

تحلیل رضایت شهروندان تبریز از خدمات عمومی شهر به لحاظ ابعاد ذهنی

علی زینالی عظیم

استادیار، گروه معماری و شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تبریز، ایران
al.zeynaly@gmail.com

تاریخ پذیرش: [۱۴۰۱/۳/۷]

تاریخ دریافت: [۱۴۰۱/۳/۴]

چکیده

بیان مسئله: مدیریت خدمات عمومی در مناطق شهری به عاملی تعیین کننده در جذب و ساماندهی جمعیت تبدیل شده است. مدیریت صحیح این برای دستیابی به رضایت شهروندان ضروری است. برآوردن انتظارات افرادی که از یک شهر بازدید می کنند بسیار مهم است، زیرا می تواند در تصمیم گیری برای اقامت در آن مکان تعیین کننده باشد. دلبستگی شهروندان به یک شهر بستگی به ارائه کافی خدمات عمومی دارد.

هدف: این مطالعه به بررسی عوامل ذهنی اثرگذار بر میزان رضایتمندی شهروندان از خدمات شهرداری می پردازد. سه عامل: دلبستگی به مکان، کیفیت زندگی و ارتباط بین شهرداری و شهروندان در نظر گرفته شده است.

روش ها: این مطالعه بر پایه تحلیل کیفی و کمی انجام شده است. چارچوب مفهومی با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) تدوین شده است.

یافته ها: نتایج نشان داد، ارتباط دارای بیشترین میزان تأثیر بر رضایتمندی از خدمات عمومی (کل اثرات مستقیم و غیرمستقیم = ۰/۹۳۸) است، پس از آن کیفیت زندگی (اثرات کل = ۰/۳۱۵) و در نهایت، دلبستگی به شهر (اثر غیرمستقیم = ۰/۲۵۶) قرار دارند.

نتیجه گیری: بنابراین، شهرداری ها برای برقراری ارتباطات کارآمدتر و سریع تر با شهروندان در تبریز باید از سیستم های فناورانه استفاده کرده و فعالیت های لازم را بر روی آنها ایجاد کنند تا بتوانند به نحو احسن با شهروندان ارتباط برقرار کنند. در ضمن، نهادهای عمومی نباید از این ترفندها برای رویدادهای نامنظم یا دوره های زمانی محدود مانند انتخابات سو استفاده کنند.

کلید واژگان: رضایتمندی شهروندان، ارتباطات شهرداری، کیفیت زندگی، دلبستگی به مکان، خدمات عمومی شهری، شهر تبریز.

۱- مقدمه:

رضایت درک شده دریافت‌کنندگان خدمات عمومی شهری برای ذی‌نفعان مختلف از قبیل شهروندان، روسای شهرداری و کنشگران سیاسی بسیار اهمیت دارد؛ بنابراین، حجم وسیعی از تحقیقات در مورد عوامل اثرگذار بر میزان رضایتمندی شهروندان از خدمات عمومی ارائه شده توسط نهادها که توسط دولت، شهرداری‌ها، سازمان‌های همگانی، سایر ارائه‌دهندگان خدمات و تحقیقات دانشگاهی انجام شده، وجود دارند. اغلب این مطالعات به بحث درباره عوامل عینی و محسوس و عوامل توضیحی ابزاری، سنجش خدمات بر پایه میزان و کیفیت، برای مثال، خدمات آموزشی، زیرساخت و مناطق عمومی می‌پردازند [۱، ۲، ۳]. باین حال، دریافته‌اند که با اینکه خدمات همگانی عموماً برای همه افرادی که از این خدمات استفاده می‌کنند یکسان و یکنواخت در نظر گرفته شده، اما آنها توسط افراد مختلف که از خدمات مشابه استفاده می‌کنند به گونه‌ای متفاوت ارزیابی می‌شوند. تصور می‌شود که این تفاوت‌ها نتیجه عوامل ذهنی هستند [۴]. برخی محققان مانند نیگرو و سیسارو (۲۰۱۶) تا حدودی عوامل اثرگذار ذهنی بر میزان رضایت از قبیل عواطف، کیفیت زندگی مکان درک شده، وفاداری و انتظارات را بررسی کرده‌اند [۶]. باین حال، هنوز نیاز مبرم به انجام تحقیقات گسترده‌تر با تمرکز بر نقش سایر عوامل ذهنی اثرگذار بر میزان رضایتمندی شهروندان از خدمات عمومی در شهر تبریز وجود دارد. نقش دل‌بستگی به محل زندگی به‌عنوان عامل اثرگذار بر عواطف بحث نشده است؛ اما دو عامل مهم دیگر نیز وجود دارند که باید در رابطه با رضایتمندی از خدمات در شهر تبریز در نظر گرفته شوند، یکی رضایت درک شده از رابطه متقابل بین تأمین‌کننده (شهرداری) و گیرنده (شهروندان) می‌باشد. شهروندان می‌خواهند بر نواحی عمومی کنترل داشته و در آن مشارکت کنند. آنها می‌خواهند که توسط ارائه‌دهندگان خدمات به‌عنوان "مشتریان ارزشمند"، مانند تجربه آنها در بخش کسب‌وکار تلقی شوند. علاوه بر این، آنها بر مشارکت در فرآیندهای توسعه و تصمیم‌گیری پافشاری می‌کنند. عامل دیگر که می‌تواند سطوح مختلف خدمات استاندارد را در شهر تبریز توضیح دهد، عاملی ذهنی یعنی، تصویر درک شده از کیفیت زندگی در مکان است. تصویر درک شده خوب می‌تواند به ایجاد احساسات از تمامیت و شادی در شهروندان و نیز به توسعه دید و ارزیابی بهتر از موقعیت‌های بیرونی در شهر تبریز بینجامد.

این تحقیق شامل دو مرحله متوالی از مطالعات یعنی: مجموعه مصاحبه‌های شبه‌سازی و مدل یکپارچه است. این مدل به‌صورت تجربی روی داده‌های نظرسنجی انجام شده در شهر تبریز امتحان شد. این مدل بر متغیر وابسته، میزان رضایتمندی شهروندان از خدمات شهری، همراه با سه متغیر مستقل از دل‌بستگی به شهر، رابطه متقابل شهروندان (برقراری ارتباط) با شهرداری و کیفیت زندگی فردی درک شده از سوی شهروندان متمرکز است. با توجه به مطالب بالا ۴ فرضیه اصلی که فرضیه ۳ و ۴ هر کدام داری ۲ فرضیه الف و ب هستند با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری در نظر گرفته و به‌صورت تجربی بررسی شدند.

فرضیه ۱: دل‌بستگی به مکان بر رضایت شهروندان از خدمات شهرداری تأثیر مثبتی خواهد گذاشت.

فرضیه ۲: کیفیت زندگی درک شده بر رضایت شهروندان از خدمات شهرداری تأثیر مثبتی خواهد گذاشت.

فرضیه ۳

الف: دل‌بستگی به شهر بر درک کیفیت زندگی در شهر تأثیر مثبتی خواهد گذاشت.

ب: دل‌بستگی به شهر واسطه بین درک کیفیت زندگی در شهر و رضایت شهروندان از خدمات خواهد بود.

فرضیه ۴

الف: ارتباط مثبت بین شهرداری و شهروندان بر ارزیابی شهروندان از کیفیت زندگی در شهر تأثیر مثبتی خواهد گذاشت.

ب: ارتباط مثبت بین شهرداری و شهروندان بر ارزیابی رضایت شهروندان از خدمات شهری تأثیر مثبتی خواهد گذاشت.

