

سوانحی از جسنوم

فصلنامه علمی-عمومی مدیریت / شماره ۹ / زمستان ۱۴۰۳

MANAGEMENT





فصلنامه علمی عمومی مدیریت / شماره ۹ / زمستان ۱۴۰۳



بسم الله
الرحمن
الرحيم

شناسنامه

شماره مجوز:

۱۴۰۳/۰۴۲ م ف

تاریخ مجوز:

۱۴۰۳/۰۳/۲۳

صاحب امتیاز:

انجمن علمی مدیریت

مدیر مسئول:

لیلا اکبری

سر دبیر:

فاطمه رجبی مقدم

ویراستار:

نسترن بارانی

طراح و صفحه آرا:

فاطمه ملکی

طراح لوگو:

رضا ابراهیمی

هیئت تحریریه:

فاطمه رجبی مقدم، محمد حسن علوی پور، فرشته
ملکی، محمد متین منانی، زهرا فروزش، مهشید
دوستی، سما علیخاسی، لیلا اکبری

فهرست مطالب

۴	سخن سردبیر
۵	زندگینامه امام علی علیه السلام
۷	مدیران کل و چالش تصمیم گیری آن ها در عصر هوش مصنوعی و تحول دیجیتال
۹	مدیر ارشد و نقش آن در سازمان ها
۱۲	مدیریت منابع انسانی؛ استراتژی، نقش ها و چالش ها
۱۵	مدیریت بازاریابی و نقش مدیر بازاریابی در سازمان ها
۱۷	مدیریت استراتژیک
۲۰	مدیریت مالی
۲۲	مدیریت عملیاتی
۲۴	طنز های مدیریتی برای مدیران و سرپرستان



سخن سردبیر

با سلام و درود به همه خوانندگان گرامی

با آغاز فصل زمستان، فصلنامه ما نیز با موضوعی مهم و پربار به شما می‌پیوندد. در این شماره، تمرکز ما بر "مدیران با کفایت" است. این موضوع نه تنها از جنبه‌های نظری بلکه از جنبه‌های عملی نیز برای سازمان‌ها و جوامع ما بسیار مهم است. در عصری که پیچیدگی‌ها و چالش‌های مدیریتی روز به روز افزایش می‌یابد، نقش مدیران با کفایت در هدایت سازمان‌ها به سمت موفقیت و پایداری بیش از پیش برجسته می‌شود.

در این شماره، مقالات و مطالب ارائه شده به بررسی ابعاد مختلف کفایت مدیریتی می‌پردازند. از تحلیل ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری مدیران موفق گرفته تا بررسی چالش‌های پیش روی آن‌ها در محیط‌های رقابتی و پویای امروزی. همچنین، به بررسی نقش آموزش و توسعه مهارت‌های مدیریتی در ارتقای کفایت مدیران پرداخته‌ایم.

هدف ما از انتشار این شماره، نه تنها ارائه یک دیدگاه نظری بلکه ارائه راهکارهای عملی برای مدیران و سازمان‌هایی است که در پی ارتقای سطح کفایت مدیریتی خود هستند. امیدواریم که این شماره بتواند به عنوان یک منبع مفید و الهام‌بخش برای شما باشد.

از همه نویسندگان، ویراستاران و همکاران گرامی که در تهیه این شماره تلاش کرده‌اند، کمال تشکر را دارم. همچنین از شما خوانندگان محترم که با ما همراه هستید، قدردانی می‌کنم.

فاطمه رجبی مقدم
کارشناسی مدیریت بازرگانی





زندگینامه امام علی علیه السلام

محمد حسن علوی پور کارشناسی مدیریت بازرگانی

ولادت امام علی علیه السلام

امام علی علیه السلام، یکی از شخصیت‌های مهم در تاریخ اسلام، در سیزدهم رجب سال ۳۰ قبل از هجرت در شهر مکه و در داخل خانه کعبه به دنیا آمد. این رویداد از نظر تاریخی و معنوی بسیار مهم است، زیرا او تنها کسی است که در کعبه به دنیا آمده است. این ولادت در کعبه، فضیلتی منحصر به فرد برای امام علی علیه السلام است که در تاریخ بشریت سابقه نداشته و بعد از آن نیز تکرار نشده است.

داستان ولادت

داستان ولادت امام علی علیه السلام در منابع اسلامی به این صورت نقل شده است که فاطمه بنت اسد، مادر امام علی، به هنگام درد زایمان به سمت کعبه رفت و با خدا شروع به نیایش کرد. در همین حین دیوار کعبه شکافته شد و فاطمه به درون خانه کعبه رفت و فرزند خود را در آنجا به دنیا آورد. پس از سه روز، فاطمه از همان شکاف دیوار بیرون آمد و بر اساس پیامی که از غیب شنیده بود، نام فرزندش را «علی» گذاشت.

زندگی و جایگاه اجتماعی

امام علی علیه السلام در دوران کودکی به دلیل بدهکار شدن پدرش، ابوطالب، تحت سرپرستی پیامبر اسلام قرار گرفت. او از نخستین ایمان‌آوردگان به اسلام بود و در بسیاری از جنگ‌ها در کنار پیامبر اسلام جنگید. پس از هجرت به مدینه، با فاطمه دختر پیامبر ازدواج کرد و داماد ایشان شد. پیامبر اسلام در آخرین حج خود، علی را به عنوان جانشین خود منصوب کرد، اما پس از درگذشت پیامبر، جمعی از مسلمانان در سقیفه بنی‌ساعده گرد آمدند و با ابوبکر به عنوان خلیفه بیعت کردند.

سخنان و احادیث

امام علی علیه السلام دارای سخنان و احادیث بسیار ارزشمند و ناب است که در زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی بسیار تأثیرگذار بوده است. برخی از این سخنان عبارتند از:
_در مورد دوستی و برادری
«دوست خوب، برادر خوب است و برادر خوب، پدر خوب است.»

_در مورد عدالت
«عدالت، اساس حکومت است و اگر عدالت نباشد، حکومت به معنای واقعی کلمه حکومت نیست.»

_در مورد علم و دانش
«علم و دانش، ثروت جاودانه است که هرگز از بین نمی‌رود.»

_در مورد صبر و شکیبایی
«صبر و شکیبایی، کلید موفقیت است.»

زندگی موفق از منظر احادیث

از منظر احادیث و روایات اسلامی، زندگی موفق به معنای زندگی در مسیر حق و عدالت است. امام علی علیه السلام در این زمینه می‌فرماید: «انسان باید در زندگی خود بین دوستی با خدا و دوستی با دنیا، یکی را انتخاب کند. اگر دنیا را انتخاب کند، از خدا دور می‌شود و اگر خدا را انتخاب کند، دنیا به او می‌آید.»



جایگاه فرهنگی و اجتماعی

امام علی علیه السلام در جامعه اسلامی به عنوان یک الگوی کامل برای زندگی اجتماعی و فرهنگی شناخته می‌شود. او در دوران خلافتش، عدالت و برابری را در جامعه برقرار کرد و از حقوق همه افراد دفاع می‌کرد. سخنان و احادیث او در زمینه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی، راهنمای بسیاری از مسلمانان در طول تاریخ بوده است.

نقش در جامعه

امام علی علیه السلام در جامعه اسلامی نقش بسیار مهمی داشت. او نه تنها به عنوان یک رهبر سیاسی، بلکه به عنوان یک مرجع دینی و فرهنگی نیز شناخته می‌شد. او در دوران خلافتش، به حل اختلافات و برقراری صلح بین قبایل مختلف پرداخت و از هرگونه تبعیض و ظلم جلوگیری کرد.

تأثیر بر فرهنگ اسلامی

تأثیر امام علی علیه السلام بر فرهنگ اسلامی بسیار عمیق است. او با سخنان و احادیثش، پایه‌های اخلاقی و انسانی را در جامعه اسلامی استحکام بخشید. بسیاری از مسلمانان در طول تاریخ، از سخنان و رفتار او به عنوان الگویی برای زندگی خود استفاده کرده‌اند.

خلاصه زندگی

زندگی امام علی علیه السلام از ولادت تا شهادت، مملو از رویدادهای مهم تاریخی است. او از نخستین ایمان‌آوردگان به اسلام بود و در بسیاری از جنگ‌ها در کنار پیامبر اسلام جنگید. پس از پیامبر، او به عنوان خلیفه چهارم انتخاب شد و پنج سال حکومت کرد. در نوزدهم رمضان، در حال خواندن نماز در مسجد کوفه، توسط ابن ملجم به شهادت رسید.

پیام‌های اجتماعی و فرهنگی

پیام‌های اجتماعی و فرهنگی امام علی علیه السلام در احادیث و روایات او منعکس شده است. او بر عدالت، برابری، و صبر تأکید می‌کرد و از هرگونه ظلم و تبعیض جلوگیری می‌نمود. سخنان او در زمینه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی، راهنمای بسیاری از مسلمانان در طول تاریخ بوده است.



