

تکریم ارباب رجوع؛ تکیه گاه نظام اداری

مقدمه

تکریم و گرامی داشتن مردم در تمامی ادیان و فرهنگها جایگاه والایی دارد و در اسلام نیز بر آن تأکید ویژه ای شده است. برای یک کارمند یا مدیر مسلمان تکریم ارباب رجوع نه بخاطر دستورالعمل و بخشنامه، بلکه به عنوان یک وظیفه انسانی و دینی تلقی می شود و باعث خشنودی خداوند خواهد شد.

رعایت حرمت انسان ها بنیادی ترین ارزش نظام اسلامی است. بین رضایت مردم و رضایت خداوند و بین تکریم انسان ها و تکریم خداوند، ارتباط مامستقیم وجود دارد. در جهان بینی اسلامی راه خدا از میان خلق می گذرد یعنی بدون تکریم انسان ها و جلب رضایت آنها، رضایت و بندگی خداوند امکان پذیر نیست.

بحث تکریم و جلب رضایت ارباب رجوع یکی از مباحث مهمی است که در دستگاه های دولتی مطرح است. در واقع طرح تکریم مردم و جلب رضایت ارباب رجوع یکی از هفت برنامه تحول کشور است که به منظور ایجاد تحول در نظام اداری کشور به تصویب شورای عالی اداری رسیده و در حال اجراست.

بی شک ارائه خدمات به ارباب رجوع، اصلی ترین وظیفه سازمان ها و دستگاه های اجرایی و اداری کشور می باشد و ایجاد تشکیلات وسیع اداری و تأسیس سازمان ها، وزارتخانه و شرکت ها و ... همه و همه در راستای خدمت رسانی به ارباب رجوع پذیرفته است. بنابراین در راستای تکریم و التزام به بیشترین تلاش، همت، انعطاف و ابتکار در تأمین خواسته های ارباب رجوع، باید بتوانیم با ارائه راه حل ها و طی نمودن همه مسیرهای اجرایی برای تأمین تقاضای مراجعین در جهت پاسخ مثبت در شرایط و وضعیت مطلوب، مشک لاتی از مشکلات احتمالی را در ارایه خدمات و پاسخگویی به آنان کاهش دهیم.

تکریم

معانی و مفاهیم مختلفی در منابع گوناگون برای واژه تکریم بیان شده است. بطور کلی میتوان گفت:

مفهوم تکریم در لغت به معنی پاسداشت، گرامی داشتن، نیک گرامی کردن، حرمت کردن، احترام کردن و منزه داشتن است.

در اصطلاح معنای تکریم این است که رفتار افراد جامعه نسبت به هم یا مسئولان جامعه نسبت به افراد بگونه ای باشد که حرمت افراد رعایت گردد.

واژه ی تکریم ارباب رجوع به معنی احترام به ارباب رجوع، پاسخ گویی مناسب به درخواست های او و راه اندازی کارش در اسرع وقت می باشد. این عبارت در ادبیات حکومتی بسیار به کار می رود و برای رفع نقیصه ای که در بیشتر ادارات دولتی وجود دارد، استفاده می شود. 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.

ارباب رجوع (مشتری)

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 رجوها 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 مشتری و مراجعین از نظر میزان سطح رضایتمندی:

مبلغان (وفاداران)

این نوع از ارباب رجوع دارای تجربیات و خاطرات مثبت فراوانی از سازمان، محصول، کالا و خدمات ارائه شده دارند و هر وقت درباره سازمان، خدمات یا محصولات شما صحبت می‌کنند نشانه هائی از تحسین و وفاداری در کلمات اوج می‌زند و همه جا به نفع شما تبلیغ می‌کنند. وجود چنین مشتریانی برای سازمان‌ها یک فرصت و نقطه قوت تلقی می‌شود.

ارباب رجوع معمولی

این دسته از ارباب رجوعان معمولاً از کالا و نحوه ارائه خدمات شما راضی هستند اما مبلغ کار و خدمات شما نیستند. ارباب رجوع معمولی از شما خدمات دریافت می‌کند چون از نظر هزینه نسبت به جاهای دیگر کمتر و یا اینکه مشابه آن در سازمان و فروشگاه دیگر پیدا نمی‌کند لذا برایش ارزشمند است.

این مراجعین همیشه بدنبال یافتن فرصت‌های بهتری برای دریافت خدمات و کالا از جاهای دیگر هستند.

