

ارائه الگوی تکریم ارباب رجوع در دادگستری اصفهان به شیوه داده بنیاد

| محمد پرورش | دانشجوی دکتری مدیریت فرهنگی، دانشکده حکمرانی اسلامی، واحد اصفهان
(خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

| حمید دوازده امامی * | استادیار گروه مدیریت فرهنگی، دانشکده حکمرانی اسلامی، واحد
اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

| سعید شریفی | استادیار گروه مدیریت فرهنگی، دانشکده حکمرانی اسلامی، واحد اصفهان
(خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

چکیده

دادگستری در لغت به معنی اجرای عدالت است. در اصطلاح حقوقی مقصود از دادگستری، نهادی است که شامل همه تشکیلات مربوط به رسیدگی به شکایات و تظلمات مردم می‌باشد. از این‌روست که قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، در اصل ۱۵۹، دادگستری را مرجع رسمی تظلمات و شکایات معرفی می‌کند. 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 روحی و مالی نامناسبی مراجعه می‌کنند. هدف تحقیق حاضر، ارائه الگوی تکریم ارباب رجوع در دادگستری اصفهان خواهد بود. به منظور دستیابی به این هدف، از روش‌شناسی کیفی مبتنی بر روش نظریه برخاسته از داده‌ها شامل سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی و با بهره‌گیری از رویکرد سیستماتیک استراوس و کوربین استفاده شده است. تعداد مشارکت‌کنندگان ۳۳ نفر بود که نمونه‌گیری به شیوه هدفمند و با توجه به شاخص اشباع نظری انجام شد. در این زمینه، ۳۳ مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته با استفاده از نمونه‌گیری نظری و در ادامه تکنیک گلوله‌برفی با کارکنان و مراجعان به دادگستری اصفهان انجام شده است. به منظور ارزیابی اعتبار، مصاحبه‌های پیاده شده، چندین بار مورد ارزیابی قرار گرفته و سپس تفسیر مصاحبه پنج نفر از مصاحبه‌شوندگان برای آن‌ها بازگردانده شد که مورد تأیید قرار

گرفت. همچنین در مراحل پایانی خلاصه‌ای کلی از الگوی صورت‌بندی شده به چند تن از استادان مدیریت، فرهنگ و روان‌شناسی به‌طور مجزا، ارائه و نظرات آن‌ها به‌منظور اصلاح و تعدیل اخذ شد و در انتها الگوی طراحی شده توسط چند نفر از اساتید و مصاحبه‌شوندگان رؤیت شده و اصلاحاتی روی آن انجام گرفت. پدیده اصلی تحقیق "تکریم ارباب رجوع" نام گرفت. شرایط علی شامل حُسن برخورد، ساختار سازمانی و ویژگی کارکنان، شرایط مداخله‌گر شامل سرعت در روند و تکریم کارکنان شرایط زمینه‌ای شامل محیطی و فرهنگی استراتژی‌ها 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 به دست آمد.

واژگان کلیدی: تکریم ارباب رجوع، دادگستری، شرایط علی، پیامدها، زمینه‌ها و راهبردها.

مقدمه

قرآن کریم از انسان‌های با ایمان و نیکوکار به «بهترین مخلوقات عالم» یاد می‌کند؛ آنجا که می‌فرماید: (إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أُولَئِكَ هُمْ خَيْرُ الْبَرِّ^۱). در واقع، ارزش وجودی یا کمال هستی انسان، در سنجش و مقایسه با موجودات دیگر مشخص می‌شود و اگر انسان‌ها به کمال واقعی خود در سایه اخلاق و رفتار انسانی رسیدند، در آن هنگام است که دارای ارزش شده و از موجودات دیگر برتر و والاتر خواهند بود. پایبندی به اخلاق اسلامی از اصول تکریم می‌باشد.

امیر مؤمنان (علیه السلام) در نامه خویش به مالک می‌نویسد: «پس نیکوترین اندوخته خود را کردار شایسته (خوش‌رفتاری) بدان^۲». یکی از اصول مردم‌داری که ائمه اطهار (علیهم السلام) تأکید خاصی بر آن داشتند، «حُسن خُلُق» است.

در نظام اداری و اجرایی کشورها، سلامت اداری و رضایت ارباب رجوع از دستگاه‌های دولتی، به‌صورت یکی از معیارها و شاخص‌های اصلی تحول نظام اداری بوده است و ارزیابی و بهبود عملکرد سازمان‌های دولتی تلقی می‌شود. به اعتقاد اندیشمندان علوم سیاسی و اداری، اگر دولت‌ها و حکومت‌ها نتوانند خواسته‌ها و نیازهای مادی و معنوی و رضایت شهروندان را برآورده سازند، بحران‌های مختلفی مانند بحران اعتماد عمومی، بحران مشروعیت نظام، بحران مشارکت عمومی و بحران هم‌گرایی در جامعه ایجاد می‌شود و این بحران‌ها ضمن تقلیل کارایی و اثربخشی نظام سیاسی و اداری، موجب بروز بحران و گسست در فرایند توسعه خواهد شد. بنابراین مدیریت عملکرد سازمان‌های دولتی در جهت بهبود کیفیت خدمات ارائه‌شده به‌منظور ایجاد رضایت‌مندی در

۱. سوره بینه (۹۸) آیه ۷.

۲. محمد دشتی، ترجمه نهج البلاغه، نامه ۵۳.

شهروندان و مراجعان می‌تواند از اهمیت به‌سزایی برخوردار شده، و در تحول و توسعه جوامع نقش استراتژیک داشته باشد، زیرا بهبود عملکرد سازمان‌های دولتی، توانمندی رقابتی، بهره‌وری و قدرت پاسخگویی این سازمان‌ها را افزایش می‌دهد (آل محمد، ۱۳۹۵: ۱۵).

خدمت به ارباب رجوع مقوله‌ای است که ریشه در تاریخ بشر دارد. امروزه سازمان‌ها و مؤسسه‌های خدماتی در سطح جهان، در فضایی به رقابت می‌پردازند که توجه به خواست و انتظارات مشتریان را عاملی برای ادامه حیات حرفه‌ای خود معرفی می‌کنند، یکی از رویکردهای نوین مدیریت، توجه به تکریم ارباب رجوع یعنی در اصل ارباب رجوع‌مداری و جلب رضایت خدمت‌گیرندگان و یا همان بحث ارتباط و پیوند با ارباب رجوع و جامعه است یا به عبارت دیگر، ارباب رجوع‌گرایی یعنی درک اندازه‌گیری و برآورد کردن نیازهای ارباب رجوع در جهت جلب رضایت او و آمادگی برای نیازهای متغیر و تلاش برای کار بی عیب و نقص می‌باشد (ره‌نمود، ۱۳۸۴: ۴۳).

۱- تعریف مشتری و تفاوت آن با ارباب رجوع

مشتری کسی است که معامله و دادوستدی را در محیطی رقابتی به‌عهده دارد و در حالت تعاملی چیزی را می‌دهد و چیزی را می‌گیرد؛ ولی ارباب رجوع مانند مشتری حالت تعاملی و طرفینی ندارد، بلکه خدمات یک‌جانبه را شامل می‌شود (محمدی، ۱۳۸۲: ۴۴).

بحث رضایت ارباب رجوع یا مشتری، امروزه جزء مباحث اساسی هر سازمان خدماتی یا تولیدی است، به‌طوری‌که نظریه ذی‌نفعان، ارباب رجوع را عضوی از سازمان تلقی می‌کند که رضایت آن مستقیماً به توسعه، پایداری و خوش‌نامی سازمان منجر می‌شود. توجه به نیازهای ارباب رجوع و ارائه خدمات مطلوب و به‌موقع در سطح سازمان توسط همه کارکنان، همه وظایف و همه نقش‌ها ارباب رجوع‌گرایی نامیده می‌شود. در واقع ارباب رجوع‌گرایی نوعی ارزش قائل شدن برای وقت، انرژی و هزینه‌های مردم و به‌طورکلی انسانیت است. حفظ کرامت و ارائه خدمات مطلوب به مراجعان سازمان‌ها، عمل دوجانبه‌ای است که اثرات آن مستقیماً به تقویت اعتماد عمومی نسبت به کارکنان دولت و به تبع آن به سازمان‌ها و کل نظام منجر می‌شود (کلهر، ۱۳۸۳). به‌طور اساسی در شریعت اسلام، هر فرد مسلمان دارای احترام بوده و هیچ‌کس، حق توهین یا بی‌اعتنایی به او را ندارد. همه باید نسبت به یکدیگر با احترام برخورد کنند و هرگز نباید پست و مقام، سبب تکبر و خودپسندی یا بی‌احترامی نسبت به دیگران شود. از این‌رو، کارمند و مسئولان ادارات باید همواره با کمال تواضع و احترام با زیردستان و نیز ارباب رجوع برخورد کنند. رسول خدا (صلی‌الله‌علیه‌وآله) فرمود: «با مردم دوستی کن تا مردم تو را دوست بدارند».

یکی از اصول مردم‌داری، مدارا با مردم و داشتن حسن خلق است که ائمه معصومین (ع) هم بدان تأکید داشته‌اند. خداوند نیز در آیه ۱۵۹ سوره آل عمران اخلاق نیکوی پیامبر (ص) را مایه استحکام حکومت و جذب مردم دانسته‌اند. در پژوهش پیش‌رو به‌نظر می‌رسد دوره‌های آموزشی ضمن خدمت با موضوع‌های مختلف صبوری، سعه صدر و مردم‌مداری و استفاده از ابزارهای تشویقی برای کارکنانی که متصف به فضایل نیکوی صبوری و حسن خلق با مردم باشند، الگوی تعالی تکریم ارباب رجوع را بیشتر محقق خواهد ساخت.

