



Prioritizing Actions of Public Libraries in Iran to Increase the Users' Overall Satisfaction based on the Kano Model and Asymmetric Performance Effect¹

Mohammad Hassanzadeh

Professor, Faculty of Management and Economics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.
hasanzadeh@modares.ac.ir

Hamidreza Mahmoodi

PhD. Student, Department of Information Science and Epistemology, Faculty of Management and Economics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran (**Corresponding author**).
hamidreza8520@gmail.com

Davoud Haseli

Assistant Professor, Faculty of Psychology and Educational Sciences, Khwarazmi University, Tehran, Iran. dhaseli@khu.ac.ir

Nazila Mehrabi

Master's degree, Department of Information Science and Epistemology, Faculty of Management and Economics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. nazila.mehrabi1214@gmail.com

Abstract

Objectives: This research aims to prioritize the actions of public libraries in Iran to increase the overall satisfaction of users based on the Kano model and the asymmetric performance effect.

Methods: The research method is descriptive in terms of data collection and practical in terms of purpose. The statistical population of this research is the number of 10,000 public library users in Iran, of which 400 people were selected as a sample according to Morgan's table by random cluster sampling. The research tool is a questionnaire that was created and validated by the researcher. Data were analyzed with SPSS software. 23 versions were analyzed.

Results: The results showed that the three features of public library services, social and cultural programs, promotion, and introduction of the library are among the basic services with low performance, and the feature of library costs is among the basic services with high performance. The characteristic of the library's fame and popularity is among the functional services with low performance, and the characteristics of librarians, equipment, and collections are among the group of functional services with high performance. The characteristics of ancillary services and social participation are among motivational services with low performance, and the characteristics of activity time, space, place, the feeling of comfort and security, and library system and software are among motivational services with high performance.

1. **Received:** 2021-04-20 ; **Revised:** 2021-07-09 ; **Accepted:** 2021-07-18 ; **Published online:** 2022-12-22

DOI: 10.22091/stim.2021.6854.1567

© The Author(s).

Published by: University of Qom.

This is an open access article under the: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



Conclusions: Basic and low-performance functional services cause dissatisfaction with public libraries, which should be the first priority to increase user satisfaction. In the second priority, low-performance motivational services should be upgraded to high-performance, and in the last priority, the level of basic, functional, and high-performance motivational services should be maintained at the current level. This type of prioritization of actions in public libraries has been done by considering the two principles of highlighting negative performance compared to positive performance and also the ability to remember positive events against negative events.

Keywords: Customer Satisfaction, Kano Model, Analysis and Impact of Asymmetric Performance, Public Libraries, Iran.



اولویت‌بندی اقدامات کتابخانه‌های عمومی ایران در جهت افزایش رضایت کلی کاربران براساس مدل کانو و تأثیر عملکرد نامتقارن^۱

محمد حسن‌زاده

استاد، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. hasanzade@modares.ac.ir

حمیدرضا محمودی

دانشجوی دکتری، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران
hamidreza8520@gmail.com (نویسنده مسئول)

داوود حاصلی

استادیار، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. dhaseli66@gmail.com

نازیلا محرابی

کارشناسی ارشد، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.
nazila.mehrabi1214@gmail.com

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر اولویت‌بندی اقدامات کتابخانه‌های عمومی ایران در جهت افزایش رضایت کلی کاربران براساس مدل کانو و تأثیر عملکرد نامتقارن است.

روش: روش پژوهش از نظر گردآوری داده‌ها پیمایشی - توصیفی و از نظر هدف، کاربردی است. جامعه آماری این پژوهش، تعداد ۱۰۰۰۰ کاربر کتابخانه عمومی در ایران است که تعداد ۴۰۰ نفر طبق جدول مورگان به عنوان نمونه به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی انتخاب شدند. ابزار پژوهش، پرسشنامه‌ای است که توسط محقق ساخته و اعتباریابی شد. داده‌ها با نرم‌افزار اس.پی.اس.اس. نسخه ۲۳ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

یافته‌ها: نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که سه ویژگی خدمات کتابخانه‌های عمومی، برنامه‌های اجتماعی و فرهنگی، تبلیغ و معرفی کتابخانه جزو خدمات اساسی با عملکرد پایین و ویژگی هزینه‌های کتابخانه جزو خدمات اساسی با عملکرد بالا هستند. ویژگی اشتهار و معروف بودن کتابخانه جزو خدمات عملکردی با عملکرد پایین و ویژگی‌های کتابداران، تجهیزات، و مجموعه‌ها جزو گروه خدمات عملکردی با عملکرد بالا هستند. ویژگی‌های خدمات جانبی و مشارکت اجتماعی جزو خدمات انگیزشی با عملکرد پایین و ویژگی‌های زمان فعالیت، فضا، مکان، احساس راحتی و

۱. **استناد به این مقاله:** حسن‌زاده، محمد؛ محمودی، حمیدرضا؛ حاصلی، داوود؛ محرابی، نازیلا (۱۴۰۱). اولویت‌بندی اقدامات کتابخانه‌های عمومی

ایران در جهت افزایش رضایت کلی کاربران براساس مدل کانو و تأثیر عملکرد نامتقارن. *علوم و فنون مدیریت اطلاعات*، ۸(۴)، ص ۳۵۹-۳۸۰.

DOI: 10.22091/stim.2021.6854.1567

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۳۱؛ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۰/۰۴/۱۸؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۲۷؛ تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۰۱/۰۱

ناشر: دانشگاه قم

© نویسندگان.



امنیت، و سامانه و نرم افزار کتابخانه جزو خدمات انگیزشی با عملکرد بالا هستند.

نتیجه گیری: خدمات اساسی و عملکردی با عملکرد پایین باعث نارضایتی از کتابخانه های عمومی هستند که باید در اولویت نخست اقدام برای افزایش رضایت کاربران قرار گیرند. در اولویت دوم خدمات انگیزشی با عملکرد پایین، باید به عملکرد بالا ارتقاء یابند و در اولویت آخر سطح خدمات اساسی، عملکردی و انگیزشی با عملکرد بالا، در سطح فعلی حفظ شود. این نوع از اولویت بندی اقدامات در کتابخانه های عمومی با در نظر گرفتن دو اصل برجسته بودن عملکرد منفی در مقایسه با عملکرد مثبت و همچنین قابلیت به یاد سپاری وقایع مثبت در مقابل وقایع منفی، انجام شده است.

کلیدواژه ها: رضایت مشتری، مدل کانو، عملکرد نامتقارن، کتابخانه های عمومی ایران، کاربران.