ارباب رجوع ناراضی

این مراجعین کسانی هستند که نیازهای پایه‌ای و

اساسی آنها با تاخیر انجام می‌شود مثلاً هنگام مراجعه به بانک با یک صف طولانی یا هنگام دریافت پول با اسکناس ریز مواجه می‌شوند. مراجعین ناراضی شرایط رقابتی شما را به خطر می‌اندازد. این مراجعین بدنبال تامین کالا یا دریافت خدمات از جای دیگر هستند.

ارباب رجوع ناراضی اتفاقی

این مراجعین از کالا و خدماتتان ناراضی هستند اما مجبورند آنها را از شما دریافت کنند. اجبار در دریافت خدماتی مانند حضور یک دفتر پستی در یک شهر کوچک و یا وجود تنها یک شعبه بانک در شهر.

مراجعین کارشکن

این مراجعین دارای تجربیات منفی زیادی هستند و در هر فرصتی که پیدا می‌کنند علیه شما تبلیغ منفی کرده و به اعتبار سازمانی شما لطمه وارد می‌کند. این مراجعین کسانی‌اند که نیازهای اساسی و پایه‌ای آنان برآورده نمی‌شود. مثلاً هنگامی که برای دریافت حقوق یا سایر کارهای مالی به بانک مراجعه می‌کنند با این پاسخ مواجه می‌شوند که امروز سیستم‌ها قطع است یا بپول نداریم فردا مراجعه کنید.

انواع مشتری و مراجعین از نظر ویژگی های شخصیتی

- مراجعین آرام/معمولی

آنها راحت، آرام و خونسرد هستند و این احساس را نیز به شما منتقل می کنند. آنها می دانند چه می خواهند و چه انتظاری دارند و از طریق روشهای منطقی خواسته خود را مطرح می کنند.

- مراجعین ناراحت/مشکل ساز

انواع مشتری مشکل ساز / نارامت

الف . عصبانی

ب . عجول / بی حوصله

ج . تهدیدگر / غیر دوستانه

د . پر حرف

ه . پر مدعا / گستاخ

ابعاد تکریم ارباب رجوع از منظر اسلام:

۱ - پایبندی به اخلاق اسلامی:

الف) متصف بودن به صفت تقوا و خداترسی

ب) خلوص نیت در انجام وظیفه

ج) خوش رفتاری با ارباب رجوع

د) داشتن صبر و بردباری

ه) برخورد توأم با تواضع و احترام با ارباب رجوع

ر) مهر و محبت نسبت به ارباب رجوع

۲- برخورداری از توانمندی و تخصص

۳- رعایت عدل و انصاف

۴- داشتن نظم و انضباط

الف) برنامه ریزی در کارها

ب) رعایت اولویتها

تصویب نامه تکریم ارباب رجوع در نظام اداری ایران

شورای عالی اداری در نودمین جلسه مورخ ۱۳۸۱/۱/۲۵ بنا به پیشنهاد سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور به منظور تکریم و جلب رضایت مردم و ارباب رجوع نسبت به عملکرد واحدهای اجرایی کشور تصویب نمود،

کلیه وزارتخانه ها، سازمانها، موسسات و شرکتها و ... که از بودجه عمومی دولت استفاده می کنند نسبت به انجام موارد زیر اقدام نمایند:

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

کلیه مدیران، روسا و مسئولین واحدهای ستادی و اجرایی مکلفند جهت شفاف سازی نحوه ارائه خدمت به مردم اطلاعات لازم در خصوص خدمات قابل ارائه به ارباب رجوع را به نحوی که حاوی موارد زیر باشد، مستند کرده و در اختیار مراجعین قرار دهند:

- نوع خدمات قابل ارائه به ارباب رجوع
- مقررات مورد عمل و مراحل انجام کار
- مدت زمان انجام کار
- مدارک مورد نیاز و فرمهای مورد عمل
- عنوان واحد، محل استقرار، نام مقصدی انجام کار و تعیین اوقات مراجعه
- نوع فناوری مورد استفاده

۲- اطلاع رسانی از نحوه ارائه خدمات به مردم

کلیه اطلاعات مذکور در مورد ۱ باید به ترتیب اولویت و از طرق ذیل به اطلاع عموم مردم و مخاطبین برسد.
- نصب در تابلوی راهنما در مبادی ورودی و در معرض دید مراجعین

