

به نام خداوند جان و خرد
کزین برتر اندیشه بر نگذرد

تکریم ارباب رجوع

نویسنده: سعید معادی

انتشارات موسسه کارگزار روابط عمومی

۱۳۸۳

نام کتاب: تکریم ارباب رجوع

نویسنده: سعید معادی

انتشارات: کارگزار روابط عمومی

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: چاپ آوام ۴۵۲۵۸۰۷

چاپ اول: ۱۳۸۳

شمارگان: ۳۰۰۰ نسخه

قیمت:

تمامی حقوق چاپ و نشر این اثر در انحصار موسسه کارگزار روابط عمومی است.

توزیع: میدان هفت تیر / خیابان قائم مقام / بعد از میدان شعاع / پلاک ۱۳۰ / طبقه ۵ / واحد ۲۵ /

تلفن پخش: ۸۳۱۵۲۷۰

نشانی وب: www.iranPR.org

پست الکترونیک: iranPRiranP@R.org

فهرست مطالب :

عنوان :

الف	پیش گفتار	
ب	مقدمه	
۱	جنبه های مختلف تکریم	
۷	تکریم ارباب رجوع از منظر نهج البلاغه (حق و عدالت مبنای تکریم)	
۱۱	عوامل موثر در اجرای تکریم	
۳۲	نظارت	
۳۸	روش های تکریم ارباب رجوع در نظام های اداری عصر حاضر	
۳۹	درون سازمانی	
۳۹	- بهره گیری از آموزش و نیروی انسانی در سازمان	
۴۲	- توجه به جنبه های رفاهی پرسنل	
۴۳	- نظرسنجی	
۴۵	- ارتباطات درون سازمانی	
۴۸	- برگزاری سمینارهای داخلی	
۴۸	- انتشار نشریه داخلی	
۴۹	- توجه به عوامل انگیزشی پرسنل	
۵۱	- کاستن عوامل زیان بخش و بازدارنده	
۵۲	- توجه به عوامل محیطی به عنوان عامل موثر در جلب رضایت مشتریان	
۵۴	برون سازمانی	
۵۴	- اطلاع رسانی و تبلیغات	
۵۷	- ارتباطات مردمی	
۵۹	نتیجه گیری	
۶۲	ضمیمه (طرح تکریم ارباب مردم و جلب رضایت ارباب رجوع در نظام اداری)	

پیش گفتار

تکریم ارباب رجوع از جمله موارد مهم و اساسی در نظام اداری است که به عنوان طرح جدی طی بخشنامه ای از طریق دولت محترم در جهت سامان بخشی به رفتارهای سازمانی در برخورد با ارباب رجوع به کلیه وزارتخانه ها و سازمان ها ابلاغ گردیده است که با توجه به اهمیت این موضوع و به منظور کاربردی کردن آن، در قالب کتابی تحت عنوان «تکریم ارباب رجوع» تهیه شد که به جامعه شریف و تلاشگر روابط عمومی ایران تقدیم گردیده است.

در واقع تکریم ارباب رجوع علاوه بر اهمیت و ضرورتی که در بهبود روند ارائه خدمات رسانی و سازمانی دارد، به عنوان یکی از مهمترین مسائل در مبانی اعتقادی ما نیز به شمار می رود که نویسنده با درایت و دقت تمام، مقوله تکریم ارباب رجوع و توجه به امورات مردم را در سخنان گوهر بار حضرت علی (ع) بررسی و استخراج نموده و پیوندی با شیوه های جدید تکریم ارباب رجوع و رفتار سازمانی برقرار نموده است که از این حیث جای تقدیر و تشکر فراوان دارد.

ضمن آنکه موسسه کارگزار روابط عمومی افتخار دارد با روی آوری به مباحث علمی و عملی در عرصه روابط عمومی، فضایی بهتر و مناسبتر برای فعالیت کارگزاران روابط عمومی و اعتلای هنر هشتم فراهم سازد.

مهدی باقریان

مدیر موسسه

مقدمه

واژه تکریم را اهل ادب به معنای گرامی داشتن، نیک گرامی کردن، تعظیم و توفیر، حرمت و احترام و تحیت و تسلیم آورده اند. ضمن آنکه برخی از فرهنگهای لغت از جمله "منتهی الارب"، "آندراج" و "ناظم الاطباء" در معنای تنزیه کردن از معایب و تنزیه و تعظیم مطرح کرده اند. بنابراین اگر بخواهیم معنای اخیر را مورد تعمق و تأمل قرار دهیم، خواهیم یافت که حرمت گذاری و ادای تکریم در روابط فردی و اجتماعی بویژه در نظام اداری در گرو فراهم کردن مقدمات و تمهیداتی است که در واقع به نوعی می توان این تمهیدات و این مقدمات را در مفهوم تنزیه کردن از معایب، از معنای واژه تکریم استنباط کرد. ضمن آنکه دایره شمول و در برگیری تکریم در همه عرصه های اجتماعی و روابط انسانی آن چنان وسیع و گسترده است که محدود ساختن آن در یک قالب مشخص و کلیشه ای و رو آوردن به چند کار پیش پا افتاده و معمولی، بیانگر سطحی نگری و نپرداختن به واقعیت این اصل مهم است و می توان این امر را ناشی از عدم درک صحیح از تکریم و کاربرد آن در روابط فردی و اجتماعی قلمداد کرد. بنابراین اصل تکریم را به عنوان یکی از اصول انکار ناپذیری که سیطره آن در همه ابعاد زندگی بشری ساری و جاری است، می باید به حساب آورد. و به عبارتی می توان آن را ضامن دوام و بقاء روابط فردی و اجتماعی دانست. که بشر از بدو تولد تا انقطاع از عالم این سوئی در همه ابعاد و مراتب زندگی و همچنین در روابط اجتماعی در جهت ایجاد و استمرار ارتباط با دیگران در هر سطح و هر مرتبه ای که باشد، به آن نیاز دارد.