

ترسیم نقشه فازی عناصر کیفی رضایت‌مندی مردم از پلیس

در نحوه اجرای مأموریت‌ها

حسین صیادی‌تورانلو^۱ و محمدحسین آزادی^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۳/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۴/۲۰

چکیده

زمینه و هدف: پلیس در شرایط پیچیده امروز برای جلب رضایت‌مندی مردم، ناگزیر به بازبینی شناخت خود از فضای اجتماعی و روانی مردم و انتظار آن‌ها از پلیس است و نگرش مطلوب مردم از پلیس به مشروعیت سازمان و اقدامات نیروی انتظامی می‌انجامد. در این پژوهش تلاش شده است مؤلفه‌های مؤثر بر جلب رضایت‌مندی مردم از واحدهای اجرایی پلیس در نحوه اجرای مأموریت‌ها شناسایی شوند و با استفاده از مفهوم مدل شکاف، روش نوینی برای ارزیابی عناصر کیفی رضایت‌مندی مردم از پلیس ارائه شود.

روش: روش پژوهش، توصیفی-پیمایشی، با هدف کاربردی است. جامعه آماری پژوهش را مراجعان به کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها و پلیس‌های تخصصی فرماندهی انتظامی شهرستان شیراز تشکیل می‌دهند. در بازه زمانی سه‌ماهه چهارم سال ۱۳۹۵، اقدامات لازم درخصوص مصاحبه و جمع‌آوری پرسش‌نامه در مکان‌های یادشده براساس نمونه‌گیری تصادفی، انجام شد. برای تجزیه و تحلیل و یافتن عوامل بحرانی شکست و موفقیت در رضایت‌مندی مردم، از مفهوم مدل شکاف و ترسیم نقشه فازی نوع دوم برای ارزیابی عناصر کیفی استفاده شد. **یافته‌ها:** عوامل بحرانی موفقیت و شکست در رضایت‌مندی مردم از پلیس در نحوه اجرای مأموریت‌ها با رویکرد فازی نوع دوم در شهر شیراز به‌دست آمد و حاصل آن، تبیین اساسی‌ترین راه‌کارها برای جلوگیری از شکست و حرکت به سمت تعالی و ارتقای عملکرد بود.

نتایج: نتایج پژوهش نشان داد که روحیه اینارگری پلیس، قابلیت دسترسی به پلیس، ترجیح دادن منافع عمومی به منافع شخصی، صداقت و خلوص نیت، برخورد قاطع پلیس با مجرم، توکل و اعتقاد به خدا و کاهش آمار جرائم و مجرم، از مهم‌ترین عوامل حیاتی در موفقیت پلیس، و تجهیزات لازم، نقش رسانه‌های داخلی در پشتیبانی از پلیس، مددکار بودن پلیس، ایجاد مراکز نظارت همگانی، فراهم کردن تسهیلات لازم برای ارباب رجوع، داشتن گشت در شب و روز و آشنایی با حوزه استحفاظی از مهم‌ترین عوامل شکست پلیس در جلب رضایت‌مندی مردم توسط واحدهای اجرایی پلیس در فرماندهی انتظامی شهرستان شیراز هستند. در این راستا آموزش عمومی پیشگیری از جرائم توسط رسانه‌ها، تقویت مراکز مشاوره و مددکاری، فراهم کردن تجهیزات به‌روز، تکریم ارباب رجوع و تقویت سامانه‌های خدمات‌رسانی می‌تواند رضایت‌مندی مردم از پلیس را بهبود بخشد.

کلیدواژه‌ها: رضایت‌مندی مردم از پلیس، نقشه فازی، فازی نوع دوم، نحوه اجرای مأموریت‌ها، شهرستان شیراز

□ **استناد:** صیادی‌تورانلو، حسین؛ آزادی، محمدحسین (تابستان، ۱۳۹۶). ترسیم نقشه فازی عناصر کیفی رضایت‌مندی مردم از پلیس در نحوه

اجرای مأموریت‌ها. *فصلنامه پژوهش‌های مدیریت/انتظامی*، ۱۲(۲)، ۲۹۵-۳۱۸.

۱. استادیار گروه مدیریت صنعتی دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه ولی عصر (عج) رفسنجان. نویسنده مسئول. رایانامه: h.sayyadi@vru.ac.ir

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی، دانشگاه ولی عصر (عج) رفسنجان. رایانامه: Azadimh6@gmail.com

مقدمه

تولید و ارائه خدمات نو با ویژگی‌های منحصربه‌فرد، نیازمند سازمان‌هایی با تفکر و راهبردهای نوین است (کریمی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۷۶؛ محمدنیا، ۱۳۸۶: ۵۳ و نورالسنا و همکاران، ۱۳۸۷: ۹۸). به سبب پیشرفت دانش و فناوری، افزایش سرعت در ارتباطات و تحول ارزش‌ها و فرهنگ‌ها، انتظارات و مطالبات سیاسی ملت‌ها تغییر کرده و فرآیندهای اداری متأثر شده و تغییر سلیقه‌ها، خواسته‌ها و توقعات شهروندان باعث شده سازمان‌های دولتی پاسخگو در برابر شهروندان به وجود آید؛ این امر سبب شده است دولت‌ها به افراد جامعه از منظری جدید و به مثابه مشتریان بخش خصوصی بنگرند و تلاش کنند بیشترین رضایت‌مندی را برای آنان فراهم سازند (خاکی، ۱۳۸۱: ۲۴؛ رهنورد، ۱۳۸۲: ۳۰).

سازمانی که بتواند احساس رضایت‌مندی را در کارکنان خود تقویت کند، قادر خواهد بود خروج و جایگزینی نیروهای کار را کاهش دهد و علاوه بر تأمین رضایت شغلی کارکنان و بهبود روحیه کاری، احتمال تأمین رضایت مشتری نیز بیشتر شود. در این وضعیت منافع کارکنان، مشتریان و ذینفعان سازمان تأمین می‌شود (محمدنیا، ۱۳۸۶: ۵۳؛ نورالسنا و همکاران، ۱۳۸۷: ۹۹). رضایت مشتری از جمله اقدامات درونی سازمان‌ها محسوب می‌شود که نمود جهت‌گیری آن به سمت ارضای خواسته‌های مشتری است (ملکی و دارابی، ۱۳۸۷: ۲۸). رضایت‌مندی مشتری، یکی از اهداف اساسی هر سازمانی است، بنابراین در عصر کنونی، ارزیابی و مدیریت عملکرد در سازمان‌های دولتی با رویکرد و معیار جدیدی به نام رضایت‌مندی مراجعان و شهروندان، مورد تأکید قرار گرفته است (رجب‌بیگی، ۱۳۷۷: ۷۸؛ رسولی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۰؛ شارع پور، ۱۳۸۸: ۶). بی‌شک سنجش رضایت‌مندی مراجعان و شهروندان یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت سازمان‌ها اعم از دولتی و خصوصی برای نیل به اهداف و رسالت آن سازمان‌هاست. زیرا شناخت نظریات و دیدگاه‌های مردم در خصوص ویژگی‌ها و عملکرد فعالیت‌ها و خدمات سازمان‌هایی که در ارتباط مستقیم با اقبال مختلف جامعه هستند، تأثیر مستقیم دارد (رسولی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۲؛ شارع پور، ۱۳۸۸: ۹). ناآگاهی از چنین شناختی و بی‌توجهی به این اصل که هرگونه برنامه‌ریزی باید مطابق با واقعیت جامعه باشد، علاوه بر اتلاف زمان و هزینه، اعتماد و اطمینان

عمومی نسبت به سازمان و اهداف آن نیز مورد سؤال قرار می‌گیرد. سازمان باید تصویر روشنی از بازتاب‌های اجتماعی و ارزیابی‌های مردمی از اقدامات و سیاست‌های اجراشده در سطح جامعه داشته باشد (شکاری و رضایی، ۱۳۸۵: ۵۳۰). پلیس به‌عنوان معتمدترین نیروی تأمین امنیت، با عملکرد مثبت خود و اعتمادسازی، ضمن پرداختن صحیح به وظائف خویش، از همدلی و همکاری مردم بهره‌جسته و در مأموریت‌های خویش با رویکرد جامعه‌محوری توانائی سازمان خود را چند برابر خواهد کرد؛ زیرا حضور و مشارکت مردم و افزایش رضایت عمومی، از الزامات حرفه‌ای عمل نمودن نیروهای امنیتی در جامعه امروز است. برای تحقق این امر باید اقدامات فرهنگ‌سازی و اجرای طرح‌ها و برنامه‌های اجرائی بدون نقص در دستور کار پلیس قرار گیرد (اسچیفمن و همکاران، ۲۰۰۲: ۹۹۶؛ عبدی و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۶۲). نیروی انتظامی^۲ برای تأمین اهداف و انجام بهتر مأموریت‌های خود در تأمین امنیت و برقراری نظم، با توجه به شرایط پیچیده محیطی، ناگزیر به بازبینی شناخت خود از فضای اجتماعی و روانی مردم و انتظارات آن‌ها از نیروی پلیس است، تا نیرو و سازمانی کارآمدتر به وجود آورد و در تأمین نظم و امنیت جامعه، موفق‌تر از گذشته عمل کند (سمیراپور و همکاران، ۱۳۹۳: ۵۷). با توجه به بیانات مقام معظم رهبری که فرموده‌اند: «پلیس مظهر اقتدار و مأمّن دل‌های خائف و محل رجوع عامه مردم است» به نظر می‌رسد که برآورد میزان رضایت‌مندی و در نتیجه جلب اعتماد مردم به پلیس، ضرورتی انکارناپذیر است (بنی‌اسد و بهرامی، ۱۳۹۳: ۱۱۹). با کسب رضایت‌مندی مردم، ذهنیت و نگرش مطلوب افراد نسبت به پلیس به دست می‌آید و زمینه مشروعیت سازمان و اقدامات ناجا فراهم می‌شود (چرمارک و همکاران^۳، ۲۰۰۱: ۳۶۸؛ سمیراپور و همکاران، ۱۳۹۳: ۵۸). سنجش میزان رضایت مردم از عرضه این خدمات و شناخت نقاط قوت و ضعف پلیس در این بخش علاوه بر این که نقش بسیار مؤثری در شناخت درست مسیر آینده ایفا می‌کند، کمک بسیاری به عرضه بهتر خدمات طبق نیازهای مردم بوده و سرانجام موجب افزایش میزان رضایت از نحوه

1. Schiffman et al

۲. نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران

3. Chermak et al

عرضه خدمات در نیروی انتظامی می‌شود. بنابراین پژوهش حاضر به دنبال شناسایی عوامل مؤثر در افزایش رضایت‌مندی مردم از پلیس در نحوه اجرای مأموریت‌ها در شهر شیراز و اولویت‌بندی این عوامل با استفاده از ترسیم نقشه فازی نوع دوم است.