در جوامع دموکراتیک، دولت‌ها و به‌ویژه سازمان‌های دولتی نماینده شهروندان هستند و از طرف آنان فعالیت می‌کنند. پس شهروندان ارباب رجوع سازمان‌های دولتی محسوب می‌شوند (شخصی که برای انجام امور خود به نماینده خود مراجعه می‌کند)؛ پس دولت‌ها موظف هستند خدمات موردنیاز شهروندان و ارباب رجوع خود را با تلاشی مستمر و هماهنگ ارائه نمایند. دولت‌ها می‌بایست نیازهای شهروندان خود را تشخیص دهند و تأمین آن‌ها را هدف خود بدانند. برای این مقصود وجود برنامه‌ای جامع و تلاشی هماهنگ و مستمر بین سازمان‌های دولتی ضروری است (سهرابی و همکاران، ۱۳۹۰).

کیفیت خدمات ارائه‌شده به مشتری و ارزش خدمات ازجمله عوامل اثرگذار بر نیت رفتاری مشتری به حساب می‌آیند. ارزش خدمات به‌عنوان یک قضاوت نسبی از آنچه مشتری به‌منظور دریافت خدمات داده در مقابل آنچه گرفته است، تعریف شده است. از دیدگاه استروم، ارزش خدمات عبارت است از مطلوبیت ناشی از مبادله خدمات (بریدی و کرونین، ۲۰۱۹: ۳۸). برای ارائه خدمات مطلوب نظر مشتری، باید هفت اقدام ضروری زیر را انجام داد: ۱- تعیین و تبیین مأموریت شرکت در راستای منابع و خواسته‌های مشتری؛ ۲- درگیر کردن و متعهد کردن دائمی مدیریت ارشد در پیشبرد کارها؛ ۳- گزینش کارکنان مناسب؛ ۴- آموزش و بازآموزش کارکنان؛ ۵- رایج کردن استانداردهای کیفیت و ارزیابی دائمی و میزان رعایت آن‌ها؛ ۶- استفاده از فناوری برای دستیابی به رضایت مشتری؛ ۷- خلاقیت برای حرکت به فراسوی انتظارات (لی و نامهو، ۲۰۰۹: ۳۸۷).

بحث تکریم ارباب رجوع مفهومی است که برمی‌گردد به بحث کرامت انسانی. اما نمی‌توان گفت بحث تکریم ارباب رجوع مفهوم کرامت انسانی را محقق می‌کند یا خیر؟! منظور از کرامت انسانی این است که انسان‌ها همه دارای حقوق، منافع و آزادی‌هایی هستند که موضوعاتی مانند جنسیت، رنگ و نژاد و مذهب تأثیری در این حق که به محض خلقت و آفرینش انسان برای او قائل شده ندارد و حق ذاتی انسان می‌باشد. به طبع این حق هر شهروندی است که در ایران زندگی می‌کند و در قانون اساسی ایران آزادی‌هایی برای افراد در نظر گرفته شده است.

تضمین قضایی، مؤثرترین تضمین‌هاست. تضمین قضایی به دلیل داشتن ضمانت اجرای مشخص به‌ترین نوع تضمین حق‌ها، آزادی‌ها، حمایت و پاسداری از کرامت انسانی است. بنابراین اگر تضمین‌های قضایی مناسبی در کشور وجود نداشته باشد، بیشترین میزان صدمه، آسیب و خسارت به کرامت انسانی وارد می‌شود. بنابراین نقش دستگاه قضایی در تضمین کرامت انسانی و به عبارت اداری آن، تکریم ارباب رجوع حائز اهمیت فراوانی است.

۲- تعریف تکریم

تکریم به معنای ارجمند شمردن، گرامی داشتن و بزرگواری و عزیز شمردن است. طرح تکریم اگرچه برای بیان موضوع و به کارگیری ادبیات جدید سعی در تزریق مفهوم نو در نظام اجرایی و اداری داشته است و بر مبنای مشتری‌مداری تنظیم شده، اصولاً دارای ماهیتی دستوری و تکلیفی است که مطابق آن دستگاه‌های اجرایی دولتی ملزم به رعایت آن می‌گرداند (سروری، ۱۳۹۹: ۵۷).

۳- تکریم ارباب رجوع

اهمیت دادن به کرامت‌های انسانی در بوروکراسی‌های اداری عظیم که شاید مفهومی کم‌رنگ شده است، جزء اصلی مأموریت هر سازمانی است. عدم توفیق در انجام کارها با توجه به مراجعات مکرر، اتلاف در هزینه و وقت، عدم احترام از سوی کارکنان و احساس تبعیض در میان دستگاه از جمله این مشکلات است. الزام و تعهد درخصوص تکریم انسانی گاهی در قوانین شرعی و الهی به صورت قوانین مدنی، اجتماعی و گاه در اشکال عرف و قراردادها بروز می‌کند (معادی، ۱۳۸۳: ۶).

انسان در هر جایگاهی در ارتباط با هم‌نوعان خویش علاقه به مورد تکریم واقع شدن و به همان نسبت مورد تکریم قرار دادن دیگران دارد. این مهم در سطح روابط فردی تا مجامع، سازمان‌های اداری و دستگاه‌های دولتی به طرز مشهودی مورد توجه قرار گرفته است. به تبع آن مخاطبان، ارباب رجوع و مردم دارای حقوقی هستند که مجموعه سازمان در ادای این حق موظف هستند ادای دین کنند. از این رو باید فضا و بستر مناسب با الزامات قانونی و ضمانت اجرایی برای تحقق تکریم با توجه به پیچیدگی‌هایی که در جوامع امروزی وجود دارد؛ شکل گیرد (اسدی و اکبری، ۱۳۹۷: ۱۱۲).

طرح تکریم و جلب رضایت ارباب رجوع، یکی از مباحث مهمی است که امروزه در دستگاه‌های دولتی مطرح است. در واقع طرح تکریم مردم و جلب رضایت ارباب رجوع، یکی از هفت برنامه تحول کشور می‌باشد که به منظور ایجاد تحول در نظام اداری کشور به تصویب شورای عالی اداری رسیده و در حال اجراست. احترام و تکریم ارباب رجوع و به دست آوردن رضایت‌مندی مردم در سیستم‌های اداری نظام اسلامی ایران، هدف نهایی طرح تکریم می‌باشد و آن، نیاز نهفته‌ای

میان مردم و دستگاه‌های اجرایی بوده که سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، این نیاز را کشف و به همه دستگاه‌ها، ابلاغ کرده است.

با این توصیفات هنوز به کرات نارضایتی مراجعان ملاحظه می‌شود که برخی از آن از بی‌حرمتی‌ها و کج‌خلقی‌های کارکنان شکوه می‌کنند. اگرچه کارکنان پیش از پیش سعی در رعایت حریم‌ها دارند، اما ظاهراً این مهم با موانعی روبرو بوده است (میرغفوری و همکاران، ۱۳۸۷: ۵۷). سازمان‌های پیش‌رو و موفق امروزی به مشتری و ارباب رجوع راضی به‌عنوان یک عامل اصلی موفقیت نگاه می‌کنند. این سازمان‌ها برای کسب اعتبار، پرستیژ اجتماعی یا تجاری خود، مستمراً رویه‌ها و راهبردهایی را ابداع و استفاده می‌کنند که موجب رضایت و وفاداری مشتری و ارباب رجوع شوند. رضایت مشتری و یا ارباب رجوع فرایند بلندمدتی است که باید به‌طور سامان‌مند و تدریجی اجرا و سازمان‌دهی شود. استفاده از ابزار آموزش در توانمندی کارکنان به‌منظور تغییر نگرش آنان نسبت به ارباب رجوع و مشتری و درنهایت تکریم او یکی از ابزارهای موفقیت است (اسدی و اکبری، ۱۳۹۷: ۱۱۵).

دادگستری یکی از سازمان‌هایی است که اغلب مراجعه‌کنندگان مدعی حقوق از دست رفته‌شان هستند. بنابراین احتمال ایجاد چالش اساسی مابین کارمند و مراجعه‌کننده بسیار است. یکی از راه‌های بهبود و اصلاح روش‌های خدمات‌رسانی به مردم، نظرسنجی از خدمت‌گیرندگان که همان ارباب رجوع باشند، است. به کمک این شیوه چگونگی گردش کار، نوع رفتار متصدیان با ارباب رجوع و میزان رضایت‌مندی آن‌ها شفاف و اشکالات مشخص می‌شود.

فلسفه وجودی سازمان‌ها، ادارات و مؤسسات، نیازهای انسان است؛ به‌عبارت دیگر، سازمان، اداره و مؤسسه‌ای ایجاد نشده است، مگر برای تأمین نیازهای مردم. هر سازمان و مؤسسه‌ای اعم از دولتی یا غیردولتی برای عرضه خدمت به مردم به‌وجود آمده است. بنابراین به فرض اینکه طرح و تکریم ارباب رجوع در نظام اداری کشور هم به‌عنوان تکلیف اداری مطرح نباشد، آموزه‌های دینی و فلسفه وجودی ادارات، سازمان‌ها و مؤسسات ایجاب می‌کند که مردم در ادارات و سازمان‌ها مورد تکریم قرار گیرند. ابهامات درخصوص عوامل مؤثر بر تکریم ارباب رجوع در دادگستری‌ها به‌واسطه فقدان پژوهشات جامع در این حوزه و همچنین نتایج متناقض در این حوزه بوده است. به‌صورت کلی تکریم ارباب رجوع در دادگستری‌ها به‌عنوان یک فعالیت نظام‌مند و ساختارمند مدنظر قرار نگرفته است. این مسئله سبب شده است تا دادگستری از ظرفیت‌های تکریم ارباب رجوع و استفاده از آن در جهت پیشبرد اهداف خود استفاده لازم را نداشته باشد.

از این رو این تحقیق درصدد است این موانع را در حوزه دادگستری اصفهان که یکی از مهم‌ترین سازمان‌ها به‌منظور رسیدگی به امورات مردم و دادخواهی آنان است، شناسایی و این پدیده را زمینه‌یابی کند. در نهایت به الگویی جامع درخصوص تکریم ارباب رجوع در دادگستری اصفهان دست یابد.

