

بررسی وضعیت نظام اطلاع یابی از مخاطبان برون سازمانی تامین اجتماعی

(مطالعه موردی شهر تهران)

شهناز هاشمی^۱

عبداله دارایی^۲

چکیده:

هر سازمان و نهادی برای تداوم حیات خود، نیازمند ارتباط با مردم و مخاطبان خود و تأثیرگذاری در اذهان آنان می‌باشد، که در سازمانها این وظیفه مهم و استراتژیک به عهده واحدهای روابط عمومی گذارده شده است. روابط عمومی امروزه باید به دنبال شیوه‌های نوین مدیریت ارتباط با مخاطبان سازمان و تعامل حداکثری و دافعه حداقلی باشد. روابط عمومی تنها واحدی در سازمان است که می‌تواند تنظیم کننده یک رابطه موثر بین مدیریت، کارکنان و مخاطبان بیرونی سازمان باشد و حتی تعاملات بین سازمانی را برای توسعه و پیشرفت طرح‌های اجرایی سازمان برنامہ ریزی و توسعه دهد و به نوعی مدیریت مشارکتی به مفهوم واقعی آن را به منصفه ظهور گذارد لذا بررسی وضعیت نظام اطلاع یابی از مخاطبان برون سازمانی تامین اجتماعی به عنوان یک مطالعه موردی در سطح شهر تهران تعیین گردیده که براساس آن مشخص شود که چگونه ارتباط و تعاملی بین سازمان تامین اجتماعی با انبوه مخاطبان و خدمات گیرندگان آن برقرار است و نقاط ضعف و قوت این ارتباط چیست و به چه راهکارهای برای اصلاح و بهبود این رابطه می‌توان دست یافت، جامعه آماری این تحقیق را بیمه شدگان ۳۲ شعبه تهران شامل شده است. در این تحقیق از روش پرسشنامه برای سنجش و روش مستقیم برای کسب داده ها استفاده شده است. براساس نتایج تحقیق حدود ۵۷٫۳ درصد از پاسخگویان بیان کرده اند که در خصوص خدمات درمانی بیمه شدگان به آنها اطلاع رسانی خوبی شده ولی در خصوص مقرری بیمه شدگان و کمک هزینه ازدواج و حمایت در برابر حوادث و بیماری اطلاع رسانی کمی صورت گرفته است. بیشترین روش آشنایی با خدمات، وظایف و ماموریت‌های سازمان تامین اجتماعی از دیدگاه پاسخگویان گزینه سایت و خبرگزاری ها با ۳۱٫۵ درصد می‌باشد و کمترین گزینه مطبوعات و سایر بوده است. سایت سازمان با ۴۱ درصد فراوانی بیشترین پل ارتباطی و اطلاع یابی سازمان تامین اجتماعی با پاسخگویان و خدمات گیرندگان سازمان

^۱. دانشیار دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۲. دانشجوی دکتری گروه ارتباطات اجتماعی، واحد میبد، دانشگاه آزاد اسلامی، میبد، ایران

راشامل شده است. نتایج نشان داد بین رضایتمندی مخاطبان بیرونی با نظام جامع اطلاع یابی_دارای همبستگی مثبت و برابر وجود دارد. همچنین بین نوع برنامه ریزی با نظام جامع اطلاع یابی رابطه معنا داری وجود دارد.

