

بررسی میزان تحقق ابعاد مدیریت ارتباط با ارباب رجوع براساس اندیشه‌های مدیریتی حضرت علی(ع)

منصور رحمتی *

مریم رحمتی **

دریافت مقاله: ۹۲/۹/۱۸

پذیرش نهایی: ۹۳/۹/۹

چکیده

این پژوهش به بررسی ابعاد مدیریت ارتباط با ارباب رجوع (CRM) بر اساس اندیشه‌های مدیریتی حضرت علی(ع) در نامه ۵۳ کتاب نهج البلاغه و میزان تحقق آنها در ادارات دولتی شهرستان شهرضا پرداخته، و الگویی پنج بعدی شامل عدالت، پیگیری، مدارا، صبر و حسن خلق ارائه کرده است. روش بررسی اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و اسنادی و منبع اصلی آن نهج البلاغه با شیوه توصیفی تحلیلی به بررسی این ابعاد پرداخته است. کلید واژه‌ها: CRM، عدالت و پیگیری کار مردم در ادارات، مدارا و صبر و حسن خلق در برخورد با مراجعان، مدیریت اسلامی و مشکلات جامعه امروز.

* نویسنده مسئول: کارشناسی ارشد مدیریت دولتی - تحول. دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان

m_rahmati_2007@yahoo.com

** کارشناسی ارشد مدیریت دولتی - سیستم های اطلاعاتی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان

mrahmati111@yahoo.com

مقدمه

در بازار گسترده امروز موفقیت یا عدم موفقیت هر سازمانی به رفتار مشتری و مخاطب آن بستگی دارد؛ به این ترتیب بسیاری از مفاهیم و نظریه‌های سازمان و مدیریت بر محور «مشتری مداری» و چگونگی کسب رضایت ارباب رجوع ارائه شده است. از نگاه اسلام، مشتری مداری را نوعی ارزش نهادن به انسان و تأمین نیازهای او می‌توان تعریف کرد. از سوی دیگر با عنایت به سابقه درخشان حکومت دینی امام علی(ع) در مقطعی خاص در امت اسلامی، که مشتری مداری و مدیریت ارتباط با ارباب رجوع را به مفهوم حقیقی تجلی می‌بخشید، تصمیم گرفته شد که به بررسی ابعاد مدیریت ارتباط با ارباب رجوع (CRM) بر اساس اندیشه‌های مدیریتی حضرت علی(ع) در نامه ۵۳ نهج البلاغه و میزان تحقق آنها در سازمانهای دولتی پرداخته شود.

از دیدگاه حضرت علی(ع) چرایی تشکیل حکومت اسلامی بر اقامه حدود الهی و وظایفی مبتنی است که بر عهده دولتمردان است. از نظر مولای متقیان علی(ع) حکومت بر مردم به هیچ وجه هدف نیست، بلکه امانت الهی است که باید در جهت خدمت به بندگان خدا و به عنوان وسیله‌ای به منظور رفع نیازهای محرومان و نیازمندان قرار گیرد و این آرمان والا جز با حکومت صالحان تحقق نمی‌یابد.

روش شناسی پژوهش

در این پژوهش، ابعاد مدیریت ارتباط با ارباب رجوع (CRM) در اندیشه‌های مدیریتی حضرت علی(ع) در پنج بعد ذیل مورد بررسی قرار گرفته است: ۱- رعایت عدالت ۲- پیگیری کار مردم ۳- مدارا با مردم ۴- صبر در برابر مردم ۵- حسن خلق با مردم

هدف اصلی پژوهش، بررسی ابعاد مدیریت ارتباط با ارباب رجوع (CRM) بر اساس اندیشه‌های مدیریتی حضرت علی(ع) در نامه ۵۳ نهج البلاغه و میزان تحقق آنها در ادارات دولتی شهرستان شهرضا است. روش بررسی اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و اسنادی و منبع اصلی آن نهج البلاغه با شیوه توصیفی تحلیلی به بررسی ابعاد آن پرداخته می‌شود.

مفهوم شناسی پژوهش

- مشتری و تفاوت آن با ارباب رجوع: مشتری کسی است که معامله و داد و ستدی را در

محیطی رقابتی به عهده دارد و در حالت تعاملی چیزی را می‌دهد و چیزی را می‌گیرد؛ ولی ارباب رجوع مثل مشتری حالت تعاملی و طرفینی ندارد بلکه خدمات یکجانبه را شامل می‌شود (محمدی، ۱۳۸۲: ۴۴).

- رضایتمندی ارباب رجوع: ارزیابی‌های ارباب رجوع از کیفیت کالاها و خدمات دریافت شده را رضایتمندی می‌گویند (فسیکوآ^۱، ۲۰۰۴: ۵۷).

- مدیریت ارتباط با ارباب رجوع (CRM): واژه CRM^۲ مدیریت ارتباط با ارباب رجوع است. در واقع این سامانه، راهبردی است برای جمع‌آوری نیازها و رفتارهای مشتریان تا به ایجاد روابطی قوی تر با آنها منجر شود. در نهایت، رابطه قوی با مشتریان مهمترین رمز موفقیت هر کسب و کار است (آقداوود و ردائی، ۱۳۸۵: ۱۶).

شاید تعریف موثر لیمایم^۳ از CRM بهترین تعریف باشد: CRM به همه فرایندها و فناوریهایی اطلاق می‌شود که سازمان برای شناسایی، ترغیب، گسترش، حفظ و خدمت به مشتری به کار می‌گیرد (کارترایت، ۱۳۸۳: ۳۲).

