

۸ مزیت هوش تجاری

که می‌تواند کسب و کار شما را بهبود بخشد

بهترین زمان برای ارتقای شغلی کارمندان چه موقع است؟

۱۰ استراتژی نگهداشت نیروی انسانی



با معرفی تست تفکر انتقادی
واتسون-گلیزر





قطب‌ینو

ارزیابی دقیق، جهت دقیق

مجری ارزیابی های فردی و سازمانی بر بستر اینترنت

۰۲۱-۶۶۵۳۸۵۹۰

INFO@QOTBINO.COM

WWW.QOTBINO.COM

ماهنامه قطبینو

موضوع:

شماره ۵ - مهر سال ۱۴۰۲

فهرست مطالب

۴	سخن ناشر
۵	تنبيه يا تشويق؟ کدامیک به نفع سازمان است؟
۱۰	۱۰ استراتژی نگهداشت نیروی انسانی
۱۷	۸ مزیت هوش تجاری که می‌تواند کسب و کار شما را بهبود بخشد
۲۴	برند و تاثیر برندسازی در گالری‌های طلای ایران
۲۸	بهترین زمان برای ارتقای شغلی کارمندان چه موقع است؟
۳۲	۹ انتظار مهم کارمندان از مدیران
۳۶	معرفی تست تفکر انتقادی واتسون-گلیرز

تهیه شده در واحد محتوای **قطبینو**

تهران - خیابان مطهری - خیابان کوه نور - کوچه ششم - پلاک ۴ - واحد ۱

۰۲۱-۶۶۵۳۸۵۹۰

info@qotbino.com

سخن ناشر

جف بزوس در سال ۱۹۶۴ در ایالات متحده‌ی آمریکا به دنیا آمد. او از همان ابتدا عاشق کامپیوتر بود و در دانشگاه در رشته‌های علوم کامپیوتر و مهندسی الکترونیک تحصیل کرد. سال ۱۹۹۴ بود که «جفری پرستون بیزوس» یا همان «جف بزوس» (Jeff Bezos) کسب‌وکار فروش اینترنتی کتاب را شروع کرد و اولین گام برای آغاز امپراتوری «آمازون» را برداشت. او بعد از تمام کردن درسش، در «وال استریت» مشغول به کار شد. پس از گذشت چهار سال، شغل پرسود خود را رها کرد و در ۳۰ سالگی آمازون را راه انداخت. آمازون به تدریج از یک کتاب‌فروشی آنلاین به بزرگ‌ترین فروشگاه اینترنتی دنیا تبدیل شد. او مثل بسیاری از رهبران کنونی دنیای دیجیتال، پتانسیل نامحدود اینترنت را در بهترین زمان ممکن درک کرد و آن را بنیان کسب‌وکار خود قرار داد. او دفتر کار کوچکی را در گاراژ خانه‌اش برپا کرد. در ابتدا فقط چند کارمند داشت. آن‌ها کار روی نرم‌افزار سایت را شروع کردند. مدتی بعد دفتر کارشان را به خانه‌ای دو اتاق‌خوابه منتقل کردند و پس از مدت کوتاهی نمونه‌ی آزمایشی وبسایت موردنظرشان را ساختند. موفقیت اولیه‌ی آمازون حقیقتاً عجیب و غریب بود. در ۳۰ روز اول، Amazon.com بدون هیچ‌گونه تبلیغاتی در ایالات متحده‌ی آمریکا و ۴۵ کشور دیگر، کتاب فروخت. در عرض دو ماه، فروش این وبسایت به ۲۰ هزار دلار در هفته رسید. در سال ۱۹۹۷ و با تداوم موفقیت‌های آمازون، بسیاری از تحلیل‌گران اقتصادی در مورد آینده‌ی آمازون دچار تردید شدند. خیلی از کتاب‌فروشی‌های سنتی کم‌کم سایت‌های فروش خود را راه می‌انداختند؛ در آن شرایط، آمازون چه وضعیتی پیدا می‌کرد؟ دو سال گذشت و نه تنها آمازون متوقف نشد، بلکه از تمام رقبا پیشی گرفت و به‌عنوان رهبر دنیای تجارت الکترونیکی شناخته شد. از سال ۱۹۹۸، آمازون محصولات دیگری را هم برای فروش روی سایت قرار داد؛ ابتدا با CD و ویدیو شروع شد و به تدریج لباس، وسایل الکترونیکی، اسباب‌بازی و چندین رشته‌ی دیگر هم روی آمازون قرار گرفت. اکثر مردم جف بزوس را با فروشگاه اینترنتی‌اش یعنی آمازون می‌شناسند. اما بلندپروازی‌های او حد و مرزی ندارد. IMDb، Alexa، Blue Origin و ... نمونه‌های دیگری از حضور بزوس در عرصه‌های متفاوت و مهم و به روز در دنیا است.



این شماره از ماهنامه قطبینو

تقدیم می‌گردد به «جف بزوس»

(همچنین این ماهنامه برای ایشان ارسال گردیده است.)



تنبيه يا تشويق کارکنان؟ کدامیک به نفع سازمان شماست؟

تشويق کارکنان یکی از استراتژی‌های مهم مدیران موفق است. آن‌ها به‌خوبی می‌دانند چه زمانی وقت پاداش و چه زمانی وقت تذکر دادن است. در مقابل مدیرانی هستند که هنوز سیستم زورگویی را حفظ کرده‌اند و اجازه نمی‌دهند که کارکنان آن‌طور که باید پیشرفت لازم را داشته باشند. شما جزء کدام دسته هستید؟ مدیران مستبد؟ یا مدیران منعطف؟ آیا کارمندان در چارچوبی سفت‌وسخت کار می‌کنند؟ یا برای دستیابی به موفقیت در بسیاری از موارد اجازه‌ی اظهارنظر، انتقاد و پیشنهاد دارند؟ برای رسیدن به پاسخ این سؤالات باید عملکرد کارکنان را بررسی کنید و ببینید در چه زمان‌هایی بهره‌وری بالایی دارند؟ برخی از نیروها توجهی به رشد و اهداف سازمان ندارند و تنها به این دلیل که حقوقی بگیرند کار انجام می‌دهند. این کارکنان نه به توسعه‌ی خود کمک می‌کنند و نه به رشد سازمان. اگر خودتان طبق برنامه‌ای منسجم پیش نمی‌روید و برای بهتر شدن اوضاع سازمان تلاشی نمی‌کنید، نباید انتظار داشته باشید نیروهایتان به درستی کار انجام دهند. شاید تصور می‌کنید تشويق کارکنان نتیجه‌ای جز کارشکنی آن‌ها ندارد؟ بهتر است دست نگه دارید و به عواقب تنبيه بار دیگر نگاهی بیندازید.

ارزیابی کنید کی و چه موقع انگیزه‌ی برخی نیروها برای ادامه کم می‌شود و چه مواقعی با انگیزه‌ی بالا کار می‌کنند. ناگفته نماند که تشويق‌های نابجا هم کار دستتان می‌دهند و تأثیری معکوس دارند. با این حساب تشويق کارکنان چگونه و در چه زمانی باید انجام شود؟ افزایش بهره‌وری کارمندان با چه روش‌هایی اتفاق می‌افتد؟ بهترین ابزارهای تشويق کارکنان چیست؟ کدام دسته از کارکنان باید مورد عنایت شما واقع شوند؟ و برای کدام دسته از کارمندان لازم است مواردی از تنبيه را درنظر گرفت؟

چه زمانی باید کارمندان را تشويق کنیم و کدام نیروها شایسته‌ی تقدیر هستند؟

برای پاسخ به این سؤالات ابتدا باید بررسی کنید که عملکرد کارکنان به چه صورت است؟ برای مثال منعطف بودن آن‌ها را در شرایط مختلف مدنظر قرار دهید. ببینید مهارت‌های ارتباطیشان با همکاران و مشتری‌ها به چه نحوی است. آیا برای رشد شخصیت و توسعه‌ی کار برای خودشان قدمی برداشته‌اند؟ به هر حال تلاش کارمندان برای پیشرفت قابل شناسایی است و می‌توان به راحتی تشخیص داد. ارزیابی شایستگی‌های رفتاری امروزه برای مدیران اهمیت زیادی دارد. قاعدتاً کارمندی که تعاملات مؤثر و **وجدان اخلاقی بالایی** دارد شایسته‌ی تشويق است. زمانی که از **توافق‌پذیری** و انعطاف‌پذیریشان مطمئن شدید از تشويق کارکنان غافل نشوید. کارکنانی که مسئولیت‌پذیرند وجدان کاری خوبی دارند. بنابراین بهره‌وری سازمان را بالا می‌برند.



چه زمانی نباید کارمندان را تشویق کنیم؟

حتماً تجربه‌ی استخدام کارمندانی که از مسئولیت فرار می‌کنند را داشته‌اید. همان کسانی که همیشه دنبال راهی برای انجام ندادن کارها می‌گردند. ظرفیت کمی دارند و انتقادپذیر نیستند. برای کارهای انجام نشده دنبال بهانه هستند و از اینکه کارمندان دیگر وظایف این افراد را انجام دهند خجالت نمی‌کشند. مسلماً اگر ابتدای استخدام به ارزیابی شخصیت این افراد می‌پرداختید کار به اینجا نمی‌کشید.

کسانی که از آن‌ها با عنوان **کارمند سمی** یاد می‌کنیم هزینه‌های جبران‌ناپذیری به سازمان تحمیل می‌کنند. حتی ممکن است کارمندان پرتلاش را فراری دهند. در واقع شگرد این افراد همین است. پس قبل از اینکه کار از کار بگذرد این افراد را بشناسید و از استخدامشان صرف‌نظر کنید. گرچه شناسایی این افراد کار هزینه‌بر و پیچیده‌ای است. اما ارزش این را دارد که بتوانید از تصمیم‌گیری اشتباه جلوگیری کنید. حتماً به جلسات استخدام بها دهید و با ژرفاندیشی عمیقی به ارزیابی بپردازید.

تنبیه یا تشویق کارکنان؟ کدام‌یک به نفع کسب‌وکار شماست؟

اگرچه تنبیه و تشویق کارکنان به وقت مناسب مؤثر خواهند بود. اما به‌عنوان مدیر سازمان باید توجه داشته باشید که هدف‌تان از این کار چیست؟ آیا قرار است انگیزه‌بخشی داشته باشید یا به نوعی تأدیب کنید؟ به هر حال رفتاری که در نظر گرفته‌اید باید پیام مطلوبی را در ذهن نیروها القا کند تا اثری انگیزه‌بخش داشته باشد. اگر هدف‌تان این است که رفتار مخربی را در سازمان از بین ببرید باید از سیستم تنبیه استفاده کنید.

دور از انتظار نیست که گاهی برای متنبه کردن بعضی از کارمندان، آن‌ها را از یکسری پاداش‌ها محروم کنید. با این حساب اثربخشی این روش را خواهید دید. حال اگر هدف‌تان ترویج است در نظر داشته باشید که باید نظام تعریف شده‌ای داشته باشید. چراکه قرار است رفتاری را تقویت و محیط سازمان را پراگیزه کنید. برای مثال پاداشی که برای کارمندان در نظر گرفته‌اید باید به اهداف سازمان‌تان گره خورده باشد و درواقع رفتاری که به توسعه‌ی این هدف کمک می‌کند به نوعی تقویت شود. البته تشویق کارکنان نباید بعد از مدتی منجر به طلبکار شدن آن‌ها شود. بنابراین لازم است پاداش‌ها تنوع داشته باشند. یادتان نرود که انگیزه به خودی خود در بین کارمندان به وجود نمی‌آید. اثری که امید در انگیزه‌بخشی کارمندان دارد به مراتب بیشتر از تنبیه است.

تشویق به موقع چه مزایایی دارد؟

اولین فایده‌ی تشویق مؤثر و به موقع این است که سازمانتان توسعه پیدا می‌کند. در نظر گرفتن پاداش به منظور تشویق کارکنان باعث می‌شود اعتماد به نفس و عزت نفسشان تقویت شود و حس ارزشمندی و مفید بودن داشته باشند. تشویق باعث می‌شود کارمندان رفتارهای مطلوبی از خود نشان دهند. زمانی که حس درونی مثبتی را تجربه می‌کنند، احساس رضایتمندی هم به آن اضافه می‌شود و در نتیجه وفاداریشان نیز به سازمان افزایش پیدا می‌کند. در حقیقت افسردگی و بی‌انگیزگی کمتری را تجربه می‌کنند. توجه داشتن به اصول سیستم تشویق، شما را هدایت می‌کند تا به نیازهای کارکنان توجه لازم و کافی را داشته باشید.

روش‌های تشویق کارمندان

۱. کارمندان شایسته مشتاق آموزش دیدن هستند.

اگر دقت کرده باشید کارمندان خوب از پیشرفت استقبال می‌کنند. مدام دنبال توسعه‌ی شخصی و شغلی هستند. تمایل دارند از یکنواختی فاصله بگیرند و احساس مفید بودن کنند. پس آموزش و برگزاری کلاس آموزشی به شدت تأثیرگذار خواهد بود. چون زمانی که آگاهیشان به روز می‌شود، هم به نفع خودشان است هم به نفع سازمان.

۲. روش‌های مختلفی را برای تشویق کارمندان در نظر بگیرید.