مبانی نظری

رضایت‌مندی: در رابطه با مفهوم رضایت‌مندی مردم و مشتری، تعریف‌های مختلفی از سوی نظریه‌پردازان ارائه شده است. «کاتلر»^۱، رضایت‌مندی مشتری را مقدار عملکرد واقعی یک سازمان در برآوردن انتظارات مشتری می‌داند. به نظر وی اگر عملکرد شرکت انتظارات مشتری را برآورده کند، مشتری احساس رضایت و در غیر این صورت احساس ناراضی می‌کند (رستمی و همکاران، ۱۳۹۴: ۴۰). به تعبیر دیگر رضایت مشتری یک نتیجه است که از مقایسه پیش از خرید مشتری از عملکرد مورد انتظار با عملکرد واقعی ادراک شده و هزینه‌ای که پرداخت می‌شود، به دست می‌آید (بیرلی و همکاران^۲، ۲۰۰۴: ۲۵۸). بررسی‌های علمی نشان می‌دهد که مشتریان ناراضی در انتقال برداشت و احساس خود به دیگران، فعال‌تر، عمل می‌کنند و نرخ انتقال پیام مشتریان ناراضی به دیگران تقریباً دو برابر مشتریان راضی است، بنابراین ناراضی‌های مشتریان اثرگذارتر از رضایت آنان است (رستمی و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۹). بی‌تردید جلب مشارکت و رضایت مشتریان و ایجاد روحیه همکاری به‌منظور پیشبرد امور سازمان‌ها از هدف‌های مهم به شمار می‌آید. در غیر این صورت اجرای هرگونه تدابیری با مشکلات و گاه با شکست روبرو خواهد شد (ملکی و دارابی، ۱۳۸۷: ۳۱؛ شکاری و رضایی، ۱۳۸۵: ۵۳۴). بنابراین در هر سازمانی از جمله نیروی انتظامی، برآوردن میزان رضایت‌مندی و در نتیجه جلب اعتماد مردم و بازخوردگیری از اجرای طرح‌ها و برنامه‌ها به‌منظور رفع نواقص احتمالی و تقویت نقاط قوت در طرح‌های آتی دارای اهمیت زیادی است (عبدی و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۶۲). به نظر می‌رسد پژوهش در رابطه با عوامل تأثیرگذار بر رضایت‌مندی و اعتماد، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است زیرا ناراضی‌های پلیس می‌تواند به‌مرورزمان، پیامدهای

1. Catler

2. Beerli et al

اجتماعی گسترده‌ای را در پی داشته باشد. ارائه خدماتی از سوی پلیس به شهروندان از جمله تلاش برای برخورد قاطع با مجرمان، حضور به‌موقع در محل جرم، کاهش آمار جرائم و مجرمان، کاهش میزان ناامنی در جامعه، رسیدگی به شکایات و خواسته‌های مردم و مشارکت رسانه‌ها برای نشان دادن تصویر مثبت از پلیس و ارتباطات سازنده و مثبت افراد با پلیس می‌تواند در جلب رضایت شهروندان، کمک‌کننده باشد، بدین جهت سازمان پلیس، رضایت‌مندی شهروندان را از مهم‌ترین شاخص‌های ارزیابی عملکرد خود دانسته است (سمیراپور و همکاران، ۱۳۹۳: ۵۷؛ مجیدی و انصاری، ۱۳۸۸: ۵۷؛ بحرینی زاده و موسوی، ۱۳۹۰: ۲۷؛ ربانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۷۵؛ کلاکی و ودیعت، ۱۳۸۸: ۱۰۲). مفهوم رضایت‌مندی از پلیس سابقه‌ای طولانی در حوزه مطالعات مدیریت داشته است؛ به‌نحوی که گاه به‌طور پراکنده و با طرح مصادیقی و گاه به‌طور منسجم و دسته‌بندی‌شده به شناسایی عوامل تأثیرگذار بر رضایت‌مندی و اعتماد به پلیس و معرفی آن‌ها پرداخته‌اند. به‌عنوان مثال، چرمارک و همکاران (۲۰۰۶) معتقداند که شهروندان هرچه احساس امنیت بیشتری کنند، رضایت بیشتری از خدمات پلیس خواهند داشت (چرمارک و همکاران، ۲۰۰۱: ۳۶۵). برخی صاحب‌نظران نیز معتقداند که رسانه‌های جمعی با ویژگی فراگیربودن، تعداد زیاد مخاطبان و سرعت در انتقال دیدگاه‌ها و آموزش‌ها و اطلاعات، نقش بسیار مهم و چشم‌گیری در هدایت افکار عمومی و ایجاد امنیت روانی و اجتماعی جامعه دارند. رسانه‌ها با ایجاد همبستگی اجتماعی و انتقال میراث اجتماع از نسلی به نسل دیگر، می‌توانند بر پدیده‌های اجتماعی تأثیرگذار باشند (ربانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۷۶؛ کلاکی و ودیعت، ۱۳۸۸: ۱۰۲؛ سمیرا پور و همکاران، ۱۳۹۳: ۵۸). کلاکی و ودیعت (۱۳۸۸) طی پژوهشی باعنوان بررسی عوامل مؤثر بر اعتماد مردم به کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها، مؤلفه‌های رفتار اجتماعی مردم‌پسند، حفظ شخصیت و منزلت شغلی حین انجام وظیفه، کمک‌رسانی و ایثارگری، قانون‌گرایی و رعایت عدالت، پایبندی به تعهدهای دینی، مدیریت در رفتار، وجدان کاری و صحت عمل و تلاش مؤثر را به‌عنوان نتیجه پژوهش خود معرفی کردند (کلاکی و ودیعت، ۱۳۸۸: ۱۰۱). در مطالعه‌ای که توسط سمیراپور و همکاران (۱۳۹۳) صورت پذیرفت رضایت‌مندی از پلیس و نقش عوامل مرتبط با آن در بین دانشجویان دانشگاه‌های شهر اصفهان مورد بررسی قرار گرفت، نتایج حاکی از آن بود که میزان رضایت‌مندی دانشجویان دانشگاه‌های

دولتی شهر اصفهان از پلیس بیش از میزان رضایت‌مندی دانشجویان دانشگاه‌های غیردولتی است؛ دلیل آن این بود که در میان دانشگاه‌های دولتی کیفیت ادراک‌شده از زندگی نسبت به سایر متغیرهای مستقل و تأثیرگذار بر رضایت‌مندی از پلیس از ضریب تعیین بالاتری برخوردار است (سمیرا پور و همکاران، ۱۳۹۳: ۵۷). از عوامل مؤثر دیگری که در بالابردن رضایت‌مندی مردم از پلیس ایفای نقش می‌کند ارتباط و برخورد مناسب پلیس با مردم است، زیرا پلیس با توجه به وسعت و تنوع مأموریت‌ها، به‌تنهایی در برقراری امنیت موفق نخواهد شد. موفقیت تنها زمانی حاصل خواهد شد که پلیس و مردم در کنار هم برای یافتن راه حل تلاش کنند (نایب‌پور و الهی، ۱۳۹۳: ۷). پژوهش‌های دیگری نشان داده‌اند که اخلاق‌مدار بودن پلیس و داشتن روحیه ایثارگری، مهربانی و همدردی با مردم و برخورد احترام‌آمیز نیز از جمله شاخص‌هایی است که ضریب رضایت‌مندی مردم از پلیس را تا حد مطلوبی بالا می‌برد (کلاکی و ودیعت، ۱۳۸۸: ۱۰۱؛ زتومکا، ۱۳۸۴؛ شایگان، ۱۳۸۷: ۴۰). ایمان و عمل صالح نزد کارکنان پلیس نیز می‌تواند از دیگر عوامل مؤثر بر جلب رضایت‌مندی مردم باشد، از آنجایی که سازمان پلیس گسترده‌ترین سازمان اجتماعی است که بیشترین قابلیت دسترسی را برای شهروندان دارد. مأموران پلیس اولین نیروهایی هستند که در صحنه‌های حوادث گوناگون حاضر شده و در ابعاد مختلف به امدادسانی و پاسخگویی به بزه‌دیدگان می‌پردازند. بنابراین چشم امید شهروندان در رابطه با این‌گونه حوادث و وقایع همواره در نخستین لحظات به پلیس است. بر همین اساس پناهگاه مردم، باید از ضریب اطمینان قابل قبولی برخوردار باشد تا قابلیت اتکا و یا به تعبیری اعتماد را داشته باشد. پس اگر پلیس مقبولیت مردمی می‌خواهد، رکن موفقیتش در ایمان و عمل صالح است (وثوقی و گلیچ، ۱۳۸۷: ۷۲). شایگان (۱۳۸۷) در مطالعه خود عنوان کرد که اجرای حق و عدالت توسط پلیس، پرهیز از بی‌عدالتی، ستم، تبعیض، سفارش‌پذیری (پارتی‌بازی)، نادیده گرفتن حقوق شهروندی و... همگی در میزان جلب اعتماد و رضایت مردم تأثیر فراوانی دارند. برخی مطالعات دیگر نشان داده‌اند که هرچه پلیس مقتدرتر باشد میزان موفقیت و در نتیجه اعتماد عمومی بالاتر می‌رود (شایگان، ۱۳۸۷: ۳۹).

پلیس مقتدر از سه جهت می‌تواند اقتدار حکومت و امنیت اجتماعی را محقق سازد: ۱. توانایی حکومت در مقابله با مجرمان و هنجارشکنان را به نمایش بگذارد، ۲. فرصت را از قانون‌شکنان