پیشینه تحقیق

اسدی و کلاته میمری (۱۴۰۱)، در تحلیلی بر توزیع فضایی خدمات شهری با محوریت عدالت اجتماعی و تأکید بر رضایت شهروندان منطقه ۱۱ مشهد، نتایج نشان داد که محلات دانشجو، شریف، فرهنگ، تربیت و آزادشهر به ترتیب بیشترین رضایت را از توزیع خدمات شهری داشته و محله زیباشهر کمترین رضایت را از توزیع خدمات شهری دارد. نتایج تمامی مدل‌های استفاده شده در مقاله دارای همخوانی و مطابقت بالایی می‌باشند [۶]. معتمدی و همکاران (۱۳۹۸)، در ارزیابی میزان رضایت شهروندان از عملکرد مدیریت شهری در حوزه خدمات شهری، شهر فاروج، نتایج پژوهش حاکی از آن است که میانگین رضایت‌مندی از خدمات عمومی در شهر فاروج برابر با ۳/۵۳ است که می‌توان گفت میزان رضایت‌مندی شهروندان از این خدمات در سطح متوسط قرار دارد [۷]. انصاری (۱۳۹۸)، در بررسی تأثیر میزان رضایت شهروندان در مدیریت شهری شهر اصفهان، نتایج بیانگر آن است که بین میزان رضایت شهروندان با مدیریت شهری، رابطه معناداری وجود دارد [۸]. مبارکی (۱۳۹۷)، در ارزیابی میزان رضایت‌مندی شهروندان شهر مراغه از عملکرد مناطق شهرداری، نتایج تحقیق نشان می‌دهد؛ میزان رضایت‌مندی شهروندان از عملکرد شهرداری مراغه پایین‌تر از حد متوسط است. تفاوتی بین مناطق مورد مطالعه در رضایت‌مندی از عملکرد مناطق شهرداری به‌طور کل وجود ندارد و در هر سه منطقه رضایت‌مندی ضعیف است [۹]. مرادنژاد رحیم بردی و همکاران، (۱۳۹۶)، در تحقیقی با عنوان، سنجش رضایت‌مندی شهروندان از خدمات شهری شهرداری بابلسر، بر اساس یافته‌های پژوهش عامل پارکینگ‌های عمومی با ضریب رضایت ۰/۴۸۴ به‌منزله مهم‌ترین الزامات اساسی، عامل رسیدگی شهرداری به چهره ظاهری شهر از نظر زیبایی، مبلمان شهری و... با ضریب رضایت ۰/۵۵۰ به‌منزله مهم‌ترین الزامات عملکردی و عامل زیبایی ساختمان‌های شهر با ضریب رضایت ۰/۵۹۱ به‌منزله مهم‌ترین الزامات انگیزشی شناخته شدند. به‌طورکلی شهروندان به ترتیب از الزامات انگیزشی، عملکردی و اساسی رضایت بیشتری دارند [۱۰]. اوچوا ریگو و همکاران (۲۰۲۲)، در بررسی رضایت و وفاداری شهروندان در منطقه شهری گواپاکیل: دیدگاه کیفیت خدمات عمومی با استفاده از معادلات ساختاری، نشان می‌دهند که سیاست‌های اعمال شده توسط مدیران مناطق مختلف تأثیر قابل‌توجهی بر ارزش درک شده توسط شهروندان در رضایت و وفاداری دارد که به‌زیستی عمومی آنها را شکل می‌دهد. سیاست‌هایی برای بهبود در خدمات شهری مانند امنیت شهروندان، کیفیت هوا، روشنایی عمومی و خدمات ورزشی مشخص شده است. دانستن این کاستی‌ها به سیاستمداران اجازه می‌دهد تا تلاش خود را بر بهبود کیفیت زندگی در شهرها متمرکز کنند [۱۱]. کلیفتون و همکاران، (۲۰۲۲)، در تحقیقی با عنوان، ارزیابی خدمات عمومی از دیدگاه شهروندان: چه چیزی می‌توانیم از نظرسنجی‌ها بیاموزیم؟ بیان می‌کنند نظرسنجی به ابزاری ثابت تبدیل شده است که دانشمندان می‌توانند از طریق آن به ارزیابی کیفیت خدمات عمومی ارائه شده توسط دولت‌ها بپردازند و بینش‌های جدیدی در رابطه با ارائه خدمات عمومی شهری برای رضایت شهروندان به دست بیاورند [۱۲]. منیز و همکاران، (۲۰۲۲)، در ارزیابی خدمات عمومی با توجه به انتظارات کاربران، بیان می‌کنند نتایج این کار می‌تواند به‌عنوان راهنمای مدیریت شهری در ساخت مدل‌های مؤثر برای ارزیابی خدمات عمومی آنها و تضمین استانداردهای کیفیتی که انتظارات کاربران را برآورده می‌کند، استفاده شود [۱۳]. لامین و هرمانتون (۲۰۱۹)، در تحقیق اثر کیفیت خدمات به سمت رضایت عمومی و اعتماد عمومی بر دولت محلی در اندونزی، نشان می‌دهند به‌منظور افزایش رضایت عمومی از نیازهای اساسی مانند آموزش و خدمات بهداشتی، دولت منطقه‌ای باید ارائه، به‌موقع بودن خدمات، در دسترس بودن اطلاعات، حرفه‌ای بودن کارکنان، نگرش کارکنان، نقش‌های بیرونی و درونی مدیران را بهبود بخشد و درعین حال به حداقل برساند. علاوه بر این، در این مدل نیز مشهود است که افزایش رضایت عمومی از خدمات اساسی می‌تواند اعتماد عمومی را نسبت به دولت منطقه‌ای افزایش دهد [۱۴].

مبانی نظری

رضایتمندی از خدمات شهرداری (CSMS) بیانگر نگرش کلی شهروندان نسبت به شهرداری است [۱۵]. تحقیقات قبلی نشان داده‌اند که نگرش ذهنی دارای سه بخش: عاطفی، شناختی و رفتاری است. از بین این سه، بخش عاطفی به دلیل داشتن مشخصه کلی آن مهم‌ترین بخش در نظر گرفته شده است [۱۶].

رضایتمندی از خدمات عمومی

در ارزیابی خدمات عمومی، موضوعات متعددی سبب مشکلاتی می‌شوند. ابتدا تفاوت بین رضایتمندی مشتری از خدمات و رضایت از محصولات باید مورد توجه قرار گیرد. این تفاوت‌ها عمدتاً مربوط به چهار ویژگی که مخفف IHIP را تشکیل می‌دهند یعنی: ذهنی بودن (نمی‌توان آن را دید، چشید یا لمس کرد)، ناهمگونی (خود خدمات اغلب از یک مشتری به مشتری دیگر متفاوت است)، جداناپذیری (تولید و مصرف خدمات را نمی‌توان از هم جدا نمود) و فناپذیری (پس از مصرف وجود ندارد) هستند [۱۷].

ارائه‌دهندگان خدمات عمومی نوعی سازمان چند خدماتی هستند که مجموعه‌ای از خدمات را به شهروندان (مشتریان) ارائه می‌دهند. در نتیجه، ارزیابی رضایت درک شده کلی شهروند از خدمات عمومی پیچیده‌تر از یک نوع خدمت است [۱۸]؛ بنابراین، شهروندان می‌توانند از ترکیبات مختلف حالات عمومی و ذهنی ارزیابی تجربه از قبیل احساسات و نظرات درباره "خدمات عینی" و ارزیابی‌های قضاوتی بهره ببرند [۱۹].

در رابطه با موضوع فوق این سؤال مطرح می‌شود که آیا رضایتمندی کلی از خدمات شهری را به صورت متغیر وابسته بررسی می‌کنند یا بجای آن، رضایت‌ها از خدمات مختلف را بررسی کرده و بعد آنها را با هم ترکیب می‌کنند؟

نکته جالب اینکه تحقیقات اندکی در خصوص رضایتمندی کلی از خدمات شهرداری انجام شده است. فون رایزین (۲۰۰۴) طرفدار سنجش کلی است و این نکته را ذکر می‌کند که این عامل شاخص مهمی از پیامدهای رفتاری نظیر اعتماد و تمایل به ماندن در شهر است [۲۰]؛ بنابراین رضایتمندی کلی ابزار تحلیلی مؤثرتری برای ارزیابی جنبه‌های هیجانی خدمات عمومی محلی است، چون رضایتمندی بخشی از پردازش عاطفی است که شامل عوامل ذهنی نظیر کیفیت زندگی و ادراک ارائه‌دهندگان خدمات می‌باشد.

دلبستگی به مکان

دلبستگی به مکان پیوند عاطفی بین فرد و مکان را توصیف می‌کند [۲۱، ۲۲، ۲۳، ۲۴]. پژوهش درباره روابط بین دلبستگی به مکان و وفاداری و رضایتمندی از خدمات بیشتر در زمینه اوقات فراغت و گردشگری بوده است [۲۵]. همچنین، می‌توان در نظر داشت که رضایتمندی از خدمات شهری می‌تواند تحت تأثیر عواطفی مانند حس دلبستگی به مکان خاص باشد.

رویکرد پژوهش برای دلبستگی به مکان، تأکید بر مشارکت‌های گروهی و منطقه‌ای به حس هویت و تعلق خاطر شهروندان است این احساس که "هویت فرد" به محل زندگی بستگی دارد و به آن دلبستگی دارد. این رویکرد یک ارتباط اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، روانی و عاطفی تقریباً طبیعی بین افراد و محل اقامت آنها است [۲۶]. نظریه‌های مختلف سعی کرده‌اند ماهیت این ارتباط را توضیح دهند. برخی با بررسی احساسات، نظرات و تجربیاتی که یک فرد یا گروه را به مکان پیوند می‌دهد، بر بُعد روان‌شناختی تأکید کردند [۲۷ و ۲۸]. اسکانل و گیفورد (۲۰۱۰) دریافتند که دلبستگی به مکان شامل سه بُعد: (الف) خاطرات، تجارب و اهمیت نمادین مشترک با اعضای گروه؛ (ب) اشتیاق، رضایت، غرور، تعلق خاطر به مکان و میل به حضور در آنجا؛ و (ج) مناسب بودن مکان برای احتیاجات فرد و دستیابی به هدف است [۲۹].

