

بررسی میزان آگاهی، ارتباط، رضایت و اعتماد مردم نسبت به دفاتر نظارت همگانی ناجا*

محمدعلی هرمزی زاده**

چکیده

این تحقیق پیمایشی به منظور شناخت میزان آشنایی، ارتباط، رضایت و اعتماد مردم نسبت به دفاتر نظارت همگانی نیروی انتظامی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق شامل افراد ۱۵ ساله و بالاتر کل کشور است. اطلاعات مورد نیاز از یک نمونه ۱۳۰۳۴ نفری از ۳۰ استان و ۶۳ شهر کشور گردآوری و تجزیه و تحلیل شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که تنها کمتر از یک چهارم مردم از وظایف مرکز نظارت همگانی نیروی انتظامی آگاهی دارند و بیش از سه چهارم آنها نمی‌دانند که اگر شکایت یا انتقادی از مأموران نیروی انتظامی دارند، آن را باید با چه مرجعی در میان بگذارند. بیش از یک چهارم (۲۸ درصد) از مردم به منظور ارائه گزارش درباره مأموران نیروی انتظامی (شکایت، انتقاد، تشکر و پیشنهاد) تاکنون به گونه ای با بخشهای مختلف این نیرو بویژه پلیس ۱۱۰ تماس گرفته‌اند، اما تنها حدود ۱۲ درصد مردم به این منظور با «دفاتر نظارت همگانی» تماس گرفته‌اند. افرادی که قبلاً با مرکز نظارت همگانی تماس گرفته‌اند (۱۲ درصد از کل پاسخگویان)، بیشتر از رفتار و نحوه برخورد کارمندان مرکز نظارت در حد متوسط (تاحدی) رضایت دارند. بیشتر تماس‌گیرندگان سرعت رسیدگی دفاتر نظارت همگانی به گزارشهای مردم را متوسط دانسته‌اند. طبق نتایج تحقیق، بیش از نیمی از پاسخگویان از حداقل اعتماد به این دفاتر برخوردارند، ۳۰ درصد آنها نسبت به قابل اعتماد بودن این دفاتر تردید دارند و ۱۵ درصد باقیمانده به این دفاتر کاملاً بی‌اعتمادند.

واژگان کلیدی

دفاتر، نظارت همگانی، آگاهی و ارتباط مردمی، رضایت و اعتماد عمومی، شکایت از مأموران پلیس

* تاریخ دریافت: ۱۳۸۷/۵/۱۹، تاریخ پذیرش: ۱۳۸۷/۶/۱۶

** دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبایی

نیروی انتظامی به عنوان یکی از سازمانهای وابسته به حکومت، که کاربرد انحصاری قدرت مشروع را نیز در اختیار دارد به لحاظ ارتباط مستقیم، پیوسته و روز مره خود با مردم، الزام ویژه‌ای برای درک این تغییرات دارد تا در اجرای وظایف و مسئولیتهای خود با توجه به تغییرات اجتماعی و نیازها و وضعیتهای جدید، انعطاف‌پذیر باشد و سازوکار خود را متناسب کند. مهمترین تغییری که در این زمینه قابل طرح است، تغییر تعریف پلیس از نقش و فعالیت خود است؛ یعنی تغییر رویکرد از «پلیس تهدید محور» به «پلیس جامعه محور و مشارکتی».

دفاتر نظارت همگانی نیز همزمان با این تغییرات در سال ۱۳۷۹ تأسیس و راه اندازی شد تا در بهبود و استمرار تعامل پلیس و مردم و تجمیع و ادراک صحیح نیازها و خواسته‌های مردم از پلیس، بهره‌گیری از سرمایه‌های اجتماعی و کنترل و هدایت جامعه به سمت همیاری و همکاری با پلیس، ایفای نقش کند و سرانجام بر جامعه محوری و پویایی سازمان پلیس بیفزاید.

آگاهی مردم (به عنوان مشتریان یا خدمت‌گیران یا ارباب رجوع) و مشارکت آنها در قالب برقراری ارتباط با دفاتر نظارت همگانی و کم و کیف نگرشهای آنها (میزان اعتماد و رضایت آنها از عملکرد دفاتر نظارت همگانی) عوامل مؤثری در موفقیت و دستیابی دفاتر نظارت همگانی به اهداف یاد شده است؛ لذا در این پژوهش، میزان آگاهی شهروندان از دفاتر نظارت و وظایف و مأموریت‌های این دفاتر، میزان رضایت تماس‌گیرندگان با این دفاتر و نیز میزان اعتماد آنها مورد بررسی قرار گرفته است.

با توجه به ویژگیهای نیروی انتظامی، هیچ نظارتی برای آن بهتر و کارآمدتر از نظارت همگانی نیست. تنها مردمنده که در همه ساعات شبانه روز و در هر کوی و برزن پیوسته با مأموران نیروی انتظامی در تماس و ارتباط هستند. لذا هیچ چشمی به تیزی چشم مردم نمی‌تواند رفتار مأموران این نیرو را زیر ذره بین نقد قرار دهد. به همین دلیل بود که در سال ۱۳۷۹ دفاتر نظارت همگانی ناجا تأسیس و راه اندازی شد و سپس شماره تلفن ۱۹۷ به آن اختصاص یافت؛ اما مردم تنها در صورتی با دفاتر نظارت همگانی ناجا تماس می‌گیرند که اولاً از وجود چنین دفاتری و وظایف و چگونگی ارتباط با آنها آگاه باشند. ثانیاً به آنها اعتماد داشته باشند و ثالثاً در صورت تماس یا مراجعه از عملکرد آنها رضایت داشته باشند.

در این پژوهش میزان آگاهی شهروندان از وجود دفاتر نظارت همگانی، وظایف و مأموریت‌های آن، میزان رضایت و اعتماد آنها از دفاتر مورد بررسی قرار گرفته است.

۱. پیشینه و مبانی نظری

در این بخش ابتدا دفاتر نظارت همگانی معرفی می‌شود. سپس با توجه به متغیرهای اصلی تحقیق، مبانی نظری «رضایت» و «اعتماد» مورد بررسی قرار می‌گیرد و سرانجام مروری بر تحقیقات پیشین در خصوص سنجش رضایت و اعتماد مردم نسبت به دولت، پلیس و دفاتر نظارت همگانی خواهد شد.

۱-۱. معرفی دفاتر نظارت همگانی

اگرچه از آغاز پیروزی انقلاب اسلامی ایران و توجه به حق مردم برای نظارت بر دستگاه‌های اجرایی، ایجاد روابط مستقیم ناجا با مردم همواره مورد توجه مسئولان ناجا بوده است، شروع اجرای نظام‌مند نظارت مردم بر پلیس را می‌توان در حکم فرماندهی وقت نیروی انتظامی در نیمه دوم سال ۱۳۷۹ دانست. بر این اساس، ابتدا واحدی با عنوان «بازرسی ویژه» در تابعیت مستقیم فرماندهی ناجا آغاز به فعالیت کرد و پس از آن با بازنگری کارشناسان مربوط در بهمن ماه همان سال، این واحد به «دفتر نظارت همگانی فرماندهی ناجا» تغییر نام یافت.

این دفتر در سال ۱۳۸۰ به یکی از واحدهای تابع بازرسی کل ناجا تبدیل شد. در فرماندهی انتظامی تهران بزرگ، استانها و شهرستانها نیز دفاتر نظارت همگانی دایر و در تابعیت بازرسی مربوط در حال اجرای وظیفه است.

