

درباره تکریم ارباب رجوع بیشتر بدانیم



مریم ولایی عزیز

مریی مرکز آموزش بهورزی دانشکده علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی اسدآباد

اهداف آموزشی

امیداست خوانندگان محترم پس از مطالعه مقاله:

- تکریم ارباب رجوع را تعریف کنند.
- اصول خدمات مشتری را شرح دهند.

مردم داری و مشتری مداری

مقدمه

نیکوترین وجه برآن دستور داده شده است. مصادیق علمی بحث تکریم همان سیره نبوی و ائمه اطهار است که در متون اسلامی به کرات آمده‌اند. نظام سلامت که رسالت تأمین، حفظ و ارتقای سلامت را همراه با پاسخگویی به نیازهای مردم و برقراری نظام منصفانه مالی بر عهده دارد بیش از هر زمان دیگر باید به تکریم

بحث تکریم و جلب رضایت ارباب رجوع، یکی از مباحث مهمی است که امروزه در دستگاه‌های دولتی مطرح است. این موضوع از آموزه‌های مهم دینی ما بوده و در جای جای آیات کلام ا... مجید از آیه «ولقد کرّمنا بنی آدم...» در سوره اسراء تا فرمان خداوند به پیامبر عظیم الشان اسلام مبنی بر سخن گفتن با بندگان به

محصول یا خدمتی را دریافت کرده و در عوض محصول یا خدمتی را ارائه می‌دهد. به طور کلی نیازها و توقعات ارباب رجوع داخلی بیشتر حول محورهای ارائه بموقع کار، دریافت کار با کیفیت قابل قبول، انجام کارگروهی، وجود ساختار و تشکیلات سازمانی مناسب است.

وظایف سازمان در تمرکز بر نیازهای مشتری

- آگاهی از نتایج (اهداف استفاده از خدمات) و راه‌های رسیدن به نتایج
- تعیین و تعریف دقیق احتیاجات ارباب رجوع
- مشارکت ارباب رجوع در اولین زمان ممکن
- تعیین انتظارات مصرف کننده (ارباب رجوع) از خدمات

تکریم ارباب رجوع یا مشتری

اگر قرار باشد یک خدمت با کیفیت ارائه شود، توازن بین انتظارات ارباب رجوع و آنچه که می‌توان عرضه کرد، ضروری است. نگرش ارباب رجوع مداری در فرآیندها از این حیث حایز اهمیت است که هر یک از نیازهای ارباب رجوع‌ها در کلیه فرآیندهای مرتبط سازمانی مدنظر واقع می‌شوند. در واقع توجه به نیازهای ارباب رجوع‌ها در فرآیند، یک شرط لازم برای حرکت به سوی ارباب رجوع مداری است. امروزه همه سازمان‌ها دریافته‌اند که رضایت ارباب رجوع ضامن بقای سازمان است. اهمیت و توجه به این امر تا بدان جاست که رضایت ارباب رجوع مهم‌ترین عامل در

