

بررسی قوانین، اقدامات و برنامه‌های انجام شده نظام اداری کشور برای خدمات رسانی به مردم و تکریم ارباب رجوع

سعید سروری^۱

^۱ کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی (نویسنده مسئول)

۳sarvari@gmail.com

چکیده

رضایتمندی مردم و رعایت انتظارات موجه آنها و تلاش نظام اداری برای تامین مطالبات بحق و قانونی آنان، از مباحث مهم حقوق اداری و مدیریت بخش عمومی است. در نظام اداری کشور که برگرفته از آموزه‌های دینی است این مهم از ارکان مشروعیت آن بوده و جایگاه مهمی در قوانین و برنامه‌های دولتها بعد از پیروزی انقلاب داشت بطوریکه این موضوع جزء برنامه‌های اصلی ایجاد تحول در نظام اداری در سال ۱۳۸۱ دولت اصلاحات، فصل سوم قانون مدیریت خدمات کشوری، سیاستهای کلی نظام اداری و بعد از آن در برنامه ده گانه تحول نظام اداری دولت دهم و نقشه اصلاح راه نظام اداری دولتهای یازدهم و دوازدهم نیز است. بنابراین هدف پژوهش حاضر که روش آن توصیفی - تحلیلی و جمع آوری داده‌ها به روش کتابخانه‌ای و مرور اسنادی بوده بررسی قوانین، اقدامات و برنامه‌های انجام شده نظام اداری کشور برای دستیابی به این مهم است.

واژه‌های کلیدی: ارباب رجوع، طرح تکریم ارباب رجوع، خدمت رسانی به مردم

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

یکی از هدف های تحول اداری، خدمات رسانی به مردم و تکریم ارباب رجوع است. سازو کار های لازم در ارائه خدمات مطلوب و مناسب و موثر به مردم تحت عنوان طرح تکریم مردم و جلب رضایت ارباب رجوع در نظام اداری، دارای اهمیت ویژه ای است که اطلاع رسانی مناسب به مراجعان در باره نحوه خدمت رسانی از طریق بروشور، کتاب راهنما، تابلو اعلانات، سایت اینترنتی، تلفن گویا و پست صوتی کاهش دهنده فاصله زمانی بین پرسش و پاسخ است که در اطلاع رسانی امری ضروری و مهم به شمار می رود. در بحث تحول اداری، طرح تکریم ارباب رجوع از اهمیت ویژه ای برخوردار است. در حقیقت هدف اصلی از تحول اداری، تکریم ارباب رجوع و تکریم انسان است. موضوع رعایت کرامت انسانی از موضوعاتی است که چه در ابتدای اسلام و چه در حال حاضر مسئولین نظام و مخصوصاً مقام معظم رهبری به آن تاکید دارند که ایشان در این خصوص می فرمایند: " باید ترتیبی اتخاذ شود و ساز و کاری به وجود بیاید که کارگزاران حکومتی، خودشان را به معنای حقیقی کلمه خدمتگزاران مردم بدانند" از همان ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی ایجاد تحول در نظام اداری کشور و نیل به نظام مطلوب، صحیح و کارآمد در جهت تسریع در حل مسائل، تسهیل در اجرای برنامه های توسعه و ارائه خدمات مورد نیاز به مردم با کیفیت مطلوب، همواره مورد تاکید مقامات و مسئولین کشور بوده است. در سالهای اخیر تلاشهای گوناگون در جهت تحول در نظام اداری صورت گرفته است، تمام تلاشها و کوششها منجر به تصویب مصوبه ای در شورای عالی اداری در سال ۱۳۸۱ تحت عنوان طرح تکریم مردم و جلب رضایت ارباب رجوع در نظام اداری کشور شده بود و دولتهای بعدی نیز به این مهم در قالب برنامه های تحول و نقشه راه اصلاح نظام اداری اهتمام داشتند.

بنابراین هدف پژوهش حاضر که روش آن توصیفی - تحلیلی و جمع آوری داده ها به روش کتابخانه ای و مرور اسنادی بوده بررسی قوانین، اقدامات و برنامه های انجام شده نظام اداری کشور برای دستیابی به این مهم است. در این پژوهش ابتدا مبانی نظری خدمات رسانی به مردم و تکریم ارباب رجوع بررسی می شود. سپس قوانین مرتبط و اقدامات دولتها در این رابطه بیان و آسیب شناسی می شود.

بخش اول: مباحث نظری

۱- تکریم :

تکریم به معنای ارجمند شمردن ، گرمی داشتن و بزرگواری و عزیز شمردن است. طرح تکریم اگرچه با بیان موضوع و به کارگیری ادبیات جدید سعی در تزریق مفهوم نو در نظام اجرایی و اداری داشته است و بر مبنای مشتری مداری تنظیم شده، اصولاً دارای ماهیتی دستوری و تکلیفی است که مطابق آن دستگاههای اجرایی دولتی ملزم به رعایت آن می گرداند.

۲- اهداف تکریم:

- شفاف^۱ و مستند سازی^۲، و اطلاع رسانی مناسب به مراجعان درباره نحو خدمت رسانی از طریق بروشور، کتاب

راهنما- تابلو اعلانات

- بازنگری و اصلاح و مهندسی مجدد روشهای انجام کار به منظور ایجاد سهولت و افزایش سرعت و دقت در خدمت

رسانی به مردم

- تدوین منشور اخلاقی سازمان، به منظور ایجاد برخورد مشفقانه و مناسب با ارباب رجوع

- نظرخواهی از مراجعان به اداره ها، درباره کیفیت خدمت دهی، و چگونگی برخورد کارکنان

- ایجاد سازو کارهای لازم، به منظور تشویق کارکنانی که موجب رضایت خدمت گیرندگان می شوند و برخورد با

کارکنان خطا کار

- نظرسنجی از مردم درباره رضایت آنان از کیفیت خدمت رسانی دستگاههای دولتی

^۱ clarity

^۲ Documentation

۳- تعریف ارباب رجوع (مشتری):

مشتری شخصی حقیقی یا حقوقی است که محصول یا خدمتی را دریافت می کند. از دیدگاه سنتی مشتری کسی است که فرآورده های شرکت را خریداری کند در دنیای کسب و کار امروزی مشتری را چنین تعریف می کنند (رضایی نژاد-۱۳۷۸) مشتری کسی است که سازمان مایل است با ارزشهایی که می آفریند بر رفتار وی تأثیر گذارد.