و مهاجمان در تعرض به جان و مال و ناموس مردم، گرفته و به آنان اجازه طمع برای انجام رفتارهای مجرمانه را ندهد، ۳. اعتماد شهروندان به حکومت در برخورد با مجرمان را تقویت کرده و پناهگاه مستحکم آنان در برابر عوامل تهدید و تعرض باشد (سالمی و همکاران، ۲۰۰۷: ۲۵۷؛ ناظر و حسینی، ۱۳۹۴: ۱۴۰؛ وثوقی و گلیچ، ۱۳۸۷: ۷۳). دفاتر نظارت همگانی (تلفن ۱۹۷) نیز می‌تواند از حلقه‌های اتصال مردم با پلیس باشد، بدین طریق که پیام‌های مردمی را با سرعت و دقت و با حفظ امانت به رده‌های مربوط در نیروی انتظامی انتقال دهد. بدیهی است مسائلی همچون برداشتن تلفن، صوت، لحن و شیوه‌های زبانی و شنیداری پاسخگویان تلفن در اعتمادسازی و غنی‌سازی مسیرهای ارتباطی به‌منظور استمرار تماس‌های مردمی مؤثر است (خرسند بهشتی، ۱۳۸۵: ۵۹۹). از دیگر مؤلفه‌های تأثیرگذار بر جلب رضایت‌مندی مردم از پلیس صداقت گفتار است، چنانچه مطابق اسلام و خط ولایت‌فقیه عمل شود، اعتمادی که ناشی از اعتماد و توکل مردم به خدا و دین و حکومت دینی است، از دست نخواهد رفت. مهم‌ترین علت بی‌اعتمادی، بی‌صداقتی در گفتار افراد یا نهادها و ناهمخوانی رفتار و گفتار است، که به‌نوعی، علامت مهم و شاخص بی‌اعتمادی است (عبدی و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۶۹). با مروری بر پژوهش‌های پیشین (سمیراپور و همکاران، ۱۳۹۳؛ مجیدی و انصاری، ۱۳۸۸؛ بحرینی زاده و موسوی، ۱۳۹۰؛ ربانی و همکاران، ۱۳۸۹؛ کلاکی و ودیعت، ۱۳۸۸؛ کریمی و همکاران، ۱۳۹۵؛ محمد نیا، ۱۳۸۶؛ نورالسنا و همکاران، ۱۳۸۷؛ خاکی، ۱۳۸۱؛ رهنورد، ۱۳۸۲؛ رستمی و همکاران، ۱۳۹۴؛ شایگان، ۱۳۸۷؛ عبدی و همکاران، ۱۳۸۷؛ وثوقی و گلیچ، ۱۳۸۷؛ خرسند بهشتی، ۱۳۸۵)، می‌توان مجموعه‌ای از عوامل مؤثر بر جلب رضایت مردم از واحدهای اجرایی در نحوه رسیدگی به مأموریت‌های پلیس را، به تفکیک شاخص‌ها و مؤلفه‌ها تعیین کرد. این عوامل در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۱. عوامل مؤثر بر جلب رضایت مردم از واحدهای اجرایی در نحوه رسیدگی به مأموریت‌های پلیس

مؤلفه‌ها	شاخص‌ها	مؤلفه‌ها	شاخص‌ها
احساس امنیت مردم	X ₁	رسانه‌ها	برخورد قاطع پلیس با مجرمان
	X ₂		حضور به‌موقع پلیس در محل جرم
	X ₃		کاهش آمار جرائم و مجرمان
کارآمدی پلیس	X ₄	اخلاق‌مدار بودن پلیس	کاهش میزان ناامنی در جامعه
	X ₅		سطح امنیت منطقه محل سکونت
	X ₆		رسیدگی به شکایات و خواسته‌های مردم
	X ₇		واپایش و پیشگیری از جرائم
	X ₈		پشتیبانی از افراد بی‌گناه
	X ₉		قابلیت دسترسی به پلیس
وجدان کاری پلیس	X ₁₀	انضباط	انجام وظایف و اجرای قانون
	X ₁₁		اقتدار پلیس
	X ₁₂		داشتم گشت در شب و روز
	X ₁₃		آشنایی با حوزه استحفاظی
	X ₁₄		توان اجرایی بالا
	X ₁₅		برقراری عدالت
	X ₁₆		صداقت و خلوص نیت
	X ₁₇		مسئولیت‌شناس بودن
	X ₁₈		ترجیح دادن منافع عمومی به منافع شخصی
	X ₁₉		جلوگیری از حیف‌ومیل بیت‌المال
تعهدات دینی	X ₂₀	توانایی پلیس	داشتم توکل به خدا و اعتقاد به خدا
	X ₂₁		پرهیز از اخذ رشوه
	X ₂₂		سوءاستفاده نکردن از شغل و موقعیت شغلی
	X ₂₃		احساس مسئولیت نسبت به مردم
	X ₂₄		ایمان و عمل صالح
	X ₂₅		نقش رسانه‌های داخلی در پشتیبانی از پلیس
	X ₂₆		نقش رسانه‌های خارجی در سم‌پاشی علیه پلیس
X ₂₇	آموزش عمومی پیشگیری از جرائم توسط رسانه		
X ₂₈	روحیه اینترگریتی پلیس		
X ₂₉	خویشترن‌داری پلیس		
X ₃₀	مهربانی و احساس هم‌دردی		
X ₃₁	مددکار بودن پلیس		
X ₃₂	نداشتم حب و بغض		
X ₃₃	برخورد احترام‌آمیز		
X ₃₄	تناسب ظاهری		
X ₃₅	پاکیزگی و آراستگی		
X ₃₆	سلامتی جسمی		
X ₃₇	خلاقیت و نوآوری در اداره امور		
X ₃₈	سطح تحصیل		
X ₃₉	داشتم گوش شنوا		
X ₄₀	پشتکار در پیگیری کارها		
X ₄₁	تجهیزات لازم		
X ₄₂	توانایی در مقابله با جرائم		
X ₄₃	سرعت عمل		
X ₄₄	فراهم کردن تسهیلات لازم برای ارباب رجوع		
X ₄₅	تخصص و مهارت لازم برای انجام وظایف		
X ₄₆	ایجاد مراکز نظارت همگانی		
X ₄₇	مشارکت اجتماعی		

منبع: یافته‌های نگارنده

فازی نوع دوم: پروفیسور لطفی زاده در سال ۱۹۷۵ مجموعه‌های فازی نوع دوم^۱ را به‌عنوان توسعه‌ای از مجموعه‌های فازی معرفی کرد (لطفی‌زاده^۲، ۱۹۷۵: ۲۴۷). مجموعه‌های فازی نوع دوم دارای درجه عضویت‌های فازی^۲ می‌باشند؛ از این رو به آن‌ها مجموعه‌های فازی-فازی نیز می‌گویند که در برخورد

1. Type 2 fuzzy sets
2. Zadeh, Lotfi Asker
3. Fuzzy membership degree

با عدم قطعیت‌ها توانایی کاهش اثر و مدل کردن آن‌ها را دارند (هسدال^۱، ۱۹۸۱: ۳۸۷؛ کاپلند و همکاران^۲، ۲۰۰۸: ۲۰). مجموعه فازی نوع دوم اطلاعات بیشتری را نسبت به مجموعه فازی نوع اول در اختیار قرار می‌دهند. در حقیقت، مجموعه فازی نوع اول، تقریب درجه اول عدم قطعیت و مجموعه فازی نوع دوم، تقریب درجه دوم عدم قطعیت هستند و در کاهش اثر عدم قطعیت در قوانین فازی بهتر عمل می‌کنند (مندل^۳، ۲۰۰۷: ۲۰). علاوه بر کاهش اثر عدم قطعیت در قوانین فازی، به علت فازی بودن توابع عضویت^۴، امکان مدل کردن عدم قطعیت‌های زبانی و داده‌ها به نحو مؤثری بهبود پیدا کرده است (مندل و همکاران^۵، ۱۹۹۹: ۳۷۰).

روش‌شناسی

این پژوهش از نظر هدف، توصیفی و از نظر نتیجه، کاربردی است و با روش پیمایش تک‌مقطعی و میدانی انجام شده است. شیوه گردآوری داده‌ها از طریق پرسش‌نامه، مصاحبه و مطالعات کتابخانه‌ای است. جامعه آماری پژوهش را کلیه مراجعان به کلانتری‌ها و پلیس‌های تخصصی فرماندهی انتظامی شهرستان شیراز تشکیل می‌دهد. با توجه به نامحدود بودن حجم جامعه آماری، تعداد نمونه مورد مطالعه با استفاده از فرمول کوکران، ۳۸۴ نفر برآورد شد. ۴۰۰ پرسش‌نامه بین جامعه مورد مطالعه توزیع و ۳۵۴ پرسش‌نامه گردآوری شد. برای بررسی استاندارد بودن ابزار گردآوری داده‌های تحقیق، روایی و پایایی ابزار اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق مورد بررسی قرار گرفت. برای بررسی روایی، روایی محتوا و روایی سازه به کمک تحلیل عاملی تأییدی انجام شد. درخصوص پایایی نیز مقدار آلفای کرونباخ ۰/۹۷۷ به دست آمد که حاکی از پایایی قابل قبول پرسش‌نامه پژوهش بود. با عنایت به هدف پژوهش که ارائه یک روش‌شناسی برای تبیین نقشه فازی و تعیین عوامل بحرانی موفقیت و شکست در مسیر نیروی انتظامی به سمت افزایش جلب رضایت‌مندی مردم

1. Hisdal, Ellen

2. Coupland, Simon, and Robert John

3. Mendel, Jerry M

4..Membership function

5. Mendel et al

است، مراحل زیر در این پژوهش مدنظر قرار گرفتند:

گام اول: شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت جلب رضایت‌مندی مردم: در این مرحله با مطالعه عمیق ادبیات پژوهش و مصاحبه با خبرگان، عوامل مؤثر بر جلب رضایت مردم از واحدهای اجرایی در نحوه رسیدگی به مأموریت‌های پلیس در شیراز، شناسایی می‌شود.

گام دوم: تعریف عبارات کلامی و اعداد فازی نوع دوم برای اندازه‌گیری عوامل مؤثر: ابهام و عدم اطمینانی که در ارزیابی انسانی از این شاخص‌ها وجود دارد، استفاده از روش‌های قطعی را نادقیق و غیرقابل استناد جلوه داده است. منطق فازی با در نظر گرفتن ابهام و عدم اطمینان، ابزار مناسبی را برای مواجهه با آن‌ها در ارزیابی‌های انسانی به‌دست می‌دهد. در این مقاله برای ارزیابی عملکرد و اهمیت عوامل از اعداد فازی ذوزنقه‌ای نوع دوم که در جدول ۲ آمده است، استفاده می‌شود.

جدول ۲. متغیرهای زبانی اعداد فازی ذوزنقه‌ای نوع دوم (چن و لی، ۲۰۱۰: ۲۷۹۴).

متغیرهای زبانی	اعداد فازی ذوزنقه‌ای نوع دوم
خیلی کم	$((0, 0, 0, 0/1; 1, 1), (0, 0, 0, 0/0.5; 0/9, 0/9))$
کم	$((0, 0/1, 0/1, 0/3; 1, 1), (0/0.5, 0/1, 0/1, 0/2; 0/9, 0/9))$
متوسط	$((0/3, 0/5, 0/5, 0/7; 1, 1), (0/4, 0/5, 0/5, 0/6; 0/9, 0/9))$
زیاد	$((0/7, 0/9, 0/9, 1; 1, 1), (0/8, 0/9, 0/9, 0/95; 0/9, 0/9))$
خیلی زیاد	$((0/9, 1, 1, 1; 1, 1), (0/95, 1, 1, 1; 0/9, 0/9))$

گام سوم: اندازه‌گیری عملکرد و درجه اهمیت عوامل: برای سنجش عملکرد و درجه اهمیت عوامل مؤثر بر جلب رضایت مردم از واحدهای اجرایی در نحوه رسیدگی به مأموریت‌های پلیس، پرسش‌نامه‌ای تنظیم و بین جامعه مورد مطالعه توزیع شد.

