

بررسی وضعیت اجرای طرح تکریم ارباب رجوع در گزینش داوطلبین استخدام در ارتش جمهوری اسلامی ایران

داوود غفوری*^۱
محمد مهدی تنعمی^۲
شعبان مرادی^۳

چکیده

بعد از پیروزی انقلاب اسلامی لزوم ایجاد دگرگونی در نظام اداری کشور و دستیابی به نظام مطلوب صحیح و کارآمد در جهت سرعت بخشیدن به حل و فصل امور، آسان‌سازی در اجرای برنامه‌های توسعه و ... همواره مورد تاکید مقامات و مسئولین کشور بوده؛ بر همین اساس برنامه تحول در نظام اداری حول محور «ارتقاء و حفظ کرامت مردم در نظام اداری» به تصویب هیئت محترم وزیران رسید و در سازمان‌ها به معرض اجرا گذاشته شده است. تحقیق حاضر با هدف سنجش میزان رضایت داوطلبین استخدام دانشگاه‌های افسری ارتش جمهوری اسلامی ایران از فرایند جذب و گزینش بر اساس طرح تکریم ارباب رجوع، با نگرشی بر آموزه‌های دینی انجام شده است. بدین منظور ۷ فرضیه بر اساس مطالعه ادبیات تحقیق و بر مبنای مولفه‌های تصویب‌نامه طرح تکریم ارباب رجوع استخراج و مورد آزمون قرار گرفت. جامعه آماری تحقیق شامل داوطلبین استخدامی دوره ۴ ساله ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۳ دانشگاه‌های افسری آجا می‌باشد. گردآوری داده‌ها از طریق پرسشنامه صورت گرفته و جهت آزمون فرضیه‌ها از آزمون‌های فیشر و توکی و تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار آماری SPSS استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان داد که تفاوت بین میانگین پاسخ‌ها از سال ۹۰ تا ۹۱ و همینطور از سال ۹۱ تا ۹۲ معنادار می‌باشد، لیکن این تفاوت از سال ۹۲ تا سال ۹۳ معنادار نبوده و این به معنای بهبود کلیه موضوعات مطروحه در فرضیه‌ها در طی ۳ سال (از ۹۰ تا ۹۲) در عین عدم بهبود از موضوعات مذکور از سال ۹۲ تا ۹۳ می‌باشد.

واژه‌های کلیدی

ارتش جمهوری اسلامی ایران (آجا)، تکریم ارباب رجوع، کرامت، نظام اداری، پاسخگوئی

^۱ - عضو هیئت علمی دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری

^۲ - عضو هیئت علمی دانشگاه تهران

^۳ - عضو هیئت دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری

مقدمه

تکریم ارباب رجوع از مسائل مهم اخلاق حرفه‌ای در مدیریت بخش عمومی است (قراملکی، ۱۳۹۲). اکثر سازمان‌ها و مؤسسه‌ها برای بهبود فعالیت خویش و هماهنگی هر چه بیشتر با اجتماع، به سوی نتایج پژوهش‌ها و سنجش افکار عمومی روی آورده و به این نتیجه رسیده‌اند که دیدگاه‌های مردم و ارباب رجوع می‌تواند نقش بسزایی در بالا بردن سطح کیفیت و بهبود روشها و همکاری مستمر آنان داشته باشد (حسینی مقدم، ۱۳۹۱). توسعه اقتصادی پایدار در جهان امروز در گرو تعامل بخش‌های صنعت و خدمات است. تنوع و گستردگی بخش خدمات، از جمله خدمات فردی و اجتماعی، خدمات حرفه‌ای و تخصصی، خدمات تجاری و بازرگانی و خدمات عمومی و دولتی به نقش و اهمیت مدیریت خدمات افزوده است. لذا رفاه فردی و اجتماعی در حال و آینده به کمیت و کیفیت توسعه یافتگی بخش خدمات بستگی دارد. خدمات عبارت از کردارها، فرایندها و عملکردهاست و بیانگر یک خدمت تجربه‌ای ناملموس و زود مصرف و زایل شدنی برای یک مشتری است (فیتزسیمونز، ۲۰۰۱). در عصر فوق رقابتی امروز هیچ سازمانی بدون توجه به نیازها و خواسته‌های مشتریان و جلب رضایت آنها نمی‌تواند به موفقیت دست یابد (نایب‌زاده و فتاحی، ۱۳۸۸). امروزه یکی از ارکان اساسی رقابت در سازمان مشتری‌مدار، کسب رضایت مشتری است زیرا محرک اصلی برای سازمان‌هایی که به دنبال بهبودی عمده در مسیر پیشرفت خویش هستند همانا مشتریان آن سازمان می‌باشند. واضح است که بدون مشتری هیچ کسب و کاری قادر به ادامه حیات نمی‌باشد این در حالی است که رضایت و وفاداری مشتری از طریق ارائه محصولات یا خدمات با کیفیت بالا تضمین می‌شود.

سازمان‌ها باید به تقاضاهای روزافزون شهروندان، تشکل‌های علمی، گروه‌های ذینفع، نهضت‌های اجتماعی، مطبوعات، وسایل ارتباط جمعی و غیره پاسخگو باشند. پاسخگویی و تکریم ارباب رجوع در همه سازمان‌ها نقش محوری و اساسی دارد و بسیاری از مدیران و مسئولان خواستار آنند که کارکنان در این زمینه از قدرت خود در برابر ارباب رجوع سوءاستفاده نکنند. بر خلاف گذشته، امروزه شعار اصلی حق با مشتری است. مشتری به سازمان هویت می‌دهد و سازمان تمام تلاش و فعالیت خود را برای تأمین خواسته‌های مشتری متمرکز می‌کند. 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 (عبداللّه‌زاده، ۱۳۸۲).

از ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی، ایجاد تحول در نظام اداری کشور و نیل به نظام مطلوب، صحیح و کارآمد در جهت تسریع در حل و فصل امور، تسهیل در اجرای برنامه‌های توسعه و ارائه خدمات مورد نیاز به مردم با کیفیت مطلوب، همواره مورد تاکید مقامات و مسئولین کشور بوده است (رحیمی، ۱۳۸۱). در این راستا، به منظور ایجاد تحول در نظام اداری کشور و نیز بررسی علمی و دقیق اقدامات در سازمان امور اداری و استخدامی کشور، برنامه‌ای تحت عنوان "برنامه تحول در نظام اداری کشور" تنظیم و به تصویب شورای عالی اداری و سپس هیات وزیران رسید. این برنامه مشتمل بر ۷ برنامه اصلاحات اداری، موضوع نامه شماره ۱۰۵/۲۰۰۶۵ مورخ ۱۳۸۰/۱۱/۲۹ سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، به قرار زیر است که می‌بایستی توسط دستگاه‌های دولتی اجرا گردد:

(۱) برنامه منطقی نمودن اندازه دولت؛ (۲) برنامه تحول در ساختارهای تشکیلاتی دولت؛ (۳) برنامه تحول در نظام‌های مدیریتی؛ (۴) برنامه تحول در نظام‌های استخدامی؛ (۵) برنامه آموزش و بهسازی نیروی انسانی دولت؛ (۶) برنامه اصلاح فرآیندها، روش‌های انجام کار و توسعه فن‌آوری اداری؛ (۷) برنامه ارتقاء و حفظ کرامت مردم در نظام اداری.

در همین راستا و در جهت رضایت مردم از خدمات دستگاه‌های دولتی و نیز به کارگیری مولفه‌هایی از قبیل: سرعت، صحت و دقت در انجام کار مراجعان، چگونگی رفتار و برخورد با خدمت گیرندگان و اطلاع رسانی مناسب، برنامه ارتقاء و حفظ کرامت مردم در نظام اداری به عنوان یکی آر برنامه‌های هفتگانه تحول اداری در جلسه ۱۳۸۱/۰۱/۲۵ شورای عالی اداری مورد تصویب قرار گرفت. مصوبه مربوط، تحت عنوان «طرح تکریم مردم و جلب رضایت ارباب رجوع در نظام اداری» با شماره ۱۳/۱۸۵۴۰. ط تاریخ ۱۳۸۱/۰۲/۱۰ به کلیه وزارتخانه‌ها، موسسه‌ها، شرکت‌های دولتی و شرکت‌هایی که شمول قانون بر آنها مستلزم ذکر یا تصریح نام است، بانک‌ها، شهرداری‌ها، نهادهای انقلاب اسلامی و سایر دستگاه‌هایی که به نحوی از بودجه عمومی دولت استفاده می‌کنند، ابلاغ شد. که اهم اهداف این طرح عبارتند از:

(۱) شفاف‌سازی و مستندسازی نحوه ارائه خدمات به مردم. (۲) اطلاع‌رسانی مناسب به مراجعین (داوطلبین) در زمینه‌ی نحوه ارائه خدمات. (۳) تدوین منشور اخلاقی سازمان به منظور ایجاد برخورد مشوقانه و مناسب با ارباب رجوع. (۴) بهبود و اصلاح روش‌های ارائه خدمات به مردم (۵) نظارت بر حسن رفتار کارکنان دستگاه‌های اجرائی با مردم (۶) تشویق و تقدیر کارکنان و برخورد قانونی با مدیران و کارکنانی که موجبات نارضایتی مردم را فراهم

آورده‌اند. لازمه تحقق اهداف این طرح همراهی و اقدام عملی مدیریت و کارکنان سازمان‌ها در جهت شناسایی و پاسخ‌گویی به نیازهای ارباب رجوع می‌باشد (میرغفوری و سایرین، ۱۳۸۷).