- تهیه بروشور و توزیع بین ارباب رجوع و مخاطبین

- نصب نام و نام خانوادگی عوامل متصدی کار پست سازمانی، رؤس وظایف اصلی کارکنان در محل استقرار آن ها

- راه اندازی خط تلفن گویا برای راهنمایی مردم

۳- تدوین منشور اخلاقی سازمان در ارتباط با مردم

دستگاه های مشمول این مصوبه موظفند نسبت به تهیه و تدوین منشور اخلاقی سازمان متبوع مشتمل بر موارد مندرج در طرح با توجه به مبانی اعتقادی و اخلاقی برای تثبیت رفتارهای مناسب شغلی مورد انتظار جهت ارج نهادن و احترام به مردم اقدام نمایند.

۴- بهبود و اصلاح روشهای ارائه خدمات به مردم

روسای هر یک از واحدهای اجرایی موظفند روش های مورد عمل خود را با رعایت قوانین و مقررات مربوط و با کسب نظر از متصدیان ارائه خدمات و خدمت گیرندگان، اصلاح و ضمن اجرا، یک نسخه از روش اصلاح شده را برای کمیسیون تحول اداری دستگاه مربوط در استان ارسال کنند.

۵- نظر سنجی از مردم

واحدهای اجرایی موظفند هنگام ورود ارباب رجوع، برگ نظرسنجی در اختیار وی قرار دهند و نظر ارباب رجوع را در خصوص نحوه گردش کار، همچنین تطبیق یا عدم تطبیق آن با اطلاعات اعلام شده قبلی و رفتار متصدیان انجام کار جویا شوند. برگ نظرسنجی می تواند ظهر برگ ملاقات یا به هر طریق دیگر با رعایت صرفه جویی و اختصار طراحی شود.

۶- نظارت بر حسن رفتار کارکنان دستگاه های اجرایی با مردم

کلیه دستگاههای مشمول این مصوبه موظفند جهت تحقق اهداف مصوبه و نظارت بر اجرای آن، همچنین پیگیری، راهنمایی و رفع موانع و ارزیابی عملکرد واحدهای سازمانی تحت مدیریت خود اقدامات ذیل را انجام دهند:

الف- تجهیز واحدهای بازرسی و رسیدگی به شکایات جهت بازرسی و تهیه گزارشهای لازم.

ب- انتخاب بازرس ویژه از طرف وزیر یا بالاترین مقام مسئول دستگاه برای بازرسی، راهنمایی و ارائه گزارش مستمر از پیشرفت و اجرای مصوبه.

۷- تشویق و تقدیر از مدیران و کارکنان موفق و برخورد قانونی با مدیران و کارکنانی که موجب نارضایتی مردم می شوند.

سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور موظف است جهت اعمال و تاثیر نظرات مردم و ارباب رجوع در وضعیت استخدامی کارکنان دستگاه های مشمول این مصوبه، نسبت به تهیه و تنظیم لوایح و مصوبات مربوط در زمینه تشویق و تنبیه کارکنان و رسیدگی به شکایات ارباب رجوع، حداکثر ظرف مدت سه ماه از تاریخ نضویب این مصوبه، اقدام نماید. این مقررات باید به نحوی وضع شود که رعایت حقوق مردم و کسب رضایت ارباب رجوع در چارچوب مقررات موضوعه، در دستگاه های اجرایی تامین نماید. منع: گزارش طرح تکریم مردم و جلب رضایت ارباب رجوع در نظام اداری کشور (سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور)

منافع و امتیازات تکریم ارباب رجوع برای سازمان

۱. تضمین کننده استفاده صحیح از منابع و امکانات
۲. بهبود آرایه خدمات
۳. کاهش میزان نارضات بین مردم و کارکنان
۴. کاهش میزان دوباره کاری ها و سردرگمی ها
۵. بهبود نظام اطلاع رسانی و اطلاع دهی
۶. کنترل و ارزیابی بهتر و مطلوب تر عملیات و فعالیت ها
۷. افزایش میزان بهره وری، کارایی و اثربخشی امور
۸. محیط جذاب کلوی برای کارکنان
۹. ایجاد زمینه های رشد و توسعه فعالیت ها
۱۰. افزایش قابلیت و سازگاری با محیط
۱۱. شناسایی بهتر نقاط قوت و ضعف سازمان
۱۲. شناسایی فرصت ها و بهره گیری از آنها در جهت پیشبرد اهداف سازمان

