

مبانی نظری

بحث تکریم و جلب رضایت ارباب رجوع، یکی از مباحث مهمی است که امروزه در دستگاه های دولتی مطرح است. این موضوع از آموزه های مهم دینی ما بوده و در جای جای آیات کلام ... مجید از آیه (ولقد کرمنا بنی آدم...) در سوره اسراء تا فرمان خداوند به پیامبر عظیم الشان اسلام مبنی بر سخن گفتن با بندگان به نیکوترین وجه بر آن دستور داده شده است. مصادیق علمی بحث تکریم همان سیره نبوی و ائمه اطهار میباشد که در متون اسلامی به کرات آورده شده اند.

(طرح تکریم مردم و جلب رضایت ارباب رجوع)، یکی از طرحهای هفتگانه تحول اداری است که به منظور بال بردن سطح رضایت ارباب رجوع و ارتقای سطح کارآمدی نظام اداری در میان سایر طرحهای تحول اداری توجه بیشتری را به خود معطوف داشته است. این طرح را شورای عالی اداری در نودمین جلسه خود در 1381/01/25 بنا به پیشنهاد سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور به منظور تکریم و جلب رضایت ارباب رجوع نسبت به عملکرد واحدهای اجرایی کشور به تصویب رساند و همه موسسات، شرکت های دولتی، وزارتخانه ها، سازمانها و شرکتها و موسساتی را که از بودجه عمومی استفاده میکنند، ملزم به اهتمام جدی و اجرای دقیق آن کرد. موضوع تکریم ارباب رجوع یا مشتریمداری در بنگاههای خصوصی، خواه ناخواه مورد توجه بیشتری قرار میگیرد زیرا سودآوریشان به طور مستقیم منتج از رضایت ارباب رجوع است، در حالی که این امر در ادارات دولتی به دلیل آنکه کارمندان و حتی مدیران در پایان ماه حقوق ثابت خود را دریافت میکنند، مصداق ندارد و تکریم ارباب رجوع مستقیماً سودی را متوجه آنان نمیسازد. چنانچه احدی از کارکنان دستگاه دولتی نیز به این مهم توجه ویژه ای کند، به عنوان یک مساله کاملاً شخصی به آن نگاه خواهد شد. اگر فرد دارای وجدان کاری و صاحب حسن خلق باشد، با ارباب رجوع رفتاری شایسته و صحیح خواهد داشت. در غیر این صورت، تکلیفی از این بابت متوجه او نخواهد بود لیکن در سازمانهای خصوصی اینگونه نیست حتی اگر رفتار ناشایستی با ارباب رجوع صورت پذیرد، ارباب رجوع کاملاً خود را محق به ارائه شکایت، حداقل به مسئول مربوطه و کاملاً امیدوار به

رسیدگی می‌داند. البته گفتنی است که تکریم ارباب رجوع در این بخش‌ها نیز همچنان کار ویژه‌های را می‌طلبد و متأسفانه وضع موجود با آموزه‌های اسلامی و آنچه باید در یک حکومت اسلامی مراعی باشد و در مقام عمل در مقایسه با آنچه امروزه در برخی از کشورهای غیراسلامی جاری و ساری است، تفاوت و فاصله بسیار چشمگیر دارد. اگرچه در بخش‌های خصوصی هم به این مهم، از نظر سودآوری و در واقع جلب مشتری توجه می‌شود، ولی در این بخش‌ها نیز مسائل و مشکلاتی وجود دارد که در واقع به نوعی شامل بخش‌های دولتی نیز میشود. مثلاً انحصاری بودن خدمت موردنظر، ناآگاهی ارباب رجوع از حقوق خود (چه در مورد خدمت موردنظر و چه در مورد نحوه برخورد متصدیان امر)، فقدان نهادی مسئول و پیگیر رسیدگی به امور تکریم ارباب رجوع، وجود نقص در ساز و کار کنترل رفتار کارمندان، اهمیت ندادن و کم توجهی به موضوع از سوی مسئولان بویژه مسئولان دولتی و صرفاً دولتی بودن خدمات مهم کشوری.

در این فصل مبانی نظری موضوع پژوهش بررسی شده است. در ابتدا مفاهیم مربوط تکریم، نیازهای مشتریان، اصول تکریم و تعریف و ضرورت و پیامدهای تکریم ارباب رجوع و ... تشریح شده است. سپس در خصوص رضایت ارباب رجوع بحث شده است.

تکریم

معنی و مفهوم کلمه تکریم در منابع مختلف به شرح ذیل می‌باشد:

مفهوم تکریم در لغت به معنی پاسداشت، گرامی داشتن، نیک گرامی کردن، تنزیه کردن از معایب، تنزیه و تعظیم، کریم گفتن کسی را، تعظیم توقیر و حرمت و احترام و تحیت و تسلیم می‌باشد و واژه‌هایی مانند تکریم کردن به معنی تکریم کردن گرامی داشتن، حرمت کردن، احترام کردن و منزه داشتن است.

مفهوم تکریم در لغت به معنای منزه داشتن و حرمت نگه داشتن و گرامی داشتن است در اصطلاح معنای تکریم این است که رفتار افراد جامعه نسبت به هم یا مسئولان جامعه نسبت به افراد بگونه‌ای باشد که حرمت افراد

رعایت گردد در این راستا تکریم، پاسداشت و حمایت از ارباب رجوع ها در حوزه‌های مختلف کشوری امری بسیار مهم و موثر ارزیابی کرد.

محبت و تکریم به معنی دوست داشتن کسی و تکریم به معنی حب ذات و دوست داشتن خود است، به طوری که اگر محبت از جانب دیگران به فرد ابراز شود، موجب احساس رضایت و خشنودی او می گردد. از ویژگی‌های انسان باکرامت و با محبت می توان به بخشنده و قدردان محبت‌های دیگران، به عهد خود وفا کردن، جواب بدی را با خوبی دادن، درخواست نکردن چیزی از دیگران و ارزش‌های انسانی خود را محترم شمردن اشاره نمود .

واژه دیگری به نام تکریم ارباب رجوع به معنی احترام به ارباب رجوع، پاسخ گویی مناسب به درخواست‌های او و راه اندازی کارش در اسرع وقت می‌باشد. این عبارت در ادبیات حکومتی بسیار به کار می‌رود و برای رفع نقص‌های که در بیشتر ادارات دولتی وجود دارد، استفاده می‌شود. این نقیصه همان عدم پاسخ گویی مناسب به مردم، رجوع دادن بی دلیل آنها به افراد مختلف سازمان، تعلل در انجام کارهای ساده ای مانند امضاء کردن و... است. تکریم ارباب رجوع یعنی ارائه خدمات مناسب، در کمترین زمان .الزام به توضیح است که کلمات مترادف برای واژه تکریم نتایج: تجلیل، تکریم، بزرگ سازی، درشت، نمایی، حرمت، احترام، تکریم، احترام گذاردن احترام، ستایش، تکریم، نیایش، تقدیس یافت شد.

ارباب رجوع

امروزه در عصر جهانی شدن، به سبب پیشرفت دانش و تکنولوژی، سرعت در ارتباطات و تغییر و تحولاتی که در ارزش‌ها و فرهنگ‌ها، انتظارات و مطالبات سیاسی ملت‌ها ایجاد شده ، بفرایند تحولات اداری تاثیر گذاشته است. تغییر سلیقه‌ها و توقعات شهروندان، سبب شده است که تحول، از امری درون زا به امری برون زا تبدیل شود. در واقع پاسخگو بودن سازمانهای دولتی در برابر شهروندان، سبب شده است دولت ها به افراد جامعه از منظری جدید و به مثابه ارباب رجوع بخش خصوصی بنگرند و تلاش کنند حداکثر رضایتمندی را برای آنان فراهم سازند از ویژگی‌های تعریفی که میتوان برای ارباب رجوع ارائه داد به شرح ذیل است.

ارباب رجوع اصولاً کسی است که خدمت یا کالایی را اعم از داخل سازمان یا بیرون سازمان دریافت می‌کند و یا به عبارتی دیگر ارباب رجوع‌ها محصول یا نتایج یک عملکرد را مصرف می‌کنند یا به آنها نیاز دارند و از آنها بهره می‌برند.

ارباب رجوع مداری، انسان مداری است ارزش نهادن به انسان به عنوان ارزنده ترین موجود و به عنوان شریفترین چیزی که خدا خلق کرده است. موجودی که در دیدگاه مبین اسلام اشرف مخلوقات و خلیفه الله است. انواع ارباب رجوع، نیازها و انتظارات مشتری در گذشته، مدیریت دولتی توجه اصلی خود را به رخدادهای درون بوروکراسی معطوف می‌داشت و به طور عمده مشکلات درونی بوروکراسی را مسئله اصلی می‌پنداشت. امروزه مدیریت دولتی باید ابعاد اجتماعی و عمومی حرفه خود را بشناسد و از آثار سازمان خود بر محیط اجتماعی آن آگاه باشد و مسائل شهروندان و شهروندی را دغدغه ذهنی خود قرار دهد در عصر حاضر، رویکرد سازمانهای دولتی به مقوالت کارایی و اثربخشی دچار یک دگرگونی بنیادی و اساسی شده است. رویکردهای جدید برخلاف رویکردهای سنتی، شاخص‌های مختلفی را که به طور عمده غیر مالی هستند مورد توجه قرار داده اند. در نظام اداری و اجرایی کشورها، سلامت اداری و رضایت ارباب رجوع از دستگاه‌های دولتی، بصورت یکی از معیارها و شاخص‌های اصلی تحول نظام اداری بوده است و ارزیابی و بهبود عملکرد سازمانهای دولتی تلقی می‌شود. به اعتقاد اندیشمندان علوم سیاسی و اداری، اگر دولت‌ها و حکومت‌ها نتوانند خواسته‌ها و نیازهای مادی و معنوی و رضایت شهروندان را برآورده سازند، بحران‌های مختلفی از قبیل بحران اعتماد عمومی، بحران مشروعیت نظام بحران مشارکت عمومی و بحران همگرایی در جامعه ایجاد می‌شود و این بحرانها ضمن تقلیل کارایی و اثربخشی نظام سیاسی و اداری، موجب بروز بحران و گسست در فرایند توسعه خواهد شد. بنابراین مدیریت عملکرد سازمان های دولتی در جهت بهبود کیفیت خدمات ارائه شده به منظور ایجاد رضایت مندی در شهروندان و مراجعان می‌تواند از اهمیت بسزایی برخوردار شده، و در تحول و توسعه جوامع نقش استراتژیک داشته باشد، زیرا بهبود عملکرد سازمانهای دولتی، توانمندی رقابتی، بهره‌وری و قدرت پاسخگویی این سازمان‌ها

را افزایش می دهد. اگرچه این دو گروه در نوع نیازهایشان از سازمان تفاوت‌های عمده ای دارند ولی دارای انتظارات و نیازهای مشترکی هستند در یک جمع بندی میتوان ارباب رجوع‌ها را به دو دسته تقسیم کرد:

1- درون سازمانی: که عبارت است از کارکنان و مدیران یک موسسه

2- برون سازمانی: شامل ارباب رجوع‌ها و بازنشستگان خصوصی و دولتی

الف- ارباب رجوع خارجی: در برون از سازمان بوده، محصولات و یا خدمات آن را میخرند. به طور کلی نیازها و توقعات ارباب رجوع بیشتر حول محورهای تحول به موقع محصول یا خدمت، قیمت مناسب در مقابل محصولات یا خدمات مشابه (رقابتی)، کیفیت قابل قبول و مورد اطمینان، تحویل یا دریافت محصول و خدمات مطابق با نیاز (نه مشابه آن)، خدمات مناسب و قابل قبول بعد از خدمات می‌باشد.

ب- ارباب رجوع داخلی: در برابر ارباب رجوع خارجی، هر سازمانی تعدادی ارباب رجوع داخلی نیز دارد که به اندازه ارباب رجوع خارجی مهم هستند در تمام مراحل عملیات و فرایندهای سازمان همواره یک ارباب رجوع داخلی وجود دارد که محصول یا خدمتی را دریافت می کند و در عوض محصول یا خدمتی را ارائه می دهد به طور کلی نیازها و توقعات ارباب رجوع بیشتر حول محورهای ارائه بموقع کار، دریافت کار با کیفیت قابل قبول، انجام کار گروهی، وجود ساختار و تشکیلات سازمانی مناسب می باشد برای برآوردن نیازهای ارباب رجوع ضرورت دارد که این نیازها را به مشخصات محصول یا خدمت تبدیل و تفسیر کنیم.