مشکل اساسی بسیاری از سازمان‌ها در کشور اعم از بخش دولتی و خصوصی عدم توجه به اصل مشتری‌مداری و ارباب رجوع می‌باشد که این خود به نوعی موجب عدم کارایی و اثربخشی و در نهایت عدم بهره‌وری در سازمان‌ها شده و از سوی دیگر موجب نارضایتی مردم می‌شود. بنابر این با توجه به مصوبه هیات محترم دولت و بخشنامه‌های صادره مبنی بر تکریم ارباب رجوع از یکسو و هم‌چنین مأموریت آجا و خصوصاً دانشگاه‌های افسری در تربیت و آموزش فرماندهان و مدیران آینده، ضروریست به بحث طرح تکریم ارباب رجوع در همه زمینه‌ها (چه داخل سازمان و چه خارج سازمان) توجه ویژه‌ای شود. دامنه تعامل ارتش جمهوری اسلامی ایران با آحاد مردم گسترده، متنوع و مستمر می‌باشد یکی از عرصه‌های این تعامل که جلوه ویژه‌ای دارد زمان جذب و گزینش جوانان کشور جهت پیوستن به دانشگاه‌های افسری آجا است. این مرحله برای بسیاری از داوطلبین اولین برخورد مستقیم با آجا می‌باشد و از اهمیت به سزایی برخوردار است. بنابر این تحقیق حاضر تلاش نموده طرح تکریم ارباب رجوع را در بر اساس محورهای اساسی مندرج در مصوبه هیات محترم دولت در هنگام فرایند گزینش داوطلبان استخدامی دانشگاه‌های افسری آجا مورد سنجش و ارزیابی قرار دهد.

مروری بر مبانی نظری

الف) حرمت و کرامت انسان در اسلام

کرامت؛ در لغت به معانی مختلفی از جمله بزرگی ورزیدن، بزرگی و ارجمندی و بخشندگی آمده است. و لذا بزرگی و ارجمندی و بخشندگی از خصایص ذاتی انسان است و این ویژگی در میان موجودات عالم تنها زینده انسان است (زارعی، ۱۳۸۱: ۲۴). سلوک شایسته با دیگران در اعتقادات دینی مسلمانان جایگاه ویژه‌ای دارد و از سوی دیگر کرامت، موهبتی الهی است که در وجود انسان به ودیعه گذاشته شده است (حریری و حق جو، ۱۳۹۱).

اسلام برای انسان اهمیت بسیار قائل است، برای نمونه قرآن ارزش انسان را با تمامی انسان‌های روی زمین مساوی می‌داند و می‌فرماید: اگر کسی انسانی را بکشد مثل آن است که تمام انسانها را کشته باشد و هم چنین اگر کسی شخصی را که در شرف مرگ است نجات دهد، همانند آن است که جهانی را زنده کرده باشد (سوره مائده، آیه ۳۲). قرآن در سوره بقره اولین درجه‌ای را که به انسان می‌دهد درجه «خلیفه اللهی» است. به ملائک خطاب شد: «إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً - من در زمین خلیفه‌ای خواهم گماشت» (سوره بقره، آیه ۳۰). بالاتر از این، آن که در

همین سوره چند آیه بعد می‌فرماید؛ «وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا - و خداوند تمامی اسما را به آدم آموخت». یعنی انسان مظهر اسما و صفات حق شد و همه آنها در آدم جلوه کرد. امتیاز و درجه دیگری که قرآن برای انسان بیان می‌فرماید این‌که؛ «وَنَفَخْتُ فِيهِ مِنْ رُوحِي فَقَعُوا لَهُ سَاجِدِينَ». یعنی وقتی از روح خود در انسان دمیدم و انسان کامل شد به فرشتگان امر نمودم که به آدم سجده کنید همگی سجده کردند مگر ابلیس که به خاطر تکبرش سجده نکرد. این مطالب می‌رساند که خداوند به انسان می‌فرماید: ای انسان! هر کس با تو مبارزه کند رانده درگاه من است و از دیده‌ی من او مستبکر است و ... (مظاهری، ۱۳۸۲).

یکی از نشانه‌های بارز کرامت انسان آیه مبارکه «تَبَارَكَ اللَّهُ أَحْسَنُ الْخَالِقِينَ» (سوره مؤمنون، آیه ۱۴) است که مطابق این آیه شریفه خداوند از اینکه انسان را خلق کرد، خرسند شد و خویشتن را تحسین گفت (حریری و حق جو، ۱۳۹۱). کرامت انسانی و برتری آن بر موجودات دیگر امتیاز دیگری است که خداوند به انسان داده است؛ «وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا - و به راستی ما فرزندان آدم را گرامی داشتیم و آنان را در خشکی و دریا [بر مرکب‌ها] نشانیدیم و از چیزهای پاکیزه به ایشان روزی دادیم و آنها را بر بسیاری از آفریده‌های خود برتری دادیم» (سوره اسراء، آیه ۷۰). این آیه تشبیه معقول به محسوس است بدین صورت که اگر شما کسی را دوست داشته باشید و بخواهید ارادت و لطف خود را به او نشان دهید، او را مهمان می‌کنید و ... سر انجام می‌کوشید بهترین و بالاترین نوع احترام را به او بگذارید. خداوند می‌فرماید؛ ما نیز به انسان چنین کرده‌ایم (مظاهری، ۱۳۸۲). هم‌چنین در تأیید نیکویی خلقت انسان و کرامت وی، سوره تین آیه ۴ نیز نشانه دیگری است که در آن آیه خداوند می‌فرماید: «لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ - که ما انسان را در بهترین صورت و نظام آفریدیم».

امیرالمؤمنین، علی (ع) پیرامون شخصیت انسان می‌فرماید؛ «شرافت و احترام مومن از احترام کعبه، بیشتر است». باز در جای دیگر می‌فرمایند؛ «مومن از جهت شخصیت و احترام نزد خداوند از ملک مقرب، مقرب‌تر است» (مظاهری، ۱۳۸۲). رعایت «حرمت انسان»، بنیادی‌ترین ارزش نظام تکریم ارباب رجوع است. حکومت اسلامی در تعیین نظام ارزشی خود، به تصویری خاص از انسان متکی است. بر طبق این تصویر، هر فرد حرمت انسانی دارد. به عبارت دیگر، حرمت انسان به معنای توانایی روحی او برای آگاهی نسبت به خود و پذیرش مسوولیت در تعیین راه زندگی خویش است. حاکمیت اسلامی با به رسمیت شناختن حرمت انسان به مثابه پایه‌ای‌ترین ارزش، این هدف را دنبال می‌کند که برای همه شهروندان خود، به شیوه‌ای یکسان، آزادی و شکوفایی شخصیتی را برای تحقق مسولانه زندگی میسر و پیش شرط‌های اجتماعی آن را فراهم کند. بنابر این دستگاه دیوان سالاری در نظام اسلامی وظیفه‌ای بس خطیر دارد و

آن حفظ حرمت شهروندان در تمامی ابعاد آن است. یکی از این مصادیق مهم، تکریم انسان در مقام ارباب رجوع است (رهنورد، ۱۳۸۴).

مدیران و کارکنان سازمانها [باید] بدانند که با چنین انسان و شخصیتی روبه رو هستند؛ انسانی که خداوند متعال بر روی او، بسیار سرمایه‌گذاری کرده است و همه هستی را آفریده تا او به تکامل برسد. در واقع هر کس در مواجهه با هر انسانی باید بداند که با عصاره‌ی همه هستی، رو به روست و وظیفه دارد تا با خدمت‌گزاری به او، زمینه تکاملش را فراهم سازد. این همه تأکیدی که اسلام در خصوص شخصیت انسان کرده از آن روست که این موجود، گل سر سبد هستی است و نباید با رفتارهای نسنجیده آن را رو به افسردگی برد و خشکاند. خدمت به چنین آفریده‌ای، خدمت به خدا و احترام به خلقت اوست (مظاهری، ۱۳۸۲).

ب) کرامت و ارزش انسان در قانون اساسی

از نظر قانون اساسی جمهوری اسلامی، اصول دوم و سوم، کرامت و ارزش والای انسان و آزادی توأم با مسؤولیت در برابر خدا که از راه نفی هر گونه ستمگری و ستم‌کشی و سلطه‌گری و سلطه‌پذیری قسط و عدل و استقلال سیاسی و اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی و همبستگی ملی را تأمین می‌کند دولت را موظف کرده که محیط مساعدی را برای رشد فضایل اخلاقی براساس ایمان و تقوا و مبارزه با کلیه مظاهر فساد و تباهی و محو هر گونه استبداد و خودکامگی و تأمین آزادی‌های سیاسی و اجتماعی در حدود قانون و رفع تبعیضات ناروا و ایجاد امکانات عادلانه برای همه در تمامی زمینه‌های مادی و معنوی فراهم آورد. فصل سوم قانون اساسی شامل اصول نوزدهم الی چهل و دوم به «حقوق ملت» اختصاص یافته است. در اصول ۱۹ و ۲۰ قانون اساسی به تساوی حقوق افراد و برخورداری از حمایت قانونی با رعایت موازین اسلامی و عدم امتیازدهی افراد بر یکدیگر از حیث زبان، نژاد و رنگ اشاره شده است. بر اساس اصل ۲۲ قانون اساسی حیثیت، جان، مال، حقوق، مسکن و شغل اشخاص از تعرض مصون است (مهرانفر، ۱۳۸۹). در راستای رعایت کرامت ذاتی انسان اصول دیگری در قانون اساسی وجود دارند که حقوق بنیادینی را برای مردم در قلمرو سیاسی، قضایی، اداری و اقتصادی تضمین کرده‌اند از جمله:

اصل پنجاه و ششم؛ «حاکمیت مطلق بر جهان و انسان از آن خداست و هم او، انسان را بر سرنوشت اجتماعی خویش حاکم ساخته است. هیچ کس نمی‌تواند این حق الهی را از انسان سلب کند یا در خدمت منافع فرد یا گروهی خاص قرار دهد و ملت این حق خداداد را از طرفی که در اصول بعد می‌آید اعمال می‌کند». اصل یکصد و هفتاد و سوم؛ «به منظور رسیدگی به شکایات، تظلمات و اعتراضات مردم نسبت به مأمورین یا واحدها یا آیین‌نامه‌های دولتی و

احقاق حقوق آنها، دیوانی به نام دیوان عدالت اداری زیر نظر رئیس قوه قضائیه تأسیس می‌گردد». اصل یکصد و هفتاد و چهارم؛ «براساس حق نظارت قوه قضائیه نسبت به حسن جریان امور و اجرای صحیح قوانین در دستگاه‌های اداری، سازمانی به نام «سازمان بازرسی کل کشور» زیر نظر رئیس قوه قضائیه تشکیل می‌گردد» (زارعی، ۱۳۸۱). یکی دیگر از اصول قانون اساسی که در واقع جایگاه تکریم ارباب رجوع را تبیین می‌نماید اصل ۱۵۶ است براساس بند ۲ اصل مذکور احیای حقوق عامه و گسترش عدل و آزادی‌های مشروع و طبق بند ۳ نظارت بر حسن اجرای قوانین از وظایف قوه قضائیه شمرده شده است. بند ۵ این اصل در خصوص پیشگیری از وقوع جرم و اصلاح مجرمین و اهتمام جدی به این امر مهم و اساسی است چرا که عملیاتی کردن آن زمینه‌های بروز جرم در جامعه را کاهش می‌دهد لذا در راستای خدمت رسانی به مردم و تکریم آنان ضرورت دارد (مهرانفر، ۱۳۸۹).