مروری بر مطالعات انجام‌شده

سروری (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان بررسی قوانین، اقدامات و برنامه‌های انجام‌شده نظام اداری کشور برای خدمات‌رسانی به مردم و تکریم ارباب رجوع، رضایت‌مندی مردم و رعایت انتظارات موجه آن‌ها و تلاش نظام اداری برای تأمین مطالبات به حق و قانونی آنان، از مباحث مهم حقوق اداری و مدیریت بخش عمومی است. در نظام اداری کشور که برگرفته از آموزه‌های دینی می‌باشد، این مهم از ارکان مشروعیت آن بوده و جایگاه مهمی در قوانین و برنامه‌های دولت‌ها بعد از پیروزی انقلاب داشت، به‌طوری‌که 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 ده‌گانه تحول نظام اداری دولت دهم و نقشه اصلاح راه نظام اداری دولت‌های یازدهم و دوازدهم نیز می‌باشد. بنابراین هدف پژوهش حاضر که روش آن توصیفی - تحلیلی و جمع‌آوری داده‌ها به روش کتابخانه‌ای و مرور اسنادی بوده، بررسی قوانین، اقدامات و برنامه‌های انجام‌شده نظام اداری کشور برای دستیابی به این مهم است.

اسدی و اکبری (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان شناخت تأثیر قابلیت‌های مدیریت ارتباطات الکترونیک در اجرای طرح تکریم ارباب‌رجوع در بین ۳۸۶ نفر در سازمان ارتباطات در تهران اجرا و از روش تحلیل محتوا و پیمایش استفاده شد. نتایج نشان داد؛ بهره‌لزام از سایت‌ها برای برقراری ارتباط با ارباب‌رجوع به‌عمل نمی‌آید. مدیریت سخت‌افزاری سایت‌ها مورد توجه بوده تا مدیریت نرم‌افزاری. نتایج پیمایش نشان داد؛ پاسخ‌گویان کمتر از طریق سایت با وزارتخانه‌ها ارتباط برقرار کرده‌اند. باین حال انتظاراتی که از مدیریت ارتباطات الکترونیک در راستای حل مسائل، رفع دغدغه‌ها و برآورده ساختن نیازهایشان داشته‌اند، بسیار بالا بود. به‌دلیل قابلیت‌های این امکانات در اطلاع‌رسانی و اطلاع‌یابی، خارج شدن سایت‌ها از حالت ایستا به حالت پویا و مؤثر برای حل مسائل مراجعه‌کنندگان، به‌روزرسانی اطلاعات سایت‌ها در راستای کاهش هزینه‌های وزارتخانه‌ها و مراجعه‌کنندگان و به‌کارگیری نیروی آموزش‌دیده و متخصص در حوزه مدیریت ارتباطات الکترونیک برای تحقق طرح تکریم ارباب‌رجوع در سازمان‌ها پیشنهاد می‌شود.

اصغری و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود با هدف بررسی مقایسه‌ای عوامل اثرگذار بر تکریم ارباب رجوع در بیمارستان‌های امام سجاد(ع) و ولیعصر (عج) به این نتیجه رسیدند که در بین عوامل ساختاری و رفتاری، عوامل ساختاری در تحقق تکریم ارباب رجوع از تأثیر بیشتری برخوردار است. این پژوهش از نظر هدف، یک پژوهش کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها از نوع پیمایشی و از نظر روش تحلیل داده‌ها از نوع هم بستگی بوده است. این پژوهش شامل ۱۲۴ نفر از کارکنان بیمارستان‌های امام سجاد(ع) و ولیعصر (عج) ناجا در تهران بودند (هر کدام ۶۸ نفر)، که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. نتیجه تحلیل‌های آماری و آزمون فرضیات پژوهش به کمک ضریب همبستگی اسپیرمن و رگرسیون چندگانه نشان داده است که عوامل رفتاری (پایبندی اعتقادی، ویژگی شخصیتی و سبک ارتباطی و عوامل ساختاری (اطلاع رسانی، آموزش کارکنان، منشور اخلاقی، امکانات و فناوری، ارائه بازخور و سازوکار تشویق و تنبیه) بر تکریم ارباب رجوع تأثیر معنی‌دار دارد.

سجادی‌زند (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان طرح تکریم ارباب رجوع و جلب رضایت مشتریان در سازمان‌ها برای جلوگیری از برای جلوگیری از هزینه‌های کیفی خارجی در بین ۳۵۰ نفر از کارکنان شرکت سازه گستر سایپا اجرا و روند تجزیه و تحلیل هزینه‌های کیفیت این مدل یک مدل مناسب برای شرکت‌های تولیدی که هزینه کیفیت آن‌ها رفتاری سنتی دارد و هزینه‌های خرابی‌های خارجی آن‌ها قابل تحمل است، می‌باشد. این مدل یک مدل مناسب برای شرکت‌های تولیدی که هزینه کیفیت آن‌ها رفتاری سنتی دارد و هزینه‌های خرابی‌های خارجی آن‌ها قابل تحمل است، می‌باشد، به عبارت دیگر، برای محصولاتی که خرابی خارجی آن‌ها برای مشتری فاجعه‌بار نباشد، یک تأمین‌کننده خاص از میان چندین تأمین‌کننده به گونه‌ای انتخاب می‌شود که مشخصه میزان خرابی محصولانش توسط پارامتر تعیین محدوده کیفیت (Ysi) رد نشود. در این زمینه 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، است.

مزیدی و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله خود با عنوان "بررسی نقش روابط عمومی و تکریم ارباب رجوع بر عملکرد سازمانی" با استفاده از متغیرهایی چون روابط عمومی (متغیر درون سازمانی) و مشتری‌مداری و تکریم ارباب رجوع (متغیر برون سازمانی) عملکرد و نحوه بازخورد سازمان پزشکی قانونی را مورد سنجش قرار داده‌اند. روش تحقیق پیمایشی و ابزار پژوهش پرسش‌نامه بوده است که بر روی ۱۹۰ نفر از کارکنان سازمان پزشکی قانونی که به صورت تمام شماری انتخاب شده‌اند، صورت گرفته است. یافته‌های این پژوهش نشان داده است که بین عملکرد سازمان پزشکی قانونی و

متغیرهای تکریم ارباب رجوع روابط عمومی مشتری‌مداری و روابط عمومی و رضایت مشتری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ به عبارتی با کارایی بیشتر روابط عمومی و تکریم ارباب رجوع، رضایت ارباب رجوع در سازمان پزشک قانونی میزان عملکرد سازمان هم رشد و بهبود می‌یابد.

خیرخواه (۱۳۹۱) در مقاله خود با عنوان "تکریم ارباب رجوع در مراکز خدمات انتظامی - اجتماعی پلیس" به بررسی ابعاد و شاخصه‌های 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 است، 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.

پاپارویدامیس، تران و لیونیدو^۱ (۲۰۱۹) نیز اشاره داشتند که توسعه مشتری‌مداری و رفع نیازهای آنان به عنوان یک مسئله کلیدی، سبب شده است تا نیاز به یک سری برنامه‌ریزی‌های جامع در جهت بهبود این وضعیت اجرایی شود. آنان اشاره داشتند که مشتری‌مداری و توجه به نیازهای مشتریان به عنوان عاملی کلیدی می‌بایستی در طی یک فرایند و بررسی مجموعه‌ای از جوانب مورد بررسی قرار گیرد. به نظر می‌رسد توسعه تکریم ارباب رجوع به عنوان یک مسئله کلیدی نیازمند نگاه جدی وزارت ورزش و جوانان است.

اسچوپکر و اینگرام^۲ (۲۰۱۶) و فرامباچ، فیس و اینگنبلک^۳ (۲۰۱۶) مشخص کردند که مشتری‌مداری و توجه به نیازها و دغدغه‌های مشتریان، ظرفیت‌های مهم و اساسی را برای سازمان‌ها ایجاد می‌کند.

هور و ژانگ^۴ (۲۰۱۶) نیز مشخص کردند که توجه به ارباب رجوع به عنوان یک ظرفیت در سازمان‌ها سبب می‌شود تا وضعیت فعلی سازمان را مشخص کند. به عبارتی مشتریان به عنوان منابع اطلاعاتی مهم می‌توانند اطلاعات مفیدی را به مدیران در خصوص وضعیت حاکم بر سازمان خود ارائه دهند.

1. Paparoidamis, Tran & Leonidou

2. Schwepker, C. H., & Ingram

3. Frambach, R. T., Fiss, P. C., & Ingenbleek

4. Hur & Jang

پژوهش آنونیموس^۱ (۲۰۱۴) با انجام مداخله آموزشی برای بالا بردن سطح انتظار بیماران و آشنا کردن آنان با منشور حقوق بیمار نشان داد که سطح نارضایتی نسبت به پیش از اجرای مداخله آموزشی، بسیار بالا رفته است.

سؤالات تحقیق

علل و عوامل ضعف تکریم ارباب رجوع در دادگستری اصفهان چیست؟
 علل زمینه‌ای مؤثر بر کُنش و کُنش متقابل در عدم تکریم ارباب رجوع در دادگستری اصفهان کدام است؟

علل مداخله‌گر بر کُنش و کُنش متقابل در تکریم ارباب رجوع در دادگستری اصفهان کدام است؟
 کُنش و کُنش متقابل در عدم تکریم ارباب رجوع در دادگستری اصفهان چگونه است؟
 پیامدهای کُنش و کُنش متقابل در عدم تکریم ارباب رجوع در دادگستری اصفهان چیست؟

روش تحقیق

این تحقیق، کیفی و از نوع داده بنیاد می‌باشد و از حیث هدف، یک پژوهش کاربردی است. بر این اساس، تلاش می‌کند تا با بهره‌گیری از روش کیفی به شناخت و درک جامع و گسترده‌ای از موضوع تحقیق دست پیدا کند. تحقیقات زمینه‌یابی یا داده بنیاد به منظور ارائه یا بسط نظریه به کار می‌رود. کم و بیش مدل‌هایی در خصوص تکریم ارباب رجوع وجود داشت، اما دادگستری اصفهان جهت انجام هرچه بهتر تکریم ارباب رجوع و کاهش اعتراضات، خواستار انجام پژوهشی مبسوط در بستر دادگستری شده بود که محقق برای رسیدن به یافته‌های نوین و مناسب از شیوه‌گراند تئوری استفاده کرد.