گام چهارم: یکپارچه‌سازی نظرات ارزیابان: بسیاری از روش‌ها مانند میانگین حسابی، میانه و مد می‌توانند برای یکپارچه‌سازی ارزیابی‌های تصمیم‌گیرندگان متعدد مورد استفاده قرار گیرند. از آنجا که عملگر میانگین، به‌طور گسترده‌ای در پژوهش‌ها به کار گرفته می‌شود، در این پژوهش نیز به‌منظور تجمیع نظرات خبرگان مورد استفاده قرار گرفت.

فرض کنید که کمیته ارزیابی از m ارزیاب تشکیل شده است ($E_j, 1, 2, \dots, m$) و عوامل مؤثر بر موفقیت جلب رضایت‌مندی مردم با عبارت $F_j, j = 1, 2, \dots, n$ نشان داده شوند. همچنین فرض کنید که رابطه (۱) عدد فازی دوزنقه‌ای نوع دوم باشد که برای تخمین عبارت کلامی عملکرد عوامل مورد استفاده قرار می‌گیرند که توسط ارزیاب E_j به عامل اختصاص یافته است و رابطه (۲) عدد فازی دوزنقه‌ای نوع دوم باشد که برای تخمین عبارت کلامی اهمیت عوامل، مورد استفاده قرار می‌گیرد که توسط ارزیاب E_j به عنصر F_j اختصاص یافته است. میانگین رتبه عملکرد فازی نوع دوم \tilde{R}_j و میانگین اهمیت فازی نوع دوم \tilde{W}_j حاصل از تجمیع نظرات خبرگان بر اساس روابط (۳) و (۴) به دست می‌آید.

$$\tilde{A}_j = (\tilde{A}_j^U, \tilde{A}_j^L) = \left((a_{j1}^U, a_{j2}^U, a_{j3}^U, a_{j4}^U; H_1(\tilde{A}_j^U), H_2(\tilde{A}_j^U)), (a_{j1}^L, a_{j2}^L, a_{j3}^L, a_{j4}^L; H_1(\tilde{A}_j^L), H_2(\tilde{A}_j^L)) \right) \quad (1)$$

$$\tilde{W}_j = (\tilde{W}_j^U, \tilde{W}_j^L) = \left((w_{j1}^U, w_{j2}^U, w_{j3}^U, w_{j4}^U; H_1(\tilde{W}_j^U), H_2(\tilde{W}_j^U)), (w_{j1}^L, w_{j2}^L, w_{j3}^L, w_{j4}^L; H_1(\tilde{W}_j^L), H_2(\tilde{W}_j^L)) \right) \quad (2)$$

$$\tilde{R}_j = \left(\tilde{A}_{j1} \oplus \tilde{A}_{j2} \oplus \dots \oplus \tilde{A}_{jm} \right) / m \quad (3)$$

$$\tilde{W}_j = \left(\tilde{W}_{j1} \oplus \tilde{W}_{j2} \oplus \dots \oplus \tilde{W}_{jm} \right) / m \quad (4)$$

گام پنجم: دیفازی و هنجار کردن وزن‌های فازی نوع دوم: با استفاده از رابطه (۵) مقادیر دیفازی عملکرد و اهمیت فازی نوع دوم به دست می‌آید (کاهرامان و همکاران، ۲۰۱۴: ۵۱).

$$E(j) = DTraT = \frac{1}{2} \left(\frac{(U_u - L_u) + (\beta_u \cdot m_{1u} - L_u) + (\alpha_u \cdot m_{2u} - L_u)}{4} + L_u \right) + \left[\frac{(U_l - L_l) + (\beta_l \cdot m_{1l} - L_l) + (\alpha_l \cdot m_{2l} - L_l)}{4} + L_l \right] \quad (5)$$

$$j = 1, 2, \dots, n$$

گام ششم: مکان‌یابی و جانمایی عوامل موفقیت جلب رضایت‌مندی مردم بر روی نقشه فازی: محور افقی این نقشه، نشانگر عملکرد و محور عمودی آن، بیانگر اهمیت شاخص‌های جلب رضایت مردم در سازمان مورد ارزیابی است. با قطعی کردن داده‌ها و تقسیم هر محور به سه بخش کم، متوسط و زیاد، ۹ مکان

(حوزه جغرافیایی) در این نقشه تشکیل و هرکدام از شاخص‌ها با توجه به امتیازات کسب‌شده در مرحله قبل، در یک مکان منحصر به فرد، جانمایی خواهند شد. این نقشه، مانند یک نقشه جغرافیایی، موقعیت شاخص‌ها را در فضای کیفی سازمان نشان می‌دهد. مکان‌های قرارگرفته بر روی قطر ماتریس نشان‌دهنده توازن بین میزان اهمیت و عملکرد بوده و عناصری که در آن‌ها واقع می‌شوند، دارای تعادل نسبی در وضعیتشان هستند؛ زیرا در این سلول‌ها امتیازات اهمیت و عملکرد هر دو در حد متوسط هستند. سه مکان فوقانی قطر اصلی از آنجاکه با وجود اهمیت بالاتر عناصر، عملکرد آن‌ها به این اندازه مورد توجه قرار نگرفته است، بیانگر نقصان در کارکرد عناصر است؛ در طرف مقابل سه مکان تحتانی این قطر نمایانگر عناصری خواهد بود که دارای فزونی در عملکرد به نسبت اهمیتشان هستند بدین معنی که عملکردی بیش از مقداری که اولویت آن‌ها دیکته می‌کند، داشته‌اند.

گام هفتم: رتبه‌بندی عوامل بحرانی موفقیت و شکست در جلب رضایت‌مندی مردم؛ عناصر جانمایی شده در بخش نقصان، در واقع موانعی هستند که در حال حاضر مانع از جلب همه‌جانبه رضایت‌مندی مردم از واحدهای اجرایی در نحوه رسیدگی به مأموریت‌های پلیس است، بنابراین به‌عنوان عوامل بحرانی شکست تلقی می‌شوند. به شکل مشابهی عناصر واقع شده در بخش تحتانی نیز می‌توانند به‌عنوان عوامل بحرانی موفقیت در نظر گرفته شوند. از آنجاکه توجه و تمرکز بر روی تمامی این عوامل برای فرماندهی انتظامی شهرستان شیراز ممکن نیست بنابراین در این مرحله لازم است این عوامل مورد رتبه‌بندی قرارگرفته و مهم‌ترین و تأثیرگذارترین آن‌ها شناسایی شوند.

الف- تعیین عملکرد موزون شاخص‌ها: لحاظ نمودن اهمیت عناصر در کنار عملکرد آن‌ها، می‌تواند قدرت تبیین شاخص موفقیت یا شکست را ارتقا دهد. با این تفسیر در رتبه‌بندی عوامل بحرانی موفقیت، عواملی، امتیاز بیشتری می‌گیرند که دارای اهمیت و عملکرد بالاتری باشند و بدین منظور عملکرد این عناصر در اهمیت آن‌ها ضرب شده و عدد فازی ذوزنقه‌ای نوع دوم حاصل، مورد رتبه‌بندی قرار می‌گیرد. در طرف مقابل برای رتبه‌بندی عوامل بحرانی شکست باید دقت داشت که عواملی بیشتر آسیب‌زا خواهند بود که با وجود اهمیت بالا دارای عملکرد پایین‌تری باشند. به‌منظور هم‌سویی این دو معیار (عملکرد و اهمیت) و باهدف دستیابی به شاخصی برای تعیین میزان بحرانی بودن این عوامل، لازم است ابتدا عملکرد عوامل را از عدد یک کم کرده و سپس در اهمیت ضرب شود. بدین صورت شاخص

حاصل به صورت صعودی، نشان‌دهنده میزان آسیب‌آفرین بودن عناصر مورد بررسی خواهد بود.

فرض کنید که \tilde{W}_j و \tilde{R}_j ، $j = 1, 2, \dots, n$ به ترتیب میانگین وزن (اهمیت) فازی دوزنقه‌ای نوع دوم و میانگین عملکرد (وضعیت) فازی دوزنقه‌ای نوع دوم داده‌شده به شاخص $(j = 1, 2, \dots, n)$ باشند که در حوزه عوامل بحرانی موفقیت جلب رضایت‌مندی قرار گرفته است. اعداد فازی دوزنقه‌ای نوع دوم نشان‌دهنده اهمیت نهایی این عوامل در موفقیت، از رابطه (۶) به دست می‌آید.

$$CSFS = \sum_{j=1}^n \left(\tilde{W}_j \otimes \tilde{R}_j \right) \quad (6)$$

از سوی دیگر در صورتی که امتیازهای فوق متعلق به عوامل بحرانی شکست باشند، اعداد فازی دوزنقه‌ای نوع دوم نشان‌دهنده میزان تأثیرگذاری این عوامل در شکست برنامه‌های جلب رضایت‌مندی، از رابطه (۷) به دست می‌آید.

$$CFFS = \sum_{j=1}^n \left(\tilde{W}_j \otimes \left(1 - \tilde{R}_j \right) \right) \quad (7)$$

ب- تعیین تأثیرگذارترین عوامل بحرانی موفقیت و شکست عوامل مؤثر بر جلب رضایت‌مندی مردم: در این مرحله امتیازهای به دست آمده از مرحله قبل مورد رتبه‌بندی فازی قرار می‌گیرند تا اولویت اهمیت توجه به آن‌ها برای مدیریت ارشد و متصدیان برنامه‌ریزی سازمان مشخص شود. روش‌های متعددی برای رتبه‌بندی اعداد فازی ارائه شده است. لی و چن (۲۰۰۸)، مفهوم رتبه‌بندی ارزش مجموعه‌های فازی دوزنقه‌ای نوع دوم را بر اساس مفهوم فن «تاپسیس» نوع دوم ارائه داده‌اند، که نتایج بهتری را نسبت به روش‌های قبلی ارائه می‌دهد. این روش اعداد فازی را براساس میزان نزدیکی به مطلوب مثبت و دوری از مطلوب منفی مرتب کرده و به هر عدد فازی، شاخصی را به عنوان اولویت یا وزن آن اختصاص می‌دهد، ارزش رتبه‌بندی اعداد فازی نوع دوم با استفاده از رابطه (۸) به دست می‌آید (لی و همکاران، ۲۰۰۸: ۳۲۶۸).

$$\text{Rank}(\tilde{A}_i) = M_1(\tilde{A}_i^U) + M_2(\tilde{A}_i^L) + M_3(\tilde{A}_i^U) + M_4(\tilde{A}_i^L) + M_5(\tilde{A}_i^U) + M_6(\tilde{A}_i^L) - \frac{1}{4} \left[S_1(\tilde{A}_i^U) + S_2(\tilde{A}_i^L) + S_3(\tilde{A}_i^U) + S_4(\tilde{A}_i^L) + S_5(\tilde{A}_i^U) + S_6(\tilde{A}_i^L) + S_7(\tilde{A}_i^U) + S_8(\tilde{A}_i^L) + H_1(\tilde{A}_i^U) + H_2(\tilde{A}_i^L) + H_3(\tilde{A}_i^U) + H_4(\tilde{A}_i^L) \right] \quad (8)$$