ج) رضایت‌مندی شهروندان از مدیریت دولتی

یکی از شاخص‌های کارآمدی و رشد و توسعه، رضایت ارباب رجوع از خدمت دستگاه‌های دولتی است. به همین منظور برای تحقق اهداف و اثربخشی تلاش‌ها، تحقیقات گسترده‌ای انجام شده و به یک راه‌حل مشترک رسیده‌اند که فرهنگ مشتری‌مداری و تکریم ارباب رجوع باید در سرلوحه تمام فعالیت‌ها قرار گیرد (مهرابی‌ان و سایرین، ۱۳۸۵). هدف اساسی در ارائه خدمات به مراجعان، رضایت‌مندی آنان است که بنا به اظهار نظر مدیران بخش عمومی، رضایت‌مندی با انجام درست امور در اولین زمان ممکن و رعایت حقوق گیرنده خدمات به طور کلی می‌تواند حاصل شود (سهرابی و همکاران، ۱۳۹۰).

به نظر فرازمند (۲۰۰۱) «مدیران دولتی پاسداران اعتماد مردمند از این رو پاسخگویی سازمانهای دولتی به مردم موضوع بسیار مهمی است» یکی از دیدگاه‌های مهم در زمینه اعتماد عمومی دیدگاه «رشته مدیریت» است که علت اصلی اعتماد یا بی اعتمادی را عملکرد می‌داند. به نظر می‌رسد متغیر رضایت‌مندی می‌تواند این دیدگاه را به طور کامل و جدا از سایر متغیرها تبیین کند این متغیر پنج بعد دارد: (۱) حساس بودن به عرضه خدمات به شهروندان، (۲) اتکاپذیر بودن متصدیان امور عمومی، (۳) دسترسی به تسهیلات و خدمات، (۴) ارتباطات و (۵) هزینه‌ها، که سنجش این موارد در واقع، سنجش کیفیت خدمات را نشان می‌دهد. پس پاسخگویی باید رضایت‌مندی را در پی داشته باشد تا بدین ترتیب اعتماد عمومی شکل گیرد (دانایی‌فرد، ۱۳۸۸). بنابراین می‌توان گفت که طرح تکریم ارباب رجوع نقطه عطفی در راستای اصلاحات نظام اداری در همه سازمان‌هاست و دارای بیشترین انطباق با نگرش‌های نوین مدیریتی است و صدای مشتریان را به گوش سازمان می‌رساند (هیوز، ۱۳۸۸).

معمولاً درک کلی مردم این است که خدمات دولتی انتظارات مردم را برآورده نمی‌کند، و دولت‌ها با نگرش‌های سنتی در مقایسه با بخش خصوصی عقب مانده تلقی می‌شوند و برخورد کارگزاران دولت‌ها با ارباب رجوع به گونه‌ای است که مردم اسرای دولت تلقی می‌شوند و نه تنها راه انتخاب ندارند بلکه هر گونه رفتاری را نیز تحمل می‌کنند زیرا پاسخگویی حاکم بر دولت‌های سنتی صرفاً پاسخگویی قانونی است و پاسخگویی قانونی نیز با مشکلاتی همراه است که ممکن است نتواند جایگزین اصول مشتری مداری باشد (جهانگیری، ۱۳۸۲). برای همراه کردن شهروندان با دولت باید، دکترین مدیریت دولتی با اتکا بر اندیشه‌های اسلامی تدوین شود. برای بهبود رضایتمندی شهروندان بایستی نظام ارزشیابی عملکرد سازمان‌های دولتی بر اساس شاخص‌های سه‌گانه (پاسخگویی، رضایتمندی و اعتماد عمومی) با محوریت پاسخگویی طراحی کرد که می‌توان آن را معادل با کیفیت در عرصه خدمات دانست (دانایی‌فرد، ۱۳۸۸).

د) تکریم ارباب رجوع

در عصر رقابتی امروز هیچ سازمانی بدون توجه به نیازها و خواسته‌های مشتریان و جلب رضایت آنها نمی‌تواند به موفقیت دست یابد (نایب زاده و فتاحی، ۱۳۸۸). امروزه یکی از اساسی‌ترین جهت‌گیری‌ها در علم مدیریت، توجه به اصل مشتری‌مداری و جلب رضایت خدمت‌گیرندگان است. ارائه خدمات در بالاترین سطح ممکن و برقراری ارتباط نزدیک با مراجعان و در نهایت جلب رضایت آنها هدفی است که تحقق آن با اتخاذ تمهیدات و برنامه‌ریزی‌های دقیق میسر می‌شود. در راستای تحقق این هدف بنیادی، اولین گام اساسی درک ارزش انسانی مراجعین و تلاش در جهت حفظ کرامت انسانی آنها می‌باشد. بدون شک ارباب رجوع مهم‌ترین دارایی هر سازمان به شمار می‌رود و تمامی تلاش سازمان‌ها در نحوه ارائه خدمات به او ارزش پیدا می‌کند؛ لذا توجه، تمرکز و حفظ ارباب رجوع در سازمان‌ها از اهمیت خاصی برخوردار است (محمدی، ۱۳۸۸).

امروزه پاسخگویی و تکریم ارباب رجوع در همه سازمان‌ها نقش محوری و اساسی دارد و بسیاری از مدیران و مسئولان خواستار آنند که کارکنان در این زمینه از قدرت‌شان در برابر ارباب رجوع سوءاستفاده نکنند (گرمساری، ۱۳۸۶). ارباب رجوع، عضوی از سازمان تلقی می‌شود، که رضایت او به طور مستقیم به توسعه، پایداری و خوشنامی سازمان منجر می‌شود، به شکلی که تأثیر نظرات ارباب رجوع در تصمیمات سازمان و برقراری نظام پیشنهادی و نظرسنجی از مراجعان موجب افزایش اثربخشی خدمات مورد انتظار وی و حتی باعث پاسخگویی بیشتر، خلاقیت در تصمیم‌ها و پیشنهادهای و انتقادهای محقق شدن عدالت خواهد شد (کمالی، ۱۳۹۰).

در عصر حاضر سازمان‌هایی که خدمات عالی به مراجعه کنندگان خود ارائه می‌دهند دارای چند ویژگی مهم هستند. از جمله اینکه به خواستها، نیازها و انتظارات مشتریان خود توجه بسیاری دارند. این سازمانها راهبرد ارائه خدمات کیفی به مشتریان را توسعه داده و سیستمی را طراحی می‌کنند که در هر مرحله با مشتری و ارباب رجوع به خوبی رفتار کنند (قره‌چه، ۱۳۸۱). همچنین گوش دادن و توجه به نیازهای مشتری، درک عمیق از آنچه که مشتری می‌خواهد را میسر می‌سازد و روش‌های تجزیه و تحلیل، کمک می‌کند تا راه حل پیدا شده و به اجرا گذارده شود. وقتی چنین اقداماتی انجام شود، از یک سو سازمان به اثربخشی و کارایی رسیده و از سوی دیگر رضایت مشتری افزایش می‌یابد (مسعودی، ۱۳۸۲). الیور عقیده دارد رضایتمندی و عدم رضایتمندی ارباب رجوع از تفاوت انتظارات ارباب رجوع و کیفیتی که او دریافت می‌کند حاصل می‌شود. به بیان دیگر، برای اندازه‌گیری رضایت ارباب رجوع می‌توان فرایند زیر را تصور کرد:

انتظارات ارباب رجوع - استنباط ارباب رجوع از کیفیت = رضایت ارباب رجوع

بنابراین برابر نظر الیور هر چقدر انتظارات ارباب رجوع از کیفیت خدمات بیشتر باشد. (انتظار دارد که کیفیت بهتری را مشاهده کند (کاوسی و دیگران، ۱۳۸۴). امروزه کامیابی سازمان‌ها به نتوانی آن‌ها، به ویژه در پرورش و دگرگونی کارکنان، نظام‌ها و روش‌های کار و شیوه‌های مدیریت بستگی پیدا کرده است. بر این اساس، سازمان‌ها برای ادامه بقا در بازار رقابت، مستلزم استفاده بهینه از تمامی منابع در دسترس، کشف و به کارگیری منابع جدید در جهت ارائه خدمات و محصولات و متناسب با نیازهای آشکار و پنهان ارباب رجوع می‌باشد. (معمارزاده و سرفرازی، ۱۳۸۹). رضات مشتری از دو طریق حاصل می‌شود. اول اینکه ارائه خدمات و عملکرد موسسه و شرکت را با انتظارات خود مقاسه می‌کند، اگر خدمات ارائه شده را بیش از حد انتظار خود بیابد: رضایت او حاصل خواهد شد. دوم اینکه رضایت به وسله تجارب مثبت قبلی شخص از کیفیت خدمات و عملکرد موسسه و سازمانها حاصل می‌شود. اگر تجارب شخص خوشایند باشد، رضایت او برآورده می‌شود. مشتریانی که رضایت بیشتری از سازمان دارند، تجربات مثبت خود را برای دیگران بیان می‌کنند و به این ترتیب ابزار تبلیغ رایگان برای سازمان میسر می‌شوند، که در نتیجه هزینه جذب مشتریان جدید را کاهش می‌دهد (قاسم‌زاده و سایرین، ۱۳۹۲). اطلاع از تصویر ذهنی سازمان نزد مشتریان، ضمن اینکه نقاط قوت و ضعف یک سازمان آشکار می‌سازد، زمینه را برای اتخاذ راهبردهای مناسب و ارتقاء سطح عملکرد فراهم می‌آورد (طالقانی و سموئی، ۱۳۸۸).

