

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# الاصباح

١٢٧ / ١ / ١٨

١٠٤٨٨٢



دانشگاه بلوچستان

تحصیلات تکمیلی

دانشکده مدیریت و حسابداری

پایان نامه برای اخذ درجه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی

گرایش مدیریت منابع انسانی

(HRM)

شناسایی و رتبه بندی شاخص های سنجش تکریم ارباب رجوع با

استفاده از تکنیک AHP

استاد راهنما:

دکتر مهدی کاظمی

استاد مشاور:

دکتر نور محمد یعقوبی

تحقیق و نگارش:

مرتضی عباسپور

بهمن ۱۳۸۶

کتابخانه اطلاعات آرکایو شده  
سیستم آرکایو

۱۳۸۷ / ۱۱ / ۱۸


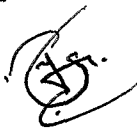
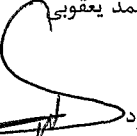
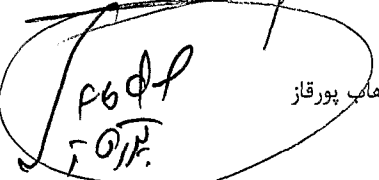

۱۰۴۸۱۳

## بسمه تعالی

این پایان نامه با عنوان شناسایی ورتبه بندی شاخص های سنجش طرح تکریم ارباب رجوع با استفاده از تکنیک تجزیه و تحلیل سلسله مراتبی (AHP) قسمتی از برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد مدیریت دولتی به تحقیق مرتضی عباسپور تحت راهنمایی دکتر مهدی کاظمی تهیه شده است. استفاده از مطالب آن به منظور اهداف آموزشی با ذکر مرجع و اطلاع کتبی به حوزه تحصیلات تکمیلی دانشگاه سیستان و بلوچستان مجاز می باشد.

مرتضی عباسپور

این پایان نامه ۴ واحد درسی شناخته می شود و در تاریخ ۱۳۸۶/۱۱/۱۷ توسط هیئت داوران بررسی و درجه عالی به آن تعلق گرفت.

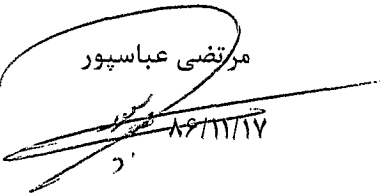
نام و نام خانوادگی	امضاء	تاریخ
استاد راهنما: دکتر مهدی کاظمی		۱۷/۱۱/۸۶
استاد مشاور: دکتر نور محمد یعقوبی		۱۶/۱۱/۸۶
داور داخلی: دکتر باقر کرد		۱۶/۱۱/۸۶
داور خارجی: دکتر عبدالوهاب پورقاز		۱۶/۱۱/۸۶
نماینده تحصیلات تکمیلی: دکتر بدرالدین اورعی پورقازی		۱۶/۱۱/۸۶



### تعهدنامه اصالت اثر

اینجانب مرتضی عباسپور تأیید می‌کنم که مطالب مندرج در این پایان نامه حاصل کار پژوهشی اینجانب است و به دستاوردهای پژوهشی دیگران که در این نوشته از آن استفاده شده است مطابق مقررات ارجاع گردیده است. این پایان نامه پیش از این برای احراز هیچ مدرک هم سطح یا بالاتر ارائه نشده است. کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به دانشگاه سیستان و بلوچستان می‌باشد.

مرتضی عباسپور

  
۸۶۱۱۳۱۷  
د

تقدیم بہ پدر و مادرم

بہ پاس ہمہ زندگیم و

ہمسفر عزیزم

## تشکر و قدر دانی

در این تحقیق گریزی به اقیانوس بیکران نادانستیهای بشری زده ایم، امیدوارم کورسویی باشد برای کسانی که لحظات عمر خود را در طریق علم و دانش سپری می کنند.

دل گر چه در این بادیه بسیار شتافت                      لاجرم موی ندانست ولی موی شکافت

منت و سپاس شایسته پروردگاری است که بشر را قدرت تعقل و تحصیل بخشید. خداوندی که در سایه رحمت بی پایانش توانستم گامی دیگر در عرصه حیات بردارم و وجود خویش را به زینت علم بیارایم. باشد که به خود آیم، اندیشه ای کنم، طریقی گزینم تا شاکر باشم. اینک که به حول و قوه الهی صفحه ای دیگر از دفتر دانش را ورق زده ام بر خود واجب می دانم آنچه را که همت عزیزان عطایم کرده، بدین طریق سپاسگزاری نمایم.