- اندیشه‌های مدیریتی حضرت علی(ع): اندیشه مدیریتی امام علی(ع) از دیگر اندیشه‌های بشری متمایز، و دارای ویژگیهایی است که هیچ اندیشمند غربی در دانش مدیریت به آن دست نیافته است. امام علی(ع) به مدیریت با نگرش انسانی می‌نگرد؛ زیرا آنچه در افق مدیریت مطرح است، انسان است و انسان ابزار نیست (آذردشتی، ۱۳۶۸: ۵۵).

- سیمای مدیریت از دید امام علی(ع): مدیریت، هدایت انسانها به سوی اهدافی والا و مشخص در سامانه‌ای منظم و متعامل است که بر پایه تعالی و کرامت انسانی استوار، و بر ارزشهای مطلق و ثابتی مبتنی است؛ سامانه‌ای که در آن تصمیمگیریها با تدبیر و فراست انجام می‌گیرد؛ فرمانها و دستورها عادلانه صادر، و قدرت در مجرای معقول و منطقی آن اعمال می‌شود. سامانه‌ای که در آن مدیر خود را خادم، معاون و معاضد همکارانش می‌داند و بر قلب و روح آنان حکومت می‌کند (فلاح سلوکلائی، ۱۳۸۷: ۳۵).

1 - Fecikova
2 - Client Relationship Management
3 - Moez Limayem

بحث و بررسی

ابعاد (CRM) بر اساس اندیشه‌های مدیریتی حضرت علی (ع)

۱ - رعایت عدالت

عدالت، اعطای حق به ذی حق یا عدم تجاوز به حق ذی حق است (مطهری، ۱۳۶۲: ۱۶). عدالت، محوریت‌ترین، استوارترین، بنیادیت‌ترین و شامل‌ترین مسئله سیاست و حکومت علوی است. حکومتی می‌تواند ادعا کند از حکومت علی(ع) الگو گرفته است که سردمداران آن به عدالت بیش از هر چیز اهمیت دهند و برای گسترش عدل و توسعه قسط و همه گیر ساختن داد از هیچ کوششی دریغ نوزند. در سخنان حضرت علی(ع) عدالت در یک مورد به معنای انصاف و میانه‌روی و پرهیز از افراط و تفریط، و در جای دیگر به مفهوم قرارداد دادن هر چیز در جای خود و در موردی به معنای سیاست عمومی آمده است (محمدری شهری، ۱۳۸۲: ۱۹۵).

حضرت علی(ع)، مجموعه عواملی را که در تحقق عدالت مؤثر است در سه جمله خلاصه فرموده‌اند: «اسْتَعِنَ عَلَى الْعَدْلِ بِحُسْنِ النِّيَّةِ فِي الرَّعِيَّةِ وَقِلَّةِ الطَّمَعِ وَكَثْرَةِ الْوَرَعِ» (غررالحکم، حدیث ۷۷۹۵): نیت خیر داشتن و خوش بینی نسبت به مردم تا حد زیادی مانع از حیف و میل حقوق آنان می‌شود و اگر خود نیز چشم طمع برهم نهد، آن گاه با چشم تقوای خود از هر گونه افراط و تفریطی پرهیز می‌کند و بر صراط عدل راه می‌یابد (لطیفی، ۱۳۷۹: ۳).

وصایای حضرت علی(ع) به مالک اشتر در مورد رعایت عدالت در مردم

«وَلْيَكُنْ أَحَبَّ الْأُمُورِ إِلَيْكَ أَوْسَطُهَا فِي الْحَقِّ وَأَعْمَمُهَا فِي الْعَدْلِ وَأَجْمَعُهَا لِرِضَى الرَّعِيَّةِ فَإِنَّ سُخْطَ الْعَامَّةِ يُجْحِفُ بِرِضَى الْخَاصَّةِ وَإِنْ سُخْطَ الْخَاصَّةِ يُغْتَفَرُ مَعَ رِضَى الْعَامَّةِ: (ای مالک!) چنان باید بود که از کارها (و اقدامها)، آن را بیشتر دوست بداری که در حد میانه حق باشد (نه حد افراط و نه تفریط) و عدل را بیشتر فراگیر سازد، و رضایت مردم را بهتر تأمین کند؛ زیرا ناخشنودی عمومی، رضایت جمعی اندک را بی‌اثر می‌کند؛ لیکن با خرسندی عمومی، نارضایی شماری اندک مسئله‌ای نیست» (دشتی، ۱۳۸۳: ۴۰۲).

«إِيَّاكَ وَمَسَامَاةَ اللَّهِ فِي عَظَمَتِهِ وَالتَّشَبُّهَ بِهِ فِي جَبْرُوتِهِ فَإِنَّ اللَّهَ يُدِلُّ كُلَّ جَبَّارٍ وَيُهِينُ كُلَّ مُخْتَالٍ أَنْصِفِ اللَّهَ وَ أَنْصِفِ النَّاسَ مِنْ نَفْسِكَ وَمِنْ خَاصَّةِ أَهْلِكَ وَمَنْ لَكَ فِيهِ هَوَى مِنْ رَعِيَّتِكَ: پرهیز که خود را در بزرگی همانند خداوند پنداری و در شکوه خداوندی همانند او دانی؛ زیرا خداوند

هر سرکشی را خوار می‌سازد و هر خود پسندی را بی‌ارزش می‌کند. با خدا و با مردم و با خویشاوندان نزدیک و با افرادی از رعیت خود که آنان را دوست داری، انصاف را رعایت کن» (دشتی، ۱۳۸۳: ۴۰۲).

