


Paper Type: Original Article

Assessing the Factors and Evaluating the Satisfaction of Stakeholders in the South Khorasan Gas Company

Mohsen Safarian¹, Malihe Niksirat^{1,*} , Mehdi Fatemi², Seyyed Mahmoud Hashemi³, Fateme Ghorbani³, Zainab Khosravi³

¹ Department of Computer and Industrial Engineering, Birjand University of Technology, Birjand, Iran; saffarian@birjandut.ac.ir; niksirat@birjandut.ac.ir.

² Management and planning organization of South khorasan, South khorasan, Iran; fatemi042@yahoo.com.

³ Gas Company of South Khorasan Province, Khorasan, Iran; hashemi-sm@nigc-skgc.ir; f_ghorbani@nigc-skgc.ir; a_kh@nigc-skgc.ir.

Citation:



Safarian, M., Niksirat, M., Fatemi, M., Hashemi, S. M., Ghorbani, F., & Khosravi, Z. (2022). Assessing the factors and evaluating the satisfaction of stakeholders in the South Khorasan gas company. *Modern research in performance evaluation*, 1(4), 275-282.

Received: 13/06/2022

Reviewed: 15/07/2022

Revised: 21/09/2022

Accepted: 08/10/2022

Abstract

Purpose: In today's world, companies must focus most of their activities and capabilities on customer satisfaction; Because customers are the only source of return on investment. If a company wants to have customer satisfaction, it must be able to measure it. Customer satisfaction provides a fundamental perspective on customer issues and improves organizational performance. In this study, the level of satisfaction of the stakeholders of the South Khorasan Gas Company has been examined.

Methodology: The research method is descriptive in which the tool used is a questionnaire. Questionnaires were sent to various groups of stakeholders, including gas community representatives, clients, managers, facility neighbors, contractors and suppliers of the South Khorasan Gas Company. After collecting the responses of the stakeholders, the current state of satisfaction of the stakeholders of South Khorasan Gas Company has been investigated with statistical analysis of the results according to the customer satisfaction models. In the end, relevant suggestions are presented to increase the satisfaction of the beneficiaries.

Findings: The results showed that satisfaction in the field of clients 94%, neighbors of facilities 89%, managers of National Gas Company 70%, suppliers 89%, executive contractors 80%, service contractors 85% and community representatives 84%.

Originality/Value: Measuring customer satisfaction provides an effective tool for controlling the overall performance of organizations and helps the organization to identify its weaknesses and try to eliminate them, and the ability to identify economic advantages according to specific time conditions.

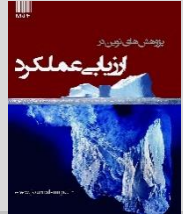
Keywords: Identification of satisfaction factors, Stakeholders of South Khorsan gas company, Satisfaction assessment.

Corresponding Author: niksirat@birjandut.ac.ir

 <http://dorl.net/dor/20.1001.1.28211960.1401.1.4.5.3>



Licensee. **Modern Research in Performance Evaluation**. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).



بررسی عوامل و ارزیابی رضایتمندی ذینفعان در شرکت گاز استان خراسان جنوبی

محسن صفاریان^۱، ملیحه نیک سیرت^{۱*}، مهدی فاطمی^۲، سید محمود هاشمی^۳، فاطمه قربانی^۳، زینب خسروی^۳
^۱گروه مهندسی کامپیوتر و صنایع، دانشگاه صنعتی بیرجند، بیرجند، ایران.
^۲سازمان مدیریت و برنامه ریزی خراسان جنوبی، خراسان جنوبی، ایران.
^۳شرکت گاز استان خراسان جنوبی، خراسان، ایران.