نظام سیاسی حاکم بر هر جامعه تحت تأثیر مشروعیت نظام اداری آن جامعه خواهد بود و عملکرد کارگزاران ادارات در مشروعیت بخشیدن به نظام سیاسی کاملاً مؤثر است. این فرآیند

تأثیرگذاری نوعی سرمایه اجتماعی است که بی‌توجهی به آن می‌تواند یک نظام سیاسی و مدیران ارشد آن را با بحران مشروعیت و حتی بحران هویت روبه‌رو سازد (آقاداود، ۱۳۸۰). دولت جمهوری اسلام ایران در ابتدای دهه هشتاد اقدام به طراحی نظام تحول اداری نمود و آن را به تصویب رسانید (میر غفوری و سایرین، ۱۳۸۶). فرضیه ضمنی راهبرد تغییر در نظام خدمات عمومی این است که «عملکرد بهتر خدمات عمومی سبب افزایش رضایتمندی شهروندان از خدمات عمومی می‌شود و در نتیجه به اعتماد بیشتر آنها به خدمات عمومی و دولت می‌انجامد» (دانایی‌فرد، ۱۳۸۸). منافع و امتیازات تکریم ارباب رجوع در جدول شماره (۱) ارائه شده است.

جدول (۱) منافع و امتیازات تکریم ارباب رجوع برای سازمان

ردیف	منافع و امتیازات	ردیف	منافع و امتیازات
۱	تضمین‌کننده استفاده صحیح از منابع و امکانات	۹	ایجاد زمینه‌های رشد و توسعه فعالیت‌ها
۲	بهبود ارائه خدمات	۱۰	افزایش قابلیت و سازگاری با محیط
۳	کاهش میزان تعارضات بین مردم و کارکنان	۱۱	شناسایی بهتر نقاط قوت و ضعف سازمان
۴	کاهش میزان دوباره کاری‌ها و سردرگمی‌ها	۱۲	شناسایی فرصت‌ها و بهره‌گیری از آنها در جهت پیشبرد اهداف سازمان
۵	بهبود نظام اطلاع‌رسانی و اطلاع‌دهی	۱۳	ایجاد انگیزه در دیگران
۶	کنترل و ارزیابی بهتر و مطلوب‌تر عملیات و فعالیت‌ها	۱۴	تأمین رضایت جامعه، مدیران و دست‌اندرکاران
۷	افزایش میزان بهره‌وری، کارایی و اثربخشی امور	۱۵	ایجاد پیوند ارتباطی سازمان و جامعه
۸	محیط جذاب کاری برای کارکنان	۱۶	تحقق اصول اخلاقی حاکم بر روابط عمومی

منبع: (آقا داود، ۱۳۸۰)

ه) مبانی طرح تکریم ارباب رجوع از منظر آیات و روایات

پایبندی به اخلاق اسلامی

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 الْبَرِيَّةِ»، در واقع، ارزش وجودی یا کمال هستی انسان، در سنجش و مقایسه با موجودات دیگر مشخص می‌گردد 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. همان طور که می‌دانیم، اشرف مخلوقات خداوند، وجود مقدس رسول اکرم (صلی الله علیه و آله) است. وجود مبارکش از نظر «حسن خلق» در چنان درجه‌ای قرار گرفته که قرآن کریم، درباره‌اش می‌فرماید: «إِنَّكَ أَعْلَىٰ خَلْقٍ عَظِيمٍ» و در جای دیگر، ایشان را الگوی تمام مؤمنان، معرفی می‌نماید و می‌فرماید: «لَقَدْ كَانَ

لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ» لذا، برای کسانی که در راه خدمت به مردم بوده و همواره با آنان در ارتباط و مراوده هستند، سزاوار است که به آن بزرگوار و نیز معصومان (علیهم السلام)، از نظر رفتار و کردار و حرکات و سکنات اقتداء کرده، تا هم خشنودی خداوند را جلب و هم رضایت مندی مردم را فراهم آورند. (حریری؛ رضانی‌پور، ۱۳۹۱، سیدی تبار، ۱۳۸۵):

الف) متّصف بودن به صفت تقوا و خداترسی

خداوند در قرآن کریم می‌فرماید: «وَأَتَقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ» اساساً، هر پست و منصبی در اسلام، عنوان مسئولیت، وظیفه و امانت را در بر دارد. پس کسانی که منصبی و مسئولیتی را در جامعه به عهده دارند، باید افرادی امانتدار و صالح باشند و هیچ‌گاه از مسئولیت خود سوء استفاده ننمایند یا حقوق دیگران را ضایع نسازند؛ همچنین، آنان باید با ناظر دانستن خداوند متعال بر اعمال خود، از اقدام یا رفتار و گفتاری که باعث رنجش یا بی‌احترامی نسبت به دیگران شود، پرهیز کنند و همیشه خشنودی خداوند و رضایت مردم را مدنظر داشته باشند، و این همه حاصل نمی‌شود، جز با داشتن خصیصه «تقوا و خداترسی». همان طور که امیر مؤمنان (علیه السلام) به مالک می‌فرماید: «افرادی که پاک‌ترین هستند، را برگزین». از این رو، از مهم‌ترین ویژگی اخلاقی که کارکنان اداره‌ها و سازمانها باید بدان متّصف باشند، داشتن تقواست؛ چرا که در سایه آن، اعمال و گفتار و رفتارشان را به گونه‌ای قرار می‌دهند، که باعث رنجش و نارضایتی ارباب رجوع نشود یا با بی‌احترامی و تندخویی با آنها رفتار نمی‌کنند و همواره سعی در جلب رضایت الهی و خشنودی مردم دارند. (همان).

ب) خلوص نیت در انجام وظیفه

همان طور که می‌دانیم، دین شامل هر عبادت و عمل صالحی می‌شود. بر همین اساس، خداوند در سوره زمر، پیامبرش را به اخلاص در دین، فرمان می‌دهد: «إِنَّا أَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ فَأَعْبُدِ اللَّهَ مُخْلِصاً لَهُ الدِّينَ»، اصولاً، کسی که دارای خلوص نیت است، همه اعمال و گفتار و رفتارش را فقط از روی اخلاص و برای رضای خدا انجام می‌دهد. بنابراین، مخلصین هدف از خدمت به مردم و جامعه اسلامی را خشنودی خداوند قرار می‌دهند. در نتیجه کار و وظیفه‌شان، ارزش معنوی به خود می‌گیرند؛ چرا که زیبایی عمل به ارزش معنوی آن است و ارزش معنوی نیز در گرو اطاعت خدا و کار را به خاطر رضای او انجام دادن. (همان)

ج) خوش رفتاری با ارباب رجوع

امیر مؤمنان (علیه السلام) در نامه خویش به مالک می‌نویسد: «پس نیکوترین اندوخته خود را کردار شایسته (خوش رفتاری) بدان». یکی از اصول مردم‌داری که ائمه اطهار (علیهم السلام) تأکید خاصی بر آن داشتند «حسن خلق» است. خداوند نیز اخلاق نیکوی رسولش را باعث استحکام حکومت و جذب مردم دانسته و می‌فرماید؛ «فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَ لَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ». از آنجایی که ارباب رجوعان یکسان نبوده و از قشر خاصی نیز نیستند، بلکه از نظر خصایص انسانی و اخلاقی با یکدیگر متفاوتند، به همین لحاظ، کارکنان اداره‌ها نیز نه تنها باید از سعه صدر، حلم و بردباری، عطف و مهربانی و... برخوردار باشند، تا بتوانند با ارباب رجوع برخورد توأم با احترام و عطف و در خور شأن و مقام آنان نمایند، بلکه همواره باید به توقعات قانونی و شرعی‌شان، نیز توجه بنمایند.

د) داشتن صبر و بردباری

خداوند در کتاب آسمانی خویش می‌فرماید: «وَ صَبَرُوا إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ»؛ «صبر» همیشه در وجود انسان، بین انگیزه دین و انگیزه هوس، آتش جنگ بر می‌افروزد، جنگی در نهایت شدت، و میدان این معرکه، قلب آدمی است. ظرف وجود کارمندان سازمانها در هیچ حالی نباید از صبر، تهی باشد؛ چرا که قشرهای زیادی از مردم، همه روزه با انواع رفتارهای متفاوت به آنان مراجعه می‌کنند و اگر با کوچک‌ترین برخورد نادرستی از طرف ارباب رجوع، خود نیز برخورد نامعقول و غیر اخلاقی کنند، نه تنها موجبات سخط الهی را فراهم می‌آورند، بلکه کسانی نیز که در این میان بی‌تقصیر هستند، مورد اهانت و بی‌احترامی قرار می‌گیرند؛ در نتیجه با این اعمال خود، مردم را به نظام اسلامی، بدبین می‌کنند. آنان با ایمان داشتن به وعده‌های الهی که «وَأُولَئِكَ يُؤْتُونَ أَجْرَهُمْ مَرَّتَيْنِ بِمَا صَبَرُوا» باید صبر را سرلوحه اعمال خویش قرار دهند.

ه) برخورد توأم با تواضع و احترام با ارباب رجوع

امام موسی بن جعفر (علیه السلام) فرموده: «تواضع، آن است که با مردم چنان رفتار کنی که دوست داری با تو رفتار کنند». تواضع و فروتنی به زیردستان، یکی از اوصاف پسندیده‌ای است که کسانی که در راه خدمت به مردم هستند، باید به آن مزین باشند. کارکنان نظام اداری نیز که دائماً با مردم در ارتباطند، باید به آن توجه لازم را مبذول دارند و هیچ‌گاه با ارباب رجوع، برخورد توأم با کبر و غرور نداشته باشند. اساساً، در شریعت اسلام، هر فرد مسلمان دارای احترام بوده و هیچ کس، حق توهین یا بی‌اعتنایی به او را ندارد. همه باید نسبت به یکدیگر با احترام برخورد کنند و هرگز نباید پست و مقام، باعث تکبر و خودپسندی یا بی‌احترامی نسبت

به دیگران شود. خداوند خطاب به پیامبرش می‌فرماید: «وَإِخْفِضْ جَنَاحَكَ لِمَنِ اتَّبَعَكَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ»، از این رو، کارمند و مسئولان باید همواره با کمال تواضع و احترام با زیردستان و نیز ارباب رجوع برخورد کنند.