نیازهای مشتری

الف- آگاهی از نتایج(اهداف استفاده از خدمات)و راه‌های رسیدن به نتایج

ب- تعیین و تعریف دقیق احتیاجات ارباب رجوع

ج- مشارکت ارباب رجوع در اولین زمان ممکن

د- تعیین انتظارات مصرف کننده (ارباب رجوع) از خدمات

اگر قرار باشد یک خدمت با کیفیت ارائه شود، توازن بین انتظارات ارباب رجوع و آنچه را که می توان عرضه کرد، ضروری است. در سالهای اخیر که امکان تولید انبوه، زمینه افزایش عرضه نسبت به تقاضا را فراهم کرده است، برای تولیدکنندگان چارهای جز جلب رضایت ارباب رجوع باقی نمانده است. در هر گوشه از جهان صنعتی امروز که اقتصاد رقابتی، فضای انحصاری را درهم می شکند نگرش ارباب رجوع مداری و کسب رضایت ارباب رجوع، قانون کسب و کار تلقی شده و عدم رعایت این قانون سبب حذف آنها از صحنه بازار خواهد شد. نگرش ارباب رجوع مداری در فرایندها از این حیث حائز اهمیت است که هر یک از نیازهای ارباب رجوعها در کلیه فرایندهای مرتبط سازمانی مد نظر واقع می شوند در واقع توجه به نیازهای ارباب رجوعها در فرایند، یک شرط الزم در جهت حرکت به سوی ارباب رجوع مداری است. امروزه همه سازمانها دریافتهاند که رضایت ارباب رجوع ضامن بقای سازمان است. اهمیت و توجه به این امر تا بدان جا است که رضایت ارباب رجوع مهمترین عامل در مباحث مهندسی مجدد فرایند کسب و کار سازمانها می باشد. از آنجایی که ارباب رجوع یکی از دارائیهای استراتژیک است و ممکن است کوتاه مدت باشد، ولی توسط تکریم به ارباب رجوع بلند مدت تبدیل میگردد. ابتدا سازمان یک ارباب رجوع دارد و آن را توسط تکریم و مراقبت احاطه می کند و از هر ارتباط ارباب رجوع به عنوان فرصتی برای ایجاد وفاداری استفاده می کند و سازمانها بایستی برای پیشرفت خود از مرحله وفاداری ارباب رجوع به مرحله وابستگی ارباب رجوع ارتقا پیدا نماید. همه فعالان اقتصادی باید عرصه کسب و کار را جور دیگر ببینند و باید بدانیم دیگر دوره صف کشیدن ارباب رجوعها و ارائه خدمات سنتی به آنها به پایان رسیده است. شاید زمان برای رسیدن به ارباب رجوع مداری دیر شده باشد ولی بایستی عرضه کنندگان خدمات و سازمانها بدانند که بازار رقابتی امروز در برابر عرضه کنندگان بدون توجه به خواست و نیاز ارباب رجوع، واکنش نشان می دهند.

انواع نیازها و انتظارات مشترک ارباب رجوع

انواع نیازها و انتظارات مشترک ارباب رجوعها را میتوان به چهار دسته تقسیم بندی کرد

(الف) کاربرد: یعنی آنچه از کالا یا خدمات که نتیجه عملیات و فعالیت سازمانی است انتظار می رود.

(ب) کیفیت: مانند عمر طولانی، خراب نشدن و در شرکت های خدماتی صحیح، سریع و کامل بودن خدمات

(ج) ظاهری: مانند رنگ، طرح، زیبایی، بسته بندی و در ارائه خدمات این نیازها به محیط این سازمان بر می گردد.

(د) پنهان: ارتباطات، احترام، اطمینان و اعتماد تکریم ارباب رجوع یا مشتری خدمت به ارباب رجوع مقوله های است که ریشه در تاریخ بشر دارد .

امروزه سازمان ها و موسسه های خدماتی در سطح جهان، در فضایی به رقابت میپردازند که توجه به خواست و انتظارات مشتریان را عاملی برای ادامه حیات حرفه ای خود معرفی می کنند یکی از رویکردهای نوین مدیریت، توجه به تکریم ارباب رجوع یعنی در اصل ارباب رجوع مداری و جلب رضایت خدمت گیرندگان و یا همان بحث ارتباط و پیوند با ارباب رجوع و جامعه است یا به عبارت دیگر ارباب رجوع گرایی یعنی درک اندازه گیری و برآورد کردن نیازهای ارباب رجوع در جهت جلب رضایت او و آمادگی برای نیازهای متغیر و تلاش برای کار بی عیب و نقص می باشد. هر گونه تلاش برای بهبود عملکرد سازمانها، تالشی در جهت ارتقای کیفیت زندگی است و بنابراین میتوان گفت که کیفیت زندگی ارباب رجوعها و بازنشستگان باکیفیت سازمانها گره خورده است که نوع سازمانها نیز به نوع مدیریت شان بستگی می یابد.

اصول طرح تکریم

رضایت ارباب رجوع هدف اصلی بوده و مراجع کننده برای کارمند بعنوان صاحب حق تلقی میشود و باید رعایت ادب و احترام در برخورد با او صورت گیرد. مدیران خود را مقید کنند تا بر اساس برنامه ریزی مناسب و در

زمان‌های معین شده که از قبل نیز می‌توانند آن را اعلام کنند در خصوص ارائه توضیحات یا بهره‌گیری از مضرات و راهنمایی‌های پرسنل، کارشناسان و در بعضی مواقع شنیدن در دل مراجع‌کنندگان، ملاقات داشته باشند. این روش با توجه به این که تعداد محدودی از مدیران در محیط کار خود اعمال می‌کنند، بسیار کارآمد بوده و باعث موفقیت و محبوبیت آنان در جمع پرسنل و بر جا گذاشتن یک خاطره خوب از یک مدیر دلسوز و مردمی برای فرد مراجعه‌کننده و کارمندان یک مجموعه خواهد بود در این راستا اصولاً تکریم را می‌توان در امور زیر خلاصه کرد:

1. پایبندی به اخلاق اسلامی (خداترسی) - خلوص نیت در انجام وظیفه - داشتن صبر و بردباری - مهر و محبت نسبت به ارباب رجوع)

2. برخورداری از توانمندی و تخصص

3. رعایت عدل و انصاف

4. داشتن نظم و انضباط توجه به اهمیت و تاثیر انجام سریع امور مراجعان و نظم و انضباط در ارائه خدمات بهتر و استفاده از امکانات نرم افزاری و سخت افزاری می‌تواند به عنوان یک هدف تلقی و انجام وظیفه در بهترین شکل ممکن را در راستای عمل به این مهم در بر داشته باشد. سعی شود انجام امور در موعد مقرر صورت گیرد تا نتیجه آن رضایت وجدان اخلاقی کارمند و جلب نظر ارباب رجوع باشد. حتی المقدور تلاش شود وظایف محوله از جمله حضور در جلسات و پیگیری امور، دقیقاً در زمان پیش‌بینی شده انجام پذیرد. نظم و آراستگی لباس را به عنوان انضباط اداری تلقی کنیم و ضمن مراعات این اصل، تلاش شود زمینه احیای فرهنگ اسلامی در محیط کار فراهم شود. اطلاعات مجاز و مناسب و مورد نیاز باید به متقاضیان ارائه و در توسعه و تکمیل شبکه‌های اطلاع رسانی موجود، تلاش بیشتر انجام شده و در چارچوب قوانین جاری اداری صورت گیرد لذا بطور خالصه می‌توان گفت دولت با اجرا درآوردن این طرح به دنبال مقاصد زیر می‌باشد:

1. افزایش اثر بخشی و کارایی در نهادها
2. آشنایی مردم با قوانین و مقررات مربوط به امور جاری
3. آشنایی مردم با وظایف و مسئولیت های دستگاهها و سازمانهای دولتی
4. آگاهی مردم از نحوه فرایند انجام کارها
5. مهیا شدن شرایط جهت بیان نظرات و پیشنهادات و شکایات مردم
6. بهره گیری از نقطه نظرات مردم و کارشناسان جهت اصلاح روش های فرایند انجام کار

تکریم ارباب رجوع چیست؟

اکنون اکثر سازمان ها و مؤسسات در شرایطی به سر می برند که باید به تقاضای روزافزون شهروندان آگاه ، تشکل های علمی، گروه های ذینفع، نهضت های اجتماعی، مطبوعات، وسایل ارتباط جمعی و غیره پاسخگو باشند. پاسخگویی و تکریم ارباب رجوع در همه سازمان ها نقش محوری و اساسی دارد و بسیاری از مدیران و مسولان خواستار آنند که کارکنان در این زمینه از قدرت نامحدود و تهدیدکننده شان در برابر ارباب رجوع سوءاستفاده نکنند.

در دهه های گذشته در کسب و کار و تجارت یک شعار حاکم بود و آن این بود که سر مشتری و ارباب رجوع را باید کلاه گذاشت. مشتری و ارباب رجوع نیز در معامله و تجارت برای مصون ماندن از فریب فروشنده، میکوشید تا با زیرکی خود، او را فریب دهد. در دهه های بعد شعار اصلی تجارت این شد: "حق با مشتری است". مشتری به سازمان هویت می دهد و سازمان تمام تلاش و فعالیت خود را برای تأمین خواسته های مشتری متمرکز می کند. امروز، شعار اصلی حاکم بر تجارت و بازرگانی این شده است که "مشتری پادشاه است"، مشتری اختیارات فراوانی دارد. او تعیین کننده اصلی و داور نهایی است.

پیش از این دوران، اطلاعات و اخبار توسط سازمان‌ها تهیه و کانالیزه میشد و در اختیار مردم و جامعه قرار میگرفت. مردم حق انتخاب اطلاعات را نداشتند و تقریباً میتوان گفت نوعی سانسور اطلاعاتی در روابط سازمان و مردم و جامعه حاکم بود. با توجه به رشد فزاینده وسایل و تجهیزات اطلاعاتی و اطلاع‌رسانی، مردم حق انتخاب دارند. به عبارت دیگر نمیتوان اطلاعات را در اختیار مردم قرار داد، بلکه خود مردم هستند که اطلاعات را انتخاب و به سادگی به آن دسترسی پیدا میکنند. دیگر قدرت سازمان‌ها در اداره افکار عمومی و تأثیرگذاری بر دیدگاه‌های جامعه کم شده است و مردم خود حق انتخاب دارند.

تکریم ارباب رجوع می‌تواند برای سازمان، منافع و امتیازات ذیل را به همراه داشته باشد:

1. تضمین‌کننده استفاده صحیح از منابع و امکانات

2. بهبود آرایه خدمات

3. کاهش میزان تعارضات بین مردم و کارکنان

4. کاهش میزان دوباره کاری‌ها و سردرگمی‌ها

5. بهبود نظام اطلاع‌رسانی و اطلاع‌دهی

6. کنترل و ارزیابی بهتر و مطلوب‌تر عملیات و فعالیت‌ها

7. افزایش میزان بهره‌وری، کارآیی و اثربخشی امور

8. محیط جذاب کاری برای کارکنان

9. ایجاد زمینه‌های رشد و توسعه فعالیت‌ها

10. افزایش قابلیت و سازگاری با محیط

11. شناسایی بهتر نقاط قوت و ضعف سازمان

12. شناسایی فرصت‌ها و بهره‌گیری از آنها در جهت پیشبرد اهداف سازمان

13. ایجاد انگیزه در دیگران

14. تأمین رضایت جامعه، مدیران و دست‌اندرکاران

15. ایجاد پیوند ارتباطی سازمان و جامعه

16. تحقق اصول اخلاقی حاکم بر روابط عمومی

برای تحقق این اهداف، لازم است زمینه‌های مشارکت هر چه بیشتر تمام کارکنان مهیا گردد. نظام مشارکت کارکنان در اجرای طرح، سیستمی است فراگیر و بسیار گسترده با ابعادی که میتواند به اندازه دامنه تخیل و تفکر انسانی ادامه پیدا کند. روش‌های عمده‌ای که تاکنون به منظور استقرار نظام مشارکت کارکنان مورد استفاده قرار گرفته است، عبارتند از:

1. سیستم غیرمتمرکز

2. روش مدیریت بر مبنای هدفگذاری

3. نظام کنترل کیفیت فراگیر

4. سیستم کاری بینقص

5. سیستم ساراتف در روسیه

6. سیستم دورو در لهستان

7. سیستم پیشنهادها

مشارکت همه افراد سازمان در اجرای طرح تکریم ارباب رجوع برای رسیدن به اهداف سازمان ، ضروری است. آمادگی کارکنان برای پاسخگویی، مقدمات توسعه پایدار را فراهم می سازد. طی پژوهشی در آمریکا درباره یک ماده شوینده، مشخص شد تنها 3٪ افراد جامعه بدون آنکه راجع به آن محصول تبلیغی صورت گیرد، آن را مصرف میکنند و اگر نتایج حاصل از مصرف آن ماده برای آنان مطلوب و رضایتبخش باشد، به حدود 15٪-10٪ افراد دیگر جامعه اطلاع خواهند داد.