اهداف دفاتر نظارت همگانی عبارت است از :

- جلب اعتماد عمومی به ناجا
 - افزایش مشارکت عمومی در برقراری نظم و امنیت
 - فراهم ساختن اطلاعات لازم برای تصمیم‌گیری فرماندهان و مدیران ناجا
 - کاهش میزان جرائم و تخلفات کارکنان ناجا
- وظایف و مأموریت‌های دفاتر نظارت همگانی عبارت است از :
- جمع‌آوری گزارشهای مردمی (در قالب پیشنهاد، انتقاد، تقدیر و شکایت) درباره مأموران ناجا و عملکرد کارکنان از طریق تلفن ۱۹۷ و سایر روشهای جمع‌آوری
 - انعکاس اخبار و گزارشهای رسیده به مبادی رسیدگی‌کننده و پیگیری آنها تا گرفتن نتیجه
 - اعلام نتیجه رسیدگی گزارشهای مردمی به ارسال‌کنندگان گزارش
 - تهیه، تنظیم و انتشار خبرنامه حاوی اخبار مردمی، تحلیل محتوا و تحلیلهای آماری از عملکرد یگانها، دیدگاه‌های مردمی و بازخورد مأموریتها برای سلسله مراتب فرماندهی
 - فراهم آوردن ارتباط مردم با مسئولان ناجا

۲. مبانی نظری رضایت ارباب رجوع

امروزه در سازمانها نارضایتی ارباب رجوع یکی از چالشهای اساسی است و رضایت ارباب رجوع یکی از شاخصهای اصلی سنجش کارآمدی و رشد و توسعه نظام اداری تلقی می‌شود. به همین دلیل مبحث رضایت ارباب رجوع مسئله‌ای مهم در نظام مدیریت کشور است؛ لذا شناخت و بررسی جوانب این امر به برنامه‌ریزان دولتی کمک زیادی می‌کند تا با درپیش گرفتن تدابیر و تصمیمات صحیح، زمینه‌های جلب رضایت مردم را فراهم آورند. در این بخش، برخی از تعاریف، مبانی نظری رضایت ارباب رجوع و دیگر مقوله‌های مرتبط مطرح می‌شود.

۱-۲. تعریف رضایت^۱

رابینر (۱۳۷۴) رضایت را نگرش مثبت به هر پدیده تعریف کرده است. ساراسون (۲۰۰۲) رضایت را عاملی درونی می‌داند که در نوع و شیوه داوریه‌ها و قضاوت‌های افراد ریشه دارد. به نظر او، وقتی افراد نگرشی خوش‌بینانه به امور داشته باشند، ذهن آنان به صورت خود به خود، افکار مثبتی را ایجاد می‌کند و این افکار مثبت موجب پدید آمدن احساس رضایت درونی می‌شود.

۲-۲. تعریف ارباب رجوع^۲

منظور از ارباب رجوع در بخش دولتی، گیرندگان خدمت از سازمانهای دولتی است (کازرانی، ۱۳۸۱). در تعریفی دیگر، منظور از ارباب رجوع افرادی هستند که محصول یا نتایج یک عملکرد را مصرف می‌کنند یا به آن نیاز دارند و از آن بهره می‌برند (خیاط زاده ماهانی، ۱۳۸۲).

مفهوم «ارباب رجوع» با مفهوم «مشتری» تفاوت دارد. مشتری مفهومی است که بیشتر در ارتباط با سازمانها و شرکتهای تولیدی معنا پیدا می‌کند؛ به عبارت دیگر مشتری عمدتاً دریافت کننده کالا یا محصول است در حالی که مفهوم ارباب رجوع عمدتاً به دریافت کننده خدمت از سازمانهای عمومی اطلاق می‌گردد. ارباب رجوع مثل مشتری حالت تعاملی و طرفینی ندارد، بلکه ارائه خدمات به صورت یکجانبه را شامل می‌شود که در آن سازمان، اطلاعات بیشتری نسبت به موضوع تعامل دارد و ارباب رجوع به آن نیازمند است؛ مثل خدمات درمانی، خدمات علمی، خدمات پلیس، خدمات آموزش و پرورش (محمدی، ۱۳۸۲).

۳-۲. رضایت ارباب رجوع^۳

رضایت ارباب رجوع نوعی احساس خشنودی است که بر اثر تأمین انتظارات ارباب رجوع به آنها دست می‌دهد. از نظر میچل^۴ (۱۹۸۲)، رضایت واکنشی روانی است که بر اثر مشاهده عملکرد نهادهای اجتماعی مطابق با انتظارات ارباب رجوع در آنها شکل می‌گیرد. وقتی افراد احساس کنند نهادهای مختلف جامعه به گونه‌ای عمل می‌کنند که نتظارات آنها را برآورده می‌سازند در آنها نگرش مطلوب و مساعدی نسبت به آن نهادها شکل می‌گیرد و این نگرش موجب پدید آمدن احساس رضایت می‌شود. پرفسور ژوران^۵ رضایت ارباب رجوع را حالتی می‌داند که آنها احساس کنند ویژگیهای خدمت منطبق با انتظارات آنها است. از نظر ریچارد رضایت یا عدم رضایت ارباب رجوع از تفاوت بین انتظارات آنها و

1. Satisfaction
2. Client
3. Client satisfaction
4. Michel
5. Joran

کیفیت خدمتی که دریافت می‌کنند به وجود می‌آید؛ به عبارت دیگر، رضایت ارباب رجوع مساوی است با استنباط آنها از کیفیت خدمتی که دریافت کرده‌اند؛ منهای انتظارات آنها:

انتظارات ارباب رجوع - استنباط ارباب رجوع از کیفیت خدمات = رضایت ارباب رجوع

۳. عوامل مؤثر بر رضایت ارباب رجوع

هر عاملی که هنگام دریافت خدمات موجب احساس رضایت ارباب رجوع یا افزایش و کاهش آن گردد، عامل مؤثر بر رضایت محسوب می‌شود (علیپور، ۱۳۸۲). تحقیقات مختلفی در داخل و خارج از کشور در مورد این عوامل صورت گرفته است که به دلیل تعداد زیاد این تحقیقات به ذکر عوامل ذکر شده از سوی هر یک از محققان بسنده می‌شود.

کیت اسمیت^۱ (۱۹۹۴) عوامل زیر را موجب جلب رضایت ارباب رجوع در بخش دولتی می‌داند:

- فروتنی (مؤدب بودن، نگاه کردن به مشتری، خوشایند صحبت کردن)
 - موجز بودن (واکنش سریع داشتن، توضیح دادن درباره تأخیرها، پرداختن به موضوعهای کاری)
 - کامل بودن (ارائه خدمات کامل، حصول اطمینان از صحت کارها، ارائه دستورالعملها و پاسخهای کامل)
 - وضوح (به آشکار صحبت کردن، صحبت به زبان مشتری، استفاده نکردن از اصطلاحات خاص فنی و مبهم)
 - صحت (حصول اطمینان از صحیح بودن مدارک)
 - با توجه بودن (با توجه کامل گوش دادن، در نظر گرفتن فرصت کافی برای گوش دادن به سخنان مشتری)
 - پاکیزه بودن (ظاهر آراسته و مرتب داشتن، حفظ محیط کاری تمیز، مرتب، ایمن و مطبوع)
- گری هامل^۲ (۱۹۸۹) عوامل زیر را در جهت ارتقای سطح رضایتمندی ارباب رجوع در بخش دولتی شناسایی کرده است.

- محسوسات (تجهیزات، موارد ارتباطی، نیروها)
- اعتبار و تصدیق (توانایی اجرا کردن خدمات)
- حساسیت (حساس بودن نسبت به انتظارات مشتریها)
- دانش و توانایی کارکنان
- تواضع و فروتنی
- قابلیت اعتماد
- امنیت (آسودگی مشتری در خطرپذیری و یا تردید در دریافت خدمات)

1. Smith
2. Hamel

- دسترسی
- درک کردن وضعیت مشتری
- ارتباطات

۴. اعتماد ارباب رجوع

اعتماد معمولاً به معنای اعتقاد به این است که دیگران به طریقی منصفانه و نه صرفاً در راستای منفعت شخصی خود عمل می‌کنند؛ به عبارت دیگر وقتی ما به دیگران اعتماد می‌کنیم، اعتقاد یا انتظار داریم که آنها منافع ما را در نظر می‌گیرند. اگر این افراد صرفاً منفعت طلب باشند، اعتماد نسبت به آنها هرگز شکل نمی‌گیرد. لذا اگر طرف مورد اعتماد فقط نفع شخصی خود را ببیند اعتماد مفهومی پیدا نمی‌کند.

دورکیم^۱ اعتماد را آرامشی می‌داند که حاصل زندگی مسالمت آمیز بشر در کنار هم‌نوعانش در حالت صلح و به دور از هرگونه دشمنی و خصومت است (دورکیم، ۱۳۶۶).

زیمل^۲ اعتماد را نوعی ایمان و اعتقاد افراد به جامعه می‌داند (ترنر، ۱۳۷۰).