چکیده

هدف: در دنیای امروز، شرکت‌ها باید بخش عمده‌ای از فعالیت‌ها و توانمندی‌های خود را متوجه رضایت مشتری کنند؛ چرا که مشتریان تنها منبع بازگشت سرمایه هستند. رضایت مشتری نگرشی اساسی درباره مسایل مربوط به مشتریان و بهبود عملکرد سازمان به دست می‌دهد. در این پژوهش، میزان رضایت ذینفعان شرکت گاز استان خراسان جنوبی مورد بررسی قرار گرفته است. روش شناسی پژوهش: روش پژوهش توصیفی از نوع پیمایشی است که ابزار به کار گرفته شده در آن، پرسشنامه است. پرسشنامه‌ها برای گروه‌های مختلفی از ذینفعان ارسال شد که شامل نمایندگان جامعه، مراجعان، مدیران، همسایگان تاسیسات، پیمانکاران و تامین‌کنندگان شرکت گاز استان خراسان جنوبی می‌شود. پس از جمع‌آوری پاسخ ذینفعان، با تحلیل‌های آماری نتایج با توجه به مدل‌های رضایت مشتری، به بررسی وضعیت موجود رضایت ذینفعان شرکت گاز استان خراسان جنوبی پرداخته و در پایان، پیشنهادهای مربوطه جهت افزایش رضایتمندی ذینفعان ارائه شده است. یافته‌ها: نتایج نشان داد که رضایتمندی در حوزه مراجعان ۹۴٪، همسایگان تاسیسات ۸۹٪، مدیران شرکت ملی گاز ۷۰٪، تامین‌کنندگان ۸۹٪، پیمانکاران اجرایی ۸۰٪، پیمانکاران خدماتی ۸۵٪ و نمایندگان جامعه ۸۴٪ می‌باشند. اصالت/ارزش افزوده علمی: اندازه‌گیری رضایت مشتری، ابزار موثری برای کنترل عملکرد کلی سازمان ارائه کرده و سازمان را در تشخیص ضعف‌هایش و تلاش برای برطرف کردن آن‌ها یاری می‌دهد و امکان شناسایی مزیت‌های اقتصادی به مقتضای شرایط خاص زمانی را برای سازمان فراهم می‌سازد.

کلیدواژه‌ها: شناسایی عوامل رضایتمندی، ذینفعان شرکت گاز خراسان جنوبی، ارزیابی رضایتمندی.

۱- مقدمه

رضایت مشتری از جمله اقدامات داخلی سازمان‌ها محسوب می‌شود که نمود جهت‌گیری آن‌ها به سمت ارضای خواسته‌های مشتری است و جهت ارتقا کیفیت محصولات و خدمات را نشان می‌دهد. به نظر ژوران^۱، رضایت مشتری حالتی است که مشتری احساس می‌کند که ویژگی‌های محصول منطبق بر انتظارات اوست. ناراضی‌تی نیز حالتی است که در آن نواقص و معایب محصول موجب ناراضی، شکایت و

¹ Zhoran





انتقاد مشتری می‌شود. در یک تعریف، رضایت مشتری حالت و واکنشی است که مصرف‌کننده و مشتری از مصرف یا خرید محصول ابراز می‌کند [1].

در آغاز هزاره سوم و با تغییرات صورت گرفته در محیط کسب‌وکار (درون‌سازمانی و برون‌سازمانی) سازمان‌ها با تغییر رویکرد از محصول‌محور به مشتری‌محور تبدیل شده‌اند. یکی از مهم‌ترین عوامل موثر در این رویکرد پیش و بهبود رضایت مشتریان است [2]. روزبه‌روز تقاضای مصرف‌کنندگان برای کیفیت محصولات و خدماتی که دریافت می‌کنند بیشتر می‌شود. آن‌ها تقاضا دارند که محصول یا خدماتی که برای آن هزینه می‌کنند، نیازهای آن‌ها را برآورده کند، کیفیت بالایی داشته باشد و همچنین با قیمتی مقرون‌به‌صرفه عرضه شود.

اندازه‌گیری رضایت مشتری، ابزار موثری برای کنترل عملکرد کلی سازمان‌ها ارایه کرده و سازمان را در تشخیص ضعف‌هایش و تلاش برای برطرف کردن آن‌ها یاری می‌دهد و امکان شناسایی مزیت‌های اقتصادی به مقتضای شرایط خاص زمانی را برای سازمان فراهم می‌سازد [3].

در نظریه بازاریابی بر مبنای مشتری‌گرایی در دهه ۱۹۶۰، هدف تمرکز بر شناسایی خواسته‌های یک گروه از مشتریان و سپس پیشینه‌سازی میزان رضایت آنان از طریق عرضه محصول یا خدمت مناسب، مطرح شده بود. مطابق این رویکرد، رضایت مشتری هدف نهایی اقدامات بازاریابی سازمان می‌باشد. متأسفانه به نظر می‌رسد که در دهه ۱۹۹۰، بازاریابان در راستای تحقق اصل مشتری‌گرایی، به نوعی نزدیک‌بینی دچار گشته و به جای تمرکز بر تامین منافع مشتری، توجه خود را بر مشخصات فیزیکی محصولات عرضه‌شده، معطوف کرده‌اند. هر جا که این جهت‌گیری نادرست وجود داشته باشد، احتمال دارد که رضایت مشتری، اولویت اصلی خود را در میان سیاست‌های کلیدی سازمان از دست بدهد.