اما اگر نتایج مصرف آن ماده شوینده برای گروه اول مصرفکننده مطلوب و رضایتبخش نباشد، به بیش از 80٪ افراد دیگر این نارضایتی را منتقل خواهند کرد. در یک سازمان نیز همینگونه است. اگر ارباب رجوع از عملکرد یک سازمان راضی و خرسند باشد، تمایل زیادی برای اعالم رضایت خود خواهد داشت ، ولی در صورتی که از عملکرد حتی یک نفر از کارکنان سازمان راضی نباشد، سعی میکند به شیوههای مختلف ناراحتی و نارضایتی خود را ابراز کند. به عبارتی در بعضی از مواقع که میزان نارضایتی او از آستانه مجاز نیز بیشتر شود، بسیاری از مقامات بالای کشور و حتی مدیران رتبه اول جامعه را به لحاظ عملکرد بر یک کارمند مورد انتقاد قرار خواهد داد و این مسأله خود نشانگر اهمیت طرح تکریم است.

به عبارتی میتوان خاطرنشان ساخت نظام سیاسی حاکم بر هر جامعه تحت تأثیر مشروعیت نظام اداری آن جامعه خواهد بود و عملکرد کارگزاران ادارات در مشروعیت بخشیدن به نظام سیاسی کاملاً مؤثر است . این فرآیند تأثیرگذاری نوعی (سرمایه اجتماعی) است که بی توجهی به آن میتواند یک نظام سیاسی و مدیران ارشد آن را با بحران مشروعیت و حتی بحران هویت روبه رو سازد.

در انگلستان در سال 1991 طرح تکریم ارباب رجوع در قالب نظام پاسخگویی سازمانی و(منشور شهروندی) طرحریزی شد که هدف آن بهبود آرایه خدمات دولتی به مردم است. برای خدمات مهم دولتی ، 37 منشور تدوین شده است. این منشورها هر سال مورد بازنگری قرار می گیرند و به روز می شوند. منشور شهروندی شفافیت بیشتری برای خدمات آرایه شده، فراهم کرده است و در نتیجه سبب میشود کارکنان دولت

نسبت به عملکردشان پاسخگو باشند. برای به هنگام کردن منشورها از دریافتکنندگان خدمات، نظرخواهی شده و نتایج آن به صورت ادواری منتشر میشود. منشورهای شهروندی متضمن اصولی است که رعایت آنها الزامی است، از جمله:

- برای کیفیت و کمیت خدمات، استانداردهایی وجود دارد. این استانداردها باید به اطلاع دریافتکنندگان خدمات عمومی برسد

- همزمان با اعالم استانداردهای کیفی و کمی خدمات، نتایج عملکرد سازمانی باید منتشر شود و به اطلاع عموم برسد.

- اطلاعات صحیح از چگونگی ارائه خدمات، هزینه آنها و افرادی که باید خدمات را ارائه کنند، منتشر شود.
- احترام به ارباب رجوع و همراهی کارکنان با آنان، اصلی خدشه ناپذیر است و همه مردم به این امر واقفند.
- کارکنان دولت موظفند نام و مشخصات اداری خود را روی سینه نصب کنند تا ارباب رجوع بتواند به راحتی آنان را بشناسد.

- در صورتی که به هر دلیل، رفتار اداری با استانداردهای تعیین شده مطابقت نداشته باشد، کارمند موظف به عذرخواهی است.

روش‌هایی برای شکایت از سوء رفتار اداری پیشبینی شده است و خسارات وارده به دریافت کنندگان خدمات باید به گون‌های مناسب جبران شود. در کشور آمریکا در سال 1978، قانونی تحت عنوان (قانون اخلاقیات در دولت) تصویب شد که مطابق آن کارکنان ارشد فدرال موظفند فرم‌هایی را هر ساله درباره وضعیت مالی، عدم استفاده از موقعیت‌های اداری و عدم دریافت هدایا تکمیل کنند. این قانون، دفتری به نام (دفتر امور اخلاقی دولت) ایجاد کرد که در آغاز به دفتر مدیریت پرسنلی وابسته بود و پس از تصویب قانون اصلاح امور اخلاقی در سال 1989 واحدی مستقل شناخته می‌شد. این دفتر که وابسته به قوه مجریه است، موارد خالفکاری‌ها

را به وزارت دادگستری آمریکا گزارش می‌دهد. براساس قانون اخلاقیات، همه مؤسسات دولت فدرال موظفند واحدی برای نظارت بر امور اخلاقی کارکنانشان تأسیس کنند. این واحدها مسوولیت آموزش کارکنان و امور اداری اخلاقیات را بر عهده دارند.

دفتر امور اخلاقی دولت فدرال سالانه کنفرانس‌های متعددی برگزار می‌کند که از آن جمله کنفرانس بین‌المللی اخلاقیات دولت در سال 1994 بود که در آن 49 کشور شرکت داشتند. دفتر امور اخلاقی دولت، بیشتر تلاش خود را صرف بررسی روابط مالی کارکنان کرده است. وقتی مأموری منصوب می‌شود، براساس مقررات اخلاقی، اطلاعات مربوط به روابط مالی او بررسی می‌شود. این قانون فرصت سوء استفاده از موقعیتهای اداری پس از خروج از خدمت را به شدت محدود میکند.

در سال 1993 دفتر امور اخلاقی، کتاب راهنمایی تهیه کرد که در آن دستورالعمل‌هایی برای پیشگیری از انجام کارهای خلاف اداری ذکر شده است. در این راهنما اموری همچون دریافت هدایا از خارج سازمان، رابطه با سازمانهای دیگری که کارمند منافعی در آنها دارد، مسایل مالی بعد از استخدام، سوء استفاده از موقعیت شغلی و فعالیتهای نابهنجار در خارج از سازمان توضیح داده شده است. در کشورهای دیگری همچون پاکستان (سال 1983 دفتر احتساب نهادی قانونی)، بنگالدش (1980 قانون بازرسی - آمبودزین) و حتی زامبیا برای رسیدگی به شکایات شهروندان از دستگاه‌های اداری تأسیس شده است.

ضرورت تکریم ارباب رجوع

اصول خدمات مشتری اساساً، احترام و تکریم ارباب رجوع و به دست آوردن رضایت مندی مردم در سیستم‌های اداری نظام اسالمی ایران، هدف نهایی طرح تکریم است و آن، نیاز نهفته‌ای میان مردم و دست‌گاه‌های اجرایی بود که سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، این نیاز را کشف و به همه دستگاهها، ابلاغ نمود. با این اوصاف، به منظور ایجاد ساز و کار الزم در تکریم و جلب رضایت ارباب رجوع و تحول در نظام اداری کشور و ارائه خدمات مطلوب و موثر به ارباب رجوع‌ها و برخورد مناسب کارکنان با مراجعین و نهادینه شدن موضوع

رضایتمندی ارباب رجوع، نیز بررسی علمی و دقیق موضوع مذکور، اقداماتی در سازمان امور اداری و استخدامی کشور انجام شد. ماحصل آن برنامه ای تحت عنوان "برنامه تحول در نظام اداری کشور" بود که این برنامه مشتمل بر 7 برنامه اصلاحات اداری، موضوع نامه شماره 105/20065 مور 1388/11/29 سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور وقت، به قرار زیر بود که میبایستی توسط دستگاههای دولتی اجرا می گردید:

1- برنامه منطقی نمودن اندازه دولت

2- برنامه تحول در ساختارهای تشکیلاتی دولت

3- برنامه تحول در نظام های مدیریتی

4- برنامه تحول در نظامهای استخدامی

5- برنامه آموزش و بهسازی نیروی انسانی دولت

6- برنامه اصلاح فرایندها، روش های انجام کار و توسعه فناوری اداری

برنامه ارتقا و حفظ کرامت مردم در نظام اداری همان طور که می دانید در سالهای آتی بحث تکریم ارباب رجوع به عنوان یک دستور در روند کارهای اجرایی و اداری قرار گرفته است. به منظور ارج نهادن و احترام به مردمی که جهت انجام امور اداری خود به هریک از ارگانها و مکانهای دولتی مراجعه می کنند، در همین راستا و در جهت رضایت مردم از خدمات دستگاههای دولتی و نیز به کار گیری مولفه های از قبیل سرعت، صحت و دقت در انجام کار مراجعان، چگونگی رفتار و برخورد با خدمت گیرندگان و اطلاع رسانی مناسب، برنامه ارتقاء و حفظ کرامت مردم در نظام اداری به عنوان یکی از برنامه های هفت گانه تحول اداری در جلسه شورای عالی اداری وقت مورد تصویب قرار گرفت. مصوبه مربوط، تحت عنوان "تکریم مردم و جلب رضایت ارباب رجوع در نظام اداری" با شماره 13/18540. ط تاریخ 1381/02/10 به کلیه وزارت خانه ها، موسسات، شرکتهای دولتی و شرکتهایی که شمول قانون بر آنها مستلزم ذکر یا تصریح نام است، بانک ها، شهرداری ها، نهادهای انقلاب اسلامی

و سایر دستگاه‌هایی که به نحوی از بودجه عمومی دولت استفاده می‌کنند، ابلاغ شد. که این طرح موجب تغییرات مثبت در دستگاه‌های دولتی و تغییر نگرش آنها در نحوه برخورد با ارباب رجوع گردید.

از مهمترین دستاوردهای این طرح عبارتند از:

1- شفاف و مستند سازی نحوه ارائه خدمات به ارباب رجوع

2- اطلاع رسانی از نحوه ارائه خدمات به مردم

3- بهبود و اصلاح روش‌های ارائه خدمات.

4- نظارت بر حسن رفتار کارکنان دستگاه‌های اجرائی با مردم

5- مشارکت مردم با ارائه پیشنهادهای و آنچه مسلم است طرح تکریم و خدمت رسانی به مردم مورد توجه مسئولین نظام بوده است و اجرای این طرح موجب پویایی و رشد دستگاه‌های دولتی می‌شود. آنچه مشخص است همه دستگاه‌های دولتی خدمتگزار مردم هستند و همه ادارات دولتی در جهت خدمت رسانی به مردم بوجد آمدند. اصلاح ساختار اداری و بهبود سلامت نظام اداری، نشان دهنده رهیافتی هدفدار است که در جهت حل مسائل موجود اداری گام بر نمیدارد. اصلاح رفتار اداری فرایندی سیستماتیک و مستمر است که مسایل موجود و آنی را در چارچوب چشم اندازها و مسائل زیربنایی جامعه اصلاح کرده و دگرگون میسازد. بنابراین اصلاح نظام اداری و مدیریت دولتی در برگیرنده تلاشی نظام مند و یکپارچه است، به گونه‌ای که از طریق آن میتوان، تغییرات موثری در نظام اداره عمومی پدیده آورد و توان آن را برای رسیدن به پیشرفت ملی، افزایش داد. در اردیبهشت ماه 1389 مقام معظم رهبری با ابلاغ سیاستهای کلی نظام اداری که پس از مشورت با مجمع تشخیص مصلحت نظام تعیین شده است، کلیه مخاطبان این سیاستها را موظف فرمودند زمان بندی مشخص برای عملیاتی شدن آن تهیه و پیشرفت آن را در فواصل زمان معین گزارش دهند.