مواردی همچون سرویس ایاب و ذهاب، مرخصی و وجود فضای مناسب برای رفع خستگی. در نظر گرفتن تفریحات سالم، تنظیم کردن خدمات درمانی مناسب مثل چکاپ پزشکی. از جمله مواردی هستند که بهره‌وری کارمندان را افزایش می‌دهد. تشویق‌ها باید بر اساس وضعیت و نیاز کارمندان تعیین شوند.

۳. از ارتقا شغلی کارمندان سخت‌کوش غافل نشوید.

یکی از مهم‌ترین روش‌های تشویق کارکنان ارتقا شغلی است. نیروهای شما زمانی که برنامه‌ها را به درستی انجام می‌دهند شایسته‌ی ترفیع هستند. این پاداش به خاطر رشد و عملکرد بالای کارمندان است. نیروهایی که منعطف هستند و در انجام وظایفشان کوتاهی نمی‌کنند همواره در زمره‌ی کارکنان پرتلاش قرار می‌گیرند. ارزیابی عملکرد به شما کمک خواهد کرد تا بهتر و دقیق‌تر بتوانید تشخیص دهید که چه کسانی شایسته‌ی ارتقا هستند.

۴. کارمندان خلاق نیاز دارند که در بعضی از تصمیم‌گیری‌ها مستقل عمل کنند.

در پاره‌ای از موارد داشتن استقلال انگیزه‌شان را زیاد می‌کند تا بتوانند پروژه‌های بعدی را به درستی انجام دهند. کارمندان خلاق از انجام پروژه‌های سخت لذت می‌برند. فقط کافی است استقلال داشته باشند. همین مستقل بودن انعطاف‌پذیرشان را نه تنها بیشتر می‌کند بلکه باعث می‌شود رویکردی کارآمد داشته باشند.



چند دستورالعمل ساده برای تشویق کارکنان:

- مشخص کردن نوع تشویق کارکنان بستگی زیادی به نیاز آن‌ها دارد و شما باید شناخت خوبی از **تیپ شخصیتی** و **ویژگی‌های رفتاری** کارمندان داشته باشید.
- حتی پاداش هم باید هدفمند و سیاست‌مدارانه باشد. باید منافعشان را حفظ کنید و طوری رفتار کنید که کارمندان احساس ارزشمندی کنند.
- از یکنواختی در ارائه پاداش دوری کنید. شاید بهتر باشد نظر کارمندان را در این مورد جویا شوید.
- در اتاقتان را به روی کارکنان نبندید. با آن‌ها در تعامل باشید تا با **مدل‌های رفتاری** و نیازهای کارمندان بهتر آشنا شوید.
- متعادل رفتار کنید و برای تشویق و یا حتی تنبیه، پای‌بند به اصول و قواعد سازمان باشید.
- در پاداش دادن تقدم و تأخر نداشته باشید. به یاد داشته باشید، رعایت زمان، اصل مناسبی برای استراتژی پاداش خواهد بود.
- کارمندان وفادار که قدمت چندساله در سازمان دارند و همواره لیاقتشان به سازمان ثابت شده است، شایسته‌ی تقدیر هستند.

جمع بندی:

لازم است همه‌ی مدیران روش‌های تشویق کارکنان و سیاست پیاده کردن به‌موقع آن را یاد بگیرند. اگر نمی‌دانید چطور و چگونه تشویق کنید می‌توانید آموزش ببینید. مدیران موفق هم خودشان و هم تیمشان همواره در حال آموزش دیدن هستند. استراتژی‌های مدیریتی آن‌هم با روش مناسب سازمانتان را توسعه می‌دهد.

تشویق درست را بر اساس مسئولیتی که به اعضای تیم محول کرده‌اید مشخص کنید. فراموش نکنید مهم‌ترین دلیل تشویق کارکنان ایجاد انگیزه است. هرگز به خاطر یک اشتباه و یا به خاطر کاری نادرست شخصیت کارکنان را مورد هدف قرار ندهید. شما قرار است کار و عملکرد آن‌ها را تشویق و یا تنبیه کنید. در آخر بدانید که توسعه‌ی سازمان در گرو توسعه‌ی کارمندان است.

۱۰ استراتژیک نگهداشت نیروی انسانی

هرگز به حفظ و نگهداشت نیروی انسانی فکر نکرده بودم. دیروز طبق معمول حجم زیادی از کار را به یکی از کارمندان خوبم محول کردم. بعد از یک ساعت، با نامه‌ی استعفای این کارمند توانمند روبرو شدم. باورم نمیشد، کارمندی که هرگز اعتراضی نمی‌کرد و باکیفیت و سرعت بالا کارها را انجام می‌داد به یکباره تصمیم به استعفا گرفت.

از طرفی کارمندان دیگر کارها را به موقع انجام نمی‌دادند و برای کیفیت نحوه انجام کار اهمیت چندانی قائل نبودند. بر همین اساس اکثر مسئولیت‌ها را به این کارمند توانمند محول می‌کردم. خلاصه از دست دادن این نیروی خوب برایم گران تمام شد و مجبور شدم زمان و هزینه‌ی زیادی را صرف آموزش و استخدام نیروی جدید کنم. از دست دادن بهترین کارمند فشارهای زیادی را بر دوش سازمان متحمل می‌کند. برای اینکه دوباره این تجربه ناخوشایند برایم تکرار نمی‌شد می‌بایست با مفهوم نگهداشت نیروهای انسانی بیش‌ازپیش فکر می‌کردم و آشنا می‌شدم. بنابراین تلاش کردم بخشی از فعالیت‌هایم را به مطالعه در زمینه نگهداشت نیروی انسانی اختصاص دهم.

قطعا شما مدیر یا کارفرمای محترمی که در حال مطالعه این مقاله هستید تمایل ندارید که چنین تجربه‌ای را داشته باشید. شاید هم این اتفاق را تاکنون بارها تجربه کرده‌اید. کارمندانی که تصور می‌کنید از سازمان و شغلشان رضایت دارند، اما ناگهان سازمان را ترک می‌کنند. با اندکی تأمل متوجه خواهید شد که قطعا این نارضایتی یک‌شبه به وجود نیامده و منجر به ترک ناگهانی نیروهای خوبتان شده است.

منظور از نگهداشت نیروی انسانی چیست؟

هنظر شما آیا همین که استخدام موفق داشته باشید کفایت می‌کند؟ آیا جذب نیروی انسانی ماهر به تنهایی می‌تواند افزایش بهره‌وری شما را تضمین کند؟ آیا می‌توانید به موقع دلایل و نشانه‌های نارضایتی کارمندان توانمند را تشخیص دهید که دیر یا زود آن‌ها را از دست ندهید؟ چرا کارمندان کارآمد و مسئولیت‌پذیر تصمیم به ترک شغل خود می‌گیرند؟ از دست دادن نیروی انسانی توانمند چه تبعاتی برای شما خواهد داشت؟



نگهداشت نیروی انسانی:

نگهداشت نیروی انسانی یعنی اینکه شما به عنوان یک مدیر بتوانید از استعفای نیروهای توانمند خود جلوگیری کنید و با تدابیر کافی در جهت بقا و ماندگاری نیروی انسانی تلاش کنید. اگر شرایط و فضای محیط کاری برای کارمندان مساعد باشد کمتر پیش می آید که قادر به ترک سازمان شوند. برای پیشگیری از خروج کارمندان و نگهداشت نیروی انسانی، همواره باید جنبه هایی از سلامت جسم و روان کارکنان را مورد توجه قرار دهید. به همین منظور می توانید فعالیت هایی را به جهت بهبود شرایط کارمندان در نظر بگیرید.

این فعالیت ها سبب می شود کارمندان با استراتژی های شما همدل و هماهنگ شوند. کسانی که در سازمان استخدام می کنید ممکن است به دلایل مختلف چالش های زیادی را تجربه کنند. از طرفی رقابت سازمان ها فرصت های شغلی متعدد و متنوعی را برای کارمندان علی الخصوص کارمندان توانمند فراهم کرده اند. بنابراین هر زمان که احساس کنند خواسته ها و نیازهای آن ها به خوبی مرتفع نمی شوند به سراغ فذست شغلی بهتر خواهند رفت.

تلاش برای نگهداشت نیروی انسانی گام مهمی در راستای تحقق اهداف سازمان خواهد بود. برای اینکه سازمان شما مسیر موفقیت را به درستی طی کند، کارکنان شما باید مسئولیت هایی متناسب با شخصیت و روحیات خود دریافت کرده تا بتوانند با بالاترین سطح کیفیت از عهده ی انجام آن ها برآیند.

برای مثال شما فردی را استخدام کرده اید که علی رغم شایستگی های فنی که دارد متأسفانه توافق پذیری پایینی دارد و نسبت به محیط کار و چالش هایی که با آن ها روبه رو می شود، نگاه منفی و بدبینانه ای دارد، بنابراین ریسک از دست دادن چنین کارمندی زیاد است. ولی با شناختن ویژگی های شخصیتی و رفتاری کارمندان ریسک از دست دادنشان به مراتب کمتر می شود.

چرا کارمندان توانمند ما را ترک می کنند؟

۱. کارمندان در سازمان فرصت رشد ندارند:

اگر روزی کارمندتان به این نتیجه رسید که در سازمان شما فرصتی برای رشد و توسعه ندارد، ممکن است به ترک سازمان فکر کند. کارمندان توانمند همیشه تمایل به پیشرفت و ارتقاء شغلی دارند. اگر نتوانید این فرصت را برای آن ها فراهم کنید کم کم انگیزه لازم را برای انجام فعالیت های خود از دست خواهند داد. پیشرفت و توسعه ی سازمان منوط به پیشرفت و توسعه ی کارمندان است. نگهداشت نیروی انسانی بدون توسعه ی کارمندان کار مشکلی است.



۲. متناسب با حجم کاری که انجام می‌دهند حقوق و مزایا دریافت نمی‌کنند:

از آنجایی که سازمان‌ها با یکدیگر رقابت دارند، رقبا می‌توانند با ارائه‌ی پیشنهاد حقوق و مزایای بیشتر منجر به از دست دادن کارمند شما شوند. قطعاً کارمندی که حس کند نسبت به تلاشی که می‌کند حقوقش کم است، دیرپازود تصمیم می‌گیرد که سازمانتان را ترک کند. نگهداشت نیروی انسانی توانمند با حقوق و مزایای پایین، کاری منصفانه نیست.

۳. حجم کاری زیاد:

نگهداشت نیروی انسانی که حجم زیادی از کار بر روی دوشش است، کاری غیرممکن است. متأسفانه به کرات شاهد این موضوع در انواع کسب‌وکارها هستیم. کارمندان مسئولیت‌پذیر و متعهد که سرعت عمل بالایی دارند و همیشه نحوه عملکردشون از کیفیت مطلوبی برخوردار است مجبور به انجام دادن حجم زیادی از کار می‌شوند. چراکه مدیر و کارفرما حوصله سروکله زدن و آموزش دادن به سایر کارکنان را ندارد و تمایل دارد همان کارمند برگزیده و وظیفه‌شناس در مدت زمان کوتاهی تمام کارها را به سرانجام برساند. افزایش حجم کاری باعث افزایش استرس و فشار کاری کارمند می‌گردد. هرچقدر حجم کارها بیشتر شود انرژی کارمندان بیشتر و بیشتر تحلیل می‌رود. ازطرفی فعالیت‌هایی وجود دارند که انجامشان نیاز به صرف زمان و انرژی بیشتری دارد. پس در وهله‌ی اول قدری برای شناخت توانمندی‌ها و روحیات کارمندان خود زمان بگذارید. سپس متناسب با **ویژگی‌های شخصیتی** و **الگوی رفتاری** هریک از آنها تفویض اختیار انجام دهید و با ارائه آموزش‌های لازم شاهد عملکرد قابل قبولی از تمام افراد باشید.



۴. وجود ارتباطات غیر حرفه‌ای:

تبعیض در محیط کار ابعاد مختلفی دارد و فقط به تبعیض جنسیتی محدود نمی‌شود. از نادیده گرفتن تلاش‌های کارکنان گرفته تا بی‌احترامی و تحقیر و تعلق گرفتن پاداش‌های آنچنانی به یک عده خاص. درست است که قدردانی از کارمندان برای نگهداشت نیروی انسانی امری ضروری است، اما چگونه؟ و در چه شرایطی؟ اگر قصد تشویق یا ارائه بازخورد به کارمندی را دارید بهتر است با حساسیت بیشتری این کار را انجام دهید. چراکه تبعیض و بی‌عدالتی به سرعت افراد را دچار دلزدگی می‌کنند و به عدم ماندگاری نیروی انسانی منجر می‌شود.