قطعا وجود یک فرایند که ورودی آن نیازها و خواسته‌های مشتریان و خروجی آن عملکرد سازمان در جهت انتظارات مشتریان می‌باشد، امری بسیار حیاتی است. این فرایند، فرایند سنجش رضایتمندی مشتریان است. نکته حایز اهمیت تداوم این فرایند طی بازه‌های زمانی مناسب می‌باشد که انجام صحیح این امر مهم و ضروری نه تنها عملکرد سازمان را در بازه‌های زمانی تعیین‌شده از دید مشتریان می‌سنجد، بلکه نقاط ضعف و قوت سازمان نیز در این بازه‌ها به وضوح مشخص می‌شود.

در این پژوهش، میزان رضایت ذینفعان شرکت گاز استان خراسان جنوبی موردبررسی قرار گرفته است. جهت بررسی میزان رضایت ذینفعان از استانداردهای ایزو ۱۰۰۰۴ استفاده شده و پس از مطالعه شرایط و نیازهای مشتریان و جوانب مختلف خدمات شرکت گاز استان خراسان جنوبی، پرسشنامه‌ها بر اساس نظام‌نامه سنجش رضایتمندی از ذینفعان شرکت‌های گاز استانی اجرا شده‌اند. تحقیق حاضر بر اساس هدف، در زمره تحقیقات کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش در زمره اسنادی و پیمایشی از نوع توصیفی است. در قسمت‌های مربوط به مباحث تئوریک و مروری بر ادبیات و پیشینه نظری و تجربی موضوع، از روش کتابخانه‌ای و مطالعه اسنادی و در مباحث تجربی از روش پیمایشی استفاده گردیده است. از نظر تحلیلی تحقیق حاضر از نوع توصیفی-استنباطی است.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در طول سال‌های گذشته، مطالعات متعددی در رابطه با رضایت مشتری از تامین‌کنندگان انرژی انجام شده است. به‌طورکلی، رضایت در بخش انرژی کیفیت تعدادی از خدمات مانند ارایه یک اتصال جدید، صورت‌حساب، رسیدگی به درخواست‌های مشتری و شکایات را در برمی‌گیرد. رضایت مشتری می‌تواند یک عامل انگیزشی مهم برای تامین‌کنندگان انرژی باشد. هدف اصلی یک سازمان انرژی دستیابی به محصولات و خدمات با کیفیتی است که مشتریان را با بهبودهای قابل‌اندازه‌گیری با قیمت منصفانه و معقول راضی کند [4].

مشتریانی که از کیفیت خدماتی که دریافت می‌کنند راضی هستند، تمایل دارند به ارایه‌دهنده انرژی خود اعتماد کنند. رضایت مشتری یک موضوع برجسته در بخش انرژی است. مشتریان راضی دارای پتانسیل تبدیل شدن به مشتریان وفادار و جذب مشتریان جدید به یک تامین‌کننده انرژی هستند [5].



مطالعه‌ای برای اندازه‌گیری رضایت مشتریان تجاری از شرکت‌های خدمات گاز در چهار منطقه جغرافیایی ایالات متحده (شرق، غرب میانه، جنوب و غرب) در سال ۲۰۱۶ انجام شد [6]. این تحقیق بر اساس پاسخ‌های ۱۰۶۳۵ شرکت آمریکایی است که حدود ۱۵۰ دلار در ماه برای گاز طبیعی هزینه می‌کنند. این مطالعه شش معیار رضایت را بررسی می‌کند. رضایت کلی در میان مشتریان تجاری شرکت‌های گاز به طور متوسط ۶۷۴ در مقیاس ۱۰۰۰ امتیازی است. علاوه بر این، با استفاده از مجموعه معیارهای یکسان، رضایت مشتریان مسکونی از خدمات گاز خود در همان مناطق جغرافیایی در ایالات متحده آمریکا اندازه‌گیری شد که مشتریان جز رضایت بیشتری داشتند [7]. همچنین، تحقیقات بازار مصرف در مورد عملکرد بازارهای انرژی در اتحادیه اروپا (EU) در سال ۲۰۱۷ انجام شد [8]. این تحقیق تمامی کشورهای عضو اتحادیه اروپا، نروژ و ایسلند را پوشش می‌دهد.