لوهمان^۳ بین دو مفهوم اعتماد و اطمینان تفاوت قائل می‌شود. به باور او اعتماد با مفهوم خطرپذیری ارتباط دارد. او معتقد است که اعتماد بر پیشفرض آگاهی از وضعیت ریسک استوار است که هر فرد به صورت آگاهانه در ذهن خود برای تصمیم‌گیری آن را پرورش می‌دهد؛ به عنوان مثال، کسی که یک ماشین دست دوم خریداری می‌کند (به جای ماشین دست اول)، خطر خرید یک ماشین کارکرده را به جان می‌خرد؛ یعنی او به فروشنده یا به اعتبار شرکت سازنده اتومبیل اعتماد می‌کند تا از وقوع ضرر و زیان اجتناب ورزد. بنابراین کسی که حالتهای مختلف را در نظر نمی‌گیرد در وضعیت اطمینان قرار دارد؛ اما کسی که در معرض خطر است با مسئله اعتماد سروکار دارد. در حالت اطمینان، فرد در برابر شکست یا سرزنش دیگران عکس العمل نشان می‌دهد در حالی که در وضعیت اعتماد او باید تا حدی سرزنش را به جان بخرد و ممکن است از اینکه به کسی یا چیزی اعتماد کرده است، افسوس بخورد.

چلبی اعتماد را داشتن حسن ظن به دیگران در روابط اجتماعی می‌داند (چلبی، ۱۳۷۵).

گیدنز^۴ با برداشتی که زیمل از اعتماد دارد موافق است، ولی با تعریف لوهمان موافق نیست. از نظر او، اعتماد نوعی اطمینان است و با مفاهیم خطرپذیری و مفاهیم مشابه ارتباطی ندارد. گیدنز برای تعریف اعتماد مقدماتی را در نظر می‌گیرد:

^۱ - Dorkim
^۲ - Zimel
^۳ - Loheman
^۴ - Gedenz

- شرط اول اعتماد، نبودن اطلاعات است. شخصی که فعالیتهای او پیوسته در معرض دید همگان است، افکار او آشکار و اعمال او شناخته شده و قابل درک است و در این صورت به اعتماد نیازی نیست. لازمه اعتماد، نبودن یا کمبود اطلاعات است.

- اعتماد با احتمال وقوع در ارتباط است نه با ریسک. اعتماد همیشه مفهوم ضمنی و مجازی قابلیت اتکا و اطمینان به پیامدهای احتمالی را دارد.

- اعتماد ایمان به قابلیت اتکا بودن فرد یا نظام نیست، بلکه آن چیزی است که از آن ایمان سرچشمه می‌گیرد. اعتماد خط اتصال بین ایمان و اطمینان است.

- ما می‌توانیم با نشانه‌های نمادین یا نظام تخصصی از اعتماد صحبت کنیم. ولی این به ایمان ما از صحت اصولی بستگی دارد که فرد از آن غافل است، نه به «صداقت اخلاقی» یا «گرایشهای خیر» دیگران. از این رو اعتماد به افراد با ایمان ارتباط دارد و به اعمال مطلوبی که انجام می‌دهند؛ بنابراین اعتماد را می‌توان اطمینان و ایمان به قابلیت یک شخص یا نظام و پایبندی آنها به اصول اخلاقی، اصول انتزاعی و مجرد (مثل دانش فنی) در نظر گرفت (گیدنز، ۱۹۹۲).

وایت^۱ اعتماد را معادل ایمان به مردم به کار می‌گیرد و معتقد است فرهنگها از این حیث با هم متفاوت هستند (وایت، ۱۹۹۳).

مور^۲ اعتقاد دارد که اعتماد معمولاً به ظرفیت شخصی افراد برای ایجاد اطمینان در شخص دیگر ارتباط دارد (مور، ۱۹۸۹).

مارچ و السن^۳ معتقدند که اعتماد بر نوعی انتظار استوار است و تخطی از این انتظارات، اعتماد را مخدوش می‌سازد. بی‌اعتمادی وقتی ایجاد می‌شود که در یک مبادله دوطرفه در نتیجه بی‌توجهی یکی از طرفین به برخی از انتظارات طرف مقابل، بدگمانی بروز می‌کند و آن‌گاه این بدگمانی به دیگر مبادلات تعمیم داده می‌شود.

اینگلهارت^۴ در تعریف اعتماد بیشتر به قابل پیش‌بینی بودن رفتار افراد توجه دارد و معتقد است که که اعتماد یا عدم اعتماد به شکل‌گیری انتظارات در وضعیت اطلاعاتی ناقص کمک می‌کند که آیا رفتار دیگری به طرز قابل پیش‌بینی، دوستانه خواهد بود یا خیر (اینگلهارت، ۱۳۷۳).

پرویت^۵ اعتماد را با همکاری متقابل مترادف می‌داند. بنابراین اعتماد وقتی گسترش می‌یابد که طرف مقابل به همکاری میل داشته باشد (پرویت، ۱۹۹۵).

¹ - Whait

² - More

³ - March & Alsen

⁴ - Inghart

⁵ - Proiet

وایگرت^۱ اعتماد را ناشی از ارتباط عاطفی و پیوند قلبی بین افرادی می‌داند که نسبت به یکدیگر صادقند (صنعتی، ۱۳۷۳).

گافمن^۲ اعتماد را متشکل از ارائه یک تعریف توسط کنشگر درباره خود و فرد ناظر می‌داند که می‌خواهد بر اساس آن با کنشگر ارتباط برقرار کند. اگر فرد ناظر و کنشگر در وضعیت بازی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند، شرایط ویژه اعتماد برقرار می‌شود.

۵. مروری بر تحقیقات پیشین

در اینجا به برخی از تحقیقات صورت گرفته درباره رضایت و اعتماد مردم به پلیس و دفاتر نظارت همگانی اشاره می‌شود.

۵-۱. تعامل گرایبی مردم ایران با تأکید بر نقش اعتماد در روابط اجتماعی

این تحقیق در سال ۱۳۸۰ زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام شده است. دربخشی از این تحقیق به بررسی میزان اعتماد مردم به هر یک از گروه‌ها و اصناف از جمله پلیس راهنمایی و نیروی انتظامی پرداخته شده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که میزان اعتماد مردم به بعضی از اصناف و مشاغل مانند معلمان و استادان دانشگاه و روحانیون «زیاد»، و به بعضی دیگر مانند بنگاه‌دارها و تجار و بازاریان «کم» بوده است. میزان اعتماد مردم به نیروی انتظامی و پلیس راهنمایی و رانندگی در مقایسه با سایر اصناف و مشاغل در حد «متوسط» بوده است.

۵-۲. بررسی تجربی نظام شخصیت در ایران

این پژوهش در سال ۱۳۸۱ توسط چلبی انجام شده و توسط مؤسسه پژوهشی فرهنگ، هنر و ارتباطات به چاپ رسیده است. در بخشی از این تحقیق، میزان اعتماد مردم به خرده نظامهای مختلف جامعه از جمله نیروی انتظامی و افسران پلیس مورد سنجش واقع شده است. نتایج این تحقیق نشان داده است که از نظر اعتمادپذیری به ترتیب، خلبانان، استادان دانشگاه، پرستاران، معلمان، مهندسان، پزشکان، افسران پلیس و قضات قرار دارند؛ یعنی قضات در مقایسه با سایر مشاغل موجود در فهرست، کمترین میزان اعتماد مردم را به خود جلب کرده‌اند و افسران پلیس در رده قبل از آن قرار دارند.

۵-۳. نظارت همگانی، اعتماد اجتماعی و پلیس

این پژوهش در سال ۱۳۸۳ توسط گودرزی و دعاگویان انجام شده است. مهمترین یافته‌های این تحقیق به شرح زیر است:

حدود سه چهارم (۷۳ درصد) مردم می‌دانستند که شماره تلفن ۱۹۷ متعلق به پلیس است و ۷۱ درصد از این افراد [حدود ۵۲ درصد کل مردم] اظهار داشتند که با دفتر نظارت همگانی تماس گرفته‌اند. درباب رفتار شخصی پاسخگو [در اینجا منظور از پاسخگو اپراتورهای شماره تلفن ۱۹۷ است]،

^۱ - Vaigrit

^۲ - Gafman

۳۴ درصد از شهروندان اظهار کردند که رفتار شخصی پاسخگو دوستانه و تنها ۱۴ درصد رفتار فرد پاسخگو را تند و غیرمفید دانسته‌اند. درخصوص طرز رفتار پاسخگو در جلب اعتماد تماس گیرنده، ۸۰ درصد اعتقاد داشتند که رفتار فرد پاسخگوی تلفن ۱۹۷ در جلب اعتمادسازی مؤثر بوده است. در مورد آگاه شدن از نتیجه گزارش به ۱۹۷، ۳۸ درصد آن را مناسب و فوری، ۳۰ درصد اظهار کردند که تاکنون اقدامی صورت نگرفته، ۲۷ درصد هم روند پیگیری را کند تشخیص دادند. در باب اینکه آیا مکالمه و میزان اطلاعات پاسخگویی ۱۹۷ توانسته است رضایت و اعتماد را برای تماس بعدی جلب کند، ۶۲ درصد پاسخ مثبت داده و تنها ۳۸ درصد نظر پاسخ منفی داشته‌اند. درخصوص توصیف افراد از ۱۹۷، ۲۹ درصد از مردم اظهار شکایت و ۱۱ درصد هم اظهار پیشنهاد کردند و خواستار پیگیری آن بودند.