۱. مقدمه

در بازارهای امروز، مشتری ضامن بقای سازمان است. آنچه مشتری بخواهد دارای ارزش بوده و سازمان باید در جهت خواست‌های مشتری گام بردارد. از سویی مشتریان همواره در جستجوی عرضه‌کنندگانی هستند که کالا یا خدماتی به مراتب بهتر به آنها ارائه کنند. هرچند کتابخانه‌ها سازمان‌های تجاری نیستند که در پی رقابت برای کسب سود باشند، ولی خدماتی بودن کتابخانه‌ها، این سازمان‌ها را برای ارائه خدمات بهتر و بیشتر به کاربران ترغیب می‌کند. سنجش کیفیت خدمات، پیش‌زمینه ضروری برنامه‌ریزی در جهت بهبود کیفی خدمات سازمان‌ها است (کالورت^۱، ۲۰۰۱). هدف کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی، ارائه خدمات مناسب به کاربران است. از این‌رو، توجه به نظرهای آن‌ها در بهبود ارائه خدمات، اهمیت دارد. برای بقاء در این محیط رقابتی اطلاعات، کتابخانه‌ها به بهبود کیفیت خدمات توجه بیشتری دارند (سیموندز و اندلیب^۲، ۲۰۰۱، به نقل از: رحیمی و همکاران، ۱۳۸۹). در حقیقت نتایج حاصل از بررسی رضایت کاربران به مدیریت کتابخانه‌ها این امکان را می‌دهد که بتوانند از نظرات آن‌ها در آشکار شدن ارزش و تأثیر آن خدمات استفاده کنند. در جهت تشخیص انتظارات کاربران کتابخانه‌ها از خدمات موجود و تعیین میزان رضایت‌مندی آن‌ها، کتابخانه‌ها به سنجش کیفیت خدمات خود نیازمند هستند. شناسایی مهم‌ترین ویژگی‌های ابعاد یک محصول یا خدمت از نظر تأثیر آن ابعاد بر رضایت نهایی کاربران، کار پیچیده‌ای است. مطالعات نشان داده است که اهمیت یک ویژگی برای دستیابی به رضایت، با توجه به سطح عملکرد همان ویژگی، متفاوت است. این بدان معناست که یک رابطه نامتقارن^۳ میان رضایت کاربر و عملکرد ویژگی‌های محصول و خدمت وجود دارد. با این حال، پژوهش‌های پیشین روابط نامتقارن بین عملکرد ویژگی و رضایت کلی کاربر را اغلب برای طبقه‌بندی ویژگی‌ها در نظر گرفته‌اند (مارتیللا و جیمز^۴، ۱۹۷۷). این طبقه‌بندی به تنهایی برای راهنمایی مدیران نیست، و باید با استفاده از رویکردی جامع همچون روش تجزیه و تحلیل عملکرد تأثیر نامتقارن^۵، عملکرد ویژگی‌ها را در تخصیص منابع، اولویت‌بندی کرد. روش تجزیه و تحلیل عملکرد تأثیر

<http://stim.gom.ac.ir>

1. Calvert
2. Andaleeb & Simmonds
3. Asymmetric relationship
4. Martilla & James
5. Asymmetric impact-performance analysis (AIPA)

نامتقارن نشان می‌دهد که کدام یک از ویژگی‌های کتابخانه با بهره‌گیری و اقتباس از رویکردی که دلالت بر وجود یک رابطه نامتقارن میان رضایت نهایی کاربر و عملکرد ویژگی‌ها دارد، باید بهبود یابد. عملکرد ویژگی‌ها در دو گروه عملکرد بالا و عملکرد پایین قرار می‌گیرند که لازمه عملکرد بالا، حفظ وضعیت موجود و لازمه عملکرد پایین، ارتقاء سطح خدمات است. عملکرد بالا باعث جلب رضایت عمومی کاربران می‌شود که این خود باعث تبلیغ برای خدمات مناسب کتابخانه و همچنین نوعی بازاریابی برای آن به‌شمار می‌آید و این مدیران کتابخانه را متقاعد می‌سازد که اکثریت از کتابخانه رضایت دارند، ولی نباید باعث افت این سطح عملکرد از خدمات شوند. در مقابل، عملکرد پایین کیفیت خدمات در کتابخانه باعث رانده شده کاربران از این مراکز اطلاع‌رسانی خواهد شد و اثر منفی برای آن به دنبال دارد و باعث به وجود آمدن چالش‌ها و مشکلاتی در کتابخانه می‌شود. اگر ابزار ارزیابی عملکرد کیفیت خدمات مورد توجه قرار نگیرد و طراحی نشود، در واقع نمی‌توان سطح کیفیت خدمات را تعیین کرد و از آن در بهبود ارائه خدمات کتابخانه استفاده کرد. در بیان اهمیت و ضرورت این پژوهش می‌توان گفت از آنجایی که کتابخانه‌های عمومی با جامعه وسیعی در ارتباط بوده و هدف آن نیز رفع نیاز اطلاعاتی کاربران و کسب رضایت آن‌ها است، بنابراین، لازم و ضروری است که به نوع و سطح خدمات ارائه شده به کاربران خود توجه ویژه‌ای داشته باشند و در جهت حفظ و در صورت نیاز ارتقاء آن تلاش کنند. در حقیقت با شناسایی سطح کیفیت خدمات ارائه شده می‌توان پیش‌زمینه‌ای برای ارائه راهکار به مدیران در افزایش رضایت کاربران کتابخانه را فراهم کرد و حتی درصدد رفع سطح پایین کیفیت درآمد و کیفیت خدمات اقدام نمود. در این راستا، پژوهش حاضر درصدد است تا با طراحی ابزار ارزیابی عملکرد کیفیت خدمات کتابخانه‌های عمومی، مدل رضایت مشتری کانو، و تجزیه و تحلیل عملکرد تأثیر نامتقارن، نقاط ضعف و قوت کتابخانه‌های عمومی در ایران را تعیین کرده و به مدیران این کتابخانه‌ها در جهت آگاهی در تصمیم‌گیری‌ها کمک شود. با کمک این ابزار می‌توان دریافت که اگر تعداد مراجعه‌کنندگان بیشتر از جمعیت باشد، نشانگر وجود رضایت و اگر تعداد مراجعه‌کنندگان کمتر از جمعیت باشد، نشانگر عدم رضایت کاربران از خدمات ارائه شده است. همچنین با حفظ و ارتقاء نقاط قوت، منجر به حفظ کاربران موجود و کسب رضایت آن‌ها و حتی افزایش کاربران مراجعه‌کننده به کتابخانه، تبلیغ و بازاریابی کتابخانه، امکان ارزیابی سطح کیفیت خدمات ارائه شده و در نهایت به رشد و بهبود و حفظ کتابخانه‌های عمومی کمک می‌شود.

۲. اهداف پژوهش

هدف اصلی پژوهش حاضر اولویت‌بندی اقدامات کتابخانه‌های عمومی ایران در جهت افزایش رضایت کلی کاربران براساس مدل کانو و تأثیر عملکرد نامتقارن است.