۲ - پیگیری کار مردم

پیگیری در لغت به معنای دنبال کننده و دنبال گیرنده است. همان طور که از معنای واژه مشخص است، پیگیری یعنی شخصی از روی علاقه دنبال کاری را بگیرد و تا به نتیجه نرسد از کار دست نکشد. امیرمؤمنان علی(ع) در فرمانها و دستورالعملهای حکومتی و اداری خود، کارگزاران و کارکنانش را به پیگیری کارها سفارش کرده و از آنان خواسته است که در خدمتگزاری مردمان پیگیرانه عمل کنند. نظام اداری نباید به گونه ای باشد که مردم سر در گم شوند و یا کارشان معطل گردد و به سرگردانی گرفتار آیند. حبس کردن امور و متوقف کردن کارها از بزرگترین آفات نظام اداری است که جز با روحیه پیگیری جدی رفع نمی‌شود؛ بنابراین کارگزاران و کارکنان نظام اداری باید اهل پیگیری جدی کارها باشند و اجازه ندهند هیچ کاری گرفتار حبس و توقف شود (حقیقت، ۱۳۹۰: ۱۶).

وصایای حضرت علی(ع) به مالک اشتر در مورد پیگیری کار مردم

«فِي الطَّبَقَةِ السُّفْلَى مِنَ الدِّينِ لَا حِيلَةَ لَهُمْ مِنَ الْمَسَاكِينِ وَالْمُحْتَاجِينَ وَأَهْلِ الْبُؤْسَى وَالزَّمْنَى فَإِنَّ فِي هَذِهِ الطَّبَقَةِ قَانِعًا وَمُعْتَرًّا وَاحْفَظْ لِلَّهِ مَا اسْتَحْفَظَكَ مِنْ حَقِّهِ فِيهِمْ وَاجْعَلْ لَهُمْ قِسْمًا مِنْ بَيْتِ مَالِكَ؛ حال یتیمان و زمینگیران و سالخورده‌گان را بررسی کن؛ آنان که هیچ راه چاره‌ای ندارند و نمی‌خواهند دست نیاز به سوی مردم برند و برای آنان جیره و خواروباری معین دار؛ چرا که ایشان بندگان خدایند؛ پس با نجات این جمعیت از مشکلات و برگرداندن آنان به جایگاه اصلیشان از نظر حقوق و مزایا خود را به خداوند نزدیک ساز» (دشتی، ۱۳۸۳: ۴۰۲).

«وَتَقَدَّرْ أُمُورَ مَنْ لَا يَصِلُ إِلَيْكَ مِنْهُمْ مِمَّنْ تَقْتَحِمُهُ الْعُيُونُ وَتَحْقِرُهُ الرِّجَالُ فَفَرِّغْ لَأَوْلِيكَ تَقْتَكَّ مِنْ أَهْلِ الْحَشِيئَةِ وَالتَّوَاضِعِ فَلْيُرْفَعْ إِلَيْكَ أُمُورَهُمْ؛ به کارهای کسانی که به تو دسترسی ندارند رسیدگی کن؛ یعنی آنان که کسی به ایشان نگاه نمی‌کند و مردم خردشان می‌شمارند؛ زیرا این گروه از مردمان به عدل و انصاف نیازمندتر از دیگرانند.» (دشتی، ۱۳۸۳: ۴۰۲).

«ثُمَّ أُمُورٌ مِنْ أُمُورِكَ لَا بُدَّ لَكَ مِنْ مُبَاشَرَتِهَا مِنْهَا إِجَابَةُ عَمَّا لَكَ بِمَا يَعْنِي عَنْهُ كِتَابُكَ وَ مِنْهَا إِصْدَارُ حَاجَاتِ النَّاسِ يَوْمَ وُرُودِهَا عَلَيْكَ بِمَا تَخْرُجُ بِهِ صُدُورُ أَعْوَانِكَ؛ کارهایی است که ناچاری

خود انجام دهی؛ از آن جمله: پاسخ دادن است به کارگزارانت آنجا که منشیان و نویسندگان در مانند؛ دیگر برآورده ساختن حاجات مردم، هنگامی که آن را به تو حکایت نمایند» (دستی، ۱۳۸۳: ۴۰۲).

۳ - مدارا با مردم

مدارا، نرمی و ملایمت و حُسنِ معاشرت با مردم و تحملِ ناگواری و آزار آنهاست؛ پس مدارا این است ناگواری که از کسی به تو رسد متحمل شوی و به روی خود نیاوری (حسینی، ۱۳۸۰: ۵).

وصایای حضرت علی (ع) به مالک اشتر در مورد مدارا با مردم «إِنَّهُمْ صِنْفَانِ إِمَّا أَحْ لَكَ فِي الدِّينِ وَإِمَّا نَظِيرٌ لَكَ فِي الْخَلْقِ يَفْرُطُ مِنْهُمْ الزَّلْلُ وَ تَعْرِضُ لَهُمُ الْعِلْلُ وَ يُؤْتَى عَلَى أَيْدِيهِمْ فِي الْعَمَدِ وَالْحَطَايَا فَأَعْطِهِمْ مِنْ عَفْوِكَ وَ صَفْحِكَ مِثْلَ الَّذِي تُحِبُّ وَ تَرْضَى أَنْ يُعْطِيَكَ اللَّهُ مِنْ عَفْوِهِ وَ صَفْحِهِ: مردم دو دسته اند: دسته ای برادر دینی تو و دسته دیگر همانند تو در آفرینش هستند. اگر گناهی از آنان سر می زند یا علتی بر آنان عارض می شود یا خواسته و ناخواسته، اشتباهی مرتکب می گردند، آنان را ببخشای و بر آنان آسان گیر؛ آن گونه که دوست داری خدا تو را ببخشد و بر تو آسان گیرد» (دستی، ۱۳۸۳: ۴۰۲).

