

مدل مناسب ارتباط با شهروندان

طاهره فيضى



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مدل مناسب ارتباط با شهروندان

تالیف:

طاهره فیضی

کارشناسی ارشد مدیریت امور شهری



انتشارات موجک



سرشناسه: فیضی، طاهره، ۱۳۶۶-

عنوان و نام پدیدآور: مدل مناسب ارتباط با شهروندان / تالیف طاهره فیضی.

مشخصات نشر: تهران: موجک، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری: ۱۲۲ ص.: جدول.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۴-۳۶۸-۵

وضعیت فهرست نویسی: فییا

موضوع: شهرداری تهران

موضوع: مشتری شناسی -- مدیریت -- نمونه پژوهی

موضوع: Customer relations -- Management -- Case studies

موضوع: ارتباط بین اشخاص

موضوع: Interpersonal communication

موضوع: سازمان‌های دولتی -- روابط عمومی

موضوع: Administrative agencies -- Public relations

موضوع: ارتباط -- ایران -- تهران -- نمونه پژوهی

موضوع: Communication -- Iran -- Tehran -- Case studies

موضوع: شهروندان ایرانی -- تهران

موضوع: Civics, Iranian -- Tehran

رده بندی کنگره: HF ۵۴۱۵/۵

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۱۲

شماره کتابشناسی ملی: ۸۴۹۵۶۹۳

انتشارات موجک

واتساپ: ۰۹۳۶۳۰۳۱۲۵۸ کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۲۷۰۵۳۱۸ - ۰۲۶۳۲۷۲۱۸۱۹ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳ - ۰۲۱۶۶۴۲۹۷۳۳

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir



عنوان: مدل مناسب ارتباط با شهروندان

تالیف: طاهره فیضی

مشخصات ظاهری: ۱۲۲ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: پاییز ۱۴۰۰، تیراژ: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۵۵۰۰۰۰ ریال، شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۴-۳۶۸-۵

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای انتشارات موجک محفوظ است. هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق چاپ و تکثیر این اثر را به هر شکل و صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب و ... را ندارد. متخلفین به موجب بند ۵ ماده قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۱	پیش‌گفتار.....
۳	فصل اول: کلیات
۳	۱-۱ تشریح موضوع کتاب.....
۵	۲-۱ اهمیت موضوع.....
۶	۳-۱ اهداف.....
۶	۴-۱ تعریف الگوی ارتباط با شهروندان.....
۷	۵-۱ تعریف شهرداری.....
۷	۶-۱ تعریف ارتباط.....
۷	۷-۱ تعریف مدل.....
۹	فصل دوم: ارتباط اجتماعی
۹	۱-۲ تعریف ارتباط.....
۱۱	۲-۲ انواع ارتباط اجتماعی.....
۱۱	۱-۲-۲ ارتباط معطوف به هدف.....
۱۲	۲-۲-۲ ارتباط بازتابی.....
۱۲	۳-۲-۲ ارتباط اجتماعی در معنای خاص.....
۱۳	۴-۲-۲ فرا ارتباط.....
۱۳	۵-۲-۲ ارتباط حرکتی.....

- ۱۴..... ۳-۲ الگو
- ۱۸..... ۴-۲ انواع الگوها و مدل‌ها
- ۲۱..... ۵-۲ ساخت یک الگو یا مدل
- ۲۳..... ۶-۲ معیارهای کلی الگو یا مدل مناسب

فصل سوم: نظریه‌های ارتباط شهری

- ۲۵..... ۱-۳ نظریه دیالکتیک رابطه
- ۲۵..... ۲-۳ نظریه تبادل اجتماعی
- ۲۶..... ۳-۳ نظریه ستیر
- ۲۷..... ۴-۳ دیدگاه شهر هوشمند هریسون و همکاران
- ۲۸..... ۵-۳ نظریه شهروند گفتگویی هابرماس
- ۳۷..... ۶-۳ اخلاق گفتگویی هابرماس در حوزه ارتباط شهری
- ۳۸..... ۷-۳ نظریه ارتباط شهری ترنر
- ۳۹..... ۸-۳ نظریه ارتباط شهری پارسونز
- ۴۰..... ۹-۳ نظریه ارتباط شهری آرنت
- ۴۱..... ۱۰-۳ نظریه ارتباط شهری یانگ
- ۴۳..... ۱۱-۳ نظریه بورديو
- ۴۴..... ۱۲-۳ نظریه ارتباط شهری مارشال
- ۴۶..... ۱۳-۳ ماتریس نظریه‌ها