ر) مهر و محبت نسبت به ارباب رجوع

رسول خدا (صلی الله علیه و آله) فرمود: «با مردم دوستی کن تا مردم تو را دوست بدانند». انسان به عنوان یک موجود ذاتاً اجتماعی، در روابط اجتماعی خویش ناگزیر است به دیگران محبت بورزد، تا در پرتو این محبت و ارتباط، زندگی خوشی را با هم سپری نمایند. مولا علی (علیه السلام) نیز به مالک، فرمان می‌دهد که: «احساس مهر و محبت به مردم و ملاطفت با آنها را در دلت بیدار کن... و از عفو و گذشت به آنان بهره ای بده». یکی از صفات برجسته و پسندیده‌ای که مسئولان در سازمان‌ها باید مزین بدان باشند، مهر و محبت داشتن نسبت به ارباب رجوع است تا مردم نیز آنها را دوست بدانند و بدین وسیله، رضایت قلبی آنان حاصل شود؛ چرا که کارکنان، بیش‌ترین مراوده را با مردم دارند و هر روز افراد زیادی برای برطرف کردن مشکلات خود به آنها رجوع می‌کنند و از آنان برای رفع نیازهایشان، استمداد می‌طلبند.

برخورداری از توانمندی و تخصص

اساساً، حکومت‌ها زمانی از استحکام بیشتری برخوردار خواهند بود که در بخش قانون‌گذاری و اجرا، افراد متخصص و مجرب، حضور داشته باشند. در واگذاری کارها، علاوه بر تعهد و ایمان، داشتن دانش و تخصص نیز شرط است؛ چرا که اگر کسی بدون آگاهی و تخصص، اقدام به انجام کاری کند، نه تنها عملش، سبب بازدهی نخواهد شد، چه بسا موجب کاستی و آسیب رسانی نیز بشود. از دیدگاه امیر مؤمنان (علیه السلام) نیز ارزش هر کس به توانایی انجام اموری است که به او محول می‌شود: «ارزش هر کس همسنگ کاری است که انجام آن را به نیکویی تواند». بر همین اساس، آن حضرت به مالک، سفارش می‌کند تا در انتخاب کارگزاران خود، از متخصصان و افراد با تجربه استفاده کند: «در کارهای کارگزارانت، اندیشه کن... و افراد با تجربه و با حیاء را از میان آنان برگزین». بنابراین، کسانی که در سازمانها خدمت می‌کنند، باید نسبت به کار خود، آگاهی و تخصص داشته باشند و زمانی که ارباب رجوع، برای امور خود به آنها مراجعه می‌کند، بدانند چه کنند و چه وظیفه‌ای بر عهده‌شان است تا بدین سان، رضایت ارباب رجوع را فراهم کنند.

رعایت عدل و انصاف

عدالت، امر نیکو و پسندیده‌ای است که دین آن را محترم و ارزشمند داشته و هدف ارسال رسل را تحقق عدالت و قسط در جامعه می‌داند. خداوند در قرآن، یکی از اهداف والای پیامبران الهی را برقراری قسط و عدل در جامعه، معرفی فرموده است: «لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ»، امیر مؤمنان (ع) به مالک می‌فرماید: «انصاف را در رابطه با خدا و مردم و در مورد خود و نزدیکان، رعایت کن که اگر چنین نباشی، ستم کرده‌ای». خدمت‌کنندگان در سازمانها، باید با کمال عدل و انصاف با ارباب رجوع، برخورد کنند. از دیگر سو، مسئولان با رعایت عدل و انصاف در محیط کاری، نه تنها سبب گسترش عدالت در کل جامعه می‌شوند، بلکه به وظیفه بزرگ و الهی خویش به درستی عمل کرده و هدف خداوند و انبیاء الهی را که برقراری قسط در میان توده مردم است در مملکت اسلامی، تحقق می‌بخشند.

داشتن نظم و انضباط در کارها

امیر مؤمنان (ع) می‌فرماید: «به شما دو تن «حسن و حسین» سفارش می‌کنم که تقوا پیشه سازید و به کارهای خود نظم دهید». اسلام با تشویق به نظم در امور زندگی، مسلمانان را به سرعت بخشیدن در رسیدن به هدف خویش تشویق کرده است. به طور کلی، دینداری با بی‌نظمی تضاد دارد. عنصر «نظم»، جامعه را به صورت یک سیستم با اجزای به هم مرتبط، سازمان می‌دهد و حیطة وظایف هر عنصر را معین می‌کند. اگر نظم و انضباط در هر اجتماعی بر تمام افراد و نیز سازمان‌های آن حاکم باشد، آرامش و امنیت و رضایت‌مندی تمام مردم را به دنبال خواهد داشت.

الف) برنامه‌ریزی در کارها

برنامه‌ریزی در سازمان، باید با نیازهای مردم، هماهنگ باشد و دارای چارچوب زمانی بوده و مرحله به مرحله پیش برود تا نتیجه مطلوب حاصل شود؛ چرا که برنامه‌ریزی خوب بر مبنای واقعیت‌ها و امکانات موجود، سبب می‌شود که کارکنان نظام اداری به خواسته‌های واقعی ارباب رجوع پی برده و نیازهای آنان را سریع‌تر و با دقت بیشتر، رفع کرده و در نهایت، موجبات خشنودی و رضایت آنان را حاصل نمایند. امیر مؤمنان (ع) می‌فرماید: «دقت در برنامه‌ریزی از وسیله و امکانات، مهم‌تر است».

ب) رعایت اولویت‌ها

حضرت امیر مؤمنان (ع) می‌فرماید: «آنکه به چیز غیر مهم خود را مشغول دارد، کار مهم‌تر را از دست می‌دهد». هنگام تراکم کارها باید آنها را اولویت بندی نمود و ابتدا کارهای مهم‌تر را انجام داد و کارهای کم اهمیت را به فرصت‌های بعدی موکول کرد. اولویت بندی نکردن کارها باعث متحیر ماندن در هنگام تراکم کارها شده و باعث از دست دادن فرصت‌ها در انجام کارهای با اهمیت می‌شود.

روش تحقیق

تحقیق حاضر به لحاظ هدف کاربردی و از نظر ماهیت و چگونگی توصیفی و به لحاظ نوع داده‌ها تحقیقی کمی می‌باشد. جهت گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌ای شامل ۳۳ سؤال بر مبنای طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت استفاده شد. روایی پرسشنامه توسط خبرگان دانشگاهی و نظامی مورد تأیید واقع شده و پایایی پرسشنامه‌ها نیز به وسیله آزمون آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت که مقدار آلفا ۰/۸۱ بدست آمد که این مقدار، نشان‌دهنده قابلیت اعتماد ابزار مورد استفاده می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شامل داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های افسری آجا طی ۴ سال از سال ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۳ می‌باشد که به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده از ورودی هر سال ۵۰ نفر در مجموع ۲۰۰ نفر مورد آزمون قرار گرفتند. جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق از آزمون‌های فیشر (F) و توکی (HSD) و جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار آماری SPSS استفاده شده است.

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌های ذیل که با ترکیب ادبیات تحقیق و تصویب نامه طرح تکریم ارباب رجوع بدست آمده از نظر روایی مورد تأیید خبرگان دانشگاهی و نظامی قرار گرفته است.

(۱) وضعیت شفاف‌سازی و مستندسازی نحوه ارائه خدمات به داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های آجا در طی ۴ سال بهبود یافته است.

(۲) وضعیت اطلاع رسانی مناسب به داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های آجا در زمینه‌ی نحوه ارائه خدمات (از طریق تنظیم بروشور، کتاب راهنما و ...) در طی ۴ سال بهبود یافته است. (برنامه ریزی در کارها)

(۳) وضعیت تدوین منشور اخلاقی سازمان به منظور ایجاد برخورد مشوقانه و مناسب با داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های آجا در طی ۴ سال بهبود یافته است. (برخورداری از اخلاق اسلامی)

(۴) وضعیت روش‌های ارائه خدمات به داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های آجا در طی ۴ سال بهبود یافته است. (داشتن نظم و انضباط)

(۵) وضعیت نظارت بر حسن رفتار کارکنان با داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های آجا در طی ۴ سال بهبود یافته است. (خوش رفتاری، مهر و محبت و تواضع نسبت به ارباب رجوع)

(۶) وضعیت تشویق و تقدیر از کارکنان موفق و برخورد قانونی با کارکنانی که موجبات نارضایتی داوطلبین را فراهم آورده‌اند در دانشگاه‌های آجا در طی ۴ سال بهبود یافته است.

یافته‌های تحقیق

آمار توصیفی

پاسخ دهندگان به پرسشنامه تحقیق حاضر از بین داوطلبین استخدام ۴ سال متوالی بودند که از تعداد ۲۰۰ نفر مذکور اطلاعات جمعیت شناختی به شرح جدول ذیل می‌باشد.

سال گزینش	تعداد	۱۷ و ۱۸ و ۱۹ سال	۲۰ و ۲۱ سال	۲۲ سال
۹۰	۵۰	۱۰	۳۵	۵
۹۱	۵۰	۱۲	۳۴	۴
۹۲	۵۰	۷	۴۱	۲
۹۳	۵۰	۱۱	۳۵	۴

در مجموع، بین پاسخ دهندگان به پرسشنامه بیشترین آمار از نظر جغرافیایی (۳ اولویت اول) مربوط به استان‌های فارس، خراسان و لرستان بوده و تعداد ۷۰ نفر از پاسخ دهندگان از فرزندان نظامی بودند. ضمن اینکه معدل کتبی دیپلم تعداد ۷۰ نفر از ۱۷ به بالا و تعداد ۱۲۰ نفر ۱۵ به بالا و تعداد ۱۰ نفر زیر ۱۵ بود.

آمار استنباطی

آزمون فرضیه اول

H_0 : وضعیت شفاف‌سازی و مستندسازی نحوه ارائه خدمات به داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های آجا در طی ۴ سال بهبود نیافته است.