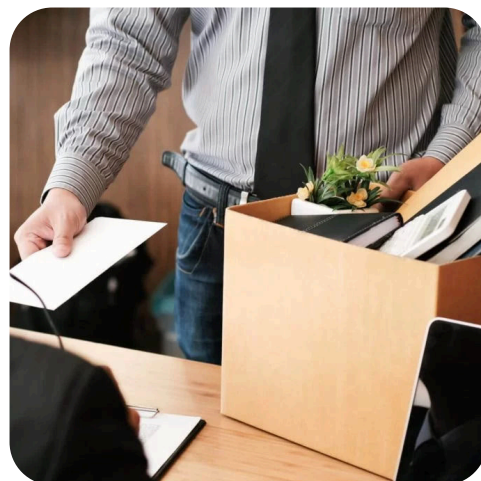


۵. بین کارمندانان تبعیض قائل می‌شوید:

تبعیض در محیط کار ابعاد مختلفی دارد و فقط به تبعیض جنسیتی محدود نمی‌شود. از نادیده گرفتن تلاش‌های کارکنان گرفته تا بی‌احترامی و تحقیر و تعلق گرفتن پاداش‌های آنچنانی به یک عده خاص. درست است که قدردانی از کارمندان برای نگهداشت نیروی انسانی امری ضروری است، اما چگونه؟ و در چه شرایطی؟ اگر قصد تشویق یا ارائه بازخورد به کارمندی را دارید بهتر است با حساسیت بیشتری این کار را انجام دهید. چراکه تبعیض و بی‌عدالتی به سرعت افراد را دچار دلزدگی می‌کنند و به عدم ماندگاری نیروی انسانی منجر می‌شود.

۶. ترک شغل به دلایل شخصی:

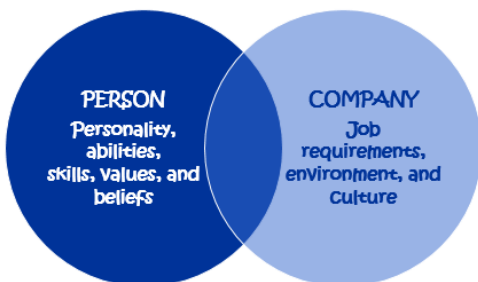
گاهی کارمندان بنا به شرایط شخصی و خانوادگی ناچار می‌شوند سازمان را ترک کنند. برای مثال کارمندی که ازدواج می‌کند و یا کارمندی که باردار می‌شود یا به دلیل جابه‌جایی محل زندگی چاره‌ای جز خداحافظی و خروج از سازمان ندارند. بنابراین نگه داشتن نیروی انسانی که به دلایل شخصی از ادامه فعالیت در سازمان شما معذوریت دارد، کاری بی‌معنی است.



۶. عدم وجود تناسب بین شغل و شخصیت:

اگر استخدامی هوشمندانه نداشته باشید ممکن است بعضی از کارمندان را در جای مناسب خودشان قرار ندهید. قطعاً نه تنها شما بلکه هیچ مدیری دوست ندارید که نیروهایی را استخدام کند که ناکارآمد باشند. گاهی خود فرد هم از موقعیت شغلی و اختیاراتی که دارد راضی نیست. اختیارات یا کمتر از توان و قابلیت‌های او هستند یا بیشتر.

هرچه تناسب بین شغل و شخصیت افراد بیشتر باشد رضایت شغلی نیز در آن‌ها بیشتر خواهد بود. زمانی که افراد در جایگاه متناسب با شخصیت و رفتار خود قرار می‌گیرند اشتیاق و انگیزه‌ی بیشتری برای انجام فعالیت‌های خود دارند و از هیچ تلاشی برای رشد و ارتقا جایگاه خود دریغ نمی‌کنند.



۱۰ استراتژی نگهداشت نیروی انسانی

۱. شفافیت انتظارات موجب نگهداشت نیروی انسانی می‌شود

برای کارمندان مسیر حرکت و اهداف خود را شفاف‌سازی کنید. زمانی که انتظارات خود را شفاف‌سازی می‌کنید حس مشارکت در افراد تیم بیشتر می‌شود. درمورد انتظاراتی که از تک‌تک کارکنان دارید اطلاع رسانی کنید. کارمندان باید بدانند در تحقق اهداف سازمان چه نقشی دارند. بسیاری از ناکارآمدی‌ها به دلیل سوءتفاهم‌های بسیار ساده‌ای اتفاق می‌افتند. بنابراین بهتر است به‌طور شفاف هر آنچه از کارکنانتان انتظار را بیان کنید و درمقابل شما نیز شنونده خوبی برای خواسته‌ها و انتظارات آن‌ها باشید.

۲. نظارت دقیق بر عملکرد کارکنان:

اگر در کسب و کار خود به نوعی کم کاری و ضعف در عملکرد کارکنان مشاهده کردید برای بهبود آن باید به طور هوشمندانه گام مؤثری بردارید. درواقع عملکرد کارکنان را با معیارهای سازمان بسنجید. از مقایسه افراد با یکدیگر بپرهیزید چراکه باعث سرافکندگی نیروها می شود. درعین حال عملکرد مطلوب کارمندان را مورد تقدیر قرار دهید.

۳. برای نگهداشت نیروی انسانی به آن ها حق آزادی بیان بدهید:

به کارمندان آزادی بیان بدهید تا آن ها بتوانند ایده های خود را به طور شفافیت بیان کنند. سعی کنید حامی آزادی بیان باشید. شک نکنید که فرهنگ یک سازمان از طریق همین تبادل نظرها غنی می شود و بسیاری از ایده های خلاقانه در بستر همین جلسات متولد می شوند. اگر می خواهید محیط کاری فعال و سالم داشته باشید راهکارهای آزادی بیان را یاد بگیرید و جلساتی را به جهت بیان دیدگاه ها و انتقادات کارکنان ترتیب دهید.

۴. استعدادهای کارمندان را شناسایی کنید:

برای پرورش و نگهداشت نیروهای توانمند، شرایطی را مهیا کنید تا در آن استعداد کارمندان شناسایی و شکوفا شود. توسعه استعدادهای فردی کارکنان در عملکرد و بهره وری آن ها و همچنین سازمانتان مؤثر است. وقتی که روی استعداد نیروهایتان سرمایه گذاری می کنید می توانید به درستی تشخیص دهید که هرکسی برای چه کاری ساخته شده است. بنابراین تأثیر مثبتی بر عملکرد کسب و کارتان گذاشته اید که این امر سبب افزایش درآمد بیشتر خواهد شد.

۵. برای نگهداشت نیروهای انسانی با آن ها عادلانه رفتار کنید:

اگر مدیر هوشمندی باشید توانمندی های نیروهای خود را به خوبی شناسایی می کنید و درنظر می گیرید که هرکدام از آن ها به چه شکلی باید تشویق شوند. با بی عدالتی اضطراب نیروهایتان را بیشتر و ذوق و انگیزه آنان را کور نکنید. وقتی ناعادلانه به ایده های یکی از افراد سازمان توجه بیشتری می کنید، کارمند دیگر دچار اضطراب شده و ممکن است عملکرد معکوس داشته باشد.

۶. برنامه هایی را برای توانمندسازی کارکنان ترتیب دهید:

برای نگهداشت نیروی انسانی توانمند، فعالانه و به طور مرتب به آن ها آموزش دهید و یا اینکه می توانید برنامه هایی را در سازمان ترتیب دهید که به توسعه توانمندی کارکنان کمک کند. برای بهبود مهارت های کارمندان از آن ها حمایت کنید. حجم گسترده ای از دانش و مهارت های نوین می تواند بهترین عملکرد را برایتان به ارمغان بیاورد.



۷. تمام اطلاعات را فاش نکنید:

درست است که در بعضی مواقع اطلاعات باید به صورت شفاف بیان شوند، اما در برخی موارد هم شفافیت بیش از حد باعث می‌شود، کارمندان جایگاه خود را در خطر ببینند و اعتمادش نسبت به شما و سازمانتان سلب شود. برای نگه داشتن و محافظت از نیروی انسانی بهتر است بعضی از اطلاعات را فاش نکنید. برای مثال قرار است در سازمان شما تعدیل نیرو اتفاق بیفتد یا سازمان با یک بحران مالی مواجه شده است. پخش این اخبار سبب می‌شود کارکنان دچار اضطراب شوند و همین نگرانی و اضطراب عملکرد و کارایی آن‌ها را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد.

۸. مسیر پیشرفت کارکنان را هموار کنید:

سلسله مراتب سازمان را برای رشد و ارتقاء کارمندان مشخص کنید. با ارتقاء شغلی به نیروهای خود فرصت پذیرش مسئولیت‌های جدید را بدهید. پیشرفت شغلی کارمندان نه تنها به نفع خودشان است بلکه برای شما که صاحب کسب و کار هستید، اهمیت به سزایی دارد، چراکه پیشرفت شغلی موجب می‌شود علاوه بر اینکه روحیه و انگیزه‌ی کارمندان بالا رود با گسترش مهارت‌ها و دانش آن‌ها شما می‌توانید مسئولیت‌های حیاتی و بیشتری را به آن‌ها محول کنید.

۹. احساس ارزشمندی را در کارکنانتان ایجاد کنید:

در محیط کار فضایی را ایجاد کنید که کارمندان بتوانند ابراز وجود کنند. راه‌های افزایش احساس ارزشمندی در محل کار را یاد بگیرید و از آن‌ها به موقع بهره بگیرید. به یاد داشته باشید که سازمان شما برای رشد و پیشرفت نیاز به کارمندانی دارد که عزت نفس بالایی دارند و به اثرگذاری خویش در روند موفقیت سازمان واقف هستند.

۱۰. برنامه‌ریزی دقیق و مشخصی داشته باشید:

برنامه‌ریزی مناسب توسط شما می‌تواند جلوی بسیاری از مشکلات را بگیرد و از ترک نیروها جلوگیری کند. طوری برنامه‌ریزی کنید که نیروها اهداف شما را به درستی درک کنند. ترسیم یک برنامه مدون و مرور ارزش‌های سازمان و تقسیم اهداف و نقش‌ها نه تنها به نگهداشت نیروی انسانی منجر می‌شود بلکه باعث رشد و پیشرفت سازمان نیز می‌گردد.

جمع بندی:

حفظ و نگهداشت نیروی انسانی برای یک سازمانی که می‌خواهد همواره پیشرفت کند موضوع بسیار مهمی است. البته تلاش برای ماندگاری نیروی انسانی کار ساده‌ای نیست. خروج کارمند توانمند خسارت‌های جبران‌ناپذیری را به سازمان وارد می‌کند. مدت زمان و هزینه بسیاری باید صرف شود تا نیروی جدیدی استخدام گردد. حتی ممکن است نیروی جدید به اندازه‌ی نیروی قبلی توانمند و مؤثر نباشد. از طرفی ترک کارمندان خوب می‌تواند اعتبار سازمان شما را خدشه‌دار کند. پس تا دیر نشده برای حفظ و نگهداشت نیروی انسانی قدمی بردارید.





تست کار تیمی بلبین



کهن‌الگوی اسطوره‌ای مردان



کهن‌الگوی اسطوره‌ای زنان



تست قهرمان درون - آرکتایپ یونگ



تست هوش هیجانی بار-ان



تست مدل رفتاری دیسک محیط کار



تست تشخیص شخصیت انیاگرام



تست هوش گاردنر

برای دریافت خدمات پنل سازمانی با ما تماس بگیرید



۰۲۱-۶۶۵۳۸۵۹۰



info@qotbino.com

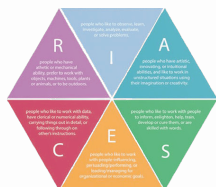


مقیاس کمالگرایی هیل



سنجش کیفیت کار تیمی هوگل و گموئندن

برای ورود به صفحه لایسنس‌ها کلیک کنید



تست رغبت شغلی هالند



تست فرسودگی شغلی مسلش



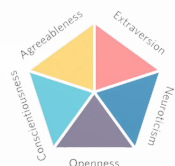
تست شخصیت‌شناسی MBTI



تست رضایت شغلی مینه‌سوتا



تست پنج عامل شخصیتی نئو فرم بلند



تست نئو فرم کوتاه



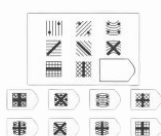
تست استرس شغلی Osipow



تست تعهد سازمانی آلن و مایر (OCQ)



سنجش مهارت‌های مذاکره پیره



تست هوش تصویری ریون



تست سبک رهبری سالزمان



سنجش تفکر تحلیلی واتسون-گلیر

۸ مزیت هوش تجاری که می‌تواند کسب و کار شما را بهبود بخشد

به قلم دکتر ناهید عرفانی

استاد دانشگاه

موسس و مدیرعامل شرکت هوش تجاری کیسان
مشاور راه‌اندازی، توسعه و هوشمندسازی کسب‌وکارها



حتما شما خواننده عزیز این مقاله این روزها بسیار درباره هوش تجاری می‌شنوید. ساده عنوان کنم هوش تجاری این روزها موضوعی با ترند بالا است. با این حال، بسیاری از صاحبان کسب و کار فکر می‌کنند که مشاغل کوچک نیازی به تجزیه و تحلیل داده‌های خود ندارند.

با وجود توسعه این فناوری در سطح دنیا هنوز هم تصور بسیاری از افراد مبنی بر اینکه هوش تجاری ارزش زیادی به کسب و کار آنها نمی‌افزاید، باقی است. لازم است بیان کنم داده‌های مناسب (ریز داده روا و تمیز) بدون توجه به حجم آن می‌تواند در دنیای تجارت حال حاضر که به‌طور فزاینده‌ای مبتنی بر داده‌محور است، به رشد و بهبود آن کمک کند.