فصل چهارم: الگوهای ارتباط با شهروندان

- ۴۹..... ۱-۴ مدل تحلیل میدان نیرو
- ۵۰..... ۲-۴ مدل ماهواره‌ای
- ۵۰..... ۳-۴ مدل سه شاخگی
- ۵۱..... ۴-۴ مدل وایزبورد

۵-۴ مدل مربع توانمندی ۵۲

۶-۴ مدل نظام‌های فنی-اجتماعی ۵۲

فصل پنجم: مدل‌های ارتباط با مشتری ۵۵

۱-۵ مدل ارتباط با مشتری ۵۵

۱-۱-۵ اهداف مدیریت ارتباط با مشتری ۵۷

۲-۱-۵ اصول مدیریت ارتباط با مشتری ۵۷

۲-۵ مدل مدیریت ارتباط با شهروند (مدیریت ارتباط با شهروندان) ۵۸

۱-۲-۵ مدیریت ارتباط با شهروندان برای شهروندان ۵۹

۲-۲-۵ مدیریت ارتباط با شهروندان برای سازمان ۵۹

۳-۵ انواع سیستم‌های مدیریت ارتباط با شهروند (مدیریت ارتباط با شهروندان) ۶۰

۱-۳-۵ مدیریت ارتباط با شهروندان عملیاتی ۶۰

۲-۳-۵ مدیریت ارتباط با شهروند تحلیلی ۶۰

۳-۳-۵ مدیریت ارتباط با مشتریان تعاملی ۶۱

۴-۵ مولفه‌های مرتبط با مدیریت ارتباط با مشتریان ۶۱

۱-۴-۵ فرآیندها ۶۱

۲-۴-۵ بازاریابی ۶۱

۵-۵ ابعاد مدیریت ارتباط با شهروند (مدیریت ارتباط با شهروندان) ۶۲

۱-۵-۵ شهروند ۶۲

۲-۵-۵ روابط ۶۳

۳-۵-۵ مدیریت ۶۳

۶-۵ مزیت‌های مدیریت ارتباط با شهروندان ۶۳

۱-۶-۵ بزرگ و ولی چابک و پایا ۶۴

۲-۶-۵ مدیریت مراجعات مردمی ۶۴

۳-۶-۵ استانداردهای ارتباطات و تکریم ارباب رجوع ۶۵

- ۴-۶-۵ نگهداری سوابق ۶۵
- ۵-۶-۵ اقدامات اصلاحی از طریق تحلیل اطلاعات و ریشه‌یابی مسائل ۶۵
- ۶-۶-۵ بهبود مستمر از طریق مدیریت نظام پیشنهادات ۶۶
- ۷-۶-۵ مدیریت هزینه ۶۶
- ۷-۵ الگوی ارتباطی کوئرنر ۶۶
- ۸-۵ الگوی ارتباطی سازنده متقابل ۶۷
- ۹-۵ الگوی ارتباط اجتناب متقابل ۶۸
- ۱۰-۵ الگوی ارتباط توقع / کناره‌گیری ۶۹
- ۱۱-۵ الگوهای ارتباطی خانوادگی ۷۱
- ۱۲-۵ انواع الگوهای ارتباطی خانوادگی ۷۱
- ۱-۱۲-۵ الگوی خطی ارتباطات ۷۲
- ۲-۱۲-۵ الگوی تعاملی ارتباطات ۷۲
- ۳-۱۲-۵ الگوی تبدیلی ارتباطات ۷۲
- ۱۳-۵ الگوهای چهارگانه ارتباط با دیگران ۷۳
- ۱-۱۳-۵ سلطه‌پذیری ۷۳
- ۲-۱۳-۵ سلطه‌گری ۷۳
- ۳-۱۳-۵ پرخاشگری ۷۴
- ۴-۱۳-۵ قاطعیت ۷۴
- ۵-۱۳-۵ قاطعیت در ارتباط با دیگران ۷۵
- ۱۴-۵ ماتریس الگوها ۷۶