تکریم ارباب رجوع در بیمارستان

کرامت انسانی به عنوان یک ارزش اخلاقی، یک مفهوم کلیدی در اخلاق پزشکی است. حفظ کرامت انسانی به عنوان یک وظیفه اخلاقی ارائه دهندگان خدمات بهداشتی در سراسر جهان مورد تاکید قرار گرفته است. اخلاق پزشکی ایجاب می کند که پزشکان با بیماران مودب باشند، حریم خصوصی بیماران را حفظ کنند و به اعتقادات و ارزش های آنها احترام بگذارند. حفظ کرامت بیمار نیز یک عنصر اساسی در منشور اخلاقی پرستاری است. کرامت بر دو قسم است: کرامت اساسی و کرامت نسبی. کرامت اساسی یا جهانی انسان کرامتی است که همه انسانها به عنوان انسان از آن برخوردارند. کرامت نسبی به موقعیت اجتماعی فرد مربوط می شود و می تواند کسب شود یا از دست برود. کرامت اجتماعی به طور متناوب به عنوان کرامت هویت شناخته می شود. این نوع کرامت با کرامت خود، احترام به خود و احترام به دیگران مرتبط است. بین شأن هویت و بیماری و بستری شدن در بیمارستان به عنوان بیماری رابطه معناداری وجود دارد. بین شأن هویت و بیماری و بستری شدن در بیمارستان رابطه معناداری وجود دارد، زیرا بیماری می تواند استقلال افراد را تضعیف کند و هویت شخصی آنها را تهدید کند که به نوبه خود بر حیثیت آنها تأثیر منفی می گذارد. در بیمارستانها، بیماران با افراد ناآشنا ملاقات می کنند، مجبورند فعالیتها و نقش های شخصی و اجتماعی روزانه خود را رها کنند و از آنها انتظار می رود که وظایفی را که کادر پزشکی برای آنها تعیین می کند، انجام دهند که همه این عوامل منجر به ایجاد نیازهای جدید و مواجهه با خطر ابتلا به این بیماری می شود. حریم خصوصی موضوعی مهم در زمینه اخلاق، مراقبت و پرستاری محسوب میشود و درسیستم ارائه مراقبتهای درمانی، به دلیل ماهیت خاص این مفهوم، از اهمیت بسزایی برخوردار است در این راستا، سازمان بهداشت جهانی در سال 1334 این مفهوم را در بیانیه حقوق بیمار جزء اصول اخلاقی پزشکی قید کرده است. همچنین با توجه به اهمیت موضوع، با حریم خصوصی عنوان کدهای اصلی و اصول اساسی استانداردهای مراقبتی، سازمانها و انجمنهای بین المللی مورد تاکید قرار گرفته است. در ایران نیز حریم خصوصی یکی از بندهای مهم پنچگانه منشور حقوق بیمار محسوب می شود که بر اساس آن ارائه خدمات سلامت باید مبتنی

بر احترام به حریم خصوصی و رعایت اصل رازداری باشد. در سالهای اخیر مطالعات زیادی در زمینه حریم خصوصی بیماران انجام شده است که در غالب موارد میزان رضایت مندی بیماران از حفظ حریم خصوصی توسط تیم درمان متوسط و ضعیف گزارش شده است. در نتایج پژوهشهای کمی انجام شده در داخل ایران نیز که به بررسی دیدگاههای بیماران در زمینه رعایت حریم خصوصی در طی مراقبت پرداخته شده، حاکی از مطلوب نبودن تأمین نیاز بیماران برای حفظ حریم خصوصی آنها میباشد. همچنین در مطالعاتی که به منظور مقایسه درک بیماران و گروه های مختلف پزشکی از میزان رعایت حریم خصوصی بیماران انجام گرفته است، اغلب تفاوت معنی داری وجود دارد. علیرغم اهمیتی که پرستاران به رعایت حریم خصوصی بیماران میدهند اما میزان رعایت آن از دیدگاه بیماران و میزان رضایت مندی آنها بسیار پایین میباشد. حریم خصوصی، مفهومی سیال و نسبی دارد، لذا تعاریف متعددی برای آن ارائه شده است، زیرا هنجارها و ارزشهای فرهنگی هر جامعه و موقعیت خاص هر فرد در اجتماع در تعریف و تعیین دامنه آن مؤثر است در حقیقت برای تدارک مراقبت مناسب فرهنگی، بررسی حریم خصوصی از دیدگاه بیماران حائز اهمیت است. همچنین در ایران که شرع مقدس اسلام بر آن سایه افکنده این امر از اهمیت بالینی برخوردار است. بیشتر مطالعات انجام شده در زمینه حریم خصوصی، صرفاً به بررسی میزان رعایت حریم بیماران پرداخته‌اند و مطالعات اندکی در زمینه مفهوم پردازی حریم خصوصی از دیدگاه خود بیماران انجام شده است. لذا با بکارگیری تحقیق کیفی که از روشهای مختلف جمع آوری اطلاعات و بررسی وقایع ارزشها و هنجارها از دیدگاه مشارکت کنندگان استفاده می‌کند، امکان بررسی عمیق درک و شناسایی واضح و جامع این پدیده را فراهم میسازد. بنابر این قابل اطمینان ترین روش اندازه گیری حریم خصوصی در مراقبت این است که مستقیماً به بررسی دیدگاه خود بیماران پرداخته شود. بررسی تجربه بیمار از حریم خصوصی میتواند در ارزیابی و ارتقاء محافظت حریم بیمار و محرمانه نگه داشتن اطلاعات او در مراقبتهای بهداشتی و درمانی مؤثر باشد. با توجه به اینکه معنای حریم خصوصی مشروط به فرهنگ مذهب و الویت های فردی است. لذا این مطالعه با هدف بررسی تجارب بیماران بستری در مورد احترام به حریم خصوصی انجام گردید.

پیشینه تحقیق

کتاب ها

در کتاب فرهنگ تکریم نوشته ای آقای دکتر احمد اصل هاشمی به موضوعاتی مانند آشنایی با مبانی نظری و محتوای طرح تکریم، تشریح پیامدهای طرح تکریم در ارتقای کرامت انسانی و افزایش بهره وری اطلاع رسانی کامل در زمینه خدمات قابل ارائه به مشتری تبیین اصول مشتری محوری و رعایت احترام ارباب رجوع از دیدگاه ارزشی تشریح خدمات قابل ارائه به ارباب رجوع و مستند سازی فرآیندها گوش دادن به صدای مخاطب و مشتری تشریح مشکلات مشتری گرایی پرداخته است ولی در مورد نقش تکریم و احترام ارباب رجوع در مراکز خدماتی مانند مراکز درمانی سخنی نگفته است.

پایان نامه ها

مطالعه‌ای با عنوان تاثیر هوش فرهنگی در سلامت اداری با متغیر میانجی تکریم ارباب رجوع (مورد مطالعاتی: استانداری قزوین) در سال 1399 توسط ابوالفضل حاجی‌شعبان‌بیان شد. در این پژوهش به بررسی تاثیر هوش فرهنگی بر سلامت اداری و میانجی گری تکریم ارباب رجوع پرداخته شد. شیوه انجام پژوهش کاربردی - توصیفی بوده و جامعه آماری پژوهش، شامل کلیه کارکنان استانداری قزوین می‌باشد، که تعداد 160 نفر به عنوان نمونه (5 برابر تعداد گویه ها) در نظر گرفته شدند. برای جمع آوری داده‌های پژوهش از پرسشنامه استفاده گردید. روایی پرسشنامه با استفاده از سنجش روایی محتوا مورد تایید قرار گرفت و برای سنجش پایایی، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد که پایایی کل پرسشنامه بالای 0/7 بدست آمد. سپس تعداد 113 پرسشنامه بین کارکنان توزیع گردید و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. لازم به ذکر است که از تعداد مذکور 108 پرسشنامه سالم و قابل اتکا بوده و لذا مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. توصیف و تحلیل داده‌های جمع آوری شده با روش آماری توصیفی (فراوانی، میانگین، انحراف استاندارد) با نرم افزار spss و استنباطی (معادلات ساختاری) با نرم افزار Smart pls انجام گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که بغیر از تاثیر هوش فرهنگی بر سلامت اداری، تاثیر هوش فرهنگی بر تکریم ارباب رجوع،

تکریم ارباب رجوع بر سلامت اداری، بر عملکرد و رضایت ارباب رجوع و سلامت اداری در استانداری قزوین تأثیر مثبت و معنادار دارد.

مطالعه‌ای تحت عنوان تأثیر توانمند سازی سازمانی بر تکریم ارباب رجوع با توجه به نقش میانجی رضایت شغلی، تعهد عاطفی و توانمندسازی روانشناختی کارکنان کمیته امداد امام خمینی (ره) استان گیلان در سال 1395 توسط مجید بهمن یار انجام شد. این تحقیق از نظر هدف یک تحقیق کاربردی و از لحاظ نوع روش توصیفی است. از نظر جمع آوری داده ها، تحقیق میدانی محسوب می شود. جامعه آماری در این تحقیق، شامل کارکنان کمیته امداد امام خمینی (ره) استان گیلان به تعداد 434 نفر می باشد که بر اساس فرمول جامعه محدود کوکران، 239 نفر از آنها بر اساس روش نمونه گیری غیراحتمالی در دسترس انتخاب شدند. ابزار جمع آوری داده ها در تحقیق حاضر، پرسشنامه می باشد که دارای روایی محتوایی و از نظر پایایی براساس ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرهای تکریم ارباب رجوع، رضایت شغلی، تعهد عاطفی، توانمندسازی سازمانی و توانمندسازی روانشناختی به ترتیب با مقدار، 0/813، 0/884، 0/815، 0/925، 0/942 تایید شده است. داده های تحقیق با استفاده از نرم افزار SPSS20 و LISREL 8.54 تجزیه و تحلیل گردید. نتایج نشان داد که میزان تأثیر توانمندسازی سازمانی بر تکریم ارباب رجوع با توجه به نقش میانجی رضایت شغلی 0/37؛ تأثیر توانمندسازی سازمانی بر تکریم ارباب رجوع با توجه به نقش تعهد عاطفی 0/12 و تأثیر توانمندسازی سازمانی بر تکریم ارباب رجوع با توجه به نقش میانجی توانمندسازی روانشناختی 0/19 است.

مطالعه‌ای تحت عنوان شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر اجرای طرح تکریم ارباب رجوع در اداره کل راه آهن شمال شرق در سال 1395 توسط ابوالفضل ملاحسنی انجام شد. هدف از انجام این پژوهش، شناسایی و تبیین عوامل موثر بر اجرای طرح تکریم ارباب رجوع در اداره کل راه آهن شمال شرق می باشد. جامعه آماری این پژوهش 450 نفر از کارکنان اداره کل راه آهن شمال شرق می باشد که در سال 1395 در آن شرکت مشغول به خدمت هستند. حجم نمونه از فرمول کوکران و به روش نمونه گیری تصادفی ساده 201 نفر محاسبه شده است. ابزار

پژوهش در این تحقیق، پرسشنامه محقق ساخته تکریم ارباب رجوع استفاده شده است که بر حسب طیف طبقه بندی لیکرت (5گزینه ای)، تنظیم شده است. روایی پرسشنامه های استاندارد پژوهش نیز، از طریق اظهار نظر تنی چند از متخصصان مدیریت بررسی و تایید شد. همچنین آلفای کرونباخ پرسشنامه تکریم ارباب رجوع 0.884 محاسبه گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها، از روش آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده گردیده است. در توصیف داده ها به محاسبه میانگین، فراوانی و درصد و در تحلیل نتایج برای آزمون فرضیات، از روش آزمون دوجمله و فریدمن استفاده شده است. بنابر تجزیه و تحلیل داده ها و نتایج بدست آمده از فرضیه های پژوهش، مولفه های شفاف سازی و مستند سازی نحوه ارائه خدمات به ارباب رجوع، تدوین منشور اخلاقی سازمان در ارتباط با مردم، بهبود و اصلاح روش های ارائه خدمات به مردم، نظرسنجی از مردم و تشویق مدیران و کارکنان موفق و برخورد قانونی با مدیران و کارکنان خاطی در اجرای طرح تکریم ارباب رجوع در اداره کل راه آهن شمال شرق نقش دارد.