۳. سؤال پژوهش

اقدامات کتابخانه‌های عمومی ایران در جهت افزایش رضایت کلی کاربران براساس مدل کانو و تأثیر عملکرد نامتقارن در چه اولویت‌هایی قرار دارند؟

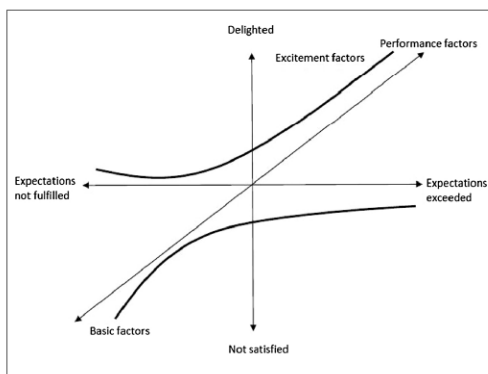
۴. مبانی نظری

۴-۱. مدل رضایت مشتری کانو

مدل رضایت مشتری کانو یکی از ابزارهای اندازه‌گیری کیفیت برای طبقه‌بندی خواسته‌های مشتریان براساس تأثیر آنها در رضایت و خشنودی مشتری است. تحلیل کانو کمک می‌کند تا برای مشتریان مختلف الزاماتی که دارای اولویت بیشتری هستند، تعیین شود (شاهین و زایری^۱، ۲۰۰۹). مدل کانو با حذف فرضیه خطی رابطه بین عملکرد ویژگی و رضایت مشتری، نیازمندی‌های مشتریان را به عبارت دیگر ویژگی‌های محصولات و خدمات بر رضایت نهایی کاربر را به سه دسته نیازهای اساسی^۲، عملکردی^۳ و انگیزشی^۴ تقسیم می‌کند. دسته اول ویژگی‌های محصول، نیازهای اساسی را تشکیل می‌دهد. در صورتی که نیازهای اساسی به طور کامل در تولید محصول یا ارائه خدمت رعایت شود، فقط از ناراضیاتی مشتری جلوگیری می‌کند و رضایت و خشنودی را در مشتری فراهم نمی‌آورد. بنابراین، نیازهای اساسی محصول، مزیت رقابتی برای محصول یا خدمت ایجاد نمی‌کند. دسته دوم ویژگی‌های محصول یا خدمت، نیازهای عملکردی محصول است که عدم برآورده ساختن آنها موجب ناراضیاتی مشتریان می‌شود و در مقابل، برآورده شدن کامل و مناسب آنها رضایت و خشنودی مشتری را به دنبال خواهد داشت. در نهایت، دسته سوم خصوصیات محصول یا خدمت، نیازهای انگیزشی هستند. نیازهای انگیزشی در زمان کاربرد

1. Shahin & Zairi
2. Basic requirements
3. Performance requirements
4. Excitement requirements

محصول به عنوان یک نیاز و الزام از دید مشتری تلقی نمی‌شوند و در نتیجه عدم برآورده ساختن این گروه از نیازهای کیفی، موجب عدم رضایت مشتری نمی‌شود، ولی ارائه آنها در محصول، هیجان و رضایت بالایی را در مشتری پدید می‌آورد. شکل (۱) وضعیت طبقه‌بندی نیازهای مشتری را براساس مدل کانو نشان می‌دهد.



شکل ۱- مدل رضایت مشتری (کانو و همکاران، ۱۹۸۴)

در شکل (۱) محور عمودی، میزان رضایت و یا خشنودی مشتری و محور افقی، میزان ارائه الزام کیفی مورد نظر مشتری را نشان می‌دهد. بالاترین و پایین‌ترین نقطه از محور عمودی نمودار، به ترتیب بیانگر رضایت مشتریان و عدم رضایت مشتریان است. محل تلاقی محور افقی و عمودی بیانگر جایی است که مشتری در حالت تعادل از نظر رضایت و عدم رضایت قرار دارد. سمت راست محور افقی، بیانگر جایی است که الزام کیفی مورد انتظار به طور کامل عرضه شده و سمت چپ محور افقی، نقطه ارائه محصولی است که خصوصیات کیفی مورد انتظار را ندارد و الزام کیفی مورد انتظار به هیچ عنوان در محصول یا خدمت لحاظ نشده است. الزامات اساسی به شکل یک منحنی در ربع سوم و چهارم، الزامات انگیزشی به شکل یک منحنی در ربع اول و دوم و الزامات عملکردی به شکل یک خط راست در شکل (۱) نشان داده شده است.

۴-۲. عملکرد تأثیر نامتقارن

روابط نامتقارن بر پایه دو رویکرد است. رویکرد اول نظریه چشم‌انداز^۱ است که نشان می‌دهد

1. Prospect theory

عملکرد منفی یک ویژگی در مقایسه با عملکرد مثبت همان ویژگی، تأثیر بیشتری بر رضایت نهایی دارد (کانمن و تورسکی^۱، ۱۹۷۹). دومین رویکرد، قابلیت به یادسپاری وقایع مثبت در مقابل وقایع منفی است که فرض بر این است که ویژگی‌ها با عملکرد منفی در مقایسه با ویژگی‌ها با عملکرد مثبت، از نظر ادراکی و ذهنی برجسته‌تر هستند؛ و ویژگی‌ها با عملکرد منفی تأثیر بیشتری بر قضاوت رضایت‌مندی کلی کاربران دارد (میتال، روس و بالداسیر^۲، ۱۹۹۸). عملکرد تأثیر نامتقارن رویکردی است که عملکرد نیازها و ویژگی‌های مدل کانو را به صورت دقیق و نقطه‌ای تعیین می‌کند. عملکرد ویژگی در قالب دو سطح عملکرد بالا و عملکرد پایین تعیین می‌شود. سطح عملکرد بالای یک ویژگی لزوم حفظ سطح ویژگی را بیان می‌کند و سطح عملکرد پایین یک ویژگی بر ارتقاء سطح عملکرد آن ویژگی تأکید دارد. به طور مثال، یک ویژگی اساسی اگر دارای سطح عملکرد پایین باشد، یعنی موجب نارضایتی مشتریان است و باید افزایش یابد، ولی اگر دارای سطح عملکرد بالا باشد، یعنی تأثیری بر رضایت مشتریان ندارد و باید در سطح کنونی حفظ گردد تا کاهش آن موجب نارضایتی نگردد.

۵. پیشینه پژوهش

نزومایل و طیفی^۳ (۲۰۲۱)، در پژوهشی با عنوان «طبقه‌بندی الزامات رضایت دانشجویان با استفاده از مدل کانو»، ۴۶ درخواست (نیاز) جمع‌آوری کردند. درخواست یک‌بعدی ۲۳ مورد، درخواست باید بودن ۱۴ مورد، جذاب ۴ مورد، بی‌تفاوت ۳ مورد، و معکوس ۲ مورد بود. برای جلب رضایت، بر بُعد درخواست متمرکز شدند و همچنین توجه کمی به صفت بی‌تفاوتی و معکوس صورت گرفت. با توجه به نتایج ضرایب رضایت‌مندی و عدم رضایت‌مندی، در جهت بهبود موارد رضایت‌مندی و رفع موارد عدم رضایت مسئولین مربوطه گام برداشتند که این نیز باعث جذب دانشجویان بیشتر در دانشکده مربوطه شد.

