2.8	2.9
۳	آذربایجان شرقی	2.5	2.5	2.6	2.4	2.6	2.6	2.3	2.5	2.5	2.5	2.7
۴	آذربایجان غربی	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.2	1.9	2.1	2.1	2.2	2.2
۵	کرمانشاه	2.2	2.2	2.2	2.1	2.2	2.2	2.0	2.1	2.1	2.2	2.1
۶	خوزستان	1.7	1.6	1.7	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6
۷	فارس	1.1	1.2	1.2	1.2	1.2	1.3	1.2	1.4	1.3	1.2	1.3
۸	کرمان	2.3	2.3	2.3	2.3	2.3	2.5	2.3	2.3	2.3	2.3	2.4
۹	خراسان رضوی	1.9	1.9	1.9	1.9	1.9	1.9	1.8	1.9	1.9	1.9	1.9
۱۰	اصفهان	1.8	1.8	1.8	1.8	1.9	1.9	1.7	1.8	1.7	1.9	1.8
۱۱	سیستان و بلوچستان	2.4	2.4	2.4	2.3	2.4	2.5	2.3	2.3	2.4	2.4	2.4
۱۲	کردستان	2.2	2.1	2.1	2.1	2.2	2.2	2.1	2.0	2.1	2.1	2.1
۱۳	چهارمحال و بختیاری	2.3	2.2	2.2	2.2	2.3	2.3	2.2	2.2	2.2	2.4	2.3
۱۴	لرستان	1.7	1.7	1.7	1.8	1.6	1.8	1.6	1.8	1.6	1.7	1.8
۱۵	ایلام	2.0	1.9	1.9	1.9	2.0	2.1	1.9	1.9	2.0	1.9	2.0
۱۶	کهگیلویه و بویر احمد	2.1	2.0	1.9	2.0	2.1	2.1	2.0	2.0	2.1	2.1	2.1
۱۷	بوشهر	2.0	1.9	1.9	1.9	2.0	2.0	1.8	1.9	2.0	2.0	2.0
۱۸	زنجان	2.1	2.0	2.0	2.0	2.1	2.2	2.0	2.1	2.1	2.1	2.1
۱۹	سمنان	2.0	1.9	1.9	1.9	2.0	2.0	1.9	1.9	2.0	2.0	2.0
۲۰	یزد	2.0	2.0	2.0	2.0	2.1	2.1	2.0	2.0	2.1	2.1	2.1
۲۱	اردبیل	2.4	2.3	2.4	2.4	2.4	2.5	2.3	2.4	2.4	2.3	2.4
۲۲	قم	1.9	1.9	1.9	1.9	2.0	2.1	1.8	1.9	2.0	2.1	2.0
۲۳	قزوین	1.8	1.8	1.8	1.8	1.9	2.0	1.7	1.9	2.0	2.0	2.0
۲۴	گلستان	2.6	2.6	2.6	2.6	2.5	2.7	2.6	2.7	2.6	2.6	2.6
۲۵	خراسان شمالی	1.9	1.9	2.0	2.1	2.1	2.1	1.8	2.0	2.0	2.0	2.0
۲۶	خراسان جنوبی	2.3	2.1	2.2	2.2	2.2	2.4	2.3	2.2	2.2	2.3	2.3
۲۷	کیش	2.3	2.3	2.4	2.4	2.4	2.5	2.3	2.4	2.5	2.4	2.5
۲۸	مرکزی	2.4	2.3	2.3	2.3	2.4	2.5	2.3	2.3	2.2	2.4	2.4
۲۹	تهران بزرگ	2.2	2.2	2.2	2.2	2.3	2.4	2.2	2.2	2.2	2.2	2.3
	کل کشور	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.2	2.0	2.1	2.1	2.1	2.2

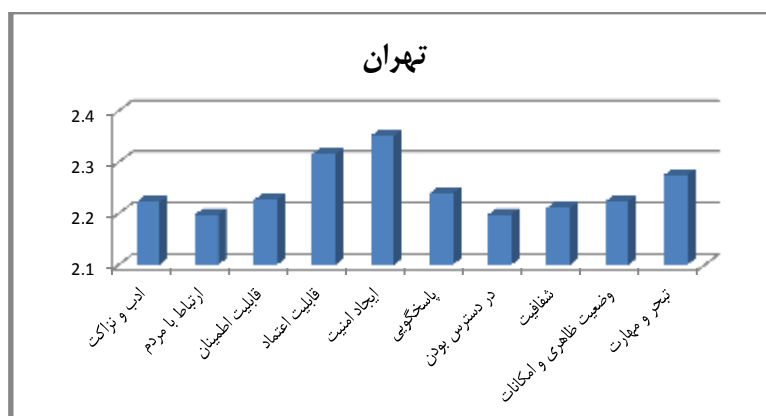


نمودار شماره ۲): مقایسه نتایج میانگین های بین مؤلفه ها و شاخص های تحقیق به تفکیک در کل کشور

