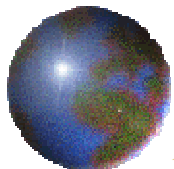


مدیریت از راه ارزشها

MANAGING BY VALUES

(MBV)

3/28/2013

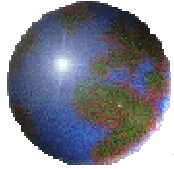


چالش‌های جهانی



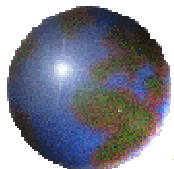
- مشتری جهانی است
- بازار جهانی است
- رقابت جهانی است
- فناوری جهانی است

لذا در این میان سازمان‌های یادگیرنده با اتکاء به قابلیت‌های یادگیری خود، امکان بقاء خواهند داشت



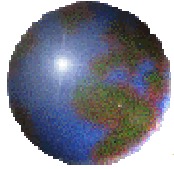
**(Shared Vision) ληθγυρθη κγυγ
ΣΥΗΥΥ(Shared Values) ληθ 3 Υθγυγ
. οχγυρθη κε3 Υθγυγ**





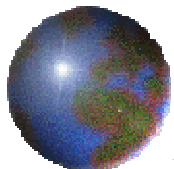
اهداف و پیامها

- ❖ هر چه محیط رقابتی تر باشد ، سازمان به انسجام درونی ، تفاهم و اعتماد متقابل کارکنان و مدیران بیشتر نیاز دارد .
- ❖ این کتاب مروج رویکرد اخلاقی و انسانی به مدیریت سازمان میباشد .
- ❖ سودآوری پایدار منوط به برقراری رابطه “ برنده – برنده “ بین ذینفعان و همه ارکان سازمان میباشد .
- ❖ MBV بعنوان عامل وحدت بخش سازمانی ، در بازنگری فرآیندها کارساز است .
- ❖ MBV ماهیت توانمند سازی جهت دستیابی به نتایج پایدار عملکردی دارد .



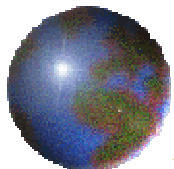
مکانیزم MBV

- ❑ قدم اول : تعیین ارزشهای سازمانی
- ❑ قدم دوم : تعیین ارزشهای شخصی کارکنان در کلیه سطوح بویژه مدیران ارشد
- ❑ قدم سوم : ایجاد سیستمی جهت حل و فصل ناسازگاری و تضاد میان ارزشهای سازمانی و شخصی
- ❑ قدم چهارم : تحول سازمانی بر اساس ارزشهای مشترک



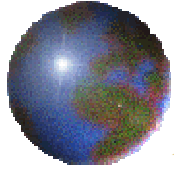
قوانین زندگی

- ❖ قانون اول : موفقیت (Achievement)
بودن از طریق انجام کار (Being By Doing)
- ❖ قانون دوم : پیوند (Connection)
بودن از طریق بودن (Being By Being)
- ❖ قانون سوم : انسجام و یکپارچگی (Integration)
بودن از طریق شدن (Being By Becoming)