سعیدنیا (۲۰۱۹)، در پژوهشی با عنوان «شناسایی و طبقه‌بندی ویژگی‌های یک وب‌سایت مؤثر بر کتابخانه‌های عمومی براساس مدل کانو»، خدمات را براساس ۵ معیار طبقه‌بندی کردند. از ۷۲ خدمات مشخص شده، ۳۳ خدمت باید بودن، ۱۶ خدمت ابعادی، ۱۸ خدمت جذب، ۵ خدمت

1. Kahneman & Tversky
2. Mittal, Ross & Baldasare
3. Taifa & Nzumile

بی تفاوت بوده است. نتایج نشان داد که انتظار می رود بیشتر خدمات شناسایی شده توسط طراحان سایت و کتابداران مورد استفاده قرار گیرد و نظرات و دیدگاه‌های آنها در برخی موارد مفید واقع می شود، ولی توجه کمی به کاربران شده است که این باعث می شود کاربران آشنایی بسیار ناچیزی با وب سایت و تخصص های مربوط به آن داشته باشند.

باک، سپانوویک و کاپ^۱ (۲۰۱۴) در مطالعه ای به «ارزیابی رضایت مندی دانشجویان از نظام یادگیری مبتنی بر وب در محیط یادگیری تلفیقی» پرداخته اند. یافته های پژوهش نشان داد کیفیت و کمیت دسترس پذیری مواد آموزشی الکترونیکی در بُعد کیفیت اطلاعات و ارائه محیط کاربری دوستانه در بُعد کیفیت نظام باید در راستای تبدیل شدن به نیاز انگیزشی ارتقاء یابد؛ زیرا فقدان آن ها باعث ایجاد نارضایتی در میان کاربران می شود. همچنین ارتقای این دو عامل منجر به کسب مزیت رقابتی نظام موجود خواهد شد.

کابر، البیرک و لویاکانو^۲ (۲۰۱۳)، نیز در پژوهشی به بررسی تأثیر نامتقارن ابعاد کیفیت شبکه اکسترانت^۳ یک مؤسسه تجاری در ترکیه، با استفاده از رویکرد وب کوآل بر رضایت کلی کاربران پرداخته اند. یافته ها نشان می دهد دو بُعد سهولت استفاده و سودمندی، عوامل اساسی با عملکرد بالا محسوب می شوند، بُعد سرگرمی عاملی عملکردی است و در نهایت دو بُعد مزیت نسبی و اعتماد، عوامل انگیزشی با عملکرد بالا و بعد زمان پاسخ دهی، عاملی انگیزشی با عملکرد پایین هستند.

اوه، یون و پارک^۴ (۲۰۱۲) در مطالعه ای به بررسی ویژگی های مراکز خرید الکترونیک با استفاده از مدل کانو پرده اند. این پژوهش در دو مرحله انجام شده است. نتایج پژوهش نشان داد، کیفیت ارتباطات و فعالیت های بازاریابی، ویژگی عملکردی، به رسمیت شناختن نام تجاری، ویژگی انگیزشی و مواردی چون کیفیت رابط کاربری، امنیت نظام، و کیفیت اطلاعات، نیازی اساسی بودند. ویژگی های ارتباطاتی مراکز خرید الکترونیک تأثیر قابل توجهی بر رضایت کاربر ندارند، در مقابل، ویژگی هایی چون به رسمیت شناختن نام تجاری، فعالیت های بازاریابی، کیفیت رابط کاربری، امنیت نظام و کیفیت اطلاعات به طور مستقیم بر رضایت کاربر تأثیر گذارند.

1. Bauk, Scepanovic & Kopp

2. Caber, Albayrak & Loiacono

3. Extranet network

4. Oh, Yoon & Park

رضایی، نصرت‌آبادی و فضل‌اله‌تبار^۱ (۲۰۱۲) در مطالعه‌ای به منظور بررسی رضایت کاربران آموزش الکترونیکی، از دو مفهوم مدل کانو و یادگیری ناهمزمان استفاده کرده‌اند. پرسشنامه پژوهش براساس مفهوم کانو طراحی شد. نتایج نشان داد که دو عامل تعامل گروه و رابط کاربری، سطح رضایت بالایی دارند، در حالی که محتوا و زیرساخت، عوامل مؤثر در ناراضایتی کاربران هستند.

چن و کuo^۲ (۲۰۱۱)، در پژوهشی به منظور «شناسایی نیازمندی‌های کاربران در مورد خدمات آموزش الکترونیکی»، از مدل کانو استفاده کرده‌اند. مؤلفه‌های مورد بررسی در این پژوهش که بر رضایت کاربر مؤثر هستند، عبارتند از: رابط کاربری، جامعه یادگیرنده، محتوا و شخصی‌سازی. بُعد رابط کاربری در پژوهش، مشابه سهولت استفاده و کیفیت نظام است. همچنین نتایج نشان داد که طراحی یک رابط کاربری خوب نیازی اساسی برای خدمات نظام آموزش الکترونیکی محسوب می‌شود و کیفیت بالای طراحی رابط کاربری با رضایت بالای کاربر و تمایل بیشتر وی به استفاده از خدمات آموزش الکترونیکی مرتبط است. همچنین محتوای مفید، کاربران را به استفاده از خدمات آموزش الکترونیکی جلب می‌کند و کاربران در بخش‌های متفاوت یک سازمان، ویژگی‌های کیفی متفاوتی از خدمات آموزش الکترونیکی انتظار دارند.

گاریبای، گوتیرز و فیگوروا^۳ (۲۰۱۰)، در پژوهشی به ارزیابی یک کتابخانه دیجیتال با استفاده از تابع کیفیت استقرار و مدل کانو پرداختند. نمونه مورد مطالعه، کتابخانه دیجیتال دانشگاه گودالاجارا در مکزیک است. ابزار مورد استفاده در این پژوهش پرسشنامه آنلاین بوده که از طریق وبسایت کتابخانه در دسترس پاسخ‌گویان قرار گرفت است. یافته‌ها نشان داد که گوش کردن به صدای مشتری می‌تواند در افزایش بهبود رضایت کاربر مؤثر باشد.

ژاو و دلاکیا^۴ (۲۰۰۹) در مطالعه‌ای به بررسی نحوه تأثیرگذاری ویژگی‌های وبسایت بر رضایت کاربر پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش حاکی از شناسایی روابط متعدد میان ویژگی‌های تعاملی وبسایت و رضایت کاربر است. در این پژوهش هیچ‌یک از ویژگی‌ها به‌عنوان نیاز اساسی شناسایی نشدند. همچنین نیازهای عملکردی (مواردی از جمله مسیریابی، جستجوی کلیدواژه‌ای، نمایش واقعیت

1. Rezaie, Nosratabadi & Fazlollahtabar

2. Chen & Kuo

3. Garibay, Gutierrez & Figueroa

4. Zhao & Dholakia

مجازی) و انگیزشی (همچون تعامل کاربران با یکدیگر) نیز شناسایی شدند. علاوه بر این، نتایج تأیید می‌کنند که طبقه‌بندی‌های مدل کانو در طول زمان و با توجه به تجربه استفاده کاربر تغییر می‌کند.

