

تکریم ارباب رجوع

تهیه کننده: اسماعیل حسنی
مدیر امور اداری و منابع انسانی

مقدمه



با پیدایش بنگاه های اقتصادی یکی از مسایلی که بسیار اهمیت پیدا کرد موضوع روابط انسانی بود که شامل چگونگی ارتباط کارکنان شاغل به کار در بنگاه های اقتصادی با یکدیگر و چگونگی ارتباط کارکنان بنگاه های اقتصادی با افراد مراجعه کننده به این بنگاه ها بود. و تعداد بسیار زیادی از بنگاه های اقتصادی به دلیل بی توجهی به این موضوع با مشکلات فراوانی از جمله از دست دادن نیروی

کار ، از دست دادن خریداران و مشتریان خود و در نهایت تعطیلی بنگاه اقتصادی و ورشکستگی روبرو شدند.

موضوع روابط انسانی و توجه به کرامت انسانی مختص زمان فعلی نیست و در زمانهای پیش از میلاد نیز این موضوع مطرح بوده است. اگر نگاهی به منشور حقوق بشر کوروش انداخته شود این موضوع مشاهده می شود.

با نگاهی به ادیان و مکاتب آسمانی بخصوص دین اسلام و همچنین سیره نبی مکرم اسلام حضرت محمد(ص) و ائمه معصومین علیهم السلام موضوع کرامت انسانی و روابط انسانی دارای جایگاه ویژه و اهمیت خاصی است و شاهد این مدعا آیه شماره ۲۹ سوره مبارکه حجر است که خداوند می فرماید: «فَإِذَا سَوَّيْتُهُ وَنَفَخْتُ فِيهِ مِنْ رُوحِي فَقَعُوا لَهُ سَاجِدِينَ» «چون آفرینش را به پایان بردم و از روح خود در آن دمیدم، در برابر او به سجده بیفتید».

جایگاه انسان در قرآن

هیچ مکتبی مانند اسلام و هیچ کتابی مانند قرآن ، در باره جایگاه و ارزش وجودی انسان سخن به میان نیاورده است. خداوند در سوره مبارکه اسراء آیه ۷۰ می فرماید:

«وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبُرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا»

«ما فرزند آدم را گرامی داشتیم و او را در خشکی و دریا به حرکت درآوردیم و به آنان از روزی های پاکیزه بخشیدیم و بر بسیاری آفریده های خود برتری دادیم»

این کرامت از آن فرزندان آدم است و شامل همه آنان می شود.



تکریم ارباب از دیدگاه حضرت علی علیه السلام

در دیدگاه امام علی (علیه السلام) خشونت با مردم و ستم بر بندگان خدا، جنگ با خدا تلقی می شود. ایشان در نامه معروف خود به مالک اشتر می نویسند:

«وَلَا تَنْصِبَنَّ نَفْسَكَ لِحَرْبِ اللَّهِ فَإِنَّهُ لَا يَدُ لَكَ بِنِقْمَتِهِ وَلَا غِيَىٰ بِكَ عَنْ عَفْوِهِ وَرَحْمَتِهِ وَلَا

تَنْدَمَنَّ عَلَىٰ عَفْوٍ وَلَا تَبْجَحَنَّ بِعُقُوبَةٍ وَلَا تُسْرِعَنَّ إِلَىٰ بَادِرَةٍ وَجَدْتَ مِنْهَا مَنُذُوحَةً؛ با خشونت نسبت به مردم، خود را در موضع جنگ با خدا قرار مده که تو را نیروی مقاومت در برابر نِقمت [و قهر] او نیست و از بخشایش و مهربانی او (خالق یکتا) بی نیاز نیستی. هرگز از گذشت و بخشایش [نسبت به رعیت] پشیمان مباش و از کیفر دادن، احساس شادی به خود راه مده و به هیچ وجه در هنگام غضب که [باعث اقدامات تند و بی مورد می گردد] ممکن است چاره و گریزگاهی بیایی، شتاب مکن.»



تکریم ارباب رجوع در کلام امام خمینی و مقام معظم رهبری

- با روی گشاده، اخلاق اسلامی و ایمان قوی با مردم برخورد کنید.
- مسئولین اداری باید رضایت خدا و عموم مردم مسلمان را در انجام وظایف و مسئولیت ها مد نظر داشته باشند نه این که رضایت خود را بر خشم عامه مردم کوچه و بازار ترجیح دهند.



مفهوم تکریم

گرامی داشتن، محترم داشتن و ارجمند شمردن است.



تاریخچه طرح تکریم و جلب رضایت مشتری

سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور بر اساس ماده یک قانون برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در تاریخ ۱۸/۱/۱۳۸۱ در خصوص ایجاد اصلاحات اداری، برنامه ای مشتمل بر هفت برنامه اصلی تحت عنوان "تحول در نظام اداری" تنظیم و به هیأت وزیران و شورای عالی اداری کشور پیشنهاد کرد.

