

## Research Article

### Industrial and Organizational Psychology Studies

Ind Organ Psychol Stud  
Fall & Winter 2022, 9(1), 129-150  
DOI: 10.22055/JOOPS.2022.41605.1297

Received: 09.04.2022  
Accepted: 16.08.2022

## Developing a Suitable Model for Customer Respect

**Mohammad Parvaresh<sup>1</sup>, Hamid Davazdahemami<sup>2\*</sup>, Saeed Sharifi<sup>3</sup>**

1. PhD Student of Cultural Management, Faculty of Management, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran
2. Assistant Professor, Department of Cultural Management, Faculty of Management, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran
3. Assistant Professor, Department of Cultural Management, Faculty of Management, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

Citation: Parvaresh, M., Davazdahemami, H., & Sharifi, S. (2022). Developing a suitable model for customer respect. *Industrial and Organizational Psychology Studies*, 9(1), 129-150.

### Abstract

#### Introduction

One of the main goal of any organization is to satisfy customers by providing good quality services. The purpose of this research was to present a model for customer respect in the judiciary of Isfahan, which used a mixed research method. This study was qualitative and quantitative research.

#### Method

The qualitative method included grounded theory (GT) and the quantitative method a survey method. The statistical population of this research consists

\* **Corresponding Author:** Hamid Davazdahemami

**Email:** h.12emami@khuisf.ac.ir



© 2022 The Author(s). Published by Shahid Chamran University of Ahvaz. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

of knowledgeable experts in the field of criminal justice, judges, lawyers and employees. In this research, 33 in-depth and semi-structured interviews were conducted, and with this number of interviews, a research reached information saturation, and also theoretical sampling and snowball technique were used. In order to evaluate the credibility, the conducted interviews were returned to them and approved. Also, validity of the structure, was done with AMOS software. The results of this analysis showed that the obtained factor loadings are all higher than 0.6, which indicates the construct validity of the mentioned questionnaire and no category is removed from the questionnaire.

### Results

Causal conditions including good treatment, organizational structure and characteristics of employees, context including environmental and cultural conditions, intervening conditions including speed in the process and employees' **respect**, strategies including strengthening infrastructure facilities, personnel evaluation system, empowerment, correct application of the law, optimal management of referrals, education and cultural building and the consequences include social peace, social trust, and advancement of affairs.

### Discussion

According to the present research, it can be stated that paying attention to all the factors affecting customer respect, including technical infrastructure, characteristics of employees and managers, environmental laws and regulations, culture building, motivation, empowerment, and social trust can develop customer respect in the Justice Department.

Keywords: customer respect, empowerment, organization structure

## مطالعات روان‌شناسی صنعتی و سازمانی

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۱/۲۰

بهار و تابستان ۱۴۰۱، ۱(۹)، ۱۵۰-۱۲۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۵/۲۵

DOI: 10.22055/JIOPS.2022.41605.1297

## تدوین الگوی مناسب برای تکریم ارباب رجوع

محمد پرورش<sup>۱</sup>، حمید دوازده امامی<sup>۲\*</sup>، سعید شریفی<sup>۳</sup>

۱. دانشجوی دکتری مدیریت فرهنگی، دانشکده مدیریت، واحد خوراسگان، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران
۲. استادیار گروه مدیریت فرهنگی، دانشکده مدیریت، واحد خوراسگان، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران
۳. استادیار گروه مدیریت فرهنگی، دانشکده مدیریت، واحد خوراسگان، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

## چکیده

یکی از اهداف اصلی هر سازمان، جلب رضایت مشتریان و ارباب رجوع از طریق ارائه خدمات با کیفیت مطلوب است. هدف تحقیق حاضر، ارائه الگوی تکریم ارباب رجوع در دادگستری اصفهان بود، که از روش تحقیق آمیخته (کیفی و کمی) استفاده شده است. روش کیفی شامل گراندد تئوری (داده‌بنیاد) و روش کمی شامل روش پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق را خبرگان آگاه در حوزه جرم و جرائم دادگستری، قضات، وکلا و کارکنان تشکیل می‌دهند. در این پژوهش ۳۳ مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته انجام شد که با این تعداد مصاحبه، پژوهش به اشباع اطلاعاتی رسید، و همچنین از نمونه‌گیری نظری و در ادامه تکنیک گلوله برفی بهره گرفته شد. به منظور ارزیابی اعتبار، مصاحبه‌های انجام‌شده، برای آنها بازگردانده شد و مورد تأیید قرار گرفت. مصاحبه‌ها طی هماهنگی قبلی با افراد منتخب، در محیطی آرام و امن به مدت ۶۰ الی ۱۲۰ دقیقه به‌طور کامل ضبط شده است. همچنین به منظور بررسی روایی سازه، از تحلیل عامل تأییدی به کمک نرم‌افزار AMOS استفاده شد. نتایج تحلیل عامل تأییدی نشان داد که بارهای عاملی به‌دست‌آمده همگی از ۰/۶ بالاتر است، که این مطلب نشان‌دهنده روایی سازه پرسشنامه مذکور است

\* نویسنده مسئول: دوازده امامی

رایانامه: h.12emami@khuisf.ac.ir

و هیچ مقوله‌ای از پرسشنامه حذف نمی‌گردد. شرایط علی شامل حسن برخورد، ساختار سازمانی و ویژگی کارکنان، شرایط زمینه‌ای شامل محیطی و فرهنگی، شرایط مداخله‌گر شامل سرعت در روند و تکریم کارکنان، راهبردها شامل تقویت زیرساخت‌های تسهیلی، سیستم ارزیابی پرسنل، توانمندسازی، اعمال صحیح قانون، مدیریت بهینه مراجعات، آموزش و فرهنگ‌سازی و پیامدهای حاصل شامل آرامش اجتماعی، اعتماد اجتماعی، پیشبرد امور به‌دست آمد. با توجه به پژوهش حاضر می‌توان چنین اعلام داشت که توجه به تمامی عوامل مؤثر بر تکریم ارباب رجوع شامل زیرساخت‌های فنی، ویژگی کارکنان و مدیران، قوانین و مقررات محیطی، فرهنگ‌سازی، انگیزش، توانمندسازی و اعتماد اجتماعی می‌تواند مسیر را جهت توسعه تکریم ارباب رجوع در دادگستری هموار نماید.

**کلیدواژگان:** تکریم ارباب رجوع، توانمندسازی، ساختار سازمانی

## مقدمه

امروزه بقاء سازمان‌ها تا حد بسیاری به رضایت مشتریان وابسته است. به عبارتی بهبود خدمات‌دهی به مشتریان و افزایش رضایتمندی آن‌ها سبب می‌گردد تا سازمان در مسیر بهبود و پیشرفت قرار گیرد. در ماهیت مشتریان تفاوت‌های اساسی وجود دارد و خود مشتریان به گروه‌های مختلف تبدیل می‌شوند که فرایندها، نیازها و الزامات مختلفی دارند، اما به‌صورت کلی مشتری رمز بقای یک سازمان می‌باشد (Habel et al., 2020). در کشور ایران توجه خاص به مشتری در مراکز و ادارات خدماتی به‌عنوان تکریم ارباب رجوع مشخص شده است. تکریم ارباب رجوع با هدف پاسخ‌دهی به نیازهای مراجعه‌کنندگان سازمان‌ها و رعایت جایگاه ارزشی مراجعه‌کنندگان ایجاد شده است. تکریم ارباب رجوع فرایندی است که از یک طرف به افزایش و توسعه اثربخشی خدمات مورد انتظار، پاسخگویی بهتر و خلاقیت در تصمیمات ختم می‌شود و از طرف دیگر برقراری عدالت و بهبود کیفیت زندگی افراد را به دنبال خواهد داشت (Zulfaghari & Naqibizadeh, 2013). سازمان، اداره و مؤسسه‌ای تشکیل نشده است مگر برای تأمین خواسته‌های مردم. هر سازمان و اداره‌ای اعم از دولتی یا خصوصی برای ارائه خدمت به مردم تاسیس شده است. بنابر این به فرض این که طرح تکریم ارباب رجوع در نظام اداری کشور به‌عنوان تکلیف اداری مطرح نباشد، آموزه‌های دینی و فلسفه وجودی سازمان‌ها و مؤسسات ایجاب می‌کند که مردم در این مراکز مورد احترام قرار گیرند (Rahmati & Rahmati, 2015).

