

بیمارستان
نہربانی



ماہنامہ

نشریہ الکترونیکی بیمارستان محب کوثر

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شماره ۱۲
سال سوم
اردیبهشت ۱۳۹۶

فهرست مطالب :

شناسنامه ماهنامه :

شورای نظارت و سیاست گذاری :

دکتر سید علیرضا طباطبایی - دکتر حسین نداف نیا

مدیر مسئول :

دکتر مهدی برزگر

سر دبیر :

الهه شادی - عبدا. اصیل ادب

صفحه آرایی :

مهندس سارا حجازی

۱. بخشیدن

۲. اخبار کوثر

۳. تجربه مشتری چگونه تأثیر گذار است

۴. معرفی بخش استروبوکوپي (عکس رنگی از حنجره)

۵. جدول سودوگو

۶. پلاسکو

۷. چاپکی سازمانی

Forgiveness



بفشدن، گذشته را تغییر نمی دهد
و از دست داده را به دستتان باز نمی گرداند.
اما کمک می کند تا سهم بیشتری از
آیندهتان بدست آورید.

پاول بوزه

FORGIVE..

اخبار

شروع اعتبار بخشی بیمارستان در تاریخ ۹۶/۲/۱۲



اخبار

حضور مهندس عسگری معاون فنی دفتر نظارت و اعتبار بخشی وزارت بهداشت و درمان
در طول اعتبار بخشی



اخبار

روز جهانی بهداشت دست
و آموزش همگانی طرز صحیح شستن و ضدعفونی کردن دست ها



بزرگداشت روز کارگر و تقدیر از پرسنل بهداشتیاری و تأسیسات



همایش آموزشی تفریحی چغاخور – شهرگرد با موضوع تطابق با آینده (روز اول)



سخنرانی دکتر ابراهیم کوچکی ریاست دانشگاه علوم پزشکی کاشان



سخنرانی دکتر سروی زاده ریاست بیمارستان محب کاشان



سخنرانی دکتر مسعود اعتمادیان



همایش آموزشی تفریحی چغاخور – شهرگرد با موضوع تطابق با آینده (روز اول)

بازدید از بیمارستان محب کاشان و افتتاح بخش تصویر برداری



همایش آموزشی تفریحی چغاخور – شهرگرد با موضوع تطابق با آینده (روز دوم)

افتتاحیه بیست و دومین سمینار تطابق با آینده و سخنرانی دکتر شاه حسینی



همایش آموزشی تفریحی چغاخور – شهرگرد با موضوع تطابق با آینده (روز دوم)

سخنرانی دکتر باقر لو استاد دانشگاه تهران و شهیدبهرشتی
موضوع سخنرانی: ارتباطات در آینده



همایش آموزشی تفریحی چغاخور – شهرگرد با موضوع تطابق با آینده (روز دوم)

بازدید از تالاب چغاخور و کارخانه گزروستای بلداجی



همایش آموزشی تفریحی چغاخور – شهرگرد با موضوع تطابق با آینده (روز سوم)

سخنرانی دکتر برزگر معاونت اجرایی بیمارستان محب کوثر

موضوع سخنرانی: ابروندها (مگاترندها)

سخنرانی مهندس عراقی

موضوع سخنرانی: رذایل سازمانی و هنر کشف توانمندی ها



همایش آموزشی تفریحی چغاخور – شهرگرد با موضوع تطابق با آینده (روز سوم)

اختتامیه و رقص محلی





اخبار

حضور جناب آقای دکتر عادل آذر ریاست دیوان محاسبات کشور و دادستان و مدیران ارشد آن سازمان

جهت انجام چک آپ در بیمارستان محب کوثر

(چکاپ با همکاری شرکت تاو انجام می پذیرد و در زمینه های :

قلب و عروق - داخلی - ارولوژی - شنوایی سنجی - بینایی سنجی - سونوگرافی و رادیوگرافی انجام می شود)



اخبار

حضور جناب آقای دکتر عادل آذر ریاست دیوان محاسبات کشور و دادستان و مدیران ارشد آن سازمان

جهت انجام چک آپ در بیمارستان محب کوثر

(چکاپ با همکاری شرکت ناو انجام می پذیرد و در زمینه های :

قلب و عروق - داخلی - ارنولوژی - شنوایی سنجی - بینایی سنجی - سونوگرافی و رادیوگرافی انجام می شود)





"تجربه مشتری" چقدر تاثیر گذار است؟



The world is getting smaller with more and more people connected to each other.