ایبانز و همکاران [9] چارچوبی را پیشنهاد کردند که در آن رضایت مشتری جزئی از ارایه‌دهندگان انرژی با ابعاد کیفیت فنی خدمات اصلی (وقفه در عرضه و برقراری مجدد خدمات)، کیفیت فنی خدمات جانبی (اطلاعات، مشاوره و قراردادهای انعطاف‌پذیر) و کیفیت فرایند خدمات (خدمات سریع، ادب و درخواست مشتری) مرتبط است. نتایج آن‌ها تاثیر مستقیم ابعاد بررسی شده بر رضایت مشتری را تایید کرد. هارتمن و ایبانز [10]، یک چارچوب مفهومی برای تاثیر رضایت مشتری و هزینه‌های تغییر بر وفاداری مشتری در بازارهای انرژی پیشنهاد کردند. عوامل اصلی مرتبط با رضایت مشتری بر اساس تجزیه و تحلیل آن‌ها، کیفیت فنی خدمات اصلی، کیفیت فنی خدمات جانبی، کیفیت فرایند خدمات، خدمات ارزش افزوده، نوآوری‌ها، تعهد زیست‌محیطی و اجتماعی و سیاست قیمت‌گذاری است. نتایج نشان می‌دهد که به منظور افزایش رضایت مشتری از ارایه‌دهندگان انرژی و در نتیجه، به طور غیرمستقیم، وفاداری مشتری-کیفیت خدمات باید افزایش یابد. برای اینکه یک سازمان قادر باشد اندازه‌گیری رضایت مشتری را انجام دهد، باید مدل و روشی در این رابطه طرح‌ریزی نماید، به نحوی که از زیربنای نظری مستحکم و ساخت‌یافته‌ای برخوردار باشد و شاخص‌هایی برای این منظور تنظیم نماید تا بتواند با استفاده از آن به ارزیابی و اندازه‌گیری بپردازد. تعدادی از مهم‌ترین شاخص‌های رضایت مشتری موجود به شرح زیر است:

۱. شاخص ملی رضایت مشتری آمریکا (ACSI): یکی از مهم‌ترین شاخص‌های رضایت مشتری از کیفیت کالاها و خدمات عرضه‌شده که با استفاده از مدل‌های علی-معلولی و پیامدها توسعه یافته‌اند، شاخص رضایت مشتری آمریکا ACSI می‌باشد.
۲. شاخص ملی رضایت مشتری اروپا (ECSI): فقدان اطلاعات معتبر که به صورت منظم در طی زمان نمایانگر استنباط مشتریان از عملکرد کیفی سازمان‌ها در اغلب بخش‌های اقتصادی قاره اروپا می‌باشد، به عنوان انگیزه اصلی جهت تدوین شاخص رضایت مشتری در اروپا معرفی شده است.
۳. شاخص ملی رضایت مشتری سوئیس (SWICS): کار ایجاد یک شاخص ملی برای رضایت مشتری در کشور سوئیس سال ۱۹۹۶ طی یک پروژه تحقیقاتی در دانشکده امور بازاریابی و کسب‌وکار دانشگاه بازل آغاز شد.
۴. شاخص ملی رضایت مشتری مالزی (MCSI): شاخص رضایت مشتری در مالزی یک شاخص ملی اقتصادی است که نمایانگر ارزیابی مشتریان از کیفیت خدمات ارایه شده توسط سازمان‌ها و موسسات دولتی در مالزی می‌باشد.

۳- روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش، میزان رضایت ذینفعان شرکت گاز استان خراسان جنوبی مورد بررسی قرار گرفته است. جهت بررسی میزان رضایت ذینفعان از استانداردهای ایزو ۱۰۰۰۴ استفاده شده و پس از مطالعه شرایط و نیازهای مشتریان و جوانب مختلف خدمات شرکت گاز استان خراسان جنوبی، پرسشنامه‌ها بر اساس نظام‌نامه سنجش رضایتمندی از ذینفعان شرکت‌های گاز استانی اجرا شده‌اند. تحقیق حاضر بر اساس هدف، در زمره تحقیقات کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش در زمره اسنادی و پیمایشی از نوع توصیفی است. در قسمت‌های مربوط به مباحث تئوریک و مروری بر ادبیات و پیشینه نظری و تجربی موضوع، از روش کتابخانه‌ای و مطالعه اسنادی و در مباحث تجربی از روش پیمایشی استفاده گردیده است. از نظر تحلیلی تحقیق حاضر از نوع توصیفی-استنباطی است. ابعاد ارزیابی برای هر حوزه در جدول ۱ آمده است.