واژگان کلیدی: روابط عمومی، اطلاع یابی، سازمان تامین اجتماعی

مقدمه

هرچند روابط عمومی یک واحد تاثیرگذار در توسعه و پیشرفت یک سازمان می باشد و می تواند موجبات افزایش مشروعیت، مقبولیت و کارایی سازمانی را در پی داشته باشد ولی هنوز به یک اعتقاد و باور عمومی در بسیاری از سازمانها تبدیل نشده است، در صحنه کارزار اطلاعات، هر سازمان و نهادی برای تداوم حیات خود، نیازمند ارتباط با مردم و مخاطبان خود و تأثیرگذاری در اذهان آنان می باشد، که در سازمانها این وظیفه مهم و استراتژیک به عهده واحدهای روابط عمومی گذارده شده است. به واقع در اندک سازمان هایی که به اهمیت و نقش آفرینی واحد روابط عمومی پی برده اند و آن را تا سطح یک واحد تخصصی و حرفه ای ارتقاء داده اند و از بابت جایگاه، ساختار تشکیلاتی، تامین نیروی انسانی متخصص، امکانات و اعتبارات در حد مطلوبی دیده اند. روابط عمومی توانسته در یک سطح حرفه ای و کارشناسی منشاء خدمات ارزنده ای بویژه در بهبود روابط بین سازمان و مخاطبان، اثر بخشی فعالیتها و دستیابی به دستاوردهای مطلوب در سطح افکار عمومی باشد و جدای از ارتقاء مشروعیت سازمانها، مدیریت شهرت، اعتبار و منزلت و کارایی را عاید سازمان نماید.

لذا بررسی وضعیت نظام اطلاع یابی از مخاطبان برون سازمانی تامین اجتماعی به عنوان یک مطالعه موردی در سطح شهر تهران تعیین گردیده که براساس آن مشخص شود که چگونه ارتباط و تعاملی بین سازمان تامین اجتماعی با انبوه مخاطبان و خدمات گیرندگان آن برقرار است و نقاط ضعف و قوت این ارتباط چیست و به چه راهکارهای برای اصلاح و بهبود این رابطه می توان دست یافت که تحقق این موارد را می توان مبنا و اساس پژوهش مذکور عنوان کرد، چرا که در حال حاضر در کمتر سازمانی شاهد برقراری یک ارتباط و تعامل موفق بین مخاطبان با سازمان و جلب رضایتمندی و همکاری حداکثری مخاطبان سازمان به عنوان یک اصل اساسی در پیشرفت و توسعه سازمانی را شاهد هستیم و در حال حاضر یکی از مشکلات اساسی واحدهای روابط عمومی نبود یک نظام جامع اطلاع یابی از مخاطبان سازمانی و عدم برقراری ارتباطی موثر و اثربخش می باشد. که این مسئله جایگاه، کارکرد، ماموریت ها و وظایف اساسی روابط عمومی ها را در سازمان با مشکلات عدیده ای روبه روستخته است. به بیانی دیگر یکی از مشکلات امروز سازمانها عدم شناخت مخاطبان برون و درون سازمانی و بی توجهی به خواسته ها، انتظارات و پیشنهادات آنان می باشد به

واقع امر می توان گفت در سازمانها کمتر توجهی به نیازها و خواسته های مخاطبانشان در بیرون سازمان نشده و همین امر موجبات نارضایتی وعدم همراهی مخاطبان با اهداف ، سیاست ها و برنامه های سازمانی را در پی داشته که در بلند مدت کاهش کارایی سازمان وعدم توسعه و پیشرفت را موجب خواهد گردید.

بیان مسئله وموضوع

اطلاع یابی از مخاطبان برون سازمانی یکی از ماموریت های ووظایف اصلی واحدهای روابط عمومی در سازمانها و دستگاههای اجرایی را تشکیل می دهد. ولی متاسفانه کمتر سازمانی به اهمیت و ضرورت اطلاع گیری و آشنایی با انتظارات و خواسته های مخاطبانش توجه لازم را دارد به همین دلیل به طور معمول میزان رضایت مخاطبان برون سازمانی دستگاههای اجرایی در حد نسبی و در بسیاری از موارد با نارضایتی همراه است و همین امر همواره موجبات عدم همکاری و مشارکت مخاطبان را برای اجرای برنامه های سازمانها در پی دارد. گرچه اطلاع رسانی اصولی یکی از ویژگی های روابط عمومی کارآمد است، ولی در مفهوم نوین روابط عمومی، آنچه اولویت بیشتری دارد، اطلاع یابی است. به عبارت دیگر، روابط عمومی به جای این که مدام از طرف سازمان برای مردم پیام رسانی و اطلاع رسانی کند، سعی دارد نگاه مردم را به سازمان تفسیر کرده و آن را در اختیار مدیریت سازمان قرار دهد و لذا اطلاع یابی همواره باید مقدم بر اطلاع رسانی باشد. از سویی دیگر مهمترین شیوه اطلاع یابی از افکار عمومی، سنجش افکار عمومی است.