۴- تفاوت مشتری با ارباب رجوع

۱- حق انتخاب: مشتری حق انتخاب دارد، اما همین فرد در نقش ارباب رجوع برای مراجعه به سایر سازمان ها و موسسات حق

انتخاب و گزینش ندارد و اغلب مجبور است که به آن موسسه خاص مراجعه کند. این ویژگی باعث می شود که بنگاه ها برای جذب مشتری با سایر بنگاه های رقیب به رقابت بپردازند و در پیشرفت و پویایی خودشان بکوشند.

۲- استمرار حرکت: وقتی صحبت از مشتری می شود نوعی ارتباط مستمر تداعی می گردد؛ برای مثال، مشتری بانک ارتباطی

مستمر و پویایی با بانک دارد و برای همین به نام مشتری شناخته می شود و اگر می خواست این فرد فقط یک بار به بانک مراجعه کند قطعاً برای کاری صرفاً خدماتی بوده و مشتری محسوب نمی شود.

۳- ارتباطی عاطفی: مراجعه افراد به موسسات و ادارات دولتی در محیطی رسمی و به تعبیری «خشک» صورت می گیرد، اما

مشتری و بانک (یا بنگاه های دیگر) تعاملی عاطفی با یکدیگر دارند. بسیاری از مشتریان قدیمی و با سابقه بانک به محض ورود به شعبه ابتدا با کارکنان احوالپرسی می کنند و اگر یکی از کارکنان حضور نداشته باشند از مسئول شعبه جویای احوال او می شوند. به تعبیری می توان مشتریان و کارکنان بانک را نوعی «خانواده اقتصادی» نامید.

۴- ارتباط حقوقی و متقابل: در موارد زیادی مردم به سازمانی مراجعه می کنند که آن سازمان هیچ نیازی به مراجعه این افراد

ندارد و یا برعکس موسساتی هستند که افرادی را احضار می کنند که این افراد هیچ نیازی به مراجعه به آن سازمان ندارند.

اما در هر دو مورد اجبار و ضرورت، ارتباط را ایجاد می کند؛ به طور مثال، در حالی که رابطه بانک و مشتری این گونه

نیست. بانک و مشتری نیازی متقابل به یکدیگر دارند. بانک محلی امن برای سپرده گذاری، تامین اعتبار، دریافت تسهیلات

و برنامه ریزی و مشاوره مالی برای مشتریان است و مشتریان نیز صاحب اصلی دارایی های بانک هستند.

۵- منافع متقابل: رابطه بین مشتری و بنگاه‌ها از جمله بانک رابطه برد - برد یا کسب منافع متقابل است. مشتری هم نفع

می‌رساند و هم منفعت می‌گیرد. (جعفری، ۱۳۹۴، ص ۹۸)

۵- رضایت مشتری:

رضایت مشتری مستلزم شاد و راضی نگهداشتن او هم در تعاملات روزانه و هم از دیدگاه بلندمدت و جهانی است. فشارهای

رقابتی سازمانها را وادار می‌کند تا نیازمندیهای مشتری را شناسایی کنند و راهبردهایی را تدوین کنند که به آنها اجازه دهد در

برابر سایر رقبا موفق بشوند (الینگر، داگوتی و پلیر ۱۹۹۹ ص ۱۲۲)^۳

به عقیده کاتلر (۱۹۷۲)^۴ رضایت عبارت است از سطحی از حالت احساس یک فرد که از مقایسه عملکرد ادراکی یا نتیجه یک

محصول / خدمات در رابطه با انتظاراتی خود به دست می‌آید بنابراین سطح رضایت تابعی است از تفاوت بین عملکرد ادراکی و

انتظاراتها.

رضایت مشتری میزان مطلوبیتی است که مشتری به خاطر ویژگیهای مختلف کالا کسب می‌کند و منبع سودآوری و دلیلی برای

ادامه فعالیت سازمان است (هرون و دیگران ۱۹۹۹، ص ۱۱)^۵

رضایت مشتری احساس یا نگرش مشتری نسبت به کالا یا خدمت است. رضایتمندی مشتری نتیجه اصلی فعالیت بازاریاب

است که به عنوان پل ارتباطی بین مراحل مختلف رفتار خرید مصرف کننده عمل می‌کند. اگر مشتریان به وسیله خدمات یا

کالاهای خاصی راضی شوند احتمالاً خرید خود را تکرار می‌کنند. مشتریان راضی با سایر افراد درباره تجارب مطلوب خود

سخن می‌گویند. در مقابل مشتریان ناراضی احتمالاً از شرکت ارائه دهنده کالا یا خدمت موردنظر روی برگردانده و به تبلیغات

دهان به دهان منفی می‌پردازند (جمال و ناصی^۶ ۲۰۰۲)

^۳ Ellinger, Davgherty & Plair

^۴ Kotler

^۵ Herson

^۶ Jamal & Naser

این توافق در میان پژوهشگران وجود دارد که رضایت مشتری عنصر تعیین کننده در موفقیت کاری است (آلبرچ ۱۹۸۸^۷ -

زمکی ۱۹۸۹^۸)

۶- مزایای رضایت مشتری :

۱- جلب اعتماد عمومی ۲- دور کردن مشتریان از رقبا ۳- ایجاد مزیت های رقابتی ۴- کاهش هزینه های ناشی از اشتباه

۵- رشد و توسعه پایدار ۶- کاهش هزینه های جلب مشتریان جدید ۷- بهبود و افزایش شهرت و اظهارات مثبت ۸-

ترغیب و تشویق تکرار معامله وفاداری

۷- تعریف مشتری مداری :

مشتری مداری عبارتست از نشر اطلاعات مربوط به مشتریان در کل سازمان، تدوین راهبردها و تکنیکهای برای رفع نیازهای

بازار به شکلی عملی و از سوی تمام بخشهای سازمان و دستیابی به احساس تعهد همگانی نسبت به اجرای برنامه های اتخاذ

شده (شاپیرو^۹ ۱۹۸۸ ص ۱۹)

مشتری مداری عبارتست از جمع آوری اطلاعات مشتری به منظور استفاده واحدهای کسب و کار (کوهلی و جاورسکی^{۱۰} ۱۹۹۰

ص ۱۱)

مشتری مداری نوعی فرهنگ سازمانی است که به کارآمدترین و موثرترین شکل، رفتارهای لازم برای خلق ارزش برتر برای

خریداران را ایجاد می کند (نارور و اسلتر^{۱۱} ۱۹۹۰ ص ۲۷)

۸- تقسیم بندی کرامت انسانی و مشتری مداری :

^۷ Albrecht

^۸ Zemke

^۹ Shapiro

^{۱۰} Kohli & Jaworski

^{۱۱} Narver & Slater

کرامت انسانی و مشتری مداری را با توجه به لایه ها و سطوح مختلف سازمانها می توان به دو دسته عمده تقسیم کرد. الف)

اقدامات درون سازمانی (ب) اقدامات برون سازمانی

الف) اقدامات درون سازمانی

≠ بهره گیری از آموزش نیروی انسانی در سازمان

≠ توجه به جنبه های رفاهی پرسنل

≠ نظرسنجی

≠ ارتباطات درون سازمانی

≠ برگزاری سمینارهای داخلی

≠ انتشار نشریه داخلی

≠ توجه به عوامل انگیزشی پرسنل

≠ کاستن عوامل زیانبخش و بازدارنده

ب) اقدامات برون سازمانی

▪ اطلاع رسانی تبلیغات (تلویزیون، رادیو، مطبوعات، بروشور ...)