که در آن:

$$\tilde{A}_i = (\tilde{A}_i^U, \tilde{A}_i^L) = \left((a_{i1}^U, a_{i2}^U, a_{i3}^U, a_{i4}^U, H_1(\tilde{A}_i^U), H_2(\tilde{A}_i^U)), (a_{i1}^L, a_{i2}^L, a_{i3}^L, a_{i4}^L, H_1(\tilde{A}_i^L), H_2(\tilde{A}_i^L)) \right) \quad (9)$$

نشان دهنده میانگین $M_P(\tilde{A}_i^j)$ و α_{iP}^j است که از رابطه (۱۰) به دست می‌آید.

$$M_P(\tilde{A}_i^j) = \left(a_p^j + a_{i(p+1)}^j \right) / 2 \quad ; \quad 1 \leq p \leq 3 \quad (10)$$

و $S_q(\tilde{A}_i^j)$ انحراف استاندارد α_{iP}^j است که براساس رابطه (۱۱) محاسبه می‌شود.

$$S_q(\tilde{A}_i^j) = \sqrt{\frac{1}{2} \sum_{k=q}^{q+1} \left(a_p^j + a_{i(p+1)}^j \right)^2} \quad ; \quad 1 \leq q \leq 3 \quad (11)$$

و $S_4(\tilde{A}_i^j)$ انحراف استاندارد $\alpha_{i1}^j, \alpha_{i2}^j, \alpha_{i3}^j, \alpha_{i4}^j$ را نشان می‌دهد (رابطه ۱۲).

$$S_4(\tilde{A}_i^j) = \sqrt{\frac{1}{4} \sum_{k=1}^4 \left(a_k^j - \frac{1}{4} \sum_{k=1}^4 a_k^j \right)^2} \quad (12)$$

$H_P(\tilde{A}_i^j)$ ارزش عضویت $\alpha_{i(p+1)}^j$ را در تابع عضویت ذوزنقه‌ای نشان می‌دهد.

$$A_i^j, \quad 1 \leq p \leq 3, \quad j \in \{U, L\}, \quad 1 \leq i \leq n$$

یافته‌ها

گام اول و دوم و سوم: پس از مطالعه عمیق ادبیات پژوهش و مصاحبه با خبرگان، عوامل مؤثر شناسایی و طی پرسش‌نامه‌ای در اختیار خبرگان فرماندهی انتظامی شهرستان شیراز قرار گرفت. این عوامل در جدول ۱ نشان داده شد. سپس براساس عبارات کلامی مندرج در جدول ۲، عملکرد و درجه اهمیت عوامل مؤثر بر جلب رضایت‌مندی مردم تعیین شد.

گام چهارم: پس از گردآوری داده‌های پژوهش با استفاده از اعداد فازی نوع دوم مندرج در جدول ۲، هریک از عبارات کلامی ارزیابی شده به اعداد فازی نوع دوم تبدیل شد، سپس با استفاده از رابطه (۳) و (۴) نظرات خبرگان یکپارچه شد. میانگین رتبه عملکرد فازی نوع دوم (\tilde{R}_j) و میانگین اهمیت فازی نوع دوم (\tilde{W}_j) در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. میانگین رتبه عملکرد فازی \tilde{R}_j و میانگین اهمیت فازی \tilde{W}_j

شاخص‌ها	\tilde{W}_j	\tilde{R}_j
X_1 برخورد قاطع پلیس با مجرمان	((۰/۵۳، ۰/۶۷، ۰/۶۷، ۰/۷۷۱ : ۱، ۱)، (۰/۶، ۰/۶۷، ۰/۶۷، ۰/۷۲۹ : ۰/۹، ۰/۹))	((۰/۵۱۵، ۰/۶۵، ۰/۶۵، ۰/۷۵۵ : ۱، ۱)، (۰/۵۸۳، ۰/۶۵، ۰/۶۵، ۰/۷۰۳ : ۰/۹، ۰/۹))
X_2 حضور به موقع پلیس در محل جرم	((۰/۶۱۵، ۰/۷۵۵، ۰/۷۵۵، ۰/۸۴ : ۱، ۱)، (۰/۶۸۵، ۰/۷۵۵، ۰/۷۵۵، ۰/۷۹۸ : ۰/۹، ۰/۹))	((۰/۵۱، ۰/۶۵۵، ۰/۶۵۵، ۰/۷۶۵ : ۱، ۱)، (۰/۵۸۳، ۰/۶۵۵، ۰/۶۵۵، ۰/۷۱ : ۰/۹، ۰/۹))
X_3 کاهش آمار جرائم و مجرمان	((۰/۵۵۵، ۰/۶۹، ۰/۶۹، ۰/۷۸۵ : ۱، ۱)، (۰/۶۲۳، ۰/۶۹، ۰/۶۹، ۰/۷۳۸ : ۰/۹، ۰/۹))	((۰/۴۵۵، ۰/۵۹۵، ۰/۵۹۵، ۰/۷۱۵ : ۱، ۱)، (۰/۵۲۵، ۰/۵۹۵، ۰/۵۹۵، ۰/۶۵۵ : ۰/۹، ۰/۹))
...		
X_{45} تخصص و مهارت لازم برای انجام وظایف	((۰/۵۹، ۰/۶۹۵، ۰/۶۹۵، ۰/۷۶ : ۱، ۱)، (۰/۶۴۳، ۰/۶۹۵، ۰/۶۹۵، ۰/۷۲۸ : ۰/۹، ۰/۹))	((۰/۵۵۵، ۰/۷۰۵، ۰/۷۰۵، ۰/۸۱ : ۱، ۱)، (۰/۶۳، ۰/۷۰۵، ۰/۷۰۵، ۰/۷۵۸ : ۰/۹، ۰/۹))
X_{46} ایجاد مراکز نظارت همگانی	((۰/۵۹، ۰/۷۴، ۰/۷۴، ۰/۸۳۵ : ۱، ۱)، (۰/۶۶۵، ۰/۷۴، ۰/۷۴، ۰/۷۸۸ : ۰/۹، ۰/۹))	((۰/۵۹، ۰/۷۴، ۰/۷۴، ۰/۸۴ : ۱، ۱)، (۰/۶۶۵، ۰/۷۴، ۰/۷۴، ۰/۷۹ : ۰/۹، ۰/۹))
X_{47} مشارکت اجتماعی	((۰/۵۹، ۰/۷۴۵، ۰/۷۴۵، ۰/۸۴۵ : ۱، ۱)، (۰/۶۶۸، ۰/۷۴۵، ۰/۷۴۵، ۰/۷۹۵ : ۰/۹، ۰/۹))	((۰/۶۵، ۰/۸۱۵، ۰/۸۱۵، ۰/۹۰۵ : ۱، ۱)، (۰/۷۳۳، ۰/۸۱۵، ۰/۸۱۵، ۰/۸۶ : ۰/۹، ۰/۹))

منبع: یافته‌های نگارنده

گام پنجم: مقادیر دیفازی میانگین رتبه عملکرد فازی نوع دوم (\tilde{R}_j) و مقادیر دیفازی میانگین اهمیت فازی نوع دوم (\tilde{W}_j) با استفاده از رابطه (۵) تعیین شد. نتایج در جدول ۴ قابل مشاهده است.

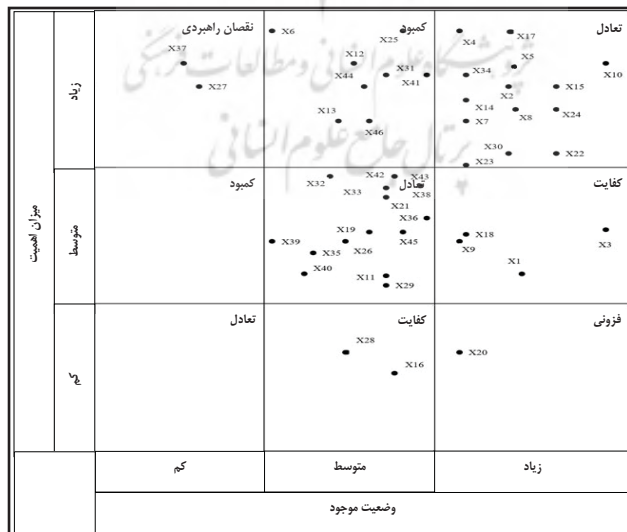
جدول ۴. مقادیر دیفازی میانگین رتبه عملکرد فازی نوع دوم (\tilde{R}_j) و مقادیر دیفازی میانگین اهمیت فازی نوع دوم \tilde{W}_j

شاخص‌ها	$E(\tilde{W}_j)$	$E(\tilde{R}_j)$	شاخص‌ها	$E(\tilde{W}_j)$	$E(\tilde{R}_j)$
X_1	۰/۶۴۶	۰/۶۲۸	X_{24}	۰/۷۱۶	۰/۶۰۵
X_2	۰/۷۲۶	۰/۶۳۲	X_{25}	۰/۷۴۹	۰/۶۹۳
X_3	۰/۶۶۵	۰/۵۷۶	X_{26}	۰/۶۶	۰/۷۲۶
X_4	۰/۷۴۹	۰/۶۶	X_{27}	۰/۷۲۶	۰/۸۱
X_5	۰/۷۳۶	۰/۶۲۸	X_{28}	۰/۶۱۴	۰/۷۲۵
X_6	۰/۷۴۹	۰/۷۶۸	X_{29}	۰/۶۴۲	۰/۷۰۲
X_7	۰/۷۱۱	۰/۶۵۶	X_{30}	۰/۶۹۸	۰/۶۳۲
X_8	۰/۷۱۶	۰/۶۲۸	X_{31}	۰/۷۳۱	۰/۷۰۲

۰/۷۳۵	۰/۶۸۸	X ₃₂	۰/۶۶	۰/۶۶	X ₉
۰/۶۸۳	۰/۶۸۴	X ₃₃	۰/۵۷۶	۰/۷۳۶	X ₁₀
۰/۶۵۶	۰/۷۳۱	X ₃₄	۰/۷۰۲	۰/۶۴۶	X ₁₁
۰/۷۴۴	۰/۶۵۶	X ₃₅	۰/۷۲۱	۰/۷۳۶	X ₁₂
۰/۶۹۳	۰/۶۶۴	X ₃₆	۰/۷۳	۰/۷۱۱	X ₁₃
۰/۸۱۹	۰/۷۳۶	X ₃₇	۰/۶۵۶	۰/۷۲	X ₁₄
۰/۶۸۵	۰/۶۸۸	X ₃₈	۰/۶۰۵	۰/۷۲۶	X ₁₅
۰/۷۶۸	۰/۶۶	X ₃₉	۰/۶۹۸	۰/۶۰۵	X ₁₆
۰/۷۴۹	۰/۶۴۷	X ₄₀	۰/۶۲۸	۰/۷۴۹	X ₁₇
۰/۶۷۹	۰/۷۳۱	X ₄₁	۰/۶۵۶	۰/۶۶۳	X ₁₈
۰/۷۰۲	۰/۶۸۳	X ₄₂	۰/۷۱۲	۰/۶۶۴	X ₁₉
۰/۶۹۸	۰/۶۸۸	X ₄₃	۰/۶۶	۰/۶۱۴	X ₂₀
۰/۷۱۵	۰/۷۲۶	X ₄₄	۰/۷۰۲	۰/۶۷۹	X ₂₁
۰/۶۷۹	۰/۶۷	X ₄₅	۰/۶۰۵	۰/۶۹۸	X ₂₂
۰/۷۱۲	۰/۷۱۱	X ₄₆	۰/۶۵۶	۰/۶۹۳	X ₂₃
۰/۷۸۱	۰/۷۱۶	X ₄₇			

منبع: یافته‌های نگارنده

گام ششم: با توجه به داده‌های جدول ۴ نقشه فازی راهبردی عوامل مؤثر بر جلب رضایت‌مندی مردم از پلیس در نحوه اجرای مأموریت‌ها در شهر شیراز به شرح شکل ۱ به‌دست آمد.