در این تحقیق، جامعه مورد پژوهش شامل کلیه کارکنان و مراجعان به دادگستری اصفهان در سال ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ بود. نمونه‌گیری از نوع نمونه‌گیری غیراحتمالی به شیوه هدفمند و با توجه به شاخص اشباع نظری انجام شده است. به عبارتی افرادی به صورت هدفمند انتخاب شده‌اند که در رابطه با موضوع و اهداف پژوهش نمونه‌های بارزی به شمار می‌آیند و از اطلاعات ارزشمندی برخوردار باشند (گال و همکاران، ۱۳۸۳). تعداد مشارکت‌کنندگان ۳۳ نفر بود که البته پس از انجام ۲۸ مصاحبه، محقق به داده‌های تکراری رسید، ولی به منظور اطمینان بیشتر از اینکه داده جدیدی وجود ندارد، انجام مصاحبه تا ۵ شرکت‌کننده دیگر ادامه یافت. محقق ابتدا پس از شناسایی افراد خبره و آگاه به موضوع در این حوزه اعم از کارمندان، قضات، وکلا و مراجعه‌کنندگان اقدام به انجام مصاحبه کرد؛ البته با اطمینان از تمایل شخصی آنان به انجام مصاحبه در مکانی آرام با در نظر گرفتن

1. Anonymous

محدوده زمانی افراد با رعایت موازین اخلاقی و محرمانه ماندن هویت آنان، مصاحبه‌ها صورت گرفت. محقق نمونه‌ها را با توجه به خلأ نظری در شکل‌گیری نظریه انتخاب می‌کرد که به‌نوعی از نمونه‌گیری نظری نیز استفاده شده است. از بین این افراد ۱۰ نفر زن و ۲۳ نفر مرد بودند که ۸ نفر قاضی، ۸ وکیل، ۱۲ کارمند معمولی و ۵ مراجعه‌کننده بودند و متوسط رنج سنی بین ۲۴ تا ۶۸ سال بود. مدت مصاحبه بین ۱۵ تا ۶۰ دقیقه متغیر بود.

ادبیات پژوهش و پیشینه تحقیق با روش کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده است و در اجرای پژوهش، روش گردآوری اطلاعات میدانی است. با استفاده از مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته، مشاهدات میدانی و بررسی مستندات، اطلاعات لازم برای این پژوهش جمع‌آوری و با استفاده از نرم‌افزار Maxqda18 به تشخیص مقوله‌ها، مضمون‌ها و برقراری رابطه میان آن‌ها پرداخته شده است. در این تحقیق روش تجزیه و تحلیل داده‌ها براساس کدگذاری باز، محوری و انتخابی است. مرحله نخست کدگذاری باز؛ "فرایندی تحلیلی است که با آن مفهوم‌ها شناسایی و ویژگی‌ها و ابعاد آن‌ها در داده‌ها کشف می‌شود" (استراوس و کوربین، ۲۰۰۸). هدف از کدگذاری محوری، تلفیق داده‌هایی است که در مرحله کدگذاری باز خرد شده‌اند. کدگذاری انتخابی؛ با ادامه مصاحبه‌ها و مشاهدات، مقولات مختلف در قالب‌هایی دسته‌بندی می‌شوند. به‌طوری‌که برخی مقولات به‌عنوان موجبات علی برای تحقق مقوله اصلی مشخص، برخی به‌عنوان عوامل زمینه‌ای و محیطی و برخی نیز به‌عنوان راهبرد و عواقب و پیامدها مشخص می‌شوند. بدین طریق، مدل کلی اولیه نظریه برخاسته از داده‌ها برای محقق آشکار می‌شود.

شیوه‌گراند تئوری به روش استراوس و کوربین (۲۰۰۸) یک مدل پارادایمی است که ۴ مؤلفه شرایط علی، زمینه، عوامل مداخله‌گر، کنش و کنش متقابل و پیامدها را بررسی می‌کند.

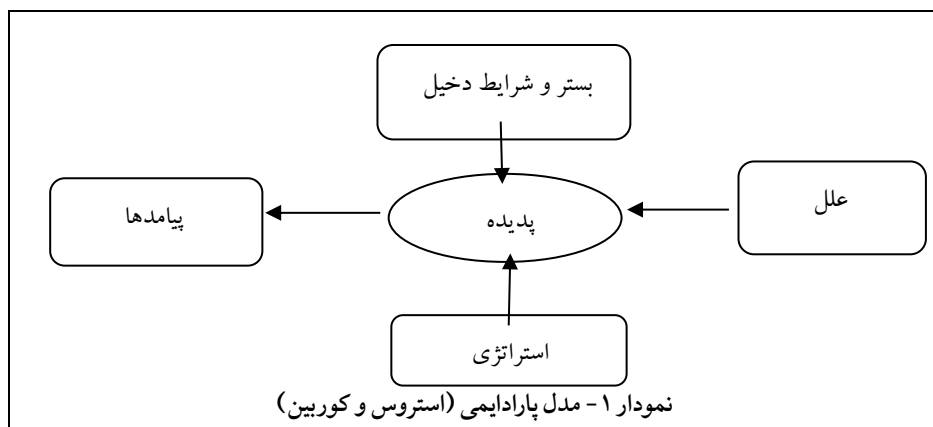
پژوهش کیفی در صورتی روا و دارای اعتبار است که از سه نوع خطا مراقبت کند؛ قائل شدن به یک رابطه یا اصل در جایی که چنین رابطه یا اصلی وجود ندارد (خطای نوع اول)، رد وجود یک رابطه یا اصل در جایی که در حقیقت وجود دارد (خطای نوع دوم) و طرح پرسش‌های نادرست (خطای نوع سوم) (کرسول و همکاران، ۱۳۹۴). برای سنجش روایی مطالعه کیفی روش‌های مختلفی مورد استفاده قرار می‌گیرد که در حین آن فرایند صورت می‌پذیرد و نتیجه آن افزایش اعتبار یافته‌ها و نتایج به‌دست آمده است. روش‌هایی چون مثلثی کردن، بررسی زوجی، روش‌های بررسی‌های اعضا و ممیزی کردن از سوی یک داور و روش نسبی روایی محتوایی^۱ برای سنجش روایی مورد استفاده قرار می‌گیرد (عباس‌زاده، ۱۳۹۱). به‌منظور حصول اطمینان از درستی و صحت داده‌ها، محقق متن

1. Content Validity Ratio (CRV)

گفته‌ها را به رؤیت افراد رسانید تا صحت فهم و درک محقق را تأیید کنند. البته محقق پیش از ورود به میدان مصاحبه به‌منظور اخذ تجربه در این خصوص مطالعه کرده و چند مصاحبه آزمایش انجام داده است.

ابزار گردآوری اطلاعات در تحقیق حاضر مصاحبه نیمه‌ساختاریافته می‌باشد که به مصاحبه نیمه‌سازمان‌یافته یا غیرسازمان‌یافته نیز معروف است و به‌عبارت دیگر مصاحبه ژرف یا عمیق محقق و شرکت‌کنندگان درباره پدیده مورد بررسی می‌باشد. در این نوع مصاحبه محقق بدون تلاش برای جهت دادن به گفت‌وگو، سعی می‌کند به دنیای تجربیات افراد دست یابد و محقق با استفاده از سؤالات باز و روشن به شرکت‌کنندگان در توصیف تجربیات‌شان کمک می‌کند و جمع‌آوری داده‌ها تا رسیدن به مرحله اشباع ادامه می‌یابد (استربرگ، ۲۰۰۲).

در تحلیل داده‌ها در روش گراند تئوری سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی توسط استراوس و کوربین (۲۰۰۸) تکامل و ارتقا یافته‌اند. نظریه برخاسته از داده‌ها رویه‌هایی را برای طبقه‌بندی فراهم می‌کند (کدگذاری باز) طبقات را به یکدیگر مرتبط می‌کند (کدگذاری محوری) طبقات را به یکدیگر مرتبط می‌سازد و در پایان (کدگذاری گزینشی) مجموعه‌ای از استدلال‌ات تئوریک و گزاره‌ها ارائه می‌دهد (استراوس و کوربین، ۲۰۰۸). تلاش می‌شود تا مقولات براساس الگوی پارادایمی ایجاد و کشف شوند (استراوس و کوربین، ۱۹۹۰: ۱۱۴). برای صورت‌بندی این روابط استراوس و کوربین (۱۹۹۸) مدلی پیشنهاد می‌کنند که در شکل (۱) نشان داده شده است.



یافته‌ها

در جدول (۱) بخشی از عبارات مصاحبه‌ها به عنوان نمونه آورده شده است. که در گام نخست از متن مصاحبه‌ها استخراج و در محله بعد ساده‌سازی شد. بدین ترتیب ۲۴۷ کد اولیه استخراج گردید که در مراحل بعد مورد تحلیل قرار گرفت.