H_1 : وضعیت شفاف‌سازی و مستندسازی نحوه ارائه خدمات به داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های آجا در طی ۴ سال بهبود یافته است

جدول ۲- نتایج آزمون فرضیه اول؛ وضعیت شفاف‌سازی و مستندسازی نحوه ارائه خدمات

سال	سال‌های ورود داوطلبین	تفاوت میانگین‌ها	درجه معناداری
۱۳۹۰	۱۳۹۱	.۷۰۵۷(*)	.۰۰۰
	۱۳۹۲	.۰۶۲۹	.۹۶۸
	۱۳۹۳	.۲۵۷۱	.۲۴۱
۱۳۹۱	۱۳۹۰	-.۷۰۵۷(*)	.۰۰۰
	۱۳۹۲	-.۶۴۲۹(*)	.۰۰۰
	۱۳۹۳	-.۴۴۸۶(*)	.۰۰۷
۱۳۹۲	۱۳۹۰	-.۰۶۲۹	.۹۶۸
	۱۳۹۱	.۶۴۲۹(*)	.۰۰۰
	۱۳۹۳	.۱۹۴۳	.۴۸۹
۱۳۹۳	۱۳۹۰	-.۲۵۷۱	.۲۴۱
	۱۳۹۱	.۴۴۸۶(*)	.۰۰۷
	۱۳۹۲	-.۱۹۴۳	.۴۸۹

همان‌طوری که در جدول (۲) مشاهده می‌شود از دیدگاه داوطلبین استخدام، میزان تفاوت بین سال ۹۰ تا سال ۹۱ و به همین ترتیب ۹۱ تا ۹۲ معنادار می‌باشد که این نتیجه‌گیری را می‌توان با سطح اطمینان ۹۵٪ به جامعه مورد مطالعه تعمیم داد. لذا H_0 برای ۳ سال اول رد و از سال ۹۲ تا ۹۳ تأیید می‌شود. به عبارت دیگر از نظر داوطلبین استخدام در آجا، شفاف‌سازی و مستندسازی وضعیت ارائه خدمات به داوطلبین استخدام در طی ۳ سال بهبود یافته لیکن در سال ۹۳ بهبود آنچنانی نداشته است. بیش‌ترین تفاوت میانگین بین ۴ سال، متعلق به سال‌های ۹۰ الی ۹۱ با ۰/۷ و کمترین آن متعلق به سال‌های ۹۱ الی ۹۲ با ۰/۶۴ - می‌باشد. که به ترتیب نشان‌دهنده بیشترین تغییر مثبت در نحوه ارائه خدمات به داوطلبین و کمترین تغییر مثبت (بیش‌ترین تغییر منفی) در طی این دو دوره می‌باشد.

آزمون فرضیه دوم

H_0 : وضعیت اطلاع‌رسانی مناسب به داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های آجا در زمینه‌ی نحوه ارائه خدمات در طی ۴ سال بهبود نیافته است.

H_1 : وضعیت اطلاع‌رسانی مناسب به داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های آجا در زمینه‌ی نحوه ارائه خدمات در طی ۴ سال بهبود یافته است.

جدول (۳) نتایج آزمون فرضیه دوم؛ وضعیت اطلاع رسانی مناسب

سال	سالهای ورود داوطلبین	تفاوت میانگین‌ها	درجه معناداری
۱۳۹۰	۱۳۹۱	.۷۳۰۰(*)	.۰۰۰
	۱۳۹۲	.۲۵۱۵	.۴۶۶
	۱۳۹۳	.۵۳۰۰(*)	.۰۱۲
۱۳۹۱	۱۳۹۰	-.۷۳۰۰(*)	.۰۰۰
	۱۳۹۲	-.۴۷۸۵(*)	.۰۳۱
	۱۳۹۳	-.۲۰۰۰	.۶۵۰
۱۳۹۲	۱۳۹۰	-.۲۵۱۵	.۴۶۶
	۱۳۹۱	.۴۷۸۵(*)	.۰۳۱
	۱۳۹۳	.۲۷۸۵	.۳۷۴
۱۳۹۳	۱۳۹۰	-.۵۳۰۰(*)	.۰۱۲
	۱۳۹۱	.۲۰۰۰	.۶۵۰
	۱۳۹۲	-.۲۷۸۵	.۳۷۴

همان‌گونه که در جدول (۳) مشاهده می‌شود از دیدگاه داوطلبین استخدام، میزان تفاوت بین سال ۹۰ تا سال ۹۱ و به همین ترتیب ۹۱ تا ۹۲ معنادار می‌باشد که این نتیجه‌گیری را می‌توان با سطح اطمینان ۹۵٪ به جامعه مورد مطالعه تعمیم داد. لذا H_0 برای ۳ سال اول رد و از سال ۹۲ تا ۹۳ تأیید می‌شود به عبارت دیگر از نظر داوطلبین استخدام در آجا، وضعیت اطلاع رسانی مناسب به آنان در طی ۳ سال بهبود یافته لیکن در سال ۹۳ بهبود آنچنانی نداشته است. بیش‌ترین تفاوت میانگین بین ۴ سال، متعلق به سال‌های ۹۰ الی ۹۱ با ۰/۷۳ و کمترین آن متعلق به سال‌های ۹۱ الی ۹۲ با ۰/۴۷ - می‌باشد. که به ترتیب نشان‌دهنده بیشترین تغییر مثبت و کمترین تغییر مثبت (بیش‌ترین تغییر منفی) در رابطه با وضعیت اطلاع رسانی مناسب به داوطلبین استخدام در آجا در طی این دو دوره می‌باشد.

آزمون فرضیه سوم

H_0 : وضعیت تدوین منشور اخلاقی سازمان به منظور ایجاد برخورد مشوقانه و مناسب با داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های آجا در طی ۴ سال بهبود نیافته است.

H_1 : وضعیت تدوین منشور اخلاقی سازمان به منظور ایجاد برخورد مشوقانه و مناسب با داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های آجا در طی ۴ سال بهبود یافته است.

جدول (۴) نتایج آزمون فرضیه سوم؛ وضعیت تدوین منشور اخلاقی سازمان

سال	سالهای ورود داوطلبین	تفاوت میانگین‌ها	درجه معناداری
۱۳۹۰	۱۳۹۱	.۷۳۶۳(*)	.۰۰۰
	۱۳۹۲	.۲۸۹۱	.۱۹۵
	۱۳۹۳	.۳۵۸۲	.۰۶۸
۱۳۹۱	۱۳۹۰	-.۷۳۶۳(*)	.۰۰۰
	۱۳۹۲	-.۴۴۷۲(*)	.۰۱۳
	۱۳۹۳	-.۳۷۸۱	.۰۵۰
۱۳۹۲	۱۳۹۰	-.۲۸۹۱	.۱۹۵
	۱۳۹۱	.۴۴۷۲(*)	.۰۱۳
	۱۳۹۳	.۰۶۹۱	.۹۶۴
۱۳۹۳	۱۳۹۰	-.۳۵۸۲	.۰۶۸
	۱۳۹۱	.۳۷۸۱	.۰۵۰
	۱۳۹۲	-.۰۶۹۱	.۹۶۴

همان‌طوری که در جدول (۴) مشاهده می‌شود از دیدگاه داوطلبین استخدام، میزان تفاوت بین سال ۹۰ تا سال ۹۱ و به همین ترتیب ۹۱ تا ۹۲ معنادار می‌باشد که این نتیجه‌گیری را می‌توان با سطح اطمینان ۹۵٪ به جامعه مورد مطالعه تعمیم داد. لذا H_0 برای ۳ سال اول رد و از سال ۹۲ تا ۹۳ تأیید می‌شود به عبارت دیگر از نظر داوطلبین استخدام، تدوین منشور اخلاقی سازمان به منظور ایجاد برخورد مشوقانه و مناسب با داوطلبین استخدام در طی ۳ سال بهبود یافته لیکن در سال ۹۳ بهبود آنچنانی نداشته است. بیش‌ترین تفاوت میانگین بین ۴ سال، متعلق به سال‌های ۹۰ الی ۹۱ با $0/73$ و کمترین آن متعلق به سال‌های ۹۱ الی ۹۲ با $-0/44$ می‌باشد. که به ترتیب نشان‌دهنده بیشترین تغییر مثبت و کمترین تغییر مثبت (بیش‌ترین تغییر منفی) در رابطه با تدوین منشور اخلاقی سازمان به منظور ایجاد برخورد مشوقانه و مناسب با داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های افسری آجا در طی این دو دوره می‌باشد.

آزمون فرضیه چهارم

H_0 : وضعیت روش‌های ارائه خدمات به داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های آجا در طی ۴ سال بهبود نیافته است.

H_1 : وضعیت روش‌های ارائه خدمات به داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های آجا در طی ۴ سال بهبود یافته است.

جدول (۵) نتایج آزمون فرضیه چهارم؛ وضعیت روش‌های ارائه خدمات

سال	سالهای ورود داوطلبین	تفاوت میانگین‌ها	درجه معناداری
۱۳۹۰	۱۳۹۱	.۷۲۶۲(*)	.۰۰۱
	۱۳۹۲	.۱۵۰۰	.۸۵۰
	۱۳۹۳	.۲۱۰۰	.۶۷۰
۱۳۹۱	۱۳۹۰	-.۷۲۶۲(*)	.۰۰۱
	۱۳۹۲	-.۵۷۶۲(*)	.۰۱۳
	۱۳۹۳	-.۵۱۶۲(*)	.۰۳۲
۱۳۹۲	۱۳۹۰	-.۱۵۰۰	.۸۵۰
	۱۳۹۱	.۵۷۶۲(*)	.۰۱۳
	۱۳۹۳	.۰۶۰۰	.۹۸۸
۱۳۹۳	۱۳۹۰	-.۲۱۰۰	.۶۷۰
	۱۳۹۱	.۵۱۶۲(*)	.۰۳۲
	۱۳۹۲	-.۰۶۰۰	.۹۸۸

همان‌طوری که در جدول (۵) مشاهده می‌شود که از دیدگاه داوطلبین استخدام، میزان تفاوت بین سال ۹۰ تا سال ۹۱ و به همین ترتیب ۹۱ تا ۹۲ معنادار می‌باشد که این نتیجه‌گیری را می‌توان با سطح اطمینان ۹۵٪ به جامعه مورد مطالعه تعمیم داد. لذا H_0 برای ۳ سال اول رد و از سال ۹۲ تا ۹۳ تأیید می‌شود به عبارت دیگر از نظر داوطلبین استخدام، وضعیت بهبود و اصلاح روش‌های ارائه خدمات به داوطلبین استخدام در طی ۳ سال بهبود یافته لیکن در سال ۹۳ بهبود آنچنانی نداشته است. بیش‌ترین تفاوت میانگین بین ۴ سال، متعلق به سال‌های ۹۰ الی ۹۱ با $0/۷۲$ و کمترین آن متعلق به سال‌های ۹۱ الی ۹۲ با $0/۵۷$ می‌باشد. که به ترتیب نشان‌دهنده بیشترین تغییر مثبت و کمترین تغییر مثبت (بیش‌ترین تغییر منفی) در رابطه با وضعیت بهبود و اصلاح روش‌های ارائه خدمات به داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های افسری آجا در طی این دو دوره می‌باشد.