بایراک تاروگلو و اوژن^۱ (۲۰۰۸) در پژوهشی به بررسی یکپارچه‌سازی مدل کانو، AHP و ماتریس برنامه‌ریزی پرداختند. هدف از این مطالعه بررسی کاربر به عنوان مشتری خدمات کتابخانه با استفاده از گسترش عملکرد کیفیت خدمات و به‌کارگیری QFD برای شناسایی استراتژی‌های بازاریابی در بخش خدمات است. نمونه مورد مطالعه دانشگاه دوکو ایلول در از میر ترکیه می‌باشد. در مرحله اول نیازهای دانشجویان این دانشگاه در خصوص کتابخانه دانشگاه با استفاده از مدل کانو طبقه‌بندی و با استفاده از فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) رتبه‌بندی شدند. یافته‌ها، استراتژی‌های بازاریابی برای یک سازمان غیرانتفاعی یعنی کتابخانه دانشگاه دولتی را نشان می‌دهد و کتابخانه را در پیدا کردن موقعیت رقابتی خود کمک می‌کند.

۶. روش پژوهش

داده‌های پژوهش به روش پیمایشی - تحلیلی گردآوری شده‌اند. جامعه آماری پژوهش شامل کاربران کتابخانه‌های عمومی ایران بود. در پژوهش حاضر تعداد ۱۰۰۰۰ نفر به عنوان نمونه به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی انتخاب شدند. ابتدا تعداد ۱۰ استان (استان‌های آذربایجان شرقی، اهواز، ایلام، بوشهر، تهران، چهارمحال و بختیاری، خراسان رضوی، کرج، کردستان و کرمانشاه) به صورت تصادفی انتخاب شدند. سپس از هر استان سه شهرستان انتخاب و کتابخانه‌های آن شهرستان‌ها مورد پیمایش قرار گرفتند. در مجموع تعدادی کتابخانه از ۳۰ شهرستان بررسی شدند. ابزار پژوهش، پرسشنامه‌ای است که توسط محقق در کار تحقیقاتی ساخته و اعتباریابی شده است. پرسشنامه به صورت آنلاین برخط طراحی شد و در نامه‌ای از کتابداران این کتابخانه‌ها درخواست گردید که لینک پرسشنامه در اختیار کاربران قرار گیرد. برای سنجش روایی پرسشنامه‌ها از روایی محتوا استفاده شد. پرسشنامه‌ها در اختیار متخصصان علم اطلاعات و دانش‌شناسی قرار گرفت و روایی آن‌ها در حد قابل قبول اعلام شد. از روش آلفای کرونباخ نیز برای بررسی پایایی پرسشنامه‌ها استفاده و میزان پایایی پرسشنامه ۸۴٪ گزارش شد. در تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل رضایت مشتری کانو و تأثیر عملکرد نامتقارن استفاده شده

است. با استفاده از مدل کانو، ویژگی‌های^۱ کیفیت خدمات کتابخانه‌های عمومی مبتنی بر رضایت کلی مراجعه‌کنندگان، در سه گروه خدمات اساسی، عملکردی و انگیزشی طبقه‌بندی شدند. برای این منظور، از تحلیل رگرسیون چندگانه با متغیرهای ساختگی^۲ استفاده شد. برای هر یک از ویژگی‌ها، دو متغیر ساختگی برای خدمات اساسی و انگیزشی ایجاد شد. برای ایجاد متغیر ساختگی خدمات اساسی، مقادیر ویژگی‌هایی که در چارک اول قرار داشتند، مورد استفاده قرار گرفت و برای ایجاد خدمات انگیزشی، مقادیر ویژگی‌هایی که در چارک چهارم قرار داشتند، استفاده شد. این فرایند برای هر کدام از ویژگی‌های کیفیت خدمات کتابخانه‌های عمومی تکرار شده است. در رگرسیون چندگانه، میانگین مقادیر رضایت کلی مراجعه‌کنندگان به عنوان متغیر وابسته و دو دسته متغیرهای ساختگی خدمات اساسی و انگیزشی به عنوان متغیر مستقل مورد استفاده قرار گرفت و دو نوع ضریب برای هر ویژگی تولید شد. نوع نخست، شاخص جریمه^۳ است. شاخص جریمه ضریب رگرسیون استاندارد شده‌ای^۴ است که تأثیر ویژگی‌های کیفیت خدمات کتابخانه‌های عمومی با سطح عملکرد پایین (خدمات اساسی) را بر روی رضایت کلی مراجعه‌کنندگان نشان می‌دهد. نوع ضریب دوم، شاخص پاداش^۵ است. شاخص پاداش ضرایب رگرسیون استاندارد شده‌ای است که تأثیر ویژگی با سطح عملکرد بالا (خدمات انگیزشی) را بر روی رضایت کلی مراجعه‌کنندگان نشان می‌دهد (کابر، البیرک و لویاکانو، ۲۰۱۳). برای تشخیص تأثیر عملکرد نامتقارن ویژگی‌های کیفیت خدمات کتابخانه بر رضایت کلی مراجعه‌کنندگان، از فرمول‌های زیر استفاده شده است.

$$SGP_i = r_i / RIOCS_i \quad DGP_i = p_i / RIOCS_i \quad IA_i \text{ index} = SGP_i + DGP_i$$

$$r_i = \text{شاخص پاداش برای ویژگی } i$$

$$p_i = \text{شاخص جریمه برای ویژگی } i$$

$$RIOCS = |r_i| + |p_i|$$

RIOCS: دامنه تأثیر بر رضایت کلی مراجعه‌کنندگان؛ SGP: رضایت- پتانسیل تولیدی؛

DGP: عدم رضایت- پتانسیل تولیدی؛ IA: تأثیر نامتقارن.

۱. در مدل کانو، هر مؤلفه یک ویژگی در نظر گرفته می‌شود.

2. Dummy Variables

3. Penalty indices

4. Standardized Regression Coefficients

5. Reward indices

۷. یافته‌های پژوهش

جدول ۱- توصیف آماری پاسخ‌دهندگان (تعداد: ۴۰۰)

متغیرها		فراوانی مطلق
جنسیت	مرد	۲۷۰
	زن	۱۳۰
طبقه‌بندی سنی	زیر ۲۰	۱۸۰
	۲۰-۲۹	۵۰
	۳۰-۳۹	۷۲
	۴۰-۴۹	۴۰
تحصیلات	۵۰ به بالا	۵۸
	زیر دیپلم	۶۰
	دیپلم	۱۲۰
	فوق دیپلم	۴۰
	کارشناسی	۸۵
	کارشناسی ارشد	۶۵
	دکتری	۲۰
وضعیت اشتغال	حوزوی	۱۰
	شاغل	۲۶۰
شغل	غیر شاغل	۱۴۰
	دانشجو	۱۹۰
	خانه‌دار	۷۰
	کارمند	۹۶
	شغل آزاد	۳۲
	بیکار	۶
	سرباز	۴
	بازنشسته	۲
سابقه عضویت	یک سال و کمتر	۱۷۰
	دو سال	۲۵
	سه سال	۴۰
	۴ سال	۹۰
	۵ سال	۵۵
	بیش از ۵ سال	۲۰

در مجموع ۴۰۰ نفر در این پژوهش شرکت کردند که ۲۷۰ نفر از آن‌ها مرد و ۱۳۰ نفر زن

بودند. شرکت‌کنندگان در گروه‌های سنی متفاوت طبقه‌بندی شدند و تعداد فراوانی هر گروه سنی نیز ذکر گردید. همچنین سطح تحصیلات و وضعیت شغلی و سابقه عضویت آن‌ها هم مشخص شد.