به منظور دستیابی به نظرات ذینفعان از پرسشنامه‌های کمی-کیفی استفاده شده است که سوالات به صورت ترکیبی بوده و در قسمت سنجش گویه‌ها طیف لیکرت به کار برده شده است. مراحل اجرای پژوهش به شرح زیر بوده است:



۱. طراحی و استخراج پرسشنامه‌های نظرسنجی بر اساس نظام‌نامه نظرسنجی از ذینفعان.
۲. محاسبه پایایی پرسشنامه‌ها با استفاده از روش آلفای کرونباخ: پایایی یا همان قابلیت اطمینان یکی از ویژگی‌های فنی ابزار و اندازه‌گیری است که به ثبات میزان اندازه‌ها در تعداد دفعات اندازه‌گیری گفته می‌شود و به‌اندازه خطاهای تغییرپذیری وسیله اندازه‌گیری اشاره دارد. ضریب اطمینان بین صفر (عدم ارتباط) و یک (ارتباط کامل)، کمترین و بیشترین میزان، در نوسان است. در این پژوهش به‌منظور تعیین پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است؛ زیرا به محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری خصیصه‌های مختلف پرسشنامه می‌پردازد. نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که بین سوال‌های پرسشنامه‌ها همبستگی وجود داشته و مقدار آلفای کرونباخ همه آن‌ها بالاتر از ۰/۷ بوده است. این موضوع نشان‌دهنده این است که نتایج پرسشنامه از دقت بالایی برخوردار خواهد بود.
۳. تعیین روش و حجم نمونه موردنظر بر اساس نواحی و حوزه‌های مورد ارزیابی به صورتی که در نظام‌نامه نظرسنجی از ذینفعان آمده است.
۴. طراحی یا ایجاد زمینه زیرساخت الکترونیکی برای پرسش‌گری آنلاین در حوزه ذینفعانی که به دلیل شیوع بیماری کرونا دسترسی به آن‌ها شدنی نبود.
۵. تکمیل و گردآوری پرسشنامه‌ها از طریق پیگیری نمایندگان هر حوزه/منطقه و ارسال لینک پرسشنامه‌های الکترونیکی از طریق پیامک و شبکه‌های اجتماعی فراگیر در استان.
۶. استخراج داده‌ها از سامانه آنلاین و ورود داده‌ها به نرم‌افزار SPSS و تحلیل نتایج.

جدول ۱- حوزه‌ها، مولفه‌ها و شاخص‌های مربوط به حوزه‌های مختلف ذینفعان شرکت گاز.

Table 1- Areas, components and indicators related to different areas of gas company stakeholders.

ذینفع	مولفه اصلی رضایتمندی
همسایگان تاسیسات	مدیریت ترافیک
	ایمنی و زیست‌محیطی
	عملکرد کارکنان
	شرایط و محیط کاری
	رضایتمندی کلی
نمایندگان جامعه	مسئولیت اجتماعی
	اطلاع‌رسانی
	عملکرد شرکت
	ایمنی و زیست‌محیطی
	عملکرد کلی شرکت
مراجعان	اطلاع‌رسانی
	عملکرد کاری
	محیط کاری
	عملکرد کارکنان
	رضایتمندی کارکنان
ذینفعان اصلی (مدیران)	عملکرد شرکت
	پاسخگویی
	تعاملات اداری
	رضایتمندی کلی
پیمانکاران اجرایی	عملکرد اطلاع‌رسانی
	عملکرد در فرایند ارزیابی و انتخاب
	عملکرد در تعامل با پیمانکاران
	عملکرد در حیطه مراودات مالی
	وفاداری
	رضایتمندی کلی
پیمانکاران خدماتی	عملکرد اطلاع‌رسانی
	عملکرد در فرایند ارزیابی و انتخاب
	عملکرد در تعامل با پیمانکاران
	عملکرد در حیطه مراودات مالی
	وفاداری
	رضایتمندی کلی

Table 2- Reliability of questionnaire.