مطالعه‌ی با عنوان "ارزیابی کیفی رفتار کارکنان شهرداری دامغان از منظر ارباب رجوع و شناسایی مولفه‌های بهبود" توسط علی‌اکبر حسن‌بیکی در سال 1394 بیان شد. تحقیق حاضر بر اساس هدف از نوع کاربردی و بر اساس ماهیت و نحوه گردآوری داده ها از نوع توصیفی - همبستگی است. جامعه مورد مطالعه این تحقیق کلیه ارباب رجوعان شهرداری دامغان میباشد که یک نمونه 384 نفری از آنها بررسی گردید. ابزار تحقیق پرسشنامه بود. پایایی این پرسشنامه به روش آلفای کرونباخ و با مقدار 0.847 مورد تایید قرار گرفت. داده‌های گردآوری شده با استفاده نرم افزار SPSS نسخه 21 تجزیه و تحلیل گردید. یافته‌های مطالعه نشان دادند که بین رفتار کارکنان از نظر برخورد و بین رفتار کارکنان از نظر عملکرد بر روی رضایت ارباب رجوع در شهرداری دامغان رابطه وجود دارد.

پژوهشی تحت عنوان بررسی اخلاق حرفه ای از دیدگاه اسلام و بررسی مشکلات و چالش های رشد اخلاق حرفه ای در سازمان ها توسط دکتر مهدی زاده رستم در سال 1399 انجام شد. این پژوهش با هدف بررسی اخلاق حرفه ای و ارائه راهکارهایی جهت نهادینه کردن آن در ادارات و سازمان ها از منظر آموزه های دینی به رشته تحریر در آمده است. پژوهش حاضر با استفاده از روش توصیفی- تحلیلی صورت گرفته است. این مجموعه با شیوه بهره گیری از آیات و روایات و سخنان بزرگان علم و دین مؤلفه های اخلاق حرفه ای در دو قالب تفصیلی- تحلیلی و نموداری ارائه گردیده است. یافته های این پژوهش حاکی از آن است که بکارگیری نیروی انسانی متعهد و مقید به اخلاقیات و قانون در ادارات و سازمان ها، آموزش علمی مؤلفه های اخلاقی توسط کارکنان متعهد، تدوین منشور اخلاقی در ادارات و سازمان ها، تبدیل آموزش اخلاقیات به یادگیری یا به بیانی دیگر نهادینه کردن مؤلفه های اخلاقی و مسأله محور بودن در امور اخلاق حرفه ای از جمله راهکارهای تقویت و توسعه اخلاق حرفه ای در سازمان ها و ادارات مطرح شده اند.

زارعی (1398) در پژوهشی با عنوان "فرار مشتریان محلی: شناسایی عوامل اساسی موثر بر ترجیح مراکز درمانی سایر شهرستان ها توسط بیماران بومی" دریافتند که 9 عامل ظرفیت، فرهنگی-اجتماعی، تنوع مراکز درمانی، منابع انسانی، تصویر ذهنی و اعتماد عمومی، مدیریتی، رفتاری، خدمات، و تجهیزات پزشکی به عنوان اصلیترین عوامل موثر بر ترجیح مراکز درمانی سایر شهرستانها شناخته شدند. این تحقیق به روش اکتشافی در شهرستان سراب به انجام رسید. بدین منظور تعداد 32 نفر به روش نمونه گیری هدفمند، به عنوان نمونه های پژوهش انتخاب و از تکنیک مصاحبه استفاده شد و تحلیل داده ها با استفاده از نظریه داده بنیاد انجام گرفت. بر اساس نتایج پژوهش، به برنامه ریزان مراکز درمانی شهرستان سراب پیشنهاد می شود عوامل شناسایی شده در این تحقیق را در راستای جلوگیری از خروج بیماران محلی از شهرستان مد نظر قرار دهند.

پژوهشی دیگر با عنوان با عنوان "الگوی ارتباطی توسعه تکریم ارباب رجوع در وزارت ورزش و جوانان" توسط فاطمه رئوفیان در سال 1398 انجام شد. روش پژوهش حاضر آمیخته (کیفی-کم) بود. جامعه‌ی آماری پژوهش شامل نخبگان در حوزه‌ی پژوهش بودند که بدین منظور تعداد 41 نفر بر حسب روش نمونه‌گیری هدفمند به عنوان نمونه‌ی پژوهش مشخص گردیدند. ابزار گردآوری پژوهش شامل پرسشنامه‌ی محقق ساخته و مصاحبه‌ی نیمه-ساختاریافته بود. روایی پرسشنامه با توجه به نظر خبرگان مورد بررسی قرار گرفت. همچنین پایایی این پرسشنامه با استفاده از روش محاسبه‌ی آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت $\alpha = 0/58$ در قسمت تجزیه و تحلیل کمی پژوهش، از روش دیمتل استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که 7 عامل کلی به عنوان عوامل زیرساخت‌های فنی، توانمندی کارکنان و مدیران، قوانین و مقررات سازمانی، انگیزش، عوامل فرهنگی، جنبه‌های حمایتی و جنبه‌های سازمانی به عنوان عوامل مؤثر بر توسعه‌ی تکریم ارباب رجوع در وزارت ورزش و جوانان شناسایی گردید. با توجه به نتایج مشخص گردید که جنبه‌های حمایتی ($4/175 =$ اثر شبکه) و عوامل فرهنگی ($0/598 =$ اثر شبکه) به عنوان عوامل علی و عوامل توانمندی مدیران و کارکنان ($-0/489 =$ اثر شبکه)، زیرساخت‌های فنی ($0/411 =$ اثر شبکه)، قوانین و مقررات ($0/469 =$ اثر شبکه)، انگیزش ($-0/555 =$ اثر شبکه) و جنبه‌های سازمانی ($-4/088 =$ اثر شبکه) به عنوان عوامل معلولی مشخص گردید.

پژوهشی تحت عنوان بررسی رابطه بین اخلاق کاری پلیس و تکریم ارباب رجوع در کلانتری‌های شهرستان سوادکوه در سال 1398 توسط مطهره مهدوی تدوین شده است. در این پژوهش این نتیجه دست یافتند که بین رفتار اخلاقی و تکریم ارباب رجوع رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در جامعه پژوهش مشاهده شد که کارکنان احساس گرمی به کار دارند، در کار جدیت و تلاش دارند، تا حدودی خونسرد هستند، چابک هستند و کارشان نسبتاً به خوبی پیش میرود همچنین تمام هوش و حواسشان به کار است، در محیط کار نقش مهم و مؤثری دارند، آدم دقیقی هستند و برای ارباب رجوع شخصیت قائل هستند. جامعه آماری پژوهش تمامی کارکنان نیروی انتظامی شهرستان سوادکوه هستند و از بین این افراد 60 نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. در این پژوهش برای جمع

آوری اطلاعات و دستیابی به اهداف، از پرسشنامه استاندارد اخلاق و پرسشنامه محقق ساخته تکریم ارباب رجوع با تأیید اساتید و صاحب نظران در نیروی انتظامی تکمیل شد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش 5 مدل یابی معادلات ساختاری و نرمافزار لیزرل استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می دهد که بین مؤلفه های اخلاق کاری (علاقه به کار، پشتکار در کار، روابط انسانی در محل کار، مشارکت در کار) با مؤلفه های تکریم ارباب رجوع (خوشرفتاری، برخورد محترمانه، رعایت عدل وانصاف، برخورداری از توانمندی و تفحص، داشتن نظم و برنامه ریزی، مهربانی و عطوفت) ارتباطات معناداری وجود دارد.

مطالعه ای با عنوان "عوامل اثرگذار بر تکریم ارباب رجوع در حوزه بهداشت و درمان مبتنی بر قانون مدیریت خدمات کشوری" در سال 1396 توسط حرمت اصغری به تحریر در آمده است. یافته ها حاکی از آن است در بین عوامل ساختاری و رفتاری، عوامل ساختاری در تحقق تکریم ارباب رجوع از تأثیر بیشتری برخوردار است. بنابراین به نظر میرسد توجه بیشتر مدیران بیمارستان به مؤلفه های ساختاری سازمان (قوانین و مقررات، نظام های مدیریتی، فناوریهای سازمانی و ارتباطی) از اهمیت زیادی برخوردار است. با توجه به اهمیت ویژگی های شخصیتی بر اساس نتایج آماری به نظر میرسد دقت بیشتر در استخدام کارکنان و یا به کارگماری ایشان در مناصبی که مستلزم ارتباط مداوم با بیماران و همراهان ایشان است ضروری است. نتیجه تحلیل های آماری و آزمون فرضیات پژوهش به کمک ضریب همبستگی اسپیرمن و رگرسیون چندگانه نشان داد که عوامل رفتاری (پابیندی اعتقادی، ویژگی شخصیتی و سبک ارتباطی) و عوامل ساختاری (اطلاع رسانی، آموزش کارکنان، منشور اخلاقی، امکانات و فناوری، ارائه بازخور و سازوکار تشویق و تنبیه) بر تکریم ارباب رجوع تأثیر معنی دار دارد. نتایج تحلیل میانگین های دو گروه نیز نشان داد در برخی از عوامل ساختاری تفاوت معنی دار بین میانگین دو گروه وجود دارد؛ حال آنکه در عوامل رفتاری تفاوت معنی داری بین میانگین دو گروه مشاهده نشد. این پژوهش از نظر هدف، یک پژوهش کاربردی و از نظر روش گردآوری داده ها از نوع پیمایشی و از نظر روش تحلیل داده ها از نوع همبستگی است. برای گردآوری داده ها از پرسشنامه استفاده شد که روایی محتوای آن توسط خبرگان و روایی سازه توسط تحلیل عاملی تأییدی

تأیید شد و ضریب آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی پرسشنامه 0/468 درصد بهدست آمد. نمونه آماری مورد مطالعه در این پژوهش شامل 124 نفر از کارکنان بیمارستانهای امام سجاد (ع) و ولیعصر (عج) ناجا در تهران بودند (هرکدام 68 نفر)، که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند.

شهرکی مقدم و ملکی (1395) در پژوهشی با عنوان "رابطه بین کیفیت خدمات و شیوه برخورد کارکنان با رضایت ارباب رجوع در کلانتریهای بندرعباس" به این نتیجه دست یافتند که بین شیوه برخورد کارکنان (و نیز مؤلفه‌های آن) با رضایت ارباب رجوع رابطه مثبت و معنادار وجود دارد و به‌صورت تجربی نشان داد که متغیر اطمینان‌پذیری با ضریب تعیین 0/57 بیشترین تأثیر را با رضایت ارباب رجوع و متغیر ملموس بودن با 08/0 کمترین تأثیر را با متغیر وابسته پژوهش دارد.