هوش تجاری چیست و چرا برای کسب و کارها اهمیت دارد؟

بر اساس تجربه و فعالیت‌های انجام شده توسط این شرکت (هوش تجاری کیسان) در این حوزه، ما برای یافتن پاسخ مناسب برای این سوال تحقیقات و کارهای عملیاتی زیادی انجام دادیم. ما از رهبران فکری، متخصصان فناوری، توسعه دهندگان BI و مشاوران خواستیم که بینش خود را در بعد و قبل از بکارگیری هوش تجاری در سازمان خود بیان کنند. این رهبران و مدیران صنایع مختلف خصوصا صنعت برق، بیمه، بانک و داروسازی و پخش مزایای هوش تجاری را که در بخش‌های مختلف کسب‌وکار گسترش یافته است، از خدمات مشتری گرفته تا تحقیق و توسعه و فروش و بازاریابی را بیان کردند.

در این محتوای علمی ۸ روش برتر که هوش تجاری می‌تواند کسب و کار فعلی شما را بهبود بخشد و به شما کمک کند تا تصمیمات تجاری موثرتری بگیرید، بیان می‌شود.

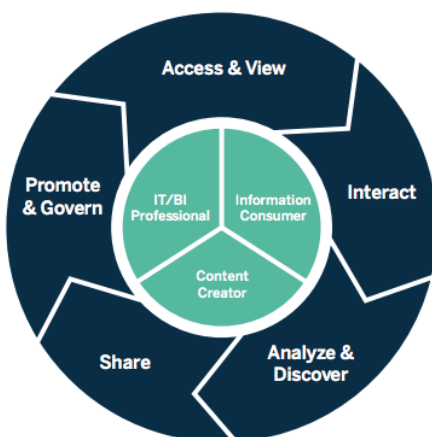
هوش تجاری (BI) چیست؟

بسیاری از شرکت‌ها از ابزارهای BI استفاده می‌کنند، بدون اینکه بدانند واقعاً چه کاری می‌تواند انجام دهد. BI اساساً بینش‌های مهم را از داده‌های بدون ساختار گسترده استخراج می‌کند و آن‌ها را به اطلاعات تجاری ارزشمند تبدیل می‌کند.

شرکت‌ها می‌توانند از این اطلاعات برای اتخاذ تصمیمات استراتژیک، بهینه‌سازی کارایی عملیاتی و افزایش بهره‌وری استفاده کنند.

این اطلاعات بینش‌های مهمی از روند مشتری، عادت خرید، آمار خرید آنلاین و غیره ارائه می‌دهد که می‌تواند ارزش بسیار زیادی برای هر کسب و کاری ایجاد کند.

THE MODERN ANALYTICS WORKFLOW





ابزارهای هوش تجاری می‌توانند به شرکت‌ها با منابع داده باارزشی کمک کنند که با اتخاذ تصمیمات استراتژیک می‌توان از آن‌ها برای دستیابی به اهداف تجاری استفاده کرد. تعاملات مختلف مشتری در قالب تماس صوتی، پشتیبانی چت، پشتیبانی ایمیل را می‌توان با ابزارهای BI برای درک ترجیحات مشتری، عادت خرید، روند بازار و غیره تجزیه و تحلیل و اندازه‌گیری کرد. در نهایت، همه این داده‌ها را می‌توان برای افزایش ضریب تبدیل استفاده کرد.

اگر شما مدیر ارشد اجرایی سازمان خود و مسئول BI هستید، باید نگران و دغدغه‌مند باشید. به دلیل اینکه شما باید دائماً به دنبال راه‌های مختلفی برای درک بیشتر داده‌های سازمان و باز کردن اسرار موجود در داده‌ها باشید.

همه مدیران در طول یک روز کاری حتماً به گزارشاتی برای اتخاذ تصمیم درست نیاز دارند و دقیقاً به همین دلیلی است که هوش تجاری در صدر و ترند تجزیه و تحلیل قرار دارد.

حال این سوال را مطرح می‌کنم آیا واقعاً می‌دانید که BI چگونه به کسب‌وکار شما کمک می‌کند؟ یا فقط از روند کاربری صحیح و به موقع هوش تجاری در کسب و کار خود پیروی می‌کنید؟



BI با ارائه داده‌های مناسب در زمان مناسب به افراد مناسب است کمک می‌کند تا آن‌ها بتوانند تصمیمات درستی بگیرند.

به عنوان یک مدیر و تصمیم‌گیرنده از خودتان بپرسید آیا به هوش تجاری نیاز داریم؟ ما در جهانی زندگی می‌کنیم که در آن سازمان‌های تجاری هر روز حجم عظیمی از داده‌ها را تولید، جمع‌آوری و ذخیره می‌کنند. اگر داده‌ها را برای استفاده مناسب در زمان مناسب به درستی ذخیره نکنید، بار گرانی به سازمان تحمیل می‌شود. گاهی اوقات، تجزیه و تحلیل غیرسیستمی براحتی می‌تواند شما را به خطا بیندازد. زیرا فرآیند تجزیه و تحلیل داده‌ها خسته‌کننده است. اما با BI، کل فرآیند تجزیه و تحلیل داده‌ها بهینه و خودکار می‌شود. این امر فرآیند تصمیم‌گیری تجاری را بهبود می‌بخشد.



حال ببینیم چگونه BI می‌تواند به کسب و کار شما کمک کند.

مزیت اول: بهبود هوش رقابتی

BI می‌تواند به کسب و کارها کمک کند تا مزیت رقابتی خود را با استفاده موثر از داده‌ها بهبود بخشند و داده‌ها را به اطلاعات عملی تبدیل کنند. راه‌حل‌های BI داده‌ها را برای کاربران مجاز، در دسترس قرار می‌دهند و به آن‌ها اجازه می‌دهند با هوش رقابتی و استخراج رفتار داده از یک انبار داده ایمن و با مدیریت مرکزی تعامل داشته باشند. این موضوع به سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا با استفاده سریع از اطلاعات و دستیابی به اطلاعات به روش‌های موثر، تصمیمات استراتژیک بیشتری اتخاذ کنند.

مزیت دوم: بهبود هوش بازار

مانند افزایش هوش رقابتی، نرم افزار BI را می‌توان برای به دست آوردن اطلاعات بازار استفاده کرد و با ابزارهای BI داده‌ها را به روشی بهتری جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل کرد. این موضوع شامل شناسایی بینش مشتری، الگوهای خرید، نظارت بر رفتار مشتری، پیش‌بینی روند بازار است. با تمام این اطلاعات در دسترس از یک منبع متمرکز، کسب و کارها می‌توانند نسبت به تغییرات در بازار واکنش به موقع‌تری نشان دهند. این امر به صاحبان مشاغل اجازه می‌دهد تا واحد تولیدی خود را برنامه‌ریزی کنند. آن‌ها می‌توانند تولید محصول خود را بهینه کنند و هدر رفت را کاهش دهند. اگر بتوانید از BI به طور موثر و هوشمندانه استفاده کنید، می‌تواند از طرق مختلف به شما در بهبود هوش بازار کمک کند.



مزیت دوم: بهبود هوش بازار

در اکثر کسب و کارها داده‌ها به اشکال مختلف و در منابع داده‌های متنوع ذخیره می‌شوند. این امر تجزیه و تحلیل و گزارش داده‌ها را چالش برانگیز و پیچیده می‌کند. با بکارگیری راه‌حل هوش تجاری، می‌توانید پیچیدگی‌های موجود را در مواجهه با داده‌های رمزنگاری شده در نرم‌افزارها و صفحات گسترده مختلف را کاهش دهید. ابزارهای BI همه داده‌های موجود در کسب و کار شما را با اشکال مختلف، مستقیماً با راه‌حل نرم‌افزاری مورد استفاده به منابع داده یکپارچه تبدیل می‌کنند، و از داده‌های بلادرنگ برای ارائه دید قوی‌تری از کسب و کار استفاده می‌کنند. یادمان باشد اعداد دقیق و روایی شده هرگز دروغ نمی‌گویند.



مزیت چهارم: توسعه مدل کسب و کار موثر

وقتی همه داده‌ها، بینش‌های بازار، آمار عادت‌های خرید مشتری، استراتژی بازار رقیب را در اختیار دارید، بدیهی است که روی بادوام‌تر کردن مدل کسب‌وکار خود و نتیجه‌گرایی بیشتری تمرکز خواهید کرد. BI به شما کمک می‌کند تا هم داده‌های شرکت خود را تجزیه و تحلیل و هم داده‌های موثر خارج از کسب‌وکار خود را جمع‌آوری و تحلیل نمایید. امروز فاصله ما تا هر نوع بازاری به اندازه یک کلیک است. برای صاحبان کسب و کارها، این بدان معناست که آن‌ها باید در عرضه محصولات خود، مطالعه روند بازار، سرمایه‌گذاری برای ابتکارات بازاریابی خود و ارزیابی تلاش‌های انجام شده متمرکز شوند.



مزیت پنجم: تجزیه و تحلیل بینش مشتری

همانطور که قبلاً بحث کردیم که BI می‌تواند کل کسب و کار شما را در یک راه‌حل متمرکز با مدیریت یکپارچه کند، این موضوع می‌تواند شامل داده‌های جمع‌آوری شده درخصوص بینش مشتری نیز باشد. داده‌های مشتری را می‌توان از CRM، بازاریابی ایمیلی، کمپین‌های رسانه‌های اجتماعی و تعاملات وبسایت و نظایر آن، در پلتفرم مدیریت داده ردیابی و پایش کرد و نتایج آن را در قالب یک داشبورد مدیریتی یکپارچه نظارت کرد و به این ترتیب می‌توانید دیدی جامع از مشتری خود و تعاملات آن‌ها با کسب و کار خود داشته باشید.

این امر برای هر کسب و کاری بسیار مهم شده است زیرا مشتریان شروع به تعامل با یک کسب و کار در چندین پلتفرم و کانال می‌کنند: مشتریان از وبسایت، کانال‌های رسانه‌های اجتماعی، ابزارهای چت زنده، ایمیل خود برای تعامل با کسب و کار شما استفاده می‌کنند. پرداختن به مشتریان خود بدون دیدگاه تلفیقی از تعاملات آن‌ها بسیار دشوار خواهد بود. به عبارتی شما می‌توانید نیازهای مشتری خود را با پرداختن به آن‌ها به روشی آگاهانه‌تر و موثرتر برآورده کنید. مطالعه داده‌های ارائه شده توسط هوش تجاری شما می‌تواند به بهبود و تقویت تعامل مشتری شما نه تنها از طریق رسانه‌های اجتماعی و حضور بازاریابی، بلکه در تماس مستقیم با مشتریان نیز شما کمک کند.



مزیت ششم: محاسبه استراتژی‌های بازاریابی و ROI

روش‌های بازاریابی سنتی به تدریج با اپلیکیشن‌ها، ابزارهای رسانه‌های اجتماعی، تجزیه و تحلیل، کمپین‌های AdWords و ایمیل‌ها جایگزین می‌شوند. BI برای کمک به کسب‌وکارهای کوچک برای محاسبه ROI ابتکارات بازاریابی بسیار مهم است. هوش تجاری می‌تواند گزارش‌های تحلیلی دقیقی بر اساس گزارش‌ها، داده‌ها و استفاده از حقایق به جای فرضیات یا احساس تولید کند. داشبوردها می‌توانند به شما بگویند که چه چیزی برای کسب‌وکار شما مفید است.



مزیت هفتم: توسعه استراتژی فروش شخصی

برای تیم فروش و بازاریابی، درک کسب و کار دیگری که سعی در همکاری با آن‌ها دارند، همیشه مهم‌تر است. به عنوان یک مدیر فروش، شما باید جنبه‌های مختلف یک شرکت را قبل از معرفی آن‌ها تحقیق کرده باشید. گردش مالی سالانه، تعداد فروش، اطلاعات ادغام، رقبا، سیاست‌های تجاری، شرکای برون سپاری و غیره.

BI استراتژی‌های فروش شما را فشرده‌تر و موثرتر میکند. قبل از برگزاری هر جلسه کاری سرنخ یا برنامه‌ریزی، همیشه برای استیم فروش مفید است که کسب و کار سرنخ را درک کند. ابزارهای BI می‌توانند تمام داده‌های مربوط به گردش مالی شرکت هدف، برنامه‌های بودجه، برنامه‌های توسعه آتی، تعداد فروش، رقبا و موارد دیگر را ارائه دهند. این تحقیق می‌تواند به تیم فروش شما اطلاعات بیشتری برای تجزیه و تحلیل و آماده‌سازی زمینه فروش بر اساس آن بدهد.

بدون استفاده از ابزارهای BI، پیش‌بینی اینکه از کدام تکنیک فروش برای تبدیل سرنخ یا بستن سریع معامله استفاده می‌شود، همیشه برای مدیران فروش دشوار خواهد بود. فروش نمی‌تواند بر اساس پیش‌بینی اتفاق بیفتد، از طریق تحقیق و ارائه مناسب اتفاق می‌افتد. مربیان فروش از BI استفاده می‌کنند و در رویکرد خود برای آماده کردن زمینه فروش خاص‌تر و شخصی‌تر تغییراتی ایجاد می‌کنند.

مزیت هشتم: بکارگیری داده‌های در حال حرکت

امروزه دسترسی به اطلاعات در حال حرکت برای هر کسب و کاری بسیار ضروری است. کسب و کارهایی که توانایی دسترسی به داده‌های بلادرنگ در هر مکانی را ندارند، نمی‌توانند به مزیت رقابتی دست یابند.