لذا انتخاب موضوع " بررسی وضعیت نظام اطلاع یابی از مخاطبان برون سازمانی سازمان تامین اجتماعی " در همین راستا صورت گرفته است که با یک پیمایش میدانی بتوانیم بررسی و شناختی علمی از وضعیت حاضر نظام اطلاع یابی سازمان تامین اجتماعی به عنوان یک سازمان با مخاطبان انبوه و گسترده خدمات گیرنده داشته و به نقاط قوت و ضعف آن پی برده و در نهایت به راهکارها والگوی موفقتری در این زمینه دست یابیم .

اهداف و ضرورتها

آشنایی با وضعیت فعلی نظام اطلاع یابی از مخاطبان برون سازمانی تامین اجتماعی و آگاهی از نقاط قوت و ضعف آن از نگاه خدمات گیرندگان این سازمان در سطح شهر تهران و در نهایت رسیدن به راهکارها و پیشنهادهای برای بهبود این نظام از جمله مهمترین اهداف و ضرورت های این پژوهش را شامل می شود. همچنین توجه به اهمیت و کارکردهای نظام اطلاع یابی از مخاطبان برون سازمانی تامین اجتماعی و نقش آن در توسعه و پیشرفت سازمانی و لزوم ارتباط موثر با خدمات گیرندگان در سطح شهر تهران با هدف ارتقاء سطح کمی و کیفی اطلاع یابی و افزایش میزان رضایت، مشروعیت سازمانی و مشارکت آنان در اجرای موفق برنامه ها، سیاست ها و دستاوردهای سازمان تامین اجتماعی از دیگر اهداف و ضرورت های انجام تحقیق است.

تعریف عملیاتی واژه های تحقیق

روابط عمومی:

تاکنون از روابط عمومی تعاریف بیشماری به عمل آمده که برخی برگرفته از مفاهیم رایج و کوچکی بازاری این حرفه است نظیر "هنر برقراری ارتباط با مردم، آینه تمام نمای سازمان، پل ارتباطی بین مسئولین و مردم و..." از سویی دیگر برخی تعاریف مفاهیم علمی از این حرفه ارائه شده است. دکتر حمید نطقی بنیانگذار روابط عمومی علمی در ایران در تعریفی از روابط عمومی آورده است. روابط عمومی وکیل مدافع سازمان در بیرون و مدعی العموم در داخل سازمان است و یا ادوارد برنیر بنیانگذار روابط عمومی نوین در جهان، روابط عمومی را چنین تعریف می کند: "روابط عمومی عبارت است از دادن اطلاعات به مخاطبین (مردم) و تلاش های ترغیبی به منظور تغییر گرایش ها و رفتار آنان و کوشش برای هم بسته ساختن نگرش ها و اقدامات یک سازمان با مخاطبان و متقابلاً نگرش ها و اقدامات مخاطبان با سازمان." (امینی، ۱۳۵۵ ص ۱۲)

انجمن جهانی روابط عمومی نیز در تعریف خود آورده است :

"روابط عمومی بخشی از وظایف مدیریت سازمان است و عملی ممتد، مداوم و طرح ریزی شده است که از طریق آن افراد و سازمان ها می کوشند تا تفاهم و پشتیبانی کسانی را که با آنها سرو کار دارند، به دست آورند." (میرسعید قاضی، ۱۳۷۰ ص ۲۱)

اطلاع یابی :

یکی از روش های برقراری ارتباط با مخاطبان درون و بیرون سازمانی را تشکیل می دهد که عموماً با استفاده از ابزارها و امکانات مختلف نرم افزاری و سخت افزاری با هدف آشنایی با خواسته ها، انتظارات ، انتقادات و پیشنهادات مخاطبان سازمان است که در زمره وظایف واحدهای روابط عمومی در سازمانها قرار دارد.