امروزه در نتیجه‌ی افزایش دسترسی و حرکت افراد به مکان‌های مختلف در زندگی روزمره آنها برای کار، مطالعه و سرگرمی، ادراک ارتباط با مکان سیال‌تر شده و ارتباطات عواطفی زیادی را همزمان با مکان‌های مختلف در اختیار می‌گذارد [۳۰]. دو پیامد این کار، ۱- افزایش تنوع انتخاب‌ها برای استفاده از خدمات و ۲- کاهش وفاداری به مدیران محلی است [۳۱]. همه اینها رقابت برای جلب توجه فرد در ارتباط با

مکان‌های مختلف، استفاده از خدمات و وفاداری به شهرداری را افزایش می‌دهد؛ بنابراین، فرض بر این است که میزان بالای دلبستگی به مکان برای افزایش رضایتمندی از خدمات شهری مورد نیاز است.

کیفیت زندگی

هدف این مطالعه ارزیابی تأثیر هیجانات کیفیت زندگی بر رضایت شهروندان از خدمات شهری به دلیل وجود عواطف در روند ارزیابی است. در واقع، نظریه روان‌شناختی اثرات غیرمستقیم حالات عاطفی را شناسایی می‌کند. وقتی محرک خنثی وجود دارد، می‌تواند با عاطفه مثبت یا منفی همراه شود و بعد بر روند دوست داشتن یا دوست نداشتن اثر گذارد؛ بنابراین، تعجبی ندارد که حالات خلقی اثرگذار بر ارزیابی اطلاعات در قضاوت‌های ارزیابی عملکرد را به شیوه‌ای سازگار با اثرات هماهنگ با خلق بفهمیم. به بیان دیگر، افراد دارای حالات عاطفی مثبت باید بتوانند اطلاعات بیشتر مثبت و کمتر منفی را درباره افراد هدف ارزیابی کنند. این پویایی، باید به رتبه‌بندی‌های با عملکرد مثبت‌تر برای اهداف منجر شوند [۳۲]. برای مثال، تحقیقات بازاریابی دریافته‌اند که خلق‌وخو هم بر رضایت مشتری و هم بر وفاداری به تأمین‌کننده اثر می‌گذارد [۳۳]. بر مبنای این همبستگی، می‌توان فرض کرد که افراد مدعی داشتن کیفیت زندگی خوب، حالات عاطفی مثبت‌تری دارند [۳۴ - ۳۵]. این افراد مایل‌اند ارزیابی مثبت‌تری از اشیاء و در مورد این مطالعه، ارزیابی مثبت‌تری از خدمات ارائه شده توسط شهرداری داشته باشند.

دلبستگی به مکان و کیفیت زندگی

تحقیقات اخیر نشان داده‌اند که دلبستگی به مکان یا جامعه به بهبود کیفیت زندگی فرد کمک می‌کند [۳۶]. با استفاده از پنج پارامتر اجتماعی کیز (۱۹۹۸) برای سنجش کیفیت زندگی، نشان داده شد که دلبستگی به مکان درک کیفیت زندگی در محله و نیز در منطقه زندگی بزرگ‌تر مانند شهر را بهبود می‌بخشد [۳۷]. سایر تحقیقات سعی کرده‌اند تا از این یافته حمایت کنند [۳۸].

ارتباط بین شهرداری و شهروند

ارتباط را می‌توان به صورت پیوند عاطفی انتزاعی ذهنی که بین حداقل دو طرف وجود دارد تعریف کرد. نظریه بازاریابی ارتباطی مطرح شده توسط دانکن و موریرتی (۱۹۹۸) درباره ارتباطات این ایده را پیشنهاد کرد که ایجاد رابطه نقش‌های ارتباطی متعددی را دربر می‌گیرد. علاوه بر نقش قبلی متقاعدسازی، سایر ظرفیت‌های ارتباطی مهم عبارت از اطلاع‌رسانی، پاسخگویی و گوش‌دهی هستند که در آخر آن را به نقش ارتباطی متقابل تبدیل می‌کند. متقاعدسازی، علی‌الخصوص در راهبردهای بازاریابی مبتنی بر مبادله، عمدتاً مربوط به ارتباط یک‌طرفه است و بازاریابی رابطه‌ای، پیوندی است که بین برند تجاری، شرکت یا ارائه دهنده خدمات و سهامداران یا مشتریان آن وجود دارد. جمع خالص ارتباط برند تجاری، عامل تعیین‌کننده مهم ارزش برند است [۳۹]. از دیدگاه وبستر (۱۹۹۲)، داشتن ارتباط مداوم با مشتری مهم‌ترین دارایی کسب‌وکاری شرکت است. این دارایی همچنین در طیف وسیعی از زمینه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و روان‌شناختی بکار می‌رود و به عنوان روشی برای توسعه، ساماندهی و نشر دانش عمل می‌کند [۴۰]. پیشنهاد دیدگاه بازاریابی ارتباطی این است که مدیران شهری باید پیوندهای خیلی نزدیک بین خود و شهروندان برقرار کنند [۴۱].

ارتباط عاملی اثرگذار بر میزان رضایتمندی شهروندان است، چون همانند بیشتر بخش‌ها، خدمات شهری مبتنی بر تعاملات شخصی بین ارائه‌دهندگان خدمات و شهروندان ذینفع است. مدیرانی که ارتباطات را بیشتر مورد توجه قرار می‌دهند به‌عنوان تأمین‌کنندگان بهتر خدمات تلقی می‌شوند [۴۲]. در نتیجه، شهرها از راهکار بازاریابی ارتباطی که معمولاً در زمینه کسب‌وکار استفاده می‌شود و کارآمدتر از اقدامات برای انتقال سنتی یک‌طرفه است بهره می‌برند.

توماس (۲۰۱۳) بر این نکته تأکید داشت که شهروندان نه تنها باید به عنوان مشتری، بلکه باید به عنوان شرکا نیز در نظر گرفته شوند؛ بنابراین، کارکردهای رابطه‌ای اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند [۴۳].

در این مطالعه، این فرضیه وجود دارد که بازاریابی ارتباطی (که در اینجا به آن ارتباط گفته می‌شود) یکی از عوامل مهم در زمینه جنبه‌های ذهنی بنیادین ارزیابی کیفیت زندگی شهروندان در شهر یا رضایت آنها از خدمات عمومی شهری است.

روش‌ها

در این پژوهش برای دستیابی به پاسخ‌های معنادارتر و دقیق‌تر به سؤال "دلایل بروز رضایت بیشتر دریافت‌کنندگان از خدمات عمومی شهر چیست؟" از دو مرحله کمی و کیفی استفاده شده است.

مطالعه کیفی

مصاحبه‌های عمیق ایزاری کارآمد برای کسب بینش‌هایی در خصوص دنیای پاسخگو، مناسب برای پژوهش اکتشافی و اغلب مکاشف غیرقابل پیش‌بینی هستند. ۱۲ نفر برای این پژوهش مصاحبه شدند. افراد همگی ساکنان شهر تبریز بودند افراد از طریق نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شدند و به منظور نمایش "نظرات مختلف" در محدوده سطوح تحصیلی، سنین، تجارب شغلی و مراحل مختلف زندگی غربالگری شدند؛ و مصاحبه‌شوندگان ۶ مرد و ۶ زن، در محدوده سنی ۳۴ تا ۶۶ سال قرار داشتند، از نظر مدت اقامت در شهر مابین ۱۰-۳۰ سال حضور داشتند. از هر مصاحبه‌شونده چهار سؤال اصلی پرسیده شد:

- چه چیزی بر تصمیم شما برای زندگی در شهر اثر می‌گذارد؟
- تجربه زندگی خود در شهر را چگونه توصیف می‌کنید؟
- آیا زندگی در جای دیگری را ترجیح می‌دهید؟
- رابطه خود با شهرداری را چگونه توصیف می‌کنید؟

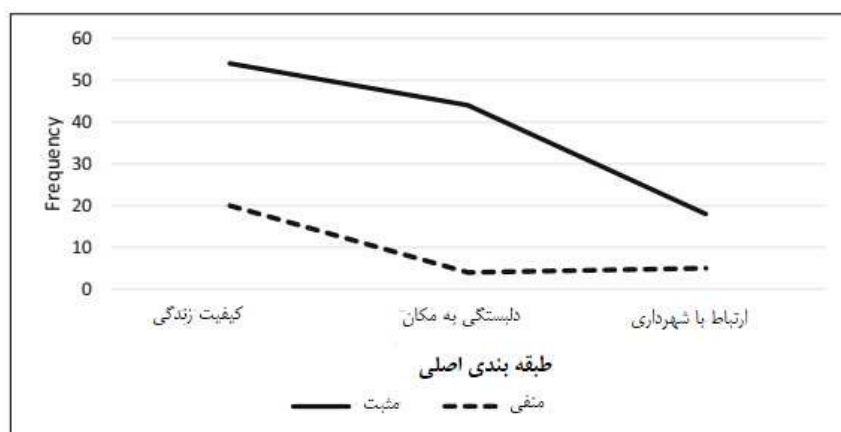
به دنبال آن سولاتی با هدف شفاف‌سازی پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان، علی‌الخصوص برای نشان دادن جنبه‌های مثبت و منفی در هر فرد مطرح شد.