جوانمرد (1394) در پژوهشی تحت عنوان بررسی رابطه اخلاق کاری کارکنان و رضایت ارباب رجوع (مورد کاوی: ادارات بهزیستی استان اصفهان) به این نتیجه دست یافته است که بین مؤلفه‌های اخلاق کاری (علاقه به کار، پشتکار در کار، روابط انسانی در محل کار، مشارکت در کار) با رضایت ارباب رجوع ارتباطات معناداری وجود دارد. در مطالعه‌ی دیگر با عنوان "بررسی نقش روابط عمومی و تکریم ارباب رجوع بر عملکرد سازمانی، سازمان پزشکی قانونی" نوشته شده توسط مزیدی در سال 1394 بیان شده که عملکرد سازمانی نتایج قابل اندازه‌گیری تصمیمات و اقدامات سازمانی است که نشان دهنده میزان موفقیت و دستاوردهای کسب شده است و تابعی است از کارایی و اثر بخشی عملیات سازمانی، در حقیقت سنجش عملکرد یک هدف نیست بلکه ابزاری است برای سنجش اثر بخشی مدیریت و اطلاع‌یابی از اتفاقات و چرایی آنها. در این پژوهش سعی شده با استفاده از متغیرهایی چون روابط عمومی (متغیر درون سازمانی) و مشتری‌مداری و تکریم ارباب رجوع (متغیر برون سازمانی) عملکرد و نحوه برخورد سازمان پزشکی قانونی را مورد سنجش قرار داد. روابط عمومی یکی از عواملی است که می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در تسریع و تسهیل روند کاری سازمان انجام می‌دهد. وظیفه و رسالت اصلی روابط عمومی مشخص کردن زمینه‌های کاری و شیوه‌های مطلوب و مناسب برخورد با ارباب رجوع در سازمان و اجرای دقیق طرح

تکریم با رضایت خاطر متصدی مربوطه است. چارچوب نظری این پژوهش مبتنی بر نظریه کرونیک و دیدگاه سیستمی است. روش تحقیق پیمایشی و ابزار پژوهش پرسشنامه است که بر روی 190 نفر از کارکنان سازمان پزشکی قانونی که به صورت تمام شماری انتخاب شده اند صورت گرفته است. اطلاعات به دست آمده با استفاده از آماري اسانباطی و آزمون های (رگرسیون خطی، ضریب پیرسون و...) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. براساس دیدگاه اکثر پاسخگویان عملکرد روابط عمومی (59.5 درصد)، رضایت ارباب رجوع (58.4) و تکریم ارباب رجوع (55.8 درصد) در سازمان پزشکی قانونی در سطح متوسطی است. مطابق یافته‌های تبیینی بین عملکرد سازمان پزشکی قانونی و متغیرهای تکریم ارباب رجوع ($r=0.53$) روابط عمومی ($r=0.55$) مشتری مداری ($r=0.55$) و روابط عمومی و رضایت مشتری ($r=0.43$) رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، به عبارتی با کارایی بیشتر روابط عمومی و تکریم ارباب رجوع، رضایت ارباب رجوع در سازمان پزشک قانونی میزان عملکرد سازمان بهبود می‌یابد. براساس ضرایب $B=0.36$ متغیر تکریم ارباب رجوع (36 درصد) از تغییرات و نوسانات گرایش به عملکرد سازمان پزشکی قانونی را تبیین می‌کند.

پژوهشی با عنوان "بررسی قدرت اجتماعی مدیریت و رابطه آن با رضایتمندی ارباب رجوع" نوشته‌ای دکتر علی یعقوبی چوبری در سال 1393 انجام شد. تحقیق مذکور به بررسی قدرت مدیریت و رابطه آن با رضایتمندی ارباب رجوع در ادارات دولتی شهر خلخال می‌پردازد. متغیر وابسته در پژوهش، رضایتمندی ارباب رجوع و متغیر مستقل، قدرت مدیریت است که با ابعاد قدرت قانونی، قدرت پاداش، قدرت تخصصی، قدرت اجبار و قدرت مرجعیت مورد سنجش قرار گرفته است. به منظور بررسی رضایتمندی ارباب رجوع در شهر خلخال، 230 نفر ارباب رجوع انتخاب و به روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای و سهمیه‌ای انتخاب شدند. این تحقیق به روش پیمایش و با ابزار پرسشنامه انجام پذیرفته است که داده‌های حاصل از پرسشنامه با استفاده از روشهای آماری در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی، مورد توصیف و تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. نتایج تحقیق، حاکی از وجود تفاوت

معنیدار بین متغیرهای پایگاه اقتصادی- اجتماعی و جنسیت با رضایتمندی ارباب رجوع و رابطه معنی دار بین قدرت مدیریت با رضایتمندی ارباب رجوع از ادارات دولتی شهر خلخال می‌باشد.

خادم و همکاران (1393) در پژوهشی تحت عنوان بررسی میزان رضایتمندی مراجعان به معاونت نیروی انسانی ناجا (تکریم ارباب رجوع) به این نتیجه دست یافتند که بین عامل همدلی، عامل پاسخگویی، عامل اطمینان با تکریم ارباب رجوع رابطه معناداری وجود دارد عوامل همدلی و ضمانت با 0/92 و 0/91 در سطح 0/01 با توجه به نظرات مراجعان به معاونت نیروی انسانی ناجا بالاترین همبستگی را دارا است.

خیرخواه (1391) در پژوهشی تحت عنوان تکریم ارباب رجوع در مراکز خدمات اجتماعی - انتظامی پلیس نشان داد با وجود امکان اخذ دیدگاههای مردم درباره انواع خدمات برای بهبود ابعاد تکریم ارباب رجوع و تأکید ابلاغیه به نهادهای عمومی، نیمی از مراجعان تاکنون عرصه‌های برای اعلام انتقادات و پیشنهادات خود به مسئولان نیافته اند.

در مطالعه‌ای تحت عنوان "وضعیت اجرای طرح تکریم ارباب رجوع در سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر آموزه‌های فرهنگ اسلامی" نوشته‌ی نجلا حریری در سال 1391 مشخص شد که طرح تکریم ارباب رجوع در بیشتر ابعاد در سازمان مذکور با موفقیت نسبی و در حد بالاتر از متوسط اجرا میشود. سازمان به ویژه در مورد بعد منشور اخقی که از مهمترین ابعاد تکریم ارباب رجوع است و برخی از مؤلفه‌های آن مستقیم برگرفته از آموزه‌های دینی و فرهنگ اسلامی است، به نحو شایسته‌ای عمل کرده است. روش پژوهش پیامی، و جامعه آماری شامل دو گروه کارکنان و ارباب رجوع بود. جامعه کارکنان شامل 50 نفر کارکنان 7 بخش از سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران است که با ارباب رجوع ارتباط مستقیم دارند و از این تعداد، 41 نفر به پرسشنامه‌های کارکنان پاسخ دادند. جامعه آماری ارباب رجوع را 1336 ارباب رجوع در 7 بخش کتابخانه ملی شکل داده‌اند. باتوجه به حجم بالای جامعه ارباب رجوع و با در نظر گرفتن بخش‌های کتابخانه به‌عنوان طبقات، انتخاب اعضای نمونه به‌صورت تصادفی طبقه‌های غیرنسبتی انجام شده است. تعداد نمونه آماری

از بین جامعه ارباب رجوع 300 نفر بود که از این تعداد، 261 نفر به پرسشنامه‌ها پاسخ دادند. گردآوری داده‌ها با استفاده از دو پرسشنامه محقق ساخته انجام شده است. پرسشنامه ارباب رجوع، نحوه اجرای طرح تکریم ارباب رجوع را در 4 بُعد، و پرسشنامه کارکنان، نحوه اجرای طرح را در 5 بعد مورد سنجش قرار داده است. میانگین همه ابعاد طرح تکریم در سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران به "جز بعد" نظرسنجی از مردم" از حد متوسط بالاتر است. بیشترین میانگین‌ها به ترتیب مربوط به ابعاد "تدوین منشور اخلاقی سازمان در ارتباط با مردم" و "شفاف سازی و مستند سازی نحوه ارائه خدمات به ارباب رجوع" است.

سالاریاد و صالحی (1391) در پژوهشی تحت عنوان تکریم ارباب رجوع در پرتو آموزه‌های اخلاق سازمانی به این نتیجه دست یافتند که مقوله رضایت ارباب رجوع علاوه بر تنظیم روابط اجتماعی و انسانی حسنه میان افراد، در پایداری و خوشنامی سازمان تأثیرگذار است. ارزش قائل شدن برای وقت، انرژی، هزینه‌های مردم و به‌طور کلی ارزش نهادن به کرامت انسانی افراد، از جمله مباحثی است که در قالب الگوهای اخلاقی ارائه شده است؛ ولی نهادینه کردن آموزه‌های اخلاقی در سازمان، در گرو تبیین جایگاه ارباب رجوع و مؤلفه‌های اخلاقی مؤثر در رضایتمندی آنها است.

عباسزاده و همکاران، (1389) در بررسی جامعه شناختی رفتار شهروندی سازمانی دانشگاه و عوامل مرتبط با آن به این نتیجه دست یافته‌اند که انضباط کاری، مهرورزی، دادورزی، معاشرت سازنده، مشاوره، تواضع و خدمتگزاری از جمله شیوه‌های مطلوب اخلاقی مورد تأکید اسلام در سازمانها محسوب میشود که برای تحقق آنها، تدوین منشور اخلاقیات و عملی کردن آن در سازمانها ضروری است که با نهادینه کردن رفتار اخلاقی در سازمان میتوان اخلاقیات و اصول اخلاقی را در سازمان تقویت کرد که این امر باعث کاهش تبعیض، بیعدالتی، نارضایتی و تعهد کارکنان از یک سو و تعالی انسانها از سوی دیگر خواهد شد.

عباسی، یزدانی و بهادری (1387)، نتایج طرح تکریم ارباب رجوع در ارائه خدمات بیمارستانهای دانشگاه علوم پزشکی گلستان را مورد مطالعه قرار دادند. براساس محورهای مورد ارزیابی، بهترین عملکرد بیمارستانهای این

دانشگاه با کسب 68/4 و 6/67 درصد به ترتیب مربوط به محور « رعایت ادب و احترام کارکنان» و « محور اطلاع رسانی» بوده است و محور میزان سنجش اعتماد مردم از عملکرد متوسطی برخوردار است.

پژوهشی با عنوان " بررسی میزان تحقق اهداف طرح تکریم ارباب رجوع در بیمارستان های تحت پوشش دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد توسط زارعی در سال 1387 انجام شد. یافته نشان دهندهی اجرای طرح تکریم ارباب رجوع در بیمارستان های تحت پوشش دانشگاه علوم پزشکی یزد با توفیق نسبی روبرو بوده است. پژوهش حاضر از نوع توصیفی - تحلیلی بوده که به روش مقطعی انجام گرفته است. و جامعه هدف آن کلیه بیمارستان های تحت پوشش دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد (13 بیمارستان) می باشد. ابزار سنجش پرسشنامه بوده است توسط معاونت امور مدیریت و منابع انسانی سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور و پایان نامه مشابه در رشت تدوین شده که روایی آن توسط اساتید تایید شده و با روش مشاهده و مصاحبه تکمیل شده است. در این تحقیق همه فعالیت های مربوط به برنامه ده گانه طرح تکریم ارباب رجوع مورد بررسی قرار گرفت. میانگین امتیاز های «آموزش کارکنان» در این بیمارستان ها 33٪ درصد بود که در حیطه «برنامه شفاف و مستندسازی نحوه ارائه خدمات به ارباب رجوع» 39٪ درصد، در حیطه «اطلاع رسانی از نحوه ارائه خدمات به مردم» 43٪ درصد، در حیطه «تدوین منشور اخلاقی سازمان در ارتباط با ارباب رجوع» 71٪ درصد، در حیطه «پیش بینی فضا و امکانات مناسب» 80٪ درصد، در برنامه «بهبود و اصلاح روش های ارائه خدمات به مردم» 46٪ درصد، در برنامه «نظرسنجی از مراجعان» 61٪ درصد، در حیطه «نظارت و بازرسی» 85.7٪ درصد، در حیطه «تشویق و تقدیر از مدیران و کارکنان موفق» 74٪ درصد و در حیطه «نحوه رفتار با مردم» 81٪ درصد بوده است. در مجموع بیمارستان خاتم الانبیا ابرکوه 130 امتیاز و بیمارستان افشار با 85 امتیاز بیشترین و کمترین امتیاز را کسب کردند.

در مطالعه‌ای دیگر با عنوان " بررسی نتایج طرح تکریم ارباب رجوع در بیمارستانهای دانشگاه علوم پزشکی گلستان" سال 1386 نوشته‌ای انیس عباسی مشخص شد که بیمارستان‌ها با برنامه‌ریزی صحیح و اصلاح و بازنگری فرایندها نسبت به کارسنجی و کوتاه کردن فرایندهای انجام کار و اطلاع‌رسانی صحیح اقدام نمایند. با استفاده از

روش‌های مختلف نسبت به تقویت و افزایش انگیزش و تعهد کاری کارکنان اقدام شود و برای اجرای موفقیت‌آمیز این طرح آموزش و بازآموزی اصولی آن‌ها و استفاده از شیوه‌های مؤثر انگیزشی، تعهد رهبری سازمان، و ایجاد فرهنگ سازمانی و بسترسازی لازم به‌عنوان راه‌کارهای اجرایی پیشنهاد می‌شود. براساس محورهای مورد ارزیابی بهترین عملکرد بیمارستان‌های این دانشگاه با کسب 68/4 و 67/6 درصد به ترتیب مربوط به محور «رعایت ادب و احترام کارکنان» و «محور اطلاع‌رسانی» بوده و محور «میزان سنجش اعتماد مردم» از عملکرد متوسطی برخوردار است. اما در محور «ایجاد فضا و تجهیزات» بیمارستان‌های وابسته به دانشگاه علوم پزشکی گلستان با 60/1 امتیاز از عملکرد پایینی برخوردار است. در بعد تعداد دفعات مراجعه حدود 17/5 درصد از مراجعه‌کنندگان بیش از یک‌بار برای دریافت خدمات به واحد مورد نظر مراجعه نموده‌اند. این مطالعه به‌صورت توصیفی و مقطعی در بهار 86 براساس پرسشنامه‌های سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور در قالب 4 محور «اطلاع‌رسانی»، «سنجش اعتماد مردم به میزان تخصص و تعهد کارکنان»، «رضایت از رعایت ادب و احترام کارکنان» و «رضایت از فضا و تجهیزات موجود» انجام گرفت. در فرایند ارزیابی این طرح از 222 نفر مراجعه‌کننده که به‌صورت تصادفی انتخاب شدند نظرسنجی به‌عمل آمد.