شکل ۱. نقشه فازی عوامل مؤثر بر جلب رضایت‌مندی مردم از پلیس در نحوه رسیدگی به مأموریت‌ها

گام هفتم: رتبه‌بندی عوامل بحرانی موفقیت و شکست مدیریت ارتباط با مشتری. با استفاده از روابط (۶) و (۷) عوامل حیاتی موفقیت و عوامل حیاتی شکست در جلب رضایت‌مندی مردم در جدول نشان داده شده است.

جدول ۵. تعیین عوامل حیاتی موفقیت و شکست

عوامل حیاتی موفقیت		عوامل حیاتی شکست	
شاخص‌ها	$\left(\begin{matrix} \approx \\ W_j \otimes \\ \approx \\ R_j \end{matrix} \right)$	شاخص‌ها	$\left(\begin{matrix} \approx \\ W_j \otimes \\ \left(1 - \approx \\ R_j \right) \end{matrix} \right)$
X_1	((۰/۲۷۳۰/۴۳۶۰/۴۳۶۰/۵۸۱؛۱.۱). (۰/۳۵۰/۴۳۶۰/۴۳۶۰/۵۰۶۰/۹۰/۹))	X_6	((۰/۲۲۲۰/۱۵۶۰/۱۵۶۰/۰۹۹؛۱.۱). (۰/۱۹۵۰/۱۵۶۰/۱۵۶۰/۱۳۰/۹۰/۹))
X_3	((۰/۲۵۳۰/۴۱۱۰/۴۱۱۰/۵۶۱؛۱.۱). (۰/۳۲۷۰/۴۱۱۰/۴۱۱۰/۴۸۳؛۰/۹۰/۹))	X_{12}	((۰/۲۴۹۰/۱۹۱۰/۱۹۱۰/۱۳۵؛۱.۱). (۰/۲۲۵۰/۱۹۱۰/۱۹۱۰/۱۶۵؛۰/۹۰/۹))
X_9	((۰/۲۹۴۰/۴۶۹۰/۴۶۹۰/۶۲؛۱.۱). (۰/۳۷۷۰/۴۶۹۰/۴۶۹۰/۵۴۲؛۰/۹۰/۹))	X_{13}	((۰/۲۲۹۰/۱۷۸۰/۱۷۸۰/۱۲۳؛۱.۱). (۰/۲۱۰۰/۱۷۸۰/۱۷۸۰/۱۵۳؛۰/۹۰/۹))
X_{16}	((۰/۲۷۹۰/۴۵۳۰/۴۵۳۰/۶۱۱؛۱.۱). (۰/۳۶۱۰/۴۵۳۰/۴۵۳۰/۵۲۹؛۰/۹۰/۹))	X_{25}	((۰/۲۷۹۰/۲۱۸۰/۲۱۸۰/۱۴۷؛۱.۱). (۰/۲۵۵۰/۲۱۸۰/۲۱۸۰/۱۸۵؛۰/۹۰/۹))
X_{18}	((۰/۲۹۷۰/۴۶۹۰/۴۶۹۰/۶۱۲؛۱.۱). (۰/۳۷۸۰/۴۶۹۰/۴۶۹۰/۵۳۸؛۰/۹۰/۹))	X_{27}	((۰/۱۹۱۰/۱۱۷۰/۱۱۷۰/۰۶۳؛۱.۱). (۰/۱۵۹۰/۱۱۷۰/۱۱۷۰/۰۹۲؛۰/۹۰/۹))
X_{20}	((۰/۲۷۰۰/۴۳۵۰/۴۳۵۰/۵۸۵؛۱.۱). (۰/۳۴۸۰/۴۳۵۰/۴۳۵۰/۵۰۷؛۰/۹۰/۹))	X_{31}	((۰/۲۵۰۰/۲۰۵۰/۲۰۵۰/۱۶؛۱.۱). (۰/۲۳۲۰/۲۰۵۰/۲۰۵۰/۱۸۴؛۰/۹۰/۹))
X_{28}	((۰/۲۹۵۰/۴۷۹۰/۴۷۹۰/۶۳۵؛۱.۱). (۰/۳۸۲۰/۴۷۹۰/۴۷۹۰/۵۵۵؛۰/۹۰/۹))	X_{37}	((۰/۱۹۲۰/۱۱۱۰/۱۱۱۰/۰۵۵؛۱.۱). (۰/۱۵۷۰/۱۱۱۰/۱۱۱۰/۰۸۵؛۰/۹۰/۹))
		X_{41}	((۰/۲۷۵۰/۲۲۴۰/۲۲۴۰/۱۶۴؛۱.۱). (۰/۲۵۴۰/۲۲۴۰/۲۲۴۰/۱۹۶؛۰/۹۰/۹))
		X_{44}	((۰/۲۵۸۰/۱۹۳۰/۱۹۳۰/۱۲۶؛۱.۱). (۰/۲۳۱۰/۱۹۳۰/۱۹۳۰/۱۶۱؛۰/۹۰/۹))
		X_{46}	((۰/۲۴۲۰/۱۹۲۰/۱۹۲۰/۱۳۴؛۱.۱). (۰/۲۲۳۰/۱۹۲۰/۱۹۲۰/۱۶۵؛۰/۹۰/۹))

منبع: یافته‌های نگارنده

با عنایت به امتیازات حاصل شده از مرحله قبل برای عوامل بحرانی موفقیت و شکست، ارزش رتبه‌بندی این اعداد با استفاده از رابطه (۸) به شرح جدول ۶ تعیین شد.

جدول ۶. رتبه‌بندی عوامل حیاتی موفقیت و شکست عوامل مؤثر در جلب رضایت‌مندی مردم از پلیس در نحوه رسیدگی به مأموریت‌ها

رتبه‌بندی عوامل حیاتی شکست			رتبه‌بندی عوامل حیاتی موفقیت			
رتبه	شاخص‌ها	ردیف	رتبه	شاخص‌ها	ردیف	ردیف
۱۰۵/۵	داشتن تجهیزات لازم	X ₄₁	۱	۵۴۱/۶	روحیه اینارگری پلیس	X ₂₈
۰۶۴/۵	نقش رسانه‌های داخلی در پشتیبانی از پلیس	X ₂₅	۲	۴۸۹/۶	قابلیت دسترسی به پلیس	X ₉
۰۰۴/۵	مددکار بودن پلیس	X ₃₁	۳	۴۸۸/۶	ترجیح دادن منافع عمومی به منافع شخصی	X ₁₈
۹۱۶/۴	ایجاد مراکز نظارت همگانی	X ₄₆	۴	۳۹۵/۶	صداقت و خلوص نیت	X ₁₆
۹۱۵/۴	فراهم کردن تسهیلات لازم برای ارباب رجوع	X ₄₄	۵	۲۹۸/۶	برخورد قاطع پلیس با مجرمان	X ₁
۹۱۵/۴	داشتن گشت در شب و روز	X ₁₂	۶	۲۹۳/۶	داشتن توکل به خدا و اعتقاد به خدا	X ₂₀
۸۳۲/۴	آشنایی با حوزه استحفاظی	X ₁₃	۷	۱۵۵/۶	کاهش آمار جرائم و مجرمان	X ₃
۷۰۷/۴	رسیدگی به شکایت‌ها و خواسته‌های مردم	X ₆	۸			
۴۷۹/۴	آموزش عمومی پیشگیری از جرائم توسط رسانه	X ₂₇	۹			
۴۴۳/۴	خلاصیت و نوآوری در اداره امور	X ₃₇	۱۰			

منبع: یافته‌های نگارنده

بدین ترتیب با استفاده از مفهوم مدل شکاف، روش نوینی برای ارزیابی عناصر کیفی رضایت‌مندی مردم از پلیس در نحوه اجرای مأموریت‌ها با رویکرد فازی نوع دوم در شهر شیراز ارائه شد، که حاصل آن می‌تواند تبیین اساسی‌ترین راه‌کارها برای جلوگیری از شکست و زوال سیستم و حرکت به سمت تعالی و ارتقای عملکرد باشد. نتایج به‌کارگیری این روش به علت تدبیر مناسب ابهام و عدم اطمینان موجود در ارزیابی، بیشتر از سایر روش‌ها قابل اتکا خواهد بود.

بحث و نتیجه‌گیری

رضایت و همکاری مردم از واحدهای اجرایی پلیس مفهومی عینی و قابل ارزیابی و شناخت است که به‌منظور ارزیابی عملکرد پلیس، به‌عنوان یک‌نهاد ارائه‌دهنده خدمت عمومی، به کار می‌رود. با توجه به نقش محوری اطلاعات و به‌کارگیری آن در پژوهش و تولید دانش جدید و نیز با توجه به فلسفه خدمت‌رسانی پلیس به مردم، یعنی خدمت به مراجعه‌کننده، اهمیت به‌کارگیری فنون مناسب برای ارزیابی کیفیت خدمات دوچندان می‌شوند. از میان رویکردهای ارزیابی عملکردها، رویکردهای بررسی شکاف بین انتظارات و ادراکات مراجعان از اقبال بیشتری برخوردار شده است.