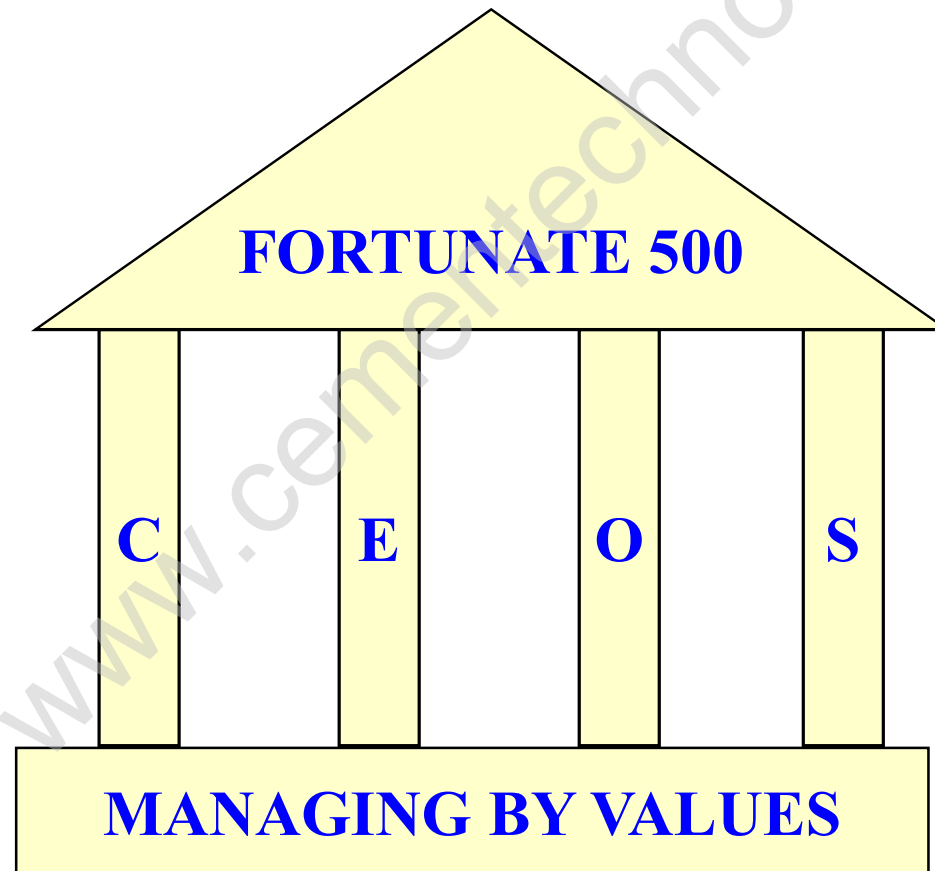


مشخصه های ممتاز 500 شرکت برتر

- مشتریان (Customers) که به شرکت افتخار میکنند.
- کارکنان (Employee) پیرانگیزه ای که پایبند به اهداف سازمان میباشند .
- مالکان (Owners) که درصد رشد خود از طریق پیشرفت شرکت هستند .
- گروه‌های بااهمیت (Significant Others) نظیر جامعه ، اعتباردهندگان ، تأمین کنندگان و.... که بین سازمان و آنها اعتماد وجود دارد .

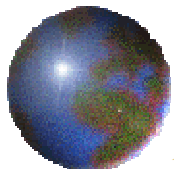


(The Journey Of Fortunate 500)

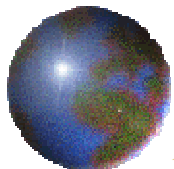


3/28/2013

^



**“مهمترین موضوع در زندگی این است که
تصمیم بگیری ، چه چیز را مهمتر بدانی”
بهمین اساس :
هدف MBV ، روشن نمودن اولویتهاست .**

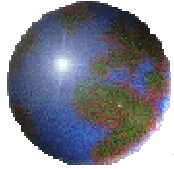


فرآیند استقرار MBV

گام اول : شفاف سازی رسالت (Mission) ، هدف و ارزشها

گام دوم : همگانی کردن رسالت و ارزشها

گام سوم : همسو نمودن اقدامات روزمره با رسالت و ارزشها

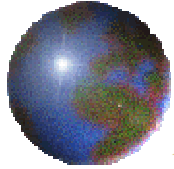


ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΣΚΕΨΗ (به ترتیب اولویت)

۱- در قبال کارکنان اخلاق گرا باشید (Be Ethical)

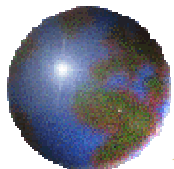
۲- در قبال مشتریان پاسخگو باشید (Be Responsive)

۳- در قبال مالکان سود آور باشید (Be Profitable)

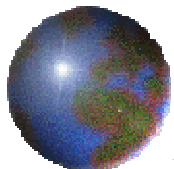


فرآیند شفاف سازی ارزشها

- ۱- أخذ موافقت از مالکان در رابطه با فرآیند MBV
- ۲- تهیه پیش نویس ارزشها توسط مدیر عامل
- ۳- تهیه پیش نویس ارزشها توسط تیم مدیریت ارشد
- ۴- تهیه ارزشهای مشترك و واحد میان مدیر عامل و تیم مدیریت ارشد
- ۵- أخذ نظرات کارکنان، مشتریان و گروههای با اهمیت
- ۶- اعلام نتیجه و برآیند نظرات به هیأت مدیره و مالکان جهت تصویب نهایی رسالت و ارزشهای سازمان

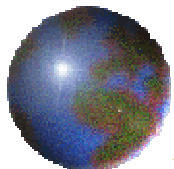


“جهت همگانی نمودن ارزشها ، بکار بستن آنها در امور و فعالیتهای جاری و تصمیم گیریهای سازمانی میباشد .”



نکته :

**در سازمانی که MBV برقرار شده
است، تنها یک رئیس وجود دارد:
“ارزشهای سازمانی”**

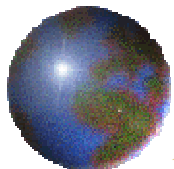


همسوسازی اقدامات با ارزشهای سازمان

جهت همسوسونمودن اقدامات ، تغییر در عادات ، رفتارها و نگرشها الزامی است .

محور تمام فعالیتها ، ارزشهای سازمان است .

در اجرای MBV ، کارکنان سازمان نقش کلیدی بر عهده دارند .



توصیه های اجرایی

- ❖ ارزشها را نمیتوان به افراد تحمیل کرد بلکه باید همراه آنها به ارزشها دست یافت .
- ❖ رئیس حقیقی در سازمان ، ارزشهای برگزیده است .
- ❖ MBV شیوه ای از زیستن برای سازمان است .
- ❖ شروع MBV باید از رأس سازمان صورت گیرد .