جدول ۲- یک نمونه تجزیه و تحلیل کنتراست پاداش پناالتی

طبقه‌بندی فاکتورها	IA	DGP	SGP	RIOS	فهرست مجازات	فهرست پاداش	میانگین	شاخص‌ها
عملکردی	-0.10	0.548	0.452	0.168	۰.۷۶	-0.092	3.4161	کیفیت منابع
عملکردی	0.06	0.470	0.530	0.166	۰.۸۸	-0.078	3.7353	کیفیت کتابدار
انگیزشی	0.42	0.288	0.712	0.052	۰.۳۷	-0.015	3.4168	کیفیت فضا
انگیزشی	0.22	0.390	0.610	0.172	۰.۱۰۵	-0.067	3.3886	کیفیت سامانه و نرم‌افزار
عملکردی	0.04	0.482	0.518	0.085	۰.۴۴	-0.041	3.4356	کیفیت تجهیزات
اساسی	-0.72	0.858	0.142	0.169	۰.۲۴	-0.145	3.2855	کیفیت خدمات
انگیزشی	0.28	0.358	0.642	0.120	۰.۷۷	-0.043	3.5484	کیفیت مکان
اساسی	-0.29	0.646	0.354	0.198	۰.۷۰	-0.128	3.0786	برنامه‌های اجتماعی - فرهنگی
انگیزشی	0.23	0.384	0.616	0.138	۰.۸۵	-0.053	2.9453	برنامه‌های جانبی
انگیزشی	0.16	0.421	0.579	0.145	۰.۸۴	-0.061	3.7386	زمان فعالیت
اساسی	-0.15	0.576	0.424	0.177	۰.۷۵	-0.102	3.6946	هزینه‌ها
عملکردی	-0.09	0.546	0.454	0.152	۰.۶۹	-0.083	3.1770	اشتهار و معروف بودن کتابخانه
انگیزشی	0.35	0.326	0.674	0.187	۰.۲۶	-0.061	3.7565	احساس امنیت و راحتی
انگیزشی	0.52	0.238	0.762	0.147	۰.۱۱۲	-0.035	3.1880	حضور و مشارکت‌های اجتماعی
اساسی	-0.20	0.602	0.398	0.196	۰.۷۸	-0.118	3.2304	تبلیغ و معرفی

IA، عدم تقارن تأثیر DGP، پتانسیل تولید نارضایتی SGP بر رضایت کلی، پتانسیل ایجاد رضایت Rios دامنه تأثیر

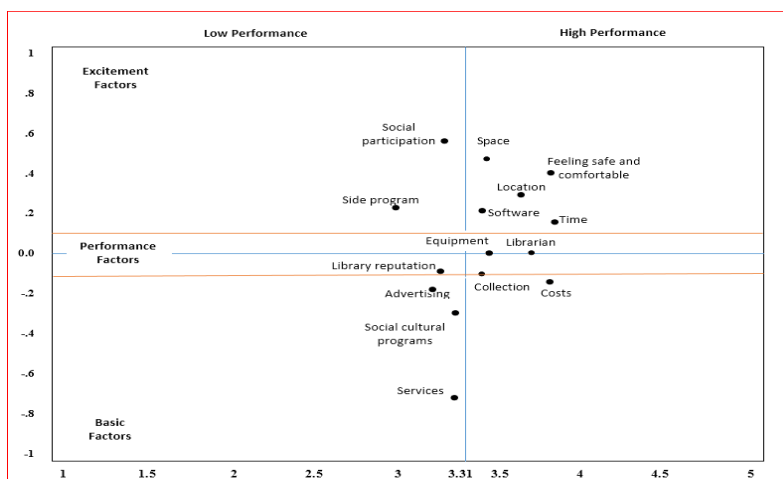
در جدول (۲) طبقه‌بندی ۱۵ فاکتور کتابخانه‌های عمومی ایران از نظر کاربران آمده است که ۹ فاکتور جزو خدمات انگیزشی، ۴ فاکتور جزو خدمات عملکردی و دو فاکتور جزو خدمات اساسی هستند. همچنین میانگین هر یک از فاکتورها نیز در این جدول قابل مشاهده است.

یک ماتریس دو بُعدی برای تجزیه و تحلیل تأثیر نامتقارن عملکرد (AIPA) با استفاده از امتیازات تأثیر نامتقارن (IA) بر روی محور عمودی و امتیازات عملکرد ویژگی‌ها (میانگین ابعاد، ۳/۳۱) بر روی محور افقی بدست آمد (شکل ۲). امتیازات تأثیر نامتقارن (IA) برای گروه‌بندی ویژگی‌ها به عنوان اساسی، عملکردی و انگیزشی استفاده می‌شود (کابر، البیرک و لویاکانو، ۲۰۱۳). برای گروه‌بندی ویژگی‌ها به عنوان اساسی، عملکردی و انگیزشی از فاصله تعیین شده توسط سبیر، البیرک و لویاکانو (۲۰۱۳) استفاده شد که دامنه گروه عملکردی را یک‌دهم (۰/۱) در نظر می‌گیرند. همانطور که در شکل (۲) دیده می‌شود، چهار ویژگی خدمات، تبلیغ و معرفی،

هزینه‌ها و برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی در قسمت پایینی محور افقی قرار دارد، از این‌رو در گروه خدمات اساسی جای می‌گیرد. ویژگی‌هایی که در این ناحیه قرار گرفته‌اند، پتانسیل زیادی برای ایجاد عدم رضایت نسبت به رضایت دارند، در مقابل ویژگی‌های زمان فعالیت، حضور و مشارکت‌های اجتماعی، برنامه‌های جانبی، فضا، مکان، احساس راحتی و امنیت، و سامانه و نرم‌افزار کتابخانه که در قسمت بالای محور افقی قرار گرفته‌اند (گروه خدمات انگیزشی)، پتانسیل زیادی برای ایجاد رضایت در کاربران دارند. همچنین چهار ویژگی کتابداران، اشتها و معروف بودن کتابخانه، تجهیزات، و منابع (مجموعه) جزو گروه خدمات عملکردی قرار دارند که با افزایش سطح این نوع از خدمات، عملکرد آنها افزایش و با کاهش سطح این نوع از خدمات، عملکرد آنها کاهش می‌یابد (کابر، البیرک و لویاکانو، ۲۰۱۳). محورهای افقی عملکرد را نشان می‌دهد که براساس میانگین کلی ویژگی‌ها (۳/۳۱) به دو گروه عملکرد پایین و عملکرد بالا تقسیم شده است، در اصل عملکرد هر ویژگی، میانگین آن ویژگی است. محور عمودی تأثیر نامتقارن را نشان می‌دهد که دامنه آن بین ۱- تا ۱+ است. به کمک این ماتریس، تفسیر تأثیر و نفوذ ویژگی‌ها بر رضایت کلی دانشجو به وسیله دو شاخص تأثیر نامتقارن و عملکرد آن‌ها امکان‌پذیر است.