«فَإِنْ شَكُوا ثِقَالًا أَوْ عِلَّةً أَوْ انْقِطَاعَ شَرِبٍ أَوْ بَالَةً أَوْ إِحَالَهَ أَرْضٍ إِعْتَمَرَهَا غَرَقٌ أَوْ أَجْحَفَ بِهَا عَطَشٌ حَقَّقْتَ عَنْهُمْ بِمَا تَرَجُّو أَنْ يَصْلَحَ بِهِ أَمْرُهُمْ: اگر مردم شکایت کردند از سنگینی مالیات یا آفت زدگی یا خشک شدن آب چشمه ها یا کمی باران یا خراب شدن زمین در سیلابها، یا خشکسالی در گرفتن مالیات به میزانی تخفیف ده تا امورشان سامان گیرد» (دستی، ۱۳۸۳: ۴۰۲).

۴ - صبر در برابر مردم

صبر این است که انسان در قلب خود استقامتی داشته باشد که بتواند کنترل نظام نفس خود را در دست گیرد و دل را از تفرقه، نسیان تدبیر، خبط فکر و فساد رأی جلوگیری کند (پورمحمدی، ۱۳۸۹: ۴).

بهترین وسیله اداره کارها داشتن شرح صدر است. این ویژگی برای کسانی که با مردم در تماس و ارتباط بیشتری هستند و در معرض مراجعات، طرح سؤالات، نیازها، توقعات و مشکلاتند، ضروری و از مهمترین صفات شایسته برای مسئولان است (محدثی، ۱۳۸۵: ۷).

وصایای حضرت علی (ع) به مالک اشتر، در مورد صبر در برابر مردم
 «وَأَلْزِمِ الْحَقَّ مَنْ لَزِمَهُ مِنَ الْقَرِيبِ وَالْبَعِيدِ وَكُنْ فِي ذَلِكَ صَابِرًا مُحْتَسِبًا وَأَقِعْ ذَلِكَ مِنْ قَرَابَتِكَ
 وَخَاصَّتِكَ حَيْثُ وَقَعَ وَابْتَغِ عَاقِبَتَهُ بِمَا يَثْقُلُ عَلَيْكَ مِنْهُ فَإِنَّ مَعْبَةَ ذَلِكَ مَحْمُودَةٌ: حق را به صاحب
 حق، هر کس که باشد، نزدیک یا دور، پرداز و در این کار شکیبیا باش و این شکیبیایی را به حساب
 خدا بگذار. گر چه اجرای حق، مشکلاتی برای نزدیکان فراهم آورد، تحمل سنگینی آن را به یاد
 قیامت بر خود هموار ساز» (دستی، ۱۳۸۳، ۴۰۲).

«وَلَيْسَ يَخْرُجُ الْوَالِي مِنْ حَقِيقَةِ مَا أَلَزَمَهُ اللَّهُ مِنْ ذَلِكَ إِلَّا بِالْإِهْتِمَامِ وَالْإِسْتِعَانَةِ بِاللَّهِ وَتَوْطِينِ
 نَفْسِهِ عَلَى لُزُومِ الْحَقِّ وَالصَّبْرِ عَلَيْهِ فِيمَا خَفَّ عَلَيْهِ أَوْ ثَقُلَ: زمامدار از اجرای آنچه خدا بر او واجب
 کرده است، نمی تواند موفق باشد جز اینکه تلاش فراوان نماید و از خدا یاری بطلد و خود را برای
 حق آماده سازد و در همه کارها، آسان باشد یا دشوار، شکیبیایی ورزد» (دستی، ۱۳۸۳، ۴۰۲).

۵ - حُسنُ خُلُقٍ با مردم

حُسنُ خُلُقٍ دو معنا دارد: معنای عام و معنای خاص. حُسنُ خُلُقٍ به معنای عام، مجموعه
 ویژگیهای پسندیده‌ای است که لازم است انسان روح خود را به آنها بیاراید. حُسنُ خُلُقٍ به معنای
 خاص، خوشرویی، خوشرفتاری، حُسنُ معاشرت و برخورد پسندیده با دیگران است. در کتابهای
 اخلاق و روایات اسلامی هر جا سخن از حُسنُ خُلُقٍ است، اغلب مراد، همین معنای دوم است
 (مقدس نیا، ۱۳۸۷: ۲).

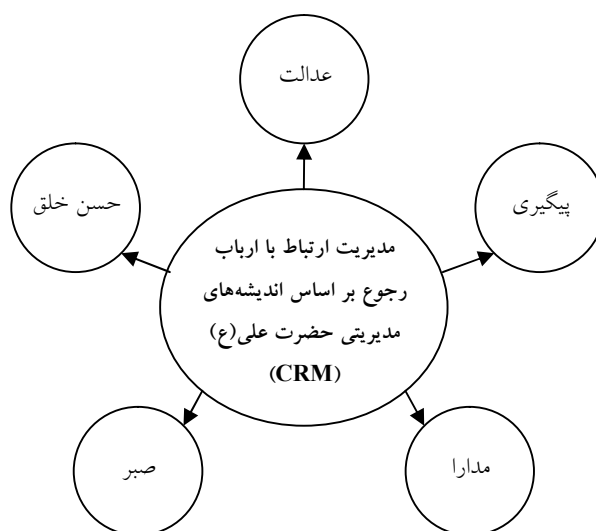
دین مقدس اسلام، همواره پیروان خود را به نرم خوئی و ملایمت در رفتار با دیگران دعوت
 می کند و آنان را از درشتی و تندخویی باز می دارد. حُسنُ خُلُقٍ و گشاده رویی از بارزترین صفاتی
 است که در معاشرتهای اجتماعی باعث نفوذ محبت می شود و در تأثیر سخن، اثری شگفت انگیز
 دارد (مقدس نیا، ۱۳۸۷: ۴).