هیأت وزیران برنامه پیشنهادی را که برنامه "ارتقا و حفظ کرامت مردم در نظام اداری" از هفتمین برنامه آن بود پس از بررسی لازم طی مصوبه شماره ۲۶۰۷۵/۴۵۰۹ در تاریخ ۸/۲/۱۳۸۱ به تصویب رساند.

شورای عالی اداری نیز طی مصوبه شماره ۱۳/۱۸۵۴۰/۱۳ در تاریخ ۲/۱۰/۱۳۸۱ "طرح تکریم و جلب رضایت ارباب رجوع" را در ۱۵ ماده واحد و ۲ بند و ۱۲ تبصره تصویب کرد.



تعاریف ارباب رجوع

معنی لغوی ارباب رجوع: مراجعه کنندگان، متقاضیان، رجوع کنندگان.
(فرهنگ فارسی معین)

ارباب رجوع: کسانی که برای درخواستی به یک اداره و یا مرکز خاصی رجوع می کنند، متقاضیان. در اینجا واژه ارباب به معنی دارندگان و صاحبان است و رجوع به عمل مراجعه کردن ارتباط دارد.

ارباب رجوع کسی است که به خدمات سازمان ما احتیاج دارد.

ارباب رجوع هر کسی که به ما مراجعه می کند ارباب رجوع است، حتی اگر یک سؤال داشته باشد.

روند تکریم ارباب رجوع



در دهه‌های گذشته در کسب و کار و تجارت يك شعار حاکم بود و آن این بود که «سر مشتری و ارباب رجوع را باید کلاه گذاشت». مشتری و ارباب رجوع نیز در معامله و تجارت برای مصون ماندن از فریب فروشنده، می کوشید تا با زیرکی خود، او را فریب دهد.

در دهه‌های بعد شعار اصلی تجارت این شد: «حق با مشتری است». مشتری به سازمان هویت می دهد و سازمان تمام تلاش و فعالیت خود را برای تأمین خواسته‌های مشتری متمرکز می کند. امروز، شعار اصلی حاکم بر تجارت و بازرگانی این شده است که «مشتری پادشاه است»، مشتری اختیارات فراوانی دارد. او تعیین کننده اصلی و داور نهایی است.

تکریم ارباب رجوع، نوعی مدیریت اسلامی است

تکریم ارباب رجوع، انسان مداری است. ارزش نهادن به انسان بعنوان ارزنده ترین موجود و بعنوان شریف ترین چیزی که خدا خلق کرده است. موجودی که در دیدگاه دین مبین اسلام اشرف مخلوقات است.

اهمیت ارباب رجوع در سازمان



- مراجعه کننده است که به سازمان ارزش و هویت می بخشد.
- مراجعه کننده تأمین کننده بخش اعظمی از نیازهای مادی و معنوی ما است.
- ما هر چه داریم از ارباب رجوع است. (ماندگاری در رقابت با دیگر رقبا و سودآوری)
- ارباب رجوع، رییس ما است چون برای ما ارزش آفرینی می کند یعنی حقوق ما از او تأمین می شود.
- اخلاق یک کارمند برای ارباب رجوع بسیار مهم است. (قانون چند ثانیه).

تعریف خریدار و مشتری



- خریدار کسی است که برای بار اول اقدام به خرید جنس و یا خدمات می کند.
- مشتری کسی است که سالیان سال از اجناس، محصولات و یا خدمات یک سازمان و یا شرکت استفاده می کند.
- اگر خریدار به مشتری تبدیل شد، آن سازمان، مؤسسه و یا ... موفق است.
- فرآیند انجام کار در ایران بسیار طولانی است و این موضوع باعث ورشکست بسیاری از شرکت ها شده است.

انواع مشتری از نظر میزان رضایت

- ۱- مشتری راضی: مشتری راضی کسی است که در حال حاضر، راضی بوده ولی هنوز جزء مشتریان ارزشی و وفادار و دائمی ما نیست. این مشتری در سطح خوبی قرار داشته ولی دمدمی مزاج بوده و رقیب ما می تواند نظر او را تغییر دهد و نسبت به سازمان ما بی تفاوت است.
- ۲- مشتری شاد: این مشتری میزان وفاداریش به شما بیشتر است زیرا شما را باور دارد و از شما نزد دوستانش تعریف می کند و مشتریان جدیدی را می آورد. ولی این مشتری توقعاتی نیز دارد که باید در ابتدا خود را آماده برآورده ساختن توقعات بعضاً نابجای او کنید و گرنه نداشتن برنامه منطقی و مدون برای برآورده ساختن او می تواند او را به مشتری ناراضی مبدل کند. برای این کار باید تخفیف های مشخص و تعیین شده ای را در نظر بگیرید.