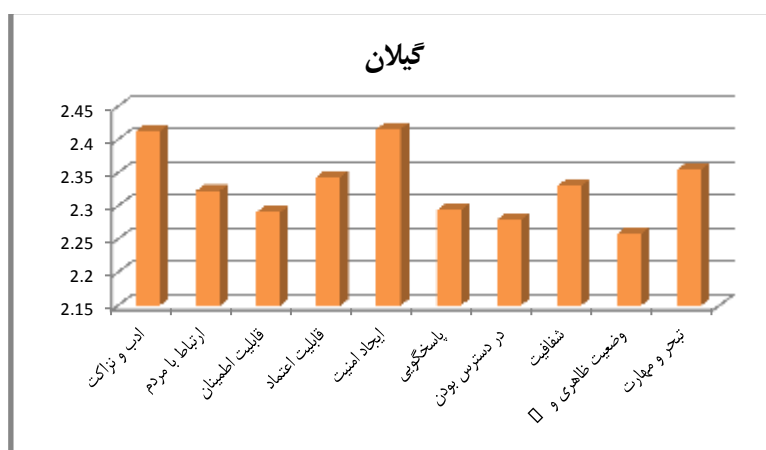
همچنین در این جا برای نمونه نتایج به دست آمده برای تهران بزرگ و دو استان گیلان و آذربایجان شرقی با توجه به نتایج به دست آمده در خصوص رضایت مندی مردم از هر یک از عوامل و مؤلفه های عملکردی پلیس راهور ناجا در نمودارهای شماره ۳، ۴ و ۵ به ترتیب آورده شده است.

- در تهران بزرگ با توجه به یافته های تحقیق - که در جدول شماره ۲ و نمودار شماره ۳ نشان داده شده است - ملاحظه می گردد که در بین عوامل و مؤلفه های رضایت از عملکرد پلیس راهور ناجا به ترتیب مؤلفه های ایجاد امنیت، قابلیت اعتماد، تبحر و مهارت پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا بیشترین رضایت را به خود اختصاص داده اند و مؤلفه های در دسترس بودن پلیس، ارتباط و نزدیکی با مردم و مؤلفه های ادب و نزاکت پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا، کمترین رضایت مندی را داشته اند.
- در استان گیلان (نمودار شماره ۴) ملاحظه می گردد که در بین عوامل و مؤلفه های رضایت از عملکرد پلیس راهور ناجا به ترتیب مؤلفه های ایجاد امنیت، ادب و نزاکت و مؤلفه های تبحر و مهارت پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا بیشترین رضایت را به خود اختصاص داده اند و مؤلفه های در دسترس بودن پلیس، وضعیت ظاهری و امکانات پلیس و مؤلفه های پاسخگویی پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا، کمترین رضایت مندی را داشته اند.
- در استان آذربایجان شرقی (نمودار شماره ۵) ملاحظه می گردد که در بین عوامل

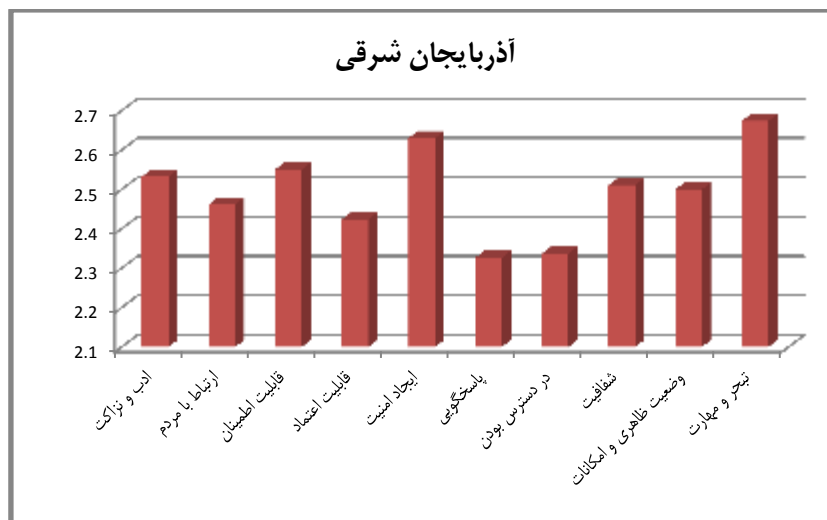
و مؤلفه‌های رضایت از عملکرد پلیس راهور ناجا به ترتیب مؤلفه‌های ایجاد امنیت، ادب و نزاکت، و مؤلفه‌ی تبحر و مهارت پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا بیشترین رضایت را به خود اختصاص داده‌اند؛ نیز مؤلفه‌های در دسترس بودن پلیس، پاسخ‌گویی و مؤلفه‌ی قابلیت اعتماد به پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا کمترین رضایت‌مندی را داشته‌اند.