از زمان به وجود آمدن علم مدیریت همواره کلماتی نظیر نظارت، کنترل و ارزیابی عملکرد در ادبیات آن به کار برده شده است. به دنبال شکل گیری و تغییرات سریع مؤلفه‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی، مفهوم ارزیابی جای خود را به مدیریت جامع داده است تا در کنار حوزه‌های دیگری چون برنامه ریزی، بهبود و اندازگیری، چرخه کاملی از فعالیت‌ها را در راستای تعالی عملکرد دربرگیرد. با توجه به نقش، اهمیت و جایگاه ویژه‌ای که سازمان‌های خدماتی در سال‌های اخیر پیدا نموده اند، به کار بردن مفاهیم نوین مدیریت کیفیت در این بخش به عنوان یکی از دغدغه‌های اصلی مدیران مطرح شده است. این درحالی است که اندازه‌گیری کیفیت عملکرد و ارزیابی میزان رضایت مشتریان در بخش عمومی با توجه به ماهیت پیچیده خدمت (شامل فناپذیر بودن خدمت، تفکیک ناپذیری و وابستگی به زمان و مکان ارائه دهنده خدمت و ...) چندگانگی مشتریان و در عین مهم بودن آن به مراتب سخت‌تر از بخش خصوصی است (Alvani & Riyahi, 2003).

بحث رضایت ارباب رجوع، امروزه جزء مباحث اصلی هر سازمان خدماتی است، طبق نظریه‌های متعدد، ارباب رجوع را به عنوان عضوی از سازمان می‌پذیرد که رضایت وی منجر به توسعه و خوشنمایی در سازمان می‌گردد. توجه و معطوف شدن به خواسته‌های ارباب رجوع و ارائه خدمات مطلوب در سطح سازمان توسط کارکنان، همه وظایف و همه نقش‌ها، منجر به پدیده ارباب رجوع‌گرایی می‌شود؛ که البته ارباب رجوع‌گرایی به نوعی ارزش‌گذاری و توجه برای زمان، انرژی و هزینه‌های مردم و به طور کلی انسانیت می‌باشد. حفظ کرامت و ارائه خدمات به مراجعه‌کنندگان، عمل دو طرفه‌ای می‌باشد که تأثیرات آن مستقیماً به تقویت اعتماد عمومی نسبت به کارکنان دولت و به دنباله آن به سازمان‌ها و کل نظام ختم می‌شود (Kalhor, 2004). اساساً، در دین مبین اسلام، هر فرد مسلمان قابل احترام است و هیچ کسی، حق توهین یا بی‌ادبی به او را ندارد. همه باید نسبت به یکدیگر با احترام و ادب برخورد کنند و هرگز نباید سمت، مقام و درجه، باعث تکبر و خودپسندی یا بی‌اعتنایی نسبت به دیگران شود. از این‌رو، کارمندان و مسئولین ادارات و سازمان‌ها باید همیشه با تواضع کامل و احترام با زیردستان و ارباب رجوع برخورد کنند.

کیفیت خدمات ارائه‌شده به مشتری و ارزش خدمات از جمله عوامل تأثیرگذار بر رفتار مشتری به شمار می‌آیند. ارزش خدمات به‌عنوان یک قضاوت نسبی از آن‌چه مشتری برای دریافت خدمات داده در مقابل آن‌چه دریافت کرده، تعریف شده است. از نظر استروم، ارزش خدمات عبارت است از مطلوبیت ناشی از مبادله خدمات (Brady & Cronin, 2001). برای ارائه خدمات مطلوب نظر مشتری بایستی هفت اقدام ضروری زیر را انجام داد: ۱- تعیین و بیان کردن مأموریت شرکت در

راستای منابع و نیازهای مشتری؛ ۲- درگیر کردن و متعهد کردن دائمی مدیریت ارشد در توسعه کارها؛ ۳- پذیرش کارکنان متعهد؛ ۴- آموزش کارکنان؛ ۵- رواج استانداردهای کیفیت و سنجش دائمی و میزان رعایت آن‌ها؛ ۶- استفاده از فناوری برای رسیدن به رضایت مشتری؛ ۷- خلاقیت برای پیشرفت و حرکت به سوی انتظارات (Lee & Namho, 2009). با این وجود هنوز به کرات نارضایتی مراجعان ملاحظه می‌شود که برخی از آن از بی‌حرمتی‌ها و کج‌خلقی‌های کارکنان شکوه می‌کنند. اگر چه کارکنان پیش از پیش سعی در رعایت حریم‌ها دارند اما ظاهراً این مهم با موانعی روبرو بوده است.

(Lucia-Palacios et al. (2020) در مقاله خود با عنوان "چگونگی تغییر شرایط موقعیتی، تأثیر صلاحیت‌های کارکنان خط مقدم در رضایت مشتریان از فروشگاه" با هدف بررسی این‌که آیا میزان توانایی‌های کارکنان در مدیریت رضایت مشتری از فروشگاه بسته به شرایط موقعیتی، در نوع درخواست (مشاوره در مقابل کمک) و شلوغی فروشگاه متفاوت است. یافته‌ها حاکی از آن است که اثر صلاحیت وظیفه کارکنان در رضایت مشتری در هنگام شلوغ بودن فروشگاه افزایش می‌یابد، در حالی که اثر صلاحیت تعامل در رابطه با سوال‌های مشاوره قوی‌تر از سوال‌های کمک است.

(Raofian et al. (2020) در پژوهشی با عنوان مدل بهبود وضعیت تکریم ارباب رجوع در وزارت ورزش یک روش آمیخته از نوع کیفی و کمی بود. جامعه آماری پژوهش در بخش کیفی شامل برخی خبرگان آگاه به موضوع پژوهش و در بخش کمی شامل اساتید مدیریت ورزشی کشور و همچنین کارشناسان وزارت ورزش و جوانان آگاه به موضوع پژوهش بود که تعداد آنان با توجه به برآوردهای انجام شده ۱۴۵ نفر مشخص گردید. روش نمونه‌گیری در بخش کمی پژوهش به صورت هدفمند بود. ابزار گردآوری اطلاعات شامل مصاحبه و پرسشنامه بود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش داده‌بنیاد در بخش کیفی و از روش معادلات ساختاری در بخش کمی استفاده شد. کلیه روند تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در نرم‌افزار پی ال اس انجام گردید. نتایج نشان داد که شرایط زمینه‌ای (۰/۳۳۳) و شرایط مداخله‌گر (۰/۲۰۲) بر راهبردهای بهبود وضعیت تکریم ارباب رجوع در وزارت ورزش تأثیر معنی‌داری دارند. به‌طورکلی با توجه به تغییرات محیطی گسترده می‌بایستی بازنگری جدی در اهداف و برنامه‌های تکریم ارباب رجوع جهت همگام‌سازی با این تغییرات و پاسخ به نیازهای مراجعه‌کنندگان به وزارت ورزش و جوانان انجام گردد. (2019)