از استاد راهنمای بزرگوارم جناب آقای دکتر مهدی کاظمی که در طول دوره با سعه صدر پاسخگوی سؤالاتم بودند و صبورانه موانع را از پیش راهم برداشتند ، صمیمانه تشکر می کنم. همچنین از زحمات استاد مشاور محترم جناب آقای دکتر یعقوبی که همیشه با راهنماییهایشان در طول دوره مشوقم بودند، کمال تشکر و قدردانی را دارم. از اساتید محترم دکتر کرد و دکتر پورقاز به پاس زحمت داوری رساله ام کمال تشکر را دارم و با سپاس فراوان از استاد بزرگوار جناب دکتر مهرگان که از راهنماییهای ایشان بهره فراوان بردم.

از زحمات اساتید محترم آقایان؛ دکتر یزدانی، دکتر روشن، و دکتر سالارزهی کمال تقدیر و تشکر را به عمل آورده و توفیق روز افزون و سلامتی آن اساتید فرزانه و بزرگوار را از خداوند تبارک و تعالی خواهانم.

و با سپاس فراوان از بزرگواران، آقایان سرور بدیچی جوان و امیر حسین رهبر که در این تحقیق از محضر دانش و تجربیات آنان استفاده فراوان بردم. و با قدردانی فراوان از آندسته از مدیران و کارشناسانی که با تعهد و صبر و حوصله مرا در انجام این تحقیق کمک نمودند و یاریم دادند تا گامی هر چند اندک در راه کسب علم بردارم.

سپاسگزاری بی شائبه خود را از خانم اکبری ، مسئول محترم سایت دانشکده ، و خانم سرحدی ، خانم علیزاده و آقای راشکی به خاطر قبول زحمت و تحمل وافرشان در انجام امور مربوطه ، ابراز می دارم . از همراهی دوستان همکلاسی آقایان حسن قلی پور ، حسین عسگری پور، جلیل هاشمی ، مجید مقدمی سرکار خانم خانیکی و بزرگواران، اکبر پورحسن، اسماعیل حیدری، حامد افشاری مسعود فخر، محمد امانی ، حسین صفرعلیزاده ، به پاس راهنمایی هایشان در دو سال از بهترین دوران عمرم کمال تشکر را دارم .

از مادر عزیزم، که مهر مادرانه را در حق من بجای آورد و در تنگناها همیشه دعایش کلید گشایش مشکلاتم بود، از پدر بزرگوام به پاس زحماتی که در این دوران برایم کشید و از برادر بزرگوام و مهربانم که امید و دلگرمیش راه کسب علم را بر من هموار ساخت، بی نهایت سپاسگذارم.

مرتضی عباسپور

زمستان ۱۳۸۶

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان	چکیده
۱	<b>فصل اول : کلیات طرح تحقیق</b>	
۲	۱-۱- مقدمه	
۳	۱-۲- بیان مسأله تحقیق	
۴	۱-۳- اهمیت انجام تحقیق	
۵	۱-۴- هدف های تحقیق	
۵	۱-۵- سوال های تحقیق	
۶	۱-۶- چارچوب نظری تحقیق	
۷	۱-۷- قلمرو مکانی	
۷	۱-۸- قلمرو زمانی	
۷	۱-۹- فرایند اجرای تحقیق	
۸	۱-۱۰- محدودیتها و مشکلات تحقیق	
۹	۱-۱۱- پیشینه تحقیق	
۱۲	۱-۱۲- تعریف اصطلاحات	
۱۳	فهرست منابع فصل اول	
۱۵	<b>فصل دوم : ادبیات تحقیق</b>	
۱۶	۲-۱- بخش اول: اداره امور عمومی	
۱۶	۲-۱-۱- مقدمه	
۱۶	۲-۱-۲- تعریف اداره امور عمومی	
۱۷	۲-۱-۳- اداره امور دولتی پیشین	
۱۷	۲-۱-۴- اداره سنتی امور دولتی	
۱۸	۲-۱-۵- بوروکراسی وسیع	
۱۹	۲-۱-۶- اداره امور دولتی نوین	
۲۰	۲-۱-۷- شهروند	
۲۰	۲-۱-۸- اعتماد به دولت	
۲۱	۲-۱-۹- پاسخگویی	
۲۳	۲-۱-۱۰- کیفیت خدمات و اجزای تشکیل دهنده خدمت	
۲۳	۲-۱-۱۱- کیفیت خدمات	
۲۶	۲-۱-۱۲- اجزای تشکیل دهنده کیفیت خدمت	
۲۷	۲-۱-۱۳- کیفیت خدمات در بخش دولتی	
۲۸	۲-۱-۱۴- مدیریت کیفیت در بخش دولتی	
۲۹	۲-۱-۱۵- مدیریت کیفیت جامع در بخش دولتی	
۳۱	۲-۱-۱۶- کیفیت خدمات داخلی	