نمودار شماره‌ی (۳): مقایسه‌ی نتایج میانگین‌های بین مؤلفه‌ها و شاخص‌های تحقیق به تفکیک در تهران بزرگ



نمودار شماره‌ی (۴): مقایسه‌ی نتایج میانگین‌های بین مؤلفه‌ها و شاخص‌های تحقیق به تفکیک در استان گیلان



نمودار شماره ۵ (۵): مقایسه‌ی نتایج میانگین‌های بین مؤلفه‌ها و شاخص‌های تحقیق به تفکیک در استان آذربایجان شرقی

نتیجه‌گیری

همان‌طوری که گفته شد، امروزه تلاش و کوشش فراوانی در جهت ارتقای ابزارهای مدیریت عملکرد و گسترش نگرش مشتری‌مداری توسط محققان، کارشناسان و مدیران سازمان‌های مختلف صورت می‌گیرد؛ این امر نشان‌دهنده‌ی آن است که رضایت مشتری یکی از مهم‌ترین عوامل در تعیین موفقیت سازمان‌ها در امور مختلف و از جمله در زمینه‌ی تأمین امنیت و کنترل جرائم به شمار می‌آید. به هر حال هرگز نمی‌توان از این نکته چشم پوشید که محرک اصلی برای سازمان‌های مختلف و از جمله سازمان‌های امنیتی و پلیسی که به دنبال بهبودهای عمده در مسیر پیشرفت و عملکرد خویش هستند، همانا رضایت‌مندی مشتریان (جامعه و مردم)، از آن سازمان است. به بیان دیگر هیچ کسب و کاری (سازمانی) بدون برخورداری از رضایت‌مندی مشتریان خود قادر به ادامه بقا نیست. بنابراین بسیار حیاتی است تا هر سازمانی، چارچوبی برای درک، تجزیه و تحلیل و ارزیابی وضعیت رضایت‌مندی مشتریان در اختیار داشته باشد. در حال حاضر سازمان‌های امنیتی و پلیسی کشور نیز از محیطی پویا و پیچیده برخوردار هستند. توسعه‌ی فزاینده‌ی فناوری‌های امنیتی

نوین، تغییرات روزافزون در بطن جامعه، تغییر در نحوه می خدمات رسانی دولتی و خصوصی، بهبود در نوع و نحوه می خدمت رسانی آن ها، گسترش روز افزون مؤسسات و نهادهای عمومی و غیردولتی، حرکت رو به افزایش سازمان های مختلف در جهت ارائه می خدمات مختلف و پیشرفت های فزاینده می فناوری در کنترل جرائم، فضایی رقابتی و خاص را پیش روی هر یک از سازمان ها قرار داده است. این مهم ایجاب می کند تا سازمان های فعال در زمینه می امنیتی و پلیسی کشور توجهی بیش از پیش به رضایت مندی مشتریان - که شامل تمامی مردم و افراد جامعه هستند - داشته باشند. این امر نیز ممکن نیست مگر با در اختیار داشتن الگو و شاخص هایی بومی شده که با استفاده از آن ها بتوان از وضعیت رضایت مندی مشتریان آگاهی یافت.

در این راستا، تحقیق حاضر به منظور ساخت و هنجاریابی آزمون میزان رضایت از عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا و هم چنین بررسی و سنجش میزان رضایت از اقدامات و فعالیت های انجام گرفته توسط پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا و نحوه می برخورد آن ها در استان های مختلف است. از این رو با مطالعه می مبانی تئوریک موضوع مورد پژوهش و هم چنین مصاحبه با صاحب نظران، ابعاد مهم و کلیدی رضایت از عملکرد شامل ۱۰ مؤلفه می کلیدی استخراج و در مرحله می بعد، از شاخص های استخراج شده ابزار تحقیق تهیه و در اختیار مردم قرار گرفت.