این رویکرد، رویکردی مشتری‌محور و منطبق بر آخرین راهبردهای سازمان‌های پیش‌رو در جهان است. از طرفی، آسیبی که به عموم پژوهش‌های علوم اجتماعی وارد است، نادقیق بودن ارزیابی‌های انسانی و نیز ابهام در سنجه‌های مورد ارزیابی است که در این مورد نیز کاملاً مصداق دارد، ابهام و عدم اطمینانی که در ارزیابی انسانی وجود دارد استفاده از روش‌های قطعی را نادقیق و غیرقابل استناد جلوه داده و پژوهش‌هایی که این فرض را در نظر نمی‌گیرند، عاری از ایراد نیستند. منطق فازی با در نظر گرفتن ابهام و عدم اطمینان، ابزار مناسبی را برای مواجهه با آن‌ها در ارزیابی‌های انسانی به دست می‌دهد. عبارت‌های کلامی و توابع عضویت بسیاری برای ارزیابی‌های کلامی پیشنهاد شده است (سولجاری و همکاران^۱، ۲۰۱۰؛ دیو و همکاران^۲، ۲۰۱۱). بنابراین در این پژوهش از رویکرد فازی نوع دوم به‌منظور تدبیر عدم اطمینان و ابهام در ارزیابی‌های انسانی و باهدف جلب رضایت‌مندی مردم از پلیس در نحوه اجرای مأموریت‌ها با رویکرد فازی نوع دوم در شهر شیراز استفاده شده است.

با این هدف ابتدا عوامل مؤثر بر جلب رضایت‌مندی مردم از پلیس در شهر شیراز شناسایی شده و با استفاده از عبارت‌های کلامی و اعداد فازی نوع دوم متناظر با آن‌ها ارزیابی شدند. در این بخش اولین آسیب به پژوهش‌های جلب رضایت‌مندی مردم در حوزه شکاف‌سنجی مبنی بر ارزیابی‌های نادقیق، برطرف شد؛ اما فرایند ارزیابی در صورتی که منجر به ارائه راه‌کار بهبود نشود، از هدف اصلی خود دور مانده است. بنابراین عناصر کیفی شناسایی، سپس در نقشه کیفی فازی جانمایی شدند تا جغرافیای وضعیت آن‌ها شناسایی شود. نقشه حاصل به‌صورت تصویری، چشم‌اندازی از نقاط قوت و ضعف سیستم فراهم می‌آورد. نتایج این عمل بر روی فرماندهی انتظامی شهرستان شیراز بیانگر این است که عوامل روحیه‌ایثارگری پلیس، قابلیت دسترسی به پلیس، ترجیح دادن منافع عمومی به منافع شخصی، صداقت و خلوص نیت، برخورد قاطع پلیس با مجرم، داشتن توکل به خدا و اعتقاد به خدا و کاهش آمار جرائم و مجرم، از مهم‌ترین عوامل حیاتی موفقیت هستند؛ بنابراین توجه به این عوامل می‌تواند فرماندهی انتظامی شهرستان شیراز

1. Salojarvi et al

2. Du et al

را با سرعت بیشتر به سمت قله‌های مطلوب حرکت داده و نهایت رضایت‌مندی مردم را در پی داشته باشد. عوامل تجهیزات لازم، نقش رسانه‌های داخلی در پشتیبانی از پلیس، مددکار بودن پلیس، ایجاد مراکز نظارت همگانی، فراهم کردن تسهیلات لازم برای ارباب رجوع، داشتن گشت در شب و روز، آشنایی با حوزه استحفاظی، رسیدگی به شکایات و خواسته‌های مردم، آموزش عمومی پیشگیری از جرائم توسط رسانه و خلاقیت و نوآوری در اداره امور، از مهم‌ترین عوامل شکست پلیس در جلب رضایت‌مندی مردم توسط واحدهای اجرایی پلیس در فرماندهی انتظامی شهرستان شیراز هستند. ناگفته پیداست که عوامل حیاتی شکست باید به‌عنوان نقاط تعیین‌کننده در راهبرد بهبود فرماندهی انتظامی شهرستان شیراز مدنظر قرار گیرند. در ادامه با توجه به عوامل بحرانی شکست راهکارها و پیشنهادهایی ارائه شده است:

رسانه‌ها و آموزش عمومی پیشگیری از جرائم: از آنجاکه همیشه «اخبار پلیسی» از جذابیت‌های خاصی برای افراد برخوردار بوده، ورود نیروی انتظامی به عرصه رسانه‌ها برای انعکاس تلاش‌های انجام‌شده در برخورد با ناهنجاری‌های اجتماعی، ضمن پاسخگویی به روحیه ماجراجویی مخاطبان، زمینه ورود آن‌ها به عرصه همکاری با پلیس را فراهم می‌آورد. نیروی انتظامی می‌تواند از ظرفیت رسانه‌ها برای فرهنگ‌سازی و قانون‌گرایی، بالابردن توان انتخاب جامعه، افزایش مشارکت، رقابت و پویایی شهروندان، نهادینه کردن نظام ارزشی و سبک زندگی اسلامی استفاده کرده و با توجه به اینکه بسیاری از جرائم و معضلات ناشی از ناآگاهی و یا نداشتن اطلاعات حقوقی است، با تولید فیلم و پویانمایی‌های پیشگیرانه از سوی معاونت پلیس پیشگیری استان فارس از وقوع جرم و نمایش آن‌ها در رسانه‌ها و استفاده از فضای مجازی و سایبری و حتی تلفن‌های همراه و شبکه‌های مجازی، مردم را با خطرات بسیاری آشنا سازند؛ زیرا امروز باید با مخاطبان به‌صورت نرم‌افزاری ارتباط برقرار کرد.

نیازسنجی آموزشی: آموزش باید مبتنی بر نیاز باشد؛ بنابراین لازم است که باورها، گرایش‌ها، تعصبات، منافع و... گروه هدف را به‌نحو مناسبی شناخت و این شناخت را با نیازها و خواسته‌های واقعی آنان تطبیق دارد (ایورکی، ۱۳۸۳). آموزش باید از دانسته‌ها به نادانسته‌ها جریان یابد و مراتب درک، پذیرش و جذب ایده‌های جدید از سوی مخاطب رعایت شود. باید از تمایل به بیان

مفصل اطلاعات علمی و پژوهشی کاست و به آنچه نیاز گروه هدف است، اندیشید. می‌توان از رهبران و الگوهای فکری و رفتاری برای نشان دادن زندگی سالم و اینکه قهرمانان هرگز خلاف نمی‌کنند برای آموزش عمومی استفاده کرد.

تقویت مراکز مشاوره و مددکاری: با مددکارشدن پلیس و تقویت مراکز ارائه مشاوره و مددکاری در کوپ‌ها، تغییر نگرش جامعه نسبت به فضای موجود در کلانتری‌ها از دیدگاه تهدیدمحوری به جامعه‌محوری به‌وجود آمده و بار قضایی و انتظامی کاهش یافته و صرفه‌جویی مادی و معنوی در وقت و امکانات مراجعان و سازمان به‌وجود می‌آید و نقش حمایتی نیروی انتظامی از جامعه و مردم تقویت می‌شود. همچنین می‌توان سازوکار مناسب برای پیگیری تخصصی مشکلات مددجویان توسط پلیس مددکار فراهم‌شده و ضمن جلب حمایت مراکز قانونمند و سلسله‌مراتب فرماندهی امکان ارجاع پلیس مددکار به سازمان‌ها و مراکز قانونمند حمایتی و درمانی در سطح جامعه را فراهم کرد.

پرورش تجارب انتظامی کارکنان و گسترش در سطح سازمان و اصلاح نظام تشویق و تنبیه: مهم‌ترین کاری که یک فرمانده برای خلاق و توانمندشدن کارکنان می‌تواند انجام دهد، این است که به کارکنان کمک کند تا برتری شخصی خود را در مورد برخی مشکلات و چالش‌های انتظامی در حوزه کاری خود تجربه کنند و با به سرانجام رساندن موفقیت‌آمیز یک چالش با خلاقیت و نوآوری شخصی و یا با استفاده از تجارب انتظامی دیگران، احساس تسلط و حس شکست‌دادن یک حریف یا مشکل را در خود پرورش دهند، از طرفی قراردادن نظام تشویق مناسب برای خلاقیت‌ها و نوآوری‌ها و بسط آن‌ها در سطح سازمان عاملی انگیزشی را در بین کارکنان به‌وجود می‌آورد.

فراهم کردن تجهیزات به‌روز: کارکنان با داشتن تجهیزات لازم و به‌روز، توانمند می‌شوند، هرچقدر تجهیزات به‌روز در اختیار کارکنان قرار گیرد، به همان نسبت بر میزان توانمندی کارکنان افزوده‌شده و قدرت برخورد با تبهکاران، ارائه خدمات به مردم و در نتیجه آن افزایش رضایت‌مندی مردم بیشتر می‌شود. این امر حاصل نمی‌شود مگر اینکه فرماندهان و مدیران متعهد شوند که نسبت به تجهیز کردن و آموزش دادن کارکنان اقدام کنند.

گسترش و تقویت مراکز نظارت همگانی: نیروی انتظامی با تأکید بر اینکه مردم برای احقاق حق

باید مشارکت کنند، سامانه‌هایی با عنوان مرکز نظارت همگانی بازرسی کل نیروی انتظامی با شماره تلفن ۱۹۷ و یا مرکز فوریت‌های پلیسی با شماره تلفن ۱۱۰ را آماده دریافت دیدگاه‌های شهروندان در قالب انتقاد، پیشنهاد، شکایت و حتی تقدیر از عملکرد کارکنان و واحدهای نیروی انتظامی کرده است؛ بنابراین پلیس باید با تبلیغات و فراهم کردن شرایط آشنایی مردم با این سامانه‌ها و گسترش و تقویت آن‌ها، زمینه هرگونه نظر، پیشنهاد، انتقاد و شکایت و تقدیری از عملکرد پلیس را فراهم کرد تا بتواند با بهره‌گیری از نظرات آن‌ها کارآمدتر به انجام وظایف و مأموریت‌های محوله پرداخته و رضایت‌مندی عموم مردم را به ارمغان بیاورد.