۳- مشتری ناراضی: او به جای راضی بودن، متأسفانه در گروه مخالفان و ناراضیان شما قرار داد. زیرا شما نیازش را برآورده نکرده‌اید و رقبای شما بهتر از شما به او سرویس داده‌اند، بنا بر این تلاش کنید تا با ارائه خدمات بنیانی از ابتدا مانع نارضایتی مشتریان شوید. زیرا این قبیل مشتریان اقدامات زیر را انجام می‌دهند:

الف - مشتری ناراضی مشکلش را حداقل با ۸ نفر در میان می‌گذارد آنان را به سوی رقیب می‌برند.

ب - مشتری ناراضی اطلاعاتش را به ۲۰ نفر دیگر انتقال می‌دهد.

ج - ۹۸ درصد مشتریان ناراضی بدون شکایت و بدون اطلاع قبلی ما را ترک کرده و به سوی رقیب می‌روند.

۴- مشتریان شیفته: آنان مشتریان متعصب و پر و پا قرص سازمان شما هستند و با اصرار دیگران را به سوی سازمان شما می‌کشاند. حتی از خودشان هزینه می‌کنند تا سازمان شما را به شهرت برسانند. آنان ارزشمندترین مشتریان شما هستند و باید با استفاده از شیوه‌های نافذ رهبری و از طریق جلب قلوب و نفوذ در دلها، آنان را جذب سازمان کرده، زیرا آنان بعداً جزء مشتریان وفادار خواهند شد.

۵- مشتریان خشمگین: عملکرد شما و سازمانتان نه تنها موجب رضایت آنان نشده بلکه آنان را ناراحت و حتی خشمگین کرده است. این نوع مشتریان در پی انتقام‌گیری بوده و برای نابودی شما تلاش می‌کنند و کمترین خواسته آنان محو شما و سازمانتان از صحنه است. برای نابودی شما، وجود مقدار بسیار کمی از این نوع مشتری فوق العاده خطرناک است به طوری که برای نابودی و از بین بردن شما چند نفر از اینها کافی است. لذا نباید بگذارید مشتری به این حد خشمگین شود.

نحوه برخورد با هر يك از این مشتریان به دلیل ذهنیتی مثبت و منفی که آنها از ما دارند بسیار متفاوت است. هنگامی که آن را نظام بخشیدم و از روح خود در آن دمیدم، برای او سجده کنان در افتید. (سوره ۳۸ آیه ۷۲)

چند پیام بسیار مهم

- ارائه خدمات مطلوب به ارباب رجوع، مربوط به مدیر یک مجموعه است.
- تکریم ارباب رجوع نشأت گرفته از فرهنگ جامعه است.
- هیچ چیزی در دنیا نمی‌تواند به شما خدمت کند مگر این که شما به مردم خدمت کرده باشید. (برگشت نتیجه کار)
- کلید راضی کردن مشتریان، در دست مدیریت صحیح منابع انسانی است (چینش صحیح نیروها)
- کارمند عزیز، لطفاً خود را به جای ارباب رجوع بگذارید.
- تبسم يك زبان همگانی است که مردم سرتاسر دنیا آن را درك می‌کنند.



- یکی از شاخص های ارزیابی یک شرکت و یا سازمان موفق، تعداد ارباب رجوعی است که از کالاها و یا خدمات آن استفاده می کنند.
- ارباب رجوع رئیس رئیس است.
- شکایات ارباب رجوع را به حساب پیشنهادات آنان بگذارید.
- باور «شاید ارباب رجوع درست می گوید» به راستی اعجاز می کند.
- دلسوزی نکردن نسبت به ارباب رجوع، باعث هلاکت سازمان است.
- خیلی از موارد پرخاشگری ارباب رجوع در سازمان، ناشی از بی اعتمادی وی نسبت به انجام کار صحیح توسط کارکنان آن سازمان است.
- اعتمادسازی سالیان سال طول می کشد و بی اعتمادی در ظرف چند ثانیه.
- اگر بخواهیم خوب کار کنیم و خدمات ما قابل پذیرش از سوی ارباب رجوع باشد، باید نگاهمان نسبت به ارباب رجوع تغییر کند.
- همه اعضای یک سازمان باید در جهت تحقق اهداف سازمان تلاش کنند و کارها نباید قائم به فرد باشد (وجود نقشه راه برای یک سازمان)



- بسیاری از بی اعتمادی های به وجود آمده در میان ارباب رجوع یک سازمان، مدیریت های غلط اعمال شده در سالهای حضور آنان در عرصه مدیریت است.
- نسل الان از نسل گذشته باهوش تر و توانمندتر است. پس نحوه ی برخورد با ارباب رجوع بسیار مهم است.
- سازمانهای ضعیف و قوی (مثال نحوه خوابیدن گرگ و شیر)
- علت پیشرفت ژاپنی ها تلاش در جهت منافع خود است به همین خاطر نسبت به ارباب رجوع بسیار متواضع هستند.
- باید سطح ارائه خدمات به ارباب رجوع تغییر یافته و افزایش یابد.

پیام آخر

- تکریم ارباب رجوع، یک شعار نیست، بلکه ضرورتی است که باید سازمانها آن را پیاده کنند.
- ارباب رجوع در هر شرایطی باید مورد تکریم قرار گیرند.