۳۲	..... ۲-۱-۱۷ شمایی از نظام اداری ایران در دوران قاجار بعد از مشروطیت و پهلوی
۳۴	..... ۲-۲ بخش دوم : ارباب رجوع و کیفیت خدمات
۳۴	..... ۲-۲-۱ مشتری و ارباب رجوع
۳۴	..... ۲-۲-۲ ارزش رضایت ارباب رجوع
۳۵	..... ۲-۲-۳ خدمت به ارباب رجوع مهم ترین تعهد سازمانی
۳۵	..... ۲-۲-۴ عدالت اداری
۳۶	..... ۲-۲-۵ اخلاق اداری
۳۶	..... ۲-۲-۶ رضایت مشتری
۳۸	..... ۲-۲-۷ مفهوم جدید خدمت به مشتریان
۳۹	..... ۲-۲-۸ پدیده شکایت، کلید به دست آوردن رضایت مشتری و ارباب رجوع
۴۱	..... ۲-۲-۹ رضایت مشتری در بخش دولتی
۴۱	..... ۲-۲-۱۰ کیفیت خدمات ارائه شده به مشتری و ابزار اندازه گیری آن
۴۴	..... ۲-۳ بخش سوم: تکریم ارباب رجوع
۴۴	..... ۲-۳-۱ تکریم
۴۴	..... ۲-۳-۲ حرمت و شأن انسان
۴۵	..... ۲-۳-۳ طرح تکریم ارباب رجوع
۴۶	..... ۲-۳-۴ اطلاع رسانی
۴۶	..... ۲-۳-۵ اصلاح روشها و فرایند انجام کار
۴۹	..... ۲-۳-۶ نظارت و کنترل در نظام اداری
۵۲	..... ۲-۳-۷ انتقادات بر طرح
۵۳	..... ۲-۳-۸ نتیجه گیری فصل دوم
۵۴	..... فهرست منابع فصل دوم
	<b>فصل سوم : روش شناسی تحقیق</b>
۵۹	..... ۳-۱ مقدمه
۵۹	..... ۳-۲ نوع روش تحقیق
۶۰	..... ۳-۳ نوع تحقیق از نظر هدف
۶۰	..... ۳-۴ نوع تحقیق از نظر افق زمانی
۶۰	..... ۳-۵ جامعه آماری
۶۱	..... ۳-۶ روش و ابزار جمع آوری داده ها
۶۱	..... ۳-۶-۱ مطالعات کتابخانه ای
۶۲	..... ۳-۶-۲ روشهای میدانی
۶۳	..... ۳-۷ مدل تحلیلی تحقیق
۶۵	..... ۳-۸ روایی و پایایی ابزار سنجش
۶۵	..... ۳-۹ فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)
۶۶	..... ۳-۱۰ اصول فرایند سلسله مراتبی
۶۷	..... ۳-۱۱ مراحل فرایند تحلیل سلسله مراتبی

۷۰	..... ۳-۱۲ معرفی نرم افزار Expert Choice
۷۱	..... فهرست منابع فصل سوم

### فصل چهارم : تجزیه و تحلیل داده ها

۷۳	..... ۴-۱ مقدمه
۷۳	..... ۴-۲ معیار های نهایی تعیین شده برای پرسشنامه ها
۷۶	..... ۴-۳ ترسیم نمودار سلسله مراتبی عوامل اثر بخش در تکریم ارباب رجوع
۷۹	..... ۴-۴ رتبه بندی چهار عامل سطح دوم
۸۰	..... ۴-۵ رتبه بندی گزینه های عامل اطلاع رسانی
۸۲	..... ۴-۶ رتبه بندی گزینه های عامل رفتار شغلی کارکنان
۸۴	..... ۴-۷ رتبه بندی گزینه های عامل فضا و تجهیزات اداری
۸۶	..... ۴-۸ رتبه بندی گزینه های عامل نظرسنجی و سایر عوامل
۸۸	..... ۴-۹ رتبه بندی همه گزینه ها نسبت به یکدیگر