همان‌طور که شکل (۲) نشان می‌دهد، ویژگی‌هایی که در سطح راست نمودار مشاهده می‌شوند، دارای عملکرد بالا هستند، اما ویژگی سمت چپ نمودار دارای امتیاز عملکرد پایین است.

با توجه به نوع خدمات و سطح عملکرد و نیز ضریب تأثیر مؤلفه‌ها در اولویت‌بندی، اقدامات به ترتیب زیر ارائه می‌شود.



شکل ۲- ماتریس IPIA

۸. نتیجه‌گیری

شکل (۲) توزیع ویژگی‌های کتابخانه‌های عمومی ایران را براساس طبقه‌بندی آنها و سطح عملکرد نشان می‌دهد. برآیند این توزیع، اولویت‌بندی اقدامات را نمایان می‌کند. چهار ویژگی خدمات کتابخانه‌های عمومی، برنامه‌های اجتماعی و فرهنگی، تبلیغ و معرفی کتابخانه جزو خدمات اساسی با عملکرد پایین هستند. این چهار ویژگی در حال حاضر باعث نارضایتی کاربران از کتابخانه‌های عمومی می‌باشند. عدم رضایت کاربران باعث می‌شود که آن‌ها دیگر به کتابخانه برای رفع نیاز اطلاعاتی خود مراجعه نکنند و کتابخانه بدون استفاده بماند. وقتی در کتابخانه‌ای برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی متناسب با نیاز روز جامعه ارائه نشود، این نیز به نوبه خود باعث عدم آگاهی کاربران از مسائل مربوطه در این حوزه می‌شود. کتابخانه‌ها باید از طریق برگزاری برنامه‌های مختلف همچون برگزاری کارگاه‌های آموزشی، برگزاری نمایشگاه‌های مختلف در حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی و یا برنامه‌های متناسب با مسائل روز جامعه و با اطلاع‌رسانی کردن این برنامه‌ها می‌توانند باعث تبلیغ کتابخانه خود شوند و این برنامه‌ها اگر باعث جلب رضایت حضار و کاربران شود، باعث افزایش کاربران و مشهور و معروف شدن کتابخانه می‌شود. بنابراین، لازم و ضروری است این چهار ویژگی در اولویت نخست بهبود قرار گیرند و با برآورده کردن آنها نارضایتی از بین برود و این نوع خدمات حداقل به خدمات اساسی با عملکرد بالا ارتقاء یابند. همچنین با توسعه این خدمات می‌توان آنها را به سطح خدمات عملکردی و انگیزشی ارتقاء داد. یافته‌های این بخش با نتایج حاصل از پژوهش اوه، یون و پارک (۲۰۱۲)، رضایی و همکاران (۲۰۱۲) و پژوهش چن و کو (۲۰۱۱) هم‌خوانی دارد.

ویژگی اشتها و معروف بودن کتابخانه که خدمات عملکردی با عملکرد پایین است، در حال حاضر باعث نارضایتی از کتابخانه‌ها هستند و باید در اولویت دوم بهبود قرار بگیرند و با برآورده کردن آنها، حداقل به خدمات عملکردی با عملکرد بالا ارتقاء یابند. همچنین با توسعه این خدمات می‌توان آنها را به سطح خدمات انگیزشی ارتقاء داد. یافته‌های این بخش نیز با نتایج حاصل از پژوهش کابر، البیرک و لویاکانو (۲۰۱۳)، اوه، یون و پارک (۲۰۱۲) و ژاو و دلاکیا (۲۰۰۹) هماهنگی دارد.

دو ویژگی برنامه‌های جانبی و حضور و مشارکت‌های اجتماعی که با کارکردهای اجتماعی کتابخانه‌های عمومی در ارتباط هستند، جزو خدمات شگفت‌انگیز برای کاربران کتابخانه‌های عمومی به حساب می‌آیند که سطح ارائه پایین آنها تأثیر شگفت‌انگیزشان را از بین برده است

(خدمات انگیزشی با عملکرد پایین). این دو ویژگی اگر در اولویت قرار گیرند و برآورده شوند، رضایت را به صورت قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد. با توسعه این خدمات می‌توان آنها را به سطح خدمات انگیزشی ارتقاء داد. در نتیجه، این دو ویژگی در اولویت سوم توسعه توسط کتابخانه‌های عمومی خواهند بود.

سه ویژگی منابع (مجموعه)، کتابدار، و تجهیزات کتابخانه جزو خدمات عملکردی با سطح عملکرد بالا هستند که در حال حاضر در سطح خوبی عمل می‌کنند و باعث افزایش رضایت هستند. برای این سه ویژگی در درجه اول، باید مراقب بود که سطح آنها کاهش نیابد و باعث نارضایتی نگردند. توجه به آنها باعث افزایش بیشتر رضایت کاربران خواهد شد؛ زیرا کتابدار یکی از ارکان اصلی ارتباط کاربران با کتابخانه و منابع است، نوع رفتار اجتماعی و برخورد کتابدار با کاربران و سطح علمی در کمک به پیدا کردن منابع لازم و مورد نیاز برای کاربران و همچنین رفع نیاز اطلاعاتی آن‌ها نقش بسیار مهم و کلیدی در حفظ و نگهداری کاربران دارد. منابع نیز در صورتی که متناسب با نیاز اطلاعاتی جامعه استفاده‌کننده خود باشد و مراجعه‌کننده با مراجعه به کتابخانه بتواند به منابع مورد نیاز خود دسترسی داشته باشد، این نیز به نوبه خود باعث حفظ کاربران بالقوه و بالفعل خواهد شد. در خصوص تجهیزات نیز چنین است، در صورتی که منابع سخت‌افزاری و سخت‌افزاری و سایر موارد مورد نیاز در کتابخانه موجود باشد، مسلماً رضایت کاربران را به دنبال خواهد داشت. اگر با توسعه این سه نوع خدمت، آنها را به خدمات انگیزشی با سطح بالا تبدیل نمایند، تأثیر آنها به صورت قابل ملاحظه‌ای بیشتر خواهد شد؛ در نتیجه، این ویژگی‌های کتابخانه‌های عمومی ایران می‌تواند در راستای تبدیل شدن به نیاز انگیزشی ارتقاء یابد. اهتمام برای بهبود این سه ویژگی در اولویت چهارم قرار می‌گیرد. یافته‌های به دست آمده در این بخش با نتایج حاصل از پژوهش کابر، البیرک و لویاکانو (۲۰۱۳) و ژاو و دلاکیا (۲۰۰۹) هماهنگی دارد.