احتیاج داشتید، لطفاً به ما اطلاع دهید."



بی شک، تلاش ارزشمندی است موردی جالب.....

کریستینا مک‌منمن، یکی از مشتریان ثابت هتل Gaylord Opryland را در نظر بگیرید که برای شرکت در یک کنفرانس سالانه به مدت ۳ سال، دائم در این هتل رفت و آمد داشت. کریستینا در هر بار اقامت خود شیفته یکی از وسایل اتاقش شده بود؛ ساعتی که موسیقی بسیار ملایم و آرامش‌بخش یا همان "اسپا" از آن پخش می‌شد. او در این مورد می‌گوید: "شاید فکر کنید من دیوانه‌ام که این‌طور پیگیر یک ساعت شده‌ام." اما منطق این علاقه این بود که او با صدای زنگ این ساعت خواب بسیار آرام‌تری داشت. در مدت این ۳ سال، کریستینا سعی کرد عین این مدل ساعت را در فروشگاه‌های پیدا کند، اما موفق نشد. بعد از اینکه در یکی از آخرین سفرهایش در صفحه توئیتر هتل Opryland پیغام گذاشت، که امید خود را کاملاً از دست داده است. او در پیغام خود نوشته بود با ساعتی که در اتاقش دارد، خیلی بهتر می‌خوابد. کجا می‌تواند دقیقاً همین ساعت را پیدا کند؟ مسوولان هتل در پاسخ به او گفتند که متأسفانه این نوع ساعت در دسترس عموم نیست، اما مشابه آن در آدرس Amzn.to/ADMXzL وجود دارد. کریستینا با نامیدی عنوان کرد که این مدل پیشنهادی موسیقی اسپا پخش نمی‌کند.

کریستینا در نهایت تسلیم شد و این خواسته خود را رها کرد و برای شرکت در کنفرانس، هتل را ترک کرد. اما وقتی بعد از تمام شدن کنفرانس به اتاقش برگشت، دید ساعت دیگری هم در اتاق جای گرفته که روی یکی از آنها نامه‌ای به اسم خودش گذاشته شده است. در نامه نوشته شده بود: "کریستینا، از اینکه ما را در توئیتر دنبال کردید، سپاسگزاریم. امیدواریم از این ساعت با صدای اسپا در خانه خود لذت ببرید و اگر به چیزی

به نظر می‌رسد که همین دیروز بود که هر کسب و کاری ادعا می‌کرد، کلید برنده مشتریان، در کیفیت محصول یا خدمات ارائه شده به آنهاست. اما، همه چیز تغییر کرده است ... حالا یک عامل مهم تر برای رسیدن به موفقیت نشان داده شده است. در واقع، همه ما شنیده ایم این روزها بهترین روش جهت ارائه، "تجربه مشتری" است.

تجربه مشتری چیست؟

تجربه مشتری، درک مشتریان از چگونگی رفتار سازمان با آنهاست. این برداشت‌ها تحت تاثیر رفتار سازمان و ایجاد خاطرات و احساسات بوده و ممکن است در وفاداریشان نیز موثر باشد. به عبارت دیگر، اگر آنها شما را دوست داشته باشند و به طور مستمر دوست داشته باشند، خواهان انجام کسب و کار با شما می‌شوند و شما را به دیگران توصیه می‌کنند. تعریف تجربه مشتری را می‌توان به ساده‌ترین شکل، این گونه بیان کرد:

تمامی تعاملات فردی مشتری با یک نام تجاری، در طول زمان."