وصایای حضرت علی (ع) به مالک اشتر، در زمینه حُسنُ خُلُقٍ با مردم
 «وَأَشْعِرْ قَلْبَكَ الرَّحْمَةَ لِلرَّعِيَّةِ وَالْمَحَبَّةَ لَهُمْ وَاللُّطْفَ بِهِمْ وَلَا تَكُونَنَّ عَلَيْهِمْ سَبْعًا ضَارِيًا تَغْتَنِمُ
 أَكْلَهُمْ: مهربانی با مردم را پوشش دل خویش قرار ده و با همه دوست و مهربان باش. مبادا، چونان
 حیوان شکاری باشی که خوردن آنان را غنیمت دانی» (دستی، ۱۳۸۳، ۴۰۲).

«وَاعْلَمْ أَنَّهُ لَيْسَ شَيْءٌ بِأَدْعَى إِلَى حُسْنِ ظَنِّ رَاعٍ بِرَعِيَّتِهِ مِنْ إِحْسَانِهِ إِلَيْهِمْ وَتَخْفِيفِهِ الْمُنُونَاتِ
 عَلَيْهِمْ وَتَرْكِ اسْتِكْرَاهِهِ إِيَّاهُمْ عَلَى مَا لَيْسَ لَهُ قَبْلَهُمْ: بدان ای مالک، هیچ وسیله‌ای برای جلب

اعتماد والی بر رعیت، بهتر از نیکوکاری به مردم، تخفیف مالیات و عدم اجبار مردم به کاری نیست که دوست ندارند» (دشتی، ۱۳۸۳: ۴۰۲).

با توجه به این مطالب، پژوهشگر الگوی مفهومی پژوهش را به صورت ذیل ارائه می‌کند:



شکل شماره ۱: الگوی مفهومی پژوهش

الگوی پژوهش، شامل پنج بعد استخراج شده از اندیشه‌های مدیریتی و سیره عملی حضرت علی (ع) در نامه ۵۳ نهج البلاغه، خطاب به مالک اشتر در زمینه مدیریت ارتباط با ارباب رجوع (CRM) است.

سؤالات پژوهش

سؤال اصلی

آیا کارکنان سازمانهای دولتی، ابعاد مدیریت ارتباط با ارباب رجوع (CRM) را براساس

اندیشه‌های مدیریتی حضرت علی (ع) در برخورد با ارباب رجوع رعایت می‌کنند؟

سؤالات فرعی

۱- تا چه میزان کارکنان، عدالت را در برخورد با ارباب رجوع رعایت می‌کنند؟

- ۲- تا چه میزان کارکنان، پیگیری کارها را در برخورد با ارباب رجوع رعایت می‌کنند؟
- ۳- تا چه میزان کارکنان، مدارا را در برخورد با ارباب رجوع رعایت می‌کنند؟
- ۴- تا چه میزان کارکنان، صبر را در برخورد با ارباب رجوع رعایت می‌کنند؟
- ۵- تا چه میزان کارکنان، حسن خلق را در برخورد با ارباب رجوع رعایت می‌کنند؟

روش پژوهش

روش این پژوهش، توصیفی پیمایشی از نوع توصیفی - تحلیلی است و در زمره مطالعات میدانی قرار می‌گیرد. این پژوهش از آنجا که به بررسی نگرشهای کارکنان و نظر آنها در مورد مدیریت ارتباط با ارباب رجوع (CRM) می‌پردازد در قلمرو پژوهشهای توصیفی قرار دارد و از آنجا که وضعیت موجود را از دید کارکنان و ارباب رجوع مورد بررسی قرار می‌دهد، تحلیلی است؛ هم‌چنین با توجه به هدف و موضوع، این پژوهش، کاربردی است.

جامعه آماری

در این پژوهش، محقق با دو جامعه آماری مستقل و متفاوت سر و کار دارد. جامعه آماری اول را تمام کارکنان ادارات دولتی شهرستان شهرضا و جامعه آماری دوم را تمام ارباب رجوع ادارات دولتی شهرستان شهرضا تشکیل می‌دهند.

نمونه آماری و روش نمونه گیری

در این پژوهش از روش نمونه گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده شده و پس از مراجعه به ادارات دولتی، به توزیع و جمع آوری پرسشنامه‌ها از کارکنان و ارباب رجوع ادارات دولتی شهرستان شهرضا اقدام شده است.

نمونه‌گیری از کارکنان

در تعیین اندازه نمونه از کارکنان با توجه به نسبت $P=0/5$ و سپس با استفاده از فرمول کوکران (با اندازه جامعه ۱۳۲۰) و سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای معیار برآورد $d=0/05$ اندازه نمونه به شرح زیر برابر ۲۹۸ نفر برآورد شد.

$$n = \frac{Z_{\frac{\alpha}{2}}^2 \frac{p(1-p)}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left[Z_{\frac{\alpha}{2}}^2 \frac{p(1-p)}{d^2} - 1 \right]} = \frac{1.96 \frac{0.5(1-0.5)}{(0.05)^2}}{1 + \frac{1}{1320} \left[1.96 \frac{0.5(1-0.5)}{(0.05)^2} - 1 \right]} \cong 298$$

بنابراین ۲۹۸ پرسشنامه بین کارکنان توزیع شد که البته ۸ پرسشنامه برگشت داده نشد.

نمونه‌گیری از ارباب رجوع

در تعیین اندازه نمونه از ارباب رجوع با توجه به نسبت $P=0.5$ و سپس با استفاده از فرمول کوکران (با اندازه جامعه بینهایت) و سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای معیار برآورد $d=0.05$ اندازه نمونه به شرح زیر برابر ۳۸۴ نفر برآورد شد.

$$n = Z_{\frac{\alpha}{2}}^2 \frac{p(1-p)}{d^2} = 1.96 \frac{0.5(1-0.5)}{(0.05)^2} \cong 384$$

بنابراین ۳۸۴ پرسشنامه بین ارباب رجوع توزیع شد که البته ۴ پرسشنامه برگشت داده نشد.