همان طوری که از نتایج و یافته های تحقیق - که قبلاً به آن اشاره شد - بر می آید استان های فارس، اصفهان، لرستان و خراسان شمالی اغلب جز ناراضی ترین استان ها در اغلب مؤلفه های عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی بودند که می باید با تدابیر لازم جهت کاهش میزان ناراضیاتی استان های با ضریب بالای ناراضیاتی با استفاده از تجارب و راه کارهای مورد استفاده در استان هایی که ضریب میزان رضایت مندی آن ها بالاست، اقدام کرد.

بر اساس یافته های تحقیق بین نوع استان و میزان رضایت کلی از عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی به صورت کلی رابطه می معناداری وجود دارد ($\chi^2=820/659, p<0/05$). به عبارت دیگر بین استان های مختلف در این زمینه تفاوت معناداری با یکدیگر در رضایت از عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی به صورت کلی وجود دارد. برای محاسبه می این تفاوت بین استان ها، در این جا با توجه به درصدهای محاسبه شده می پاسخ ها، میزان رضایت کلی از

عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی در استان‌های مختلف به دست آمده‌است. بدین گونه که مازندران با ۸۱ درصد رضایت، آذربایجان شرقی با ۵۴ درصد رضایت و گلستان با ۵۲ درصد رضایت، سه استانی هستند که به ترتیب بیشترین میزان رضایت شهروندان از عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی را داشته‌اند. استان فارس با ۰/۰۵ درصد رضایت، اصفهان با ۱۱ درصد رضایت و لرستان با ۱۲ درصد رضایت، سه استانی هستند که به ترتیب کمترین میزان رضایت را از عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی داشته‌اند.

هم‌چنین از نتایج مقایسه بین شاخص‌ها و مؤلفه‌های تحقیق و درک این که کدام مؤلفه و شاخص نیازمند اصلاح و بهبود است، چنین بر می‌آید که مؤلفه‌های پاسخ‌گویی، ارتباط و نزدیکی با مردم و مؤلفه‌های شفافیت پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا کمترین رضایت‌مندی را داشته‌اند؛ این شاخص‌ها را می‌باید با انجام یکسری اقدامات و برنامه‌ها جدی مورد اصلاح و بازنگری قرار داد. مؤلفه‌های ایجاد امنیت، تبحر و مهارت، ادب و نزاکت پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا بیشترین رضایت را به خود اختصاص داده‌اند، که باید به حفظ و ارتقای این شاخص‌ها در پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا کمک کرد.

در بین استان‌های مختلف کشور، استان فارس کمترین میزان رضایت از تمامی مؤلفه‌های تحقیق را داشته؛ پس از آن استان لرستان در دو مؤلفه و استان خوزستان در یک مؤلفه بیشترین نارضایتی از عملکرد پلیس راهنمایی و رانندگی را داشته‌اند. از سوی دیگر استان‌های مازندران و گلستان در تمامی مؤلفه‌های تحقیق رضایت کامل داشته‌اند؛ هم‌چنین استان‌های آذربایجان شرقی و کیش در اغلب مؤلفه‌ها بیشترین رضایت را داشته‌اند؛ این امر نشان‌دهنده‌ی این است که تعامل بین پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا در این استان‌ها مثبت بوده و اقدامات و عملکرد آن‌ها در راستای تأمین رضایت شهروندان و مردم این استان‌ها بوده است. لذا الگوگیری از این استان‌ها می‌تواند باعث ارتقای پلیس راهنمایی و رانندگی و افزایش میزان رضایت‌مندی مردم در سایر استان‌ها باشد.

منابع :

- دلاور، علی (۱۳۷۸). مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی. چاپ سوم؛ تهران: انتشارات رشد.
- کاوسی، محمدرضا؛ سقایی، عباس (۱۳۸۵). روش‌های اندازه‌گیری رضایت مشتری، شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران، تهران: انتشارات سبزان.
- کردنائیچ، اسدالله و دلخواه، جلیل، (۱۳۸۳). مشتری‌مداری و الگوهای اندازه‌گیری رضایت مشتریان (الگوی بانکداری)، مجله‌ی مدیریت و توسعه، شماره ۲۲، صص ۸۱-۹۹.
- هومن، حیدر علی (۱۳۸۱). تهیه و استاندارد ساختن مقیاس سنجش رضایت شغلی، تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- Parsasuaman, A. & Zeithaml V.A., & Berry L.L. (1985), *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*, *Journal of Marketing*, Vol.49.