مدیران کل و چالش تصمیم‌گیری آن‌ها در عصر هوش مصنوعی و تحول دیجیتال

..... محمد متین منانی کارشناسی مدیریت بازرگانی

در مطالعه دیگری توانایی‌های کلیدی مدیران با یک رویکرد تجربی ارزیابی شده و در چهار دسته اصلی قرار می‌گیرند که عبارتند از:

۱. مهارت‌های اجرایی (Execution Skills): مهارت‌هایی که به توانایی مدیران در اجرا و عملیات سازمان مرتبط اند
۲. مهارت‌های بین‌فردی (Interpersonal Skills): مهارت‌هایی که به نحوه ارتباط مدیران با کارکنان، هیئت مدیره و سایر ذینفعان ارتباط دارند
۳. مهارت‌های استراتژیک (Strategic Skills): مهارت‌های که به توانایی مدیر در برنامه‌ریزی بلندمدت و تفکر استراتژیک ربط دارد
۴. مهارت‌های عمومی (General Abilities): شامل ویژگی‌های مربوط به هوش عمومی و توانایی‌های کلی مدیر است

مطالعه نشان می‌دهد که از میان این ویژگی‌ها، توانایی‌های اجرایی (مانند تصمیم‌گیری سریع، تمرکز بر نتایج و بهره‌وری) و توانایی‌های بین‌فردی (مانند ایجاد انگیزه در کارکنان و ارتباط قوی) بیشترین تأثیر را بر عملکرد مدیران عامل دارند. همچنین، مدیرانی که در مهارت‌های استراتژیک قوی هستند، در شرکت‌های با رشد بالا عملکرد بهتری دارند. ما با ذکر نمونه‌ای با اهمیت تصمیم‌گیری و ویژگی‌های تأثیرگذار در عملکرد مدیران کل آشنا شدیم اما امروز پدیده‌ای به نام هوش مصنوعی (AI) ظهور پیدا کرده که می‌تواند به مدیران در بهبود عملکردشان و برطرف کردن نقاط ضعفشان یاری برساند.

ما عادت کرده‌ایم که مدیران کل را در مقام قدرت و تصمیم‌گیری ببینیم. اما کمتر پیش می‌آید که به پیچیدگی‌های انسانی پشت این نقش‌ها توجه کنیم. آیا سیاست‌های آن‌ها همیشه عادلانه است؟ آیا تصمیماتشان بر اساس شایستگی‌ها گرفته می‌شود یا تحت تأثیر روابط و فشارهای بیرونی است؟ این مقاله با رویکردی نقادانه، تلاش می‌کند تا تصویری واقعی‌تر از مدیران کل ارائه دهد؛ تصویری که قدرت و ضعف در آن کنار هم قرار دارند.

امروزه نقش مدیر کل دیگر صرفاً به تصمیم‌گیری در اتاق‌های هیئت مدیره محدود نمی‌شود؛ بلکه آن‌ها باید درک عمیقی از فناوری‌های نوظهور مانند، هوش مصنوعی، بلاک‌چین و یادگیری ماشین داشته باشند. این فناوری‌ها ابزارهای قدرتمندی به مدیران کل ارائه می‌دهند تا بتوانند تصمیم‌گیری‌های دقیق‌تر و مبتنی بر داده انجام دهند.

بررسی حدود ۲۰۰۰۰ سازمان در ۴۲ کشور دنیا نشان داده است که در دوران پاندمی کرونا^۱ دو مقوله دورکاری و تجارت الکترونیک^۲ به الزاماتی تعیین کننده برای عملکرد و کارایی سازمان‌ها در این بازه زمانی و حتی بعد از آن تبدیل شده و کسب و کارهای کوچک و متوسط که با تغییرات هماهنگ نشده یا دیر تطابق یافته اند متحمل ضرر شدید و یا به کلی از بازار حذف شده اند که نشان دهنده نقش توانایی‌های مدیران در عملکرد و نحوه تصمیم‌گیری آن‌ها است.



هوش مصنوعی چگونه می تواند ضعف مدیران عامل را بهبود بخشد؟

هوش مصنوعی با تحلیل داده های گسترده، اتوماسیون وظایف روتین، و ارائه بینش های دقیق، به مدیران عامل کمک می کند تا تصمیمات بهتری بگیرند، ارتباطات را بهبود بخشند، هوش هیجانی خود را افزایش دهند، و از سوگیری ها جلوگیری کنند. این امر منجر به افزایش کارایی، کاهش هزینه ها و بهبود عملکرد کلی شرکت می شود.

زمینه های ضعف مدیران کل و بهبود آن ها توسط هوش مصنوعی

۱. عدم توانایی مدیریت تغییر: هوش مصنوعی می تواند به مدیران در اتخاذ شیوه های صحیح در مواجهه با تغییرات مداوم کمک کند.

۲. ضعف در مهارت های ارتباطی: از مشکلات عمده مدیران کل عدم برقراری ارتباطات موثر داخل و خارج سازمان است و هوش مصنوعی می تواند با معرفی منابع مکتوب و تصویری و چنین راهکارهای عملی یاری برساند.

۳. عدم انعطاف پذیری در تصمیم گیری: روش های تصمیم گیری سنتی مدیران امروزه کاربردی نبوده و هوش مصنوعی میتواند با ارائه روش های تفکر چابک و طراحی تفکر پشتیبان آنها باشد.

۴. عدم توانایی در مدیریت تعارضات سازمانی: مدیران معمولاً از این تعارضات دوری کرده یا به شیوه ای ناکارآمد آنها را مدیریت می کنند، مدیران می توانند با شرح وضعیت به همراه جزئیات و استفاده از تکنیک های حل مسئله مشارکتی پیشنهادی توسط هوش مصنوعی این تعارضات به صورت صحیحی مدیریت کنند.

مدیران کل در عصر هوش مصنوعی و تحول دیجیتال با چالش های بی سابقه ای روبه رو هستند. آنها باید نه تنها رهبران استراتژیک باشند، بلکه توانایی تطبیق با فناوری های نوین را نیز داشته باشند. هوش مصنوعی به عنوان ابزاری قدرتمند، می تواند به مدیران کل در تصمیم گیری های دقیق تر، مدیریت بهتر منابع انسانی و پیش بینی روندهای آینده کمک کند. با این حال، این فناوری تنها زمانی می تواند مفید باشد که مدیران کل فعالانه دانش و مهارت های خود را در زمینه فناوری بروز کنند.

منابع:

۱. ادیسو. ا. لیشتیو، «وقتی کسب و کارها دیجیتالی می شوند: نقش ویژگی های مدیرعامل در پذیرش و استفاده از فناوری در دوران پاندمی COVID-۱۹»، پیش بینی تکنولوژیکی و تغییرات اجتماعی، جلد ۱۸۹، ۲۰۲۳، مقاله شماره ۱۲۲۳۲۴
ISSN ۰۰۴۰-۱۶۲۵، <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122324>

۲. کاپلن، س. ن. و سورنسن، م. ۲۰۲۱، «آیا مدیرعامل ها متفاوت هستند؟»، مجله فایننس، جلد ۷۶: صفحات ۱۷۷۳-۱۸۱۱
<https://doi.org/10.1111/jofi.13019>

۳. حمزه مداخل، کمال منیر، شاز انصاری و آمال زهره، «هوش مصنوعی می تواند (بیشتر اوقات) از مدیرعامل انسانی عملکرد بهتری داشته باشد»، نشریه کسب و کار هاروارد





مدیر ارشد و نقش آن در سازمان‌ها

سما علی‌خاصی کارشناسی مدیریت بازرگانی

مدیریت ارشد یکی از مهم‌ترین جایگاه‌ها در ساختار سازمانی است که وظیفه هدایت کلی سازمان، سیاست‌گذاری‌های کلان، تدوین استراتژی‌ها و اتخاذ تصمیمات حیاتی را بر عهده دارد. مدیران ارشد برخلاف مدیران میانی و عملیاتی، مستقیماً در امور روزمره سازمان دخالت ندارند، بلکه تمرکز آن‌ها بر برنامه‌ریزی بلندمدت و جهت‌دهی به اهداف سازمانی است. در این مقاله، ابتدا جایگاه مدیر ارشد در ساختار سازمانی بررسی شده و سپس مسئولیت‌ها، چالش‌ها و مهارت‌های مورد نیاز برای موفقیت در این جایگاه مورد تحلیل قرار می‌گیرد. در نهایت، تأثیر مدیران ارشد بر بهره‌وری و موفقیت سازمان تشریح خواهد شد.

در دنیای رقابتی و پیچیده امروزی، سازمان‌ها نیازمند رهبرانی توانمند و آگاه هستند که بتوانند مسیر رشد و توسعه را به درستی ترسیم کنند. مدیر ارشد فردی است که هدایت کلی سازمان را بر عهده دارد و با تدوین سیاست‌های کلان و اتخاذ تصمیمات استراتژیک، مسیر پیشرفت سازمان را مشخص می‌کند. در سلسله‌مراتب سازمانی، مدیر ارشد در رأس هرم مدیریت قرار دارد و تأثیر مستقیم بر عملکرد کلی سازمان دارد.

نقش مدیران ارشد تنها به مدیریت داخلی سازمان محدود نمی‌شود، بلکه شامل تعامل با ذینفعان خارجی، نظارت بر اجرای سیاست‌ها و مدیریت منابع نیز می‌شود. این مدیران باید توانایی تحلیل محیط رقابتی، پیش‌بینی تغییرات بازار و هدایت سازمان در مسیر موفقیت را داشته باشند. در این مقاله، ابتدا جایگاه مدیر ارشد در ساختار سازمانی توضیح داده شده، سپس مسئولیت‌ها، چالش‌ها و مهارت‌های مورد نیاز برای این جایگاه بررسی می‌شود.





۱. جایگاه مدیر ارشد در ساختار سازمانی

مدیران ارشد در رأس هرم سازمانی قرار دارند و وظیفه اصلی آن‌ها تعیین خط‌مشی‌های کلی، تدوین استراتژی‌ها و نظارت بر عملکرد کلی سازمان است. در ساختار مدیریتی، سازمان‌ها معمولاً به سه سطح تقسیم می‌شوند:

- **مدیران عملیاتی:** این افراد وظیفه اجرای فعالیت‌های روزمره سازمان را بر عهده دارند و معمولاً سرپرست بخش‌های کوچک‌تر هستند.