▪ ارتباطات مردمی

▪ برگزاری سمینارها و نمایشگاهها

۹- تعریف شفاف و مستند سازی:

مستندسازی روش انجام کار، یعنی شناخت یک روش آنچنان که اجرا می شود و به تصویر کشیدن آن از ابعاد مختلف، به نحوی

که اطلاعات موردنیاز جهت شناسایی روش کار را ارایه نماید مستند سازی باید شامل موارد زیر باشد:

- نوع خدمات قابل ارائه به ارباب رجوع

- مقررات مورد عمل و مراحل انجام کار

- مدت زمان انجام کار

- مدارک موردنیاز و فرم های مورد عمل

- عنوان واحد، محل استقرار، نام متصدی انجام کار و تعیین اوقات مراجعه

- نوع فن آوری مورد استفاده

۱۰- اطلاع رسانی

اطلاع رسانی شاخه ای از فن آوری است که موضوعاتی مانند تولید اطلاعات، پردازش و مرتب سازی و سازماندهی اطلاعات، نشر اطلاعات به روش ساده و سریع سروکار دارد. در این رابطه هم به محتوای اطلاعات و هم به محمول و رساننده اطلاعات توجه می شود و منظور از اطلاعات آن چیزی است که جامعه خدمت گیرنده نیاز دارد در زمان و مکان مشخص از آن آگاهی یابد.

۱-۱۰ اطلاع رسانی آرایه خدمات به مردم (خدمت گیرندگان)

منظور از اطلاع رسانی آرایه خدمات به مردم، نحوه آرایه خدمات، مستندات، روش انجام کار و ... از طریق وسایل ارتباط جمعی، رسانه ها، فنون و طرق مختلف تولید نشر اطلاعات توسط دستگاه ها و مراکز اطلاعاتی می باشد به نحوی که بتواند دسترسی هر یک از آحاد (مصرف کننده اطلاعات اعم از عام و خاص) را با منبع آن اطلاع، با حداقل زمان و هزینه به گونه ای مطلوب برقرار کند.

در این سیستم از کلیه رسانه ها با ساخت های متفاوت دیداری، شنیداری، گفتاری و نوشتاری استفاده می شود به طوری که امکان دسترسی همه طبقات اجتماعی به اطلاعات به طور مستقیم و غیرمستقیم امکان پذیر می گردد.

۲-۱۰ پایگاه اطلاع رسانی

منظور واحدی است که عهده دار امر اطلاع رسانی به مردم اعم از شخص یا گروه در جهت پاسخگویی به خدمت گیرندگان در زمینه آرایه خدمات دستگاه می باشد.

الف- پایگاه اطلاع رسانی اختصاصی:

عبارت از پایگاهی است که در یک دستگاه دولتی در ارتباط با وظایف و روش های آرایه خدمات آن دستگاه و با استفاده از فن آوری و شیوه های اطلاع رسانی مناسب نسبت به نوع و نحوه آرایه خدمات به خدمت گیرندگان اطلاع رسانی نماید.

ب- پایگاه اطلاع رسانی معین:

پایگاهی است که علاوه بر اطلاع رسانی ارابه خدمات اختصاصی دستگاه مربوطه، اطلاع رسانی در مورد ارابه خدمات دیگر دستگاه ها که دارای روش های مشترک ارابه خدمات و یا وظایف مرتبط یا مشابهی می باشند نیز عهده دار می باشد و با استفاده از شیوه های فن آوری مناسب، اطلاعات لازم را در اختیار مراجعین قرار می دهد

ج- پایگاه اطلاع رسانی عمومی :

عبارت از مرکز اطلاع رسانی است که نوع و نحوه ارابه خدمات عموم دستگاه های دولتی را با توجه به فن آوری و شیوه های اطلاع رسانی مناسب به متقاضیان و خدمت گیرندگان ارابه نماید.

قابل ذکر است به علت اهمیت و جامعیت مراکز اطلاع رسانی عمومی ، پیش بینی حداقل یک پایگاه اعم از دولتی و غیردولتی ضروری به نظر می رسد. این پایگاه می تواند به عنوان مرکز اطلاع رسانی دولتی عمل نموده و یا تحت شرایطی توسط بخش غیردولتی و با حمایت دستگاه های دولتی استقرار یابد.

۳-۱۰ طبقه بندی شیوه های اطلاع رسانی

به طور کلی شیوه های اطلاع رسانی را می توان به پنج دسته عمده تقسیم نمود که عبارتند از :

الف) رسانه های دیداری: عبارتند از هر گونه تصویر، عکس، پوستر، نمایش، فیلم، تئاتر، ویدئو و یا هر گونه وسیله ای که از راه

بینایی و بصری می توان به اطلاعات مورد نیاز دست یافت که خود به اجزاء و طبقات ذیل تقسیم بندی می شوند:

۱- نصب اطلاعات در محل های تعیین شده یا تابلوی اعلانات راهنما

۲- آگهی نصب، پوستر

۳- سیستم تابلوی نمایش اطلاعات با استفاده از تجهیزات الکترونیکی و نوری

۴- سینما و تئاتر

۵- تلویزیون

۶- نوارها و سایر نمایش ویدئویی

ب) رسانه های شنیداری: عبارتست از هر گونه نوار، صفحه یا وسیله دیگری که ارتعاشات صدا به وسیله ماشین یا وسایل الکترونیکی روی آن ضبط شده و قابل شنیدن باشد. رسانه های شنیداری خود شامل طبقات زیر می باشند:

۱- رادیو

۲- تلفن

۱-۲- تلفن گویا

با استفاده از این نوع تلفن می توان با کلیه دستگاه های اداری که مجهز به سیستم تلفن گویا می باشند ارتباط برقرار نمود و از فعالیت های آن دستگاه اطلاعاتی کسب کرد. علاوه بر این مخاطبین می توانند کلیه انتقادات، پیشنهادات و نظرات خود را در تمامی ساعات شبانه روز مطرح نموده و با وارد شدن به این سیستم پاسخ موردنظر خود را دریافت نمایند و از مراجعات مکرر و اتلاف وقت مراجعین نیز جلوگیری به عمل می آید.