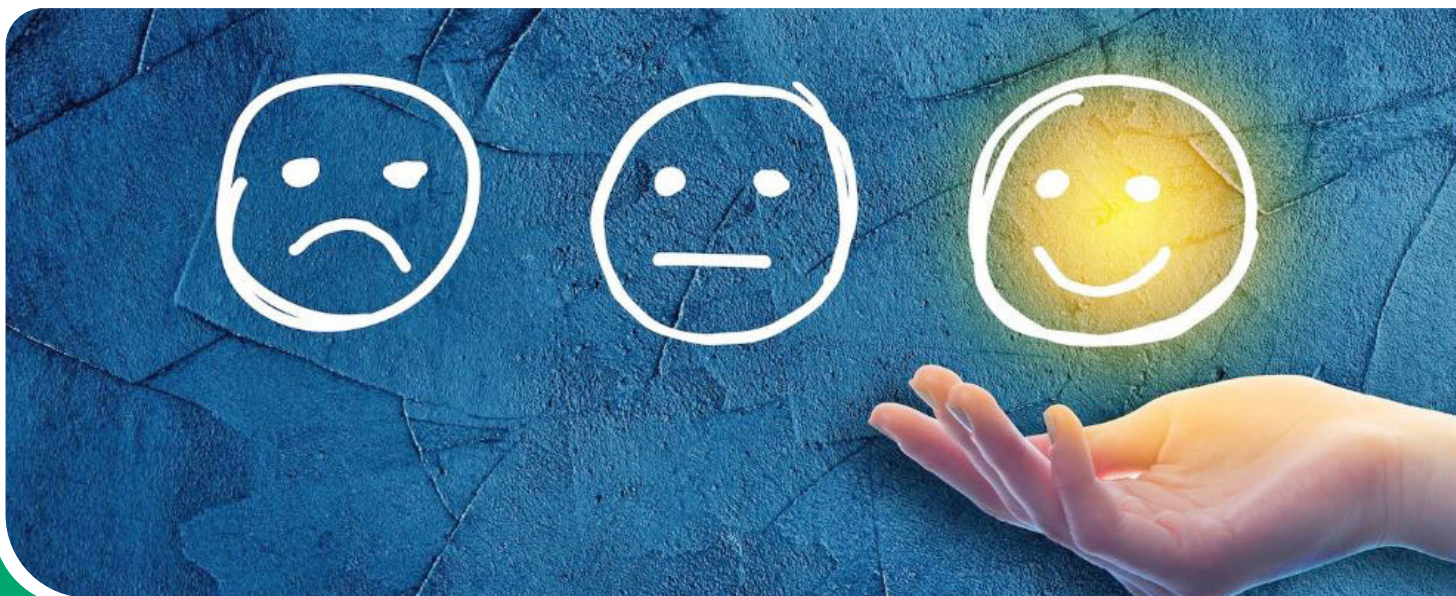
ارباب رجوع به ویژه بیماران نیازمند پرداخته و کسب رضایت بیماران، خانواده‌های آنان و سایر مراجعان داخلی و خارجی را در سرلوحه امور خود قرار دهد. تکریم ارباب رجوع به معنی احترام به ارباب رجوع، پاسخ‌گویی مناسب به درخواست‌های او و راه‌اندازی کارش در اسرع وقت است. تکریم ارباب رجوع یعنی ارائه خدمات مناسب، در کمترین زمان.

ارباب رجوع نیز کسی است که خدمت یا کالایی را اعم از داخل سازمان یا بیرون سازمان دریافت می‌کند یا به عبارتی دیگر ارباب رجوع اشخاص حقیقی یا حقوقی هستند که محصول یا نتایج یک عملکرد را مصرف می‌کنند یا به آن‌ها نیاز دارند و از آن‌ها بهره می‌برند.

انواع ارباب رجوع، نیازها و انتظارات مشتری

الف. ارباب رجوع خارجی: در بیرون از سازمان بوده و فقط محصولات یا خدمات مورد نیاز را از سازمان خریداری می‌کند به طور کلی نیازها و توقعات ارباب رجوع بیشتر حول محورهای تحویل بموقع محصول یا خدمت، قیمت مناسب در مقابل محصولات یا خدمات مشابه رقابتی، کیفیت قابل قبول و مورد اطمینان، تحویل یا دریافت محصول و خدمات مطابق با نیاز نه مشابه آن و ارائه خدمات مناسب و قابل قبول بعد از فروش یا ارائه است.

ب: ارباب رجوع داخلی: در تمام مراحل عملیات و فرآیندهای سازمان همواره یک ارباب رجوع داخلی وجود دارد که



مباحث مهندسی مجدد فرآیند کسب و کار سازمان‌ها است. توجه به تکریم ارباب رجوع در اصل ارباب رجوع مداری و جلب رضایت خدمت‌گیرندگان یا همان بحث ارتباط و پیوند با ارباب رجوع و جامعه است. به عبارت دیگر ارباب رجوع‌گرایی یعنی درک نیاز به اندازه‌گیری و برآورده کردن نیازهای ارباب رجوع در جهت جلب رضایت او و آمادگی برای نیازهای متغیر و تلاش برای ارایه کار بی‌عیب و نقص.