جدول (۱) عبارات مستخرج از متن مصاحبه

ردیف	عبارات مستخرج
۱	به هر دو طرف آن‌ها هر دو را از باب دیدگاه عدالتی از باب دیدگاه توازن ما باید با یک چشم بنگریم با یک چشم با روی خوش با دید باز بهشان نگاه کنیم تا انشالله این معنای تکریم در واقع جایگاه خودش را پیدا کند.
۲	بعد از اینکه گوش دادیم اگر چنانچه طرف مقابلش هم آمد و دفاعی کرد تکریم در اینجا آن است که حرف هر دو را با حوصله گوش بدهیم حرف هر دو نفر را با سعه صدر گوش بدهیم نه اینکه به یک نفر را گوش بدهیم به یک نفر تندی بکنیم.
۳	ممکنه من برایه کاری مراجعه می‌کنم به یه مرجع قضایی و ممکنه این کار من اصلاً رو اصول نباشه سؤالم مفهوم برا اون سیستم نباشه، ولی جواب‌دهی اون نحوه بیان مطالب ممکنه خیلی اثرگذار باشه و من با یک رضایت از اینجا خارج بشم.
۴	یکی از عواملی که سبب تکریم ارباب رجوع می‌شود همان بحث عدالت و برابری است عدالت و برابری بین کسی که مراجعه می‌کند و کسی حالا باید در برابرش از خودش دفاع کند
۵	یکی از عوامل طرز برخورد است.
۶	به نظر من ارباب رجوع هر جا مراجعه می‌کنه حالا میاد تو دادگاه می‌خواد وارد بشه بگردنش بدنی، یا مثلاً میان یه چیزهایی توی کیفش هست اینارو اگه خوب اطلاع‌رسانی کنن مردم بدونن یه چیزهایی رو واقعاً نباید با خودشون بیارن. یا

	روی پوششون بعضی وقت‌ها اذیت می‌کنن بعضی وقت‌ها توی وسایلی که هست یا مثلاً می‌گن برو صورتت رو پاک کن یا این کارو بکن برای موضوع دیگه‌ای اومده و اضطراب داره حالا این یه چیز تشدیدکننده‌ای میشه براش.
۷	برخورد خوبی باهاشون داشته باشیم و وقتی میان مخصوصاً برای خانم‌ها بهتر هستش که مثلاً ارباب رجوع‌های خانم باهاشون بد صحبت نشه توی جامعه یه جوری باشه که وکلا و کارشناسان حد خودشون رو بدونن و خانم‌ها رو بیشتر بهشون اهمیت بدن.
۸	مهم‌ترینش یکی از مهم‌ترین عوامل، حُسن برخورد یعنی اینکه این پرسنلی که تو اون سیستم هستن حالا سیستم قضایی نحوه برخوردشون جوری باشه که نحوه پاسخ‌گویی شون، برخوردشون جوری باشه که طرف ارباب رجوع احساس رضایت بکنه.
۹	حالا همون ورودی یا اگه یه جوری باشه که از این دستگاه‌های الکترونیکی باشه به‌نظر من خیلی بهتره تا بازرسی بدنی و این چیزا.
۱۰	حُسن رفتار پرسنل و حالا سیستم‌های مراجع قضایی تو بحثمون هست مهم‌ترین عاملیه که می‌تونه تو تکریم ارباب رجوع اثر داشته باشه.

در ادامه در جدول (۲) تحلیل انجام شده در سه سطح کدگذاری باز، محوری و گزینشی آورده شده است.

جدول (۲) تحلیل مولفه‌های تکریم ارباب رجوع

کدهای باز	کدهای محوری	شرایط علی
برخورد عادلانه	حُسن برخورد	
برخورد مناسب		
همدلی و خوب گوش دادن		
تناسب بین کارمند و شغل	ساختار سازمانی	

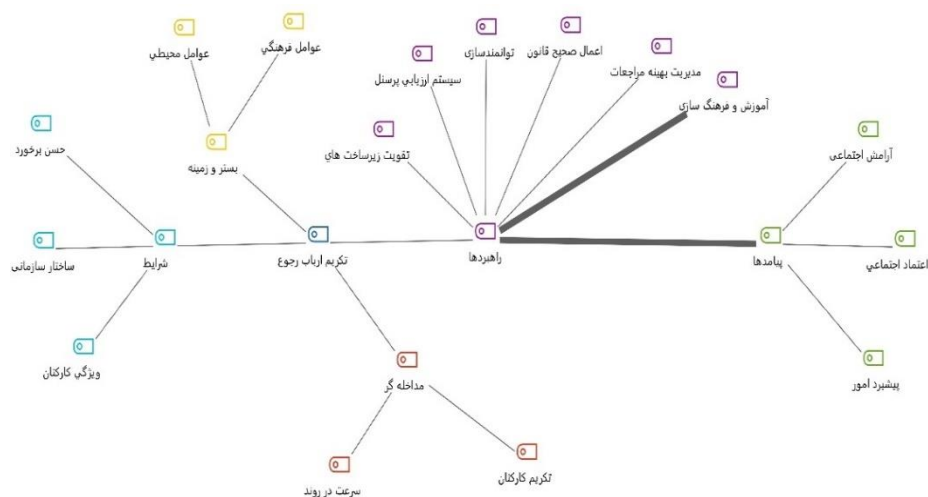
		فرایند انجام امور
	ویژگی کارکنان	داشتن صبر و حوصله
		دانش و تخصص
		احساس مسئولیت و وظیفه‌شناسی
بستر و زمینه	محیطی	فضاسازی مناسب
		آرامش محیط
	فرهنگی	آگاهی از فرآیند
		درک متقابل
		اطلاعات حقوقی
مداخله گر	سرعت در روند	خدمات الکترونیکی
		کاهش هزینه ها
		تسریع در رسیدگی
		سیستم راهنما
	تکریم کارکنان	تشویق کارکنان
		توجه به نظرات کارکنان
		تأمین حقوقی عادلانه کارمندان
راهبردها		توسعه دفاتر و مراکز مشاوره

	تقویت زیرساخت‌های تسهیلی	توسعه و تقویت سامانه‌های غیرحضوری
	سیستم ارزیابی پرسنل	نظرسنجی از ارباب رجوع
		نظارت بر رفتار پرسنل
	توانمندسازی	ارتقا دانش قضایی
		تقویت مهارت‌های ارتباطی
		تقویت مهارت‌های روانشناختی
	اعمال صحیح قانون	اصلاح اجرای احکام
		تنظیم و اجرای قانون مناسب
	مدیریت بهینه مراجعات	اصلاح فرایند اداری
		کاهش حداکثری مراجعات
	آموزش و فرهنگ‌سازی	ارتقای اطلاعات قضایی جامعه
		آموزش سواد الکترونیک
		آموزش فرهنگ ارتباط
پیامدها	آرامش اجتماعی	رضایت‌مندی
		کاهش تنش و خشونت
	اعتماد اجتماعی	احساس عدالت در جامعه

	پیشبرد امور	نگاه مثبت به دادگستری
		کاهش شکایات
		کاهش مراجعات
		تسریع در امور

مدل شماتیک به دست آمده مطابق شکل (۱) است که ضخامت خطوط حاکی از میزان فراوانی

کدها در مؤلفه هاست.



شکل (۱) مدل شماتیک تکریم ارباب رجوع به شیوه داده بنیاد

بحث در یافته‌ها

یافته‌های پژوهش نشان داد که تکریم ارباب رجوع در دادگستری شهر اصفهان از شرایطی علی شامل حُسن برخورد، ساختار سازمانی و ویژگی کارکنان ایجاد می‌شود 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 فرهنگ‌سازی کمک می‌کند که در نهایت منجر به پیامدهایی چون آرامش اجتماعی، اعتماد اجتماعی و پیشبرد امور می‌گردد که در ادامه همه مؤلفه‌های اصلی تشریح می‌شود:

۱- شرایط علی

۱-۱- حُسن برخورد

این مؤلفه شامل سه زیرمؤلفه "برخورد عادلانه"، "برخورد مناسب" و "همدلی و خوب گوش دادن" است که در این خصوص می‌توان به گفته شرکت‌کننده شماره ۱ اشاره کرد که ابراز داشت: "به هر دو طرف آن‌ها هر دو را از باب دیدگاه عدالتی از باب دیدگاه توازن ما باید با یک چشم بنگریم با یک چشم با روی خوش با دید باز بهشان نگاه کنیم تا انشالله این معنای تکریم در واقع جایگاه خودش را پیدا کند." و یا شرکت‌کننده شماره ۳، که عنوان کرد: "حُسن رفتار پرسنل و حالا سیستم‌های مراجع قضایی تو بحتمون هست مهم‌ترین عاملیه که می‌تونه تو تکریم ارباب رجوع اثر داشته باشه." همچنین شرکت‌کننده‌ای که این‌گونه بیان داشت: "بعد با دقت و با حوصله به افرادی که وارد شعبه میشن و قطعاً همه مشکلاتی دارن که وارد شعبه میشن و می‌خوان مشکلاتشون حل بشه با حوصله به حرف‌هاشون گوش بدیم" نیز اشاره کرد.

۱-۲- ساختار سازمانی

این مؤلفه شامل دو زیرمؤلفه "تناسب بین کارمند و شغل" و "فرایند انجام امور" است که در این خصوص می‌توان به گفته شرکت‌کننده شماره ۵ اشاره کرد که ابراز داشت: "وقتی که یک بایگانی چی می‌آید می‌شود مدیر دفتر ما نباید اخلاق مثلاً آنجا با همکارش اوی این پرونده را بده به من و همچنان این کلمه اوی توی مردم ما می‌بینیم که حالا مثلاً آن کلمه یک قشنگ‌تر یکم یک کوچولو می‌تواند تغییرش بدهد، ولی شخصی که از اول خواه به‌عنوان یک کارمند رسمی شعبه استخدام شده آن فرهنگ را با خودش آورده وسعی می‌کند با خودش داشته باشه همیشه" و یا شرکت‌کننده شماره ۶ که عنوان کرد: "کارش رو زودتر راه بندازی که از اونجا بره بیرون خیلی رضایت‌مندیش بیشتره و به‌نوعی تکریم ارباب رجوع میشه" نیز اشاره کرد.

۱-۳- ویژگی کارکنان

این مؤلفه شامل سه زیرمؤلفه "داشتن صبر و حوصله"، "دانش و تخصص" و "احساس مسئولیت و وظیفه‌شناسی" است که در این خصوص می‌توان به گفته شرکت‌کننده شماره ۹ اشاره کرد که ابراز داشت: "کاملاً با موضوعی که در ارتباط هستیم اطلاعات کامل‌رو داشته باشیم و بتونیم در این زمینه کمک‌شون کنیم"، و یا شرکت‌کننده شماره ۸ که عنوان کرد: "چون نیروی که به‌نظر من استخدام می‌شود چنین جاهای اول چیزی که باید در ذهنش باشد، این است که من آمدم خدمت‌گذار باشم" نیز اشاره نمود.