۱۳. ایجاد انگیزه در دیگران

۱۴. تأمین رضایت جامعه، مدیران و دست‌اندرکاران

۱۵. ایجاد پیوند ارتباطی سازمان و جامعه

۱۶. تحقق اصول اخلاقی حاکم بر روابط عمومی

بایدها (معروفها) و نبایدها (منکرهای) اداری

اخلاق اداری به چگونه کار کردن در اداره می‌پردازد. یک کارمند مسلمان باید متخلق به اخلاق اسلامی و انسانی باشد. به عبارت ساده و مختصر اخلاق شامل شناخت صحیح از ناصحیح و آنگاه انجام صحیح و درست و ترک ناصحیح و نادرست است. بنابراین اخلاق اداری را می‌توان بایدها و نبایدها ی اداری و چگونه کار کردن در اداره تبیین نمود. اخلاق اداری مطلوب زمانی بوجود می‌آید که کارکنان نظام اداری یک کشور به مردم از منظر درست بنگرند و خود را خدمتگزار و وکیل مردمان بدانند. مهمترین مبنا در پیشرفت اخلاق اداری تصحیح بینش کارکنان نسبت به خودشان، مردمان، مسؤولان و وظایف شان است، زمانی که دید انسان نسبت به مردم، مافوق و کارش اصلاح شود کار کردن به مثل خدمت نمودن و عبادت کردن است و این خود سبب رشد در اداره و توسعه اخلاق در اداره می‌شود. در نظام اداری آن چه در راس مناسب است و رفتار اداری حاکم است حرمت نگهداشتن و حفظ حقوق مردمان است هر یک از کارکنان دولت در هر مرتبه و جایگاهی که قرار دارند اگر حافظ حقوق و حرمت ارباب رجوع باشند یک نظام اداری مبتنی بر اخلاق ظهور خواهد کرد. اگرچه ارائه کار خوب برای نظام های خدمات رسانی وظیفه است، اما نباید فقط به انجام وظیفه بسنده کرد. بلکه با توجه به جایگاه رفیع «خدمت به خلق» در پیشگاه حق تعالی، لازم است خدمت را از مرز وظیفه گذرانده و آن را به حد لذت رساند. اخلاق اداری همان مفهوم امر به معروف و نهی از منکر در آموزه های دینی ماست. امر به معروف در اندیشه اسلامی و دینی جایگاه ویژه ای دارد و مدیران می‌بایست برای احیاء امر به معروف همت بیشتری از خود نشان دهند، امر به معروف نظارت همگانی و احساس مسئولیت افراد نسبت به یکدیگر است و بی‌اعتنایی نسبت به تذکر و ارشاد دیگران آغاز نقطه انحرافی انسانهاست. گاهی اوقات عدم شناخت معروف و منکر موجب می‌شود در اذهان عمومی، معروف منکر و منکر معروف تلقی شود و در نهایت به کم رنگ شدن این فرهنگ مقدس ختم می‌شود. ترک امر به معروف و نهی از منکر خود یکی از مصادیق منکر است که بایستی امر به معروف آنقدر تکرار گردد تا اذهان عموم در گام اول با لفظ کلمه

مأنوس و در گام بعدی با حقیقت مطلب آشنا شود چرا که امر به معروف و نهی از منکر همان دعوت به نیکی ها و پرهیز از زشتی هاست که فطرت آدمی پذیرای آن است . مصادیق معروف و منکر در ادارات را با عنوان بایدها و نبایدهای اداری در پنج حوزه شناسایی کردیم امید است مورد عنایت و استفاده بر ای کارکنان و مدیران محترم باشد.

الف. در ارتباط با ارباب رجوع:

بایدها:

۱. تکریم ارباب رجوع و حفظ حرمت و شخصیت آنان
۲. خوشرویی و خوش برخوردی در مواجهه با ارباب رجوع
۳. پاسخگویی و مسئولیت پذیری در قبال کار ارباب رجوع
۴. توجیه قانونی، عقلی و منطقی عدم انجام خواسته های نامربوط ارباب رجوع
۵. توجه به کسب رضایت مردم و در نهایت رضایت الهی
۶. رعایت عدالت و انصاف در برخورد با مراجعین
۷. رعایت اخلاق اداری و تواضع در برابر مردم
۸. رعایت اخلاق اسلامی در برخورد با مراجعین
۹. حضور به موقع در محل کار و تعیین جایگزین برای انجام امور مراجعین در اوقات عدم حضور در محل کار
۱۰. تسریع و تسهیل در انجام امور مردم
۱۱. پیگیری و رسیدگی به امورات، مشکلات و شکایات ارباب رجوع
۱۲. درست و به موقع انجام دادن کارهای مردم
۱۳. داشتن سعه صدر و تمایل مثبت در برخورد با ارباب رجوع
۱۴. گوش دادن اثر بخش به خواسته ها و ارائه اطلاعات و راهنمایی لازم و کافی ارباب رجوع

نبایدها:

۱. تبعیض نژادی، قومی، خویشاوندی، مذهبی و جنسی در ارائه خدمت به ارباب رجوع
۲. تجسس در امورات شخصی ارباب رجوع
۳. اخاذی، رشوه خواری و اخذ وجه بیش از تعرفه های مقرر در قانون
۴. تاثیر و قبول توصیه و سفارش در ارائه خدمات ارباب رجوع
۵. منت گذاشتن و چشم داشت از بابت انجام امورات مراجعین
۶. ترک محل کار در اوقات موظفی اداری بدون دلیل و اجازه
۷. افشای اسرار و اطلاعات محرمانه ارباب رجوع

۸. داشتن کبر و غرور در برخورد با ارباب رجوع
۹. کاغذ بازی های آزار دهنده و امروز و فردا کردن کار ارباب رجوع

ب. در ارتباط با همکار:

بایدها:

۱. احترام به همکاران و رفتار توأم با ادب و نزاکت
۲. رعایت و داشتن رفتار مناسب همکاران خانم و آقا با یکدیگر در فضای اداره
۳. ارائه انتقاد سازنده و مؤثر در صورت نیاز جهت اصلاح و بهبودی
۴. داشتن وحدت، صمیمیت و همدلی با همکاران
۵. همکاری، مشورت و مشارکت در انجام بهینه وظایف شغلی و سازمانی
۶. توسعه و توانمندی همکاران از طریق انتقال تجارب و تسهیم اطلاعات
۷. امانتداری و حفظ اسرار همکاران
۸. امر به معروف و نهی از منکر
۹. محبت، الفت و صداقت در تعامل و ارتباط با همکاران
۱۰. کمک به انجام وظایف شغلی همکار در صورت نبودن ایشان در محل کار و یا در زمان مشغله زیاد ایشان

نبایدها:

۱. تجسس در امور شخصی همکاران
۲. انتقام جویی از همکاران و مراجعه کنندگان
۳. استهزاء و تخریب همکاران
۴. دخالت بی مورد در امور غیر مرتبط با وظایف محوله
۵. عدم توجه به نظرات همکاران و عدم استفاده از مشارکت مردم در کارها
۶. سوء ظن، بخل و حسادت به همکاران

ج. در ارتباط و رفتار مدیر با کارمند:

بایدها:

۱. بکارگیری نیروهای متعهد، متخصص و شایسته در بخش های مختلف اداره جهت پیشبرد سریع امور
۲. عدالت و انصاف در برخورد با زیر دستان
۳. تفویض اختیارات و استقلال در انجام وظایف شغلی و سازمانی
۴. افزایش توانمندیهای کارکنان از طریق انتقال تجارب و آموزش
۵. ایجاد انگیزه، میل و علاقه در کارکنان برای انجام وظایف شغلی و سازمانی
۶. تشویق و تنبیه به موقع کارکنان
۷. حس مسئولیت پذیری و مشارکت کارکنان در امور
۸. حضور مدیر دستگاه در بین همکاران به منظور رسیدگی به امور آنها
۹. تقویت حس همکاری، تعاون و مشارکت در بین کارکنان
۱۰. برنامه ریزی برای گسترش روحیه ابتکار ، خلاقیت و نوآوری کلوکنان
۱۱. تقدیر از نیروهای مبتکر، خلاق، فعال و وظیفه شناس دستگاه و حمایت جدی از آنان
۱۲. ترویج روحیه مردم داری و نهادینه نمودن اخلاق اسلامی در بین کارکنان
۱۳. کنترل و ارزشیابی دقیق کارکنان و ارائه بازخورد مناسب برای اصلاح و بهبود
۱۴. فراهم نمودن شرایط رشد و تعالی کارکنان در ابعاد مختلف
۱۵. حمایت و پشتیبانی جدی از همکاران برای رفع مشکلاتشان

نیایدها:

۱. تجسس در امور شخصی کارکنان
۲. پیش داوری و قضاوت یکطرفه نسبت به پرسنل
۳. استبداد، تکبر، تحقیر و استهزا تبعیض، بی احترامی و خشونت در برخورد با زیر دستان
۴. انتصاب ناشایسته اقوام، نزدیکان و دوستان فاقد صلاحیت
۵. عدم نظارت مسئولین بر واحد های تحت نظر خود
۶. وعده های پوچ و غیر قابل انجام به کارکنان

۷. کتمان اطلاعات مورد نیاز شغلی کارکنان
۸. نتیجه تلاش و کار زیر دستان را به خود نسبت دادن
۹. به کار گیری کارکنان مجموعه تحت مدیریت جهت انجام امور شخصی و غیر اداری

د. در ارتباط و رفتار کارمند با مدیر:

بایدها:

۱. اطاعت پذیری و انجام به موقع دستورات مافوق
۲. رعایت سلسله مراتب سازمانی
۳. حفظ حرمت و منزلت مدیران در محیط اداری و غیر اداری
۴. ارائه نظرات کارشناسی در رابطه با وظایف شغلی و سازمانی
۵. صداقت، امانتداری و برخورد مؤدبانه با مافوق
۶. مشارکت جدی در کارهای تیمی و انجام وظایف شغلی
۷. استفاده درست در مقابل اختیارات تفویض شده

نبایدها:

۱. عدم رعایت سلسله مراتب اداری
 ۲. تمرد و سرپیچی از دستورات مافوق
 ۳. دروغ، تهمت، افتراء، غیبت کردن و بدگویی پشت سر مدیران
 ۴. ارائه گزارشات خلاف واقع
 ۵. تملق و چاپلوسی در رفتار و ارتباط با مافوق
 ۶. فقط خود را مقرب درگاه مدیر و سرپرست مافوق قرار دادن
 ۷. از زیرکارها، شانه خالی نکردن و امور محول شده را به گردن دیگران نیانداختن
- ه. در ارتباط با سازمان و شغل:

بایدها:

۱. انجام به موقع و دقیق وظایف محوله
۲. حضور منظم و به موقع در محل کار و فعالیت تا پایان وقت اداری
۳. ارتقای دانش و مهارت مورد نیاز شغلی و سازمانی
۴. سخت کوشی و تلاش در کار
۵. دقت و احتیاط در مصرف بیت المال و جلوگیری از ریخت و پاش و دوری از اسراف
۶. افزایش بهره وری، اصلاح الگوی مصرف، صرفه جویی و استفاده بهینه از امکانات و منابع سازمان
۷. ارتقای خلاقیت و نوآوری در روشهای انجام وظایف شغلی و سازمانی
۸. رعایت پوشش اداری
۹. توجه به ساده پوشی و عدم آرایش زننده در ادارات و مراکز آموزشی و عمومی
۱۰. رعایت قوانین، مقررات، ضوابط اداری و آراستگی محیط کار
۱۱. رعایت شئون و شعائر و اخلاق اسلامی (در گفتار، رفتار و پوشش و برخورد با دیگران)
۱۲. حفظ اسرار شغلی و افزایش تعلق و شهرت سازمانی
۱۳. برگزاری و شرکت فعال و به موقع در نماز جماعت و تشویق همکاران برای شرکت در نماز
۱۴. آشنایی با قوانین، دستورالعملها و علوم و فنون و تکنولوژیهای نوین مرتبط با وظایف شغلی و سازمانی
۱۵. شفاف سازی و مستند سازی نحوه ارائه خدمات و اسناد و مدارک مرتبط

نبایدها:

۱. سوء استفاده از موقعیت شغلی و استفاده شخصی از امکانات دولتی و مردمی
۲. اعمال نفوذ برای نیل به منافع شخصی و گروهی و پذیرایی های پر خرج برای حفظ موقعیت شخصی

شخصی

۳. برگزاری جلسات زاید و بی فایده و سفرهای پرهزینه و بی مورد داخلی و خارجی
۴. سهل انگاری در وظایف اداری و کم فروشی و کم کاری
۵. دیر سرکار آمدن و زود رفتن از محل کار

۶. انجام کارهای شخصی در اوقات و ساعات اداری
۷. ماندن در اداره در غیر ساعات اداری و انجام ندادن کار و گرفتن اضافه کاری
۸. اسراف و افراط و تفریط در بکار گیری اموال حتی در جهت مصارف اداره
۹. سهل انگاری در حفظ امکانات دولتی، بدبین کردن مردم به نظام و انقلاب اسلامی
۱۰. اسراف در برگزاری جشنواره ها و هزینه های جانبی سنگین (انواع پذیرایی ها)
۱۱. اختلاس، جعل، خیانت در امانت و عدم وفای به عهد
۱۲. مکالمه زیاد و طولانی و بی مورد با تلفن اداره
۱۳. افشای اطلاعات موجود در دستگاه
۱۴. استعمال دخانیات و داشتن اعتیاد
۱۵. بی انگیزگی، تنبلی، بی عفتی و بد پوششی

نتیجه گیری

بزرگان و اندیشمندان علم مدیریت بر این باورند که عامل انسانی، با ارزش ترین و موثرترین عامل در سازمانها هستند که می توان با اندکی توجه به انگیزه ها و نیازهای آن ها و نیز اهمیت دادن به ایده ها و دیدگاه هایشان باعث رشد عملکرد آن ها و تحقق اهداف سازمانهایشان شد.

امروز میلیونها موسسه و شرکت خدماتی در سراسر جهان به ارائه سرویس و خدمات به مردم می پردازند و بررسی روح کار آن ها نشان داده است، سازمانهایی که از ابتدا اصلی را بپای آموزش کارکنان خود بنا نهاده اند از سایر سازمانهایی که بی توجه به امر آموزش در اجرای طرح تکویم ارباب رجوع و خواست مشتریان، حرکت می کنند سرقت گرفته اند و فاصله ای دو به تدریج افزایش می یابد.

مردم مشتریان دولتها هستند و باید اهداف اصلی دولتها مانع هر شرکت خدمات دهنده، تامین رضایت مشتریان خود باشد. اگر دولتها نتوانند کیفیت خدمات خود را بهبود دهند، بی تردید مشتریان خود را از دست خواهند داد پس لازمه جذب، نگهداری و ایجاد رضایتمندی در ارباب رجوع و مشتریان در دستگاه های دولتی نظیر بانکها، شهرداریها، بیمه ها، سازمانها و سایر دواير دولتی، ایجاد تغییرات و رفتارهای زیر در ساختار فکری آن هاست:

- نسبت به ساده سازی روشهای انجام کار و اصلاح فرایندها در جهت ارائه خدمات بهتر به ارباب رجوع، مهندسی مجدد شود.

- آموزش افراد در جهت تکوین ارباب رجوع به کمک شیوه های جدید

- جایگزینی تفکر مشتری گرا به جای تفکر خدمت گرا یا محصل گرا
- توجه بیشتر به خواست و انتظارات ارباب رجوع و گرفتن نظریات آن ها از نوع خدمات ارائه شده
- رشد بخش خصوصی به عنوان رقیبان بخش دولتی در امر خدمات
- افزایش اعتماد در ارباب رجوع از طریق سرعت و دقت بخشیدن در انجام امور
- ایجاد اطمینان در مشتریان به کمک برخورد و رفتار مناسب بلخدمت گیرندگان، رشد کیفیت انجام امور و کاهش هزینه های انجام خدمات
- تهیه آمار از نظریات مردم و ارباب رجوع در خصوص میزان رضایتمندی آن ها از نوع ارائه خدمات.
- تشویق مدیران، کارکنان و دستگاه های اجرایی خوش برخورد که خدمات را با کیفیت، دقت و سرعت انجام می دهند.

- شفاف و مستند سازی نحوه ارائه خدمات به مشتریان
- حذف مقررات زاید و دست و پاگیر در جهت تسریع پاسخگویی به ارباب رجوع
- رسیدگی به شکایات ارباب رجوع و انعکاس نتایج رسیدگی به شکایات.

منابع

۱. طرح تکریم ارباب رجوع و جلب رضایت مراجعین، حمیدرضا محبت.
۲. طرح تکریم ارباب رجوع در نظام اداری، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی و درمانی شهید بهشتی، زمستان ۸۶.
۳. تکریم ارباب رجوع و رفتار شهروندی در سازمان، رقیه دولت آبادی.
۴. آشنایی با طرح تکریم مردم و جلب رضایت ارباب رجوع، صادق صادقی فر، تابستان ۹۳.
۵. فرهنگ تکریم، احمد اصل هاشمی.
۶. مشتری مداری و تکریم ارباب رجوع، اسماعیل محمدی.