مقدار آلفای کرونباخ	پرسشنامه
0.951	تامین کنندگان
0.985	پیمانکاران خدماتی
0.958	پیمانکاران اجرایی
0.802	نمایندگان جامعه
0.73	همسایگان تاسیسات
0.783	متقاضیان/مراجعان

پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، بازبینی و حذف برخی پاسخ‌های پرت به گویه‌ها، کلیه اطلاعات منتج از پرسشنامه‌ها به اطلاعات کمی تبدیل شده و با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS مورد پردازش و تحلیل قرار گرفتند. در مطالعه حاضر برای تحلیل اطلاعات به دست آمده، از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی استفاده شده است.

۴- یافته‌های پژوهش

در این بخش نتایج رضایتمندی ذینفعان شرکت گاز استان خراسان جنوبی مورد بررسی قرار گرفته است.

همسایگان تاسیسات: جهت نظرسنجی از همسایگان تاسیسات یک نمونه ۸۷ تایی انتخاب شده است و مولفه‌های اصلی و شاخص‌های رضایتمندی همسایگان تاسیسات مورد مطالعه قرار گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که کمترین میزان رضایتمندی مربوط به مولفه ایمنی و زیست محیطی و بیشترین میزان رضایتمندی مربوط به عملکرد کارکنان می‌باشد. در حالت کلی، میزان رضایتمندی همسایگان تاسیسات از عملکرد شرکت ۸۹٪ بوده و در سطح بسیار خوب و تقریباً عالی طبقه‌بندی می‌شود (جدول ۳).

جدول ۳- توصیف رضایتمندی همسایگان تاسیسات در مولفه‌های اصلی.

Table 3- Describe the satisfaction of the neighbors of the facility in the main components.

مولفه	تعداد	حداقل	حداکثر	میانگین	درصد	اولویت بهبود
مدیریت ترافیک	87	2	5	4.39	87.72	4
ایمنی و زیست محیطی	87	3	5	4.09	81.82	1
عملکرد کارکنان	87	3	5	4.72	94.39	5
شرایط و محیط کاری	87	2	5	4.40	88.07	3
رضایتمندی کلی	87	4	5	4.46	89.12	2

نمایندگان جامعه: نمایندگان جامعه در واقع دستگاه‌های اجرایی می‌باشند که با شرکت گاز در خدمات‌رسانی همکاری دارند. رضایتمندی نمایندگان جامعه بر اساس نظرسنجی از ۲۴ نماینده دستگاه‌های اجرایی و سازمان‌های دولتی استان که با شرکت گاز در خدمات‌رسانی همکاری دارند، بر اساس مولفه‌های اصلی پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که بالاترین میزان رضایتمندی در مولفه‌های اصلی مربوط به مسئولیت اجتماعی بوده و میزان رضایتمندی کلی از عملکرد شرکت بالای ۸۰٪ بوده است که از نظر کیفی در سطح خیلی خوب قرار می‌گیرد. همچنین در مقایسه با نتایج سنجش رضایتمندی نمایندگان جامعه در سال ۱۳۹۹، در همه مولفه‌ها سطح رضایتمندی نمایندگان جامعه بهبود داشته است (جدول ۴).

جدول ۴- توصیف رضایتمندی نمایندگان جامعه در مولفه‌های اصلی.

Table 4- Describe the satisfaction of community representatives based on main components.

مولفه	تعداد	حداقل	حداکثر	میانگین	درصد	اولویت بهبود
مسئولیت اجتماعی	24	3	5	4.42	88.57	4
اطلاع‌رسانی	24	3	5	3	80	2
عملکرد شرکت	24	2	5	3.89	77.95	1
ایمنی و زیست محیطی	24	2	5	4.05	80.95	2
عملکرد کلی شرکت	24	3	5	4.14	82.85	3





مراجعات: مراجعان یکی از ذینفعان اصلی شرکت گاز در استان می‌باشند، نتایج نظرسنجی از ۱۲۴ مراجعه‌کننده نشان از رضایتمندی بالای ۹۰٪ آن‌ها از عملکرد شرکت در رفع نیازمندی‌ها و خواسته‌های آنان دارد که از نظر کیفی سطح عملکرد عالی را نشان می‌دهد.

جدول ۵- نتایج رضایتمندی مراجعان بر اساس مولفه‌های اصلی.

Table 5- Customer satisfaction results based on the main components.