سازمان تامین اجتماعی :

سازمان تامین اجتماعی یک سازمان بیمه گر اجتماعی است که مأموریت اصلی آن پوشش کارگران مزد و حقوق بگیر (به صورت اجباری) و صاحبان حرف و مشاغل آزاد (به صورت اختیاری) است. بر اساس قانون، سازمان تامین اجتماعی یک سازمان عمومی غیردولتی است که بخش عمده منابع مالی آن از محل حق بیمه ها (با مشارکت بیمه شده و کارفرما) تامین می شود و متکی به منابع دولتی نیست. (سایت سازمان تامین اجتماعی)

فرضیات تحقیق

- ۱- بین میزان رضایتمندی مخاطبان بیرونی با نظام جامع اطلاع یابی سازمان تامین اجتماعی ارتباطی معنی داری وجود دارد.
- ۲- بین نگرش مخاطبان بیرونی و نظام جامع اطلاع یابی سازمان تامین اجتماعی ارتباط معنی داری وجود دارد.
- ۳- بین نوع برنامه ریزی و نظام جامع اطلاع یابی سازمان تامین اجتماعی ارتباط معنی داری وجود دارد.
- ۴- بین شیوه برقراری ارتباط مخاطبان بیرونی با نظام جامع اطلاع یابی سازمان تامین اجتماعی ارتباط معنی داری وجود دارد.

سؤال اصلی تحقیق

آیا مخاطبان و خدمت گیرندگان سازمان تامین اجتماعی از نظام ارتباطی و اطلاع یابی این سازمان رضایت دارند؟

معرفی جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق را بیمه شدگان شعب تهران می باشد آنها ۳۲ شعبه تشکیل می دهد. تعداد بیمه شدگان ۵۸۱۰۸۵۴ نفر در تهران می باشد. بنابراین جامعه نمونه ۱۲۴ نفر بر اساس فرمول کرکران و نمونه مقدماتی است

روش جمع آوری اطلاعات

در این تحقیق از روش پرسشنامه جهت سنجش و روش مستقیم برای کسب داده ها پرداخته شدن است. انتخاب سوالات به صورت بسته می باشد سوال های بسته- پاسخ مجموعه ای از گزینه ها را ارائه می دهد تا پاسخ دهنده از میان آن ها یکی را انتخاب کند. پاسخ دهنده این نوع سوال ها را به سرعت درک کرده و به سهولت به آن پاسخ می دهد. علاوه بر آن در استخراج داده ها، می توان به سهولت آن ها را مقوله بندی و تجربه تحلیل کرد و از طیف لکرت استفاده کرده ایم.

جداول آماری

جدول توزیع فراوانی جامعه آماری برحسب میزان آشنایی با کدام یک از وظایف و خدمات سازمان تامین اجتماعی

میزان آشنایی با کدام یک از وظایف و خدمات سازمان تامین اجتماعی	فراوانی	درصد	درصد(بدون داده های کمشده)	درصد تجمعی
متغیر الف - خدمات درمانی بیمه شدگان	57	46.0	48.7	48.7
ب - مستمری بازنشستگی و از کار افتادگی	22	17.7	18.8	67.5
ج - مقررری بیمه بیکاری	10	8.1	8.5	76.1
د - کمک هزینه ازدواج	12	9.7	10.3	86.3

100.0	13.7	12.9	16	ه - حمایت در برابر حوادث ، بیماری
	100.0	94.4	117	جمع کل
		5.6	7	بدون پاسخ
		100.0	124	جمع کل

با توجه به جدول بالا در حدود ۴۶ درصد از افراد پاسخگو با خدمات درمانی بیمه شدگان آشنایی دارند و ۸ درصد از افراد با مقرری بیمه بیکاری آشنایی دارند در خصوص کمک هزینه ازدواج در حدود ۱۰ درصد از افراد آشنایی دارند که از ۱۲۴ از پاسخگویان در حدود ۷ نفر به این سوال جواب نداده اند و ۱۱۷ نفر به این پرسش جواب داده اند.