سخن آخر:

همه ما در فضای کسب و کاری حضور داریم که داده‌های بلادرنگ در آن تولید می‌شود. این داده‌ها ارزشمند هستند و در صورت دقت در تولید و روایی آن‌ها هرگز به ما دروغ نمی‌گویند.



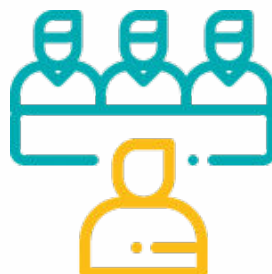
کانون ارزیابی، ترکیبی از روش‌های ارزیابی است که به وسیله فنون استاندارد، به ارزیابی شایستگی مدیریتی کمک می‌کند. کانون ارزیابی کمک می‌کند تا کاندیداها در شرایط و موقعیت‌های متفاوت مهارت‌های بالقوه خود را به نمایش بگذارند.

کانون ارزیابی، یک روش مفید، موثر و پیشرفته برای سنجش شایستگی‌های مدیران جهت گزینش و استخدام، ارتقاء شغلی، نقل و انتقال و جابجایی و آموزش است.

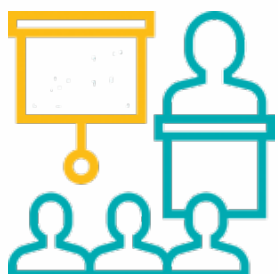
این تکنیک مزایای بی‌شمار دارد و اجرای آن برای سازمان‌های بزرگ، اجتناب‌ناپذیر است. اما طراحی و اجرای آن آسان نیست؛ هر سازمان باید مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد به خصوص در ایران که چنین کاری سابقه جدی و گسترده‌ای نداشته. همچنین در زمینه آزمون‌های رواشناختی و تمرینات نیز، پیشرفت قابل توجهی صورت نگرفته است.



..... طراحی و استقرار کانون



..... ارزیابی شایستگی



..... اجرای آزمون‌های رفتار و
شخصیت شناسی



..... تربیت ارزیاب



..... طراحی ابزارهای مدیریتی



..... طراحی مدل
شایستگی و
مصادیق رفتاری

جهت کسب اطلاعات بیشتر از خدمات کانون ارزیابی
می‌توانید با ما ارتباط برقرار کنید:



INFO@KEYSUN-CO.COM



WWW.KEYSUN-CO.COM



021-88178275






به قلم آرمان صباغی

کارشناسی ارشد مدیریت استراتژیک
استراتژیست، تحلیل‌گر و توسعه دهنده کسب‌وکار
COO در مارکیز و GBP.com



برند و تاثیر برندسازی در گالری‌هاک طلاک ایران

تعریف برند در ایران به معنایی که «کاتلر» و بزرگان صنعت مارکتینگ از آن دارند نیست. همین امر که ریشه‌ی فرهنگی دارد، در صنعت طلا و جواهر هم نیز صادق است. مجموعه‌های بزرگ طلاسازی و جواهر فروشی در دنیا اهدافی متمایز با اهداف برندهای ایرانی در نظر خود دارند. به عنوان مثال برند «کارتیه» که نامی آشنا در این صنعت دارد، تمرکز خود را برای «متفاوت بودن» در تمامی محصولات و تفکرات خود گذاشته و احساس «خاص بودن و منحصر به فرد بودن» را به مخاطبین خود انتقال می‌دهد. آیا چنین اتفاقی در برندهای ایرانی هم در حال رخ دادن است؟

برند در ایران تعریفی شبیه به فروشگاه‌های زنجیره‌ای دارد تا «برند» و افرادی که خارج از تفکر فروشگاه زنجیره‌ای عمل کردند، به موفقیت‌های خوبی دست پیدا کردند. در سال‌های اخیر شاهد افزایش چشمگیر رشد طلا فروشی‌ها در مناطق مختلف بودیم و شاهد آن بودیم که بسیاری از مشاغل دیگر هم ورود به بازار طلا کردند و باعث ایجاد رقابت در این عرصه شدند. شعب مختلف، در پاساژهای مدرن، با دکوراسیون‌های جذاب نشانه‌های ظهور برندها در این مناطق است. ایده‌های نوین در طراحی و ساخت طلا از جمله طراحی‌های ظریف و فانتزی، وزن‌های کم طلاهای ساخته شده و جعبه‌های کادویی شیک، بسیار سریع در بازار جای خود را پیدا کردند و محبوب شدند. تبلیغات هدف‌دار در پلتفرم‌های مناسب و پربازدید و خدمات پس از فروشی که تا قبل از این در ایران به دلیل ماهیت طلا و نوسانات قیمتی وجود نداشت، باعث شد این سبک کاری در برندها رشد فوق‌العاده‌ای داشته باشد و مجموعه‌های بزرگی شکل بگیرند.

آیا واقعا برندسازی در ایران و صنعت طلا اتفاق افتاده است؟

خیر، به چندین دلیل هنوز نمی‌توان نام برند را به این فروشگاه‌ها اطلاق کرد. بررسی‌های مختلف انجام شده توسط تیم ما نشان می‌دهد که فروشگاه‌هایی که در حال حاضر فعال هستند با چالش‌ها و محدودیت‌های زیادی دست و پنجه نرم می‌کنند و تقریباً اکثر این مشکلات مستقیماً ربط به عامل بسیار مهمی در ساخت یک برند یعنی نیروی انسانی دارد. برندسازی تعریف ندارد، هر متخصصی نظر مختص خود را دارد ولی تمامی متخصصین امر به یک نکته اشاره دارند و آن هم «فرهنگسازی» در برند است، اینکه چه فرهنگی را برند منتقل می‌کند و چه حسی در مخاطب خود ایجاد می‌کند. یک برند را تعریف و مخاطب را راغب می‌کند. این اتفاق در پایین‌ترین سطح در حال رخ دادن است. چراکه یک برند برای فرهنگسازی مجموعه خود نیاز به نیروی هم‌راستای تفکر خود دارد که همین امر باعث می‌شود انتخاب و نگهداری کارمند بسیار مشکل شود. اما راهکار چیست؟





ما در تمامی جلسات مشاوره پیشنهاد اولی که برای برندها ارائه کردیم ارزیابی نیروی حاضر در مجموعه و نصب فیلترهای مناسب ارزیابی پس از حضور آنهاست. سوال درست پرسید، به جواب درست هم خواهید رسید. آیا نیرویی که در مجموعه مشغول است، با فرهنگ مجموعه همسو است؟ آیا نیرویی که مشغول است، با مجموعه هم‌عقیده است؟ آیا نیرویی که در مجموعه مشغول است، توانایی انجام امور مَحَوَّله را دارد؟ و در مقابل هم نیرو از مجموعه درخواست‌هایی دارد، آیا پاسخ مناسب به نیازهای نیرو داده می‌شود؟ آیا نیرو برای ادامه فعالیت خود، انگیزه کافی دارد و راضی است؟ یکی از مباحثی که دائماً برندها و مجموعه‌ها را درگیر کرده، این است که توان برقراری ارتباط با نیروی خود را ندارند و دائماً در فکر سود مجموعه هستند؛ غافل از اینکه نیروی مناسب و توانا ارزش بیشتری به برند می‌دهد.



ایجاد انگیزه:

به دلیل خاص بودن محاسبات طلا (ماهیت نوسانی قیمت و امنیت) این شغل نیاز به آموزش متفاوت‌تر و طولانی‌تری نسبت به مشاغل دیگر دارد که طبعاً هزینه‌های زیادی برای برند به همراه دارد و بالطبع تقاضا برای یادگیری چنین تخصصی هم بالاست. ولی با توجه به فرهنگ رایج بین صاحبین مشاغل که اموری مثل بیمه، حقوق کم و ساعت کاری بالا را زیاد رعایت نمی‌کنند (حداقل در ماه‌های اولیه شروع به فعالیت کارمندان خود) اتفاق بدی رخ می‌دهد که باعث شده سرعت جابه‌جایی نیرو در این فروشگاه‌ها بالا برود. تغییر سریع در کادر مجموعه باعث پایین آمدن راندمان مجموعه می‌شود. با در نظر گرفتن اینکه نیروها دائماً در حال تغییر هستند چالش‌های امنیتی زیادی به وجود می‌آید و مشکلات زیادی به تبع این تغییرات به وجود می‌آید. به عنوان مثال مشتریان وفادار برند با دیدن این تغییرات اعتماد خود را نسبت به برند کم‌کم از دست می‌دهند.

ایجاد انگیزه در کارمندان راهکار است پیش روی برندها ولی تقریباً هیچ یک از آن استقبال نمی‌کنند. همین عدم استقبال باعث هزینه بیشتری برای مجموعه است. ایجاد انگیزه می‌تواند از راه‌های متفاوتی انجام بگیرد؛ و امروزه امری است حیاتی، به چندی از این عوامل به صورت مختصر می‌پردازم ولی جای بحث و گفتگو در عوامل ایجاد انگیزه در کارمندان بسیار زیاد است. یکی از این عوامل «پیشرفت شغلی» است، هیچ‌کس دوست ندارد فروشنده باقی بماند و اگر چنین تفکری دارد پس خلاق نیست و احتمالاً با تفکر برندی مغایرت دارد، اینکه یه نیرو بداند پیشرفت شغلی در انتظار اوست و یک برند در حال گسترش است و جایگاه‌های جدیدی در انتظار اوست انگیزه در او بیشتر و بیشتر خواهد شد، در نتیجه بازدهی بالاتری خواهد داشت. عامل دیگر، «اشتغال‌زایی» است، اگر برندی رو به رشد باشد و تضمینی برای پیشرفت شغلی داشته باشد، دائماً نیروی خوب و کارآمد جذب می‌کند، این اشتغال‌زایی برای طرفین مناسب و انگیزه نیروها را دو چندان می‌کند و همین عوامل باعث بهبود «خودآگاهی» در

نیرو و در نهایت ایجاد انگیزه برای دستیابی به اهداف شخصی و شغلی نیرو می‌شود.



در نتیجه مباحث و چالش‌هایی که در مجموعه‌ها و تلافروشی‌ها مطرح شد و با توجه به بررسی چندی از راهکارها می‌توان اشاره به چند راهکار دیگر استراتژیکی در برندها کرد. یکی از راهکارهایی که کشورهای پیشرفته از آن به خوبی استفاده کردند «پیشگیری قبل از درمان» است.

هزینه‌ای که برای پیشگیری در جایی انجام می‌شود به مراتب به صرفه‌تر از هزینه‌های رفع مشکل است. پیشنهادی که همیشه مطرح کردیم استفاده از برنامه‌های تخصصی و امن برای امنیت کالا و حسابرسی دقیق است. چنین تخصصی را در مجموعه‌ها آموزش دادن هم به نفع مجموعه و هم به نفع کارمند است، زیرا یک تخصص با حقوق یاد گرفته و هم تبدیل به نیرویی متخصص برای انجام امور مَحَوَله شده است و در نهایت باعث ارزشمند شدن برند هم خواهد شد که البته با تحقیقاتی که ما انجام داده‌ایم، متوجه شدیم اصولاً این راهکار در سطح خیلی پایینی در حال اجراست و همیشه برندها ترس از آموزش و نیروی متخصص دارند.

معرفی فیلم:



Billions (2016)

میلیاردها

89

72

8.3
(103.1K)

داستان به رخ کشیدن قدرت میان دو فرد با نفوذ و پر قدرت از دو قطب قانون‌گذاران و سرمایه‌گذاران در دنیای امروزه. دادستانی زیرک و بلندپرواز بنام «چاک رودز» که سخت به دنبال گیرانداختن و رسوا کردن یکی از بزرگ‌ترین و بانفوذترین صندوق‌داران مالی شرکت‌های «وال استریت» در نیویوک به نام «بابی اکسلراد» میباشد.

Billions  نظر متخصصین منابع انسانی درباره سریال



نرم افزار جامع مدیریت کانون ها و ارزیابی

جهت اطلاعات بیشتر با ما تماس بگیرید



۰۲۱-۶۶۵۳۸۵۹۰



WWW.QOTBINO.COM

بهترین زمان برای ارتقاء شغلی کارمندان چه موقع است؟



زمان مناسب ارتقا کارمندان همواره یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های مدیران بوده و هست. یکی از کارمندان توانمندم بعد از هفت سال درخواست ارتقای شغلی داشت. باتوجه به قابلیت‌هایی که از او سراغ داشتم، متوجه شدم که درخواستش کاملاً منطقی است و ارتقا این کارمند معقول و به‌جا است. اما چاره چه بود؟ ازطرفی نگران این موضوع بودم که نیرویی به توانمندی این کارمند پیدا نکنم، چون مسائل و چالش‌هایی در سازمان وجود داشتند که این کارمند کاملاً از عهده حل‌وفصل آن‌ها برآمده بود و نسبت به توانمندی او در مواجهه با موقعیت‌های پرتنش شکی نداشتم. ازطرفی دیگر انگیزه‌ی روزهای قبل را نداشت و شرایط را یکنواخت می‌دید، علاوه‌براین آثار این بی‌انگیزگی در کارمندان دیگر هم قابل مشاهده بود.