۴-۵. ساختار جامع تعامل پلیس و مردم

این تحقیق توسط دعاگویان به سفارش مرکز تحقیقات و پژوهشهای ناجا در سال ۱۳۸۴ انجام گرفته که برخی از نتایج آن به شرح زیر است:

۲/۳ درصد پاسخگویان شماره تلفن ۱۹۷ را متعلق به تاکسیرانی، ۵/۱ درصد آن را متعلق به اورژانس، ۶/۹ درصد آن را متعلق به آتش نشانی و ۵۰/۶ درصد آن را متعلق به پلیس دانسته‌اند و ۳۵/۱ درصد اظهار بی‌اطلاعی کرده‌اند؛ به عبارت دیگر در سال ۱۳۸۴ تنها حدود نیمی از افراد مورد مطالعه می‌دانستند که شماره تماس ۱۹۷ متعلق به پلیس است.

۸۶ درصد از پاسخگویان با دفتر نظارت همگانی تماس کم، ۱۱/۹ درصد تماس متوسط و تنها ۲/۲ درصد تماس زیاد داشته‌اند؛ به عبارت دیگر، میزان تماس بیشتر مردم با دفتر نظارت همگانی پلیس کم بوده است.

در مورد چگونگی رفتار کارکنان دفتر نظارت همگانی از نظر ۱۷/۳ درصد پاسخگویان، دوستانه و یاری رساننده، از نظر ۲۵/۷ درصد رضایتبخش، از نظر ۳۱/۴ درصد جلب‌کننده اعتماد و اطمینان، از نظر ۱۸/۲ درصد سرد و نگران‌کننده و از نظر ۷/۴ درصد تند و غیر مفید بوده است. این امر بیانگر این است که بیشتر مردم رفتار کارکنان دفتر نظارت همگانی را مثبت ارزیابی کرده‌اند و تنها ۲۵/۶ درصد آنها این رفتار کارکنان دفتر نظارت همگانی را منفی ارزیابی کرده بودند.

۳۸/۶ درصد پاسخگویان دارای علاقه‌مندی کم، ۴۱/۴ درصد دارای علاقه‌مندی متوسط و ۲۰ درصد دارای علاقه‌مندی زیاد به نظارت بر کار پلیس بودند. این امر بیانگر این است که میزان علاقه‌مندی افراد به نظارت بر کار پلیس، متوسط و کم است و تنها ۲۰ درصد از پاسخگویان دارای علاقه زیاد به نظارت بر کار پلیس بوده‌اند.

۵-۵. انتظارات مردم از دفاتر نظارت همگانی

تحلیل محتوای بیش از ۲۰۰۰ پیام مردمی رسیده به دفاتر نظارت همگانی، که موضوع آن انتقاد و تقدیر از این دفاتر یا طرح پیشنهادها و انتظارات شهروندان درباره این دفاتر بوده و زیر نظر کارشناسان

حوزه نظارت همگانی استخراج شده است، نشان می‌دهد که مهمترین انتظارات شهروندان از دفاتر نظارت همگانی به شرح زیر است:

- رسیدگی به پیامهای فرستاده شده از سوی مردم
- صحت و دقت در رسیدگی به پیامهای مردمی
- سرعت در رسیدگی به پیامهای مردمی
- تماس دفاتر نظارت با شهروندان پس از دریافت پیام آنها
- اطلاع رسانی نتایج به شهروندان
- راز نگهداری و عدم افشای مشخصات و اطلاعات پیام دهندگان در جریان رسیدگی به پیام
- دسترسی آسان به دفاتر نظارت همگانی
- آزاد بودن خطوط تلفن ۱۹۷ و رفع مشکلات فنی برای برقراری ارتباط تلفنی با دفاتر
- برخورد مناسب کارکنان دفاتر نظارت بویژه اپراتورهای ۱۹۷ با مردم
- مهارت، کارایی و توانایی کارکنان و اپراتورهای ۱۹۷ در پاسخگویی، دریافت پیام و راهنمای شهروندان
- صداقت و راستگویی کارکنان
- آرامش و اطمینان خاطر دادن به پیام دهندگان
- پذیرا بودن و درک شهروندان
- احترام قائل شدن برای شهروندان

۶. روش تحقیق

در این تحقیق از روش تحقیق پیمایشی استفاده شده است. به این ترتیب که ابتدا با بررسی نظریه‌های علمی مربوط به رضایت و اعتماد ارباب رجوع و بررسی تحقیقات و مطالعات پیشین در این زمینه، ابعاد و عوامل رضایت و اعتماد ارباب رجوع استخراج شد و برای ساختن ابزار سنجش (پرسشنامه) مورد استفاده قرار گرفت. سپس در هر یک از شهرهای مورد بررسی در سراسر کشور، یک نمونه معرف از افراد جامعه انتخاب شد و از طریق مصاحبه با آنها اطلاعات مورد نیاز به دست آمد.

برای بررسی «اعتبار» پرسشنامه تحقیق، پس از پیش‌آزمون این پرسشنامه و رفع ابهامات آن از دو روش زیر استفاده شد:

برای بررسی میزان «پایایی» سنجش از روش «ضریب آلفای کرونباخ» و «تحلیل گویه - مقیاس^۱» استفاده شد. در مورد هر سه متغیر اصلی تحقیق این ضریب از حداقل قابل قبول یعنی ۰/۷۰ بیشتر است که نشاندهنده پایایی قابل قبول نتایج تحقیق است.

1. item-scale analysis

در این تحقیق، متناسب با متغیرهای مورد بررسی، سه جامعه آماری پی در پی وجود دارد؛ به این ترتیب که هر جامعه آماری بعدی، بخشی از جامعه آماری بزرگتر قبلی است. این سه جامعه آماری عبارت است از:

همه افراد ۱۵ ساله و بالاتر کل کشور

بخشی از افراد ۱۵ ساله و بالاتر کل کشور که دفاتر نظارت همگانی ناجا را می‌شناسند.

بخشی از افراد ۱۵ ساله و بالاتر کل کشور که نه تنها دفاتر نظارت همگانی ناجا را می‌شناسند، بلکه قبلاً با این دفاتر تماس گرفته‌اند. حجم نمونه در هر یک از استانهای مورد بررسی با استفاده از فرمول زیر محاسبه شد:

برای نمونه‌گیری از روش خوشه‌ای چندمرحله‌ای^۱ استفاده گردید. گردآوری اطلاعات از طریق مصاحبه رودررو همراه با پرسشنامه صورت گرفت.

۷. نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که مرکز نظارت همگانی را ۳۰ درصد پاسخگویان متعلق به نیروی انتظامی می‌دانند و ۷۰ درصد دیگر یا پاسخهای دیگری داده و یا اظهار بی‌اطلاعی کرده‌اند. هم‌چنین شماره تلفن ۱۹۷ را ۴۳ درصد پاسخگویان متعلق به نیروی انتظامی می‌دانند و ۵۷ درصد دیگر یا پاسخهای دیگری داده و یا اظهار بی‌اطلاعی کرده‌اند؛ به عبارت دیگر، بیش از نیمی از مردم نمی‌دانند که شماره تلفن ۱۹۷ متعلق به چه سازمانی است و برای چه کاری مورد استفاده قرار می‌گیرد.

افرادی که شماره تلفن ۱۹۷ را می‌شناسند و می‌دانند که این شماره تلفن متعلق به نیروی انتظامی است (۴۳ درصد) از افرادی که مرکز نظارت همگانی نیروی انتظامی را می‌شناسند و می‌دانند که این مرکز متعلق به نیروی انتظامی است (۳۰ درصد) بیشتر هستند؛ به عبارت دیگر، مردم، شماره تلفن ۱۹۷ را بیش از دفاتر نظارت همگانی نیروی انتظامی می‌شناسند. البته بخشی از این تفاوت به این دلیل است که شهرداری تهران نیز دارای دفاتری به نام دفاتر نظارت همگانی است.