ابزار گردآوری اطلاعات

در این پژوهش از پرسشنامه محقق ساخته بر اساس اندیشه‌های مدیریتی حضرت علی(ع) استفاده شده است. باید توجه کرد به دلیل مقایسه بین کارکنان و مراجعان در ادارات دولتی شهرستان شهرضا از پرسشنامه واحدی استفاده، و سؤالات به گونه ای طراحی شده که توسط هر دو جامعه آماری قابل پاسخگویی شد. ۳۰ سؤال این پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت است و کدهای عددی ۵، ۴، ۳، ۲ و ۱ به ترتیب برای گزینه های خیلی زیاد، زیاد، تا حدودی، کم و خیلی کم در نظر گرفته می شود.

روایی و پایایی ابزار اندازه‌گیری

روایی پرسشنامه این تحقیق از طریق صوری و محتوایی توسط استادان و صاحب‌نظران عرصه علوم مدیریتی و رفتار سازمانی مورد تأیید قرار گرفته است. به منظور سنجش پایایی پرسشنامه این پژوهش از ضریب آلفای کرونباخ و بر اساس مطالعه مقدماتی ۳۰ تایی برآورد شد. نتایج در جدولهای ذیل مطرح شد. چون اندازه آلفای به دست آمده برای کل پرسشنامه و شاخصهای پژوهش از مقدار ۰/۷ بیشتر است، پایایی زیاد ابزار اندازه‌گیری تأیید می‌شود.

جدول ۱ - ضریب آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه

تعداد سؤالاها	ضریب آلفای کرونباخ
۳۰	۰/۹۵

جدول ۲ - ضریب آلفای کرونباخ برای محاسبه پایایی شاخصهای پرسشنامه

شاخصها	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
رعایت عدالت	۷	۰/۷۶۱
پیگیری کار مردم	۷	۰/۸۲۱
مدارا با مردم	۵	۰/۸۹۵
صبر با مردم	۶	۰/۹۰۷
حسن خلق با مردم	۵	۰/۹۱۴

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات پژوهش

در این تحقیق برای تحلیل داده‌ها در قسمت آمار توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار) برای توصیف پدیده‌ها و در قسمت آمار استنباطی از آزمون مقایسه t و در آزمون فروض تکمیلی از آزمون t دو نمونه‌ای، آنالیز واریانس و آزمون فریدمن به همراه سطح معنی‌داری استفاده شد و فرضیه‌های تحقیق مورد بررسی قرار گرفت. برای تحلیل آماری از نرم افزار SPSS نسخه ۱۹ استفاده شد.

یافته‌های توصیفی تحقیق

در این پژوهش به منظور تعیین ویژگیهای جمعیت شناختی، پنج سؤال در پرسشنامه مطرح شده که عبارت است از سن، جنس، سابقه خدمت اداری، میزان تحصیلات و پست سازمانی. براساس اطلاعات پاسخهای پرسشنامه‌ها، ۱۸۹ نفر مرد و ۱۰۱ نفر زن هستند. ۱۰۱ نفر بین ۲۰ تا ۳۰ سال و ۱۱۶ نفر بین ۳۱ تا ۴۰ سال و ۵۶ نفر بین ۴۱ تا ۵۰ سال و ۱۷ نفر بیشتر از ۵۰ سال سن دارند. ۷۶ نفر سابقه خدمت اداری کمتر از ۵ سال و ۶۶ نفر سابقه خدمت اداری بین ۵ تا ۱۰ سال و ۴۶ نفر سابقه خدمت اداری بین ۱۰ تا ۱۵ سال و ۳۸ نفر سابقه خدمت اداری بین ۱۵ تا ۲۰ سال و ۶۴ نفر سابقه خدمت اداری بیش از ۲۰ سال دارد. ۱۷ نفر با تحصیلات دیپلم و ۴۸ نفر با تحصیلات کاردانی و ۱۶۸ نفر با تحصیلات کارشناسی و ۵۷ نفر با تحصیلات ارشد و بالاتر هستند. ۸۴ نفر در پست پشتیبانی و اداری و ۱۲۱ نفر در پست کارشناس و ۵۸ نفر در پست کارشناس مسئول و ۲۷ نفر در پست مدیریت بودند.

یافته‌های استنباطی پژوهش

در این بخش از آزمون t و سطح معنی داری به منظور بررسی سؤالات پژوهش استفاده شده است. با توجه به اینکه از طیف لیکرت برای پاسخها استفاده شده و برای اجزای طیف کد گذاری از ۱ تا ۵ صورت گرفته، میانگین پاسخها برابر با ۳ است.

سؤال اول: تا چه میزان کارکنان، عدالت را در برخورد با ارباب رجوع رعایت می کنند؟
به عبارتی میانگین پاسخها در این شاخص بیش از حد متوسط ۳ است. فرضیه‌های صفر و مقابل به صورت زیر نوشته می شود:

$$H_0: \mu \leq 3$$

$$H_1: \mu > 3$$

جدول ۳ - آزمون t در بررسی شاخص رعایت عدالت توسط کارکنان

گروه	آماره t	درجه آزادی	سطح معنی داری (p)
کارکنان	۲۵/۱۹	۲۸۹	۰/۰۰۰
ارباب رجوع	۱۰/۸	۳۷۹	۰/۰۰۰

در هر دو گروه کارکنان و ارباب رجوع با توجه به فرض نرمالیتی و با توجه به مقدار آماره t و اینکه سطح معنی داری آزمون از خطای ۵٪ (و حتی ۱٪) کمتر است، فرض صفر رد می‌شود و میانگین پاسخها از متوسط سه بیشتر است؛ پس رعایت عدالت توسط کارکنان، از نظر کارکنان سازمانهای دولتی و ارباب رجوع تأیید می‌شود.