- **مدیران میانی:** این مدیران رابط بین مدیران ارشد و عملیاتی هستند و وظیفه پیاده‌سازی سیاست‌های کلان در سطح اجرایی را دارند.

- **مدیران ارشد:** مدیران ارشد بر تمام فرآیندهای سازمان نظارت دارند و وظیفه تدوین و اجرای استراتژی‌های کلان را بر عهده دارند.

مدیر ارشد معمولاً به عنوان نماینده اصلی سازمان شناخته می‌شود و در تصمیم‌گیری‌های کلیدی سازمان نقش حیاتی ایفا می‌کند.

۲. مسئولیت‌های مدیر ارشد

مدیران ارشد طیف گسترده‌ای از مسئولیت‌ها را بر عهده دارند که می‌توان آن‌ها را در چندین حوزه اصلی دسته‌بندی کرد:

۲.۱. تدوین استراتژی‌های کلان سازمان

- تعیین مأموریت، چشم‌انداز و ارزش‌های سازمانی.
- تدوین اهداف بلندمدت و سیاست‌گذاری کلان.

۲.۲. نظارت و ارزیابی عملکرد سازمان

- بررسی شاخص‌های عملکردی و بهبود مستمر فرآیندها.
- شناسایی نقاط ضعف سازمان و ارائه راهکارهای اصلاحی.

۲.۳. مدیریت منابع انسانی و استعدادها

- هدایت تیم‌های مدیریتی و ایجاد انگیزه در کارکنان.
- تصمیم‌گیری درباره استخدام، ارتقاء و اخراج کارکنان کلیدی.

۲.۴. مدیریت مالی و بودجه‌ریزی

- تخصیص منابع مالی و مدیریت هزینه‌ها.
- نظارت بر سودآوری و پایداری مالی سازمان.

۲.۵. تعامل با ذینفعان و مدیریت روابط خارجی

- همکاری با سهام‌داران، مشتریان، تأمین‌کنندگان و نهادهای دولتی.
- شرکت در جلسات هیئت‌مدیره و گزارش‌دهی درباره عملکرد سازمان.

۳. چالش‌های مدیر ارشد

مدیران ارشد با چالش‌های متعددی مواجه هستند که بر عملکرد آن‌ها تأثیر می‌گذارد. برخی از مهم‌ترین این چالش‌ها عبارتند از:

۳.۱. مدیریت تغییرات سازمانی

با توجه به تحولات سریع بازار، مدیران ارشد باید بتوانند تغییرات را به‌درستی مدیریت کرده و سازمان را با شرایط جدید سازگار کنند.

۳.۲. تعادل بین منافع سازمان و ذینفعان

مدیر ارشد باید میان منافع مختلف، از جمله مشتریان، کارکنان، سهام‌داران و سایر ذینفعان تعادل برقرار کند.

۳.۳. تصمیم‌گیری‌های دشوار تحت فشار

مدیران ارشد اغلب باید تصمیمات حیاتی را در شرایط پیچیده و پرریسک اتخاذ کنند که می‌تواند تأثیرات بلندمدتی بر سازمان داشته باشد.

۴. مهارت‌های مورد نیاز برای مدیر ارشد موفق

یک مدیر ارشد موفق باید دارای مجموعه‌ای از مهارت‌ها و ویژگی‌های خاص باشد:

۴.۱. مهارت‌های رهبری و مدیریت تیم

- توانایی ایجاد انگیزه و هدایت تیم‌های سازمانی.
- توانایی تفویض اختیار و مدیریت منابع انسانی.

۴.۲. توانایی تفکر استراتژیک

- درک محیط رقابتی و تحلیل داده‌های بازار.
- تدوین استراتژی‌های سازمانی مبتنی بر آینده‌نگری.

۴.۳. مهارت‌های ارتباطی و مذاکره

- توانایی برقراری ارتباط مؤثر با کارکنان و ذینفعان.
- قدرت مذاکره و اقناع در جلسات مدیریتی.

۴.۴. تصمیم‌گیری و حل مسئله

- قدرت تحلیل مشکلات پیچیده و ارائه راه‌حل‌های مناسب.
- انعطاف‌پذیری در مواجهه با بحران‌های سازمانی.





منابع:

اصول مدیریت. ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، نشر دفتر پژوهش‌های فرهنگی

دیوید، فرد آر. مدیریت استراتژیک.

مقاله مدیر ارشد از سایت پارس مدیر

مقاله مدیر ارشد اجرایی یا عملیاتی کیست و چه وظایفی دارد ؟ از سایت دانشگاه تهران

The Nature of Managerial Work

The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action

مدیر ارشد نقشی اساسی در هدایت و موفقیت سازمان دارد. این مدیران با تدوین استراتژی‌های کلان، مدیریت منابع، نظارت بر عملکرد و ایجاد هم‌افزایی میان بخش‌های مختلف سازمان، نقش محوری در رشد و توسعه سازمان ایفا می‌کنند. چالش‌های این جایگاه، از جمله مدیریت تغییرات، تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی و تعادل بین منافع مختلف، نیازمند مهارت‌های رهبری و تفکر استراتژیک است.

برای موفقیت در این جایگاه، مدیران ارشد باید دارای مهارت‌های ارتباطی قوی، توانایی تحلیل محیط رقابتی و قدرت تصمیم‌گیری هوشمندانه باشند. در نهایت، عملکرد مدیر ارشد تأثیر مستقیمی بر بهره‌وری و پیشرفت سازمان دارد و می‌تواند مسیر رشد پایدار را برای آن فراهم کند.



مدیریت منابع انسانی؛ استراتژی، نقش‌ها و چالش‌ها

..... محمد حسن علوی کارشناسی مدیریت بازرگانی

مدیریت منابع انسانی (HRM) به عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های هر سازمان، نقش حیاتی در موفقیت و پیشرفت آن دارد. این حوزه شامل همه فعالیت‌هایی است که به مدیریت و توسعه نیروی انسانی در سازمان می‌پردازد. در این مقاله، به بررسی ابعاد مختلف مدیریت منابع انسانی، نقش‌های کلیدی مدیران منابع انسانی و چالش‌های پیش روی این حوزه پرداخته می‌شود.

استراتژی‌های مدیریت منابع انسانی

برنامه‌ریزی نیروی انسانی

برنامه‌ریزی نیروی انسانی شامل، تحلیل نیازهای فعلی و آتی سازمان به نیروی کار، تعیین تعداد و تخصص‌های مورد نیاز، و تدوین برنامه‌هایی برای تامین این نیازها از طریق استخدام، آموزش و توسعه کارکنان است. این فرآیند به سازمان کمک می‌کند تا با تغییرات محیطی و نیازهای در حال تغییر خود سازگار شود.

جذب و استخدام

فرآیند جذب و استخدام شامل شناسایی منابع استخدامی، انتشار آگهی‌های شغلی، بررسی رزومه‌ها، انجام مصاحبه‌ها و ارزیابی‌های استخدامی، و انتخاب بهترین نامزدها برای شغل مورد نظر است. هدف از این فرآیند، جذب کارکنانی است که با اهداف و فرهنگ سازمان سازگار باشند.

آموزش و توسعه

آموزش و توسعه کارکنان به منظور بهبود مهارت‌ها، دانش و توانایی‌های آنان انجام می‌شود. این فرآیند شامل طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی، ارائه فرصت‌های یادگیری مداوم، و ارزیابی اثربخشی برنامه‌های آموزشی است. آموزش و توسعه به کارکنان کمک می‌کند تا به پتانسیل کامل خود دست یابند و در محیط کار در حال تغییر، موفق باشند.

ارزیابی عملکرد

ارزیابی عملکرد کارکنان به منظور سنجش میزان دستیابی آنان به اهداف تعیین شده و شناسایی نقاط قوت و ضعف آنان انجام می‌شود. این فرآیند شامل تعیین معیارهای ارزیابی، جمع‌آوری داده‌های عملکرد، ارائه بازخورد سازنده به کارکنان، و تدوین برنامه‌های بهبود عملکرد است. ارزیابی عملکرد به سازمان کمک می‌کند تا کارایی و اثربخشی خود را افزایش دهد.

جبران خدمات و مزایا

جبران خدمات و مزایا شامل تعیین حقوق و دستمزد، ارائه مزایای رفاهی و بیمه‌ای، و طراحی سیستم‌های پاداش و تشویق است. هدف از این فعالیت‌ها، جذب و نگهداری کارکنان با استعداد و ایجاد انگیزه در آنان برای ارائه بهترین عملکرد است. سیستم‌های جبران خدمات و مزایا باید به گونه‌ای طراحی شوند که با اهداف سازمان و نیازهای کارکنان سازگار باشند.

روابط کارکنان

مدیریت روابط کارکنان شامل ایجاد و حفظ روابط مثبت و سازنده بین کارکنان و مدیریت، حل اختلافات و شکایات، و ترویج فرهنگ سازمانی سالم و پویا است. این فرآیند به ایجاد محیط کار مطلوب کمک می‌کند و از این طریق، رضایت و تعلق خاطر کارکنان افزایش می‌یابد.