مولفه	تعداد	حداقل	حداکثر	میانگین	درصد	اولویت بهبود
اطلاع‌رسانی	124	1	5	4.22	84.39	1
عملکرد کاری	124	2	5	4.26	85.22	2
محیط کاری	124	3.5	5	4.84	97.26	5
عملکرد کارکنان	124	3	5	4.76	95.24	4
رضایتمندی کلی	124	2	5	4.67	93.39	3

ذینفعان اصلی: ذینفعان اصلی در برگزیده مدیران شرکت ملی گاز در ارتباط با شرکت‌های استانی است. این مهم با نظرسنجی از ۸ نفر از مدیران شرکت ملی انجام شده است و بر اساس آن رضایتمندی مدیران شرکت ملی از نحوه تعاملات شرکت گاز خراسان جنوبی در سطح کل عوامل تحت بررسی بیش از ۷۰٪ بوده است که نشان از سطح رضایتمندی خوب می‌باشد.

جدول ۶- توصیف رضایتمندی مدیران شرکت ملی گاز بر اساس مولفه‌های اصلی.

Table 6- Describe the satisfaction of the managers of the National Gas Company based on the main components.

مولفه	تعداد	حداقل	حداکثر	میانگین	درصد	اولویت بهبود
عملکرد شرکت	8	3	3.75	3.5	70.07	2
پاسخگویی	8	3	4	3.38	67.5	1
اداری تعاملات	8	3.5	4	3.69	73.75	4
رضایتمندی کلی	8	3	5	4	70.42	3

پیمانکاران: رضایتمندی پیمانکاران اجرایی توسط یک نمونه ۸ تایی از مخاطبان انجام شده است. بر اساس نتایج میزان رضایتمندی کلی پیمانکاران اجرایی از عملکرد شرکت بیشتر از ۸۰٪ بوده که از نظر کیفی در سطح بسیار خوب قرار دارد و نسبت به درصد رضایتمندی کلی پیمانکاران اجرایی در سال ۱۳۹۹ بهبود داشته است (جدول ۷). همچنین رضایتمندی پیمانکاران خدماتی بر اساس ۶ مولفه اصلی و در یک نمونه ۶ تایی مورد بررسی قرار گرفته است. رضایتمندی کلی پیمانکاران خدماتی از عملکرد شرکت بالای ۸۵٪ است که در سطح بسیار خوب قرار دارد و نسبت به درصد رضایتمندی کلی پیمانکاران خدماتی در سال ۱۳۹۹ بهبود چشم‌گیری داشته است (جدول ۸).

جدول ۷- توصیف رضایتمندی پیمانکاران اجرایی بر اساس مولفه‌های اصلی.

Table 7- Describe the satisfaction of executive contractors based on the main components.

مولفه	تعداد	حداقل	حداکثر	میانگین	درصد	اولویت بهبود
عملکرد اطلاع‌رسانی	8	2.75	5	4.22	84.38	2
عملکرد در فرایند ارزیابی و انتخاب	8	1.8	5	3.7	74	2
عملکرد در تعامل با پیمانکاران	8	2.33	5	3.84	76.81	3
عملکرد در حیطه مراودات مالی	8	2	5	3.66	73.33	1
وفاداری به سازمان	8	2.5	5	4.06	81.25	4
رضایتمندی کلی	8	3	5	4.13	82.5	5

جدول ۸- توصیف رضایتمندی پیمانکاران خدماتی بر اساس مولفه‌های اصلی.

Table 8- Describe the satisfaction of service contractors based on key components.

مولفه	تعداد	حداقل	حداکثر	میانگین	درصد	اولویت بهبود
عملکرد اطلاع‌رسانی	6	2.75	5	4.08	81.67	3
عملکرد در فرایند ارزیابی و انتخاب	6	1.4	5	3.49	69.71	1
عملکرد در تعامل با پیمانکاران	6	2	5	3.82	76.33	2
عملکرد در حیطه مراودات مالی	6	2.33	5	4.08	81.56	3
وفاداری به سازمان	6	3	5	4.23	84.67	4
رضایتمندی کلی	6	3	5	4.29	85.71	5

تامین کنندگان کالایی: سنجش رضایتمندی تامین کنندگان کالایی در یک نمونه ۱۰ تایی با ۶ مولفه اصلی ارزیابی شده است که رضایتمندی کلی از عملکرد شرکت ۹۴٪ است و از نظر کیفی در سطح عالی قرار دارد (جدول ۹).

جدول ۹- توصیف رضایتمندی تامین کنندگان کالایی در مولفه‌های اصلی.

Table 9- Describe the satisfaction of commodity suppliers based on key components.