Mortimer et al. پس از انجام یک مطالعه تجربی به این نتیجه رسیدند که افزایش امید کارکنان و بهبود روابط بین کارکنان و سازمان باعث می‌شود تا کارکنان ضمن احترام به مشتریان و توجه به

خواسته‌های آنان، مشتری‌مداری را در سازمان‌های خود افزایش دهند. (Hughes & Richards (2019). به این نکته توجه داشتند که مشتری‌مداری به واسطه ایجاد یک محیط و فرهنگ خوب در سازمان و ادارت می‌تواند زمینه‌ای را در جهت توسعه عملکرد سازمان‌ها بهبود بخشد. (Shahriari & Rezaei (2019). پژوهشی را با عنوان تبیین عوامل مؤثر تکریم ارباب رجوع بر طراحی ساختمان‌های خدمات عمومی شهری (مطالعه موردی: ساختمان شهرداری منطقه ۱۰ شهر شیراز) انجام دادند. جامعه آماری، کلیه ارباب رجوع‌هایی بودند که به ساختمان مرکزی شهرداری منطقه ۱۰ مذکور مراجعه کرده بودند. نتایج حاصل از تحلیل سوالات نشان داد که در بعد انسانی، شاخص وقت‌شناسی و حضور به موقع مسئولین و کارکنان در محل کار بیشترین اثر و شاخص انتقادپذیری مسئولین و کارکنان کمترین میزان اثر را در افزایش تکریم ارباب رجوع دارند. هم‌چنین در بعد کالبدی، فاکتور سرمایش و گرمایش ساختمان بیشترین تأثیر و فاکتور حجم کمترین تأثیر را در افزایش تکریم ارباب رجوع دارند. نتایج این پژوهش نشان داد که می‌توان به طراحان ساختمان جدید شهرداری منطقه ۱۰ شهر شیراز کمک شود تا در راستای تکریم هرچه بیشتر ارباب رجوعان، دیدگاه آنان را در طراحی ساختمان اداری مذکور منعکس نمایند و از این طریق، مسائل و مشکلات پیشین را مرتفع نمایند. (Rostami (2018). پس از بررسی‌های متعدد متوجه شد که با ایجاد طرح تکریم ارباب رجوع اثرات گسترده‌ای در سازمان جهت کسب رضایتمندی ارباب رجوع ایجاد شده است. وی هم‌چنین پی برد که این مسئله باعث تحقق اهداف سازمانی در حوزه‌های متنوع شده است. (Mazidi et al. (2016). در پژوهش خود با عنوان "بررسی نقش روابط عمومی و تکریم ارباب رجوع بر عملکرد سازمانی" با استفاده از متغیرهایی چون روابط عمومی (متغیر درون‌سازمانی) و مشتری‌مداری و تکریم ارباب رجوع (متغیر برون‌سازمانی) عملکرد و نحوه بازخورد سازمان پزشک قانونی را مورد سنجش قرار داده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان داده است که بین مؤلفه‌های تکریم ارباب رجوع و روابط عمومی و رضایت مشتری رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد؛ به عبارتی با کارایی بیشتر روابط عمومی و تکریم ارباب رجوع، رضایتمندی ارباب رجوع در سازمان پزشک قانونی و میزان عملکرد سازمان، افزایش، رشد و بهبود می‌یابد. (Hashemi & Yosefi (2015). در پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر مکانیزه شدن نظام قضایی بر رضایت شغلی کارکنان و رضایتمندی ارباب رجوع در دادگستری کل استان کرمانشاه صورت گرفت. جامعه آماری این پژوهش، دادگستری کل استان کرمانشاه و روش نمونه‌گیری با طبقه‌بندی و

در درون طبقات تصادفی ساده بوده که با استفاده از روش تخصیص متناسب و از طریق فرمول حجم نمونه ککران در این تحقیق شرکت داده شده‌اند. نتایج حاصله حاکی از آن است که سیستم مکانیزه باعث افزایش رضایت شغلی کارکنان و رضایت‌مندی ارباب رجوع شده است. در خاتمه راه‌اندازی ثبت کل جامع و اطلاع‌رسانی در مورد پیگیری الکترونیکی پرونده به منظور ارتقای وضعیت موجود پیشنهاد می‌گردد. (Kherkhah (2013 در پژوهش خود با عنوان "تکریم ارباب رجوع در مراکز خدمات انتظامی - اجتماعی پلیس" به بررسی شاخص‌های تکریم ارباب رجوع در مراکز خدمات انتظامی - اجتماعی نیروی انتظامی پرداخته است که انواع انتظارات ارباب رجوع در چهار بُعد اصلی «شیوه اطلاع‌رسانی»، «تجهیزات اداری و رفاهی» «ویژگی‌های کارکنان» و «کنترل و نظارت بر عملکرد» شناسایی و دسته‌بندی شده است و شاخص‌های نیازمند اصلاح و بهبود در مراکز خدمات انتظامی - اجتماعی مختلف استان‌های شناسایی شده همچنین، ضمن بررسی میانگین رضایت ارباب رجوع از خدمات در استان‌های مختلف به تفکیک مراکز خدماتی و نیز مقایسه مراکز مختلف به تفکیک ابعاد خدمات، مراکز و استان‌های نیازمند بهبود استخراج شده است. این تحقیق زمینه‌یابی و در میان ارباب رجوعان به ادارات نیروی انتظامی انجام شده است.

دادگستری یکی از سازمان‌هایی است که اغلب مراجعه‌کنندگان، مدعی حقوق از دست‌رفته شان هستند بنابراین احتمال ایجاد چالش اساسی مابین کارمند و مراجعه‌کننده بسیار است. یکی از راه‌های بهبود و اصلاح روش‌های خدمات‌رسانی به مردم، نظرسنجی از ارباب رجوع می‌باشد. به کمک نظرسنجی چگونگی گردش کار، نوع رفتار متصدیان با ارباب رجوع و میزان رضایت بخشی آن‌ها نمایان و اشکالات مشخص می‌شود. یکی از مسائل مهم در تحقق عدالت چگونگی برخورد کارکنان این نهاد با ارباب رجوع است. افرادی که مشکلات بسیاری دارند و بعضاً با شرایط روانی و مالی نامناسبی مراجعه می‌کنند. لذا این تحقیق درصدد بود این موانع را در حوزه دادگستری اصفهان که یکی از مهم‌ترین سازمان‌ها جهت رسیدگی به امورات مردم و دادخواهی آنان است، شناسایی و این پدیده را زمینه‌یابی نماید. نهایتاً به الگویی جامع در خصوص تکریم ارباب رجوع در دادگستری اصفهان دست یابد.

بنابراین، پژوهش با هدف پاسخ به سؤال پژوهشی شناسایی مؤلفه‌های تکریم ارباب رجوع در دادگستری اصفهان چگونه است؟ انجام شد.