چندین روش برای اطمینان از پایایی تحلیل کیفی استفاده شد: (۱) تحلیل مرحله‌به‌مرحله، هر مرحله به‌عنوان پایه‌ای برای مرحله بعدی عمل می‌کند. (۲) تحلیل واژگانی عبارات و رتبه‌بندی هر عبارت بر پایه فراوانی استفاده برای هر مرحله؛ (۳) ایجاد اعتماد بین مصاحبه‌کننده با تجربه و پاسخ‌دهنده؛ (۴) مثلث‌بندی نتایج.

همه نوشته‌های مصاحبه به‌صورت جداگانه شدند. سه دسته اصلی در این مطالعه: دلستگی به مکان، رابطه با شهرداری، کیفیت زندگی در شهر و رضایتمندی از خدمات عمومی (به شکل ۱ رجوع کنید) شناسایی شد. در ادامه متن، هر دسته اصلی شامل اظهارات مثبت و منفی افراد بود.

دلستگی به مکان - شامل ابراز عشق، تعلق خاطر و پیوند عاطفی با شهر بود و از طریق اظهارات مثبت، مانند "من این شهر را دوست دارم"؛ "این شهر بخشی از تصورات از خودم است"؛ "این شهر بخشی از ریشه‌های من است"؛ و چند اظهارنظر منفی، مانند "وقتی در خیابان قدم می‌زنم، احساس تعلق خاطری نسبت به آن ندارم"؛ آشکار شد.

کیفیت زندگی - شامل تعریفی مثبت از خدمات عمومی، کیفیت هوا و نیز روابط اجتماعی خوب، برای مثال، "کیفیت زندگی در این شهر بسیار بالاست"؛ "شهر هر چیزی را که نیاز دارم (مناظر زیبا، دوستان خوب و خدمات قابل دسترسی) را دارد." و اظهارات منفی مانند "به نظرم به‌سختی می‌توانم بگویم که کیفیت زندگی در اینجا عالی هست" است.



شکل ۱. فراوانی استفاده از دسته‌های اصلی

ارتباط (برقراری ارتباط) با شورای شهر و شهرداری- شامل نحوه انتقال اطلاعات به شهروندان، شفافیت و توجه به شهروندان است. این رابطه از طریق اظهاراتی نظیر "پست‌های این وب‌سایت اطلاعیه‌هایی درباره فعالیت‌های مختلف انجام شده در شهر است و این باعث می‌شود احساس خوبی داشته باشم." "من از هر آنچه در شهر رخ می‌دهد و از آنچه شورای شهر منتشر می‌کند باخبر هستم"؛ اظهارات منفی مانند "واقعاً نمی‌دانم شورای شهر چه کار می‌کند" بیان شد.

سه موضوع اصلی در ارتباط با رضایت شهروندان از خدمات شهری (به ترتیب نزولی) عبارتند از کیفیت زندگی، دلبستگی به شهر و برقراری ارتباط با شهرداری بودند. بر پایه این دسته‌بندی‌ها، بعد مدل مفهومی ساخته شد و پایه‌ای برای پرسشنامه نظرسنجی فراهم شد.

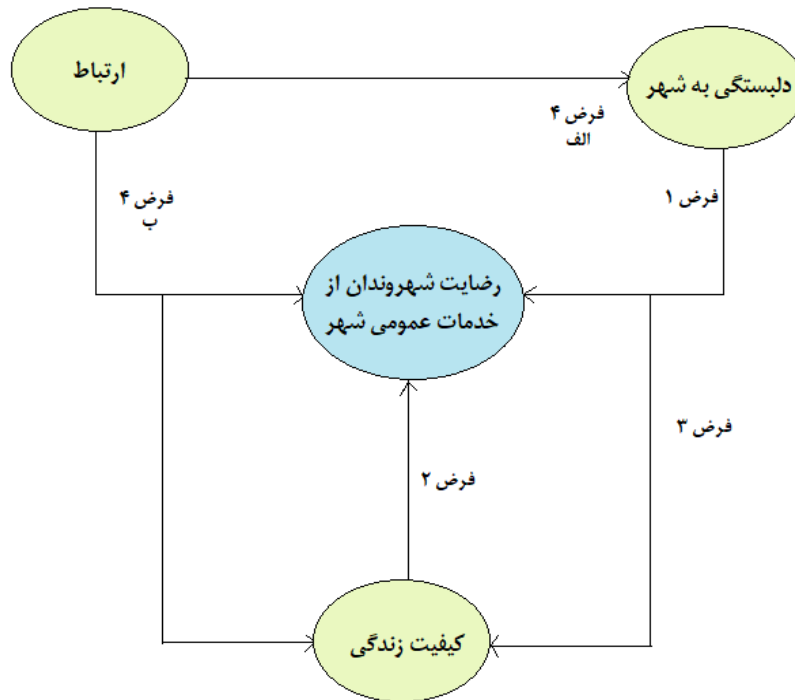
مطالعه کمی

این مرحله شامل نظرسنجی بود. نظرسنجی از شهروندان در فروردین ۱۴۰۱ در شهر تبریز انجام شد. جامعه آماری جمعیت شهر تبریز که در سال ۱۳۹۵ برابر ۱۵۹۳۳۷۳ نفر می‌باشد. حجم نمونه با روش کوکران برابر ۳۸۴ نفر به دست آمد. اظهارات نظرسنجی بر پایه پاسخ مصاحبه-شوندگان (مرحله ۱) و متون پژوهشی است. نظرسنجی نهایی شامل دوازده آیت؛ در چهار دسته ۳ آیتمی که در مطالعات کیفی آمده وجود داشتند.

- رضایتمندی از شهرداری - سه آیت "رضایت کلی شما از عملکرد شهرداری چیست؟" [۱۵].
 - ارتباط- سه آیت "تا چه میزان از تماس روزانه با شهرداری راضی هستید؟" [۱].
 - کیفیت زندگی- سه آیت "در شهرم کیفیت زندگی خوبی وجود دارد." [۴۴].
 - دلبستگی- سه آیت "احساس غرور می‌کنم که شهروند شهرم هستم" [۴۵]. رجوع کنید.
- آیت‌ها بر پایه مقایسه‌ای برگرفته از تحقیقات قبلی بودند. از پاسخ‌دهندگان خواسته شد تا سطح موافقت خود را با جملات مختلف با استفاده از مقیاس هفت نمره‌ای لیکرت، از ۱ = کاملاً مخالف تا ۷ = کاملاً موافق، نشان دهند. سوالات اجتماعی- جمعیت شناختی نیز گنجانده شدند. برای تحلیل اطلاعات از روش معادلات ساختاری با تحلیل عاملی با نرم‌افزار AMOS 25 انجام گرفت.

جدول ۱. متغیرهای تحقیق [۱۵، ۱، ۴۴، ۴۵]

متغیرها	شاخص‌ها
رضایت از خدمات عمومی	"رضایت کلی از شهرداری و خدمات آن"
	"رضایت کلی از عملکرد شهردار"
	"رضایت از عملکرد مدیریت در شهر"
کیفیت زندگی	"کیفیت عالی زندگی در این مکان"
	"از نظر مکانی جای خوبی برای زندگی است"
	"حس خوب زندگی در این مکان وجود دارد"
دلبستگی	"مفتخرم که شهروند این شهر هستم"
	"شهر بخشی از هویت من است"
	"ریشه من در این شهر است"
ارتباط	"رابطه عمومی خوب شما با شهرداری"
	"دریافت کلیه اطلاعات مورد نیاز از شهرداری"
	"شهرداری به نظرات من توجه دارد"

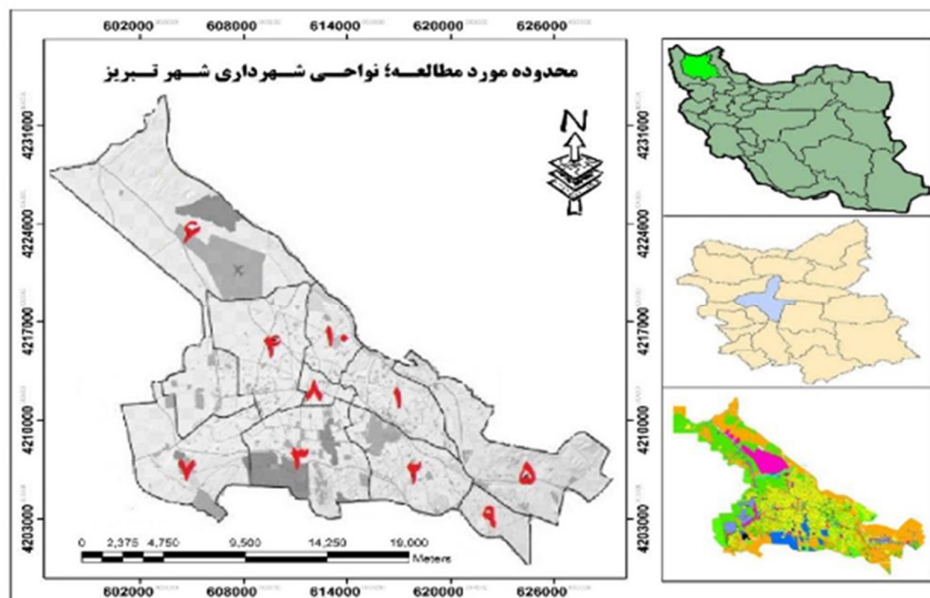


شکل ۲. مدل مفهومی تحقیق (عوامل مؤثر بر رضایت شهروندان از بعد ذهنی)