سؤال دوم: تاچه میزان کارکنان پیگیری کارها را در برخورد با ارباب رجوع رعایت می‌کنند؟ به عبارتی میانگین پاسخها در این شاخص بیش از حد متوسط ۳ است. فرضیه‌های صفر و مقابل به صورت زیر نوشته می‌شود:

$$H_0: \mu \leq 3$$

$$H_1: \mu > 3$$

جدول ۴ - آزمون t در بررسی شاخص پیگیری کار مردم

گروه	آماره t	درجه آزادی	سطح معنی داری (p)
کارکنان	۲۵/۹۸	۲۸۹	۰/۰۰۰
ارباب رجوع	-۲/۷	۳۷۹	۰/۹۹۶

در گروه کارکنان با توجه به فرض نرمالیتی و با توجه به مقدار آماره t و اینکه سطح معنی داری آزمون از خطای ۵٪ (و حتی ۱٪) کمتر است، فرض صفر رد می‌شود و میانگین پاسخها از متوسط سه بیشتر است؛ پس پیگیری کار مردم از نظر کارکنان تأیید می‌گردد. اما در گروه ارباب رجوع با توجه به اینکه سطح معنی داری آزمون از خطای ۵٪ کمتر نیست، فرض صفر رد نمی‌شود و از نظر ارباب رجوع تأیید نمی‌شود و می‌توان نتیجه گرفت که از نظر ارباب رجوع، کارکنان، شاخص «پیگیری کار مردم» را رعایت نمی‌کنند.

سؤال سوم: تاچه میزان کارکنان مدارا در برخورد با ارباب رجوع را رعایت می‌کنند؟ به عبارتی میانگین پاسخها در این شاخص بیش از حد متوسط ۳ است. فرضیه‌های صفر و مقابل به صورت زیر نوشته می‌شود:

$$H_0: \mu \leq 3$$

$$H_1: \mu > 3$$

جدول ۵ - آزمون t در بررسی شاخص مدارا با مردم

گروه	آماره t	درجه آزادی	سطح معنی داری (p)
کارکنان	۲۵/۰۳	۲۸۹	۰/۰۰۰
ارباب رجوع	-۱/۰۱	۳۷۹	۰/۸۴۱

در گروه کارکنان با توجه به فرض نرمالیتی و با توجه به مقدار آماره t و اینکه سطح معنی داری آزمون از خطای ۵٪ (و حتی ۱٪) کمتر است، فرض صفر رد می شود و میانگین پاسخها بیشتر از متوسط سه است؛ پس مدارا با مردم از نظر کارکنان تأیید می گردد. اما در گروه ارباب رجوع با توجه به اینکه سطح معنی داری آزمون از خطای ۵٪ کمتر نیست، فرض صفر رد، و از نظر ارباب رجوع تأیید نمی شود و می توان نتیجه گرفت که از نظر ارباب رجوع، کارکنان، شاخص «مدارا با مردم» را رعایت نمی کنند.

سؤال چهارم: تا چه میزان کارکنان صبر را در برخورد با ارباب رجوع رعایت می کنند؟ به عبارتی میانگین پاسخها در این شاخص بیش از حد متوسط ۳ است. فرضیه های صفر و مقابل به صورت زیر نوشته می شود:

$$H_0: \mu \leq 3$$

$$H_1: \mu > 3$$

جدول ۶ - آزمون t در بررسی شاخص صبر در برابر مردم

گروه	آماره t	درجه آزادی	سطح معنی داری (p)
کارکنان	۲۳/۸۸	۲۸۹	۰/۰۰۰
ارباب رجوع	-۳/۸۵	۳۷۹	۰/۹۹۹

در گروه کارکنان با توجه به فرض نرمالیتی و با توجه به مقدار آماره t و اینکه سطح معنی داری آزمون از خطای ۵٪ (و حتی ۱٪) کمتر است، فرض صفر رد می شود و میانگین پاسخها بیشتر از متوسط سه است؛ پس صبر در برابر مردم از نظر کارکنان تأیید می گردد. اما در گروه ارباب رجوع با توجه به اینکه سطح معنی داری آزمون از خطای ۵٪ کمتر نیست، فرض صفر رد، و از نظر ارباب رجوع تأیید نمی شود و می توان نتیجه گرفت که از نظر ارباب رجوع، کارکنان، شاخص

«صبر در برابر مردم» را رعایت نمی‌کنند.

سؤال پنجم: تاچه میزان کارکنان حسن خلق را در برخورد با ارباب رجوع رعایت می‌کنند؟ به عبارتی میانگین پاسخها در این شاخص بیش از حد متوسط ۳ است. فرضیه‌های صفر و مقابل به صورت زیر نوشته می‌شود:

$$H_0: \mu \leq 3$$

$$H_1: \mu > 3$$

جدول ۷ - آزمون t در بررسی شاخص حسن خلق با مردم

گروه	آماره t	درجه آزادی	سطح معنی داری (p)
کارکنان	۲۷/۳۳	۲۸۹	۰/۰۰۰
ارباب رجوع	۸/۰۵	۳۷۹	۰/۰۰۰

در هر دو گروه کارکنان و ارباب رجوع با توجه به فرض نرمالیتی و با توجه به مقدار آماره t و اینکه سطح معنی داری آزمون از خطای ۵٪ (و حتی ۱٪) کمتر است، فرض صفر رد می‌شود و میانگین پاسخها بیشتر از متوسط سه است؛ پس شاخص «حسن خلق» با مردم از نظر کارکنان و ارباب رجوع تأیید می‌گردد.