کیفیت به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل رشد و توسعه سازمان‌ها و رضایت مشتریان

کیفیت بهینه عبارت است از آن سطح از کیفیت که علاوه بر برآورده ساختن انتظارات مشتریان، بدون اضافه شدن ارزش محصولات، از افزایش هزینه‌ها جلوگیری کند، کیفیت، جوهر هر سازمان است.

اصول طرح تکریم

رضایت ارباب رجوع هدف اصلی بوده و مراجعه کننده برای کارمند به عنوان صاحب حق تلقی می‌شود و باید رعایت ادب و احترام در برخورد با او انجام گیرد. مدیران خود را مقید کنند تا بر اساس برنامه‌ریزی مناسب و در زمان‌های معین شده که از قبل نیز می‌توانند آن را اعلام کنند در خصوص ارایه توضیحات یا بهره‌گیری از راهنمایی‌های کارکنان، کارشناسان و در بعضی مواقع شنیدن درد دل مراجعه کنندگان، ملاقات داشته باشند.



لذا به طور خلاصه می‌توان گفت دولت با به اجرا درآوردن این طرح به دنبال مقاصد زیر است:

- افزایش اثر بخشی و کارآیی نهادها
- آشنایی مردم با قوانین و مقررات مربوط به امور جاری
- آشنایی مردم با وظایف و مسؤولیت‌های دستگاه‌ها و سازمان‌های دولتی
- آگاهی مردم از نحوه فرآیند انجام کارها
- مهیا شدن شرایط برای بیان نظرات و پیشنهادهای و شکایات مردم
- بهره‌گیری از نقطه نظرات مردم و کارشناسان جهت اصلاح روش‌های فرآیند انجام کار

ابزارهای تکریم ارباب رجوع

- شیوه نامه‌های شفاف، روشن و قابل عملیاتی شدن
- اعمال صحیح و درست ابزارهای تکریم ارباب رجوع به وسیله مدیران
- انتشار جزوات و بروشورها یا نشریاتی که نوع خدمات هر سازمان را در بر داشته باشد و انتشار آن از طریق جراید، صدا و سیما و ...
- به کارگیری افراد صبور در بخش‌های پاسخگویی
- ضرورت آموزش‌های حین خدمت بویژه آموزش‌های صحیح برخورد با ارباب رجوع در هر یک از دستگاه‌های دولتی
- پذیرش فرهنگ قبول اشتباه و خطا و عذرخواهی از ارباب رجوع در صورت محرز شدن بروز اشتباه پاسهل انگاری از طرف مدیران و کارکنان بخش‌های پاسخگویی
- رسیدگی به شکایات و انتقادات مطرح شده در کوتاه‌ترین زمان
- پاسخ‌های صحیح و منطقی، تشویق و ایجاد انگیزه از افراد پاسخگو
- وظیفه شناسی، احترام به قانون و عدم پذیرش سفارش‌های ناصحیح و ناسالم
- قرار دادن ضابطه به جای رابطه و داشتن صداقت
- تقدم منافع ارباب رجوع بر منافع خویش
- توجه به دیدگاه‌های اعتقادی اخلاقی ارباب رجوع
- تعمیق همدلی در جامعه
- اعتقاد واقعی مدیران به هنجارهای جامعه