جدول توزیع فراوانی جامعه آماری برحسب میزان اطلاع رسانی در ارتباط با کدامیک از وظایف سازمان تامین اجتماعی

درصد تجمعی	درصد(بدون داده های گم شده)	درصد	فراوانی	میزان اطلاع رسانی در ارتباط با کدامیک از وظایف سازمان تامین اجتماعی
58.7	58.7	57.3	71	متغیر الف - خدمات درمانی بیمه شدگان
74.4	15.7	15.3	19	ب - مستمری بازنشستگی و از کار افتادگی
84.3	9.9	9.7	12	ج - مقرری بیمه بیکاری
92.6	8.3	8.1	10	د - کمک هزینه ازدواج

100.0	7.4	7.3	9	ه - حمایت در برابر حوادث، بیماری
	100.0	97.6	121	جمع کل
		2.4	3	بدون پاسخ
		100.0	124	جمع کل

با توجه به جدول بالا در حدود ۵۷,۳ درصد از پاسخگویان بیان نموده اند که در خصوص خدمات درمانی بیمه شدگان به آنها اطلاع رسانی شده است و در حدود ۱۵,۳ درصد عنوان نموده اند که اطلاعات در خصوص مستمری بازنشستگی و از کار افتادگی به آنها اطلاع رسانی شده است و پاسخگویان بیان نموده اند که در خصوص مقرری بیمه شدگان و کمک هزینه ازدواج و حمایت در برابر حوادث و بیماری اطلاع رسانی کمی صورت گرفته است.

جدول توزیع فراوانی جامعه آماری برحسب میزان اطلاع رسانی کمتر در ارتباط با کدامیک از وظایف سازمان تامین اجتماعی

درصد تجمعی	درصد(بدون داده های کم شده)	درصد	فراوانی	میزان اطلاع رسانی کمتر در ارتباط با کدامیک از وظایف سازمان تامین اجتماعی
13.2	13.2	12.9	16	متغیر الف - خدمات درمانی بیمه شدگان
25.6	12.4	12.1	15	ب - مستمری بازنشستگی و از کار افتادگی
45.5	19.8	19.4	24	ج - مقرری بیمه بیکاری
66.1	20.7	20.2	25	د - کمک هزینه ازدواج

88.4	22.3	21.8	27	ه - حمایت در برابر حوادث، بیماری
90.1	1.7	1.6	2	الف و ه
94.2	4.1	4.0	5	ج و د
95.9	1.7	1.6	2	ج و ه
96.7	.8	.8	1	ب و ج و د
99.2	2.5	2.4	3	ج و د و ه
100.0	.8	.8	1	الف و ب و ج
	100.0	97.6	121	جمع کل
		2.4	3	بدون پاسخ
		100.0	124	جمع کل

جدو بانگر آن است که به نظر پاسخگویان در خصوص بخش های خدمات مقرر بیمه
بیکاری هزینه ازدواج و حمایت در برابر حوادث اطلاع رسانی کمتری از سوی سازمان
تامین ا- سورت پذیرفته شده است.

جد فراوانی جامعه آماری بر حسب میزان رضایت از نوع خدمات ، وظایف و ماموریت های سازمان
تامین اجتماعی

درصد تجمعی	درصد (بدون داده های گمشده)	درصد	فراوانی	میزان رضایت از نوع خدمات ، وظایف و ماموریت های سازمان تامین اجتماعی
3.2	3.2	3.2	4	متغیر خیلی کم
14.5	11.3	11.3	14	کم
69.4	54.8	54.8	68	متوسط
95.2	25.8	25.8	32	زیاد
100.0	4.8	4.8	6	خیلی زیاد

جمع کل	124	100.0	100.0
--------	-----	-------	-------

بر اساس جدول بالا ۵۴٫۸ درصد پاسخگویان و خدمات گیرندگان میزان رضایت متوسطی از خدمات و ماموریت‌های سازمان تامین اجتماعی داشته اند و حدود ۲۶ درصد گزینه زیاد را انتخاب نموده اند لذا می توان بیان نمود که میزان رضایتمندی پاسخگویان متوسط به بالا می باشد.