تکریم ارباب‌رجوع و تقویت سامانه‌های خدمات‌رسانی: نیروی انتظامی سازمانی است که بیشترین خدمات را به مردم ارائه می‌دهد و باید در بخش‌های خدمات، تسهیلات بیشتر شده و نوآوری و تحول در آن انجام شود. در این راستا می‌توان انتقال و ارسال پرونده از نیروی انتظامی به دستگاه قضایی و برعکس را غیرحضوری کرد تا نیاز به حضور فیزیکی مردم نبوده و همچنین روند رسیدگی به پرونده‌ها سریع‌تر شود و یا با خوشایندسازی محیط کلانتری برای آرامش بیشتر مراجعه‌کننده‌ها و بهبود رفتار کارکنان با ارباب‌رجوع روند ضریب اعتماد مردم به پلیس را بالا برد. رویکرد به‌کاررفته در پژوهش حاضر، می‌تواند به همین ترتیب و تنها با اندکی تعدیل در عناصر کیفی، برای فرماندهی انتظامی سایر شهرستان‌ها و استان‌ها مورد استفاده قرار گرفته و نتایج آن با اطمینان زیادی در برنامه‌ریزی‌های بهبود مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

فهرست منابع

- ایورکی، دیویس (۱۳۸۳). مدیریت یادگیری. داریوش نوذری و امیر تیموری (مترجمان). تهران: انتشارات راهگشا.
- بحرینی‌زاده، منیجه و موسوی، سیداحمد (۱۳۹۰). تبیین ابعاد و شاخص‌های کیفیت خدمات انتظامی کلانتری‌های استان بوشهر از دیدگاه مردم و تعیین اولویت‌ها و ارائه راهکارهای ارتقای آن با استفاده از مدل تحلیل شکاف سروکوال. فصلنامه پژوهش‌های مدیریت انتظامی. ۵، ۲۳-۵۹.
- بنی اسد، زیبا؛ بهرامی، مهدی (۱۳۹۳). بررسی رابطه اجرای طرح ارتقاء امنیت اجتماعی پلیس و احساس امنیت در شهرستان قشم. صلبنامه دانش انتظامی هرمزگان. ۵ (۱۲)، ۱۱۵-۱۵۲.
- خرسندبهشتی، حسن (۱۳۸۵). تأثیر رفتار پلیس بر جلب اعتماد جوانان پسر دبیرستان منطقه ۴ تهران. مطالعات امنیت اجتماعی. ۲ (۶-۲)، ۷۰۵-۶۱۱.
- خاکی، غلامرضا (۱۳۸۱). راهبرد مجازی‌سازی دولت: مهم‌ترین چالش پیش روی نظام اداری در برنامه چهارم توسعه. فرایند

مدیریت و توسعه. ۱۶(۴)، ۳۶-۲۳.

رستمی، محمدحسن؛ امان پور، سعید؛ کرمی، مهران و رام‌نژاد، سید‌الله‌مراد (۱۳۹۴). سنجش رضایت‌مندی شهروندان از عملکرد شهرداری در حوزه خدمات شهری (مطالعه موردی: شهر درود). پژوهش و برنامه‌ریزی شهری. ۶(۲۱)، ۳۵-۵۰. رسولی، رضا و پهلوانی‌نژاد، دریا‌ناز (۱۳۹۴). ارائه مدل خطی جهت سنجش کیفیت بر میزان رضایت یادگیرنده در سامانه یادگیری الکترونیکی دانشگاه‌های دارای نظام آموزش از دور. مدیریت و برنامه‌ریزی در نظام‌های آموزشی. ۸(۱۵)، ۲۶-۹.

ربانی، رسول؛ ادیبی، مهدی و طاهری، زهرا (۱۳۸۹). تبیین جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر نقش و حضور نیروی انتظامی در ایجاد احساس امنیت در بین شهروندان اصفهانی در سال ۱۳۸۸. فصلنامه دانش انتظامی. ۱۲(۳)، ۷۵-۱۱۰. رجب‌بیگی، مجتبی (۱۳۷۷). ابعاد کیفیت در بخش دولتی. فصلنامه فرایند مدیریت و توسعه. ۱۲(۲)، ۷۷-۸۴. رهنورد، فرح‌الله (۱۳۸۲). توانمندسازی کارکنان گامی به‌سوی مشتری‌مداری. فصلنامه فرایند مدیریت و توسعه. ۱۱(۱)، ۳۷-۲۸.

زتومکا، پیوتر (۱۳۸۴). اعتماد، یک نظریه جامعه‌شناختی. ناشر: گلابی، فاطمه - ۱۰ اسفند، ۱۳۸۴. سمیرا پور؛ سعادت‌یار، فهیمه؛ بی‌طرف، فاطمه (۱۳۹۳). رضایت از پلیس و بررسی نقش عوامل مرتبط با آن در میان دانشجویان دانشگاه‌های شهر اصفهان. فصلنامه انتظام اجتماعی. ۶(۳)، ۵۷-۸۰. شارع پور، محمود (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر بر اعتماد اجتماعی به نیروهای انتظامی (مطالعه موردی: استان مازندران). جامعه‌شناسی کاربردی. ۲۰(۳۶)، ۱-۱۶.

شکاری، امیر، رضایی، کامران (۱۳۸۵). ارائه مدل علی و معلولی با تمرکز بر محور مشتری‌گرایی در چارچوب مدل EFQM. نشریه دانشگاه فنی دانشگاه تهران. ۴۰(۴)، ۵۳۷-۵۲۳. شایگان، فریبا (۱۳۸۷). بررسی میزان اعتماد مردم به پلیس (مطالعه موردی شهر تهران). فصلنامه دانش انتظامی. ۱۰(۲)، ۳۹-۵۹.

کلاکی، حسن و ودیعت، محمدرضا (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر بر افزایش اعتماد مردم نسبت به کوپ‌ها (از منظر فرماندهان و مدیران). پژوهشنامه نظم و امنیت انتظامی. ۱۲(۱)، ۱۰۱-۱۲۱. کریمی، آصف؛ شعبانی‌نژاد، اسماعیل و ادیب‌فر، غلامرضا (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین پیاده‌سازی سیستم‌های الکترونیکی و میزان رضایت‌مندی مشتریان (مورد مطالعه: شعب بانک صادرات استان مازندران). مدیریت فرهنگ سازمانی. ۱۴(۲)، ۴۷۵-۴۹۸.

محمد نیا، علی (۱۳۸۶). ارائه رویکرد فازی در سنجش رضایت مشتری بررسی موردی: شرکت تولیدی فرآورده‌های لبنی. مطالعات مدیریت صنعتی. ۶(۱۵)، ۸۵-۵۱.

مجیدی، عبدالله و انصاری‌رنانی، قاسم (۱۳۸۸). ابعاد و شاخص‌های کیفیت خدمات انتظامی کلانتری‌ها از دیدگاه مردم. فصلنامه انتظام اجتماعی. ۱۱(۱)، ۷۳-۵۷.

ملکی، آناهیتا و دارابی، ماهان (۱۳۸۷). روش‌های مختلف اندازه‌گیری رضایت مشتری. نشریه مهندسی خودرو و صنایع و وابسته. ۳، ۳۲-۲۷.

عبدی، توحید؛ امین‌صارمی، نوذر و ساعدی، علی‌محمد (۱۳۸۷). تأثیر اجرای طرح ارتقاء امنیت اجتماعی بر اعتماد مردم به پلیس در محدوده مرکزی کرج. پژوهش‌های مدیریت انتظامی (مطالعات مدیریت انتظامی). ۳(۳)، ۲۸۱-۲۶۱. ناظر، مسلم و حسینی، حمید (۱۳۹۴). نگاهی تربیتی به ویژگی‌های پلیس مطلوب در قرآن و روایات اسلامی. فصلنامه بصیرت و تربیت اسلامی. ۱۲(۳۳)، ۱۶۰-۱۳۵.

نایب پور، محمد؛ الهی، یحیی (۱۳۹۳). تبیین عوامل اجتماعی مؤثر بر ارتباط مراجعان و پلیس دوایر قضایی کلانتری‌های

- شهر کرمانشاه. فصلنامه انتظام اجتماعی. ۶ (۱)، ۲۲-۷.
- نورالسنا، رسول؛ سقایی، عباس؛ شادالویی، فائزه و صمیمی، یاسر (۱۳۸۷). اندازه‌گیری رضایت مشتری برای شناسایی فرصت‌های بهبود در خدمات پژوهشی آموزش عالی. ۱۴ (۳)، ۹۷-۱۱۹.
- و ثوقی، منصور و گلیچ، نصرالله (۱۳۸۷). بررسی جامعه‌شناختی سطح اعتماد اجتماعی زنان به پلیس در شهر تهران. مطالعات امنیت اجتماعی. ۴ (۱۳)، ۶۹-۹۸.
- Abdullah, Lazim. & Zulkifli, Norsyahida. (2015). Integration of fuzzy AHP and interval type-2 fuzzy DEMATEL: An application to human resource management. *Expert Systems with Applications*. 42(9), 4397-4409.
- Beerli, Asunción. Martin, Josefa D. & Quintana, Agustín. (2004). A model of customer loyalty in the retail banking market. *European Journal of Marketing*. 38(1/2), 253-275.
- Chermak, Steven. McGarrell, Edmund F. & Weiss, Alexander. (2001). Citizens' perceptions of aggressive traffic enforcement strategies. *Justice Quarterly*. 18(2), 365-391.
- Chen, Shyi-Ming. & Lee, Li-Wei. (2010). Fuzzy multiple attributes group decision-making based on the interval type-2 TOPSIS method. *Expert systems with applications*. 37(4), 2790-2798.
- Coupland, Simo. & John, Robert. (2008). Type-2 fuzzy logic and the modelling of uncertainty. *Fuzzy sets and their extensions: Representation, aggregation and models*. 3-22.
- Du, Jun. Song, Rong. & Jiao, Yuan-Yuan. (2011). Customer Knowledge Management of Mass Customization Enterprises Based Value Chain. In *Management and Service Science (MASS)*. 2011 International Conference on (pp. 1-4). IEEE.
- Hisdal, Ellen. (1981). The IF THEN ELSE statement and interval-valued fuzzy sets of higher type. *International Journal of Man-Machine Studies*. 15(4), 385-455.
- Kahraman, Cengiz. Öztayşi, Başar. Sarı, İrem Uçal. & Turanoğlu, E. (2014). Fuzzy analytic hierarchy process with interval type-2 fuzzy sets. *Knowledge-Based Systems*. 59, 48-57.
- Lee, Li-Wei. & Chen, Shyi-Ming. (2008, July). Fuzzy multiple attributes group decision-making based on the extension of TOPSIS method and interval type-2 fuzzy sets. In *Machine Learning and Cybernetics, 2008 International Conference on* (Vol. 6, pp. 3260-3265). IEEE.
- Mendel, Jerry M. (2007). Type-2 fuzzy sets and systems: An overview [corrected reprint]. *IEEE computational intelligence magazine*. 2(2), 20-29.
- Mendel, Jerry M. Liang, Qilian Liang., & Combs. (1999). Comments on "Combinatorial rule explosion eliminated by a fuzzy rule configuration"[with reply]. *IEEE Transactions on Fuzzy Systems*. 7(3), 369-373.
- Salojärvi, Hanna. Sainio, Liisa-Maija. & Tarkiainen, Anssi. (2010). Organizational factors enhancing customer knowledge utilization in the management of key account relationships. *Industrial Marketing Management*. 39(8), 1395-1402.
- Salmi, Venla. Smolej, Mirka. & Kivivuori, Janne. (2007). Crime victimization, exposure to crime news and social trust among adolescents. *Young*. 15(3), 255-272.
- Schiffman, Leon G. Sherman, Elaine. & Kirpalani, Nicole. (2002). Trusting souls: A segmentation of the voting public. *Psychology & Marketing*. 19(12), 993-1007.
- Zadeh, Lotfi Asker. (1975). The concept of a linguistic variable and its application to approximate reasoning. *Information sciences*. 8(3), 199-249.