نقش‌های مدیر منابع انسانی



شریک استراتژیک

مدیران منابع انسانی به عنوان شرکای استراتژیک در سازمان، در تدوین و اجرای استراتژی‌های کسب و کار نقش دارند. آنان با ارائه دیدگاه‌های تخصصی در زمینه مدیریت نیروی انسانی، به سازمان کمک می‌کنند تا از مزیت رقابتی پایدار برخوردار شود. این نقش شامل مشارکت در جلسات استراتژیک، ارائه پیشنهادات برای بهبود کارایی نیروی انسانی، و همکاری با سایر بخش‌های سازمان است.

تغییر دهنده

مدیران منابع انسانی به عنوان عوامل تغییر در سازمان، نقش مهمی در ایجاد و مدیریت تغییرات سازمانی دارند. آنان با شناسایی نیازهای تغییری، تدوین برنامه‌های تغییر، و ایجاد آمادگی در کارکنان برای پذیرش تغییرات، به سازمان کمک می‌کنند تا با محیط متغیر سازگار شود. این فرآیند شامل آموزش کارکنان در مورد تغییرات، ارائه حمایت‌های لازم، و مدیریت مقاومت در برابر تغییر است.

مدافع کارکنان

مدیران منابع انسانی به عنوان مدافعان کارکنان، نقش مهمی در حمایت از حقوق و منافع کارکنان دارند. آنان با ایجاد محیط کار سالم و ایمن، ارائه فرصت‌های برابر، و حل اختلافات و شکایات، به کارکنان کمک می‌کنند تا احساس رضایت و تعلق خاطر به سازمان داشته باشند. این نقش شامل پیگیری شکایات کارکنان، ارائه مشاوره‌های حقوقی، و ترویج فرهنگ سازمانی است.

متخصص اداری

مدیران منابع انسانی به عنوان متخصصان اداری، مسئولیت انجام وظایف اداری مربوط به مدیریت نیروی انسانی را بر عهده دارند. این وظایف شامل مدیریت پرونده‌های پرسنلی، پرداخت حقوق و دستمزد، و اجرای قوانین و مقررات مربوط به کار است. مدیران منابع انسانی باید از قوانین و مقررات کار آگاه باشند و اطمینان حاصل کنند که سازمان در این زمینه با استانداردهای قانونی مطابقت دارد.

چالش‌های مدیریت منابع انسانی

تغییرات جمعیتی

تغییرات جمعیتی، مانند افزایش سن نیروی کار، تنوع قومیتی و فرهنگی، و تغییر در انتظارات و ارزش‌های کارکنان، چالش‌های جدیدی را برای مدیریت منابع انسانی ایجاد می‌کند. سازمان‌ها باید با این تغییرات سازگار شوند و استراتژی‌های خود را بر اساس نیازهای متنوع کارکنان تنظیم کنند. این شامل طراحی برنامه‌های آموزشی متناسب با نیازهای کارکنان مختلف و ایجاد محیط کار متنوع است.

فناوری

پیشرفت‌های فناوری، مانند اتوماسیون، هوش مصنوعی و اینترنت اشیا، تاثیر زیادی بر مدیریت منابع انسانی دارد. سازمان‌ها باید از این فناوری‌ها برای بهبود فرآیندهای مدیریت نیروی انسانی، افزایش کارایی و کاهش هزینه‌ها استفاده کنند. این شامل استفاده از سیستم‌های مدیریت منابع انسانی (HRIS) برای اتوماسیون فرآیندهای اداری و تحلیل داده‌های کارکنان است.



جهانی شدن

جهانی شدن کسب و کارها، چالش‌های جدیدی را برای مدیریت منابع انسانی ایجاد می‌کند. سازمان‌ها باید بتوانند نیروی کار خود را در سطح جهانی مدیریت کنند، با تفاوت‌های فرهنگی و زبانی سازگار شوند، و از بهترین شیوه‌های مدیریت منابع انسانی در سطح جهانی استفاده کنند. این شامل طراحی برنامه‌های آموزشی برای کارکنان بین‌المللی و ایجاد سیاست‌های مناسب برای مدیریت کارکنان در کشورهای مختلف است.

تغییرات قانونی

تغییرات در قوانین و مقررات مربوط به کار، چالش‌های جدیدی را برای مدیریت منابع انسانی ایجاد می‌کند. سازمان‌ها باید از این تغییرات آگاه باشند و استراتژی‌های خود را بر اساس قوانین و مقررات جدید تنظیم کنند. این شامل پیگیری تغییرات قانونی و اطمینان از مطابقت سازمان با استانداردهای قانونی است.

کمبود استعداد

کمبود استعداد، یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های پیش روی مدیریت منابع انسانی است. سازمان‌ها باید بتوانند استعدادها را برتر را جذب و نگهداری کنند، و با ارائه فرصت‌های رشد و توسعه، به آنان کمک کنند تا به پتانسیل کامل خود دست یابند. این شامل طراحی برنامه‌های توسعه شغلی و ارائه مزایای رقابتی است.

مدیریت منابع انسانی نقش حیاتی در موفقیت سازمان‌ها دارد. با تدوین استراتژی‌های جامع، ایفای نقش‌های کلیدی، و غلبه بر چالش‌های پیش رو، مدیران منابع انسانی می‌توانند به سازمان‌ها کمک کنند تا از مزیت رقابتی پایدار برخوردار شوند و به اهداف خود دست یابند. در عصر حاضر، سازمان‌ها باید به مدیریت منابع انسانی به عنوان یک مزیت استراتژیک نگاه کنند و از این طریق، به موفقیت خود در بازار رقابتی امروز کمک کنند.

منابع:

کتاب مدیریت منابع انسانی اسفندیار سعادت؛ این کتاب به عنوان یک منبع جامع در زمینه مدیریت منابع انسانی در ایران شناخته شده است و مفاهیم بنیادی این رشته را پوشش می‌دهد.

کتاب مدیریت استراتژیک منابع انسانی مایکل آرمسترانگ؛ این کتاب به عنوان یک مرجع استراتژیک در مدیریت منابع انسانی عمل می‌کند و به انواع استراتژی‌های کاربردی برای بهره‌وری از منابع انسانی اشاره دارد.

کتاب مبانی مدیریت منابع انسانی؛ این کتاب به اصول و مبانی مدیریت منابع انسانی می‌پردازد و مفاهیم پایه‌ای این رشته را برای دانشجویان و علاقمندان ارائه می‌دهد.





مدیریت بازاریابی و نقش مدیر بازاریابی در سازمان‌ها

فاطمه رجبی مقدم کارشناسی مدیریت بازرگانی.....

مدیریت بازاریابی به عنوان یک فرآیند مدیریتی-اجتماعی شناخته می‌شود که در آن افراد از طریق تولید و مبادله کالا، نیازهای خود را تأمین می‌کنند. در این فرآیند، مدیر بازاریابی نقش کلیدی دارد. در این مقاله به معرفی مدیر بازاریابی، وظایف و مهارت‌های مورد نیاز برای این شغل می‌پردازیم.

معرفی مدیر بازاریابی

مدیر بازاریابی کسی است که بر ارتباط کسب‌وکار با مشتری و مخاطب نظارت می‌کند و استراتژی‌هایی برای بهبود آن ارائه می‌دهد. هدف اصلی او افزایش آگاهی و تقاضا برای محصولات یا خدمات یک کسب‌وکار است. این کار با طراحی استراتژی‌های بازاریابی، اجرای کمپین‌های تبلیغاتی، فعالیت در رسانه‌های اجتماعی، تولید محتوا و غیره انجام می‌شود.

وظایف مدیر بازاریابی

وظایف مدیر بازاریابی بسیار متنوع است و شامل موارد زیر می‌شود:

- تدوین استراتژی‌های بازاریابی برنامه‌ریزی استراتژی‌های بازاریابی بر اساس ویژگی‌های بازار و اهداف سازمان. این استراتژی‌ها به عنوان نقشه راهی عمل می‌کنند که به سازمان کمک می‌کند در محیط رقابتی امروز جایگاهی پایدار ایجاد کند.

- طراحی و مدیریت کمپین‌های تبلیغاتی برنامه‌ریزی و اجرای کمپین‌های تبلیغاتی متناسب با بودجه و ظرفیت کسب‌وکار. این کمپین‌ها می‌توانند در کانال‌های مختلف مانند شبکه‌های اجتماعی، سایت، تماس تلفنی و... انجام شوند.

- آنالیز کمپین‌ها

تجزیه و تحلیل داده‌ها برای بهینه سازی کمپین‌های بازاریابی. این کار به مدیر بازاریابی کمک می‌کند تا با استفاده از داده‌ها، تصمیمات آگاهانه‌ای بگیرد و کمپین‌ها را بهینه کند.

- هماهنگی با سایر تیم‌ها

همکاری با تیم‌های فروش و سایر بخش‌ها برای هماهنگی در معرفی محصولات و خدمات. این همکاری تضمین می‌کند که تلاش‌های بازاریابی به حداکثر بازدهی دست یابند.

- تحقیقات بازار

انجام تحقیقات بازار برای شناسایی نیازهای مشتریان و یافتن فرصت‌های جدید. این تحقیقات به مدیر بازاریابی کمک می‌کند تا با درک عمیق از بازار، استراتژی‌های موثرتری را طراحی کند.

- برآورد هزینه‌ها و فروش

ارزیابی جنبه‌های مالی محصولات یا خدمات از جمله بودجه، هزینه‌ها، و بازده سرمایه‌گذاری. این کار به مدیر بازاریابی کمک می‌کند تا با توجه به منابع موجود، برنامه‌ریزی بهتری انجام دهد.