جدول توزیع فراوانی جامعه آماری بر حسب میزان آشنایی بیشتر از چه طریق با نوع خدمات ، وظایف و ماموریت‌های سازمان تامین اجتماعی

درصد (بدون داده های گم شده)	درصد	فراوانی	آشنایی بیشتر از چه طریق با نوع خدمات ، وظایف و ماموریت‌های سازمان تامین اجتماعی
26.6	26.6	33	متغیر الف - رادیو و تلویزیون
37.1	10.5	13	ب - مطبوعات
68.5	31.5	39	ج - سایت
91.1	22.6	28	د - دوستان و آشنایان
97.6	6.5	8	ه - سایر
99.2	1.6	2	الف و ج
100.0	.8	1	الف و ب و ج
100.0	100.0	124	جمع کل

جدول بیانگر آن است که نقش رادیو و تلویزیون و سایت ها و خبرگزاری ها و دوستان بیشترین طریق آشنایی با خدمات ، وظایف و ماموریت‌های سازمان تامین اجتماعی از دیدگاه پاسخگویان می

باشد بیشترین گزینه سایت و خبرگزاری ها با ۳۱٫۵ درصد می باشد و کمترین گزینه مطبوعات و سایر گزینهها می باشد .

آزمون فرضیات

نوع همبستگی	میزان همبستگی	نتیجه آزمون	متغیر دوم	متغیر اول	فرضیه
مستقیم ضعیف	۰٫۲۴۲	قبول	نظام جامع اطلاع یابی	میزان رضایتمندی مخاطبان بیرونی	اول
مستقیم قوی	۰٫۷۴۴	قبول	نظام جامع اطلاع یابی	نگرش مخاطبان بیرونی	دوم
مستقیم قوی	۰٫۸۰۴	قبول	نظام جامع اطلاع یابی	نوع برنامه ریزی	سوم
مستقیم قوی	۰٫۶۵۸	قبول	نظام جامع اطلاع یابی	شیوه برقراری ارتباط مخاطبان بیرونی	چهارم

نتایج تحقیق

یافته ها و نتایج حاصل از تحقیق با عنوان " بررسی وضعیت نظام اطلاع یابی از مخاطبان برون سازمانی تامین اجتماعی (مطالعه موردی شهر تهران) موارد زیر را نشان داد.

۱- نتایج نشان داد ۳۲ درصد از پاسخگویان بین ۲۵ تا ۳۵ سال سن داشته اند و فقط حدود ۵ درصد از پاسخگویان سنی بالاتر از ۵۵ سال را دارا بوده اند که می توان بیان کرد ۸۰ درصد از پاسخگویان کمتر از ۴۵ سال سن داشته اند. همچنین حدود ۶۴ درصد از جامعه آماری را مردان و ۳۶ درصد رازنان تشکیل داده اند.

۲- از جامعه آماری موردپرسش ۶٫۵ درصد بیسواد ، ۱۲ درصد دارای تحصیلات زیر دیپلم ، ۲۹ درصد دارای تحصیلات دیپلم و بالای دیپلم و ۵۲ درصد لیسانس و بالاتر می باشند لذا بیشتر پاسخگویان دارای تحصیلات عالی می باشند. همچنین حدود ۴۳ درصد از پاسخگویان

کارمند، ۱۱،۳ درصد دانشجو، حدود ۳۰ درصد نیز شغل آنها در حوزه کاسب و پیشه ور و کارگری بوده است.