اما نمی‌دانستم بهترین زمان ارتقا کارمندان چه موقع است؟ بعضی از کارمندان سال‌های سال در یک بخش مشغول به فعالیت هستند و به یک متخصص در حوزه کاری خود تبدیل می‌شوند. طبیعتاً پیدا کردن جانشین برای این گروه از افراد پیچیدگی‌های خاص خودش را دارد. از سوی دیگر بعدازمدتی شرایط را خسته کننده می‌بینند و به‌دنبال ارتقا شغلی هستند.

به‌عنوان یک مدیر حرفه‌ای چقدر به فکر پایش عملکرد کارمندان هستید؟ چه زمانی را برای ارزیابی کارمندان مناسب می‌دانید؟ آیا همه‌ی کارمندان شرایط مشابه بهم دارند؟ چه فاکتورهایی عملکرد کارمندان را از یکدیگر متمایز می‌کند؟ کدام کارمندان مناسب ترفیع و تشویق سازمانی هستند؟ آیا ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری کارمندان در ارتقا آن‌ها تأثیری دارد؟ بر اساس چه معیارهایی باید زمان مناسب ترفیع را تشخیص دهیم؟

ارتقا کارمندان چه مزایایی برای کسب‌وکار شما دارد؟

• روحیه‌ی کارمندان بالا می‌رود

با تشویق به‌موقع کارمندان حس مثبت در او ایجاد می‌کنید. زمانی که به ارتقا کارمندان اهمیت می‌دهید، تلاششان چند برابر می‌شود. بهتر است غیرمنتظره قدردانی کنید. به فعالیت‌هایی که سبب می‌شوند کارمندان نسبت به یکدیگر حس همدلی داشته باشند، توجه مضاعفی کنید. مثلاً: فعالیت‌های تفریحی که خارج از سازمان انجام می‌شوند. افرادی که با اشتیاق و متعهدانه کار می‌کنند همیشه دنبال این هستند که چالش‌ها را حل کنند یا به سایر افراد در انجام بهتر امور کمک نمایند. گاهی برای تشویق این افراد زمانی را در نظر بگیرید که به علاقه‌های شخصیشان برسند. برای بهبودی روحیه و تجدید قوا کارکنان یک روز تعطیل را برای استراحتشان اختصاص دهید.



• ارتقا کارمندان، آن‌ها را نسبت به سازمان متعهد و وفادار می‌کند

رای وفادار کردن کارمندان شایسته چه اصولی را پیاده می‌کنید؟ نگهداشت نیروی انسانی در سازمان یکی از چالش‌های مهم همه ی سازمان‌هاست. دقت کنید که چه نیرویی را انتخاب می‌کنید؟ ببینید که چه سبک رفتاری و چه تیپ شخصیتی دارد؟ برای مثال یکی از مدل‌های رفتاری که غالباً و تحت هرشرایطی نسبت به سازمان متعهد و وفادار می‌ماند **الگوی رفتاری S** است. اما گاهی به‌دلیل بی‌توجهی شما، کارمندان شایسته احساس می‌کنند کارشان بی‌ارزش است. همواره نیروهای خوب اثر زیادی در ارتقای سازمان دارند، اما قبل از آن لازم است که به ارتقا کارمندان جدی‌تر فکر کنید.



• گسترش رقابت سالم در سازمان

چنانچه فرهنگ ارتقا کارمندان در کسبوکار شما وجود داشته باشد این امر می‌تواند زمینه‌ساز ایجاد و گسترش رقابت سالم در محیط کار گردد. اگر کارمند توانمندی دارید که مسئولیت‌هایش را به‌درستی و به‌موقع انجام می‌دهد این نکته اهمیت دارد که بتوانید با بهره‌گیری از همین موضوع میان کارکنان رقابتی سالم ایجاد کنید. اما منظور از رقابت سالم چیست؟ و چگونه ایجاد می‌شود؟

با ایجاد گفتگوی سازنده بین کارمندان آن‌ها را ترغیب به انتقاد کردن از نحوه ی عملکرد یکدیگر کنید. به نظراتشان احترام بگذارید. چراکه با این کار خلاقیتشان شکوفا می‌شود و شما شاهد وجوه مختلف توانمندی‌های آنان خواهید بود. نیروهای شما باید با تمام وجود احساس کنند که عضو مؤثری از مجموعه شما هستند. هدف از رقابت را مشخص کنید. قرار است همگی به هدفی مشترک برسید. شفافیت هدف، تلاش کارمندان را بیشتر می‌کند. چون قرار است کارمندان نسبت به همدیگر شناخت کافی پیدا کنند. اگر تلاش بعضی از نیروها قابل توجه بود، حتماً از ایشان قدردانی کنید. درواقع رقابت باید مثل یک بازی باشد. حتماً سرگرمی‌هایی را در راستای تقویت کار تیمی و تحقق رقابت سالم ایجاد کنید.



• پیدا کردن استعداد رهبری و جانشین پروری

زمانی که شما تمایل دارید کارمندان را به دلیل تلاش‌ها و توانمندی‌هایش ارتقاء دهید، درواقع با این کار ویژگی‌های رهبری را در او تقویت می‌کنید. کارمندی که خلاقیت بالایی دارد سبک و مدل شخصیتی‌اش او را به سمت رهبری یک گروه سوق می‌دهد. ارتقا کارمندان به‌نوعی آماده ساختن آن‌ها برای پذیرش مسئولیت‌های بیشتر و سنگین‌تر است. ایجاد توانایی تصمیم‌گیری و حل مسئله به‌طورمستقل موجب می‌شود تا کارمندان برای انجام هر امر کوچک و بزرگی به مدیران و سرپرستان خود نیاز نداشته باشند. درنتیجه در عصری که همواره نیاز به مدیران لایق و شایسته احساس می‌شود ارزیابی مستمر و مداوم عملکرد کارکنان، شناخت و کشف استعدادها و پرورش مهارت‌ها و درنهایت ارتقا کارمندان برای توسعه‌ی هر کسب‌وکاری ضروری به‌نظر می‌رسد.

• افزایش کارایی و بهره‌وری سازمان با ارتقا کارمندان

بدون شک هیچ‌کس از تشویق و حمایت ناراحت نمی‌شود. دیده شدن تلاش‌های افراد و دریافت پاداش به‌ازای تمام دل‌سوزی‌ها و اقداماتی که در راستای تحقق تمام اهداف کسب‌وکار شما انجام می‌دهند می‌تواند تأثیر چشمگیری در بالا رفتن کارایی و بهره‌وری سازمان داشته باشد. کارمندانی که تشویق می‌شوند طبیعتاً رضایت شغلی بیشتری را هم تجربه می‌کنند. عواملی مثل واگذاری مسئولیت بزرگ‌تر، احساس توانمندی را در افراد تقویت می‌کند. خصوصاً زمانی که این مسئولیت را بدون کم و کاستی انجام می‌دهند. اگر ارتقا کارمندان معقول باشد، صددرصد رضایت‌مندی و به‌تبع آن بهره‌وری و اثربخشی هم بیشتر خواهد شد.

چه زمانی باید برای ارتقا کارمندان اقدام کنیم؟

• ارزیابی عملکرد کارکنان

بی‌تردید در وهله‌ی اول ارزیابی عملکرد کارکنان مشخص می‌کند که آیا موعد ارتقا برای آن کارمند فرارسیده یا خیر؟ ارزیابی عملکرد به این دلیل مهم است که می‌تواند عاملی باشد برای آگاهی نسبت به اینکه هریک از کارمندان تا چه حد در روند موفقیت سازمان اثرگذار هستند. با ارزیابی عملکرد که سالیان زیادی است انجام می‌شود می‌توانید توانمندی‌ها و میزان نقص‌های کارمندان را موردبررسی قرار دهید. البته خیلی کم پیش می‌آید که ارزیابی به‌موقع و درست انجام شود. بسیاری اوقات ارزیابی‌ها درست از آب در نمی‌آیند و نه‌تنها مؤثر نخواهند بود بلکه باعث می‌شوند کارمندان خوب نیز استعفا دهند.

• سنجش میزان آمادگی کارمندان

اگر قصد ارتقا کارمندان را دارید بهتر است شرایط روانی و شخصی آن‌ها را درنظر بگیرید. درست است که کارمندان مدت طولانی در سازمان خدمت کرده است، منتهی باید برای دریافت ارتقا شغلی آمادگی لازم را داشته باشد. فکر می‌کنید کارمند مدنظر شما انگیزه‌ی کافی برای مسئولیت‌های بالاتر را دارد؟ گاهی شما تصمیم می‌گیرید که فردی را به مقامی بالاتر در سازمان ارتقا دهید. در صورتی که او مسائل و مشکلاتی دارد که شما از آن‌ها اطلاعی ندارید. علاوه‌براین شناخت و توجه به ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری افراد به شما کمک می‌کند تا مناسب‌ترین فرد را برای جایگاه شغلی مدنظرتان انتخاب نمایید.



• توجه به شایستگی‌های فنی و رفتاری

آیا برای ارتقا کارمندان شایستگی‌های فنی و رفتاریشان را بررسی کرده‌اید؟ درکنار اینکه ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری افراد تا حد زیادی می‌توانند در کیفیت عملکرد افراد اثرگذار باشند مهارت‌های شغلی که آن‌ها در طول عمر فعالیت حرفه‌ای خود به دست می‌آورند می‌توانند تأثیر بسزایی در به سرانجام رسیدن امور به نحو احسن داشته باشند. افرادی که پس از ماه‌ها و سال‌ها کار کردن رغبتی برای پیشرفت و به روز کردن اطلاعات خود ندارند و از روحیه آموزش‌پذیری پایینی برخوردار هستند نمی‌توانند گزینه‌های مناسبی برای ترفیع باشند و انتظارشان برای ارتقا شغلی سرابی بیش نیست.

اگر متوجه این موضوع شده‌اید که یکی از کارمندان توانمندتان مسئولیتی را برای مدت طولانی عهده دار است و شرایط مناسب است که به ارتقا شغلی‌اش فکر کنید پس این فرصت را در اختیار او قرار دهید تا توانمندی‌های دیگرش را امتحان کند. گاهی بعضی از کارمندان پتانسیل بالایی برای پیشرفت دارند. از ارتقا این کارمندان غافل نشوید.

• تعهد و وفاداری کارمندان

بعضی از کارمندان وظیفه‌شان را به درستی انجام می‌دهند و نیازی نیست که کارها را به آن‌ها مدام یادآوری کنید. نیروهای خوبی که از وجدان اخلاقی برخوردار هستند. اهداف مدیر و اهداف سازمان برایشان حائز اهمیت است و بی‌وقفه تلاش می‌کنند تا سازمان به اهداف خود دست پیدا کند. ممکن است کارمندانی که تازه‌وارد سازمان شده‌اند در جایگاهی پایین‌تر مشغول به کار شوند. اما قابلیت و پتانسیل خوبی برای قبول کردن کارهای جدید داشته باشند. هرچه کارمندانتان در انجام کارها تعهدشان بیشتر شود موفقیتشان حتمی خواهد بود.

• مقاومت در برابر تغییرات

اساساً تغییر و چالش جزء لاینفک هر کسب و کاری به شمار می‌آیند. اما افراد باتوجه به ویژگی‌های شخصیتی و مدل رفتاری که دارند واکنش‌های متفاوتی در مواجهه با تغییرات نشان می‌دهند. تسلط کارمندان در مدیریت مسائل و مشکلات سازمان خیال شما را از بابت پذیرش مسئولیت‌های سنگین‌تر راحت می‌کند. کارمندانی که نسبت به حل چالش‌ها شجاعت دارند و همیشه دنبال حل کردن مسئله‌ای هستند از قرار گرفتن در جایگاه‌های بالاتر هراسی ندارند. افرادی که همیشه آمادگی دارند با چالش‌ها روبه‌رو شوند و با خلاقیت و ایده‌پردازی مسائل را مدیریت و حل کنند. این نیروها گزینه‌ی مناسبی برای ترفیع شغلی هستند.

بنابراین باید در قدم اول **مدل رفتاری** و نحوه مواجهه افراد با تغییرات را بشناسید سپس در رابطه با ارتقا کارمندان و سپردن مسئولیت‌های بیشتر به آن‌ها واقع‌بینانه تصمیم‌گیری کنید.

۳ پیامد منفی ارتقا نگرفتن کارمندان

- کارکنان توانمند دوست ندارند در محیطی کار کنند که جای پیشرفت نداشته باشند. درواقع اگر شرایط کاری به نحوی باشد که کارمندان احساس کند که زحمتهایش دیده نمی‌شود کم‌کم ناامید و سرخورده می‌شود و سازمان شما را برای همیشه ترک می‌کند.
- اگر شما برای اهداف کارمندان هیچ ارزشی قائل نشوید روحیه کارمندان به مرور تضعیف و عملکرد و بهره‌وری آن‌ها پایین می‌آید. کارمندان بااستعداد نمی‌توانند در جایی کار کنند که برای زحمت و تلاششان ارزشی قائل نمی‌شوند.
- کارمندان خوب ترجیح می‌دهند کارشان دیده شود. قدردانی و بازخورد حتی در حد تشویق کلامی در افزایش بهره‌وری کارمندان تأثیر زیادی دارد. اگر از همین قدردانی زبانی هم دریغ می‌کنید دیریا زود باید منتظر فرسودگی شغلی و البته **افسردگی شغلی** نیروها باشید.