## روش

## جامعه آماری، نمونه و روش نمونه‌گیری

این پژوهش از نوع تحقیقات کاربردی است زیرا هدف پژوهش، ارائه یک الگوی فرهنگی به منظور طرح تکریم ارباب رجوع در دادگستری اصفهان بود. روش تحقیق، آمیخته است و روش کیفی شامل گراندد تئوری و روش کمی شامل روش پیمایشی است (Pourkarimi et al., 2019). این تحقیق با استفاده از روش تحقیق کیفی، نظریه زمینه‌ای (گراندد تئوری) انجام شده است زیرا ابعاد و عوامل مؤثر بر الگوی فرهنگی تکریم ارباب رجوع در دادگستری مشخص نیست. نخستین بار استراوس و گلسر روش تئوری داده‌بنیاد (گراندد تئوری) (Grounded Theory) را در کتاب کشف تئوری داده‌بنیاد (۱۹۶۷) ارائه کردند (Asadifard et al., 2016). راهبرد پژوهش "نظریه داده‌بنیاد" به عنوان راهبرد این پژوهش که به نام‌های دیگری همچون "نظریه برپایه" نیز در زبان فارسی مشهور است، نوعی از راهبرد تحقیق در رویکرد کیفی تحقیق است که در پی ایجاد یک نظریه، مدل و یا الگوست (Niknam et al., 2021).

تحقیق حاضر از حیث نتیجه، در زمره تحقیقات توسعه‌ای قرار می‌گیرد زیرا از طریق طراحی مدل به دنبال جامعه‌پذیر کردن تکریم ارباب رجوع از طریق الگوی فرهنگی می‌باشد. به لحاظ هدف این تحقیق جز تحقیق‌های اکتشافی است و بر این اساس استراتژی تحقیق از نوع مصاحبه میدانی می‌باشد. روش‌شناسی تحقیق از نوع کیفی است که داده‌های آن از روش داده‌بنیاد یا زمینه‌ای (گراندد تئوری) به‌دست آمده است. همچنین داده‌های این تحقیق نظرات کلیه مراجعین به شعب دادگستری، قضات، وکلا و کارکنان است که در خلال جلسات متعدد مصاحبه جمع‌آوری شده است. ادبیات پژوهش و پیشینه تحقیق با روش کتابخانه‌ای انجام شد و در اجرای پژوهش، روش گردآوری اطلاعات میدانی بود. با استفاده از مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته، مشاهدات میدانی و بررسی مستندات، اطلاعات لازم برای این پژوهش جمع‌آوری و با استفاده از نرم‌افزار Maxqda12 به تشخیص مقوله‌ها، مضمون‌ها و برقراری ارتباط بین آن‌ها پرداخته خواهد شد. در این تحقیق روش تجزیه تحلیل، بر اساس کدگذاری باز، محوری و انتخابی می‌باشد.

در این تحقیق ابزار اصلی، مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته است، که به مصاحبه نیمه‌سازمان‌یافته یا غیرسازمان‌یافته نیز معروف است و به عبارت دیگر مصاحبه ژرف یا عمیق محقق و شرکت‌کنندگان درباره پدیده مورد بررسی است. در این تحقیق روش نمونه‌گیری، ابتدا با نمونه‌گیری نظری آغاز شد

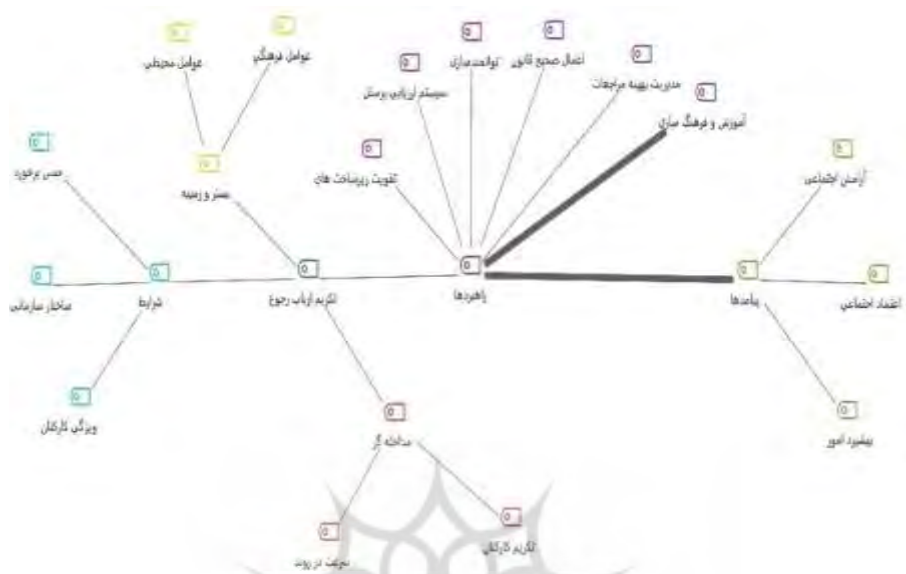
و در نیمه راه از تکنیک گلوله برفی نیز استفاده شد. شرکت کنندگانی که بیشترین اطلاعات و تجربه را در خصوص موضوع تحقیق داشتند، انتخاب شدند و پس از انجام نیمی از مصاحبه‌ها محقق در انتهای هر مصاحبه با تکیه بر تکنیک گلوله برفی از مصاحبه شونده‌گان خواست تا وی را در شناسایی افراد خبره دیگری که می‌توانستند نقش مؤثری در پیشبرد اهداف تحقیق داشته باشند، یاری کنند. در تحلیل داده‌ها در روش گراند تئوری سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی توسط (Strauss & Corbin, 1998) تکامل و ارتقاء یافته‌اند. نظریه برخاسته از داده‌ها رویه‌هایی را برای طبقه‌بندی فراهم می‌کند (کدگذاری باز، طبقات را به یکدیگر مرتبط می‌کند (کدگذاری محوری) و داستانی را شکل می‌دهد که طبقات را به یکدیگر مرتبط می‌سازد (کدگذاری گزینشی) و در پایان مجموعه‌ای از استدلال‌ات نظری و گزاره‌ها ارائه می‌دهد (Fattahpour et al., 2017). به منظور بررسی روایی سازه از تحلیل عامل تأییدی به کمک نرم‌افزار AMOS استفاده شد. در بخش تشکیل و روش انتخاب خبرگان، مشخصات کامل اعضای پانل دلفی و خبرگان مانند جنسیت، رشته تحصیلی و پست تکریم ارباب رجوع شهری گزارش گردید. توزیع پرسشنامه طبق روش دلفی در ۲ مرحله صورت گرفته و در هر مرحله گویه‌هایی که شرط  $M \geq 7$  را داشتند، در دور بعدی انتخاب شدند و یا مؤلفه‌هایی که میانگین کمتری از ۷ داشته‌اند حذف و در دورهای بعدی پرسشنامه لحاظ نشده‌اند. همچنین شاخص‌های اجماع و میزان اتفاق نظر خبرگان در دورهای مختلف محاسبه گردیده است. در خصوص اعضای نمونه ۱۰۹ نفر (۲۸/۳ درصد) دارای مدرک تحصیلی لیسانس، ۱۵۹ نفر (۴۱/۴ درصد) دارای مدرک تحصیلی فوق لیسانس، و ۱۱۶ نفر (۳۰/۳ درصد) دارای مدرک تحصیلی دکتری بودند. از میان شرکت‌کنندگان ۳۷ نفر (۹/۷ درصد) زیر ۳۰ سال، ۲۸۸ نفر (۷۵ درصد) بین ۳۱ تا ۵۰ سال، ۴۳ نفر (۱۱/۲ درصد) بین ۵۱ تا ۶۰ سال، و ۱۶ نفر (۴/۱ درصد) بالای ۶۰ سال بودند. همچنین، ۲۸۹ نفر (۷۵/۳ درصد) از شرکت‌کنندگان مرد و ۹۵ نفر (۲۴/۷ درصد) از شرکت‌کنندگان زن بودند.