مهارت‌های مورد نیاز

مدیران بازاریابی باید دارای مهارت‌های زیر باشند:

- خلاقیت

توانایی ارائه ایده‌های نوین برای کمپین‌های بازاریابی.

- تحلیل داده

توانایی تجزیه و تحلیل داده‌ها برای تصمیم‌گیری آگاهانه.

- رهبری و سازماندهی

توانایی هدایت تیم بازاریابی و همکاری با سایر بخش‌ها.

- درک بازار

درک عمیق از بازار، مخاطب هدف، و نیازهای مشتریان.

محیط کاری

مدیران بازاریابی معمولاً در محیط‌های اداری کار می‌کنند و با تیم‌های مختلف در ارتباط هستند. آنها باید با مدیران تبلیغات، فروشندگان، شرکای تجاری و رسانه‌ها همکاری کنند تا کمپین‌های بازاریابی را به موفقیت برسانند.



همکاری با سایر بخش‌ها

مدیران بازاریابی باید با سایر بخش‌های سازمان همکاری نزدیکی داشته باشند. این همکاری شامل همکاری با تیم‌های فروش، محصول، و مالی است تا تلاش‌های بازاریابی به حداکثر بازدهی برسد. همچنین، آنها باید با افراد خارج از شرکت نیز در ارتباط باشند تا روابط مستحکم با فروشندگان، شرکای تجاری و اعضای رسانه ایجاد کنند.

تأثیر مدیر بازاریابی بر موفقیت سازمان

مدیر بازاریابی یکی از ستون‌های اصلی موفقیت هر سازمان است. او با هدایت تلاش‌های بازاریابی، نه تنها سهم بازار سازمان را افزایش می‌دهد، بلکه نقشی کلیدی در حفظ ارتباط با مشتریان، ایجاد مزیت رقابتی، و دستیابی به اهداف تجاری ایفا می‌کند.

تأثیر مدیر بازاریابی را می‌توان در ابعاد مختلف سازمان بررسی کرد.

- همسویی میان اهداف بازاریابی و اهداف سازمان

مدیر بازاریابی باید استراتژی‌ها و برنامه‌های بازاریابی را به گونه‌ای تدوین کند، که در راستای اهداف کلی سازمان باشد.

- افزایش فروش و سهم بازار

با اجرای کمپین‌های مؤثر، مدیر بازاریابی می‌تواند به افزایش فروش و سهم بازار کمک کند.

- ایجاد مزیت رقابتی: با درک عمیق از بازار و نیازهای مشتریان، مدیر بازاریابی می‌تواند مزیت رقابتی پایدار ایجاد کند.

چگونه مدیر بازاریابی شویم؟

برای تبدیل شدن به یک مدیر بازاریابی موفق، باید در زمینه بازاریابی تحصیل کرده و تجربه کافی در این زمینه داشته باشید. همچنین، داشتن مهارت‌های رهبری، تحلیل داده، و خلاقیت از ضروریات این شغل است. با توجه به اهمیت بازاریابی در کسب‌وکارهای امروزی، مدیران بازاریابی باید همواره در حال یادگیری و به روز رسانی باشند تا بتوانند با تغییرات بازار و نیازهای جدید مشتریان سازگار شوند.

مدیر بازاریابی نقش حیاتی در رشد و توسعه یک کسب‌وکار دارد. با درک عمیق از بازار و مشتریان، آن‌ها می‌توانند استراتژی‌های مؤثر بازاریابی را طراحی و اجرا کنند. با توجه به اهمیت بازاریابی در کسب‌وکارهای امروزی، مدیران بازاریابی باید همواره در حال یادگیری و به روز رسانی باشند تا بتوانند با تغییرات بازار و نیازهای جدید مشتریان سازگار شوند. این نقش، نه تنها به افزایش سهم بازار و درآمد سازمان کمک می‌کند، بلکه با تقویت روابط مشتریان و ایجاد اعتماد، جایگاه برند را نیز در بلندمدت بهبود می‌بخشد.

منابع:

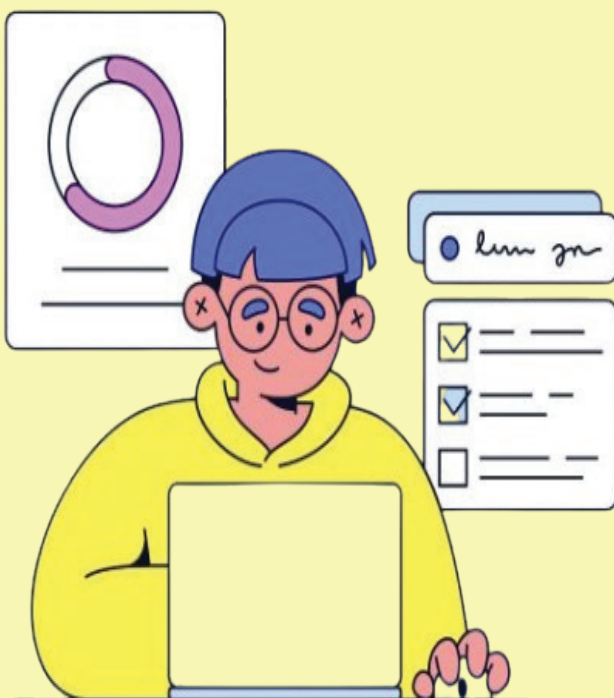
مدیریت بازاریابی چیست و وظایف مدیریت بازاریابی

ویکی‌پدیا؛ مدیریت بازاریابی

پارس مدیر؛ مدیریت بازاریابی

مدیربان؛ مدیریت بازاریابی چیست؟

مدیریت بازاریابی چیست؟





مدیر استراتژیک

مehشید دوستی کارشناسی مدیریت بازرگانی

جواب این سوال طولانی، اما بسیار حیاتی و مهم است و باید بگوییم که جواب ساده و تک بعدی ای هم ندارد اما قطع به یقین مهم ترین فاکتور که اکنون می توان به آن اشاره کرد؛ مدیر استراتژیک و روندی هست که برای پیشبرد سازمان بر می گزیند

کلیه مدیران استراتژیک باید اصلی ترین سرمشق های یادگیری باشند. ما در دوره ای بی پایان قرار گرفته ایم و اگر رهبران ما در طول این دوران بسیار انعطاف پذیر و الگوهای خوبی برای همه نباشند در آنصورت کمپانی هایمان هم نمی توانند انعطاف پذیر باشند، زیرا در نهایت مدیریت و رهبری به سرمشق بودن مربوط می شود

مدیران استراتژیک به سازمان کمک می کنند اطلاعات لازم را گرد آورند، تجزیه و تحلیل کنند و سازمان دهند. آنها روند های موجود در صنعت و رقبا را دنبال می کنند، مدل های پیش بینی به وجود می آورند و به تحلیل سناریو ها می پردازند و عملکرد بخش ها را ارزیابی می کنند، فرصت های جدید بازار را شناسایی می کنند، تهدید هایی که متوجه شرکت است را شناسایی کرده و برنامه های خلاقانه ای تدوین می کنند

عنوان مدیر استراتژیک (chief strategy officer or CSO) در طی دهه گذشته به صورت پست تازه ای به صفوف مدیریت ارشد بسیاری از سازمان ها نظیر جنرال موتورز، مورگان ستانلی، کلاروس، کامرس وان، لانتیه و ... اضافه شده است

آنها که معمولا در سطوح بالای مدیریت جای دارند، نوعا از اختیارات تصمیم گیری قابل ملاحظه ای در شرکت برخوردارند. مدیر عامل نمایان ترین و مهم ترین مدیر استراتژیک به شمار می رود و می توان به طور کلی گفت هر مدیری که مسئولیت یک واحد یا بخش، مسئولیت سود و زیان حاصله و یا اختیارات مستقیمی نسبت به بخش مهمی از کسب و کار دارد، یک مدیر استراتژیک (استراتژیست) به شمار می رود

در دنیا و جوامع امروزی، کسب و کار ها با سرعتی پر شتاب و رقابت هایی جان کاه به پیش می روند و برنده امروز کسی است که بهتر می تواند با تغییرات بی شمار کنار بیاید و در عین حال از اهداف بلند مدت سازمانش هم غافل نشود و بتواند در عین کارایی، انعطاف پذیر باشد و این قابلیت در حیطه اختیارات یک مدیر استثنایی است، بله درست حدس زدید، مدیر استراتژیک؛ قلب تپنده هر سازمان

تصور کنید فیلمی را که بدون وجود فیلمنامه نویس خواهد تولید شود، زمانی که بدون نویسند، قصد چاپ شدن داشته باشد، می بینید؟ کاملا نشدنی است! مدیر استراتژیک در سازمان نیز چنین نقشی دارد، طرح می ریزد، استنتاج می کند و برنامه ریزی می کند برای وقتی که همه چیز در هم ریخته است، درست مانند، یک شطرنج باز حرفه ای، نویسند یا یک فیلمنامه نویس؛ آن ها آغازگر راه و مسیر هستند

بی توجهی به مدیریت استراتژیک نه تنها می تواند سازمان ها را در دستیابی به اهداف کلان خود ناکام بگذارد، بلکه ممکن است منجر به اتلاف منابع، کاهش رضایت مشتریان و در نهایت از دست دادن مزیت رقابتی شود

بنابراین، سؤال اصلی این است که چگونه سازمان ها می توانند با تدوین و اجرای استراتژی های مؤثر، ضمن تطبیق با شرایط متغیر محیطی، مسیر موفقیت خود را تضمین کنند؟





مدیران موفق استراتژیک به خوبی می دانند که تصمیمات استراتژیک نیازمند بده بستان هایی نظیر ملاحظات دراز مدت در مقابل کوتاه مدت یا به حداکثر رساندن سود در مقابل افزودن به ثروت سهام داران می باشد.