جدول ۸ - رتبه‌بندی شاخصهای پژوهش با آزمون فریدمن: (تعداد = ۲۹۰)

عامل	میانگین رتبه فریدمن	آماره فریدمن	سطح معنی داری
عدالت	۲/۷۷	۷۴/۲۶	۰/۰۰۰
پیگیری	۲/۶۱		
مدارا	۲/۹۸		
صبر	۳/۰۱		
حسن خلق	۳/۶۲		

نتایج جدول، بیان می‌کند که سطح معنی داری آزمون فریدمن از خطای ۵٪ کمتر است و لذا نتیجه این است که اثر شاخصهای پژوهش یکسان و مساوی نیست و تفاوت معنی داری بین اثر شاخصها وجود دارد. میانگین رتبه‌ها برای شاخصهای پژوهش بیان می‌کند که شاخص «حسن خلق با مردم» بیشترین میانگین رتبه را دارد و بنابراین بیشترین تأثیر را بر مدیریت ارتباط با ارباب

رجوع (CRM) دارد؛ هم‌چنین شاخص «پیگیری کار مردم» کمترین میانگین رتبه را دارد و بنابراین کمترین تأثیر را بر مدیریت ارتباط با ارباب رجوع (CRM) دارد.

نتیجه گیری

فلسفه وجودی سازمانها و ادارات و مؤسسات، نیازهای انسان است؛ به عبارت دیگر، سازمان و 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 به وجود آمده است. بنابر این به فرض این که طرح و تکریم ارباب رجوع در نظام اداری کشور هم به عنوان 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. از مشکلات پژوهشهای اسلامی بویژه در باب مدیریت، کلی‌گویی و انتزاعی بودن است که موجب می‌شود نتوان از نتایج این پژوهشها به صورت ملموس استفاده کرد و نیز افراد نمی‌توانند به عنوان معیار سنجش برای ارزیابی عملکرد خود از آن استفاده کنند. به طور معمول این پژوهشها به بیان برخی سفارشهای اخلاقی و یا بیان صفات کارکنان اشاره می‌کنند بدون اینکه برای نقشها و کارهای روزانه و عملیاتی آنان در محیطهای کاری الگویی ملموس ارائه کنند؛ از این رو در این تحقیق، تلاش شد با استفاده از آموزه‌های دینی، اندیشه‌های مدیریتی و سیره عملی حضرت علی (ع) به این مهم دست یابد.

در نهایت با توجه به یافته‌های استنباطی پژوهش، می‌توان نتیجه گرفت از میان ابعاد الگوی ارائه شده، شاخصهای عدالت و حسن خلق از نظر کارکنان و ارباب رجوع تأیید می‌شود؛ یعنی از نظر ارباب رجوع، کارکنان این دو شاخص را رعایت می‌کنند؛ اما شاخصهای پیگیری، مدارا و صبر از نظر کارکنان تأیید می‌شود اما از نظر ارباب رجوع تأیید نمی‌شود؛ یعنی از نظر ارباب رجوع، کارکنان این سه شاخص را رعایت نمی‌کنند.

پیشنهادهای پژوهش

- ۱ - تغییر منشور اخلاقی سازمانهای دولتی بر مبنای اندیشه‌های مدیریتی حضرت علی (ع)
- ۲ - آموزش اندیشه‌های مدیریتی حضرت علی (ع) به کارکنان سازمانهای دولتی در دوره‌های

آموزشی ضمن خدمت

۳ - مدیران ادارات دولتی با رعایت اندیشه‌های مدیریتی حضرت علی (ع) می‌توانند الگوی رفتاری مناسبی برای کارمندان خود باشند.

منابع فارسی

- آذردهشتی، امیر هوشنگ (۱۳۶۸). کتدوکاوی در مدیریت علوی. تهران: مرکز پژوهش‌های اسلامی.
- آقداود، سید رسول؛ ردائی، مجید (۱۳۸۵). تمرین رفتار با مشتری. اصفهان: غزل.
- پورمحمدی، فاطمه (۱۳۸۹). صبر در قرآن. بنیاد علوم و معارف اسلامی.
- حسینی، سید غلامحسین (۱۳۸۰). قاطعیت و مدارا از دیدگاه امام علی (ع). فصلنامه علوم انسانی - اجتماعی. ش ۲۶.
- حقیقت، زهرا (۱۳۹۰). اخلاق اسلامی در نظام اداری از دیدگاه امام علی (ع). پژوهشگاه فرهنگ و معارف اسلامی.
- دشتی، محمد (۱۳۸۳). ترجمه نهج البلاغه. ج نوزدهم. قم: مؤسسه فرهنگی تحقیقاتی امیر المؤمنین.
- فلاح سلوکلابی، محمد (۱۳۸۷). سیمای کارگزاران دولت اسلامی از منظر امام علی (ع)، قم: مؤسسه امام خمینی (ره).
- کارترایت، راجر (۱۳۸۳). ارتباط با مشتری. ترجمه علی پارساییان. تهران: ترمه.
- لطیفی، محمود (۱۳۷۹). عدالت اجتماعی در حکومت علوی. مجله فقه و اصول حکومت اسلامی. ش ۱۸.
- محدثی، جواد (۱۳۸۵). اخلاق معاشرت. ج نهم. قم: بوستان کتاب.
- محمدی، اسماعیل (۱۳۸۲). مشتری مداری و تکریم ارباب رجوع. تهران: خدمات فرهنگی رسا.
- محمدی ری شهری، محمد و دیگران (۱۳۸۲). دانشنامه علوی. ج ۴. قم: دارالحدیث.
- مطهری، مرتضی (۱۳۶۲). بررسی اجمالی مبانی اقتصاد اسلامی. تهران: حکمت.
- مقدس نیا، سید محمد (۱۳۸۷). آداب معاشرت. ج پنجم. پژوهشکده تحقیقات اسلامی.

منابع انگلیسی

- Fecikova, I.(2004). An Index Method for Measurement of Customer Satisfaction, The TQM Magazine, Volume 16 , Number 1.