آزمون فرضیه پنجم

H_0 : وضعیت نظارت بر حسن رفتار کارکنان با داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های آجا در طی ۴ سال بهبود نیافته است.

H_1 : وضعیت نظارت بر حسن رفتار کارکنان با داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های آجا در طی ۴ سال بهبود یافته است.

جدول ۶) نتایج آزمون فرضیه پنجم؛ وضعیت نظارت بر حسن رفتار کارکنان با داوطلبین استخدام

سال	سالهای ورود داوطلبین	تفاوت میانگین‌ها	درجه معناداری
۱۳۹۰	۱۳۹۱	.۵۶۶۷(*)	.۰۱۳
	۱۳۹۲	.۰۲۶۷	.۹۹۹
	۱۳۹۳	.۲۴۰۰	.۵۶۷
۱۳۹۱	۱۳۹۰	-.۵۶۶۷(*)	.۰۱۳
	۱۳۹۲	-.۵۴۰۰(*)	.۰۲۱
	۱۳۹۳	-.۳۲۶۷	.۲۹۵
۱۳۹۲	۱۳۹۰	-.۰۲۶۷	.۹۹۹
	۱۳۹۱	.۵۴۰۰(*)	.۰۲۱
	۱۳۹۳	.۲۱۳۳	.۶۵۹
۱۳۹۳	۱۳۹۰	-.۲۴۰۰	.۵۶۷
	۱۳۹۱	.۳۲۶۷	.۲۹۵
	۱۳۹۲	-.۲۱۳۳	.۶۵۹

همان‌گونه که در جدول (۶) مشاهده می‌شود که از دیدگاه داوطلبین استخدام، میزان تفاوت بین سال ۹۰ تا سال ۹۱ و به همین ترتیب ۹۱ تا ۹۲ معنادار می‌باشد که این نتیجه‌گیری را می‌توان با سطح اطمینان ۹۵٪ به جامعه مورد مطالعه تعمیم داد. لذا H_0 برای ۳ سال اول رد و از سال ۹۲ تا ۹۳ تأیید می‌شود به عبارت دیگر از نظر داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های افسری آجا، نظارت بر حسن رفتار کارکنان با داوطلبین استخدام در طی ۳ سال بهبود یافته لیکن در سال ۹۳ بهبود آنچنانی نداشته است. بیش‌ترین تفاوت میانگین بین ۴ سال، متعلق به سال‌های ۹۰ الی ۹۱ با ۵۶/۰ و کمترین آن متعلق به سال‌های ۹۱ الی ۹۲ با ۵۴/۰- می‌باشد. که به ترتیب نشان‌دهنده بیشترین تغییر مثبت و کمترین تغییر مثبت (بیش‌ترین تغییر منفی) در رابطه با نظارت بر حسن رفتار کارکنان با داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های افسری آجا در طی این دو دوره می‌باشد.

آزمون فرضیه ششم

H_0 : وضعیت تشویق و تقدیر از کارکنان موفق و برخورد قانونی با کارکنانی که موجبات نارضایتی داوطلبین را فراهم آورده‌اند در دانشگاه‌های آجا در طی ۴ سال بهبود نیافته است.
 H_1 : وضعیت تشویق و تقدیر از کارکنان موفق و برخورد قانونی با کارکنانی که موجبات نارضایتی داوطلبین را فراهم آورده‌اند در دانشگاه‌های آجا در طی ۴ سال بهبود یافته است.

جدول (۷) نتایج آزمون فرضیه ششم؛ وضعیت تشویق و تقدیر از کارکنان و برخورد با کارکنانی خاطی

سال	سالهای ورود داوطلبین	تفاوت میانگین‌ها	درجه معناداری
۱۳۹۰	۱۳۹۱	.۳۸۰۰	.۲۶۴
	۱۳۹۲	.۳۹۰۰	.۲۴۳
	۱۳۹۳	.۰۷۰۰	.۹۸۷
۱۳۹۱	۱۳۹۰	-.۳۸۰۰	.۲۶۴
	۱۳۹۲	.۰۱۰۰	۱.۰۰۰
۱۳۹۲	۱۳۹۳	-.۳۱۰۰	.۴۴۶
	۱۳۹۰	-.۳۹۰۰	.۲۴۳
	۱۳۹۱	-.۰۱۰۰	۱.۰۰۰
۱۳۹۳	۱۳۹۳	-.۳۲۰۰	.۴۱۷
	۱۳۹۰	-.۰۷۰۰	.۹۸۷
	۱۳۹۱	.۳۱۰۰	.۴۴۶
	۱۳۹۲	.۳۲۰۰	.۴۱۷

همان طوری که در جدول (۷) مشاهده می‌شود، از دیدگاه داوطلبین استخدام، میزان تفاوت بین ۴ سال معنادار نمی‌باشد که این نتیجه‌گیری را می‌توان با سطح اطمینان ۹۵٪ به جامعه مورد مطالعه تعمیم داد. لذا H_0 تأیید و H_1 رد می‌شود به عبارت دیگر از نظر داوطلبین، توجه به بحث تشویق کارکنان و برخورد قانونی با مدیران و کارکنانی که موجبات نارضایتی داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های افسری آجا را فراهم آورده‌اند در طی ۴ سال بهبود آنچنانی نداشته است. بیش‌ترین تفاوت میانگین بین ۴ سال، متعلق به سال‌های ۹۰ الی ۹۱ با ۰/۳۸ و کمترین آن متعلق به سال‌های ۹۲ الی ۹۳ با ۰/۳۲ می‌باشد. که به ترتیب نشان‌دهنده بیش‌ترین تغییر مثبت و کمترین تغییر مثبت (بیش‌ترین تغییر منفی) در رابطه با بحث تشویق کارکنان و برخورد قانونی با مدیران و کارکنانی که موجبات نارضایتی داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های افسری آجا را فراهم آورده‌اند در طی این دو دوره می‌باشد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

الف) با تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق معین شد تفاوت بین میانگین پاسخ‌ها از سال ۹۰ تا ۹۱ و همین‌طور از سال ۹۱ تا ۹۲ معنادار می‌باشد، لیکن این تفاوت از سال ۹۲ تا سال ۹۳ معنادار نبوده و این به معنای بهبود کلیه موضوعات مطروحه در فرضیه‌ها در طی ۳ سال (از ۹۰ تا ۹۲) می‌باشد، این درحالی است که این بهبود از سال ۹۲ تا ۹۳ آنچنان مشهود نبوده است.

۱- پیرامون سال ۹۰ الی ۹۱، از بین فرضیه‌های پژوهش، تفاوت میانگین فرضیه دوم یعنی " نحوه اطلاع‌رسانی مناسب به داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های افسری آجا در زمینه‌ی نحوه ارائه خدمات " با ۷۳. و همچنین تفاوت میانگین فرضیه ششم یعنی " توجه به بحث تشویق تقدیر کارکنان و برخورد قانونی با مدیران و کارکنانی که موجبات نارضایتی داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های افسری آجا را فراهم آورده‌اند " با ۳۸. به ترتیب بیشترین و کمترین مقادیر را به خود اختصاص داده‌اند. که این به معنای بیشترین بهبود و کمترین بهبود به ترتیب در وضعیت مربوط به فرضیه‌ها دوم و ششم در فاصله سال‌های ۹۰ تا ۹۱ می‌باشد. لذا لازمست مسئولین امر توجه خود را به نقاط ضعف موجود جهت ارتقاء هر چه بیشتر در فرضیه‌ها با تفاوت میانگین کم نسبت به سایر مقادیر بالاخص فرضیه ششم مبذول دارند.

۲- پیرامون سال ۹۱ الی ۹۲، از بین فرضیه‌ها پژوهش، تفاوت میانگین فرضیه اول یعنی " شفاف سازی و مستند سازی نحوه ارائه خدمات به داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های افسری آجا " با ۶۴. و همچنین تفاوت میانگین فرضیه هفتم یعنی " سایر موارد اجرائی " با ۶۵-. به ترتیب بیشترین و کمترین مقادیر را به خود اختصاص داده‌اند. که این به معنای بیشترین بهبود و کمترین بهبود به ترتیب در وضعیت مربوط به فرضیه‌ها اول و هفتم در فاصله سال‌های ۹۱ تا ۹۲ می‌باشد. لذا لازمست مسئولین امر توجه خود را به نقاط ضعف موجود جهت ارتقاء هر چه بیشتر در فرضیه‌ها با تفاوت میانگین کم نسبت به سایر مقادیر بالاخص فرضیه هفتم مبذول دارند.

۳- پیرامون سال ۹۲ الی ۹۳، از بین فرضیه‌های پژوهش، تفاوت میانگین فرضیه دوم یعنی " نحوه اطلاع‌رسانی مناسب به داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های افسری آجا در زمینه‌ی نحوه ارائه خدمات " با ۲۷. و همچنین تفاوت میانگین فرضیه ششم یعنی " توجه به بحث تشویق تقدیر کارکنان و برخورد قانونی با مدیران و کارکنانی که موجبات نارضایتی داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های افسری آجا را فراهم آورده‌اند " با ۳۲-. به ترتیب بیشترین و کمترین مقادیر را به خود اختصاص داده‌اند. که این به معنای بیشترین بهبود و کمترین بهبود به ترتیب در وضعیت مربوط به فرضیه‌های دوم و ششم در فاصله سال‌های ۹۲ تا ۹۳ می‌باشد. لذا لازمست مسئولین امر توجه خود را به نقاط ضعف موجود جهت ارتقاء هر چه بیشتر در فرضیه‌ها با تفاوت میانگین کم نسبت به سایر مقادیر بالاخص فرضیه ششم مبذول دارند.