محدوده مورد بررسی

استان آذربایجان شرقی با جمعیت ۳۹۰۹۶۵۲ نفر از استان‌های ترک‌نشین ایران است که تبریز مرکز استان آذربایجان شرقی در ناحیه شمال غربی آن واقع شده است. مرکز استان شهر تبریز با جمعیت ۱۵۹۳۳۷۳ نفر ۴۲ درصد جمعیت استان را به خود اختصاص داده است. بر اساس تقسیمات کالبدی طرح جامع، این شهر به ۱۰ منطقه تقسیم شده است. شهر تبریز از نظر الگوی کلی فرم شهری دارای یک شکل خاص قابل

طبقه‌بندی نمی‌باشد. شکل شهر تبریز به‌تبع تأثیر از توسعه ادواری فرم‌های متفاوتی را به خود گرفته است. به‌طوری‌که شکل درون‌گرایانه را در بافت تاریخی شهر (هسته مرکزی)، شکل شعاعی را در بافت داخلی، شکل حلقوی را در میان بافت داخلی و حاشیه‌ای، شکل شطرنجی را در بافت‌های نو و برنامه‌ریزی شده و شکل آشفته را در بافت‌های غیررسمی می‌توان ملاحظه نمود [۴۶].



شکل ۳. موقعیت شهر تبریز. (نگارنده، ۱۴۰۱)

یافته‌ها

ابتدا تحلیل عاملی اکتشافی (EFA) با چرخش واریماکس انجام شد. آیت‌ها در هر عامل با بارگذاری کمتر از $0/50$ حذف شدند. سه عامل با ویژه مقدار بیشتر از ۱ به‌عنوان متغیرهای مستقل تولید شد که 77% واریانس را توضیح می‌دهند. مجموع مجذور بارها چرخیده واریانس را به شرح زیر: کیفیت زندگی 45% ، دلبستگی 20% و رابطه 12% توضیح می‌دهند. دلبستگی 50% ، کیفیت زندگی 12% و رابطه 15% را توضیح می‌دهد. آزمون تک عاملی هارمن برای اطمینان از عدم وجود سوگیری واریانس در روش رایج استفاده شد. نتایج نشان می‌دهند که تک عاملی معنای ابعاد زندگی، 55% کل واریانس را به خود اختصاص داده است.

دوم اینکه، بعد آزمون پایایی، یعنی آلفای کرونباخ برای سه عامل فوق: برای دلبستگی به شهر (سه آیت، $0/89 = \alpha$)؛ برای کیفیت زندگی (سه آیت، $0/92 = \alpha$)؛ برای رابطه بین شهرداری و شهروند (سه آیت، $0/85 = \alpha$) بود. تحلیل آلفای کرونباخ برای متغیر وابسته، رضایت شهروندان از خدمات عمومی با سه آیت یعنی آلفای کرونباخ برابر $0/96$ شد. نتایج در جداول ۲ و ۳ نمایش داده شده است.

سوم اینکه، تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) انجام شد. تحلیل عاملی تأییدی نشان می‌دهد که آیت‌های مقیاس به‌طور رضایت‌بخشی بارگذاری شدند. روایی همگرا، روایی افتراقی و سازگاری درونی با استفاده از سه معیار سنجش زیر یعنی: متوسط واریانس استخراج شده (AVE)، پایایی ترکیبی (CR) و روایی افتراقی به ترتیب با روایی و پایایی قابل قبول برای اکثر سنجش‌ها بررسی شدند. تخمین‌های بارگذاری استاندارد برای همه آیت‌ها معنی‌دار بوده و همگی بیشتر از $0/5$ بودند. معیارهای AVE برای همه سازه‌ها بیشتر از $0/5$ بود؛ بنابراین، روایی همگرای قابل قبولی برای سازه‌ها وجود دارد. مقایسه مجذور تخمین همبستگی بین هر جفت از

این سازه‌ها با مقادیر متوسط واریانس استخراج شده، مقادیر بیشتری را برای متوسط واریانس استخراج شده در همه حالات نشان می‌دهد که روایی افتراقی سازه را بیشتر تأیید می‌کند به جدول (۳) رجوع کنید.

جدول ۲- تحلیل عاملی تأییدی: ویژگی‌های اندازه‌گیری آیتم‌ها

آیتم‌ها	تعداد	Std. loading ^a	AVE ^b	CR ^c	Cronbach's alpha
رضایت از خدمات عمومی	۳		۰/۸۲۱	۰/۹۳	۰/۹۶
"رضایت کلی از شهرداری و خدمات آن"		۰/۸۵			
"رضایت کلی از عملکرد شهردار"		۰/۸۸			
"رضایت از عملکرد مدیریت در شهر"		۰/۷۹			
کیفیت زندگی	۳		۰/۷۹۵	۰/۸۸	۰/۹۲
"کیفیت عالی زندگی در این مکان"		۰/۷۴			
"از نظر مکانی جای خوبی برای زندگی است"		۰/۷۸			
"حس خوب زندگی در این مکان وجود دارد"		۰/۸۰			
دلبستگی به شهر	۳		۰/۷۲۵	۰/۷۷۱	۰/۸۵
"مفتخرم که شهروند این شهر هستم"		۰/۵۵			
"شهر بخشی از هویت من است"		۰/۷۶			
"ریشه من در این شهر است"		۰/۷۱			
ارتباط	۳		۰/۷۶۳	۰/۷۹۹	۰/۸۹
"رابطه عمومی خوب شما با شهرداری"		۰/۹۳			
"دریافت کلیه اطلاعات مورد نیاز از شهرداری"		۰/۸۴			
"شهرداری به نظرات من توجه دارد"		۰/۶۳			

توجه داشته باشید: a: ضرایب استاندارد CFA. b: میانگین واریانس استخراج شده، c: قابلیت اطمینان ترکیبی

جدول ۳- تحلیل عاملی تأییدی-روایی افتراقی

آیتم	AVE	همبستگی	مربع همبستگی
کیفیت زندگی	۰/۷۹۵	دلبستگی	۰/۷۷۳
دلبستگی	۰/۷۲۵	ارتباط	۰/۶۹۶
ارتباط	۰/۷۶۳	کیفیت زندگی	۰/۷۱۲

چهارم اینکه، همبستگی بین متغیرها با استفاده از همبستگی پیرسون آزمایش شد.

پنجم اینکه، تحلیل مسیر با استفاده از نرم‌افزار AMOS25 و مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) بر پایه رویکرد حداکثر درست‌نمایی انجام شد. یک مزیت AMOS امکان آزمایش همزمان چندین معادله است که در نتیجه وجود نظم خاص بین متغیرهای مستقل مدل را تأیید می‌کند. افزون بر این، این تحلیل ارتباطات مستقیم و غیرمستقیم (از طریق سایر متغیرها) بین متغیرها را نشان می‌دهد.

فرض اصلی این مطالعه این است که عوامل ذهنی بر رضایت شهروندان از خدمات عمومی شهر (متغیر وابسته)، اثر می‌گذارند. پس از فرضیه‌های فوق، مدل مفهومی یکپارچه به‌عنوان چارچوبی برای بررسی رابطه متقابل بین کیفیت زندگی، دلبستگی به مکان و رابطه با رضایت شهروندان از خدمات عمومی شهر استفاده شد. همچنین این مدل شامل دلبستگی به مکان به‌عنوان عامل اثرگذار بر کیفیت زندگی بود. این مدل به‌صورت تجربی بر پایه نظرسنجی از شهروندان بود. به شکل ۳ رجوع کنید.

ماتریس همبستگی پیرسون (به جدول ۴ رجوع کنید) یک همبستگی مثبت ($\text{Sig} < 0/001$) بین متغیرهای مستقل مدل و متغیر وابسته رضایت شهروندان از خدمات عمومی شهر تبریز را نشان می‌دهد. قوی‌ترین همبستگی ($0/825$) بین کیفیت زندگی و دلبستگی به شهر یافت شد.