۳- آمارهانشان داد حدود ۴۶ درصد از افراد پاسخگو با خدمات درمانی بیمه شدگان، ۸ درصد با مقرری بیمه بیکاری، حدود ۱۰ درصد با کمک هزینه ازدواج آشنایی داشته اند، همچنین حدود ۵۷،۳ درصد از پاسخگویان بیان نموده اند که در خصوص خدمات درمانی بیمه شدگان به آنها اطلاع رسانی شده است و در حدود ۱۵،۳ درصد عنوان نموده اند، به نظر پاسخگویان در خصوص بخش های خدمات مقرری بیمه بیکاری و کمک هزینه ازدواج و حمایت در برابر حوادث اطلاع رسانی کمتری از سوی سازمان تامین اجتماعی صورت پذیرفته شده است.

۴- نتایج نشان داد ۵۸ درصد از پاسخگویان آشنایی در حد متوسطی با خدمات و ماموریت های سازمان تامین اجتماعی دارند. همچنین ۱۳،۸ درصد پاسخگویان اظهار داشته اند که آشنایی کم و بسیار کمی از خدمات و وظایف سازمان دارند. همچنین ۵۴،۸ درصد پاسخگویان و خدمات گیرندگان میزان رضایت متوسطی از خدمات و ماموریت های سازمان تامین اجتماعی داشته اند و حدود ۲۶ درصد گزینه زیاد را انتخاب نموده اند لذا می توان بیان نمود که میزان رضایت مندی پاسخگویان متوسط به بالا می باشد.

۵- بر اساس نتایج حاصله نقش رادیو و تلویزیون، سایت ها و خبرگزاری ها و دوستان اصلی ترین ابزارهای آشنایی با خدمات، وظایف و ماموریت های سازمان تامین اجتماعی از دیدگاه پاسخگویان بوده و بیشترین گزینه سایت و خبرگزاری ها با ۳۱،۵ درصد می باشد و کمترین گزینه مطبوعات بوده است. همچنین سایت سازمان با ۴۱ درصد فراوانی بیشترین پل ارتباطی و اطلاع یابی سازمان تامین اجتماعی با پاسخگویان و خدمات گیرندگان سازمان را شامل شده است.

۶- آمارها نشان داد حدود ۷۲ درصد از نیازهای ارتباطی و اطلاعاتی پاسخگویان از طریق مراجعه حضوری به سازمان تامین می گردد و این رقم در خصوص ارتباط از طریق سایت سازمان به مقدار ۱۴،۵ درصد می رسد و نیازهای ارتباطی از طریق پست ۶ درصد و از طریق تلفن به ۵ درصد می باشد. لذا به نظر می رسد هنوز نیاز به اطلاع رسانی و طراحی روش های نوین تری برای کاهش مراجعات مستقیم خدمات گیرندگان به سازمان وجود دارد. همچنین ۷۰ درصد از افراد به

صورت مراجعه حضوری با سازمان در ارتباط هستند و ۱۷,۷ درصد از طریق سایت سازمان و ۴ درصد بصورت تلفنی با سازمان در ارتباط می باشند .

۷- یافته ها نشان داد فرضیه تحقیق با درجانی از همبستگی مورد قبول واقع شد که درخصوص فرضیه اول با توجه به نمودار پراگش نظام اطلاع یابی و رضایتمندی مخاطبان بیرونی می توان نتیجه گرفت که همبستگی ولی در حد ضعیفی بین این دوو متغیر وجود دارد،همچنین درخصوص فرضیه دوم با توجه به نمودار پراگش نظام اطلاع یابی و نگرش مخاطبان بیرونی می توان نتیجه گرفت که همبستگی قوی بین متغیرهاست و در ارتباط با فرضیه سوم نیز با توجه به نمودار پراگش نظام اطلاع یابی و نوع برنامه ریزی می توان نتیجه گرفت که همبستگی قوی بین این دو متغیر وجود دارد ،فرضیه چهارم نیز پراگش نظام اطلاع یابی و شیوه برقراری ارتباط مخاطبان نشان داد همبستگی قوی بین این دو متغیر نیز وجود دارد و در مجموع سؤال اصلی تحقیق و فرضیات به اثبات رسیده است.