پژوهشی با عنوان "طرح تکریم ارباب رجوع در بیمارستان‌های آموزشی رشت" نوشته‌ای مهربابان در سال 1385 نوشته شد. در این پژوهش مشخص شد که اجرای طرح تکریم ارباب رجوع در بیمارستان‌های آموزشی-درمانی رشت با توفیق نسبی روبرو بوده است. با استقرار برنامه تحول در نظام مدیریت به‌عنوان یکی از ضروریات مهم طرح تکریم ارباب رجوع و همچنین تغییر ملاک‌های تشویق و تنبیه کارکنان و مدیران از روش سنتی به نحوی که از نظر مشتریان در این مورد استفاده شود، شاهد موفقیت روزافزون این طرح خواهیم بود. میانگین امتیازهای «آموزش کارکنان» در این بیمارستان‌ها 43/3 درصد بود که در حیطه «برنامه شفاف‌سازی و مستندسازی نحوه ارائه خدمات به ارباب رجوع» 60 درصد، در حیطه «اطلاع‌رسانی از نحوه ارائه خدمات به مردم»، 68/3 درصد، در حیطه «تدوین منشور اخلاقی سازمان در ارتباط با مردم» 100 درصد، در حیطه «پیش‌بینی فضا و امکانات مناسب»

93/3 درصد، در برنامه «بهبود و اصلاح روش‌های ارائه خدمات به مردم» 73/4 درصد، در برنامه «نظرسنجی از مراجعان 76/6، در حیطه «نظارت و بازرسی» 60 درصد، در برنامه «تشویق و تقدیر مدیران و کارکنان موفق 53/3 درصد و در حیطه «نحوه رفتار با مردم» 55 درصد بوده است. میانگین کل امتیازات حاصل از ارزیابی طرح تکریم ارباب رجوع در بیمارستان‌های آموزشی رشت 68/34 درصد بود که بیمارستان دکتر حشمت با 83/49 درصد و بیمارستان الزهراء (س) با 52/66 درصد به ترتیب بیشترین و کمترین امتیاز را کسب کردند. ژوئش به صورت مقطعی و توصیفی انجام شده است. جامعه هدف، 6 بیمارستان آموزشی- درمانی رشت بودند. ابزار سنجش چک لیست بود که روایی و پایایی آن مورد تأیید کمیته ارتقای کیفیت وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی قرار گرفت و با سه روش مشاهده، استفاده از مستندات و داده‌های ثبت شده و مصاحبه بود. در این تحقیق همه فعالیت‌های مربوط به برنامه ده گانه طرح تکریم ارباب رجوع مورد بررسی قرار گرفت.

مقاله های خارج از کشور

مطالعه‌ای تحت عنوان "شاخص کیفیت برای ارزیابی مراقبت های پرستاری: تعیین رضایت بیمار و عوامل مرتبط در یک بیمارستان دانشگاهی در منطقه مدیترانه در ترکیه" توسط EmineKol در سال 2018 نوشته شد. این مطالعه به صورت توصیفی طراحی شد و در فاصله زمانی 11 بهمن 1393 تا 12 اسفند 1393 انجام شد. نمونه مورد مطالعه شامل 400 بیمار بود. برای جمع آوری داده ها، این مطالعه از مقیاس رضایت از پرستاری نیوکاسل استفاده کرد که شامل دو زیر مقیاس بود: مقیاس تجربه مراقبت پرستاری و مقیاس رضایت از مراقبت پرستاری. میانگین نمره کل «رضایت از مراقبت پرستاری» $20/94 \pm 62/08$ و میانگین کل مقیاس «تجربه مراقبت پرستاری» $11/97 \pm 71/97$ بود. هنگامی که گویه ها در هر دو خرده مقیاس مورد بررسی قرار گرفتند، بالاترین اقلام رضایتمندی به عنوان «مهارت پرستاران» و «احترام پرستاران به حریم خصوصی بیماران» گزارش شد. با این حال، کمترین امتیاز به "تلاش پرستاران" برای ایجاد احساس در خانه به بیماران و "طرز دلداری پرستار از بستگان و دوستان" داده

شد. با توجه به نتایج مطالعه، بیماران نیاز به مراقبت فردی بیشتری از پرستاران در زمینه آموزش، ارتباط و راحتی دارند.

در مطالعه‌ای به نام "اعتماد و ارتباط در رابطه پزشک و بیمار" نوشته‌ای آقای دکتر مسعود محمد زاده در سال 2018 به بررسی الگوی روابط پزشک و پرسنل با بیمار برای ارائه دهندگان مراقبت‌های بهداشتی پرداخته است. وی در این مطالعه برای وجود ارتباط سالم و موثر با پزشک، اعتماد و ارتباط را نقشی حیاتی در نظر می‌گیرد. هدف از این مطالعه جمع‌آوری دانش و مفاهیم مربوط به ارتباط و اعتماد در رابطه پرسنل و بیمار و چگونگی تأثیر آنها بر رضایت بیمار و کیفیت درک شده از خدمات مراقبت‌های بهداشتی است. دکتر مسعود محمد زاده با استفاده از پایگاه‌های مختلف الکترونیکی شامل PubMed، Hinari، Cochrane، Scopus و Google Scholar اطلاعات مورد نظر خود را جمع‌آوری کرد. مقالات بررسی شده نشان دادند که هم اعتماد و هم ارتباط به طور مثبت با رضایت بیمار و کیفیت درک شده خدمات مراقبت‌های بهداشتی از نظر انطباق بهتر با دارو و پیروی از توصیه‌های پزشکی چه در کشورهای توسعه یافته و چه در کشورهای در حال توسعه مرتبط است. با این حال، عوامل تعیین‌کننده اعتماد بین محیط روستایی و شهری کمی متفاوت بود. جدایی از مهارت‌های ارتباطی پرسنل، سطح درمان بین فردی و دانش در مورد بیمار، احترام به پزشک و تضمین درمان منجر به اعتماد بهتر و همچنین در محیط روستایی می‌شود. و در آخر به این نتیجه رسیدند که رویکرد بیمار محور با مهارت‌های ارتباطی موثر و اعتماد منجر به مدیریت بهتر و بهبود رضایت بیمار می‌شود. این امر با پایبندی بهتر به درمان، نتایج سلامت بهتر و کیفیت درک بهتر خدمات بهداشتی مرتبط است.

پژوهشی با عنوان "اندازه‌گیری رضایت بیمار به عنوان شاخص کیفی خدمات بهداشتی بیمارستانی: مورد کلینیک‌های سرپایی بیمارستان عمومی" نوشته‌ای Georgoudi Ekaterina در سال 2017 نوشته شد. یافته‌ها نشان دهنده این بود که ارزیابی کلی از خدمات ارائه شده توسط کلینیک سرپایی بیمارستان مثبت بود. با این حال، به نظر می‌رسد که در سازماندهی، تاخیرها و زیرساخت‌های کلینیک‌ها مشکلاتی داشته باشد که باید اقدامات اصلاحی انجام

شود تا اطمینان حاصل شود که خدماتی که بیماران از آنها بهره می برند با کیفیت بالا مشخص می شود. درصد پاسخ مصاحبه شوندگان به 83/25 در نظر گرفته شد. در ارزیابی رضایت کلی مشخص شد که در مقیاس ده درجه ای، بیمارستان مثبت ارزیابی می شود. میانگین نمره کل ارزشیابی بسیار بالاست. معیارهای مهم رضایت اکثر بیماران، ادب، دانش تخصصی و حرفه ای بودن کارکنان کلینیک سرپایی بود. 85/29 درصد از نمونه از رفتار پرسنل پذیرش، 72/37 درصد از رفتار پزشکان، 69/67 درصد از کیفیت مراقبت های پرستاری رضایت کامل داشتند. با این حال، جنبه های مشکل ساز این بازدید مربوط به پاسخگویی، دسترسی، کلینیک های سرپایی و زیرساخت های اقامتی شناسایی شد. کمترین درصد رضایت کامل مربوط به پاسخ های تابلوی اعلانات و اطلاعات ورودی بیمارستان (به ترتیب 5/41 و 5/71 درصد) است. نارضایتی از زمان انتظار طولانی بین تاریخ مورد نظر برای بازدید و تاریخ برنامه ریزی شده (درصد رضایت کامل 14.71 درصد) و همچنین زمان انتظار به منظور رعایت زمان برنامه ریزی شده (درصد رضایت کامل 12.01 درصد) ابراز شد. شایان ذکر است که اکثر مصاحبه شوندگان بیمارستان را به دوستان و محیط خانواده توصیه می کنند. برای سنجش میزان رضایتمندی کاربران خدمات سلامت، نمونه ای متشکل از 400 نفر با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای انتخاب شد. داده ها با استفاده از پرسشنامه ساختارمند وزنی در افرادی که قرار ملاقات با پزشکان بیمارستان داشتند (از اول تا 30 ژوئن 2012) جمع آوری شد. ارزیابی رضایت بیمار از خدمات به دو صورت حک شده است: (الف) ارزیابی کل خدمات در مقیاس ده درجه ای که 1 نشان دهنده ناراضی و 10 بسیار راضی است و (ب) ارزیابی خدمات پزشکی، پرستاری و اداری فردی با پنج امتیاز. مقیاس به صورت پنج نقطه ای بود که به شرح زیر است: مقدار 1: بسیار بد 2: نسبتا بد 3: نه خوب و نه بد، 4: به جای خوب 5: بسیار خوب. برای تجزیه و تحلیل آماری از آمار توصیفی، آزمون t و آزمون آنونا استفاده شد.

نیوپان (2014) در پژوهشی تحت عنوان رابطه بین رضایت ارباب رجوع و عملکرد کسبوکار در بانک لویدر انگلستان انجام داد. هدف ایشان از این پژوهش بررسی رابطه بین ارباب رجوع و عملکرد کسب و کار پرداخته شده است،

نتایج پژوهش حاکی از آن است که سطحی بالا از رضایت ارباب رجوع و عملکرد کسب و کار در بانک لویذر وجود دارد. همچنین ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که بین رضایت ارباب رجوع و عملکرد کسب و کار رابطه مثبت برقرار است. اما تحلیل رگرسیون نشان داد که رضایت ارباب رجوع تأثیری معنادار بر روی عملکرد تجاری ندارد؛ بنابراین رضایت ارباب رجوع با عملکرد تجاری رابطهای ضعیف و مثبت دارد.

سختی و همکاری (2014) در پژوهشی تحت عنوان تأثیر کیفیت خدمات روی رضایت ارباب رجوع در بانکداری اینترنتی انجام دادند. هدف از این پژوهش تأثیر عوامل کیفیت خدمات بانکداری اینترنتی در رضایت ارباب رجوع در ایران است. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که هر شش بعد کیفیت خدمات بر رضایت ارباب رجوع تأثیر دارد. در حالیکه اطمینان پذیری بیشترین تأثیر و طراحی وب سایت کمترین تأثیر را داشت.