### فصل پنجم : نتیجه گیری و پیشنهادات

۹۳	..... ۵-۱ مقدمه
۹۳	..... ۵-۲ نتیجه گیری
۹۷	..... ۵-۳ پیشنهادات
۱۰۳	..... ۵-۴ پیشنهاد به محققین آینده
۱۰۵	..... منابع و مأخذ
۱۱۱	..... پیوست ها و ضامم

## فهرست جدول ها

صفحه	عنوان جدول
۷	جدول (۱-۱): جدول زمانی مراحل اجرای پایان نامه.....
۳۰	جدول (۲-۱): ابعاد مدیریت کیفیت جامع در بخش دولتی -مدل گاروین.....
۳۰	جدول (۲-۲): ابعاد مدیریت کیفیت جامع در بخش دولتی - مدل اسمیت.....
۳۱	جدول (۲-۳): ابعاد مدیریت کیفیت جامع در بخش دولتی - مدل زتهامل.....
۳۲	جدول (۲-۴): اجزای کیفیت خدمات داخلی.....
۶۷	جدول (۳-۱): مقادیر ترجیحات برای مقایسات زوجی.....

## فهرست نمودارها

صفحه	عنوان نمودار
۷۸	نمودار (۴-۱): رتبه بندی عوامل چهارگانه.....
۸۱	نمودار (۴-۲): رتبه بندی شاخصهای اطلاع رسانی.....
۸۳	نمودار (۴-۳): رتبه بندی شاخصهای رفتار شغلی کارکنان.....
۸۵	نمودار (۴-۴): رتبه بندی شاخصهای فضا و تجهیزات اداری.....
۸۷	نمودار (۴-۵): رتبه بندی شاخص های نظر سنجی و سایر عوامل.....
۸۹	نمودار (۴-۶): رتبه بندی نهایی همه شاخص ها.....
۹۵	نمودار (۵-۱): مقایسه اوزان اصلی و تجمعی تمامی شاخص ها.....

## فهرست شکل ها

صفحه	عنوان شکل
۶	شکل (۱-۱): چارچوب نظری تحقیق.....
۶۴	شکل (۳-۱): مدل تحلیلی تحقیق.....
۶۹	شکل (۳-۲): مقادیر شاخص سازگاری.....
۷۷	شکل (۴-۱): ساختار سلسله مراتبی شاخص های تکریم ارباب رجوع.....
۹۱	شکل (۴-۲): اوزان Global و Local شاخص ها و گزینه ها در سلسله مراتبی تحقیق.....
۹۶	شکل (۵-۱) جمع بندی نتیجه تحقیق

یکی از اصلی ترین مسائل در هر دولت توجه به نیاز شهروندان و ارتقاء رضایت مندی آنان از دستگاه دولتی است. برای بالا بردن میزان کارایی و اثربخشی ارائه خدمات به مشتریان روشهای عدیده ای در کشور های مختلف پیاده سازی شده است که در همه آنها سعی بر بالا بردن میزان کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان و ارباب رجوع بوده است. در کشور ما به منظور افزایش رضایت مراجعه کنندگان به ادارات "طرح تکریم مردم و جلب رضایت ارباب رجوع در نظام اداری" در سال ۱۳۸۱ به تصویب شورای عالی اداری رسید که اجرای صحیح و دقیق آن در ایجاد وحدت و انسجام ملی و تنظیم انتظارات و توقعات مردم نقش مهمی دارد. از این جهت، شناسایی دقیق عوامل مطرح در آن و اولویت بندی آنها گامی مهم به سمت پیاده سازی یک ارزیابی مطلوب و حساب شده و ارتقای میزان اثربخشی و کارایی این طرح است.