## یافته‌ها

در گام اول کدهای اولیه از متن مصاحبه‌ها استخراج و در محله بعد ساده‌سازی گردید. بدین ترتیب ۲۴۷ کد اولیه استخراج گردید که در مراحل بعد مورد تحلیل قرار گرفت. در ادامه در جدول ۱ تحلیل انجام‌شده در سه سطح کدگذاری باز، محوری و گزینشی آورده شده است.

**Table 1. Analysis of components of customer respect**

Parent Codes	Codes	Subcodes
Causal conditions	Good manners	Fair treatment Proper behavior Empathy and good listening
	Organizational Structure	Fit between employee and job The process of doing things
	Characteristics of employees	Having patience Knowledge and expertise A sense of responsibility and duty
	Environmental	Suitable space construction Peace of mind
Context	Cultural	Awareness of the process Understanding Legal information
	Speed in the process	Electronic services reduction in costs Reduction in costs Expediting processing Guidance system
Intervening Condition	Appreciation of employees	Encouraging employees Attention to the opinions of employees Fair salary provision for employees
	Strengthening the infrastructure facilities	Development of offices and consulting centers Development and strengthening of absentee systems
Strategies	Personnel evaluation system	Customer survey Monitoring the behavior of personnel
	Empowerment	Promotion of judicial knowledge Strengthen communication skills Strengthening psychological skills
	Correct application of the law	Correction of execution of sentences Regulation and implementation of the appropriate law
	Optimal management of referrals	Reform the administrative process Reducing the maximum number of references
	Education and culture	Improving the judicial information of the society Teaching electronic literacy Communication culture training
	Social peace	Satisfaction Reducing tension and violence
Consequences	Social trust	A sense of justice in society A positive view of justice
	Advancement of affairs	Reduce complaints Reduction of referrals Speeding up affairs



**Figure 1. Schematic model of customer respect according to the foundation's data method**

در این پژوهش، روش دلفی در مجموع در دو دور به انجام رسید. انحراف معیار پاسخ‌های اعضای پانل در دور اول در باره میزان ارتباط شاخص‌ها با مؤلفه‌ها ۰/۹۸ و در خصوص اهمیت ۰/۸۳ محاسبه گردید. همچنین، مقدار ضریب هم‌هنگی کندال برای سنجش میزان اتفاق نظر خبرگان در دور اول ۰/۵۸۷ به دست آمد. در دور دوم انحراف معیارهای نظرات اعضای پانل درباره میزان ارتباط شاخص‌ها با مؤلفه‌ها برابر ۰/۹۲ و در خصوص اهمیت ۰/۸۱ محاسبه گردید. ضریب هم‌هنگی کندال نیز میزان توافق و اجماع خبرگان در دورهای دوم را برابر با ۰/۶۵۱ نشان می‌دهد.

ضریب هم‌هنگی کندال (جدول ۲) برای پاسخ‌های اعضای پانل در باره میزان ارتباط شاخص‌ها با مؤلفه‌ها و نیز اهمیت در دور اول ۰/۵۸۷ و در دور دوم ۰/۶۵۱ محاسبه گردید که همگی در دور اول و دوم معنی‌دار بودند. با توجه به این که میزان اجماع و اتفاق نظر اعضا در دو دور، رشد قابل توجهی را نشان نمی‌دهد، پس می‌توان تکرار دورهای دلفی را پایان داد.

**Table 2. Results of Kendall's agreement coefficient calculations for two rounds of Delphi**

Around	Number	Kendall coefficient	The significance level
First	20	0.587	0.001*
Second	20	0.651	0.001*

\* A sign of meaning ( $P \leq 0.05$ )

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل عاملی در مجموع نشان‌دهنده این است که پرازش داده‌ها به مدل برقرار است. همه شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل عاملی با مد نظر قرار دادن مقادیر مطلوب به این شاخص‌ها دلالت بر مطلوبیت مدل عاملی تکریم ارباب رجوع دارند (جدول ۳).

**Table 3. Evaluation indicators of the factor model of customer respect**

Indicator	Degrees of freedom	Relative chi-square	Comparative fit index	parsimonious adaptive fit index	The square root of the mean square of the estimation error
Amount	759	1.621	0.971	0.963	0.082

**Table 4. Effect coefficients of customer respect factors**

	P	C.R	S.E
Causal Condition → Context	0.0001	14.869	0.771
Causal Conditions → Intervening Condition	0.0001	22.683	0.942
Context → Strategies	0.0001	16.935	0.953
Intervening Condition → Strategies	0.0001	11.858	0.498
Strategies → Consequences	0.0001	6.816	0.360

مقادیر برآورد شده در جداول ۴، بیانگر این است بارهای عاملی تأثیرگذار بر یکدیگر را در مدل تکریم ارباب رجوع نشان می‌دهد. نتایج حاکی از آن است که شرایط علی، عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر بر راهبردها تأثیر دارد. همچنین ضریب تأثیر راهبردها بر پیامدها مثبت و معنی‌دار است.

### بحث و نتیجه‌گیری

یکی از اهداف اصلی هر سازمان، جلب رضایت مشتریان و ارباب رجوع از طریق ارائه خدمات با کیفیت مطلوب است. در نظام اداری و اجرایی، رضایت مردم از خدمات دستگاه‌های دولتی یکی

از مؤلفه‌های اصلی سنجش کار آمدی، توسعه و رشد می‌باشد و عواملی از قبیل سرعت، صحت و دقت در انجام کار مراجعان، چگونگی رفتار و برخورد با ارباب رجوع و اطلاع رسانی مناسب، عواملی هستند که موجب رضایتمندی مراجعین می‌شوند. چندی پیش موضوع رضایت ارباب رجوع در نظام اداری کشور کمتر مورد توجه بوده است و دستگاه‌های اجرایی اغلب بازخوردی از خدمات ارائه شده نداشته‌اند و گردآوری دیدگاه‌های مراجعان و اعمال آن در فرایند کار جایگاهی نداشته است و کارکنان دستگاه‌های اجرایی در برخی موارد قوانین و مقررات را به میل خود تغییر داده و دشواری‌هایی را در زمینه خدمت‌دهی ایجاد کرده‌اند. چگونگی رفتار با مراجعان و برخورد با آنان را باید به نکته‌های پیش گفته اضافه کرد که بعضاً به صورت رفتار نامناسب و غیرمحترمانه نمایان می‌شود و علی‌رغم تأکید ارزش‌های مذهبی، به این عامل توجه کمتری شده است. با توجه به موارد بالا، به منظور ایجاد ساز و کارهای لازم در ارائه خدمات مطلوب، مناسب و مؤثر به مرم و برخورد مناسب کارکنان با مراجعان و نهادینه شدن موضوع رضایتمندی مراجعان دستگاه‌های دولتی، برنامه ارتقاء و حفظ کرامت مردم در نظام اداری به عنوان یکی از برنامه‌های مهم تحول اداری منظور شده است.