جدول ۴. ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرها

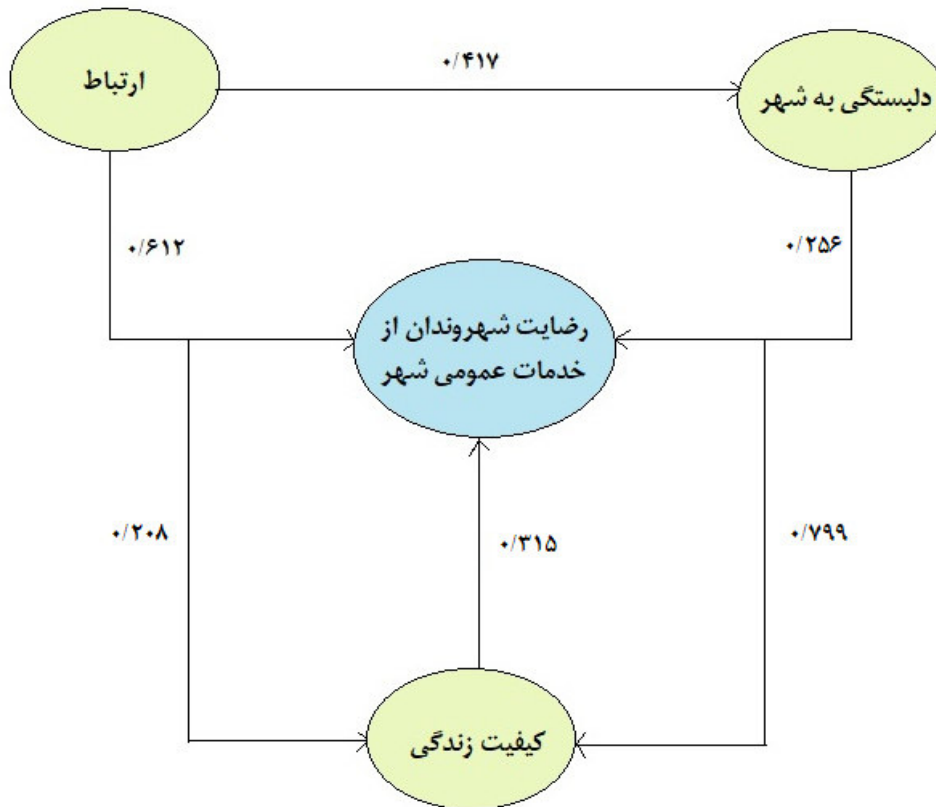
متغیرها	۱	۲	۳	۴
کیفیت زندگی شهری	۱			
دلبستگی به شهر	۰/۸۲۵	۱		
ارتباط بین شهروندان و شهرداری	۰/۵۷۳	۰/۵۵۸	۱	
رضایت از خدمات عمومی شهر	۰/۶۱۱	۰/۵۳۷	۰/۶۲۵	۱

تحلیل مسیر با استفاده از نرم‌افزار AMOS 25 برای مقایسه مدل یکپارچه با فرضیه‌ها انجام شد. نتایج تحلیل مسیر نشان می‌دهند نتایج این ساختارها را تأیید می‌کنند: مقدار شاخص نسبت بحرانی به درجه آزادی (DF/CMIN) برابر ۳/۵۶ که مقدار مطلوبی برای برازش مدل است. همچنین شاخص نیکویی برازش (GFI) ۰/۹۷۱ است که نشان‌دهنده قابل قبول بودن این میزان برای برازش مطلوب مدل است. مقدار ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) نیز ۰/۰۵۹ می‌باشد که با توجه به کوچک‌تر بودن از ۰/۰۸، قابل قبول بوده و بیان‌کننده تأیید مدل پژوهش است. همچنین شاخص توکر- لویس (TLI) ۰/۹۱۱؛ شاخص برازش تطبیقی (CFI) ۰/۹۰۵ و شاخص برازش مقتصد هنجار شده (PNFI) ۰/۸۵۶ می‌باشد که همگی گویای مطلوب بودن برازش و تأیید مدل پژوهش است. در جدول ۴ نشان داده شده است. این نشان می‌دهد که مدل مسیر معتبر است. مدل مسیر، ضرایب استاندارد رگرسیون و معناداری آنها در شکل ۴ نشان داده شده است. جدول ۶ روابط معناداری مستقیم و غیرمستقیم متغیرها و معیارهای آماری را نشان می‌دهد.

جدول ۵. شاخص‌های برازش مدل ساختاری میزان رضایت شهروندان از خدمات عمومی شهری

شاخص برازش	میزان	ملاک	تفسیر
مطلق	DF/CMIN	۳/۵۶	کمتر از ۵
	χ^2 -value	۰/۰۰۱	بیشتر از ۰/۰۵
تطبیقی	شاخص نیکویی برازش (GFI)	۰/۹۷۱	بیش از ۰/۹۰
	شاخص توکر- لویس (TLI)	۰/۹۱۱	بیش از ۰/۹۰
	شاخص برازش تطبیقی (CFI)	۰/۹۰۵	بیش از ۰/۹۰
مقتصد	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	۰/۰۵۹	کمتر از ۰/۰۸
	شاخص برازش مقتصد هنجار شده (PNFI)	۰/۸۵۶	بیشتر از ۰/۵

طبق فرضیات از شکل ۴ می‌توان فهمید که کیفیت زندگی دارای تأثیر مستقیم مثبتی بر رضایتمندی ($\beta = 0/315$) است. رابطه دارای تأثیر مستقیم و مثبتی بر رضایتمندی از خدمات عمومی ($\beta = 0/621$) است. رابطه بر کیفیت زندگی ($\beta = 0/208$) اثر می‌گذارد. دل‌بستگی تأثیر مستقیم و مثبت زیادی بر کیفیت زندگی ($\beta = 0/799$)، به‌طور غیرمنتظره‌ای فقط تأثیر غیرمستقیم بر رضایتمندی دارد؛ بنابراین، فرضیه‌های فرضیه‌های ۲، ۳ الف و ۴ الف و ب تأیید شدند. فرضیه ۱ تأیید نشد، ولی تأثیر غیرمستقیم و معناداری بین دل‌بستگی به مکان و رضایت شهروندان از خدمات از طریق کیفیت زندگی یافت شد. علاوه بر این، با اینکه در فرضیه‌ها گنجانده نشده، ولی ارتباط دارای تأثیر مستقیم و مثبتی بر دل‌بستگی به شهر است ($\beta = 0/417$). تحلیل ثابت کرد که کیفیت زندگی درک شده یک رابطه معنادار مثبت بین دل‌بستگی و میزان رضایت از خدمات است بنابراین، فرضیه ۳ ب تأیید شد. مدل $R^2 = 39\%$ واریانس رضایتمندی از خدمات عمومی و $R^2 = 59\%$ واریانس کیفیت زندگی را توضیح می‌دهد. جدول ۴ خلاصه‌ای از روابط بین متغیرها را بیان می‌کند: ارتباط دارای بیشترین میزان تأثیر بر رضایتمندی از خدمات عمومی (کل اثرات مستقیم و غیرمستقیم = $0/928$) است، پس از آن کیفیت زندگی (اثرات کل = $0/315$) و در نهایت، دل‌بستگی به شهر (اثر غیرمستقیم = $0/256$) قرار دارند.



شکل ۴. نتایج مدل - رضایتمندی از خدمات شهری

جدول ۶. اثرات معنادار مستقیم و غیرمستقیم بر متغیرهای تحقیق

وزن رگرسیون (مستقیم)		تأثیرات استاندارد شده			اثرات	
p	C.R	تخمین	غیرمستقیم	اثر مستقیم	جمع اثرات	
<...>	۱۱/۷۲	۰/۴۱۱	۰/۳۲۵	۰/۶۱۲	۰/۹۳۷	ارتباط ← رضایت
<...>	۵/۲۸	۰/۳۰۳	۰/۰۰۰	۰/۳۱۵	۰/۳۱۵	کیفیت زندگی ← رضایت
<...>			۰/۲۵۶	۰/۰۰۰	۰/۲۵۶	دلبستگی ← رضایت
<...>	۲۲/۱۶	۰/۶۸۵	۰/۰۰۰	۰/۷۹۹	۰/۷۹۹	دلبستگی ← کیفیت زندگی
<...>	۴/۴۱	۰/۱۲۷	۰/۴۵۲	۰/۲۰۸	۰/۶۶۱	ارتباط ← کیفیت زندگی
<...>	۸/۷۹	۰/۳۱۵	۰/۰۰۰	۰/۴۱۷	۰/۴۱۷	ارتباط ← دلبستگی

نتیجه گیری

یافته‌های پژوهش، نقش مهم عوامل ذهنی در تعیین میزان رضایتمندی شهروندان شهر از خدمات شهری را تأیید می‌کند. وجود رابطه خوب بین شهرداری و شهروندان به‌طور غیرمنتظره به‌عنوان عامل غالب دارای بیشترین میزان تأثیر مستقیم بر رضایتمندی شهروندان یافت شد. همچنین این رابطه از طریق کیفیت زندگی و از طریق دلبستگی به مکان، تأثیر غیرمستقیم بر رضایت شهروندان از خدمات شهری دارد؛ بنابراین، رابطه بالاترین اثر کلی بر رضایت شهروندان از خدمات شهری را دارد. این یافته این معنی را تداعی می‌کند که دنیای مدرن چالش‌های نوینی را برای شهرداری و شهروندان خود تحمیل می‌کند. ضمن توسعه فناوری، انتظارات شهروندان از سطح خدمات ارائه شده توسط شهرداری افزایش می‌یابد. به دنبال تحرک بالا و شبکه‌های رسانه‌ای بسیار پیشرفته، داشتن اطلاعات و آگاهی از رویدادهای سایر مکان‌ها بیشتر در دسترس شهروندان قرار می‌گیرند؛ بنابراین، آنها شهرداری خود را در رقابت دائمی قرار می‌دهند و انتظار دریافت بهترین اطلاعات و همکاری، به‌ویژه با توجه به افزایش از خودبیگانگی اجتماعی تجربه شده در دنیای پسامدرن را دارند.