پ) رسانه های نوشتاری: این رسانه ها گونه دیگری از شیوه های اطلاع رسانی می باشند و شامل کلیه مکاتبات داخلی و خارجی سازمان ها، نشریات، کتب، جزوات، بروشورها، کاتالوگ ها، اطلاعیه های خبری و ... می باشد که عبارتند از:

۱- روزنامه

۲- مجله (اعم از تخصصی و عمومی)

۳- اعلامیه دیواری، آگهی دیواری، پوستر

۴- اطلاعیه خبری

۵- کتاب های خبری

۶- کتاب های آموزشی

۷- اتوبوس آگهی

۸- کارنما، کالانما، کاتالوگ

۹- کتابچه راهنما (بروشور)

کتاب یا جزوه ای است که اطلاعات لازم را مرحله به مرحله ارائه می دهد و خواننده می تواند اطلاعات آنها را تجزیه و تحلیل نموده و با نیازهای خود منطبق سازد. این کتاب کوچک حاوی کلیه اطلاعات موردنیاز مراجعین یک دستگاه یا سازمان می باشد. بروشور یا کتابچه راهنما در حقیقت نشریه اطلاعاتی و آموزشی است که از سوی روابط عمومی دستگاه برای استفاده کنندگان خدمات آن دستگاه تهیه و منتشر می شود. این نشریه معمولاً به طور رایگان در اختیار مراجعین قرار می گیرد. این گونه کتابچه ها باید به گونه ای تنظیم شوند که برای عموم مخاطبین قابل درک و فهم باشد. لازم است در زمینه اطلاع رسانی نحوه ارائه خدمات دستگاه های دولتی در این کتابچه اطلاعات ذیل گنجانده شود:

- نوع خدمات قابل ارائه ارباب رجوع
 - مقررات موردعمل
 - مراحل انجام کار
 - مدت زمان انجام کار
 - مدارک موردنیاز و فرم های موردعمل
 - عنوان واحد و محل استقرار آن (آدرس دقیق، شماره ساختمان، شماره اتاق)
 - نام متصدی انجام کار و تعیین اوقات مراجعه
 - نوع فن آوری مورد استفاده
- لازم به ذکر است که در تهیه و تدوین این کتابچه باید به گونه ای عمل شود که در صورت تغییرات احتمالی، تجدید چاپ شده و اطلاعات آن به روز شود. بنابراین لازم است تیراژ این نوع کتابچه مطابق نیاز دستگاه مربوطه باشد تا از اتلاف سرمایه جلوگیری شود.

۱۰- آگاهینامه، خبرنامه، بولتن

۱۱- خطوط راهنما

۱۲- تقویم های آموزشی

۱۳- کتاب های راهنمای شهری (کتاب اول، کتاب سفید، کتاب سبز و نظایر آن)

۱۴- روزنامه های الکترونیکی

۱۵- نشریات

۱۶- هفته نامه، ماهنامه، سالنامه

۱۷- ویژه نامه های خبری

ت) رسانه های گفتاری: عبارتست از برقراری ارتباط از طریق زبان و گویش که به عنوان ابزار انتقال اطلاعات و تجربه و یکی از موثرترین و متداول ترین اشکال ارتباطی به شمار می آید. به طبقات زیر تقسیم می شود:

۱- مراجعه حضوری

۲- مصاحبه

ث) رسانه های نوشتاری- دیداری- شنیداری

در این نوع از رسانه ها سه عامل نوشتاری- دیداری- شنیداری با یکدیگر توأم می باشد و از طریق این رسانه ها می توان به طور مطلوب به بسیاری از اهداف اطلاع رسانی شامل کاهش رفت و آمد مراجعین، کاهش آلودگی هوا، صرفه جویی در وقت و هزینه مراجعین و ... نایل شد زیرا استفاده صحیح از این رسانه ها از بسیاری از مسائل و مشکلاتی که استفاده از سایر رسانه ها دارد جلوگیری به عمل می آورد و دارای مصادیق زیر می باشد:

۱- خدمات پستی که عبارتست از شبکه ارتباطی عمومی با مناسب ترین قیمت در جهت قبول، آماده سازی، رهسپاری و توزیع مرسولات و خدمات آن شامل موارد زیر می باشد:

پست نامه یا مراسلات عادی، پست سفارشی یا دو قبضه، اکسپرس سفارشی، پست تصویری، پست خرید، پست مالی، دیتاپست، سیستم جواب قبول پست گویا و دیگر سیستم ها و خدمات پستی.

۴-۱۰ اهم شیوه های اطلاع رسانی نحوه ارائه خدمات دستگاه های دولتی:

- استفاده از تابلوهای مختلف اعلانات در دستگاه ها

- تدوین کتب راهنمای مراجعان برای هر دستگاه

- در نظر گرفتن تلفن های خاص جهت پاسخگویی به ارباب رجوع

- استفاده از تلفن های گویا در امر اطلاع رسانی کارا
- استفاده از شبکه های رادیو و تلویزیونی برای اطلاع رسانی اثربخش
- استفاده از سیستم های کامپیوتری در امر اطلاع رسانی کارساز
- تهیه بروشورهای تبلیغاتی و اطلاعاتی و توزیع آنها از طریق مراکز پستی و شهرداری ها
- استفاده از جراید به عنوان یکی از فراگیرترین روش های اطلاع رسانی
- استفاده از اعلامیه ها و اطلاعیه ها در اطلاع رسانی به عنوان یکی از روش های کارا و اثربخش
- تهیه نرم افزارهای مربوط به اطلاع رسانی نحوه ارائه خدمات در دستگاه ها و ارائه آن به کسانی که خواهان استفاده از خدمات آن دستگاه می باشند.
- برگزاری سمینارها، کنفرانس ها و نمایشگاه ها جهت معرفی خدمات
- ایجاد بانک اطلاعاتی که در آن تمام خدماتی که سازمان ها ارائه می نمایند بایگانی شده و متقاضی از طریق خط تلفن بتواند با بانک اطلاعاتی تماس حاصل نموده و اطلاعات موردنیاز خود را از طریق رایانه دریافت نماید.
- استفاده از بالن های تبلیغاتی
- استفاده از شبکه اطلاع رسانی وب سایت (web site)
- استفاده از سیستم تلویزیون مدار بسته
- تقویت بخش اطلاعات دستگاه ها و سازمان ها برای اطلاع رسانی مفید و مؤثر
- تقویت بخش روابط عمومی دستگاه ها و سازمان ها برای اطلاع رسانی مفید و مؤثر (ملاحسنی، الوالفضل، ۱۳۹۵، ۲۹)