امروزه در حیطه‌های گوناگون پژوهشی روش نظریه داده‌بنیاد که یک روش تحقیق کیفی برای بیان کردن فرایندهای اجتماعی نهفته در پس تعاملات انسانی است که در آن به جای آن‌که با استناد بر یک نظریه به تفسیر و تحلیل آن پردازد، با تمرکز بر اطلاعات جمع‌آوری شده و براساس محتوای آن‌ها نظریه‌ای تنظیم می‌شود (Eftekhari & Nadi, 2021). در بخش کیفی، یافته‌های پژوهش نشان داد که تکریم ارباب رجوع در دادگستری شهر اصفهان از شرایطی علی شامل حسن برخورد، ساختار سازمانی و ویژگی کارکنان ایجاد می‌گردد که عوامل محیطی و فرهنگی نیز زمینه‌ساز آن است، شرایطی مداخله‌گر شامل سرعت در روند و تکریم کارکنان به ایجاد راهبردهایی چون تقویت زیرساخت‌های تسهیلی، سیستم ارزیابی پرسنل، توانمندسازی، اعمال صحیح قانون، مدیریت بهینه مراجعات، آموزش و فرهنگ سازی کمک می‌کند که نهایتاً منجر به پیامدهایی چون آرامش اجتماعی، اعتماد اجتماعی و پیشبرد امور می‌گردد. در تبیین نتایج فوق در بخش شرایط علی می‌توان گفت که حسن برخورد حداقل انتظار ارباب رجوع در مراجعه به اماکن عمومی و سازمان‌ها و خصوصاً دادگستری که محل احقاق است می‌باشد. در همین راستا بدون شک ساختار سازمانی

و نیز ویژگی کارکنان بایستی مدنظر قرار گرفته شود که داشتن صبر و حوصله دانش و تخصص و وظیفه‌شناسی موجب اهمیت دادن به کار و خواسته ارباب رجوع شده که نهایتاً به مرتفع ساختن مشکل او و مهم‌تر از آن حفظ کرامت ارباب رجوع می‌گردد. نتایج حاصل از عوامل مؤثر در شرایط علی با نتایج به‌دست‌آمده از تحقیق (Hashemi & Yosefi, 2015) هم‌خوانی دارد آنان در تحقیق خود نشان دادند که سیستم مکانیزه منجر به بالا رفتن رضایت شغلی کارکنان و رضایت‌مندی ارباب رجوع می‌شود و راه اندازی ثبت جامع و اطلاع‌رسانی در مورد پیگیری الکترونیکی پرونده به منظور افزایش وضعیت موجود را پیشنهاد کردند.

در تبیین نتایج در قسمت بستر و زمینه‌ها می‌توان استنباط نمود که شرایط محیطی شامل مؤلفه‌های فضای سازی مناسب، آرامش محیطی بوده است که در دو بعد مادی و انتزاعی به‌دست‌آمده که این دلیل واضحی برای عدم تک‌بعدی‌نگری به مسئله تکریم ارباب رجوع می‌باشد. بدین معنا که علاوه بر فضای مناسب آرامش محیط هم در رسیدن به هدف مؤثر است. درخصوص زمینه‌های فرهنگی هم ملاحظه می‌شود آنچه به‌دست‌آمده مربوط به برخی از عناصر فرهنگی از جمله دانش و نگرش است که تا این دو متعالی نشود تکریم ارباب رجوع حاصل نمی‌گردد و در این راستا تدوین منشور اخلاقی سازمان در ارتباط با مردم بایستی اجرا گردد. نتایج حاصل از این مقوله تحقیق با نتایج به دست آمده از تحقیق‌های زیر هم‌خوانی دارد. (Kherkhah, 2013) در مطالعه خود تأکید بر تأثیر محیط فیزیکی و فرهنگی هر سازمان بر حفظ کرامت ارباب رجوع دارد. (Pousa et al., 2018) ضمن تأکید بر اهمیت مسئله‌های فرهنگی، اشاره داشتند که جنبه‌های فرهنگی می‌تواند به ارتقاء تکریم ارباب رجوع در سازمان‌ها ختم گردد. (Huff & Kelley, 2005) در پژوهش خود به این اشاره نمودند که پاسخگویی به مشتریان یک مورد فرهنگی می‌باشد و لذا جنبه‌های فرهنگی نقش با اهمیتی در روند پیشرفت مشتری‌مداری دارد.

درخصوص عوامل مداخله‌گری می‌توان اذعان داشت که یکی از مواردی که ارباب رجوع‌ها احساس خرسندی و نهایتاً کرامت می‌کنند این است که امورات آن‌ها با حداقل فوت وقت صورت پذیرد از طرفی مواجهه ارباب رجوع با کارکنان فرهیخته‌ای که آن‌ها در سیستم محترم شمرده می‌شوند در رضایت ارباب رجوع مؤثر است لذا مشاهده می‌شود که دو مؤلفه سرعت در روند امور و تکریم کارکنان در بخش عوامل مداخله‌گر به‌دست آمده است که در این جهت تقدیر از مدیران و کارکنان موفق و بانگیزه و برخورد جدی با مدیران و کارکنانی که موجب

نارضایتی مردم می‌شوند، لازم می‌باشد. (Sajadi Zand (2016) در تحقیق خود بیان می‌کند که اصلاح روش‌های انجام کار در ادارات که اغلب به صورت سنتی انجام می‌شود راهکار مهمی برای افزایش رضایتمندی ارباب رجوع که ارتباط معکوسی با هزینه‌های کیفی خارجی دارد. همچنین در تحقیق (Obudi et al. (2014 بیان شده است که، مسئولان سازمان‌ها باید در جهت تقویت فرهنگ سازمان و ایجاد بستر مناسب توانمندسازی کارکنان تلاش نمایند. بهبود روحیه کارکنان، تشویق به خلاق بودن، افزایش حمایت مدیریت، نوآوری و مشارکت کارکنان در سازمان، باعث ایجاد و تقویت حس مسئولیت‌پذیری در آنان نسبت به ارزش‌ها و اهداف شده و به‌طورکلی تعهد آنان را نسبت به سازمان افزایش می‌دهد. نتایج پژوهش (Soltani et al., 2021) نشان می‌دهد توسعه سرمایه انسانی همچنان نقش اصلی در تعالی سازمان را ایفا می‌کند. شرایط عمومی انگیزشی کارکنان، توجه به ویژگی‌های فردی، قابلیت‌های شغلی، شرایط سازمانی و تکنیک‌های مدیریتی کماکان همانند سایر انواع سازمان در اولویت است.

در تبیین استراتژی‌ها (راهبردهای) به‌دست‌آمده برای رسیدن به تکریم ارباب رجوع روش‌هایی باید در نظر گرفته شود که از همه جوانب به این مهم بپردازد. چه در حیطه ساختارها یعنی خود سازمان و چه در حیطه اقدامات قابل انجام در مدیریت منابع انسانی، بدون شک اتخاذ راهبردی مثل تقویت ساختارهای تسهیلاتی و یا توجه به اعمال صحیح قوانین در حیطه سازمان و مدیریت و یا بهینه‌سازی سیستم ارزیابی عملکرد، آموزش و بهسازی و درنهایت توانمندسازی آن‌ها می‌تواند راه و روش مناسب برای تدوین استراتژی‌های اثربخش در راستای تکریم ارباب رجوع باشد که شفاف و مستند سازی نحوه ارائه خدمات به ارباب رجوع و نظارت بر حسن رفتار کارکنان دستگاه‌های اجرایی در دادگستری با مردم نیز راهگشا خواهد بود. نتایج حاصل از این بخش تحقیق با نتیجه تحقیق (Asadi & Akbari (2018 مبنی بر این‌که خارج شدن سایت‌ها از حالت ساکن به حالت پویا و مؤثر برای حل مسائل مراجعه‌کنندگان، به‌روزرسانی اطلاعات سایت‌ها در راستای کاهش هزینه‌های وزارتخانه‌ها و مراجعه‌کنندگان و به‌کارگیری نیروی متخصص در حوزه مدیریت ارتباطات الکترونیک برای تحقق طرح تکریم ارباب‌رجوع می‌تواند مؤثر باشد، همسوست. در تبیین پیامدهای حاصل از تکریم ارباب رجوع باید گفت اگرچه تکریم ارباب رجوع از وظایف شرعی و میهنی می‌باشد دارای پیامدهای مثبتی از جمله نگاه ویژه و ذاتی دادگستری که همانا دادخواهی و احقاق حق می‌باشد بوده و در آرامش اجتماعی، اعتماد اجتماعی و پیشبرد و