ملزومات مدیریتی طرح تکریم ارباب رجوع

از مهم‌ترین اصول در مدیریت کیفیت و سازمان مشتری محور، نقش رهبری و مدیریت است. در طرح تکریم ارباب رجوع نیز ملزومات مدیریتی برای اجرای طرح ضروری است. این الزامات در نکات زیر خلاصه می‌شود: مدیر و سیستم مدیریتی یک سازمان بیش از کارکنان نسبت به طرح تکریم ارباب رجوع مسؤولیت دارند. مدیران هم در رفتار و ارتباطات فردی می‌بایست سر مشق و الگوی تکریم ارباب رجوع باشند و هم این‌که استقرار هر برنامه و طرح تکریم ارباب رجوع می‌بایست با رهبری آنان انجام پذیرد. الزام دیگر برای مدیریت در طرح تکریم ارباب رجوع برقراری نظام انگیزشی مناسب برای کارکنان است. مدیریت باید کارکنان فعال در این طرح را تشویق کرده و کارکنانی که کرامت ارباب رجوع را پاس نمی‌دارند به شکل مستقیم و غیر مستقیم راهنمایی یا تنبیه کند.

نقش کارکنان در طرح تکریم ارباب رجوع

کارکنان نقطه تماس ارباب رجوع با سازمان هستند. گاه برخورد مناسب یا نامناسب کارکنان تأثیری ماندگار و اساسی در فکر و احساس ارباب رجوع می‌گذارد.

نتیجه‌گیری

طرح تکریم به عنوان یک راهکار مشتری مدار در

راستای ایجاد تحول اداری کشور، باید با توانمندسازی، حمایت همه‌جانبه و انگیزش آرایه دهندگان خدمات از طریق اعمال مدیریت علمی و کارآمد، مشتریان داخلی را در اولویت قرار داده تا از طریق جلب رضایت آن‌ها، بهبود مستمر کیفیت خدمات تحقق یافته و رضایت مشتریان خارجی سازمان نیز جلب شود.

پیشنهادات

- بازنگری در فرآیندهای اجرای کار
 - کوتاه کردن فرآیندها، تجدید نظر در قوانین، مقررات و آیین‌نامه‌ها
 - حمایت و پشتیبانی از کارکنان به هنگام رویارویی با مشکلات و خطرات
 - استفاده از نظرات و پیشنهادهای کارکنان بدون در نظر گرفتن سلسله مراتب سازمانی
 - آموزش لازم به کارکنان در خصوص لزوم اجرای طرح تکریم ارباب رجوع
 - جلب رضایت مادی و معنوی کارکنان
- همچنین ایجاد تعهد در کارکنان برای انجام کار مراجعان در زمان مراجعه می‌تواند به عنوان یک گزینه مهم مورد توجه قرار گیرد. این اقدام‌ها می‌تواند زمینه تسریع کارها را فراهم ساخته و رضایت مشتریان و مراجعان را نیز تحت تاثیر قرار دهد.

منابع

- ارتقا و حفظ کرامت مردم در نظام اداری، معاونت امور مدیریت و منابع انسانی سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور
- دولت مشتری مدار، فصلنامه فرآیند مدیریت و توسعه، سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور، شماره ۶
- مشتری مداری و تکریم ارباب رجوع، اسماعیل محمدی
- اخلاق و آداب کارمندی، دکتر علی اکبر کلانتری
- فرهنگ تکریم، احمد اصل‌هاشمی
- میرزا صادقی، علیرضا و همکاران. رویکرد نوین در مدیریت منابع انسانی: آشنایی و نحوه استقرار مدیریت مبتنی بر عملکرد، جلد اول، چاپ اول، معاونت توسعه مدیریت منابع و امور
- معاونت امور مدیریت و منابع انسانی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور. مصوبات برنامه ارتقا و حفظ کرامت مردم در نظام اداری. مرکز چاپ و انتشارات موسسه آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، چاپ اول، تهران. ۱۳۷۸.
- Robert J. Poche, "Customer Loyalty: The Key to Unlocking Customer Potential and Profitability", 2001.
- 12. Bernstaion, Aaron. "Quality is Becoming job one in office, too". Business Week, April 29 , 1991. P. 52.