

## ویترین سازی سازمانی و مدیریت تعمیم شتاب زده ارباب رجوع

علی شایان نیک<sup>۱</sup>، صابر هدشی<sup>۲</sup>

۱- دانشجوی دوره کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی سناباد گلپه‌هار

۲- دانشجوی دوره کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد

### چکیده

تکریم ارباب رجوع و تأمین رضایت آنها، از اولویت های یک سازمان است. مقوله رضایت ارباب رجوع علاوه بر تنظیم روابط اجتماعی و انسانی حسنه میان افراد، در پایداری و خوش نامی سازمان نیز تأثیرگذار است. در نظام اداری و اجرایی کشور، رضایت مردم از خدمات ارائه شده توسط دستگاه های دولتی به عنوان یکی از شاخص های اصلی سنجش کارآمدی و رشد و توسعه نظام تلقی می گردد و موجبات افزایش اعتماد عمومی که بزرگترین سرمایه و تکیه گاه برای نظام اداری می باشد را نیز فراهم می سازند لذا مدیران سازمان ها با استفاده از روش های مختلف و با صرف هزینه های زیاد در پی دست یافتن به رضایت ارباب رجوع هستند اما سوال مهم اینجاست که چرا علیرغم صرف این انرژی و هزینه همچنان به سطح مطلوبی از رضایت ارباب رجوع و مردم دست نمی یابند. تعمیم شتاب زده و تعمیم مبالغه آمیز باعث میشود ارباب رجوع آنچه را در رفتار و عملکرد بخش بسیار جزئی از سازمان مشاهده میکند به کل سازمان نسبت دهد و این نارضایتی به سایر افراد منتقل نماید و باعث از بین رفتن وجهه اجتماعی سازمان در جامعه گردد. روش تحقیق در این پژوهش، از نوع تحلیلی است و برای این منظور دیدگاه های صاحب نظران علوم مختلف مورد مطالعه، بررسی و تحلیل قرار می گیرد. این پژوهش از حیث روش کاربردی است و در آن تلاش شده با تبیین روش ویترین سازی سازمانی به مدیرانی که دغدغه رضایت ارباب رجوع را دارند کمک شود تا علاوه بر مهار تعمیم شتاب زده و مبالغه آمیز ارباب رجوع از آن به عنوان یک فرصت جهت جلب رضایت ارباب رجوع به نفع سازمان استفاده نمایند.

**واژگان کلیدی:** رضایت ارباب رجوع، تعمیم شتاب زده، تعمیم مبالغه آمیز، ویترین سازی، سازمان