برای اینکه مشتریانان، شما را دوست داشته باشند و بتوانید وفاداریشان را جلب کنید، باید آنها را خیلی خوب بشناسید تا تجربه شخصی برایشان ایجاد کنید. اما به دست آوردن این دانش به صورت عمیق در مورد مشتریان چیزی است که به یکباره اتفاق نمی‌افتد. بلکه شامل جمع آوری مقدار زیادی از داده‌های مشتریان و بینش‌های

احتیاج داشتید، لطفاً به ما اطلاع دهید." هتل Opryland فرصتی را که یکی از مشتریان دائمی هتل از آن لذت برده بود، به خوبی شناسایی کرد. آنها با این اقدام، نه تنها این مشتری را تا آخر عمر به خود جذب کردند، بلکه باعث شدند هر کس دیگری از اطرافیان کریستینا (و حتی فراتر از آن) که این داستان را بشنود، حس خوبی نسبت به این هتل داشته باشد. کریستینا در پاسخ نوشت:

"شما ثابت کردید که هنوز شرکت‌هایی هستند که بر خدمات ارزنده متمرکزند و باعث شدید تا آخر عمر احساسی فوق‌العاده نسبت به هتل شما داشته باشم."

هتل Opryland فرصتی را که یکی از مشتریان دائمی هتل از آن لذت برده بود، به خوبی شناسایی کرد. آنها با این اقدام، نه تنها این مشتری را تا آخر عمر به خود جذب کردند، بلکه باعث شدند هر کس دیگری از اطرافیان کریستینا (و حتی فراتر از آن) که این داستان را بشنود، حس خوبی نسبت به این هتل داشته باشد. کریستینا در پاسخ نوشت: "شما ثابت کردید که هنوز شرکت‌هایی هستند که بر خدمات ارزنده



تجربه مشتری "چقدر تاثیر گذار است؟"

می‌دهد؟ کدام هتل است که در فاصله ثبت مشخصات، از شما با کلوچه گرم شکلاتی پذیرایی می‌کند؟ کدام شرکت هواپیمایی برای مسافران برنامه‌های سرگرمی و آوازخوانی اجرا می‌کند؟ پاسخ‌ها به ترتیب عبارتند از: شرکت‌های نوردستروم، آمازون، دابل تری و ساوت وست. نکته جالب اینجا است که هیچ‌گاه نمی‌بینید شرکت نوردستروم از آگهی یا شعارهایی مثل «از ما خرید کنید، ما پيانوزن بزرگی داریم.» استفاده کند یا آمازون اعلام کند «اگر از ما خرید کنید، با پیشنهادهایی غیرمنتظره‌ای روبه‌رو می‌شوید.» این ویژگی‌ها در تبلیغات یا برندسازی مطرح نمی‌شوند، بلکه در ذهن ما به شیوه‌ای که اثر آن از هر شعار یا تبلیغاتی قوی‌تر است، حک می‌شوند؛ به این دلیل که تجربی، قابل اعتماد، پایدار و منحصر به فردند و با برندی که به آن علاقه داریم تلفیق شده‌اند. یافتن ویژگی‌های تثبیت‌کننده و عملیاتی کردن آن به شیوه‌ای که کارمندان نیز آنها را به طور مداوم و با اعتبار انتقال دهند، نیازمند شناخت دقیق از نیازهای مشتری، تفکر خلاقانه و همکاری در ساختار کسب و کار است. به عبارت دیگر، این کار آسان نیست و باید ضمیمه یک ابتکار استراتژیک در شرکت شود.

مترجم و گردآورنده: سرکار خانم سحری (مسئول پذیرش)



متمرکزند و باعث شدید تا آخر عمر احساسی فوق‌العاده نسبت به هتل شما داشته باشم.

برطبق مطالعه واکر، در سال ۲۰۲۰ تجربه مشتری بر قیمت و محصول سبقت خواهد گرفت به طوری که کلیدی برای ایجاد تفاوت در برندها خواهد شد.