۱-۴- شرایط زمینه‌ای

این مؤلفه شامل دو زیرمؤلفه "فضاسازی مناسب" و "آرامش محیط" است که در این خصوص می‌توان به گفته شرکت‌کننده شماره ۱۱ اشاره کرد که ابراز داشت: "مثلاً برای موضوع ایثارگران یا جانبازانی که می‌خواستند از یک ساختمانی برند بالا چون جانباز بودند، قطع نخاع بودند یا چرخ ویلچر، بهترین تکریم ایثارگران رو اینا گذاشته بودند که بیاید یک جاده‌ای براشون درست کنید که اینا با چرخ برند بالا." و یا شرکت‌کننده شماره ۱۲ که عنوان کرد: "چیزی که من خودم شخصاً بهش معتقدم این است که باید محیطی که درش داریم این تلاش را می‌کنیم محیط آرامش باشه" نیز اشاره کرد.

۱-۵- محیطی و فرهنگی

این مؤلفه شامل سه زیرمؤلفه "آگاهی از فرایند"، "درک متقابل" و "اطلاعات حقوقی" است که در این خصوص می‌توان به گفته شرکت‌کننده شماره ۱۵ اشاره کرد که ابراز داشت: "می‌خواهیم هوشمندسازی انجام بشود، بسترسازی‌اش را انجام بدهیم همه موبایل داشته باشند همه بتوانند دسترسی به اینترنت داشته باشند" و یا شرکت‌کننده شماره ۱۳ که عنوان کرد: "اگر ارباب رجوع به این دیگه برسه و این فرهنگ‌سازی داخل جامعه ما بشه که مردم رو کارشون رو راه بندازند، دنبال نتیجه باشند، نه دنبال کاغذبازی و شعاردهی" نیز اشاره نمود.

۲- شرایط مداخله گر

۲-۱- سرعت در روند

این مؤلفه شامل چهار زیرمؤلفه "خدمات الکترونیکی"، "سیستم راهنما"، "کاهش هزینه‌ها" و "تسریع در رسیدگی" است که در این خصوص می‌توان به گفته شرکت‌کننده شماره ۱۸ اشاره کرد که ابراز داشت: "اگه توی خود ورودی‌های دادگاه یه جاهایی باشه که وقتی که مردم وارد میشن اطلاعات رو بگن که می‌تونید برید برای دفعه بعد که می‌خواید بیاید یا برای این مورد مثلاً این کارو بکنید" و یا شرکت‌کننده شماره ۱۴ که عنوان کرد: "از قبل اشخاص یا گروهی رو مثلاً باید بزارن برای همچین کاری مثلاً ارباب رجوع به اونجا رجوع کنه و مثلاً یک سری اطلاعات اولیه از اون طرف بگیره" نیز اشاره کرد.

۲-۲- تکریم کارکنان

این مؤلفه شامل سه زیرمؤلفه "تشویق کارکنان"، "توجه به نظرات کارکنان" و "تأمین حقوقی عادلانه کارمندان" است که در این خصوص می‌توان به گفته شرکت‌کننده شماره ۲۶ اشاره کرد که ابراز داشت: "پرسنلی که می‌آیند سرکار اصلاً عمده چیزی که انتظار دارند بتواند این است که امورات زندگی را خوب بگذرانند وقتی آن رعایت نشود خوب چرا باید مثلاً من بیشتر از توانیم مایه بگذارم" و

یا شرکت‌کننده شماره ۲۰ که عنوان کرد: "وقتی که برای کارشناسی زمان قراری تعیین می‌شود و حقیقاً کارشناس به بهترین نحو اون کار را انجام بدهد، ولی در قبال این باید حق الزحمه و تعرفه‌ای که برای کارشناس تعیین شده بهش پرداخت بشود" نیز اشاره نمود.

۳- راهبردها

۳-۱- تقویت زیرساخت‌های تسهیلی

این مؤلفه شامل دو زیرمؤلفه "توسعه دفاتر و مراکز مشاوره" و "توسعه و تقویت سامانه‌های غیرحضوری" است که در این خصوص می‌توان به گفته شرکت‌کننده شماره ۲۸ اشاره کرد که ابراز داشت: "از طریق آنلاین رسیدگی انجام شود، واقعاً اشخاصی که نمی‌توانند توی دادگاه حضور پیدا کند بشود آنلاین رسیدگی بکنند مانند خیلی از کشورهای دیگر این هم بسیار می‌تواند مؤثر شود." و یا شرکت‌کننده شماره ۱۶ که عنوان کرد: "یکی هم عین همان الکترونیکی که شده باز هم می‌تواند بیشتر ادامه این پیدا کند که ارباب رجوع کمتر وقتش گرفته شود" نیز اشاره کرد.

۳-۲- سیستم ارزیابی پرسنل

این مؤلفه شامل دو زیرمؤلفه "نظرسنجی از ارباب رجوع" و "نظارت بر رفتار پرسنل" است که در این خصوص می‌توان به گفته شرکت‌کننده شماره ۱۹ اشاره کرد که ابراز داشت: "درخصوص افراد میشه که خصوصی افراد را شناسایی کرد و به جلسه خصوصی باهاشون داشته باشیم و به هر جهت نصیحتی بشن، تذکری داده بشه. این بهتره" و یا شرکت‌کننده شماره ۲۰ که عنوان کرد: "باید نظرات اینارو جووری به رؤسا به مسئولان اون سیستم انتقال بدیم که آقا مثلاً تو نحوه پوشش نحوه برخورد، نحوه صحبت کردن، تناژ صحبت کردن همه اینا مؤثره توی بحث" نیز اشاره نمود.

۳-۳- توانمندسازی

این مؤلفه شامل سه زیرمؤلفه "ارتقا دانش قضایی"، "تقویت مهارت‌های ارتباطی" و "تقویت مهارت‌های روان‌شناختی" است که در این خصوص می‌توان به گفته شرکت‌کننده شماره ۱۰ اشاره کرد که ابراز داشت: "قاضی‌ها علم‌شان باید به هر حال به روز باشد" و یا شرکت‌کننده شماره ۴ که عنوان کرد: "به هر حال که احساس آرامش بکنن و چون دادگاه چون برای همه جای خیلی پُراسترسی هست، وقتی وارد می‌شن حالا نکنه می‌ریم اونجا" نیز اشاره کرد.

۳-۴- اعمال صحیح قانون

این مؤلفه شامل دو زیرمؤلفه "اصلاح اجرای احکام" و "تنظیم و اجرای قانون مناسب" است که در این خصوص می‌توان به گفته شرکت‌کننده شماره ۲ اشاره کرد که ابراز داشت: "لازمه این هست

که مسئولان امر به سری قوانینی رو سفت و سخت باید تعبیه بکنن، دال بر اینکه بتونیم قابل اجرا بکنیم " و یا شرکت کننده شماره ۲۵ که عنوان کرد: "اگر قانون اصلاح بشود، متعاقباً کاربردی تر هستش" نیز اشاره نمود.

۳-۵- مدیریت بهینه مراجعات

این مؤلفه شامل دو زیرمؤلفه "اصلاح فرایند اداری" و "کاهش حداکثری مراجعات" است که در این خصوص می توان به گفته شرکت کننده شماره ۲۷ اشاره کرد که ابراز داشت: "هماهنگی قضایی که می آید اینجا دو روز در هفته بیاید بعضی اوقات ممکنه نیاد اگر هماهنگی از قبل مثلاً من دفتریار در جریان باشم ارباب رجوع رو نمی کشونم اینجا که اینجا شلوغ بشه" و یا شرکت کننده شماره ۴ که عنوان کرد: "فرایندهایی که موجوده سیستم های اداری طبقه بندی ها نمیدونم کل سیستم رو مدنظر بگیرند و بعد یک اتاق فکری باشه که بیایند اینارو جمع بندی کنند، بگن آقا خوب ما این فرایند رو مثلاً داریم این فرایند تو این فرایند ممکنه یک سری محل های اضافه هست بیاییم اونارو کم کنیم" نیز اشاره کرد.

۳-۶- آموزش و فرهنگ سازی

این مؤلفه شامل دو زیرمؤلفه "آموزش سواد الکترونیک" و "آموزش فرهنگ ارتباط" است که در این خصوص می توان به گفته شرکت کننده شماره ۲۲ اشاره کرد که ابراز داشت: "من همچنان که گفتم این خلأ، خلأ فرهنگی است، یعنی تا وقتی که ما یاد نگیریم چطوری با همدیگر صحبت کنیم" و یا شرکت کننده شماره ۷ که عنوان کرد: "مهارت های زندگی هست تکریم با ارباب رجوع را بگذاریم، جزء مهارت های زندگی که باید آموزش ببینیم" نیز اشاره نمود.

۴- پیامدها

۴-۱- آرامش اجتماعی

این مؤلفه شامل دو زیرمؤلفه "رضایت مندی" و "کاهش تنش و خشونت" است که در این خصوص می توان به گفته شرکت کننده شماره ۲۱ اشاره کرد که ابراز داشت: "فکر می کنم که موجب میشه که این تشنج کمتر بشه بین افراد و باعث میشه که صبرشون بیشتر بشه" و یا شرکت کننده شماره ۱۷ که عنوان کرد: "وقتی یک ارباب رجوع از من به عنوان کارشناس به پرونده قضایی مرتبطه راضی باشد، قطعاً خوب از نظر روحی و روانی نسبت به نتیجه ای که حاصل می کند خیلی قطعاً می تواند اثرگذار باشد" نیز اشاره کرد.