مولفه	تعداد	حداقل	حداکثر	میانگین	درصد	اولویت بهبود
عملکرد اطلاع‌رسانی	10	3	5	4.65	92.94	3
عملکرد در فرایند ارزیابی و انتخاب	10	2.2	5	4.28	85.6	2
عملکرد در تعامل با تامین کنندگان/پیمانکاران	10	4	5	4.79	95.85	5
عملکرد در حیطه مرادوات مالی	10	3	5	4.05	81	1
وفاداری به سازمان	10	4	5	4.6	92	3
رضایتمندی کلی	10	4	5	4.7	94	4

۵- جمع‌بندی و پیشنهادهای آتی

هدف از این مطالعه، شناسایی عوامل رضایتمندی ذینفعان شرکت گاز استان خراسان جنوبی و ارزیابی رضایتمندی آن‌ها در همه حوزه‌های مرتبط بوده است. بر این اساس ذینفعان مختلف شرکت شناسایی شده و سنجش عوامل رضایتمندی آن‌ها مطابق با نظام‌نامه مربوطه ارزیابی شده است. نتایج نشان داد که رضایتمندی در حوزه مراجعان ۹۴٪، همسایگان تاسیسات ۸۹٪، مدیران شرکت ملی گاز ۷۰٪، تامین کنندگان ۸۹٪، پیمانکاران اجرایی ۸۰٪، پیمانکاران خدماتی ۸۵٪ و نمایندگان جامعه ۸۴٪ می‌باشند. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، پیشنهاد می‌شود شرکت در جهت بهبود مولفه‌های زیر اقدام مناسب انجام دهد:

- ایمنی و زیست‌محیطی همسایگان تاسیسات.
- اطلاع‌رسانی به مراجعان.
- مرادوات مالی با پیمانکاران و تامین کنندگان.
- ارزیابی و انتخاب پیمانکاران.

تشکر و قدردانی

این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی مرتبط و مورد حمایت شرکت گاز استان خراسان جنوبی می‌باشد؛ بدین وسیله نویسندگان مقاله بر خود لازم می‌دانند از تمامی همکاران در این شرکت کمال تشکر و قدردانی را داشته باشند. همچنین نویسندگان مقاله مراتب قدردانی خود را از داوران محترم اعلام می‌دارند. بی‌شک نقطه نظرات ارزشمندشان در بهبود کیفیت مقاله نقش قابل توجهی داشته است.

تعارض با منافع

بنابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

منابع

- [1] Hill, N., & Alexander, J. (2006). *The handbook of customer satisfaction and loyalty measurement*. Routledge.
- [2] Samarikhalaj, H., Rezaei, M., & Nikbakhsh, R. (2021). Investigating the effect of organizational identity on loyalty and tendency to repeat customer repurchase with motivation. *Journal of sport management*, 10(20), 111-122.
- [3] Bowen, J. T., & Chen, S. L. (2001). The relationship between customer loyalty and customer satisfaction. *International journal of contemporary hospitality management*, 13(5) 213-217.
- [4] Di Pascoli, S., Femia, A., & Luzzati, T. (2001). Natural gas, cars and the environment. A (relatively) 'clean' and cheap fuel looking for users. *Ecological economics*, 38(2), 179-189.
- [5] Medjoudj, R., Aissani, D., & Haim, K. D. (2013). Power customer satisfaction and profitability analysis using multi-criteria decision making methods. *International journal of electrical power and energy systems*, 45(1), 331-339.



- [6] Drosos, D., Skordoulis, M., Arabatzis, G., Tsotsolas, N., & Galatsidas, S. (2019). Measuring industrial customer satisfaction: the case of the natural gas market in Greece. *Sustainability*, 11(7), 1905. <https://doi.org/10.3390/su11071905>
- [7] Power, J. D. (2003). *Gas utility residential customer satisfaction study*. <https://www.jdpower.com/business/utilities/gas-utility-residential-customer-satisfaction-study>
- [8] Chodzaza, G. E., & Gombachika, H. S. (2013). Service quality, customer satisfaction and loyalty among industrial customers of a public electricity utility in Malawi. *International journal of energy sector management*, 7(2), 269-282.
- [9] Ibáñez, V. A., Hartmann, P., & Calvo, P. Z. (2006). Antecedents of customer loyalty in residential energy markets: service quality, satisfaction, trust and switching costs. *The service industries journal*, 26(6), 633-650.
- [10] Hartmann, P., & Ibáñez, V. A. (2007). Managing customer loyalty in liberalized residential energy markets: the impact of energy branding. *Energy policy*, 35(4), 2661-2672.