احساسات شهروندان درباره کیفیت زندگی در شهر دومین عامل در سازه ذهنی است که حس رضایتمندی فرد از خدمات شهری را ایجاد می‌کند. یافته‌های تحقیق، فرضیه نظری را با اطلاع‌رسانی از مدل تحقیق تأیید می‌کند: افرادی که از کیفیت زندگی بالایی برخوردارند، به‌رغم اینکه از آن خدمات استفاده می‌کنند یا خیر، ارزیابی مثبت‌تری از خدمات ارائه شده توسط شهرداری خواهند داشت. احساس کیفیت زندگی بالا ممکن است ناشی از مشارکت شهروندان در حوزه عمومی و در کل احساسات تعلق خاطر و هم‌ذات‌پنداری با مکان و با جامعه باشد. طبق مطالعات قبلی، دلبستگی عاطفی به محل زندگی با بهبود حس کیفیت زندگی همراه است. با وجود همبستگی بالا بین دلبستگی و کیفیت زندگی، آنها دو طرح متفاوت را نشان می‌دهند؛ دلبستگی به مکان نشانگر دلبستگی عاطفی عمیق با شهر است که کاملاً یک مفهوم انتزاعی است و کیفیت زندگی نشانگر رضایتمندی از زندگی در شهر است و تحت تأثیر عواملی مانند محیط، ارتباطات اجتماعی و دوری از کار است. وقتی شهروند دارای پیوند عاطفی با مکان باشد، این می‌تواند منجر به درک مثبتی از کیفیت زندگی خود شود. نتایج این مطالعه نشان می‌دهند که میزان دلبستگی با محل سکونت فرد بیشترین تأثیر را بر کیفیت زندگی و کمترین تأثیر را بر رضایت شهروندان از خدمات شهر تبریز دارد. مطالب نظری این تحقیق در رویکرد کل‌نگر به مطالعه اینکه چه عواملی میزان رضایتمندی شهروندان از خدمات ارائه شده به آنها توسط شهرداری را با تمرکز بر عوامل ذهنی و همبستگی‌های آنها، اعم از مستقیم و غیرمستقیم جلب می‌کند اختصاص یافته است. از این‌رو، طبق

فرض مشخص شد که دل بستگی به مکان تأثیر مستقیمی بر رضایت شهروندان از خدمات عمومی شهر تبریز ندارد، بلکه از طریق کیفیت زندگی تأثیر غیرمستقیمی دارد و همچنین نتایج نشان داد که کیفیت زندگی می‌تواند بر رضایت شهروندان از خدمات شهر تبریز اثر بگذارد و طبق مشاهدات تحقیقات قبلی درباره کیفیت زندگی عکس آن درست نیست. ثانیه، ثابت شده که بُعد جدید ارائه شده در مطالعه، یعنی ارتباط بین شهرداری و شهروندان آن، عامل مهمی است.

همچنین این تحقیق نتایج تجربی در رابطه با تصمیم‌گیری مطلوب در مؤسسات دولتی را ارائه می‌دهد؛ بنابراین، باید تأکید قابل-ملاحظه‌ای بر تدابیر شهری مشوق دل بستگی عاطفی بین شهروندان و شهری که در آن زندگی می‌کنند شود. بهبود فعالیت‌های خدماتی یک اقدام ضروری است اما کافی نیست؛ مانند هر کسب‌وکار موفق که محصولات یا خدمات خود را بازاریابی می‌کنند، شهرداری‌ها باید اقدامات و منابع بودجه‌ای مربوطه در "بازاریابی اقدامات خود" برای شهروندان سرمایه‌گذاری کنند. اینها شامل باز کردن کانال‌های ارتباطی نظیر وبسایت‌ها، وقت‌های برای دسترسی به مدیران شهری برای ملاقات با شهروندان و جلسات گفتگوی منظم با شورای شهر هستند. شهرداری‌ها باید شفافیت و انتقال بی‌وقفه اطلاعات مربوطه را در اولویت قرار دهند. شهرداری موظف است خواسته‌ها و طرح‌های آتی خود را برای شهر تبریز توضیح دهد و به عموم مردم اجازه دهند تا در تصمیم‌گیری مشارکتی، تشویق به بازخورد و توجه به نیازهای شهروندان سهیم باشند. این توصیه‌ها با هدف توانمندسازی شهروندان و خصوصاً جذب جمعیت جوان هستند. امروزه، برنامه‌های نوین فناوری در مدیریت خدمات عمومی و سیستم‌های ارتباطی مانند طرح‌های "شهر هوشمند" گنجانده شده است. علاوه بر این نتایج نشان دادند که شهروندان استفاده از وبسایت را به‌عنوان وسیله‌ای برای تعامل با شهرداری ترجیح می‌دهند؛ بنابراین، شهرداری‌ها برای برقراری ارتباطات کارآمدتر و سریع‌تر با شهروندان در تبریز باید از سیستم‌های فناورانه استفاده کرده و فعالیت‌های لازم را بر روی آنها ایجاد کنند تا بتوانند به نحو احسن با شهروندان ارتباط برقرار کنند. در ضمن، نهادهای عمومی نباید از این طرف‌ها برای رویدادهای نامنظم یا دوره‌های زمانی محدود مانند انتخابات سو استفاده کنند.

References

- [1]. Noda, Y, (2021). Performance information and learning effects on citizen satisfaction with public services. *Public Management Review*, 23(12), 1833-1855. <https://doi.org/10.1080/14719037.2020.1775281>.
- [2]. Clifton, J., D. Díaz-Fuentes, and Fernández-Gutiérrez, M. (2019). Vulnerable Consumers and Satisfaction with Public Services: Does Country Matter? *International Review of Administrative Sciences* 85 (2): 264-285. <https://doi.org/10.1177/0020852317691341>.
- [3]. Ouyang W., Wang B., Tian L., and Niu X., (2017), Spatial deprivation of urban public services in migrant enclaves under the context of a rapidly urbanizing China: An evaluation based on suburban Shanghai, *Cities*, 60, 436-445, <https://doi.org/10.1016/j.cities.2016.06.004>.
- [4]. Braun, E., Eshuis, J., & Klijin, E. H. (2014). The effectiveness of place brand communication. *Cities*, 41, 64-70. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2014.05.007>.
- [5]. Nigro, H. O., & Císaro, S. E. G. (2016). The citizen satisfaction index: Adapting the model in argentine cities. *Cities*, 56, 85-90.
- [6] Asadi A, Kalateh Mimri, r. (2022), An analysis of the spatial distribution of urban services with a focus on social justice and emphasis on citizen satisfaction (Case study: District 11 of Mashhad). *Applied research in geographical sciences*. 22 (64): 179-163 [7].
- Motamedi, M., Rasouli, S., Nasiri, M. (2019). Assessing the level of citizens' satisfaction with the