پیشنهادات

- براساس نتایج وره یافت های حاصل از تحقیق می توان پیشنهاداتی به شرح زیر ارائه کرد.
- ۱- با توجه به اینکه بیش از نیمی از جامعه آماری تحقیق با وظایف و ماموریت های سازمان تامین اجتماعی آشنایی متوسطی دارند لازم است از سوی سازمان تامین اجتماعی اطلاع رسانی بیشتری بویژه در خصوص مستمری بازنشستگی، مقرری بیکاری و چگونگی حمایت از خدمات گیرندگان درخصوص حوادث و بیماریها صورت پذیرد.
 - ۲- از آنجا که بیشتر آشنایی مخاطبان از وظایف و خدمات سازمان از طریق رادیو تلویزون و سایت ها بوده است لازم است برنامه ریزی برای اطلاع رسانی خدمات سازمان از طریق سایر رسانه های موثر نظیر خبرگزاریها و مطبوعات نیز به عمل آید.
 - ۳- با توجه به اینکه اقبال خوبی برای استفاده از سایت سازمان برای اطلاع یابی مخاطبان شده است لازم است نسبت به تقویت سایت سازمان و رویکردی تعاملی و ارائه خدمت بیشتر از این طریق صورت پذیرد.

۴- نتایج تحقیق که نشان داده‌نوز بیش از ۷۰ درصد خدمات گیرندگان برای انجام امور خود به صورت حضوری به سازمان مراجعه می کنند لازم است برنامه ریزی برای استفاده از شیوه های نوین ارتباطات الکترونیکی بین سازمان و مخاطبان برقرار شود که این آمار بالای مراجعه حضوری کاهش یابد.

۵- با توجه به اهمیت نظام اطلاع یابی از مخاطبان که ارتباط مستقیمی با میزان رضایت آنان از سازمان دارد و در تحقیق مذکور با درجات ضعیفی مورد قبول واقع شد لازم است نسبت به توسعه و تقویت نظام اطلاع یابی سازمان اقدام شده و از روش ها و تکنیک های نوین مختلف در این حوزه استفاده گردد تا سطح رضایتمندی مخاطبان و خدمات گیرندگان این سازمان در تحقیقات بعدی افزایش یابد.

منابع

- اسدی(علی) - افکار عمومی و ارتباطات . تهران : سروش ، ۱۳۷۱
- مینی، رضا. روابط عمومی. تهران: دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، ۱۳۵۵.
- بهبودیان (جواد)، روش های تحلیل آماری - مرکز نشر دانشگاه شیراز، چاپ سوم، ۱۳۷۸.
- ازکیا(مصطفی)-دریان آستانه(علیرضا)-۱۳۹۳-روش های کاربردی تحقیق-انتشارات کیهان
- زارعیان(داوود)- شناخت افکار عمومی - سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی تهران-۱۳۹۱
- روزنامه دنیای اقتصاد، شماره ۲۸۳۹ به تاریخ ۹۱/۱۱/۲، صفحه ۳۱ (تاریخ اقتصاد)
- ساروخانی(باقر)، روش تحقیق در علوم اجتماعی ، انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی
- سفیدی، هوشمند. راهبردهای عملی روابط عمومی. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، ۱۳۷۷.
- متولی، کاظم. روابط عمومی و تبلیغات. تهران: بهجت، ۱۳۷۲.
- مک کوایل(دنیس) - مخاطب شناسی - ترجمه مهدی منتظر قائم - وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها ۱۳۸۷
- میرسعید قاضی، علی. تئوری و عمل در روابط عمومی و ارتباطات. تهران: مبتکران، ۱۳۷۰
- سایت سازمان تامین اجتماعی www.tamin.ir
- www.yahyae.com
- www.seopr.ir
- www.aqlibrary.ir
- www.mehrabifard.blogfa.com
- www.thoughtark.net