۴-۲- اعتماد اجتماعی

این مؤلفه شامل دو زیرمؤلفه "احساس عدالت در جامعه" و "نگاه مثبت به دادگستری" است که در این خصوص می‌توان به گفته شرکت‌کننده شماره ۲۳ اشاره کرد که ابراز داشت: "با آرامش هم بیرون می‌رود و این آرامش در جامعه تأثیر می‌گذارد اگر بگویم آقا بی خود نرو مثلاً در فلان دستگاه قضایی نه برو حل کن مسئله را و ریشه‌ای هم حل کن و این اثرش است به نظر من" و یا شرکت‌کننده شماره ۵ که عنوان کرد: "دید مثبت ارباب رجوع نسبت به دادگستری پیدا می‌کنند اینکه یک نفر دارد صدای آن‌ها را می‌شنود و به نیازهایش متوجه می‌شود" نیز اشاره نمود.

۴-۳- پیشبرد امور

این مؤلفه شامل سه زیرمؤلفه "کاهش شکایات"، "کاهش مراجعات" و "تسریع در امور" است که در این خصوص می‌توان به گفته شرکت‌کننده شماره ۲۸ اشاره کرد که ابراز داشت: "اصلاً تو دادگستری ممکنه خیلی پرونده‌ها با راهنمایی با برخوردی که هست ممکنه حل و فصل بشه اصلاً" و یا شرکت‌کننده شماره ۲۴ که عنوان کرد: "مثلاً وقتی که ارباب رجوع کمتر مراجعه بکنند، کار کارمند بهینه‌تر خواهد شد، ساعت‌های اضافه کاری کمتر خواهد شد" نیز اشاره کرد.

نتیجه‌گیری

ازجمله بارزترین نمادهای احترام به حقوق شهروندی شهروندان، تکریم ارباب رجوع می‌باشد. حق هر شهروندی است که در مراجعه به سازمان‌ها، مؤسسات و ادارات دولتی و خصوصی مورد تکریم و احترام قرار گیرد. در این زمینه، نخست باید با فرایندهای اداری شفاف و قانون‌مندی مواجه شوند و خدمات موردنیاز آن‌ها در اسرع وقت و با رعایت اصول عدالت به آن‌ها ارائه گردند.

منظور از تکریم ارباب رجوع در نظام اداری این است که مکانیسم و فرایند انجام کار و نحوه برخورد با ارباب رجوع در چارچوب قانون، به گونه‌ای باشد که ارباب رجوع احساس رضایت‌مندی کند. در این خصوص می‌توان به مفاد فصل دوازدهم لایحه خدمات کشوری اشاره کرد: در این قانون به حقوق و تکالیف کارکنان ازجمله دقت، سرعت، صداقت، امانت، گشاده‌رویی، انصاف و تبعیت از قوانین و مقررات عمومی و اختصاصی دستگاه‌ها اشاره دارد. همچنین در ماده ۹۵ آن، که مربوط به اخذ رشوه و سوءاستفاده از مقام اداری است، ۴ تبصره به عنوان سازوکارهای برخورد با متخلفان و مجازات‌های مربوط به متن لایحه اضافه شده است.

در تبیین نتایج مذکور در بخش شرایط علی می‌توان گفت رضایت‌مندی و نداشتن رضایت ارباب رجوع، عمدتاً و اصولاً با کیفیت ارائه خدمات مرتبط است. کیفیت خدمات ابعاد متعدد و وسیعی دارد و دامنه آن از مناسب‌سازی فضای اداری و وجود امکانات رفاهی تا فرایند راهنمایی و

اطلاع‌رسانی، برخورد انسانی رئیس و مرئوس و مکانیسم نظارت و ارزیابی که تحقق هر یک از آن‌ها بستگی به تدابیر و شرایط خاص دستگاه دارد، محسوب می‌شود. اصولاً در هر مکانی تکریم افراد و احترام گذاشتن به افراد سبب تقویت نظام و دستگاه خواهد شد. اشخاصی که به دستگاهی مانند دستگاه قضا مراجعه می‌کنند، در صورت برخورد انسانی و مؤدب، هم اعتماد آن‌ها به دستگاه مزبور جلب می‌شود، هم نحوه کار موجب رضایت خاطر افراد می‌گردد و در صورتی که نتیجه کار مطلوب هم نباشد، رنج حاصل از آن برای اشخاص خیلی محسوس نیست. در دادگستری اصفهان مراجعان به دلیل اینکه اصفهان پایتخت فرهنگی و تمدن ایران می‌باشد، انتظارات بالایی در روابط اجتماعی دارند که برای مثال حُسن برخورد حداقل انتظار آن‌ها در مراجعه به اماکن عمومی و سازمان‌ها و به خصوص دادگستری که محل احقاق است، می‌باشد. در همین زمینه بدون شک ساختار سازمانی و نیز ویژگی کارکنان باید 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 در نهایت به مرتفع ساختن مشکل او و مهم‌تر از آن حفظ کرامت ارباب رجوع می‌شود.

در تبیین نتایج در قسمت بستر و زمینه‌ها می‌توان استنباط کرد که شرایط محیطی شامل مؤلفه‌های فضا‌سازی مناسب، آرامش محیطی بوده است که در دو بُعد مادی و انتزاعی به دست آمده 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. در مورد دستگاه قضایی چون مردم برای تظلم‌خواهی به این دستگاه مراجعه می‌کنند و از دستگاه قضا کمک می‌خواهند، طبیعی است انتظار رفتار ناشایست و برخورد بد به خصوص کسانی که قرار است عدالت را در جامعه برقرار کنند، ندارند و قضات باید در کمال ادب و انسانیت و رعایت حقوق اولیه مردم به پرونده‌های ارباب رجوع رسیدگی کنند تا بتوانند در قدم نخست حقوق ارباب رجوع و در قدم بعدی، عدالت را در رسیدگی به پرونده‌ها رعایت کنند. در خصوص زمینه‌های فرهنگی هم ملاحظه می‌شود آنچه به دست آمده مربوط به برخی عناصر فرهنگی از جمله دانش و نگرش است که تا این دو متعالی نشود، تکریم ارباب رجوع حاصل نمی‌گردد و در این زمینه تدوین منشور اخلاقی سازمان در ارتباط با مردم باید اجرا شود.

در خصوص عوامل مداخله‌گری می‌توان اذعان داشت که یکی از مواردی که ارباب رجوع‌ها احساس خرسندی و در نهایت 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، از این رو مشاهده می‌شود که دو مؤلفه سرعت در روند امور و تکریم کارکنان در بخش عوامل مداخله‌گر به دست آمده است که در این جهت تشویق و تقدیر

از مدیران و کارکنان موفق و برخورد قانونی با مدیران و کارکنانی که موجب نارضایتی مردم می‌شوند، لازم می‌باشد.

در تبیین استراتژی‌ها (راهبردهای) به‌دست آمده 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 مانند 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 در نهایت توانمندسازی آن‌ها می‌تواند راه و روش مناسب برای تدوین استراتژی‌های اثربخش در راستای تکریم ارباب رجوع باشد که شفاف و مستندسازی نحوه ارائه خدمات به ارباب رجوع و نظارت بر حسن رفتار کارکنان دستگاه‌های اجرایی در دادگستری با مردم نیز راهگشا خواهد بود.

در تبیین پیامدهای حاصل از تکریم ارباب رجوع باید گفت اگرچه انجام تکریم ارباب رجوع از وظایف شرعی و میهنی است، دارای پیامدهای مثبتی از جمله نگاه خاص 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 گستری در جامعه را نیز به ارمغان خواهد داشت. احیای معاونت فرهنگی و یا معاونت‌های راهبردی مشابه به‌منظور توجه به دغدغه‌های متفاوت مالی، روانی، خانوادگی و ذهنی کارکنان دادگستری و رصد کردن مشکلات آن‌ها، بدیهی است که به طریقه اولی می‌تواند در انگیزه‌آفرینی کارکنان و تلطیف مواضع ایشان و اصحاب دعوا مؤثر باشد.

اگرچه نتایج حاصل از این پژوهش با یافته‌های حاصل از پژوهش کشتکاران و همکاران (۱۳۹۶)، سجادی‌زند (۱۳۹۵)، نارت و همکاران (۲۰۱۹) و ورما، چاندرا و کومار^۱ (۲۰۱۹) در مؤلفه‌های حاصل و رستمی (۱۳۹۷)، اصغری و همکاران (۱۳۹۶) در برخی مقولات قرابت داشتند، اما در کلیت مدل با هم متفاوت بودند که این اکتشافی بودن مدل را می‌رساند.

یافته‌های حاصل از تحقیق، حکایت از بهبود نسبی رضایت مراجعان به دادگستری دارد. فرایند ابلاغ الکترونیکی، دادرسی الکترونیکی و امکان ارسال درخواست‌های قضایی و لوایح حقوقی به‌نحو الکترونیکی به شعب مختلف قضایی و ستادی که موجبات کاهش اطاله دادرسی و تأیید اصالت اصحاب دعوا را فراهم کرده است، از مصادیق بارز و مشهود رضایت عمومی و تکریم ارباب

رجوع است. در مقابل با بررسی میدانی به نظر می‌رسد استقرار میزهای خدمت در هریک از طبقات مختلف دادگستری اصفهان و با توجه به ازدحام جمعیت ورودی؛ استفاده از نیروهای آموزش دیده و دارای حُسن برخورد برای هریک از میزهای خدمت، موجب راهنمایی مراجعان و کاهش سردرگمی ایشان خواهد شد. کمبود آب سردکن و استفاده از لیوان یک‌بار مصرف در بخش‌های مختلف هریک از طبقات نیز احساس می‌شد که تأسیس و راه‌اندازی آن می‌تواند به افزایش رضایت نسبی کمک کند. همچنین با توجه به نوع خدمت در دادگستری، ارتقای بخش تفتیش و انتظامات با کیفیت الکترونیکی و فضاسازی کیفی ساختمان در ایجاد آرامش روانی کارکنان و مراجعان مؤثر خواهد بود.

شایان ذکر است اینکه تکریم ارباب رجوع و در رفع حس خود کم‌بینی 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 در نهایت آرامش اجتماعی را حاصل می‌شود که همه این‌ها در کنار یکدیگر به‌علاوه احساس و مشاهده ارباب رجوع در پیشبرد امور در جهت رسیدگی به خواسته او نه تنها تکریم را سبب 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.