ویژگی هزینه‌ها در کتابخانه‌های عمومی ایران، جزو خدمات اساسی با عملکرد بالا است، یعنی توسعه آنها باعث افزایش رضایت نمی‌شود، اما کاهش آنها می‌تواند موجبات نارضایتی را فراهم آورد. می‌توان چنین گفت که اگر کتابخانه‌ای هزینه سنگینی را برای خرید تجهیزات و منابعی کند که مورد نیاز اکثریت کاربران نباشد و یا اینکه در آن کتابخانه مورد استفاده قرار نگیرد، هیچ فایده‌ای برای کتابخانه در پی نخواهد داشت، ولی اگر برای خرید منابع مورد نیاز کاربران هزینه‌ای صورت نگیرد و همچنین برای برگزاری کارگاه‌ها یا نمایشگاه‌هایی که مورد نیاز جامعه استفاده‌کننده

آن کتابخانه است، هزینه‌ای در نظر گرفته نشود و به آن بی‌توجهی شود، حتماً باعث ناراضایتی مراجعه‌کنندگان خواهد شد. بنابراین، لازم است که این ویژگی در درجه اول باید در همین سطح نگاه داشته شود تا موجب ناراضایتی نگردد و در درجه دوم می‌توان با توسعه این ویژگی به خدمات عملکردی و انگیزشی، باعث افزایش بیش از حد رضایت گردید. یافته‌های این بخش پژوهش نیز با نتایج حاصل از پژوهش رضایی و همکاران (۲۰۱۲) هماهنگی دارد.

پنج ویژگی سامانه و نرم‌افزار کتابخانه، زمان فعالیت، فضا، مکان، و احساس امنیت و راحتی جزو خدمات انگیزشی با عملکرد بالا موجب رضایت قابل توجه کاربران هستند که باید توجه داشت که سطح عملکرد این نوع خدمات کاهش نیابد و یا اینکه با گذشت زمان به خدمات عملکردی و اساسی تبدیل نشوند. کتابخانه‌های عمومی نباید به ویژگی‌های مذکور در سطح خدمات انگیزشی بی‌توجه شوند، بلکه باید در حفظ این شرایط تلاش کنند و در صورت نیاز در جهت بهبود آن‌ها گام بردارند. ممکن است به مرور زمان نرم‌افزار مورد استفاده، به نسخه جدیدی نیاز داشته باشد و یا اینکه فضا یا مکان نیازمند بازسازی باشد، که همه این موارد باید مدنظر قرار بگیرد. همچنان باید در جهت حفظ امنیت کاربران تلاش شود. در نتیجه، جزو اولویت آخر مدیران کتابخانه‌های عمومی ایران قرار می‌گیرد.

۹. پیشنهادات پژوهش

با توجه به یافته‌های این پژوهش و به منظور افزایش رضایت کاربران، موارد زیر پیشنهاد می‌شود:

- برگزاری برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی متناسب با نیاز روز جامعه برای کاربران،
- ارائه امکانات و تجهیزات مناسب با نیاز جامعه استفاده‌کننده از کتابخانه‌های عمومی،
- طراحی و برگزاری کارگاه‌های آموزشی مورد نیاز کاربران کتابخانه‌های عمومی،
- فراهم‌آوری مکان و فضای مناسب برای جامعه استفاده‌کننده،
- به‌کارگیری کتابداران متخصص در کتابخانه‌های عمومی.

منابع

رحیمی، ص.، کرمی، فرهادی، م.، مراد حاصلی، م. (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر میزان رضایت کاربران از کتابخانه دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران. *کتابداری و اطلاع‌رسانی*، ۱۳(۴۵۲): ۵۱-۶۶.

References

- Bauk, S., Šćepanović, S. & Kopp, M. (2014). Estimating Students' Satisfaction with Web Based Learning System in Blended Learning Environment. *Education Research International*. DOI: 10.1155/2014/731720
- Bayraktaroğlu, G. & Özgen, Ö. (2008). Integrating the Kano model, AHP and planning matrix: QFD application in library services. *Library Management*, 29(4-5): 327-351. DOI: 10.1108/01435120810869110.
- Caber, M., Albayrak, T. & Loiacono, E.T. (2013). The classification of extranet attributes in terms of their asymmetric influences on overall user satisfaction an introduction to asymmetric impact-performance analysis. *Journal of Travel Research*, 52(1): 106-116. DOI: 10.1177/0047287512451139.
- Calvert, P.J. (2001). International variations in measuring customer expectations. *Library Trends*, 49(4): 732-757.
- Chen, L.H. & Kuo, Y.F. (2011). Understanding e-learning service quality of a commercial bank by using Kano's model. *Total Quality Management*, 22(1): 99-116. DOI: 10.1080/14783363.2010.532345.
- Garibay, C., Gutierrez, H. & Figueroa, A. (2010). Evaluation of a Digital Library by Means of Quality Function Deployment (QFD) and the Kano Model. *The Journal of Academic Librarianship*, 36(2): 125-132. DOI: 10.1016/j.acalib.2010.01.002.
- Kahneman, D. & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica: Journal of the econometricsociety*, 47(2): 263-291. DOI: 10.1017/CBO9780511803475.003.
- Kano, N. (1984). Attractive quality and must be quality. *Hinshitsu (Quality)*, 14(2): 147e156 [in Japanese].
- Martilla, J.A. & James, J.C. (1977). Importance-performance analysis. *The journal of marketing*, 41(1): 77-79.
- Mittal, V., Ross, W.T. & Baldasare, P.M. (1998). The asymmetric impact of negative and positive attribute-level performance on overall satisfaction and repurchase intentions. *Journal of marketing*, 62: 33-47. DOI: 10.2307/1251801.
- Nzumile, J.M. & Taifa, I.W. (2021). Students Satisfaction Requirements Using The kano Model. *Business Eucation Journal*, 10(1).
- Oh, J.C., Yoon, S.J. & Park, B.I. (2012). A structural approach to examine the quality attributes of e-shopping malls using the Kano model. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 24(2): 305-327. DOI: 10.1108/13555851211218075.
- Rahimi, S., Karmi, Farhadi, M., Murad Hasli, M. (2010). Investigating factors influencing the level

- of users' satisfaction with the library of the Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Tehran. *Library and information*, 13(452): 51-66 .[in persian]
- Rezaie, M., Nosratabadi, H.E. & Fazlollahtabar, H. (2012). Applying KANO Model for Users', Satisfaction Assessment in E-Learning Systems: A Case Study in Iran Virtual Higher Educational Systems. *International Journal of Information and Communication Technology Education (IJICTE)*, 8(3): 1-12. **DOI:** 10.4018/jicte.2012070101.
- Saeidnia, H. (2019). Identification and classification of the features of an effective website for Iranian Public Libraries based on the Kano Model Customer Satisfaction. *Knowledge Studies*, 5(19): 63-88. **DOI:** 10.22054/jks.2019.43087.1230
- Shahin, A. & Zairi, M. (2009). Kano model: A dynamic approach for classifying and prioritising requirements of airline travellers with three case studies on international airlines. *Total Quality Management*, 20(9): 1003-1028. **DOI:** 10.1080/14783360903181867.
- Zhao, M. & Roy Dholakia, R. (2009). A multi-attribute model of web site interactivity and customer satisfaction: An application of the Kano model. *Managing Service Quality: An International Journal*, 19(3): 286-307. **DOI:** 10.1108/09604520910955311.