در پژوهش «نظارت همگانی، اعتماد اجتماعی و پلیس» که گودرزی و دعاگویان در سال ۱۳۸۳ انجام داده‌اند، آمده است که حدود سه چهارم (۷۳ درصد) مردم می‌دانستند که شماره تلفن ۱۹۷ متعلق به پلیس است. هم‌چنین در تحقیق «ساختار جامع تعامل پلیس و مردم»، که دعاگویان در سال ۱۳۸۴ انجام داده، آمده است که شماره تلفن ۱۹۷ را ۵۰/۶ درصد مردم متعلق به پلیس دانسته‌اند. با توجه به نتایج این تحقیق که نشان می‌دهد شماره تلفن ۱۹۷ را تنها ۴۳ درصد مردم متعلق به نیروی انتظامی می‌دانند، نتایج دو تحقیق قبلی بویژه تحقیق سال ۱۳۸۳ کاملاً تردیدبرانگیز است؛ زیرا بعید است که طی سه یا چهار سال، میزان آشنایی مردم با شماره تلفن ۱۹۷ تا این حد کاهش یابد. به احتمال زیاد در

1. Multi-Stage Cluster Sampling

این دو تحقیق نوعی سوگیری^۱ یا جهت‌دهی^۲ وجود داشته که پاسخگویان را به سمت پاسخ درست سوق داده است.

۲۳ درصد پاسخگویان گفته‌اند که اگر شکایت یا انتقادی از مأموران نیروی انتظامی داشته باشند، آن را با شماره تلفن ۱۹۷ یا دفاتر نظارت همگانی مطرح می‌کنند و ۷۷ درصد دیگر پاسخهای دیگری داده‌اند؛ به عبارت دیگر، بیش از سه چهارم مردم نمی‌دانند که اگر شکایت یا انتقادی از مأموران نیروی انتظامی دارند، آن را باید با دفاتر نظارت همگانی در میان بگذارند.

مقایسه میزان آشنایی مردم با وظایف دفاتر نظارت همگانی (۲۳ درصد) با میزان آشنایی مردم با مرکز نظارت همگانی (۳۰ درصد) و میزان آشنایی مردم با شماره تلفن ۱۹۷ (۴۳ درصد) نشان می‌دهد که حتی بسیاری از افراد که می‌دانند مرکز نظارت همگانی و شماره تلفن ۱۹۷ متعلق به نیروی انتظامی است از وظایف این مرکز و این شماره تلفن بی‌اطلاعت و نمی‌دانند که با این شماره تلفن می‌توانند گزارشهای خود را درباره مأموران نیروی انتظامی به گوش مسئولان برسانند؛ لذا راههای دیگری مانند شماره تلفن ۱۱۰ و غیره را برای این کار برمی‌گزینند. این امر مشکل و کمبود مهمی را که در این زمینه وجود دارد نشان می‌دهد؛ زیرا مسلماً آگاهی از اینکه مرکز نظارت همگانی و شماره تلفن ۱۹۷ متعلق به نیروی انتظامی است، کافی نیست. مسئله مهم این است که مردم بدانند گزارشهای خود را درباره مأموران نیروی انتظامی از این طریق می‌توانند به گوش مسئولان برسانند. در حال حاضر تنها کمی بیش از یک پنجم (۲۳ درصد) مردم از این امر آگاهی دارند. بیشتر افرادی که با مرکز نظارت همگانی آشنایی دارند از طریق تبلیغات محیطی و صداوسیما با این مرکز آشنا شده‌اند.

مردان بیش از زنان، افراد متأهل بیش از افراد مجرد، جوانان و میانسالان بیش از نوجوانان و افراد مسن، افراد دارای تحصیلات بیشتر بیش از افراد دارای تحصیلات کمتر، روحانیون، کارمندان و سربازان بیش از دیگران و خانه‌دارها و بیکاران کمتر از دیگران، مردم استانهای لرستان، خراسان جنوبی، بوشهر و فارس بیش از دیگران و مردم استانهای کردستان، هرمزگان، همدان و اردبیل کمتر از دیگران از وظایف دفاتر نظارت همگانی و شماره تلفن ۱۹۷ اطلاع دارند.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که ۲۸ درصد از پاسخگویان تاکنون به گونه‌ای به منظور ارائه گزارش درباره مأموران نیروی انتظامی (شکایت، انتقاد، تشکر و پیشنهاد) با بخشهای مختلف این نیرو تماس گرفته و ۷۲ درصد آنها تماس نگرفته‌اند. بنابراین بیش از یک چهارم پاسخگویان تاکنون به این منظور با بخشهای مختلف نیروی انتظامی تماس نگرفته‌اند. اما این افراد با پلیس ۱۱۰ بیش از سایر بخشها و حتی بیش از دفاتر نظارت همگانی که مخصوص این کار ساخته شده است، تماس می‌گیرند. این امر نشان‌دهنده ناآشنایی بسیاری از مردم با دفاتر نظارت همگانی و وظایف این دفاتر است. تنها ۱۲ درصد پاسخگویان تاکنون با مرکز نظارت همگانی نیروی انتظامی تماس گرفته و ۸۸ درصد تماس نگرفته‌اند.

2. bias

3. suggestion

حدود دوسوم افرادی که با مرکز نظارت همگانی تماس می‌گیرند از طریق شماره تلفن ۱۹۷ این کار را می‌کنند. افرادی که با دفتر نظارت همگانی تماس می‌گیرند، بیشتر برای شکایت و انتقاد از مأمورین نیروی انتظامی این کار را انجام می‌دهند.

در پژوهش «نظارت همگانی، اعتماد اجتماعی و پلیس»، که گودرزی و دعاگویان در سال ۱۳۸۳ انجام داده‌اند، آمده است که حدود سه چهارم (۷۳ درصد) مردم می‌دانستند که شماره تلفن ۱۹۷ متعلق به پلیس است و ۷۱ درصد از این افراد [یعنی حدود ۵۲ درصد کل مردم] اظهار داشتند که تاکنون با دفتر نظارت همگانی تماس گرفته‌اند. هم‌چنین در تحقیق «ساختار جامع تعامل پلیس و مردم»، که دعاگویان در سال ۱۳۸۴ انجام داده، آمده است که ۸۶ درصد از پاسخگویان با دفتر نظارت همگانی تماس کم، ۱۱/۹ درصد تماس متوسط و تنها ۲/۲ درصد تماس زیاد داشته‌اند؛ به عبارت دیگر، میزان تماس بیشتر مردم با دفتر نظارت همگانی پلیس کم بوده است.

با توجه به نتایج این تحقیق که نشان می‌دهد تنها ۱۲ درصد مردم با مرکز نظارت همگانی نیروی انتظامی تماس گرفته‌اند، نتایج تحقیق سال ۱۳۸۳ کاملاً غیرقابل اعتماد است؛ زیرا بعید است که طی چهار سال میزان تماس مردم با مرکز نظارت همگانی تا این حد کاهش یافته، و از ۵۲ درصد به ۱۲ درصد رسیده باشد. شایان یادآوری است که طبق نتایج تحقیق، که در صفحات قبل ارائه شد، تنها ۲۳ درصد مردم می‌دانند که اگر شکایت یا انتقادی از مأموران نیروی انتظامی دارند، آن را باید با دفاتر نظارت همگانی در میان بگذارند. حال چگونه ممکن است که ۵۲ درصد مردم با دفاتر نظارت همگانی تماس گرفته باشند؟ با اطمینان می‌توان گفت که نتایج تحقیق سال ۱۳۸۳ نادرست و فاقد اعتبار علمی است. در تحقیق سال ۱۳۸۴ متأسفانه برای کسانی که تاکنون با مرکز نظارت همگانی اصلاً تماس نگرفته‌اند، گزینه‌ای (مانند اصلاً یا هیچ‌وقت) منظور نشده بود و پاسخ این افراد به صورت «تماس کم» ثبت شده است. اگر این اشکال را در تحقیق سال ۱۳۸۴ نادیده بگیریم، نتایج آن با نتایج این پژوهش نزدیک، و با نتایج تحقیق سال ۱۳۸۳ متفاوت است (طبق نتایج تحقیق سال ۱۳۸۴ حدود ۱۴ درصد مردم با دفاتر نظارت همگانی پلیس تماس متوسط یا زیاد گرفته‌اند).

مردان بیش از زنان با مرکز نظارت همگانی تماس گرفته‌اند. هم‌چنین متأهلین بیش از مجردان، جوانان و میانسالان بیش از نوجوانان و افراد مسن، افراد دارای تحصیلات بیشتر بیش از افراد دارای تحصیلات کمتر، کارمندان و روحانیون بیش از دیگران و دانش آموزان، بیکاران و خانه‌دارها کمتر از دیگران، کردها بیش از دیگران قومیتها و لرها و عربها کمتر از سایر قومیتها، اهل تسنن کمی بیش از شیعیان، مردم استانهای کردستان و تهران و کرمان بیشتر از دیگران و مردم استانهای کهگیلویه و بویراحمد و یزد کمتر از دیگران با مرکز نظارت همگانی تماس گرفته‌اند.