این مهم نیست که شما در چه نوع کسب و کاری هستید بالا بردن تجربه برای مشتریان کلید افزایش بقا، رضایت و فروش شما است. چرا افزایش تجربه مشتری؟ سه دلیل مهم وجود دارد که شکل

زیر دلایل آن را شفافتر بیان می‌کند:

نتیجه:

ایجاد قدرت پیشتازانه در بازار نیازمند انتقال یک تجربه به مشتری است که حائز اهمیت باشد و ارزش این را داشته باشد که با دوستان، خانواده و همکاران در مورد آن صحبت شود. ویژگی‌های تثبیت‌کننده، عوامل تجربه مشتری هستند که اظهارات بسیار منحصر به فردی در مورد یک شرکت یا برند ارائه می‌کنند و با دقت، صداقت و استحکام بالایی از سوی کارمندان منتقل می‌شوند. این ویژگی‌ها مردم را وادار می‌کنند با دیگران حرف بزنند. در صحبت با گروه‌های مختلف مردم، سوالاتی پرسیدم که مخاطبین در پاسخ به آن، تعللی نکردند. کدام فروشگاه است که پيانوزن بزرگی در آن می‌نوازد؟ کدام فروشگاه اینترنتی است که پیشنهادهایی بر اساس خرید دیگران ارائه

آشنایی با خدمات کلینیک استروبوسکوپی و گفتار درمانی بیمارستان محب کوثر

چه مدتی است که کلینیک استروبوسکوپی در بیمارستان محب کوثر راه اندازی شده است؟

از آذرماه ۹۵ کلینیک استروبوسکوپی و گفتار درمانی در این بیمارستان راه اندازی شد و با توجه به اینکه این کلینیک در هر بیمارستانی وجود ندارد، امیدواریم که این خدمات برای همکاران و متخصصین عزیز بیش از پیش شناخته شود و بتوانیم با همکاری یکدیگر خدمات خوبی را به همه بیماران ارائه دهیم. درضمن خدمات ما تحت پوشش تمامی بیمه هایی است که طرف قرارداد بیمارستان محب کوثر می باشند.



سرکار خانم هاشمی با سلام، خواهشمندم خودتان را معرفی کنید

من نسیم هاشمی، آسیب شناس گفتار و زبان هستم. سال ۱۳۸۶ دانشگاه علوم پزشکی تهران قبول شدم و تحصیلات تکمیلی خودم را در این دانشگاه به پایان رساندم و از سال ۱۳۹۱ طرحم را در بیمارستان امام خمینی در زمینه استروبوسکوپی و عکسبرداری از حنجره گذراندم و هم اکنون مدرس حق التدریسی دانشگاه تهران هستم.

موفق باشید

سل، سندرم اسپرشین، ریفلاکس معده به مری، سارکوییدوز، آلرژی و بیماری های نورولوژیک می توانند جهت تجویز و استفاده از خدمات استروبوسکوپی به منظور بررسی و معاینه حنجره، به این کلینیک مراجعه نمایند. همچنین استروبوسکوپی برای ارزیابی تکلم، ارزیابی بیماران دچار مشکلات راه هوایی و در معاینات غربالگری بیمارانی که در معرض خطر بالای سرطانهای سر و گردن هستند (مثل بیمار بزرگسال با گوش درد، خشونت صدا و یا گلودردی که بیش از ۱۰ روز طول کشیده باشد) و بیماران دارای سابقه درازمدت مصرف الکل و دخانیات به کار گرفته می شود. خدمات گفتار درمانی برای انواع اختلالات گفتار، زبان و صدا در بیمارستان محب کوثر، به بیماران ارائه می گردد. همچنین قصد داریم گفتار درمانی در بیماران ICU و NICU را جهت درمان بیمارانی که مشکل بلع دارند را راه اندازی کنیم.

ارتباط کاری شما با کدامیک از گروه های پزشکی است؟

عمده ارجاعات بیماران به کلینیک استروبوسکوپی از طریق متخصصین گوش و حلق و بینی، ریه، کودکان و جراحان عمومی است.