بخش دوم: مبانی قانونی خدمات رسانی به مردم و تکریم ارباب رجوع

هفت برنامه اصلی ایجاد تحول در نظام اداری (۱۳۸۱)

برنامه ارتقا و حفظ کرامت مردم در نظام اداری یکی از هفت برنامه اصلی ایجاد تحول نظام اداری در سال ۱۳۸۱ بود. (تصویبنامه شماره شماره : ۲۶۰۷۵، ۴۵۰۹ ک تاریخ : ۰۲، ۰۸، ۱۳۸۱)

طرح تکریم ارباب رجوع (۱۳۸۱)

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 وزارت خانه ها، سازمان ها، مؤسسات و شرکت های دولتی، شرکت ها و مؤسساتی که شمول قانون بر آن ها مستلزم ذکر یا تصریح نام هستند، از جمله نیروی انتظامی، شهرداری تهران و سایر شهرداری ها، بانک ها و شرکت های بیمه، هم چنین مؤسسات و نهادهای عمومی غیردولتی و نهادهای انقلاب اسلامی که از بودجه عمومی دولت استفاده می کنند نسبت به انجام موارد زیر اقدام نمایند:

- شفاف و مستند سازی نحوه ارائه خدمات به ارباب رجوع

- اطلاع رسانی از نحوه ارائه خدمات به مردم

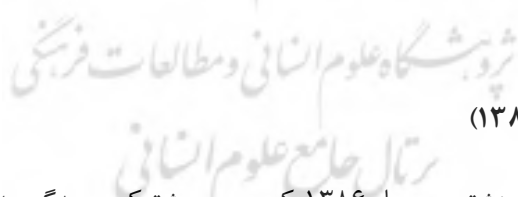
- تدوین منشور اخلاقی سازمان در ارتباط با مردم

- بهبود و اصلاح روش های ارائه خدمات به مردم

- نظرسنجی از مردم

- نظارت بر حسن رفتار کارکنان دستگاههای اجرایی با مردم

- ... (مصوبه نودمین جلسه شورای عالی اداری).



قانون مدیریت خدمات کشوری (۱۳۸۶)

قانون مدیریت خدمات کشوری مصوب هشتم مهر ماه ۱۳۸۶ کمیسیون مشترک رسیدگی به لایحه مدیریت خدمات کشوری مجلس شورای اسلامی مطابق اصل هشتاد و پنجم (۸۵) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران که به مجلس شورای اسلامی تقدیم گردیده بود، پس از موافقت مجلس با اجرای آزمایشی آن به مدت پنج سال، در جلسه علنی مورخ ۱۳۸۶/۷/۱۸ به تایید شورای نگهبان رسید و در تاریخ ۸۶/۷/۲۵ جهت اجرا طی نامه ای از سوی رئیس مجلس به دولت ابلاغ گردید.

فصل دوم این قانون اختصاص به حقوق مردم دارد و شامل مواد زیر است:

ماده ۲۵ - مدیران و کارمندان دستگاههای اجرایی، خدمتگزاران مردم هستند و باید با رعایت موازین اخلاق اسلامی و اداری و طبق سوگندی که در بدو ورود اداء نموده و منشور اخلاقی و اداری که امضاء می‌نمایند وظایف خود را به نحو احسن در راه خدمت به مردم و با در نظر گرفتن حقوق و خواسته‌های قانونی آنها انجام دهند.

تبصره ۱ - اصول و مفاد منشور فوق‌الذکر، متن سوگند نامه و تعهدات کارمندان دستگاههای اجرایی با پیشنهاد سازمان به تصویب هیأت وزیران می‌رسد..

تبصره ۲ - دستگاههای اجرایی می‌توانند متناسب با وظایف و شرایط خاص دستگاه مربوط علاوه بر موارد فوق، مواردی را با رعایت منشور اخلاقی مصوب هیأت وزیران به آن اضافه نمایند.

ماده ۲۶ - دستگاههای اجرایی مکلفند مردم را با حقوق و تکالیف خود در تعامل با دستگاههای اجرایی آشنا نموده و از طریق وسایل ارتباط جمعی به‌ویژه صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران سطح آگاهی عمومی در این زمینه را ارتقاء داده و اطلاعات لازم را به نحو مطلوب و مناسب در اختیار مردم قرار دهند.

ماده ۲۷ - مردم در استفاده از خدمات دستگاههای اجرایی در شرایط مساوی از حقوق یکسان برخوردارند، دستگاههای اجرایی موظفند حداکثر ظرف سه ماه، مراحل، زمان و کیفیت و استاندارد ارائه خدمات و تغییرات آنها را مستند و شفاف‌نموده و از طرق مختلف به اطلاع مردم برسانند و در صورت بروز هرگونه تخلف، مسؤولین دستگاههای اجرایی مسؤولیت پاسخگویی به مردم و شکایت آنان را به عهده خواهند داشت.

ماده ۲۸ - دولت مکلف است به منظور تأمین حقوق مردم و مراجعان، رضایت و عدم رضایت مردم از عملکرد کارمندان را در ارتقاء، انتصاب و تمدید قراردادهای استخدامی و بهره‌مندی از سایر امتیازات استخدامی و اعمال تشویقات و تنبیهاات لحاظ نموده و کلیه آئین نامه‌ها، شیوه نامه‌ها، ضوابط اداری و استخدامی مربوط به کارمندان دولت را به عنوان یک عامل مؤثر منظور نماید.

سیاستهای کلی نظام اداری ابلاغی مقام معظم رهبری (۱۳۸۹)

سیاست های کلی نظام اداری به طور مستقیم و غیرمستقیم در بندهای مختلفی بر توجه به رضایت ارباب رجوع تاکید نموده است:

بند ۱۷- خدمات رسانی برتر، نوین و کیفی به منظور ارتقای سطح رضایتمندی و اعتماد مردم.