پیشنهادهای کاربردی

شرایط علی، بستر و زمینه، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها به‌همراه زیرمجموعه آن‌ها با محوریت و مدنظر قرار دادن نقش کلیدی عوامل حمایتی و فرهنگی می‌تواند مسیر را به‌منظور توسعه تکریم ارباب رجوع در دادگستری هموار کند. با توجه به پژوهش حاضر، پیشنهاد می‌شود تا با ارائه منشور اخلاقی کارکنان به‌عنوان یک الگو مطرح در زمینه ایجاد موفق با ارباب رجوعان و همکاران، به‌منظور بررسی شریان‌های تکریم ارباب رجوع، حمایت‌های لازم جهت توسعه تکریم ارباب رجوع در این سازمان را فراهم کرد. همچنین با توجه به نتایج پژوهش حاضر پیشنهاد می‌شود تا با افزایش آموزش مداوم کارکنان به‌منظور ارتقای مهارت‌های حرفه‌ای در رابطه با ارائه خدمات با کیفیت و معرفی نفرت برتر کلاس‌های آموزشی و اعطای پاداش به آن‌ها، تکریم ارباب رجوع در تمامی ارکان و بخش‌های دادگستری توسعه یابد. همچنین با توجه به نتایج پژوهش حاضر پیشنهاد می‌گردد تا با اختصاص دادن تلفن‌هایی جهت پاسخ‌گویی به‌صورت مستقیم به ارباب رجوعان و راهنمایی آن‌ها به‌منظور دریافت خدمات، سبب ایجاد بسترهای ارتباطی متنوع جهت رفع نیازهای مراجعه‌کنندگان شود. با توجه به نتایج پژوهش حاضر، اعطای پاداش و مزایای به‌طور غیرمستمر به کارکنان براساس نتایج نظرسنجی مراجعان، ارتقای شغلی کارکنان بر مبنای نظرسنجی از مراجعان شعب و آزمون و ارزیابی مدیران توسط کارکنان و مشتریان نیز پیشنهاد می‌شود.

منابع

الف) فارسی

- اسدی، عباس، اکبری، محمد، شناخت تأثیر قابلیت های مدیریت ارتباطات الکترونیک در اجرای طرح تکریم ارباب رجوع، فصلنامه مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند - سال ششم شماره ۲۳ - بهار ۱۳۹۷ صفحات ۱۴۴-۱۰۷.
- اصغری، حرمت؛ ذاکری، محمد و اسدی، اسماعیل. (۱۳۹۶). عوامل اثرگذار بر تکریم ارباب رجوع در حوزه بهداشت و درمان مبتنی بر قانون مدیریت خدمات کشوری، فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت منابع در نیروی انتظامی، سال پنجم، شماره (۴)، زمستان ۹۶، صص ۱-۲۴.
- آل محمد، سید امیر، تکریم ارباب رجوع و حقوق شهروندی، دو فصلنامه حقوق عمومی عدالت، سال اول، شماره یک، پاییز و زمستان ۱۳۹۵، ۱۱-۳۴ ص.
- خیرخواه، طاهره. (۱۳۹۱). تکریم ارباب رجوع در مراکز خدمات انتظامی - اجتماعی پلیس، فصلنامه توسعه سازمانی پلیس، دوره ۱۳۹۱، شماره ۴۳، زمستان ۱۳۹۱، صص ۴۵-۶۳.
- رستمی، عبدالکریم ۱۳۹۷، «بررسی میزان اثر بخشی پرسنل اداری در رضایتمندی ارباب رجوع و تحقق اهداف سازمانی» دوازدهمین کنفرانس بین‌المللی روانشناسی و علوم اجتماعی، تهران، شرکت همایشگران مهر اشراق، ۱-۱۹.
- رهنمود، فرج الله، معماری سازمان دولت گامی بنیادین در تکریم ارباب رجوع و تحول اداری شماره ۴۹، ۱۳۸۴.
- سجادی زند، پریسا ۱۳۹۵ طرح تکریم ارباب رجوع و جلب رضایت مشتریان در سازمانها برای جلوگیری از هزینههای کیفی خارجی، فصلنامه مطالعات مدیریت و کارآفرینی، ۲ (۲)، ۱۶۹-۱۶۰.
- سروری، سعید، بررسی قوانین، اقدامات و برنامه های انجام شده نظام اداری کشور برای خدمات رسانی به مردم و تکریم ارباب رجوع، فصلنامه پژوهش های معاصر در علوم مدیریت و حسابداری، سال دوم، شماره ۵، تابستان ۱۳۹۹، صفحه ۷۵-۵۳.
- سهرابی، ابوالفضل؛ نذر محمدی، محمد؛ جندقی، غلامرضا؛ اخوان، سیدحسین (۱۳۹۰). آسیب شناسی اجرای تکریم ارباب رجوع در سازمان های دولتی ایران (مورد مطالعه: سازمان های دولتی شهر قم). دومانه علمی پژوهشی دانشور رفتار، سال ۱۸، شماره ۴۷.
- عباس زاده، م. (۱۳۹۱). تاملی بر اعتبار و پایایی در تحقیقات کیفی. جامعه شناسی کاربردی (مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان)، ۲۳ (۱ پیاپی ۴۵)، ۱۹-۳۴.
- قریشی، سید میلاد؛ قریشی، سید معروف؛ شریفی، شقایق ۱۳۹۶، «بررسی عوامل بر طرح تکریم از دیدگاه ارباب رجوع» پنجمین همایش علمی پژوهشی علوم تربیتی و روانشناسی، آسیبهای اجتماعی و فرهنگی ایران، تهران، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین، ۱۰-۱.
- کرسول، جان و ویکی پالنوکالرک (1394)، روشهای تحقیق تلفیقی (جلد اول)، ترجمه عباس زارعی و محسن نیازی، چاپ اول، تهران: ثامن الحجج.

- کشتکاران، علی؛ تفت، وحید؛ کشتکاران، ویدا؛ حیدری، علیرضا؛ شاه‌محمدی، جواد؛ ده بزرگی، مریم ۱۳۹۶ ارتباط میزان اجرای تکریم ارباب رجوع با رضایت بیماران در بیمارستانهای شیراز، پی‌اورد سلامت، ۱۱ (۱)، ۱۱۵-۱۲۳.
- کلهر، منوچهر. (۱۳۸۳). مقدمات رفتار اداری. قم: انتشارات حدیث امروز، چاپ اول.
- گال مردیت، والتر بورگ و جویس گال، روش‌های تحقیق کمی و کیفی در علوم تربیتی و روان‌شناسی، ترجمه احمدرضا نصر و همکاران، تهران، سمت با همکاری دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۸۲
- محمدی، اسماعیل، (۱۳۸۲) مشتری‌مداری و تکریم ارباب رجوع. تهران: خدمات فرهنگی رسا.
- مزیدی، علی محمد، اسلامی، حسین و اشرفی، علیرضا. (۱۳۹۴). بررسی نقش روابط عمومی و تکریم ارباب رجوع بر عملکرد سازمانی، فصلنامه رسانه، دوره ۲۶، شماره ۴ - شماره پیاپی ۱۰۱، زمستان ۱۳۹۴، صص ۱۳۱-۱۴۷.
- معادی، سعید، (۱۳۸۳) تکریم ارباب رجوع. تهران: کارگزار روابط عمومی.
- میرغفوری، سیدحبیب اله؛ شفیعی رودپشتی، میثم؛ زارع احمدآبادی، حبیب، (۱۳۸۷) سنجش میزان اثربخشی تکریم ارباب رجوع در بخش عمومی با رویکرد تحلیل شکاف (مورد مطالعه: شرکت مخابرات استان یزد)، دوماهنامه علمی و پژوهشی دانشور رفتار، سال پانزدهم، شماره ۳۲، صفحه ۷۲-۵۴.

ب) انگلیسی

- Anonymous. Griffin Health Organization (2004). Patient Satisfaction Quality Indicator. www.Griffinorg.com.
- Brady, M.K. & Cronin, J.Jr. (2011). Some new thoughts on conceptualizing perceived hierarchical approach. Journal of Marketing, (65): 34-49.
- Esterberg, K. G. (2002). Qualitative Research Methods and Process. Second Edition. London: Open University Press.
- Frambach, R. T., Fiss, P. C., & Ingenbleek, P. T. (2016). "How important is customer orientation for firm performance? A fuzzy set analysis of orientations, strategies, and environments", Journal of Business Research, 69(4), 1428-1436.
- Hur, J. C., & Jang, S. S. (2016). "Toward service recovery strategies: the role of consumer-organization relationship norms", Journal of services marketing, 30 (7), 724-735.
- Lee. Kun Chang, Namho Chung, (2009). Understanding factors affecting trust in and satisfaction with mobile banking in Korea: A modified DeLone and McLean's model perspective, interacting with Computers. (21): 385-392.
- Nart, S., Sututemiz, N., Nart, S., & Karatepe, O. M. (2019). "Internal marketing practices, genuine emotions and their effects on hotel employees' customer-oriented behaviors", Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism, 18(1), 47-70.
- Paparoidamis, N. G., Tran, H. T. T., & Leonidou, C. N. (2019). "Building Customer Loyalty in Intercultural Service Encounters: The Role of Service Employees' Cultural Intelligence", Journal of International Marketing, 27(2), 56-75.
- Schwepker, C. H., & Ingram, T. N. (2016). "Ethical leadership in the salesforce: effects on salesperson customer orientation, commitment to customer value and job stress", Journal of Business & Industrial Marketing, 31 (7), 914-927.

- Verma, V. K., Chandra, B., & Kumar, S. (2019). "Values and ascribed responsibility to predict consumers' attitude and concern towards green hotel visit intention", *Journal of Business Research*, 96, 206-216.
- Strauss, A. & Corbin, J. (2008). *Basics of qualitative research*. Translated by Mohammadi, Biok, Tehran: Human Science & Cultural.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Newbury Park, CA: Sage, 3(1), 100-125.