هدف در این پایان نامه شناسایی عوامل موثر بر اثربخشی طرح تکریم ارباب رجوع است که بعد از آن با تکنیک تحلیل سلسله مراتبی (AHP) رتبه بندی شوند. این تحقیق در استان خراسان جنوبی در دو مرحله صورت گرفت. مرحله اول برای شناسایی عوامل موثر بر تکریم ارباب رجوع، مینا فرم نظر سنجی سازمان مدیریت و برنامه ریزی قرار گرفت. در ادامه با جمع آوری ادبیات تحقیق و پرداختن به مبحث کیفیت خدمات از دیدگاه صاحب نظرانی چون پاراسورامان، زیتهمال، اسمیت و... تعدادی از این شاخص ها شناسایی و به منظور تکمیل این شاخصها، پرسشنامه ای میان ۵۰ نفر از کارشناسان و خبرگان ۱۰ سازمان دولتی که بر اساس نظر سنجی سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان در تقسیم بندی های چهارگانه، دستگاههای نمونه در این طرح بودند، توزیع گردید. در مرحله دوم این شاخص ها از طریق جمع آوری پرسشنامه های AHP توزیع شده میان روسا و خبرگان ۷ شرکت دولتی و اساتید دانشگاه، رتبه بندی شدند.

در نهایت، شاخصها در چهار گروه (الف) اطلاع رسانی، (ب) رفتار شغلی کارکنان، (ج) فضا و تجهیزات اداری و (د) نظرسنجی و سایر عوامل و در هر گروه شاخصه های مربوطه تعریف گردید. بعد از این مرحله شاخصها با تکنیک AHP رتبه بندی گردیدند. با تجزیه و تحلیل نتایج در گروه اطلاع رسانی، ایجاد گیشه خدماتی و راهنمایی بالاترین و نصب منشور اخلاقی، پائین ترین اهمیت را به خود اختصاص داد. در گروه رفتار شغلی کارکنان، احتراز از پارتی بازی و نظم و انضباط در کار به ترتیب بالاترین و پائین ترین اولویت را به خود اختصاص دادند. در گروه فضا و تجهیزات اداری، استقرار اتوماسیون اداری دارای بالا ترین و ابعاد دفتر کار پائین ترین اولویت را اخذ نمودند و در گروه نظرسنجی و سایر عوامل بالا ترین و پائین ترین ترجیحات به ترتیب به منطقی بودن مدارک مورد نیاز و اعلام توجیحات هزینه تعلق گرفت.

## واژگان کلیدی

امور عمومی، کیفیت خدمات، ارباب رجوع، طرح تکریم، تکنیک AHP

فصل اول

کلیات تحقیق

مشتری مداری و تکریم ارباب رجوع<sup>۱</sup> از مباحثی است که در تعالیم و آموزه های دینی به آن تاکید شده است. امیر مومنان در این رابطه می فرمایند: "با مردم چنان بیامیزید که اگر در آن حال مردید بر شما بگریند و اگر زنده ماندید، خواهان معاشرت با شما گردند". بنا براین توجه به شعار های وضعیت مطلوب، مشتری محوری، تکریم مردم در نظام اداری و مطرح کردن آن در جامعه برای فرهنگ سازی و وادار کردن مدیران، مسئولان و مردم به تعمق و تفکر کردن در مقوله تکریم مشتری و کرامت انسانی به خودی خود اندیشه و عمل قابل ستایش و ارزشمند است. اگرچه مبحث مشتری مداری بیشتر در حیطه بازرگانی و بازاریابی مطرح است ولی با توجه به نظریه های مدیریت دولتی نوین و تحولات وابسته به آن یعنی تلقی ارباب رجوع به عنوان مشتری لازم است که ارباب رجوع در سازمانهای دولتی با دیدگاه عمیقتر مورد بررسی قرار گیرد. دنیای امروزی با سرعت به سوی ایجاد کیفیت برتر و قابلیت های متنوع و بهبود در ارائه کالا و خدمات پیش می رود. بنابراین در چنین فضایی به ویژه برای سازمانهای تجاری اقتصادی که هر لحظه مکان عقب ماندگی از سوی رقبا به دلیل ابداع و نوآوری و ارائه خدمات مناسب تر وجود دارد، همسو شدن و همگام شدن با تغییرات جهانی و توجه بیشتر به خواسته ها و تمایلات مشتریان، به عنوان سرمایه های پنهان و اساس پویایی، تحرک و رشد و توسعه سازمان باید قرار گیرد. در این میان هر سازمانی که با آینده نگری و با دقت بیشتری به کرامت انسانی مراجعه کنندگان، تمایلات و خواسته های آنها را برآورده کرده و بر اساس آنها خط مشی ها و سیاست های خود را اتخاذ کنند در عرصه رقابت از سایر رقبا نه تنها عقب تر نخواهد ماند بلکه می تواند به نوعی، تداوم خود را تضمین نماید (معادی، ۱۳۸۲: ۴۱).