بند ۲۰- قانونگرایی، اشاعه فرهنگ مسئولیت پذیری اداری و اجتماعی، پاسخگویی و تکریم ارباب رجوع و شهروندان و اجتناب

از برخورد سلیقه ای و فردی در کلیه فعالیت ها.

بند ۲۳- حفظ حقوق مردم و جبران خسارت های وارده بر اشخاص حقیقی و حقوقی در اثر قصور یا تقصیر در تصمیمات و

اقدامات خلاف قانون و مقررات در نظام اداری

برنامه تحول نظام اداری (۱۳۸۹)

بند ۱۰ برنامه تحول نظام اداری به خدمات رسانی به مردم و تکریم ارباب رجوع با توجه به محورهای ذیل اختصاص داشت.

- آشنا کردن مردم با حقوق و تکالیف خود به منظور استفاده مناسب از خدمات دستگاه های اجرایی

- استانداردسازی خدمات ارائه شده به مردم (موضوع ماده ۲۶ و ۲۷ قانون مدیریت خدمات کشوری)

- تاثیرگذاری رضایت و عدم رضایت مردم از عملکرد کارکنان و مدیران در ارتقا و انتصاب (موضوع ماده ۲۸ قانون مدیریت

خدمات کشوری)

برنامه جامع اصلاح نظام اداری - دور اول، (۱۳۹۲)

حفظ و صیانت از حقوق مردم، افزایش پاسخگویی، مسئولیت پذیری و اعتماد عمومی، ارتقای سلامت اداری و کاهش فساد

برنامه هفتم برنامه جامع اصلاح نظام اداری دولت یازدهم بود که از موضوعات استراتژیک مهم آن به شرح زیر است:

۱- تبیین حقوق متقابل مردم و دولت در نظام اداری.

۲- برنامه های نظام اداری برای صیانت از حقوق مردم. (تصویب نامه شماره ۲۰۶/۹۳/۵۶۰ مورخ ۱۳۹۳/۰۱/۳۰ شورای عالی

اداری).

برنامه جامع اصلاح نظام اداری - دوره دوم (۱۳۹۷-۱۳۹۹)

بر اساس این برنامه، اقداماتی که باید توسط دستگاه اجرایی در برنامه صیانت از حقوق شهروندان (مردم) در نظام اداری انجام

گیرد:

- اجرای منشور حقوق شهروندی و مصوبه حقوق شهروندی در نظام اداری

- استقرار نظام جبران خسارت وارده به شهروندان (مردم) توسط دستگاه اجرایی
- سنجش میزان رضایت مندی شهروندان
- آموزش مدیران و کارمندان برای رعایت حقوق شهروندی متناسب با مأموریت‌ها و ویژگی‌های دستگاه اجرایی
- تدوین و استقرار نظام آموزش شهروندان (مردم) در رابطه با حقوق و تکالیف خود در نظام اداری
- تقویت و حمایت از توسعه نهادهای مدنی برای نظارت سازمان یافته شهروندان (مردم) بر نظام اداری
- استقرار نظام سنجش رضایت مندی شهروندان (مردم) از نحوه ارائه خدمات دستگاه‌های اجرایی و تکریم ارباب رجوع و ایجاد ارتباط میان این نظام با نظام ارزیابی عملکرد دستگاه اجرایی
- استقرار نظام دریافت و پاسخگویی به شکایات شهروندان (مردم) نسبت به عملکرد دستگاه اجرایی (تصویب‌نامه شماره ۳۰۲۵۹۶ مورخ ۱۳۹۷/۰۶/۱۴ شورای عالی اداری).

شاخص های ارزیابی طرح تکریم ارباب رجوع

بر اساس بخشنامه شماره ۲۰۰/۹۳/۵۶۹۷ مورخ ۱۳۹۳/۴/۲۴ جانشین معاون توسعه مدیریت و سرمایه انسانی رئیس جمهور (سابق) مهمترین شاخص های ارزیابی دستگاههای اجرایی به شرح زیر است.

- شناسایی، الویت بندی و مستندسازی آن دسته از فرآیندهای اختصاصی و مشترک انجام کار مرتبط با ارباب رجوع که تاکنون مستندسازی نشده است.
- بهبود، اصلاح و مکانیزه نمودن فرآیندهای اختصاصی و مشترک مورد عمل مرتبط با ارباب رجوع که تاکنون اصلاح نشده است و همچنین سنجش و ارزیابی از نحوه اجرای فرآیندهای اصلاح شده
- درج و به روز رسانی کلیه خدمات اختصاصی قابل ارائه به مردم در پورتال یا سایت مربوطه
- تدوین، آموزش و عملیاتی نمودن منشور اخلاقی کارکنان و ارزیابی تحقق موارد مندرج در منشور ابلاغ شده و در صورت لزوم بازنگری در آن
- توجه مجدد به تخصیص فضای اداری مناسب و امکانات و تسهیلات لازم برای آسایش و تکریم ارباب رجوع در فرآیندهای ارائه خدمات

▪ پایش، سنجش و ارزیابی مستمر رضایت‌مندی ارباب رجوع و تعیین میزان رضایت‌مندی مردم از خدمات ارائه شده

بخش سوم: اقدامات ویژه نظام اداری در ارتباط با تکریم ارباب رجوع

دستورالعمل میز خدمت

به منظور ارائه خدمات به موقع، سریع و آسان به ارباب رجوع و همچنین ارتقاء رضایت‌مندی آنان از عملکرد دستگاه‌های اجرایی، آن دسته از دستگاه‌های اجرایی (اعم از ملی و استانی) که عهده دار ارائه خدمات به مردم هستند، کلیه دستگاه‌های اجرایی موظفند اقدامات زیر را انجام دهند:

۱- به منظور کاهش مراجعه حضوری ارباب رجوع، نسبت به استقرار میز خدمت در قالب میز خدمت الکترونیکی حداکثر طی مدت یک سال و میز خدمت حضوری حداکثر طی مدت ۶ ماه از زمان ابلاغ این دستورالعمل در چهارچوب ذیل اقدام نمایند:
الف: میز خدمت الکترونیکی تحت سامانه ای الکترونیکی و قابل دسترس از طریق وب و دستگاه‌های ارتباطی قابل حمل هوشمند با قابلیت‌های ذیل:

- اطلاع‌رسانی شفاف در مورد هر یک از خدمات ارائه شده در میز خدمت الکترونیکی و میز خدمت حضوری شامل مراحل گردش کار، مستندات مورد نیاز، قوانین و مقررات، سوالات متداول، مدت زمان انجام خدمت، هزینه‌های مورد نیاز برای دریافت خدمت، رویه ارائه شکایت و پیگیری و مسئول اصلی ارائه خدمت.
- امکان اخذ درخواست خدمت از ارباب رجوع در قالب فرم‌های الکترونیکی و بارگذاری و ارسال الکترونیکی مدارک و مستندات مورد نیاز برای دریافت خدمت توسط ارباب رجوع.
- انجام کلیه استعلامات و انجام فرآیندهای بین دستگاهی مورد نیاز برای ارائه خدمت.
- قابلیت ارائه و تحویل خدمت به ارباب رجوع به صورت الکترونیکی.
- ارائه کد رهگیری منحصر به فرد به درخواست خدمت به منظور ردگیری مراحل اجرای فرآیند پردازش درخواست خدمت و بازبایی و رجوع به سوابق اطلاعات خدمت ارائه شده.
- امکان ارسال پیامک به منظور اطلاع‌رسانی مراحل پردازش درخواست خدمت به ارباب رجوع.
- نظر سنجی الکترونیکی از ارباب رجوع در ارتباط با کیفیت خدمات ارائه شده در میز خدمت.

ب: میز خدمت حضوری: برای آن دسته از خدمات که به موجب قوانین و مقررات یا شرایط خاص خدمت، امکان ارائه در میز خدمت الکترونیکی را ندارند و بایستی به صورت حضوری ارائه شوند یا هنوز به صورت الکترونیکی پیاده سازی نشده اند و همچنین فرآیند ارائه خدمت به صورت کامل در محدوده اختیارات دستگاه انجام می شود و نیازی به تعاملات بین دستگاهی برای ارائه خدمت نیست، با مشخصات ذیل:

- تخصیص فضایی مناسب برای مراجعه ارباب رجوع با رعایت موارد مندرج در مصوبه " حقوق شهروندی در نظام اداری " به نحوی که ارباب رجوع بتواند بدون نیاز به مراجعه و پیگیری از واحدهای مختلف دستگاه اجرایی و تنها از طریق میز مذکور، خدمت یا پاسخ مورد نیاز خود را دریافت نماید.
 - ارائه خدمات در همه روزهای کاری و در طول ساعات اداری به طور پیوسته.
 - سازماندهی تعدادی از کارکنان شایسته، ماهر، پاسخگو و آموزش دیده و مطلع نسبت به فرایندهای اداری مرتبط با ارائه خدمات (با توجه به تعداد ارباب رجوع و حجم خدمات مورد نیاز آنها)، از میان کارکنان موجود برای انجام وظایف ذیل:
 - ارائه اطلاعات و راهنمایی لازم به ارباب رجوع در ارتباط با فرایند دریافت خدمت .
 - در صورت عدم امکان ارائه الکترونیکی مدارک در میز خدمت الکترونیکی، دریافت درخواست های حضوری ارباب رجوع و مدارک و مستندات مربوطه برای ارائه خدمت به گونه ای که ارباب رجوع حتی المقدور تنها طی یک مرحله کلیه مدارک مورد نیاز درخواست را ارائه کند.
 - پاسخ به درخواست ارباب رجوع بر اساس اطلاع رسانی دستگاه و اعلام زمان ارائه خدمت و اعلام نتیجه در زمان دریافت درخواست از ارباب رجوع.
 - آغاز اجرای جریان و گردش کار در واحدهای داخلی سازمان و دریافت نتایج اقدامات انجام شده از واحدهای ذیربط.
 - هدایت و راهنمایی ارباب رجوع به واحدهای مرتبط در موارد ضروری پس از هماهنگی با واحدهای ذیربط.
- ۲- دستگاه های اجرایی مکلفند در هنگام درخواست خدمت توسط ارباب رجوع از طریق میز خدمت، از کامل بودن مدارک و مستندات ارائه شده توسط ارباب رجوع برای دریافت خدمت، اطمینان حاصل نموده و هرگونه نقص در درخواست، مدارک یا مستندات مربوطه را در زمان درخواست خدمت، به اطلاع ارباب رجوع برسانند.

۳-دستگاه های اجرایی مکلفند پس از دریافت درخواست خدمت از ارباب رجوع، زمان ارائه خدمت و صدور پاسخ نهایی را به صورت مشخص و دقیق در قالب فرم خدمت، به وی اعلام کنند و کلیه فعالیت ها و فرآیندهای ارائه خدمت به گونه ای انجام گیرد که ارباب رجوع بتواند خدمت مورد نظر را در زمان مشخص شده در فرم خدمت دریافت کند و... (دستورالعمل میز خدمت بخشنامه شماره ۱۵۳۸۵۸۸ مورخ ۱۳۹۶/۰۹/۰۷ سازمان اداری و استخدامی کشور)

منشور حقوق شهروندی

در ۲۹ آذر ۱۳۹۵ منشور حقوق شهروندی ایران به امضای ریاست محترم جمهور رسید و از طریق پیامک به مردم ابلاغ شد. نسخه اولیه این سند در ۵ آذر ۱۳۹۲ تدوین و ارائه شده بود. سرفصل حقوقی که در این منشور آمده به شرح زیر است.



- ≠ حق حیات، سلامت و کیفیت زندگی
- ≠ حق کرامت و برابری انسانی
- ≠ حق آزادی و امنیت شهروندی
- ≠ حق مشارکت در تعیین سرنوشت
- ≠ حق اداره شایسته و حسن تدبیر
- ≠ حق آزادی اندیشه و بیان
- ≠ حق دسترسی به اطلاعات
- ≠ حق دسترسی به فضای مجازی
- ≠ حق حریم خصوصی
- ≠ حق تشکل، تجمع و راهپیمایی
- ≠ حق تابعیت، اقامت و آزادی رفت و آمد
- ≠ حق تشکیل و برخورداری از خانواده

≠ حق برخورداری از دادخواهی عادلانه

≠ حق اقتصاد شفاف و رقابتی

≠ حق مسکن

≠ حق مالکیت

≠ حق اشتغال و کار شایسته

≠ حق رفاه و تأمین اجتماعی

≠ حق دسترسی و مشارکت فرهنگی

≠ حق آموزش و پژوهش

≠ حق محیط زیست سالم و توسعه پایدار

≠ حق صلح، امنیت و اقتدار ملی (منشور حقوق شهروندی، ۱۳۹۵)