آنها کاملاً آگاه هستند که استفاده از هر استراتژی آن هم در هر زمان دلخواه یک اشتباه مهلک است و باعث می شود منابع شرکت به قدری پخش و رقیق شود که کلیه استراتژی های دیگر نیز به مخاطره افتند، بلکه این یک حقیقت تلخ است؛ ما تعداد انتخاب های محدودی برای مدیریت استراتژیک داریم و واقف بودن به این امر خود یکی از بزرگ ترین عامل های موفقیت سازمان است

مورد موثر دیگری که باید به آن اشاره کنیم؛ اخلاقیات کاری در حیطه مدیریت استراتژیک است. مدیران این بخش مسئولیت تدوین، منتقل کردن و به اجرا در آوردن نظامنامه اخلاقیات کاری را برای سازمان های خود بر عهده دارند. درواقع یکی از دلایل بالا بودن حقوق استراتژیست ها نسبت به دیگر افراد، آن است که استراتژیست ها باید ریسک های اخلاقی شرکت را بر عهده بگیرند و برای همین است که هیچ کس هرگز نباید این نقش را قبول کند مگر این که بخواهد و بکوشد که شخصیتش به گویی مناسب برای زیر دست هایش تبدیل شود

راهکار های اثر بخش مدیر استراتژیک برای پیاده سازی موفق استراتژی ها

۱- ایجاد همسویی استراتژیک میان تمامی بخش های سازمان

برای موفقیت در اجرای استراتژی ها، ضروری است که تمامی بخش ها و واحد های سازمان اهداف و اولویت های خود را با اهداف کلان سازمان که توسط مدیر استراتژیک تدوین می شود، هماهنگ کند. این امر می تواند از طریق تدوین برنامه های عملیاتی شفاف و برگزاری جلسات هماهنگی دوره ای محقق شود



لازم به توجه است که استراتژیست ها به اندازه خود سازمان ها با یکدیگر تفاوت دارند و این تفاوت ها باید در تدوین، اجرا و ارزیابی استراتژی ها در نظر گرفته شود. برخی استراتژیست ها به دلیل نظرات شخصی شان اصلاً برخی انواع استراتژی ها را مورد توجه قرار نمی دهند و از منظر نگرش، ارزش ها، اخلاقیات، تمایل به ریسک پذیری، توجه به مسئولیت اجتماعی، توجه به سودآوری، توجه به اهداف کوتاه مدت در مقابل دراز مدت و سبک رهبری با یکدیگر تفاوت دارند

مدیران استراتژیک کار خود را با یک سوال آغاز می کنند: می خواهیم به چه چیزی تبدیل شویم؟ و ما هم متقابلاً سوال مان را این گونه آغاز می کنیم: چگونه مدیران استراتژیک، به مدیرانی کارآمد و مفید تبدیل می شوند؟

اولین و مسلم ترین پاسخ این است که آن ها سازمان را به جای یک سازمان پاسخ دهنده و منفعل نسبت به تغییرات بازار؛ به ابر قدرتی فعال و تایین کننده و همچنین تاثیر گذار تبدیل می کنند. این رویکرد به سازمان اجازه می دهد ابتکار برند و ارزش سهامش را در دست بگیرد و خالق سرنوشت خودش باشد

این شعار اولیه و نخستین گام پیش رو برای مدیران استراتژیک است، اما سوال مهم تر این است که: آیا به همین راحتی می توان به آن دست یافت؟ پاسخ خیر است. متأسفانه مدیریت استراتژیک همواره پتانسل افتادن در دام مدیریت کاغذ محور به جای مدیریت انسان محور را دارد

لازم به ذکر است که حتی کامل ترین برنامه استراتژیک از نظر فنی، در صورتی که به اجرا در نیاید، هدفی را برآورده نخواهد کرد. بدیهی است و همه می دانیم. اما حقیقت این است که بسیاری از سازمان ها مقدار زیادی وقت، پول و انرژی صرف نوشتن و تدوین برنامه های استراتژیک می کنند، اما با وسایل و ابزار هایی که این برنامه باید به کمک آنها به اجرا در آید به گونه ای برخورد می کنند که گویی تصمیماتی غیر مهم هستند

پس می توانیم حدس بزنیم که حداقل برای شروع مسیر و تبدیل شدن به یک مدیر کارآمد، باید حواسمان باشد که سازمانمان به یک ساز و کار بوروکراتیک که خود را برای همیشه تکرار می کند، تبدیل نشود. برعکس، مدیریت استراتژیک باید یک فرایند یادگیری خوداندیش باشد که مدیران و کارکنان سازمان را با مسائل اصلی استراتژیک و همچنین راه حل های عملی برای حل و فصل این نوع مسئله ها آشنا کند

طبق تحقیقات، مدیران استراتژیک موفق در سازمان ها، اغلب یک رویکرد مشترک داشتند؛ همه آنها گشاده نگری و اشتیاق را سرلوحه کار خود قرار داده بودند. چرا که وجود تمایل و اشتیاق به اطلاعات جدید، دیدگاه های جدید و احتمالات جدید اهمیت بسیاری دارد و لازم است که کلیه اعضای سازمان دارای روحیه کنکاشری و یادگیری باشند





۲- مدیریت تغییر به صورت اثر بخش

مدیران استراتژیک در سازمان ها باید برای مدیریت تغییر، برنامه های آموزشی و ارتباطی موثری طراحی کنند. توضیح شفاف مزایای استراتژی های جدید و فراهم سازی بستری برای مشارکت کارکنان در فرایند تغییر می تواند مقاومت را کاهش دهد. همچنین استفاده از مدل های تغییر نظیر مدل کاتر می تواند راهنمایی عملی برای موفقیت در این زمینه ارائه دهد

۳- تقویت رهبری استراتژیک و ارتباطات سازمان

رهبری و مدیریت استراتژیک اثربخش نیازمند مدیرانی است که بتوانند با الهام بخشی و ایجاد انگیزه، کارکنان را برای دستیابی به اهداف سازمانی هدایت کنند. همچنین، ارتباطات شفاف و باز میان مدیران و کارکنان، اطلاعات لازم برای اجرای استراتژی را به شکل موثر منتقل می کند

۴- ساده سازی ساختارهای سازمانی

ساختارهای سازمانی که بنا به صلاح دید مدیران استراتژیک انتخاب می شوند، باید به گونه ای طراحی شده باشند که از هماهنگی و همکاری میان بخش ها به بهترین شکل حمایت کنند چرا که ایجاد ساختارهای ماتریسی، تیم های بین بخشی و کاهش سطوح مدیریتی می تواند سرعت اجرای استراتژی ها را افزایش دهد

۵- پایش و ارزیابی مداوم عملکرد

ایجاد سیستم های پایش و ارزیابی مداوم عملکرد، به سازمان کمک می کند تا پیشرفت خود را در اجرای استراتژی ها اندازه گیری کند. تعیین شاخص های عملکردی، تحلیل داده ها و ایجاد داشبوردهای مدیریتی می تواند به شناسایی نقاط قوت و ضعف و اعمال اصلاحات لازم منجر شود همه این راهکارها که به صورت خلاصه عنوان شدند تاثیر عظیم و حداکثری ای در بالا بردن کارایی و اثربخشی مدیران اجرایی و الی الخصوص مدیران استراتژیک سازمان ها دارد

راهکارهایی فراتر از مدیریت استراتژیک سنتی

مدیران استراتژیک سال هاست که نقش خود را در تدوین، اجرا، و ارزیابی استراتژی ها تعریف کرده اند. اما در دنیایی که تغییرات لحظه ای، ساختارهای تثبیت شده را دگرگون می کنند، تنها کسانی که فراتر از قواعد موجود فکر می کنند، می توانند بقای سازمان خود را تضمین کنند. در حقیقت، کارآمدی در مدیریت استراتژیک، دیگر تنها به تسلط بر مدل های تحلیلی و اجرای بی نقص استراتژی ها محدود نمی شود؛ بلکه مستلزم درک یک حقیقت بنیادین است: **استراتژی، دیگر یک مسیر خطی نیست، بلکه یک فرایند سیال است که در لحظه بازتعریف می شود**

مدیری که کارآمدی را نه در چهارچوب های ثابت، بلکه در انعطاف پذیری آگاهانه جستجو می کند، درک درستی از آینده دارد. او نه تنها تغییرات را پیش بینی می کند، بلکه به گونه ای عمل می کند که حتی در شرایطی که پیش بینی هایش نادرست از آب درمی آیند، باز هم سازمان را در موقعیتی قرار دهد که توانایی تطبیق داشته باشد

در این رویکرد، **کنترل استراتژیک جای خود را به قابلیت هدایت در ابهام می دهد** به جای آنکه تنها به دنبال اجرای بی نقص برنامه های از پیش تعیین شده باشد، مسیر را در لحظه اصلاح کرده و بر مبنای داده های جدید، تصمیمات جدید اتخاذ می کند

در این چارچوب، مفهوم «مزیت رقابتی پایدار» نیز دیگر همان معنای سنتی را ندارد. مزیت رقابتی، دیگر یک ویژگی ثابت نیست که سازمان ها بتوانند سال ها بر آن تکیه کنند. بلکه **سازمان هایی موفق خواهند شد که مزیت رقابتی را به یک فرایند تبدیل کنند یک چرخه ی مداوم از نوآوری، یادگیری، و سازگاری**. در این مسیر، کارآمدترین مدیران کسانی هستند که نه تنها ابزارهای مدیریت استراتژیک را در اختیار دارند، بلکه شهامت بازتعریف این ابزارها و حتی عبور از آنها را نیز دارند