۹ انتظار مهم کارمندان از مدیران



انتظارات کارمندان از مدیران! احتمالا با دیدن این عبارت قدری تعجب کرده‌اید. مگر کارمندان هم می‌توانند از مدیران انتظار یا خواسته‌ای داشته باشند؟! مگر کارمندان همیشه و در همه حال موظف به برآورده ساختن نیازها و توقعات مدیران نیستند؟ همیشه در حوزه منابع انسانی گفته می‌شود که اگر شما محیطی فوق‌العاده برای کار فراهم کنید، کارها هم به‌صورت فوق‌العاده پیش خواهند رفت. درحالی‌که هر سازمان دستورالعمل خاص خودش را برای موفقیت، شاد نگه‌داشتن کارمندان و رشد کاری و واقعیت‌های بنیادی دارد که همیشه یکسان باقی می‌مانند. شرایط محیط کار هرازگاهی بسیار غیرقابل تحمل و دشوار است، به‌خصوص زمانی که تمهیداتی از سوی مدیریت برای کمک به همکاران به‌منظور غلبه بر شرایط دشوار، درنظر گرفته نمی‌شود. بدون شک مدیران باید شرایطی را فراهم آورند تا کارمندان علاوه بر احساس آرامش با دسترسی به ابزارها و منابع مناسب، پیشرفت کرده و در جهت موفقیت گام بردارند.

اگر مدیران بتوانند ارتباطات خوب، قدردانی و عشق را به محل کار خود بیاورند قطعاً می‌توانند آنجا را به محیطی عالی برای کار تبدیل کنند و با رعایت این اصول ساده به‌سرعت کیفیت محیط کار را تغییر دهند تا باعث خشنودی کارمندان شده و میزان تولید و سوددهی را نیز بالاتر ببرند. اگر درچنین شرایطی حس همکاری، احساس احترام و یکی بودن وجود داشته باشد صددرصد شکوفایی استعداد افراد در محیط کار ایجاد شده و انتظارات کارمندان از مدیران و به تبع آن انتظارات مدیران از کارمندان نیز برآورده خواهد شد.

سازمان‌ها چگونه می‌توانند در برابر خواسته‌های کارمندان پاسخ‌گو باشند؟

در عصری که تمامی عوامل اثرگذار درحال تغییر بوده و فضای حاکم بر محیط کار مبهم و نامطمئن است، کارمندان به رهبرانی مقتدر نیاز دارند، نه مدیرانی که صرفاً به‌عنوان یک فرمانبردار از رؤسای خود تبعیت می‌کنند. کارمندان از سیاست‌های خشک و غیرضروری حاکم در محل کار احساس نارضایتی دارند و علاقه‌مندند با مدیری قابل اعتماد، صادق و معتبر که بتوان با او در سازمان ارتباط برقرار کرد، همکاری کنند.

کارمندان تمایل دارند از حمایت و پشتیبانی مدیران برخوردار شده و به‌طورکلی در محیط کار برای آن‌ها ارزش قائل شوند. افرادی که با سختی‌های زیادی در طول زندگی روبه‌رو شده‌اند یا در معرض آسیب‌های اجتماعی بوده‌اند، می‌توانند مدیران کارآمدی باشند. زیرا هرگز از یاد نمی‌برند که چه دشواری‌هایی را در کار متحمل شده‌اند و برای دیدگاه‌های کارمندان تازه کار، احترام قائل هستند. اصولاً مدیران مهربان و مدبر می‌دانند بدون رهبری مناسب، تا چه حد فضای کار ناعادلانه است و هرگز کارمندانشان را در شرایط دشوار و زمانی که واقعا به کمک آن‌ها احتیاج دارند، تنها و بی‌پناه رها نمی‌کنند. شاید بتوان گفت یکی از انتظارات کارکنان از مدیران این باشد که وقت کافی برای آن‌ها بگذارند و نیازهایشان را درک کرده و اعتمادشان را جلب کنند. بنابراین مدیران خوب با دقت بیشتر به این مسئله می‌توانند محیطی به وجود آورند که در آن ارتباطی صادقانه و تغییرات بزرگ و مثبت ایجاد کنند.

۹ انتظار مهم کارمندان از مدیران

برخورد خوب و منصفانه با کارمندان یکی از مهم‌ترین و درعین حال یکی از پیچیده‌ترین مسائلی است که شرکت‌ها امروزه با آن مواجه هستند. اگر از کارمندان رسیدگی درست و صحیح انجام شود، می‌توانند به‌بهترین نحو ممکن کار کرده و برای شرکت سوددهی خوبی داشته باشند. بنابراین باید بدانیم که یک کارمند دقیقاً چه توقعاتی دارد تا در حد امکان آن‌ها را فراهم کنیم. زیرا با این کار خواهیم توانست که نیروهای خوبمان را حفظ کرده و فضای کسب‌وکار پویاتری نیز داشته باشیم و درنهایت منجر به بهینه شدن سازمان خواهد شد.

۱. داشتن مدیرانی قابل اعتماد:

اعتماد یک اصل اساسی در ارتباط مؤثر است که با نگه‌داشتن روابط در کنارهم موجب ایجاد روابط سالم در محیط کار می‌گردد. مورد اعتماد بودن و آگاهی موجب بهره‌وری و فراهم کردن محیطی می‌شود که مدیران بتوانند پیشنهادات خود را به صورت هشیارانه و مستمر اجرا کنند. همه افراد در درجه‌ی اول دوست دارند برای شرکتی کار کنند که به آن اعتماد داشته و به وعده‌هایش عمل کند و احساس با ارزش بودن به شخص بدهد.

امروزه در سازمان‌ها مدیران و رهبران باید با شخصیتی محکم در مسیر خود ثابت قدم باشند. زیرا در صورت نداشتن این ویژگی، به تدریج کارمندان ارتباط خود را با آن‌ها محدود کرده و از مدیران فاصله خواهند گرفت. علاوه بر این توقعات بین کارمندان و مدیران متقابل است نباید فراموش کرد که کارمندان انتظار دارند در مواقع لازم به مدیرانشان تکیه کنند. بنابراین مدیران خبره باید کارمندانشان را به خوبی درک کرده و با آن‌ها احساس همدردی کنند تا قابل اعتماد بودنشان به کارمندان ثابت گردد. در نتیجه ارتباط خوب و مؤثر به حفظ کارمندان و افزایش انگیزه آن‌ها کمک می‌کند، پس به افزایش اعتماد برای برآوردن انتظارات کارمندانتان دقت بسیاری داشته باشید.

۲. مسئولیت‌پذیری در قبال کارکنان:

حمایت منصفانه از کارکنان کلید انگیزه دادن به آن‌ها و عملکرد سازمان است. بدون شک بسیاری از مردم توقع دارند که کارفرمایانشان با دیگران برخورد منصفانه داشته باشند و با رعایت کردن ضوابط اخلاقی در فعالیت‌های مربوط به کسب‌وکار خود نسبت به کارمندان، تأمین کنندگان، شرکای تجاری و سهام‌داران با هشیاری کافی عمل کنند. با اینکه رابطه‌ی شما با کارمندانتان رسمی و در چارچوب مشخصی قرار دارد اما بی‌توجهی به مشکلات شخصی افراد و سر در لاک خود فرو بردن، حس بی‌اهمیتی و دیده نشدن را به کارمندان القا خواهد کرد.

بهتر است به کارمندانتان دیدی متفاوت از دستگاه‌ها و میز و صندلی موجود در محیط کار داشته باشید و با احساس مسئولیت‌پذیری بتوانید دغدغه‌ها و احساسات آن‌ها را جدی بگیرید. همواره سعی داشته باشید تا رابطه‌ای قوی و حمایتی بین خود و کارکنانتان برقرار کنید و هرگز قدرت حس خوب مورد حمایت واقع شدن را دست‌کم نگیرید.

۳. به نحوه‌ی عملکرد کارمندان فیدبک دهید:

بازخورد دادن یکی از ابزارهای ارتباطی مهم در محیط کاری سالم است که به یکی دیگر از انتظارات کارمندان از سازمان برمی‌گردد و با بهبود فرآیندها به سازمان کمک کرده و به کارمندان نشان می‌دهد که برای نظرات آن‌ها ارزش قائل هستید. بازخورد اگر درست و منظم بیان شود، باعث خواهد شد تا کارمندان بدانند که در کجا ایستاده‌اند و چه کاری باید انجام بدهند. برای بازخورد دادن بهتر است از همان ابتدا استانداردها و معیارهای مطلوب کاری را که قرار است از کارمندان تحویل بگیرید به‌طور شفاف مشخص کنید تا آن‌ها با آگاهی، تجربه و آموخته‌های خودشان را به کار ببندند و خود را به معیارهای مطلوب شما برسانند. بنابراین برترین مدیران می‌دانند که اگر کارکنان در رابطه با زندگی شخصی خود دغدغه‌ای نداشته باشند، به همان اندازه می‌توانند موجب افزایش بهره‌وری سازمان شوند.

۴. ایجاد تعامل و مشارکت با کارمندان برای حل مسائل:

افراد بسیاری تمایل دارند برای سازمان‌هایی کار کنند که بتوانند در حل مسائل مهم مشارکت کرده و برای رفع نگرانی‌های موجود در مجموعه اقداماتی انجام دهند. مردم خواهان کارفرمایی هستند که از طرف آن‌ها از مسائلی که برای خودشان بیشترین اهمیت را دارد، دفاع کنند و در این افراد حس مسئولیت‌پذیری مشترک در ارتباط با کسب‌وکار را به وجود آورند تا کارها برای آن‌ها معنی‌دار شده و انگیزه‌شان افزایش یابد. مشارکت با کارکنان برای طی کردن عملکردهای موفق‌تر باعث شکل‌گیری روابط جامع‌تری بین کارفرمایان و کارکنان خواهد شد. در نتیجه این مسئله به کارفرمایان کمک می‌کند تا بر اساس درک، احترام، اعتماد و منافع متقابل از حداکثر قابلیت‌های خود استفاده کنند و ارتباطات بیشتری را رشد و پرورش دهند.

۵. رعایت احترام و حفظ شأن کارمندان:

احترام فرآیندی مستمر است که به تدریج میزان آن بالاتر می‌رود و در هر رابطه‌ای ضروری بوده و در برخورد با مدیریت و کارکنان نیز ضرورت دارد که موجب تفاوتی آشکار بین شناخت افراد و احترام گذاشتن به آن‌ها می‌گردد. هر شخصی در محیط کار تمایل دارد که با عزت و احترام با او رفتار شود. بنابراین احترام گذاشتن به کارمندان را باید به عنوان یکی از انتظاراتی که آن‌ها از محیط کارشان دارند، در نظر گرفت. کارمندان خواهان مدیرانی هستند که برای کار گروهی و همکاری‌های فردی آن‌ها احترام و ارزش قائل شوند و در روابطی که به مرور زمان ایجاد خواهند شد، سرمایه‌گذاری کنند. شما می‌توانید با انجام اقداماتی خیلی ساده، فضای احترام گذاشتن افراد را به همدیگر ایجاد کنید. مثلاً اگر کاری درست انجام نشده باید آن را با احترام و کاملاً حرفه‌ای توضیح دهید و خواستار اصلاح آن شوید. مدیرانی که در پی شناساندن خود به دیگران هستند با عقل و منطق افراد سنجیده شده و به زودی به دست فراموشی سپرده خواهند شد. اما مدیرانی که به دنبال احترام هستند، دل‌ها را شیفته خودشان کرده و هرگز فراموش نخواهند شد.

۶. به کارمندان اثرگذار به موقع پاداش دهید:

سازمان‌هایی که کارکنان آن‌ها در مواقع لزوم قاطعانه عمل کرده و وقتشان را تلف نمی‌کنند یا تحت هر شرایطی کار کرده و از وظایف خود شانه خالی نمی‌کنند. کارکنانی که رفتاری آرام و درعین‌حال مؤثر دارند و تمام تلاش خود را به کار می‌گیرند تا این مشکل را نیز از سر بگذرانند و به موفقیت سازمان کمک کنند، مستحق دریافت پاداش هستند. این دسته از کارمندان تجزیه و تحلیل را به سرعت در ذهن خود انجام داده و در نهایت تصمیمی قاطع و استوار اتخاذ می‌کنند و زمان را برای بررسی‌های بی‌نتیجه تلف نمی‌کنند. بنابراین پاداش دادن به این کارمندان باید جزء اولویت‌های مدیر یک سازمان قرار بگیرد تا بتوانند به بخش مهمی از انتظارات کارمندان از مدیران پاسخگو باشند.

۷. پذیرش اشتباهات خود در نحوه مدیریت:

گاهی مدیران نه تنها پاسخ تمامی سؤالات را نمی‌دانند، بلکه رفتارشان همیشه آن‌طور که باید باشد، نیست. کارمندان برای مدیرانی که صادقانه نقاط ضعف خود را می‌پذیرند و از روش‌های دستیابی به پیشرفت آگاهی دارند، همیشه احترام قائل هستند. مدیرانی که به نقاط ضعف خود آگاهی دارند، علاوه بر داشتن درک و فهم درست از کارمندان، با آن‌ها مهربان بوده و احساس همدلی می‌کنند. این مدیران به اندازه‌ای به توانایی‌های خود اعتماد دارند که با فراموش کردن عنوان مدیریت، خود را در جایگاه کارمندان قرار می‌دهند. این دسته از افراد دارای شخصیت قوی هستند که به راحتی می‌توانند با دیگران ارتباط برقرار کنند و از انجام کار صحیح به منظور بهبود وضعیت سازمان هیچ‌گونه ترسی ندارند.