تسهیل در امور نیز مؤثر است که پیامدها ویژگی‌هایی از جمله کاهش مراجعات ایجاد احساس عدالت در جامعه و کاهش تنش و خشونت و کهنه شدن کینه‌ها را دربرداشته بلکه تسریع در امور و ایجاد احساس عدالت و عدالت گستره در جامعه را نیز به ارمغان خواهد داشت (2013) Mirabrahimi et al. نشان دادند عواملی مانند سرعت، دقت و صحت در انجام کارهای مراجعان و کیفیت خدمت دهی، چگونگی رفتار برخورد با خدمت گیرندگان و هزینه‌های انجام خدمات، شفافیت و اطلاع رسانی مناسب، قبول انتقادات و پیشنهادات و ... عواملی هستند که ضمن جلب رضایت مردم در زمینه دریافت خدمات از دستگاه‌های دولتی باعث افزایش اعتماد عمومی، که از بزرگترین سرمایه و تکیه‌گاه نظام اداری می‌باشد را فراهم می‌کند، که این نتیجه با نتیجه حاصل از تحقیق حاضر همسوست.

در بخش کمی، در دور اول مطالعه در بخش میزان ارتباط شرایط علی «داشتن صبر و حوصله» و «احساس مسوولیت و وظیفه‌شناسی» به ترتیب با بیشترین امتیاز و کمترین «برخورد عادلانه» اعلام گردید. در بستر و زمینه «فضاسازی مناسب» به ترتیب با بیشترین امتیاز و کمترین «درک متقابل» اعلام گردید. در مداخله‌گر «توجه به نظرات کارکنان» و «تأمین حقوقی عادلانه کارمندان» به ترتیب با بیشترین امتیاز و کمترین «تسریع در رسیدگی» اعلام گردید. در راهبردها «اصلاح فرآیند اداری» به ترتیب با بیشترین امتیاز و کمترین «توسعه دفاتر و مراکز مشاوره» اعلام گردید. در پیامدها «رضایتمندی» به ترتیب با بیشترین امتیاز و کمترین «کاهش شکایات» و «تسریع در امور» اعلام گردید. در دور اول مطالعه در بخش میزان اهمیت شرایط علی «دانش و تخصص» و «احساس مسوولیت و وظیفه‌شناسی» به ترتیب با بیشترین امتیاز و کمترین «فرآیند انجام امور» اعلام گردید. در بستر و زمینه «درک متقابل» به ترتیب با بیشترین امتیاز و کمترین «آگاهی از فرآیند» اعلام گردید. در مداخله‌گر «توجه به نظرات کارکنان» و به ترتیب با بیشترین امتیاز و کمترین «تسریع در رسیدگی» اعلام گردید. در راهبردها «اصلاح فرآیند اداری» به ترتیب با بیشترین امتیاز و کمترین «توسعه دفاتر و مراکز مشاوره» اعلام گردید. در پیامدها «کاهش مراجعات» به ترتیب با بیشترین امتیاز و کمترین «کاهش شکایات» اعلام گردید.

در دور دوم مطالعه در بخش میزان ارتباط شاخص‌ها با مؤلفه شرایط علی «تناسب بین کارمند و شغل» به ترتیب با بیشترین امتیاز و کمترین «همدلی و خوب گوش دادن» و «دانش و تخصص» اعلام گردید. در بستر و زمینه «آگاهی از فرآیند» به ترتیب با بیشترین امتیاز و کمترین «درک

متقابل» اعلام گردید. در مداخله‌گر «کاهش هزینه‌ها» به ترتیب با بیشترین امتیاز و کمترین «تسریع در رسیدگی» اعلام گردید. در راهبردها «اصلاح فرایند اداری» به ترتیب با بیشترین امتیاز و کمترین «توسعه دفاتر و مراکز مشاوره» اعلام گردید. در پیامدها «رضایتمندی» و «احساس عدالت در جامعه» به ترتیب با بیشترین امتیاز و کمترین «کاهش تنش و خشونت» اعلام گردید. در دور دوم مطالعه در بخش میزان اهمیت در مؤلفه شرایط علی «تناسب بین کارمند و شغل» به ترتیب با بیشترین امتیاز و کمترین «فرآیند انجام امور» اعلام گردید. در بستر و زمینه «درک متقابل به ترتیب با بیشترین امتیاز و کمترین «آرامش محیط» اعلام گردید. در مداخله‌گر «کاهش هزینه‌ها» به ترتیب با بیشترین امتیاز و کمترین «تسریع در رسیدگی» و «تشویق کارکنان» اعلام گردید. در راهبردها «نظارت بر رفتار پرسنل» به ترتیب با بیشترین امتیاز و کمترین «نظرسنجی از ارباب رجوع» اعلام گردید. در پیامدها «تسریع در امور» به ترتیب با بیشترین امتیاز و کمترین «کاهش شکایات» اعلام گردید.

لازم به ذکر این‌که تکریم ارباب رجوع و در رفع حس خودکم‌بینی و جدایی از جامعه و مورد ظلم واقع شدن مؤثر بوده و با ایجاد تشخیص و مثبت‌نگری در افراد زمینه و بستر اعتماد فی‌مابین و نهایتاً آرامش اجتماعی را حاصل می‌گردد که همه این‌ها در کنار یکدیگر بعلاوه احساس و مشاهده ارباب رجوع در پیشبرد امور در جهت رسیدگی به خواسته او نه تنها تکریم را باعث شده بلکه نتیجه تکریم هم بوده‌اند که به نوعی لازم و ملزوم یکدیگرند و علاوه بر نگرش مثبت به دادگستری و قوه قضائیه احساس عدالت در جامعه را موجب می‌شود.

با توجه به نتایج فوق، پیشنهاد می‌گردد که در خصوص زمان‌های مراجعه به دادگستری و محاکم و مراجع قضایی نسبت به برخورد مناسب و ایجاد همدلی و عمدتاً خوب گوش دادن و توجه نمودن به مشکلات مراجعین با انجام برخورد عادلانه موجبات تکریم فراهم گردد و ساختار سازمانی به گونه‌ای شکل بگیرد که از کارمندان علاقه‌مند به شغل و دارای تعهد و متخصص با چاشنی صبر و حوصله که کاملاً مسلط به انجام امور مربوطه باشند استفاده گردد. همچنین، پیشنهاد می‌گردد که سیستم جامعی در راهنمایی مراجعین چه در فضای مجازی و چه در فضای فیزیکی از جمله خدمات الکترونیکی و ایستگاههای اطلاعاتی به منظور راهنمایی تمهید گردد و توجه به نظرات کارکنان با استفاده از روش‌های کیفی مانند مصاحبه انجام گردد و تشویق و ترغیب کارکنان و تأمین حقوق منصفانه در تکریم ارباب رجوع مؤثر خواهند بود. علاوه بر این،