فصل ششم: تحقیقات مربوط به ارتباط با شهروندان ۷۹

- ۱-۶ پیشینه داخلی ۷۹
- ۲-۶ پیشینه خارجی ۸۳
- ۳-۶ چارچوب نظری ۸۶

۴-۶ مدل مفهومی ۸۹

فصل هفتم: مطالعه موردی ۹۱

۱-۷ روش تحقیق ۹۱

۲-۷ جامعه آماری و نمونه ۹۲

۳-۷ روش و ابزار گردآوری اطلاعات ۹۳

۴-۷ روایی و پایایی پرسشنامه ۹۳

فصل هشتم: یافته‌ها ۹۷

۱-۸ توصیف متغیرهای جمعیت شناختی ۹۷

۲-۸ ارزیابی مدل‌های کنونی ارتباط بین شهروندان و مدیران شهری در شهرداری تهران ۹۹

۳-۸ آزمون نرمال بودن ابعاد ۱۰۰

۴-۸ بررسی پارامترهای توصیفی مربوط به ابعاد و مؤلفه‌های الگوی ارتباطی (مدیریت ارتباط با

شهروندان) ۱۰۱

۵-۸ بررسی پارامترهای آمار استنباطی مربوط به مؤلفه‌های هر بعد ۱۰۳

۶-۸ آزمون فریدمن ۱۰۷

۷-۸ نیکویی برازش مدل (ارزیابی انطباق مدل) ۱۰۸

فصل نهم: جمع‌بندی ۱۱۱

۱-۹ نتیجه‌گیری ۱۱۱

۲-۹ پیشنهادها ۱۱۶

منابع ۱۱۷

منابع فارسی ۱۱۷

منابع انگلیسی ۱۲۱

پیش‌گفتار

در شهرداری تهران دارا بودن سامانه‌های ارتباطی و سهولت در ایجاد ارتباط برای طرح تقاضا توسط شهروندان و رسیدگی به موقع و سریع به مشکلات و خواسته‌های شهروندان از رسالت‌های بی‌بدیل شهرداری‌ها می‌باشد. بنابراین طراحی مدلی مناسب و به روز با سهولت در دسترسی و جامع و کامل برای ارتباط با شهروندان در شهرداری تهران به عنوان مسئله‌ای مهم و قابل بررسی علمی مطرح است و شناخت عوامل موثر بر ارتباط مسئولین با شهروندان بویژه مسئولین در امور شهری از اهمیت فراوانی برخوردار است. و این کتاب با هدف ارائه مدل مناسب ارتباط با شهروندان در شهرداری تهران تألیف شده است. سوال این چنین مطرح می‌باشد: مدل ارتباط با شهروندان در شهرداری تهران کدام است؟

این کتاب از نوع کاربردی بوده و به روش پیمایشی تألیف شده و کلیه شهروندان در شهر تهران در مناطق ۲۲ گانه به عنوان جامعه آماری مطرح بوده که ۳۸۴ نفر به عنوان حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده انتخاب شده‌اند.

در نتیجه نهایی می‌توان گفت مدل کنونی ارتباط با شهروندان بر اساس سامانه تلفنی ۱۳۷ بوده که مدل مناسبی نبوده و در تدوین مدل مناسب سه بعد خدمات ارتباطی، ویژگی‌های ارتباطی و راه‌های ارتباطی در نظر گرفته شده که روابط معنی دار بین ابعاد و مناسب بودن مدل تایید و برازش مدل در تدوین مدل مناسب ارتباط شهروندی بر اساس الگوی مدیریت ارتباط با شهروندان تایید شده است. بر اساس نتایج پیشنهاد می‌گردد الگوی مناسب و نهایی ارتباط شهروندان با مدیران در شهرداری تهران (مدیریت ارتباط با شهروندان) بعد از اجرای آزمایشی در مقیاسی کوچک‌تر، در کمیته‌های تخصصی شهرداری مورد بررسی و نسبت به عملیاتی کردن آن با انجام تغییرات لازم اقدام گردد.