در نهایت، مدیران استراتژیک کارآمد کسانی نیستند که صرفاً سازمان های خود را به موفقیت می رسانند، بلکه آن هایی هستند که می توانند یکپارچگی میان اهداف کوتاه مدت و چشم اندازهای بلندمدت را حفظ کرده و سازمان را از یک ساختار سلسله مراتبی به یک اکوسیستم یادگیرنده تبدیل کنند. این مدیران، نه فقط تصمیم گیرندگان، بلکه معماران آینده اند

آنها کسانی هستند که سازمان را به جایگاهی والا تر و متعلی تر می رسانند، آنها در یک کلام همه آن چیزی هستند که ما از یک مدیر کارآمد می خواهیم، الگویی برای دیروز، امروز و فردا

منابع:

کتاب مدیریت استراتژیک اثر فرد آر. دیوید با ترجمه دکتر سید محمد اعرابی - دکتر محمد تقی زاده مطلق

مقاله (مدیریت استراتژیک در سازمانها: فرایند تدوین و پیاده سازی استراتژیهای مؤثر برای موفقیت سازمانی) از سیلیوینک



مدیریت مالی

.....فرشته ملکی کارشناسی مدیریت بازرگانی

مدیریت مالی یکی از ارکان اصلی هر سازمان است که بدون آن، رشد و ثبات مالی ممکن نیست. در محیط‌های تجاری امروزی، مدیریت مؤثر منابع مالی اهمیت زیادی دارد، زیرا می‌تواند تأثیر مستقیمی بر موفقیت یا شکست سازمان داشته باشد. مدیر مالی نقش کلیدی در برنامه‌ریزی، تخصیص، و استفاده از منابع مالی دارد تا از عملکرد بهینه شرکت اطمینان حاصل شود. این مقاله به بررسی مفهوم مدیریت مالی، نقش مدیر مالی و چالش‌های پیش روی این حوزه می‌پردازد.

تعریف مدیریت مالی

مدیریت مالی به فرآیند برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، هدایت و کنترل منابع مالی گفته می‌شود که هدف آن افزایش ثروت سازمان و دستیابی به اهداف تجاری است. این فرآیند شامل تصمیم‌گیری درباره تأمین مالی، سرمایه‌گذاری، و مدیریت ریسک‌های مالی است.

نقش و وظایف مدیر مالی

مدیر مالی وظیفه نظارت بر تمامی فعالیت‌های مالی سازمان را دارد و مسئولیت‌هایی مانند؛ موارد زیر بر عهده اوست

۱. برنامه‌ریزی منابع مالی

تصمیم‌گیری در مورد نحوه تأمین مالی از طریق وام، سرمایه‌گذاری، یا افزایش سهام بررسی نیازهای مالی سازمان و پیش‌بینی جریان نقدی برای تأمین سرمایه لازم

تقسیم منابع مالی به دو بخش اصلی:

سرمایه در گردش (Liquid-based fund): برای هزینه‌های کوتاه‌مدت مانند پرداخت حقوق، مالیات، و هزینه‌های عملیاتی روزانه
سرمایه ثابت (Capital-based fund): برای تعهدات بلندمدت مانند بازپرداخت وام‌ها، خرید تجهیزات و سرمایه‌گذاری‌های بزرگ

۲. مدیریت سرمایه و کنترل هزینه‌ها

جلوگیری از بلااستفاده ماندن سرمایه که ممکن است باعث زیان‌های مالی شود
تخصیص بهینه منابع مالی برای کاهش هزینه‌ها و افزایش بازده سرمایه‌گذاری‌ها
بررسی بازدهی سرمایه‌گذاری‌ها و اطمینان از سودآوری آن‌ها.

۳. تحلیل ریسک‌های مالی

شناسایی و کاهش ریسک‌های مرتبط با تصمیمات مالی.
بررسی شرایط اقتصادی و تحلیل رقبا برای پیش‌بینی چالش‌های مالی
تنظیم سیستم‌های کنترل مالی برای نظارت بر تراکنش‌ها و جلوگیری از خطاها

۴. تدوین استراتژی‌های مالی برای رشد سازمان

برنامه‌ریزی برای به حداکثر رساندن سودآوری و ارزش سهامداران.
ارائه راهکارهای مالی برای توسعه کسب‌وکار، ورود به بازارهای جدید و بهبود نقدینگی

چالش‌های مدیریت مالی

مدیران مالی در مواجهه با مشکلات و چالش‌های مختلفی باید تصمیم‌گیری‌های هوشمندانه‌ای انجام دهند. برخی از مهم‌ترین چالش‌ها عبارت‌اند از

۱. افزایش بیش از حد سرمایه (Overcapitalization)

یکی از مشکلات رایج در مدیریت مالی، افزایش بیش از حد سرمایه است که می‌تواند منجر به کاهش بهره‌وری مالی شود. این مشکل معمولاً در شرایط زیر رخ می‌دهد
هزینه‌های تبلیغاتی بالا: زمانی که هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات زیاد باشد ولی بازدهی کافی نداشته باشد
خرید دارایی‌های گران‌قیمت: پرداخت هزینه‌های سنگین برای دارایی‌هایی که بازدهی کمی دارند
پیش‌بینی اشتباه درآمدها: برآوردهای غیرواقع‌بینانه از سودآوری که منجر به دریافت وام‌های غیرضروری می‌شود



۲. کمبود نقدینگی و مدیریت جریان نقدی

نبود نقدینگی کافی ممکن است باعث عدم توانایی در پرداخت بدهی‌ها و هزینه‌های عملیاتی شود پیش‌بینی و مدیریت صحیح جریان نقدی یکی از وظایف مهم مدیر مالی است

۳. نوسانات اقتصادی و تورم

تغییرات اقتصادی، نوسانات نرخ ارز و افزایش تورم می‌توانند تصمیمات مالی را تحت تأثیر قرار دهند

مدیر مالی باید استراتژی‌های مناسبی برای مقابله با این نوسانات تدوین کند

منابع:

مجله بین‌المللی تحقیق و بررسی، جلد ۴، شماره ۵، می ۲۰۱۷



مدیریت عملیاتی

..... زهرا فروش کارشناسی مدیریت بازرگانی

مدیر عملیاتی کیست و چه وظایف دارد ؟

مدیر عملیات یا مدیر ارشد عملیات (Chief Operating Officer) یک مدیر اجرایی ارشد است که وظایف نظارت بر عملکرد های اداری و عملیاتی روزانه ی یک کسب وکار را برعهده دارد. COO معمولاً به طور مستقیم به مدیر عامل CEO گزارش می دهد و در زنجیره ی مدیریتی دومین نفر محسوب میشود. مدیر عملیات راه هایی برای بهبود کارایی یک شرکت و بهینه سازی عملکرد آن، نظارت بر چرخه ی کارکنان و اجرای سیاست های منابع انسانی پیدا می کند. مدیر عملیاتی بر سیستم های روزمره نظارت میکند و با در نظر گرفتن بودجه و استراتژی ها، آنچه را که برای آن شرکت منطقی تر است را اجرا میکنند. همانطور که مشخص است مدیر عملیاتی نقش کلیدی و پر استرسی در سازمان برعهده دارد به همین سبب مدیر عملیات همواره باید در میدان عمل باشد و خواسته یا ناخواسته در تمامی فرایندهای سازمان از جمله ارتباط با مشتری، زینفعان، نمایندگی ها و ... شرکت داده شود. زمانی که شرکت یا سازمان در شرایط نامطلوب قرار گیرد؛ نقش کلیدی مدیر عملیات هنگام در برگرداندن اوضاع به حالت عادی مشخص می شود.

مدیران در سازمان ها با توجه به نقش هایی که ایفا می کنند؛ وظایف و کارکرد های متنوعی بر عهده دارند. بسته به این وظایف و مسئولیت ها در دو سطح اصلی صف و ستاد تقسیم می شوند. مدیران صف مستقیماً درگیر اجرای عملیات و وظایف اجرایی هستند، درحالی که مدیران ستاد بیشتر به برنامه ریزی و پشتیبانی از فرایندها می پردازند. علاوه بر این، مدیران براساس معیار های مختلف، از جمله سطح مسئولیت، به سه دسته ی عملیاتی، میانی، عالی(ارشد) تقسیم بندی میشوند. این دسته بندی که متأثر از تفاوت در نوع فعالیت، سطح سازمان و شرایط محیطی آن است، به سازمان ها کمک می کند تا ساختاری منسجم برای مدیریت منابع و اهداف خود ایجاد کنند. در نتیجه هر سطح مدیریتی نیازمند مهارت و توانایی های خاص که متناسب با نقش و مسئولیت آن سطح تعریف شده است.

مدیریت عملیات چیست ؟ و در چه سطحی قرار دارد؟

مدیریت عملیات یا مدیریت عملیاتی (operations management) شاخه ای از علم مدیریت است که با طراحی و مدیریت محصولات، فرایندها، خدمات و زنجیره ی تامین سازمان ارتباط دارد. مدیریت عملیات شامل سه سطح تاکتیکی، عملیاتی و راهبردی است. هدف از مدیریت عملیات دستیابی، توسعه، و استفاده از منابع و مواد اولیه به منظور دستیابی به کالاها یا خدمات مورد نیاز مشتریان یک کسب و کار است. این حوزه اطمینان حاصل می کند که از مواد، نیروی کار، یا هر ورودی دیگر به موثرترین و کارآمدترین روش ممکن استفاده شود.