چه خدماتی را در کلینیک

استروبوسکوپی و گفتار درمانی بیمارستان محب کوثر انجام می دهید؟

استروبوسکوپی یا عکسبرداری از حنجره، بررسی ساختارهای داخلی حنجره از جمله تارهای صوتی می باشد که با استفاده از این تکنیک وضعیت ساختمان حنجره و اختلالات عملکرد آن و مشکلات تارهای صوتی بررسی می شود. استروبوسکوپی بهترین راه برای ارزیابی وجود توده یا بی نظمی های موجود در تارهای صوتی می باشد و اختلالاتی مانند پولیپ، نودول، کیست، اسکار، سرطان و سایر ضایعاتی که ارتعاشات تارهای صوتی را تحت تأثیر قرار می دهد، مشخص می کند و پزشک را در تشخیص صحیح علت گرفتگی صدای بیمار یاری می دهد و پس از تشخیص صحیح، درمان مناسب را برای بیمار پیش می گیرد که می تواند جراحی، گفتاردرمانی و یا درمان با دارو باشد. بیمارانی با شکایت سرفه های مزمن، گلودرد مزمن، گوش درد پایدار و کاهش شنوایی، تنگی نفس لارنگو تراکئال، دسیفونی، تغییرات و اختلالات صدا، مشکلات بلع و دیسفاژی،





جدول شماره ۱۰



به سه نفر از عزیزانی که پاسخ صحیح جدول را تا تاریخ ۹۶/۳/۲۰ ارسال نمایند جوایزی اهدا خواهد شد.

اسامی برندگان جدول شماره ۹:

۱. سارا سهرابی

۲. حدیث خزایی

۳. امیر اسماعیلی

	9				6		4	
		5	3					8
				7		2		
		1		5				3
	6				9		7	
2				8	4	1		
		3		1				
8					2	5		
	5		4				8	



درس آموخته های حادثه پلاسکو



آتش سوزی ساختمان پلاسکو در ساعت ۷:۵۸ دقیقه صبح پنجشنبه ۳۰ دی ماه ۹۵ شروع و در ساعت ۱۱:۳۰ دقیقه کل ساختمان علی رغم تمامی تلاش های انجام شده توسط آتش نشانان بصورت عمودی فرو ریخت. پیامدهای حادثه بر اساس آخرین گزارش های مرکز اورژانس کشور، در اثر این حادثه ۲۲ نفر جان خود را از دست دادند، که از این تعداد ۱۶ نفر آتش نشان و ۶ نفر نیز از کسبه و کارکنان این مجتمع ساختمانی بودند. به دنبال وقوع این حادثه و از دست رفتن این تعداد از آتش نشانان، روزدوم بهمن از سوی دولت عزای عمومی اعلام گردید. همچنین در اثر این حادثه ۲۳۵ نفر دچار آسیب شدند که ۱۸۰ تن از آنها در محل حادثه درمان شده و ۵۵ نفر جهت درمان به بیمارستان منتقل شدند. برآوردهای اولیه حاکی از ۱۵۰۰ میلیارد تومان خسارت اقتصادی می باشد. لازم به ذکر است، تنها ۴/۱ از واحدهای صنفی مستقر در این مجتمع، بیمه حوادث داشتند. همچنین ۳۰۰۰ نفر به دنبال این پیشامد بیکار شدند، که تنها نیمی از این افراد، بیمه بودند. این حادثه پیامدهای روانی بسیاری برای آتش نشانان و خانواده هایشان و کسبه و کارکنان مشغول به

نمود.

- ساختمان های آسیب پذیر متعددی در نقاط مختلف کشور از جمله تهران وجود دارد که بیمه لازم برای جبران خسارت احتمالی را ندارند. به نظر می رسد اجباری شدن بیمه آتش سوزی و حوادث باید در دستور کار سازمان های مسئول قرار گیرد.

- پاسخ گویی به چنین حوادثی از سوی سازمان های امدادی نیازمند برنامه ریزی، کارکنان آماده و تجهیزات به روز و کارآمد می باشد. بنابراین می بایست پشتیبانی های مالی و اداری لازم به منظور آماده سازی هرچه بهتر این سازمان ها انجام گردد.

- هماهنگی و مشارکت موثر در مدیریت حادثه نیازمند ساختارهای از قبل تدوین شده و تمرین شده فرآیند فرماندهی حادثه شامل ساختارهای هماهنگی و فرماندهی است.

- در این حادثه بسیاری از مسئولین کشوری و محلی، در محل حضور یافتند که شاید حضور آنها فرآیند مدیریت حادثه را مختل می نمود. لازم است برنامه حضور افراد خاص در حوادث تدوین و تمرین گردد.