- performance of urban management in the field of urban services, a case study: Farooj city. *Applied Research in Geographical Sciences (Geographical Sciences)*, 19 (55), 99-116. [8]. Ansari M, (2019), In the study of the effect of citizen satisfaction in urban management (Case study of Isfahan), *New research approaches in management sciences*, 13, 149-160. [9]. Mubaraki O, (2018), Assessing the level of satisfaction of Maragheh citizens with the performance of municipal areas, *Geography (Regional Planning)*, 8 (4), 105-119.
- [10]. Moradnejad. R., Berdi A, Zare E, Ghasempour F, (2017), Measuring Citizens' Satisfaction with Urban Services of Babolsar Municipality, *Spatial Planning*, 7 (4), 57-72. [11].
- Ochoa Rico MS, Vergara-Romero A, Subia JFR, del Rí'o J, (2022) Study of citizen satisfaction and loyalty in the urban area of Guayaquil: Perspective of the quality of public services applying structural equations. *PLoS ONE*, 17(2): e0263331. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0263331>.
- [12]. Clifton, J; Fernández-Gutiérrez, M, Howlett, M, (2022). Assessing public services from the citizen perspective: what can we learn from surveys? *Journal of Economic Policy Reform*, 25(1), 1-8. <https://doi.org/10.1080/17487870.2020.1795444>.
- [13]. Menezes, V.G.d.; Pedrosa, G.V.; Silva, M.P.P.d.; Figueiredo, R.M.d.C. (2022), Evaluation of Public Services Considering the Expectations of Users-A Systematic Literature Review. *Information*, 13, 162. <https://doi.org/10.3390/info13040162>.
- [14]. Lanin, D. & Hermanto, N. (2019), The effect of service quality toward public satisfaction and public trust on local government in Indonesia", *International Journal of Social Economics*, 46(3), 377-392. <https://doi.org/10.1108/IJSE-04-2017-0151>.
- [15]. Van de Walle, S. (2018). Explaining Citizen Satisfaction and Dissatisfaction with Public Services. In *The Palgrave Handbook of Public Administration and Management in Europe*, edited by E. Ongaro and S. Van Thiel, 227241. London: Palgrave Macmillan.
- [16]. Dahlstrom, C., M. Nistotskaya, & M. Tyrberg. (2018). Outsourcing, Bureaucratic Personnel Quality and Citizen Satisfaction with Public Services. *Public Administration* 96 (1): 218-231. <https://doi.org/10.1111/padm.12387>.
- [17]. Lovelock, C., & Gummesson, E. (2004). Whither services marketing? In search of a new paradigm and fresh perspectives. *Journal of Service Research*, 7(1), 20-41.
- [18]. Phetogo M, Olumide J, Chux G. I, Cheneso C, (2002), Examining the relationship between service quality and customer satisfaction in the public service. The case of Botswana, *WSEAS TRANSACTIONS on BUSINESS and ECONOMICS*, 17, 579-593. <https://doi.org/10.37394/23207.2020.17.57>.
- [19]. Bostancı, B; Erdem, N (2019). Investigating the satisfaction of citizens in municipality services using fuzzy modelling. *Socio-Economic Planning Sciences*, 69, 1-13. 100754. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2019.100754>.
- [20]. Van Ryzin, G. G. (2004). Expectations, performance, and citizen satisfaction with urban services. *Journal of Policy Analysis and Management*, 23(3), 433-448.
- [21]. Karami Islam, Basiri M, Zinali Azim A, (2022), Analysis of place attachment and related variables in third urban places (Case study: Elgoli Park, Tabriz), *Geography and Urban Planning Research*, 9 (3),

- 735- 759. [22]. Khabiri, S., Pourjafar, M., Izadi, M. (2020). Explaining the nature of attachment to the Iranian-Islamic neighborhood: A qualitative study of the optional neighborhood. *Islamic Iranian city studies*, 11 (42), 67-80. [23].
- Pourjafar, M, Izadi, M, Khabiri, S. (2015). Spatial attachment; Recognize the concept, principles and criteria. *City Identity*, 9 (24), 43-64.
- [24]. Chappell, E. N., Parkins, J. R., & Sherren, K. (2020). Climax thinking, place attachment, and utilitarian landscapes: Implications for Wind Energy Development. *Landscape and Urban Planning*, 199, 103802.
- [25]. Nasir, M; Mohamad, M; Ghani, N; Afthanorhan, A, (2020). Testing mediation roles of place attachment and tourist satisfaction on destination attractiveness and destination loyalty relationship using phantom approach. *Management Science Letters*, 10 (2), 443-454. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.8.026>.
- [26]. Wang X, Lai IKW and Liu XY (2021) The Effect of Place Attachment on Overseas Students' Tourism Ambassador Behavior: A Mediation Role of Life Satisfaction. *Front. Psychol.* 12:766997. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.766997>.
- [27]. Chen, N., & Dwyer, L. (2018). Residents place satisfaction and place attachment on destination brand-building behaviors: conceptual and empirical differentiation. *J. Travel Res.* 57, 1026-1041. <https://doi.org/10.1177/0047287517729760>.
- [28]. Rollero, C., & De Piccoli, N. (2010). Place attachment, identification and environment perception: An empirical study. *Journal of Environmental Psychology*, 30(2), 198-205. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jenvp.2009.12.003>.
- [29]. Scannell, L., & Gifford, R. (2010). Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of Environmental Psychology*, 30(1), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2009.09.006>.
- [30]. Chen, N. C., Dwyer, L., and Firth, T. (2018). Residents place attachment and word-of-mouth behaviours: a tale of two cities. *J. Hospitality Tour. Manag.* 36, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.05.001>.
- [31]. Westin, K. (2016). Place attachment and mobility in city regions. *Population, Space and Place*, 22(8), 722-735. <https://doi.org/10.1002/psp.1949>.
- [32]. Moeinaddini, M; Asadi-Shekari, Z; Aghaabbasi, M; Saadi, I; Shah, M; Cools, M, (2020). Applying non-parametric models to explore urban life satisfaction in European cities. *Cities*, 105, 1-12, 102851. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2020.102851>.
- [33]. Olsen, J.A., Misajon, R. A conceptual map of health-related quality of life dimensions: key lessons for a new instrument. *Qual Life Res* 29, 733-743 (2020). <https://doi.org/10.1007/s11136-019-02341-3>.
- [34]. Wang, F., & Wang, D. (2016). Geography of urban life satisfaction: An empirical study of Beijing. *Travel Behaviour and Society*, 5, 14-22.
- [35]. Medvedev O, N & Landhuis, C. E, (2018), Exploring constructs of well-being, happiness and quality of life. *PeerJ* 6: e4903; <http://dx.doi.org/10.7717/peerj.4903>.

- [36]. Finocchiaro, P.A. (2022), What is the role of place attachment and quality of life outcomes in employee retention?", *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 14(3), 261-273. <https://doi.org/10.1108/WHATT-02-2022-0017>.
- [37]. Keyes, C. L. M. (1998). Social well-being. *Social Psychology Quarterly*, 61(2), 121-140. <https://psycnet.apa.org/doi/10.2307/2787065>.
- [38]. DiMasso, A, Dixon, J, &Hernández, B. (2017). Place attachment, sense of belonging and themicro-politics of place satisfaction. In G. Fleury-Bahi, E. Pol, & O. Navarro (Eds.), *Handbook of environmental psychology and quality of life research: International handbooks of quality-of-life*. Cham: Springer.
- [39]. Duncan, T., & Moriarty, S. E. (1998). A communication-based marketing model for managing relationships. *The Journal of Marketing*, 62(2), 1-13. <https://doi.org/10.2307/1252157>.
- [40]. Webster, C. (1992), What kind of marketing culture exists in your service firm? An audit. *Journal of Services Marketing*, 6(2), 54-67. <https://doi.org/10.1108/08876049210035863>.
- [41]. Belanche, D., Casalo, L. V., & Orús, C. (2016). City attachment and use of urban services: Benefits for smart cities. *Cities*, 50, 75-81. <http://dx.doi.org/10.1016%2Fj.cities.2015.08.016>.
- [42]. Badri M., Al Khaili M., and Al Mansoori R. L, (2015), Quality of Service, Expectation, Satisfaction and Trust in Public Institutions: The Abu Dhabi Citizen Satisfaction Survey, *Asian Journal of Political Science*, 23(3), 420-447, <https://doi.org/10.1080/02185377.2015.1055773>.
- [43]. Thomas, J. C. (2013). Citizen, customer, partner: Rethinking the place of the public in public management. *Public Administration Review*, 73(6), 786-796. <https://doi.org/10.1111/puar.12109>.
- [44]. Popescu, A. I, (2020). Long-Term City Innovation Trajectories and Quality of Urban Life. *Sustainability*, 12(24), 10587. <http://doi.org/10.3390/su122410587>.
- [45]. Bolton, R, (2021). Explorations in place attachment. *Geographical Review*, 111(4), 1-2. <https://doi.org/10.1080/00167428.2020.1851071>.
- [46]. Zeinali Azim A, Hatami Golzari E, Karami I, Babazadeh Oskouei S, (2022), Explaining the components of achieving sustainable environmental development in the urban management structure of Tabriz metropolis, *Sustainability, Environmental Development*, 2 (3), 41-59.

Analysis of Tabriz citizens' satisfaction with the city's public services in terms of mental dimensions

Ali Zeynali Azim

Assistant Professor of Architecture & Urban Planning, Young Researchers and Elite Club, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

al.zeynaly@gmail.com

Received: [2022/5/25]

Accepted: [2022/5/28]

Abstract

Statement Problem: Public service management in urban areas has become a determining factor in attracting and organizing the population. Proper management of this is essential to achieving citizen satisfaction. Meeting the expectations of people visiting a city is very important, because it can be decisive in deciding to stay in that place. Citizens' attachment to a city depends on adequate provision of public services.

Aim: This study examines the mental factors affecting citizens' satisfaction with municipal services. Three factors are considered: attachment to the place, quality of life and communication between the municipality and the citizens.

Methods: This study is based on qualitative and quantitative analysis. The conceptual framework has been developed using structural equation modeling (SEM).

Results: The results showed that communication has the greatest impact on public service satisfaction (total direct and indirect effects= 0.938), followed by quality of life (total effects= 0.315) and finally, attachment to the city (Indirect effect= 0.256) are.

Conclusion: Therefore, municipalities in order to communicate more efficiently and faster with citizens in Tabriz should use technological systems and create the necessary activities on them so that they can communicate effectively with citizens. In addition, public institutions should not use these tricks for irregular events or limited time periods such as elections.

Keywords: Citizens' satisfaction, Communication with the municipality, Quality of Life, Attachment to place, Municipal public services, Tabriz city.