۴- از بین کلیه فرضیه‌ها (از سال ۹۰ الی ۹۳)، بیش‌ترین میزان تفاوت میانگین، مربوط به فرضیه سوم در سال ۹۰ الی ۹۱ یعنی " تدوین منشور اخلاقی سازمان به منظور ایجاد برخورد

مشوقانه و مناسب با داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های افسری آجا " و مقدار آن برابر ۷۳۶۳ می‌باشد. این مقادیر برای سالهای ۹۱ الی ۹۲ و ۹۲ الی ۹۳ به ترتیب با مقادیر ۶۴. (فرضیه اول) و ۲۷. (فرضیه دوم) در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

۵- بیش‌ترین تغییرات منفی در تفاوت میانگین‌ها در بین کلیه فرضیه‌ها (از سال ۹۰ الی ۹۳)، در دوره مربوط به سال ۹۱-۹۲ می‌باشد، که در بین فرضیه‌ها مربوط به این دوره، فرضیه هفتم یعنی " سایر موارد اجرائی " با ۶۵- و فرضیه اول یعنی " شفاف سازی و مستند سازی نحوه ارائه خدمات به داوطلبین استخدام در دانشگاه‌های افسری آجا " با ۶۴- بیش‌ترین تفاوت میانگین منفی را به خود اختصاص داده‌اند که لزوم دقت در این موضوع به عنوان نقطه ضعف دوره مذکور و تلاش در جهت ارتقاء وضعیت موجود در آن احساس می‌شود.

ب) به هر حال، بنا بر اهمیت موضوع جذب و گزینش به عنوان مدخلی برای ورود منابع انسانی کارآمد به درون سازمان‌ها بالاخص سازمان بحران مداری همچون آجا، نیاز است تا تحقیقاتی هدفمند، جامع و علمی در راستای ارتقاء هر چه بیشتر سطح کیفی این فرایندها، توسط مراکز علمی و پژوهشی آجا انجام شود تا ضمن آسیب شناسی، روز به روز شاهد پیشرفت و بالندگی این سازمان راهبردی باشیم.

منابع

- آقاداد، سیدرسول (۱۳۷۲) وظایف روابط عمومی در درون سازمان، ماهنامه پیام روابط عمومی وزارت جهادسازندگی، ش ۷، ص ۷
- آقاداد، سیدرسول (۱۳۸۰) سرمایه اجتماعی و روابط عمومی، فصلنامه هنر هشتم (فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی روابط عمومی)، سال ۶، شماره ۴، زمستان، ص ۴۶
- آقاداد، سیدرسول (۱۳۸۱) افکار عمومی، ماهنامه افرا، خبرنامه انجمن فرهنگی روابط عمومی استان اصفهان، شماره ۴
- آقاداد، سیدرسول (۱۳۸۱) سرپرستی اثربخش در کارخانه‌های صنعتی"، اصفهان: انتشارات غزل، صص ۷۵-۷۶
- حریری، نجلا و مرال حق جو (۱۳۹۱) وضعیت اجرای طرح تکریم ارباب رجوع در سازمان اسناد و کتابخانه ملی ج.ا.ا. با تأکید بر آموزه‌های فرهنگ اسلامی، فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات، شماره ۹۵
- جهانگیری، علی (۱۳۸۲) دولت مشتری مدار، مجله مدیریت توسعه، شماره ۶۰ و ۶۱

- حسینی مقدم، سیدعلی و مسلم جمشیدی، مهدیه‌السادات یزدی‌خواه، احمد سوری (۱۳۹۱)، "بررسی رابطه میزان رضایتمندی با نحوه رفتار کارکنان کلانتری‌ها"، فصلنامه پژوهش‌های انتظام اجتماعی / سال چهارم / شماره سوم / پاییز
- خاکی، غلامرضا (۱۳۹۱)، روش تحقیق با رویکرد به پایان نامه نویسی، تهران: نشر فوژان
- دانایی فرد، حسن (۱۳۸۸) چالش‌های مدیریت دولتی در ایران، تهران، انتشارات سمت
- زارعی، محمد حسین (۱۳۸۱) از حقوق و کرامت انسانی تا طرح تکریم شورا عالی اداری"، مجله فرآیند مدیریت و توسعه، تابستان و پاییز-شماره ۵۶ و ۵۷، از ۲۲ تا ۲۹
- رحیمی، سعید (۱۳۸۱) مبانی مدیریت دولتی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران
- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور (۱۳۸۱)، معاونت امور مدیریت و منابع انسانی، "طرح تکریم مردم و جلب رضایت ارباب رجوع در نظام اداری کشور، مصوبه ش ۱۳/۱۸۵۴۰/ط مورخ ۸۱/۲/۱۰
- سکاران، اوما (۱۳۸۱) روش‌های تحقیق در مدیریت، ترجمه محمد صاحبی و محمود شیرازی، چاپ دوم، موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.
- سیدی تبار، اعظم سادات (۱۳۸۵) تکریم ارباب رجوع از منظر آیات و روایات "مجله شمیم یاس-شهریور، شماره ۴۲
- سهرابی، ابوالفضل و محمد ندری، غلامرضا جندقی، سید حسین اخوان (۱۳۹۰)، آسیب شناسی طرح تکریم ارباب رجوع در سازمانهای دولتی، مجله دانشور رفتار، دانشگاه شاهد، تیر، شماره ۱-۴۷
- عبدالله زاده، سید محمد (۱۳۸۲) مجله دانش مدیریت، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، شماره بهار
- فرج الله، رهنورد (۱۳۸۴)، معماری سازمان دولت: گامی بنیادین در تکریم ارباب رجوع، مدیریت: تحول اداری: تابستان، شماره ۴۹ از ۱۰۹ تا ۱۲۰
- فیتز سیمونز، جیمز ای و مونا جی فیتز سیمونز (۱۳۸۷)، مدیریت خدمات (۲۰۰۱) ترجمه دکتر سید محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی؛ چاپ دوم
- قاسم‌زاده میرکلان، ابراهیم و سعید امیرنژاد، سید غلامرضا رضوی (۱۳۹۲) بررسی میزان رضایتمندی مشتریان از کیفیت خدمات ارائه شده در استخرهای سرپوشیده خصوصی و دولتی، نشریه مدیریت و فیزیولوژی ورزشی شمال، دوره اول، شماره اول، صص ۵۸ - ۴۹
- قراملکی، فرامرز (۱۳۹۲) رهیافت استراتژیک به اخلاق حرفه‌ای در مدیریت شهری: بنیان تحقق تکریم ارباب رجوع، www.gharamaleki.ir/files/arti/FI.pdf ۱۵۰۵۴۵-۱۳۹۲۰۲۲۱
- قره‌چه، منیژه (۱۳۸۱)، مشتری‌گرایی در نظام بانکی، مجله پیام مدیریت، سال دوم، شماره ۲
- کاوسی، سید محمدرضا. سقائی، عباس (۱۳۸۴) روش‌های اندازه‌گیری رضایت مشتری. تهران: انتشارات سبزان
- گرمساری، سید مهدی (۱۳۸۶) مجله محسنین، قم، انتشارات صدرالحسین، بهار ۸۶

- گرگ آل. استوارت. کنث جی. براون (۱۳۹۳) مدیریت منابع انسانی پیوند استراتژی و عمل، مترجمین: اعرابی، سید محمد و فیاضی، مرجان، انتشارات مهکامه، چاپ پنجم
- موسوی، سید محمد (۱۳۶۸) اهمیت و نقش روابط عمومی در توسعه سازمان، سازمان جهاد سازندگی استان اصفهان،
- محمدی، اسماعیل (۱۳۸۸)، مشتری‌مداری و تکریم ارباب رجوع تهران: موسسه خدمات فرهنگی رسا. چاپ هفتم
- میرغفوری، سید حبیب اله و میثم شفیعی رودپشتی و حبیب زارع احمدآبادی (۱۳۸۷) سنجش میزان اثربخشی تکریم از ارباب رجوع در بخش عمومی با رویکرد تحلیل شکاف، دوماهنامه علمی- پژوهشی دانشور رفتار، دانشگاه شاهد، سال پانزدهم، شماره ۳۲
- مسعودی، علی (۱۳۸۲)، رضایت مشتری ضامن بقاء در بازار رقابت، مجله تدبیر، شماره ۱۲۲
- مهربان، فردین و امیر اشکان نصیری پور و سید جمال الدین طیبی (۱۳۸۵) طرح تکریم ارباب رجوع در بیمارستان‌های آموزشی رشت، مجله دانشکده پزشکی دانشگاه علوم پزشکی گیلان، دوره پانزدهم، شماره ۵۷
- معمارزاده، غلامرضا و مهرزاد سرفرازی (۱۳۸۹) بررسی عوامل مؤثر عملکردی کارکنان و مدیران بر رضایت ارباب رجوع، پژوهشنامه علوم اجتماعی، پاییز، شماره ۵، صص ۹ تا ۵۶
- محمد طالقانی، پروانه سموئی (۱۳۸۸)، ارزیابی اثرات اجرای طرح تکریم ارباب رجوع در میزان وفاداری مشتریان بانکی، مجله مدیریت توسعه و تحول ۳، ۶۱ - ۶۹
- مهرانفر، ابراهیم (۱۳۹۳) تبیین جایگاه و خواستگاه تکریم ارباب رجوع در اسلام و قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، <http://www.dadesfahan.ir>
- مظاهری، آیت‌الله حسین (۱۳۸۲) اخلاق در اداره، به کوشش جواد خالقی، قم، نشر بوستان کتاب قم
- نادری، عزت ا... و سیف نراقی، مریم (۱۳۶۸) روش‌های تحقیق و چگونگی ارزشیابی آن در علوم انسانی، تهران، انتشارات بدر
- نایب‌زاده، شهناز و محمدمجید فتاحی (۱۳۸۸)، ارزیابی کیفیت خدمات در دفاتر پلیس+۱۰ با استفاده از روش سروکوال، مجله مدیریت بازاریابی، سال چهارم، شماره ۷، صص ۱۱۶ - ۱۳۶
- هیوز، آون (۱۳۸۸). مدیریت دولتی نوین، ترجمه سیدمهدی الوانی و غلامرضا معمارزاده و سهراب خلیلی شورینی، تهران، انتشارات مروارید.