سارجنت و همکاران، (2013) در پژوهشی به آزمون اهمیت اخلاق عدالت‌محوری در ایجاد اعتماد و همکاری با پلیس در استرالیا پرداختند. نتایج پژوهش بیانگر این است، در میان گروههای نژادی (هندی و ویتنامی) میانگین اعتماد و همکاری با پلیس در مقایسه با جمعیت کلی پایین است. در کل نتایج پژوهش بیانگر این است که فرایند ایجاد اعتماد و تشویق به همکاری با پلیس در میان گروههای نژادی متفاوت بوده است؛ به‌طوری‌که عدالت‌محوری در تشویق به همکاری با پلیس در میان گروههای نژادی هندی و ویتنامی در مقایسه با جمعیت کلی استرالیا کمتر تأثیرگذار بوده است. همچنین در بین گروه ویتنامی عدالت‌محوری در ایجاد تمایل اعتماد به پلیس در مقایسه با جمعیت کلی استرالیا کمتر تأثیرگذار است، در عوض عملکرد پلیس در ایجاد تمایل اعتماد به پلیس در میان آنها بیشتر تأثیرگذار است.

نتایج پژوهش (شاپ، 2012) که با هدف مقایسه میزان اعتماد شهروندان به پلیس در میان کشورهای اروپایی انجام شده بیانگر این است که میزان فساد در سطح کشوری و میزان رضایت مردم از عدالت (دو فرضیه استنتاج شده از تئوری عدالت محوری) پیشبینی کننده های قوی برای تعیین میزان اعتماد هستند.

در پژوهشی با عنوان "نقش اخلاق کار اسلامی در توسعه رفتار شهروندی سازمانی در بنیاد مطبوعات اردن" نوشته‌ای Alhyasat در سال 2011 مشخص شد که میزان تعهد کارگران در بنیادهای مطبوعاتی اردن به اخلاق کاری اسلامی بالا بود. همچنین تبعیت از اخلاق کاری اسلامی (مهربانی و گذشت در برخورد با کارکنان و ارباب رجوع، اطاعت از صاحبان قدرت و رعایت اخلاق شغلی در رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان این سازمان‌ها از نظر آماری معنی‌دار بود). تبعیت از اخلاق کار اسلامی (مهارت، توصیه به مسلمانان، احساس مسئولیت، عدالت و انصاف، صداقت و کار گروهی) در رفتار شهروندی سازمانی از نظر آماری معنی‌دار نبود. این اخلاق را می‌توان در سیستم‌های منابع انسانی در سازمان‌های رسانه‌ای و دیگر انواع نهادها ادغام کرد، این اخلاق را می‌توان در هر کد رفتاری گنجانند و رفتارهای مورد انتظار از هر کارمند را بیان کرد. پژوهش مذکور با رویکرد توصیفی تحلیلی بر اساس پیمایش میدانی انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل هفت روزنامه در اردن در سال 2010 می‌باشد. نمونه‌ای تصادفی طبقه‌ای از مدیریت عالی و مدیریت اجرایی متناسب با اندازه هر سازمان انتخاب شد. در مجموع، 66 پرسشنامه بین 30 درصد از 218 مدیر مورد نظر، و 175 پرسشنامه بین 15 درصد از کارکنان توزیع شد که مجموعاً 1163 نفر بودند. در مجموع 204 پرسشنامه جمع‌آوری شد. برای شناسایی ویژگی‌های جامعه از فراوانی‌ها و درصدها و برای پاسخ به سؤالات از میانگین و انحراف معیار به همراه رگرسیون چندگانه و تحلیل واریانس تک‌عاملی استفاده شد. هدف این مطالعه شناسایی تأثیر اخلاق کار اسلامی بر رفتار شهروندی سازمانی در سازمان‌های مطبوعاتی اردن و مشخص کردن مهم‌ترین عنصر اخلاق کار اسلامی است.

. مطالعه‌ای با عنوان " عملکرد دپارتمان‌های روابط عمومی در افزایش حمایت اجتماعی در محیط‌های کاری متنوع امارات متحده عربی" در سال 2011 توسط Jenaibi نوشته شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که درک و/یا شناخت کمی از نیاز به حمایت سازمانی برای کارکنان خارجی تازه استخدام شده یا استراتژی‌های منابع انسانی برای مدیریت تنوع و چالش‌های آن وجود دارد. در نتیجه، این پژوهش با توصیه‌هایی برای بهبود ساختار حمایتی برای کارکنان جدید متنوع به پایان می‌رسد. با این حال، هدف اصلی این مطالعه روشن کردن نیاز به

تحقیقات بیشتر و بینش در مورد نیازهای کارگران خارجی، و پیامدهای اجتماعی، سیاسی و مدیریتی تکیه بر نیروی کار خارجی برای اکثر نیازهای کار است. به عبارت دیگر، نیاز به انجام تحقیقات خرد وجود دارد که پیوندهای خاص بین استراتژی‌های منابع انسانی و تأثیر آن‌ها بر محل کار کارگران با پیشینه‌های مختلف ملی، فرهنگی و زبانی را بررسی کند. این تحقیق به بررسی چگونگی یافتن حمایت اجتماعی توسط کارکنان خارجی می‌پردازد و چه کسی آنها را در سال اول استخدام راهنمایی می‌کند. اطلاعات از مصاحبه با کارکنان جدید و با اعضای بخش روابط عمومی و کارکنان در چندین شرکت جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل شد. این به دنبال شناسایی مشکلات و عوامل استرس‌زای اصلی که کارگران جدید با آن‌ها هستند، نوع حمایت اجتماعی کارگران خارجی، و نحوه واکنش بخش‌های روابط عمومی و کارکنان به چالش کار با کارمندان خارجی متولد شده که تازه وارد امارات شده‌اند را شناسایی می‌کند.

آلپاین و السی (2009) در یک پژوهشی دریافته‌اند که یکی از عوامل مهم در شکل‌گیری ارتباطات جو اخلاقی است. سازمان‌ها به موضوع‌های اخلاقی توجه می‌کنند، چون مردم از آنها انتظار دارند سطوح بالایی از استانداردهای اخلاقی را نشان دهند. سطوح بالای استانداردهای اخلاقی از افرادی که در سازمان کار می‌کنند یا در شرایط پرخطر کار می‌کنند، حمایت می‌کند.

مطالعه‌ای تحت عنوان "نقش زیرساخت‌های سازمانی در اجرای بهبود کیفیت بیمارستان‌ها" نوشته‌ای Jeffrey در سال 2008 نشان داد که بهبود کیفیت (QI) یک رویکرد سازمان یافته برای برنامه ریزی و اجرای بهبود مستمر در عملکرد است. اگرچه QI نویدبخش بهبود کیفیت مراقبت و ایمنی و تکریم بیمار است، بیمارستان‌هایی که QI را اتخاذ می‌کنند اغلب با اجرای آن مشکل دارند. در نهایت این مطالعه به بررسی نقش زیرساخت‌های سازمانی در اجرای شیوه‌ها و ساختارهای بهبود کیفیت در بیمارستان‌ها می‌پردازد. نویسندگان به طور خاص بر چهار عنصر پشتیبانی بیمارستانی و زیرساخت برای QI تمرکز می‌کنند - سیستم‌های داده یکپارچه، پشتیبانی مالی برای QI، یکپارچگی بالینی، و قابلیت سیستم اطلاعات. این عوامل سطح کلان، پشتیبانی و مداومی را برای

تلاش‌های QI تیم‌های بالینی که در مراقبت مستقیم از بیمار درگیر هستند، فراهم می‌کند، بنابراین نهادینه‌سازی QI را ترویج می‌کند. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل چند متغیره داده‌های نظرسنجی سال 1997 روی 2350 بیمارستان، پشتیبانی قوی برای فرضیه‌ها فراهم می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که سازمان‌هایی که قصد بهبود کیفیت را دارند باید به زمینه‌ای که در آن تلاش‌های QI انجام می‌شود توجه داشته باشند، و اینکه چنین تلاش‌هایی بعید است مؤثر واقع شوند مگر اینکه سیستم‌های پشتیبانی مناسب برای اطمینان از اجرای کامل وجود داشته باشند.

پژوهشی با عنوان "داده‌های رضایت بیمار به عنوان یک شاخص کیفیت" در سال 2008 توسط Edwin D صورت گرفت. یافته‌ها حاکی از این است که ترکیبی از بکارگیری معیارهای صریح پذیرش در آمار توصیفی و استفاده از ضرایب همبستگی با رضایت کلی می‌تواند به حداکثر سودمندی داده‌های رضایت بیمار با کشف حوزه‌های اولویت‌دار کمک کند. این حوزه‌های اولویت به شاخص‌های تعمیر و نگهداری و اصلاح تقسیم شدند و مشخص شد که بسته به بیمارستان مورد نظر به طور قابل توجهی متفاوت هستند. چنین استراتژی‌هایی می‌توانند با هدف قرار دادن حوزه‌هایی که بیشترین تأثیر را بر رضایت کلی دارند، به اصلاح تلاش‌های بهبود عملکرد کمک کنند. نویسندگان نتایج به‌دست‌آمده از اعمال معیارهای مقبولیت را با معیارهای به‌دست‌آمده از همبستگی‌ها ادغام کردند تا شاخص‌های اولویت را برای استراتژی‌های اصلاح و نگهداری به دست آورند. یافته‌ها: برای بیمارستان‌های A و B به ترتیب، 15 (52٪) و 16 (55٪) از شاخص‌های مراقبت درک‌شده و زمان انتظار نتوانستند معیارهای پذیرش را برآورده کنند. با استفاده از همبستگی‌ها با رضایت کلی، نویسندگان حوزه‌های اولویت را برای اصلاح به شش شاخص برای بیمارستان A و سه شاخص برای بیمارستان B محدود کردند. یک شاخص نگهداری برای بیمارستان A و چهار شاخص برای بیمارستان B نشان داده شد. بیماران به طور تصادفی انتخاب شدند، از طریق تلفن با آنها تماس گرفتند و با استفاده از سه معیار رضایت جهانی 23 شاخص کیفیت مراقبت درک‌شده و شش زمان انتظار درک‌شده مورد بررسی قرار گرفتند. آمار توصیفی محاسبه شد. مقایسه هر یک از شاخص‌های مراقبت و زمان

انتظار درک شده در برابر معیارهای قابل قبول به صراحت تعریف شده برای تعیین رضایت‌دهنده‌ها / ناراضی‌کننده‌ها انجام شد. هر شاخص با سه شاخص رضایت جهانی همبستگی داشت.

در مقاله‌ای تحت عنوان "از رابطه تا برخورد: بررسی ابعاد طولی و جانبی در رابطه پزشک و بیمار" نوشته‌ای Potter در سال 2005 بیان کرد که امروزه، کلمه "رابطه" که در مورد تجربه پزشک-بیمار به کار می‌رود ممکن است یک نام اشتباه باشد - یا حداقل توصیفی نامناسب. پس از بررسی مفاهیم نظری قرن بیستم از رابطه مراکز پزشکی و بیمار و توصیف وضعیت بیماری و ارائه مراقبت‌های بهداشتی و سیاست در ایالات متحده، ما یک عنوان نظری برای بررسی رابطه پزشک و بیمار قرن بیست و یکم ایجاد می‌کنیم. در نهایت این مطالعه استدلال می‌کند که بیماران باید در مورد نحوه استفاده موثر و کارآمد از وقت خود با مراکز درمانی آموزش ببینند و پرسنل باید به بهبود ارتباطات خود با بیماران ادامه دهند.

پژوهشی با عنوان "رضایت بیمار به عنوان شاخص کیفیت مراقبت" (بی تا) توسط Paul D نوشته شد. در این بررسی از کار نظری و تجربی در مورد رضایت بیمار از مراقبت، ثابت‌ترین یافته این است که ویژگی‌های ارائه‌دهندگان یا سازمان‌هایی که منجر به مراقبت «شخصی» بیشتر می‌شوند، با سطوح بالاتری از رضایت همراه است. برخی از مطالعات نشان می‌دهند که مراقبت شخصی بیشتر منجر به ارتباطات بهتر و مشارکت بیشتر بیمار و در نتیجه کیفیت بهتر مراقبت می‌شود، اما داده‌ها در مورد این مسائل ضعیف و ناسازگار هستند. تحقیقات بیشتری برای اندازه‌گیری جنبه‌های خاص مراقبت‌های پزشکی و روش‌هایی که گزارش‌های بیمار می‌تواند مکمل سایر منابع اطلاعاتی در مورد کیفیت باشد، مورد نیاز است. علاوه بر این، انجام تحقیقات بیشتر در مورد عوامل تعیین‌کننده رضایت و رابطه بین کیفیت و رضایت در بیماران بستری توصیه می‌شود.