شیوه سازماندهی کتاب حاضر به صورت زیر می‌باشد.

فصل اول: کلیات

فصل دوم: ارتباط اجتماعی

فصل سوم: نظریه‌های ارتباط شهروندی

فصل چهارم: الگوهای ارتباط با شهروندان

فصل پنجم: مدل‌های ارتباط با مشتری

فصل ششم: تحقیقات مربوط به ارتباط با شهروندان

فصل هفتم: مطالعه موردی

فصل هشتم: یافته‌ها

فصل نهم: جمع‌بندی

در پایان، بر خود لازم می‌دانم که از همه عزیزان و بزرگوارانی که در مراحل گوناگون آماده‌سازی این کتاب بنده را یاری نموده‌اند، صمیمانه تقدیر و تشکر نمایم.

طاهره فیضی

پاییز ۱۴۰۰

Appropriate Model of Communication with Citizens

Tahereh Feizi

می‌توان گفت در سراسر جهان و بویژه کشورهای توسعه یافته شهرداری‌ها از وظایف متنوع و متعددی برخوردار می‌باشند. در ایران نیز شهرداری تهران از بدو تاسیس متولی امور شهری بوده است. شهرداری تهران یک مؤسسه عمومی غیردولتی است که در ۱۲ خرداد سال ۱۲۸۶ شمسی با نام بلدیه تهران، تأسیس شد و مدیریت شهری شهر تهران را به عهده دارد. مسئولیت مدیریت این سازمان با شهردار تهران است که پیش از این با حکم وزیر کشور ایران منصوب می‌گردید اما اکنون از طریق رای‌گیری در شورای شهر تهران انتخاب می‌شود و به وزارت کشور معرفی می‌گردد و وزارت کشور با بررسی صلاحیت منتخب شورا حکم شهرداری را صادر می‌کند. شهرداری تهران شامل ۲۲ منطقه است که مدیریت هر منطقه به عهده شهردار آن منطقه است که توسط شهردار تهران انتخاب می‌شود و با نظارت معاون امور مناطق فعالیت می‌کند. هر منطقه شامل تعدادی ناحیه می‌باشد. در کل تهران دارای ۱۲۲ ناحیه است که با اجرای طرح ناحیه محوری هر ناحیه یک شهردار ناحیه نیز دارد که توسط شهرداران مناطق تعیین می‌گردد. در حال حاضر می‌توان وظایف شهرداری‌ها را به ۵ گروه وظایف عمرانی، وظایف خدماتی، وظایف نظارتی و حفاظتی، وظایف رفاهی و مدیریت منابع تقسیم‌بندی کرد. در این میان ارتقای اثربخشی و کارایی سازمانی با تأکید بر توانمندسازی و ارتقای دانش و منزلت اجتماعی و بهبود سرمایه اجتماعی و فرهنگی منطقه با تأکید بر انگیزش مشارکت نخبگان و شهروندان، همچنین تقویت ارزش‌های دینی، اجتماعی و زیستی و توسعه فرهنگی و ارتقای دانش سیاسی شهروندان و ارتقای شاخص‌های زیست محیطی با تأکید بر مولفه‌های هوا، صدا و زیست‌پذیری و تکمیل شبکه معابر منطقه و تقاطع‌های مرتبط بر اساس طرح جامع و همچنین ساماندهی کالبدی و ارتقای منظر و تقویت هویت شهری و در نهایت توسعه و ارائه خدمات شهری مناسب و با کیفیت از مأموریت‌های شهرداری می‌باشد و بخش اعظمی از فعالیت‌های شهرداری تهران مرتبط با شهروندان بوده و اطلاع از خواسته‌ها و مشکلات آنها در حوزه‌های شهری از مهمترین مسائل موجود است که باید توسط مدیران شهرداری‌ها به صورت حضوری و غیرحضوری به آنها رسیدگی شود.