بیشتر افرادی که با دفاتر نظارت همگانی تماس گرفته‌اند در حد متوسط (تاحدی) از رفتار و روش برخورد کارمندان این دفاتر و پیگیری بعدی آنها و چگونگی و سرعت رسیدگی آنها به گزارششان رضایت دارند. حدود نیمی از تماس‌گیرندگان گفته‌اند که کارمندان مرکز نظارت همگانی به گزارش آنها

رسیدگی کرده و سایر تماس‌گیرندگان گفته‌اند رسیدگی نکرده و یا در این زمینه اظهار بی‌اطلاعی کرده‌اند.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که ۳۱ درصد پاسخگویان گفته‌اند که به شکایات مردم از مأموران نیروی انتظامی به صورت جدی رسیدگی می‌شود. ۴۴ درصد آنها گفته‌اند شاید به صورت جدی رسیدگی شود و ۲۴ درصد گفته‌اند رسیدگی نمی‌شود. این امر نشان‌دهنده این است که حدود یک سوم مردم (۳۱ درصد) به رسیدگی جدی به گزارشهای خود در دفاتر نظارت همگانی اعتماد دارند، کمتر از نیمی از مردم (۴۴ درصد) در این زمینه دچار تردید هستند و حدود یک چهارم آنها (۲۴ درصد) اعتماد ندارند. همچنین ۳۰ درصد پاسخگویان معتقدند که پس از گزارش آنها، مأموران متخلف مجازات می‌شوند، ۴۷ درصد آنها گفته‌اند شاید مجازات شوند و ۲۴ درصد گفته‌اند مجازات نمی‌شوند. این امر نشان‌دهنده این است که کمتر از یک سوم مردم (۳۰ درصد) به مجازات مأموران متخلف از طریق گزارشهای دفاتر نظارت همگانی اعتماد دارند، کمتر از نیمی از مردم (۴۷ درصد) در این زمینه دچار تردید هستند و حدود یک چهارم آنها (۲۴ درصد) اعتماد ندارند.

طبق نتایج تحقیق، ۵۵ درصد پاسخگویان گفته‌اند که حاضرند برای بیان نظریات خود درباره مأموران نیروی انتظامی با مرکز نظارت همگانی این نیرو تماس بگیرند، ۳۰ درصد آنها گفته‌اند شاید تماس بگیرند و ۱۵ درصد باقیمانده گفته‌اند حاضر نیستند تماس بگیرند. با توجه به اینکه آمادگی برای تماس با دفاتر نظارت همگانی نشان‌دهنده حداقل اعتماد به این دفاتر است، می‌توان نتیجه گرفت که بیش از نیمی (۵۵ درصد) از پاسخگویان از حداقل اعتماد به این دفاتر برخوردارند؛ ۳۰ درصد آنها نسبت به قابل‌اعتماد بودن این دفاتر تردید دارند و ۱۵ درصد باقیمانده به این دفاتر کاملاً بی‌اعتمادند.

۸. پیشنهادها

باتوجه به مبانی نظری تحقیق در زمینه رضایت و اعتماد ارباب رجوع، که در فصل دوم ارائه شد و نتایج تحقیق، که در این فصل ارائه گردید، می‌توان پیشنهادهای زیر را برای بهبود عملکرد دفاتر نظارت همگانی و افزایش رضایت و اعتماد مردم به این دفاتر ارائه کرد:

۱-۷. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که ۴۳ درصد مردم می‌دانند که شماره تلفن ۱۹۷ متعلق به نیروی انتظامی است و ۳۰ درصد آنها می‌دانند که مرکز نظارت همگانی متعلق به نیروی انتظامی است؛ اما تنها ۲۳ درصد آنها می‌دانند که در صورت داشتن شکایت یا انتقاد از مأموران نیروی انتظامی باید شکایت یا انتقاد خود را از طریق دفاتر نظارت همگانی و شماره تلفن ۱۹۷ به گوش مسئولان برسانند؛ به عبارت دیگر، تنها کمتر از یک چهارم مردم از وظایف مرکز نظارت همگانی نیروی انتظامی آگاهی دارند و بیش از سه چهارم آنها نمی‌دانند که اگر شکایت یا انتقادی از مأموران نیروی انتظامی دارند، آن را باید با چه مرجعی در میان بگذارند؛ لذا تلاش برای اطلاع رسانی به مردم در این زمینه ضروری به نظر می‌رسد. به این منظور لازم است اقدامات زیر صورت گیرد:

الف- آگاه‌سازی مردم از وجود این دفاتر

ب- آگاه‌سازی مردم از وظایف این دفاتر

ج- آگاه‌سازی مردم از روش تماس با این دفاتر

۷-۲. با توجه به نتایج تحقیق، که پیش از این ذکر شد،

لازم است برای اطلاع رسانی به زنان بویژه زنان خانه‌دار، مجردان، نوجوانان، سالخوردگان، بیسوادان و کم‌سوادان، بیکاران، اهل‌تسنن، بعضی از قومیتها مانند قوم ترکمن و مردم استانهای کردستان، هرمزگان، همدان و اردبیل، که آگاهی کمتری درباره مرکز نظارت همگانی دارند، تلاش بیشتری صورت گیرد.

۷-۳. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که تنها حدود یک چهارم افرادی که با دفاتر نظارت همگانی آشنایی دارند از طریق صدا و سیما با این دفاتر آشنا شده و بقیه افراد از راه‌های دیگری مانند تبلیغات محیطی، دوستان و آشنایان و ... با این دفاتر آشنا شده‌اند درحالی که با توجه به ضریب نفوذ بسیار زیاد صدا و سیما در میان خانواده‌ها، استفاده از این دو رسانه بهترین و مؤثرترین راه برای اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی مردم از وجود دفاتر نظارت همگانی و وظایف آنها است؛ لذا سرمایه‌گذاری و پخش پیامهای اطلاع رسانی در این زمینه ضروری به نظر می‌رسد. شکی نیست که لازم است همزمان با این کار، آمادگی و ظرفیت لازم در مرکز نظارت همگانی برای پاسخگویی نسبت به استقبال مردم به عمل آید.

۷-۴. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بیشتر افرادی که قبلاً با مرکز نظارت همگانی تماس گرفته‌اند (۱۲ درصد از کل پاسخگویان)، از رفتار و روش برخورد کارمندان مرکز نظارت در حد متوسط (تاحدی) رضایت دارند و حدود یک چهارم آنان رضایت کمی دارند درحالی که رضایت ارباب رجوع، شرط اصلی موفقیت سازمانهایی مانند مرکز نظارت همگانی است؛ لذا تلاش هرچه بیشتر مدیران و کارمندان دفاتر نظارت همگانی در سراسر کشور برای جلب رضایت همگی مراجعان ضروری به نظر می‌رسد.

۷-۴. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که افراد با تحصیلات بیشتر، بیش از افراد با تحصیلات کمتر از رفتار و روش برخورد کارمندان مرکز نظارت رضایت دارند. این امر یکی از نقاط قوت مهم در عملکرد دفاتر نظارت همگانی است؛ زیرا معمولاً افراد تحصیلکرده به دلیل انتظارات بیشتر از عملکرد دستگاه‌های اجرایی، رضایت کمتری دارند؛ لذا جا دارد مرکز نظارت همگانی این نقطه قوت خود را تقویت کند. در عین حال لازم است دلایل نارضایتی افراد با تحصیلات کم بررسی شود. امکان دارد دلیل این امر بی‌اطلاعی این افراد از وظایف دفاتر نظارت همگانی و انتظارات نابجای آنها از کارمندان دفاتر باشد. در این صورت باید برای آگاه‌سازی آنها تلاش شود. در هر حال توجه به دلایل نارضایتی افراد با تحصیلات کم و تلاش برای رفع آن ضروری است.

۷-۵. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که افرادی که با مرکز نظارت همگانی تماس می‌گیرند در استانهای ایلام و کرمان و همدان بیش از سایر استانها و در استانهای هرمزگان و سیستان و بلوچستان و تهران کمتر از سایر استانها از رفتار و روش برخورد کارمندان مرکز نظارت رضایت دارند. لذا شایسته است از

مدیران و کارمندان دفاتر نظارت همگانی در استانهای ایلام و کرمان و همدان بابت این امر تقدیر و تشکر به عمل آید (با ذکر دلیل آن) و به مدیران و کارمندان دفاتر نظارت همگانی در استانهای هرمزگان و سیستان و بلوچستان و تهران آموزش و تذکرات لازم به منظور تلاش بیشتر برای جلب رضایت ارباب رجوع داده شود.

۷-۷. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که حدود نیمی از افرادی که قبلاً با مرکز نظارت همگانی تماس گرفته ، گفته‌اند که کارمندان مرکز نظارت همگانی بعداً با آنها تماس گرفته و نیمی دیگر گفته‌اند که با آنها تماسی گرفته نشده است. با توجه به نقش مهم تماس بعدی کارمندان مرکز نظارت همگانی با تماس‌گیرندگان در جلب رضایت و اعتماد آنها (علاوه بر تکمیل اطلاعات و اطلاع‌رسانی و ...)، تماس نگرفتن با حدود نیمی از آنها درست به نظر نمی‌رسد مگر اینکه مطلبی که تماس‌گیرنده ذکر کرده است به پیگیری و تماس بعدی و اطلاع‌رسانی نیازی نداشته باشد یا اینکه امکان تماس با او وجود نداشته باشد؛ لذا بررسی دلایل عدم تماس کارمندان دفاتر نظارت همگانی با حدود نیمی از تماس‌گیرندگان ضروری است.

۷-۸. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که حدود نیمی از تماس‌گیرندگان گفته‌اند که کارمندان مرکز نظارت همگانی به گزارش آنها رسیدگی کرده و سایر تماس‌گیرندگان گفته‌اند رسیدگی نکرده و یا در این زمینه اظهار بی‌اطلاعی کرده‌اند. با توجه به مبانی نظری تحقیق، که در فصل دوم مورد بررسی قرار گرفت، یکی از عوامل مهم رضایت ارباب رجوع، رسیدگی جدی به خواسته‌های آنها و به دنبال آن اطلاع‌رسانی به آنها است؛ لذا رسیدگی نکردن به گزارشهای حدود نیمی از ارباب رجوع و یا اطلاع ندادن نتیجه رسیدگی به آنها با اهداف مرکز نظارت همگانی مغایر است. لازم است مسئولان مرکز نظارت همگانی برای رویاروی با آن چاره‌اندیشی کنند.

۷-۹. طبق نتایج تحقیق در حدود یک چهارم از تماس‌گیرندگان، سرعت رسیدگی دفاتر نظارت همگانی را به گزارشهای مردم، نامناسب (با تأخیر)، ۳۹ درصد آنها متوسط و حدود یک چهارم آنها مناسب (سریع) دانسته‌اند؛ به عبارت دیگر، بیشتر تماس‌گیرندگان، سرعت رسیدگی دفاتر نظارت همگانی را به گزارشهای مردم متوسط دانسته‌اند. اگرچه سرعت رسیدگی به گزارشهای مردم در بسیاری از موارد در اختیار دفاتر نظارت همگانی نیست، بلکه در اختیار واحدهای رسیدگی‌کننده است، با این همه، مرکز نظارت همگانی باید برای افزایش سرعت رسیدگی به گزارشها تلاش و برنامه‌ریزی کند.

۷-۱۰. طبق نتایج تحقیق، مردم استانهای کرمان، همدان، ایلام و قم بیش از دیگران از سرعت رسیدگی مرکز نظارت همگانی به گزارشهای خود راضی هستند. در مقابل، مردم استانهای خوزستان، آذربایجان غربی و مازندران بیش از دیگران در این زمینه ناراضی هستند. پیشنهاد می‌شود دلایل کند بودن سرعت رسیدگی به گزارشهای مردم در استانهای اخیر مورد بررسی قرار گیرد و در این زمینه چاره‌جویی شود.

۷-۱۱. طبق نتایج تحقیق، ۵۵ درصد مردم گفته‌اند که حاضرند در صورت لزوم با دفاتر نظارت همگانی تماس بگیرند، ۳۰ درصد آنها گفته‌اند شاید تماس بگیرند و ۱۵ درصد باقیمانده گفته‌اند حاضر نیستند

تماس بگیرند. با توجه به اینکه آمادگی برای تماس با دفاتر نظارت همگانی، نشاندهنده حداقل اعتماد به این دفاتر است، می‌توان نتیجه گرفت که بیش از نیمی از پاسخگویان، حداقل اعتماد به این دفاتر را دارند، ۳۰ درصد آنها نسبت به قابل‌اعتماد بودن این دفاتر تردید دارند و ۱۵ درصد باقیمانده به این دفاتر کاملاً بی‌اعتمادند. لذا لازم است مرکز نظارت همگانی با توجه به مبانی نظری تحقیق، که در فصل دوم ارائه شد، اقدامات لازم را برای جلب اعتماد مردم (مانند برآوردن انتظارات ارباب رجوع، با قاعده و مرتب بودن، مستدل و معقول بودن، کارایی داشتن، برخورد اخلاقی و مهربانی با ارباب رجوع، صداقت داشتن و ...) انجام دهد.

۱۲-۷. طبق نتایج تحقیق، حدود یک سوم مردم به رسیدگی جدی به گزارشهای خود در دفاتر نظارت همگانی اعتماد دارند، کمتر از نیمی از آنها در این زمینه دچار تردید هستند و حدود یک چهارم آنها اعتماد ندارند. اعتماد مردم به مجازات مأموران متخلف از طریق گزارشهای دفاتر نظارت همگانی نیز به همین صورت است. مسلماً مؤثرترین عاملی که می‌تواند تردید و بی‌اعتمادی بخش بزرگی از مردم را در این زمینه از بین ببرد و آنها را مطمئن سازد که در این دفاتر به گزارشهای آنها به صورت جدی رسیدگی می‌شود، عملکرد این دفاتر است. رسیدگی جدی به گزارشهای مردم و اطلاع‌رسانی سریع به آنان بهترین راه برای مبارزه با بی‌اعتمادی و تردید آنها است.

منابع و مأخذ فارسی

۱. آقاییار، سیروس (۱۳۸۶). طرح تکریم و جلب رضایت مراجعین و مشتریان. اصفهان: انتشارات سپاهان.
۲. احمدی مهربانی، محمدرضا (۱۳۸۲). «ارتباط مبتنی بر اعتماد و سازمانهای اعتماد آفرین». مجله توسعه اعتماد، شماره ۵۰.
۳. الوانی، سید مهدی (۱۳۸۰). «مدیریت دولتی و اعتماد عمومی». مجله دانش مدیریت، شماره ۵۵.
۴. امیرکافی، مهدی (۱۳۷۵). «اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن». پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه شهید بهشتی.
۵. ایران نژادپاریزی، مهدی (۱۳۸۰). «بررسی و شناخت عوامل مؤثر بر رضایت مشترکین مصارف صنعتی و تعیین اولویت آنها در شرکت برق منطقه ای یزد». مجله مدیریت و توسعه، شماره ۹.
۶. بازرسی کل کشور (۱۳۸۶). «مجموعه مقالات اولین، دومین و سومین همایش علمی و پژوهشی نظارت و بازرسی در کشور». تهران: بازرسی کل کشور.
۷. بیرو، آلن (۱۳۶۶). فرهنگ علوم اجتماعی. ترجمه باقر ساروخانی. تهران: انتشارات کیهان.
۸. پاشازاده، یوسف (۱۳۸۶). «ارائه مدلهایی برای سنجش کیفیت خدمات». مجله مدیریت، شماره ۱۳۰-۱۲۹.
۹. ترنر، جانانان. اچ (۱۳۸۲). ساخت نظریه‌های جامعه‌شناسی. ترجمه عبدالعلی لهسایی زاده. شیراز: نشر نوید.
۱۰. جوادی، علی اصغر (۱۳۷۸). «تعیین عوامل رضایت مشتریان پست بانک از خدمات بانکی پست بانک در تهران بزرگ و اولویت هر یک از آنها».
۱۱. چلبی، مسعود (۱۳۷۵). جامعه شناسی نظم. تهران: نشرنی.
۱۲. چلبی، مسعود (۱۳۸۱). بررسی تجربی نظام شخصیت در ایران. تهران: مؤسسه پژوهشی فرهنگ، هنر و ارتباطات.
۱۳. حقیقی، محمد (۱۳۸۲). «وفاداری خدمت: اثرات کیفیت خدمات و نقش میانجی رضایت مندی مشتری» مجله دانش مدیریت، شماره ۶۱-۶۰.
۱۴. خیاطزاده ماهانی، اکرم (۱۳۸۲). «رضایت مشتری». مجله تدبیر، شماره ۱۴۱.
۱۵. دادگران، سیدمحمد (۱۳۸۴). مبانی ارتباطات جمعی. تهران: انتشارات مروارید.
۱۶. دادگران، سید محمد (۱۳۸۴). افکار عمومی و معیارهای سنجش آن. تهران: انتشارات مروارید.
۱۷. دانایی فرد، حسن (۱۳۸۱). «اعتماد به دولت: بازتابی از عملکرد نظام خدمات عمومی». مجله مدیریت و توسعه، شماره ۱۳.
۱۸. دعاگویان، داود (۱۳۸۴). تعامل پلیس و مردم. تهران: دانشگاه علوم انتظامی.
۱۹. دعاگویان، داود (۱۳۸۴). «ساختار جامع تعامل پلیس و مردم». مرکز تحقیقات و پژوهشهای ناجا.
۲۰. دواس، دی. ای (۱۳۸۶). پیمایش در تحقیقات اجتماعی. ترجمه هوشنگ ناییبی. تهران: نشرنی.

۲۱. رابینر، استیفن (۱۳۷۴). مدیریت رفتار سازمانی. ترجمه علی پارساییان و سید محمد اعرابی. تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
۲۲. ریاحی، بهروز (۱۳۸۱). مدیریت کیفیت جامع در بخش عمومی. تهران: مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی.
۲۳. ریاحی، محمدرضا (۱۳۸۰). «عوامل مؤثر بر جذب مشتری در بانک توسعه صادرات ایران با استفاده از بازاریابی خدمات از دیدگاه مشتریان». پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی.
۲۴. زارعی، محمدحسین (۱۳۸۱). «از حقوق و کرامت انسانی تا طرح تکریم شورایعالی اداری». مجله مدیریت و توسعه، شماره ۵۶-۵۷.
۲۵. زتومکا، پیوتر (۱۳۸۴) اعتماد یک نظریه جامعه شناختی. ترجمه فاطمه گلابی. تبریز: فاطمه گلابی.
۲۶. سازمان امور اداری و استخدامی کشور و مرکز آموزش مدیریت (۱۳۷۸). «مجموعه مقالات همایش توسعه نظام اداری». تهران: سازمان امور اداری و استخدامی کشور.
۲۷. سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور (۱۳۸۳) ارتقاء و حفظ کرامت مردم در نظام اداری. تهران: معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور.
۲۸. سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور (۱۳۸۱). «مجموعه مقالات همایش سلامت نظام اداری». تهران: سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور.
۲۹. سازمان امور اداری و استخدامی کشور و مرکز آموزش مدیریت. (۱۳۸۱). «مجموعه مقالات همایش توسعه نظام اداری». تهران: سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور.
۳۰. سجادی، علی اکبر (۱۳۷۵). «بررسی عوامل مؤثر بر رضایت مشتری و افزایش فروش فروشگاههای زنجیره‌ای رفاه استان تهران». پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
۳۱. شهرداری تهران (۱۳۸۵). «مجموعه مقالات نخستین همایش علمی- تخصصی نظارت همگانی شهرداری تهران». تهران: شهرداری تهران.
۳۲. عالی، صمد (۱۳۸۱). «رضایت مشتری». مجله تدبیر، شماره ۱۳۰.
۳۳. عزیزی، سیدمجتبی (۱۳۸۲). «ابعادمختلف نهضت خدمات‌رسانی به مردم». تهران: سازمان عقیدتی سیاسی ناجا.
۳۴. غلامی، منیر (۱۳۷۸). «بررسی میزان رضایتمندی کارکنان از خدمات درمانی سازمان تأمین اجتماعی و سازمان خدمات درمانی شهرستان مشهد». پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی.

۳۵. فیضی، علیرضا(۱۳۷۶). «تعیین میزان رضایت استفاده‌کنندگان از خدمات مرجع کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های تربیت مدرس، صنعتی شریف و امیرکبیر». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس.
۳۶. کارت رایت، راجر (۱۳۸۳) ارتباط با مشتری. ترجمه علی پارساییان. تهران: انتشارات ترمه.
۳۷. کاظمی نسب، محمد (۱۳۸۳). «اولویت بندی عوامل مؤثر بر رضایت ارباب رجوع در سازمان تأمین اجتماعی شهر یزد با استفاده از تکنیک تحلیل سلسله مراتبی داده‌ها AHP». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. مؤسسه آموزشی و پژوهشی.
۳۸. کاووسی، سیدمحمد رضا(۱۳۸۴). روشهای اندازه گیری رضایت مشتری. تهران: انتشارات سبزان.
۳۹. کره نایج، اسد... (۱۳۸۳) «مشتری مداری والگوهای اندازه گیری رضایت مشتریان». مجله مدیریت و توسعه. شماره ۲۲.
۴۰. گروه پژوهشی علوم اجتماعی و جهاد دانشگاهی واحد تهران ف (۱۳۷۹). «سنجش میزان شناخت و رضایتمندی شهروندان تهرانی بالای ۱۴ سال از وظایف و عملکرد پلیس ۱۱۰». اداره کل مطالعات معاونت اجتماعی ناجا.
۴۱. گودرزوندچگینی، مهرداد(۱۳۸۶). «ساختار سازمانی با رویکرد رضایت ارباب رجوع». مجله مدیریت، شماره ۱۲۴-۱۲۳.
۴۲. مبشری، جلیل (۱۳۷۷). «سطح رضایتمندی بیمه‌گزاران زیان‌دیده در بیمه اتومبیل». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه فردوسی مشهد.
۴۳. مرکز توسعه فناوری و نوسازی اداری (۱۳۸۳). اصول اخلاقی و رفتاری مدیران و کارکنان دستگاه‌های دولتی. ستاد مرکزی طرح تکریم مردم و جلب رضایت ارباب رجوع. تهران: سازمان مدیریت و برنامه ریزی.
۴۴. مرکز نظارت همگانی ناجا(۱۳۸۷). «سیمای نظارت همگانی در سال ۸۶». تهران: گزارش داخلی مرکز نظارت همگانی ناجا.
۴۵. مرکز نظارت همگانی ناجا(۱۳۸۳). «مجموعه مقالات اولین همایش تخصصی ناجا و نظارت همگانی». تهران: مرکز نظارت همگانی ناجا.
۴۶. مرکز نظارت همگانی ناجا(۱۳۸۶). «مجموعه مقالات دومین همایش تخصصی ناجا و نظارت همگانی». تهران: مرکز نظارت همگانی ناجا.
۴۷. مرکز نوسازی و توسعه فناوری اداری (۱۳۸۵). «سنجش میزان رضایتمندی مراجعان از خدمات دستگاه‌های عمومی و دولتی». تهران: سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور.
۴۸. مرکز ملی مطالعات و سنجش افکار عمومی(۱۳۷۸). «بررسی نگرش شهروندان تهران درباره عملکرد نیروی انتظامی در حادثه کوی دانشگاه تهران». اداره کل مطالعات اجتماعی ناجا.
۴۹. محسنی، منوچهر(۱۳۸۲). رضایت اجتماعی در ایران. تهران: انتشارات آرون.

۵۰. محمدی، اسماعیل (۱۳۸۲). مشتری مداری و تکریم ارباب رجوع . تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
۵۱. مسعودی، علی (۱۳۸۲). « رضایت مشتری، ضامن بقادر بازار رقابت». مجله تدبیر، شماره ۱۴۲ .
۵۲. میلر دلبرت، چارلز (۱۳۸۰). راهنمای سنجش و تحقیقات اجتماعی. ترجمه هوشنگ نایی. تهران: نشر نی .
۵۳. وروایی، اکبر (۱۳۸۴). پلیس جامعه محور. تهران: سازمان عقیدتی سیاسی ناجا.
۵۴. هاشمی، مرجان (۱۳۷۹). «بررسی نگرشهای مردم درباره عملکردها و مأموریت‌های نیروی انتظامی شهر تهران». معاونت اجتماعی ناجا.
۵۵. هوروتیز، زاک (۱۳۸۰). هفت کلید استراتژی خدمات. ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۵۶. هیز، باب. ای (۱۳۸۱). اندازه‌گیری رضایت خاطر مصرف‌کننده (طراحی و تنظیم پرسشنامه). ترجمه نسرين جزنی. تهران: سازمان مدیریت صنعتی.