ارائه منشور اخلاقی به کارکنان به عنوان یک الگو مطرح در زمینه ایجاد موفق با ارباب رجوعان و همکاران؛ افزایش آموزش مداوم کارکنان جهت ارتقاء مهارت‌های حرفه‌ای در رابطه با ارائه خدمات با کیفیت و معرفی نقرات برتر کلاس‌های آموزشی و اعطای پاداش به آن‌ها، اختصاص تلفن‌هایی جهت پاسخگویی به صورت مستقیم به ارباب رجوعان و راهنمایی آن‌ها جهت دریافت خدمات، ارتقاء شغلی کارکنان بر مبنای نظرسنجی از مشتریان شعبه و آزمون‌های کتبی و شفاهی و ارزیابی مدیران توسط کارکنان و مشتریان نیز می‌تواند در این راستا اثرات بسزایی ایجاد کند. از محدودیت‌های پژوهش می‌توان به این موارد اشاره کرد که این پژوهش در سال ۱۳۹۹ انجام شده و تعمیم یافته‌های آن به سال‌های آتی با محدودیت مواجه است، لذا در تعمیم نتایج آن باید احتیاط کرد. همچنین، در دسترس بودن روش نمونه‌گیری در بخش کمی به دلیل این که غیرتصادفی است تعمیم یافته‌ها را با محدودیت مواجه می‌کند.

### تشکر و قدردانی

از کلیه کسانی که در انجام این تحقیق ما را یاری کردند کمال تشکر را داریم .

### تضاد منافع

هیچ‌گونه تعارض منافع توسط نویسندگان بیان نشده است.

### References

- Alvani, M., & Riyahi, B. (2003). *Measurement of service quality in the public sector*, Tehran: Iran Industrial Research and Education Center. (Persian)
- Asadi, A., & Akbari, M. (2018). The effect of electronic communications management capabilities on implementing the plan of honoring clients. *BI Management Studies*, 6(23), 107-144. (Persian)
- Asadifard, R., Fani, A., Azar, A., & Alvani, S. (2016). Public Policy Analysis Model in Iran. *Journal of Public Administration*, 8(2), 255-276. (Persian)
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65, 34-49.
- Eftekhari, Z., & Nadi, M. (2021). A model for recruiting and training human resources in the preschool system on the basis of business school models in the selected countries

- through grounded theory. *Journal of Research in Human Resources Management*, 13(1), 201-224. (Persian)
- Fattahpour Marandi, M., Kashef, S., Seyed Ameri, M., & Shajie, R. (2017). Competency pattern of managers in sport and youth general offices with grounded theory approach. *New Trends in Sport Management*, 4(15), 23-38. (Persian)
- Habel, J., Kassemeier, R., Alavi, S., Haaf, P., Schmitz, C., & Wieseke, J. (2020). When do customers perceive customer centricity? The role of a firm's and salespeople's customer orientation. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 40(1), 25-42.
- Hashemi, S., & Yosefi, Y. (2015). A study of the effect of mechanization of the judicial system on job satisfaction of employees and client satisfaction in Kermanshah Courts. *The Judiciary Law Journal*, 79(92), 193-211. doi: 10.22106/jlj.2016.18915 (Persian)
- Huff, L., & Kelley, L. (2005). Is collectivism a liability? The impact of culture on organizational trust and customer orientation: a seven-nation study. *Journal of Business Research*, 58(1), 96-102.
- Hughes, D. E., Richards, K. A., Calantone, R., Baldus, B., & Spreng, R. A. (2019). Driving in-role and extra-role brand performance among retail frontline salespeople: Antecedents and the moderating role of customer orientation. *Journal of Retailing*, 95(2), 130-143.
- Kalhor, M. (2004). *Introduction to administrative behavior*. 1st edition. Qom: Hadith Mozor Publications. (Persian)
- Kherkhah, T. (2013). Veneration of Clients at Police Social and Disciplinary Service Centers. *Police Organizational Development*, 9(43), 45-63. (Persian)
- Lee, K.C., & Namho, C. (2009). Understanding factors affecting trust in and satisfaction with mobile banking in Korea: A modified DeLone and McLean's model perspective. *Interacting with Computers*, 15(21), 385-392.
- Lucia-Palacios, L., Pérez-López, R., & Polo-Redondo, Y. (2020). How situational circumstances modify the effects of frontline employees' competences on customer satisfaction with the store. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52(6), 101-117.
- Mazidi, A. M., Eslami, H., & Ashrafi, A. (2016). Reviewing the Role of Public Relations and Customer Respect in Organizational Performance (A Case Study of Iranian Legal Medicine Organization). *Rasaneh*, 26(4), 131-147. (Persian)
- Mirabrahimi S.A., Habibzadeh, S. N., & Mirabrahimi, S. M. H. (2013). *The process of creating knowledge in the export banks of Gilan province and its effect on the efficiency of urban management*, National Conference on Planning and Urban Management, 5th period. (Persian)

- Mortimer, G., Lings, I., & Drennan, J. (2019). Examining customer-oriented positive deviance intentions of retail employees. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 32(8), 120-138.
- Niknam, O., Alipoor Darvishi, Z., Mohammadi Moghaddam, Y., & Salehi Sedghiani, J. (2021). Designing and explaining the of sustainable belongings model of new generation employees through grounded theory (A study in information and communication technology business). *Journal of Research in Human Resources Management*, 13(4), 157-189 (Persian)
- Obudi, H., Lotfi Zangeneh, M., & Kazemian, F. (2014). The relationship between organizational culture and employees' empowerment. *Journal of Research in Human Resources Management*, 6(1), 223-244. (Persian)
- Pourkarimi, J., Mousavi, S., & Mousavi, S. (2019). Identifying the factors affecting employees' procrastination. *Industrial and Organizational Psychology Studies*, 5(2), 183-200. (Persian)
- Pousa, C., Hardie, T., & Zhang, X. (2018). Promoting frontline employee customer orientation in China: a replication and a comparison. *International Journal of Bank Marketing*, 36(5), 849-867.
- Rahmati, M., & Rahmati, M. (2015). Deliberating range of fulfilment of CRM dimensions based on Hazrat Ali's (A.S.) managerial thoughts. *Scientific Journal of Islamic Management*, 22(2), 113-129. (Persian)
- Raofian, F., Mirhoseni, S., & Torkfar, A. (2020). Communication model of client honoring development in the Ministry of Sport and Youth. *Contemporary Studies On Sport Management*, 10(19), 127-139. (Persian)
- Rostami, A. (2018). *Investigating the effectiveness of administrative personnel in client satisfaction and organizational goals*. The 12th International Conference on Psychology and Social Sciences, Tehran. (Persian)
- Sajadi Zand, P. (2016). The scheme of honoring clients and satisfying customers in organizations to prevent external quality costs. *Management and Entrepreneurship Studies Quarterly*, 2(2), 169-160. (Persian)
- Shahriari, Sh., & Rezaei Jihouni, Y. (2019). *Clarifying the effective factors of respect for the client on the design of urban public service buildings (case study: Shiraz district 10 municipal building)*. The first international conference on architecture and urban planning, Shiraz. (Persian)
- Soltani, I., Noroozi, M., & Etebarian, A. (2021). Identifying human capital enablers in regards to performance of cultural organizations. *Industrial and Organizational Psychology Studies*, 8(1), 75-96. (Persian)

Strauss, A. L., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Grounded theory: Procedures and technique*. (2nd Edition). London: Sage, Newbury Park.

Zulfaghari, A., & Naqibzadeh, S. A. (2013). *The role of honoring clients in improving the quality of life of employees in government organizations*. International Conference on Management and Industrial Engineering, Tehran. (Persian)