تاریخچه مدیریت عملیات

مدتها قبل مدیریت عملیات به عنوان مدیریت تولید شناخته می شد. در واقع مدیریت عملیات بخشی از دانش مدیریت تولید بود، چرا که هدف اصلی سازمان ها تولید کالا بود و کسب سود آن ها از طریق فروش تولیدات انجام می گرفت. پس از گذشت مدتی، سازمان های خدمات محور بیشتر شدند و در نهایت انقلاب صنعتی رخ داد. اتفاقی که تأثیر زیادی در سازمان ها و دانش به کار برده شده در شرکت ها داشت. در نتیجه این اتفاقات، کم کم مدیریت عملیات از مدیریت تولید جدا شد و یک حوزه مجزای دانش را به خود اختصاص داد.





مدیران عملیات برای این که بتوانند وظایف خود را به درستی انجام دهند باید دارای مهارت‌های خاصی باشند.

برخی از این مهارت‌ها عبارتند از :

مهارت‌های رهبری : رهبری تیم ، حل تعارضات و هدایت گروه به هدف مشترک

مهارت‌های تحلیلی : توانایی تحلیل داده‌ها جهت درک بهتر مسائل و تصمیم‌گیری دقیق تر

توانایی‌های سازمانی : مانند سازمان‌دهی، برنامه‌ریزی، اولویت‌بندی، زمان‌بندی و...

مهارت‌های ارتباطی : ارتباط موثر با تیم ، ذینفعان و سایر بخش‌ها و انتقال اطلاعات به صورت واضح و توانایی درک مطلب به صورت دقیق

تفکر استراتژیک : در نظر گرفتن دیدگاه کلی سازمان و برنامه ریزی مناسب برای رسیدن به اهداف بلند مدت

مهارت‌های مالی : آگاهی از اصول مالی و بودجه بندی تا منابع به صورت بهینه مدیریت ، و هزینه‌ها کنترل شوند

خلاقیت و مدیریت تغییر : مدیر باید بتواند با تغییرات مداوم دنیای امروز خود را تطبیق دهد و راه حل‌های خلاقانه‌ای برای چالش‌های پیشرو ارائه دهد

مدیر عملیاتی نقش نقش حیاتی در سازمان‌ها ایفا می‌کند و به عنوان پیوندی کلیدی بین استراتژی‌های کلان و اجرای روزمره عمل می‌کند و با نظارت بر فرآیند و بهینه‌سازی منابع، از تحقق اهداف سازمان اطمینان حاصل می‌کند. می‌توان گفت مدیر عملیاتی مسئول شناسایی چالش‌ها و فرصت‌ها در محیط کار است که با اتخاذ تصمیمات مبنی بر داده ، به افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها کمک می‌کند. همچنین با ایجاد فرهنگ همکاری ارتباط موثر بین تیم‌ها را افزایش می‌دهد

در نهایت سازمان‌هایی که از مدیران عملیات کمک می‌گیرند در بازارهای رقابتی امروز با سرعت و انعطاف بیشتر به تغییرات پاسخ می‌دهند و با قدرت بیشتری به بازارهای جدید قدم می‌گذارند. به عبارت بهتر، این سازمان‌ها می‌توانند در کنار کاهش هزینه‌های تولید، میزان فروش خود را افزایش دهند و در نتیجه به سودی دوچندان دست پیدا کنند

منابع:

وبلاگ میلاد فلاح

سایت چارگون

سایت ویکی درس

از آنجایی که مدیر عملیاتی در سطح ارشدیت مدیریتی سازمان قرار دارد ، به تبع گستردگی حیطه اختیاراتی که به او داده می‌شود ، وظایف و مسئولیت‌های متعددی نیز بر عهده دارد. این وظایف ممکن است در هر سازمان ، متفاوت باشند؛ از جمله وظایف یک مدیر عملیات به موارد زیر می‌توان اشاره کرد

۱. طراحی، سازماندهی و هماهنگی و بهینه‌سازی در فرایندهای سازمان

۲. نظارت بر روند انجام کارها جهت تطبیق با دستور عمل‌ها و استانداردها

۳. برنامه ریزی و تعیین مدت زمان انجام هر پروژه و تصمیم‌گیری در خصوص روش‌های مدیریت پروژه

۴. برقراری رابطه دوستانه و تعاملی با کارمندان برای یافتن نواقص موجود در سازمان از دیدگاه آن‌ها

۵. تیم‌سازی و الویت بندی وظایف اعضای تیم برای انجام هر پروژه

۶. بررسی صورت‌های مالی و گزارش‌های فروش به برای سنجش بهره‌وری و تعیین کردن میزان دستیابی به اهداف سازمان

۷. نظارت بر نحوه عملکرد کارمندان ایجاد هماهنگی بین کارمندان و تقسیم کار

۸. ایجاد هماهنگی بین فعالیت واحدهایی که به صورت مستقیم با یکدیگر در ارتباط اند مثل واحد تولید ، بازاریابی و فروش

۹. یفای نقش در زمینه بودجه‌بندی واحدهای مختلف سازمان برآورد میزان بودجه مورد نیاز برای انجام هر فعالیت در سازمان و ارائه مشاوره به مدیر ارشد جهت تخصیص بودجه

۱۰. نظارت بر بودجه سرمایه‌گذاران برای حصول اطمینان از به انجام رسیدن تعهدات صورت گرفته

۱۱. تحلیل و بررسی داده‌های سازمان

۱۲. ارائه گزارش پیشرفت کار به ذینفعان سازمان





طنز های مدیریتی برای مدیران و سرپرستان

لیلا اکبری، کارشناسی آموزش و پرورش ابتدایی

تصمیم قاطع مدیریتی

روزی مدیر یکی از شرکت های بزرگ در حالیکه به سمت دفتر کارش می رفت چشمش به جوانی افتاد که در راهرو ایستاده بود و به اطراف خود نگاه می کرد. جلو رفت و از او پرسید: شما ماهانه چقدر حقوق دریافت می کنی؟

جوان با تعجب جواب داد: ماهی ۲۰۰۰ دلار.

مدیر با نگاهی آشفته دست به جیب شد و از کیف پول خود ۶۰۰۰ دلار را در آورده و به جوان داد و به او گفت: «این حقوق سه ماه تو، برو و دیگر اینجا پیدایت نشود، تو اخراجی

ما به کارمندان خود حقوق می دهیم که کار کنند نه اینکه یکجا بایستند و بیکار به اطراف نگاه کنند.

جوان با خوشحالی از جا جهید و به سرعت دور شد. مدیر از کارمند دیگری که در نزدیکیش بود پرسید: آن جوان کارمند کدام قسمت بود؟

کارمند با تعجب از رفتار مدیر خود به او جواب داد: «او پیک پیتزا فروشی بود که برای کارکنان پیتزا آورده بود

نکته: برخی از مدیران حتی کارکنان خود را در طول دوره مدیریت خود ندیده و آنها را نمی شناسند. ولی در برخی از مواقع تصمیمات خیلی مهمی را در باره آنها گرفته و اجرا می کنند

زندگی پس از مرگ

رئیس: شما به زندگی پس از مرگ اعتقاد دارید؟
کارمند: بله!

رئیس: خوب است. چون وقتی صبح امروز برای شرکت در مراسم تشییع جنازه پدربزرگتان اداره را ترک کردید، او به اینجا آمد و گفت که می خواهد شما را ببیند





تعریف شغل ها به طنز

حسابدار : کسی است که قیمت هر چیز را میداند ولی ارزش هیچ چیز را نمی داند.
بانکدار : کسی است هنگامی که هوا آفتابی است چترش را به شما قرض می دهد و درست تا باران شروع می شود آن را می خواهد
مشاور : کسی است که ساعت شما را از دستتان باز می کند و بعد به شما می گوید ساعت چند است.
سیاستمدار : کسی است که می تواند به شما بگوید به جهنم بروید منتها به نحوی که شما برای این سفر لحظه شماری کنید
اقتصاددان : کسی است که فردا خواهد فهمید چرا چیزهایی که دیروز پیش بینی کرده بود امروز اتفاق نیفتاد.
روزنامه نگار : کسی است که ۵۰٪ از وقتش به نگفتن چیزهایی که می داند می گذرد و ۵۰٪ بقیه وقتش به صحبت کردن در مورد چیزهایی که نمی داند
ریاضیدان : مرد کوری است که در یک اتاق تاریک بدنبال گربه سیاهی می گردد که آنجا نیست.
هنرمند مدرن : کسی است که رنگ را بر روی بوم می پاشد و با پارچه ای آن را بهم می زند و سپس پارچه را می فروشد.
فیلسوف : کسی است که برای عده ای که خوابند حرف می زند.
استاد : کسی است که کاری ندارد ولی حداقل می داند چرا.
روانشناس : کسی است که از شما پول می گیرد تا سوالاتی را بپرسد که همسران مجانی از شما می پرسد.
معلم مدرسه : کسی است که عادت کرده فکر کند که بچه ها را دوست دارد.
جامعه شناس : کسی است که وقتی ماشین خوشگلی از خیابان رد می شود و همه مردم به آن نگاه می کنند ، او به مردم نگاه می کند
برنامه نویس: کسی است که مشکلی که از وجودش بی خبر بودید را به روشی که نمی فهمید حل می کند.



[illegible]