یکی از جهت گیریهای مدیریت نوین، توجه به اصل مشتری گرایی و جلب رضایت خدمت گیرندگان می باشد. در نظام اداری و اجرایی کشور نیز رضایت مردم از خدمات ارائه شده توسط دستگاههای دولتی به عنوان یکی از شاخصهای اصلی سنجش کارآمدی و رشد و توسعه نظام تلقی می گردد و مولفه هایی از قبیل سرعت، دقت و صحت انجام امور، نحوه رفتار و برخورد با خدمت گیرندگان، هزینه های انجام خدمات، شفافیت و اطلاع رسانی مناسب، عواملی هستند که ضمن جلب رضایت مردم در ارتباط با دریافت خدمات از دستگاه دولتی، موجبات افزایش

---

<sup>۱</sup>. Client Respect



اعتماد عمومی که بزرگترین سرمایه و تکیه گاه برای نظام اداری می باشد را نیز فراهم می سازد (معاونت امور مدیریت و منابع انسانی، ۱۳۸۱: ۲۶-۲۷).

طرح تکریم ارباب رجوع یکی از طرحهای خوب در حوزه نظام اداری به شمار می آید. اما در اجرا با مشکلاتی همراه است که ناشی از پیچیدگی طرح از نظر ماهیت و عدم تکمیل اجزا و عناصر و عدم ورود به الزام کردن سازمانها و افراد برای ایفای تعهدات و پاسخگویی به مردم در قالب منشورهای شهروندی بوده است (جهانگیری، ۱۳۸۲: ۱۲۱).

## ۲-۱ بیان مسأله تحقیق

کاهش اعتماد شهروندان به دولت و نهادهای دولتی از معضلات اساسی در جامعه رو به رشد است. یکی از جهت گیریهای مدیریت دولتی نوین<sup>۱</sup> به اصل مشتری مداری<sup>۲</sup> و جلب رضایت ارباب رجوع است. در نظام اداری و اجرایی، رضایت مندیست که به عنوان یکی از شاخصهای اصلی جهت سنجش کارآمدی و توسعه نظام تلقی می شود.

متأسفانه نظام اداری ایران علیرغم روزآمد شدن ساختار سازمان از لحاظ ظاهری و همچنین کاربرد تکنولوژی به روز ارائه خدمات که منجر به سهولت ارائه خدمات به مشتریان شده است، همچنان معضل پایین بودن فرهنگ مشتری مداری در نظام اداری کشور را تجربه می کند. در همین راستا اقداماتی نظیر برنامه ۷ تحول اداری با عنوان ارتقا و حفظ کرامت در نظام اداری جهت تکریم ارباب رجوع به عنوان مهمترین عامل در حفظ و بقای سازمان به تصویب هیات دولت رسید. طرح تکریم ارباب رجوع به علت ملهم بودن آن از آموزه های قرآنی از جایگاهی بسیار رفیع برخوردار است. بدیهی است طرح مذکور حالتی دو سویه دارد: از یک سو موجبات زنده شدن بارقه امید در دل انسانهای دلسوز را فراهم می آورد، زیرا با اجرای درست این طرح، به کرامت و حقوق حقه مردم ارج نهاده می شود و از دیگر سو این شائبه رخ می نمایاند که کثرت نادیده انگاشتن حقوق و مطالبات قانونی و مسلم مردم تا چه حد و اندازه ای بوده که شکوه های مردم فراگیرتر شده تا جایی که در نظام جمهوری اسلامی ایران، دولتمردان را مجاب به ارائه ی راه حل و در نهایت اجرای طرح فوق راغب کرده است (موسوی، ۱۳۸۴: ۲۲).

<sup>۱</sup>.New Public Management

<sup>۲</sup>.Customer Oriented

سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور، مسئولیت اجرای این طرح را بر عهده گرفت و با اعلان مصوبات این طرح به سازمانها و موسسات دولتی و... عملاً آنها را موظف به اجرای آن نمود. در این میان سازمانها، با شاخصهای رضایتمندی ارباب رجوع تعیین شده توسط سازمان مدیریت به اجرای این طرح پرداختند. دولت برای کلیه سازمانهای مشمول این طرح، بودجه ای را تصویب کرده که صرفاً صرف همین طرح شود. در هر سال سازمان مدیریت و برنامه ریزی، پرسش نامه ای را در سازمانها به منظور بررسی میزان اجرای این طرح و سنجش میزان رضایتمندی ارباب رجوع از ارائه خدمات سازمان ارائه می کند تا جایگاه هر سازمان در گروه مربوطه اش مشخص شود. با وجود اهمیت فراوان اجرای طرح تکریم و اعتبارات قابل توجهی که هر ساله به منظور اجرای آن به دستگاههای دولتی تحقق می یابد، بررسی های اولیه تحقیق و تبادل نظر با کارشناسان و اساتید دانشگاهی حاکی از آن است که اولاً پرسشنامه مزبور همه ابعاد و شاخصهای سنجش تکریم و رضایت ارباب رجوع از دستگاههای دولتی را در بر نمی گیرد و نیاز به اولویت بندی و رتبه بندی این شاخصها، نیاز به مبنای علمی دارد. به گونه ای که پرسشنامه بتواند بطور واقعی منعکس کننده دیدگاههای ارباب رجوع و نشان دهنده میزان رضایت آنها از این طرح مورد اشاره باشد.

در اینجا سوالات ذیل مطرح می شود که آیا عوامل مهم موثر بر تکریم ارباب رجوع، شناسایی شده اند؟ آیا هر کدام از این عوامل برای ارباب رجوع اهمیت یکسان دارند؟ این تحقیق به دنبال یافتن پاسخی مناسب به سوالات فوق الذکر می باشد.

### ۳-۱ اهمیت انجام تحقیق

صاحب نظران مدیریت، کسب رضایت مشتری را از مهمترین وظایف و اولویتهای مدیران سازمانها برشمرده و لزوم پایبندی همیشگی و پایدار مدیران عالی به جلب رضایت مشتریان و از پیش شرطهای اصلی موفقیت به حساب آورده اند. از طرفی مؤسسات و ادارت دولتی بسیاری از خدماتی را ارائه می کنند که شهروندان جامعه به عنوان ارباب رجوع و مشتریان تنها از همین ارگانها قادر به برطرف کردن این نیازها هستند. مدیران دولتی به عنوان ابزار عملیاتی سیاستهای اتخاذ شده از دولت موظف به ارائه خدمات با کیفیت به شهروندان هستند. شهروند هم کسی نیست جز ارباب رجوعی که به سازمان مراجعه می کند. در حقیقت اگر خواست شهروندان با کیفیت بالا و به

درستی انجام شود به رضایت عمومی منجر شده که مشروعیت اداره دولتی را به همراه دارد. و این خود به نحوی به حاکمیت و نظام حکومتی اعتبار می بخشد. اهمیت موضوع در این مورد به وضوح خودنمایی می کند.

از سوی دیگر با توجه به اینکه سنجش میزان رضایت ارباب رجوع باید با دقت کامل صورت گیرد مستلزم ابزاری دقیق است تا آنچه را در واقع موجب رضایت ارباب رجوع می شود، بسنجد. در این صورت است که هم نتایجی واقع بینانه ارائه خواهد شد و هم بودجه هایی که به این منظور اختصاص داده شده اند به نحو احسن مصروف می گردند.

#### ۴-۱۱ اهداف تحقیق

هدف تحقیق، شناسایی معیارهای مدون و اولویت بندی شده رضایتمندی ارباب رجوع است تا در نهایت بوسیله این تحقیق بتوان ابزاری دقیق بر مبنای روشی ریاضی (AHP)، جهت سنجش میزان رضایتمندی ارباب رجوع در سازمان های مشمول مصوبه طرح تکریم و رتبه بندی این سازمانها ایجاد کرد.

اهداف ویژه عبارتند از:

۱-۴-۱ شناسایی عوامل موثر بر تکریم ارباب رجوع از دیدگاه کارشناسان و صاحب نظران سازمانها و اساتید دانشگاه؛

۱-۴-۲ رتبه بندی عوامل موثر بر تکریم ارباب رجوع از دیدگاه کارشناسان و صاحب نظران سازمانها و اساتید دانشگاه؛

۱-۴-۳ ارائه مدل نهایی تحقیق و راهکار های عملی برای ارتقاء اثربخشی طرح تکریم ارباب رجوع.

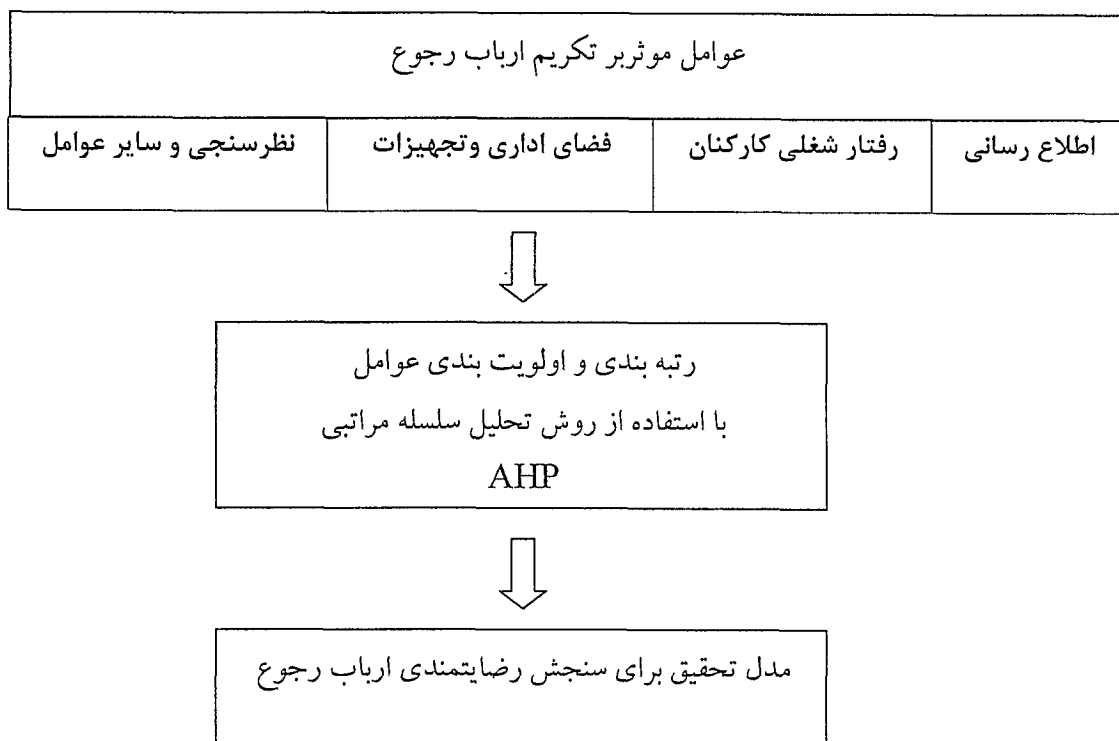
#### ۵-۱ سوالات تحقیق

۱-۵-۱ عوامل عمده موثر بر تکریم ارباب رجوع، کدامند؟

۱-۵-۲ اولویت بندی عوامل فوق بر اساس روش AHP چگونه است؟

## ۱-۶ چارچوب نظری تحقیق

با مطالعه طرح تکریم ارباب رجوع و نحوه ارزیابی سازمان مدیریت و برنامه ریزی در مورد این طرح، کلیه عواملی که سازمان در این طرح مد نظر داشت، مورد مذاقه قرار گرفت. همزمان با آن به بررسی مدل‌های کیفیت جامع از دیدگاه صاحب‌نظرانی چون اسمیت، زتهامل، گاروین و همچنین دیدگاه افرادی چون پارسورامان درباره ابعاد کیفیت خدمات پرداخته شد که حاصل این مطالعات تقسیم عناصر موثر بر تکریم ارباب رجوع با توجه به سنخیت هر کدام از عوامل در ۴ گروه ذیل بود و مبنای چهار چوب نظری ما قرار گرفت. هر کدام از این گروه‌ها شامل چندین معیار رضایتمندی ارباب رجوع است که در فصل سوم در مدل تحلیلی به آن اشاره می‌شود. با ذکر این موارد چارچوب نظری تحقیق ارائه شده است.



شکل ۱-۱: چارچوب نظری تحقیق