- لازم است برای مدیریت هدایا و همچنین افراد داوطلب امداد رسانی برنامه مشخص و معینی وجود داشته باشد.

- با وجود مشخص شدن سخنگوی سامانه فرماندهی حادثه و حضور تمام وقت خبرنگاران در طول مدت

مشغول به کار در این مجتمع ایجاد کرد. پیامدهای اجتماعی زیادی در جامعه و بخصوص در فضای مجازی به دنبال وقوع این حادثه ایجاد شده است.

درس آموخته ها

- این پیشامد نشان داد که میزان درک خطر حوادث و سوانح نزد مردم به اندازه کافی وجود ندارد.

- برخی از قوانین مربوط به ایمنی شهری مربوط به بیش از یک قرن گذشته می باشد که بازنگری آنها باید در دستور کار مسئولین قرار گیرد.

- دستورالعمل ها و آیین نامه های مربوط به ایمنی و مدیریت بحران باید با جدیت پیگیری، تصویب و ابلاغ گردد.

- در زمان عملیات پاسخ به هر حادثه ای لازم است از هرگونه متهم یابی، سیاسی کاری و اتهام زنی و علت یابی پرهیز نمود و فقط بر عملیات پاسخگویی تمرکز



درس آموخته های حادثه پلاسکو



• رفتارهای ما در فضای مجازی می تواند پیامدهای ناگوار بیشتری نسبت به فضای واقعی داشته باشد. پیش از قرار دادن هر پیامی در فضای مجازی به پیامدهای آن برای خود و دیگران فکر کنیم.



(معاونت بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی ایران)



عملیات، اما شاهد شایعات فراوانی در مورد علت و نحوه مدیریت حادثه بودیم. تدوین و اجرای برنامه مدیریت رسانه ها از ضروریات مدیریت حوادث مشابه در کشور می باشد.

پیام های کلیدی برای ایرانیان

• زندگی و کار در محلی امن، حق اساسی هر شهروندی می باشد. دستیابی به این حق، وظیفه تک تک افراد و مسئولین جامعه می باشد.



• درک ناکافی یا نامناسب از خطر حوادث احتمالی، می تواند در زمان کوتاهی، محل زندگی و تفریح را به کوهی از خاطرات ناگوار برای مسئولین و مردم تبدیل کند.

• به عنوان یک اصل، همیشه پیشگیری بهتر از درمان است. بنابراین برنامه ریزی به منظور پیشگیری از چنین مخاطراتی از سوی سازمان های متولی می تواند منجر به کاهش هزینه ها گردد.

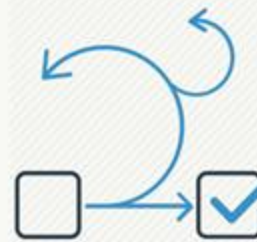
• پیشامد برای ما هم اتفاق می افتد. بنابراین می توانیم با استفاده از خدمات بیمه ای، پیامدهای اینگونه رخدادها را کاهش دهیم.

• بازبودن مسیر عبور ماشین های امدادی، می تواند جان ما و سایر هموطنان را نجات دهد. لازم است در صورت شنیدن صدای آژیر ماشین های امدادی در سریع ترین زمان ممکن مسیر را برای عبور آنها باز کنیم.





چابکی سازمانی (قسمت پایانی)



چابکی را در رأس سازمان اجرا کنید

برخی فعالیت های مدیران ارشد مناسب روش شناسی چابکی نیستند. (وظایف روزمره و قابل پیش بینی مانند ارزیابی عملکرد، مصاحبه های مطبوعاتی، بازدید از کارخانه و ملاقات با مشتریان و تأمین کنندگان) ولی تعداد زیادی از آنها که بی تردید بسیار مهم نیز هستند با شیوه های چابکی سازگارند. (از جمله توسعه استراتژیک و تخصیص منابع، کشف نوآوری های موفق و بهبود همکاری سازمانی) مدیران ارشدی که به عنوان یک تیم چابک دور هم جمع می شوند و می آموزند که چابکی سازمانی را برای این فعالیت ها به کار گیرند، به مزایای دور از انتظاری دست می یابند. بهره وری و روحیه آنها بهبود می یابد و به زبان تیم هایی که در حال توانمندسازی آنها هستند صحبت می کنند. چالش های مشترکی را تجربه می کنند و یاد می گیرند چگونه بر آنها چیره شوند. رفتارهای مانع تیم های چابک را شناسایی و متوقف می کنند. یاد می گیرند کار را ساده و متمرکز کنند. در نهایت، نتایج بهبود می یابند و اعتماد به نفس و تعامل در سراسر سازمان افزایش پیدا می کند.