۸. مطلع شدن از برنامه‌ها و اهداف سازمان:

یکی از اساسی‌ترین توقعات کارکنان از سازمان این است که آن‌ها مایلند تا از اتفاقاتی که ممکن است برای شرکت بیفتند، آگاه شوند. در صورتی که فعالیت سازمان به صورت کاملاً محرمانه انجام می‌گیرد، این احتمال وجود دارد که کارکنان شما از این طبقه‌بندی رضایت کافی نداشته باشند. اگر کارمندان در تصمیمات اتخاذ شده، برنامه‌ها و مسیرهای پیش‌رو برای شرکت نقشی نداشته باشند، معمولاً باعث ناراحتی آن‌ها خواهد شد. کارمندانی که تعداد زیادی از رویدادهای غیرمعمول شرکت را تحمل می‌کنند یا هیچ تصویری از ۶ ماه آتی سازمانتان ندارند، به مرور زمان حس بی‌اعتمادی در آن‌ها ایجاد خواهد شد. زمانی می‌توانید از کارکنان خود انتظار حداکثر بهره‌وری و کارایی را داشته باشید که آن‌ها به‌طور شفاف در جریان اهداف و استراتژی‌های سازمان قرار بگیرند. در چنین شرایطی تکلیف آن‌ها روشن است و می‌دانند برای به دست آوردن چه چیزی باید تلاش کنند.

۹. برای وقتشان ارزش قائل شوید:

هنگامی که رئیس، کارمندان را تا دیروقت در شرکت نگه می‌دارد یا حجم زیادی از کار را در اواخر شب و یا تعطیلات به‌عهده آن‌ها می‌گذارد، این مسئله قطعاً نفرت کارمندان را در پی خواهد داشت. اکثر پروژه‌ها به کار گروهی احتیاج دارند و هنگامی که یکی از اعضای تیم وظایف اختصاصی خود را تمام کرده و آن را به شما تحویل می‌دهد، این انتظار را از شما دارد که به سرعت کار او را کامل کنید تا به وظایف دیگرش نیز برسد و منتظر شما نماند. گاهی ممکن است با خود بگویید که در برابر این کار حقوق اضافه در نظر می‌گیرید، اما باید بدانید که این کار تا زمان محدودی جواب می‌دهد و در نهایت وقت آن‌ها از پول ارزشمندتر است. بنابراین بهتر است حتماً برای زمان کارکنان ارزش قائل شوید و به آن‌ها احترام بگذارید.

جمع بندی

یکی از چالش‌هایی که یک کارآفرین با آن مواجه می‌شود، نحوه مدیریت کارکنان است. چراکه باید درک خوبی از نیازها و انتظارات کارمندان از مدیر داشته باشد. زمانی که سازمان را پر از کارمندان نسل جدید می‌بینید که هر کدام شخصیت متمایز، نقاط قوت و ضعف و همچنین رؤیاهای خود را دارند، زمان آموزش و یادگیری واقعی آغاز می‌شود. در صورتی که برای هدایت و رهبری کارکنان خود زمان کافی بگذارید و تلاش کنید، نشان داده‌اید که دوست ندارید تا مدیریت نادرستی داشته باشید. بنابراین با انجام این کار حس رضایت در کارمندان را نسبت به خودتان ایجاد خواهید کرد و می‌توانید به پیشرفت و ارتقاء سازمان کمک شایانی بکنید.



معرفی تست تفکر انتقادی واتسون-گلیر



امروزه در کشورهای پیشرفته، پرورش تفکر انتقادی یکی از اساسی‌ترین اهداف تعلیم و تربیت است. چراکه تفکر انتقادی همچون نیروی محرکه‌ای در آموزش کارآمد و یک توانمندی ویژه در زندگی شخصی و اجتماعی افراد است. با توجه به اهمیت روزافزون و

ضرورت گسترش مهارت تفکر انتقادی و نیازهای جامعه‌ی جهانی به اندیشیدن بر پایه‌ی اصول منطقی و یافته‌های علمی، تست تفکر انتقادی واتسون-گلیر می‌تواند به‌عنوان ابزاری کارآمد و معتبر در سنجش و ارزیابی میزان این مهارت در افراد مختلف مورد استفاده قرار گیرد. همچنین از آنجایی که تفکر انتقادی نقش کلیدی در پیشبرد هرچه بهتر اهداف سازمان دارد. بنابراین سنجش و ارزیابی این مهارت در میان مدیران و کارکنان سازمان ضروری به‌نظر می‌رسد.

تفکر انتقادی معانی و تعاریف متعددی دارد که اگر بخواهیم تنها به برخی از آن‌ها اشاره کنیم می‌توان چنین گفت که تفکر انتقادی توانایی در نظر گرفتن طیف وسیعی از اطلاعات به‌منظور پردازش، به چالش کشیدن و تجزیه و تحلیل آن‌هاست. به عبارت دیگر منظور از تفکر انتقادی، فرآیند فکری عمیقی است که به ما کمک می‌کند تا بتوانیم درست و نادرست را تشخیص داده و از تجربیات گذشته برای حل مسائل امروز استفاده نماییم. تفکر انتقادی نوعی قضاوت و کنش هدفمند است و بر فرآیندهایی که فرد در جریان اندیشه و هنگام استفاده از موضوعات گوناگون به‌کار می‌برد تأکید دارد.



تفکر انتقادی از جمله مهارت‌هایی که به تفسیر و تحلیل داده‌ها می‌پردازد. تفکر انتقادی دیدگاه انسان را نسبت به حل مسائل گشوده‌تر می‌کند تا با نگاه سیستماتیک به جواب درست برسد. دقت داشته باشید که تفکر انتقادی با انتقاد کردن متفاوت است. این روش به شما در آموختن علم و پیشرفت آن کمک می‌کند. با قدرت استقلال می‌توانید خیلی از مسائل را برطرف کنید. تصور بفرمایید برای انجام کاری قرار است تصمیمی بگیرید. تفکر انتقادی شما را به سر منزل مقصود می‌رساند. درواقع این مهارت به شما یاد می‌دهد که بتوانید به‌خوبی فکر کنید و حل مسائل را به‌طور سیستماتیک به‌کار بگیرید. با این حساب قادر خواهید بود، ایده‌هایتان را بیان کنید و به شکلی منطقی آن‌ها را توسعه دهید.

کیفیت زندگی افراد موفق نشان می‌دهد که از این مهارت به‌خوبی استفاده می‌کنند. اهمیت این مهارت از این جهت است که تخیل را تقویت و نگاهتان را منعطف می‌کند. بنابراین دیگر سخت‌گیرانه نگاه نمی‌کنید و سعی می‌کنید مسائل را با عینک دیگران نیز ببینید. این مهارت به راحتی می‌تواند شما را به شناخت دقیق‌تر از خودتان برساند. شاید این موضوع کمی پیچیده‌تر به نظر برسد و چندین تعریف مختلف برای این مفهوم وجود داشته باشد، ولی درنهایت این مفهوم شامل تفسیر و تحلیل منطقی، شکاکانه، بی‌طرفانه به همراه تخمین و ارزیابی شواهد واقعی است. تفکر انتقادی در استدلال‌ها نقش بسیار مهمی دارد که موجب کسب دانش، بهبود نظریه‌ها و استدلال‌ها و دلایل قوی شده و همچنین برای ارتقاء نهادهای اجتماعی نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد.



اهمیت تقویت تفکر انتقادی در محیط سازمانی علی‌الخصوص برای مدیران دوچندان است. چراکه منجر به دستیابی به موفقیت و عبور از بحران‌ها می‌شود.





اهمیت و ضرورت استفاده از تست تفکر انتقادی واتسون-گلایزر برای سازمان‌ها:

در کنار تمام ابزارهایی که به منظور ارزیابی مهارت تفکر انتقادی به کار می‌روند، یکی از کامل‌ترین و گسترده‌ترین ابزارهایی که برای سنجش تفکر انتقادی مورد استفاده قرار می‌گیرد تست تفکر انتقادی واتسون-گلایزر است. باتوجه به اینکه یکی از اهداف مهم سازندگان تست تفکر انتقادی واتسون-گلایزر استفاده از این ابزار در محیط‌های سازمانی است. به همین منظور با ترکیب جنبه‌های مهارتی و گرایشی تفکر انتقادی از تست تفکر انتقادی واتسون-گلایزر می‌توان در محیط‌های سازمانی و سنجش این مهارت در میان مدیران بهره برد.



هرچه مهارت تفکر انتقادی در افراد بالاتر باشد:

احتمال فریب دادن آن‌ها کمتر می‌شود، زیرا همواره در باور کردن محتاط‌تر عمل می‌کنند. این افراد همیشه در جست‌وجو دلایل پدیده‌ها و سنجش آن‌ها هستند و در برابر تعصب‌های گمراه‌کننده مقاوم عمل می‌کنند. از نظر آن‌ها اختلاف‌نظر، سلیقه و فکر یک امر اجتناب‌ناپذیر است. این مهارت به افراد کمک می‌کند که به‌نحوی صحیح با دیگران و نظراتشان برخورد کنند و به آن‌ها احترام بگذارند.

حضور افراد دارای مهارت تفکر انتقادی بالا از آنجایی در هر تیم و مجموعه‌ای اهمیت دارد که این اشخاص انعطاف‌پذیری بالا، گشودگی در برابر تجربه‌های جدید، نوآوری، خلاقیت، تحلیلی بودن و از همه مهم‌تر ریسک‌پذیری و گرایش زیادی برای تغییر کردن دارند.

تاریخچه تست تفکر انتقادی واتسون-گلایزر:

تست تفکر انتقادی واتسون-گلایزر (Watson Glaser Critical Thinking Test) در اوایل قرن بیستم توسط واتسون و گلایزر طراحی شد. این آزمون شامل ۸۰ سؤال چند گزینه‌ای و پنج بخش است که هر بخش به‌نوعی ابعاد مختلف تفکر انتقادی را مورد سنجش قرار می‌دهد. هدف واتسون و گلایزر از ایجاد این آزمون ادغام جنبه‌های تفکر انتقادی با شاخص‌های عملی بود که بتواند در محیط‌های سازمانی مورد استفاده قرار بگیرد. تاکنون این آزمون بارها و بارها در کشورهای مختلف استفاده شده است. به همین دلیل می‌توان گفت این آزمون احتمالاً گسترده‌ترین ابزار مورد استفاده برای ارزیابی تفکر انتقادی در جهان است.



Edward Glaser

Goodwin Watson

پنج زیرمقیاس اصلی تست تفکر انتقادی واتسون-گلایزر عبارتند از:

استنتاج:

توانایی تفسیر شواهد
به‌طور مناسب و بدون
تعمیم آن به نتیجه‌های
غیرمجاز. استنتاج صحیح
باید بدون پیش‌داوری باشد
و مقدمات و داده‌ها از
نتیجه‌ی کلی تفکیک شوند.

تعبیر و تفسیر:

توانایی فرد در شرح و بیان
مسائل و فهم روشن آن‌ها.

شناسایی مفروضات:

پیش‌فرض‌ها درواقع
بیاناتی هستند که در
غیاب مدرک درست
درنظر گرفته می‌شوند.
توانایی شناسایی آنچه
انتظار می‌رود یا فرض
می‌شود در شرایط
درست است.

استنباط:

توانایی تشخیص
داده‌های درست از
میان اطلاعات داده
شده است. توانایی
در آشکار کردن
مجهولات.

ارزشیابی دلایل:

تجزیه و تحلیل اطلاعات
به‌طور عینی، بدون درنظر
گرفتن ترجیحات یا
احساسات.



با توجه به وجود آزمون‌های گوناگون جهت سنجش تفکر انتقادی، بهتر است از آزمون‌ی استفاده شود که هم مهارت و هم گرایش به تفکر انتقادی را به‌طور هم‌زمان مورد بررسی قرار می‌دهد. ازطرفی وجود معیارهای مشخص و مدون برای نمره‌گذاری در این آزمون منجر به اجتناب از سوگیری‌های شخصی شده و بهره‌گیری از نتایج و اعتماد به آن را بالا برده است.



کد هدیه ۲۰,۰۰۰ تومانی ویژه آزمون تفکر انتقادی

کد تخفیف: Think1402

جهت ورود به آزمون کلیک کنید

برای دریافت خدمات پنل سازمانی با ما در ارتباط باشید



۰۲۱-۶۶۵۳۸۵۹۰



info@qotbino.com



WWW.QOTBINO.COM



Qotbino Mags



Qotbino Radio



Qotbino TV



۰۲۱-۶۶۵۳۸۵۹۰



info@qotbino.com



تهران- خیابان مطهری- خیابان کوه
نور- کوچه ششم- پلاک ۴ واحد ۱

@Qotbino



ما را در فضای مجازی دنبال کنید: