

سنجش رضایت از یک سازمان (بررسی موردی: سازمان حج و زیارت)

داوود پرچمی*

از مهم‌ترین شاخص‌های توسعه‌یافتگی و کارآمدی یک سازمان، میزان رضایت افرادی است که به‌نحوی با آن سازمان ارتباط دارند و یا از خدمات آن استفاده می‌کنند. رضایت، حالتی روان‌شناختی است که با ارضای نیازها، دستیابی به یک میل و یا دوری از یک انزجار یا بی‌رغبتی، برآورده شدن انتظارات، رهایی از شک و تردید و رسیدن به اطمینان، ادای یک دین و یا انجام تعهد و الزام، هم‌رنگی با جماعت و یا جبران غرامت در انسان ایجاد می‌شود. در این پژوهش، میزان رضایت از عملکرد سازمان حج و زیارت پس از مشخص کردن فرآیند دریافت خدمات، به دو شکل کلی و جزئی سنجیده شده است. "رضایت کلی" با یک سؤال و "رضایت جزئی" در چهار بعد (احساس رضایت، رضایت از خدمات ارائه شده، رضایت از کاروان و رضایت از رفتار دست‌اندرکاران کاروان) بررسی شده است. به‌علاوه، رابطه‌ی "متغیرهای فردی" (جنسیت، سن، تحصیلات، شغل، درآمد، استان محل زندگی، روستایی یا شهری بودن، مذهب، مدینه قبل یا بعد بودن، سابقه‌ی تشریف به حج تمتع و عمره، همچنین مخارج حج) و "متغیرهای اجتماعی" (توجه کاروان‌ها به نیازهای معنوی، روابط اجتماعی، میزان سختی‌های سفر، پذیرش سختی‌های سفر، مقایسه و احساس محرومیت نسبی، فراهم بودن زمینه‌ی مشارکت در کاروان، موافقت با مشارکت در امور حجاج در کاروان)، با رضایت جزئی بررسی شده است. جامعه‌ی آماری حجاج ایرانی سال ۱۳۸۶، قریب ۹۳۰۸۶ نفر بوده که ۲۲۱۱ نفر از مردان و ۱۹۵۸ نفر از زنان و در مجموع، ۴۱۶۹ نفر از آن‌ها در این پژوهش مشارکت داشته‌اند. گردآوری اطلاعات با مصاحبه‌ی کتبی و شفاهی صورت گرفته، درنهایت میانگین رضایت کلی از عملکرد سازمان حج و زیارت ۴/۰۳ از ۵ و انحراف معیار آن ۰/۹۴ به‌دست‌آمد. میانگین رضایت جزئی نیز (۳/۶۵) و انحراف معیار آن (۰/۸۹) برآورد شد.

کلیدواژه‌ها: رضایت مشتری؛ سازمان حج و زیارت؛ رضایت کلی؛ رضایت جزئی.

تاریخ دریافت مقاله: ۹۰/۰۷/۰۵، تاریخ پذیرش مقاله: ۹۱/۰۳/۰۴.

* استادیار، دانشگاه شهید بهشتی (نویسنده مسئول).