کردن اعضای تیم است. بنابراین روی تیم متمرکز کنید نه روی افراد. مطالعات مرکز ام آی تی در مورد هوش جمعی و هوش افراد، نشان می دهد گرچه هوش افراد عملکرد تیمی را تحت تأثیر قرار می دهد، ولی هوش جمعی تیم مهمتر است. پس با پرسش ها کار هدایت را انجام دهید نه با دستورات. معروف است که مارشال پتن به مدیران توصیه می کرد هرگز به افراد نگویید کارها را

چگونه باید انجام بدهند، "به آنها بگویید چه چیزی را باید انجام دهند. خواهید دید که آنها با نبوغ خود شما را شگفت زده خواهند کرد." در واقع رهبران در تیم های چابک بیش از اینکه فرمان صادر کنند، یاد می گیرند چگونه با پرسش هایی مانند "پیشنهاد شما چیست؟" و "چگونه می توانیم آنرا آزمایش کنیم؟" افراد را راهنمایی می کنند. این سبک مدیریتی به متخصصین وظایف کمک می کند تا سطح مدیرعاملی ترقی کنند و این به استراتژی های سازمانی و سازمان ها کمک میکند که از سیلوهایی که برای قدرت و منابع می جنگند به تیم های فراوظیفه ای تبدیل شوند.

(برگرفته از ماهنامه گزیده مدیریت، شماره ۱۸۰)

گرد آورنده: جناب آقای ادیب (مسئول آموزش)

برخی شرکت ها ۲۵ درصد (یا بیشتر) از وقت رهبران خود را از سیلوهای وظیفه ای به تیم های رهبری چابک تغییر داده اند. این تیم ها فهرستی از کارهای اولویت دار کل سازمان را تهیه می کنند، تیم های چابک را در سایر جاهای دیگر سازمان به وجود می آورند و به آنها کمک می کنند به بالاترین اولویت های خود رسیدگی کنند و بطور نظام مند موانع پیش روی موفقیت را از بین ببرند.

موانع رفتارهای چابک را از بین ببرید

مشکلات را حل کنید و همه افراد را کنار هم آورید. ساختارها را فوری تغییر ندهید، در عوض نقشه ها را بازنگاری کنید. بسیاری از مدیران فکر می کنند ایجاد تیم های فراوظیفه ای تغییرات عمده ای را به ساختار سازمانی تحمیل می کند. این موضوع به ندرت صحیح است. تیم های فراوظیفه ای که به شکل بسیار مناسبی توانمند شده اند، ذاتاً نیازمند نوعی مدیریت ماتریسی هستند، ولی در ابتدا، این امر مستلزم آنست که افراد تیم یاد بگیرند چگونه هم زمان باهم کار کنند تا بطور جداگانه یا متوالی برای هر تصمیم فقط یک مدیر را مسئول بدانید، چراکه افراد می توانند چندین رئیس داشته باشند ولی تصمیم ها نه! در یک مدل عملیاتی چابک، باید بطور شفاف بیان شود که چه کسی مسئول راه اندازی تیم فراوظیفه ای، انتخاب و جایگزین

همکاران گرامی

خواهشمندیم ما را در پیمودن این راه تنها نگذارید
صمیمانه منتظر نظرات و مطالب خواندنی شما هستیم

تلفن داخلی : ۲۳۹

تلفن همراه : ۰۹۳۶۳۷۷۳۸۰۰

پست الکترونیکی : s.adiban۱۹۷۲@yahoo.com