سامانه انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات

قانون دسترسی آزاد به اطلاعات، به منظور شفافیت در امور نهادهای حکومتی و امکان نظارت شهروندان و رسانه‌ها، در سال ۱۳۸۷ در مجلس تصویب و در سال ۱۳۸۸ برای اجرایی شدن ابلاغ گردید که براساس این قانون هر فرد ایرانی می‌تواند به همه اطلاعات طبقه‌بندی نشده دسترسی داشته باشد. در همین راستا مرکز گسترش فناوری اطلاعات (مگفا) در راستای اجرای تفاهم‌نامه منعقد شده ما بین سازمان فناوری اطلاعات ایران و سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران، سامانه انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات را طراحی و این سامانه را در اختیار وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی جهت بهره‌برداری قرار داد و در جهت اجرایی نمودن قانون فوق اقدام به آماده‌سازی پورتال انتشار و دسترسی آزاد اطلاعات نمود که این سامانه هم‌اینک به آدرس foia.iran.gov.ir آماده استفاده کاربران می‌باشد و تمامی هموطنان می‌توانند با مراجعه به این پورتال اطلاعات مورد نیاز خود را از نهاد و سازمان مورد درخواست خود دریافت نمایند.

سامانه انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات، پورتالی اینترنتی است که دولت جمهوری اسلامی ایران به منظور استفاده تمامی شهروندان برای دسترسی آزادانه به اطلاعات نهادهای دولتی و حکومتی ایجاد کرده است. توسط این سامانه

اشخاص حقیقی می توانند درخواست کنند که اطلاعات به خصوص یک نهاد دولتی و یا حکومتی منتشر شود و پس از آن اطلاعات درخواستی در این سامانه برای عموم منتشر خواهد شد. نه تنها نهادهای وابسته به دولت بلکه نهادهای انقلابی، نیروهای مسلح، قوه قضاییه، قوه مقننه، شرکتها، سازمانها، نهادهای وابسته، بنیادها، مؤسسه‌هایی که زیر نظر نهاد رهبری اداره می‌شوند و همچنین هر مؤسسه، شرکت یا نهادی که تمام یا بیش از ۵۰ درصد سهام آن متعلق به بخشی از حکومت جمهوری اسلامی ایران است، نیز می بایست اطلاعات خود را منتشر کنند .

جمع بندی و نتیجه گیری

همانطور که در مقدمه بیان شد هدف پژوهش حاضر که روش آن توصیفی - تحلیلی و جمع آوری داده ها به روش کتابخانه‌ای و مرور اسنادی است بررسی قوانین، اقدامات و برنامه های انجام شده نظام اداری کشور برای دستیابی به مقوله خدمات رسانی به مردم و تکریم ارباب رجوع بود. در این پژوهش ابتدا مبانی نظری عنوان و سپس قوانین مرتبط و اقدامات دولتها در این رابطه بیان تشریح شد. در رابطه با بحث سنجش اقدامات دستگاههای اجرایی در تکریم از ارباب رجوع، پایش واحدی برای مجموعه دولت انجام نشده و دستگاهها به صورت بخشی به این امر مبادرت می کنند که این موجب یک سو نگری خواهد شد. از نظر نگارنده پژوهش، قوانین و اقدامات لازمی در نظام اداری کشور در راستای تکریم ارباب رجوع تدوین و اجرایی شده که با یکپارچه کردن این اقدامات و انجام نظرسنجی های مستقل با رویکرد اصلاح میتوان به موفقیت های جدیدی در این زمینه دست یافت.

منابع

- ۱- جعفری، ولی الله، (۱۳۹۴)، مشتری چک سفید، شرکت چاپ و نشر بازرگانی
- ۲- رضایی نژاد(۱۳۷۸). بررسی عوامل مؤثر بر طرح تکریم ازدیدگاه ارباب رجوع در وزارت کار، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی
- ۳- ملاحسنی ، الوالفضل(۱۳۹۵). شناسایی عوامل مؤثر بر اجرای طرح تکریم ارباب رجوع در اداره کل راه آهن شمالشرق، پایاننامه کارشناسی ارشد مدیریت نیروی انسانی

اسناد و قوانین استناد شده :

قوانین مادر و اسناد بالادستی :

سیاستهای کلی اقتصاد مقاومتی، مقام معظم رهبری، ۱۳۹۲

قوانین مصوب مجلس شورای اسلامی :

قانون مدیریت خدمات کشوری، ۱۳۸۶

مصوبات شورای عالی اداری:

هفت برنامه اصلی ایجاد تحول نظام اداری- سال ۱۳۸۱

برنامه جامع اصلاح نظام اداری- دور اول، ۱۳۹۲

برنامه جامع اصلاح نظام اداری- دور دوم، ۱۳۹۷

تصویب نامه ها هیات وزیران و بخشنامه های مرتبط:

تصویب نامه طرح تکریم ارباب رجوع، ۱۳۸۱

منشور حقوق شهروندی، ۱۳۹۵

بخشنامه شماره ۲۰۰/۹۳/۵۶۹۷ مورخ ۱۳۹۳/۴/۲۴ جانشین معاون توسعه مدیریت و سرمایه انسانی رئیس جمهور (سابق)

۱. Albert, k. (۱۹۸۸). At America's Service, Homewood, IL, Dow es- Irwin.
۲. Ellinger, A.E; Daugherty, P.J. & Plair, Q.J. (۱۹۹۹) "Customer Satisfaction and Loyalty in Supply Chain: The Role of Communication", Pergamon JOurnal Transportation Research Prat E.Vol ۳۵.
۳. Hernon, P; Nitecki, D.A & Altman, E. (۱۹۹۹) "Service Quality and Customer Satisfaction: An Assessment and Future Directions", the Journal of Academic Librarianship, Vol.۲۵.Issue1.
۴. Jamal, A. & Naser, K. (۲۰۲۲) "Customer Satisfaction and Retail Banking: an Assessment of some of the key Antecedents of Customer Satisfaction in Retail Banking" nternational Journal of Bank marketing, Vol.۰۰, Issue ۴.
۵. Kohli, A. & Jaworski, B. (۱۹۹۰) "Market Orientation: the Construct, Propositions, and, a nagram implications", Journal of marketing, Vol.۵۴.
۶. Shapiro, B. (۱۹۸۸) "What the hell is market oriented?" Harvard Business Review, Vol.۶۶.
۷. Narver, J, & Slater, S. (۱۹۹۰) "The Effect of a Market Orientation on Busines Profitability", Journal of marketing, Vol.۵۴.
۸. Zemke, R. (۱۹۸۹). The Service Edge, New York, NAL Books.